

すきとおりたいなミント。

おしゃれで、やさしい
ヤング女性のスクーター

ヤマハ・ミント

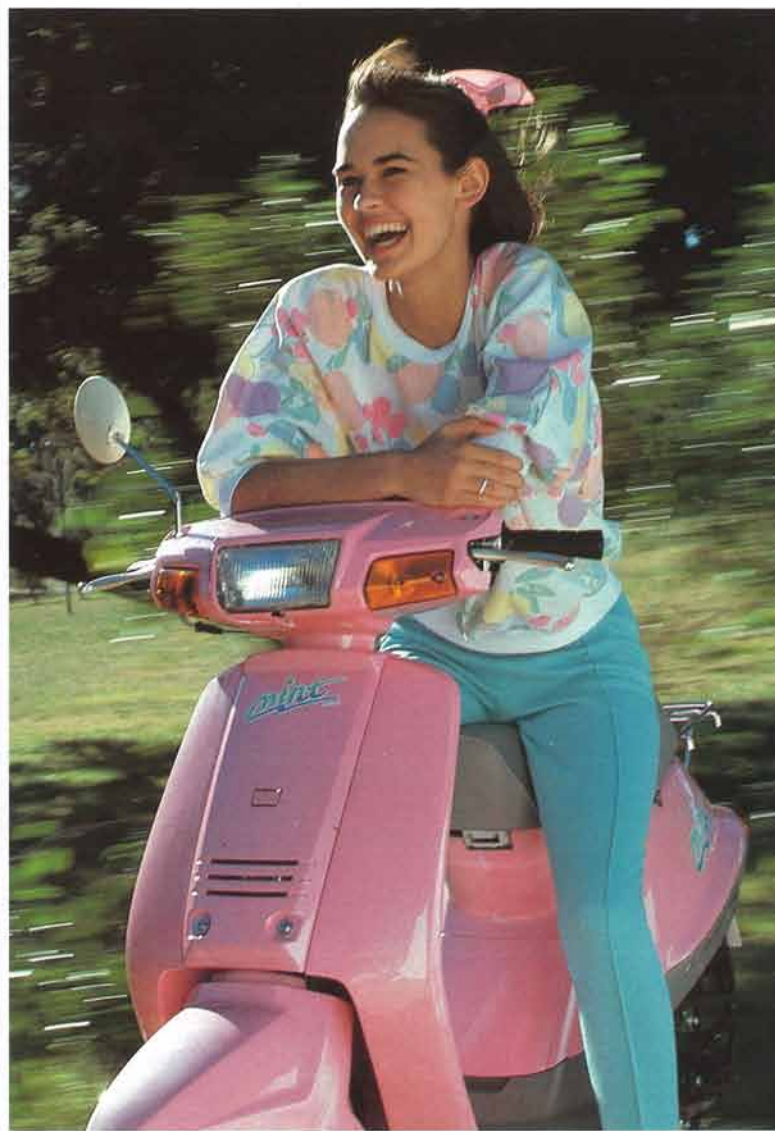
mint 新発売



なミント。 新発売

S H50E > 9万3千円 / ミント・カスタム < S H50E D > 9万6千円

かわいいスタイル、おしゃれなパス
 テルカラーで、ニュースクーター『ヤ
 マハ・ミント』の新登場です。
 ミントは、ヤング女性をターゲット
 に開発した期待の新商品。いまもっ
 も活発な動きをみせるヤング女性市場
 を一気に拡大します。
 春のスクーター商戦もいよいよたけ
 なわ。さあ、お店でも『ヤマハ・ミン
 ト』で、ヤング女性層の開拓をおす
 めください。



● スウィートイエロー

ミント・カスタム

● アップルレッド

● コーラルブルー

● クリーミィホワイト

● コーラルピンク

● スウィートグリーン

すきとおりたい

ヤマハ・ミント

おしゃれで、やさしい ヤング女性のスクーター



●標準現金価格：ミント<SH50、6月発売予定>8万3千円/ミント・デラックス<SH50E>9万3千円/(いずれも北海道、沖縄は3千円高)



新設計のコンパクト・エンジンに選りすぐりのシャフトドライブ・チェーンとオイルバス式チェーン駆動を組合わせた信頼のハブ・ユニットは、スムーズな走りとともに向上した登坂力、耐久力を発揮。万一のバッテリー上がりにも安心なキック併用。



お楽しみもたせたかわいいボディは、高級感あふれるドレスアップの風格。おしゃれなスクーターライフを実現するハステルカラーも、一歩も進まぬ高級感を演出するパール塗装とスクリーン・カウルは、透明感のあるコーラルカラー。またガラスのインボローとカウルのクリアリングは、最新鋭の新開発のソフトなスワイプカラー。

■ミントSH50<SH50E>仕様諸元

- 全長1500mm●全幅620mm●全高965mm●シート高685mm●軸間距離1080mm●最低地上高95mm●乾燥重量48kg<49kg>
- 舗装平坦路燃費76km/ℓ(30km/h)●最小回転半径1.6m●制動停止距離3.5m(20km/h)
- 2サイクル・ピストンリードバルブ・単気筒・49cc●圧縮比7対1●最高出力4.3PS/6000rpm●最大トルク0.54kg-m/5500rpm●始動方式キック式<セル・キック併用式>●燃料タンク容量4.4ℓ●オイルタンク容量1ℓ●点火方式CDI●点火プラグBP6HS●バッテリー容量12V4AH
- クラッチ湿式内拉重錘式●変速機自動選心式●タイヤ3.00-8-2PR(前後とも)●ヘッドランプ12V18W●テールランプ12V5W●ストップランプ12V21W●フラッシャーランプ12V8W

ギャルからレディそしてミセスまで、ミントは3タイプ、12カラーのワイドバリエーション。お客さまにあわせておすすめください。



みなさまのお店の ミント新発売セールを強力にバックアップする ミント広告キャンペーン

4月1日の新発売と同時に、テレビCFと女性誌での雑誌広告を中心としたミント新発売広告キャンペーンを展開します。

シドニー・ペニーのすきとおる笑顔と、「すきとりたいな、ミント」のキャンペーンフレーズにのせて、ヤング女性たちにミントのあるさわやかな暮らしを提案するこのキャンペーンを、ぜひみなさまのお店のミント新発売セールにお役立てください。

シドニー・ペニー(SYDNEY PENNY)

すきとおる笑顔が印象的なミントのキャラクターは、アメリカの若手ナンバーワン女優シドニー・ペニー。昨年「ベイルライダー」でクリント・イーストウッド相手に好演して一躍脚光を浴びた14才。今年は映画第2作のSF「ハイパー・サビエン」で、日本デビューも予定されています。



ボックスCF (30秒、15秒)

3月中旬から一部地域でスポット放映し、好評を集めたボックスのニューCFも、4月以降、ヤマハ提供番組『月曜ロードショー』(TBS系、月曜夜9時)でひきつづきオンエアいたします。どうぞご期待ください。



魅力の秘密は



ヒップアップにあります。



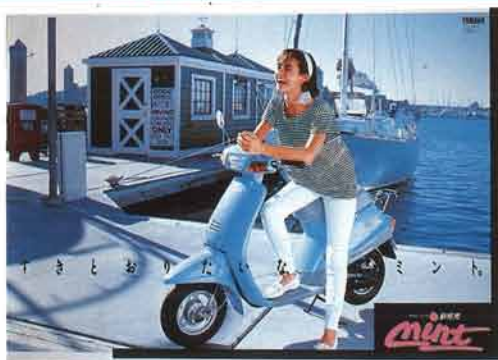
ヤマハ・ボックス

雑誌広告

ミント雑誌広告は、ノンノ、JJ、キャンキャン、アンアン、オリーブ、ミス・ヒーロー、週刊セブンティーン、プチセブン……のヤング女性誌を中心に、4月から6月までの新発売期に集中して展開。ミントのスピーディな市場浸透を推進します。



ポスター (B全判、B2判の2種)



カタログ



POPEYE & Olive タイアップ・キャンペーン

ヤング女性誌を通じての広告掲載と並行して、ポパイ、オリーブの2誌とのタイアップキャンペーンも展開します。(詳細は12ページをご参照ください)

テレビCF・ポスト篇

(30秒、15秒)

ミント新発売テレビCFは、全国ネットでスポット放映するほか、ヤマハ提供番組『月曜ロードショー』(TBS系、月曜夜9時)でもオンエアします。



女の子って……



そうなのね。



すきとりたいな。



ヤマハ



ミント。

ガール(ユー・アー・マイ・ソング)ミントのキャンペーン・ソングは、F・R・デイヴィッドの歌う「ガール、君は僕の唄」。やわらかなメロディと彼の澄んだ歌声が、ミント・エイジのギャルたちにやさしく語りかけます。

ミント新発売キャンペーンツール 春風にのせて、いきいきギャルたちに 「ミント新発売」をアピールしましょう。

●ミント
・カットアウト



みなさまのお店の「ミント新発売セール」を盛り上げるキャンペーン・ツールも豊富にご用意しました。
さあ、これらPOPをフルに活用して、ひとりでも多くのお客さまに「ミント新発売」をご案内ください。

●ミント車体タッグ



●シーリングPOP



●ミント新発売
のほり
(横幕兼用)



●ミントDM、封筒



スポーツバイク市場の人気No.1モデルとして、この春もダントツの人気を集めているTZR250に、4月25日からご覧のようなニューカラー「ファラウェーブルー」が追加されます。いうまでもなくこれは、ゴロワーズ・ヤマハチームのクリスチャン・サロン選手が駆るYZR500のイメージをTZR250に再現したもの。

従来のヤマハ・ファクトリーカラータイプとあわせて、2カラーそろったTZR250をさらに幅広いお客さまに、おすすめください。

人気沸とうの TZR250にニューカラー追加!



XV750ビラーゴに、商品性、機能性も さらに向上したスポークホイール 仕様が新登場!

●カラー：ディープバイオレット
グロリアスマキシブラウン

●標準現金価格：69万9千円(北海道、
沖縄は7千円高)



徹底したアメリカン・スタイリングとヤマハだけの空冷Vツインエンジンで、アダルトライダーを中心とした幅広い層の支持を集め、750ccアメリカンのナンバーワンモデルとして定着しているXV750ビラーゴに、4月17日から写真のようなスポークホイールタイプが追加されます。

このスポークホイール仕様は、単なるスポークホイールの装備にとどまらず、ニューカラーリング・グラフィックをはじめとした外観イメージの一新によって商品性を大幅に向

上。同時に燃料タンクの容量アップ等によって機能性も大きく高めたものです。

■XV750ビラーゴ・スポークホイール仕様のおもな特徴

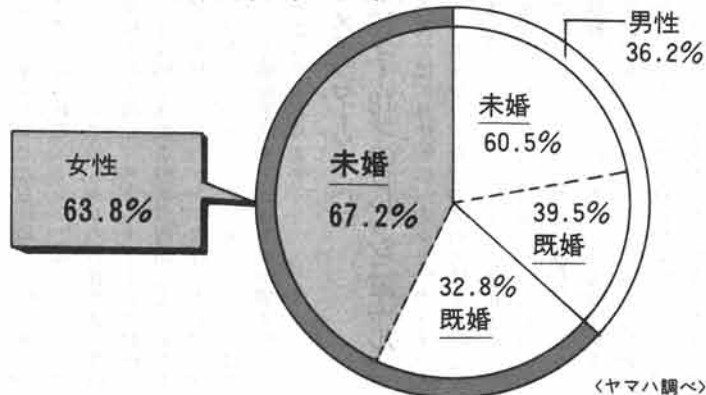
- 1) 偏平・変断面クロームメッキスポークとクロームメッキ採用のニュースポークホイール
- 2) 燃料タンクのプロフィールはそのままに、容量を2ℓアップ
- 3) アルミ・クロームメッキ・シーシーバーを標準装備
- 4) 質感をさらにアップした、ニューレザーシート
- 5) 白パネル・メーター
- 6) ニュータイプ・だ円バックミラー
- 7) アルミ鑄造フートレスト
- 8) より深くなったリヤフェンダー
- 9) スロットドタイプ・フロントブレーキディスク
- 10) ひきずり防止対策を施したリヤブレーキ
- 11) シリンダフィン、ケースカバー等の形状変更でよりトラディショナルになったエンジン外観
- 12) コースティングエンリッチャーを装備してアフターバーンを防止したキャブレター
- 13) 始動性を向上させた電磁式スターターモーター
- 14) 前後ニューパターン・タイヤ

特集 おしゃれで、かわいい ヤング女性のスクーター **ミント** 新発売

ミントで、ヤング女性市場に本格的なアプローチを



キョウトユーザーの男女比率、未既婚別割合



期待集める ヤング女性市場

ヤング男性、男性アグルト、婦人層などの各クラスが安定した推移をみせる最近のスクーター市場にあつて、ただ一人、元気はつらつたる動きをみせているヤング女性需要。

そして'86年スクーター商戦の最重要課題ともいえる、このヤング女性市場の本格的な活性化をめざして新登場したのが、ニュースクーター「ミント」です。

新しいベーシックスクーター！ ミント

いうまでもなく、パツソルからキョウトへと継承された、女性のためのやさしい乗りもの。というヤマハ独自の基本コンセプトは、この「ミント」にもしっかりと受けつがれています。同時に円グラフにもみられるように、ますます、ヤング化が進む女性市場にあわせて、「ミント」はスタイリングもカラーリングも一段とファッショナブルになっているのです。

《行動パターン》

- 干渉するのも、されるのもイヤ!
- 自分の限界を知っているので無理をしない
- 大きな夢がない
- 日常生活で小さな刺激を求めている
- 価値判断の基準はフィーリング

ヤング女性のライフスタイル①



キュートに乗って、のびのびと高校生活をエンジョイする梅屋さん(右)と斉藤さん



→ヤング女性市場へのアプローチは、いまさまざまな業界で展開されている。これは一人暮らしを始める女性を対象にしたナショナル・ビギンシリーズ

《興味の対象》

- 食べること
- 飲むこと (もちろんお酒)
- 男の子
- 芸能界

ヤング女性のライフスタイル②



トして。時給520円だから、月に2万円くらいになる。お母さんからも5千~1万円もらうから、毎月のおこずかいは3万円くらいですね」
「おこずかいは友人とのかか食へに行ったりして何となくつかってしまう。遊びは、ディスコ、飲み屋、サテン……。いま一番楽しいのは、お化粧品が少しずつ増えていくこと。アイシャドウ、口紅、マニキュア、ファンデーション……いい色みつけてと嬉しくなっちゃう。口紅1本でも2500円もするんですからね。化粧品は街の薬局じゃ絶対買わない。色が揃っていないもん」

また、キュートとともに最も手頃な価格帯に位置づけられる「ミント」は、ベーシックスクーターとして最も多くのお客さまの獲得が期待される商品。スクーター主力のお店にとっては86年商戦の最重要商品ともいえるもので、それだけに、ヤング女性のためのファッションナブルなライフグッズとしての打出しによる積極果敢なアプローチが望まれているところでもあります。

メインターゲットは16才~18才のフレッシュギャル

それでは、具体的に「ミント」のメインターゲット・ヤング女性需要の実体を整理してみよう。「いまスクーターに夢中」という女子高生。「高校時代は乗れなかったけど、スクーターがこんなに爽快で便利だなんて」と新鮮なおどろきにひたっている女子大生。「生活の足としてスクーターは1日も欠かせません」とおっしゃるOLや主婦の方がた。「ざっとこんな人たちが、現在の女性スクーター市場を形成しているわけですが、これらの中でももちろん「ミント」のメインターゲットとなるのは、16歳から18歳、高校生の年代のフレッシュギャルたちです。

スクーターは、欠かせぬ「コミュニケーションツール」

そして、彼女たちギャルユーザーには、次のようなスクーターに対する態度が、全体に共通した傾向として存在しているようです。
● いまスクーターに夢中で乗るのが楽しい!
● スクーターに詳しく男の子願まけの情報量を持っている女の子もいる。
● 情報源はくちコミで、バイク雑誌などを読む熱心な娘までいる。
● 遊びどころが、きわめて旺盛な彼女たちにとつて、スクーターは友だちとのコミュニケーションの必需品。また自分を表現したり主張する格好のツール。

ヤング女性ユーザーふたつのタイプ

さらに興味深いことは、ひとくちにギャル

《好きなタレント》

- チェッカーズ
- 安全地帯
- 吉川晃司
- Kyon²
- 中森明菜
- COB

ヤング女性のライフスタイル③



《好きなテレビ》

- 俺たち・ひょうきん族
- 歌謡番組

ヤング女性のライフスタイル④



《よく読む雑誌》

- オリーブ
- ノンノ
- セブンティーン
- 月刊明星
- 別冊マーガレット

ヤング女性のライフスタイル⑤



神奈川県川崎市の梅屋真理子さんと、斉藤倫子さんは、都内の私立女子高2年生。2人とも16歳で原付免許をとって、キュートに乗り始めてまる1年の女子高生ユーザーです。

「クラスの1/3から半分の女の子がスクーターに乗っています。通学の時に駅まで乗って行くのと、帰宅後の買い物や友達の家遊びに行くのに乗っています。買い物についても近くのコンビニエンスストアやファーストフードにお菓子や雑誌を買いに行く程度ね」

「いまコンビニエンスストアで週2日、1日5時間バイ

ユーザーといわれる高校生の年代の女の子たちの中にも、きわめて特徴のないいくつかのグループが存在していることです。

そのひとつは、ジョグやキャンプなどヤング男性の人気を集める走りのスクーターに乗り、まったく同じようにスタートダッシュやスピードを楽しむ男の子顔まけのたくましいギャルたち。スクーターを「原チャリ」と呼び、彼女たち自身も「原チャリゾッキ」などと呼ばれる女の子のグループです。

これに対してもうひとつのグループは、ごくフツウの女の子。キュートに代表される、かわいくって、やさしくって、カラーもきれいな「女の子っぽい」スクーターに乗って、自分の生活をおしゃれに演出していこうというギャルたちです。

**ファッションアイテム派へ
まず、おしゃれな「ミニント」
ライフの提案を！**

「原チャリゾッキ」にとつてのスクーターは、まさにホビーあるいはスポーツなのに対して、後のフツウの女の子にとつてのスクーターは「ファッション・アイテム」という点で、この両グループの最も対照的なところ。

もちろん「ミニント」の直接のターゲットは、後述の「ファッション派」ですが「スクーター」は単なるトランスポーターではなく、毎日の生活をいきいきとさわやかに拡大していくために欠かせぬ道具」という位置づけは、どちらのタイプにも共通したところ。

そしてこの点こそが、ヤング女性市場へのアプローチのカギ。ギャルたちの遊び道具として、またファッションアイテムとしていかにしてスクーターの価値感を拡大していくか、が最大の突破口といえそうです。

そのための手始めとしては、次ページで紹介した、もりだくさんの「ミニント」のセールスポイントを駆使してのセールストークもさることながら、「サンリオ」で育ったパステル世代のギャルたちに、最も親しみやすいパステルカラーの「ミニント」をおすすめし、「ミニント」ならではの新鮮で、おしゃれなスクーターライフを提案していくことが第一です。

うちのお店の ヤング女性市場攻略法

さてそれでは「ミント」の商品性を最大限に發揮して、ヤング女性市場の開拓に取り組んでいくためには、実際にどのようなようにしたらよいのでしょうか。

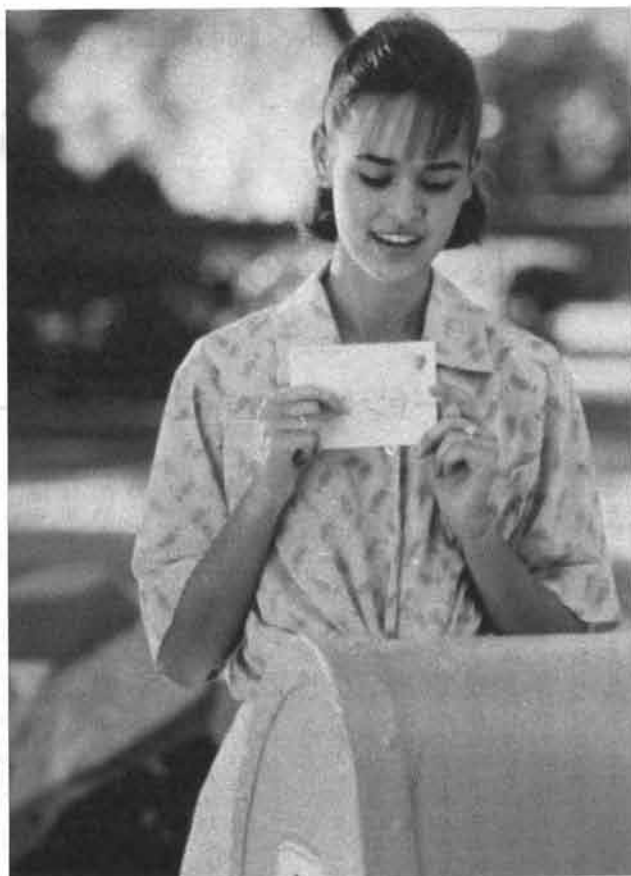
これを考える手がかりとして、すでに数多くのキニートを販売しヤング女性客を顧客化している販売店さんにお話をうかがってみました。ご登場いただいたのは、横浜市戸塚区の㈱サイトー・飯吉要助店長。サイトーさんのお店は、東海道線・大船駅から300メートルほどの商店街にあり、周辺新興住宅地のサラリーマンや附近の公立高校生を中心に、全体の9割以上がスクーター、というご商売を展開されています。

最近のヤング女性ユーザーの様子は、実際にはどんなふうですか？

「うちは高校生から主婦、男性アダルトまで



あらゆる層の人が見えられますが、やっぱり一番元気のいいのが女子高校生ですね。実際スクーターに乗っている子も、いない子も含めて、いまスクーターに興味を持っていない女



子高校生っていないんじゃないかな。新型のスクーターを店頭に並べておくと、通学途中の女子高校生が立ち止まって見えますからね。いま、スクーターに対して反応も一番、関心度も一番なのが女子高校生ですよ」

彼女たちに特徴的な傾向というのは、ありますか？

「活発そうな娘はジョグやチャンプ、おとなしそうな人はキニートと選ぶスクーターも外見そのままですよ。

好き嫌いの実にはハッキリしている。買いに來る時はほとんど指名買い。「キニートのピク」といったら絶対に他のものではダメ。好きなもの以外は、彼女たちの言葉を借りればすべて「グサイ」というわけですね」(笑)。

その好き、嫌いの判断基準って何なのでしょうね？

「それが一番わかりにくい。とても感覚的なんです。スタイル、カラー、走り……なんて具体的な事柄じゃない。

カラーひとつにしても「友だちが乗っているのと同じ色はいや」なんてね。いまバステ

ルカラーに人気があるんですが、色合いのキニートに乗っている友人とレックシールドだけ交換して楽しんでいる、なんて子も結構いますよ」

女子高校生スクーター ユーザーにも オピニオンリーダーがいる

スクーターに対する商品知識も相当に高そうですね。

「くちコミでしょうね、やはり。彼女たち女子高生の中にも、ボーイフレンドやバイクシヨップなんかの話をよく聞いている、オピニオンリーダー的な娘がいるんですよ」

そんなヤング女性たちと接するときのコツみたいなのはありますか？

「特別気にはしていません。でも若い女の子なんでソフトな応待は心がけているつもりですけれども。軽いかんじて声をかけたたりね。

それと一番気をつけなければいけないのは、1人1人、全員に同じように親切に接することですね。ちよつとしたことで悪評が立ってしまうとくちコミで広がってしまう。逆に1度

ヤング女性のしなやかな感性に応える 『ミント』のセールスポイント

乗る人を引立てるフレッシュなスタイル

- 高品質でひとクラス上の車格を持たせた丸味のあるフォルム
- いろいろなファッションが楽しめるパステルカラー

- 簡単、確実な始動安全装置（ブレーキレバーを握って始動）

- 薄型ヘッドライト、ビルトインフラッシュャー。品質感を高めたヘッドライトまわり

- 足元空間を広げた大型レッグシールド。レインプロテクションも性向上

- ソフトで軽快な走りを生むテレスコピック・サスペンション

- フラットで広びろのフットスペース

- デュアルラバー防振リンク式エンジン懸架で不快なエンジン振動をシャットアウト

“やさしさ”コンセプトから生まれた機能デザイン

- 明度を高めたハンドルカバーとシート、反対にトーンを下げたフットボードからサイドの配色が、安定感をアップ
- プロテクションもかねたサイドストリーム・バルジ
- 足元空間を広げ、ゆとりの乗車感覚を生み出す、大型レッグシールド

ライティング・ファッションを楽しくするニューカラー

- 従来のパステルカラーをさらに鮮やかにして高級感を高めたパール調
- ブルーとピンクは、透明感を高めたコーラルカラー
- グリーンとイエローは、新開発のクリーミーなスイートカラー



- まぶしさを防止したハンドルカバー

- ファッションナブルで実用的なりヤキャリア

- 4.3ℓ大容量フュエルタンク

- 視認性をさらに高めたテール&フラッシュャー

- ボディサイドのプロテクション機能を持たせたサイドストリーム・バルジ

- 面倒な操作も不用、フルオート負圧コック

スムーズな走りを約束する信頼のパワーユニット

- 4.3馬力のゆとりのパワー
- バッソル以来の実績を誇るオイルバス式チェーン駆動
- なめらかなつながり、信頼性の高い湿式内括シュータイプクラッチ
- 万一のバッテリー上がりにも、始動可能なキック併用



これからは

家族ぐるみのアプローチも

彼女たち若い女性がスクーターに乗ることに対して家族の反応はいかがですか？

「ちょうどいまの女子高生のご両親というのが40代前半から中盤、バッソルで始まった奥さまスクーターブームの最初の人たちなんです。だからスクーターの乗車経験がある人が多いし、なくてもスクーターの軽快さとか効用性は十分に認識されている。だから娘さんが『乗りたい』っていい出しても抵抗なくOKを出しているようですよ。」

実際うちの店にも親子二代に渡ってのスクーターのお客さまってかなりいますし、中にはスクーター一家というか、家族全員が乗っているというお宅もあります。これも、スクーターが完全に暮らしの中に定着しているからですね。これからは、代替、新規を効率よく獲得するために家族単位のアプローチというののも商売のポイントになってくるでしょうね。」

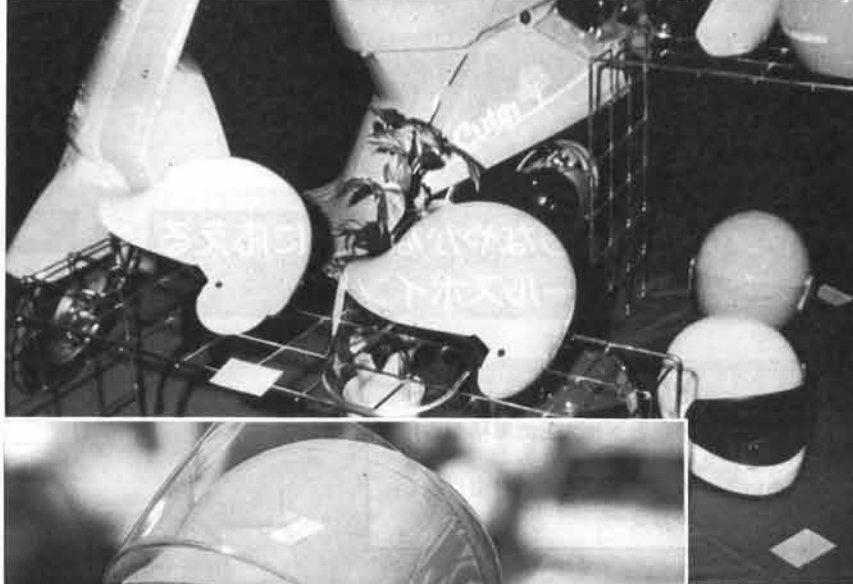
価格優先、車格主体のちがいで ミントとキューブの売分けを

さて以上が御サイトーさんにおける、ヤング女性需要を中心としたスクーター販売の現状ですが、最後に『ミント』新発売のポイントとなる、キューブとの売り分けについてうかがってみました。

ヤング女性のためのおしゃれなスクーター

好感を持ってもらえれば、友だちを連れて来てくれますし。ついこの間も、ずいぶん遠くからキューブを買いに来た娘がいたので、『どうしてうちの店知ったの』って聞いたら、その直前にスクーターを売った娘の友だちでした。」

— その他、ヤング女性ユーザーを増やしていくうえで、特別なことつてありますか？
「売りっぱなしにしない。どの層のお客さまでも同じですけど、とくに若い女の子はメンテナンサンて一切気にしませんからね。アフターサービスを徹底して、来店回数を1回でも増やさせることですね。」



おしゃれなミントには、必ずかわいいヘルメットもヘア販売して、ヘルメット着用義務化にも対応



来店ノベルティとなる「東京・大阪ポップマップ」。

「ミント」とはいえ、そのファッショナブルなスタイルや、バステルカラーからシックなラズベリーレッドまで豊富に揃ったカラーバリエーションは、20代、30代のおしゃれな女性にとっても大きな魅力のハズ。お客さまの年齢だけで「ミント」とキュートな単純に売り分けていくことは、とてもできそうにないからです。

「カラーリングやスタイリングを見る限り、「ミント」のメインターゲットであるヤング女性は確実に獲得できると思いますね。スクーターをファッションの材料のひとつと考えるようなごくフツーの女子高生は、彼女たちの年代は「新型」とか「新発売」に対して敏感ですからね。両方を展示しておくだけで、お客さまの方で選択してくれると思いますよ。

売り分けを考えると、むしろ20代、30代という代替の婦人層です。ポインとは。当然「スクーターはゲタ代わりで動けばいい。前のスクーターが、不調になってしまったけど、修理するよりは買い代えた方が安くつく」なんていう価格優先の人と、「乗り代えるならスタイルも新しく、機能や車格、グレードもアップしたものを」という車格やグレード優先のお客さま……と、お客さまの要求に応じて売り分けていくことですね。

おしゃれなミントには、 かわいいヘルメットが良く似合う 必ずヘルメットと ヘア販売を

さてもうひとつ、これからのスクーター販売において大きなカギを握るのが、7月5日から実施される、原付車へのヘルメット着用の義務づけです。

一部販売店さんの間には、これがスクーター需要減少の大きな要因となるのではと懸念されている向きも多いようですが、こうした動きに前向きに対処し、逆にこれが拡大要因に結びつくようなアプローチが期待されているのです。つまり「ミント」によるヤング女性需要へのアプローチには、「ミント」には、

ヘルメット姿が良く似合う、おしゃれなミントには、必ず同一カラーのかわいいヘルメットを」といったセールストークを展開して「スクーターにヘルメットは必需品なのだ」という意識を、法規制や安全面からばかりでなく、逆にファッションの面から植えつけていくことが大切になっているのです。

こうしたアプローチのためにも、おしゃれな「ミント」にはかわいいヘルメット「LS1」（36ページ参照）なども用意されています。ヘルメットからウェアまで「ミント」の販売に当っては、トータルコーディネートとこれをこれまで以上に積極的に展開していきたいものです。

『ポパイ』、『オリーブ』 タイアップキャンペーンで 新鮮な「ミント」新発売 セール」を

さらに、ミント新発売の広告キャンペーンはカラーページにご紹介しましたが、これと並行して、ヤングに人気の高い『ポパイ』『オリーブ』2誌を通じてのタイアップキャンペーンも実施しています。

その第1弾は、3月10日発行の『ポパイ』にとどんだ。東京・大阪ポップマップを、20万部増刷し、みなさまのお店の「ミント」新発売セール、来店ノベルティとしてご利用いただくというのです。

これにつづいて、3月25日発売の『ポパイ』4月3日発売の『オリーブ』では、街とヤングとミント、街とオリーブギャルとミントをテーマにした編集タイアップキャンペーンを実施。編集ページを通じてミントのあるファッショナブルなシテイライフを紹介します。

さらに第3弾は、ポパイ・ヤマハタイアップ店頭ポスターの製作。前述の編集タイアップキャンペーン写真を使った、おしゃれな店頭ポスターを、新鮮な店頭演出にご利用いただくというものです。

どうぞ、この『ポパイ』『オリーブ』タイアップキャンペーンをフルに活用して、これまではひと味ちがった、おしゃれな「ミント」新発売セール」をご展開ください。

ひと足お先に春を満喫 Y.E.S.S. Jet Touring in Okinawa

ジェットツーリング・イン・沖縄

お客さまに幅広いモーターサイクルの遊びを提供するYESS活動は2年目を迎えてさらにスケールアップ。'86年の第1弾として行なわれた2月、3月の2回にわたる「YESS・ジェットツーリング・イン・沖縄」で、参加したYESSスタッフのみなさんは、ひと足早い春のツーリングをフルにエンジョイされていました。



YESSと日本航空の協力のもとに生まれた画期的なツーリングシステム「ジェットツーリング」の'86年第1弾が、2月22日〜24日にかけて開催されました。昨年の秋、初の試みとして実施された「YESSジェットツーリング・イン・北海道」の大好評と、その後寄せられた次回開催を待ち望むスタッフの声にこたえて、目的地を北海道から、桜咲く2月の沖縄に移しての開催となりました。

東京、大阪、福岡の3カ所から愛車とともにジャンボ・ジェットで沖縄へ飛んだYESSスタッフは、110台、123名(タンデムを含む)。JALプライベートトリフト「オクマ」をベースキャンプに、ロードグループ、オフロードグループに分かれて、春のツーリングを満喫。また夜の懇親パーティーでは、奥村裕、鈴木秀明の両ヤマハライダーを交えてYESSスタッフ同志の交流を深めました。

北海道や沖縄といった遠隔地へ、ジャンボジェット機で愛車とともに短時間で移動、そこでのツーリングを存分に楽しむ「YESSジェットツーリング」は、まさに現代のユーザーニーズに応えたご商売を象徴するもの。YESSでは、今後もこのシステムをさらに充実させ、みなさまのお店でもより手軽にご活用いただけるスポーツバイク取扱活動としてのアレンジを進めています。どうぞご期待ください。





オフロードグループは、オクマ内の林道で沖縄の自然をエンジョイ



エメラルドグリーンに輝く沖縄の海を横目に、ひと足お先に春のツーリングを楽しむYESSスタッフのみなさん

お店も、お客さまも、そろって
楽しんだ、沖縄の3日間

お客さま



YESSのスケールに改めてビックリ！

「YSP八王子西で紹介されて参加しました。YESSイベントは、昨年8月のフィスコ

のサマーフェスティバルにつづいて2回目です。あの時もスケールの大きさにビックリしてしまっただのに、今度は自分のバイクをジャンボで運んで、自分のバイクで沖縄を走れる。しかもベースのオクマの施設の素晴らしさ、YESSのスケールの大きさに改めて驚いてしまいました。

僕らよく2人でツーリングするんですが、こんなに安くこんなにビッグなツーリングが楽しめるなんて、やはりYESSスタッフだからですね。ユーザーの心をくわいほどつかんだヤマハが好きです！

♥佐藤喜八郎さん、俣木則子さん（東京都）



今度はクラブ員全員で参加したい！「いまの感想は、また来たい！」という事です。国際A級のライダー

と一緒に沖縄を走ったり、各地の仲間と交流できたり最高です。

私はいまYESSスタッフ60名のツーリングクラブの会長をしているんですが、定員などの関係で全員そろって参加できなかったのが、何とも心残りなんです。そこで今回は下見のつもり、次からもどんどん参加します。きつと帰ってからは、クラブの話は当分沖縄一色でしょうね！

♣小柳辰馬さん（佐賀県）

販売店さん

Y.E.S.S. Jet Touring in Okinawa

ジェットツーリング・イン・沖縄

初夏の北海道を楽しもう!

『Y.E.S.S.ジェットツーリング・イン・北海道』

6月13日(金)~16日(月)に開催決定!

※詳しくは28ページを。



お客さまの満足度が店の財産
「バイクが10台、メンバー13名で参加しました。奥さんやお子さん、彼女とタンデムのお客さんがいますか

らネ(笑)。
うちでは、昨年の秋の北海道について2回目のジェットツーリングですが、これはもううちのクラブの年間スケジュールに入っているんです。

「秀明さんと走った『奥村選手と話をした』ってお客さまも大満足。こんなイベントを店の活動として利用できるのは、販売店として最高にありがたいことですね。寝袋で野宿の普段のツーリングとは大違いでホテルもとてもリッチ。このお客さまの満足度が、直接、間接に、うちの商売に生きてくるのを楽しみにしています」

◆オートスポーツショップ・イトモーターズ 伊藤憲尚社長(愛知県)



遊びを売る時代のトップ企画

「セローのお客さんとDT200Rの私で、正味2日で400キロ、沖縄を一周しちゃった。ぜひ3月にも

お客さまや家族と参加したいですね。

「乗る人間ばかりが楽しむバイクライフは、絶対に長つづきしないし広がらない」というのが私の持論なんです。その意味でもタンデムで参加できるジェットツーリングはいいですね。周囲の理解も一気に深まる。

商品を売るだけの時代は終り、これからは遊びを売る時代。いまY.E.S.S.スタッフは30名ですが、全員Y.E.S.S.の意義をしっかりと理解して楽しんでいきますよ。私自身も本当に心からリフレッシュできた3日間でした」

◆トスマツハ1・東本好己社長(佐賀県・写真右)

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。ご商売に関する事、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。

手抜きしないでガンバリます！

鈴木和恵さん・25才（秀明サイクルセンター／東京都東大和市）

主人（モトクロスの鈴木秀明選手）は出掛けることがとても多いので最初からいらないものと思ってお店をやっています。ヨソのお店のごことは良く判りませんが、普通はご主人がお店のことをやって、奥さんは補佐という感じだと思んですが、ウチは逆かなア。でもこんなことを書くとおコラレちゃうかな（笑）。商売に関する事は、修理以外のことならなんでもやっていますが、その分家事が手抜き



あんなお店、こんなお店

とてもささやかで、ありふれた毎日だけど...

きです。食事のことなんかも知っている人なら「秀明さん、よくあの料理で走れるなア」（笑）。なんて言われてしまった。実際の話、料理は独身生活が長かった分、主人の方が上手なんですけど（笑）。うちのモットーは「地道」。なので、今後は商売も家事も手抜きをしないで、「地道」に伸ばしていきたいです。

やることタツプリ「北国の冬」

高橋清さん・35才（たかはしサイクルショップ／北海道足寄町）

北国は北国なりに、冬といってもやることには事欠きません。スノーモビルや除雪機の販売やメンテナンス、それに冬場ならではのモータースポーツもありますからね。

ついこの間も、阿寒湖まで行って湖上をスノーモビルで走り、ワカサギ釣りをやって、最後はジンギス汗を食べるというイベントで一日楽しく過してきました。また、雪上モトクロスなんていうものもあるんですよ。毎週というわけではありませんが、夏場に向けて体力づくりということで、月に何度かはスノーモビル・ツーリングやモトクロスを楽しんでいます。

最低気温マイナス20度なんて日もありますが、今はシーズンに向けての準備期間ということでガンバッテいます。それから、足寄というと歌手の松山千春さんが有名ですが、ウチは松山さんご一家からもカワイイがっつもらっています。みなさん、冬の足寄にも一度遊びに来てください。

拡販に向けて奮闘中です！

原田太郎さん・28才（東京都立大学・生協購買部／東京都目黒区）

都立大の生協購買部で二輪部門を担当しています。うちの大学ではバイクの展示ができないので販売はカタログで行ないますが、やはり実販への結びつきは少ないんです。昨年から都内のYSP店さんとのタイアップ販売という方法が取り入れられたんですが、まだ

日が浅いので知名度ももうひとつ。そこで、今年は暇なときにYSP店さんへ出向き、売り出し中のバイクをビデオに納めて購買部で流し、ビデオ・ショッピングみたいなことをやってみようかと思っています。今までの他校での販売実績を見るとスポーツバイクを中心に売り上げも順調ですし、学生の間でもバイクは人気があるので、なんとか販売台数を伸ばしたいですね。

笑顔で勝負！

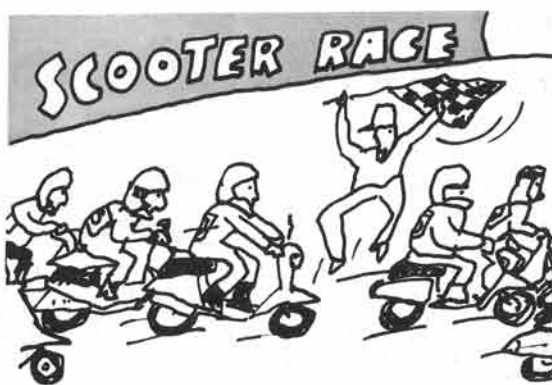
小山美智子さん・53才（小山モーターズ／京都市東山区）

主人と息子がやっている店の、私は雑役係なんです。私に出来ることはクルマをコワ



すぐらい（笑）なんて、なんの役にも立っていないんですけど。まあ、忙しいときに店に来て、お客さんの接待をするぐらいですかね。

息子がトライアルをやっているんで、息子と同年輩ぐらいのお客さんが多くてね、若い人たちがばかりで楽しいです。自分も若返りですよ。とても平凡な毎日ですけど、笑顔を忘れずに毎日ニコニコしながら、これからもたくさんのお客さんと接していきたいですね。



SCOOTER RACE

あれ？いつの間にかスクーターがメインに！

桑原隆雄さん・30才（KAS・桑原オートサービス／和歌山市）

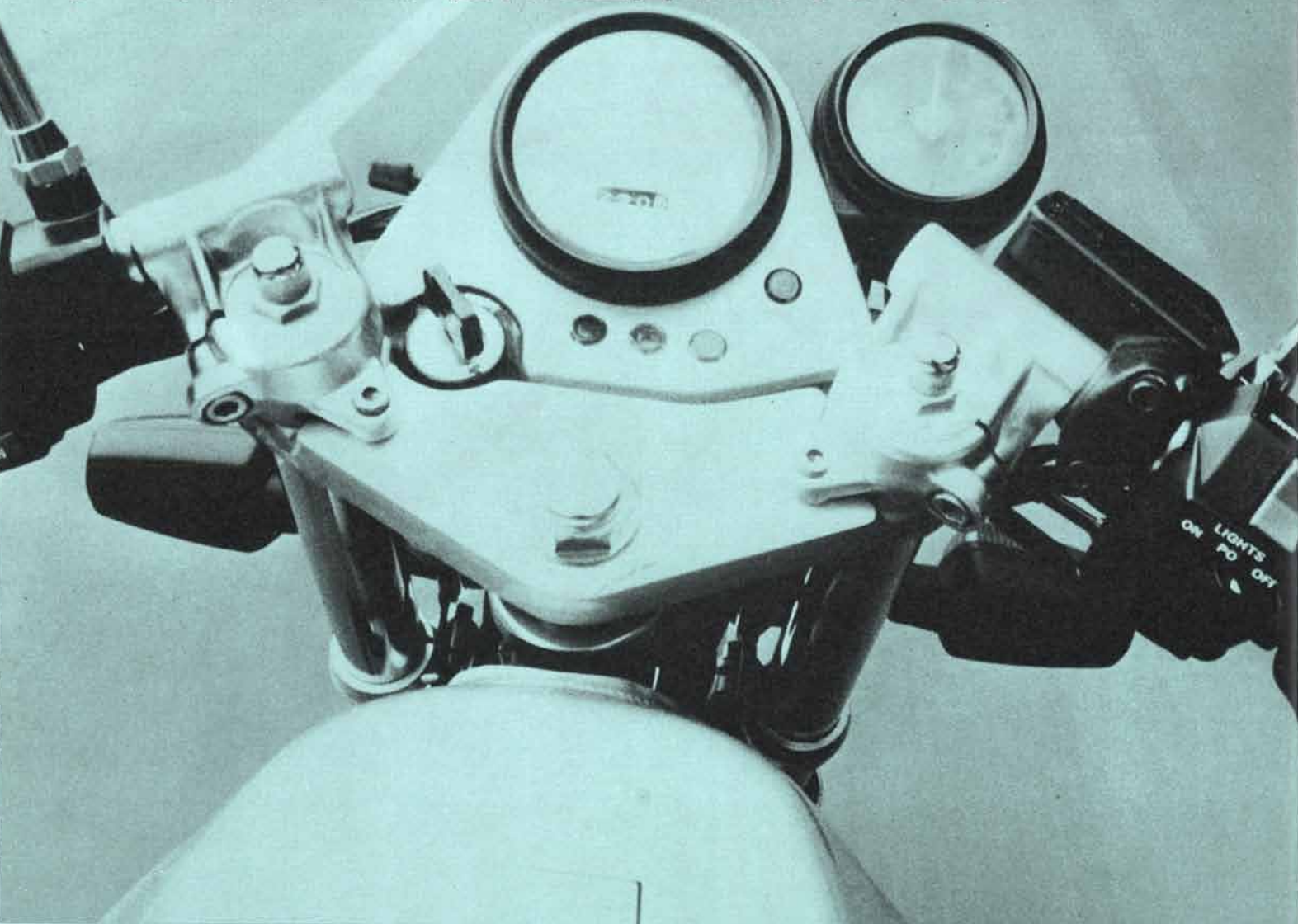
スポーツバイクをメインにしようと、2年ほど前に販売を始めたんですが、昨年5月にスクーターレースをやってみたところ、いつの間にかこっちに主導権をとられちゃったみたいなんです。各地でやっているレースでもうちのお客さんは結構良い成績を納めてきてね、今ではスクーター一色という感じですよ。将来は、サービステクニックを売りにして、若い人でも安くオートバイを楽しんでもらえるような店づくりをしていきたいと思っています。なので、今のお客さまたちが、スポーツバイクへ育ってくれるのを、とても楽しみにしていますよ。

お便りの宛先は

〒438 静岡県磐田市新貝25500
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

乗り味にみるヤマハらしさ

見る、聞く、触わる、所有する、そして走る——
すべてのバランスに優れた2台のビッグシングル



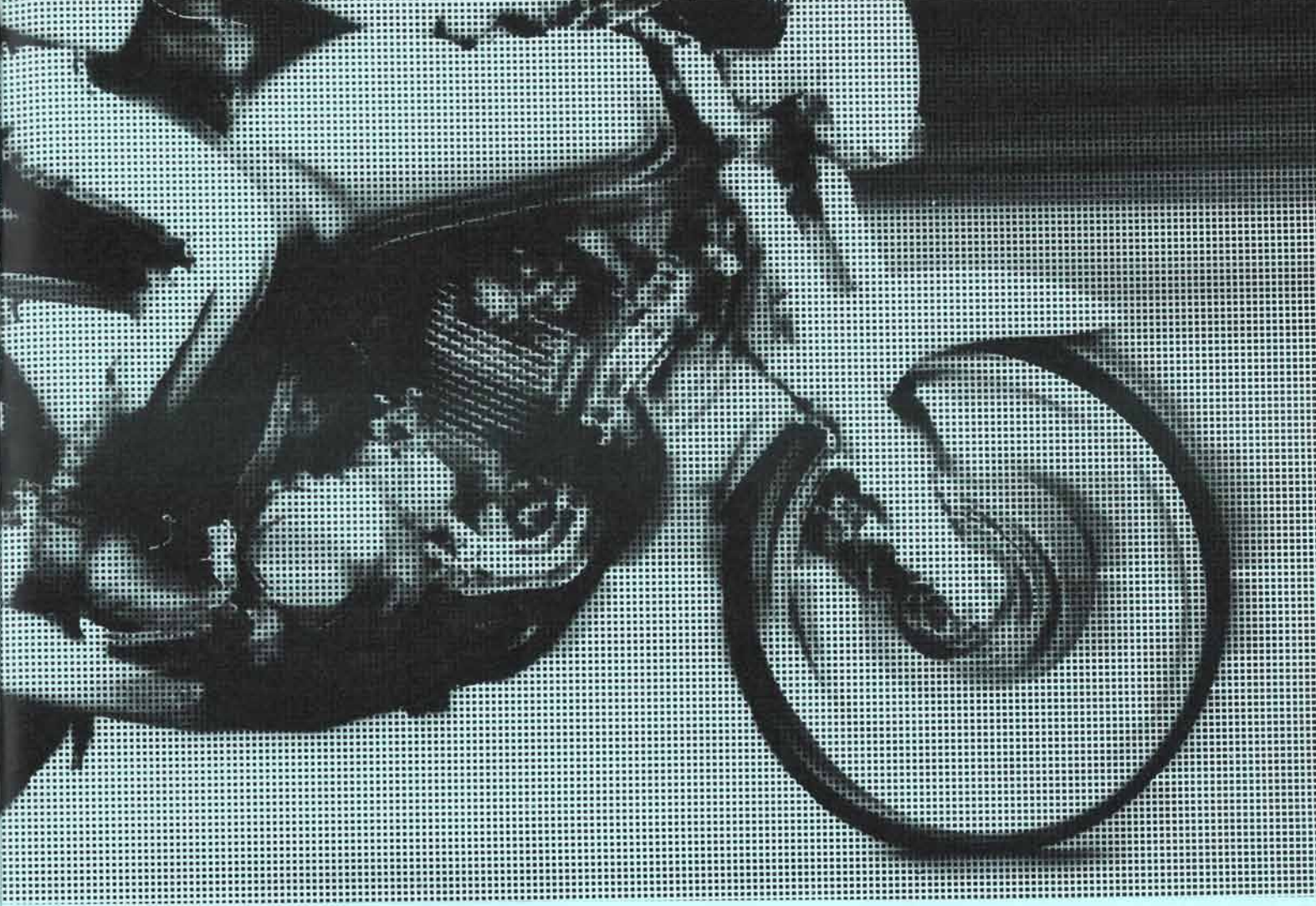
■SR-JUGGER XTM 2台のビッグシングル

SR4000/5000とSRX4000/6000。スポーツバイクではビッグシングル自体が珍しい中で、これだけ個性の異なる「単コロ」を、2種類もラインアップする、そんなメーカーは世界でも数少ないのではないだろうか。少数派となるのは承知でSRとSRXを共にラインアップに載せてしまう。それは多分、ヤマハがどこよりも「乗り味」を大切にしているからだだろう。「乗り味」を切り口に、SRとSRXを比較しながら、シリーズ3回目のヤマハらしさを語ってみよう。

まずSR4000/5000について。この古くて新しいバイクが生まれたのは、決して単なる懐古趣味からではないと思う。もちろん理由はいろいろとあるのだろうが、例えば4気筒が当り前だった750ccにあえてツインやDOHC3気筒で挑戦するヤマハの姿勢が「乗り味」を大切にするエンスーシヤストの声に応えたといえるだろう。

ビッグシングルというと、すぐ歴史の遺物のように思われがちだが「多気筒、高出力の追求こそが理想のバイクづくり」という風潮に、一石を投じたのが、このSRだ。私が思うにSR誕生の最も大きな理由は「単コロには単コロでしか得られない乗り味がある」ところにヤマハが気づいたからだと思う。そうして、78年3月に登場したSR4000/5000は、ご承知のとおりこのタイプとしては記録的なヒットをとばし、新しいシングルマニアを増やしつづけて今日に至っている。

これに対してSRX4000/6000は、SRとはまたちがったビッグシングルのあり方を模索した新しいタイプの単コロだ。カタログコピーも「ポテンシャル・シングル」つまり、ノスタルジックなマシンづくりではなくスーパースポーツとも呼べるニュージャンルのシングルとして'85年3月にデビューした。フォルムの相違はもちろん、走る、曲がる、



止まるというオートバイの機能、装備のほとんどがSRとは異なっている。まさに共通点はビッグシングルであることとキック始動だけ、といってもいい新しい車コロが、SRから7年の歳月を経て登場したのだ。

こうして並んだSRとSRXの2台のビッグシングル。それがひとつのメーカーに同時に存在する理由を、私は先にヤマハが「乗り味」を重視しているためだと言った。では、この「乗り味」とは一体どんなものなのだろう。私なりの乱暴な意見を言わせてもらえば、それはある種の個性。乗って楽しいと感じる部分の有無とその方向性だと言えよう。さらに言えば、いわゆる「乗り味」には、ライダーが見て、触って、聞いて、所有して、そして走って……のすべての要素が含まれているように思う。

■乗り味の語るもの

では実際にSRとSRXの乗り味を比べてみよう。

〃名は体を表す〃というが、SRとSRXの場合、外観の相違がそのすべてを表わしているようにも思える。伝統的な英国車の面影を色濃く残すSRは、このオートバイが古き良き時代のテイストを持っていることをライダーに伝える。

逆にSRXの場合は、その攻撃的なデザインが特徴で、速く走るためのひとつのカタチを追求して、結果的にシングルのエンジンを搭載したという印象がある。これは少しニュアンスは違うが、例えばヨーロッパのコンストラクターがつくり出すある種のバイクにも似た走るための高性能を匂わせている。そして、この2車のデザインの異なりは、機能や装備、そして走りの〃味〃によって裏打ちされている。

とくにSRは、オートバイがすべて画一化されようとしていた時代に、私たちにオートバイの楽しさがいろいろとあることを教えてくれた。BSAやノートンにも通じるビッグシングルというものを、現代のライダーたちに伝えてくれる、という価値も忘れてはな

らない。

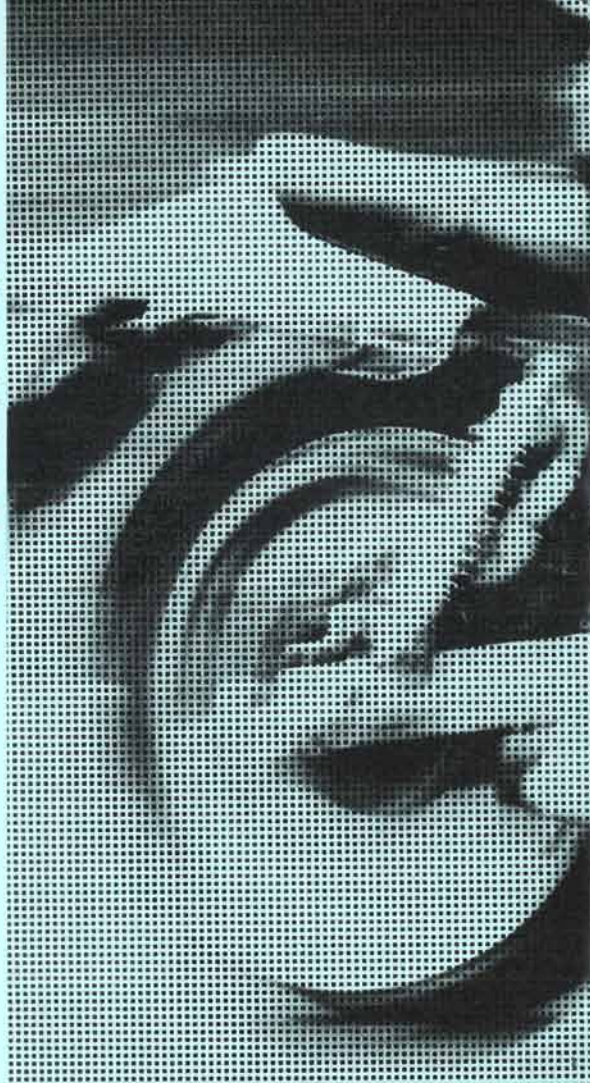
XT500ベースのエンジンは、ロードスポートとしてのみことなモディファイを受け、単コロならではのドコドコとした鼓動感を現して、歯切れのよい排気音とともに、マルチに飽き足らなかつたマニアたちを魅了してしまった。

もちろん欠点（多くのファンにとって、これこそが美点のだが）だつて決してないとは言えない。昔の感覚で考えればさして重くもないキックも、セル始動が当り前のいまでは、それなりの脚力を要するし、 balancer がないエンジンは振動も多少ある。

操縦性も、これまたトラディショナルなもので、小径ホイールの最新モデルと比べれば意識的なコントロールを要求するオートバイと言える。

しかし注目すべきは、進歩派からみれば古典的なSRを、ヤマハはいまもきちんと熟成しつづけていることだ。振動が苦手なポイント点火を排して発売当初からCDIを採用し、キックインジェクターを装備するなど、時代性をしっかりと考慮していたSR。その熟成の第一段ともいえる大きなものは'83年のチェンジで、シリンダヘッドへのオイル供給量の増大、新設計オイルリングの採用、キャブレターの強制閉鎖化と500への加速ポンプの追加、シフトカム軸受けへのニードルローラーベアリングの採用など、エンジンだけでも実にきめの細かい改良が施されている。また車体まわりでも、セミエア式フロントフォーク、5段切り替え式のリヤサスの採用に加えて、リヤアクスルのピボット部にグリスニップルを装備するという凝りよう。ホイールもスポークに統一されている。

さらに'85年の春には、ロッカーアームのスリップ面を焼結チップ化、カムシャフトのパーコリュウブライト処理やシリンダヘッドのガスケットにメタルを採用するなど、ますます熟成の度を高めたエンジンに加えて、燃料タンクの増量、フロントの18インチ化、白いメーターパネルの採用、シートやサイドスタンドの高級化、メツラライターの装着。

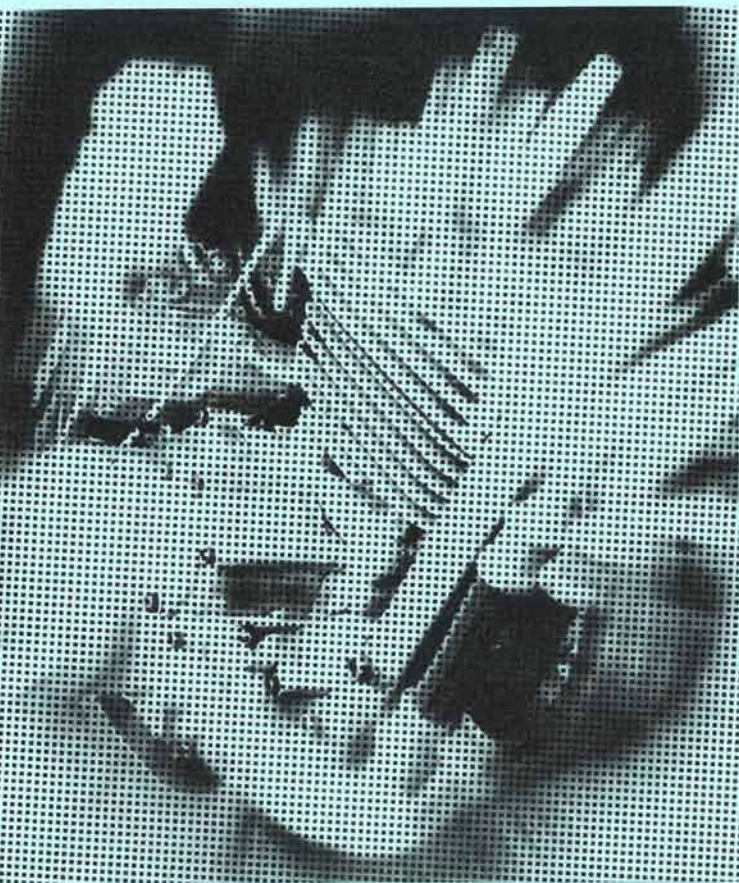


そして極め付けは、なんとフロントに200φの大径ドラムブレーキを採用するという、マニア話題のマイナーチェンジを行なっている。

一見「乗り味」とは何の関係もない話ばかりのようだが決してそうではない。私は、8年もの長きに渡ってこれほどコツコツと1台のモデルを造り込み、熟成しているヤマハというメーカーの話がしたいのだ。

ドラムブレーキひとつを例に上げてみても懐古趣味などという評価は、ドラムブレーキの採用に対するあまりにも悲しいとらえ方だという気がする。ディスクに劣らぬ制動力とドラムならではの真綿フィードリングと称される制動タッチの両立もともかく、ヤマハがSRというオートバイの「乗り味」を強く意識したからこそ、ドラムブレーキ採用だったと思うからだ。

「乗り味」というのは、決して操縦性だけでは語れないものだ。「見る」、「聞く」、「触る」といったことも、オートバイの「乗り味」を造るのに欠かせない重要な要素であることは、みなさんの長いオートバイ生活に照らし合わせるまでもなく、ご理解いただけることだろう。SRというバイクは、実にその部分のバランスが抜群にいいからこそ、近來希に見るロングセラーとなっているのだ。



■走りの味でも スーパースポーツに並んだ もう一台のビッグシンブル

オートバイの楽しみはとて広く、かつ奥が深い。乗る喜び、見る喜び、触る喜び、聞

く喜び、そして所有する喜び。そしてこのひとつでも欠けるとオートバイの魅力は半減、いや、ほとんど消滅してしまうとさえいえる。かといってそのバランスたるや、非常に漠然としているし、ひとつによっても異なる。ビッグシンブルは好きだけどSRの走りじゃ満足できない、というライダーだって当然いる。走りそのものを楽しめるモーター単コロがあってもいいんじゃないか。そんな「乗り味」を求めたところから、SRX400/600の開発は始まったと私は思う。なぜならSRXは昔、走ることを楽しんでいた頃のビッグシンブル、そのバランスの良さをそのまま現代に置き換えたようなオートバイだからだ。TZ250でロードレースに参加しているモーターサイクル・ジャーナリストの福元秀昭氏は「SRXは100キロ以下の速度、エンジン回転は5千回転以下で走っても、味わい深く、しかも楽しい。それでいてワインディングでの速さはピカ一ではないでしょうか」と言う。まさに我が意を得たり。SRXは、安全なスポーツバイクなのだ。マルチだと、全開でなければ面白くないし、そのときには

とんでもない速度域に達している。安全と欲求不満がとて接近していると言い替えてもいいだろう。

SRXは100キロ以下では実に軽快で、綺麗なニュートラルステアを保っている。XT600テネレベースのOHC4バルブエンジンは、一軸バランスを内蔵して振動の低減を実現。高剛性の角型フレームとトリプルディスクブレーキで武装するこのSRXは、150kg以下の軽量ボディとあいまって、ワインディングで敵を見ない戦闘力を身に付けた。つまり走りの「乗り味」においても、ビッグシンブルは、スーパースポーツに追いついたと言える。いや、もしかすると既に凌駕したのかもしれない。同時にヤマハはSRでビッグシンブル愛好家の求める品質感を知り尽くしていた。多用されたアルミパーツ、秀逸のデザインなどは当然として、SRXの、燃料タンクのモナカ部を奥へ追いやり、エキパイを焼いて出荷するなどの心憎い配慮こそが、ライダーの「乗り味」欲望を刺激したことはいままでもない。

■乗り味こそがオートバイの 生命線になる時代

「見る」、「聞く」、「触る」、「所有する」、そして「走る」。これらのバランスがとて優れた2台のビッグシンブルのオートバイを、ヤマハは造っている。「乗り味」の何たるかを知り、かつ「乗り味」に種類のあることを知る。ヤマハのオートバイ造りからは、「乗り味」を重視する姿勢が、確かに感じられる。単純な話、SRやSRXがキック始動に固執することも、「乗り味」の追求なのだ。売りを考えればセルの方が有利であろうに、「そんなライダーにはこいつに乗って欲しくない」と言いきってしまう姿勢。それはもはやメーカーのポリシーと呼んで構えても過言ではないだろう。前回、前々回にお話しした操縦性に対するアプローチとともに、ヤマハのオートバイを語るいま最も大切なキーワードこそが、「この乗り味」なのだ。

④

フォロー・ザ・トレンド 仕掛人が語る、若者たちはいま



(プロフィール) 東京生れ36才。1976年に平凡社に入社。月刊「太陽」の編集スタッフとして5年間従事した後、1981年に初代「ドリブ」の編集長であり、現在テレビなどで活躍中の嵐山光三郎氏とともに株青人社を設立。1982年5月に青年向け情報誌として「ドリブ」を創刊し編集スタッフの要となって本づくりに取り組む。1984年の12月号から3代目編集長となり、以来「お金と女に自信がつく」をキャッチフレーズとした内容で、若者の心をとらえている。

月刊ドリブ 編集長 **渡辺直樹氏**

堅実で合理的で大まじめ、それが現代 ヤングサラリーマンの生活意識

お嬢さまブームに共通する
「お金ブーム」

最近よく「マネーブーム」といわれますが、どうも漠然としていますので、その具体的な内容からご説明いただけますか？

「ひと言でいってしまえば若者たちが『お金儲け』に対して興味を示したということですが、興味の中心が今までのように何かの事業を始めてお金儲けをするというのではなく、今ある生活の中で、どのようにしたら持ち金を増やせるかということが特徴なんです。ですからお金の運用の仕方、株式投資とか貯蓄などの有利な利殖法みたいなものが一番の話題になる。読者層から見ると、20代前半のサラリーマンが全体の7割、あとは大学生と高校生、それに20代の中頃といった人たちが3割といったところですから、堅実なヤングサラリーマンを中心にこのマネーブームは浸透しているといえますね」

このマネーブームの背景については、どのようにとらえていますか？

「最近テレビのバラエティショーがキッカケで流行り出した『お嬢さまブーム』と、この『お金ブーム』は共通していると思うんですね。一億総中流っていうか、現代のように階級の無い世の中にあつて、他人との差別化を図るために上流に憧れるわけです。現実にはちょっと背伸びして、中の上流ぐらいを目指すわけですね」

また、それらを体験することが可能だということもありますね。ほしい物があれば多少高くてもクレジットカードで買えますし、リースで借りることもできますから。さらに、もっと深いところから言えば、い

まの若者たちの親の世代というのは終戦後の物の無い時代を経験してきているわけで、『物』を豊かにすることを目的に、それが至上命令であるかのように働いてきました。それが現在では、『物』はあふれている。逆にシンプルが美德という発想も生まれているくらいで、『物』に対する欲求が満たされている若者の興味が、『物』以外の何かに移ってきたということだと思えます」



「お金ドリブ」にはこんなヤング向け株式新聞がはさまり込められている

株式投資もゲーム感覚で
その対象のひとつが「お金」ということですか？

「そうですね。でもお金と言ってもガリガリと貯金を続ける守銭奴的な、お金そのものに対する興味ではなく、今あるお金をいかに有効に使うか、という運用とか活用とかの部分です。若者のお金に対する感覚はすすんでいて、まあ、やっとな欧米並になったとも

言えるんですが、お金の話がタブーじゃないんですね。欧米ではお金の持ちの子供でもアルバイトをやつて小遣いを稼ぎ、小さい頃から金銭感覚を身につけるとともに、友人間のお金の話もオープンなんです。それと同じような感覚を今では日本の若者も身につけていますから、以前のようにお金がすべてとか、お金を神さま扱いするような感覚はなくて、もっと冷静にお金と接しているんです。

だから、株に投資するにしても、パソコンなんかのシミュレーションゲームをやっているような感覚で投資しているんです。たとえば今回のワイピング情勢のような政治問題が起きると、その影響をあらゆる角度から検討して、伸びそうな会社を予測するわけです。ゲーム感覚でね。お金儲けというよりもシミュレーションゲームなんです」

その、お金に対して冷静なヤングサラリーマンたちのライフスタイルはどうですか？
「株をやるにしても、最初から株に投資するのではなく、まず自分の生活を整理することから始まるわけです。生活全体を合理化して、無駄を省いて生まれたお金を投資



今回は、そんなヤングサラリーマンの間で最近顕著に表面化してきた「マネーブーム」について、その火付け役となった月刊雑誌「ドリブ」の渡辺直樹編集長にご登場いただき、彼らのライフスタイルや金銭感覚に関するお話をうかがいました。



「最近テレビのバラエティショーがキッカケで流行り出した『お嬢さまブーム』と、この『お金ブーム』は共通していると思うんですね。一億総中流っていうか、現代のように階級の無い世の中にあつて、他人との差別化を図るために上流に憧れるわけです。現実にはちょっと背伸びして、中の上流ぐらいを目指すわけですね」



また、それらを体験することが可能だということもありますね。ほしい物があれば多少高くてもクレジットカードで買えますし、リースで借りることもできますから。さらに、もっと深いところから言えば、い

ボーナスをふやす最新情報★4年で300万
DoLive お金ドリブ
 12月臨時増刊
 特別定価=550円
 高利回り保証のお金儲け
 4% 300万
 安田 一郎の儲かる株新聞
 今井 森男
 成功者の利殖作戦初公開
 邱永漢・今井森男・青木淑子
 1000万円
 夢の進化プレゼント
DoLive Money Plan
 4月臨時増刊
 昇給分を4倍増進運用のお金づくり
 5年で100万円も差がつく
 新マル優活用方法
 今すぐ10万円も節税
 3月の超有望銘柄

毎月発行される月刊ドリブとは別に、臨時増刊「お金ドリブ」も頻りに発行されている

するわけですが、貯金にしても以前のように普通預金に預けっぱなしみたいなことはいけません。

金利に対してもすごく敏感で、どこのどんな形のものに預ければ一番得か、なんてことを常に勉強して把握していますから。生活設計がシッカリしているというか、生命保険屋さんや考えるようなことを20代のサラリーマンが考えている。

それに、お金についての知識は彼らのコミュニケーションをも左右するところまで来ているようです。これは私が実際に現場にいて、目にした話なんです。カフエバーで1組の男女が出逢ったんです。いかにもカタカナ商売風の男女だったんですが、その2人が貯蓄についての話を始めたんです。男性が女性に対して利息のことなんかをアドバイスしていたようですが、1時間もすると2人して店を出ていったんです。あれを見ていたら女の子にモテるにもお金の知識が必要なんだなってつくづく思いましたね(笑)。

夢も超現実的
 クルマ・結婚・マイホーム……

話が前後しますが、渡辺さんがお金の話を誌面に取り上げてみようと思ったきっかけ

はなんですか？

「2年半ぐらい前に、いま結婚するといくらかかるか。みたいな特集を「ドリブ」でやっていたことがあるんです。この号がとても良く売れて、それに反響も結構あったんです。これがきっかけで若い人たちのお金に対する興味の度合いが判って、今の本づくりへと発展したんですが、そのときの反応を見てみると、今結婚するとなんと、688万円。かかるんですが、その内の300万円を男が負担するとして、どうやってその資金を調達するか。みたいな超具体的なものが多かったんですね。大学生の目標がクルマで、ヤングサラリーマンが結婚、そして結婚するとマイホームという具合に夢は移っていきませんが、どの部分に至ってもキチッとした生活設計にもついで、計画的に目標を設定しているんですね」

夢の部分も超現実的などころで計算している、ということですか？

「先ほども話しましたが、自分たちの親の世代を見ているわけですから、社会的な地位の獲得や会社での出世競争の結末を良く知っているわけです。だから、そういったものに夢を追うことはしないで、もっと個人的な範囲で快適さを求めるとか、今ある生活をいかにエンジョイするか？みたいなところに夢を持

つてくるようになったんですね。

職場に対する意識なんかも、親の世代とはまったく違います。そもそも会社がキラライで、会社の旅行とか会社の運動会とかいっても、全然のってこないんです。会社の仕事はオチコボれない程度にやってね(笑)。

でも、これでは家計もけつして裕福にはならないので、生活防衛のひとつとして利殖を考えているんです。余裕から出たマネーゲームではなく、かなり現実的なものなんです。実際に生活防衛とはあまり関係のない大学生などは、すぐ上の人たちのこんな傾向をどう受けとめているのでしょうか？

「マネーゲームに参加する前のウォーミングアップ期間というか、実際にはヤングサラリーマンの読者の間でもこの層が一番多いと思うのですが、実際にお金の出し入れはしないで、机上で架空のマネーゲームをやっている人が多いですね。これこそ本当のシミュレーションですけれど」

「それは「ドリブ」は、実際にお金を使う前の教科書といったところですね。」「そのとおりです。教科書ですよ。今の若い人たちは共通1次世代って言うんですけど、頭では勉強がキラライなんですけど、身体が教科書というものを無視できない(笑)。タイト

ルにしても○○講座とか○○学、○○セミナーなんていうのををつける、結構ウケていきますからね(笑)。

それに、個人の快適さを求めるための利殖ですから、自分の生活や楽しみを無理やり切りつめての投資はありませんよ。やはり、レジャー優先ですからね。貯めたお金を使っても自分の気に入ったものがあればボンと買ってしまうからですね」

最後にひとつお聞きしておきたいのですが、「ドリブ」を見ているとお金の話と女性の話題がちよと半々の割合いで出て来ますが、本当のところはどちらが若者の心をキャッチしているのでしょうか？

「(笑)、若い男性を読者対象にして本を作った場合、女性の話題がないとダメなんです。ヤングサラリーマンの最大の関心は結婚にあるわけですから、お金の話だけでは売上げは伸びませんね。」

お金の話だけで作ったヤングサラリーマン向けの月刊誌もありましたが、あまり売れていないようです。どんな誌面を作るにしても、この層をターゲットにした場合は女性の話題は必要不可欠なんです(笑)。

ボクちやばり家がほしい
 いまがチャンス!
 マイホームを持つ情報
 28歳
 低利のローン

ユーザーのバイブルとして読まれ、市場のオピニオンをリードしている2輪専門誌。販売店さんにとっても生きた情報満載の2輪専門誌の中から直接、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。

キングの宝もの ケニー・ロバーツのYZ250Fユーザー



Cycle

くちコミ起爆剤

今月のこのコーナーはちよつと趣向を変えてアメリカの二輪専門誌「サイクル」3月号に掲載された興味深い話題をご紹介します。
「キング」ケニーのプライベートコレクションのYZ250FユーザーとYZ400Rを駆って行なわれたケニーと同誌ケン・フリー記者のツーリングレポートの抜粋です。
「GPマシンとまったく同じフィーリングだ」とケニーはYZ250Fユーザーにぞっこん。フリー記者も「2500や4000はビギナーのバイクといわれるが、そんな域を越えた極めつけが、ケニーの2台のコレクションだ」と述べています。

自分自身のストリートマシンのこととなると、ロバーツは俄然うるさくなり、頑固で神経質になる。彼の500ccGPレーサーのバイクは140馬力、重量は300ポンド、そ

してトップスピードは時速200マイルにも達する。こんなとつもないマシンを操ってきた彼にとって、現在市場に出回っているビッグスポーツバイクのスピード、パワー、ミドルウェイト級のストリートマシンのハンドリングのよさなどというものは全くおぼしにならないものだ。
「重すぎて、もたもたする」というのがこれらバイクに対する彼の批評である。ではなぜ彼の個人的コレクションの中にヤマハの小排気量モデル、YZ250FユーザーとYZ400Rが含まれているのだろうか？（中略）

その日の午後いっぱいこのライディングでロバーツの巧みに計算された乗り方によって、YZ250Fユーザーは、エンジン回転数を1万2千以下に下げることなく、またフレームも休む間もなく酷使された。
しかし、こんなことは問題とするに足らない。ちつぽけなユーザーは、サンドバッグのようにタフで頼りになるのだ。この2500の素晴らしいところは、一日中、思う存分ハードなライディングが楽しめることだ」とロバーツは述べている。さらにつけ加えてこうも言っている。「これは私がGPレーサーを操っているときのフィーリングと同じである。レーサーの場合、ステアリングのレスポンスは極めて鋭敏だ。フロントエンドの動きを常に把握することができる。私がビッグストリートバイクを好きになれなかったのは、ステアリングレスポンスが鈍いからなのだ。しかし、ユーザーのステアリングレスポンスはシャープだ。ハードにコーナーに突っ込み、コーナーを抜け出る際にも安心していられる。ロバーツは、モテスト溪谷路で、神技のようなライディングテクニックの牙えを見せてくれた。道路のいかなるちつぽけな部分をも活用して、迅速に流れるような動きでコーナーを次々と処理していった。ロバーツ自身の意見によると「迅速性と精密性においてユーザーのハンドリングにまさるバイクはほとんどない」とのことである。

重量級のスーパーバイクを操作しているときのロバーツは、例えてみると、斧を使って手術をする外科医みたいなものだ。確かに手術はできるだろうが、メスを使う精密さは得られないのである。精密性に極めてうるさい彼にとって、YZ250Fユーザーはまさにうってつけのメスなのだ。（中略）
ユーザーは、いわば輪ゴムがはじき返るような勢いでコーナーに突入する。タイトなコーナーでハードに加速しようとも、ラフな路面でハードにブレーキングしようとも、たいがいこのスポーツバイクなら尻込みするスピードでコーナリングしようとも、ユーザーのフロントエンドの安定性は決して失われることはない。
ミドルウェイト級バイクのスタンダードからすると、ユーザーの出力はそう大きくはないが、キング・ケニーは大パワーなど必要

としないのだ。スローダウンすることなく、ひたすら高速でつっ走るだけなのである。まさに、彼でなければ出来ない乗り方だ。誰でも自分に合った乗り方をしなければならぬ。進入ライン、ブレーキングポイント、ギャの選り方など。そうでないとコーナーを迅速に抜けることができなくなる。スーパーバイクの場合なら、誰でもコーナーを迅速に抜けることができる。スロットルをほんの少しひねれば十分だから。（中略）
★
レッドゾーンが高いことと、広いパワーバンドを前提として、ヤマハの技術者達は、ユーザーのギヤ機構に類をみないアプローチを試みた。1万6千回転という高いレッドゾーンの設定によるエンジンは、全般的に低目のギヤリングによって印象的なトップスピードをもたらしている。
また、この低目のギヤリングのおかげで、1速でも2速でも、また場合によっては3速でも6千回転レベルの安定走行が可能である。仮りに一般的なギヤリングなら、ユーザーは、すぐに1万回転に達してしまふ。とはいえずスタンディングスタートからクラッチをつないでみたまえ。走行スピードが時速20マイルになる前に、エンジン回転数は7千回転のレベルに達するほどのピックアップのよさだ。トップギヤでの全開走行の場合、走行スピード123マイルでレッドゾーンの安定走行が楽しめるのだ。
1万6千回転で走るとどんな感じがするものなのか？ユーザーの走行は信じられないほどスムーズだ。1万6千回転が、他のミドルウェイト級バイクに乗った場合の9千から1万回転ぐらいに感じられる。（中略）
★
初心者はYZ250Fユーザーのハンドリングの容易さを珍重し、熟練者は、ステアリングの精密性に驚喜するだろう。ロバーツは、YZ250FユーザーとYZ400Rの両モデルともアメリカに導入されればよいと思っいるが、特にユーザーには大変なほれこみようだ。彼は「ユーザーこそ理想的な初心者向けバイクであり、スポーツを始めようとするライダーにとってはこの上ない入門バイクである。また、スピードをあまりアップしないでライディングの楽しさを満喫できるバイクだ」と語っている。

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

●ツーリングコースの決定はこれ一冊でOKノ
『峠ガイド・関東版』

ツーリングコースを決めるのに、なんととも
便利なガイドブックが発売されました。ワイ
ンディングロード専門なのですが、情報提供
者がそのコースを年中走っている一般ライダー



のため、路面状況、コーナりのアールから
附近のうまいもの屋さんまで親切に紹介され
ています。今はまだ『関東版』だけの発売で
すが、各地方からの情報が揃いしだい続刊も
発行予定とか。お店に揃えておけば役立つこ
と間違いなしの貴重なガイドといえそうです。
山海堂/¥980

★★★
●バイク選びのひとつの基準
『高性能バイクの探求』

2サイクルに4サイクル、排気量にフレ
ム型式、似ているようでそれぞれ個性の違う
スポーツバイクを、ジックリと分析
したのがこの本です。車体各部のメカニズム
を解説しながら、バイクの全容とあるべき姿
を明らかにしていく手方は、読みやすく、説
得力も十分。外観だけの間違ったバイク選
びを防止するためにも、ぜひお客さまにこ
をおすすめください。

WAVE MUSIC SENSOR

人も自然も一年中で一番ノリの良い季節で
す。BGMもノリの良さを遊びましょう。お
なじみ東京・六本木『ウェーブ』が、この季
節にピッタリの洋楽LPレコードを紹介して
くれました。店内のイメージチェンジにか
がですか

●聞き応え十分のアメリカン・ポップス
『KING OF AMERICA』
(キング・オブ・アメリカ)



ジャズにカントリー、ロックンロールとい
ったアメリカンミュージックを集めたエルウ
イス・コストロのニューアルバムです。ちょ
つと淡めのサウンドはコストロならではの
ので聞き応えも十分です。

★★★
●透明感あふれるハーモニー
『CELEBRATE』(セレブレイト)

黒人4人姉妹のコーラスグループ『ペリ』

つじ・つかさ著 グランプリ出版/¥1100



のデビューアルバム。ゴスベルを基調とした
ご機嫌なサウンドを、見事なコーラスワーク
で歌いあげた、おすすめ一枚です。



ACCESSORIS

●店内装飾に威力を発揮！
『びつたしセンサー/地下材探知器』

電子の働きで壁や天井の地下材の位置を正
確に探知してしまう、新しいタイプのセンサ
ーです。その能力は、厚さ15%のベニア板の
うしろにある柱の幅をもビタリと当ててしま
うほど。

これを使えば壁や天井への釘の打込みも正
確に行なえ、壁を通しただけで釘がきかなか
った、なんて失敗もなくなります。サイズも
ハンディで使いやすいサイズもバツグン！
お問合せ…イノゴン・ジャパン(株) 076
4(91)25220



★★★
●雨のツーリングをグッと快適にする
『液体ワイパー/レイン・フリー』

雨の日のヘルメットシールド、開ければ雨
が入るし閉じれば見えない。なんとも中途半
端でイライラしますね。そんなときに効果を
発揮するのがこの『レイン・フリー』で、強

力な撥水被膜が水滴を風圧によりはじき飛ば
して視界を確保します。また、一度コーティ
ングしておけば、汚れやホコリもシャットア
ウトしますので、シールドの寿命もグンと伸
びます。



お問合せ…アウグ(株) 03(665)04
98/レイン・フリー1100¥1200、レ
イン・フリー1180¥1180

EVENT

●健在ノ往年のレーサー勢揃い
『CRMミートンク In SUGO』

CRM(クラシック・レーシング・モータ
ーサイクル)ミートンクとは1945年から
1975年までに生産された内外のスポー
ツ車とレーサーによるサーキット走行会です。
昨年の筑波サーキットに続き、今年は会場を
スポートランドSUGOに移して、4月28日
に開催されます。実動する往年の名車のサウ
ンドを、お客さまと一緒に楽しんでください。
お問合せ…オオタニモータープロダクト
03(934)6666

★★★
●進歩は目でも楽しい
『先端技術'86』

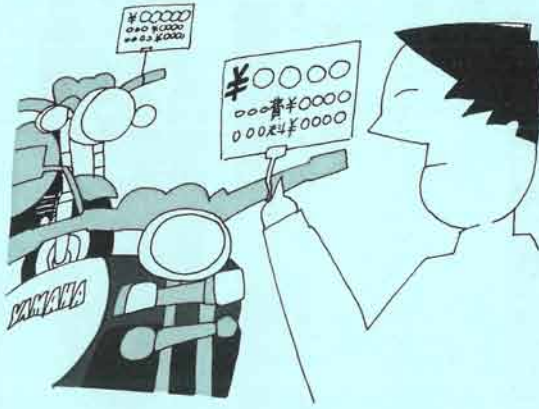
コンピュータを駆使した最新工業技術か
ら生産各分野で使われる新材料、さらに未来
への夢を広げる宇宙産業まで、現代の最先端
技術が一堂に会する、超大型の展示会です。
開催日…4月14日・17日 会場…東京国際
貿易センター(東京都中央区晴海) 入場料
…¥1500、お問合せ…日本工業新聞社
03(242)3561

◇諸経費を店内表示して
商談もスムーズに

お目当てのバイクの価格についてはビックリするくらいに敏感なヤングユーザーも、いざ、購入段階で必要になる諸経費に関しては意外に無頓着な人が多いようです。そんなユーザーのために、諸経費をクラス別の表にして店内に掲示したのが愛知県某のT店さん。保険契約月数、重量税、登録費用などを一目でわかるようにしたこの表のおかげで、商談にきたお客さまはあらかじめ購入費の概算を出しているのでも商談はスムーズに運び、交渉時間もグッと短縮できました。また、価格の明解な安心できるお店というイメージの訴求にも役立ち、一石二鳥の効果を上げています。

◇ヤングユーザーに専門誌の
バックナンバーが大好評！

二輪専門誌をお店のコミュニケーションスベースに揃え、お客さまの息抜きや情報提供の格好のツールとして活用している販売店さ



んをよくみかけますが、そんなお店のひとつ、M店さんでの最近のお客さまの反応を見てみると……

ここでは、最新号の他に主だった専門誌については5年以上も前のバックナンバーも揃えているのですが、二輪車に乗りだしたばかりのヤングユーザーの間で、このバックナンバーが大変な人気を集めています。

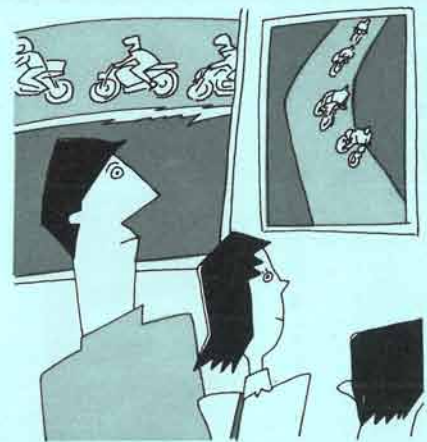
この傾向について同店のT社長は、「バックナンバーをこそ読んで読むのは、やはり有名ライターの経歴やレース史などへの興味からだと思いますが、そういった事に興味を抱くのは、オートバイがメジャーな趣味やスポーツとして彼らに定着したことの表れだと受け取っています」と分析し、この他の関連諸情報のユーザー提供にも積極的です。身の回りにある物をちよつと整理し、保管しただけでも、意外な来店促進ツールとして活用できるという、まさに好例ですね。

◇イベントの活性化に
一石二鳥の写真コンテスト

スポーツバイクに乗るお客さまへの、もつともポピュラーなサービスといえばツーリングへのお誘い。しかし、手軽なだけにどこのお店でも開催できるとあつてちよつと企画に手を抜くと馴染みの薄いお客さまはすぐに他店の、より楽しいツーリングに鞍替えしてしまっています。

これでは、せつかくお客さまの固定化のために開催しているイベントが無駄になってしまふというも。そこで、お店のイベントに写真コンテストをプラスしてお客さまの継続的なイベント参加に成果を上げている神奈川県某のK店さんの例をご紹介します。

これは、お客さまがイベント時に撮った写真を年間を通して募集し、それを店内に掲示。年末にお客さまからの投票と、お店の審査によつて各賞を決定、入選のお客さまを表彰するというものです。



この結果、写真コンテストそのものがお店の話題づくりとなったばかりでなく、店内に掲示された写真が他のお客さまへのよいイベントPRとなつて、継続参加者のお客さまを増やし、イベントの拡大にも成果をあげています。

◇女性が考えた女性客の誘店策

このところ、何かにつけて話題の多い女性スポーツユーザーですが、乙女ごころをキャッチするのはかなりの困難をともなうよう。その情報の割には固定客化はすすんでいないという面もあるようです。そこで、乙女ごころをキャッチするには乙女の力に頼むのが一番というわけで、横浜市・K店さんの女性従業員さんが作ったレイディースライダの来店促進策をご紹介します。

このアイデアはズバリ明解！ 月初と月末の日曜日を「レイディース・デイ」に当て、女性客をお店に呼ぼうというものです。「レイディース・デイ」の内容は、用品の割引、オートバイ何でも相談、コーヒーの無料サービスなどを特典としてつけたもので、自店でもオートバイを買ってくれた女性客に、DMで告知をしています。

もともと価格やイベントに対して敏感な女性だけに、成果の方もまずまずと、その

波及効果として男性客の来店率アップにもつながっているといえます。

◇即ち商売につながる女性の「見栄」

女性にまつわる話題をもうひとつ。新しい電化製品などが出たときに、団地やアパートの中の1軒に売り込むと、必ずその波及効果で、同じ地区、同じ棟の何軒かにも売れるという話はありません。有名ですが、オートバイ販売についても同じことが言えそうです。

北海道のT店さんで実際にあったことですが、寮生活をする看護婦さんの1人にスポーツバイクを販売したところ、同じ寮に住む女性4人に同じモデルが売れたのです。これは、女性の場合男性以上に口コミが発達しているというばかりでなく、女性特有の「見栄」もかなり影響しているようで、この心理を利用した拡販策は、今後の女性ユーザー獲得のキーポイントとなるかも知れません。

セールス・ワンポイント4月

- 1日 新学年、新年度開始
- 6日 春の交通安全運動(15日まで)
- 8日 花まつり
- 10日 婦人週間
- 20日 数雨、通念記念日、郵便週間
- 24日 月食
- 29日 天皇誕生日

★4月は、新しい生活へのスタートの月。入学や就職など、オメデトウ！ 気分が、最高にもり上がる時です。こんな時期こそ「おめでとうセール」の展開で、スクーターの新規需要を一気に開拓したいもの。また、こうした新生活開始組をターゲットにした免許教室なども、想像以上に効果的なものです。

★月末からは、待望のゴールデンウィークの開幕。5月に入ると3日から5日までの3連休が控えています。バイクにとっても最高のシーズン。お客さまのためのイベントも、そろそろ企画しておきたい時期ですね。

デイトナ2000、スズカ2&4そろって圧勝 開幕戦から全開、ヤマハパワー!

'86モータースポーツシーズンの開幕を告げるビッグイベントが、3月8・9の両日、内外でそろって行なわれ、そろってヤマハパワーが圧勝。'86シーズンに向けて幸先のよいスタートを切った。

この日アメリカ・フロリダ州で行なわれた「デイトナ2000マイル」レースでは、FZ750を駆るエディ・ローソンが、後半から余裕の独走で1時間54分49秒のタイムで圧勝。ヤマハに2年ぶり14回目の栄冠をもたらした。

同じ日、三重県の鈴鹿サーキットで行なわれた「全日本ビッグ2&4」レースでも、ヤマハパワーは、開催5クラス中3クラスを制し話題を集めた。

まず、5月から世界GPに挑戦する平忠彦は、500ccクラスで今年も無敵のつよさを発揮。R・ロッシュ、八代俊二らを押えて'86YZR500+ミシユランラジュアルのコンビで優勝。またF1クラスでは、一新したYZF750を駆る上野真一が、W・ガードナーにつづいて2位入賞。さらに、ジュニアF3クラスは、TZR250を駆る町井邦生（SP忠男レーシング）が制覇。鈴鹿サーキットのF3レースで、2サイクルに初勝利をもたらして注目された。

優勝!

'86デイトナ2000マイルレース
E・ローソン+FZ750

優勝!

'86全日本ビッグ2&4レース・500cc
平忠彦+YZR500

優勝!

'86全日本ビッグ2&4レース・JF3
町井邦生+TZR250

優勝!

'86全日本ビッグ2&4レース・F2
松本恵二十+マーチ86J OX66



より一層の相互理解へ ヤマハ北京駐在事務所オープン



↑式典とあわせて開催された展示会では、スポーツバイク、スクーターからATV、ゴルフカー、スノーモビル、船外機、発電機まで幅広いヤマハ製品が展示され、同時に工場や技術の紹介、さまざまな普及活動の様子が紹介された

↓晩餐会は采金烈・兵器工業部付部長(右)と江口ヤマハ発動機社長による鏡開きでスタート

76年に広州交易会会場で開催した単独展示会、技術交流会以来、ヤマハと中国の関係は年ごとに緊密の度を深め、今日では中国各地にサービスセンターを開設してユーザーの便宜をはかり、また北方工業会社では、重慶「ヤマハ号」80ccバイクを生産するまでに至っています。

また航空技術進出口会社や中国汽車工業進出口会社との間にも技術契約が結ばれ、将来の発展が期待されているところですが、こうした中で去る3月1日には、新たにヤマハ北京駐在事務所もオープン。中国におけるヤマハパートナーや関連諸機関との一層の緊密化と相互理解のため



の活動を開始しました。
3月1日、北京市の長城飯店で開かれたオープン記念式典には、中国要人240名を招いて、大規模なヤマハ企業紹介が行なわれ、なごやかな雰囲気の中で、中国とヤマハの新しい段階への期待を大いに高めました。



↑中国各界やヤマハ関連各社から240名にのぼるVIPをご招待して行なわれたオープン式典であいさつする江口社長

←北京市ではヤマハサービスセンターもすでに活動している

FZ400、専門誌記者試乗会開催

昨年秋の東京モーターショーに参考出品され大きな反響を集めたカナダ向け輸出モデル・FZ400の専門誌記者試乗会が、3月4日、静岡県袋井市のヤマハコースで開かれました。

「アイドリングから一万一千回転まで全域で驚くほどトルクがある。これまで750ccにはなかった軽快な乗り味。取りまわしは400ccなみ」の声が集まり、ジェネシスコンセプトの新ジャンルへの展開に大きな期待が寄せられていました。



扱いやすさで評判です 中型二輪教習専用車・FZ400

〔ヤマハ東京株・東京支店〕中型二輪教習を実施している全国の自動車学校向けに発売された「FZ400L」が、教習生の間で大きな反響を呼んでいます。中型二輪のベストセ

ラーFZ400Rをベースに、教習指導のための充実した装備を施したこの「FZ400L」を、いち早く導入した東京調布市の調布自動車学校でも評価は上じよう。



↑調布自動車学校・教務部技能課の谷内課長

「二輪教習車を選ぶときの最大のポイントのは、軽さ。ひき起こしや8の字の押し歩き、センタースタンド立てなどの教習課程もあるので教習生にとって、軽さは、大問題なんです。

「FZ400L」導入のキメ手もこの「軽さ」なんです。実際に導入してみるとその他にも多くのメリットが出てきています。そのひとつは、最近じゃ50%にも

→「軽さ」と「足つき性の良さ」も高いFZ400Lの生も

「節税」テーマに 奥さまセミナー



〔横田自動車販売株〕栃木県のヤマハ特約店・横田自動車販売では、18店のヤマハ奥さまを鬼怒川温泉に集めてヤマハ奥さまセミナーを開催しました。

「13回目」に当たる今回のセミナーのテーマは「節税」のノウハウ。折りからの確定申告時期とあって、集まったヤマハ奥さまたちは、ヤマハ東京株・伊吹常務の講演に熱心に聞き入っていました。

のほろ女性教習生に、足つき性のよいFZ400だと平均台のような超低速走行も安心して指導できるんです。それと低速走行ばかりの教習ですから夏場はオーバervヒートが悩みの種。水冷なのでこれも解消できると期待しているんです」とは教務部で運転技能講習をまとめる谷内課長。ヤングの人気ナンバーワンという市場背景もあって、いま調布自動車学校さんには周辺自動車学校からの問い合わせが相次いでいます。

スポーツバイク市場の拡大に直結する 新生MFJの新活動

MFJ スポーツ協力店

YOU遊ING

スポーツ需要の拡大に 期待が集まる中で

自工会などの予測では、昨年220万台を記録した二輪車の国内総販売台数も、今後の見通しは決して楽観できるものではなく、こしはばらくは横ばいから漸減の傾向をたどるものとみられています。

総需要の中心であったスクーターは、保有台数1300万台、世帯普及率33%（いずれ

も自工会データ）にのぼり、市場は完全に成熟の段階に入ったことを示しています。しかし、こうした昨今の二輪車市場の中にあつて最も活発な動きをみせ、今後一番の期待を集めているのが250ccと400ccを中心としたスポーツバイクの市場です。

そして、これを支えているのが、レーシングテクノロジーの粋を集めた最新鋭モデルに乗り、販売店さんやメーカーの活動に、最も積極的な反応をみせるヤングたち。しかも、昨年7月のスズカ8時間耐久レースにつめかけた24万人にのぼる大観衆の姿を思いおこすまでもなく、このヤングたちの数や層は、予想をはるかに越えた大きな広がりを見せています。

こうした場合、私たちが二輪車の世界にはメーカー団体である日本自動車工業会（自工会）をはじめ、販売団体の日本軽自動車協会（軽自協）、安全普及団体の二輪車安全運転普及協会（二普協）さらに二輪ユーザーのスポーツ組織・日本モーターサイクル協会（MFJ）などさまざまな業界団体があり、つくる人、売る人、使う人、それぞれの立場で、よりよい環境づくりのための活動をつづけています。

そうした中で、いま業界各方面の注目を集めているのが、一新した全国組織のもとに、この春から地域に密着したモータースポーツの底辺拡大に取組むMFJの活動です。業界の一員として、この活動に対して全国の販売店さんにはどのような取組みが望まれているのか、またこの新しい活動は、ご商売にどう活かせるのか、今月はこの話題にスポットを当ててみました。

県協会を中心に、 地域に密着した 底辺拡大活動を展開

こうした市場の動向をふまえて、モータースポーツの普及と、それによるスポーツバイ

ク市場の健全な拡大を二輪業界全体の活動として組織的に展開しようというのが、昭和59年度から進められ、この春からいよいよ本格的にスタートする新しい組織による、新しいMFJの活動です。

その骨子は、モータースポーツを単にレー

スの枠にとどめず、レジャー・スポーツの範囲にまで拡大し、地域社会に密着したレジャー・スポーツの普及によつて、モータースポーツの底辺を拡大。同時に、現ユーザーの旺盛なモータースポーツ志向にこたえてスポーツバイク市場全体の拡大をはかろうというものです。

そのために、各都道府県に県モーターサイクルスポーツ協会（通称・県協会）が新設され、これまでの公認レースに加えて、承認競技会（スクーターレース等）や承認行事（ジムカーナ、ツーリング、オートキャンプ等のレジャー・スポーツや各種講習会）など、地域に密着した底辺拡大のためのさまざまな活動が展開されることになっています。

9才〜15才の年少者や 免許未取得者も 参加できる承認競技会

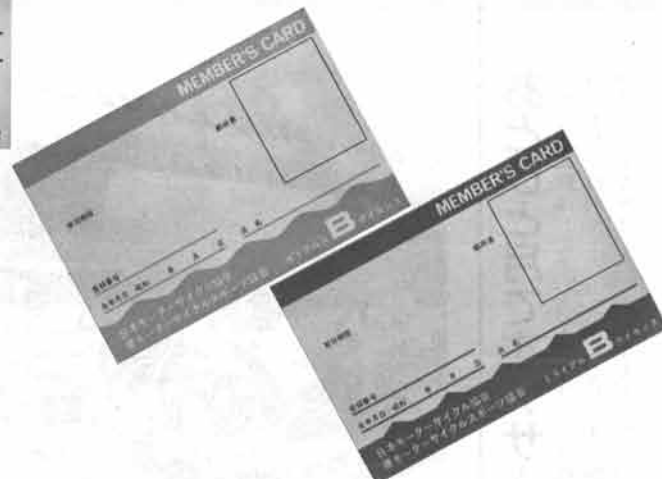
そうした中で、各方面から大きな注目を集めているのがモトクロスとトライアルのふたつについて開催される承認競技会とこれに参加する人たちのためのBライセンス取得講習会の開催です。

つまり、このBライセンス取得講習会は、モータースポーツのマナー、ルール、テクニックをいち早く、正しく指導することによつてスポーツマンとして、また交通社会の一員としてしっかりとした青少年を育成しようという考えから、満9才から15才までの免許年令以前の少年・少女たちの受講が正式に認められているのです。（親権者と同伴で受講）

また同時に、さまざまな理由で運転免許は取得していないもののスポーツとしてモトクロスやトライアルに参加したいという、16才以上の運転免許未取得の人たちも対象となり、講習会の修了者には承認競技会への参加に必要なBライセンスが発行されます。

このBライセンスはまた、ノビスが本来のヒギナークラスの域を越えて高度化している中で、趣味としてモトクロスやトライアルをエンジョイしたいという16才以上の免許を所持した人びとも発行されるもの。（この場合は講習会不要、こうした新しいBライセンス制度によつて、免許年令以前の年少者、運転免許未取得の初心者、さらには趣味のモータースポーツをめざす女性やアタルトまで、きわめて幅広い層をモータースポーツの世界に

MFJ新組織



協会名	所在地	電話番号
札幌・室蘭地区モーターサイクルスポーツ協会	〒065 札幌市東区東福米町52札幌地区軽自動車協会内	011-782-1492
旭川地区モーターサイクルスポーツ協会	〒070 旭川市春光町10旭川地区軽自動車協会内	0166-51-5353
釧路地区モーターサイクルスポーツ協会	〒084 釧路市鳥取大取6-1-1釧路地区軽自動車協会内	0154-51-0475
帯広地区モーターサイクルスポーツ協会	〒084-24 帯広市西19条北1-8-3帯広地区軽自動車協会内	0155-33-3166
北見地区モーターサイクルスポーツ協会	〒090 北見市三輪5-13北見地区軽自動車協会内	0157-24-6130
函館地区モーターサイクルスポーツ協会	〒040 函館市日の出町21-12函館地区軽自動車協会内	0138-54-2901
青森県モーターサイクルスポーツ協会	〒030 青森市港町2-10-13青森県二輪車安全普及協会内	0177-42-1477
岩手県モーターサイクルスポーツ協会	〒020-01 盛岡市みたけ5-16-27岩手県軽自動車協会内	0196-41-6465
富城県モーターサイクルスポーツ協会	〒980 仙台市通町2-17-17佐々木輪業内	0222-34-4832
秋田県モーターサイクルスポーツ協会	〒101 秋田市八幡大畑2-12 55秋田県二輪車安全普及協会内	0188-62-6219
山形県モーターサイクルスポーツ協会	〒990 山形市江保1-6-22山形県軽自動車協会内	0236-84-9343
福島県モーターサイクルスポーツ協会	〒960 福島市吉倉字名倉1-1福島販会館内	0245-46-2577
東京都モーターサイクルスポーツ協会	〒108 港区港南3-3-10	03-472-6241
茨城県モーターサイクルスポーツ協会	〒310 水戸市住吉町307茨城県軽自動車協会内	0292-47-5832
栃木県モーターサイクルスポーツ協会	〒321-01 宇都宮市西川田町1664-3栃木県軽自動車協会内	0286-45-0958
群馬県モーターサイクルスポーツ協会	〒379-21 前橋市野中町578群馬県軽自動車協会内	0272-61-0505
埼玉県モーターサイクルスポーツ協会	〒330 大宮市大字中釘2082埼玉県軽自動車協会内	0486-24-1221
千葉県モーターサイクルスポーツ協会	〒260 千葉市新港223千葉県軽自動車協会内	0472-42-1564
神奈川県モーターサイクルスポーツ協会	〒226 横浜市緑区池辺町中里前3575神奈川県軽自動車協会内	045-931-4290
新潟県モーターサイクルスポーツ協会	〒950 新潟市大形本町117-3	0252-75-5704
山梨県モーターサイクルスポーツ協会	〒406 山梨県東八代郡石和町唐柏791-1山梨県軽自動車協会内	05526-2-7548
長野県モーターサイクルスポーツ協会	〒380 長野市大字西和田字東和田438-3長野県軽自動車協会内	0262-43-1967
静岡県モーターサイクルスポーツ協会	〒422 静岡市国吉田32-7静岡県軽自動車協会内	0542-61-4455
富山県モーターサイクルスポーツ協会	〒930 富山市藤木521-1富山県軽自動車協会内	0764-24-6420
石川県モーターサイクルスポーツ協会	〒921 金沢市入江3-134石川県自動車販売会館内	0762-91-7111
福井県モーターサイクルスポーツ協会	〒910-37 福井市浅水町138字上植木11-2福井県軽自動車協会内	0776-38-0558
岐阜県モーターサイクルスポーツ協会	〒501-61 岐阜県羽島郡瀬津町大字高桑字立野3276-1岐阜県軽自動車協会内	0582-79-1561
愛知県モーターサイクルスポーツ協会	〒466 名古屋市中区天白町大字八事字富士見ヶ丘110-6愛知県軽自動車協会内	052-833-9676
三重県モーターサイクルスポーツ協会	〒514-03 津市霊出長常町六の割1190-1三重県軽自動車協会内	0592-34-8611
滋賀県モーターサイクルスポーツ協会	〒520-01 大津市唐崎3-17-1滋賀県軽自動車協会内	0775-79-6177
京都府モーターサイクルスポーツ協会	〒612 京都市伏見区竹田向代町51-5京都自動車会館内	075-671-5887
大阪府モーターサイクルスポーツ協会	〒550 大阪市西区立売堀1-7-14大阪府二輪車安全普及協会内	06-541-5254
兵庫県モーターサイクルスポーツ協会	〒673 神戸市西区玉津町居住67-1兵庫県軽自動車協会内	078-927-7701
奈良県モーターサイクルスポーツ協会	〒630 奈良市南京終町2-231-1奈良二輪車安全普及協会内	0742-61-5593
和歌山県モーターサイクルスポーツ協会	〒641 和歌山市西浜中川向坪1660-389和歌山二輪車安全普及協会内	0734-32-5378
鳥取県モーターサイクルスポーツ協会		
島根県モーターサイクルスポーツ協会		
岡山県モーターサイクルスポーツ協会		
広島県モーターサイクルスポーツ協会		
山口県モーターサイクルスポーツ協会		
徳島県モーターサイクルスポーツ協会		
香川県モーターサイクルスポーツ協会	〒760 高松市朝日新町6-14 K・K高木兄弟商会内	0878-51-8211
愛媛県モーターサイクルスポーツ協会	〒791-11 松山市南高井町1812-3愛媛県二輪車安全普及協会内	0899-76-4505
高知県モーターサイクルスポーツ協会	〒781-02 高知市横浜1657 高知県二輪車安全普及協会内	0888-42-4311
福岡県モーターサイクルスポーツ協会		
佐賀県モーターサイクルスポーツ協会		
長崎県モーターサイクルスポーツ協会	〒851-01 長崎市平間町403(第2総合事務所内)	0958-38-3244
熊本県モーターサイクルスポーツ協会	〒862 熊本市東町4-71 熊本県二輪車安全普及協会内	096-367-5488
大分県モーターサイクルスポーツ協会		
宮崎県モーターサイクルスポーツ協会		
鹿児島県モーターサイクルスポーツ協会		
沖縄県モーターサイクルスポーツ協会		

※所在地空欄の県は、3月25日現在未定のところ です。

導入することが可能となったわけです。これはまさに、尖鋭化が進みすぎ、それが新しいスポーツ人口の増加を阻害しているといわれるモトクロスやトライアルにとって、まさに新しい局面を開くものとなるでしょう。

会員募集窓口・MFJスポーツ協力店には全国の二輪販売店さんが

もうひとつMFJの新組織が業界各方面から注目を集めているのは、地域のユーザーやユーザー予備軍と最も近い位置にいて、日頃から親しく接している二輪販売店さんを活動窓口の中心として位置づけていることです。

これは、地域に密着した底辺拡大活動の中軸となる「県協会」が、県内の二輪販売店さんから「MFJスポーツ協力店」を募り、窓口としてのさまざまな活動を要請していることです。

つまり、「MFJスポーツ協力店」となることによって、承認競技会に参加する県協会会員の募集をはじめMFJや県協会への入会案内や手続き、ライセンスの新規取得や更新の手続き、承認イベントの開催(MFJ共済制度適用)、全日本選手権大会などの入場券の前売り、豊富なモーターサイクル情報提供……を行なうことができ、販売店さんにとってはモーターサイクルに参加しようとする地域の人びとの良きアドバイザーとしての活動が可能となるのです。(スポーツ協力店入会金5000円、年間協賛費15000円)

YES活動との併行展開でより充実したレジャーライフを提供

さて以上が、生まれ変わったMFJ組織と、新しい活動のあらましですが、すでにYESの活動を通じて、スポーツユーザーのため

のレジャーライフの充実を推進している全国のYES加盟店のみなさまには、この新しいMFJの活動においても、業界とユーザーの両面から、最も大きな期待が寄せられていることがおのずからわかりいただけることでしょう。

みなさまのお店のMFJ県協会への参加やMFJスポーツ協力店としての活動は、YES加盟店としての枠をさらに拡大して、お客さまのスポーツレジャー活動の機会を増やし、お客さまのバイクライフの充実に直結するものとなるのです。

この新しいMFJの活動を通じて来店客を増やし、ユーザーのユーザー化を促進する。同時にYES活動を通じてお店への固定化とオピニオンリーダー化を推進する——スポーツバイク販売の基盤をより強化していくうえで、いまこのふたつの活動は販売店さんに不可欠のものとなっているのです。

●このページは、ヤマハ発動機各課から販売店のみなさまへの業務連絡です。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/モータースポーツ)、部品営業課(ハーツ)までお問合わせください。

SALES



「スクラム61」キャンペーン実施中 手をたずさえて新規需要開拓へ!

ヤマハではいま、販売店さまとのより強力な「スクラム61」キャンペーンを実施しています。これはヤマハセールスチームの「販売店さまとのよりつよいきずなによる新規需要の開拓」を目的としたもので、具体的には「よいよいクライマックス」を迎える春商戦の中で、市

場の本流をヤマハに向けるためにヤマハマンの「ヤル気」を販売店のみならず十分に理解いただき、最大限にご活用いただくというものです。ヤマハ・クォーターフェア、安全点検・ヤマハ・チェック・チェックキャンペーン「さ」らに「ミント新発売セール」など、さまざま

なセールやキャンペーンで、売り場の場を演出しお客さま獲得作業を展開していく際のコーディネーターとして、上のようなスクラムパッチを胸にしたヤマハマンと十分にご相談のうえ、拡販にむけての積極的な活動をおねがいいたします。

6月13〜16日開催決定!『YESSSジェットツアーリング・イン・北海道』

昨秋に北海道、そして今春に沖縄へと、飛行機を使ったツアーリング企画としておなじみの「YESSSジェットツアーリング」は、多くの販売店さんで、スポーツ車の拡販や顧客へのアフターフォロー、さらに他店との差別化や



YESSSスタッフの拡大作業等にご利用いただいで、大きな成果をあげています。また、お客さまの評判も上じようで、参加されたお客さまやその周辺のお客さまの間で、今回の開催を期待する声が高まっています。そこで、YESSS事務局では、この6月に再び北海道へのジェットツアーリングを実施することになりました。なお、今回は、この期間中に行なわれる北海道地区のYESSS仲間による「バイクピレツジ」とも連動させるなど、盛りだくさんの企画を用意しておりますので、ぜひ多くのお客さまにご案内ください。

〔実施要項〕

- 実施/6月13日(金)〜16日(月)・3泊4日
- 募集/羽田・発145台、大阪・発130台、福岡・発115台(タンデム参加も結構です)
- 日程/5月20日
- 募集対象/YESSスタッフ
- 募集窓口/YESSショップ

料金および詳細は担当セールスマンより別途ご案内申し上げます。

平選手のビデオが完成!

『栄光の軌跡・V3/平忠彦』

3年連続国際A級500ccチャンピオンを獲得した平選手の活躍を収録した、レースファン待望のビデオが完成しました。店頭やイベント開催時のプロモーションビデオとしてどうぞご活用ください。

〔内容〕

- タイトル/『栄光の軌跡・V3/平忠彦』
- タイム/60分
- タイプ/ベータ、VHS
- 収録内容/過去数年にわたる全日本選手権とTBCビッグロードレース、さらに85鈴鹿8時間耐久レースや女性ファンを魅了したテレビCMまで。

※詳しくは、担当セールスもしくは最寄りの

ヤマハ特約店および販売会社のYESSS担当者までお問合わせください。



Y.E.S.S.

あとひと月です!サービス機器・工具特別セール

好評裏に開催してまいりましたサービス機器・工具の特別セールもあとひと月(4月30日まで)となりました。お店でも、ぜひこの

機会を利用してサービス工場の機器の充実をおはかりいただきたいのですが、今月はとくに幹旋工具の中から一般工具としては最高

級の「PROTO」をご紹介しましょう。二輪車の整備に必要な43点を厳選し、10万円を切る特別価格を設定しました。見せる工具、使

いやすい工具をぜひお店のサービス工場に備えください。



優良特別指導員、指導員の表彰実施
 (勸全日本交通安全協会、二輪車安全運転推進委員会が毎年実施している優良二輪車安全運転特別指導員、指導員の表彰が今年度も実施され、各地で日頃から二輪車の安全運転教育に活躍されている下記の98名の方がが受賞されました。
 ヤマハ安全運転推進本部としても、みなさまの活動に感謝しますとともに、より一層のご活躍をおねがいます。(以下敬称は省略させていただきます)

優良特別指導員、指導員の表彰実施

- 北海道 上田力一、神保宏一、斉藤嘉幸
- 青森 福沢誠一、奈良優
- 岩手 佐藤安男、菅野良市
- 宮城 立藤直樹、榎野栄貴、大河原守江
- 秋田 鈴木幸三
- 山形 土屋善七、松本光雄
- 福島 丹内吉範、大野豊秀、佐久間広益
- 茨城 小島五郎、田所正範、古川正己
- 栃木 枝克己
- 群馬 神山保、谷口寛治
- 群馬 峯岸庄五郎、伊勢崎昭、田米開政夫
- 埼玉 南次郎、水村吉之、青山泉
- 千葉 小出雄雄、菊地義行、吉田正二
- 神奈川 古賀圭二、田中九郎、島村弘
- 新潟 中村光男、宮島雄二
- 山梨 飯室栄、深沢弘

ヤマハ提供の、新テレビ番組登場!

ヤマハ提供のテレビ番組として親しまれている。月曜ロードショーに加えて、この春からヤマハ1社提供の新番組がスタートします。タイトルは、ON&OFF。モーターサイクルとマリナーの世界を、より多くの人たちにアピールする、ユニークなスポーツ・レジャー情報番組で、モーターサイクルの広げる世界、人間、憧れなどを毎回視点を変えて特集する。モーターサイクル編と海への憧れをテーマに、

マリナーレジャーや海を愛する人びとを特集するマリナー編からなっています。
 4月4日からスタートするこのON&OFF。をお客さまとの話題づくりはどうぞご利用ください。
ON&OFF・放送局/日時
 テレビ東京、テレビ大阪 毎週金曜日
 テレビ愛知、テレビせとうち 23:30~23:45
 静岡放送 毎週日曜日 17:15~17:30

《4月の月曜ロードショー(案内)》

4月7日「晴れ、ときどき殺人」昭和59年度角川春樹事務所作品。赤川次郎の原作を渡辺典子の主演で映画化した、青春ミステリー。
 4月14日「ブレイドランナー」'82年アメリカ映画。ハリソン・フォード主演のバワフルなSF大作。
 4月28日「ゲッタウェイ」'72年アメリカ作品。サム・ベキンパー、ステイプ・マックウィーのコンビによるスパーアクション。

CDユニットチェッカー新発売!
 CDIユニットの作動を正確、迅速に診断するCDIユニットチェッカーを新発売しました。整備作業の省力化にどうぞお役立てください。幹旋期間中は特別価格で幹旋しております。



PROTOツールキャビネット9992。(単品幹旋価格 32,700円)



PROTO二輪車用ツールキット(型式1986M) 総計44点、標準価格17万8,100円を9万9800円で幹旋中

ヤマハ技術講習会修了者ご紹介



(2月4日~6日・4~DOHC・3日間コース(東京))

後列左から(有)セフターオートコジマ・鈴木久仁昭様、モーターサイクルパークポトラ・鈴木圭様、サイクルショップ山崎・永島克人様、オートサイクルタカネ・高橋正行社長、山田ホンダモーターズ・斎藤茂弘様、(有)藤川モーターズ・藤川昭夫様。前列左からスポーツショップエキスパート・山下進様、RSムラカミ・和佐田浩孝様、モーターサイクルショップ大仏・速藤正浩様、(株)アライモーターズ・小林進様



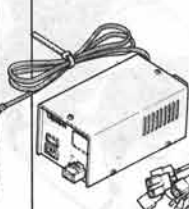
(2月4日~6日・2~単気筒コース(神戸))

後列左からたむらサイクル・武村俊也様、バイクショップナカノ・垣見幸司様、ライダーズショップモトガイズ・恒松浩之様、オートショップマリン・三嶋雅也様、村田自転車商会・浜川伸之様、高野中村商会・広谷秀二様、バトルライダー・土井俊隆様。前列左から(株)ピーコック・今井勝幸様、豊中サイクルスター・瀧北文明様、オートショップマリン・出水圭史、習田自転車店・習田圭祐様、ちくの屋泉北店・録家一雄店長、オートショップ田中・井若健一様、同・田中孝雄様



(2月13日~15日・4~DOHCコース(東京))

後列左から見尾田輪店・見尾田孝様、タカキヤ・南雲芳典様、アルファ・中島直哉様、高橋商店山下清之様、レーシングショップTD・佐藤只夫様。前列左からオカダ輪業・神林勝博様、村山自転車店・村山和宏社長、アルファオートバイセンター・小島正様、松田輪店・松田明様



CDIユニットチェッカー

新版サービスマニュアル

CH50(ミニント)・1YU-28197-0
 注文No.321100 価格24000円
 FZ400R(追補版)・2EL-28197

05 注文No.321102 価格2000円
 XV750ピラゴ(追補版)・1RW-28197-05 注文No.321103 価格2000円
 FZ250フェーザー(追補版)・1YL-28197-05 注文No.321104 価格2000円

ヤングも、アダルトも わくわく心おどらせるツーリング前夜

◎YSP京都西 大西康社長(京都市西京区御陵谷町40-13)

O.T.C



桜前線も日を追って北上して、いよいよ本格的なツーリングシーズンの到来です。夕方ともなると毎日のようにお客さまがお店に集まってツーリングプランの話に花を咲かせる頃。『YSP京都西』さんでも『O.T.C』のみさんの、にぎやかな談笑がっています。



OTCのメンバーの一員として、月例ツーリングは皆勤という大西康社長

●おそろいのツナギで 連帯感もバッチリ

7年前の昭和55年、ツーリング大好きのお客さま7人が集まって結成された『大西ツーリングクラブ』。それから2年後、クラブの主体

はあくまでもお客さまなのだから」と、クラブ名もイマ風の『O.T.C』に変更されました。現在、会員は20名。平均年齢26歳。18歳の高校生から45歳のナイスミドルまで幅広い層の人たちが顔をそろえています。そして、この20名のメンバーをまとめているのが3名の

リーダー。みなさん7年前の創立メンバーの方ばかりです。クラブの定期的な活動は、毎月1回のツーリングと会員間の親睦を深めるミーティング。さらに年1回の1泊ツーリングに忘年会、新年会など。背中に『O.T.C』のロゴタイプの入ったお揃いのツナギとジャンパーが、仲間意識のアップに大いに役立っています。

●ツーリング先でテクニク指導も

さて、そんな『O.T.C』のツーリングの特徴は、メンバーがそれぞれ会員以外の友人を伴って参加できるということです。

「クラブ員同志はみんな気がころが知れていますので、一緒に走り慣れたメンバーの中に、新しい人が入ってきててもなにも違和感なんかなく走れるんです。ベテランが先頭に1人、中程に1人、最後尾に2人という一列の縦隊が自然にできあがっているんです」と語るのは、ご自信もメンバーの1人としてツーリングに参加する大西社長。

このベテラン・リーダー組のみさんは、ロードレースのライセンスを持つ人たちはばかりで、ツーリング先ではテクニクのアドバイスも積極的に行なわれています。

「初めてツーリングに行く人なんて、一応バイクには乗れるけど、まちがった、我流のテクニクの人が多いですからね。それと、自分はウマイ」と過信している人も最近はずいぶん多い。テクニクになった鼻をへし折ったり、テクニクの指導も、うちのツーリングの目的のひとつなんです」

●月例ツーリングにも万全の準備



いまこそY.E.S.S.ショップの
活躍どきです!



個性化の波は、いまやモーターサイクルのご商売にも大きなパワーで押し寄せてきています。皆さまのお店においても、お客さまの多様なニーズへの対応は、いま最も重大な課題として提起されているものです。

ヤマハが推進するY.E.S.S.の活動は、そんな課題に対する答えのひとつで、モーターサイクルの付加価値を高めることにより、さらに大きな需要の創造をめざそうというものです。皆さまのお店でも、ぜひY.E.S.S.の活動や企画を積極的にご商売の中に取り入れY.E.S.S.ショップならではの需要創造活動をおすすめください。

1. 来店促進策として活用する作業

Y.E.S.S.では、飛行機を利用した遠距離ツーリング企画「Y.E.S.S.ジェットツーリング」をはじめ、数かずのユニークな遊びを開発しています。お店でも、これらの遊びをお客さまにアピールして、新しいお客さまの来店促進をおはかりください。

2. 顧客サービスとして活用する作業

お客さまにY.E.S.S.の遊びを提供することによって、お店への定着化をおすすめください。そして、さらにY.E.S.S.スタッフとして登録させることによって、顧客の組織化をはかります。あとは、Y.E.S.S.の活動をご案内して動員をはかり、お店とのコミュニケーションを円滑化させましょう。

3. セール展開として活用する作業

Y.E.S.S.の企画を販促プレミアムとして活用したり（Y.E.S.S.ジェットツーリングの割引招待ほか）、Y.E.S.S.の活動を通して拡販アプローチを仕組む（バイクビレッジでのニューモデル試乗会ほか）など、Y.E.S.S.ショップでなければ展開できないセールス企画を立案して、他店との差別化を明確に打ち出してください。

4. センスアップとして活用する作業

そして、もうひとつ忘れてならないのが、Y.E.S.S.の活動を通じてお店自身のセンスアップを図ること。Y.E.S.S.のジェットツーリングやバイクビレッジに自ら積極参加して、お客さまと一緒にモーターサイクルライフをエンジョイ。遊び心の感性を磨く努力をお続けください。



月1回の定例ツーリングの走行距離は、平均すると往復300キロほど。1ヵ月前にコースを決め、リーダーがコースの下見、交通状況の確認を必ず行なっています。そして、手書きのコース図を作り、それを店内に掲示して参加者の募集が行なわれます。

実際には、2時間連続して走って30分の休憩というペース。季節にあわせて紀伊半島方面から北陸方面まであちこちと走りまわっていますが、さすが7年も経つと日帰りコースは行き尽くした、とか。それでも三方五湖や丹後半島、奥琵琶湖などがクラブ員の人気を集めているコースとなっています。

「ツーリングに行く気分が若返る」とアドルトライダー。「日常生活からの解放感は何ものにも変えられない」とヤングたち。みなさんツーリングの前夜は、童心に返って心おどらせています。

「ツーリングから帰るとみんなとても満足そうな表情をしています。そして、また行きたいね」といいながら解散する。そんなときの、チームワークの良さ、本当にうれしいですね」と大西社長。

「お客さまのこんな姿勢に応えるためにも、年に1回のスペシャルイベントを店の企画として開催していきたい」と意欲を燃やしています。



ユーシヨップに生まれ変わって さらに広く、深く地域に根をおろす

YOU SHOP・望月オート／望月和巳社長
 兵庫県伊丹市昆陽5-23
 ☎0727(83)1887

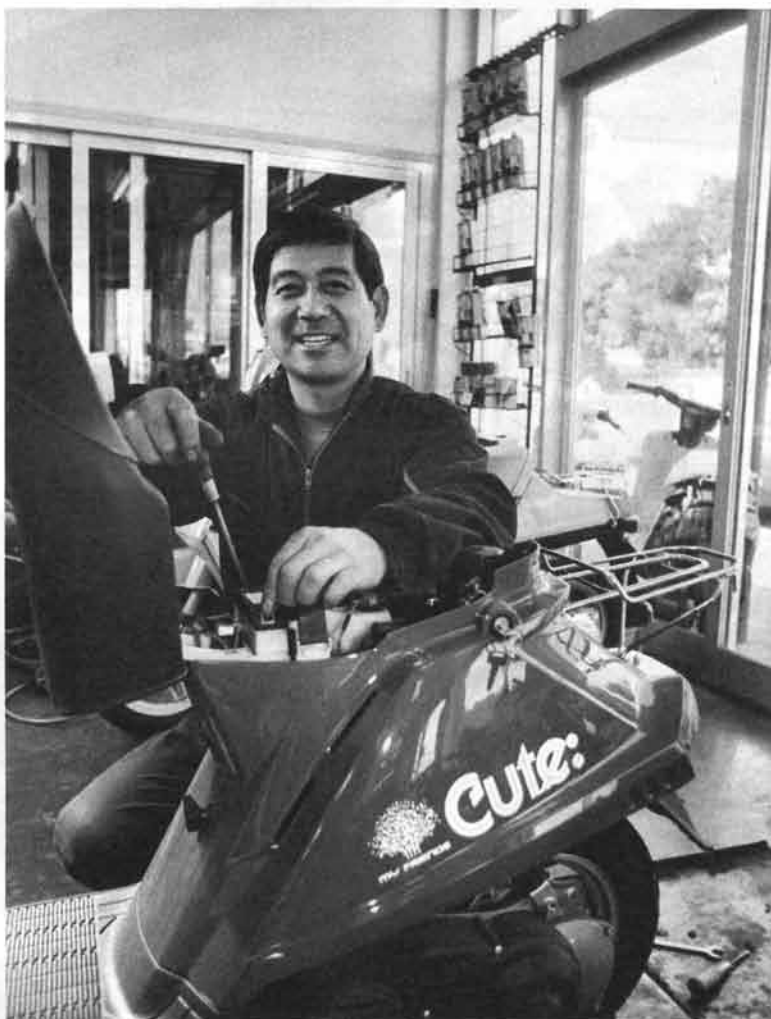
ヤマハスポーツの専門店としてすっかりおなじみとなったYSSPに対して、スクーターを中心に地域に密着した販売活動を展開するYAMAHA YOU SHOPが、いま全国各地に誕生し地元の人びとの話題を呼んでいます。今月はそんなユーシヨップさんの1店、きめ細かい対応で地域のお客さまに親しまれている兵庫県伊丹市の「望月オート」さんにご登場いただきました。

●6割の「見客」をアフターフォロワーで固定客に

二輪販売15年、4年前には本店から1キロほど離れた場所に46平方メートルの支店をオープンした「望月オート」さんは、この3月

1日、本店もヤマハ・YOU SHOPとして新しく生まれ変わりました。

兵庫県西宮と京都を結ぶ国道171号線に面した、YOU SHOP統一外装の新しい店舗は、間口が20メートルもあるだけに、国道を行くクルマの中からもひと目で確認でき



るほどです。お店のまわりに広がる住宅街の半径1キロが商圏。地元の中高年齢と高校時代に乗りなかつた10代後半のヤングがお客さまの中心、いかにもYOU SHOPらしい地域密着型の「商売」。しかし、立地の良さから来店してスクーターを購入してもそのままでは音信不通という「一見」のお客さまが6割と多く、この「一見」のお客さまを固定客化するためのアフターフォロワーに、いま望月社長の力が注がれているところでです。

●セルストロークもお客さまのタイプに合わせて

スクーター販売のポイントは、店頭でのお客さまに合わせたセルストローク、とおっしゃる望月社長に、まずはそのコツからうかがってみました。

「私は、いまのスクーターのお客さまは大きく3つのグループに分けられると思うんです。まずは主婦層。この人たちにとってはスクーターはイコール自転車。

逆に10代のヤングにとっては、スクーターはファッションですよ、完全に。ジョグに乗ることがファッションになつて、これが第2のグループです。見栄も多分にある。そして第3のグループは、アダルト層で、この人たちにとってのスクーターは、自転車代わりでもファッションでもなく、いわばクルマがわり、四輪車と使い分ける実用車ですね。来店されたお客さまは、この3つのうちのどのグループに入る人なのかをつかんで接客し、話し込んでいくことがコツなんです。主婦なら、使い方や考え方が自転車と同じ



「YOU SHOPにふさわしいスクーターユーザーに親しまれるお店に」と意欲も新たな望月和巳社長と奥さま佳子さん。

です。車種まで決めてから来店される人は少ないので、こちらの勧める機種を買われる人が多いですね。

反対にいろいろと気にされるのが男性アダルト。自動車との使い分けなので知識も多く眼も肥えています。だから燃費や耐久性などから話しを始めます。そしてスクーターの長所と短所をそのまま伝えるのがポイントで、このタイプのお客さまは納得さえすれば、予定のスクーターより1ランク上のものでも選んでしまいますから。一番難しいのがヤング層。変にかしこまつたりせず、まず友達みたいな気分です話せるように努めています。

●月間売上げの半分は修理サービス

さて、こうしてお客さまになつていただいてもその後の来店がほとんどなく、お客さまは買いつ放し、乗りつ放しというのが最近よく見かけられるスクーターの実態。これを防ぐために「望月オート」さんが、いま一番力を入れているのがアフターサービスです。

「生活の足ですからねスクーターは。お客さまから故障の連絡があれば、トラックですぐ駆けつけるようにしています。目標は30分



ユーショップの統一外装が、国道を行く人たちの目をひきつける「望月オート」さん



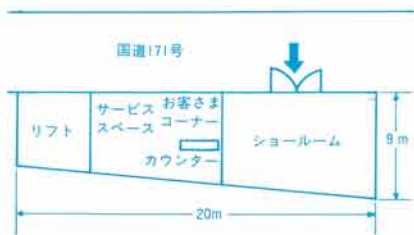
カラフルなスクーターが並ぶ明るい店内



お店に対する信頼の第一歩はサービスから、とサービスルームも広くて明るい



ヘルメットやウェアなど用品コーナーも充実してスクーターとのセット販売がすすめられている



「地元の人たちが気軽に立ち寄れるユーショップに」とお客さまコーナーも店舗前面に



「望月オート」さんのこうした活動を広く地域の人がとに知らせているのが、新聞折込みチラシと二輪専門誌での広告です。

「チラシは毎月1回、読売新聞と毎日新聞に計2万部入れてあります。確かに来店促進への結びつきは薄れてはいますが、店名と店の場所を浸透させるつもりでつづけています。このチラシもこれからはイベント案内やプレミアムを付けるなどで変化をつけていきたいですね。雑誌広告は、ヤングマシン」誌に出稿していますが、これも直接的効果よりは、専門誌に出ている店」という安心感、信頼感をお客さんに植えつけようと割り切ってつづけています」

新しいYOU SHOPの外装も好評で、わざわざクルマを停めて店内をのぞき込んでいく人もいます。このようにきれいな店舗、キメ細かい接客、心のこもったアフターサービス……という基本活動を確実に実行されている「望月オート」さんは、YOU SHOPとしての新しいスタートを機に、ますます深く地域に根をおろし始めています。

●折込みチラシも継続実施

内、これがアフターサービスの一番目ですね。それと買いつ放しのお客さんには頻繁に定期点検DMを出して来店を促進しています。毎月80通くらい発送して、実際に来店されるのは15名くらい、でもこの人たちは着実に固定客化されていますね。またこのDMのおかげで点検整備の大切さが理解されてきたんでしょね、今では点検にみえられるスクーターが1日10台じやきかず、サービスの売上げが店の月間売上げの50%にもなっているんですよ。本体の販売売上げが40%、用品が10%ですから、これは大変なものですよね。

これからはYOU SHOPとして、もっともっと地域に根をはっていかなくてはなりませんから、定期点検DMに加えて「スクーターの調子はいかがですか？」なんてテレフォンサービスや訪問サービスなども行なっていくかと思っています」

●カラー：ブルー、ピンク、ホワイト、レッド、イエロー ●サイズ：M、L ●規格：JIS-A、S・SGマーク
●標準小売価格：¥8,900



おすすめ。



スーパーオイル
2サイクル専用オイル。低温流動性に優れ、耐焼付性がよく、過酷な運転にも安心なスモークレスオイルです。
¥890(1Lキャップ缶)

鮮やかなバステルカラーにつつまれたヤング女性のスクーター「ミント」の新発売に合わせ、着こなし感覚でオシャレを楽しめるかわいいたクセサリーが登場しました。「ミント」のご拡販に当っては、ぜひこれらのアクセサリーもあわせてご紹介いただき、お客さまそれぞれの好みに合わせた個性的なスクーターライフをご提案ください。

オシャレなギヤルに かわいいアクセサリーを!

mint
BIKE
ACCESSORIES



インナーポケット
気軽に荷物を積みこめるインナーポケットはやさしさあふれるメッシュ構造。
¥2,500

ファッションバスケット

買物やスポーツなど、女性ライダーには欠かせないファッションバスケットは、ホワイトとブラックに加えてレッド、グリーン、ブルー、ピンクの6色を用意。本体とのカラー・コーディネートが楽しめます。

¥3,300(ホワイト、ブラック) ¥3,500(レッド、グリーン、ブルー、ピンク)含ステーセット
フロントスポーツバスケット
カジュアル感覚のスポーツバスケットは、ホワイトとブラックの2色。¥1,900



ウィンドシールド

ミントのフロントマスクをキリリと引締めるウィンドシールド。お肌を大切にするギヤルたちには欠かせぬアイテムです。

¥5,200



リヤボックス
大切なものを入れても安心なキー付きリヤボックス。本体カラーにあわせてアップルレッド、クリーミーホワイト、コーラルブルー、コーラルピンク、スウィートイエロー、スウィートグリーンの6色が揃っています。
¥9,350

サイドスタンド

非力な女性に必ずおすすめください。

¥1,600



リヤマッドガード

つねにバイクを美しく保ちたいとお考えのお客さまのベストアイテムです。

¥720

□ここが違う！ヤマハグッズ

ヤマハライダーシューズ

カジュアル感覚でスポーツライディングを楽しむヤングのために、このほどヤマハが新開発した「ヤマハライダーシューズ」には、足の動きの徹底分析から生まれたバイオダイナミズム設計にもとずく数かずの機能が秘められています。

①コードストッパー

Dカンとベルクロテープの2段階でハードな足の動きをピットリとガード。着脱も容易。

③ナイロンメッシュ

アッパーにはムレ感を防ぐ通気性の高いナイロンメッシュを使用。汚れが落ちやすいのも魅力。

⑥多孔スポンジ

着地のショックによる足への突き上げを防ぎ、同時に屈曲性を考慮した多孔設計の硬度60~70度のスポンジをサンドウィッチ。

⑦ディフェンディング ハイオスポンジ

着地時の衝撃を吸収するオーパープロネーション防止効果の高い衝撃吸収材を使用。

⑧アウトソール

硬度差の違う2色のゴムをブレーキ、シフトペダルに合せて配置。さまざまに加わるソールへのストレスを解消。



②フレキシブルアッパー

足首部分を3層ウレタンでガードし、足首のあらゆる方向への動きをより柔軟にサポート。

④反射シート

反射体スコッチライトにより後方からの被視認性を配慮。薄暮時のライディングにも威力を発揮。

⑤ヒールガード

マシンの熱からシューズを守る、耐熱性に優れた素材を使用。

⑨EVAスポンジ

ジョギングシューズで定評の硬度50~60度の軽くてソフトなEVAスポンジを採用。

⑩パーフォレイテッド スポンジ

衝撃を点から面に散らしショックをソフトに拡散する、硬目に素材をセットした硬度70~80度のスポンジを採用。



AY-126ライダーシューズ

●素材：表/ナイロンメッシュ&ナイロン塩ビコーティング ●カラー：グレー&レッド、グレー&ネイビー、グレー&グレー ●サイズ：24.0~27.0cmまで0.5cm単位で7サイズ。標準小売価格/¥13,800
※ヤマハライダーシューズには、このほか「AY-127ライダーシューズ」(9,800円)もあります。

おしゃれなミントにピッタリの かわいいヘルメットSL-1

7月5日から始まる原付車へのヘルメット着用義務づけに先がけて、ミントのお客さまには必ずヘルメットをおすすめください。

本体カラーにあわせたパステルカラーのおしゃれなヘルメットが、かわいいミントを一層ひき立てます。



ケミカル用品も合わせておす

シリコンオイル

大切な愛車をいつまでも美しく保つシリコンオイル。水を弾くシリコンの性質で、メッキ部やプラスチック部のつや出しに効果を発揮します。
¥2,500



○うちの用品コーナー

用品販売に積極的に取り組む販売店さんから用品ディスプレイのアイデアをご披露いただくこのコーナー。今月は、ショールーム壁面を有効に使った用品展示方法の2例です。

バイクポスターやレーシングポスターを掲示してレーシングムードを高めたスポーツバイクコーナーにさりげなく並んだ3個のヘルメット。ラックにぎっしりと並んだヘルメットコーナーとは、またひと味違った効果を生み出して、ヘルメット自体の訴求と本体のイメージアップの両方に大きな効果を生んでいます。(YSP甲子園さま・兵庫県西宮市)



サービスコーナーの片隅に目立ぬように管理しておくもの、と思われがちなパーツ類。でも写真のようにラックに取め、きちんと整理しておけばショールームの演出にも効果的。お客さまはこれを見て、お店のアフターサービスに対するしっかりした姿勢を感じとり、信頼感を高めていくことでしよう。(YSP新宿中央さま/東京都新宿区)

お店自慢の用品コーナー演出法、パーツ&アクセサリの陳列アイデアを「ヤマハニュース」編集部宛お知らせください。このコーナーでご紹介させていただきます。

