

“世界”の激走に、陶醉4万人!

## 第14回TBCビッグロードレース

カラー  
トピックス

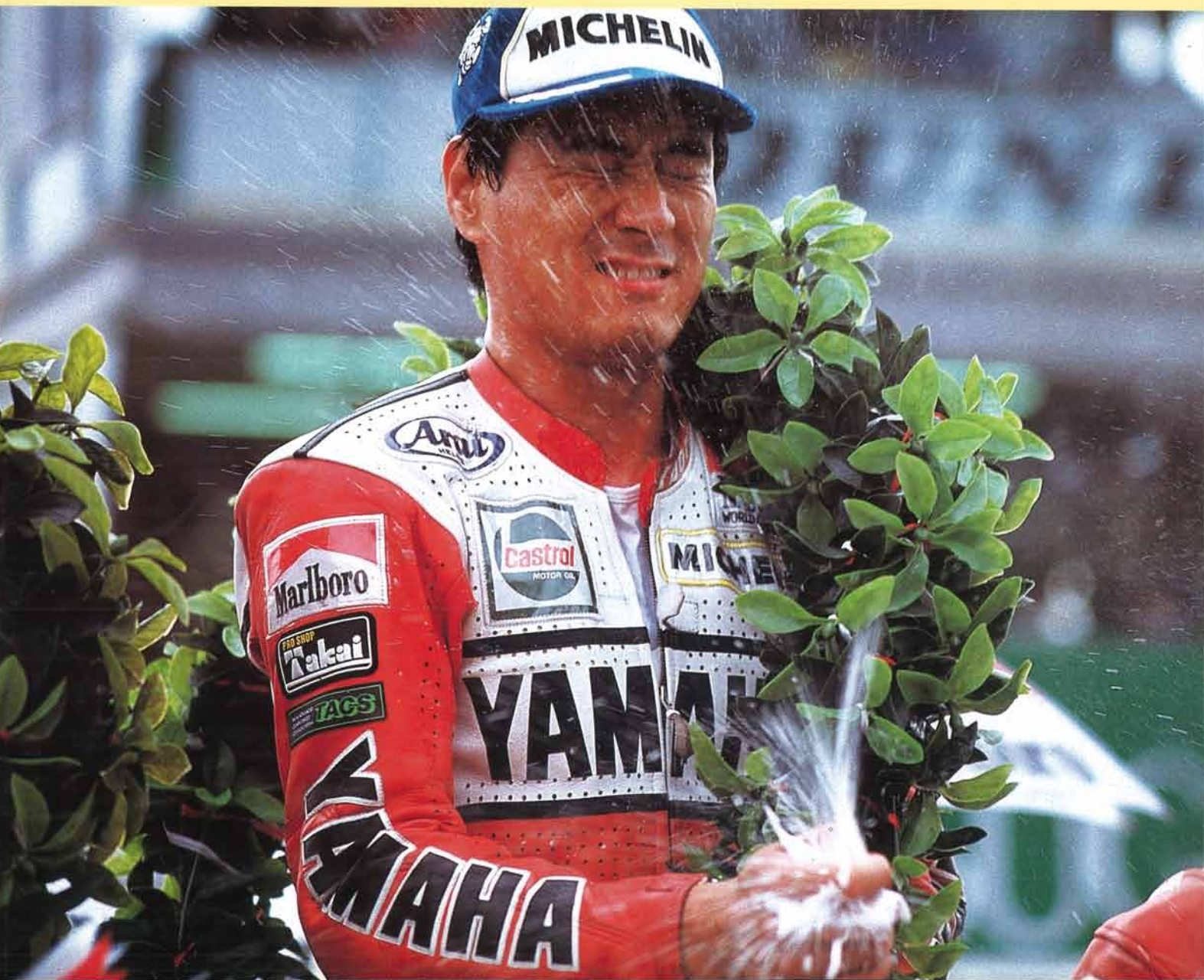
話題沸とう! FZR1000

'87ヨーロッパ&U.S.A.向けモデル発表

**特集** お店の“サービス”再点検

お店の技術サービスは  
お客さまを満足させているか!!

■シリーズ:ヤマハらしさを求めて  
イメージ戦略にみる  
ヤマハらしさ



# 第14回TBCビッグロードレース

●10月4日～5日/スポーツランドSUGO

# 陶醉!



さながら世界GPの再現。①ローソン、②マモラ、③ボールドウィンらを先頭に500cc決勝レースのスタート



4万観衆を魅了した平とローソンの白熱のデッドヒート。③はマモラ

ヤマハYZRの世界GP2クラス制覇、平忠彦選手の最終戦・サンマリノGP優勝、そして日本GP、フジ・スパープリントとつづいた国際レースの開催……まさにビッグニュース、ビッグイベントの連続で天井知らずの沸とうをつづけるロードレース人気。そんな中で、この秋のロードレース・ファイバーの総決算ともいえる恒例のインターナショナル・イベント、TBCビッグロードレースが、10月4、5日、秋晴れのスポーツランドSUGOに、史上最高4万人の大観衆を集めて開催された。

このTBCビッグロードレースも回を重ねて14回目。ことしはGP500、TTF1、ジュニア250、ジュニア

AF3の4クラス。中でもメインレースGP500ccクラスには世界チャンピオン、E・ローソンをはじめR・マモラ、M・ボールドウィン、平忠彦、河崎裕之らYZR勢がそろって出場。全12台のGPマシンによって、文字通り世界GPをほう沸させる白熱戦が展



決勝前日には、ホテルくぬぎ山荘でプレスミーティングも開催。ヤマハワークスライダーに加え、G・アゴスチーニ、K・ロバーツの両チームオーナーも出席し報道関係者と約1時間にわたって交流が図られた。

# 歓声！総立ち！そして 40,000人が満喫した 世界GPの再現



開された。  
1周目からトップに立った。世界チャンプ、ローソンと4周目から2番手に浮上した平は、その後3度、4度とトップを奪いあう大デッドヒートをくりひろげ、結局ローソン、平のテールツーノーズで迎えた最終30周目のシケインで平が大逆転。4万大観衆が総立ちとなって拍手と歓声を送る中を、100分の3秒平がローソンをおさえてゴールイン。世界GPでもなかなか見ることのできないこの好レースに、大観衆は完全に陶醉しきっていた。

また、この日もうひとつの焦点となつたのが、TTF1クラス。いうまでもなく、来年8月、場所も同じSUGOロードコースを舞台に開かれるTTFオーミュラ・世界選手権SUGO大会の前哨戦として注目を集めたものだ。  
注目のこのクラスには、9月のポルドー24時間耐久レースで2位入賞を果

ファンの声援にこたえるマモラ、平、ローソン(左から)



したC・サロンが、鮮やかなゴロウーズカラーのYZF750をSUGOに初登場させれば、7月の鈴鹿8時間耐久レースでFZ750を駆って2位入賞の実績を持つオーストラリアの新鋭K・マギーも出場。全日本F1クラスのスップライダーをおさえてみごとサロン、マギーのYZFコンビがワン・ツー勝利を飾った。

大観衆で埋めつくされたグラندスタンド周辺には、世界GPでもおなじみのマールボロやラッキーストライクとならんでY.E.S.S.のPRコーナーも設けられ、各スポンサーのフレッシュなマスコットガールが、来場者の人気をさらっていたが、さわやかな秋の日、スポーツランドSUGOを訪れたすべての人が、ロードレースのダイゴ味を余すところなく堪能した第14回TBCビッグロードレースであった。

一段と戦闘力を高めて新登場  
'87ヤマハロードレーサー **TZ250**

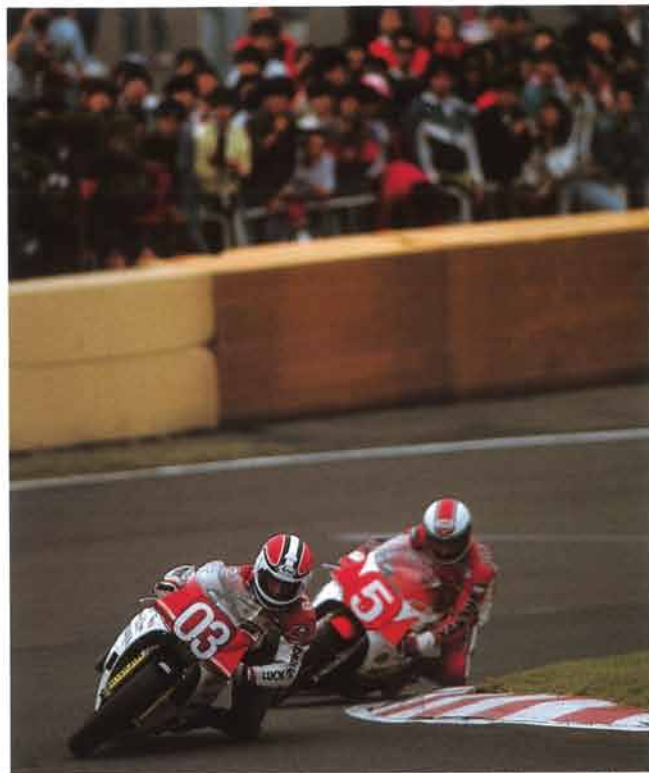


●標準現金価格：  
160万円

世界GPから国内の地方選手権レースまで、ハイレベルなポテンシャルで定評のヤマハロードレーサーTZ250の'87年モデルが、総合的な戦闘力を一段とアップして新登場します。



▲バドック裏の駐車スペースとなっているのがもっか改修が進められているSUGOロードコース新コースの一部。完成は来春、そして8月にはTTフォーミュラ世界選手権SUGO大会が開かれる



500ccクラスのもうひとつの焦点。白熱した4位争いを見せて会場を沸かせたM・ボールドウィンと河崎裕之



鮮やかなゴロワーズカラーのYZF750で、スタートツーフィニッシュを飾ったC・サロン(右)と2位のK・マギー

①サロン、②マギーのYZF750を筆頭に、25台のマシンが迫力満点のレースを展開、来年8月の世界選手権・SUGO大会への期待を一気に高めたTT-F1クラス



テック・ツーワン  
特別仕様車も新登場!  
**YSR50**

●標準現金価格：19万9千円

マールボロ特別仕様車の登場でますます人気を高めるYSR50に、またまた話題のニューカラー「テック・ツーワン」特別仕様車が登場します。(11月下旬発売)

爽やかな興奮をよんだ'86スズカ8時間耐久レースのヒーロー、平/サロン・TECH21レーシングチームカラー。YSR50の世界が、またひとつ広がります。お客さまに、どうぞご案内ください。

※カラー、グラフィック以外は現行YSR50と変更ありません。

# ジェネシスのニューフラッグシップ FZR1000も衝撃デビュー!

'90年代のモーターサイクルを追求したヤマハ独自の4サイクル・ハイパフォーマンス設計思想〈ジェネシス〉から、新しいフラッグシップモデル、その名も“FZR1000”の誕生です。

いま、全ヨーロッパで、アメリカで、エンスージャストやモーターサイクル・ジャーナリズムの熱い関心を一

身に集めるこの'87年輸出モデル“FZR1000”は、9月の“IFMA'86”で、また10月の全米ヤマハ・ディーラーミーティングでデビューした。今月は、この“FZR1000”をはじめ、世界のモーターサイクルファンの期待を集める、'87ヨーロッパ&USA向けモデルをご紹介します。

## '87 MODELS for EUROPE

9月18日から5日間にわたって西ドイツ・ケルン市で開かれたヨーロッパ最大のモーターサイクルショー IFMA '86 でデビューした'87ヨーロッパ向けモデルは全19機種中でも“FZR1000”と“FZ750”のジェネシス2モデルが、ハイレベルなヨーロッパのマニアを魅了しています

## ジェネシスの ニュー・フラッグシップ FZR1000

'87年、ヨーロッパとアメリカ、カナダ市場に登場する“FZR1000”は、〈ジェネシス〉コンセプトから生まれたヤマハ・4サイクルパフォーマンスの新しいフラッグシップモデル。レーサーゆずりのアルミ・デルタボックスフレームには熟成のダウンドラフト吸気、5バルブD.O.H.Cエンジンをはじめ、フレッシュ・エア・インテーク付フルフェアリングの採用などレーシングテクノロジーをふんだんに採用して、スーパースポーツの新次元を開くものです。



フルフェアリング装備で、  
パフォーマンスアップ

## FZ750

〈ジェネシス〉の可能性をさらに追求して、性能向上と軽量化を達成した'87年FZ750もヨーロッパへ、アメリカ、カナダ（北米はFZ700）へ登場します。ニューデザインのフルフェアリングを装備して外観も一新。新開発の4into1マフラーは、パワーアップと軽量化を両立させたものです。



## '87 MODELS for U.S.A.

IFMA '86 から約1ヵ月おきて、アメリカ・ネバダ州ラスベガスでは、10月13日から3日間、恒例の全米ヤマハ・ティーラッシュショーがはなやかに開催され、\*FZR1000。はじめ8機種\*'87年モデルが、発表されています。



### F1レースのベースマシン

## FZR750R

最小限のモディファイでTT-F1やスーパーバイクなどのレースに出場可能なハイポテンシャルを秘めた\*FZR750R。アルミ・デルタボックスフレームに搭載したジェネシス・パワーは、レーシングパーツの採用で、そのパフォーマンスと信頼性を飛躍的に高めています。

### 空冷Vツイン、ミドル・クルーザー

## XV535

\*XV535\*は、アメリカにおけるミドルサイズ・Vツインのニュースター。フラット&ローのビューア・アメリカンスタイルと美しい空冷・70度Vツインが生み出すトルクフルでカンファタブルな走行フィーリングは、まさに新時代のミドル・クルーザーです。



### オン・オフ両用のファミリーレジャーバイク

## TW200

女性、年少者を含めて広いターゲットをもつオン・オフ両用のファミリーレジャーバイク。「BW200」がオフロード専用なのに対し、このモデルはオフロードでの走破性と快適性を合わせ持っているのが特徴。極太タイヤとトルクフルな4サイクル・SOHCエンジンを、高張力鋼管ダイヤモンドフレームに搭載しています。

# 特集

## お店の「サービス」再点検



# お店の技術「サービス」は お客さまを完全に 満足させているか!?

売りにくい時代、といわれる中で、いか  
にして新しいお客さまを開拓し、固定客と  
して育てあげていくか——本誌ではことし  
もさまざまな角度からこの大テーマをとり  
あげてきました。

お客さまを100%満足させる「ひと」  
「コト」情報「サービス」あるいはお店の付  
加価値を高めるさまざまな活動——しかし、  
こうしたテーマを特集し、お客さまの生の  
声に耳を傾けるたびに痛感させられたのは、  
お客さまはまず第1に「購入したスクータ  
ーやバイクをいつも安心して乗れるサービ  
ス技術」をお店に求めているのだというこ  
とです。

お店のさまざまなサービスや活動もきち  
んとしたメカニカル・サービスのうえには  
じめて成り立つもの、ということでしょう。  
そこで今月は、サービスの根幹、メカニ  
カル・サービスにスポットを当ててみました。

確かな技術をさわやか対応で

お客さまはいま、こんな

「技術サービスを求めていこう！」

「そりゃあ、技術サービスは正確・迅速が一番に決まってるヨ！」——お客さまがお店に求める技術サービスを考えると、誰れの頭にもまっ先に浮かぶのは、このことです。

でも、ほんとうにこれが第一でしょうか。お客さまの多機能化につれて、技術サービスへのニーズも、さまざまに多機能化しているのが、最近の状況。色いろと思いつくす前に、直

「メカの相談」も

「だいたい技術サービス

接お客さまに意見をうかがってみよう——というわけでアンケート調査を行いました。対象は、販売店さんの技術サービスに対してもっとも敏感と思われる、250cc以上のスポーツバイクユーザーさんです。さて、どんな結果となるか？まずは彼らの恐ろしい要求を、ジツクリと読み取ってください。

て日常的な、身近かなメカ情報を仕入れにくいことのようにです。

さらに来店回数で見ても、月に1回以上技術サービスに関するお店に顔を出すと、いうお客さまが8割以上。しかも彼ら全員がこの時修理や点検整備とあわせて、このメカ相談を目的としてお店のサービスコーナーを訪ねているのです。

このデータが物語っているのは、購入後のスポーツバイクユーザーのメカに関する関心はきわめて高く、それだけに彼らをお店に引き止め、固定化させるための条件として、技術サービスの充実が絶対欠かすことのできない条件だ、ということ。そして、技術サービスという作業の中には、修理・点検ばかりでなく、メカの相談のような事柄もきわめて大きな要素となっているということです。

確かな技術は当たり前

お客さまが求める「カンジよさ」

お客さまの細かなニーズを把握する前に、彼らがどの程度お店の技術サービスに対して関心を寄せているか、をさぐってみよう！とまずは技術サービスを受けにお店に出向く回数とその理由を聞いてみました。

技術サービスがお店にとっていかに大切かということ、を、まずしっかりと認識いただいたところで本題に移しましょう。

前調査でつかんだ16の項目を回答者のみなさんに示し、その中から「これは絶対に忘れてもらっては困まる」というものを3つ選び出していただきました。

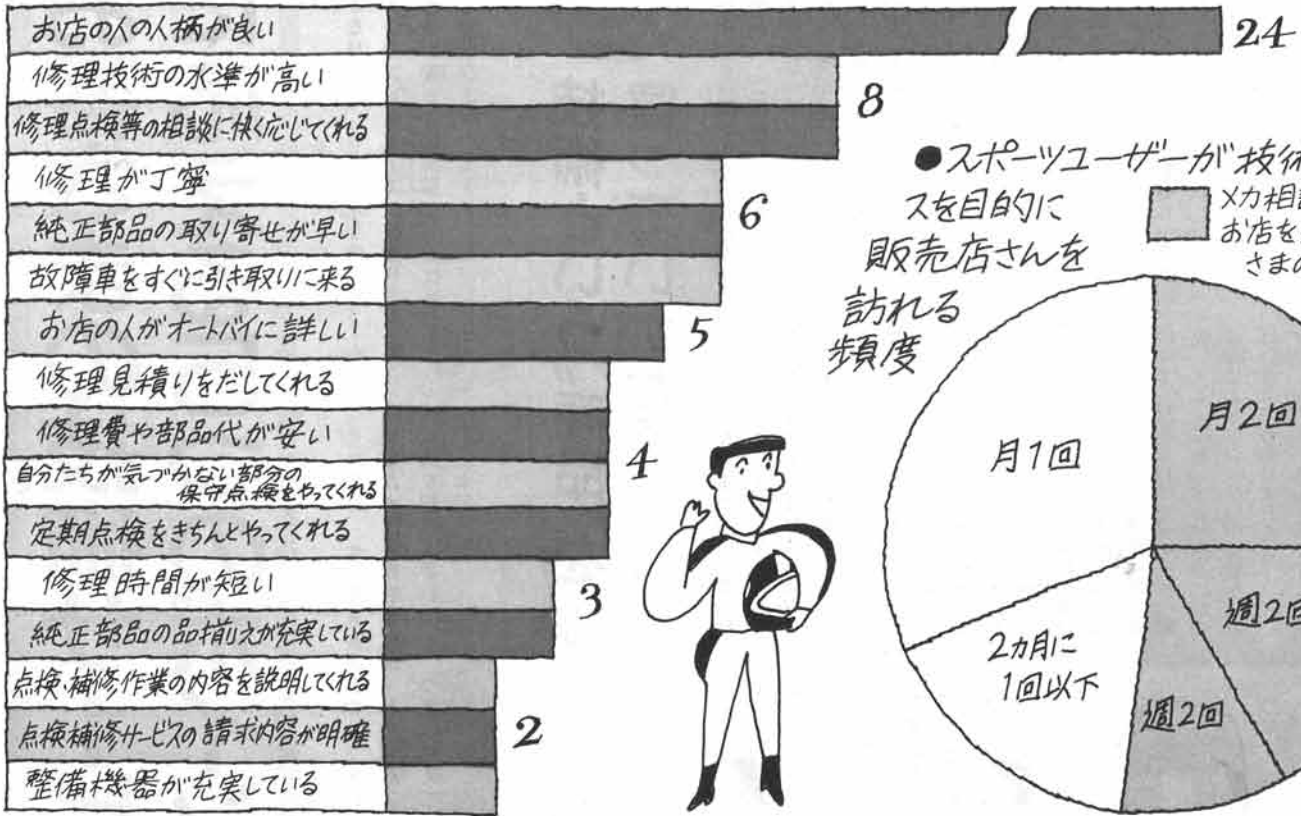
その結果は、図で一目瞭然ですが、これを見て、「オヤッ！」と思われた方も多しこと





# お店の"サービス"再点検

●スポーツユーザーが技術サービスを受けるときに、気にすることは……



## 気持よい応対、より良い人間関係に立っての高度な技術提供が求められている

では、この「人柄」「カンジの良さ」とは具体的にどんなことなのか、アンケートの最後に、技術サービスを受けずらいお店、受けたくないお店とはどんなお店かを聞いてみました。お客さまいわく――

● 入って行っても無視されるようなお店

● 話しても頭から素人扱いするお店

● 柄の悪そうな、若い兄ちゃんがサービスをしているお店

● 不調と思われる箇所や症状を説明しても面倒くさそうに聞いていて、「直してやる」という態度のお店

● ちょっと具合を見てもらいに行っただけなのに、色んな部品を売りつけるお店

● 規模が大きすぎて、客をきちんと客扱いしないお店

店の人の「人柄」は必ず見ているし、気にしているということ。2番目に多かった、「修理点検等の相談に応じてくれる」という答えもまた、お店の人の人柄に対する、スポーツユーザーのみなさんの期待の表れと理解した方がよいでしょう。

そして、ここでもうひとつ考えておきたいことは、バイクに対する興味や関心の大きいビッグバイクユーザーでさえ、技術サービスを受ける際にはこのようにお店の人の「人柄」「カンジ良さ」を求めているのですから、スクーターのギャルやご婦人のお客さまにとっても、この思いは一層つよいと考えるのが自然だ、ということ。2番目に多かった、「修理点検等の相談に応じてくれる」という答えもまた、お店の人の人柄に対する、スポーツユーザーのみなさんの期待の表れと理解した方がよいでしょう。



● 話しても頭から素人扱いするお店

● 柄の悪そうな、若い兄ちゃんがサービスをしているお店

● 不調と思われる箇所や症状を説明しても面倒くさそうに聞いていて、「直してやる」という態度のお店

● ちょっと具合を見てもらいに行っただけなのに、色んな部品を売りつけるお店

● 規模が大きすぎて、客をきちんと客扱いしないお店

みなさんのお店では、思い当たるようなことはありませんか？

以上のようなことを総合すると、お客さまを完全に満足させ、お店に対する「安心感」「信頼感」を生み出す技術サービスとは、よりよい人間関係に立って、確かな技術を提供することといえそうです。

「技術」と「接客マナー」どちらか一方だけでは決して成立しないことはいままでもありません。

# お客さまの技術サービス・ニーズに 応えるためのポイント

「確かな技術を、さわやかな対応で……」  
前ページのアンケートで、技術サービス  
に対するお客さまの要望が、おぼろげな  
がらも浮かび上がってきました。

それでは、そんなお客さまのニーズに  
応えるために販売店さんは、どんなとこ  
ろに気を配ればよいのか、つぎに考えて  
みましょう。



## 技術という「商品」を 買っていただく

「技術」とは商品です。しかもこ  
の商品は、二輪販売店さんにとつ  
て永続的なベストセラー商品と言  
えるでしょう。

しかも最近では、お店の売り上  
げの中に占めるこの「技術サービ  
ス」の売り上げ比率がどんどん高  
まっているお店も多く見られます。  
一般にオートバイの修理や整備  
は、そのマシンが100%の性能  
を発揮して走る（曲がる、止まる）  
ことのできる状態にすること。で  
も、単に部品と工具類が揃ってい  
るだけでは、修理も整備も出来ま  
せん。

り販売店みなさまの力による「技  
術」という商品です。そしてこの  
「技術」は、より優れた設備や工  
具によって、さらに水準が高くな  
ります。また、様々な設備や工具  
を効率よく使いこなすことも「技  
術」。逆に、限られた設備や工具の中  
で、いかに効果的に修理作業を行  
うかということも「技術」と言えま  
す。

いずれにせよお客さまは、本体  
や用品類の購入とともに、この「技  
術」という「商品」を求めてお店  
に来てくださるわけで、それを「販  
売」する際にも、本体や用品の販売  
と同じような心づかいが必要なこ  
とはいうまでもありません。



### ポイント2



## オープンな 料金システム

修理・整備サービスとひと言  
いっても、その料金には大きな幅  
があります。同じ修理でも、ワイ  
ヤー交換」と、キャブレター調整  
では桁違いとなってしまう。  
また、同じ修理項目であつても機  
種の違いから、つまり作業時間の  
違いから、その差が大きく開いて  
しまうこともあります。

つまり、「技術」という商品は、  
お客さまにとって、（当然販売店さ  
んにとつても）その料金が最も流  
動的なもの、といえそうです。

しかも、作業進行中に「見積料  
金の変更」が発生するケースの多  
いのも、この「技術」という商品  
のもうひとつの特徴。分解してみ  
たら部品が予想以上に消耗してい

て交換せざるを得なかった——そ  
んな事例は、どこの販売店さんで  
もあることでしょう。

そしてこの流動的な料金が、実  
はお客さまにとつては大きな不安  
材料となるのです。

したがって料金体系（見積）の  
明示が最も求められるのが、この  
「技術」という商品。事前にでき  
るかぎりオープンな表示をし、お  
客さまの納得を得たうえで作業を  
すすめる。もし、作業進行中に新  
たな不良個所が発見されたりして  
料金に変更が生じるような場合に  
は、必ずお客さまと連絡をとり再  
度納得していただいた上で進行す  
る——というぐらいの姿勢が欲し  
いものです。



ポイント3



## 所要時間を 明確にする

作業の確実性、料金システムの明確さに加え、お店の技術サービスに対してお客さまが求めるもうひとつの要素、それは作業のスピードです。

大切なお客さまの愛車を修理のためにお預りするので、極力短期間にしてあげたい——これは販売店さんにとっても人情。

とはいえ、「技術」というサービスがある一定の部品と技術を必要とする作業である限り、部品のストックがないため、作業が滞ってしまうということもあります。

そしてこのことは、お客さまにとって不安材料となるばかりか、お店の生産性の低下にもなるわけで極力スピーディーな部品手配が必

要といえます。

もちろん主要モデルの消耗部品についてはある一定量をお店にストックしておくのが理想。作業のスピードアップに直結するだけでなく、店内に整然と並べられた部品のストックは、その演出だけでもお客さまに安心感を与えるもの。お客さまとの信頼関係を築く第一歩にさえるものです。

しかし実際には、部品手配に日数がかかるケースも。そんな時は、店内在庫の有無、ドレステレフォン等を活用しての部品到着日時の予定、さらに価格等をはっきりとお客さまに伝え、納得していただくことが大切です。

ポイント4



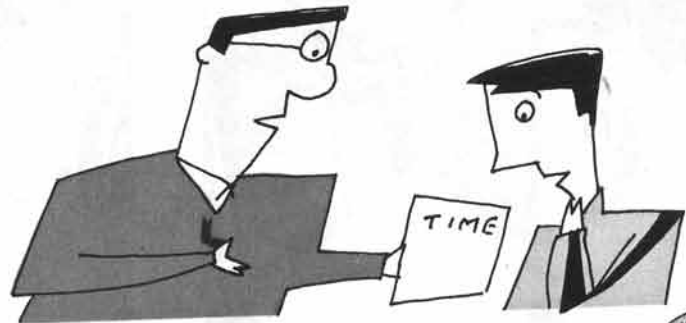
## 「技術」という商品も 包装してお渡しする

デパートなどで買物をする時、その商品には奇麗な包装がなされていて気持ちの良いもの。お目当ての商品を買うことができたというだけでなく、プラスチックの満足感をその包装紙は買い手に与えてくれます。

バイクの修理・整備においても、「技術」が販売店さんにとって永続的な主力商品である以上、必要最低限の「包装」が望まれます。修理を終えたマシンは洗車してお渡しする、あるいは不良だった箇所についての説明を行ない部品交換をせざるを得なかった理由など

を説明する——こうしたサービスこそ、実は「技術」という商品を買っていただく場合の大切な包装紙にあたるものなのです。

また、修理作業の現場を直接お客さまに見ていただいたり、修理作業に関連したメカニカル相談やメカニカル情報を提供することも「技術」という商品にとっては包装紙にあたるもので、お客さまの満足感を一段とアップさせます。まさにこうした包装紙は、「技術」という商品の付加価値を一挙に高めてくれるのです。



ポイント5



## 技術は 「マニュアル」で提供

最近では街角のジュースの自動販売機でさえ「ビュルビュルル」という音とともに、もう一本が当たるチャンスを提供するという凝りようですが、どんなご商売でもいま最重要視されているのがお客さまとのコミュニケーション。「技術」の販売については、なおさらです。

せっかくの愛車が満足に性能を発揮していない——そのバイクのオーナーであるお客さまの心理をまず把握することが第一歩です。性能をパフォーマンスに楽しんでいるだけではないお客さまがいるということ、私たちにとって最大のマイナスイヤク。お客さまの心理状態、立場、具体的な要求などをしっかりと聞くことこそ、実は、「技術」

を売るとききの原点です。エンジン調整を依頼するお客さまを例にとってみましょう。お客さまが「メカノイズが気になる」

といったマシンを持ち込んだ場合、ただその言葉を聞くだけでは、何の判断も下すことはできません。実際にエンジン音を聞いてあげたり、走行中の実際について詳しく話しを聞くことが、「技術」サービスの第一歩。その内容(症状)によって、対応策も大きく違ってくるからです。

また、女性のスクーターのお客さま自身がマシンの不良箇所に気づかなかつたり、あるいはそれに気づいていても、即来店には結びつかないことも多いわけで、DMなどを媒介としたコミュニケーションや、お店に入りやすい雰囲気づくりなどが求められるといえます。

いずれにせよ、お店の「技術」を生かすのも殺すのも、それはお客さまの立場にたった「こころ」次第です。



## 『定期点検整備 マニュアル』も完成!

この特集でとりあげた販売店さまの点検整備作業の円滑化のためにヤマハでは、新たに「定期点検整備マニュアル」を完成しました(11月完成予定)。お店でもどうぞご活用ください。なおマニュアルに関する詳細は、本誌30ページをご参照ください。

# 追跡ルポ 修理依頼から 納車まで

さて、お客さまの技術サービス・ニーズを満足させる具体的な対応策がみえてきたところで、こうした技術サービス活動を毎日のご商売の中できちんと実践されている販売店さんの實際例をご紹介します。ご登場いただいたのは、名古屋市の榎福井サイクルセンター（榎福井秀起社長）さんです。

お店の周辺は名古屋市の南側に広がる商業地域。半径約10kmが「榎福井サイクルセンター」さんの商圏です。お客さまはスクーターユーザー7に対してスポーツバイクユーザーが3の割合。しかし、大学生協にも納車している関係から、これらユーザーのうち6割近くが学生という顧客構成となっています。店舗面積は60坪、内15坪をサービスルームとして活用し、中にはバイクリフトをはじめタイヤチェーンジャッキやホイール・バルancer

無線を使ってサービス車に連絡する奥さまの智江子さん



スタッフ一丸となつての徹底した技術サービスでお客さまの信頼を集める榎福井サイクルセンターのみなさん。左から大塚美香さん、奥さま智江子さん、榎福井社長としてサービス業務の主役・山本明さんと坂田盛博さん



## 技術サービスは うちのカンバン

3店合同メカニック・コンテストで  
サービススタッフのレベルアップ

小玉規之店長 YSP品川中央 / 東京都品川区

どんなお客さまがどんな修理を待たなくても、店のスタッフ全員が同一のレベルで対応できるようにと思い、抜き打ちで、メカニック・コンテストと称するサービスマンのレベルを計るテストを実施しました。

単店ではいつも顔を合せているメンバーなので平均的なレベルもつかみにくいと思い、「YSP五反田」と「YSP渋谷」（どちらもYSP品川中央さんの姉妹店）のサービススタッフにも呼びかけて、3店での合同開催にしました。

初回ということで、まずスタッフ自身に自分の実力を認識してもらうことを目的に、車検に必要な書類の種類や、平均的な工賃を算出するペーパーテストと、実車を使ってどの程度の修理が必要かを判断してもらう実地テスト、そしてお客さまとの受け応えを覚えてもらうために、私自身がお客さまに扮してのロールプレイングを行いました。

審査は各店舗の責任者とヤマハ東京さんのサービス課の協力を得て行ったのですが、思いがけない手落ちなどが発見できて、スタッフにとっても良い刺激になったと思います。私自身としては多少情ない思いをする場面もありましたが、だからこそ実施した価値があるのだと確信しています。

もちろん、継続してこそ初めて効果が表われてくるものですから少しずつレベルアップをしながら、今後も実施していくつもりです。



7分の持ち時間で、どこまで整備箇所を発見できるかを試す実地テスト

スチーム洗車機、プレス機、洗浄台などのサービス機器が整然と並び、サービススタッフ2名を含む計5名のスタッフとともに、お客さまの技術サービス依頼に備えています。サービスを受けにやって来るお客さまは、平均して1日に10名。お昼頃から始まったピークが5時頃まで続くという、お忙しい毎日を送っています。福井社長は、サービスを受けに来店するお客さまたちを見て、特に技術サービスに高い関心を寄せるお客さまを、次のように分析しています。

「スポーツバイクに乗るお客さんが、やはり技術サービスに対しても厳しい目を持っていきますね。それだけ技術力の有る無しが、店を選ぶときの重要な要素となってくるわけで、他店で買ったバイクのメンテナンスを頼みにくる若いお客さんがかなりいます。友人の紹介で来店する方が多いようですね。このようなタイプのお客さんたちに満足してもらいための条件は、自店修理ということ。クレームでサービスセンターへ持ち込んでしまうと、納車のときに具合の悪かった部分をお客さんに説明できなくて、逆に信頼を落すことになりかねません。原因を説明できることが大切なんです。」

逆にスクーターのお客さまにはトラブルが起きるまで、メンテナンスには無関心な人が多く、点検さえキチッとやってあげば、防げるような故障ばかりですね」

では、このようなお客さまに対して福井社長は、どんな体制で、どんな対応をしているのでしょうか。以下に修理依頼から納車までの経過を追ってみました。

**■ 引取り**

**大活躍の無線カー**

お客さまから修理依頼の電話が入ると同時に、お店から現場の近くを回っている無線付きの業務用軽トラックに連絡を入れ、場所の確認やトラブルの内容等を報告します。

「4年ほど前に、電気屋をやっている友人が

迅速な対応ぶりにスクーターの女性ユーザーも大喜び

2台の無線車が出張サービスにフル回転



無線を業務に使っているのを見て、これは便利だと思い導入しました。今まで店に戻ったり電話を探したりしていた手間が省けて、出

先からいつでも連絡が取れるし、途中で故障車を引き取って来れるので効率が良く、迅速な対応ができるようになりました。」

**■ 修理伝票・パーツ発注**

**お客さまとのトラブルを防ぐ、故障箇所確認と修理見積り**

**引き取りに行った場合はその場で、また来店してくださったときはサービス受け付け、**

福井サイクルセンターさんに持ち込まれる修

理車にはすべて、タッグ状の修理伝票が付けられます。「これは、お客さんからの修理依頼の詳細を

審査員の見守りの中で、小玉店長が扮するお客さまと、修理箇所や見積価格の説明のロールプレイングテスト



最後はテストの内容説明と正解の発表。スタッフのみなさんは自分の実力レベルをハッキリと認識

**サービス設備と体制の充実で**

お客さまに「安心」と「満足」を！

山田勤社長(山田オート販売/東京都足立区) まだまだ不十分とは思いますが、サービスと営業は同じ」という考えから、技術サービスに必要とされる設備や機材は、一応すべて揃えているつもりです。うちの場合は、店とサービス工場(認証工場)を分け、専属のサービススタッフが工場のすべての流れを見ているわけですが、一般のお客さまも自由に立入れるようになっていたため、完全な分業というわけではありません。

なぜサービス工場を別の場所に置き、しかも一般のお客さまも自由に出入りできるようにしてあるかという点、例えば大型二輪車を買って来るお客さまなどには、サービス工場を見せてください」という人たちが多しです。やはりユーザーにはプライドがあるし、自分の買う店は最高の店である、という誇りみたいなものがほしいのだと思うからです。



参加スタッフ全員で反省点の討議も

データを記入した伝票はそのバイクに取付けられる



お客さまと一緒に不良箇所を詳しくチェック



チェックするためと、作業の洩れを防ぐ目的でやっています。伝票の記入時は、必ずお客さんを前にして、ご本人にも確認をしていた大きながら、必要なパーツ類や見積り価格を記入するという方法を取り、後のトラブルを防いでいるんです。

またこの他にも、事務所内にある修理チェック棚にメモがあり、「修理受付・部品発注」「整備中・部品待ち」「完成」の進行順に分けた3つの引き出しの中に分類され、店の人間なら誰でもお客さんからの問合せに答えられるように管理されているんです。

状況などがその場で確認できるこのシステムを見て、お客さんからは「すごいなア、進んでるね。なんて驚かれることもありませよ(笑)」、それから修理の最中も区切りの良いところで、お客さんに電話連絡を入れています。発注していたパーツが届きました」とか、何日頃に納車できそうです」というような内容のもですが、こうすることによって、待つ側も気持ちよく待つてくれるみたいですね」

必要パーツはドレステレホンでヤマハに発注



修理の進行状況をお客さまに電話で報告



作業進行に合わせて分類された引出し。上から「修理受付・部品発注」「整備中・部品待ち」「完成」と分かれ、お客さまの問い合わせには誰が受けてもわかるようになっている



### 緊急サービス以外は、すべて予約制

大谷吉一社長(SP上板橋/東京都板橋区)  
お客さまに満足してもらえぬ修理・整備こそ商売の基本——これがうちのモットー。設備の面でも、旋盤や各種溶接機器を含め、認証工場として必要なものはすべて揃えています。タイヤチェーンジャー、バランサーなどももう10年以上も前からうちでは設置。おそれる日本の二輪ショップでは最初か二番目の導入だと思えます。この設備の中で、2級、3級整備士各1名、計2名のサービススタッフが頑張ってくれているんです。

原則としてうちの技術サービスは、パンクなどのクイックサービスを除いてすべて予約制をとっています。その徹底ぶりは、例えば店頭での急ぎの修理依頼をお断りして予約のお客さまを優先することもあつた。

また、修理作業を進行中予算オーバーの可能性がでてきたときは、必ずお客さまに連絡をとり、必要性を納得していただいた上で作業を進めています。作業済のマシンは洗車したうえでお客さまに引き渡し、またその際必ず修理内容を詳しく説明、整備伝票には部品1点1点と工賃を明記してお渡しし、使えなくなったパッドなどの消耗品も必ず現物を見せたいたくようにしています。

### 「サービスカルテでキメ細かい対応

鈴木敏弘専務

(テクノカルショップ/ススキ商会/愛知県豊橋市)

現在、店は認証工場の資格を持っていますが、昭和58年の資格取得と同時に始めたのが、「サービスカルテ」と呼ぶ、パーソナルデータの収集です。このカルテには、サービスを受けた一台一台について、どこを修理したか、何kmで点検したかなどのデータを細かく収録してあります。前回の記録を見ることにより、整備に必要なデータをつかめるし、DMを送るときなども、お客さまのバイクの話を盛り込むことができますなど、活用の仕方は色々あります。

お客さまには、「自分のことを色いろと覚えてもらっている」と好評で、現在では250cc以上のスポーツバイクに乗るお客さまだけで、450名分ものストックができました。2年前から始めたサービスノートで作業もスムーズ!

今井広幸店長(鶴葉田モーターズ/名古屋市中)

3冊目となった「サービスノート」を使うようになったのは2年前からで、以前はバイクにつける修理カードで行なっていました。

修理・納車

明確な修理箇所と請求金額

「店の技術力が評価される修理ですが、先ほどふれたように、どこが悪かったのかを説明することが大切です。そして何を修理したのかを、受付けの時にバイクに付けた修理伝票と照らし合せてチェックをし、修理の追加項目があった場合も明確に判るようにしておきます。」

こうしておく、納車の際の会計でも、お客さんが納得してくれるのでスムーズです。そして、納車するときは必ず、ウェスを使ってバイクを磨き、気持ち良く受け取ってもらえるように心がけています。」

ザツと見ただけでも、かなり行き届いた技術サービスを展開されているように思います。が、これでも福井社長に言わせると「まだまだ

「スクーターのトラブルは、日常点検で発見できるものがほとんど」とか



だ」とか。お客さまの信頼を得るための努力には、これでよしというところは無いと思います。」

「技術力はあればあるほど良いことはもちろんですが、お客さんにしてみれば、あつて当り前の部分です。なにもうちだけがバイク屋じゃないわけですから、技術力に加えて、心のこもった接客が、他店との差別化の上では必要となってくるんです。」

ガソリンスタンドに入ってみると判りますが、少しのガソリンしか給油しないのに、オイルチェックはするしガラスも拭く、灰皿の掃除もしてくれて見送りまでしてくれる。客として見れば当然のサービスかも知れませんが、同じ小売業として見た場合、見習う点は数多くありますね。」

お客さまに対してはどこが悪かったのかどこをどう修理したかを詳しく説明



DMを使ってお客さまに点検時期が来たことを知らせ、ヤマハの技術講習会も積極的に活用してレベルアップを図る一方で、いかにしたらお客さまに満足を与えられるか、スタッフのみなさんが一丸となって取り組む「南福井サイクルセンター」さんの技術サービスです。」

タッグ状の修理伝票をもとに会計もきわめて明快



お仕事でスクーターに乗るお客さまには、もちろん迅速サービス



汚れて見えなくなったり、外れて紛失してしまつて作業状態がわからなくなるなどのトラブルがあったので、以来サービスの管理はこのノートで行なうことにしています。修理依頼を受けたと、まずお客さまの要望を書き込み、取り寄せ部品が必要ならその時すぐに発注をし、整備担当者に指示を出します。そして修理が終了すると担当者がサインをするといった具合で使っています。いつでも誰もが見られる所に置いてあるため、担当者以外でもお客さまからの問合せにすぐ答えられ、進行状況をチェックできるという利点があります。」

この他にも2台のトラックに無線を積んで迅速なサービス体制で技術サービスに臨んでいますが、なんといってもお客さまにとつてはこれで満足だ、という限界がないのがサービス。それだけにより良いサービスを目指して努力を続けていかなければと思っています。でもその基本にあるのは技術スタッフといえども、やはり接客態度ですね。」

技術を上げると共に商品知識を身につけ、忙しさに流されず、親切にお客さまに接して説明してあげることが大切。顧客には本体の顧客と、技術力に頼ってくるサービスの顧客があることを忘れてはいけないと思っています。即応体制で、フリーのお客さまに対応、辻繁夫社長（SP大阪北/大阪府豊麗川市）

技術サービスをメインにした商売。これでお客さまの信頼を集めておけば、結局は販売に結びつく。こう考えて頑張っています。で、この6月からうちも認証工場の仲間入り。それに準じる設備機器はすべて揃っていますが、そんな中で2級1名、3級1名を含めて3人のスタッフで毎日フル回転です。」

というのも、うちではクイックサービス、をモットーにしているから、実際修理依頼のお客さまは「すぐに直して欲しい」という方が半数以上なんです。チェーン、スプロケット関係やブレーキ関係、各種ワイヤ類、そして19インチや21インチを含めた各種タイヤなどの消耗品を最大限ストックし、クイックサービスを提供できる体制をとっています。」

といったも修理内容によってはマシンをお預りしなければならぬケースもある。そこでうちではRZ125、DT125など5台を代車として修理のお客さまに貸与。また、修理依頼の内容がエンジン関係であったとしても、例えばチェーン調整も実施してあげるとか、お客さまがなかなか気づかない部分にも目を配っています。」



# あんなお店、こんなお店

とてもやさやかで、ありふれた毎日だけど...

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。

## 浜松がなつかしい

寺島則次さん・22歳  
(ヤマハオートセンター高知店／高知市)

昨年の10月から高知に来ています。それまでは静岡県浜松市のお店にいたのですが、やはり市場が違い、セールの方法などで多少戸惑いました。こちらはお客さんの見る目が厳しいというか、今まで覚えてきた方法では通用しない部分もかなりありますね。ときどき浜松がなつかしくなります。

そんな毎日の中の楽しみは、なんととても愛車FZ750を駆ってのツーリングです。休日が火曜日なので、一人で行くか店のスタッフと行くことが多いのですが、四国の道もなかなか楽しいものです。みなさんも一度走り来ませんか。



## 「一緒に遊ぼう」

これがうちの台詞言葉です

志原すみひろさん・28歳  
(モトギヤラー・シハラ／福岡県久留米市)

ヤマハニュースに九州の記事が少ないのがちょっと残念ですが、毎号楽しく読ませてもらっています。

現在「6時間耐久・MGSカップエントロレース」を年2回、春と秋にトレールランド星野で主催し、この11月にはスクーターレースも開催しました。

お店に集まるユーザーがレースに出場する一方で、出場しないお客さまがレース運営の手伝いをしてくれるなど、みんな一緒にモータースポーツを楽しんでいます。

参加する楽しさを知り、楽しませる側のことを経験したお客さまたちなので、次から次へとバイクを使った遊びのアイデアが出てくるほどで、来年はバイク運動会をやってみたりなど思っています。そしていつまでも一緒に遊ぶことを忘れないお店でありたいと思っています。

## バイク好きの息子に

ちよっぴり期待しています

松本昌子さん・26歳  
(本町サイクル／大阪府堺市)

私には晋(すむむ)という1歳9か月になる息子がいます。店には従業員がいないので、兄夫婦と主人と私の4人で仕事をやっています。そんな関係で息子は私が育てているというよりも、4人に育てられているという感じなのですが、血筋でしょうか？馴れでしょうか？オートバイがとても好きで、エンジンの音にも驚きませんし、主人がパンクの修理をやっているときなど、見よう見真似で空気入れを持ってきてタイヤにあてたりするんですヨ。



主人としても私としても、元気に育ってくれば言うことはないのですが、後継ぎになつてくれるかな、なんて期待をしたりもします。ちよっぴり親バカかも知れませんが、店に来るお客さんなんかもとても可愛がつてくれて、それがキツカケで子育ての話になることもしばしば。色いろなことがありますが、息子の成長を楽しみに、とても充実した毎日を送らせていただいています。

## “無事これ名馬なり”を胸に

遊びの輪を広げていきます  
中川優一郎さん・37歳  
(バイクショップ中川／愛媛県新居浜市)

オープンして今日10月13日が、ちょうど15年目。スクーターからスポーツバイクまでコンスタントに販売し、お客さんも若い女性からビジネスに乗る方までバラエティに富んでいます(こんなことを言うときく売れているみたいですが……)。

そんな中でこれから力を入れていこうと思つているのは、バイクを使った遊びやスポーツの普及です。新居浜という場所は交通環境が整っていないため、通勤や生活の足として

実用でバイクを使う方が多く、どうしてもスポーツや遊びとは結びつかないようです。現在も店ではツーリング、トライアル、モトクロスとクラブがあり、毎週のようにイベントを開催し、盛んに活動してもらっています。遊びを通してバイクの魅力を理解してもらうためには、事故などあつてはなんにもなりませんので、「無事これ名馬なり」という言葉を胸にきざみ、ガンバツていきたいと思っています。またヤマハさんに対しても、レースのヤマハ、ヤマハのレース」というイメージを持っているのは私だけではないと思いますので、これからもレースに、そしてより良い商品開発にガンバツてください。

## モータースポーツを通して交通安全を

児玉清明さん・36歳  
(ゴマ自転車モーター／三重県員弁郡)

商売を始めて10年になりますが、最近のユーザーには、サッカーや野球と同じようにスポーツとしてバイクを楽しみたいという人が増えているようです。そこで近くに第一スポーツランドがあるので、そこを利用していただいて、モトクロス、トライアル、ミニバイクレース(スクーター、MP12)にお客さまを参加させて楽しんでもらっています。

また、自由な時間に身近なところでバイクを楽しみたい、遊びを発見したいというのが若い人の気持で、そこから本格的にライセンスを取りレース活動を行なう人へとユーザー層も広がっています。これからは、このスポーツ活動を交通安全活動へと広げていきたいと考えています。

## 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」編集部です



# イメージ戦略にみる ヤマハらしさ

ハイセンス——

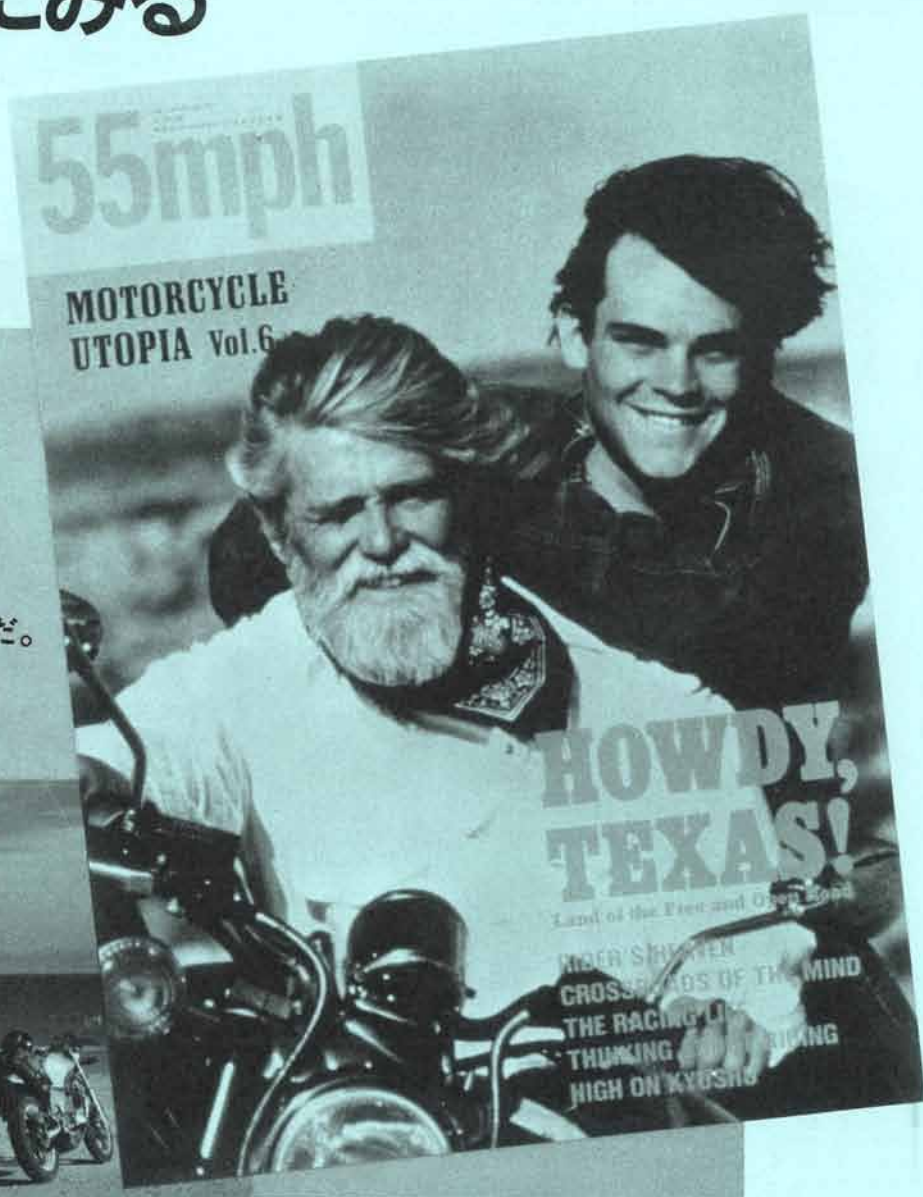
YAMAHAの6文字から

まっ先にそんな言葉が浮かぶ。

高品質な商品と、それを伝える

洗練されたイメージ戦略の

調和から生まれるヤマハらしさだ。



ヤマハといえば、「高品質」「ハイセンス」「都会的」といったイメージがすぐに浮かび上がってくる。それをヤマハらしさ、とすれば至極単純明快なのだが、このようなイメージが定着している背景にはさまざまな要因がある。企業そのもののイメージ、テレビや雑誌などのメディアを使う広告宣伝から生まれるイメージ、レース活動から生まれるイメージなど、それぞれがイメージとして個々に確立しておりながら、それぞれが複合したひとつの形としても確立している。一見、単純なようで、非常に複雑な要素を持つているのが「イメージ」である。

「ヤマハ」という企業のイメージとしては、一般にはモーターサイクルメーカーであると同時に楽器メーカーというイメージも少なからずある。もちろんそれぞれ別社会ではあるがひとつのヤマハグループとして一般の人びとにはとらえられているからである。楽器が持っている特有のクリーンなイメージは、モーターサイクルのヤマハにプラスになることはあってもマイナスとなっていない。

さらにヤマハは発動機としてヨットやボートなどのマリンスポーツのメーカーとしても業界の最前線で躍進している。マリンの世界といえば、明るい太陽とコバルトの海のイメージがある。それはあらゆる人々にとってヘルシーでもっともヒューマンなライフスタイルとして憧れの対象となっているものである。これもモーターサイクルのヤマハとしては、やはりプラスに作用するイメージのひとつといえよう。

このようにヤマハ・モーターサイクルをとり巻く企業イメージは十分に魅力的である。これをさらに助長しているのがテレビ、雑誌の広告、PR誌といったメディア部門のセンス



に溢れた活動だろう。  
たとえはPR誌に目を向けてみよう。ヤマハから一般ユーザー向けに出されているものといえば、年1回編集の「55 mph」、そして隔月刊の「WAY」の2冊。「55 mph」は今年のアメリカ特集を含めて計6回を数え、そ

のグレードの高さで好評を博している。内容的にはライディングやメカニズムなどの専門的な記事を折込みながらも、モーターサイクルとともに素敵なライフスタイルの人物にスポットを当てたり、歴史や文化についても触れるなど、専門誌にはみられない特色ある取

組みでファンを魅了している。

熟慮された企画と厳選された写真、そして卓越したデザイン・レイアウトによって、「55 mph」は「ハイセンスなヤマハ」イメージと巧みにオーバーラップしている。また、単なるイメージではなく、具体的な言葉として「55 mph」を中心に、「人間にいちばん近いのりものなんだ」を提唱し続けた。

これはひとえに、モーターサイクルを通じて、あらゆる人々に味わいのある人生を、というヤマハからのメッセージであった。

もうひとつのPR誌「WAY」はYESの会員にも配布されるもので、ハイセンスな中にも気さくで楽しい、読者からのメッセージも満載。

これらの2誌は単なる目先にとらわれることなく人間をテーマに作り続けていることから、まさにヤマハ・マインドそのものとしてとらえていい。一般ユーザーとこのような形で接点を持ち続けていることは、とりもなおさず「コミュニケーションを大切にしている」という企業イメージにも継がっている。

つまり、ハイセンスだが、とつきやすいそういうもの「55 mph」と「WAY」が発刊されてからこのイメージは不動のものとなっているのである。

### ■マス・メディアにみる ヤマハらしい展開

さて、テレビというメディアとしては強力な媒体を使ったヤマハ・イメージというのはいかがであろう。今年4月からスタートしたテレビ番組「ON&OFF」がまずその筆頭にあげられるが、好評を博している理由はモーターサイクルとマリンスポーツの両面にわたって、こだわりをさらりとスマートに演出する人々にスポットを当てているからである。また、テレビCMの点においては、明るさや楽しさの中にも品位を忘れていないことややはり「素敵なヤマハ」イメージに結びつくわけである。

これからますます増大するであろうテレビCMにおいては、ヤマハのCM戦略が他をリードすることは大いに予想できる。なぜならば「ハイセンス」都会的」といったイメージがすでに伝統としてひとり歩きをしており、いわば確固たる土台がすでに築かれているからだといっていだらう。

「カタログ」についてはいかがであろう。やはりこの分野においてもヤマハは他を1歩も2歩もリードしてきたといえる。昔からカタログ撮影のための独創的なアイデアが見られただけでなく、その仕上げ（デザイン）の入念さにおいても他に抜きん出ている。あの、「55 mph」を作ったヤマハのセンスが、ずっとその昔から、たとえばDT1やXS1の時代から存在していたことが、その証明である。

86年に入ってからカタログの表紙を見ればわかるように、そのモーターサイクルの全容姿ではなく、もつとも美しく見える部分であるとか、味わい深い部分をアップした処理が多くみられる。制作スタッフのモーターサイクルに対する思い入れの強さがこうして知らされると同時に、デザイン処理に対する自信の深さをもうかがい知ることが出来る。他にはできないこのような先進的なカタログ作りも、すでにヤマハのイメージとして、ユーザーの心にとっかかりと定着しつつあるようだ。以上のように一般ユーザーに向けての、ヤマハの確固たるイメージ作りは目を追うことに充実している。しかし、一般ユーザー向けだけでなく、試乗記事を毎月の誌面で賑やかにしている専門誌や一般誌に対する演出のうまさも、やはりヤマハのイメージ戦略として成功しているといえよう。

たとえばそれは、新車の記者発表の時である。会場そのものも時と場所を厳選してムード作りを徹底している。さらに開発担当者たちの解説や苦勞話なども、スマートにしかもわかりやすく伝わるようにリハールまで行なっているという真面目さである。もちろんビデオ上映やグラフィックを作った解説、音

響効果をも考えるなど、その真剣な態度に感動すら覚えるほど。ヤマハに対するイメージの良さは実はこんなところで支えられているのかもしれない。

そして、どんなに優れた技術でも、それをきちんとユーザーレベルにまで伝えてこそ真の技術であるといえる。ヤマハの技術力は、この意味においても高いといえよう。

## ■イメージづくりの根源には、つねにモーターサイクルが

企業イメージ、広告戦略など多方面にわたってヤマハについて分析してみたが、それらひとつひとつの要素をきちんと考えてみると、イメージというものが勝手にひとり歩きをしたのではない、ということに気づく。

やはり、作り上げられたモーターサイクルが企業イメージを左右するのである。ヤマハの歴史は、そもそもスリムで美しいYA1から始まった。何にでもいえることだが最初のイメージというのは大切である。YA1がデビュー早々に富士登山レースに圧勝し続く浅間山レースでも大活躍したことは、ヤマハの技術力の高さを証明でもあった。しかし、どんなに優秀なマシンであっても、外観がそうでなければ、やはり今とは異なったイメージとなっていたかもしれない。

YA1以降、ヤマハは軽量、スリム、コンパクトにこだわり続けた。そして塗装の良さもYA1からの伝統としてスタートした。

'68年登場のDT1にしてもそうだった。かつてない美しいカラリング、当時としては見たこともないスリムさ、そして軽さであった。70年代に入りますX S1がそのイメージに拍車をかけた。透きとおったカラーとスリムさのきわめつけ。X S1は650ccとは思えぬスリムさとコンパクトさで、ヤマハのイメージを決定づけた。

続くTX750では、スリムさをモーターサイクルの理念として考えることから、やはり2気筒がヤマハにとって必然であった。マ

ルチ化の波の中で、ヤマハは続くGX750でもあえて3気筒とした。

そして、ヤマハとしては初の4気筒であるXJシリーズを70年代後半に完成。XJ750にいたっては、スリムさとコンパクトさで他とはまったく異質のナナハンとして君臨。走りをおさめるためにXJでも、ヤマハはこんなコンセプトにこだわり続けた。

スリムでコンパクトという要素は、デザインを形成する上で無駄を排除することである。ヤマハのモーターサイクルが一貫してこの姿勢を保ち続けたことが、実は「洗練されている」とか「都会的」といったイメージに結びついたのである。

カタログや雑誌広告がどんなに美しい修飾語を並べても、モーターサイクルがみずから持っている力には及ばない。もちろん多くのユーザーから支持されるはずもないのである。つまり、イメージづくりにもみるヤマハらしさの根源は、やはりモーターサイクルそのものにあったということができよう。そして、洗練され、都会的となったモーターサイクルがマリンスポーツやリゾート地の美しいイメージとうまく結びついたのである。

近年のビッグヒットとなっているSRX400/600やTZR250については、モーターサイクル作りに1本のスジが通っているため、広告戦略にしてもまったくのブレが出ず、優れた商品であればあるほど広告展開はシンプルになるという好例を導き出すことができる。そしてそこから「ヤマハ」に対する好印象がイメージとして具体化するのである。イメージはひとり歩きはしない。実力と確かな理念を持ったところからしか、美しいものとして芽ばえないのである。

そしてもうひとつ、パワー競争が激化し始めた80年代へ突入の頃、ヤマハは広告キャンペーンとしてビューティフル・モーターサイクル・ワールドを長期にわたってうたい続けた。直接に売上げに貢献することよりも、ライダーたちが持っているモーターサイクルへの心のたかぶりを、お互いに共感し合うことの大

切さをこのコピーによって主張してきた。RZがRZ/Rになった時も、パワーよりも「操ることが快感だ」という主張を続けた。これらとともに確固たる主義・主張がなければできない上に、大変勇気のいることである。

ヤマハがモーターサイクルに賭けるそんな情熱と理念が、「美しく」、「洗練された」というイメージを育ててきたのである。そしてそれがヤマハらしさを語る上での重要なキーワードとなっているのである。(山本一成)





# 40年代とは質が違いますが、 使い捨て商品がポツポツ売れ出し ています。

## 岩田幸生氏 営業管理部長

●岩田幸生氏プロフィール  
昭和18年鳥取県米子市生まれ。早大卒、42年東急不動産入社、企画管理部門で東急ニュータウンの商品化やサンラインシステムの導入にあたり、人事、広報などを経て51年ハンズ事業開発室へ。企画の段階から東急ハンズを手付け、53年渋谷店オープンと共に東急ハンズへ出向。販売、総務、人事等を経て、59年総務部長、60年より営業管理部長となる。なお、同社で催すハンズ大賞は、国内、海外から質の高い手づくりの作品を集め、各界の注目を集めている。

平日で3万人、休日ともなれば6万人もの来店者があるという東急ハンズ渋谷店。若いカップルや、中・高校生、大学生のグループでいつもにぎわっています。中年や年配のお客様も多く、百貨店やファッションビルとは一味違った雰囲気です。また、いわゆる郊外型のホームセンターと共通な商品も多いのですが、そういった店とも違う客層のようです。

■思い切った品揃えと人員配置  
東急ハンズはプロショップなのか、デパートなのかって考えたんですけど、どうも一般の区分には納まらなくて、やっぱり「ハンズ」って言うしかないようですね。

東急ハンズ・渋谷店全景



「そうですね。それで私達はクリエイティブ・ライフ・ストアという風に自称しています。店始めるに当って、生活を豊かにするための道具、工具、素材、ホビー・クラフト、バラエティー（パーティ用品等）の5つの柱を立てました。この5つの柱にひっかかるもの全部、世の中にある品物全部集めてやろうって始めたんですよ（笑）ありとあらゆるネジを揃えてしまえという具合でね」

客としては大変ありがたいことです（笑）確かに、渋谷店ができた時は便利になった、というのが最初の感想でした。

「渋谷店は、昭和53年9月のオープンで、藤沢店、二子玉川店に次ぐ3番目の東急ハンズです。売場面積4433㎡、1300坪余りの大きな店で、しかも場所が渋谷でしよ、郊外のホームセンターのような品揃えではうまくない、それじゃあってことで藤沢店と二子玉川店を作ってみたわけです。実験と、我々の訓練も兼ねているので、思い切った品揃え、採算度外視の人員配置をやってみました」

ありとあらゆるネジを集められたんですね（笑）。人員と言われますと、その頃から専門知識の豊富な人が売場に立ってらしたんですか。

「そうですね。売場のまん中に工房をもつてきたりましてね。専門家の配置については、当初からの計画にあります。というのは、ハンズは町の金物屋、あるいは雑貨屋、電気屋などをかき集めて、総合化した店だからです。昔、町の電気屋や雑貨屋、おもちや屋のおや

じさんは、客と気楽に話しながら、コンサルティングよろしくやっていただけでしょ。あいう店を25〜30種集めたようなものですよ」

「その人々はどやどや採用されたんですか。」

「公募です。実にさまざまな知識・技能を持つ人が集まりまして、大工さん、通信技師、皮革工芸家など、売場ごとにプロがいます。園芸売場には東大の研究機関を退職した博士がいたりね（笑）。

募集の時に面白かったのは「制服を着なくてもいいというので来ました」という人が多かったこと。エプロンだけは統一してありますが、それ以外は自由、ということにしたのです。それが気に入ったって言うんですね。こんな気風の人が仕入れもするし、お客様の応対もする——なんととはなしに店の雰囲気がよくなったんじゃないかとも思います。」

■楽しさを感じさせる店づくり  
どこにもそんな店のない時代に、よく考えつかれましたね。

「素人ですから（笑）。渋谷店は東急不動産がビル用地として買収した土地なんです。それまでもビルにテナントを入れるという商売はやってましたが、ひとつ新しい事業をやろうということ、それなら住宅に関連するものとなつたんです。我々がファッションやファッションがありませんか（笑）。

当時渋谷店のあたりは何もない所でしてね、



夜はまっ暗でした。今でこそ若者向けの店がたくさんありますが、駅から遠いし、こんな人通りのない場所へそんな店を作ってお客様が来てくれるのか、まだ5年ぐらい早い商売じゃないのかなどという助言、忠告はあつたようです。東急百貨店というその道のプロがおりました（笑）。採算にのらないんじゃないかと言われておりましたが、東急不動産の社員10人ほどのチームで始めたことだし、自分たちが、こういう店があつたらいいなと思う店作りをしただけなんです。不動産で手がけてきた住



その道のプロによるアドバイスや実演はハンズならではのもの

宅、さらには暮らしに関係することですね、最初の発想は」

——小学生から大学生、もちろん私達も(笑) 見ているだけで楽しくなる店ですが、特に気を配っていらっしゃることはどういう点ですか。

「前にも言いましたが、ひとつは豊富な品揃えです。一年に一つしか売れないようなものでも置いてあります。100万円もする砥石とかね。もっと高いナイフもありますよ。ああいうものは、「ああ、こんなものまで置いてある」って、何となく嬉しいものでしょ、好きな人には(笑)。渋谷店で25万、30万アイテム、町田店は40万アイテムにもなります。

次に仕入れと販売を同じ人がやって正確な知識を持っているということ。商品の種類が多いし、工場の倉庫へ入りこんでひっぱり出ししたり、山奥へ行って見つけて来たりする仕入れがかなりありますから、とても一括仕入れなんてできません。しかし、これは販売する人のためには良いことです。それぞれが自分の商品をよく知っているのですからね」

——売り場の床の高さが互い違いなのも計画的なんでしょうか。なんとなく楽しい感じになりますけれども。

「いや、あれは結果オーライでして(笑)。この地形は両端の高低差が7、8mもあるの

で、仕方なくグルグル回りながら上がっていき、構造になっているのです。台車はまったく押せないし、人員は余分に配置しなくてはならないので、経営上は大変効率が悪いのですが、結果的にはまるでねらって設計したみたいになりました。階段を少し上るとそこにお祭り広場があり、またちよつと上ると別の広場があるという感じですね。

楽しさを感じさせる店づくり、フロアづくり、品ぞろえを努力目標にしていますので、ロスはあるものの、成功だったと思います」

——効率よりも演出ということですか。

「そうですね。あまり効率が悪くはないけれども(笑)。百貨店ですと1人平均のレジ単価が3000円にはなりません。ハンズは、選択の楽しみ、発見の喜び、創造の満足度をスローガンにやっておりますが、こういうことは手間ひまかかるんです。生産性が悪いんですね。しかし手間ひまかけないと面白さは出てこないです。こまごましたものを手間ひまかけて買ってもらおう。そういう商売なんです。その裏というか反対側に楽しさとか面白さがあるわけです」

### ■時代は変わっても基本は変わらず

——藤沢店オープンから10年ということですが、お客様の变化はありましたでしょうか。

「あります。私どもは『手の復権』をうたって店づくりをしましたし、店名も英語で手を意味するハンドの複数形にしているぐらいで、手で作ることに力を注いでいるわけですが、最近では自分の手で作る気分が薄くなっているように思います。

5、6年前までのクラフト売り場っていうと好きで好きでという人ばかりで、よくぞこんな道具を揃えてくれたと言われたのですが、最近はそのぐさになったと言いましょか、汗を流したがるかと言いましょか。それを証明するかのようには、ミニチュアの商



品揃えの豊富さが魅力、文具売場をのぞくとあらゆる種類のバインダーが揃っている。

品とか使い捨て商品がチラチラと人気商品になってるようですね。昔は使い捨てといえどライターとかね、それが今では道具だとかラジオだとかの使い捨て商品が出始めたんですよ。

これはハンズの発想から言うとなんてすよね。大量生産、大量消費のあの使い捨て時代の発想を否定して生まれて、10年きました。ところが10年たつて、かつての高度成長期ほどまではいかないけど、形を変えて使い捨て商品、それがミニニのもので、チラチラと登場し始めました。

ハンズはパーティ用品やバイク用品もあるが、そればかりではなく、物を作るためのものもある。そういった部分も若い人ばかりではないが、やはりヤングパワーが中心になってきた。20代の人々がクラフトを喜ぶという傾向があった。それがここへ来て、じっくりと本物を作るんだという人がどんどん広がるかというところ、どうやらそうじゃない。使い捨て商品を使う人がポツポツ出てきたということ、40年代とは質は違うようだが、ちよつと似てきたのではないかという気が、チラツとしています。

——ハンズは変わりますか。

「いや、そういう点は変わりません。使い捨て商品を買う世代は、どうやらパソコン、ファミコン世代ですが、パソコンなどに代わって、決して創造性がないわけではありませぬ。

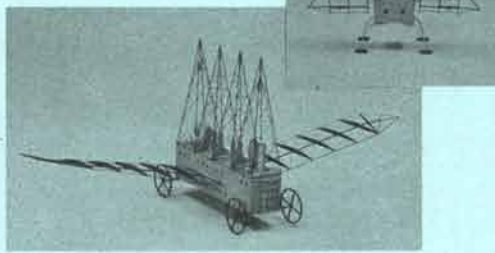
そういったものも含めて、より自然な素材に触れることは大切だと思います。ハンズも時代に合わせて変わるのは当然ですが、じゃあ、使い捨て時代だから使い捨て商品ばかりでいいかということにはならないと思います。『手の復権』とうたっているように、ハンズのコネクトに合った商品を扱っていかなくてはならないでしょう。そうでなくては、デパートと同じになります。ハンズらしさのない店なら、東急百貨店がやってればいいんですから(笑)」

——すると、今、大変評判になつてハンズ大賞も変わらずに……

「ええ、あれは大変な経費がかかっておりますが(笑)、それに直接の宣伝にもなりませんけれど、ああいう社会的イベントもついていることは価値があると思います。

年に1回のイベントですが、約2500点の応募があり、子供からお年寄りまでその野が広いのが特徴ですね。今までもそうですが、デザインや技術よりも、心にほのぼのと暖かく、なんとなくロマンを感じさせるものが賞をとっていくことでしょう。なんといってもハンズの精神は男のロマンですから(笑)」

学校単位の応募も多く、今や社会的な意味も持ちだしたハンズ大賞。(写真は昨年の大賞受賞作品) 夢と暖か味のある作品が選ばれている



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。

くちコミ起爆剤



10月発売の二輪専門誌のメイン記事は、何といっても87年輸出モデル。ヤマハFZR1000をはじめ、9月のIFM Aショーに発表されたニューモデル群が誌面を賑やかに飾っています。

もちろん、国内市販モデルについても各誌さまざま企画が組まれています。ここでは、チャンプ80とYZR250、そして87YZシリーズの記事をご紹介します。

まず、スクーター市場の話題の新品チャンプ80をとり上げた「モト・ライダー誌」は記事①

『今日からボク達、50キロboys仲間入り』というタイトルで、その高い運動性能を紹介。また、同誌はYZR250に関して②

『サービス精神に徹したボーイさん』という形容で、ユニークなコンセプトや仕上げ、特徴についてまで紹介しています。記事②一方

『早めのシフトアップがキメ手』記事③とは、YZR250のインプレッションを紹介した月刊『オートバイ』誌。同誌ではこの他YZR機種についての試乗記も紹介しています。

記事①

それではチャンプ80からチャームポイントをチェックしていこう。エンジンは79cc、7ps、50とのパワー差は1.2psだ。出力向上に伴い無段変速のVベルトをグレードアップ。さらに外気を導入してVベルトのポルテージを下げる強制空冷システムを採用。ちよつと迫力を感じる部分だ。車体関係では、セリアーニ・タイプのフロントフォークが目を引く。チャンプ50はフォークにブーツを履いているが80はナシ。こんなところでも識別は可能だ。前輪ドラム・ブレーキは80から95mmを径を拡大。サイズは変わらないものの前後タイヤも2PRが4PRに強化された。では乗ろう。アイドリング時の振動は50と比較すると、周波数が幾分大きくなったような印象を受ける。トルクンツルンツルンがズズズンズンに化した感じ。車の流れに乗る際の速さは125ccのミツヨに車に匹敵するくらいで、40キロあたりまでは一定のエンジン回転を保ちながら力強く加速していく。(中略)

アップダウンの激しいところや、信号の多い市街地などでの走りは、50の物足りなさに比べると比較にならないほどで、余裕さえ感じさせるパワフルな走りを見せる。(後略)

(月刊「モト・ライダー」11月号)

記事② 「困っちゃうんだよね、こういうのでこられると。ウチのツ

そんなセリフが聞こえてきそうなフォルムである。愛称すら持たないYZR250は、ひたすら遅い。タイ

ヤに深く被ったクローム・フェンダー、そしてフルチェーンケースが天候や過酷な労働をいとわぬ決意を如実に物語る。補助シートは10%ナット1個で外れ、するとそこにミカン箱大の積載スペースが現れる。フツ

ーのバイクの権化といった。大柄な車体にまたがると古典的なポジション。レーサーレプリカと違って興奮なんか全然しない。そういう人は変態である。燃料タンク両サイドのニードルリッパバーがノスタルジックな装飾品でないのに気付くだろう。ハンドルの幅、高さとも申し分なく、姿勢を正し両足を閉じれば、身体などの部分にも負担がない。とても安らかな気分。(中略)

リッター換算80・3psの4サイクル単気筒は、SR250の流れを汲む。ただし排気ポートは2つに増え、左右にマフラーを振り分けている。のどかな音質。下からトルクを発生し、5速・35km/hでもスムーズに加速に転じる。このポジションにしてこのエンジン特性。やはり4サイクルはいいと思う。

首都高で意外な発見をした。ポジションにムリがないから、コーナーリング中の安心感は絶大である。竜宮城へ向かう亀にまたがった浦島太郎のような、あのレーサーレプリカ特有のギクシャク感に対し優越感さえ覚える。(後略)

記事③

早めのシフトがキメ手(YZR250)さて、ニューYZといっても、またがった感じは86年マシンと変わりにない。しかし、走り出す時、中低速のトルクアップが大きく、半クラをつか

わなくても、つまりクラッチに気をとられずにスタートする事ができる。とにかくエンジンには全体にトルクがふとつて、低速から高速まで、なんのストレスもなく回りこんでいく。ただ、どんどん回っていくので、早め早めのシフトアップをしていくのがコツで...

また、フロントに採用されたバリアブルダンパーの動きは非常に良いが、初心者やノービスライダーなどは、しばらくダンパーの慣らしが必要だと思う。それだけ強力という事も言え、85モデルより、3秒は速く走れる。

スムーズに、より速く(YZR250)250と同じく、エンジンは全体になめらかなエンジンになり、しかも低速からトルクがアップし、つながりの良くなったミッションとあわせて、コースの状態を選ばないユーザーリティさを持っている。

足回りはガッチリとした感じが、動きのなかに感じられ、しかも、ジャンプをしてみると、いままでのマシンに比べ、低く飛ぶようになり、より戦術的な走りが可能になった。(吉原朋正「月刊「オートバイ」11月号」)

Motorcyclist Best Bike Riders Club オートバイロードライダー Riding Sport The Bike Goggle モーターサイクルマガジン

MOTOR CYCLIST Mr. Bike CYCLE SOUNDS CYCLE WORLD MOTORAD Cycle

情報スクランブル

おもしろい販売店さんのための情報ファンテナ

BOOKS

●マンガで覚えるライティング・テク  
『コミック／全開／オフロード』  
『コミック／ウィリー／松浦の  
バイクスーパーテクニク』

理論や技術解説が必要となるノウハウ本の欠点といえば、どうしても教科書的でカタクなりがちなこと。走りたい気持ちが先行しているバイクフリークにとっては、いくらテクニクの解説書といっても、やはりあの難解な文章を読むのはつらいものです。そこで、そんな煩わしさを一掃しようと、読んで楽しいマンガのノウハウ本が登場しました。今までの図解ものとは違い、ストーリーを楽しみながら、本格的なライティングを学ぶことのできる、肩のこらない手引き書です。



CBSソニー出版／¥680 (他にコミック／バイク免許入門、コミック／ナナン免許入門があります)  
●女性の時代を生き抜くために  
『女がわからないで  
メシが食えるか』

女性関連の業種だけでなく、今やどんな業界にあっても、女性を無視してはやっていけないというのは常識です。もちろん、我が二輪業界でも奥さまの店頭での活躍をはじめ、近年の女性ライダーの急増など、女性を無視してのこの商売は考えられなくなっています。そこでこの一冊。『微笑』や『新鮮』など数多くの女性誌の編集を手がけてきた著者が、女性心理のつかみ方や女性の購買行動などを詳細に楽しく解説しています。桜井秀勲著 サンマーク出版／¥1000

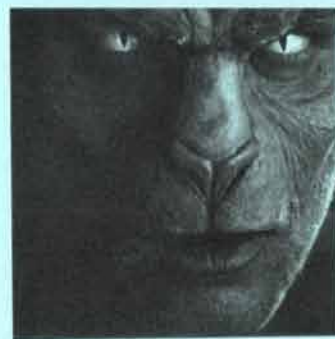


WAVE MUSIC SENSOR

つい先日春向きのBGMをご紹介したと思ったら、今はもう冬目前。まったく四季の移り変りは早いものですが、こんな風土だからこそ、店頭にも変化があってお客さまも飽きずに足を運んでくれるのでしよう。今月は冷えきった身体を芯から暖めてくれる、ロックミュージックのご紹介。情報提供はお馴染み東京・六本木「WAVE」です。

●筋金入りのロックンロール  
『EYE OF THE ZOMBIE』  
(アイ・オブ・ザ・ゾンビー)

昨年、センターフィールドのヒットで返り咲いた元CCRのリーダー、ジョン・フォガティのニューアルバムです。ストレートなサウンドをベースに、シンセサイザーで味付けしたゴキゲンなロックンロールが聞きものです。



●爆発ハードロック  
『FAME AND FORTUNE』  
(フェイム・アンド・フォーチュン)

ハードロックの大御所、バットカバンパニーのアルバムです。ポーカーのポール・ロジャースがいらないのはちょっと淋しい気もしますが、シブ目のロックサウンドは健在です。



COMMODITY

●気分全開アメリカン

『タミヤ 1/12オートバイシリーズ・ヤマハビラーゴとツーリングライダー』



精密さが売り物の田宮模型から、ヤマハXV1000ビラーゴとイジーライダーもビックリのヒゲづらライダーがセットで発売されました。リアルなライダーはもちろん、ハイウェイベグやリヤシートの荷物までセットになった、アメリカンムードいっぱいスケレ・プラモです。 株式会社田宮模型／¥1400

●使いやすいの変わらない石鹸  
『シャボンドシルキー』

小さくなるにつれてなんとなく泡立ちが悪く、汚れも落ちにくくなるような気がして、なかなか最後まで使い切れないのが石鹸。そこで考えられたのがこの、シャボンドシルキー。通常の固形石鹸と同じ大きさのプラスチック容器に液体石鹸を入れ

ることにより、今までの固形石鹸の欠点をすべてカバーしました。もちろん洗浄力は抜群で、手を保護する効果もあります。

問合せ…安田バイオ化学研究所  
03(853)3101／¥360



## 主催者として、講師として—— ライセンス講習会に積極的な参画を!

モータースポーツの底辺拡大のための活動を通じてスポーツバイク市場の健全な基盤づくりを推進しようと、今春からスタートした日本モーターサイクル協会(MFJ)の新活動。二輪業界あけてのこの活動を、その中心となる販売店のみなさまにしっかりとご理解いただくためのコーナーです。

4回目の今回は、先月ご紹介した「Bライセンス制度」を、販売店さんの活動にどうとり込んでいくかについて、ご説明しましょう。



- Q 年少者や免許未取得者に対してもモータースポーツへの門戸を開いた「Bライセンス」制度については先月の、このコーナーで理解できたが、二輪販売店としてこれをどのように日常の活動の中にとり入れていくのか?
- A 9才〜15才の年少者、また16才以上の免許未取得者いずれの場合も、Bライセンスの取得の際に講習会の受講が必要なことは、前回のこのコーナーでご説明したとおりです。このBライセンスシステムの本来の主旨が、現行の運転免許制度を尊重しながらも、免許年齢以前の年少者にもモーターサイクルスポーツに参加させ交通安全の基礎教育に役立てようというところにあるわけですから、この「Bライセンス講習会」の社会的な重要性もおのずとご理解いただけるでしょう。そして二輪販売店のみなさんに、まず積極的にこの活動をとり入れていただく第1の方法は、このBライセンス講習会的主催者として開催に当たっていただくことです。
- Q しかし、講習会はどこ販売店でも開催してよい、というものはないと思うが?
- A ええ、販売店さんでBライセンス講習会を開催するためには、お店(クラブ)が主催者公認クラブとして認められているかMFJスポーツ協力店に加入していることが必要です。そしてこの主催者公認クラブとなるためには——
- ① MFJ公認クラブとしてモーターサイクルを通じてクラブ活動を行ない、かつ公認および承認競技会(行事)を行なうこと

を目的としている。

- ② 所属会員のうちMFJ競技者ライセンスおよび競技役員ライセンス所持者が10名以上いる。
- ③ 主催者公認クラブとしてMFJおよび県協会に登録していること。——などの条件が必要となります。
- Q 資格があって、実際にBライセンス講習会を開きたいときには、どうすればよいのか?
- A 所定の用紙で開催希望日の2ヵ月前までに県協会に講習会・行事承認申請書を提出します。申請料金は1講習会につき3000円。これには主催者賠償責任保険料も含まれています。申請された講習会は、県協会が県内の日程調整がされ、その後MFJスポーツ委員会で審査されて公認許可されたものが、MFJ承認行事として開催されることになるわけです。
- ### 講師として指導にあたるには
- Q 講習会の開催といっても1店では無理が多いのではないかと?
- A もちろん地域のMFJスポーツ協力店さんが合同で開催する、あるいは県協会が開催するBライセンス講習会に受講希望者を動員する方がより手軽だといえるでしょう。逆により積極的な方法でBライセンス講習会に参画するためには、講師として活躍することも可能です。
- Q 講師としての資格や条件は。
- A MFJの講師は、1級から3級までに区別

されています。このうち1級講師は、講師養成のための講習などすべての講習会の総括責任者となることことができる。また2級講師はライダーの養成を対象とする講習会の統括責任者となることことができる。さらに3級講師は各種講習会のアシスタントとして従事できる——ことになっています。このうち1級と2級講師の資格認定はMFJが行ない、3級講師については県協会が認定することになっています。

- Q 例えば3級講師のライセンスを得るためにはどんな資格が必要なのか?
- A 3級講師は、年齢が18才以上であること。現にMFJ2級以上の競技役員ライセンスまたは国際B級以上の競技ライセンスを受けていること。その競技の経験が2年以上あること。県協会主催の3級講師講習会を修了していること。県協会の審査に合格していること——などが条件となっています。

みずからすすんでBライセンス講習会を開催する、講師として直接年少者や免許未取得者のBライセンス取得の指導に当る、あるいはお店のお客さまを地域のBライセンス講習会に案内する——など形式のいかんにかかわらず、Bライセンスの取得によるお客さまのバイクライフ拡大のサポートは、そのまま店のスポーツ需要の拡大に直結するものであることはいうまでもありません。どうぞお店でも、このMFJ・Bライセンス講習会の開催に、積極的にご参加ください。



YAMAHA OSAKA CUP 通信

スタートまで  
あと5か月

①



## Melbourne/Osaka Double-Handed Yacht Race 1987 YAMAHA OSAKA CUP

大阪港の開港 120 年を記念して  
世界初の太平洋縦断ヨットレース  
"メルボルン/大阪ダブルハンド  
ヨットレース1987."が、来年3月  
21日にスタートします。

姉妹都市メルボルン→大阪間・  
約 10200 km (約5500海里)をわずが  
2人乗りのヨットで走破するこの  
国際的なヨットレースを、ヤマハ  
ではタイトルスポンサーとなって  
全面的にバックアップしています。

これはもちろん、国際的な視野  
に立って世界中の人びとにその商  
品を通じて豊かさや喜びを提供し  
ているヤマハの企業活動の一環です。

このコーナーではこれから毎月、  
YAMAHA OSAKA CUPに関するさ

まざまな情報を販売店のみなさま  
にお届けしてまいります。人と海  
がつくりあげる壮大なドラマ"YA-  
MAHA OSAKA CUP。をさまざま  
なかたちで、お店のお客さまにも  
ご紹介ください。

YAMAHA OSAKA CUPのシンボ  
ルマークは、日本とオーストラリア  
で同時に公募され、応募931点の中  
から選ばれたもの。大阪府吹田市の  
木根博文氏の作品で、"陽出ずる国、  
日本へ、メルボルンから赤道を越  
えての太平洋縦断ヨットレースの  
壮大なロマンをダイナミックに表  
現しています。



世界GPロードレース2クラス制  
覇をはじめとする'86年ヤマハレー  
ス活動のはなばなしい成果をより多  
くの人にアピールしよう、と10月6日  
から15日までの10日間、東京・池袋  
の西武百貨店・池袋店において、'86  
ヤマハ・チャンピオンフェスティ  
バル'が開かれました。

YZR500/250などチャン  
ピオンマシンの展示、ヤマハ、マ  
ルボロ、ラッキーストライクなど各  
コーナーでの関連グッズの即売が行  
なわれ連日大きなにぎわいを見せて  
いました。

中でも第1日の10月6日には、T  
BCビッグロードレースを終えたば  
かりのE・ローソン、平忠彦、R・

## ロードレース人気最高潮 '86ヤマハ・チャンピオンフェスティバル開催



マモラ、M・ポールドウィンにK・  
ロバーツ監督も来場。写真のように  
会場をびっしりと埋めつくしたファ  
ンの熱心な質問に答えていました。

約2時間にわたって行なわれたヤマハGPライ  
ダーとの交歓会は、ごらんの通りの大盛況

## 全国各地で大盛況！ スクーター&MP12レース

YSR50の登場によってスタートしたMP12レースが赤丸急上昇の人気を呼んでいます。これと合わせて昨年来のスクーターレースブームも一層の盛り上がりを見せ、全国各地でスクーター&MP12が一体となった、にぎやかなシリーズ戦が展開されています。

**回を追ってエントリーも急増！YESSS東京・MP12耐久レース**

〔ヤマハ東京機〕まず東京では、茨城県の筑波サーキット内特設コースを会場に、YESSS東京・MP12耐



久チャンピオンレース。シリーズを開催。S50（ノーマル）、S80（ノーマル）S50レディススプリント、S50（一部改造）、スクータースプリントの各クラスに熱戦をくりひろげています。

この秋から開始されたシリーズ戦は、9月27日の第1戦に135台、10月19日の第2戦には230台と回を追うことに参加者も増えて大盛況はやくもお客さまの間では、11月15日の第3戦が話題を呼んでいます。

**岡山ではテレビ中継もあるスクーター耐久レース**

〔ヤマハ中国機岡山支店〕一方岡山県のYESSS店会では、スクーターやMP12による50分耐久レースを年間4戦のシリーズで開催し、筑波に負けず劣らずの人気を集めています。

レースは、C1（4馬力以下）、C2（4・1馬力以上）、S（YSR50）B（アンダーボーン）、レディスの全



5クラス。9月21日に行なわれた第3戦には、188台のエントリーを集め、熱戦の様子が西日本放送を通じてTV中継されるといふもありあがりぶりです。

そして、このシリーズ戦のもうひとつの人気は、会場が岡山市街からクルマで15分たらずの市街地にある岡山日赤病院横の大駐車場であること。おかげで一般の人たちの観戦も多く、名物行事としてすっかり定着しています。なお、このシリーズも11月23日に、シリーズ最終戦が予定されています。

### YESSSイベント

**スタッフの協力で運営もスムーズ沖縄**

〔沖縄ヤマハ機〕寒さ知らずの南国沖縄でも、6店のYESSSショップさんの協賛のもとYESSS沖縄事務局がYESSSチャンピオンシップ・

ミニロードレース。を開催しています。10月5日からスタートしたこのシリーズは、12月28日までに5戦を予定、いずれも沖縄本島南部、糸満市のロッテリア糸満店駐車場で行なわれるものです。

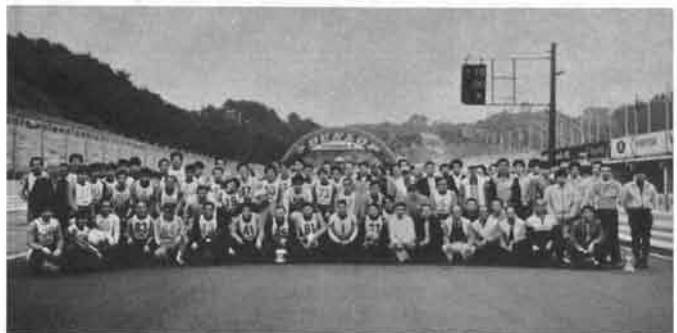
シリーズ開幕戦となった10月5日には、S1、SII、MP12、MP12改造の5クラスに50台が参加、各クラスに熱のこもったデッドヒートをくりひろげましたが、そうしたレース内容にも増して、レースを運営するYESSSショップさんと、参加したYESSSスタッフみなさんの協力によるスムーズなレース運営が人気を集めていました。



## バイク大好き！ 特約店セールスチーム研修会ひらく

〔ヤマハ東京機〕ヤマハ東京機ではこの夏から社をあげて、バイク大好き運動。がくりひろげられています。10月15、16の両日には、機高橋商店（機第一自動車、安原モーターズ、横田自動車販売機、鈴木モーターズ（機）、飯田モーターズ（機）と管内の特約店6社からセールススタッフ72名がスポーツランドSUGOに集合して、バイク大好き、特約店セールスチーム研修会。を開催しました。

1日目は、講師を招いてのマーケティング研修会やグループ・ディスカッション。2日目はガラリと雰囲気を変えてロードコースで早朝から体験走行会（スクーター、250cc400cc）やビデオや座学も含むYRSサーキットランを開催。参加者全員が1人の「ライダー」に戻って、思う存分バイクを楽しみました。



# ミニバイク・ゲーム・マス釣り、 バーベキューパーティーに、 秋の一日を満喫

「ヤマハ東京練城北園」秋のツーリングシーズンもたけなわですが、東京中野区の、YOU・SHOPモトウィンド、さん（小泉和夫社長）でもさる10月12日、お客さま約70名を集め、山梨県大月市郊外は真木川までの「バーベキューツーリング」を開催しました。

スポーツバイクのお客さまも、ファミリーやスクーターのお客さまも

一緒になって楽しんでいただくというこの催しは、春と秋の年2度開催され、もう15年も前からお店の恒例行事として定着しているもの。

この日は、河原でのマス釣りやミニバイクでのゲームを楽しみながら、バーベキューやト汁を囲むというのどかなメニューに、参加されたみなさん全員が秋の一日を満喫していました。

スポーツバイクのお客さまも、日はのんびりとマス釣りを満喫



家族づれのお客さまを中心に70名が参加した「モトウィンド」さんのバーベキューツーリング

## 第2回奈良 モーターフェア開催



「ヤマハ関西西條奈良園」昨年から奈良県では「バイ奈良運動」を開催、県内での消費活動の促進に取組んでいます。このキャンペーンの一環として行なわれている「奈良モーターフェア」が、大げいの人びとの人気を呼んでいます。

第2回目に当たる今年も、10月

3日から3日間、奈良県営競輪場の1500台収容可能という大駐車場に15ディーラーが参加して行なわれ、3日間でのべ2万9千人が来場しましたが、ここでもTZR250、YSR50などのスポーツやエクセルなどのスクーターにいつまでも人垣ができていました。

# 今シーズンもご声援よろしく!

## 第22回日本サッカーリーグ開幕

第22回日本サッカーリーグ・1部リーグが10月26日より開幕しました。昨シーズンは前半台風の眼となつてリーグを盛りあげながらも、終盤は不運がつづき結局6位に終わったヤマハですが、今年はベテラン、中堅、新人が理想的にバランスし、来年中旬までのロングリーグを戦いぬ

く戦力アップがはかられています。8月下旬の1週間にわたる韓国遠征でも、プロの金星チームなど強豪相手に1勝1敗1分けの好成績を収めるなど仕上がりが順調。日本リーグ初制覇をめざすヤマハ・イレブンに熱いご声援を。

### 第22回日本サッカーリーグ日程表

節	月	日	曜	対戦相手	会 場	KICK OFF
1	10	26	日	三 菱	国 立	14:00
2	11	2	日	読 売	川 崎	15:00
3	11	9	日	日 産	東 山	14:00
4	11	16	日	マツダ	広 島	14:00
5	11	24	月	本 田	国 立	14:00
6	11	30	日	日本鋼管	東 山	14:00
7	62	2/1	日	古 河	習 志 野	14:00
8	2	8	日	フジタ	草 薙	14:00
9	2	15	日	日立	東 山	14:00
10	2	21	土	松下電器	神戸中央	14:30
11	3	1	日	ヤンマー	東 山	14:00
12	3	8	日	三 菱	西ヶ丘	14:00
13	3	15	日	読 売	国 立	14:00
14	3	21	土	日 産	国 立	14:30
15	3	29	日	マツダ	東 山	14:00
16	4	5	日	本 田	未 定	未 定
17	4	12	日	日本鋼管	未 定	未 定
18	4	18	土	古 河	未 定	未 定
19	4	26	日	フジタ	未 定	未 定
20	5	3	日	日立	未 定	未 定
21	5	10	日	松下電器	未 定	未 定
22	5	17	日	ヤンマー	未 定	未 定

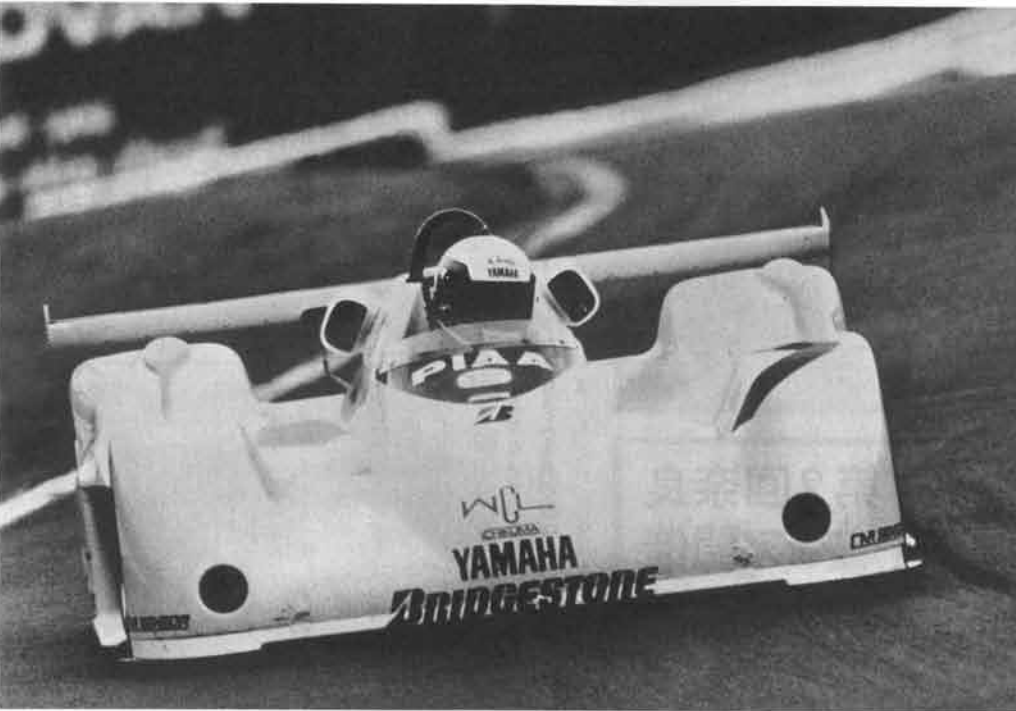
## ヤマハセイルボード 3クラス6タイプ 新発売



ヤングやギャルの人気を集める新感覚のマリンスポーツ・ボードセーリング。いよいよこの11月から、海のヤマハ初のセイルボードが新発売されます。

いま愛好者の注目をあびて登場するのは、プロレーサー向けの最高級タイプ、3〜4年の経験を持つ

ベテラン向けの高級タイプまた初心者から中級者向けの普及タイプの3クラス・6タイプ。同時にヤマハの長年にわたるマリンスポーツ商品の開発・生産・販売実績を生かしてボードセーリング教室やリースイベントなど、さまざまな普及活動の展開も予定されています。



## ■'86富士グランチャンピオンシリーズ G・リース／ヤマハOX66 '86富士GCチャンピオン、 松本も2位!

ヤマハOX66エンジン搭載マシンの大活躍でもりあがった'86富士グランチャンピオンシリーズは、10月19日のマスターズスピードレースで最終戦を迎えた。

過去3戦同様、この日も予選最高タイムはG・リース。1分18秒370のコースレコードでシリーズ全戦ポールポジション獲得の快挙を達成。予選上位6位までをOX66勢が独占。



しかも4位までがコースレコードという記録ラッシュの中でスタートした決勝レースでは、G・リースがスタートから快調にリード。45周レースの中盤で天候が急変したもののスリックからレインへ冷静なタイヤチェンジで確実に走り、今季2勝目をマーク。一方、同じくヤマハOX66エンジン搭載の松本恵二は、2位入賞ならシリーズチャンピオンの好位置につけていたもののこのレース結局3位に終り、わずかに2ポイント差でリースにチャンピオンを譲ってしまった。

こうしてヤマハOX66は、開発ドライバーG・リースみずから手で初のチャンピオンエンジンに輝いたがリース自身もまた富士GCシリーズ初の外人チャンピオとなった。

### ■最終戦順位

- ① G・リース マーチ85 J ヤマハ
- ② 高橋健二 マーチ85 J ヤマハ
- ③ 松本恵二 マーチ86 J ヤマハ
- ④ 中子 修 マーチ84 2 B M W
- シリーズ・ランキング
- ① G・リース マーチ85 J ヤマハ
- ② 松本恵二 マーチ86 J ヤマハ
- ③ 中子 修 マーチ84 2 B M W
- ④ 星野一義 マーチ85 J B M W
- ⑤ 和田孝夫 マーチ85 J ヤマハ
- ⑥ 高橋国光 マーチ84 2 B M W

## '86全日本選手権シリーズ第10戦、 第23回モトクロス日本グランプリ大会

## 川崎智之、YZ125で '86ランキング2位に

'86全日本選手権モトクロスシリーズの最後を飾る第23回モトクロス日本グランプリ大会が、10月11、12日の両日、三重県の鈴鹿サーキットに26000人の観衆を集めて開催された。

アメリカと中華人民共和国から9人のライダーも参加して行なわれたこのグランプリ、注目の国際A級125ccクラスでは、先の第8戦・近畿大会で'87YZ125でデビュー戦バフエクトウインをやったのけたA級1年生の川崎智之が、この日も確実に走ってヒート6位、2ヒート4位。結局シリーズポイントでも253点を獲得し、みごとランキング2位に輝いた。

一方、国際A級250ccクラスでは注目の光安鉄美とYZM250にアンラッキーなアクシデントが重なり無念のノーポイント。シリーズ前半の健闘にもかかわらずランキング3位となった。



A級1年生で堂々ランキング2位に入った川崎智之とYZ125

## ■富士インターナショナルロードレース スーパープリント'86 FISCCOに観衆7万2千人

9月の日本グランプリ、10月のTBCビッグロードレースと並んで、この秋ロードレースファンのお話を集めた富士インターナショナルロードレース・スーパープリント'86。フィスコでのMFJ公認レースとしては実に19年ぶりというこのレースには、R・マモラ、M・ポールドウイン、C・ラバード、平忠彦をはじめ世界のトップライダーが大挙出場。決勝の9月21日は、あいにく小雨模様になり立ちこめるという天候



## '86ポルドー24時間レース C・サロン組/YZF750、 2位入賞!



今年50回目を迎えたポルドー24時間レースは、9月20日から21日にかけてフランス・ポルリカールサーキットに8万人の観衆を集めて行なわれた。快晴、絶好のコンディションの中YZF750を駆るC・サロン、J・コルヌ、R・ユービン組は平均156・2km/hというハイペースで24時間に638周を走破、堂々の2位入賞を果たした。このレースでは、またクリスチャン・サロンと弟のドミニク・サロンの兄弟対決が人気を呼んだが、2周の差で弟のドミニク・サロンが優勝をさらっている。

## '86カナダ・ナショナルモトクロスで YZコンビ、全4クラスの1・2位を独占!

カナダの'86モトクロス選手権シリーズは、125cc、250cc、500cc、スーパークロスの4クラスにわたって行なわれたが、なんとYMC A (ヤマハ・モーター・カナダ) から出場のロス・ビーターソンが、ヤマハYZで全クラスのタイトルを独占。しかもチームメイトのアラン・ディックも全クラス2位とあってときならぬ、YZ旋風が、カナダのモトクロスファンの人気を独占している。なんと、今シーズンのビーターソンの1位は、28レースにもほってている。



## '86ジャパンカート・グランプリ 盛大に、華やかに10周年記念大会開催

レーシングカートのメインイベント、ジャパンカート・グランプリが10月17日から19日までの3日間、スポーツランドSUGO・カートコースで開催された。

'77年の第1回大会からちょうど10年目。第3回からは、グランプリの名を冠して行なわれるのが国内唯一のインターナショナルイベントとして人気を集めている。

記念すべき第10回大会となった今年は、イタリアから3人、イギリスとスイスから各一人の世界を代表するトップカーターも出場、わが国トップカーターとの間に白熱の好バトルを展開した。

またこの日は、メインレース、GP以外にも'86JAF全日本シリーズのA I、A II最終戦、またA S、S S、ストック、Sストック、レデイスのS L全国大会も行なわれ、ま

さにS Lカーターから世界のトップドライバーまで一堂に集めたカーの一大祭典の趣。記念式典でも、10年連続出場ドライバー、オフィシャル、スポンサーの表彰。またヤマハスノーモビルエンジン搭載の340cc、フォーミュラクラブ、マシンによるアトラクションなども行なわれ、つめかけた観衆の人気を集めていた。

### 11月のレーシング・カレンダー

- 11月2日 ◆全日本トライアル(日本GP・神奈川)
- 11月16日 ◆JAF・F2鈴鹿GP・鈴鹿
- 11月16日 ▼インターナショナルTTFオーミニアラ・鈴鹿
- 11月23日 ◆多摩テックオールスタートトライアル・多摩テック
- 11月30日 ◆ジャパンスーパーバークロス・後楽園

## ■全日本選手権トライアルシリーズ 伊藤十十YZF250R、2位をキープ

息づまる接戦がつづくトライアルの全日本選手権シリーズは、10月5



日の愛知県旭高原特設会場で第8戦、つづく10月19日の兵庫県川辺郡猪名川町の第9戦で終盤の2戦を終了、いよいよ11月2日の最終戦・日本グランプリを残すのみとなった。

TY250Rでタイトル争いの一角を占めて健闘する伊藤敦志は、第8戦で3位に喰い込んだものの、第9戦は痛恨のタイムオーバーによる失格・ノーポイントに終わった。しかしランキングでは、137点依然2位をキープしている。

て迎えたが、それでもファンは早朝から長蛇の列を作り、会場は7万2千の観衆で膨れ上がった。  
GP250cc、GP500ccの両クラスで各2ヒート、全4レースの決勝レースは、天候のためラップを短縮して行なわれたが、250cc第1ヒートではA級一年生でTZ250に乗る本間利彦選手が、同第2ヒートでは世界チャンピオンC・ラバードが、そして

500cc第1ヒートでもR・マモラが、それぞれトップでチェッカーを受け、全4レース中3レースをヤマハパワーが制覇、大観衆の話題を集めていた。



●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、販売会社のサービス課(サービス)、普及課(セフティ/モータースポーツ)、部品営業課(パーツ)までお問合わせください。

## 平選手をいつも身近に！'87年世界GPカレンダー・ノート・タダヒコ・タイヤ完成

「世界のタイラ」平忠彦選手の'86年世界GPでのさまざまなシーンを盛り込んだ、'87年度カレンダー・ノートが完成しました。

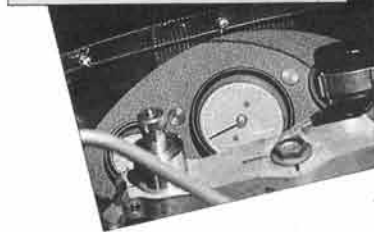
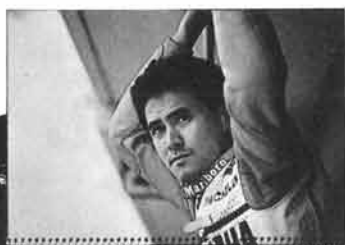
豪華なスケッチブックスタイルB4版、46ページからなるこのカレンダー・ノートには、平選手のレース写真、パーソナルデータ、'87年レーススケジュールなども盛り込まれ、普通のカレンダーとしてはかりでなく、ノートやダイアリーとしての携帯利用もできるのが

特徴となっています。

10部1セット・定価8000円で、現在ご予約を受けております。レースファンのお客さまやYESSスタッフのみなさまに、どうぞご案内ください。

(カレンダー・ノートデータ)

●サイズ・B4サイズ(縦25・7cm×横36・4cm) ●ページ数・カレンダー部・13枚、26ページ。メモ部・8枚・16ページ ●表紙・厚紙 ●製本・スパイラル加工



来店促進にご活用ください！  
'87年版55mmPhカレンダー&ダイアリー完成

## SERVICE

### お店の点検整備の省力化にご活用ください『定期点検整備マニュアル』

販売店のみならずの定期点検業務をより円滑に推進していただくために、新たに定期点検整備マニュアルを作成いたしました。

これは「定期点検を要領よく、省力化して行なう方法はないか?」「点検整備記録簿の記入はどうすればよいのか?」といった販売店の方々の疑問にお応えするもので

①点検整備の方法 ②定期点検整備記録簿の記入要領、③定期点検整備に必要な機器などを、実作業場面の写真をもり込んで詳細にわかりやすく解説したものです。お店でもぜひ

ご活用ください。

▼定期点検整備マニュアル(1226cc以上) TSO-28197-00 注文No.321083

▼定期点検整備マニュアル(1255cc以下) TVY-28197-00 注文No.321084 標準価格5000円

なお、126cc以上用は11月上旬、125cc以下用は11月下旬完成予定です。詳しくは最寄りのヤマハ特約店・販売会社のサービス課宛お問合わせください。

## SAFETY

### 「トライカーナ」で、楽しみながらテクニク・アップ

「トライカーナ」オートバイジャーナリスト・万沢康夫氏を会長とする二輪車安全振興会の考案によるこの新しい「二輪車操縦技能評価規程」が、各地で人気を集めています。



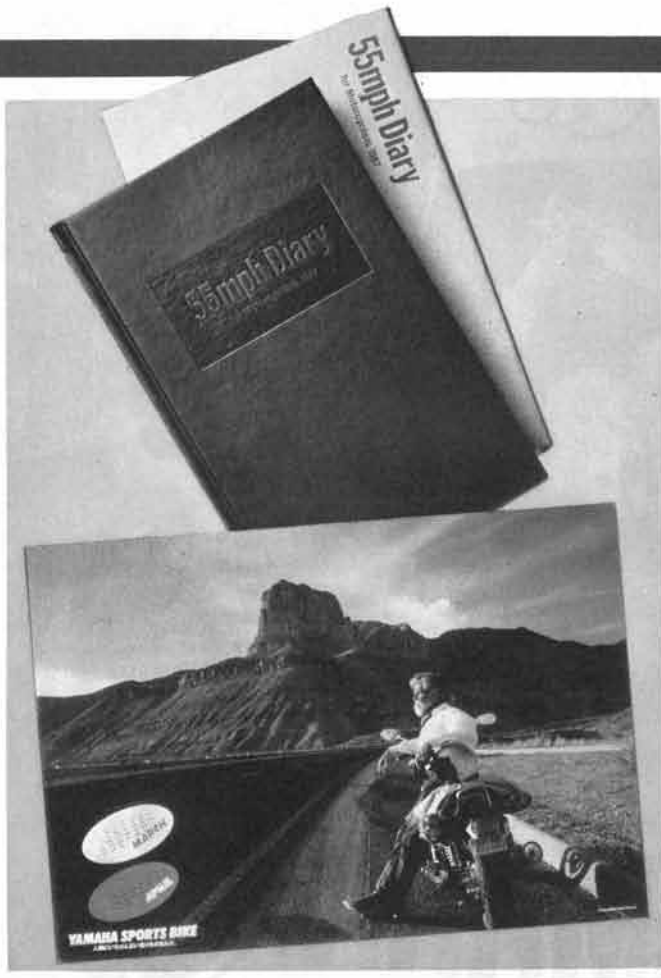
そうした中で、ヤマハ普及課では、現在各地の販売会社・営業所等で開催している安全教室カリキュラムのひとつとして、あるいはステップアップ・メニューとして、また各種イベント等の併催によって、このトライカーナを積極的に導入し、普及をはかっていきたいと考えています。この新しい活動に販売店のみならずどうぞご協力ください。

●トライカーナとは?

トライカーナとは、図のような全長230mの変形8の字コースを2周し、そのタイムによって二輪車の操縦技能を公平に評価しようというものです。

このコースには、左右4回づつのタイトなターン、またその前後にはブレーキング、加速のポイントが計9ヶ所、条件を少しづつ変えながら設定され、さらにゴール直後5m

ライダーの心をとらえるビューティフルなビジュアルで人気を集めるヤマハのバイク情報誌「55mPh」の特別版として、ことしもカレンダーとダイアリーを作成いたしました。87年版「55mPhカレンダー」は、A5サイズ6枚組み。これまでの55mPhから厳選された写真は迫力もたっぶり。また日付部分「ステッカー」になっていますので、ポスターとしての使用も可能です。



一方「55mPhダイアリー」は、A5判320ページ。ツーリングにも携帯便利なコンパクトなハードカバー仕上げ。ダイアリーの他にもツーリングノート、ツーリングやモータースポーツの便利なメモもたっぷり収録されています。

なお、11・12月発売の「オートバイ」「モーターサイクリスト」「ライダーズクラブ」の3誌を通じてこの「55mPhカレンダー&ダイアリー」の広告も展開しています。このタイミンクをとらえてどうぞお店でも、「55mPhカレンダー」と「ダイアリー」を、お客さまの来店促進にご活用ください。

※55mPhカレンダー&ダイアリーに関するお問い合わせは、担当のヤマハセールスマンにどうぞ。

## 11月のヤマハ提供・テレビ番組

- ヤマハ1社提供のバイクとマリンの総合スポーツ情報番組「ON AND OFF」11月の放送予定はつきのとおりです。
- 11月7日「東京旅情河上り」
- 11月14日「レディース・ツーリング」
- 11月21日「ヤマハ大阪カップに向けて」
- 11月28日「MXスーパーテクニック」

- ▼ 一方、TBS系全国ネット放送のヤマハ提供番組「月曜ロードショー」は、11月つぎの内容で放送されます。
- ▼ 11月3日「Wの悲劇」薬師丸ひろ子主演
- ▼ 11月10日「カリブ・愛のシンフォニー」
- ▼ 11月17日「なつかしい風来坊」主演ハナ肇
- ▼ 11月24日「トワイライト・ゾーン」

## KAPT

## レーシングカートに新しい楽しさ サーキットでのスプリントレース開催

あまり知られていないことかもしれませんが、四輪レース界では、F1ドライバーのほとんどがカート出身者。四輪レースをめざす人たちの登龍門としてレーシングカートはしつかりと、位置づけられています。

ヤマハでは、こうしたレーシングカートを通じて誰れもが、手軽に、安全に楽しめるモータースポーツライフを提供しつづけていますが、全国各地のカートコースで開催しているワンメイク・スプリントレースに加えて、来シーズンからは、新たに全国のサーキットを舞台にした、カートレースを開催することになりました。

車両はヤマハフレーム使用車。北海道スピードパーク、スポーツランドSUGO、筑波サーキット、富士スピードウェイ、中山サーキット他での開催を予定しています。

フォーミュラカー・フィーリングを手軽に堪能できるこうしたサーキットでのカートレースは、すでに昨年、今年とSUGOやフリスコで開催され、選手からも、観客からも

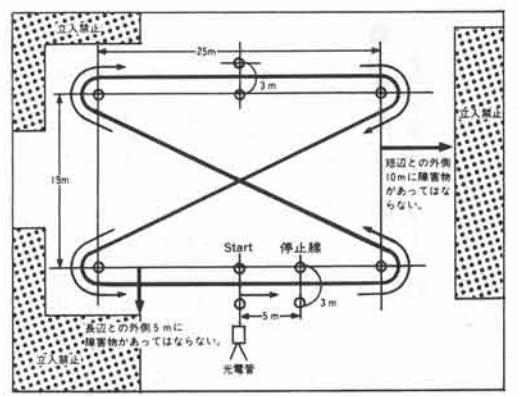
トルに停止ラインが設けられています。そして、走行タイムは光電管で1000分の1秒まで測定され、しかも2回の平均タイムを公式記録タイムとして採用。さらに足付きなど走行中のミスには、タイム加算のペナルティも課せられます。

つまり、このトライカーナの中には、走る、曲がる、止まる、二輪車の操縦に必要なすべてのテクニックの評価ポイントが含まれているわけで、計測タイムによって、そのライダーのテクニックを公平に7段階に分類し、評価するものです。楽しみながら、確実にテクニックを向上させる「トライカーナ」。販売店のみなさまも、ぜひ一度機会をとらえてご体験ください。

好評を集めたもの。新しいレーシングカートの楽しさを、ぜひお店のお客さまにもご案内ください。



ヤマハカートRC100SC：29万8千円





# テクニクより

# 自然の中で楽しさを追求

■和田スポーツレジャーショップ／和田敏社長（愛知県豊川市豊川町本野ヶ原239）

今月はお稲荷さままで名高い愛知県豊川市の和田スポーツレジャーショップさんをお訪ねしました。略して「和田S.L.S.」。つまりY.E.S.S.の前身・ヤマハのS.L.活動をそのまま店名にしたお店なのです。遊びごころいっぱいのお客さまの間から3年前に生まれたトライアルクラブ「スーパースコティッシュ」のみなさんにご登場ねがいました。

## ● 伝統のツーリングクラブから生まれたトライアルクラブ

「和田スポーツレジャーショップ」さんといえば、お店周辺のみなさんがまっ先に思い浮かべるのが、和田ツーリングクラブ。15年以上の伝統を誇り、60名以上のメンバーが安全運転ツーリングを楽しみながら、同時に活発な地域への奉仕活動をつづけている名物クラブです。

そんな和田ツーリングクラブから3年前の秋に新しいトライアルのクラブが生まれました。その名も「スーパースコティッシュ」。名前はとても勇ましいですが、競技志向ではなく、あくまでスポーツとしてのトライアルを楽しもうという人たちの集まり。クラブ名も当時発売されたばかりのヤマハトライアル・TY250スコティッシュから名付けられたもので、当初はメンバーも15名というものでした。トライアルクラブ結成、とはいえずトライアルのトの字も知らない人たちがばかり。そこで加藤文博、伊藤敦志の両ヤマハラ

イダーをお店に招き、駐車場にヒューム管やタイヤなどでいくつかの人工セクションをつくってクラブ発足のためのヤマハトライアル教室を開催したのです。

## ● コペ派には新チームも結成

加藤、伊藤両ライダーのスーパー・テクニクをまのあたりにしてからというもの、クラブ員とその周辺には、トライアル熱が急上昇。トライアルビデオを仕入れてきたり、全日本大会を観戦に行ったり……で、トライアルの知識もまたたくまに増え、クラブ員のウチもメキメキと上がっていききました。

「しかし、テクニクの追求よりも、自然の中でバイクの楽しさを追求しようというのが当初からの方針ですから、あくまでもその線に沿ってやっています。テクニクはともかく楽しさならどこにも負けないと思いますネ」と和田社長。

しかし、メンバーが33名にも増え、メンバーの年齢も広がってくると当然純粋にテクニクを追求したいという人も現われてきます。そこで今年からは、そんなコンペ志向の人たちのためにチーム「でんとう虫」がつくられ、B級、A級ライダーをめざしてトレーニングがつけられていきます。

## ● 和気あいあいのトライアル・シリーズ戦

さて、スーパースコティッシュの人氣イベントは、なんといっても2ヵ月に





**Y.E.S.S.**  
YAMAHA FAMILY SPORTS SYSTEM

# Y.E.S.S. HOT-LINE

## '86年度スタッフの更新手続きは、 11月30日でメ切らせていただきます!

'86年度のY.E.S.S.スタッフの'87年度更新手続きは、11月一杯でメ切らせていただきます。未更新のお客さまには、早急にご連絡のうえ、お店で手続きをすまされるようご案内ください。

更新手続きは、スタッフ用参加申込書(ピンク)です。新システムの採用によりスタッフコードが一新します。下敷きマニュアルを参考に1人1人のスタッフに洩れないよう記入していただけてください。

スタッフの更新手続きについて不明な点は担当セールスマンまたはもよりの営業所Y.E.S.S.担当宛お問合わせください。

※従来のスタッフ参加申込書は、すべて使用できませんので、ご注意ください。



## ご結婚おめでとう! 平選手に祝福のメッセージを!

人気・実力ナンバーワン・ライダー平忠彦選手が11月23日に、めでたく華燭の典をあげられることになりました。これを祝福してY.E.S.S.では11月15日まで「おめでとうメッセージ・キャンペーン」を開催します。

これは、Y.E.S.S.ショップに備え付けの専用ハガキに、お客さまのメッセージを添えてお送りいただき、応募者全員に平選手の返事を、またY.E.S.S.スタッフの中から抽選で31名にお客さまのネーム入り直筆サイン色紙をプレゼントしようというものです。

お客さまにとっても最高の記念キャンペーンです。どうぞご案内ください。



全日本トライアル会場で、伊藤敦志選手(中央)らヤマハラライダーと(10月5日、旭高原で)

1度開かれる年間6戦のシリーズ戦。和田トライアル大会。  
「1位〜3位までに入ると、次の大会からハンディが付けられるので毎回優勝者が変わるユニークな大会なんです。だから、つづけてエントリーしていればいつかはトロフィーがもらえるとあって大人気」というわけ。  
お店からクルマで20分程の宝川上流に絶好の会場があり、ここでクラブ員が互いにライダーになったり、オブザーバーになったりしながら、和気あいあいのトライアル大会がくりひろげられるのです。  
「野次は飛ばし、写真は撮られるので転倒でもしたらホロクソ。やる方も大変だけど、これがトライアルの楽しいところなんですよね」  
とはいえ、大会後の会場掃除やゴミの持帰りなどトライアルライダーとしてのマナーも忘れません。  
「これからは、MFJが進めているトライアルBライセンス講習会なども開いて、仲間の幅を広げていきたい」と和田社長は語っています。



トライアルに限らずバイク・レジャーの最高の理解者・和田社長(右から2人目)を囲んで、奥さま英子さん。左はクラブ顧問の渡辺新二さん、そのお隣は神谷店長

# 地道な活動の積みかさねで 地域社会に根をひろげる

YOU-SHOP オートプロジェクトたかい 高井敬仁社長

奈良県北葛城郡香芝町下田西1-8-4 ☎07457(8)0066

このところ、スクーター販売の停滞が話題となっています。そんな中でも、地域にしっかりと根をおろしたご商売で確実に販売を伸ばされているお店が多いのも事実。そんなお店の共通点は、二輪販売の基本的な活動をしっかりと実践されていることでしょうか。今月お訪ねした「オートプロジェクトたかい」さんも、まさにそんな一店です。

## ● 大成功のエクセル代替作戦

古都・奈良の西約20キロ、のどかな田園風景が広がる北葛城郡香芝町で、この道10年のご商売を展開されている「オートプロジェクトたかい」さんは、この10月1日からYOU

SHOPとして新装オープンしました。ご商売の8割は、スクーター・ファミリーバイクのお客さま、それも10代のヤングから60才代の熟年層までと幅広い、典型的な地域密着型のご商売です。さっそく高井社長に、最近のスクーター販売についてうかがってみました。

「売れ筋車種を勧めるとどなたにも満足していただけた以前とちがって、たしかに売るのがむづかしい時代になってきましたね。」

そんな中で、うちが一番気に入っているのが、お客さまの使い方に一番ふさわしい機種をそのお客さまが満足されるような説明でお勧めすることなんです。性能がよいものとひと口にいっても、ヤングとアダルトでは、頭に描いているイメージがちがいますからね。

当然、ヤングはパワーや加速のよさを一番気にしますし、アダルトは故障が少なく、信頼していつまでも乗れることを求める。ですからこの点を

きちんと納得していただけるまでいいねに説明するんです。こうした接客なら値引の話など、そう話題に出るもんじゃありませんよ。こうした「オートプロジェクトたかい」さんが、今年とくに力を入れてきたスクーター販促活動が、エクセルの代替販売です。

「ボイスで管理しているお客さまの中から、2年〜4年前の購入客、実際はサリアンのお客さまが多いんですけどね、その人たち200人を選んでDM作戦を展開したんです。エクセルの試乗車を用意して、点検に来店された時に試乗していただいたり、修理中の代車に乗っていただいたりしました。ヤングには出足のよさと力づよい走りが、アダルトには乗り心地のよさがウケて大好評。おかげさまで、このエクセル代替作戦は大成功でした」

## ● 創業10年、いまでもつづく訪問活動

こうした地域密着型のご商売を展開する「オートプロジェクトたかい」さんにあつて、この10年一貫してご商売の柱となっているのが訪問活動。「お客さまが増えたので思うように巡れない」というものの、お客さまを広くお客さまのニーズをつかむこの訪問活動は、お店にとってますます大きな役割を果しているようです。

「10年前はひと月に100軒のお宅を巡りましたけど、いまは半分、50軒です。まあいろいろな販売活動をしなごらの訪問ですから、この軒数減少はしかたないことだと思っっています。それよりも地道につづけること」と高井社長は強調します。

「スクーター・ファミリーの場合、商品性にも増して大きいのが店に対する信頼感じゃないかと思うんです。お客さまの所に向いていけば、お客さまの状況や代替時期などを適切につかめるといふメリットばかりでなく、「積極的なお店だな」という印象を強烈に植えつけられますしね。」

最近では近くに新しくできた住宅地を絞って訪問してらんです。引越して来た人たちがかなりなのでどこに、どんな店があるのかま

そろいのTシャツでお客さまを迎える高井敬仁社長(中央)と美代子さん、そして販売・サービスすべてOKの江口進さん



つたくわからない。そこでまずチラシをまいて店の場所と店名をPRします。同時にこの時、いつでも出張サービスします」ということをしっかりと伝えておくんです。その後で1軒1軒訪問です。具体的なアプローチは点検サービスから、これなら使用中のスクーターの痛み具合も一目瞭然、代替時期もしっかり把握できますからね。」

こうして、毎月中旬の10日間、平日の午前9時頃からお昼頃までお店も比較的ヒマで、家庭の主婦もちよつと手の空く時間帯を選んで高井社長の訪問活動がくりひろげられます。「もちろん、購入意欲のあるお宅には、夜8時前後、ご主人の帰宅後再度伺っています。そしてこうして生まれたお客さまからは、紹介販売がとて多いんですよね。地味ですがやりがいのある活動です」

## ● 無料定期点検のご案内は電話で

こうした訪問活動による販売台数は、年間販売台数の約半数にもほる、という「オートプロジェクトたかい」さん。そして、この訪



電話による<sup>\*</sup>無料点検インフォメーション。は、奥さま・美代子さんの役目



インパクトも十分な YOU・SHOP オープン告知チラシ



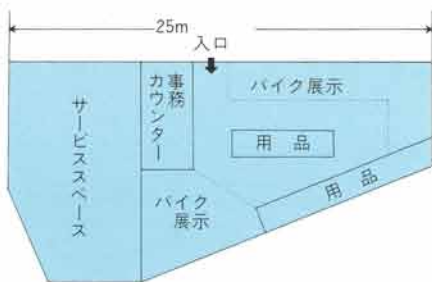
明るい店内「カラフルなスクーターは配列ひとつで店の雰囲気が変わるので、気をつけています」と高井社長



「ファッションに、スクーター、スポーツの区別はない」と用品コーナーには最新のウェア類がズラリ▶



こちらはスッキリまとまったカウンターまわり



「目先の値引き販売などに惑わされず、店の特徴を出して、しっかりと地域に根ざし、固定客を増やしていきたい」とYOU・SHOPとしての新たなスタートを契機に、意欲を燃やす高井社長です。

「スクーターの調子はいかがですか?」○月○日、当店で無料点検を行います。都合が悪ければ後日伺いたします。DMの発送料と比べれば安いものですし、なによりもお客さまとじかに会話できるのが最高ですね。いろいろ店へのご要望などもいただきますが、お客さまの貴重なニーズなので極力商売に活かすようにとめています」

「原則として定期点検は無料でやっています。このことは商談の時にお客さまにはっきり伝えます。でも毎日乗り始めてしまえばメンテナンスへの関心なんてすぐふっとんでしまいます。そこで点検整備に関心を持ってもらい、来店してもらうためにこの定期点検のお誘いは電話でやっているんです。」

問活動といい、先にご紹介したDMによる代替促進といい、その裏づけとなっているのが安全点検サービスなのに、お気づきでしょうか。お客さまの開拓、来店促進の方法はさまざまでも、そうして生まれたお客さまとの関係をしっかりと強め、固定客化しているのが定期点検サービスなのです。

# ニューコレクション

## YAMAHA PURE SPORTS

サーキットの熱い興奮をダイレクトに再現したピュアスポーツシリーズ。ニューコレクションは、最新のサーキット情報を採用して、一段とレーシング・スピリットあふれる商品構成となっています。



## YAMAHA LIGHT SPORTS

シティ感覚を重視したライトスポーツシリーズ。カラーもシルエットも時代のファッショントレンドにあわせ、ライディングウェアとしても、タウンウェアとしても存分に楽しめるものとなっています。



販売店のみなさまに、より計画的な用品販売をご展開いただくよう、毎年春・秋2回にわたり開催しているヤマハ・ライディングウェアの展示受注会が、この秋も、9月24〜25日の関東地区(東京流通センター会場)を皮切りに全国8会場で大規模にひらかれ、'87年春/夏ウェアのニューコレクションのかすかすが発表されました。

販売店さまからのご注文は、11月5日をもって締切らせていただきましたが、たくさんのご予約ありがとうございました。誌上より御礼申し上げます。

さて、今回の受注会で発表され、来年2月から逐次市場導入が予定されている'87春/夏コレクションは――

- ▼ピュアスポーツとライトスポーツの2シリーズからなるYAMAHA
- ▼こだわりを持ってライディングウェアの可能性を追求した(インシード)
- ▼タウンからサーキットまで幅広い状況に対応した(シオラマ)

の3ブランドから構成される、'87アイテム、218カラーの豊富な商品群。

そして、これらニューコレクションの特徴は、新鮮で広がりのあるデザイン&カラー展開、最新素材の積極的な導入、人間工学に基づく独自のカッティング方法の採用などにより着るほどにその素晴らしさを実感できるかすかすの機能を備えていることです。

インラフチュア(陶醉する・夢中になる)をキーワードに、さらに豊かなバイクライフのためのライディングウェアを追求した'87年春/夏ニューコレクションのかすかすが。どうぞお店でも本体販売との相乗効果を高める、個性的な新発売プランを、いち早く計画ください。

※うちの用品コーナーは、休載させていただきます。



# '87スプリング/サマー ヤマハ・ライディングウェア

## INCEDE

機能性、マインド、クオリティそれぞれへのこだわり、を原点に、ライディングウェアの新しい可能性を追求した、インシード。



## georaima

ライディング・ウェアならではの高度な機能性に、タウンウェアのファッション性をプラスして人気の高いジオラマシリーズ。ニューコレクションでは、さらに幅広いシチュエーションへの対応性をもたせています。

画期的なグラフィックデザインを可能にした三次曲面多色刷りシステム「キュービックグラフィック」のニューヘルメットも発表。

受注会場はどこも、来春の用品販売にかける販売店さんの熱意がみなぎっていた(東京流通センター会場で)



