

1,924,200人を魅了
注目度No.1のヤマハブース

●NEW MODEL

ヤマハコンペティション **TZ50** ヤマハスポーツ **New TZR125**

特集 もっと、新しい道へ。 **予感'90年** さらに楽しくなる
モーターサイクル



目度No.1のヤマハブース

第28回東京モーターショー 誌上公開!!

東京・晴海から、オープンしたばかりの千葉・日本コンベンションセンターに会場を移し、10月26日から11月6日までの12日間に渡って開催された「第28回東京モーターショー」。80年代最後のショーとなった今回は、出展349社・政府3団体、入場者数192万4200人を集め、ともに史上最高の数字を記録。来たるべき90年代のモーターショーを期待させるに十分な盛り上がりを見せました。なかでも「もっと、新しい道へ。」をテーマに構成されたヤマハブースは、熱狂的なファンや家族連れが連日押し寄せ、会場の注目を一身に受ける人気を集めました。



メイン
ステージ

ブース中央には、ヤマハが提案するモーターサイクルの方向、MORPHO (モルフオ)を展示。「パーソナライゼーション」という新しい思想もよく理解され、来場者の視線を釘づけにする人気を集めました。



オンロード
ハイパフォーマンス
コーナー

ステージ左側に作られたオブジェ「風の道」を背景に、話題のFZR 400RR、TZR50などを展示。またこのステージ右側には、2サイクルならではのテイストを持つR1-Zを配し、ハイパフォーマンスマシンが人間にもたらす喜びや心地よさを表現しました。



スティの定番SRX400/600、400ピラーゴとともに、ニューX250を出展。幅広いファンに支持を受けました。



1,924,200人を魅了

レーシング

チャンピオンマシンYZR500やYZ125改をはじめ、YZF750、YZR250、YZE750を展示。熱心なモータースポーツファンの注目を集めました。



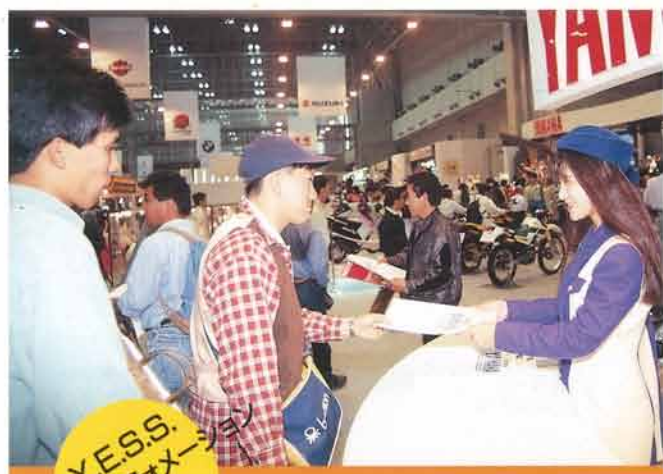
オフロードバイク

セロー225やDT200Rを配したオフロードコーナーは、天然材を生かしたディスプレイで自然との共感をアピールしました。



ライディングギアコーナー

新素材、新技術を打ち出した用品コーナーも人気の的。



Y.E.S.S. インフォメーションデスク

ブース右手にはY.E.S.S.の活動を紹介するデスクを開設。Y.E.S.S.ならではの幅広い遊びの世界が、多くの来場者の共感を集めました。



ヤマハコンペティション

バイクコースから本格的サーキットまで 気軽に本気で楽しめる

TZ50

メーカー希望小売価格：¥289,000(消費税は含みません) カラーリング：ホワイト

3月1日新発売

予約受付中!



本格的装備を満載したフルサイズボディに、ハイパワーエンジンを搭載。今までにない上級レーシングマシンのマインドを具現化した50ccレース専用車です。

まず、フルサイズのメリットを最大限に生かし、ワンクラス上の操縦性と安定性を実現した車体関係では、高剛性と軽量化を目的に新設計の角型断面のダブルクレードルフレームを採用。優れたサスペンション特性を発揮する $\varnothing 30\text{mm}$ の大径インナーチューブのフロントフォーク、モノクロスサスペンションと相まって、剛性感のある走りを得ています。

また、コーナリング時の安定を狙ってエンジンをフロントよりに搭載し前方荷重とすると同時に、キャスト角を $24^{\circ}30'$ 、トレールを78mmに設定。クイックでリニアなハンドリングをものにしました。

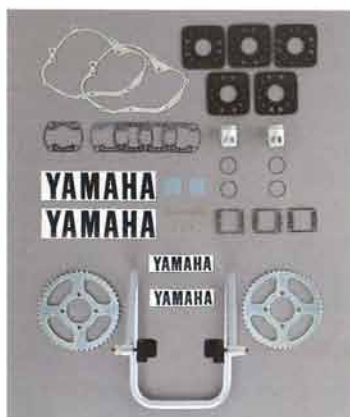
さらにパワーユニットは定評のRZ50のエンジンをベースに、排気ポート下にも水路を設けて冷却性を向上したシリンダーを新制作した他、各ポートの大型化、樹脂製大型リードバルブの採用、そして放熱量5900Kcalの大型ラジエター、高速型チャンバーマフラー、クランク慣性マスの減少を図る小径 $\varnothing 100\text{mm}$ フライホイール・ローターなどにより、最大出力8.3馬力、最大トルク0.65kg-mを発揮する加速性能を重視した仕上がりとなっています。

どうぞこの「TZ50」で、モータースポーツのさらなる普及とスポーツバイク底辺需要層の拡大をお図りください。



TZ50予約キャンペーン 展開中

MP-16レースの楽しさ、レギュレーション、全国会場案内の他、参加確定者(予約者)全員の顔写真とプロフィールを紹介した「TZ50エントラントブック」を、12月末日までに予約申し込みのお客さまにプレゼントする「TZ50予約キャンペーン」を展開中です。店頭の話づくりに、ご拡販に、積極的にご活用ください。



同梱パーツも充実

本物のレースを楽しんでいただくために、TZ50にはTZ250同様、レース活動に必要な各種パーツがセットで同梱されています。

- レーシングスタンド×1
- メインジェット×5
- パイロットジェット×2
- ピストン×2
- ピストンリング2セット(4)
- シリンダーヘッドガスケット×5
- シリンダーガスケット×5
- マニホールドガスケット×3
- クランクケースカバーガスケット×2
- リードバルブ×2
- ヤマハエンブレム大×2・小×2
- リアスプロケット×2

リーディングモデルさらに熟成

ヤマハ2サイクルスポーツ

New TZR125 新発売

メーカー希望小売価格：¥329,000

(北海道、沖縄および一部離島を除く)※価格には保険料、税金(含む消費税)、登録に伴う諸費用は含まれません。

カラーリング：シルキーホワイト、ニューブラックブルー

'87年の発売以来、125ccクラストップの販売実績を保ち続ける「TZR125」が、さらなる進化を遂げて登場です。

主な変更点は、フロントタイヤを17インチ化するとともに、ニューパターン・チューブレスタイヤを採用。新設計のワイドリム・中空キャストホイールと合わせて、操安性の向上を図りました。また、フロントディスクブレーキのサ

イズアップに加え、リヤにもディスクブレーキを装備した他、デジタル進角CDI点火方式やサイドスタンドスイッチ、メンテナンスフリーのシールチェーンなどの採用により、定評の信頼性にさらなる磨きをかけました。

経済性とスポーツ性を両立した貴重な1台として、幅広いお客さまにおすすめください。

シルキーホワイト



ニューブラックブルー



MP-16レース 来春より開催!

このTZR50によるワンメイクレースとして、'90年3月下旬より「Y.E.S.S.No.1カップシリーズMP-16」を全国各地で開催します。MP-12レースのステップアップとして、また本格ロードレースの入門クラスとして、広くお客さまにご案内ください。





1,924,200人を魅了
注目度NO.1のヤマハブース.....2

●NEW MODEL

ヤマハコンペティション **TZ50**
ヤマハスポーツ **TZR125**.....5

《特集》 もっと、新しい道へ。予感'90年
さらに楽しくモーターサイクル.....8

●サービスマン日記⑫.....16

FOCUS IN ●ティーンズ最前線 — イチゴ世代の平均像.....17
●クローズアップエキスパート **データ管理**.....20

●遊YOUR誘SHOP.....22
●父から子へ、子から父へ.....24
●お客さま登場 New SEROW 225.....25
●情報クリップ お忙しい販売店さんにお届けする
最新情報コーナー.....26

スタートナメント全国大会開催.....27
トピックス.....28
レーシングエクスプレス.....30
インフォメーション.....32
from SAFETY.....34
パーツ&アクセサリ.....35
HOT SHOP 拝見.....36
THE LATEST AD.....38



セールスカレンダー 12月～1月

12月	21木
師走	22金 大安 冬至
5 火	23㊤ 天皇誕生日
6 水	24㊤ クリスマス・イヴ
7 木 大雪	25月 クリスマス
8 金 こと納め 針供養	26火
9 土	27水
10㊤ 大安 世界人権デー	28木 官庁御用納め
11月	29金
12火	30土
13水 正月こと始め	31㊤ 大晦日
14木	1月
15金 年賀郵便特別扱い	陸月
16土 大安	1㊤ 元日 年賀 初詣
17㊤	2火 大安 初荷 初夢 書き初め
18月	3水
19火	4木 官庁御用始め
20水	5金 小寒

セールス歳時記



いつもとは少し違う、活気に満ちた年末をお過ごしのことと思います。FZR400RRとTZ50の予約状況、いかがでしょうか？ 冬のボーナスを目前に控え、お客さまの購買意欲は大いに盛り上がっています。この時期が一気に商談に持ち込むチャンスです。
春のC2大作戦、見込み客のリストアップもこの時期の大切な作業です。来春のご商売のキメ手となるだけに、しっかりとフォローしておきましょう。

『バイクも心もライトオン』

'89二輪車セーフティスローガン最優秀賞

静かにやさしく、いい運転。
不正改造防止キャンペーン実施中!

さらに楽しくなる モーターサイクル

“もっと、新しい道へ。”第28回東京モーターショーのテーマとなったこの言葉は、さらなるチャレンジを開始したヤマハの意気込みをみなさまにご理解いただくためのものです。

モーターサイクルが人間にもたらす“新しい快（歓びや心地よさ）の創造”や、人々の暮らしを豊かに演出する“快適で成熟したバイクライフを創造”していきたいという願いがこめられています。

今回の特集は、こうした'90年代へのヤマハの方向を提示したモーターショー出展車をご覧いただいたの、販売店さんの声を集めてみました。どうぞ、話題の出展車群とともに、'90ヤマハにご期待ください。



特集

もっと、新しい道へ。

予感'90年

モーターサイクルが誕生してから約1世紀。手軽な移動ツールとして登場したこの乗り物は、その走りの面白さに着目した多くのファンの手により、モーターサイクルスポーツという新スポーツジャンルを築くまでにいたりしました。

そして本格的余暇時代を迎えた'80年代。趣味・レジャーの多様化がうたわれ、人々がより快適さを求めた生活演出を目指すと同時に、モーターサイクルに対する受け止め方も、単に操つることの楽しさから、さらに多くの付加価値を求めあらゆるものへと変化を始めています。



「分る大人」に乗ってもらいたい!! '90年のヤマハ・レーシーモデル

YSP習志野 (鈴木直樹店長/千葉県習志野市)



説得力が違う! FZR400RR

大学が点在する習志野市にオープンして7年、以来一貫して学生さん中心のご商売を展開してきた「YSP習志野」さん。その間、さまざまなニューモデルが発売されましたが、いつの時代も同店のご商売をリードするのは、走りがウリのスーパースポーツモデルでした。

「RZ250RからTZR250、それとFZ400RからFZR400R。いま振り返ってみると、この分野はいつもヤマハがリーダーシップを取ってきたんですよ。それだけにウチも商売がやりやすかった。だけど、市場もそろそろ転換期にあると思うんです。だれでもがレブリカモデルに乗る時代は終わったというか……」

たとえば今回出展されていたR11Zなどは、脱レーサーレブリカを狙ったモデルですよ。あれなんかユーザーニーズが生まれた、言い換えれば市場からの要望によって生まれたモデルだと思うんです。これはあくまでも予想なんですけど、'90年代のスタンダードバイクはあのスタイルになるんじゃないでしょうか」

予感'90年

バイク事情ア・ラ・カルト

●サーキットに年間
100万人の観客

ここ数年のモータースポーツブームはサーキットに足を運んだファンの数で裏付けられます。

日本モーターサイクル協会(MFJ)の主催したロードレース、モトクロス、トライアルの大会には、昨年1年間で約100万人の観客が訪れたほか、国際モータリスト連盟(FIM)の公認レースTTT(F1世界選手権、スーパーバイク世界選手権、鈴鹿8時間耐久レース)にも、合計約25万人のファンが集まっています。





定休日にスタッフ揃ってモーターショーの会場へ

レーシーモデルの前に釘づけの鈴木店長。
「'90年の商売はFZR400RRを頂点に、体系的
に攻めたい」と力強い口調

'89年のご商売の中で、少しずつ市場の
変化を感じたという鈴木店長。それでも
「うちはスーパースポーツ」と、'90年の
展望を語ってくださいました。

「FZR400RRひとつとっても、明
らかにいままでのレブリカとは違う説得
力を持っています。ショーの会場で気付
いたんですけど、食い入るように見てる
お客さんの年齢層が以前のレブリカより
高いんですね。それを見て、分かる人の
レブリカなんだ」と確信しました。

市場が転換期にあるわけですから、い
ままでレブリカに乗っていた層が他のジ
ャンルに移ることもあると思いますけど、
だからこそ分かるお客さんに向けてウチ
はこの路線で商売したいと思います。F
ZR400RRをイメージリーダーとし
て、ニューFZR250R、ニューTZ
R250、TZR50と体系的に攻めたい
ですね」

質量充実のDMアプローチで 新規客をキャッチ!!

'89年はC2大作戦の徹底で大きな成果
をあげた「YSP習志野」さん。来年も
'89年以上の成約を目標にDMアプロ
ーチを仕掛ける予定です。

「今年のデータからいうと、DMを発送
したお客さんのうち、成約に結びつた
のは約1%。100人の仕掛けで1人が
購入してくれた計算になります。'90年の
導入期には約1000枚のDMを用意し
ますから、少なくとも……。まあ、来年
のことをいうと鬼が笑いますからやめと
きますけど、いま作業を進めている発送
先のリストアップはかなり鮮度の高いも

●二輪車の安全運転指導、 高校の正課目導入へ 審議を開始

全国各地で3ナイ運動の見直し
が広がる中で、いま文部省では、二輪
車の安全運転指導を高校生の正課目
として導入する方向で審議が進めら
れています。

これは政府の交通対策本部から発
表された「二輪車事故防止に関する
対策」によるもので、内容は二輪車
の特性と正しい利用、交通法規など
を授業に盛り込むとういうもの。ま
た正課目として導入された際には、
免許制度とリンクさせたい考えも文
部省から発表されています。



のですので、自信を持って'90年を迎えた
と思っています」

定休日にスタッフ揃ってモーターショ
ーの会場に向いた「YSP習志野」の
みなさん。ズラリ揃ったヤマハスパー
スポーツの前に、口を揃えて「'90年は明
るい！」と語ってくださいました。

いろいろな楽しみ方に ベストマッチング '90年ラインアップに期待

YSP各務原東(堀尾明宣店長/岐阜県各務原市)



遊びの幅を広げるTZR50や カジュアルなR1-Zに期待

YSP各務原東さんのお客さまは、10代から40・50代まで広い年齢層に散らばっています。これは、堀尾店長の「対象客層を絞らず、どんなお客さんの好みにも応えられる店づくりをしたい」というポリシーによるもの。それだけに、車種もスクーターから250cc、400ccスポーツ、テイステイ、あるいは750ccなどの大型車まで、実に様々です。

「現在、レーサーレプリカの主流が崩れつつあるようですが、'90年以降はさらにその傾向が進むと思います。車種のラインナップも豊富になりそうなので、もつと個人の好みがはっきり分かれるようになるでしょうね。」

ウチはもともと、お客さんの好みバラバラですから、車種が増える分だけありがたいんです。なかでも、東京モーターショーの時に注目していたのはTZR50とR1-Z。以前、ミニバイクレースに参加するお客さんがYSR50を買って

●スクーターブーム再来!? ヘルメット収納型が 需要を喚起

第1次スクーターブームが起こった昭和56・57年頃は、主に主婦層の参入によって需要の広がりが見られました。'89年はヤング層を中心としてスクーター需要が拡大し、第2次スクーターブームのさざしをみせています。

これはニューJOGやチャンプOXといったヘルメット収納型のモデルによって市場が活性化され、ヤングライフのイメージツールとして受け入れられた結果です。次期参入層となるイチゴ世代の免許取得によって、この動きにはますます拍車がかかるものと考えられます。



●アフターバイクの 楽しみ拡大

ツーリングがバイクユーザーの最もポピュラーな遊びとして定着したいま、ライダーの楽しみはアフターバイクに向け



「年齢に関係なく乗れる、という意味で、ノンカウルのロードバイクに最も興味がある」と堀尾店長(右)は語る

たんですが、最近少しかけてきたみたい。そこへ、TZR50がショーにでたでしよう。10代の若い人を中心に、問い合わせが多いんです。レースと街乗りの両方を楽しめるセカンドバイクとしてすすめたい。また、R-1Zは新しいコンセプトモデルとしてロングセラーを期待したいバイクですね。ノンカウルバイクが注目される中、ヤマハらしい2ストロークのニュースポーツ車。レブリカに乗るほど若くないとか、レブリカにアキタ人とか、速いけれどカジュアルなバイクに乗りたい人向けの一台。いずれも、乗る楽しさ、走る楽しさを十分に味わえるバイクだと思います」

乗る人に合わせて変身する モルフオは快適さの理想形

最近では、750ccやオーバー750といった大型車に乗るお客さんが増えてきた、という堀尾店長。ステイタスとして大型車をメインにしながら、セカンドバイクにオフロード車やミニバイク、あるいはテイステイ単気筒車などを持って、使い分けをするケースが多いそうです。

バイクを複数所有するのは、経済的にもラクではありませんが、バイクの楽しみ方を優先する、という傾向は顕著にみられます。

「こういう人は、レジャーとしてバイクを楽しむ人ですから、例えば大型のツーリングバイクを持っていけばセカンドバイクにTZR50やTZR125、あるいは走りを楽しむニューTZR250をすすめたい。ニューセロー225なんかもいいですね。」

でも、そうはいいながら、実際に複数

「99年よりYESのプレイシステムに
加えられたパラグライダーや乗馬プラン
もそのひとつ。たくさんの方のスタッフに利
用していただいています。ツーリング十
分という考えが、バイク本来の楽しさを
さらに広げているのです。」



バイクを買える人は限られます。一台のバイクでいかに快適なバイクライフを送れるか、これがバイク選びのポイントです。そのお客さんが、いったいバイクに何を求めているかによって、最適の一台をすすめてあげたいと思います。モーターショーを見る限り、車種のバリエーションがぐっと増えそうなので、幅広く商売できそう。

モルフオのような「変身」するバイクは理想、というか夢のカタチ。自分の体格や使用目的、使用場所に応じてポジションを変えられると、スポーツ走行からツーリング、街乗りまで快適にこなせよう。これで、オフロードまでカバーできればもっとすごいんじゃないかな。

「こういう、ヤマハの『ファンライド』を探る姿勢に期待します」

オシャレでインパクト抜群の '90ニューモデルは手応え十分!

YSP宝塚 (西上健一郎店長 / 大阪府宝塚市)



店内は今年の東京モーターショーの話題でもちきり。
西上店長(右)が自作したアルバムはいつも引っ張りダコ

増えつつある 多趣味なユーザー

これまで宝塚市には、スポーツバイク専門店がなかったため、市場開拓はまだまだこれからというところ。そこへ、今年4月にオープンし、フレッシュな店舗とスタッフで積極的な販売を展開されているのが「YSP宝塚」さんです。

客層は、10代から20代の若いお客さまが中心となっていますが、西上店長はこうしたお客さまの様子を見ていて、バイクを自分の数多い趣味のひとつとして気軽に楽しむ人が多いのに気づいたそうです。

「つまり、バイクもテニスやスキー、ダイビングなどと同じ感覚でとらえているんです。ギンギンに、というのではなく、気分に応じて明るく楽しく乗りたい、という感じですね。」

こうした傾向を考えると、今後はバイクショップも、ほかのレジャースポーツの動向を意識しながらお客さまと付き合いがていかなくはないかと思えます。例えば、店内の演出にしても参考になる部分を取り入れたりね。」

●ライダーはキレイ好き!? 洗えるヘルメットが人気

若者の興味を引き、消費行動を高める要素としてクリーン、リッチ、ヘルシーなどがあげられていますが、これはバイクユーザーにも当てはまる事項のようです。

汗やほこりによるヘルメット内の汚れや悪臭への対策として、内装を洗えるシステムとしたヤマハヘルメット「OE」がヒット商品となり、またツーリング帰りのお客さまのためにシャワールームを設けたバイクショップが話題を呼んだりしています。いまやクリーン志向は、女性だけのものではないのです。

●昼間点灯、 全国に普及

業界あげての運動となった昼間点灯が、親しみやすい「バイクは昼間もライトオン」のスローガンとともに全国に普及。街中はライトオンしたバイクが多数派を占めるようになりました。

これは徹底したキャンペーンにより、ライダーのひとりひとり安全運転に対して真剣に取り組まはじめた結果です。社会的な交通安全気運は、さらに高まりつつな勢いです。





乗る人のマインドを刺激する '90ニューモデルに期待!

では、レジャースポーツツールとしてバイクを見る場合、今回の東京モーターショーに出展されたヤマハのモデルを西上店長はどのように評価されているのでしょうか。そのあたりを踏まえて見て回り、かなりの手応えを感じ取られたようです。「バイク以外にもいろいろ趣味をもっていらっしゃるお客さんが相手ですから、買う気を起こさせるには、まずそのバイク独自の世界をイメージさせ、雰囲気浸らせることが大切だと思うんです。他のものよりもバイクに注意を向けさせるわけ。そういう意味では、ニューFZR250RやニューSRX250、R-1Zあるいはすでに発売されているニューセロー250も含めて、お客さんのマインドを十分に刺激するインパクトを持っていると思います」

お客さまの目を、ヤマハに向けさせる

布石のひとつとして、西上店長は会場でヤマハの出展車をカメラに収め、店内用のアルバムを製作。さっそく店頭に置き、お客さまへの話題提供に役立っています。そして、実際にショーを見た感想と、店内でのお客さまの声を総合し、車種ごとのセールスポイントを設定。早くも来年のご商売に意欲をみせています。

「ニューFZR250Rは、乗り易くて、しかも本格的なレーサー気分を味わいたい」という人向けに、ニューFZR400Rそのままのイメージを引き継ぐデザインとプロジェクトデュアルヘッドライトでアピール。ニューSRX250は、乗り易さと所有感、ファッショナブルなデザインをメインに、女性ライダーからタウンユースのヤング、初心者まで、幅広い層に訴えたい。

また、「人と同じものはイヤ、自分の個性を演出したい」という人には、ヤマハラしいっぱいの2ストロークマシンR-1Z。メカニカルで男っぽいイメージを作り、走りの性能そのものも決してほかに引けを取らない、硬派さがウリになると思います。現在開発中のニューセロー225は、「自然派」をアピール。林道ツーリングなどの企画でアウトドア好きのお客さん全般にすすみたいですね。

具体的には、まずチラシ（毎月2枚）がベース。そのほか、代替えを狙ってサービス顧客へDMと試乗車の活用を考えています。オーソドックスですが、まだ新規店なので、認知度アップが主体になるでしょう。登場するニューモデルの発売が待ち遠しいですね」と、期待に夢を膨らませる西上店長でした。

●多様化するユーザーニーズ セロー225大人気!!

レーシースタイルのモデルがスタンダードとなっていた89年の市場の中で、ひととき注目を集めたのがセロー225の人気ぶり。9月の軽二輪登録の数では、オフロードモデルとしては久しぶりにトップに立っています。

このようにユーザーニーズはますます多様化され、90年はレーシーモデル、テイステイモデル、オフロードモデルというように、多角的なご商売が迫られる市場となりそうです。



今日も笑顔でガンバル販売店さんの
サービスマン奮闘記

ボクなりの“お客さま第一主義”を つねに考えて、まだまだ勉強!

いつものまにか、季節は冬を迎えます。トシオ君の日記もとうとう一年が経ちました。いつもお客さまを第一に考えながら、一生懸命仕事を続けてきたトシオ君。前回はお客さまに“先生”と呼ばれたほどでした。しかし、この一年を振り返ってみると、やはり反省すべきことも出てくるものですね……。



○月×日——最近ふと思うのだが、事故や故障の修理車が随分多いような気がする。お店のサービス工場に、修理車の作業予定表がかけてあるのだが、もういっぱい書くことができないうさま。当然、お店の中には預かった車両があふれている。なかには、もう直っているのに取りに来ないお客さんもあるので、取りあえず、早く来てもらうように電話をしておかなくては……。

○月×日——今日、外国人のお客さんが来店。初期型のRZ250に乗っているのだが、日本語が話せないで、何がどうしたのかさっぱりわからない。カタコトの言葉と身振り手振りで意思伝達しようとする。どうも高回転域での吹き上がりがよくない、と言ってるらしい。

よく調べてみるために、RZは置いて帰ってもらったことになった。ところが、お店から最寄りの駅まではちよつと距離がある。気の毒なので、お店の車で駅まで送り、キップの買いかたを教えてあげたら、すごく喜んでくれた。これもひとつのサービスかな。

○月×日——先日の外国人のお客さんが、RZを取りに来た。もちろん、修理内容は身振り手振りと言車指さしながらキチンと説明する。帰りぎわ、「どうもありがとう。また来ます」と言って帰って行った。そのあと、みんなで「うちの店もインターナショナルになったな」と言っていて笑いがあつたが、なんとなく気になることがあつた。

確かに、日本語がよくわからない外国人のお客さんには、多少時間がかかって身振り手振りで説明してあげたり、この前みたいに駅まで送ってあげたのはいいサービスになったと思う。しかし、これがほかの人、例えば普通の飛び込みで来た日本人のお客さんだったら、はたしてそこまでしたのだろうか。お客さん第一に考えると、こういうサービスは公平にしなければいけないのだ。とはいえ、現実には、みんな送ってあげられるわけではないし、代車を出すにも限りがある。やはり、めったにない外国人のお客さんだったので、特別扱いしたんだろうか。こんなことを考えていると、いったいどこまでが必要なサービスなんだろう、とつい悩んでしまう。

サービス憲章の第一条「お客さま第一主義」とは、結局ボクなりのベストなサービスを分け隔てなく提供できることかな、と思つた。

○月×日——とうとう、この日記を書き始めて、まる1年が経つた。どのくらい成長したのか実感がわかないが、改めてサービス憲章を見つめながら自己採点してみる。保証書の発行、明朗会計など事務的手続きには漏れはない。取り扱いの説明もちゃんとやってる……。作業の速さ、正確さも進歩したはず……。

ただ、お客さんを第一に考えることはいつも心掛けてきた。合格点の自信がある。自己満足かもしれないけど……。でも、70点くらいはつけられるかな。これからもしっかり頑張るぞ!

ティーンズ
TEENS 最前線
 若者たちはいま…

金持ち、モノ持ち、時間なし
 たくさんの友達よりも、
 自分だけの充実時間

イチゴ世代 の平均像



一年を通してイチゴ世代の行動形態を探ってきた『ティーンズ最前線』。中高生の親のこと、異性のこと、お金のこと、趣味のことなど、さまざまな視点からレポートしてきました。そこで最終回の今回は、現在の若者の平均像を考えてみます。次代のバイク参入層となる彼らは、果たしてどんなお客さまとなるのでしょうか。

ウワサ通りのお金持ち

金満国と呼ばれる現在の日本、大人社会ではニューリッチ層が台頭、となれば中高生のふところ具合も……!!?

日本経済新聞社・日本消費経済研究所のデータによると、イチゴ世代の財布の中身は1カ月あたり中学生で約3000円、高校生で約1万1000円程度となっています。

数字だけを見ると別段驚くような金額ではありませんが、3月号の検証では、次のような意見が聞かれました。

「お小遣いは少ないけど、大きなもの（高額なもの）は親に出してもらってから大丈夫。ラジカセとか、もう卒業しちゃったけどファミコンとかね」

（高校1年生・男子）

「買い物っていえば洋服だけど、その洋服は親が買ってくれる。決められたお小遣いの中から自分で出す買い物は、一番高いものでCDぐらいかな」

（高校2年生・女子）

「バイク欲しいからアルバイトして貯金してるけど、思うように貯まらないんだよね。たぶん半分くらいは親に出してもらうことになると思う」

（高校1年生・男子）

いまどきの男の子



- ①音楽は中高生共通の趣味。やはりロックが人気No.1ですが、アイドル系も根強い人気
- ②グルーミングは男の常識? 登校前には女のこなみに念入りに……
- ③キレイ好きなものイチゴ世代の共通項。遊びもキレイでさわやかなものをお好みます
- ④当然AVには強い。もっともポピュラーなラジカセは、72%の中高生が所有しています
- ⑤勉強だってキチンとします。自分のためだからという意識がとてもしつこいようです
- ⑥お小遣いは日常の消費のために使います。この範囲を超える買物は、親の財布から出ていくようです

結局、お小遣いの使用用途は日常的な消費のみに当てられるものであって、高額な非日常的な買物は、親が負担しているのが現実です。欲しいものは親にねだり、そのうえ自由に使えるお金が与えられるのですから、やはりイチゴ世代はリッチなのでしょう。

しかし、インタビュアーにに応じてくれた中高生のなかには、親にお金を出してもらうことに抵抗を感じる若者もかなりおり、家庭での金銭感覚に対するしつけが、

この歳になって表れてくるのが分かりました。

モノにあふれた日常生活

8月号では、イチゴ世代の所持品を調べるにあたって、まず彼らの部屋の中をのぞいてみることにしました。すると、ヤングライフの必需品であるラジカセはもちろんのこと、ステレオ、テレビ、ビデオデッキなどまでが、彼ら個人のモノとして所有されていることが分かりまし

た。さらに最近ではパソコン、電話、エアコンが「3種の神器」とされ、ヤングの部屋に著しく普及しているようです。

このようにモノにあふれた日常生活を送ることで、彼らのライフスタイル自体に変化が起り始めています。つまり、ひと昔前まではテレビは居間にあるものであり、テレビを観る時は必ず家族とのコミュニケーションが発生しました。しかし現在はどうかというと、テレビは自分の部屋にあります。それどころか、そのまま自分の部屋で生活できるほどのモノを持っているわけですから、部屋の中に閉じこもる時間が長くなるのは当然のことといえるでしょう。

このような状況の中で、イチゴ世代と家族のコミュニケーションは薄くなり、家庭内でのヤングのシングル化が起っているのです。

広く浅いイチゴの交遊

「親友として付き合い合ってる友達は7〜8人いるよ。でも、何でも話せる奴なんかひとりもないな」(中学3年生・男子)

明るく元気なイチゴ世代、さすがに広い交遊関係とたくさんの友達を持っているようです。

しかし前述の男のこの言葉でも裏付けられるように、NHK放送文化調査研究所の調査によると、イチゴ世代は広く浅い友達付き合いを好む傾向にあります。親友はもはやひとりではなく、複数いて当然の時代。ただしその親友たちも「何でも話せる仲じゃない」のだそうです。

一方では、たくさん友達を持っていながら、自分だけの時間に固執するヤン

いまどきの女の子



- ①活発な性格を表すように、ボーイッシュなファッションが人気
- ②それでもモノ選びの基準は、カワイイで決めることが多いよう。ただし最近では、カッコイイか伸びていることを付け加えておきます
- ③なんといっても電話好き。高校生の場合、1回の電話にかかる時間は28分/平均です、コレが!!
- ④レンタルを上手に使うのも、イチゴ世代の特徴です
- ⑤男女比では、女のコの方が洋楽好き。ここでもやはりロック系
- ⑥ギフトが大好きなイチゴ世代。ことあるごとにプレゼント交換をしています

グの姿も見られました。
「ひとりでいるのって落ち着くんだよね。友達がよくウチに遊びにくるけど、みんな帰ったあとはホッとするもん。友達と話してる時も楽しいけど、ひとりになつてからが本当の自由時間なんだと思う」
(高校1年生・男子)

一見社交的に見えるイチゴ世代ですが、取材のたびに出会うこのようなドライな一面に、意外な印象を持ったものです。

受験勉強は辛い!!

放課後は家に帰らず、進学塾へ直行という姿も、すでにごく普通の中学生のライフスタイルとなつていきます。福武書店・モノグラフ中学生のデータによると、現在進学塾へ通っている中学生は、1年生から3年生の合計で60・5%。3年生だけのデータなら、さらに高い数字が出てくることでしょう。

そこまでしてもくぐらなければならぬ高校受験。彼らはどう考えているのでしょうか。

「いいところに就職したいから、いまから勉強してるだけ。親からもいい高校に入って、いい大学出て、いい会社で働かなくちゃ、あとで後悔するよっていわれる。自分のことだから辛いよ」
(中学3年生・男子)

5月号の取材では、高校受験をひかえた中学3年生13人と会いましたが、ほとんどの生徒が「辛い」と答えました。幼い頃から「競争慣れ」「試験慣れ」してきた子供たちにとっては、これが本当の気持ちなのかもしれません。

※ ※

一年間の取材の中で出会ったイチゴは、のべ50人あまり。みな最初はモジモジしているものの、会話の糸口が見つかったとたん弾けるように言葉が飛び出す活発な子供たちでした。

スポーツに燃える昔ながらの中学生、アルバイトでかせいだ6万円をすべて洋服代に当てる高校生、東京と横浜という遠距離カップルの高校生、プロを目指す中学生バンドなどさまざまな顔に出会いました。

ファッションと音楽という興味の共通項はもっているものの、それ以外ほとんども個性的なひとつひとつの顔。十人十色から一人十色の時代へ移っているんだなとことある度に感じたものです。このような世代がバイク参入層となるのは、もう目の前です。彼らが参入してきてから慌てることのないように、個を対象としたご商売をそろそろ考えていきたいものですね。

人の数だけ職があり、職の数だけ人がいます。あらゆる分野のエキスパートにご登場いただき、その練達した仕事ぶりを拝見する『クローズアップ・エキスパート』。ご商売のヒントを見つけてください。

データ管理

JWA・(財)日本気象協会
川野善道さん

各種メディアの発達によって、さまざまなデータが入手できるようになった現代社会では、そのデータを加工する力、活用する力が商売を左右するようになっていきます。そこで重要視されるのがデータの管理。今回は気象データの管理をモデルに、(財)日本気象協会から川野善道さんにご登場いただき、観測から予報発信までの過程を話していただきました。

■**収集** ご商売に必要な情報を探る時には、それがいかなる種類の情報でも、まず素材となるデータの収集が作業の第一ステップとして必要となります。さらにその素材を分類し、解析、編集を行なってひとつの情報に加工するわけですが、これら一連の作業のベースであるデータが的外れなものであったり、材料として不十分であっては、正しい情報を導き出すことはできません。

[収集]気象観測



くるデータや、A MeDAS^{アメダス}（地域気象観測システム）からのデータになんらかの2次処理を加えたものなんです。親しみのあるところでいうと天気予報もそのひとつなんですが、あの「晴れのちくもり、ときどき雨」という予報の裏には、気象庁の観測による莫大なデータがあるわけなんです。

データというのは、ひとつだけではひとつの情報に過ぎませんが、複数になるといろいろな料理ができるんです。つまり降水量のデータは降水量の情報でしかありませんが、これに風向・風速・気

[編集]MICOSによる



温・日照時間などのデータを加えると、もっとたくさんさんの情報を得ることができるようになります。ですからデータ収集のカギは質と量、いかに中身の濃いものをたくさん集めるかに集約されるでしょう。」

■**編集** 素材となるデータが集まったら、次の作業は編集加工です。ここで注意しなければならないのが、何のために情報を得ようとしているのかをハッキリさせること。データの持つ力を十分発揮させるためには、この作業が欠かせません。「テレビや新聞でご存知かと思うんです



〔活用〕天気予報・NHK



が、最近では「洗濯情報」や「桜前線」や「サイド・サーフィン情報」などという細分化された予報を出しているんです。このような特殊な予報は、もちろん既存の気象データからでは弾き出せません。意外に思われるかもしれませんが、「洗濯情報」の場合には各地の観測所で実際に洗濯物を干したりしますし、「スギ花粉情報」などは国立の病院から患者さんのデータをいただいたりしています。このような、ある目的のために集めたデータと、気象庁の観測によるベーシックなデータを合わせる作業が、気象協会という2次処理、つまり編集作業に当たるわけです。話が前後しますが、いろいろな種類のデータをいくらか豊富に持っている、そのデータが整理されていなくては編集をすることはできません。そのためのもっとも重要なのが分類作業です。たとえば気象協会という気象データがベーシックにあつて、プラスαのデータがあります。これらを利用したい時にすぐ取り出せる状態にしておくのが、分類という作

業です。現在はM^{マイ}ICOSというコンピュータシステムを活用していますが、これを協会の技術スタッフがサポートするマン・マシン体制で分類作業に当たっています」

■活用 収集したデータを整理し、ある種の編集作業を加えて生きた情報を作る。さらにその情報をもとにして、目的達成のためのアクションを起こすのが情報管理の最終段階である活用ステップです。顧客管理でたとえれば、いよいよお客さまへのアプローチに当たる段階です。

「日本は四季のある国ですから、どうしても自然に支配される部分が大いんですね。大きなものでいえば台風による災害がそうですし、小さなものでは通勤時間帯の雨なども人々の生活に変化をおよぼします。そうした目に見えにくい自然の力に、鈴をつけるのが私たちの仕事です。雨が降りますから傘を持ちましょう、波が高くなりますから船舶は注意しましょう」と呼びかけるわけです。

気象データをとって、ある有効な情報に変化させる——そこまでは科学です。ただしそこから先は、人々の生活にプラスになる情報をインプットすることが目的ですから、大前提として分かりやすくなくてはなりません。降雪という情報を数字ではなく雪ダルマで表わしたりするのも、多くはこうした理由からです。反対に「今日は午後から雨が降るでしょう」という予報より、お出かけ傘情報の「60%」のほうが分かりやすいという場合もあります。これは「お出かけ傘情報」というソフト自体が持つ訴求力によるものでしょう。

こういったソフトを増やしていくのも情報活用のひとつの方法で、「不快指数情報」「観光地天気予報」それに「スキー場気象情報」など、私たちも続々と新しいソフトを開発しています。

気象協会のテーマは、どこまで気象とつき合うことができるだろうか、ということです。目に見える情報にする。それが人々の生活に役立ってくれたら、本当に嬉しいことです」

分かりやすい、役立つ情報のための予報ソフト



不快指数 NHK



花粉情報 NHK



夏山情報 NTV



スキー情報 NTV



お出かけ傘情報 TBS



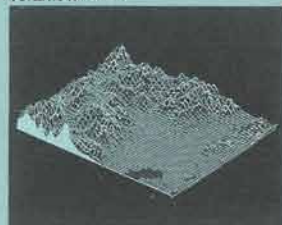
洗濯情報 フジ



紫外線情報 フジ



世界の天気 フジ



紅葉前線 情報処理



大谷社長が主催するレースの1コマ。元ライダーだけに選手へのバックアップには力が入る(左端が大谷社長)



年に数回の宿泊ツーリング



ブロック単位のY.E.S.S.イベントにも積極的。去年のクリスマスパーティにて



旅館につけば、即宴会。みなさんとってもイイのりしてます!!



ステージに展示されたスノースクートは、お客さまだけでなく、通行人にもよく目につく。遊びの予感をアピール



インフォメーションボードにはイベント紹介からレースリザルトまでズラリ/必要な情報はお客さまが探しだしてゆく

できています。
個性が強いお客さんの要望を集約し、イベントに反映させるのは難しいですが、幸いヤマハはレジャーに強いですからね。マリンスキーやカイト、スノーモビルなど、これからは「オールヤマハ」という形のイベントがますます増えていくでしょう。うちでも試しにスノースクートを展示してみたところ、予想以上に反応が高かったのです。さっそくイベントを企画し試乗会を開こうと考えているんです」
イベントはより趣味性の強いものへと変わっていくようですが、しかし、活動

の目的が変わることはありません。
「形が変わっても、お店とお客さんとの交流の場であるという基本は変わりません。全国的なものでも、店独自のイベントでも同じです。イベントを通してお店とお客さん、そしてお客さん同志の交流が深まってくれたら、それでいいんです。やがて知らない者同志が店を通じて仲間になれる、それが息の長いバイクファンを育てる最短の道だと思えますから。店を軸とした「いい関係づくり」を目標に、これからもイベントを中心とした「遊びの提供」に力を注ぎたいですね」

親子二代でガンバル販売店さんの親の意見、子の言い分

東京・大井町生まれの江戸っ子、下町バイク職人というイメージがびったりの野沢徹社長と、幼い頃からモトクロスに親しみ、そのままお店に入った息子・亮さんのお店に伺いました。



東京都中央区・江東区
(有)ノザワモータース(YOU SHOP 44)



父 野沢徹 社長(46歳)

中央区月島に本店があるんですが、その店を作った年に生まれたのが亮なんです。亮の上にもう一人長男がいますから、とりあえず後継ぎは十分。別に強いて継がせようとは思いませんでしたけど、幸い2人ともバイク屋をやるともりみいたいので安心ですね。長男はヤマハの研修中で、来年店に戻ってきます。亮は今年から支店のYOU SHOPのほうに預けて、店長に仕込んでもらってますが、ようやく仕事に慣れた感じ。

もっとも、亮はまだ18歳でし、今のうちはじっくりサービス技術を身につけてくればいい。モトクロスのレースをやってる、それを続けたいようなので、

個性ある店づくりをしてほしい

それもいいでしょう。

ただ、将来店をやるのであれば、サービス力は基本。そこからよそにないオリジナル色あふれる店づくりをめざしてほしいですね。東京はバイク屋の数も多いから、生き残るためには強い特色を持たないとだめだと思えます。例えば、モトクロスとかオフロードに関しては、あの店だ、といわれるくらいね。

それと、実際にお客さんと接してみてもわかったと思うけれど、お客さんは店の人間の態度にすごく敏感。けっしてウソをつかない、良心的な商売を心がけてほしい。これが、長く店を続けていくために一番必要なコツだと思います。

まだバイクを楽しみたい

ボクは、今年の春高校を卒業したばかりなので、店に入ってまだ半年あまり。本店にいるオヤジと離れて、支店のほうにいるんですが、毎日店長にいろいろ教わりながら修行してますよ。

バイクそのものとの関わりは、オヤジの影響で小学校5年生くらいから。ずっとモトクロスをやってきているので、店の仕事にもまったく抵抗なく入れたし、小さい時から将来はバイク屋をやろうと思ってました。でも、いざ実際に商売となると話は別。最初はお客さんがコワくて……(笑)。お客さんの前ではバンク修理ひとつやれなかった。初めてお金ももらってバイクを修理し、お客さんに渡し

た時は、すごく感動しちゃって……。当面は、早くしっかりしたサービス力を身につけることが目標。店にいれば、それなりに仕事はできるようになるけれど、資格が欲しいので、いずれはちゃんと勉強に行こうかと思っています。それと、個人的にはまだレースも続けたいし、今のうちにやれることをいろいろトライしたいんです。

そして、将来自分の店が持てたら、確かなサービス力をバックボーンにして、ショーアップした店舗と、レースを楽しめるような店づくりをしたい。そのための基礎づくりを、これからやらなきゃいけないと思っています。



子 野沢亮さん(18歳)

お客さま 登場

New SEROW 225



今回は、ご夫婦揃ってニューセロー225を購入され、2人で林道ツーリングキャンプに行くのが夢だ、とおっしゃる村上聡・綾子さんご夫妻にそれぞれご登場いただきました。

街でも山でも似合う ニューセローを狙いうち!

村上聡さん(愛媛県松山市)

●30歳・会社員●所有免許・中型二輪/普通
自●二輪乗車歴・10年●ニューセロー225
・平成元年9月8日購入●購入店・YSP松
山南●ニューセロー225以外の所有車・なし

3年前、綾子が中型免許を取って、250ccのオンロードバイクを買ったんです。その時、ボクはバイクを売ってしまっていて、自転車通勤してたわけです。時々綾子のバイクに乗ってましたけど、もともとはオフロード派。どうしてもオフロードバイクがほしい、と思い始め、どうせなら夫婦2人でキャンプツーリングなんかできたらいいな、と考えたんです。

それから、ことあるごとに綾子にオフロードの楽しさ、気持ちよさを訴え続けて2年。やっと彼女のOKをとりつけました。そこで選んだのがニューセロー225でした。オフロード未経験の女性でも扱いやすいエンジンと、低いシート高はもちろん、通勤用で街乗りに使っても、山へ遊びに行っても似合うスタイルとカラーリングのよさが決め手。コレしかない、という感じですね。パワーも十分あるし、使いこなす楽しさが味わえそうなバイクだと思います。バイクらしいバイクが少なくなっただ中で、珍しくボクらにも肩ヒジ張らずに乗れる最高の一台じゃないかな。それと、値段が安いのも思わぬメリット。夫婦で2台買っても400ccスポーツ車1台分ですからね。

残念ながら、まだ一緒に林道ツーリングどころか、通勤程度にしか使っていないので、早く山へ走りに行きたい。休みを取れる日が待ち遠しいですよ。

便利なセルと低いシート高で 慣れないオフロードも安心!

村上綾子さん

●26歳・看護婦●所有免許・中型二輪/普通自
●二輪乗車歴5年6カ月●ニューセロー225
5以外の所有車・なし

私、中型バイクに乗り初めて3年になるんですが、ずっとオンロード派だったんです。林道はもちろん、砂利道なんかでもコワくてしかたがなかったのに、オフロードバイクを買ったのは、主人の熱意に押しきられたようなものですね(笑)。「山へ紅葉を見に行こう。きれいだよ」とか「キャンプツーリングして、山でビール飲むのは最高だよ」と、2年間そればかり。

それで、お店へバイクを見に行ったら主人が勧めてくれたのが、このニューセローだったんです。オフロード車はすごく車高が高くて武骨なイメージがあったんですけど、セローは違いますね。低いシート高と、落ち着いたデザインで、女の私でも抵抗なく乗れます。セルが付いているのも便利。私のはキックもオプションで付けたんですけど、まったく使ってません(笑)。

色はグリーン。ほんとは主人の色違いにしようと思ったけれど、どちらもグリーンがいい、と張り合って、結局2台ともグリーンになってしまいました。

これでオフ恐怖症が早くなるといいんですが、まだ河原を1回走ったくらいで全然ダメですね。主人が横でいろいろ教えてくれたんだけど、ころんではかり。クラブの人と小豆島へ紅葉を見にツーリングする計画があるので、その時までに何とかしたいと頑張っています。

情報クリップ

お忙しい販売店さんにお届けする情報コーナー

BOOKS

●街の見方、教えます
『街を歩けば明日が見える』

街というのは、人と人とが錯綜するところ。多数の人の生活の場となり、コミュニケーションが生まれま

す。それは、今、そして明日の時代を読む大きな手がかりです。しかし、そこから必要な情報を導き出すことは容易ではありません。ただあてなく歩き回るのはなく、情報を得るために、行動することが必要になるわけです。では、街をどうという視点で見つめ、どこをどう歩けばよいのか。こうした疑問にストリートに答え、そのノウハウを余すところなく解説したのがこの本です。街歩きのコツがわかります。750円 こま書房・刊



●聴いて読むFZR750R
『夢のスーパーバイク ヤマハ001』

87年、88年と2年連続で鈴鹿8時間耐久を制したヤマハワークスマシンYZF750の技術を、フルワイ

ドバックして作られたヤマハの新しいフラッグシップ・FZR750R(O'W'01)。その注目のマシンを、一般公道やサーキットで走行させ、



●パーティ向けの明るい曲を探す
『オリコン・CDトップ10』

12月ともなれば、そろそろ忘年会やクリスマスパーティーの企画が持ち上がる頃です。こうした明るい雰囲気

●時計が地図上の距離を読む
『マップメーターMAP100』

ツアーリングのプランを立てる時、まず必要なのがルートマップ。しかし、地図に縮尺はついていないもの、曲線の多い道路上の距離を正確に把握するのは困難です。

そんな時、このMAP100があれば大変便利。ツマミの部分にセットされたローラーで、道路に沿ってなぞれば、正確な距離を素早く表示してくれます。もちろん、縮尺の設定も思いのまま。さらに、所用時間や平均速度の計算もできるナビ機能や、定規では計れない曲線の長さか

MUSIC

同時録音したライブ感たっぷりの8センチCDと、細かなライティング解説が施された本をドッキングしたCDブックです。

コース図を追いながら、CD音を聞いていると、まるで自分がそこを走っているかのような、リアルな疑似体験が楽しめます。加藤栄重・監修 こま書房・刊 1980円

●CDトップ10 (11/13日付 オリコン調べ)

順位	タイトル	アーティスト
1	I・B・W	ぼくふう スランプ BAKUFU-SLUMP
2	ジョイ	山下達郎
3	バッドゲスト BADDEST	久保田利伸
4	ハロー・ダイ・ラブユー Hello...I LOVE YOU	光GENJI
5	DOKI DOKI	ジッターン ジン JITTERIN JINN
6	レッド・モンキー・イエロー・フィッシュ red monkey yellow fish	大江千里
7	エンジョイ ユアセルフ ENJOY YOURSELF	カイリー・ミノーグ
8	カレリア	工藤静香
9	ネオ ファッション NEO FASCIO	水室京介
10	ワン・オブ・ア・キンド・オブ・ティアーズ Wasted Tears	浜田省吾



実測できるメジャー機能もついています。1万円。お問い合わせ/カシオ計算器 03(347)4811

1989 YAMAHA SUPER PREMIUM ITEMS

●ありがとうございます、の気持ち成形にします。

ひとつの時代の節目、平成元年と80年代最後の89年があと1カ月足らずで幕を閉じようとしています。この1年間に、賑やかに締めくくられるのは12月25日のクリスマス。来年の変わらぬお付き合いと、今年の感謝の気持ちを込めたプレゼントに、こんなグッズを用意してみました。ぜひめでたいたいで。



●牛皮バース・牛皮コインケース (No.056/6500円・No.042/2800円)
シックで上品な雰囲気たっぷりの牛皮仕上げのサイフと小銭入れ。カード時代に合わせ、バースにはカードポケットを数多く設けました。ぜひめでたいたいで。

●レザーネームタグ (No.051/1100円)
自分の持ち物には、きちんと自分を主張したい人にぴったりの、オシャレなネームタグです。本革をぜいたくに使って、シックに仕上げました。



●ピンテージZippoライターセット (No.097/15000円・No.098/12000円)
重厚でハイセンスなデザインのジッポライターセット。ヤマハの名車YA-1とSR500 (No.098)、マリンイメージのパワーポートとマリンジェット (No.097) の2種類があります。



●レザーメモカバー (No.049/2500円)
ちょっとしたことでメモしておく、あとでいろいろ役に立つもの。この本革製メモカバーで大事に納めて、常に持ち歩きたいですね。

サービス技術力の強化で、お客さまの満足度の向上を!!

'89ヤマハスタートーナメント全国大会開催



真剣な表情で整備に挑むサービスマンのみなさん



接客審査は店頭を意識した会話形式で

優勝を飾った高橋博さん

★入賞者のみなさん

★優勝	高橋 博さん	東京	YSP八王子東
★敢闘賞	高野英行さん	北海道	YSP札幌南
	浅倉茂輝さん	関西	YSP吹田
	横木澄夫さん	中国	YOUSHOP津山
	森 幸広さん	東北	YOUSHOP福田
★努力賞	落合秀行さん	東京	YSP厚木
	谷田泰之さん	中部	YSP名東中央
	堀尾知也さん	中部	YSP各務原東
	湯浅 進さん	四国	YSP香川
	矢野裕史さん	九州	YSP福岡東

全国のヤマハ専売店サービスマンのみなさんを対象とした「第1回スタートーナメント」は、さる11月9日(休)、静岡県ヤマハリゾート・つま恋で行なわれた全国大会をもって、無事全日程を終了しました。

当日は、各ブロックの地区大会を勝ち抜いた代表者30名が参加。日頃磨いた接客、整備技術(実技)、知識(学科)で技を競い合いました。その結果、各地の代表者にふさわしい高得点での競り合いとなりましたが、YSP八王子東の高橋博さんが見事第1回大会の優勝を勝ちとり、大会会長である三浦取締役より表彰状および優勝カップが授与されました。

競技終了後、参加者のみなさんが、これを機会にますます技術力を高め、お客さまの満足度の向上に邁進するよう誓い合いました。

トータルな設備管理と高品質の証し ヤマハ、'89PM優秀事業場賞受賞!

ヤマハでは、生産性の向上や故障低減、品質向上などを目的として、各生産部門ごとにTPM（トータル・プロダクティブ・メンテナンス）という、全員参加による生産保全活動を行なっています。こうした活動を実施している企業の中で、特に優れた成果をあげた会社に対して樹日本プラントメンテナンス協会より贈られるのが「PM優秀事業場賞」です。ヤマハは、今年、この栄えある賞を

受賞、優れた設備管理、品質管理能力の高さを実証しました。

言いかえれば、現在市販されているヤマハの商品のひとつひとつが、いかに厳しい管理のもとで生産され、また多くの人々の努力によって品質が維持されているかを示すものです。ヤマハの、もの作りに対する姿勢を示す話題として、広くお客さまにお伝えください。



「デザインのヤマハ」 4商品にグッドデザイン賞!

オリジナリティが高く、デザインの優れた商品の証し「グッドデザイン賞」に、今年、ヤマハの「ニューJOG」、「TZR250」、「FZR250R」そして船外機では初めて「ヤマハ15CEET」が選ばれました。

優良商品の開発奨励と消費者に対するデザインへの関心を高めるために、通産省が毎年選定を行っているこの賞は「Gマーク」でおなじみのもの。各企業から申請された商品の中から、外観はもちろん、機能、品質、価格などを加味し、デザイナー

や学識経験者によって審査され、それをもとに通産大臣が選定します。今年3787点の申請があり、このうち146点にGマークが贈られました。



大阪府民の夢がアフリカを駆ける スーパーテネレ・大阪号発進!

「大阪の名を世界に」という府民の想いを乗せ、「大阪号」と名付けた車両でバリ・ダカールラリーに参加しよう、と企画された「バリ・ダカール大阪号プロジェクト」。初参加の昨年は、2台の4輪車が見事完走。しかもクラス1・2位という快挙でした。

1日を大切に走り必ず「大阪号」をダカールまで走らせる」と意欲満々の両選手。12月1日には日本を出発し、25日の出発に備える予定です。2台の「大阪号」スーパーテネレの活躍に今期待ください。

そこでプロジェクト2年目にあたる今年には4輪部門2台に加え、二輪部門にも参加を計画。ベースマシンにヤマハXTZ750スーパーテネレが選ばれました。ライダーはモトクロス国際B級の元チャンピオン佐々木隆、斉藤稔の両選手が選ばれました。なかでも、斉藤選手はヤマハの社員でバリ・ダカ用マシンの開発を担当し、第9回大会にはイタリアワークスチームのメカニックとして参戦した実績を持っています。「1日



マスコミ関係者も口々に絶賛! TZ50プレス試乗会



モーターショーでの発表以来、50cc初の本格的レーサーとして大きな注目を浴びているTZ50。11月10日には、静岡県・つま恋でプレス向けの発表試乗会を開催。35媒体、110名の参加者を集める大規模なものとなりました。

当日は、技術説明会のあと、試乗会のほか、ライダー、編集者、カメラマンのクラス別スプリントレースや、各誌混合チームによる80分耐久レースも行なわれ、TZ50の持つおもしろさを存分に味わっていただきました。また、ヤマハワークスライダールの本間利彦、原田哲也、永井康友の3選手も参加し、デモ走行を披露したほか、プレスレースに飛入り参加するハブニングもありました。

こうして、大変楽しい雰囲気で終了した試乗会ですが、TZ50に対する評価は上々。「足回り、フレームも50ccとは思えないほどしっかりしている」「サイズ、パワー、操作性などバイクの基本を身につけるのに最適」と、みなさんが口を揃えてベタほめ、来年から開催されるMP16レースを歓迎する声も多く聞かれました。

TZ250改で大健闘の 原田哲也選手に“新人賞”!



今シーズン並いる強豪ライダーを相手に、激戦区・全日本ロードレース国際A級250ccクラスで、ヤマハTZ250改を駆り、堂々のランキング4位に入った原田哲也選手。A級1年目ながら、2位3回、3位1回とめざましい活躍ぶりでした。

そこで、日本ロードレースプレス協会（坪内隆直代表）は、このほど原田選手を「最もファイトあるレース展開を見せたルーキー選手」として「ルーキー・オブ・ザ・イヤー」賞を授与、10月29日のMFJグランプリ会場場で表彰を行いました。

原田選手のさらに大きな成長を願って、今後とも、みなさまの暖かいご声援をよろしくお願いします。

新店オープンにワークスマシンが二役

10月14日、大阪府大東市に新しく「YSP阪奈」さんがオープン、YESSステーションを設置して、チャリテイーオークションやジャンケ

ン大会など賑やかなオープニングイベントを開催しました。店内も、40坪ほどの広々としたショールームを中心に美しく飾りつけられ、こうした演出に魅かれて立ち寄るお客さまが数多く見受けられました。

なかでもお客さまの注目を集めていたのは、ショールーム中央に飾られた3台のワークスマシン。鈴鹿8時間耐久仕様のYZF750、本間利彦選手の①をつけたYZR250やYZR500が、入ってくるお客さんを出迎えるという趣向。あちこちからのぞき込んだり、仲間とウンチクをかたむけ合ったり、話題作りが最高の展示物となりました。



当日はプレス関係者をはじめ、一般者も数多く会場に集まるなど、大阪号への関心の高さがうかがわれました

■第26回MFJグランプリ・'89全日本選手権ロードレース第16戦

'89シリーズラストを締めくくる
YZF750ワン・ツーと
YZR500&藤原のV3!



鈴鹿8耐3位入賞の余勢をかって、今度は一気に表彰台中央に立ったP・ゴダード

④永井康友は、同じくYZF750を駆るP・ゴダードを相手に、一步もひかない闘志を見せ、優勝こそ譲ったが2位入賞。見事ランキング3位を獲得した

10月29日の筑波サーキットは快晴しかも、ここで各クラスのチャンピオンが決まるとあって、ライダー達の気合いも十分。最高の舞台条件の中で全日本選手権最終戦・MFJグランプリが開催されました。まずTT-Fクラス。3万6000人を超えるレースファンが見守る中、序盤からYZF750に乗るビーター・ゴダード、永井康友が集団をリードします。そして、レース中盤にはこの2人がトップグループから完全に抜けたし、YZF750同士の争いを展開。結局、P・ゴダードがわずかに永井を抑えて優勝、YZF750のワン・ツー・フィニッシュを遂げました。

そして、3年連続のシリーズチャンピオンに王手をかけたYZR500



かつて全日本V3を達成した②平忠彦は、ついに自分と並ぶ記録を作った後輩・藤原に祝福の手をさしのべる

0の藤原儀彦も、意欲的な走りを見せます。優勝こそ逃がしたものの、最終ラップで町井邦生をかわし、2位の平忠彦に続いて3位でフィニッシュ。堂々のV3を達成しました。4位に入った町井邦生はランキング3位となっています。また、250ccクラスのV2を狙う本間利彦(YZR250)は、負傷をおして出場し、惜しくも逆転はなりませんでしたが、ランキング2位。TZ250改で健闘した原田哲也はランキング4位と、それぞれ好成績をあげてシリーズを終えました。みなさまの暖かいご声援、ありがとうございました。'90シリーズでもヤマハチームの活躍にご期待ください。

■'89全日本選手権モトクロス250ccクラス

YZ250&川崎智之 堂々のランキング2位獲得



125ccチャンピオンを奪った③光安、両クラスランキング2位の⑤川崎、そして第8戦両ヒート制覇を遂げた⑬田淵のYZトリオは、今シーズンの台風の目となった

11月5日、岐阜県多治見コミュニティランドで開催された全日本モトクロス最終戦は、トップ岡部を5ポイント差で追う川崎智之のチャンピオン争いに興味が絞られました。予選ヒートをともにトップで通過した2人は、決勝でも激しい接戦を展開。第1ヒート、最終ラップでトップに浮上するなど、川崎は大いに観衆をわかせます。

全10ヒート中、優勝1回、2位3回という好成绩で見事にランキング2位の座につきました。これは、前半戦の光安鉄美(YZ125)による125ccチャンピオンに続く快挙。来シーズンに向けて、川崎は「確実にトップ争いに加わる自信がついた」と語り、早くも意欲満々。来年のYZ勢の活躍にも、暖かいご声援をお願いします。



ゼッケン①にふさわしい、見事なトライで最終戦を優勝で飾った伊藤敦志

■'89全日本選手権トライアル第9戦

ゼッケン1の意地 伊藤敦志&TY250が 最終戦を制す!

ついに最終戦を迎えた'89全日本トライアルシリーズ。昨年、一昨年のチャンピオン伊藤敦志(TY250)は、第1ラップから好調なトライを重ね、第2ラップでも減点0と他を寄せつけません。

そして、難易度の高いスペシャル

ステージも減点7でクリア、今シーズン2度目の優勝を飾りました。これで、シリーズポイントも149に伸ばし、3年連続チャンピオンこそ逃がしましたが、泉を抜いてランキング2位となりました。

S A L E S

C2大作戦、見込客のリストアップは年内に!!

新車購入者のうち約3分の2が代替もしくは買増しという現在の市場の中では、つかんで離さないご商売が拡販の大きなポイントとなっています。そこで既存のお客さまのデータを直直し、DMや電話によるアプローチでニューモデルの成約に結びつけようというのが、現在展開中のC2大作戦です。

'90年モデルの導入はもう目の前。年明けとともにアプローチを開始するために、年内には有力見込客のリストアップを終了しておきましょう。詳しくは本誌11月号をご覧ください。



S E R V I C E

親切、丁寧なサービス活動に ヤマハ幹旋ツールを有効活用ください

お客さまに満足していただける親切、丁寧なサービス業務のために、

ヤマハではさまざまなサービストールを幹旋販売しています。お客さま

S U G G O

ちよつと足を伸ばして、SUGGOのお正月



'90年春商戦を迎える前に、心と体をリフレッシュ——今年もSUGGO

では、販売店のみなさまのお正月旅行にピッタリの「ニューイヤーパーッケージ」をご用意しました。

期間中にはおとそサービスマッチつき大会、鏡割り、初日の出遊覧飛行などたくさん催しものが行なわ



れるほか、みなさまのために豪華なお正月料理もご用意しています。また、近辺には整備されたゲレンデが多数あり、スキーも楽しめる設定です。年末年始は足を伸ばして、ぜひSUGGOでいこいのひとときをお過ごしください。

●ニューイヤーパーッケージ '89年12月31日〜'90年1月3日開催 大人17000円 小人12000円(料金には1泊2食、サービス料が含まれています) ※税別

お問い合わせ…東京 ☎03-57514771 仙台 ☎0224-8314711

K A R T

さらに充実、'90SLカートレース!!

社会的なレジャーブームを背景に、ますます注目を集めるレーシングカート。SLカートライセンスの取得人口も、飛躍的に増え続けています。SLカートクラブでは、このような市場環境に因って、'90年もさらに充実したシリーズ戦を開催します。

まず、スプリントのSLシリーズ

が全国26会場で250大会、F100サーキットカートレースは全国7シリーズ42大会、さらにそれぞれの集大成として秋には全国チャンピオン大会も予定されています。

さらなるレーシングカートの普及へ向けて、'90年も販売店のみなさまの協力をよろしく願います。

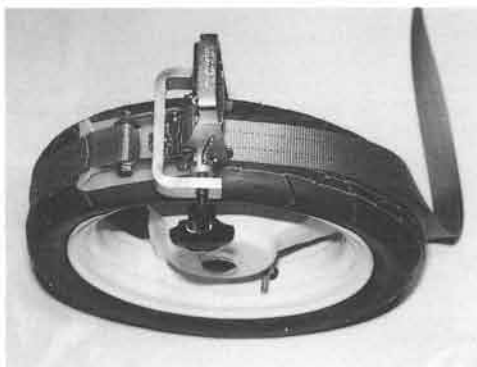
●YTSヤマハ二輪車整備工講習会スケジュール

会場	12月	'90年1月
北海道ヤマハ		2 M 4 M 25-27 29-31
ヤマハ東北	2 M 1%2	B B 22-24 25-27
研修センター東京	B B 2 M 1-3 5-7 14-16	4 M 2 M B 10-12 17-19 29-31
研修会館(Y中部)	B 6-8	4 M 10-12
研修センター神戸	4 M B 5-7 12-14	B 2 M 17-19 23-25
ヤマハ中国	B B 12-14(岡山) 19-21(山口)	B 17-19(広島)
研修センター福岡	B B 6-8 13-15	

※ B ベーシックコース、2 M 2 サイクルマスターコース、

4 M 4 サイクルマスターコース

※都合により開催日の変更および中止をする場合がありますのでご了承ください。



の信頼獲得に、ぜひご活用ください。
●展示車のキズ付き防止に「SPV保護テープ」
キズのない新車を、気持ちよくお客様さまに納めるための保護テープ(10cm×1000mm)です。従来の青色テープと、現在スクーターに使用している透明テープの2種類を用意して

●サービスマニュアル追加のお知らせ

商品名	注文No.	標準価格
FZR400RR	391162	¥3,000
TZR125(追補版)	391163	¥800

います。
青色保護テープ(No.3226071)透明保護テープ(No.3226078)標準価格…¥2000
●チューブレスタイヤの耳出しに「タイヤベルトラッシング」
ベルトでタイヤの外周を締めることによって、タイヤのビード部の幅を広げ、空気のもれを抑えながらエアを送り込み、ビードアップを行なえる便利ツールです。
タイヤベルトラッシング
幹旋価格…¥13,000



12月のヤマハ提供番組のご案内

■ONANKOLLE

海と陸、ふたつの素晴らしい世界をステージに繰り広げられるヤマハワールドを、スッポーツマインドいっぱいにカメラが追った話題の番組です。画面に映し出される美しい画像と厳選されたBGMを、心ゆくまでお楽しみください。

▼12月2日「ヘマリン編」

▼12月9日「ヘバイク編」

▼TECH21 No.1カップ全国大会

▼12月16日「ヘマリン編」

▼「もうひとつのニッポンカップ」

▼12月23日「ヘバイク編」

▼「息子へのプレゼント」

※一部地域では放送日が異なります。テレビ北海道、テレビ東京、テレビ大阪、テレビ愛知、テレビせとうち

■オリジナルコンサート

私たちの創った世界

世界各地で精力的な活動を続ける(財)ヤマハ音楽振興会「ヤマハ音楽教室」で育った世界の子供たちによる自作、自演発表の模様をお届けしています。日曜日の朝を、澄みきった純粋な音楽とともに過ごしてください。

テレビ朝日系全国12局ネット。放送日/毎週日曜日。放送時間/7時30分から8時。





着実に効果が表われ始めた 二輪車セーフティライド活動

11月6日、12日間にわたって千葉県幕張メッセで開かれていた第28回東京モーターショーが幕を閉じました。12日間で合計192万4200名の観客を集め、62年の第16回を上回る史上最高記録となりましたが、それだけに、二輪車館もヤマハブースをはじめ、大変な混雑ぶり。今後の市場活性化に向けて、まずは明るい展望が期待できそうです。

さて、昨今、二輪車業界にとって最大の課題となっている交通事故の状況ですが、こちらも好転の兆しが見えてきました。警察庁がまとめた平成元年

度1月から9月までのデータによれば、二輪車全体の事故死者数は1852名。前年に比べて3・2%減少しており、特に原付を除く自動二輪車で5・9%の減少となっています。

また、年齢層別に見ても、昨年まで目立って多かった16歳〜24歳までの若者層、とりわけ16〜19歳では10・4%もの減少が見られます。このことは、まさしく販売店のみならず、二輪業界に携わる数多くの方々の努力によるものといえます。

しかし、原付だけで見ると1・8%の増加で、しかも相変わらず16歳〜19歳が696名中で212名を占めるなど、まだまだ気を抜けません。三不運動見直しなど、社会全体が少しずつ二輪車への見方を変えつつある現在、ヤングへの安全運転教育をさらに進めていく必要があります。

また、これからしばらくは、ライダーにとって一層運転に注意が必要なシーズン。着ぶくれして乗ったり、手がかじかんでうまく運転できず転倒、といったケースも十分あり得ることです。店頭で、防寒対策や路面状況の変化に対するアドバイスをするものも有効でしょう。引き続き交通安全への心配りをよろしくお願いします。

バイクもこころもライトON!

第2回二輪車セーフティスローガン
学生男性部門・最優秀作品

よりスポーツライクな走りに応じて

ヤマハヘルメット

GFS Limited

メーカー希望小売価格：¥28,500

カラー：白/赤/青、黒/銀/赤、黒/銀/金

サイズ：M、L

規格：JIS・C種、スネル規格、MFJ公認

まさに走るための装備を満載した、特別仕様ヘルメットです。定評のFLEX-FRP複合積層構造に、ツインダイレクトベンチレーション、ハードフィッティング内装、5段階クイックオープンシールド、2%厚3次曲面ハードコートシールド等の走りの快適機能をふんだんに盛り込みました。さらにエアロダイナミクスフォルムをリミテッド専用のフルグラフィックで仕上げ、スネル規格にも適合しています。

スポーツライクな走りを楽しむお客さまにぜひおすすめください。

※なお、この商品のデリバリー開始は2月以降になります



白/赤/青



黒/銀/赤



黒/銀/金



店舗の右半分がショールームで、左半分は中古車フロアとサービススペース

ナウな店舗がヤングに人気 センスの良さが「売り」です。

バイクプラザ ヤマノ/山野洋之助社長
岡山県倉敷市玉島爪崎 86017 ☎08652(6)4575

ただ走ることの楽しさを満喫することから、生活全体を楽しく演出するツールへと、オートバイに対するユーザーニーズは変化を遂げているようです。

今回お訪ねした「バイクプラザ ヤマノ」さんは、こうした変化に俊敏に対応した店づくりで地域への浸透を図るお店。古都・倉敷にふさわしく、時代を超えたセンスが光っています。



ヤングのトレンドを正確に把握するだけあって、ご自身もお若い山野社長

●店づくり3つのキーワード

モノトーンの中に鮮やかなバステルカラーを配した外装を持つ「バイクプラザ ヤマノ」さん。シックな街並みによく映えるこの配色は、スポーツギヤショップの中でもっともトレンドイイものだとされています。

この外観からも良く分かるように、山野社長は時代の流れや動向を敏感にキャッチし、店舗の随所にそれを生かしています。

「ここで商売を始めた79年頃は、商品を揃えるというだけでオープン展示が主体でしたが、トータルレジャーの一環としてバイクをファッショナブルにとらえるユーザーが増えるにつれ、個々の商品性をいかに見せていくかという店づくりを考えるようになりました。

4年前に店舗を改装したのですが、その時に考慮したのは店の周辺に与える雰囲気である「たまたま」。それにお客さんに心地良く入ってもらい、過こしてもらいための「快適性」、それと「品揃え」です。

一時流行ったマニアックなモノトーンをやめ「オシャレ!」「かわいい!」(笑)とヤングに言われる色づかいにしたり、ショールームの随所にモニターを設けて音楽と映像を常に流しているのも、こうした考慮の結果です」

●徹底化の目的と成果

地域や一人ひとりのお客さま、さらに時代性にまで細かい気配りの様子がうかがえますが、さて商品に対してはどのような対応をしているのでしょうか?

「それぞれ個性的な商品を展示するうえで、一番こだわったのは床でした。商品



スクーターコーナーのポイントはカラーバリエーション。平面的にならないよう壁側にはステージが設けられている



丸太で組まれたステージで自然との調和を店内に



ゆったりとしたスペースの商談、接客カウンター



入口右手のテイスティモデルコーナーは、シャレた大人の都会的感覚をイメージ



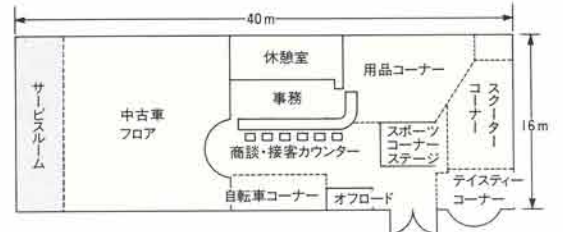
豊富な在庫の用品コーナー



AVモニターとスチール製ステージでレーシーコーナーを演出。センスの良さが来店者に安心感と快適さをもたらす

- オープン：'79年2月に現在の場所にバイクショップとしてオープンし、'86年に改装
- 店舗規模：敷地面積250坪、建坪190坪（ショールーム100坪、中古車フロア60坪、サービス30坪）
- 展示台数：100台（店内80台、外20台）
- 立地：新倉敷駅より500m、県道に面して立地。周辺は住宅地
- 商圏：お店を中心に半径30km
- 客層：22～23歳が中心ユーザー層で、現在顧客は3000名
- Y.E.S.S.会員：40名

- クラブ：特になく、年2～3回、お店主催のツーリング活動を行なっている
- 告知活動：テレビ瀬戸内と地元有線テレビのスポット、タウン情報岡山、DM、チラシ
- 営業：毎週火曜日休み（午前9：00～午後8：30）
- スタッフ：11名（ショールーム＝営業2名、事務2名／サービス・中古フロア＝サービスマン6名、パート女性1名）



時代の流れを見逃がさない徹底した店づくりで、着実にお客さまを育てる「バイクプラザ ヤマノ」さん。来たるべき90年の活躍も、大いに期待が持てそうです。

「結果的には他店との差別化になっていると思いますが、それよりも、ユーザーのバイクライフをあらゆる面からバックアップしたい」という店のポリシーの表われだと思っただきたい。

バイクのソフト部分を創造するうえで、用品類は欠かせない物ですから。バイクを始めるならウチで、と言ってくれたお客さんも多くいますが、そうしたお客さんのフックとなっているのがこの用品コーナーなんです。徹底した品揃えは新規客の獲得にもつながりますし、固定化にも役立っていますね」

これだけの気配りを施した店舗ですから、それだけでも他店との差別化は十分といったところですが、山野社長は今後の店づくりを考えて、さらに徹底した差別化を図っています。そのひとつが仕入総額約1000万円にも上る豊富な品揃えが自慢の用品コーナーです。

暖か味のある木材を使うという徹底した凝り方を行っています。

さらに用品コーナーはブティック風にスチールと木材を組み合わせ、商談カウンターもお客さまのリラックスを考えた

「テイスティコーナー」にはグレーのシックな床材を配し、ピュアスポーツのマインドを強調したり「レーシースポーツコーナー」にはスチールのステージを。そして「オフロードコーナー」は丸太でステージを組んで自然との一体感を出すよう工夫してみました」

大きなウェイトを占めていると思います。ですから扱う商品の個性に合わせて、「テイスティコーナー」にはグレーのシックな床材を配し、ピュアスポーツのマインドを強調したり「レーシースポーツコーナー」にはスチールのステージを。そして「オフロードコーナー」は丸太でステージを組んで自然との一体感を出すよう工夫してみました」

