

ヤマハニュース 1

YAMAHA NEWS NO.331 1991

●巻頭特別企画●江口秀人社長からの'91メッセージ

感動創造企業を目指して!! —2

●新春特集●チャレンジ'91トーク集

PART① **ショップオーナーvsセールスマン** —6

PART② **3世代奥さま大放談** —21

●New Model●QUALITY & SPORTY

NEW JOG 登場!! —19
YG50



江口秀人社長からの'91メッセージ



感動創造企業を直指して

新たな年を迎えました。

販売店のみなさまにおかれましては、すでに諸活動を始められていることと思います。

私たちヤマハ発動機グループを取り巻く環境、とりわけモーターサイクルの環境は、お客さまの志向変化、また、社会環境の変化など、激しい動きを示しています。

こうした状況の中で、需要創造活動をされている販売店のみなさまに、ヤマハニュースをかりて、新年のご挨拶を申し上げます。私たちのこれからの仕事への取り組みは、私が7年前に打ち出しました「量から質への転換」という姿勢が、ますます重要になってくると考えています。


量を追い続けるだけでなく、質の高い商品、そして質の高いサービスというように、質に価値が求められる時代に拍車がかかると思っています。

質の高いところにお客さまが集まります。これは、日本にかぎらず、世界的な傾向といえるでしょう。

では、質とはどうすれば高まるのでしょうか。私はまず、人間を大切にすることが基本だと考えています。

あらゆる場面で人間を尊重し合い、人間の質を高め合っていく、つまり、質とは人間が生み出すものです。





こういった考えの元に、私たちはこれからヤマハ発動機が進むべき企業像を昨年、発表しました。

ヤマハ発動機が、新たに目指す企業像、それは『感動創造企業』です。私は、この会社の未来像について、許すかぎりの機会を持ち、発表してまいりましたが、改めて販売店のみなさまに、ご説明申し上げます。

質を高めるには、人間の質を高めていかなければいけない、と申し上げましたが、そのためには私たちヤマハ発動機グループのすべての人々が、いきいきと創造し、お客さまに感動を提供し続け、そして、いつも次が期待される企業でなければなりません。

私たちは、これまで、販売店さまのご尽力を得、高品質の商品を提供してきました。それも形あるモノによって多くの人たちに感動を与えて、豊かな生活を提供してきたと思います。

しかし、消費者の欲求の高度化、多様化に伴い、次の二つのことに直面しています。一つは、より個性化、より多様化するお客さまのニーズに対応するために、商品自体の進化が必要なこと。二つ目は、以前は商品に付随したプラスアルファでしかなかった部分、つまりソフトの重要性が、ますます大きくなってきていることです。

中でもモーターサイクルは、性能やスタイル、乗り心地によって、これまでも感動を提供してきましたが、「より人間に近い乗

り物」としての一層の進化が求められています。

一方、そうした中で私たちは、地球環境に優しい無公害エンジンの提供をはじめ、快適あるいは健康そのものの提供など、幅広く社会の期待に応えていくことが重要な責務と考えております。

このような課題に、真つ正面から取り組み、お客さまの期待、社会の期待に応えるよう。ひとりひとりがいきいきと創造し続ける企業、それが『感動創造企業』です。私は、この『感動創造企業』は販売店さまと共通の姿勢だと思っています。

そのためには、80年代と同じ仕事への取り組みではなく、私たち自身が絶えず変わっていかなくては、お客さまや社会に感動を提供し続けることは不可能です。自己変革がぜひとも必要です。

お客さまの心を動かす販売、サービス、接客、そして、電話の応待にいたるあらゆる場面で、感動を提供し続ける販売店さまであっていただきたい、と思っています。

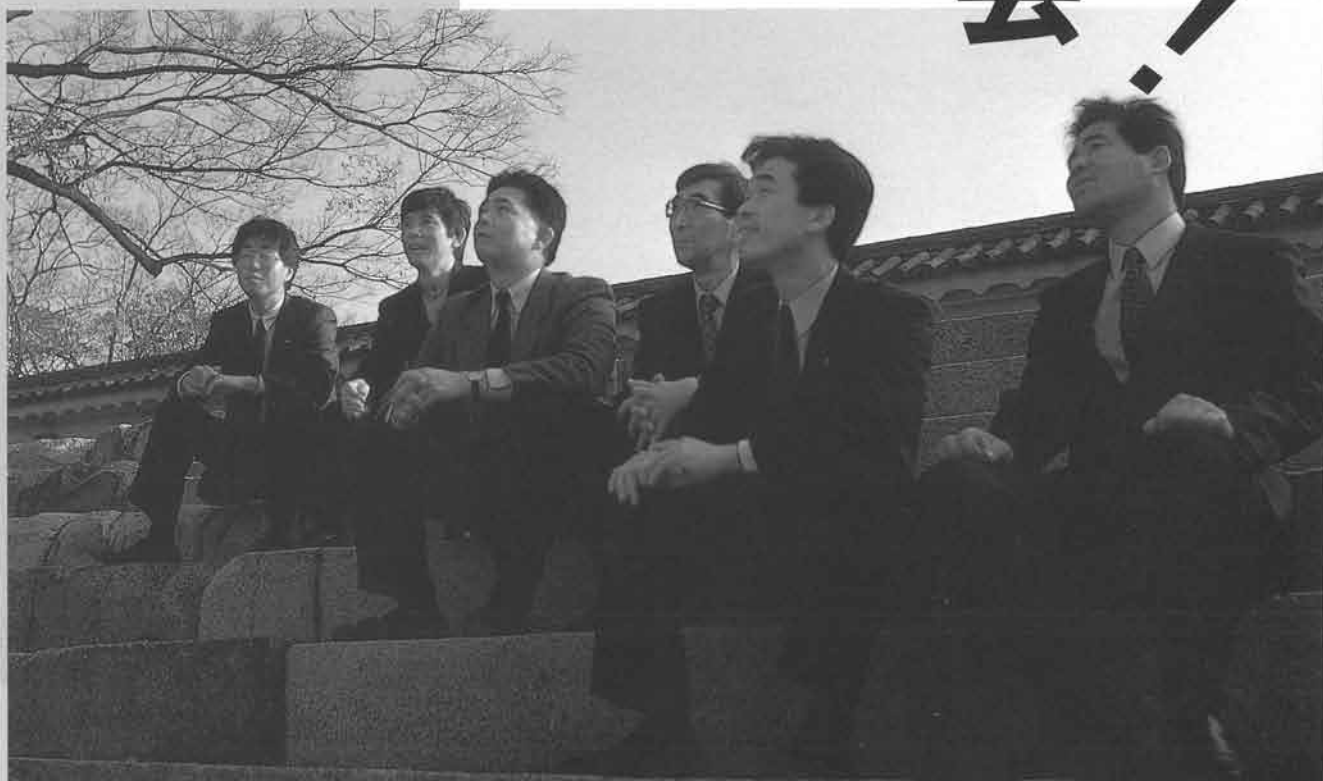
ヤマハという企業が、社会の中で、存在する価値を高めるためにも、ヤマハというブランドが、人々の豊かな暮らしに、そして社会に感動を与えるために私たちは91年、そして21世紀に向かって進みたいと考えています。

世界のヤマハ発動機グループのすべての人たち、そしてなによりも全国の販売店のみなさま、ひとりひとりと『感動創造企業』をテーマに、知恵とチームワークをもって、輝いた事業に取り組み、新たなヤマハワールドを構築していきたいと考えています。

強力カスタムで前進！ 6 Men タッググマツチ座談会

関東 & 関西
ショップオーナー VS
セールスマン

1991年が幕を開けました。それと同時に、ヤマハは新たに「感動創造企業」をテーマに掲げ、世界の人々へさまざまな感動と豊かな生活を提供し続けたいと考えています。そこでヤマハニュースでは、その年頭にあたって国内の2大市場・関東と関西で活躍されている販売店主さん、セールスマンの方々にお集まり願ひ、'91年にかける意気込みと、お店づくり、お客さま対策、そして二輪車業界のイメージアップへの取り組みについて語り合っていました。



関東編



二輪車を取り巻く環境が、年々変わり続ける中であって
販売店経営は今後どうあるべきか。
ショップオーナーと担当セールスマンがそれぞれの立場から大討論を展開。
一から新規巻き直しをはかろうということで一致
大いに氣勢をあげた！

**今こそ原点に還るとき
次なるパワーを蓄えよう！**



MP-16 レースなど遊びの提供にも熱心な三保田社長（左奥）

「手軽にバイクを楽しめる工夫と環境づくりが大切」

坂上勇一（横浜営業所・江南自動車販売担当セールス） 最近お客さまの様子を見て感じるんですが、タイプがすごく多様化、細分化してきますね。こうなると、傾向なんてないくらい…。

青島仁社長（YSP府中・以下敬称略） うん、そうだね。ただ、あえて傾向というなら、高校生をはじめとする若年層のバイク離れが多い、というか早い。

石井直彦（西東京営業所SP担当セールス） 今はいろんな楽しいものがありますからね。ステレオが欲しいとか、スキーに行きたいとか、クルマが買いたいとかいう選択肢がたくさんある中で、そのひとつがバイク。しかも、今クルマの人氣が高いから、高校生なんかでもスクーターに乗ってるけど、卒業したらクルマに乗り換えるケースがすごく多い。

三保田好一社長（YOU SHOP Mファクトリー・以下敬称略） 以前と違って、バイクが必ずしも憧れの対象ではなくなってますから。川名一正（大宮営業所・Mファクトリー担当セールス） そういう環境で、なんとかバイク人口を少なくとも維持させていかなきゃいけない。難しいですけどね、現状では。

吉成和重社長（江南自動車販売・以下敬称略） かつて360万台といわれた総販売台数が今や160万台ですか？ これはやはり流行の循環というか、人氣の周期も原因だと思ってます。

だけど、その回復をただ待ってるってわけにはいかないからねえ（笑）。

青島 そのためには、二輪車業界全体で改善すべき点があるんだよ。ひとつは、バイクのおもしろさ、遊び心を手軽に味わえるようにしてあげること。

例えば、最近オフロード人氣が盛り上がりつつあるけど、それはなぜか？セローやDTなら用途がすごく広いし、フルに使いこなせるフィールドがある。それに安いからですよ。

坂上 高校生とか、若い人たちがバイクに乗り始める時にはまずファーストステップとしてDT50とかTZR50みたいなバイクで楽しさを教えて、じゃあ次は250へ…と上げていくしかないんじゃないですか？

青島 私のところは、少し年齢を高くして20代以上がターゲットだけれど、基本的にはまったくその通りだと思ってる。一から再スタートしなければいけない時だね。

吉成 それと、走る場所の確保。林道にしたってエンデューロコースにしたって徐々に禁止されたり閉鎖になるでしょう。その意味でヤマハのYESランド構想は、すごくいい話ですね。早く実現させてほしい。

「白熱ノオピニオンリーダー論争」 バイクだけじゃもうダメ!

川名 若いお客さまを50ccバイクから育てていく、という意味では、私の担当の「Mファクトリー」さんはオーブンを1年ほどの新しいショップですけれど、よくガンバってるなと思います。

ガムシャラにいろいろトライしたい
三保田好一社長
YOU SHOP Mファクトリー／埼玉県越谷市
●26歳●お店を出してまだ1年ちよつとの若い社長だが、アルバイト時代まで含めるとショップ歴11年のベテラン。南越谷、蒲生などの新興住宅地を商圏に持ち、4～5軒の量販店にはさまれた中で地区唯一の専売店として、地域密着型の明るいバイクショップをめざす。



今こそ原点に還った商売を大切にすべき
青島仁社長
YSP府中／東京都府中市
●53歳●創業28年の老舗。二輪の修理店として出発しただけに、「アフターサービスこそ原点」と言いきる。充実したサービス工場とBIG VOCSを100%活用しての顧客管理に、お客さまの信望も厚い。



三保田 ウチは今、TZ50やTZR50での、いわゆるMP・16レースを中心にやってるんです。それは、たまたま店がオープンした時に発売されたからタイミングがよかったのと、遊びとしてそれほどお金もかからないので、試しに自分が先頭をきって始めたら、お客さんもついてきてくれたという形です。

吉成 50ccが販売の中心ですか？

三保田 ええ。今は8対2でスクーターとか50ccが多いかな。目標としてはこれからもう少し中型車にひき上げて、7対3くらいにはしたいと思ってます。ボク自身オフロードは苦手なんですけど、DT200WRもでたことだし、今年はこちらも試乗車をおろしてトライしてみるつもりなんです。

吉成 ウチも50ccは多いんですが、ちょっと形態が違うなあ。残念ながらウチの場合、スタッフがみんなあまり若くないこともあって遊びの提供までは至ってない。

青島 それは私のところもそう。YS Pだから、50cc中心というわけじゃないですが、さっきもいったようにお客さんがある程度「オトナ」の人たちばかりなんで、それぞれ自分のスタイルをもってるでしょう。だから、レースはもちろん、ツーリングにしても、店でまともに行くというのはムリなんです。ひとりひとり他人に制約されるのを嫌うというか、バラバラの行動パターンなので、むしろそうしたバイクライフを技術サービスでしっかりバックアップしようという方針です。

吉成 サービス中心のアフターフォロー

1という点ではウチも同じですよ。
川名 それは、客層などによって違うと思いますが、例えばオビニオンライダーが存在しないということですか？
坂上 うん、そういうことになるのかな。よし、ツーリングに行くぞって強力な発言力を持つ人間がその気分を盛り上げていかないと、絶対まとまらないでしょう。

石井 遊び方を知らないんだよね、今

の人は。私たちもちろん充分とはいえないけれど、若いお客さんはもって知らない。だから放つとくと楽しい部分をほとんど知らないままバイクを降りてしまう。ツーリングに行った、でも向こうで何をしたらいいかわからないというパターンですよ。

そういう意味でバイクのことだけじゃなく、マリンスポーツやスキーのことだって知ってるマルチプレーヤー的存在が必要なんだと思います。
青島 うーん、私はあえて必要ないと思うな。だって、二輪の世界だけだよ。モノを売って、そのあとの遊び方までフォローしてあげるのは。

吉成 販売の面では、例えば主婦層にはオビニオンライダーとなる人を中心にかなり紹介があるのでぜひ必要だと思うんですが、遊びのほうでは、現在欠けているところなんて……。でも、スポーツ車のお客さんの場合、必要になるでしょうね。

川名 お客さまが、自分なりのスタイルをはっきり持っている場合は必要ないかもしれないですが、これからのお客さまを作り、育てていくにはやっぱり必要でしょう。ただそれがお客さま

である必要は必ずしもないと思います。お店のスタッフでもいいんじゃないかな。
三保田 ウチの場合、1年間MP・16レースをボクが引っぱってききましたが、試しにそれをお客さんだけに任せてみたんです。そうしたら途端に動かなくなっちゃった。これじゃあボクがやるしかないですよ(笑)。

川名 お客さまの中になかなかそういう人物がいないのであれば、それを待っているわけにはいかなからね。その時は私たちもお店に協力しますよ。ねえ坂上さん？
坂上 むしろ、お店のスタッフがリードする方がいいかもしれない。第一、初めてのお客さんが来店された時、応対するのはお店のスタッフでしょう？



「つねに明るく、親切、丁寧な接客態度を心がけることが、地域密着型の商売には不可欠」と吉成社長(左)



販売店さんと情報を共有できる密な関係が目標/
坂上 勇一 社員
ヤマハ東京株横浜営業所・営業担当
●37歳●78年入社。その後、北東京、東東京、大宮、そして横浜と、都市部中心の営業を経験。豊富なキャリアを生かして、自分も販売店社長になったつもりでのアドバイスをしたいと心がけている。現在、江南自動車販売さんを担当。



ウチならではの個性をアピール/
吉成和重 社長
江南自動車販売株/神奈川県横浜市
●34歳●現在、横浜市のほぼ中心に位置する地域にヤマハをはじめ3メーカーの専売店を1店ずつ持つが、かつてヤマハのディーラーであり、和重氏自身も2年間ヤマハの営業マンだった経歴がある。7名のサービスマンによる徹底した技術サービス力で地域密着型の商売を展開。

その場合、どうやって30分なり1時間なりお客さまの興味を魅きつけ、感動を提供するかがポイント。趣味をいろいろ持っている人を相手にするわけですから、当然プロとしての専門知識のほかに幅広い知識や経験が話題として必要なんです。

だから、もっと積極的に動いてほしいし、我々もいろんな情報を絶えずお店に提供していかなければいけない。

新規客獲得の基本は魅力ある店づくり

石井 話が既存のお客さまから新規のお客さまへ移ってきたようですけど、この辺でどうやってもっと新しいお客さまを獲得していくか、ということに話を絞ってみましょうか。

青島 みなさんご存じのように、二輪車の需要が横ばいという中ではなかなか難しい問題ですよね。メーカーも宣伝、広告やバイクのイメージアップ活動などで全体の需要を盛り上げてくれるでしょうが、ウチの店としては、顧客管理と技術サービスを徹底的にやっつけて、紹介のお客さまを増やしていく方法を地道にやるしかないと思います。

川名 つまりヤマハが掲げている「お客さま満足度No.1」の活動ということですね。

青島 そうなりますね。待っていてもお客さんがどんどん来店して来る時代ではないですから、今こそ基本、原点に立ち帰って店づくりをするしかないと思います。それがウチの場合はBIG VOCSを使った顧客管理だし、

そこから定期点検や車検の案内DMを送り、来店されたお客さんの車両は専門店として責任をもってメンテナンスしてつもらいます。

石井 そこに加えるなら、顧客名簿のメンテナンスと電話の活用かな。引越してしまったお客さまとか、もうバイクに乗ってないお客さまにDMを出し続けても意味がないし、見込みのありそうな新しい人をプラスしていくことが効率を良くするポイントですから。

そして、DMに合わせて確認の電話をしておけば、お客さまもそれだけ店の親切心を知ってくださるでしょう。

吉成 私もまったく同意見です。原点に戻って考えなければいけないと思う。ウチは3店舗の店があって、15名の社員がいますが、そのうち7名をサービスマンにして技術サービスにあたらせています。そのほか、バイクについて聞かれたことは何でも答えられるよう体制をつくってますし、親切、丁寧な接客態度がモットー。

今いるお客さんに支持されれば、きつとみんなの支持も得られると考えてるんです。年頭には、「はたしてうちの会社は社会にとって必要な存在かどうか」を社員に問いかけてみようか(笑)なんて考えてるくらいですから。ミサワホームの社長が言ったことの受け売りですけど(一同、大爆笑)。

でも、このくらい切迫した気持ちじゃないと、新規客獲得なんてムリだと思えますよ。

川名 確かにそうですね。ヤマハであれば、ちょうど今も新車導入に合わせてやってくるC2作戦がそれですけど、

この基本を年間を通してやっていくことが大切なんです。私たちも大いにバックアップします。

坂上 それと、吉成さんが言われた接客態度の問題。明るく、親切、丁寧というのは販売店の基本でありながら、なかなか実践されていないことが多いですけど、実はこの部分が店の雰囲気づくりに何より重要なんですよね。

吉成 ええ。一番気をつけなきゃいけないのは、スタッフ数が多いだけに私の考えが全員にキチンと伝わっているかどうか。このあたりを含めて、接客マナーに関しては細かいところまで一度見直ししていきたい。

石井 人、スタッフというところで見逃せないのが雇用の問題ですが、新しくお店を出された三保田さんの場合はどうでした？

三保田 当初はボクともう1人社員が



BIG VOCSが顧客管理の要。「定期点検DMを出し忘れていたら、お客さんから逆に催促されたこともある」と青島社長



お客さまの立場で店を見てアドバイスしたい
川名一正社員
ヤマハ東京榊大宮営業所・営業担当
●31歳●2年間の本店勤務から営業の第一線に戻ってきたばかり。そのプランクを逆に利用して、フレッシュな目で店を見ていきたい。どうすればインパクトある店づくりができるかを常に考え、適切なアドバイスをするのが今年のポイント。



SPリーダーとして実状に合わせた政策推進に努めたい
石井直彦社員
ヤマハ東京榊西東京営業所・SP担当
●30歳●東京都内、八王子、そして現在の西東京と、営業歴7年の中堅セールスマン。直接YSP府中さんの担当ではないが、SPリーダーとして関わる。プラン立案、実行、チェックという段階の中で、最後のチェックをきちんとして次に活かすことが自らの課題。



展示車はつねに通行のさまたげにならないよう整然と並び、店頭はフルオープン。お客さま用、修理車用の駐車場も裏に確保

**地域コミュニケーションこそ
最高のイメージアップ作戦**

いて2人ではじめたんですよ。ところが昨年3月に辞めちゃって…。幸いよく遊びにきてた高校生がそのまま入ってくれたんで助かりましたけど、いやあ一時はどうなるかと思いました。

辞めた理由ですか？ 待遇面ですね。日曜日は休みたいとか、ポナースがどうとか…。当然かも知れないけど、いまの状態ではちょっと…。

青島 ウチも去年、11年いた社員が辞めたんですけど、理由が「海外へ行ってきたい」というんです。せつかく長く居たんだし、「自分の店でも持つ」という気はないのか」と聞くと、「そんな気はない」でしょう。

私は、やるだけのことはしてあげたつもりなんですけど、本人は単にバイクが好きという理由だけで店に居たわけですから、将来に目標がないんですね。こういう考え方の人が多いし、これじやだめですよ。どうにかして待遇面をカバーできる魅力づくりを考えないと。一朝一夕にこう、と答えがでる問題ではないから、今後どうしても考えなきゃいけない問題ですね。

坂上 話を少し戻しますが、店づくりの中で、一般のお客さんが入りやすい条件として必要なのは、今言われた人的条件のほかに、外へ積極的にアピールすることもあげられると思うんです。それは、外から見るとインフォメーションツールであったり、整然と並べられた展示車だったり、この店には

何か楽しいことがありそうだな、と期待させる演出ですね。

川名 そういうことなら、今、Mファクトリーさんがやっている店づくりがそのままあてはまりますよ。

三保田 (ややチレながら) 新しい店なもので、これまで10年ほどの販売店勤めの中でわかった要素を取りまとめて形にしたらこうなっただけです。

吉成 人的なものも含めて、こういう形でしっかり地域とコミュニケーションしている店が、お客さんの支持を得るし、結局生き残っていくんだと思いますよ。

石井 しかも、その努力がバイク全体のイメージアップにもつながるんですから。

坂上 自工会(社)日本自動車工業会が進めている人とバイクの友好生活キャンペーンとか、ヤマハの『あかるいスポーツ』宣言とか大がかりに広告を打ったりしてやってみましたけど、それをもっと具体的な形で地域レベルに落とし込んでいく、ひとつの方法ですね。

青島 それと、交通事故防止や違法改造防止ね。ウチの場合は、キチッとした技術サービスをすることでそれをやろうとしている。例えば整備士の資格を取り、認証工場にもなって、その責任のもとに「改造はだめだ」とはっきり言うことが必要なんだよ。もちろん、そうするために、もっと店に投資して店の内部を充実させなくちゃいけない。一店一店がそういう意識を持てば、業界全体のイメージもぐっと上がりま

(文責・編集室)



開放的で、しかも整然とした店構えですっかり町に定着している江南自動車販売さん



オトナのお客さまが多いYSP府中さんは、華美な演出を避け、落ち着いた雰囲気



若くハツラツとした三保田社長のキャラクターが店頭にも現われているMファクトリーさん

関西編



常に前向きに仕事と取り組む向上心旺盛な6名にお集まりいただいた関西会場
反省の意味も込めてメインテーマは「二輪車業界の意識変革」に当てられた
二輪車業界のイメージ刷新のために、いまやるべきこととは……
大阪城をバックに3時間に渡る大討論!!

いま世の中はどんどん変わっとる バイク業界も早く時代に追いつかんと



**'91年の共通課題は
市場環境を把握すること**

広永賢二（京都南営業所・YSP伏見担当セールス） 最近私もよく感じるんですけど、明らかにお客さまの質という傾向が変わってきていますよね。市場の大きな大阪や神戸の方でもそれは感じますか？

北川謙（神戸営業所・YOU SHOP Pイマイ担当セールス） ええ、それはどこでも同じだと思います。

山野俊彦（北営業所・オートブラザ島田担当セールス） なんて言うか、バイク大好き少年みたいなユーザーが少なくなってますよね。よく言われることだと思います。

桑野豊社長（YSP伏見・以下敬称略） だけどその分、あれもやるしこれもやるけど、バイクにも乗るって人は増えてるんじゃないかな。確かに傾向も変わってきてるかもしれないけど、要は若い人の遊びの中でバイクの占める位置が変わったんだよ。

山野 桑野社長がおっしゃるとおりですね。いままで16歳イコール、バイクの免許という図式があったわけだけど、いまは他にも若い人たちにとって魅力的なアイテムがいっぱいある。僕らの時代はバイクに乗るか、カメラをやるか……そんなもんしかなかったですよ。

桑野 バイク業界だけの競争じゃなくなってるわけやね。マリンスポーツやファッション業界とも争わなければアカン。

今井貞夫社長（YOU SHOPイマイ・以下敬称略） 女の子とも関係ある

んじゃないですか。デートの時はやっぱりクルマの方がいいとか。

島田嘉男社長（オートブラザ島田・以下敬称略） 3ナイ運動の力も大きいと思うよ。全国的には解除の方向に動いていると聞きますけど、大阪の方はまだまだキツくて、少しずつ少しずつバイク離れが進んでいるような。

北川 いや、でもですね、若い人たちがバイクに対して興味を示さなくなってきたかといえは、そうでもない。特に男の子だったらやっぱりある時期、バイクに乗りたいたいと思うのは当然なんです。ただ、乗ってる時間が少なくなってるのは事実としてあるわけですが。

広永 スクーターのお客さまも、そういう意味では変化していますよね。主婦のなかには軽四輪に移行したり、フイットネスブームでまた自転車に戻ったりする傾向もある。

北川 スポーツもスクーターも厳しいなあ。

広永 厳しいけど、だからこそみんなで力を合わせて考えていかなければならないと思うんです。高校生や主婦の需要が期待できないとしたら、他の年代はどうなんだろうと探ってみることが必要ですよ。

桑野 そうだね。広永さんともよく話すんだけど一般の社会人とか、私たちと同じくらいの年代にも、スクーターやスポーツバイクを支持してくれる層がある。その部分にどうアプローチをしていくか……。

山野 いま40歳ぐらいから上の人たちは、ほとんどバイクの免許を持っていませんからね。

より多くのデータを集めてお店をバックアップ
広永賢二社員
ヤマハ関西株式会社京都南営業所・営業担当
●32歳●市場の動きに敏感な敏腕セールスマン。昨年より学生対象の市場調査を始め、現在その結果を分析中。勝負の年と読んだ'91年は、そのデータをもとに積極的な営業活動に臨む。

地域ナンバーワンの店にしたい//
桑野豊社長
YSP伏見/京都市伏見区
●42歳●県内に3店を持ち、現在のところ一番新しいYSP宇治をどう軌道にのせるかを思索中。脱サラ派だけに行動力にあふれ、新たな二輪販売店を目指して奮闘中!! アイデアマンであり、スタッフの信頼も厚い。





目の前の課題である春の需要期に向けて、早くも秘策を練る桑野社長 & 広永社員コンビ

北川 ちょっと待ってください。新しい需要を探すのも大切だけど、いま乗っているお客さまをバイクから降ろさない作業というか、興味を持続させる作業というか、そっちの方が重要なんじゃないですか。

今井 そう、代替需要が5割を越えているんだから。

島田 その両方をできるのが理想やけどね。なかなか……(と腕組み)。毎日商売に追われていると、そこまで考えていられないというのが私のところの事情なんですわ。

広永 まあ、新規の需要かそれとも代替需要かということはあるにせよ、問題はひとつだと思っただけですわ。時代が

変わる、人が変わる、遊びが変わるといったなかで、私たちだけが変わらなかった。メーカーも販売会社も、セールスマンも販売店さんも、変わっていく世の中に対して相変わらずの売り方しかしてこなかった。これが一番の問題じゃないですか。

今井 確かに広永さんの言うとおりだ

と思うわ。店に商品並べとけば売れる時代があったわけで、そのままの方法で商売すれば需要が落ちてあたり前私らも変わっていかなきやいけないの……。

北川 そういう意味ではもう少しシツカリと市場の環境を把握する必要があらますね、'91年は。勝負するにはまず相手を知らないよ。

広永 実は、私のところでは去年からそれを始めてるんです。学生だけにターゲットを絞ってるんですが、バイクに対する意識調査みたいのを。ニーズを掘り下げていって、そこに対する販促策を打っていかうかと。

島田 で、どういう具合なんですか？

広永 申しわけありません。まだ作業途中なんです、なんとも申し上げられないんです。

山野 なんか反省会みたいな感じになつてきたけど、これをしないと'91年のビジョンも見えてきませんからね。

桑野 そうすると、結論としては'91年は相手を知ること、つまりお客さんが何を望んでいるのかを探ってみることが課題になるわけだ。

山野 そうですわね、そのうえで先ほど広永君が言ったように、ニーズにあった販売というものを実行する。実行することが重要だと思えます。

**深刻化する顧客問題
解決への糸口は
従業員に夢を与えること**

今井 ところで、みなさんのお店では従業員の確保が難しくなっているとい



'91年は新規需要開拓に全力投球だ//
北川 謙社員
ヤマハ関西株神戸営業所・営業担当
●33歳●神戸営業所きっての行動派セールスマン。
イベント会場や店頭でお客さまとの接触を持ち、いつもアンテナを張っている。大きな体を動かして、'91年市場にアタック!



女性客にも満足していただける店づくりを/
今井 真夫社長
YOU SHOPイマイ/神戸市北区
●47歳●先代の社長からお店を引き継いで約1年。個人商店経営を株式会社に変更し、新たな気持ちで経営に臨む。神戸市内にYOU SHOP 2店とYSP新神戸を経営する。

うようなことはないですか？ うちはそのところが非常に頭痛いんです。桑野 どこでも同じですわ。バイク屋で働いても夢が持てんと思つとるんやないかな。

北川 収入の面ですか？

桑野 それもある。それもあるけどそればかりじゃない。実際仕事ができ将来を考えてる従業員は給料上げてくれって言ってくるけど、できない奴はなんとも言わん。言わんかわりに提案もない（一同うなすく）。

島田 給料だけじゃないですよ。ある同業者の方がバイク屋をやめられて、その若い子に私が声をかけたんですよ。うちで働かんか。つて。そして、やっぱり義理があるから行けない。と。ああいう子がまだおるんですね。

今井 私んところは従業員の年齢が高いで、やっぱり結婚という問題が出てくるんですよ。結婚問題となると女性の力はすこいですからね、やはり安定した生活を望むなら収入や保険は望んでくるでしょう。

桑野 うちには保険に関しては5、6年前に整備しました。ヤマハさんがやれやれつて（一同爆笑）。

広永 まあ桑野社長の場合はサラリーマンの経験もあるから、そのあたりは理解がありまして（笑）。

今井 一番ショックなのはあれですね、25歳ぐらいまで頑張つて、これから店長クラスやという人が突然やめちゃう。私としてもこの子に育つてもらいたいと思つたのに、ほんと残念。

北川 やっぱ一人の人間として将来

の設計はしつかりしたいですからね。今井社長もそのあたりを気遣つて、先代の跡を継がれたのを機にお店を株式会社にしたんですが、やはりその目的は雇用問題にあるわけです。保険の問題だけでもクリアしたいと……。

島田 私らももつと従業員の立場に立つて、彼らに夢を与えていくように仕向けていかないとイケませんね。いまはこうだけど、将来的にはこうだというのを具体的に提示していかないと。

今井 私も同じ意見です。そしたら従業員がこうして欲しいという要望を持つてきても、この台数じゃ難しいな、お前のとこの支店であと50台はあげてくれなあかん。という会話ができる。それで店がステップアップすれば、従業員にもより良い待遇ができるというわけです。最終的には人ですからね、昔から言われるように、城壁作るよりも兵隊作つた方が城は長くもつ。ちょっと古いかな（笑）。

店づくりの参考書は
他業種の店舗

山野 話は変わりますけど、島田さんのお店、春頭をメドに改装することになってるんですよ。

島田 目の前にカラフルなレストランができてね、いままでのようにうちの店舗が目立たんようになったんですね。それと地域との調和を考えて。

広永 お店のつくりで受ける印象というのはいぶん違いますからね。

今井 店の外側もそうだけど、内側も気を遣わんとね。うちの場合はトイレ



北川社員と今井社長は先代からのお付き合い。「苦労も喜びも分かち合える」仲



これからは島田さんと一心同体で//
山野俊彦社員
ヤマハ関西圏北営業所・営業担当
●33歳●オートショップ島田さんのお付き合いは約1年半。やっと足並みが揃ったところだが、「'91年は島田社長と一心同体」とヤル気満々。改装に当たっても全面的にバックアップする。



もっかの目標は春の店舗大改装
島田嘉男社長
オートプラザ島田/大阪府高槻市
●43歳●地域とのコミュニケーションを考えて、この春には店舗の改装を予定。現在はスクーターが中心の商売だが、改装を機にスポーツバイクにも力を注ぐ決意している。

が事務所の中にあるもんですから、女性のお客さんが使いづらいらしいんです。だからこちらはトイレからやっていくこと。

山野 ガソリンスタンドだって昔は男女共用でしたけど、いまは別々ですもんね。しかも女性用の方が広いところもある。圧倒的に男性中心のあの業界でも、もうそういうところから始めてるんですよ。

桑野 ヘタしたらコンビニと一緒にやってるところとかね。本当に変わりよったなあ、この2、3年で。

北川 アルバイトでしょうけど女性の従業員も増えましたよね。かわいい子に窓ふいてもらうとやっぱ嬉しいですし(笑)。

広永 どの業界でも少しずつ工夫しながら脱皮してるんですね。それも1店だけでなく業界が足並み揃えてイメージを変えようと動いている。だから効果もある。

今井 ほんとそう。だからバイク屋に『女性セブン』なんかの週刊誌を置いていい。座って読めるスペースを作ってあげれば、主婦にとってこのうえないサービスですからね。

広永 極端な話、お店に肩こし機を置くという手もある。高齢化社会に備えてツーリング帰りのおじいちゃんに使ってもらおうとか(一同大笑)。

島田 いや、笑いごとではなくて、ほんとにそんなとこまで考えていかななくてはならない時代に入ってますよ。

山野 日本競馬協会、JRAですか、あれも一生懸命イメージかえようと思ってる、いろいろしてるでしょ。女の子

でも気軽に来てくださるというような。ほんとかな、と思って競馬場に市場調査(?)に行ってみただんですけど、これがすごい。女の子がドバーツという感じで来てるんですよ。

北川 ああいうジャンルでも2、3年の時間でイメージが変わってしまったんですからね。やっぱ変えていこうという気持ちが大切なんですよ。

桑野 そやね。バイク業界というのは、どうしても固定観念みなのがついてまわるでしょう。バイク屋はこうだ、というものが、一度それを取り払わないといけないかもしれない。

北川 たえばマクドナルドの店長を引き抜いてみるとか(笑)。

桑野 面白いかもしれませんが、裏からとか横からとかものを見る人がいたら頼もしい。

今井 '91年は私の厄年だから自重せいで言われてるけど、本気でなにか始めなきゃいけないぞうだな、これは。

島田 私らのとこもどうにか春の需要期までに改装を間に合わせて、一発火花を打ち上げたいですね。

桑野 そうみなさんがおっしゃると私も動かなきゃいかん。店の裏に新しい団地があるんですけど、そこのお客さんを'91年は取り込んでいこう。

山野 社長さん方の新たな決意を聞いて、私たちセールスマンも身の引き締まる思いがします。'91年もお店の活動を全力でバックアップしていきますので、みなさんよろしく願います!!

北川 さすが山野主任、まとめるのがうまいなあ。

(文責・編集室)



春の改装を前に島田社長の夢はふくらむ。山野社員のバックアップ体制も万全!!



改装を待つオートブラザ島田さんの店舗。春にはピカピカに変身する



地元と密着したご商売を展開するYOU SHOP イマイさん



YSP 伏見さんの商圏は半径10キロと広い。遠くは滋賀県からのお客さまも

QUALITY & SPORTY

クオリティ AND スポーティ

先進! ヤマハスクーター

NEW JOG

(YG50)登場

1月23日新発売 メーカー希望小売価格: ¥134,000

(北海道、沖縄および一部離島は除く)

※価格には保険料、税金(含む消費税)、登録にともなう諸費用は含まれません。



■主な仕様諸元

●全長1615mm ●全幅610mm ●全高990mm ●シート高715mm ●軸間距離1115mm ●乾燥重量62kg ●舗装平坦路燃費55.0km/ℓ (30km/h) ●最小回転半径1.6m ●制動停止距離3.5m (20km/h) ●エンジン: 2サイクル・クランク室リードバルブ・単気筒・49cc ●内径×行程40.0mm×39.2mm ●圧縮比7.2:1 ●最高出力7.0ps/7000rpm ●最大トルク0.73kg-m/6500rpm ●始動方式: セル・キック併用 ●潤滑方式: 分離給油 (ヤマハオー

トループ) ●オイル容量0.8ℓ ●燃料タンク容量4ℓ ●点火方式: C.D.I式マグネット点火 ●バッテリー容量12V、2.5Ah(10) ●クラッチ形式: 乾式内拉重錘式 ●変速機形式: Vベルト自動無段変速 ●タイヤサイズ80/90-10 34J(前後とも) ●ブレーキ脚径95mm(前)110mm(後) ●ヘッドランプ12V 25W / 25W ●テールランプ12V 5W / 21W ●ストップランプ12V 5W / 21W ●フラッシャーランプ12V 10W×4

話題を大きく盛り上げる テレビコマーシャル

新型ジョグの登場感をあおり、市場を大いに盛り上げるテレビコマーシャルを、発売に合わせて放映します。

キャラクターとなるのは歌手として、役者としてお茶の間でおなじみのショーケンこと萩原健一さんと、テレビドラマを中心に活躍中の川越美和さんと、中堅サラリーマン・萩原課長代理に扮する

萩原さんが、日常風景の中にちょっとしたユーモアを盛り込みながら、新型ジョグの発売を強烈にアピールします。

また、萩原さん、川越さんの両キャラクターは、雑誌広告や店頭用ツールとしても登場します。どうぞ、このテレビコマーシャルをフックとして、店頭での話題づくりをお願いいたします。

CF制作順調に進行中

首都圏の住宅街を舞台に繰り広げられる中堅サラリーマン萩原課長代理の、ジョグのある生活——こんな切り口から制作が予定されているのは全4編。どのストーリーもユーモアとペースにあふれ、今までにないインパクトをお茶の間に与えます。



<出勤編>

萩原課長代理が、ハナ歌を口づさみながらジョグとともにご出勤



<焼肉屋編>

部下のOLと焼肉屋へ。美しい部下(川越美和)の言葉に思わずニヤ!



<帰り道編>

帰り道の途中で息子と偶然出会う課長代理。人生の機微を息子に説くが……



<床屋編>

「いつもジョグに乗っているんですね。萩原課長代理は……」床屋の主人との会話か絶妙

Message

萩原健一さん

テレビや雑誌、また店頭を彩るツールを通して、みなさんのお世話になります。私もジョグがとても気に入り、今度の仕事は大いにノッています。どうぞジョグとともに、今年1年、よろしく願っています。

プロフィール：昭和42年ザ・テンプターズのヴォーカルとしてデビュー。46年解散後、俳優として活躍。代表作に映画「約束」「股旅」「化石の森」「影武者」テレビドラマ「傷だらけの天使」「前略おふくろ様」など。最近ではNHKドラマ「たびのはじまり」が話題を呼んだ。'91年NHK大河ドラマ「太平記」出演予定。



川越美和さん

ヤマハの新スクーターのキャラクターということで少し緊張しましたが、仕事はとても楽しくできました。すこしでもみなさまのお役に立てればと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

プロフィール：昭和63年NECアベニューよりレコードデビュー。象印マホービン、日本電気、グリコなどのイメージガールとして人気上昇。平成2年には「キツイ奴ら」「ダンナ様は18歳」「スクールウォーズ2」「時間ですよ殺人事件」などのTVドラマに出演。

QUALITY & SPORTY

クオリティ AND スポーティ

NEW JOG

生産累計150万台をステップに大きくクオリティアップ!

俊敏な走りと先進のデザイン性でスクーター市場を席巻し続けるジョグシリーズが、おかげさまで昨年10月、生産累計150万台の記録を達成することができました。

4度目のフルモデルチェンジとなった今度のジョグは、この150万台の実績と経験をステップに、定評の“元気の良さ”に一層の磨きをかけるとともに、充実の機能と今までにない品格をプラス。時代の先端を行く高い商品性を身につけました。

本年スクーター市場を沸かす春一番の話題として、どうぞ自信の新型ジョグをお客さまにご案内ください。

機能がデザインに進化

力強い、張りのある面が強烈な個性を主張する“パワーサーフェイスフォルム”。デザイン上のポイントともなっているモールフェンダー&モールサイドカバーは、ボディをキズから守る優れたプロテクション効果も持っています。

さらにモールの末端を内側に巻き込んだ処理により、高いクオリティ感も演出。シャープなカットラインで構成された顔（ライト回り）とともに、高質感と硬質感を両立しました。

また、インナーパーツ、ボディ、モールと3つの素材からなる車体は、今までにないカラーリングへのトライを可能にしています。

ゆったりとした居住スペース

シート形状、ハンドル位置、自由度の大きいフットボードなどにより、居住スペースも十分に確保。特にフットボードには一体成形のバックステップを新たに設定して、スポーティさを強調しました。



ビビッドレッドカクテル1



シルキーホワイト



ブラック2/ビビッドマゼンダソリッド2



ブラック2/ソリッドエンデュランスブルー

ヤングファッション系派ニューカラー2色

元気の良さに先進の機能と品格をプラス

収納性とデザイン性の両立

フレーム形状の変更や前傾シリンダーの採用、さらにエアクリーナーをクランクケースカバー前方に配置するなど各部の配慮により、XLサイズのフルフェイスヘルメットが収納可能なシート下スペースを確保すると同時に、715mmの低シート高を実現。また超小型MFバッテリーの採用等で、収納スペースを感じさせない、足回りをスッキリと見せるデザインとしています。ヘルメット収納は帽体を下に向けて収めるオリジナル機構で、ヘルメット内部も収納スペースとして活用できることや、防水性に優れていることが特長です。



7馬力!スーパーZエンジン搭載



最高出力7.0馬力、最大トルク0.73kg-mを発揮する2サイクル・クランク室リードバルブエンジンをベースに、大径16mmキャブレターとワイドレシオV型変速機構を組み合わせた「スーパーZエンジン」を搭載。力強い走りと伸びの良い吹き上がりか特長です。

また、パイプスリンク式エンジンマウントの採用により振動も最小限におさえ、快適さも確保。「クオリティ&スポーティ」を主張するにふさわしい、スムーズな走行感を実現しています。



車体各部に親切設計

- 車体後部に配した燃料タンクは、4ℓの大容量を確保。また、ガソリン給油、オイル給油とともにシートを開閉せずに行なえる構造となっています。
- 操作性を考慮してスイッチ類も新作。ハンドルロック式施錠装置も強度アップしています。
- ポップアップ式ニューシートロック
- 容量アップのインナーラック
- 80/90-10の前後扁平チューブレスタイヤ採用
- フラッシャーランプの10W化



トレンド先取りカラーバリエーション

クオリティアップした新型ジョグは、カラーリングでもボディ構成パーツの特長を活かした、大胆なトライをしています。

現在スクーターのトレンドカラーともなっているモントーンを中心としたベーシックカラー4機種を用意するとともに、インナーパーツに鮮烈な色を配したイタリアン感覚のニューカラー2機種を提案。ヤングのファッション感覚を刺激すると同時に、両バリエーションの展示による相乗効果も狙い、店頭でのインパクトを強めます。

幅広いお客さまのための親しみやすい4色



スクーターライフを グッと楽しく便利に演出

NEW JOG ボルトオンパーツ

機能とデザインを両立した新型ジョグには、便利でスタイリッシュなボルトオンパーツをどうぞ。発売に合わせて新開発した4アイテムに、従来からの共用アイテムが16、カラーリングバリエーションも加えると全37アイテムものボルトオンパーツが、お客さまのスクーターライフを演出します。本体とセットでおすすめてください。



●ファッションプレート
フットボードのバックステップ位置を、オシャレに飾るアルミ製プレート
メーカー希望小売価格
¥4,900
(品番90793-66085)



●ステーキャリア
コンビニやスーパーでの買い物にとっても便利。ビニールバッグやショッピングバッグが手軽に掛けられます。
メーカー希望小売価格
¥2,900
(品番90793-66086)



●シートカバー
どんなカラーにもピッタリとマッチする黒とグレーのツートンカラーが魅力
メーカー希望小売価格 ¥2,000 (品番90793-63025)



●コンパクトバイクカバー
キャリアに取り付けいつでも装着OKのハーフカバー。急な雨や駐車場で
の保管にとっても便利です。
メーカー希望小売価格 ¥5,900
(品番90793-64063)

※表示の価格には、消費税、取付け費用は含まれていません

■共用ボルトオンパーツ一覧				■共用ボルトオンパーツ一覧			
名称	カラー・他	パーツナンバー	名称	カラー・他	パーツナンバー		
1 ファッションバスケット	ブラック	90793-50037	8 リア大型キャリア	クロムメッキ	3KJ-W0737-00		
	ホワイト	90793-50038	9 リアマッドガード	ブラック	90793-51021		
2 フロントスポーツバスケット	ホワイト	27V-W0722-50	10 リアボックス	チャビレーレッド	14T-W0754-00-EI		
	ブラック	27V-W0722-60		シルキーホワイト	14T-W0754-00-GE		
3 フロントバック	ブラック/ブラック	90793-61029		グリタリングブラック	14T-W0754-00-FF		
	ブラック/パープル	90793-61030	11 バスケットネット	レッド	90793-66005		
	ブルー/ブラック	90793-61031		ブラック	90793-66006		
4 ウインドシールド		3KJ-W0711-01	12 ツーリングロープ(1m)	レッド	90793-66076		
		90793-53002		ブルー	90793-66067		
5 ハンドルカバー	ホワイト	90793-62005	12 ツーリングロープ(1.5m)	レッド	90793-66078		
	レッド	90793-62006		ブルー	90793-66079		
	ブラック	90793-62008		X型	90890-57022		
6 リアバスケット	ホワイト	14T-W0723-00	13 バンド	片スック型	90890-57023		
	ブラック	50M-W0723-00		トラネコ模様	3KJ-W0700-00		
7 リアバスケットバック	ブラック	90793-61023	14 ハンドルカバー		90793-64050		
	グレー	90793-61024	15 バイクカバー SSサイズ	シルバー	90890-57025		
			16 チェーンロック A				



ヤマハ純正 2サイクルレーシングオイル

INFINI

 (インフィニ) **新発売**

メーカー希望小売価格：¥2,400(0.5ℓ)
※価格には消費税は含まれません。

'90年ロードレース世界選手権での500cc、250ccチャンピオン獲得などを始め、ヤマハは長いレース活動の中で数々の輝かしい実績と伝統を築きあげてきました。同時に、そこで培ったさまざまなテクノロジーを、市販車本体はもちろん、パーツや用品にいたるまで、フルにフィードバックし続けています。

こうした中で生まれたのが、ヤマハ純正のレース専用混合2サイクルオイル『インフィニ』です。

100分の1秒でも速く、ノを目標とするレーシングマシンには、高出力なエンジンが

不可欠。当然、オイルにはそのパワーをムダなく発揮させる潤滑力が必要となります。

そこで、ヤマハは熱安定性に優れた化学合成オイル(エステル)をベースに、金属系清浄剤、無灰分散剤を配合し、徹底的に潤滑性アップを追求。その結果、極めて優れた熱安定性と高温清浄性、耐焼き付き性、低フリクションロスを実現した100%化学合成オイル『インフィニ』を開発しました。

明日のチャンプを目指すお客さまに、自信を持っておすすめください。

※『インフィニ』はレース車専用オイルです。
一般車での使用は、性能低下などトラブル発生の原因となることがあります。

スーパーマーキングブルゾンに追加モデル **RM300**

2月1日新発売

メーカー希望小売価格：¥16,800
(マーキング済価格/ロットは5着より)
※価格には消費税は含まれません。

素材：表/ナイロン100%(フレンチツイル)
裏/ポリエステル100%(ハーフメッシュ)

背中、肩、胸に、オリジナルロゴを自由にデザインできることで好評の“スーパーマーキングシステム”対応ブルゾンに、より機能アップした新アイテム『RM300』が追加されました。

RM300は従来のRM100の上級モデルで、大型多機能ポケットやベンチレーション機能を付加。鮮やかなフラッシュカラーでツーリングはもちろん、タウンウェアとしてもおすすめです。お店のスタッフやクラブのユニフォームとして、どうぞご活用ください。



※写真の商品はフリーオーダー・フルチョイスシステムのサンプルです

カラー	サイズ	パーツナンバー
フラッシュ イエロー	S	90792-3700W
	M	90792-3700M
	L	90792-3700L
	LL	90792-3700X
マゼンタ ピンク	S	90792-3701W
	M	90792-3701M
	L	90792-3701L
フラッシュ サックス	LL	90792-3701X
	S	90792-3702W
	M	90792-3702M
	L	90792-3702L
	LL	90792-3702X

お店を支える内助の功
販売店奥さま3世代座談会

偉大なる雑用軍団!/? 華の六本木で大激論!!

妻として、母として、そして経営のパートナーとして、お忙しい毎日を送られている販売店の奥さま方。「私たちにも言わせて欲しい」と、この自称「偉大なる雑用軍団」が華の東京・六本木に集合。ご主人について、ご商売について、日頃のウツプンもまとめて大激論!!



40代代表 庄田チエ子さん
YOU SHOP SHODA(神奈川県)

20代代表 鈴木順子さん
YSP 葛飾(東京都)

30代代表 古田民子さん
YSP三鷹(東京都)

家事だって専業主婦には
負けません

庄田さん (YOU SHOP SHO DA・以下敬称略) ねえみなさん、主婦の仕事とお店のこと、どうやってやり繰りしてるんですか。私、それ絶対聞こうと思って楽しみにしてたんですよ。

古田さん (YSP三鷹・以下敬称略) うちが主人に、主婦業を優先してくれって言われてるから、商売の方はそこそこ。家庭をしっかりと守って育てて言われてるの。それでいい子が育つかっていうと、そうでもないんだけど……(笑)。
庄田 えっ、それじゃうちと全く反

対ノ私、10時の開店の時から店にいるもの。(2階の住まいから)下に降りたら閉店まで上にはいかないし。

鈴木さん (YSP葛飾・以下敬称略) それじゃあ家事はどうするんですか。

庄田 主人がやってくれる。もちろんすべてじゃないんだけど、食器洗いぐらいい自分からやりだすしね。昔はそんなことあり得なかったけど、私が商売を一生懸命にやり始めたら急にやさしくなったのよ。

古田 うらやましい!!

鈴木 私はその中間ぐらいかな。朝起きたら両親と顔合わせて、洗い物だけ済ませたらすぐ店に行っちゃう。誰も出勤しないうちに事務だけでも片付けちゃうんです。

古田 その間ご主人はどうされてるの。

鈴木 寝てますよ。だからソーツと布団から抜け出して、イソイソ出かけていくんです。

古田 あら、まあ(笑)。

鈴木 起こしちゃうと大変なんです。オイ、お茶とか言いだして、ずるずると……。いつまでたつてもお店に行けなくなっちゃう。

庄田 私たちも合せて仕事を持つてる女の人って、家庭のことだって早いのよね。

古田 そう、私も専業主婦に負けない自信ある。何時までにこれをやらないと、って頭の中で組み立ててるからテキパキ動かし。何かをしなから別の

こともする……。私たちって、ながら族”ですね。

鈴木 うちはずごく嫌がるんですよ。それを。私がチョコチョコ動くのが気に障るみたい。夕ご飯の片付けしようとする、あと3分でもいいからジツとしてろ”って(笑)。

庄田 そうね。自分がテレビ見てる時は隣で見てももらいたいみたい。

古田 だから早く寝てくれるとホッとするわね。やっとな家事ができるって。

鈴木 みなさん、お子さんもいらつしやるから大変ですよ。うちは大きな子供がひとりだけだから、主人だけどもね。

古田 上の子が2カ月の時に店を始めたのね。だから最初の頃なんか大変。パツソルの頃かしら、子供を背負ってナンバー取りに行ったりしたもの。2人目が生まれた時なんか、もつと凄かったけどね。

鈴木 ウヒャー。

庄田 ところで、お店の掃除も奥様の仕事?

鈴木 やります。

古田 私はやらない。トイレなんかは私がやるけど、あとは主人と従業員がやりますね。

庄田 私は洗車までやるんですよ。主人がマリンプーツを買ってきて、これ似合いそう”だ”って。あれは”おまえがやれ””ってことだったんでしょ”うね。

お化粧がキマると
今日も頑張るぞ”って気になる

古田 鈴木さんなんかお若いからいろいろ大変なことがあるでしょ。私もずいぶん苦労したの。

仕事を持つてる女の人って 家庭のことだって早いのよね

——庄田



古田民子さん (YSP三鷹・38歳)
典型的な良妻賢母タイプ。12歳と15歳のふたりの娘さん、そしてやさしいご主人、哲郎社長の4人家族。お店の中では経理と顧客管理を担当している。半面涙もろく、手集金が集まらずに泣いてしまうことも……。そんな時は大好きなカラオケで唄いまくるのだそうです。特技は「BIG VOCSの操作!!」。





世代は違えど、悩みや喜びに共通項あり。座談会は予定の3時間を大きく超えて……

鈴木 そうですわね、まだまだこの世界では新米ですから。たとえば商談の場面でも、お客さんにバカにされているような気になる時があります。

庄田 あるある。電話でもね、私が出てるのに、他に誰かいませんかっていうお客さんがいるし。

鈴木 えー、庄田さんでもそんなことあるんですか。ホッとしちゃう。

庄田 でもこっちにもプロの意識があるじゃない。だからキャリアにものいわせて、軽くあしらっちゃうの。そうするとお客さんも感心してる。

古田 あしらない時もあって、そういう時は口惜しいけど主人と変わったり。

鈴木 でも別に女性だからバカにしてるわけじゃないと思うんですよ。私のこと分かってくれるお客さんは、どんな年齢の方でもよく話を聞いてくれる。嬉しいですよ。だから一生懸命になれるんですけど。

庄田 鈴木さんはお客さんに何て呼ばれてるの？

鈴木 ……ジュンちゃん、って。

庄田 私なんかお母さんですよ。主人がそう呼ぶからお客さんまで。

鈴木 いいなあ、私もいつかそう呼ばりたい。憧れちゃいます。

古田 私は奥さん。従業員がそう呼ぶからでしょうね。

庄田 でも、こうやって同じお仕事やっつてる方とお話できるのっていいわね。同じ苦労してるし、同じ喜びも知ってるし。普段はあまり機会がないですものね。

古田 私はあるんですよ。多摩地区の



庄田チエ子さん(YOU SHOP SHODA・41歳)
栄夫社長と二人三脚でお店を切り盛りして今年で18年。19歳になる息子さんも只今ヤマハで修業中で、2年後にはお店に戻る予定。目下一番の楽しみはご主人と始められたゴルフ。「休みの日にゴルフに行けると思うから仕事も家事も頑張れる」という入れ込みよう。しかし腕の方は「まだまだ」だそうです。

奥さんが15店ぐらい集まって、ミセス
エンジョイクラブってのを作ってるん
です。最初はYSP小平さんとか、Y
SP府中さんと小縮んまりやってたん
ですけど、もうちょっと輪を広げよう
ということになって。

鈴木 何をするんですか？

古田 旅行したり、カラオケやったり。

庄田 わあ、楽しそう。

古田 遊ぶだけじゃなくて勉強もする
んですよ。経理とか保険の講習会開い
たり。ちゃんと商工会議所や保険屋さ
んの方を講師に招いてね。ただ、なぜ
か講習の時は集まりが悪い。観劇とか
いうとサツと集まるのに(笑)。

庄田 私はもっぱら中学の同級生と一
緒ね。仲のいい販売店さんとお酒飲ん
だりもするけど。

鈴木 みなさんご主人とは別行動なん
だ。

庄田 そうよお、一日中店の中で一緒
にいるんだから。

鈴木 私は店の外でもほとんど一緒な
んです。ていうか、どこにでも連れてつ
てもらってるって感じかな。地域の販
売店さんの集まりとか。

庄田 珍しいわね。連れて行きたがら
ない方が多いのに。カワイイから自慢
なのよ、きつと。

鈴木 普段から気をつけてます？

古田 顔？ お化粧はちゃんとしてます
よね。

庄田 毎日お客さんに顔をみせるんだ
から、キタナイ顔じゃ出れないし。朝
お化粧しないと気合も入らないの
よ。ない？ そーいうの。

古田 今日も頑張るぞ、って気にはな
りますね、確かに。

私たちが1週間いなくなったら
お店はどうなるんだろう

庄田 バイクショップの仕事って、女
性に向いてると思いませんか？ なんて
いうかうちの主人もそうだけど、鉄が相
手の商売だから頑固で、それに細かい
ところに気がまわらないところあるし。

古田 そー、だから年賀状とかになる
と、いつも私にお鉢がまわってくるの。

鈴木 私もそうです。プリントゴッコ
でガチャガチャと。

庄田 出すのはだいたい200枚くら
い。昔は400枚出してたけど。

古田 うちの3000枚出してるとん
です。BIG VOCSで管理して。

鈴木 ご主人もBIG VOCS扱
うんですか？

古田 やりますよ。

鈴木 偉い！ うちもひとつもやらな
いんです。

庄田 うちのバースデーDMやってる
の。ほんの気持ち程度のもなんだけ
どプレゼント用意して。DM持って来
店してくださったらそれを差し上げる
のよ。

鈴木 来ます？

庄田 来ますよ。若いコは、何くれるの
？ って元氣よく、年配のお客さんは
「こんなの届いたんだけど」ってモジ

お客さんにお母さんって呼ばれるの 憧れちゃいます

鈴木



お仕事を離れば主婦同士、話題はオシャレのこと、家族のこと、趣味のことと尽きません

鈴木順子さん (YSP 葛飾・24歳)

ご主人の光男さんと結婚されて、飲食業からの大転身。「主な仕事は雑用だけど、私の性格にはバイク屋の方が合ってるみたい」と話します。この日は二人の大先輩に囲まれながら、アドバイスを受けたり励まされたり。特技はピアノと煮物。昨年購入したピアノが宝物なのだそうです。



私はマヌケな奥さんの役でいいの そのほうがお店がうまく回るから

古田



'91年の商売繁盛を願って……。本当に良い年でありますように

モジしながら店に顔だして。
古田 で、何あげてるんですか？
庄田 安いものよ。パンダナとかポールペンとか、いまはヤマハのメモパッド。気持ちだから。
鈴木 うーん、それはいい。庄田さんご自身のアイデアなんですか？
庄田 そう。こういうことって男性じゃ思いつかないでしょ。思いついても作業が細かいからやらすじまいだ

し。そういう意味でこの仕事は女性向きかなって。
古田 私たちが一週間行方不明になったらお店どうなるかしら。
鈴木 案外なんでもないんじゃないですか。この前2週間店を空けたんですけど、全部従業員の人たちがやってくれた。

古田 確かに従業員を育てるためには、私たちがいなくなるの必要かもね。
庄田 うちのダメ。主人と二人でしよう。主人だけになったら……。
鈴木 ツプレちゃったりして(笑)。
庄田 かもね。でもさ、帰ってきたら立場良くなってるんじゃない。日頃の苦勞が分かって(笑)。

古田 私はいなくても大丈夫な人なの。従業員も私のことマヌケな奥さんで思ってる。それでいいのよね、その方がお店がうまく回るから。
鈴木 そう、そういう人がひとりいいとダメだと思っ。うちの場合は……主人かな。

**'91年の目標を達成して
また来年に逢いましょう**

庄田 ところで、'91年はどういう年にしたい？
古田 商売のことは主人がガッチリやってるから、自分の目標としては

ワープロ検定3級を取りたいと思ってます。ワープロができると、仕事の面でもっと活躍の場が広がると思いますから。
鈴木 うーん、難しいですけど第一目標は売り上げを伸ばすこと。3店舗あるんですけど、やっとなんかそれが軌道に乗って動きだしたところだから……。あと個人的には「立ち止まること」を目標にしたいですね。いままですぐ思っ。だからもう動いていいよって言われるくらいジックリ臨みたいですね。

庄田 私は休みをたくさん取ることが大目標。そのためには稼がなくなっちゃ。息子がね、いまヤマハに修行に行ってるの。19歳になるんだけど、いつかはやっぱり継いでもらうことになるから、その時のためにお金をプールしとかなくちゃ。私たちがみたくゼロからのスタートはさせたくないもの。ちよつと親バカかな。

鈴木 '91年の年末にこうしてもう一度集まれたらいいですね。目標を達成できたのは誰かって。
庄田 口に出しちゃったからね、売り上げは伸ばさないと。
古田 そうですね、私もワープロ検定合格目指して頑張ります!!

Y. E. S. S.

新しいY.E.S.S.の年間キャンペーン 『チャレンジ・ザ・2^ツリング』が スタートしました



目的

は「乗車機会の拡大」です

4年間に渡ってみなさんに親しまれてきたチャレンジ3000キロに代わって、91年1月1日からスタートしたY.E.S.S.の年間キャンペーン『CHALLENGE THE 2^ツ RING (チャレンジ・ザ・ツーリング)』。キャッチフレーズの『CATCH YOUR DREAM (キャッチ・ユア・ドリーム)』にあるとおり、それぞれのライダーが持っている事をテーマにした乗車機会拡大キャンペーンです。

走行距離の拡大を狙ったのに対し、チャレンジではツーリングの実行が最大の目的。走行距離にかかわらず、ライダーそれぞれのベースでツーリングへの出発を促進します。

また、キャンペーンのスムーズな導入・浸透のためにショップ用のマニュアルを用意しました。店頭でもチャレンジ3000キロ同様に、ぜひ盛り上げをお願いします。なお店頭用ツールに関しては、担当のセールスマンまでお問い合わせください。

システム概略

キャンペーンにエントリーしたY.E.S.S.スタッフが、夢・ツーリングを実行。これを3回繰り返しY.E.S.S.事務局センターに実行報告書を郵送すると、エントリーの際に選択したツーリンググッズがプレゼントされます(ステージ1)。さらにその報告書が応募券となり、抽選で10名に、Y.E.S.S.ジェットツーリングin沖縄をプレゼントすることでキャンペーンの話題性を高めています(ステージ2)。

また、バックアップメニューとして『チャレンジ夢大賞』を設定。エントリーしたY.E.S.S.スタッフから夢のツーリングプランを募集します。その中から優秀賞を選出し、受賞者にはY.E.S.S.のバックアップにより夢のツーリングを実行していただきます。

■キャンペーン期間…91年1月1日～12月31日(なおエントリーは10月31日

締切り)

■エントリー費…2000円(税別)

■エントリー資格…①Y.E.S.S.スタッフ(同時入会可) ②該当免許証のある方 ③安全運転宣言のできる方

※エントリー車のメーカー不問



(エントリー特典)・チャレンジ2ポストカード
・チャレンジ2ステッカー・Y.E.S.S.バンダナ

CHALLENGE THE 2RING

CATCH YOUR DREAM!

夢・ツーリングにでかけよう。

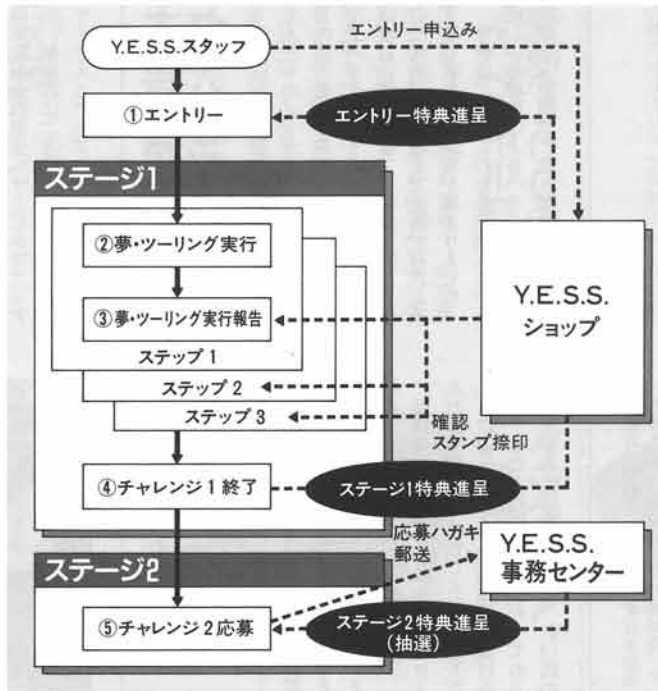
この道を通り続けていくと夢に見た場所に到着する。
目の前に広がる風景の中で思わず心が舞い上がる。

“CATCH YOUR DREAM! CHALLENGE THE 2RING”
夢をかなえる時がきた。

Presented by Y.E.S.S.



エントリー
エントリー費を徴収のうえ、エントリーする方ご本人に申込書の記入欄に必要事項を書き込んで頂きます。その後、1枚目をY.E.S.S.事務センターに、2枚目を担当セールスマンにお渡しください。3枚目はショップの控えとなりますので、お店で保管してください。



エントリー

ステージ1

ステージ1
エントリースタッフが夢・ツーリングを3回実行すると、報告書となるハガキを持って来店します。内容をご確認のうえ、ショップ印を捺印してください。なおステージ1の特典は、店頭での受け渡しとなります。

ステージ2

ステージ2
ステージ2は、ステージ1の実行報告書による抽選です。ステップ3(3回目の夢・ツーリング)の実行日より起算して1ヵ月後が応募の締切りとなります。

トラベルセット



ライディングウォッチ



ウエストバッグ



チャレ2トレーナー



チャレ2夢大賞

夢・ツーリングの具体策として設けたのが、このチャレ2夢大賞です。年3回二輪専門誌とタイアップし、まさに夢のツーリングプランを実行します。
■実施予定日：第1回・4月14日 第2回・7月14日 第3回・10月13日
■応募資格：チャレンジ・ザ・2リングのエントリー者
■応募方法：①氏名 ②Y.E.S.S.スタッフナンバー ③住所 ④年齢 ⑤電話番号 ⑥職業 ⑦エントリー申込みをしたショップ名 ⑧ツーリングプランと夢 ⑨走行距離(概算) ⑩使用バイクを明記のうえ、左記まで封書でお送りください。なおツーリングプランの日数制限はありませんが、必ず実施日を含めてください。
■応募先：〒435 静岡県磐田市篠ヶ瀬町810「チャレ2夢大賞」係
■特典・優秀賞(1名)／夢・ツーリングを二輪専門誌が同行取材入賞(3名)／ツーリンググッズプレゼント

Y.E.S.S.ホットライン開設!!

お気軽にご利用ください

サーイク バイク

0120-319819 (無料)

SERVICE サービスアップは信頼度のアップ YTS講習会&サービスマニュアル

今、お店に求められているのは、単
により商品提供をすることだけにど
まりません。さまざまなサービス面
の質を向上させ、お客さまが心から満
足できるように努めることが大切になっ
ています。

なかでも、ご購入いただいた車両の
メンテナンスを行なう技術サービスは、

お客さまと長い付き合いをするうえ
で必要不可欠なものです。正確で迅速
な作業、豊富な知識をもって、お客さ
まの信頼に応えたいですね。

そのために、ぜひ「YTSヤマハ二
輪車整備士講習会」「サービスマニュアル」
を有効に活用いただき、一層の
サービスアップにお役立てください。



●YTSヤマハ二輪車整備士講習会日程

会場	1月	2月
北海道ヤマハ	4M 31-2	4M 4-6 7-9
ヤマハ東北	B 21-23 24-26	B 4-6 7-9
研修センター 東京	2M 22-24 28-30	2M 4M B 14-16 20-22 26-28
研修センター (ヤマハ中部)	4M 北 16-18 21-23 24-26	2M 26-28
研修センター 神戸	B 16-18 23-25	B 5-7 4M 19-21
ヤマハ中国	広 島 16-18	福 山 12-14 島 14-16 山 18-20
ヤマハ四国		松 山 13-15
研修センター 福岡		B 13-15

B: ベーシック 2M: 2サイクルマスター
4M: 4サイクルマスター D: ドクター
※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。

●サービスマニュアル(1月新刊・追補版)

商品名	注文No.	メーカー希望小売価格
V50/80(追補版)	391186	400円
DT200WR	391187	3,000円
YG50	391188	400円

SAFETY



大型二輪免許取得はおまかせ! ヤマハビッグバイクスクール

76年以來、大型二輪免許取得をめざ
す人たちのメッカとして、充実した講
習内容と高い取得率を誇る「ヤマハビ
ッグバイクスクール(YBS)」。90年
は合計13回の開催で、中部、関東を中
心に九州、北海道まで全国からおよそ
300名もの受講者が集まりました。

それは、多年にわたる実績に基づき、
厳しい指導員によるハードトレーニング
から「笑顔でできる限定解除」へと

時代に合わせて方針を移し、モーター
サイクル愛好者仲間がなごやかな雰囲
気でのびのびと受講できるよう、やる
気を引き出す方法で成功を収めている
ためです。

受講者からも「ヤマハ主宰のスクー
ルだから安心」「女性ひとりでも安心」
「たっぴり走れて、個別指導も受けら
れる」など大好評の声が上がっており、
'91年はさらに回数を増やし、計14回の

開催を予定しています。
ぜひ多くのお客さまにご案内くださ
い。なお講習は少数精鋭で行ないます。
お申し込みはお早めにお願ひします。

「ヤマハビッグバイクスクール」

●受講料/38100円
教材費、食事代、当日宿泊
費、消費税を含む

●募集定員/各回25名

●お問い合わせ/ヤマハテクニカルセ
ンター ☎0537
(24)5195

●開催日程

第1回	1月26日(土)～27日(日)
第2回	2月9日(土)～10日(日)
第3回	2月26日(火)～27日(水)
第4回	3月12日(火)～13日(水)
第5回	4月6日(土)～7日(日)
第6回	4月23日(火)～24日(水)
第7回	5月14日(火)～15日(水)
第8回	6月8日(土)～9日(日)
第9回	7月9日(火)～10日(水)
第10回	8月26日(月)～27日(水)
第11回	9月10日(火)～11日(水)
第12回	10月12日(土)～13日(日)
第13回	11月9日(土)～10日(日)
第14回	12月7日(土)～8日(日)

'91年1月のヤマハ提供番組ガイド

ONANDOFF

海と陸、2つの大きなフィールドを
舞台に展開するすばらしいヤマハワー
ルドの数かずを紹介する番組です。
巧みなカメラワークを駆使した美し
い映像と選び抜いたBGMで、話題性
に富んだテーマをスポーツマイน์だ
つぷりにお届けします。

▼1月12日(日) M-C編

「東京の朝」

▼1月19日(日) M-C編

「北海道② 名産とおじさん」

▼1月26日(日) M-C編

「北海道② 足寄オートバイ物語」

※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/毎週土曜
日18時30分から18時45分。静岡放送/毎

週日曜日10時45分から11時。東日本放送
/毎週土曜日23時30分から23時45分。テ
レビ新広島/毎週木曜日24時35分から24
時50分。

「スポーツ熱中宣言」

明るくさわやかな中畑清さんと名ア
ナウンサー徳光和夫さんをキャスタ
ーに、これまでもとひと味違ったユニ
ークな切り口でさまざまなスポーツをこ
紹介。日曜日の朝を元気づけたい活発
に盛り上げます。

日本テレビ系全国ネット。放送日/
毎週日曜日 放映時間/10時～10時55

分。

「オリジナルコンサート」

私たちの創った世界

世界各国で精力的に活動が続けい
る財ヤマハ音楽振興会「ヤマハ音楽教
室」。そこで育った世界の子どもたちに
よる自作自演コンサートの模様をお届
けします。日曜の朝をすがすがしく彩
る純粋な音楽の響きをゆつくりとお楽
しみください。

テレビ朝日系全国12局ネット・放送
日/毎週日曜日。放映時間/7時30分
から8時。

KART よりコントロールラブルに進化 '91ヤマハレーシングカート

前号でご紹介しましたベリックモデルRC100SSC/SDに続き、中級者向け完成車「RC100SS」と単体フレーム「RF II」「RS I」も一段とポテンシャルアップして新登場しました。

特に、「RF II」は'90全日本選手権A IIチャンピオン、第14回ジャパンカー

トグランプリ優勝など、輝かしい戦績を収めたヤマハワークス仕様を織り込み、トップドライバーの走りに応える卓越したパフォーマンスを発揮します。「RC100SS」はこのRF IIを採用した中級向け完成車。「RS I」は、初心者へのステップアップ用フレームです。



RC100SS
●メーカー希望小売価格
429,000円



RF-II
●メーカー希望小売価格
349,000円



RS-1
●メーカー希望小売価格
219,000円

SALES

いよいよ'91年春のニューモデル商戦が本番に突入しました。今年も強力なニューラインナップを続々投入し、市場活性化をはかっていますので、ぜひみなさまも活発な販売促進をよろしく願います。

まず年頭から「'91春のヤマハフェスタ」として主要車種ごとに導入キャンペーンを展開し、その第一弾が、新型JOGを大きく盛り上げる「スペシャルデビューフェア」です。巻頭カラー

新型JOGの拡販をバックアップ! 「スペシャルデビューフェア」開催

ページでもご紹介したとおり、萩原健一さんと川越美和さんの2人をキャラクターに、マスメディアを利用した広告展開を行なうほか、「JOG 愛されたい」50万台キャンペーンとして、1月23日〜7月22日までのご購入者に盗難保険をプレゼントいたします。さらには、各ヤマハ販売会社ごとに工夫を凝らしたオリジナルキャンペーンと併わせ、さまざまなアプローチで



新型JOGの浸透をはかろうというものです。

また、店頭での話題作り、お客さまのアイキャッチに役立つツールとして、ノボリ、ステッカー、ハンドルPOP、等身大パネルチラシを用意しました。ぜひこの機会にご活用いただき、より大きな成果をご獲得ください。

SUGO ビッグレースに華を添える '91レースクイーン募集!

二輪の全日本選手権から四輪・F3 000シリーズなど、幅広いモータースポーツイベントの舞台として有名なスポーツランドSUGOでは、「'91年もサーキットを大きく盛り上げる」SUGOレースクイーンを募集します。自薦、他薦を問いません。多数のご応募をお待ちしております。

'91 SUGOレースクイーン

- 応募資格 ①18〜23歳までの健康で明るい独身女性
- ②SUGOでのレース開催週の土・日曜日に参加できる方

- 募集人数 5名
- 契約期間 '91年3月17日〜'92年3月

月末日まで

- 賞典/ヨーロッパ旅行 その他副賞
- 応募方法/履歴書、身長、体重、スリーサイズ、自己PRを明記し、上半身と全身のカラー写真を添えて、〒989-14 宮城県柴田郡村田町菅生6-1-1 スポーツランドSUGOレースクイーンコンテスト係まで郵送ください。

- 応募締切 '91年2月末日



'91年を大いなる飛躍の年に！ 全国ヤマハセールスミーティング開催

全体需要の安定傾向が続く業界にあつて、今後の市場をさらに大きく発展させるために——去る'90年11月19日、全国のヤマハセールスマンが静岡県浜松市のグランドホテル浜松で一堂に会し、今後の市場対応について大規模なミーティングを開催しました。

本誌巻頭でもご紹介のとおり、'90年代ヤマハは「感動創造企業」として大きく羽ばたこうとしています。この目標は、全国で活躍するヤマハのセールスマンにとつても今後の活動を左右する命題。お客さまに満足していただき、社会環境をより良い方向に改善していくための具体的な活動提案が次々と出される中、販売店のみなさんとのより緊密なコミュニケーションを柱に、'91

年市場を活性化していくことを誓い合いました。

本年もヤマハセールスマンは元気で、どうぞ、今後のセールス活動への大きな期待とともに、さらなるご協力をよろしく願っています。



当日は期待のニューモデル・新型JOGも発表。大きな反響を呼んだ

スポーツツアラーの進化に高い評価 FJ1200A/1200試乗会

ヤマハニュース'90年11月号でお伝えしたように、ドイツの「FMA ショー」でデビューし満場の話題をさらった海外向けスポーツツアラー「FJ1200A」「FJ1200」の、国



「ウェット路面でも確実なブレーキングができる」とヤマハのABSは大好評

内プレス試乗会を'90年12月10日、茨城県・日本自動車研究所で開催しました。このモデルは、4サイクル車初のオートソガルエンジンマウント方式を採用し体感振動を低減、エアロスクリーンにより高速ウインドプロテクション効果を高めたほか、「FJ1200A」には国産車初のABS（アンチロックブレーキシステム）を搭載したのが特長です。

海外ではすでに高い評価を受けており、今回の国内試乗会でも「まるでロイヤルサルーンカーのような乗り心地」「おだやかでまったく不安のないABS効果」と絶賛の声が聞かれました。

新型JOGが新年早々 テレビでお茶の間に初見参!

1月5日、日本テレビ系で放映された「どんねるずスペシャル・花の芸能界 全部乗っとならせていただきます'91」をご覧になりましたか? お正月休みとあつて、かなり多くの方が見られたと思いますが、ではその中で、1月23日に発売を控えた新型JOGなど30台のヤマハスクーターが登場しているのに気がつかなかったでしょうか。これは、番組の中の「タカアキ応援

団 芸能人にエールを送り隊」コーナーでのワンシーン。とんねるず・石橋貴明さんを団長とする50名の応援団が、プライベートタイムをくつろぐ増田恵子さんと井森美幸さんらの前に突然現われ応援を始めてしまうというもので、その時の移動ツールが30台のヤマハスクーターでした。

特に、新型JOGが公けの場に出るのはこれが初めて。東京・神宮外苑や



ズラリと並んだ新型JOG。全員同じ石橋貴明のお面をつけた応援団の顔と、リーゼント風ヘルメットにも注目!

スクーターでアメリカ一周! 22000 kmを走破

ロサンゼルスからサンフランシスコ、ソルトレイクシティを経由し、カナダのカルガリー、ニピコン、そしてアメリカのポストン、ワシントン、ヒューストンを経て再びロサンゼルスに戻る全行程22000 km、66日間におよぶアメリカ一周ソロツーリングをスクーターでやり遂げた人がいます。

その人は、埼玉県所沢市に住む黍野慎司さん(23歳)。普通免許しか持っていないが、黍野さんは、'88年に新発売されたBWSにひと目惚れ。以来、日頃の移動手段としてはもちろん、関東

近郊から北海道とロングツーリングまでこなすほど、積極的なバイクライフを続けてきました。

そしてそのツーリング目標は、いつしか北米大陸へと広がり、ついに'90年7月15日、ロサンゼルスへ向けて旅立ったというわけです。

バイクは、乗り慣れたBWSの輸出車、ZUMA II を現地調達し、補助燃料タンクやキャリアを自作するなどして使用。あまりに過激な道程のため

国内では一度も体験しなかったバンクに悩まされたり、いくつかのトラブルはあったものの、日本へ持ち帰った今も元気に走行しているそうです。

また、移り変わる自然環境に苦しめられたり、旅は決してラクなものではありませんでしたが、土地の人々やロサンゼルス、トロントのヤマハスタッフから援助を受けたりして大成功。23年間で一番熱く燃えた夏だった」と黍野さんは目を輝かせていました。



ロサンゼルスでスタートし、サンフランシスコへ。この頃はまだまだ元気いっぱいだった

みなさんのご意見募集!

『ヤマハニュース』は、ヤマハを愛する販売店のみなさんのための情報誌です。これからも、ヤマハとみなさんをつなぐ良きパートナーでありたいと考え、みなさまのご意見、ご感想を広く求めたいと思います。

お店やお客さまをテーマに、店頭やイベント会場など日常の中で見つけた、ちょっとした話、反省すべき点といったことなどをハガキか封書でお寄せください。積極的なお便りをお待ちしております。

宛て先 〒438 静岡県磐田市新貝2500
ヤマハ発動機株式会社 広報室宣伝課
ヤマハニュース編集室「We Love YAMAHA・ちょっと一言」係まで

お詫びと訂正

本誌'90年12月号に、一部誤った表記がありました。深くお詫び申し上げますとともに、下記のとおり訂正させていただきます。

- 特集16ページ「How to DT200WR」の本文上段5行目 (誤)ニギューレシッ→(正)レギュレーション
- 同じく16ページ本文中段10行目 (誤)プア開発→(正)ベア開発

BOOK

『おたくが経済を支えている?』
『おたく玉』
今や完全に流行語となつてしまった『おたく』。一般には、さまざまなジャンルのマニアを指して言う呼称で、あまりいいイメージはありませんでしたが、彼らの存在なしに今の日本経済繁栄はありえないとも言われます。

『おたく』とはどんな人たちを言い、彼らが果たしてきた役割はどんなものかを、『ナベ』こと渡辺和博さんが独特の描写で体系づけたのがこの本。人を見る目が変わる(?)おもしろさです。1200円
太田出版・刊 渡辺和博・著



VIDE

平&YZF750栄光への軌跡
『VICTORY-RUN』
ロングバージョン

90年7月29日、平忠彦選手はついに念願の鈴鹿8時間耐久レース初優勝を達成しました。思えば85年、K・ロバーツとのペアで初めて、SHISEIDO / TECHN2レーシングチームとしてヤマハFZR750で8耐にエントリーを開始してから6年。劇的というにはあまりにも不運なカゲの主役を演じ続けてきた末の栄光でした。
その激闘の軌跡を集大成したビデオ



が『VICTORY-RUN』です。お客さまと一緒に楽しんでください。60分/VHS・βII/各4900円(消費税含む)
お問い合わせ先/株式会社CBSソニーグループ
03(3266)5048

MUSIC

91年ミュージックシーンを占う
『オリコンCDトップ10』

90年のラストを締めくくったのは、89年と同様クリスマスを前に急上昇した、ユーミン。こと松任谷由美の『天国のドア』でした。イカ天、出身バンドが入れかわりたちかわりトップ10を賑わす中で、やはり地方に優るユーミン、サザンオールスターズら常連たちは健在。さて91年は、どんなスターが誕生するのでしょうか。

順位	タイトル	アーティスト
1	天国のドア	松任谷由美
2	ハヴァ ナイス デー	ユニコーン
3	COLLECTION II	中山美穂
4	RISKY	B'Z
5	ウルトラマンナグレイテストヒッツ	マドンナ
6	unlimited	工藤静香
7	TRANSIT	稲垣潤一
8	WONDER 3	ドリームズ・カム・トゥルー
9	誕生	尾崎 豊
10	ザッツ ユーロビート Vol.23	マークファリーナ 他

(12/10付 オリコン調べ)

TRENDS

スキーばかりがなせませテる?
冬のレジャー若者考



春とは名ばかりの、2月。若者たちの間ではウインタースポーツシーズンがまっさかりです。昨年12月には季節はずれの台風上陸などもあり、雪不足でスキーファンをやきもきさせましたが、予約はともなも満杯状態。この異常とも思えるスキー人気。いったいどうして?と首をかしげる人も少なからずいることでしょう。その理由を12月1日付・日経流通新聞ではこう解説しています。

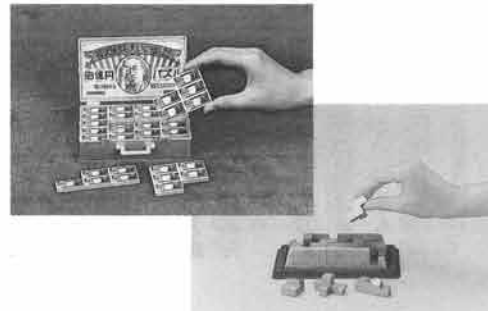
①男の子と女の子がグループで楽しめる一車連れを移動し、車中では音楽とおしゃべり。そしてアフタースキーにはお酒とゲームなどのパーティ。みんな一緒ならお目当ての彼女を誘うのもラクだし、スキー場の予約さえ取れば食事はどこ、お茶はどこ、などデートコースに頭を悩ます必要もない。しかも泊まりがけとなれば……。

たとえ決まった相手がいなくても、友達の友達は何とやら図式で、新しい出会いを見つけるチャンスです。
②スポーツとして楽しい——初心者からベテラン、男女の差など一切お

まいなし。自分のレベルで誰でも楽しめる手軽さがいいのです。
③③れり尽くせりオシャレなホテルにデイスコ、レストラン、高速リフトなど充実した設備に、色とりどりの高機能ウェアで、すべて快適に過ごせる要素がそろっています。
そして、一面銀世界という非日常的なシチュエーションがリゾート気分をグッと盛り上げてくれるわけです。
そんな中、スノーモビルも大いに注目されるスポーツ。流行を先取りし、お店のイベントに加えてみては?

GOODS

億万長者気分をゲームで味わう
『壹億円パズル』『金塊パズル』
年の始めは、何事につけても景気よく明るく過ごしたいものですね。今年も商売繁盛のよい年であるように……、と願いを込めて、新年会や初来店のおもてなしにこんなパズルはいかが?



『壹億円』は、トランクの中に札束パズルをさつちりはめ込むと完成。「金塊」は飾台に金塊パズルを組んで一本ののべ棒を作る、というもの。お年玉がわりのプレミアムとしてもおもしろいグッズです。各1600円。
お問い合わせ先/榊野村トイ
03(385)7211

'91 YAMAHA NOVELTY

新年のスタートは身だしなみに気を使いたい



●グルーミングキット
(No.372068 / 5,000円)
クシや爪切り、ヒゲそり、耳かきからミニソーイングセットなど便利なアイテムがぎっしりつまっています。



●トラベルシェーバー
(No.372071 / 5,500円)
9.8×5.7×2.3cm、90gと薄型、軽いため、持ち運びもラクラク。いつでもすばやく取り出して無精ヒゲをシャットアウト!

ぬくもりで町と結ばれている バイクショップ

祭りにボランティアにと地域活動への積極参加で愛されるお店

新海商店/新海輝満社長

愛知県知多郡阿久比町椋岡道上2-2 ☎0569-48-0057



謹賀新年 今年はどうな目標をかけたか。今年からヤマハニュースも、HOT SHOP 拝見をモデルチェンジし、「ハロー ナイスショップ」気になるお店のご商売」と題して、全国の販売店さんをお訪ねし、素顔と生の活動をご紹介します。訪問記”をスタートします。第1回目は、地域活動とおして需要創造をはかる「新海商店」さん。愛知県・阿久比町に、しっかり根ざした販売店さんです。

伊勢湾に突き出た知多半島はなんともやわらかで、ゆるやかな陽ざしに包みこまれていた。

「ハロー ナイスショップ」第1回目の訪問地は、愛知県・阿久比町。名古屋からほぼ南へ小一時間、半田市と知多市にはさまれた人口約1万2000人の町。

町を南北につらぬく県道沿いに「新海商店」さんはあった。お店と目と鼻の先に名鉄の椋岡駅という好立地条件である。

「あっ、いらっしやい」。笑顔で迎えてくださったのは、社長の新海輝満さん。顔色といい、ツヤといいとも51歳にはみえない。プロ野球・日本ハムの近藤監督をイメージさせる風貌だ。

「のどかな町ですね」

「うん、小さい町だからねえ…」

この小さな町の「新海商店」さんの歴史は、先代が開いたという昭和4年までさかのぼる。自転車屋さんからはじまった「新海商店」を輝満さんが引き継いだのが昭和51年。以来、輝満さんと、奥さまのいちえさんが守り立ててきた。



最近では開けてきたけど、ちっさい町ですから 都会とはちがう商売の難しさがあるんですよ

世帯数にして約6000戸。知多半島道路、阿久比インターチェンジが開かれ開発が進んだ。それでも町の風情は、農村の面影を残している…。そんな町の近況を輝満さんからうかがっていた時、お店の通用口がコトンと開いて、「近所らしいご夫婦が顔をのぞかせた。奥さまが対応されているのを見やりながら、

「昨晚、葬式があったもんで、そのお礼にこられたんですよ」

この町では、誰がどこで何をしているかは大抵は分かっちゃいますし、町民の結束も固い。輝満さんは、そうした中で商売の苦勞を打ち明けてくださった。

セルが60件も発生したことだった。輝満さんは、さりげなく「都会とちがって、誰でも彼でもに売ればいいという商売はでkindのですよ」というのが、60件のキャンセルはタダ事ではない。

「またどうですか？」

キャンセルの内容は、町の高校生が購入したスクーターとスポーツバイク。なにせ小さな町のこと、彼らのほとんどの親とは顔見知りの輝満さん。

「買ってくれるのはありがたいんだけど、親の許可はもらっているのか心配で、電話してみたんですよ。すると、「いや、知らねえ、売らんでくれ」って。それでキャンセル60件、アハハ…」

そんな「珍事」が発生する市場環境だけに、地域とのコミュニケーション

は当然、お店の重要な活動姿勢となる。ここでは地域から親しまれるバイクショップでなければ、成り立たないのだ。

阿久比町には「阿久比南部コミュニティ」という協議会が設けられている。住みよい地域をみんなでつくる——という趣旨で設立された協議会だ。そのなかの環境防災部の推進委員長を輝満さんは務めている。

フラワーポットの設置と管理、「ゴミ出しのルールづくり、町の美化運動…。」

「それと、河川敷の清掃なんかも、音頭をとって行なうんです。まあ、町とのかかわりの仕事は、ボランティアですが、町民のひとりとして、商売とは別に、ね。町を美しくする役ですから逆にいえば、汚れ役ですか、アハハ」

もちろん輝満さんには、ショップ経営者としての重責がある。商売の合間をぬった休日返上のボランティア活動。輝満さん、まさに八面六臂、フルスロットルの活躍なのである。

そんな輝満さんには、高校3年生の娘さんと、小学校5年生の息子さんがいる。ショップ運営と地域活動は、切り離せられない、と思っている輝満さんは、環境防災部のほかに、PTA活動にも参加、子供たちの活動にも積極的に手をさしのべている。

「じつはね、町の八幡神社が新築されたんですよ。それで祭りをやろうということになったんだが、子供用のみじゃない。それじゃ作ろうじゃないかです」

新海さんが活動に参加する南部コミュニティでは地域全体のふれあいをうたっている。新海さんが作った子供山車は地元新聞にも報じられ、阿久比町の人々の郷土愛に「役買った」



新海商店を盛りたてる、サービスの原田さん
(左)と片桐さん。「2人ともお客さんにウケが
いいですよ」と輝満さん



輝満さんはじめ地区の厄年会のメン
バー10人で、子供みこしを作る計画が
持ち上がった。祭りは10月。計画した
のはその4カ月前。しかもみこしは、
職人さんに頼らず自分たちで、と決め
ていた。さあ、たいへんだ。

「なんせ製作マニュアルなんてものは
まったくないから、難しさは並み大抵
じゃなかったね。しかもみんな仕事
があるから作業は夜中にやるわけです。
子供たちのためとはいえ、4カ月間は
そりゃあ大変でした」



町のために精一杯やっているバイクショップというところを みんな分かってくれているんじゃないかな

みこし作りにかかった実費40万円。
それはメンバーで分担。仕事や商売は
メンバーみんなまっちだけれど、ひ
とつにまとまって、子供たちの喜ぶ顔
を思い浮かべて、取り組んだ4カ月。
表情をくすして、みこし作りの話をす
る輝満さんを見てみると、多分、商談
がまとまって、ふっと一息つくのとは
別の充実感があつたにちがいないと
思ったのだ。

とにかくみこしは完成した。が、し
かし、完成したみこしは、いかんせん
素人の手作りが成せる技、予定をはる
かにオーバーして、やたらと重い。

「これじゃ、子供たちにはとても無理」
で、車輪をつけて、「山車」に急ぎよ変
更した。「うん、みこしな山車ができ上
がりました。アハハ…」

高さ2.5メートル、長さ4.5メートル。
お父さん手作りの山車に、子供たちは
お喜び。祭りも大盛況だったとか。

輝満さんはいいます。

「地域と密着して商売をする。これが
基本なんだけど、いまやと本当に密
着しているなと感じますね。長いこ
とかかりました。祭りにしても、協議
会にしても、言いかたをかえれば、ひ
とつの投資かもしれない。その投資が、
いつ、どれくらいの率で回収できるか
分からない。

もつとも回収なんていう尺度でとら



修理は技術だけでなく、いかに気持ちよくス
ピーディーに対処するかが大切、がモットー

えたらなんにもできない。でも町の
みなど、精一杯やっているバイク屋っ
ていう姿勢だけは、分かってもらえ
ていると思うね」

突然「ブーツ」とクラクションの
連続音が店内に飛びこんできた。つづ
いて息せき切つて若い女性が駆けこん
できた。

「おいちゃん、クラクションが止ま
らなくなっちゃった」

「おっしゃ、輝満さんは店を飛び出
した。

社長さん自ら修理する。安心しきつ
て見守る女性。その2人の間に、なん
ともいえない、あつたかいぬくもり

が感じられた。

輝満さんが、ショップ運営以外に取
り組む地域活動。「地域活動」と改めて
口にする少し肩苦しいが、輝満さん
は、ぬくもりを地域の人々と深く感
じたいのかも知れないな、と思った。

ぬくもりでつながっている「町の
バイクショップ」。こうしてショップ
が、モーターサイクルのイメージを高
めていく——そんな感じを強く持った
1日だった。

先代を引き継いだ輝満さん。多分、
息子さんも、輝満さんと同じように、
ショップを引き継ぐにちがいない。

(取材訪問日'90年12月8日)



新海商店では新規購入のお客さんに対し、操
作の指導を納得いくまで実施している

ショールームはショーウィンドーが大きくとられ、採光もバツグン。明るいお店づくりに威力を発揮している



■新海商店

ユーザーのみならず、近所の人々からも“おじさん”と呼ばれ親しまれている新海社長の人柄そのものが、新海商店のカラー。店舗だけでも100坪ある住宅兼用の3階建の店舗は、愛知県道44号線沿いに立地。名鉄桜岡駅がそばにあり、店舗前は交通量、人通りともに多い。

●オープン：昭和4年 ●店舗規模：店舗100坪、サービス工場50坪、倉庫150坪 ●展示台数：新車を中心に約30台 ●商圏：阿久比町全域と、隣接する半田市の一部 ●客層：20代後半～50代、60代と幅広い。主婦が多いが若い女性客も増えている ●クラブ：なし ●営業：午前7時30分～午後9時 ●定休日：毎週日曜日



ショールーム裏にあるサービス工場。二輪はもちろん、四輪の整備を行なえる設備を持っている

用品コーナーはオフィスのすぐ横。困っているお客さまにはすぐアドバイスできる構造となっている

フロア随所には緑が配置され、お店の暖かい印象を演出するのに一役買っている



The Latest AID



愛されて10年目...55mph(vol.10)発刊

“人とモーターサイクル”の理想的なかかわりを、美しいビジュアルとともに提唱し続ける『55mph』が、今年もより充実した内容を満載して発刊しました。

創刊から10年目を迎えた今号のテーマは“地球にやさしく”。メキシコのバハ・カリフォルニアの広大な大地や、北海道の美しい自然を背景に、モーターサイクルが地球にやさしい乗り物であることや人間らしさへの回帰、自然との調和を取り戻すツールであることを訴えます。

モーターサイクルのイメージアップ活動の一環として、ぜひ店頭でもご活用ください。

〈主な内容〉

- **Vamosos Baja California** (巻頭特集)
サボテンと岩山からなる広大なバハの大地をXT600で旅する、内田正洋、山本昌美ご夫婦のフォトストーリー。特集後半には、バハの旅情報も盛り込み、生きた情報が満載です。
- ケニー・ロバーツ&ジョン・コシンスキーの勝利の哲学
- 柏秀樹さんの南米ラリー参戦記
- バイク小説——堀内貴和『大雪注意報』
- ヤマハインサイドストーリー
- 松山猛さん一家のバイクライフプレゼンテーション
- 北海道ツーリング(SRX4/6)

※A4判・100ページ・オールカラー
希望小売り価格：¥720(税込み)