

がんばるバイクショップの 情報マガジン

ヤマハニュース

Yamaha News



特集●ビッグバイク市場展望

“ビッグ”ウェーブがやってきた!

ハローナイスショップ●YSP熊谷

サービス工場

YAMAHA NEWS●インタビュー③

日本マクドナルド

1995 No379

3

M A R

10代ヤングに強烈にアピールノ
今月の表紙の顔は春祭商戦に新
風を巻き起こすジョグ アプリ
オ タイプII 利便性、走行性
そしてスポーツ感覚と3拍子揃っ
たタイプIIに注目ノ

拝見！隣のお店 このアイデア

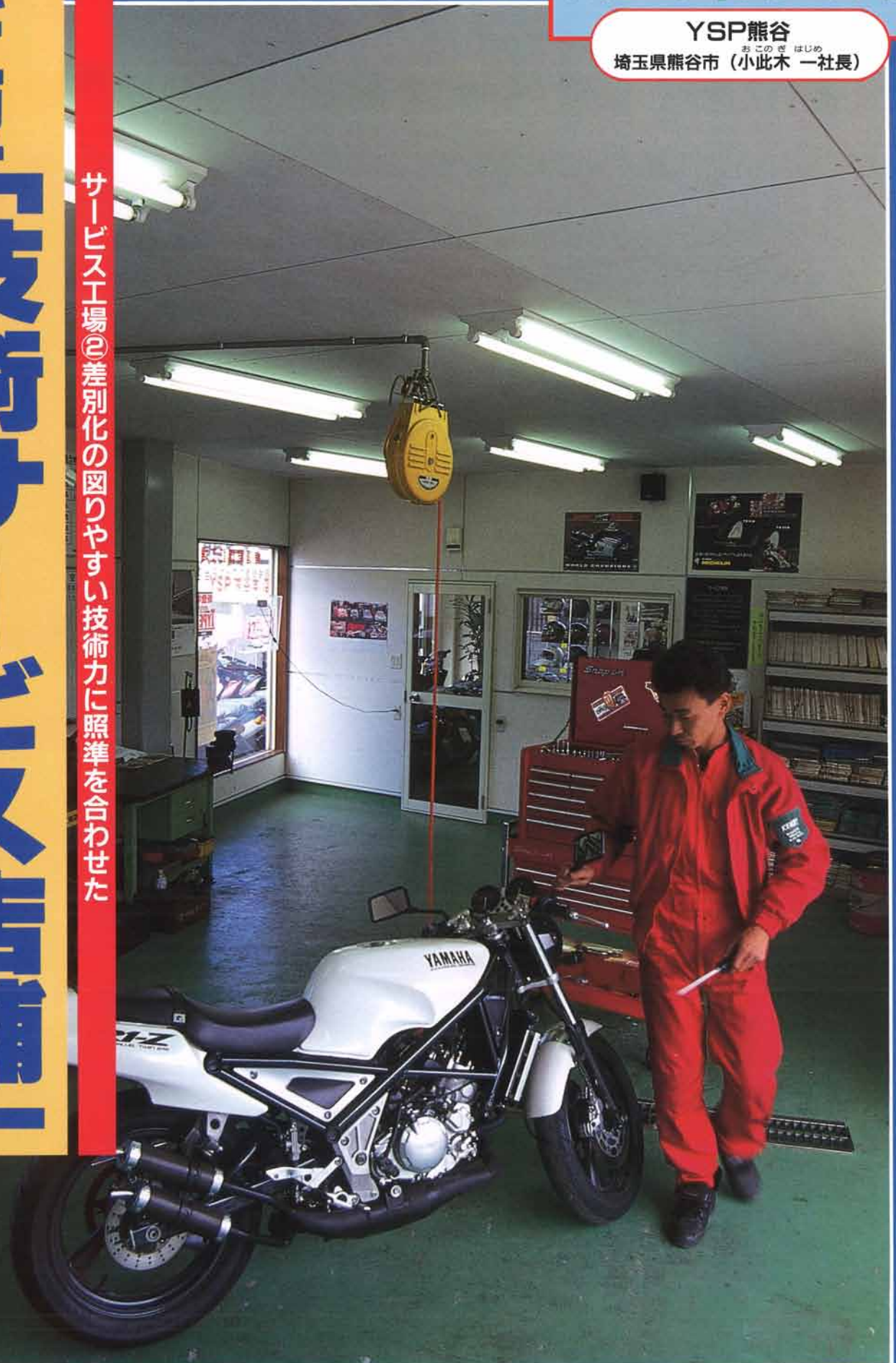
ハローナイスショップ

YSP熊谷

おこのぎはじめ
埼玉県熊谷市（小此木 一社長）

独立型「技術サービス店舗」

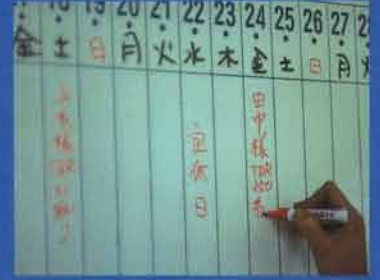
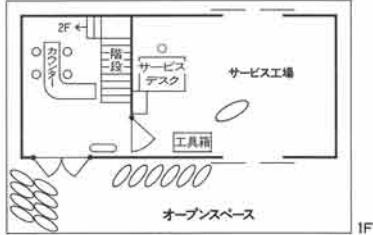
サービス工場②差別化の図りやすい技術力に照準を合わせた





YSP熊谷 サービスショップ

サービス部門の強化と商圏の拡大を目的に、昨年5月、本店から独立した技術サービス中心の店舗。昨年12月に認証取得、YTSダブルスター店。



サービスショップ2階のミーティングルーム。
「サービス部門を別店舗に移すことで、いままでできなかったことが可能になった」と小此木社長

「いままでの商売のスタイルを一言で表すなら、買っていたいただいたお客さんに対し、万全のアフターサービスで信頼を勝ち取る」ということになるでしょうが、この店舗の場合にはちよっと発想が違っています。まだテストケースの段階ですが、まず技術サービスでお客さんの信頼を得て、それから購入を検討していただく。従来とは順番が逆なわけですよ」(小此木社長)

YSP熊谷さんが、同店の支店として「YSP熊谷サービスショップ」をオープンしたのは昨年5月のこと。道路運送車両法に伴う「新二輪認証」への対応策として、本店から5キロほど離れた場所にサービス工場をメインとした新店舗をオープンさせた。敷地120坪、建坪60坪、サービス工場30坪というこの支店には、2級整備士資格を持つ2名のサービススタッフと奥さまの貞子さんが常駐している。

「よく聞く話ですけれども、これからの時代は設備や人材を含めた技術サービス力競争力だと思えますね。お客さんの志向がビッグバイクに向かっていて、現在のところは、なおのことだと思えます。ただ、本当に技術力だけで商売になるのかと思ったら、それは誰にもわからないわけですよ。だったらそれをうちがやってみよう、本当に技術だけで商売になるのか確かめてみよう、と。ですからショールーム的な要素はできるだけ抑えて、あくまでも工場メイン、どこから見ても「ここはバイクを整備するショップです」というような店舗にしたつもりです」

「試験的な店ですから……」と小此木社長は

あくまで謙虚だが、その効果はオープン1周年を待たずに早くも見え始めている。定期点検の来店比率が高まり、飛び込みの修理客も本店に較べて多い。その結果、サービス部門の売り上げが飛躍的に伸びたのだ。こうなるに当然、修理をきっかけとしたブランドスイッチのお客さまも始まる……。

「ただ、本当のところは、まだまだやることたくさんあるんです。そのひとつがエリアのお客さんに対してのアピールですね。いくら業界の中で「認証だ!!」って叫んだところで、一般の人たちには何のことかまったくわかりませんから。うちが持っている資格や設備をセールスポイントにするなら、お客さんにもそれを知ってもらわなくちゃいけない。それをやらないと、技術サービスをフックにした販売するのは期待できないと思います」

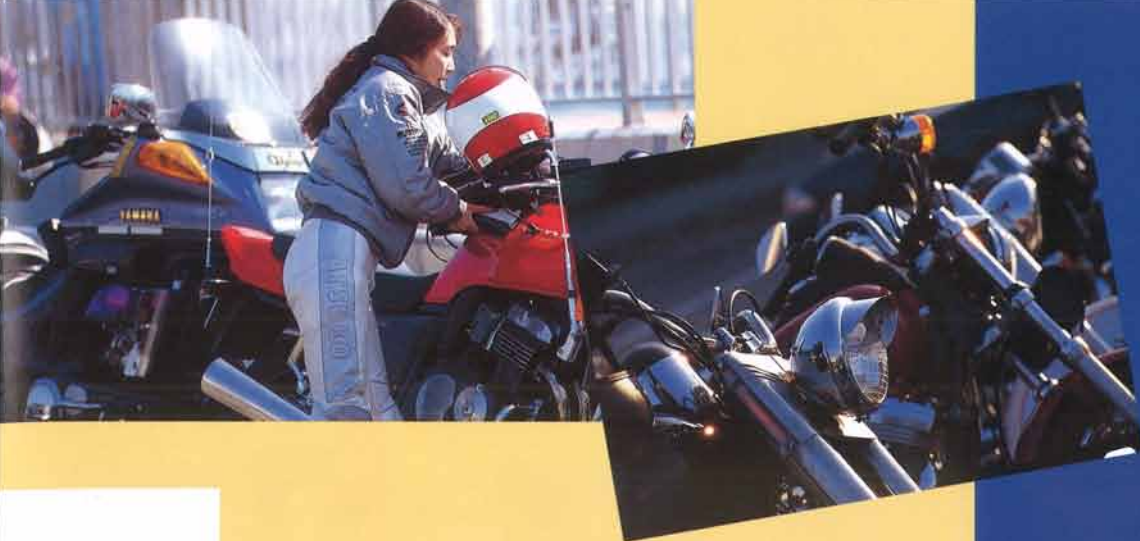
まだデータを探っている段階だが、現在のところサービスショップの商圏は半径で約5キロ。本店の10キロに較べればまだ半分程度の数字だが、将来的にはこの何倍にも広がるだろうと小此木社長は予測する。理由は簡単、売り物が商品本体ではなく、他店との差別化を図りやすい技術サービスにあるからだ。

また、サービスショップの2階には、15人程度のミーティングができる広いスペースを確保した。ここでは毎週のようにツーリングクラブの会合などが開かれている。

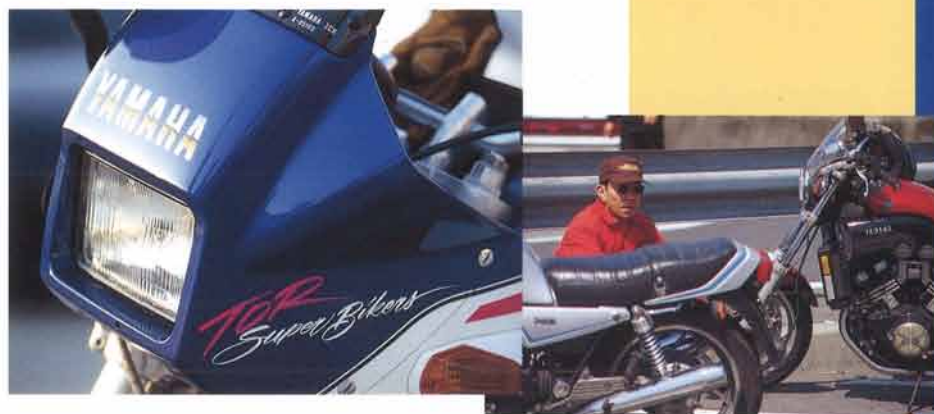
「本店の方でできなかったことが、サービスショップを建てることですべて実現しました。技術を売って、遊びも売る。私が理想としていたショップに、少しずつですが近づいている気がしますね」

ビッグウェーブが

やってきた!



1990年2月にV MAXの国内販売を開始して以来
XJR1200、そしてTRX850の登場により
ヤマハの“オーバー750”ラインナップはますます充実
さらに、SR500からYZF750といったクラスも含めると
限定解除免許で乗れる“ビッグバイク”は10機種がそろいました
そんななかで、大型免許制度の改正
スーパーバイクやNK1といったレースの活況などを背景に
市場環境も大きく変わろうとしています
今回の特集は
ビッグバイクに関わる4人の方にインタビューし
それぞれの立場に立った視点で今後の市場動向
期待の声をうかがいました



二輪専門誌『ビッグマシン』編集長 梶邑博道さん

あのバイクに乗りたいたいという

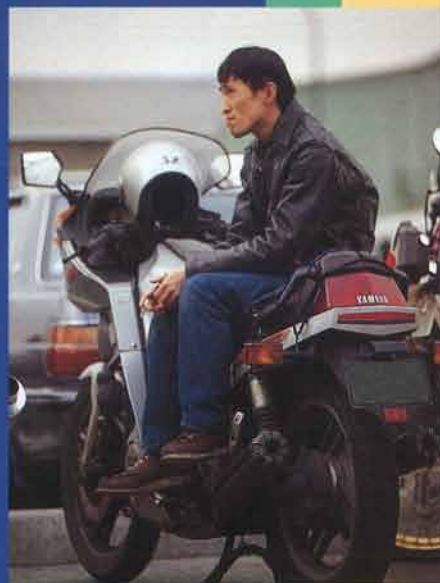
憧れと情熱が市場を盛り上げた

『ビッグマシン』は、『ヤングマシン』を卒業したライダーや、一度バイクを下りて再びライダーに戻ろうという人たちにもわかりやすいよう、ビッグバイクに関する情報を整理して噛み砕き、マニアックなスパイスをパツパツと効かせた、いわば『ヤングマシン』のビッグバイクバージョンなんです。

ビッグバイクの市場は、ここ2、3年、限定解除をする人が増えて、国産車、外車を含めた販売台数も伸びていますよね。それに加えて、大型免許の法律改正が具体化し、まさに追い風状態だといわれています。

新しく『ビッグマシン』を作るにあたっては、当然こういう成り行きがある程度予想していたし期待もしているんですが、正直言うとうと、私はそれほど樂觀していないんですよ。

例えば、免許制度が変わっては明るい話題ですが、教習は20時間以上のカリキュラムが組まれるという話ですし、そうなれば教習料金だって結構かかるはず。気軽に誰もがビッグ



特集：ビッグバイク市場展望 "ビッグ"ウェーブがやってきた！



『ビッグマシン』月刊「ヤングマシン」誌を発行する内外出版社より、昨年創刊されたビッグバイク専門の季刊雑誌。5月6日発売4号目より奇数月発行の隔月刊誌となる。現在の発行部数は、約10万部



TRX850 プレス向け試乗会には笠色編集長(右)も自ら参加。開発担当者と共に熱心に会話し情報を採る

全体需要は飛躍的ではないが 着実な伸びに期待！

バイクに乗れるようになるには、まだまだ障害が多いと思います。

ただ、ここまでの盛り上がりがあるのは、オーバ1750を中心としたビッグバイクが数多く出そろってきたこと、「あのバイクに乗りたい」という熱意で限定解除を突破したライダーがたくさんいたおかげ。

今度どうなるのか、簡単に予測するのは難しいけれど、魅力的な商品とライダーたちの情熱が続く限り、それがビッグバイク市場を支えていく原動力になるでしょうね。

「選ばれる条件」は乗って楽しく カッ"よく、知的に見えぬ一台

商品は、現在あるビッグバイクの機種、ラインナップについていうと、国産車、外車とも結構豊富にそろっていると思います。

そのなかで、読者の傾向を見ていると、せっかく苦労して手に入れた大型免許だから、より大きい排気量のバイク、特にリッターオーバーの4気筒に人気が集まっていますね。

実際、バイクの選択の仕方を見ていると、VMAXのように4気筒の大排気量車はパフォーマンスがポイント。また、XJR1200のようなネイキッドは男っぽさが受けています。

それと、乗っている自分がカッコよく見えるっていうのも大きいポイントでしょうね。例えば、SRXの初期型なんかは乗ってるライダーが非常にカッコよく、オシャレに見えた。今度のTRX850は、まさにそういうバイクになりそうな気がします。

個人的にも、TRX850にすごく期待してらんです。国産ビッグバイクに新しいジャンルを増やしたと思うし、その点で非常にうれしい、先が楽しみな一台ですね。

こうして考えると、ビッグバイク全体の台数は飛躍的ではないにしても、確実に増えていくように思います。

『YSP上板橋』／東京都板橋区
昭和47年12月からの創業で、古くからの固定客に加え、紹介客も少なくない。2、3年前から40歳前後のお客さまが集まり、自然発生的にツーリングに出かけている。東武東上線 上板橋駅の踏切のそばに立地し、場所を認識してもらいやすいのと、踏切待ちのライダーに注目してもらえるのが有利とのこと



販売でもレースでも

大型の比重はむしろ高まる

『YSP上板橋』社長 大谷吉一さん

TRXがビッグバイクレース界に大きな刺激を与えてくれる

私たちは、YSPではありませんけど、オオタニ・モータープロダクトの名前で『ザ・サウンド・オブ・シングルズ(TSOS)』という4ストローク・シングルエンジン搭載のマシンを中心としたレースも主催しているんです。開催サーキットは主に筑波サーキットで、日曜日だけのワンデイレースのときに200〜250台ぐらい、土曜・日曜のツーデイレースだと約350台のエントリーがあるんですよ。

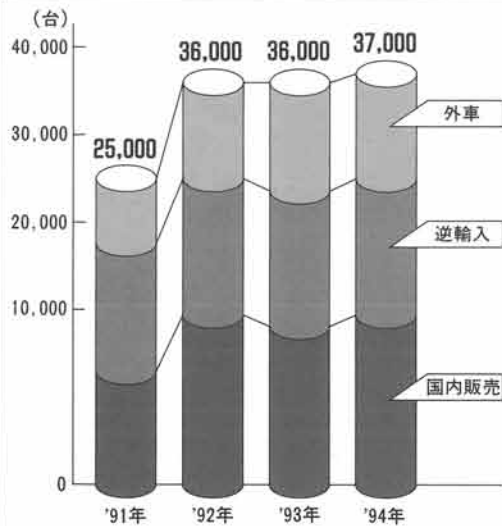
開催クラスは20クラスに別かれているんですが、ビッグバイクのクラスは、6クラスほどあります。でも、排気量大きいバイクというのは、レースに参加するとなると、やはりそれなりにコストがかかってしまうんですよ。バブルが弾けて不況になってからは、参加台数も緩やかな下降傾向になってしまいましたね。

だから、TRX850のデビューには、とても期待しています。今までビッグツインは

特集：ビッグバイク市場展望 "ビッグ"ウェーブがやってきた!

国内大型二輪登録推移(新車)

(ヤマハ調べ)



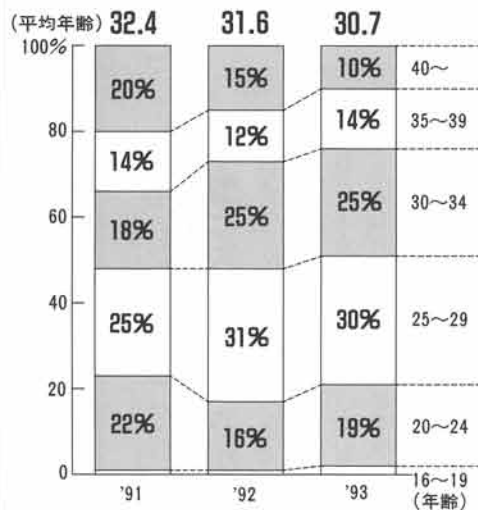
回復基調の自動二輪のなかでも、大型車は特に好調。'94年はXJR1200が国産車の50%を占めた。



写真：北村薫

年齢別大型二輪ユーザー比

(ヤマハ調べ)



若年化の傾向がみてとれる。今後、さらに購売力のあるヤングアダルト層の伸長が期待できる。

免許制度や時代性を背景に 大型二輪のこれからに期待

シヨップとしてビッグバイク市場を見渡せ

ほとんどが外車か、旧車しかなかったし、これがい刺激になるんじゃないですか。「TSOS」では、このTRXユーザーのためとも言える新しいクラスを10月22日からスタートさせます。ただ、参加台数がどれぐらい見込めるかがまだ分からないので、ワンメイクではないんですけど…。当面は外車などをおりませで、エントリーの様子を見てから、いずれはワンメイクにしていきたいと考えています。

ただ、走行の機会が少ないのが気がかりなんです。やはり、まずは走行会、そしてレース形式の走行会、そして本格的なレースというステップを踏まないと。レースだけじゃ開催数も少なくてつまらないし、危険でもある。メーカーさんにもご協力、ご協賛いただいてなるべく数多くの走行会を開きたいですね。

ば、先行きはけっこう明るいのではないかと考えています。

まずは、免許制度の改正ですね。これが施行されれば、16歳で中型二輪を取得した若者たちが、18歳で四輪に転向してしまうのを若干でも抑えられるのではないかと期待をもっているんです。

中型に乗っている10代の連中でも、限定解除にチャレンジしている人は結構います。でも、かなり難しいみたいで、10回とか20回も受験して、結局あきらめてしまう人が多いんです。大型に乗りたけれど乗れない、そういう人たちにとって、今の免許制度は大きな足かせになっている。大型が教習所で取得できるようになったからといって、みんながみんな大型二輪を買うとは思いません。でも、明るい要素のひとつなのは確かですよ。

それから、時代性も感じますね。かつては原付から小型、中型、そして大型という順序みたいなものがあつたんですが、今の若者たちはますます中型から始めて、すぐに大型へと移行したがる。経済的に裕福になったのか、買えてしまうんですね、実際。こういう大型化傾向の影響からか、全体的な販売台数は減少しても、売り上げ的には増えているんじゃないかな。うちでは去年、XJR1200が思ったよりもよく売れたんですよ。そこにまたTRX850の登場で、いい刺激にもなるんじゃないですか。

もちろん樂觀ばかりしてはいられませんね。いくら裕福になったとはいえ、一番バイクに興味のある若年層にとって、中型車と大型車の価格差は決して小さくはない。でも免許制度の改正や魅力のあるビッグバイクの登場など、明るい話題も多い。大型二輪の市場の、これからに大いに期待しているんです。レース主催者としても、シヨップオーナーとしてもね。

「オトナ」のバイク乗りたちは プロらしい店を選ぶ



YSP藤沢／神奈川県藤沢市
鎌倉市に本拠を持つ南山本商会の
1店として、昭和60年創業。主な商
圏はJR藤沢駅周辺の半径2〜3
km。総販280台のうち3割がスポー
ツ車。客層の中心は30歳以上の社
会人。山本社長は昨年までYSP
ショップ会・東京ブロック会長を
務めた



『YSP藤沢』社長 山本俊彦さん

同じスポーツバイクでも 中型と大型は売り方が違う

大型バイクというのは誰にでも乗れるわけじゃないから、そう極端な売れ方はしないけど、XJR1200が、いっきっかけになつたみたいで、この1年ばかり、ウチもけっこう増えましたね。

そのうち、80%は中型車からのステップアップで、残りが昔から大型免許持ってた人のリターン。兄貴がV MAX買って、自分が今乗ってるビラーゴ400だと負けちゃうからXJR1200が欲しいっていうお客さんとか、昔YD250に乗ってた、最近またバイクに乗りたいたいからSR500はどうかって聞きに来たお客さんとか、そういう人だね。

この人たちは、中型免許と違って、基本的に買えないバイクはないわけだから、車種選択も徹底的に自己満足の世界。大排気量、エンジンのデカさや車格の立派さにこだわる人もいれば、スタイルを最優先で選ぶ人、オレはV MAXに乗ってるんだっていうブランドにこだわる人まで、ホントにいろいろ。

そげだけに、聞かれないかぎりはこちらからXJRがいいだのTRXがいいだのといわない方がいいんです。

同じスポーツバイクでも中型までは、お客さん自身があまりバイクのことを知らなかったり、乗車経験も少ない人が多いから、いきなりDTJじゃなくてセローにしておいた方がいいよ、みたいなアドバイスは必要だと思うけど、大型のお客さんにとっては大きなお世話ってもんだよ。

そういう売り方の違いは、意識して対応しないよね。

商品知識、資格、大型免許は プロとして欠かせない条件

ただ、気になるのは来年から始まる大型免許の教育料金。とりあえず免許は取っても、バイクを買うだけのお金が残るかどうか。もともと大型バイクの値段が高いうえに、教習所でお金を使い果たしたんでは意味がない。

まあ、それでも、とりあえず大型免許人口は確実に増えるだろうし、あとは商品の魅力と店の力の見せどころ。特に、店の力という面では、プロらしさが一番大切だと思います。そのひとつが、十分な商品知識。大型バイクのお客さんは、いわゆる「オトナのライダー」が多いから、しっかりと勉強しておかないと底を見透かされるよね。

それからサービス資格。認証工場なんて、今度の法改正を待たなくてもなく、プロである以上当然のことだし、自分の愛車に対するこだわりが大きい人たちには、サービス技術、態勢も重要なアピールポイントだよ。

そしてもうひとつは、店のスタッフが大型免許を持っているかどうか。お客さんが持つてる、あるいは取りに行こうとしているのに、プロである店の人間が持ってないなんて、そんなスタッフがあればこれ言ってもお客さんは信用できないよ。それに、新車でも修理車でも、納車する前にブレーキの効きとか、いろんなところを実走行させてチェックするでしょ。その時、ちゃんと走らせられるスタッフがいないければ作業が進まない。

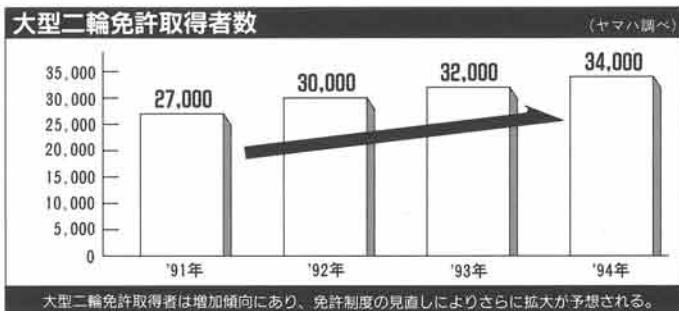
ウチは、鎌倉の店が昭和38年に認証工場を取ってるし、藤沢の店では私が検査主任で店長が3級整備士を持っています。大型免許だって、鎌倉の店を含め男性スタッフ5人全員が取得済み。受け入れ態勢は万全だと思ってますよ。だから、後は私がどれくらいお客さんを買込みにさせられるかだね(笑)。

いま、バイクが変わってゆくぞー!

限定解除を目指すライダーは



『ヤマハ・ビッグバイク・スクール』
 YBSのニックネームで親しまれる限定解除の特別講座。ヤマハテクニカルセンター（静岡県掛川市）が1976年に開講し、来年で20周年を迎える。独特のノウハウを活かした合宿形式のカリキュラムは、実績も十分。今では、年間約300名が受講し高い合格率を誇っている。



ビッグバイク志願者は 体育会系から文化系に

ビッグバイク・スクールの受講生の最近の傾向と言えば、「普通の人が増えてきた」ということでしょうか。限定解除が、以前のように特殊なことではなくなってきたんですね。体育会系から文化系になったと言えらると思います。以前は、毎日毎日バイクに乗っているバイクの猛者のような人たちが多かったんです。当然、男性がほとんどでした。それが今では、毎日どころか、たまに乗るくらいの人が増えてくる。しかも電車や新幹線に乗って来る人も増えています。ヘルメットやウェアはバッグに詰めてきて、練習が終われば、またおしやれな街着に着替えて帰っていくんです。以前ならそんなことは考えられなかった。どんなに遠くからでもバイクで来たものですよ。

でも、私はそれは良い傾向だと思っています。趣味の中でバイクの占める割合が少なくなってきた、ライダーはみなさんバイクのことしか頭になかった一時期とは違うんです。バイクは趣味の一部。特殊なものではなくなってきました。指導の面では、他のスポーツを例にできるので、やりやすくなりました。また限定解除をする理由に「乗りたいバイクがある」という人は少なくなっているように思います。以前は「もう買ってある」なんて人がたくさんいたんですけど……だから気合十分というよりは、もっと気軽な感じでしょうか。そうやって「普通の人」がビッグバイクに乗り、それを見た友達なりが、あいつにできるなら僕にもできるんじゃないか、という気持ちになってさらに広がっていく。

それだけ限定解除が一般に浸透してきたというところだと思っています。バイクブームの頃は年齢層が高かったのですが、今は10代から20代前半が増えていて、その影響もあるでしょう。また女性の割合も増加傾向ですね。

免許制度改正の前に 「ステイタス需要」があるぞー

平成8年度をメドに免許制度の見直しが計画されていますが、実質的にはあまり変化のないのではないかと考えます。限定解除は現在でも、18歳以下はほとんどいません。学校の指導もあり、16、17歳の少年には小型免許の取得を勧めているわけですから。また教習所で大型免許を取得できるようになりそうですが、面白いのは、逆に今のうちに限定解除をしておこうという人たちが増えていることです。やはり大型のステイタスがあるんですね。それが教習所に通えば取得できるということになれば、価値がなくなってしまうということでしょう。

最近では厳しい指導は受け入れられません。笑顔でできる限定解除をモットーに和やかな雰囲気の中で練習をしていきますが、どうやらそのほうが進度が早いようです。以前のようなバイクの猛者に比べればレベルが下がっていることは否定できませんが、ビッグバイクは技術だけで乗るものではなくて、それよりもむしろ気配りで乗るもの。気配りさえできていけば安全に乗ることが可能です。実際に乗る乗らないにかかわらず、とにかく一度、お客さんに練習させてみると思います。本当の難しさが分かってきたら、その時に初めて自分合ったバイク選びもできるような気がします。

『ヤマハ・ビッグバイク・スクール』
 インストラクター 萩村重夫さん

若いアルバイトにも、 1対1での対応を心掛ける。 彼らの期待に応えるためには そういった姿勢が必要なんです。

後の「ファーストフード・ブーム」の火付け役として
1971年(昭和46年)に設立された日本マクドナルド株式会社。
現在、日本全国に1100もの店舗を持つ日本マクドナルドでは、
社員——特に店舗で大多数を占めるアルバイトの育成に力を注いでいる。
そして、そうした姿勢はアルバイトの士気と能力向上の両立を図った
「オールジャパン・クルーコンテスト」の開催などにも如実に現れている。
そのユニークな「社員育成システム」について、お話をお伺いした。

マクドナルドは現在、日本全国に約1100の店舗があるんですが、1店舗当たりアルバイトが約80名もいるんです。それに、正社員は店長を含めて1店舗に4名、その4人の社員が80人のアルバイトを教育しているわけなんです。

80人のアルバイトを4人の社員で見ると、ひとり当たり20人。そうした状況ですと、我々社員はアルバイトの人たちをある大きな集団の中の一部として考えがちです。でも、そうした態度は絶対にいけないと思うんですよ。

こちらにとっては、彼らアルバイトは十分の1の存在かもしれないけど、アルバイトの人たちにしてみれば、彼らはあくまでも我々社員ひとりひとりに対して話をしているんです。ですから、こちらもアルバイトに対しては1対1で対応してあげないといけないわけです。そうしないと、彼らが本当に求めていることに応えてあげられないと思うんですよ。

アルバイトとのコミュニケーションを図ることを目的として、我々は「パム(＝ピプル・アクション・マニユアル)」というイベントを定期的に行なっています。みんなと一緒に飲みに行くとか、店舗対抗のスポーツ大会の開催などが主なのですが、そういったレクリエーション的なものばかりでなく、例えばドライブスルーのある店舗で一定の時間内にどれだけのお客さまに対応できたかを競う「ドライブスルー・コンテスト」など、仕事に結び付いたコンテストなども行なっています。そこではアルバイトがグループになって競いますから、アルバイト同士の間柄のつながりが生まれるんです。

また、そういったパムの企画内容も、我々社員ではなく「スイングマネージャー」

TALK

日本マクドナルド株式会社

広報部チーフ

蟹谷賢次さん
(37歳)

と呼ばれるキャリアのあるアルバイトの者たちに考えさせています。それを任せることによって、彼らは責任ある仕事を与えてもらったと思う。そして、そうしたイベントを達成するために自分なりに力いっぱい頑張ってみるわけです。

ただ、アルバイトの人を育てていくには、「ポトムアップ」と呼ばれる、下のレベルの人の能力アップも常に重要なんです。ですから、トップレベルの人たちが競い合うようなコンテストとは別に、新人だけによるコンテストなども考えるんです。お店の忙しい時間帯を避けて、お客さまの数ではなく作業の正確さを競うようなコンテストをしてみるとかですね。

さらに、各店舗でやっている「ドライブスルー・コンテスト」のようなものとは別に、マクドナルド全体として毎年1回「オールジャパン・クルーコンテスト」というイベントもやっています。

これは、日本全国で30の統括エリアに分かれているマクドナルドの、それぞれのエリアを代表するクルー(アルバイト店員)を選び出すというものです。内容は、仕事のポジションをカウンター、フロアサービス、ハンバーガーを作る側など8部門ごとに分け、その作業の正確さなどを審査員が採点するというものです。

そして、最終的に各地域エリアで8名の優秀なクルーが選ばれます。それが全国30の統括エリアで行なわれるわけですから、日本全国で240名ぐらいの「優秀クルー」たちが生まれるんです。ちなみに、その優秀者たちには優勝記念としてハワイ旅行をプレゼントしています。

結局、マクドナルドは人材の育成という部分に、非常に時間とお金をかける会社だと思えますね。そして、その傾向は社員よ

日本マクドナルド株式会社

【会社名：日本マクドナルド株式会社・本社所在地：東京都新宿区西新宿2-8-1
新宿住友ビル44階】

今やファーストフードの代名詞的存在となっているマクドナルド。'71年7月20日に東京・銀座に日本第1号店をオープンして以来、全国に1000以上の店舗を持つ。また、最近ではファーストフードの価格破壊「バリュー」セットが好評を博している



新人アルバイトを教育するのは先輩アルバイトの大切な仕事のひとつ。責任ある仕事を与えられることで、自ら考え、行動できる人材へ育っていく



笑顔を決やさない気持ちいい対応が安心感を与えてくれる。これもイメージ戦略のひとつと言えるだろう

りもむしろアルバイトに関して当てはまる
と思いますよ。逆にそうでないと、彼らア
ルバイトも「自分たちは社員に小手先だけ
で使われているんだ」ということを見抜い
てしまいますから。
それと、我々はよく「ハンズ・オン」と
いう言葉で表現するんですが、社員もアル
バイトも同じ職場の中でお互い手を取り合

って仕事をしていくことが大切ですね。も
ちろん、厳しくする部分は厳しくして。そ
うしないと、結局は彼らのためにもなりま
せんからね。
企業というのは、やっぱり「人」だと思
うんです。だからこそ、大事に人材を育て
ていかなければいけないんです。

ドライブスルーシステムの採用によって、
郊外型ファースト・フード店のスタイル
を確立させたのもマクドナルドである



PITIN

from SALES

スポーツモデルをズラリ並べて お客さまの心をくすぐる 『ヤマハスポーツキャラバン』開催

草花にモンシロチョウが群れ飛び春。ほ
かほか陽気に誘われて、バイクで出かける
のが気持ちいい季節になりました。

スポーツバイクもニューモデルが出そろ
って、大いに購入意欲を掻きまぶって、拡販
チャンスをしっかりつかんでください。

そんな時、一番の早道はにぎやかな露
気のおかげで実車を見せて気分を盛り上げ
気分がホットなうちに、もう一押し。下取
りやローンの方法、金額など具体的な条件
を提示してその気にさせれば、商談成立の
可能性がグッと高まります。

しかし、お店単独で試乗車を各種そろえ
るとなると、なかなか大変な話。そこで、
ご活用いただきたいのが、『ヤマハスポーツ
キャラバン』です。

各地のヤマハ販売会社、販売拠点ごとに
話題のTRX850からXR1200/
400、TT250Rなど充実したスポー
ツラインナップを展示し、試乗会やその他

from SAFETY

安全・安心の向上は大切な営業活動 春の『100万人安全』キャンペーンにご協力ください

警察庁交通局がまとめた94年11月末現在
の交通事故統計によると、これまで減少を
続けてきた二輪車事故の死者数が、つい
に増加(93年同期比)へ転じました。

年令別に見ると、自動二輪は16~24歳が
64.1%を占め、原付では65歳以上が36%
に達し、依然として若者と高齢者の割合が
高くなっています。

また、発生場所で見るとは交差点。信
号機の有無や作動中か否かにかかわらず、
自動二輪で38%、原付では48.5%と最も
多くなっており、交差点付近を含めれば、
死亡事故発生場所の半数が交差点からみと

いうことになりました。

そこで、全国YESSSショップ会とヤマ
ハ安全運転推進本部では、今年「YESSS
ナイズライド『100万人安全』キャンペー
ン」を実施し、全国のライダーに安全運
転を呼びかけていくことになりました。

今年春のテーマは、「交差点での事故防
止」お店からお客さまへ、お客さまから次
のお客さまへ、お互いに注意を喚起し安全運
転に努めようというものです。キャンペー
ンへの参加意識を高めていただくためのツ
ールも用意していますので、趣旨をご理解
いただき、よろしくご活用ください。

アトラクションを開催します。

告知ツールとして、店頭ポスターやのぼ
り、DM、スポーツラインナップリーフレ
ットなども用意しました。ぜひたくさんの

お客さまにご案内し、

需要促進にお役立
てください。
開催予定など詳しくは、3月1日、4月
1日発売の『オートバイ』誌「ヤングマシ
ン」掲載の広告をご覧ください。



『95ヤマハスポーツキャラバン』
用に、写真のA2告知ポスター、
告知DMはがきのほか、横断幕
のほり、スポーツラインナップ
リーフレット、'95モデルピンズ
セット(5種)、プライスカード
セットを用意しました。ご活用
ください

YAMAHA TOPIC

'95アメリカ杯・挑戦艇決定戦 第2ラウンドロビンで ニッポンは4位で通過

今年のアメリカスカップヨットレース本
選出場をめざして、挑戦艇決定戦。ルイ・
ヴィトンカップ。に参戦中の「ニッポン・
チャレンジ」チームは、予選第1ラウンド
ロビンを4勝2敗の3位で折り返した後、
1月29日からの第2ラウンドロビンへ進み
ました。

しかし、初戦のスパニッシュ・チャレン
ジ戦こそ順調に勝利を収めたものの、続く
強敵チーム・ニュージラントに大接戦の
末敗れ、さらにフレンチ・チャレンジ、タ
グホイヤー・チャレンジと3連敗を喫して
しまします。この時点で、通算ポイントで
もフレンチ・チャレンジに逆転され、ニッ
ポンは5位。

セミアイナル進出に備え、もう負けら
れないところでしたが、ワン・オーストラ
リアの途中棄権で余裕の1勝を上げると、
最後はシドニー95に圧勝。3勝3敗の4位
で第2ラウンドロビンを終えました。
このあとセミアイナルに残るには、1
戦あたりのポイントが高くなる第3、第4
ラウンドで4位以内をキープしつつ、新
艇・JPN-41をどこまで温存できるかが
カギです。



みなさんのお店で50人のセー
フティリーダーを指名してい
ただき、その証としてピン
ズとパンフレットをお渡しし
てください。ひとりのリーダーか
ら10人のライダーに呼びかけ
てもらえば、キャンペーンは
大きく広がります



「予選で一番重要なことは安定性。確実に上位4チ
ムに入ることで、勝負は、セミアイナルで一気に飛
躍できる力を持つ」と、リーダー・ギルモア/ゲット
コーチ

注目の最終第4ラウンドロビンは、3月
2日(サンディエゴ現地)からスタート。
予選は大詰めを迎えました。

問われる技術力のアップに YTS講習会を「活用ください」

今年7月から施行される道路車両運送法改正を控え、お店のサービス体制、技術力があらためて問われています。

しかし、技術力の養成や資格の取得、施設の整備といったことは、時間をかけて計画的にすすめていかなければ一朝一夕に達成できるものではありません。

とりわけ、人材の育成には長い時間が必要で、そのためヤマハは、早くから「YTSヤマハ二輪車整備士講習会」を全国で展開し、お店のサービスマンの技術力向上をサポートしています。

計画的な受講により、着実な技術力向上



BCマートとタイヤアップしたイベント、広告展開を行なっていますが、ヤマハ東京（株）は、さらに独自のセルスプロモーションを加え、「Z.R.」をアピールしています。

そのひとつが、1月28日・29日の2日間、にわたって行なわれた「ABCマート・スーパーガレージセール」とのタイヤアップ。

「Z.R.」は、会場となった東京・恵比寿のイベントスペースEBS303内の入口付近に計4台が展示され、入場者ひとりひとりに「BOON」風の「Z.R.」パンフレットや盗難保険プレゼントキャンペーンチラシを配布しましたが、オープン前から列をなしたお客さまが開場と同時に店内を埋め尽くし、ギッシリ満員。

そんななかでも、山のような買い物袋を下げた人たちが、時折足を止めては配布されたチラシを開けてみたり、展示している「Z.R.」をじっとのぞき込んでいました。

また、2月11日にワイルドブルー・ヨコハマ（神奈川県横浜市）で行なわれたブルー開き「シーサイドフェスティバル95」でも

タイヤアップ。「Z.R.」展示コーナーを設けたほか、ゲーム大会に「Z.R.」を1台賞品提供して、詰めかけた高校生や大学生など若いカップルの注目を集めました。



「新しいスーパースポーツの登場」と評価を集めたTRX850

「この新しいエンジンは3つの味がある。ひとつは低速でのトコトコというパルス感のあるやさしさ。2つ目は低中速での400cc並みの軽快さ、そして3つ目は高回転域でのV4のようなパワーだ」

「路面を蹴るようなトラクション感覚が自分の感情通り。ダイレクトに爆発力が後輪に伝わるこの大切さが実感できた」とはインプレの一部。新しいビッグツインの走りの味に、開発スタッフを交えたTRX談議が続いていました。



撮影用にフレーム部とエンジン及びリアまわりを分割した展示

LOCAL TOPIC

スーパーヨグZ.Rも展示！ ABCマートとタイヤアップして 大盛況の『スーパーガレージセール』

ヤマハでは、スーパーヨグZ.R拡販をバックアップしようと、若者に人気のストリートファッション誌「BOON」やライフスタイルカジュアルの定番ショップ「A

■ヤマハ二輪車整備士講習会

3月	
北海道	
東北	
東京	2M 1-3 4M 14-16
中部	
関西	
中国	
四国	
九州	1M 8-10

をはかるため、ぜひ、積極的に「活用ください」。

3月のヤマハ提供番組

- ヤマハON&OFF
 - ▼3月4日（バイク編）
 - ▼「ヤマハハス」で走る丘陵の旅
 - ▼3月11日（マリン編）
 - ▼「ただみ式SRVセーリング」
 - ▼3月18日（バイク編）
 - ▼「バイク陶芸作家・梶野彰さん」
 - ▼3月25日（マリン編）
 - ▼「薩摩を満喫！錦江湾ヨットクラブ」
- 提供：テレビ北海道、テレビ東京、テレビ大阪、テレビ愛知、テレビ和歌山、テレビせとうち、TXN九州/毎週土曜日18時30分～18時45分。静岡放送/毎週日曜日24時40分～24時55分。東北放送/毎週木曜日24

YAMAHA TOPIC

『TRX850』 専門誌試乗会開催 「新しいスーパースポーツだー」と絶賛

時45分～25時00分。テレビ新広島/毎週木曜日24時45分～25時00分。

なお、次の局でも放送しています。山形放送、テレビ信州/毎週金曜日25時10分～25時25分。びわ湖放送/毎週金曜日22時30分～22時45分。奈良テレビ/毎週土曜日22時15分～22時30分。三重テレビ/毎週金曜日

18時15分～18時30分。伊予テレビ/毎週土曜日11時30分～11時45分。

■オリジナルコンサート 私の創った世界 曜日7時30分～8時00分

■ラジオ ぼっぴん王国 ミュジックスタジアム

放送：ニッポン放送ほか16局ネット

提供日：毎週月曜日、火曜日

PIT IN

'95 ヤマハレーシングチーム 間もなくティク・オフ!

世界で一番早いU.S.スーパーバイクレースをのぞいて、世界選手権、全日本選手権などまだつたレースはこれから開幕。

昨シーズン、ヤマハは原田哲也、加藤義昌らのけがもあって、全日本スーパーバイクと世界MX125ccのタイトルを奪取したにとまりましたが、今年こそあらゆるクラスの王者奪取を狙って充実した布陣を敷きました。

なかでも、注目は世界選手権ロードレース。GP1の阿部典史、GP2の原田、GP3の加藤と、3クラスに日本人、しかも十分に優勝、チャンピオンが期待できるライダーをそろえています。また、新たに参戦を開始するスーパーバ

イク世界選手権も楽しみのひとつ。4ストローク・スペシャリストの永井康友、AMAスーパーバイク出身のエドワーズが、94全日本を制したYZF750で挑みます。

全日本選手権は、スーパーバイクから永井が抜けたものの、初代チャンピオン吉川と藤原が健在。吉川が守るか、藤原が奪うか、今年はそんな展開が見られそうです。モトクロスは、世界選手権でムーアが250ccクラスにステップアップ。そして全

日本の大河原功次は、いよいよアメリカ修業の成果が問われる年。どちらも初タイトルへの期待が高まっています。3月、一斉に動き始めるレースシーズンを、ぜひお楽しみに!



ジェフ・エミグ 難波恭司 ホルヘ・マルティネス ルカ・カダローラ



ジョン・ダウド 芳賀健輔 永井康友 阿部典史



光安鉄美 ボブ・ムーア コーリン・エドワーズ 原田哲也



増田智義 イブ・デマリア 藤原儀彦 ケニー・ロバーツJr



大河原功次 アレッシオ・キオーディ 吉川和多留 加藤義昌

TZ250M



YZF750



YZ250M



クラス	選手	運営チーム	マシン
ロードレース			
世界選手権	GP 1 (500cc)	ルカ・カダローラ 阿部典史	マルボロ ヤマハ チーム ロバーツ
	GP 2 (250cc)	原田哲也 ケニー・ロバーツJr	ヤマハ マルボロ チーム レイニー(仮称)
	GP 3 (125cc)	加藤義昌 ホルヘ・マルティネス	チーム アスパー セブサ ヤマハ
全日本選手権	スーパーバイク	永井康友 コーリン・エドワーズ	ヤマハ ワールドスーパーバイク チーム
	スーパーバイク	藤原儀彦 吉川和多留	YRTR
	GP250	難波恭司 芳賀健輔	YRTR
モトクロス			
世界選手権	250cc	ボブ・ムーア イブ・デマリア	チェスターフィールド ヤマハ チーム リナルディー
	125cc	アレッシオ・キオーディ	チェスターフィールド ヤマハ チーム リナルディー
AMA & N250cc	ジェフ・エミグ ジョン・ダウド	ヤマハモーターUSA	YZ250M
全日本選手権	250cc	光安鉄美 増田智義 大河原功次	YRTM
		鈴木健二 田島久誌	チームYZ
4輪フォーミュラ			
F1GP	片山右京	ティレル・ヤマハ チーム	ティレル・ヤマハ023

CRANK CASE

お店で聞いた
ちょっといい話

お客さまの身になる

接客、店づくりの基本は、まず自分がお客さまの身になって考えること、といわれる。自分なら店に対して何をしてほしいか、どんな店なら行きたくなるか、繰り返しシミュレーションしながらいろんな要素、条件を洗い出し、自分の店に当てはめていくやり方だ。

あるYSPの社長は、自分が釣り好きなので、行きつけの釣具店をモデルにしながら考えている。そのなかで「自分は客としてこんなことを思うよ」と、あげてくれたのが「買えと言われたくない」「選ぶのはあくまで自分」「買う時はぐずぐず言わず正しく買う」「店に求めるのはプロの知識と技術」「信頼とは客が一方向的に店を信じるものではなく、店も客も信じる相互関係」など。

「ただ、自分はこの釣具店の客のひとりに過ぎない。ということは、客としての感想を自分の店にそのまま移し替えてもダメ。例えば値段のことにしたってね」独善的になり過ぎ

てはいけない、ということだろう。ところが、この社長、店の方針にひとつの大英断を下した。「ウチで買ってもらったバイクは、その気なら10年でも20年でも乗れますよ。だから、そろそろ買い換えてみたら、なんて絶対に言いません。あなたが必要な時だけ店に来てください」そう、お客さまに宣言しているのだ。

徹底した納車整備から始まって、点検、修理はもちろん、お客さまが買ったバイクについての相談ならトコトコ応える自信が、その宣言の裏にある。それが、お客さまを安心させ、来店促進、代替え促進のアピールを行なわなくてもお客さまを離さないのだ。

SPのうえではセオリー無視の方法かもしれない。しかし、お客さま第一に考えると、どちらが独善的なのか。

この際、みなさんも店のお客さまがどう感じているか、確かめてみてはどうだろう。

US・SX
第3戦で今期初表彰台ゲット!
エミツグがランキング5位

すべてのレースに先がけて開幕したAM Aスーパークロス。初戦で9位に終わったヤマハのジェフ・エミツグは、第2戦・ミナポリスで5位をゲット。さらに第3戦・アナハイムではYZ250を駆るワードに一步譲ったものの、3位表彰台を

獲得して尻上がり調子を上げてきました。そして迎えた第4戦・シアトルも、スタートは5位で1コーナーへ進入しますが、そこからペースが上がらずに苦戦。ジリジリポジションを落して、7位でフィニッシュしました。



鈴木健二



田島久誌



片山右京

「F1」PGP
300ニューエンジン「OX10C」&
革新技術投入のニューシャシーで
「ティレル・ヤマハ」飛躍に期待!

一昨年のノーポイントから一転、昨年はコンストラクターズポイント13点を挙げてランキング7位に入った「ティレル・ヤマハ」チーム。今シーズンこそはぜひ優勝を、と内外の期待も高まっています。

そうしたなか、ヤマハは昨年末から片山右京選手ほかのドライバで、今年のレギュレーションに合わせた300・ニューエンジンのテストをすすめて、このほど「OX10C」として正式発表しました。

これは、昨年の3・5&エンジンをベースとして、信頼性の確保を前提としながら、いっそうの低フリクション化、高回転化によって高出力化を図ったもので、ニューシ

それでも、ランキングは5位をキープ。中盤以降の巻き返しが見えませんでした。一方、好調なのがワード。ワークス参戦ではありませんが、開幕戦以来3位、3位



徐々に調子をあげつつあるエミツグ。マクグラスの独走を止める活躍が期待される。

ヤシーに投入される新しいコントロールシステムに対応した新技術も、随所に取り入れています。

そして、その後ロンドンでは「OX10C」を搭載したニューマシン「ティレル・ヤマハ023」も発表されました。

シャシーのデザイン、開発は鬼才ハーベイ・ポスターレスウエイ博士を中心にするめられ、独自のハイドロリンク・サスペンションなどを採用。空力によるダウンフォースよりも、シャシーによるメカニカルグリップの確保に重点を置いた、革新的マシンとなっています。

このニューマシンは、シルバーストーン

2位、3位と連続表彰台をゲットし、4連勝のマクグラスをびつたりマークしています。このままいけば、タイトル争いからむおもしろい存在になりそうです。

サーキットでシエイクダウンテストを済ませたあと、さらにテストを重ねて熟成し、片山選手とともに3月26日、いよいよブラジルGPで開幕デビューする予定です。



300・V10「OX10C」(左)を搭載する期待のニューマシン「ティレル・ヤマハ023」

ますます内容充実!
『ヤマハワールド・F1観戦ツアー』

今季、さらなる躍進が期待される「ティレル・ヤマハチーム」全面協力のもとで企画されたF1ツアーです。

好評の「パドッククラブ観戦」コースなら、チームやスポンサー関係者など、ごく限られた人しか入れない特別観覧席でレースをたっぷり堪能できるうえ、ピットウォークや決勝日のランチ、ドリンクもサービス。さらには、チームスタッフの案内や説明、ドライバートとの記念撮影など、とにかく盛りだくさんの特典が魅力です。

また、ヨーロッパをはじめレース開催地周辺は観光地が多いため、レースばかりでなく、お買い物や観光も十分楽しめる日程を組んでいますから、ぜひ

つかくの休暇をたっぷり満喫していただけます。

■モナコGP観戦&プロウンスの旅
日程：5月26日(6月2日)(6泊8日)
旅行代金：59万8000円(パドッククラブ観戦/東京、大阪、名古屋、福岡発着)

募集人員：20名(最小催行/8名)
※期間延長、短縮、指定席観戦など、オリジナルプランの手配も可能です。

そのほか、カナダ、イギリス、ベルギーなどのコースもあります。詳しくは主催者/㈱ヤマハトラベル(☎053-460-2561)担当・深田までおたずねください。



今月のテーマ

情報源

世は情報時代。というよりも、あらゆる情報が取捨選択されぬままに氾濫した結果、世の中全体が食傷気味になっている感さえあります。急激なネットワークの広がりを見せるパソコン通信、やれマルチメディアだ、メディアミックスだ、とおじさん連中には何のことかもさっぱりわかりません。

それはさておき、今月のテーマは若者たちの情報源。はたしてみなさんのお店にやってくるお客さまたちは、どこでバイク周辺の情報を集めているのか少し考えてみることにしましょう。

まず、Aクンが町を歩いていて、見たこともないバイクを発見すると思います。「おつ、あれはヤマハのニューモデルかな」と。これもひとつの情報です。さらにアルバイト先でバイクに詳しい先輩から「それは多分TRXだろう」と教えてもらいます。もちろんこれも情報です。また、たまたま通りがかったバイクショップの店頭で偶然にもTRXに出合ったとしても、Aクンにとっては重要な情報となるわけです。

しかしここまでの場合、Aクンは積極的に情報を集めているわけではありません。すべてたまたま、偶然に情報が入ってきたに過ぎないのです。

一歩進んで、Aクンが自ら情報を集め出したらどうでしょう。まずはバイク雑

誌を読んでTRXのインプレッション記事を読むかもしれないし、またはバイクショップに飛び込んでカタログをもらうケースもあるはず。運がよければ試乗会開催のダイレクトメールが舞い込んで、さっそく出かけてみるかもしれません。

逆にショップサイドから積極的に情報を発信した場合、どんなことが考えられるのでしょうか。まずは足下を固めるために、店頭展示に気を配るとします。表示するに面した展示スペースに新商品を展示することで、通勤通学者など道路を利用するすべての人々に新商品の発売を知らせることができます。

さらに入荷を告げる折り込みチラシやダイレクトメール、雑誌広告、店頭での会話……など、お客さまが欲する情報をインプットする手段はいくらでも考えられるのではないのでしょうか。

しかし、やみくもに情報の垂れ流しをするのは、単に無駄なばかりでなく、お客さまに対しても良い印象を与えることにはなりません。大切なのは、情報を欲しているお客さまに向けて、タイムリーかつ適切な情報を提供することなのです。お店から発信する情報の数々、「的確な対象」に「タイムリー」かつ「適切な内容」を届けるため、いま一度整理し直す必要があるかもしれません。

NEW MODEL

パワフルにライディングシーンを彩る

ニューTEAM YAMAHAシリーズ

3月下旬新発売

ヤマハレーシングチームのコスチュームをイメージした人気シリーズ「TEAM YAMAHA」のニューモデルが、この春より新たにラインナップされます。新商品は力強さの象徴“ブラック”をキーカラーに、ダイナミックなデザインパターンを採用。いずれも機能性を重視して、全24アイテムが登場します。



TY-132 S/Sブルゾン ¥19,800

カラー：レッド、ブラック、パープルネイビー
サイズ：M、L、X
素材：ナイロンタッサー(アクリルコーティング)、ナイロン100%

ヤマハレーシングチームのレプリカモデルです。背中にベンチレーション兼用の大型ポケットをレイアウトするなど、各所にスタッフコスチュームの機能が盛り込まれています。

TY-133 S/Sブルゾン ¥14,800

カラー：レッド、シルバー、パープルネイビー
サイズ：M、L、X
素材：ナイロンカルセツイル(PUコーティング)、ナイロン100%

サーキットシーンにマッチするライトデザインのレーシングモデルです。オーダープリントにも対応し、ツーリングウェアはもちろんユニフォームとしても機能を発揮します。

TY-134 S/Sブルゾン ¥16,800

カラー：ジェットブラック、パープルネイビー、シルバー
サイズ：M、L、X
素材：ヘビーツイル(PUコーティング)、ナイロン100%

ネイキッドバイクにもマッチする新しいイメージの「TEAM YAMAHA」ブルゾンです。背中のデザインは、ワールドワイドなレーシングチームの活動をモチーフとしています。

“より快適に”機能性を高めた

YAMAHA RIDING WEAR COLLECTION

'95 SPRING & SUMMER

3月初旬新発売

信頼のヤマハラライディングウェア「'95S/S」シリーズは、さまざまな気象条件に対応する調整機能を向上。全47デザイン、147カラーアイテムが登場します。



RY-338 マルチエアーブルゾン ¥19,800 (限定商品)

カラー：レッド、ジェットブラック、パープルネイビー、ピンク、シルバー
サイズ：S、M、L、LL、3L
胸には大型の開閉ベンチレーションを、袖にはドットボタンで調整できるファスナーベンチレーションを備えています。また安全性を考慮して、ウレタン+プラスチックの複合パッドを着脱できる機構を採用しています。



RY-341 オールウェザーブルゾン ¥18,800 (限定商品)

カラー：レッド、ブラック、パープル、ピーコックグリーン、シルバー
サイズ：S、M、L、LL、3L
耐水性24,000ミリを超える、U-P1Xツイル素材を使用した超高耐水圧の全天候ブルゾンです。強力な防水性能を発揮すると同時に、すぐれた換気性能を誇っています。

NEW MODEL



ダークグレー



ブラック



パーブリッシュホワイトソリッド

“アドベンチャースピリット”を継承して'95モデル登場

TT250R Raid

昨年3月にデビュー以降、軽二輪市場の牽引役として健闘した「TT250R Raid」。95モデルは、エンジンの低速トルクフィーリングの向上などで一段と商品力を強め、4月1日より新発売となります。

メーカー希望小売価格

489,000円

*北海道、沖縄および一部地域を除く。個体には保険料、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：パーブリッシュホワイトソリッド1/ダルクリニッシュブルーメタリック1

10代新規需要を主ターゲットとした'95ニューモデル

ジョグ アプリオタイプII

メーカー希望小売価格 カラー：ダークグレー、ブラック2、ディーパバイオレットメタリック1
149,000円

※北海道、沖縄および一部地域を除く。価格には保険料、税金(含む消費税)、登録にともなう費用は含まれません。

**4月1日
新発売**

「ジョグ アプリオ」の利便性をそのままに、①7.2馬力エンジン、②幅広タイヤ(90/90-10)③フロントディスクブレーキ、④赤色ファンや精やかなマフラープロテクター等「スーパージョグZR」で好評のアイテムが新たに装備された95スクーター「ジョグ アプリオタイプII」が新登場します。スポーツ性、軽快な走行性能、そして使い勝手の良さで3拍子揃ったニューモデル。「アプリオ」の利便性・経済性と「ZR」のスポーツ感覚を両立させた10代ヤング向けの新商品です。

主なフィーチャー&セールスポイント

■7.2psエンジンの採用

「スーパージョグZR」と同様7.2馬力のハイパワーエンジンを搭載、力強い走りと伸びの良いエンジン特性の表現として、冷却用レッドファンを採用。また、マフラープロテクターも「ZR」同様のスポーツタイプとしてアクティブな印象を強調しました。

■幅広タイヤの採用

タイヤは前後とも「アプリオ」比較でワンサイズアップとなる90/90-10の幅広タイプを採用しました。

■6ℓ大容量燃料タンク

50ccスクーターとしては最大級容量の燃料タンクを設け、優れた実用航続距離を達成しています。

■フロントディスクブレーキの装着

制動力とコントロール性に優れたフロントディスクブレーキを採用しました。

■新型強化ロック機構の採用

盗難事故防止効果を高めるために、強化メインスイッチを採用しました。

JOG Aprio TYPE II フィーチャーマップ

ディーパバイオレットメタリック1



スポーツ感

- イエローヘッドライト
- NEWデザインメーターパネル
- 7.2馬力の証し=カラードファン
- ZRタイプマフラープロテクター

優れた 利便性

- 6リットル燃料タンク
- シートオープナー
- 大きな収納
- 強化メインスイッチ

軽快な 走行性

- 7.2馬力エンジン搭載
- 乾燥重量66kg
- 前後90/90-10タイヤ
- フロントディスクブレーキ

ヤマハスクーター「ジョグアプリオタイプII」

ヤマハスクーター「ジョグアプリオタイプII」●全長1635mm●全幅630mm●全高1020mm●軸間距離1150mm●シート高730mm●最低地上高95mm●乾燥重量66kg●エンジン種類強制空冷・2サイクル・ケースリードバルブ●気筒数配列単気筒●総排気量49cc●内容×行程 40.0mm×39.2mm●圧縮比7.2:1●最高出力7.2ps/7,000rpm●最大トルク70.74kgf-m/6,500rpm●キャブレター型式Y16P×1●始動方式セル・キック併用式●点火方式C.D.I●潤滑方式分離給油●オイル容量0.8ℓ●クラッチ形式乾式内伝導心式●変速機形式Vベルト自動無段変速●燃料タンク容量6ℓ●緩衝方式(前)オイルダンパー・コイルスプリング(後)オイルダンパー・コイルスプリング●ホイールトラベル(前/後)51mm/40mm●ブレーキ形式(前)油圧式シングルディスク(後)ドラム●タイヤサイズ(前)90/90-10(後)90/90-10

主な変更点&セールスポイント

■低速トルクフィーリングの向上

「グリップするエンジン」と好評の特性をそのまま継承しながらフライホイールマスを増やして最適化を図りました。これで低速トルクフィーリングを向上させ、低回転時の粘り、悪路走破性、市街地での扱い易さなど総合的バランスに一層磨きをかけました。

■アルミ製プロテクターの採用

ブーツなどのこすれによるフレームへの損傷を最少限に抑えるため、フレームピボット部にアルミプロテクターを追加しました。

■ピン回転式ヘルメットホルダーの採用

脱着の容易なピン回転式ヘルメットホルダーを採用し、利便性を向上させました。



ダルグリニッシュブルーメタリック1

YAMAHA AD
CLIPS

「やったねーっ! JOGに乗れるわ
BOONに載れるわ、サイコーだろっ?!」
『スクーターファッション・コンテスト』開催!



札幌に次いで参加者が多かったのは渋谷会場。その激戦を勝ち抜いて大賞に輝いた優勝者には「ZR」が贈られた



コンテストの第1回を飾ったのが名古屋会場。参加人数はやや寂しかったが、ファッションセンスは東京にも負けてない!



コンテストは、まず「BOON」の人気モデル「リキ」さんが会場を回って部別候補者をピックアップ。そのうえで参加者全員が採点し、最後は「リキ」さんが「独断と偏見で」各賞を決定



コンテストとは違ったノリで盛り上がったのがクイズ形式の「ファッションフリーク大賞」。豪華な賞品を前に、勢いよく手が上がる

町から街へ、楽しいこと、愉快なことを求めて駆け回るハイティーン・ボーイズ&ガールズをメインターゲットに新発売した、スポーツスクーターの切り札「スーパージョグZR」。

そのプロモーションには、機能を訴えるだけでなく、流行に敏感な若者たちの感性に直接アピールする方法が、より効果的です。

そこで、ヤマハは彼らの間で人気絶頂の「ストリート・ファッション」に注目。そのバイブル的存在の雑誌「BOON」や、ライフスタイル・カジュアルの定番ショップ「ABCマート」を巻き込んだ広告、イベントを展開しています。

なかでも、2月4日の名古屋会場を皮切りに全国の主要都市を横断する「スクーターファッション・コンテスト」は、大賞受賞者に「ZR」がプレゼントされるほか上位3名が「BOON」誌上で紹介されるとあって、2月12日の東京・渋谷会場や2月18日の北海道・札幌会場まで、「スーパージョグZRに乗るとキマルぜ」ファッションに身を固めた、たくさんの参加者が集まりました。

俊敏な走りとはファッションブルなスタイルをウリにして、「ZR」はいまストリート的话题をさらいながら快走中です。

もっと便利に!
快適に!

GEAR

ギアかわの版

BUSINESS SUPPORTER

●Yamaha News 別冊 ギアタイムスNo.1 ●1995年3月1日発行
●発行所：ヤマハ発動機株式会社 広報部宣伝課
〒432静岡県磐田市新貝2500
0538(32)1150(ダイヤルイン)

●この印刷物は再生紙を使用しています



ギアタイムズ

新聞配達スタッフは ギア争奪戦を展開中

新聞販売 日本経済新聞魏町専売所

オフィス街に開かれた日本経済新聞魏町専売所は、18人のスタッフを擁し、毎日7千戸以上に新聞を配達しています。現在ギアは1台導入されており、スタッフの間でも引っぱりだこの大人気。仕事ではローテーションでギアを使うのですが、配達スタッフは早くギアの番がこないかと待ちこがれているとのことです。「うちではギア1台とメイト3台、それに自転車15台を使っているんだけど、みんな仕事以外でも勝手にギアに乗るもんだから困っているんだよ。カッコいいからしょうがないけど」と所長の橋本満徳さんは苦笑い。

導入は、主任の福田憲治さんが実際に乗って決めました。日経新聞販売店



前カゴに積み上げられ「たけのこ」状態の新聞紙の束。後部荷台にも満載されるが、丈夫なギアはビクともしない

へ備品などを販売している(株)日経カルチャーの吉岡洪さんが企画した、ギアの試乗会のことです。各販売店の主任さんたちが集まり、各種報告や業務に関わるさまざまな新製品情報が集められ検討がなされる、月1回定例主任会の中で実施されたギア試乗会は、とても好評を博したとのこと。

福田さんは「試乗した時に、これなら重いものを積んでも大丈夫そうだなと思いました。ハンドルと前カゴが別なのも気に入ったんです。ギアチェンジがないぶん、初心者でも扱いやすいですね。これなら、導入を決めました。配達は乗り降りの激しい仕事ですから、パークイングスタンドのないBA50を選んだんです」と、試乗会での印象を語ってくださいました。

配達スタッフの前野正伸さんも「デザインがほか抜けるから、雰囲気が出るから、霧困気が明るくなります。1日に20kmぐらい乗るんですけど、軽いシタイヤが太いぶん安心感もあります。サイズが大きいわりに、小回りが利くんですよ。配達はずいぶんイメージが変わりますね。個人的にも買いたいと思ってるんですよ」とお気に入りの様子。

新聞配達は、重量的にも、発進停止を繰り返す点でも過酷な業務。ここでもギアは、十分に持っている力を発揮しているのです。新聞を満載したギアが、とっても頼もしく見えました。

配達にはもちろん 求人にも有利

食品宅配 とんかつ志味津

「なんたって50ccには見えないスタイルがカッコいいですよ。ちょっととスロットルをひねれば、すぐパワーが出るのもいい。東京・青山通り沿いの「とんかつ志味津」店長、鳥塚辰彦さんはそう言ってニコリ。このお店では2台のギアが使われており、1日に約50軒もお弁当を配達するそうです。

さっそく社長の志水通克さんに話をうかがってみると、「セールスマンが何度も足を運ぶんでね。しつこくまいったよ」と先制パンチを浴びてしましました。「とにかく乗りやすいよ。」



店長の鳥塚さんは、「自分用にも買いたいぐらい気に入ってます」とニコリ



フロントに多めに積むのは、すぐに取って投函しやすいから。「この状態でもライトに支障が生じないのがいんですよ」と配達スタッフの前野さん



左端の所長・橋本さんをはじめ、スタッフのみなさんはギアに惚れ込んでくださっている

ギアチェンジの必要なヤツはやめたんだ。何と言っても面倒くさいだろ。そうそう、これを使うようになってからね、求人がすごく有利になったんだ。若い人はギアチェンジなんてイヤがるんだよ」

とんかつ屋をもう1軒と、おそは屋、計3軒を経営する志水さんは、「固定資産税の関係から、20万円を切つてくれればもっとありがたいんだけどね。でも、今後はさらに3台ギアを入れる予定だよ。ガソリンもたっぷり入るし、特に不満はないからね」

ちょっと辛い口の志水さんも、ギアの使い勝手のよさはお気に入りようでした。



TVCFで幅広く認知 タウンページで絞り込み



YSP平和台 (有齊藤輪業)
齊藤秀社長・川崎義輝店長/宮崎県宮崎市

店舗は宮崎駅からクルマで15分ほどの、平和通り沿いに位置する。周辺は市街地と住宅地の境界といった雰囲気。大学生をメイン客としたYSP学園前店も持つ。クラブはオンロードのヤング、オールド、そしてオフロードと3つあり、各クラブとも活動は盛ん

まず注目したのは ギアの経済性の高さ

宮崎市内でタクシードライバーに乗り、「齊藤輪業まで」と言えば、どの運転手さんにもすぐ場所が分かる。YSP平和台(有齊藤輪業)は、それだけ市民の生活に、地域に密着しています。YSP学園前という支店もあり、宮崎市内はもちろん、県内全域に顧客を持っています。セールスマンからメカニックまで何でもこなす今井治さんは、ギアを最初に見たとき、すぐにマフラーに目が行ったそうです。

「分解できるから、詰まったときにパーツで交換できるな」と思ったんですよ。ビジネスで使う方にとって、経済性は大きな問題ですからね。同様に、チューブレスタイヤはパンクが少ないから、ランニングコストの面でお勧めできるでしょ。それに、荷物が積みやすそうだな、なんて思いました。とにかく、自分がギアに惚れこみましたか



購入のお客さまには、必ずステップカバーを貼らせてもらおう。こうして街の中を走ってもらえば、広告効果が高いとのこと。

らね。自分がいいなと思ったところをそのまま自然にお客さまにアピールすればいいんです」
自分でもたっぶりギアに乗って、すっかり気に入ったという今井さん。トレードマークのヒゲが、いっそう頼もしく見えます。

独自のTVCFでギアをアピール タウンページの活用も

「うちではギアの良さを分かってもらうために、とにかく試乗してもらいます。発売直後には試乗会も開催しました。春から夏にかけてスポーツバイクをメインとした展示会を行うんですが、そこでギアの試乗会を併催したんです。試乗会についての告知は、おもにTVCFとDMですね。TVCFは、10

年ほど前からうち独自のものを地方局で放映しています。金曜日の「笑っていいとも」の枠内で、15秒のものを流しているんです。ギアは、これまでなかったジャンルなので、かなり商品性や特徴を盛り込んだ内容にしました。商店からの反響は大きかったですね。DMは、顧客管理帳からターゲットを絞り、さらにタウンページを活用し、米屋、酒屋、新聞配

「自分が納得できる製品だから、自信を持ってお客さまに勧めることができるんです」と今井さん。別の用事で訪れたお客さまにもさっそくギアを紹介

AR SUPPORTER
50 LIES



達業などに集中配布しました」
さて、新規客への拡販策は？
「お得意さまには簡単に試乗してもらえますが、新規客には作戦を立てました。まず、見えない所も手を抜いていない丈夫な製品というギアの商品性をアピールする。そしてフロントに荷物を積んでも影響のないヘッドライト位置など、商売形態を十分に配慮した使い勝手の良さを説明します。何とか興味を持ってもらえれば、試乗へ結びつく。試乗でギアの機能性を体感してもらえれば、納得してもらえますからね」
試乗にさえ持ち込めれば、販売に結びつくという自信がうかがえます。

試乗後もセールストークで お客さまの心を確実に捕らえる

「価格が高いというお客さまには、パーキングスタンドなどの新機構についてアピールしたり、耐久性が高いので結局は経済的だと強調するんです。まずは自分がギアに触ること。お客さまが見ただけでは気づかないギアの機能性の高さを紹介できれば、信頼度も増すし、こちらがギアを熟知することで新機種に対するお客さまの不安を取り除けます」と今井さん。試乗後に、さらにセールストークをつなげていく。見た目が派手ではないギアだけに、たまたまかける商法が効果的なのだそうです。



スタッフはみんなセールスマン兼サービスマン。ふだんからギアをいじっているの、あらゆるパーツについて知り尽くしている



サービス工場を兼ねた店内には、4台のリフトが完備。また、常時トラックが市内を走り回り、無線連絡をとりつつ修理や引き取りに応じている。

もっと便利に! 快適に! GEARアクセサリ用品



パーキングブレイキセット
(部品番号90793-50063)
¥1,900
停車する時に、ワンタッチ操作で後輪ブレーキをロック状態にキープします。B/A50専用



新聞店様用 大型リアキャリア
(部品番号90793-51040)
¥6,900
定評をいただいているニュースメイトと同じ積載面形状を持っています。もちろん用途は自由です



リアバスケットカバー
(部品番号90793-63038)
¥3,500
大切な荷物を風雨から守る。強化糸入り大切な荷物を風雨から守る。強化糸入り半透明ビニール袋。大型リアバスケットに適合



大型リアバスケット
(部品番号90793-50059)
¥4,500
ちょっと重い荷物を、手軽に運搬。ひもで固定する必要もなく、開口部も広いので使いやすいバスケットです



ハンドルプロテクター
(部品番号90793-56020)
¥2,900
ハンドルカバーに代わる防寒装備。オシャレなデザインで寒さから両手をしっかりとガード



フロントバスケットセット
(部品番号90793-50062)
¥5,800
ニュースメイト用大型バスケット+取付ステーセット。コンパクトな小型フロントバスケットも追加しました

YOU SHOP大門さんの例

パーソナルユースとしてのギア それを見抜いて高打率達成



店長の大門喧見さんは、お父さんである十一郎さんの跡を継いだ「2世」。弁論大会の全国大会に出場しただけあってなかなかの理論派だ。

YOU SHOP大門 大門十一郎社長・大門喧見店長/宮崎県えびの市

宮崎県えびの市は、鹿児島県との県境に位置し、農業を中心とした人口約2万6000人の静かな街です。YOU SHOP大門の2代目店長、大門喧見さんは、この小さな街をどのように捕らえ、どのような戦略でギアを売り込んでいるのでしょうか。

「えびの市は高齢の人が多く、若者のほとんどは大きな街に出てしまっています。だから、客層はスクーターに乗る高校生が、間がすっぽり抜けて年配の方が大多数という構成です。ギアは高校生というよりは年配向けですから、ターゲットは自然と決まってくるんですよ」

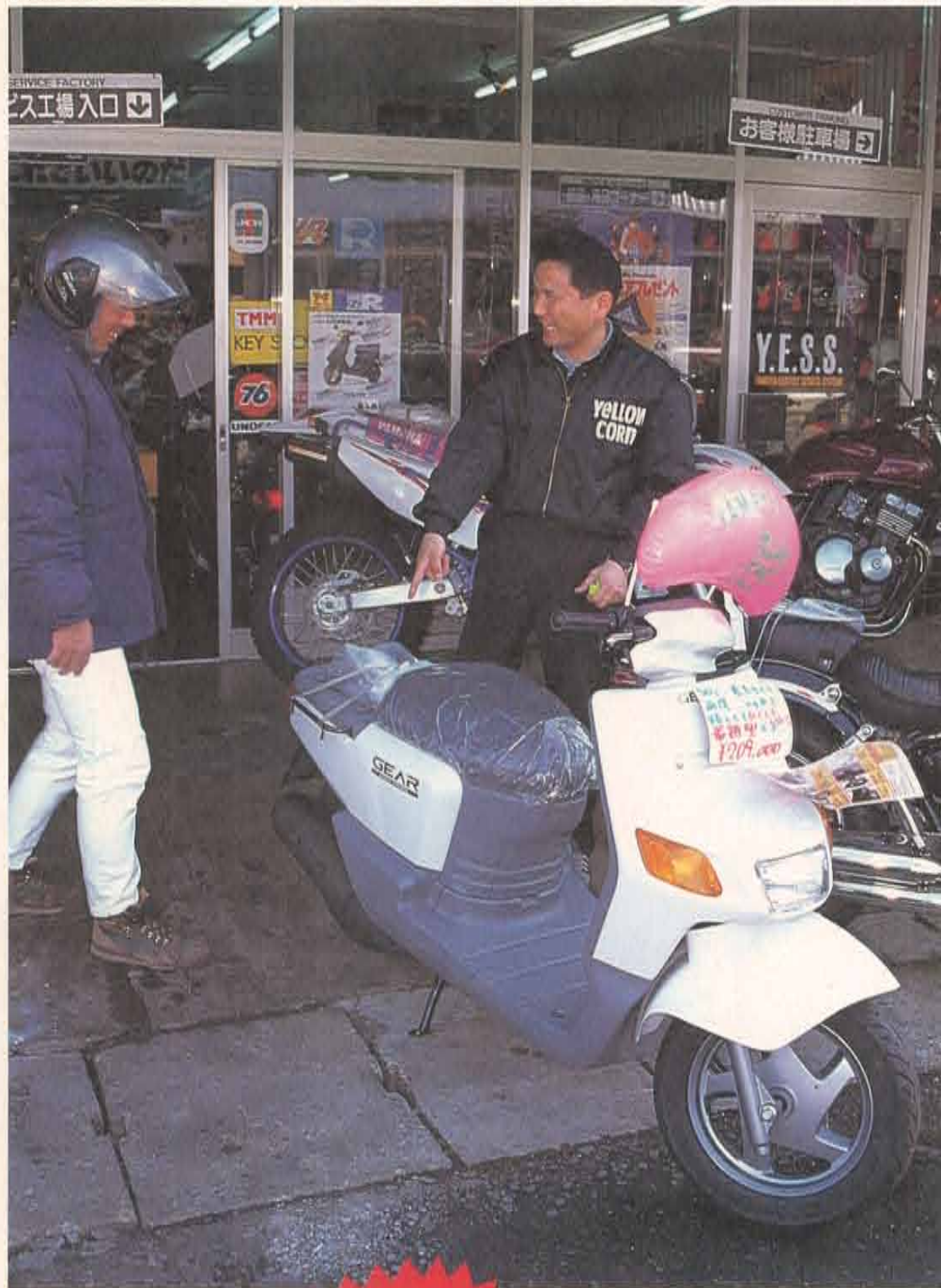
大門さんは、さらに細かく地域特性を分析しています。「とにかく高齢化の進んだ田舎だからね。農家がほとんどで、耕作道具を積んで畑まで行って使われ方が多い。だから、荷物も積めて丈夫そうなギアを見たときは、これならバッチリだと思いました。ここではギアも、ビジネスサポーターというよりは、おじいちゃんおばあちゃんの生活の足ですね。実際、買っていったお客さまの8割が生活の手段として使ってるんです」

地域の特性を把握し 販売戦略を組み立てる



鹿児島県との県境えびの市で、44年前に創業。地元密着型のショップだ。えびの市での販売よりも鹿児島県下での販売がメイン。20kmの商圏内の顧客は、その6割が高齢者だという

顔馴染みのお客さまに対しても、常に新規客として接する。大門さんのポリシーはギアの販売に見事に結びついている



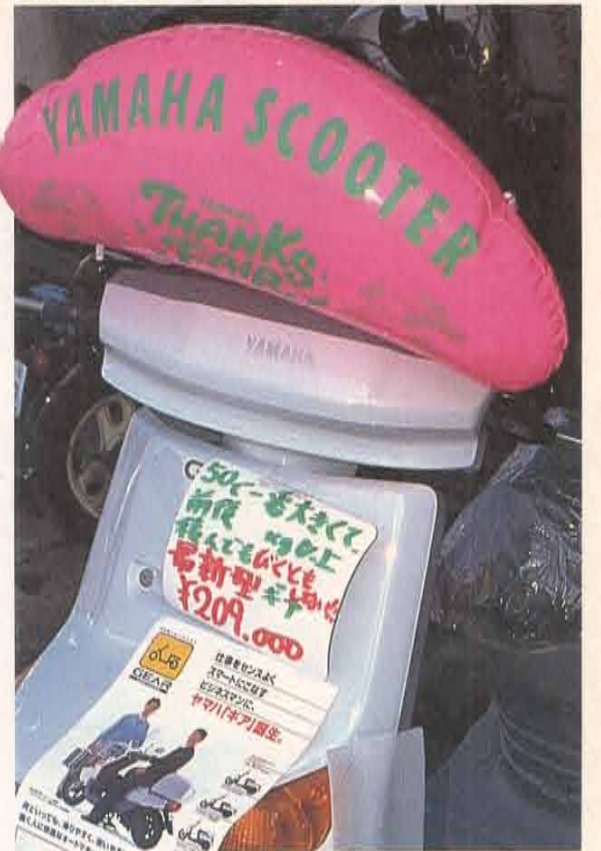
「頭にインプットされているお客さま情報や顧客データを頼りに、的を絞った訪問販売をしています。あの家のメイトはそろそろ代替えの時期だとか、あのおじいちゃんには小柄なスクーターより、丈夫で積載も余裕あるギアのほうがおすすめです。というふうを狙いを定めるんです。つまり、代替え時期などの顧客データと、地域に密着することで得られるお客さまのライフスタイルに関する情報、このふたつを活用して、ターゲットを絞り込むわけ

ヒット率9割を誇る 訪問販売の秘訣とは

大門さんは、細密なデータに基づいた積極果敢な訪問販売で、販売能力を高めています。

「特にうちの商圏ではギアは生活の足ですから、ライフスタイルを細密に把握することが重要なんです。だから、10数軒回って、ヒット率は9割ですね。……とは言っても、ホントのところはコンピューターのおかげっていうのもあるんですけどね」と大門さんは笑いますが、詳細な顧客情報に基づくカンならではこのヒット率なのでしよう。高齢化が進み、人口

生活の足としてのギアは、ビジネスコーナーではなく、POPで目立たせてスクーターコーナーに置かれていた



が少ない街という地域特性をつかんだ、YOU SHOP店ならではのギア販売戦略、そして行動力が結果につながったと言えそうです。

さらに大門さんは続けます。「固定客という考え方は捨て、常に新規のお客さまだと思つて、ビジネスバイクやスクーターの修理中にも、ギアの話をして、これがシワジワと効いて、実際に販売に結びついてくるんですよ」

3.9%
低金利フェア

ギア サンキューフェア開催中

業務需要は、1年のうちでも3月・4月・5月が最盛期です。そこで、ギア拡販に向けての販売環境づくりの一環として、また業務需要期の拡販活動強化を図るため、現在「ギア サンキューフェア」開催中です。この機会を利用し、ぜひご商談いただき、販売に結び付けていただけるようご案内いたします。詳しくは担当セールスマンまでお問い合わせください。

- ギア サンキューフェア[ギア 3.9%低金利フェア]
- 内容: ①低金利キャンペーン ②モニターキャンペーン ③ビデオプレゼント
- 期間: 平成7年3月1日～5月末日(3.9%有効期間)
- 対象モデル: 下記3モデル



イメージと経済性で ギアを選んだピザ屋さん

ピザ宅配
ピザハット宮崎店

宮崎県内では第1号店にあたるピザハット宮崎店では、昨年11月のオープンと同時に8台のギアを導入していただいています。

オーナーの塚田正徳さんは、「中京地域のピザハットがギアを導入するという噂を聞いて、うちでも検討することにしたんです。すぐにヤマハ九州の宮崎営業所に相談して、オートバイ屋さんを紹介してもらいました。そこで試乗してみて、これしかない、と導入を決めたんです」と語ってくださいました。

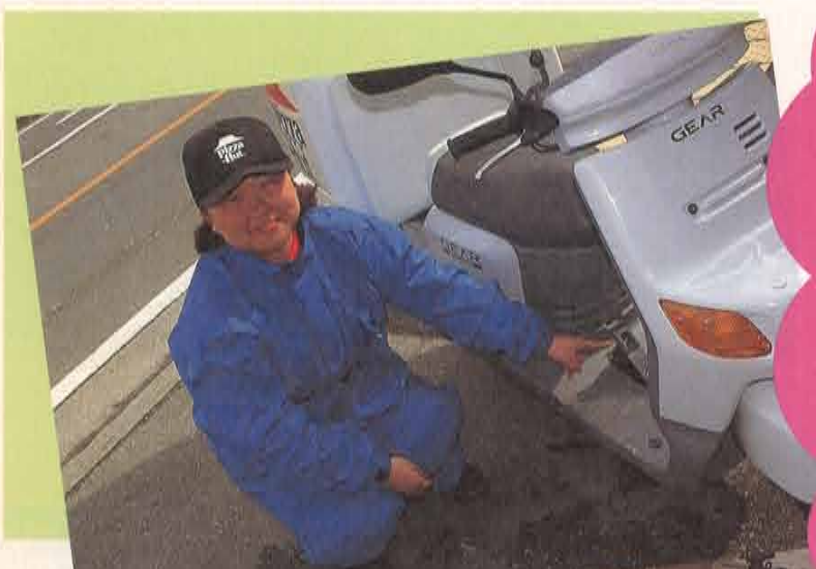
ギアにこだわった理由については、「ピザハットでは、どのバイクを使用するかは本部と相談のうえ、各オーナーの判断に任されています。普通ピザ屋というところ、3輪っていうイメージですよね。でも、ピザハットは宮崎では新規オープンですし、既存のピザ屋のイメージを打ち破る意味でも、2輪のギアにしたかった」

でも、ギアを選んだ理由はイメージ戦略のためだけではありません。「何とんでも経済的であること。8台のギアが休日にはフル稼働、平日でも6台は動きます。だからランニングコストは決して無視できません。その点でもギアは条件にかなっていましたね」
そんなオーナーの思惑を尻目に、17歳と26歳という若いスタッフは、ギアにすっかり大満足。みんなで「ここがいい」「そこがいい」とギアを囲んで大はしゃぎ。中には「安定性がいいから、つついっコーナーでスタンドを擦るくらい倒し込んでやうですよ」なんていう元気いっぱいの人もいました。が、くれぐれも事故を起こさず、ギアでのデリバリーライフを楽しんでください。



柴田大さん とにかくカッコが気に入っちゃった。ほら、この顔、けっこうイカスでしょ？ 今までのビジネスバイクよりはるかにカッコいいと思うな

ギアのココロ 目惚れ



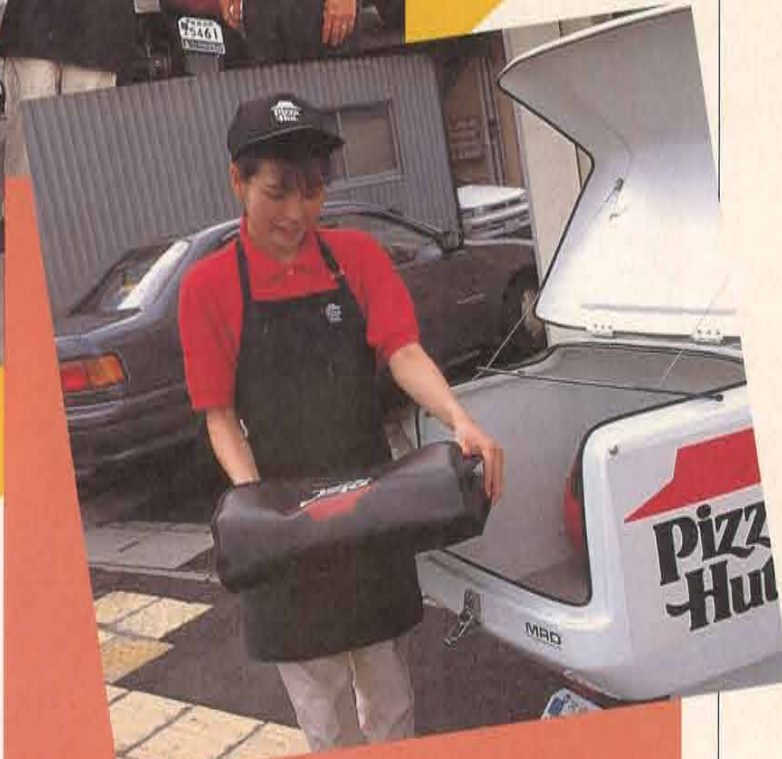
松浦清美さん いいでしょ、このバイク、キングスタンド。慣れるまでちょっと時間かかったけど、今ではこのスタンドが使いやすくて、もうサイドスタンドには戻れないわね



お店の前にずらりと並んだ8台のギアは、なかなか壮観。休日にはこれがすべて出払ってしまう忙しさ

黒木保己さん 普段は250ccに乗ってるんだけど、コイツも思ったよりパワフルなんだ。出足もいいし、坂なんかもグイグイ登っていく。小回りが利くのもいいよね

木原智美さん あったかくておいしいピザがたっぷり積めるスペースが自慢なの。「ピザハット」のロゴが走っていても目立ちます。これを見てピザを食べたくなる人もいますのよ



ヤマハライティングスクール

『職域安全講習会』のお知らせ



安全な職場のために 交通安全スクールの

ヤマハでは、2輪車を使って仕事をしている人のために、ヤマハライティングスクール「職域編」を開催しています。このスクールは、2輪車のコントロール、事故を未然に防ぐための運転方法、そして交通マナーやファーストエイドなどを学んでいただける総合的な交通安全講習です。職場のニーズに応じて、さまざまなプログラムをご用意しておりますので、詳細は左記の各販売会社にお問い合わせください。

お問い合わせ先

- 北海道ヤマハ株 ☎011-612-1060
- ヤマハ東京株 ☎0423-36-6500
- ヤマハ中部株 ☎052-917-1552
- ヤマハ関西株 ☎06-535-1661
- ヤマハ九州株 ☎092-411-3606