

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●お店とお客さまを結ぶ

“キーパーソン”に迫る

ハローナイスショップ●YSP浜松

呼吸する店舗づくり

YAMAHA NEWS ● インタビュー④

東武百貨店

1995 No380

4

A P R

前へさらに前へ！ニューTT
250R。Raid力強い走りを身に
つけて新登場。今月号表紙は昨
年3月のデビュー以降、オン・オ
フ市場を一新させた「レイド」。
この春、アクセルオン！

拝見！隣のお店 このアイデア

ハローナイスショップ

YSP浜松
静岡県浜松市（鈴木哲夫店長）

呼吸する店舗づくり

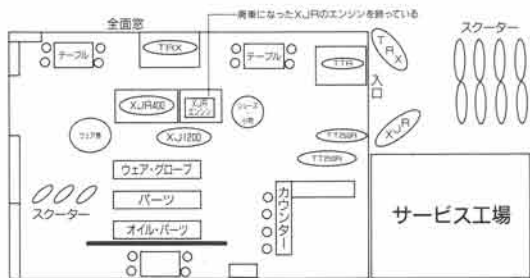
店舗装飾●いつも新しい情報を発信・提供し続ける



YSP浜松

'84年にYSP袋井の支店としてオープン。浜松市の北部、駅から車で約20分の住宅地に立地する。スポーツバイクの商圏は、お店を中心に半径約15キロ。

●店舗規模：敷地面積300坪、店舗面積100坪(ショールーム70坪、サービス工場30坪)



お客さまの目に魅力的に映る新鮮な店舗づくり。すでに開店10周年を迎えたYSP浜松さんが、常にこのことを念頭に置いたお店の雰囲気づくりを大切にしている。

「呼吸させてあげないとね、お店も。ディスプレイはいつも動かしているって感じ。そしてキャンペーンなどと合わせて3カ月に1度ぐらいは大きく変更しています。もともと、作業のほとんどは若いコたちに任せっきり。彼らの感性のほうか私なんかよりずっと新しいですからね。それに、どういう風に展示したらいいかを考えることは、どうやったら商品が売れるのかを考えるってことでしょ。いい勉強になるんですよ。ああでもないこうでもないって、毎日ちよこちよこ動かしているみたいですよ。だから、完成”することはないけど、逆にそれがいいんじゃないですか」

完成されたものではなく、常に流動的で生きたディスプレイが、お客さまに新鮮さを印象づける、と語るのは鈴木哲夫店長。

「それでも『これはおかしいな?』ってときには口を挟むこともありますね。気を付けているのは、漫然とならないようにすること。必ず装飾のポイントを作って、お客さまに見て欲しいところを強調するんです。やっぱり今はTRXを見ていただきたいんで、店の外からも中からもよく見える位置に展示台を置いて、天井から万国旗を吊ったりして……。イヤでも目がいきますよな(笑)。で、見ていただくだけじゃなくて、触ったりまたがったりしていただきたいわけですよ。でも、それは飾り立てられた展示台の上じゃあ無理。だから全く飾らない1台を店の入り口に置いて

ているんです」

特に新型車の場合は、ほとんどのお客さまが雑誌などから得た視覚的な情報を実際に来店されて確認することになる。実物を見せることも重要だが、同時に気軽に触っていたいくことも忘れてはならない。

「ディスプレイのアイデアは、デパートのショーウィンドウなんかを見て研究しています。秋には落ち葉や栗を利用したり、冬はクリスマス風にしてみたり、今は春だからイメージ的な明るさを演出中。商品のレイアウトも、冬場は店の方針として用品販売を前面に押し出していましたから、入り口近くにウェア類をまとめて配置していましたけど、現在は春の需要期に合わせて窓側に商談テーブルを置いて、ディーラー風にしていくんです」

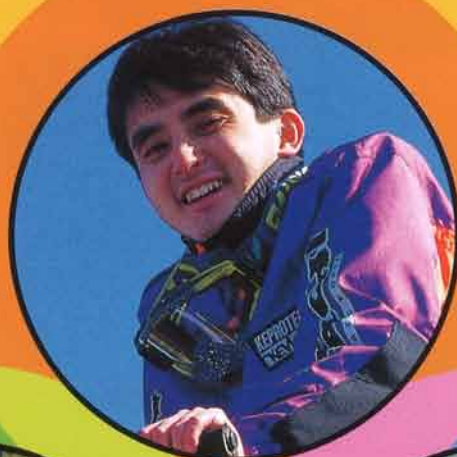
店内には音楽を絶やさず流し、観葉植物も配置。ユニークなところで水槽が目を引き、かわいいナマズと大きな金魚は鈴木店長の趣味で飼われているとのことだが、お客さまも餌をあげたりと、意外な営業マンとしてお店の潤滑剤になっているという。

「照明も、蛍光灯だけじゃなく、タングステイン光のスポットライトを使うと、バイクが艶っぽく見えるでしょ。それに、うちはパイパス通りに面しているから夜のライトアップも大切なんです」

新規のお客さまへのアプローチはもちろん、お得意さまとの情報交換や憩いの場として、YSP浜松さんはいつも新しく、呼吸する店舗づくりで魅力的なショップを演出し続けている。

特集：お店とお客さまを結ぶ

“キーパーソン”に 迫る



お店にとって、

「この人がいるから寄ってみよう」「この人が言うことなら試してみよう」など、
お客さまに大きな影響力を持つスタッフやお客さまは、
大勢のお客さまを引きつける貴重な求心力となります。

ここでは、

そういう人たちをお店の“キーパーソン”と位置づけ、
来店促進やイベント動員、さらに直接的な販促活動といった
実際のご商売のなかで彼らがどんな役割を担い、
どういう効果をもたらしているのかを探ってみました。



もう一歩先のプロショップへ！

バイクへのこだわりを持ち、ライダーの満足度を高める



旗幟鮮明、きしめんめいと読むこの言葉をご存知でしょうか。幟(のぼり)に書いた旗印を高々と見せて自分の主義主張をはっきりする、という意味です。以前にも増してバイクショップは洗練されたプロ化を求められています。プロ化というのはいいかえるなら自分のショップが一体どんなことを発信していきたいか、ということを外観も中身もより明確にお客様に伝わるようにしていくこと、だと思います。すでにセグメントされ先鋭化してきた大型店であれ、併売店であれ、あるいはオフ系やスクーター主体のショップであつても、その先に進むべきプロ化はあるはずで、プロ化というのはなにもエントリーユーザを軽視するという意味ではありません。むしろその逆で、初心者を魅了するだけの求心力を人として技術力としてさらに高めることが一歩先のプロ化だと思ふのです。本物には誰をも感動させる力があるからです。

では具体的にそれは何かを考えましょう。私なら初心者はもとより、バイクへのこだわりを持つベテランライダーの満足度を高めること、だと思っています。これから先のバイク人口は一体どうなるでしょう。若年層の減少とバイクに対する関心の低下による自動二輪免許取得者の減少、という現実の流れを誰も

くい止めることはできません。そのなかで大切なのは、今乗っているライダーを守り、マーケットを高質化していくことだと思ふのです。ベテランのライディング技術(というより楽しくバイクを乗り続けていたためだけの意識)を高めていただくことはまず最初に重要であり、ライディングとセッティングの両方からのみ取り出せるバイクの妙味を知っていただくことです。そんな深い領域に入り込んでライダーはバイクから降りることはないでしょう。いえ、バイクから降りてしまえば、それでもう後はないのです。

30代から40代あるいはもっと上の、それもきちんとバイクを文化として、あるいは健全なスポーツとして語れるようなお客さまが増えれば、家族という単位でバイクが生活の中に本当に根をおろし、おのずとそれが息子さんや娘さんなど若年層へ正しい意味での波及していくのだと思ふのです。もちろん購買力にも期待できます。高齢化が進む日本社会で大人が支持するものこそ本当に生き残れる世界ではないでしょうか。

なんと気長な話だと思われるかもしれませんが、私はマジです。本当に若いライダーを引っ張っていきけるのは、なにもお店に支え

ている貴殿そのものでもあるのです。だから次のことを再確認して下さい。

より先鋭化したプロといっても、やはり基本は絶対に忘れてはいけません。やるべきことをやっていますか？例のこと。これでピンとくれば安心です。

そうです。笑顔のあるショップですか。清潔なショップですか。迅速かつ正確であるべき技術力と商品知識に不足はないですか。明瞭な会計になっていますか。会話は十分ですか。楽しいイベントやつてますか、そしてこれらトータルでお客さまを感動させていますか。なくて七癖、できているようで意外とどれかが欠けていたり、妙な癖が出ているのも事実なのです。肩の力を抜いて、これらがいつもセルフチェックできたらベストです。時にはまったく違う業種や同業者のショップをチェックすることも勉強になるはずですよ。

繰り返しますが、ショップを運営することはバイク販売を通してお客さまに感動を与えることだと、もう一度肝に銘じていただきたいのです。そして同時にいつまでも楽しく走り続けていただくための安全普及活動を怠らな

いでいただきたいのです。安全なくしてバイクの将来はないのですから。

柏 秀樹(モーターサイクルジャーナリスト)



新たな世界をショップに運んだ遊びのキーマン

安部泰一さん

●YSP松戸東さん●スコティッシュクラブ代表

TY250Zスコティッシュを共同購入 4カ月で12名の仲間を集めた トライアル未経験の「仕掛け人」

ポートアウトをムントに トライアル車を共同購入!!

3月上旬のある日曜日。いつもの練習場所に、朝早くから一人、二人と「スコティッシュ・クラブ」のメンバーが集まってきた。年齢層は20代前半から30代の半ば——みなチンガードのついたフルフェイスヘルメットを持っているところから判断すると、おそらくトライアルを始めればかりなのだろう。身につけているウェア関係も、エンデューロレースからの流行であることが一目でわかる。

YSP松戸東さんをベースとするトライアルごっこグループ、「スコティッシュ・クラブ」が結成されたのは昨年11月のこと。そのきっかけを作ったのが今回紹介するキーマン、同クラブの代表を務める阿部泰一さん(27)だ。

「もともとトライアルには興味なかったんですけど、エンデューロ上達のためのテクニックビデオを見てたら、レースで活躍するトライアルテクニク」なんてことを紹介してたんです。それで、ぜひ練習したいなあなんて思ったんですが、考えてみればトライアルをやっている知り合いもいないし、ましてマシンを持っている人もいない。かと言って自分で買うに

は値段が高すぎるので、ちょっとショップに相談してみようと思ったわけです」(安部さん)

翌日、さっそく昨年6月にTY250Rレイドを購入した行きつけのYSP松戸東さんを訪ね、本人曰く「遊び程度」のトライアルの経験がある今村秀勝社長に相談した。そこで提案されたのが、現在「スコティッシュ・クラブ」が採用している共同オーナーのシステムだった。

「安部さんが店にやって来まして、どうにかトライアルをやりたいっていうんです。突然のことだったんですが、本人はかなり真剣でしたね。そこで、じゃあ、ポートアウトのように、共同のオーナーを集めてみようか。とにかく10人を集めよう」ということになりました」と、今村社長。「その時は、まさか本場に10人も集まるとは思ってもいませんでしたけどね」と言う。

しかし、声をかけてみると意外に早くメンバーは集まった。安部さんと今村社長を入れて、合計で12人。この人たちを第一次会員として「スコティッシュ・クラブ」はスタートした。マシンは発売間もないTY250Zスコティッシュ。会員一人当たりの負担金額は、約6万円だったそうだ。

遊びのキーマンJUNKYの シンプンの 理想的な友好関係……

さて、こうして船出した「スコティッシュ・クラブ」。いまでは毎週日曜日に練習場所が集まり、今村社長やトライアルの心得のあるお客さま、山崎敏弘さん(33)をインストラクターに迎えてベータシクテクニクのトレーニングに明け暮れている。一方で、噂を聞きつけた会員以外のお客さまも練習に顔を出すようになり

特集：お店とお客さまを結ぶ “キーパーソン”に迫る

日曜早朝、トライアルの練習にや
って来た「スコティッシュ・クラ
ブ」のみなさん。今村社長（右か
ら3人目）も会員の一人



丸太を使って基本テクニックの反
復練習。練習日以外はショップで
車両を保管し、会員が個人で使用
する場合は、管理ノートに記入の
うえ、キーを受け取ることでなっ
ている。



第2次会員の募集も検討中だ。

メンバーのみなさんにも聞いてみた。
「普段はTTRに乗っているんですが、
林道ツーリングなどでもっと安全に、上
手に走るためのテクニックをつけようと
会員になりました。たとえば体重移動な
んか頭でわかっていても、TTRだとあま
り感じられないじゃないですか。ところ
がスコティッシュなら体でわかるんです。
実際のところ、上手になったと思います
よ」という意見もあれば、「まだまだヘタ
クンですが、いつかツートラなんかにも
出てみたいですね」という声も聞か
れた。それぞれ目的や意識はバラバラだ
が、個々のレベルで楽しんでいるのは間
違いない。

組織の運営は安部さんらの自主性に任
せ、一会員としてクラブ参加する今村社

長。そのスタンスも絶妙だが、クラブが
もたらすショップへの影響は計り知れな
いものがあるようだ。

「クラブを始めたのが昨年11月で、それ
以前はトライアルをやる人なんか一人も
いなかったわけです。ところがたった4
か月程度で、すでに10数名のお客さんが
トライアルを楽しんでいるんですからね。
そうした意味では首謀者の安部さんは、
間違いなくキーマンと言えるでしょう。
彼がいたから、みんながトライアルを始
めたわけですから……」（今村社長）
お店に新たな遊びを運んできたキーマ
ンと、それを影から支えるバイクショッ
プ。これこそオビニオンリーダーとショ
ップの、理想的な関係と言えるのではな
いだろうか。



女性だけのクラブを主宰するお店とお客さまとの橋渡し役

加藤桂子さん

●YSP豊橋南さん●ジェラート代表



女性クラブのリーダーとして さまざまな問題乗り越え お店とお客さまとの絆を深める

愛知県豊橋市のYSP豊橋南さんには、「GELATOジェラート」という女性だけのツーリングクラブがある。このクラブ、昭和59年に結成されたが、実は女性ライダーの減少につれ、開店休業状態が続いていたという。そんなクラブをリーダーという立場から3年前に再興し、今日の姿にしたのが同店社長・加藤静利さんの奥さま、加藤桂子さんだ。

「以前は男性と一緒にツーリングして、まわりは大排気量車ばかりだったんです。そんな中、女性が250ccでついで行くのが、ちょっと悔しかったんです。やっぱり私たちが女性は、自分たちのペースで楽に行きたいね」という感覚です。そこで、ジェラートをもう一度ちゃんと活動させようってことになった。その再スタートにあたっては、自分が先

頭に立たなきゃ、と思ったんです」
クラブの活動としては、毎月1回YSP豊橋南さんで定例ミーティングを行っている。ただ、現在は女性だけのクラブならではの問題にも直面しているという。「現在のクラブ員は全部で11名なんです。去年結婚ラッシュと出産ラッシュがありました。活動的には今はピンチ！（笑）。新しいメンバーを入れて再び活性化させたい気持ちもありますが、その一方でメンバー側はある程度仲間を固定したいという気持ちがあるみたい。そういう部分で悩むことはありますね。それと、もうひとつ注意しているのは、新しい人が入ってきたときには、必ず私の方から直接話をする。早くクラブの雰囲気溶け込んでもらいたいですから」
加藤さん自身は、事情があつて現在はバイクに乗っていないが、できる範囲でツーリングには参加している。



「以前のツーリングの時に、クルマを着て行った私をみんなが非常に頼りにしてくれたんです」

「最近出産や結婚をした人とは、子供が少し手を離れたら、ジェラート・パートIIみたいな活動を続けていきたいね」という話をしているんです」
問題から目をそらさず、あくまでもクラブを前進させようとする加藤さん。そのリーダーシップは、クラブ員やお客さまによって助けられている面もあるようだ。



「クラブを通じて、本当にいい人たちに巡り会えたと思います。これは女性に限ったことではないんですが、ウチのお客さんというのはみんな、自慢できるような素晴らしい人たちなんです」
クラブを通じて「お店」と「お客さま」との壁がなくなり、その良好な関係が永く続く。YSP豊橋南さんでは、そうしたお店側とお客さまとの「理想の姿」を見た気がした。

特集：お店とお客さまを結ぶ
“キーパーソン”に迫る



お客さまがみんなで楽しめる「場所」を提供するキーパーソン

前田睦美さん

●モトハウス21さん●店長



店員を「店」として何もやらないで、やはり店側からお客さまに対して何かをやっつけてあげないといけない」と語る。

店員を「店」として参加させるなど、前田店長の牽引力はとて強い。さらに、あくまでもお客さまを楽しませるといふ明確な立場が、参加者の心を確実につかんでいる。200名もの集客の秘密は、きつとここにあるのだろう。

安城店、刈谷店、そして岡崎店と、愛知県内に3つの店舗を持つモトハウス21さんでは、顧客サービスの一環として数々のユニークなツーリングを企画している。

そして、その目玉として3店合同で開催しているのが、春の「200台ツーリング」と秋の「ツーリングラリー」だ。こうしたユニークなツーリングの企画を手掛ける、安城本店の前田睦美店長(33)にお話をうかがってみた。

「まず200台ツーリング、これはもう10年ぐらい前から続けています。ツーリングラリーのほうは、参加者にあらかじめコマ地図を渡しておいて、それを辿りながら走ってもらうんです。ラリーの途中にもゲーム的要素をちよつと折り混ぜたりしてね」

こうした大規模なツーリングを開催するとなると、必然的にスタッフなど人手が必要となってくる。そこで、モトハウ

ス21さんでは、お客さまにその役をお願いしているのだという。

「3店合同でやるツーリングは、準備も含めて大掛かりなものになります。ツーリングラリーなら、まずコマ図を作らなきゃいけない。それと、現地でのお弁当の手配とか、次のチェックポイントまでの地図を渡す人などが必要になるから、そうしたスタッフをよくお店に顔を出す

常連さんをお願いしているんです」

また、お店側としても、店長クラスの人間がすべてを仕切るのではなく、若い社員にも責任ある仕事を任せている。

「なるべく新しく店に入った子にも役員をやってもらうのは、こういった企画もお店の仕事のひとつで、ただバイクを修理してさえいればいいんじゃないことを分かってもらいためなんです。何かに人

ユニークな数々のツーリングを企画 イベントを通じてお客さまの輪を広げる 3店舗の「まとめ役」

を誘うこととか、イベントを準備すること、店長クラスだけではなく店のみんなでも参加する。そうできないや、200人も集めることはできないですよ」

ところで、モトハウス21さんでは、こうしたイベントの意義をどこに見い出しているのだろうか？

「イベントのメリットとして目に見えるものはあまりないと思うけど、イベントを通じてバイクが好きで連中がお店に集まって、お客さん同士で話ができるのがうれしいですね。イベントが終わった後でも、この店で写真やビデオを見ながらまた盛り上がるでしょ。それに、お客さまに対して『ウチでは販売だけではなく、遊びの部分もやってるよ』と言っている以上は、やはりきちんとやらなきゃいけないという気持ちも強いですね」

前田店長は「店として何もやらないでバイクが売れないと嘆くのではなく、やはり店側からお客さまに対して何かをやっつけてあげないといけない」と語る。

商品価値判断が変化してきている現在、 お客さまの求める商品を 適正な価格で 提案することが重要なんです。



総面積約8万3,000㎡と、日本最大級の売場面積を誇る東武百貨店・池袋本店。
好立地の中での大店舗は、幅広いターゲットへの十分な品揃えを可能とするが、
それだけでは顧客からの満足を得ることは難しい。

「お客さまが要望する商品を、適正な価格で提供することこそ百貨店の基本である」
そんな東武百貨店側の姿勢からは、決して先走りすることのない、
“顧客と歩調を合わせた”販売方針がうかがえる。

YAMAHA NEWS INTERVIEW vol.4



東武百貨店・池袋本店

〔会社名〕株式会社東武百貨店・所在地／東京都豊島区西池袋 1-1-25 昭和37年5月、売場面積1万1998㎡でスタートした東武百貨店は、平成4年6月に売場面積8万2963㎡を持つ店舗として生まれ変わった。店舗は本館、中央館、プラザ館の3館で構成され、文化・芸術活動を展開する「東武美術館」が付設されている

TALK

株式会社 東武百貨店

広報室 部長

渡辺芳夫さん (50歳)

本店店舗を拡張して、リニューアルしたのが平成4年の6月。池袋という首都圏・城北地区のターミナルに店舗があり、しかも、その後背地には、ここ数年で人口がかなり急激に増えている埼玉県南部地域がある。これらの理由から、この地域での購買力はかなり伸びてきているんです。

そんな立地条件の中に大きな店舗を作ったということ、幅広いターゲットへ向けての十分な品揃えができる(店舗拡張によって得られた)。最も端的に言えるメリットが、これだと思っています。

ただ、当初は『(店舗が)広いので、売場の場所が分かりにくい』というお客さまか

らの声もありました。そこで、それを少しでも解消しようという目的から、何階・何番地という言い方で売場を表す方法を採用入れたんです。現在では、この「番地表示」がかなり定着しています。

店舗リニューアルの2年ほど前に現在の社長、山中(領)が着任したんですね。当時はバブル崩壊のちよつと前ぐらいの時期で、山中は『せつかく(店舗を)新しくするんだから、百貨店業というのはどういった役割を果たすべきかを、もう一度根本から考え直そう』と言ったんです。

そこで、まずターゲットをごくごく普通の生活をしている人たち——このようにお客さまの層を分けてはいけないうえに、この店舗の広さを生かそうと考えたんです。私どもでは、これを『普通の百貨店』を目指すとっています。

この『普通の』というのは、非常に意味が深く、お客さまが要望する商品がなけ

れば、それは『普通』ではないという考え方なんです。それで、『普通の百貨店』ではちよつと分かりにくいということで、『グッド・デパートメント』というキャッチフレーズを付けて、コンセプトを表しています。

また最近では、その価値と価格のバランスが取れていない商品については、お客さまもそれをお求めになりません。ようするに、世の中の価値基準が以前とは変わってきている。それに合わせた商売をやらなければいけないわけです。

高過ぎるものは当然売れないし、売られなければ価格も下がる。これは、決して価格を破壊するのではなくて、価格を調整するということです。ですから、私どもでは『価格調整』という言葉を使っています。お客さまが高過ぎると感じている商品に対しては、流通経路を短くするとか、あるいはムダなものを省くといったさまざまな努力によって、価格を実際の価値に見合ったものに落としていくことを考えています。

やはり一番大切なのは、お客さまが求める商品を適正な価格で店頭に並べること。そこで、そのために重要になってくるのが商品を実際に選んで買ってもらえる人物、バイヤーの育成なんです。

現在、それを『GL商品』というかたちで展開しているんですけど、商品の看板にバイヤーの顔写真を入れ、『私が買ってきま

した』と逃げられない状態にしておくんです(笑)。お客さまの要望をいち早く察知して、いかに適正な価格で揃えられるか、それを自分でリスクを背負いながら勉強せよという方法です。この『GL』というのは、『フォア・ザ・グッドライフ』という言葉の略なんですけど、グッドライフのための商品をバイヤー自身が自分の責任で開発するという部分に今、トライしているところなんです。

私どもは、これからも『親切一番店』という姿勢を大切にしていきたいと考えています。『親切』というのは、例えば商品のサイズ切れがあったとしたら、それは、お客さまに対して親切ではないという意味です。こうした姿勢をきちんと継続していくことが一番大事でしょうね。これを途中で投げ出して他のところに動いてしまったら、未完成の巨大店舗になってしまうと思えますから——。



From SERVICE

小型二輪認証の新基準！ 今年7月より施行！

このたび、道路運送車両法改正に伴った小型二輪認証基準の見直しが行なわれ、新たな認証基準が示されました。内容は、およそ次のとおりです。

- (1)作業面積・車両整備作業場/間口3m×奥行3.5m以上
 - 部品整備作業場/4㎡以上
 - 点検作業場/間口3m×奥行き3.5m以上
 - 車両置場/間口2m×奥行き2.5m以上
- (2)設備機器・エアコンプレッサー、バイス、充電器、ノギス、トルクレンチ、サーキットテスター、比

重計、コンプレッションゲージ、ハンディバキュームポンプ、エンジンタコメーター、ドエルテスター、タイミンングライト、シツクネスゲージ、ダイヤルゲージ、タイヤゲージ、グリッスガン、部品洗浄槽
※必備とされる設備機器は、新基準で17品目、数量、内容ともに見直された。一般工具については、表記から省かれた。
(3)整備士資格・従来どおり、2級整備士1名、3級整備士1名の2名以上(8名以下の工場の場合)
新基準は今年7月から施行となります。そのほか詳しくは、ヤマハ各販売会社、拠点のサービス担当者までお問い合わせください。

WORLD TOPIC

中村進さんのスキーマラソン南極点到達を ヤマハスノーモビルがサポート!!

昨年暮れ、映像作家の中村進さんが単独スキーマラソンで南極点到達を達成、同時に世界で二人目の三極点制覇というビッグニュースが世界を駆けめぐりましたが、この大冒険を支えたのがヤマハ提供によるスノーモビルであったことはあまり知られていません。

このスノーモビルは、物資輸送はもちろん、サポートスタッフやカメラマンの移動手段として活躍。また中村さん本人も復路はスノーモビルを使うなど、冒険そのものを裏方としてバックアップしてきました。なお、三極点とは、北極点と南極点に、世界最高峰のチョモランマを加えたもの。中村さんは最後の砦となる南極点を目指し、ベースキャンプのバトリオット・ヒルから39日間かけてスキーで走り切っています。



南極点到達を喜び、日本南極点ソロースキーマラソン95のみなさん、右から二人目が隊長の中村さん



スキーマラソンで挑戦の中村さんの前後をサポートするVK540II

From AD

4月のヤマハ提供番組

- ヤマハON&OFF
 - ▼4月8日(マリン編)
 - 『駿河湾の重鎮が釣る/喰らう』
 - ▼4月15日(バイク編)
 - 『突撃/新婚MXライダー』
 - ▼4月22日(マリン編)
 - 『春を呼べ、ジュニアセイラー』
 - ▼4月29日(バイク編)
 - 『料理人ライダーの四国の味めぐり』
- 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

SPORTS TOPIC

Jリーグ2年目の目標は「3位以内」 ジュビロ磐田、激戦の第1ステージへ!!

昨シーズン、Jリーグ昇格1年目で、第1/第2ステージをともに7位で終えたジュビロ磐田。オフト監督が掲げた公約通りの活躍を見せましたが、2年目となる今シーズンの目標はズバリ「3位以内」。目標達成を目指して、現役ブラジル代表主将のMFドウング、(6月合流予定)、大学ナンバーワンMFの名波、さらには元北朝鮮代表のFWキム・ジョンソンを獲得するなど、精力的なチームの補強を行なっています。

また、ダイナスティカップの日本代表メンバー藤田や、オリンピック代表の服部田中、松原ら若手の著しい成長に加え、ジュビロの顔、ゴン中山の戦列復帰など明るい話題がめじろ押しの中シーズン。昨年に続くオーストラリア・キャンプで調整を進め、あとは開幕戦を待つのみです。

みなさんのお手元へ4月号が届くころに

- 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。
- 95世界グランプリロードレース
 - 放映：TXN系列6局ネット・毎週日曜日24時30分~25時25分、テレビ静岡・毎週日曜日24時50分~25時44分
- オリジナルコンサート私たちの創った世界
 - 放映：テレビ朝日系列全国ネット・毎週日曜日7時30分~8時00分
- 「ラジオ」ぼっくん王国
 - 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

は、すでに第1ステージは開幕していますが、今シーズンも大きな声援をお願いします。

ダイナスティカップの対中国戦で、代表Aマッチ初ゴールをあげた藤田。前線への的確なパスはもちろん、2列目からの積極的なシュートで二桁の得点が期待される。



『ギア』導入進む九州では 職域安全講習にも『ギア』を活用

ヤマハでは、電力会社や郵便業務、ビザの宅配、新聞配達、銀行や保険の外交などお仕事にモーターサイクルやスクーターを使われているお客さまに対しても、より安全に役立てていただきたいと考え、ヤマハラディングスクール「職域編」を開催しています。

そうしたなかで、3月19日には福岡県粕屋郡篠栗町の社会教育センターを会場に、恒例の新聞奨学生を対象とした講習が行なわれました。

これには、九州各地からおおよそ100名に上る参加者があり、ヤマハ指導員と県警白バイ隊員のもと、座学講習や実技講習に臨みました。

特に実技講習は、全国に先がけていち早く「ギア」導入が進んだ土地らしく、ニコ

ースメイトのほかに、いま話題の「ギア」が用意され、それぞれのレベルによって3つのグループに別れた参加者は、午前中から夕方まで約5時間半ほど、密度濃くたっぷり走りこんでいました。

終了後、受講者からは「楽しかった！ほんとに乗ったことなかったけれど、ちゃんと走れる自信がわかった」といった声に混じって、「フラフラしないから、ギアってすごく乗りやすい」「ギアはタイヤが太いので安心感がありますね」「今っぽいスタイルが気に入った」など、「ギア」に対する高い評価も聞かれました。

安全運転の効果と合わせ、「ギア」拡販のオビニオンリーターづくりにも役立ちそうです。



難しい一本橋もギアならフラつくことなくクリア

『YESS NICE RIDE募金』の 贈呈式で661万4261円を (財)日本盲導犬協会に贈呈!!

「目の不自由な方に盲導犬を贈ろう」を合言葉に、『YESS NICE RIDE募金』キャンペーンがスタートしたのは89年4月のこと。以来、YESSショップのみならず、さまざまなご協力により、同キャンペーンも7年目に突入しようとしています。

全国から寄せられた善意の募金は、盲導犬の育成資金として財団法人日本盲導犬協会に贈られ、目の不自由な方々の社会復帰に役立てられています。

このようなか、2月28日、'94年度集計分の募金を贈る贈呈式が東京都内のホテルで開催されました。今回の募金金額は661万4261円。これにより6年間の累計は3390万9833円となりました。

Y.E.S.S. TOPIC

席上、ヤマハ発動機機務営業本部国内営業室鈴木康正室長より、募金の目録を受け取った盲導犬協会の久堀三起也理事・事務局長は、「心のこもった寄付金をありがとうございます。みなさまのご協力により、盲導犬を取り巻く環境は少しずつですが整備されつつあります。欧米に比べるとまだ30年以上遅れているといわれていますが、私たち協会としても欧米諸国を目指して頑張っていきたいと思えます」と話しました。

現在、国内で活躍する盲導犬は約850頭。需要に対し、まだまだ足りないのが現状です。1頭でも多くの盲導犬を育成できるように、店頭での募金活動を今年もよろしく願います。



鈴木室長(左)から募金の目録を受け取る久堀理事・事務局長。当日は2頭の盲導犬も駆けつけた

ヤマハ最新ラインナップをそろえ モーターサイクルショールームが 東京・練馬区にオープン!

お客さまがいつでも気軽に立ち寄って、気になるバイクをじっくり確かめられる、そんなコミュニケーションもというべき「ヤマハ東京モーターサイクルショールーム」がオープンしました。

ここには、TRX850をはじめとする最新のモーターサイクルラインナップのほか、話題の高いレーシングマシンや電動ハイブリッド自転車PASなどがズラリと並び、お客さまにゆとりくろいでいた

けるスペースも備えています。

1月23日に仮オープンし、現在のところは商品の展示とYESS活動案内、イベント案内、カタログサービスなどを行なっていますが、4月1日の本オープン以降、フットギヤラー開催など、さらに活動の幅を広げていく予定とのこと。

東京都練馬区の環七通り沿いという交通の要衝にあり、また、ヤマハ東京南北東京営業所が併設されている立地の良さから、今後はヤマハとお客さま、お店を結ぶ新しいツウウェイ・コミュニケーション情報基地として期待が高まっています。



住所：東京都練馬区豊玉南2-23-10
03(5999)2285
営業時間は土曜・休日をのぞく10時～17時30分



春の展示試乗会

『ヤマハスポーツキャラバン』 全国各地で大盛況開催中!!

話題のTRX850をはじめ、XJR400RやTY250Zスコティッシュなど、話題のヤマハニューモデルをずらりと揃えた展示試乗会、『ヤマハスポーツキャラバン』が全国18会場で開催されています。

中でも全国の先陣を切って開幕したのが、ヤマハ東京柳郡山営業所出展による南東北総合センター会場。3月の福島といえはまだ肌寒い気候にもかかわらず、11日(土)・12日(日)の2日間で春を待ちわびた多数のお客さまが駆けつけました。一方、同12日に開催されたロイヤルドライビングスクール広島会場では、やはりTRXに人気が集中

お互いの安全運転を呼びかける 『100万人安全』キャンペーン 3月1日から全国二斉にスタート!

バイクの便利さ、楽しさは、安全な走行ができて初めて感じるものです。これから本格的なレジャー、スポーツシーズンを迎えるにあたり、あらためてお客さまへの安全意識向上を図りましょう。

というわけで、全国YESSSショップ会とヤマハ安全運転普及本部では、『YES Sナイスライドキャンペーン』の一環として『100万人安全』キャンペーンをスタートさせました。

これは、お店からお客さまへ、さらにお客さまから次にお客さまへと安全運転の呼びかけを広げていこうというもので、すでに多数のお店が積極的な活動を展開しています。

そうしたお店からは、「リーダーシップの強いお客さんは、目もろを見ていてわかりますから、そういう人にピンズを渡しているんです。そうすると、後は横のつながりでさっそく話題に上っているようです」「我々が直接言うのと説教じみてしまいますが、仲間同士ならすんなり聞いてくれる。効果



YSP 笠井さん(右)もすでに数人がピンズを胸に...

はありそう」などの声も。春の全国交通安全運動に先駆け、これくらいいつそう大きな広がりを見せそうです。

「ヨーロッパ風のスタイルが新しいね」「見かけより力強く乗りやすいバイク」というお客さまの声が聞かれました。

MARINE TOPIC

マリンスポーツをグッと身近に! アウトドア用品感覚で使える 画期的モーターボート『SRV』新発売

たまにはバイクを離れ、陸を離れ、潮風を全身で感じながら青く輝く海原をのんびりクルージング。広々とした海の真ん中でフィッシングや海水浴に興じる、なんて休日はいかがですか?

3月1日にヤマハが新発売したニューコンセプトボート『SRV』は、こうした憧れや夢を気軽にかなえてくれる画期的商品です。

魅力のポイントには、まずモーターボート購入の一番大きなネックになっていた高価格イメージを打ち破る、150万円というリーズナブルプライス。200万、300万もの4WD車と比較すれば、すぐにも手が届く価格帯といえます。

さらに、アウトドアスポーツ感覚でマリレジャーを楽しむよう開発された船体レイアウトは、全長約6mとややコンパクト



2月の東京国際ポートショーでデビュー。大変な注目を浴びた『SRV』

4メーカー合同で行なわれた郡山会場。TRXやXJR400Rについて、お客さまから積極的な問い合わせが相続した。



広島会場はあいにく雨が残るコンディションでしたが、熱心なお客さまが詰めかけた

アメリカズカップ予選 第4ラウンド最終線でスペインに逆転V

『ニッポン』準決勝へ進出!

世界最高級のヨットレース『アメリカズカップ'95』初制覇をめざし、挑戦艇決定戦『ルイ・ヴィトンカップ』に参戦している

『ニッポンチャレンジャー』ですが、4回の総当たり戦(ラウンドロビン)で争われる予選も、いよいよ最終第4ラウンドを迎えた時点で、ニッポンは4位。

準決勝は上位4艇が進出しますが、5位フランスとの差はわずかに3ポイントとあって、予断を許さない状況です。

そこでニッポンは、ここで一気にスパートをかけようと、温存していた最新艇JPN-41投入に踏み切りました。

ところが、天候のいたずらや不運が重なって初戦タグ・ホイヤーチャレンジャー、第2戦フン・オーストラリアを相手に思わぬ連敗。フレンチ・チャレンジャーとの直接対決には大差で勝利を得たものの、続くシドニー、チーム・ニュージーランドに再び連敗

シングやタイピング、あるいは洋上パーティーなど、快適なマリナライフを演出するドレスアップも楽しめます。また、エンジンは定評ある50馬力の船外機付き。荷物の軽い時なら27ノット(約50km/h)の快速クルージングが可能です。詳しい情報、資料の入手は、専用フリーダイヤル『SRVコール』(0120-800024)をご利用ください。

を喫し、もう絶対に負けられないところまで追いこまれました。そして迎えた最終スパンニッシュ・チャレンジャー戦も、スタートからいきなり風が変わり、44秒のリードを見放された感じが第4ラウンド。もはやここまでか、と思われましたが、ニッポンはそこからジリジリと追い上げに入ります。

さらに、第3上マーク手前でスペイン艇をとらえ、逆に13秒差をつけて大逆転フィニッシュ。準決勝進出を決めました。艇の性能、クルーの技術は決して上位チームにひけを取らないだけに、今後アクションメントやトラブルがないかぎりシビアな接戦が続くと予想されますが、初の決勝。そして本選進出に向けてますますの二声援をお願いします。

「U.S.S.X」 J・エミツグ2度目の表彰台 L・ワードも好調3位を維持!

開幕から、並みいるワークスチームを脅かす活躍を見せているのが、ノリーンヤマハ所属のラリー・ワード。2月11日の第5戦サンディエゴ大会でも、10周目にクレイグをかわして2位上がり、5戦連続で表彰台をゲットしました。

その後、第6戦アトランタで6位、第7戦デイトナで5位とやや順位を落としたものの、ランキングは3位。トップを行くマクグラス追撃の一手手として、さらなる活躍が期待されます。

一方、Y.M.U.S.チームのジェフ・エミツグもアトランタで今季2度目の表彰台となる3位を獲得。さらにデイトナでも4位に入って、ランキング5位をがっちりキープしています。

また、スーパークロスから遅れて3月5日にゲインズビルで開幕したナショナルモ

トクロスは、2ヒートの合計ポイントでエミツグ、ワードがそろって4位、5位を獲得。こちらも目が離せなくなりそうです。



以前に比べ、走りに安定感が出てきたことが、ワード好調の一因か。

「デイトナ200マイル」 エドワーズ僅差の4位! 永井は右手骨折にも負けず 粘りの力走で7位獲得

ロードレースシーズン開幕を告げる「デイトナ200マイル」レースが、3月12日まで、アメリカのデイトナ国際スピードウェイで開催されました。

メインレースは、最終日のスーパーバイクラス。かつてE・ローソンやF・スペンサー、W・レイニーなども出場し、数々の名勝負を残したレースだけに、日本でもよく知られたレースです。

今回は、初めてスーパーバイク世界選手権にフルエントリーすることになるY.R.T.R.の永井康友、コーリン・エドワーズ、さらにバンス&ハインズからトム・キップといった選手たちがYZF750で出場しました。

そのなかで、まず好スタートをきったの

がエドワーズ。フロントローから鋭い奪取でホールショットを奪い、トップに立ちます。しかし、その直後追い抜きをかけてきたラッセルの転倒に巻き込まれ、3位まで順位を下げました。

それでも、大きなダメージはなく、3位をキープしたまま最後のピットイン。

ところが、その間ステイアプンスに先行を許し、終盤、激しく競り合いますが、わずかに及ばず、4位となりました。

一方、永井は予選で転倒し、右手中指を骨折。完走さえ危ぶまれる状態でしたが、序盤19位から粘り強く追い上げ、トップと同一周回の7位でフィニッシュしました。

また、優勝はラッセル。キップは6位に入っています。



大接線を演じながら3位を逃したエドワーズは「最終コーナーでかなり過ぎて、リアタイヤが滑ってしまった。残念」と語った。

CRANK CASE お店で聞いた ちょっといい話

愛知県のA店で聞いたハナシ。

こちらのお店、昭和元年に創業した地域で一番の老舗バイクショップ。現在のご主人が三代目にあたり、老舗ならではの堅実で、かつ地域に密着したご商売を展開されている。

そのご主人に「いま、一番頭を悩ませているのはどんなことですか?」と聞いてみたら、即座に「お客さんの高齢化」という答えが返ってきた。聞けば、スクーターのお客さまの平均年齢が50歳。代替え中心の市場とは言え、これではあまりに高すぎる。

こうなってしまった一番の原因は、新規客の減少であることは間違いない。厳しいと言われる愛知県の三不運動の影響もゼロではないだろう。ただ逆の側面から見れば、それでもご商売が成り立っているのだからスゴイことだ。代替え客のフォローがかなり高いレベルで行き届いているのだろう。

前置きが長くなってしまったが、ここからが本題。

これだけ長い間ご商売をされていると、A店で4台、5台と代替えを重ねるお客さまが何人もいる。長い付き合いの中でお客さまはA店を心底信頼するようになり、三代目のアドバイスもよく聞いてくれるようになるそうだ。たとえばミントのお客さまが代替えモデルを探しに来たとき。この時、お客さまが「また同じスクーターを」を要望しても、三代目はミントを絶対に勧めない。代わりに「これアブリオというんですが、いかがでしょうか? 走りも機能も違いますが」とアドバイスする。

「それまで乗っていたモデルのひとつ上、ワンランク上の商品に乗ってもらうことで、お客さんの反応が全然違うんです。上級モデルに乗れば必ず違いがわかりますから、お客さんも「いいもん勧めてくれたなあ」と感謝してくれるわけです」

A店のご商売は、簡単に言ってしまうとこれの繰り返し。代替えのたびに上級モデルを勧めて、徐々に上級モデルにステップアップさせていく。だから最初は安い商品でも構わない。いずれ代替え時期が来れば、上級モデルに乗っていただける自信があるからだ。

「先日GEARを購入されたお客さんは、AXISからの代替えなんです。確かその前がJOGでしたけど、毎回「今度のはいいねえ」と喜んでくれます。だからうちは年配の方ほど高い商品に乗ってるんですよ」(笑)

「FIGP」 新スポンサーに『ノキア』 セカンドドライバにミカ・サロ 新体制でいよいよ開幕戦へ!

3月26日の開幕戦ブラジルGPを目前に控えた3月15、16日、ロンドンで「ティレル・ヤマハチーム」のセカンドドライバートと新しいメインスポンサーがあいついで発表され、すべての体制が整いました。

まず、片山右京とコンビを組むドライバースは、昨年まで全日本F3000に出場していたミカ・サロ。28歳のフィンランド人で、F1経験は昨年の日本GPとオーストラリアGPの2戦に、ロータスから出場しました。

成績は日本GPでの10位が最高ですが、今オフシーズン、ヘレス(スペイン)とエストリル(ポルトガル)で行なったテスト

で、そのマシン開発能力と速さを買われての起用です。

またスポンサーについては、サロの地元フィンランドに本拠を置く世界的な電気通信機メーカー、NOKIA(ノキア)がチームタイトルスポンサーとして参加。これにより、今シーズンは「ノキア ティレル・ヤマハチーム」という名称でエントリーすることとなりました。

優れたドライバース、潤沢な資金力、そしてパワフルなエンジンと画期的な装備を備えたニューマシンがそろい、戦力は大きく充実。今年こそ、序盤戦から一気に表彰台、優勝狙いの大活躍が見たいものです。



今月のテーマ

ほどほど感覚

限定解除を目指すライダーたちの動向を探ろうと、YBS（ヤマハ・ビッグバイク・スクール）のベテラン・インストラクターとして知られるOさんに話をうかがった時のこと。

「ちょっと前まで限定解除を目指すライダーってのは、だいたいバイク一筋、他の趣味はありません！ っていうタイプばかりでした。ところがいまは全然違うんです。『バイクは確かに趣味のひとつだけど、どちらかといえばスキーの方が好き』なんて感じの生徒さんばかり。何事にも『ほどほど感覚』なんですよね、いまの若い人たちは……」 こう話していました。

「ほどほど感覚」とは、いったいどのようなことを指して言うのでしょうか？ 簡単に言ってしまうえば「広く、浅く」ということなのでしょうが、この『ほどほど感覚』を顕著に表した事象が、一昨年夏あたりから全国のキャンプ場で起こっています。

栃木県のあるキャンプ場管理責任者に聞きました。

「明らかにキャンプ初体験の若いカップルが、まだ包装紙にくるんだままのテントをここまで持ってきて、ぎこちなく準備を始めるんです。で、しばらく見てみると、その二人が私のところにやって来

て『近くにカラオケボックスありませんか？』って（笑）。キャンプに来たのはいけど、何もなければつまらなくなっちゃったんでしょね。別に悪いとは言いませんが、多いんですよ、こういう人が……。アウトドアブームに乗って来てはみたけど、ちゃんとしたシャワーもない、ファミコンもないで、長い夜をどう過ごしていいかわからなくなっちゃうんですよ」

そんな中、ビギナーからベテランまであらゆる層のキャンパーに支持を受けているのが、設備の整った近代的なキャンプ場です。温水シャワーはもちろん、水洗のトイレや電気、さらには子供たちが遊ぶためのグラウンドまで、まるで家庭と変わらぬ生活がそこには待っているのです。

「設備がなくても人が集まったのは去年まで。今年はそうもいかなくなるでしょう。結局、自然を楽しむの『ほどほど』なんです」（前出管理責任者）

なんでもやるけど、それも『ほどほど』——ひとつのことにのめり込むのを嫌う若い世代——なんともつかみどころがありませんが、逆に言えば好奇心と行動力にあふれているということ。新しい遊びの提案さえあれば、ノリのいい人種であることは間違いありません。

電動ハイブリッド自転車『パス』に
バッテリー着脱可能型を追加設定

ヤマハ『パス』タイプC (24インチ)

3月16日
新発売



着脱が容易。アパート、マンションの家庭用電源から専用チャージャーで充電できるニカド式バッテリー

“世界新商品”として'93年11月から地域限定発売を開始、'94年4月から全国で発売中の電動ハイブリッド自転車ヤマハ『パス』に、車体から取り外せて充電も簡単な長寿命ニカドバッテリー採用型がラインナップに加わりました。現行の24型、26型（鉛バッテリー採用）とあわせ、ヤマハ『パス』に3タイプが揃いました。

メーカー希望小売価格

137,000円

※車両本体価格、消費税は含まず

専用充電器「パスチャージャー」=12,000円(消費税は含まず)

カラー：アトランティックブルー

ダークパーブリッシュレッドカクテル2



アトランティックブルー

フィーチャー&セールスポイント

■「パワーアシストシステム」(P.A.S.)の採用
ペダルを踏み込む力と、その力に応じた電気モーターからの補助動力を融合させて後輪を駆動させる機構がヤマハ『パス』の最大の特徴。通常の自転車のほぼ半分のみで走行できます。また運転操作は通常の自転車と全く同じで、自転車に乗れば簡単に運転できます。

■軽量・長寿命のニカドバッテリー搭載

『パス』タイプCは、現行モデルの基本性能をもとに、軽量・長寿命で車体との着脱可能なニカドバ

テリーを新たに採用したモデル。マンションやアパートの家庭用電源(AC100V)から専用チャージャーを通し簡単に充電できるのが特徴です。またこのニカドバッテリーは、外気温度による特性変化が少なく、安定した電流供給とサイクル寿命に優れ、軽量であること等が特徴となっています。

■盗難抑止ロック機構

イタズラ、盗難を抑止するため、強力な操作性の良いオリジナル「シリンダーサークルロック」を採用しています。

ヤマハ『パス』タイプC

ヤマハ『パス』タイプC ●全長1785mm ●全幅540mm ●サドル高765~890mm ●輪間距離1,100mm ●タイヤサイズ24×1 1/2W ●車両重量29kg ●補助速度範囲(変速機「速」)比例補助0km/h以上~15km/h未満、速減補助*15km/h以上~24km/h未満 ●一充電航続距離20km(ヤマハパターン) ●原動機形式直流ブラシ式 ●定格出力235W ●補助力制御方式踏力比例制御式 ●蓄電池形式ニカド電池 ●電圧1.2V×22(26.4V) ●充電器形式スイッチングレギュレーター方式 ●充電時間最長4.5時間(充電待ち時間除く) ●駆動方式チェーン式 ●照明装置ダイナモ式前照灯
*ヤマハパターンで走行した場合。

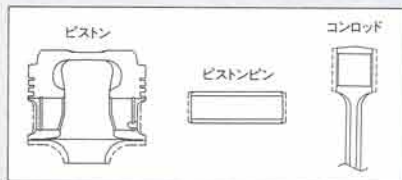
バッテリー新品、常温25℃、車載重量(乗員および荷物を合計した重量)56kg。

発進 '95モデル XJR400/XJR400R

2月号で既にご紹介したように、'95モデルの400ccネイキッドは、ベースモデルの「XJR400」とスーパーネイキッド市場に投入する「XJR400R」の2本立て。両モデルに共通するエンジン関係の“新フィーチャー”はXJRの強い商品力をキープするポイントです。

■ムービングパーツの軽量化

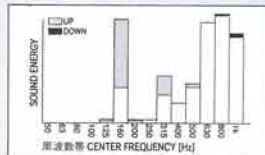
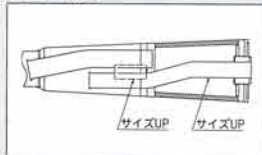
ピストン、ピストンピン、コンロッドの軽量化で、過渡特性の向上を図りました。



■吸排気系の変更

キャブレターセッティングの見直しで発進から低中速域での扱い易さを向上。排気効率の向上で低中速域のトルクアップ、排気音による体感性能アップを図りました。

マフラー構造

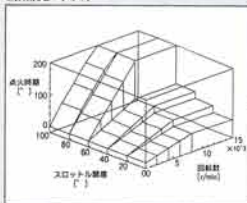


■点火系の変更

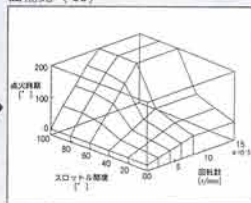
T P S制御方式について従来の線補完から面補完に変更。よりスムーズな乗車感を実現しています。

●イグナイター……線補完⇒面補完

線補完 ('94)



面補完 ('95)



シルキータッチのエンジン。
排気量100ccアップの感覚。
シャープさが演出された。
低中速での扱い易さが向上。
正常進化の正しい方向だ。
リアリティが一段と熟成。

※上記コメントは、3月上旬の二輪専門誌向け試乗会で聞かれたインプレッションの一部です。



経済性が大きなパワー!

NEW PRODUCTS

期待に応じて新発売

モーターサイクル専用の4サイクルブランド「EFEROシリーズ」に、このたび経済性に優れた新商品「エフェロBx」をラインナップしました。使うほどに差が出る経済的な価格設定は、ビジネスでモーターサイクルを使う方に最適。もちろん性能面でも高水準の清浄性、耐摩耗性、高温酸化安定性を有し、過酷な仕様条件にも対応する高級オイルです。



API規格: SE Class
SAE規格: 10W-30/20W-40
20ℓペール缶 ¥19,000
200ℓドラム缶 ¥190,000



サイクルロックP-90

¥3,900 No.90793-66231

●カラー:ブラック(No.90793-66231)

メタリックシルバー(No.90793-66233)

現行Pロック「P-50」のサイズアップモデルです。90-125ccのスクーターに対応します。



サイクルロックHX

¥12,000 No.90793-66231

●カラー:ブラック

●全長:114cm

サイクルロック信頼の機能はそのままに、強度をさらにグレードアップしました。

遠距離通勤&ビジネスに対応した新商品

シグナス 125

春の需要期にあわせてスクーターのラインナップがまた充実します。遠距離通勤での使用からビジネスユースまで、幅広い使用条件下での優れた基本機能を具現化させたヤマハスクーター「シグナス125」の登場です。

メーカー希望小売価格

279,000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)、登録にもなう費用は含まれません。

カラー:ブラック?
ファインシルバー

3月20日
新発売



主なフィーチャー&セールスポイント

■粘り強い4サイクル単気筒エンジン

粘り強さが特色の10馬力空冷4サイクル単気筒エンジンを搭載。Vベルト式無段変速機構とのコンビネーションで軽快スムーズな走行性能を実現しています。

■大容量収納スペース

XLサイズのフルフェイスヘルメットやA4版バイندرも収納可能な20ℓ大容量収納スペースをシート下に設定しています。

■7.8ℓフルエールタンク

7.8ℓ容量のビッグタンクを採用して優れた航続距離を実現。また給油口はシート後方の側面に設け、荷物積載時でも、座ったままでも給油が可能です。

■ボトムリンク式フロントサスペンション

フロントには乗り心地に優れたボトムリンク式サスペンションを採用しました。

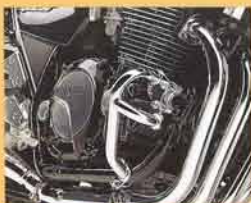
ヤマハスクーター「シグナス125」

ヤマハスクーター「シグナス125」 ●全長1840mm ●全幅705mm ●全高1105mm ●シート高755mm ●軸間距離1220mm ●最低地上高95mm ●乾燥重量104kg ●エンジン種類空冷4サイクルSOHC2バルブ ●気筒数配列単気筒 ●総排気量124cc ●内径×行程51.5mm×60.0mm ●圧縮比9.8:1 ●最高出力10.0ps/8,000rpm ●最大トルク1.9kgm/6,000rpm ●キャブレター型式BS26X1 ●始動方式セル・キック併用式 ●点火方式C.D.I. ●潤滑方式強制送圧ウェットサンプ ●エンジンオイル容量1.2ℓ ●クラッチ形乾式内拡心式 ●変速機形式Vベルト式無段変速 ●燃料タンク容量7.8ℓ ●緩衝方式(前/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)80mm/75mm ●ブレーキ形式(前/後)ドラム ●タイヤサイズ(前/後)3.50-10-51J

'95ヤマハスクーター「シグナス125」(XC125)フィーチャー

- ・便利なプッシュキャンセルフラッシュャースイッチ
- ・2灯ヘッドライト
- ・使い勝手のよいワイド収納ボックス
- ・快適な乗り心地のボトムリンクサス
- ・チューブレスタイヤ
- ・MFバッテリー
- ・取りまわしが楽なショートホイールベース
- ・足元楽々ワイドなフットボード
- ・手上げ鞆が吊るせて便利なバッグハンガー
- ・余裕ある20リットルの収納スペース
- ・アルミリアキャリア
- ・荷物があっても、シートに座ったままでも給油ができるサイド給油口
- ・ホイールトラベル75mm
- ・コンパクトな強制空冷4サイクルエンジン

※この製品は、ヤマハ海外工場Yamaha Motor Taiwan Company, Ltd(台湾ヤマハ)にて、厳密な品質管理の下で生産されたものです。



XJR1200専用エンジンガード
¥14,500 No.90793-65019
仕様はXJR400用と同様です。



XJR400専用エンジンガード
¥12,800 No.90793-65018
スチールパイプにバフ研磨を施し、さらにクロムメッキで仕上げています。



XJR400専用グラブバー
¥9,800 No.90793-66216
バフ研磨にクロムメッキを施し、光沢のある美しい仕上げとしました。



TRX850専用アンダーカウル
¥35,000
●カラー:レッド(No.90793-52034)
ホワイト(No.90793-52035)
カーボンファイバー製のアンダーカウル。車体色に合わせて2タイプを用意しました。

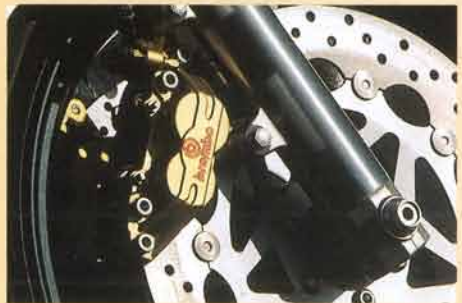


TT250Rレイド専用ラリーライザー
¥5,500 No.90793-52036
●カラー:ホワイト
フロントまわりを引き締め、精悍さを高めるニューアイテム。アドベンチャースピリットを高揚させるポイントパーツです。

Yamaha News 4月号 ● 1995年4月1日発行 ● 発行所：ヤマハ発動機株式会社 広報室宣伝課 〒430 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

YAMAHA AD
CLIPS

静かに包み隠すことでさらにきわだつ
MAX NAKEDの圧倒的な量感、力感。
それが『XJR1200』の主張なのだ。



3月1日に降機載の専門誌用広告

1.2L・空冷・並列4気筒。他を圧するエネルギーとパフォーマンスにあふれたパワーユニットはロードスポーツ・フラッグシップたる証した。

しかし、『XJR1200』は今、あえてそれを誇示しない。あくまで静かに、ドッシリと大人らしい懐の深さで包み込み、ジェントルな表情さえ浮かべて立っている。それでいながら、「いざとなれば右手の動きひとつで牙をむく戦闘力。意のままに身を翻す天賦の運動性。ありふれた日常をどこまでも解き放って、たとえようのない官能が訪れる」(カタログ・コピーより)

静から動へ。兼ね備えた二面性のなかで、よりきわだつ1.2Lの実力。現在展開中の専門誌広告やカタログで表現しているのは、こうした『XJR1200』のさりげない姿から垣間見える、ソクソクするような期待感です。店頭でも、イメージづくりにお役立てください。

YAMAHA