

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●JOG愛されて12年

## JOGグラフィティ

ハローナイスショップ●YSP郡山中央

## オン・オフモデルの商品展示

YAMAHA NEWS●インタビュー6

## 宅配ピザの先がけヒガ・インダストリーズ

1995 No382

6  
JUN

男、孤独の走りを満ちすXV1100ピラーゴ、心の大陸を探す旅に出る。いま、ビッグアメリカンが輝いている。クルーシング・アート。XV1100が熱い。その輝きと熱気を放つ季節だ！



拝見！隣のお店 このアイデア

## ハローナイスショップ

YSP郡山中央  
福島県郡山市（小林一秋社長）



キャンプツーリングの楽しい一時をシーン演出したホットスペース。よりリアリティを高めるために、丸太や小石の天然素材を多用する



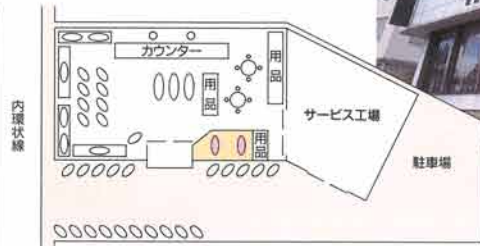
商品展示②オン・オフモデル編

# 想像を広げるシーン演出



## YSP郡山中央

市内を走る主要道路、内環状線沿いに立地。広い敷地面積を有効に活用し、ショールーム、オープンスペース、サービス工場をぜいたくにレイアウトする。モーターサイクルシーズンが短い地域だけに、シーズン中の展示には力を入れている。



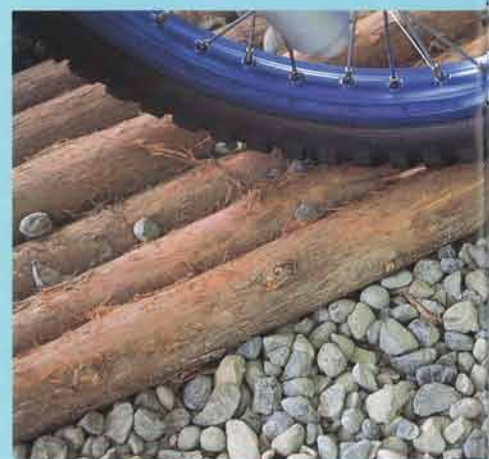
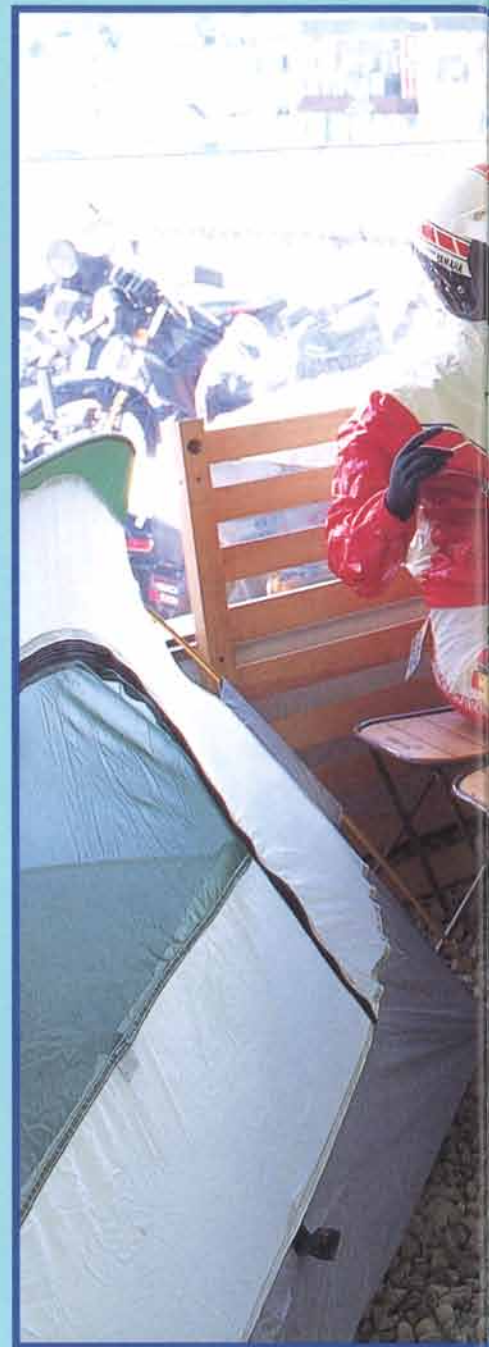
て、さらに深く想像していただく「演出」の役割である。

今回おうちがいたYSP郡山中央さんのシ

商品展示の持つ意味は、大きく分けて二つある。まず、もっとも大きな要素として挙げられるのが、「商品をお客さまの目で確かめていただく」こと。カタログでは感じることのできない質感や細部の装備を、見て触って確認していただくことが最大の目的となる。言い方を変えれば立体版のカタログというところだろう。

そしてもう一つ、「その商品を使って何ができるのか」「その商品がある生活とは、どのようなものなのか」——この2点を具体的にイメージしていただくこと。これも商品展示の大切な目的と言える。つまり使うシーンを明確にし

て、さらに深く想像していただく「演出」の役割である。



ョールームは、広い店舗面積を武器として、この二つの要素が十分に満たされていた。ヤマハモーターサイクルのラインナップで埋めつくされたショールームと、入口脇に設けられたホットスペースがそれである。見て触って、さらには夢を見られる空間がそこにはあった。

「ショールームのディスプレイについては、できるだけ新鮮さを失わないように努力しています。ただ漠然とニューモデルを並べているだけではなく、お客さんにも楽しんでもらいたいですからね。ホットスペースに展示しているTTやセローもその一環なんです」と、小林社長。

写真を見ていただければ分かるとおり、同店のホットスペースには、現在TT250Rレイドとセロー225Wが展示されている。床には小石が敷き詰められ、丸太とアウトドアグッズを使って楽しい休日のキャンプシーンが演出されていた。このホットスペースは、ショールーム全体からすればわずか10%程度の面積。しかしこの小さなディスプレイが、ショールーム全体に与える影響は計り知れないほど大きいだろう。



特集●JOG愛され続けて12年

# JOG 250万台目



祝  
250万台目  
ヤマハ

祝  
250万台目  
おめでとう  
おめでとう



1983年3月、初めて街に登場した『JOG』は  
ジョギングシューズのように軽快なフットワークと  
カジュアルなカラー、スタイルで  
またたく間に若者たちの心をとらえた。  
それから12年。さまざまな時代を駆け抜けながら  
今、250万台目の『JOG』が街に出ようとしている。  
そこで今回の特集は、世相、風俗が移りゆくなか  
高性能スクーターとして変わらぬ支持を集め続けた  
『JOG』の足跡を振り返ってみよう。



# センセーショナルにデビュー

3月、軽快でパワフルな走行性能と99,000円という低コストを両立させて衝撃的なデビューを飾った『JOG』は、たちまち若者たちの圧倒的な支持を受け、この年の販売台数トップを記録した。また、フロントタイヤの上まで斜めに延長したフットスペースが、両足をそろえて乗るスクーターの常識を破り、片足だけ斜めに掛ける“JOG乗り”スタイルも生まれた。

1983

「東京デイズニールランド」オープン。関連グッズが街にはんらん

「ファミコン」新発売、大ブームへ

「阪急・福本選手が盗塁世界記録」

「ミスター・シーシー」の登場

## アラレちゃんもJOGに乗ってウホホーイ!

今『ドラゴンボール』、当時は『Dr.スランプ アラレちゃん』と次々ヒット作を生んでいるマンガ家の鳥山明さんだが、ヤマハニュース6月号にこんなエピソードが掲載された。

「ボクのペルーガに乗った奥さんがすっかり気に入って、私もスクーターに乗りたいって言い出したんです。そこで軽くて乗りやすそうなJOGにしました。乗ってみると、小柄なのに安定感があって、とっても速いですね。それとフロントパネルとフェンダーが一体になったスタイルもかわいいし。

奥さんが黄色のJOGなんて、ボクももう1台黄色のボクを買っちゃった。お天気のいい日は、よく2台でショッピングセンターまでウホホーイと出かけるんです。では、バイチャ!



「初代」JOG50(CE50E-27V)  
発売:1983年3月  
諸元:オートマチック、強制空冷、Vベルト  
駆動、無段変速、セル付き、12V仕様  
カラー:マイルドブルー、カムイエロー、  
クリミーホワイト、ストームレッド  
追加:メイプルレッド(10月、カラー追加)  
JOG年間出荷台数:194,184台(ヤマハ調べ)

「スタイリッシュ・スプリンター」をキャッチフレーズに新登場したJOGは、雑誌広告やTVコマercialをとおして、明るくポップなトーンで軽快さをアピール。いち早く若者の心をつかんだ



## 三つ子の姉妹がおそろいのJOGで快走!

この年のヤマハニュース10月号には、おそろいのJOGに乗るかわいらしい三つ子の姉妹、跡部えみ、るみ、ゆみさん(宮城県黒川郡)の話題が、次のように紹介された。

「顔はもちろん、声や体格までそっくりの3人は、8月末に原付試験を受け、そろって合格。即、全員一致でJOG購入となったわけですが、選んだ理由はそれぞれ違い、えみさんはフロントパネル、るみさんはサイドとエンブレム、そしてゆみさんは横から見た全体のボディラインが気に入ったとのことです」



原付一種最高速度制限(60km/h)が始まる

排気量別馬力自主規制が始まる

ライダーがTZ250で世界チャンピオン奪取

RZ250R、XJ400Z、XS400、TY250Rなどが新発売

## 私のJOG回想録

### パッソルから生まれたJOG きっかけは社長の「鶴の一声」

誕生から12年、パワーアップはもちろん、ヘルメット収納などさまざまな機能や盗難対策を加えて進化してきたJOGは、トータル250万台を数えるほどのヒット商品に成長しました。

でも、開発当初はそんな戦略モデルとして作ろうとしたわけじゃないんです。以前、パッソルIIの開発を進めるなかで、原形となる立体クレアモデルをいくつか作ったんですが、そのひとつを見た小池社長(当時)が「これもいいじゃないか。パッソルIIとは別に新しく作れ」と命じたモデルがあって、実はそれが「初代」JOGになったんですよ。

それで、若者向けのスクーターにしようとパワフルなエンジンを作ったところ、逆に力があり過ぎてウィリーばかり。パワーを落とさず、しかもウィリーを抑えるのに、えらく苦労した覚えがあります。

(ヤマハ発動機・MC第2開発部開発21課主事/高橋博幸)

沈滞ムード一色の中で、JOGの発売がセールスマンにも活気を与えてくれた

JOGの発売当時、私はいとと同じ堺営業所に勤務していましたが、この時代はヤマハの販路全体が、なにか重苦しいムードに包まれていた頃なんです。時代という大きな流れの中で、ヒット商品が生まれにくい背景があったように記憶しています。

それでもJOGの発売時には、セールスマンが丸となって導入に当たりました。関西では販売店さん向けの発表試乗会を各地で開いて、当時29歳の私も会場を走りまわったものです。そこで受けた反応が「スタイルが斬新」「走りがいい」という好評価でした。そうした販売店さんの声を聞いているうちに、「もしかしらたらヒットするかも…」という予感がしましたね。

実際にその予感的中して、すぐにバンバン売れるようになりました。その結果、たったひとつのJOGというモデルのおかげで、セールスマンも販売店さんも一気に活気が戻ったわけです。まさに時代の救世主といった感じでした。

その後、京都や東、姫路、和歌山と、関西一円の営業所を渡り歩きましたが、思い出されるのはその時々々のJOGのことです。CYが京都時代、YGが東時代、そしてアブリオが和歌山時代と、それぞれに思い出がありますね。ヤマハンとしての私の経歴は、JOGとともにあったと言っても過言ではないでしょう。

(ヤマハ関西堺営業所/本村総所長)

1984

ロスオリンピック開催。ソ連、東欧諸国が不参加  
「クリコ・森永事件」「ロス疑惑事件」発生

イラストレーター渡辺和博著「金魂巻」が大ヒット。金ピの流行語が生まれる



●JOG50 (CE50E-1HH)

発売：1984年11月  
諸元：ニュー始動安全装置（ブレーキレバー連動）、フットペダル付きシート、ステップマット標準装備 カラー：シルキーホワイト、コスミックブルー、カムイエロー、アップルレッド  
JOG年間出荷台数：219,310台(ヤマハ調べ)

JOGの商品性にマッチしたカジュアルな店舗ツールがショップを彩った。キャンパス風のPOPが若いお客さまに共感を持たれ、男女問わず、学生ユーザーが飛躍的に増える。当時、フロントバスケットにLPレコードを入れて走るの流行した



ピュアスポーツRZV500R誕生  
原付二段階右折が導入される  
E-ローソンが初の世界タイトル獲得

バリエーションモデルを投入

ヤング層のハートをガッチリと獲得したJOGは、徐々に細分化の道を歩み出す。その先陣を切ったのがこの年に発売された「ブラックJOGスペシャル」だろう。後のスポーツスクーターブームの先駆けとなったこのモデルは、ピレリタイヤの装着、リアガスクッションの採用で、足まわりを強化した。また、人気のパステルカラーに加え、あえて投入したブラックが、ヤング男性に支持を受けた。

●ブラックJOGスペシャル (CE50E-1KH)  
諸元：ピレリ製ニューファントムタイヤ、リヤガスショック  
カラー：グリタリングブラック/コンペティションイエロー  
JOG年間出荷台数：169,818台(ヤマハ調べ)

スクーターレースブームに火が付き、全国各地でシリーズ戦が開催された。「JOGは強い」と認識されたのもこの時代である。当時モト・チャンプの主催で行なわれたスクーターレースには、約半数がJOGでエントリー。圧倒的なシェアを獲得していたのかわかる。またスクーターレースブームの背景として、平忠彦&テック21という歴史的な組み合わせが誕生した

日航機が群馬県の山中に墜落  
阪神タイガースが21年ぶりに日本一に  
財テクブーム  
平忠彦&K・ロバートが参戦出場。ラスト30分で涙  
Y.E.S.S.が発足。「遊びの提供」が売りのポイントに  
東京モーターショーで初代TZR250がデビュー



1985

第26回東京モーターショーに近未来スクーター「FC-1」登場

スクーターを取り巻く環境が激変期を迎えていたこの時期、一方ではスクーターに対する夢や可能性が無限に広がっていた。

'85年に開催された第26回東京モーターショーのヤマハブースには、こうしたスクーターの可能性を指し示す一台のショーモデルが展示された。写真のFC-1がそれである。

世界的なデザイナーであるルイジ・コラーニ氏の発想力と、ヤマハの技術力が結実したこのモデルは、卵をモチーフにした新時代のコミューターとして話題となった。



ターゲットはキャンパスにあり！大学生協でもJOGを販売

いまでこそバリエーションモデルの展開により、幅広いお客さまに愛されているJOGだが、導入当初は若い世代がメインターゲットだった。特に大学生に的を絞った販売促進は、拡販の常套手段として広く用いられていた。

写真は東北大学の生協に展示された当時のJOG。テニスラケットやスニーカーなど、キャンパスライフを彩るツールに囲まれていたのがわかる。これは仙台市の株早坂サイクル商会（早坂忠社長）さんのアイデアにより実現したもので、後に同大学はJOG一色になったという。



1986

# 5.3馬力にパワーアップ

原付のヘルメット着用が法制化されたこの年、予想されたとおり全体の需要は落ち込んだ。そんな中でJOGは持ち前の「走りの良さ」に磨きをかけるため、5.3馬力にパワーアップ。タウン派に加えてスポーツ志向の若者をキャッチした。



●JOG50 (CE50E-2EX)  
 諸元：5.3馬力エンジン、ホワイトホイール  
 カラー：クリミーホワイト、コーラルピンク、コスミックブルー、アップルレッド  
 JOG年間出荷台数：107,600台（ヤマハ調べ）

転載情報誌「トラバユ」創刊。  
 働く女性がますます元気に  
 ソ連チェルノブイリで原発事故  
 女性ファッションでボディコン大流行

## JOG人気を裏付けるクラブが発足 その名も「JOG RS」!!

スクーターレースが盛り上がりを見せる中で、レースの世界でもJOGはネームバリューを高めていた。それを裏付けるように、宮城県東郷町では、JOGの商品名をクラブの名前に冠した「JOG RS」というレース主体のチームが発足している。

母体は鈴木屋輪業商会さんというショップ。当時約20名のメンバーが在籍し、スクーターレースやスクーターツーリングをエンジョイしていたという。



カラード・フットボードを採用し、シートを同色にまとめるなど、バステルカラーを基調にしてイメージを一新。ホワイトカラーのホイールも、ソフトで洗練された印象を与えた。一方で男性ユーザーをターゲットとしたエクセルを発売。スクーターのバリエーションを強化するとともに、JOGのポジションングをより一層明確にした。ちなみにエクセルのCFキャラクターは平忠彦さん。「自分はただの男です」が流行語に――



YSR50発売。ミニバイクに新旋風！  
 ソートカラーが大ヒット。FZRやYSRなど、複数のモデルに採用  
 『ヤマハON&OFF』放送スタート

## 原付ヘルメット着用でヘルメットにもカジュアルの風

ヘルメットの着用が定着するにつれて、スクーターユーザーとヘルメットの間にも急激な変化が現れた。86年。この年を境に、スクーターユーザーの間でも、ヘルメットが個性を表現する大きな要素となる。

この時期に発売されたリーウィンズL-1は、本体で人気のバステルカラーをヘルメットに転用した商品。グラフィックを含めたライトな感覚が、JOGユーザーからも好評を得た。



1987

原付試験合格者、初めて70万人を割る  
 国鉄が分割民営化。新名称はJR  
 アサヒから「スーパードライ」発売。空前のドライブブームが起きる  
 ラップミュージックから火がついて、ヒップホップファッションに流行のざざし

●JOG50 (CG50E-2JA)  
 諸元：電動式フェルメーター、フォークブーツ、6馬力エンジン カラー：オリーブシルバー/オロラブルー、ソフィアレッド/ソリッドサーモンピンク  
 JOG年間出荷台数：177,940台（ヤマハ調べ）



SUGOインターナショナル・レーシングコース完成  
 可変排気バルブシステム「EXUP」開発。FZR400Rに採用

風間深志さんがTW200改で北極点へ。同年、TDR250を駆りアラオ・ラリーでクラス優勝

## 初めてのフルモデルチェンジ

スタイリッシュ・センセーションをキーワードに、JOGが初めてのフルモデルチェンジ。そのスタイルから「ダンガンJOG」というニックネームがつけられた。またテレビCFの「ちゃんとしてる」が受け入れられ、略して「ちゃんJOG」とも呼ばれた。多様化するユーザーニーズに応じてJOGパール、JOGスポーティ、JOGカジュアルをラインナップ。3タイプ7バリエーションが出そろった。

## 私のJOG回想録

### 12年間の合計で1,000台以上販売 4日に1台納車してきました

私がこの販売を始めてから、一番たくさん売ったモデルがこのJOGシリーズでしょうね。おそらく12年間で1,000台以上、だいたい毎年100台くらいは販売してきましたから……。計算すると4日に1台お客さんに納車してきたわけで、もちろんそれだけに思い出やエピソードはたくさんあります。

でも、最初からこんなにヒットする商品とは思っていませんでした。私の見る目がなかったのかもしれませんが、発売当初は「ずいぶん、のっぺらぼう」な顔してるな、「売りにくそうな商品だな」と思っていました。実際、最初は店頭でズラリと並べても、ほとんど売れなかったように記憶しています。確か爆発的に火がついたのは、発売されてから半年くらい経ってからだと思いますよ。

いまではバリエーションも豊富になつてずいぶん売りやすくなりました。次は2,000台を目標に売っていきたくはありますが、きっと21世紀になってしまうでしょうね。とにかくこれからもウチの主力商品はJOGであり続けるはずですよ。

(YOU SHOPホキキ／中村富夫社長)



フルモデルチェンジに合わせて、宣伝活動も一気に加速。男性誌を中心にした雑誌広告から春・秋2回のテレビCFで、生まれ変わったJOGの優位性をアピールした。特に春のCFは「ちゃんとしたスクーター」を訴求ポイントに置き、「ちゃんJOG」なる愛称を生み出した。またカラーバリエーションの広がりから、店頭も一気に華やかに



# 足のいいヤツ、スポーツバージョン登場

## 基本路線にこだわった『ニューJOG』と『ポシエ』

私は、'86年からJOGシリーズの商品開発を担当してきました。どれも思い出深いモデルばかりですが、最も印象に残っているものといえば、'89年の『ニューJOG』と'92年の『ポシエ』ですね。

初代の頃からJOGは、速くてスタイリッシュで乗りやすい、というのが定評でした。だからニューJOGは、ヘルメット収納機能を付加しながら、いかにスリムなボディラインを実現するかにこだわったんです。トランク内の内張りははがすとよくわかるけど、徹底的にムダなスペースを絞り込みましたよ。おかげで、発表の時「これで本当にヘルメットが入るの？」って驚かれたくらいです。

ところが、そうやって年々進化し、速さとか元気良さ・イコールJOGという図式が固まってくると、JOGは若者だけの乗り物になってしまう。そこで、一番要望の多かった主婦向けの『ポシエ』を作ったんです。前傾しない楽なポジション、カゴで隠れないヘッドライト、荷物が乗せやすい車体など、使いやすさ最優先で作りました。

誰でも気軽に乗れるJOG。そんな基本を再確認した画期的モデルだと思っています。

(ヤマハ発動機・MC商品企画室商品企画グループ主事/中村成也)

1988

走りの“素質”で多くのファンを得ていたJOGに、さらにスプリンターとしての性能に磨きをかけた『JOG SPORTS』がバリエーションデビュー。「スクーターでもスポーツしたい」という若者層に支持を受ける。また、ヘルメット規制は「どうせ同じくヘルメットをかぶるなら…」と50 ccの1ランク上、80 ccクラスに注目を集める呼び水となる。この年、JOGにも80 ccモデル・JOG SPORTS 80がデビュー。



「リクルート疑惑」が浮上、政界・財界を巻き込む騒動へ

ソウルオリンピック開催。水泳の鈴木大地が金メダル

幼女連続誘拐殺人事件

二輪車セーフティスローガン募集キャンペーン開始

ヤマハニュースが300号を迎える

TDR250、TDR50、BW'Sなどが新発売

- JOG SPORTS (CG50Z-3CF) 発売：1988年2月  
 諸元：セリアーニティブロントフォーク、フロントディスクブレーキ、6.3馬力エンジン カラー：グリタリングブラック、ファイナルレッド、シルキーホワイト
- JOG SPORTS80 (CG80Z-2X11) 発売：1988年2月  
 諸元：2サイクル空冷7.0馬力、トルクインタクション、セリアーニティブロントフォーク、フロントディスクブレーキ カラー：グリタリングブラック/ミディアムグレー、シルキーホワイト/ミディアムグレー
- JOG スポーティ (CG50ES-2TE1) 発売：1988年4月  
 追加：4月、カラー追加/10月、限定色/12月、ブラックエディション  
 JOG年間出荷台数：139,896台 (ヤマハ調べ)

スポーツバージョンの登場で、スクーターレースには“計算のできるJOG”が一層の人気。

## ブrosのニューJOG、大胆に進出

英国のロックグループ・ブrosの『Madly in Love』に乗って、大胆・衝撃的にニューJOGがデビューを飾った。ヘルメット収納タイプスクーターではフロントラックを備える草分けとなったほか、JOGシリーズで初めてチューブレスタイヤを装着したのもこのニューJOGが最初。後に通産省グッドデザインに認定されたデザイン、そして走りが新たなJOGファンを獲得した



- ニューJOG50 (CY50-3KJ1) 発売：1989年2月  
 諸元：オートマチック、強制空冷、Vベルト駆動、無段変速、セル付き、12V仕様、メンテナンスフリーバッテリー、トランク、フロントラック付き、エアブレーションタイプ付きタンクキャップ、80/90-10チューブレスタイヤ  
 カラー：ブラック2/ヤマハブラック、ブラック2/ティープーパーブルソリッド、ビッドレッドカクテル/ソリッドファインシルバー、ベリダークブルーカクテル2/ソリッドファインシルバー、ファインシルバー/ソリッドファインシルバー、ホワイトカクテル/ソリッドファインシルバー
- ニューJOGスポーツ (CY50Z-3RY1) 発売：1989年7月  
 諸元：油圧式フロントディスクブレーキ、テレスコピックタイプ・フロントサスペンション装備  
 カラー：ブラック2、エンタサイダーダークグレー、シルキーホワイト (限定車・TECH21カラー) 追加：11月、カラー追加  
 JOG年間出荷台数：270,255台 (ヤマハ調べ)

駿足ぶりをブrosのアップテンポなビートに乗せて登場したニューJOG、TVCFはもちろん、新聞・雑誌誌上でも大胆に広告を展開し、とくに10代には“ニューJOG”のネーミングが急速に浸透した。また、ニューJOGの発表日は、ちょうどバレンタインデーとなる2月14日。全国各都市で、バレンタインデーとリンクしたキャンペーンを展開し、人々の目を奪った

裕仁天皇崩御。時代は昭和から、平成へ

賛否両論のなかで、ついに消費税が実施される

リクルート事件の風が吹き荒れる。竹下内閣辞職、宇野内閣を経て海部内閣成立

東西ベルリンを隔っていた“冷戦の象徴”ベルリンの壁が壊される

バンドブームの波を受けて、TV番組“イカ天”始まる。

女優・和泉雅子一行が、ヤマハスクーターモビルを使って北極点に到達

1989

## 関東地区だけで147万人が支持 ニューJOGテレビCMの好感度

ロンドンのヒットチャートのトップを獲得し、イギリスのグラミー賞と言われる「Brits Awards」新人賞も受賞したブros。あまりの人気ゆえ“ブros現象”とまで言われた彼らをイメージキャラクターに迎えたニューJOGのCFももちろん大好評となった。CFの流れる時間帯には、販売会社に問い合わせの電話が殺到し、その数1日平均50本。さらに、この年のヤマハニュース3月号にも、こんな記事が…

「テレビCFの反響を専門に調査する“月刊CMインデックス”誌3月号によると、ニューJOGテレビCMは好感度4.2%を獲得して第5位にランクされています。数字の1%は関東地区約35万人の人に記憶され好感を得た目安となり、放映後半月足らずでこの数字は、ブrosのCMがかなりのインパクトを持っていると理解できます。

また同調査ではキャラクターの好感度が第2位に、購買意欲を喚起する購読率が第3位に、そして10~20代だけを対象にした調査でも第4位にランクされるなど、ニューJOGのテレビCMが与える影響の大きさを数字で端的に表わしています」







# 加速緩まず。累計150万台!

ニューJOGとして新たに点火されたJOGの快走は止まらない。90年バージョンとしてマイナーチェンジを受け再加速。さらに80ccに変わる駿足排気量・90ccのニューJOG90も登場して、ニューJOGのファミリーが作られることになった。ニューJOGの新たなキャラクターには松岡英明氏が登場し、ティーンエイジャーたちの支持を受けた。そしてついに、JOGの総出荷台数は150万台を突破した。



- ニューJOG50 (CY50-3KJ2) 発売: 1990年2月  
 諸元: 吸排気ポート形状変更 カラー: ブラック2/ヤマハブラック、ホワイトカクテル1/ソリッドファインシルバー、ダイナスティブルー/ソリッドシルキーホワイト  
 追加: 3月、モビースペシャル
- ニューJOG50スポーツ (CY50Z-3RY3) 発売: 1990年4月  
 諸元: 排気ポート形状変更、変速比・減速比変更、キャブレタポアサイズアップ、スピードリミッター装備 カラー: ブラック2、ホワイトカクテル1  
 追加: 7月、限定色/9月、カラー追加
- ニューJOG50 (CY50D-3KJ3) 発売: 1990年6月  
 諸元: キー付きフロントトランク装備  
 カラー: ブラック2、ホワイトカクテル1、アトランティックブルー、ホルダーレッド
- ニューJOGスポーツ90 (CY90Z-3WF1) 発売: 1990年4月  
 諸元: セリアーニタイプフロントフォーク、フロントディスクブレーキ、1名乗車、8.5馬力エンジン カラー: ブラック2、ホワイトカクテル1
- JOG50 (CG50ES-3TE0) 発売: 1990年1月  
 諸元: カラー追加  
 JOG年間出荷台数: 234,526台 (ヤマハ調べ)

## 1990

「メジャーじゃん」を合言葉に登場した松岡英明氏は、ティーンたちの間で赤丸急上昇のアーティスト。ポップなサウンドをひきつけて、ニューJOGの援護射撃を買って出た。「いいじゃん、やるじゃん、イカすじゃん」の広告コピーがニューJOGのキャラクターを表現している

沿岸戦争勃発  
 ゴルバチョフ大統領辞任。ノ運消滅  
 宮沢喜一内閣発足  
 牛肉の輸入が自由化する  
 雲仙普賢岳が大噴火。  
 火砕流で多くの人命が失われる

## 1991

# そして第4章

前年に150万台の発売台数を記録したJOGシリーズも、この年になって改めてフルモデルチェンジ。第4世代のJOGとしてZエンジン搭載のニューJOG50が登場した。スクーターのニーズはより分化し、それに合わせてJOGもバリエーションモデルを充実。スポーティ派には足まわり強化を図ったJOG-Z、ユーティリティをプラスするならJOGトランクと選択の枠も広がった。



- ニューJOG50 (YG50-3YJ1) 発売: 1991年1月  
 諸元: 7馬力カスパーZエンジン、完全密封MFバッテリー、フートレスト一体バックステップ  
 カラー: ブルーイッシュブラック2、ブラック2/ログロスグレー、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
- JOGトランク (YG50D-3YJ2) 発売: 1991年3月  
 諸元: キー付きフロントトランク仕様  
 カラー: アップルレッド、ブルーイッシュブラック2、ブラック2/ビ



- JOG-Z (YG50Z-3YK1) 発売: 1991年4月  
 諸元: プレンボ製ディスクブレーキ、ハイマウントストップランプ  
 カラー: ブラック2、アップルレッド、ブルーイッシュブラック2、ブラック2/ビビッドマゼンダソリッド2、ブラック2/ブルーイッシュグリーンソリッド1、ブラック2/ファラウエブルー、ファインシルバー、アトランティックブルー  
 JOG年間出荷台数: 257,319台 (ヤマハ調べ)

新型JOGが新年早々  
 テレビでお茶の間に初見参!

軽快でポップなJOGのイメージは、バラエティ番組にもマッチするよう…。新型JOG発表直後のこと、こんなところにもニューJOGが登場していた。ヤマハニュース1月号からの記事。

「1月5日、日本テレビ系で放映された『と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? お正月休みとあって、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たの気がつかれたでしょうか。

これは番組中の「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」



ヤマハ再びF1に参戦(ブラバム・ヤマハ)  
 DT200WR、Zeal、ティバージョン、アルテイシアがデビュー

ブロス、松岡英明氏とポップ&スタイリッシュ路線を狙ってきたJOGの広告も、第4幕では「嵐の芝生」風に軌道修正。今回のキャラクターはショーケンこと萩原健一氏扮する萩原謙長代理。萩原謙長代理の「JOGのある生活」がほのぼのとは描かれたものとなった。ちなみに「萩原謙長代理」はその後謙長に昇進。ドラマや映画メーカーのCMにも登場することとなる



# 自分自身の 得意分野は 何だろうか？

日本での宅配ピザの先駆けとなった「ドミノピザ」を始め、株式会社ヒガ・インダストリーズでは、日本とアメリカの橋渡し役として多岐にわたる事業を展開している。同社が特に力を入れているのは、他の企業がやらないようなユニークなニッチビジネスの開拓だ。約10年前には20数名のスタッフしかいなかった会社を、今や従業員（アルバイト含む）4000人を抱えるまでに急成長させた秘訣を同社代表取締役、アーネストM・比嘉氏に伺ってみた。



# ヒガ・インダストリーズ



株式会社ヒガ・インダストリーズ

(本社所在地：東京都港区虎ノ門4-3-1) ヒガ・インダストリーズでは木材、医療品の輸入、そして宅配ピザ店舗の展開と、アメリカと密接に結びついた事業を行なっている。なお、医療品分野では、水痘症の治療に画期的な貢献も果している。

## TALK

株式会社ヒガ・インダストリーズ  
代表取締役

アーネストM・比嘉さん(42歳)

現在、我々ヒガ・インダストリーズでは、主に3つの事業をやっています。

まず、ひとつ目はアメリカ、カナダ、北欧から木材を輸入して、それを日本の大手住宅メーカーに販売する仕事です。そして、ふたつ目が医療関係で、これはアメリカから医療品―主に脳外科関係なんですけど―を輸入して、日本全国の病院に販売する仕事。それと、三つ目の事業が「ドミノピザ」というピザの宅配チェーン店で、これは1985年から始めました。現在、日本に118店舗、さらに3年前にドミノピザ・ハワイも買収し、そちらには22店舗があります。

今現在の事業内容としては、以上の3種類ですが、我々は、常に新たな事業を開拓していくべきと考えておりまして、これら以外にふたつほどの新規事業が現在進行しています。

当初、私はビジネスを始めるにあたって、まず「自分自身の得意分野は何だろう?」というところからスタートしました。例えば、ある商売がその時

にいくら流行っていたとしても、それが自分に縁がない、あるいは自分の得意分野でなければ、やったとしても当然デイスアドバンテージ(不利な点)が出て来ます。

そこで、私は自分が得意とする分野で、自分に合ったようなビジネスのやり方をしようと思っただけです。そう考えた場合、私が得意とする分野は(貿易などの)日米関係を結ぶ仕事だったんですね。

私自身はハワイ生まれの日系三世なんです。日本には長く住んでいます。ですから、一般の日本人よりもアメリカの状況が分かっているつもりだし、一般のアメリカ人よりも日本のことは分かっているつもりです。じゃあ、日米関係のビジネスをやろう、ということでもスタートしたわけなんです。もともと、アメリカのマーケットは、ど

ちらかと言うと非常に単純ですから、いいものを安く売れば、どんどん売れます。でも、日本の場合は必ずしもそう簡単じゃないんですね。やっぱり、日本のマーケットというのは―これは日本が長い歴史を持っているからだと思うんですけど―、アメリカとは違いちょっと複雑なんです。

そうすると、そのことを十分に理解できるように必要なものになる。ですから、アメリカから日本へというモノの流れの中に、私としては自分の存在価値があるのかな、と思っていました。

ただ、日本でもすでに大手の商社が様々なものの輸入を展開していましたから、彼らと直接競合しないようなもの、要は「ニッチビジネス」すき間産業的なビジネスを狙った方がいいかな、と判断したんですね。

そんな経緯で、アメリカの品物を日本に、

あるいはアメリカのコンセプトを日本にという形で事業をスタートしたんですけど、やっぱり日本のマーケットにアダプト(適応)させなくちゃいけない部分―これは僕の考える一番の付加価値なんですけど―が当然出て来ると。

例えば木材だったら、輸入するにあたって日本の寸法、スペックに合わせなければいけないとか、あるいはドミノピザだったら、日本のマーケット事情に合ったようにちょっとコンセプトも変えてやらなきゃいけない。

具体的には、アメリカの場合ですと、ピザは食べ物ですからただおいしいだけでは、と考えるのは非常に単純なんです。でも、日本の場合は、昔から言うように「目で食べる」という部分もあります。つまり、ただおいしいだけでなく、見た目もきれいでおいしくないといけないんですね。ですから、日本でピザを販売する際には、トッピングなどを見栄え良くするよう神経を使いました。

これが(日本向けの)ひとつのカルチャー面での対応ですね。私は、ユニーク&エキサイティングな企業が優れた企業だと思っています。ユニークというのは、今までにないような独自の事業をやっている、あるいは今まであったものを独特な方法でやっているということ。そして、エキサイティングというのは、アクレッシブで行動力に優れていること。急成長というのも、そのひとつの結果でしょう。

我々は、今後もそういったファイロソフィー(企業哲学)の基にやっつけていこうと思っています。







From SERVICE

さらに幅広くより高度に、ヤマハ車を扱う  
フロシヨップ、新規ダブル&スリースター店誕生

お客さまにヤマハのバイクを安心して愛用いただくために、また、お客さまの愛車を安心してお任せいただくための証として設けたのが「ヤマハ・テクニカルサービス・スター店(ITS)」制度です。

これは、シングルスターからダブルスター、スリースターまで、お店の技術力やサービス設備の充実度に合わせて設定するもので、このたび、さらに新しい認定店、昇格店が誕生しました。おめでとございます。今後とも、お客さま満足度向上を目指して活動下さい。

そのなから、今回は新しい「ダブルスター」「スリースター」71店をご紹介します。

■ヤマハ二輪車整備士講習会

	6月		7月	
北海道				
東北	B			
東京	B	2M 6-8, 13-15, 20-22	4M 27-29	B 2M 4-6
中部	B	2M 13-15, 20-22		B 2M 4-6
関西	B	4M 20-22, 27-29		
中国	B	2M 6-8	4M 13-15	B 2M 11-13
四国	B			
九州	2M 6-8			

※B/バイキング 2M/2サイクルスター 4M/サイクルマスター D/ドクター ※都合により開催変更および中止となる場合があります。また、日程のないものは各営業所へお問合せください。

ヤマハ・テクニカルサービス・スター店制度 新規認定店、昇格店のみなさん

- 【☆☆☆スリースター】
- 群馬 YOU SHOP カト
  - モトショップ ヨコムロ
  - 株モトプラザ フクシマ
  - 埼玉 YSP川口東
  - YOU SHOP J
  - 南バイクショップ 赤とんぼ支店
  - 上尾サイクルオート
  - 千葉 Y S P 松戸東
  - AUTO 98
  - オートショップ 翼
  - モトランド カジカワ
  - 東京 YOU SHOP ヤマノ
  - PIT STATION TRYANGLE
  - モトショップ トミー
  - SPIRE
  - アライオート
  - サンベスト 高島平
  - 株徳竹輪業
  - 株モトノックス
  - 南中村モーターズ
  - 花村モーターズ
  - 神奈川 丸富オート販売センター店
  - 八木下サイクル
  - ライダーショップ ケーユー相模原店
  - 新潟 ティーディースポーツ
  - 富山 オートショップ 堀 富山店
  - 石川 YOU SHOP 西村
- 【☆☆☆ダブルスター】
- 青森 モーターファン小田切
  - 岩手 南小原サイクル
  - 宮古オートバイ会館
  - 宮城 株芳賀輪業商会
  - 茨城 RIDERS SHOP 二輪館
  - モトインター
  - 南セキヤマ
  - バイクハウス フレンズ
  - 栃木 K'S SPORTS
  - モトハウス マツモト
  - 空井モーターズ
  - MOTO SHOP SHIBATA
- 南バイクステーション オオガキ
- 山梨 YOU SHOP イシカワ
  - YOU SHOP AMARI
  - 長野 トネガワオート株
  - モトハウス・大島
  - 岐阜 南オートセンターマエハタ
  - 静岡 アウトドアスポット
  - MOTO HOUSE WIND
  - 南丸亀自動車販売
  - 愛知 株中部ミスターバイク
  - 協和自動車株二輪部
  - 京都 YOU SHOP むらかみ
  - 株レオタニモト洛西店
  - 南坂井田オートセンター
  - 大阪 YOU SHOP 大西
  - 岡山 バイクセンター ヨシダ
  - 広島 株口斐オートバイセンター
  - 株小笠原オートショップ
  - 佐賀 深江輪業商会
  - 長崎 岸川モーターズ
  - 熊本 株兄弟商会
  - 鹿児島 オリタオートサービス
  - 南フォーラム加治木店

From AD

6月のヤマハ提供番組

- ヤマハON&OFF
- ▼6月10日「バイク編」
- 「酒屋の若旦那とTRX」
- ▼6月17日「マリリン編」
- 「サクラエビ漁にかける夢」
- ▼6月24日「バイク編」
- 「アフター5ツーリング」
- ▼7月1日「バイク編」
- 「セローを愛するライダー①」
- 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、テレビせとつち、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、テレビ信州/毎週金曜日25時10分〜25時25分。

From SALES

ありがとう！セロー10周年  
お客さまへの感謝を込めて  
記念キャンペーン実施

ヒマラヤカモシカにその名を取ったヤマハ・トレールバイク「セロー2225」は、1985年の発売以来、森のなかの狭いけどの道を自由に駆け回る、ウッズライダーの道世界を切り拓き、今なお幅広いファンを獲得し続けています。

そうしたなかで、今年6月、セローはついに10周年を迎えました。

そこでヤマハは、これまでのお客さまの「ご支援、ご愛顧に感謝し、またセローの認知度をいっそう高めるため、6月1日より8月31日まで「セロー誕生10周年記念キャンペーン」を実施します。

その核となるのは、オープン懸賞方式による「ゴールドGOODSプレゼント」。

一般のお客さまに簡単なクイズに答えてい

ただ、正解者のなかから抽選で総計1000名の方に有名なゴールドマンのアウトドアグッズを差し上げるといいうもので、店頭や専門誌はもちろん、一般誌まで含めた幅広い告知活動を展開します。

さらに、アウトドア情報誌「people」とタイアップ。6月10日発売号にセロー10年の歴史や開発者のメッセージなどを盛り込んだ特集記事が掲載されるほか、その記事を利用して店頭チラシも用意します。

夏のアウトドアレジャーに人気が集まるこの季節、セロー10周年の話題を大きく盛り上げていきますので、みなさまの店頭でもセロー現行モデルならびに限定車の「ご拡販を、よろしくお願ひします。(詳しくは各担当のセールスにおたずねください)

期間中、来店いただいたセローオーナーには記念ステッカーをプレゼント

※抽選にもれた方にはさらにルマクカップをプレゼント

A賞：ピーク1ドーム2000 10名

B賞：ピーク1 デタッチャブルストーブ 30名

C賞：キャンピングポーチ 100名



## ゴールドデンウィークを先取りして ライダーたちが大集合！ 『東京モーターサイクルショー』

国産車、外車のニューモデルやさまざまなカスタムバイクが一堂に会する『第23回東京国際モーターサイクルショー』が、4月28日〜30日の3日間、晴海の東京国際見本市会場で開催されました。

ゴールドデンウィーク直前の金曜日オープンということから、黄金バイク週間と銘打って行なわれたこのショーには、ヤマハをはじめとする内外のメーカーや販売会社あるいはショップ、個人などから5000台以上の出品があり、西館とA館合せて1万2678㎡の会場は、本格的なバイクシーズンの到来を待ちかねた9万3000人のファンで大変な賑わいを見せました。

このなかで、ニューモデルTRX850や人気のXJR400/1200、今年10周年を迎えるセローのスペシャルバージョンなど、話題のラインナップをそろえたヤマハ東京ブースも終始大盛況。たくさん



ヤマハ東京ブースでアンケートに答えていただいた方には、もちろんピンズやキーホルダーと豪華賞品が当たる抽選券をプレゼント

昨今のビッグバイクブームを映してか、TRX850やXJR1200、V MAXが注目的



TRXやXJRは、さまざまなショップによって華やかにカスタマイズされ人気を集めた

ライダーたちが入れ替わり立ち替わり訪れ、仲間同士でお気に入りの1台を取り囲みながらあちこちのぞき込んだり、あるいは1台1台確かめるようにまたがって比べたりしながら、のんびりと楽しんでいました。

## DT1オーナーズクラブが 愛車のルーツYX26を訪ねて ヤマハ本社でミーティング

軽量、スリム、コンパクト。ロングストロークサスペンションに、パワフルなエンジン。鮮烈なスタイリングと俊敏な走り



鈴木忠男さん（左手前）の飾らないキャラクターのせいか、終始なごやかで活発に意見がかわされた

大ヒットしたDT1は、現在のヤマハトルールマシンすべての原点となっています。しかし、さらにそのルーツを探っていくとたどり着くのが、YX26。鈴木忠男さん（現・SP忠男社長）のライディングで見事'67年のモトクロス日本GP優勝を飾ったマシンです。

そこで、今なおDT1の魅力に取りつかれた『DT1オーナーズクラブ』のみなさんは、YX26とDT1について語り合うミーティングを企画し、4月8日、ヤマハ本社を訪れました。

この席には、鈴木忠男さんをはじめ、ヤマハから当時の開発を担当した小池、高林の両氏も出席。DT1、DT1ベースのワークスマシンYZ637を囲んで、当時のレースやマシンについての講演会などを行いました。

特に、懐かしいマシンと対面した鈴木さ

## 万博記念公園お祭り広場 トライアル演技とヤマハPAS試乗に 驚嘆の声と長蛇の列！

「アウトドアワールド'95 地球元氣村in万博公園」と銘打ったイベントが、去る4月8〜9日、大阪・万国博覧会記念公園内で行なわれ、トークショーやコンサート、野外料理コンテスト、木工教室など多彩な催しに、10万人を超す来場者で賑わいました（主催・産経新聞社）。

中でも来場者から驚嘆の声が上がったのがTY250Zによるトライアルデモ走行。ライダーは、トライアル界の「マドンナ」萩原亜弥選手（国際B級）と波田親男選手（国際A級）の2人。とりわけ萩原選手は、全日本選手権とあって変わったスバツ姿で登場。波田選手とともに披露した高難度のテクニク一つ一つに驚きの声と大き

な拍手がわき、トライアルの世界を強烈にアピールしました。

当日はヤマハPAS体験試乗会も行なわれ、試乗の順番待ちで長蛇の列が出来る盛況ぶり。運営に当たったヤマハ関西のスタッフは、とぎれることのない試乗希望者に汗だくで対応しながらバスに対する関心の高さ、認知度の高さを痛感していました。

試乗された人たちは「ほんまや、やっぱり楽やね」「お父さんこれ欲しんどちやう？」「なんでこんなに軽いのか」とPASの軽快さを確認し合っていました。

また会場には募金箱が設置され、主催者を通じて義援金として阪神大震災の被災地に届けられました。



いきなりウィリーで登場の萩原選手に会場はどよめいた



集客数No.1(?)を誇った感のあるPAS試乗会エリアはバスマイル満開

今回参加したクラブのメンバーは15名。翌日は浜北トレールランドでコース走行も楽しんだ



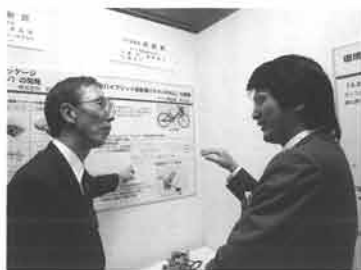
んや開発スタッフたちはさすがにうれしそうな表情で、参加者からかなり突っ込んだ質問が出ると、ひとつひとつ熱心に受け答えし、出席した全員にとって大変充実したミーティングとなったようです。



# PIT IN

## PASが市村産業賞貢献賞受賞！ 人々の生活向上に貢献する新技術として 社会的に高く評価される

さる4月28日、東京・大手町の経団連会館において財団法人・新技術開発財団（市村財団）主催による「第27回市村賞贈呈式」が行われ、ヤマハが開発した電動ハイブリッド自転車「PAS」が市村産業賞貢献賞を受賞。水島廣男財団会長からPAS開発に携わった3名の技術者（中道忍・勝岡達三・生熊克己）に賞状・賞金・記念碑が贈



記念祝賀会上でPASについて説明する中道技師。他業界技術関係者からも多くの関心が寄せられた



今回の受賞ではPASの持つ技術性だけでなく「価格面においても電動自転車としては初めて一般普及型商品として成立した」と高い評価を受けた

られました。

日本のデミング賞とも言われる「市村賞」は、故・市村清氏によって設立された財団法人・新技術開発財団（市村財団）の運営によるもので、技術発展に即応した新しい技術社会の基盤を醸成し、日本経済の発展と国民生活向上に貢献する普遍的な価値に對して贈られる賞。これまでも世界を代表する日本の優れた技術開発者たちが受賞しています。

今回のPASの受賞は、高齢化社会・住宅の郊外化（丘陵地）を背景に、低公害・省エネ・省スペースというメリットをベースに新技術の導入で利便性、快適性を大幅に向上させた新しいパーソナルコミュニタリーとして、PASが社会的にも高く評価されたものです。

## メルボルン〜大阪5500マイルの闘い 『YAMAHA OSAKA CUP』は コースレコードの優勝で閉幕

ヤマハが協賛する「第3回メルボルン／大阪YAMAHA OSAKA CUPダブルハンドヨットレース」が、今年も4カ国27艇の参加を集めて行なわれました。南半球・オーストラリアのメルボルンから赤道を越えて日本の大阪まで、5500マイル（約8850km）を2人乗りヨットで争うこの国際外洋レースは、3月25日にスタート。

秋のメルボルンから夏の赤道を抜け、春の大阪をめざしますが、なかには3つの季節に渡る航海を楽しみながら走る艇もあつて、真剣勝負だけに終わらないレースとなりました。

それでも、トップ争いはスタート直後から白熱。先行するニュージーランドの「エリオット・マリン」を、オーストラリアの

「ワイルド・シング」がびったりマークしながら史上まれに見る接戦を展開します。そして4月22日、「ワイルド・シング」はスタートから26日20時間47分6秒というコースレコードでファーストホーム。エリオット・マリンを1時間30分の僅差で破り、逆転優勝を飾りました。

また、先のホイットブレッド世界1周レースでヤマハを優勝に導いたR・フィールド艇長が乗る「波切大王」は、42時間遅れでスタートしながら驚異的な追い上げを見せ、3位に入っています。

### RACING TOPICS

## 「WGP・RR」 原田シーズン初ウイン！ ランキングトップスへ浮上

ロードレース世界選手権は5月7日、第4戦・スペインGPを終了。GP2で原田哲也が今シーズン初優勝を挙げ、ランキングトップに浮上しました。

第3戦・日本GPでは悪天候のなか、着実に4位を獲得した原田。その時点でR・

ウォルドマン（ホンダ）に続くランキング2位につけていました。そして迎えた第4戦、ポールポジションを奪った原田は3ラップ目にトップに立つと順調にリードを広げ、一時は15秒以上のアドバンテージを築きます。終盤に入ると、優勝がほぼ目前に迫る

## CRANK CASE お店で聞いた ちょっといい話

### 震災後のバイク事情

悪夢のような阪神大震災から、半年が過ぎようとしている。被災した町には未だその爪跡が深く残り、自由な生活を奪われた人々のご苦労は察して余りあるほどだが、刻々と復興に向けて動いている様子を見聞きするにつけ、そのバイタリティというたくましさに感動してしまう。

ところで、こうしたなか皮肉な話ではあるが、バイクの持つ機動力の高さも改めてクローズアップされ、救済物資の輸送や連絡用車両として大活躍した。

今では交通網がかなり回復し、バイクの活躍の場は再び縮小しつつあるけれど、しばらくバイクから離れていた人を引き戻し、あるいはバイクに興味を示さなかった人を引き込みきっかけとなったことは確かだ。

それは単に必要なからというだけでなく、バイクに乗る楽しさを知る、または思い出すことにもつながっていく。前号でTRX850のお客さま数人取材した時、みなさんは「震災の影響で、久しぶりにバイクに乗ったらその感触が忘れられんようになってしまったんや」と口をそろえた。

もちろん、まだそれどころじゃない人たちもたくさんおられるはずだが、近い将来生活にゆとりを持てるようになった時、今度は楽しみのひとつとしてバイクに触れていただければ、と思う。

同時に、震災にも負けずバイクとともに走り続けてきたライダー、そしてそれを支え続けているショップのみなさんには、心からエールを送りたい。がんばれ！



このレースは4年に1回行われ、3回目となった今年には「ワイルド・シング」が前回の優勝記録を34時間近くも短縮





スーパーバイク世界選手権開幕戦、永井とエドワーズは両ヒートとも激しい接近戦を展開



今シーズン初優勝を飾った原田は、「レイニーさんを表彰台に上げることができて、とても嬉しかった」と喜びを語った

## 『WSB・RR』 スーパーバイク世界選手権開幕 永井、上々の総合3位スタート！

今年で8年目を迎えたスーパーバイク世界選手権。第1戦はドイツのホッケンハイムで開催されました。

ヤマハ・ワールド・スーパーバイク・チームからは永井康友とC・エドワーズが参戦。初のフルエントリーとなる両選手の活躍に注目が集まりましたが、永井は第1ヒート、第2ヒートともに4位、エドワーズは第1ヒート7位、第2ヒート5位とそれぞれ大健闘しました。

その第1ヒート、永井はスタートでやや出遅れますが、徐々に追い上げて終盤では3位争いに加わります。6台もの大集団の中で激しい競り合いを展開した末に、J・シュミット(カワサキ)にわずかに0.4秒差の4位をゲット。エドワーズもこの集団の後尾を走行し、S・ラッセル(カワサキ)を

とペースを緩めますが、2位のM・ピアッツジ(イタリア)に依然、9.7秒差をつけてトップゴール。原田にとっては93年ヨーロッパGP以来の優勝となりました。この結果、ランキングも逆転、ウオルドマンに4ポイントをリードしてトップに立ちました。

またGP1では、第4戦でL・カタローラが2位、阿部典史が4位と、ともに今季最高のポジションを獲得。今後の活躍に期待がかかります。

抑えて7位を獲得しました。第2ヒートは、第1ヒート優勝のC・フオガティ(ドゥカティ)がホルシヨットから独走したあと、永井、エドワーズを含めた4台が2位争いを展開。結果的には永井4位、エドワーズ5位となりましたが、2位のシュミットから5位のエドワーズまでのタイム差はわずかに0.6秒という大接戦でした。この結果、永井はランキング3位、エドワーズは6位につけています。

## 『全日本・MX』 大河原が2勝目をマーク ランキング2位でチャンプに照準！

4月2日に開幕した全日本モトクロス選手権は、第3戦を終えた時点でY・R・T・Mの大河原功次が、J・マタセヴィッチ(カワサキ)に続くランキング2位につけています。

大河原は2年前に渡米、昨年までAMAモトクロス選手権に出場し、今年から再び全日本選手権にフル参戦。第1戦・中部大会こそ、シーズン前のトレーニング中に負った怪我の影響もあって予選落ちとなってしまいました。第2戦・九州大会は第1ヒート3位、第2ヒートでは独走優勝を果して本来の力をアピールしました。

RACING TOPICS

## 『WGP・MX』 ムニア、バルトリーニ、デマリアノ ヤマハ・タイフィン吹き荒れる

モトクロス世界選手権250ccシリーズは5月7日の段階で5戦を消化しましたが、第3戦・スイスGP以降、ヤマハのY・デマリアノ、B・ムニア、A・バルトリーニがあいついで優勝を飾るなど上位を席捲。YZ勢の圧倒的な強さに注目が集まっています。

まず口火となった第3戦、デマリアノは両ヒートを制覇。加えてムニアも第1ヒートで2位に入りヤマハの1-2フィニッシュとなりました。



昨年度ランキング11位のA・バルトリーニ。第4戦の地元イタリアで総合優勝を遂げてから好調続き。さらなる活躍に期待

## 『全日本・MX』 大河原が2勝目をマーク ランキング2位でチャンプに照準！

そしてランキング5位で迎えた第3戦・近畿大会。第1ヒートでオープンングラップからトップに立つと、ライバルを寄せつけることなく今季2勝目をマーク。さらに第2ヒートもトップ争いの末に2位を獲得して総合優勝。シリーズポイントも72まで伸ばし、ランキング2位に浮上しました。

近年、外国人選手の活躍が目立つこのシリーズですが、大河原は今シーズン、本場アメリカでの修業の成果を発揮してマタセヴィッチ、R・ティチナー(スズキ)両外人を脅かし、初タイトル奪取に大きな期待が寄せられています。

続く第4戦・イタリアGPでは、第1ヒートでムニア、バルトリーニ、デマリアノが1-2-3フィニッシュを達成。第2ヒートでも2位を獲得したバルトリーニが総合優勝を飾りました。しかし、デマリアノは第1ヒート終了時点でランキングトップに立ちながら、第2ヒートで4位走行中に転倒

## 『全日本・RR』 SUGOで初めて開幕戦 ヤマハは全クラス表彰台獲得

全日本ロードレース選手権4月30日、仙台のスポーツランドSUGOで開幕。Y・R・T・Rから250ccクラスに出場した芳賀健輔が2位を獲得しました。

雨天となったこの日、スタートでホイールスピンを犯して出遅れた芳賀は1週目から激しい追い上げを見せて、まもなく2位に浮上。序盤はトップの宇川徹(ホンダ)を追い詰める場面もありましたが、悪天候のなか「リスクを避けて大事に走り、危なげなく2位でゴール。また同じくY・R・T・

リタイア。右足首を骨折し、その後は欠場を余儀なくされています。

第5戦・オーストラリアGPでは、バルトリーニとムニアが優勝を分け合い、第1ヒート優勝、第2ヒートで2位に入ったバルトリーニが第4戦に続いて総合優勝。ランキングも、バルトリーニがそれまでの8位から一気に4位にジャンプアップ。第2ヒートで今季2度目の優勝を果したムニアは、総合2位を獲得してランキング3位に浮上しています。

今や絶好調のヤマハ勢。今後のチャンピオン争いが大いに楽しみです。



雨天のSUGO。タイヤを濡らさないように着実に走った芳賀は、国際ライセンス初の表彰台を獲得

「自分の力を出し切ることを考えて走った」という大河原功次。強豪の外国人勢を相手にチャンピオン争いを繰り広げる。



Rの難波泰司も5位と健闘しました。スーパーバイククラスでは、昨年度チャンピオンの吉川和多留が初めてゼッケン1をつけて登場。第1ヒートは終盤で転倒後、再スタートして7位、第2ヒートでは北川圭一(カワサキ)、青木拓磨(ホンダ)とのバトルを制して2位を獲得しました。藤原儀彦は第1ヒートで4位走行中に転倒リタイアとなってしまうましたが、第2ヒートは5位を獲得しています。

また125ccクラスでは、テクノモーターエンジニアリングの宇井陽一が2位以下に21秒以上の大差をつけて優勝。チームメイトの上江洲克次も4位と健闘しました。





今月のテーマ

## 新しいモノ、古いモノ

流行に敏感な商品の代表格、女性用の水着市場にいま大きな異変が起きています。ここ数年、主流を占めてきたワンピースタイプの需要が止まり、昨年あたりからビキニタイプが売り上げを伸ばしているようなのです。

東京・銀座の三愛西銀座店で聞きました。「いまのところ（5月上旬）の売り上げでは、ビキニタイプがワンピースをやや上回っています。特に胸の部分三角形の「トライアングルブラ」の人氣が高いですね。昨年のビキニの売り上げの好調ぶりに刺激されて、各メーカーからこのタイプの商品が大量に投入されています」

売れ筋の「トライアングルブラ」は、ビキニの中でも最も大胆なカットであるとともに、ビキニの原点とも言えるクラシカルなモデルです。もともと60年代から70年代の初頭にアメリカで人氣を集めたモデルで、もちろん日本でも大ヒットしました。また、やや流行から外れた感のあるワンピースでも、懐しのスカート付き水着が復活するなど、懐古的な商品が話題を集め始めているようです。

「こうした商品は、特に若いお客さまに喜ばれています。オールドスタイルのカットが、逆に新鮮に映るのでしょうか。ひと言で言うと、古くて新しい「デザイン

なんです」（三愛）

とは言っても、今年の水着のトレンドが、クラシカル一辺倒に進むかといえなさそうでもなさそうです。洋服のように好みで着回しできる二種類の水着の組み合わせ（コンポーネント型）や、昨年の夏に爆発的なヒットを記録したパレオ（腰に巻く布）を発展させた重ね着モデルなど、多種多様な新製品が売り場を賑わしています。先に挙げたノスタルジックな二つのタイプも、こうした多様化の流れの中のひとつの事象と言えなくもありません。

さて、トレンドの指針とも言える水着市場の流れを、スクーター・マーケットに置き換えてみるとどうでしょう。

パレオをまとった重ね着モデルは、最先端の装備で固めたヤングに人氣のスポーツスクーター。また、組み合わせを楽しむコンポーネント型は、カジュアルなスタンダードスクーターと置き換えられるかも知れません。では、古くて新しいデザインの「トライアングルブラ」や「スカート付き水着」にあたるノスタルジックな商品はというと――。

若い世代の感性は、捕らえどころがありません。待ち望まれているのは、もしかしたらこんなテイストを持った商品なのかもしれません。



# ポシェが主婦層を拡大

若者に人気のZSがインパクトあるトレンドカラーやイエローライトを身につけたほか、トランク付きがカラーチェンジ。また、若者ばかりでない幅広いユーザー層獲得をめざしたJOGラインナップに、主婦の意見を盛り込んだ「ポシェ」も登場。買い物に便利な機能を数々備えながら、洗練されたスタイルがOLや女子大生にも人気を呼んだ。

- JOGポシェ (CY50H-3KJ5)  
発売：1992年6月 諸元：シャッター付きフロントバスケット、フロントバスケット下ヘッドライト、ヘルメットトランク、大型キャリア カラー：ライトグリーン/グレイメタリック3、ブラック2、シルキーホワイト、メイプルレッド
  - JOG50 (YG50-3YJ3)  
発売：1992年1月 諸元：カラーチェンジ
  - JOG50Z (YG50Z-3YK2)  
発売：1992年1月 諸元：カラーチェンジ
  - JOGトランク (YG50D-3YJ4)  
発売：1992年2月 諸元：カラーチェンジ
  - JOG50ZS (YG50-3YK3)  
発売：1992年3月 諸元：イエローヘッドライト カラー：ブラックメタリック2/ビビッドマゼンタソリッド2、ブラックメタリック2/ハニーグリーン 追加：6月、カラー追加
  - JOG50 (CY50-3KJ6)  
発売：1992年4月 諸元：カラーチェンジ
  - JOG90 (CY90Z-3WF2)  
発売：1992年4月 諸元：カラーチェンジ
- JOG年間出荷台数：224,076台（ヤマハ調べ）



# 1992

主婦層開拓を狙った「ポシェ」は、「SHOPPING PROFESSIONAL」をキャッチフレーズに、買い物のための大特長をアピール。その一方で、YG系はキャラクターに小林幸美を採用して、かつての映画名場面を再現。若者から中高生まで幅広いユーザー獲得に成功したほか、全日本CMB協議会でTVCM部門賞も受賞した。

IFMAショーでGTS1000がデビュー  
原田哲也選手が全日本250チャンピオン獲得  
風間深志さんが「ウイスマーダンサー」で南極点到達  
W・レイニー選手が世界GP500でV3達成

## 世界初？JOG24時間耐久レース ノントラブルで無事完走！

ハンガリーで地元バイク雑誌の企画によるJOG (CY50) 24時間耐久レースが行なわれた。これは、スーパーバイクライダーと雑誌編集者が2名ずつチームを組んで走るマッチレースで、当日、テレビや新聞、雑誌が多数取材に訪れたというビッグイベント。

そのなかで、2台のJOGは給油やオイル交換、ライダーチェンジを繰り返しながら快調に走行を続け、ともにノントラブルで24時間を走りきった。勝ったのは1420kmを走破したスーパーバイクチームで、非公認ながら50ccでの24時間連続走行最長距離を記録した。

もつ鍋がブーム  
カレーのTVCMから「具が大きい」が流行語に  
きんさん、ぎんさんが100歳を迎え、国民のアイドル(?)に  
アニエスBなどフレンチカジュアルが人気  
競手・尾崎豊が急死

# スーパーZそしてアプリオ登場

JOGというヒットブランドのもとで多彩なバリエーション展開を行ない、広範なユーザー層を取り込もうとする作戦が、より先鋭化した「スーパーZ」、マイルドスタイル&充実機能の「アプリオ」登場によっていっそう明確になってきた。また、「電気グルーブ」をキャラクターに起用した免許取得教本やVTRを制作し、10代を中心とする若年層の新規需要開拓に力を入れた。

# 1993

## 「オールナイトニッポン・ジャパントゥア」スーパーJOG-Z協賛で大盛況

受験生や夜の孤独な若者、悩める乙女たちを力強く勇気づける人気ラジオ番組「オールナイトニッポン」が、番組を支援するヤマハの「スーパーJOG-Z」とともに全国主要都市をめぐる一大イベント「オールナイトニッポン・ジャパントゥア」を開催。

2月13日、東京・日本武道館を皮切りに、広島、大阪、福岡、名古屋の各会場でウッチャンナンチャン、加藤いづみ、裕木奈江、福山雅治といったパーソナリティと一緒にステージに上がったスーパーJOG-Zは、満員の来場者に囲まれてすっかり人気者となったようだ。

- スーパーJOG-Z (YG50Z-3YK4)  
発売：1993年1月 諸元：オイルダンパー採用倒立風フロントフォーク、ワイドタイヤ、プッシュキャンセルウィンカー カラー：ブルーイッシュパープルメタリック、ブラック2、ラジカルホワイト、スターダストシルバー 追加：6月、カラー追加
  - JOGアプリオ (YJ50-4JP1)  
発売：1993年12月 諸元：マイコン制御デジタル点火、6ℓ燃料タンク、シートロックオープナーなど カラー：ブラック2、シルキーホワイト、ダークグレイッシュシアンメタリック、ダークグレイッシュブルーメタリック3、ダークパープリッシュレッドカクテル2
  - JOG50 (YG50-3YJ5)  
発売：1993年3月 諸元：コンビニック、プッシュキャンセルウィンカー、30/30ヘッドライト カラー：ブラック2ベリータグブルーカクテル3、シルキーホワイト、ライトグレイッシュブルーカクテル1
  - JOG EX (CY50HP-3KJ7)  
発売：1993年3月 諸元：ポリカーボネイト製フロントバスケット
  - JOG50 (CY50-3KJ6)  
発売：1993年3月 諸元：カラー追加
- JOG年間出荷台数：209,131台（ヤマハ調べ）

どっから見てても、スーパーだ。

●XR400、TT250Rが新発売  
●SRV250、TDM850などを新発売  
●原田哲也選手が世界GP250でチャンピオン獲得  
●東京モーターショーでXR1200を発表  
●冷夏により米が大凶作

●細川連立政権誕生  
●衆院議員選挙で新党「結核の鷹」  
●皇太子、雅子さま「結婚の儀」  
●Jリーグ開幕。空前のサッカーブーム  
●穴あきセーターや作業スボンなど「ガランジ系ファッション」が人気  
●ナタ・デ・ココ流行  
●北海道南西沖地震で奥尻島など大被害

●YAMAHA



1994

松本市で毒ガス事件発生  
中華航空機、名古屋空港で墜落  
記録的猛暑で水不足あいつく  
米不足により外米を緊急輸入

- JOG50 (CY50-3KJ8)  
発売：1994年2月 諸元：カラーチェンジ
  - スーパーJOG-Z (YG50Z-3YK6)  
発売：1994年1月 諸元：グリップエンドブラグ、スライドキーキャップ付き燃料タンクキャップ、大型グラフィック カラー：ブラック2、ブルーイッシュパープルメタリック1、ディーパーブルメタリック1 追加：2月、カラー追加
  - JOGアプリオEX (YJ50EX-4LV1)  
発売：1994年2月 諸元：ディスクブレーキ カラー：ブラック2、ダークグレイッシュアンメタリック1
  - JOGボシエム P (CY50H-3KJ9、CY50HS-3KJA)  
発売：1994年8月 諸元：カラーチェンジ
  - スーパーJOG-ZR (YZ50ZR-3YK7)  
発売：1994年12月 諸元：7.2馬力「レッドファン」エンジン、リザーブタンク付きリアサスペンション、フェイスランプ、スモークレンズウィンカー&イエローヘッドランプなど カラー：ディーパーブルーメタリック6、ブラック2、ディーパーブルーレッドメタリック5、ダークブルーカクテル2
- JOG年間出荷台数：200,089台(ヤマハ調べ)



## ふつうのアプリオ定着 Zはさらに進化

前年12月発売の「アプリオ」は、ふつうだけふつうじゃない使い勝手のよさ、ほかにない個性的なスタイルとカラーでじわじわ人気を伸ばし、1年ですっかり新しいスタンダードJOGとして定着した。一方、若者向けの「スーパーZ」は2月にマイナーチェンジしたあと、12月にはよりパワーアップした'95年モデル「スーパーZR」を先行発売。継続発売中のボシエムなどCY系と合わせて、個性的なJOGファミリーが確立した。

### 実証/アプリオの長い足 東京～磐田を無給油ラン



より生活に密着した機能がセールスポイントのアプリオ。なかでも従来比70%増を実現した6ℓの燃料タンクは、好燃費と合わせて航続距離を飛躍的に向上させた。

それでは、1回の給油でどこまで行けるのか試してみようということで、東京・日本橋から静岡県ヤマハ本社をめざして実験を行なったのが二輪専門誌「モト・チャンプ」。

残念ながら、磐田市の手前16kmでストップしてしまつたが実測5.8ℓのガソリンで289kmを走破。燃費48.1km/ℓを実証して見せた。

また、東京の販売店有志が集まった「ヤマハ125 (ワン・ツー・ファイブ) 城東倶楽部」でも、夏休みを利用してアプリオ4台による本社訪問ツーリングを実施。2台は寸前でストップしたものの、残る2台が燃料を余らせて完走。YSP足立中央の山崎敏雄社長は「経費は燃料プラス昼食で1000円。安上りてしよ。セールストークに自信ができた」と話していた。



サッカー日本代表チームでの活躍で、一躍「アプリオ」のイメージキャラクターとして、テレビCMをはじめ雑誌広告や店頭「イベント」などで注目を集めた「アプリオ」は、洗練されたマンツールの魅力を増強して

テイラー・ヤマハF1、初の3位表彰台獲得  
XR1200、TY250Zスクレイシユ、ギアなど新発売  
PASを全国販売開始  
ホットブレッド世界一周ヨットレース優勝  
ヤマハFCジュビロ磐田、Jリーグに登場

### がんばれ/アプリオ「ジュビロ号」 ラジオ番組でカラーリングコンテスト



ゴン中山のJOGアプリオを「がんばれジュビロ磐田」のイメージでカラーリングしよう、というキャンペーンがヤマハ東京とニッポン放送「伊集院光のOh!デカナイト」の協力で開催された。

その結果、大賞をはじめ20名が選ばれ、大賞を受賞した白井由希さんには、自分でデザインしたオリジナルカラーのアプリオをプレゼント。そして、受賞者たちは伊集院光と一緒に等々力競艇場(川崎市)へ直行。ジュビロ対ヴェルディのゲームを観戦し、ゴンに熱い声援を送った。











もっと便利に！快適に！

# GEAR

BUSINESS SUPPORTER

## TIMES



Yamaha News別冊 ギアタイムスNo.3 ●1995年6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

# ピザ業界に ギア旋風!!

今、ピザ宅配業界ではギアが大ブーム！  
ビジネス専用設計としての使い勝手のよさはもちろん、  
今までにない斬新なスタイリング、  
そして2輪の軽快な走りイメージ……。  
そんなギアに、競争が激化するピザ業界は  
熱い視線を送っているのです。



# ズラギア

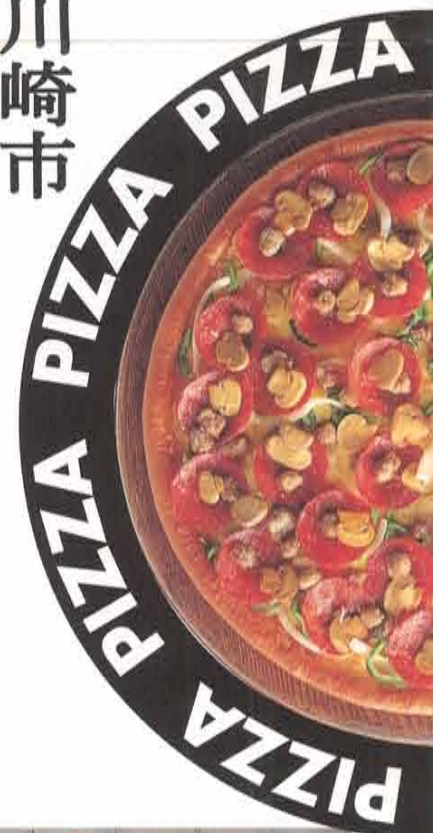
「佐藤さんがギアを気に入った理由は、  
まだまだ他にもあります。それは、細  
かい部分の使い勝手のよさや、耐久性  
の高さとか。  
「ふだんからバイクに乗ってるスタッ  
フが多いんですよ。だから、簡単な手

「東名高速・川崎ICのすぐそばに、ギ  
アがズラリと並んだピザ宅配店を発見！  
「こらジャベルデさんでは、現在14  
台ものギアが使われています。東名川  
崎店長の佐藤孝さんは、「とにかく  
デリバリースタッフに楽しく配達して  
もらいたくてギアを選んだんです。も  
ちろん大成功ですよ」とニッコリ。  
「楽しくっていいのは、気分的にはも  
ちろん、楽で軽快にっていう意味でも  
あるんです。2輪でフットワークが軽  
いギアなら、そんなエンジョイ・デリ  
バリーができるんです」  
なるほど、ひっきりなしに出入りす  
るスタッフは、みんなどこか楽しそう  
です。  
「それに、お店の前にギアが並んで  
ると、ちよつとファッションアップで雰  
気もいでしょう？ 今までのビジネス  
バイクとは違って、カッコもいいよね」  
と佐藤さん。20歳前後が中心というデ  
リバリースタッフも、ギアならではの  
軽快さにすっかり満足しているそうで  
す。

神奈川県川崎市  
ラジャベルデ東名川崎店

ズラリと並んだギアは、お  
店のイメージアップにも貢  
献している

# 軽快なギアで エンジョイ デリバリー!!



「佐藤さんは、最後にこうつけ加えて  
くれました。  
「でもね、やっぱりデリバリースタッフ  
が喜んでくれるバイクが、ウチにと  
っては一番いいバイクなんです。彼  
らが気持ちよく、そして楽しく働ける。  
それがギアが一番いいところですね」  
「こたわって作る品々だから、なるべく  
くおしくお客さまに召し上がっても  
らいたい。ここでもギアの軽快なフッ  
トワークが役に立ちます。やはりスピ  
ーディーなデリバリーを心がけていた  
からね」  
「実際に給油の手間が減りました」  
ラジャベルデさんでは、ピザだけ  
ではなく、サブゲッティやカレーなどの  
デリバリーもしています。特にカレー  
はルーからすべて手作り。  
「かわって作る品々だから、なるべく  
くおしくお客さまに召し上がっても  
らいたい。ここでもギアの軽快なフッ  
トワークが役に立ちます。やはりスピ  
ーディーなデリバリーを心がけていた  
からね」



パーキングスタンドを起こして、さあ出発！  
デリバリースタッフが楽しめるのが一番、とは  
店長佐藤さんの弁

# 坂道グイグイ



配達範囲には坂道も多いが、低速トルクの  
太いギアならグイグイ上る。スピーディー  
で効率のよい配達が可能になった

フロントバスケットには販促  
ツールのドリンクなどを収納







納入台数、実に34台。JA遠州中央では「カラーオーダーシステムで部署ごとに異なる色のギア導入というアイデアもある」(経済部経済企画課・村田博司係長)と、次の計画も構想中だ

# 農協合併のチャンスがたっぷり!

国道152号線をひた走るトラックの運転席で、年配の男性がハンドルを握っています。男性は時折バックミラーを覗き、荷台に積まれたギアの様子をうかがっては、満足げに視線を前に戻しました。

YSP磐田の平野社長が、実に34台というギアの大量契約に成功したのは、2月のこと。契約の相手はJA遠州中央さんでした。

今回の大量納入は、JA側の転機が大きく関わっています。かつて、この地域では独立した12の農協が個別に業務を行っていました。しかし経営合理化のため、'92年10月に合併され、JA遠州中央が新しく生まれたのです。

農協が12に分散していたころは、営業などで使うバイクはそれぞれの農協が個別に、地元ショップから購入していました。ところが今回の合併によりJAとしてまとまると、この個別購入ははなはだ効率が悪くなります。購入ショップの分散が、経理上の処理を大変なものにしてしまうのです。

この問題について、JA遠州中央本部がある磐田市の地元ショップ、YSP

## 34台納入の第一歩は合併されたJAの経理システム問題の解決

磐田に相談が持ち込まれたのは、'93年の7月ごろのこと。さんざん考えた末、平野社長とJAの担当者が出したアイデアが「代納システム」というものでした。

「代納システム」とは、納入するショップ(以下、代表ショップ)をひとつに設定し、窓口ショップとする。代表ショップはJAの依頼を受けて必要台数を揃え、JAエリア内にある各ショップに納車、その後各ショップがJA各支店に納車するというもの。

これなら、経理上では納車窓口が一本化され、合理的。さらに、アフターサービスもエリア内の各ショップが担当し、綿密なサービスが可能。バイクの売却利益が失われた各ショップに対しては、



「言葉よりも、まず体験してもらうのが一番だね」と平野社長。パーキングスタンドも、実際に使ってもらうことが好評へとつながった。もちろん、その後のトークも欠かさない

「代納手数料」を支払ってフォローすることにしました。

そしてJA本部に近く、今回のシステムづくりに貢献したYSP磐田が、代表ショップに選ばれたのです。



# 電撃セールス計画とは? JAを動かした綿密なセールス計画とは?

# ギアを1拳34台納入!!

# ニーズに合ったヤマハの ギアで勝負あり!



村田係長(左)  
のニーズにギアが合致。  
右はYSP磐田の平野社長

もっと便利に! 快適に!  
**GEAR**  
BUSINESS SUPPORTER  
TIMES

## 新生部署で使う バイク選びに積載性と イメージでギアを推薦

代納システムで新生JA遠州中央とのバイクをつけたYSP磐田に、新規のバイクのオーダーが、そのオーダーとは、「営業に使える、さらにはある程度の荷物を積めるバイク」。JA遠州中央の経済部企画課の村田博司係長さんは、「新生JAには、経済渉外という新規部署が生まれました。簡単にいえば外回りの営業ですが、JAで扱っている商品を売ったり、届けたり、同時に農業に対する指導なども行ないます。ここで使えるバイクを探していたんです」

「村田さんの言葉にある『商品』とは、米や肥料がメインです。『条件』としてはまず米などの重いものを積めること。さらに山間部の支店では20キロ、30キロの距離を走ることもあり。ですから長距離にも安心して走れるバイク

であることも大切でした。

さらにこの点が最も重要なんです。新しいJAが始める新しい業種ですから、新鮮なイメージが欲しかった。もともと農協というイメージが強いイメージがある。その営業マンが旧態依然としたビジネスバイクを使っている。変化をアピールできませんからね」

相談を受けた平野社長は「ちょうど手元に届いたばかりのギアのカタログに目を移しました。平野社長は、こう語ります。

「荷物も積める、走行安定性もいい。新鮮なイメージもある。すぐにギアだとピンときたね。ただ、初めて見る人にとって、ギアはどうしてもただのスクーターに見えがち。価格を納得してもらい、ギアをアピールするには、乗ってもらわないとダメなんだ」

## 2週間試乗 試乗車を貸与して 長期にわたり使ってもらおう

さっそく平野社長は、1台の試乗車をJAにボンと預けてしまいました。なぜ試乗車を催すのではなく、試乗車を貸し出したのでしょうか。

「実際にギアを使う人に、日常の業務のなかで使ってもらいたかった。いつもと同じコースを走ってもらうことで、従来のビジネスバイクとの違いが実感してもらえらると思ったんです。パーキングスタンドも、使ってもらった方が言葉を重ねるより具体的なアピールができると思いましたしね」

この試乗車が大人気を博し、「他の部署にねたまれちやいそうだよ」なんて声が聞かれたほどでした。パーキングスタンドも、「重い荷物を積んだときほど停めやすい」と大好評。

さらに、試乗車の貸し出しは大きな成果を挙げました。JAでは納入される

たこの試乗車を「ただ乗ってみるだけではない」と、本部ロビーに展示したのです。ロビーなら、各支店の担当者や重役の目にもとまります。書類での説明では難しいアピールが可能になりました。

「上層の方々にも、実車を見せれば納得してもらえらる」という平野社長の思惑が、理想通りの形で実現したのです。試乗車貸し出しと並行して、平野社長は熱心なセールストークも展開しました。例えば、「大阪のJAがギアを導入した」という記事を見つけた。この切り抜きを持って、「スーツ姿で乗っても恥ずかしくないビジネスバイクがギア。実際に他のJAでも導入した実績がある」と、こう説明してね」

さらに「1販売店として、さらにメーカーとしても、ギアのJA納入に期待している」と、こう説明してね」

待っていることをアピールするため、地元の浜松営業所の所長にも協力を依頼。平野社長がJAに足を運ぶとき、所長にも同行願って一緒に商品説明をしたのです。これも役員の方々を動かす力となった一因でしょう。

2月15日、ギアの導入が本格的に決定しました。納入依頼は34台。平野社長がJAへのバイク作りから始めて、約2年後のことでした。

新しく生まれ変わったJA遠州中央に、新システムの開発協力。そして、JAの業務形態を見越しての試乗車貸し出し、さらにはセールストークや営業所所長との連携。

ギア34台という大型納入の影には、このようなたゆまぬ努力が隠されていたのです。



試乗車には「JA遠州中央」のマーキングを施した。「走る広告塔としてのギアをアピールできたね」と平野店長

## YSP磐田さん

(有) 平野商会  
平野 勝社長 / 静岡県磐田市

JR磐田駅からクルマで10分ほどの住宅街に立地。創立は昭和41年で、じつに30年近くにわたって「街のバイク屋さん」として親しまれてきた。顧客は30歳前後の若年層を中心に、50歳代の中年層も数多い。全バイク売り上げのうち、スクーターを除くビジネスバイクの売り上げ比率は、約2割。



「これは乗りやすいね」とJA職員にも大人気のギア。「将来女性が配属された場合でも、ギアなら安心」というのも営業バイクがギアに決まった要因のひとつだった





人やクルマの往来が激しい狭い道でも、ギアならラクラク。スロー走行も安定感バツグンだ

**繁華街も軽快に!!**

# ピザ業界にギア旋風!!



## 大阪府大阪市 ドミノ・ピザ心斎橋店

大阪・難波の繁華街。昼夜を問わず人並みでこったがえしています。そんな中、軽やかに走るギア。ドミノのマークが光ります。

ドミノ・ピザ心斎橋店では、ギアを試験的に10台導入。ドミノ・ピザ大阪本部の松岡秀明さんは、その理由をこんなふうに話してくれました。

「ここには見ての通りの繁華街。道は狭いし、看板も多い。それに人もクルマも多いから、取り回しは軽い方がいいんです。そんな条件にギアがピッタリとはまるんです」

一方通行で看板のせり出た狭い道。あふれる人並み。ピザを積んでのスムーズ走行も、ギアなら安定性バツグンで

**低コスト+グッツ+イメージ**

**使い勝手の良さ**

**ギア**



もともとリアの荷台が幅広なので、特注のボックスを装着しても安定性が高いと好評。

ノー・プロブレム。

平日に1日で約150軒、土日ともなれば300軒以上の配達をこなすドミノ・ピザ心斎橋店では、それ以上に大きな問題がありません。

「とにかくコストをどれだけ抑えられるかが、重要なんです。ギアは導入価格自体も高くないし、ランニングコストもかなり抑えられます」

それに、ドミノ・ピザにとってバイクは単なるデリバリーの道具ではないんです。走る広告塔としての機能も重視します。カラーリングやユニフォームまで、イメージ作りにはこだわります。その点でもギアは合格なんです」と松岡さん。ドミノ・ピザでは、バイクはもちろん、ユニフォームからヘルメットまでフルとレッドのカラーリングで統一。ギアもちょっとオシャレな装いを見せています。

心斎橋店ストア・マネージャー(店長)の池田邦夫さんは、使い勝手の面からもギアに満足。

「2輪は耐久面でもどうか、と不安だったんですが、やはりビジネス専用設計ということで、耐久性も高そうですね。それに、もともとリアの荷台が広くできているから、ボックスを装着したときの安定感が高いんです。荷物を積んだときの荷重バランスもいいですね。おかげで、安心してデリバリーができるんです」

25名のドライバー(配達スタッフ)

**使い勝手もOK!!**

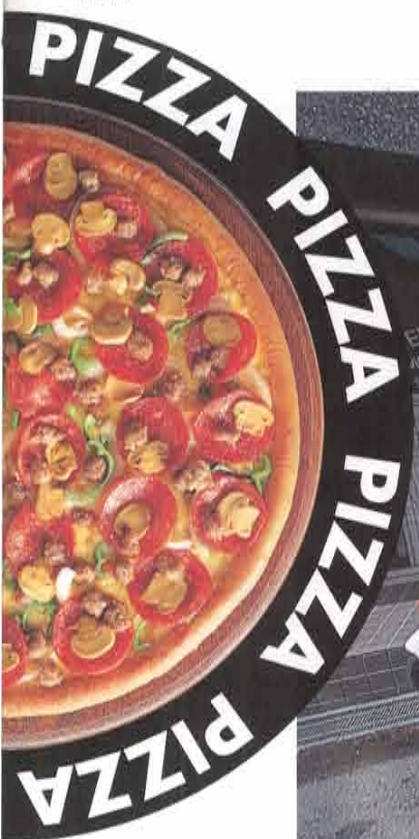
私たちはバイク好きがほとんどで、すっかりギアを気に入っています。

今はフロントに何も装着していませんが、専用のボックスを開発中とのこと。カラーリングも「まだまだ改良の余地があるんです」と松岡さんはあくまでもイメージを大切にしています。

本部ではコストとイメージで、デリバリーの現場では走行性能の高さや使い勝手を受けているギア。ドミノのマークとともに、今日も大阪の街を駆け抜けています。



1日150~300軒以上の配達をこなすドミノ・ピザ心斎橋店。ギアは10台導入されているが「これでも足りないぐらい」



ヘルメットも専用のカラーリング。イメージにはこだわり抜いている

**荷重バランスもいっしょにね!**

ビジネス専用設計だけあって、リアに荷物を積んでもバランスがよいとのこと。安定性が高いうえに小回りもきく

