

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●50ccスポーツ

## YB-1の『これから』

ハローナイスショップ●YSP南京都

### 新市場開拓のための基盤づくり

YAMAHA NEWSインタビュー②●有限会社 高津商店

### 専門店ならではの“質”で応える

1996 No.398

**10**  
OCT.

新しいものが佳い、とは限らない。一方、旧ければ佳い、というものでもない。ただ、佳いものはいつまでも愛され、時を経て残る。SR。コイツこそは正真正銘、旧き佳きもの。“18年”の歴史がその証である。



拝見！となりのお店

HELLO NICE SHOP

ハローナイスショップ

YSP 南京都

京都府綴喜郡田辺町（棚橋慶司社長）

将来を見すえたゼロからのチャレンジ

# 新しい土地への店舗進出は 新市場開拓のための基盤づくり



店舗外観に合わせてモトーンで統一されたショールーム内。タイル敷きの床はタイヤやスタンドの跡がつきにくく、もし割れても一枚だけ換えれば済む経済的なメリットもある

新しいお店をオープンするときに

最初に考えるのはどこにお店を出すかという点だ。

もちろん、バイクが売れる市場であるに

こしたことはありません。

しかし、いま市場として成熟していなくても、

将来的に期待できるといふならぜひより早く進出したい。

「YSP南京都」さんは、

そんなチャレンジスピリットに

あふれたお店の一つです。

田辺町は、数年前から同志社大学が移転を始め、道路や住宅地も急ピッチで整備されている町。来年からは、京田辺市として市制化されることも決定している。

「YSP南京都」さんはこの田辺町に今年の6月8日、新規オープンした。

「この町は、電車で京都まで20分、大阪まで30分。奈良や滋賀からも近いし、商圏は限りなく広いと考えていますよ」と新天地での意気込みを語るのには、棚橋慶司社長（36歳）。

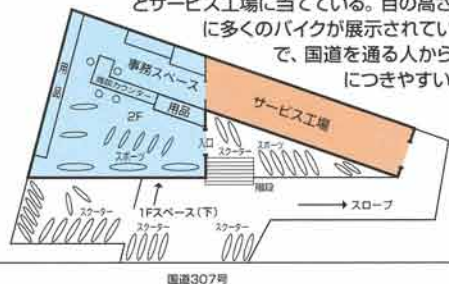
棚橋社長は10年間京都市内で「YSP嵯峨野」を営んでいたが、市内の大学が郊外へ移転を始めたことなどもあり、売れ行き伸びも鈍ってきていた。そこで、思い切って嵯峨





### YSP 京都府綴喜郡田辺町

敷地が道路よりも一段低くなっている土地なので、その半地下状態の1Fを展示スペースの一部と倉庫に、2Fをショールームとサービス工場に当てている。目の高さ付近に多くのバイクが展示されているので、国道を通る人からも目につきやすい。



サービス工場の壁はオレンジ色に塗られ、アイキャッチのポイントになっている。広さも明るさも十分で、作業もしやすい



ショールームのウィンドウは設計時に苦慮した点の一つ。外観を考えた場合、小さな窓の方が見た目はいいのだが、もちろんバイクも見せたい。その結果、壁の下半分をガラス張りにする形が取られた



商談カウンターも棚橋社長(右から2人目)の自慢の一つ。バーのように高さがあるため、訪れたお客さまが自然に椅子に腰かけ、ゆっくりと話ができる

「この店をオープンしてわかったことだけど、近くにバイク屋がなかったからという理由でバイクを買わなかったり、古いバイクを買い替える機会がなかったお客さんが結構いるんですよ。ここにYSPができてよかったと言って、来てくれる人もいますからね」

潜在的な需要のある土地に、いち早くお店をオープンし、住民に広く認知されることで、基盤を築きあげていく。棚橋社長の頭の中には、そんなストーリーがすでに構築されているようだ。

「いままでとまったく違う土地で販売を始めるわけだから、まったくのゼロからのスタート。これからは本番です。この町だけでなく周辺の都市の中から、バイクに乗る人の人口をもっと増やしたいと思っています。そして、5年以内にもう1店舗、最終的には5店舗ほどに増やしていきたい」と自らに目標を掲げる棚橋社長だった。

野の店を支店にして、自身はより可能性の大きいこの町にお店を開くことにしたのだ。

ところが、敷地の前を通る国道は去年開通したばかりで、電気、ガス、上下水道もまだ整備されていない状態だった。「それを引いてくるだけでも大変。正直言って、何度も諦めそうになりました」と、苦労もひとしおだったようだ。

苦労といえば、店舗の設計に関してもそうだった。設計側の建築物としての見映えを重視する方向性と、社長側の展示車が見やすい店舗にしたいという方向性の折り合いがなかなかつかなかったのだ。そのため、ほぼ毎晩のように入念な打合せが繰り返され、深夜に及ぶこともたびたびだった。

その甲斐あって、店舗の出来栄については「自慢できるところは全部」と、棚橋社長は胸を張る。

「何10万から百万円以上もする商品を扱っているわけだから、見せ方に気を配るのは当然。デパートやブティックでも、高い品物の展示には気を使うでしょう。バイクだって、雑に扱うわけにはいきませんよ」

現時点で、展示車の数はショールームとオープンスペースを合わせて50台にも上る。今後80台まで増やす予定があるという。



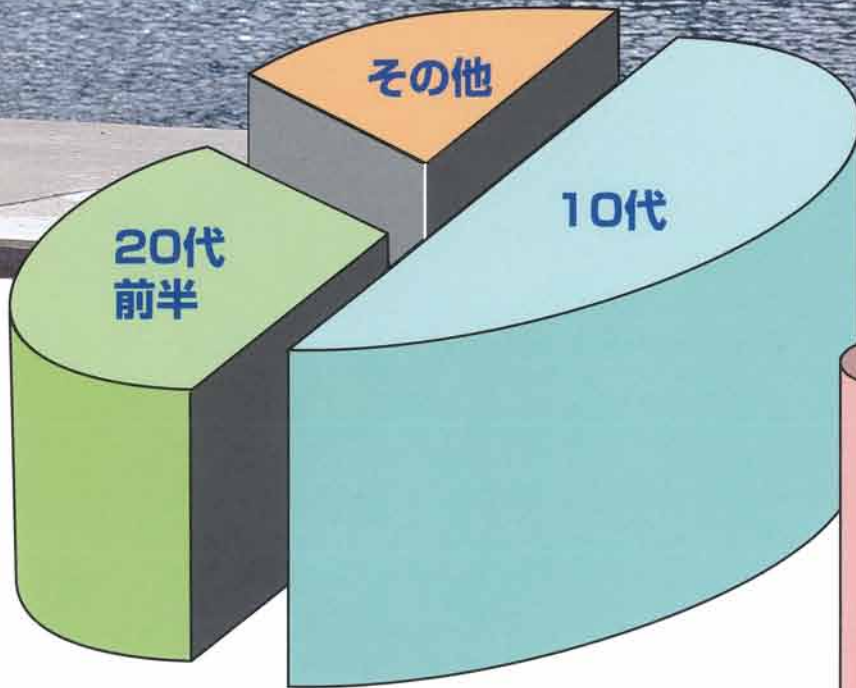
## 特集：50ccスポーツ

# YB-1の『これから』

50ccスポーツとして久しぶりの大ヒットを記録している「YB-1」。

しかし、発売以来10ヵ月を経過しようとする今、ニューモデルから定番商品への転換期に差しかかっています。上手に育てればSRやセローのようなロングセラーへ成長し、さらには多くのステップアップユーザー獲得も期待できる商品だけに、今後どう拡販し、お客さまとのつながりを保っていくかが大きなポイントです。

そこで今回は、YB-1ユーザーの現状とYB-1を含めた50ccスポーツの今後の商売について、ヒントを探ってみました。



### YB-1ユーザーの年齢

このユーザー像を年齢別に見ると、圧倒的に多いのが10代で、約半数を占めています。次に20代が30%ほどあって、50代、60代の年配者はチラホラ。新規率も非常に高く、ジヨグZRをしのぐ「若者のエントリーバイク」となっているようです。

YB-1のユーザー動向

YB-1の発売開始から7月末までの登録状況をみると、累計（YB50含む）で東京都が約670台、大阪府が約560台となっています。もともとビジネスバイクに人気の火種があったのは確かですが、そのなかでYB-1だけがこれほどヒットするとは予想できませんでしたね。



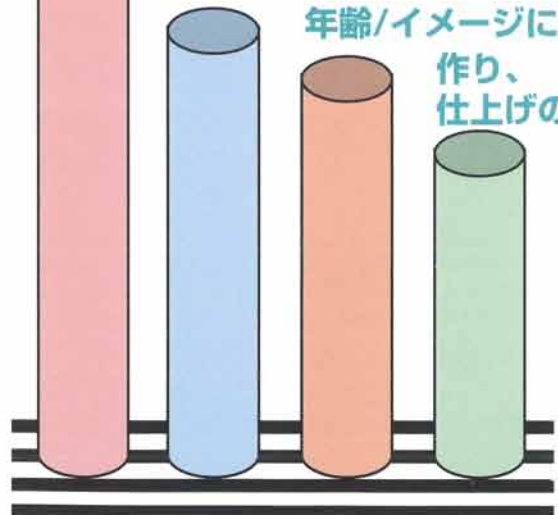
### 外観スタイル

YB-1購入の決め手になったもの

上位4項目

### 新商品だから

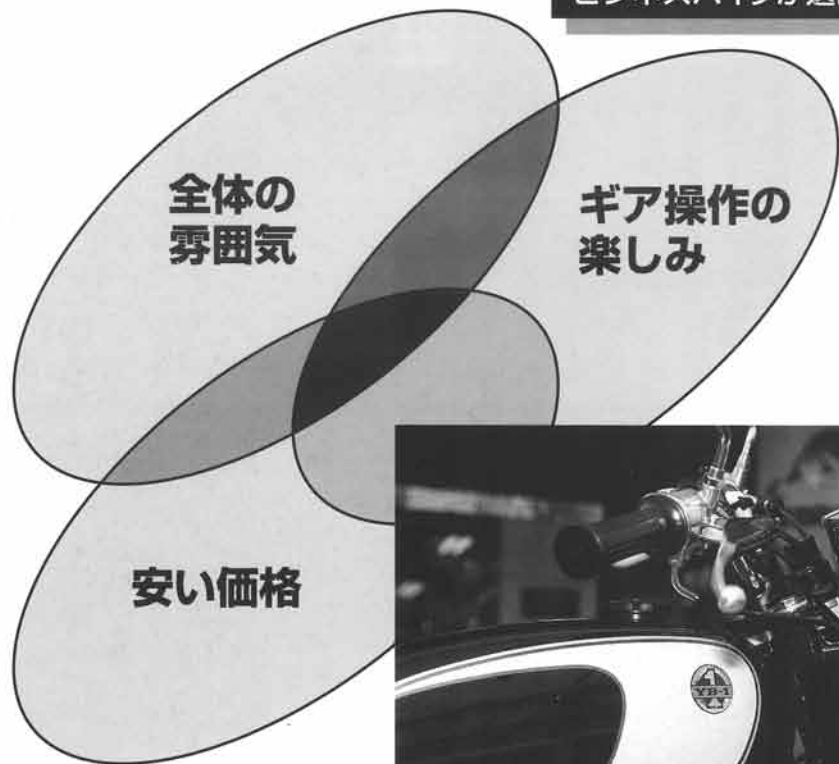
年齢/イメージに合う作り、仕上げの良さ





# YB-1の『これから』

## ビジネスバイクが選ばれる理由



# 「フアツション」だけじゃない 「ギア付きのおもしろさ」に注目

ヤマハ発動機・商品企画グループ  
西村佳隆さん

「エンジンまわりがスカスカしていない」といった点が購入の決め手。「店を開けたら雑誌の切り抜きを持った子が立っていた」なんていう、まさしく「目ぼれ」のパターンもあるようです。

ただ、ビジネスバイク全体で「選ばれる理由」を調べると、「全体の雰囲気」「安い価格」「ギア操作の楽しみ」がベスト3になるんですが、YB-1の場合、評価が外観やスタイル、つまり「全体の雰囲気」にかなり集中しているわけですね。

ということは、これからさらにYB-1の拡販をはかろうとすると、残る「価格」や「ギア操作」といった要素が見逃せないセールスポイントになると思うんです。

たとえば価格についてですが、同じ50ccで比較するとビジネスバイクはスクーターよりやや高いんですよ。それでも、ユーザーは安いと感じています。なぜか

購入の動機は、データからもわかるように「外観・スタイル」と「ニューモデル」の

目新しさが圧倒的多数で、特に「タンクのデザイン」「各部のバラ

ン」が各部分のデザイン

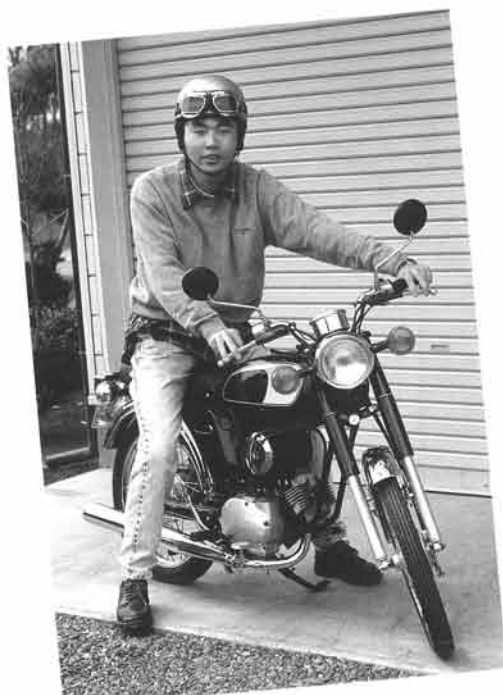
目新しさが圧倒的多数で、特に「タンクのデザイン」「各部のバラ

ン」が各部分のデザイン

目新しさが圧倒的多数で、特に「タンクのデザイン」「各部のバラ

ン」が各部分のデザイン

目新しさが圧倒的多数で、特に「タンクのデザイン」「各部のバラ



育てたいヤングライダー

と違って調べてみると、素材の質感というか金属の重厚感がポイントになっている。つまり、大きなスポーツバイクと同じ金属製のものにこの値段、という「割安感」があるようです。

また、ギア操作をおもしろいと感じるユーザーが多いのも、スクーターユーザーと対照的な特徴。用途でいえば通学や買い物、街なかの足として使われる場合がほとんどですが、一部ツーリングにも使われていますし、今後もお店のほうから走ることに、操ることの楽しさを積極的にアピールしてみてもいいでしょう。

基本的な乗り方、楽しみ方を教えてあげること、コミュニケーションの糸口がつかめれば、若い新規ユーザーをお店に定着させるチャンスも広がります。そのなかから、さらに中型や大型のスポーツバイクへステップアップも望めるんじゃないでしょうか。

そういう意味からも、YB-1はびつたりのエントリーバイクになりうると思います。



# 足りないのは「情報」と「仲間」 それを補うのはシヨップしかない

YSP小平／鈴木昇社長



納車時にゲーム感覚の乗り方指導を行なうなど、バイクの楽しさを体験してもらう機会を作っているが、それでもまだ十分ではない。「本当に大切なのは、買ってもらった後にどれだけ来店してもらえるかです」と鈴木社長

スクーター・ユーザーと違うのは  
バイクが自己表現の手段であること



「あのお、バイクのチェーンがスグに外れちゃうんですけど、なぜですか？」

ある日の午後、YSP小平さんにこんな電話がかかってきた。電話の主は、以前にYB-1を購入された16歳のお客さま。本体の納車後、一度として来店のない「典型的なイマドキのライダー」だ。もちろん初回点検のDMにもまったく反応はなかった。

鈴木昇社長が、苦笑いしながら言う。「時代が変わったんでしょうね。これも仕方ないことですよ……」

代替え中心のマーケットの中で、新規のお客さまを大量に呼び込んだYB-1のヒット。この商品の発売により、同店にもたくさんの高校生たちが来店した。それまでの高校生需要と言えはほとんどがスクーターだっただけに、ギア付きのYB-1のヒットは、同じ原付とは言え将来を期待させる明るい材料だった。

「そんなわけで、ウチも力を入れてYB-1

を売りましたから、そこそこ台数も出ました。で、このお客さんを上手に育ててステップアップさせたいと考えたんですが……現実にはなかなか上手くいきませぬね」と話す。

同店では、YB-1に限らず、納車時には必ず乗り方指導を行なっている。店舗裏の駐車場にパイロンを立てて、ストップ&ゴー、スラローム、8の字など、バイクの基本操作と安全運転をマンツーマンで指導しているのだ。特にギア付き50ccの場合は最低でも30分、長ければ1時間以上もかけて指導に当たっている。

「指導の目的は、安全運転と正しい操作を習得してもらうことなんですけど、それに加えてバイクのおもしろさを知ってもらいたいという狙いもあるんです。たとえば8の字なんかでも、パイロンの距離を狭くすれば走りにくくなるわけで、できない人はできるようにになりたいと普通は思いますよね。ですからこれを逆手にとって、ゲーム性を持たせて指導をすると、今までは大抵のお客さんが喜んでくれたんです。ところが最近ではダメ、上手になりたいというような欲求が感じられないんですよ」と嘆く。



特集：50ccスポーツ

# YB-1の『これから』

YB-1のカatalogをもらうため、高校生の来店が増えた。彼らの目的はCatalog集めではないので、成約率はかなり高い。さらにお店からのオリジナルメッセージを同封することで、ショップの信頼性を高めている



鈴木社長が分析したYB-1のユーザー像は、こうだ。

「まず、いろいろな意味で平均的な若者ですよ。悪くもなければいい子でもないような。しかもバイクにハマるようなタイプでもないわけです。使いみちはビデオ屋さんやファーストフード、それにコンビニまでの足。こう言うスクーターのお客さんと変わらないけど、彼らが違うのはバイクを自己表現の手段と考えているところだと思います」



## 店内で生まれるネットワークがより深いバイクとの関わりを築く



あまりにつかみどころのないYB-1のお客さま。こうしたお客さまを息の長いバイクファンに育てるには、果たしてどのように接したらいいのだろうか？

「先ほどのチェーンのお客さんは別にして、彼らが集まった店にこないわけじゃないんですよ。逆にバイク仲間や先輩がいなかったり、専門誌を読んでいなかったりするぶんバイクに関する情報を持っていないわけですから、彼らが欲している情報を店に用意さえしておけばそれなりに来てくれるものなんです。たとえばドレスアップパーツのカタログなんかがある。YECのパーツカタログだけで、十分に会話が弾みますからね」

そんな中で、バイクに関しては単独行動の多いYB-1のお客さまにも、新たなネットワークが生まれつつある。来店時にお店で顔を合わせる大型スポーツバイクのお客さまとのコミュニケーションがそれだ。

「ウチの場合なんかだと、ツーリングクラブのメンバーたちがよく来てくれて、そこにいるYB-1のお客さんに声をかけたりしてくれるんです。そんなことが何度か続けば、自然に仲間意識も芽生えますからね。先日も50ccだけで大島ツーリングをやったんですが、そんなところにも顔を出してもらえればと考えているんです」

接客にもノウハウがある。10代のお客さまの対応には、必ず若いスタッフが当たることだ。当初は鈴木社長が自ら接客を担当し

ていたそうだが、年齢の差があり過ぎるのか、お客さまが自ら壁を作ってしまうのを強く感じたという。実際、若いスタッフが接客に当たったところ、社長では引き出せなかった質問がポロポロ出てきたそう。

「総じて彼らはメカに弱いんだけど、たとえば簡単なウィンカーの交換なんかをすすめてみると、これが結構やるんですよ。ちゃんとした会話ができる素地さえ作っておけば、万が一わからなくなった時にも自分から電話をかけてくるし。こういうことを続けていけば、多少なりとも深くバイクに関わりたいという気持ちが出てくるんじゃないかと期待しています」

いずれにしても、キーになるのはお客さまの来店回数。まずお店に足を運んでいただき、そこでコミュニケーションを築いた上で、さらにお客さまにとって有益な情報や走る機会をいかに提案ができるかが、50ccスポーツユーザーのステップアップにつながることは間違いなさそう。



YSP小平（東京都小平市）

東京郊外の小平市にお店を構える創業32年の老舗。バス通りに面した広いオープンスペースには、常時60～70台の商品が展示されている。地域密着型の堅実なご商売と、定例化された安全運転講習会の開催、さらには「ヤマハ一筋30年」というポリシーで、幅広いお客さまからの支持を集める。

# スポーツ車&原付ツーリングで ステップアップを促進!!

YSP名古屋北／川嶋昭憲店長

## バイクへの憧れを助長 するような店舗作り



YB-1の登場により大いに活気づいた50ccスポーツ市場。しかしYSP名古屋北さんではこの状況を冷静にこう分析する。

「YB-1は『ファッション』という付加価値があつたからこそ売れています。実際は若い世代ほどバイク離れしてきているように感じます。身近にバイクを目にする機会が減ってきていますから、バイクに対する憧れを持ちにくいんじゃないでしょうか」と川嶋昭憲店長。

そこで、若年層へバイクをアピールするため、価格・車格とも彼らの手に届きやすい50ccスポーツの展示には十分気を配っている。

「ウチの前の道が高校の通学路になっているので、ウィンドウや店頭への注目度が非常に高いんです。だから50ccスポーツの展示配置にもちよつと工夫をしています。

まず、YB-1は入口の一番目立つところに置いてあります。全色揃えて並べたこ

ともあつて、注目を集めましたね。また、TZR 50はショーウィンドウの一番外側、外からも見やすい位置に置いてあるんです」

しかし、それで商売が終わつたわけではない。次の段階として、こうして取り込んだ若い新規客をいかに固定客化させていくかが大きなポイントとなる。

「50ccスポーツの販売は、良質な固定客をつかめるというメリットがある。原付・中

型・大型とステップアップしていけば、ひとりのお客さんが何台も買ってくれるわけですからね。

もちろん、お客さんにとつてもメリットは大きいんですよ。スポーツ性の高いバイクは、大きいものほど運転技術が必要になる。ステップアップを指そうとすれば、同時にテクニクも向上するわけです。それに、楽しさだつて広がるじゃないですか」



ステップアップの動機は、「大きいバイクに乗るとこんなに楽しいよ」と夢を語るどころから、「バイク乗りとして良質な固定客がつきやすい」と川嶋昭憲店長

しかし、それをお客さんに無理強いして売ろうとするようなことはない。「大きなバイクに乗ると、こんなに楽しいんだよ」という夢を機会あるごとに繰り返し伝えていく。それは川嶋店長のこだわりであるだけではない、お店の特色付けという役割も果たしているのだ。

「名古屋はバイクショップの激戦区。売ることだけにとらわれがちな店だつてあるでしょう。だからこそ、ウチは逆に夢や楽しさを売ろうとしているんですよ。バイクつてやっぱりカッコいい乗り物だから、憧れてもらいたいですよね。また、そういう話に食いついてきてくれるお客さんは、固定客になつていく確率が高い」

取材中にたまたま訪れた若いカップルは、中型に乗る高野裕さんと原付に乗る谷野彰子さん。谷野さんは中型免許を取得してルネッサに乗るのが目標だ。

「ロングツーリングの時はいつも彼の後ろで、ちよつと飽きちゃつた。一緒に北海道を走つてみたかつて……」と谷野さん。

ふたりとバイクを前にしながら、川嶋店長は北海道の素晴らしさを語る。ふたりは目を輝かせながら話に聞き入り、カタログを握りしめて帰つて行った。

## ステップアップのきっかけ 作りとしての原付ツーリング



ところで、YSP名古屋北さんでは、今年から「原付ツーリング」を行なっている。これまでに3回開催され、今年中にあと2回行なう予定だ。十数台の50ccスポーツが





# YB-1の『これから』



若年層に手の届きやすい50ccスポーツをアピールするため、展示には工夫。YB-1、TZR50ともに通学途中の学生にも目の付きやすい場所に展示してある

集まって飛騨方面にツーリングする。これまでの3回のうち1回は1泊、あとは日帰りの気軽な旅だ。

参加者には革パンツ、ブルゾン、ブーツといったいわゆる「正装」が義務づけられている。安全性最優先はもちろん、楽しさの演出という狙いもあるのだ。

「ツーリング中、レストランなどで食事を終えて「さあ、出発」という時に、10人以上の本格的なウエアを来た連中が颯爽と原付にまたがる。粋な光景でしょ？ 周りの人たちも「アレッ」て感じで笑ってますよ。そうそう、ウチの大口厚社長も、ギアに乗って革パンツ履いて参加してますからね」

そんな楽しい雰囲気「原付ツーリング」

だが、その際にもステップアップ勧誘への布石が隠されている。

「必ず中型や大型バイクを混ぜるんです。「原付ツーリング」とは銘打っていても、参加車種は自由なんです。そうすると、原付に乗っている若いお客さんたちは、中・大型バイクに対する憧れが強くなる。「大きい



のもいいなあ」ってね」

この「原付ツーリング」ももとはビッグバイクに乗る馴染み客が50ccスポーツを手に入れ、そのバイクの原点とも言える楽しさを再発見したところから始まったのだが、お店から見れば「渡りに船」。ビッグバイクのお客さまの50cc増車と、50ccスポーツのお客さまのステップアップという一挙両得の効果が狙えるわけだ。

「原付には小排気量なりの楽しさがある。同じように、大きなバイクには大きなバイクの楽しさがある。なるべく色々なバイクに乗って、楽しさの幅を広げてもらえればと思っています。そういう意味でこの「原付ツーリング」は、原付のお客さんにとってはステップアップの、ビッグバイクのお客さんにとっては新たな楽しみの発見の、きっかけ作りになっていますね」

ステップアップという視点でいえば、Y S



YSP名古屋北（愛知県西春日井郡）

名古屋空港に程近い国道41号線に面する。建坪約220坪の広々としたスペースで、販売・修理とも充実。別に200坪の倉庫を持つ。新車・中古車販売はもちろん、パーツの扱いも豊富だ。販売の9割がスポーツ車で、固定客が多いのが特徴的。ツーリング、レース観戦などのクラブ活動も盛んに行なわれている。

P名古屋北さんではさらに長いスパンで企画していることがある。

「PW50で」ちびっこライディングスクール」を開催しています。なるべく若い子にたくさんバイクに乗ってもらいたいですよ。やがて彼らが成長していけば、バイクに対して理解ある大人になっていくでしょう。「二輪社会を文化にする100年計画」なんですよ」と、川嶋店長は笑った。



ツーリングではプラスアルファの楽しさを提供。娯楽としてのバイクライフの幅を広げている

『米・みそ・水の工房』たかつ



TALK  
高津 健次さん  
[有限会社 高津商店 取締役]

『米・みそ・水の工房』たかつ  
創業はおよそ100年前という老舗・高津商店の3店舗目として95年6月オープン。20種類以上の玄米を店頭精米してくれることが大きな特徴だ。また、各地方の味噌の計り売りや、業務用の濾過機を設置して安全な水も提供するという独特のスタイルで地元以外からも注目を集めている。

「お米」を取り巻く状況が激変している。日本人の食生活の多様化による「米離れ」。平成米騒動でピークに達したお米屋さんへの不信感。そして規制緩和による他業種からの参入。「このままでは米屋はやっていけない」「このままでは米屋はやっていけない」といって、昔ながらの「はかり売り」と「店頭精米」だった、

現在、米穀業界をとりまく状況はどう変化しているのでしょうか？

今年の6月からお米の販売が免許制から登録制に変わり、登録さえすればどこでもお米が扱えるようになりました。コンビニやガソリンスタンドなど、他業種からの参入がものすごく増えて、販売形態が多様化しているんです。

また一方、原価から計算するとありえない価格で販売している安売り店がある。これが何を意味するかというと、極端なことを言えば「魚沼産コシヒカリ」と名前がついていても、中身に何が混ざっているのかわからないということです。

このような状況ですので、農家から

直接お米を買う消費者も増えてきています。つまり「米屋離れ」が進んでいるんですよ。にもかかわらず、従来の米屋は配給制のころの「売ってやる」「分けてやる」という意識からまだ抜けきっていない。私はこのままではお客さまは来てくれなくなる、という危機感を強く持っているんです。

そこで、かなり個性的な販売スタイルを実践されているわけですね。

この店を始めてよく分かったのですが、お客さまはそれぞれに「こだわり」をお持ちです。安全なお米を食べたいとか、栄養のあるお米を食べたいとか、もちろんおいしさを追求している方もいる。ところが、こういったお客さま

のニーズに答えている米屋が今まではなかった。

米は日本人の主食ですから、根本的には「味」が決め手になる。うちでは、常時20種類以上の銘柄を揃え、好みの味を選べるようにしています。同業者に「よく20種類も扱ってますね」と言われるのですが、お客さまの立場から考えると「たった20種類」なんです。

この20種類を「店頭精米」して「計り売り」しているわけですが、パッケージングされたお米だといつ精米されたのかわかりません。お米は精米した後段々味が落ちていきますが、店頭で精米す

味

健康

安全

お米やみそ水の「マジだわり」に





# 「専門店ならびではの 「質」で応える。」

れば鮮度は一目瞭然だし、加えて農家の名前が記されている米袋からお米を取り出すところを自分の目で確認できるから安心していただける。栄養面を気にされる方には玄米、3分つき、5分つき、7分つきなど、精米加減も好きなように選んでいただくこともできます。

昔のお米屋さんには、そういったスタイルが多かったと聞きます。

でもね、単純に「昔のスタイル」を追随したものではありません。ウチではお米のほかに味噌や水も扱って、お客さまに「日本の食の基礎になるもの」を提供しています。もちろん「味・健康・安全」という考え方はお米と同じです。

味噌は、お客さまの味覚に合わせて選べるように全国15以上の種類を扱い、その生きた味を楽しんでいただけるように計り売りスタイルで販売しています。パックされた味噌は、菌の活動が止まってしまっているわけで、やっぱり味が違うんですよ。

また、お水は特別に業務用の濾過機を置いて、水道水を濾過した安全な水をお分けしています。最初にポリタンク付き4リットルを250円で購入し

ていただき、以後はそのポリタンクをご持参いただいた方だけに4リットル100円で販売しています。水の販売というよりは、むしろお客さまへのサービスの要素が強いんですが、逆にこの水をきっかけにウチの「安全への意識」をご理解いただき、新しいお客さまへと結びつく例も少なくないんですよ。

他のお米屋さんも、貴店のスタイルに大変注目しているそうですが、仮に今後同様のお店が出現するとしたら、どうお考えになりますか？

ウチのスタイル自体は隠すようなものではないですね。よく同業の方がお見えになるので説明させていただくんですが、ある時「他店に真似されてしまうと、売り上げが下がるのではないかと」と言われたことがあります。でも、単純にそうはならないと思うんです。販売スタイルという上辺だけ真似しても絶対にうまくいかない。何故かというと、お客さまの特性は地域によって千差万別。これをしっかりと把握しないと、地域に貢献し成功することはできないんです。こればかりは一朝一夕では真似できないでしょう。

店頭精米だけでなく、店頭で稲自体もプランターで栽培する。単なる飾りではなく、この秋にはしっかりと収穫し、お客さまと試食会を開く予定とか……



仙台味噌 1kg 500円 500円 260円

秋後もち米 1kg 780円 400円

FROM SERVICE

日づつ培った技術力を磨きこらう  
『96ヤマハ整備士コンテスト』  
ぜひご参加ください!

正確で迅速なサービステクニク、質の良い接客態度はお店の信頼感を高め、お客さまの固定化や紹介客獲得にもつながります。日ごろから、お店のスタッフひとりひとりが十分気を配っておきたいものです。

しかし、自分の店に在るだけでは改善すべき点が多岐にわたるのか、どうすればより良いサービステクニクが磨けるのか、なかなかわかりにくいことも事実。

そこでヤマハは、年に一度、サービスマンとスタッフが一堂に会し、日づつ培った智慧と技術を試し磨き合う場を設けました。それが『ヤマハ整備士コンテスト』です。サービスマン日本一をめざし、奮ってご参加ください! また、好評のCS研修会も今年11月から来春にかけて、全国で開催します。

■整備士コンテスト地区予選日程

10月2日	熊本、米子
10月3日	北陸、松山、徳島、高知、高松、福岡南、神戸、姫路、大阪北・東、岐阜
10月4日	大分
10月8日	福岡、堺、和歌山
10月9日	宮崎、奈良、鹿児島
全国大会 / 11月7日・つま恋	

■第3回CS研修会日程

札幌	未定
釧路	未定
仙台	'87年1月17日
春日部	12月10日
東京	12月11日
神奈川	12月12日
名古屋	'87年2月4日
静岡	'87年2月5日
四国	11月28日
近畿	'87年1月22日
中国	'87年1月17日
福岡	'87年2月7日

過去2回にわたって要望の多かった苦情への対応を集約的に取り上げるなどカリキュラムをさらに煮詰め、ロールプレイングもたっぷり実施。現場で役立つ内容となっておりますので、こちらもぜひご活用ください。

FROM SALES

『販売のヒントにも役立てたい』  
『週末バイクライフ論文』作品集

1886通もの応募をいただいた週末バイクライフ懸賞論文。このうち最優秀



賞、優秀賞に輝いた6作品は、すでにヤマハニュースで全文をご紹介しています。しかし、これら以外にも素敵な夢や生活を描いた作品が数多く、しまい込んでおくにはあまりにも惜しいものばかり。そこでヤマハは、さらに500作品を一冊の本にまとめ、より多くの方に読んで欲しいと考えました。それが、この作品集です。お客さまたちの、バイクに対する愛情や希望がほのぼのと伝わってきて、これからの販売を考えるうえでも大いに参考になるはずです。応募者全員のほか、全国のYESショップなど店頭にも配付しますので、ぜひ一読ください。

YAMAHA TOPICS

今が旬の『芳賀ブラザーズ』を招き  
鈴鹿8耐の優勝をファンに報告!!



進行役はサイクルサウンズ誌の佐久間編集長。持ち前の鋭い突っ込みに、二人は「今だから話せませうけど……」を連発

真夏の祭典、鈴鹿8時間耐久ロードレースで、ヤマハに6年ぶりの優勝をもたらしたYRTのC・エドワーズ／芳賀紀行組。史上最年少ウイナー、そして大会新の214ラップと、レコードづくめの優勝はまだ記憶に新しいところです。

しかし、こうした活躍もファンの熱い声援があつてこそ。そこでヤマハでは、応援してくださったみなさんに感謝の気持ちを込めて、9月15日、東京・練馬のヤマハモーターサイクルショールームを会場に、「鈴鹿8時間耐久ロードレース優勝記念イベント」を開催しました。当日のゲストは優勝ライダーの紀行選

夏の北海道を満喫した  
YESSSウィークエンドラン

週末はバイク人キャンペーンの一環として、YESSS東京事務局が今春からスタートさせたツーリングシステム、YESSSウィークエンドラン。オンロードコース、オフロードコースともにベテランのインストラクターが同行し、ライディングの基本を学びながらツーリングの楽しさを実感していただく新たな需要創造活動です。

そのスペシャルバージョンYESSSウィークエンドラン北海道の旅が、8月22〜25日の4日間にわたり、21名のYESSS会員を集めて開催されました。

ツアーコースは、釧路から羅臼を経由して、佐呂間〜旭川〜小樽とまわる全行程約800キロ。ツーリングにはインストラクターの辻司さんも参加して、各ポイントでライディング・レッスンが行なわれたほか、最終日にはキロロリゾートで豪華なパーティーも開かれ、旅の疲れを癒す楽しいゲーム



早くも「来年も開催してほしい」という声が聞かれた

大会などで盛り上がりました。あいにくツアーの前半は雨にたたられたものの、後半には天候も持ち直し、参加者たちは雄大な北海道ツーリングを思う存分満喫したようです。



さすが人気急上昇中の芳賀兄弟。サイン会では長蛇の列が

手と、YESSSレーシングチームから参戦した健輔選手の芳賀兄弟。会場には優勝マシン、YZF750も展示され、月刊サイクルサウンズ誌の佐久間編集長をまじえてのトークショーやサイン会、さらには撮影会やチャリティオークションを行いました。

トークショーでは、「今だから話せませうけど」と前置きして8耐のウラ話が披露されるなど、奔放でユニークな二人のキャラクターに、駆けつけた80名あまりのファンは大喜び。弟の紀行選手が「8耐の優勝で自分の走りに自信が持てた」と話せば、兄の健輔選手も「あとは僕が全日本タイトルを獲得して、我が芳賀家最良の年にしたい(笑)」と締めくくり、終始アットホームな雰囲気イベントは終了しました。



ツアー後半、青空の下で小樽を目指して走る一行



## 往年のヤマハ車が大ハッスル!! 第20回朝霧スクランブル大会

8月15日、朝霧高原「スタックランド」で「ヤマハ オフロードコース」で「第20回朝霧スクランブル大会」が開催されました。  
この大会は、ヤマハの旧車オーナーズクラブ「YDSクラブ」が今年2回、各旧車オーナーズクラブに呼びかけて開催しているもので、DTT-1をはじめとする昔懐かしいオフロード車がぞろぞろ集まってくる珍しいイベント。

記念すべき10年目、第20回を迎えたこの



日、前日までの台風も晴れ、朝霧のすがすがしい風景のなか、熱く、か

つほのば  
オールド車というよりも、スクランブルの呼び名が似合う(笑)バイクが疾走

レースが繰り広げられました。

貴重な旧車は泥だらけになりましたが、再び活躍の場を与えられたことを喜んでい

## 十月(神無月)

しよみ

夏の太平洋高気圧から、冬の大陸性高気圧に移り変わる時にやってくる秋雨前線。これがいつまで停滞するかによって、秋晴れだらけたり長雨だらけたりするわけです。  
ツーリングの時には、雨具の用意を忘れないようフードバイスしてください。  
また、体調を崩しやすいのもこの季節。湯冷め、寝冷えなどに用心。

- 10月1日(火)：労働衛生週間
- 10月8日(火)：寒露
- 10月10日(祝)：体育の日
- 10月23日(水)：霜降
- 11月3日(祝)：文化の日
- 11月7日(木)：立冬
- 11月8日(金)：一の酉
- 11月15日(金)：七五三
- 11月20日(水)：二の酉
- 11月23日(祝)：勤労感謝の日
- 10月・11月の大安
- 10月4日・10日(木)・14日(月)・20日(日)・26日(土)・11月1日(金)・7日(木)・12日(日)・18日(月)・24日(日)・30日(土)
- セール、イベントのキーワード例  
「家族対抗」「バイクで運動会」  
「産地直送ツーリング」→秋の味覚を産地へ買い出しツーリング。夜はそれらを持ち寄って鍋にする。

## TNレーシングスクール開講 ロードレースの楽しさを伝授!

またたくのピギナーでもサーキットでレーシング走行が体験できる「TN入門レーシングスクール」(主催：SUGOスポーツクラブ、共催：ライディングスポーツ)が、スクランブルSUGOで開催されました。

このスクールは、有名ライダーが講師を務めることや、安価な受講料と参加者へのマシンの貸し出しにより、金銭的な負担が少ないことで、注目を集めています。8月19、20日には、今年3回行なわれるスクールの2回目が開かれました。3回目は10月21日に開講。

全国から集まった受講者47人を前に、校長の平忠彦さんは「コーナリングスピードを上げるよりも、ブレーキングと加速を素早くすることがタイムアップのコンとアドバ

## 96浜名湖ソーラー&人カポートルレース 『コギト』『フェニックス』が上位を独占

夏休み真っただ中の8月10、11日、「人も太陽も力持ち」を合言葉に「96浜名湖ソーラー&人カポートルレース大会」が、1万人以上の観客を集めて浜名湖競艇場で行なわれました。

人カレース部門のディフェンディングチャンピオン、ヤマハの『コギト』チームは昨年の小改良型である「COGITTO-3.5」を投入。200メートルスピードレースの準決勝ではコースレコードをマークし、決勝でもその好調を維持してトップでゴールしました。さらに、一周スラロームレースでも2位に入り、見事5年連続の総合優勝を果たしました。

同部門の総合2位、3位にはもう一つのヤマハチーム「中之郷RC」の「SUPER PHENIX」と「PHENIX V」が入り、



ヤマハが1、3位を独占する快挙となりました。

圧倒的なスピードで200メートルスピードレースを制したCOGITTO-3.5は今年も総合優勝を獲得

## 鈴木8耐優勝マシン、YZF750 プレス試乗会で高性能をアピール!

214週もの周回数記録、最年少ベアによる優勝と数々の話題を振りまいて、今年の鈴鹿8時間耐久レースを制したYZF750。その2輪専門誌向け試乗会を、8月26日、スポーツランドSUGOで開催しました。

試乗は8耐を戦ったときそのままにセッティングされたマシンで行なわれ、各2輪専門誌のテストライダーはエンジンのパワーカーブがスムーズ。街中でもワインディングでも使える特性である「パワーバンド」が広く、ワイドレンジを感じさせるエンジンだ。「前乗りのときに優れたコーナリング特性を示す」「93年の原田選手のTNMに、750のエンジンを搭載したようなイメージで曲がってくれる」など、エンジンの扱いやすい特性や旋回性の高さを絶賛。

また、前日ワールドスーパーバイクを戦い終えたばかりの芳賀紀行、吉川和多留、藤原儀彦の3選手も顔を寄せ、ジャーナリストの質問に答えていました。



ヤマハファクトリーライダー・茨木選手が、手取り足取りライディングの基礎を指導する



キャブレターのセッティングが「絶妙」との声も上がったYZF750

## 第20回鳥人間コンテスト 『極楽とんぼ』 風に敗れるも2位



優勝こそならなかったが、高高度を維持したフライトで、実力のほどを垣間見せた『極楽とんぼ』

今年で20回目を迎える「鳥人間コンテスト」が7月29日、琵琶湖松原水泳場で開催され、ヤマハの鳥人間チーム「エアロセブシ」の「極楽とんぼ」が2位に入りました。

昨年、それまでの大会記録を4倍近く上回る8764メートルを飛び、2度目の栄冠に輝いた「ナロロプシ」は今年も優勝候補の筆頭。今年もパイロットを務める中山弘典さんと「極楽とんぼ」は無事テイクオフすると、その後も順調な飛行を続け、「このままでは16キロ先の対岸まで」と、大幅な記録更新を予感させました。

しかし、5000メートルを過ぎたあたりから北西の風が強まり、機体が押し戻されて着水。昨年の記録にわずかに及ばず、7973メートルで2位となりました。

「アンラッキーな部分もあったが、結果については率直に反省し、再挑戦したい」と語るのはチームリーダーの鈴木正人さん。来年以降のさらなる空への挑戦に期待しましょう。

## 新宿東口に右京選手、平さんが登場！ 自賠責保険加入キャンペーンをサポート!!

運輸省は毎年秋に「無保険・無共済車をなくそうキャンペーン」を実施し、自賠責保険(共済)加入の必要性を広く訴えています。そして、今年度の同キャンペーンのイメージキャラクターを務めているのがモデルヤマハのF1ドライダー、片山右京選手。

9月2日には、このキャンペーンの一貫として、新宿駅東口のステーションスクエアでイベントが開かれ、右京選手とゲストで元世界GPライダーの平忠彦さんとのトークショーが行われました。2人は自らのレース活動や海外での生活経験から、「レースでも公道でも、スムーズなドライビングが大事」「右京選手」「自分の運転を過信しないで、譲り合いを大切に」「平さん」と事故にあわないための心構えをアピールしていました。また、パネルを使った自賠責保険の

説明には、右京選手も平さんも保険の重要性を再認識したようでした。

出演者と観客が競うTVゲーム大会もあり、新宿の街を行く人々もみな足を止めてこのイベントを見つめていました。



突然のビッグスターの共演を目にした人々は、驚きながらもその話に真剣に耳を傾けていた

## 第20回イーハトーブトライアルに 平/萩原/柏の異色チームが出演

夏の終わりの風物詩、世界最大の規模を誇るツリーリングトライアルのイベント「イーハトーブトライアル」が、去る8月30日から9月1日にわたって行なわれました。

宮沢賢治の生誕100周年と、20回目の記念大会が重なった今年は、参加者も831名と過去最高を記録。例年通りレベルに合わせて2デイズ、3人1組のクラシック、ネリ、ブドリの4クラスに分かれて年に一度の祭りを楽しみました。なかでも291名の参加者を集めたのはクラシック。これは「うまくもないけど、ヘタでもない」という大多數のサンデーライダーのためのクラスで、今年も元世界GPライダーの平忠彦さんと、ウイリー日本人の女性トライアルライダー萩原亜弥さん、そしてバイク ज्या

「ナリストの柏秀樹さんが組んで参加したこともあり、大きな注目を集めました。」

この異色のチーム、林道などの移動コースでは柏さんが道案内をうとめ、各セクションでは萩原さんが模範走行、初出場の平さんも持ち前の集中力で難セクションを走破するなど、それぞれのジャンルを越えてモータースポーツ本来の楽しさと、岩手県の素晴らしい景色を満喫していたようです。



クラシッククラスに出場した平/萩原/柏の異色チーム



## セーフティライディングの技を競う 「第29回二輪車安全運転全国大会」開催

二輪車の安全運転技能と交通マナーの向上を図って、交通事故を防止する目的で行なわれている「二輪車安全運転全国大会」。今年も、全日本交通安全協会と二輪車安全運転推進委員会の主催により、8月3〜4日、鈴鹿サーキットで開催されました。

この大会は女性、高校生、一般A(400cc以下)、一般B(400cc超)の4つにクラス分けされ、それぞれ各都道府県大会を勝ち進んだ代表1名が出場します。競技は舗装路・不整地などを法規に忠実に運転しながら、設置された課題をクリアし、減点がもつとも少なかった選手が優勝となります。

4クラスの合計で争われる都道府県別の団体賞を制したのは神奈川県。高校生クラスでは、鳥根県の清水友美さんが女子として初めての優勝を飾りました。各クラスの優勝者は、全日本交通安全協会の主催する欧州交通事情視察団の一員として、ヨーロッパに派遣されます。

### レースカレンダー (10月~11月)

月	日	世界選手権				全日本選手権				AMA選手権			
		F1	RR	ED	SB	MX125	MX250	MX500	RR	MX	TR	SX	NX
10	6	※ブラジル			※スペイン				※T1	※GP 広島			
	13	※鈴鹿									※中部		
	20				※オーストラリア								
	27										7 GP SUGO		
11	3								※GP SUGO				
	10												
	17				※オーストラリア								



# モトクロス世界選手権シリーズ終了 250でデマリアがランキング4位 125はマリンが2位を獲得!



昨年はシーズンの大半を怪我で欠場。今年こそタイトル争いに加わりたかったデマリアだが...

3月24日にスペインで開幕したモトクロス世界選手権は、250ccが9月1日の第13戦スイスGPで、125ccが8月25日の第12戦ドイツGPで長きに渡ったシリーズを終了しました。

そのなかで、250ccクラスに参戦したY・デマリアとA・バルトリーニがそれぞれランキング4位、6位を獲得。A・キオーディも16位に入りました。

デマリアは優勝2回、2位4回などを含めトータル253ポイントを獲得。最終戦終了後、「怪我の多いシーズンだった。今年はチャンピオンを狙っていたのに悔しい」と語って、早くも来年への意欲を見せていました。一方のバルトリーニは、優勝1回、2位3回を含む着実なポイントゲットでトータル

## ナショナルモトクロス 125クラスでウインダムとダウドが ランキング2位、3位獲得!

AMAナショナルモトクロスは、9月1日のデルモント大会で今シーズンの全13戦を終了。ヤマハモーターUSAから125ccクラスに出場したK・ウインダムはランキング2位、J・ダウドもランキング3位を獲得しました。

ウインダムは、スーパーモトクロス・シリーズ開催中の3月3日に行われた開幕戦を欠場したものの、優勝8回を含めトータル455ポイントを獲得。第12戦終了時点でチームメイトのダウドと同ポイントの2位に並んでいましたが、最終戦で両ヒート優勝を果たして2位を手中にしました。

一方のダウドは、第6戦で1勝を挙げたほか2位5回、3位6回などの成績でトータル439ポイント。ランキング4位のB・アントウネス(カワサキ)に30ポイント以上の大差をつけました。



スーパーモトクロス・シリーズではチャンピオンに輝き、ナショナルモトクロス・シリーズではランキング2位獲得のウインダム

230ポイントを獲得。またキオーディはシーズン中盤まで順調にポイントを重ねていたものの、怪我のため第9戦から欠場。最終戦でようやく復帰しましたが、まだ痛みが完全に取れない状態でポイント圏外に留まり、トータル64ポイントという結果となりました。

なお、チャンピオンは12勝をマークしたS・バルトリーニ(ホンダ)でした。125ccクラスでは、P・マリンが優勝1回を挙げたほか8度に渡って2位を獲得。トータル317ポイントでランキング2位。F・ビリアルも優勝2回を含めて全戦でポイントゲット、トータル293ポイントでランキング3位を獲得しました。

### '96ランキング

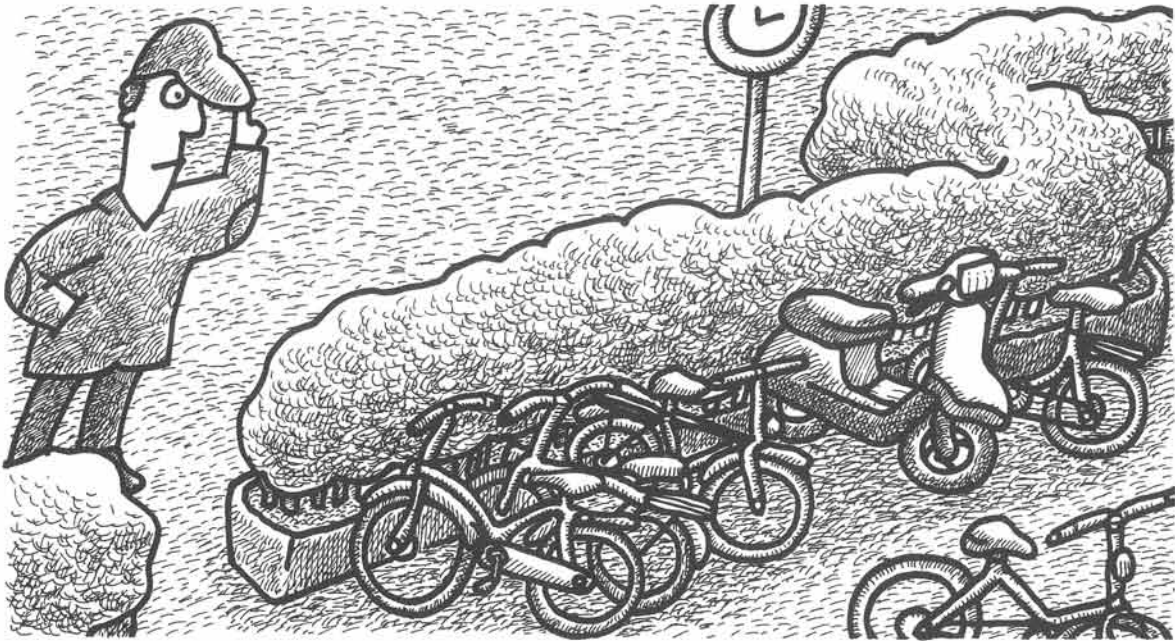
AMA・NX		WGP・MX	
<250>		<250>	
1位エミツグ	カワサキ 566	1位エバーツ	ホンダ 390
2位マクグラス	ホンダ 556	2位ヘルプーツ	スズキ 381
3位ラロッコ	スズキ 428	3位ポーランド	カワサキ 346
6位ルイス	ヤマハ 306	4位デマリア	ヤマハ 253
8位ブラッドショー	ヤマハ 297	6位バルトリーニ	ヤマハ 230
10位バトン	ヤマハ 272	16位キオーディ	ヤマハ 64
11位ヘンリー	ヤマハ 264	<125>	
<125>		1位トルテリ	カワサキ 432
1位ラムゾン	ホンダ 583	2位マリン	ヤマハ 317
2位ウインダム	ヤマハ 455	3位ビリアル	ヤマハ 293
3位ダウド	ヤマハ 439	9位ムーア	ヤマハ 121
		10位カメレンコ	ヤマハ 119



今シーズン、本格復帰を果たしたブラッドショー、ついに優勝はならず

### RACE RESULTS

[AMA・NX]	[全日本RR]	[全日本MX]	[WSB]	[WGP・MX250]	[FIGP]
第11戦/ワシューガル(8月18日)	第8戦/鈴鹿(8月8日)	第9戦/四国(9月1日)	第8戦/インドネシア(8月18日)	第12戦/ベルギー(8月18日)	第12戦/ハンガリー(8月11日)
①ラロッコ	①青木拓磨	①高尾和弘	①コシンスキー	<ヒート1>	①ビルヌーブ
②エミツグ	②藤原徳彦	②ラムゾン	②スライ	<ヒート2>	②ヒル
③ブラッドショー	③芳賀紀行	③ダウド	③スライ	①エバーツ	③アレジ
④ヘンリー	④藤原徳彦	④ウインダム	④スライ	②ヘルプーツ	④アレジ
⑤ルイス	⑤青木拓磨	⑤ラムゾン	⑤スライ	③ポレイ	⑤アレジ
⑥ルイス	⑥藤原徳彦	⑥ダウド	⑥スライ	④デマリア	⑥アレジ
⑦ウインダム	⑦芳賀紀行	⑦ラムゾン	⑦スライ	⑤ポレイ	⑦アレジ
⑧ラムゾン	⑧藤原徳彦	⑧ダウド	⑧スライ	⑥デマリア	⑧アレジ
⑨ダウド	⑨青木拓磨	⑨ラムゾン	⑨スライ	⑦ポレイ	⑨アレジ
⑩ウインダム	⑩芳賀紀行	⑩ダウド	⑩スライ	⑧デマリア	⑩アレジ
⑪ウインダム	⑪藤原徳彦	⑪ラムゾン	⑪スライ	⑨ポレイ	⑪アレジ
⑫ウインダム	⑫青木拓磨	⑫ダウド	⑫スライ	⑩ポレイ	⑫アレジ
⑬ウインダム	⑬芳賀紀行	⑬ラムゾン	⑬スライ	⑪ポレイ	⑬アレジ
⑭ウインダム	⑭藤原徳彦	⑭ダウド	⑭スライ	⑫ポレイ	⑭アレジ
⑮ウインダム	⑮青木拓磨	⑮ラムゾン	⑮スライ	⑬ポレイ	⑮アレジ
⑯ウインダム	⑯芳賀紀行	⑯ダウド	⑯スライ	⑭ポレイ	⑯アレジ
⑰ウインダム	⑰藤原徳彦	⑰ラムゾン	⑰スライ	⑮ポレイ	⑰アレジ
⑱ウインダム	⑱青木拓磨	⑱ダウド	⑱スライ	⑯ポレイ	⑱アレジ
⑲ウインダム	⑲芳賀紀行	⑲ラムゾン	⑲スライ	⑰ポレイ	⑰アレジ
⑳ウインダム	⑳藤原徳彦	⑳ダウド	⑳スライ	⑱ポレイ	⑱アレジ
㉑ウインダム	㉑青木拓磨	㉑ラムゾン	㉑スライ	⑳ポレイ	⑳アレジ
㉒ウインダム	㉒芳賀紀行	㉒ダウド	㉒スライ	㉑ポレイ	㉑アレジ
㉓ウインダム	㉓藤原徳彦	㉓ラムゾン	㉓スライ	㉒ポレイ	㉒アレジ
㉔ウインダム	㉔青木拓磨	㉔ダウド	㉔スライ	㉓ポレイ	㉓アレジ
㉕ウインダム	㉕芳賀紀行	㉕ラムゾン	㉕スライ	㉔ポレイ	㉔アレジ
㉖ウインダム	㉖藤原徳彦	㉖ダウド	㉖スライ	㉕ポレイ	㉕アレジ
㉗ウインダム	㉗青木拓磨	㉗ラムゾン	㉗スライ	㉖ポレイ	㉖アレジ
㉘ウインダム	㉘芳賀紀行	㉘ダウド	㉘スライ	㉗ポレイ	㉗アレジ
㉙ウインダム	㉙藤原徳彦	㉙ラムゾン	㉙スライ	㉘ポレイ	㉘アレジ
㉚ウインダム	㉚青木拓磨	㉚ダウド	㉚スライ	㉙ポレイ	㉙アレジ
㉛ウインダム	㉛芳賀紀行	㉛ラムゾン	㉛スライ	㉚ポレイ	㉚アレジ
㉜ウインダム	㉜藤原徳彦	㉜ダウド	㉜スライ	㉛ポレイ	㉛アレジ
㉝ウインダム	㉝青木拓磨	㉝ラムゾン	㉝スライ	㉜ポレイ	㉜アレジ
㉞ウインダム	㉞芳賀紀行	㉞ダウド	㉞スライ	㉝ポレイ	㉝アレジ
㉟ウインダム	㉟藤原徳彦	㉟ラムゾン	㉟スライ	㉞ポレイ	㉞アレジ
㊱ウインダム	㊱青木拓磨	㊱ダウド	㊱スライ	㉟ポレイ	㉟アレジ
㊲ウインダム	㊲芳賀紀行	㊲ラムゾン	㊲スライ	㊱ポレイ	㊱アレジ
㊳ウインダム	㊳藤原徳彦	㊳ダウド	㊳スライ	㊲ポレイ	㊲アレジ
㊴ウインダム	㊴青木拓磨	㊴ラムゾン	㊴スライ	㊳ポレイ	㊳アレジ
㊵ウインダム	㊵芳賀紀行	㊵ダウド	㊵スライ	㊴ポレイ	㊴アレジ
㊶ウインダム	㊶藤原徳彦	㊶ラムゾン	㊶スライ	㊵ポレイ	㊵アレジ
㊷ウインダム	㊷青木拓磨	㊷ダウド	㊷スライ	㊶ポレイ	㊶アレジ
㊸ウインダム	㊸芳賀紀行	㊸ラムゾン	㊸スライ	㊷ポレイ	㊷アレジ
㊹ウインダム	㊹藤原徳彦	㊹ダウド	㊹スライ	㊸ポレイ	㊸アレジ
㊺ウインダム	㊺青木拓磨	㊺ラムゾン	㊺スライ	㊹ポレイ	㊹アレジ
㊻ウインダム	㊻芳賀紀行	㊻ダウド	㊻スライ	㊺ポレイ	㊺アレジ
㊼ウインダム	㊼藤原徳彦	㊼ラムゾン	㊼スライ	㊻ポレイ	㊻アレジ
㊽ウインダム	㊽青木拓磨	㊽ダウド	㊽スライ	㊼ポレイ	㊼アレジ
㊾ウインダム	㊾芳賀紀行	㊾ラムゾン	㊾スライ	㊽ポレイ	㊽アレジ
㊿ウインダム	㊿藤原徳彦	㊿ダウド	㊿スライ	㊾ポレイ	㊾アレジ



今月のテーマ

## 盗難対策

24万1509件——。これは、昨年発生した二輪車盗難事件の件数。警察に届け出があつたものです。相変わらず中高生による犯罪が多く全体の8割を占めています。近年では組織的な犯行も目立ち始め、二輪車盗難は一向に減る気配がありません。特に原付は盗難の対象になりやすく、「スクーターは盗まれる」という認識が市場に広がっているのも事実のようです。

某二輪車用ロック・メーカーの企画担当者に聞きました。

「ある調査によると、盗まれた原因のうち約2割に当たる5万件が、メインキーの差しつばなしだったということです。盗むほうが悪いのは当然ですが、これではあまりに無防備過ぎますよ。ライダー個々の自衛手段を、業界全体で徹底させていく時期に来ていると思います」

原付が盗難の対象となりやすいのは、機構的な問題よりも、むしろ原付ユーザーの自衛意識が低いからというのがこの企画担当者の意見です。盗まれやすい状況(場所や時間帯、ロックの状況など)をしつかりと把握し、その対応さえ行なっていれば、大半の盗難事件は防げたと話します。この話を、都内のA店さんに向けてみました。

「まったくその通りだと思います。うちではスクーターの販売時に必ず盗難保険とロックをセットですべているんですが、その一番の目的はお客さん自身に盗難対策の意識も持ってもらいたいからなんです。だから、「これで安心」なんてことは絶対に言わないですし、逆に「それだけ盗難事件が多いということですから十分に注意してください」と、口をすっぱくしてお願いしています」

同店でスクーターを購入した専門学校生のBさんの話。

「買った日に、ロックは必ずして、人目につきやすい場所に止めた方がいい、とアドバイスを受けました。ですから駅の駐輪場に停める時は、必ず道路に面した方の列に置くようにしています。まだ半年ですけれど、おかげでイタズラされたこともありません」

前出の企画担当者によると、もともと狙われやすい条件は、深夜、公共駐輪場の暗い場所、そしてカギのない車両、とのこと。こうしたケースで盗難が発生している現状を知ることが、自衛のための第一歩だと話します。

二輪車の普及に大きな足かせとなっている盗難問題。みなさんのお店では、どのような対策を行なっていますか？



8耐覇者の芳賀紀行はワールドスーパーバイクでもトップ争いに食い込み、その実力を見せつけた



吉川和多留は第1ヒートで自己最高の3位でゴールするも「上位2人が日本人なので、満足はしていない」とコメント



「セッティングを詰め切れなかった」藤原儀彦だが、それでも7位、5位と上位入賞を果たした

ワールドスーパーバイク  
SUGOラウンド

## 芳賀紀行、吉川和多留

# 表彰台をゲット!

8月25日、スーパーバイク世界選手権シリーズ第9戦日本ラウンドが、今年も宮城県スポーツランドSUGOで、2万1500人の観客を集めて開催され、第1ヒートでヤマハYZF750を駆る芳賀紀行が2位、吉川和多留が3位に入る活躍を見せた。

このレースで、ヤマハからは世界選手権にフル参戦している吉川和多留、コーリン・エドワーズに加え、全日本選手権からスポット参戦する藤原儀彦、芳賀紀行の4台がエントリー。

予選でエドワーズが転倒、左鎖骨骨折で決勝を欠場するアクシデントがあったものの、吉川が2位、藤原が4位のグリッドを獲得。まずまずの滑り出しを見せた。

その決勝第1ヒート。序盤からレースをリードしていたポールポジションのT. コルサー(ドゥカティ)を、20周過ぎに武田雄一(ホンダ)、芳賀、吉川が相次いでパス。そして、最終ラップの最後のシケイン、芳賀が武田のインについてトップを奪う。しかし、チェ

ッカー目前のストレートで再び武田が抜き返し、日本人初の優勝を果たした。芳賀は0.086秒の僅差で2位。吉川3位、藤原は7位でゴールした。

続く第2ヒートは、中盤から青木拓磨(ホンダ)、武田、J. コンスキー(ドゥカティ)によるトップ争いとなるが、武田が20周目の馬の背コーナーで転倒。そのまま青木、コンスキーの順でチェッカーを受けた。

芳賀は、8台のマシンが連なる大混戦を制して3位。連続表彰台を獲得した。ところが、レース後の車検で芳賀のマシンにテクニカルレギュレーション違反が告げられ、無念の失格扱い。「第2ヒートは仕方がない。それより、第1ヒートで優勝を逃したのが残念。がんばって武田選手に追いついてシケインでトップに立ったけど、2位という結果になってしまった」と芳賀。

藤原は粘りの走りで5位、スタートで出遅れた吉川も8位に入った。



基本機能の見直しを図るとともに、余裕のライディングポジションを設定

ヤマハスポーツ

## 『SR400』『SR500』

昨'95年は過去最高となる年間約9千人の新しいお客様を増やしたSR。最近では、デビュー18年の本体より若いお客様も増え、需要の約30%が10代のヤングユーザーとなっています。その『SR400』『SR500』が、また静かに熟成。性能と機能諸元値はそのままに、新しい進化を細部に織り込みました。



『SR400』:  
ライトグレーメタリック3(シルバー)  
グリタリングブラック



『SR500』:グリタリングブラック

10月1日発売

メーカー希望小売価格

『SR400』425,000円 『SR500』455,000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)、届出に伴う諸費用は含まれません。

### 《主な変更点》

- フロントブレーキの操作性向上—インナーワイヤーをステンレス化してフリクション低減を図り、操作フィーリングを向上させました。
- ライディングポジションの変更—フットレスト位置を現行モデル比較で約10cm前に移し、あわせてハンドル絞り角を広げ(ハンドル先端位置で現行モデル比較約10mm前へ移動)大柄なライダーにとっても一層余裕のあるライディングポジションを実現しました。なお、これに合わせて、タンデム用フットレストポジションを変更しました。
- その他の変更—亜鉛メッキの上に樹脂をコーティングした「ステンコート」処理ボルトをクランクケースボルトに採用し、外観品質アップを図りました。

『YA90』

- ブラックメタリック2
- コンペティションシルバー
- ペリーダーダークブルーメタリック3(グリーン)

\*\_\_\_印は新色



ペリーダーダークブルーメタリック3

新作キャブレター搭載、ニューグラフィック採用で登場

## ヤマハスクーター『アクシス』 『YA50』『YA50D』『YA90』

'90年春の市場導入以降、スポーツ感覚と高級感漂うハイグレードスクーターとして人気のアクシスシリーズがマイナーチェンジ。特に『YA50』『YA90』にはグリーン系の新色を追加して商品力アップを図っています。

ヤマハ『アクシス50』(YA50)

<メーカー希望小売価格>

ヤマハ『アクシス50D』(YA50D)

『YA50』:162,000円

ヤマハ『アクシス90』(YA90)

『YA50D』:169,000円

10月1日発売 『YA90』:199,000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)、届出に伴う諸費用は含まれません。

『YA50D』

- ブラックメタリック2
- ダークグレイッシュブルーメタリック1(ブルー)



ダークグレイッシュブルーメタリック1(ブルー)



ブラックメタリック2

『YA50』

- ブラックメタリック2
- コンペティションシルバー
- ペリーダーダークブルーメタリック3(グリーン)

\*\_\_\_印は新色



コンペティションシルバー

### 《主な変更点》

- 新作キャブレターの採用—オートチョーク通路形状の最適化と混合気濃度の最適化を図った新作キャブレターを採用しました。冷機時、暖気時、長期放置後など、多様な条件下での一層の最適化を図っています。
- ニューグラフィックの採用—グラフィックの一新で都会感覚あふれるスタイルを強調。従来通りのメタリックカラーを全モデルに採用していますが、とくに『YA50』『YA90』には、各1種の新色を追加しました。





# '97ヨーロッパ市場向けニューモデル

## 『XJR1200SP』『XVS650ドラッグスター』『XV125ビラーゴ』

### IFMAショーでデビュー

10月2日から5日間にわたりドイツ・ケルン国際見本市会場で開かれる「IFMA'96」(ケルン国際自転車・オートバイ展)において、'97ヤマハヨーロッパ向けモデルがデビューします。



空冷Vツイン650ccエンジン搭載の「ロー&ロング」アメリカン  
'97ヤマハ欧州向けモデル「XVS 650ドラッグスター」

欧州市場でのアメリカンモデルは、'95年は約10万台と伸長中ですが、この中で欧州モデルのヤマハ「XV535」は、優れた走行性能とコストパフォーマンス、時代にこびないアメリカンスタイル等の調和が受け入れられ、市場でのリーダー役を務めています。今回発表の「XVS650ドラッグスター」は、この「XV535」に搭載して定評のVツインエンジンを649ccへとボア・ストロークアップし、これをローダウンフレームに搭載することで、新しいアメリカンクルーザーの世界を提唱するモデルとなっています。なお、ホイールベース、キャスト、トレール、タイヤサイズ等車体関連のスペックは国内仕様の「ドラッグスター」に準じています。



'70年代後半のキング・ケニーのマシンを彷彿させる  
「イエロー&ブラック」で登場！ '97ヤマハ欧州向けモデル「XJR 1200SP」

「XJR1200SP」は、欧州仕様のベースモデルの基本性能をそのままに一部仕様を変更、あわせて'70年代後半世界グランプリを席捲したキング・ケニーの駆けるヤマハファクトリーマシンの「イエロー&ブラック」を施したアップグレードバージョンです。



空冷Vツイン125cc搭載のフルサイズビラーゴ  
'97ヤマハ欧州向けモデル「XV 125ビラーゴ」

空冷Vツイン125ccエンジンを、「XV250ビラーゴ」ベースのダブルクレードルフレームに搭載し、余裕あるミドルクラスのアメリkantイストを、手軽な125ccの世界に具現化したニューモデル。これで、ヤマハの欧州向けXVシリーズは、「XV125」「XV250S」「XV535」「XV535S」「XV750」「XV1100」と6モデルのラインナップが完成します。

#### SPECIFICATIONS

##### ■XJR1200SP

●全長2255mm ●全幅765mm ●全高1120mm ●シート高790mm ●軸間距離1500mm ●乾燥重量232kg ●エンジン空冷4サイクルDOHC・4バルブ並列4気筒1188cc ●最高出力98HP/8,000rpm ●最大トルク29.3kgf・m/6,000rpm

##### ■XVS650ドラッグスター

●全長2340mm ●全幅880mm ●全高1065mm ●シート高650mm ●軸間距離1610mm ●乾燥重量214kg ●エンジン空冷4サイクルSOHC・V型2気筒649cc ●最高出力40HP/6,500rpm ●最大トルク5.19kgf・m/3,000rpm

##### ■XV125ビラーゴ

●全長2190mm ●全幅805mm ●全高1140mm ●シート高685mm ●軸間距離1495mm ●乾燥重量139kg ●エンジン空冷4サイクルSOHC・V型2気筒124cc ●最高出力10HP/8,000rpm ●最大トルク0.93kgf・m/8,000rpm

## 冬の通勤&ビジネスシーンをより快適に、よりファッショナブルに!

通勤やビジネスでバイクを使用されるお客さまを対象とした新製品、「通勤INGグッズ」シリーズ。防寒性とファッション性を兼ね備えた商品として、広くお客さまにご案内ください。

### YL-478 スーパーウォームグローブ ¥5,800

- サイズ：M、L、LL
- カラー：ブラック、キャメル、ブラウン

コストパフォーマンスを極めた防寒機能グローブ。チタンスーパーサーモの採用で、高い保温性を確保しました。



### ベストヒットCDプレゼント・キャンペーンを実施!! 「通勤INGグッズ」の拡販にお役にください

'60~'70年代のヒット曲を集めたオリジナルCDをプレゼントするキャンペーンを実施中。詳しくは担当の部品セールスマンまでお問い合わせください。



ヤマハオリジナル「永遠のベストヒットCD」



### RY-533 ウォームパンツ ¥4,800

- サイズ：M、L、LL、BL
  - カラー：ブラック、ティンバーブル
- パンツのサイドがフルオープンするため、くつを履いたままでもスマートな着脱可能。ウエスト100cmまで対応するBLサイズもラインナップ。



### RY-378 ウォームジャケット ¥9,900

- サイズ：M、L、LL
  - カラー：ティンバーブル、レッド、パープルネイビー、ブラック
- スーツの上からでも羽織れるマルチパーパスジャケット。手首からの冷気の侵入を防ぐタブ&シャーリングカフ付き。



### RY-377 ウォームブルゾン ¥8,800

- サイズ：M、L、LL
- カラー：パープルネイビー、レッド、ティンバーブル、ブラック

リーズナブルな価格ながら、衿や裏地に起毛トリコットを採用。ビジネスユースを想定して、内ポケットも装備しています。



Yamaha News 10月号 ● 1996年10月1日発行 ● 発行所：ヤマハ発動機株式会社 広報室宣伝グループ 〒438 静岡県磐田市新井2500 05338(3) 150(ダイヤルイン)

# YAMAHA ADS CLIPS



ファッションにこだわるなら  
押さえておくべきアイテムがある。  
そう、ヘルメットもやっぱりね。



NEW  
COLOR

YAMAHA  
YAMAMOTOR

World Championship Rider  
27th World Champion  
1982 (500cc) (GB)  
1983 (500cc) (GB)  
1984 (500cc) (GB)  
1985 (500cc) (GB)  
1986 (500cc) (GB)  
1987 (500cc) (GB)  
1988 (500cc) (GB)  
1989 (500cc) (GB)  
1990 (500cc) (GB)  
1991 (500cc) (GB)  
1992 (500cc) (GB)  
1993 (500cc) (GB)  
1994 (500cc) (GB)  
1995 (500cc) (GB)  
1996 (500cc) (GB)

## PHIL READ [GB]

'60年代、世界の舞台を巡った誇り高いイギリス人、フィル・リード

「60年代のファッションって、その憧れを感じ、その人になりたいって思ってた。その憧れが、僕らのファッションに繋がって来た。僕らは、その憧れを、僕らのファッションに表現しようとしてた。僕らは、その憧れを、僕らのファッションに表現しようとしてた。」

「60年代のファッションって、その憧れを感じ、その人になりたいって思ってた。その憧れが、僕らのファッションに繋がって来た。僕らは、その憧れを、僕らのファッションに表現しようとしてた。僕らは、その憧れを、僕らのファッションに表現しようとしてた。」

- TD-1 ¥11,200  
Black LEAR LEATHER HARBOUR BLACK, INK  
Black/PFF (Standard) 32.5
- TD-3 ¥13,800  
Black M. M. L. Black  
Black/FA (Standard) 32.5
- TD-4 ¥12,800  
Black PFE (Standard) 32.5  
Black/FA (Standard) 32.5
- TD-10P ¥12,800  
PHIL READ MODEL  
Black PFE (Standard) 32.5
- TD-11 ¥12,300  
Black LEAR LEATHER HARBOUR BLACK, INK  
Black/PFF (Standard) 32.5
- TD-12 ¥12,300  
Black LEAR LEATHER HARBOUR BLACK, INK  
Black/PFF (Standard) 32.5
- TD-13 ¥12,300  
Black LEAR LEATHER HARBOUR BLACK, INK  
Black/PFF (Standard) 32.5



ヤマハスポーツ  
YB-1

● 2000cc キャブ - DO - 31mm - 21mm - 21mm  
● 2000cc キャブ - DO - 31mm - 21mm - 21mm  
● 2000cc キャブ - DO - 31mm - 21mm - 21mm  
● 2000cc キャブ - DO - 31mm - 21mm - 21mm

05350-09090  
05350-09090

この広告は、現在発売中の二輪専門各誌に掲載しています

単車って、ナンかいよね。言葉がさ、堅いんだけど温みがある？ そんなカンジ。ボクのお気に入り、ヤマハのYB-1。レトロっぽいスタイルとか、いかにも単車って呼べる雰囲気あるでしょ。

でも、服まで全部レトロでキメようとは思わないし、いかにもバイク乗りってカッコもちよってね。基本は、街で似合うファッションかな。たとえばさ、ジャケットならやっぱり黒の革ジャンとかGジャンだし、ヘルメットはヴィンテージタイプとゴーグル。定番だよ、これ。"単車"によく似合うし、そのまま街をブラついてもサマになるっていうか...

特に、ボクが持ってるヘルメット、デザインがいかにも'60年代してるでしょ？ このグラフィック、当時のスターライダーだったフィル・リードのレプリカなんだから...

最近、スクーターやスポーツバイクにかかわらず、ファッションの一部としてバイクを捉える傾向が強くなってきました。それによってライダーの服装や装備・用品に対する価値観も多様化し、特に10代や20代の若い世代では、レトロやストリート系、シブヤ系と呼ばれるタウン・ファッションに取り込まれてきています。そのなかで、いまや欠かせないアイテムとして需要を伸ばしているのが、クラシカルなヴィンテージタイプのヘルメットです。ベーシックなTD-1と各種バリエーションなど豊富なモデルをラインナップするヤマハは、雑誌広告のイメージリーダーに'60~'70年代の代表的な選手フィル・リードを起用。モノクロームの写真で描いた彼宛てのファンレターが、当時から現在に至るヤマハの歴史を彷彿とさせ、商品のブランドイメージを高めています。ホンモノ志向のお客さまにアピールするツールとしてご活用ください。

## YAMAHA

ヤマハ発動機株式会社