

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 ● ヤマハニュース400号記念

みなさんとともに37年

新年企画 ● ヤマハ'97 各セクションからメッセージ

1997 No.400
1
J A N.

スカッと気分をリフレッシュしたい時がある。張りつめた山の冷気を感じながら、無心に走り続けていると、いつの間にか口笛を吹いている自分に気付いた。

明けまして、おめでとつございます。

昨年は、ヤマハ製品のご拡販に多大なるご尽力を賜わり、誠にありがとうございました。心より感謝申し上げます。

さて、昨年の二輪車市場は、規制緩和や価格競争の激化といった環境変化を背景に、総需要も前年並みの120万台を確保したもののスポーツ車の減少傾向に歯止めがかけられず、業界にとつて厳しい一年となりました。

そんななかヤマハは、400ccクラスで「ドラッグスター」が、250ccクラスでは「マジエスティ」がスポーツ市場をリード。「SR400」「XJR400」「TW200」などの好調と合わせ、計画を上回る販売実績に結び付けることができました。また、スポーツモデルの需要拡大と二輪車の認知向上を目的として実施した「週末はバイク人」キャンペーンでは、懸賞論文に1886通もの応募をいたたくなど各方面から予想以上の大きな反響が寄せられました。需要創造活動の重要性を改めて認識するとともに、大人の趣味材としてのモーターサイクルに明るい未来が見えたと思います。

その一方、原付クラスではYB・1が新しい需要を獲得するなど健闘したものの、スクーターにもうひとつ伸びが見られず、課題を残しました。

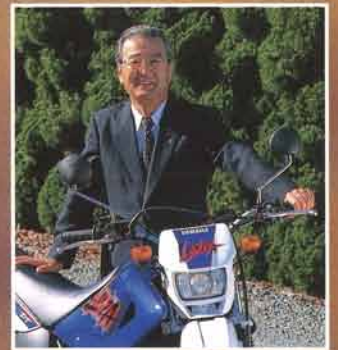
こうしたことから、ヤマハは「需要創造」を最大のテーマに、話題性のある魅力的な商品と積極的な営業活動、販売店さまとの強力な連係でこの厳しい局面を乗り切りたいと、気持ちも新たに取り組みます。

まず商品ですが、スポーツでは250ccや400ccの中型クラスにできるだけ多くの新規需要を取り込もうと、軽二輪オフとして5年ぶりの2サイクルモデル「ランツァ(DT230)」をはじめ軽二輪、小型二輪にエポックメイキングなモデル、新風を吹き込む新商品を投入します。また、原付クラスにも若者を中心とする新規需要層を狙ったおしゃれなスクーターを用意しました。

また、ソフト面では「週末はバイク人」キャンペーンを継続

話題性のある魅力的な商品と 顧客満足度向上で需要拡大

ヤマハ発動機(株)
モーターサイクル事業本部
副事業本部長
取締役 山本 昇



し、「素敵なバイクのある生活」をメッセージとして身近な潜在需要の掘り起しを行ないます。このほか、スポーツ向けに「触れて乗れる機会を増やす」プロモーションで来店、購入を促進。スクーターについても、ニューモデル導入に伴うテレビCMや春需キャンペーンなどでご商売をサポートします。さらに、お客さま満足度の向上が需要拡大、安定に欠かせない要素であるとの認識から、ヤマハは「お客さま満足度No.1」を大きなテーマに掲げ、'97年もいつそうの努力を続けてまいります。

ユーザーフォーの中心であるYESSに関しては、サービス内容を見直し、より利用しやすく価値のある特典、よりバイクとの接触機会を増やすプレイメニューを付加していきます。お店に対しても、二輪認証制度の改正によつてサービス力向上が求められるなか、今後もいつそうの技術力アップと、もつひとつの課題である接客対応力の向上を重点的にサポート。同時に、現在取り組んでいるYARD政策も、店頭での表示やお客さまへの告知を行なうなど、さらに前進させる予定です。

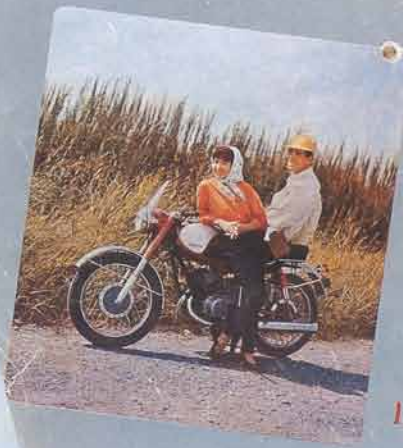
また、ヤマハは昨年、国内二輪メーカーとして初めて品質保証の国際規格「ISO9002」認証を取得しました。このことは、商品の開発段階から設計、生産、販売、アフターサービスに至るすべての面で品質向上をめざしてきた成果のひとつであり、今後も継続して改善に取り組みます。

さらに、高速道路の二人乗り規制撤廃や制限速度の見直し要請、あるいは駐輪場整備、放置・廃棄バイク対策などの業界問題についても、お客さま満足度向上のひとつとしてとらえ、積極的に取り組む所存です。

さて、最後になりましたが、創刊以来37年もの長い間ヤマハと販売店のみなさんをつなぐ役割を担ってきた「ヤマハニュース」が、通算400号を迎えました。今後も、みなさんの良きパートナーとしてさまざまな情報を提供してまいりますので、どうぞよろしく願います。



ヤマハニュース No.1



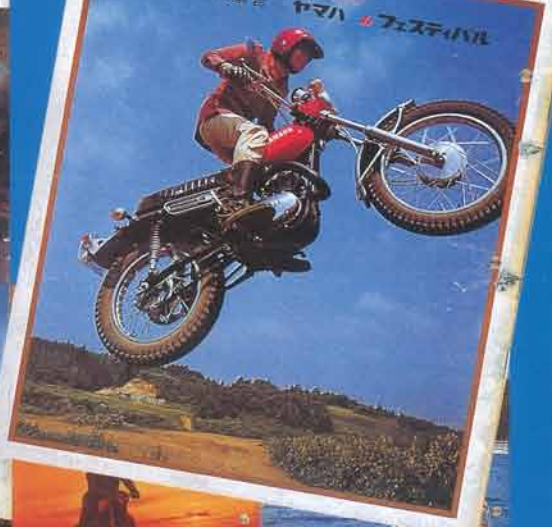
ヤマハニュース No. 20 YAMAHA NEWS



ヤマハニュース No. 40 YAMAHA NEWS NO. 40



ヤマハニュース YAMAHA NEWS NO.100 '71 10 OCT.



ヤマハニュース No. 100

ヤマハニュース No. 8



ヤマハニュース No. 10



ヤマハニュース No. 81



ヤマハニュース No. 6



ヤマハニュース 400号

特集

みなさんと歩んだ37年

ヤマハニュースが創刊したのは1959年10月。以来37年間、販売店のみなさんを応援するサポーターとして、また販売店さんとヤマハをつなぐコミュニケーションの場としてがんばってきました。今回の特集では、これまでに扱ってきたさまざまな記事を通してヤマハや販売店さんの足跡を振り返りながら、21世紀へ向けてのエールを送りたいと思います。どうぞお楽しみください。

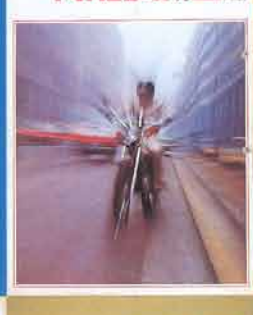
ヤマハニュース No. 66



ヤマハニュース No. 55



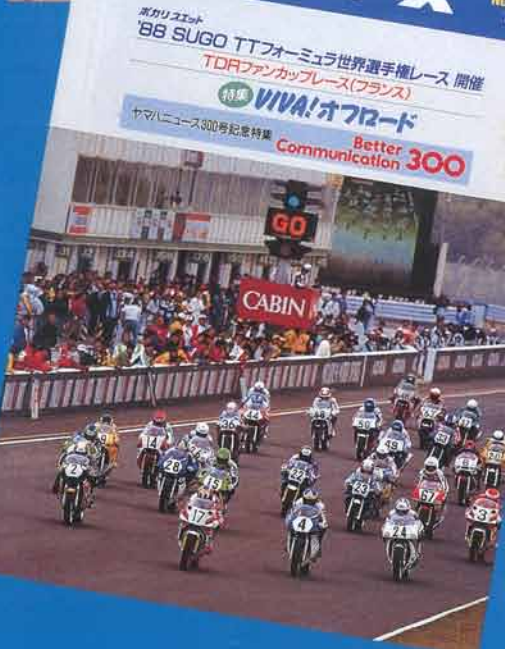
ヤマハニュース No. 70



ヤマハニュース No. 4



ヤマハニュース No. 300



ヤマハニュース No. 12



ヤマハニュース No. 70



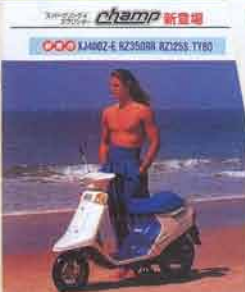
ヤマハニュース No. 12



ヤマハニュース No. 12



ヤマハニュース champ



『できごと』で見るヤマハニュース400号
創刊以来37年
いろいろなことがありました

| 世相 | ヤマハ | | 二輪業界 | |
|--|---|---|---|----------|
| | 主な商品 | できごと | | |
| 伊勢湾台風が猛威 ('59) 「所得倍増」池田内閣成立 ('60) 堀江謙一ヨットで太平洋横断 ('62) 各地にボウリングブーム ('63) 東京オリンピック開催 ('64) | YDS1 ('59) YA5 ('61) YDT1 ('63) オートループ開発 ('64) | ヤマハニュース創刊 ('59) 東京証券取引所一部に上場 ('61) 第1回全日本ロードレース2種目制覇 ('62) WGP250で初のメーカーチャンピオン ('64) | 「道路交通法」施行 ('60) 初の高速道路(名神・尼崎~粟東)開通 ('63) 全国で「交通安全都市宣言」 ('63) | '60) |
| 東京でスモッグ警報発令 ('65) ザ・ビートルズ来日 ('66) 「アングラ」「ポイン」流行 ('67) 3億円事件、川端康成ノーベル賞 ('68) 「エコノミックアニマル」流行 ('69) | メイトU5D ('65) メイトU7 ('66) メイトU5E/U7E、F5、J5、L2C ('67) トレールDT1、スノーモビルSC350 ('68) AT1 ('69) | WGP125で初のメーカーチャンピオン ('66) ヤマハ安全運転教室を開設 ('68) マン島TT125で4年連続優勝 ('68) 袋井市にテストコース完成 ('69) ヤマハ原付免許教室を開設 ('69) | 免許区分、バイクは原付と二輪に ('65) 免許更新時講習始まる ('66) 警視庁「交通事故非常事態宣言」 ('69) | '65) |
| よど号ハイジャック ('70) ドルショック、株価大暴落 ('71) 札幌・冬季五輪、沖縄返還 ('72) オイルショック ('73) 「幸福」切符、「ベルばら」流行 ('74) | 初の4サイクルXS-1、RT-1 ('70) オートマチックメイトV50A ('73) レーシングカート第1号RC100 ('73) モノクロス・サス装備のYZ250 ('74) | ヤマハ安全運転推進本部を結成 ('71) 磐田市に本社を移転 ('72) 第1回YGSF開催 ('72) WMX250で初のメーカーチャンピオン ('73) 小池久雄社長就任 ('74) | 全日本交通安全協会発足 ('72) 自動二輪ヘルメット着用義務化 ('72) 自二免許大型、小型に分割 ('72) 指導員制度開始 ('72) 愛知で三ナイ運動始まる ('73) | '70) |
| 沖縄海洋博開催 ('75) ロッキード事件発生 ('76) 鹿児島で「五つ子」誕生 ('76) 日本赤軍が日航機ハイジャック ('77) 成田・新東京国際空港開港 ('78) 東名・日本坂トンネル火災 ('79) | モトバイクMB1、MB2 ('75) クッションバイク2C ('76) ステップスルーのパスソル ('77) SR400/500 ('78) | SSDTで初のチャンピオン獲得 ('75) モーターサイクル生産累計1千万台 ('77) WGP350で片山敬済がチャンピオン ('77) WMX500で初のメーカーチャンピオン ('77) ヤマハライティングスクール開設 ('79) | 51cc以上ヘルメット着用義務化 ('75) 自二最高速度180km自主規制 ('76) 全国二輪車安全普及協会発足 ('79) 熊本で昼間点灯運動開始 ('79) 交差点での二段階停止線導入 ('79) | '75) |
| 漫才ブーム ('80) 「逆噴射」日航機墜落 ('82) ホテルニュージャパン火災 ('82) ドラマ「おしん」に人気 ('83) グリコ・森永事件発生 ('84) | スーパースポーツRZ250、XJ400 ('80) キャブレターターボXJ650T/XV750E ('81) 三輪バギーYT175 ('82) トライアル車TY250R、XT600Z、JOG、5バルブエンジン開発 ('83) | モーターサイクル生産累計2千万 ('82) 野球部が社会人日本選手権優勝 ('82) 江口秀人社長就任 ('83) サッカー部が天皇杯優勝 ('83) デイトナ200で13年連続優勝 ('84) | 原付実技講習制度スタート ('80) 三ナイ運動全国へ波及 ('80) スクーターブーム ('81) 排気量別馬力規制 ('83) 物品税、軽自動車税率引き上げ ('84) | '80) |
| 電電、専売、国鉄が民営化 ('85) チェルノブイリ原発事故 ('86) 大韓航空機墜落事件 ('87) 「ふるさと創生」 ('87) 瀬戸大橋開通 ('88) 昭和天皇崩御、昭和から平成へ ('89) | ジェネシスエンジンFZ750、TZR250 ('85) マウンテントレール・セロー-225 ('85) マリンジェットMJ500T/S、FZR250 ('86) 産業用無人ヘリR-50開発 ('87) TDR250/50/80 ('88) | 創立30周年 ('85) 風間深志氏がTW200改で北極点到達 ('87) WGP500で3年連続メーカーチャンピオン ('88) 和泉雅子さんがスノモで北極点到達 ('89) ザクスピード・ヤマハでF1初参戦 ('89) | 自二初心者二人乗り禁止 ('85) 原付二段階右折導入 ('85) 自賠責保険料引き上げ ('85) 原付車ヘルメット着用義務化 ('86) オーバー750国内モデル解禁 ('87) ネイキッドモデル台頭 ('89) 8月19日が「バイクの日」に ('89) | '85) |
| 東西ドイツ統一 ('90) 湾岸戦争勃発、雲仙普賢岳噴火 ('91) Jリーグ開幕 ('93) 米不足、円急騰100円を切る ('94) 阪神大震災、地下鉄サリン事件 ('95) 大リーグ-NOMO誕生 ('95) | ABS付きFJ1200A ('91) 電動ハイブリッド自転車PAS ('93) XJR400/1200、TT250R ('93) YB-1、マジスティ ('95) ドラッグスター/ロイヤルスター ('96) | 鈴鹿8耐で平/ローソン組優勝 ('90) WGP500、250でライダー、メーカー両タイトルを獲得 ('90) 風間深志氏がバイクで初の南極点到達 ('92) ジュビロ磐田Jリーグ昇格決定 ('93) 長谷川武彦社長就任 ('94) | 初心運転者期間制度開始 ('90) 自賠責保険料引き下げ ('91) アメリカン台頭 ('91) 原付技能講習義務化 ('92) 二輪免許制度改正 ('95) | '90) |

▲30万 ▲100万 ▲10万 ▲60万 ▲10万 ▲60万 ▲40万 ▲290万 ▲

免許合格者(原付) 免許合格者(自二) 国内出荷台数(自二) 国内出荷台数(原付)



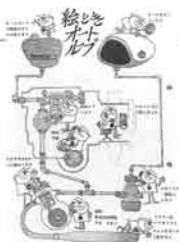
『商品』で見るヤマハニュース400号

時代を築いたヤマハのテクノロジー&モーターサイクル

ヤマハが最初のモーターサイクルYA1を世に送り出してからすでに40年あまり。以来、数多くのモーターサイクルがヤマハから誕生し、名車と呼ばれるものも少なくない。中でも二輪市場をリードしてきた記憶に残るテクノロジー、モーターサイクルを過去のヤマハニュースをひもときながら振り返ってみよう。

オートループ

史上初! 2ストロークエンジンの「分離給油」



イラストで解説されているオートループの仕組みとメリット。これならだれが見てもわかる!? (65/2)



記念すべきオートループ搭載第1号モデルYA6。モトクロッサーのベースモデルとしても人気があった



特集・ヤマハオートループ

オートループを特集するヤマハニュース。表紙にはオートループの心臓部であるオイルポンプのカットモデルが輝いている(65/1)



メキシコのモトクロスチャンピオンから広島のおそば屋さんまで!! あらゆる人がオートループの素晴らしさを礼賛! (65/1)

1963年10月の日本自動車ショー(現在の東京モーターショー)で、2ストロークエンジンでありながら混合ガソリンを使わず、分離給油とした画期的なシステム、オートループが発表された。この技術は以前から、世界GPを戦っていたレーサーに採用され、数多くの勝利をもたらしていた。

搭載されている。当時のヤマハニュースを振り返ると、実に数年(下)に渡ってオートループに多くのページを割いているのが目につく。オートループという技術的優位を得たヤマハが、企業として成長していく過程を映し出している鏡であるかのようだ。'65年1月発行のNo.21では「特集*ヤマハオートループ」と称し、各方面からこの新機構を誉めたたえる声が集められている。記事中、広島のおそば屋さん吾郷芳雄さんは割子そばの早喰い競争に例えて

「たくさん食べる要領は、あまりツユを多くしないでチョッポリかけるんですわ。必要最小限だけオイルを使うところがオートループに似てるでしょう」と解説している。ヤマハを形容する常套句の一つに「2ストのヤマハ」という言葉がある。この言葉から呼び起こされるテクノロジーやモーターサイクルは数多くあるが、オートループの市販実用化こそモーターサイクル業界における大きなエポックメイキングな出来事であったことはまちがいないだろう。

解説

2ストロークエンジンの潤滑用オイルを自動的にエンジンに送るシステム。エンジン回転数の上昇に連動してオイルポンプの回転が上がり、結果としてオイルの供出量が増える。また、スロットルを開くとポンプ内のプランジャーと呼ばれるピストンのストローク量が増し、一度に送るオイルの量が多くなる。よって、上り坂などで低回転であってもスロットルを開けている場合、また高回転でもスロットルをあまり開けずに巡航している場合であっても常に最適なオイルを供給することができる。エンジンの要求に即した潤滑が行われるため、オイル消費量の節減(混合潤滑の1/3以下)、燃費の向上、排気ガスの浄化など数多くのメリットがある。

2ストロークのさらなる進化「YPVS」

ヤマハの2ストローク技術で、オートループ同様に画期的なものの一つにYPVS(ヤマハ・パワーバルブシステム)がある。2ストロークの排気をコンピューターでコントロールするシステムで、これもレーサーから発展したテクノロジーである。排気ポートに設けたバルブを回転させ、排気タイミングをコントロールして低速から高速まで回転に応じた効率のよい排気タイミングを確保し、出力アップを図る。

YPVSを装備した初の市販モデルRZ250R('83/2月発売)



DT1

オフロードの魅力を知らしめた 元祖「トレールバイク」



新発売

冒険のために生まれたオートバイ!

trail

YAMAHA 250DT1

今でも通用するDT1のスタイル。オフロードバイクとして初のグッドデザイン賞を受賞している

今でも通用するDT1のスタイル。オフロードバイクとして初のグッドデザイン賞を受賞している

オッこれは凄い!

どんな危険なところにも入っていく。ついに燃えさがる炎の中にも...(69/2)



当時のモトクロスライダー、荒井市次選手が講師を務める誌上オフロード講座(68/7)



モトクロス界を席巻したDT1。キットパーツを組み込むだけで10馬力以上アップした(68/6)

解説

メカニズムの点でも当時の最先端を走っていたDT1。国産車最長のストロークを誇るフロントフォークは、コイルスプリングをインナーチューブに納めたセリアーニ式を採用。これは、レーサーマシンの技術を量産車に搭載した最初の試みで、重量の軽減、整備性の向上などのメリットがある。もちろんオフロードではその実力を遺憾なく発揮した。

オートループ、5ポートピストンバルブといったヤマハの誇るテクノロジーをふんだんに盛り込んだエンジンは、18.5馬力(6000rpm)の最高出力、時速120キロの最高速を可能にした。

2 ストのヤマハ」と並び称される言葉の一つに「オフのヤマハ」がある。この言葉のルーツとなる1台がDT1だ。

それまでのオフロードバイクといえば、ストリートモデルから派生したスクランプラーが主だったが、DT1はまさに道なき道走るた

めに生まれてきたオフロード専門の最初のモーターサイクルだった。そのスタイルは軽量コンパクトながらタフで力感に溢れ、'68年3月に発売されるやいなや、圧倒的な人気を博し、当時全国で展開していたトレールランド、トレール教室とともに、オフロードでのバイクの楽しみ方をいっしょに広げるモデ

ルとなった。当時のユーザーからも「遠乗りなどで凹凸道に出会ったらDT1の一人舞台で、豪快な乗り味が楽しめる。とにかくちょっと停めておくと、好きな連中がすぐに寄ってきて:」(神戸市灘区、小林康志さん '68/9月号)と絶賛する声が寄せられている。さらに誌面を

くっていくと、各地で活躍を繰り広げるDT1の雄姿と、トレールランやモトクロスを推奨する企画が目押しである。

DT1はその後のDTシリーズの第1号というだけでなく、トレールバイクという新しいモーターサイクルのジャンルを築き上げたまさに記念碑的存在だったのだ。

「DT1は僕の息子」 SP忠男代表 鈴木忠男さん DT1で'68年モトクロス日本グランプリ優勝

'68年のレースではDT1がたくさん出てたね。そのころはワークスもプライベートもそんなに技術的な差がないから、キットパーツを組み込んで見よう見まねで誰もが速い車を作れたんだ。そこで勝てたのは、やっぱり腕がよかったからかな(笑)。テストもやったけど、僕は一番若かったもんだからさんざん走らされたよ。今だったらベンチがあるけど、当時はエンジンの焼きつきも谷田部の周回路で壊れるまで走り続けなきゃならなかった。そういえば、富士のテストのとき、ライダーが僕一人だけで、走り終わって戻ってきたら別のセッティングの車に乗り換えてまた走らされてね。あんまり何度も走らせるもんだから、疲れちゃって途中で怒って帰ったこともあったよ(笑)。

そう、トレールバイクという名前が言われるようになったのはDT1からだよね。最初トレールって意味がわからなかったんだけどさ。普段、町でも乗っていたけどやっぱり迫力があつたね。

何といっても、僕はDT1と歩んできた。一つの歴史だよね。DTって車はたくさん出てきたけど、一つのメーカーでずっとやってきてるのはいいよね。DTは自分が生んだ息子みたいなもんだよ。

ヤマハ圧勝!

モトクロス日本GPで輝く連勝

'68年のモトクロス日本グランプリにDT1で優勝した鈴木忠男さん('69/10)

パッソル

スカートをはいたまま気軽に乗れる 「ステップスルー」

1973年に発売されたチャビイ、ジッピーから、ヤマハはソフトバイクという50ccニュージャンルを築き、新しいコンセプトのバイクを数多く世に送り出していった。ティーンエイジャーから女性までと、これまでバイクに縁の少なかったところが主なターゲット。カラフルでコンパクト

なスタイル、タレントを用いた広告展開で次々とヒット商品を産み出していった。
'77年に登場したパッソルもその中から生まれた1台。まだ、スクーターと呼ぶよりもソフトバイク、ファミリーバイクといった名前の方が一般的だった。八千草薫のCMキャラクター起用と、足を揃えて

乗れるステップスルースタイルで主婦層を中心にアピール。「八千草さんが乗っているのだから私にだって……」今着てる洋服で気軽に乗れる」と、ヤマハニューズの中でもパッソルへの親近感を表わすユーザーの声をいくつも聞くことができる。女性のバイクに対する敷居を下げたことが、パッソルの最大の功績

ではないだろうか。
このころよりヤマハは「原付免許教室」を展開。多くの受講者を集め、市民の日常の足としてのバイクがさらに広く浸透していった。そして、ステップスルーはその後のスクーターの必須事項となり、以来数多くのモデルが誕生し、今日までその形状を受け継いでいる。



八千草さんはソフトバイクの特別販促部長も務めていた



「パッソル乗り方教室」は女性のお客さまで大盛況（'77/10）

'83年に登場した初代JOG。キャッチフレーズは「スタイリッシュ・スプリンター」



お店にいろいろをえる
パッソルPRツール

パッソルのPRツール、あなたのお店にもありましたか？

生活の中に調和したソフトバイク

TBSドラマ「晴れのち晴れ」で住職役の梅宮辰夫と共演（'78/2）

解説

各所に扱いやさを追及したパッソル。ステップスルー以外にも注目点は多い。45キロの重量は何よりも取り回しを容易にし、エンジンの始動には軽いキックでかかるCDI点火方式を採用。自動遠心クラッチ、オートマチックミッションに加え、左手で後ブレーキが操作できるので、足を使わないで運転が可能になった。まさに誰にでも簡単に乗れる操作性の簡便さが大ヒットの一因だった。

誰もが知ってるJOG

パッソルの後も、ヤマハは数多くのスクーターを市場に送り出してきた。パッソラ、ペルーガ、チャンプetc……。その中でもヤマハスクーターのトップブランドと言えば、JOGの名に突き当たるだろう。軽快なルックスと俊敏な運動性で、高校生を始めとする若者の間で新たな市場を切り開いた。スクーターレースで活躍する姿も記憶に新しい。今年で14年目を迎えるJOGだが、いまだにそのフレッシュなイメージは損なわれず、アプリオ、ポシェ、ZRとファミリーを増やしている。

SR400/ 500

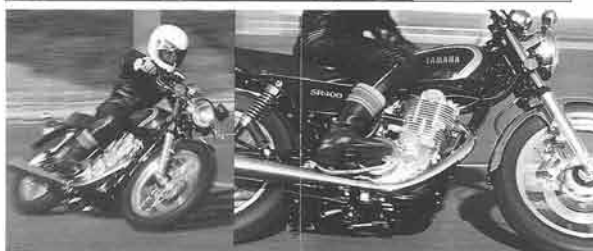
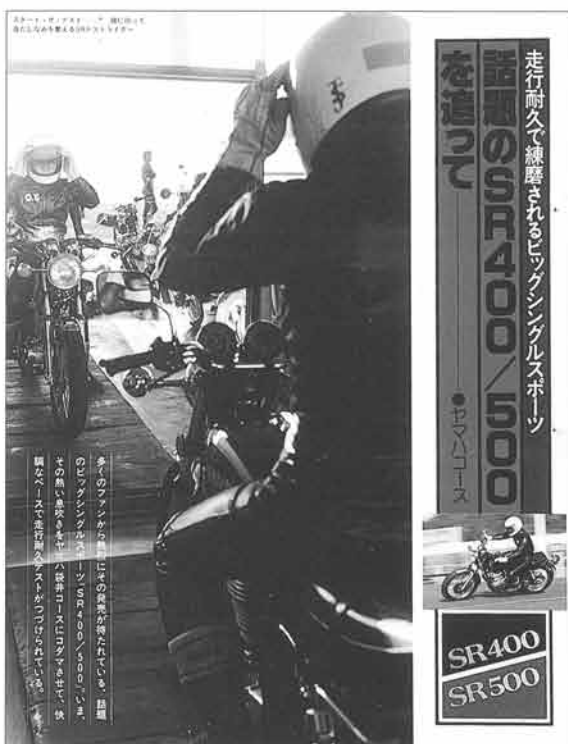
19年間愛され続けた 「ビッグシングル」の伝統

スリムでクラシッ的なルックスと単気筒エンジンの独特の鼓動が特徴のSR。スポーティブイクとしての充分な性能をもちながら、乗り味にもこだわりを見せたまさにヤマハラしさに溢れたモーターサイクルである。

その姿が初めて我々の前に現れたのは77年の東京モーターショー。国内初の4サイクルビッグシングルモデルとして、多くのバイクフリークに待ち焦がれられた上でのデビューだった。

流行に左右されることのないスタイルとコン셉トは今でも継承され、カスタムベースとしても人気があるのがご存じのとおり。今のユーザーがSRと同じころに生ま

れているというのも奇妙な巡り合わせである。もちろん、当時から熱狂的なファンは大勢いた。ヤマハニュース78年4月号「買ってよかった一番乗り」に登場したイギリス人女性ジャン・ウィリアムズさんもSRの虜になった一人。「去年のモーターショーでSR400をひと目見



SRが初お目見えした東京モーターショー。マニアたちの視線を釘付けにした(77/12)

袋井ヤマハコースに現れたSR。爽快なライディングも様になっている(78/1)

解説

SRのエンジンは'76年2月発売のエンデュロモデルXT500のものをベースにしている。このエンジンの87ミリのボア径はそれまでロングストロークが主流だった単気筒エンジンの中では、異色のオーバースクエアを採用。力強いトルクをさざむエンジン特性が達成された。さらにSRに搭載するために吸気排気ポートを改良し、フライホイールのマスを増やしてエンジンのフィーリングを高めている。

また、シングルエンジンは始動が困難という性格があるが、その対策もぬかりない。CDI、デコンプ、キックインジケーター、ウォームエンジンスターターと考えられる限りのものが装備されていた。

変わってないようで変わっている(?) SR

マニアの間でも話題に上る機会の多いホイールの違い。これが歴代のSRの中で最も目につく変化だろう。最初のマイナーチェンジモデルSR400/500SP('79年11月発売)でキャストホイールが初採用。3年後にはスポークホイールの限定モデルが登場するが、キャストもその翌年にマイナーチェンジ版が登場。しかし、スポークの方が人気が高いのか、それ以降はスポークのモデルのみが設定されている。

'84年11月発売の7周年記念SR400には、タンクに今ではおなじみの3連音叉マークが初めて入り、カラーリングはサンバースト塗装によるボカシが施された。この塗装は'95年8月発売の限定モデルで復活している。

エンジンを始めとする機構面も、何度か改良が施されているが、必要最小限にとどめられている。やはり変わらないのがSRの良さなのだ。来年は二十歳を迎えるSR、果たしてどんな姿を我々に見せてくれるのだろうか。



'79年モデルからキャストホイールを装着

初めて3連音叉が描かれた7周年記念モデル

4サイクルスーパースポーツの世紀を創造 「GENESIS」

FZ750

解説

吸気3、排気2のバルブレイアウトは空気吸入量の増大、燃焼効率の向上に寄与し、結果的に4バルブエンジンに比べ、10%の出力アップ、5%の燃費向上を果たしている。また、シリンダーが前傾したことによって上部にエアクリナーを配置、さらにエキパイの曲がりも減少させ、吸排気両方の効率がアップした。さらに前下方に重量物を移動したことにより、重心位置の低下と前後バランスの最適化を達成。また同時に補機類を前方に移動させたため、レッグスペースがクリアになりライディングポジションが改善された。

まさに高次元での調和が達成されたマシンなのだ。

「このプロジェクトは元々レースマシンだった」

第1プロジェクト開発室
主任技師 中山義晴さん
FZ750開発メンバー

FZ750のプロジェクトはもともとレーサーのベースモデルのプロジェクトだったんですよ、デイトナ200や鈴鹿8耐で勝てるマシンを作ろうという。

当初の研究で750、5バルブ、バラ4のエンジンでいくということは決まっています、そこからどうまとめていくかという段階で、2泊3日のエンジニア間の合宿があったんです。そこで、各人がアイデアを持ち寄ってきたんです。私は吸気を立てることと、点火系をクランクからとることを提案しました。

実際、完成したエンジンで120馬力が一発で出たんですよ。当時、750のエンジンはどこのメーカーでも70馬力台がやっとだったのに、いきなり目標の100馬力を超えてしまったんですからね。いつもなら最初から目標馬力が出ることはなくて、徐々に近づけていくんですけど、この時は違いました。トルクも嘘みたいに出てクラッチが滑ってしまうので、クラッチのスプリング荷重をアップしたりもしました。開発のライダーからもトルクがワイドで高回転域でさらに盛り上がるから、加速感に優れていると評判でした。

途中でレーサーのプロジェクトが凍結されて、市販車を作ることになり、市場に出すときは国内規制にあわせてパワーを落とさなくてははいけませんでしたけどね。



ジェネシスの名とともに颯爽と現れたFZ750 ('84/3)



ケルンショーで発表されたFZ750は海外ライダーの視線を釘付けにした ('84/11)



最高出力77ps/9500rpm、最大トルク7.0kg-m/6500rpmを誇る直4・5バルブエンジン ('84/12)

1984年、ケルンショー（IFMA）のヤマハブースに、見るからにハイパフォーマンスのマシンを予感させる1台のビッグマシン、FZ750が現れた。そして、その中身にはヤマハが4サイクルスポーツマシンにかける新機軸が数多く盛り込まれていたのだ。エンジンは市販車初のDOHC

5バルブインライン4で、シリンダーは低重心化のため前方に45度傾けられていた。これはエンジンの出力アップだけでなく、マシンのパッケージングをも重視したレイアウトで、スピードのみならず、操縦性、走行安定性、乗りやすさ、扱いやすさと考えうるすべての性能を向上させることを目的として

いる。この斬新なコンセプトは「GENESIS（ジェネシス）」と名付けられた。このころは各メーカーがハイパワー、ハイパフォーマンスのバイクを世に送り出していたが、その中においてFZ750はひとときを異彩を放っていたモデルだった。発売前から各地で大きな反響を

呼び、国内外の専門紙誌でも「即リーストラックに持っていきけるロードゴイニンググレースー」「ヤマハが750ccクラスの巻き返しを図る自信作」と、高い評価を得ていたことが当時のヤマハニュース誌面から伺える。

SEROW

山を切り開いた「二輪二足」

ア ウトドアが趣味の一つとして人々の間で広まってきた'80年代半ば、トレールバイクもレジャーの一つとして楽しもうという提案がヤマハから投げかけられた。それがセローだ。

それまでのトレールバイクと言えば、モトクロス、エンデューロ、トライアルといった競技志向のモデルが多かった。そのため高性能化、高価格化が進み、加えてシート高も上がり、誰もが気軽に楽しめるバイクからかけ離れていった。

そこでセローはトレールバイクの原点、「走る、曲がる、止まる」+「登る、下る、転ぶ」に立ち戻り、大自然の中に分け入っていく楽しさを新たに伝えるモデルとして登場した。足着き性のよいシート、取り回しに便利な車体。いざとなったら自分の足を使ってでも前へ進んでいくことができる。実はヤマハの開発スタッフが自分たちが楽しめるバイクが欲しいために作ったというこぼれ話もある。まさに、そのスタッフたちの楽しみがユ

ーザーにまで伝わった好例と言えるだろう。

ところで、'85年9月号のヤマハニュースではそのセローでエンデューロに出場し、1・2フィニッシュをとげた記事がのっている。やはり基本性能のしつかりしたモーターサイクルであることが改めてわかるエピソードだ。

真夏のエンデューロもセローが走るの4年を100%発揮！

「セローは、エンデューロの走りには、まさに100%発揮している。その理由には、まずエンジンの回転特性が、中低速域でトルクを重視していること、そして、シート高が低く、足着き性がよいこと、また、サスペンションが、オフロード走行に適していること、そして、タイヤが、オフロード走行に適していること、などが挙げられる。また、セローは、エンデューロの走りには、まさに100%発揮している。その理由には、まずエンジンの回転特性が、中低速域でトルクを重視していること、そして、シート高が低く、足着き性がよいこと、また、サスペンションが、オフロード走行に適していること、そして、タイヤが、オフロード走行に適していること、などが挙げられる。」

コンペモデルではないセローだが、コンペに出ても意外に速い。発売3日後に出場したエンデューロで見事1-2フィニッシュ ('85/9)

愛しの「カモシカ」論

特集●セロー10周年

1985 1989 1991 1992 1993 1995 1996 1999

「カモシカ」は、セローの愛称。この愛称は、セローのデザインが、カモシカのデザインに似ていることからつけられた。また、セローのエンジンは、カモシカのエンジンのように、中低速域でトルクを重視していることからつけられた。また、セローのシート高は、カモシカのシート高のよう、低く、足着き性がよいことからつけられた。また、セローのサスペンションは、カモシカのサスペンションのよう、オフロード走行に適していることからつけられた。また、セローのタイヤは、カモシカのタイヤのよう、オフロード走行に適していることからつけられた。」

'95年はセロー10周年。記憶に新しいこんな特集も ('95/7)



初代セローのタンクマークのカモシカは角が3本に枝別れしていた。が、実際はこんなカモシカはないことが判明し、次のモデルからは今と同じ1本角のエンブレムが描かれている ('85/8)

トレール市場に新ジャンルを拓く マウンテントレール セロー225新発売

「セロー225は、トレール市場に新ジャンルを拓く。その理由は、まずエンジンの回転特性が、中低速域でトルクを重視していること、そして、シート高が低く、足着き性がよいこと、また、サスペンションが、オフロード走行に適していること、そして、タイヤが、オフロード走行に適していること、などが挙げられる。また、セロー225は、トレール市場に新ジャンルを拓く。その理由は、まずエンジンの回転特性が、中低速域でトルクを重視していること、そして、シート高が低く、足着き性がよいこと、また、サスペンションが、オフロード走行に適していること、そして、タイヤが、オフロード走行に適していること、などが挙げられる。」

解説

セローのベースモデルはXT200 ('82年8月発売)だが、中身は全く別物。排気量を24ccアップさせたエンジンは中低速トルク重視を重視。さらに1~3速のギア比を低目に設定して低速域での走破力を高め、トコトコと山道を登ることができるようを得た。

810mmのシート高、51度のハンドル切れ角、102kgの乾燥重量は、軽快な運動性とスタックしたときの取り回しのよさを実現している。

進化するカモシカ

セローの歴史も今年では12年。その間、絶えず進化を繰り返してきているが、その中でも特筆すべきは'89年8月発売モデルのセルスター搭載だろう。山道などの足場の悪いところでエンストした場合、キックでの始動はライダーに多くの負担を強いる。つまり、セルこそがトレールにとって本当に必要とされる機能であり、いち早くそこに気づいたヤマハは、オフ=キック始動という「常識」を覆した。もちろん日常の使用時でもセルがあることの利便性は大きく、「セルのついたトレールバイク」イコール「セロー」という認知が広まっていた。

機能充実のSEROW225

セル付セローのフィーチャーマップ。このときタンク容量とシートのクッション厚もアップした ('89/8)



が行く!

1955年の創業以来、ヤマハは数々の商品や店頭ツール、記念品などをお店に提供してきた。そんななか、時代に流されることなく残り続けた強者たち——お宝もきっとあるに違いない！
そこでヤマハニュースでは急遽「お宝捜索隊」を結成、全国に散ったのである。するとどうだ、各地からお宝情報が続々と寄せられてきたではないか!!
ヤマハと販売店さんの永年にわたる貴重なパートナーシップの証、お宝の数々をここに一挙大紹介!!

棚橋商会さん

京都府京都市

販売表彰の景品の多さで群を抜いた棚橋商会の棚橋澄夫社長。拡販へのご尽力が多数のお宝くんをもゲットされる要因となった

LOT No.7

ヤマハ風

「たぶん20年以上前のもの。忙しくて娘と遊んであげられなかったんですよ……」と感慨深げな奥様のつや子さん。でも「1個持って行きはります?」。羽子板もあり



LOT No.9

DT1の掛時計

一大ブームを巻き起こしたDT1は'68年3月デビュー。ファンが多いため現車はよく見かけるが、この時計はお宝度高し。灰皿もあったことを付記しておきたい



板東自動車さん

徳島県鳴門市

四国から唯一のエントリー。地元の間人は鳴門の満潮を見たことがない者が多い、と花岡義公社長は語る



YSP足立中央さん

東京都足立区

「いろいろ集めちゃうんだよね」と山崎敏雄社長。ご自身も71年8月号から度々ヤマハニュースに登場する



LOT No.3

ヤマハニュース

'67年頃からのヤマハニュースが保存されていた。ありがとうございます。'66年のもあったが雨漏りにより汚損してしまっていたのが残念



LOT No.1

おかしなおかしなふれぜんと

「戦争はんたい」「正義の味方」「こんにちわ」など今見てもかなりハイブロー。ナンバープレートの上に取り付け、ヤングが走り回ったのは'70年初頭



LOT No.2

JT60

「おかしなおかしなふれぜんと」の対象商品だったJT60は、ミニトレールブームを巻き起こした。他にDT1もあり



YOU SHOPしげみつさん

広島県広島市

特にこだわりなく何となく手元に残ってしまった、と重光述宏社長。「何となく」こそがお宝くんを招く好例となった

LOT No.6

ヤマハ30周年記念メダル

ヤマハ社員にしか渡らないはずの記念メダル。出所については「ノーコメント」。アヤシイ……ということ、3お宝デビル



LOT No.5

お手製切り抜きアルバム

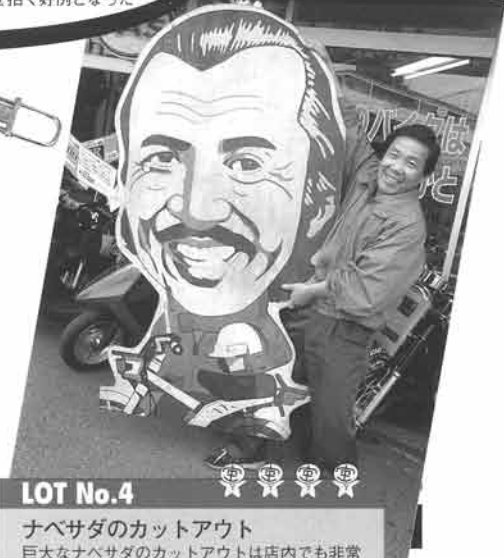
カタログ自体の古さは低い、気に入った部分を切り抜いて再編集したアルバムにまともな熱意を評価



LOT No.4

ナベサダのカットアウト

巨大なナベサダのカットアウトは店内でも非常に自立、お客さまも一歩下がらないと何だか分からなかったとか。手書きの「タウン」の文字も効いた



お宝くん

お宝システム

お宝くんの数はお宝の古さ、珍しさ、由来などを総合的に判定した「お宝度数」を表す。お宝キングはお宝くん5人分。お宝度数の低さは、お宝デビルで示される。お宝大魔王はお宝デビル5人分。なお、この判定はあくまでも編集部の特断によるもので、実際のアイテムの価値を示すものではありませんのであらかじめご了承ください。



ガレージTAKUMIさん

埼玉県入間市

森田巧代表はそもそもオールドバイク好き。実家の納屋にはまだまだお宝アイテムが眠っているそうだ



LOT No.13

YA1定期点検整備項目

取材が終わろうかという時に、実家の納屋から運び出されてきた整備項目図。実車よりそれにまつわるツール類の方がレア度が高い



LOT No.14

'82TZ250 & '85TZ250

同店ではYA1、FS1、RD250など実車が数多く保存されていたが、レーサーとはなかなか珍しい。'82モデルはご自分でレースに出たマシン



LOT No.15

ウインカーアッセンブリー

発売当初、ウインカーが標準装備されていなかったYA1用。社外品だが、新品状態で保存に高ポイントが。タンクキャップ装着タイプの燃料計もあった



LOT No.16

YDS1のタンク

店舗アイテムとして活用しているというYDS1のタンク。時の流れを感じさせるサビが、オブジェ度を高めている



鴨井ヤマハ販売さん

岡山県岡山市

モトクロスをしていたという鴨井勇社長。無意識のうちにできてしまったお宝の山の中に、こだわりのマシンTX500が光る

LOT No.17

U5メイト小学館号

'69年5月に発売された最初期型メイト、しかも小学館号。本屋さんに対する小学館からの景品らしい。手書きの切り抜きステッカーがシブすぎる



LOT No.20

YA1パーツ

営業所に「引き取ってほしい」と頼まれたというYA1のパーツ。ほぼ揃っている。「希望者にはぜひ譲りたい」という鴨井社長の心意気に大魔王を



LOT No.18

TX500

22年前、開店して1番最初に売ったバイクを、巡りめぐって買い戻したという逸品。その心意気に4お宝くん



LOT No.19

AS1

メッキ部分も非常に美しく輝いているAS1。レトロブームの今、いっそう光を増しているかのようだ



LOT No.12

モトバイク

今は東京で働く娘さんが、小学校6年生の頃乗っていたモトバイク。女の子が乗っていたのは珍しく、地元でも評判だった。家族の思い出を乗せた自転車なのだ



LOT No.8

テーブルクロス

ゴールドを基調とした絢爛豪華な刺繍に、ヤマハの音叉マーク。いかにも古都に似合うたたずまいだ。年代不詳

LOT No.10

お銚子 & お猪口セット

テーブルクロスと相反して素朴な造りのお銚子セット。有田焼と銘記されたステッカーが高ポイントを稼ぎ出した



LOT No.11

虎の置物

23年ものとは思えない輝きを放つ、虎の置物。現在では考えにくいセンスはお宝大魔王に値するが、大切に保存されていた棚橋社長と奥様に敬意を表し3お宝デビル

「レース」で見る
ヤマハニュース400号
**ヤマハ
レーシング
ヒストリー**
栄光の軌跡

「ヤマハ発動機」＝「レース」。会社発足と同時にレースの世界に飛び込んだヤマハにとって、この公式はもはや常識である。このコーナーでは、40年におよぶヤマハのレース史を振り返る。それは、とりもなおさずヤマハの躍進の歴史を紐解くことでもある。技術、イメージ、そしてSP。レースフィールドは、ヤマハにとって先進技術を手にする実験場であり、未来へと導く指標でもあった。



富士登山レースのゴール地点。1955年7月10日、第3回大会で、YA1を操る岡田輝夫選手が誰よりも速くここを駆け抜けた

と、そこには浅間火山レース350ccクラスで優勝した野口種晴選手の勇姿がカラーで掲載されている。モノクロページに入ると「浅間レースの激斗」と題した密度の高い座談会が7ページにわたって展開している。

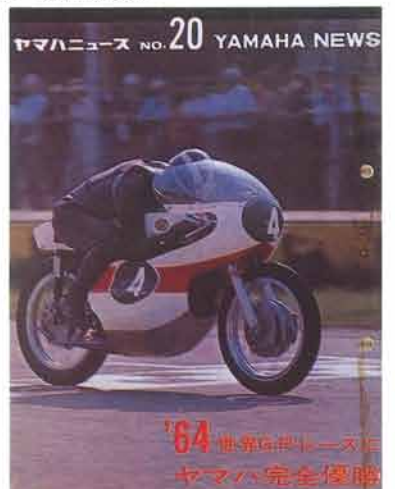
つまりヤマハニュース400号の歴史は、まさにレースから始まっているのだ。販路向けに情報を発信するヤマハニュース創刊号の巻頭特集にレースの記事。いささか奇異な印象を受けるが、このことは、ヤマハ発動機の発足当時のエピソードを振り返ると、ごく当然の流れだったようだ。

日本楽器から独立したヤマハ発動機は、創立して間もなくレース参戦を決断した。その行動の素早さの陰には、「楽器屋のポンポンが走るのか!?」という世評を吹き飛ばしたいという川上源一社長の闘志があった。

ヤマハの第1号車であるYA1は、高性能ではあったが、13万8000円という価格がネックとなり、各ディーラーは販売に積極的ではなかった。大卒者男子初任給の全国平均が1万7800円という



ヤマハニュース創刊号の表紙をめくれば、浅間火山レースの座談会記事が。ヤマハニュースの歴史はレースから始まる



レースシーンが表紙を飾ることもたびたび。常にレースを視野に置き、ヤマハニュースは編集されてきたのだ

時代だ。ごく単純に現在の価値に換算すれば、YA1には約250万円もの価格がついていたことになる。さらにYA1は他メーカーの同クラス車種と比べて当時の価格で1〜2万円ほど高値だったのである。

しかも、新進メーカーだったヤマハ発動機の製品の信頼性そのものに対して、ディーラーが半信半疑だったのも事実だ。YA1の優位性を示し、ディーラーの販売意欲を喚起させるためには、レースで勝つしかない。バイクメーカーが乱立していた昭和30年代初頭、ディーラーは常にレースに注目し、どのメーカーの製品が優秀で商品性が高いかに、目を光らせていたのである。

かくしてヤマハは、発売からわずか5カ月にして、YA1をレースに送り込む。しかし、レースの世界は結果がすべてだ。仮に思うような成績が残せないとするとイメージダウンも十分にあり得る。メリットだけではなく、大きなリスクも内包しているのだ。そういう世界に飛び込むには、40歳そこそこの川上元社長若さ、企業の発展にはレースに勝利する



ビッグレースでの活躍や、輝かしい戦績には号外や折り込み特報が発行される。この伝統は今も受け継がれている



ことしかない」と社員が「玉丸」なる信念、そして何よりもヤマハの技術に対する自信が要求された。

ここに、1冊のヤマハニュースがある。1959年（昭和34年）10月に発行された創刊号である。銀色地の表紙をめくる

1000ページに及ぶ ポリウムで レース活動を伝え続ける

1955年7月10日午前9時30分。日本最大規模を誇る第3回富士登山レースがスタートした。富士山麓の浅間神社をスタート地点とし、2合目に設けられたゴールまでの24.2kmのコースを、29分7秒という最速タイムで駆け抜けたのは、岡田輝夫選手の駆るヤマハYA1であった。ここに、ヤマハ栄光のレース史が始まる。

さらにYA1は、同年11月に開催された第1回浅間火山全日本オートバイ耐久レースのウルトラライトクラス（125

日本メーカーとして海外レース初エントリーとなった1958年のカタリナGP。YD1改と伊藤史朗選手が6位に入賞し、世界へヤマハの名を轟かせた



当時の技術の粋を尽くしたYA1は、国内のビッグレースに旋風を巻き起こした。ヤマハへのディーラーからの評価は、これで一気に高まる



cc)で日吉昇選手を頭に4位までを独占。翌56年の第4回富士登山レース125ccクラスで1位から8位まで独占するなど、圧倒的な勝利を収める。また、このレースの250ccクラスには同年に発売されたYC1がエントリーし、1位から5位までを独占している。

1958年、ヤマハは日本メーカーとして初めて海外レースに出場した。アメリカ・南カリフォルニアのカタリナ島で行なわれた第8回カタリナGPがそれである。オンロード20%、オフロード80%、ジャンプも設けられているという変化に富んだ4.65kmのコースを10周するという過酷さだ。

このレースの、150台ものエントリーを数えた250ccクラスに、YD1改に乗る伊藤史朗選手がエントリーしたのだ。レースが始まるまで、観客やメディア、そしてライバルメーカーは、極東の島国からやってきたヤマハのオートバイなどには目もくれなかった。

しかし、レースがスタートするや、観客の目はYD1の鮮やかな走りに釘付けになる。ひどい埃でブリッジ現象を起こしたプラグを交換するためにピットインを余儀なくされた伊藤選手は、一時最後尾にまで落伍したものの、その後見事な追い上げをみせて6位でフィニッシュしたのだ。

これにはアメリカ人も大いに驚かされ、シカゴやニューヨークの新聞、雑誌などにも紹介され、ヤマハと伊藤史朗の名は全米に轟いた。のみならず、メキシコ市交通局から150台の注文を受けるなど、海外市場に大いなる活路をもたらしただけである。

こうした国内外ビッグレースでの活躍

ぶりは、意図通りにヤマハ製品の評価と商品性を高め、ディーラーの販売意欲を盛り上げた。ヤマハニュースは、そういうタイミングに創刊されたのである。

以後ほぼ毎号と言っていいほどの頻度で、レース記事が掲載され続けている。400冊、少なく見積もっても10000ページに及ぶポリウム（今回の400号約25冊分）で、ヤマハニュースはレースを取り扱ってきた。レースシーンは、時には表紙を、時にはカラーページを飾り、ヤマハニュースを栄光で彩る。ビッグレースでの優勝などでは、号外もたびたび発行されている。

もしお手元に過去のヤマハニュースがあれば、いつの時代のものでいい、そつと紐解いてみてほしい。きっとその時代のヤマハのレーシングスピリッツが、栄光の輝きを放ってページから飛び出してくるはずだ。

YAMAHA RACING SPIRITS

証言で綴るヤマハ挑戦の記録



「証言で綴るヤマハ挑戦の記録」、ライダーの内面に迫るインタビューなど、歴史あるヤマハニュースならではの記事が踊る

ヤマハニュース 400号の歴史は、 レース記事から始まった

カラーページでも活躍ぶりを大きく報じる。時代に関わらずヤマハのレーススピリッツは情熱に燃えているのだ



実戦の場で培われた 数々のテクノロジー

販売戦略の一環としてのみレースを捉えていたら、ヤマハが創立から現在に至る40年の長きにわたってレース活動を続けることはできなかっただろう。ディラーにヤマハの優位性が認識され、販売が軌道に乗った時点で、レースをする意味が失われてしまうからだ。

しかしレースの場は、常にヤマハにとってなくてはならないテストフィールドでもあった。言うまでもなく、ヤマハ発動機はオートバイという機械を製造するメーカーであり、製品は技術に依って

る。レースは、ヤマハ製品を根底から支えるテクノロジーを磨く、最高の実験場なのだ。

技術は、レースに勝つために開発され、秒を刻むライバルとの争いの中で鍛えられていく。タイムやリザルトという客観的な数値で、テクノロジーは磨かれるのだ。こうして得られた技術の多くは、市販車へとフィードバックされる。ここで紹介するのはそのほんの一部にすぎないが、レーシングマシンと市販車との密接なつながりをご理解いただけたらと思う。

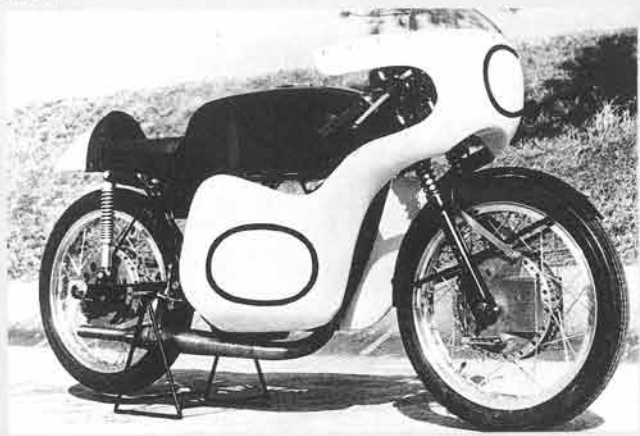
ロータリーディスクバルブ

Rotary disk valve intake system

2ストロークエンジンの吸気孔の開閉を、切り欠きのある回転弁(ロータリーディスクバルブ)でコントロールする。当時はレーサーにしか使えないと言われていたこの技術を、世界で最初に市販車に採用したのが1961年に発売されたYA5だった。

当時の世界選手権ロードレースでの勝利をめざして開発されたRA41(125cc)やRD48(250cc)には、ロータリーディスクバルブが採用されている。そして、これらのマシン開発中に考案された浮動タイプバルブ支持方式が、後にロータリーディスクバルブのスタンダードとなる。

当時は素材、製法、安定性などクリアしなければならないハードルはいくつもあったが、サーキットを実験場として熟成を重ね、YA5に結実したのである。YA5は厚い低速トルクを持つビジネスバイクとして、スポーツライダーたちにも人気を博した。



RD41
'61モデルの125ccレーサー。単気筒ながら左右にロータリーバルブを持つユニークなエンジンは、20ps/10,000rpmを発生していたという。このマシンにはすでに強制潤滑(オートループ)も採用されている

モノクロスサスペンション

Monocross suspension

「だめですよ。サスのないマシンなんて、走れるわけないでしょ。'73年2月、この年を戦うモトクロスサー、YZMを見ての、鈴木秀明選手の第一声である。

前年、全日本選手権モトクロスセニア125ccクラスでチャンピオンとなった鈴木秀明選手ですら、半信半疑になってしまうほど特異なサスペンション、それがモノクロスサスペンションだった。

従来の2本のクッションユニットを持つリアサスペンションには、ねじれ剛性が低いという問題点があった。これを解決すべく開発されたモノクロスサスは、1本のクッションユニットが三角構造のスイングアームを支持している。このことによりねじれ剛性が飛躍的に高まったのはもちろん、ホイールトラベルが増大するという恩恵をももたらした。

当時のヤマハ・オフロードマシンには、'68年にデビューしたDT1という名車があり、レースでも輝かしい成績を収めていた。その後を受ける形で登場した'73年式YZ1、新技術のモノクロスサスの投入。しかもサスペンションに極めて負担の大きいモノクロスへ実戦投入したことは、このテクノロジーに対して相当の自信があったことの裏付けでもある。

しかしヤマハにとっても、モノクロスサス採用の判断は容易ではなかった。DT1のイメージを下げるような失敗は避けなければならなかったのである。結局全日本選手権のレース1週間前にゴーサインが出、昼夜を問わない作業の末にようやくマシンが出来上がったのはレース当日であった。

しかし、全日本選手権モトクロス第1戦でデビューを果たしたモノクロスサスのYZMは、250ccで鈴木秀明選手が、125ccでは弟の都良夫選手が、見事に両クラス優勝という偉業を成し遂げたのである。

これで大きな自信を得たヤマハは、ロードレーサーやトライアルマシン、そして市販車へとモノクロスサスをフィードバックさせていった。市販車としてモノクロスサスを初採用したのは、'74年3月に発売されたYZ250M。一般市販車としては、3年後、'77年2月発売のDT250がモノクロスサス採用の最初のモデルとなる。



'73YZ250
'73年全日本選手権第1戦では、125cc、250ccともYZMが優勝。モノクロスサスペンションの圧倒的優位を見せつけた

オートループ

Autolube

1964年に発売されたYA6とYG1-Dに搭載された分離給油装置、オートループは、2ストロークエンジンに革命を起こした(詳細はP6)。この技術は'64年以前からレーシングマシンによって培われ、結実したものである。

'63年7月7日に行なわれた世界選手権ロードレース第5戦ベルギーGP。公式練習でキャブレタートラブルに見舞われながらも伊藤史朗選手が優勝、2位にも砂子義一選手が入り世界の舞台で1-2フィニッシュを果たしたのは、2ストローク空冷2気筒250ccレーサー、RD56だった。このマシンには当時の呼称で言う強制潤滑機構、すなわちオートループが搭載されていたのである。

'63年発行のヤマハニュース第14号では「2ストロークエンジン用強制潤滑方式」としてオートループの革新性や構造が紹介されているが、その中には「(オートループは)TTレースを始めとする各地のグランプリレースに出場し、その機能の正確さと故障のないことを世界中に実証し……」という表現があるし、続く第15号でも「ヤマハオートループの特長はこの技術をレーサーで開発したヤマハのみがなしえた画期的なもの」と謳い、レースと直結した技術であることをアピールしている。

2ストロークエンジン市場を大きく躍進させる原動力ともなり、今や2ストロークエンジンの常識となっているオートループは、世界選手権制覇という悲願達成の下に誕生した技術なのである。



伊藤史朗選手のライディングで、シンガポールGPに優勝



RD56
1962年の初登場以来、世界の舞台で活躍したマシン。ロータリーバルブ吸気、オートループ搭載の249.7ccエンジンは45ps/11,000rpmと言われる

ヤマハ・パワーバルブ・システム

Yamaha Power Valve System (YPVS)

'83年は、RZ250Rのセンセーショナルな登場で幕を開けた。ニューリンク式モノクロスサス、標準装備のピキニカウルなど話題性の高いマシンだったが、何と言っても最大のセールスポイントはヤマハ・パワーバルブ・システム、すなわちYPVSが一般市販車として初装着された2ストローク水冷2気筒エンジンにあった。ヤマハニュースでも'83年1月号(第235号)で表紙を含めて11ページにわたる特集を組んでいる。

ピーキーになりやすい2ストロークエンジンの排気タイミングをコントロールし、エンジン回転全域で出力向上を達成するシステム、YPVS。現在発売されている2ストロークエンジン車にも広く採用されているこのテクノロジーも、やはりレースから生まれた。

'77年の全日本選手権モトクロスには、シリンダーヘッドまわりをガムテープで覆ったYZMが登場、藤秀信選手のライディングにより、目の覚めるような走りを見せた。その走りっぷりはもちろん注目を集めたが、ファンや関係者の話題は覆われたブラックボックスに集中した。それが実はYPVSの第一歩だったのである。

翌'78年2月14日、ヤマハ発動機本社で多数のジャーナリストを集めて'78ワークスマシンの発表が行なわれ、全5機種が披露された。そのうちの3機種、YZR500、YZM250、YZM125にYPVSが搭載されていた。

YZR500に乗った金谷秀夫選手は、「これまでYZRのパワーバンドは9500回転からだったけれど、YPVSがついてからは7500回転でもマシンがグングン前に進んでしまって、本当にビックリしました。楽にタイムが縮められるわけです」と語っている。

この年、世界選手権ロードレースではケニー・ロバーツ選手が、全日本選手権モトクロスセニア250ccクラスで光安鉄美選手が、セニア125ccクラスで瀬尾勝彦選手がそれぞれチャンピオンを獲得し、YPVSの高性能ぶりをいかに高く発揮した。

YPVSはその後さらなる改良と熟成を重ね、'81年には市販ロードレーサーTZへ、'82年には市販モトクロスYZへとフィードバック。そして'83年の幕開けと同時に発売されたRZ250Rへと受け継がれ、スポーツバイク市場を大いに活性化させたのは記憶に新しい。



'78YZR500

'78年、ケニー・ロバーツ選手はYPVS搭載のYZR500を駆り、フル参戦初年度にしてライダーチャンピオンの栄光に輝いた

RZ250R

'83年1月号のヤマハニュースは、表紙から11ページにわたるRZ250R特集を展開。もちろん目玉装備は一般市販車初のYPVSだった

デルタボックスフレーム

Deltabox frame

'82年に登場したYZR500は、メインチューブが太く、アンダーチューブが細い構成になっている。これが後のデルタボックスフレームの原型である。

'83YZR500からはデルタボックスの名称が与えられ、以後毎シーズン、毎レースごとに改良を重ねた。

'85YZR500からはアンダーチューブが完全に消え去り、いよいよデルタボックスフレームは完成度を高める。平忠彦選手が全日本選手権500ccクラスでV3を達成したマシンとしてご記憶の方も多だろう。

そしてこの'85年11月1日、平選手V3で沸くスポーツバイク市場にまさに絶好のタイミングで殴り込みをかけたのがTZR250であった。一般市販車初のアルミデルタボックスフレームは、RZ250RRと比べて40%軽く、同時に40%の剛性アップを果たしている。

TZR250は、YZRグループのスタッフが開発を担当。市販レーサー'86TZ250と同時に開発されるなど、単にレーサーの模倣にとどまらず、公道とサーキットが濃密なテクノロジーでつながっていることが分かる。

そしてデルタフレームは、今もヤマハのレーシングマシンやスポーツバイクに、好ハンドリングをもたらし続けているのだ。



'82YZR500

初代YZR500をライディングするケニー・ロバーツ。このマシンからデルタボックスフレームの原型が生まれた



'83YZR500

このマシンから、デルタボックスフレームの名称が与えられる。平忠彦選手が全日本選手権でチャンピオンを獲得したマシンだ



TZR250

熟成を重ねたデルタボックスフレームは、85年発売のTZR250で一般市販車に初搭載され、今に受け継がれる

2ストロークV型4気筒エンジン

2-stroke V-4 engine

RZV500Rが発売されたのは'84年5月15日のことだ。ヤマハ・スポーツスピリットの頂点として君臨したこのマシンは、現在でもマニア垂涎の的となっている。

このマシンに搭載された市販車世界初の2ストローク水冷V型4気筒YPVSエンジンは、「キング」ケニー・ロバーツ選手のライディングにより、'83世界選手権ロードレース12戦中6優勝を遂げたYZR500テクノロジーの直系である。

ただしYZRのロータリーデイスクバルブ吸気に対して、前シリンダーがピストンリードバルブ、後シリンダーがクランクケースリードバルブとなっているなど、細部にわたって改良が施されている。単なるレーサーレプリカではなく、ロードゴーイングモデルとしても高い完成度を持っているのが人気の秘密だ。

RZV500Rは、人気のRZシリーズを完成させたばかりでなく、「スポーツのヤマハ」のフラッグシップモデルとして土気向上に大きな役割を果たした。



'83YZR500

'83全日本選手権ロードレースを並列4気筒TZとV型4気筒YZRで戦った平忠彦選手はチャンピオンを獲得。'84シーズン以降はV4YZRに絞り、'85まで3年連続全日本チャンピオンとなる。



RZV500R

YZRの血を濃く受け継いだ「ケニー・レプリカ」。ケニー・ロバーツ自身、「素晴らしいマシン。ケニー・レプリカと言われて光栄だ」とコメントしている

いかに優れたレーシングマシンも、人間がいなければ走ることはない。そして、人間が発する言葉には、メカニズムにはない温かさがあるのだ。ヤマハニューズから、そんな人間味あふれる一言を拾い集めた。

みんなで1-2-3をやろうって、いつも話してたんですよ

今日の走りをあと8回繰り返すしかないよ

92年5月号 (No.347)
全日本モトクロス選手権第1戦ヒート2で、大河原功次、増田智義、鈴木健二選手が1-2-3フィニッシュ。2位増田選手(左)がチームの健闘を素直に喜ぶ



車の数が多いのに
まず驚いた

72年11月号 (No.113)
世界選手権ロードレース250ccクラスでチャンピオンに輝き、日本初来日したヤーン・サーリネン選手の一言

(レーシングライダー、かく語りき)



問題ないよ。何なら乗ってみる？

92年8月号 (No.350)
全日本トライアル選手権第3戦でTYMについて聞かれた中川義博選手



最後の10周は、
永遠の
ようだった……

90年10月号 (No.328)
世界選手権ロードレース500ccクラスで激しくタイトルを競い合ったケビン・シユワント選手が転倒し、第13戦チエコスロバキアGPを制したウエイン・レイニー選手



誇りです。

84年10月号 (No.256)
参戦2シーズン目の世界選手権ロードレース500ccクラスでチャンピオンになったエディ・ローソン選手が、インタビュー中で「ヤマハという名前から何を感じるか？」と問われて



ヤマハの操縦性が良くなってきたらしく、カーブで伸びることが分かりました。だんだんと私は差を縮め、3周でジム・レッドマンを捕えてしまったのです。

私の第2の計画は
見事に遂行されました

64年10月号 (No.20)
第1の計画、スタートに失敗したフィル・リード選手語る



1950年代

| | | |
|--------------------|-----|------------------------|
| '55年●富士登山レース | WIN | 岡田輝夫 |
| ●浅間火山全日本耐久125 | WIN | 日吉昇 |
| '56年●富士登山125 | WIN | 野口種晴 |
| ●富士登山250 | WIN | 砂子義一 |
| '57年●浅間火山250 | WIN | 益子治 |
| '58年●カタリナGPライトウェイト | 6th | 伊藤史朗 (日本メーカー海外初レース) |
| '59年●ヤマハニュース創刊 | | |
| ●浅間火山350 | WIN | 野口種晴 |

1960年代

| | | |
|--------------------|-----|----------------|
| '62年●第1回JRRノービス250 | WIN | 三橋実 |
| '63年●WGP第5戦ベルギー250 | WIN | 伊藤史朗 |
| ●デイトナGP250 | WIN | 伊藤史朗 |
| '64年●WGP250 | MC | RC フィル・リード |
| '65年●WGP250 | MC | RC フィル・リード |
| '66年●スクランブル250 | WIN | 鈴木忠男/ 加藤清丸組 |
| '67年●WGP125 | MC | RC ビル・アイビー |
| ●マレーシアGP | WIN | 本橋明泰 |
| '68年●WGP125 | MC | RC フィル・リード |
| ●WGP250 | MC | RC フィル・リード |

1970年代

| | | | |
|-----------------|-----|------------|-------------|
| '70年●WGP250 | MC | RC | ロッド・ゴールド |
| ●オランダナショナルMX | WIN | 鈴木忠男 | |
| ●WGP250 | MC | RC | フィル・リード |
| '72年●WGP250 | MC | RC | ヤノ・サーリネ |
| ●デイトナ200マイル | WIN | デビッド・エムデ | |
| ●JMXセニア250 | RC | 鈴木都良夫 | |
| '73年●WGP125 | MC | RC | ケント・アンダーソン |
| ●WGP250 | MC | RC | データー・ブラウン |
| ●WMX250 | MC | RC | ハカン・アンダーソン |
| ●JMXセニア250 | RC | 鈴木秀明 | |
| '74年●WGP500 | MC | | |
| ●WGP350 | MC | RC | ジャコモ・アゴ스티ーニ |
| ●WGP250 | MC | | |
| ●WGP125 | MC | RC | ケント・アンダーソン |
| '75年●WGP500 | MC | RC | ジャコモ・アゴ스티ーニ |
| ●WGP350 | RC | ジョニー・チェコット | |
| '76年●デイトナ200マイル | WIN | ジョニー・チェコット | |
| '77年●WGP350 | RC | 片山敬済 | |
| ●WGP250 | MC | | |
| ●WMX500 | RC | ヘイキ・ミッコラ | |
| '78年●WGP500 | RC | ケニー・ロバーツ | |
| ●WMX500 | RC | ヘイキ・ミッコラ | |
| ●JMXセニア250 | RC | 光安鉄美 | |
| '79年●WGP500 | RC | ケニー・ロバーツ | |
| ●JRRセニア350 | RC | 木下恵司 | |

1980年代

| | | | |
|----------------|-----|------------------------|------------|
| '80年●WGP500 | RC | ケニー・ロバーツ | |
| ●ラリーオアシス(バリダカ) | WIN | シリル・ヌブー | |
| '81年●デイトナ200 | WIN | デーブ・シングルトン | |
| '82年●WGP250 | MC | RC | J.L.トルナード |
| ●WMX250 | MC | RC | ダニー・ラポルテ |
| '83年●WGP250 | MC | RC | カルロス・ラバード |
| ●デイトナ200 | WIN | ケニー・ロバーツ | |
| '84年●WGP500 | RC | エディ・ローソン | |
| ●WGP250 | MC | RC | クリスチャン・サロン |
| '85年●JRR国際A500 | RC | 平忠彦(3年連続) | |
| '86年●WGP500 | MC | RC | エディ・ローソン |
| ●WGP250 | RC | RC | カルロス・ラバード |
| ●デイトナ200 | WIN | エディ・ローソン | |
| ●富士GC(4輪) | DC | ジェフ・リース | |
| '87年●WGP500 | MC | RC | 藤原儀彦 |
| ●JRR国際A500 | WIN | ケビン・マギー/ マーチン・ウィマー組 | |
| ●鈴鹿8耐 | WIN | エディ・ローソン | |
| '88年●WGP500 | MC | RC | 藤原儀彦 |
| ●JRR国際A500 | WIN | ケビン・マギー/ ウェイン・レイニー組 | |
| ●鈴鹿8耐 | WIN | 鈴木亜久里 | |
| ●全日本F3000 | DC | 鈴木亜久里 | |
| '89年●JRR500 | RC | 藤原儀彦 | |



輝ける戦績

PROMINENT RESULTS

ここに挙げたレースリザルトは数々の栄光のごく一部に過ぎない。しかしこの影には、ヤマハのレースに対する情熱とみなさんから頂戴した温かい応援がある。

1990年代

| | | | |
|------------------|-----|------------------------|------------|
| '90年●WGP500 | MC | RC | ウェイン・レイニー |
| ●WGP250 | MC | RC | ジョン・コシンスキー |
| ●鈴鹿8耐 | WIN | 平忠彦/ エディ・ローソン | |
| ●JTR | RC | 伊藤敦志 | |
| '91年●WGP500 | MC | RC | ウェイン・レイニー |
| ●JRR国際A500 | RC | ピーター・ゴダード | |
| ●JTR | RC | 中川義博 | |
| '92年●WGP500 | RC | ウェイン・レイニー | |
| ●JRR国際A250 | RC | 原田哲也 | |
| '93年●WGP500 | MC | | |
| ●WGP250 | RC | 原田哲也 | |
| ●JTR | RC | バスカル・クトウリエ | |
| '94年●ボルドール24耐 | WIN | 永井康友/ クリスチャン・サロン | |
| ●F1第5戦スペインGP | 3rd | ドミニク・サロン組 マーク・ブランデル | |
| '95年●JRR国際A125 | RC | 宇井陽一 | |
| ●F1第12戦イタリアGP | 5th | ミカ・サロ | |
| ●F1第17戦オーストラリアGP | 5th | ミカ・サロ | |
| '96年●鈴鹿8耐 | WIN | コーリン・エドワーズ/ 芳賀紀行組 | |
| ●SX西部地区125 | WIN | ケビン・ウインダム | |
| ●グラナダ〜ダカルラリー | WIN | エディ・オリオリ | |
| ●F1第2戦ブラジルGP | 5th | ミカ・サロ | |
| ●F1第6戦モナコGP | 5th | ミカ・サロ | |

略号

| | |
|-----|--------------|
| MC | メーカーチャンピオン |
| RC | ライダーチャンピオン |
| DC | ドライバーチャンピオン |
| WIN | 優勝 |
| Nth | 順位 |
| WGP | 世界選手権ロードレース |
| JRR | 全日本選手権ロードレース |
| WMX | 世界選手権モトクロス |
| JMX | 全日本選手権モトクロス |
| SX | スーパークロス |
| JTR | 全日本選手権トライアル |

レース名、選手権名は時代によって変遷しているが、便宜上ここではすべて統一している

お宝くんが行く!

宮上サイクル商会さん

大阪府枚方市

「狭いやけど」と宮上雅年社長はご自分の店舗を評するが、どんなスペースにもお宝くんが入り込む余地はあるのだ

LOT No.30

八千草薫カットアウト
「八千草さんのバイクをください」「八千草さんと同じヘルメットが欲しい」など、反応の大きさに驚いたそうだ



YOU SHOP河野さん

広島県安芸郡

「取材を受けるなんて、とっておいて良かった」と河野和憲社長。ノベルティグッズはふだん使っているものと保存用と分けるなど、なかなかの気合いだ

LOT No.21

桃井かおりのビッグバンナー
'79年2月に発売されたシャフトドライブのソフトバイク、キャロット。イメージキャラクターは桃井かおりだった。確かにビッグである



LOT No.22

パッソラ&パッソーラの小皿
裏にショップ名入り。小皿はその利便性の高さからつい使ってしまうため、きれいに保存されている例が少ない



LOT No.23

ベルーガの食器&定規
大柄な車体が好評だったベルーガは'81年3月に発売。古さは低いが、YOU SHOP河野さんの場合は保存状態の良さが高ポイントにつながった



LOT No.31

パッソーラ&マリック
保管しておいた理由は「何となく」。希望者には相談に応じるとのこと。右端は奥様の美枝子さん



YSP安芸さん

広島県広島市

太田誠作社長ご本人はオールドバイクにさほどのこだわりはないが、義弟でありYOU SHOP広島東社長の山田修司さんの勧めもあってのディスプレイ

LOT No.24

AS1-C
'67年から'68年にかけて発売されたAS1シリーズのスクランブラー仕様。このバイクはもともとYOU SHOP広島東さんにあったもの



LOT No.25

YA1
ご存じヤマハの第1号車、YA1。根強いファンが多いため、最も古いバイクの割にはレア度は低いが、ディスプレイとしての注目度は高い



ヤマハ関西



LOT No.32

YA1 & YC1カタログ
販社から届いたお宝は「日本楽器」時代のYA1 & YC1カタログ。保存状態は極めて良い。YA1に推薦の言葉を寄せている棚橋東一氏はヤマハニュース創刊号からヨーロッパ旅行記を連載

YSP小平さん

東京都小平市

根っからのヤマハファンでいらっしゃる鈴木昇社長。「ヤマハで育ったようなものだし、政策も好きなんですよ」とおっしゃる

LOT No.27

YA1
今回は3台のYA1が登場（ただし1台はバラバラ）。程度はかなり良いが、ここはみなさん平等に3お宝くんということで、DTもあり



LOT No.28

表彰品の数々
'76年度のスポーク製オブジェ、'77年度のメダル、'78年度の切手と出揃った。スポーク製オブジェはなかなかの芸術度



LOT No.26

長谷川武彦現ヤマハ発動機社長が引いた設計図
長谷川社長がかつて手で引いたYDS1のエンジン図コピー。オリジナルは運輸省へ届け出されている。「長谷川社長から直々に頂きまして」と鈴木社長



LOT No.29

ヤマハスポーツショップの盾
'60年代後半から'70年代にかけて一大ブームとなったモーターサイクルスポーツ。この盾はヤマハスポーツショップの証だ。こうしてお店の一角に飾ってあると妙にアフリカン



◆お宝番外地◆

手榴弾消火器

ガレージTAKUMIさんから発見された手榴弾消火器。終戦直後、付近にB29が墜落したことが契機となり購入。かつて物置が火事に遭ったことがあるが、「もったいなくて使えなかった」そうだ。



◆お宝は継続募集中!!◆

まだまだ全国にお宝は眠っているはず……! ヤマハニュースでは継続してお宝情報を探しています。いわく付きの名車、幻のプレミアム品、秘蔵の写真などお持ちの方、下記の宛先までFAXにてどしどしお寄せ下さい。今回はあなたがお宝キング!

宛先
ヤマハニュース編集部 FAX. 03-5474-7898

お待ちしております!

ヤマハの活動の記録



「モニタートリオキャンペーン」は、3万2143通、約10万人もの応募を集め、111組333名のお客さまがYGS-1を手にした。写真は香川県の当選者、峰美見子さん、久保和光さん、井口雅泰さんと青木商会・青木社長、常磐自動車・南原さん

金色夜叉セール



ヤマハ発動機株式会社 東北ヤマハ会
 東北地方では年間売り上げの7~8割が集中する春商戦こそ命。ヤマハ仙台支店（'66年当時）も、期間中お買い上げいただいたお客さまに「来年の今月今夜」までオートループオイルをプレゼントする「金色夜叉セール」で拡販に努めた

『活動』で見る ヤマハニュース400号

メーカーが商品を作り、お店がお客さまに販売する。商売の原点はいたってシンプルなものだが、自由競争の世の中、少しでも売り上げを伸ばそうとすれば、需要を掘り起こし、商品の存在や利点を広く知らしめ、集客を促進するなどの努力が必要である。

そこでこのコーナーでは、ヤマハや販売店さんが力を合わせて行なってきたプロモーションやキャンペーン、普及、販促活動の数々を当時の誌面から拾い集めてみた。



ヤマハは、拡販活動のひとつとしてユーザークラブの結成と活動を推奨。ヤマハニュース誌面でも積極的に取り上げた。写真の「サッポロヤマハレーシングクラブ」は、沖本芳夫会長が経営する銭湯を根城にしなが好成績を挙げ続けるユニークなクラブとして紹介



「オートループキャンペーン」では、ヤマハのサービスマンが全国、世界中を駆け回ってオートループを総点検。写真は京都のキャンペーン会場（右）とマレーシアでの点検風景





'60年代のモトクロスブームを支えたとも言える「トレール」教室

子どもたちに自由な発想でメイトの絵を描いてもらおうと企画した「らくらく書きコンテスト」は大当たり。朝早くから受付会場のお店を長蛇の列が取り囲む場面もあった。参加賞のジャンボ鉛筆が人気の的だった？



バイクを患者になぞらえ、こまめな往診と親身な指導で長野県・上田市の名医として活躍したオートドクターさん。こんなお店が「ノークレーム100万台オートグループ」を支えていた



'60年代後半あたりから積極的に全国展開されて効果をあげたのが「展示即売会」。販売店店頭では無料安全点検を合わせて行なったり、モトクロス会場に特設コーナーを設けたりして動員をはかった



お店の改装資料にと要望が多く、'68年10月号で初めてカラーページに店舗紹介を掲載した。ここでは、第一自動車さんの新しいパーツセンターを例にしながら、用品展示のアイデアを紹介している



メキシコ・オリンピック開催に引っかけて、陽気なムードで話題を盛り上げた『ソムブレロキャンペーン』。今どき珍しくもないが、モーターサイクルと水着の女の子を組合せるキャンギャルの発想は、このあたりが元祖だろうか？

『活動』で見るヤマハニュース400号

始まりは「販促」と「安全」 初(?)の全国キャンペーン

ヤマハニュースを1959年(昭和34年)10月の創刊当時から見直していくと、そのころヤマハがいかにレースを重視していたかがよくわかる。それはつまり、勝ち負けによる話題性もさることながら、レースを通じて築き上げた技術、ヤマハモーターサイクルの優秀性に大きな誇りと自信を持っていた証拠であり、「良いものを作れば必ず売れる」という信念で販売促進をはかろうとしていた企業姿勢の表われである。

'60年前後、二輪メーカー林立による過当競争が激しい乱売を招いた時も、川上源一社長(当時)はヤマハニュース63年1月号の冒頭、「ヤマハは販売される方にも、ご愛乗される方にもご満足いただけるように、今年には販売秩序と十分なアフターサービスの確率を強力に推進して参ります。このためには『売る立場』『買う立場』の十分な理解の上に立って商品計画



安全こそ楽しく、便利なバイクライフの大前提と考えるヤマハは、販促にもたびたび「安全」を強調してきた。「メイトハットキャンペーン」では、メイト購入者にオシャレなスタイルの安全帽をプレゼントするとともに安全標語も募集。最優秀賞は静岡県周智郡の高須恵美子さん(当時21歳)が獲得し、ヤマハスポーツ250DS6が贈られた



'67年当時、秋田オートさんは「ヤマハを売る者が、まずヤマハに乗ろう」と川島信一郎社長以下全員がヤマハ車で通勤。その意気込みによって、販売実績も前年の2倍以上に伸びたとか



大好評を博していたヤマハの「二輪免許教室」は、一般だけでなく、高校生を対象としたものや外国人だけを集めたものもあった。写真は'70年に愛知県西尾市で行なわれた5校合同の講習で、夏休みにもかかわらず120人が参加した

をして参ることが、「作る立場」のわれわれの必要な態度と考えます」と語り、一貫した信念を保ち続けた。

そうしたなか、'64年に画期的な2サイクルエンジン用潤滑機構ヤマハオートループを開発。そして翌'65年、ヤマハニュースをひもとかきり最初の一大プロモーションとなる「ヤマハオートループモータートリオキャンペーン」がスタートした。オートループ採用のヤマハジュニアスポーツYGS1、YP1、YM1を3人1組のモニターユーザーに貸し出して認知度アップ、販売促進に役立てようという、二輪業界初の試みである。

しかも、このキャンペーンは単なる販促目的の活動にとどまらなかった。お店にユーザークラブの設立や講習会、イベントの開催を呼びかけ、この機会に若者たちをお店にしっかりと結び付けてオピニオンリーダーに育てようという意図し、またモニターユーザー全員にヘルメットをプレゼントして着用を義務

づけ、安全運転の誓約をしてもらうなど交通安全を推進するキャンペーンでもあった。

それから後、現在までの販売形態、業界活動を考えれば、「遊び」や「安全」を販促活動の一環として明確に位置づけた、大きなターニングポイントといえよう。

各種普及組織の設立で 多様化する商品を支援

さて、トリオキャンペーンの成功に勢いを得て、翌'66年以降は全国規模のキャンペーンがヤマハニュース誌上を盛んに賑わすことになる。

まず'66年2月から展開された「オートループキャンペーン」。当時、オートループ搭載車は発売から2年で30万台に達し、日本国内に限らず世界各地で大きな反響を呼んでいた。そこで、ヤマハは販売したオートループを残らず点検しようという大規模なアフターサービス企画を立ち上げたのだ。これによって、お客さまのさらなる信頼と膨大なデータを手にい

れたヤマハは、「ノークレーム100万台へ」とアピールできるほどオートループに対する自信を深めていった。

'68年には、モベットの主力となったオートループ搭載のメイトを対象に、同年開催のメキシコ五輪にちなんでソングレロをメイト購入者にプレゼントしようという「ヤマハソングレロセール」、続いてヤマハトレールDT1の発売にあわせ、オリジナルジャケットをプレミアムにした「ヤマハ男まつり」、そして愛車の無料点検から代替え促進を狙った「ヤマハ展示即売会・交通安全無料点検サービス」という3つを「増売プラン」No.1、No.2、No.3と銘打って展開した。

一方、'60年の道路交通法制定と前後して、交通事故も増加の一途をたどっていたことから、バイクと交通安全をセットで売っていくとする姿勢も強まっていく。

'69年、ポリカーボネイト製のオシャレな安全帽をメイト購入者にプレゼントし、合わせて交通安全標語を募集する「メイトハットセ

ール」の実施、「ヤマハ運転免許教室」の新設などがそれで、とりわけ原付免許講習から免許取得、乗り方講習までを行なう運転免許教室は、主婦を中心に高校生から年配者まで幅広いお客さまの支持を受けた。

スポーツバイクの拡販においても普及活動との連動が不可欠なものとなっていく。'68年に始まった「トレール教室」は、オフロードを豪快に駆け抜ける楽しさを味わいながら安全運転技術が身に付けられると好評を博し、しだいに活動が活発化。'70年に全国各地で「ヤマハトレールランド」がオープンすると一気にブレイクし、モトクロス人気との相乗効果でオフロード人口を飛躍的に伸ばす原動力となった。

同時に、その勢いをオンロードにも広げようと、ラリーやロードレース、ツーリングなどを含めた「ヤマハスポーツ教室」も開設。オン、オフそろえたスポーツバイクのヤマハ、というイメージづくりに貢献した。これらは、やがて'71年に



不朽の普及活動「原付免許教室」。72年当時、長野県飯田地区の三幸モーターズさんは合格率92%を誇った。合格後のフォローも欠かさなため、前年の売り上げの80%は原付免許教室から獲得したものだとか



71歳で免許を取ったという福沢丑造さん（72年当時/上）や、76歳で取った片桐フジさん（79年当時）も原付免許教室の卒業生



「クラブを作って意気盛んのメイト奥さま」と紹介されているのは、岩手県花巻市の花田輪店さんのお客さまたち（72年）。湯本温泉まで往復約40kmのツーリングに、14名が参加した



人口8000人、競馬村の生活の足はソフトバイク！茨城県稲敷郡美浦村の日本中央競馬会・美浦トレーニングセンターに目をつけた清山モーターサイクル商会さんほか5店は、いち早く集中的な販促活動を展開。わずか2か月で500台もの需要を掘り起こした

**目的ごとにSPが細分化
バリエーション豊かな展開へ**

72年には、「ヤマハ普及本部」を頂点として「ヤマハ安全運転推進本部」と「ヤマハSL会推進本部」などが発足。安全活動やモータースポーツ普及、免許教室といった需要創造活動を組織的にすすめる

ようになると、販促活動は個別の新商品や春の需要期に合わせた独自のセールス・プロモーションを企画し、安全や普及、点検などを必要に応じて効率的に組み合わせる形が多様化していく。

たとえば73年発売のジッピー50は、初めてキヤラクターにタレントの井上順之を登場させ、さらに西条秀樹、五十嵐じゅん、栗田ひろみを使った「テレフォンデート」を展開するなど、話題づくりに注力。74年の春商戦に向けては、50cc拡販的を絞った実践的な5つのセールスプラン（需要創造、代替促進、イベントPR、店頭誘引、購入動機形成）を集めた「Go Go YAMAHAI」、さらには大々的な広告展開で「ゆとりのある生活」を提案した「天気の良い日はバイクに乗ろう」キャンペーン（74/75年）など、さまざまなパターンが生み出されていった。

そのなかで、世の中は73年のオイルショック、狂乱物価によって高度経済成長時代が終わりを告げたが、ヤマハ発動機株創立20周年にあたる75年、小池久雄社長はヤマハニューズ1月号巻頭で「こうした折りにこそ、ヤマハは社会

の要請に応えられる新しい技術の開発、インフレ下における生産コストの低減などに力を注ぎ、局面の打開のために立ち向かってまいります……また、ヤマハでは、二輪車の楽しさや安全性の追求によって、二輪車の付加価値の増大、いいかえれば売りやすい環境づくりを、より強力に推し進めてまいります」とあいさつ。そのことはどおり、この年ヤマハはメイトやビジネス、ミニ、トレール、スポーツ、市販レーサーなどあらゆるジャンルに渡る豊富なラインナップを用意し、「天気の良い日はバイクに乗ろう」キャンペーンの継続で需要を喚起しながら、原付免許教室やSL活動でお客さまをフォローした。同時に、現在行なっているさまざまな営業政策の基礎は、このころ体系付けられたといえるだろう。

その、商品性の高さや女優の八千草薫をキヤラクターにした広告展開、原付免許教室を中心とした普及活動が効率的にリンクし、瞬間に50cc市場の人気を独占したのが、77年にデビューしたパッソール。これで主婦を中心とする女性ユーザーの圧倒的な支持をつかんだヤマハは、79年、ソフトバイクのトップメーカーの地位を手に入れる。

そして80年は、その地位を固めようと、新たに男性ソフトバイク市場の形成に挑戦。3月から販売を開始したタウンニー、81年発売のベルギーで、ナベサダこと渡辺貞男をCFキヤラクターにして徹底的なイメージ戦略を展開した。

また、明るいカラフルなカラーリングとスニーカー感覚の軽さ、速さをアピールすることで10代、20代の若いユーザー獲得に成功したのが83年のJOGであり、その後も常に彼らの流行を先取りした商品性と地道な免許取得サポート活動で、JOGブランドを定着させた。

キャンペーン戦略で目新しかったのは、82年に化粧品メーカー・カネボウの新製品「パレットキヤット」とタイアップして行なった「ポップギヤル新発売キャンペーン」だ。共通のキヤッチフレーズに共通のキヤラクターを使った広告展開や、全国75カ所のカネボウコーナーでデモンストレーションやイベントを開催するなど、スポーツテイファクション派バイクを鮮烈にア

その象徴的、集約的ミニユメントといえるのが、73年の「第2回ヤマハブランドスポーツフェスティバル（YGSF）」だ。8月4日、5日の2日間、富士スピードウェイで開催されたこのイベントには、ロードレース、モトクロス、トライアル、レーシングカートといったレースを始め、一般参加の乗り物コーナー、ライダーサイン会、ヤマハ商品展示コーナー、その他アトラクションなど、ヤマハの総力を結集。延べ9万5000人もの参加者で賑わった。

たといえば73年発売のジッピー50は、初めてキヤラクターにタレントの井上順之を登場させ、さらに西条秀樹、五十嵐じゅん、栗田ひろみを使った「テレフォンデート」を展開するなど、話題づくりに注力。74年の春商戦に向けては、50cc拡販的を絞った実践的な5つのセールスプラン（需要創造、代替促進、イベントPR、店頭誘引、購入動機形成）を集めた「Go Go YAMAHAI」、さらには大々的な広告展開で「ゆとりのある生活」を提案した「天気の良い日はバイクに乗ろう」キャンペーン（74/75年）など、さまざまなパターンが生み出されていった。

そのなかで、世の中は73年のオイルショック、狂乱物価によって高度経済成長時代が終わりを告げたが、ヤマハ発動機株創立20周年にあたる75年、小池久雄社長はヤマハニューズ1月号巻頭で「こうした折りにこそ、ヤマハは社会

の要請に応えられる新しい技術の開発、インフレ下における生産コストの低減などに力を注ぎ、局面の打開のために立ち向かってまいります……また、ヤマハでは、二輪車の楽しさや安全性の追求によって、二輪車の付加価値の増大、いいかえれば売りやすい環境づくりを、より強力に推し進めてまいります」とあいさつ。そのことはどおり、この年ヤマハはメイトやビジネス、ミニ、トレール、スポーツ、市販レーサーなどあらゆるジャンルに渡る豊富なラインナップを用意し、「天気の良い日はバイクに乗ろう」キャンペーンの継続で需要を喚起しながら、原付免許教室やSL活動でお客さまをフォローした。同時に、現在行なっているさまざまな営業政策の基礎は、このころ体系付けられたといえるだろう。

「乗せる・走らせる」YES! スポーツモデルにヒット続々

さて、スポーツバイクに話を移そう。暴走族問題が社会的に取りざたされてきた79年、「ヤマハライディングスクール（YRS）」をスタートさせて安全運転指導を強化。RZ250、XJ400が大ヒットした翌81年には「ヤマハスポーツブラザ（YSP）」も全国に誕生し、ヤマハのスポーツバイク拡販体制は着々と整いつつあった。そしてこの年、二輪業界全体でついに初の300万台、ヤマハ単独でも110万台の販売を達成。バイクブームといわれる時代が到来した。

特にRZ250以降のオンロードスポーツ市場は、世界グランプリや鈴鹿8時間耐久などロードレース人気の高まりとともに、「レィサーレプリカブーム」が盛り上がりつついく。83年に登場したRZ250Rから以降FZ400R、TZR250、FZR250などのシリーズは、まさしくその流れに乗って加速度的に販売台数を伸ばしていったモデルといえよう。

86年新発売のYSR50/80もそ

『活動』で見るヤマハニュース400号



ヤマハ史上最大規模のスポーツイベントとして残る、'73年の第2回YGSF。ヤマハニュースもまるごと1冊特集号を組んだ



店舗づくりは来店促進策のひとつでもあるが、'83年5月号で紹介したサイクルオートショップ クラオカさんは店舗に一步入るとまた別の店構えがある、というユニークなお店。遊び心を取り入れて、親しみやすさを演出したとか……



'74年当時、「店のアピールには人を集めるより人の集まる場所へ出ていこう」と地元のお祭りでも展示会を開催していた荻原商会さん（埼玉県大里郡）。この年も「Go Go YAMAHAキャンペーン」を利用して、賑やかな展示場を作り上げた



'82年、ヤマハは毎月8日を二輪安全の日、8日と19日をバイクデー、8日～19日をバイク旬間として社会にアピールし、需要創造に役立てようという『バイクデーキャンペーン』を行なった。そして、そのハイライトが8月19日のバイク祭。この日は各地の販売店でさまざまな催しが開かれ、大勢のお客さまで賑わった。写真は東京都小平市の鈴木輪業さんでの様子

パソコンばやりの昨今だが、販売店のパソコン活用成功例としてヤマハニュースが最初に取り上げたのは、'82年、東京都葛飾区のアキヤマさん。当時約6000件の顧客データをインプットし、各種のDM作成、発送などにフル活用していた

'87年、「エブリタイム・バイクタイム」を合言葉にスタートした「チャレンジ3000キロ」は、お客さまにゲーム的なノリで走る目標を提供したことがウケて、静岡県清水市のバイクショップ・ガンバさんでは2ヵ月もすると早くも完走報告が入ったとか



バイクブームのさなか、SL会に代わって設立した「Y.E.S.S.」。最初のビッグイベントとして全国8ブロック7会場で開催したサマーフェスティバルには、合計5万人のお客さまが参加して盛大に盛り上がった



'79年、ヤマハは巨大なトレーラーで全国を縦断する移動展示会「ソフトバイクキャラバン」を大々的に展開したが、そのお膝元・静岡県磐田市の伊藤商会さんはワンボックスカーで独自展開。周辺の職域を回って、週に平均7～8台の売り上げを獲得した

オンロードのレーサーレプリカチームが去った後、スポーツバイク市場を支えたのはオフのエンデューロチームだった。ヤマハは「吉原朋正特別会（ヤマハ東京主催）のような「オフロードYRS」を継続開催し、販売店やお客さまをサポートした。



モーターサイクルの楽しさをアピールした意見広告で記憶に新しい「あかるいスポーツ宣言キャンペーン」では、静岡県内のYSP浜松さんがエンデューロレースを核にするなど、それぞれのお店が自分たちなりの方法で「あかるいスポーツ」を宣言した。



'86年のYRS50から火がついたミニバイクレースブームは、原田哲也や芳賀健輔・紀行といった、後の名選手を生んだ。神奈川県内のYSP大和さんなどからエントリーする「湘南三人娘」も、当時から名を知られたアイドルだった。



ヘルメット収納スペースを備え、大きく生まれ変わったミニJOGは、キャラクターにBROSを起用。さらに発売を2月14日・バレンタインデーに合わせて街頭でチョコを配ったり、店頭や展示車をまるごとリボンでラッピングするなど、一大キャンペーンを展開して若者にアピールした。

のひとつ。ワークスレーサーYZR500をつくりに作り込まれた遊び心たっぷりのこのマシンは、参加して楽しむモータースポーツとしてスクーターレースが若者たちの人気を集めていたこともあって大きな注目を浴び、'85年にSLから組織を一新したYESはさっそくサマーフェスティバルや地区ごとのシリーズ戦でワンメイクレースを開催。その後他メーカーの参入もあり、「ミニバイクレース（MP・12）」は一大ブームとなって盛り上がった。

参加型のレースといえば、オフでも以前のモトクロスに代わって、近年エンデューロが人気を博した。そこで、ヤマハは初めて林道ツーリングやオフロードレースに出る人たちのために'83年から「オフロードYRS」を展開し、「YESSEインデューロ」も各地で数多く開催してきた。

これらが、スポーツバイク販売の支援やバイクに乗る楽しさを知らしめるのに役立ったことは、実際に記憶に新しいだろう。

しかし、YESの普及活動はもちろんレースばかりではない。むしろ、ツーリングユースのお客さまの乗車機会や来店機会を、より多く増やしたのではないか。なかでも、'87年からスタートさせた「チャレンジ3000キロ」は、ごく単純なシステムでありながらお客さまに手軽な走る目標を提供し、お店は報告に来るお客さまとの接点が増え、ヤマハにとっても代替促進につながるなど、メリットが多いメニューだった。'97年から新しい新たに復活する予定なので、ぜひご利用いただきたい。

あの人・この人 FLASH BACK

嫁入り道具にヤマハメイト そのハシリは私です

ヤマハニュースNo.32 (昭和41年4月発行)

山下友枝さん

写真のお二人は、昭和41年に結婚された愛知県の山下賢一さん(当時26歳)、友枝さん(当時22歳)ご夫妻。そして、やや緊張気味のお二人の真ん中に佇んでいるのが、友枝さんの嫁入り道具の一つであるメイトだ。

その後「嫁入り道具にヤマハメイト」というフレーズが販売促進の常套句となったが、そのハシリともいえるのがコレ。いち早く友枝さんにメイトをすすめた「尾崎自転車店」さんは、先見の明があったといえるだろう。

「嫁ぎ先でそば屋を始めるということでしたから、それならメイトを持っていったらどうだろうとすすめたわけです。この後も、同じようなパターンでずいぶんメイトを販売しました」とは、同店のご主人、尾崎正道さん。



メイト誕生30年、そして山下さんご夫妻も今年で結婚30周年!

赤とんぼを売りまくった東海の暴れん坊!

ヤマハニュースNo.26 (昭和40年7月発行)

日吉 昇さん

「楽器屋が造ったバイクなんて信用できない、と言われてた時代に、俺は“もし一年以内に壊れたら、新しいのと換えてやる”って言って売ってたんだ。それくらいYA1を信頼してたからね」と話すのは、当時、静岡県藤枝市で「日吉商会」(現・YOU SHOPヒヨシ)を営んでいた日吉昇さん。競合他車と比較して1~2万円も高い13万8,000円という価格設定のYA1を、「200台近く販売した」という。

日吉商会さんが、なぜこれほどまでYA1に強かったのか……?

実はこのご主人、YA1ヒットのきっかけとなった第1回浅間火山レースの優勝ライダーで、「東海の暴れん坊」と異名をとったほどの人物。ファイトあふれるライディングは、当時、多くのファンの人気を集めたという。そんな背景もあり、日吉選手の乗ったバイクを本人の店で買うということが、熱狂的なファンにとってはステイタスだったのだろう。



「俺のボンボン(バイク)は、日吉の店で買ったというのが、当時のファンのステイタスだった」



第1回浅間火山レースにエントリーしたヤマハチームの面々。中央が日吉さん

手品のような販売技術!? いや、マジックそのものなんです

ヤマハニュースNo.49 (昭和42年6月発行)

金沢康男さん

訪問先の家庭でカードマジックを披露しているのは、『金沢モーターズ』(大分県)のご主人、金沢康男さん。拡販のためにお客さまの家庭を巡回し、得意の手品を子どもたちに披露しては販売数を伸ばしていたようだ。

金沢さんの実兄は松旭斎天界という有名なマジシャンだったそうで、ご本人の技術もプロはだし。「いつの間にか買うことになっちゃった」というお客さまが続出したという、嘘のようなホントの話。



営業に出かける金沢さんのポケットには、必ずトランプが忍ばせてあったという。

私がメイトの 名付け親です

ヤマハニュースNo.27 (昭和40年8月発行)

小林謙一さん

「新しいオートループモペットに、素敵なペットネームをつけてください——1等賞金はナント30万円!」

昭和40年、ニューモデルの発売の前に、ヤマハが大々的に展開したキャンペーンの新聞広告には、こんな宣伝文句が謳われていた。30年以上前に、賞金30万円といえは大変な金額である。当然応募も殺到し、最終的には20万通を超える作品が寄せられたという。

そして決まった名前が「ヤマハメイト」。名付け親は和歌山県小林謙一さん(当時29歳)だった。

「この名前がずっと長く使われると思うと、なんだか責任を感じています」とは当時の受賞コメントだが、安心してください小林さん、30年以上経った今もメイトは変わらず愛されていますよ!



小林さんは、メイトの他にもコンビという名で応募していたそうだ。ちなみに最終候補に残ったのは、ハル、フォルテ、マイクル、ピジカーなど

FLASH BACK

解体部品でつくった安全ロボットが 通学児童に大人気!

ヤマハニュースNo.101 (昭和46年11月発行)

手沢正雄さん

「地域の子どもたちを交通事故から守りたい」という願いから、YG1のタンクやマフラー、メイトの各種部品を使って、交通安全ロボットを作ってしまったのは「手沢商会」(東京都世田谷区)のご主人、手沢正雄さん。

手沢さんは北沢警察署の交通安全指導員もしており、朝夕の通学時間帯には、通称・バルタン星人クンとともに交通安全に対する呼びかけを行っていた。



「無表情なお巡りさんの人形よりも、バルタン星人の方が効果的」と、地域住民からも大好評

わたしの名前は“ヤマハちゃん”

ヤマハニュースNo.55 (昭和43年1月発行)

清水山葉さん

お父さんがDS5-E、お母さんがメイト。高知県中村市の熱烈なヤマハファンの家庭に生まれた女の子は、その名もヤマハ(山葉)ちゃん。ご両親の熱い思いが込められたその名前は、当時ヤマハニュースを通じて全国的な話題になった。

その後、すくすくと育ったヤマハちゃんは現在29歳。すでに結婚もされている。

「小学校の頃はこの名前のせいでイジメにも遭いましたけど、高校に上がったくらいから、みんなに“いい名前だね”と言われるようになりました。私自身も大好きですよ。今では両親に感謝しています」とのこと。

バイク好きのご両親のもとで育ったヤマハちゃんは、小さな頃からごく自然なカタチでバイクに親しんできた。これまでもYSR50やRZ250などのヤマハ車を乗り継いできたそうだ。

「まだ子供はいないんですが、男の子が生まれたら名前は鉄馬にしようって決めているんです。もちろん、バイクを意識した名前です」

この親にして、この子あり!



ヤマハのヘルメットを被り、ゴキゲンなヤマハちゃん。現在では、主婦業の傍ら小学館のコミック誌でも活躍する漫画家に…

青い目の見習いサービスマンは 元米軍レーダー・オペレーター

ヤマハニュースNo.74 (昭和44年8月発行)

ブルース・E・ブラウンさん

北海道は稚内の『多湖モーター』さんの店頭で、同店の店主さん(左)と肩を組んでいるのは、ブルース・E・ブラウンさん(当時22歳)。

18歳から3年間、米軍ワッカナイ・エア・ステーションの勤務を経て一旦は帰国したもの、翌年、再び日本を訪れた同氏は、モトクロスを通じて顔見知りだった多湖さんのお店に就職。流暢な日本語で話すブラウンさんはお客さまにも大変な人気で、サービス業務ばかりか販売にも大きな貢献をしたそうだ。

西条モーター商会(特約店)の西条満社長が当時を振り返る。「とにかく日本語がペラペラで、技術的な会話も完全にこなしていましたね。みんなが会議をしている横で、会話に参加しながらタイプを叩くなど、その能力はかなり高かったと記憶しています。多湖さんでしばらく働いた後、ヤマハに就職してスノーモビルの開発に携わっていたはずですが、2年ほどで母国に帰ったようです」



「日本語を話す変な外人さん」として、同店の看板にもなっていたブラウンさん

「安全寺」の名物和尚さんは メイトに乗って檀家まわり

ヤマハニュースNo.81 (昭和45年3月発行)

本土廣海さん

福岡県北九州市の小倉といえば、「無法松の一生」ゆかりの地。その主人公である松五郎の碑を奉った安全寺というお寺に、名物の住職さんがいた。

本土廣海さん(当時42歳)、ニックネームは「バイクの和尚さん」。ピカピカのメイトに乗っての檀家まわりが評判となり、いつしか町のアイドルになってしまったとか。

ご本人曰く、「一日6軒の檀家訪問もメイトがあればラクラク。他のお寺の住職にもすすめているんですよ」。



時代が違うと言ってしまうかもしれませんが、安全寺のご住職がノーヘルにサンダル姿とは……

オフタイムはAT1で…… 世界の恋人ベベのバカンス

ヤマハニュースNo.102 (昭和46年12月発行)

ブリジット・バルドーさん

彼女の愛車は世界的なスターらしく、スペシャルパーツがふんだんに盛り込まれているという

南フランスのカヌでバカンスを楽しむブリジット・バルドーを、ヤマハニュースが直撃取材! 世界の恋人と呼ばれた彼女曰く、AT1の魅力は「パンチの効いた乗り味」だとか。





『コマーシャル』で見るヤマハニュース400号

いつの時代も市場との コミュニケーションを求めた ヤマハ宣伝活動の足跡

モーターサイクルの製造会社としては後発の部類に属するヤマハが、瞬く間に世界有数のメーカーとして台頭した背景には、確かな製品づくりはもちろんのこと、市場とのコミュニケーションを主眼に置いた効果的な宣伝活動があった。ヒット商品を生み、流行語を創り出した懐かしのCMを振り返る。

1973

商品の長所をズバリ紹介
分かりやすい内容で、販売店さんをサポート

オートマチックメイト



ジッピーが親しみやすさを打ち出したのに対し、こちらの内容はあくまでも機能追求主義。「ない、ない、ないのオートマイト」の声とともに、ライダーの足下をクローズアップ。チェンジペダルがないことを強調し、キメ台詞も「左足操作不要！」とダイレクト。「CFのおかげで指名買いが増えた」と、販売店さんからも好評だった。

1965

軽快な音楽と商品名の連呼
誰もが口ずさんだ不朽の名作

メイト



「乗ってる乗ってる、乗ってる乗ってる、ヤマハメイト」。一世を風靡したこのテレビコマーシャル、その単調なリズムと覚えやすい歌詞が広く愛され、ヤマハ宣伝の歴史の中でも不朽の名作として位置づけられている。商品名を連呼したあとに「メイトに乗れば安上がり〜」と、経済性も強調。

1977

誰にでも扱いやすい商品性を
日本の奥様、八千草薫さんで表現

パッソル



品が良くて優しくて、だけど少々おちょこちょいなお母さん——こんな役どころをやらせれば、この人をおいて他にないと言われた大女優、八千草薫さん。フツの女性の移動手段としてデビューしたパッソルのPR活動は、この万人に愛されるキャラクターにすべてが託された。テレビをつけても新聞を見ても、雑誌を開いても街を歩いても、至るところに登場するパッソル&八千草さん。そんな一大キャンペーンが見事にハマリ、世の主婦層の間には「八千草さんに乗れるのなら、私にだって……」というムードがわき起こった。同時に「やさしいから好きです」というキャッチフレーズも広く浸透した。



1967~
69

チンパンジーがメイトを運転
扱いやすさを表現

メイト



メイトを運転しているのは、徳山動物園の人気者チンパンジーくん。扱いやすいメイトを広くアピールした。

1978

八千草さんの妹役に水沢アキさん!
人々の暮らしにソフトバイクが浸透

パッソル&パッソーラ



前年に発売された“かろやかパッソル”に加え、この年の2月“のびのびパッソーラ”が誕生。これに合わせ、八千草さん（パッソル）の妹役に水沢アキさん（パッソーラ）を抜擢し、「妹もよろしく」の一言で両商品の位置づけを明らかにした。ロケ地はオーストラリア。さんさんと降りそそぐ明るい日差しが、ソフトバイクの持つさわやかさの表現に一役。

1973

“親しみやすいヤマハ”の原点
テンポの良いCFがお茶の間で人気に!

ジッピー

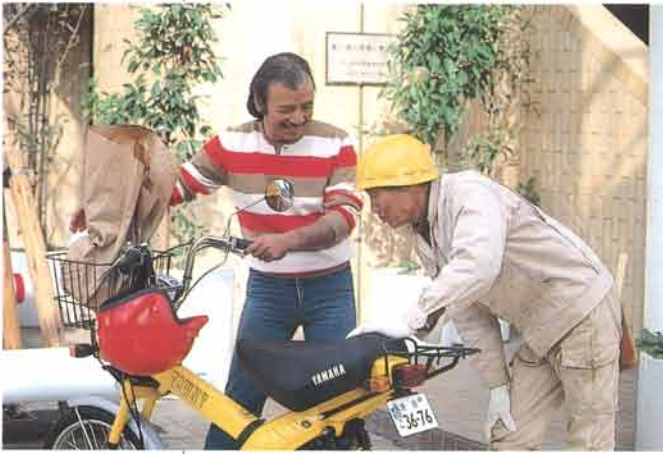


「あっ、これジュンちゃんのジッピー」。夕食時のお茶の間に、親しみやすさで人気のタレント井上順之さん（当時）の音が弾む。ファニィフォルムのジッピーに、これ以上ないキャラクターの設定。商品のキャッチフレーズは「こころこころこユニーク心」。そのイメージどおり、テンポの良い音楽と映像が商品認知を一気に高めた。

1980

男のソフトバイク、タウニイ登場
コマーシャルも各賞を受賞!

タウニイ



30~35歳の男性需要をターゲットに、男のソフトバイクとして市場導入したニューモデル、タウニイ。そのイメージキャラクターは日本のジャズシーンをリードするナベサダこと、渡辺貞夫さんがつとめた。CMディレクターは奇才・川崎徹さん。通称・いいなあオジサンとの「いいなあ、これ」「いいでしょ、これ」というやりとりが話題になった。商品のヒットとともに、コマーシャルも複数の賞を受賞。後にCM殿堂入りも果たしている。

1981

ヤマハの顔になったナベサダ
今度はグルーシンさんと競演

ペルーガ



「やあ、デイブ」
「ハ〜イ、サダオ」
「これ、どこのスクーター?」
「コレ、ヤマハノスクーター」
「いいねえ。じゃあ……」
「シー・ユー・レイター」
ナベサダさんと軽妙なやりとりをしているのは、ジャズマンのデイブ・グルーシンさん。大物同士の競演が話題に。

コンセプトはスポーティ&キューティ
健康的な笑顔の渡辺絵美さんを起用

バセッタ



女性向けソフトバイクの新製品は、健康的な愛らしさをコンセプトに置いたバセッタ。イメージキャラクターは、レイクブラシッド冬季五輪で知名度を上げたフィギュアスケートの渡辺絵美さんだった。

1979

ソフトバイク界も新時代に突入!
個性派女優の桃井かおりさんに白羽の矢

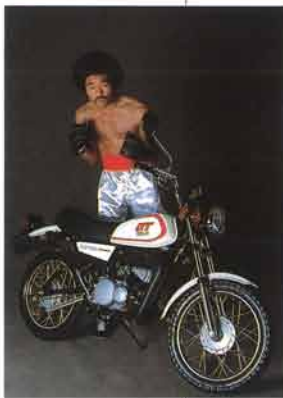
キャロット&マリック



ソフトバイクが市場に浸透すると、ラインナップも大きな広がりを見せ始める。「街は小さなクル・マガいい」とさらなる需要の喚起を促したヤマハは、この年、キャロットとマリックの2機種を投入。あらゆる年齢層に対応する商品展開を行った。ニューモデルのイメージキャラクターは、個性派女優としてのポジションを確立した桃井かおりさん。元気がかわいい新時代のソフトバイクを提案した。

モノサスの付いた新しいミニトレは
男らしさと知名度で勝負!

GT 50



需要の中心がソフトバイクという流れの中で、スポーツ車の広告にも大物が登場していた。それがカムリワシと異名をとった、WBAジュニアフライ級チャンピオン(当時)の具志堅用高さん。モノサスの付いたミニトレの研ぎ澄まされたスピード感は、具志堅さんの闘志あふれるイメージともラップして、雑誌広告などで大きな話題となった。

1980

'80年代の争点は「250cc新時代」
スポーツバイクの需要創造を展開

需要創造



「My Beautiful Motorcycle Life」をキーワードに、継続的な需要創造活動を展開。やがて幕を開けるであろう「250cc新時代」を視野に入れながら、ヤングアダルトの男性需要を喚起した。

My Beautiful Motorcycle Life YAMAHA

1982

元気な女の子が時代の主流に
商品も宣伝も、あくまでポップに!

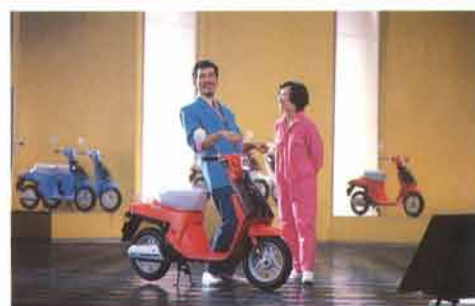
ポップギャル



活発な女の子たちがあらゆる市場をリードした時代。そんなアクティブな女性に向けた商品がポップギャルだった。化粧品メーカーのカネボウとタイアップするなど多角的な宣伝活動を進め、特に小池玉緒をキャラクターに据えたテレビCMは話題になった。当時のCMソング「浮気なバレットキャット」が大ヒット。歌っていたハウンドドッグがスターダムにのし上がるきっかけにもなった。

「乗りやすい体質」をキーワードに
第2世代のパスソルが登場

パスソルⅡ



すでに高い認知度を得ていたパスソルのニューモデル。「さらに乗りやすくなった」ことに的を絞り、幅広い宣伝活動を展開した。キャラクターは宇崎竜童さんと吉田日出子さん。
吉田「新しいパスソルです」
宇崎「わあ、カッコイイなあ。ブル、ブル、ルン。ヤッホー。乗りやすいなあ」
吉田「乗りやすい体質です」

1986

ロードレース界のヒーロー曰く
「自分は、ただの男です」

エクセル

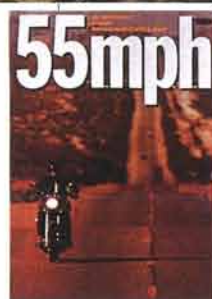


全日本ロードレース500ccクラス3年連続チャンピオン、平忠彦さんがテレビ画面に登場。ダンディな平さんがレース場とは違った表情を見せ、「自分は、ただの男です」と一言。シックな男の雰囲気男性需要を喚起した。

1981

「人間にいちばん近い乗りものなんだ」で
スポーツバイクの素晴らしさをPR

需要創造



YSPの発足に合わせるように、スポーツバイクの需要創造活動「人間にいちばん近いのりものなんだ」を展開。バイクを身近に感じているヤングアダルト層、とりわけ意識的潜在需要をメインターゲットに、バイクのあるクオリティライフを提案した。合わせてスペシャルブック「55mph」も創刊、大好評を得た。

キング・ケニー・ロバーツも登場
話題性豊かな広告が市場を喚起

RZ250/XJ400



世界GP500ccクラスで3年連続のチャンピオンを決めたキング・ケニーが登場。自らの資質と商品の資質を照らし合わせ、「走るために、生まれてきたんだ。」というコピーで商品性を訴えた。

1982

無理のないピッタリ感を
上昇気流の宮崎美子さんが好演

サリアン

乗る人の身になった親切設計がウリのサリアン。これを「ピッタリ感」という言葉に集約し、人気上昇中の宮崎美子さん（当時）が「こんなピッタリ感のスクーターって初めて」とアピールした。



1991

新進俳優・加勢大周さんが
笑顔で「これからは、これだよ」

Zeal



「人に優しく、人に易しい」というヒューマンコンセプトから誕生したZeal。東京・青山のベル commons にビルボードを掲出するなど、新たな需要へ向けた新たな情報発信も展開した。また加勢大周さん主演の映画、「シャイなあんちくしょう」にもZealが登場。



1992

ジョグの元気の良さとトレンド感を
コミカルなストーリーで表現

ニュージョグZ



演技派若手女優、小林聡美さんを起用して、ジョグの元気の良さとトレンド感を表現。故・石原裕次郎さんの映画を彷彿させるストーリーで、お茶の間の注目を集めた。

1994

時の人、ゴン中山の初コマーシャル
これがヤマハのアプリオだ～！

アプリオ



ワールドカップ・アジア最終予選の活躍で、一躍、時の人となったジュビロ磐田の中山雅史選手。同選手の数ある名語録の中でも特に有名な「俺がジュビロの中山だぁ！」をそのままCFでも採用し、「これがヤマハのアプリオだぁ！」とニューブランド、アプリオのネーミングを強く印象づけた。ジュビロのJリーグ昇格とタイミングが重なったこともあり、撮影スタジオにはスポーツ/芸能マスコミが多数押し掛けた。

1989

全英人気ナンバー1のグループ
BROSの起用が大きな話題に

ニュージョグ



母国イギリスでは「BROS現象」「BROSカット」、さらには「BROSファッション」なる言葉まで生んだ超人気ロックグループをイメージキャラクターに起用。直後に開かれた初来日コンサートでは、東京、大阪、名古屋、福岡、仙台の各会場で、チケット発売2時間で完売という「日本版BROS現象」を巻き起こした。



1990

あかるく楽しくバイクに乗ろう！
逆風に一矢報いた意見広告

あかるいスポーツ宣言



もっとたくさんの人々に、健全で楽しいモーターサイクルを理解してほしい。そんな願いが込められた「あかるいスポーツ宣言」キャンペーン。近鉄バファローズ（当時）の阿波野秀幸投手、タレントの森口博子さん、脚本家の鴻上尚史さん、漫画家の柴門ふみさんさらに、バイクとライダーについての意見を披露していただいた。当時、暴走族問題をはじめとする業界にとってのマイナス要因がクローズアップされていたが、その逆風に一矢報いる意見広告だった。

1991

萩原課長代理が流行語に！
ショーケンと川越美和さんが共演

ニュージョグ



萩原健一さんが扮するのは、課長代理という微妙なポジションのサラリーマン。朝、ジョグとともに駅に向かい、アフター5は美人OL（川越美和さん）と焼き肉屋で食事。さらには中学生の息子に人生の機微を説いたり、床屋の主人にジョグを褒められたり……。中堅サラリーマンの日常の中に、ユーモアを盛り込みながら新型ジョグの発売をアピールした。

FLASH BACK

エンジンOHもお手のもの 小学5年生の天才メカニック少年

ヤマハニュースNo.140 (昭和50年2月発行)

大本泰史さん

当時「なにわの天才メカニック少年」として話題になったのが、大阪の光商会（大本静雄社長）の次男坊、泰史くん（当時11歳）。学校から帰るとすぐさまお母さん手製のツナギを着込んで、店先に飛び出していたという。

小学校2年生でバンク修理をマスターして以来、各種計測機器の使用はもちろん、一般修理のほとんどを身につけてしまった泰史くん。その後も技術サービスに関する精進を重ね、今では「オートショップヒカリ」（大阪市大正区）の経営者に収まっている。

「あの頃、父親はもちろんですが、ヤマハのサービスマンにもいろいろ教えてもらいましたね。それが今でも役立っていて、技術に関しては他店に負けないと自信を持っています」とのこと。

31歳にして、すでにキャリアは20年以上。さすが！



当時から専用の工具箱を持ち、たとえ親でも自分の工具は使わせなかった。根っからの職人気質は親譲り？



ミスター・スズキも ヤマハトレール杯 育ちだった！

ヤマハニュースNo.106 (昭和47年4月発行)

水谷 勝さん

かつて平忠彦さんのライバルとして、'80年代の全日本ロードレースの一時代を飾った水谷勝さん。スズキのエースライダーとして名を上げる以前のアマチュア時代は、ヤマハ主催のSLレースで腕を磨いていたらしい。

当時盛んだった「トレール杯争奪モトクロス選手権」の記事中に、一般参加者としてコメントを寄せている水谷さん。「SL杯は賞品がいいからハッスルしがいがあります」と、アマチュアらしいご意見。



20代前半のアマチュア時代。水谷さんもさすがに若い

地球の 両極点踏破を実現 ヤマハバイクとともに 南極点に立つ！

ヤマハニュースNo.344 (平成5年2月発行)

風間深志さん

'87年にTW200改で北極点踏破に成功した冒険家の風間深志さんが、今度はヤマハ製バイク「ウィスパー・ダンサー」で南極点に到達！

標高差2,700m、気温マイナス20度という極限状態の中で、27日間にわたる大冒険旅行だった。



風間さんのパートナーは、低騒音・低公害をコンセプトにした特別仕様車「ウィスパー・ダンサー」

労働大臣の リフレッシュ法は サイドカーでの ツーリング

ヤマハニュースNo.332 (平成4年2月発行)

小里貞利さん

当時の労働大臣、小里貞利さん（当時60歳）のリフレッシュ法は、郷里の鹿児島で、愛車FJ1200のサイドカー仕様を走らせること——。

「もともとバイクに乗り始めたきっかけは、広い選挙区を効率的にまわるため」ということだが、今では奥さまをサイドカーに乗せ、鹿児島の大自然を堪能しているという。



多忙な小里大臣の悩みは、「バイクに乗る時間が少ないこと」

NHK『青年の主張』で 光安吠える！ 世界で通用するライダーに…

ヤマハニュースNo.176 (昭和53年2月発行)

光安鉄美さん

かつて天才少年と呼ばれた光安鉄美選手も、いまや全日本モトクロスの最年長ライダー。若い世代の台頭が著しいMX界にあって、光安選手の衰えぬ気力には拍手を贈りたいところだ。

さて、写真を見ていただきたい。壇上でバイクを向けられ緊張気味に話をしているのは、20歳の光安選手。NHKの『青年の主張全国大会』にゲスト出演し、「世界に通用するライダーになりたい」と抱負を述べているところだ。余談だが、この日のゲストには後の金メダリスト、柔道の山下泰裕選手もいた。



この後、主張どおり世界に羽ばたいた光安選手

ヤマハ'97 各セクションから 販売店のみなさんへ

「ランツァ」開発段階でのイメージスケッチ



'97年に向けて、ヤマハは商品、営業、アフターサービスなどさまざまな面でサポート体制を強化し、お客さま満足度向上、ご商売の円滑化を支援してまいります。より良い1年、実り多き1年が迎えられますよう、みなさんにもさらなるご尽力をお願い申し上げます。

営業部門

お客さまを守り、掴み、創り
そして増やす「顧客創造」がテーマ

モーターサイクル事業本部国内営業室長
飯窪 泰

ヤマハは昨年、一昨年、スポーツ市場においてマジエスティやドラッグスター、YB1、TW200など新しいコンセプトの商品で時流を作ってきたと自負しております。しかし、需要を十分に確保し支えるまでには至らず、またスクーター市場でも業界内の廉価車攻勢による価格破壊に対して効果的な「モデル」を投入することができず、苦戦を強いられました。

そうしたことから、'97年は顧客創造を最大のテーマに「お客さまを守り、掴み、創り、そして増やす」という、原点に戻った活動を展開したいと思っております。

まず商品に関しては、新規、既存、リターンそれぞれ別の客層を意識し、充実したバイクライフを提案できる魅力的なラインナップを投入します。特にスポーツは、市場全体として免許制度改正を意識した大型車に注目が集まるうかと思いますが、我々は敢えて中型クラスにも注力。「週末はバイク人」キャンペーンで呼び起こしたリターン層獲得や、YB1で引き込んだ若者層のステップアップ促進を狙います。とりわけ'80年代にバイクブームを経験して育った30歳代のリターン層は、大きな可能性を予感させる潜在的な「宝の山」といえるでしょう。

広告宣伝については、他業界の広告にバイクが登場するようになった背景を踏まえ、いっそうモーターサイクルの社会的認知度を高め、「コミュニケーション」の機会を増やすため、テレビCM等の展開を含めたマス媒体へのアプローチを進めるとともに、昨年着実な成果を収めた「週末はバイク人」キャンペーンの継続などで需要創造に努めます。

同時に、ヤマハの4大SPといわれる「免許教室」「安全点検」「展示会」「試乗会」を随時展開。お客さまと販売店さんの距離を縮め、親しみやすいお店づくりをサポートしますので、みなさんも原点に戻って、積極的に打って出るご商売をお願いいたします。

お客さまへのフォローという点では、これまでYESSが一貫して中心を担ってまいりましたが、昭和60年の設立以来10年以上を経過。システムを含め、大きな転換期にあると考えています。そこで、'97年はお客さま満足度向上という原点に立ち返り、走る意欲をもたらす「チャレンジ3000キロ」のバージョンアップやツーリング先での不安を取り除くレスキューシステム「ロードサービス」体制の確立など、メニューの見直しに着手しました。

さらに、ヤマハの普及政策として欠かせない「安全」をフックにした活動では、SPのところででも触れた免許教室や安全点検のほか、「ビッグバイクスクール」の活性化、リターンユーザーをメインにした「スポーツバイク教室」の実施、「ナイ斯拉イドキャンペーン」の充実化なども進めてまいります。

もちろん、このほか二輪業界全体に関わる活動として、一社単独で行なうには大きすぎる課題も多く残されています。それらについては、競争でなく「共創」の精神で、業界を挙げて当たる所存です。ぜひ、みなさまのご理解とご協力をお願いします。

商品企画部門

新領域へ挑むスポーツモデル
プラスαを充実させたスクーター

モーターサイクル事業本部商品企画室長
間淵 俊

我々の仕事は、いまの市場や会社の事業、タイミングなどを幅広くとらえながら、4〜5年先を見越して必要な商品を企画、開発し、市場に出た

後は引き続き結果の検証を行なって、次のモデルにフィードバックしていくつもりです。

そういうなかで、ひとつのモーターサイクルを企画する場合、おおまかにいえば、発想を優先してスタートさせるものと、競合を意識して作るもの2通りがあります。DT1やRZ250などは前者のタイプで、こちらの方が後々大化けする可能性が高いようです。

もちろん、どちらの場合も企画を進める段階で綿密な市場調査を行ない、さらには外部スタッフや社内の関連セクション、一部販売店さん、有識者などに意見を求めながら煮詰めていきます。独断や思い込みだけでモノづくりはできませんから。

製造や技術系の基幹職市場訪問を含め、販売店さんやお客さまから「こんなバイクが欲しいんだ」という提案をいただくこともありですが、十分に吸収させていただいています。ひとつひとつにはご返事できませんが、この場にて御礼申し上げます。さらに、こうして作り上げたひとつのモデルをより長く継続していくため、マジエスティをテストケースに特別プロジェクトを組み、問題が出たら即対応で解決、対策に当たれるシステム、方法を探っています。今後、できるだけ早く実行段階に移せるようがんばりますので、お店でも一台一台をいっそう大事に売っていただければ幸いです。

さて、今年のスポーツ市場ですが、客層の中心をなすのは80年代のバイクブームを経てきたベテランライダーだと考えています。また、YBR1で獲得した新規ユーザーのステップアップも期待できることから、こういったボリュームゾーンを確実にキャッチすることが、市場拡大につながると思います。

そのため、今年投入する二モデルは中間排気量クラスを狙いました。ランツァをはじめ、大型免許所持者が取ってコレを選ぶような、新しい領域にチャレンジした商品が登場しますので、どうぞご期待ください。

また、スクーターについては、最低限の機能、性能、安全性を備えていなければスクーターと呼べないと考えます。価格とのバランスに十分配慮し、確保すべき条件を満たしたうえで、さらにプラスαの付加価値を持った商品投入するつもりです。ので、よろしくご理解いただき、ご拡販をお願いいたします。

設計・開発部門

環境問題をクリアしながら、モーターサイクルの楽しさを大切に

モーターサイクル事業本部
第2プロジェクト開発室長
荒木 悟

我々は、商品企画室から伝えられたコンセプトや具体的なイメージ、販売店、お客さまの要望を技術用語に当てはめていきながら、1台のモーターサイクルとして作り上げる仕事をしています。このモデルにはどんな技術を採用するのが最適か、どんな新技術を開発する必要があるのかを議論し判断しながら具体的な形にしていってわけですが、ヤマハとしてはむやみに高性能を追求し、ユーザーを置いてきぼりにするのではなく、乗ってわかる、乗って楽しめる味わい深い「官能性能」に優れたバイクを作ることを目指しています。例えばXJRの場合ですと、「空冷最速」というコンセプトを、単純に馬力や最高速を向上させるのではなく実際に運転して体感できる加速感を最優先する形にして、エンジン特性や車体の構成を考慮して開発を進めてきました。このようにしてバイクに込められたヤマハのメッセージがシヨップを通して、ユーザーに伝わるように常に願っています。

また、今後のモーターサイクルは、環境の問題を無視しては考えられません。80年からの排ガス規制をクリアするための開発にも取り組んでいます。ただし、規制に対処するために、基本的なバイクの楽しさを失ってはいけないと考えています。今後排ガス規制が進むと、例えば2ストロークエンジンはどうなるのかという懸念があるようですが、2ストには2ストの魅力があります。これをなくしてしまうのはバイクの楽しみの一つを奪うことになるので、規制をクリアできるクリーンな2ストエンジンの開発を進めていくつもりです。

その他、安全や盗難対策の機能など最低限やらなくてはならないことは数多くあります。品質の改善についても、ここ3年ほど今まで以上に力

を入れて取り組んできましたし、確実に成果が見えてきています。

ヤマハはこれからの時代の要請に応えながら、モーターサイクル本来の楽しさを大切にしたいバイクを開発していくつもりです。

お客さま相談室

お客さまの声をお店にフィードバック
さらなる顧客満足度向上に貢献

営業本部 お客さま相談室
廣江五七郎

私どもお客さま相談室は、まずはお客さまの声、が例え苦情であっても、それをお店やヤマハグループに対する期待と受けとめ前向きにお聞きしていきます。そして、満足度の高い対応をさせていただくことによって、お店とお客さまの今後の長いおつきあいに繋がれば、と考えています。

具体的には3つの基本活動があります。1つ目はお客さまにご満足いただける対応をすることです。つまり「正しい」か「正しくない」かではなく、CS(顧客満足)の考えに基づいて「満足」か「不満足」かを判断基準にしています。この考え方はお客さまへの安易な妥協を指向することではなく、厳しい市場環境の中でCSをベースにお客さまをしっかりとつかまえることを目指すものです。2つ目はお客さまからいただいた声をグループ全体に伝え、その声をベースにそれぞれテーマを設定してCSの向上を図ること。3つ目は苦情の再発がないように、原因究明や啓蒙のリーダーシップをとることです。

さて、今年の目標はお店でヤマハ製品をお求めになるお客さまが増えるように、お店と一体になって活動することです。

具体的には、お電話いただいたお客さまから可能なかぎり詳しいお話をいただき、そしてその結

果をお店にフィードバックします。例えば、お客さまとの会話の中でカタログのご請求につながるようにお話を進め、その場合は一番近いお店を紹介いたします。ご紹介した内容はお店にも連絡いたしますので、フォローをよろしく願います。お客さま相談室での対応のまずさがお客さまから指摘されることも考えられます。その際はぜひご一報をいただきたいと思います。

まれに苦情への対応をお願いすることもあるかもしれませんが、苦情をいただくということはお客さまにヤマハグループに対する期待感がある証拠です。それらを含めお客さまの声はすべて「宝の山」と考えましょう。お店、販売会社、お取引先などのヤマハグループのパートナー相互の協力でお客さまにご満足いただき、結果としてお客さまとの直接的な接点となるお店でヤマハ製品をお求めいただけるよう頑張っていきます。

“官能性能”を具現化したXJR400



サービス部門

接客技術の向上、情報の共有化で、お客さまとのコミュニケーションをサポート

モーターサイクル事業本部サービス室長
橋本秀夫

我々は各営業所のサービスセンターを通じて、ショップスタッフの修理整備技術と接客技術の向上を図るための指導を中心に活動を行なっています。点検修理についてはお店がユーザーと対面処理することが基本であると考えており、それをサポートするための指導に力を入れて取り組んでいます。

95年7月の車両法改正による認証工場取得基準の緩和によりスポーツ契約店の認証工場取得率が大幅に向上してまいりました。またスター店の数も2100店を数え、ダブルスター、スリースターへと昇格するお店も増えており、整備の技術力向上には大きな成果が見られています。

その中で、これからは接客技術の向上が大きな課題と考えています。以前より、ヤマハ整備士コンテストでは接客対応を試験項目の一つとして取り入れてきましたが、コンテスト出場者以外にも接客研修の幅を広げるために、97年以降も営業所単位での接客研修会を充実させていきます。

また、今後はエリアミーティングの開催をより広く浸透させる予定です。これはセールスマンのエリアを一つの単位としてショップのみならず集まっていたいただき、サービス情報の共有化を目的としています。つまり、この場を通じて、こちらからの情報をショップに伝える、ショップから寄せられるお客さまの情報をフィードバックする、ショップ間の情報を交換することを目指しています。今後は営業、部品のセクションの担当者も交えて、サービスだけにとまらぬ情報を交換できる場にしてほしいと考えています。できるかぎり参加しやす

技術力でお客さま満足度向上をはかる「整備士コンテスト」



い時間と場所の設定をしますので、多くのお店に参加していただきますようお願いいたします。

さらに、認証工場の資格のある販売店には、そのメリットを活かしていただき、積極的に車検のお客さまを取り込み、利益確保を図っていただきたいと考えています。そのために車検受付中を告知するチラシ、DM、ノボリなどのツールを製作し、誘導策をサポートを予定しています。

お店がお客さまとのよりよい関係を築き、お客さま満足度向上をサポートするのが我々の仕事です。今年もお客さまとのコミュニケーションがもっと円滑になるように努力してまいりますので、よろしくお願い致します。

部品部門

2WAYコミュニケーションの活性化をはかる

部品事業部部品流通室
価格供給グループリーダー
田村義之

我々はモーターサイクルの純正部品、補修用品の管理、流通を担当しており、お店にとっても身近なセクションの一つであると心得ています。そこで、97年及びそれ以降に向けては、CSの向上、部品供給の対応力アップ、市場のニーズに対応した価格の改定に取り組んでまいります。

まず、CSの向上については、お客さま相談室に問い合わせのあった事例等を参考にしながら柔軟に対応してまいります。さらに、今まで以上に販売パーツセンター（PC）とショップ間の2WAYコミュニケーションの活性化を目指します。具体的には以前より各販売単位で発行していた情報誌「PCインフォメーション」を今後定期的に発行し、PCの紹介や新商品の連絡を密にし、またPC見学会や、販売PC担当者のショップ訪問により、お店との交流を深めてまいります。

部品供給に関しては、昨年10月より、本社は月曜から土曜まで出荷できる体制を整え、納入時期の改善をはかりました。さらに、1週間以上かかるバックオーダー部品の納期連絡を、今後より多くの販路に対して実施してまいります。

また、価格面では、ヤマハ内における類似部品の価格差を是正し、特に要望が高い他社比較ベイスでの価格見直しを行ない、「お店で支持される価格」をめざしてまいります。

そのほか、パーツカタログのデジタル情報化をショップのインフラ整備とともに検討を進めさせていただきます。今後ともお店の期待に応えられるよう努力してまいりますので、ご期待ください。

モータースポーツ部門

RSS店政策の再構築とSUGOの有効利用が柱

モーターサイクル事業本部
モータースポーツ普及室長
日暮昭司朗

ヤマハは、浅間火山レース以来、トレール教室のようにバイクを使った遊び、楽しみを提供しながら商品の販売につなげてきました。

そのなかで、モータースポーツを通じた普及活動、販売促進を担っているのが我々のセクションです。具体的には、YRSや親子バイク広場などの開催、サポートをはじめ、地方自治体や地域活動に協力してのデモ走行、あるいはTZ、YZ、TY250Zといったコンペモデルの拡販に携わるRSS店へのサポートなどを行なっています。

そうしたなか、現在一番大きな課題として解決に取り組んでいるのは、レースの活性化。ロードレースにしてもモトクロスにしても、かつての人氣が下火になっている昨今、もう一度入門から全日本選手権まで一貫したステップアップシステムを作って競技人口の底辺拡大をはかるとともに、コンペモデルの需要を盛り上げたいと考えています。

そのために、昨年から3年計画で進めているのがRSS店の再構築。現在、RSS店資格をお持ちの販売店さんは全国で約450店ありますが、それをクラブの活動状況、メンバー数などの基準によって見直し、新しくABCのランク付けを行ないました。これによって、それぞれの地域で核となるお店を適正に配置し、より効果的な普及活動を展開しようというものです。

特に、モトクロスなどオフロード系の場合はお店主導が望ましいと考え、メカニカルなアドバイスはもちろん、YRSや試乗会などイベント開催ノウハウの提供、インストラクター派遣、あるい



健全なモータースポーツの普及により、地域活性化にも貢献

は現役ワークスライダーのゲスト派遣など、できるかぎりのサポートを行なう予定です。
 走行場所が限られるロードレースについては、有望者に対するマシン貸与や技術情報の提供に加え、従来のT-Z試乗会や走行会、セッティング講習会、さらにはレース前日の特別走行会などを多く開催することでお店の活動を支援します。
 また、営業やYESSとの連動も強化していきます。関連施設であるSUGOへの一層の協力を始め、レース初心者を対象にしたT-ZライディングスクールはYESSを通じてもっと積極的に参加を呼びかけたり、シングルやツインなど市販車を使ったワンメイクレースの併催も計画します。
 RSS店はもちろん、すべての販売店さんに貢献できる体制を整えていきますので、ぜひ積極的にご協力、ご活用ください。

レーサー開発部門

目指すは鈴鹿8耐、
 日本GP500ccクラス2連覇、
 そしてワールドチャンピオン

モーターサイクル事業本部
 第1プロジェクト開発室長
 飯尾俊光

我々第1プロジェクトは、ヤマハのワークス活動を始めとするレース技術開発を行っています。
 昨年は鈴鹿8時間耐久レース、日本GP500ccクラスと世界に名だたる2大イベントで勝利を修めることができました。これもひとえにみなさんのご声援のおかげと思っております。
 今年の体制についてはまだ未定のところもありますが、ご期待いただきたい見どころのいくつかをご紹介します。

まず、昨年214周の新記録を樹立して優勝を果たした鈴鹿8耐ですが、10万人以上の観客が集まる国内で最も注目度の高いレースの一つと我々は考えています。もちろん今年は2連覇を狙います。そのために、耐久マシンのベースとなるスプリント仕様のYZFの熟成を進め、ワールドと全日本両方のスーパーバイクのタイトルも必ず獲得するつもりです。ワールドスーパーバイクには、チャンピオン経験のあるスコット・ラッセル選手の参戦が決定しており、万全の体制で臨んでいきます。

また、阿部典史選手が日本人として初の母国GPを制覇し大いに活気づいたGPですが、今年も阿部選手をエースに昨年と同規模の体制で参戦、YZR500はシャイン、エンジン共にレベルアップしたものを投入します。日本GP500ccクラス2連覇はもちろんのこと、ライダー、メーカー双方のチャンピオン獲得を目標にしています。250ccは全日本にワークスマシンのYZR250を2台投入して、タイトルを狙います。

モトクロスは、世界に新風を吹き込むユーマシンを投入してチャレンジしていきます。期待してお

待ちください。
 このほか、詳しい体制が決定次第、随時発表いたしますので、今年も昨年以上のご声援をよろしくお願いします。

用品部門

お客さまのさらなる個性化に
 的確な開発力、調達力で応える

部品事業部国内営業室長
 池田哲夫

我々は、ヘルメットやアパレル、オイル、ボルトオンパーツ、消耗品などの商品企画、開発から製造、営業全般までを一貫して行なっていますが、本体の総需要が依然厳しい状況にあつて、'96年はおかげさまで前年実績をやや上回ることができました。
 もちろん、環境に恵まれたわけではありません。例えばヘルメットは、トレンドの変化などによって上級モデルの売り上げが伸びず、低価格商品もデイスカウントシヨンプなどが扱う輸入廉価商品に圧迫されていました。

それでも、うまくトレンドをキャッチしたピンテージモデルの好調によって一定数量を確保できましたし、それに象徴される若者のファッションバイク人気、あるいは付加価値を求める中高年層のライダーなど、ライダーの個性化がポルトオンなどアフターパーツの売り上げに結び付き、用品販売全体を支えたと考えています。

しかも、欧米の状況を見るにつけ、日本も今後さらに個性化が進むのではないかと思われることから、我々にとって'97年は、ユーザートレンドをいかに早く正確につかみ、商品化できるかが課題となるでしょう。

そこで、これまでもオンロードスポーツならネイキッド、ビンテージ、アメリカン、レーサーレプリカなどのように各カテゴリーを細分化し、品質、安



レースは技術開発と実証の場でもある

全性、社会性を満たしたうえで、それぞれの個性を十分生かせる商品の提供を行なっていますが、いっそうの開発体制強化、あるいは国内外から優れた商材を提供できるよう調達機能の充実をはかり、また宣伝・広告によるコミュニケーションにも力を注ぐ所存です。
 また、用品販路の多様化のなかで、二輪販売店さまには、本体販売連動のメリットを生かして販売いただけるカスタムバッグや、個性化に対応したヘルメット、アパレルなどのアクセサリを充実させて、ご商売に貢献したいと思っておりますので、今後ともよろしくお願いたします。

FROM SERVICE

お店のファンづくり役立てたい 『第3回CS(お客さま満足)講習会』

お客さまの満足度を向上させること(CS)は、「商売を営み伸ばしていくうえで欠かせない要素です。」

そこで、ヤマハは過去2年に渡り、「CSの重要性」「CS推進に向けての行動」についてステップを踏みながら、お店の実例やロールプレイングなどをもとに学習する「CS研修会」を開催してきました。

今回は、その第3回として'96年11月から各地でスタートし、大変な好評をいただいております。

| | |
|-----|-------|
| 北海道 | 7月 予定 |
| 仙台 | 1月21日 |
| 名古屋 | 2月 4日 |
| 静岡 | 2月 5日 |
| 近畿 | 1月22日 |
| 中国 | 1月23日 |
| 四国 | 1月21日 |
| 福岡 | 2月 7日 |

EVENT TOPIC

手を取り合い、助け合いながら山頂へ 第8回WAYミューティングスベシヤル 「セロートレッキングパーティー」

普段、町乗りでしかセロートに乗る機会がないオーナーがトレッキングに挑戦する「セロートレッキングパーティー」。好評だった昨年に引き続き、11月2〜3日、長野県の車山高原で15名の参加

者を集めて行なわれました。その名も「ベンションセロート」に宿泊したセロートオーナーたちは、食事の後も夜遅くまで開発ライダーの秘話に興味深く耳を傾けていました。



(上)どんなに困難な状況でも、諦めずに協力しあいながら前へ前へ! これがトレッキングパーティーのモットー
(下)雄大な景色を背景にみんなでYES.S.サイン!!

翌日、トライアル国際A級ライダーの河合紀之さん、二輪ジャーナリストの村岡ジッタさんらのインストラクターに従って、15台のセロートはいざ山中へ。前日までの雨で厳しいコンディションの中、スタック、転倒を繰り返しながらも、みんなで協力し合いながら、急な斜面を上がっていきながら、全員無事山頂に到着。参加者はみな爽やかな笑顔を交わし、セロートとトレッキングのすばらしさをわかりあえたようでした。

'97年は、YES.S.ではこうしたトレッキングをテーマにした普及活動を全国で展開する予定です。

FROM MOTORSPORTS

プレス体験スクールも大好評で '97年に向けてスタート!! 「TZ125入門レーシングスクール」

レーシングライダーを志すビギナーやサーキットでの走行を体験してみたいライダーに、ヤマハ契約ライダーが直接指導する好評の「TZ125入門レーシングスクール」。11月14日にはプレスを



集めての体験スクールが、スポーツランドSUGOで行われました。専門誌のライダーは、「全日本ライダーと一緒に走れるのが魅力!」2万円台でこれだけ楽しめるのはとてもリーズナブル」と、充実した講義内容とスクールの主旨に好印象を抱いたようでした。

'97年度のスクールもスポーツランドSUGO、Tサーキット英田で開催されます。講師陣は校長に平忠彦さん、インストラクターが難波恭司選手、茨木繁選手と豪華な顔触れ。参加費用はマシンのレンタル付で25,000円(8月開催の2日間合宿コースは40,000円)。

FROM SALES

'96『素敵な週末プレゼント』は 3246通の応募から1000名を抽選

'96年、「週末はバイク人」キャンペーンの一環として、実際にバイクに乗ろうという人たちを支援するために行なった「素敵な週末プレゼント」は、6月から9月の4か月間で、合計3246通の応募をいただきました。厳正な抽選の結果、このなかからAコース(JTB旅



その方たちには、発表に代えていただく形で賞品の発送を終えております。みなさんのご協力、ありがとうございました。また、今年も「週末はバイク人」キャンペーンを通じて各種の 프로모ーションを展開する予定です。ぜひ積極的なご協力、ご活用をお願いします。

抽選は、ヤマハの飯窪MC国内営業室長と鈴木広報室長立ち会いのもとで、厳正に行なわれた。

日程、申込み(問い合わせ)先は左記のとおり。日程は変更の可能性がありますが、必ず事前にお問い合わせください。また今年からは、よりステップアップを図るライダーのための新たなレーシングスクールをSUGOで開催します。開催日は「TZ125レーシングスクール」と同日、もしくは翌日の予定です。詳細は決定次第あらためて紹介いたします。

■スポーツランドSUGO
・4月21日(月) ・9月15日(月・祝)
・6月2日(月) ・10月13日(月)
・7月21日(月・祝)
・8月18~19日(月・火)
※2日間合宿コース
■スポーツランドSUGO内
SUGOレーシングスクール係
〒989-13 宮城県栗田郡村田町菅生6-1
TEL.0224-83-3127 FAX.0224-83-3697



「上手くない人でも、自分のペースで楽しめる」と専門誌のライダーも絶賛するTZレーシングスクール



(上)スーパークロス会場に突如現れたランツァの周りには、アツという間に人だかりが!!
(下)あまりの楽しさに、我を忘れて乗り続けていたテストライダーも

プレスから販売店、お客さままで大好評! ハイパートレール「ランツァ」発進秒読み

この1月から登場する2サイクルトレールのニューモデル「ランツァ」。

そのプレス試乗会が11月19日、20日千葉県の実験フィールド「ド小湊」で行われました。試乗した

各専門誌のテストライダーは「走りそのものを楽しむ」というコンセプトどおりの仕上がりを絶賛。トラクションコントロールシステムの完成度も高い評価を受けていました。この模様は現在発売中の各専門誌に掲載されています。

また、西ノ宮球場(16日、17日)、千葉マリスタジアム(22日、23日)で行われた、ジャパンスーパーパークロスの会場でもランツァを展示。多くの来場者が足を止め、一足早くその姿に触れていました。前評判も好調なランツァ。市場導入に先駆けて、いち早く好スタートを切ったようです。

また、翌21日は同地でヤマハ東京主催の「LANZAMITEIN」を開催。関東南部の販売店さん100店以上が試乗に訪れ、「多くの人に楽しんでもらえるオフロードバイク」との声が上がっていました。この販売店向け試乗会は、この後12月にかけて全国各地で行なわれています。

国際A級ライダーが直接指導 オフロードライディングスクール広島で開催

快晴の秋空のもと、今回で6回目を迎え、恒例となったYSP安芸主催のオフロードライディングスクールが、10月20日(日)、広島県の周東スポーツランドで開催されました。

インストラクターには国際A級ライダーの田島久選手と辻本幸二選手を招待。20名あまりの参加者は、各々のレベルに応じて3つにクラス分けされ、上級者

LOCAL TOPIC

には国際A級の技を伝授し、初級・中級者にはそれぞれのライディングテクニックをレベルアップするためのプログラムが用意されました。スクールの締めくくりはYSP安芸オリジナルのジムカーナでタイムアタック。



田島、辻本両選手の熱のこもった指導に、参加者も真剣!

YAMAHA TOPIC

「96ヤマハ整備士コンテスト全国大会」 地区大会を勝ち抜いた34名のサービスマンが 日頃磨いたサービス技術を発揮!



橋本秀夫大会副会長からトロフィーを受け取るマスタートークラス優勝の高橋卓也さん

「任せて安心 大きな満足」スター店”をスローガンにスター店の総合サービスマンを競う「96ヤマハ整備士コンテスト全国大会」7回目となる今大会は、11月7日、ヤマハリゾート「つま恋」で開催されました。

全国各地で行なわれた地区大会を勝ち抜いた34名の「精鋭」サービスマンが一堂に会し、技術・商品知識などの学科、定期点検整備・不具合箇所の修復など



「人に見られる機会がないから緊張する」と多くの参加者が語った実技競技

MARINE TOPIC

応募作品数、内容ともますます充実 『第8回浜の風景画コンテスト』

ヤマハでは、毎年、全国の子どもたちを対象にした「ヤマハ全国児童 浜の風景画コンテスト」を開催していますが、昨年11月27日、第8回コンテストの最終審査会を行いました。

今回は、前回の5145作品を大きく上回る7460作品が寄せられ、内容もグッと充実していたことから、子どもたちの豊かな創造力を実感するとともに、審査会も大変熱のこもったものとなりました。

そのなかで、小学生高学年の部(4~6年生)、小学生低学年の部(1~3年生)、それ部(1~3年生)、それぞれに対し、金賞2作品(財)日本マリンスポーツ普及教育振興財

団賞1作品、フィッシャリーナ協会賞1作品、審査委員特別賞1作品などを選出。合計75点の入賞作品が決まりました。

これらは、東京と大阪の国際ポーターショーや全国のヤマハ展示会場で展示される予定です。お近くで機会がありましたら、ぜひお立ち寄りください。



幼児の部(小学生未満)特別賞/奥田耕平ちゃん



小学生高学年の部(4~6年生)財回賞/木沢百代さん



小学生低学年の部(1~3年生)金賞/都築修平くん



監督の交代で戦術や選手起用がどうかわるか。アグレッシブな攻撃サッカーの完成度をさらに高めて欲しい

'96年のJリーグで、序盤戦から常に首位をうかがう位置に付いていたジュビロ磐田は、昨年11月9日の最終戦(対エスパルス)に痛黒星を喫し、20勝10敗、勝ち

ジュビロ磐田、Jリーグ4位で終了 新体制で臨む'97シーズンに期待

点62の4位となりました。アトランタオリンピック、ナビスコカップ予選による中断後、20節のアビスパ、マリノス、ガンバレッズを連破。オフト監督の掲げる「トップ3以内」という目標に大きく近づいたジュビロですが、残り数試合に迫った終盤、またしてもジレンクスのように付きまとう勝負弱さが顔を出し、首位争いの相手であるグランパス、アントラーズに敗戦。またもトップ浮上の機会を逃してしまいました。そして、上位陣が星を潰しあうなかで迎えた29節、フルリユージュルス戦。服部が終了寸前の決勝

点を叩きだし、見事な逆転勝ちを収めました。しかし、この日アントラーズも勝って優勝をほぼ決定。さらに、最終戦で2位浮上の望みも断たれてしまったわけです。それでも、優勝争いを続けた経験は来期へ向けて大きな自信となつたはず。オフト監督、ファンブルグ、デイドといった顔ぶれが去ってしまいました。最後まで優勝に向けて執念を見せたスキラッチ、中山、名波、ドウングといった主力選手に加え、オリンピック代表の主軸にまで成長した服部、田中、鈴木秀などタレントは豊富。新監督のもとで再スタートを切るジュビロに、今年こそタイトル獲得を期待したいものです。

SPORTS TOPIC

価格、機能をリニューアル! 「ニュー・パス」新発売

YAMAHA TOPIC

'94年の発売開始以来、多くの人々の暮らしをサポートしてきたパス。おかげさまで毎年順調に販売台数を伸ばしてきております。このほど、市場からの要望の高かった価格、重量、航続距離を見直した「ニュー・パス」が発売されます。



バッテリー残量計、キレレスメインスイッチも新たに装備してより便利に、発売は1月15日から。

本体価格は画期的な87800円(リフレッシュャー付き専用充電器は別売)を実現。従来より小型のバッテリーながら航続距離は50%アップし、充電時間は3.5時間に短縮されました。また、車体全体で3kgの軽量化を達成。U字型の「ゆうゆうフレーム」や低いサドル高で、取り

回しよき、乗りやすさをさらに向上させています。すべての面で進化した「ニューパス」。今後新たな需要層を喚起して、より多くの人に愛されるコミューターとして普及していくことでしょう。

RACING TOPIC

年をとるほど有利!? 第14回『四十雀トライアル』

優勝した鈴木勝さんは光代夫人(うぐいす部門3位)と仲よく参加



40歳以上のライダーにのみ出場資格がある、その名も「四十雀(しじゅうか)トライアル」が10月19・20日、鳥取県関金温泉で行われました。

このトライアルでは最年長の参加者

加者を基準に、1歳若いこと1のハデが課せられます。今年最新の最年長は70歳なので、最年少の40歳ライダーは最初から減点30を背負うこととなります。さらに、セクションの途中でスタックしてもライダーが諦めないかぎり、減点は5でなく3を適用。最後までトライし続けることを重視して

「四十雀部門」は、昨年度の優勝者70歳の堀内浩太郎さんを制した鈴木勝さん(59歳)。「うぐいす部門」は西村美知代さん、「じゅうしまつ部門」は木村大輔くん(13歳)がそれぞれ勝利を収めました。



目標とした70歳での出場を果たした堀内浩太郎さん。成績のほうもレギュレーションに助けられて(？)見事2位獲得

1月11日スーパークロスから '97レースシーズンがスタート!

1月11日、ロサンジェルスでAMAスーパークロスがキックオフ。それを境に、いよいよ今年も各カテゴリーのレースが動き始めます。ヤマハの主なチーム体制は追ってお知らせしますが、昨年のチャンピオン、デーモン・ヒルを擁し、記念すべき100戦目で開幕を迎えるF1など、それぞれ今年も話題、見どころが盛りだくさん。ぜひ、みなさんの熱いご声援をよろしくお願いします。

'97レーシングスケジュール

| 第1戦 | 世界選手権 | | | | | 全日本選手権 | | | | AMA選手権 | | |
|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| | F1 | RR | ED | SB | 125MX | 250MX | 500MX | RR | MX | TR | SX | NX |
| 3/9 スロバキア | 4/14 アレキシア | 4/13 ルマン | 3/23 ナスバウ | 3/23 インドネシア | 3/16 スペイン | 3/23 ノルマル | 4/27 SUIGO | 4/6 弘楽園 | 3/9 九州 | 1/110ス アンセル | 3/25 ゴア | 3/25 ゴア |
| 3/30 ブラジル | 4/20 日本 鶴巻 | 7/13 ベルギー | 4/6 未定 | 4/13 フランス | 3/23 イタリア | 4/6 イタリア | 4/27 名張 | 4/27 名張 | 3/23 近畿 | 1/180ス アンセル | 5/4 サク ラメント | 5/4 サク ラメント |
| 4/13 フランス | 5/4 スペイン | 7/27 鈴鹿8耐 | 4/20 アメリカ | 4/20 スペイン | 4/13 オランダ | 4/20 オーストリア | 5/18 茨城 | 5/11 HSR九州 | 6/8 GP 近畿 | 1/25 エニックス | 5/11 グレンヘン | 5/11 グレンヘン |
| 4/27 アメリカ | 5/18 イタリア | 9/21 北九州 | 5/9 イギリス | 5/4 オーストリア | 4/20 イタリア | 4/27 スイス | 6/1 鈴鹿200 | 5/25 弘楽園 | 7/20 東北 | 2/1 シアトル | 5/25 Mt.モリス | 5/25 Mt.モリス |
| 5/11 モナコ | 6/1 オーストリア | 5/25 未定 | 5/25 未定 | 5/11 イタリア | 5/4 フランス | 6/1 チェコ | 6/22 FISCO | 6/8 SUIGO | 8/3 北海道 | 2/15 イナ イナナス | 6/15 ハリ スクリ | 6/15 ハリ スクリ |
| 5/25 スペイン | 6/15 フランス | 6/8 ドイツ | 6/8 ドイツ | 5/25 イギリス | 5/11 チェコ | 6/8 オランダ | 7/6 SUIGO | 7/6 わっさむ | 10/5 中国 | 2/22 アトランタ | 6/22 ワウスタ | 6/22 ワウスタ |
| 6/15 カナダ | 6/28 オランダ | 6/22 オランダ | 6/22 イタリア | 6/1 スロバキア | 5/25 アメリカ | 6/29 アメリカ | 8/10 MINE | 8/10 MINE | 7/20 岩手-盛岡 | 10/26 中国 | 3/8 デイトナ | 7/6 キヤノン |
| 6/29 フランス | 7/6 イモラ | 7/13 アメリカ | 6/22 ドイツ | 6/22 ドイツ | 6/8 カンパニア | 7/5 イギリス | 9/7 鈴鹿 | 9/3 鈴鹿コンク | 9/7 SUIGO | 3/15 コナチアラ | 7/20 コナチアラ | 7/20 コナチアラ |
| 7/13 イギリス | 7/20 ドイツ | 8/3 イギリス | 7/13 アメリカ | 6/22 ベルギー | 6/22 ベルギー | 7/20 フランス | 9/21 茨城 | 9/7 SUIGO | 3/22 ヒューストン | 3/22 ヒューストン | 7/27 トロイ | 7/27 トロイ |
| 7/27 ドイツ | 8/3 未定 | 8/17 オーストリア | 8/17 オーストリア | 8/17 オーストリア | 8/10 アメリカ | 8/10 アメリカ | 11/2 GP-SUGO | 10/12 GP-HAR | 3/29 オースランド | 6/9 ノーランド | 8/9 ノーランド | 8/9 ノーランド |
| 8/10 ハンガリー | 8/17 イタリア | 9/31 チェコ | 9/21 スペイン | 9/31 オランダ | 8/3 オランダ | 8/24 ドイツ | | | 4/12 ロスアーク | 8/24ペン ハリントン | 8/31 デルモント | 8/31 デルモント |
| 8/24 ベルギー | 9/14 カタルニア | 10/5 SUIGO | 10/12 インドネシア | 10/12 インドネシア | 8/17 ノーランド | 9/31 スイス | | | 4/19 シャーロット | 4/26 ダラス | 5/17 ラスベガス | 5/17 ラスベガス |
| 9/21 オーストリア | 9/28 インドネシア | 10/12 ノーランド | | | | | | | | | | |
| 9/28 ノーランド | | | | | | | | | | | | |
| 10/12 日本 鶴巻 | | | | | | | | | | | | |
| 10/19 北九州 | | | | | | | | | | | | |

※暫定スケジュールのため、変更される場合があります。

NEW
MODEL



ブルーイッシュブラック2(ダークグレー)

ニューカラーで新登場。趣向の異なる2色設定でニーズに呼応 ヤマハトレール『TT250R』発売

'93年の市場導入以来、「オープンエンデューロ」イメージを浸透させながら軽二輪市場をリードしてきた「TT250R」。'97モデルは、カラーリング及びグラフィックを一新して登場します。

このニューカラーは、AMAスーパークロスのテストを織り込んだ「バイオレット」系と、都会感覚をエッセンスにした「ダークグレー」系の2色。特に、「ダークグレー」系については、塗装の深みが質感、存在感を醸し出しています。「TT250R Raid」と合わせ、幅広いお客様のニーズに応える充実のラインナップです。

1月20日発売

メーカー希望小売価格

469,000円

※北海道、沖縄及び一部地域を除く。
価格には保険料、税金(消費税を含む)は含まれません。



ディーバイオレットメタリック1

カラー ブルーイッシュブラック2(ダークグレー)
ディーバイオレットメタリック1

《主な変更点及びセールスポイント》

- ステアリング回りの軽量化に貢献する時計機能付きデジタルメーターに、減算トリップ&ツイントリップ同時(常時)表示を採用しました。(「TT250R Raid」と同タイプ)

PARTS & ACCESSORIES NEWS

SENCE UP

スタッフ・ユニフォームとしてもご利用ください 1997 TEAM YAMAHA

ライディングウェアの定番「TEAM YAMAHA」シリーズが、この春、2年ぶりにフルモデルチェンジ。サーキットで映えるヤマハレッド×ホワイトを基調に、モータースポーツ・フィーリングをさらに高めて新登場します。ヤマハファン、モータースポーツファンのお客様へおすすめいただくとともに、お店のスタッフ・ユニフォームとしてもご利用ください。

TY143
S/Sブルゾン
¥9,800

- カラー：レッド、ブルー、ブラック、イエロー
- サイズ：M、L、X
- 素材：表地/ナイロンツイル、裏地/ナイロンメッシュ
- 加工：PUコーティング

ヤマハファクトリーチーム「Y. R. T.」のコスチュームをイメージしたブルゾン。お求めやすい価格設定のコストパフォーマンスモデルです。



TY722
メカニックスーツ
(長袖タイプ)
¥10,000

- カラー：レッド、ブルー、ブラック
- サイズ：M、L、X
- 素材：TCツイル
- 加工：形態安定加工

膝プロテクションやアクションブリーツ、さらには腰シャーリングなど、各所に作業効率を向上させる機能を満載したニューモデルです。

NEW MODEL

市販のP字型ロック・U字型ロック収納に対応できる
ロックホルダー付きキャリアを標準設定

ヤマハスクータ 『ジョグ アプリオ タイプII』 (YJ50S)発売

1月20日発売

メーカー希望小売価格
149,000円

※北海道、沖縄及び一部地域を除く。
価格には保険料、税金(消費税を含む)
は含まれません。

ダークブルーカクテル2(ブルー)



主な変更点及び セールスポイント

- 盗難防止用として装着率の高いP字ロック、U字ロックを固定収納できるリアキャリアを標準装備しました。
- グラフィック、カラーリングを変更し、外観商品性を向上させました。

カラー
ダークブルーカクテル2(ブルー)
コンペティションシルバー
ブラック2
ビビッドレッドカクテル1



コンペティションシルバー

「ジョグ アプリオ」の経済性と利便性、そしてフロントディスクブレーキ装着など「スーパージョグZR」に迫るスポーティな装備。納得価格とスポーツ性で人気の「ジョグ アプリオ タイプII」が、昨秋発売の「ジョグ アプリオ」同様、P字ロック・U字ロック収容可能キャリアを標準装備して登場します。



ブラック2



ビビッドレッドカクテル1

《主な特徴とセールスポイント》

- 粘り強い4サイクルエンジン ポア・ストローク47mm×51.8mmのロングストロークエンジンは、粘り強さ、静粛性、経済性などが特徴です。3速リターンミッションとのコンビネーションで、市街地から郊外まで優れた走行性を実現しています。
- 余裕の居住性と乗り心地 ゆったりしたライディングポジションとシートの設定で、長時間走行でも疲労を最小限に押さえました。また、機動的なビジネスユースでポイントとなる優れた乗降性を確保するとともに、余裕の居住性を実現しています。
- ビジネスで威力を発揮する各装備 ①シンプルなフロントキャリアと小型バスケット、②フラットで積み下ろしが楽なリアキャリア、③リア丸型ウインカーレンズなどを採用しました。(なお、「T90N」に採用のフロントカゴ前部のライトは装着されません)

ヤマハビジネス「T90D」主要緒元

●型式/エンジン型式=4NM/4GL ●全長×全幅×全高=1840mm×755mm×1110mm ●シート高=740mm ●軸間距離=1195mm ●最低地上高=135mm ●乾燥重量/装備重量=91kg/96kg ●舗装平坦路燃費=54km/ℓ(60km/h) ●原動機種類=空冷4サイクルSOHC2バルブ ●気筒数配列=単気筒 ●総排気量=89cc ●内径×行程=47.0×51.8mm ●圧縮比=8.5:1 ●最高出力=6.5PS/7000rpm ●最大トルク=0.76kgf-m/5500rpm ●始動方式=キック式 ●潤滑方式=強制送付ウエットサンプ ●エンジンオイル容量=1.0ℓ ●燃料タンク容量=5.2ℓ ●キャブレター型式=VM16SH ●点火方式=CDI式 ●バッテリー種類=GT4L-BS ●1次減速比/2次減速比=3.722/2.333 ●クラッチ形式=湿式多板コイルスプリング ●変速機形式=リターン式 ●変速比=1速2.846 2速1.933 3速1.173 ●フレーム形式=バックボーン(プレス) ●キャスト/トール=27°00'/70mm ●タイヤサイズ(前/後)=2.75-14 35P/2.75-14 41P ●ブレーキ形式(前/後)=ドラム/ドラム ●懸架方式(前/後)=テレスコピック/スイングアーム ●ヘッドライト/キセノンバルブ12V30W/30W

NEW
MODEL



さり気ないお洒落を演出する新色を追加設定 ヤマハスクーター 『ジョグ アプリオ』 (YJ50)発売

昨秋11月から登場、一足早い春のスクーター商戦をリードしている新型リアキャリア装着の『ジョグ アプリオ』に、新色「セラミックアイボリー」が追加設定されます。これで、カラーバリエーションは全6色となりました。

1月20日発売

メーカー希望小売価格

142,000円

※北海道、沖縄及び一部地域を除く。価格には保険料、税金(消費税を含む)は含まれません。

カラー セラミックアイボリー

シックで落ち着いた「ニューシルバードラスト」の
限定カラー登場

ヤマハスクーター 『ジョグ』(CY50)登場 【期間限定発売】

スクーターの定番モデルとして根強い人気を維持している『ジョグ』(CY50)に、期間限定発売の特別バージョンが誕生。現行モデルに採用の「ファインシルバーク」より、さらに深みと落ちつきを持つシックな「ニューシルバードラスト」色を設定しました。また、フロントフォークには、フォークブーツを装備し、商品性を高めました。'97年1月の期間限定生産です。

カラー ニューシルバードラスト(シャンペンゴールド)

1月20日発売

メーカー希望小売価格

132,000円

※北海道、沖縄及び一部地域を除く。価格には保険料、税金(消費税を含む)は含まれません。



新聞宅配業務で培った信頼性、タフネスさを再現
粘り強い4サイクル90エンジン搭載

ヤマハビジネス 『T90D』新登場

4サイクル、タウンメイトシリーズに90エンジン搭載のニューモデルが仲間入りします。その、ベースとなっているのは長年新聞宅配業務のパートナーとして、信頼性と人気を集めてきた「T90N」。その、粘り強く扱いやすいエンジン特性、丈夫な車体、優れた走行性や乗降性などをそのままに、汎用ビジネスモデルに求められる装備を厳選して施し、優れたコストパフォーマンスを実現しています。

カラー ダークバイオレットカクテル1(ブルー)

1月20日新発売

メーカー希望小売価格

199,000円

※北海道、沖縄及び一部地域を除く。価格には保険料、税金(消費税を含む)は含まれません。



YAMAHA **AD** CLIPS

**機能満載、そして速くてカッコいい
思いっきり欲ばりな若者たちよ
スクーターにコレ以上何を望む？**

見る・見られる・いい運転
● 11.5Lタンク容量
● 100km/h以上、200km以上走行

バイクでひろがるいい仲間
バイクは、いつも、違って

読んで、正しく安全運転
● 安全運転講習会
● 安全運転講習会
● 安全運転講習会

YAMAHA
ヤマハ発動機株式会社

この広告は、現在発売中の二輪専門誌、マンガ雑誌等に掲載中です

スポーツスクーターの定番として、10代から20代前半の若者たちに絶大な人気を誇る「スーパージョグZR」。その俊敏にして軽快な走り、必要にして十分な各種機能、そして何よりも心魅きつけるビビッドなカラーとスタイリングが、彼らの目をクギづけにする。

現在展開中の雑誌広告は、ほとぼしる情熱のようなバックパターンで熱いエネルギーを連想させながら、まばゆいクロームシルバーに輝くマフラーを含め、外観のカッコよさ、商品性の高さをマルチ写真でアピールしました。元気あふれる、アクティブなティーンズへのメッセージです。OPスノボジャケットがあたる“New ZRデビューフェア”告知も掲載中。店頭での話題づくりにご活用ください。

YAMAHA
ヤマハ発動機株式会社