

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



ハローナイスショップ●YSP枚方南 新時代の顧客満足をめざす

特集●『ランツァ』の衝撃

2スト・オフの“壁”を突き破れ!

Open Eyes●ドイト株式会社 お客さまを育て商品を育てる

1997 No.401
2
FEB.

オオツ? ずいぶんアオツてくれるじゃん。不敵なツラ構え、挑戦的な走り。ネイキッドではなくレプリカでもない、刺激的なロードスポーツ。そうか、コイツがFZか...

発見!とりののお店

HELLO
NICE
SHOP

ハローナイスショップ

YSP枚方南

大阪府枚方市 (辻繁夫社長)

建物の3階部分に輝くYAMAHAのロゴ。離れたところからでもかなり人目を引くことができ



「バイクショップはこれからです」と語る「YSP枚方南」さんの辻繁夫社長。過去のブームやトレンドを経て現在、バイクショップの在り方が問われる時機にきている。その中で、お客さまに喜んでもらえる店づくりを視野に入れることが新しい時代のショップに求められるのかもしれない。

新時代に求められる バイクショップの顧客満足



国道1号線で京都から大阪へ向かう途中、右手上方に大きな赤いYAMAHAの6文字が見えてくる。これがYSP枚方南さんの目印だ。

「YAMAHAのロゴはネオンになっていますから、夜でもバッチリ目立ちますよ。なんと言ってもここは国内でも有数の交通量のあるところですからね」辻繁夫社長(42歳)はその効果について語る。'95年9月に新規オープンした店舗は、以前レストランだった建物を改修したもの、というユニークな外観を持つ。

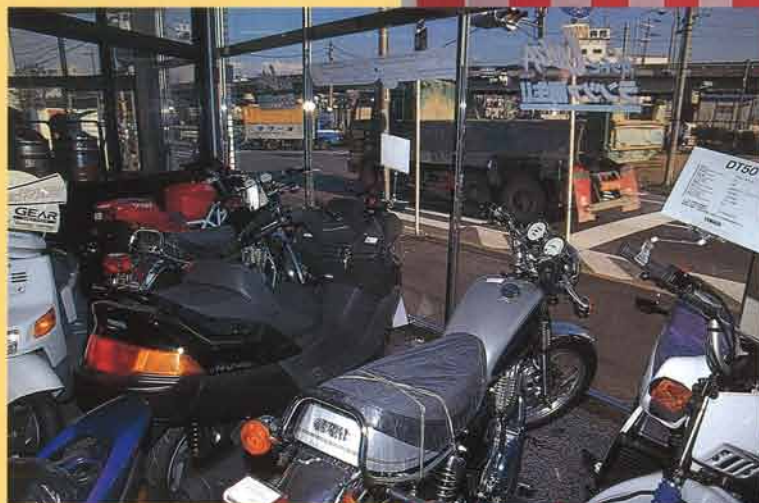
ショップの前は、国道1号線と国道170号線(外環状線)とがちょうど重なる片側4車線の道路。



入口のガラス窓にはもう一つのネオンサインがある。ステンレス製の窓枠は高級感を演出するため、最もこだわったポイントの一つ



歩道から一段上がった店内の展示スペース。広いウィンドウを通して、外からもニューモデルを確認できる



終日、乗用車やトラックがひっきりなしに往来している。

「4輪のショールームは大きな幹線道路沿いにあるのがあたりまえですけど、バイク屋でそんな目立つところにあるものはまだ少ないでしょう。私はバイクショップも、もっと人目を引くようにするべきだと思っています。誰でも、あそこに行けばヤマハのバイク屋があるとわかるわけですからね。チラシなんかも大切だけれど、なにより立地条件のいいところで店舗をよく見せることが最高の宣伝だと私は思っています」

もちろん、店舗をよく見せることは商品であるバイクをよく見せることにも通じる。三角形の敷地の一番長い辺が国道に面しており、その幅広いスペースを利用して多くのバイクを展示。また、一歩店内に足を踏み入れれば、ゆったりとした空間の中でじっくりと展示車を眺められるようになってる。

「ヤマハのバイクもラインナップが増えたから、なるべく多くの車を展示したいと思っています。そうすることでお客さんも満足してくれますからね」
必要なきにショップがそこにある、欲しいバイクが目の前に展示してある、故障の際にもすぐにサービスが受けられる、などといったお客さまの要求に直ちに応えられるショップがこれからの時代に求められると社長は考えている。

「バイクショップという商売ができて、まだそんなに時間が経っていないでしょ。今まではそのときのブームとか勢いにまかせて売ればかりで、社会的にバイクがよくないイメージで見られることもあった。でも、これからやっと商売として安定した方向へ持っていけるようになったんじゃないんですか。売ることで、利益を上げることが力になるのではなく、ユーザーや社会に認められる、満足してもらえるような店にしていかなければいけない時代だと思いますよ」

YSP枚方南

SHOP INFORMATION



商 圏

国道170号線に沿って南に4キロほど離れた寝屋川市内には、12年前から社長が経営するYSP大阪北がある。国道1号線と170号線という関西の2つの大動脈を核に、枚方市と寝屋川市という大阪・京都のベッドタウンである両市へ幅広く商圏を展開している。

「YSP枚方南をオープンしたことで、新たなお客さまの獲得に大きな成果があった」と社長。

サービス工場

近くにバイクショップが少ないため、いつも多くの修理車を持ち込まれる。

「現状では修理が追い付かなくなっているのが、人員の確保やスペースの拡大を含めたサービスの充実がこれからの課題の一つです。お店にとっておそれかたにできない部分ですからね」



合同ツーリング

'95年にはYSP名古屋北さんと合同で岐阜県の白川湖へのツーリングを開催。ゲストとして平忠彦さんが参加した。



「YSPどうして仲良くて、大きなイベントをやるとお客さんも喜んでくれるんですよ。平さんみたいな有名な人も来てもらえましたからね」

テーブル

商談カウンターの前に置かれたテーブルは、お客さまとスタッフとの気軽なコミュニケーションの場を提供している。

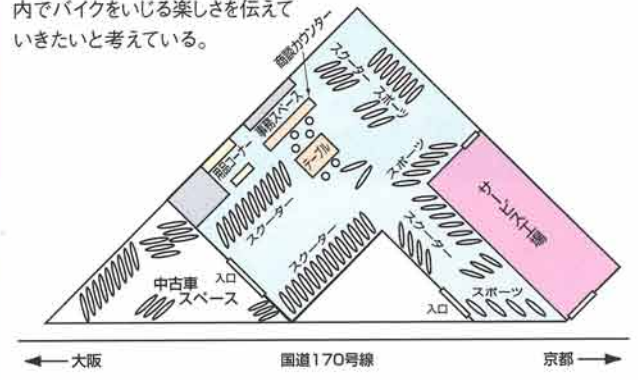


店 舗



店内にはヤマハのニューモデルをカラーバリエーションを含め多数展示。屋根付きのオープンスペースには中古車を取り揃えている。新車と中古車を分けて展示することが、店舗造りの大きなポイントだった。

スポーツの客層は10代から40代まで。若いお客さまの中にはカスタムに興味のある人も多いが、そうしたお客さまには認可されたパーツの範囲内でバイクをいじる楽しさを伝えていきたいと考えている。



大阪 ← 国道170号線 → 京都

大阪府枚方市・敷地100坪・店舗70坪

スタッフ

販売担当/重田吉範さん(左)

「口は上手いほうじゃないけど、明るさをモットーにお客さまと接していきます」

サービス担当/川崎智也さん

「修理のことならまかせてください」





特集 ● 「LANZA」の衝撃

2スト・オフの“壁”を突き破れ!

コンペ志向を反映した“レーサーレプリカ”が中心の2サイクル・オフロードスポーツに、ヤマハはあえてトレールの原点に立ち返った意欲作『LANZA(ランツァ)』を投入した。市場の流れを変えようと放った1本の“ヤリ”が、オフ再活性化への障壁を突き破るクサビとなるか。デビュー直前の手応えを、プレス、お客さま、お店の声から探ってみた。

ランツァを
知る

2サイクルならではの
操るおもしろさを追求

DTTでスポーツバイクの世界に“トレール”という新ジャンルを開拓したヤマハが、その原点に立ち返り「2サイクルらしい、操る楽しさ」をめざしたモデル、それが「ランツァ」だ。

トレールランの楽しさは、林道のように路面状況が次々と変化するフィールドを、自在なラインで豪快に走破する爽快感にある。しかし、バイクを思いどおりに乗りこなす、操れなくてはせっかくのおもしろさも半減してしまう。そこでヤマハは、軽量・ハイパワー、胸のすく加速感が魅力の2サイクルエンジンを使いながら、優れたトレール走行性能と、それを十分味わうための扱いやすさ、実用性を高次元でバランスさせた“スーパートレール”を作りたいと考えたのだ。

そしてこれは、コンペ志向の高まりを反映して“レーサーレプリカ”化が進んだ2サイクル・オフロード市場にあって、「2サイクルトレールはどうあるべきか」と自問し続けてきたことへの解答でもある。

それに対して、二輪専門各誌は発表試乗会での感想を、次のように表現した。

「林道が楽しい」スーパートレール

ほとんどの二輪専門誌が絶賛するランツァ。特に「ガルル」12月号では、ランツァとDT200WR、セローをクローズドコース、林道に持ち出して比較テスト。ランツァのオールマイティさが浮きぼりにされた

「普段の足として、休日は高速道路を走って林道やケモノ道へ。乗ることを苦痛に感じさせない、楽しい2サイクルオフロード」の登場だ(月刊ガルル・97年1月号)「2スト・オフの楽しさを改めて教えてくれるランツァは、林道に新しいツーリング仲間を大勢連れてくるに違いない」(月刊オートバイ・97年1月号)「誰にでも扱える乗りやすさを追求したランツァは、幅広い層に受け入れられる要素を持つて生まれた」(月刊ダートスポーツ・97年2月号)

では、具体的にどんな機能、性能をどういった形でスベックに織り込み、それが二輪専門誌にどう評価されているのか。

お客さまが実際にランツァと向かい合う順序を想定しながら見てみよう。

最初に、第一印象を左右する外観。ここでもっとも大きな特徴として挙げられるのが、車体のコンパクトさだ。ヤマハは開発当初から「安心して攻められる、振り回せるトレール」を実現するために、オフロードの3大機能(軽量、ハンドリング、パワフル)を向上させようと車体のコンパクト化にこだわったが、二輪専門誌で「最初の印象は、DT200WRと比べてのコンパクトさだ(オートバイ1月号)」「特筆すべきは車体サイズ」(ガルル1月号)と表現されているように、まずは外見から大柄な「レプリカ」マシンと異なるランツァの個性をアピールするのに役立っている。

次に、外観のもうひとつの要素、デザインやスタイル。幅広いユーザー層と使用用途、2サイクル「レプリカ」モデルとの差別化などを考慮した、派手さを抑えた仕上がりに対し、プレス試乗会では「まとめ方がいい、デザインがいい」「街のなかで違和感がないし、きれいだ。シティオフロードにとってもいいデザイン」など肯定的な意見があった。

その反面、「おとなしすぎるのでは?」などの声もあるが、個人的な好みの問題なので、いたしかたないところだろう。むしろ、単体で見ればわかる良さ、新鮮さも、派手なカラーリングと挑戦的なボディラインのオフロード車群に混じると目立たなくなってしまうので、見せ方に注意したい。

続いてシートにまたがると、前250/後240mmというシートな設定のサスペンションストロークも手伝って82



二輪をかけたライダーは、狭い山道を、開けたハイロードで駆け抜けると、元気な良さがランツァの魅力

0mm(1名乗車時)の低シート高が良好な足着き性を見せ、コンパクトなサイズが実感できる。「だからコイツはセローなみにとっつきやすい」(オートバイ1月号)「高いシート高に閉口していたライダーもこれなら安心だ(ガルル1月号)」。

さらに、「ハンドルはやや高めの手前、レーサーのような攻撃的なポジションではなく、ゆったりと自然で、ビギナーでも安心して乗れて、ライダーの体型を選ばない」(ガルル1月号)とポジションの良さに注目する意見や、「DT1WRの持つていたスバルタンイメーజはなく、こりゃツーリングモデルだねというのが第一印象だった。バイクにまたがってみると更にその印象は強まり、タンク前部に付いたハンドルロック用のアッパーブラケット、センターキー、幅広のタンクなど、その一つ一つから受けた」(ダートスポーツ2月号)と、使い勝手への配慮を挙げる記事もあった。

高性能・コンパクトをエンジンと車体で両立

しかし、ランツァの本領は、「2ストのこのクラスでは、画期的」(オートバイ1月号)「今や必需品」(ガルル1月号)と評されるセルスターターでエンジンを始動し、走り始めてこそ発揮される。

「走りだすと2ストにしては低中速のトルクがかなり太いのに驚く。普通ならシフトダウンで回転を上げて加速する場面でも、アクセルを開けるだけでどんどん加速してくれる。高回転でも気持ち良く回るし、そのパワーにはエキスパートも納得。2ストの魅力であるレスポンスの良さ、加速感ほまさに250感覚だ」(ガルル1月号)「DT200WRと比べ低中速はトルクフルになりながら、鋭いレスポンスと高速域の伸びは損なわれていない。2ストロックならではのパワーフィーリングを、存分に楽しめる」(月刊ライダーズクラブ・2月号)のだ。

これは、250ccの低中速トルク、MAXパワーと、レスポンスが鋭く高回転までよく回る2000ccのいいところだけを取り出そうという発想で開発した、230エンジンのなせる技である。

そして、その高性能をより扱いやすくしているのが、8ビットマイコン制御のトラクションコントロールシステム。感覚的には、リアタイヤがパワースライドする時、ライダーが微妙なアクセルワークやクラッチワークによつて滑り過ぎをコントロールするぶん、エンジンがアシストしてくれる、と表現してもいい。

「派手に後輪が流れず、それでいてキレイにカウンターの当てられる独自のマップ制御採用で、スベリやすい路面やマディで効果は絶大」(ガルル1月号)で、「まる



2スト・オフの“壁”を突き破れ!

でグリップのよいタイヤにはき換えたいような頼もしさ(オートバイ1月号)を発揮する。これは、開発の際に実験ライダーがあらゆる路面状況のもとで走り込み、人間の感覚でとらえたデータを蓄積したからこそ実現できた、違和感のない自然な滑り方、乗り味なのだ。

ただ、パワースライドして初めて効果があるものだけに、スライドさせられない初心者や、スライドさせることが少ない舗装路で走っても体感することは難しいので、セールストークや試乗のさせ方に留意したい。

さて、その走りを支える軽量・コンパクトな車体についてはどうか。「振り回しやすいいジャストボディ」(ダートスポーツ2月号)「サイズが小さいというのが最大の武器になっていますね。ケモノ道といったウツセクションでは道が細いし、大柄なバイクではどうしても持て余してしま(う)」「ガルル2月号)など、取り回しの良さ、小回りの効く俊敏さを高く評価されている。

ストロークをあえて短くしたことや、や懐疑的な見方をされがちなサスペンションも、「コントロール性を優先させ、限られたストローク量で最大限の仕事をする」(ダートスポーツ2月号)「初期作動が良く、「コシのある設定で不安感はない。ジャンプもOKでエンデューロにも十分対応できるマシンだ」(ガルル1月号)などの声がある。

そして、「低重心と正立サスの初期作動の良さとマスの集中などのバランスだと思いが、コーナリングではシャープ過ぎず思いどおりのラインをトレースでき、コーナリング中のハンドリングも安定している」(ダートスポーツ2月号)「足着き性の良さと強力な低中速トルク、動きの良

いサスペンション、効果抜群のトラクションコントロールシステムで、セローよりもトライアル走行が楽に感じたランツァだが、もちろん林道かつ飛び走行が得意であることも確かだ(「ガルル1月号」と、トータルバランスの良さが光る。

また、使用頻度としては最も多いであろう市街地も、低シート高、セルスタター、幅広シートと楽なポジション、十分なトルクとパワー、取り回しやすさ、ピッチングの少ない操縦安定性などから、その快適性は想像に難くないし、すぐに店頭試乗で体感できる。

開発の走行実験担当者が「まったく欲張りなクルマに仕上がった。何でもやってみて遊んで欲しい」と語った、その言葉どおりの1台といえよう。



昨年のジャパン・スーパークロス会場で初めてランツァが一般に公開され、ヤマハブースの前に厚い人垣ができた

「探る」ユーザーを

プレス・専門誌が読むランツァのユーザー像

「誰もが操れる楽しさ」をキーワードに開発されたランツァは、得意的林道だけに限らず「誰がどこで乗っても楽しいバイクだけに、売る立場としては、ターゲットユーザーの絞り込みに迷うかもしれない。

そこで、実際にどういうユーザー像が想定できるのか、まずは市場の動向や商品性に詳しい二輪専門誌、ジャーナリストの意見からヒントを探ってみよう。

昨年11月、数多くのジャーナリストを集めて開催したプレス試乗会では、「トラクションコントロールは中級者以上ならもっと楽しめる」「250cc 2サイクルだと数居が高い、200ccだとトルクが薄い、と思っ

ている人にびったり」など、多くが本格的なオフロードを満足させるポテンシャルに着目。まずは中級者以上のオフロードユーザーが、メインターゲットになりそうだ。

当然「DT200WRから乗り換える人もいるだろう」という意見も出てくる。根強いDTファンにとっては、待ちかねた代替えのチャンスなのだ。

さらに「ある意味で、4サイクルに近い2サイクル」「2サイクルは乗りこなせない、といった今までの既成概念を打ち破るマシン」などの声を考えれば、4サイクルユーザーにとってもランツァは有力な選択肢となるだろう。

その一方、もうひとつ共通する意見として「2台持てない人、ふだんは街乗りだけの人、そしてエンデューロを知らない人にも乗ってもらいたい。街乗り派をオフに誘うマシンだ」「これから林道に行こうと思っている人、女の子からベテランまでそれぞれの用途で楽しめる」「シティオフロードにおすすりめできる」などの声が聞かれた。つまり、1台でオンとオフの両方で楽しめるランツァは、「オフロード走行になじみのない人にびったり」というわけだ。

また、「ビギナーでも安心して乗れて、

メインはオフ代替層か？

ライダーの体型を選ばない「ガルー1月号」
号「免許を取得して間もないライダーが、林道を含めたツーリングに行くのにぴったり」(モーターサイクリスト1月号)とあるように、バイクそのもののエントリーユーザーにもおすすりめできる。

これらを総括すると、ランツァのターゲットユーザー像として、ガルー1月号にある「腕に自信のないビギナーやセロからステップアップしたいライダー、2サイクル派のピーキーさはどうもという4サイクル派、そしてエキスパートライダー」といったあたりが浮かび上がってくる。オフローダーなら、男女・年齢・体格を問わず、ビギナー層、レプリカにはちよと手が出ない中級者、そしてレプリカよりも

ゆったりとオフロードランを楽しみたいという上級者。また、オフロードライダー以外では、バイクエントリー層や、オンロードモデルからの代替層も十分に狙えそう。

実際に見て、試乗したお客さまの反応は？

それでは実際にランツァを見、試乗されたお客さまはどう感じているのだろうか。昨年、スーパークロス東京大会会場には3台のランツァが展示され、多くの人たちが足を止め熱心にランツァを眺めていた。現在2輪免許を取得中という橋本和美さん(20歳)は、「免許を取ったら最初に買うのに良さそう」とすでに狙いを絞っている。バイク歴25年というベテランの小林秋弘さん(42歳)は、「軽快そうだしね。林道はもちろん、チョイ乗りにも気軽に使えそう。トラクションコントロールにも関心があります」と期待度大。坂口未知明さん(23歳)も「扱いやすそうだから、日帰りツーリングからチョイ乗りまで使えそう。僕なら通勤の足にしたいな」など、日常の街乗りから林道、ツーリングといった幅広い用途が期待され、ランツァは乗り手を選ばないバイクであることが窺える。

一方、すでに試乗したお客さまの多くは、セル付きであること、足着きがよくいことなど、より実用的なフィーチャーにランツァの魅力を見出している。

すでに予約しているという諸田直義さん(39歳)は、「足着きの良さと、セル付きがうれしいね。いろんな場面で、幅広く

楽しめそう。デザインも派手すぎず、気に入りました。250ccの2サイクルオフロード車を所有している金丸健さん(25歳)も、「今乗ってる2サイクル車と比べても、ピーキーじゃない分すごく乗りやすい。車体がコンパクトだから楽に乗れるし、オフロードで転んでもセル付きだから楽ですね」とランツァの扱い易さに大きな魅力を感じていた。「逆輸入のWR250Zをもてあましていたから」とすでにランツァを予約している渡辺一彦さん(33歳)も、「クラッチやハンドルの操作の軽さがいいし、座ったポジションもグッド。トラクションコントロールのおかげで、リアが横滑りしにくいのもうれしい」とセルの便利さもやっぱりありがたい」と語る。

もちろんベテランも満足させるのがランツァだ。「おもしろえ〜！ もっと乗りたい！」。試乗を終え、開口一番「こう叫ぶだのは渡辺保さん(33歳)だ。オフ歴14年で、現在はTT250Rに乗る渡辺さんにとっても、ランツァは面白く乗れるマシンなのだ。「滑りやすいガレ場でも不思議と登るんだよね。トラクションコントロールの効果は絶大だと思う。他の2サイクルマシンは乗ると疲れるけど、ランツァは全然疲れない。かあちゃんと話がつけば、ぜひ買いたいな」

細かい部分では、人によって「全体の雰囲気はいけれど、ラジエターカバーがハデすぎるなあ」「もう少しステップが高ければ」というような声もないことはないが、確実に好評をもって受け入れられている。

年齢、性別を問わず、そしてビギナーからベテランまで、どんな客層にも高いアピール度を持つランツァ。ターゲットユーザーの幅広さは、ビジネスチャンスの大きさでもあるのだ。



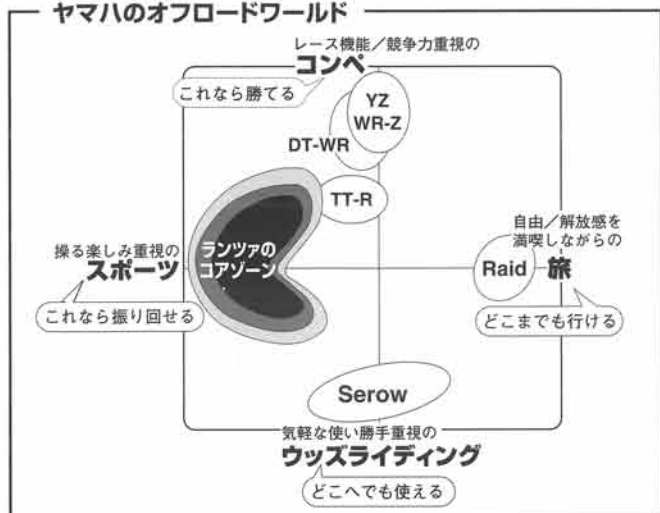
ビギナーからベテランまで ターゲットはすべてのライダー

以上、ランツァの商品概要と試乗評価、そしてターゲットとなるお客さまのナマの声を紹介してきたが、最後はこの商品の

に賭ける販売店のみならずのご意見を元に、効果的な販売促進活動について考えてみる。以下は発売を目前に控えた昨年末、全国各地で開催された販売店さん向けの発表試乗会「ランツァ・ミーティング」で集めたコメントだ。

まず、ランツァのターゲットとなるお客

ヤマハのオフロードワールド



2スト・オフの“壁”を突き破れ!



ランツァを売る決め手は、やはりオフロードでの試乗機会をもうけること

さまを、各ショップではどのように想定しているのかを尋ねてみた。

「女性客を狙えるのではないかと。実際に、雑誌を見たという女性からの問い合わせもあった」(YSP平塚中央/佐藤武彦店長)「市場にたくさんいるセロー・オーナーの代替えが狙い目」(YSP小平/鈴木昇社長)など底辺層を見据えた意見がある一方「オフロードレースからしばらく離れていた人、つまりリタイア層に期待したい」(小沢モーター販売/小沢敦一店長)「オンにもオフにも乗るうちのクラブ員の顔が頭に浮かぶ」(YSP三鷹/古田哲郎社長)「やはり根っからのDTファン、特に37Fや3ETあたりのお客さんを攻めてみたい」(YSP練馬/天野清二店長)など、ベテラン層およびDTファンをコアターゲットとする声も、多数聞かれた。これを強引にまとめるとするならば、

「試乗」がキメ手の販促活動

「あらゆる意味でオールマイティな商品。幅広いお客さまに安心しておすすめできるニューモデル」(YSP横浜南/佐々木大明社長)ということになるのだろうか。

さて、そのような「幅広いお客さま」に対して、ショップのみなさんほどのようなアプローチを仕掛けているのか。

対象が現役ライダーなら二輪専門誌や店頭でランツァの発売を知る機会もあるだろうが、小沢モーター販売さんのように「ランツァをきっかけにリタイア層を呼び戻したい」という考えならば、まずは新商品のデビューをターゲットに告知する必要がある。小沢さんと同様「30〜40代の古いお客さんに可能性がある」と考えているYSP練馬さんは、さっそく「過去の顧客名簿をさかのぼって、まずは発売キャンペーンのダイレクトメールを送ってみた」そうだ。その効果は、「ダイレクトメールにオフロードパークでの試乗・走行会の案内を盛り込んでみたところ、予想以上に反応がいいんです。これからは徐々に暖かくなってきますので、こうしたイベントで拡販を狙いたいと思っています」と、1月中旬の電話取材に答えてくれた。

決め手はやはり試乗会 林道でのデモランに 大きな期待

しかし、いざ販売の場面となると、ランツァは難しい問題もはらんでいるようだ。その代表格がYSP横浜南さんのご意見。

「DTというブランドに、コンプレブリカのイメージを強く持っている潜在層が必ずいるはず。この層はランツァにとってもメインターゲットになるわけだから、違和感を持たれることが一番の心配。それだけは避けたい」と話している。同様の意見は、他店の店主さんからも聞くことができた。



店頭では、「見る」「触る」だけでなく、「またがる」ことも大切。足着き性の良さや使い勝手の良さをアピールしたい

冒頭の「ランツァを『知る』」でも解説したとおり、新世代の2サイクルトレールとして誕生したランツァは、明らかに従来のDTシリーズとは一線を画すコンセプトを持っている。それがこの商品の最も大きなセールスポイントである反面、アプローチの方法によっては大きな支持層を失ってしまう可能性もあるというわけだ。

この問題には佐々木社長(YSP横浜南)が答えてくれた。

「結局、私たちショップサイドが、どれだけ端的に商品性を説明できるかにかかってくるんだと思います。店のスタッフが乗って楽しんで、その面白さをいかにお客さんへと伝えられるか。いずれにしても、商品知識が重要なモデルであることは間違いないですね」

一方「やはり、この商品の場合は試乗がすべて」と話すのは、YSP小平さん。「クロスドコースや店のまわりじゃなく、林道を使ったツーリング試乗会を開

いてみたい。『乗れば分かる』の裏を返せば、『乗らなくちゃ分からない部分もある』ということですから、その分からない部分を一番感じられる場所で乗ってもらいたい」と話している。実際「試乗会はツーリング先の林道で」と考えている販売店さんは多いようだ。

店頭でのセールスポイントはというと、「デジタルメーター、セル、そしてトラコンの順」(YSP平塚中央)。目で見て分かるデジタルメーターとセルは、店頭でもそのまま大きな武器になりそうだ。

いずれにしても、幅広い層にアプローチできるランツァは、オフロード・カテゴリー活性の起爆剤とも言える存在。本年、ヤマハが実施するオフロードワールドの需要創造活動、「トレールバイクは遊びの天才だ」キャンペーンの中心にも位置づけられるだけに、この商品の成功がカテゴリー全体の盛り上げにつながることは間違いないだろう。

Open Eye's

ここが世界の展望

Vol.1



ドイト株式会社

永田 哲也氏

商品本部 商品2部工具・金物部門総括バイヤー

日本におけるホームセンターの草分け。昭和47年12月、埼玉・与野に第一号店をオープンした。現在は関東を中心に24店舗。ホームセンターを統合する協会・DMCグループのリーダーとして、店舗展開、販売、商品卸などのノウハウを提供し、業界の育成に力を注いでいる。

お客さんが「育つ」土壌を作れば 商品という**花**が咲く



店内のディスプレイも臨場感たっぷりに工夫されている。
写真はアウトドア専門の与野店B館

「社会的認知度が低い 「ホームセンター」という言葉

ホームセンターとは本来DIY用品の販売店です。家が一軒あったとして、これを補修したり、改善したりというホーム・インブルーム・メンテナンスを考えた時に、素材や道具がすべて揃う店、というのがホームセンターのコンセプトです。

しかし、この言葉は社会的にはまだまだ認知されていません。「デパートに行く」「コンビニに行く」とは言いますが、「ホームセンターに行く」とは言わない。「ドイトに行く」というように個別の企業名で呼ばれることがほとんどです。ちょっと前までは、ホームセンターという住宅展示場と勘違いされることさえあったほどです。さらに、多くのホームセンターでは、DIY商品だけでは経営が成り立ちにくく、日用雑貨や家電、スポーツレジャー用品、おもちゃ、化粧品、カー用品などを総合的に売っていかないと日銭が稼げませんでした。郊外立地でワンストップ・ショッピングを実現しようとする、バラエティに富んだ品揃えをせざるを得ず、ホームセンター自身がバラエティショップ、あるいはディスカウントショップであるというイメージを持たれてしまったのです。

しかしドイトではDIYの商品にこだわり続け、現在でも売り上げの60%以上をガーデニング用品を含めたDIY用品が占めています。あくまでも本来の意味でのホームセンターをめざしているのです。

お客さんを育てる「啓蒙産業」

啓蒙というところがちょっと高圧的ですが、決して教えるとか指導するとかいう高飛車な意味ではありません。材料や道具は、ちょっとした工夫やコツで作業が簡単になり、いい仕上がりになる。そういうDIYの楽しさを知っていただきたい、ということなんです。ペンキ塗りひとつとっても、初めてやるうと思



が必要になります。これがホームセンターの使用でもあるのです。これはドイツに限らず、ホームセンター業界全体として取り組むべき問題と考えています。そうしなければDIYの考え方が浸透しないからです。

さらに率直に言ってしまうと、積極的に「啓蒙」するつもりではないとDIY商品は売れないという状況があるのです。

●実演販売

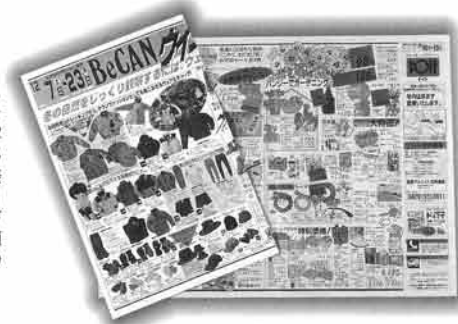
DIYは、お客さんにとってはとっつきにくい側面がある。例えば壁紙や襖の張り替えなどは、自分でするのは難しいのではないかと、という先入観が常につきまっています。それをクリアするために、各店舗に2、3人のアドバイザーと呼ばれる専属スタッフがおり、実演販売を行なっています。全店舗一のテーマで行なうケースと、店舗独自のテーマで行なうケースとがありますが、これは開催のたびに人当たりができるほど人気で、実演したものに關わるアイテムは非常によく出ます。実演販売は、DIY啓蒙と実販とが一挙両得の方法なのです。

●小冊子

啓蒙の一手段として、DIYのさまざまなノウハウを掲載した小冊子を多数用意し、自由に持ち帰れるようになっています。また、独自出版の専門誌「ドウアイ」も発行し、DIYの楽しさを伝えていきます。

●工作室

材料を正確にカットする工作室を各店舗に設置しています。有料ですが、非常によく利用されています。お客さまが自由に入力でき、各種工具を無料で使っていたり、DIYの楽しさを伝えるためのワークショップも用意されています。簡単な何かを加工しようというお客さまや、DIYの楽しさを伝えるためのワークショップも用意されています。ワークショップというスペース提供は、これらのデメリットをクリアにする具体的な手段となっています。



起しな「写表氏」が画の配布
独自のイラスト(永田氏)が
描き分けた「写表氏」が画の
からイラスト(永田氏)が画の
写真部分で目を引く。配布
折込でも高く目撃された。

地域性を重視し、 足で調べるマーケティング

現在ドイツは、埼玉11、神奈川5、東京4、群馬3、千葉1と、関東一円に計24店舗を展開していますが、やはり地域によって消費の動向は違います。具体的に言えば、新しいものが受け入れられやすい地域、受け入れられにくい地域がある。前者と後者では、輸入品のように目新しい物の売れ行きが結構違ってきます。

新規店をオープンする際は、候補地の周辺を歩き、住宅の庭先を観察します。庭はどのように手入れされているか、花や植木が飾られているか、どういうプランターを使っているか、どういう鉢を使っているかなどをリサーチし、商品展開に生かすのです。昨年11月末にオープンした高崎店では、こうしたリサーチの結果ガーデニングに力を入れたところ、大ヒットしています。

工具といえば、住宅の築年数の観察が有効です。古い住宅地であれば、外壁や内装の補修などのニーズが必ず発生するものです。新興住宅地であって外回りの補修は少ないにしろ、庭先や内装のデコレーションへの興味は高いたとめる。地域の所得レベルなども判断の材料となることもあります。また、工場、物流センターなどの数を調べ、家庭需要と法人需要、いわゆるプロの比率を読み、プロの比率が高ければ、配管工事の道具、内装建具などに力を入れる。

このように地域に密着したマーケティングリサーチの結果、各店舗によって商品の品揃えを変えているのです。

流行への注目は 欠かせない

若者のファッション動向には常に注目しています。例えば最近では、ネルシャツにジーンズのようなラフでブルズなファッションが定着しつつある。こうしたファッションはいわゆるアーリーアメリカンスタイルが発祥です。このような流行を捉えておけば、例えば家具や室内装飾材料などのアイテムはどのようなデザインの物を中心に取り揃えればよいか、という判断基準となるのです。

ライフスタイルを提案する

ただ物を売るだけでなく、常にDIYのあるライフスタイルを提案する。それが引いては拡販につながる、というのがドイツの考え方です。常に時代を先取りするような、新しいライフスタイルを提案し続けています。

●ガーデニング

バブル崩壊以降、引越しが減ったことなどにより、今住んでいる家をより良くしよう、より楽しくしようという傾向が目立ってきました。また、休日が増えたことで、生活にも余裕の時間ができてきた。これらにエコロジーブームも重なって、ガーデニングが大きなブームとなりました。ブーム以前はいわゆる「趣味の園芸」で、盆栽・洋ラン・観葉植物の世界でしたが、ドイツではバイヤーが世界各地に飛び回り、日本にはないヨーロッパテイストの商品をいち早く取り扱いはじめました。「ガーデニング」という言葉もかなり早い時期から提案の中で使ってきました。今年突然のようにブームとなった英国風ガーデニング作りのための資材も、どこよりも早く店頭にも並んでいます。

●アウトドアリビング、ホームデコレーション

ガーデニングの次に我々が提案しているのが、アウトドアリビングとホームデコレーションです。アウトドアリビングとは、庭先もリビングの延長であるという考え方。要は庭の有効利用の提案で、具体的な商品で言うとウッドデッキや風見鶏などのアクセサリがこれに当てはまります。ガーデニング、アウトドアリビングと屋外での新しいライフスタイルを提案していますので、室内にも目を向けていただくというのが、ホームデコレーションです。これはガーデニングなどにより装飾された庭先と、室内装のテイストを合わせよう、というもので、壁紙、家具、照明、小物などが当てはまります。

●さらにその先のライフスタイル

横文字のライフスタイルばかりを提案してはいませんが、こういった流行は必ず振り戻すものでもあります。今後は和の文化にも注目したい。ただし洋風のものとは違い、和風文化というのは職人技的な要素が多分にあるため、パツと飛びついて誰もがDIYというわけにはいきにくいかもしれないが、じっくりと取り組んでみたい今後の課題のひとつです。



技術力養成のための定番講習 『YTSヤマハ二輪車整備士講習会』 '97年も各地で続々スタート

シヨップの技術力向上のため「長年」活用いただいている「YTSヤマハ二輪車整備士講習会」が、'97年も1月よりすでにスタートしています。さらなる技術力アップをめざして、ぜひご参加ください。

ブロック	2月	3月
北海道		
東北	B	B
東京	B M M M 4~6 18~20 26	
中部	B M M M 18~20 18~20 18~20	
関西	B M M M M 5 12 19~21 26~28	B M M 5~7 12
中国		
四国		
九州	B M 12~14	

FROM MOTORSPORTS

的確なセットアップで上位を目指せ!! 『TZセッティングアップスクール』開講

ビギナーからベテランまで、多くのライダーがサーキットで駆るTZ250・125。そのポテンシャルは国内外のレースで証明されているとおりです。しかし、いくら優れたマシンでもメンテナンスやセッティングが充分でなければ、好成績をあげるのは難しいでしょう。

筑波サーキット	2月4日
鈴鹿サーキット	3月3日
TIサーキット英田	3月20日
MINEサーキット	3月29日
スポーツランドSUGO	4月7日

で開講します。

講義は、今年からレギュレーション

ンで採用された無鉛ガソリンでのキャブセッティングや実技走行など幅広い内容に渡ります。どうぞ奮ってご参加ください。
*TZR250も参加可能。

問 ヤマハ発動機(株)
モータースポーツ普及室
TEL0538-37-4025
FAX0538-37-4145

お知らせ
「ヤマハニュース」情報募集

ヤマハニュース編集室
FAX. 03-5474-7898

ヤマハニュースでは、さまざまな地域のホットなニュースを募集しています。あんなイベントこんな話題、店頭活動、あるいはヤマハニュースへのご提案、ご意見などがありましたら、上記あてお寄せください。今後の企画、取材の参考にさせていただきます。

お宝くんも募集中!!
待ってるよ!

YAMAHA TOPIC



ヤマハには上のシルバーのトロフィーが送られた

グローブが上下するユーモラスな動きでウォッシュブルをアピール!

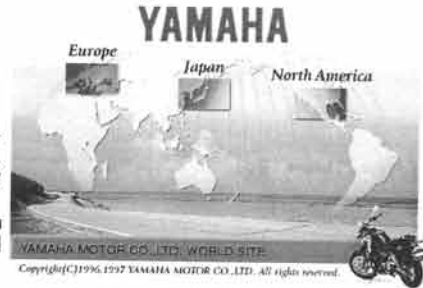


ヤマハグローブPOP 「POPPI・JAPAN SHOW」銀賞受賞

社団法人日本POP広告協会が主催する「POPPI・JAPAN SHOW」において、ヤマハの「グローブPOP」が銀賞を受賞しました。このコンテストは各企業から出展されたPOPの中から優れたものを審査、表彰するもので、今年で26回の歴史を数え

ます。受賞した「グローブPOP」は、太陽電池によるコイル電流と磁石の反発力、グローブが水の中に入る動きを表現し、洗える天然皮革「ウォッシュブルレザー」の特性をアピールするもの。店内の蛍光灯の明かりの下で半永久的に作動します。

ヤマハ「ホームページ」スタート 今、世界に向けて情報発信!!



グローバルなヤマハをイメージしたホームページの表紙。
[http://www.yamaha-motor.co.jp] までアクセス!!

新しい情報メディアとして、今やすっかり定着したインターネット。最近では、各企業や組織、そして個人までがホームページを設立している例が多く見られるようになりました。ヤマハでも1月20日よりホームページを本格的にスタート。ここではモーターサイクルやヨット、パス、無人ヘリなどのヤマハ製品を「陸」「海」「生活」「産業」の4つのカテゴリーに分けてすべて紹介。各製品の特徴や仕様を美しい画像とともに見ることができ

ます。また、全世界に向けて情報発信しているのがインターネット。の大きな特徴の一つ。ヤマハのホットな最新ニュースや事業活動、研究開発に関する情報が得られます。レース情報も本格的なシーズンが開幕する3月からさまざまなカテゴリーにわたって予選、決勝の結果をスピーディーに発信。さらに、YESSや各種イベント、普及活動についてもどんどん紹介するほか、お客さまを始めとする様々な方からの意見、質問を電子メールで受け付けることもできます。

アドレスは「http://www.yamaha-motor.co.jp」です。お客さまにも「案内の上、お気軽にアクセスしてください。」

YAMAHA TOPIC

11月17日(日)、三重県モトクロスランド多度にてヤマハ中部&YSP各店主催の『オフロードフェスティバル』が開催されました。

モトクロス、トライアル、ATVに挑戦!!
『オフロードフェスティバル』開催

このイベントは多くの人にモトクロス、トライアル、ATVを体験試乗して楽しんでもらうもので、当日は上級者からオフロード未経験の人までが参加。また、フリーマーケットやバーベキューでお互いの親交を深めました。

参加者はYZ125やTY250Zなどの競技用マシンやATVにまたがり、モトクロスコースへ。初めはおそるおそる乗っていた人も、しだいに自分のペースでライディングできるようになったようでした。

その後、ATV全日本チャンピオンズのデモランが行われ、初めて見るそのテクニックと迫力に参加者は皆魅了されていました。

初心者からベテランまで自分のレベルに合わせて楽しむことができ、オフロードの魅力が満喫できた一日になりました。



豪華商品が高値で落札! プレゼンターを務める平さんもその熱気に圧倒!

LOCAL TOPIC
今年平さんが登場!
師走恒例の『チャリティオークション』

湘南地区の名物イベントとしてすっかり定着した年末恒例の交通安全チャリティオークションが、12月1日(日)、神奈川県茅ヶ崎市のユーメディア湘南で開催されました。

通算10回目となる今年はゲストに平忠彦さんが招待されました。会場には昨年約800台の平さんが駆ったTRX850を展示、またサイン会も行われ、例年以上のお客さまで会場が賑わいました。

チャリティ売上金額も昨年を上回り、全額が地元の茅ヶ崎市・平塚市の社会福祉協議会および行政機関に寄付されました。

YAMAHA TOPIC

ビギナーの技術力向上で事故防止を!!
『ステップアップライダー交通安全教室』開催



白バイ隊員の指導で安全運転のテクニックを学ぶ

二輪車事故防止と初心者ライダーの技術力アップを図る「ステップアップライダー交通安全教室」が、昨年11月、警視庁交通部の主催で都内各所で行なわれ、自動車学校で開かれ、管内の各署

察署の募集により、およそ120名ものライダーが参加しました。講義内容は、まずダミー人形による衝突実験で、スピードの

恐ろしさを理解してもらい、次に実技で基本テクニックの向上を図ります。白バイ隊員や指導員の丁寧な指導で、まだ免許を取ったばかりのライダーたちも、安全運転の大切さを理解し、それを実践する技術の向上に真剣に取り組んでいました。

(上)昼食は定番バーベキューで親睦を深めよう
(下)初めてのオフロードランでも、慣れるに当たって自由自在!



BOOKS GUIDE

『日本のオートバイの歴史』

日本の二輪車の歴史が明治時代末まで逆のぼることはご存じでしょうか。当時から、オートバイは我が国のモータリゼーションを根底から支え続けてきました。メーカーの数は最大時120社以上に上るといわれ、その中からはメグロ、陸王、キャブトン、ホスク、トーハツなど数々の名車が誕生しました。

本書では、これらのバイクたちが生み出された背景、老舗メーカーの衰退と後発のヤマハ、ホンダ、スズキ、カワサキの4大メーカーが躍進した経緯を詳述。エンジ



ン理論の権威である著者が、オートバイ技術の歩みから自ら取材したメーカーの内幕までを、貴重な写真資料とともにまとめ、国産オートバイの軌跡を紹介しています。

かつての二輪メーカー乱立時代に、ヤマハのバイクが市場に受け入れられていく過程など、興味深いエピソードが数多く描かれており、読み応えのある一冊。

著者は『モーターファン』誌の技術顧問として長年、二輪車・四輪車の性能テストに深く関わっていた工学博士の富塚清氏(故人)です。

発行 三樹書房 1957円(税込み)

F1「アロウズ・ヤマハ」チーム ニューパッケージでいよいよ発進!

今シーズン、ヤマハはトム・ウ
オーキンショー率いるTWRアロ
ウズと組み、「アロウズ・ヤマハ」
チームとして新たな体制でF1
グランプリに参戦しますが、1
月9日、'97年用エンジンとシャ
シーの発表を行ない、いよいよ開
幕に向けて本格的な活動を開始
しました。

まずエンジンは、基本的に昨
シーズン採用した3000cc・
V10の「OX11A」をベースに開
発。超軽量・コンパクトなデザイ
ンを生かしながら、昨年発生し
た問題点への対策と、トルクパン
ド拡大によってドライバビリティ
改善と出力アップをはかっています。

そのなかで、開幕戦から第3
戦までのシーズン序盤は「OX11
A」スベックC、第4戦以降のヨ
ーロッパラウンドにはスベックD
と呼ばれるエンジンを投入する
予定。スベックCは主にエンジン
下部のフリクション低減を、スベ
ックDはエンジン上部のフリク
ション低減と吸・排気効率向上
をはかったものです。

一方、ニューシャシー「A18」は
フランク・ダーニャーを中心とする
グループによってデザインされ、
近年主流となっているハイノー
ズ、つり下げ式フロントウイン
グ、3ダンパーサスペンションな
どを採用したコンベンショナルな
モデル。1月17日にイギリスの
シルバーストーンでシェイクダウ
ンテストを行なって好感度を得
たチームは、今後さらに熟成を
進めながら3月9日の開幕戦・
オーストラリアGPに備える予
定です。



イギリスのバーミンガムで行なわれた新車発表会で、ヒルは「2勝はしたい」と意気込みを語った



'97年レース活動体制 ファクトリーチーム

<ファクトリーチーム>

■ロードレース部門

カテゴリー	選手	運営チーム	マシン	
世界選手権	500cc	阿部 典史 ルカ・カダローラ トロイ・コルサー	ヤマハチームレイニー プロモーターレーシング プロモーターレーシング	YZR500 YZR500 YZR500
	スーパーバイク	コーリン・エドワーズ スコット・ラッセル	ヤマハWSBチーム ヤマハWSBチーム	YZF750 YZF750

■モトクロス部門

カテゴリー	選手	運営チーム	マシン	
世界選手権	500cc	ピーター・ヨハンソン アンドレア・バルトリニ	ヤマハレーシングチーム ヤマハレーシングチーム	YZM400F YZM400F
	250cc	タロン・ボーランド マイク・ブラウン	チェスターフィールドヤマハチームリナルディ チェスターフィールドヤマハチームリナルディ	YZZ250M YZZ250M
AMA選手権	スーパークロス 及び ナショナル	エズラ・ラスク ダグ・ヘンリー ケビン・ウィンダム ジョン・ダウド	ヤマハモーターUSA ヤマハモーターUSA ヤマハモーターUSA ヤマハモーターUSA	YZZ250M YZZ250M (YZM400F) YZ125M YZ125M

<ファクトリー開発チーム>

■ロードレース部門

カテゴリー	選手	運営チーム	マシン	
全日本選手権	スーパーバイク	吉川 和多留 芳賀 紀行	マールボロヤマハレーシングチーム マールボロヤマハレーシングチーム	YZF750 YZF750
	250cc	芳賀 健輔 中野 真矢	マールボロヤマハレーシングチーム ヤマハレーシングチーム	YZR250 YZR250

■モトクロス部門

カテゴリー	選手	運営チーム	マシン	
全日本選手権	250cc	大河原 功次 鈴木 健二	ヤマハレーシングチーム ヤマハレーシングチーム	YZZ250M YZZ250M

RACING TOPIC



ヘンリーは、体調を崩しながらも力強い走りで開幕戦2位をゲット

海の向こうロサンゼルスでは、1月11日モータースポーツシーズンの幕開けを飾るAMAスーパークロス選手権がスタート。ヤマハ勢が早くも活躍を見せています。

250ccではダグ・ヘンリーが予選第1ヒートをトップで通過。マクグラス(スズキ)とラムソン(ラムソン)のアクシデントで始

まった決勝は、その後も転倒クラッシュが相次ぐ波乱の展開となりました。この中を着実に順位を上げたヘンリーが2位でフィニッシュ。開幕戦を表彰台で飾ったヘンリーは「今回は風邪をひいてしまい、体調は完璧ではなかった。スタートは4位と出遅れたけど、体調のことを考えると今回の成績は満足。次回は勝ちたいし、勝ちにいく」と闘志を新たにしていました。また、125ccはケビン・ウィングダムが見事開幕戦を制しました。

AMAスーパークロス開幕! ヘンリー2位!! ウィンダム優勝!!!

RACING TOPIC

'97ヤマハチーム 今、スタートラインに!!



阿部典史



ルカ・カダローラ



トロイ・コルサー



コーリン・エドワーズ



スコット・ラッセル



ピーター・ヨハンソン



アンドレア・バルトリーニ



タロン・ポーランド



マイク・ブラウン



エズラ・ラスク



ダグ・ヘンリー



ケビン・ウィングダム



ジョン・ダウド



吉川和多留



芳賀紀行



芳賀健輔



中野真矢



大河原功次



鈴木健二

'97年のモータースポーツシーズンはAMAスーパークロスを皮切りに早くもスタート。昨'96年、ヤマハは日本GP500ccの阿部典史選手、鈴鹿8耐の芳賀紀行/コーリン・エドワーズ組、グラナダ〜ダカールラリーのエディ・オリオリ選手と国内外のビッグイベントで輝かしい勝利を修めることができました。

迎えた今シーズンは、よりフレッシュでアグレッシブな体制で昨年以上の好成績を目指します。

ロードレース世界選手権500ccではフル参戦3年目のノリックこと阿部典史選手をエースに、ベテランのルカ・カダローラ、'96年世界スーパーバイクチャンピオンのトロイ・コルサーというかつてない強力な布陣でのぞみます。スーパーバイク世界選手権は、昨シーズン5位のコーリン・エドワーズと'93年の同選手権でチャンピオンを獲得したことのあるスコット・ラッセルの2人がタイトルに挑戦。

一方国内に目を移すと、全日本スーパーバイク選手権では昨年の世界選手権でランキング9位に入った吉川和多留と伸び盛りの芳賀紀行が挑みます。250ccではワークスマシンYZR250を投入。今年こそチャンピオンに期待がかかる芳賀健輔と弱冠19歳の中野真矢がこれを駆ります。

モトクロスの注目は、4サイクルマシン「YZM400F」の投入。水冷DOHC5バルブ400cc単気筒エンジンを搭載したこのマシンは、モトクロス世界選手権500ccでピーター・ヨハンソンとアンドレア・バルトリーニのライディングで同クラス9年ぶりのファクトリー参戦となります。また、250ccはタロン・ポーランドとマイク・ブラウンが参戦。

AMAモトクロス・スーパークラス選手権でも、ダ



YZM400F

グ・ヘンリーがYZM400Fを駆ることが予定されており、2サイクルマシンを駆るエズラ・ラスク、ケビン・ウィングダム、ジョン・ダウドとともに戦います。

全日本選手権では世界参戦で実力に磨きがかかった大河原功次と昨シーズン6位の鈴木健二が念願のタイトルを目指します。

各クラスともチャンピオンの獲得に大きな期待がかかる今シーズン、みなさまの応援よろしくお願ひします。

釣

DATA

☆ねえねえ、今度のお休みなんだけ
ど……。

★そのすがるような目！ またブラ
ックバス釣りに行こうって言うんだ
ろ？ しかしこの寒いのに熱心だねえ。
☆だって、ホントに面白いんだもん。
ドキドキしちゃうのよね、魚との駆
けひきって。

★そんなこと言っちゃってさ、ボクが
ずっと前にハゼ釣りに誘ったときはい
い顔じゃなかったじゃないか。

☆だって、ゴカイがどうしても触れ
なくて。

★まあ、気持ちは分かるけどね。
☆ルアーだったら全然平気だし、ほ
ら、バスフィッシングってなんかオシ
ヤレじゃない？

★だからキミみたいな女性釣り師が
増えたんだろうね。

☆つ、釣り師……。今は「アングラー」
って言うのよ。

★暗愚楽々？ キミもずいぶん古い
流行を知ってるもんだねえ。

☆??? とにかくね、最近はお店もず
いぶん入りやすい雰囲気になったの
よ。キレイだし、ちょっとおしゃべり

しながらお茶するスペースもあるし。

★そうなの？ ボクがよく行く釣り

道具屋は、ガラガラで引き戸を開
けるとおっかなそうな顔したおやっさ
んがデーンと腕組みしてるんだよ。
打ち解けるのにすっごく時間がかつた
けど、今はマル秘のポイントを教えて
くれるんだ。棚も崩れ落ちそうなく
らいいっぱい道具が置いてあるしね。
☆私ひとりじゃ、とてもじゃないけど
入れなさそうなお店ね……。

★そう？ じゃ今度連れて行ってあ
げるよ。

☆どーもありがと。マル秘ポイントを
教えてもらえるならぜひ。

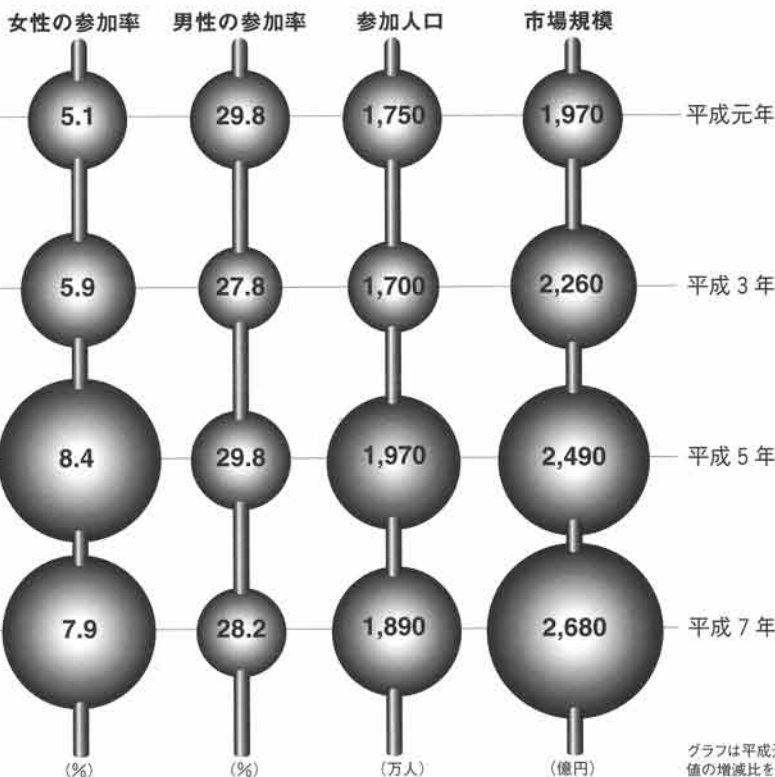
★でもさ、そのおやっさんが言って
たけど、釣りが大ブームになって人が
どつと押し寄せるようになったもん
だから、どのポイントもすっかり釣れ
なくなっちゃってるみたいだよ。

☆そうかもね。私も釣りを始めて一
番よく聞くのが「昔はもつと釣れて
た」って言うセリフだもん。

★ルアー釣りのファッショナブルさも
いいけど、やっぱり釣りの面白味は魚
を釣ることだからね。道具屋のおや
っさんが心配してたよ、せつかく釣り
を始めても釣れなきゃ続けてもらえ
ないって。

☆難しいところね。でも、私は釣れ
なくても楽しいな。自然の中にいる
だけでもリフレッシュできるし。

★キミはいつでもどこでもリフレッシ
ュしてるように見えるけど……。
☆大きなお世話！



FISHING

概ね前年比110%ほどの割合で拡大している釣り具市場。参加人口は平成3年から5年の間で大きく伸びたが、これはテレビのルアー番組放映などがブームを後押ししたようだ。参加人口は約2000万人とあるが、「実際の釣りファンは500万~600万人程度」(余暇開発センター)という。目立つのはここ数年の女性参加率の増加。女性参加のメインは湖沼・川を中心としたルアー/フライフィッシングだが、海の世界でも遊漁船が女性にきてもらいやすいように営業形態を変えるなど、環境整備の動きも。

NEW
MODEL

グラフィック、カラーリング—新の「シルバー」を追加

ヤマハスポーツ

『TZR50R』登場

フルサイズの50ccスポーツとして人気の「TZR50R」に、ニューグラフィック&カラーリングの「シルバー」が誕生。スポーツ感覚溢れる「ホワイト」も、フロントフェンダーとホイールのカラーチェンジで精悍さをアップさせました。



ラジカルホワイト

2月20日 発売

メーカー希望小売価格

299,000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。

カラー ライトグレーメタリック3(シルバー)
ラジカルホワイト



ライトグレーメタリック3(シルバー)

前後独立シート、レッグシールド標準装備のビジネス仕様

ヤマハ『SR125B』登場

「市街地の軽快なコミューター」として人気の「SR125」に、業務仕様が追加設定されます。一般小売運搬業務から官公庁業務等まで、幅広いシーンでのニーズに応える機敏さ、機動性が特徴です。

「SR125」からの変更点及びセールスポイント

- シート付きリアキャリア
2名乗車時、荷物積載時、双方での優れた使い勝手を実現したシート付きリアキャリアを採用しました。
- レッグシールドの採用
風や泥はねからの影響を最小限に押さえるレッグシールドを採用しました。
- 快適なメインシートの採用
走行中のフィット感、乗り心地に優れたメインシートを採用しました。

ヤマハ『SR125B』主要諸元

● 型式/エンジン型式=4WP/5NO ● 全長×全幅×全高=1955mm×775mm×1075mm ● シート高=740mm ● 軸間距離=1275mm ● 最低地上高=155mm ● 乾燥重量/装備重量=106kg/115kg ● 舗装平路燃費=58km/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=124cm³ ● 内径×行程=57.0×48.8mm ● 圧縮比=10.0:1 ● 最高出力=10PS/9,000rpm ● 最大トルク=0.92kgf・m/7,000rpm ● 始動方式=セル式 ● 潤滑方式=強制圧送ウェットサンプ ● エンジンオイル容量=1.3ℓ ● 燃料タンク容量=9ℓ ● キャブレター型式=Y24P ● 点火方式=CDI ● バッテリー種類=12N7-3B ● 1次減速比/2次減速比=3.318/3.500 ● クラッチ形式=湿式多板コイルスプリング ● 変速機形式=常時噛合式前進5段 ● 変速比=1速2.250 2速1.476 3速1.125 4速0.925 5速0.793 ● フレーム形式=ダイヤモンド ● キャスター/トレール=26°30' / 89mm ● タイヤサイズ(前/後)=3.00-17 45P/3.50-16 52P54 ● ブレーキ形式(前/後)=油圧シングルディスク/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/12V35W/35W

2月20日 発売

メーカー希望小売価格

290,000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。

カラー グリタリングブラック





精悍フォルムで次世代スポーツマルチを提唱

ヤマハスポーツ

『FZ400』新登場

スポーツ市場の支柱400ccクラスに「ネイキッド」を超えた新スポーツマルチが登場します。その名も『FZ400』。プランニューとして登場するこの『FZ400』は、現行のネイキッドが持つ優れた特徴を継承、同時にパワフルで軽快なエンジン特性、②高いコーナリング性能、高速域での快適性など、快適なスポーツ性能に必要な各要素を盛り込み、これを高次元でバランスさせたモデルです。

ネイキッドの「XJR400」、そしてトラディショナル「SR400」と合わせ、400ccスポーツ市場のリーダー役が、これで3モデル勢揃いです。

主な特徴とセールスポイント

- **新設計水冷DOHCエンジン**
軽量ピストン、新作コンロッド、サイレントカムチェーン、TPS装着CVKキャブレター、マイコン制御の点火イグナイター装置等を投入したニューエンジンを採用しました。特に、カムプロフィールの独自設定により、高速域で更にパワーが膨らむDOHCならではの特性を引き出しています。
- **4-2-1マフラーの採用**
排気脈動を効果的に活かす4-2-1マフラーを採用しました。
- **ワイドタイプのダブルクレードルフレーム**
優れた剛性と適度なしなりをバランスさせたワイドタイプのダブルクレードルフレームを採用しました。エンジン外側を囲い込むデザインは、'80年代前半の耐久レーサーイメージを演出。あわせて優れたコーナリング性能を実現するポイントとなっています。
- **〈ブレンボ〉キャリバーの採用**
優れたストッピングパワーと絶妙なタッチが特徴の〈ブレンボ〉キャリバーをフロントブレーキに採用しました。
- **ハーフカウルの標準装備**
フレームマウントのハーフカウルを採用、優れたライダープロテクション効果と居住性を実現しました。
- **マルチリフレクター方式2灯式ヘッドライト**
優れた照射性を実現する2灯式ヘッドライトを採用しました。オーガニックフォルムのハーフカウルと合わせ、精悍なフロントビューを形作っています。
- **その他の親切設計**
シート下収納スペース(VHSビデオ6本相当)、シート下のU字ロック収納用フック、見やすくスポーティーな3連メーター、収納式荷かけフック等を採用しました。



ブラック2



ビッドレッドカクテル1

ヤマハスポーツ『FZ400』主要緒元

● 型式/エンジン型式=4YR/4YR ● 全長×全幅×全高=2080mm×715mm×1170mm ● シート高=785mm ● 軸間距離=1420mm ● 最低地上高=130mm ● 乾燥重量/装備重量=177kg/199kg ● 舗装平坦路燃費=35km/l(60km/h) ● 原動機種類=水冷4サイクルDOHC4バルブ ● 気筒数配列=並列4気筒 ● 総排気量=399cm³ ● 内径×行程=56.0×40.5mm ● 圧縮比=11.7:1 ● 最高出力=53.0PS/11,500rpm ● 最大トルク=3.8kgf・m/9500rpm ● 始動方式=セル式 ● 潤滑方式=強制圧送ウエットサンプ ● エンジンオイル容量=3.5ℓ ● 燃料タンク容量=18ℓ ● キャブレター型式=CVK30×4 ● 点火方式=CI式 ● バッテリー種類=GT12B-4(MF) ● 1次減速比/2次減速比=2.170/3.357 ● クラッチ形式=湿式多板コイルスプリング ● 変速機形式=常時噛合式前進6段 ● 変速比=1速2.846 2速1.947 3速1.545 4速1.269 5速1.090 6速0.965 ● フレーム形式=ダブルクレードル ● キャスター/トール=24°00'/88mm ● タイヤサイズ(前/後)=110/70R17 54H/160/60R17 69H ● ブレーキ形式(前/後)=油圧ダブルディスク/油圧シングルディスク ● 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/ハロゲンバルブ12V60W/35W×2

3月20日 発売

メーカー希望小売価格 **619,000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。

カラー ビビッドレッドカクテル1
 ライトグレーメタリック3(シルバー)
 ブラック2

プロジェクトリーダーの語る 「開発意図とセールスポイント」

第2プロジェクト開発室

「FZ400」の開発の狙いは、「スポーツマインドを持つユーザーに強かに訴求できる次代の400ccモデルの提唱」ということでした。そのため、性能開発においては、「ズバリ」日常域での快適性とエモーショナルなスポーツ性能を徹底追求しました。

開発に当たっては、走行時の快適性を生み出す重要ポイントのひとつ「ライディングポジション」に着目し、この設定から開発をスタートさせました。実際の開発過程では、次の二つの要素の調和を狙っています。ひとつは、ネイキッドモデルの持っている「スポーツ性」の優れた基本性能を「継承しグレードアップ」を図る。そして一方で、新たなスポーツ性を付加して、「ネイキッドからの進化」を図る。この二つの要素のベストマッチングということです。

「ネイキッドから継承したもの」としては、◇快適なポジション、◇収納機能、◇タンデム性、◇実用性など。一方、「ネイキッドからの進化」としては、◆クイックレスポンスとパワフルなエンジン特性、◆限界特性に優れた走行性と素直なハンドリング等、日常域のスポーツ性で重要な要素です。

こうして「ネイキッドの楽しさを継承発展させながら、高速域を含めて一層快適な走りを実現したモデルが誕生しました。＜官能性能＞に照準を当てて開発したのが「XJR400」だとすれば、今回の「FZ400」は、＜快感スポーツ性能＞に照準をあてて開発したモデルといえます。

その結果「FZ400」は、コーナリングの楽しさ、走りの気持ち良さ、普段着感覚のスポーツ、などを身近に満喫できる特徴を持っています。そしてそれは、結果的に「ライダー疲労度の少ない高次元スポーツ」として完成しました。私達からの、次代のスーパースポーツの提案です。



FZ400用
 ガレージスタンド
¥4,900

洗車や日常の整備に便利なスチールパイプ製のスタンド。ガレージで映えるファッション性の高いアイテムです。

'97年2月発売予定

※その他、FZ400用レーシングプロテクター(¥12,800)も用意しています。

FZ400収納対応純正ロック
 (サイクルロックEU)

¥12,800

シートの下にびったり収納できる純正ロック。



'97年4月発売予定

ライトグレーメタリック3(シルバー)

PARTS & ACCESSORIES NEWS

SENSE UP

**リーズナブルなフルフェイスヘルメット
 [ロールバーン]が10年ぶりにフルモデルチェンジ!!**

YAMAHA HELMET NEW Roll Bahn

2月1日発売 メーカー希望小売価格 **16,800円**

お求めやすい価格設定のJIS C種商品として、幅広いお客さまから支持を集めるフルフェイスヘルメット「ロールバーン」が、市場の声に答えて10年ぶりにフルモデルチェンジ。基本性能の見直しを図ることにより、さらに商品性を高めて登場します。

ニュー「ロールバーン」は、JIS C種規格のFRP製フルフェイスとしては最も安い価格設定ながら、シールドの段差解消および埋め込み式のベンチレーションを採用することにより、先進のフラッシュサーフェイスフォルムを実現。また、高い操作性を誇るワンタッチシールド交換システムを装備するなど、各所に上級モデル並みの機構を取り入れています。

買いやすく売りやすい次世代の「ロールバーン」を、ぜひ幅広いお客さまにご案内ください。

〈主な特徴〉

- JIS C種/FRP製ベーシックモデルとしては、クラスNo.1の低価格設定
- 先進のフラッシュサーフェイスフォルム
- 高い操作性を誇るワンタッチ式シールド交換システム
- ダイレクトベンチレーション装備



スターブラック



ホワイト



ブラック



コンペティションシルバー



ディーブキャンディーレッド

