

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 ● YOU SHOPバイクロード

幅広い客層を誘う雰囲気づくりの工夫

特集 ● バイクショップとパソコン

やれる、広がる! こんなこと

Open Eyes ● (株)アコヤ
靴・婦人服販売

人と人が触れ合う店



まだまだ暑いなあ、なんて思っていたら、ふと残暑に潜む秋の気配に気がついた。それは朝夕の風の涼やかさだったり、一足早い高原の枯れ葉だったりするのだが、プロンコに乗っていると、そういうところが敏感になってくるんだな。



YOU SHOP バイクロード
愛媛県松山市(河野通明社長)



新店舗の評判のよさに「前の店で商売していたのが、失礼だったと思えるくらい(笑)」と口も滑らかな河野社長



スクーターとスポーツでは客層も違うし、お店に求められるものも当然違います。「どちらも、うちにとっては大切なお客さま」と語る『YOU SHOP バイクロード』さんの河野通明社長はどんなお客さまでも気軽に来店できるお店づくりを心掛けています。

スクーターからスポーツまで 幅広い客層を誘う雰囲気づくり

店舗移転でお客さまの認知度UP!!

松山市内、道後温泉の界隈にある「YOU SHOP バイクロード」さん。このあたりは全国的に有名な観光地であるとともに、市内でも高級住宅街に属する。「昨年の10月までは、ここよりも一つ奥の通りで、9年間営業していたんです。今の半分ぐらいのスペースにバイクを詰め込んで手狭だったので、移転することになりました」

「新店舗に移ったことでより多くのお客さまが来店するようになったと河野通明社長(河野)は満足気だ。「表通りに出ただけで、お客さんの認知度が断然高くなりました。この道沿いには前から看板を出していたんですけど、何年もここを通過して、店があることを知らなかったという人がたくさんいましたからね。新しい店に移って、販売台数や修理件数も目に見えて増えました」
常連のお客さまからも、広くなって見違えるようだとの声が届いている。

雰囲気づくりと清潔感で
入りやすいお店に

店内には外の光が多く取り込まれ、展示車の横に飾られた数本の観葉植物がその明るさを一層際立たせている。

オリジナルのプライスカードは、他のショップにコンピュータで作ってもらったもの



観葉植物やヌイグルミが飾られた店内。ふだんバイクに馴染みのないお客さまに親しみやすさを感じさせる



幅広い層のお客さまとのコミュニケーション

「面積が倍になったことで、お客さんにゆとりを持ってバイクを見てもらえるようになりました。観葉植物を置いたのは、バイク自体が機械なので、何か生きたモノを置いた方が柔らかい雰囲気が出ると思ってたからなんです。うちは主婦層が主な客層なので、明るくて入りやすい雰囲気大切にしています」

清潔感にも雰囲気づくりと同じくらい気を使っておき、店内の清掃も行き届いている。特に、展示車をきれいに見せることには細心の注意を払う。

「店の前の通りはかなり交通量が多くて、展示車にホコリが付きやすい。だからワックスをかけて、いつもきれいにしています」

自分のロイヤルスターで長距離ツーリングをするのが一番の楽しみという河野社長。「これからはスポーツもさらに盛り上げていきたい」と常々考え、スポーツとスクーター、どちらのお客さまでも気軽に足を運んでもらえるように、コミュニケーションを深める努力も怠らない。

例えば、スポーツの常連のお客さまが店の中に多いと、主婦のお客さまの中には入りづらい人もいるだろう。そんなときは、常連のお客さまに協力してもらい、どっというタイプのお客さまでも入りやすいよう配慮している。

もちろん、若いお客さまとの会話も大切に、彼らがどんなものに興味を持っているかに関心を払っている。「若い人たちと話していると、わからない言葉やモノがよく出てくるんですね。そういうときには、素直に聞くようにします。みんなちゃんと教えてくれるし、いろいろ参考になることも多いですよ」

こうしたお客さまとのコミュニケーションの積み重ねがお店をさらに明るくし、紹介のお客さまが増えるという好循環につながっているのだ。

YOU SHOP バイクロード

サービス

2 級整備士の資格を持つ河野社長は、付加価値のあるサービスを心掛け、修理した車はすべて空気圧、灯火、ブレーキの確認を欠かさない。

また、「洗車・WAXフェア」を不定期に実施し、期間中サービスに持ち込まれた車はすべて洗車とWAXをする特典を付けている。「ふだん何げなく乗っているスクーターやバイクも、ちゃんと磨いたらこんなにきれいになるんだ、ということがわかってもらいたくて始めました。お客さんからもどうすればこんなにきれいになるのかと好評です」



今年中に認証工場をとるために目下準備中のサービス工場

ツーリング

毎 月第2土曜日のツーリングには毎回5~6人のお客さまが参加。他店と合同開催する年2回の一泊ツーリングでは九州、中国地方まで足を伸ばす。

またお店のクラブ「B.R. ツーリングクラブ」オリジナルのブルゾンとTシャツも、人気が高い。



PAS

坂 の多い土地であるだけに、パスも注目の商品。喜久子夫人の積極的な行動力が拡販に結びついた例も少なくない。

「パスの購入を考えてらっしゃるお客さまがいたんですが、家の近くにある坂に登れるかどうか不安らしかったんです。そこで主人と一緒にその坂に登る実験をしました。もちろん、ちゃんと登れましたし、そのお客さまにはちゃんと買っていただけました」と笑顔。

イベント

松 山のお祭り「土曜夜市」の前日に「金曜夜市」と銘打ったイベントを実施。当日は用品のセールなどを実施したり、提灯を飾ったり、アルバイトの女性に浴衣を着て接客してもらったりと趣向を凝らした演出が人気を呼んでいる。

「前は土曜日にやってたんですが、やっぱりみんな本物のお祭りに行っちゃうんで、金曜日にやることになりました(笑)」

キーホルダー&ステッカー

バ イクやスクーターを購入したお客さまにはショップの名前が入ったステッカーとキーホルダーを進呈。スポーツバイクとスクーターではステッカーの種類を変え、さらに車両に合わせて選べるよう、数種類の色が用意されている。

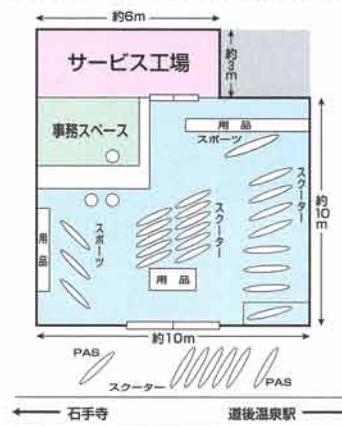


店舗



'95年の10月に移転したのが現在の店舗。以前、菓子メーカーの事務所として使われていた建物を改装したものだ。

店の周辺の住宅街から市電の道後温泉駅までは距離があり坂も多いので、スクーターの需要が高い。引っ越してきた人がスクーターを必要とされて、来店するケースも多い。商圏はさほど狭くないが、地域密着型の商売を心掛けている。



スタッフ

(左から)
河野通明社長

「私はこの町で生まれ、この町で育ちました。近所の人は昔からの顔馴染みばかり。だから地域のお客さまに、もっと親しまれるお店にしていきたいですね」

愛犬 ELLE(エル)

喜久子夫人

「実はこの前、普通二輪の免許をとったんですよ。お客さんと話しているうちに私も欲しくなりました。まだほとんど乗っていないし、バイクも持ってないんですけど、ちょっとしたパーツの交換くらいならできるようになりました」



顧客管理

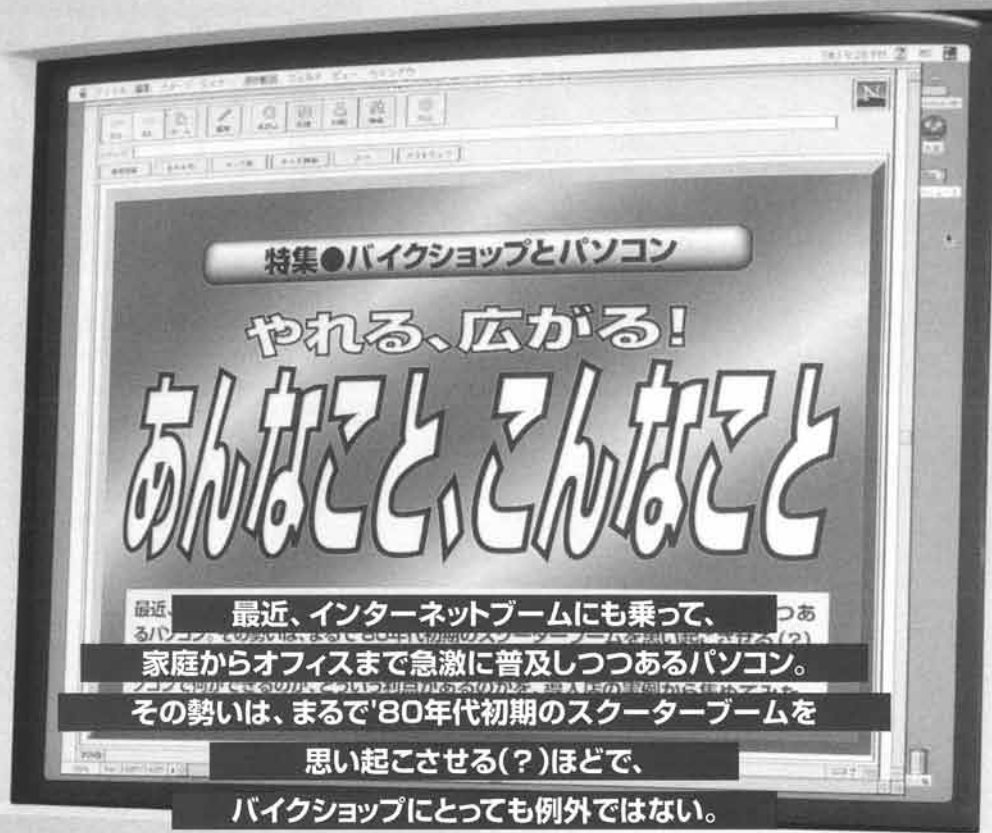
常 連のお客さまに作ってもらったコンピュータソフトを利用して、顧客管理。

「お客さんが少ないときは一人一人覚えていられたんですけど、やっぱり増えてくるととてもできなくて…」

ナンバープレートで検索して、過去の修理歴などが参照できるシステムになっている。そのほか宛名ラベル印刷、経理にも活用中。

特集

バイクショップとパソコン



最近、インターネットブームにも乗って、家庭からオフィスまで急激に普及しつつあるパソコン。その勢いは、まるで'80年代初期のスクーターブームを思い起こさせる(?)ほどで、バイクショップにとっても例外ではない。

そこで今回の特集は、いったいパソコンで何ができるのか、どういう利点があるのかを、導入店の実例から集めてみた。

7年前からコンピュータを導入したYSP国分さん。顧客データは点検ハガキによる来店促進、代替え需要に結び付けるために重要なもの。今後はレジとの連動でさらに情報を連鎖させていきたいと前田社長は考えている



販売店にとって一番効率化をはかりたい分野だけに、パソコン導入店の大半がここからスタートしている。基本中の基本。

顧客管理 ・ 経理事務

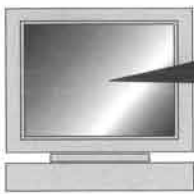
YOU SHOPアラタニ・ひまわり店(広島)の荒谷敏彦店長が話すように、「最初は趣味のウエイトが大きかったし、パソコンが普及していく時代の流れに乗り遅れたくなかった」という気持ちで始めたパソコンが、利用しているうちに「自分専用の新しい事務員が一人いる感じ」と、今やお店にとって手放せないものとなっている例は少なくない。

とりわけ経理面でのメリットを強く感じているのは、YSP伊那(長野)の竹村利彦社長。

「請求書発行がとにかく楽になりました。手書きよりもコンピュータでプリントアウトした請求書の方が説得力があるみたいで、不思議なことにお客さんが期限どおりに払ってくれる率が上がったんです。お客さまからの入金漏れがないかも、すぐチェックできるし、売上の統計も簡単に出せるので助かっています」

顧客管理においても、「台帳をいちいち開く必要がないので助かる(荒谷店長)」と検索機能のメリットを挙げるお店が多い。例えば、お客さまが盗難に遭ったときにも、「バイクを盗まれたお客さまから、電話で車両ナンバーを問い合わせられたとき、その電話の間に検索できてすぐに答えられます」と古賀サイクル(佐賀)の古賀友規社長が言うように、お客さまの名前や住所、バイクのナンバーや修理歴など多様なデータが、いつでも瞬時に呼び出せるからだ。

ペーパーレス化という利点を挙げるお店もある。コンピュータを使い始めたのは「紙を使いたくなくなったから」というYOU SHOPアンフィニスポーツ(東京)の下脇



●特集●
バイクショップとパソコン
やれる、広がる!
あんなこと、こんなこと

YOU SHOP
ヤマ(兵庫)の小山
昌三社長は、ヤマハ
幹旋の「恵比寿」

ソフトで十分だ。
ロソフト、ビジネス
クスといったワー
ドやクラリスワー
クストといったワー
ンターネットホーム
ページを作るのにスキ
ヤナーを買ったから、
今後はPOPなども
いろいろ作ってみたい。
もう、パソコンは
趣味みたいなモノだ
しね」

「最近DMなども自分で作り始めたんです。それまでは、写真やイラストを取り込んでうまくレイアウトしたりするのが大変そうだったので、顧客リストと連動したネームシールの出力までしかやっていませんでしたが、自転車チームのインターネットホームページを作るのにスキヤナーを買ったから、今後はPOPなどいろいろ作ってみたい。もう、パソコンは趣味みたいなモノだしね」

「一度フォーマットを作っておけば、価格表なんて文字や数字の入れ替えだけで、広告の版下なんかもそう。手間なんてかかりませんよ。業者に頼むために材料をそろえて下書きを作っている間に、印刷までできてしまう」というくらい、手間も時間も節約できる。もちろん、顧客管理や経理に使うものとはソフトが異なるので多少の出費と慣れが必要ではあるが、横山社長が使うクオーク・エクスプレスのような専門的なものでなくても、MSワードやクラリスワークスといったワーロソフト、ビジネスソフトで十分だ。

原付バイクが盗難にあったら どうしたらいいの?

原付バイクが盗難にあったら、どうしたらいいの? という疑問を解消するためのガイド。盗難発生時の対応手順、必要な書類、保険の扱いなどが詳しく説明されている。

原付バイクが盗難にあったら、どうしたらいいの? という疑問を解消するためのガイド。盗難発生時の対応手順、必要な書類、保険の扱いなどが詳しく説明されている。

YOU SHOP山成さんのホームページ。読んで役に立つ情報が満載されている
<http://www.geisya.or.jp/~yamanari/>

Rumiちゃん参加日記

モトショップ多摩さんのホームページ。制作者の我妻さん自身が高ポイントな格好キャラクター
<http://www.vnet.infotera.or.jp/mototama/>

モトショップ多摩さんのホームページ。制作者の我妻さん自身が高ポイントな格好キャラクター
<http://www.vnet.infotera.or.jp/mototama/>

インターネット

ああとR.T.日記

AST RECREATION TEAM (S) 1997.0

祝オタッキー、ひのきの里TR クラス優勝!

7/27、長野県水鏡湖上遊園地において行われた、第9回ひのきの里トライアルにおいて、ひのきクラス(上級)でオタッキーが優勝した。優勝は、高橋伸也(オタッキー)の活躍による。オタッキーは、この大会でオタッキーの活躍による。オタッキーは、この大会でオタッキーの活躍による。オタッキーは、この大会でオタッキーの活躍による。

ホームぺージがクラブニュースも兼ねているYOU SHOP ASTさん。プリントしてPOPにも利用
<http://www.musashino-wu.ac.jp/trial/ast/index.html>

新しいメディアとして定着しつつあるインターネットだが、今はまだまだ発展途上。ホームページ(HP)を開設したバイクショップも、すぐに実用的な効果を期待しているというより、手探りをするところが多い。それでも最近では、着々と独自の路線を打ち出しつつあるショップも目立ってきた。

YOU SHOP山成さん(大阪)のHPには、「盗難Q&A」のコーナーが設けられており、被害に遭った場合の届け出方法、遭わないための防犯策などを知らることができる。「残念ながら大阪市内では盗難が多くてね。お客さまからもよく相談を受けるんですよ。少しでも読んでタメになる情報を掲載しようと思っています」と、山成明専務は地域特性を視野に入れた情報提供を行なっている。「今後、免許の取り方などを載せていこうと思っています。なるべく誰が見ても分かりやすい内容でね」

一方、モトショップ多摩さん(神奈川)

のHPは、作成しているスタッフ、我妻瑠海さんのカラーを全面に押し出した楽しいページを作成している。

「とにかく自分が楽しんじゃおう思ってるんです。ページを見た全国の知らない方から電子メールが届くのもうれしい」と我妻さん。「あんまり『売り』のイメージを出したくないんです。見てくれる人には『楽しいことやってるお店だな』と思ってもらいたい」

女性らしいピンクを基調にした色合い、「RUMの独り言」コーナーなど、見た目にも華やかなページづくりに目がいだが、内容の充実度も高く、レースチケット、イベント、メンテナンス、中古バイクなどの情報が盛りだくさん。抑えるべきところはしっかりと抑えた、傑作HPのひとつだろう。



YSPメンバーズクラブのホームページ。全国YSP店リストを始め、イベントやプレゼント情報、平忠彦さんのツーリング紀行など、内容は盛りだくさん。
アドレス <http://www.yamaha-motor.co.jp/mc/ydsp/>



ロードレーサー、モトクロス、トライアルマシンなどのユーザーを対象にしたYMSFC:Yamaha Motor Sports Fan Clubのホームページ。Q&Aコーナー、フリーマーケットなど、ユーザー本位の作りになっている。全国RSS店リストも。
アドレス <http://www.enshu-net.or.jp/ymsfc/>



夏休みシーズンに向けて、大きくリニューアルしたヤマハ・ホームページ。新たにヨーロッパのページもオープンした。
アドレス <http://www.yamaha-motor.co.jp/>

接客・商談

素早く見積書を作成して商談をスムーズにしたり、インターネットの情報をモニターで見せたり……。パソコンそのものをコミュニケーションツールとして接客に役立てる方法もある。

「パソコンによる接客・商談」というと、無機質な印象を受けるかも知れないが、最近では、商談カウンターの前にパソコンが据え付けられているお店も増えてきており、パソコンがお店とお客様のコミュニケーションを深める橋渡し役を演じている。

「このあたりは田舎なもんで、パソコンを使ってるというだけでインパクトがある。つまり、他店との差別化をパソコンが担ってるんです」と笑うのはYOUSHOPP白上(島根)の白上信秀さん。近隣にはパソコンをフル活用している店がまだ少ないために、お客さまにとってはその存在自体が新鮮なのだ。

もちろん、それだけではない。商談にあたってのメリットは、まず事務的な作業が迅速になることだ。

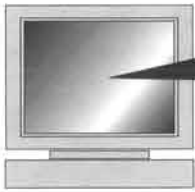
「見積書作成などの作業が早くなるほど、お客さんをお待たせることも少なくなる。そ



「オプションなど細かなニーズに即応できるのも、パソコンならでは」とYSP福大東の武本社長

のぶん会話に集中できるし、商談がスムーズに進みます」
さらにYSP福大東(福岡)の武本隆司社長は、
「数例のシミュレーションが必要なクレジット計算では、このオプションを付けたら月々の支払いはどうなるか、また支払い回数によってはどうなるかなど、瞬時に提示できます。オプションなどのお客さんの細かな要求に応えながらも支払額を即答できるから、商談の中で大きな強みになりますよ」と話す。

もうひとつのメリットは、あいまいさをなくす、という点。
「見積書をパソコンで作成することで、明確な数字をお客さまに提示することができるよう。手書きの見積書だと項目が大きいっぱいになりがちでしたが、パソコンを導入



●特集●
バイクショップとパソコン
やれる、広がる!
あんなこと、こんなこと

したことでザルの目が一段細かくなったりよ
うな感じ。取りこぼしが少なくなりまし
たね」と武本社長が言えば、YSP広島南
(広島)の蒲池毅社長も「パソコンからプリ
ントアウトした見積書だと、1円単位まで
きちんともらいやすい、という面は確かに
ありますね」と口をそろえる。

これは多分に心理的なものだろうが、手
書きよりも印刷された、あるいは画面に表
示された数字の方がお店もお客さまも安
心できる、納得しやすいということなのだ。

一方、前出の白上社長が言うように、
「ツーリングクラブのブルゾンデザイナー
を、パソコンで作ったんですよ。メンバー
のお客さんたちと一緒に、モニターに向
かってワイワイ言いながらね。それに、イ

CADで設計したYZ80用のオリジナルフロントフォークブラケットを手にするYSP市川西スタッフの本宮賢さん。設計図面をペイントソフトで着色して、店内用POPも作っているとか...



ンターネットのホームページ開設までは
いきませんが、店のパソコンからネットに
接続してバイク情報提供もしています。
店頭でセールストークをするより効果的
な時もあるんですよ」

あるいは、
「店頭のモニターを使って、さまざまなオ
プションパーツを組み込んだマシンの完
成図を見せられれば、カスタムを希望す
るお客さんのイメージをより正確に把握
できるし、もつとふくらませてあげるこ
ともできるね」といった意見が多く聞か
れ、パソコンが新しいコミュニケーション
ツールとして機能している点も見逃せな
いところだ。

オリジナル
テクニック

パソコンに慣れてくると、独自のソフトをプログラムしたり、より
専門的なソフトを駆使したり、いろんな可能性にトライしてみた
くなる。もうただのOA機器ではない存在だ。

12、3年前からパソコンを導入してい
る松江自動車・二輪店(奈良)・松江浩実
店長は、その経験を生かして、オリジナ
ルの顧客管理ソフトを1年半ほど前から
開発中。

「今、保険会社などで斡旋している顧客
管理ソフトは、機能が多すぎてバイクシ
ョップにはかえって扱いづらい。おまけに
値段も数十万円とかなり高くなっていま
す。だから、もっとバイク屋さんの実情に
あった安価なソフトを作ろうと思ったわ
けです」

パソコンがあるバイクショップなどほと
んどなかった時代から、蓄積していた顧
客や販売車両の膨大なデータをベースに、
コンピュータ言語で1からプログラムを
始めたというかなりの力の入れようだ。

「車体番号や原動機形式といった項目を
作って、内容を販売証明書と近付けてい
るのでバイク屋さんには使いやすいと思
いますよ。それに、検索と印刷のしやす
さも一番。ヤマハの点検ハガキな
どに、宛名がきれいに印刷できる
ようになってるんです」

このソフトはウィンドウズ95上
で作動し、現在β版ソフトウエ
アの試供品を周りで使用しても
らっているが、好評ならば販売す
る予定で、値段は市販品の数十
分の一まで抑えたいと意欲的だ。

部品を発注するときに、パーツ
ナンバーを調べる手間を減らす
ためのシステムを構築しているの
は佐賀県の高賀サイクルさん。パ
ーツリストやサービスマニュアルに
描かれている図をスキャナーで取
り込み、さらに各パーツナンバ
ーを入力して、画面上で簡単に検
索、表示できるようになっている。

まだすべての車種を網羅しているわけ
ではないが、古賀友規社長は「分厚いリスト
から品番を探し出さなくても済みまし
し、リストの置き場に困ることもない」と
胸を張る。

YSP市川西(千葉)さんでは、CAD(コ
ンピュータ上で設計、製図を行うこと)ソ
フトを用いて、オリジナルパーツの設計
を行っている。

「自分のバイクに付けるパーツが欲しか
った」という町田晴男社長の趣味の延長
で、10年前からパーツの製造販売をスタ
ート。省力化とスピードアップを図るた
めに2年前にCADを導入した。

東京都葛飾区にある同店の工場では、
コンピュータと大型の工作機械を使って
さまざまなオリジナルパーツが作り出さ
れている。10、20の単位で量産すること
もあれば、頼まれてワンオフパーツを作
ることもある。価格は大手の量産パーツ
と比べると多少割高だが、個性豊かな商
品として、お客さまからの評判も上々だ。

形状の複雑さによって異なるが、1つ
のパーツを削り出す作業は数10分ほど。
まず図面を完成させ、そこから工程を割
り出し、工作機械にそのプログラムを打
ち込んで切削作業を行なうわけだが、
「現状では機械に工程を打ち込む作業が
必要なので、今後はCAM/CADのデー
タを基に機械制御で製品を作ること」を導
入することも考えています。また、イン
ターネットを使ってパーツの宣伝をし
たり、遠くのお客さんとは画面上で図面を
見ながら検討し合えるようにしていきたい
ですね」と町田社長の夢は広がる。

コンピュータがますます普及していく
中、独自のパソコン活用法を持つことがこ
れからのショップアイデンティティのひ
とつになっていくかもしれない。

人の顔と名前が一致するという金地社長。現在はファイリングが、当初は生写真にデータを書き込んだだけのものだった



接客の原点を重視した 人と人が触れ合う店

■来店客をモデルにしたチラシと、ひとつとして同じものがない手作りDMで業績を伸ばし、今、全国的に注目を集めている(株)アコヤ。金地社長は、「当たり前のことを当たり前にやっているだけ」と語るが、その影には、顧客データの収集という地道な努力と、顔と顔が見える店作り、そして何よりも固定客を大切に作る姿勢が見える。売上金額の2〜3%を販促費に充てるが、チラシ、DM以外の宣伝広告はしない。「広告で遠くから一度だけ来店し、固定客にならないお客さまは、極端な話、断つてしまいたいぐらい」それほど徹底した固定客重視の商売を貫く意図・秘訣とは……

お客さまをモデルにしたチラシ

ウチでは月に1回、3万5000部の新聞折り込みチラシを打っています。これを家族が見ることなどを考えると、延べ10万人以上の方が見ていることになる。ところが、その全員が来ることはあり得ない。いいところでは1日300〜400人ぐらいです。ここで、「よくそんなに来たな」と思うか、「何やコレだけか。もっと何とかならんか」と思うか、「何やコレだけか。もっとしょうね。私はいつも「何とかならんか」と、いろいろ考えてきました。

お客さまをモデルにしたチラシ作りは、実はたまたま夜寝ながら考えた(笑)。これは考え方としてはシンプルで、とにかく見てもらえるチラシを作りたいだけなんです。近所の人が出ていけば、まずは「お、何や」と見てもらえるでしょう。それに業人のモデルを使うことで、何だか面白いチラシになった。面白ければ、最後まで読んでもらえます。

また、チラシは店の都合で打つても、絶対に人を動かさせません。例えば、売れ残った在庫を処分しようと

株式会社アコヤ —靴・婦人服販売—
かなじ じつほ
金地 実奉氏 代表取締役社長 香川県大川郡

昭和59年に法人組織化した靴と婦人服の小売店。香川県高松市と徳島県鳴門市の中間付近に位置する。靴販売をメインに、10年ほど前から婦人服の取扱を始めた。国道11号線沿いに建つ2階建ての店舗は、約150坪。今年3月に隣接する白鳥町から大川郡大内町へと移転した。商圏は半径約15キロ、商圏人口は約4万人。同業グループの勉強会などで販売ノウハウ提供にも力を注ぐ。11名の従業員とのチームワークを重視し、社長が上に立つというよりは、輪の中で全員が一体化しているという関係作りを心がけている。ちなみに社名は、赤穂浪士の討ち人の末裔であることから代々使われていた屋号「赤穂屋」が転じたもの。



店内、春まつ盛り。
akoya 本店
akoya co.,ltd.
島根県松原白馬神社西100 TEL.25-4520

34,800円
34,800円
39,000円
34,800円
29,800円
39,000円
49,000円
34,800円
34,800円
34,800円

●靴
●トップ
●スカート
●アクセサリ
すべてアコヤで揃います。

春
●靴
●トップ
●スカート
●アクセサリ
すべてアコヤで揃います。

ブラックフォーマルも取揃えております。

1枚1枚手作りされるDM。自前で撮影した写真を切り抜き、メッセージを添える。来店率は100%という



来店率100%を誇る 手作りDM

手作りDMは、チラシで捕まえたお客さまを何と固定化できないかと考えたところから始めました。3

しても、それはお客さまが買わないから売れ残っているわけで、チラシぐらいで売れるわけではない。チラシには心が映されると、私は考えています。売り出しシーズルのチラシなら、「年に1回のビッグ・イベントなんですよ、どうぞ来てください」というように心を込める。そうすると見る人の心を動かせるチラシが作れ、ひいては来店を促進することになるのです。

万部のチラシを打って、300人のお客さまが来店したとすると、リターン率はわずか1%です。先ほど言ったように、チラシで残りの99%を動かす努力ももちろんしますが、来てくださった300人をもとにかく大事にしたい。そこで、リターン率の高いDMを作る必要があるわけです。

ウチでは以前から来店客の写真を撮って、顔と名前を覚えるようにしていました。今でも私は5000~6000人のお客さまの顔と名前が一致します。何度か来店されるお客さまには、名前を呼んであげた方がいいでしょう。少なくとも自分が客の立場だったら、名前と呼ばれた方がうれしい。それに、勤務先などが分かっているならば「役所に勤めている方だから、この服にこの靴」というように商品を勧めやすい。

そのために、無料のコピーコーナーを作り、そこでの語らいの中でお客さまの趣味嗜好などを聞き出す。そうやって何年もかけて、お客さまのデータを蓄積していったんです。

これらのデータが、DM作りの核になりました。お客さまの生活背景にマッチし、似合いそうな洋服をコーディネートします。そしてそれを写真撮影し、プリントを切り抜いて貼り付けます。そして、手書きのメッセージを

来店客をモデルにしたチラシは、単に奇抜さを狙ったものではなく、心を込めて作られたものだ



コーヒースペースでお客さまと語り、その中で顧客データを収集する

顔と顔が見える店作り

添えるんです。すると、「これを売りたい」という店の勝手ではなく、お客さまの好みや都合にフィットしたDMが作れる。

このDMによる来店率は、ほぼ100%。ほとんどのお客さまは「このセットがほしい」と、DMでお勧めした商品をお買い求めになります。

結局、顔と顔が見える店作り、という、ごく当たり前のことをやっているだけなんです。売る側が、お客さまをただの「客」としてではなく、ひとりの人間としてきちんと把握しよう、というだけのことです。

お客さまの好みや生活背景をきちんと知る。何度も来店してくださる、いわゆる上得意のお客さまを、名前を呼ぶ。せっかくDMを出すなら、喜んでもらえるものにする。どれも「当たり前」のことなんです。こちらは簡単に「固定客」などとお客さまを呼んだりしますが、お客さまは「固定店」などとは言いません。どこで買い物するかなどは、常に流動的です。そんな中で、どうしたらウチに来てもらえるか、とにかく

自店のお客さまを大事にする

今は雑誌やテレビなどによって、ファッション情報はポードレスにお客さまのものに飛び込んできます。ですから、東京でも地方でも流行はほとんど一緒。地方だからといって、安かろう悪かろうでは売れない時代です。ちゃんとしたメーカーの品で、しかもお客さまのニーズに合った商品を置かなくてはなりません。

この「ニーズ」には、先ほど言ったように地域性は関係ありません。それよりも、自店で売れるものを置くことが重要です。つまり、いつ、どんな人が、どんな商品を買ったかという自店のマーチャンダイジングを明確にするんです。

ウチのすぐ近くには、靴販売の大手チェーン店がありますが、ライバルとは思っていません。仮に激しくライバル視してしまうと、必ず品揃えを間違えることになる。例えばチェーン店に対抗して安売りのNIES商品を投げ売りし、一時的にお客さまが集まったところで、そのお客さまがリピーターになる確率は非常に低い。リピーターのお客さまを大事にするという店の方針と狂ってしまっているんです。

ウチはウチで売れるものを置き、ウチに来てくださるお客さまを大事にする。ただそれだけ。だから、チェーン店だろうがデパートだろうが、何が来ても怖くないといったところですよ。笑。かえて接客の差を比較してもらえただけ、ありがたいくらいですよ。

500~600
されている

FROM SALES

ありがとう!! 総応募数1168通! 「週末は、バイク人。」 ポストカードコンテスト

大人の週末バイクライフを応援し、二輪車の需要を上げていくヤマハの「週末は、バイク人。」キャンペーン。その一環として実施した「ポストカード大賞」では、「週末は、バイク人。」をテーマに、「送ってみたい」もらって嬉しい「ポストカード」を募集しました。7月31日の締切までにご応募をいただいた総数は1168通。昨年大きな反響を呼んだ懸賞論文同様、自分のバイクライフを

写真やイラストで表現し、一葉のポストカードに綴った素晴らしい作品が数多く寄せられています。ご協力いただいた販売店のみならず、厚く御礼申し上げます。応募された方全員には、ヤマハ特製オリジナルポストカードセットを差し上げます。最優秀賞5名(副賞・マジエステイ)の受賞者、及び受賞作品は次号でご紹介する予定です。

FROM SERVICE

自店の技術力を磨きあうチャンス! 「ヤマハ整備士コンテスト」参加店募集中

全国の販売店から腕自慢のサービスマンが集い、技術力を競う「ヤマハ整備士コンテスト」も今年で第8回。これは整備技術だ

けでなく、接客など総合的なサービス力を競うもので、二輪メーカーとしては唯一ヤマハが継続開催しており、年々各方面からの注目を集めています。

そこで、今年「地区大会」ご案内パンフレットで多くの販売店に参加を呼びかけ、各店の技術力を試す場として下さい。

活用していただくほか、「ヤマハニュース」『WAY』でも全国大会の模様を紹介し、お店の技術力が全国のお店やお客さまにアピールできるよう支援して参ります。

地区大会の開催日等は、各地区担当サービスまでお問い合わせ下さい。

FROM SAFTY

教える立場の人こそ、しっかり学ぼう!! 『全国高校交通安全教育・二輪車安全運転指導者研修会』

高校生の二輪車による交通事故を減らすためには、彼らを指導する立場にある人が正確な技術と知識を持つことが大切。そこで、財団法人交通安全教育普及協会は、全国の高校教職員や教育委員会関係者を対象に、二輪車の運転方法の指導の在り方や実技指導を含めた交通安全教育を学校でどのように行うか、体験を通して考える機会や情報交換の場を提供する目的で、「全国高校交通安全教育・二輪車安全運転指導者研修会」を行っている。

スポーツランドSUGOで8月6～8日の3日間行われた研修会では、14名の高校の先生が参加。座学に加えて、カートコースでの運行前点検、走行訓練、さらには夜間練習やサーキット体験走行、オフロードコース走行とあらゆるシチュエーションを想定した講習を受けた先生方からは「バイクの特性など生徒に教えられる知識が身に付き、今後指導していく上で大変役立つ」などの声がかれました。



研修会ではベテランインストラクターが細部に渡り指導、バイクに乗るのは初めてという先生も「生徒たちが興味を持つ理由がわかった」と納得

FROM Y.E.S.S

親子で楽しむモーターサイクルライフ 『親子バイクスクール』好評開催中

バイクの楽しさを子供にも教えてあげたい。一緒に体験してみたい。そんな思いをもつお父さん、お母さんにとっておきのスクールが「神奈川親子モーターサイクルスポーツスクール」。「親子エンジョイバイクスクール」です。インストラクターが親切に指導するので、まったく未経験のお子様も学ぶのに最適。また交通安全に対する意識を育むこともできます。

7月27日、佐野スポーツランドで行われた「親子エンジョイバイクスクール」では6歳から9歳までの子供たちが参加。初めてまたがるPWに最初は恐る恐るだが子供たちも、両親の見守る前でみるみる上達していききました。9月以降も開催されますので、お子様をお持ちのお客さまに声をかけてみてはいかがでしょうか。

心配気に見つめるお父さんを尻目に疾走!!



YTS講習会日程

ブロック	9月
北海道	
東北	
東京	
中部	B
神戸	M 10~12
中国	M 17~19
四国	
九州	B

※B/ベイスック M/マスター D/ドクター
※都合により開催変更および中止となる場合があります。また、日程のないものなど、詳しくはヤマハの各担当営業所へお問合わせください。



最初は不安そうな表情の子供たちも...

●神奈川親子モーターサイクルスポーツスクール
〈体験走行と基本的な乗り方レッスン〉
会場：上瀬谷米軍通信隊広場
開催日：9/21、10/19、11/23
参加料金：親子ペア1組 3,000円
参加資格：10歳までの自転車に乗れる子供とその保護者
募集定員：各会場申込先着順10組
その他：バイク、ヘルメット、保護具はレンタル
問：ヤマハ東・西神奈川営業所0462-29-8680

●親子エンジョイバイクスクール
〈基本的走行から応用走行まで〉
開催日・会場：10/5 佐野スポーツランド
10/12 スポーツランドSUGO
11/23 桶川HARP
参加料金：車両持ち込み 5,000円
レンタル 8,000円
参加資格：自転車に乗れる小学生とその保護者
募集定員：各会場申込先着順親子20組
問：ヤマハ東京0423-36-6511



今年の鈴鹿8耐(P18)19参
照は生憎の悪天候に見舞われ
たものの、同じ日にヤマハ東京シ
レース中継を食い入るように見つめる!

鈴鹿まで届け! 熱い声援!! 東京シヨールーム「8耐フェスティバル」

YAMAHA TOPIC



スノーモビルに乗って長谷川社長と握手
するクリス・ウィンセント選手。100
万台達成を共に祝福してくれた

ヤマハスノーモビル誕生から30年 生産累計100万台達成記念式典を開催

YAMAHA TOPIC

ヤマハ発動機がスノーモビルの
生産をスタートしたのは196
8年。今年で記念すべき30周年
を迎えるわけですが、8月6日
には、さらにもうひとつの節目
が重なりました。第1号モデル
「SL350」以来100万台の生
産を達成したのです。

当日、ヤマハの磐田第一工場の
スノーモビルラインで「スノーモ
ビル30周年・100万台記念式
典」が、多くの関係者、プレスが
見つめるなか、中村工場長の挨拶
で始まりました。

席上、長谷川武彦社長は自ら
スノーモビル開発に携わった思い
出を交えて30年間の歴史を回顧

し、「人から喜ばれる商品をこれ
からも送りだしたい」と挨拶。続
いて、長谷川社長らの手による
テープカットのあと、記念すべき
100万台目のモデル「SRX6
00」が拍手の中ラインオフ。ま
た、今年のスノーモビルレース・
イギリスリバー選手権をVX70
0SXで制したアメリカのクリ
ス・ウィンセント選手らとの記
念撮影も行われました。

現在ヤマハは年間35,000
台のスノーモビルを生産。スノー
モビルランドの開設、ライセンス
発行など普及活動にも取り組
み、スノーモビルの楽しさを多く
の人に広げています。

ヨールームで開かれた「8耐フェ
スティバル」は天気に恵まれ、お
よそ200人のお客さまがヤマハ
チームライダーを応援するた
めに駆けつけました。

優勝チーム予想では昨年の覇
者、芳賀紀行とその兄、芳賀健
輔の兄弟ペアに多くの票が集中。
惜しくも昨年の再現は成らなかつたものの、終盤のラッセル/コ
ーサー組の追い上げに多くのフ
ァンがゴールまで中継に釘付け
になっていました。

そのほか、当日はイベントも
盛り沢山。バイクゲーム大会、
ビンゴ大会やYESスクールの



バイクゲーム
には手慣れたもの。
でもみなさん、
帰りは安全運転で!

撮影会などが行われ、お客さま
たちもノリにノッて大いに盛り
上がりしました。

また、鈴鹿サーキットからリア
ルタイム情報を発信したヤマハ
8耐ホームページも大盛況。平
常の3倍にあたる20万件ものア
クセスを記録しました。

BOOKS GUIDE

ストリートバイカーズvol.1トラッカー

TW200に代表されるように、ストリートではバイクをカスタムし、自分のファッションに取り入れている若者が急増中。そんなストリートバイカーたちに一番人気なのが「トラッカーカスタム」。バイクや、パーツだけでなく彼らのファッションまでもも網羅したバイクトレンド丸わりの一冊です。

●発行:(株)ニュース出版 ●¥980円(税込)



EVENT TOPIC

安全運転と事故防止を目指して 『第30回二輪車安全運転全国大会』

今年で第30回を迎えた「二輪車安全運転全国大会」。(財)全日本交通安全協会と二輪車安全普及協会の主催により、二輪車の安全運転技能と交通マナーの向上を図り、交通事故を防止する目的で開催されています。

8月2、3日、地方予選にあたる都道府県大会を勝ち抜いた代表選手が鈴鹿サーキットで開催された全国大会に参加しました。

この大会は一般A(400cc以下)、一般B(400cc超)、女性、高校生の4つにクラス分けされ、舗装路、不整地などを法規に忠実に運転しながら、設置された

●第30回二輪車安全全国大会

- 〈団体賞(4クラスの合計)〉
東京都
- 〈各クラスの優勝者〉
一般A: 吉田佐千夫さん(岡山県)
一般B: 村社芳行さん(鳥根県)
女性: 足立智恵子さん(鳥根県)
高校生: 蔵田智士さん(福島県)

課題をクリアし、減点がもつとも少なかった選手が優勝となります。

今年には第30回を記念して、高校生クラスの優勝者、蔵田智士さんに文部大臣賞を授与。さらに記念アトラクションとしてP

EVENT TOPIC

バイクの魅力について語り合おう!! 『'97バイクフォーラム』開催

8月19日はバイクの日、今年で第8回となる恒例の「'97バイクフォーラム」(主催総務庁・日本自動車工業会)が東京都内のホールで700人以上の観客を集めて開催されました。

今回の司会を務めるのは鈴鹿8耐に挑戦したこともあるタレントの清水國明さん。ゲストに脚本・善田さん、音楽・柏さん、出演三井さん阿部さんのラジオドラマにみんなつたり



は柏秀樹さん(モータージャーナリスト)、善田紫紺さん(ライター)、三井ゆりさん(タレント)、阿部寛さん(俳優)が招かれ、「バイクの楽しさ、バイクの魅力」について、それぞれの経験をもとに楽しいトークが繰り広げられました。また、今回はホームページで募集したみなさまからのメールをもとに様々な意見がかわされました。特に、柏さん、善田さんらの家族と一緒にバイクを楽しむライフスタイルが、会場の共感を呼んでいたようです。

トークのあとは、全日本モーターサイクルクラブ連盟レスキューレンジャー総隊長の日高慎介さんによるファーストエイド講習。ユーモアを交えて語られる救急法に、出演者も観客も興味深く耳を傾けていました。



日頃心掛けている安全運転の腕前を披露

Wを使った「親子バイク教室」も開催されました。

なお、各クラスの優勝者は(財)全日本交通安全協会の主催する欧州交通安全視察団の一員として、ヨーロッパに派遣されます。

LOCAL TOPIC

モーターサイクルからマリリンまで ヤマハ中部・本店(名古屋)に ショールームが新たなオープン

名古屋市北区にあるヤマハ中部株本店では、このほど、1階スペースを全面的に改装。お客さまがもっと気軽に立ち寄り、モーターサイクルを中心に、ヤマハの新品をゆくりと見る事ができるショールームとしてオープンさせました。

現在展示している商品は、モーターサイクル20台、バス4台とマリッジットやボート、マリリン用品など。話題のニューモデルを、いち早く見て、触って、またがって確かめる事ができるほか、案内カウンターでは最寄りの販売店の紹介、YESサイン

- 地下鉄：名城線・志賀本通駅より徒歩10分
- 電車：名鉄小牧線・上飯田駅より徒歩8分
- バス：地下鉄東山線・栄駅より市バス8番系統で辻本通り下車、徒歩1分



■YAMAHA名古屋ショールーム
場所：名古屋市北区辻本通り2-34
ヤマハ中部(株)1階
問：052-917-1556
営業時間：月～金曜日
9時～17時30分

S-NK2耐3位のサンダーエースが8耐でも大活躍! SP4耐ではTNRが1・2フィニッシュ

8耐での優勝は惜しくも逃したヤマハですが、SP4耐を制覇、S-NK2耐でも印象に残る活躍を見せました。

8耐決勝の前週、7月20日に

優勝した川上は「4耐に勝つのが小さい頃からの夢でした」と喜びを表現した



RACING TOPIC

行われたS-NKレースはNK1(750cc以上のスチールフレームマシン)と新設されたX-Formula(800cc)の1350cc・改造無制限という2つのカ

テゴリーによって争われます。

このレースの注目マシンはOVERdrive LightからエントリーしたYZF1000サンダーエース(大西敏紀/箕田貴司組)。予選3位からスタートし、序盤トップ争いを展開します。しかしレース開始15分後、転倒車からオイルが漏れ、危険を感じたサンダーエースは他のトップグループと同様にピットイン。再スタート後もこの遅れが響き、追いつけず3位でゴールしました。

この結果でサンダーエースは、S-NK2耐上位6チームに与え

WORLD TOPIC

スウェーデンでユーザーのために、 セーフティスクールを開催

6月4日、スクールが行われたスウェーデン南部のアンダーストープ・レースウェイには、スウェーデン全土

ヤマハのスウェーデンの代理店、ヤマハ・モーター・スウェーデンはスウェーデンの全ヤマハユーザーを対象に、無料で「ヤマハセーフティスクール」を開催。これは、めざましく拡大するスポーツバイクの需要に対応するもので、昨年目から実施され、2年目を迎える今年も大成功を収めました。

から昨年の倍を数える80名の参加者が集結。スウェーデンの人気の高さも裏付けました。5人の経験豊かなインストラクターによる、高度かつ安全な乗り方テクニックの伝授に、参加者全員熱心に耳を傾け、サーキットで実際のライディングテクニックを学び、同じ熱意を分かち合うバイク仲間同志の交流を深めました。



MARINE TOPICS

『ちびっ子マリリン体験会 in浜名湖』開催

地元を中心に91名の子ども達が集合。夏休みの思い出になったかな



日本列島で梅雨明けが発表されたばかりの7月22日(火)、『ちびっ子マリリン体験会in浜名湖』が、静岡県浜名湖のヤマハマリナー浜名湖で開催されました。

23回目を迎えるこのイベントは、マリンスポーツの体験を通じての子ども達の健全な育成を目的に毎年主催しているもので、今年も小学校5・6年生91名が参加、マリナーは子ども達の歓声と活気に溢れました。

4グループに分かれた子ども達は、交代でマリッジット体験「モーターボート体験」「セイリングクルーザー体験」「パドルレースをインストラクターの丁寧な指導を受けながら楽しみ、一日が終るころには真っ黒な顔を輝かせ、満足そうでした。

TOOL BOX

ヤマハモーターリサーチ株式会社の設立に調印。また、同国のヤマハ二輪車製造合弁会社「ホンリョイヤマハモーター株式会社」の工場が移転し、その記念式典が行われた。これで、今まで以上にマレーシア市場に則した二輪車の開発生産が可能になった。

★ベルギーで行われた世界選手権モトクロス500cc第10戦。雨中の第1ヒートで、3番手から好スタートしたヤマハのアンドレア・バルトリニ

が優勝。YZM400Fの通算4勝目を飾った。第2ヒートでも、チームメイトのピーター・ヨハンソンが2位に入る活躍を見せた。

★ヤマハは高性能、高能率の産業用無人ヘリコプター「エアロロボットRMAX」を新発売。コンパクトな機体ながら、実用ペイロード(搭載量)は産業用無人ヘリ最大の30Kgを誇り、農業散布を始めとする農業分野での需要の広がりが予想される。

「ヤマハニュース」情報募集のお知らせ

ヤマハニュースでは、お店からのホットな情報を募集しています。ユニークなイベントや店頭活動、お店独自のパソコンの使い方などどんな話題でも結構です。もちろんお宝も継続募集中。ヤマハにまつわる古いアイテムを見つけたら、どしどし下記までFAXをお寄せください。

ヤマハニュース編集部
FAX 03-5474-7898



「YZF750と同じパーツが使えるので、楽にマシンが作れた」というOVER de Lightの佐藤健生監督。少ないコストで大きな成績を手に入れた



スベックDエンジン本体は、投入以来ほとんどのトラブル。その信頼性の高さと優れたドライバビリティーが、ヒルの躍進を支える

熟成進むスベックDエンジン ヒル、堂々の2位表彰台獲得!

「ここまでは、開幕前のテスト不足から苦戦を強いられてきた「アロウズ・ヤマハ・チーム」ですが、第11戦ハンガリーGPでデimonヒルが2位入賞! これでもヤマハエンジンは94年のスペインGP3位マーク・ブランデル以来、2度目の表彰台を獲得しました。

「ここまでは、開幕前のテスト不足から苦戦を強いられてきた「アロウズ・ヤマハ・チーム」ですが、第11戦ハンガリーGPでデimonヒルが2位入賞! これでもヤマハエンジンは94年のスペインGP3位マーク・ブランデル以来、2度目の表彰台を獲得しました。



「ここまでは、開幕前のテスト不足から苦戦を強いられてきた「アロウズ・ヤマハ・チーム」ですが、第11戦ハンガリーGPでデimonヒルが2位入賞! これでもヤマハエンジンは94年のスペインGP3位マーク・ブランデル以来、2度目の表彰台を獲得しました。

「ここまでは、開幕前のテスト不足から苦戦を強いられてきた「アロウズ・ヤマハ・チーム」ですが、第11戦ハンガリーGPでデimonヒルが2位入賞! これでもヤマハエンジンは94年のスペインGP3位マーク・ブランデル以来、2度目の表彰台を獲得しました。

「ここまでは、開幕前のテスト不足から苦戦を強いられてきた「アロウズ・ヤマハ・チーム」ですが、第11戦ハンガリーGPでデimonヒルが2位入賞! これでもヤマハエンジンは94年のスペインGP3位マーク・ブランデル以来、2度目の表彰台を獲得しました。

「ここまでは、開幕前のテスト不足から苦戦を強いられてきた「アロウズ・ヤマハ・チーム」ですが、第11戦ハンガリーGPでデimonヒルが2位入賞! これでもヤマハエンジンは94年のスペインGP3位マーク・ブランデル以来、2度目の表彰台を獲得しました。

「ここまでは、開幕前のテスト不足から苦戦を強いられてきた「アロウズ・ヤマハ・チーム」ですが、第11戦ハンガリーGPでデimonヒルが2位入賞! これでもヤマハエンジンは94年のスペインGP3位マーク・ブランデル以来、2度目の表彰台を獲得しました。

RESULT

世界選手権ロードレースGP500

- 第9戦・ドイツ(7/20)**
1位 ドゥーハン(ホンダ)
2位 岡田忠之(ホンダ)
3位 青木宣篤(ホンダ)
7位 ジベルノ(ヤマハ)
- 第10戦・ブラジル(8/3)**
1位 ドゥーハン(ホンダ)
2位 岡田忠之(ホンダ)
3位 カダローラ(ヤマハ)
5位 阿部典史(ヤマハ)

RANKING (第10戦終了時)

- 1位 ドゥーハン(ホンダ) 245
2位 クリビーレ(ホンダ) 129
3位 青木宣篤(ホンダ) 126
5位 カダローラ(ヤマハ) 85
8位 阿部典史(ヤマハ) 77
14位 ジベルノ(ヤマハ) 38

ワールドスーパーバイク

- 第6戦・アメリカ(7/13)**
<第1ヒート>
1位 コジンスキー(ホンダ)
2位 フォガティ(ドゥカティ)
3位 デュハメル(ホンダ)
6位 ラッセル(ヤマハ)
- <第2ヒート>**
1位 コジンスキー(ホンダ)
2位 フォガティ(ドゥカティ)
3位 デュハメル(ホンダ)
4位 ラッセル(ヤマハ)
- 第7戦・ヨーロッパ(8/3)**
<第1ヒート>
1位 キリ(ドゥカティ)
2位 ラッセル(ヤマハ)
3位 マッケンジー(ヤマハ)
11位 ウォーカー(ヤマハ)
- <第2ヒート>**
1位 フォガティ(ドゥカティ)
2位 コジンスキー(ホンダ)
3位 ラッター(ホンダ)
5位 ラッセル(ヤマハ)
10位 ウォーカー(ヤマハ)

RANKING (第7戦終了時)

- 1位 コジンスキー(ホンダ) 264
2位 フォガティ(ドゥカティ) 242
3位 スライト(ホンダ) 184
4位 ラッセル(ヤマハ) 150
10位 エドワーズ(ヤマハ) 79

500cc世界選手権モトクロス

- 第9戦・フランス(7/20)**
<第1ヒート>
1位 D.キング(ハスクバーナ)

- 2位 バーカー(Vertemati)
3位 エッケンバツハ(カワサキ)
7位 ヨハンソン(ヤマハ)
- <第2ヒート>**
1位 S.キング(KTM)
2位 D.キング(ハスクバーナ)
3位 デルビン(ホンダ)
4位 バルトリーニ(ヤマハ)
6位 ヨハンソン(ヤマハ)
- 第10戦・ベルギー(8/3)**
<第1ヒート>
1位 バルトリーニ(ヤマハ)
2位 D.キング(ハスクバーナ)
3位 スメッツ(フサベル)
- <第2ヒート>**
1位 D.キング(ハスクバーナ)
2位 ヨハンソン(ヤマハ)
3位 スメッツ(フサベル)
10位 バルトリーニ(ヤマハ)

RANKING (第10戦終了時)

- 1位 スメッツ(フサベル) 202
2位 S.キング(KTM) 151
3位 ニコル(KTM) 147
5位 ヨハンソン(ヤマハ) 128
6位 バルトリーニ(ヤマハ) 125

250cc世界選手権モトクロス

- 第11戦・ヴェネズエラ(7/13)**
<第1ヒート>
1位 エバーツ(ホンダ)
2位 トーテリ(カワサキ)
3位 ボーランド(ヤマハ)
8位 ブラウン(ヤマハ)
- <第2ヒート>**
1位 バイラー(ホンダ)
2位 カールソン(ホンダ)
3位 エバーツ(ホンダ)
5位 ボーランド(ヤマハ)
7位 ブラウン(ヤマハ)
- 第12戦・インドネシア(8/3)**
<第1ヒート>
1位 デマリア(カワサキ)
2位 ボーランド(ヤマハ)
3位 バイラー(ホンダ)
- <第2ヒート>**
1位 デマリア(カワサキ)
2位 ボーランド(ヤマハ)
3位 バイラー(ホンダ)

RANKING (第12戦終了時)

- 1位 エバーツ(ホンダ) 414
2位 トーテリ(カワサキ) 302
3位 ヘルブーツ(スズキ) 276
6位 ボーランド(ヤマハ) 183
11位 ブラウン(ヤマハ) 114

RACE CALENDAR

月	日	世界選手権						全日本選手権			AMA選手権		
		F1	GP	ED	SB	125MX	250MX	500MX	RR	MX	TR	SX	ナショナル
7	7	イタリア						ドイツ	鈴鹿	SUGO			
9	14		カタール										
	21	オーストリア		オランダ	スペイン			筑波	四国				
	28	フィンランド	インドネシア										
10	5												
	12	鈴鹿			インドネシア				日本GP HARP				
	19								T1				
	26	ヨーロッパ											中部

- <第1ヒート>**
1位 エミグ(カワサキ)
2位 ダウド(ヤマハ)
3位 エバーツ(ホンダ)
6位 ラスク(ヤマハ)
- <第2ヒート>**
1位 エミグ(カワサキ)
2位 ダウド(ヤマハ)
3位 ラスク(ヤマハ)
- 第9戦・ドイツ(7/27)**
<第1ヒート>
1位 エミグ(カワサキ)
2位 マクグラス(スズキ)
3位 アルバーティン(スズキ)
4位 ラスク(ヤマハ)
6位 ダウド(ヤマハ)
- <第2ヒート>**
1位 エミグ(カワサキ)
2位 ワード(ホンダ)
3位 ヒュース(カワサキ)
4位 ダウド(ヤマハ)
9位 ラスク(ヤマハ)
- 第10戦・ミルビル(8/3)**
<第1ヒート>
1位 エミグ(カワサキ)
2位 ラロック(スズキ)
3位 ダウド(ヤマハ)
4位 ラスク(ヤマハ)
- <第2ヒート>**
1位 エミグ(カワサキ)
2位 ダウド(ヤマハ)
3位 ラロック(スズキ)
8位 ラスク(ヤマハ)

RANKING (第7戦終了時)

- 1位 マタセビッチ(カワサキ) 251
2位 榎本正則(カワサキ) 161
3位 佐々木佑介(ホンダ) 142

RANKING (第10戦終了時)

- 1位 エミグ(カワサキ) 447
2位 ダウド(ヤマハ) 378
3位 マクグラス(スズキ) 335
4位 ラスク(ヤマハ) 300

全日本モトクロス250cc

- 第6戦・岩手(7/20)**
<第1ヒート>

- 1位 マタセビッチ(カワサキ)
2位 榎本正則(カワサキ)
3位 小田切一剛(ホンダ)
5位 大河原功次(ヤマハ)
- <第2ヒート>**
1位 榎本正則(カワサキ)
2位 マタセビッチ(カワサキ)
3位 大河原功次(ヤマハ)
19位 鈴木健二(ヤマハ)
- 第7戦・長野(8/3)**
<第1ヒート>
1位 マタセビッチ(カワサキ)
2位 小田切一剛(ホンダ)
3位 高木崇雅(ホンダ)
6位 鈴木健二(ヤマハ)
11位 大河原功次(ヤマハ)
- <第2ヒート>**
1位 マタセビッチ(カワサキ)
2位 榎本正則(カワサキ)
3位 高木崇雅(ホンダ)
4位 大河原功次(ヤマハ)
10位 鈴木健二(ヤマハ)

RANKING (第7戦終了時)

- 1位 マタセビッチ(カワサキ) 251
2位 榎本正則(カワサキ) 161
3位 佐々木佑介(ホンダ) 142

RANKING (第10戦終了時)

- 4位 大河原功次(ヤマハ) 131
9位 鈴木健二(ヤマハ) 75

FIGP

- 第9戦・イギリス(7/13)**
1位 ビルヌーブ(ウィリアムズ)
2位 アレジ(ベネトン)
3位 プルツ(ベネトン)
6位 ヒル(アロウス・ヤマハ)
- 第10戦・ドイツ(7/27)**
1位 ベルガー(ベネトン)
2位 M.シューマッハ(フェラーリ)
3位 ハッキネン(マクラーレン)
8位 ヒル(アロウス・ヤマハ)
- 第11戦・ハンガリー(8/10)**
1位 ビルヌーブ(ウィリアムズ)
2位 ヒル(アロウス・ヤマハ)
3位 ハーバート(ザウバー)

RANKING (第11戦終了時)

- 1位 M.シューマッハ(フェラーリ) 56
2位 ビルヌーブ(ウィリアムズ) 53
3位 アレジ(ベネトン) 22
13位 ヒル(アロウス・ヤマハ) 7

Check Point

いよいよ終盤を迎え、各シリーズともタイトル争いの行方が気になる。だが、最後まで決着がつかないのが全日本スーパーバイク。第6戦まですべてヤマハの芳賀紀行とホンダの武田雄一が1位と2位を分け合うという緊迫した闘いが繰り広げられています。2人のポイント差はわずか6点。お互い今後のレースでは1ポイントも落とせないものの、今年の紀行の安定した走りを持ってすれば、自身初のチャンピオン獲得に大いに期待が持てます

夫の消費

☆おめでどう！ どっち？

★ん、男の子。

☆かわいいでしょ？

★まあね。かわくないっていつたらウンになるけど……。

☆どうしたの？ 何だか沈んだ声をしているわね。まさか不倫がらみとか？

★まままままさか！ ぼぼ、僕がいつ不倫をしたっていうんだよ！ え？ み、見たとでもいうのかい？

☆なに必要以上に焦ってるのよ。あなたが不倫なんかできる器じゃないことくらい、みんな知ってるわよ。それよりさ、初めての赤ちゃんのうれしくないなんて、どうしたの？ あんなに子供を欲しがってたのに。

★ズバリ、小遣いが減らされました。

☆何それ。そんなことで子供の誕生を喜べないの？

★あ、キミは何も分かっていないね、既婚男性の苦しみを。せつかく自分で稼いだ金のうち僅かなわずかな額を「小遣い」と称して有り難く押しただけなわけばならぬこの気持ちを！ しかもそれを一気に半額にまで削減されて、事前の家族会議もなく、突然言い渡されたんだよ。何だよこの独裁制経済体制は！ 我が家に民主主義を！ 主権は

民に在り！

☆そんなに熱くならないの！ でも、そういえば、バブル崩壊の時もそんなこと言ってたわね……。

★あ、言われて思い出した！ あの時も強制削減されたんだ。その後も不景気だからって削減されたしなあ。あー、なんか力が抜けてきた……。

☆何かと削られちゃつんだ。奥さんのお小遣いはどうなってるの？

★我が家の経済は完璧に彼女に牛耳られ支配され管理されているから、その辺のシステムがどうなっているのかボクにはさっぱり分からないんだが、バブル崩壊や不景気や長男誕生などの外圧にもめげずに定期的に洋服や化粧品などを購入しているようだ。

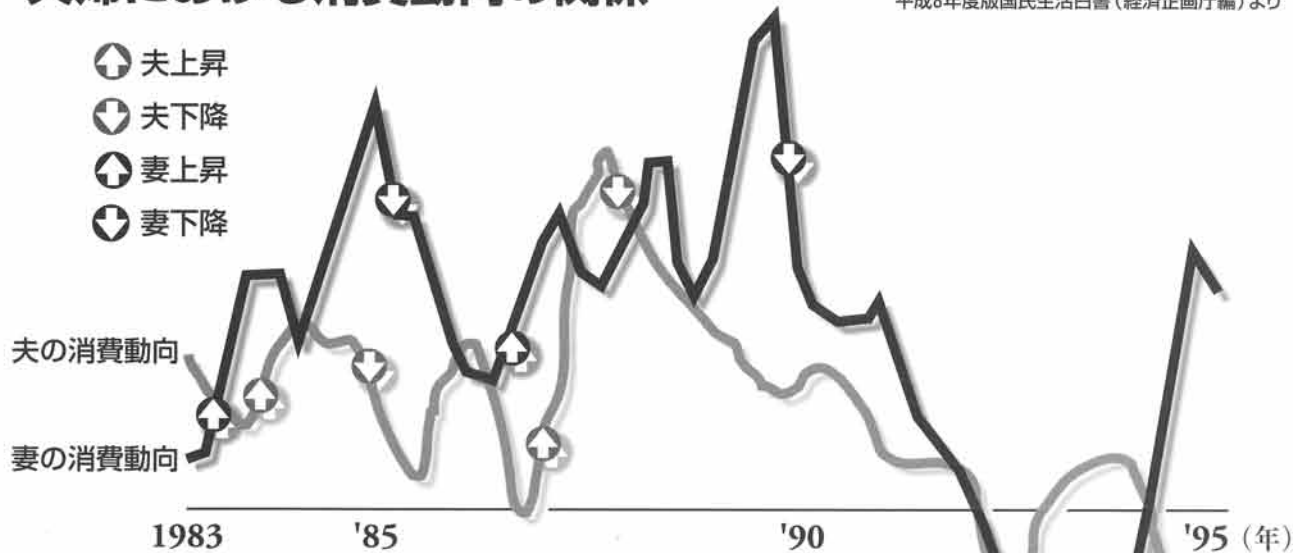
☆こと自分の小遣いの話しになると、妙にアカデミックな語り口調になるのね。

★当然だよ。何を楽しみにして日々黙々と勤労しているのかと言えば、給料日に支払われる小遣いだけだからね。これをその場で考える綿密な予算案のもとに、酒、タバコ、パチンコ等を使用し、蓄積したストレスを発散、それによつて日々の勤労をより充実させ……。

☆奥さんも大変ね、きつと……。

夫婦における消費動向の関係

平成8年度版国民生活白書（経済企画庁編）より



夫の消費動向

酒、背広、Yシャツ、ネクタイ、世帯主の小遣いの合計

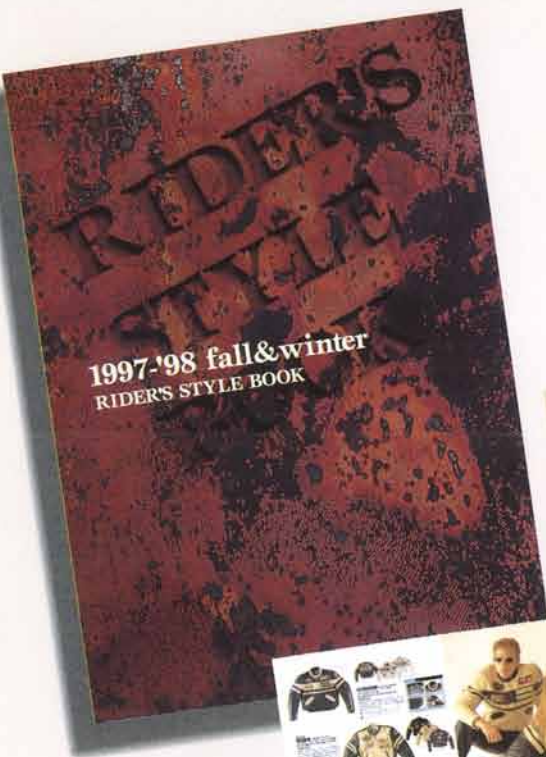
妻の消費動向

婦人服、パーマ、装身具、化粧品の合計

HUSBAND'S SPENDING

景気が上昇しているときは、妻の消費が先に伸び、それに夫の消費伸長が続く。逆に景気が下降しているときは、夫の消費が先に後退し、それに妻の消費後退が続く。分かりやすく言えば「夫の消費は、景気が下降気味のときには真っ先に切り詰められ、上昇気味のときには最も後回しにされる」という傾向を示している。「妻がハデになれば晴れ、夫がつつましくなれば雨」という、天気予報さながらの景気診断ができそうだ。

最新のライダーズスタイルを満載 1997-'98 fall&winter RIDER'S STYLE BOOK



ファッションブルで機能的な、ヤマハF/Wライディングウェアコレクションを収録した「1997-'98 fall&winter RIDER'S STYLE BOOK」が完成しました。掲載ブランドは「AWE-A」「JET-ROD」「TEAM YAMAHA」「Marlboro YAMAHA」の人気商品群に加えて、この秋より新展開するハードクルージングブランド「RUGEN54」、シティユースに最適な「LAST FORT」、そして幅広いアウトドアユースを見据えた「TRANS FIELD」の全7カテゴリです。F/W限定商品のスムーズな導入、そしてヤマハアパレルの信頼感向上にぜひ店頭でもお役立てください。



1997-'98 fall&winter
 RIDER'S STYLE BOOK

■体裁：A4判・24ページ・オールカラー
 ■掲載商品点数：全55アイテム

主な掲載アイテム



AWE-A 限定商品

透湿防水素材「CYBER TEX」を採用した
 スタンダードデザインのF/Wブルゾン

RY-400 サイバーウォームブルゾン ¥19,800

高い防水性と透湿性を兼ね備えた「CYBER TEX」採用ブルゾン。雨水の浸入を防ぐネズミ返しつき二重前タテを装備するなど、徹底した防水対策にこだわりながらも購入しやすいプライスを実現。別売の防寒ベスト(RY-407/¥9,800)とのセットアップも可能です。

- 素材：表/ナイロン100% (CYBER TEX透湿防水加工)
 中綿/ポリエステル100% 裏/ポリエステル100%トリコット起毛
- カラー：ブラック、レッド、パープルネイビー、イエロー、シルバー
- サイズ：M、L、LL

TRANS FIELDS 限定商品

幅広いアウトドアライフに対応する
 機能満載オフロードウェア
 MY-119 ¥23,800

風合いのよいナイロンタスランに、防水性を高めるPUコーティングを施したジャケット。さらに、すべての縫製部分にシームシーリングを加えることにより、驚異的な防水性能を発揮します。収納性を考慮したポケットは全8カ所。背中の大型ポケットは地図の収納が可能な立体式としました。

- 素材：表/ナイロン100%タスラン (PUラミネート)
 中綿/樹脂綿 裏/ポリエステル100%トリコット起毛・フリース
- カラー：ネイビー/ネイビー、ネイビー/ブルー
 ネイビー/ラズベリー
- サイズ：M、L、LL



※上記商品はすべて限定商品です。※価格には消費税は含まれておりません。



トップに迫る走りをみせた、ラッセル／コーサー組。両者ともにワールドスーパーバイクチャンピオンの貴祿を見つけたが、あと一步表彰台に届かなかった

嵐の鈴鹿8耐、ヤマハチーム激走! ラッセル／コーサー組が0.2秒差の4位に!!

台風の影響で大荒れの展開となった「1997“スプライトクール”鈴鹿8時間耐久ロードレース」有力チームが雨と風に翻弄される中#22「ヤマハレーシングチーム」のスコット・ラッセル/トロイ・コーサー組(YZF750)が混戦を生き残り4位を獲得しました

■FIM世界耐久選手権第3戦

’97鈴鹿8時間耐久ロードレース

<RESULT>

- 1位 伊藤真一／宇川徹組(ホンダ)
- 2位 J.コンスキ／A.パロス組(ホンダ)
- 3位 梁明／武石伸也組(カワサキ)

4位 S.ラッセル／T.コーサー組
(ヤマハレーシングチーム)

8位 吉川和多留／藤原儀彦組
(ヤマハレーシングチーム)

10位 J. M.デルタン／J. P.ルジア組
(YAMAHA MOTOR FRANCE)

16位 長谷川克憲／小倉直人(いわたトンポRTジュピロ)

17位 芳賀紀行／芳賀健輔組
(マルボロヤマハレーシングチーム)

18位 平忠彦／C.サロン組(TEAM Taira&Sarron)

21位 時永真／五陸泰彦組(Y.E.S.S.レーシングチーム)



ベア4年目の藤原と吉川は絶妙のピット作戦と粘りの走りで8位フィニッシュ。「来年こそ、このコンビで表彰台!!」と声を揃える

ご声援ありがとうございました!!



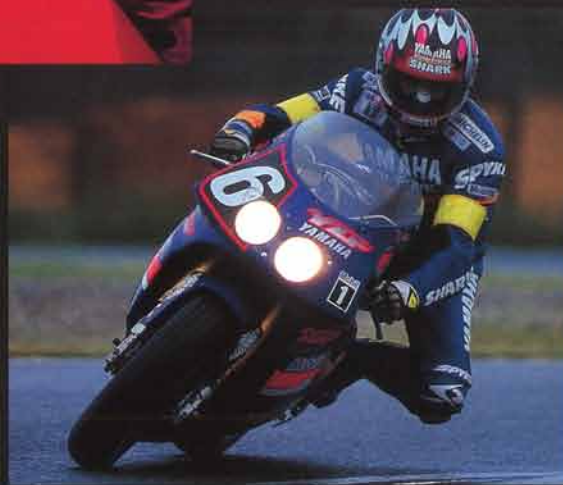
レースウィークの水曜日に実現した紀行&健輔の芳賀兄弟コンビ。その走りに多くのファンが注目したが、2度の転倒で結果を残せなかった



磐田市の市民と地元企業、さらにJリーグ「ジュビロ磐田」のサポートを受けて走る#65「いわたトンボRTジュビロ」は今年が7回目の挑戦。全日本トップライダー、長谷川克憲/小倉直人のコンビが16位完走を果たした



一般公募で選ばれたY.E.S.S.スタッフ5名がピットクルーとして参加した#14「Y.E.S.S.レーシングチーム」。8耐久初戦の時永真/五陸泰彦ペアで21位、歓喜の完走



#6「ヤマハモーターフランス」のJ.M.デルタン/J.P.ルジア組は、今年のルマン24時間で2位入賞した本場耐久チーム。世界耐久チャンプに狙いを定めて鈴鹿に乗り込み、雨の中着実な走行で10位入賞。貴重なポイントを獲得



TRXでの3年目の挑戦となった#21「Team Taira&Sarron」平忠彦/クリスチャン・サロン組はレースを楽しみながら、4気筒勢と遜色のない走りを見せた。結果18位はTRX最高の成績だ

日本列島を直撃した台風9号の影響で、波乱の展開となった「1997「スプライトクール」鈴鹿8時間耐久ロードレース」。土曜日のスヘシャルステージが暴風雨のためキャンセルとなり、決勝中も終始雨が降り続く厳しいコンディションでのレースとなった。

金曜日の公式予選で、YZF勢トップの3位グリッドを獲得したのは、コリン・エドワーズのケガで、急遽実現した芳賀紀行/芳賀健輔兄弟ペアの#45「マルボロ・ヤマハレーシングチーム」。決勝でも兄の健輔が好スタートをきってホールショットを奪った。だが降り続く雨の中、ペースを上げることができず、後退し、9周目のデグナーカーブで痛恨のスリッパダウン。すぐにコース復帰するも、マシン修復に11分以上を費やし最後尾近くまで順位を下げてしまった。

しかし、それに代わって浮上したのが#22ラッセル/コーサー組のYZF750。'93年優勝、'94年2位と近年の8耐を代表するライダーの一人、ラッセルが一時2番手までポジションを上げるが、16時20分頃リアタイヤのスローバンクチャータータイムロスし、予定より3周早いピットストップを強いられることとなった。

その後は#4「J・コンシンスキー/A・バロス組(ホンダ)」、#9「P・ゴダード/D・ポーレン組(スズキ)」、#2「梁明/武石伸也組(カワサキ)と秒単位のバトルを繰り返す。最後の給油ピットストップではライダー交

代を行わず、ラッセルが続投、梁、ゴダードと表彰台3位の座をかけて勝負に出る。最終ラップに突入するとき、ラッセルは梁に遅れること1.1秒差の4位。執拗に攻め続けるラッセルだったが、コマ2秒及ばず惜しくも表彰台を逃した。

「最後は無理して転んで努力を無駄にすることはできなかった。だが、優勝を狙っていたので4位は非常にうれしい」とラッセル。コーサーも「初めての8耐で表彰台に上がったかったけど」と無念の表情。

#3「ヤマハレーシングチーム」吉川和留/藤原儀彦組は予選でそれぞれ2分10秒台をマークし、4位グリッドからスタート。その後、悪コンディションに足をとられ、10番手前後まで順位を下けたが、チームは雨でペースが落ちたのを利用して、ピットストップを1回減らす作戦を採用。さらに、最後の走行で藤原が#100武田雄一/加藤大治郎組(ホンダ)をハスして、8位まで追いついてゴールした。

#45紀行/健輔組は再び転倒を喫するも、ハイペースでポジションを回復し、最終的に17位でフィニッシュ。

悪天候で持てる力を発揮できなかったチームも多かった今年の8耐。昨年の覇者、紀行が「また僕の周回数記録は抜かれていない。もちろん、塗りかえるのは僕だ」と語ったように、ヤマハチーム、ライダーの巻き返しはすでに始まっている。

YAMAHA AD CLIPS

あれま! こんなところに 素敵なお店、おいしいものが……。 ビーノで探すワクワク大冒険。

あれま! みつけましょ。

手焼せんべい

あれま! みつけましょ。

55km/hのスピード
Vino
169,000 Yen

インターネットホームページ <http://www.yamaha-motor.co.jp/vino>

YAMAHA
ヤマハ発動機株式会社

この広告は、現在発売中の各二輪専門誌、ファッション誌、マンガ誌などに掲載中です。

ショッピングに行くならやっぱりあの街、遊びに行くならこの街かな……。決めつけるつもりはないのに、いつの間にか行動パターンができあがっていて、身のまわりの街を見落としていたようだ。

ビーノを買って、日頃行かなかった近所のあちこちへ足を伸ばすようになると、つくづくそう思う。いろんな発見があっておもしろい。明日も出かけよう、「あれま!」を探すウチから5kmの大冒険。

好評のビーノ&パフィーシリーズ最新版は、煎餅屋さん。下町情緒を残す和風アンティークなお店の前でも、ビーノはすんなり風景に溶け込みます。店頭でも「ウチから5kmの大冒険」をキャッチフレーズに、身近な街を再発見する小さな旅にお誘いください。

YAMAHA

ヤマハ発動機株式会社