

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新宿西

トレンドユーザーこそターゲット!

特集●東京モーターショーにみる

'98トレンドとウチの商売

Open Eyes●生活雑貨
ピアワン 納得できるショッピングを

1997 No.411
12
DEC.

見るだけで、触れるだけでその
ハイスベックな走りを予感させ
るYZF-R1。しかし、せっかくの
高性能も、人間が操り味わえ
るものでなくては意味がない。
ライダーの感性にびったりシン
クロする“官能性能”こそ、
YZF-R1の真骨頂なのだ。

お客さまの目に付くところには、力を入れたいモデルを展示している

発見!となりのお店

HELLO
NICE
SHOP

ハローナイスショップ

YSP新宿西

東京都新宿区 (野村康之社長)



東京都の中心部、新宿区に
新規オープンした「YSP新宿西」さん。
バイクトレンドの移り変わりを
敏感に受けとめる野村康之社長は、
ファッションバイカーと
呼ばれる若いユーザーにも、
長くバイクを
楽しんでもらいたいと考えている

「お店はそれぞれのお客さまに合ったサービスや対応を考えなければいけません。そのためには色々とお客さんと話し、お客さんに喜んでもらえることをしていく。そうしないと次の来店につながらないと思うんです」

トレンドユーザー 新しい中心客層だ

多くのバイクが通り掛かる
ライダーが立ち寄る店

新宿区内、早稲田通りと山手通りの交わる交差点のすぐ側に、今年の7月末新規オープンした「YSP新宿西」さん。

「近くにバイク屋さんが多いので、店の周りをバイクで走っている人も多いいんです。そういう通りすがりの人たちが、新しい店ができたんだと思ってよくのぞきにきますね」と顔をほころばせる野村康之社長(34歳)。

早稲田大学などが近いので、客層は学生が多いが、30歳前後のお客さまも約半数を占めている。TW、ドラッグスター、SRなど、いわゆるファッションバイカーが好んで乗るバイクが人気を集めるなかで、「実はマジエスティが一番よく売れている商品」というのも、あながち不思議ではない。

「普段スポーツバイクに乗っている人が、セカンドバイクとして購入するケースが多いんです。マジエスティは今までのスクーターと違って、スポーツバイクに近い感覚で、しかもギア付きじゃないので気楽に乗れると気に入ってもらっています」

開店以来3カ月あまりで約30台のマジエスティを販売。今では、カスタムペイントやドレスアップを施したオリジナル仕様のマジエスティも用意して好評を得ている。



グレーのシックな椅子は、インテリア販売の仕事をしているお客さまに、カウンターのテーブルと一緒に揃えてもらったもの



ラフなスタイルで乗るユーザーが増えるなか、「安全性の高いバイク用品を勧めたい」と品揃えにも気を配る



ファッションバイカーとも 真剣に向き合う姿勢を

学生や30代の社会人など、客層が若いお店だけに、新しいバイクトレンドを積極的に取り入れている野村社長。マジエスティのオリジナル仕様に限らず、多くのファッションバイカーを重要なターゲットととらえ、彼らにもっと長くバイクに乗ってもらいたいと考えている。「SRやTWの流行がなくなっても、バイクの魅力をつなぎとめておける店になりたいですね。ところが、今の若い人はクールでドライだから、なかなかうちの店だけに居ついてくれない。本当の意味で固定客化しきれない面もあります」

それゆえ、彼らとの綿密なコミュニケーションが大切になってくる。

「古くからあるお店の中には、流行りで乗ってただけのお客さんをはじめから常連客と分けて考えているところがあると思うんです。でも、私たちのような新しい店は、今のお客さんが中心だから、もっと彼らと真剣にお付き合いし、こちらの姿勢を理解してもらわなければいけませんよね」

誰とでもわけ隔てなく気軽に付き合うことを重視。バイク以外の世間話でも、積極的に会話するようにしている。そのかいあって、お店には以前勤めていたお店のお客さんが頻りに訪れ、紹介のお客さまも多い。

「常連のお客さんには『来月は友達3人連れて来るのがノルマだ』なんて冗談半分で言ったりもするんです。本気で連れて来る人もいるんです。ありがたいですけどね。それと、いずれは遊びの部分をもっと充実させたいと思っています。来年の「バトル オフ ザ ツイン」に出るお客さんがいるので、今ちょっと手伝っているんですけど、今後はもっともっというんなことに挑戦したいですね」

YSP新宿西

テーブル

5、 6人が一度に座れる大きめのテーブルを置いている。「少しでも多くのお客さんにつついでにもらいたかったから、このぐらいの大きさのものが欲しかったんです」

商談や修理の待ち時間などに利用してもらおうが、「ここで、お客さんと話をしていると、いろんな情報が入手できるのでためになります」と野村社長。

ショップスタッフのトレンド情報源としても機能しているのだ。



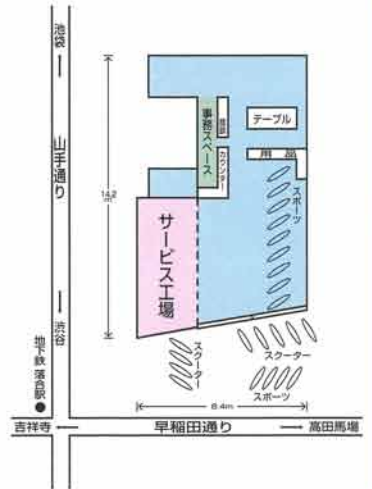
店舗



ネオン管と水銀灯を配した派手な看板が、暗くなってもお店の存在をアピールする

「自分の店を持つのが夢だった」野村社長が、高田馬場のバイクショップ「グリーンロード」さんから独立してオープン。店舗は「30坪程度の面積で、店の前にバイク展示のスペースが取れる所」という条件で、新宿区、豊島区、中野区、渋谷区と広範囲で物件を探した結果、条件に合ったものを見つけた。かつて事務所として使われていたものを改装している。

地下鉄東西線落合駅近くのビルの1階に位置するため、車やバイク、それに地下鉄と、交通の便もいい。



サングラス



今のバイクトレンドの中では欠かせないアイテムということで、サングラスを販売している。「バイクショップもいろいろなファッションを提案していきたいと思って、この店がオープンしてから扱い始めたんです」

サービス工場

リフトなどの設備も充実し、工具類も豊富なサービス工場。

「修理のときには、お客さんが気づかなかったところまで点検しています。もちろん、他メーカー車に乗るお客さんや他店で買ったお客さんにも、うちのお客さんと同じようなサービスを心掛けています」



スタッフ

(左から)

堀込明宏さん
「うちはお客さんが作っているお店。お客さんにはいろいろと盛り上げてもらっています」

野村康之社長

「スタッフには本当に助けてもらっています。ホントに一生懸命なので、僕の方が休む暇がないぐらいです(笑)」

鶴沢馨太さん

「うちの社長はファイトがある人。僕も見習って、もっともっと頑張ります」



料金表

登録費諸経費を明確化するため、ラミネート加工した料金表を2枚備え、商談の場ですぐに参照できるようにしている。

| 登録諸経費 | 50cc-100cc | 120cc-250cc | 250cc以上 |
|-------|------------|-------------|---------|
| 登録料 | 10,000円 | 10,000円 | 10,000円 |
| 印紙 | 1,000円 | 1,000円 | 1,000円 |
| 手数料 | 1,000円 | 1,000円 | 1,000円 |
| その他 | 1,000円 | 1,000円 | 1,000円 |
| 合計 | 13,000円 | 13,000円 | 13,000円 |



'98トレンドと ウチの商売



今後の二輪市場を占ううえでも大きな意味を持つ「第32回東京モーターショー」が、11月5日、およそ2週間にわたる日程を終了しました。実際に会場へ足を運び、ヤマハをはじめ二輪各社の展示ブースをじっくり見て回った販売店の方々は、来年以降のご商売についてどんな状況を思い浮かべ、何を考えたのでしょうか。5人の店主さんにうかがってみました。



話題性の点では、YZF-R1が一番。個人的にはサンダーキヤット、サンダーエースのスタイルの方が無難だし、売りやすいと思うけど、

は個性を求めているということでしょう。

商売を考えても、ウチは4社を扱う併売店ですから、単一メーカーの特定車種が人気を集めるより、均等に売れてくれるほうがうれしい。併売のメリットが生かせるし、玉不足でお客さんを待たせずにすみますしね。

そのなかで、あえて注目のモデルを上げるとすれば、XJR1300とCB1300、ZX-9R。特にXJRは、現行1200で人気の高いデザインをさらに洗練させ、より大きな（排気量の）エンジンを搭載しているほか、大きく変わらなかったことがポイント。かなりイケると思いますよ。

(有)山上輪業/山上稔店長 神奈川県川崎市

大型スポーツに強い店が伸びる スクーターはJOGに注目

まが、来年はもつと大型車人気盛り上がると思います。今年から大型免許が取りやすくなって、モーターショーでも各社ビッグバイクに力を入れてましたからね。

しかも、ネイキッドからスーパースポーツ、アメリカンまでバラエティ豊かなラインナップがそろってました。これは大型だけに限らず、スポーツバイク全体に傾向じゃないですか。それだけ、お客さんの好みが多様化している、あるいは



来年は大型スポーツがカギ、という山上店長。モーターショーではYZF-R1やXJR1300に注目していた

れど、お客さんはあまり気にしていない。逆輸入車がどういうタイミングでどのくらい入ってくるかわからないけど、早く店頭にほしい1台ですね。

いずれにしても、来年スポーツ車で売上を伸ばすとしたら、大型車に強い店でしょう。ウチも、昔スポーツバイクに乗っていたお客さんに大型免許取得の案内を出したり、現在中型車に乗っているお客さんをステップアップするよう誘っていますので、それをさらに継続、強化していきたいと思っています。

実際、教習所で大型免許を取れるようになって、これまで限定解除に通う時間の都合を付けられなかった30代くらいのサラリーマンが、何人もステップアップしましたからね。

その反面、250、400クラスには目立ったモデルがありませんでした。大型への移行を考えると、今後400はどんどん存在が薄くなりそうですね、SRのように安価でカスタムベースになる既存モデルで十分。むしろ、入門クラスにあたる250に魅力ある商品がほしいと思います。

魅力ある250とは、画期的なコンセプトのニューモデル、またはビギナーがエントリーしやすい、安価でカッコいいデザインのマイナーチェンジモデル。例えば、ランツァ・スーパーバイクカーズのような提案ができればいいですね。

また、店の売上の4割を占めるスクーターに関しては、新しいJOGに大きな期待を感じています。

これまで、安いというのが大半のお客さんの車種選択条件でしたが、最近盗難対策など機能面の比重がしだいに大きくなっている。そういう意味で、買いやすい価格プラス最新機能を満載したJOGが、今後のスクーター全体の新しい基準になるんじゃないかと思うんです。

デザインまで新しくなったので、お客さんがどう受け取るかちょっと心配ですが、商品知識をしっかりと持っていればセールストークに事欠かないし、売りやすい。来年の主力商品になるのはまちがいないでしょう。

二

輪ブース全体としては、カテゴリーの枝分かれ、つまりネイキッド、スーパースポーツ、クラシック、オフロードというような棲み分けが鮮明になってきたと感じました。逆に言えば、メーカーもどのジャンルがヒットするのが分からないほど時代は不透明で、モデルづくりに試行錯誤しているんだなということですよ。

これはウチの店にも当てはまります。ビッグバイク2割、オフロード2割、アメリカン2割というように、どのジャンルという偏りがなく、均等な形で分かれてるんですよ。お客さんの個性化は、ますます進むんじゃないでしょうか。

そういうなかでヤマハ車は、このところSR、TW、そしてセロー、ブロンコなどがカスタム

のベースとして非常に人気を集めていますよね。だからこそ、モーターショーでは「参考出品」としてめちゃめちゃ面白いカスタムマシンを作って提示してほしい。せつかくいい素材がたくさんあるんだから。

個人的には、FZ600レーサーの公道バージョンが出たら面白いと思うね。自分自身、乗ってみたい。ショーに来てるお客さんも、そういう夢を求めているんですよ。

ヤマハの98ラインナップは、モーターショーで見ると、他メーカーと比べても見劣りしないものだと思います。ドラッグスタークラシック、XJR400のマイナーチェンジ、そしてXJR1300の登場……。メーカーとしては精一杯頑張ってくれたと思います。あとは我々販売店がどれだけ商品を理解して、販売

YSP静岡中央 / 新村耕三社長 静岡県静岡市

ますます混迷、多様化するニーズ 幅広い商品とソフトで応えたい

ヤマハブースにはちょっぴり辛口の新村社長だが、'98年に向けてはJOGを始めとする原付、ビッグバイク、そしてリターン層に期待をかける



'98トレンドと ウチの商売

に結びつけるかというところでしようね。

原付クラスでは、JOGに期待しています。新たなスタイルがお客さんに受け入れられるのか少々心配ですが、機能的にしっかり作り込んであって、今までスクーターに対して出されていた要望をほとんど満たしています。広告キヤラクターのTMレポリユーシジョンも若者向けで、イケるんじゃないですか。

あと、ビーウィズとRZ50にも面白味がある。今までヤマハが取りこぼしてきた原付レジャー層を取り込むことができそうです。

中型以上では、やっぱりビッグバイクの波が続きそうですね。つい2、3年前だと「いつかはリッターバイク」みたいに10年後、15年後の夢だと思っていたものが、免許制度の改正ですごく身近になって、「明日から」のバイクになった。来年は、このビッグバイク需要をさらに育て上げていく必要があるでしょう。

そのために、私はライディングテクニクであるとか、ツーリングや遊び方などのソフト面で訴えかけていくつもりです。400ccまでのお客さんは少しでも値段の安い店に流れがちなんです。ビッグバイクのお客さんは値段以外のものを求めてお店に来るんです。その期待にどう応えてあげられるかが、大きなポイントだと思います。

あとはマジエスティークラスの、いわゆるリターン層ですよ。ケルマだけじゃつまらないよ。ガレージに一台こんなバイクがあったら、もっと世界が広がるよ」ということをアピールしていきたい。この層も今後広がっていくでしょう。

ヤマハはふだんから二輪のソフト面の充実や提供を繰り返していて、私も販売店としてその重要性を強く感じてるんですが、今後そ

の傾向はますます高まると思っています。「売らんかな」の体質から脱皮する意識、そして

実行が来年のカギではないでしょうか。



ヤマハの技術の粋を結晶したYZF-R1がお気に入りの森石社長

今

回のショーは、いわゆるショーモデルとして目を引くものが少なかった気がします。印象に残ったバイクは、YZF-R1しかないといってもいいくらいです。

YZF-R1は革新的技術がたくさん盛り込まれていて素晴らしい。特にあの軽量化された新設計エンジン。いかにもレーシングマシン技術が生かされてるなって感じがするじゃないですか。自分でも早く試乗してみたいと思います。赤/白のカラーはちょうど派手かなと思っただけですけど、若い人には結構人気があるみたいですね。

想定ユーザーは当然、大型免許を持っている

YSP岡山南 / 森石知治社長 岡山県岡山市

ビッグバイクは アメリカンよりもスポーツの時代

多いと感じました。

アメリカンのビッグバイクは確かに、若い人から年配の人まで幅広い層に人気があります。でも、価格や性能、走る楽しさを総合的に考えたら、アメリカンよりもスポーツモデルがいいと思うユーザーが、特に走りを重視する30代前後のポリウムゾーンで多いんじゃないですか。XJR1300は、そういう層にヒットするモデルと思っています。

それと、大型免許を持っている人には、年配のお客さんもたくさんいるので、リッターバイクと中型400ccの間を埋める600〜750ccの扱いやすいクラスのバイクが、今後出てくることを期待したいですね。

実際の店頭では、250〜400ccのモデルが台数的に中心になってきます。ショーに出ていたモデルではXJR400やドラッグスタークラシックなど。これらは若いエンタープライズ層を中心に売れていくモデルですね。

若いお客さんの間ではランツァ・スーパーバイカーズも話題に出していましたね。でも、こういう流行りのスタイルはお客さまも、シヨップや自分の手で作り上げるものと思っただけでしょう。

それに、ドラッグスタークラシックスベシヤルのようなドレスアップを施したバイクをショーで展示するなら、それを系列のパーツメーカーで販売するという方法があってもいいんじゃないかと思えます。

原付はRZ50やビーウィズなど、楽しそうなモデルが出てきましたけど、もっと種類が増えるといいですね。

盗難対策が施されたJOGも期待しています。スクーターの修理で一番多いのが、盗難で壊されたキーに関するもの。今までその修理

'98年はビッグバイクと50ccスポーツ

来

年は、今年以上にビッグバイク

が、かなりお客さんの出費となっていたので、Gロックだとその被害が解消されそうです。手元ですべて操作できるのもいいですね。このJOGのキーだったらセルストークとして効くと思いますよ。ビーンが発売されたときの勢いほどではないにしても、それ以上に安定して売っていきけるスクーターだと考えています。

今回のヤマハのバイクはスタイルよりも中でアピールしてるもの、乗ってわかる感動を秘めたものが多かったです。走りを重視するうちのお客さんには、ぜひ触れて乗ってもらって、そのバイクの感動の部分を伝えていきたいですね。

が来る!! 指定教習所
取得者もこれまでより
くさん生まれ、今年より
も大型の購買者層が増
えるのは明らかだと思
います。モーターショー
見ても、各メーカーとも
ビッグバイクに力を入
れているのが感じられま
した。

なかでも、YZFR1
は大注目ですね。お客さ
んとの間でも、一番話題
に上るバイクです。ホン
ダのVFRやカワサキの
ZX-9Rなど各社から



鈴木社長は原付スポーツの層を広げるモデルとして、RZ50に注目する

注目のスーパースポーツがそれぞれ出てま
すけど、ヤマハのお客さまにしてみれば「待
てたぞ!!」という期待感があつたんじやない
ですか。

XJR1300も、CB1300などにはない
ヤマハらしさがあるし、ビッグバイクらしい質
感に溢れている。新しくなったテールのデザ
インもカッコいいですね。

お客さんにとって、ビッグバイクは価格が高
くて手が出ないんじゃないかと思われがちで
すけど、400ccクラスのバイクでもいろいろ
手を入れてお金をかけると80〜90万円ぐら
いでしょ。それならビッグバイクを買っ
たほうがいいと、ホントに好きな人、憧れてた
人なら思うんじゃないかな。

大型を取り巻く環境もいろいろ変わって

くと思いますよ。ヨーロッパにも馬力規制が生
じる動きがあるので、そのうち全世界共通の
規制ができるかもしれない。そうすれば、逆
輸入車の制限も緩和されて、しだいに撤廃さ
れていくんじゃないんですか。そうなるとい
います。

ただ、バイクは排気ガス規制導入の問題も
あり、各メーカーとも新しいコンセプトや技術
の打ち出しが難しいのかもしれないね。出
展モデルも、これまでの延長線上という感じ
で斬新なバイクが少なかったという印象があ
ります。

特にネイキッド400ccには、どのメーカー
を見ても力の入れようが足りないように感じ
ました。普通二輪免許をとったユーザーが最
初に買う入門のバイクであり、そのお客さん
はいずれ大型へとステップアップすることが見
込める層です。そういう意味で画期的なエン
ジンが出てくるとか、ユーザーが魅力を感じ
るような打ち出しが欲しかったですね。

400ccで私が注目したのは、ドラッグスタ
ークラシック。アメリカンという人気の高いジ
ヤナルで、従来のドラッグスターの若いユーザ
ーと異なる、もっとアダルトな層も引き込め
ると思います。

50ccのクラスでは、単なるスクーターではな
く、いろいろと個性的な形のものが出て来て
いますね。今回、参考出品の形で展示されて
いたモデルがたくさん市場に出てくると楽し
いと思いますよ。

ビーウィズやビーンの参考カラー車は、デザ
イン的に今の若いお客さんに、受け入れられ
そうです。JOGもすべて一新して、アブリオ
よりもインパクトのある形になりましたね。
50ccのギア付きスポーツバイクも今、人気

'98トレンドと ウチの商売

YOU SHOP タナカ/田中泰治社長 埼玉県岩槻市

スタンダード、ファッション、スポーツ バラエティ豊かな原付ラインナップに期待

四

輪がハイブリッドカーなど環境問題に積極的に取り組んで、将来を見据えているのと比べると、二輪ブ

スはかなり商品寄りの展示で、将来性を感じさせるイメージが少なかったですね。

それでも、現実的なバイクワールドの演出として考えると、ヤマハは魅力的な出展モデルが多かったという印象です。「バイクは感動の乗りものだ」というテーマも、ただ単に実用性だけでなく、遊び心を誘うヤマハの姿勢がよく伝わってきました。逆に他メーカーでは、ホンダのハイブリッド二輪車、折たたみのルーバーやラクーンCOMPなどが革新的でユニ

ク。スズキはストリート・マジックのバリエーションが、目についたくらいでした。

それに比べて、ヤマハのラインナップはお客様が欲しくなるようなものが揃っているぞという感じですね。

ウチのように原付中心の店にとっては、ヤマハは50ccクラスの出展モデルが豊富でよかったですね。ラインナップの中で一番期待しているのは、これからの商売の主力となるスタンダードスクーター、ニューJOGです。アプリ

オから一新されたホントの意味でのフルモデルチェンジで、機能もより充実していますよね。アプリオが出たときに、6ℓのガソリタンクで航続距離が長くなったとかなり評価されたんですが、それがさらに増えて7ℓになるなんて凄いことですよ。うちの地域では盗難が大きな問題なので、Gロックもありがたい機能ですね。ガードシャッターやリアオイルロックのアイデアも素晴らしいし、なんといっても扱いやすい。デザインも大きく変わったし、下についた大きなヘッドライトも特徴的ですよね。若い人から年配の方までオールマイティに受け入れられるんじゃないですか。

それに、CMキャラクターのTMレポリューションは、今若い人にすこい人気ですよ。ビーノのパフィーTシャツも好評でしたから、今度のTMレポリューションを使ったプロモーションにもまた期待したいですね。

ビーノのカラーバリエーションも早く出てきてほしいもの一つです。ビーノユーザーのように、個性を重視する若いお客様には「他人と同じじゃないやだ」という人が多いですからね。カラーやオプションパーツが豊富で、他人と差別化ができるほうが喜ばれるんです。

ビーウィズはメットイン機能がついて、進化

を感じますね。スタイルも遊びの世界を感じさせて人気が出そうですね。

また、ウチの店の周辺でもギア付きの原付スポーツに乗る高校生が増えているんですよ。このカテゴリはこれからもっと盛り上がってくるんじゃないんですか。YB11が、よく売れましたからね。今回出展されたYB11のニューカラーも楽しみにしていますし、なによりRZ50の登場が待ち遠しいですね。スポーツバイクと同じように、原付スポーツもネイキッ

ドが主流になっていますから。

来年は、スタンダード、ファッション、スポーツとそれぞれに魅力的なモデルが出揃って、高校生の男の子にRZ50、女の子はビーノ、そしてあらゆるお客さまをカバーするJOGと、いったいラインナップでいけるんじゃないでしょうか。この冬から春にかけて、話題の盛り上げに力を入れたいですね。



幅広いお客さまから人気を集めるに違いないと、田中社長は「JOG Makes Revolution」に期待する



こころから 納得でききる シヨツピングを

随所にディスプレイや陳列棚が置かれるが、動線が広く確保してあるために窮屈感がない。客の動きを妨げず、なおかつ展示アイテム数を多くする工夫だ。高さのアクセントで、あえてすべてを見渡せないようにし、「何があるのか」という期待感を煽る構成

いつ、どんな理由でも 返品できる 「リターンポリシー」

ピア・ワンでは、リターンポリシーという考え方を導入しています。これは当店でお客様にあげいただいた商品をすべて、いつでも返品または交換するという仕組みです。理由は問いません。買った商品を家に置いてみたら色のコーディネートに合わなかったとか、気に入らないとか、何でも結構なんです。もちろん不良品なども含みます。

買った時のレシートがあれば、現金または同額の別商品とお取り替えますし、レシートがなければクーポン券または別商品とのお取り替えになります。これはアメリカではもはや当たり前の考え方なんです。日本ではまだ浸透していません。ですから返品されるお客さまの方が、こわごわという感じですね。

でも、やはりお客さまとしてはいつでも返せるというところで、安心感があるようです。特に、どうしようか迷ってしまった場合も、気に入らなければいつでも返せるので、購入への敷居を下げることにつながっています。

うちでは4月からリターンポリシーを導入していますが、販売した数に対しての返品率は1%未満。これはアメリカのピア・ワンでもだいたい同じく



ピア・ワン 青山店 向井紀代美店長 東京都港区

ピア・ワン インポーツは、アメリカ・テキサス州フォートワース市に本社を置くホームファッショングッズ、ギフト用品の大手小売業者。米国全土を始め、イギリス、カナダ、メキシコ、プエルトリコに出店。世界44カ国に独自の開発・製造ネットワークを構築し直接買い付けを行い、安価でオリジナリティあふれる商品を提供している。日本では晩印刷株式会社を母体とし、'96年4月の碑文谷店を皮切りに、現在16店舗を展開。青山店は'96年11月にオープン。ピア・ワン全体では女性客が主流だが、ここ青山店は男性客も目立ち、男女比は3対7。主な客層は20代から30代にかけてのOLや主婦。向井店長は1年間カナダでの生活経験があり、その際に生活雑貨との付き合い方や接客法を学んだ。店長としてもその経験を生かし、スタッフには「お客さんがお店に付くのではなく、スタッフに付くような接客を」と呼びかけている。



客の動きや興味の対象に常に注目し、会話へと結びつける。休憩時間には「どっと疲れが出る」ほどの集中度合いだ。ひとつひとつの単価は安い商品だが、細やかな会話や気配りの中から未永い店と客との付き合いが始まる



販売の場面では、お客さまとの会話をとても大切にしています。まず、お客さまが入ってきたら、「い

ライフシーンを提案して 客の創造力を刺激する

らいの数字です。
返品の内訳としては、高めの商品が多いですね。高価な物ほど納得いく買い物をしたという意識があるでしょう。
このシステムは、自宅でお客さまに商品を試してもらい、本当に気に入ったものを買っていただきたい、というものです。そして、お店の側としても、お客さまが本当に満足行くまでお付き合いしたい、という願いが込められています。ですから、返品は無期限で承っています。

らっしゃいませ、こんにちは」と声をかけます。また、店内でのお客さまの様子や動きをよく見ておきます。店内をどんな順番で回っているか、どんなものに興味を持っているか注意しておいて、お客さまに声をかけるときは目安にするんです。

それから、ディスプレイにはリズムやアクセントをつけるようにもしています。すぐに全部が見渡せてしまうようなノッペリとしたディスプレイだと、お客さまをワクワクさせられません。そこで高さの

細やかに気配りされた 店内のディスプレイ

生活雑貨って、ひとつの物からどんどん創造力が広がっていくんですよ。キャンドルを使ったお客さまが、「蛍光灯の明かりってムードがないなあ、じゃあランプにも気を使ってみよう」とか、「出窓にもちょっとしたディスプレイしてみよう」とか……。そういう時に、お店からも積極的に提案をさせていただきます。ちよつとした物、安い物から、どんどん新しいライフシーンを作り上げてもらえれば、それが一番うれしいうことですね。

会話の内容は、主にインテリアコーディネートの提案ですね。ですからお客さまのお部屋のサイズや壁紙の色、それに雰囲気をお聞きして、それに合う物をお勧めするんです。
それに、生活雑貨って種類がとても多く、ひとつ買ったらそこで終わりという物ではないんです。例えばソファを買ったお客さまが再来店したら、「あのソファにはこのクッションが合いますよ」と提案をしたり、グラスを何個か買われるお客さまには、「レジで「パーティですか？ それならキャンドルはいかがですか？」とお勧めしたりするんです。

「次は何かかな」という期待感をおおるようになっています。選ぶのも同時に、広めの動線も確保しています。選ぶのも楽しみのひとつですからね。必ず動線は広めにしています。お客さまからも、ゆつたり選べてうれい、と好評なんです。

他にも店内の演出では、香りと照明、そして音楽に気を使っています。

香りの商品は、ほとんどむき出しで、すぐ香りが分かるようになってきます。また、こうした香りが漂うことで店内に落ち着きが出るという効果もあります。

スポットライトを中心にした照明は、ディスプレイを変えるたびにそれに合わせて動かして、より印象づけるようにしています。

それから音楽。これが意外と重要なんです。クリスマスシーズンに、店内の音楽をクリスマスソングに変えたら、その日を境に売上が伸びたんです。クリスマス商品だけではなく、通常の商品も……。ウキウキするような音楽が流れていけば、やっぱり購入意欲をそそられるんですね。セール期間中も、アップテンポの曲を流すようにしています。

「ストーリー性を持たせ、創造力を刺激する」ディスプレイは、同時に陳列棚でもある。どのディスプレイにも、そこに使われている什器類などが重ねられており、「見て、欲しくなった物にすぐ手が届く」作り。購入意欲を逃さない。また、チェアやソファは自由に座って試すことができる

「ストーリー性を持たせ、創造力を刺激する」ディスプレイは、同時に陳列棚でもある。どのディスプレイにも、そこに使われている什器類などが重ねられており、「見て、欲しくなった物にすぐ手が届く」作り。購入意欲を逃さない。また、チェアやソファは自由に座って試すことができる

「ストーリー性を持たせ、創造力を刺激する」ディスプレイは、同時に陳列棚でもある。どのディスプレイにも、そこに使われている什器類などが重ねられており、「見て、欲しくなった物にすぐ手が届く」作り。購入意欲を逃さない。また、チェアやソファは自由に座って試すことができる

「ストーリー性を持たせ、創造力を刺激する」ディスプレイは、同時に陳列棚でもある。どのディスプレイにも、そこに使われている什器類などが重ねられており、「見て、欲しくなった物にすぐ手が届く」作り。購入意欲を逃さない。また、チェアやソファは自由に座って試すことができる

「ストーリー性を持たせ、創造力を刺激する」ディスプレイは、同時に陳列棚でもある。どのディスプレイにも、そこに使われている什器類などが重ねられており、「見て、欲しくなった物にすぐ手が届く」作り。購入意欲を逃さない。また、チェアやソファは自由に座って試すことができる

「ストーリー性を持たせ、創造力を刺激する」ディスプレイは、同時に陳列棚でもある。どのディスプレイにも、そこに使われている什器類などが重ねられており、「見て、欲しくなった物にすぐ手が届く」作り。購入意欲を逃さない。また、チェアやソファは自由に座って試すことができる

「ストーリー性を持たせ、創造力を刺激する」ディスプレイは、同時に陳列棚でもある。どのディスプレイにも、そこに使われている什器類などが重ねられており、「見て、欲しくなった物にすぐ手が届く」作り。購入意欲を逃さない。また、チェアやソファは自由に座って試すことができる

「ストーリー性を持たせ、創造力を刺激する」ディスプレイは、同時に陳列棚でもある。どのディスプレイにも、そこに使われている什器類などが重ねられており、「見て、欲しくなった物にすぐ手が届く」作り。購入意欲を逃さない。また、チェアやソファは自由に座って試すことができる

「ストーリー性を持たせ、創造力を刺激する」ディスプレイは、同時に陳列棚でもある。どのディスプレイにも、そこに使われている什器類などが重ねられており、「見て、欲しくなった物にすぐ手が届く」作り。購入意欲を逃さない。また、チェアやソファは自由に座って試すことができる

「ストーリー性を持たせ、創造力を刺激する」ディスプレイは、同時に陳列棚でもある。どのディスプレイにも、そこに使われている什器類などが重ねられており、「見て、欲しくなった物にすぐ手が届く」作り。購入意欲を逃さない。また、チェアやソファは自由に座って試すことができる



「ストーリー性を持たせ、創造力を刺激する」ディスプレイは、同時に陳列棚でもある。どのディスプレイにも、そこに使われている什器類などが重ねられており、「見て、欲しくなった物にすぐ手が届く」作り。購入意欲を逃さない。また、チェアやソファは自由に座って試すことができる



『97ヤマハ整備士コンテスト全国大会』

販売店のサービスマンが日頃の業務で鍛えた整備技術や接客力を競う『97ヤマハ整備士コンテスト全国大会』が、11月6日、ヤマハリゾート「つま恋」にて開催されました。

全国37会場で行われた地区大会には過去最高の387名が参加。その厳しい闘いを勝ち抜いた精鋭、マスタークラス20名、ベイスニッククラス11名の計31名のサービスマンが全国大会に出場しました。



今回の大会から、より実践的な接客実技の競技をスタート

今回の大会は、「優れた技術にま」ころ添えて「スター店」をスローガンとし、「信頼される整備技術力」とお客さまが満足する接客力」が重要であると考え、販売店の店頭における「接客・技

術力」の総合力を高め、お客さまに満足していただくこととで、総需要の拡大を図ることを目的としています。

そこで、これまで接客と実技に分かれていた競技を一つにまとめ、接客実技という競技種目を新設。お客さまが修理車を持ち込んで、故障の診断、修理を依頼するという、より店頭に近い実践的なシチュエーションで行われました。

優勝はマスタークラスが「YSP 東京都の鳥井信寛さん、ベイスニッククラスが「スピードシヨップ イイ」の小川勝喜さん。ただ一人競技車両FZ400の燃料警告灯の球切れに気づき、マスタークラス優



マスタークラス優勝の「YSP 東京都」鳥井信寛さん(中央)、準優勝の「マヨ」佐倉「酒井幹雄さん(右)、第3位の笠原自転車商会(笠原寿之さん(左))

YTS講習会日程

| ブロック | 12月 |
|------|---------------|
| 北海道 | |
| 東北 | M 2~4・9~11 |
| 東京 | M 16~18 B |
| 中部 | M 9~11 B |
| 関西 | |
| 中国 | M 10 |
| 四国 | |
| 九州 | |

※B/ベイスニック 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。

『97東京国際自転車展』開催

今年で第8回目を迎えた『97東京国際自転車展』が、11月6、8日、東京ビッグサイトで開催されました。

今回は「電動アシスト自転車ゾーン」に11社がブースを展開。海外からの出展メーカーもあり、ヤマハが先鞭をつけたこのカテゴリーの市場の拡大を感じさせました。

ヤマハブースでは「ニューPAS 26インチDX」、「ニューPASコンパクトDX」などを出展。また、ヤマハが供給したPASシステム

FROM PAS

ユニットを用いてOEM生産した、ブリヂストンサイクル、キナスト社(ドイツ)、ピアンキ社(イタリア)の電動ハイブリッド自転車もブースに展示され、たくさんの人で賑わっていました。

会場の外には試乗スペースも設けられ、多くの人が試乗していました。「第一人者だけあって、ヤマハのPASは信頼感がある」「ペダルを踏み込んだ瞬間から、違いを感じる」との来場者の声も届いています。



市場の拡大とともに、来場者の熱い注目を集めるヤマハPASブース



山本昇取締役PAS事業部長、野村和彦森山工業社長らによるテープカット。25万台目のシステムユニットを搭載したPASが生産した

電動ハイブリッド自転車誕生から4年 PASシステムユニット生産累計25万台を達成!

FROM PAS

電動ハイブリッド自転車「ヤマハPAS」のシステムユニットが生産累計25万台をこの程達成。10月31日に、PASシステムユニットの生産拠点である森山工業(株)の専用ラインにて記念式典が行われました。

ヤマハPASは、世界初の電動ハイブリッド自転車として1993年11月に月産200台規模で生産を開始。その後、市場の大きな反響を得て生産規模を拡大し、丸4年で今回の累計25万台を達成しました。

特に、今年1月発売の「ニューPAS」が大好評で、早くもシリーズ合計10万台の販売実績を上げ

ています。また、ヤマハではナショナル自転車工業(株)、ブリヂストンサイクル(株)の国内2社に対して、システムユニットを供給。さらに今年10月からは欧米の有力自転車メーカー5社へも供給をスタートしました。今回の生産累計25万台は、これらを総合しての実績となります。

ヤマハの山本昇取締役PAS事業部長は、今回の式典において「25万台はまだ小さな通過点。世界中でPASへの関心が高まっているので、今後も最高の品質を世界に提供していきます」と、一層の拡大に向けて抱負を述べました。



「TZセッティングアップスクール」来春開講

FROM MOTORSPORTS

世界GPや全日本ロードレースを始め、国内外のロードレースシーンで活躍するTZ125/TZ250。しかし、いかに優れた素性を持つマシンといえども、的確なセッティングを施さなくては上位進出は難しいことでしょう。

そこで、98年の本格的なシーズン開幕を前にして、TZユーザーを対象に好評の「TZセッティングアップスクール」を来春3月に開催します。講義内容は、エンジンやサスペンションの基本セッティングから、実技走行までの幅広い範囲で、わかりやすく実践的なもの。詳しい日程は98年2月号以降で紹介いたします。

上旬・筑波サーキット
中旬・Tサーキット
英田
MINEサーキット
下旬・スポーツランド
SUGO



セッティングからサーキット走行まで、わかりやすく指導

「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室
FAX 03-5474-7898



走り終えたあとの、山頂の空気が何よりも美味しい！

FROM Y.E.S.S.

イベントやレースをサポートしてくれる女性スタッフ「YESアクティブクルー」募集中

YESでは、98年の各種YES活動で活躍してくれる女性スタッフ「YESアクティブクルー」のメンバーを募集しています。レースでのパラボルガール、イベント会場でのコンパニオン、さらには情報誌WAYの体験取材など、活躍のフィールドは盛りだくさん。

活動内容：国内主要レースでの観戦者サービス及びパラボルガール、YESイベントでのコンパニオン、情報誌WAY等の体験取材、他

〈応募方法〉
住所、氏名、年齢、電話番号、職業(または学校名)、免許種類、所有のバイクを明記の上、自己PR文と写真2枚(上半身・全身を添えて、郵便にてお申込みください)。

締切：97年12月31日
応募先：〒43818501 静岡県磐田市新貝2500 ヤマハ発動機(株)内 YES本部事務局「YESアクティブクルー」



お問い合わせ先：YES本部事務局
〒053813714100
担当：尾崎/加藤
サーキット、イベント会場に笑顔を添えるYESアクティブクルー

求む!

FROM Y.E.S.S.

二輪二足で山頂を目指す「セロートレッキングパーティ」

セロ！本来の魅力である、山道をバイクと足を使って進んでいく「二輪二足」の醍醐味を、より多くの人に体験してもらおうと「YESセロートレッキングパーティ」。オフ経験が少ない人でも、インストラクターの指導付きでトレッキングを楽しめることができます。この人気を受け、昨年は単発開催だったイベントの回数を増大。1年を通して全国8会場で計18回開催しました。また、今年から各会場でセロのレンタルを実施したため、プロオーナーを合わせて総計284名もの参加を集めました。

11月13日には、今年度最後の開催がトレッキングパーティイ発祥の地、長野県の車山高原で行われました。今回は九州など遠方から参加する人も含め総勢約60名が「ベンションセロ」に集合。好天に恵まれた中、国際A級トライアルライダー河合紀之さん、モータージャーナリストの村岡ジッタさん、野口律子さんらインストラクター陣とともに、山の中へ。途中、何度転んでもみんなで助けあいながら、ゴールを目指します。全員山頂へとたどりついたときには、トレッキングと自然の素晴らしさを満喫したようでした。

参加者からは「セロの能力の素晴らしさがわかった」「バイクを通していろんな人と出会えた」「一人では行けないところも、他の参加者の助けで走ることができて嬉しかった」といった感想が寄せられています。好評のうち全日程を終えた「YESセロトレッキングパーティ」。もちろん、98年も引き続き全国で開催する予定なので、店頭でのご案内をよろしく願います。



全世界の注目を集める スーパースポーツYZF-R1 海外試乗会で優れたポテンシャルを発揮!

ヨーロッパ最速をキープしたYZF-R1は、世界初の公道テストと2つのシチュエーションで試乗。南欧の雄大な自然の中でのライディングを堪能した各テストライダーは「こんなにエキサイティングなモデルは他にない」「乗っていてすごく楽しいし、ヤマハのハンドリングと車体技術の素晴らしさに驚いた」と優れた走行性能に感嘆した様子でした。

今やモーターサイクルシーンの話題の中心となったYZF-R1。幸先のいいデビューを飾ることができたようです。



自分でも「台歌しいバイクだ」と絶賛の声を残したYZF-R1。この模様は現在発売中の各二輪専門誌に掲載されています。

ハンガリーで少年 バスケットボール大会 『ヤマハカップ』を主催

モーターサイクルの中でも、特にリーズナブルな価格と効率的な移動手段としてスクーターに人気が集まっているハンガリー。現地の代理店ヤマハ・モーター・ハンガリーは、将来的にスクーターユーザーのメインとなる若い世代をターゲットにしたキャンペーンを数多く打ち出しています。

その中のひとつが、11、12歳の小学生を対象にしたバスケットボールのシリーズ戦「ヤマハカップ」の開催。ヤマハ主催の当大会は今年の11月から来年の5月まで行なわれ、期間中は選手や大会に訪れた観客が、会場に展示された各種のヤマハスクーターを間近に見ることが出来ます。

WORLD TOPIC



ヤマハスクーターのキャンペーンの一環として行われるバスケットボール大会「ヤマハカップ」のポスター

ヤマハ・モーター・ハンガリーでは今春、人口の20%が集中する首都ブダペストに、円柱型のガラス張りショールームと新社屋を完成。若いティーンエイジャー市場の開拓とともに、同国内で40%を占めるヤマハシェアのさらなる拡大に貢献することが期待されています。

TOOL BOX

★警察庁は指定教習所・教習課程の見直しを決定。これまで、1日2時限までしか受けられなかった技能教習を1日3時限に拡大、学科教習の短縮をする。導入は'98年秋以降と見られており、これにより教習日程の短縮、教習料金の合計が安くなることが見込まれている。

★'98年1月17日～18日に、東京ビッグサイト西館にて、「'98BPクラシック&カスタムモーターサイクルフェア」が開催される。第8回となる今回は「時代を超えて愛されたものたちへの敬意を」を基本精神に、名車、カスタムモーターサイクルとの出会いの場を提供する。

★(社)日本自動車工業会は「二輪駐車場整備促進に係る調査研究 原付駐車場編」をまとめた。この中で、自治体が「駐車場整備」と「放置禁止(規制)区域の設定」を条例で制定することにより、「周辺環境の改善」「二輪車の利用環境の改善」が期待できるとしている。

トップランナー
NHK総合
12月5日(金)
23:45～24:29



阿部ノリックー典史が登場

各界で活躍する若手をゲストに招く人気TV番組「トップランナー」に、ヤマハのエースGPライダーの阿部典史が出演。シンガーソングライターの大江千里さんと元バレーボール日本代表の益子直美さんが司会・進行を務め、これまでのレースでの活躍を振り返りながら、ノリックの魅力に迫ります。さらに番組では、幼いころからのGPライダーになるという夢を実現させたノリックに、スタジオの観客から自分の進路・将来について質問・相談を募集。それをノリック自らが、自分の体験をもとに答えてくれるコーナーもあります。ぜひご覧ください。



RACING TOPICS

芳賀紀行、いよいよ世界へ飛躍! ワールドスーパースポーツバイク参戦決定

今年の全日本スーパースポーツバイクチャンピオン芳賀紀行が、来たる'98シーズンのスーパースポーツバイク世界選手権(WSB)に「ヤマハワールドスーパースポーツバイクチーム」から参戦することが決定しました。チームメイトは同チームで2年目を迎えるスコット・ラッセルです。

「WSBは、全日本のチャンピオンを獲得したからといって簡単に勝てるレースではないと思うので、初心に戻って一からのスタートだと考えています。1年目でタイトルを獲得するのは難しいと思うけど、夢は大きくチャンピオンを目指して頑張っていきたいです」と抱負を語ってくれた紀行。近い将来、WSB初の日本人チャンピオンとして大いに期待されます。



アグレッシブな走り、すでに世界中から注目を集めている紀行。WSBでの活躍が今から楽しみだ



神奈川県出身の23歳、秋田貴志。今年、ホンダRSからTZ2にマシンをスイッチし、見事タイトルを獲得した。

TZを駆る秋田貴司 波乱の最終戦で全日本GP125チャンピオン獲得!!

RACING TOPICS

全日本ロードレース選手権GP125クラスに、「TEAM 伸興通産 J RACING」からTZ125で出場している秋田貴司が、11月2日の最終戦・SUGOMFJグランプリにおいてチャンピオンに輝きました。

これまで2勝を挙げ、ランキングトップで最終戦を迎えた秋田。ランキング2位の菊池寛幸（ホンダ）がこのレースで優勝しても、5位以上に入賞すればタイトル獲得となります。

予選で見事ポールポジションを獲得した秋田でしたが、その直後に転倒。しかも、決勝朝のウォームアップ走行でマシントラブルに見舞われるなど、一転して苦しい局面に立たされました。

そして決勝スタートでも大きく出遅れ、序盤は7番手あたりまで順位を下げる厳しい展開。

最終、菊池がトップを向う中、秋田のチャンピオンも危うしかと思われたものの、徐々に順位を上げてトップグループに追いつき、終盤にはタイトル獲得条件である5番手まで浮上しました。

最終ラップのシケインでは菊池トップ、秋田4位。しかし最後のストレートに入ったところで、2位の仲城英幸（ホンダ）が

転倒したため、直後を集団で走っていた3位以下は密集状態のままゴール。難を逃れた菊池が優勝を果たしただけに、秋田の順位が気になるところでした。

結果はギリギリの5位。波乱の末のチャンピオン獲得となりました。

チームクルーに迎えられた秋田は「菊池選手は絶対優勝すると思ったので、5位という順位は気にせず、とにかく前を狙っていた。最後は何位でゴールした

GP500の祭典「TBCビッグロードレース」 ベテラン健在藤原儀彦、3位表彰台をゲット!

秋のSUGO恒例のGP500マシンによる「TBCビッグロードレース」が今年もMFJグランプリと同時に開催されました。

世界GPの有カライダーを始めとする早々たる顔ぶれが集まった今回のレース。ヤマハからはヤマハチームレイニーのエース阿部典史、マルボロヤマハの藤原儀彦がYZR500で参戦。また、このレースにエントリーしていた全日本スーパーバイクチャンピオン芳賀紀行は、この日の午前中のスーパーバイクレースでの転倒で肩を痛め、大事をとって出場を見合わせました。

予選では、藤原がフロントロー3位を獲得。ノリツクは8位グリッドからのスタートとなりました。

そして決勝レース、藤原は3周目に世界チャンピオン、マイケル・ドゥーハン（ホンダ）に次ぐ2番手に浮上。5周目にはノリツクもその後方3番手につけます。

その後、藤原の前に出ようとベイスを上げたノリツクは、10周目の3コーナーで勢いあまって転倒。「藤原さんを急いで抜こうとして、つい熱くなつて転んでしまった」と悔しがるノリツク。

藤原は13周目に岡田忠之（ホンダ）に抜かれたものの、世界ランキング1位、2位のライダーと並んで3位表彰台を獲得しました。

「春の日本GP以来の500ccのレースだったけど、そのときよりも上位の3位表彰台で嬉しい。マシンの貴重なデータも得られ

か分からなかったけど、チャンピオンになれて嬉しい。これからも応援よろしくお願いします」と笑顔を浮かべていました。



表彰台の上でライバル菊池からの祝福を受ける秋田(右)



久々の日本での走り。多くのファンにノリツクらしいアグレッシブさを披露



たので、来年は阿部選手に頑張つてほしい」

藤原は、今年ルマン、ボルドールの24時間や鈴鹿8時間などの耐久レース、そして世界GP、WSB、全日本へのスポット参戦と

あらゆるカテゴリーのレースを闘い、さらにはYZF750の開発も担当。今回は、その豊富な経験を活かした会心のレースとなりました。

今年のルマン24時間耐久に次いで表彰台に上がった藤原。今後も機会があれば、全力でレースしたいと力強いコメント

RESULT

全日本ロードレース

- 第10戦・TI英田(10/19)
 <スーパーバイク>
 1位 藤原克昭(スズキ)
 2位 芳賀紀行(ヤマハ)
 3位 吉川和多留(ヤマハ)

<250>

- 1位 加藤大治郎(ホンダ)
 2位 松戸直樹(ヤマハ)
 3位 芳賀健輔(ヤマハ)

TBCビッグロードレース

- 1位 ドゥーハン(ホンダ)
 2位 岡田忠之(ホンダ)
 3位 藤原儀彦(ヤマハ)
 6位 マッカーシー(ヤマハ)

RANKING (最終戦)

<スーパーバイク>

- 1位 芳賀紀行(ヤマハ) 202
 2位 藤原克昭(スズキ) 167
 3位 武田雄一(ホンダ) 149
 4位 吉川和多留(ヤマハ) 140

F1GP

- 第17戦・ヨーロッパ(10/26)
 1位 ハッキネン(マクラーレン)
 2位 クルサード(マクラーレン)
 3位 ビルヌーブ(ウイリアムズ)

<250>

- 1位 加藤大治郎(ホンダ) 193
 2位 芳賀健輔(ヤマハ) 142
 3位 加賀山就臣(スズキ) 135
 5位 中野真矢(ヤマハ) 115

RANKING (最終戦)

- 1位 ビルヌーブ(ウイリアムズ) 81
 2位 フレンツェン(ウイリアムズ) 42
 3位 クルサード(マクラーレン) 36
 12位 ヒル(アロウス・ヤマハ) 7
 16位 ディニス(アロウス・ヤマハ) 2

<125>

- 1位 秋田貴志(ヤマハ) 143
 2位 菊池寛幸(ホンダ) 142
 3位 小澤敏明(ホンダ) 112

日本の道路

★どっか行きたいなあ。

☆この寒いのに元氣ねえ。

★寒さなんかライダーにはそれほど関係ないと言ったこともできなくはないのさ。まあ実際の話、冬の寒い朝のキリッとした空気の中、バイクで走り出す瞬間っていうのは、アレはアレでできれば避けたいものだよね。夜なんか冷え切った空気を切り裂きながら走り続けるのも、なかなか後悔するね。

☆露骨に逃げ腰ね。でも、冬のスカッと晴れた日って、確かに何となくお出かけしたくなるかもね。

★でも寒いからなあ。

☆最初の話と矛盾するわよ。自分で何言ってるか分かってるのかしら、この人は。

★そう、バイクの走行距離が4万キロを超えたんだよ。

☆4万キロ？ ずいぶん走ったわね。……って、突然話をすり替えるんだから。

★4万キロっていうと、地球の全周とほとんど同じ距離だからねえ、たぶん。自分で言うておいて何だけど、「地球の全周」なんてスケールがデカすぎてほとんど理解不能だよ。スゴイことなのかね？

☆スゴイんじゃないの？

★スゴイのか。ふーん……。

☆自分でウンチク垂れたわりにはつまんなそうね。

★理解の範疇を越えると急速に興味がなくなるんだ。

☆そ……。

★僕は日本の道路しか走ったことがないけど、

それで4万キロだからね。まあ日本の道はほとんど知り尽くしていると言っても過言ではないね。

☆過言よ。

★そう、過言。ななな何だよその冷たい言いぐさは。

☆私、知ってるの。日本の道路って、110万キロ以上あるのよ。

★へえ。

☆あら、そっけないわね。

★だって、4万キロだって理解の範疇を越えているんだよ。110万キロなんて、マンガの中の数字みたいだよ。

☆地球から月までの距離が約38万キロなの。だから110万キロっていうと月まで行って帰ってきて、さらにもう1回月に行けるぐらいの距離ね。

★帰ってこれないの……？

☆ま、4万キロなんて、そのうちのたった25分の1よ。さらに言わせてもらえれば、あなたのバイクってほとんど買い物とチョイ乗り用だから、何度も同じ道を通ってるでしょ？ そう考えるとちょっと少ない距離しか走ってないことになるわ。そんなあなたに日本の道路を走り尽くしたなんて言ってるほしくないわね。

★ゲゲツ。やけに突き放すじゃない。

☆「日本の道をほとんど走った」だなんて、うかつに口にした方がいいわよ。誰が聞いているか分からないし、何が起るかも保証できないわ、私には……。

★や、やっぱりキミでもしかして……。

日本の道路の総延長距離

運輸省種類別統計資料による（平成6年4月1日現在）

高速自動車国道
5,568km

一般国道
53,302km

都道府県道
123,877km

市町村道
953,600km

合計 1,136,347km

Roads In
RJ Japan

日本の道路の総延長、113万km。走行距離自慢のライダーたちも、この数字にはちょっと驚くかも。日本にも「未知の道」はたっぷりある。上記データは平成6年分だが、今年、平成9年4月現在の高速自動車国道の開通延長距離は611.4kmと、546kmの伸長。日本道路公団発表の資料によると、高速自動車国道は建設中が1,829km、計画が3,576km。最終的な総延長は11,520kmになる予定。各種道路を含めて、全国的な舗装率は約60%。ざっと計算すると未舗装路は45万kmはあることに。オフロードライディングを楽しむフィールドもまだまだ豊富に残されている。

NEW
MODEL

シブさを表現した“ブラック”
Vinoが新登場

期間限定
生産モデル

'97年12月～'98年1月



ヤマハスクーター

Vino

'98年1月10日発売

メーカー希望小売価格 **169,000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。

カラーリング:ブラック2

'97年スクーター市場のリーディングモデル[Vino]に、期間限定でファッショントレンドカラーのひとつ「黒」(ブラック2)を追加設定。落ち着いた雰囲気を求める男性のお客さまにもご案内いただきたい、“シブさ”を求めた1台です。従来カラーとあわせ、全5色のバリエーションがそろったVinoで新春のスクーター商戦を盛り上げましょう。

ヤマハエンデューロ

WR400F

5月11日発売

(予約期間は'97年12月5日から'98年1月末日まで)

メーカー希望小売価格 **649,000円** カラーリング:ディープパーブリッシュブルーソリッドE
※価格には消費税は含まれません。



※写真は東京モーターショー出展車です。実際の生産モデルとは異なる場合があります。

いよいよ
予約受付開始!

ファクトリーマシン「YZM400F」の
技術をダイレクトに再現

'97年の欧米モトクロス競技の話題をさらったヤマハ・ファクトリーモデル「YZM400F」のテクノロジーを再現した市販モトクロスカー「YZ400F」およびエンデューロ仕様の「WR400F」が、いよいよ来春、国内市場にデビューします。

ヤマハモトクロスカー

YZ400F

3月5日発売

(予約期間は'97年12月5日から'98年1月末日まで)

メーカー希望小売価格 **629,000円** カラーリング:パーブリッシュホワイトソリッド
※価格には消費税は含まれません。



■YZ400F (主な特徴とセールスポイント)

新開発軽量コンパクト5バルブ単気筒エンジン——コンパクトでパワーバンドが広く、過渡特性に優れていること等を重点開発項目として開発したニューエンジンで、FCR39mmキャブレター採用等との相乗効果が、優れたレスポンスを生み出します。1軸バランサーの採用で走行時のライダー疲労低減を図りました。
「YZ250」ベースの新設計セミダブルクレードルフレーム——採用するフレームは、24年の実績と信頼性を持つ「YZ250」の基本ディメンションを再現したセミダブルクレードルタイプ。これで高速安定性と優れたハンドリング性能を両立させ、またダウンチューブ及びガセット内部をオイルタンクとして活用するタンクインフレーム方式の採用により、ロードクリアランスを十分確保しました。
「YZ250」と同仕様のサスペンション&ブレーキを採用——前後サスペンション、ブレーキについても、「YZ250」ベースのパーツを投入して高い走破性を実現しています。

■WR400F (「YZ400F」からの変更点およびセールスポイント)

ワイドレシオミッション——エンデューロ競技で優れた特性を発揮させるために、ワイドレシオミッションを採用しました。
エンデューロ競技用の充実の装備——H4バルブ対応交流ジェネレーター、トリップメータ、ライトスイッチ、12ℓ燃料タンク、リザーブ機能付き燃料コック、18インチリアホイール、シールチェーン、テールライトなどを採用しています。

ヤマハモトクロスカー「YZ400F」主要諸元

●全長×全幅×全高(mm)=2176×827×1303 ●シート高(mm)=991
●軸間距離(mm)=1495 ●最低地上高(mm)=373 ●乾機重量(kg)=107
●原動機種類=水冷4サイクルDOHC5バルブ ●気筒数配列=単気筒
●総排気量(cm³)=399 ●内径×行程(mm×mm)=92×60.1 ●圧縮比=12.5:1 ●最高出力(PS/rpm)=55/9,000 ●最大トルク(kgf·m/rpm)=4.67/7,000 ●始動方式=キック ●潤滑方式=ドライサンプ
●エンジンオイル容量(ℓ)=1.7 ●燃料タンク容量(ℓ)=8.0 ●キャブレター型式=FCR39 ●点火方式=CDI式 ●1次減速比/2次減速比=2.95/3.5 ●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段リターン ●変速比 1速=1.929 2速=1.536 3速=1.267 4速=1.09 5速=0.952 ●フレーム形式=セミダブルクレードル ●キャスト/トレール(度/mm)=27.8/123 ●タイヤサイズ(前/後)=80/100-21/110/90-19 ●ブレーキ形式(前/後)=油圧式シングルディスク/油圧式シングルディスク ●懸架方式(前/後)=テレスコピック/スイングアーム

バイクは、感動の乗りものだ。

THE 32ND TOKYO MOTOR SHOW



ステージ演出は、ナマのDJサウンドで盛り上げた

「走る、見る、触れる」 すべての瞬間に 感動をもたらす

ヤマハMCワールドを表現

10月22日（一般公開は25日）から11月5日まで、約2週間にわたり、「第32回東京モーターショー」が千葉県・幕張の日本コンベンションセンター「幕張メッセ」で開催されました。

今回は「つ・な・ぐ・あなたとくるま」を総合テーマに、国内外337の二輪・四輪関連企業、政府、団体が出展。それぞれ趣向を凝らした演出でモーターショーの未来や夢、テクノロジーの数々を披露し、延べ151万5400人の来場者で賑わいました。

そのなかで、ヤマハは「バイクは、感動の乗りものだ。『人機官能』をテーマに掲げてブース展開。人とバイクが一体になることで、「見る、触れる、走る」すべての瞬間に感動をもたらすモノづくりをしたい。そんなメッセージを、人間の五感とマシンとの融合をイメージした球体と、46台の出展モデル



試乗しながらリアルサウンドが聴ける「おさわりコーナー」も、行列ができるほど人気を博した

TOPICS in Color

「YAMAHA'S ANSWER」「Off Roader」「The Bike」「Pure Road Sports」「Commuter」それぞれのステージに分けて展示したモデルひとつひとつに、来場者の熱い視線が注がれた



最終日の閉館間際まで詰めかけた熱心なファンに、ヤマハブースをあでやかに彩ったコンパニオンたちもそろって感謝のご挨拶



インターネットのヤマハホームページも、モーターショーコーナーを開設。開催期間中はリアルタイムで会場の様子を見ることができ、ライブ中継も行った

で表現しました。
特に、出展モデルを代表するフラッグシップとして登場したスーパーバイク「YZF-R1」は、カメラ片手に見つめるファンが途切れることなく人垣を作る人気ぶり。すでに海外向けの発売が決まっているだけに、「発売時期は？」「値段は？」国内では発売しないのか？」など、説明を求める声が続出。
また、昨今のビッグバイクブームを反映して、XJR1300や「おさわりコーナー」に置かれたVMAX、TRX850などの人気が高く、ランツァ・スーパーバイカーズ、FZ600レーサーには「こういうカスタムができればいいね」と話す若い男女が集まっていました。
なお、今後の東京モーターショーは開催内容が変更され、1999年に「二輪車・家用車」ショー、2000年に「商用車」ショーとして1年おきに別開催されることになっています。

YAMAHA AD CLIPS

さらに上質、より快適な走りを求めて スポーツセダン・スペシャルティ 『マジェスティSV』新登場。

新官能ラン

この広告は、11月以降発売の二輪専門誌、一般誌に掲載しています。

誕生。
スポーツセダン・スペシャルティ
MAJESTY SV

¥529,000

YAMAHA

この広告は、11月以降発売の二輪専門誌、一般誌に掲載しています。

スポーツバイクユーザーさえ満足させる軽快、俊敏な走り。通勤用として不可欠な、優れた扱いやすさと機能。それらを、スポーティなデザインでまとめ上げたマジェスティに、ワンランク上のスポーツバージョン“SV”が誕生した。

マジェスティSVの雑誌広告は、グレードアップした走りの世界を、モーターショーテーマにつながる「新官能ラン」という言葉と、アダルトな雰囲気や温かみのあるアンバートーンの写真との組み合わせで表現。より快適で上質な1台を求めるユーザーに訴えかけています。

店頭でも、スポーツマインドを大切にするオトナの皆さまにおすすめてください。

YAMAHA
ヤマハ発動機株式会社