

Yamaha News 2

1998
No.413
FEB

「もう一歩」のステップアップを応援します

What's New

20周年
記念

SR400・500/Vinoクラシック/
シグナス125Si
/パリ・ダカでヤマハ9勝目! ほか

Open Eyes

日経パソコン

Hello! Nice Shop

(有)バイクセンターみやもと 梁川店
「点検DMで地元密着をめざす若い店」

ヤマハスポーツ

SR400/500 20周年記念モデル

3月2日新発売

SR400 ¥425,000 SR500 ¥455,000

ブラックゴールド(ブラック) ※400のみ



《主な特徴》

■デビュー当時のカラーイメージを再現
デビューした78年当時を彷彿させるカラーリングは2色。
'91年からSRに採用して好評の“ミラクリエイト”塗装で
仕上げ、いっそう鮮やかに再現した。



ディーブレードカクテル2
※400、500とも

初代SRのカラーリングイメージで 誕生20周年記念モデルを新発売

国内では唯一、誕生から20年間にわたって販売を続けているモデル「SR400/500」。その20周年記念バージョンが、期間限定予約でデリバリーされます。

78年のデビュー以来、時代に合わせた細部のリファインや信頼性アップの仕様変更などを図ってきたSRですが、お客さまから変わらぬ支持を得てきた魅力のポイントには、やはりモーターサイクルの原点からしい機能と造形。キックによるエンジン始動、鼓動感あふれるエンジン、素直なハンドリング、シンプルな車体構成が織り成

すSRワールドは、今や日本のスポーツバイクの最も個性的なジャンルのひとつに成長しました。
さらに最近では、SRより若い10代をはじめとしたスポーツバイクエントリー層のお客さまも仲間に加わって、ユーザー層をクンと広げています。
この限定モデルをフックに、いっそうの長いスポーツバイクファンを獲得ください。

限定販売予約期間
2月1日～4月30日

SR 20th Information

■予約記念プレミアム

SR400/500の20周年アニバーサリーモデル予約購入者に、2つの貴重な限定プレミアムグッズ①記念キーホルダー、②記念エンブレムをご用意しました。どうぞご活用ください。



①記念キーホルダー



②記念エンブレム

■SR誕生20周年記念イベント

愛車SRの撮影会や開発スタッフを交えてのトークショーなど、楽しい記念イベントを全国主要都市で開催！お客さまとお誘い合わせのうえ、ぜひご来場ください。

主催/ヤマハ発動機(株)

開催地・日程(予定)

3月8日(日)	福岡	福岡タワーシーサイドスクエア
4月5日(日)	東京	新宿NSビル地下1階展示ホール
4月12日(日)	名古屋	笹島JR跡地
4月19日(日)	大阪	舞洲スポーツアイランド
4月19日(日)	仙台	スポーツランドSUGO
5月10日(日)	札幌	会場未定

時間 13:00～16:00

*日程・開催場所は、変更となる可能性もあります。

■SRブックの新刊書

20周年を期に、各出版社から新しいSR関連の愛蔵本が続々刊行されています。ここでは、発売されたばかりの2冊をご紹介します。接客コーナーに置いて、話題喚起にお役立てください。

「the SR」

同じSRのエンジンでも、チューナーのセッティング次第でそれぞれ個性溢れる特性を見せる。そんなSRの様々なテストを紹介。また初歩メンテナンス、コーディネート、カスタムの実例、ショップ取材なども網羅したSRワールドが広がる一冊。A4変164ページ。Vol.1に続き、Vol.2も発売。
発行/株式会社ライダーズクラブ
発売/エイ出版社
価格/Vol.1/2各1200円(税込)



「SRファイル5」

「ビッグバイクルージン」誌による特別編集。SR誕生15周年で発行された「SRファイル」シリーズ「SRファイル2」、「SRファイル3」、「SRファイル4」に続く第5弾がこれ。浅間へのツーリング紀行からカスタムガイド、純正パーツリストまで網羅。A4変216ページ

発行/(株)スタジオタッククリエイティブ
価格/3000円(税別)



定番レトロスクーターのクラシックバージョン新登場

「かわいいレトロ感覚と充実の機能」で77スクーター市場をリードした「ピーノ」。今やレトロ定番モデルとして10代〜20代の若いお客さまに圧倒的な支持を受けていますが、春の需要期に向けて、いっそうレトロ感覚を強調したクラシックバージョンが仲間入りました。

カラーリングは決めのオレンジとブルーの2色。新たな魅力で「ピーノ」シリーズの存在感をアピールします。



ダルオレンジソリッド3

ヤマハスクーター Vinoクラシック(YJ50R)

3月2日発売 ¥172,000



ダルブルーソリッド3

《主な変更点と特徴》

- レッグシールドモール&フロアマット
レッグシールドモール、フロアマット、樹型グリップ、ホワイトのシートタマブチを標準装備し、レトロ感覚を強調。
- その他、細部の変更
ブッシュキャンセルウインカーを新採用。利便性向上をはかった。

What's New NEW MODELS

《主な特徴》

■ 信頼の空冷4サイクルエンジン搭載
「シグナス125D」と同タイプの、空冷4サイクルSOHC単気筒125cc10馬力エンジンを搭載。Vベルト自動無段変速との相乗効果で、扱いやすくスムーズな走行性を実現した。

■ クラス最軽量のコンパクトボディ
ボディは乾燥で97kgとクラス最軽量。ボディサイズも全長1795mmとコンパクトで、750mmのシート高が良好な足付き性を実現。また、「シグナス125D」より20mmショートな1215mmのホイールベースなど、新ディメンション設定も軽快なハンドリングを引き出すポイント。全身が、タウンユースにジャスト・フィットする設計となっている。

■ “クラス初” 満載の充実装備
メインスイッチ操作でシートオープンができる便利なシートオープナー付きメインスイッチ、ハザードランプ、左右2箇所ヘルメットホルダー、さらには125スクーターとして初めて、マルチフレクター採用のヘッドライト、フラッシュャ、テールライトを装備した。

※「シグナス125Si」は、ヤマハ海外工場(Yamaha Motor Taiwan co., Ltd./ヤマハ台湾)で生産しています。



フェアリシルバー



ブラック2

ヤマハスクーター

シグナス125Si (XC125M)

2月10日新発売 ¥259,000

クラス最軽量・コンパクトなボディでタウンユースにジャストフィット！
現行の「シグナス125D」は、通勤用途を中心に、業務用途、買い物からツーリングまで多方面で活躍し、特に幅広い年齢層のお客さまから支持を得ていますが、一方では都市部でのさらなる機敏性、経済性を求めるお客さまの声も増えています。
そこで、今回デビューの「シグナス125Si」は都市部・市街地での「ジャスト・フィット・サイズ」の具現化をテーマに開発。クラス最軽量の97kgのコンパ

クトボディで軽快な走行性と充実の実用機能をバランスさせるとともに、購入しやすい価格を実現しました。
「余裕の居住性」というお客さまには「シグナス125D」、コンパクトで軽快な走行性を求めるお客さまには「シグナス125Si」……と、ニーズに合わせておすすめください。

「シグナス125Si」主要諸元

●型式/エンジン型式SE01J/E303E ●全長/全幅/全高(mm)=1,795×660×1,065 ●シート高(mm)=750 ●軸間距離(mm)=1,215 ●最低地上高(mm)=100 ●乾燥重量/装備重量(kg)=97/104 ●補給平坦路燃費(km/ℓ)=55.0(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(cm³)=124 ●内径×行程(mm×mm)=51.5×60.0 ●圧縮比=9.8:1 ●最高出力(PS/rpm)=10/7,500 ●最大トルク(kgf·m/rpm)=1.0/6,000 ●給油方式=セルケック併用式 ●潤滑方式=強制圧送ウエットサンプ ●エンジンオイル容量(ℓ)=1.2 ●燃料タンク容量(ℓ)=6.5 ●キャブレター形式=BS26 ●点火方式=C.D.I. ●バッテリー種類=YTX7A-B5(MF) ●1次減速比/2次減速比=2.666/2.923 ●クラッチ形式=乾式内駆進心式 ●変速機形式=Vベルト式無段変速 ●変速比=2.572~0.852 ●レム形式=バックボーン(パイプ) ●キャスター/トレール(度/mm)=27°00'75 ●タイヤサイズ(前/後)=3.50-10 51J3.50-10 51J ●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/ユニットスイング ●ヘッドライト=12V30W/30W×2(キセノン)

※ここで紹介した商品の価格は、すべてメーカー希望小売価格です(北海道、沖縄および一部地区は除く)。
※価格には、登録に伴う諸費用、保険料、税金(消費税ほか)等は含まれません。

THE GRAETEST WIN!!



前人未踏の6勝を挙げたペテランセル(写真中央)。名実ともにパリダカ史上最強のライダーとなった

アフリカ上陸後、ペテランセルとXTZ850TRXは持ち前のスピードを発揮し、首位の座を守り続けた



しかし、その後力強い走りでも挽回し、第7ステージに首位の座を取り戻すと、他の追従を許さぬ走りでもアドバンテージを堅持。途中、盗賊団に他の競技車両が襲

われる事件が起こったものの、幸い大きな被害はなく、第10ステージがキャンセルされただけでラリーは続行されました。そして、終盤戦に入ってからペテランセルは、後続との差を計算しながら頭腦的なレースを展開。最終的に2位メオニとの差を30分29秒として、総合首位のままダカールに到達しました。

総合3位で通過したペテランセルは、アフリカ大陸に渡って最初の第4ステージを区間トップで駆け抜け、今回初の総合首位に立ちました。

また、今年は例年にも増して過酷なラリーが展開され、二輪部門の出走181台中完走はわずか55台でしたが、ペテランセルが駆るXTZ850TRX(TRX850)の改良型エンジンを搭載した大きなトラブルもなく18日間のラリーを走破。チームを指揮したヤマハ・モーターフランスのジャンククロード・オリヴィエは、「挑戦を掲げ、それを全うするために最高のライダー、最高の技術、そして最高のチームを持たなければならない。それは経験と訓練、才能と信頼性のコンビネーションであり、それがステファンとヤマハに比類なき記録を打ち立てさせたのだ」と激しかった戦いを振り返っていました。

<最終総合結果>

1位	ペテランセル	ヤマハ	62時間39分37秒
2位	メオニ	KTM	62時間10分06秒
3位	ヘイドン	KTM	62時間59分19秒

What's New

THE RACING

最多勝だ! ヤマハ&ペテランセル '98パリ~グラナダ~ダカールラリー

20回目の開催となった'98パリ~グラナダ~ダカールラリー(1月1日~18日)。
ヤマハからは、記念すべきこの大会に、'91年から昨年まで5勝を挙げてシ ril・スプーの記録に並んだエリス、ステファン・ペテランセルが、二輪部門単独トップの通算6勝目をかけて挑戦。18日間のレースを安定した速さで走り抜き、見事歴史的な勝利を達成しました。これは、ヤマハにとっても通算9回、'95年から4年連続となる勝利です。

「ゴールラインを通過したときは、ぐっと込み上げて来るものがあった。通算6勝という偉大な記録を達成できて、とても嬉しい。この記録を打ち立てたことで、僕にとってはこれが最後のパリダカになるかもしれないが、今は何ともいえない素晴らしい気分だ」と表彰台でペテランセルは喜びを表していました。

ペテランセル史上最多の通算6勝! ヤマハ'95年から4連覇、通算9勝で最多勝記録更新!! 今年20年目を迎えたパリダカで、歴史に残る勝利の記録が刻まれた

新しいバイクショップのシンボル

YARD看板 幹旋中

「YARD」とは、「YAMAHA ADVANCED(進歩した、前進した) REGULAIR(資格) DEALER(販売店)」の略。スポーツバイク販売店に対して、認証工場資格・安全運転指導員資格等の「社会的要件」、お客さまへ質の高いサービスを提供するために必要な「サービス要件」、お客さまの高い支持を得るための「販売要件」の整備・向上を支援しようという政策にのっとりたもので、すでに数多くの販売店さんがYARDの資格を

取得し、現在もその数は増えつつあります。そこでこのたび、新しいヤマハのプロショップとして「YARD店」を広くお客さまにアピールしていただくために、「地球とバイクのよい関係」をイメージしてデザインした「YARD統一マーク」と、これを使用した6種類の看板を製作しました。信頼されるスポーツショップの証として、ぜひ店頭でご活躍ください。



美しい地球を表したブルーの球体と、ヤマハのモーターサイクルが鮮やかに駆け抜ける姿をイメージした赤いストロボラインを組み合わせたデザイン「YARD統一マーク」

需要シーズンに向けてスタート目前!!

スタンダードスクーターの新しい形として、数々の充実機能を備えたプランニューJOG。CMキャラクター「TMレボリューション」も目下人気絶好調で、すでに店頭ツールが若者を中心に注目を集めているようです。

そこで、本格的な春の需要シーズンに向けては、「春のJOG&TMRフェア」を展開。POP、リーフなどの店頭ツールや各種プロモーションでお店をバックアップします。

中でも注目のツールは、音声POP。ハンドルに取り付けたPOPのボタンを押すとTMR西川貴教自身の声でJOGの3G機能を解説。ショップスタッフが手を離せないときや、おとなしい今どきの若いお客さまに對して威力を発揮します。



JOGオリジナル「JMRスニーカー」をオープン懸賞でプレゼント!

また、2月下旬からはTV CFもON AIR予定。同時にJOGオリジナル「JMRスニーカー」が当たるオープン懸賞もスタートします。これから、ますます盛り上がるJOG旋風。この波に乗り遅れないよう、しっかりお客さまにアピールして下さい。TV、CFの撮影風景とオープン懸賞の詳細は次号で掲載。お楽しみに!



(上)各種リーフをはじめ、キャンペーンをアピールするツールを各種ご用意
(左)TMRの声が出る今までになかった音声POP。もう一人のショップスタッフとして、お客さまにJOGの機能をアピールします

ヤマハMC273モデルのデータを完全収録

サービスデータCD発行

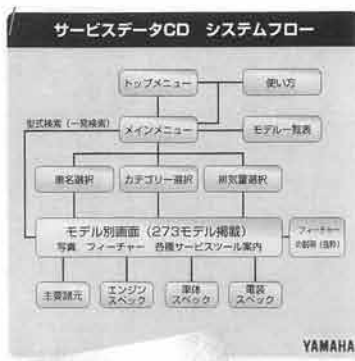
ヤマハモーターサイクルのサービスデータを収録したCD-ROMができました。

このCD-ROMには「車歴・形式一覧表」「サービスデータ」「テレホンデータブック」「MODEL INDEX」に編集されているほとんどの情報をインプット。これらの資料類が一つにまとまったことで、省スペースも図れます。

内容は、'93年以降に国内で発売した273モデルすべてのスポーツバイク/スクーターのサービスデータ、資料番号、カラー写真(メイン色)など。バイクは、モデルラベル、フレーム番号('93年・'95年生産のモデル)、排気量、愛称から検索可能で、調べたいサービスデータがすぐに表示されます。さらに、各モデルの主要フィーチャーは、クリックすると解説が出るようになっています。お客さま

まへのサービス対応のスピードアップにお役立てください。

内容に関する詳しいお問い合わせは、各ヤマハ販売会社の営業所、サービスセンターまでお願いします。



DT系	FZ系	FZR系
FZS系	R1-2系	SR系
SRV系	SRX系	ST系
TT系	TR系	TY系
TZ系	TZR系	WR系
XJ系	XLR系	XT系
XV系	XVS系	YP系
YZ系		
BRONCO	DRAG STAR	LANZA



機種名や愛称から、調べたい機種を一発検索

YTS講習会日程

ブロック	2月	
北海道		
東北		B
東京	M 3~5	B
中部	M 3~5	B
関西	M 4~6・18~20	B
中国	M 18~20	
四国		B
九州	M 17~19	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。

CS講習会日程

2月5日	東北
2月5日	鹿児島
2月12日	長崎
2月18日	和歌山
2月19日	奈良
2月20日	滋賀

セロー乗りによるセロー乗りのための自主イベント!!

SEROWオーナーズパラダイス

セロー愛好家による自主運営イベント「SEROWオーナーズパラダイス」を、2月22日(日)、静岡県浜北市の浜北トレイルランドで開催。目下、参加者を募集中です。

このイベントは、昨年YESSSが全国展開した「セロトレッキングパーティー」の参加者が中心となって企画したもので、当日は「セローの生まれ故郷を走ろう」を合言葉に全国からセローオーナーが結集することになりそうです。内容はセロー開発コースの試走や、ヤマハオフロードモデルのデモ走行など。

参加定員はセローの排気量にかけて225名、また開催日も2月25日に一番近い日曜日・2月22日

となつていきます。まさに、セロー一色の日となりそうです。

●SEROWオーナーズパラダイス
開催日時：'98年2月22日(日)
開催会場：浜北トレイルランド(静岡県浜北市)
参加資格：セロー所有者で、かつYESSS会員であること
※YESSS同時入会も可
参加料金：¥4500円(昼食・記念品込み)
問合せ先：SEROWオーナーズパラダイス実行委員会(トリアルプロモーション内) 〒437-0006 静岡県袋井市堀越2丁目17-1
TEL：0538-450700
FAX：0538-450701

ロードレースのノウハウを徹底指導



TZでレース参戦するライダーを対象に、開幕前にその確実なセットアップ、ライディングのノウハウを指導する「TZセットアップレーシングスクール」

上位進出のための必修講座

TZセットアップレーシングスクール

クルール」が3月に全国各地のサーキットで開講されます。

今年、走行時間を十分に取れるように設定し、インストラクターによるより実践的なセッティング指導を行います。座学も、'97モデルからの変更点・注意点の説明、TZ125に搭載されている京浜キャブレターの特徴説明、部品互換性と取り付け上の注意などの充実したカリキュラムとなつていきます。

●'98 TZセットアップレーシングスクール
参加料金：一般 ¥10000
YESSS会員 ¥8000
'98 TZ購入者 無料
参加資格：ヤマハTZ125及びTZ1250でレース活動をされている方。

日程	会場	定員	申し込み期間
3/17(火)	TIサーキット英田	30名	2/4~2/13
3/19(木)	CP MINEサーキット	30名	2/10~2/20
3/25(水)	スポーツランドSUGO	30名	2/18~2/27
3/31(火)	筑波サーキット	30名	2/25~3/6

※日程は変更になる可能性があります。

申込・問合せ：〒430-0925 静岡県浜松市寺島町37-2
「ヤマハレーシングスクール事務局」
FAX：0538-456-1132
受付・問合せ時間：10時~18時(月~金)
※お問合せはFAXでお願いします



セローオーナーの参加をお待ちしています

Eメール：trial-promotion@enshu-net.or.jp

SHOP to SHOP

二輪と四輪の乗り方の違い?

ばいくす・鈴木嘉也社長・大阪府八尾市

最近、二輪と四輪のユーザーの価値観の違い、乗り方の違いが気になっているんです。

四輪のユーザーは、車検などのきっかけで代替えするまで大事にする。買ってから売るまで持ち主の財産として機能しているんです。

一方、二輪のユーザーはつぶれるまで乗ってから、次に乗り換えるケースが多い。ほとんど乗り捨て状態で、下取りに出す。そのため、値段は安いけど程度の悪いバイクやスクーターが中古車として出回る。当然、新規のお客さんは安いからその中古車に飛びつく。でも乗ってみると、とても機能的に満足できるものでないから、また次もバイクに乗ろうとは思わなくなる。結果として、二輪離れが進むわけです。

だから、うちではお客さまにバイクを自家用車と同じように大切に扱っていただくために、努力しているこうと考えています。

そのひとつが、定期点検の呼びかけ。お客さんも、愛車がきちんと整備された状態で乗れば、快適なものだとわかってもらえるはず。

それから、バイクの見せ方にもこだわって、季節に合わせた展示を始めました。12月には、クリスマスの感じを出すために、雪の中をイメージしたディスプレイを行いました。こうすれば、興味がある人もない人も、足を止めて見てもらえると思うんですよ。これからも、待ち合わせの目印になるような、面白いディスプレイをやりたいああと考えているところです。

「ばいくす」さんの女性スタッフ入魂の作。ピアノとPASのクリスマスディスプレイ!



「SHOP to SHOP」は販売店さんどうしの意見交換のコーナーです。今、お店で話題になっていること、課題として取り組んでいることなど、どんなテーマでもかまいませんからどしどし投稿してください。またユニークなイベントや店頭活動などの情報も募集しています。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

あの感動をもう一度!!

ミニモーターショー in ヤマハモーターサイクルショールーム

ヤマハ東京豊玉モーターサイクルショールームでは、1月31日(土)~2月14日(土)、『97年東京モーターショー』に出品した車両を使って「あの感動をもう一度!!」ミニモーターショー in ヤマハモーターサイクルショールームを開催しています。

期間中はXRJ1300、ランツァスーパーバイカーズ、WR400Fなどを展示するほか、アンケートにご協力頂いた方にヤマハブルゾン等豪華景品の当たる大抽選会も実施します。

東京モーターショーに行きそびれたお客さまはもちろん、もう一度見たいというお客さまにも是非ご案内下さい。



●ミニモーターショー in ヤマハモーターサイクルショールーム
 期間：平成10年1月31日(土)~2月14日(土) ※日曜日・祭日は休業
 会場・問合せ先：ヤマハ東京モーターサイクルショールーム
 TEL 03-5999-2285 東京都練馬区豊玉南2-23-10

(都心環状7号線内周、豊玉陸橋から高円寺方面へ約1km「ロイヤルホスト」となり)
 ※展示車、試乗車は事情により予告なく変更することがあります。

お客さまの愛車を守り 信頼を育む新しいサービス ヤマハお客さま登録システム

ヤマハとお店が一体となって、お客さまと購入品を、後々までフォローする「お客さま登録システム」がスタートしました。

この登録の手続きは、お客さまがモーターサイクル、PASを購入されたときに、お客さまとお店が所定の保証書受領書・車両受領書に必要事項を記入し、投函するだけ。その複写された控えをお客さま、販売店、ヤマハがそれぞれ管理し、ヤマハではそのデータを一括してコンピュータに登録します。お客さまにとっては、自分が所有

している商品情報がメーカーに登録されていることで、各種問合せや相談、万が一の盗難時などの連絡・対応がスムーズ化されるのが利点。お店に対しては、顧客情報をヤマハからフィードバックすることで、DM発送などの販売活動の支援が可能になります。お客さまからの問い合わせにも、迅速に対応できます。21世紀に向けて、販売店とヤマハが一体となってお客さまからの信頼を醸成するこのシステム。店頭でのご案内をよろしく願います。

「運

転理論」という言葉がある。一般には運転操作法といわれているもので、四輪車の場合は教本に示されるとおりの操作を行えば、とりあえず車を動かすことができる。これに対してバイクは、教本によつて車両の取り回しや発進・停止の操作法を知ることではできても、実際にバイクにまたがって動かそうとすると、たいていは真っ直ぐに走行することさえできない。バイクは2つの車輪が前後に配列されており、後ろから見るとあたかも一輪車のように左右に対してまったく支えてくれるものがないから、簡単に車体が傾き、倒れ込んでしまうのだ。

車両の運動は基本的に「走る」「曲がる」「止まる」で表現されるが、バイクの場合はそれ以外に「倒れる」という運動が加わるため、四輪と異なった運転理論に従って操作しなければならぬ。それがバイクの運転を難しくしているわけだが、同時に、それを克服することこそ「バランスの乗り物」といわれるバイクの楽しさでもある。では、バイクの倒れ込みをコントロールし、バランスを保つには、どのような操作が必要なのだろうか。

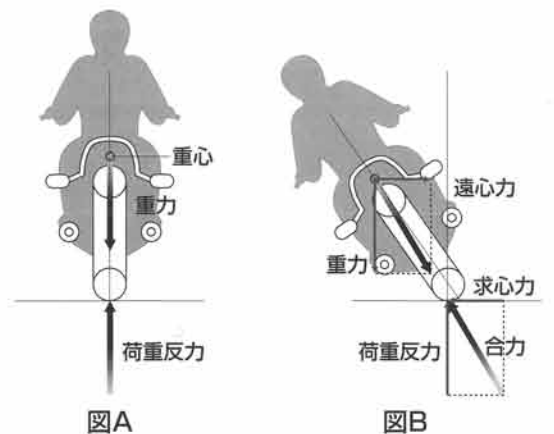
図Aは、直進時のバイクを後ろから見たもので、車体は直立状態にあり、人車一体の重心には重力が真下に働いている。一方路面からは重量を支える力(荷重反力)が真上に働き、重力と荷重反力が一直線上にあれば、バランスしており車体が左右に傾くことはない。

一方、旋回中のバイクはカーブの内側に車体を傾けているが、図Bのように上下方向には重力と荷重反力が働き、車両の横方向に引く張る力である

Safety & Science of Single-track Vehicles

バイクの運転理論

長江 啓泰
 日本大学教授 工学博士



を行なって崩れたバランスを取り戻そうと努めるわけだ。つまり、バイクの基本的な運転操作とは、車両の体勢を立て直すためのバランス操作であると考えられている。もし、仮に常にバランスしているとするならば、進路変更をすることさえできないことになる。右に進路変更をしようとするならば、先ず右旋回ができるように車体を右に倒し込まなければならぬ。すなわち、ライダーが「バランスの確保状態」から「バランスを崩す状態」にもつていき、目標の経路に乗ったところで「バランスを確保する状態」へ移すことになる。

バイクの運転理論とは、いかにバランスを保つか、またバランスを崩すかの操作の連続なのだ。

ところが、実際の走行では必ずしも路面が平らでなく、タイヤからは横方向の力(外力、攪乱力)が働くので、どうしてもバランスが崩れる。そこでライダーは、素早くハンドル操作

このコーナーではみなさまからの「ご意見、ご感想」を募集しています。左記までFAXください。
 ヤマハニュース編集部
 FAX・031547417898



AMAスーパークロスを代表するライダー、ジェレミー・マクグラス。ヤマハでの緒戦は3位表彰台

セローが災害や事故現場での、救助・情報収集に活躍!!

東京消防庁が消防活動二輪車としてセローを導入

東京消防庁では、震災時の情報収集および支援活動、高速道路や山間部の救助救急活動に対応するためのオフロードタイプ消防活動二輪車として、ヤマハ・セローを導入しました。

「クイックアタッカー」と呼ばれるこの車両は、ヤマハが東京消防庁からの依頼を受けて開発したもので、朱色塗装、赤色警光灯、電子サイレンなどを装備した緊急自動車。放水銃搭載のI型と、簡易救助機具など装備のII型があり、各1台ずつの2台1組で出動、現場にいち早く先行します。

「以前から、住宅密集地の火災対

応での赤バイでの活動はありましたが、今回の導入は、震災から高速道路での火災まで、守備範囲が広いのが特徴。オフロードバイクの機動力に期待しています」とは、東京消防庁広報担当の石田公也氏。同行では、まず高速道路の入り口や山間部を抱える都内5箇所(蒲田、杉並、足立、深川、八王子各消防署)に各2台計10台を配備し、今後管内各消防署への配備充実を計画中です。



実際の災害を想定して行われた訓練では、セローの優れた走破性を披露

を想定した災害対応訓練を実施。取材に訪れたテレビカメラなども、「クイックアタッカー」の機敏な動きを真剣に見つめていました。

注目のマクグラス、まずは表彰台発進!!

AMAスーパークロス キックオフ

'98モータースポーツシーズンの口火を切ったAMAスーパークロス。今年ヤマハには、'96年まで4年連続でチャンピオンを獲得したジェレミー・マクグラスが陣営に加入。昨年のジャパンスーパークロスでは、YZを駆る姿を日本のファンの前で早くも披露してくれました。

6万人以上の観客が詰め掛けた開幕戦ロサンゼルス。ヤマハは、250ccクラスに、マクグラス、昨年最終戦ラスベガスでYZM400Fを初勝利に導いたダグ・ヘンリー、2

年連続の125cc西地区チャンピオンのケビン・ウィンダムという強力な布陣で臨みました。

予選ヒート1に揃って出走した3人のYZライダーは、エズラ・ラスク(ホンダ)に次ぐ、2位ヘンリー、3位ウィンダム、4位マクグラスの順位でクリアという幸先のいい出足。

メインイベントでは今年YZ400Fで戦うヘンリーがスタートよく飛び出し序盤戦をリード。しかし後方からセバスチャン・トリー(カワサキ)が忍び寄り、残り5周ころから執拗に攻められます。ラスト2ラップで、トリーは粘るヘンリーをとうとうパス。その後ヘンリーは轍に捕まり、大きく順位を落とし10位でフィニッシュしました。

RESULT

AMAスーパークロス250cc 第1戦・ロサンゼルス (1/10)

- 1位 トーテリ (カワサキ)
- 2位 エミグ (カワサキ)
- 3位 マクグラス (ヤマハ)
- 5位 ウィンダム (ヤマハ)
- 10位 ヘンリー (ヤマハ)

ヘンリーに次ぐ2番手でスタートを切ったマクグラスは、一時4番手まで下がるも、最終的に表彰台の一角を占める3位でチェッカー。ウィンダムは5位に入りました。

また125ccではジョン・タウド(ヤマハ)が豊富な経験と力強さを見せつけ、開幕戦優勝を果たしました。

式とは、コントロールブースから危険物取扱者が監視し、利用客にインターホンで指示したり、ポンプのスイッチを操作する方式。万が一のときは、ポンプを止めたり消化装置を作動させることができ、アメリカなどの無人式とは異なる。

気になるガソリン価格だが、人件費は削減できても、セルフ化する設備投資との兼ね合いもあり、1~2円/ℓの下げ幅にとどまると見られている。

このセルフ式ガソリンスタンド、早ければ4月に関東地方でのオープンを計画し

ている石油会社もある。(ヤングマシン'98年2月)

インターネットの利用経験者は19%

東京地区でインターネットを利用したことがある人の比率は19%で、昨年より11%上昇していることが、ニフティの調査でわかった。ニフティ・サーブなどのパソコン通信を利用している人は18%とこちらも4%アップしているが、94年の調査以来、初めてインターネットを下回る結果となった。

また「自分も周囲の人もパソコン通信を使わない」と回答した人は、48%と初めて過半数を割った。(日経流通新聞 '98年1月15日)

アイドリングストップ条例、神奈川県などでスタート

神奈川県はアイドリングストップ条例を公布し、4月より施行する。これは京都府、兵庫県に続く全国で3番目の例とな

る。神奈川県の条例は、駐車中のアイドリング停止を自動車やバイクの運転者に義務づけている。さらに、駐車場の管理者もアイドリングストップを指導しなければならない。

環境庁環境部によると、東京都、大阪府、静岡県、岐阜県、青森県でも、現在条例化を検討している。(ヤングマシン'98年2月)

EUの二輪免許、馬力規制事情

ヨーロッパではEU(欧州連合)統合の一環として、人の移動を自由にするために、運転免許制度の統一を進めている。EU加盟12カ国中、フランス、ドイツ、イタリアなどの8カ国では、排気量125ccを境に二輪免許を二つに区分する制度で統一されており、残りの4カ国についても2001年までに、見直されることと決定している。またフランスでは、'97年に二輪車の100馬力規制も撤廃された。(ヤングマシン'98年2月)

MONTHLY TREND

セルフサービスガソリンスタンドが解禁に

'98年4月より、セルフサービス方式のガソリンスタンドが、日本国内で解禁される見通しである。

これまで、ガソリンスタンドでの給油作業は安全性の問題から従業員が行わなければならないだったが、規制緩和と推進計画の一つとしてセルフ化が検討されていた。その結果、有人式セルフサービス方式に限り、認められることとなった。有人

あけましておめでとうございます。
昨年は賞をありがとうございました。今年も
1月12日、袋井ヤマハテストコースで
行われた二輪専門誌ジャーナリス
ト向け試乗会でも大好評。
当日は、残念ながら雨中での試
乗となりましたが、各誌のテストラ
イターはYZF-R1の運動性能の
高さを存分に堪能。マシンを降り
るや否や、「これは速いね」「素晴ら
しいハンドリングだ」とにかく刺激
的で面白い！」など、興奮気味の第
一声が飛び出しました。

昨年中は大変お世話になりました。
新年からまたお世話になります。今年も
お世話になります。よろしくお願いいたします。



川村正紀・文字・藤崎子・沙紀子

ポストカード大賞最優秀賞の川村さんから 年賀状が届きました!

「週末は、バイク人」キャンペーン ポストカード大賞作品集も完成

昨年、「週末は、バイク人」キャン
ペーンの一環として行なったポスト
カード大賞に、過去10年のイラスト
年賀状を応募。最優秀賞(ヤマハニ
ユース'97年10月号参照)を受賞した
川村正紀さんから、新作の年賀状
が届きました。

イラストには、授賞式でのコメン
トどおり副賞のマジェステイを新た
な家族の一員として迎えた姿が、
川村さん独特のタッチで描き出さ
れています。

また、最優秀賞作品を含めた1
168点の応募作品を収録したポ
ストカード大賞作品集も完成しま
した。バイクの夢、バイクライフの提
案がいっぱいの一冊です。

この作
品集を
ご希望
の方は、
住所・
氏名・
年齢(二輪免許の有無、所有バイク
の名称を記入の上、郵送料として
郵便切手340円分を同封して左
記までお申し込みください。

〒438-8501
静岡県磐田市新貝2500
ヤマハ発動機株式会社
MC国内営業
「週末はバイク人」キャンペーン事務
局 ポストカード大賞作品集係



モーターサイクル新次元を体感!!

YZF-R1 プレス向け試乗会

昨秋、ミラノショーでのデビュー以
来、世界中のファンの注目を一身
に集めているYZF-R1ですが、
1月12日、袋井ヤマハテストコースで
行われた二輪専門誌ジャーナリス
ト向け試乗会でも大好評。
当日は、残念ながら雨中での試
乗となりましたが、各誌のテストラ
イターはYZF-R1の運動性能の
高さを存分に堪能。マシンを降り
るや否や、「これは速いね」「素晴ら
しいハンドリングだ」とにかく刺激
的で面白い！」など、興奮気味の第
一声が飛び出しました。

雨中とはいえ熱
い盛り上がりを見せた試乗会



次元の到来を体感したようです。
また、「昨年
のビッグバイク
ブームをさら
に加速してく
れる、訴求力
の高いモデル」
という期待感
も高く、試乗
会場は終始興
奮に包まれて
いました。

データで読む時代の流れ

What About?

<これって、ナニ>

Q A~Bは、排気量別・多発死亡事故類型の上位5位を示しています。
①~④の排気量と、A~Bを正しく組み合わせてください。

	1位	2位	3位	4位	5位
A	工作物18.1%	右折14.6%	出会頭14.3%	正面衝突11.7%	人対車両10.0%
B	出会頭28.5%	工作物11.4%	正面衝突10.6%	右折9.4%	路外逸脱7.6%
C	右折19.6%	工作物16.7%	人対車両12.7%	出会頭11.8%	正面衝突11.8%
D	出会頭34.2%	正面衝突11.0%	右折9.5%	工作物8.3%	駐車車両7.1%

①原付自転車 ②51~125cc ③126~400cc ④401cc以上

A ①-C B ②-A C ③-B D ④-D

バイクライフやカーライフを楽しむうえで、もっとも大きな障害となるのが交通事故。しかし、さまざまな知識や情報を手に入れ、十分注意を払って運転することで、事故防止の可能性は飛躍的に高まる。二輪車事故の場合、排気量によって事故傾向がはっきりと分かれるという特徴を知っておきたい。これは、排気量により運転者の年齢層が分化していることも関連があるようだ。お客さまの年齢層に合わせた、適切な交通安全アドバイスを――。

事故要因の排気量別傾向

	50~125cc	50~125cc	126~250cc	251~400cc	401cc以上
運転手の年齢	65歳以上の高齢者が多い		16~24歳が多い(約80%)		25~39歳が多い
カーブでの事故率	事故全体中 単独全体中		約20~28%		
	約33~44%		約41~49%		
	約33~44%		約57~63%		

他業種と手を組もう！



もっと効率のよい集客ができないか、新しい遊びを提供できないか……。

そういう積極的な商売の活性化を考えると、ぜひ視野に入れておきたい手法が、他業種とのタイアップだ。お互いの職能、客層、立地条件などを生かして協力し合えば、単独ではやれないことも実現できたり、意外な可能性を生み出すこともある。

もう一度商圈を見渡して、新しいパートナーを探してみてはいかが？

きつかけを探す

他業種とタイアップするには、当然ながら、まずどういう業種と手を組めば、何ができるのかを考えることが第1ステップだ。

現時点で、例えば「大型免許の取得を推進したい」とか「学生需要を広げたい」などの明確な目的を持っているのであれば、その目的に沿って自動車教習所や大学、専門学校など可能性のありそうな相手先を探せばいい。

目的を特定せずランダムに探すのであれば、商圏内の住宅地図や電話帳をたどりながら、1軒1軒タイアップできそうな可能性をチェックしていく方法がある。顧客台帳や名刺ファイルをめくっていくのも手だ。ひとつひとつ見えていくうちに、「ここは集客効果が期待できそうだ」「この人は相談に乗ってくれそうだ」など、何かしら糸口が見えてくるに違いない。

自動車教習所

免許制度の改正で大型二輪免許の取得者が大幅に伸びた昨年は、ビッグバイク需要も大きく伸長し、その傾向は今後さらに加速するのではないかと予想されている。スポーツバイクをメインに扱うお店にとっては、普通(中型小型)二輪免許の既存ユーザーやリターンユーザーを活性化させる絶好のチャンス。少々遠くても、大型二輪の指定教習所とタイアップできればメリットは大きい。

また、少子化が進む現在、16歳、18歳の免許取得年齢に到達する人口が減少していくことを考慮すれば、普通二輪免許の取得促進も必要だ。大型二輪指定にこだわらず、最寄りの教習所はぜひ提携しておきたい。

では、教習所にどういうことを提案すればよいか。タイアップの基本は、お互いにメリットを持ち合う、ギブ&テイクの関係である。片方だけに負担が大ききようでは成り立たないし、といって先方に魅力を感じさせる利点がなければ話にさえならない。

もともと一般的な条件は、お店が教習所にお客さまを紹介し、教習所側にはそのお客さまの教習料金を割り引きしてもらう、ということだろう。お店からは二輪だけでなく四輪免許まで含めてお客さまを紹介できるので、教習所にとっても悪い話ではないはずだ。それを突破口にできれば、あとは相談によってポスターの掲示やパンフレットの設置、あるいは逆の紹介システムを作るなど、関係を発展させていくことも可能だ。

ヤマハでは、今春から「免許取得応援活動」と

いう名称でサポートを開始し、店頭ツールやマニュアル、パンフレットなども用意するので、ぜひご活用いただきたい。

高校、大学、 専門学校

地域や学校の方針などによって可能、不可能が分かれるが、うまく話が通れば、学校生

協や購買部などに常設、特設の販売コーナーを作ったりすることもできる。最近では食堂も立派になってきて、かなりキレイで広々としたスペースを確保しているところがあるので、ポスターやカタログを設置するだけでも集客効果が期待できる。

学校側に提示する条件としては、バイクで通う学生に対する安全運転講習、学内出張点検など、アフターサービスの実施が前例として多い。

ヤマハ「免許取得応援活動」スタート

バイクの総需要は、'75年の330万台をピークに下降線をたどり、最近では120万台強のレベルで横這い状態。業界をあげて需要回復に向けて努力しているところですが、全国二普協の調査では、お客さまが二輪販売店に免許取得の相談を持ちかけても、6割近いお店がそれに十分応えていないという結果が出ています。

そこでヤマハでは、需要創造活動のひとつとして、「免許取得応援活動」を提案。全国の二輪販売店に向けて、意識の喚起と自動車教習所を巻き込んだ免許取得活動の促進を呼びかけ、そのための各種サポートツールも用意しました。

ぜひ積極的にご活用ください。

「免許取得応援活動」主要ツール一例

ノボリ

「免許取得応援活動」提案に関するご提案

教習所向け企画書

販売店用マニュアル

原付・二輪免許

原付テキスト

問題集あり

二輪免許取得特典あり

楽しく学んで安全運転

YAMAHA

お客さま用パンフレット

Let's TRY

キミはどの免許にチャレンジ?

原付免許

普通二輪免許

原付・二輪免許

原付テキスト

YAMAHA

免許皆伝!

免許の取り方皆さまにお伝えします

普通二輪免許からがお得です

- 技能教育1日免除
- 学科教育32時間

普通二輪免許を習った方が、ステップアップがもっと早く

- 学科教育30時間免除
- 学科教育32時間免除
- 学科教育30時間免除
- 学科教育32時間免除

普通四輪免許

原付免許

原付テキスト

「免許取得応援活動」実施店

ポスター

ガソリンスタンド

最近、YES S提携によるFLEXカードや各ガソリン販売会社のオリジナルカードなどでガソリンの給油料金割り引きが一般的になっているので、それとは違う方法でタイアップしたい。

お互いの商圏が一致している近所のスタンド

なら、それぞれのDMに相乗りすることで客層の拡大に役立てることができるし、店頭でのキャンペーン告知も可能だ。

また、スクーターのお客さまには少量の給油を恥ずかしがる人が多いことを考えて、「スクーターのお客さまはこうですよ」とアドバイスしてあげれば喜ばれるだろうし、お店でも○のガソリンスタンドはウチの提携店ですから、2〜3ℓの給油でも気軽に行ってください」という一言がお客さまの満足度を高めるに違いない。

かわりに
独身の転居者
情報をお願い
しますよ



ごあん
まかせて
ちようだい



実例に学ぶ(1)

自動車教習所

YSP広島北／広島市
木村栄一マネージャー

12、13年前、YSP広島北さん(保良末一社長)でアルバイトしていた少年が転倒事故で亡くなり、安全運転指導の必要性を痛感した木村マネージャーが、運転技術向上のためにジムカーナをやろうと市内の中央自動車学校さんに場所の提供をお願いしたのがきっかけ。

その後、内容をビッグバイクスクールや各種イベントに発展させながら継続。現在は、広島市内5カ所の教習所と提携し、日曜日のイベント開催ほか、お客さまの相互紹介、パンフレットやポスターなどの相互設置などで協力合っている。

- 交渉の窓口 総務課の二輪担当者に、手書きの企画書で話を持ちかけた。
- 提携の条件 「イベント開催に場所を貸してください。そのかわり、免許を取りたいお客さんを紹介しますよ」教習所側も、国からの指導で毎月1回イベントをやっていたとのことで、すんなりと話がついた。
- カタログ 教習所に設置させてもらうカタログ類は、持ち帰りにすると数量にキリがないので、バインダーにとじ込んで閲覧方式にしている。メンテナンスは2カ月に1度くらい。
- メリット (1)イベント会場が確保できた。(2)教習所でのクチコミで、紹介のお客さまが少なからず得られた。

蕎麦、ラーメン店

商圏のなかに、少なくとも1軒は必ずある蕎麦屋さん、ラーメン屋さん。出前用にバイクを使う職種だし、自分のお店でメイトやギアを買ってもらったお客さまなら、アプローチもしやすいはずだ。

狙いは、やはり告知・集客効果。蕎麦屋さんなどで、注文の品が届くまで用もないのにメニューを眺めていたり、ドーナツシヨップやハンバーガーシヨップでは、トレーに敷かれているミニ新聞をつい見るともなしに読んでしまった経験が、誰でもきっとあるに違いない。ということ

は、メニューと一緒にパンフレットやチラシを各テーブル、カウンターに常設してもらえれば、読まれる率が非常に高いということだ。その分、チラシなどはこまめなメンテナンスが必要になる。くしゃくしゃになったり、情報が古くなったものはすぐに取り替えたい。2週間に1度くらいは顔を出そう。

見返りに、相手先に対して定期的な無料出張点検や洗車のサービスを提示すれば、行ったついでにチラシのメンテもできるし一石二鳥だ。

特集 ● タイアップのすすめ 他業種と



手を組もう!



また、出前のついでにチラシを置いてきてもらうことが可能なら、新聞折り込みやポスティングの代わりにもなる。



服飾、 スポーツ用品店

基本的にはお互いのチラシやパンフ、ポスター等の設置で告知・集客効果を狙うのが一般的だが、女性服飾店にビーノやJOGを店舗ツールとして貸し出し、その代わり車両にはプライスカードやカタログを付け、希望のお客さまを紹介いただくこともできる。

さらにもう一步踏み込むと、相手先が互いの商品に魅力を感じる、例えばアウトドア関係の用品やファッションを扱う店やジーンズ

实例に学ぶ(2)

レンタルビデオシヨップ

(株)野村商会 / 苫小牧市 / 野村忠義社長

一昨年、ドラッグスターのプロモーションVTRを市内のレンタルビデオ店2店に置いてもらい、3ヵ月間、無料レンタル用に提供した。常連のお客さんたちとの会話のなかで、「他店でこんなことしてた」という情報がきっかけだった。

- 交渉窓口** 先方の店長。「自分が話をしよあげるよ」というお客さまがいたため、労せず話がまとまった。
- 提携の条件** 「人気バイクのカッコいいVTRを5本とポスターを提供します。自由にお使いください。その代わり、提供元として当店の名前と連絡先を掲示してください」
- ビデオ** 内容はなんでもよいわけではなく、若い人たちが多く出入りするので、彼らの注目を引く物でなくてはお互いに意味がない。ドラッグスターのVTRは魅力ある商材だった。
- メリット** 不特定多数の若者にVTRを見てもらうことができ、自店の告知もできたはず。しかし、反響を確認しなかったため、それが最大の反省点だという。「次にチャンスがあれば、自分で動いて、もっと効果のある方法を考えたい」
- プラン** 以前、婦人服店や四輪ディーラーに車両を貸し出したことがあり、つぎは知り合いのジーンズ店にスポーツバイクを置かせてもらうことも検討中とか。

シヨップであれば、シヨールームの一部を相手の展示スペースに提供し合うことも可能だろう。

それによって、お互いの商品が店舗のアクセントとなるばかりでなく、お店の認知を広げ、お客さまを紹介し合うことができるし、(バイク本体を除いて)その商品売ってもらえることもできる。つまり、お互いが立地条件の異なる2つの店舗を持つことになるわけだ。

また、例えばユーザークラブを持つアウトドアシヨップが相手なら、アウトドア教室&オフロードバイク試乗会の合同キャンプなどを企画すれば、お互いの持ち味を利用して楽しさも倍増する?

不動産会社

相手先にどういうタイアップメリットを提示できるか難しいところだが、アパートやマンションが多く、住民の転入出が頻繁な地域なら、不動産会社を狙ってみよう。新しく引越してきた人の情報を定期的にもらったり、チラシを渡してもらうことができれば、ピンスポットの告知・集客が可能になる。

初めから無理せず 長く付き合える 工夫を

他業種のお店や会社と提携することは、実利的なメリットだけでなく、二輪業界だけでは知ることのできない知識や物の見方、考え方などに触れるチャンス。積極的に出かけて話をし、交流を深めたい。

また、せっかく苦労して築いた関係は、お客さまとの付き合いと同様、できるだけ長く継続していきたいもの。例えすぐに効果が見えなくても、そのまま手を引くのではなく、より良い方法を検討し合おうことが大切だ。それには、あらかじめ3ヵ月、半年などテスト期間を定めて効果の測定や改善をはかるよう取り決めしておくと、単発で終わったり、なんとなくだらだら自然消滅することも防げるだろう。

そのほか、細かなところは販売店のみならずの交渉力、行動力しだい。これらのことをヒントに、新しいビジネスチャンスを開拓していただきたい。

日経パソコン



日進月歩どころか、今や「秒進分歩」のスピードで進化を続けるパソコンの世界。

とりわけ、インターネットの爆発的な普及を背景として一挙にネットワーク化が進みつつあるパソコンは、

ビジネスシーンにもはやなくてはならない存在となった。太田民夫編集長は「激動の時代に対応するには、

パソコン・ネットワークによる情報武装が欠かせない」と言う。

ネットワークの進化で産業は劇的に変化する

パソコンは95年以降、インターネットを軸にして猛烈な勢いでネットワーク化が進んでいます。一方で、金融の自由化などに代表される規制緩和により、海外企業がどんどん日本に進出してきています。つまり日本企業も、グローバルな視野を要求されてきているんです。今後は通信環境の整備がさらに進み、より高度なネットワーク化が推進されていくことは間違いありません。

このような時代の激しい動きに対応するには、情報技術を高め、スピーディで透明性の高い経営体制を整えておかなければ、まず勝負になりません。

企業ネットワークでは、これまで多くの企業が「イントラネット」という社内ネットワーク構築に力を注いでいました。しかし今はそのさらに先を行き、「エクストラネット」、つまり社外との取引先と高密度な情報ネットワークで結ばれているのが大きなポイントとなっています。

何が起るかわからない「変化の時代」ですから、市場の動きにはタイムリーに反応することが必要です。そのためには経営のあらゆる情報——具体的には売り上げなどの各種デ

業態の変化にともない問われる魅力的なサービス

実際には、昔ながらの商取引がいつかなくなってしまうようなことはないとは思いますが、一部のパソコンメーカーがインターネット上でメーカー直販を開始して、ビジネスとしても成立しているなど、時代が動いていることは間違いありません。

もちろんすべての業態がこうなるとは思いませんよ。でも、ネットワーク上でのショッピングが当たり前になってくると、顧客の側から「おたくの製品は、ネット上で注文できるのですか？」と強く問われることになるでしょうね。同時に「小売り」とは何か、も考える時代になってきた。

大手パソコン小売店はメーカー直販パソコン

OPEN
他業界からのヒントに注目
EYES
vol.13

コミュニケーションの方法が電子化しても、最終的には人と人のやりとりには遠いかな。パソコン通信も、それだけに頼るのではなく、既存のコミュニケーションに対する付加価値と考えることが必要だ



どれだけ電子化が進んでも、最終的には人を動かすだけのパワーが必要。パソコンは、その動機を強化するためのコミュニケーションツールなのだ



ますます高度化・複雑化するネットワーク。この傾向は業態を問わず、今後さらに進化していく。「情報化を進めながら小売店が進むべき方向は、小売業の原点に立ち返ることだ」と太田編集長は言う

「タヤ在庫管理データなど」がデジタル化されていて、しかもネットワークにより瞬時に社内公開されていなければなりません。

今後、大手メーカーの間では、取引先の条件として「デジタル化していること」「ネットワーク化していること」を掲げるケースもでてくるでしょう。こういった流れに伴って、物流システムも変わって行くでしょうし、営業の形態も変わって行くでしょう。

デジタル化とネットワーク化は、小売店と言えどももはや無視することできない動きです。何しろ、顧客層自体がすでにネットワーク時代に生まれ育っているわけですから……。

私のような団塊世代の場合は、パソコンへの取っ掛かりは「ワープロ」「表計算」といったソフトウェアを習得するところから始まりました。しかし今の若者たちは、「インターネットを楽しめる端末」としてパソコンを捉えているのです。

また、現在日本の世帯数約4000万のうち、およそ2割にパソコンが導入されていると言われています。今後5年ぐらいでこの数字はもっと伸びていくでしょう。さらに、学校教育の場にパソコンがもっと浸透して、大学受験の科目のひとつにしようとする議論も出ています。つまり、経営者が好むと好まざるに関わらず、顧客の側からネットワーク化がどんどん進んでいるんです。ですから経営に際しては情報武装は欠かせません。

一方で現在、小売業は大規模化してメガストアになるか、専門店化していわゆるブティックになるか、二極化が進んでいます。しかし結局のところ、求められるのはきめ細やかなサービスや、顧客本位の経営など、小売業の原点なんですよ。つまり情報武装も、その強化のために使われるべきなんです。

顧客のネットワーク化に経営側が乗り遅れるな

顧客を重く見て、現在10%のショップオリジナルパソコンを今後25%にまで引き上げようという計画しています。つまりこれは、単にメーカーの製品を仕入れ、小売りするだけでなく、顧客に対してより魅力的なサービスを提供する、ということでもあるんです。

極端に言えば、これまでは供給側本位だった産業システムが、ネットワーク化が進むことによってようやく顧客本位になるんです。企業は、誰のためにあるのか。そのことが強く問われる時代になってきています。企業が強くなりさえすればいい、という時代は終わりつつあるんです。

また、顧客もどんどん賢くなっていますから、いったん情報技術によるスピーディなサービスを味わったら、すぐに乗り替えてしまうでしょう。どんな業界でも、既成の常識が通用しなくなる可能性があると思います。

HUMAN PROFILE 太田民夫氏 編集長

71年、日本経済新聞社に入社。編集局産業部記者を7年務める。以後各種雑誌の編集を経て、92年6月、日経パソコン編集長に。自宅でもパソコンを使用するが、用途は「メールチェックがメインです」。48歳。



MAGAZINE PROFILE 日経パソコン編集部 東京都千代田区

「パソコンを仕事で使うための総合情報」を編集方針とする国内最大の隔週刊パソコンユーザー誌。契約した読者に送付する直販形態で、発行部数は25万部。「直販は読者像を把握できるのが強み」と太田編集長は言う。同誌の出版元は、1969年設立の日経BP社。経営と技術の総合情報出版社で、ビジネス誌、医学誌など約31誌を発行するほか、各種メディアを駆使しての情報発信に注力している。

ますます重要になるフェイス・トゥ・フェイス

ただ、そうは言っても最終的には人と人の出会いが大切になるんですよ。特に電子メールは、利便性が高いだけにそれだけで済ませてしまいそうになりますが、やはり電話や直接の対話で肉声を聞くことは大切です。情報ネットワーク化が進むにつれ、「会おう」という生身の感覚が、ますます重要になってくると思います。

パソコンをコミュニケーションツールとして使ってみてほしいと思うんです。もしこれからパソコンを始めるのであれば、電話、ファックスにプラスする形で電子メールにチャレンジしてみませんか。間違いなく今までのコミュニケーションに付加価値をつけられると思います。

受け手が好きなきときに受け取れるという利便性もあるし、リアルタイム性も高い。また、新しいコミュニケーションとしての刺激もあります。

また、いろいろな企業を見ていると、パソコン・パワーに注目する社長ほど、その企業自体に勢いがあります。

私の経験でも取材にあたって、電子メールアドレスを持っていただけで、海外企業のトップと直接アポイントが取れてしまうんですよ。

新しくバイクの免許を取った！ 念願のステップアップを果たした！
久しぶりにバイクライフを再開した！
新しいバイクワールドに踏み出すフレッシュライダーは、
お店を活性化してくれる元気の素なのです。

去年の11月25日に、普通二輪免許を取ったばかりなんです。勤め先にレーサーレプリカで通ってくる女の子がいるんですけど、それを見て「バイクってこんな小さい人でも乗れるのか。いいなあ、乗ってみたいな」って思ったのが、免許取得のきっかけですね。

教習所に通う時には、もうドラッグスターに乗るって決めてました。教習所って、ヘルメットやブーツが必要でしょう？。そういう用品類を買う前に、乗るバイクを決めておけば、最初からバイクに合ったものを買って効率がいいかな、と。

購入の候補に挙げたバイクは、XR400などのネイキッド教台とドラッグスター。でも、「やっぱりバイクに乗るならアメリカン」って気持ちが強くて、ドラッグスターに決めました。とにかくカッコいいですからね。

で、バイクショップにライディングギアを買いに行っただんですけど、最初に行ったショップは店員さんの愛想が悪くて……。グッズ自体も少なかったから、しょうがなくヘルメットだけ買って帰りました。そこはもう、それっきりです。



●お客さま
和田 大輔さん (会社員・23歳)

和田さんは、初めて来店した瞬間の第一印象で、その後の付き合いを決めた。お店はいつでも見られているのだ

すっかり惹きつけられた 「こんにちは」の挨拶

それで、教習所の近くにあるYSP浜松に寄ってみました。和田社長が対応してくれたんですけど、店に入った瞬間に「こんにちは！」って声をかけられてビックリしちゃって……。普通はホラ、店に入った時って「いらっしゃいませ」って言われるでしょう？。それが「こんにちは！」ですからね。いい意味で驚かされて、挨拶だけですけど呑まれちゃったって感じでした。

結局その時はブーツを買って帰っただけだったんですが、教習所に通っている間にもYSP浜松にはちょこちょこ顔を出して、ドラッグスターもお願いしたんです。特別「このお店じゃなきゃダメ」ってわけでもなかったんですが、やっぱり最初にブーツを買ったときの印象が良かったからかなあ……。免許取得前にドラッグスターを注文して、取得できた2日後に納車してもらいました。

僕の仕事はレンタルビデオ店の店長。立場上、通常業務のほかにも従業員の精神面のケアが必要だったり、結構ストレスが溜まるんです。でも、ドラッグスターに乗って帰途について、風呂に入っ一杯やるのが最高のストレス解消法になっています。

YSP浜松・和田 茂社長 静岡県浜松市



「お客さんに適切なアドバイスがすることが、理解のある人だという印象を与える。そのためには常に勉強が必要」と和田社長。

「来てもらいやすいかどうか」を店作り
の大きなポイントにしています。接客は、
そのために非常に重要な要素なんです。
まず、来店されたお客さんの年齢に
合わせた会話や挨拶が重要。例えば高
校生のお客さんに「いらっしゃいませ」な
んて言ったら、それだけで怖がられてし
まう。かといって年配の方に「よう、来た
ね」と声をかけたなら失礼に当たる。お客
さんひとりひとりに合わせた柔軟な接
客が必要です。

また、より入りやすい店にするため
に、今春から新卒の女性社員を採用し
ます。特に和田大輔さんのようなファッ
ションライダーは18歳前後の若い子が中
心ですから、より親しみやすいソフトな
雰囲気を出せればいいなと思っています。

「一過性のものでから」「どうせカッ
コだけだから」と軽視されがちなファッ
ションライダー。でも、思い出してみれば、
十数年前のレプリカブーム世代だって、
みんなカッコから入ってるんですよ。レ
プリカ世代の場合は、速く走ることにカ
ッコ良かったから、バイク本来の魅力
とうまく合致して、スムーズにステッ
プアップしていた。ファッションライダー
はカッコ先行が目立ってはいませんが、バ
イクへの取っ掛かりとしてはレプリカ世
代と何にも変わることはない。後はこ
れがどれだけ走りの楽しみを教えてあ
げられるかでしょうね。

！となりのお店
 拝見！

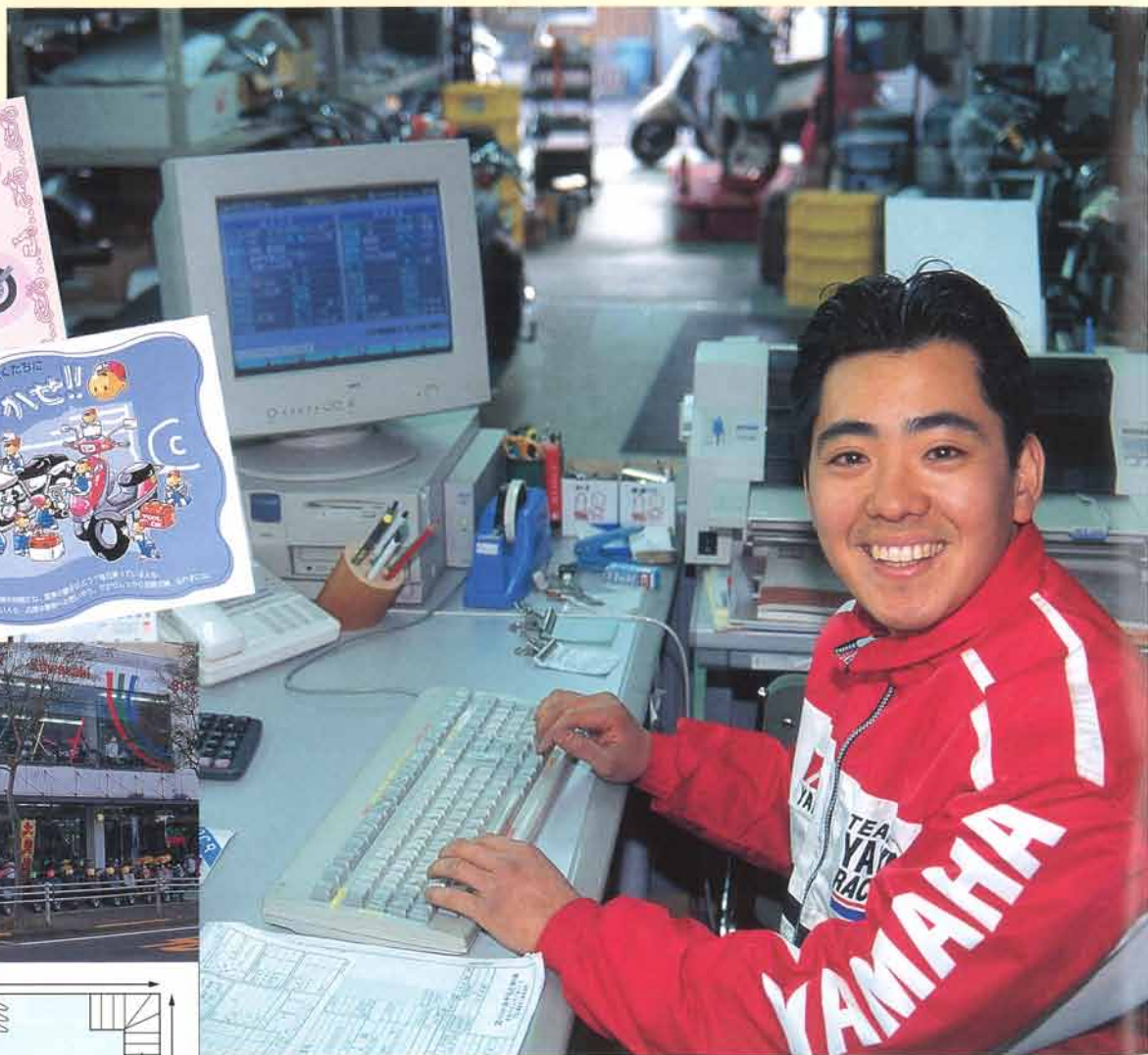


ハローナイスショップ

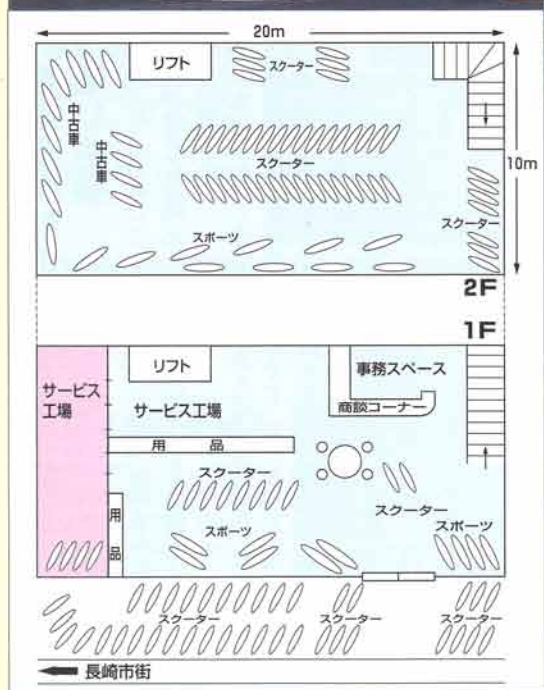
点検DMで地域密着をはかる若い店



カラフルなイラストで構成された初回無料点検、定期点検を案内するDM。送られたお客さまからは「今まで、こんなハガキをもらったことない」と、大好評



お客さまの情報は、すべてこのパソコンに入力



小さな路地と坂の多い長崎ではバイクが日常の移動手段として欠かせない存在。それだけに、「愛車は大切に乘っていただきたい」と話す宮本裕一店長は、点検DMを軸としたアプローチで固定客づくりに取り組んでいる。

(有)バイクセンターみやもと 梁川店

長崎県長崎市 宮本裕一店長(27歳)

長崎市内で30年続く「(有)バイクセンターみやもと」の支店として、'97年3月に新規オープン。山坂の多い長崎では、あらゆる年代層の人がバイクを利用するため、二輪車の保有率が高く、特に50、90～125ccクラスのスクーター需要が多い。そのため梁川店では、急なお客さまの要望にいつでも対応できるよう、年中無休で営業。また、配達、整備、登録手続き、修理車の回収などを本店と連携して行ない、作業の効率化をはかっている。



店内には鏡を貼りめぐらし、明るさと広がりを出す

！となりのぞき
Hello!
Nice
Shop
ハローナイスショップ

地域密着型の店を目指す新しい店、若い店長

「〔有〕バイクセンターみやもと 梁川店」さんは、本店と車で10分ほどの場所にあるが、このわずかな距離でも客層はかなり異なる。

「本店は大きな国道沿いにあるので、通りがかりで立ち寄る遠方のお客さんも結構多いんです。ところが、こちらは団地やマンションなどの新興住宅地に近く、目の前が通勤路。お客さんも近所の人を中心なんです」と宮本裕一店長。

さらに、女性や年配のお客さまも多いことから、ひとりひとりと長く付き合う地域密着型の商売が必要なのだと言います。

「私自身まだ若いので、年上のお客さんたちから、任せても大丈夫かなと不安に思われることもあるみたいです。だから、今はそうしたお客さまとの信頼関係を培っていく時期だと思っています」

そこで、もし自分がお客さまの立場だったら、どんなお店が望ましいか、どういうことをして欲しいかを常に念頭に置いた接客を心がけているという。

明るい「21世紀型店舗」を目指して

新築した店舗は「21世紀にも通用する新しいバイクショップ」がテーマ。宮本店長が目指すのは、明るくオシャレで、お客さまが足を踏み入れやすい、安心してくつろげるショップ。そのために、ウィンドウや鏡を多く用いて明るさを演出し、また店内や展示車はいつもピカピカに掃除するなど、日々努力を重ねている。

「バイクショップというと、なんとなく一般の人からは暗いイメージを抱かれているんじゃないかと私は思うんです。だからうちの店は、お客さまが入りやすいのはもちろん、働いている人が誇りを持てるようなお店にしたい。社会的にも、バイクショップのイメージアップをしていきたいと考えています」

トラブルなく乗ってほしいから

坂の多い長崎では、根っからのバイク好きというよりも、実用で使っているお客さまが多く、バイクの世話を店任せにする人がほとんど。そこで梁川店では、何かトラブルが起きて困る前にもっと愛車を大切にしよう、と定期点検を呼びかける「点検DM」に力を入れている。

一見何の変哲もない基本作業のひとつだが、このちょっとした働きかけが、予想以上に好評だったと宮本

SHOP INFORMATION

(有)バイクセンターみやもと梁川店

スタッフ



スタッフ（右から）

宮本裕一店長

「私は2代目ですが、バイクよりも商売に興味があって、たまたま身近にバイクがあったのでこの世界に入りました。経験の浅い私を、ほかのスタッフが助けてくれるので、心強く思っています。まだまだ楽する立場じゃないので、自分が頑張らなくちゃいけませんね」

山口美弥子さん

「バイクも、お店もキレイに掃除して気持ちよくお客さまを迎えたいです」

本山等さん

「まだオープンして間もないですが、地域の皆さんのお役に立てて、喜んでもらえるようなお店にしたいです」

資格

ビッグバイクにも力点を!

梁川店では、この1月にYARD店の資格を取得。「主力のスクーターだけでなく、これからはスポーツバイク、特にビッグバイクに力を入れていきたい」と宮本店長は張り切っている。

用品コーナー

気軽に買える品揃え

バイク本体は高い商品なので、安く買える用品類を数多く揃えることで、お客さまが来店しやすいようにしている。「それに、バイクを買ったお客さまはヘルメットなども一緒に揃えたいですよね。そのときの選択肢が豊富に、品揃えにも気を配っています」。



サービス工場

お客さまの要望を大切に

現在、認証工場取得を目指しているサービス工場。2Fショールームには、リフトでバイクを上げることができる。

また、お客さまの要望を大切に、愛車で気になるところはどんなことでも聞き出すようにしている。



外が暗くなれば、店舗の外壁はネオンで彩られ、ひと味違った表情を見せる



1F

2F建てのショールーム内には、新車中古車合わせて常時100台以上のバイクの展示。お客さまには、数多くの車種の中から気に入ったものを選んでもらえるようにしている



店長はにっこり。「長崎のバイクショップは、どこも来店客のお世話をするのに手一杯で、DMを出すヒマなんてほとんどないのが実状です。だから、ウチのDMを受け取ったお客さんから、「こんなもらったの初めてだ」という声をたくさんいただきましたよ」

開店以来、新車・中古車を購入したり、大きな修理を受けられたお客さまのデータをコンピュータで管理。それを後の定期点検のDM発送に役立てているわけだが、得られた顧客データは、さらに別のところでも活用されている。

「入力したお客さまの住所を見れば、どの地域の人があるの店を利用するかわかりますから、そのデータに基いて、例えばチラシの配布も無駄なく効率的にできるんです」

最近、以前購入されたお客さまから、家族や友人を紹介してもらうケースが増えてきた。オープンして約1年。宮本店長がめざす店づくりの、まだ入り口に過ぎないところではあるが、お客さまとのコミュニケーションを大切に地域密着型の商売をめざしてきた成果が、はつきり形として表れはじめたといえよう。

「世の中には、お店の接客や修理の対応でいやな思いをしてバイクを降りた人もいると思うんですよ。でも、うちのお客さんには絶対そんなことがないように、心をこめてお付き合いを続けていきたいですね」

“SR”の名に刻み込まれた 20年にわたる深化と熟成の歴史。 ありがとう。そしてこれからも……。

こだわりの、次のこだわりを育てていく。20周年記念SR誕生。

1978年誕生から、20年、時代に流されず、着実に自分の道を歩み続けてきたSR。SR20年の歴史とは、(シンプルであるがゆえに)ライダーと密接にコミュニケーションできる、オートバイ本来の姿を保持するマシン」という理想を、たくさんのファンとともに追求し続ける、熟成と深化の歴史であった。そして、これからもSRは、こうしてゆっくと歩んでいく。オートバイ本来の魅力を求めるファンがいる限り、SRは常に最高の、オートバイらしいオートバイであり続けたい。それが、SRを愛してくれる多くのファンに応える、たどたどしい歩みだ。その、歩みと歴史を込めて、SRの歴史をニューカラー・モデルで披露。それが初心を忘れず今後も歩み続けていくことの表明として、1978年に誕生した初代SRのカラーリングイメージを復元、次なる進化への強い意志を込め、21年目、そしてその先の実現まで、このSRは見つめている。

20th ANNIVERSARY
SR
400&500

予約期間限定販売
¥425,000 (¥455,000)

この広告は、1月以降発売の二輪専門誌などに掲載しています。

今年ハタチだというのに、自分のスタイルを頑固に曲げないヤツ。昔ながらのライダーに好かれるのはわかるが、なぜか同年代の若いライダーにもやたらと人気があって、古めかしいのか若々しいのか……。SR。一本筋の通った骨太の魅力がウケてます。ありがとう。

おかげさまで、発売以来20周年を迎えたSR400/500。みなさまの変わらぬご支持に感謝を込めて、記念限定モデルが登場です。専門誌広告では、時代に流されず深化、熟成し続けてきた過程を、フェルタンクのカラーリングと仕様解説で表現。最新の技術で最古の姿を再現した、記念モデルの商品性に帰結させています。モーターサイクルの原点にこだわるお客さま、変わらぬ魅力を求めるお客さまにご案内ください。

YAMAHA
ヤマハ発動機株式会社