

Yamaha News 6

1998
No.417
J U N.

ヤマハ ニュース

「もう一歩」のステップアップを応援します

What's New

TDM850 / V MAX1200 /

Drag Starクラシック /

XJR400R /

RZ50 /

アプリオ ナチュラルほか



Open Eyes コンビニエンスストア

株式会社 am/pm ジャパン

Hello! Nice Shop

YSP大阪鶴見

お客さまと一緒に作る“遊び”の世界

ドキドキするね、RZ50。跳ね上げたテールカウルにシングルシート、スポークホイール、トラス型リアアーム……。そう、カフェレーサーっていうんだっけ？

ヤマハスポーツ

TDM850

7月10日発売 ¥798,000

カラーリング/2タイプ



ライトグレーメタリック3(黄&シルバー)

【主な特徴】

■270度クランク採用のニューエンジン

スポーツライクな走行フィーリングを実現する、TRX850同様の270度クランクを採用。またTPS装備のキャブレターで点火タイミングの最適化を図った。さらにオイルタンクをTRX850同様シリンダー背面に配置し、マス集中化を実現。

■操縦性を高めるディメンション変更

フロント回りのディメンションを見直し、良好な接地感と軽快なハンドリングを実現。またフロントフォークには43mm径インナーを採用して、剛性バランスの最適化を図った。

■前後ラジアルタイヤ

270度クランクエンジンの特性を生かす、ラジアルタイヤを前後に採用。優れたトラクション効果により、ハンドリング特性、旋回特性、燃費特性などを高めた。

■新オーガニックフォルムほか

ウインドプロテクション効果の向上、躍動感とボリューム感の演出などを狙った新デザイン、オーガニックフォルムを採用。また、燃料タンクを容量アップ(18→20ℓ)したほか、薄型バッテリー、プロジェクターヘッドライト(現行の丸型2灯→左側ロービームがプロジェクタータイプの異型2灯)、盗難抑止装置「アラームイモビライザー」(別売)対応のプレワイヤリングなどを新たに採用した。

☆ バネレート可変リアサスペンションは従来どおり採用。

【TDM850】主要諸元

●型式/エンジン型式=RN03J/N401E ●全長/全幅/全高(mm)=2,165×790×1,280 ●シート高(mm)=795 ●軸間距離(mm)=1,475 ●最低地上高(mm)=165 ●乾燥重量/装備重量(kg)=203/229 ●舗装平坦路燃費(km/ℓ)=30.0(60km/h) ●原動機種類=水冷4サイクルDOHC5バルブ ●気筒数配列=並列2気筒 ●総排気量(cm³)=849 ●内径×行程(mm×mm)=89.5×67.5 ●圧縮比=10.5:1 ●最高出力(PS/rpm)=80/7,500 ●最大トルク(kgf・m/rpm)=8.2/6,000 ●始動方式=セル式 ●潤滑方式=強制圧送ドライサンプ ●エンジンオイル容量(ℓ)=4.2 ●燃料タンク容量(ℓ)=20 ●キャブレター形式=BDST38×2 ●点火方式=T.C.I ●バッテリー容量/種類=12V10AH/GT12B-4 ●1次減速比/2次減速比=1.717/2.470 ●クラッチ形式=湿式多板 ●変速機形式=常時噛合式前進5段 ●変速比=1速2.846 2速1.850 3速1.428 4速1.173 5速1.037 ●フレーム形式=プレスバックボーン ●キャストノットレール(度/mm)=24°/30°/103 ●タイヤサイズ(前/後) 110/80-ZR18 / 150/70-ZR17 ●ブレーキ形式(前/後)=油圧式ダブルディスク/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=12V55W×2(ハロゲンバルブ)

What's New

NEW MODELS

270度クランク、前後ラジアル採用で
スポーティな走りがさらに進化!

「快適なオールラウンダー」としてエンジンジャストからの根強い人気を集めてきたTDM850が、この夏モデルチェンジ。「TRX850」で好評の270度クランク・ツインエンジン搭載、フロント回りのディメンション変更、前後ラジアルタイヤ採用、欧州仕様と同

タイプの外観などで、スポーツ性を一段と強調しました。
'96年秋の二輪免許制度改正以降、急激な伸長を見せている大型二輪市場にまたひとつ、個性的なニューモデルの登場です。



ソルトレイクシルバー

ヤマハスポーツ

VMAX1200

7月25日発売
¥890,000

カラーリング/1タイプ

マットチタン1



重厚なメタル感を主張

デビューから12年。ハイパワー&グランドマスのドラッグライメージでエンジンジャストから強い支持を受けているV4モデル、VMAX1200が新色で登場します。ボディには、メタル感を表現する「マットチタン」を採用。これに合せてマフラーをクロームメッキ処理、ホイールにはクリアー処理を施しました。しかも、市場でうれしい新価格設定。ビッグマシンのシェア拡大を狙う、頼もしいモデルです。

※ここでご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、沖縄および一部地域を除く)
※車両の価格には、登録・届け出に伴う諸費用、保険料、税金(消費税ほか)等は含まれません。

ヤマハスポーツ

XJR400R

6月10日発売
¥599,000

カラーリング/3タイプ



シルバーメタリック1(シルバー)

デザイン一新、機能充実の パワフルネイキッド登場

ミドルクラスの主力機種として市場に浸透。数多くのお客さまから支持を得ているネイキッドスポーツXJR400Rが、昨秋の東京モーターショーで注目を浴びた新仕様、外観を織り込んで、いよいよデビューします。先行発売した「XJR1300」のイメージを随所に再現、大型バイクイメージを具現化した1台です。

《主な特徴》

■20ℓ燃料タンク

現行18ℓプラス2ℓの大容量タンク。実用性とビッグバイクイメージを両立させた。

■新作サイドカバー&テールカウル

リアからサイドのデザインを一新。ダウンフォース感を主張する斬新な外観とした。

■マルチリフレクター式テールライト

テールライトの優れた被視認性を実現するため、マルチリフレクター方式を採用し、従来比約2倍の大型化をはかった。

■その他の変更

①フロントフォークのプロテクター、②XJR1300同様のシルバー塗装エンジン、③優れたフィット性と乗り心地を兼ね備えるワディングシート、④新バターンタイヤ、⑤盗難防止装置「アラームイモバイザー」(別売)対応プレワイヤリング、⑥ツイントリップ&時計機能付きの電気式スピードメーター、などを採用した。



ダークグリニッシュブルーメタリックC(グリーン)

ビビッドレッドカクテル7(レッド)

「XJR400R」主要諸元

●型式/エンジン型式=4HM/4HM●全長/全幅/全高(mm)=2,085×735×1,090●シート高(mm)=760●軸間距離(mm)=1,435●最低地上高(mm)=115●乾燥重量/装備重量(kg)=179/201●舗装平坦路燃費(km/ℓ)=41.0(60km/h)●原動機種類=空冷4サイクルDOHC4バルブ●気筒数配列=並列4気筒●総排気量(cm³)=399●内径×行程(mm×mm)=55.0×42.0●圧縮比=10.7:1●最高出力(PS/rpm)=53/11,000●最大トルク(kg・m/rpm)=3.6/9,500●始動方式=セル式●潤滑方式=強制送付ウエットサンプ●エンジンオイル容量(ℓ)=2.8●燃料タンク容量(ℓ)=20●キャブレター形式=BS30●点火方式=T.C.I●バッテリー種類=GTX9-BS,YTX9-BS●1次減速比/2次減速比=2.606/3.000

●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2.733 2速1.947 3速1.545 4速1.240 5速1.074 6速0.931●フレーム形式=ダブルクレードル●キャスト/トール(度/mm)=26°/99●タイヤサイズ(前/後)110/70-17 54H/150/70-17 69H●ブレーキ形式(前/後)=油圧式ダブルディスク/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=12V60W/55W(ハロゲンバルブ)

What's New NEW MODEL

ヤマハスポーツ

ドラッグスタークラシック

7月10日発売 ¥649,000

カラーリング/1タイプ(追加)

重厚さ際立つニューカラー

好評のドラッグスターに、新たなテイストを加えた88モデル「ドラッグスタークラシック」。文字どおり、オールディッシュなシブさと重厚感が持ち味の1台ですが、このたび、さらに新色「ブラック2」が仲間入り。従来の2色と合わせて、個性的な3パリエーションで夏商戦をリードします。



ブラック2

YAMAHA Accessory

ウォッシュブルレザーのフル内装脱着システム採用。高機能なヴィンテージヘルメット

TD-8 Tradition ¥16,000

洗える本皮革「ウォッシュブルレザー」のフル内装脱着システム採用で、フィット感に優れ、色落ちや縮みもシャットアウト。さらにベルト式ハンモックは通気性に優れ、暑い夏も快適なライディングを楽しめます。また、900g以下の軽量設計、ゴーグルの脱落を防ぐ個性的なリアカットなど、高い実用性も魅力です。

サイズ: M、L、XL
カラー: 4タイプ



ライトシルバー



プロテインブラック

キャンディレッド

キャンディブルー

取扱い: ワイズギア

ヤマハスポーツ

RZ50

6月25日新発売 ¥249,000

カラーリング/2タイプ



ヤマハブラック

【主な特徴】

■水冷2サイクルエンジン

「TZR50R」「TZM50R」に搭載して定評の、水冷2サイクルクランク室リードバルブエンジンを採用。また、ラジエターは、軽量薄型タイプを採用した。

■ネイキッドスタイルの具現化

新設計のセミダブルクレードルフレーム、前後17インチタイヤとスポークホイール、大容量10ℓロングタンクなどの採用で、個性あふれるネイキッドスタイルを実現。

■その他、充実のフィーチャー

テールライトの優れた被視認性を実現するため、マルチリフレクター方式を採用し、従来比約2倍の大型化をはかった。

■その他の変更

①50ccスポーツ初の異径2ポットキャリパーフロントディスクブレーキ、②熱ダレによる性能変化の少ないビルシユタイン型リアクッションユニット&モノクロスサスペンション、③27mmの大径フロントフォーク、④P字ロック収納可能なシートカバー、⑤タコメーター採用の2連メーター、⑥エアブレンタイプ燃料タンクキャップ、などを採用。

「RZ50」主要諸元

●型式/エンジン型式=RA01J/A106E●全長/全幅/全高(mm)=1,805×615×970●シート高(mm)=745●軸間距離(mm)=1,215●最低地上高(mm)=135●乾燥重量/装備重量(kg)=8.0/90●舗装平坦路燃費(km/ℓ)=57.0(30km/h)●原動機種類=水冷2サイクルクランク室リードバルブ●気筒数配列=単気筒●総排気量(cm³)=49●内径×行程(mm×mm)=40.0×39.7●圧縮比=7.5:1●最高出力(PS/rpm)=7.2/10,000●最大トルク(kgf・m/rpm)=0.63/7,500●始動方式=セル式●潤滑方式=分離給油●オイルタンク容量(ℓ)=1.2●燃料タンク容量(ℓ)=10●キャブレター形式=VM18SS●点火方式=C.D.I●バッテリー種類=12V 2.5AH(10H)/GT4B(MF)●1次減速比/2次減速比=3.578/4.083●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3.250 2速2.125 3速1.550 4速1.227 5速1.040 6速0.923●フレーム形式=セミダブルクレードル●キャスト/トール(度/mm)=27°/90●タイヤサイズ(前/後)70/100-17 40P/80/90-17 44P●ブレーキ形式(前/後)=油圧式シングルディスク/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=12V30W/30W(キセノンバルブ)

質感、機能を高める

RZ50専用アクセサリ

取扱店:
(株)ワイズギア

メーターバイザー

¥5,800 (No.90793-53029)



ラジエターカバー

¥7,800 (No.90793-66777)



レーシングスタンド

¥8,500 (No.90793-55040)



リアキャリア

¥9,800 (No.90793-51069)



アルミオイルプラグ

¥1,600 (No.90793-66301)



ヤマハスクーター

アプリオ ナチュラル (YJ50)

6月1日発売 ¥134,000

カラーリング/4タイプ

ダークパーブリッシュブルーメタリック2

【主な特徴】

■6.8馬力エンジン

Vベルト自動無段変速採用の6.8馬力水冷2サイクルエンジンを搭載、優れた走行性を実現した。

■ラウンドフォルム

「シヨグ アプリオ」と同デザインのラウンドフォルムを採用。スクエアライト、被視認性に優れるウインカー等で個性を主張。モール部は傷の付きにくい樹脂製を採用した。

■シートオープナーほか

①メインスイッチ操作でシートのロック解除ができるシートオープナー機構、②Pロックを装着できるリアキャリア、③強化メインスイッチ、などを採用した。

「アプリオ ナチュラル」主要諸元

●型式/エンジン型式=A-4JP/3KJ●全長/全幅/全高(mm)=1,615×630×1000●シート高(mm)=715●軸間距離(mm)=1,135●最低地上高(mm)=80●乾燥重量/装備重量(kg)=6.1/66●舗装平坦路燃費(km/ℓ)=48.0(30km/h)●原動機種類=水冷2サイクルクランク室リードバルブ●気筒数配列=単気筒●総排気量(cm³)=49●内径×行程(mm×mm)=40.0×39.2●圧縮比=7.3:1●最高出力(PS/rpm)=6.8/7,000●最大トルク(kgf・m/rpm)=0.72/6,500●始動方式=セル・キック併用式●潤滑方式=分離給油●オイルタンク容量(ℓ)=0.2●燃料タンク容量(ℓ)=6.0●キャブレター形式=Y14P×1●点火方式=C.D.I●バッテリー種類=GT4B-5(MF)●1次減速比/2次減速比=3.692/3.230●クラッチ形式=乾式内拉遠心式●変速機形式=Vベルト式自動無段変速●変速比=2.183~0.896●フレーム形式=バックボーン●キャスト/トール(度/mm)=24°/69●タイヤサイズ(前/後)80/90-10 34J/80/90-10 34J(チューレス)●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=12V35W/36.5W(ハロゲンバルブ)

What's New

NEW MODEL



燃料タンク、強化

ユーティリティに優れた「JOGアプリオ」の基本機能、性能はそのままだに、細部の仕様変更で低価格化を図ったモデルが「アプリオ ナチュラル」です。手頃な価格、優れた走行性、ヘルメット収納スペース、大容量6ℓ

メインスイッチなど、現代のベシックスクーターに必要とされる要素を凝縮。実用優先の買い物ユースや通勤・通学ユースに最適な1台です。

アプリオの機能、性能を継承
低価格を実現したベシックモデル



コンペティションシルバー

ブラック2

ダークパーブリッシュレッドカクテル3

この夏もJOG & TMR VINO & PUFFYで店頭を盛り上げよう!!

彼と彼女のJOG&VINOスクーターカーニバル

スクーター市場の話題を独占中のニューJOGとVINOシリーズ。キャラクターのTMRレポリユーショーンとパフィーの人気も好評で、お客さまとのコミュニケーションに役立っています。

この6月からの3カ月間、JOGとVINOのさらなる拡販と話題の盛り上げを目的としたキャンペーン「彼と彼女のJOG&VINOスクーターカーニバル」を展開します。

このキャンペーンではJOGシリーズを購入された方全員に「JOG & TMRテレカスペシャルパッケージ」をプレゼント。またVINOシリーズ購入者には、CF、カタログ等でパフィーが愛用している「VINO & PUFFYオリジナルパーカー」をもれなく差し上げます。

さらに来店プレミアムとして「JOG & TMRオリジナルうちわ」「VINO & PUFFYオリジナルすごろく」も揃えています。

春からのブーム
継続を演出する本キャンペーン、どうぞご活用ください。



今年の夏もTMRとPUFFYが目印!



VINO&PUFFYオリジナルパーカー

【彼と彼女のJOG & VINOスクーターカーニバル】

実施期間
6月1日～
8月31日

〈JOG〉

■対象: '98 NEW JOGシリーズ(JOG、JOG G-C、JOG Z-II)購入者全員

■購入プレミアム:

「JOG & TMRテレカスペシャルパッケージ」

〈VINO〉

■対象: '98 NEW VINOシリーズ(限定車含む)購入者全員

■購入プレミアム:

「VINO & PUFFYオリジナルパーカー」

■来店プレミアム: 「JOG & TMRオリジナルうちわ」「VINO & PUFFYオリジナルすごろく」

ドラッグスターにピッタリのオリジナル皮ジャンがあたる!



オーストラリアツーリングなど 豪華賞品が盛りだくさん!

夏のスポーツバイクキャンペーン

'96年の登場以来、小型二輪部門でトップセールスを記録しているドラッグスター。今春からはドラッグスタークラシックを新たにラインナップに追加。人気モデルの鈴木一真さんの男っぽいイメージと、UA(ウーア)さんの魅力的な歌声が印象的なCFも話題を呼んでいます。

そこで、この夏さらに話題を喚起しようとして、ドラッグスターシリーズ購入者の中から抽選で100名に「KAZUMA SPECIAL皮ジャン」が当たるキャンペーンを展開します。

また、ラインナップ強化で盛り上がるビッグバイク市場をバックアップする「ウエルカムビッグバイクキャンペーン」も同時展開。抽選で5名様にオーストラリアツーリングが当たるオープン懸賞や、オーバー750ccのヤマハバイクを購入された方を対象に、10万円の旅行クーポン券(20名)、KTCミラーツールセット(100名)のプレゼントを実施します。

広くお客さまにご案内のうえ、スポーツバイク拡販にご活用ください。



俺の革ジャンあたるぜ。

【スポーツバイクキャンペーン】

実施期間 6月1日～8月31日

〈DRAG STAR〉

■対象: '98ドラッグスター、'98ドラッグスタークラシック購入者

■賞品: 「KAZUMA SPECIAL皮ジャン」(100名)

■応募方法: 車両付属の「お客様登録票」を記入後、投函で自動エントリー

■応募締切: 8月末日消印有効

■発表: 賞品の発送をもって発表に代えさせていただきます

〈BIG BIKEクローズド懸賞〉

■対象: ヤマハオーバー750cc(ロイヤルスター、XR1300、VMAX、ビラーゴ1100、TRX850、TDM850などの国内仕様車)購入者

■賞品: A賞「旅行クーポン券10万円分」(10名)

B賞「KTCミラーツールセット(ネプロスシリーズ)」(100名)

■応募方法: 車両付属の「お客様登録票」を記入後(A賞、B賞、どちらを希望するか明記)、投函で自動エントリー

■応募締切: 8月末日消印有効

■発表: 賞品の発送をもって発表に代えさせていただきます

〈BIG BIKEオープン懸賞〉

■賞品: オーストラリアツーリング「Y.E.S.S.地球見聞隊アドベンチャーツアー オンロードコース7日間(出発日12/25)」(5名)

■応募方法: 官製はがきに住所・氏名・年齢・電話番号・職業と次の問題の答えを記入し、郵送

「問題→ビッグバイクといえばヤ○ハ」

■応募締切: 8月末日消印有効

■発表: 当選通知(郵送)をもって発表に代えさせていただきます

梅雨到来、点検整備の呼びかけを

YTS講習会好評開催中

ツーリングシーズンを迎え、お客さまの愛車の走行距離も伸び始める頃。また梅雨に向けて、メンテナンスにも気をつけなければいけないなど、何かとサービスの需要が多い季節が続きます。お客さまのバイクの使用状況をよく把握して、点検整備を呼びかけてください。

※B/ベシック 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。

YTS講習会日程

ブロック	6 月	
本社	M 11~13	
北海道		
東北	M 17	B
東京	B	M B 23~25
中部	M 9~11	M B 24~26
関西	M M 11 18	M M B 23 25
中国	B	
四国	M 23~25	B
九州		

いよいよ開幕！サッカーW杯 ジュビロ・トリオの活躍に注目

中山、名波、服部が日本代表で出場

昨年11月16日、強敵イランを延長Vゴールで破って初のワールドカップ本大会出場を決めたサッカー日本代表が、いよいよ今年6月11日、フランスで開催されるグループリーグに臨みます。

その代表チームには、ジュビロ磐田からゴン・中山雅史、名波浩、服部年宏の3人が選出(5月・キリンカップ開催時点)されました。特に中山は、Jリーグで前人未踏の4連続ハットトリックを達成するなど絶好調。12試合で19点を叩き出し、得点王争いを圧倒的にリードしています。これまでも大事

な局面で数々のゴールを決めてきたストライカーだけに、世界へアピールする一発を期待したいところです。

名波は、その中山に決定的なパスを供給するジュビロの司令塔であり、代表では攻撃を組み立てるだけでなく、中盤の守備も担う攻守の要。リズムを作りコントロールするゲームメーカーとして、チームに欠かせない存在です。

俊足、1対1のマンマークに強い服部は、アルゼンチンやクロアチアの強力な攻撃陣に対抗するために必要な、守備のスペシャリスト。

無駄にならない段ボールの 再利用方法は？

YSP東神奈川・田中頭店長・神奈川県横浜市

4月号でショップのゴミ問題の話がありましたが、私の店でも特に段ボールの処分に困っています。例えばパーツを注文したときには、一つ一つ段ボール箱に入って送られてくるので、すぐに大量になり、またそれを処分するとすると有料です。段ボールの無駄にならない回収方法、再利用方法はないのでしょうか。

サイクルボックスコマツ・小松美由紀さん・千葉県松戸市

松戸エリアでもゴミ処理は大きな問題です。修理くず(金属・プラスチック類)は業者に持ち込み、有料で処分。バイクのタイヤは有料、バッテリーは無料でメーカーに引きとってもらっています。全国のバイク屋さんには、どのように処理をなさっているのでしょうか。

「SHOP TO SHOP」は販売店さんどうしの意見交換のコーナーです。今回は4月号の「YOU SHOP 小西」さんのゴミ問題に関する多くの反響が届けました。もし、お店でもゴミを減らす工夫などありましたら、ご紹介下さい。そのほか、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。

※別添のメールシートでお寄せください。



中山のゴールアシストがジュビロを引っ張る。第12節終了時点で、首位ヴェルディを勝ち点3差で追う2位につけた



ジュビロからは(左から)服部、名波、中山の日本代表に加え、ドウガンもフランス代表として3大会連続出場する

ジュビロ磐田 ワールドカップ出場選手

オーストラリア、ニュージーランドツーリングを舞台に展開

'99モーターサイクルカレンダー

ライダーなら誰もが一度は憧れる海外ツーリングの夢を具現化した'99年のモーターサイクルカレンダー。今回はオーストラリアとニュージーランドでのツーリング風景がモチーフ。旅先でライダーの目を通して伝わ

てくる人々との触れあいや感動を表現します。「週末はバイク人」キャンペーンとも連動し、大人のバイクライフの楽しさを訴える'99モーターサイクルカレンダーに、どうぞご期待ください。



中野真矢、開幕から 3戦連続ポールトゥウィン!!

全日本ロードレース選手権



筑波での再スタート。真矢は好ダッシュを見せ、リードを広げにかか

今シーズン、「BP ヤマハレーシングチーム」から全日本ロードレースGP250クラスに挑戦する中野真矢が、開幕戦から3戦連続の

「レース終盤で松戸さんに

追いつめられたり課題は残ったけど、優勝できたので嬉しい」と中野。もちろん、ランキングもトップで250cc2シーズン目でのタイトル獲得に期待がかかります。

急成長ぶりを見せる中野真矢。素顔は20歳のまじめ大学生だ



必勝体制で5度目の頂点へ

'98鈴鹿8耐 ヤマハファクトリー参戦体制発表

ロードレース真夏の祭典「鈴鹿8時間耐久レース」。今年は、7月26日に決勝レースが行われます。ヤマハは21年目を迎える同レースで、過去4勝を達成。今年もファクトリー3チーム、6人のライダーが優勝をめざします。

入ったサイモン・クラファアをパートナーに迎えます。2組目は、全日本スーパーバイクでチームメイトどうし、吉川和多留と芳賀健輔のペア。残るもう1組は、'93年に8耐優勝経験を持つスコット・ラッセルと藤原儀彦のベテランコンビです。

※このエントリーは5月26日現在の暫定のものです。

◆マールボロ ヤマハレーシングチーム ・YZF750



芳賀 紀行



サイモン・クラファア

◆マールボロ ヤマハレーシングチーム ・YZF750



吉川 和多留



芳賀 健輔

◆BP ヤマハレーシングチーム ・YZF750



スコット・ラッセル



藤原 儀彦

自動車保険ビッグバン、7月よりスタート

自動車保険の保険料率自由化が7月からスタートし、これまで規制により各社横並びだった商品内容、保険料に変化が訪れる見込み。

特に外資系損害保険会社の進出が著しく、中には50～64歳の保険料を18歳～20歳の3分の1に設定するなど、リスク細分型(事故リスクの小さい人は保険料も安くする)保険を販売する損保会社が注目を集めている。(日経流通新聞5月12日)

PICK UP MONTHLY TREND

分解整備検査、廃止へ

「道路運送車両法改正案」が年内中に施行される見込み。この中では、自動車ユーザーが分解整備を行った場合に義務づけられている分解整備検査の廃止が盛り込まれている。ただし、大多数のユーザーにとっての必要性から認証工場制度は存続される。またこれまでの検査主任者に代わり、整備主任者に相当する新しい資格が新設される予定。

この規定により、自分で分解整備を行うユーザーは、その後の検査を受ける必要がなく、逆に整備を行わ

ないユーザーはこれまでどおり認証工場に依頼することになる。

(二輪車新聞4月24日)

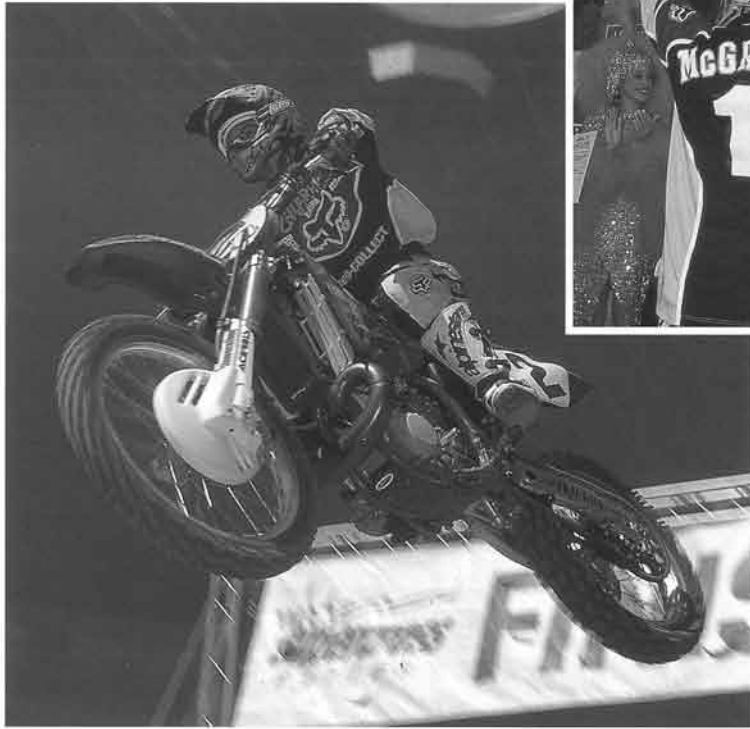
二輪車のASV(先進安全自動車)研究始まる

運輸省は「ASV推進検討会」で、二輪車に関する研究開発項目を決定した。

ASVとは電子技術などで高知能化し、安全性が格段に高められた自動車のことで、二輪車に関しては、車々間通信システム、転倒時電源・燃料供給停止システムなどの研究が、今後国内2輪4メーカーで進められる。(二輪車新聞5月1・8日)

やっぱりマクグラスには、
ゼッケン1がよく似合う

目の覚めるような豪快なライディングで、ファンを魅了した



マクグラスがYZ250で スーパークロスチャンピオン獲得!!

'98 AMAスーパークロス閉幕

「やっぱりゼッケン1はいいね」と笑顔で語る、ジェレミー・マクグラス（シヤバラル・ヤマハ）。「90年代のAMAスーパークロスを代表する彼が、ヤマハ加入一年目で見事チャンピオン

を獲得しました。これはマクグラスにとつて2年ぶり5度目、ヤマハにとつては、80年のマイク・ベル以来のタイトルとなります。

第14戦までで6勝を挙げたマクグラスは、第15戦ダラス（4月25日）のファイナルレースでも、YZ250Mを駆ってホールショットを奪いトップ。2周目にYZ400Fを駆るダグ・ヘンリ

ー（ヤマハ）が2番手に浮上すると、中盤からラスト対4ストのYZ対決となりますが、そのスキに3番手のラスクが追いつき、2台をオーバーテイク。そのままラスクに優勝をゆずってしまったものの、マクグラスはしっかりと2位を確保。2位以下とのポイント差を26点とし、翌週の最終戦を待たずしてチャンピオンが決まりました。

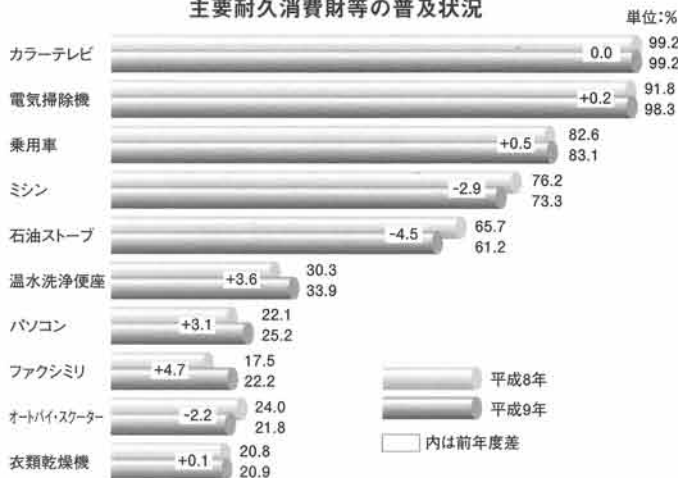
「嬉しい、の一言につきる。今年1年、僕を支えてくれたシヤバラル・ヤマハのみんな、そしてスポンサーや家族、友達、ファンみんな、ありがとう。この勢いでナショナルMXも頑張るよ」と語るマクグラスは、続く最終戦ラスベガスでも見事優勝を飾り、チャンピオン獲得に花を添えました。また、125ccクラスでは32歳のベテラン、ジョン・タウド（ヤマハ）がダラスで優勝し、AMA125cc西地区のチャンピオンに。ヤマハにとつて、このクラスは'96、'97年のケヴィン・ウィングダムに続く3年連続の栄冠となりました。

What About?

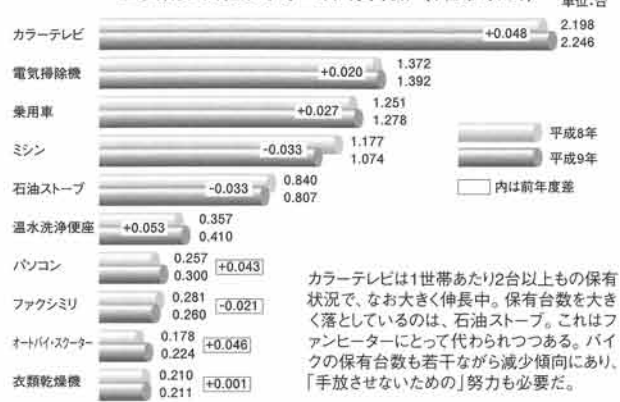
データで読む時代の流れ

普及・保有状況から見る当世ライフスタイル

主要耐久消費財等の普及状況



主要耐久消費財等の保有台数 (1世帯あたり)



カラーテレビは1世帯あたり2台以上もの保有状況で、なお大きく伸長中。保有台数を大きく落しているのは、石油ストーブ。これはファンヒーターにとって代わられつつある。バイクの保有台数も若干ながら減少傾向にあり、「手放させないための」努力も必要だ。

データ出典：経済企画庁調査局景気統計調査課「平成10年3月実施 消費動向調査」



● 特集 ● リターンライダー

ミドルエイジが 求めるもの

ミドル市場はいまや

推定85万台規模に成長

ヤマハでは、需要創造活動の一環として96年から「週末はバイク人」キャンペーンを展開。リターンライダーを中心とする中・高齢層の開拓に努めているが、(社)日本自動車工業会がまとめた「97年度二輪車市場動向調査」でも、その効果と市場の有望さが裏付けられた。

この調査は、96年6月から97年5月までの新車購入者1万人を対象に実施されたもので、それによると、全体の平均年齢は前回(95年)を4・7歳上回る40・2歳。年齢層別でも10代、20代がともに減少しているのに比べ、30代以上は前回の57%から66%にまで伸びている。

総需要が約120万台で横ばい傾向にあることを考え合わせると、若者のバイク離れ、少子化が進む一方、30歳以上の市場がそれをカバーする形で広がり、その規模はおよそ85万台にも上る計算だ。若年層の継続的な需要創造も不可欠だが、当面の需要を確保するという意味で、ミドル層へのアプローチ強化が重要といえよう。

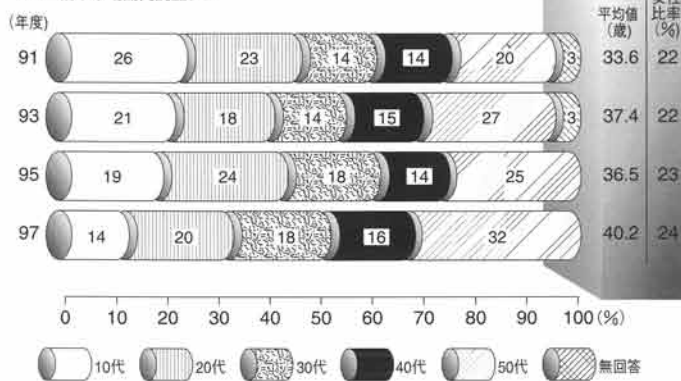
しかし、一口に30代以上といっても実際は60代あたりまで幅広く、当然その30年近い世代差は感覚的なシネレーションギャップ、家族構成や経済力などプライベートな環境の違いとなって表れる。

例えば50代、60代で若いころバイクに乗り始めた人の多くは、排気量限定のない二輪免許所有者(自動二輪免許が大型、小型に分けられたのは72年)。マジステイに興味を示す一方、経済的にゆとりがあり、ビッグバイク志向も高い。今回、自工会の調査で全体の32%を占め、もっとも大きな伸びを示している層でもある。

40代は、子供たちに手がからなくなった人と、また子供が高校や大学に通っている人などで状況がかなり異なる。免許に関して、72年を挟んで大型が普通(中型限定)が分かれるところ。リターンの可能性は個人差が

二輪車ユーザーの年齢層 (%)

97二輪車市場動向調査より



大きいですが、自工会調査の年齢分布では現在一番比率が低い(16%)だけに、アプローチ次第で開拓の余地も大きい年代といえよう。

30代は、高校や大学の頃に'80年代初期の「バイクブーム」を経験した人たち。当然、バイク経験者が数多くいるし、経済的に自立した20代の頃にはバブル全盛期も経験。もっとも買い物上手、遊び上手な世代である。また、少子化現象が進むなかで家庭に子供の数が少なく、なれば、経済的な負担も少ない。今後もっとも有望な年代と思われる。

こうしたミドル層の人たちのなかには、初めて二輪免許を取得して乗り始める人も当然含まれるが、数としては極めて少ない。お店を開拓しようとする場合、まずはミドル免許をすでに持っているリターンライダーに絞って考えるほうがアプローチしやすいはずだ。まずは「リターンライダーバイク教室」「リターンライダーツーリング」などに誘うことから始めてみては?

「リターンライダーツーリング」は、久しぶりでバイクに乗る参加者が負担を感じないよう、日帰りで往復100km前後のコースを設定。全国8会場で2日ずつ開催する。バイクは、ギアチェンジが不要で乗りやすいマジエスティに限定。自分のバイクを持っていなくても参加できるようにレンタル車両を用意している



ライダーに戻る日

「リターンライダーツーリング」

3年目となる「週末はバイク人」キャンペーンのなかで、今年から始まったイベントが「YESSリターンライダーツーリング」だ。昔バイクに乗っていたが、ひとりでツーリングに行くにはちょっと不安……、といった人たちが対象として企画したもので、「リターンバイク教室」の次のステップにあたる。

ここでは、5月2日の神奈川県・丹沢方面へ出かけたツーリングで参加者に取材した。

膨らむバイクへの想い

「マジエスティだけのツーリングをやるうと思っていたが、ちょっとした機会だったので」というのは、お客さま3人を誘って参加した「トップワールド・サクライ」さん（埼玉県幸手市）の櫻井秀雄社長。

「特にリターンのお客さんを集めようという活動はしなかったけれど、マジエスティとか中古の400を買いに来る年配のお客さんは増えてます。大型に乗る人もいますけど、リターンしていきなりはない。250や400のスポーツバイクで馴れたあと、ステップアップする場合はほとんどですね」

では、実際のお客さまはどうか。4人にリターンまでの経緯を聞いた。

「今、リターンしようかどうか迷っている」

のは、東京都在住の瀬戸光浩さん（46）。

「実家にいる間は乗ってたんですが、大学進学で東京へ出てきて以来、特に必要性も乗りたいという気も起こらなくて、26年間乗らずに来てしまったんです。でも、去年新聞で見た「週末はバイク人」の広告がすごく印象的で、知り合いの人も「マジエスティはいいよ」というもんだから、ますますその気になっちゃって……」と笑うが、不安もある。

「怖いのは事故。妻に相談したときも、やはり危ないと反対されました。それと、熱しやすく冷めやすい性格もわかってるしね。でも、バイクを買うならどれにしようって考えるところまでワクワクするし、今日のツーリングでワインディングを走ったときは、昔の感覚を思い出してすごく楽しかった。乗る、乗らないは最終的に自分で決めることですけど、迷いますね、ホントに」

神奈川県在住の高橋壯一さん（47）は、リターンする意志が十分あり、「乗りたいバイクを探している」と言う。

「結婚してからもしばらく乗っていませんが、子供が生まれ、一家で移動するには不便

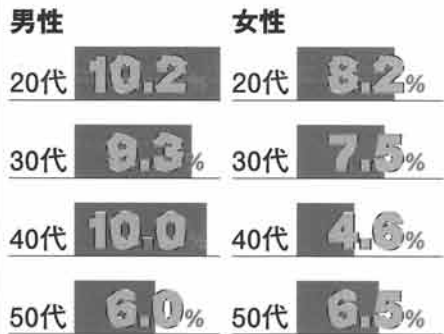
データで読み解く

元気な中高年層

他業種の動向から探る

ここ数年を形容して、「余暇重視の時代」「一大レジャーブーム」という言葉がよく使われる。しかし現実には不況のあおりを受け、余暇時間は減少の傾向を見せている。そんな中でも、各業種のデータを紐解けば、「元気な中高年層」の姿が見えてくる。特に余暇を楽しむ中高年女性の伸長は顕著だ。「女性の遊びには、少し遅れて男性がついてくる」と言われるように、潜在的な「レジャー予備軍」は確実に存在している。積極的なアプローチこそが、この層の「もう一歩」を後押しするのだ。

消費支出中の娯楽費の占める割合（平成9年）



「娯楽に使う」40代男性

40代の男性は、消費支出のうち、娯楽費の占める割合が10%と、2番目に高い。世帯を持たず、親との同居が多い20代と同水準のパーセンテージとなっている。サイフの紐を握るのは主婦、というのが定説だが、ここ娯楽に関しては「主婦パワー」も及ばない？ 一方女性の場合は、独身率の高い20代が高ポイントマークし、その後漸減。これは主婦層の収入が主に教育費に割り当てられていることを物語っており、増加傾向となるのは50代から。



登山・アウトドアスポーツショップ
ICI石井スポーツさんに聞く
「ミドル層は確実に良い商品を求める」

山野には今、中高年の方がたくさん出かけていらっしゃいます。健康ブームも手伝い、中高年の余暇利用で一番単純に出来る事が「歩く事」だったのでないでしょうか。どうせ歩くのなら美しく景色や季節の花を見ながら歩きたい!! その思いが中高年の登山ブームにつながったのではないかと分析しています。もちろん、マスコミ等の取り上げ方や、温泉ブームなどの影響も大きいでしょう。

実際、都内か地方かといった店舗立地により多少の違いはありますが、客層全体の約70%~80%が中高年の方々です。中でも女性の割合が6~7割を占めています。急激な増加は見られませんが、活発化の傾向はまだまだ続くと思われます。

お客さまとして考えると、若年層に比べて多少商品説明に時間はかかるものの、確実に良い商品、特に高額商品を購入して頂けます。特に中高年女性は男性に比べてウエア選びに時間をかけ、おしゃれな方が多いようです。

この層をお相手して特に心掛けているのは、とにかく良く話を聞いてあげるといふ事です。山の話はもちろん、時には気軽な世間話をするのも大切です。

ミドルエイジが求めるもの

「就職して以来クルマはつかりの生活でしたけど、最近息子が免許を取ったので、私のクルマを譲ることになったんです。すると当然、私の乗り物がなくなるから、じゃあバイクに乗ろうかと(笑)。マジエスティなら妻もいと言ってくれたし、スポーツバイクよりラクで、ネットタイ締めた格好でも似合うでしょ。といった

だということではバイクを降りました。でも、もう子供たちが中学と高校に進学し、そろそろ自分のやりたいことを始められるなと思って、リターンしようと思ったんです。ただ、気に入ったバイクがまだ見つからなくてね。マジエスティも候補のひとつでしたが、今回のツーリングで、やっぱりスポーツバイクの方がいいとわかりました。排気量500cc〜1000ccくらいの、路面や用途を問わないツアラーが理想。焦って決めるつもりはないので、いろんな店をじっくり探して気に入ったバイクが見つかったとき乗り始めようかと思っています」

一方、サクライさんのお客さままで埼玉県北葛飾郡にお住いの米ヶ田賢政さん(46)は、昨年末にマジエスティを購入し、リターンを果たしたばかり。

70、'80年代のバイクファンにとって憧れの的だった平忠彦さん(左)が、インストラクターとして同行。気さくな会話とアドバイスで、楽しさが2倍、3倍に膨らむ



増えつつあるミドルエイジライダーにNHKも注目、取材に訪れた

て、仕事や通勤に使ってるわけではなく、休みの日にひとりフラッと走りに行くことが多いですね。バイクの良さは、仕事のことや雑念を忘れられること、そしてひとりでも今日みたくに大勢でも、それぞれの楽しみ方ができることだと思います。最近、ゴルフよりバイク、ですよ」

同じリターンライダーでも、すでに9年目の富山光さん(49歳/東京都在住)はスポーツバイクユーザー。「結婚以来バイクから離れていたんですが、40歳になった頃、電車通勤がどうしても我慢できなくなつて50ccのバイクで通い始めた。それがきっかけでスポーツバイクに乗り換え、今のバイクは2台目なんです。でも、そろそろ腰が痛くなつてきて(笑)、マジエスティが欲しいなど。ビッグスクーターはほかにもありますが、比較にならないくらいフォルムがキレイ。このツーリングに参加したのは、両手ブレーキの感覚や発進加速を確かめるためなんですよ」

仕事と余暇の重視度合い (平成8年→9年) (%)

性別	30代	40代	50代	60代以上
男性				
余暇重視派	33.5 ↘ 27.6	19.8 ↘ 17.6	14.3 ↘ 16.6	33.1 ↘ 33.4
余暇・仕事両立派	32.7 ↘ 32.9	30.2 ↘ 31.5	26.6 ↘ 27.7	32.9 ↘ 27.5
仕事重視派	33.8 ↘ 39.4	49.6 ↘ 50.5	58.8 ↘ 55.4	33.0 ↘ 35.1
女性				
余暇重視派	43.9 ↘ 38.6	31.8 ↘ 29.3	26.0 ↘ 26.4	42.2 ↘ 39.7
余暇・仕事両立派	32.9 ↘ 31.4	31.0 ↘ 30.4	28.3 ↘ 33.1	29.8 ↘ 31.4
仕事重視派	22.9 ↘ 27.8	37.0 ↘ 40.0	45.3 ↘ 38.9	26.5 ↘ 26.9

ミドル層は「仕事重視」 高齢層は「余暇重視」

「余暇を重視? それとも仕事を重視?」この問いに対する答えは、きれいに世相を反映した。余暇重視度が上がった30代~40代がポイント数を落とし、仕事重視派に「鞍替え」。これは男女とも変わらない傾向だ。しかし「仕事重視派」の中でも、「余暇も時には楽しむが、仕事の方に力を注ぐ」という「やむを得ず」派が目立ち、潜在的にはレジャー志向が高まっているものの、景気動向によるあきらめムードが感じられる。逆に言えば、提案次第でレジャー派になり得るのだ。これは数字の推移とは別に、30代と60代の余暇重視の絶対ポイント数が高いことから分かる。

余暇に積極的な中高年女性

各種の余暇への参加率をまとめてみると、40代以上の女性層がレジャーに対して積極的なことが分かる。特に女性の場合、30代で育児が一段落してきた時間の余裕で、「自分の楽しみ」探しに使っているのだ。同様に男性でも、40代と60代以上の層で参加率の伸長が見られる。不況下にあつて、働き盛りで育児負担も大きい30代は、男女を問わずポイントダウンが目立つ。しかしドライブやハイキング、キャンプなどのアクティビティに関しては、やはりこの世代の参加率が相対的に高い。刺激次第では、十分に「動かせる層」なのだ。また、40~50代の女性を除くと、海外旅行の参加率も低下傾向にある。「近く、安く」という「つつまじやかな余暇」の傾向は、もうしばらく続きそうだ。

余暇参加率の推移 (平成8年→9年) (%)

性別	30代	40代	50代	60代以上
男性				
ドライブ	73.0 ↘ 72.7	62.6 ↘ 60.6	59.0 ↘ 53.6	36.4 ↘ 41.7
ハイキング	39.1 ↘ 34.9	36.0 ↘ 30.7	33.8 ↘ 27.3	31.6 ↘ 27.8
登山	7.5 ↘ 5.6	5.7 ↘ 8.1	14.9 ↘ 9.8	9.6 ↘ 7.0
オートキャンプ	15.1 ↘ 12.4	9.2 ↘ 10.7	2.9 ↘ 2.6	1.2 ↘ 1.0
催し物・博覧会	28.2 ↘ 29.0	21.4 ↘ 23.3	27.8 ↘ 22.4	21.8 ↘ 25.0
国内観光旅行	55.1 ↘ 55.3	59.0 ↘ 57.6	64.9 ↘ 61.7	66.0 ↘ 66.6
海外旅行	13.3 ↘ 10.2	13.0 ↘ 10.4	14.0 ↘ 13.8	12.5 ↘ 12.3
女性				
ドライブ	74.0 ↘ 64.5	60.0 ↘ 60.0	51.6 ↘ 53.3	28.5 ↘ 30.8
ハイキング	52.2 ↘ 44.4	37.0 ↘ 37.2	39.1 ↘ 39.3	20.2 ↘ 22.6
登山	6.7 ↘ 5.5	7.2 ↘ 9.5	11.7 ↘ 12.4	5.2 ↘ 5.9
オートキャンプ	15.3 ↘ 12.0	6.7 ↘ 7.2	1.9 ↘ 2.1	0.5 ↘ 0.8
催し物・博覧会	34.9 ↘ 27.8	33.4 ↘ 27.0	29.0 ↘ 33.7	23.4 ↘ 21.7
国内観光旅行	55.7 ↘ 51.9	59.1 ↘ 57.2	73.1 ↘ 69.8	67.5 ↘ 71.5
海外旅行	12.4 ↘ 7.5	7.8 ↘ 10.7	16.1 ↘ 16.6	11.2 ↘ 10.6

株式会社 am/pm

ジャパ

もはや生活に溶け込み、なくてはならない存在になった
コンビニエンスストア。

しかし、過当競争が激化するなかで、
商売としてのコンビニはますますシビアになりつつある。
後発チェーンとしてスタートしたエーエム・ピーエムは、
店舗内の全商品を宅配する「デリス便」など独自のサービスを展開し、
業界一の売上高伸長率、店舗数増加率を誇っている。
このサービスはビジネス本位に考えられたものではなく、
「困った人に手を差し伸べる」という、
人間重視の企業理念から生まれたものだ。



「消費者が本当に求めるサービスを提供して、心から満足していただき、そのことによってエーエム・ピーエムが支持してもらえるようにしたい」と大岩氏

OPEN EYES

他業界からのヒントに注目

vol.17

本当に求められている サービスを提供する

デリス便は、1996年7月から始めたサービスです。これは、エーエム・ピーエムのお店に在庫している商品なら何でも、1回2000円の利用料でお届けするシステム。商品は1個から受け付けていますので、缶ジュース1本でもお届けに伺います。

当社では「E志向」というのを会社の企業理念として掲げています。これは、Earth（地球）、Effort（努力）、Ecology（環境）の頭文字を取ったもの。「環境によい、からだによい、地球にやさしい」を常に考え、実行し続ける企業である、ということなんです。

デリス便は、この「E志向」の一環として始めました。つまり、「高齢だったり、小さなお子さまがいて動けない主婦の方など、様々な事情で買い物に来たくても来れない方々に対して、こちらから伺おう、

「さらにその先」を考え続ける

ビジネスとして考えても、このデリス便は当社の大きな柱になっています。通常、一店舗あたりの1日平均の売り上げは、だいたい40〜50万円なんです。このデリス便を導入している店舗では、多いところでその約1.5倍を売り上げています。

不景気の影響はコンビニ業界も大きく受けてしまし、お客さま一人当たりの買い物点数が減っているんです。例えばお弁当を買うときに、「ジュースはやめよう」「デザートは我慢しよう」という形で、買い控えが起こっている。細かく聞こえるかも知れませんが、それが1000店舗で起こると、とんでも



宅配サービス「デリス便」は、現在310店舗で展開。バスはそのうち80店舗で導入されている。他に3輪原付バイク（全店導入）、軽自動車（120店舗で導入）を利用しており、店舗の商品展開によって使い分けられている。全店平均で1日30〜40件の利用がある。

オーナーが語る 「コンビニの現場」

am/pm本駒込店
渡辺英明店長



20年の百貨店勤務から、コンビニのオーナーに転身した渡辺店長。「コンビニ業界の淘汰はこれからますます厳しくなる。攻めの姿勢で、真面目な営業努力が必須」

攻めの姿勢が有効な武器に

私がこの店のオーナーになったのは、この2月から。コンビニ経営を始めるにあたって、いくつかのチェーンを候補に上げましたが、エーエム・ピーエムを選びました。決定の際には、デリス便が大きく影響しましたね。攻めの経営方針が、私の商売に対する考え方と一致したんです。

フランチャイズのコンビニとは言っても、いわばオーナーの個人商店のようなものですから、当然営業努力が必要です。特にこの不況下ですから、ただ商品を揃えて待っているだけではダメだと思えます。どんどん攻め込んでいく必要があると思えますね。

デリス便自体は、ウチでは3月30日から導入したので、まだ1ヶ月程度しか経っていません。それでも、1日15、6件のオーダーがあります。かつては、「御用聞き」っていうのがありましたよね？ デリス便はその仕組みと非常に似通っているところがありますね。ですから高齢で、何代も続いてこの近所に住んでいらっしゃる方ほど、違和感なくご利用いただいているようです。お届けにあがると「助かるわ」なんて、感謝していただけるんです。そういうのはやはりうれしいですね。

こちらとしても、オーダーを頂くたびに貴重な顧客データが手に入るわけですから、さらにリピート率を高めるような作戦も考えています。コンビニは今、全国に3万5000軒ほどあって、間もなく5万軒に達しようかとしています。決して楽に儲かる商売ではありません。デリス便のような攻めの姿勢は、非常に有効な武器だと思っています。

「また来たい」と思わせる接客

まず第一に、入りやすい店舗であること。これが基本です。簡単に言えば、キレイなお店であるかどうか、ですね。細部にわたるまで掃除が行き届いているか、値札がはがれたりしていないかなど、入念にチェックしています。

正直に言って、コンビニは商品の品揃えにそれほどの差はありません。そんな中で、再来店して頂く

ためには、やはり接客だと思えますね。接客態度については、スタッフにも徹底して教育しています。

誰でも、納品などで忙しいようなお店のスタッフに、レジで待たされた経験があると思います。ウチは絶対にそんなことをしない。どんな仕事よりも、レジを第一にしろ、と言っているんです。

それから、挨拶ですね。お客さまが来店したら、「いらっしゃいませ」と必ず店内にいるスタッフ全員が言う。そしてお客さまが帰られる時は、必ず「ありがとうございました」。変な話ですけど、立ち読みだけで帰ってしまったお客さまにも、挨拶は欠かさないんです。

今までですと、「しよせんコンビニだから」とか「どうせバイトだから」と諦めていたようなところがあると思うんです。でも、私は接客に妥協を許していません。アルバイトにもお給料を出す以上、その道のプロに徹してもらいたい。

ですから、面接や試用期間では厳しく接客態度をチェックしますね。アルバイトも、「来てくれるだけでありがたい」という時代は、もう終わったと思います。これからはやはり質でしょう。

サービスにプラスαを

この不景気ですから、大変なのはどこも同じです。楽しく儲かる商売など、ありません。コンビニだってそう。ウチも今のところ好調ですが、1年経ち、3年経ちてみないと分からない部分もあります。

ただひとつ言えるのは、今までのサービスにプラスαがなければ難しいだろう、ということです。私はそのプラスαを、温かさ、人間の温もりだと考えています。マニュアルも大事ですが、そこにプラスαされた温もりが、これからはもっと大事になってくると思います。



無添加のヘルシーなオリジナル弁当が人気。通常のコンビニでは半々という男女比が、am/pmでは女性が6割を占める。独自の冷凍技術により、無駄な廃棄や配送が減少した

メニューカタログをポスティングすることなどでデリス便を告知。掲載しているのは商品の一部で、実際には3000~4000品目という膨大な商品のすべてがデリバリーの対象に。全国で約500万部を印刷。「おそろく日本一発行数の多い媒体では」と大岩氏は笑う

という発想です。売れるものを置きさえすれば、買いに来るはずだ」というように、自己利益を優先するのではなく、「困っている人に手を差し伸べたい」という企業姿勢の現れなんです。

実際、ご利用いただくお客さまの4割は、お子さんのいる主婦の方たちです。あとは「高齢の方、ケガや病気などで動くに動けない方たちですね」。

当初は10店舗ほどの展開でしたが、現在では約1000店舗中、310店舗でこのサービスを導入する予定です。いずれは全店舗でデリス便を導入する予定です。

今後の展開として、配布しているメニューカタログを目的の自由な方にもご利用頂けるようにしたり、耳の不自由な方でもオーダーできるように検討しています。

HUMAN PROFILE

オペレーション部 デリバリーグループ
大岩啓一氏

7歳と5歳の男の子を二人もつババ。ふだんは「早くて夜10時30分ごろ会社を出る」と多忙だが、休日はもっぱら家族サービスに努める。モータースポーツ観戦が趣味で、「SUGOや鈴鹿なら日帰りで行っちゃいます。ただ、レース開催は日曜日なので、月曜日がツラくて(笑)」。am/pmジャパンには設立して間もなく入社。「企業姿勢に感化されている部分はあります。困っている人を見ると、助けたくりますね」。37歳。

CORPORATION PROFILE

株式会社am/pmジャパン 東京都千代田区

1990年4月に設立された、コンビニエンスストア「am/pm」のフランチャイズチェーン本部。JOMOブランドのサービスステーションで知られるジャパンエナジー社と、アメリカのエネルギ産業であるアルコ社のジョイントベンチャーから誕生した。「am/pm」は世界14カ国で事業展開している。地球環境への配慮を重視しており、流通・小売業として初めてISO14001認証を取得。環境問題に対する継続した認識、姿勢は世界的にも高く評価されている。現在首都圏/近畿圏を中心に1003店(1998年4月1日現在)のチェーン展開をしており、業界第6位。

ない話になるわけです。

でも、デリス便の場合は、一人当たり平均で2000~2500円をお買い上げになります。「せつかく宅配してもらうんだから、ついでに」ということでしょ。店舗でのお買い上げは、一人当たり500~600円ですから、ずいぶん効率はいい。それに、雨の時間など客足が落ちる時ほど、オーダーが頂ける。

しかしそう言っても、車両などにかかる経費等を考えると、正直なところ儲かる仕組みではありません。しかし、「このデリバリー業務は、生活者に求められることをする」という会社の経営方針にも一致していますので、今後さらに力を入れていきます。

今後はコンビニ宅配が当たり前になる可能性もあります。今のところ他店では「儲からなさそう」と参入を控えているようですが(笑)。電気やガス料金の支払いだって、昔はできなかったのに、今では当たり前になってますからね。その時ウチは先発としての強みを確か保持してしよう。でも、別の角度からもアドバンテージが取れるように、さらにその先のサービスをどんどん考え続けていかなければなりません。終わりはないですよ。

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。

シヨップが心から楽しめば お客さまに伝わり行動を促す

●お客さま

佐藤 隆広さん／豊福 智徳さん／岩崎 毅利さん（高校生）

「バイクには、クルマにはない魅力がある」

口ではそう言いながら、それをお客さまに実感してもらう努力をしているお店は、そう多くない。しかし、オートシヨップSACHHIさんでは、社長の鈴木早知子さんが率先して、バイクを楽しんでいる。そのあまりに楽しげな姿に、お客さまたちが引きずられ、どんどんはまり込んでしまうのだ。

「初めて社長がバイクに乗るのを見た時はびっくりしました。ヘルメット持って出て行くから、『まさかな』って、友だちと話してたんです。そしたら店の前に停めてあったXR1300に跨がってカッコ良く走り去って行っちゃって……」

数ヶ月前の話を、今でも興奮気味にそう語るのには、お客様さまの佐藤隆広さん、豊福智徳さん、岩崎毅利さんたち。集まってきたシヨップ仲間も「そうそう」と話に加わってきた。

「社長が出ていった後、オレたちの間で歓声が上がったよね」

「オートバイクって、若い時だけのものっていうイメージがあるじゃないですか。なのに、うちのおふくろと変わらないくらい女の人が、あんなふうに颯爽と乗ってくれちゃうと、そりゃ驚きますよ。社長を見てると、『オレたちも負けられない』って気分になります」

最初は「入りやすいシヨップだったから」というだけの理由で初めての原付バイクをこの店で購入した佐藤さん。シヨップに顔を出すうちに、すっかり「お店のファン」になってしまった。

社長を始めとするシヨップのスタッフにつられたような恰好で、昨年、中型免許を取得すると、すぐにFZ400を購入。小学校時代からの友人である豊福さん（XR400所有）も引っぱり込み、休みともなればシヨップ仲間

たちとともにオートバイクを楽しむ。同じく高校生で、中型免許を取得、SRX400を購入したばかりの岩崎さんとは、お店に来てから知り合った友人だ。

「和智さん（店長）がすごく面倒見がよくて、このお店でバイクの面白さがさらに深まった感じですよ。お店では、レースをやっている人もいますし、オンロードとオフロード両方を楽しんでいる人もいます。今日はみんなが近くのコースにオフロードの練習に行くというので、僕たちも見にいこうと思ってるんですよ。こういう、いつ来ても楽しいところがいいですね」

鈴木社長が、「オートバイクって楽しいだろ？」と聞くと、全員が本心から相づちを打つ。

「最近の若い人たちの考え方が、よく分からない」という悩みが多く聞かれるなか、世代のギャップなどここにはない。「楽しいことは楽しい」と伝えていくシヨップの姿勢が、若い3人の心をつかんで離さないのだ。それもきつと、社長自身が心からバイクを楽しみ、その姿をお客さまたちにきちんと見せているからに違いない。



「せっかくバイクシヨップをやっているんだから、ただ売るだけ、直すだけじゃつまらないでしょう。私はバイクの楽しさをお客さまにもっと知って欲しいと、常々思っているんですよ。最近の傾向としては、オートバイは4輪の免許を取るまでのつなぎ。普通免許を取ったら、4輪購入資金のために2輪は売って乗らなくなる。いくらバイクが流行ったとしても、彼らはリアクションの一つとして持っているだけですから、カッコだけで、乗る楽しさを知らないんです。だから手放す時も簡単だし、リターンする可能性も低い……ということになってしまふ。私自身は小学校の頃から工具を持ってたし、バイクも乗りましたから、乗らなきゃ味わえない魅力を知っています。だからこそ、本当の『乗る楽しさ』を今の十代に伝えていきたいと思ってるんですよ」（鈴木和智店長談）

「うちは家族で店をやっていますから、お客さまから見ても、そういう安心感はあるでしょうね。オンロードもオフロードも扱ったり、私自身、ツーリングもやれば、オン、オフともレースだってやります。だから、お客さまから見ても、選択の幅が広い印象があるんじゃないでしょうか。また、私は長いことオートバイクに乗っていますから、その経験をお客さまに伝えていければ、と思っています」（鈴木早知子社長談）

オートシヨップSACHI

鈴木早知子 社長
鈴木和智 店長
東京都江戸川区

！となりの
お店
Hello!
Nice
Shop

ハローナイスショップ

お客さまと一緒に作る 「遊び」の世界



「うちのお客さんは、道楽でバイクに乗る人ばかりや」と言う「YSP大阪鶴見」さんの板矢守市社長。だからこそ、お客さまに十分満足していただくためには、「遊び」を充実させることが大切と考え、お客さまと一緒に知恵を絞る毎日だ。

YSP大阪鶴見

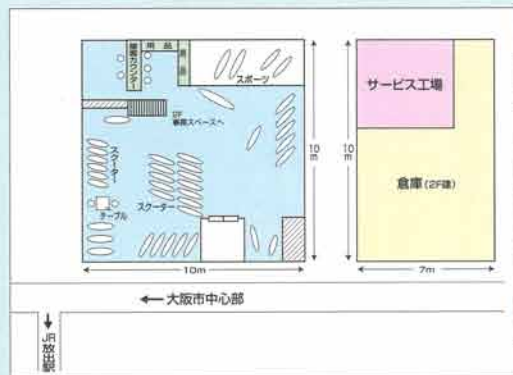
大阪府大阪市 板矢守市社長 (46歳)

17年前、4輪ディーラーに勤めていた板矢社長が「欲しかったバイクが高くて買えないので、それなら自分でバイク屋を始めよう」と一念発起し、脱サラして開業。最初にバイクを仕入れに行ったのがたまたまヤマハだったという縁で、ヤマハとの結びつきが深まり、10年前にYOU SHOP、一昨年の11月にはYSPとしてリニューアルオープンした。

YOU SHOPへと変わるときに、斜向かいの旧店舗から、サービス工場として使っていた建物へ移転。スペースを拡大して改装し、現在の店舗となった。



’96年11月、YSP大阪鶴見としてリフレッシュオープン。店舗は基本的に看板を換えただけの小改装だったが、板矢社長はこの「YSP」の看板を掲げることに責任感をひしひしと感じていると話す。「特にスポーツバイクが欲しいというお客さんから、ここはヤマハのスポーツ店だという期待感を常に意識させられます。長い間、先輩たちが築き上げてくれたYSPというブランドの力を実感しますね」



2階の事務スペースへは跳ね上げ式の階段で行き来する。木に囲まれた環境は、落ち着いて仕事ができる

ショールーム内のフローリングの板、壁のパンチング鉄板、右のテーブルと椅子などは、板矢社長自らが手造りしたもの。それ以外にも木製の素材を多く使い、センスある雰囲気づくりを実践している。展示車もハンドルの向き一つ一つまでこだわり、頻繁に並び替えを行っている



手作りのイベント展開 お店でミニライブも

「せっかく高いお金を出してバイクを買っていただいたお客さんには、楽しく遊んでもらいたい」と、多彩なイベントを展開し、バイクの遊びの世界を広げているYSP大阪鶴見さん。そのイベントもお店からの一方的な提案ではなく、お客さまと一緒に知恵を出し合って考えることで、よりバラエティ豊かなものになるというのが板矢守市社長の考えだ。普段から、仕事帰りなどにお店に立ち寄りのお客さまとの会話の中で、いろいろなイベントのアイデアを出し合い、実践している。例えば、昨年「奈良県の大滝ダムに沈む村を訪ねてみよう」という発想でツーリングを企画したところ、50人もの参加を集めたという。

また、お客さま同士で自発的に計画実行するイベントも、板矢社長は独特の方法でバックアップしている。

「お客さんは、今度こんなことをしたい、明日どこそこへ行くというのを、いつも私に知らせてくれるんですよ。しかも集合場所と解散場所が必ずこの店になるから、自然と朝みんなを送り出して、帰ってくるまで店を開けて待ち、出迎えることになっているんですよ」

中には、バイクと直接関係ないイベントもある。今年には店内でミニライブを2回開いた。

「足の病気でバイクに乗れなくなったお客さんがいるんですが、いま彼が大阪の街でストリートミュージシャンをやっているというので、じゃあ応援の意味でお店でライブをやってやろうということになったんです。お客さんも30人ぐらい集まって大いに盛り上がりましたよ」

クラブを作らずお客さまとの垣根を取り除く

こうしたイベントを通してお店とお客さま、そしてお客さま同士をつなぐりを強めているYSP大阪鶴見さんだが、シヨップ公認のクラブというものは設けていない。

「昔はいくつかクラブがあったんですが、そういうワクを設けてしまうと、長く維持していくことが難しくなるんです。結婚、子どもの出産といった理由で次第にメンバーが一人抜け二人抜けし、5年も経つと残された人がほんの一握りになって、そのうち自然消滅してしまふ。それに、せっかくお店に来たお客さん同士なのに、クラブに入っている人と入っていない人で壁ができて、お互いに仲良くなれないこともよくあるんです」

そこで原点に戻った板矢社長は「ウチの店そのものがクラブみたいな存在なのだ」という考えに行きついた。クラブの形にはまる必要はない。YSP大阪鶴見さんのお客さまであるかぎり、誰もが同じ仲間なのだ。

！となりの
お店
Hello! Nice Shop
ハローナイスショップ



スタッフ

(右から)
北風良子さん
「バイクには詳しくないけど、お客さんとの出会いを大切に毎日緊張感を持って頑張っています」



板矢守市社長
「スタッフはもっと増やして、たくさんのお客さんの面倒を見られるようにしたい。そして若い人はどんどん独立して、自分のお店を持ってもらいたいと思っています」

中野春樹さん
「お客さんの大事なバイクをサービスした後は、すぐに乗りたくなくなるようにきちんと整備して渡すようにしています」

4月に開催したミニライブの風景。腕に覚えのあるお客さんが次々とギターを手にし、夜遅くまで盛り上がった



顧客管理

顔写真入りの顧客ファイル

マッキントッシュのファイルメーカー・プロで作成している顧客名簿。顔写真も載せられるフォーマットになっており、お客さまとのコミュニケーションにも一役買っている。

現在、登録しているのはスポーツで300人、スクーターで300人のお客さま。修理やメンテナンスなどで来店されたときの整備記録は、トラブルが起こった地名まで詳細に残している。



「あまり告知すると、参加したい人が増えすぎて…」というほど大人気のキャンツーリング



サービス

バイクを渡すときは一声かけて

整備の際は、お客さまの金銭的な負担を少しでも軽くするために、事前に予算を聞き、それをオーバーしない範囲で収まるよう工夫する。

またバイクを引き渡すときは、気持ちよく乗ってもらえるように新車同様にピカピカにするのはもちろん、ちょっとしたひと言も忘れない。

「例えば、オイル交換のあとに『新しいオイルだから調子よくなってますよ』とひと言添えてバイクを渡すんです。すると、店を出てすぐに『ホントによくなってますね!』と戻ってくる人もいますよ」



「うちのお客さんたちは、この店で友達になったという人がほとんど」という言葉がそれを裏付ける。

「また来てください」と心から言える関係
店に足を踏み入れた瞬間、誰もが仲間になれる。そういう親しみやすい雰囲気、YSP大阪鶴見さんにお客さまを引き付ける魅力になっている。それはお店がお客さまのことを第一に考えて、バイク選びや遊びの実践をしている姿勢が伝わっているからだろう。

「お客さんの中には、バイクを買うためにお店を20軒回る人がいる。値段だったらうちより安い店はたくさんあるのに、うちを選んでくれるお客さんもいる」ということは、価格以外のところに価値判断の基準を持っている人がいるということでしょう。うちの店には名古屋のお客さんもいるんですが、特別大阪に用があるというわけではないのに、月に2回ぐらい顔を出しに来てくれるんです。ありがたいことですよ」

こうしたお店とお客さまの濃密な関係が、YSP大阪鶴見さんの大きな財産。

「バイクショップは、以前に働いていた四輪ディーラーとは違って、やりがいのある面白い商売だなとよく思っんです。お店がお客さんのことを本気で考えていれば、お客さんもその気持ちに真剣に応えてくれますからね」

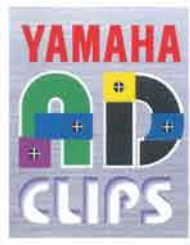
板矢社長は、「お客さまに『また来てください』という言葉が、単なる挨拶ではなく、心から言えることを誇りに思っている。

掃除

サービス工場もこまめに

「掃除が一番の仕事」という板矢社長。開店前はもちろん、サービス工場では1台1台の整備が終わる毎に工場の床を掃くようにしている。

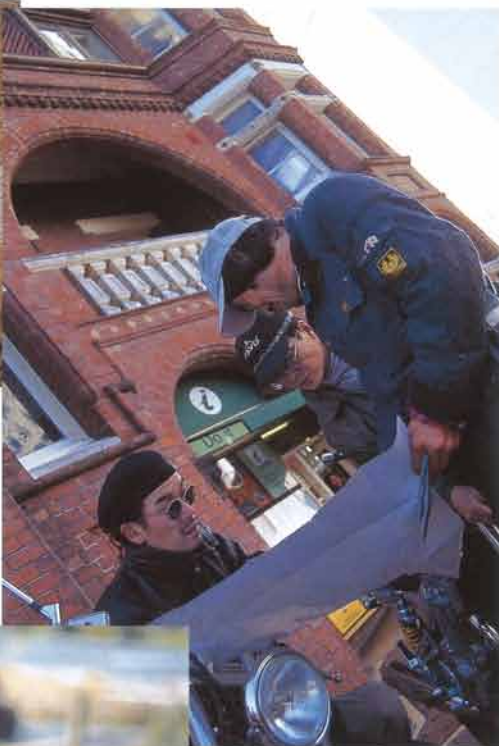
「手を洗うのと同じだけ、掃除をするようにいつも言っています」



ついに実現した風間、宇崎、根津3人の夢 ニュージーランド・ツーリング。 俺たち、これからも「週末はバイク人」。

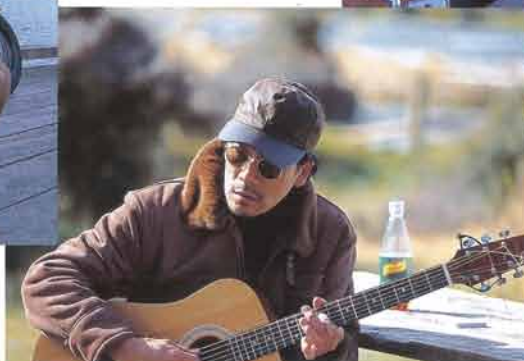


久しぶりに味わうツーリングの楽しさは、冬に向かうニュージーランドの寒さも忘れさせてしまう



宇崎
「またエンデュロにでも出てみるかな」
根津
「バイクの楽しさを再発見し、若返ったような気がするね」

グレノーキーでキャンプを張った3人。釣り好きの風間さん、根津さん(上)は川でフィッシングを満喫



仲間たちが釣りに興じる間、創作意欲をそられた宇崎さんは曲づくりに熱中。「Rolling On The Road, Again」を書き上げ、最後の夜、クィーンズタウンのバブでライブ演奏した

「13年前、一緒に旅したニュージーランドへもう一度走りに行こう!」という風間深志さんの呼びかけで始まった、宇崎竜童さん、根津甚八さんとの「週末ツーリング」計画。新聞広告などで「宣言」し、着々と実行に向けて準備を進めた3人は、4月20日、ついにそろって彼の地を踏んだ。南島・クライストチャーチを振り出しに、思い出の足跡をたどる旅。マウントクックからグレノーキー、クィーンズタウンへと到る1144km、4泊5日の行程は、ただそれだけに留まらない広大な空間と濃密な時間を与え、それぞれの脳裏に若いころの記憶と情熱を鮮やかに甦らせた。そして、新たに重ねた感動は、再び3人をバイクとともに次なる旅へと誘う

のだ。きっとこれからも、「週末はバイク人」……。

ベテランライダー風間さんとリターンライダーの宇崎さん、根津さん。3人の「週末宣言」がついに現実のものとなりました。ツーリングの様子は、さっそく週刊文春や週刊読売、月刊オートバイ、WAYの各誌でレポートされています。またこのツーリングで撮影した写真を使った「週末はバイク人」キャンペーン広告が、6月27日の読売新聞と7月4日の朝日新聞などにも掲載される予定です。ツーリング最盛期を迎えるにあたり、お客さまのバイクマインドを刺激する話題としてご活用ください。

