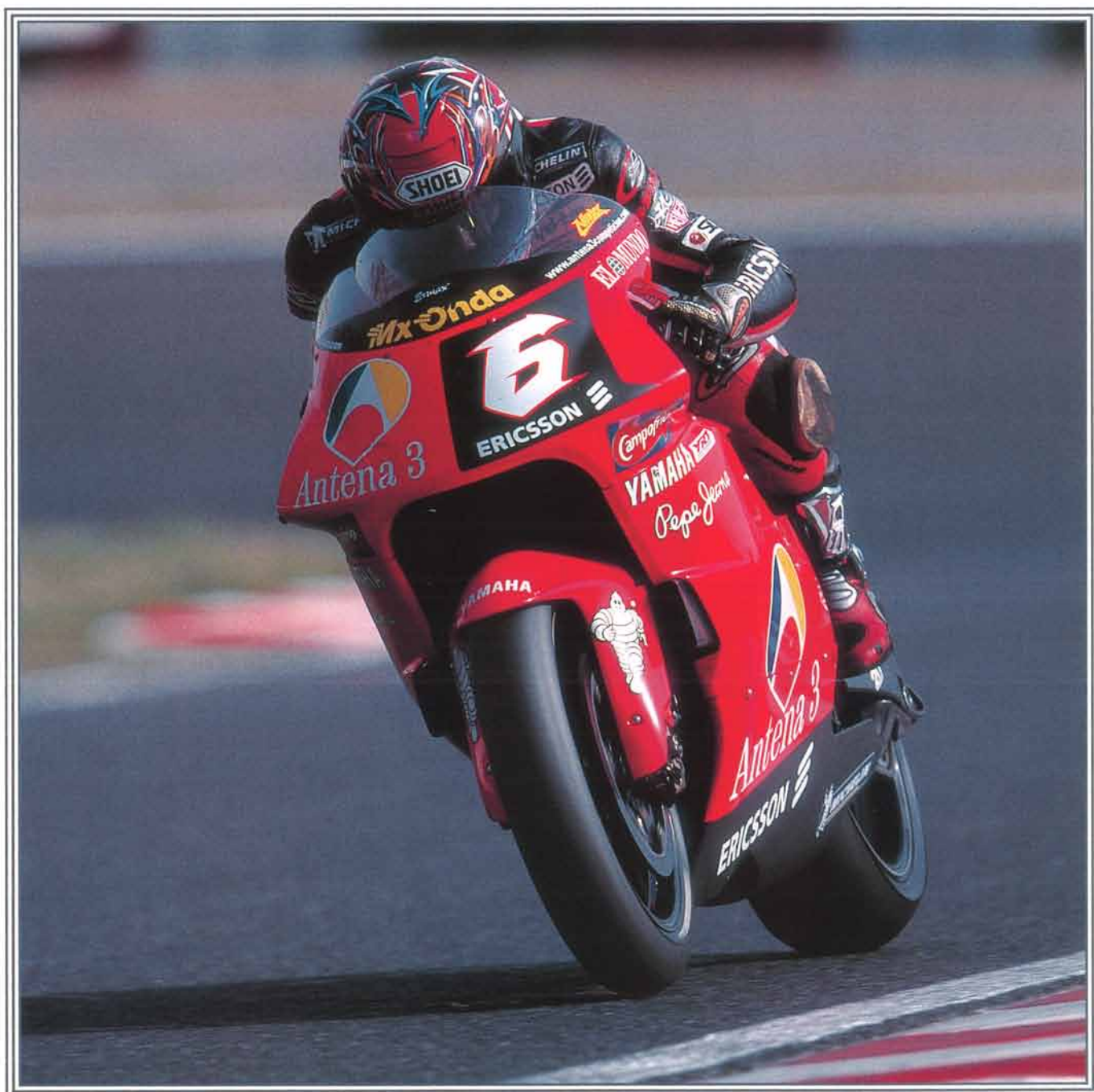


from **YAMAHA**

# ヤマハ開幕ダッシュ! 2000レースシーズン





# ノリックだ、シンヤだ、ノリユキだ ヤマハ開幕ダッシュ!



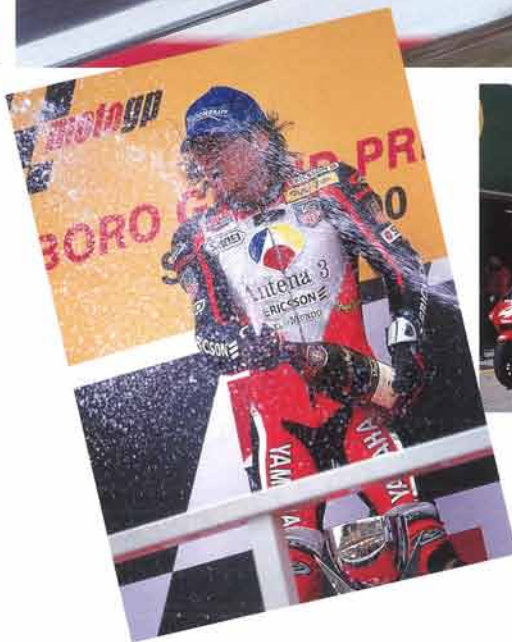
いよいよ本格的なレースシーズンを迎えた2000年。ヤマハチームは、AMAスーパークロス3連覇に向けて快走するマクグラスを先駆けに、WGP500のマッコイ、250の中野真矢、WSBの芳賀紀行、全日本MX250の小池田猛がそれぞれ開幕戦で優勝。さらにWGP500・阿部典史も4月9日の日本GPを制し、絶好のスタートダッシュを見せています。20世紀ラストイヤーをいくつかの栄冠で締めくくることができるか。ヤマハチームの活躍にご注目ください!



## WGP250

### 中野真矢が開幕2連勝 鈴鹿でも3位表彰台

ロードレースの世界グランプリは3月19日、南アフリカで開幕。YZR250に乗る中野真矢(チエスタフィールドヤマハテック3)が見事なポール・トゥ・ウィンを飾りました。さらに第2戦マレーシアでも、中野はスタート直後に予選トップの加藤(ホンダ)をパスしてトップに浮上し、そのまま独走の2連勝。また、2位には開幕戦で4位に入ったチームメイトのO・ジャックが入り、YZR250のワンツー・フィニッシュとなりました。第3戦は4月9日、注目の日本GP。ポールポジションを加藤が奪い、2位にジャック、3番手に中野という順でグリッドにつきます。



## WGP500 WGP500

### 新星マッコイが開幕V! ノリックも鈴鹿を制す

南アフリカのWGP開幕戦、500ccクラスでは、ヤマハに新しいスターが生まれました。レッドブルヤマハWCMのG・マッコイです。激しいスライド走法を駆使する彼は、予選9番手から追い上げ、中盤一気にC・チエカ(マイルボロヤマハチーム)とカピロッシ(ホンダ)をかわして初優勝。さらに第2戦マレーシアでも2位チエカに続いて3位表彰台をゲットし、その実力を証明してみせました。しかし、日本での主役はやはりノリック、阿部典史(アンテナ3ヤマハタンティン)。開幕戦7位、第2戦ノーポイント、鈴鹿の予選も8位と奮いませんでしたが、決勝で見違えるようなパフォーマンスを披露します。

まず得意のスタートで序盤をリードし、中盤以降はチエカやホンダのクリビレ、スズキのロバーツなどが激しくトップを奪い合うケープのなかで、じっくりポジションをキープ。残り4周となったところで先頭に立ち、最後はロバーツと一対一の勝負に競り勝ってフィニッシュ! グランプリ3勝目を獲得しました。これまで、ヤマハは3戦2勝。ヨーロッパラウンドに入れば、エースチーム、マイルボロヤマハのM・ピアッジやチエカにも勝機が訪れるはず。昨年1勝を上げたR・ラコーニ(レッドブルヤマハ)を含め、ヤマハライダー全員が優勝を狙える力と実績を持つだけに、今季のWGP500は混戦の気配です。

しかし決勝は、スタートで飛び出した中野がリードし、ジャック、加藤、宇川(ホンダ)が追う展開。その後、この4台によるトップ争いは中盤まで続き、やがてジャックが遅れはじけると、優勝の行方は3人の日本人ライダーに絞られていきます。そしてラストラップ、3台はテール・トゥ・ノーズで最終コーナーを立ち上がり、加藤が僅差で逃げ切つて優勝。中野は3位でフィニッシュしました。それでも、シリーズポイントに66に伸ばした中野がランキングトップ、ジャックも3位と好調。チャンピオン争いに向けて、視界良好とあったところです。





ワールドスーパーバイクも4月2日、南アフリカで開幕しました。実戦投入2年目のYZF-R7を駆るヤマハWSBチームの芳賀紀行は、予選を5位で通過。上々の手応えをつかんで決勝第1ヒートに臨みます。そして、スタートから積極的にレースをリードしながら、計算どおり最終ラップで首位に浮上。そのまま逃げ切りをはかりますが、惜しくもエドワーズ(ホンダ)にかわされて2位となりました。

しかし第2ヒートは、その悔しさをぶつけるような独走劇。2周目でエドワーズからトップを奪うと、その後もアクセルを緩めることなく攻めきって優勝。総合ポイントでもエドワーズと並んでトップに立っています。

R7&芳賀紀行も開幕V WSB

WMX500



WMX500

バルトリーニ、ベルブーツ  
ともに好位置でシーズンを

99チャンピオンのA・バルトリーニ、500cc初挑戦のベテランライダーM・ベルブーツの2人を擁し、マシンは排気量をアップしたYZ426Fと強力な布陣を敷くヤマハモトクロスチーム。3月19日、オーストラリアの開幕戦ではベルブーツが2ヒートとも表彰台上がり、バルトリーニも総合4位を獲得しました。

さらに第2戦では、ベルブーツが待望の初勝利をゲット。バルトリーニも3位表彰台と4位入賞でポイントを重ね、ランキング3位、4位に並んでいます。全16戦の長いシーズン、タイトル争いに向けて、まずは好調な滑り出しです。

シリーズV3まで目前!  
マクグラスの独走続く

AMA-SX

AMAスーパークロスは5月7日の最終戦まで残りわずか。シリーズ前半の8戦でJ・マクグラス(チャパラルヤマハ)が6勝、D・ビエラマン(ヤマハUSA)も2勝を上げたヤマハは、第9戦デイトナビーチでカワサキのカーマイケルに全勝を破られたものの、第12戦までマクグラス、ビエラマン、マク



グラスと再び連勝。着実にポイントを積み重ねています。マクグラスのV3か、若いビエラマンの逆転チャンピオンか? YZ250Mの勢いは止まりそうにありません。

全日本ロードレースは、3月26日の鈴鹿2&4でスーパーバイクだけが先に開幕。予選6番手でスタートしたゼッケン1番、ヤマハレーシングチームの吉川和多留は目まぐるしく変わるコースコンディションをしのぎきり、5位入賞を果たしました。なお、辻村猛は左ヒジの負傷が癒えず、決勝を欠場しています。

一方、広島・弘楽園で第2戦を迎えたモトクロスのヤマハレーシングチームは、開幕戦で1勝を上げているYZ250Mの小池田猛、YZ426Fを駆る大河原功次、田島久が予選2位、3位、4位と好位置につけ、虎視眈々と勝機を狙っています。

その第1ヒート、大河原と小池田がスタートで飛び出し序盤をリード。しかし大河原が転倒、小池田も順位を落とし、田島の9位が最高位となりました。さらに第2ヒートも、メカニックがスタートエリアに立ち入ったため、トップグループを形成していた大河原、小池田が失格。田島は12位にとどまりました。

しかし第3戦近畿大会(4月23日)では、第1ヒートで大河原が2位入賞。YZF426Fを初表彰台に導いています。



全日本RR&MX

ゼッケン1吉川5位発進  
YZ426F大河原も第3戦2位!

WMX500(第3戦オランダGP終了)

1. J・スメッツ(KTM) 112
2. M・ベルブーツ(ヤマハ) 89
3. D・キング(ハスクバーナ) 64
4. A・バルトリーニ(ヤマハ) 61
5. P・ヨハンソン(KTM) 48

全日本SB(第1戦鈴鹿終了)

1. 梁明(スズキ) 25
2. 玉田誠(ホンダ) 20
3. 山口辰也(ホンダ) 16
4. 芹沢太麻樹(カワサキ) 13
5. 吉川和多留(ヤマハ) 11

WGP250(第3戦日本GP終了)

1. 中野真矢(ヤマハ) 66
2. 加藤大治郎(ホンダ) 61
3. O・ジャック(ヤマハ) 46
4. 宇川徹(ホンダ) 36
5. A・ウエスト(アプリリア) 30

シリーズランキング  
Series Ranking

全日本MX250(第3戦近畿終了)

1. 熱田高孝(ホンダ) 83
2. 成田 亮(ホンダ) 67
3. 高濱龍一郎(ホンダ) 66
4. 高木崇雅(カワサキ) 63
5. 小池田猛(ヤマハ) 61

AMA-SX250(第13戦ダラス終了)

1. J・マクグラス(ヤマハ) 300
2. D・ビエラマン(ヤマハ) 272
3. O・ラロッコ(ホンダ) 246
4. K・ウインダム(ホンダ) 218
5. R・カーマイケル(カワサキ) 216

WSB(第1戦南アフリカ終了)

1. 芳賀紀行(ヤマハ) 45
2. C・エドワーズ(ホンダ) 45
3. P・キリ(スズキ) 27
4. T・コーサー(アプリリア) 26
5. 青木治親(ドゥカティ) 20

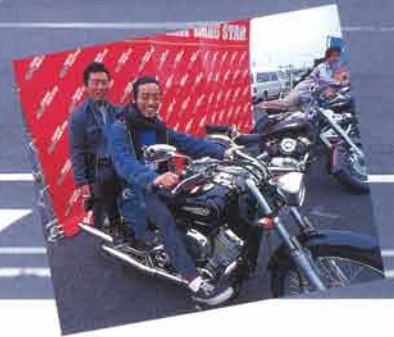
WGP500(第3戦日本GP終了)

1. K・ロバーツ(スズキ) 55
2. C・チェカ(ヤマハ) 51
3. G・マッコイ(ヤマハ) 48
4. 阿部典史(ヤマハ) 34
5. 青木宣篤(ホンダ) 32



スポーツジャンボリー&amp;スターミーティングにみる

## ライダーたちの今



この春、ヤマハが開催している「スポーツジャンボリー」「スターミーティング」といったイベントが大盛況。どの会場もたくさんのライダーで賑わい、ニューモデルの試乗では順番待ちの長い列が途切れない。二輪需要の低迷が続くなか、久しぶりにみるこの活気を、ぜひ市場回復の糸口としたいところだ。

そこで今回は、これらイベント会場の来場者アンケートと取材をもとに、彼らが今バイクとどう接しているのか、何を求めているのかを探ってみた。

東京

スポーツジャンボリー&  
スターミーティング  
(3月19日・プリズムスクエア)



名古屋

スポーツジャンボリー&  
スターミーティング  
(3月12日・大治自動車学校)







**神奈川**  
スポーツジャンボリー  
(3月26日・大磯ロングビーチ)



**福岡**  
スポーツジャンボリー&  
スターミーティング  
(4月2日・シーサイドスクエア)

**バイクショー in 福井**  
(3月18~20日・福井産業会館)  
※試乗会は19日のみ

**福井**



**静岡**

スポーツジャンボリー  
(3月19日・ヤマハテクニカルセンター)



**各会場に満員の来場者  
カップル、家族連れも目立った  
スポーツジャンボリー**

3月12日、名古屋を皮切りにスタートした「ヤマハスポーツジャンボリー2000」。今年は好天に恵まれた会場が多く、前半の名古屋、静岡、東京、福岡などはどこも大勢の来場者で大変な賑わいを見せた。

特にメインイベントであるニューモデル試乗会は、話題のXJR1300やロードスター、DS11、さらにはYZF-R1/R6、VMAXなどのビッグバイクを中心に250~300名がそれぞれ複数のモデル試乗を希望し、申し込み窓口はつねに長蛇の列。予想を大きく上回る人気ぶりに運営スタッフも大わらわで、休みなく対応にあたったが、それでもさばききれずに試乗を制限

する場面もあったほど。

また名古屋、東京、福岡などの会場では、平忠彦さんをゲストに、ニューXJR1300のインプレッションを語るトークショーやヤンデム試乗会、ジャンケン大会、サイン会といったアトラクションを実施。さらに神奈川、福岡ではお客さまの愛車を展示して競うカスタム車コンテスト、静岡ではテクニカルセンター教官によるライディングアドバイスやライディングシミュレーター体験など、各会場オリジナルの催しもあって、楽しい1日を盛り上げていた。

**のんびりくつろぎながら  
コーヒーブレイクが楽しい  
スターミーティング**

今年の「ヤマハスターミーティング2000」は、昨年、信州・女神湖で行なったような郊外のツーリングスポットではなく、気軽に立ち寄りやすい都市部のスポーツジャンボリー会場で開催。のんびり語らいくつろげるカフェコーナーを設け、コーヒーとドーナツ(ミスタードーナツ提供)をサービスした。

また、会場内にはスターシリーズのUS仕様カスタム車展示コーナー、ワイズギアやデイトナのブースも設置。黒い革ジャンの典型的なアメリカンスタイルからストリートファッション、さりげないジーンズ姿など、さまざまなタイプのアメリカンライダーが集まって、バイク談義や他愛のないおしゃべりに花を咲かせていた。

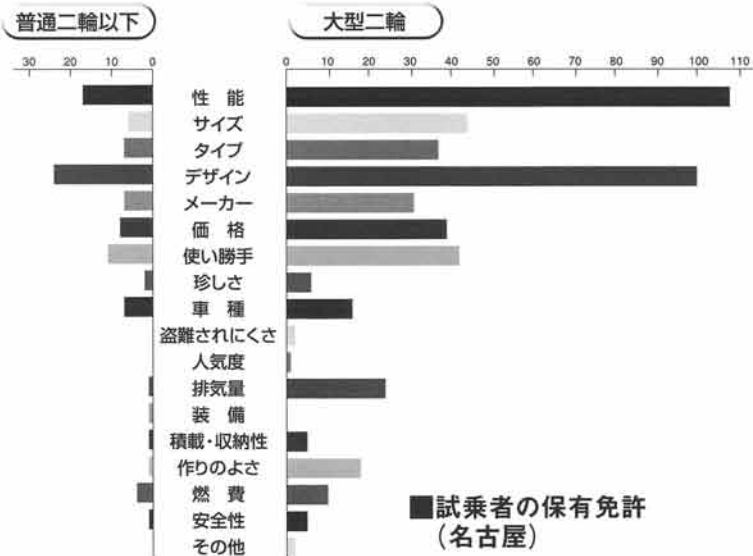
スポーツジャンボリーと会場の境目がほとんどないため、アメリカンのイベントらしい色は薄かったが、「おかげでいろいろなバイクに試乗ができた」「アメリカンにこだわらないオープンな雰囲気ですごくよかった」と喜ぶ人も多く、交流の場としてお客さまの満足度は高かったといえよう。



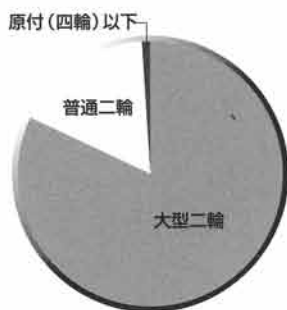
**兵庫**

YSPメンバーズ試乗会  
(3月5日・六甲アイランド)

## ■バイク選びのポイント(名古屋)

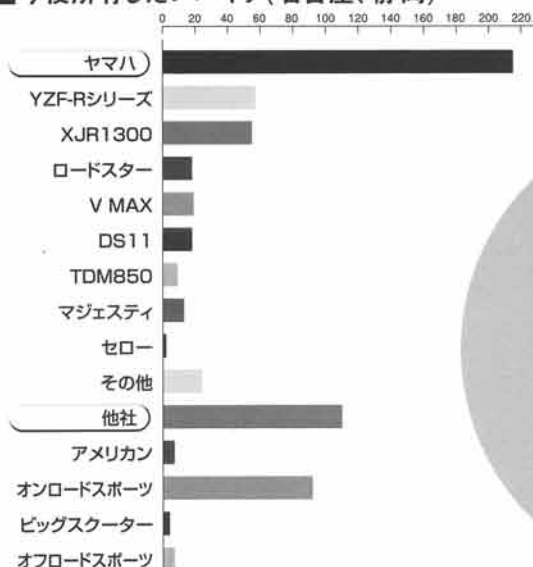


## ■試乗者の保有免許(名古屋)

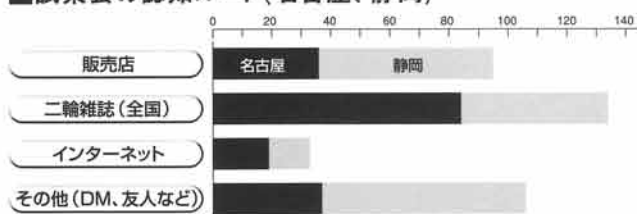


※静岡、名古屋のスポーツジャンボリー、または兵庫のYSP試乗会で実施したアンケートによる。

## ■今後所有したいバイク(名古屋、静岡)



## ■試乗会の認知ルート(名古屋、静岡)



ニューモデル試乗会  
アンケートデータ



3番目に上がっているが、その大半は東京の票。これこそ地域差が極端な媒体かもしれない。

むしろ注目したいのは「友人」という答え。データ上の回数こそその

### 告知の徹底が集客のカギ

今年、スポーツジャンボリーやスターミーティングなどが大盛況。運営にあたったヤマハのスタッフも驚くほどだが、その理由を神奈川のある担当者は「告知の徹底でしょうね。今年は広告展開をはじめ、各二輪専門誌の情報コーナーに案内を出したり、特典付きのDMを仕掛けたり、早くから多方面で手を回したんです」と話す。同様の声は福岡、静岡などからも異口同音に聞かれ、販売店さんと一体になった動員力に上々の手応えを感じているようだ。

ジャンボリーの試乗会申込者(名古屋、福岡)の「何でこのイベントを知ったか」という認知ルートを調べてみると、仕掛けた手段や投下量など地域差がかなりあるが、いまだに二輪雑誌のウエイトが大きい。特に名古屋では、地方二輪誌の効果が大きかった。少し質問のニュアンスが違うが、スターミーティング参加者へのアンケートで「バイクの情報源」(現在アメリカン所有者を抽出)を訊ねたところ、これも雑誌が断トツの1位(東京、名古屋、福岡)。活字媒体離れが進んでいるとはいえ、雑誌の種類をうまく使い分ければまだまだ告知効果は高い。

インターネットもスターミーティングの方

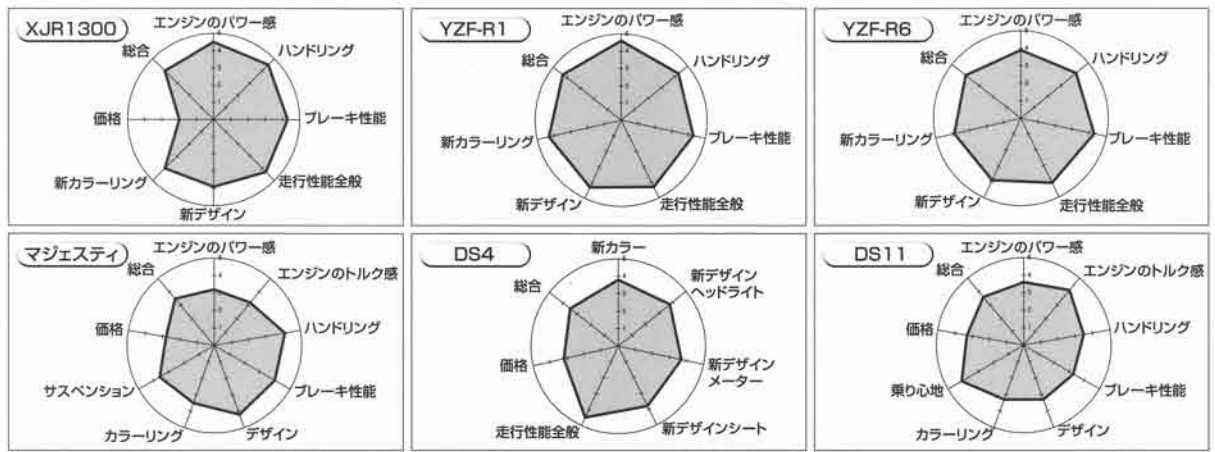
れほど多くないが、東京と名古屋の会場では直接話を聞いた人は、2人に1人が友人の誘いで来場している。携帯電話やEメールなど、仲間どうしの情報交換がますます便利になっており、お店からお客さまに案内を出す場合には、交友関係の広さも考慮してキーパーソンを選びたい。

### 試乗会は大型二輪所有のライダーが中心

今回、スポーツジャンボリーの試乗会に申込んだ人の大半は、大型二輪免許所有者だった。グラフのとおり名古屋で8割、その他の地区でも静岡が「8割強」、神奈川に至っては「95%」とヤマハの担当者は話す。昨今の大型二輪人気はもちろん、試乗車がXJR1300やYZF-Rシリーズ、VMAX、DS11など大型スポーツ中心だったこと、DMなどで大型免許取得者を意図的



■ニューモデルの試乗評価(六甲)



に狙ったことなどがその理由と思われる。

「バイク選びのポイントは何か」という質問の回答で、免許区分にかかわらず「性能」がもっとも多かったことを考え合わせれば、今回のイベントは走ることに積極的なライダーが多く集まったといえるだろう。

そこで、彼らが「今後欲しいバイク」を見ると、やはりXJR1300やRシリーズを筆頭にリッターバイクがズラリと並ぶ。調査した会場は異なるが、試乗評価もそれぞれ高く、有力な購買見込客だ。ただ、他社のオンロードモデルにもかなり気持ちが傾いているようで、早めに次のフォローをしておかないと、代替えチャンスを逸してしまうことになりかねない。

大型車でも性能を重視する試乗者の傾向から見ると、400cc以下の評価がやや低いのは仕方ないところではあるが、「マジスティ」は違う。動力性能を除けばXJR1300と遜色ないほど評価が高く、ビッグバイクのライダーでも十分ターゲットになりうるかが改めてわかる。

満足度の高いアメリカン

スターミーティングの参加者アンケートでは、彼らがアメリカンというカテゴリーに十分満足していることがうかがえる。ほかのカテゴリーに乗り換えようという気持ちがあるのは、わずか13%。残る70%の人は現在のアメリカンモデルのままか、あるいは同じアメリカンの違う車種に乗り換えたいと考えている。スターミーティングはアメリカンを



愛する人のためのイベントだけに、当然といえば当然かもしれないが、まだ人気急落を懸念する必要はなさそうだ。

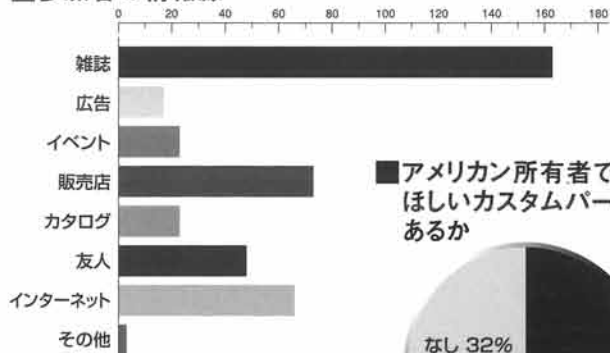
会場では話を聞いてみると、彼らの目的の多くは「おしゃべり」と「カスタム車の観察」。展示モデルをのぞき込み、ワイズギアやデイトナのスタッフと話し込む。駐車場に集まるライダーたちの

バイクをチェックすることにも熱心で、「自分のバイクに付けるパーツの参考にするんだ」という。実際、具体的に「つけたいパーツがある」という人は70%弱。ファッション的な面に重きを置くアメリカンライダーにとって、カスタムはやはり切り離せない要素なのだ。

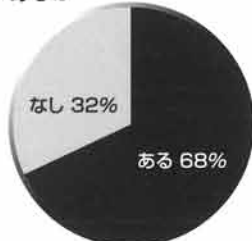
一方、試乗に関しては「ロードスターとDS11、どっちが大きいか、自分に抜えるかを確認できればいい」というように、あまり積極的ではない。会場で見ていると、ロードスターやDS11に乗る人は比較的年配者が多く、若い人ほど観察に熱心だった。



■参加者の情報源

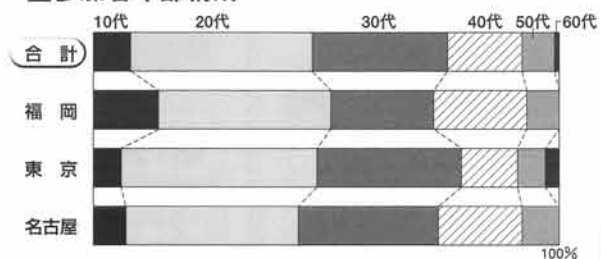


■アメリカン所有者でほしいカスタムパーツがあるか



※東京、名古屋、福岡各会場のアンケート記入者のうち、アメリカンを所有、または購入意欲がある人だけを抽出。

■参加者年齢構成



■参加者の買いたいバイク

買いたいバイク	所有バイク	
	アメリカン	他カテゴリー
ヤマハアメリカン	32%	16%
他社アメリカン	8	1
各社他カテゴリー	13	0
なし	30	0

スターミーティングアンケートデータ



右から石塚さん&ベルタ号、久堀常務理事、守屋部長、清水さん&ラビー号



## YESSナイスライド募金 '99年度分130万円を贈呈

動機販売(株)MC営業部長・守屋俊博から(財)日本盲導犬協会の久堀三紀也常務理事へ手渡されました。

その席上、守屋部長は「長く継続してこられたのは、お客さまや販売店、日本盲導犬協会のみなさまほか多数の方々のご理解、ご支援のおかげだと実感しています」と挨拶。久堀常務理事は「盲導犬を必要としている人はまだまだたくさんいらっしゃいます。今後ともYESSの変わりぬご支援をお願いするとともに、盲導犬育成支援がこれまで以上に社会へ広まっていけることを期待しております」と述べ、感謝状を贈りました。

また、今回は盲導犬使用者の石塚幸子さんと清水暁子さんが同席。「盲導犬と生活するようになって、外出することが楽しくなりました。みなさんの寄付によって盲導犬が育成されていることをとても感謝しております」。「私たちの大切なパートナーである盲導犬は、とてもたくさんの人たちによって支えられています。たくさんのご支援、ご協力にとても感謝しています」と話していました。

なお、'89年から昨年までの募金総額は4,342万2,699円となっています。

社会に役立つ活動のひとつとして、目の不自由な方たちに盲導犬を贈ろうと継続展開している「YESSナイスライド募金」。11年目となった'99年は、販売店のみなさんやお客さまのあたたかな心の積み重ねによって130万2149円が集まりました。

WGPライダーの中野真矢選手も、'98年に引き続き50万円を寄付。「盲導犬育成の一助になればうれしい。毎年協力していきたいので、そのためにも精一杯レースを頑張らななきゃね」と語っています。

集計された募金は、3月23日、神奈川県横浜市の(財)日本盲導犬協会神奈川訓練センターで募金贈呈式を行ない、ヤマハ発

新しくなった募金箱



## ヤマハ車整備の相談、問合せに 迅速対応する 新システムがスタート

ヤマハでは、販売店のみならずから寄せられる整備技術に関するお問合せに対して、より早くて確かな回答ができる新システムをスタートさせました。

これは、従来の各サービスセンターや営業所駐在のサービス担当者に代わり、新しく設立した「整備相談センター東日本」「整備相談センター西日本」の専門窓口に対応を移行。より高度な知識と経験を

持つ担当者が、蓄積した豊富な情報を生かして対応することで、販売店さんへのサポートをいっそう強化しようというものです。

そのため、販売店さんから

のご相談、お問合せの電話窓口が変更になりました。該当するエリアの専用番号(別表参照)へお電話いただけば、「整備相談センター」へ転送されて担当者につながります。

番号をお間違えないようご注意ください。なお、通話料金は各店から専用番号への距離で計算され、遠距離の転送分はかかりません。

※このサービスは、新しいシステムの一部です。詳細は次号のヤマハニュースでもご案内いたしますが、不明な点は各営業所へおたずねください。

※特約店の管轄エリアは、従来の問合せ先へお願いします。

## サービス力養成に ご活用ください ヤマハ二輪車整備士 講習会

お客さまの信頼を獲得し、高めていくための基本はやはり整備、メンテナンスの技術力。それにはまず、正しい知識とノウハウを身に付けることが大切です。全国で開催している「ヤマハ二輪車整備士講習会」を、ぜひ積極的にご利用ください。

## ヤマハ二輪車整備士 講習会日程(8月まで)

会場	日程	
	ベシククラス	マスタークラス
北海道(営)	5/23~25	
SC北日本		6/20~22
研修C東京	7/4~7	5/16~18
神奈川(営)	6/1, 7, 13, 14	9/12~14
SC中部	6/13~15	6/20~22
Y研修会館		6/21~23
研修C神戸	5/23~25	6/20~22
中国(営)	6/16~18	7/4~6, 7/12(单日)
広島(営)	5/23~25	6/13~15
四国(営)		5/24(单日)
SC九州	7/4~6	6/13~15

※日程、会場などは変更になる可能性があります。事前にご確認ください。

## 「整備相談センター」への連絡先

拠点エリア	専用電話番号	転送先	拠点エリア	専用電話番号	転送先
北海道(営)	011-641-2880	整備相談センター東日本	北陸(営)	076-294-6883	整備相談センター西日本
北東北(営)	019-645-2908		名古屋(営)	058-240-7221	
南東北(営)	022-232-1764		北大阪(営)	072-838-1300	
北関東(営)	048-753-0835		南大阪(営)	072-838-1300	
東京(営)	048-753-0835		兵庫(営)	072-838-1300	
千葉(営)	048-753-0835		岡山(営)	086-225-2261	
神奈川(営)	048-753-0835		広島(営)	082-581-1201	
甲信(営)	0263-39-5225		四国(営)	089-972-2135	
静岡(営)	054-283-7749		九州(営)	0942-52-5212	

※通話料金は、専用番号への料金(営業所への通話料金相当)を各店にご負担いただき、整備相談センターまでの遠距離転送料金はヤマハが負担します。

※一般のお客さまから直接のご相談はご遠慮願います。



契約の要約は、(一)レジャーボート・漁船を相互OEM生産(二)漁船の艇体等の相互供給で、具体的には、両社が有する、エンジン付きの小型レジャーボート(全長20フィート/6mク

ヤマハ発動機(株)は、このほどヤンマーディーゼル(株)とレジャーボート、漁船に関して、OEM供給に関する契約および商品供給に関する契約を締結いたしました。これにより、両社はFRPボート製造の安定化・効率化及び商品ラインアップの充実をはかります。

## ヤマハ発動機とヤンマーディーゼルのマリン商品の相互供給契約締結



記者発表には、ヤマハ発動機からマリン事業本部・梶川本部長(右)、ヤンマーディーゼルは産機事業本部・東森本部長(左)らが出席

ラス)および小型漁船(全長17、40フィート/5、12m)を相互にOEM供給いたします。また、大型レジャーボート(全長40フィート/12mクラス)については、ヤマハ艇体にヤンマー製ディーゼルエンジンを搭載し、ヤンマーへOEM供給することとなります。

修了式では、ヤマハ発動機販売・右近社長をはじめ多数の方からお祝いと激励の言葉が贈られた



## ヤマハ奨学生も巣立ちの春 平成12年度は14名が修了

3月16日、ヤマハ奨学生の平成12年度修了式が行われ、MC第18期生10名とマリ第13期生4名がめでたく卒業しました。2年間にわたり、各地の営業所やサービスセンター、ヤマハ本社で諸先輩や上司にもまれながら教育指導、研鑽を重ねた14名の奨学生は、ヤマハ商品のサービス業務全般や顧客満足度向上のための知識、技術を十分に習得。今後は、それぞれ販売店などの最前線で大いに活躍されることでしょう。

## 桜と一緒にバイクシーズンも満開! 第27回東京モーターサイクルショー

春もいよいよたけなわ。ヤマハのスポーツジャンプショーをはじめ、全国各地でさまざまな試乗会、展示会などが数多く開催されていますが、なかでも恒例の「モーターサイクルショー」はバイクファンの期待を盛り上げる一大イベント。今年も3月24日、26日にインテックス大阪、4月7日、9日には東京ビッグサイトそれぞれ賑やかに開催されました。

大阪は58社、864店の出展で延べ14万3000人を動員。東京はちょうど桜が見ごろの週末



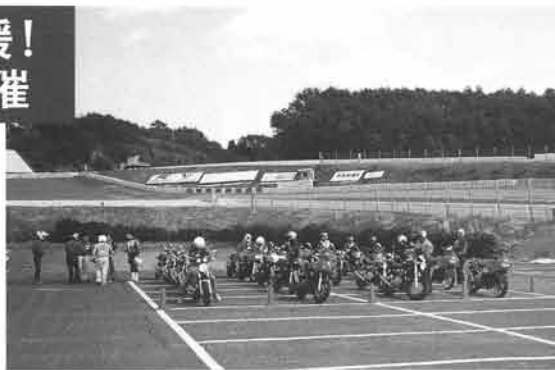
XJR1300、スターシリーズ、Rシリーズ、さらにTW200、マジェスティなど人気モデルを多数抱えるヤマハはやはり人気の的



壁側に集められたカスタムコーナーでは、あいかわらずTWとSRの出展が多かった

で、連日好天にも恵まれ、お台場周辺への花見を兼ねた家族連れやカップルなど9万4000人が来場。二輪メーカーやパーツメーカー、カスタムショップ、各種グループによる展示ブースや合同試乗会、トークショーといったアトラクションで楽しい1日を過ごしていました。ヤマハは、XJR1300やスターシリーズといったニューモデルを中心に、US仕様のアメリカンカスタム車、おなじみサウンドシミュレーターなども持ち込んでブース展開。終日人波が途切れな

## ライダー復帰をめざす人を応援！ 「リターンバイク in SUGO」開催



指導にはベテランのインストラクターがあたり、バイクも400～1300クラスを現地で用意するので、安心して気軽に参加できる



近年、バイクはオトナのよ  
い趣味として高い人気を集め  
ていますが、ずっとペーパラー  
ライダーだったり、昔乗っていた  
も長いブランクがあった人た  
ちは、いざとなると街へ走り  
出すことに不安を感じるもの  
です。そこでスポーツランド  
SUGO(宮城県)では、こう  
したリターンライダーを対象  
にしたライディングスクール  
「リターンバイク in SUGO」  
を開催しています。

今年も、3月22日・23日の第  
1回スクールには24歳の女性  
から56歳の男性まで17名が参  
加。エンジンの始動から始まっ  
て、ブレーキング、スラロームな  
どの基礎練習、さらにはカー  
トコースでの旋回走行、国際レ  
ーシングコースを使った高速走  
行練習に取り組み、楽しみな  
がらウデを磨きました。

## ■リターンバイク in SUGO 開催日程

5月21日(日)～22日(月)	9月24日(日)～25日(月)
6月18日(日)～19日(月)	10月9日(月)～10日(火)
8月27日(日)～28日(月)	11月12日(日)～13日(月)

※詳しくは、SUGOスポーツクラブ(TEL.0224-83-3127)  
までおたずねください。

## フリーライダーGO・30歳の挑戦！ 大型二輪教習体験記

ひと頃の猛烈なブームは鎮静化したが、教習所で大型免許が取得できるようになって、ビッグバイクは今後も大きな需要を見込める市場として定着しつつある。そうしたなか、30歳・既婚・2人の子持ちという典型的な二輪需要ミッドゾーンに身を置くヤマハニュース編集スタッフも、このたびめでたく大型ライダーの仲間入りを果たした。これは、いちライダーに戻った彼の、大型二輪免許教習レポートである。

いよいよ教習が始まると、平日の真っ昼間だというのに年輩の方々が数多く、思わず(自分はさておき)ヒマのかな、とつぶやく。何だか奇妙な雰囲気であった。思いがけず女性も多い。「人生の夢だったのよ」と語る40代後半のオバサンは、小型からステップアップし、中型狙い。とても小柄で、400がオーバー750に見える。実際、教習には苦勞しているようで、教習簿もハンコで埋め尽くされていた。それでも彼女は自分の夢に向かって前向きだ。

「子供も大きくなって、自分の時間ができたからね。そろそろ自分のやりたいことをやってもいいかなってさ」

ややハッピー腰ながら、楽しそうに教習を受けるオバサン。20代の女の子とツルんで、キャピキャピと「2回目の青春」を謳歌している。ちなみにこの20代の女の子は、ライダーの彼氏に強引に教習所に送り込まれたそう。

その一方、オジサンはというと、何だか覇気がない。多数派なのに、どことなく居場所がない様子だ。男同士というのは、女同士と違ってなかなか言葉をかわさないもので、お互いにチラチラと意識しながらも話のバグチが見つからないような感じだった。

そこで、こちらからちよっと声をかけてみると、環を切ったようにバイクへの熱い思いが飛び出してくる。四輪の二種免許を取るついでに大型二輪も取ろうとしている人、若い頃に憧れていた外車を大型免許より先に手に入れてしまい、「絶対に免許を取らないことには」と必死のカクゴを語る人……。

こんなふうに、二輪の教習に集まってくるオジサン、オバサンたちは一見まったく異なる生態を覗かせるのだが、若かりし日の夢を追い求めているという動機に変わりはない。時間とお金に余裕ができた時、心に引っかかっていた若き日の思いが熱く甦るのだ。それは僕も同じこと。時間ができた時、ふと思いついたのはやはりビッグバイクだった。オジサンたちと違っているのは、お金に余裕がないことくらいである。

### 第二回

### 若き日の思いよもう一度、の巻

## 「マッポのバイク日和」ステッカーで 笑顔のふれあい、楽しいライディングを

NMCA日本二輪車協会では、今年1月から年間キャンペーンとして二輪車ユーザーに向けた「このころのバイク日和」キャンペーンを展開中です。

これは、「バイクに乗る日、笑顔の日」 Smile ON」をスローガンに、全国1万3000店のNMCA加盟店や二輪メーカー各社主催のイベント会場などでキャンペーンステッカーを配布。「スマイル宣言」に賛同してくれたライダーのバイクに貼ってもらい、その人からまた次の人へと賛同者を増やしながら、バイクがたなく人と人とのふれあいをメッセージし

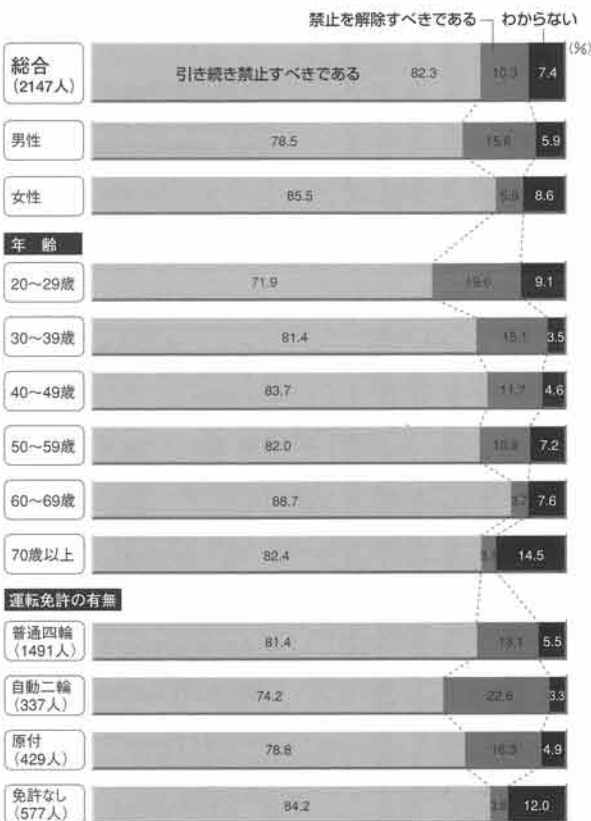
ていこうというものです。最近、ヘルメットや車体に「Smile ONステッカー」を貼ったライダーがだんだん目につくようになってきました。目標は年間100万人。これからのツーリングシーズンを活用して、より多くのお客さまにアピールください。





## 高速道路二人乗り解禁をめぐる 意見の綱引きで真っ向対立 総理府世論調査とOTO報告書

### ■高速道路における自動二輪車の 二人乗り禁止の解除について



昨年11月、総理府は全国の成人3000名に対して「交通安全に関する世論調査」を実施。その結果が今年3月に公表された。

調査項目は四輪から自転車に関する10項目にわたっていますが、そのうち注目されるのは「高速道路における自動二輪車の二人乗り禁止の解除について」。

「現在の禁止を解除すべきだ」と思うか、「もし解除したら何らかの条件が必要だと思うか」という2つの質問があり、(1)については82.3%が「引き続き禁止」と回答。「解除すべき」は10.3%に過ぎませんでし

た。また(2)については「一定の条件が必要である」が70.1%、「特別に必要な」が26.7%となっている。

回答者2147人のうち免許所有者は1569人で、自動二輪が337人に、普通四輪1491人、何も免許を持たない人が577人。「二人乗りはバランスがとりにくい」「日本の高速道路はカーブが多く、車線や路肩も狭い」ことなどを理由に規制継続を主張する声に対し、二輪業界では前号のヤマニユースでも紹介したとおり、実際のテストデータをもとに反論。規制解除に向けて筋を通した主張を行なっていますが、

「一般社会の認識はまだまだ浅く、積極的な規制解除の意見を求めるには不利が否めないようです。」

これに対し、経済企画庁の市場開放問題苦情処理推進会議(OTO)は「基準・認証制度等にかかわる市場開放問題についての意見」という報告書を発表。運転者のマナーや二人乗りに対する教育を充実させるとともに、国民の意識や免許制度などを海外の動向も含めて結論を出したいと、規制緩和に前向きな方針を明らかにしています。

二輪業界にとっては大きな関心事。早期の規制解除、緩和に期待したいところだ。

「日本」の高速道路はカーブが多く、車線や路肩も狭いことなどを理由に規制継続を主張する声に対し、二輪業界では前号のヤマニユースでも紹介したとおり、実際のテストデータをもとに反論。規制解除に向けて筋を通した主張を行なっていますが、

「二輪業界にとっては大きな関心事。早期の規制解除、緩和に期待したいところだ。」

## モノの交差点

### ■ショップと消費者の関係

今の消費者は非常に賢い。商品を見る鋭い眼と、次の流行を見ぬく先見の明を持っていて、お金を無造作に使うことはほとんどないと言ってもよい。しかも、その目は単に商品を買うことだけにとどまらず、その後のケアに対してもしっかり注がれている。

だからこそ、ショップは自らのイメージを大切にしなければならぬ。単純にモノが売ればよいと考えているショップは、間違いなくお客に見放されるであろう。それは自分でモノを購入しようとするときのことを考えればわかりやすい。消費者は必ず、そのお店の雰囲気と、店員の接客から何かを感じるものだ。

モノを売る側が大切にしなければならぬイメージづくりのポイントは、まさに、いかにその商品を見せるかにある。

例えばふたつの文具店があり、一軒の文具店では、えんぴつをただ束にして置いてあるとする。もう一軒の文具店はきちんと箱に入れ、ディスプレイしてある。当然、お客からみれば、全然違った価値に見えるはずだ。つまり、1本50円のえんぴつを100円の価値に見せられれば、お客は「いいものを買った」と満足するし、逆に安っぽく見えれば「大したモノを扱ってない店」と感じてしまう。そ



ういう意味で、いかに商品表現できるかがショップのイメージづくりに重要なのだ。

もちろん、それだけがすべてではない。秋葉原の電気街を想像してほしい。どんなに素晴らしい商品でも、今のディスプレイやデモの仕方だけでお客が飛びつくだろうか？ おそらく、飛びつくのは商品知識が少ない外国人やお年寄りだけで、若者はほとんど見向きをしないはずだ。ゼッタイに欲しいという気持ちにさせるためには、お客の立場を理解し、同じ土俵で商品判断する姿勢とアドバイスが欠かせない。

ショップのイメージは、商品がいかに表現することができるかという部分と、人と人とのコミュニケーションで形作られる。その両方を満たすことが消費者を繰り返し来店に導くショップの条件であり、消費者もまたこういう長く付き合えるショップを探しているはずである。

ひと昔のような「ブームでモノが売れる時代」は終わり、「セールスで売れる時代」となったが、既にそれさえも終わったような気がする。消費者自身がそうであるように、他店とは違う何か、差別化を考えること。その企画力が勝敗を決する時代へ移り変わっている。

あらかわ こういち  
出版社勤務。商品情報誌の制作に携わるマルチ・ディレクター。仕事の取引先まわりから通勤まで、幅広くマジェスティ愛用するライダーでもある。

## 高速道路の二輪車最高速度規制 今秋にも100km/hへ引き上げめざす

警察庁は、このほど軽自動車と自動二輪車(126cc以上)の高速道路最高速度規制を普通四輪車と同じ100km/hに引上げる方針を固め、国家公安委員会の承認を得ました。

二輪車新聞(3/31付)が伝えるところでは、今後インターネットホームページなどを通じて国民の意見を募集し、それを参考にしたが道路交通法施行令の改正作業に入り、今年秋の実施をめざす予定。現在の80km/h規制は63年の名神高速道路が一部完成した時に定められたもので、近年、規制緩和推進3カ年計画のなかで見直しが進められていました。

# ヤマハ・ユーザー 図鑑

File.003

## フレッシュヤーズ

ライダー目スクーター料

ヤマハ系ツウキンカイソク類

学名：ナカムラスム

### だから機能重視!

中村晋さん  
年齢 21歳  
職業 システムエンジニア  
住所 東京都小金井市  
所有バイク JOG  
ショップ YSP  
その他 独身/アパートに兄と同居  
普通免許あり

工業専門学校を卒業し、この春から東京・府中の会社にシステム・エンジニアとして働くフレッシュヤーズ。四輪車も持っているが(兄と兼用。トヨタ・カレン)。「東京の道にはスクーターが一番!」とどこに行くにもJOGが大活躍している。電車のアクセスが悪いため、会社までの往復約20kmの道のりも、もちろんJOGで。

以前、JOG・ZRに乗っていたそうですね。

**中村** 17歳の時に初めて買って、大事にしていたんですが、盗られちゃったんです。実はそのZRで二回も盗難にあってるんです。一度は警察がすぐに見つけてくれたんですけど、二度目はどうとう出てこなかった。その後、しばらくは同居している兄のスクーターを借りてたんですが、毎日自由に使えるわけじゃないし、就職を機に自分で買うことにしたんです。会社まで通うのに、電車よりスクーターのほうが断然便利ですからね。

通勤用ですか。でも、そこでJOGを選んだのはなぜ?

**中村** まずヤマハ車のデザインが好きってことかな。バイクもスクーターも、他メーカーより洗練された感じがするんです。ホントはまたZRにしようかとも思ってたんですが、経験上、ああいうスポーティな味付けのスクーターは盗難にあう危険も高いことがわかってたから、JOGにしたんです。

実際、使ってみてどうですか?

**中村** 大正解だったと思っています。特に実用性の高さがホントにありがたい。たとえばヘルメット収納スペース。23ℓも容量があって、常備しているレインコートのほかにもスニーカーの買い物くらいラクらく収納できるから、コイツで遊びに出かけるときはバッグがいらないくらいです。また燃料タンクがデカイってところもいい。前のJOG・ZRは4ℓしか入らなかったから、しょっちゅうスタンドに寄ってる感じでしたが、コイツは7ℓも入る。さらに極めつけは盗難機構が万全ってところ。メインキーのところで簡単にハンドル、後輪、鍵穴をロックできる「Gロック」は安心感が違う。何度も痛い目にあった自分としては、最高の1台ですよ。

—— だけど、スポーツタイプのZRから乗り換える

と、物足りなくないですか?

**中村** 比較すれば確かにZRの方が速いだろうと思いますけど、コイツもキビキビと走ってくれるので、まったく不満は感じないですよ。信号発進で出遅れて怖い思いをすることもないし、カーブでの安定性もかなり高いと思います。それにもう社会人ですし、学生時代のようにスクーターで飛ばしたりはしませんよ(笑)。今後、スポーツバイクに乗りたいたとか、そういう気持ちはないんですか?

**中村** いやー、ぜひ欲しいと思ってますよ。JOGは「通勤快速マシン」なので手放せませんが、中型免許を取ったら完全に趣味として1台バイクを探したい。もちろんヤマハ車で、オンロードのレプリカ系に昔から憧れてましたから、たぶんTZRあたりかな。ただ、今は新米社員ですから毎日覚えることだらけ。忙しくて大変なんです。しばらくはJOGだけの生活が続きます。

—— ショップとはどのようにつき合っています?

**中村** YSPさんとは以前のZRからのつき合いなんですけど、とてもフレンドリーな雰囲気だ気に入っています。盗難にあつたときも、書類の手続きやなんかで親身にアドバイスをしてくれました。だから今回のスクーターも、同じYSPさんで買うことにしたんです。中型免許を取ったら、やっぱりこのお店とずっと付き合っていきたいですね。

—— ヤマハに対して何かリクエストはありますか?

**田中** いつまでもヤマハらしい、スタイリッシュな部分を失ってほしくない。時代がバイクという乗り物に求めている要素は、環境対策などいろいろありますが、だからといってどのメーカーも似たような製品を作っていたらじゃつまらない。期待しています。

## いよいよ社会人。JOGは自分専用の通勤快速!



### ヘルメット収納スペース

あまり使わないフルフェイスのメットもラクに収納。常備しているレインコートや帰宅の途中に買った夕食の材料など、「なんでもたくさん入るのが魅力」。



### Gロックシステム

過去2度の盗難を経験しているだけに、この強力な盗難防止システムは中村さんにとってもっとも重要な装備。

### JOG

2000年3月に新車で購入。三重のロックで盗難を防ぐGロックシステムや、23ℓもの大容量を誇るヘルメット収納スペースなど、バツグンの使い勝手の良さに大満足。キビキビした走行性能も気に入っており、毎日の通勤でストレスを感じたことはないという。



### ヘルメット

気軽にかぶれるということで、普段はキャブタイプのもを愛用。ちょこんと頭に載せてるだけのライダーをよく見かけるが、中村さんの場合はきちんと安全を意識。アゴヒモをしっかりめ、深くかぶる。



フルフェイスのメット  
雨の日や寒い日はフルフェイスのヘルメットを着用。

### グローブ

転倒したときのことを考えれば、スクーターと言えど手袋は必携。柔らかいスウェードのもの愛用。

通勤時はスーツ姿でスクーターに跨る。ヘルメット収納スペースにはビニール製のレインコートが常備してあり、雨の日をそれを着用。気軽なファッションで運転できるのもスクーターの魅力のひとつだが、中村さんは「半ズボンやサンダル履きでは絶対に運転しない」。ヘルメットやグローブを含め、社会人らしい安全への配慮がうかがえる。



# ヤマハ・ユーザー 図鑑

File.004

## フレッシュヤーズ

ライダー目オンロード科

ヤマハ属ハレテオガタ類

学名:フカザワヨウコウ

### バイクでリフレッシュ!

深沢容康さん  
年齢 22歳  
職業 会社員  
住所 東京都品川区  
所有バイク TRX850  
ショップ YSP  
その他 独身/両親、妹と同居。普通免許あり

東海大学工学部を卒業し、この春から某製菓会社に就職。高校1年生のときに購入したTZR50Rを皮切りに、TZR250R、R1Zと、ヤマハのスポーツバイクを乗り継ぐ。昨年6月には念願の大型免許を取得、TRX850を購入し、晴れてビッグバイクオーナーとなる。

深沢さんは新社会人であると同時に、大型バイク乗りとしてもフレッシュマンなんですよ。就職しちゃうとなかなか時間が取れないと思って、内定をもらったらすぐに教習所に駆け込んだんです。

TRX850を選んだ理由は?

深沢 最初はYZF-R1も考えましたが、あのパワーは街乗りで持て余しそうでね。スポーティな走りが出て、もつと街乗りやツーリングがしやすい、もう少し神経を使わずに操作できるバイク。それがTRXでした。また、エンジンが独特のツインだということも気に入りました。何かの雑誌に「ツインのほうが人間に近い感覚で操れる」と書いてあって、それをビッグバイクで一度体感してみたかったんです。

なんかバリバリの走り屋って感じがしますが?

深沢 TRX850の前はTZR250R、R1Zと乗り継いできたし、確かに昔から興味を感じるのにはスポーティなライディングが楽しめるバイクばかり。というか、走りのためにテクノロジーを追求したバイクが好きなんです。ファッションだけのバイクには食指が動きませぬ。

ヤマハ車ばかりに乗り継いできたのは?

深沢 他メーカーと比べて、ライダーが操る部分を大切にしているから。バイクに「乗せられている」ってところが、ヤマハにはないんですよ。たとえばヤマハのバイクはハンドリングが気持ちいいと言われますが、これも操作の多くの部分をライダーにゆだねているからだだと思います。逆に言えば、うまくきつかけを作ってやらないと上手に曲がれないってことになるのかなあ(笑)。ただ、的確に操作して走っているときのコーナーリングは、胸がすくほど気持ちいい。そこが好きなんです。

社会人になって、バイクとのつき合い方が変わりましたか?

深沢 自由な時間が限られるぶん、ツーリングに行くときは密度の濃い時間を過ごしたいと思っています。走りを楽しむだけでなく、温泉に入るとか、その土地の味を楽しむとか。バイクに乗ることが精神的なりフレッシュにつながる、仕事にもいい影響を与えてくれれば最高ですね。よく就職して以降バイクから遠ざかってしまったなんて話を聞きますが、ボクはそうならないと思います。大型にも乗り始めたばかりだし、これからもどんどんツーリングに行きたいですね。

ショップのツーリングなどには参加しないんですか?

深沢 去年の秋に初めて、行きつけのYSPさんのツーリングに参加したんです。芦ノ湖でパーベキューをしたりして楽しかったなあ。またタイミングがえばぜひ参加したいです。それだけじゃなく、ショップの方々は日頃から良くしてもらってますよ。ボクはバイクをいじるのが好きなんです。素人ではどうしても手に負えない部分がある。そのたびに相談に駆け込むと、スタッフの方々がいつも親切に教えてくれて、すごく助かってます。そうそう、今のTRXのアンダーカウルもスタッフの方のお古をいただいたものなんです。だから、今までのバイクは全部ここで買ってるんです。これからも、ぜひいい付き合いをお願いしたいですね。

ヤマハに対してなにか要望はありますか?

深沢 デザインや日常での使い勝手などトータルバランスのとれた、ヤマハらしいバイクを作り続けてください。次は4気筒のビッグネイキッドに乗りたいたいと思うんですが、ヤマハ得意の軽量化をもっと追求して、200kgを切るくらいのモデルを出してくれないかなあ。

# 就職、だけど大型!もつともつとバイク!



**マフラー**  
いちばんのお気に入りポイント。有名パーツメーカーのものだが、メーカー名の記載がどこにもなく、その奥ゆかしがいいんだとか



**アンダーカウル**  
ショップスタッフが使っていたモノを譲り受け、自分のバイクと同じ色にスプレーでペイントした



TRX850

99年8月に新車で購入。高いポテンシャルを秘めながら、ツーリングや街乗りにも使えるビッグバイクということで選択。スリムな車体はコーナーで思い切り振り回すことができ、十分満足している。カスタムは、マフラー、ステップ、ブレーキホースなどを交換している程度



**ヘルメット**  
スポーツライディングを楽しむだけあって、ずつとフルフェイスを受用。

**革ジャン**  
シングル襟のライダーズタイプ。革製品の老舗国産メーカーのもので、外国ブランドと比べてはるかに値段ながら、革の質がよいところが気に入ってる。

**ブーツ**  
エンジニアブーツをチョイス。ライディングブーツはバイクから降りたときに違和感があるため。

風でバタつかないよう、ウエアはタイトなシルエットのものを選ぶことが多いそう。革ツナギも持っているが、バイクを降りたときに周囲から浮いてしまうため、最近ほとんど着ない。ツーリングに出かけるときは革バンを履くことも多い。



■ここ数年、MTBなどを中心にポーツ自転車が大  
きなブームとなった。しかし最近では「自転車実用」  
という根強いイメージが邪魔する面もあり、サイク  
リングやロードレースなどの参加人口が漸減傾向に  
ある。そんななか、現在も活発なクラブ活動を展開  
しているのが、サイクルショップ「バイクプラザ・ミッ  
イキ」を営む満生文洋さん。体裁にこだわらず、会  
費・名簿も一切ナシ。フリーな「走る場」を提供する、  
というユニークなスタイルが特徴だ。

バイクプラザ・レーシングチームは、サイクリング  
や自転車ロードレース参加などを活動の主体にしてい  
ますが、会費は徴収していませんし、会報も発行してい  
ません。名簿も作っていないありさまで(笑)。発足から  
12年経過していますが、その間にいろいろあって、今の  
スタイルになりました。

クラブの発端は、近所の中学生を集めて行なったサ  
イクリングです。自転車を買ったはいけど、乗るきつ  
かけ——つまりソフトがないと続かない。それを提供  
しようというのが始まりでした。

半年ほどして、レースにも出てみたんです。それし  
たら、これがなかなか面白くてね。一時期は私自身も含  
めて、レース指向がグツと高まったんです。この時には、

会費もキチンと集めてとにかく乗って、クラブとして  
もレースに勝たなきゃ、というムードでした。

しかしそうになると、初心者が入り込む余地がだんだ  
んなくなってくる。自転車の練習は、速い人同士で行う  
ことでより効果が出るので、余計に遅い人の面倒を見  
られなくなってしまう。実際に人数も減ったんです。

それでふと「これは違う、自分の本分ではないな」と  
思い直しましたね。発端は、自転車に乗る機会を提供  
すること、細く長く自転車を楽しんでもらいたい、と  
いう気持ち。だったら、自転車が好きな人たちが勝手  
に集まって、走りたい時には走ればいいし、走りたく  
ない時は走らなければいい。そんなわけで、現在の曖昧  
で緩やかなクラブのスタイルに落ち着いたんです。走  
る「場」の提供が最優先で、クラブ運営のためのクラブ  
じゃありませんから。

■レース指向に偏りすぎた結果、人数が減り、活動  
も停滞した。そんなバイクプラザ・レーシングチー  
ムを活性化したのは、ホームページの開設だった。興  
味本位で開設してみたところ、思いがけない反応が  
あり、今までにない広域からの参加申し込みもあっ  
たそう。

98年にクラブが10周年を迎え、「思い切って止めるか」  
という話にもなった(笑)。でもまあ、ものは試しとHP  
を開設してみたんです。やるからにはちゃんとしたも  
のをと、全部自作しました。ページにはクラブやシヨッ  
プの情報を掲載しているんですが、このクラブのページ  
に予想以上に反響があったんですよ。

実は昨年末にお店の通販ページも作ったんですが、こ  
ちらはオープン直後に2件の申し込みがあって、「これ  
はスゴイ」と喜んでいたら、それっきりで……(笑)。  
更新の頻度にも厳しい目が向けられますし、独自の情  
報発信をしないとダメだということがよく分かりまし  
た。

ウチはお店としての広告展開も一切していません。  
やるとなるとチラシですが、チラシは安売り情報が中  
心になるので、自分の目指す方向性と違うイメージが  
ついてしまう。かといってクラブ活動のことをチラシに  
書いても反応はないでしょう。

## 自転車を売るより、まず走らせる だからクラブも“自由”でいい

さまざまな市場動向を探るMarket Eye。

今回のテーマは、近年人気の自転車。

サイクリングやロードレースを活動の中心に据えた、  
バイクプラザ・レーシングチーム代表の満生文洋さんに  
クラブ活動とサイクルショップのあり方を聞いた。



バイクプラザ・レーシングチーム  
代表 満生文洋 (ミツイキ フミヒロ)さん

東京・小平市の自転車小売店、バイクプラザ・ミツイキ内  
のサイクリングクラブとして1988年に発足。毎週日曜日の多  
摩湖サイクリングの他、合宿、ロードレース参戦を行う。クラ  
ブとしての強制事項はほとんどなく、参加できる時に参加した  
い人が集まるというスタイル。20代前半～30代後半の男性  
を中心としたクラブ員は約45名。ショップは父親の代からで、  
満生さんは'67年生まれの2代目。







そういう意味で、インターネットというメディアにクラブ情報を載せたことがちょうどピッタリだったんでしょうね。いつの間にかクラブ活動も元の勢いを取り戻しました。ただ、この波もいつまでも続くかどうか分からない。例えば通販ページをリニューアルしてロードレーサーのオーダーメイドを受けると、ニーズに合っていないおかつ独自性の高いコンテンツを用意する必要があらんと思っています。

■お店にとってもクラブ活動は重要、と満生さん。将来的な経営の方向性を考えた時にも、今の形のクラブを持つことが、非常に大きな役割を持つてくると言う。

店の方向性としても、できるだけスポーツ車を伸ばしていきたいんです。いわゆるママチャリは、1台売っても利益はほとんどない。スポーツ車の方が利益は出るんです。もちろんそういうこと以上に、自分自身スポーツ車が好きだし、扱っていて楽しいという点が大きいんですけどね。

それにお客さんにも不思議なもので、2〜3万円のママチャリを買って、「買ってやった」という態度になるんですよね。売り手としては、面白いはずがない(笑)。ところが40万円のスポーツ車だと、「売ってもらった」となるんです。



スポーツ車にも量販店があつて、こちらの仕入値ぐらいで小売している。もう、冗談じゃないですよ(笑)。そんなのを追いかけてかなうワケがない。

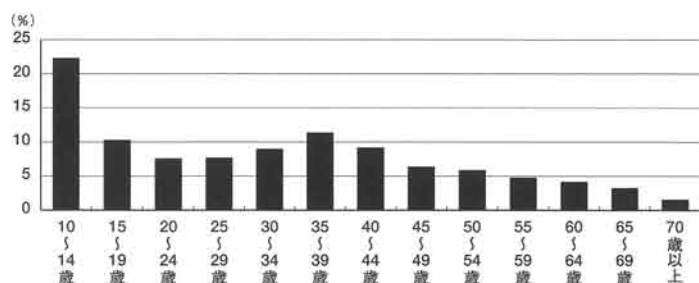
ただ、ウチには10年以上続けてきたクラブがあつて、オリジナルのソフトを提供できるんです。しかも、レース本に絞らず曖昧な形でやってきた分、初心者の方も入りやすい。これを強みにしてもっと伸ばしていきたい。まだ構想段階ですが、地域の方たちを集めた「自転車乗り方スクール」なども考えています。お客さんは育てていかないと。

不況だと言いますが、クラブ員を見ていてもみんなお金自体は持っていると思います。ただ、モノを買った後に、何かシビれるようなものが見当たらない。つまり、ソフトの不在がハードの買い控えにつながってしまったように思っています。

ウチはウチにしかできないスタイルのクラブ——参加する人を第一に考え、自転車で走る場を提供し続けていくつもりです。結果として商売がつかれば、と考えています。

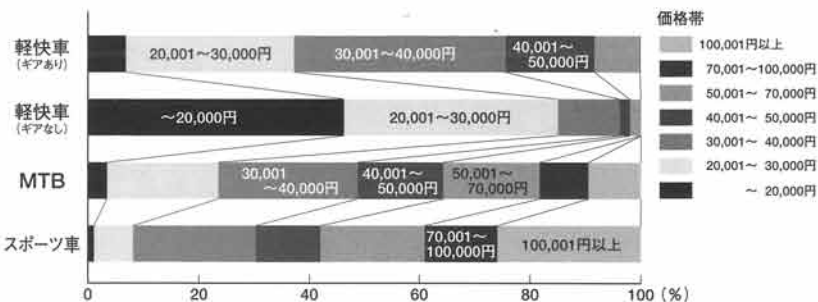


## 年齢別 年間のサイクリング行動率



1年間にスポーツとしてサイクリングを楽しんだ人を年齢別に見ると、10代後半から20代前半にかけて急激に下落。その後30代後半にかけて上昇する。グラフは男女双方を表しているが、男性だけ見るとこの傾向はさらに顕著。自由時間が持てることに加え、健康への関心が年齢とともに高まることを示している。年間の平均サイクリング日数は32.8日。

## 自転車店の販売実績 価格帯別構成比



実用性の高い軽快車と、趣味性の高いMTB・スポーツ車では、価格帯別構成比に大きな開きがある。性能差が価格差を生んでいるというハード面の要素はもちろんだが、「打ち込む趣味がある人が、そこにかかる情熱はすごい」(満生さん)ことの現れでもある。バイクプラザ・ミツイキさんでもフレームだけで40万円というレーサーが人気だという。しかし、モノへの情熱は手に入れた時点で急速に終息してゆく。ソフトの提供で情熱を維持させることが必要だ。

# Trading Tips

新聞や雑誌などから集めたちょっと気になる小売業、サービス業の話題

【日経流通新聞 3/18】

## ゴルフクラブも「試し打ち」自分のレベルに合わせて購入

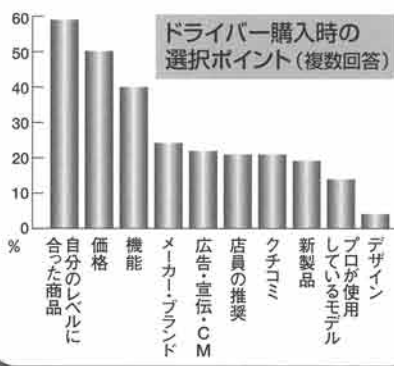
日経リサーチが、多くの店は試打行なった、首都圏と近畿圏のゴルフ用品を扱うショップに対するアンケートで、消費者がドライバーを買う際に重視するポイントが「レベルに合った商品であること」(59%)、「価格」(50%)、「機能」(40%)の順になったと伝えている。

平均的な価格は5万円から9万円と、決して安い買い物ではない。そのため、多くの店は試打コーナーを設置。試し打ちをして、自分に合った商品かどうかを確かめられるよう配慮しているという。なかにはスイング測定機を導入したり、クラブの貸出サービスをする店、あるいは自分仕様を作るチューニング、オーダーメイドのシステムを整えた店まであるそうだ。こうした動きはメーカーにもある。

## アンチデジタル派は先端人?

【日経流通新聞 4/8】

携帯電話、電子メールを使えなければ現代人にあらず、といった風潮にあえて背を向ける人たちがいる……。日経流通新聞の記事によると、携帯電話や電子メールをデジタルと括る違和感を感じておき、彼ら「アンチデジタル派」は電話料金の痛みから解放され、小遣いを趣味など好きなことに使う存分送る「華麗な生活」を送る先端人だと位置づけ、せわしない現代に自分だけここで紹介されている人たちは、「携帯なんて必要ない。家の電話で十分」。「携帯があるといつ捕まえられるので気分が悪い」電話なら5分で済むのに、電子メールはやり取りに時間がかかる「話多いのかも?」



ヘッドスピードや飛距離を比較測定できる機械を使った試打会、キャンペーンがクラブをもつて練習場を回る押しかけ試打、全国250箇所の練習場に試打クラブ常設など、さまざまありそうだ。

またアイディアを絞る。二輪業界の場合、試乗は昔ながらの定番手法。いまさら効果は薄いよ、とあきらめないで、もう一度やり方を見直してみる価値がありそうだ。

【日本経済新聞 4/11】

## 「知ってるけど使っていない」銀行取引の新サービス

生き残りや経営改善のための大型合併、提携が相次ぐ銀行。一般利用者に対して、口座獲得、取引拡大をはかるべく、インターネットバンキングや24時間ATMで、67.4%。次いでテレホンバンキング、インターネットバンキング、モバイルバンキングの順。そのうち、例えば携帯電話で利用できるモバイルバンキングは20代の

若者にもっともよく知られており、コンビニATMは40代の認知度が高いという。それが、利用経験となると「転。もつとも利用経験者が多かったテレホンバンキングでさえ8.6%。モバイルバンキングに至っては、「利用したいとは思わない」が43%という惨憺たる回答だった。いつでもどこでも、が便利で喜ばれる条件とはいえず、それだけでは人を動かす魅力に欠けるようだ。

【日本経済新聞 4/5】

## 四輪は軽と大型が牽引

日経新聞は、日本自動車販売連合会(自販連)発表の速報データによる99年四輪国内新車販売台数を58.8万台、前年に比べ微増の見通し(※)と報じた。その牽引役となつたのは軽自動車、特にワゴンタイプの好調を伝えている。今年3月には単月25万5000台を販売し、従来の月間最高記録(23万8000台/99年3月)を更新。年間(99年4月/00年3月)でも19万8000台と過去最高を記録した。また、同紙既報によれば、2000cc以上の普通乗用

車もトヨタ・クラウンやマツダ・MPVなどの好調により3年ぶり1.6%増を達成したという。しかし、乗用車の過半数を占める小型乗用車(2000cc以下)はトヨタ・ウィッツなど一部の好調機種があったものの、8.4%減。普通トラックも9.7%減で過去最低となった。

※99年1~12月の自販連データでは、軽自動車年間販売台数が18万73485台、四輪全体では586万1216台。98年の全体需要は587万9425台なので、96年の707万7745台以来3年連続減少となる。

【読売新聞 4/12】

## デビットカード、出足好調

郵便局や都市銀行、地方銀行など617の金融機関のキャッシュカードを全国約10万店で現金代わりに見えるサービス「デビットカード」が、今年3月6日から本格的に利用が始まった。その普及を進めている日本デビットカード推進協議会によると、3月の取引件数は18万9700件で、取引金額は8億4200万円。1回あたりの利用単価は平均4万5600円。昨年1年間のテスト期間と比較して、約6割も増加している。業種別で利用件数、金額ともに一番多かったのが家電販売。2番目は、件数が百貨店、金額が証券。比較的高額の買い物で利用されているが、もっと日常的なスニーカーも件数の多さが目立つと指摘されており、今後、さらに人気を集めそうなカードだ。

【読売新聞 4/9】

## 対面販売のノウハウを盛り込み三越がネット販売に本格参入

老舗百貨店とし「百貨店が自らの販て知られる三越が、売手法を否定し、ブランドイメージを壊しかねない」とい今夏にもネット販売に本格参入する。同社は99年のお歳暮、お中元に試験的なネット販売を行なっており、今回はそれを踏まえたもの。三越の考える手法は、ホームページ上の仮想店舗で商品と並べ、同時に販売員の写真やプロフィールを紹介し、顧客は欲しい商品について販売員と電子メールで商談。実際の対面販売に近いフイーリングで買物ができるという。読売新聞では、従来の販売店形態とは対極に見えるeビジネス。両者の関係に新たな可能性は生まれるのだろうか。



YSP友泉

福岡市城南区长尾2-7-12

井上修 店長



# 「指定工場」の技術力を軸に取り組む “常連客で賑わう”店づくり

福岡県下有数のバイクショップ激戦区にあって、卓越した技術力で他店との差別化をはかり、固定客を中心とした二輪需要の確保、活性化に取り組んでいるYSP友泉さん。昨年6月、九州で2番目となる「陸運局指定工場」資格を取得。今年2月には新館も完成し、店舗の総合力がさらにアップした。

今回は、井上修店長の積極的なチャレンジが反映されたYSP友泉さんの、新しい姿をご紹介します。

プロフィール

**立地** 福岡市の中心から南へクルマで30分足らず。店舗は幹線の油山観光道路を1本それた丘陵地にあり、周辺は新旧の住宅地が密集する。また、バイクで10分ほどの距離に福岡大学があり、県下有数のバイクショップ激戦区ともなっている。

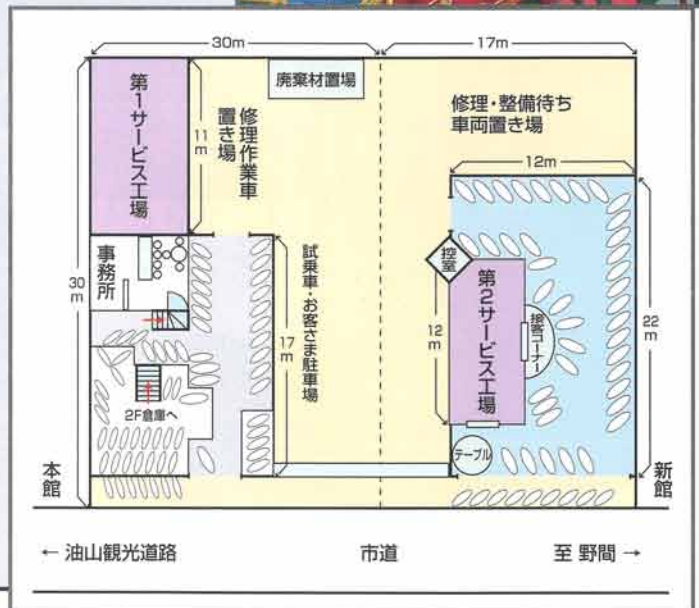
**店舗** 平成5年にYSP大濠さんの姉妹店としてオープン。170坪の敷地に、60坪の広々としたロフト風のショールームと20坪の充実したサービス工場を持つ。とりわけ井上店長は技術サービス面での差別化に注力し、早くから陸運局認証工場資格、YTSスリースター資格を取得。さらに昨年6月には、二輪民間車検が可能な指定工場となった。また、今年2月、隣接地に新館を増設。総敷地面積は約330坪と、全国でも屈指の規模を誇る。

**販売** 新車、中古車合わせて約600台。近年比率が落ちたというものの、今なお福岡大などの学生需要を中心に中古車の比重が高く、原付需要の減少が大きいとはいえ、スクーターの割合も依然として高い。

**商圈** 福岡大を取り巻くバイクショップ激戦区にあって、新車は半径10kmほどを維持。中古車は幅広く県下全域にわたり、近接する佐賀、熊本、大分などからも来店がある。

**スタッフ** 現在は井上店長を含めて7名。全員がサービスマンであり、販売にも携わる。37歳の店長以下若いスタッフばかりで、それが若いお客さまの集客にもつながっている。

**ネットワーク** YSP大濠のほか併売店・アンバーライト、ドクタークールとの3店が姉妹店。基本は独立採算だが、広告展開やイベント開催などの面で連携し、スケールメリットも活用する。







充実した設備・機器がそろった本館のサービス工場は、熟練スタッフもそろい、念願の民間車検場としての指定を受けた。車検に要する時間は、最短なら2〜3時間、通常でも半日から1日。しかも最低で49,800円(自賠責保険、重量税含む)という料金設定は、大型バイクが増えた昨今、他店との差別で大きなアドバンテージを生んでいる



新館のサービス工場は、設備の充実はもちろんだが、特に“見せる”機能を重視。清潔感ある真っ白な内外装、全方向から作業風景が見えるフルオープン構造で、指定工場ならではの技術力の高さをアピールする



## 激戦区を勝ち抜く武器は卓越したサービス技術力

もともとYSP友泉さんは、170坪の敷地に天井の高いロフト風ショールーム、広いサービス工場とオープンスペースを備え、機能的にも十分な設備を持つ店舗だ。しかしこの周辺は、福岡大学を中心にバイクショップが数多く、表通り(油山観光道路)から外れた立地条件の不利も考えれば、何か集客に役立つアピールポイントが必要だった。

そこで、井上店長は技術サービスの充実で差別化をはかろうと計画。認証工場、サービス資格のレベルアップ、お客さまへの工具貸出し&アドバイス、地元二輪情報誌でのメンテナンスページ執筆など、ハード、ソフト両面でさまざまなトライを重ねてきた。昨年、民間車検の指定工場資格を取得したこともその一環である。

「指定工場は条件がすごく厳しくて、資格を取れた二輪販売店は全国でも数えるほどしかない。だからこそ、ウチの技術力をアピールする大きな武器になるんです。もちろん、実利的なメリットも十分ありますよ。まず登録や検査に要する手間ヒマが省けるから、スタッフの負担が減る。工程を効率化すれば低料金、短時間の車検ができるから、お客さんも喜んでくれる。とれだけ集客、固定化に役立つか、想像できるでしょう」

そこに、もうひとつ幸運が舞い込んだ。すぐ隣の土地に空きができて、新しい店舗(新館)を増築することになったのだ。この新館は今年2月に完成し、YSP友泉としての店舗規模は一気に2倍に拡大した。



## すべてがそろった本館を補うまるごとショールームの新館

油山観光道路を曲がり、緩やかな丘陵の坂道を上つてくると、大きなホームセンターの先にYSP友泉さんが見えてくる。市道に面して36mの幅広い店舗スペースに、背の高い従来店舗(本館)、真っ白い外壁の新館、新館と本館を結ぶYAMAHAのロゴ入りゲートなど、視認性は極めて高い。しかもゲートをくぐるとすぐに広々とした駐車場があるため、迷わず気軽にクルマやバイクで乗りつけられる。集客効果を考えると、この入りやすさが重要なポイントだ。

店舗外側の展示車両は、本館、新館とも正面のオープンスペースに集中。それぞれお客さまを正面入口に誘うように並んでいる。ただ、初めて来店したお客さまは本館と新館のどちらに行けばいいのか迷うかもしれない。ひとつのゲートでつながっているとはいえず、別々の店に見えるからだ。

実際、新館はショールームからサービス工場、事務スペースまで完備。当初はまさに単独の店舗として機能していた。

「これまでは本館がすべての機能を満たしていたので、それを生かしながら新しい店舗にどういう機能を持たせるか、いろいろ悩みましたよ。そのうえで単独店舗の形でスタートしたんですが、あまりうまくいかなかった。

そこで、それで事務機能を本館に一本化した。



し、新館はショールームとサービス工場として使うことにしたんです」と井上店長は話す。

現在、新館のショールームにはアメリカンとTW200を集め、本館と展示商品を差別化。さらにサービス工場は、駐車場に向かって開いているほか、半円形のパーテーション(事務スペース)と正面入口の窓からも見ることができ、全方位“見せるサービス”の機能に特化している。YSP友泉さんの場合、サービス技術もバイク本体と同じ重要な商品であり、その意味ではむしろ新館全体がショールームなのだ。

また、常連のお客さまをもっと呼び込みたいと考える井上店長は、営業時間を夜9時にし、定休日を日曜日にしてツーリングなどに出かけやすくなり、さまざまな工夫を凝らしている。新館内のパーティーションで仕切られた事務スペースも、現在、お客さまのための休憩・接客ルームに改装中だ。「今までは本館の事務所と同じスペースに接客コーナーがあり、お客さんがあまりくつろげる雰囲気ではなかった。そこで、こうして新館をお客さまに開放すれば、もっと気軽に来店してもらえんじゃないかと思っただけです」

うまくいかなかったら、また違う使い方を考えればいい。YSP友泉さんは、アクティブな井上店長の信念とアイデアがいっぱいに詰まったお店である。





本館ショールームは、約60坪の面積と2階建て分の高さでゆったりとした空間を確保。段差を生かした立体的なステージが、商品展示にメリハリを持たせている。中央にある階段は事務スペース上の二階につながっているが、現在は倉庫となっている



本館ショールームの奥の部屋に商談カウンターと接客コーナー、用品コーナーを備える事務スペースがある。初めてのお客さまにはやや入りにくい印象があるため、休憩コーナーを新館にも設けることになった



事務処理はすべてパソコンを活用。早くからヤマハが転換する「ビノコム」を導入しており、最近ウィンドウズ用の新しいシステムに入れ換えた

新館ショールームはアメリカンとTWが展示の中心。本館とは逆に平面的で、オープンスペースと建物内との境目がない構造。左手バーテーションのなかは、当初商談カウンターを備えた事務スペースだったが、お客さま専用の休憩ルームに改装されることになっている。その休憩ルームでは、窓越しに愛車の整備を見ながら待つことができる







この広告は1ページ版と2ページ版を用意し、4月下旬以降発売の二輪専門誌に掲載

## 美しく静かに佇むXJR1300の姿から 「走る、曲がる、止まる」性能を フルに使いこなす興奮が伝わってくる

New XJR1300の専門誌広告は、卓越したスポーツ走行性能をあえてビジュアルで誇示せず、むしろ落ち着いたムードの置き写真で静的に表現。ビッグネイキッドらしい端正なボディを夕陽のなかでくっきりと際立たせ、「このマシンを自由自在に操ってみたい」というライダーの想像力をかき立てています。現在展開しているのは、最初に導入編で採用した

ブルー／ホワイトのマシンをシルバーに置換えたシリーズ第2弾。異なったアングルでエンジン周辺を強調し、さらに「意のままに反応する、足、腕、心臓」というキャッチコピーで、人車一体のライディング感覚をアピール。それが人機官能、乗り手の感性に基づいたNew XJR1300の魅力なのだと伝えていきます。

