

Yamaha News

ヤマハニュース

2002 JUL. No466

7

What's
New

YAMAHA RIDE & LIVEレポート

2003ATVシリーズ/スノーメイト YS-1070

パススマイルUカジュアルほか



MC FRONT LINE

業務効率とCS向上をはかる
「Y-DO」 「MDS」

Case Study

(株) スズノブ

バイクショップ 百景 YSP 友泉

乗って・見て・触ってオールヤマハを満喫した「2002 YAMAHA RIDE & LIVE」



ロードエクストリームやフリースタイルモトクロスなどのアトラクションには多数の観衆が詰めかけ、華やかな演技の連続に惜しめない拍手を送った



ヤマハでは、6月16日(日)、幅広いお客さまにモーターサイクルをはじめとするオールヤマハの製品に親しんでもらおうという体験イベント「2002 YAMAHA RIDE & LIVE」を、宮城県のスポーツランドSUGOで開催しました。

オープニングは、前日15日の夕方から始まった、ミスターバイク誌でおなじみ佐藤信哉さんの特別イベント「SHINYA DAY」。前半こそあいにくの雨に見舞われたものの、夜遅くまでトークショーやバイク談義に興じ、交流を深めあいました。そして梅雨の晴れ間に恵まれた翌16日は、約1300人のお客さまが来場。国際ロードレーシングコースやパドック、カートコース、モトクロスコース、駐車場などSUGOのあらゆる施設を使って用意したさまざまな種類の試乗・体験コーナーやミニスクール、アトラクションで楽しい1日を満喫していました。

とりわけ人気だったのは、やはり国際コースを走る「ニューモデルレンタル走行」や「自転車持ち込みサーキット走行」。参加者からは「初めて走ったがサーキットは難しい。次回はもう少しカッコよく走りたい」、「R1の試乗も兼ねて走ったが、最高! GPライダー気分で楽しかった」などのコメントが聞かれました。

また昼休みには、歴代ヤマハレーシングマシンと往年の名ライダーによる「ヒストリックレーサー・デモラン」や「ロードエクストリーム」「フリースタイルモトクロス」「トライアルデモンストレーション」を披露し、迫力の走りや華麗な技で観衆を魅了。両親に向かって「バイクってすごいねえ!」と目を輝かせて話す子供たちの姿が印象的でした。



※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。※価格には、保険料、税金(消費税含む)、登録に伴う諸費用は含まれていません。

ヤマハATV WARRIOR

8月1日 新発売

¥548,000

カラー：1タイプ

- 2003ニューグラフィック採用。
- 348cm³・空冷・4ストロークエンジン搭載。
- 前後進を右手レバーでワンタッチ切替できる、前進6段/後進1段のマニュアルミッション。
- フロントにダブルウィッシュボーン、リアにリンク式モノクロスサスペンションを採用。



ディーパーブリッシュブルーソリッドE

より精悍にブラッシュアップ! 2003カラーで新登場した ヤマハスポーツATVシリーズ

モーターサイクルとは一味違うオフロードランを楽しめるスポーツATV。ヤマハ2003年モデルは、ミドルクラスの定番モデル「ブラスター(YF200S)」に前後油圧式ディスクブレーキやニューデザインボディを採用したほか、全モデルでカラー&グラフィックをニューバージョンに統一。いっそうスポーティで魅力的なラインナップがそろいました。

ユーティリティモデルは、「コディアック(YFM400FWA)」を継続販売します。

ヤマハATV BLASTER

8月1日 新発売

¥378,000

カラー：1タイプ

- 前後に油圧式ディスクブレーキを新採用。
- より精悍な2003ニューデザインボディ採用。
- 195cm³・空冷・2ストロークエンジン搭載。
- トップクラスのパワーウェイトレシオ(最大16kW、乾燥重量147kg)。
- メンテナンスの容易な分離給油を採用。



ディーパーブリッシュブルーソリッドE



ディーパーブリッシュブルーソリッドE

ヤマハATV BANSHEE

発売中

¥598,000

カラー：1タイプ

- 2003ニューグラフィック採用。
- 最大35kWの347cm³・水冷・2ストロークエンジン搭載。
- フロントにダブルウィッシュボーン、リアにリンク式モノクロスサスペンションを採用。



ミスターバイク誌でおなじみ「SHINYA DAY」。雨にもかかわらずテントと寝袋持参のライダーが多数集まり、賑やかな夜を過ごした。



メインゲート横の駐車場で、無料のニューモデル試乗会を実施。「じっくり乗り比べができた」と大好評。



モトクロスコース周辺では、フラットダートの体験試乗ができる「ON ANY SATURDAY特別編」やATV、オフロードモデルの体験試乗を実施



カートコースでは、レーシングカート試乗はもちろん、TT-R125LWロードバージョンも用意して試乗会や模擬レースを行なった。



SUGOといえば、やはり国際レーシングコース。体験走行やニューモデル試乗のほかTZ125チョイ乗り試乗もあって、終日賑わった。

ファミリーに人気だったのは、キッズや奥さま、女性を対象にした体験スクール。走行後の記念写真のサービスも好評



What's new NEW MODELS

ヤマハスノーメイト YS-1070

¥468,000

降雪地域の販売店さんには7月中旬から順次説明会を実施し、予約受付を開始いたします



女性や高齢者でも簡単に操作できる“青い除雪機”ヤマハスノーメイトは、降雪地域で暮らす人たちにとって、大きな負担を軽減する生活必需品です。今シーズン向けの新商品「YS-1070」は、ベタ雪でも詰まらずパワフルに投雪する「ジェットシューター」を新たに装備。また、エンジン全体をカバーで包み込み、吸気・排気音、振動まで徹底的に抑えた「静音設計」で生活環境にも配慮。いっそう快適に、気軽に除雪作業が行なえます。

このほか、10馬力以上のハイパワーモデル「YT-1080ED」「YT-1080EX」「YT-1290EX」「YT-1290EXR」もジェットシューターを装備してモデルチェンジ。従来機種と合わせて合計8モデルがそろいました。

- 10馬力・除雪能力60t/h・除雪幅715mm・除雪高510mm・最大投雪距離17m。
- スノーモビル技術の応用で、雪がよく飛び、詰まりにくい「ジェットシューター」を装備。
- エンジンを包み込むカバー、吸気サイレンサー、大型マフラー、エンジン防振など一時的な防音対策を施した、生活環境にやさしい「静音設計」。
- 「雪かきジョーズ」「新燃料コック」「シャーボルトガード」「電動シューター」「2段階ロングシューター」「オイルウォーニング」「電磁クラッチ」など、定評ある便利機能を多数採用。

静音設計&ジェットシューター装備!
降雪地域に欠かせない除雪機の新商品



ディーパーブリッシュブルーソリッドE

ヤマハATV BREEZE

発売中

¥348,000

カラー：1タイプ

- ヤマハスポーツ共通のカラーリング採用。
- 空冷4ストローク・124cm³、Vベルト・無段変速の扱いやすいエンジン。
- ミッションは前進/ニュートラル/後進の3段階。

ヤマハATV YFM80

発売中

¥308,000

カラー：1タイプ

- 2003ニューグラフィック採用。
- 79cm³・4ストローク・単気筒エンジン搭載。
- 乗り手を選ばない、自由度の大きなポジション。
- セル始動、3速セミオートマ、シャフトドライブ、パークキングブレーキなどで操作・取り扱いが容易。



ディーパーブリッシュブルーソリッドE

「きれい」「自由」「気まぐれ」 女の子たちが望むオシャレをかなえ 共感を誘うVINO雑誌広告・第2弾

今年のVINO雑誌広告は、シンプルで上品なおしゃれを好み、自分なりの想像力を膨らませる若い女の子たちがターゲット。VINOだからこそ言える「デザインのよさ」や「優れた機動力」を、女の子の特権である「きれい」「自由」あるいは「気まぐれ」という言葉に重ね合わせ、モード系広告を思わせる上質なビジュアルでスタイリッシュ&ミニマムに表現しています。

7月以降も、キープコンセプトの第2弾・夏バージョンを展開しますので、店頭演出も連動でショーアップしてみたいかが?



このVINO広告・第2弾は、7月以降発売の女性情報誌、ファッション誌などに掲載されます

8月末公開のエンターテインメント超大作 映画「Returner」にXJR1300登場! 金城武のハードアクションにご注目を

依頼者からの情報をもとに闇の取引現場に潜入し、ブラックマネーを奪還する「リターナー」ミヤモト。そうした仕事のなかで、彼はある日、無二の親友を殺した男・溝口を見つけ出す。しかし、あと少しのところまで溝口を取り逃がし、未来から来た不思議な少女・ミリと出会う。その子が語る地球の運命とは……? 複雑に交錯しあうミヤモトとミリ、溝口の関係は……?

8月31日から全国の東宝系劇場で公開される映画「Returner リターナー」は、主演に「不夜城」「スペーストラベラーズ」の金城武を起用し、「ジュブナイル」の山崎貴監督が自ら脚本・VFX(特殊画像処理)まで手がけたアクションエンターテインメント超大作です。



「Returner リターナー」東宝(株)/8月31日より公開

一番の見どころは、息もつかせぬ連続アクションとVFXを駆使した映像の迫力。ミヤモトのライディングでヤマハ「XJR1300」が登場し、緊迫のスペクタクルシーンをいっそう盛り上げます。ぜひ店頭でも幅広いお客さまにご案内ください。



ビビッドレッド (26インチ)

ライトオレンジ (26インチ)

- 軽快車市場で若い主婦層に人気の高いカラフルなカラー(ライトオレンジ、ビビッドレッド)
- 乗り降りしやすい低床の「U型」形状フレーム
- 小型・軽量の「リアハブパワーユニット」
- I.F.E.S. 準拠の「インテリジェントバッテリー」

ヤマハ パス スマイルUカジュアル

7月15日 新発売

¥69,800 (専用充電器含む)

カラー：2タイプ

サイズ：各色2タイプ
(24/26インチ)

お手頃価格のパススマイルに新色& U型フレーム採用モデルが登場

購入しやすいお手頃価格で人気の「パススマイル」に、スカート姿でもスムーズに乗り降りできる「U型」フレームとカラフルな新色を採用した「パススマイルUカジュアル」が加わります。これによって、パススマイルシリーズはさらに豊富なバリエーションがそろいました。

ブーツカバー内蔵で雨にも強い! 全天候対応の多機能フットギア



シュータン部にサイバーテックス製インナーブーツカバーを内蔵(特許申請中)し、突然の雨にも素早く対応。さらに、滑りにくくオイルによる劣化も少ない耐油性ラバーソール、足先を保護する硬質樹脂パッド、疲れを軽減する衝撃吸収インソール&ミッドソールなど、充実した機能を装備。ツーリングから街乗りまで、オールマイティに活躍するライディングシューズです。

ライディングシューズ AY-282

¥9,800

特長=CYBER TEX(透湿防水)インナーブーツ内蔵・

フロント防風防水カバー付属

カラー=ブラック

サイズ・パーツNO.=25.0~27.5cm・

90791-58353/N/R/T/U/Y(0.5cm刻み)

取り扱い：株式会社ワイズギア (TEL.053-443-2180)

※上記の価格はすべてメーカー希望小売価格です。価格には、消費税、取付工賃は含まれません。

城東地区YSP 7店・100名が集合！ SUGOでサーキットミーティング開催



参加者のレベルに応じて6組に分かれて走行。誰もが安心して楽しめる配慮も

東京・城東地区のYSP 7店合同で企画運営する「YSPミーティング」が、5月18日・19日、宮城県のスポートランドSUGOで開催されました。お客さまに、普段は経験するチャンスが少ないサーキット走行を楽しんでもらおうと企画されたこのイベントは、ニューモデル試乗会も兼ねており、行き帰りのツーリングも含めて2日間たっぷりバイクを楽しめるのが魅力。ライダーでなくとも家族や友人であればクルマで参加でき、次はバイクで参加したいという声も聞かれています。「この機会が、みなさんに様々なバイクにトライするきっかけとなれば、なにより嬉しいですね」とYSP三ノ輪の野澤社長。10月には城東地区YSPで信州ツーリングも計画中だそうです。



「モーターショーよりも、気軽にバイクと触れあえるのがいいですね。子供も喜んで良い企画だと思いますよ」とお客さまも満足そう

東京のYSP福生東さんが、新規客獲得の試みとして四輪ディーラーと一緒に展示商談会を実施しました。これは6月1日・2日、「オールトヨタ大試乗会inメッセ昭島」に特別協賛するかたちで実現したもので、会場にはヤマハの2002年ニューモデルを中心に、カスタム車両なども展示。ファミリー層をはじめ、普段はあまりバイクになじみのないお客さまが珍しそうに立ち寄る姿が多く見られました。特にマジスティはファミリーに人気が高く、バイクは一人で乗るものというイメージの払拭に一役買っていたようです。なかにはその場で商談が進むというケースもあり、「二日間合わせて9700人の来場があったということで、お店の認知度を上げることにも成功したと思います。が、日頃バイクを身近で見ることが少ない人たちがバイクを近くで感じていただけたことが一番の収穫」と語る高橋社長。「単独でのイベント開催は難しいが、このような機会を利用してバイクをアピールできる場を作っていきたい」と、この経験を今後活かす意欲がうかがえました。



2003カレンダー お申し込み開始！

モーターサイクル、レーシングをはじめ5種類がそろった2003ヤマハカレンダー。今回も様々なキーワードとともにヤマハスタイルを随所に盛り込んだ仕上がりとなっています。お店とお客さまをつなぐ定番コミュニケーションツールとして、あるいはヤマハワールドを魅力的に伝えるイメージツールとして幅広くご利用ください。詳細は別途送付されるパンフレット(申し込み用紙)をご覧ください。

「RACING-THE YAMAHA SPIRIT」レーシングカレンダー

37媒体、約100名のプレスが参加 国内外のオールヤマハ2002モデルを一気乗り



二輪専門誌ばかりでなく一般誌も多数参加。社会的な注目の高まりを感じさせる

国内外のモデルが勢揃いの本格的な試乗会だけに、各媒体の専属ライダーが入念なインプレッションに取り組み、特にYZFR1・TDM900・ウオーリアの3モデルに対しては、それぞれ期待を上回る完成度に驚きの声が上がっていました。また6月7日に発売されたマジスティCや6月24日発売のTW225は被写体としても大活躍し、注目度の高さが感じられました。自由に走れる周回コースと充実した車種を用意して、ヤマハ「らしさ」を充分に感じてもらうという試みの成果が、今後発売される各紙誌をにぎわせることでしょう。

ヤマハでは6月4日・5日の2日間、37媒体・100名のマスコミ関係者を伊豆・修善寺にあるサイクルスポーツセンターに招いて、ヤマハニューモデル体感試乗会を開催しました。

ヤマハの原点が見える 川上源一記念展開催

去る5月25日、ヤマハ発動機(株)最高顧問・川上源一氏が享年90歳で逝去されました。



若き日の川上源一氏

「世界に通用するものでなければ商品ではない」という製品づくりへの熱意と、あくなきチャレンジスピリッツを社風として築いてきました。それが今日のヤマハ発動機の姿となり、いまま企業活動、そして社員一人ひとりに脈々と受け継がれています。そんな川上源一氏の精神を今後も絶やさないべく、またその偉業ともいえるべき行動を称え、7月19日～9月20日(予定)にかけて「川上源一記念展」を、ヤマハ本社内のコミュニケーションプラザにて開催いたします。ぜひお客さまと一緒に「こ来場、ご観覧ください」。

- 川上源一 略歴
- 1937年3月 日本楽器製造株式会社(現：ヤマハ株式会社)入社
 - 1955年7月 ヤマハ発動機株式会社代表取締役社長
 - 1974年6月 ヤマハ発動機株式会社取締役会長
 - 1977年1月 日本楽器製造株式会社代表取締役会長
 - 1983年8月 ヤマハ発動機株式会社取締役相談役
 - 1990年6月 ヤマハ株式会社取締役相談役
 - 1992年6月 ヤマハ発動機株式会社最高顧問
 - 1992年6月 ヤマハ株式会社最高顧問

会場：ヤマハコミュニケーションプラザ
静岡県磐田市新貝2500 (ヤマハ本社内)
開催日：2002年7月19日～9月20日(予定)
一般公開日：各第2、第4土曜日の10時～17時
(7月27日、8月10日・24日、9月14日)
入場料：無料

※6月号でお知らせした「Gロックスクーター夏キャンペーン」のツール輪旋価格は4,000円です。訂正してお詫びします。

二輪車を楽しむ最高のシーズン 7～9月はバイク月間です

二輪車関係6団体が協力して展開している「バイク月間」は、二輪車の利用をさらに活発にし、安全で楽しいバイクライフをサポートしようというキャンペーン。全国規模のイベントはもちろん、各地で開かれる地方イベントも充実、バイクで参加して楽しめる企画が数多く用意されています。

そのなかでも、8月19日「バイクの日」にちなんで行われ、例年多数の来場者を集める人気イベント「バイクにフレンドシップ」は、昨年の東京・お台場から横浜・赤レンガパークに場所を移し、日曜日の8月18日に開催されます。当日は「バイクにフレンドシップ大賞」の受賞者やバイク好き著名人のトークショー、豪華景品の当たるクイズ大会や抽選会、プロライダーによるトライアルのデモンストラーション走行、国内外二輪車メーカーの実車の展示、二輪ライディング・シミュレーターなどの設置など盛りだくさんのメニューを用意。二輪車ファンはもちろん、子供から大人まで皆が楽しめるイベントになっていますので、ぜひ多くの方をお誘い合わせの上でご来場ください。



さまざまな著名人を招いて行うトークショー。今年のゲストは……?

6月24日発売 ドラッグスター・バイブル

判型:A4変形
体裁:146P
価格:780円
発行:(株)ネコパブリッシング



昨今のバイクシーンを語る上で欠かせないジャンルとなったアメリカン。なかでもひととき高い人気を誇るドラッグスターをより楽しむ一冊、それが「The DRAGSTAR」です。奥深い魅力に包まれたドラッグスターを様々な視点で解剖し、読者を選ばない柔軟な構成で紹介しています。カスタムに関する情報やオーナーインタビューなどの企画も満載。お客さまへのさまざまなご提案にお役立てください。

確かな知識と技術力でCSアップ! 「YTS講習会」をご活用ください

バイクショップは、お客さまに商品を提供するだけでなく、安全で楽しいバイクライフをサポートすることも大事な役割のひとつです。つねに正確・迅速なテクニカルサービスを心がけ、お客さまの安心と信頼を高めましょう。

それには、確かな技術と知識の習得、スタッフ全員のレベルアップが不可欠。スポーツモデルからスクーター、パスまで幅広くカバーするヤマハ二輪車整備士(YTS)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 (7月～8月)

会場	7月			8月		
	ベーシック	マスター	パス	ベーシック	マスター	パス
SC北日本	9～11(北海道)	2～4(北海道)				
SC北関東		9～11	16			
SC西関東		9～11				
SC中部						
SC近畿		3w(12,17,24)				
SC中四国						
SC九州						

ベーシック:ヤマハスクーターエンジンのオーバーホール整備とそれに準ずる測定の習得
マスター:ヤマハV4サイクル4気筒エンジンのオーバーホール整備と基本的トラブルシューティングの習得
パス:パスに関する一般整備知識の習得

エクスレムで「乗り物ロマン座」 漫画家やイラストレーターが競作



エクスレムの情報はインターネットでも入手可能 (<http://www.exrealm.com>)

「乗り物は、ただ乗るだけでなく、見ても楽しめるもの」というスローガンのもと、バイクにゆかりのある漫画家やイラストレーターが作品展示会を行いました。「乗り物ロマン座」と銘づけた展示会には、「広井てつお」さんや「ひろゆう」さんなど6人が参加。独自の感性でロマンあふれる二輪ワールドを表現しました。エクスレムでは、このほかにも随時ヤマハ製品をモチーフにした作品展、発表会などを行っています。

ネットでヤマハ車情報をGET! ビッグマシン・アーカイブ



現在のヤマハ車のPDFファイル(無料サンプル有り)
「XJR1200&Rの本質に迫る」(カラー8P)
「VMAX1200ロードインプレッション&ユーティリティチェック」(モノクロ6P)
「VMAX1200メンテナンスマニュアル」(モノクロ8P)

二輪専門誌ビッグマシン編集部では、過去の記事をインターネットでダウンロード(PDFファイル)できるサービスを新たに開始しました。1ファイル500円から購入でき、ダウンロードしたものはパソコンで見ると、プリントアウトも可能。

購入方法は、会員登録後、「ビッグマシン・アーカイブ」のページで希望記事の購入ボタンを押すだけ。お支払いはクレジットカードまたはウェブマネーで行ないます。「こんなマシンの記事も用意して」というリクエストも募集しており、貴重なヤマハ車情報を得るチャンスになります。ぜひご利用ください。

URL
Big MACHINE ARCHIVES< <http://www.anystyle.jp/bigmachine/>>
問い合わせ: bigmachine@teglet.co.jp

リコール&サービスキャンペーンのお知らせ

下記リコール、改善対策、サービスキャンペーン車両の改修・修理を行なっております。大変ご迷惑をおかけしますが、ご協力のほどよろしくお願いたします。詳しくは、ヤマハ・ホームページ(<http://www.yamaha-motor.co.jp/news/recall.html>)などでお確かめください。

商品名	車体番号
【リコール対象車】	
●リモンJOG・JOG・JOG-ZR (CV50)	SA16J-000054～030338, SA16J-030400～030699
●ニューJOG (YV50)	SA01J-000053～015232
●JOGボシェ (YV50H)	SA08J-016949～022752
●JOGアブリオ (YJ50)	SA11J-034463～048838
●JOG-ZR (YG50ZR)	SA13J-011177～015778
●JOG-Z (YV50Z)	SA12J-024662～034241
●ビーノ (YJ50R)	SA10J-029576～042775
●ビーウィズ	SA02J-100101～104489
●ギア (BA50)	UA03J-000013～006302
●タウンメイト (T90D/T90N)	UB02J-000035～000104, UB02J-000105～000164
●グランドアクシス (YA100)	SB01J-100101～138056, SB01J-100101～103519
●グランドアクシス (YA100)	SB01J-100101～106487, SB01J-106553～106555
●シグナス (XC125M)	SE01J-000101～005648
●シグナス (XC125SV)	SE07J-000106～000590

商品名	車体番号
【リコール対象車】	
●シグナス (XC125Q)	4TG-000101～008778
●マジスティABS	SG01J-003245～006687
●マジスティ	SG03J-026479～028473, SG01J-000015～006707, SG03J-000027～015548, 4HC-061237～070060, SG03J-023359～028533
●ドラッグスター250 (XVS250)	VG02J-000020～001069, VG02J-001170～001269, VG02J-02672～02751, VG02J-000020～004993
●FZ400	000585～000984, 001571～002170, 002762～003161, 003212～003351, 004102～004761, 005866～006715, 006766～006915, 007816～008815, 008973～009228, 009480～009729, 009830～009929, 010030～010129, 010330～010429
●ロードスター	VP12J-000008～000967

ヤマハ提供BSデジタル番組「75mph」放映日程

BSデジタル放送によるヤマハ提供番組「75mph」では、自分の価値観を大切に生きる「人」にスポットを当て、その人とともに豊かな時間を創出するパーソナルビークルを表現しています。6月からは、以前大好評いただいたものを再放送していますので、見逃してしまった方はこの機会にぜひご覧ください。
BS FUJI/毎週日曜22:55~23:00(再放送は毎週水曜11:55~12:00)放映

日程	登場人物	登場商品
7月7日・14日	ナチョ・アルミージャス	マリン (スペイン)
7月21日・28日	須藤英一	MC (日本)

辻村ランキング2位に浮上！ 250ccクラスはTZ250上位を独占！

第3戦、マシントラブルで苦渋を飲んだ辻村猛が第4戦で奮起。予選総合5番手で決勝に臨み、プロトタイプ勢に迫る走りでも総合4位、SBクラス2位でフィニッシュ。ポイントランキングでも2位に上がりました。第3戦で左手首に怪我を負った吉川和多留は予選7位と健闘するも、決勝は残念ながら転倒リタイア。ランキング4位となっています。また、GP250ccクラスでは第3戦、ヤマハTZ250を駆る嘉陽哲久(RC甲子園)が2000年シーズン以来の優勝を果たし、2位小山(S.P.忠男)、3位中須賀(TEAM NAKASUUGA)、4位大崎(S.P.忠男)とヤマハTZ250勢が上位を独占。



第3戦鈴鹿200kmで2シーズンぶりの優勝を遂げた嘉陽哲久。1~4戦すべて表彰台に上っておりランキングも2位と絶好調

占。他を寄せ付けない素晴らしい走りを見せています。第4戦も同様に上位はヤマハ勢がズラリと並び、ポイントランキングでも1位から5位までをヤマハが独占。シリーズはまだ中盤戦ですが、この調子が続けば再びTZ250どうしのチャンピオン争奪戦になりそうです。

ビアッジ、チェカ好調をキープ！ ランキングも上位浮上

日本GPを皮切りに全16戦で争われるMotoGPが、南アフリカGPを経てヨーロッパラウンドに突入しました。第1戦でC・チェカが表彰台を獲得した後、しばらく調子の上がらなかったヤマハ勢でしたが、第4戦はM・ビアッジがYZRM1で今季初表彰台を獲得、阿部典史も4位に入ってポイントランキング4位をキープ。さらに第5戦でもビアッジが2位、徐々に調子を取り戻してききました。そして6月16日(日)、スペイン・カタニアで行われた第6戦は、地元スペインのチェカが好スタートを切り、中盤まで首位をキープします。



「マシンが素晴らしいので納得のいく走りができた。チームのみんなに感謝したい」開幕以来の表彰台獲得のC・チェカ

後半、逆転を許し3位となりましたが、「課題として残ったのは加速時のトラクション不足」と冷静に状況を分析。今回の巻き返しを誓っていました。この時点のポイントランキングは、ビアッジ、チェカ、阿部が、4・5・6位につけており、残り10戦、さらなる上位進出が期待されます。

熱い「8時間」がまもなく！ Club YAMAHAが今年も登場

「YSP Racing sponsored by PRESTO Corporation」に続き、おなじみの「Club YAMAHA MOTORCYCLE RACING」も鈴鹿8時間耐久ロードレースに参戦が決まりました。その母体となるのはヤマハの社内チーム「磐田レーシングファミリー」。ライダーに時永真、佐藤泰彦を起用し、マシンはYZF-R7の車体にYZF-R1のエンジンを載せ、フェルインジェクションにツインインジェクターを追加装備したオリジナルの「YZF-R17」を投入。2000年ヤマハプライベートチームでトップ(総合10位)という実績を持つだけに、今回も上位完走が期待されます。よろしくご声援ください



今年はセカンドチームも参戦。ライダー/伊藤和久・車村慶司 マシン:YZF-R1

シリーズランキング

AMA NX250 (第5戦終了時)

1 R・カーマイケル	Honda	250
2 T・フェリー	Yamaha	196
3 S・トーテリ	Honda	181
4 E・ラスク	Kawasaki	176
5 K・ルイス	Honda	146
6 J・ダウド	KTM	122

AMA N125MX (第5戦終了時)

1 J・スチュワートJr	Kawasaki	190
2 C・リード	Yamaha	185
3 E・フォンセカ	Honda	159
4 D・スミス	Suzuki	141
5 B・ジェスマン	Suzuki	135
6 B・アンテネズ	Suzuki	106

Moto GP (第6戦終了時)

1 V・ロッシ	Honda	145
2 宇川徹	Honda	97
3 L・カピロッシ	Honda	65
4 M・ビアッジ	Yamaha	56
5 C・チェカ	Yamaha	56
6 阿部典史	Yamaha	52

WGP250 (第6戦終了時)

1 F・ニエト	Aprilia	101
2 M・メランドリ	Aprilia	95
3 R・ロルフ	Honda	80
4 R・デ・ピュニエ	Aprilia	66
5 F・バッタイニ	Aprilia	60
6 E・アルツァモラ	Honda	59
8 S・ポルト	Yamaha	45

WSS600 (第8戦終了時)

1 F・フォレット	Honda	118
2 S・シャンボン	Suzuki	115
3 A・ピット	Kawasaki	113
4 藤原克明	Suzuki	104
5 C・ケルナー	Yamaha	78
6 P・カソリ	Yamaha	71
7 J・ウィットム	Yamaha	71

WMX500 (第7戦終了時)

1 S・エバーツ	Yamaha	157
2 M・ベルブーツ	Yamaha	132
3 F・ガルシアビコ	KTM	128
4 J・スメッツ	KTM	110
5 A・バルトリーニ	Honda	98
6 Y・デマリア	KTM	87

WMX250 (第7戦終了時)

1 M・ピジョン	Suzuki	163
2 J・コピンズ	Honda	136
3 P・ベイラー	Honda	123
4 F・ボレー	Yamaha	105
5 K・グンダーセン	Kawasaki	105
6 J・ダブ	KTM	93

JRR SB総合 (第5戦終了時)

1 渡辺篤	Suzuki	88
2 玉田誠	Honda	75
3 武田雄一	Honda	69
4 辻村猛	Yamaha	66
5 吉川和多留	Yamaha	65
6 民辻啓	Suzuki	41

JRR GP250 (第5戦終了時)

1 小山知良	Yamaha	111
2 嘉陽哲久	Yamaha	101
3 大崎誠之	Yamaha	74
4 中須賀克行	Yamaha	53
5 横江竜司	Yamaha	52
6 青山博一	Honda	47

JMX250 (第5戦終了時)

1 成田亮	Suzuki	155
2 小田切一剛	Honda	126
3 田島久	Suzuki	125
4 増田一将	Suzuki	100
5 大河原功次	Yamaha	95
6 高濱龍一郎	Honda	86

JMX125 (第5戦終了時)

1 加賀真一	Suzuki	159
2 芹沢直樹	Honda	131
3 小島太久摩	Suzuki	130
4 渡辺学	Yamaha	116
5 小方誠	Honda	113
6 戸田蔵人	Honda	105

業務効率とCS向上をはかる

「Y・DO」「MDS」

電話、コピー、FAX、電卓、ワープロ、パソコン、携帯電話……。お店の事務スペースを見渡すと、日常業務を便利にするさまざまな機器が目につく。特に、IT革命という言葉とともにインターネットが急速に普及した昨今は、1台のパソコンで、さまざまな情報の検索から収集・蓄積・管理・分析・発信まで一貫した処理が可能になった。今回の特集では、ヤマハが提供しているネットワークサービス「Y-DO」、店内販売管理ソフト「MDS」について、その導入背景や意図、活用店のインプレッションをご紹介します。

ヤマハ純正で高効率・多機能 MDSはY-DOとの連携にも注目

YSP浜松／鈴木哲夫店長

YSP浜松さんが顧客管理をパソコンで行なうようになったのは、10年ほど前、鈴木店長が趣味の延長で顧客情報をデータベースに整理しはじめたのがきっかけだった。

「あのお客さんは何に乗ってたんだったけ? とか、前回来店されたのはどういう修理だったかなっていう時、台帳をめくるよりパソコンのデータを検索するほうが圧倒的に便利で早い。以前、お客さんが100人以上いるか、1週間に3回以上台帳を開くことが

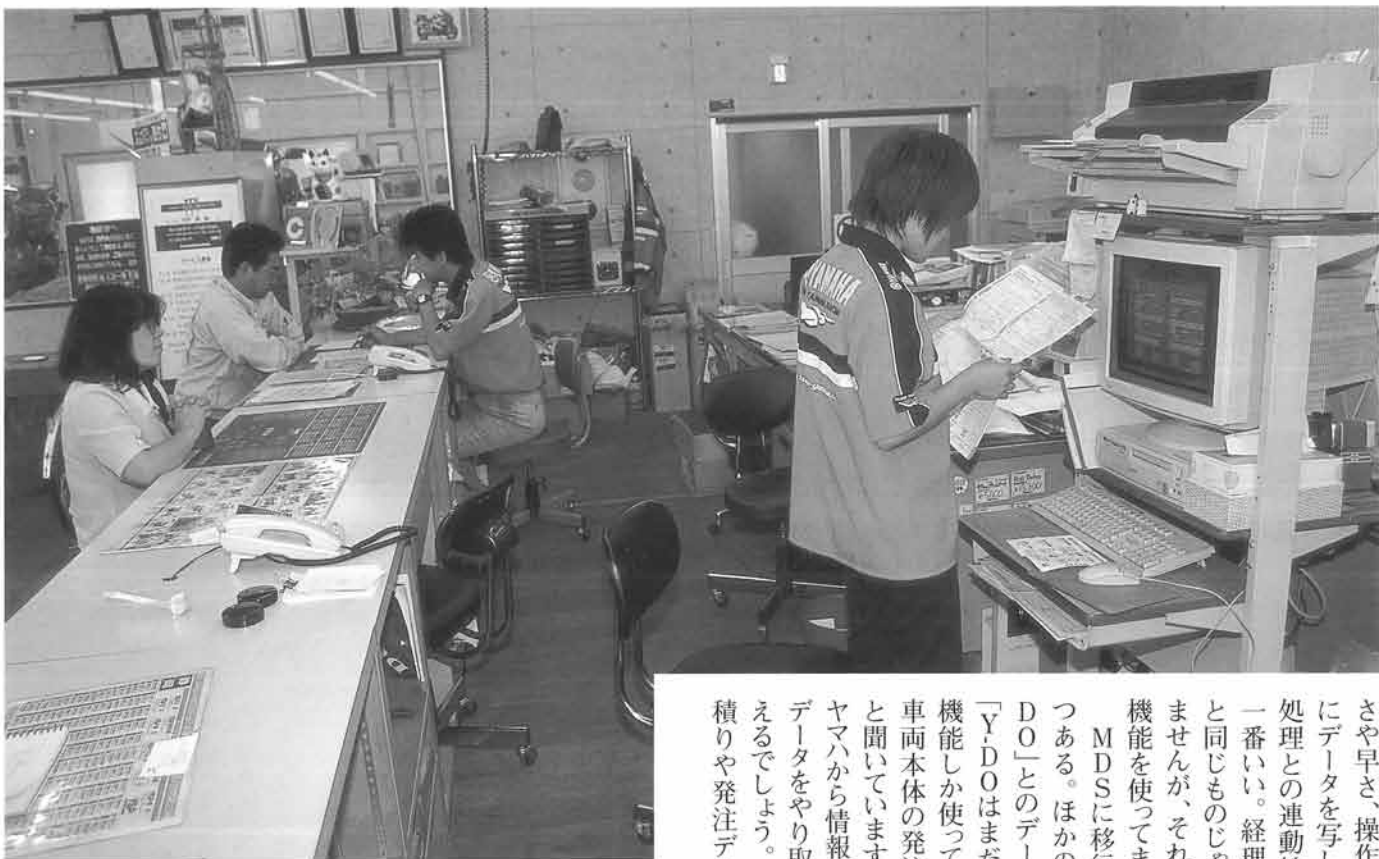
あればパソコンで管理しなさいという話を聞いたことがあるんですが、私もそう思いますよ」

その後、顧客リストの登録数が1万件を超えたYSP浜松さんでは、従来使っていた顧客管理ソフトを「MDS」に切り替え、LANでつないだ3台のパソコン端末が顧客データを共有しあう環境を整えた。

「単純に顧客データを検索するだけなら市販ソフトでもいいんですが、検索の便利

MC FRONT LINE





Y-DOやMDSは3台のパソコンで同時に使用できる。「複数のお客さんが来店された時、端末が空いていなくて順番待ちするようでは事務処理の効率化・迅速化にならない」からだ

さや早さ、操作のしやすさ、各種伝票にデータを写したり、いろいろな事務処理との連動性を考えるとMDSが一番いい。経理面だけは会計事務所と同じものじゃないと困るので使ってませんが、それ以外はフルにMDSの機能を使っていますよ」

MDSに移行した理由はもうひとつある。ほかのソフトにはない、「Y-DO」とのデータ連携だ。

「Y-DOはまだ部品発注に関連する機能しか使っていませんが、そろそろ車両本体の発注もできるようになると聞いています。将来的にはY-DOでヤマハから情報を取ったり、いろいろなデータをやり取りすることがもっと増えるでしょう。そうなれば、部品の見積りや発注データをMDSの顧客デ

顧客

ータに読み込んで残しておくのと同時に、車両本体についても保証登録データを送ったり仕入れのデータを取り込んだり、Y-DOとMDSを連携して使うことが多くなるはず。ヤマハ専売のYSPとしては、今のうちにMDSとY-DOに慣れておくことが必要だと思うんです」

しかし、使い慣れたソフトを変えることに問題はなかったのだろうか？パソコンを使い慣れた人ほど自分の店にフィットするかどうか不安で、むしろパソコンで顧客管理をしたことがない店のほうが導入しやすい、と鈴木店長は話す。

「データの変換は大丈夫だろうか、データが流出しないだろうか、新しいソフトをちゃんと使えるだろうか……、私も確かに不安はありました。でも、結局は思いきりですよ。実際、データ変換はプロがやるんだから1万件くらい1日で済むし、間違いもない。操作の問題も、最初こそもたつくけれど、別に教わらなかつたってスタッフ全員がすぐ慣れちゃいましたね。まあこの程度のことは、データ入力の手軽さ、伝票作成の利便性、将来的な発展性を考えたら問題じゃない」

パソコン画面で見せてアピール 安心感が利益アップに貢献！

YSP 藤井寺／池淵香次店長

「うちがパソコンを導入した一番の目標は、売上げと利益率の向上でした。特にサービス部門の売上比率を高めることが課題だと思っただけです」と、YSP 藤井寺・池淵香次店長は話す。その販売管理に貢献しているソフトが「MDS」だ。

「以前はだいたいの目安で工数を提示したり、お客さんへの請求額もあいまいになりがちでした。でも、パソコンで

MDSを使って修理工賃の見積もりを出せば、工数も工賃もすべて明確にわかるからドンブリ勘定のなロスがなく、お客さんにすぐ明細を提示して説明できるから信頼感もアップする。その結果、トータルな工賃収入を高めることができました」

また、個々のお客さまの正確な修理履歴が蓄積されるので、走行距離から判断してオイルやタイヤの交換、点

業務効率とCS向上をはかる
「Y-DO」「MDS」

検などを勧められるようになり、より積極的なサービスが可能になった。お客さまからも、「きめ細かく車両の状態を把握してもらえると好評だそうだ。」

部品や用品の注文に対しては「Y-DO」が活躍する。検索、在庫確認、納期確認、発注まで、その場ですぐに対応できるから、商談が短時間でスムーズに進められる。納期が分からずといったん帰つてもらい、その後確認できた段階で電話連絡をするような2度手間はしなくてすむ。少しの手間とはいえ、数件重なれば面倒になるし、うっかり連絡を忘れるというようなミスも未然に防ぐことができるのだ。

「部品は1点あたりの価格が安いから、極端な話、納期を知らせる電話代で損をすることすらある(笑)。それがなくなっただけでも、利益率は高まります。また、納期が明確にわかるからお客さんに前金で支払いをお願いできるし、確実に引き取りに来てもらえる。お客さんと一緒にY-DOの画面で図版入りのパーツリストを見ながら確認すれば発注ミスもない。おかげで不良在庫がほとんどなくなりましたよ」

Y-DOとMDSを使えば、パソコン画面ですぐに必要な情報を取得し、確認し、処理することができる。池淵店長は、新車販売の商談もお客さまにパソコン

の画面を見せながらすることが多いという。例えば初めて来店されたお客さんには、まず車両をじっくりと見てもらいながら諸経費が記載されたボードを見せる。

「展示車両を見て購入する意欲が高まったなと思ったら、いきなり商談カウンターにお客さんを連れていくのではなく、まずワンステップ、ボードで簡単に金額の説明をして大体の見当をつけてもらうのがコツですね(笑)」

その後もつと詳しい商談を、という気になったらMDSの出番。ここでの最大の効果はスピードと正確性・信頼性が向上したことだ。

「電卓を片手に見積書を手書きしていた時は、どうしても間違えがあったり時間がかかったりして、お客さんをイライラさせる場面もあった。でもMDSなら、入力したデータは見積りでも登録書類でも自賠責保険の書類でも自動的に反映されるし、違う書類の画面に移るのもボタンひとつでOK。とかく不明瞭と思われがちな諸経費もはつきり見せられるし、パソコンで堂々と表示された数字は値切られにくい。大阪ではありがたい付加価値です(笑)。MDSは値引金額にもフレキシブルに対応できるんです(笑)」

「ショップ経営のIT化」を「生き残りのための必須条件」と考えるYSP 藤井寺さんにとつて、Y-DOとMDSは、狙いどおり着実な成果をもたらしている。

「Y-DO」「MDS」
導入の背景と狙い

ヤマハ発動機販売(株)
情報システムGr主査/馬場高秋

店内業務の迅速化・効率化
イコール顧客満足度向上

これまで紙と手書きで行なってきた業務管理を、パソコンで省力化、効率化しようという発想は、いまやどの業界でもあたりまえになってきました。もちろん二輪業界も例外ではなく、早いところでは10年以上も前から導入をはじめた販売店さんもあるようです。

その一方で、さまざまな情報のやり取りもインターネットの登場によって急速に変化。電話、FAXからパソコンを使ったウェブサイトをEメールの活用が盛んになり、いまやオリジナルのホームページを持つお店も少なくありません。

ヤマハでは、以前からこうした時代の流れに対応し、より簡単、便利な方法で販売店さんの業務をサポートできるように、さまざまなシステムを導入してきました。部品、用品の在庫確認や発注を行なう「エム

ズ」や「ドレステレホン」顧客データを管理するための「ポイス」ビッグボックスなどはその一例です。現在導入を進めているネットワークサーバー「Y-DO」や店内販売管理ソフト「MDS」もそうです。

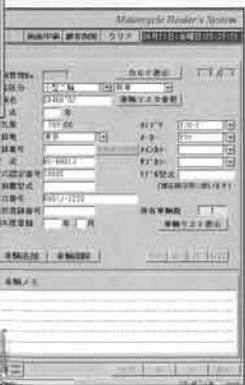
しかしこれらは、単に店内業務を助け、ラクにするだけではありません。例えば来店したお客さまの名前を忘れてしまっても、愛車のナンバーなどからMDSを検索すればすべてのパーツデータがすぐに引き出せますし、パーツの在庫や納期など必要な情報はY-DOでその場で入手。接客から商談、事務処理までスピーディーに行なうことができれば、お客さまの満足度も高まります。つまり、MDSもY-DOも、お店とお客さまを快適に結びつける道具なのです。

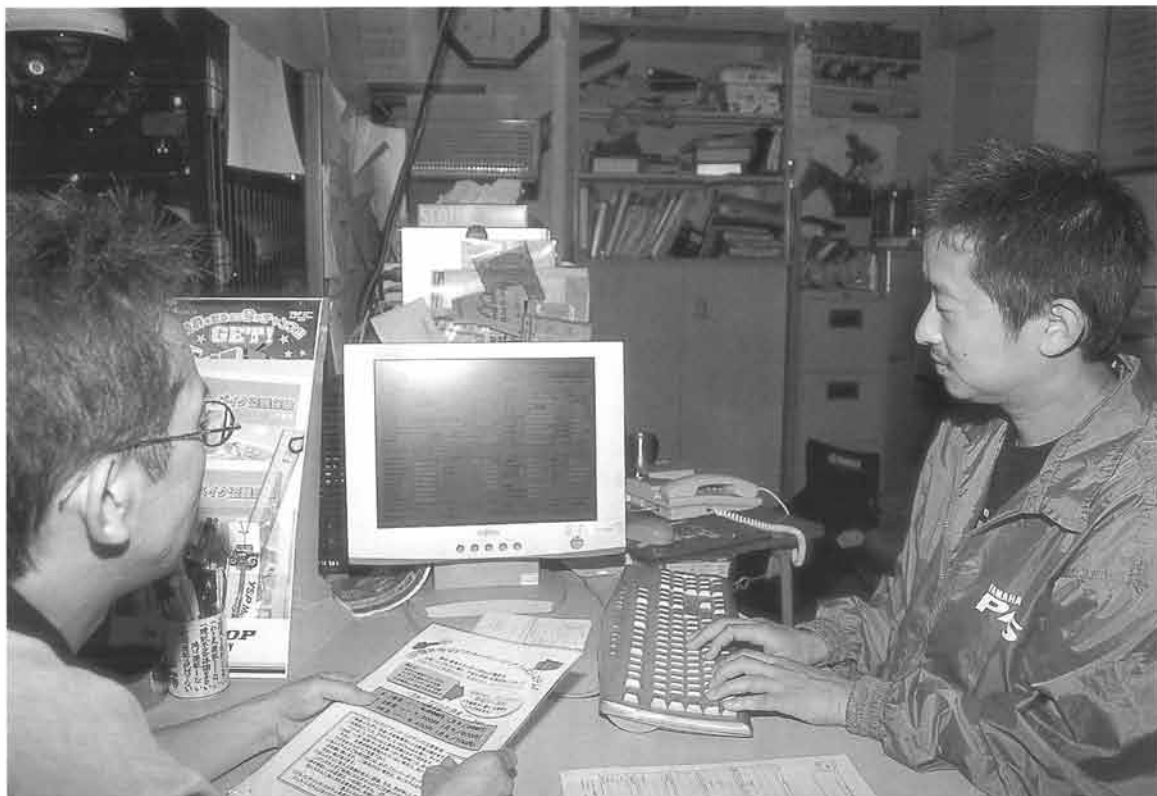
二輪業務に特化した機能を
店の意見でより使いやすく

MDSは、従来ヤマハが斡旋していたソフトをベースとしながら、さまざまなお店の声を積極的に取入れて作り上げたバイクショップ専用の業務管理ソフトです。それだけに、市販されている汎用の業務管理ソフトはもちろん、どのバイクショップ専用ソフトと比べても、機能や扱いやすさの面で格段に優れていると自負しています。

例えば機能面では、見積りや受注・発注・売上げ・在庫にいたるデータ管理、会計処理、業務分析、さらには登録書類やDM、自賠責保険といった書類の印刷・発行など、顧客データと連動・共有して行なう機能をほとんど網羅。またそれぞれの入力画面は、いちいち主画面に戻らなくても移動でき、画面レイアウトも直感的な操作でスムーズに入力できるよう工夫しています。

しかも、開発は私たちヤマハのスタッフが





登録諸費用などは、MDSだけに頼らず店内ボードでも明示



パソコンを前にしての商談は、正確で迅速。お客さまからの信頼が得やすく、成約率も上がったそうだ。「いち早く導入したことで、近隣店に対してアドバンテージを取ることができた。今後、他店が導入をしても、使いこなしの度合いに一日の長があると思う」と池淵店長

車両でも修理でも、見積りでも販売でも、ひとりのお客さまについて1度情報を登録すれば、あらゆる作業項目の画面でデータが連動して入力欄を埋めていく。



まだ販売管理ソフトを使ったことがないとか、すでに別のソフトを使っているお店の場合、MDSに移行するためにベラスとなる顧客情報をどうするか大きな不安要素だと思います。しかし、手書きの顧客台帳は低価格でデータ化するサービスを行なっていますし、エクセル、アクセス、ファイルメーカーといったソフトやCSV形式のデータなら1〜3万円以内で変換することが可能です。

や操作性の改善を含めたユーザーサポートの充実、コストパフォーマンスの高さについても自信があります。

主導で行なっており、商業ベースのソフトと違ってあくまでバイクショップ支援と顧客満足度向上を目的としていますから、さらなる機能強化



Y-DOの新しい機能として、「お客様保証登録」がMDSから書き出したデータで送れるようになり、まもなく「車両本体発注」も可能になる

また、電子データ化された情報は1台のパソコンに集約してデータ管理・処理でき、必要に応じて共有・連動もできるフレキシブルさがメリット。Y-DOで取った部品見積りは、ファイルに書き出してMDSの顧客データに保存することができますし、逆にMDSの新車購入者データから書き出した保証登録ファイルは、Y-DOで送信することもできます。これからはY-DOとMDSとの連携をいっそう強化していきますので、快適なおフィスオートメーションの構築にぜひお役立てください。

Y-DOとMDSの連携を高め 情報流通の自動化めざす

一方Y-DOは、我々ヤマハとお店を密接につなぐ架け橋、ネットワークです。現在、主なメニューとしては営業情報、サービス情報、部品発注・見積の3つがあり、このなかでもっとも多く使われているのは、ドレステレホンやEMSから役割を引き継いだ部品の発注に関連する機能。24時間いつでも電子パーツカタログが必要な部品を検索し、在庫確認・見積り・納期確認・発注まで一連の画面で処理できるのが特長です。

今後はさらに営業情報やサービス情報の整備・充実化をはかるほか、新しい機能として、まもなく車両本体発注業務の一部オンライン化も実施する予定です。

マジエスティオーナーが語る

Q. マジエスティの魅力

魅力

マジエスティを選んだワケ

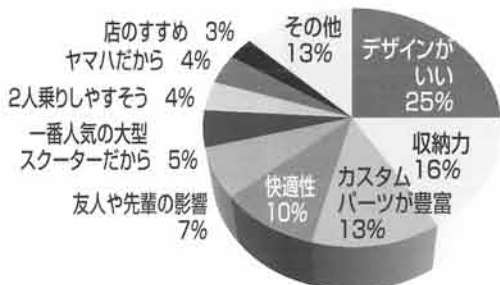
収納力No.1

大阪市・22歳・学生・シルバー

これまで400ccのネイキッドバイクで通学していましたが、荷物が多き時など、鞆を背負って乗るのが面倒くさくなって、今回収納力の高い大型スクーターへの乗り替えを考えました。町中を走っているマジエスティを良く目にしていて、カッコいいなと思っていましたし、他車もお店で見せてもらいましたが、なんといってもヘルメットが2つ入るのはマジエスティだけと言うのが決め手でした。

もちろん、カスタムしてますよ。ショートスクリーンにバーハンドル、マフラーなどね。テールランプはまだノーマルのままなんですけど、レッドレンズランプの光り具合や形がとてきれいなので、取り替えるべきか迷っています。細部に渡ってカッコ

マジエスティを選んだ理由



※その他の内訳:トータルでいいと思った、駐車場を気にしなくていい、町行くマジエスティに影響されて、リモコン付きだから、02モデルが発売されたから、オートマチックだから、など

よさが追求されていて、マジエスティ最高。

カスタムパーツの種類No.1

福岡市・20歳・学生・白

高校生の頃に原付バイクに乗っていましたが、中型免許を取って初めて買ったのがマジエスティです。バイクに乗っている友達が多いから、早く免許を取りたかったんですよね。もともとデザインの好きというコトもありますが、なんと言ってもカスタムパーツがたくさんあるのが魅力です。バーハンドルにクリアレンズ、ショートスクリーン、マフラーと基本はすべてカスタム済み。でも、これからはフロントレストの所をアルミに代えたりと、もっともっと細かいところまで自分流にしていきたい。だからパーツカタログを見ただけでショップに顔を出してしまっことも。新しいパーツ情報とか分かった時点でお店の人が連絡してくれたら嬉しいですね。

オールラウンドにNo.1

川崎市・20歳・会社員・白

片道20キロの通勤にグランドアクシスを愛用していましたが、ちょうど02モデルが発売になりましたし、お店の方が「トータルで良くできたバイクだよ」と勧めてくれたので、買い替えの時期ではなかったんですが、マジエスティに乗り替えてしまいました。大型スクーターはラクだし、思ったよりも小回りが利くので毎日使うにはもってこいですね。通勤で使用するだけだからカスタムする気は特になかったんです。でも周りを見てみるとノーマルで乗っている人がほとんどいない(苦笑)。しかも、

そこが知りたいセールスポイント

Vol.4

販売に直結するセールストークやセールスポイントの糸口などを探ろうと、ユーザーに直撃インタビュー！今回は'02モデルのマジエスティ購入の若者にマジエスティの魅力について訊きました。

データ内:

- ・年齢
- ・職業
- ・所有バイクカラー



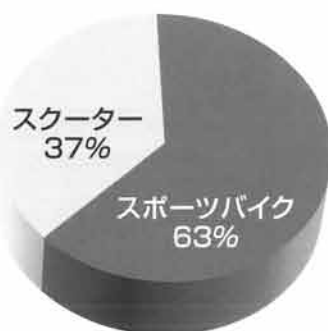
たくさんカスタムパーツがあるから、最初はカスタムする意思がなくても豊富なパーツを見てみると、欲が出てくる。思わずバーハンドルとクリアレンズに付け替えてしまいました。これからはまだ手を加えてみたいですね。

人気No.1

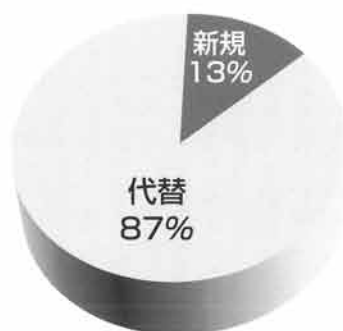
品川区・18歳・高校生・青

遊びに行くときはもちろん、バイクの時など、出かけるときはいつもマジエスティ。これまで原付だったけど、周りでも凄くビッグスクーターが流行っているからずっと欲しかったんです。どのバイクにするか悩まなかったと言えはウソだけど、一番人気があるし、よくよく考えると最初からマジエスティに決めていたんです(笑)。店で見せてもらったとき、そのカッコよさに感動。トリップメーターのあたりはちょっと大人っぽくて高級感あるし、バックレストのあるシ

以前のバイクは



バイク購入経験



カッコよさNo.1

横浜市・17歳・高校生・白

昨年のモーターショーの時に展示されていたマジエスティCのハンドル回りを見て、マジエスティが欲しくなったんです。5連メーターやフロント周辺、斜め後ろから見るとすっくと上がっていく感じなどバツグ



使って良かったマジエステイのほん

長距離もラクラクシート

福岡市・19歳・大学生・白

これまでドラッグスターに乗っていましたが、02モデルが発売になった直後だったし、長距離出かけることもあるので荷物が積めるバイクにしようと思い替えました。車検がないクラスにしたかったのと、原付を含めこれまでずっとヤマハに乗ってきたので、迷わずマジエステイを選んだんですが、とにかく快適で便利です。ギア操作がないのはホント、ラクですよ。また加速感もいいし、シートが広くて座り心地がいい上に、フィット感もある。フロントスクリーンが大きさがちょうどいい具合だから風も気にならない。長時間乗っていても苦にならず、今年の夏休みにはどこまでツーリングに行こうかと、今からワクワクして予定を立てています。夏はやっぱりバイクでしよう。

2人乗りにピッタリ

川口市・18歳・高校生・白

先輩が大型スクーターに乗っていて憧れていたから、自分も早く免許を取りたい、バイクに乗りたい、一生懸命バイトしてようやくマジエステイを買うことができました。もちろん、ローンです(笑)。カスタムパーツがたくさんあるし、とにかくカッコイイからマジエステイにしたんですが、ただカッコイイだけじゃなくて、フロントポケットやヘルメットが2つ入るなどの収納力、リモコンシャッターなど、使い勝手がいい。友達と2人乗りすることが多いんですが、400ccのネイキッドや同排気量のトラッカーなど、他のバイクに比べて僕の後ろは乗りやすいとよく言われますね。僕は後ろに乗ったことがないからどう座りやすいのかよく分からないけど(笑)、喜んで乗

Impressions

- ◎ネームバリューが生み出す信頼感から指名買い
- ◎ニューモデル効果がさらに後押し

雑誌やクチコミによる人気、ネームバリューの高さで「マジエステイがいい」と気持ち固めつつあった人たちが、今回のニューモデル発売をきっかけに、「せっかくだからこの際に」と購入に踏みきったケースが少なくない。コクピット周辺のレイアウトやリモコン搭載など、ニューモデルだからこそ新しい違いを一言添える効果は見逃さないだろう。

つってもらえるのはマジエオーナーとして嬉しいですよ。

毎日乗りたい快適さ

中野区・26歳・OL・白

所有している車が大きいのので、町中やスーパーへの買い物など、ちょっとした外出用にスクーターが便利だと購入しました。大型スクーターならマジエステイがいいと周りのみんなが言うので、半信半疑で店に行ったらんです。試乗させてもらった感じですが、たしかに加速感も取り回しの感じもよく、シート下の収納も大きいし、座ったときのお尻へのフィット感もなかなか。なによりもお店の方が熱心に勧めて下さったので、マジエステイに決めました。実際に毎日乗ってみるとパワーや操作性など、スクーターではなくバイクとして乗れるし、そのくせ小回りの良さなど町乗りにもピッタリで、これだけマジエステイが人気あるのも納得ですね。車だつたら遅刻しそうな時でも焦らず行けるので重宝してますよ。おかげで最近では車よりバイクで出かけること

が多くなりました。

注目されるカッコよさ

大阪市・22歳・学生・白

カスタム系やスクーターなどの雑誌を見ているとたくさんのカスタムパーツがあるし、町中を走っているマジエステイがカッコよかったので、マジエステイを購入したんです。最初はマジエステイに乗っている人が多いからいやだな、と思っていました。でもいっつか比較検討してみるとやっぱり一番カッコイイ。パーツも豊富だしカスタムで差別化すればいいやと。自分のバイクが一番カッコイイと思えるまでとことんカスタムします。ドラマに影響されて、本当は黒マジエが欲しかったんですが、マジエステイCの発売までとても待ちきれなかった。それに今後、色は塗り替えたいと思っていますし、1色ではなくツートンカラーで色々組み合わせる車体色を選べるのもいいですね。

乗れば乗るほどマジエステイ

横浜市・24歳・会社員・白

実は今度のマジエステイで2台目。今回は他の大型スクーターにしようと思いましたが、色々見比べるほどやっぱりマジエステイ。スタイルがカッコイイし、出足が軽いし、収納スペースも広い。乗っていて身体が慣れるせい(笑)、座ったときのポジションが最高なんです。しかも、今回メーターパネルが一段とスタイリッシュになったし、リモコンキーだし。できれば黒のマジエステイCまで待ちたかったんですが、以前のマジエステイに付けていたパーツも流用できるので、早く新しいのにしたくて、我慢しきれず白にしました。シンプルなかカラーリングならどんな服装でも合うからね。



ンにカッコイイじゃないですか。だから免許を取りに行く前からすでにマジエステイに乗ろうと決めていました。デザインのよさはもちろんですが、雑誌を読んだり色々な店でバイクを見せられて、収納の広さでさらに納得し、最終的にカスタムパーツの豊富さで心が決まりました。ノーマルでもカッコイイですが、それをさらにアップさせるカスタム計画を進行中です。

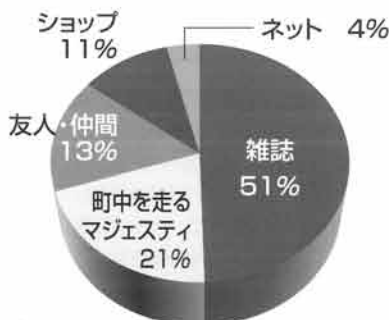
実際に乗ってみて良かった点は?



カスタムしてますか?



カスタムなど情報収集源は



※雑誌の種類ではカスタム雑誌がダントツに多い。次にスクーター専門誌と続いている

Impressions

- ◎加速性
- ◎操縦性
- ◎快適性

スポーツバイクに乗っていたユーザーでさえ、マジエステイの加速力を評価する声が少ない。また走行に安定感があり、小回りが利いて扱いやすく、シートの座り心地もよいことから、長距離、長時間のライディングにも最適と評する向きも多い。

Case Study

他業界に学ぶ

Lesson 4

新時代を拓く

後継者

かつては食糧法によって保護されてきた米穀店。しかし法規制の自由化に伴い、登録さえすれば誰もが米を販売できる時代になった。コンビニや大手小売店で安売りされる米。既存の米穀店は大きな打撃を受けている。そんな中、(株)スズノブでは、子息の後継を契機に販売形態を一変。新規客獲得と売上向上に成功している。前任者の豊富な商品知識を生かした品揃え、そして店頭やインターネット活用による専門店らしい詳細な情報提供により、米を知ってもらい、「お米ファン」の育成に積極的だ。



(株)スズノブ
代表取締役 西島豊造氏

スズノブは、昭和6年、西島氏の母方の祖父・鈴木延太郎氏が創業した米穀店。東京・目黒区に店を構え、地域密着型の経営を行ってきた。西島氏は北里大学畜産学部畜産土木工学科を卒業し、農業・畜産土木の設計に2年半従事。その後、昭和63年からスズノブを継ぎ、平成11年には優良米穀コンクールで食糧庁長官賞を受賞している。



既存店舗を有効に活用しながら、品揃えやPOPを時代の流れに合ったものに。「これでいいと思ったらその時点で終わり」と西島社長。攻めの経営はとどまることがない

西島さんは3代目と聞いていますが、店を継ぐ時はどんなお気持ちでしたか？

北海道での設計業務を辞め、帰京した時に、他の仕事を見つけたら、帰京した時に、この仕事を始めたんです。やろうと思つたワケじゃない。だから自分の店に関しても冷

西島

めた見方をしてました。すぐ気付いたのは、初代から仕入方法も販売方法もずっと変わっていない。商品説明はいかげんで品数も少ないし、個性がない。おまけに店内は汚いと、まったくいい所がなかったんです(笑)。単純に「自分がこの店に買いに来るかな」と考えても、答えはノー。根本的に見直さなきゃ、と思いました。そのまま受け継いで何も変えないこともできたのでは？

後継者の一番良くない所は、既存客を相手にしていれば食べて行けるという安心感の上にあぐらをかくこと。まあ、売れているならそれでもいいけど、ウチはそうじゃなかった(笑)。来店を促進して新規客を獲得するには、販売形態を全面的に変える必要がありました。

近所には、安売りをする大規模小売店が多数あるんですが、ウチのような小さな店が価格競争をしたところで勝てるはずがない。価

ANOTHER FOCUS

Case A 深刻化する後継者問題

日本経済を支える「後継者選び」

近年、中小企業の廃業率が開業率が上回っており、日本経済全体に深刻な影を落としている。その要因の一つとして、経済産業省は「2001年版中小企業白書」の中で、「後継者選びは第2の創業ともいべき重要な経営課題」と掲げ、日本の経済全体の活力に関わる政策課題と捉えている。これまでは個々の事業主にとっての課題と考えられがちだった後継者の問題は、「事業がいかに継続し、発展していくか」という観点から、今や日本全体の問題へ。後継者問題の解決を狙う各種セミナーなどが活発化しており、真剣な取り組みがなされている。

格に見合った品質のいい商品、そして専門店ならではの密度の高い情報提供をしなければ、生き残れないと考えたんです。

後継者の利点はありますか？

オヤジ(父・西島房一さん)には圧倒的な商品知識があります。長年の経験で得られた知識に、私が追いつくことは絶対にできない。また、伝統に裏付けられた米に関する技術の力強さにも圧倒されます。

西島

ただし、残念ながらその商品知識を販売に結びつけようという意識がない(笑)。逆に私などは会話を重視していて、一人あたり20分話をすることもあります。お米のように産地や品種が多様な商品の場合は、会話の中で商品を理解していただくことが大切なんです。そういう意味で、オヤジの持っている知識を生かしたコミュニケーションができることは、後継者ならではの大きなメリットだと思っています。

西島

お父さんの代との一番の違いはどこですか？
オヤジは、単に昔ながらの「米」として売っている。でも私は、食品のひとつとして売っている。お米という商材に対する認識の違いは大きいですね。

お米を食品のひとつと捉えれば、店内が清潔でなくてはいけない。仕入れも単なる思い込みではなく、お客さまが何を求めているかを十分に考察してから行ないます。売れなかつた商品は、なぜ売れなかつたのかを考え、原因を把握する。それが次の仕入れにつながるんです。

もっと細かい点を言えば、食品販売業者が

タバコを吸うこともどうかと思います。私は店を継ぐにあたって、タバコをやめました。味覚が鈍ったら、数多くあるお米を食べ比べられなくなる。ということは、お客さまに対する十分な説明もできない。オヤジは相変わらずくわえタバコですけどね(笑)。

お米の販売も大変な時代になりましたね。

西島

小売業者として当たり前のことをしているだけですよ。私のやっていることは米穀店業界では異端児扱いされていますが、販売の王道だと思っています。とにかく守りには入らず、常に攻めていくしかないんです。私は大まか



店頭ではオリジナルのブレンド米も作る。お米の用途や好みを聞きだすコミュニケーションが必要。西島社長は「ソムリエと同じです」

には5年間の販売計画を立て、1年、あるいは状況によって半年、3ヶ月で販売戦略を見直しています。今、時代の流れはさまざまに速いからです。



積極的にオリジナル商品を開発。「店頭での会話やホームページでの情報提供で、商品や店舗にストーリー性を感じてもらうことが重要」

「スズノブの場合」

- ◎ 冷静な第三者的な目で現状を見直す
- ◎ 「販売の王道」を基盤にしたチャレンジ
- ◎ 安定に甘えず常に危機感を持つ
- ◎ 豊富な商品情報が専門店の強み
- ◎ 販売計画を立てて「攻め」の経営

Case C

代表としての責任感が必需

適切な教育と本人の自覚

経済産業省が、事業継承に成功した中小企業を対象に実施したアンケートに、「事業継承成功のポイント」という項目があるので、数例挙げてみよう。「創業者は実子だからと甘やかさず、後継者も従業員の代表となるよう努力した」「後継者が早期に自覚を持って現場での研修に取り組んだ」「後継者が、同業者組合、青年会議所等の会合に積極的に参加し、同世代若手経営者や二世経営者との交流を深めた」。経済産業省はこの他、社会や社員に対する責任を指摘し、「会計士・税理士を加え、より早い段階から準備することが必要」とまとめている。

Case B

新旧双方の問題意識が重要

攻めの経営を形にするチャンス

同「2001年版中小企業白書」では、具体的な後継者問題取り組み事例として、「ITにいち早く対応すべく、早期に子息に事業継承させた印刷会社」と「後継者が財務体質の改善を事業承継の条件として提示した有機化学品メーカー」を挙げている。旧経営者が先手を打って事業拡大を狙った例と、新経営者自らが積極的に経営課題の解決を図った例だ。いずれの例にも共通するのは、経営者交代を「攻め」の好機と前向きに捉えていること。これを実現するためには、新旧経営者が冷静に現状を見直し、問題意識と変革の意志を持つことが重要だ。

Why Motorcycle?

「なぜあなたは、ヤマハのバイクに乗っているのですか？」

Why YAMAHA?

[ダートスポーツ]

副編集長
大塚正樹さん
30歳



やりたこととは全画に「こっちゃん」

大学卒業後、友人と共同出資して会社を興したこともある、有言実行の実践派。レースはロード、オフロードとも、その楽しさを知っている。

「私の中には、オンドからオフだから、というこだわりはないんです。バイクなら何でも楽しい。中でもヤマハ車は好

「2周目に私がバイクを壊してしまっ、3時間の耐久なのに2時間くらいはバイク修理をしていた」という散々なものだった。

「でも楽しかった! 先輩は修理したバイクでちゃんとゴールしました(笑)」

レースにハマった大塚さんを見て、先輩が3万円という格安で譲ってくれたのがYZ250。

「もちろん遅れませんが、ハンドリングが素直で、コーナーをスムーズに抜けられる。初心者でも安心して乗れるし、楽しく遊べるところがとても好きでした」

モトクロス専門誌の編集者になったのが2年半前。仕事で「4ストロークの常識を覆す250F」が出たのを間近に見て、どうしても乗りたくなった。

「だから編集会議で参戦企画を出したんです(笑)。実際に乗ってみると、軽くてパワーがあつて、言うことなし! YZ250Fは、1Aや1Bが乗るとんでもなく速い。それだけポテンシャルが高いのに、初心者を拒絶しないところがスゴイですね。本当に、お世辞抜きで素晴らしいバイクです」

仕事から全日本モトクロス選手権を取材すること。

「この前なんか、トップの10台中8台がYZというシーンに出会いました。青の軍団が目の前を駆け抜けていくんです。同じバイクなんだと思うと誇らしかったですね」

そんな大事なYZだから、「型遅れになつてもカスタムしてカッコ良く乗り続けたい」と言う。バイクの本質である。乗って楽しいを自ら実践している編集者である。

Answer

「初心者でも拒絶しないから」

“スポーツとしてのモトクロス”を提唱

ライダーの価値観って、どうしても「うまい、速い」に集約される場所がありますよね。でも、うちでは「スターだけのものではないモトクロス」を目指し、オフロードファンみんなの雑誌づくりをしています。

同時に単なるバイク雑誌ではなく、スポーツ誌として捉えてもらえたら嬉しいとも考えています。だから、テクニクもの、メンテナンスマのを問わず、実際に競技するライダーが「読んで役に立った」と思える記事を心がけているのです。

読者の多くはモトクロスライダーですが、嬉しいことに家族ぐるみで読んでくれる人が多い。また、ここ何年かで「サンデーライダーのモトクロスだつてリッパなスポーツ」という認識が育ってきました。バイクの持つ「誰もが楽しめる楽しいスポーツ」の側面をこれからは伸ばしていきたいですね。

ボク自身、読者の気持ちをより実感するために、モトクロスデビューを計画。「ヘタでも楽しい」を誌面で伝えられたら嬉しいですね。



ダートスポーツ 宮崎大吾 編集長



【発行】造形社
【発刊】毎月24日
【読者層】5～10代前半、そして20代後半～30代という世代層を中心に、年代を問わず。モトクロスファンに広く読まれている。『親子で読める、家族で楽しめる雑誌作り』がモットー。女性やキッズライダーからの投書も多い。

外観

駐車場を挟んで本館と新館の2棟からなる構造のため、ゲートで一つに繋がっていたものの、以前は別店舗と見られがちだった。そこで、新館の外壁に使用している煉瓦調素材を本館まで引き延ばし、また、両店舗前に張り出しているテントの色を同じ緑色にして統一感を強調。その一方で、全体の配色トーンを茶系色でまとめ天井高を抑えた新館と、白いトーンで高さのある本館、異なる演出で、新車と中古車それぞれ展示モデルの内容の違いを一目で判別させている。



3

新館入口の床材には、メキシコからわざわざ取り寄せたという自然石を使用。また、総合店の多い地区のため、たくさんの店を見て回っているお客さまが多く、いかに他店との差別化を図るかが鍵となる。そこでオリジナリティと技術力、そしてセンスを一度にアピールできるカスタム車の提案モデルを店頭に表示



現在

煉瓦調素材を巡らせるのみならず、新館と同じ音叉マークとヤマハロゴを組み合わせた看板を本館の両壁面と前面にも設置し、2店舗の一体感を生みだしている



改装前

1

営業時間中は扉を開け放ち、商品のアピールと同時に入りやすさを演出。なおガラスの代わりに軽量で耐熱と耐衝撃に優れたポリカーボネイト樹脂をはめ込んだ木枠の扉は天井から吊し、レールなどで床に凹凸を作らないようにしている

大人志向の店舗作りは若者層にも波及効果大

YSP 友泉

福岡県福岡市城南区长尾2-7-12 徳安 隆 店長

Profile

略歴 1989年2月YSP大濠の姉妹店としてオープン。周辺に競合店が多いことから、技術力のアップなどに注力しサービス技術での差別化を図ってきた。1999年には民間車検の指定工場資格を取得。さらに2000年2月、隣の敷地が空いたことを利用し、新店舗(現・新館)を増設して展示スペースを拡大。技術力と商品力を兼ね備えた総合力の高い店舗として、近くの福岡大学の学生を中心とする若いお客さまに高く支持されている。さらに今年3月下旬、新車需要をより伸長させようと、新車ショールームとしての機能を高める方向で新館をリニューアルした。

立地 福岡市中心部から南西に約5キロほどの、団地など住宅が多い地域。店舗が面している道路は主要幹線路ではないものの、抜け道として利用されることが多い。最近、近所に大型スーパーが店出され、交通量はさらに増えている。バイクで10分弱の所には九州で一番のマンモス

校・福岡大学や九州大学教養学部があり、バイクショップの激戦区である。

店舗 約360坪の敷地面積で本館(ショールーム・約60坪、第1サービス工場・約20坪)と新館(ショールーム・約50坪、第2サービス工場・約10坪)からなる。本館のショールームは中古車展示、第1サービス工場は民間車検場でもあり、重整備用。また新館ショールームは新車展示、第2サービス工場は見せることを意識したバンク修理などの軽作業用とし、それぞれ機能別に使い分けている。真ん中に広く採った駐車スペースは、アクセスしやすいよう裏道にも出口を設けた。

商圏 福岡市の主要エリアが収まる約10キロ圏内を商圏とする。お客さまの中心を学生が占めるため卒業後は就職して九州各地に散らばり、また、バイクショップが数多くある地域であり各店舗の商品比較をするため、県外からの



お客さまも少なくない。現在全国誌への広告展開も行なっておりさらなる商圏拡大に努めていく所だ。

販売・客層 以前は中古車比率が高かったが、新車販売の拡大を狙った店舗改装が功を奏し、新車率7割と出足好調である。総販に占めるスポーツとスクーターの比率はスクーター需要の掘り起こし作業の効果で需要が増えていることもあって半々。スポーツ層はコンプリートカスタム車を求める大学生など20代前半の若者が中心だが、リニューアル後は30代～40代のリターン需要の増加も顕著だという。

スタッフ 右から徳安隆店長、サービス担当の森傑さん、吉野晃史さん、富松和博さん、熊崎智之さん、江島光さんほか合計9名のスタッフ体制。

半円状の接客スペースがあるため店内レイアウトには制限があるが、シンプルで見やすく触れやすくバイクライフへのイメージが膨らむような展示を心がけている

4

サービス工場の預かり車両を保管しておくスペースとガラス張りで見せているため、一部木材で目隠しし、なおかつ店舗内の落ち着いた雰囲気作りに一役買っている



技術力や独自性のアピールに欠かせない要素のひとつにカスタム提案モデルがある。現在はTWやマジェスティのカスタムが主流だが、これからは全車種のカスタム提案モデルを揃え、ヤマハ車種軟弱り交ぜたフルラインナップで幅のある営業展開を目指したいという



11

技術力も商品のひとつとらえているからこそ、「見せるサービス」という意識に繋がる



5

「単にきれいなディーラーではなく、そこに柔らかな雰囲気、親しみやすさを持たせたかった」と徳安店長。リニューアル以来、これまでは来店されても車内で待っていた主婦がご主人と一緒に店内に足を踏み入れるようになったそうだ



第2サービス工場

新館に設置されているサービス工場は、駐車場側は前面オープン、また店内の接客ルームや正面入口の窓からもガラス越しに作業が見えるなど、お客さまに見せることを意識。そのため、「見映えのする作業」を見ていただくことを考慮して、カスタム車両の組立やバンク修理などの比較的軽い作業を行なうスペースとしての機能を持たせている



民間車検の指定工場資格を取得するなど技術力の強化と、広い敷地を活かし新車・中古車を問わない多種多様な商品ラインナップを兼ね備えた総合力の高い店として、福岡県屈指のバイク激戦地で差別化を図っているYSSP友泉さん。今回は新車販売の強化を狙い、大人志向を強めた店作りに着手。好調な滑り出しを見せている。



天井を高く取った本館ショールームには一段高くなったステージが設けられており、単に商品を多数並べるのではなく、立体的にメリハリをつけた展示が可能となっている



ショールームよりも少し高い位置に、本館の接客スペースと事務スペースがある。新館の接客ルームが新しいお客さまに好評な一方、従来のお客さまは本館でくつろぐ方が多い



新館のリニューアルをきっかけに行なったこれまでのお客さまの掘り起こし作業と広告展開が成功し、スクーター需要も増えているようだ。フルカラーラインナップを揃えユーザーニーズに応えている



民間車検場として指定を受け、技術力アピールの軸を担う第1サービス工場は本館裏にある。お客さまの目を気にせず集中して作業に当たれるというメリットがあるそうだ



民間車検場として指定を受け、技術力アピールの軸を担う第1サービス工場は本館裏にある。お客さまの目を気にせず集中して作業に当たれるというメリットがあるそうだ



年齢の高いユーザーを狙ってリニューアルしたが、若者にもこの店舗は受けが良いそうで、集客力が高まり、新規ユーザー獲得の狙いは確実に実を結びつつあるという



年齢の高いユーザーを狙ってリニューアルしたが、若者にもこの店舗は受けが良いそうで、集客力が高まり、新規ユーザー獲得の狙いは確実に実を結びつつあるという

店内はもちろん、横のサービス工場での作業も垣間見ることが出来る接客ルーム。これまで本館の接客コーナーの方が利用率が高く、ここはあまり活用されていなかったが、店内の雰囲気が変わったことで最近はこちらを見物り顧客などを出しながらの来店も増え、新館全体が有効に機能し始めたようだ

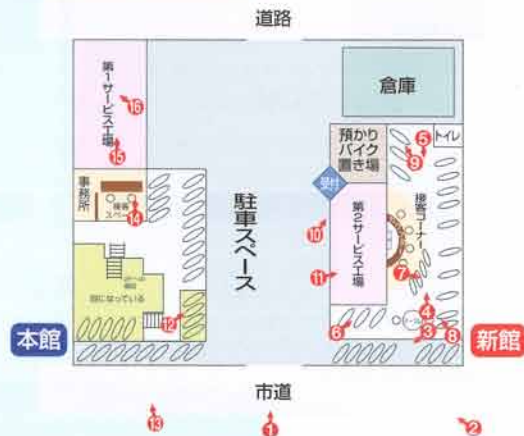


新館ショールーム

スポーツの新車ショールームとしての機能の充実もさることながら、新車需要の拡大に不可欠なリターンライダー層への販売強化のため、既存のバイクショップとはひと味違うものにしようとデザインされた新館ショールーム。本来は壁用の北欧材を床と腰壁とに優雅に使用し、シンプルで質感の高い雰囲気の中にもアットホームな暖かみのある店内を実現している。大型店舗ではあるが、ショールームの雰囲気に見合った小型専門店的接客で、ユーザーの固定化を図って行くそうだ。

本館

以前は展示商品のカテゴリーで新館・本館との差別化を行っていたそうだが、現在、本館は中古車とスクーターの展示スペースとして機能している。新車販売に注力しているものの、新車への足がかりとなり得る、集客効果のある中古車の品揃えの充実も見落とせない。また、本館裏の第1サービス工場は民間車検の指定工場となっており、高度な熟練作業を行なうための設備が整ったこのサービス工場があってこそ、新館の見せるサービスが生きてくる。



情報の共有化が行なわれているが、お客さま一人ひとりに担当が決められており、車両履歴の把握と共に、CS向上の一環として接客のクオリティを高めるため個々との深い対応を心がけているそうだ

- セールスプロモーション
- イベント・キャンペーン
- 普及イベント
- モータースポーツ
- 新商品

☆=数字で示したページに関連情報があります。

【ヤマハ関連】

- ▶ 7/1~ 夏の盗難保険付きキャンペーン
- ▶ 7/1~ YZスペアホイール期間限定販売キャンペーン
 - ~9/30 YZ85/85LW
 - ~10/31 YZ250/125
 - ~11/30 YZ450F/250F
- ▶ 7/1 YZ試乗会
 - 7/4 ファーストステップサーキットラン/英田
 - 7/6 ステップアップキッズスクール/SUGO
 - 7/7 ALPS CUP/塩尻
員弁シリーズカップエンデューロ/ダイイチ
 - 7/13 ヤマハオフロードスクール/栗丘
キッズモトクロススクール/SUGO
 - 7/14 TKキッズバイク/英田
チャレンジオフロードフロンティア/SUGO
- ▶ 7/14 栗丘
 - 7/15 YZ85・YZ85LW 発売
 - 7/21 親子バイク教室/SUGO パススマイルUカジュアル発売
 - 7/22 YZ250・YZ125 発売
 - 7/22・23 SUGOレーシングスクール2DAYS/SUGO
 - 7/27 ヤマハオフロードスクール/ふくおか村
子どもバイク教室/SUGO
- ▶ 7/28 ふくおか村
 - 7/28 キッズ2&4/SUGO
- ▶ 8/4 MINE子どもバイク広場/MINE
- ▶ 8/10 アップグレードMXプラクティス/SUGO
ステップアップキッズスクール/SUGO
- ▶ 8/11 名阪スポーツランド
 - 8/11 バイクでファミリー運動会/しどき
親子バイク教室/SUGO
 - 8/18 TKキッズバイク/英田
 - 8/22 ファーストステップサーキットラン/筑波
 - 8/24 キッズ2&4/SUGO
 - 8/25 ALPS CUP/MSランド塩尻
- ▶ 8/25 成田モトクロスパーク
 - 8/31 ヤマハオフロードスクール/天電観音山
- ▶ 9/1 天電観音山特設コース



【社会・業界】

- 7/7 少年少女モーターサイクルスポーツスクール(京都)
- 7/7 全日本モトクロス第6戦(北海道)



- 7/14 少年少女モーターサイクルスポーツスクール(福井)
グッドライダーミーティング(東京・府中試験場)
- 7/14 Moto GP第8戦(イギリス) ☆7
- 7/20 少年少女モーターサイクルスポーツスクール(奈良)
- 7/21 Moto GP第9戦(ドイツ)
全日本モトクロス第7戦(東北)
- 7/21 少年少女モーターサイクルスポーツスクール(高知)
- 7/28 少年少女モーターサイクルスポーツスクール(新潟)
- 8/3 少年少女モーターサイクルスポーツスクール(三重)
- 8/4 少年少女モーターサイクルスポーツスクール(岩手)
- 8/4 鈴鹿8時間耐久ロードレース(鈴鹿) ☆7
世界モトクロス第9戦(ベルギー)
全日本TR第4戦(北海道)
- 8/18 バイクにフレンドシップ in ヨコハマ ☆6
- 8/18 世界モトクロス第10戦(ドイツ)
- 8/25 Moto GP第10戦(チェコ)

Yamaha News 7月 ● 2002年7月1日発行 ● 発行所：ヤマハ発動機販売株式会社 MC営業部 〒438-0016 静岡県磐田市岩井2000-1 ☎0538-21-3851 ● JIS印刷物は再生紙を使用しています