

ヤマハニュース

Yamaha News

2003 NO.476

MAY.

5

Monthly Tops

New PAS デラックス / 2003モーターサイクルショー
Passol / マイメイト (四輪) カラーオプションほか

MC FRONT LINE

Passol 全国販売への布石

ヤマハ探訪

第1PM&ボディ開発室

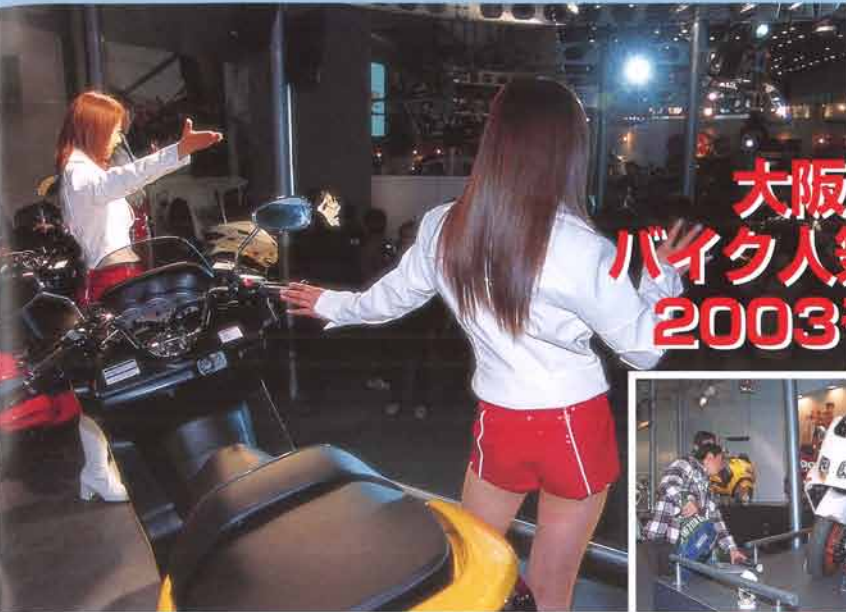
今月のCROSSOVER

株式会社ゴールドウイン

バイクショップ百景

YSP杉並南

大阪で東京で3日間大盛況! バイク人気の高まりを実感させた 2003モーターサイクルショー



ヤマハブースは、外側にスポーツニューモデルのタッチ&トライコーナー、メインステージにはマジスティとSR400、内側がカスタムモデルとワイズギアコーナーという配置。スポーツ&カスタムの運動を強く打ち出すことで、とりわけ若者層の注目を集めた



ここで登場したカスタムモデルの多くは、アストリーターミックスキャンペーン」によってみなさんの店頭で再現できます。ショーの興奮と話題性の高さを上手に取り込み、スポーツ需要拡大にお役立てください。

スタム提案モデルを多数展示し、いっそうのトレンド感を強調しました。

そうしたなか、TWやマジスティなどストーリーカスタムの主力モデルでスポーツ市場をリードしてきたヤマハは、アフターパーツサプライヤーのワイズギアと協力してブース展開。SR400やマジスティ、TMAXを中心とする新しいトレンド感を強調しました。

バイクファンに春本番を告げる恒例イベント、「第19回大阪モーターサイクルショー2003」「第30回東京モーターサイクルショー」がそれぞれ3月21日〜23日、4月4日〜6日にわたって開催されました。「バイクでくらしを変えよう」を基本コンセプト、「バイクフリーク」をサブテーマに掲げた大阪は、バイクゲームコーナーやキッズプラザなど多彩なアトラクションでバイクのさまざまな可能性とファッション性をアピール。昨年を上回る4万人以上の来場者で賑わいました。また30回目の開催となった東京は、ニューモデル試乗会やトライアルデモなどおなじみのアトラクションに加え、バイク110台による特別パレードも実施。あいにくの雨をはさみましたが、3日間で10万人を超える来場者を集め、昨今のバイク人気の高さを裏付けました。



※ここでご紹介した商品の価格は、メーカー希望小売価格(一部地域を除く)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。

- : 今回の新しい特長
- : 従来の主な特長

軽さ・使いやすさに上質さをプラス デラックス装備の新バリエーション!

- おしゃれで質感の高い新装備
テリ型サドルとフロントバスケット、ハンドルグリップをブラウンのクラシカルなデザインで統一。またロングスカートなどの巻き込みを抑制するドレスガード、ホワイトリボンタイヤ、バッテリーランプ、かるっこスタンドⅡなどの採用により、機能と質感をいっそう高めている。
- カラフルな3色展開
パールホワイト、シルバー、ライトオレンジをラインナップ。
- いっそう軽い漕ぎ心地を実現する小型・軽量ドライブユニット
- ペダル付近にユニットやバッテリーを集中搭載し車体の重量バランスを最適化
- 見やすく、操作しやすいレバー式メインスイッチ
- 乗り降りしやすい低床U字型フレーム
- アルミ素材を多用し、軽量化、取り回しやすさに貢献
- I.F.E.S.対応、小型・軽量の高性能ニッケル水素バッテリー
- 内装3段変速、パーキングストッパーなど充実した機能、装備

小型軽量の高效率な新開発ドライブユニット、高性能ニッケル水素バッテリーを採用した軽量・スリムなボディ。いっそう軽快で滑らかな走行性と取り回しやすさが魅力のNew PASに、おしゃれで質感の高い装備を追加した「New PAS デラックス」が新登場します。



パールホワイト



ライトオレンジ

シルバー

ヤマハ電動ハイブリッド自転車
New PAS デラックス
¥74,800 (専用充電器含む)
カラー: 3タイプ
サイズ: 24インチ/26インチ
6月下旬 発売予定



ヤマハ以外のブースでも、発表したばかりのシグナスXを素材にしたカスタムモデルが多数登場。原二スクーターへのカスタム人気拡大を仕掛けた



メイン展示会場のほか、屋内アナトリウムにはヒストリックマシンコーナーやカスタムモデルコーナーが設けられ、屋外ではニューモデル試乗会や子供バイクスクール、トライアルデモ、中古車市などを開催。連日たくさんのお客様で賑わった(東京)



所流スクーターカスタムの醍醐味は「イメージからまるごとカスタム!!」



「今回のTMAXは、フェイクの錆び塗装が、車体に馴染んでいい味を出せたし、古いものをベースに、近未来感を演出できた」という、所さんの自信作

マジェスティ、TMAXなど、ヤマハビッグスクーターのカスタムを独特の感性で手がけてきた所ジョージさん。今年の最新作は、アメリカの戦闘機「P-51ムスタング」と所さんの愛車「ボンティアック・トランザム」のイメージをミックスしたというTMAX。モーターサイクルショーのヤマハブースにも展示され、熱い注目を集めていました。そんな所さんに、スクーターカスタムの魅力を聞いてみました。「オートバイはどっか尖ったところがあってカッコイイけど、スクーターは、実用性というベースがある分バランスが良すぎるんだよね。だから手を加えて1度バランスを崩し、個性を尖らせる。イメージからまるごとカスタムできるからおもしろい。それがスクーターカスタムの醍醐味かな。次に目を付けたのはね、グランドアクシス。原付スクーターもビッグスクーターもメジャーな存在けど、100ccとか、なんだか影が薄いでしょ? 素材としても新鮮だし、「100=スクーター」、「100=グランドアクシス」というイメージを作れば最高だね」具体的なイメージはまだこれからよ、とニヤリ。あっと驚く、所さんならではの斬新なカスタムが、原二スクーターのイメージを変えるかもしれません。

視認性と選ぶ楽しさをアップ! 10色のカラーオプション新設定

前・後進切替えとアクセル操作を独立させ、いつでも操作性を高めた電動カート「マイメイト」四輪タイプに、彩り鮮やかなオプションカラー10色を設定。周囲からの視認性を高めるとともに、利用者の選ぶ楽しみを広げます。



Yオレンジ

また6月から、位置検索情報システム(有料)も開始。緊急時の迅速なレスキューサービスを支援します。



Yグリーン

Yメタリックシルバー

Yメタリックピンク

Yホワイト

Yイエロー

Yメタリックブルー

Yブラック

Yレッド

Yメタリックゴールド

- オプション10色の設定で合計12カラーバリエーション
従来のワインレッド、グリーンシルバー(348,000円)のほか、10,000円プラスで10色のオプションカラーが選択でき(358,000円)、合計12色のカラフルなバリエーションを実現。
- 位置検索情報システム(有料)のサービスを開始
1年間無料の365日24時間緊急対応サービス、傷害保険に加え、迅速なレスキューを可能にする「位置検索情報システム」(有料)も6月からスタート
- 簡単に確実な操作を実現する独立型の前・後進切替えスイッチ
- 電磁ブレーキを備えたシンプル操作のアクセルレバー
- とっさの時に役立つ、アクセルレバー「握り込み停止機能」
- カーブでの安全性を考慮した「コーナー減速機能」
- ヘッドライトを消し忘れを防ぐ「自動消灯機能」
- 2.5cmの前後調節も可能な回転シート

ヤマハ電動カート (介護保険対象品)
マイメイト (四輪)
¥358,000 (非課税)
カラー: 12タイプ (カラーオプション10)
5月下旬 発売予定
 (カラーオプションのため納期は約2週間かかります)

おしゃれで環境にやさしいPassol いっそう完成度を高めて全国デビュー！

**Monthly
Tops
NEW MODELS**

社会的な環境保護・環境負荷軽減が求められるなか、電動ハイブリッド自転車「PAS」で培った制御技術とヤマハ独自の最新ヒューマンインターフェイス技術を融合させた新しい都市型コミュニケーション「Passol（パッソル）」が、首都圏での限定販売を経て、装いも新たに全国へデビューします。

「ライト」「スマート」「グリーン＆サイレント」をコンセプトに、都市部の近距離移動が快適に楽しく行える乗り物として開発したパッソルは、超薄型電動モーターを軽量アルミフレームに搭載し、全長153cm・車重45kgの優れた省スペース・可搬性と、軽く滑らかな乗り心地が魅力。今回のモデルは、「お知らせ音」機能採用によるユーザーインフォメーションの強化と細部熟成による各部の操作性・快適性向上をはかり、完成度を高めました。

またカラーバリエーションも、明るく若々しい透明感のある4色を用意し、おしゃれな女性の心をくすぐります。ぜひ新しい客層の開拓にチャレンジください。



ライトグリーン・ニッケルブルーソリッド3

ヤマハ電動コミューター

Passol
¥240,000（専用充電器含む）
カラー：4タイプ
5月30日 新発売



ビビッドオレンジソリッド1



テンドーホワイト



ライトグリーン・ニッケルブルーソリッド4

- 今回の新しい特長
- 従来の主な特長

- 「お知らせ音」機能を装備
メインスイッチ、フラッシュャー、バッテリー残量など、車両の操作・動作状況を音で知らせ、注意を促す「お知らせ音」機能搭載。それに伴い、メーターパネルやフロントパネル形状も変更している。
- カラフルな4つのニューカラー
明るい蛍光系のライトグリーンソリッド4、ライトグリーン・ニッケルブルーソリッド3、ビビッドオレンジソリッド1、上品なテンドーホワイトの4色をラインナップ。
- リアハブに内蔵の超薄型オールインワンパワーユニット
- ボディの30%にアルミ材を採用した超軽量・コンパクトなボディ
- 世界初の二輪用脱着式リチウムイオンバッテリー
- 摩擦抵抗を低減した専用タイヤ

Passol オプションパーツ

お好みのカラーバリエーションを広げ、日常の利便性を付加するパッソル用オプションパーツ。本体と合わせてお客さまにご案内ください。

Passolカラーチェンジキット ¥5,000



ビビッドレッドカクテル7 Q5K-YSK-033-S01

ディーパーブリッシュブルーメタリック Q5K-YSK-033-S02

フロストシルバー Q5K-YSK-033-S04

ブラック2 Q5K-YSK-033-S03



バックミラー左 ¥1,000 品番：5UY-26280-00



アルミバスケット ¥4,800 品番：90793-50088



レッグシールド ¥7,800 品番：90793-56075 カラー：ダークスモーク



クールメッシュシートカバー ¥3,800 品番：90793-63077 カラー：ブラック

Monthly Tops ACCESSORIES

街でサーキットで店頭で！ 自由に着こなす定番アイテム 2003「Team YAMAHA」新発売

日本で、世界でモータースポーツシーズンがいっせいにスタートしました。街やツーリングシーン、もちろんスタッフユニフォームとしても最適な「チームヤマハ」アイテムも、いっそう精悍でスタイリッシュな2003モデルに衣替え。誇り高きヤマハラレーシングスピリットを胸に、お客さまと一緒にサーキットへ出かけましょう。



TY759 メカニックスーツ（ハーフスリーブ） ¥12,000
サイズ：M・L・LL
カラー・品番：
ブルー・90792-7904
レッド・90792-7903

TY761 メカニックサロベット ¥9,900
サイズ：M・L・LL
カラー・品番：
ブルー・90792-7908
レッド・90792-7907

TY762 メカニックパンツ ¥8,900
サイズ：M・L・LL
カラー・品番：
ブルー・90792-7910
レッド・90792-7909

Z4 YAMAHA ヘルメット ¥46,000
規格：JIS
構造：AIM (Advanced Integrated Matrix)
サイズ：S・M・L・XL
カラー・品番：
レッド/ホワイト・QYC-YSK-017-■10
ブルー/ホワイト・QYC-YSK-017-■11
シルバー/ホワイト・QYC-YSK-017-■12



TY879 メッシュキャップ ¥2,800
サイズ：フリー
カラー・品番：
レッド・90791-91330
ブラック・90791-91340
ブルー・90791-91350
ホワイト・90791-91360



TY692 デニムシャツ（ハーフスリーブ） ¥7,900
サイズ：M・L・LL
カラー・品番：
インディゴブルー・90792-9233



TY684 ピットシャツ ¥11,900
サイズ：M・L・LL
カラー・品番：
ブルー・90792-9226
レッド・90792-9225



TY690 ポロシャツ ¥5,800
サイズ：M・L・LL
カラー・品番：
ホワイト/レッド・90792-9247
ホワイト/ブラック・90792-9248
ブラック・90792-9249
ネイビー・90792-9250

取り扱い：株式会社ワイズギア (TEL.053-443-2180)

※価格はすべてメーカー希望小売価格です。

※品番の■にはサイズが入ります。

21世紀の新コミュニケーション 市場を拓き 現二輪ユーザーと異なる 客層を創る

まず、エレクトリックコミュニケーション「Passol」をどういう商品に育てていきたいのか、簡単に説明いただけませんか？

ヤマハ(以下YM) 従来の原付スクーターと異なる、21世紀の新しい二輪コミュニケーション市場を確立していく戦略的な商品、それがPassolです。電動モーターというガソリンエンジンに代わる新しい動力源の実用化は、地球環境保護の観点からも社会的意義の大きな実績であり、二輪業界に新たな成長市場を開拓する重点商品として期待されています。

最近の原付市場にどんな変化が感じられますか？

YM 最近の消費者は「高くても自分らしい特別なものを求める」けれど、逆に「単なる日用品はできるだけ安く買いたい」という二極化が見られます。例えばおしゃれで個性的な家具やファッション、生活雑貨を扱うセレクトショップなどが人気を集める一方、百円均一ショップやディスカウントショップも定着。アイテムによって、買うお店を使い分け、支払う金額にもはつきりした線引きがされています。

そうした消費傾向は二輪市場にも影響しているようで、特に原付では付加価値の高い商品が正当に評価されにくくなっているのではないのでしょうか。10万円以下の低価格車が登場した本年、その販売台数こそ拡大しましたが、既

Passol全国販売への

古くは初代Passolでステップスルースクーター、PASで電動ハイブリッド自転車、最近ではマジェスティによってビッグスクーターカテゴリーという新カテゴリーを創り出したヤマハが、再び新しい分野を切り拓こうとチャレンジしている商品、それがエレクトリックコミュニケーション「Passol(パッソル)」だ。法制上原付一種に区分されてはいるが、従来の50ccスクーターとは同列には語れない特殊性を持っている。5月30日からスタートする全国販売を前に、その商品性や導入の意図、想定ターゲット、販売方法などについて、ヤマハ発動機販売・Passol担当者に話を聞いた。

布石

MC FRONT LINE

2003「Passol」の特長

二輪車の新たな排ガス規制目標値

排気量の区分	窒素酸化物	炭化水素	一酸化炭素	目標達成年
50cc以下	0.15 50%	0.5 75%	2.0 85%	2006年
50cc超 125cc以下	0.15 50%	0.5 75%	2.0 85%	2007年
125cc超 250cc以下	0.15 50%	0.3 85%	2.0 85%	2006年
250cc超	0.15 50%	0.3 85%	2.0 85%	2007年

※単位:g/km(下段は現行テストからの削減率)
※従来の「2スト」「4スト」2区分改め、排気量ごとの4区分とした

二輪車の排ガス規制を強化 環境審議会答申まとまる

環境相の諮問機関である中央環境審議会大気環境部会・専門委員会は、4月17日、二輪車排出ガス規制を現在より大幅に強化する答申案をまとめた。

現在、二輪車の排出ガス規制は世界で最も厳しいレベルとされていますが、ディーゼル車対策などが進み、相対的に二輪車が排出するガスの割合が高まっていると判断。2006年～07年中の達成を目標に、4ストローク車の場合、光化学スモッグの原因とされる炭化水素(HC)を現行より75～85%削減するほか、気管支炎を引き起こすとされる窒素酸化物(NOx)については50%、頭痛や急性中毒を起こす一酸化炭素(CO)は85%の削減をめざします。

新聞報道によれば、欧米諸国も近く規制強化に乗り出す動きを見せているようで、各二輪メーカーはいっその技術革新が求められることになりそうです。

この答申案は、4月21日の大気環境部会での承認を経て、6月にも最終答申としてまとめられ、環境省が大気汚染防止法に基づく「排出ガス許容限度」として告示する見込み。

「お知らせ音」機能を新採用
フロントパネル部に内蔵したサウンドユニットが、軽快な電子音でメインスイッチのON/OFFやフラッシュ点滅、モーター起動時などを知らせる

前95/後150mm径の
ドラムブレーキ
レバーカムシャフト仕様変更などで制動フィーリングを向上

専用設計の
前後チューブレスタイヤ
こもり抵抗や接地音を大きく低減するPassol専用開発タイヤ

前後12インチアルミ
キャストホイール

多機能デジタルメーター
速度や走行距離、バッテリー容量、「お知らせ音」機能ナビゲーションなど多彩な表示機能を備える。

質感の高い
クロームメッキハンドル

暗証番号式盗難抑止装置
任意に設定した番号でメインスイッチの電源を制御する盗難抑止システム搭載

コンビニフック

カラフルな4カラー
バリエーション
シートポストのトップカバーとフロントパネルに、明るく透明感のある4色のボディカラーを設定

軽量アルミパイプフレーム
各部の軽量化設計とあいまって、バッテリー装着時でも45kgの超軽量な車体を実現

ワイヤー式ヘルメット
ホルダー
シート下に、ヘルメットホルダーワイヤーを内蔵している

世界最高水準の
リチウムイオンバッテリー
世界最高水準の性能を持つリチウムイオンバッテリーは、安定した高出力を発揮。またリフレッシュ不要で、急速充電に対応するなど、取扱いの手軽さも魅力(1回の満充電でおよそ2時間半、12円)。航続距離は、1充電あたり約32km(定地走行30km/h時)。専用充電器も付属

リアサスペンション
快適な乗り心地を実現するコンベンショナルタイプのサスペンション

ヤマハ独自の最新相互制御システム「YMCS」

「ヤマハミュージアムコミュニケーションシステム(YMCS)」は、バッテリー、モーターコントローラー、充電器、メーターの4系統が相互回路で連携して自動的にもっとも効率的な制御を行ない、それ以外の必要な情報をメーターパネルに表示する。これにより、ユーザーは煩雑な操作やメンテナンスを気にすることなく、気軽に乗ることができる

超薄型パワーユニット「YIPU」

アルミリアアーム一体型の「ヤマハインテグレイテッドパワーユニット(YIPU)」は、超薄型対抗型ブラシレスDCモーター、超小型コントローラー、遊星減速機、ドラムブレーキなどをコンパクトに内蔵。電子スロットルと高度なモーター制御技術で、静粛、滑らか、快適な走行を実現する



存モデルの販売がダウンし、原付全体の小売金額は減少しています。こうした状況は、必ずしも二輪業界にとつて望ましい状況とは言えないと思います。我々が非常に危機感を覚えるのは、原付が「原チャリ」と軽く表現されるように「単なる足が割の日用品」としての価値しか認められない風潮が浸透してしまつてことです。この傾向が続けば、今後ますます低価格競争が強まるでしょうし、2006年頃に想定される排出ガス規制強化に伴うコストアップ要因は、再び販売不振や利益圧迫を招きかねません。

我々は、電動コミューターという新しい価値観を持つパッソルで原付スクーターの「単なる日用品」イメージを払拭し、新しい客層と需要を創つていきたいのです。

——昨年11月、都市部のシフトレンジ移動に最適な「アーバン・ミニマム・コミューター」として首都圏限定発売し、20代の女性をメインターゲットにしました。YM もともとパッソルは、前号のヤマハニュースで商品企画の石橋が話していたように「スクーターに乗り慣れていない女性でも軽くて扱いやすく、スマートに乗れるコミューター」を望む声に応える目的と、ガソリンエンジンに代わる新動力源として生まれた電動コミューター

技術が融合してできた商品です。その特性と、先ほどの新しい原付需要を創るといふ営業政策を重ね合わせてターゲット像を想定し、先行販売しました。そこから我々はたくさんのお話を学ぶことができました。

——例えばどういふことがわかりましたか？

YM 商品に関しては、「電気でも動く」「音が静か」「排気ガスがゼロ」などが購入理由の上位に上がっています。当たり前といえば当たり前の回答ですが、意外だったのは「音が静か」ということの評価が想像以上に高かったこと。普段から周囲に配慮している方が多いんだな、と驚かされました。

また、購入者の半数以上が駅から歩いて10分～15分の距離に住む人たちで、まさに都市部近距離移動用というコンセプトにあつた使い方をイメージして購入されています。



——都市部の近距離移動とは、具体的にどんな場面ですか？

YM 都市部の、特に駅周辺はレストランや雑貨店、ブレイスポットなど魅力的なお店がたくさんありますよね。最寄り駅だけでなく、ひとつ先やふたつ手前の駅、近くを通る別の路線駅まで含めれば、半径5km以内で考えても行きたいところがずいぶんあるはず。ところが、そういう環境ほど駐車場に困ることが多く、道路も狭く混雑したりして、クルマはあまり自由に使えません。といって、自転車で行くにはちょっと辛しいおつくう……。原付スクーターは便利ですが、隣近所に対してエンジンの音が気になる。電車やバスを利用すると、待ち時間や乗換えなどでかえつて時間がかかるし、面倒くさい。その点、パッソルなら自由に、素早く行動できるし、周囲に気兼ねも要らないわけです。

若い女性を

新規需要のシンボルに

さまざまな媒体・手法で

認知拡大

——では、それからのことを踏まえた今後のメインターゲット像は？

YM 都市部在住で、近距離の移動が多い人たち全般がターゲットです。先行販売で購入したユーザーの多くは二輪経験がある男性で、パッソルの商品性や有用性に対する理解度が高く、また環境への意識も高い。特に地元で生活する時間が長い自営業や自由業の方、一人で行動する時間が多い独身者は、みな

さんの周りにも数多くいらつしやるでしょうし、今後有望なターゲットといえるでしょう。

また、最初の想定どおり、ショッピングや習い事、趣味などで日常生活を楽しむアクティブな若い女性は、男性以上にパッソルのような乗り物を望んでいることがわかりました。これまでバイクとの接点がほとんどなかった彼女たちですが、潜在的なニーズは男性以上に高そうです。

ただ、彼女たちはバイクの経験がないために、パッソルがどう便利で、実際どのように役立つ乗り物なのか具体的にイメージしにくいのも事実で、それほど簡単に買ってもらえるとは思っていません。しかし、我々はその彼女たちを敢えて新規需要の象徴と捉え、新しい価値を持ったパッソルを新しいお客さまに買ってもらえるよう、さまざまなプロモーションを行なつてまいります。二輪専門メーカとして真剣に新規需要の創出をはかることこそが、我々ヤマハだけでなく、業界にとつてもいま非常に大切なことだと思えます。

——大きな市場が期待できそうですね。

YM もちろん、我々はそういう気構えで取り組んでいます。世の中の流れは確実に電気などのクリーンエネルギーに向かっていますし、関連する技術もどんどん進歩しています。だからこそ、できるだけ早く新しい市場の基盤を整え、つねに我々がアドバンテージを握ることができるよう努めなければなりません。今年は大変な1年になると思います。

——その大事な1年、基盤づくりのために、どういふ施策を展開するのですか？



Passol 全国販売への布石

MC FRONT LINE

想定ユーザー・インプレッション

まったく新しい商品だからこそ、お客さまの期待も不安も大きい。それらのポイントをしっかりと押さえて、客層や地域性にあったセールストークを見つけましょう。

●私みたいに、ほとんどスクーターに乗ったことのない女性にすくなくフレンドリーな乗り物ですね。車体が軽くて、自分の体格とのバランスもちょうどいいから乗りやすいし、押し歩いても楽。さっと走り出して、スイスイと動けるスマートさも魅力です。20代の女性には見た目に乗れる人が多くいるので、おしゃれに楽しめられるイメージをアピールすれば、売れそうですね。バイクショップも、ウインドウにパッソルがかわいらしくディスプレイされていたら、すいぶんイメージが変わるんじゃないでしょうか？
(26歳/女性/東京都/バイクなし)

●このコンパクトさがいいですね。私はマンション住まいで、駐輪場にバイクを置き、自転車自宅の玄関先まで持ち込んでいるんです。パッソルはエレベーターにも載せられるらしいし、渋滞がひどい都市部ではけっこう便利だと思います。ただ、不安は航続距離とパワーかな。ガソリンスタンドのように手軽に充電できる環境が整って、50ccスクーターなみのパワーがあれば使いたいですね。
(32歳/女性/大阪市/400スポーツ所有)

●日ごろ通勤にスクーターを愛用していますが、帰宅時間が遅いので、家の近くの大通りでエンジンを止めて押して帰ることが多いです。だから、静かな電動スクーターには興味があります。でも原付と違って、バッテリーの持続時間とか充電方法、使用済みバッテリーの処理などわからないことも多い。お店の人は大丈夫なのかな？
(39歳/男性/高槻市/原付スクーター所有)

●パッソルがどういふものなのか今日まで全然知らなかったけれど、意外にスムーズでよく走りまわります。スクーターより軽く、静かだし、見た目だけでなく性能までスマートな「女の子の乗り物」という感じです。もっとコマercialしたり、お店にちゃんと飾れば、けっこう話題になるんじゃないかな？ でも、このままのデザインじゃモノ足りないの、カラーやアクセサリーでちょっとしたカスタムを提案してくれるお店があればうれしいですね。もし買ったら？ 折りたたみ自転車のように車に積んで、高原へドライブなんて楽しいかも！
(25歳/女性/東京都/バイクなし)

●ハンドルやライト形状の雰囲気、車体のコンパクトさを見ると、女性向きだね。かわいらしい女の子が乗ったら似合いそう。そう考えると、真っ赤やオレンジ、アクアな感じの色合いなど、車体のカラーバリエーションがたくさんあった方がいいよね。もし近くのバイクショップでも買えるようなら、スクーターでさえバイクはコワイって言う僕の彼女に勧めたい。見た目が華奢で抵抗感も少ないし、軽くて扱いやすそう。ちょっと値段が気になるけどね。
(21歳/男性/神戸市/原付スクーター-大型スポーツ所有)

●若い人には少し高価な気がしますが、若い人からお年寄りまで誰でも乗れる、受け入れやすいデザインだと思います。昔のパッソル、パッソラを知る世代にとっては、ちょっと懐かしいスタイルに見えるし、電動スクーターという先進的な試みにも「ヤマハラしさ」を感じて、妙に心が癒されるんです(笑)。若い人が求めるトレンドや個性に訴えかけることも必要でしょうが、昔ながらの「ヤマハラしさ」を知る我々の世代も目を向けて欲しいですね。
(42歳/男性/神奈川県/大型スポーツ所有)

●僕にとってバイクの醍醐味は、エンジン音や車体を通じて伝わってくる鼓動なので、モーター駆動の乗り物にはあまり興味がわきません。ただ、四輪ではハイブリッドや燃料電池、電気エネルギーの車両が数多く出ているのに、ナンバー付きのちゃんとした電動バイクってなかったです。ヤマハは二輪業界でいち早く電動に本格的に取り組み、たとえば地域限定販売であろうと、実用レベルのモデルを本場に発売した。驚愕を感じます。PASを開発したメーカーらしいですね。環境とかエネルギー問題とか大きめに考えるチではないけど、まずは行政とかが率先して使うべきではないかな。自分が乗る乗らないは別にして、今後の動向に注目しています。ヤマハならいつの日か、スポーツバイクの乗り味の電動バイクを出すかもしれないし……。
(28歳/男性/大阪市/400アメリカン所有)

●二輪免許を取って以来、ずっと通勤、ツーリングなどでセローを使っていますが、とにかく寿命の長いバイクなんですよ。電気で走り、非常に環

境に優しいパッソルも素晴らしいと思いますが、同時に長く付き合えるバイクであってほしい。実際どれくらい持つのか分からないけれど、1回12円という充電費用を考えると、長持ちすればするほど経済的ですね。
(45歳/女性/神奈川県/250スポーツ所有)

●活動的な若い男女からすると、航続距離やパワーなど実用性にかける部分もありますが、電車やクルマを使うまでもない近くの店やコンビニへ行く時は、自転車より楽で便利だし、原付と違って夜でもエンジンの音を気にしなくていい。個人的には、電動でどこまでできるかという興味もあります。今後確実に必要になってくる技術だと思うし、125ccとか250ccレベルで実現できたらすごいですね。
(26歳/男性/埼玉県/大型スポーツ所有)



パッソル情報満載の新ウェブサイト！

「www.passol.net」

「www.yamaha-motor.jp/passol」

全国販売の開始を機に、パッソルのインターネットホームページもリニューアル。情報の種類や内容によって異なる、2つのサイトを用意しました。

「パッソル・ドット・ネット(www.passol.net)」は、若い女性たちにおなじみのタウン情報誌やファッション情報誌のようなスタイル。パッソルに乗るためのファッションや小物の紹介、充電ステーションガイド、モニター募集&体験日記などパッソルライフに関するさまざまな周辺情報を、特集記事や連載コラム、常設コーナーなどに分けて、おしゃれにわかりやすく楽しい切り口で紹介しています。

もうひとつは、このほど立ち上がったヤマハ発動機販売の「ヤマハモーター・ドット・ジェイビー(www.yamaha-motor.jp/passol)」からアクセスする、定番ヤマハ製品サイト。詳細な仕様や機能、性能、ショップガイド、オンラインストアなど、製品とその使い方についての知りたい情報を項目ごとに検索することができます。

2つのパッソル・サイトを上手に使い分け、幅広いお客さまにパッソルの全国販売開始をお知らせください。



パッソルライフを彩り豊かにサポートする「www.passol.net」



商品性と購入に関する詳細情報を満載した「www.yamaha-motor.jp/passol」

YM 一番の課題はやはり、新しいジャンルとしての認知度アップです。今までになかった電動スクーター・パッソルの存在をより広く、またパッソルが自分の生活をどのように楽しく快適に変えるのか、継続的にアピールする必要があります。そのため、TVコマercialや雑誌広告を展開し、インターネット・ホームページも大きくリニューアル。モニターキャンペーン

などを含めて、さまざまな話題や情報を提供します。また、若い女性に人気のファッションや生活雑貨、小物を扱うブランドショップとコラボレーションし、オリジナルカラーモデルを制作・展示するなど、クチコミやマスコミによる波及効果も狙っています。ぜひみなさんの店頭でも、これらプロモーションと連動して、電動スクーターという新しいカテゴリー、パッソルという商品の普及・浸透をよろしく願います。

首都圏・京阪神地区などから500名！「パッソルモニターキャンペーン」

ヤマハでは、5月15日から6月15日まで、500名のパッソルモニターを募集します。対象は、20歳以上で原付以上の二輪免許または普通免許を所有し、首都圏や京阪神地区ほか政令指定都市にお住まいの方。応募多数の場合は抽選とし、当選者には7月から9月の3か月間パッソルをお貸しします。募集に関する詳細、お申し込みは、「パッソル・ドット・ネット(www.passol.net)」をご参照ください。

■「パッソルモニターキャンペーン」

募集期間：2003年5月15日～6月15日

募集人数：500名

モニター期間：7月～9月

対象者：下記の条件をすべて満たす個人、または企業の方とさせていただきます。

- 1) 年齢20歳以上
- 2) 原付以上の二輪免許または普通免許を所有
- 3) 首都圏(東京、神奈川、埼玉、千葉)・京阪神地区(大阪、京都、兵庫)各政令指定都市(札幌市、仙台市、名古屋、広島市、北九州市、福岡市)に在住
- 4) 月に1回モニターレポートを提出できる
- 5) 乗車に必要な装具(ヘルメット、グローブなど)を所有



ヤマハ

ものづくりの現場から

探訪

企業理念に謳われる「感動創造」の言葉。ヤマハ発動機の製品はこの理念に基づき、「世界の人々に新たな感動と豊かな生活を提供すること」を目的に開発される。それはどのような部署の、どのような人たちの手を経て形になっていくのか――。

「ヤマハ探訪」第2回は、ヤマハのモーターサイクル開発部門である第1PMとボディ開発室設計グループ。そこでは、ユーザーの声をベースにしながら情熱にあふれた設計が行われていた。

時おり宙をにらみながら歩き回る。思いついたようにメモにペンを走らせる。頭の中にある、形にならない渦巻き。その中から、一筋の光が見えた。「いける！ これならすべての課題がクリアできる」。設計者・鈴木鉄男さんは急いで自分の席に戻った。

設計者という言葉には、図面や画面に向かう技術者というイメージがある。もちろんそれは設計における主要な業務だ。しかしヤマハの設計者たちは、設計を通じて、ユーザーとの密接なコミュニケーションを図っている。

鈴木さんも、設計図面の向こうにユーザー像を見ているのだ――。

久保裕さんはXJR4000/1300、SR400等のプロジェクトリーダー（PL）である。担当車種の生産立ち上がりまでのプロセスすべてをとりまとめ、次年度以降の進化と改良も行っていく立場だ。

商品企画が決定した商品コンセプトを、具体的に形にしていくのが設計の主な業務である。PLは、商品企画と設計の現場、その両方を視野に入れ、双方の橋渡しの役割を果たす。仕上がってきた設計図面の具体的な判断と

いうより、商品コンセプトを設計者に正確に落とし込み、そのコンセプト通りの方向に進んでいるかを確認することが、PLの非常に重要な仕事のひとつだ。

「商品企画が定めたターゲットユーザーは、ヤマハのバイクにどんな性能を求めているのか。あるいは、どんな性能を実現・達成すれば感動していただけるのか。そこを考慮して定められた開発のうえでのベクトルは、製品作りに携わるすべての設計者との間で合わせておかなければならない、とても大切な要素なんです」

久保さんは、かつて自らも線を引いた設計者である。しかしPLとしては、大局を見定める視野が必要だ。事実、久保さんは、XJRやSRのみならず、スポーツモデル全般を担当する。バイクの場合、ユーザーの嗜好性はジャンルによって大分される。PLがあるジャンルをそっくり受け持つことで、より的確にニーズを俯瞰し、把握できるからだ。

PLは、商品企画など各部署との討議を重ねた上で、開発目標値などを記した内部的な企画書を用意する。それを各プロジェクトチームに伝達し、開

発メンバーに明示する。そこから個々の設計が始まる。

例えば市場に「もっと速く」というニーズがあったとする。設計者たちはそのあいまいな言葉をベースにしながら、「求められている「速さ」とは何だろうか？」と突き詰め、開発の上での数値目標を立てていく。

その目標値に対しての達成度を評価するのも、久保さんの役割のひとつだ。図面とユーザーとの間に立ち、ユーザーに視線を向けながら舵取りをする。それがPLの役目なのだ。

ヤマハの「顧客の期待を超える価値の創造」という経営理念は、設計の現

カッコよく、爽快で、気持ちいい
そんな魅力あるバイクを作りたい

第2回

MC事業本部 PM統括部 第1PM

MC事業本部 PM統括部 ボディ開発室
設計グループ

PM統括部の「PM」とは、プロダクトマネジメントの略。第1PMから第4PMまでプロダクトにより分けられている。事業企画をはじめ、設計や製造なども含まれている。各プロジェクトリーダーは同部内に所属。ボディ開発室設計グループは車体設計を担当する。

変えるべきか、変えざるべきか その答えはユーザーの声の中にある



場でも徹底している。車体設計歴14年というベテラン、鈴木鉄男さんは、きっぱりと「お客さまに喜んでいただくことが最も重要」と言う。鈴木さんが担当したXJR1300では、「より良いハンドリング」が大命題として課され、それは車体の徹底した軽量化という形で遂行された。

設計者としての腕の見せ所は、優れたバランス感覚を発揮できるかどうか。目標値、素材、製造技術、デザインなど、さまざまな要件を満たした図面を仕上げなければならない。コストに配慮することも重要だ。「コストを度外視すれば、いくらでも軽量化は可能です」と鈴木さんは言う。「でも、「お客さまにとって魅力ある商品をより安く提供する」ことは、私たちの使命でもある。だからより安く、より軽い車体を実現できた時は、うれしいものです」。限られた開発期間の中で、ぎりぎりの創意と工夫が求められる。

一方で、まったく逆方向での工夫が

必要なケースもある。「変えることがすべての車種において良しとされるわけではないのが難しいところですよ」と久保さん。例えばSR400の場合は、変えないことがニーズだ。「さまざまな社会的な要請に配慮しながら、SRのテイストを維持しなければいけません」。

鈴木さんは、「変わらないように見えても、実は変わってる部分もあるんですよ」と笑う。「今回のSRは、メインスイッチにイモビライザーユニットを追加したこと、ヘッドライトとフラッシュャー、それにメーターの位置が変わっているんです。でも、GKデザインさんと相談しながらそれぞれのパーツの移動量を決め、デザインバランスを取ったんです。ほとんど違いが分からないレベルに仕上がったと思いますよ」。

変えるべき部分はどこか。変えるべきではない部分はどこか。その判断が必要になった時に立ち返るべき道しるべは、あくまでも「ユーザーが何を求

めているか」。「設計者同士でその熱意のあまり衝突することは多々あるが、本質的な部分や方向性の認識が違っていることはない」。久保さんも鈴木さんも異口同音に言う。顧客視点に立ったものづくりに関するベクトル合わせは、首尾一貫して徹底的にヤマハの設計者たちに刻み込まれている。

その一方で、彼らを突き動かしているのは、極めてシンプルな情熱でもある。長く設計の現場にいる鈴木さんは、設計者に求められる素養を、「まずはバイクが好きなおこと。設計センスみたいなものは二の次だと思います」と言う。鈴木さん自身、業務としてバイクに関わるようになって、「今もバイクが好きです。理由は漠然としていてはつきりとは言えないんですが……」。

久保さんも、「魅力あるバイクって、俗っぽく言ってしまうえば、「カッコいい・爽快・気持ちいい」ということに尽きると思うんですよ」。バイクで走り終え、キーをオフにした時、その1日が気持ちよく感じられるかどうか。開発にあたり、バイク好きにしか共有できないそんな感覚にまで、久保さんは配慮しているそうだ。

鈴木さんはこうも言う。「街の中で自分が設計したバイクが大事に乗られているのを見かけると、本当にうれしい。自分の担当した箇所がほめられたりしたらなおさらです」。

ユーザーニーズの把握はもちろん重要だ。しかしそれは、各担当部署の方向合わせのために必要な基礎。ヤマハの技術者たちが目指すのは、その基礎の上に立ち、ユーザーの期待値を超えた製品作りである。その根底には、「バイクが好き」という、シンプルで、だからこそ力強い原動力がある。



鈴木 鉄男 主事

1986年入社。製造技術部門、購買部門を経て、ボディ開発室設計グループに。スポーツモデルを多数担当。XJR1300ではプロジェクトチーフとして車体設計を取りまとめる立場に。



久保 裕 主査

1983年入社。88年からMCの車体設計を担当し、OW01やFZR400RR、XJR400/1200などを手がけた。現在はスポーツモデル全般の開発に携わっている。



CAD/CAM(コンピュータによる設計・製造システム)の浸透により、パソコンが並ぶ設計室内。かつて新人にはCAD禁止令が出され、半年はドラフター(製図板に作図用の器具がついているもの)を使っていたが、現在は1人に1台はコンピュータ端末が用意されている。室内は基本的には静粛だが、時にはモデル設計に関する議論をたたかわせる場面も。

4月1日、国土交通省より改正道路運送車両法が施行され、不正改造車に対する罰則が厳しくなりました。従来は、不正改造だけでは処罰の対象になりませんでしたが、不正改造行為自体が禁止され、違反した場合は6カ月以下の懲役、あるいは30万円以下の罰金が科せられます。また、不正改造を行なった整備工場、販売店、さらにはその従業員に対しても罰則が適用されることになりました。

また、今回の改正では、不正改造車に対する処罰の強化だけでなく、不正改造車の整備命令も強化されています。不正改造車と認知されると、「整備命令標章」のステッカーが貼られ、整備命令を受けた者は、15日以内に違反箇所の整備を行ない、国土交通省の運輸支局に現車を提示し確認を行なうことが義務づけられ、期日を守らなかったり、ステッカーをはがした場合は、一定期間(最長で6カ月)、車検証と、ナンバープレートを没収されます。

法令の内容をよくご理解いただき、良識ある対処をお願いいたします。

**国土交通省が改正車両法を施行
不正改造車の罰則が強化!**

**「03ヤマハニューモデル展示試乗会」
東京会場は2日間で
延べ1500名が体験試乗!**



全24車種、60台の試乗車を用意。約4kmと、3kmの2つのコースで試乗を行ない、マシンの性能をしっかりと感じてもらった

スポーツモデル、ビッグスクーターなどのニューモデルを中心に、フルラインナップが試乗できる「03ヤマハニューモデル展示試乗会」がスタート。開催第一弾となった3月29～30日の東京・お台場の会場には、2日間で1,800名が来場し、延べ1,500名がヤマハバイクを堪能しました。

東京はここ数年、試乗待ちの来場者があふれて混乱する場面もあったことから、今回完全予約制を導入。

落ち着いたのんびりムードのなかで運営され、来場者からも大好評。「今日は3台もニューモデルに乗れ、今後の参考になりました」「予約制だったので、時間を気にせず会場に出来ました」などの喜びの声が多数聞かれ、ヤマハバイクをしっかりとアピールし、今後の販売に繋がる大きな成果を上げました。



全国発売が決定したパッソルの試乗には、年齢、性別を問わず多くの方が試乗していた

**14年目の「NICE RIDE 募金」
中野真矢選手が代表で贈呈**

「同じ交通社会の一員としてできることはないだろうか。」『YAMAHA NICE RIDE 募金』は、盲導犬の育成・普及活動に貢献しようと1989年スタート。このたび14回目となる2002年度分の募金集計が完了し、3月26日、神奈川訓練センターにて、(財)日本盲導犬協会へ募金贈呈を行ないました。セレモニーには同募金活動5年目となる中野真矢選手が出席。同協会常任理事の金井久夫氏へ目録を手渡しました。

2002年度の募金総額は、イベント会場と、販売店のみなさまの募金活動を集計した98万5902円と、中野選手からの50万円を合わせた148万5902円。キャンペーン開始以来の累計額は4811万1448円となりました。目録を受け取った金井氏は「14年間のご支援は、我々の活動強化に活用させていただいています。ヤマハさん、中野選手をはじめ、ご協力いただいたすべての方に感謝しています」と述べました。

また贈呈後、犬舎の見学、盲導犬との歩行体験、盲導犬ユーザーとの懇談会などを通し、いっそう理解を深めた中野選手は、「全国のみなさんからの募金や、僕の活動が、視覚障害者の方への喜びに繋がっていることを知り、この活動に貢献できて本当に誇りに思いました」と話しました。

1年間、ご協力本当にありがとうございました。また本年度も『YAMAHA NICE RIDE 募金』を継続しますので、よろしく願いいたします。



懇談会では「視覚障害者にとって、エンジンの空ぶかしの音は、横断歩道を渡る時の判断を鈍らせる原因となる」という声があり、中野選手もライダーに注意して欲しいとコメント

**自工会・春の交通安全キャンペーン
無理な"すり抜け"を自粛しよう!**

4月7日(月)～7月末日までの約4カ月間、(社)日本自動車工業会による「2003年春期交通安全キャンペーン」が実施されます。これは5月11日～20日に行われる「春の全国交通安全運動」に連動して、安全運転やマナーアップを呼びかけるものです。

近年の交通事故状況を見ると、2002年1年間の二輪車全体の死者数は1,497人(原付:724人、自動二輪:773人)と、多くの人が二輪車で命を落としています。事故件数についても、原付を含む二輪車全体では減少傾向にありますが、自動二輪は微増傾向にある現状です。

このキャンペーンは、こういった状況を改善するため、混合交通のなかで、二輪車からも四輪車からも危険な運転と判断される「無理なすり抜け」に対し、「Ridership-やめよう、無理なすり抜け運転」を訴求ポイントとして安全走行や、マナーの向上を図っていきます。

楽しいバイクライフは安全運転の徹底から。ぜひお客さまに、すり抜け運転の危険性を伝え、マナーを守った運転の呼びかけにご協力ください。

やめよう、無理なすり抜け運転。



Ridership



「YAMAHA NICE RIDE 募金キャンペーン」銀行振込先

- 銀行名: みずほ銀行 浜松駅前支店
- 座名義: YAMAHA NICE RIDE 募金事務局
- 座番号: 普通1253983

モトクロス全日本選手権開幕! 釘村太一3位、出原2位で好スタート

全日本モトクロス選手権が4月13日に開幕。今年のYRT(ヤマハレーシングチーム)からは、250ccクラスの、釘村太一、釘村忠、渡辺学、村岡康裕と、125ccクラスの出原忍の5人体制でレースに臨みます。第1戦近畿大会では、125ccヒート1で出原忍が2位に入ると、250ccクラスヒート1でも釘村太一が3位表彰台を獲得し、幸先の良いスタートをきりました。

まず、国内メーカーの4ストマシンが出走して注目を集めた125ccクラスは、出原が2スト・YZ125Mを駆り出場。ヒート1は、スタートから2位を走行し、6周目にトップに立ちながらも、13周目の転倒がひびき2位でフィニッシュ。ヒート2はホールショットを奪いながら1周目で転倒。最下位から再スタートし8位に入りました。

250ccは、昨年、シーズン途中の怪我で成績を残せず、今年に賭ける釘村太一はヒート1、スタートで出遅れるものの、徐々に順位を上げ9周目には4位。その後ポジションを一つ上げ、3位表彰台を獲得し、リベンジへの第1歩を踏み出しました。

また渡辺は、6/13位とまずまずの成績。国際A級に昇格したばかりの村岡は両ヒートで転倒を喫し、22/25位で初レースを終えています。また釘村忠は、12日の練習走行中の転倒で負傷し予選をリタイアしました。シーズンはまだまだ始まったばかり、今後の5人の活躍にぜひご期待ください。



「今回は勝ちを逃がしてしまいましたが、自分の走りには自信があるのでそれほど悔しくはありません。次のレースが待ち遠しいです」と出原

今季から、モトクロスGPクラス(2スト250cc/4スト450cc以下)が新設された世界選手権モトクロスが開幕。昨年世界タイトル6冠目を獲得し、今年は新クラス、新マシンで7冠目を狙うS・エバーツと、M・ベルブーツのコンビが出場します。

3月30日に開催された、第1戦・スペイン大会では、250ccの2ストロークと450ccの4ストロークの争いに注目が集まりました。その4スト・YZ450FMを駆るエバーツとベルブーツは序盤でトップ4に位置する好調ぶり。その後ベルブーツは転倒でリタイアしますが、エバーツは3位でチェッカーを受けます。

続く第2戦は、エバーツが見事なホールショットからレースをリード。しかし、レース後半の14周目、昨年250ccクラスチャンピオンのM.ピジョンの追撃を受け、2人による激しいバトルが展開されます。ところが、ピジョンと接触したエバーツのフロントホイールが損傷。ピットに戻り14番手から再スタートを切りますが、9位に留まりました。またチームメイトのベルブーツは第1戦に続きリタイアとなっています。

まだシーズンは始まったばかり、今後の二人の活躍にご注目ください。



「第2戦はピジョンとの接触まではしっかり走っていたが、レースをコントロールできていただけに非常に残念。この悔しさをバネに次のレースでは勝りたいと思う」というエバーツ

世界選手権モトクロス、スペインで開幕 世界7冠に向けエバーツが好発進!



リードは、14戦だけでなく、11、12、13戦でもカーマイケルとの激しいバトルを制して優勝している

1月にスタートしたAMAスーパークロスも終盤戦に突入。2位をキープしてきたC・リードがここにて爆発的な強さをみせ、首位を走るディフェンディングチャンピオンのR・カーマイケルに肉薄しています。

第10戦終了時点でのリードと、ランキングトップのカーマイケルの差は25ポイント。しかし、第11戦セントルイス大会を皮切りに3連勝を果たし、少しずつその差を縮めていきました。そして迎えた第14戦・イルビング大会では、リードとカーマイケルによる史上稀に見る白熱したバトルが繰り広げられます。

カーマイケルが2番手、リードは6番手でレースをスタート。カーマイケルが1周目の第2コーナーでトップに立つと、リードも2周目には2位に上がり、追撃を開始します。そして6周目、リードがカーマイケルを抜いてトップに立ったのも束の間、その後5周に渡って絡みつけられたバトルは、8回も首位が入れ替わるという今年最高のレースとなります。しかし最後は勢いに勝るリードが首位をキープし4連勝。今季6勝目を挙げ、カーマイケルとの差を13ポイントまで縮めました。残すは後2戦、リードの逆転チャンピオンにご期待ください。

C・リードが怒濤の4連勝! 首位に13ポイント差まで接近

世界共通のサービス技術教育システム 「YTAヤマハテクニカルアカデミー」導入

スポーツモデルからスクーター、そしてパスまで、幅広く展開してきたYTSヤマハ二輪車整備士制度も開始から20年あまりが経ち、この間、約8,300名のヤマハ二輪車整備士が誕生しています。

そしてこのたび、ヤマハサービスのグローバル教育の一環として、世界共通のサービス技術教育システム「YTAヤマハテクニカルアカデミー」を5月より導入し、下記の変更を加え日本で展開することとなりました。今まで同様積極的にご活用いただき、より良いサービスでお客さまをお迎えしましょう。



【変更内容】

- 名称
旧: YAMAHA TECHNICAL SERVICE (YTS)
新: YAMAHA TECHNICAL ACADEMY (YTA)
 - 整備士クラス名

旧	新
ベーシック (BASIC)	ブロンズ (BRONZE)
マスター (MASTER)	シルバー (SILVER)
ドクター (DOCTER)	ゴールド (GOLD)
- ※取得済みの資格は有効です。

YTAヤマハテクニカルアカデミー日程 (5、6月)

会場	5月			6月		
	ブロンズ	シルバー	パス	ブロンズ	シルバー	パス
東北サービス						
SC関東		21~23		10~12	17~19	
SC中部				10~12	25~27	
SC近畿		20~22		10~12		
中国サービス					10~12	
九州サービス				3~5		

ブロンズ: 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器の習得
シルバー: ヤマハ4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

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申し上げます。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】	
●リモコンJOG・JOG・JOG-ZR (CV50)	SA16J-000054~030338、SA16J-030400~030699
●JOGボシェ (YV50H)	SA08J-016949~022752
●JOGアプリオ (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 (YV50)	SA02J-100101~104489
●ギア (BA50)	UA03J-000013~006302
●グラッドアックス (YA100)	SB01J-100101~138056、SB01J-100101~103519
●シグナス (XC125M)	SE01J-000101~005648
●シグナス (XC125SV)	SE07J-000106~000590
●シグナス (XC125D)	4TG-000101~008778
●TW225E	DG09J-000019~003196
●マジスティABS	SG01J-003245~006887
●マジスティ	SG03J-026479~028473、SG01J-000015~006707、SG03J-000027~015548、4HC-061237~070060、

商品名	車体番号
【リコール対象車】	
●ドラッグスター (XVS250)	SG03J-023359~028533
●ドラッグスター (XVS1100)	VG02J-000020~001069、VG02J-001170~001269、VG02J-02672~02751、VG02J-000020~004993
●ドラッグスタークラシック (XVS1100A)	VP10J-000019~003178、VP13J-000163~002707
●ロードスター	VP13J-000013~002687 VP12J-000008~000967
【改善対策対象車】	
●シグナス (XC125SV)	SE07J-000101~001560
●メイト (V50)	UA04J-000016~020905
【サービスキャンペーン対象車】	
●ジョグボシェ (YV50H)	SA08J-028523~036627
●JOGアプリオ (YJ50)	SA11J-065039~088782
●ビーノ (YJ50R)	SA10J-044334~065863
●グラッドアックス (YA100W)	SB06J-206603~214916

ロードレース世界選手権開幕！ 日本GPでバロス8位・中野9位

4月6日、鈴鹿サーキットでロードレース世界選手権「モトGP」2003年シーズンが開幕。ヤマハのファクトリーマシン「YZR-M1」を駆るA・バロスが8位に入賞し、中野真矢、S・チェカ、阿部典史、O・ジャックの4人もそれぞれ完走を果たしました。

チーム体制、契約ライダーが大きく変わった今シーズン、ヤマハは2年目となる4ストロークマシンYZR-M1の開発に力を注ぎ、当初発表した2003モデルのほか、バロスとチェカに新型カウルとショートマフラーを装備するニュータイプを用意。さらに阿部もツイン・リ



日本人最高の9位に入った中野だが、「ポイントが取れただけの結果。ヨーロッパラウンドではトップグループを走れるコンディションに仕上げる」と意気込む



転倒のダメージが残り、思うようなライディングができなかったバロス。早期の回復が何より待たれる

アショックとシート下を貫通するエキゾーストシステム、新型フレームを採用したプロトタイプで出場するなど、勝利への強い意欲を感じさせました。

しかし、予選はあいにくの雨続き。M・メランドリが初日に転倒し、決勝進出を断念。残る5人のライダーも、ドライセッティングに不安を抱えたまま決勝日を迎えました。

この日は朝から快晴。予選4番手のチェカが好スタートでホールショットを奪い、朝のフリー走行で転倒したバロスもケガを押して奮闘。さらにジャック、中野、阿部がそれぞれ予選順位をキープし、徐々に追い上げを見せます。それでも、やはり仕上がりが不十分な状態ではトップグループを脅かすことができ



「セットアップの方向性はわかっていて、仕上げが不十分だった」とチェカ。次のレースに期待!

日本GPリザルト

Moto GPクラス		GP250 クラス	
1 バレンティーノ・ロッシ	Honda	1 マヌエル・ボジャーリ	Aprilia
2 マッシミリアーノ・ピアッツ	Honda	2 青山博一	Honda
3 ロリス・カピロッシ	Ducati	3 高橋裕紀	Honda
4 セテ・ジベルナウ	HONDA	4 セバスチャン・ボルト	Honda
5 トロイ・ベイリス	Ducati	5 フランコ・バッタイーニ	Aprilia
6 コーリン・エドワーズ	Aprilia	6 アルフォンソ・ニエト	Aprilia
7 ニッキー・ヘイデン	Honda	7 ロベルト・ロルフオ	Honda
8 アレックス・バロス	Yamaha	8 松戸直樹	Yamaha
10 カルロス・チェカ	Yamaha	9 嘉陽哲久	Yamaha
11 阿部典史	Yamaha	10 シルヴァン・ギュントーリ	Aprilia
15 オリビエ・ジャック	Yamaha	17 ヤロスラフ・ユーレス	Yamaha

2003シリーズランキング

AMA SX250 (第14戦終了時)			WMX MXGP (第2戦終了時)		
1 R・カーマイケル	Honda	323	1 M.ピジョン	Suzuki	50
2 C・リード	Yamaha	310	2 J.スメッツ	KTM	44
3 E・フォンセカ	Honda	185	3 K.グンダーセン	Kawasaki	35
4 D・ビーラマン	Yamaha	169	4 S.エバーツ	Yamaha	32
5 N・ウエイ	Yamaha	169	5 B.ヨルゲンセン	Honda	32
6 T・フェリー	Yamaha	163	6 K.ストライボス	Suzuki	24

AMA SX125西 (第7戦終了時)			WMX 125MX (第2戦終了時)		
1 J・スチュワートJr	Kawasaki	172	1 S.ラモン	KTM	41
2 T・プレストン	Honda	139	2 A.キオディ	Yamaha	38
3 M・ウォーカー	Kawasaki	110	3 A.バルトリニ	Yamaha	35
4 A・ショート	Suzuki	110	4 M.ド・ルーバー	KTM	35
5 B・ラニノビッチ	KTM	101	5 B.タウンレイ	KTM	26
6 E・ソルビー	Kawasaki	81	6 M.マスキオ	Kawasaki	25

AMA SX125東 (第7戦終了時)			WMX 650MX (第2戦終了時)		
1 B・ジェスマン	Suzuki	150	1 J.スメッツ	KTM	50
2 M・ブラウン	Kawasaki	143	2 J.ガルチアヴィコ	KTM	44
3 B・セラーズ	Yamaha	120	3 C.メロット	Honda	39
4 K・スミス	Yamaha	105	4 T.パーカー	KTM	29
5 B・メットカルフェ	KTM	89	5 D.テイベール	HUSABERG	25
6 S・ボニフェイス	KTM	89	6 A.O.ビルホネン	Yamaha	23

全日本ロードレース第1戦は無念の結果 YZF-R1 & 中富の今後に期待!



「チーム監督」YSP豊橋南/加藤静利さん「今回の結果は残念でしたが、中富選手が予選で好成績を残してくれたことは本当に嬉しく思う。チーム一丸となりピット作業をこなす姿には本当に感動しました。また、多くのお客さんを観戦に誘い、レースの楽しさを感じてもらえたことは、販売店としてプラスになりました。これからも積極的にレースの魅力を発信できるショップでありたいと思います。また今後は、現場を見て感じたレース活動の素晴らしさを、各地のチーム監督が力を合わせて全国の販売店に伝えていきたいです」

今シーズンよりJSB1000が日本最高峰クラスとなった、全日本ロードレース選手権が3月27日、鈴鹿サーキットで開幕しました。

「YSP&プレストレーシング」から、YZF-R1で出場した中富伸一は、70台を教えるエントリーがあった予選を3位で通過し、決勝に臨みます。その決勝は、スタートで出遅れるものの、中盤6位を走行。

最終的に順位を2つ下げ8位でチェッカーフラッグを受けます。ところが、イエローフラッグ無視という厳しい判定が下され、失格となってしまいました。しかし予選、決勝を通じ、マシン、選手ともに十分なポテンシャルを証明しており、今後のレースでも活躍が期待できます。みなさんの応援よろしくお祈りします。

ぷらっとレポート

Vol.2



いよいよ本格的なツーリングシーズンの到来。町中や各地の人気スポットなどライダーの姿を目にすることも多くなりました。しかし、二輪免許を所有していながら長いことバイクにまたがっていない休眠&ペーパーライダーも少なくないはず。新規需要開拓もいけれど、そんな既存ライダーの掘り起こしのヒントを探ろうと今回はヤマハテクニカルセンター主催のリターンライダーバイク教室にお邪魔しました。



女性や初心者ライダーがまずクリアすべき課題は発進、停止、取り回しなどの基本的な操作。久しぶりのバイクを前に「どうやってエンジン掛けるんだっけ?」との発言も。まずはバイクに慣れる機会が身近にあることが大切

ヤマハテクニカルセンター リターンライダーバイク教室

前日の肌寒い雨天とは打って変わり、初夏めいた陽気となった4月13日、ヤマハテクニカルセンター（YTC）には総勢14名が集合。「リターン」というネーミングについては中高年男性を想像しがちですが、技量アップを目指す現役ライダーや操作に慣れたい初心者にも門戸を開いていることにより、平均年齢約34歳と若く、女性が9名と多いことも特長です。

多様化の時勢は 隠れた需要開拓のチャンス!?

「風を切って走る爽快感やマシンを操る喜びなど、バイクの楽しい実体験がベースにあるかつてのライダーが社会的ななからみから解放され、精神的なゆとりを求めて再びバイクに戻りつつあるのは確か」と前置きしながらも、YTCの石飛学所長は「趣味嗜好性が多ジャンルに及んでいる社会情勢の例にもれず、二輪業界も細分化・多様化が進んでいる」と言います。

「年齢や職業、性別などのユーザー特性から、免許取得動機、マシン選択、使用用途、そして、リターンの背景やスクール参加の目的意識など、本当に人それぞれ。ですが、例えば趣味の写真撮影で山寺へ行くときなど、ほかの趣味と運動させてバイクと遊ぶ人が最近増えているように感じます。バイク以外の遊びを切り口に考えれば、潜在的な需要はぐっと増えるはず。訴求ポイントが絞りにくい多様化した今の時代は、逆に言えば、ターゲットが広がっていると考えられるのではないだろうか」

近頃のショッピングイベントで、温泉やグルメツアーといったバイク以外の付加価値を加味したツーリングが増えているのも、こうした背景を受けてのことなのかもしれません。



受講生の体験談をホームページで掲載。同じような境遇にある人にとって参加の後押しとなる



受講様様は和気あいあいとしている。バイクの愉しみ方の一つとして、技量アップのために繰り返し受講する人が多いのもうなづける



スクール最後にはとにかくバイクの楽しさをと、所有免許に関わらずTMAXやTWなどYTC所有のマシンの試乗が行われた。指導員が乗る白バイの試乗も可能



各参加者の技量に合わせ、時には個人指導も行なわれる。仲間内からの指摘よりも指導員からの適切なアドバイスの方が素直に聞き入れやすい

間口を広げる努力も

YTCでは、受講生をお客さまとしてとらえ、指導員の指導方法や言葉遣いなど、日ごろから「安全と楽しさを提供する教育サービス業」という姿勢を貫いています。各種スクール開催においても、教習所にとって一番の書き入れ時にもかかわらず開催日を日曜日とする、最寄りの駅まで送迎バスを用意する、手ぶらで気軽に参加できるようなマシンはもちろん、ヘルメットなどの用具類も貸し出す、堅苦しい雰囲気は払拭するなど、より敷居を低くする努力を行なっています。

女性だってリターンする人知れず上達したい男心?

女性参加者に多いのが、免許を取得したものの、いきなり公道を走るのをためらっているうちに、操作方法すら忘れてしまう人、取り回しのコツを覚える前に車体重量に挫折してしまう人。また、結婚・出産などによるプランクを取り戻すために参加する人も少なくないと言います。

一方男性は、昔取った杵柄でカムバックする人や技量アップで訪れる人が中心。仲間内でツーリングに出かけたものの、テクニク不足で皆についていけない、かといって仲間からのアドバイスは聞き入れ難く、こっそり上達したいという隠密派(?)も。

この他、夫婦そろってツーリングに行きたいと奥さんを上達させるために、ご主人が奥さんをスクールに参加させたり、参加するご主人に連れられて見学に来た奥さんがバイクに興味を持ち、お子さんを親子バイクスクールに参加させるなど、家族間のコミュニケーションにバイクが一役買うこともあるそうです。

病院にこそ必要な「もてなしの心」

受付前のロビーで老夫婦が席を立つと、その様子を見た職員が、サービスカウンターから足早に近づいてきた。「こちらをご利用くださいませ」。素早く用意した車椅子を押ししている。婦人を車椅子に座らせ、行き先を尋ねると、「それでしたらあちらのエレベーターをご利用になって……」と、丁寧に順路を教えている。最後に「お気を付けて」と、深々と頭を下げた。

同じような光景があちこちで展開されている。個々の対応はあくまでも自然でさりげないのだけれど、ここが病院だと思ふと極めて意外だ。「健康な時に行くホテルではドアマンがドアを開け、荷物を持ってくれますよね？ それなのに、健康ではないからやって来る病院では全部自分でやらないといけない。その方がおかしくはないですか？」と、亀田総合病院・亀田信介院長。

診察を終えると同時にオンラインで会計が済まされており、患者は行列に並ばず支払いを済ませることができる。

だからロビーでは呼び出しのアナウンスもない。太平洋を望む通路に置かれたソファでは、来院者がのんびり昼寝をしている。あちこちに飾られたアートや観葉植物……。

他業界に探る E裏 H舞台 T舞 成功のヒミツ

亀田メディカルセンター



電子カルテを見ながらの診察風景。さらに同センターでは、PSR(Patient Services Representative)と呼ばれる「患者の立場を尊重する代理人」も用意。医師の説明等に不明点があると、PSRがその場でフォローする。自分の体についての情報を知ることが自らの治療への積極性を生み、治癒した時の患者自身の喜びもより大きくなる。電子カルテはセンター内に設置された端末や自宅のパソコンでも閲覧可能

長い待ち時間、暗くよどんだ空気、居丈高な職員……。病院に対し「できるだけ行きたくない場所」という印象を持っていないだろうか。そのすべてを払拭し注目を集めているのが千葉県鴨川市・亀田メディカルセンターだ。電子カルテやアート・イン・ホスピタル導入など、先鋭的と受け止められがちな同センターだが、根底にあるのは「もてなし」「患者最優先」など、極めてシンプルなコンセプトだ。

それらを意外と思うと同時に、「病院とはこういうものだ」という固定概念が、いかに根深いかを気付かされる。

受動から能動の医療へ

医療はどうあるべきか。自分たちが行ないたい医療とは？ 亀田メディカルセンターでは常に根本に立ち返りながら、具体的なアクションプランを立てる。既存の病院に慣れた目で見渡すと、センター内は数多くの驚きに満ちているが、「ホスピタリティ(もてなし)の心

を持って、患者さまに最高水準の医療を提供する」という同センターの基本理念に照らせば、すべて得心がいく。「コア(中核)は医療の質を高めること。ホスピタリティなどのフリンジ(周辺)サービスは、コアがしっかりしているからこそ成立します」と亀田院長。

同院の医療サービスにおける最大の特徴は、患者が主体的に治療に参加できるシステム作りだ。亀田院長は、「カラオケやインターネットは、参加者の能動性を引き出して成功している。誰しも、やらされること」より、自分の意志で、やる「ことの方が積極的です。



「患者さまに頼まれたことは何でも応じる」と、メニューを用意していないサービスセンターを設置。バスの時刻表案内から周辺観光情報、コピーやファックスサービスまで、リクエストが即メニューになる。「自分たちがニーズを把握しきれないはずがない。ニーズは患者さまの中にあるんです」



亀田メディカルセンター

江戸寛永末頃から代々医業を営む亀田家。現在は医療法人鉄蕉会として、高度医療や入院などを扱う亀田総合病院を中核に、外業専門の亀田クリニックなどを展開する。話をうかがったのは同総合病院長の亀田信介氏(47歳)。長男・俊忠氏(理事長)を筆頭に、兄弟は4人も医師。



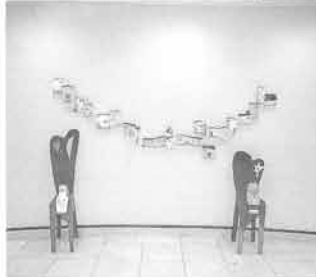
同センター内のあちこちに配されるアートの数々。「ただ美術品を飾るだけでは意味がない」と亀田院長。数々のアートは「癒しとは何か」という問いへの回答だ。例えば、アートはすべて手で触れることができる。「特にお子さんは“触るな”と言われることがストレスになる。それなら飾らない方がいい」と明快だ

医療も同じ。受動から、能動にしたい」。

その最先鋒は電子カルテ。診察の現場で医師と共に見ることができ、院内に設置された端末や、インターネットを通じ家庭で閲覧することも可能だ。情報の閲覧範囲はあらかじめ自己申告で決められる。さらにカルテの内容をより深く理解したい場合には、センター内に用意された情報プラザでインターネットや書籍から調べることができる。この徹底した姿勢は、「知りたいことを知っていたくは、ストレスフリーな治療実現のための第一歩だから」と亀田院長は言う。

患者の喜びこそ 職員の喜びに

「自分たちの使命は何か、自分たちの価値はどうしたら高められるか。そのことを本音で考えれば、自然と患者さまを最優先するペイシエント・オリエンテッドに行き着くはず。患者さまに満足してもらっただけではなく、喜んでいただく。そのことこそが我々の自己満足につながるんです」



亀田院長は職員に「自分のやりたいことだけをやってください」と常々語りかける。もちろん「こうしなさい」という命令もほとんどない。自分たちの服装、患者への言葉づかいなど、多くの具体的なアクションは職員の自発性に委ねられている。

「人に言われてやったことは、達成された時点で陳腐化が始まります。しかし能動的な取り組みは、出来不出来は別としても決して陳腐化しないし、次の発想や新しいチャレンジにつながるんです」

言葉にすると簡単だが、職員の自発性に任せることは現実には困難を極める。「実際にはぐちゃぐちゃ」と亀田院長は苦笑いする。職員2000名、医師250名もの大所帯になると、人間関係のトラブルやある程度のリスクも背負わざるを得ない。「でも、細かなことに囚われていたら、根本にある大きなコンセプトを見失いかねないんですよ」。経営陣の役割は基本理念に添っていかどうかを確認することであり、具体的な現場での裁量は現場に任せるという姿勢だ。

脱・困い込みで 自立したファン作りを

「患者さまが、行きたくないな」と思うような病院に、いったい何の価値があるのか」と亀田院長。病院とは健康を維持するために積極的に足を運び、活用すべき場所なのだ。

「また行きたくない病院」と言う少し

語弊があるかもしれない。しかし、病院が社会インフラとして必要不可欠である以上、患者がより快適で過ごしやすい空間づくりを目指す同センターの取り組みは極めて妥当だ。その一方、「また行きたくないな」と亀田院長は強調する。

「むしろ脱・困い込みを考えられています。囚人型の困い込みから脱却し、自立したパートナーとしての存在になりたいんです。困い込みとは、自ら野原に柵を作り、自分たちの世界を規定してしまう手法。実際は野原はもっと広いし、その先の森の中にもニーズが山ほどある」

亀田院長は「必要なのは心の困い込み」と説明する。「困い込まれている」と受動的になつては、患者はいずれそこから逃げ出したくなる。「私はこの病院を好きで選ぶ」と能動的になれば、今日は別の病院に行つても、明日は戻ってくる可能性が高い。

高水準医療という核の周辺に位置する、もてなしの心で、自立したファン作りを目指す。脱・困い込みというコンセプトは、顧客（患者）の自由意志に負うため、経営陣としてはリスクを引き受けることに他ならない。しかしこれも「ペイシエント・オリエンテッド——患者最優先の医療」という同センターの強い意思表示なのだ。



「サービス」は神に仕えるという主従関係から生まれた言葉。我々は、旅人を迎え入れ、共に食事を楽しむ“ホスピタリティ”（もてなしの心）で患者さまに接したい。エスカレーターホールの作りや受付の女性たちの笑顔にも、そのコンセプトの徹底ぶりが窺える



Check Point

「地域の方たちにとっては、当センターのようなスタイルがもはや当たり前。半年ほどであつたという間に浸透しました。だからこそ、チャレンジを続けるべきなんです」と亀田院長。鴨川周辺には他に類する病院はないが、「独自の進化をしないと。ガラバゴス諸島のようにね」と笑う。しかし「医は仁術」にも通ずる「患者第一」を徹底する姿勢は、決して特異ではなく、極めて普遍性が高い。



ヨーロッパでの高速走行にも対応する本格派・Euroシリーズが人気。ジャケットは各メーカーの持ち味が強く、ゴールドウインはツーリングユーザーに訴求力が高い。そのため、ツーリングユーザーが求める「バイクっぽいカッコ良さ」を持たせている

C
R
O
S
S

今月の

O
V
E
R

S
S

Vol.2

総合アパレルメーカー
(株)ゴールドウイン

同業異種から見る
二輪ユーザー動向

漸減傾向にあるジャケットの需要
バイク本体代替えの波及効果が

ツーリングウェア、特にジャケットが当社のメイン商品なのですが、正直なところ以前ほどは数が出なくなりまして。極端に落ち込んでいるわけではないのですが、漸減傾向にあります。要因として考えられるのは、コアなツーリングユーザーに一通り商品が回って成熟化したこと、そして買い換えのサイクルが長くなったことが挙げられます。

ジャケットは安い買い物ではありませんから、多少傷んでも使いつける方が多いようです。当社製品は耐久性を重視していますから、買い換えスパンの長さは品質の表れとも取れるのですが、痛し痒しといったところ(笑)。いずれにせよ「一着買ったなら長く着たい」というニーズは高まっているようです。

買い換えに至る場合、その最大の動機はバイク本体の代替えですね。ジャケットの色やスタイルはバイク本体に合わせたいもの。ファッションとしては非常に保守的です。バイク代替えのような大きなきっかけが必要なんです。

先ほど漸減傾向と言いましたが、ゆるやかに下がりがながらも安定しつつあり、最近底を打ったように感じます。バイクのようなコアな趣味の世界は非常に手堅く、バブルの恩恵も受けていない。二輪業界全般としては厳しいけれど、安定したニーズはあるんです。むしろこれから業界が伸びる可能性を感じるの、若いファッションバイカーが増えたこと。マジエステイを始めとするビッグスク



ーターブームも、以前は想像さえできませんでした。いずれも我々にとっては潜在的な需要だと考えています。

バイクは大人の趣味として定着
将来的な顧客・若年層にも注目

私は、ヨーロッパのように大人の趣味としてのバイクライフが定着してきた、と感じています。当社では97年にジャケットのフラッグシップモデル・Euroをリリースしたのですが、ウィンタージャケットが9万5000円。社内でも「高価すぎるのでは？」という危惧がありました。しかし予定分はあっという間に売り切れ。

きちんとしたスペックがあれば、出費は厭わないことを痛感しました。ユニクロや100円ショップ人気などを見ても分かるように、日常品には安さを求め、非日常的な趣味のものには機能や付加価値を求めますね。

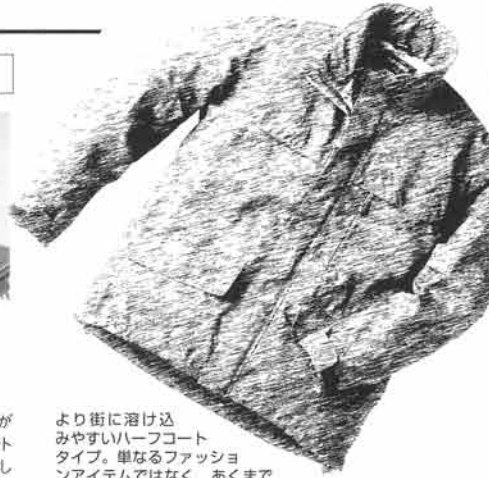
その一方、若いファッションバイカー層の動向も見逃せません。当社では彼らのニーズに対応し、ファッション性を重視したグローブなどのライディングギアを用意しています。ただし、彼らを直接ターゲットにしたジャケットはリリースしていません。ファッションバイカーは、バイクウェア以外のものにオシャレさを感じています。そんな中に当社がカジュアル風アイテムを投入しても、ブランドが悪い方向に働き、逆にカッコ悪く思われるだけでしょう。

しかし、彼らこそ将来的なお客さまの最有力候補には違いありません。手軽なギアからでも当社を知ってもらえば、将来ステップアップしてコアユーザーになった際、ゴールドウインを選んでもらう動機になるのでは、と期待しています。

「短・近・楽」なツーリング動向



ゴールドウインのリアバッグラインナップの中でも、最近特に注目を集めているのが10~30リットルクラスの小型シートバッグ。「長期間のツーリングが減ったこと、テント泊より「たまの休みだからいい宿に」と荷物自体が減りつつあること、走り自体を楽しむ傾向にあること」などが要因と福田氏は見る。従来タイプの大型リアバッグにも一定のニーズはあるが、小型シートバッグが大きなムーブメントだ



より街に溶け込みやすいハーフコートタイプ。単なるファッションアイテムではなく、あくまでもバイクウェアとしての機能を前提に、幅広いシーンにマッチさせる狙いだ



株式会社ゴールドウイン

ゴールドウイン事業部 事業グループモーターチーム MD
福田 斉氏

学生時代にレース活動をするなど、もともとバイクが好きで1990年に入社。入社後はヘリーハンセンの営業を担当し、95年からライディングギアの企画担当に。現在はライディングギア全般の企画責任者を務めながら、広報・宣伝の窓口も

コンビニやドラッグストアのようにただ明るくだけでなく、高級なバイクを包み込むような暖かい光を作り出し、周りからフワッと浮き上がるように美しい



ヤマハのガラス看板は下り車線用に設置し視認性をアップ。今後の課題としては、上りのバイクやクルマ、そして、徒歩で来店されるお客さまにアピールするためのアイデアを考えているという



デザインとアイデアで個性を売る新YSP

YSP杉並南

東京都杉並区下高井戸1-18-19

早瀬 太嘉志 社長



オールヤマハの商材と、これまでの経験やノウハウをベースに、新しい発想によるチャレンジを店舗設計やカスタムに取り入れた「YSP 杉並南」が、バイクショップの激戦区、甲州街道に挑む。

Profile

略歴 平成7年12月、甲州街道沿いに「Rainbow」を設立。早くからビッグスクーターカスタムに着目し成功を修めた早瀬社長が、今年2月14日、スクーターから大型スポーツバイクまでオールヤマハを扱う専門店として「YSP 杉並南」を設立した。

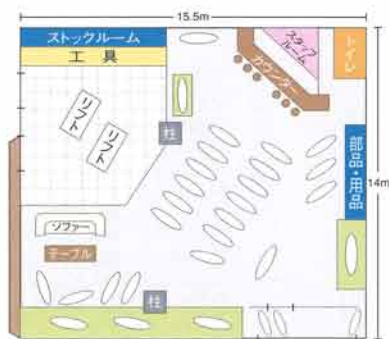
立地 西東京を東西に貫く、甲州街道(国道20号線)は、各メーカー専門店をはじめ、併売店、用品店、など東京都下でも屈指の二輪激戦区。YSP杉並南の店舗は新宿から八王子へ向う下り車線沿いにあり、京王線・桜上水駅より徒歩5分と、電車でのアクセスも便利。杉並区、世田谷区など、周辺住宅地には、富裕層が多いのも特徴。

店舗 マンションの1階部分を改装。ちょうど70坪の店内にショールームとサービス工場、そして接客スペースを収め、店内の配色やガラスの仕切りなどで、圧迫感を感じさせない工夫が施されている。

商圈 地域密着という上では店舗を構える杉並区と、隣接する世田谷区になるが、甲州街道沿いという地の利を生かし、これを利用する全てのバイクユーザーを対象にしているため、八王子から新宿、渋谷まで幅広い範囲を視野に入れている。

客層 オープンから2カ月ということもあって、今のところバイク通勤者が修理などで立ち寄るケースが多い。最近は徐々に地元のお客さまの来店も増え、求められるジャンルは原付スクーターからスポーツバイクまで全般に広がっている。年齢層も若者からお年寄りまで幅広い。

スタッフ 左から、デザイナーの前田雄一さん、サービスメカニックの汲田智史さん、新谷亜弓さん、白柳渉さん、早瀬太嘉志社長、店長兼広報担当の早瀬昭二さん、そしてヤマハの担当営業・石原広章さん。



店舗へ直接日光が当たらず暗い印象があることから、床、壁面、天井ともに白で統一した。また濃い色を使うと、汚れが目立たないため、その分清掃への気配りが薄れる。白だと汚れが目立ち常に気配りが大切になり、自然と清掃をする習慣化を狙った。清掃をきちんとやっても白では寿命は3、4年となるが、リニューアルへのタイミングにしたいと考えている

奥のカスタムコーナーにはソファを配置。くつろぎながら新しい発見をしてみたい、目の前でじっくりカスタムのアイデアを作り込んでもらおうのが狙いだ



右回りの導線を大切にし、入り口には、逆輸入モデルなどハイスペックモデルや、話題性のあるモデルで引き付ける。お客さまが店内を回遊する動機付けを図るため、ショールームのアウトラインにはオリジナルカスタム車など、注目度の高いモデルを展示。国産車をショールーム中央に置いたのは、購入目的のあるお客さまにストレートにアピールし、店内の奥へと誘うための工夫

「今まで私たちは「カスタム」というカテゴリーの中だけでお客さまを相手にしてきました。しかし、そこに安住しては、バイクショップとしての成長がない、だから今度は、もっと幅広く二輪業界を捉え、発展を目指す店にしたいと思っただけです。スポーツバイクから原付スクーターまで、すべての二輪ユーザーを迎えられるYSPは、私たちに新しい刺激とやりがいを与えてくれるでしょうし、お客さんには新しい感動を提供できるんじゃないかと期待しています」



50インチのモニターは、店内に入ると自然と目に入るように正面に設置された。「これは外からのアイキャッチになるし、店内では高級感とインパクトを与えるんです。また、ここからいろんな情報を発信することができるんですよ。これも新しいアイデアの一つです」



店内スピーカーにもこだわりが伺える。広い空間に満遍なく音が広がるように12面体のスピーカー2機を取りつけた。見た目にも主張しすぎず、さり気なくオシャレなデザインだ



照明には見飽きている蛍光灯は使用していない。そこで光量のある水銀灯と、暖かい光でバイクの輪郭を浮かび立たすマグネシウム灯を組み合わせた

より大きなビジネスチャンスと 幅広い商材・客層を求めて

平成7年の12月、早瀬社長は、それまで働いていた二輪販売店をやめ、地元である杉並区下高井戸の甲州街道沿いにRainbow(レインボー)を立ち上げた。周辺に老舗ショップや量販店が数多く点在するこの地域で生き残るには、他店と同じことをやっても勝ち目は少ない。そこで新たな方向性を模索し目を付けたのが、ビッグスクーターのカスタマイズ。自分だけの斬新なアイデアと、それを具現化する技術力で顧客満足度向上をめざした。

その後、積み上げてきた技術力やサービス力、豊富なアイデアを生かす次のステップとして、早瀬社長はヤマハの専門店を選んだ。

「甲州街道は、長い直線が多くバイクが走りやすい道路であると同時に、多摩市、八王子市などのベッドタウンから新宿区を経て都心へ向う幹線道路であるため、日本一バイクの交通量が多く、集客力は抜群。ヤマハというメーカーの信頼性と、私が今まで培ってきたノウハウを合わせれば、この激戦区で店を出すのに全く迷いはありませんでした」

YSPを選んだのは、ほかにもいくつかの理由がある。まず、このエリアがヤマハ専門店の空白地点であり、専門店として必要な商品、知識、サービス力をしっかりとアピールすることによって周辺のヤマハユーザーを多数集客できるということ。次に、今まで積重ねてきた経験や技術を、カスタム素材として人気の高いさまざまなヤマハモデルで生かしてみたいと思ったこと。そしてさらに、もうひとつ大きな理由があるという。

サービス工場



工具は、米軍のメデイカルチームが使用するSnap-onの世界最大のツールボックスを使用。特注でホワイトの塗装を施し、工具の充実はもちろん、外観もハイセンスな雰囲気がある



サービス工場は、音、匂いをシャットアウトするため、大きなガラスで仕切られているが、枠を設けていないため、ショールームとの自然な一体感があり、店内に奥行きを与える効果を持つ。工場内は拡散性のある3列9個の照明を配置し、作業の手元を真上から効果的に照らし出している。床面には、油污れや、工具でのキズを防ぐため、クロスをはいた。また大型のエアコンプレッサーを用意し、3口同時に使用が可能である

用品・用具



5m×4mの用品・用具専用のウォールを用意。今は在庫が多く、前にモデルがおかれ使い切れていないが、今後は、この店内に見合ったベストの用品をセレクトしていきたいという



カウンターには、効率良く商品アピールにつなげるためショーケースを作り、ハイクオリティなオリジナルのステンレスハンドルポスト、メッキブリーケースなど高級感をたたえるパーツを置いた。また、他所では展示しにくいサングラスや、ステッカーも陳列している



店内に入るとすぐに目につくのがYSP杉並南オリジナルのウェルカムボード。スタッフの写真入で、お店の紹介や、スタッフの心構えなど掲示し、馴染みやすい雰囲気を作り出している

アイデアを効果的な宣伝活動でお客さまと業界に新しいYSPを発信する

幅広いお客さまに新しい提案と高い満足を提供するというYSP杉並南の姿勢は、店舗にも強く反映されている。実は、新店舗のプロデュースの段階から、早瀬社長と自店のデザイナーが全面的に携わっているのだ。

「私たちは、カスタムや広告などと常に新しい発想、斬新なアイデアを模索し、それをしっかりと具現化するために3人の専属デザイナーを抱えているんです。普段はPOP、広告などの印刷物や、カスタムモデルのデザイン、アフターパーツの開発、ショールームの空間演出などを手掛けますが、今回の店舗は、地域特性を折り込むと同時に、「こんなYSPもあるんだ」という新しいアイデアを設計者との意見交換する役割も担い、個人的でバランスのよい店舗を完成することができました」

バイクショップがデザイナーを抱えるということ、そのデザイナーが店舗設計にまで関わることで自体が新しい発想であり、そこから生まれた店舗には、確かな主張が感じられる。こうした創意工夫には、目に見えるデザイン的なものにとどまらない。そのひとつがカウンターの真上に設置された50インチの巨大モニターだ。

「今はまだ、ヤマハのイメージ画像などを流すだけですが、今後は、諸経費の内容や、オリジナルカスタムの紹介、YSPメンバーズインフォメーションやセール情報、お店のセールスプロモーションなどに幅広く活用していきます。ゆくゆくはこのモニターが広告塔となり、営業マンの役割も果たせるくらいに充実させたいと考えています」

そのほか、広告宣伝やイベント参加など、次々と新しい発想やアイデアを導入し、すぐに実現へと結び付ける行動力は、個性として際立っている。

「私たちはバイクに対して何ができるのか、どうすればお客さんが満足できるのか、そのためにはどんなお店、スキル、人材が必要なのか。そういう日々移行行く課題に真剣に取り組んでいます。この姿勢を一つひとつお客さんへ伝え、同時に業界にも発信できればいいと思っています」

ただやみくもに新しいものを追うのではなく、自分たちで研究し、明確な意志を持ってトライしていく。小さなアイデアをひとつずつ積み重ね、常に前へ前へ進める。YSP杉並南はこの姿勢を貫き、ヤマハ専門店として成功をめざすとともに、カスタムや店舗作りを通して、業界に新しい販売店のあり方も積極的に開拓、提案しようとしている。

