

ヤマハニュース
Yamaha News

2003 NO.482

NOV.

11

Monthly Tops

2003東京国際自転車展 出展モデル (PAS) /
パシフィックGP / YTA World Technician GP ほか

The Art of Engineering



MC FRONT LINE

ショップサービスマン・インタビュー

ヤマハ探訪

品質保証統轄部

今月のCROSS OVER

JBR ~ロードサービス

バイクショップ百景

YSP豊川

親子で楽しむレジャーPAS



B PLUS DT

B PLUS DT
B PLUS YZ (参考出品)

(株)タカラとヤマハが共同開発した電動ハイブリッド自転車です。バイク好きの親と乗り物好きの子どもを主な対象とし、年齢・性別を問わず楽しむことのできるバイクをモチーフとしたデザインの自転車にヤマハの「PAS」のユニットを搭載しました。ヤマハのオフロードモデル「DT200R」をかたどったB PLUS DTは100台限定モデルとしてタカラのグループ会社、チョコQモーターズ(株)のホームページ(<http://www.cqmotors.co.jp>)にて2003年11月1日より予約受付を開始し、2003年12月より発売します。

家族みんなで乗りたい



miniPAS (参考出品)

「コンパクト&シンプル」をキーワードに、年齢性別を問わず乗っていただけるよう、機能を必要最低限に絞り込んだミニマルなデザインを採用しました。また、小回りが効く小径ホイールの軽量コンパクトな車体は、マンション等のエレベーターに載せて部屋まで運ぶことができるほか、クルマに積んで一緒にお出かけすることも可能です。

女のこ好みのキュートな1台

Kawaii CONCEPT (参考出品)

「自分らしさを表現できるコンピューター」をコンセプトに、10・20代の女性が思わず「カワイイ!」とつぶやきそうな、ほのぼのとしたスタイルと雰囲気を実現しました。デザインや質感が異なる数種類のチェーンカバーを用意し、自分の好みやセンスに合わせた1台を演出できるキュートなモデルです。



2003東京国際自転車展
ヤマハ主要出展モデル

ヤマハは、10月31日(金)~11月2日(日)の3日間、東京・ビッグサイトで開催された国内唯一・最大の国際サイクルショー「2003東京国際自転車展 (JICS2003)」に、「PAS with Energy」をテーマとしてブース展開。電動ハイブリッド自転車PASの、よりいっそうパーソナルな乗り物としての側面に注目。「製品づくりを通して感動と豊かな生活を提供する」ことを企業目的とするヤマハならではの遊び心を随所に盛り込み、従来の電動ハイブリッド自転車にはない斬新なデザインを用いた「乗って楽しい、使っておしゃれなPAS」の数々を展示しました。ここでは、その主要な展示モデルをいくつかご紹介いたします。

街乗りバイク感覚が楽しい



Citybike (参考出品)

昨年の東京国際自転車展で好評を得た「ビーチクルーザーPAS」をさらに快適に洗練させたモデル。「手軽に楽しく乗れる街乗りオートバイ感覚」をコンセプトに、個性的で若い人に愛されるスタイルをめざして作り込みました。デザインの自由度が高いリアハブユニット技術を生かしたモデルです。

メランドリ5位、バロス6位入賞！ Moto GP 第13戦 パシフィックGP

10月5日、栃木県・ツインリンクもてぎでMoto GP第13戦・パシフィックGPが開催され、Moto GPクラスのマルコ・メランドリが5位、アレシャンドレ・バロスが6位入賞を果たしました。

好天にも恵まれ、約8万人（3日間）の観衆が詰めかけた今大会。3チーム5名のレギュラーライダーにYZR-M1を託すヤマハは、カルロス・チェカを筆頭にバロス、メランドリが予選6位から8位の好位置に着け、虎視眈々と表彰台を狙います。

しかし決勝は、スタート直後の1コーナでチェカ、ベイリス、ホプキンスの3台が多重クラッシュ。9番手スタートのメランドリも一時19番手まで順位を下げ、ヤマハにとっては序盤から苦しい展開。7位を走るバロスの追い上げに期待が集まりました。ところが、それ以上の健闘を見せたのがメランドリ。後方から粘り強くポジションアップし、13周目にはついにバロスもかわして6位浮上。そのまま2台のYZR-M1が6位、7位と続いてフィニッシュしました。

地元の熱い声援を受け、予選12番手でスタートした中野真矢は、走行中にマシントラブルを抱えながら10位完走。途中コースアウトを喫したオリビエ・ジャックも、16位から挽回して14番手でゴールしました。

なお、レースは3周目でトップに立ったピアッジが優勝。ジベルナウと激しく争った玉田が3位に入りましたが、最終周の追い越しを危険行為と見なされて失格。その結果、メランドリ、バロス、中野、ジャックを含む3位以下の順位がひとつずつ繰り上げとなっています。



メランドリ 「スタート直後にチェカのマシンと接触してグラベルに突っ込んでしまい、大きく時間をロスした。でも、ロッシにパスされた後、彼を追う形で順位を上げることができたんだ」



中野 「予戦中のマイナートラブルやレース後半のエンジンブレーキトラブルなど、今大会は運がなかった。9位という結果に納得はできないが、少なくともベストを尽くせたと思う。次のレースでこの悔しさを晴らしたい」



バロス 「今回はタイヤの耐久性を考慮したセッティングがテーマだった。序盤は良い感じでも、中盤から急に特性が変わるんだ。その改善が課題だね。肩のケガは走行中も問題なかったし、シーズン終了まであきらめないよ」

Monthly Tops ACCESSORIES

耐騒音性に優れた骨伝導を採用！ 携帯電話用イヤホンマイク『話話』

『話話（わわ）』は、携帯電話のイヤホンジャック端子に接続しイヤホン部を耳に差すだけで、停車中わざわざヘルメットを脱がずに会話ができるハンズフリーのイヤホンマイク。骨導音だけを拾って音声に変換する「骨伝導マイクロホン」を採用し、周囲の騒音などに影響されにくいのが特長。また、レーサーとマイクロホンを段違いに配置することで大口径・高出力のレーサーユニットが搭載でき、いっそう明瞭な通話が可能です。



骨伝導イヤホンマイク 「話話（わわ）」

メーカー希望小売価格：¥5,980（消費税別）

パーツNO.：QQ1-YSK-001-035

カラー：ブラック

サイズ：74.6×40.0×14.5mm ※スイッチ、クリップ部除く

重量：37g ※コード含む

コード長：150cm

対応機種：ドコモ、ボーダフォンの4種プラグ使用モデル

※一部イヤホンジャック変換アダプタが必要な場合、対応不可能な機種あり。

※発信・着信スイッチの使用は、携帯電話の機種によって異なる。詳細は携帯電話本体の取扱説明書を参照。

取り扱い：株式会社ワイズギア
TEL.053-443-2180



決勝の翌日、東京・原宿の「エクスレーム」では、バロスとジャックを迎えてトーク&サイン会を開催。もてぎ限定のカラーリングを施したYZR-M1やシグナスX、マジスティも展示され、会場は多くヤマハファンで溢れた

■ RESULT / Moto GPクラス

順位	ライダー	マシン
1	M・ピアッジ	HONDA
2	V・ロッシ	HONDA
3	N・ハイデン	HONDA
4	S・ジベルナウ	HONDA
5	M・メランドリ	YAMAHA
6	A・バロス	YAMAHA
9	中野真矢	YAMAHA
13	O・ジャック	YAMAHA
DNF	C・チェカ	YAMAHA

YAMAHA
World Technician Grand Prix 2003



優勝/リチャード・ヘアーさん
「このような結果が残せたのは、私が22年間、サービスマンとして積み重ねてきたことの結果です。ヤマハサービスマンの頂点に立てたことを誇りに、これからもサービス技術を磨いていきたいと思っています。偶然にも今日は私の誕生日。最高の誕生日になりました。」

世界トップレベルの技術と心を持つ
ヤマハサービスマンの養成めざして開催！
「YAMAHA World Technician GP 2003」

ヤマハでは、10月3日(金)、世界各国のサービスマンが腕を競う「YAMAHA World Technician GP 2003」を、静岡県磐田市のヤマハ発動機本社で開催しました。

このコンテストは、ヤマハが2000年より推進している「グローバルサービス教育」の中核であるサービスマン育成システム「YTA(ヤマハテクニカルアカデミー)」の一環として2001年にスタート。均質でクオリティの高いサービス技術の向上と、ヤマハグループの一員としての意識高揚を図り、世界トップレベルの「YAMAHA H Aスタンダード」を確立しようとして実施しているものです。

今大会は、サービス技術が販売をリードする世界的な時代変化を反映し、前回(14カ国、2911人)を大きく上回る計20カ国・4831名が予選に出場。その予選を勝ち抜いた選手20名(19カ国)、代理店関係者18名のサービスマンが参集し、サービス技術を競いました。

競技は、「学科」「実技」「計測」「接客」の4項目で争われ、その総合成績で順位が決定します。今大会のスローガン「チャレンジ21-No.1サービスを目指して」からも分かるように、すでに選手一人ひとりが、世界標準以上のサービスを見据えた、顧客満足度向上への高い意識と、高いレベルな技術を披露。出場者全員が僅差でひしめき合う好成績を修めました。

そのなかで、見事優勝に輝いたのはリチャード・ヘアーさん(オーストラリア)。続いて2位にリュウ・シー・ジュンさん(台湾)が入り、3位はジャン・クロード・デュランさん(フランス)とファルエド・シングトさん(タイ)が並んで表彰を受けました。

次の世界大会は2年後、ヤマハ50周年にあたる2005年。アジア、欧州を中心にいっそう参加国を増やし、38カ国、約5700名の参加を見込んでいます。



GPライダー阿部典史選手も競技を見学し、閉会式ではプレゼンターとして登場。「あなた達は魔法使いだ」と選手たちを称え、2名に「ノリック賞」を贈呈した



実車による不具合個所の修復と総合点検を行なう「実技」



技術、商品、業界知識等をチェックする「学科」



日本からは日本大会優勝の引地猛(右)さんと、閉会式で選手宣誓を行なった伊達雄一郎さんが出場した



来客対応の内容審査をする「接客」



シリンダ内径、バルブクリアランス、コイル抵抗値など、5項目の測定と判定を行なう「計測」

ぱらっとレポート

Vol. 7



TT-R125LWなどミッション付バイクに混ざってCYGNUS Xでの参加チームも。「1台持っていればオフロードごっこやトライアルごっこはもちろん、モタードまで楽しめる。2ストミニバイクに代わり、これからの手軽な遊びバイクとして、その面白さを体感できるイベントを通じ、TT-R125の魅力を広めたい。自分でももっと乗って新しい楽しみ方を見つけますよ!」(難波さん)

二輪免許があればコースライセンス不要
4スト125cc以下の車両を使い、燃料20ℓで争う耐久レース「SUGO "24hour" Enjoyment in Race」がMotoGPの解説でお馴染み、難波恭司さんの主催でスポーツランドSUGOのカートコースにて開催されました。「モータースポーツの原点である「面白さ」を全面に打ち出し初心者から上級者までバイクで24時間楽しんじゃおう!」がテーマだとか。「一体どんな人たちが寝ずに走るのか……」好奇心と野次馬根性で覗いて来ました。もちろん、観ている方だって寝てはいられません!

SUGO "24hour" Enjoyment in Race

様々な活動を通じてオートバイクの魅力を広めている難波恭司さんですが、「観戦するだけでなく、参加することでモータースポーツの面白さを多くの人に体感してほしい」、「速いだけじゃ勝てない、今までのようなイベントにしたい」と開催したのが「SUGO "24hour" Enjoyment in Race」だ。

参加者全員が楽しめる仕掛け

イベント告知を見て興味を抱く人は、ミニバイクなどのレース経験者や、バイクの遊び方を知っている人が多い。そんな人が近くの仲間を誘って参加できるようにすれば、今までバイクやレースに縁遠かった人をも巻き込むことができる。レース参戦している人にはこれまでも違う楽しさを、バイクから離れてしまった人には、その面白さを再認識してもらおうという仕掛けになれば」

そこでレベル差が出にくく、多くの人が楽しめる内容を心がけたそうです。

「日本人はダブルランや8耐に代表されるように持久系のスポーツを好む傾向にあります。その達成感は、その課程が厳しければ厳しいほど高まるもの。24時間ともなればハブリングやドラマも盛りだくさん。ひとりでは無理でも、仲間と一緒にならなんとかなるし逃げられる。挑戦しがいのあるものにしたかった」

そしてレースをより劇的に演出する一番の要素が燃料の使用量規制です。

「燃費優先か、乗りやすさを重視かなどのマシン選択から、周回を稼ぐか、逆に抜かれても経済走行でいくかなどのレース運び、そしてライダー交替や給油のタイミングなど、多くの条件が必要で、速いだけでは勝てないのです。あれこれ戦略を立てたり、当日までの準備期間を含め、走行以外の部分でも楽しめる要素を盛り込みました」と難波さん。しかも、レース中に行なわれるゲー



「僕の体験が活かされるなら、日本全国どこへでもアイデア持参で出かけて行きます。ぜひショップイベントにも協力させて下さい。一緒にバイクで遊びましょう」
問:アクションクルー (action-crew@office.nifty.jp)



燃料を獲得するためのゲームには、TYS125FやTT-R125などが使用された。「日頃乗車機会の少ないマシンを用い、試乗を兼ねて体験してもらえればいい」と考えました」と難波さん



「カートコースは結構難しい」「ゲームで燃料を獲得できなかったらもう走れない」「燃費を考えすぎて周回が稼げない!」など、速いだけではだめなレギュレーションに、難波さんの思惑通り参加者全員がハラハラドキドキ



紆余曲折の末、全18チームが無事完走。メンバー丸となって24時間を走り抜いた達成感はまたひとしお。すでに次回の開催を待ちわびる声も難波さんの元へ届けられているようだ

基準は自分が参加したいイベントかどうか

この24時間レースは、難波さんが数年前にTT-R125を購入したことに端を発しています。

「実際に自分が乗ってみて、サイズや排気量など、ものすごく遊べるバイクだと思ったんです。タイヤを履き替えればオムでもオフでもいける。そこで、このマシンで何が面白いことができないかと」

そして、自身が講師を務めるスクーラや主催イベントの他、日ごろからプライベートで参加してきた様々なレース、イベントなどの体験から「自分ならこういう。あしたの方がもっと面白い」というポイントを抽出し、掛け合わせた結果、今回の開催内容に至ったのです。

イベント開催の勘所は、自分がお金を出しても参加してみたいと思えるかどうか。バイクは嗜好性の強い遊び道具です。色々な使い方、遊び方がある。だからこそ、どんなことが面白いのか、どこを工夫すべきかなどのヒントを得るためにも、主催側がもっとバイクで遊ぶべきだと思えます。自分が楽しいと思える、実体験を踏まえた上でのイベントならこれはもうアタリでしょう(笑)

顧客満足NO.1をめざして

バイクショップが日用品を扱う小売店と異なるのは、商品の販売のみならず、さまざまなアフターサービスを含めたトータルなユーザーサポートがビジネスである、ということ。お客さまが何を求めているのか。ニーズを的確に把握し、より良い商品と質の高いサービスで大きな満足を提供する——。そのために、お客さまとのコミュニケーション（接客）を深め、アフターサービスの基盤である整備技術を磨く。「YTAヤマハテクニシャングランプリ」は、日々こうした努力を重ねているサービスマンのみなさんが互いに腕を競いながら、自らの成果を確かめあう場として開催しているイベント。今回の特集は、このほど日本代表として世界大会に臨んだ2人のサービスマンに、大会での心境や日頃のサービス業務について話を聞いた。



MC FRONT LINE

好成績を過信せずさらに磨き
多様なニーズと信頼に応えたい



YSP高円寺
東京都杉並区

伊達雄一郎 店長（右）

国内準優勝、世界大会で5位。まず感想を聞かせてください。

伊達 私は店に入ってからまだ5年のキャリアしかありませんし、まわりはほとんどベテランの方ばかり。とにかく、自分がどのくらいのレベルなのか、単純に腕試しのつもりで参加しました。だから、こんないい成績が出せるとは思いませんでしたし、その分よけにうれしいです。

国内大会の種目は接客と実技でした。手ごたえは？

伊達 仕事と競技は別物とはいえ、勝つ自信なんて……（笑）。成績を聞くまで、まったく見当がつかなかったですね。実技は、「エンジンが動かないので始動できるようにすること」と「ツーリングに行くための運行前点検をする」という2点が課題で、はっきりした失敗はありませんでした。ただ、ほかの参加者と話を聞いて「みんなちゃんとクリアしているな」と感じましたし、大きな差はつかないはず。日頃、店では特に接客態度を意識して仕事しているので、準優勝できたのは「接客」の評価が高かったのかと思っています。

でも、実際は実技のほうが良かった。

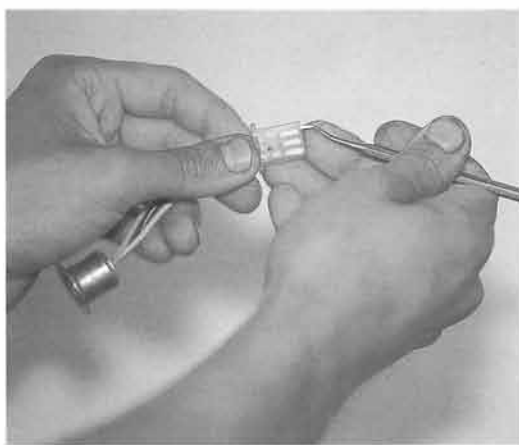
伊達 そうですね（笑）。国内大会の場合「接客」と「実技」が連携していて、エンジンが掛からない原因を問診できたはずなんです。私はずっと聞きたすことができなかったんですよ。それで、火花は？ 燃料は？ と基本どおりにイチから丹念につぶしていったのが、結果的に良かった。逆にほかの人は、「接客」の問診と経験則で原因を考えて、それが思わぬ見落としを生んだのかも。45分という制限時間内では、つい焦りが出ちゃいますからね。

世界大会では、「筆記」や「計測」という種目も加まりました。

伊達 昔使った整備士講習会のテキストとか、そういうもので勉強していたことと想ったんですが、ダメでしたね(笑)。「筆記」はまあまあだったと思うんですが、「計測」は失敗しました。5種類の計器のうち、店ではあまり使わないシリンドリゲージでゼロを正確に出せなかったんです。それと、ノギスは計測する場所を勘違いしてしまっただけです。

それでも5位は立派です。

伊達 「接客」と「実技」がうまくいったおかげでしょうね。ブラッと審査員に囲まれる「接客」は緊張しすぎが不安だったんですが、選手宣誓を任されてしまったので、そっちに気を取られていて、競技では思ったほど緊張せずに済みました(笑)。「計測」のミスさえなければ、とも思いますが、2位になった台湾の人などは1日6時間も勉強して大会に臨んだそうです。きちんと準備をしてきた人が、成績を残している。当然の結果でしょうね。



「工具はブランドよりも使いやすさ」という伊達店長は、歯の治療などで使われる手鉤状の道具をオリジナル工具に流用

では、大会を通して得たこと、残念だったことは？

伊達 いつもはほかの店や外国の人と話をする機会がありません。この大会は、そういう貴重なチャンスを与えてくれたと思います。特にもうひとりの日本代表、引地さんとはいろんな話をしましたが、英語がうまく話せないために、外国の人とは話をすることができなかった。それが残念でしたね。これをきっかけに、英語の勉強でも始めてみようかな。

お店の仕事につながりますか？

伊達 ほかの人の「実技」や「接客」の様子を見ることができれば参考になったかもしれないですが……。貴重な経験だったことは間違いない。それと自信でしょう。ヤマハの研修を経て、資格も取り、実際に店で日常業務をこなしながら腕を磨いてきて、もちろん自分なりにプロのサービスマンとしての自負はありましたが、今回「全国2位」「世界5位」というお墨付きをヤマハからいただいたことで、あらためて自信を深めることができたと思います。お客さまに対して、大きなタペストリーとカップが「YSP 高円寺」というヤマハプロショップの技術力を証明してくれる。特に30代、40代



のお客さまはサービス技術について関心が高い人が多いので、アピール効果も大きいですね。

ただ、自分がそれを過信したり、気負い込み過ぎてはいけない。今までどおり、自分でできること、できないことをわきまえて、引き受けた仕事は全力でやり遂げる。そうでなければ、お金をいただくプロとは言えませんから。

職人気質な意識が強い？

伊達 ウチの店のお客さまは建築関連の職人さんや技術者、美容師さんなどが多いから、私たちも考え方が似てくるのかな(笑)。こういうお客さまは、バイクの修理をある程度自分でやれるから、「何が原因か」「なぜそうなのか」「だからどうする」といろいろ知りがるんです。それに対して、あいまいな言葉や態度は許されません。料金も「こうだからいくら」とはっきりしてないと、「そんな金は払えない」ときつぱり言われてしまいます。だからこちらもプロとして恥ずかしくない仕事、正確な見積り、詳細な内容説明をお応えし、そのかわり、必ず正規の料金をいただく。真剣勝負なんて言うの大げさですが(笑)、妥協はしません。

日常業務に関して、もっとも意識していることはなんですか？

伊達 2年ほど前から、接客に一番気を使っています。仕事の質は確かに重要ですが、それ以前に、まずお客さまが求めていることをちゃんと理解して、納得いただける受け答えをすることが大切。お客さまのニーズや個性はひとりひとり違うので、商談の手順、言葉遣いなどを含め、どう接すれば気持ちよく、スムーズにコミュニケーションできるかをいつも念頭においています。

ではサービスマンとしてのこだわりは？

伊達 やはり工具ですね。メーカーに特別なこだわりはありませんが、使いやすい手に馴染んだ工具は他に替え難い宝物。当たり前のことですけど、必ずトレイや作業台の上に置き、使ったら元の場所に戻すなど丁寧な扱いを心がけています。

もうひとつは、お客さまの車両を大切に扱うこと。外したカウルを直に床に置いたり、車体の上に工具や部品を置いたりしないなど、単純ですが、意識していないと案外ルーズになりがち。よく「自分のバイクのように扱え」なんて言うけれど、私は「友達のパイク」だと思って扱っています。自分の物よりも、友情の分だけよい大切に感じるじゃないですか(笑)。

今後の抱負、目標を聞かせてください。

伊達 繰り返しになりますが、お客さまとその愛車を大切に思っ接し、より良い仕事でお応えする。それが基本にあることはこれからも同じです。ただ、もっと高い満足を提供できるよう技術を磨き、気配りをし、新しいサービスマニューにもトライしていきたいと思っています。

あらためて感じた基本の大切さ 頼りになる「町の名医」が目標



MCS福岡南
福岡市南区
引地猛さん (中)

■ ショップサービスマン・インタビュー ■ 顧客満足NO.1をめざして

MC FRONT LINE

—— だけど、結果は「接客」が最高点でしたよ。
引地 そうなんですか？ まったく実感がないです(笑)。

—— そして世界大会は8位……。

引地 可もなく不可もなく、です。ね。「計測」や「筆記」でミスしたのがわかったし、「実技」も時間が足りなかった。でも「接客」は、ちゃんと預り証を渡したんですけどね(笑)。いずれにせよ、まだまだってことですね。

—— 全国大会、世界大会に備えて、それなりの勉強もしたし、全力を尽くしたという実感はあります。久しぶりに学生時代に戻ったような緊張感を味わえました。収穫があったとすれば、古いテキストを引っ張り出して頭に入れ直した知識、限られた時間内で物ごとをやり遂げた経験でしょうか。つくづく、基本が大事だなんて痛感しています。

—— 以前、「二輪車整備士コンテスト」にも出場した経験があるそうですが……。

引地 はい。今年でサービスマン8年目になるんですが、あれはまだ2、3年目の頃だったと思います。成績は散々でしたけどね(笑)。うちの社長(MCS福岡南/宮本孝史社長)は、整備士講習会とかCS講習会のような機会があるたびに「積極的に出る」と言ってくれて、あの時も、今回の大会も「いい経験だから腕試ししてこい」と送り出していただきました。そういう意味では、今年、全国大会に優勝し世界大会にも参加できたので、少しは恩を返せたいと思います。

—— やはり、日常の仕事とは勝手が違いますか？

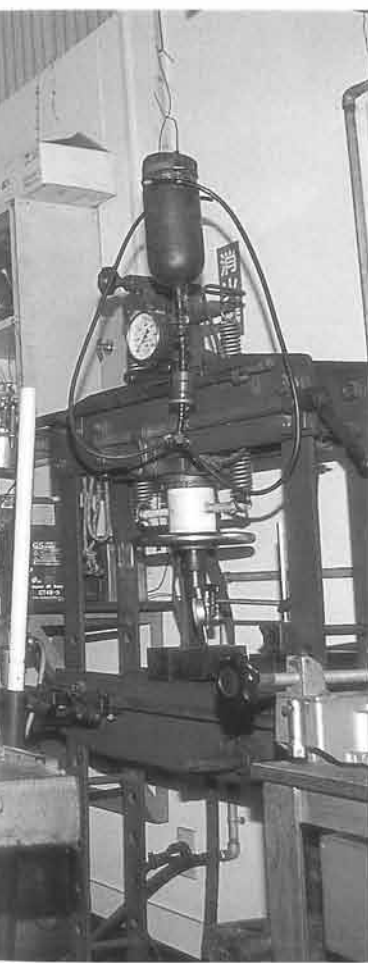
引地 他人にじっと見られながら、制限時間のなかで課題をこなし、しかも点数がつけられるなんて(笑)、仕事のなかじゃあり得ないですからね。緊張しますよ。頭のなかが真っ白になるくらい(笑)。

—— 接客と実技では、どちらが難しいですか？

引地 仕事のうえではどちらも同じですよ。お客さまや依頼の内容によって変わりますし、私自身、どっちが得意というわけでもありません。ただ競技としては「接客」のほうが、難しいというより手応えがつかみにくい。まったくの他人評価ですからね。その点「実技」や世界大会での「計測」筆記は、うまくできたかどうか自分で判断できる分やりやすい。

—— 全国大会は優勝。手応えがありましたか？

引地 まわりを見ている余裕なんてありませんが、「実技」の時は少なくともエンジン音が聞こえるから、「もうできた人がいる！」ってわかる。時間内で数人しか間に合わなかったみたいなので、もしかしたら、とは思いました。でも「接客」は、最後に渡そうと思っていた預り証を渡し損ねちゃったし(笑)、トータルすれば上には上がいるだろうと。



基本とは、具体的にどんなこと？

引地 社長にも毎日頃言われていることなんです。サービス業務については「正確に、早く、安全に仕上げる」こと。特に「正確さ」は、安全にもかかわることなので、最優先に考えています。例えばタイヤの空気圧、ボルトの締めトルクなど、いろんなところに数字がついて回りますが、それらを行う覚えで作業してはいけない。必ずマニュアルなどで確認し、わからないことがあれば整備相談センターに電話する。

それを裏返せば、冷静に考えればすぐわかることでも、焦っていたり、気持ちが高ぶっているとついやってしまうボカをなくすること。何であんなこと言ったんだろう、したんだろうという失敗ってあるじゃないですか。今回の競技でもいくつかありましたしね(笑)。

接客などの場面では「お客さまの立場で考え、店の立場で考える」と。どちらかが一方的に得をするとか損をするような発想は、その場がよくても、いずれ必ず反動が来るものですから。これも基本のひとつですね。



引地さんがよく使う工具は、手に馴染んだTレンチ。鮮やかな手つきで整備を進めていく



引地 お店では、サービス業務だけでなく、お客さまと直接接する場面が多くあるんですか？

引地 もちろんそうです。修理の受け付けや納車に限らず販売も担当しますから、日常的にお客さまと接しています。

引地 そういう時、一番気をつけていることはなんですか？

引地 まず言葉遣いですね。どんな方が相手でも丁寧に話すことが基本ですが、年齢や性別、来店頻度などによつて意図的に話し方を変えています。変に固すぎたりよ

そよそしかったり、逆にだけすぎているりしないか、お客さまの反応を見ながら加減するんです。

それと、お客さまの問いかけには即答できよう心がけています。いちいち考え込んで恥ずかしいし、お客さまにも頼りなさそうに見えてしまいますからね。それでも、わからないことははっきり「わかりません」と言いますよ。知ったかぶりで答えて、間違っていたら後でよけい恥をかき、技術的なことだと安全にも関わります。それに、「このバイク、あと何年くらい乗れますか？」なんて聞いて来る人もいますしね(笑)。こればかりはわからない。

だから、本体や用品、部品の商品知識はもちろんヤマハや業界のニュースなど、日頃の情報収集は欠かせませんね。専門誌、ヤマハニュース、業界新聞、インターネットなど、できる限り目を通すようにしています。特にインターネットは個人的に興味があるので、二輪以外も含めて、自宅でいつも開いています。そうすると時々、釣具メーカーのページでセローに付けるロードホルダーを見つけたら、思わず取寄せがあるんです。

引地 引地さんがめざす、理想のサービススマンとはどんなイメージですか？

引地 一言でいえば、「頼りにされるサービススマン」ですね。サービススマンにもいろいろ得意分野があつて、例えばレーシングメカニックみたいなことができたり、旧車を扱わせたらパーツまで自作してレストアしてしまうとか、カスタムのセンスがすばらしい……みたいな。私の場合は、そういう方向ではなくて、あくまでも地域のお客さまの役に立つ整備や修理のプロフェッショナル。たづねり使い込んでクタクタに疲れたバイクでも、「あの人に頼めばきっと何とかしてくれる」という感じ。

引地 スーパーな町のお医者さん、ですね。

引地 細かいことでも、気になることがあるればいつでも気軽に声をかけて欲しい。納車、修理車両の引き渡しの時、すべてのお客さまにそう言い続けています。会社の行き帰り、買い物ついでに、ちよつと顔を出してもらえればいいんですから。「そういうえ……」なんていうこと、誰でもよくあるじゃないですか。

でも実際は、面倒くさいとか、ささいなことでも相談しにくいつて思ってしまう。そういう壁を、なんとかして崩したいんです。

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8回は、「品質保証統括部」。もの作りへのこだわりによって形になる製品に、ユーザー同様の厳しい視線を投げかけて改良、改善。より多くのユーザーに受け入れられるように精度を上げていく部署である。

第8回 MC事業本部 品質保証統括部

MC事業本部が扱うモーターサイクル、スクーター、ATV、スノーモビル等の開発段階から製品作りに加わり、生産から市場に出るまで、適宜製品がユーザーに受け入れられる品質を確保しているかをチェック。また、クレームに関する対策にも関る。今回は新機種品質保証に関する職場をご紹介します。

「こだわりを持つこと。それはもの作りに携わる者にとって、欠かせない条件だ。誰が何と言おうと「こうすべきである」と言い切れるだけの信念こそが、より良い製品作りの出発点となる。」

この「こだわり」という言葉、「細かい部分にまで気を配り、思いを込める」という、プラスイメージの言葉として流通している。しかしその反面、「些細なことにとらわれる」という負の意味も併せ持っている。

こだわりの方向性を見誤れば、失敗に結びつく。こだわりも、世の中の流れに即していなければ、単なる独りよがりだ。

もの作りにおいても、独善的な製品になるか、より多くの人に受け入れられる優れた製品になるかは、実は紙一重である。より良いものを作ろうと思えば、「こだわりを持たざるを得ない。しかしそのこだわりは、万人に受け入れられてこそ初めて成就する。」

ヤマハ発動機の設計者たちは、もちろんこだわりを持ってもの作りに従事している。しかも、できあがった製品は決して独りよがりではない。

製品コンセプトや、製品自体が魅力

を持っていることは前提だ。その魅力は、ヤマハの製品がある「関所」を通過することで、さらに洗練され、高められている。

「いやあ、開発の人たちからはイヤがらわれているでしょうね」と次廣敬二さんは苦笑いする。それは品質保証統括部の業務内容が、微に入り細に渡って製品をチエックするという、ややもすればあら探しに近いものだからだ。社内でも「品質保証の人間が知っているアルファベットは、NとGだけだ」と言われる所以である。

「開発スタッフにとって、想定したターゲットユーザーに受け入れられる製品作りが大きな目標のひとつです。しかし実際には、ターゲットユーザーにしか製品を販売しないわけはありません。あらゆるお客さまが乗ったうえで、なるべく不具合を出さず、不快感を感じさせないようにすること。それが我々の重要な業務のひとつなんです」と次廣さん。

例えばスクーター。一言でスクーターと言っても、若者、お年寄り、ビジネスマン、主婦と、ユーザーによって走り

方は大幅に異なる。「そこで我々が、お客さまの代表になるんですよ」と、安間友彦さん。実際に、さまざまユーザーを想定しながらさまざま走り方をし、評価していく。

走りだけではない。例えば、メインスタンドを立て駐車したスクーターのリアキャリアに荷物を載せたとき想定し、荷物をキャリアから持ち上げた時の反動でメインスタンドが外れないか?といった細やかな視点での評価も行う。

エンジン性能、操縦性、振動、音、使い勝手……。チエック項目は多岐にわたり、それぞれの項目について、幅広いユーザー像を想定しながら確認を繰り返すのだ。

「想像力が求められる仕事です」と次廣さん。製品を前にしてユーザーになりきり、「ひょっとすると……」と想像力を働かせる。そして極力100%に近くシチュエーションを洗い出し、問題点を解消する。

中でも難しいのは官能性能の評価だ。「例えば振動や音です」と仲秋光夫さん。「エンジンがある限りは、振動や音は必ず発生します。スクーターで



新製品は
ユーザー同等の厳しい目で評価され
世に送り出される



誰がどんな使い方でも満足度の高い製品作りを

は、基本的には振動は少なければ少ないほどいい。しかしアメリカンでは振動を抑えすぎると、味わいが薄れます」
「音もそうです。法規制のクリアは前提として、音量や音質、消すべき音、際だたせるべき音など、モデルによって異なってくる。もちろん開発においてもこれらの味付けはされています。ですが、

我々が考えるのは、どなたが所有しても不快ではなく、満足していただけるかどうかなんです」
仲秋さんは、コーヒーを例に挙げる。苦みをコンセプトにした新しいコーヒーが開発されたとする。この苦みが、万人にとって受け入れられるものかどうか。世に問う製品として、苦みが妥当な幅の中に収まっているかどうか。ユーザーの立場に立つて、微妙な味のバランスを追求していく。

つまり品質保証統括部は、製品開発における最後の関門として、市場に最も近い感性を持って製品に磨きをかける部署なのだ。だから市場やユーザーニーズの動向はもちろん、販売店の声、サービスからの声にも常に耳を傾けている。すべてはメーカー内にありながら、ユーザーであり続けるための努力だ。
「定められた基準をクリアすればいい、という仕事ではないんです」と次廣さん。大前提である安全性や、法的なレギュレーションを除けば、走りの性能、官能性能、使い勝手など、どれも明文化できないものばかりだ。
「仮に官能性能を評価基準に設定したとしても、組織の中ではいっし

か『基準さえ守ればいい』となりかねません。しかしお客さまの要求は生き物なんです。時代とともに移り変わっていく。だからこそ、品質保証統括部に属する個人個人が常にお客さまの代表になるべきなんです」

判断の基準は個人的な思い入れでも形式的な書面でもなく、長年の経験や情報収集によって個人が体に染み込ませたユーザーニーズなのだ。数多いユーザーの代弁者として、どんなに細かい点も見逃さない鋭さ、高い問題意識、そしてここぞという時には決して譲らない強さが求められる仕事である。

組織的にも、開発部署の事情をひとまず横に置き、客観的な眼差しで自社製品を眺め、乗り、触れ、ダメなものはダメと切り切る強さを持つよう、ヤマハの品質保証統括部と開発部署とは独立している。

「官能性能評価に関しては、絶対の自信を持つてますよ」と、真剣な表情で仲秋さんは言う。製品の抜き取り検査を行う安間さんは、「地味ですが、デザインスライムは確実に固め、些細なことでも市場に出さないようにしています」と言った。「誰もがこういう強い意識を持っていないと、ウチの部署は成り立たないんです」と次廣さん。

ヤマハ発動機では、品質保証統括部がNGを出したものは生産できない。それはヤマハがユーザーの厳しい「こだわり」を最も重視しているという、企業の姿勢そのものなのだ。



モーターサイクルはもとより、スノーモビル、ATVなどのヤマハ製品は品質保証統括部による評価を経てから生産される。すべての評価は考えられるだけのシミュレーションやユーザー像を想定して行われる



評価解析グループ職長
安間友彦 工師

1977年入社。2年間の製造部門勤務を経て、現職に。工場からラインオフされた製品を抜き取り検査する業務を担当。生産が継続する中で、製品の品質が安定しているか見守る役割を担う



評価解析グループ職長
仲秋光夫 工師

1981年入社。2年間の製造部門勤務を経て、現職に。新機種が生産される前段階で品質を評価する。モットーは「常にお客さまのニーズに即した走行評価」



モデル保証グループリーダー
次廣敬二 主査

1981年入社。マニュアルの作成やサービスの海外担当などを経て、現職に。現在はグループリーダーとして、「製品の弱みを見逃さない」という視点で、設計段階から品質を確保するための計画を立て、実行している



バイクもライダーも社会の一員！ 災害救援ボランティアを考える



「災害ボランティアは、自らの家や町を自らの手で守る。自律した考え方に基づく助け合いが原点。そのなかで自分は何ができるか」が問われた

今年、宮城県北部や十勝沖の大規模な地震、梅雨に伴う大雨や台風などさまざまな災害に見舞われた日本。それらの被災地では、多くの人たちがボランティアで救援活動に協力し、各地の「バイクレスキュー」グループも機動力を生かした情報収集・伝達、物資輸送などにあたりました。

災害時におけるバイクの有用性は、阪神大震災(1995年)をきっかけに広く認知されはじめ、全国の警察や消防にはオフロードバイクの配備が進み、民間でもボランティアの任意団体や特定非営利団体(NPO)、日本赤十字社の地域奉仕団などによってバイクレスキューグループが数多く組織されています。

そうしたなか、9月27日には、業界キャンペーン「バイク月間」の一環として「自律する災害ボランティアを目指して」と題するシンポジウム(主催/内閣府、日本二輪車協会、日本自動車工業会)が東京で開かれ、社会福祉法人「のぞみ会」浜風の家理事長を務める作家の藤本義一さんや災害ボランティアバイクネットワーク埼玉事務局長・坂井豊治さん、阪神高齢者・障害者支援ネットワーク副代表の黒田裕子さん、神戸大学都市安全研究センター教授の室崎益輝さんがパネリストとして参加。災害に対するボランティア活動の実態やその活動を支える理念、今後の災害ボランティア活動のあり方などについて話し合い、バイクレスキューに対しては「災害時には機動力など高い専門性が心強い助けになる」「現地物資をあてにしない姿勢は立派だが、車両などすべて個人持ちというのは不条理。地元行政や企業が援助すべき」といった意見も聞かれました。

この模様は、10月25日のNHK・BS1「BSフォーラム」で放映されました。

「YTAヤマハテクニカルアカデミー」 確かな知識と技術力でCSアップ!

ヤマハ二輪車整備士講習会日程(12、1月)

会場	12月			1月		
	ブロンズ	シルバー	パス	ブロンズ	シルバー	パス
北海道サービス課						
東北サービス課						
SC関東	9~11			27~29		
SC中部	2~4					
SC近畿	9~11			4・21・27		
中四国サービス課	9~11					
九州サービス課	2~4					

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装置の習得
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>)などで確かめください。

商品名	交換部品	車体番号
【リコール対象車】		
●リモンJOG・JOG・JOG-ZR(CV50)	スピードセンサー	SA16J-000054~030338 SA16J-030400~030699 UA03J-000013~006302
●ギア(BA50)	マフラー	SA02J-100101~104489
●ビーウィズ(YW50)	F.マスターシリンダー	SB01J-100101~103519
●グランドアクシス(YA100)	F.マスターシリンダー フラッシュャーリレー	SB01J-126437~138056 SB06J-200101~214122 SB01J-100101~138056
●シグナス(XC125M)	ヘッドライトソケット	SE01J-000101~006548
●シグナス(XC125SV)	ヘッドライトソケット	SE07J-000106~000590
●シグナス(XC125D)	ヘッドライトソケット	4TG-000101~008778
●マジスティ(YP250A)	ヘッドライトソケット ヘッドライトユニット、R.マスターシリンダー フラッシュャーリレー、電気配線 ハンドルスイッチ、サブリード線	SG01J-003245~006687 G03J-026479~028473 SG03J-000027~015548 SG03J-023359~028533
●マジスティ(YP250S)	フラッシュャーリレー、電気配線 ハンドルスイッチ、サブリード線	SG01J-000015~006707
●マジスティ(YP250)	ハンドルスイッチ、サブリード線	4HC-061237~070060
●TW225E	CDIユニット	DG09J-000019~003196

オーナーズクラブが今年も大集合！ 「第10回ヤマハクラブミーティング」

今年で10回目となるヤマハオーナーによる、ヤマハオーナーのためのイベント「ヤマハクラブミーティング」が、9月27・28日の2日間にわたって行なわれ、全国の10クラブ、217名が参加しました。

初日の会場となったヤマハコミュニケーションプラザでは、恒例のクラブ紹介、チャリティーオークションなどで親交を深めあい、YZR500の30年の軌跡を紹介する「チャレンジ展」を見学。好天に恵まれ絶好のバイク日和となった2日目は、会場をヤマハ浜岡テストコースに移動。愛車で参加する安全運転教室や、トライアル体験などのアトラクションに参加し、2日間のミーティングを堪能していました。



初日のトークショーでは、ゲストとして元コミュニケーションプラザ館長の吉田滋さんが登場。バイクにかける思いを、映像を交えて話した



介護する人・される人の さらなる快適性をアピール 「第30回国際福祉機器展」

10月15~17日、東京ビッグサイトで「第30回国際福祉機器展 H.C.R2003」が開催され、国内569社、海外14ヵ国61社が出展し138,010人の来場者で賑わいました。

出展9回目となるヤマハでは「らくらく介護のお手伝い」をブーステーマに、障害者や高齢者の自立視点に加え、介護する方へのやさしさも表現。電動車イス操作部(ジョイスティックレバー)と介助者用操作部とを兼ね備えた電動車イス「タウニジョイ」(参考出品)は、使用者のみならず介護する側の日常的な快適性・利便性の向上を図った製品として注目を集めました。



傾斜を設けたコースでは、JWシリーズを始めとするヤマハ製品の絶妙な操作感に試乗者から驚きの声が上がった

また、「タウニジョイ」の操作部をユニット化した車イス用電動ユニット「ジョイユニット」(参考出品)は、16インチ駆動輪が主流のリクライニングやチルトタイプ、子ども用など、従来電動化が難しく、車体が重くなりがちなカスタマイズ車イスへの取り付けが可能なため、障害者の意志で移動できるだけでなく、介助者の負担も軽減する点が高く評価されていました。

商品名	交換部品	車体番号
●ドラッグスター(XVS250)	整流器 燃料コック 整流器 整流器	VG02J-000020~004993 VG02J-02672~02751 VP10J-000019~003178 VP13J-000013~002707
●ドラッグスター(XVS1100)	オイルクーラー取り付けカバー	RP03J-005808~006808
●XJR1300	マフラスター	VP12J-000008~000967
●ロードスター(XV1600)		
【改善対策対象車】		
●シグナス(XC125SV)	ブラケット	SE07J-000101~001560
●メイト(V50)	ハンドル	UA04J-000016~020905
【サービスキャンペーン対象車】		
●JOGボシエ(YV50H)	酸化器の点検	SA08J-028523~036627
●JOGアプリオ(YJ50)	酸化器の点検	SA11J-065039~088782
●ビーノ(YJ50R)	酸化器の点検	SA10J-044334~065863
●グランドアクシス(YA100W)	強制空冷用ファン	SB06J-206603~214916
●マジスティ(YP250)	コンデンサー、電気配線	SG03J-023359~044657
●マジスティ(YP250A)	コンデンサー、電気配線	SG03J-026479~043581
●マジスティ(YP250C)	コンデンサー、電気配線	SG03J-028714~044777
●XJR1300	マフラー	RP03J-005864~006358

「黒」をまとったヤマハプロダクト

ヤマハプロダクトの新しい形を常に提案し続けるエクスレム(東京・原宿)が2周年を記念して、東京・青山を中心に約250人のデザイナーが展示会やイベントを行なう「TOKYO DESIGNERS BLOCK」に出展しました。

それにあたって、エクスレムは「BLACKYAMAHA社」という広告代理店を設立し、ヤマハプロダクトのブラックカラーバージョンだけをピックアップ。ヤマハファンだけでなく、二輪関係のイベントからではアプローチが難しいさまざまな分野の人との接点を作り、ヤマハプロダクトの魅力をアピールしました。



黒いATV、黒いスクーター、黒いゴルフカー。そして来場者も黒い洋服で身を包み、会場内はまさにクロ一色に統一された



このマシンは、なんとTMAX。未来を感じさせるデザインで、多くの注目を集めた

会場には、TMAX、パッソル、TT-R125をはじめ、ATV(YMF660R)、スノーモビル(RX-1)、ゴルフカー(Turf Lady)、発電機(EF900iS)など、あらゆるジャンルのヤマハプロダクトを展示。会場は、普段ストリートでは見ることでできない、印象的なデザインを一目見ようと多くの来場者で賑わいました。

シリーズランキング6位を獲得！
中富& R1がハイポテンシャルを披露



「最終戦は、事前テスト、予選、レースと着実に自己ベストを更新することができ、流れとしては良かったのですが、結果に結びつかなかったのが残念です。シーズンを振り返ると、やはり優勝できなかったのが悔しいですね。最後に、ここまで支えてくれたスポンサーやチームスタッフ、そしてファンみなさんには、感謝の気持ちで一杯です」と中富

3位表彰台を獲得。さらに、第5・7戦では5位入賞を果たし、最終戦を残してランキング8位につけます。また、鈴鹿8耐は、中富、吉川和多留がペアを組み、総合2位&クラス優勝という好成績を残しました。

そして迎えた最終戦(10/19)は、初優勝とランキングアップをめざしレースに挑みます。2列目6番グリッドの中富は、スタートで出遅れ、7番手でオープニングラップを終えます。その後8番手で後退するものの2人をかわし6位でチェッカー受け、初優勝はならなかったものの、ランキング6位でシーズンを終了しました。

今シーズンは、優勝こそできませんでしたが、中富& R1はレースを重ねる毎に進歩を遂げ、YZF-R1のポテンシャルの高さをお客さまに示すことができたシーズンとなりました。

また、今回は毎戦レース開催地近隣のYSPの代表に「チーム監督」を務めていただき、地域を越えた販売店同士のリレーションシップの充実と、レース現場情報を販売網へ提供できたことは大きな収穫だといえます。

シーズンを通してのサポート、そして熱い応援本当にありがとうございました。

チーム監督 YSP岡山南/森石知治代表

「緊張感のあるレース、そしてプロのピット作業を間近で見て、お客さまが喜んでくれたのは本当に嬉しいことです。しかし、今回の参加者は30代の方が中心で、若いお客さまがほとんどいません。この活動は「お客さまとレース」「お客さまと販売店」の接点を作る場として適格だと思いますが、今後の課題として、次代のレースファン、バイクファンを育てることも考えていく必要があると感じました」

YSP&PRESTOレーシングは今年、日本最高峰クラス「JSB1000」に、初のレース本格参戦となるYZF-R1と、初のビッグバイク、4ストローク、ヤマハマシンでのシリーズとなる中富伸一で参戦を決定。フレッシュな組み合わせで、興味と期待、そして不安など、さまざまな思いが交錯するなかシーズンをスタートしました。

今年、全日本ロードレースと8耐を合わせ、全8戦に出場。開幕戦の失格、第4戦のリタイアでノーポイントレースはあったものの、第3戦では

3位表彰台を獲得。さらに、第5・7戦では5位入賞を果たし、最終戦を残してランキング8位につけます。また、鈴鹿8耐は、中富、吉川和多留がペアを組み、総合2位&クラス優勝という好成績を残しました。

そして迎えた最終戦(10/19)は、初優勝とランキングアップをめざしレースに挑みます。2列目6番グリッドの中富は、スタートで出遅れ、7番手でオープニングラップを終えます。その後8番手で後退するものの2人をかわし6位でチェッカー受け、初優勝はならなかったものの、ランキング6位でシーズンを終了しました。

今シーズンは、優勝こそできませんでしたが、中富& R1はレースを重ねる毎に進歩を遂げ、YZF-R1のポテンシャルの高さをお客さまに示すことができたシーズンとなりました。

また、今回は毎戦レース開催地近隣のYSPの代表に「チーム監督」を務めていただき、地域を越えた販売店同士のリレーションシップの充実と、レース現場情報を販売網へ提供できたことは大きな収

2003シリーズランキング

MotoGP(第15戦終了時)	
1 V・ロッシ	Honda 332
2 S・ジベルナウ	Honda 257
3 M・ピアジ	Honda 215
4 R・カピロッシ	Ducati 161
5 N・ヘイデン	Honda 130
6 宇川徹	Honda 123
7 C・チュカ	Yamaha 112

WGP250(第15戦終了時)	
1 M・ボジャーリ	Aprilia 233
2 R・ロルフ	Honda 226
3 T・エアリス	Aprilia 206
4 R・ド・ビュエ	Aprilia 183
5 A・ニエト	Aprilia 183
6 A・ウエスト	Aprilia 145

WSS(第11戦終了時)	
1 C・バーミューレン	Honda 201
2 S・ジャンボン	Suzuki 137
3 J・ファンデン・グールベルグ	Yamaha 136
4 K・ムゲリッチ	Honda 134
5 藤原克昭	Suzuki 119
6 C・ケルナー	Yamaha 90

JSB1000(最終戦終了時)	
1 北川圭一	Suzuki 134
2 渡辺篤	Suzuki 102
3 辻村猛	Honda 95
4 井筒仁康	Honda 78
5 山口辰也	Honda 77
6 出口修	Honda 54
6 中富伸一	Yamaha 54

JMX250(最終戦終了時)	
1 成田亮	Suzuki 431
2 増田一将	Suzuki 380
3 勝谷武史	Honda 311
4 田中教世	Kawasaki 306
5 高濱龍一郎	Honda 298
6 小池田猛	Yamaha 289

JRR GP250(最終戦終了時)	
1 青山博一	Honda 93
2 小山知良	Yamaha 87
3 亀谷長純	Honda 66
3 徳留真紀	Yamaha 66
5 高橋裕紀	Honda 63
6 横江竜司	Yamaha 60

JMX125(最終戦終了時)	
1 満口哲也	Kawasaki 447
2 辻健二郎	Honda 382
3 出原忍	Yamaha 325
4 尾崎友哉	Yamaha 262
5 北井良樹	Suzuki 245
6 芹沢直樹	Honda 223

パッソルがグッドデザイン賞
「金賞」を受賞!

このたび、エレクトリック通勤用「Passol(パッソル)」が、(財)日本産業デザイン振興会主催の「2003年度グッドデザイン賞」商品デザイン部門で「金賞」を受賞。さらに金賞14点のなかから選ばれた「大賞」候補にもノミネートされました。

この審査は、商品、建築・環境、コミュニケーション、新領域の4つの分野に分けて行なわれ、今回は全カテゴリーで570社1,098件の商品がグッドデザイン賞を受賞。そのなかからさらに14点が金賞に選ばれており、パッソルは環境を意識した最新のモーター&バッテリー技術はもちろん、誰にでも扱いやすい、気軽でお洒落なスタイルが認められての受賞となりました。

また今回、「シグナスX」もエントリーし、商品デザイン部門でグッドデザイン賞を受賞しています。



国内ヤマハ情報の充実をはかり
二輪製品サイトがリニューアル

ヤマハ発動機ホームページ内のモーターサイクル製品情報関連サイトが、このたびヤマハ発動機販売の主導ページに移り、ビジュアル面、機能面も大きくリニューアルしました。

特に大きく変わったのは、国内スポーツモデルの情報ページ「ヤマハスポーツガレージ」。モデル検索のしやすさ、情報量の多さはもちろん、販売店検索、試乗車検索、クラブヤマハモーターサイクルなど、国内に向けたヤマハ情報を一層充実しました。

ページリニューアルの紹介を兼ねて、お客さまとパソコン画面を見ながらの商談にもご活用ください。



スポーツ、スクーター、ビジネス、競技用モデルの各カテゴリー別にトップページが設けてある

生誕10年の軌跡を完全網羅!
XJRスペシャルブックが発売



株式会社 ニュース出版
ハイパーバイク Vol.1
「ヤマハXJR1200/1300」
定価2,500円+税

来年で誕生10周年を迎える、空冷ビッグネイキッド「XJR1200/1300」のスペシャルブックがニュース出版から発売されました。

開発スタッフのインタビューを通してデビューから現行モデルに至るまでの推移を語るレポートをメインコンテンツとし、アフターパーツの詳細な仕様やスペックを明記した「パーツカタログ」、実際のユーザー車を題材に実践形式でベストコンディションを取り戻す「日常メンテナンスマニュアル」など内容は盛り沢山。

XJRの10年を知るだけにとどまらず、新しい遊び方、付き合い方も提案するXJRのバイブルとして、多くのお客さまにご紹介ください。

おいしく、安心して楽しめる和菓子作りは味楽庵の基本。「環境・文化・福祉」の3本柱は、その基本の上に成り立っている



商店は金儲けの場ではない お客に喜んでもらうための場だ

「商店はどうあるべきか。50余年前、湯河原で自分の店を始めるにあたって、室伏昇社長はあるセミナーに参加した。
「商店は、お金儲けの場所ではない。お客さまに喜んでいただくための場所だ。お客さまに喜びを味わっていただけたい。それが売上や利益となつて返ってくる」。そんな考え方をセミナーで叩き込まれた。
店を始めた当初は、仲卸として1年を過ぎたが、自分の特徴を出したくて、製造も手がけるようになる。自分では菓子作りができないから、職人を雇い、工場で和菓子を作らせては売って歩いた。

「これが問題だね。菓子の出来があまり良くない時に『おかしいんじゃないの?』と指摘すると、職人は『じゃあオヤジさん、見本を作ってみせてくれ』とこうですよ。くわえタバコなんか注意しようもんなら『菓子も作れないくせに』ってね。どっちが経営者か分かりやしない。こっちが菓子作りを知らないのをお願いってね」

思い通りの店作りができない。その悔しさをバネに、自ら製菓学校の夜間部に通った。昼は湯河原の自店で働き、夜は新大久保まで通う日々。さらに学校で知り合った仲間の店でも修行させてもらった。自店の従業員にもこの努力は気付かせなかった。こうして菓子作りを覚えてから、「自分でやるよ」と職人を辞めさせた。いよいよ自分

他 業 界 に 探 る 「舞台裏」 成功のヒミツ

和菓子処 味楽庵

神奈川・湯河原に、評判の和菓子店がある。湯河原駅から車で約5分の「味楽庵」だ。人気の菓子はオリジナルの「みかん最中」。しかし評判の高さやリピーターの多さは、菓子の旨さだけによるものではない。「お客さまに何をしたら喜んでいただけるか。いつもそのことだけを考えています」と室伏昇社長は笑顔を浮かべる

の力で店を回せるようになる。セミナーでの教えを実践できる環境が整った。

顧客、取引先、従業員と 分け隔てなく誠意を尽くす

「商売は、誠意を込めるといふことに尽きまず」と室伏社長は言う。「いい材料を使って、おいしいものを作る。これは当たり前。そのうえで、いかに誠意を尽くして、お客さまに喜んでいただけるかをいつも考えてきました」

室伏社長が誠意にこだわるのには理由がある。和菓子店を始めるにあたって、必要な道具を買に行った。しかし買い揃えただけのお金はない。道具屋の店先で行きつ戻りつ悩んでいると、店内から「どうしたんだ」と声を掛けられた。事情を話すと「分かった。道具は今すぐ送ってやるよ。支払いは後でいい。ありがたい申し入れに驚きながら、「月末まで待ってください」と言うのが精一杯だった。



お客から届いた礼状をまとめたファイルは、13冊に及ぶ。「お客さまから『ありがとう』と言っていただけの店作り」を実践してきた成果。室伏社長は「これは当店の宝ですよ」と目を細める



和菓子処 味楽庵/室伏昇 社長

昭和27年創業。軍隊で5年を過ごした室伏昇氏は、戦前勤めていた国鉄に復職。その後ラジオの組み立て販売を経て、菓子の仲卸業に。1年後、和菓子店として営業を開始。「みかん最中」など和菓子のオリジナル商品を開発しながら、自店にとどまらない地域の環境・文化・福祉活動に積極的。「西湘まるごと研究会」会長も務める。84歳





和菓子まつわる文化活動として、2階に工芸菓子の展示コーナーを設置。和菓子作り体験ツアー(1000円)も人気だ。さらに「人車」複製版を自ら設計し、地域全体の観光振興に役立てる

現在、味楽庵では「環境」「文化」「福祉」という3本の柱を商売の根底に据えている。15年前、店の前の道路が拡幅され、店舗位置が5メートルほど後退することにな



「環境・文化・福祉」を商売の3本柱に

「人間は誠実でなければならぬ。誠を尽くして、こういった人々に恩返ししようと思いましたよ」。同時に「お客さまも取引業者も、そして従業員も、同じ人間。同じように誠意を持って対応するべきだ」と学んだ。

また、売上が上がらず、餉業者への支払いが滞ったこともあった。「大晦日には払いますから」と言ったものの、支払うべき15万円はない。しかし、少しでも約束は守りたい。大晦日の夜、ひとりバイクを走らせ、時折エンジンを抱えて暖を取りながら、業者のもとまで駆けつけた。もう深夜だ。起すのも申し訳ない。菓子折と払えるだけの8000円、そしてお詫びのメモ書きを玄関先に置いて帰った。業者からの催促はなかった。

つたのを機に、もともと室伏社長の中で温めていた3本柱をそれぞれ実現した。

どれも菓子作りとは直接的には関連がないように見える。しかし「分け隔てのない誠意」という室伏社長の考え方からすれば、極めて自然だ。

「環境」とは、菓子製造業者としての工場の衛生・安全環境の整備、国産低農薬栽培原料の使用、店周りの植栽など。これら自店での取り組みに加え、湯河原という街、さらには西相模という地域全体の観光環境の整備も視野に入れている。

元国鉄マンということもあり、明治時代に小田原〜熱海を結んでいたトロッコ列車「人車」に注目。人車を複製し店頭に表示する他、「西さがみ浜通り」として地域の観光ネットワークを築き、振興に励む。

「自分の店だけに来てもらおうという考え方は、発展がない。街全体が繁盛しなくてはね。そのためには、地域のことを世に知らしめなければ」と室伏社長。

「文化」とは、和菓子と触れあってもらうための同社の取り組み。工場をガラス張りにし見学を自由化、2階では工芸菓子を始めたとする企画展示も行って。さらに5、6年前には「和菓子作り体験ツアー」を開始。プロの手ほどきを受けながらの菓子作りは大好評で、旅行会社のツアーにも組み込まれている。

「お客さまに喜んでいただくために私どもができることは、お菓子のことだけ」。ここでも室伏社長の信念は貫かれている。

お客に「ありがとう」と言ってもらえる接客

最後の「福祉」は、15年前の改装の際に着手した店舗のバリアフリー化。まだバリアフリーという言葉自体がそれほど浸透していなかった時代に、味楽庵ではいちはやく車椅子ユーザーに対応。入口にスロープを設

け、トイレも車椅子対応のものに。陳列棚や喫茶室の什器類も、車椅子ユーザーの使い勝手に配慮した。勝手が分からないこともあり、車椅子ユーザーから改善要求を出されることも。そのつどいち早く対応してきた。

大きな投資だが「どなたが店に来られても、喜んでいただくためです」と室伏社長。「おたくでは今まで諦めていたショッピングを楽しめた」と涙を浮かべるお客の姿に、「やってよかったな」と充実感を覚えた。

室伏社長は常々従業員に、「来店されたお客さまに『ありがとう』ございましたとお礼を言うのは当たり前。お客さまから『ありがとう』とお礼を言われるよう、心を込めて接しなさい」と語りかける。

「夏の暑いさなか、駐車場を見ると、ハンドルが熱くなってしばらく触ることもできないお客さまがいた。そこでシートを吸盤でフロントウインドウに貼り、少しでも熱くならないようにしたことがあるんです。これにはお客さまも感激されてね……。たまたまその中にカー用品店の方がいて、後日「これを使って下さい」と5台分のサンシェードをいただいたんです。こちらとしてもうれしかったですよ」

こういった例は枚挙にいとまがない。味楽庵には、和菓子作り体験工房の参加者を始め、多数のお客から礼状が届く。どの便りにも「ありがとうございました」という

一句がある。それは味楽庵が尽くす誠意が、お客の心に届いている証だ。



首都圏にほど近い温泉郷として人気だった湯河原だが、訪問客は減少の一途。室伏社長は「シャッター通り」に擲られるように、閉店が多い。危機意識もあるが、こんな時こそその考え方を広く持つ方が健全



15年前の改装を機にバリアフリー化。喫茶室の什器も車椅子ユーザーが使いやすいもので揃えた。トイレも左右にペーパーホルダーを設置。「自分がリーダーだから、物事がすぐ動かせる」と室伏社長



Check Point

和菓子作り体験ツアーは盛況で、マスコミ取材もひっきりなし。もちろん名物「みかん最中」を始め、和菓子そのものの評判も上々だ。しかし「成功しているなんて思いませんよ。ただ倒産しないってだけ」と笑う室伏社長。商売の軸としている誠意やおもてなしの心は、本気でないとすぐに見透かされる。「商店は、嫌われないことが肝要。嫌われてはおしまいなんです」と、常に緊張感を維持し続けている。



レスキューの他、陸送業務なども請け負う。「ツーリング途中なのか帰途なのかで、その場で修理するか、レッカー移動するかを相談しながら決める。なるべくお客さまのご都合に合わせてらるよう、システムにはあいまいさを持たせています」と笠井氏



C
R
O
S
S

同業異種から見る
二輪ユーザー動向

今月の

O
V
E
R

Vol.8

バイクロードサービス

JBR

(JAPAN BEST RESCUE)

世代によって
トラブル対処能力に差が

JBRロードサービスを「利用になる方の6割以上が、街中でのトラブルです。カテゴリーで目立つのはビッグスクーター。カスタムの有無に関わらず、他のバイクと比べるとトラブルの発生件数が多いようです。

大型二輪免許が教習所で取得できるようになって以来、ビッグバイクユーザーも増えてきました。が、トラブルでのロードサービス利用という点ではあまり目立ちません。ビッグバイクに乗っている方たちはかなりのバイク好きですから、簡単なトラブルは自分たちで解決してしまうようです。

それと、ロードサービスにお電話をいただいても、説明の内容が非常に細かい。例えばエンジンのどこが問題だとか、足周りのどこにどんな異状があるかなど、こちらが勉強になるほど。ですからお客さまからの第一報を受けるオペレーターも、バイクに詳しい人間を配しています。

また、10〜20代の若いライダーたちは、トラブルや事故に見舞われた際に、何をしたいのかがまったく分からない方が多いんです。ファッションとしてバイクに接しているためでしょうか、押しがけの方法を知らなかったり、ガス欠に気付かない例もあります。

ですから若い世代の事故などの際には、ケガの状況を伺うところから始まり、警察や保険会社への連絡方法の手引きなど、オペレーターがサポート的な役割を担うことも少なくありません。単独事故が多いのは、20〜30代の特徴ですね。コーナーを曲がりきれずに転倒したり、立ちゴケなどでロードサービスを呼ばれることもあります。40〜50代になるとこういったトラブルはほとんどありませんが、体力や天候の問題から、ロングツーリング途中での陸送依頼などが出てきます。

「潜在ニーズはまだある」
積極的に需要を掘り起こす

私どものビジョンは「困っている人をたすける」。もともとバイクのロードサービスから始まり、キーホルダーと家のカギをなくしてしまつた方のために、カギのトラブル解決、さらに防犯性の高いカギの「案内や水のトラブル解決へと、生活全般を対象に「生活救急車」として発展してきました。

しかし、そもそもの発端であるバイクのロードサービスが柱となっていることには変わりありません。「困っている人をたすける」というコンセプトからすれば、お客さまのニーズが第一。盗難補償を始めとするバイクに関するサービスも、要望に合わせて形を展開してきたものです。

例えば意外とニーズがあるのが、身障者の方への対応です。耳が不自由だったり話ができない方でもロードサービスを受けていただけるように、メールでのやりとりを行ったり、NTTドコモとの連携でGPSによる位置情報の取得を行えるようにしています。

また、現在のロードサービスもさらに拠点を増やし、拡充していく予定です。少子化などで国内需要の冷え込みが危惧されていますが、私どもは悲観していません。というのは、「ここまでのところは手放して会員数が増えてきたという側面があるからなんです。営業努力次第では、都市部を中心にまだまだニーズは掘り起こせるでしょう。

ロードサービス以外の展開としても、よりバイクの楽しさを知っていただくために何か仕掛けられないかとアイデアを出しているところなんです。日本は世界中のありとあらゆるバイクが販売されている、世界有数の国。今後はアフターサービスの面でも世界のバイク業界のお手本となるように、私どもも独自のやり方で努力していきたいと考えています。



ジャパンベストレスキューシステム株式会社

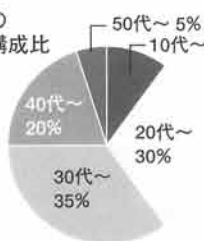
オートバイ事業部マネージャー
笠井 篤史 氏

バイクレスキュー事業として1997年2月設立。徐々にサービス内容の幅を広げ、現在は生活総合緊急サービスとして水回りやガラス、カギ、クリーニングなど生活全般のトラブルに対応する。笠井氏は同社に勤めて約3年。自身も「バイク好き」と語り、かつてSR400を所有していたこともある25歳

JBRロードサービス概要

年間出動件数 7,000~10,000件

利用者の世代別構成比



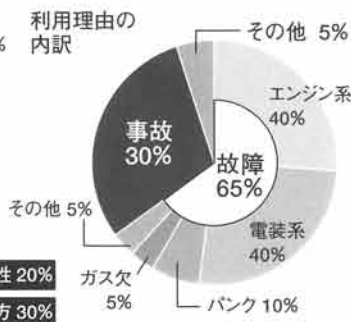
利用者の性別比

男性 80% 女性 20%

利用場所

都市部 70% 地方 30%

利用理由の内訳



位置の把握がロードサービスの基本。ツーリングマップルとの連携で、地図上のグリッド指示での位置確認の他、NTTドコモのGPS位置情報サービスの利用で現在位置をより正確に把握するシステムも。さらにメールでのやりとりでコミュニケーションも可能

建物としてのインパクトを重視して、店舗の形状はリノール前の半円型を残した



今回のリニューアルで増築したサービス工場。2階は倉庫とスタッフルームとなっている



広いオープンスペースには、中古車や試乗車を配置。店舗の底の下の床(木材)に合わせ石畳に一新スクーターを並べた。天候の悪い日には、簡易テントを広げて雨から商品を守る心遣いもみられる。この他、ボール看板、お客さまのくつろぎスペースも用意した



職場環境の改善でスタッフが奮起 プロ意識を高め顧客満足度もアップ

YSP豊川

愛知県豊川市桜町2-7-34

三浦孝久 社長

YSP豊川・三浦社長は、スタッフのための「働きやすい職場環境」をテーマに、店舗機能の整備と、サービス工場の充実を中心としたリニューアルを実施。それは、ショップパフォーマンスの向上に繋がり、いっそうの顧客満足度向上を促した。

Profile

略歴 3年間のYOU SHOP時代を経て、1988年にYSP豊川中央としてスタート。レーサーレプリカ全盛だった当時、バイクだけではなく、レースイメージのアパレル用品なども積極的に取扱う新しい一面を持つバイクショップを作り上げた。そして今年、サービス工場の拡大と店内の機能整備を中心にリニューアルし、「YSP豊川」として再スタートした。

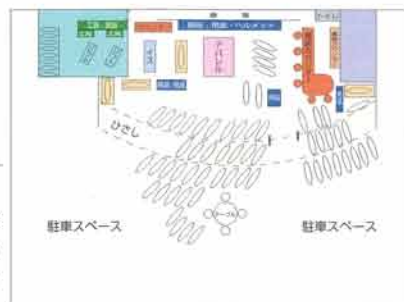
立地 約12万の人口を抱える豊川市。店舗はその中心部から少し離れた西部に位置するが、豊橋や、名古屋への往来に使われる国道1号線沿にあるため、市内だけでなく、広範囲での集客に優れる。また、店舗周辺には市街地のベッドタウンが多く、地域密着の商売にも適している。

店舗 今回のリニューアルでは、創業当時考案した個性的で視認性にも優れる半円型の店舗はそのままに、外壁のパネル交換、ショールーム(50坪)、サービス工場(18坪)を拡張。さらに、什器やカウンターなどの交換、配置替えにより、お客さまだけでなく、スタッフにとっても見やすく、働き

やすい店内環境を整えた。また、オープンスペースの一部を店舗に割いたが、車で来店されるお客さまも多く、車7台分のパーキングスペースを確保。さらに中古車、スクーター、試乗車の展示場も備えている。

商圏・客層 豊川市に加え、宝飯4町を中心とする広い商圏を持つ。スポーツは10km圏内が50%。スクーターは5km圏内に70%が集中し、5~10km圏内が30%だ。客層の中心は25~35歳だが、バスからビッグバイクまで幅広いカテゴリーに分散している。

スタッフ 一列目右から、三浦孝久社長、奥様の加依子さん。事務スタッフの服部和子さん。二列目右から、サービスマンの亀田隆さん、同じく伴政泰さん、サービスチーフの三浦嘉也さん、ヤマハ営業の橋本孝介さん、村山永司さん。



以前は高級感を意識した内装だったが、今回は白を基調とし、暖色系で統一していた照明も蛍光灯中心に変更した。これは、ペースをシンプルにし、季節感の演出やYSP 牽引らしさを付加していくためだ。



店内中央の柱だけでなく、店の至る所にスタッフが気に入った小物類が飾られている。「女性や子供を含め、ここに来るお客さまみんながバイクに詳しい人ばかりではない。だから店内のあちこちに話しの種を蒔いておくんですよ」と、三浦社長

二つのカウンターとストックルームがスタッフ動線の混乱を一気に解消!

良い店舗、優れた店舗の条件は、お客さまに対する視認性や美しさ、見やすさばかりではない。そこで働くスタッフの使い勝手も、作業効率やメンタルな部分でお客さまに影響を及ぼすという意味から、重要なポイントといえる。

三浦社長は従来の店舗の問題点を「スタッフの動きにくい職場環境」だったと話す。そして、その解決がリニューアルの第一歩となった。

まず、店内の問題として顕著だったのは「スタッフ動線の混乱」である。

「以前のカウンタースペースは、事務スタッフ、営業スタッフ、サービスマンが入りし、それぞれに必要な資料、さらに、パソコンやコピー機などの電子機器類を扱うため、非常に狭苦しく感じていました。そのなかで慌ただしく作業するわけですから、作業効率も良いはずありません。そうなること必然的に、カウンターで行なうお客さまとの商談にまで悪影響を及ぼします。それが一番の問題点でした」

そこでリニューアル後、店内のカウンターは二つに増えた。一つはエントランスの近くにある事務、商談用カウンター。もう一つがサービス工場のすぐ側に設置した整備や修理の受け付けを行なうサービスカウンターだ。こうして各担当者が自分のタイミングで仕事を進められ、商談も落ちついてゆっくりできるようになった。

そしてもう一つの改善は倉庫の整備だ。サービス工場専用だった倉庫の壁を取り払い、背の高いパーテーションを使ってサービス工場、ショールームの両方から入れるストックルームを作り変えることで、いちいち工場に回って倉庫に入る煩わしさを解消した。またその倉庫は、今まで山積み状態で展示していた用品や部品の在庫保管場所ともなり、店内の整理整頓に大きく貢献している。

「ヤマハのプロショップとして、お客さまを迎える環境整備は大切なことです。しかしそれは、「商品を見せる環境」や「居心地の良い環境」に限らないと思います。いくら見栄えが良くとも、プロとしてのサービスに支障を来しかねない職場環境であっては、結果的にお客さまが不利益を被ることになる。私は経営者として、スタッフが「働きやすい環境」を整える義務がある、と思いますね」

サービス工場



ツールボックスのすぐ後ろにはパーテーションを使ってストックルームを作った。今では工場内の整理整頓に欠かせないという



取り外したタンクなど、修理中にパーツを傷つけないための専用の棚を用意した



ガレージっぽさを演出するポスター



用品を並べている棚の裏側がストックルーム。そのパーテーションには、カウンター周りやサービス工場などと同様に、ポップや商品などを磁石で固定できる素材を使用している



「背の高い椅子では子供やお年寄りはくつろげないし、あとサービス工場を眺めているのも苦痛でした。だから、あえて低いタイプの椅子を多く選びました」というくつろぎスペース。雑誌、おもちゃなどを並べ、待つ者を飽きさせない工夫もみられる



商談ルーム

「真正面から向き合うと、お客さまが緊張してしまう」との配慮から、高級カウンターはラウンド形状で、カスタムの相談などでたくさん資料を置けるように広々としたものを選んだ。また、カウンターの対面にある事務スペースは、お客さまから直接見えないよう入口側のみパーテーションで死角を作っている

シヨール人が増築した部分には、今まで広くとれなかったカスタムコーナーを設置

新しいサービス工場の構築を機に スタッフがシヨップの要として自覚

バイクシヨップにとって、修理などで預かったバイクの整備は、単に売上げに貢献する主要業務というだけでなく、お客さまの信頼を左右する重要なポイントでもある。そういう意味で、サービス工場の作業効率改善も、三浦社長がリニューアルに踏み切った大きな理由の一つだ。

「開業当時は少ないスタッフによる少量の作業だったので、サービス工場の大きさに問題はありませんでした。しかし、在庫車の増加とともにサービスマンを増員し、狭いスペースで多くの人数が働くようになってから作業効率が低下。それに伴って、整備の質も低下する恐れが出てきたのです」

そこで三浦社長は、ただスペースを広くするだけでなく、自分たちが働きやすく、愛着を持てるサービス工場になるよう、その内容や機器配列の一切をスタッフの手に任せた。

こうしてできあがったサービス工場は、雑然とした雰囲気嫌って、作業スペースには工具しか置かず、部品類はシヨールームと同じように工場の一部にパーテーションで仕切った空間を設け、その裏に納めた。またスタッフの趣味で持ち寄ったポスター、カスタムパーツなどで壁を飾り、ガレージ的な雰囲気作りも行なわれている。

「サービスマンの技術がどんなに優れていても、お客さまの目にはまず飛び込むのは工場の雰囲気とスタッフの働く姿。これが悪いと良い印象は一気に変わってしまう。オシャレで清潔な内装、そこで楽しく働くサービスマンたちの姿はきっとお客さまに良い印象を残してくれるはず。また、工場のリニューアルをスタッフに任せるとは、YSP豊川の要が自分たちであることに気付いてもらうのが狙いでしたが、期待どおり、仕事への積極性や、YSP豊川の大事な一員であることを強く自覚してくれたようです」

また以前は、食事をするのも着替えるのも工場や事務スペースで済ましていたが、プライバシーを守り、気持ちのオン、オフを切り替えやすいよう環境整備の一環としてスタッフルームも作った。

こうした「職場環境改善」の効果は、すぐに目に見えてわかることではないかもしれない。しかし、「人材は財産」「マンパワーの向上で顧客満足度向上をめざしたい」。今回のリニューアルには、三浦社長のこんな思いが込められている。

