

ヤマハニュース

Yamaha News 4

2004 APR. NO.487

Monthly Tops

Grand Majesty & tricker カスタムモデルサンプル /
2004ヤマハレーシングマシン / HYPER XGヘルメット ほか

MC Front Line

ついに登場!Grand Majesty
ファーストユーザーインプレッション

テクノロジーの系譜

4サイクル単気筒エンジン

Hearty Business

カードテリア グリーティングカードショップ

バイクショップ百景

YSP天白

Monthly Tops CUSTOM MODELS

「Grand Majesty」「tricker」 カスタムモデルサンプルの活用で お客さまの意欲を盛り上げよう！

いよいよ春爛漫の4月、スポーツバイクファン待望のシーズンがやってきました。モーターサイクルショーやニューモデル展示・試乗会で気分が盛り上がったお客さまを、ホットな状態で店内へと導き、ビジネスチャンスに結びつけたいものです。

そんな時、お客さまの心を揺さぶるポイントとなるのが、イメージを刺激するカスタムモデル。ノーマルモデルと一味違う個性的なドレスアップを展示・提案し、お客さまの購入意欲を高めましょう。

ここでは、ワイズギア、コンストラクター各社が手がけた「Grand Majesty」と「tricker」のサンプルモデルを集めました。ぜひご参考ください。



KIJIMA 「Grand Majesty」



PLOT 「Grand Majesty」



Grand Majesty
ワイズギア・スポーツカスタム



OVER Racing
「Grand Majesty」



tricker
ワイズギア・カスタム(レッド)



Grand Majesty
ワイズギア・コンフォートカスタム



tricker
ワイズギア・カスタム(イエロー)



tricker
ワイズギア・カスタム(ブルー)

お店のカスタムモデル展示をサポート！ 「カスタムスタイルキャンペーン」実施中

ワイズギアでは、手軽にカスタムモデルの展示が行なえるよう、必要なキットパーツをセット組みし、特別価格で斡旋する「カスタムスタイルキャンペーン」を実施中です。

第1弾「Grand Majesty」は、このページでご紹介した3パターンのパーツセットいずれかを選択いただいたお店に、A4専用カタログ提供と、ワイズギア・ホームページでの店名告知、代替ユーザーへの告知DM発送もサービス。

「tricker」「Majesty C」についても同様の内容で実施しますので、ぜひご利用ください。

HYPER XG

メーカー希望小売価格：¥35,700（本体価格¥34,000）

サイズ：S、M、L、LL

規格：JIS

カラー/パーツNo：ホワイト/QYC-YSK-025-■01
アルミナシルバー/QYC-YSK-025-■04
イエロー/QYC-YSK-025-■30

※■にはサイズ(S=W、M、L、LL=X)が入ります。
※シールドのみ(バイザーなし)で使用の場合は、
別売「TXホルダー」が必要です。



Monthly Tops HELMETS

ワイズギアから新発売のアライ「HYPER XG」は、着脱可能なシールドとバイザーの組み合わせにより3つのスタイルが選べる、高機能&ファッションなヘルメット。JIS規格をクリアしているので、安全性も十分。シティロードからワインディング、林道まで、ロケーションを問わずライディングが楽しめる「トリッカー」に最適な一品です。

「tricker」にジャストフィットする フリースタイルヘルメット「HYPER XG」



DAYTONA [tricker]



RC KOSHIEEN [tricker]



DAYTONA [Grand Majesty]



SP TADAO [Grand Majesty]



REAL EQUIP [tricker]



KITACO [tricker]



POSH [Grand Majesty]



RC KOSHIEEN [Grand Majesty]



KIJIMA [tricker]



ACTIVE [tricker]



ACTIVE [Grand Majesty]



EIJYU PRO [Grand Majesty]



PLOT [tricker]



EIJYU PRO [tricker]



CONCEPT [Grand Majesty]



KITACO [Grand Majesty]

Monthly Tops RACING MACHINES

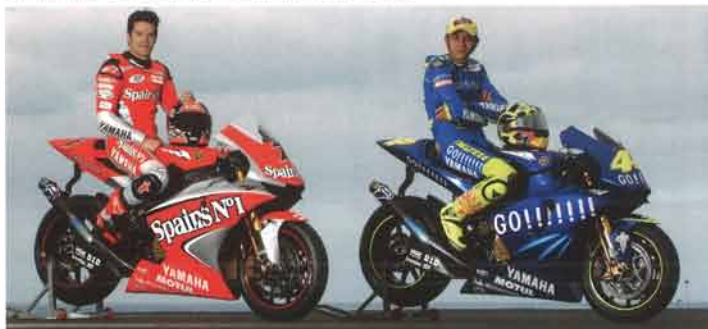
勝利の期待を担って発進！ ヤマハレーシングマシン

いよいよモータースポーツシーズン開幕！ ヤマハは、今シーズンも参加するすべてのカテゴリーに、最新技術とありったけの情熱を注ぎ込んだニューマシンを投入。全力で勝利をめざします。ぜひ熱いご声援をお願いします。

YZ250FM
YAMAHA Racing Team



YZR-M1 Gauloises Fortuna Yamaha Team



YZF-R1
YSP Racing Team sponsored by
PRESTO Corporation

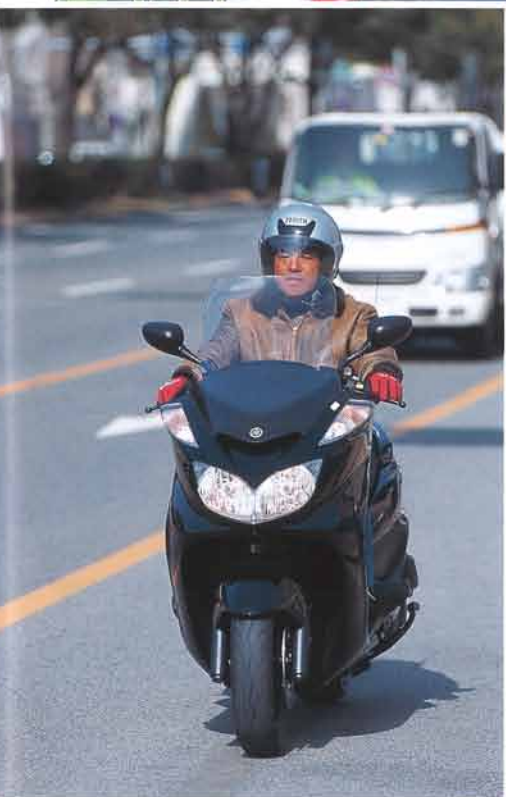


YZ250
Júbilo Racing Team





ついに登場! Grand Majesty ファーストユーザー・ インプレ



250スクーターの魅力、原本さんは「気軽さ、タンデム、収納力、ランニングコスト、そして自由なファッション」と表現

いまや国内二輪市場で最大派閥を形成する250ccスクーターカテゴリーにあってなお圧倒的なトップシェアを誇るMajestyシリーズの新商品「Grand Majesty」が2004年ニューモデルの先陣を切って店頭でデビューした。

現行Majesty、Majesty Cと共存し

No.1ブランドの地位をさらに強固なものにすることができるのか。

発売直後の店頭で

初期購入ユーザーの声と、ショップの手応えを取材した。

気軽さ、便利さ重視のベテランが カスタムに目覚めた「Gマジエ」

原本静雄さん（兵庫県神戸市／53歳／会社員）

高校生の頃、バイクが禁止されていたため、免許だけ取得。卒業後から10台ほどのバイクを乗り継いだ原本さんは、スクーター歴も10年のベテランライダーだ。

「若い頃はもっぱら4サイクルの400ccスポーツバイクばかり乗っていたけれど、いつも革ツナギにフルフェイスヘルメットで気張って走るのに疲れてきて、スクーターに乗り換えたいんです。もう、遊びで乗るより通勤や街で買い物などに使うほうが多いから、普通の服装でラクに乗れるほうがいい。100ccから125cc、400cc……。いろいろ乗りましたね」

今回のグランドマジエスティも、125ccスクーターからの代替え。「排気量が小さいと会社の若いヤツらにバカにされるし(笑)、街を走っていても

クルマにあおられる。やっぱり250にしてしようと思って、限定モデルの「アカマジエ」を狙っていたんです。そうしたら、その会社のヤツに先を越されてね、くやしくなって(笑)。じゃあ、新しいグランドマジエスティを待とうと思ったわけです」

実はホンダのニューモデルも比較候補車にあげていたが、

「この店(YSP神戸中央)とは25年以上の付き合いなので、まずヤマハを優先しようと思った。社長から大きい道路の多いルートを走るように言われたけれど、わざと細い路地ばかり選んで走りました。ふだん街で乗ることが多いし、車重が重くなったとも聞いていたので、切り返しとか発進の加速などをチェックするつもりでした。でも、まったく大丈夫! 重さなんて全然感じません。むしろ適度な粘りがあって、落ち着いたハンドリングです。トランクの収納力も十分、コメ袋だつて入る(笑)。すぐその場で購入を決めました」

それから2週間後、3月6日に納車を受けた原本さんは、さっそく毎日の通勤や奥さんに乗せて街へショッピングに出かけ、充実したバイクライフを楽しんでいる。

「すごいなと実感したのは車体の安定性。通勤途中に「ハーバーハイウェイ」という海上を渡るバイパスがあり、以前よく強い横風や大型トラックの走行風にあおられたんですが、グランドマジエ

ステイは平気。アクセルを緩めることなく安心して走り抜けられるし、タンデムしてもフラつかない」と、満足そうな笑顔の原本さん。

しかし実は、グランドマジエスティを購入して目覚めた、もうひとつの楽しみがある。

「こんなにスクーターのデザイン、ファッションが進歩するなんてねえ。私はもともとカスタムなんて好きじゃなかったのに、店でもらったワイズギアのリーフレットやスペシャルブックを見ていたら、どうしてもそれが欲しくなっちゃって……(笑)。いまパーツが届くの待っているところなんです」

夏になれば毎週のように須磨海岸でマリンジェットを楽しみ、会社では若い社員の人たちとバイク談義。年齢を感じさせない原本さんは、まるで服装の一部のようにスクーターをドレスアップして楽しめることがうれしいという。

「身長160cmの私には少しシート高が高いので、ローダウンしたシートとタンデムバーも欲しいんです。いつもはひとりですが、たまに奥さんと二人で出かけるので、もっと快適にしておきたい。私は旅に高速道路を使いませぬ。目的地へ行って帰るだけじゃなく、道程をのんびり楽しむのが好き。うまさうな食べ物屋や気に入った風景を見つけたら、いつでもパッと止まって味わいたいの、クルマは停めるだけでも不自由するし、スポーツバイクじゃ運転も服装も気軽さに欠ける。このグランドマジエスティは、きつと最高のパートナーになると思いますよ」



まず予備情報を試乗車で確認 カスタムはこれから積極展開

YSP神戸中央/花尾健二社長

発売から約2週間で、3名の成約と有望1名。カラーはバラバラです。購入者も含めて、グランドマジエスティに興味を示すの

は体格の大きい人やよくタンデムする人、ツーリングで使いたい人。こちらからセールストークをしなくても、雑誌やインターネットなどの情報があるので、それを展示車や試乗車で確かめに来る感じですね。試乗したお客さまからは、車体や足まわりのしつかり感をよく指摘されます。

今のところ、マジエスティCと比べて年齢層に差はありません。だから、どっちにしようかと相談を受けた時は、1に体格、2にタンデムの重要度で判断しています。カスタムする、しないはどちらも同じ。グランドマジエスティはまだパーツがそ

ろっていませんが、それを理由にマジエスティCを選ぶのは20代前半までの若い人だけ。身体がラクなノーマルスクリーン、太陽を反射しないノーマルハンドルを好むツーリングファンもいますし、それほどガツガツしてはいないですね。

ただ、カスタムがマジエスティライフの重要ポイントであることは事実。うちの店はマジエスティ・カスタムが特長でもありますし、出荷が安定すればワイズギアのスポーツコンプリートモデルを展示して、もっと積極的にアピールしようと思います。



マジエスティらしさを残しながら 中身も外観も異なる新鮮さが魅力!

針金浩さん(東京都中野区/35歳/会社員)

「渋滞がひどく、駐車スペースをなかなか見つけられない都内では、機動性に優れたバイクが移動手段として最適。しかもマジエスティは、十分な走行性能と快適性を持っているし、収納スペースもたっぷり。時々クルマを使うこともありますが、その混雑ぶりには気が遠くなる」と笑う針金浩さん。

「高校生の頃からいろんなジャンルのバイクに乗っていましたが、仕事が忙しくなるにつれて、いつの間にかバイクを忘れていたんです。そんな時、雑誌や友人たちの影響でマジエスティの存在を知りました。それから、中野の自宅から勤め先の新宿まで毎日の通勤と、ストレス解消に欠かせないパートナー。もう絶対手放せませんね」

今回のグランドマジエスティは、針金さんにとつての3台目。最近まで乗っていたマジエスティがちょうど走行距離2万kmを過ぎ、オーバーホールに出そうか買い替えようかと考えていた時にタイミングよく発売を知った。

「東京の道路はどこもマジエスティだらけ。いくら自分なりのカスタムを施したとはいえ、さすがにちょっと飽きていました。だけど、身体に馴染んだマジエスティから他社モデルに乗り換えるのも抵抗がある……。どうしようって悩んでいたところだったので、もう迷わず予約を入れたんです。400ccという選択肢もありましたが、どうせ車検のあ

「スーツ姿でもカジュアルな服装でもカッコよく乗れるのが、マジスティの魅力のひとつ」と針金さん



「もちろん、発売からすぐ豊富にパーツが揃うとは思っていませんでしたが、マフラーだけでも納車と同時に手に入るのうれしいですよ。後はシヨップと相談しながら、シヨットスクリーンやバーハンドル、ローダウンなどポイントを押さえて、若者に負けないカスタムに仕上げていくつもりです。人と同じバイクがイヤというよりも、いつまでも若い気持ちでいたい。ヘルメットを被ってしまえ

るクラスを買うなら、いっそ大型免許を取ってTMAXにステップアップするほうがいい。次の目標にもなりますしね」



針金さんの趣味はゴルフ。「シート下にクラブセットが入るようにすれば最高ですね」

「エンジンの回りが軽く、吹けあがりもいい。また、路面のギャップに乗った時も振られることなく安定していて、格段に安心感が高い。慣らしが終わった、思いどおりのカスタムに仕上がったら、同じグランドマジスティを購入した友人がいるので、一緒にツーリングにでも行くこうかと思うんです」

ば、ホントの年齢なんてわかりませんが、納車から間もないため、まだ慣らしの最中というところでグランドマジスティ本来の性能は実感できないが、従来モデルを踏まえた上質な走行フ

二輪専門誌 インプレッション

知多半島ツーリング試乗会
2月16日～18日



大人の “Gマジエ”は 騒がず 地道に試乗車で 浸透を狙う

YSP杉並北／菊地聡店長

グランドマジスティは、試乗車を下ろして1週間ほどですが、インターネットを見て来店し、試乗を希望される方が多いですね。従来のマジスティよりも、興味を持つお客さまの年代が20代後半から30代とやや高い気がします。

その分、マジスティCのように一気に人気盛り上がるほどではありませんが、発売から10日間で5台の成約があり、手応えはますます順調です。

今のところ、特別な仕掛けはしていません。あえて言えば、発売タイミングに合わせて「グランドマジスティ用のカスタムパーツを一部先取りして揃えました」と、広告やチラシで告知した程度。でも、案外それが功を奏したのかも……。今はバイクをカスタムするのが当たり前で、そのためのパーツがどのくらいあるかが人気のバロメーターでもありますからね。

うちの想定ターゲットは、針金さんのようにそろそろ走行距離が1万～2万kmに届く、マジスティの代替ユーザー。オールニューといっても、すでにマジスティの良さを充分理解しているのでセールストークしやすいんです。でもそれ以外に、整備や修理待ちのお客さまには必ず「試乗しませんか」と声をかけるようにしています。言葉より、乗ってもらうことが一番ですよ。



“グランド”の名に恥じない 余裕のパワーと安定性を実感

スクータースタイル誌／淀川雄次郎編集長

初代マジスティから比較にならないほど洗練されていますね。エンジンの静粛性、車体の安定感が抜群で、高速走行時の快適さはまさに「グランド」と呼ぶにふさわしい、ワンランク上の仕上がり。従来のビッグスクーターはエンジンに余裕がなく、走行中に唸るような音を感じることがありましたが、グランドマジスティは高回転・高速域で余裕を感じさせ、マジスティの正常進化として高く評価できます。

ワインディング走行も気持ちいい。250ccらしい軽快感と剛性のバランスが、絶妙の安定感を実現しています。

また、高速道路の2人乗り解禁を視野に入れた新フレーム採用なのでしょうが、その狙いも見事に的中しています。ほかのモデルでは、後ろに人を乗せるとどうしてもリアが振られる感じになりますが、グランドマジスティのハンドリングは落ち着いていて、安心感があります。

カスタムについては、ホイールなど細部までデザイン処理が行き届いているので、30代の読者を中心にシックな大人のカスタムを提案したい。また、走行性能の高さを生かしたカスタムに振ることもできるでしょう。

だけど、トランクスペースや日常の使い勝手もさらに向上していますし、買い物など街乗りだけじゃもったいない。「スクータースタイル」としては「カスタムだけでなく、ツーリングしようよ！ 楽しいよ！」とアピールしたいですね。

大柄な車格と大人のデザインで 「Gマジエカスタム」を先物買い!

福富英人さん (愛知県名古屋市長/35歳/飲食店経営)

通勤のための原付スクーターをグラ
ンドマジエスティに乗り換えようと、福
富英人さんは2月から多忙な仕事の合
間を縫って教習所に通い、普通二輪免
許取得にチャレンジしている。

「実はもう、グランドマジエスティは買
ってあるんですよ(笑)。もちろん免許
が取れるまで納車はお預けですけど、
あともう少し、3月末を目標に頑張っ
ています」

16歳から原付に乗っていた福富さん
だが、高校卒業後すぐに就職したため、
中型スクーターバイクへのステップアップ
は今まであきらめていたという。しか
し、通勤には渋滞や駐車場などで不自
由するクルマでは不便だと、1年ほど
前50ccスクーターを購入したのがきつ
かたで、忘れかけていたバイクへの興味
が再燃しはじめた。

「でも、最初はそんなに真剣じゃなかつ
たんです。漠然とアメリカンがいいなあ
って思ってた。たまたま本屋さんでバイク
雑誌をパラパラ見ていたら、なんだか
見慣れないスクーター専門誌を見つけ
て、今こんなモノが流行ってるのかと、
びっくりしました。それでさっそく一冊
買って帰って読んでいるうちに、もうす
っかりハマっちゃったわけです」

でも、名古屋ではあまりビッグスク
ーターカスタムを見かけないし、近所
のバイクショップにいったも扱ってない。
だからさっさと勉強しましたよ、雑誌
をいっぱい買い込んで(笑)。このお店
(YSP名古屋北)もその広告で見つけ
ました」

スポーツバイクではなくビッグスク
ーターカスタムに魅かれたのは、スタイ
ルやデザインの奇抜さだけが理由では

ない。オートマチックの気軽さ、リユ
ークを背負わなくてもいいトランクスペ
ースの広さもそのひとつ。

「そういうことをいろいろ総合して、マ
ジエスティCを買おうと決めました。で
ももちろん免許はまだなかったんですが、
教習所で挫折しないためのプレッシャ
ーをかけるつもりでね。もう気持ちも
すっかり盛り上がりすぎて、自分で自分
が止められないというか(笑)。でも、契
約書を書いて帰ったその晩、やっぱりグ
ランドマジエスティがいいと(笑)。性能
とか詳しいことはよくわからないけれ
ど、私は身体がけっこう大きいし、大人
っぽい雰囲気デザインのほうが歳相
応だろうと思ったわけです。それで翌
日店長に電話して、無理言って変更し
てもらいました」



愛車のカラーは、福富さんのアイデンティティ・カラーで、「迫力がある」クロを選んだ

取材の日、すでにカスタムが進みつつある愛車と初めて対面。
「実物を見ると感動しますね。似合いますか? やっぱりコレに
してよかった!」と満面の笑顔



日頃、自分で買う服さえ試着もせず
決めてしまう福富さんだが、今回はか
りは迷った揚げ句の決断だったようだ。
「カスタムは、ワイズギアのスポーツモ
デルを参考に、ハンドルまわりやスクリ
ーン、ウインドカウルズ、マフラー、ロ
ダウンキットまで主要なモノをひとつと
おり組んでもらうことになっています。
何もかもが初めてだから、すごく楽し
みです! 早く免許を取らないとね」

タンDEM重視、安心感がポイント クルマ併用の若い夫婦に好感触

YSP名古屋北/小山卓司店長

先日、私がグランドマジエスティに試乗して感じたのは、車体の安定感。速い切り
返しでもフラついたりヨレたりせず、路面が少し濡れた状態で100km/hくらいから
フルブレーキングしてもしっかり路面を捉え、コントロールしやすいんです。フレーム剛性、ホイールサイズ、ブレーキ性能などすべてのバランスがいいからでしょうね。
街なかではハンドリングが軽快なマジエスティC、高速道路を使うツーリング派にはグ
ランドマジエスティというのが、おおまかなセールストークの基準だと思えます。

展示車を見た、あるいは試乗車にまたがったお客さまの共通するコメントは、「デカ
イね!」です。特にリアまわりがそう見えるようで、良くも悪くも注目ポイントにな
っています。

そのなかで、グランドマジエスティ
目当てのお客さまは若干年齢層が高
め。30代~40代中心で、クルマと併
用を考えているご夫婦が目立ちます。
そういう方は、必ずタンDEMの乗り心
地を気にされますね。

成約は、新規店のYSP天白と合わせ
て8台。ほとんどがまだノーマルです。
パーツが間に合っていないので当然で
すが、待っている人は多いので、実際
にカスタムした展示モデルを置けばさ
らに弾みがつくと期待しています。



高速走行、タンDEM走行でわかる グランドマジエスティの真価

ヤングマシン誌/丸山浩さん・大屋雄一さん

車体の剛性感は確かに別物。海沿いのワインディングや
坂道などいろんな状況で走り、タンDEMも試してみました
が、ヨレやふらつきを感じることなく安定したハンドリングを
発揮してくれる。初心者でも安心して運転できると思います。

その真価は、高速道路の2人乗り解禁が実現し、例えば
緩やかなカーブを100km/hで走りながらギャップに乗った
時わかるでしょう。しかし何よりもまず、ヤマハが最初にビ
ッグスクーターの車体剛性アップに取り組んだということ
を評価したい。今後「ツーリングスクーター」みたいなカテ
グリーができるのであれば、グランドマジエスティがその基準に
なっていくんだろうと思います。

また、すごくパワフルというわけではないけれど、どの回
転域からでもレスポンスよく快適に加速するエンジン、コン
トロールしやすく制動力にも優れたブレーキなど、高速走
行やタンDEM走行を意識してしっかり作り込まれていると感
じました。

また、スクーターはあくまで利便性に優れ、手軽さを求めら
れる乗り物。そういう意味で、後ろに乗った時の快適さ、メ
ーター周りの視認性などが向上しているのもプラスポイント。
しかし、駐車場の引き回しなどはマジエスティCの方がラク
なので、小柄な男性や女性にはこちらがお奨めかもしれま
せんね。

テクノロジーの系譜

genealogy - d̥ai̯ɲia̯el̥o̯d̥s̥i

【名】系譜、系統、血統、家系

Chapter 1-1

4サイクル単気筒エンジン

4cycle single cylinder engine

1975年、ヤマハとして初の4サイクル単気筒エンジンが誕生した。そのエンジンは、世界各国で愛され、今もSR400に受け継がれている。25年以上も現役で居続けられるビッグシングルは、他に類を見ない。その原点には、いったい何があるのか——。当時のエンジン設計チーフ、大城信昭さんを訪ねた。

黎明

XT500

air cooled 4cycle single cylinder OHC engine
bore*stroke 87*84mm
compression ratio 8.3
max power 30ps/5,800rpm
max torque 3.9kg-m/5,400rpm
product launch 1976



シンプルで、スリムで、
そして軽く、美しく——

「大城くん、4サイクルのビッグシングルを積んだオフロード車だよ」と、当時の重役に言われた。「トンとピストンが下りると、クンと2、3メートル進むようなエンジンだろうな」
ヤマハ黎明期から幾多の機種開発を指導してきた重役の言葉にも、設計チーフの大城信昭さんは「どんなものかな」と、腑に落ちずにいた。時代は1970年代中盤、どのメーカ

にも4サイクルビッグシングルを搭載したオフロードモデルはなかった。
ヤマハは、アメリカでのオフロード市場でのさらなる躍進をもくろみ、新型オフロードモデルの企画を進めていた。大城さんには、そのモデルのエンジン設計チーフが任じられていた。
バイクで森を行き、川を渡り、岩場を走り抜ける。そんなアメリカ流ファンライドに適し

たバイクに搭載するエンジンは、スリムで、軽く、シンプルな単気筒しか考えられなかった。当時のヤマハはまだ「2サイクルのヤマハ」と称されており、4サイクルモデルは数えるほどしかなかった。単気筒モデルはない。そこへいきなり「ビッグシングルだ」と言われては、大城さんがピンと来なくても無理はなかった。肩

慣らしのつもりで450ccエンジンを作り、プリテスト車としてアメリカに持ち込んだ。大城さんは同行せず、テストチームの帰国を待った。「帰ってきたスタッフに、「こういうエンジンじゃなかったよ」と言われましてね。当初の想定とは違い、より高い性能が求められていたんです」
それは、4サイクル版YZだった。2サイクル

に負けない4サイクルエンジン。なおかつピーキーではなく、4サイクルらしいトラクション感のあるエンジン。これで方向性が一気にクリアになった。プリテスト車のエンジンの徹底的な見直しが始まった。

4サイクルエンジンは、設計段階ではほぼ性能が決まる。計算をし、調査をし、資料を集めながらも、大城さんの頭の中には、すでに完成エンジンのイメージがあった。

だが、それを実際に形にするまでの道のりは平坦ではない。「単気筒エンジンって、実は厄介なんです」と大城さん。2気筒、4気筒と偶数のシリンダーを持つエンジンの方が、シムメトリカルでバランス良く作りやすい。また、単気筒ではシリンダーあたりの容積が大きいため、回転数を上げにくい上に、エアクリナーやマフラーが大きくなってしまふ。

純粹な技術面以外でも、量産化への配慮、コストの制約、法規制への対応、営業政策との兼ね合いなど、考えるべき要素は非常に多い。それらをいかに調和させるかが、大城さんに求められた。時には壁に突きあたり、時には関係各方面とネゴシエーションを繰り返しながら、

ら、設計を進めた。

「中には天才肌の人もいますけど、私はそうじゃなかった。でもね、市販車のエンジンで、本当に

隔々まで配慮しながら設計していたら、そんなにスイスイ設計できるはずがないんですよ」

設計にあたっては、大城さんのキャリアが役に立った。大城さんは直前まで、小排気量2サイクルエンジンの設計

をしていた。だから、軽くてコンパクトな2サイクルエンジンの強みを、よく知っていた。そのベースの上で、4サイクルならではの設計ができたのだ。

「2サイクルのヤマハ」という定評がある時代に、2サイクルのYZをまったく新しい4サイクル単気筒で打ち破る。その時でも、よりどころとなるのは、過去にヤマハが培っていた技術だった。

昔からヤマハでは、エンジンといえば軽く、シンプルに、スリムに作ろうとする意識が強いんです。それは現在に至るまで、連続と、脈々と続いていますね」

先達が引いた設計図の青焼きを切り張りしながら、大城さんは自分のイメージをより明確にしていくな。白い設計図に鉛筆で描かれていくエンジンは、オリジナルの新作だ。けれど大城さんが持つ鉛筆の先にまで、ヤマハ・エンジンリングの風土が宿っていた。

より大パワーを得るために、プリテスト車のエンジンのボアを拡大し、500ccとした。ウエ

ットサンパからドライブサンパへ変更し、最低地上高を稼いだ。シリンダーヘッドカバーには、カムやロッカーシャフトの軸受け機能とカバーの機能を併せ持たせ、部品点数を減らした。走行性能を高めるための重量配分に留意しながら、徹底的に無駄を省き、軽量化も図った。耐久性はもちろん、エンジン出力特性の作り込みにも配慮した。



そしてもうひとつ大城さんには、プリテスト車のエンジンにどうしても気に入らない部分があった。「カッコ悪かったんですよ(笑)。右側と左側のアビエランスがまったく違うんです」

当時、ヤマハの4サイクルエンジンは、いくつかの問題を抱えていた。それらの問題をすべて解決するために、ありとあらゆる要素を織り交ぜた結果、プリテスト車のエンジンは左右非対称になってしまっていた。

大城さんにはそれが許せなかった。「バイクの場合、エンジンが見えますからねえ」より美しく、これも現在まで続く、ヤマハの企業風土だ。フィン形状やクランクケースのふくらみに至るまで、美しさを求めた。

こうして隔々までヤマハらしい配慮が行き届いた、4サイクル単気筒エンジンが完成した。1975年のことだ。

大城さんには余韻に浸る余裕はな

く、「売れるかな」「問題は出ないかな」と、ただ不安に感じながら、次のエンジン設計に着手していた。

XT500は特にヨーロッパで人気呼び、コンベクションモデルのTT500はアメリカのモータースポーツシーンを席巻。「THUMPER(とすとんとする音)」と好評を博した。ドイツで爆発的に売れ始めた時、当時の重役をして、「大城くん、このエンジンはウチの経営を救うぞ」とまで言わしめた。

だが、エンジン設計チーフだった大城さんが、脚光を浴びることはなかった。「チームワークの成果だから、それでいいんです。何度も設計変更して、社内外の皆さんに迷惑をかけたしね」と、大城さん。「でも、悪人になつても、聞き入れてもらうしかなかったんですよ」

苦笑いしつつ、「チームワークの大切さを人に説いて、自分でもチームワークを大切にしているつもりでした。でも、時には『冷たい』と言われることもありました」と言う。真っ白い設計図を前にイメージしたエンジンを具現化するために、譲れない部分も多かったのだ。

欧米で人気となったXT500の4サイクル単気筒エンジンは、やがてSR500へと受け継がれ、日本でも爆発的ヒットを記録。さらにストロークダウンを施したSR400は、現在もなお愛され続けている。

(4サイクル単気筒エンジンの項は次回に続きます)



XT500の設計から約3年。79年2月、XT/TT250の現地テストのため、初めてアメリカ・カリフォルニア州モローベ砂漠へ。左端が大城さん



研究開発センター コア技術研究室
パワーソースグループ パワーソース担当
主管 大城信昭

1967年ヤマハ発動機入社。2サイクルエンジン設計を経て、「TT500」から「XT500」「SR500/400」「XT250」などの4サイクルシングルを担当。「単コロの大城」の異名をとる。現在は研究開発センターで新しいパワーソースの基礎開発を手がけている。

Hearty Business

ビジネスに必要なもの
それはココロとアタマ

その1

輸入グリーティングカード専門店

カードテリア

代表 深津大慈氏



カードへの思いは、遺伝子に組み込まれている
だから店作りへのアイデアは尽きることがない

誕生日、クリスマス、バレンタインデー。日本では、お祝い事の際にプレゼントを渡すのが一般的だ。グリーティングカードはプレゼントの脇役として、添えられていたり、いなかったり……。

東京・自由が丘と丸の内にも2店舗を構える「カードテリア」は、そんなグリーティングカードの専門店。日本はもちろん、世界でも「グリーティングカード専門店」は「ここだけではないか」と、深津大慈代表は言う。

キリスト教徒の家に生まれたこともあって、私は幼い頃からカードをいただいたり、

贈ったりするのが当たり前という習慣の中で育ちました。

ところが青年になってから、いざカードを使おうとしても、身の回りにいいものがない。なかつたんですよ。カードは私の生活に密着していましたが、そんなことは信じられなかつた(笑)。そこで親戚から10万円借金をして、印刷所に頼んで自分で作ってみたんです。

ところが、自分の好きな質感が出せなくてね。できあがったカードは、ちっとも面白いものじゃなかつた。それに、ちょうどカラー写真へと移行する時代に、わざわざ自分

の好きなモノクロ写真を使ったカードを作ったので、専門家からはバカにされ、誰にも相手にされず、大失敗に終わったんです(笑)。

それが70年のこと。深津さんはまだ学生だった。その後、父親の社会福祉の仕事で10年手伝った後、知り合いが立ち上げた化粧品会社に販社として携わり、活躍。そこで「会社は十分に大きくなった。もう自分のやることはない」と退き、グリーティングカード専門店の創業を決定した。創業にあたっては、何人もの知人・友人がアイデアを出して



くれたのだとか。

私には、「グリーティングカードの専門店を作りたい」という思いが強かった。学生時代の夢がどうしても頭から離れなくてね。でも、自分だけだったら、同じ轍を踏んでいたかもしれない。

周りにいた連中が「面白そうだから手伝わせろ」と寄ってきてくれてね。あつという間にプロジェクトチームみたいになった(笑)。

いろいろアドバイスをもらいましたが、その中でも大きかったのは、「マスコミをうまく使え」ということでした。自由が丘に出店したのも、「業界では、『ネタに困った時の自由が丘』と言われていた。それだけマスコミが注目している地域なんだ。自由が丘にしないさい」と教わったからなんです。

「マスコミをうまく使う」とは、記事にしてもらうことで宣伝費をけげずに済むというメリットもありますが、常にマスコミに取り上げられるような話題作りを心がけることだと思えます。お店として「情報発信し続けなさい」ということ。それはもちろん

んお客さまの満足度を高めます。貴重なアドバイスをでしたね。

雑誌などマスコミでの露出はオープン当分で年間70回、今も年間40〜50回を数えるという。カードテリアは世界でも類を見ないグリーティングカード専門店だが、その物珍しさだけでマスコミの注意を惹きつけ続けることはできない。そうかと言って、派手な話題作りにはばかり気を取られていては、顧客離れを招く。

ただ話題ばかり作っていても、しかたがない。そこに内容が伴わなければ、お店としての魅力も薄れていく。順序としては、話題が先行するのではなく、お店の取り組みとして行なっていることが、自然と話題になるようであればならないでしょうね。内容がある「何か」をいつも仕掛けることで、お店には目新しさが生まれます。

カードテリアでは、お客さまが手作りしたカードを委託販売したり、「Card studio」で手作りカード、カリグラフィ、フランス額装の教室を開催しています。また、カードのデザインコンテスト「カードテリア賞」も好評いただいております。

催し物は店内のオープンスペースで行なっていますので、他のお客さまの目にも触れます。すると「何か楽しそうなことをしているな」という雰囲気伝わります。「このお店はいつも何か楽しいことをしている」という期待感を持っていただくこと。そしてその期待を裏切らないことが、大切だと考えています。

自分が好きなグリーティングカードをビジネスにすること。そこには、深津さん自身の譲れない思いと、ビジネスとして割り切らなければならない部分とが入り交じる。

純粋な私の好みだけで仕入れても、それが売れるとは限らない。背に腹は代えられませんから(笑)、必ずしも自分の感性に合う品揃えだけをしているわけではありませぬ。ただカード専門店として、「このレベルは絶対にキープしたい」という線もある。ですから商品選定会議では、スタッフの意見を聞きながらも、最終的には自分一人で決定しています。幸い私は女性の感性も持ち合わせているようで、うまく行っていますよ。

カードテリアは9年目になりますが、「あえてみたら」「こうしてみたら」というアイデアは尽きません。私自身、のめり込みやすい性格だということもあります。が、やはり取り扱っているのが自分の好きなグリーティングカードだから。カードへの思いは、私の遺伝子の中に組み込まれているんですよ。

お店作り、お客さまへの提案、品揃えの充実と、常にパワーをかけたばなし、気合いは入ればばなしですよ。

カードテリア

95年、東京・自由が丘にオープンした、輸入グリーティングカード、輸入ポストカードの専門店。世界各国から大人向けのハイセンスなカードと関連グッズを直輸入して販売するほか、各種教室やコンテストなど、顧客参加型の店作りを目指す。現在は自由が丘店と丸ノ内店の2店舗を展開。

カードの歴史や種類、使い方などが分かるファイルを用意。お客さまを楽しませると同時に、専門店ならではの知識をアピールする



店内の「Card-studio」で、手作りカードを始めとする各種教室を開催。他の来店客の目にも触れる場所で、楽しそうな雰囲気を醸成



「専門店として、ある意味でお客さまを圧倒させたい」と深津さん。品揃えや催事など、「ここでしか得られない感動」を提供し続ける



2003年4月、道路運送車両法が改正され、不正改造に対する罰則が強化された。これによりカスタムパーツ業界は一時期混乱を来した。ヨシムラジャパンは、店頭ポスターやWEBなどで、正しい知識を積極的にPR。マフラー交換が即違法とはならないことをアピールした。そんなヨシムラジャパンに、お客さまの動向、求められているものを聞く。

カスタムしても 安心してバイクに乗りたい

—— 触媒付きマフラーの先陣を切っておられますね。

山本 一般公道でご使用いただく製品に関しては、車検・J M C Aへの対応を第一に考えています。もちろん平成12年一輪車排出ガス規制のクリアも前提条件。ですからヨシムラでは、排ガス規制適用車種で、ノーマルマフラーに触媒などの排出ガス発散防止装置が装着されている車種のサイクロンマフラーは、すべて「キャタライズドサイクロン」として触媒を内蔵しており、公的試験機関のテストにも合格しています。

—— 車検・J M C A対応という方向性は、ユーザーニーズによって決められたのですか？

山本 いいえ、先立っているのは我々のメーカーとしての理念ですね。ただ、お客さまのニーズとしても、「爆音」と呼ばれるような大音量マフラーではなく、より静かなマフラーを求められる方が増えてきていました。

—— その傾向には、どんな背景があると考えられますか？

PRODUCT

モノの向こうに

見えるモノ

同業異種業者が見る
二輪ユーザー動向

USER



山本 法規制の強化はもちろん大きな要因です。音量規制の取り締まりも強化されていますし、車検も厳しさを増しています。今のお客さまは、安心してバイクに乗りたいという思いが強い。だから「性能さえ出していれば爆音でいい」と考えるのではなく、車検・J M C A対応のマフラーを選ぶ方が多いでしょう。

また、バイクユーザーの高年齢化も無視できません。弊社製品のビッグバイクユーザーで最も多いのは、30〜40代。ビッグバイクに対して憧れを持っていただけた方が、経済的にゆとりが

ある世代になり、ビッグバイクを所有しているようです。集合住宅にお住まいで、近隣への配慮をされる方も多く、年齢的にも社会的にも「大人のライダー」が増えているということだと思います。

—— ユーザーがマフラー交換に期待するものは何でしょうか？

山本 性能面から言えば、動力性能や音質の向上、そして軽量化です。それから、ルックスを変えたいという思いですね。「人とは違う、自分だけのマシンを楽しみたい」というニーズは強いものがあります。

弊社サイクロンマフラーには、三角形のトライオバル形状をしているものがあり、人気を呼んでいます。これも、リブレイスマフラーでは楕円形が一般的になってきた中で、より個性を發揮できるアイテムだからでしょう。

平田 メーカーとしては「これを付けたらどうなるんだろう」と思っていただけのような製品作り心がけています。パツと見ただけで、性能や音への期待感が盛り上がるような……。そういう意味では、開発段階でもデザインの占める割合は高くなっています。

山本 その一方で、やはり大人のライダーですから(笑)、信頼性や法規制に関しても十分に考慮する。その結果として、ヨシムラのサイクロンマフラーを選んでいただけるケースが多いですね。

DATA CLIP

ヨシムラ サイクロンマフラー
ユーザー年齢層



要求項目は増え、 要求品質も高まる

——性能向上を狙ってマフラーを交換するユーザーに、触媒装着に対しての抵抗感はありませんでしたか？

平田 そうですね、動力性能を高めるのもマフラー交換の醍醐味ですから、多くのお客さまが気にされていたのは、触媒が排気抵抗になるような形で装着されているかどうかでした。

キャタライズドサイクロンは、中間に触媒を挟み込むような形ではなく、パイプそのものに触媒機能を持たせています。その結果、性能は従来と変わらず、なおかつしっかりと排ガス規制にも対応している。

もし、触媒装着によって性能がダウンしていたら、いくら法規制をクリアしているとは言っても、受け入れられなかったでしょうね。お客さまからの要求項目は増えており、求められる品質もどんどん高くなっていますから。

山本 実際、キャタライズドサイクロンの発売当初は、お客さまの間でも「性能はどうなんだろう」という不安感が広がったようなんです。でも、いち早くPRをすることで、営業面でも影響はありませんでした。

——サウンドに関しては、静かさだけが求められているのでしょうか？

平田 デンベル数の大小というよりは、もつと感覚的な「より良い音質」が求められていますね。音の聞こえ方は個人差が大きいので何とも説明しづらいのですが、ニーズも、我々の狙いも、「法規制をクリアする音量で、なおかつ良い音質」です。

——ビッグバイク以外のカテゴリー用のマフラーも、豊富にラインナップされていますね。

山本 最近ではビッグスクーターやモタード、また、小排気量車のユーザーが増えています。ビッグスクーターは、車両販売数自体が増え



ヨシムラ キャタライズドサイクロンマフラー CATALYZED CYCLONE MUFFLER



生産管理課
マフラー開発係 係長
平田佳人氏

'95年、アルバイトとして同社で働き始め、正社員に。市販車用からMotoGPマシン用まで、すべてのマフラーの開発責任者



販売促進課
山本和行氏

「バイクに携わる仕事がしたくて」'96年に同社に入社。受注処理やユーザーからの電話対応、タイアップ企画などに従事する



COMPANY PROFILE ヨシムラジャパン株式会社

'54年、吉村秀雄氏が「ヨシムラモーターズ」として創業。ヨシムラパーツショップ加藤、ヨシムラパーツオブジャパンを経て、'84年、ヨシムラジャパンに改組。サイクロンマフラーを始め、各種パフォーマンスパーツを製造・販売する。'90年のJMCA発足に合わせ、騒音規制のクリアを今まで以上に積極的にPR。'03年、ISO9001取得

ていますので、それに伴う形で、マフラーへのニーズも高まっていますね。スクーターユーザーはファッショニ性を重視するのが特徴です。カスタムの方向性も、クルマとよく似ていますね。モタードは今、若者を中心に非常に人気があります。もともとはストリートバイクの流れで

ブームに火がついたのですが、走りの醍醐味が人気を呼んでいるため、モタードユーザーはパフォーマンス系のパーツに対する関心が高い。二輪業界の将来を担う意味でも、有望ではないかと考えています。

小排気量車は、ビッグバイクユーザーがセカンドバイクとして手にするようです。ビッグバイクの場合、カスタムするといってもマフラー止まりがほとんど。その先は、経済的にも技術的にも、一般のお客さまには手を出しにくい素材です。その点小排気量車は、安く、心ゆくまで楽しみながらいじることが出来る。それが人気源です。

——ヤマハユーザーに、何か特徴はありますか？

平田 指摘事項を見ると、非常にきまじめと言いますか、クオリティにこだわりを持つ方が目立ちますね。

山本 大人のお客さまが多いんですよ。ガンガンにいじり倒して走りまくると言うよりは、「スマートに流す」というイメージがあります。

サンプリングで登場感、期待感を演出 ターゲット層からは好反応!

新VINOの話題喚起と市場浸透をはかる「チョコっとビーノ大作戦」が3月15日よりスタートしましたが、それに先駆けて2月18日～3月15日、東京、神奈川、愛知、大阪、福岡の主要5都市の街頭や大学、計13箇所ですんプリングを実施しました。



横浜駅でのサンプリング風景。この日だけで8,500セットのリーフレットを配付。全体では5万セットを超える配付を行なった。

メインターゲットとなる、10～20代の高校生、大学生、社会人の女性は、キャンペーンに興味を示す一方、VINOへの関心も非常に強く、自らリーフレットを受け取りに来る姿が目立ったほか、男性では高校生、大学生からの反応が高く、受け取ったその場でリーフレットに目を通すなどの好印象を得ることができました。また商品理解を深めてもらうため、サンプリング時にセールストークを交えるなど、登場感、期待感も演出し、各地で大きな成果を挙げることができました。

また今後もキャンペーンに加え、誌面広告、さまざまなタイアップ企画により、市場への話題喚起を継続していきますのでご期待ください。

Passolは電気で、藤原氏はロマンで走る 世界一周旅行スタート

3月24日、旅行家・藤原かんいちさんとともに、Passolが世界一周旅行に向けて成田を出発。その旅立ちを目前に控えた3月12日に行なわれた壮行会には、多くのメディアが詰めかけ、Passol世界一周に対する関心の高さが伺えました。その会場で行なわれたトークショーで「走行スピードや充電作業など、Passolは行く先々で人々とコミュニケーションを深めるにも最適な相棒。この旅が環境やクリーンエネルギーへの興味・関心のきっかけとなれば嬉しいですね」と語った藤原さん。夢と元気を携えて、今アメリカの大地をPassolとともに走行中です。



「街を電動スクーターで走行するのがあたりまえの時代が来たとき、今回の旅模様を思い出す話として聞かせたい。おそらく僕はおいしちゃんになっているでしょうけど(笑)」

URL: <http://www.kanichi.com>

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>)などでお確かめください。

商品名	交換部品	車体番号
【リコール対象車】		
●リモコン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
●ビーノ(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-000101～005648
●シグナス(XC125SV)	ヘッドライトソケット	SE07J-000106～000590
●シグナス(XC125D)	制動灯用スイッチ	4TG-000101～008778
●シグナスX(XC125)	ヘッドライトソケット	SE12J-100101～105140
●マジスティ(YP250A)	キャブウオーマー配線追加	SG01J-003245～006687
	ハイドロリックユニット、R.マスターシリンダー	SG03J-026479～028473
	フラッシュャーリレー、電気配線	SG03J-000027～015548
	ハンドルスイッチ、サブリード線	SG03J-023359～028533
	フラッシュャーリレー、電気配線	SG01J-000015～006707
	ハンドルスイッチ、サブリード線	4HC-061237～070060
●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

TAKARA Powered by YAMAHA 「B PLUS」をご拡販ください!

ユニークな発想の玩具で知られるタカラとヤマハのPAS技術を融合した「B PLUS」は、大人から子どもまで楽しめる新しいレジャーバイク。既存のお客さまだけでなく、これまでバイクショップと接点のなかった新規客層、免許取得年齢未満のプレユーザーへのアプローチにも最適です。

子どもたちへのプレゼントとしてはもちろん、スポーツバイクユーザーの手軽なセカンドバイク代わり、あるいはレジャー志向の高いファミリーにみんなで使えるアウトドアツールとして、ぜひ幅広いお客さまにお奨めください。

詳しくは、ヤマハLV営業・担当スーパーバイザーまでどうぞ。



カラフルな全9色をラインナップ
「B PLUS」

メーカー希望小売価格：¥113,400
(本体価格：¥108,000)

お詫びと訂正

ヤマハニュース3月号・3ページでご紹介した「B PLUS」の記事内で、一部誤解を招く表現がありましたので、下記のとおり訂正いたします。

- 1)「親子で乗れる・遊べるPAS…」→「親子で乗れる・遊べる新しい乗り物…」
- 2)「※商品の取り扱いは、PASと同様ヤマハLV営業が担当…」→「※商品の取り扱い、タカラとヤマハLV営業がそれぞれ担当…」

バイクを楽しむきっかけを生み出す 「EVENT WORLD」がリニューアル

ヤマハからお客さまへさまざまなモーターサイクルの楽しみ方を提案するWebサイト「EVENT WORLD」が、本格的なバイクシーズンの到来に向けてリニューアルしました。昨年同様、レース、試乗会、スクールなどの開催情報はもちろん、より新しく、より魅力的なモーターサイクルの「世界」と「遊び」をお客さまに知っていただけるよう、新コンテンツを追加しています。イベントの常連さんをはじめ、イベント未経験の方にもぜひご紹介いただき、バイクを楽しむきっかけを作ってあげてはいかがでしょうか。



カレンダー、アイコンなどを使い「いつ・どこで・何が」行なわれるか、誰にでも分かりやすく、使いやすい構成となっている

URL: <http://www.club-yamaha-motorcycle.com/event-world/>

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	VG02J-000020～004993 VG02J-02672～02751
●ドラッグスター(XVS1100)	整流器	VP10J-000019～003178 VP13J-000163～002707 VP13J-000013～002707
●ドラッグスタークラシック(XVS1100A)	整流器	RP03J-005808～006808
●XJR1300	オイルクーラー取り付けカバー	VP12J-000008～000967
●ロードスター(XV1600)	マフラーステー	
【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ボシェ(YV50H)	気化器の点検	SA08J-028523～036627
●JOGアプリオ(YJ50)	気化器の点検	SA11J-065039～088782
●ビーノ(YJ50R)	気化器の点検	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

スノースポーツワールドを広げる試みに スノーボードとスノーモビルがジョイント

近年、スキー以上に人気を集めているスノーボード。本場・アメリカやカナダでは、スノーモビルを使って雪山の奥深くへ入り込み、自然の地形を利用して滑り降りる豪快なバックカントリーライディングが人気で、日本でも雑誌やビデオを通じて紹介され、認知度が高まっています。

カナダを拠点に活動し、15年間こうした楽しみ方を日常的に経験してきたプロスノーボーダー小松吾郎さんは、日本での普及を考え、ヤマハに協力を要請。主催するスノーボードイベント「ミックスマックス・セッション」会場(3月2日・3日/北海道ルスツリゾート)で、プロスノーボーダー対象のスノーモビル試乗会を企画しました。

「ヤマハに協力をお願いしたのは、自然環境に優しい4ストロークモデルをいち早く手がけているから。まず影響力のあるプロスノーボーダーを巻き込んで、



福島県郡山市でショップも経営するプロスノーボーダー吉田光廣さんは、「バックカントリーは憧れのロケーション。連れて行って欲しいというお客さまの要望も多いので、チームやショップで所有するだけでなく、販売も手がけてみたい」と意欲的

話題づくり、イメージづくりをしながら、少しずつ実現に向けて活動していこうと思います」

試乗者からは、「日本でもやれそうな手応えを感じた」と大好評。スノーモビルの新しい需要層開拓も期待でき、今後注目のムーブメントといえそうです。

期待は最高潮へ！ MotoGPまもなく開幕

ヤマハMotoGPチームは、3月9日からの3日間、オーストラリアはフィリップアイランドで今年4度目となるマシンテストを実施しました。

初日は雨に翻弄されたものの2日目以降は天気が回復し、V・ロッシは初日のタイムから1.5秒短縮したチーム最高の1分30秒72をマーク。C・チェカは最終日に100ラップを走行して、ロッシに続く1分31秒3。M・メランドリは最終日にセッティングの懸案を解決して1分31秒92の最速記録を出しています。また、1分32秒98が最速タイムとなった阿部典史は「低速コーナーがどうしても上手くない。やるべきことはまだ残っている」と仕上がりの不満を口にするも、



ヤマハは3月5日、約150名の国内外プレス関係者を集め、2004年のMotoGPレース活動の記者会見を開催。ライダーを代表してロッシが出席し「テストは順調。シーズン前半は苦しい場面があるかもしれないが、マシンの性能を向上させ必ず表彰台の中央に立つことを約束する」と力強くシーズンの抱負を語った



4月18日の開幕戦南アフリカGPでは最高の状態で臨んでほしい阿部

し、次につながる成果を挙げていました。この後チームはヨーロッパへ戻り、他メーカーも集まるIRTAテストを経て4月18日、いよいよ運命の開幕を迎えます。みなさんの熱い応援よろしくお願ひいたします。

ニューカマーの カスタムアイテムに大注目

2月東京、3月大阪で、カスタムパーツやこの秋冬のアパレルを一堂に展示・発表するワイズギアビジネスショーが開催されました。ここでは、今を時めくトリッカーとグランドマジスティのカスタム提案モデルが初披露されるとあり、これまでにない多くの来場者で賑わいました。

トリッカーでは遊び心をくすぐるカラフルなカラーバリエーションパーツが展開され、グランドマジスティは若者に人気のローダウンを採り入れたモデルと合わせて、マシンコンセプトである走行性能を重視したコン



フォートカスタムが施されていました。個々のマシンを丁寧に撮影するメディアや今後のカスタム動向を探ろうと熱心にメモする販売店スタッフの姿が多く見受けられ、トリッカーとグランドマジスティ

巻頭カラーで紹介しているグランドマジスティやトリッカーのカスタムのほか、SRサイドカー仕様やTWサイドカーゴ仕様も多くの人の目を引いた

に対する期待の高さが伺えました。

男性へのアプローチにも期待大 TVドラマにPassol&PASが出演!

TW、マジスティ、SRなど、TVドラマを通じて大きな話題を作ってきたモデルは多々ありますが、このたび、PassolとPASが4月よりスタートしたTVドラマに登場しています。

Passolは、4月11日よりスタートした「オレンジデイズ」で、テレビ、CF、映画など多方面で活躍する若手俳優、瑛太さんの愛車として登場。一方、PASが出演するのは「アットホームダッド」(4/13)と「ホームドラマ」(4/16)。こちららも現在人気沸騰のお笑いコンビ、「雨上がり決死隊」の宮迫博之さん、またいしだあゆみさんの愛用自転車として登場します。

若者から大人まで幅広いファンを持ち、ドラマ内でも存在感のある役を演じる三人の愛車ということで、大きな話題となるだけでなく、二人が男性であることから、女性に人気の高いPassolとPASが男性からの支持を得るきっかけになるかもしれません。ぜひご期待ください。

- オレンジデイズ (TBS系)
放映日: 毎週日曜 21:00~
出演者: 妻夫木聡、柴崎コウ、瑛太
- アットホームダッド (フジテレビ系)
放映日: 毎週火曜 22:00~
出演者: 阿部寛、宮迫博之、篠原涼子
- ホームドラマ (TBS系)
放映日: 毎週金曜日 22:00~
出演者: 堂本剛、ユースケサカタマリア、酒井若菜、いしだあゆみ

「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 (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
北海道サービス課						
東北サービス課						
S C関東		18~20			15~17	
S C中部	18~20				8~10	22~25
西日本LV		18~20		15~17		
九州サービス課	25~27				15~17	

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伴う測定の実習
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実習
パス: パスに関する一般整備知識の実習

渋谷選手開幕戦で2位を獲得 チャンピオンへ向け好発進!

3月14日、全日本トライアル選手権シリーズ開幕戦(全8戦)が、茨城県の真壁トライアルランドで開催。ヤマハからは国際 A級スーパークラスに渋谷勲と成田匠が出場しました。

「世界選手権トップライダーの走り方を研究して自分の乗り方を変え勝つつもりで来た」という渋谷は、1ラップ目をトップと1点差の3番手。2ラップ目こそ減点を4とし順位を落としますが、3ラップ目を減点1におさえ、見事2位を獲得しました。

一方、新たに4サイクル・125ccエンジンベースのスクロパTY-S125F・Mで出場した成田は6位となりましたが、排気量の少なさをカバーする、スピーディで華麗なライディングを随所に披露。不可能と思えるような崖を果敢にトライレクリアしていく成田のパフォーマンスとマシンのポテンシャルに、驚きの声と賞賛が何度も沸き上がっていました。



第3戦関東新潟大会は5月9日大日ヶ原トライアル場で開催
若千19歳ながら全日本のトップライダーである渋谷。昨年の世界選手権日本大会では6/8位に入るなど、世界レベルの実力を持つ

リード、今シーズン初の3連勝で チャンピオンに向けて着実に前進!

中盤戦を終え、いよいよ後半戦に突入した2004AMAスーパークロスシリーズ。第8戦までに5勝を挙げ勢いに乗るC・リードは、第9戦アトランタ大会で6勝目を上げると、続く第10戦、伝統のデイトナ大会ではホールショットから全ラップでトップをキープして連勝。さらに3月13日に開催された第11戦セントルイス大会でも2位に14秒以上の差をつけて優勝し、今シーズン初となる3連勝を飾りました。この時点でランキング2位のウインダムとの差は32ポイント。まだまだ予断を許さない状況ですが、この3連勝はシリーズチャンピオンに向けた大きな前進といえるでしょう。



2002年AMAスーパークロス東地区125ccクラスで開幕6連勝を飾りチャンピオンとなったリードの姿が蘇る

九州の番長。

「首からカメラをぶら下げて、こんにちは、ヤマハニュースです!」
「つて店に入るだろう? すると、たいい怖い顔をしたお兄さんが腕を組んで待っていたりするんだ。こっちは店主さんだと思っから名刺を渡そうとするんだけど、本当の店主さんはあとから、遠いところからわざわざどうも、って感じで出てくる。じゃあ、この人は誰なんだ? と……。地方に行けば行くほどそういうことが多かった」

いまだから30年以上も前に、ヤマハニュースの取材のため全国の販売店さんを訪ね歩いてきた先輩記者の話だ。
「そういう人は、決まって不機嫌そうな顔をしたまま、黙ってこちらの様子をつかがっている。そして取材が一段落した頃になると、やっと、へ今度の125ccはいいオートバイだな。さすがヤマハはわかっているよ。」などと、独り言のようにも、こちらに向かって言っているようにもとれる感じで口を開くんだよ」

店主さんからは「うちのご意見番ですよ」と紹介されることもあれば、「この地域の番長でして」と紹介されることもあった。いまふいに言えばオピニオン・リーダーということになるのだろうか、いずれにしても一般のお客さまに対して特別な存在感と影響力を持った男たちが多くのお店にいたという。
「このモデルは良い。だから買う」と、お客さまが確信を持って二輪車を購入するようになったのはそれほど昔の話ではない。情報が少なく、試乗する機会などほとんどなかった時代には、「良いだろうから買う」、「あの人が良いと言っているから買う」という期待値込みの購買動機に頼らざるを得なかった。だからこそ、「ご意見番」や「番長」の影響力は強かった。そうした男たちは、例外抜きに「俺が見込んだヤマハが、よその車に負けるのは我慢ならない」というタイプばかりだった。だからこそヤマハ車に対する視線は常に厳しかったし、歯に衣を着させない物言いでヤマハニュースの記者を辟易とさせることもあった。しかしその口調は、どこか愛情に満ちていた。

販売の現場だけではない。経験の豊富な技術者ほど、「ヤマハモーターサイクルはマーケットで鍛えられてきた」というニュアンスの言葉を口にします。お客さまや販売店さんからのご意見をいた



だく窓口が今ほど整備されていなかった時代には、「オイルが漏れた」「耐久性に疑問がある」という電話が、直接、技術部門に入ることも珍しくなかった。先日引退した走行実験のベテランが振り返る。

「70年代の半ばですが、九州のとある販売店さんからのすごい剣幕で電話が入りました。聞けばあるニューモデルを購入された地元の番長格のお客さんが、広告コピーほど走らないじゃないかと文句を言っていると。放っておけば商売に影響が出てしまうので、作ったあんたたちが何とかしてくれ、ということでした。それで私は一人夜行列車に乗って九州まで出かけたのです」

現場に着くと、店主さんから「番長格」と伝えられていたお客さまが喧嘩腰で待っていた。

「私は市販車の走行にかけてはプロフェッショナルだという自負がありましたし、まだ若かったこともあって、そのお客さんが「走らない」と主張するバイクで少しばかり派手な走行をして見せました。今では考えにくい乱暴な対応ですけど(笑)……。ただ、お客さんも販売店さんも、そしてヤマハも、どこか好きもの同士繋がっている部分があつて、最後には、さすがヤマハのライダーだ。俺もあんたみたいに走れるように腕を磨くよ。」と返してもらえたのが印象的でした」

もちろん、メーカーの開発者の対応としてはとてもスマートと言えないが、当時の乗り手と売り手、そして作り手の距離感を伝えるエピソードだ。「開発をしている最中に、そういうシーンで出会った販売店さんや熱烈なヤマハファンの顔が頭をよぎることがありました。すると緊張感が体の中に漲って、中途半端なことではできない、こんなものではあの人たちに満足してもらえないという気持ちになるのです。私は、そういう人たちと一緒にものづくりをしてきたという実感を持っています」

国内最後発で二輪車の製造・販売に参入したヤマハだが、後発であったことは、決してマイナスばかりでもなかったのではないかな。安心感のある既存のブランドでビジネスをするのではなく、新参者であったヤマハの未来に期待をし、この若い会社を育てようという気概に溢れた販売店さんとのパートナーシップに恵まれたのだから。そうした販売店さんは、やがて「ヤマハ党」と呼ばれる強い個性を持ったお客さまを育てていく。

(つづく)

市場にあったオリジナル特典の充実で「満足という付加価値」を追求

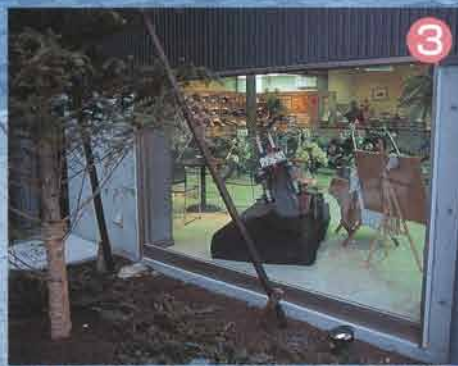
20を越す大小さまざまな二輪販売店が競合し、名古屋市でも屈指の二輪市場である天白区。そこにYSP名古屋北の支店として新規参入したYSP天白は、市場ニーズにあった新しいサポートプログラムと、名古屋北でも好評を得たマジェスティオブショナルキャンペーンを用いた顧客満足向上で、商圈No.1をめざす。



1

4台分の駐車場を持つ広いオープンスペースには、歩道などにも使用されているレンガ調の素材や、植栽をあちこちに施すことで、二輪ショップ特有の面白いイメージから、和やかな雰囲気でお客さまを迎える演出を施している。

屋根を付けたスクーターの展示スペースは、商品とお客さまへの気遣いをうかがわせる。



採光をひとつをとりこも、デザインの一部として配置が感じられる

車両はぎっぴりと展示するのではなく、店舗の雰囲気を損なわないようゆったりとした配置を心掛けた



YSP天白 大口厚 社長／小林宗作 店長 愛知県名古屋市天白区植田西3-905

Profile

略歴 「YSP天白」は、1990年に創業した「YSP名古屋北」を母体とするグループの新規店として今年3月に誕生。大型複合ショッピングセンター、カラフルタウン岐阜にある「YSP名古屋北 カラフルタウン岐阜」に続く3店目で、名古屋市内でも二輪激選区として有名な天白区をターゲットとする。

立地 名古屋市天白区は、市内屈指の人口密集地帯。YSP天白の周囲5km圏内だけでも23万世帯、55万人が生活し、近隣には名城大学、店舗西部の八事には高級住宅地があるなど、多くの二輪需要を生んでいることから、同じ商圏内には大小合わせて20店以上の二輪ショップがひしめく激選区。

店舗 「10年先のスタンダード」「バイクショップの概

念に捕われない」という大口厚社長のコンセプトで作られた店舗は、敷地面積170坪の中に立つ二階建て。白を基調とし、テラスが設けられている一階ショールームは70坪。また、らせん階段でのぼる二階は吹き抜けで、その面積は一階の約2分の1に押さえられ、一階から見るとステージのような構造としている。別棟にあるサービス工場は26坪、二階はストックルームとなっている。

商圏・客層 商圏はYSP名古屋北の商圏に接する半径10kmのエリアに設定。新規オープンしたばかりということで、客層の断定はできないが、現在は25～30歳の独身男性が中心となっている。

スタッフ 右から大口厚社長、サービススタッフの川野弘道さん、小林宗作店長、サービススタッフの竹内

正弘さん、サービスチーフの柴田典生さん、ヤマハスーパーバイザーの高林武俊さん。



ヤマハブランド向上をめざし YSP天白が激選区に挑む

ヤマハ大型総合ショップとして創業した「YSP名古屋北」、複合ショッピングセンター内へ出店することで新規需要の開拓に取組んだ「YSP名古屋北カラフルタウン岐阜」など、ヤマハ専門店としての可能性を追究し、ヤマハブランドを広く訴求するためのチャレンジを続ける大口厚社長。「YSP天白」は、大型併売店、専門店、小規模の地域密着店が多数競合する成熟市場・名古屋市天白区への進出を狙った、第3のチャレンジである。

「天白区は既存ショップに顧客が定着しているため新規参入には向かない」という声がありますが、市場の二輪需要は大きく、ヤマハの空白地であることを考えると全く勝算はないわけではない。ましてや新規ショップの定着が難しいといわれる激選区の大規模市場で成功を収めれば、我々の利益、評価はもちろんのこと、ヤマハ専門店やヤマハブランドの評価も一気に前進させることができます。我々が今までに経験のない市場を選んだのも実はこういった理由



らせん階段から二階につながっている手摺の欄の部分には、一階から二階フロアの様子が見やすいように、1センチ四方の細い棒を使用している

があったからです。しかしこれらを実現するには「商圏No.1」にならねばならない。そのためYSP名古屋北のような郊外型店舗なみのスケールと二輪業界の常識にとらわれない斬新なデザインを採用し、ヤマハの代表という気持ちで店舗を作りました」と大口社長は熱っぽく話す。

その意向を受けて、小林店長はソフトの面から顧客を獲得すべく、天白区という市場を徹底的に調査した。

「天白区の市場は、二輪全体で学生のスクーター需要が大きな割合を占めていますが、それと同時にビッグバイクの販売に有利な富裕層が多いことも特徴です。この2つを我々のターゲットに据え、それぞれに訴求できるソフトを作り出すことが、この地で成功する第一歩であると考えました」

そしてメインターゲットを中心に、天白という市場にフィットするように工夫を凝らした「サポートプログラム」や、YSP名古屋北グループで実績のある各種ソフトをミックスし、独自の運営プランを練り上げた。



「YSP名古屋北」、「YSP名古屋北カラフルタウン岐阜」、「YSP天白」の3店で実施しているオリジナルのサポートプログラムは、「2サイクルオイルサポートプログラム」「オイルサポートプログラム」「新車2年間保証プログラム」があり、アフターフォロー3本柱として欠かせないソフトである。特に2サイクルオイルのサポートは、学生に限らず、スクーターを交通手段として利用する主婦やサラリーマンなどにも効果的なソフトとなっている。

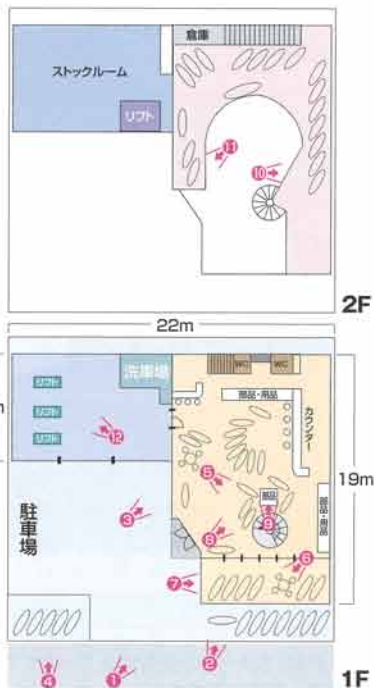
3つのサポートプログラムと 人気モデルを使った秘策で勝負

まず、スクーター需要を獲得するため、「メンテナンスにかかる出費は抑さえたい」「最低4年間は動いてもらわないといけない」という学生のニーズを第一に考え出されたのが「2サイクルオイルサポートプログラム」である。これは、50〜100ccのスクーターを購入すると、わずか1000円で、1年間何回でも2サイクルオイルの補給を行なえるというもの。さらに、補給のタイミングに合わせて点検や整備を行ない、故障を未然に防ぐことで安心や信頼も同時に提供していく。

一方、ビッグバイクユーザーへのアピールとしては、2年間で4回のエンジンオイル交換と、2回のオイルフィルター交換をリーズナブルな価格で提供する「オイルサポートプログラム」を設定。スクーターと同様、万全のアフターフォローの体制を整えた。

さらに、2年間の点検と保証を兼ねたYSP名古屋北オリジナルの「新車2年間保証プログラム」も組み合わせ、集客、その先の固定客化も見据えて「他店にはない満足」を提供するシステムを作っている。

またYSP天白は、新規参入というハンディ



「これは新車のマジエスティを購入してくださったお客さまに、1つまたは2つのオプションを無料でセットにして販売するものです。普通マジエスティでは2、3種類のコンプリートモデルを制作し販売するという手法が使われますが、このキャンペーンの優れたところは、選ぶことに楽しさを感じるお客さま心理を刺激する仕掛けとして、8種類ものオプションを設定したこと。さ

を克服する秘策として、名古屋北、三河エリア、三重県などから多くのお客さまを集め、ショップ認知度のアップに大きな役割を果たした、YSP名古屋北オリジナルの「マジエスティ オプショナルキャンペーン」も導入しようとしている。



一階に設けられたテラス部分は、歩道からの最高のビュースポットということで、海外向けモデルを中心としたビッグバイクをアピール。また、一面ガラスを使用して自然光を取り入れ、お客さまのくつろぎスペースとしても最高の環境を作り上げている





モデルのカラーリングが最も映える色ということで、天井、壁、床全てに白を使用。照明には何十機というスポットを使い、白の透き通ったショールームと、展示車に表情を持たせた。また、二階部分はアールを持った形状を採用し、らせん階段と合わせて個性的な店舗の象徴となっている



二階には中古車を中心に展示。その中古車も全てヤマハモデルのみとしているのは、ヤマハ専門店としてこだわりだという



サービス工場は、数多くの蛍光灯と壁、床に淡い色を使用して明るさを重視した。またエンジンの取り外し、事故車の移動に便利なチェーンブロックを設置している

YSP名古屋北では、元GPライダーでスーパーバイザーの河崎裕之さんが、ビッグバイクに関してお客さまに合ったセッティングなどを行なうサービスを提供し好評を得ていたが、3月よりYSP天白を含む3店舗に拡大し、250cc以上の新車を購入したお客さまを対象として新たにスタートした。「この企画は私が理想とする納車風景を体現したもので、GPライダーの経験を持つ河崎さんだから可能なことであり、ウチのスタッフが簡単にマネできるものではありません。しかしこの企画を通して多くを学び、河崎さんの持つセッティングやライディングアドバイスのノウハウを蓄積してくれればと考えています。お客さまと直に接する我々販売店は、ヤマハマン以上にヤマハマンであるという意識を持ち、常に満足を追求することが必要ですからね」



さらにその8種類にも、「通勤バック」や「ローダウンバック」など、各世代のマジエスティューザーに満足していただくため、スタイルだけのカスタムに限らず、さまざまな使用用途に合わせた実用的なオプションも設定したことが挙げられます。また、これがお客さまのカスタム意欲を刺激し、次のカスタムに繋がるケースもあつて、売上げにも大きく貢献した実績があるんです」

現在はグランドマジエスティのラインナップ追加と合わせてもう一度オプション内容を吟味し、さらにパワーアップしたニューバージョン実施の準備を着々と進めているという。

こうしてYSP天白は、新しい市場での厳しい競争を勝ち抜くため、市場にジャストフィットし、かつ購入後の満足度向上を狙うサポートプログラムと、商品の購入時における満足度の向上に着目。海外モデルを含めた人気商品を巧みに販売戦略に取り入れながら、お客さまに「満足」という付加価値を提供し、市場定着と商圏No.1、そしてさらなる商圏拡大をめざしている。

YAMAHA Monthly Calendar 2004

■ セールスプロモーション
■ 普及イベント

4月

5月

■ イベント・キャンペーン
■ モータースポーツ

☆=数字で示したページに関連情報があります。

【ヤマハ関連】

4月 ~4/30 BJ50 キーロックプレゼントキャンペーン
盗難保険プレゼントキャンペーン
~4/2 ヤマハ・モーターショー/コミュニケーションプラザ

~6/6 ヤマハニューモデル展示試乗会
● 4/4 大阪・舞洲スポーツアイランド広場A



● 4/11 神奈川・大磯ロングビーチ大駐車場
愛媛・愛媛県二輪車交通公園

● 4/18 名古屋・大治自動車学校
福岡・アライオートオークション

● 4/25 TC 親子バイクスクール/つま恋

● 4/25 静岡・ヤマハ浜岡テストコース

【サッカー 試合日程】

■ ヤマハFC・ジュビロ磐田

- 4/3 J1リーグ第3節 vs 浦和/静岡・ヤマハS
- 4/6 AFCチャンピオンズリーグ vs 上海申花/静岡・ヤマハS
- 4/10 J1リーグ第4節 vs C大阪/大阪・長居
- 4/14 J1リーグ第5節 vs 柏/千葉・柏
- 4/17 J1リーグ第6節 vs F東京/静岡・ヤマハS
- 4/22 AFCチャンピオンズリーグ vs 上海申花/上海
- 4/29 ナビスコカップ第2節 vs 名古屋/愛知・瑞穂
- 5/2 J1リーグ第7節 vs 清水/静岡・エコパ
- 5/5 J1リーグ第8節 vs 大分/静岡・ヤマハS
- 5/9 J1リーグ第9節 vs G大阪/大阪・万博
- 5/12 AFCチャンピオンズリーグ vs 全北現代/静岡・ヤマハS
- 5/9 J1リーグ第10節 vs 横浜FM/静岡・エコパ
- 5/19 AFCチャンピオンズリーグ vs テロ・サナ/バンコク
- 5/23 J1リーグ第11節 vs 新潟/新潟
- 5/29 ナビスコカップ第3節 vs G大阪/静岡・ヤマハS

● 5/23 TC リターンライダーバイク教室/ヤマハテクニカルセンター

● 5/23 北海道・ヤマハ発動機販売 札幌事業所
岡山・笠岡ふれあい飛行場

【社会・業界】

4月 ● 4/2~4 東京モーターサイクルショー2004/東京ビッグサイト
● 4/3 World & AMA Supercross第13戦/ポンティアック

● 4/10 NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/東京
● 4/11 全日本モトクロス選手権開幕戦/近畿
● 4/11 NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/静岡

● 4/17 World & AMA Supercross第14戦/アービング
● 4/18 NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/大分
● 4/18 Moto GP開幕戦/南アフリカ



● 4/24 World & AMA Supercross第15戦/ソルトレイクシティ
● 4/25 全日本ロードレース選手権第2戦/オートボリス
全日本モトクロス選手権第2戦/関東

5月 ● 5/1 World & AMA Supercross最終戦/ラスベガス
● 5/2 Moto GP第2戦/スペイン

● 5/9 全日本モトクロス選手権第3戦/中国
全日本トライアル第3戦/関東・新潟
● 5/16 Moto GP第3戦/フランス
AMA National Motocross開幕戦/サクラメント
全日本ロードレース選手権第3戦/筑波

● 5/19 NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/大阪

● 5/23 全日本モトクロス選手権第4戦/九州

※上記のスケジュールは予定です。
各イベントなどの日程、会場は変更となる
場合があります。



ヤマハ発動機販売 Internet Web Site <http://www.yamaha-motor.jp/>

ヤマハ発動機 Internet Web Site <http://www.yamaha-motor.co.jp/>

Y-MODE Site (携帯電話専用) <http://www.yamaha-motor.co.jp/y-mode/>

この印刷物に掲載する記事等を無断転載・無断使用する事はお断りいたします。