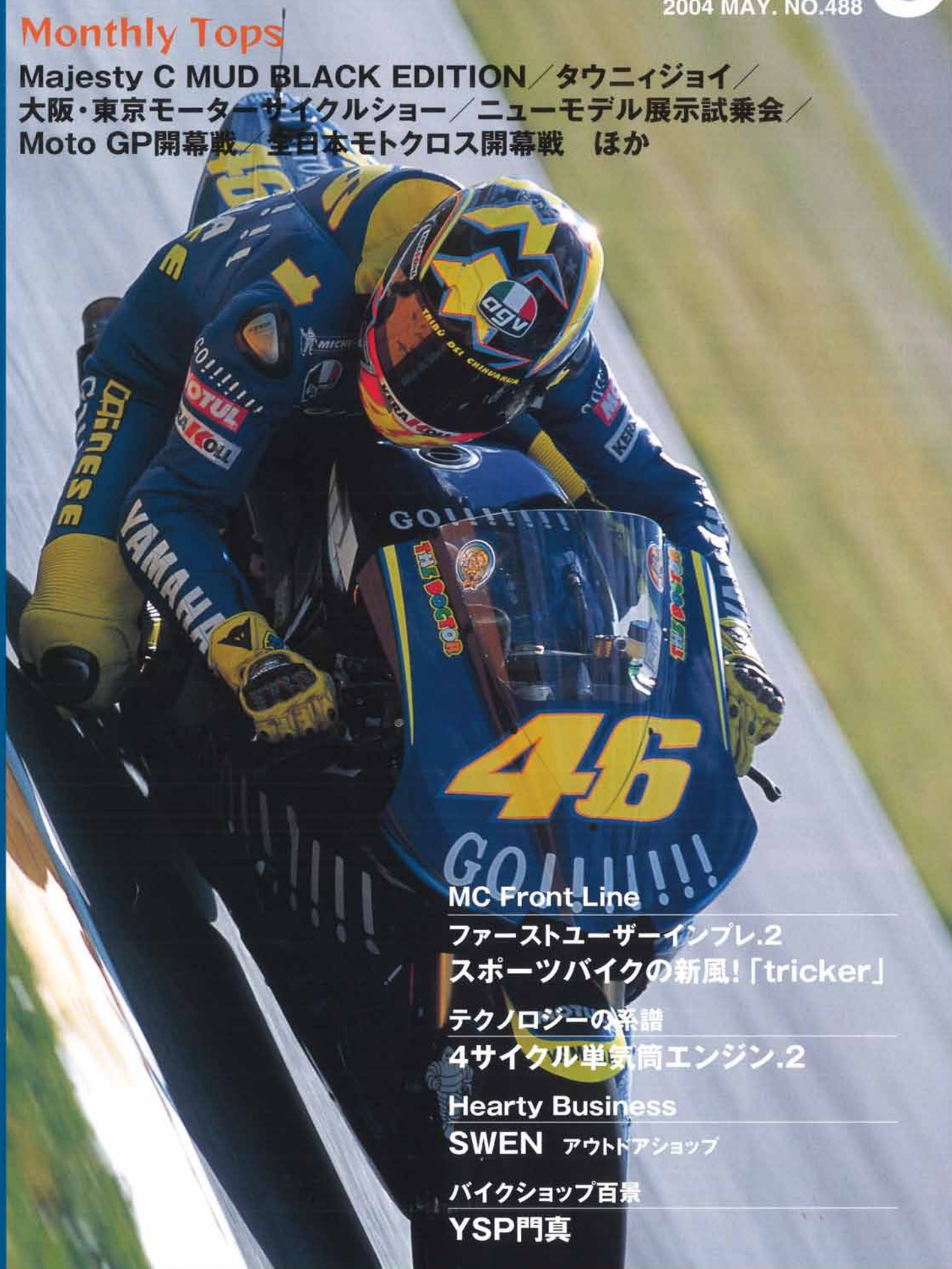


# Yamaha News 5

2004 MAY. NO.488

## Monthly Tops

Majesty C MUD BLACK EDITION / タウニジョイ /  
大阪・東京モーターサイクルショー / ニューモデル展示試乗会 /  
Moto GP開幕戦 / 全日本モトクロス開幕戦 ほか



MC Front Line

ファーストユーザーインプレ.2

スポーツバイクの新風! 「tricker」

テクノロジーの系譜

4サイクル単気筒エンジン.2

Hearty Business

SWEN アウトドアショップ

バイクショップ百景

YSP門真

## Monthly Tops NEW MODELS

★：今回の新しい特長  
○：従来の主な特長



## 迫力の“MUD BLACK” 期間限定生産で新登場

空前の大ヒットを続けるマジェスティCに、凄みのきいたツヤ消しブラックのボディカラー&専用メーターパネルを採用した限定仕様「マッドブラックエディション」が登場します。グランドマジェスティとの二本柱で、いっそうの需要喚起にお役立てください。

なお、この商品は6月30日までに販売予約を受け付けた台数のみ生産する期間限定生産モデルです。ご注文についての詳細は、「Y-DO」または担当のヤマハスーパーバイザーへお願いします。

### ヤマハコミューター Majesty C MUD BLACK EDITION

メーカー希望小売価格：¥618,450（本体価格¥589,000）

カラー：1タイプ

6月30日 新発売 期間限定生産（6月～8月）

## ユーザーも介助者も快適性アップ！

「タウニジョイ」は産業用ロボットや電動ハイブリッド自転車などで培った高度な制御技術を応用し、歩行障害者や高齢者でも安心、快適、かつ簡単な操作で滑らかな走行を可能にする、スタイリッシュで軽量小型の電動車イスです。

### ヤマハ軽量小型電動車イス タウニジョイ

メーカー希望小売価格：¥365,000

※非課税/専用バッテリー・充電器含む  
※介助用操作部付は¥415,000  
※補装具認定品・介護保険対象品

#### ★快適な走行性を実現するコンパクト設計

狭い室内でも移動しやすい横幅55cmのコンパクトな車体は、総重量22kg（バッテリー除く）の軽量ながら、屋外や段差での使用にも安心な業界最高水準の強度、剛性、安全性を実現。

#### ★日常的な利便性を追求

16インチホイールと脱着式アームレスト・フットレストの採用で、乗り降りや車イスからベッドへの移乗がラクに行える。また取り外して丸洗いできる抗菌シートは、長時間座ったままでも快適な3Dネット構造。

#### ★介助する人の使い勝手も向上

介助する人の負担を軽減するヤマハ独自の介助用操作部（オプション）、転倒防止バー（ワンタッチ収納タイプ）なども用意。



マッドブラック2(限定)

#### ★“MUD BLACK”ならではの専用装備

- ・ボディカラーは迫力あるツヤ消しの「マッドブラック2」。
- ・専用メーターパネル、専用エンブレムを採用。

#### ★好評の限定モデル専用アイテム

- ・03限定モデルで好評のクロームメッキヘッドライトエクステンション、レッドキーホール照明、レッドボタンリモコン、トランクレッドライト&レッドマットを採用。
- ショートスクリーン、バーハンドル、アンサーバック機能付きリモコンキーシャッターなど、カスタムライクな装備。
- “スポーツセダン”らしい高バランスな車体・エンジン・デザイン。

## Monthly Tops NEW WEARS

## 誇り高きスピリットの証し

2004レースシーズンに合わせ、ヤマハレーシングスピリットをたっぷり織り込んだ「ヤマハレーシング」&「ゴロウズヤマハ」シリーズが新登場！サーキット観戦はもちろん、ライディングウェアやタウンウェアとして、あるいはお店のスタッフウェアとして幅広くご着用ください。

### GAULOISES YAMAHA

#### GY-100 S/Sジャケット

メーカー希望小売価格：¥13,650（本体価格¥13,000）

パーツNo：90792-9356●

サイズ：M、L、LL

カラー：ブルー



### GAULOISES YAMAHA

#### GY-101 ビットシャツ

メーカー希望小売価格：¥8,610（本体価格¥8,200）

パーツNo：90792-9357●

サイズ：M、L、LL

カラー：ブルー



### GAULOISES YAMAHA

#### GY-108 ビットキャップ

メーカー希望小売価格：¥2,940（本体価格¥2,800）

パーツNo：90791-92050

カラー：ブルー



### 取り扱い：株式会社ワイズギア (TEL.053-443-2180)

※メーカー希望小売価格には消費税が含まれています。 ※シューズのパーツNO.は■にサイズ(24.0=H、25.0=K、25.5=N、26.0=R、26.5=T、27.0=U、28.0=O)が入ります。 ※ウェアのパーツNO.は●にサイズ(M、L、LL)が入ります。

### YAMAHA RACING

#### YR-100 S/Sブルゾン

メーカー希望小売価格：¥11,025（本体価格¥10,500）

パーツNo：90792-9335●

サイズ：M、L、LL

カラー：レッド



### YAMAHA RACING

#### YR-104 クールドライポロシャツ

メーカー希望小売価格：¥5,985（本体価格¥5,700）

パーツNo/カラー：レッド/90792-9344●

ホワイト/90792-9346●

サイズ：M、L、LL



### YAMAHA RACING

#### YR-118 ビットシューズ

メーカー希望小売価格：¥8,190（本体価格¥7,800）

パーツNo：90791-5838■

サイズ：24.0～28.0cm（1cm刻み）

カラー：レッド



## お詫びと訂正

ヤマハニュース4月号・2ページでご案内した「カスタムスタイルキャンペーン」について、誤解を招く表現がありました。お詫びして訂正いたします。

#### 1) キャンペーン実施について

- ・グランドマジェスティ、トリッカーは申込みが終了してしまいました。
- ・マジェスティCは別展開で実施予定。
- ・ビジネスショー 出品車両と混同される部分がありました。

#### 2) ホームページの店名掲載

- ・ワイズギアホームページではなく、ヤマハホームページに掲載。

#### 3) DM発送サービス

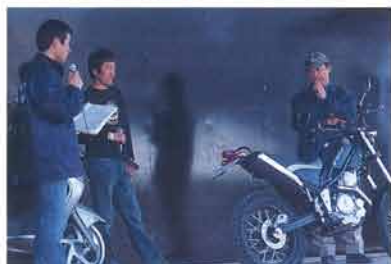
- ・販売店さまのご負担による有償サービスとなります。

## Monthly Tops EVENT TOPICS

東京は事前予約制で、試乗進行もリラックスムード。お昼休みには成田亮選手のトリッカーデモンストレーションやトリッカー&グランドマジスティ開発担当者のトークショー、ジャンケン大会などで盛り上がった



## 見て乗って触って心くすぐる！ 2004ニューモデル試乗会開催中



ヤマハでは、グランドマジスティやトリッカー、YZF-R1など国内外10数車種を用意し、全国10会場で「2004ヤマハニューモデル展示試乗会」を開催中です。

その第1弾、3月27日・28日の東京会場（お台場）は好天にも恵まれ、2日間約1500人が来場。1周10分弱の市街地コースや特設オフロードコース（トリッカー専用）を使ってじっくり試乗し、お目当てのバイクの乗り心地を確かめていました。

続く4月4日の大阪会場（舞洲）はあいにくの雨。それでも試乗を希望する熱心なファンが多数集まり、複数のバイクを繰り返し試乗。「おかげで思う存分乗ることができた」と満足そうな笑顔を見せていました。

このあとも5月23日・北海道、5月23日・岡山、6月6日・宮城の3会場で開催しますので、ぜひたくさんのお客さまをお誘いください。

雨にも関わらず多くの来場者が足を運んだ大阪。「グランドマジスティは雨でも安心。車体安定性やブレーキ性能の良さがよくわかった」など前向きな声が多く聞かれた



## 桜とともにバイクシーズンも満開！ 大阪／東京モーターサイクルショー

大阪3万6500人、東京7万3500人の来場者（各3日間合計）で賑わった

ライダーに待望の春到来を告げる恒例イベント「モーターサイクルショー」が、今年も3月19日～23日・インテックス大阪、4月2日～4日・東京ビッグサイトでそれぞれ開催された。

注目のニューモデルやカスタムモデルが並ぶ各社展示ブースや屋外での試乗会、少年少女モーターサイクルスポーツスクール、トライアルデモンストレーションなどのほか、今回第20回を迎えた大阪は記念イベントとしてYZR500など20年前のファクトリーレーサー展示やマジスティなど250ccスクーターをプレゼントするオープン懸賞を展開。また東京では、大友克洋さんのSFコミック「アキラ」や子どもたちに人気の「仮面ライダー555」をモチーフにした特設ブース展示、レディーススクーター試乗会などを行なっており、どちらの会場も連日大盛況。

そのなかでヤマハは、トリッカー、マジスティシリーズを中心とする国内モデルやYZF-R1などの海外モデル、ファクトリーマシンYZR-M1など幅広いラインナップでひととき多くの来場者を集め、夏に向けたスポーツ需要最盛期に弾みをつけました。



東京のトライアルデモには、成田匠 & 亮ブラザーズが登場。TYS125FMとトリッカーで華麗なワザを披露し観衆を沸かせた

マジスティからトリッカー、ドラッグスター、Vmaxまで幅広いカスタムモデルを提案したワイズギアも、ヤマハブースに負けず劣らず大盛況

タッチ&トライコーナートリッカー、グランドマジスティ、YZF-R1など注目のニューモデルだけでなく、B PLUSやPassolも大人気

## ロッシ&YZR-M1開幕戦を制す!



**MotoGP**

**RESULT**

順位	ライダー	マシン
1	V・ロッシ	Yamaha
2	M・ピアッジ	Honda
3	S・ジベルナウ	Honda
4	A・パロス	Honda
5	N・ヘイデン	Honda
6	L・カピロッシ	Ducati
9	阿部典史	Yamaha
10	C・チェカ	Yamaha
11	M・メランドリ	Yamaha

ロッシ「今までのレースキャリアのなかで最高の勝利! 僕自身もチームも、そしてファンの方々も驚いていることだろう。決勝はリズム良く、ピアッジとのバトルは手ごたえ十分だった。ヤマハは今シーズン、大変な努力をして状況を一変させた。今日の勝利は決して奇蹟なんかじゃなく、努力の賜物なんだ」



4月18日、ロードレースグランプリの最高峰MotoGPが南アフリカで開幕。ゴロワーズ・フォルトゥナ・ヤマハのV・ロッシ&YZR-M1がヤマハにとっては2002年10月以来19戦ぶりとなる待望の1勝をもたらし、最高のスタートを決めました。

ロッシは16、17日に行なわれた予選で最速タイムをたたき出し、ポールポジションを獲得。その決勝でもホールショットを奪い快調な滑り出しを見せます。しかし、02年10月の第14戦マレーシアGPでヤマハ最後の優勝を果たしたM・ピアッジが、同大会2位に終わったロッシを追う因縁の対決となり、何度もトップを入れ替える壮絶なマッチレースを展開。そしてラスト2周、ロッシがトップを奪うと、ピアッジにコンマ2秒という差で開幕のファーストチェッカーを受けました。

一方ロッシのチームメイトC・チェカは、終始厳しい戦いを強いられ10位。フォルトゥナ・ゴロワーズ・テック3の阿部典史は、予選18位から追いついて9位。チームメイトのM・メランドリは一時5番手まで浮上するも徐々に順位を下げ、11位となっています。

この勝利は、ロッシの4年連続グランプリチャンピオン、そして1992年のウェイン・レイニー以来となるヤマハライダーによるタイトル獲得へ向け大きな一歩となりました。これから長いシーズンを戦う4人のライダーに熱い応援よろしくお願ひします。



2002年以降の優勝となった小池田。拳を高々と突き上げながらフィニッシュラインを越える姿は印象的だった

## 全日本選手権が続々と開幕! JMXでは小池田、出原が勝利の報告

長かったオフを終え、いよいよ全日本選手権も各04シリーズ戦がスタート。3月14日の全日本トライアルに続き、4月11日に開幕した全日本モトクロス選手権では、250ccクラスヤマハのトップサポートチームである「ジュビロ・レーシング・チーム」の小池田猛(YZ250)、125ccクラスは「ヤマハレーシングチーム」の出原忍(YZ250FM)がそれぞれヒート1で優勝を飾りました。

まず国際A級のオープニングレースとなった125ccクラスは、出原がホールショットから一度もトップを空け渡すことなく、圧倒的な強さで勝利をもぎ取ります。

そして国内最高峰250ccクラス。横一線から30台のマシンが飛び込む第1コーナーを制したのは昨年のチャンピオン成田亮、その後には小池田が続きます。ところが序盤、圧倒的なスピードを誇る成田は、小池田以下29台を突き放し独走態勢へ。しかし観客の目が成田に注がれるその後方では、虎視眈々とトップを狙う小池田がひとり成田に食らいつきます。そして中盤、ベースの落ちた成田に接近すると、12周目、焦った成田の転倒を誘って一気にトップを奪取。そのまま競り合いを制した小池田が大きくリードを奪い、表彰台の中央に立ちました。

続いてヒート2、125ccの出原はスタート15番手から順位を上げ、3位表彰台を獲得し総合2位。一方250ccの小池田も4位入賞を果たして総合2位となっています。また「ヤマハレーシングチーム」の釘村太一は、YZ250MからYZ450FMにスイッチしての初レースながら4位/9位の総合6位、渡辺学は8位/13位の総合10位、125ccクラス釘村忠は4位/16位の総合8位となっています。

一方、全日本ロードレース選手権は3月28日鈴鹿サーキットで開幕。「YSP&プレストレージング」のYZF-R1&中富伸一は予選10番手で迎えた決勝レース、スタートは無難にこなすも、オープニングラップのS字で他車と接触。その影響もあってペースを上げられない中富は、7周目のヘアピンで再び後続に接触されコースアウトし、そのま



出原「ヒート1は、自分の理想どおりの展開で優勝できた。またヒート2は15番手からの追いつけとなったが、最後まで諦めずラスト2周で3位に入れたことは今後につながると思う。次戦はぜひ両ヒート1位を目指したい」



中富「今後、車体を含めて足回りのセットアップが課題となるが、トップスピード、さらにはハンドリング特性の高さを武器に、巻き返したい」

まりタイヤとなっています。ロード、モトクロス、トライアル、それぞれのカテゴリーでヤマハの活躍が期待できる今シーズン。全力を尽くすライダーたちへの声援をよろしくお願ひします。

## 「YSP MILEAGE GP」スタート

ヤマハでは、4月1日～9月30日まで、レース、イベント参加、道の駅スタンプなどでポイントを集め、最終的に最高ポイントを獲得した参加者へ豪華賞品を贈る「YSPマイルージGP」を実施しています。さらに、各月の最高ポイント獲得者をマンスリーキングとしてホームページで紹介したり、YSP20周年を記念した賞など盛りだくさんの内容となっています。ぜひお客さまにご案内いただき、レース観戦、ツーリングなどバイクを使ってどんどん遊んでもらいたい。なお詳細は、ヤマハV営業・担当スーパーバイザーまでお問合せください。

■開催概要  
実施期間：2004年4月1日～9月30日  
実施会場：YSPメンバーズクラブ各店  
エントリー料：500円(税込) / 1台



## トリッカーがXゲーム系パフォーマンスを披露 個性派イベントで強烈アピール!

4月17、18日、東京・お台場でフリースタイルモトクロス、スーパーモタードなど超過激なバイクパフォーマンス満載のイベント「MULTIPLEX」が開催。ヤマハは昨年に引き続きブースの出演、さらにトリッカーの試乗会を行ない大きな注目を集めました。

ブースは展示したトリッカーやマジスティに跨がろうという来場者で大混雑。試乗会では、2日間



試乗会では10~20代の男性が中心だったが、女性ライダーの姿も多く見られた

で約500人がトリッカーを堪能。「オフ系のマシンかと思っていたけどストリートでも最高ですね!」と驚きの声が上が、「これを買うことに決めました!」というケースも。さらに試乗終了後には、成田匠選手を始め各種イベントに出演するライダーが大集合。トリッカーを变幻自在に操り、さまざまなアクションライディングを繰り広げ、コースサイドに集まった観衆は釘付け状態。市販車ながら何でもこなすマルチなキャラクターを強烈に印象づけました。



会場で一際盛り上がりを見せたフリースタイルモトクロス。プレイヤーは全日本モトクロスに参戦する釘村太一の弟・釘村孝太選手

フリースタイルモトクロス感覚で多くの来場者がアクションポーズを決めた



## やはり強いエバーツ! 前人未到の4連覇に向け好発進

AMAスーパークロスで初タイトル目前のC・リード、JMX開幕戦で優勝を果たした小池田猛、そしてもうひとり忘れてはならないのが、世界選手権で3連覇中のS・エバーツです。

3月21日、その世界選手権が開幕。「ヤマハL&Mモトクロス・チーム」のエバーツ、そして新しくコンビを組むC・メロッチは、昨年のモトクロスGPクラスから2ヒート制となったMX1に出場しました。メロッチは、2/1で総合優勝を果たすも、エバーツは開幕直前にろっ骨を痛めた影響からか、5/5で総合4位となります。しかし第2戦、エバーツが本領を発揮し、パー



世界タイトル8冠、世界選手権4連覇の記録に向け好スタートをきったエバーツ

フェクトウィンで総合優勝すると、続く第3戦でも1/2で総合2位を獲得し、シリーズランキングでもトップ。メロッチも3戦までで109ポイントを挙げ、エバーツに続くランキング2位をキープしています。今後の2人の活躍にご期待ください。



## 需要創造の精神

「需要は自ら創り出すもの」。

ヤマハ発動機の創業者、故・川上源一氏は、ヤマハニュース一月号の年頭の挨拶で毎年のようにこの言葉を繰り返した。

「よそのお客さまに乗り換えていただくのではありません。ヤマハはヤマハオリジナルのお客さまを自らの力で生み出すのです」と会社としての決意を示し、そして最後には必ず「販売店のみなさまにおかれましても、ぜひヤマハの政策をご理解いただき、需要創造活動にご協力ください」と結ぶのだった。

つまりこういふことだ。ヤマハは後発メーカーとして二輪業界に参入したが、会社として

は他社と同じようなものづくりで限られたお客さまを取り合うのではなく、それまでにない価値を持った商品を生み出し、新しいお客さまの開拓にチャレンジをしていくことを約束する。しかし、需要創造という目標はものづくりだけで達成できるものではない。販売店のみなさまとともに、商品の価値をお客さまに理解していただく諸活動が不可欠である、と。

よく知られていることだが、それら「商

品の価値を理解していただき、その商品を使いこなす生活を根づかせる」ための諸活動のルーツは、59年(昭和34年)にスタート

した「ヤマハ音楽教室」まで遡る。当時、オルガンとモベットの国内出荷台数はほぼ同じ。しかし、町を歩けばモベットの走行音は聞こえるのに、オルガンの音がまったく聞こえてこないことに危機感を覚えた川上氏が、「オルガンを売る前にまず弾き方を普及させ、ハーモニ

ーの付け方を教えなくてはならない」とスタートしたことに起因する。しかし一方で、新しい需要を掘り起こす仕事は、既存のお客さまを獲得するのと比べて労力を要することも事実だった。



68年(昭和43年)にスタートし、その後爆発的な需要を生み出した「原付免許教室」でさえ、決して万人の理解を得てスタートしたわけではない。「女性を二輪車に乗せる? やるだけ無駄だよ」という意見が大半を占める中で、「やってみなくてはわからない」とただ一人手を挙げた新潟県の特約店、高橋商店(現・タカハシ)さんの成功により全国へと広がっていったのだった。

(つづく)



「カスタムもぜひやりたい」という栗原さん。「でも、音がうるさいとか派手過ぎるのはダメ。センスよく目立つスタイルを、お店と相談しながら考えてみるつもりです」

## ファーストユーザーインプレ.2 「tricker」 スポーツバイクの新風!

今回の特集は、ヤマハ2004年ニューモデルの  
初期ユーザーインプレッション第2弾「トリッカー」。  
オフロードモデルでもストリートモデルでもない、新しいスタイルの遊びや  
楽しみ方を提案するバイク……。

実際には、どのようなお客さまが、どのような期待を抱いて、  
どう使いたいと考え購入されているのだろうか。

発売直後(4月中旬)の店頭で、販売の手応えと合わせて取材した。

「スタンディングでバランスを取るだけでもけっこう難しい。あ、でも少し感じがつかめた気が……。単純だけど楽しいですね(笑)」



### クルマにはないバイクの魅力 “遊べる”トリッカーに共感!

栗原秀行さん(埼玉県川越市/26歳/スポーツインストラクター)

「高校を卒業して以来、久しぶりのバイクです」という栗原さんは、「いろいろ遊べそうなバイクだと直感」してトリッカーを選んだ。

「最近、何もおもしろいことがなかったから、またバイクにでも乗ろうかなって軽い気持ちでした。僕はクルマも好きなので、その延長線みたいな感覚で快適に、カッコよく乗れるビッグスクーターもけっして嫌いじゃないんですが、今はせつかくバイクに乗るのにクルマと同じじゃつまらない。ギア付きのTWにしようと思って、インターネットを使っているいろんな店を調べ、カスタムの内容も決めて契約寸前まで話が進んでいた

んです。ところが、3月になって急に雑誌やインターネットでトリッカーの情報が増えてきて、知れば知るほどこっちのほうが好きく魅力的に見えた。それでTWの購入をいったん白紙に戻し、あらためてトリッカーを買おうと決めただけです」

自分なりのライフスタイルにこだわりの持ち、つねに新しいこと、おもしろいことを求めている栗原さんにとって、すでに街にあふれているTWやマジエスティよりも、未知の可能性を秘めたトリッカーのほうが魅力的に見えたのは当然かもしれない。

「トリッカーなら、街を移動する道具であると同時に、カスタムも楽しめるし、何よりいろんなワザにもトライできるというコンセプトがいい。以前スケートボードをやっていたこともあるし、ヤマハがトリッカーで仕掛けようとしているコトは感覚的によくわかる。今はまだスタンディング・スティルさえうまくできないけれど、練習すればウイリーくらいできるようなものかもしれない。そう思うと、ちょっとワクワクするでしょ?」

カッコよく、楽しくバイクに乗りたいたい。そんな気持ちを素直に、最優先する栗原さんは、シヨップ選びも基準がはっきりしている。

「いろいろな情報を幅広く、手早く集められるインターネットで候補店を絞り、メールや電話で条件を詰めていくんです。トリッカーはまだカスタムパーツが

## エクストリームカスタムで スポーツイメージを牽引

YSP杉並南／早瀬昭二店長

YSPは、ヤマハスポーツ専門店であってマジスティ専門店じゃない。そんなことはわかりきっているけれど、マジスティばかりが人気を集めているのも事実。だからこそ、スポーツの新ジャンルを開拓するトリッカーには、強い期待を込めて取り組んでいます。

まず3月31日の発売日に先立って、パーツやアクセサリをプレゼントする先行予約を行ない、東京モーターサイクルショーにはいち早くオリジナルのカスタムモデルを出展。また、店頭に届いた実車はカスタムモデルと一緒にショーウィンドーのメインを飾りました。

そのおかげで滑り出しはまず順調。3月末から予約を含め数台の成約をいただいています。でも今のところ客層はかなりバラバラで、年齢、性別、新規・代替の別なく、カスタム志向もそれほど強くありません。今後どういう傾向に変わっていくのか、まだわかりませんね。

ただ店の方針としては、あくまでイメージを先行。極限のエクストリーム

スポーツを打ち出したオリジナルカスタムでお客さまの注目を引きながら、足着き性のよさや扱いやすさ、使い途の広さなど、個々のお客さまに合わせたセールストークをするつもりです。

うちのオリジナルカスタムが、モーターサイクルショーの話題や二輪専門誌の記事などで広く知られ、看板としての効果を表わすのはまだこれから。TWやセローに代わって軽二輪スポーツをリードするロングセラーモデルとなるよう、大事に売っていきたく思います。



甲州街道沿いのショーウィンドーにノーマル車とYSP杉並南オリジナルカスタム、ワイズギアカスタムの3台を配置。さらに入り口はワイズギアカスタムと並ぶように2台のノーマル車を展示し、トリッカーを全面に押し出す



そろっていないので、後から手を入れていくことを考えて通いやすい首都圏の店に絞り、数軒に電話で打診して、受け答えが一番しっかりして丁寧で、気持ちよく話ができたYSP杉並南さんに決めました」

とはいえ、自宅のある川越市から片道1時間半近くかかる距離。

「多少遠くても、自分が満足できるモノを、気持ちよく買える店であることが大切。今日も慣らしをかねてここまで走ってきましたが、ほとんど苦にはなりません。ただ、途中の高速道路だけはさすがに疲れました(笑)。風が強か

ったせいでもあるんですが、この軽くて小さい車体はちょっと不利ですね。だけど、それ以外の一般道路は楽しい。スイスイ、ヒラヒラと自由自在に動かし、エンジンはすごくスムーズで加速力も十分。ぱっと見て、線が細くて華奢な感じがするけれど、実は芯が強い。女性に乗っても似合うんじゃないかなと思います」

## 新しさと扱いやすさが魅力 トレール遊びもしてみたい!

伊東加那子さん(京都府宇治市/21歳/会社員)

幼い頃からずっと、スポーツバイクを所有する父親のリアシートが指定席だったという伊東さんにとって、バイクは特別な乗り物ではなく、自転車やクルマと同じように身近で日常的な存在。いつか自分もバイクを持ちたい、乗りたいと思うようになったのはごく自然な成り行きだった。

そして昨年末、念願の普通二輪免許を取得した加那子さんが、最初のバイクとして選んだのがトリッカーだった。「初めてトリッカーの存在を知ったのは、ちょうど教習所に通っていた頃。父がよく買ってくるバイク雑誌の、東京モーターショーの記事で見たんです。でもその時は、自分のバイクを買うなん

てもっと先のことだと思っていたので、あまり深い印象はありませんでした」ところが、いったん免許を手に入れてしまうと、「自分のバイク」が急に現実味を帯びてくるもの。

「なんとなく雑誌を眺めているうちに、やっぱりすぐ欲しくなっちゃうんですよね(笑)。父はレトロっぽいバイクが好きなんですけど、私はできるだけ軽く、扱いやすい車体で、ちょっとしたオフロードくらい構わず走り抜けられるバイクがいいなと思っていました」

やがて数あるバイクのなかから、セロー225とFTRに候補を絞った伊東さんは、さっそく近所のYSP宇治さんへ。

「父のなじみの店は違うメーカーの系列だったので、まず近くにあるヤマハのお店でセローの実車を見てみるつもりだったんです。そうしたら店長さんに、もうじきセローより足着き性のいいニューモデル(トリッカー)が出るよと言われて、購入をもう少し待つことにしました」

お店から試乗の案内を受けたのは、約1カ月後の3月20日ごろ。ぐるっと店舗周辺をひと回りの伊東さんは、その場で購入を決めた。

「私、けっこう新し物好きだから、もうセローとかFTRと比べると乗りはなくて、トリッカーが思った以上に乗りやすく、足つきもラクだったので、そんなに決めたくんです」

購入して2週間、走行距離は約180km。「会社まで片道1時間以上かかるので、通勤にはまだ1度しか使っていません。

慣れていないから大きい道での右折が恐いし、時間に追われて走ると危ない。でも、それだと週末しか乗れないから、待ちきれなくて、毎日会社から帰ってくるとちよつとだけ家のまわりを走り回っています(笑)。もともと通勤が目的じゃなく、街乗りとかちよつとしたツリーリングなんかに使いたいと思っていたので、しかたないですね。もうしばらくしたらゴールデンウィークだし、それしたら思う存分乗るぞって楽しみにしています。買ってすぐ、70kmくらい離れた亀岡の親戚のところへ見せびらかしに行つたんですが、今度はどこへ行こうかな(笑)。



スリムでコンパクトな車体は、取り回しやライディングの安心感につながり、伊東さんも「移動のついでに遊べる道具って感じ」とコメント



「父と一緒に走ると、遅いヤツは気疲れするなんて言うんです。でもひとりではちょっと寂しいので、一緒に出かける仲間を募集中です」

持ちいいでしょうね。軽くて細くて扱いやすいトリッカーなら、私でもできそうな気がするんです。転んで新車に傷つけちゃうのが心配だけど、案外、1度やってみれば開き直れるかも……。今まではタンデムシートの乗車感覚、タンデムシートからの風景しか知りませんでした。これからはトリッカーと一緒に新しい体験をいっぱいしてみたいと思います！」

## 初心者から女性、現役まで幅広く 試乗車とカスタム展示でアピール

YSP宇治/分校裕治店長

店に届いた最初の1台を、まさきき試乗車として下ろしました。伊東さんに乗ってもらったのがそれです。基本的には展示用でしたが、4月に入って台数がそろったので、インターネットホームページのほか、成約寸前の方を含めた見込み客300人くらいに電話とDMで直接告知し、本格的に試乗車の活用を始めています。

グランドマジスティの場合、ニューモデルとはいえシリーズとして定着した安心感があるので試乗せずに予約購入するお客さまも多かったんですが、トリッカーは前例のないバイク。試乗の必要性、効果ともに高いと思います。

私自身も試乗してみて、軽快さはもちろん、見かけによらずよく走ると実感しました。乗ってみなければわからない、おもしろさ。これはTWやセローの代替えやビッグバイクと併用を検討しているお客さまにきっとアピールできると思います。そこで、うちでは試乗するコースや時間を特に決めていません。事前に予約していただければ、2時間でも3時間でも、自分の好きなコースを走っていいですよ、とっています。

初心者や女性には、足つき性のよさや取り回しの軽さが好評です。特に教習所を卒業して間もない方は重たい400cc教習車のイメージが残っているせいか、いっそうわかりやすいでしょう。

また大学生や20代の若い人々には、所有感を高めるカスタムモデルの提案が不可欠。現状はまだパーツがそろっていませんが、カタログで見るだけでは訴求力が足りないの、できるだけ早く展示車を組んでアピールしようと思います。

街乗り、トレールごっこ、カスタムなど楽しみ方が幅広いバイクなので、店も柔軟な姿勢で売っていきたいですね。



## アクションやカスタムだけじゃない 気楽・気軽に乗れる近距離万能バイク

内海竜三さん(愛知県刈谷市/39歳/会社員)

16歳からバイクに乗りはじめ、ずっとセローやTT250Rレイドを乗り継いできた内海さんは、キャンプツーリングが趣味のアウトドア派ライダー。

「ツーリングしながら、ふと目に付いた脇道や林道へ入り込んで走るのが好きなので、バイクもそういう使い方にあった足着き性のいい250ccクラスのデュアルバースモデルを選んできたん





です。といつても、ここ3年ほどは少し怠けてほとんどバイクに乗らず、ワンボックスのクルマで寝泊まりするキャンプばかりでしたけど(笑)

その内海さんが、10年間所有してきたレイドに代えてトリッカーを買おうと思ったのは

「遊べるバイクっていう、ほかにないコンセプトがおもしろいと思ったから。別に飛んだり跳ねたりしたいわけじゃないけれど、土手やガレ場があったら走ってみたくはないですか。私にとってバイクは、クルマじゃ入っていけないところも平気で行ける、自由な行動エリアが魅力。トリッカーは、より軽

く、取り回しがラクで、足付き性もすごくいいから、そういうことがもつと気軽にできる、したくなるバイクなんです。

それと、これなら買ってもいいなって思える、手ごろな価格。だから、買う決心をしたのは早かったですよ。発売日にもう契約書を書いています」

その後納車から1週間、実質週末の2日間ほどで、内海さんの走行距離は250kmを超えた。

「久しぶりのバイクなので、身体慣らしをかねてさつそく近所の川を下ってみたくです。2回給油して、燃費は1リットルあたり120kmくらい。ゴールデンウィークまでにもう少し感じをつかんだら、JR飯田線に沿って山ありをツーリングしてみようとかと思っています。ひとつひとつの駅を写真に撮りながらね」

そういう使い方は、基本的にこれまでのセローやレイドとあまり変わらないが、

「以前より、もつと近距離エリアに使うつもりなんです。単純に、ガソリンタンクの容量が小さいとか高速道路向きじゃないとか、そういうわけではありませんが。ガソリンは、セローやレイドでもそうしていたように予備のポトルを持って行けばいいし、高速道路を使いたくなければルートはほかにいくらでもある。

一番の理由は、近場をもつとよく知りたいたいから。わざわざお金と時間を使って遠くへ出かけて林道を探さなくても、このあたりに山も川もたくさんあって、特に川沿いを行けばいろんな発

見がある。もう20年も刈谷に住んでいるのに、最近ようやくよくそのことに気がついた(笑)。

それにトリッカーは、派手なアクションライディングのイメージが先行していますが、実はのんびり歩くように走れることもできるバイクなんです。ギアを1速に入れておけばアイドリングのまま右手を放してもトコトコ走り続けるし、逆に5速なら30km/hの低速まで粘る。河原や土手つたいに、あちこち寄り道しながら、散策気分ですりリングしてまわるのにぴったりだと思いませんか？

もちろん、街なかをキビキビ走ろうと思えば元氣よくスムーズに加速し、スポーツらしい爽快感も味わえるけれど、アクション好きの若者向けに限定されない、オジサンたちにも最適な究極の近距離エリア万能バイクであることを、ちゃんとアピールしてほしいですね」



クルマとバイクを使い分ける内海さんにとって、トリッカーはツーリングも散歩気分で行ける気軽な存在



店舗改装のため仮店舗で営業中だったが、ゴールデンウィーク明けには新店舗がオープン。さらにトリッカープロの完成と合わせて、5月からの販売に弾みをつけたい

## オフロード入門とカスタムで異なる客層にアプローチ!

YSP刈谷/石川博文社長

このあたりは、トヨタを中心とする四輪メーカーと関連企業が集中し、また人口密度もゆったりしているので、四輪が1家に1台どころか1人に1台くらいの割合で普及しているクルマの町。だから、バイクは完全に趣味の乗り物。ビッグバイクやオフロードの需要が高く、けっこうマニアックなお客さまが多いのも特長です。

当然、ユニークなコンセプトを打ち出したトリッカーも早くから話題になっていて、3月末に下ろした試乗車は2週間で100km近い距離を走っています。うちの店はもともとオフロード色が強く、特にビッグバイクのお客さまはセカンドバイクにオフロードモデルを所有するケースが多いので、トリッカーもオフ入門マシンとして奨めています。もちろん、本格的にダートを走るなんて言うとなら



ころがありますが、オフロード経験のないお客さまには、車高が低く、車体もスリム・コンパクトなので、抵抗感なくなじめるでしょう。

ただ、みなさん口々に「おもしろいね」と言うけれど、思ったほど契約に結びついていないのは、もうひとつ背中を押すインパクトが足りないのかもしれない。そこで、実はトリッカープロをそっくり再現しようと計画。ゴールデンウィーク明けに店舗がリニューアルオープンするので、なんとかそれに合わせて製作を急いでいます

いずれキットパーツの市販化も予定しており、完成すれば、うちの看板として販売促進に役立つと期待しています」

# テクノロジーの系譜

genealogy - dai:niãelãdãi

【名】系譜、系統、血統、家系

## Chapter 1-2

# 4サイクル単気筒エンジン

4cycle single cylinder engine

# 飛躍

## YZ400F

liquid cooled 4cycle single cylinder DOHC engine

bore\*stroke 92\*60.1mm

compression ratio 12.5

max power N/A

max torque N/A

product launch 1997

誰もが不可能だと思っていた、

「スーパークロスで勝てる4サイクルモトクロッサー」

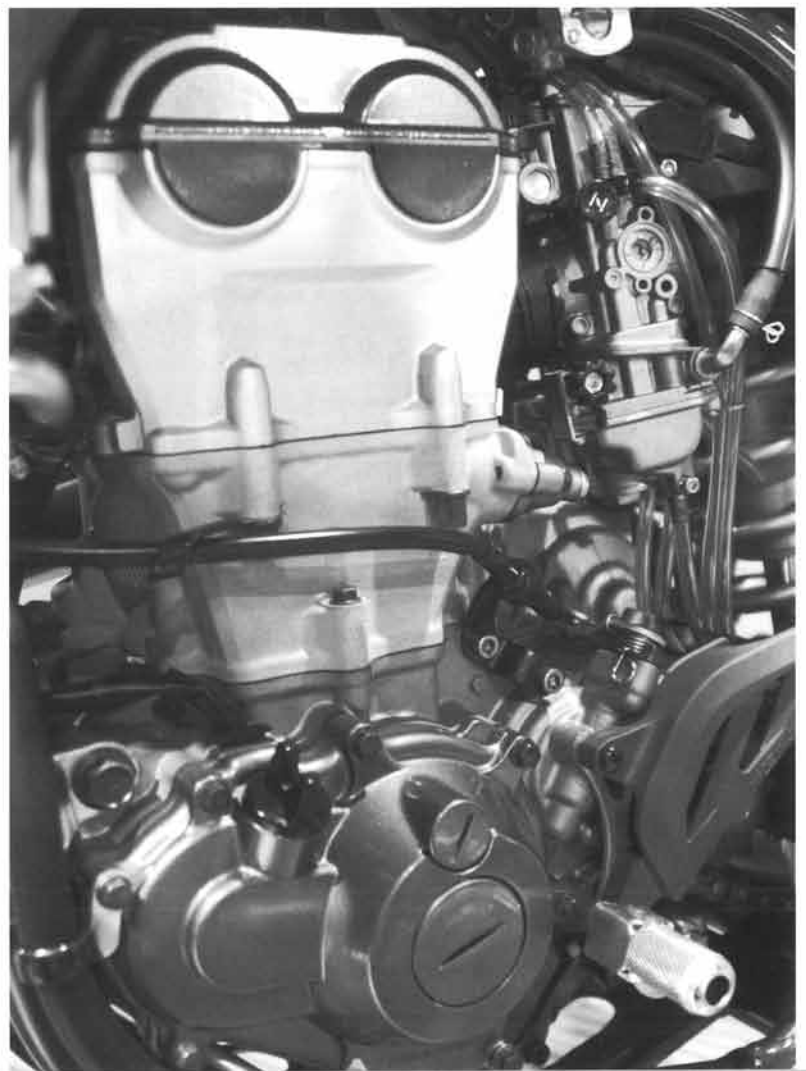
97年、ヤマハはYZM400Fでこれを現実のものとし、

モトクロス界に大きな衝撃を与えた。

ほぼ同時期に並行して開発が行われた市販モトクロッサーYZ400Fは、

コストや信頼性などの問題をクリアし、世界中のユーザーの元へと届けられた。

4サイクル単気筒エンジンは、まったく新しいフェイズへと突入した。



「これならいける」と思った  
だから、あとはやるだけだった

スーパークロス3連ジャンプは、2サイクルエンジンの瞬発力が最も効力を発揮するシーンだ。タイトなヘアピンを立ち上がった直後に、助走がほとんどないまま最初のジャンプが表れる。クッとアクセルをひねった瞬間に望んだだけのパワーが得られ、マシンがふわりと宙を舞う。

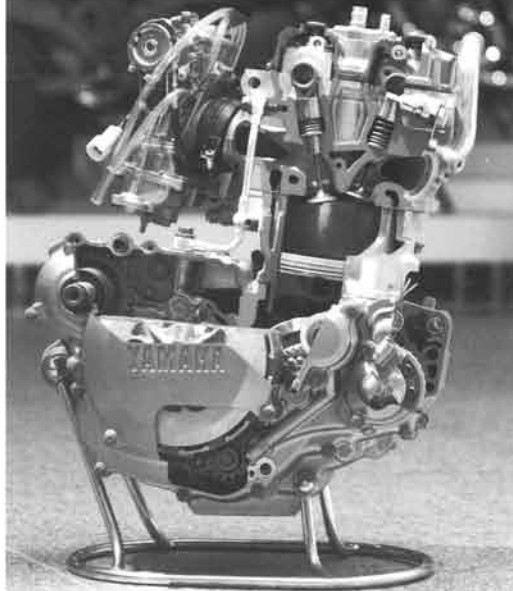
絶対的なパワーはもちろん、吹け上がりの

速さ、そして車体の軽さも求められる。エンジンをはじめ、マシンに対する要求値は高い。4サイクルエンジンのマシンで、この3連を飛ばす。しかも飛ぶだけではなく、2サイクルマシンに競り勝つ。YZ400Fのプロジェクター1ター（当時）の中山さんは、初めて3連ジャンプを視察した時、「これなら行ける」と自分にゴーサインを出した。

モトクロスと2サイクルエンジンが強固なイコールで結ばれており、それ以外の選択肢はほとんどないと言われていた時代だ。周りの誰にも信頼してもらえなかった。XT500のエンジン設計にも携わった中山さんだが、当時アメリカに駐在していたXT500のエンジン設計チーフ、大城信昭さんにも「ちょっと大風呂敷すぎるんじゃない？」と言われた。

本場アメリカで、事前の説明会を行った時の反応も冷やかだった。ここで「そんなマシンはいらない」と言われたら、プロジェクト自体が立ち消えになる。アメリカ人スタッフは、ただ「ふうん…」という表情で、黙って中山さんの話を聞くだけだった。「2サイクルに勝てる4サイクルモトクロッサーだと言っても、何だかよく理解できなかった

YZ400Fに引き続き、中山さんがプロジェクトリーダーを務めたYZ250Fのエンジンカットモデル。400Fの熟成や周辺技術の進歩に合わせ、チタンバルブなどの新技術が投入された。



中山さんは「まあ、特別なことは何もして

「吸気ポートをできるだけ大きくしながら、ヘッドを低くするには、5バルブが最適だった。何も考えずに「5」でしたよ。あとはもう、コンパクトに作るだけでした」  
とりあえず、CADの画面上でYZのフレームにTT-R250のエンジンを重ね合わせてみた。「ところが、とてもじゃないけど大きくすぎてね」と中山さん。400ccを載せようというのに、250ccでさえ大きすぎた。  
目標は、250ccのエンジンよりも小さな400ccエンジン。その割に中山

らしいですよ。そんなマシン、世の中のことにも影も形もない時でしたから」  
それでも中山さんは、「いける」と信じて疑わなかった。誰も想像さえできないマシンだったが、技術者の頭脳の中にはすでに確固としたイメージができていたのだ。  
「ライバルも何もないですから、もう好き勝手（笑）。もともと自分の方から「作りたい」と言い始めたプロジェクトだし、排気量はコレ、バルブ形式はコレ、というふうには、パツパツと決めていきました」  
こういうことはさっさと決めていかないと前に進まない、と中山さんは繰り返し言う。  
「何しろ前例のないマシンですからね。じっくり時間をかけて実現可能かどうか検討し始めたら、間違いなく「ムリだ、やめよう」となるに決まっていた」  
「いける」という信念の背景に、技術的な裏付けがあつたわけではない。そこには、ただ技術者としての直感があるばかりだった。  
実績のあるYZ250の車体パーツをほぼそのまま使うことは決まっていたから、エンジンに集中すればよかった。ロードレースの世界では、250cc 2サイクル車と400cc 4サイ

クル車がほぼ同等の性能と見られ、同じレースで戦うことが多い。「だからまあ400ccぐらいでいいんじゃないか、と。多気筒も考えないではなかったのですが、コンベクションモデルにとつてトラクションが良いこと、軽いこと、スリムであること、そしてコンパクトであることは必須条件です。特にモトクロッサーはそう。だから自然と単気筒になりました」  
4サイクル単気筒400ccエンジンという基本的なパッケージは決まった。と同時に、バルブ数も5に決めた。これも即断だった。



「単気筒エンジンは基本的にはシムルなので、作りやすかつたというところもあるんです。それほど悩むこともなかった」と中山さんは言う。そして「ただ……」と付け加えた。  
「思っていた以上にシビアでした。もともとロス馬力が少ないところへきて、ちよつとした差がライダーにもすぐ分かつてしまう。特にモトクロッサーだったことからレスポンスへの要求値が高くて、細かい部分でもすぐに「レスポンスが変わった」と評価される。多気筒よりもシビアでした」

一方、トラクションの良さは2サイクルマシンに対しての大きなアドバンテージとなった。中山さんは、「さすがに4サイクル単気筒というところですね」と笑う。ここに、誰一人信じていなかった「2サイクルに競り勝つ4サイクルモトクロッサー」の実現に対する、中山さんの確信の根拠があつた。  
将来的な環境問題への対策か

「いいですよ」と、あつさり言う。「とにかく時間もなかったしね」  
97年、別プロジェクトが開発したファクトリーモデル・YZ M400Fが、モトクロスの世界に衝撃を与えていた。モトクロス世界選手権500ccクラスで6度の優勝、そしてAM

ら、4サイクルモトクロッサーがいずれ必要になることは分かつていた。しかしアメリカのマーケットでは、勝てるマシンでなければ成功は絶対に見込めない。4サイクルで勝てるために、最適で最短で最も効率のよい道筋を選んでいたなら、それが単気筒400cc DOHC 5バルブのYZ400Fという形になった。ただそれだけのことなのだ。  
中山さんの技術者としての瞬発力は、3連ジャンプに立ち向かうYZの姿に重なる。原動力は、明文化されていないヤマハの伝統——スリムで、コンパクトで、軽量なエンジン作り——だ。「意識はしていません。でも、遺伝子に組み込まれてるんでしょうね」と中山さんは言う。だからこそ、すべての決断がスピーディだったのだ。



MC事業本部 技術統括部  
エンジン開発室  
参与 中山善晴

1972年入社。市販車エンジンや駆動系の設計、最初の5バルブ・FZ750のエンジン設計リーダーを経てレース部門へ。80年代後半に90年のヤマハ・ロードレーサーを一新し、ヤマハ復活のきっかけを作った立役者。4サイクルYZシリーズのPLを務めた後、モータースポーツ室長などを経て、現在はエンジンの先導開発を行っている

アメリカでのテスト走行に臨んだステファーン・ピーターハンセルは、マシンを降りると「Suprise」と言った。97年、ジャパン・スーパークロスで披露されたYZ400Fは、ジャン・ミッシェル・バイルらのライディングにより3連ジャンプを高々と飛び越え、場内はどよめきに沸いた。  
いずれのシーンも、中山さんにとつてももちろん喜びはあつたが「そんなに驚かんでくれよ」とも思っていた。「当たり前前」のことを、当たり前前をやっただけだから」  
(4サイクル単気筒エンジンの項は次回に続きます)



福岡県出身の谷本晃司さんは、元来の動物好きが高じ、静岡県内の観光牧場に10年ほど勤務していた。その後、「自然に携わる仕事がしたい」と8年前に転職。現在は、静岡県に3店舗を展開するアウトドアショップSWENの営業企画室長として、バイヤー業務、店舗の企画運営、DM作成など、非常に多忙な日々を過ごす。

それでも谷本さんは真つ黒に日焼けしている。「最近、スノーボードを始めたくてです。サーフィンやリバーウォークなど、水辺での遊びも大好き」と笑顔で語る。

「アウトドアが好き」。これがすべての原点だからより多くの人に広めていきたい

# Heartly Business

ビジネスに必要なもの  
それはココロとアタマ

この仕事の原点は、「自分にとって楽しいことを、できるだけ多くの方と分かち合いたい」ということなんです。僕もアウトドアが大好きだし、スタッフもみんなそう。みんなしよっちゅうフィールドに出て遊んで、その情報を発信してます。

店頭のPOPも、商品やフィールドのデータだけでは味気ない。実際にスタッフが使用してみたり、行ってみたいの率直な感想を書いているものが多いんです。その方が共感を持っていたからです。

特にSWENのスタッフには、フィッシングやクライミングなど、各ジャンルのトッ

プロがいます。彼らの言葉は信頼性が高いし、説得力もある。「ご購入後のアフターフォローもしっかりとできるんです。

でも、ビジネスとしてのセールストークというよりは、本当に好きな連中が、「こんなに楽しんですよ」とたくさんの方に広めたがっているという面が強いですね(笑)。

実は私たちはキッチリとした制服を定めていません。多くのスタッフがアウトドアウェアを着て店に出ています。ですから、もしかするとお客さまとの区別が付かないかもしれない(笑)。これも、「自分たちが着られないようなモノをオススメできるか」と

その2

アウトドアショップ

**SWEN**

営業企画室長 谷本晃司氏



店内の随所に、スタッフが体験したフィールドメモが書かれたPOPが。モノを売るだけでなく、情報を発信するための具体策のひとつ。楽しさの演出にもなっている



「いう思いの表れなんですよ。もつとも、スタッフの服装に関しても、ある程度標準化し始めているんですけどね。自分たちが好きなことへのこだわりが原点とはいえ、ビジネスとしての側面も欠かせませんから、そのあたりのバランス取りには苦労しています。」

SWENではホームページを開設しており、店舗紹介やイベントインフォメーションなど、積極的に情報を発信している。「質問などが全国から届く。ダイレクトなお客さまの声が拾えるという点ではメリットがある」と谷本さんは言う。

しかし同社では、今のところネットを含め通販は行っていない。あくまでも対面販売にこだわっているのだ。そこにはいくつかの理由があった。

火を扱う道具もありますし、自然相手です。すからほとんどの商品が命に関わるものと言ってもいい。やはりきちんとお客さまに説明して、責任を持って販売したいですから、

画面上だけで売買すればいいとは考えていません。「お店に来てくださる」「お話ししてください」という思いでいっぱいなんです。アウトドアショップの中には、一般の方には入りにくい、敷居の高いお店もある

ります。でも、アウトドアレジャーは本来人生を楽しむためのツール。どなたでも入りやすいように、垣根や敷居はできるだけなくすようにしています。「アウトドアは特別な趣味ではない」と考える、私たちSWENならではの雰囲気を知っていたくには、お店に来ていただくのが一番です。それに、商品と店、つまりモノとハコがあれば商売が完結するわけではないと思うんです。私たちとしても、顔の見えない不特定多数のお客さまを相手にするより、顔の見えるお客さまにしっかりとアウトドアの魅力をプレゼンテーションしていきたい。自分たちの考えるアウトドアの楽しさを、店舗というステージでどう表現できるかを、いつも模索しています。

「谷本さんはたびたび「人」を話題にする。店舗スタッフはもちろん、お客も含めて「人」の存在を重要視しているのだ。SWENが積極的に取り組んでいる各種イベントも、「人」を重視して行われている。」

アウトドアグッズは大型量販店でも扱っています。単純なプライス競争では、正直言って敵わない部分もある。

でも、例えばプライスで敵わなくても、お客さまに「SWENで買った商品には価格以上の価値がある」と思っていたければ、それが次以降の来店やご購入につながっていくと思うんです。私は、接客とイベントが付加価値を生むための大きなポイントだと考えています。

接客では、短時間でお客さまの購入意欲や声をかけるタイミングを計りながら、どのようなライフスタイルのお客さまか、また、今は何を求めているのかなどを、自然な会話の中から拾っていく。そして、ピギナーの方からエキスパートの方まで対応できるように、商品に対して幅広い知識を持

っていることが大切です。

また、イベントはお客さまにとって「今までやってみたいけどやれなかった世界に飛び込むためのきっかけ」です。私たちにとって、商品を守るだけでなく、売った後にも責任を持って使い方を伝えたり、使う場を提供するチャンスにもなります。

接客にせよイベントにせよ、お客さまは、意外と店側との接点を持ちたがっているものなんです。ショップとより深く関わりたいがっている方は多いんだな、という印象があります。

私たちとしては、そのマイルドを大切に、期待にこたえるためにも、より魅力があり、内容の濃い店作りをしていかなければならないと思っています。



「アウトドアの楽しさを広める」ために欠かせないのがイベント。SWENにとっては、ショップとお客を密接に結びつけるという大きな意味も持っている



## アウトドアショップ SWEN

95年、92年、静岡県袋井市に1号店をオープン。現在は浜松、清水、三島に3店舗を展開。立地条件や客層に合わせ、各店の店作りは特徴的だ。SWENとは「南西東北に広がっていきたい」という願いと、逆読みするとNEWSになることから、積極的に情報発信するという意志とが込められている。

清水店の店内にはポートハウスが据えられ、内部ではアーリーアメリカン雑貨などが売られている。アウトドアに興味のある人には圧倒的な品揃えで、興味のない人にも雑貨で、来店客全員に楽しんでもらおうというコンセプトだ





昨今、ファッション性を重視し、ラフなスタイルでバイクに乗るライダーが少なくない。その一方で、より安全性にこだわるユーザーも増えている。そんな中、96年秋に発売以来、2万人以上の愛用者がいるという、ジーンズの風合いを施した革製「EXPLORER」カントリージーンズを手がけるクシタニに、お客さまの動向、求めているものについて伺った。

## ファッション性と安全性を両立 汎用性の高さが求められている

——安全性よりもファッション性を重視しているライダーが増えているのでしょうか？

穂永 ライダーがライディンググウェアに求める安全性・機能性は昔も今も基本的に変わりません。当社のメインユーザーが30代から40代ということもありますが、かえって、安全重視・慎重派が増えている印象が強いです。

——その安全性へのこだわりの背景は？

穂永 大型免許が取得しやすくなった一方で、マシン性能が格段に向上し、それを公道で楽しむのはなかなか難しい。さらに、リターンライダーの存在が目立つように、ある程度の年齢に達した、経験も知識も豊富な大人ライダーが増えているからでしょう。彼らは社会的にそれなりの地位にあり、家庭もある。ですからただ速く走るこ

PRODUCT

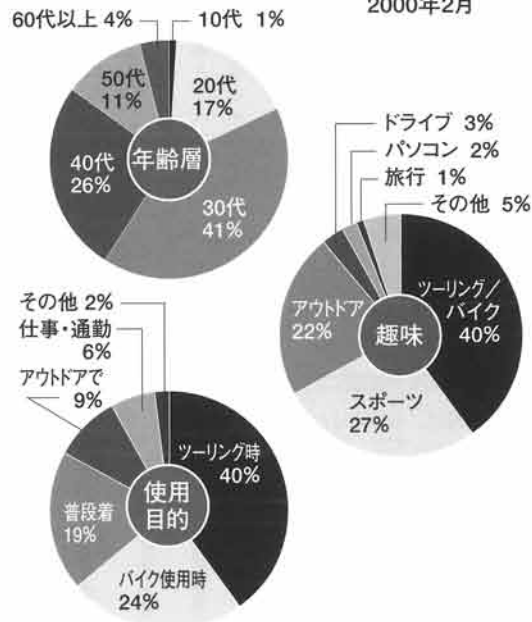
モノの向こうに  
見えるモノ  
USER

同業異種業者が見る  
二輪ユーザー動向

### DATA CLIP

クシタニ「EXPLORER」ユーザー調査

2000年2月



とよりも、まず安全第一。装備をきちんとし、安全な場所でお気に入りのマシンを楽しみたいと考えているようです。このところ、サーキット走行会参加のためにレーシングスーツをお求めになられる方が増えているんです。

仲井 「レーザスーツ」「レース」の構造は薄れています。当社でも少しゆとりを持たせたサーキット走行用のものや、ツーリング時に着用しても違和感のないツーピースタイプなど、走行会需要に比べると同時に、さまざまな場面で使用できる汎用性を高めた製品を手がけています。もちろん、走行会がきっかけで後々レース参戦に繋がることも考え、レーシングスーツは全てM F J公

認としています。

——バイクの楽しみ方が変化したということですか？

穂永 そうですね、以前は走ることだけが主目的だった。それが最近では趣味性が高まり、モータースポーツではなく、モーターサイクルライフとしてバイクを嗜んでいる傾向にあります。ですから、バイクに乗るときの機能を兼ね備えながら、ツーリング先でバイクを降りたあともカッコイイ自分でいられる、バイクバイクしていない製品が望まれています。

仲井 お客さまから「街中で着ても大丈夫ですか」と聞かれることも多く、機能を損なわない範囲で、シルエットやデザインなど、以前よりも、一般アパレル業界での流行を積極的に取り込んでいます。

——汎用性を重視して「EXPLORER」を投入されたのでしょうか？

穂永 そうした潮流も意識しつつ、むしろ皮革製品に対する抵抗感を払拭し、気軽に皮革製品を身に付けて欲しいとの想いから企画しました。革が安全で防風・防寒・通気性に優れた素材であることは分かっているものの、独特のてかりや質感、また手入れ方法などの取り扱いにくさなどがネックとなっており、ちよつと手を出せない、と感じている人が少なくなかったんです。

ですので、革素材の撥水・防水性を強化しながら、表面にテフロン風の綾織り模様をつけるなど、あえて皮らしさを抑えました。もちろん見た目だけでなく履き心地や取り扱い方法も通常のジーンズと同じ。購入動機でもっとも多いのが「家で洗濯できるから」という声なんです。

## 専門店は、購買行為に ステイタスを与える場である

「EXPLORER」のユーザー像は？

仲井 セツかくなら安全性が高いものを選びたいというベースはあるものの、普通のジーンズと同じようにはかかれている製品ですので、特にこの車種、このジャンルのライダーが多いと言う傾向はありません。あえて言えば、他の製品に比べてライダー以外のユーザーが少なくないことでしょうか。通常、バイク用品は本体の売れ行きに比例する所が少なからずあります。しかし逆に、アウトドアなど色々なシーンで愛用いただける「EXPLORER」がきっかけとなり、二輪の世界に入ってもらえる、需要創造の可能性があると思っています。

穂永 日本の市場全体的に言えることですが、良いものには惜しみなくお金を出す。そしてそれを永く大切に使う。しかも、専門店が時間をかけてゆつくりと店員から説明を聞き、納得した上で購入したい人が増えているのではないで



### クシタニ

## エクスプローラー カントリージーンズ EXPLORER COUNTRY JEANS

でしょうか。

当社製品は一部の大型量販店などを除き、全国の直営店での販売が中心です。嗜好性が多様化している中で、クシタニ製品しか置いていないにもかかわらず、それなりの利益を生み出せるのは、専門店での購入行為にステイタスを感じてくださるからだと思えます。だからこそ、専門店ですら買ってしまったと安心・信頼していただけるだけの品揃えや商品知識などには、手を抜けません。

注目している今後の動きは？

穂永 女性ライダーですね。実際、女性からの問い合わせが最近増えていることもあって、今年の春夏カタログでは初めてレディース専用ページを設けたくらい。しかも女性の方が一度バイクにはまると長続きする気がしますし。

さらに高速道路の2人乗り解禁は需要拡大の好機となるでしょう。なかでも、パッセンジャー



本社営業部  
仲井 裕裕氏

'99年入社。ショップスタッフ、レーシングサービスを経て、対メーカーや店舗との折衝を行なう営業部に。セローオーナーでもある



専務取締役  
穂永 晴義氏

'86年入社。企画開発を経て、トータルにディレクションを行なう現職に。企画立ち上げ当初から「EXPLORER」に携わっている



### COMPANY PROFILE 株式会社クシタニ

'47年、革製品（紳士・婦人用のレザージャケットやパンツなど）製造販売業として浜松市に創業。'53年に二輪メーカーの要請を受けて製造した二輪用革製品の評価が高く、'55年に初めてレーシングスーツ製作を手がける。以来、そのクオリティの高さは世界のトップライダーから一般まで高く支持されている

の多くは大抵女性。オシャレにこだわらる女性性はライダーの服装にも口を出してくるはず。バイクに乗る人たちが安全を意識しつつも、自然とオシャレになる。そんなしやれたタンデムライダーが多くなるの目には触れる機会が増えれば、それがきっかけとなって、大人の趣味として、バイクへの憧れに結びつくのではないのでしょうか。ヨーロッパでよく見かける年輩夫婦のツーリングシーン、あれが理想ですね。

仲井 ファッションの一部でスクーターなどのバイクに乗っている若者が、街から峠に繰り出さずあるようです。しかも、街中と同じライフスタイルのまま。そんな彼らが、出かけた先できつちりとしたスタイルを身にまとった大人ライダーを目の当たりにし、「ああ、バイクにはあんな世界もあるんだ」と気づき、服装を始めバイク本体もステップアップしてくれるのではないかと。可能性は低いかも知れませんが、期待したいですね。

## ライダーのマナーアップをめざして！ 春期交通安全キャンペーンスタート

(社)日本自動車工業会では、春の全国交通安全運動に合わせ、毎年恒例となっている「自工会2004年春期交通安全キャンペーン」が4月6日から6月末まで実施されます。

今年は「心で運転 ニッコリニッポン」をテーマとし、キャンペーンでは、昨年起こった事故の実態分析から、四輪、二輪に異なる訴求ポイント設定。二輪ユーザーには①速度を守る、②無理なすり抜けやジグザグ運転の防止、③ライダーシップの更なる浸透、を掲げ二輪事故と死亡者の低減と、交通社会の一員として安全走行やマナーの向上を訴えていきます。ライダーの事故防止の第一歩として販売店のみなさまもぜひご協力ください。



## PASに興味大！ジュビロ磐田・山西尊裕選手 「B PLUS DT」のオーナーに

「遊び心がたまらない！」と笑顔を見せるジュビロ磐田の山西尊裕選手が、この度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「B PLUS DT」のオーナーになりました。

「日頃からジャンルを問わず色々な雑誌を見ますが、ある日いつものようにページをめくっていたら、「B PLUS DT」が目飛び込んできて。その斬新なデザインに、もう釘付け。ウインカーが付いていたり、ライトが二つ目になっていたり……。記憶の奥に眠っていた子ども心がすぐぐらえました。しかも、PASの快適さを知っていたので、購入を決意」



少年のような笑顔で「B PLUS DT」に跨がる山西尊裕選手

実は山西家ではすでに奥様が日常の足として1年ほど前からPASを愛用し、「最初のご出し時のアシスト感覚はすごい。だから僕自身もPASにしたいなあと思っていたところだったんです」と愛車を前に目を輝かせていました。

## ヘルメット自主回収のお詫びとお知らせ

ワイズギアが販売しています、一部のヤマハヘルメットに関し、あごひもに使用されているバックル(留め具)の構成部品に不具合が発見されました。状況によってはバックルが外れる恐れがあるということで、現在ワイズギアでは対象商品の自主回収を行っております。販売店さまへのご迷惑をお詫びするとともに、速やかな回収を進めるためご協力をお願いいたします。

### ■無償回収修理対象商品

YF-1 ロールバー 2003年10～11月 HJC製造  
YF-1 ロールバーJL 2003年10～11月 HJC製造  
GJ-1 2003年10～11月 HJC製造  
YJ-1D 2003年11月～2004年2月 山本光学製造  
YJ-2D SAZ-II 2003年11月～2004年2月 山本光学製造  
YJ-4 ドライブJT 2003年11月 山本光学製造

### ■商品名、製造時期の確認方法

ヘルメットの内装に貼付してあるシールに商品名および製造時期が表示してあります。

### ■お問合せ

ヘルメット専用フリーダイヤル 0120-819-049  
9:00～12:00、13:00～17:00 月～金曜日(祝祭日除く)

## 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 SA02J-100101～104489 SB01J-100101～103519 SB01J-126437～138056 SB06J-200101～214122 SB01J-100101～138056 SE01J-000101～005648 SE07J-000106～000590 4TG-000101～008778 SE12J-100101～105140 SG01J-003245～006687 SG03J-026479～028473 SG03J-000027～015548 SG03J-023359～028533 SG01J-000015～006707 4HC-061237～070060 DG09J-000019～003196
●ギア(BA50)	マフラー	
●ビーウィズ(YW50)	F.マスターシリンダー	
●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	
●シグナス(XC125M)	ヘッドライトソケット	
●シグナス(XC125SV)	ヘッドライトソケット	
●シグナス(XC125D)	制動灯用スイッチ	
●シグナスX(XC125)	ヘッドライトソケット	
●マジェスティ(YP250A)	キャブウォーマー配線追加 ハイドロロックユニット、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	
●マジェスティ(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	
●マジェスティ(YP250)	ハンドルスイッチ、サブリード線	
●TW225E	CDIユニット	

## Passolがさまざまな活動推進ツールとして各地で活躍中

ヤマハ発動機では、PASなどの小型パーソナル・ビークルを活用することで地域社会への環境負荷軽減を提唱してきましたが、この度、岐阜県庁と東京都港区役所にPassolを贈呈。各行政が取り組む地球温暖化防止対策などの姿勢に賛同し、推進に協力しています。



「浜名湖花博」の会場内では各イベントともにPassolが走り回る姿が目立っている

また、10月11日まで行なわれる「浜名湖花博」では、排出ガスゼロのクリーンさと高い静粛性が博覧会開催意図にふさわしく、扱いやすさと簡単に充電できる利便性が注目されて運営スタッフの連絡用等として利用されています。

さらに、環境美化や交通安全推進など、地域の活性化活動に取り組む「代官山エコ・パトロール活動」でも、Passolのクリーンで静か、そしてデザイン性の高さがお洒落な街・代官山のスタイルにふさわしいと、パトロール時の移動ツールとして活用されています。

上記の取り組み以外にも、Passolならではの特性を活かし、その活躍の場をこれからも広げていきます。

## 環境対策車の補助金制度が大幅緩和 Passolも1台から申請可能に！

Passolが昨年度に引き続き、(財)日本自動車研究所の電気自動車等導入補助事業における補助金給付対象車両として認可されました。この補助金制度は電気自動車(ハイブリッド電気自動車を含む)や天然ガス自動車等の環境対策車の普及を目的に、経済産業省が(財)日本自動車研究所に交付する国庫補助金から、クリーンエネルギー自動車の導入予定者に対し補助金を給付するものです。従来、原付二輪は10台以上を一括導入し一定の条件を満たした場合のみ補助金の対象でしたが、本年度より新車1台からの申請が可能となり、利用しやすい環境となりました。ぜひPassolご希望のお客さまへご案内いただき、拡販に活用ください。

なお、申請に当たっての条件など詳細は、ヤマハLV営業・担当スーパーバイザーまでお気軽にお問合せください。

## 「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(6、7月)

会場	6月			7月		
	ブロンズ	シルバー	バス	ブロンズ	シルバー	バス
北海道LVサービス課						
東北LVサービス課				6～8	13～15	
関東LVサービス課		15～17		13～15		
中部LVサービス課		8～10	22～25			
西日本LVサービス課	15～17				7・14・21	
九州LVサービス課		15～17				6～8

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の手習い  
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手習い  
バス: バスに関する一般整備知識の手習い

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 RP03J-005808～006808 VP12J-000008～000967
●ドラッグスタークラシック(XVS1100A)	整流器	
●XRJ1300	オイルクーラー取り付けカバー	
●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ボジエ(YV50H)	気化器の点検	SA08J-028523～036627
●JOGアブリオ(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-026603～214916
●マジェスティ(YP250)	コンデンサー、電気配線	SG03J-023359～044657
●マジェスティ(YP250A)	コンデンサー、電気配線	SG03J-026479～043581
●マジェスティ(YP250C)	コンデンサー、電気配線	SG03J-028714～044777
●XRJ1300	マフラー	RP03J-005864～006358



# お客さまの視点に立った店舗作りで「商圈」の枠を越えた専門店をめざす

バイクショップ  
百景  
全国販売店見聞録

「YSP阪奈」、「YSP門真」の統合により誕生した新生「YSP門真」は、ヤマハ全車種、全カラーの展示や、お客さまからの情報収集による店舗改善を進めながらお客さま満足を追求。今までの商圈を飛び出し、より大きな市場での販売アップを求め第一歩を踏み出した。



店舗正面に設けた、四輪、二輪駐車場



YSP門真は、四階建てビルの一、二階部分を使用しているが、外装を三階部分まで広げることで視認性を高めている。また「YSP門真のシンボル」という屋上に掲げた縦4m、横14mと、横4m、横7mの巨大な2つの看板は、国道163号の上下線のライダー、ドライバーの視野に確実に飛び込み店舗をアピールする



店舗側面には、クイックサービスを行なうための第2サービス工場を設け、迅速な対応をめざす。またその奥に見えるのは屋内駐車場への入口

## YSP門真 犬村 康信 社長 大阪府守口市菊水通2-10-13

### Profile

**略歴** 1978年「サイクルオート犬村」として創業。二輪ブームとともに順調に売上げを伸ばした結果、1989年のYSP阪奈に続き、1991年YSP門真が誕生した。その後はそれぞれが商圈の中で地域に密着した商売を行ってきたが、2004年3月、それぞれを統合し移転拡張という形でYSP門真に一歩化をはかり再スタートをきった。

**立地** 旧店舗と同様、守口市にとって最大の生活幹線である国道163号線沿いに店舗を構えるが、さらに中央環状線など大阪府の主要幹線道路が近隣を通るため、市内のみならず、遠方からのアクセスにも優れる。

**店舗** 四階建てビルの一、二階を占有する店舗は、

ショールーム(50坪)、二つのサービス工場(25坪)、そして今回新たに設けた駐車場(25坪)を備える一階と、100坪のショールームを持つ二階からなる。また屋上の巨大な看板と三階部分までおよぶ外装で、視認性の良さは抜群だ。

**商圈・客層** 原付スクーターは守口市全域を中心とし、スポーツに関しては商圈にこだわらず、大阪府の内外を視野に入れている。客層はスポーツのターゲットとなる25~40歳男性がメインとなるが、以前は少なかった夫婦、ファミリー、カップルなどの来店も増えたという。

**スタッフ** 下段左から、犬村康信社長と犬村真店長。上段左から、サービススタッフの又吉大輔さんと大丸

宗則さん、アルバイトの寺村真奈美さん、サービススタッフの梅野昌樹さん、サービスチーフの松本鉄也さん、ヤマハスーパーバイザーの津野富雄さん。



## 店舗統合と移転で 商圈脱出をはかる

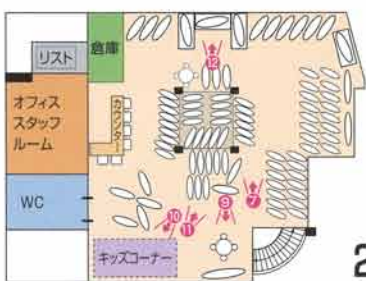
「今までのYSP 阪奈、YSP 門真では、それぞれ店舗の規模、スタッフ数、ショールームの提案能力などを考え、特定の商圈に狙いを絞ってきた。しかし従来の商圈では二輪車の潜在需要に限界があり、今後の販売拡大を考えると行き詰まりを感じていたことも確かです。だからといって商圈を広げ遠方からの集客をはかるだけの力は、不足していました」

そこでまず犬村社長は、YSP 阪奈、YSP 門真の不足部分の洗い出しを行ない、ヤマハ専門店として商品力や展示力、幅広いお客さまが来店しやすい雰囲気、クルマでの来店に便利な駐車場、そして店舗アピール力などを挙げた。そしてこれらを改善するため、ちょうど持ち上がっていたYSP 門真の店舗リニューアルの話から一転して大きな決断に踏み切る。それは、YSP 阪奈、YSP 門真を一つに統合するというものだ。

「やるのであれば可能性の大きな店舗を作り、今までの『商圈』という枠に捕われず、大阪市、そして大阪府、さらには



YSP門真オリジナルのカスタムモデル「バットデビル」。現在はオープン直後ということでカスタムイメージが店舗につくことを嫌い、店舗奥での展示となっているが、カスタムのセールストークには大いに役立っている



2F



1F

その先までも視野に入れたスケールの大きな商売をしたいと思ったのです。だから一番不満の大きかった店舗の改善を最優先に考えると、統合による移転拡張がもっとも近道であるという決断にいたったのです」

そして移転から1カ月、市内を中心に、大阪府各地、また若干ではあるが県外からのお客さまも来店するようになり、狙い通りの第一歩を踏み出した。

しかし大きな店舗になり、アピール力のある外観を持ったからといって、遠方からのお客さまを集めることは簡単ではないはずだ。ところが犬村社長は、「専門誌広告、ホームページ、定期点検のDM、ツーリングなどの販促活動やアフターフォローは行なっているが、特別なことをしているつもりはない」という。だが、以前と大きく変わったこととして、「店長を中心としたスタッフが、お客さまの満足追求」を合言葉に店作りや接客に取組むようになって

た」とつけ加えた。

## 全車種、 全カラーの展示と情報収集で 常に進化する店舗作りを推進

「実は店舗の不満に加え、スタッフのCS意識についても改善しなければと、考えていたんです。そういう意味ではこの統合移転がスタッフにとって良いきっかけになりましたね」

こうして始まった「お客さまの満足追求」は、特にスタッフの接客の中で現れている。それはお客さまとの会話のなかで情報収集を行ない、それらを店内のレイアウトや中古車の仕入れなどにフィードバックしていくことなのだ。

「簡単にいえばヤマハの125ccのギア付きモデルが欲しい、というお客さまが来店された場合、『ありません』というのではなく、『必ず探しておきます』という対応をして、実際にラインナップに加えるということなんです。もし次来店されたとき125ccのバイクを展示しておけば満足していただけるし、購入されなかったとしてもお店の信頼に繋がる。こういったお客さまのシヨップに対する要望や不満を各スタッフが会話の中で集め検討し実現することは、これからのYSP 門真にとってお客さまを集める最大の武器となっていくと考えています」



壁に飾っているタペストリーは、芸大に通う大学生から送られたもの。スポーツを始め、アメリカン、スクーターなどの種類があり、ショールーム内に温かな雰囲気を演出する



二階にはファミリーでの来店を考えて、くつろぎコーナーの隣にキッズコーナーを設けた。ここでお子さんが遊んでいるあいだに、何件もの商談が成立しているという



またYSP 門真では、展示車150台のうち100台近くが新車で、ヤマハの「全ラインナップ」が揃う。特にスポーツモデルに関しては「全カラー」を用意しており、これもお客さま満足度向上に役立っている。

「例えば人気のカラーだけを展示して、今これが人気です」という販売はどの店でも可能なこと。しかし、今これが人気ですが、実はこれだけのカラーがあります」と全カラーを見て比較してもらうことは、ヤマハ専門店でもなかなかできない。だからお客さまが本心に納得して購入してもらおう環境整備は大きな効果があると考えています」

しかしただ多くの商品を展示しているというのではない。店内レイアウトや演出にもさまざま



スクーターのショールームとなっている一階。お客さまの店内への入りやすさと、見やすさを考え、エンジンシラスから50cc、100cc、125cc、250ccと奥に向けて高価な商品を配置した



国内、海外向けモデルの新车、中古車のスポーツバイクがスラリと並ぶ二階ショールームは約100坪。サブのショールームとして扱われがちな二階を一階同様メインショールームとすることで二階への誘因も狙っている



重整備を主に担うメインのサービス工場は屋内駐車場と隣接し、修理車の持込みには非常にアクセスが良い



「店舗探しのなかで特にこだわったのが、屋内駐車場を備えていること。もっと広く台数が置ける駐車場を準備することもできますが、雨の日のことを考えた場合に車で来て下さったお客さまには濡れることなく店内に入ってきてもらいたいし、バイクで来店されるお客さまには、濡れることなくレインウエアを脱いで欲しいという思いが込められています。もちろん表に回る必要がないように、裏にも入口を設けました。ちょっとした気遣いですが、これもお客さまの満足に繋がればと思います」

まな心遣いが見られる。特にお客さまが第一声で「すごい」と声を挙げるといふ二階は、展示台数もさることながら、店内中央にステージを置いて高低差を作り、迫力、見やすさを演出。さらに、さまざまなモデルを準備し乗って試せる「ライブジエックコーナー」や家族で来られるお客さまのために「キッズコーナー」を設けるなど、お店としてのアピールがお客さまの視点に立ったものとして満足を出しているのだ。

現在の二輪業界ではいろいろなソフトを駆使した高付加価値競争が行なわれている。しかし犬村社長のいうように、特別なことはしない、だけどヤマハ専門店でしかできないこと、また客さまの何気ない一言を無駄にせず実現していく姿勢も、信頼や満足を生み出す大きな手段といえる。

そしてこれらの積み重ねが、犬村社長の理想とする「商圏の枠を打ち破る二輪ショップ」を実現する大きな原動力となっているのだ。

# YAMAHA Monthly Calendar 2004

- セールスプロモーション
- 普及イベント
- 新商品

5月

6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】

5 ● 5/6 ヤマハニューモデル展示試乗会  
 ~6/18 CP企画展「第5回 環境展」/ヤマハコミュニケーションプラザ

- 5/15 アップグレードオフロードブラクティス/天竜観音山特設コース  
Kidsオフロードスクール/天竜観音山特設コース  
ちゃれこん!/天竜観音山特設コース
- 5/16 ヤマハオフロードスクール/天竜観音山特設コース



▶ 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

- 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
- 5/30 ヤマハオフロードスクール/F-2ファミリーフィールド小湊  
Kidsオフロードスクール/F-2ファミリーフィールド小湊  
ちゃれこん!/F-2ファミリーフィールド小湊

6

▶ 6/6 宮城・スポーツランドSUGO

### 【サッカー 試合日程】

#### ■ ヤマハFC・ジュビロ磐田

- 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
- 6/5 ナビスコカップ第4節 vs G大阪/大阪・万博
- 6/12 J1リーグ第12節 vs 市原/静岡・ヤマハS
- 6/18 J1リーグ第13節 vs 神戸/静岡・ヤマハS
- 6/19 J1リーグ第14節 vs 鹿嶋/茨城・カシマ
- 6/26 J1リーグ第15節 vs 広島/静岡・ヤマハS

- 6/13 ヤマハオフロードスクール/スポーツランドふくおか村
- 6/20 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
- 6/27 ヤマハオフロードスクール/ブラザ坂下
- 6/30 Majesty C MUD BLACK EDITION 発売

## 【社会・業界】

5

- 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
- 5/19~21 人どくるまのテクノロジー展/パシフィコ横浜

- 5/23 全日本モトクロス選手権第4戦/九州  
世界選手権トライアル・日本GP/もてぎ

6

- 6/6 NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/京都
- 6/6 Moto GP第4戦/イタリア  
全日本モトクロス選手権第4戦/東北  
全日本トライアル第4戦/近畿



- 6/13 Moto GP第5戦/カタルニア  
全日本ロードレース選手権第4戦/もてぎ

- 6/13 NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/長野
- 6/19 NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/岩手
- 6/20 NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/秋田  
NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/近畿

- 6/26 Moto GP第6戦/オランダ

※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。

