

ヤマハニュース

Yamaha News 7

2004 JUL. NO.490

Monthly Tops

T MAX / CYGNUS-X SR / GEAR C / New PAS Limited
2005ATVシリーズ / 2005除雪機シリーズ など



MC Front Line
トリッカーで遊ぼう!

テクノロジーの系譜
ヤマハの並列4気筒エンジン

Hearty Business
ヴェレッジヴァンガード 書店

バイクショップ百景
YSP香川

★：今回の新しい特長
○：従来の主な特長

遅い足まわりで個性際立つ！ FI装備で環境にも優しく進化

ビッグスクーターとは一線を画す、ヤマハ独自のオートマチックスポーツ「T MAX」が、スポーツ性能と環境性能をさらに高めて新登場します。

ヤマハスポーツ

T MAX

メーカー希望小売価格(本体価格)
¥849,450 (¥809,000)

カラー：3タイプ

9月1日 新発売



ディーブレッドメタリックK



ブラックメタリックX

ダークパーブリッシュブルーメタリックL

- ★足まわり強化でフットワークをさらに向上
フロントフォーク・インナーチューブ径アップ、リアホイール径アップ、フロントブレーキのダブルディスク化、前後ラジアルタイヤ採用などにより、さらにシャープでキレのある操縦性を実現。
- ★FI採用などによるスポーツ性能向上
高微粒子型インジェクター装備のフェルインジェクション(FI)採用と圧縮比変更、変速特性変更などにより、いっそう優れた走行性を実現。
- ★環境性に優れたラムダセンサー付き三元触媒採用
- ★スポーティさを増した外観
新デザインの5本スポークホイール、タコメーター装備の新デザインメーター、精悍なショートスクリーン、カラーパーツをシンプルに配したブラックベースのボディ。
- 水平対向バルブ採用の水冷DOHC2気筒エンジン
- スポーツ走行を前提とした車体設計
- 33ℓタンクなど日常性の高い通勤用機能も兼備

スポーティ&ハイクオリティな 若者向けバリエーションを追加

「シグナスX SR」は、スタイリッシュな外観と優れた走行性能が特長のシグナスXに、スポーティなカラーリングと3段階調整式リアサスペンションを採用したニューバリエーションモデル。若い世代のお客さまに、ぜひご案内ください。

★アジャスタブル・リアサスペンション

リアサスペンションに減衰圧が3段階調整可能なレッドスプリングのクッションユニットを装備。

★スポーティなカラー&グラフィック

ボディやフロントフォーク、メーターパネルなどにスポーティでカラフルな塗装とグラフィックを採用し、商品性を高めた。

- メッキシリンダー採用のSOHC4バルブエンジン
- 走行安定性に優れた足まわり
- 利便性の高い大容量27ℓタンク



ビビッドレッドメタリック5

ヤマハスクーター CYGNUS-X SR

メーカー希望小売価格(本体価格)
¥329,700 (¥314,000)

カラー：2タイプ

8月20日 新発売



ブラックメタリックX

バーハンドルでクールに変身！

カスタムマニアの間で密かな人気を集めていたギアに、バーハンドルやブラックホイールなどを装備した「ギアC」が新登場。オトナの遊び心をくすぐります。

★定番を押さえたハンドルまわり
スクーターカスタムで定番のバーハンドル、別体式スピードメーター&燃料メーターを採用。

★外観を引き締めるブラックパーツ
前後ホイール、フロントフォーク、フロアパネル&リアデッキにブラックパーツを採用。さらにフロントフェンダーも小型化し、カスタムイメージを演出。

- ビジネスで鍛え上げた実用性、耐久性



ブラックメタリックX

ヤマハスクーター

GEAR C

メーカー希望小売価格(本体価格)
¥209,475 (¥199,500)

カラー：2タイプ

8月5日 新発売



ビビッドレッドメタリック1

お詫びと訂正

本誌6月号でご紹介したYZシリーズの発売日に誤りがありました。下記のとおり、お詫びして訂正いたします。

・YZ85/85LW/125/250：(正) 7月13日 (誤) 7月14日

・YZ250F/450F：(正) 9月15日 (誤) 9月16日

2005ATV 7モデルが登場

オールラウンドスポーツATVの最上位モデル「YFM660R」、卓越した走行性能を誇るピュアスポーツATV「YFZ450」が、いっそう熟成を重ねて進化。また大型ユーティリティモデル「グリズリー660」や定番スポーツモデル「プラスタター」、ファミリーで楽しめる「YFM80」、今年3月に新発売した「グリズリー125」「YFM350R」もカラーリングを変更し、ヤマハATV2005年モデルは充実の7機種がそろいました。

ヤマハATV GRIZZLY 125

メーカー希望小売価格(本体価格)
¥386,400 (¥368,000)

カラー:1タイプ

7月1日 新発売

- 誰でも気軽に快適な走行が楽しめる、扱いやすい空冷4サイクル単気筒124cm³エンジン&Vベルトオートマチックミッション
- 走破性、走行性に優れた車体
145mmの最低地上高、安心感の高い低シート高(685mm)、小回りの利く1080mmショートホイールベース、乗車しやすい幅広フットボード
- 本格派ヘビーデューティマシン「グリズリー660」を彷彿させるスタイリング



バステルディーブグリーン



ディーパーブリッシュブルーリッドE

- ★セッティング変更で完成度を高めたフロントサスペンション
ビギンバック式ショックユニット採用の独立懸架ダブルウィッシュボーン・フロントサスペンションは、セッティングを煮詰めてさらに最適化。
- ★軽量なアルミ製フットペダルを採用
- ★快適性を高めたシート
- YZ450Fベースの高性能4サイクルエンジン
- 優れた操縦性の実現に貢献する軽量設計ボディ

質感の高い装備と専用カラー 1000台限定モデルが登場

滑らかで軽快な乗り心地を追求したNew PAS (PZ26)に、上質パーツと専用カラーを施した夏の限定モデル「New PAS リミテッド」が登場します。

ヤマハ電動ハイブリッド自転車 New PAS Limited PZ26

メーカー希望小売価格(本体価格)
¥76,440 (¥72,800) ※専用充電器含む

カラー:1タイプ

7月 1000台限定発売

★質感の高い装備類

- ステンレス製大型丸バスケット・鍛造レバーホルダー・コンフォートグリップ・アルミ製フェンダー・メッキ仕上げのダイナモランプ&リアリフレクター
- 軽い漕ぎ心地の小型軽量ドライブユニット
- 最適な重量バランスで取り回しのよい車体
- I.F.E.S対応、小型軽量の高性能ニッケル水素バッテリー
- 内装3段変速、パーキングストッパーなど充実した装備



バイオレット

Monthly Tops RIDING GOODS

スマートなフォルムと優れた機能 快適性を備えた新色ヘルメット

通勤・通学、お買い物、ビジネスまで幅広いタウンユースに最適な「リーウインズ」ヘルメットが、新しい7カラーバリエーションで新登場です。



ライトシルバー



アイボリー



ダークシルバー



キャンディレッド



ディーパーブリッシュブルー



ホワイト



ブラック

Lea Winds SF-1K

メーカー希望小売価格: ¥7,875 (本体価格 ¥7,500)

規格: JIS2000 (125ccクラス以下)

サイズ: S、F、XL

特長:

- ・究極のエルゴノミクスフォルム
- ・フル着脱式の洗える内装
- ・ワンタッチシールド交換システム
- ・ワンタッチバックル
- ・快適な大型ベンチレーション
- ・UVカット&ハードコートシールド

ジェットシューター搭載で 家庭にうれしい機能充実

購入しやすい価格と扱いやすさが魅力の家庭用除雪機に、雪詰まりを防ぎ安定した除雪性能を発揮するジェットシューター装備の新バリエーションモデル「YS-870J」、「YT-660EDJ」が加わりました。

ヤマハ除雪機 YS-870J

メーカー希望小売価格(本体価格) ¥433,650 (¥413,000)

カラー:1タイプ

7月1日 新発売



- ★ベタ雪にも強いジェットシューター
- 周辺環境に配慮した静音設計
- 8.5馬力・除雪高510mm・除雪幅715mm・投雪距離16m・投雪範囲220度・除雪能力50トン/h

ヤマハ除雪機 YT-660EDJ

メーカー希望小売価格(本体価格) ¥354,900 (¥338,000)

カラー:1タイプ

7月1日 新発売



- ★ベタ雪にも強いジェットシューター
- 購入しやすい価格と充実した除雪性能を両立
- 6馬力・除雪高440mm・除雪幅615mm・投雪距離15m・投雪範囲230度・除雪能力35トン/h



tricker

で遊ぼう!



EVENT



「操る」おもしろさ実感 「ちやれこん!」に誘おう

ヤマハが主催する「ちやれこん!」チャレンジ・コントロールは、その名のとおりバイクを意のままに操り、乗りこなす楽しさを味わおうというスクールイベント。ひとつひとつ基本的なテクニックを身に付けることはもちろんだが、いかに上手く、あるいはいかに速く走るかが目的ではなく、スロットルワークやブレーキング、体重移動などを使っているか、積極的にバイクをコントロールするか。そのコツを身につけることが狙いだ。



だから、その場でうまく習得できなくても構わない。どういう操作で、バイクがどんなアクションを起こすのか。それを知ることで、自分のバイクが今までよりもっと自由自在に動くようになる。その感覚、楽しさを実感してもらえればいい。

あとは「よし、自分でちょっと練習してみるか」と思ってくればシメタもの。あくまで、「遊ぶ」きっかけ作りのためのイベントなのだ。

では、実際にどんな内容で、参加者はどう
いう感想を抱くのか。5月30日、千葉県・F・

“遊び倒せる”性能を追求した「トリッカー」は、粘り強いトルクと瞬発力に優れた4サイクル単気筒エンジン、足着き性のよいシート高と軽量・スリムで取り回しやすい車体、MTBライクでカスタム性豊かなデザインを兼ね備え、街乗りにも最適な1台だ。

それだけに、年齢・性別・キャリアを問わず幅広いお客さまにお勧めしやすいメリットはあるが、街乗りやツーリング以外バイクの“遊び方”を知らないお客さまに、何もサポートしないままでは遊びの世界が広がらない。

そこで今回の特集は、トリッカー本来の魅力を示すだけでも味わっていただくためのお手伝い、店頭活動のヒントをご紹介します! ぜひご参考ください。

MC FRONT LINE



この日、一番達成感を感じたというフロートディングターンの練習。「繰り返し繰り返し教わって、ようやく上のようにになりました(笑)。感動です」

スタンディングしたままブレーキターン、アクセルターンを使ってパイロンを曲がる。「リアをスライドさせることさえ初めて。理屈はわかっているんだけど、身体が言うことを聞かなくて(笑)」と松浦さんは、大汗をかきながら目を輝かせる



リアブレーキの強さ、リアを振り出す身体の動き、そしてアクセル&クラッチ操作のスムーズな連携。



一本橋は、バイク歴14年のベテランらしく、手慣れたもの。変形バージョンも完璧にクリアし、「トリッカーはリアの位置感覚がつかみやすい」と余裕のコメント

2フアミリーワールド小湊で行われた「ちやれこん!」を覗いてみた。
この日の参加者は18名。そのなかでトリッカーをレンタル車に選んだのが、横浜市在住の松浦桂三さん(32歳・会社員)。現在XJR1300を所有しているが、林道ツーリングに憧れ、セローかトリッカーの購入を検討中というオフロード初心者だ。
カリキュラムの最初は、2本のパイロンを使ったブレーキターンとアクセルターンに挑戦。車体をスライドさせる感覚と、それを利用して向きを変える感覚をつかむことが目的だ。ポイントはスライド量を定める車速と

何度もトライするが、なかなかスムーズにバイクの向きが変わらず、悪戦苦闘する松浦さん。早くも顔に水を浴びたような汗が滴る。
「見るのとやるのでは大違い(笑)。パイロンを1個曲がるだけなのに、たくさんの操作を同時にやらなきゃいけない。ひとつずつ考えながらやると2つ以上の操作は無理(笑)。」



フロントアップを応用した丸太越えに挑戦。前輪を丸太に乗せ、アクセルとクラッチで車速をコントロールしながら一気に越える。何度か引っかけはしたが転倒せずにクリアでき、「コツは最初のアプローチ。あとは勢いで乗り越えました」と破顔一笑

しかし次はいよいよ大技(?)のフロートディングターン。林道でUターンできる道幅がない時などに役立つ実用的テクニクだ。

「ええ〜そんなのやるんですか? フロントアップ

の点、セローはオトナですね。自分ができることとできないことを選んで、無理はするなと言ってる感じ。例えて言えば、トリッカーは高性能スーパーカー、セローはワークブーツですね」と話してくれた。
そして最後のチャレンジとなった、見上げるような岩壁の上り下りにも積極的にトライ。一度も転ぶことなく見事に走りきった。「仕上げに林間のツァーコースへ出た時、最初の滑りやすい急斜面で一度転んでしまったのがくやし! だけど、バイクってこんなところも走れるんだ。こんなことができるんだと、本当に感動しました。今度は自分のバイクで、もう少し上手に乗れるように練習して、林道ツーリングをしてみたいと思います」



「上りより、下るほうがはるかに怖かった(笑)」と言いつつ、滑りやすい岩壁もあっさりクリア。「度胸がついたというか、馴れてきたのかな。それにトリッカーならいざという時支えやすいので、安心感もありますね」



は難しいんだけど、やる気にさせてくれるバイクですね」
さらに続いてスタンディングでのターンの織り込みながら、周回コースを走り、反復練習。「クラッチ操作と体重移動がまだスムーズにいかなくて……。でも楽しいからOKです」と、目に入る汗を拭いながら笑顔の松浦さん。

「トリッカーは何でもやってみるよと背中を押してくれる、若い気分をさせてくれるバイク。そ

「ちやれこん!」開催概要

開催日: 11月7日(土) / 成田モトクロスパーク(千葉)
11月28日(日) / スポーツランドSUGO(宮城)

参加費: 車両持ち込み ¥5,000
車両レンタル ¥10,000

※レンタル車 / トリッカー、TT-R125、SEROW
※税込・昼食付き
※Club YAMAHA MOTORCYCLE会員は¥1,000割引

募集定員: 20名

※定員になり次第締め切ります。

必要装備: オフロードウェア・グローブ・ブーツ・ヘルメット
※レンタルプロテクター¥1,000

申込み・問い合わせ
ヤマハオフロードスクール運営事務局
TEL: 0538-45-0791
FAX: 0538-45-0701



「ちやれこん!」は、トライアルライダー・成田匠選手や、全日本モトクロス・YRT監督の鈴木健二さん、元ヤマハファクトリーライダー・吉原朋正さんなどがインストラクターを務める。今年は残り2回、上記のように予定している

難波恭司さんが提案する 店頭「カモン・レッスン！」

僕が今回、販売店のみなさんにご提案するのは、あんまり「イベントです！ 全員集合〜!!」みたいに力を込めたものではなく、数人のお客さまが集まってきた時に「じゃあ、ちょっと遊ぼうか」というノリで始められる、ゲーム感覚の遊びです。

場所は店頭の駐車場をイメージして、クルマ3〜4台分くらいの平らなスペースがあればでき、用意する資材も簡単、安価。やる気になれば、すぐやれる手軽さがポイントです。

また参加者にとっては、簡単だけどバイクを操るおもしろさが味わえて、転倒したりする危険性の低い種目を考えました。もちろんどんなバイクでもトライできますが、トリッカーが一番得意で、持ち味を発揮しやすいよう工夫したつもりです。オーナーだけでなく、店頭でトリッカーを試乗するお客さまにも試させてあげるといいかもしれませんね。

駐車場のない市街地のお店は、例えばショッピングの時に伴走車でパイロンなどを持参すれば、出先で場所を見つけて行なうこともできます。そのほか、ルールをアレンジしたり、曜日を決めて定期戦にするなど、いろいろ工夫して遊んでみてください。

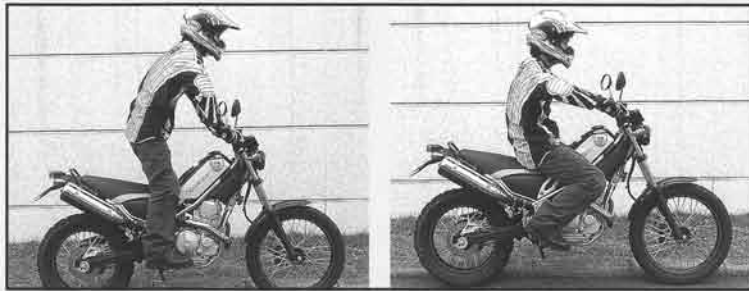


ADVICE

■はじめに

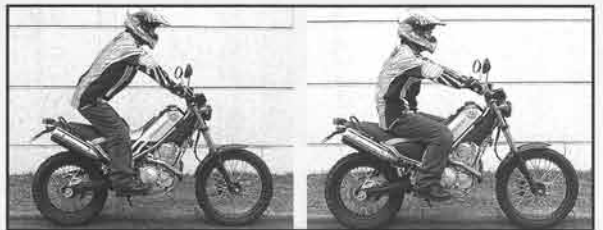
＝正しいライディングポジションを知る＝

遊びといっても、バイクを自由に操るには、一人ひとりベストのライディングポジションを見つけることが大切です。基本中の基本ではありますが、トリッカーを安全に楽しむためにもぜひ次のことを実践してください。また、ヘルメットやグローブ、肘・膝パットなどの装具着用も忘れずに!



正しいライディングフォームを見つける手順

1. スタンドを立てた状態でステップに立つ。
2. ステップに立ったまま膝を軽く曲げて、くるぶしでバイクをはさむ。
3. その状態でハンドルに軽く手を添える。この時肘がのびきらないようにする。
4. そこからハンドルを左右フルロックまでできる。この時も肘は伸びきらないように。
5. 前後ブレーキ、クラッチの操作に無理がないか確認し、使いやすい位置に調整する。
6. ステップに立ったままゆっくり走ってみる。
7. 左右ターンやパイロン等を利用して8の字。慣れたらフルロックでターンしてみる。
8. アクセルの微妙な操作や半クラッチの操作に慣れる。
9. 加速、減速などの急制動をスタンディングポジションで行なう。このとき、ハンドルにしがみつかないように。くるぶしでバイクをはさみこむよう注意する。



悪いフォームの例。不自然な猫背、腰の引き過ぎ、腕の伸びきりなどに注意

■ゲーム1 一本橋遅乗り

スタートからフィニッシュまで、あらかじめタイム計測区間を決めておき、できるだけ遅く一本橋を走りきった人が勝ちです。通常一本橋と同じで、途中で脱輪した人はそこで計測終了。完走者を優先して順位をつけます。ご存知のとおりルールは単純ですが、やってみると意外に難しい一本橋。トリッカーのコンパクトな車体と粘り強いエンジン特性がどれほど扱いやすさに貢献しているか、すぐに実感できる種目です。



用意するもの(例)

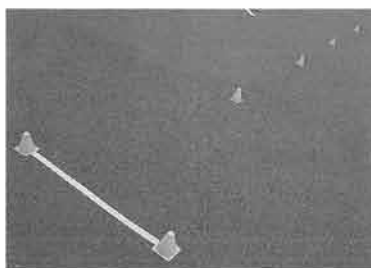
- ・1800mm×900mmのコンパネ1枚を縦3枚にカットし、300mm×5400mmの一本橋を作る。ジグザグの一本橋を作るには、あらかじめ接合部を斜めにカットしておく
- ・パイロン、またはショートコーン
- ・メジャー
- ・ガムテープ
- ・ストップウォッチ



斜めにカットした面どうしを組み合わせれば普通的一本橋。平面と斜面をつなげばジグザグの一本橋ができる。途中に丸太などで障害物を設けると、いっそう難易度が上がる。一本橋がズレやすい場合は、ゴムやウレタン製の滑り止めメッシュシートを敷くなど工夫しよう

■ゲーム2 パイロンスラローム

すばやく左右に切り返すスラロームは、軽快なハンドリング性能、トルクフルでスムーズな低中速性能を持つトリッカーがもっとも得意とする種目。パイロン4個のショートコースでも、最後の1個をターンして戻ってくる往復競技にすれば十分に楽しめます。通常のタイム競争のほか、所要タイムをスタート前に「12秒」「15秒」と自己申告(予測?)してプラス・マイナスの誤差で勝負するタイムキープ方式にすれば、女性やビギナーでも参加しやすくなります。勢いそのままゴールすると危険なので、フィニッシュはフロントがラインを超えて停止した時点、と確認しておきましょう。



用意するもの(例)

- ・パイロン、またはショートコーン
- ・切り返しの邪魔にならないショートコーンがお勧め
- ・メジャー
- ・ガムテープ
- ・ストップウォッチ

コース全長を15mと想定し、パイロンは2.5m間隔を目安に4個。ターンして戻ってくる最後の1個だけ、やや広めの3mに設定した。折り返しのターンを1回転にしたり、パイロン間隔を狭めれば難易度がアップする



場所に余裕があれば、一本橋や丸太越えを組み合わせた複合コースを作ろう

遊びを仕掛けるならゲーム感覚で 大勢の人を巻き込めるものがある

YSP東大宮/櫻井宏幸店長・山口創マネージャー

「トリッカーは、ブランドマジエスティと並ぶ、今年の重点モデル。しっかり売ってほしい」と、発売前からスタッフ全員気合いを入れていました」と櫻井店長。

しかし、これまでにない新ジャンルのスポーティモデルだけに、お客さまにどう受け入れられるか? どういう売り方がいいのか? など戸惑いがあったことも事実。

「Gマジエはこれまでの流れがありますから、売り方もお客さまの反応もある程度予測できました。だけど、トリッカーは読めませんでしたね。試乗してみると、確かによくできています。軽くてコンパクトで乗りやすく、見

た目にも新鮮。イける手応えは十分あったんですが、カスタムなのか、遊びなのか、通勤・通学などの実用なのか、お客さまにアピールするポイントを絞りきれなかった。それならいっそ、素直にお客さまから教えてもらおうと考えたわけです」

それがオプションパーツプレゼントをフックにした「試乗・ご成約キャンペーン」。トリッカーに興味があるお客さまには、とにかく必ず試乗をお奨めし、乗り味や性能の評価、自分なりの使い方、カスタムの好みなどアンケートに協力していただくかわりに、購入が決まったら4万円分のパーツをプレゼントするという仕組みだ。

「パーツプレゼントは、お客さまの貴重なご意見、ご購入に対するお礼の気持ちであると同時に、値引き・乱売への対抗策にもなっています」

成果は上々。当初の予想を上回る台数の成約があり、お客さまの傾向も徐々につかめてきたと山口マネージャーは話す。

「やはり主流はカスタム志向の強いスポーツユーザーと、軽量・コンパクトで快適な街乗



「パーツプレゼントキャンペーンのおかげで、お客さまは真剣に試乗してくれる。だからトリッカーの魅力がよく伝わり、データ収集もしやすい。一石二鳥です」と山口マネージャー

りバイクを求める実用派ユーザーです。しかしもうひとつ注目したいのは、純粋に乗っておもしろいバイクだから購入した、開発コンセプトにジャストミートするお客さま。話を聞くと、渋滞した道路で足を着かずにとだけ頑張れるか試してみたり、日常走行のなかに何気ない楽しみがある。だから会社から帰ってきてコンビニへ行くだけでもいい、毎日ちょっとでも乗っていたい。まるで免許取りたての頃のようなワクワク感を味わえるバイクだということ。30〜40代で、しばらくバイクから離れていたリターン層やリッターバイクを所有する人たちに多いタイプですね」

そこでYSP東大宮さんが次に考えているのは、試乗アンケートデータに基づき、さらなる拡販策と購入ユーザーのフォロー策。「YSP東大宮オリジナルのアフターパーツ、トリッカーならではのカスタムを提案すること。これは欠かせないポイントですが、もうひとつ、遊びの提案も今後必要かもしれませんね。ゲーム感覚で、誰もがワイワイ楽しめる、オープンなイベント。例えばスタンディングスタイル競争なんて、トリッカーっぽくていいんじゃないかな? 近所のホームセンターとか家電量販店の駐車場を借りて、どんなバイクでもどのお客さまでも関係なく、飛び入りOK。もちろん賞品付きです(笑)。免許はあるけれどバイクを持っていないお客さまには、トリッカーの試乗車を貸し出してあげる。プロライダーのデモ走行も交えれば、一般の人たちも巻き込みやすいでしょう。1店で無理なら、複数店合同でやればいい。市街地のショップは店舗スペースが少ないので、店頭でやるよりこのほうが現実的ですよ、きっと。」

「けっこういいアイデアじゃないですか? 継続的にやれば、トリッカーの拡販だけでなく地域の二輪イメージ向上にも役立つと思うんです」



櫻井店長(左から2人目)は、「ビッグスクーター全盛の今、トリッカーこそ真にヤマハらしい1台。これを売らずにどうする!」と意気込む

全国各地で続々開催! トリッカー体感試乗会

もっと多くのお客さまにトリッカーのおもしろさ、遊べる感覚を体験していただきたいと、春のヤマハスポーツ試乗会に引き続き、下記の日程で「トリッカー体感試乗会」を開催します。ぜひ積極的にご活用ください。

日程	会場
7月31日	茨城・MX408
8月1日	千葉・成田MX
8月21日	大阪・プラザ坂下
8月22日	奈良・名阪SL
8月29日	広島・グリーンパーク弘楽園
8月29日	愛知・中京自動車学校
9月12日	宮城・SUGO
9月19日	静岡・天竜観音山特設コース
9月26日	福岡・ふくおか村

※このほか、各地の開催スケジュールを随時追加していきます。詳しくは、ヤマハインターネットの「EVENT WORLD」でご確認ください。

MC
FRONT
LINE

「tricker」で遊ぼう!

テクノロジーの系譜

genealogy - dziniáeládsi

【名】系譜、系統、血統、家系

Chapter 2-1

並列4気筒エンジン

4cycle parallel 4 cylinders engine

歓喜

YZF-R1

liquid cooled 4cycle parallel 4 cylinders DOHC engine

bore × stroke 77.0 × 53.6mm

compression ratio 12.4

max power 132kW(180ps)/12,500rpm(with direct air induction)

126.4kW(172ps)/12,500rpm(without direct air induction)

max torque 110.1N·m(11.2kgf·m)/10,500rpm(with direct air induction)

106.6N·m(10.9kgf·m)/10,500rpm(without direct air induction)

product launch 2004

「加速」。辞書ではとてもシンプルに「速度を増すこと」と説明されている。

しかしライダーが求める「加速」とは、単に速度を増すことだけではない。

ライディングの根源的な喜びが、この言葉には含まれている。

YZF-R1の刺激的なパワーフィールは、

ライダーの喜びを知り尽くすヤマハのひとつの回答だ。

エキサイトメントに満ちた ファン・トゥ・ライドなエンジン



ニューYZFR1の加速感は、とても刺激的だ。7000rpmを境に、タコメーターの針が跳ね上がる。998ccという排気量を忘れさせるほど、その針の動きは俊敏で、レスポンスもシャープだ。ため込んだパワーを炸裂させるかのように、一気に高回転域まで吹け上がりていく。

その一方、街乗りでもパワーを持て余すようなことはない。低速域には、高回転域のような先鋭的な印象はなく、マイルドと言いたくなる扱いやすさを持つている。常に車体とエンジンのバランスを重視するヤマハ車にあつて、R1のエンジンは今まで以上に明確な個性でライダーの感性に訴えかけ、

主張してくる。しかし、エンジン開発室の野々川賢一さんはこう言う。「エンジンはエンジン、車体は車体というように、まったく別個のものとは考えていないんですよ。まずは適切な車体レイアウトがあつて、そこにどんなパフォーマンスのエンジンを搭載するか、ということなんです。R1に関しても、や

はりパッケージとして理に適っているかどうかを重視しています」
開発初期段階では、開発陣はYZFR1の開発部署に足繁く通いながら、基本ジオメトリを決定したという。「セカンダリーロード最速」と、あくまでも公道をターゲットにしているR1だが、目標としては、サーキットも視



「単体で写真に撮られても恥ずかしくないフォルムを」。フルカウルに隠されるエンジンだが、美を追求するヤマハの姿勢は貫かれている

野に入っている。

それだけ高レベルなトータルパッケージを追求したR1だが、エンジンに対するメディアの評価はやはり突出している。野々川さん自身も、「エンジン単体で見た時には、今まで以上にパワーを重視したことは確かです」と認める。

そして、「パワーでありながら、コントロールラブル。それでいて、キャラクターがある……。欲張りなようですが、そんなエンジンを目指しました」と、R1のエンジンに求めたのがパワーだけではないことを強調した。

エンジン設計グループはR1のエンジン開発の新プロジェクトチームに期待をかけていた。「エンジンは、部品毎に設計者がいますが、各人が設計基準通りの部品を作り、それらを組み上げて終わり、というものではない。組み上がったエンジンは何を目指しているのか、とい

うベクトルが必要

なです。その方向付けをするのが、プロジェクトチームの重要な役割です」と野々川さん。

「プロジェクトチームが『ここは踏み込む』『ここは抑える』という、意志を持つことが大切なんですよ。」

そういう意味で、今回のプロジェクトチームはヤマハのフラッグシップモデルであるR1に対してのこだわり、情熱が人一倍強く、最適任者でした」

「プロジェクトチームは、ライダーとしても結構乗れるんですよ」と相好を崩す野々川さん。「エンジン開発でもキモになるのは『乗って楽しいかどうか』。ある程度は乗れる開発者の方が、開発はしやすいでしょうね」

「乗って楽しい」。このキーワードを具現化するために、並列4気筒というシリンダー配列は最適だった。ヤマハのスポーツモデルでは、伝統的に並列を選択することが多い。それだけに技術の熟成は進んでいるし、ノウハウも豊富に蓄積されている。

しかし過去の実績だけが、並列を選ぶ理由ではない。各モデルの商品企画に合わせ、「乗って楽しいエンジン」は何かを追求した結果、最終的に並列に至るのだ。

「伸びやかな回転上昇感と甲高いエキゾーストノートは、並列ならではのものですよね。純粹にサーキットでタイムを出すことだけを狙うなら、もしかしたら他のシリンダー配列も考えられるのかもしれませんが。でも、それが乗って楽しめるものかどうかは別。公道を走らせるスポーツモデルでエキサイテ



ィングクを楽しむなら、現時点では並列4気筒が最適な選択でしょう」と野々川さん。

ヤマハの開発者は誰もが、そのカテゴリリーや担当が何であれ、「乗って楽しいかどうかが大切」と口を揃える。そ

の時、エンジンに主に求められてきたのは「軽量コンパクトで、レスポンスがよいこと」だった。

R1のエンジンに関しても、それは同様だ。ただしその内訳は代を重ねる毎に、「レスポンスを重視した初代」「F1化により扱いやすさを持たせた3代目」というように、変化している。そして最新のR1は、「必要な時には必要なだけのパワーを提供し、かつスロットルを開けた時の爽快な盛り上がり感を楽しむ」ために、パワーを向上させた。

「ひとことで言えば、『踏み込んだ設計』をした、ということ。公道最速を目指しながらも、レーストラックまでも意識したエンジンなんです。クロースドデッキシリンダーやFSコンロッド、エア・インダクションシステムなどを採用しながら、各パーツの徹底的な軽量化やフリクションロスの低減を図り、今までの設計領域を超えたところまで踏み込んでいます。だから、信頼性の確認には非常に多くの時間を割いています」

「ただ……」と野々川さんは付け加える。「パワーというのは、出せるものなんです。それをいかに使い切れるように仕上げるか。

そのことの方が重要なポイントです。スペックだけを追求したパワーではなく、いかに扱いやすいか、ということですね」

エキサイトメントと扱いやすさの融合。そのひとつの回答が、R1のエンジンなのだ。改造範囲が厳しく制限されている数々のストックレースから伝えられる、「R1優勝」の報。その実績は、「エキサイトメント」や「扱いやすさ」がイメージだけの言葉ではなく、実質的なものであることを見せつけている。

今、リッタースポーツモデルは、各メーカーのフラッグシップモデルとして常にマーケットの大きな注目を集めている。野々川さんは、「他のエンジンレイアウトのモデルが出てきたらどうなるかな、という思いはありました。でも、他社のあらゆるエンジン形態を想定した上で、絶対に勝てる自信もありました」

ただ、並列4気筒というチョイスについて語る時、野々川さんは「現時点では最適」という言い方をした。ヤマハは、並列4気筒というシリンダー配置にこだわっているわけではない。「人の感性をどれだけ刺激できるか」にこだわっている。

人の感性は、時代に合わせて進化を続ける。そして、感性の進化を超えた製品だけが「新しい感動」を呼ぶことを、ヤマハの設計者たちは知っているのだ。



MC事業本部 PM統括部 エンジン開発室

主査 野々川賢一

1982年入社以来、FZ250PHAZER、FZR400、XV250、XTZ660など、多数の4サイクルエンジン設計を歴任。初代YZF-R1/R6の設計担当のほか、R7のプロジェクトチームを務めた経験も。現在は設計グループリーダーとして、数車種のエンジン設計を取りまとめる。



ポリシーとニーズのバランスを取りながら
毎日、変化し続ける

Heartly Business

ビジネスに必要なもの
それはココロとアタマ

その4
書店

ヴィレッジヴァンガード

常務取締役 山田 剛氏

所狭しと並ぶ数々の雑貨。店内に鳴り響く音楽。迷路のように入り組んだ店舗内を「散策」すると、書籍に突き当たる。若年層を中心に人気を呼んでいる書籍販売店「ヴィレッジヴァンガード」だ。

既存の本屋とまったく異なる独特なスタイルは、若年層を中心に熱烈なファンを呼び寄せた。人気が人気を呼び、現在は大型スーパー内のテナント形態を含め、全国各地に約130店を展開している。

同社常務取締役の山田剛氏は、現在、東京・下北沢店に勤める。山田さん自身、社員になる前は熱烈な「ファン」。好きが高じて、入社するに至ったと言う。

たまたま名古屋の1号店のそばに住んでましてね。もともと本屋好きなんです。ヴィレッジヴァンガードの1号店はロードサイドの倉庫にしか見えなかった。本当に、どう見ても本屋じゃないんですよ(笑)。

黄色い「BOOKS」というネオンを頼りに店内に入ってみたら、普通の本屋にはないアート系やアウトドア関連書籍、それに精神世界の本などセレクトされたものが並んでましてね。自分の好きなジャンルの本、しかも他にはない本がたくさんあったことで、もうハマっちゃいました。

特に面白かったのは、書籍と少しでも関連のあるグッズなどが一緒に売られていた

ことでした。例えばアウトドアで言えば、書籍の脇に海外ブランドのTレブリンやエディ・バウアーの製品が置かれていたんです。また日本に代理店がない時代に、直接取り寄せていたんですね。

こんな風に本だけではなく、関連する何かが増えてくることで、広がりも出るし、購買意欲も高まりますよね。僕も「お客様代」には、ずいぶん店内をぐるぐると歩いて回ったものです(笑)。

そうこうしているうちに2号店でアルバイトを始め、現在に至っています。もし、たまたま入ってみたら1号店に自分の指向するジャンルの





単に書籍を陳列するだけではなく、それに多少でも関わりのある雑貨類を添える。世界観が広がることで、書籍、雑貨の双方への購買意欲を高める仕組みだ

本がなかったら、ここまでハマらなかつたかもしれません。でも、コアな指向性のある人つて、共通する「何か」があるんですよ。それを言葉にするのはすごく難しいんですが、マニア同士というのは何か感覚的にも横のつながりがあるものなんです。そういう意味では、いずれ何かしらで引っかけたかっと思えます。

入社してしばらく経つと、バイヤーとして仕入れなどを任せられるようになり、やがて新規店の立ち上げプロジェクトも担当。山田さんは、社員としての経験を積み重ねる一方で、客として店内を楽しんで回った時のまなざしも忘れてはいない。肩書きの上では役員となっている山田さんだが、今も楽しみに本棚の手入れをする。

自分で「これはいい本だ」と仕入れてみて、たいてい棚が足りないんです(笑)。だからスタッフ同士で場所を取り合うことになるんですね。でもそれが、お客さまにとっては「来るたびに見える商品が違う」という印象につながります。店内の複雑なレイアウトも、来店していただくたびに「新しい発見」を楽しんでいただける。それが次の来店を促進している面もあると思います。

我々としても、絶えず店内ディスプレイには手を入れていますから、「毎日何かを作っている」という手応えがあるんです。「毎日変化がある」という店作りですね。

ウチでは、いったん任せれば細かいことは言われず、だいたいやりたいようにやらせてもらえます。商材も、本部が一括納入するのでなく、基本的には各店の店長任せ。取引業

納入するのはなく、基本的には各店の店長任せ。取引業



最近は「雑貨好き」の比率が増えつつある。「取っ掛かりは楽しい雑貨でも構わない。そこから、本来の目的である『知ってもらいたい良書』へと、どう誘うかが課題」と山田さん

者だけは本部の公認が必要ですが、あとのことはほとんど各店毎の裁量で決められます。

社員はほぼ100%、私のようにお客からアルバイトになって社員になっていますから、基本的には皆本好きです。だから日々の手入れも楽しんでいて、「やらされてい

ただ、そこはやはりビジネスですからね。好きというだけでは済まない部分もあります。細かいことこそ言われませんが、「好きなことをするなら、数字は切るな」というのが当社の合い言葉。実績を守り、あるいは上げていくためにも、「毎日変化し続けること」はとても重要だと考えています。

ヴィレッジヴァンガード人気の核となっているのは、「コアなファン」の存在。一般的な書店ではなかなか見かけられないような、いわゆるマニアックな書籍を購入する顧客層だ。その一方で、全国に多店舗展開し、「ヴィレッジヴァンガード」というブランド自体が大きな力を持っている今、一般的な顧客層も見逃せないボリュームとなっている。

「自分たちがいいと思える本を、じっくりとお客さまに届けたい」というのがヴィレッジヴァンガードのコンセプトですから、基

本的には新刊や雑誌を大きくは取り扱わない方針です。しかし、新刊や雑誌はとりあえず売れる「押さえ」でもあるんですね。それを切るというのは、やはり勇気が要ることなんです。

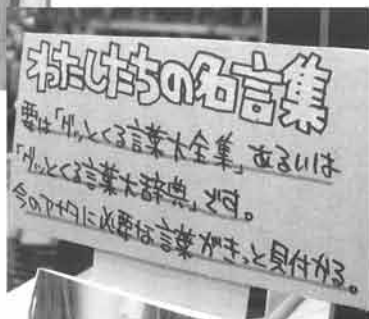
でも、コアな客層と一般的な客層の両方を狙うと、両方失敗します。どちらかに割り切らないと特色は出ませんし、お客さまの心もつかめません。ヴィレッジヴァンガードとしては、やはりコアなお客さまに狙いを定めています。

そうは言っても、やはりお客さまも変化していきます。それに応じて、品揃えも以前からすると、ずいぶん一般化してきました。ただ、あまり一般化しすぎてしまうと、しさが薄れてしまいますから、また今度はコアな方向に向かうでしょう。こうして変化しながら微妙なバランスを取り続けていくんだと思います。

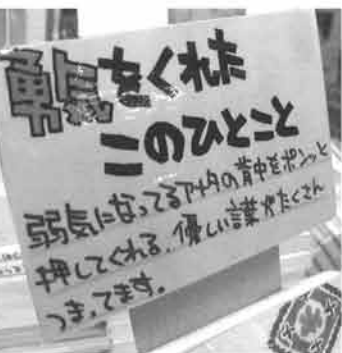
このあたりのバランス感覚は、ヴィレッジヴァンガードが好きで入社したスタッフの体に染み込んでいるものなんです。自分たちが良いと思えるものと、お客さまへの受け入れられ度合いとを測りながら、これからも変わり続けていきます。

書店 ヴィレッジヴァンガード

98年5月設立。本社は愛知県愛知郡長久手町。書籍を中心に、雑貨、インテリア、CDなどを販売する複合型の書籍販売店。全国に直営店96店、FC34店を展開している(03年11月末現在)。一見すると本屋には見えないユニークな店舗形態と、他にはないマニアックな品揃えで、若者を中心に人気。



店内のほとんどの商品には、手書きのPOPが。ショップスタッフにとって、商材は「なるべく多くのお客さまに知ってもらいたい、自分たちの好きなもの」。目に留まり、心を打つようなPOP作りに力を入れるのは、自然な流れだ



既存の書店にはない雑多さが、「何が飛び出すか分からない」期待感を生んでいる店内。「シーンとしているより、カップルや仲間と笑い合いながら店内を歩いてもらいたい」と山田さん。毎日の変化と、ツボを押さえた品揃えで、客を飽きさせない





オートバイ乗車時にはどうしても欠かすことのできないアイテム、ヘルメット。世界のモータースポーツで活躍するライダーからも、その安全性・機能性において高く評価されているアライヘルメットに、お客さまの動向、求めているもの、そして業界の行方について伺った。

商品価値と価格のバランスを 鋭く見極める消費者

—— オートバイ本体の販売動向に影響を受けやすいと思われませんが、メインユーザー像は？

原田 社会全体に高齢化が進む昨今、その例外に漏れず、30〜40歳代のレーサーレプリカ世代が中心。国産海外モデルを問わず、大型バイク所有者が多いですね。しかも、社会的にそれなりの地位にあつて家族もあり、あまり無茶をせずにオートバイを楽しむ人たちが多く、以前よりも安全意识が高くなっています。またライダー同士、どんな製品を選んでいるかで互いを評価し合う風潮もありますね。

上 20年来の愛用者など、リピーターも少なくありません。また、リターンライダーの方もみられますが、十数年前のモデルに関するパーツ在庫の問い合わせも結構多い。製品の進化が著しく、残念ながらその声にお応えできないんですが、オートバイ本体も買い替えサイクルが延びているように、大切に使い続ける方が増えている気がします。

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

—— フルフェイスタイプが最も人気なのでしょうか。

原田 そうですね。ただ、最近の特徴としては「SZ-Ram3」のようなオープンフェイスタイプの需要の高さが目に付きます。従来はフルフェイスタイプ60〜65%、オープンフェイスタイプ20〜25%、オフロードタイプ10〜15%の需要構造だったものが、オフロードが減ってオープンフェイスが3割強に増えています。

—— その背景には大型スクーター需要の増加が影響しているのでしょうか。

原田 多少関連はありますが、それよりもヘルメットを複数所有し、街乗りにはオープンフェイス、長距離ツーリングにはフルフェイスといったように、用途によって使い分ける人が増えているからでしょう。オートバイ自体も複数所有する方も少なくありませんからね。

上 頬部にまでしっかりと衝撃吸収ライナーを装備している「SZ-Ram3」は、手軽なオープンフェイスでありながらフルフェイスと同レベルの安全性をクリアしています。ですから、ビッグバイクユーザーの愛用率も高いんです。

—— 安全に対するコスト意識は？

原田 例え4〜5万円の製品であつても6〜7万円の価値があると思えば、躊躇せずに購入する。値段ではなく、商品価値と価格のバランスをきちんと見極める消費者が増えています。特に、当社の製品は昔から価格が高いというイメージがあつたんですが(笑)、最近はその機能・安全性が格段に向上しているにもかかわらず、価格自体それほど上昇していませんので、そのぶん納得されやすいようです。

—— 安全などの性能は、一見しても価値が分かりにくいものですが。

原田 性能を判断いただく手法として、JIS規格やSNEELL規格などの基準をクリア。それに加えて、レース活動に協賛しています。世界のトップカテゴリーで活躍する「ライダーやドライバーが安心して選ぶ製品」というのは、美辞麗句をたくさん並べた広告などよりも一番効果があると思います。客観的評価ですからね。しかも、当社の場合、契約レーサーだからといって特別な製品を提供しているわけではありません。ひとりひとりに微調整は行いますが、レーサーも一般のお客さまも、求める安全性は一緒。製品自体は全く同じものなんです。

また最近では、お客さまと直接の接点である販売の現場がやはり重要だと、当社の代理店さま対象にヘルメット講習会なども実施。他製品との違いをご理解いただく場を設けています。

執行役員専務 原田重行氏



'82年入社。開発や営業など、様々な部門を経て、現在、社内全体に目を配る立場に。ニューモデルが出ると市場動向把握のため、いち早く購入。今はWR250Fモタード仕様を所有

広報 上 幸一氏



バイクが好きだからとの理由で、'85年入社。製造、モトクロス、レーシングサービスなどを経て、2年ほど前から現職に。通勤には軽くてスリムなマシンが最適とオフロードバイクで会社に通う



COMPANY PROFILE

株式会社アライヘルメット

1950年創業。日本で初めてFRPを使用したヘルメットを製造するなど、業界の草分け的存在。創業者自身が乗り物好きであったこともあり、'56年頃からオートバイ用ヘルメットを本格的に手がける。'70年後半からはレース活動にも注力。品質の二重チェックを徹底し、安全性にとことんこだわった製品は、世界で活躍するライダーやドライバーからも厚い信頼を寄せられている。

広告やホームページなどで製品への理解を訴求する活動を行なう一方、製品や安全性に対するメーカーの想いや姿勢をダイレクトにお客さまに伝える機会として全日本ロードレース会場などで、「ヘルメットクリニック」を開催。子ども連れでレース観戦に訪れるレプリカ世代も少なくない。「お客さまとのコミュニケーションの場であると同時に、自分が所有している製品の良さを改めてご理解いただき、いい物選んだな、と自身へ評価も高まれば」



ライダーの高齢化により 二輪社会の地位も向上して行く

——ユーザーの高齢化は市場に今後どんな変化をもたらすのでしょうか。

原田 欧米のように二輪市場の成熟が進むでしょう。成熟市場とは裏を返せば物が売れない状況とも言えますが、所得格差の大きいアメリカでは特に、オートバイが富裕層の趣味として受け入れられています。エグゼクティブと呼ばれる地位もお金も持ち得た人々が、ウィークデーにはがむしゃらに仕事に励み、週末にはストレス解消を兼ね、自己を解放するためにビッグ

Arai エスゼット ラムスリー SZ-Ram3



バイクにまたがる。そんな彼等の姿を目にした若者がいつかは自分もあんな風になりたい、と憧れを抱く。日本でもそうした傾向になつていくと思われれます。しかし、今はまだその過渡期。オートバイはあくまでも手軽で購入しやすい価格帯の実用的な乗り物であるとの従来からの見方が、まだ残っていますからね。

——成熟した趣味として、オートバイを確立させるには？

原田 身近に物が溢れている今の時代、何でも持っている人が多い。そうなつてくると、なおさら自分は一体何をやる人なのか、心の充足を求め、様々な趣味に手を広げて行きます。それゆえ、ゴルフや釣り、さらには東京ディズニーランドまでがオートバイのライバルになつてくる。しかし、スポーツでありレジャーでもあるオートバイは、いろいろな楽しみ方ができる

アイテムとして大きな魅力をすでに備えています。実用性というより「大人の上質な趣味」として、業界全体で根付かせていければと考えています。

上 上品なご夫婦がタンデムで仲睦まじくツーリングする姿は憧れの対象になりえます。しかも、高速道路の二輪車2人乗りが解禁になれば、オートバイの旅に幅が出ます。ただでさえ、渋滞に巻き込まれ難く、駐車場に悩まされることもないなど、オートバイはメリットが多いので、旅にもついでこのツールとしてその魅力を増すでしょう。

環境整備も重要ですね。

原田 ライダーの高齢化により、環境整備に関わる立場の人がライダーであるケースも少なくありません。それは、ライダーの発言権が強まるということだと思います。社会悪のように見なされがちだったオートバイも、ライダーが社会を動かす側に回ることで、状況が変わりつつあります。

——ライダーの高齢化は追い風になると？

原田 安全性重視でマナーのある大人ライダーが増えれば、オートバイに対するイメージも向上します。また、オートバイは先を読み危険回避能力が求められるスポーツであると、当社では考えています。高齢化社会にあつて、今後は老化防止にも役立つツールとして見直されていくかもしれませんよ(笑)。

上 ライダーだけでなく、家族など、彼等を取り巻く人々にも安心感や信頼を抱いてもらえるような製品やサービスが選ばれていくでしょうね。

——最後にヤマハユーザーへの印象は？

原田 ヤマハにはチェレンジ精神があり、魅力的なオートバイが多い。それを選ぶ人、ということで当社のお客さまのように(笑)、センスのある人が多い気がします。

YZからトリッカーまで一気乗り! 7月31日から試乗会がスタート!

AMAスーパークロス選手権をC・リードと制したYZ250。世界選手権制覇にS・エバーツと共に快進撃を続けるYZ450Fと、世界のトップカテゴリで活躍するYZシリーズ。6月22日、プレス関係者を集めて開催した製品説明・撮影会(東京)でも、アルミフレームを採用した2サイクルモデルを中心に高い評価を受け、2005YZシリーズのデビューは華々しいスタートとなりました。



説明会終了後は、YZの周りを多くのプレスが囲み、開発者へ質問する姿があちこちでみられ、期待の大きさを表している

その勢いをさらに加速させるべく、7月31日から一般ライダーを対象に、YZシリーズを始めとしたオフロードモデルがいち早く体験できる「'05 MODEL YAMAHA OFFROAD体験試乗会」を、全国で順次開催いたします。さらに今年にはトリッカー試乗会も同時開催。オフロードモデル未経験者には新たなバイクの楽しさを、経験者には圧倒的なパフォーマンスを感じていただける数少ないチャンスですので、ぜひ多くのお客さまにご紹介ください。

開催日	会場
7月31日	茨城県 (MX408)
8月1日	千葉県 (成田MX)
8月21日	大阪府 (プラザ阪下)
8月22日	奈良県 (名阪スポーツランド)
8月29日	広島県 (グリーンパーク弘楽園)
9月12日	宮城県 (スポーツランドSUGO)
9月19日	静岡県 (天竜観音山特設コース)
9月26日	福岡県 (ふくおか村)

■試乗車: '05YZシリーズ、TT-R125LWE、PW50/80、トリッカー
■参加費: 無料
■申込み: 試乗告知リーフレットもしくはヤマハホームページ上に申込フォームをご利用下さい。申込みはFAXにて受け付けます。ヤマハ発動機販売(株) LV営業統括部 FAX: 0538-21-3851
※申込締切は開催日10日前までです。
※参加受領書は開催日約1週間前に発送致します。

2005YZスペアホイール 期間限定キャンペーン

'05 MODEL YAMAHA OFFROAD体験試乗会でニューモデルを体験していただき、お客さまのハートをギュッと掴んだ後の販売促進策第二弾として、純正スペアホイールセットをお得な組立済みアッセンブリー価格でご提供する期間限定キャンペーンを展開します。今回はお客さまの好みでタイヤを選択できるようにホイールのみの斡旋となります。試乗会と合わせてぜひご活用ください。

■対象モデル
YZ450F・250F・250・125・85・85LW・WR250F・450F
■予約期間
2004年7月1日～11月30日
■販売価格(税込)
YZ85前/後: 21,000/33,600円
YZ85LW前/後: 22,050/36,750円
YZ125・250・250F・450F・WR250F・450F
前/後: 31,500/49,350円
■識別子
D3
■問合せ
(株)ワイズギア TEL: 053-443-2180



※実際の商品にはタイヤはついておりません。
※写真は実際の商品とは異なる場合があります。

お客さまからの熱い要望に応じて 「Club YAMAHA MEETING」が復活!

ヤマハから全国のヤマハファンに贈る、年に一度の大感謝祭「Club YAMAHA MEETING」が、お客さまからの要望に応え1年ぶりに復活。9月11日(土)、ヤマハ発動機本社にて開催が決定しました。

今回は「Club YAMAHA MOTORCYCLE」会員の方はもちろん、すべてのヤマハファンに向けたイベントとし、年齢性別を問わず、友人同士、ファミリー、カップルなどすべての参加者が楽しめるものをめざしています。ヤマハと販売店がひとつになり、このイベントを成功させたいと考えていますので、ぜひみなさまのご協力をお願いします。なお、イベントの詳細内容については決定次第ご連絡いたします。



2002年の第2回は500人を超える参加者で賑わった。今年はどうなるイベントになるか今から期待が膨らむ ※写真は2002年

1年間の安心をヤマハユーザーへお届け 「盗難保険プレゼントキャンペーン」スタート

春に続いて、7月1日～9月30日まで、「ヤマハスクーター盗難保険プレゼントキャンペーン」を実施中です。

春と夏、年2回行なうこのキャンペーンは、販売店のみみなさまの努力にも助けられ、「ヤマハスクーター＝盗難保険＝安心」というイメージを市場に浸透させ、お客さまからも大変ご好評をいただいております。今後さらなる「安心」をアピールし、販売促進にお役立てください。

キャンペーンツールとして「ノボリ」「ポスター」をご用意しておりますので、積極的にご活用ください



「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 (8、9月)

会場	8月			9月		
	ブロンズ	シルバー	PAS	ブロンズ	シルバー	PAS
北海道LVサービス課	24～26					
東北LVサービス課						
関東LVサービス課	24～26			14～16		
中部LVサービス課						
西日本LVサービス課				14～16		
九州LVサービス課				14～16		

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
PAS: PAS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・修理を行なっております。大変ご迷惑をおかけしますが、ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。詳しくは、ヤマハ・ホームページ(<http://www.yamaha-motor.co.jp/news/recall.html>)などでご確認ください。

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
●ビーノ(XC50)	灯火器類等の電気配線	SA26J-100101～104900 SA26J-200101～204926
●ギア(BA50)	マフラー	UA03J-000013～006302
●ビーウズ(YW50)	F.マスターシリンダー	SA02J-100101～104489
●グランドアクシス(YA100)	F.マスターシリンダー フラッシュャーレール	SB01J-100101～103519 SB01J-126437～138056 SB06J-200101～214122
●シグナス(XC125M)	ヘッドライトソケット	SB01J-100101～138056
●シグナス(XC125SV)	ヘッドライトソケット	SE01J-000101～005648
●シグナス(XC125D)	制動灯用スイッチ	SE07J-000106～000590
●シグナスX(XC125)	ヘッドライトソケット	4TG-000101～008778
●マジスティ(YP250A)	キャブウォーマー配線追加 ハイドリックユニット、R.マスターシリンダー フラッシュャーレール、電気配線	SE12J-100101～105140 SG01J-000245～006687 SG03J-026479～028473
●マジスティ(YP250S)	ハンドルスイッチ、サブリード線 フラッシュャーレール、電気配線	SG03J-000027～015548 SG03J-023359～028533
●マジスティ(YP250)	ハンドルスイッチ、サブリード線	SG01J-000015～006707
●グランドマジスティ(YP250G)	ハンドルスイッチ、サブリード線 電気配線の点検修復	4HC-061237～070060 SG15J-000034～006091

商品名	交換部品	車体番号
●TW225E	CDIユニット	DG09J-000019～003196
●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
●ドラッグスタークラシック(XVS1100A)	整流器	VP13J-000013～002707
●XJR1300	オイルクーラー取り付けカバー	RP03J-005808～006808
●ロードスター(XV1600)	マフラスター	VP12J-000008～000967
【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)	気化器の点検	SA06J-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	G03J-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

奥田民生プロデュースのPassol インターネットで限定販売!

ヤマハは、ミュージシャンの奥田民生さんとファッション誌「BOON」のコラボレーション企画で販売されるスペシャルPassolの製作に協力。そのPassolが6月24日より1ヵ月間、boon.webにて50台限定で販売されています。これは、バイクや車が好きで、ジョグ90を10年間乗り続け、現在はシグナスXユーザーである奥田さんのソロデビュー10周年を記念した企画で、Passolの静かさ、エコへの取り組みに感動した本人の希望で製作が決定。車体には電気イメージが一目でわかる乾電池がデザインされ、操作音は奥田さんオリジナルものが採用されています。価格はオリジナルTシャツ×2、ヘルメット、シリアルナンバー入りのキーがセットになって360,000円(税込)です。スペシャルカラーのPassolで走れば、街中の注目を集めることまちがいなし。ぜひお客さまにもご紹介ください。



Passolの操作音を「本人の声(止まっています):天使のささやき」「キター音:天使のわななき」「セスナの音:天使の羽ばたき」に変更されている

最高のインストラクターとともに サーキットランを学び、楽しもう!

ヤマハでは、サーキット走行を始めるきっかけとして、また多くの方にモータースポーツを楽しんでいただくため、「ヤマハYZFサーキットラン」を開催しています。

このスクールは、未経験者/初心者を対象とした「ファーストステップ」と、中・上級者向けの「セカンドステップ」を用意。平忠彦、難波恭司、藤原儀彦ら豪華インストラクター陣が指導にあたり、誰もがスーパースポーツならではのスピード感、コーナリングにおけるリズム感などを学びながら、モータースポーツの醍醐味を本格サーキットで満喫することができます。

6月20日、十勝インターナショナルスピードウェイで行なった第1回のスクールには約60人が参加。最初は緊張でこわばっていた走行も、時間が経つに連れて果敢な走りを披露。「自分がGPライダーになったような気分になれる興奮したし、本当に楽しかった」というようにみなが大満足の様子で、充実した一日を過ごしていました。



平さんが参加ライダーにグリップの握り方などを直接指導。参加者たちは新発見の連続だったようだ



ライン取り、アクセルワーク、ブレーキングなどプロのテクニックを実際に体験できるタンデム走行は大人気

トリッカーが二輪車安全運転大会に登場 操縦性、安定性などを大きくアピール

沖縄県運転免許試験場にて二輪車安全運転沖縄大会が開催され、トリッカーユーザーの玉木紀之さんと上運天秀樹さんが一般Aクラス(400cc以下)で1・2位を獲得しました。

大会への出場を決めるにあたり「トータルバランスに優れ、乗りやすいので上位を狙うならこれしかない」とトリッカーでの参加理由を語るお二人。それに対して玉木さんと上運天さんが日頃通っている沖縄ヤマハの許田社長は「腕自慢のライダーが多数参加するので、上位入賞は難しいと思っていましたが、優勝してしまい本当に驚いています。またトリッカーの運動性を証明してもらえたことも嬉しいですね。これからもいろいろなイベントにトリッカーを活用し、この実力と楽しさをお客さまに紹介していきたい」とトリッカーの販売に意欲をみせていました。

なお優勝した玉木さんは、7/31、8/1に鈴鹿サーキットで行なわれる全国大会に出場します。

「トリッカーはどのセクションもこなしやすかったが、曲がりくねったコースを低速で通過するブロックスネークが一番。全国大会ではトリッカーを使えないが上位入賞を狙います」と玉木さん



なお、今後の開催日程は下記のとおりとなっていますので、ぜひ多く

の方にご案内ください。参加費などの詳細は、ヤマハホームページ内の「EVENT WORLD」にてご確認ください。

開催日	会場
7月15日(木)	TIサーキット英田(岡山県)
7月24日(土)	MINEサーキット(山口県)
8月 5日(木)	スポーツランドSUGO(宮城県)
8月19日(木)	筑波サーキット(茨城県)
9月 8日(水)	鈴鹿サーキット東コース(三重県)

「EVENT WORLD」URL : <http://www.yamaha-motor.jp/mc/event/>

二十年前の、転換期。

1980年代初頭、ソフトバイクの需要がますます広がる中で、スポーツバイク市場も大きな変化を遂げようとしていた。「最後の2サイクルスポーツ」として導入したRZ250/350によって再び2サイクル市場に火がついたのと同時に、4サイクルスポーツの世界でもXJ750Eをはじめとする高性能ビッグバイクの相次ぐ登場によって、スポーツバイク市場は総需要の20%を占めるまでになっていた。

需要の高まりと同時に、いくつかの問題もクローズアップされた。70年から減少を続けていた交通事故の死亡者数が10年ぶりに増加に転じ、中でも自動二輪による死亡事故の増加は大きな問題として取り上げられた。自動二輪免許試験の実技強化や教習時間の延長が決定された背景には、高性能化する二輪車と乗り手の拡大というギャップがあったのだ。

さらに、「スポーツバイクの市民権」という言葉が叫ばれたのもこの頃からだ。逆を言えば、女性層の拡大によって市民生活の中に溶け込んだソフトバイクに対し、スポーツバイクはまだ大人の趣味と呼ぶには現実とかけ離れた存在だ。

そのような時代のターニングポイントの中で、販売店さんも敏感に空気の変化を感じとっていた。お客さまの広がり、そのままショップに対する要望へと結びつき、たとえば技術サービスや接客の質、用品や部品の拡充、さらには高額商品を扱うに相応しい店舗、そしてお客さまのモーターサイクルライフに対するアドバイスや提案性など、それまでやり過ぎられてきたさまざまな問題が一気に顕在化してきたのだ。新しい時代の、新しいビジネス。それをパッケージ



化する必要に迫られたのだ。81年3月——。全国からそうした危機感を持つ販売店さんがスポーツランドSUGOに集まり、「第1回YSPミーティング」が開催された。参加した260店の販売店さんの前でヤマハは新しいスタイルの販売店政策YSPを発表し、同時にモデル店舗を紹介した。清潔感溢れる白い外装に覆われたモデル店舗を見て、ある販売店さんは「変わらなければいけない」と実感したと話し、また別の販売店さんは「競争相手はもはや同業者ではなくなった」とつぶやいた。

ヤマハは、80年代、そして90年代に求められる販売店さんの姿を「クオリティ・ショップ」という言葉にまとめ、具体的には、①お客さまや地域交通社会に対して指導性を発揮できるお店、②技術サービスに不可欠要素として取り組めるお店、③客層の変化に対応してサービス/レジャー業の認識を持てるお店、④ハード/ソフトの両面からスポーツバイクを演出できるお店——であることが不可欠であると理解を求めた。

結果、いち早く新時代のスポーツバイクショップを具現化したYSPは、その後間もなく訪れるスポーツバイクブームに先んじ、なおかつYESを機軸としたさまざまな需要創造活動でも中心的な役割を果たすことになった。

発足から20周年を迎えたYSPには、いま再び変化の時期が訪れている。そして20年前と同じように、いま再び新しい時代の、新しいビジネスが始まるうとして

(つづく)

エバーツが2戦連続で総合優勝！ ランキングでも独走体制を確立

全16戦で争われるモトクロス世界選手権、そのシーズン後半戦第1ラウンドとなる第8戦フランスGPで、S・エバーツが見事なレースをみせました。

第1ヒート、前半はJ・コピンズがトップに立ち、これにエバーツが続く展開となります。しかし7周目、エバーツが膠着状態を打ち破りコピンズをとらえると一気に抜き去って優勝。さらに第2ヒートではエバーツが快心のホールショットで、M・ピジョン、Y・デマリア、コピンズらを引き連れてトップを快走。その後もエバーツはほぼ完璧なレース運びを見せ、第1ヒートに続いて優勝を獲得。今季2度目となるパーフェクトウインを達成しました。

さらに6月13日の第9戦イタリアGPでも、2位/1位で2戦連続となる総合優勝を果たしたエバーツは、ランキング2位のコピンズに102ポイント差で首位をガッチリキープしています。



「シーズン序盤に比べて調子もかなり良くなっている。シーズン後半に入るが、自信をもって良い状態で迎えることができそうだ」と話すエバーツの今後に期待が持てる ※写真はドイツGP

ロッシ連続でランキングトップ目前！ メランドリは初の表彰台を獲得

第3戦フランス大会でC・チュカの2位表彰台に続き、第4戦では、V・ロッシが母国イタリアで開幕戦以来の優勝。さらに6月13日の第5戦カタルニアGPも、ヤマハファンにとって見ごたえのあるレースとなりました。

そのレース序盤は、ランキングトップのS・ジベルナウとロッシが白熱したマッチレースを展開。スタートで先行したロッシを3周目にジベルナウがパス。するとロッシは13周目までジベルナウのテールにぴったりとマシンをつけ追走し14周目でトップを奪回。その後は「ある場所ではセテが速いが、他のところへ来ると彼がスピンしたりスライด์したりするのでは僕がまた前へ出る」とロッシが振り返るように、終盤まで抜きつ抜かれつを繰り返し、



ロッシによって達成されたヤマハによる最高峰クラスでの連勝は、2000年のG・マッコイ以来となる

ラスト2周で再び首位を奪取したロッシが、コンマ2秒の差でジベルナウを押さえ、今季3勝目となるチェッカーを受けました。またメランドリはM・ピアッジとのバトルを制しMotoGP初となる3位表彰台を獲得。チュカも予選12番手からのジャンプアップで4位入賞を果たし、YZR-M1とヤマハライダーがポテンシャルの高さを見せつけました。



メランドリ「素晴らしい一日。一年半もこの瞬間を待ち望んできた。チーム、ヤマハ、ミシュランのおかげで僕がこうしてひとつの目標を達成することができた」

世界に負けない走りを披露！ JMXでもヤマハの3人が表彰台を獲得

エバーツやリードが世界で輝かしい成績を上げるなか、6月6日に開催された全日本モトクロス選手権第5戦でもヤマハライダー3人が表彰台に上がる活躍を見せました。

ヒート1では、ジュビロレーシングチームの小池田猛が3位に入り、今季3度目となる表彰台を獲得。さらに圧巻だったのがヒート2の釘村太一。剥離骨折した足をものともせずホールショットを奪うと、その後成田にトップを許すも、小池田、大河原功次とともに緊迫したバトルを展開します。その後、さすがにペースの落ちた釘村は4番手に後退しますが、ラスト2周で小池田が転倒リタイヤ。トップの成田に続き、大河原、釘村が順位を守って2、3位に入り、それぞれ今シーズン



ヒート1で転倒し怪我の状態が悪化していた釘村だったが、「最後には足の感覚がなかった」という状態ながらも走り抜き、価値ある3位表彰台を獲得した



初となる表彰台を獲得しました。これにより、シリーズランキングも小池田が3位、大河原が4位に上げました。今後のヤマハライダーの活躍にご期待ください。

今シーズンは大きな崩れもなく順調にポイントゲットする大河原。どこまでランキングを上げられるかに注目

2004年8耐カウントダウンスタート 中富&吉川ペアで総合優勝を狙う！

いよいよ間近に迫った「鈴鹿8時間耐久ロードレース選手権」。今年の主要ヤマハ3チームは下記の体制で優勝をめざします。

昨年JSB1000クラス優勝/総合2位となった「YSP Racing Team sponsored by PRESTO Corporation」は、中富伸一/吉川和多留が昨年の雪辱を胸に04YZF-R1でJSB1000クラスにエントリーし、総合優勝を狙います。そして、昨年ラスト30分、4番手走行中に転倒リタイアとなった「TEAM茶屋」は、藤原儀彦と大崎誠之が初のペアを組み、スーパーバイククラスで参戦。「Club YAMAHA MOTORCYCLE RACING」は、奥村慶司とオーストラリアを中心に活躍するダニエル・スタファーがJSB1000クラスに出場します。

また、海外チームとして、現在世界耐久選手権でランキング首位のフランスのチーム「GMT94」、英国を拠点とする「Phase One Endurance」、オーストラリアの「Yamaha Austria Racing Team」の3チームがそれぞれYZF-R1を駆り出場します。

決戦は7月23、24、25日(決勝)。8時間という過酷な戦いに挑むライダーたちに熱いエールをお願いします。



5月30日に行なわれた8耐前哨戦の鈴鹿300kmでは、吉川と約1年ぶりにコンビを組み総合5位(JSBクラス2位)を獲得している

2004シリーズランキング

MotoGP (第5戦終了時)		WSS (第6戦終了時)		MX2 (第9戦終了時)		AMA NX 125 (第4戦終了時)		JRR GP250 (第4戦終了時)		JMX 125 (第5戦終了時)	
1 S・ジベルナウ	Honda 106	1 K・ムゲリッチ	Honda 107	1 B・タウンレイ	KTM 352	1 J・スチュワート	Kawasaki 200	1 高橋 裕紀	Honda 57	1 中村 友則	Kawasaki 202
2 V・ロッシ	Yamaha 101	2 J・ファンデン・ブルベルグ	Yamaha 92	2 S・スウオード	Kawasaki 306	2 M・ブラウン	Yamaha 147	2 亀谷 長純	Honda 47	2 福留 善秀	Suzuki 192
3 M・ピアッジ	Honda 80	3 B・パークス	Honda 69	3 T・ラットレイ	KTM 291	3 B・ヘブラー	Suzuki 133	3 青山 周平	Honda 45	3 出原 忍	Yamaha 169
4 C・チュカ	Yamaha 49	4 K・カーテン	Yamaha 58	4 A・マクファーレン	Yamaha 260	4 N・ラムゼイ	Honda 100	4 芹沢 直樹	Honda 37	4 芹沢 直樹	Honda 165
5 A・パロス	Honda 48	5 F・フォレット	Yamaha 55	5 A・カイローリ	Yamaha 221	5 I・タデスコ	Kawasaki 90	5 中須賀 克行	Yamaha 31	5 北居 良樹	Suzuki 157
6 C・エドワーズ	Honda 44	6 L・ランジー	Ducati 50			6 R・ヒュージス	KTM 87	6 雨宮 浩二	Yamaha 25	6 深谷 広一	Honda 141
GP250 (第5戦終了時)		MX1 (第9戦終了時)		AMA NX 250 (第4戦終了時)		JRR JSB1000 (第4戦終了時)		JMX 250 (第5戦終了時)		JT IAスーパー (第4戦終了時)	
1 R・ド・ビュニエ	Aprilia 98	1 S・エバーツ	Yamaha 403	1 R・カーマイケル	Honda 200	1 山口 展也	Honda 65	1 成田 亮	Honda 247	1 黒山 健一	Beta 77
2 D・ベドロサ	Honda 90	2 J・コピンズ	Honda 301	2 C・リード	Yamaha 168	2 井筒 仁康	Honda 63	2 田中 教世	Kawasaki 180	2 田中 太一	Gasgas 63
3 S・ホルト	Aprilia 63	3 M・ピジョン	Honda 294	3 K・ウインダム	Honda 158	3 中富 伸一	Yamaha 43	3 小池田 猛	Yamaha 163	3 小川 友幸	Honda 62
4 F・ニエト	Aprilia 56	4 C・メロッチ	Yamaha 291	4 D・ビーラマン	Yamaha 131	4 柳川 明	Kawasaki 43	4 大河原 功次	Yamaha 150	4 渋谷 勲	Yamaha 58
5 T・リアス	Honda 54	5 S・ラモン	KTM 281	5 M・バイレン	Kawasaki 106	5 渡辺 篤	Suzuki 39	5 勝谷 武史	Honda 147	5 成田 匠	Yamaha 41
6 R・ロルフ	Honda 41	6 K・ストライボス	Suzuki 219	6 H・ヴォス	Yamaha 96	6 小西 良輝	Honda 36	6 増田 一将	Suzuki 138	6 小川 毅士	Honda 39

YSP 20周年を機に再スタート 学生客中心に新規開拓狙う

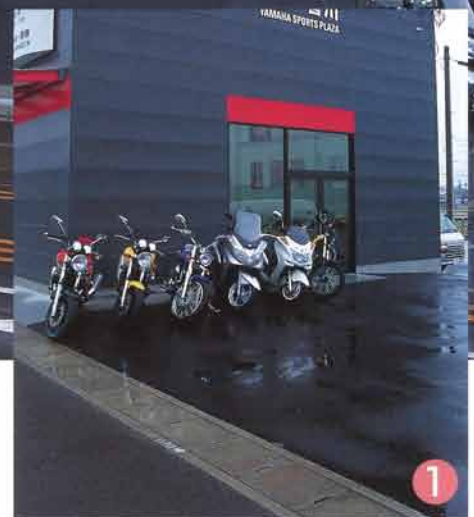
バイクショップ
百景
全国販売店見聞録

33年にわたり高松市中心部で営業を続けてきたYSP香川は、この4月に郊外へ移転。県内唯一のヤマハ専門店で相応しい店舗と豊富な商品群を揃え、新しい商圈で再スタートした。高松大学の学生をターゲットに、カスタムコンプリート車を使った「チョイスプラン」を実施し、モトクロス経験を生かしてトリッカー販売強化を狙うというその真意は…

店舗は周辺に建物がないうえに、それ自体で大きな存在感を持っているが、より効果的にアピールできるよう、道路沿いに約27m(駐車場などを合わせ40m)の幅広い構造に仕上げた



サービスファクトリーの前にも広いスペースをとり、修理車両の保管場所としているが、バイクの駐車場、展示スペースなど、フレキシブルに活用できる



旧店舗にはなかったクルマ4台分とバイク数台をおける駐車スペースを確保

YSP香川

湯浅将司 代表 / 湯浅強司 代表
香川県高松市春日町397-1

Profile

略歴 1971年、高松市にヤマハ中心の併売店「スポーツショップユアサ」を創設。その後、84年のYSP発足に合わせてYSP香川となり、地域密着を基本にスクーターからスポーツまで幅広い販売を手掛けるようになる。そして今年4月、老朽化した店舗の改善と商圈の拡大に有利な立地条件を求めて市の中心部を離れ、郊外への移転リニューアルを行ない、新規顧客の創造をはかる。

立地 高松市中心部とそのベッドタウンである市東部の屋島、さぬき市を結ぶ生活幹線・室町志度線沿いに店舗を構える。また店舗のある春日町は、将来的には住宅地の建設が予定されているため新規顧客獲得に有利。また近くには高松大学があり、客層の広がりも

期待される。

店舗 敷地面積約170坪。ショールーム、事務スペース(約70坪)とサービス工場(10坪)からなる店舗は、道路に対して間口を広く通り通行中の二輪・四輪車へのアピールは抜群。またオープンスペースが店舗の左右にあり、二輪・四輪の駐車場と修理車の保管場所として利用している。

商圈・客層 以前の商圈は高松の市街地を中心としていたが、移転リニューアルにより、市東部の屋島、さぬき市あたりまでを含む半径5kmまで拡大。客層の中心はまだリニューアル後間もないため旧店舗の時と同様、20代の社会人男性が中心となるが、移転後は年齢層が幅広くとなると同時に、今まで少なかった学生、



ファミリーなどの来店も増えているという。

スタッフ 左から湯浅強司代表(兄・30歳)、湯浅将司代表(弟・28歳)、そして(株)高木兄弟商会の新名宏至さん。強司さんと将司さんが営業、サービス、店舗運営まですべてをこなしYSP香川を引っ張る。

発展性を見越して移転 地域密着から拡大路線へ

「私と兄の強司が両親からお店を引き継いだのは4年前。市内でも生活人口が密集した場所にあったので、昔ながらの固定客も多く、地域密着型の販売を続けてきました。しかし、二輪需要が徐々に減少しているなかで、旧態依然のスタイル、固着したエリアにしがみついたの商売に不安を感じ、これからは私たちがYSP香川を育て、市・県レベルのシヨップにしていこうと目標を定めたわけです」

しかし、旧YSP香川のイメージは昔ながらの「街のバイク屋さん」。新生YSP、香川県唯一のヤマハ専門店として生まれ変わり、ビジネスの拡大をはかるには、老朽化した店舗と、袋小路で視認性、集客力に乏しい立地が大きな障害となる。そこで兄弟で話し合った結果、今までのイメージをリセットするため、ゼロからスタートすることが最良の方法という結論に達し、思いきって移転リニューアルに踏み



3

切ったのだ。

「最初は市の中心部で別の場所も考えましたが、店舗設計の自由が制限されるし、飽和した市場のなかでは競合店と既存のお客さまの奪い合いになる可能性が高い。それならば時間はかかっても、新規顧客の獲得を積極的に行なえる郊外へ出ようと思いました」

そして今年の4月、33年にわたり営業してきた高松市中心部から1.5kmほど離れた郊外への移転リニューアルを行なった。移転先は、高松市とそのベッドタウンである屋島やさぬき市などの往来に使われる室町志度線沿いを選択。高松市から香川県東部全域にかけて集客できる好立地だ。

また、新店舗の地区は、宅地整備が計画されており、順調に宅地化が進んで店舗の周辺に生活人口が増えれば、5年、10年先まで新規顧客の獲得に大きなメリットになると期待できる。



ニューモデルやキャンペーンなどのポスターをきれいにディスプレイできるように、カーテンレールを壁に設置し、ワイヤーを使う工夫がされている

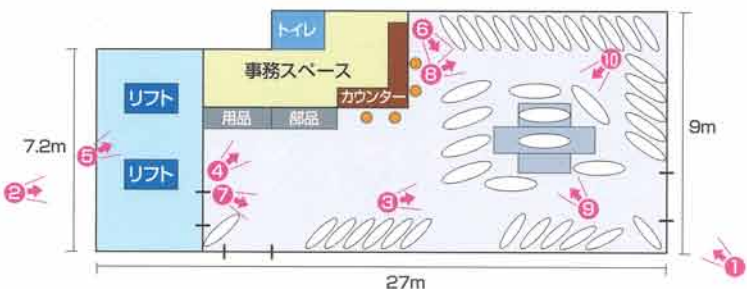
部品・用品は内容を充実。気軽に見てもらえるようにエントランスを入って正面に設置している

4

カスタムとトリッカーを使い 学生の獲得へチャレンジ

移転先を現在の場所に決めたもう一つの理由は、近くに高松大学があること。旧店舗から1.5kmしか離れていないとはいえ、市の中心部から比較すると極端に生活人口は少なく、新しい商圏でお客さまを掴むのは時間を要する。そこで大学生の存在が大きな助けになるのだ。

「うちのオリジナルメニューで『チョイスプラン』というものがあります。これはマジエスティ、T.W.に関して新車のカスタムコンプリート車を用意し、シート、ハンドル、マフラーなど好みによっていくつかパーツを選択できるというものです。コンプリートモデルはカスタムがとにかく欲しいという人には有効ですが、逆に個性に欠けるといふ意見もあります。特にファッションを楽しむ学生にとってはこの傾向が強い。しかしこのプラン



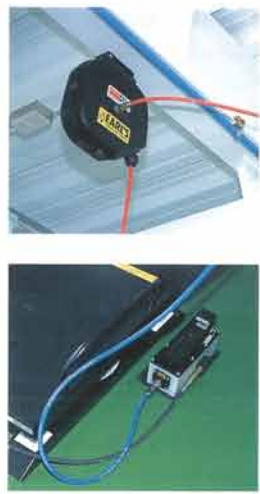
なら人とちよつと違うことができるのに加え、選ぶ楽しさもあるのが大学生には大きな武器になると思っています」

またYSP香川の場合、市場としてマジエスティカスタムの受け入れが遅かったぶん、多くの情報を蓄積し、人気傾向を分析。カスタムする箇所やチョイスで



5

サービスファクトリーは独立して広くなっただけでなく、エアコンプレッサーなどで機能性も充実している。今後はチェーンブロックの導入も予定しており、ヤマハ専門店に相応しい内容のサービスに磨きをかけて



「流行やファッション、新しい遊びに敏感な学生にぴったりのことで、トリッカーでもいろいろとチャレンジしてみようと思っています。コンプリートモデルをつくり、ストリート系とオフロード系の『チョイスプラン』を用意する。でもこれだけでなくいろいろイベントをくっつけてあげ

るんです」

YSP香川ではモトクロスチーム「BLUE WING」を運営しており、将司さん、強司さん



鉄骨の造形を生かしたロフト風のショールーム。商品のカラーをきちんと表現するため、内装は白で統一

6



8



9

「中央はどこからでも視界に入るゴールデンスペース」ということで、普通はショールームの壁沿いに設置されることが多いステージを中央で使用し、フラッグシップモデルXJR1300をディスプレイしている



7

「店内に入りにくいという方にもとにかくバイクを見ていただきたいので、外からでも店内がよく見えるように大きなウィンドウを採用しました。今後はオープンスペースをうまく生かす展示も考えていきたいですね」

YSP香川の店舗は、一階建てであるにもかかわらず非常に天井が高いのが特長。これは店内の開放感を高める目的のほかに、実はもう一つ秘密が隠されている。

「将来自分たちが描く通りに販売を拡大することができれば、展示台数を増やしたいとか、お客さまに充分なつろぎスペースを提供したいなど、ショールームへの要求も自然と高くなっていくはず。そうなったとき二階建設が可能のように設計段階で天井(約7m)を高くしました。自分たちにとっては二階を作るという明確な目標ができて励みになるし、お客さまにも期待を持っていただけるので一石二鳥です」



地方選手権に出場するほどの腕前。「林道ツーリングやアクション講習、モトクロコースに連れて行ってあげるなど、なんでもいいと思います。自分の好みでカスタムしたバイクでの遊び方、そして遊べる環境を作ってあげること、バイク遊びにはまってくれれば、オフロード、もしくはストリートカスタムという需要が生まれ、もしくはきつかけになる。しかしまだ移動したばかりで大学とのつながりもないし、コンプリートモデルの制作など、まだまだやることは山積み。今からが正念場ですね」

YSP香川はいろいろな可能性を秘めた立地と、広いショールーム、充実した機能を持つサービスマンなど、ヤマハ専門店の名に恥じない店舗を作り上げた。そしてこの可能性を実現するために知恵を絞って、市場に新しいニーズを作り上げようとしている。これらが実を結んだ時、本当の意味で新生YSP香川のスタイルが完成するはずだ。

