

ヤマハニュース

Yamaha News 9

2004 SEP. NO.492

Monthly Tops

DragStar1100

2004インターモト出展モデル など



MC Front Line
アナザービューポイント

テクノロジーの系譜
空冷並列4気筒エンジン

Hearty Business

Model Gallery HIKO7 ミニカー専門店

バイクショップ百景

YSP福岡東

★：今回の新しい特長
○：従来の主な特長

スポーティな走りのDS11 ニューカラーで再登場!

ヤマハ・アメリカンクルーザーのフラッグシップ「ドラッグスター1100」が、騒音規制をクリアし、イモビライザー標準装備。さらにカラーリングも一新して登場です。

ヤマハスポーツ DragStar1100

メーカー希望小売価格(本体価格)
ブラック：¥901,950 (¥859,000)
ガンメタ：¥891,450 (¥849,000)

9月30日 新発売

ブラックメタリックX
(ブラック)



★個性的な2つのニューカラー

- ・深みのある「ブラックメタリックX」は、エンジンやフロントフォークアウター、フレームまでマットブラック仕上げとしてワイルド感を強調。
- ・「ダークブルーイッシュグレーメタリック8」は、高級感のあるグレーにフレアパターンを施し、カスタム感を演出。
- ★クッション厚を高め、ツーリング時の快適さを向上させたUSモデルと共通のシート
- ★立体目盛りの新作メーターパネル
- ★騒音規制をクリアした新設計マフラー
 - メキシシリンダー、浸炭コンロッド、鍛造ピストンなどを織り込んだ空冷・SOHC・Vツインエンジン
 - ドラッグスターシリーズ独特のロー&ロングスタイル
 - 排出ガス浄化に貢献するエアインダクションシステム



ダークブルーイッシュグレーメタリック8
(ガンメタ)

※メーカー希望小売価格には、保険料、税金(消費税を除く)、登録に伴う諸費用は含まれていません。
※メーカー希望小売価格には消費税が含まれています。

Monthly Tops UTILITY GOODS

レジャーに、業務に用途いろいろ 折り畳み式マルチキャリア新発売

「リッキー」は、どこにでも持っていきける軽量・コンパクトな折り畳み式で、組み立ても簡単にできる手軽なリアカーです。人力での運搬はもちろん、自転車に取り付けて牽引も可能な2WAYタイプ。現代ふうのおしゃれなデザインなので、レジャーから業務、アウトドアから都市部まで、自由な発想でご活用いただけます。



マルチリアキャリア 「リッキー」

メーカー希望小売価格：
¥29,295 (本体価格 ¥27,900)
フレームカラー/パーツNO.：
ブラック/ QQ1-YSK-002-001
シルバー/ QQ1-YSK-002-002
本体サイズ (mm)：
前後長680×左右幅730×高さ470
荷室サイズ (mm)：
前後長637×左右幅425×高さ230
本体重量：14kg (タイヤ含む)
最大積載重量：35kg

特長：

- ・コンパクトな折り畳み式で持ち運びに便利
- ・ハンドル部を付け替えて、自転車牽引と人力牽引の使い分けが可能
- ・自転車への取付けは工具不要
- ・走行時のショックを和らげ、自転車の軌跡をスムーズにトレースする「マルチスプリングジョイント」採用
- ・小さな荷物の落下を防ぐ荷室用インナーカバー付き

自転車の種類や構造によって取付不可能な場合もあります。必ず適合表をご確認ください



自転車にリッキーを取り付けたまま、歩道や自転車専用道路を走行することはできません

2人の道がもっと楽しくなる! 快適コミュニケーションツール新登場

骨伝導タンデムトーキング「道楽フォン」は、バイクのタンデム走行をいっそう快適にサポートするコミュニケーションツール。ライダーとパッセンジャーがそれぞれイヤホンマイクを片耳に装着するだけで、走りながら会話を楽しめます。



骨伝導タンデムトーキング 「道楽フォン」

近日発売予定

パーツNO.：QQ1-YSK-001-058
メーカー希望小売価格：¥18,900 (本体価格 ¥18,000)
本体サイズ (mm)：横64×縦100×厚さ27
本体重量：100g (電池を除く)

特長：

- ・イヤホンマイクを片耳に差すだけの簡単装着
- ・ライダーとパッセンジャーの会話専用
- ・通話は相互自動切替式で、ライダーの音声優先
- ・パッセンジャーの割り込み通話は手元ボタンでOK

第4回「インターモト」出展モデル

9月15日からドイツのミュンヘンで開催される第4回「インターモト」に、ヤマハモーターヨーロッパN.V.は、「鼓動感」をテーマに新開発したトルクスports「MT-01」や600ccスーパースports「YZF-R6」などの2005年モデルを出展します。

Monthly Tops
SHOW
MODELS

ペリダークバイオレットメタリック1



圧倒的な鼓動感とトルクを誇る “ソウルビートVツインスポーツ”

MT-01

シルバー3

- ★ 吸排気系、クランク周りを新設計したエンジン
- ・Road Star Warriorの1670cm³・空冷・OHV・V型2気筒エンジンをベースに、吸排気系やクランク周辺を徹底的に見直し、圧倒的なトルクと卓越した加速特性を実現。
- ★ フェエルインジェクション、2気筒初のEXUP採用
- ・エンジン本体の見直しに加え、優れたドライバビリティに貢献するフェエルインジェクション、トルク特性の向上に寄与する2気筒連結型EXUPを採用している。
- ★ 排気性能と個性的な外観を両立させるチタン製アップマフラー（樹脂カバラー装備）
- ★ EU2規制をクリアする優れた環境性能
- ・排気系にホットチューブとメタルハニカム触媒を採用。
- ★ 新設計アルミダイキャストフレーム
- ・ヤマハ独自のCFアルミダイキャスト技術により、優れた強度・剛性バランスとビッグVツインエンジンの存在感を強調する美しい形状のフレームを実現。
- ★ 高剛性・高バランスなアルミ製金型鑄造・二分割溶接構造リアアーム
- ★ 新設計4本スポークキャストホイール&ラジアルタイヤ
- ★ 制動力、コントロール性に優れたフロントブレーキ
- ・ラジアルポンプ付きマスターシリンダーとラジアルマウントキャリパーを組み合わせ、安定したコントロール性、制動力を発揮する。



サーキット性能もいちだんと向上 最強の600ccスーパースports

ブラックメタリックX

YZF-R6

- ★ ピークパワー、全域トルク特性の向上
- ・スロットルボディ径拡大、エアファンネル形状変更など吸気系の見直しにより、高回転域でのパワーとレスポンス、全域にわたるトルク特性改善をはかっている。
- ・エンジン性能アップに合わせて安定性、信頼性を確保するため、ツインリング型ラジエーターファン採用、燃焼室壁面加工を行なった。
- ★ サーキット性能を高める車体、足まわりの強化
- ・デルタボックスIIIフレームの剛性バランスの見直し。



ビビッドレッドカクテル1



ディーパーブリッシュブルーメタリックC

- ・各アジャスター機能搭載のインナーチューブ径41mm倒立フロントフォーク採用と、ディメンション変更。
- ・フロントフォーク変更に伴うリアサスペンション設定の最適化。
- ・フロント70扁平ラジアルタイヤ採用。
- ★ 制動力、コントロール性に優れた新設計フロントブレーキ
- ・ラジアルポンプ付きマスターシリンダー、ラジアルマウントキャリパー、大径ディスクローターを組み合わせ、卓越したブレーキ性能を実現。

2005ニューカラーで登場

YZF-R1

- ★ 新色のシルバー、新グラフィックのブルー
- 人気のレッドは継続設定



ブルーイッシュシルバー4

ABS装備モデルもラインナップ TDM900A/TDM900

- ★ ツーリング愛好者の要望に応えたABS(TDM900A)
- ・雨天など滑りやすい路面状況でも安定した制動力を発揮するアンチロックブレーキシステム(ABS)を装備し、ツーリング性能を高めた。
- ★ スタンダード、ABSモデル共通の3色設定



イエローイッシュ
グレーメタリック9



ディーパーブリッシュブルーメタリックC



ディープレッドメタリックK



シルバー3



ダークグレーメタリックB

アナザービューポイント

外の視点で見たバイクショップ



バイクというモノを商うだけでなく、そのメンテナンスや修理、さらには遊びの提供など、バイクショップのビジネスエリアは幅広い。商品を扱う知識、技術に高い専門性が求められる一方、それだけに頼っていてもお客さまの心をつかむことはできない。よりニーズにフィットするサービス、満足度を高める付加価値とは何か？ “業界の常識”にとらわれず、外からの視点でバイクショップを見て気付いたこと、課題解決のためのヒントを、実際に他業界を経験してきた二輪販売店の方たちにインタビューした。



「引き取りに行って帰って、直して届けに行く」と2往復。しかし現場で直せば1往復で済む」と横見瀬社長。「スクーター110番」はスタッフの手間と時間の効率化にも役立つ

「バイクCity」を興したのは6年前。二輪市場に強い逆風が吹きはじめたなかで、原付中古車専門店からのスタートだった。にもかかわらず、5年で国内3メーカーの正規取引店へとステップアップ。今や倉敷市屈指の販売力を誇る有力店にまで押し上げた手腕はみごとだ。

「自分の原点は四輪ディーラーのセールスマン。そのノウハウを生かすことができ、しかも新鮮で挑戦しがいのある分野……と考えると、バ

顧客心理を情報システムに反映し “健全なビジネス” 確立をめざす

バイクCity／横見瀬展男 社長（岡山県倉敷市）

MC
FRONT
LINE

イクシヨップを選んだんです。多くのバイクショップは、まだ店とお客さまの関係があまりで不透明。例えば価格や料金の設定、お金の受渡し、納車・納品の期日など、お客さまの立場で見てもわからないことがたくさんある。そういう部分をできる限りクリアにして、バイクショップを健全なビジネスに変えていけば、二輪需要はもっと伸びると思えます」

クルマとバイク。どちらもエンジンのついた乗り物であり、特に移動・運搬の道具として実用性が重視される原付は、お客さまの使い方や感覚がクルマに近い。創業当初、横見瀬社長が商品を原付に絞ったのは、この共通点に着目したからだ。

「営業の基本はお客さまの気持ちになって考えること。私はつねにクルマを実用品と考えてお客さまと接し、月35台の販売実績を重ねてきました。しかし、スポーツバイクは趣味の商品。私には、どうもそういう考え方、感覚がつかめず、手を出しにくかったんです(笑)」

原付の、しかも中古車専門でスタートしたのは、メーカーとの販売契約を結ぶのに実績が必要だったこともあるが、限られた資金を有効に使い、できるだけ多くの在庫を確保したかったからだ。しだいに新車が中心となり、スポーツバイクも扱いはじめた今もそのスタンスは変わらない。

「販売店の基本は、まず売ること。それには目の前に豊富な商品がそろっていることが大きな武器になります。在庫を増やせば当然リスクも負いますが、それを恐れては販売にならない。売るために最大限の努力を払う。そこがビジネスのおもしろさなんです」

では売るために何をすべきか。ここに、横見瀬社長ならではのノウハウがぎゅっと凝縮されている。ポイントのひとつは、大量在庫のメリットを徹底に生かすこと。店舗は、大量在庫を前提として作った四十瀬店(本店)のほか、新車やスポーツ車のショールーム機能と重視した笹沖店があり、店頭にズラリと並

んでいる商品はどれも、午後2時までに契約が終われば即日、それ以降なら翌日納車が可能だ。

また大量のバイクを1台ずつ見て歩く労力を省くため、新車、中古車、パーツ1個にいたるまで全商品が一望できるようパソコンでリアルタイムに管理され、希望する商品を選べば、画面を見ながらオプションパーツ、税金、保険、登録などの諸経費まで詳細な購入シミュレーションもできる。

それは店内での商談をスピーディに、スムーズに行なえるようサポートするばかりでない。インターネットバーチャルショップ(<http://homepages3.nifty.com/action/index.htm>)とも完全連動しており、お客さまは自宅にいながら店頭と同じ商品ライン

品名	在庫数	価格	備考
軽自動車	12500	22000	40000
軽自動車	10	10	10
軽自動車	17940	19350	-
軽自動車	110430	113410	119970
軽自動車	113240	117380	-
軽自動車	115170	121190	-
軽自動車	118230	124810	-
軽自動車	-	-	11700
軽自動車	-	-	16300
軽自動車	-	-	15000

ナップを見て、商談し、契約、決済、配送依頼まですべて完結できる。わからないことは、画面を開いたまま電話すれば、スタッフが丁寧にフォローしてくれる。

とはいえ、「一度背を向けたお客さまの足を止め、契約まで持ち込む接客の過程が一番楽しい」と話す横見瀬社長。営業のベースはあくまで店頭で置き、横見瀬社長と同じ四輪ディーラー経験があり、優れた営業能力とサービス技術を備えたスタッフばかりをそ

ろえて来店客に対応している。「ただ、インターネット販売を併用することで、商談の時間や手間を省き、人件費やその他固定費の節約につながる。その分をお客さま



在庫管理から販売、顧客管理、アフターサービスまで、ひとつの情報データを多目的に運動させる独自設計のシステムが、少数精鋭スタッフの「バイクCity」を支える

まに低価格な商品を提供することで還元すれば、無理な乱売をしなくてもいいんです」さて、バイクシティで販売したバイクは、電子カルテのような顧客データベースに記録され、その車種に合ったタイヤやバッテリー、プラグなど消耗部品が1台の例外もなく自動的に在庫される。お客さまのトラブルに対

して即対応するための準備だ。「四十瀬店には認証工場も備えています。路上でバンクしたとか、急にエンジンが止まったとか、トラブルは時や場所を選びません。それに対して、販売店はどう対処するのでしょうか? 親切なお店は引き上げてきてくれますが、すぐに駆けつけて、その場で直してくれるレスキューがあれば、お客さまはもっとうれしんじゃないですか? だから私は「スクーター110番」を作ったんです」

ワンボックスの軽自動車を改造して作ったこのレスキューカーは、タイヤやチェーン交換、キー修理&スペアキー製作、エンジン点火系修理、マフラー交換など、発生頻度の高いトラブルにその場で対応できる工具、機器、設備を装備。お客さまから電話があれば、その顧客データを検索して必要な在庫パーツを積み込み、すぐさま急行する。

「無償で中途半端なサービスをするより、お金をいただいできちんとしたサービスを提供する。それが本当のアフターサービスだと思いますよ」この販売からアフターサービスまで一貫したデータ管理システム、レスキューカーは、すべて横見瀬社長が自分の手でプログラムし、製作したものだ。それだけではない。同店のTVコマercialも社長の手作り。

「地方局だから、放映料は1カ月15回で年間120万円くらい。バイクに乗る人しか見ない二輪雑誌に広告を出すより、1カ月10万円程度でみんなが見るテレビのほうがいい。一時的にすごく苦労したり、資金の負担もありますが、必ず役立つ、回収できると思うからやれるし、やっただけには使えないなすぞって思うでしょう(笑)。営業努力というのは、その積み重ねなんですよ」



「お客さまを思う心が何より大切。今はその幹になる人を育てたい」と加藤幸子社長

カタチにこだわらない 真心で 快適な接客とサービス を提供

スペース／加藤幸子 社長
(愛知県名古屋市)

ファンの間では、SRカスタムショップとして知名度の高いバイクショップ「スペース」。しかし、鮮やかな緑のガーデニングを施したウッディな店舗外観は、まるでアパレルショップか飲食店のようにも見える。

それもそのはず、30年ほど前まで、ここは喫茶店だったのだ。しかし、当時の常連客でヤマハの営業マンだった人が、

「インテリア代わりにバイクを置いてみたら？というので展示しているうちにバイク好き、クルマ好きのお客さんがたくさん集まりはじめて、いつの間にかバイクショップの看板を上げることになったんです(笑)」と社長の加藤幸子さん。

「もともと私は、人が好き、お客さまと触れ合うことが好きなので、喫茶店でもバイクショップでもよかった。儲かる儲からないは別にして、明るく楽しく、人が喜んだり楽しんだりする場所にしたいというのが原点であり、今も変わらない理想なんです」

ひとり一人のお客さまに100%の満足を提供することは難しい。けれど、つねにそれを求めている。

「そこにマニュアルはありません。挨拶の言葉ひとつとってもそう。私のやり方と息子(店長・太一さん)では違うし、スタッフの女性たちとも違う。ただひとつ、お客さまのためを思い、自分が何をしたいか、自分ができるのか、いつもそれを考えながら、責任を持って行動するようアドバイスしています」

高校を卒業してすぐ、サービスマンとして店に入った太一店長も、幸子社長にこうした指導を受けて育ったひとり。



どういったタイプの店なのか、なかなか正体をつかみにくいのがスペースの特長。「びっくり箱のようなおもしろさがいじょうじょう？」と太一店長(左)

しいと来店したお客さまでも、整備が足りない箇所があれば、太一店長はその修理を優先するよう説得しはじめる。時にはカスタムをあきらめて帰ってしまうお客さまもいるが、「安全に関わることは、うるさながらも妥協しない。それが店長なりのお客さまへの気遣いなんです。でも、もう少しうまい言い方ができないかしら……」と幸子社長は苦笑する。

接客業に馴れた幸子社長の細やかな心配り、店頭のガーデニングや店内の半分を占めるハオルズギア用品コーナーに表われる女性スタッフらしい演出、そして職人気質な太一店長のこだわり。スペースには、お客さまを思いやる真心があふれている。

困っているお客さまにとって、これほど安心させる言葉はない

MC
FRONT
LINE

アナザービューポイント

外の視点で見たバイクショップ

ニッサンの整備士を経て、創業まもないゼロックスに入社した真砂社長は、さまざまなおフィスを回る営業・サービスマン、コンサルタントとして高い実績を残してきた。「この店を出したのは私が50歳の時、1998年の春です。すでに総需要は右肩下がりに入った頃で、単にビジネスとして考えればメリットの少ない業界でしたね。でも、会社勤めをしてもあと10年。体力のあるうちに、やりたいことをやろうと思ったんです」真砂社長がめざしてきたのは、好きなバイクを通じて、お客さまに心豊かな生活や安らぎを提供すること。その理念は店の創業時に明文化され、今もカウンターの壁に掲げられている。

「私がこれまでやって来た営業のスタンスは、お客さまに商品を売り込み歩くんじゃない、欲しい気持ちにさせること。例えばOA機器なら、いかに業務がスピードアップし、手間が省け、経費が削減できるかを、使う人の身になって提案する。そして、そのメリットを享受していただくために、ゼロックスのコピー機やFAXを販売するわけです。結果として同じモノを売るとしても、お客さまは単なるコピー機を買うのではなく、より快適な業務環境のためにお金を払うんです。バイクというなら、そう、ヤマハがかって展開していた「週末はバイク人」キャンペーンに近い。バイクを売るのはなく、バイクがあるから実現できる休日の楽しみ方、くつろぎの時間を提供するという考え方です」

「売れるからといって、ファッションカスタムばかりに頼ってはいけません。バイクに乗る楽しさや安全装備の大切さを伝える努力を怠っては、一見ユーザーニーズに答えているように見えて、実は見せかけのCSでしかないと思います」そのため真砂社長は、定例ツーリングやレース観戦ツーリング、安全運転講習会などのほか、独自のメンテナンス講習会も継続的に開催している。「メンテナンス講習会は、ワコーズから技術者に来ていただいたり理科の実験みたいにオイルやケミカル製品の働きを実演して見せたり、大変好評です。これらは、店が何か見返りを期待して行なうことではなく、お客さまにもっとバイクを好きになってもらうため。モノを売る前に夢を、楽しさを提供する店ですからね」

一方、原付などのコミュニティーは地元企業への職域販売にも力を注ぎ、すでに実績を上げつつある。元ビジネススマンの真砂社長らしい着眼だ。

モノから得られる満足 を売る 扱う商品が変わっても 基本は同じ

モトドクター“かず”／真砂和美 社長
(愛知県名古屋市中)

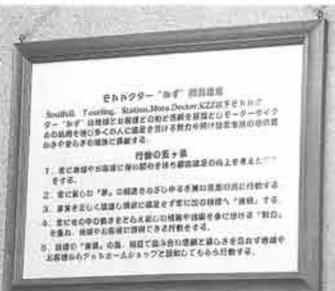


お客さまからの相談に柔らかな笑顔で応える真砂社長。「こうしたコミュニケーションが一番大切」と話す

「私は原付スクーターのほか環境にやさしい電動原付カーなどを商材に、職域の安全運転講習会とセットで企画書を作って持ち込んでいます。最近の企業は経費面だけでなく環境問題にも敏感ですから、効果や役割をきちんとプレゼンテーションすれば、共感を得られやすいんです」

商談先の企業利益から社会性まで配慮した真摯な営業スタイルも、基本は個人のお客さまに対する姿勢と同じ。モノから得られる満足感を売る。それが真砂社長の信念なのだ。

バイクショップになっても、お客さまと同じ目線でバイクの魅力を語ることができる。それがモトドクター“かず”の強み



テクノロジーの系譜

genealogy - dsi:niæ:elædsi

【名】系譜、系統、血統、家系

Chapter 2-3

空冷並列4気筒エンジン

4cycle parallel 4 cylinders engine

普遍

XJR1300

air cooled 4cycle parallel 4 cylinders DOHC engine
 bore×stroke 79.0×63.8mm
 compression ratio 9.7
 max power 74.0kw (100ps) /8,000rpm
 max torque 98.0N・m (10kgf・m) /6,500rpm
 product launch 2004

微妙なバランスの上に成り立っているオートバイのエンジン。

ライダーが感じ取るフィーリングを重視するほどに

そのバランスの重要性は高まっていく。

XJR1300やSR、DSシリーズのように熟成を重ねる息の長いモデルにおいては

新技術を投入してなお、車両全体として

優れたバランスを発揮させなければならない。

そのため新技術の採用は、過去のノウハウと向かい合いながら

慎重を期して行われる。

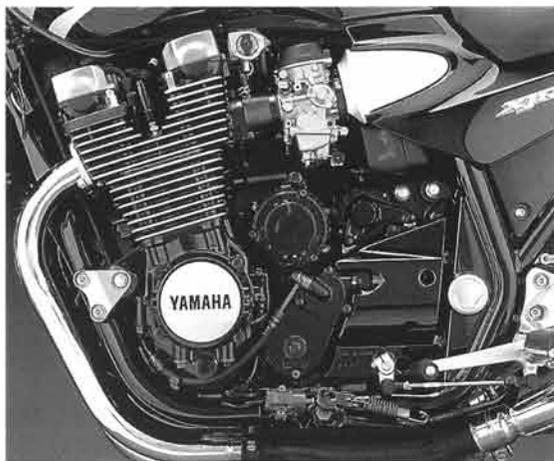


感性に訴えかけるエンジンかどうか
 熟成が進んでも、その思いは変わらない

分厚い設計図の束をめぐっていく。時代をど
 んどん遡る。中には、もうだいたいぶ壊れているも
 のもある。端の方が折れていたり、テープで補
 修されている図面も多い。例えば補修されていな
 くて、どれも何回も、何回もめくられてい
 るから、シワや折り目が付いている。だから設
 計図を綴じてあるファイルは、図面の枚数以上
 の厚みがある。

XJR1300のエンジン開発プロジェクトチ
 ーフ・中川利正さんは、ことあるたびにそのフ
 ァイルをめくった。先達の署名がしてある図面
 を眺めては、「こんなに細かい所まで考え抜か
 れているのか」と驚くことも多い。それをいつた
 ん噛み砕き、自分のものにしてから、新たな開
 発の方向性を決めていく。時には設計意図を開
 聞かのために、先輩設計者のもとを訪れる。

1994年、XJR1200としてデビューして以来、熟成を重ねてきたXJR1300の空冷4気筒エンジン。ライダーを満足させるパフォーマンスと誰もが扱いやすいドライバビリティ、そしてアピランスの美しさを兼ね備えている



「なぜこうなっているんですか?」「ここをこう変えようと思うのですが。ひとしきり会話をした後、帰りがけに必ずこう言われる。「変更するのはいい。でも、注意してやれよ」

中川さんがXJR1300のエンジン開発プロジェクトチーフとなったのは、2002年5月のこと。03モデルの開発にあたって中川さんが主に担当したのは、新しい国内騒音規制への対策だった。

1200のデビューから数えて、10年の歴史を持つXJR。中川さんは、「こんないいモデルの仕事を、私なんぞが担当させてもらってもいいのだろうか」と戸惑ったと言う。

「XJRのユーザーさんはこだわりの強い方が多い。社内スタッフも、XJRに関しては黙ってられないという思い入れを持っている人たちがばかりなんです。騒音規制という社会的要件をクリアしつつ、そういう人たちの要求に応え、満足していただくかきやいけない。そのプレッシャーはひしひしと感じました」

直前まで担当していたのは、2サイクルモト

クロッサーYZ125。小排気量水冷2サイクル単気筒から、大排気量空冷4サイクル4気筒へ。コンベクションオフロードモデルから、市販ロードモデルへ。やれること、やるべきことはがらりと変わった。

性能追求という明確な目標のもと、大幅な仕様変更も厭わないYZ。揺るぎないベースがあつて、小改良を加えていくことで進化させていくXJR。

中川さんは「モデルを作り上げるやりがいの点では、どちらにも変わらない」と言う。

XJRは「いかにもオートバイらしいオートバイ」であり、「誰が見ても一目でオートバイと分かる」空冷ネイキッドというパッケージだ。長い歴史があり、熱烈なファンもいる。だから、外観・機能のいろいろな面でオリジナルを守ることが重要になる。

一方で、騒音規制に対応するためには、マフラー容量の増大は避けられなかった。XJRのプロジェクトメンバーは、極力オリジナルのフォルムを崩さないよう細心の注意を払いながら、マフラーのデザインを決定した。

排ガス規制に対しては、キャブレターのままでクリアできた。「空冷エンジンは、本来的に排ガス温度が高い。そのメリットを生かし、エアインタクションシステムだけで効果的に排ガスの浄化が可能でした。新たに複雑なシステムを採り入れる必要がなかったんです」

またマフラーの変更に伴い、キャブレターのセッティングやその他細部まで見直しを実施。数多くのテストを行なった結果、規制をクリアしながら、今までと同等のパワーとフィーリングを維持できた。

さまざまな規制をクリアしながら、なおか

つユーザーを満足させるだけの仕上がりにはなればならない。それでも、ヤマハは空冷という冷却方式にこだわり続けている。

その理由について中川さんは、「空冷エンジンは、何と言ってもオートバイらしい外観を持っています。機構上もシンプルで軽くでき、何と言っても美しいんです。風景の中でも絵になるオートバイだと思っんですよ」と語った。

そして空冷エンジンならではの身近さも強調する。「私自身、スポーツモデルにはちよつと身構える部分があるんですが(笑)、XJRなら素直に乗ってみたいなと思えるんです」

さらに技術者としては、空冷エンジンの可能性を見出しもいる。「XJRのエンジンは、もともとのポテンシャルがすごく高いんです。歴史があるだけに、熟成しきったように思われるかもしれません。でも、ベースレベルが高いだけに、まだやりようがあるエンジンなんですよ」

若手設計者としては、いろいろトライしてみたくなることが多い。そこで重しになるのが、先輩設計者たちの「注意してやれよ」という一言だ。

「例えばマフラーにしてもキャブレターにしても、該当箇所だけを変更すればそれでOKというものではないんですよ」と中川さん。

「とても微妙なバランスの上に成り立っているエンジンですから、改めて全体的なバランスを見ながら、調整をする必要があるん

です。変更箇所や方向性に関しては、理屈に当てはまっていたり、データが揃っているのに、私自身は「これで間違いない」と確信を持つています。

それでもなお、先輩方が「注意してやれよ」と言うのは、「おまえはこのエンジンのバランスをちゃんと理解しているか?」と聞かれています。設計者にも、走行実験の担当者にも、同じように「注意しなさい」と言われる。若い技術者が新しい技術を投入することに対しての疑念ではない。新技術の採用によって、「乗って楽しい」というオートバイ本来の魅力を引き出すためのバランスは崩れていないか、と忠告しているのだ。

今、中川さんは、エンジン開発プロジェクトチーフとして、一番新しい現行XJR1300のエンジン設計図にサインをして、分厚いファイルを重ねて綴じた。このファイルに脈々と流れているものが何なのか、その真つただ中にいる中川さんには、「まだ分からない」と言う。

しかし、いずれさらに若い世代の設計者がやってくる。「中川さん、この設計意図を教えてください」と尋ねられるだろう。そして「帰りがけに、中川さんは後輩の背中に向かって、こう声をかける。

「変えてもいいけど、注意してやれよ」



MC事業本部 技術統括部
エンジン開発室 設計グループ
主事 中川利正

1988年入社。ATVを皮切りに、単気筒系エンジンの設計を担当。以後、オフロードモデルを中心に、主に排気系の開発を担当。YZ125のプロジェクトチーフを経て、現在はXJR、TDM、FJR など市販4サイクル4気筒エンジン全般のプロジェクトチーフを務める。



「継続だけが勝利」「時代は正論」
変わりながら続けていく強い意志

Heartly Business

ビジネスに必要なもの
それはココロとアタマ

その6

ミニカー専門店

Model Gallery HIKO7

代表 原島 彦七氏

20年以上にわたり、ラジコンや模型の大手メーカー、京商に勤めていた原島彦七さん。40歳で取締役、43歳で常務取締役にまで昇進した原島さんだったが、6年前に会社を退職し、ミニカー専門店「ヒコセブン」を始めた。会社に残っていても、自分の人生が見通せてしまう。それなら、今までの会社人生で得た情報やコネクションを生かし、新しいチャレンジをしたいと考えたのだ。

もともと模型好きで、シヨップを持ちたかったんですよ。でも、大学を出ていきなり模型屋をやるのもあまりにも無鉄砲ではないでしょうか。だから、まずはホビー業界のこ

とを知ろうと、京商に入社したんです。当時は30歳ぐらいまでに辞めるつもりだったんですが、世の中が安売り合戦に突入していた。取り引きのある模型店を見ていても、資本が大きいところに太刀打ちできそうにない状況でした。

「これは個人店ではどうにもならないな」と思ったことと、京商での営業が楽しかったこと、企業としても昇り調子だったことなどから、結局20年以上勤めることになったんです。

でも、何とか会社に残ろうとすると、どうしても会社におべっかを使うようになるんですよね(笑)。それに上司としては、下

手に自分が動いてしまつては部下を育てることができなくなる。そうこうするうちに、結局は飼いきれ状態になるだろうと思つたんです。それなら、もう一度自分の夢に向かつてみたかった。

京商に籍を置いている間に、会社の新規事業のひとつとして、直営店の経営にも参画した。横浜駅・ジョイナス内に店舗を開くことになった時には、社内的な問題もあつて、原島さんが個人として経営した。そこで得たノウハウや経験をもちに、「自分がやりたいシヨップ」のイメージが、より明確になった。





ミニカーはすべて箱から出して展示している。「箱詰めのまま山積みしてあっては、単なる商材としか扱っていないことになる。1車種ずつ箱から出してケースに並べれば、ミニカーはジュエリーのように輝くんです」と原島さん

横浜駅の乗降客数は、1日約200万人以上。その駅ビル内のショップですから、すぐに軌道には乗った。でも私個人としては、あまり面白い展開ではなかったんです(笑)。というのは、テナントとして入りますから、母体のジョイナスからの規約や規制が細かくあって、雇われているような感覚になってしまふ。それに不特定多数のお客さん相手の商売は、私の目指すものではなかったんですよ。

それまでにたびたび欧米に足を運んでいたのですが、特にヨーロッパのミニカーショップは専門店で、完全に大人のホビーとして確立していた。ショップも、好きな人だけのコミュニティになっていたんです。でも日本でミニカーショップと言えば、プラモデルや鉄道模型や玩具なども扱う兼業店がほとんど。それではいつまでも子供向けという印象が拭えません。大人のホビーとしてのミニカーを定着させるために、自分でショップをやるならヨーロッパの

スタイルに学ぼうと思っていました。

そして98年、大船にヒコセブンをオープンさせました。その当時からウチは「子供立ち入り禁止」。大人だけの落ち着いた趣味の世界を構築するのが狙いです。癒しの時間を楽しんでいただくことが、安売りに対抗する新しい小売業のスタイルだと考えたんです。

過剰な接客はしない。それどころか、買ひ方やコレクションの仕方に一言することもあ。最近ではミニカーを投資目的で買う人も多く、「今や6割が投資目的」と原島さん。「それも時代の流れ」と、投資目的イコール悪と決めつけはしないが、「本来のホビーとして楽しんでほしい」とどこかで考えている原島さんには、一言いたくなる時もあるのだ。「常連客にも冗談交じりで「イヤな店だよ」と言われるんです」と笑う。

そりゃ、「いらっしやいませ」ぐらいは言いますが、それ以上は声をかけません。お客さんが黙ってミニカーを眺めて自分の世界に没り、夢を見てくれればそれでいいんです。ミニカーはそういうホビーなんですよ。お客さんから何かを質問されると、その人がミニカーに何を求めているかがだいいたい分かります。「本当にミニカーが好きなんだな」と思わせてくれると、こっちとしてもうれしいですね。

ウチは、ミニチャンプスというドイツのミニカーメーカーの専門店です。私はミニチャンプスの工場を視察しに行ったりして、メーカーがどれだけ大変な思いをして作っているかよく分かっています。だから、感謝の気持ちを持って買って欲しいんです。あんまりケチばかりつけるお客さんには、「品位が疑われるよ」とはつきり言いますよ(笑)。商売とは言っても、人間同士の話。お客さんとショップも、フイティ・フイティだ

と思うんですよ。

顧客との関係は五分五分。その言葉はきっぱりとしている。だがそれは単なる「売側の論理」の押しつけではない。ミニカーというアイテムがもたらす世界観を大切にしながら、その顧客層に合わせた顧客満足度を高めようという、原島さんの意志の表れだ。それと同時に、「自分の人生を楽しみたい」という思いの表れでもある。

お客さんとは長く付き合いたいですからね。気心が知れば、レアなミニカーを優先的に販売したくもありませんよ。こちらとしては優良顧客を確保できるわけだし、お互いにとってメリットになるんです。

商売で何が大事か。私は「継続だけが勝利」だと思ってるんです。一時的にどんなに儲かったとしても、続かなくては意味がない。接客も、心にもないようなことは絶対に続きません。少なくとも私たちにはできない。自分たちに何ができるか、自分たちの武器を見極めながら、無理をせず、自分たちも楽しめるような店を継続すること。それが大事だと思っています。

ただし「時代は正論」。時代が変われば客層も好みも変わります。例えばケニー・ロバーツと言えば私にとってはお父さんの方ですが、若い人にとってはジュニアのこと(笑)。こういう時代とのギャップは、スタッフや形態を柔軟に変えながら、埋めていく必要があります。ウチも今は店長業務を長男に任せて、私はオーナー業に徹しています。ショップの老化を防ぐための、これは宿命なんです。私？ 頭の中は新しいビジネスのことです。人生、チャレンジし続けなければ面白くないですからね！

ミニカー専門店 Model Gallery HIK07

神奈川・大船に構えるミニカー専門店。高品質で人気のドイツのミニカーメーカー「ミニチャンプス」の商品に関しては、専門店として世界随一の品揃えを誇る。おもちゃと異なる「大人のホビーとしてのミニカー」を日本に定着させる狙いで、取り扱いはミニカー一本に絞り、店頭には「子供立ち入り禁止」の貼り紙が。大人の趣味のスペースとしての静けさを保っている

「ミニカーは、大人が手に取ってじっくり眺めて癒されるもの」と原島さん。鑑賞に堪えるだけの質感が十分にあるアイテムだ



密やかにたたずむ店構え。原島さんは「これでも不満」。11月に移転する予定の新店舗は、「外観はもっと入りつらく、何屋だか分かりにくくなる」そうだ。本当に好きな人だけが集うサロンの役割を持たせたいと考えている





以前に比べ、二輪車の盗難被害は減少傾向にあるとはいえ、迷惑駐輪など、オートバイの保管維持・駐輪事情には未だ問題が残されている。それらをライダー視点で解決したいと、個人用バイクガレージの企画販売、そして月極めバイクパークへとビジネスを拡張してきたエム・シー・エフにお邪魔し、ガレージを切り口に昨今のライダー動向について伺った。

ライダーは、ガレージにも自分らしさをごだわる

—— もっと簡素なものをイメージしていました。

松村 誰しもカッコイイ方がいいでしょう(笑)。まずはライダー以外の方の共感をえられるようなガレージにしようと考えたんです。

そもそも、この製品の企画は私自身、盗難被害に遭ったのがきっかけです。苦楽を共にした大切な愛車で、U字やワイヤーなど、幾つもロックをかけていたのに効果はなし。警察に届け出ましたが、自己防衛の大切さを痛感させられました。その後、盗難保険を利用して新車に代替し、アラームなど、前にも増して厳重な盗難抑止装置をつけたものの、不安は解消されず、毎晩ちょっとした物音に目が覚めてしまつてくらしい。マンションの片隅ではなく、四輪駐車を借りることさえ考えましたが、カバーをかけても目立つし、不安心な感じがする。そこで、オートバイ

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

を頑丈な箱に入れようと思いついたんです。

当時も二輪用ガレージは販売されていましたが、基礎工事が必要とするものが大半。月極駐車場にそんな大がかりな建物を建てることは難しい。それならばと、省スペース設計でガレージ床にキャスターを付けて移動可能にし、加えて見た目のデザイン性にもこだわったガレージを試作。駐車場の地主さんにガレージ設置の了解を得ることができました。

それが周囲の人たちにすごく好評だったため、今のような会社を興したわけですが、実際、スタイリッシュなデザインとカラフルなカラーリングは、ご主人の趣味になかなか理解を示さない奥様からも好評をいただいています。

—— 製品の種類も豊富ですね。

松村 箱形ガレージとしては、「シエロー」、2台収納できる「シエローW」、使いやすさを追求し扉をシャッターにした「シャッター・シエロー」、組立可能な「ボックス・シエロー」、そして縦横サイズともコンパクトで組立式の「ロッカー・シエロー」の5種類があります。

最初に手がけたのは、1台を収納できるベリックな「シエロー」です。ピッキングされにくい鍵を付け、防犯性能に優れた頑丈な箱である

ことはもちろん、防湿や換気など、オートバイに適した環境に配慮。例えば外壁は、強度と耐久性に優れていることから積雪寒冷地でもよく使われる、金属パネルを折り曲げる加工技術「カスケード工法」を採用。内部にはチェーンロック

取付用金具や湿気や熱がこもらぬよう換気孔を設けたりしました。さらに、車両の出し入れが簡単にできるよう、スタンドをはずさずに車体を直立に固定する「可動式トレンチ」を標準装備するなど、ライダー視点での使いやすさも追求しています。ただ、「シエロー」は出来上がった箱の状態では運び入れなければならず、場所によっては設置できないケースもありました。そこで、いくつかのパネルを組み立てる工法を採用した「ボックス・シエロー」が生まれたんです。

細見 「ボックス・シエロー」は、搬入・設置場所を選ばないという点で一番人気が高く、それに続くのがボックス・シエローを一層スリム化した「ロッカー・シエロー」です。自分で組み立てるといふ日曜大工的な要素や、ガレージを自分好みにアレンジできるのも魅力のようです。ライダーは個性的な人が多いですが、保管場所に関しても同じ。内部に加工可能な木材を使用したり、オプションでオリジナルの棚板を用意していることもあって、オートバイを収納したあとの狭いスペースに、蔵書や工具を並べ、ガレージ内を自分の部屋のように仕上げる人も少なくない。まさにガレージは、大人のおもちゃ箱ですよ。



COMPANY PROFILE

M・C・F(エム・シー・エフ)株式会社

オートバイ用ガレージの企画・製造・販売会社として2000年9月創業。二輪車ガレージを設置したオートバイ用駐輪場・バイクパークも手がける。社員がみなライダーであることから、製品作りにおいては、乗り手の視点を重視。また、各企業や公共団体、土地オーナーに対して違法駐車の整備や防止対策、土地の有効活用などに基づいた製品提案も実施している。

保管スペースの有無が 車両の購入さえ左右する

高級車のお客さまが多いのでしょうか？
松村 お客さまの6割以上が排気量750cc以上。車種別では、上位からスポーツ、アメリカンという順を見ると、そういう傾向があります。

ただ、ビンテージ車もありますし、ごくごくノーマルのマジスティオーナーの方などもいらっしゃいます。一概に高級車だから大切にするというのではなく、あくまでその方の思い入れや愛着の深さ次第でしょう。

細見 納品の際、「このオートバイを長く大切に乘ってほしい」とのお客さまの想いは、確かに強く感じられますね。

—— お客さまは盗難被害に遭われた方が多いのでしょうか？

松村 2000年の約25万件が03年で約15万件と、盗難件数自体は減っていますが、当社製品購入者のうち被害経験者は過半数に上り、中にはガレージが納品されるまで車両の購入を待つという方もいらっしゃいます。でも、最近ではオートバイを趣味にする人が増えていることもあってか、エントリーライダーの防犯意識が高く、そうしたお客さまの購入も増えてい



月極めレンタルのバイクパークは常時満杯。14カ所設置されている東京や埼玉、千葉、神奈川の関東圏が中心だが、大阪、兵庫の関西エリアにも拡大。二輪車ユーザーはもちろん、土地所有者にとっても余剰スペースを活用できるビジネスとして注目度が高い



渉外部
細見 忠嗣氏
「オートバイを箱に入れて保管する」という考え方とオシャレなデザインの「シェロー」に惹かれて、03年5月に入社。19歳からオートバイに乗り始めるが、2度盗難の被害に遭い、こんな経験をするライダーを減らしたいとの思いは人一倍強い



M・C・F ボックス・シェロー BOX - SHELO



代表取締役
松村 隆司氏
通勤にスクーターを利用していたのがきっかけで、30歳を過ぎてオートバイの魅力に目覚める。自身の盗難被害を機に、頑丈な二輪専用ガレージを作ろうと会社を設立。現在は、オートバイ社会の改善のため、公共の二輪車駐輪場設立などの環境整備にも力を注ぐ



す。日常の足ではなく、週末にオートバイを楽しむ人たちは愛車に触れる機会が少ないので、よけい盗難やいたずらが気がかりなのではないでしょうか。

ガレージの設置場所は？

松村 自宅敷地内に設置する方と、近隣の駐車場を借りて置く方とちょうど半々。なかには置き場がないので、土地探しを含めて依頼したいという声もあります。そこで、「シェローバイクパーク」というボックス・シェローやロッカー・シェローを月単位で貸し出す業務を開始しました。今のところ東京を中心に関東がメインですが、月平均2万円の賃料でも、レンタルを始

めるとスグ満車状態。保管場所に悩むライダーの多さを実感しています。実際、オートバイ購入を躊躇する理由の中で「置き場所がない」「盗難が心配」と、購入後の保管維持に関する項目が上位に並んでいるデータを目にしたことがありますから。

細見 ガレージ購入者は一戸建て所有者が少なくないので、年齢層も比較的高めで30代半ば以降の人がメイン。これに対し、バイクパーク利用者は転勤や進学などで首都圏に引っ越し、保管場所に困っているという、賃貸住まいの若年層が多い傾向にありますね。ごく一部には奥様に内緒でオートバイを楽しむために借りる方もいらっしゃいますけど(苦笑)。

保管場所の有無で、オートバイ購入が左右される時代なのでしょうか。

松村 「ガレージが決まれば、オートバイを買う」と言う声が最近多いとディーラーさんから伺いました。特に大型車。これは、東京に限った話ではありません。地方でも都市部の状況は一緒。「シェロー」シリーズ購入者の地域別で言えば、東京や神奈川に次いで多いのが、愛知や岐阜、大阪などです。これからは、新車購入時に販売店さんから保管維持方法も提案する必要もあるかもしれませんね。

しかし、日常の保管のみならず、出かけた先での駐輪問題も重要な課題です。まだ日本では、オートバイはあくまでも機動力の側面が強く、嗜好品としての意識がライダーに薄い。ゆえに、駐輪マナーの低さに結びついていると思われます。今後、オートマ免許導入や高速道路の2人乗り解禁になると、遊びにオートバイを利用するライダーがますます増えてくるでしょう。オートバイのステイタス性を強め、大人の上質な趣味として根付かせるには、保管・駐輪まで含めたところでのスマートさが求められます。それを支援していくことが、二輪販売店さんや我々も含めた業界全体の務めだと思います。

「第31回国際福祉機器展」 人にやさしいヤマハを表現

10月13～15日、東京ビッグサイトにて、国内外644社(国内企業566社、海外企業78社)が出展する「第31回国際福祉機器展 H.C.R.2004」が開催されます。昨年13万人を超える来場者があったように、高齢化社会が年々進む状況を受け、回を重ねる毎に注目度が上がっているイベントです。

今年で10回目の出展となるヤマハは、使用者はもちろん、介護する側の快適性・利便性にも配慮した、電動化ユニット「JW-I」、「JW-II」、電動補助用車イス「タウニイパス」、電動車イス「タウニイジョイ」などを紹介します。

会 期	10月13日(水)～15日(金)
会 場	東京ビッグサイト/東展示ホール
開催時間	10:00～17:00
入 場 料	無料

今年はどうな未来を見せるのか? ヤマハのPASワールドに期待!



毎年斬新なデザインやコンセプトで来場者の注目を集めるヤマハブース ※写真は2003年

ヤマハは、東京ビッグサイトにて11月19～21日に開催される日本最大の国際サイクルショー「2004東京国際自転車展(JICS2004)」に出展します。これは世界各国の有力ブランド・メーカーの最新モデル、参考モデルをはじめ、パーツ、アクセサリ、ウェアなど自転車関連製品が一堂に集結する、自転車ファン必見の人気イベントです。

今回のヤマハブースでは、「New PAS リチウム」、「New PAS リチウム L」を中心に、電動ハイブリッド自転車のバイオニアとして電動の原点をもう一度見つめ直し、快適なアシスト感にこだわったヤマハ独自のPASワールドを提案

会 期	11月19日(金)～11月21日(日)
会 場	東京ビッグサイト/西1・2ホール及び屋外展示場
開場時間	9:30～17:30(最終日は17時終了)
入 場 料	一般1,000円(中学生以下、車イスの方と介護者一名まで無料)

します。ぜひ多くのお客さまにご紹介ください。

「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(10、11月)

会 場	10月			11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						
東北LVサービス課					16～18	
関東LVサービス課		19～21			16～18	
中部LVサービス課			19～21	16～18		
西日本LVサービス課			20		16～18	
九州LVサービス課		19～21				

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と習得
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

商品名	交換部品	車体番号
【リコール対象車】 ●リモンJOG・JOG・JOG-ZR(CV50)	スピードセンサー	SA16J-000054～030338、 SA16J-030400～030699 対象号機一覧をご参照ください。
●ビーノ(XC50) ●ギア(BA50) ●ビーウィス(YW50) ●グランドアクシス(YA100)	灯火器類の電気配線 マフラー F.マスターシリンダー F.マスターシリンダー フラッシュリレー	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 SG03J-026479～028473 SG03J-000027～015548 SG03J-023359～028533 SG01J-000015～006707
●シグナス(XC125M) ●シグナス(XC125SV) ●シグナス(XC125D) ●マジスティ(YP250A)	ヘッドライトソケット ヘッドライトソケット 制動灯用スイッチ ヘッドライトソケット フラッシュリレー、電気配線 ハンドルスイッチ、サブリード線 フラッシュリレー、電気配線 ハンドルスイッチ、サブリード線	SB06J-200101～214122 SB01J-100101～138056 SE01J-000101～005648 SE07J-000106～000590 4TG-000101～008778 SG03J-026479～028473 SG03J-000027～015548 SG03J-023359～028533 SG01J-000015～006707
●マジスティ(YP250S) ●マジスティ(YP250) ●マジスティ(YP250G) ●メイト(V50)	ハンドルスイッチ、サブリード線 グロメット追加 キャブレター	4HC-061237～070060 SG15J-000034～006091 UA04T-056334～057793

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願います。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。

8月19日はバイクが主役! 改めて訴える安全運転とバイクの使命

今年も全国各地で二輪の社会的有効性、交通安全の訴求、そしてエンターテインメント性を広くアピールするさまざまなイベントが展開された「バイク月間(7、8、9月)」。

8月19日、「バイクの日」には東京都内2カ所で開催され、平日にも関わらず多くの来場者で賑わいました。



バイク親善大使を務める俳優の布施博さんと、元ヤマハファクトリーライダーの平忠彦さんがゲストで出演。安全運転にまつわるトークを展開し、会場を大いに沸かせた

そのひとつ千代田区大手町会場の「知っていますか? バイクの使命」では、北陸の水害時に活躍したレスキューバイクを展示。

また災害ボランティアバイクネットワークの活動紹介や悪路走行の実演やマジェスティを消火活動用に改造した消防二輪車「ミストドラゴン」の消火風景を披露し、地震や台風などの被害が多い災害大国日本で、機動性、利便性を生かして活躍するバイクの有効性を訴えました。



一方、新宿駅東口のステーションスクエアでは、「バイクとファッションの融合」をテーマに「BIKE FASHION AWARD 2004」を開催。一般公募から審査を通過した12人のデザイナーが、国内4メーカーのバイクに合わせてデザインした個性的なカッパルフッションを披露し、「バイク=ファッション」と考える多くの若者のハートを掴みました。

マジェスティを改造した消防二輪車「ミストドラゴン」は、55Lの水槽を搭載し初期消火に高い能力を発揮する。現在は1台だけの試作車だが、将来実用化が見込まれているという



マジェスティCを題材にした3人のデザイナーは、「忍者」や「LOVE」をテーマにカッパルフッションを表現

商品名	交換部品	車体番号
●TW225E ●ドラッグスター(XVS250) ●ドラッグスター(XVS1100)	CDIユニット 整流器 整流器	DG09J-000019～003196 VG02J-000020～004993 VP10J-000019～003178、 VP13J-000163～002707 VP13J-000113～002707
●ドラッグスタークラシック(XVS1100A) ●XRJ1300 ●ロードスター(XV1600)	整流器 オイルクーラー取り付けカバー マフラスター	SE07J-000101～001560 UA04J-000016～020905
【改善対策対象車】 ●シグナス(XC125SV) ●メイト(V50)	ブラケット ハンドル	
【サービスキャンペーン対象車】 ●JOGボシェ(YV50H) ●JOGアプリア(YJ50) ●ビーノ(YJ50R) ●グランドアクシス(YA100W) ●マジスティ(YP250) ●マジスティ(YP250A) ●マジスティ(YP250C) ●XRJ1300	気化器の点検 気化器の点検 気化器の点検 強制空冷用ファン コンデンサー、電気配線 コンデンサー、電気配線 コンデンサー、電気配線 マフラー	SA08J-028523～036627 SA11J-065039～088782 SA10J-044334～065863 SB06J-206603～214916 SG03J-023359～044657 SG03J-026479～043581 SG03J-028714～044777 RP03J-005864～006358

YZF-R1を駆る ヤマハGMT94が 世界耐久チャンピオン獲得

8月14～15日、ドイツで世界耐久選手権シリーズ第5戦オーシェスレーベン24時間耐久レースが開催され、鈴鹿8耐でヤマハ最上位の総合8位を獲得したヤマハGMT94（D・チュカ、W・コステス、S・ジムベルト）が優勝。2004年のシリーズチャンピオンに輝きました。

レースは、GMT94とタイトルを争うズキ・エンデュランスチームが互いに順位を入れ替えながらの熱戦。そんななか「ストップ＆ゴーの多いコース特性がマシンに厳しかったが、YZF-R1はスピード、扱いやすさはもちろん、耐久性でも我々にアドバンテージをくれた」とチュカが振り返るように、順調な走行を続けます。一方、ズキ・チームは深夜0時を過ぎたところでメカニカルトラブルによりリタイア。最大のライバルがいなくなったGMT94は、この後ペースを緩める余裕も見せ、YZF-R1とともに24時間後のファーストチェッカーを受けました。

その結果、シリーズ唯一の24時間レースということで通常の2倍のポイントを獲得したGMT94は、ランキング2番手に58ポイント差をつけ、最終戦を待たずしてチャンピオンを決定。

また、ヤマハ・オーストリア・レーシングチームが2位。ヤマハ・エンデュランス・モト38チームも序盤の転倒を克服して3位に入り、YZF-R1を駆るヤマハの3チームが表彰台を独占したことで、ランキング上もヤマハ・オーストリアとモト38がそれぞれ2位、3位につけています。



YZF-R1で24時間をノントラブル、883ラップを走破して優勝

環境問題に意識の高い京都で 警察官の巡視用に「Passol」を採用

「地球温暖化防止京都会議」の開催地であり、省エネルギー・ごみ減量化・リサイクル・自然環境の保全などにも積極的に取り組む京都府では、女性警察官や交通巡視員が、交通安全教室への移動時や巡回用ツールとして「Passol」を使用しています。



「電気で動くと思えないほど、スピードやパワーは通常のスクーターと同じですね。むしろ取り回ししやすい軽さで、女性には特に使い勝手が良い」と交通巡視員

「環境に対する意識を高めるきっかけとして、府民はもちろん、国内外から訪れる多くの方々に、府の環境活動姿勢を知っていただくと同時に、Passolの利便性を最大限発揮できる先として、市内を移動する機会の多い警察の巡回用に採用しました。京都はなだらかな傾斜が続く土地柄であり、また道幅の狭い路地も多いので、クリーンでサイレントなPassolであればこそ、人々で賑わう町中でも情緒を損なわず機敏にコントロールできるのではないかと期待しています」(山田啓二知事)

こどもから大人まで体験！ モノづくりの楽しさとバイクの魅力

8月21・22日、静岡県浜松市で、「バイクのふるさと浜松2004」が約2万2千人の来場者を迎えて開催されました。これは国内3メーカー生誕の地である浜松市が、NMCA日本二輪車協会（共催）、そして市民の協力で、「モノづくりのまち浜松」のアピールと二輪業界の発展をめざし、バイク月間の一環として行なったものです。

22日には、市内中心部で「交通安全宣言パレード・ラン」を行ない、親善大使・布施博さん、そして平忠彦さんを含めた約100台のバイクが参加。セーフティラン＆マナーアップを呼びかけながら、バイクをアピールしました。



全日本トライアルで活躍するヤマハのホープ渋谷颯と小川友幸（ホンダ）が、バランスの妙技やらアクロバチックな空中技を披露。バイクのエンターテインメント性のアピールした



布施さんのニューTMAXを先頭にした隊列のなかには、YZF-R1、トリッカー、グランドマジスティを駆る参加者の姿も多く見られた

さらにメイン会場となった浜松市総合産業展示館では、バイク好きで知られるタレントの山口良一さんが司会を務め、「バイクフォーラムin浜松」を開催。布施さん、平さん、女性へのバイク普及活動を多方面で行なう川崎由美子さんとともに、実体験を交えながらバイクの魅力を語りました。

また、名車・旧車、レーサーなどの歴史館、トライアルデモ、体験走行会に加え、モノづくりの奥深さ、楽しさを知ってもらうため、少年・少女を対象としたペーパークラフトやプラモデルのバイク製作、メカニック、バイク分解・組み立て教室などを通じ、幅広いバイクワールドを表現。二輪を中心に浜松市のモノづくりの姿勢を伝え、昨年以上の盛り上がりを見せていました。

お兄さんと一緒にバイク遊び！ 母子家庭の子供たちを、 高校生ライダーが指導

子供たちにとっては夏休み真っただ中の7月25日、神奈川県秦野市の中央こども公園を会場に、秦野市母子寡婦福祉会の主催による「バイク遊び」(後援：YSP神奈川支部、ヤマハ発動機販売安全普及推進本部)という催しが開かれました。

このイベントは、バイクへの乗車体験を通じて、子供たちに遵法精神や交通社会におけるマナーを身につけてもらおうと企画されたもので、当日は市内に住む10組の母子が青空の下、心地よい汗を流しました。

この日、子供たちの指導に当たったのは、事前に指導講習を受けた二輪免許を所有する県立秦野南が丘高校の生徒さんたち11名。高校生たちは「ライダーにできる奉仕活動」を合言葉に楽しみながら子供たちの指導に当たりました。

嬉々としてPWにまたがる子供たちはもちろん、炎天下でがんばる子供たちの姿にお母さんたちも大感激。さらには視察に訪れた南が丘高校の石川暉康校長も、生徒たちの活躍に目を細めながら「神奈川は高校生のバイク免許取得を禁じていない唯一の県。バイクに乗ることがボランティアにつながる姿を見るのはとても喜ばしい」と語っていました。なお、高校生たちによるこのボランティア活動は、学校の社会福祉活動の単位としても認定されました。



エンジンのかけ方から発進～停止、旋回まで高校生が手取り足取り指導



炎天下で最後までがんばった子供たちからは「もっと乗りたい!」の声

ベテラン王者・エバーツ! 8度目の世界制覇へあと3つ

「人生のなかで最も感動的で最も完璧な週末だった!」と語るのは、8月6日(金)に息子が誕生し、8日に開催された第13戦ベルギーGPで今シーズン6回目、通算78回目となる総合優勝を飾ったS・エバーツ。

そのヒート1、1周目にS・ラモンに続く2番手につけたエバーツは、2周目にすかさずトップに立ち、唯一食らい付いてきたM・ピジョンが5周目に転倒し順位を落とすと、後方を突き放しそのままトップでゴール。続くヒート2は、1周目からトップを奪いますが、2周目に転倒を喫し7番手まで後退してしまいます。しかし、底力のあるエバーツは、周回を重ねるごとに順位を挽回し3位でフィニッシュ。見事総合優勝を手中に収めました。

シリーズランキングでも、エバーツは2位のピジョンに約100ポイントの差を付けてトップをキープ。通算8回目の世界制覇に向け着実に歩み続けています。またS・メロッチはオープニングラウンドの優勝を含む活躍で中盤までランキング2位につけていましたが、その後は負傷による欠場が続き、現在はランキング6位となっています。



中盤までエバーツとともに表彰台に立つ姿が見られたメロッチ。第7戦以降での度重なる負傷で成績が出ていないが、残り3戦での巻き返しを期待したい
※写真は第8戦フランスGP



コンストラクターズランキングでは、エバーツの貢献により他メーカーを押さえて現在首位をキープしている
※写真は第8戦フランスGP

なおエバーツとメロッチはこの7月にヤマハとの契約を更新。2005年シーズンもミケール・ミナルディ監督率いるヤマハ L&M モトクロスチームから参戦することが決定しました。

ロッシが今季5勝目獲得! 首位でシリーズ後半戦へ突入

2004開幕戦・南アフリカGPでヤマハに勝利をもたらした、YZR-M1の戦闘力を証明すると同時に、自身にとっても最高のスタートをきったV・ロッシ。2、3戦は表彰台を逃すも、4戦では雨による中断をものともせず、2ヒート目できっちり勝ち、今季2勝目を挙げます。そして第5戦カタールGPでは今シーズン最大のライバルと目されるS・ジベルナウとのデッドヒートの末に3勝目。続く第6戦では再び立ち遅かったジベルナウを最終ラップでかわす劇的な勝利で、3連勝となる4勝目を挙げランキングもトップに並びました。

しかし、第7戦では、2001年以来となる転倒でノーポイント。第8戦も4位となり、続けて表彰台を逃してしまいます。それでも、前半の折り返しとなる第9戦イギリスGPでは、ランキング2、3位のジベルナウ、M・ピアッジを寄せつけず今季5勝目をマーク。チャンピオンシップ獲得に向け、最高の形で後半戦へつなぎました。

またC・チェカは第2戦で2002年のブラジルGP以来の2位表彰台を獲得するなど9戦を終え7位。またM・メランドリは第5戦でMotoGP初の3位表彰台に立つと、第6戦でも再び3位に入る活躍で8位につけています。阿部典史も日本人最上位の12位で前半を終えました。「キャメル日本グランプリ」も控える後半戦では、前半でロッシとメランドリのアベック表彰台が実現しているだけに、ヤマハライダーによる表彰台独占も見られるかもしれません。



怪我によるノーポイントレースもありランキングでは8位に落ちたものの、今シーズン大きな成長が見えるメランドリ。後半戦でのさらなる成長に期待



ロッシはYZR-M1についてたびたび高い評価のコメントを残しているように、M1が5度の優勝に大きく貢献し、また進化を遂げていることが分かる

ぜひご期待ください。

念願の総合優勝に向け リードの残り3戦に期待

2003年、AMAスーパークロスで王者R・カーマイケルを押さえ、6戦連続で優勝を果たしランキング2位となったC・リード。ところがアウトドアで行なわれるAMAナショナルでは、カーマイケル、そしてK・ウインダムにも先行を許し3位でシーズンを終えました。

そして今年、スーパークロスではカーマイケルが不在だったものの、圧倒的な強さで250ccクラスを制したリードは、昨年の雪辱を晴らすべくナショナルシリーズにチャレンジ。開幕戦、第2戦は3位に甘んじたものの、第3、4戦では2位。さらに第6、7、8戦と3連続で2位を獲得し成長を見せつけます。そしてランキングでも、4戦以降は2位をキープし、昨年あと一步届かなかったウインダムとの立場を逆転しました。

2003年、AMAスーパークロスで王者R・カーマイケルを押さえ、6戦連続で優勝を果たしランキング2位となったC・リード。ところがアウトドアで行なわれるAMAナショナルでは、カーマイケル、そしてK・ウインダムにも先行を許し3位でシーズンを終えました。

第9戦ではモト2での転倒により総合10位となってしまいましたが、月日を重ねるごとに着実に成長を遂げるリード。レースによってはカーマイケルに先行するシーンもあるだけに、残り3戦ではここまで負けなしのカーマイケルを倒し、表彰台の頂点に上がる姿が見られるかもしれません。

また6月にはリードがヤマハとの来シーズンの契約を更新。「YZIは100%自信を持ってコントロールすることができる。来年も引き続き乗れるのは非常に嬉しい」と語っています。4年目となる来シーズンの活躍にもご期待ください。



リードはポイントではカーマイケルに大きく離されているものの、実力では少しずつ近づいていく(左がリード)

2004シリーズランキング

MotoGP (第10戦終了時)		WSS (第7戦終了時)		MX2 (第13戦終了時)		AMA NX 125 (第10戦終了時)		JRR GP250 (第4戦終了時)		JMX 125 (第7戦終了時)	
1 V・ロッシ	Yamaha 184	1 K・ムゲリッチ	Honda 132	1 B・タウンレイ	KTM 497	1 J・スチュワート	Kawasaki 475	1 高橋 裕紀	Honda 57	1 福留 善秀	Suzuki 282
2 S・ジベルナウ	Honda 167	2 J・ファンデン・ゲルベルグ	Yamaha 108	2 T・ラットレイ	KTM 404	2 B・ヘプラー	Suzuki 338	2 亀谷 長純	Honda 47	2 中村 友則	Kawasaki 254
3 M・ピアッジ	Honda 158	3 B・パークス	Honda 82	3 S・スウオード	Kawasaki 382	3 M・ブラウン	Yamaha 320	3 青山 周平	Honda 45	3 出原 忍	Yamaha 230
4 C・エドワーズ	Honda 104	4 K・カーテン	Yamaha 69	4 A・カイローリ	Yamaha 337	4 N・ラムゼイ	Honda 250	3 藤岡 祐三	Honda 37	4 芦沢 直樹	Honda 229
5 A・パロス	Honda 86	5 S・シャルペンティエ	Honda 68	5 A・マクファーレン	Yamaha 329	5 M・ウォーカー	Kawasaki 226	5 中須賀 克行	Yamaha 31	5 北居 良樹	Suzuki 216
6 N・ヘイデン	Honda 83	6 L・ランジー	Ducati 56	6 A・キオティ	Yamaha 318	6 I・タデスコ	Kawasaki 211	6 雨宮 浩二	Yamaha 25	6 深谷 広一	Honda 182
7 C・チェカ	Yamaha 82	7 F・フオレット	Yamaha 55								

GP250 (第10戦終了時)		MX1 (第13戦終了時)		AMA NX 250 (第10戦終了時)		JSB1000 (第4戦終了時)		JMX 250 (第7戦終了時)		JT IAスーパー (第5戦終了時)	
1 D・ベドロサ	Honda 196	1 S・エバーツ	Yamaha 572	1 R・カーマイケル	Honda 500	1 山口 辰也	Honda 65	1 成田 亮	Honda 347	1 黒山 健一	Beta 97
2 R・ド・ビュニエ	Aprilia 166	2 M・ピジョン	Honda 479	2 C・リード	Yamaha 406	2 井筒 仁康	Honda 63	2 田中 教世	Kawasaki 238	2 田中 太一	Gasgas 78
3 S・ボルト	Aprilia 153	3 J・コピンズ	Honda 441	3 K・ウインダム	Honda 384	3 中富 伸一	Yamaha 43	3 大河原 功次	Yamaha 217	3 小川 友幸	Honda 75
4 T・エリアス	Honda 97	4 S・ラモン	KTM 394	4 D・ビーラマン	Yamaha 316	4 柳川 明	Kawasaki 43	4 小池田 猛	Yamaha 206	4 洗谷 勲	Yamaha 75
5 F・ニエト	Aprilia 94	5 K・ストライボス	Suzuki 360	5 M・バイレン	Kawasaki 258	5 渡辺 篤	Suzuki 39	5 辻 健二郎	Honda 199	5 小川 敏士	Honda 50
14 松戸直樹	Yamaha 23	6 T・レオク	Suzuki 298	6 E・フォンセカ	Honda 245	6 小西 良輝	Honda 36	6 勝谷 武史	Honda 195	6 成田 匠	Yamaha 50

クイック&的確な対応で 身近かなサービスをめざす

店舗の拡充と同時に併売店からYSP福岡東としてリニューアルオープン。大型併売店との競争に勝ち抜く「サービス力」アップをはかるため、サービス工場にエンジンなどを扱う専用ルームや、パーツ加工を可能とする各種機器を整備。さらにスピーディで信頼の高い技術を提供することで、お客さまにとってサービスをより身近かなものとし、安心なバイクライフをサポートしている。



サービス工場とストックルームとなった旧店舗のすぐ傍には、バイパスの上下線からしっかりと視認できるポールサインを立てた。



エントランスにはアイキャッチとしてPassolとカスタムトリッカーを展示

店舗の目の前を走る「3号線博多バイパス」の整備に伴い徐々に活気のある街並みが整ってきた。今後はさらに道路が拡大されて副都心の主要道路となり、集客に貢献することが予想される

YSP福岡東 宇都宮博信 社長 宇都宮尚博 店長 福岡県福岡市東区若宮5-16-48

Profile

略歴 1978年、併売店「若宮オートプラザ」として創業。スクーターブームに乗り、販売の8割をスクーターが占める地域密着型のビジネスを展開してきた。その後、1987年に現在の場所へ移転リニューアルを果たすと、国内外のスポーツバイクを中心に販売を伸ばす。しかし近年、商圏に大型併売店ができたことで、小型併売店に限界を感じ始めた宇都宮博信社長は、お客さまのブランド意識の高まりを受け、今年5月に店舗の拡充と同時にYSP福岡東として再スタートを切った。

立地 YSP福岡東のある福岡市東区は、経済の中心地・中央区のベッドタウンとして発展。近年は、店舗の目の前を走る「3号線博多バイパス」の整備を始め、徒歩10分にはJR千早駅、また西日本鉄道中野駅が次々と完成しアクセスが向上。さらに、千早駅周辺の旧国

鉄跡地を利用して1日に4万の往来が見込まれる副都心計画も進行中であり、街の発展に合わせて販売の拡大が大いに期待されている。

店舗 170坪の敷地に建つ旧店舗は一階をサービスファクトリーに改装し、二階はストックルーム(各30坪)とした。さらに、駐車場だった場所に二階建ての新店舗を建設。一階は新車のみ、二階は新車、中古車のショールームとしている(各フロア60坪)。オープンスペースは(80坪)クルマ5台と二輪の駐車場、試乗車の展示スペースを備える。

商圏・客層 商圏はスクーターが半径5km、スポーツは基本的には10kmだが、競合店が比較的少ない福岡県東部へいっそうの商圏拡大を狙う。客層は、以前は30~40代の男性がほとんどを占めていたが、リニ



ューアル後は20代男性が急増。中央区、城南区などで大きく伸びているストリートカスタムの流れを受けて、マジェスティ、TW、SR、ドラッグスターが好調。

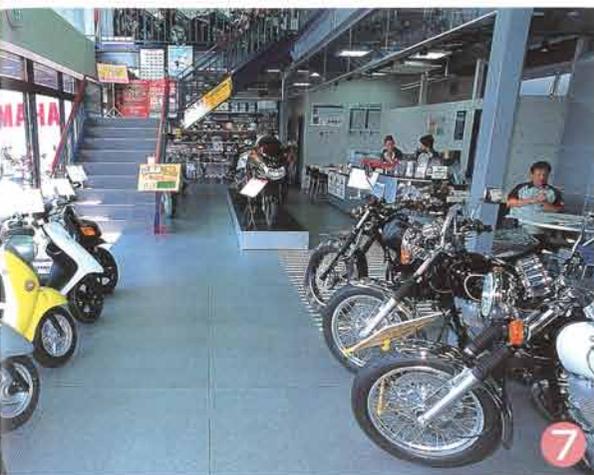
スタッフ 左から宇都宮博信社長、宇都宮尚博店長、社長の奥様で経理担当の宇都宮洋子さん、店長の奥様宇都宮み子さん(フロントマネージャー)。さらにその右はサービスを受け持つ砂川友和さん、八尋良太さん、菅雄二さん(工場長)と、ヤマハスーパーバイザーの吉里秀敏さん。

親子二代のノウハウで ヤマハ専門店として躍進めず

福岡市は、市内中心部を流れる那珂川によって東西に分けられる。西部は福岡大学、九州大学などがあり学生が非常に多いことから、3店のYSPを含めたくさんの二輪店が集中。近年ではSRやTW、マジエスティなどストリートカスタムの需要を作り、大きな市場を形成してきた。

「西部の盛り上がりには比べ東部は競争意識が乏しく、ブームに乗り遅れた感があります。だからこそ眠っている需要を刺激してやれば、ビジネスチャンスが必ず生まれてくる」。そう考えた宇都宮博信社長は、その第一歩として併売店からYSPへの転身を決意した。

「ヤマハ専門店を選んだのはいろいろな条件が重なったからなんです。まず、商圏で大型併売店が台頭するなか、専門店であれば小規模でも急速な「ブランド意識」の高まりを受けて成長が見込めること。福岡東部がヤマハ専門店の空白地であること。そして、ヤマハが我々と協力し合って店舗を作り上げていく姿勢をみ



せてくれたことですね」と宇都宮社長。

一方、高校卒業後、社長の友人を通じて知り合った平忠彦氏の「タイラレーシング」の門を叩き、バイクの扱い方からイベントのマネージメント業務まで、さまざまな修行を積み帰ってきた息子の尚博店長は、

「社長は国内外のスポーツからスクーターまでを販売してきた経験、ツーリングやレースなどで培ったバイクの豊富な知識を持っています。しかし私も、平さんのもともとプロ意識を叩き込まれてきたし、バイク一直線ではなく、若いお客さまに対して、異なる分野からもアプローチできる柔軟さが持ち味。2人でこれだけのノウハウがあるのだから、大規模店でもくとも幅広いカテゴリーをしっかりと提案できるようメーカーを絞ったんです。そのなかでYZFR1からトリッカー、マジエスティなど、各カテゴリーでトップクラスの商品を持つヤマハな力を存分に発揮できるだろうと思いい、YSPを選びました」と話す。

とはいえ、リニューアルの成果が問われるのはこれから。「今は常連さんと店舗の新しきで新規のお客

さまが来店していますが、周囲を取り巻くのは大型併売店。それらと競争し、かつ新規需要を拡大していくには、店舗や気持ちだけでなく、YSP福岡東独自のアクション、他店にない武器を持つことが不可欠です」と、気を引き締める。

一秒でも早いクイックサービス 設備、人、技術の充実で実現

「同じ商圏にある大型併売店と戦って勝ち抜くため、大型スポーツからスクーターまで幅広く扱うヤマハ専門店ならではの武器は何か？ そう考えたときに核になってくるのはやはり「サービス」です」

そこでリニューアルにあたり、旧店舗の一階をそのままサービスファクトリーへと改装。30坪のスペースを生かして用途別に3つの作業スペースを設けた。ひとつは、リフトを2台備えた通常作業を行なうスペース。もうひとつはさまざま工作機械が並ぶパーツの加工スペース。そしてエンジンやサスペンションなど、埃や塵などを嫌うデリケートなパーツのみを扱う専用ルームだ。

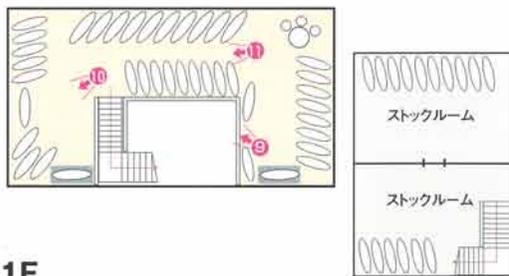
レース活動などの経験で得た高い技術を持つ宇都宮社長、管工場長が中心となり、若い2人のスタッフがサポートするサービス業務は、YZFR1などのスポーツバイクの重整備や、レーサーのメンテナンスにも応える。また、各種加工マシンを使って、スペシャルパーツ、ドレスアップパーツの製作もこなす。これだけでも十分な

武器といえるが、「実は我々の技術と整備が生きるのは、販売のポリウムゾーンであるスクーターや軽排気量車の修理・点検なんです」という。一般的な修理やメンテナンスは、数が多いため作業を停滞させずにこなしたい。ところがパーツの在庫がない場合は取り寄せで時間がかかってしまう。その間に自前でパーツを加工することができれば、作業のロスを最小限に抑えることにつながるわけだ。

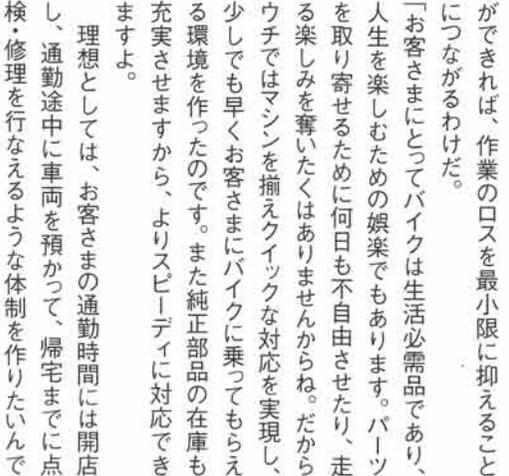
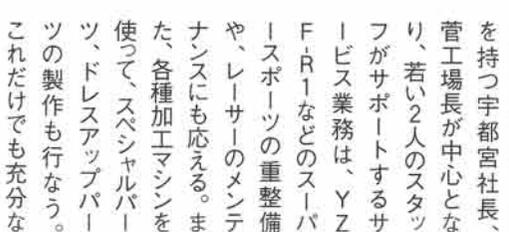
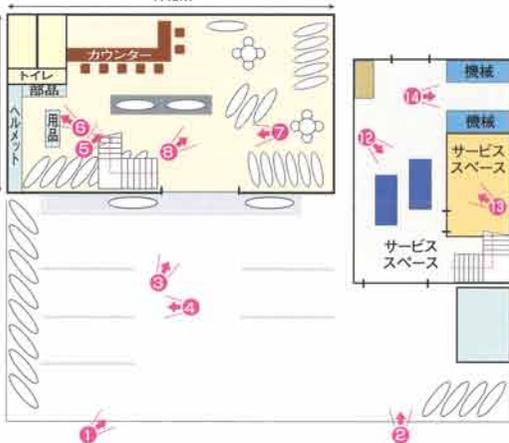
「お客さまにとってバイクは生活必需品であり、人生を楽しむための娯楽でもあります。パーツを取り寄せるために何日も不自由させたり、走る楽しみを奪いたくはありませんからね。だからウチではマシンを揃えクイックな対応を実現し、少しでも早くお客さまにバイクに乗ってもらえる環境を作ったのです。また純正部品の在庫も充実させますから、よりスピーディーに対応できますよ。

理想としては、お客さまの通勤時間には開店し、通勤途中に車両を預かって、帰宅までに点検・修理を行なえるような体制を作りたいんで

2F



1F



新店舗の立ち上げと同時に用品コーナーも充実させた。「今後は新しい仕器を入れて純正パーツのラインナップも増やし、サービス部門との連携を強めていくつもりです」



店内をスッキリ広く見せるために、店内の柱の数は最小限にとどめ、エントランス近くのウィンドウ沿いに階段を設置してデッドスペースを少なくした。またヤマハサインの入った壁の裏には、段ボールなどの小物を仮置できるスペースを作るなど、空間効率のよい工夫を施している。



11



10



9

新車、中古車を含め、展示している全モデルはワックスで丁寧に磨かれ、スポットライトとの相乗効果で、いつも美しい輝きを保っている

夏の間は西日が強いので二階のウィンドウにはブラインドを付けた。その分、水銀灯で明るさを確保し、大きな吹き抜けが開放感と同時に、光の広がる場所を作り出している

通常作業をするリフトスペース。旧店舗の事務スペースを改装しエンジン、サスペンション専用の独立した作業ルーム。そして、「旋盤」、「フライス盤」、「コンター」、「アルゴン溶接機」など、さまざまな金属の加工や溶接をするため7種類の機器を配置した奥のスペースを合わせ、3つの役割を持つサービスファクトリー。



12



14



13

「 YSP福岡東は、充実した工場、設備のアービールだけでなく、スタッフのサービス技術で設備を最大限に生かしサービスの価値によって高め、専門店らしいサポート体制を作った。今後はその武器をさらに磨き上げ、大型併売店との差別化をはかりながら、いっそう大きな飛躍を遂げようとしている。」

