

ヤマハニュース 2

YAMAHA News No.152 1976 February



春のヤマハまつりスタート '76 New Model 新発売

ヤマハエンテューロXT500
ヤマハモトクロスーYZ125
ヤマハミニGR80

きさ らぎ 如月の四国



二月、高知県安芸では阪神タイガースのキャンプが大詰めとなり、四国最南端の足摺岬には初春を告げる花が咲いて、四国の春は本番となります。

フレンド店の皆さまは、二月八日のミニバイク運動会を始めとして商戦も活発化し、オートバイ、モトバイク、プジョーと忙しい毎日が続きます。

今年の新商品のGR50、ポビィを主力に四国でも昨年以上にヤマハの引き合いが、ユーザ

ーより殺到するものと期待しております。

原付免許教室を受講した新規ユーザが、マイクロボスに乗って試験場に向かう姿も、この頃からより多く見られるようになります。

モトバイク、プジョーへのユーザ指名も多くなり、今年フレンド店の皆さまには大変良い年となりそうです。

四国支店

営業一課 中谷孝一課長(談)

〔表紙のことば〕

待望のエンデューロタイプ、ヤマハXT500が、いよいよ2月1日をもって販売店にお目見えします。エンデューロとは、本来「持久力、耐久性」を意味していますが、このXT500は4サイクルのエンジン特性をフルに活かし、オフロードモデルに不可欠な特性を、十分に配慮した設計となっており、新しい感覚のデュアル

パーバスマシンとして、人気が約束された自信作です。ビッグシングルエンジンだけが持つ、地の底から突き上げてくるエンジンの鼓動は、若者はもちろん、単気筒の響きを懐しむ本格派の心も捕えて離さないことでしょう。果しなく広がる荒野を捜し求めて、長旅を続ける男のロマンが、そこには秘められているのです。

春のヤマハまつり

2月1日～4月30日



立ちあがりで決めよう今年の商戦

キャンペーン3大重点項目

- ① 店頭での演出
- ② ヤマハフェスタ(展示会プラスバイク運動会) 皆さまの町のフェスタ
- ③ 各種セール実施と日常販促活動の徹底

いよいよ春の需要期の開幕です。

ヤマハでは、昨年の好評に応え、本年も二月一日より「春のヤマハまつり」キャンペーンをスタートさせ、積極的にご商売の拡大を図る皆さまをバックアップしてまいります。

これからの商戦をリードし、大きな実りを得るためには、この春の需要期の快調な立ちあがり肝心です。

今回のキャンペーンでは
① 皆さまの店頭を効果的に演出し充実させる

② ヤマハフェスタと地域ごとのフェスタを開催し、新車発表と、バイク仲間の増大をはかる

③ 各種セールの実施と日常販促活動の徹底によって、販売を促進する

以上の三項目を重点的に推進し、皆さまとともに春の商戦をリードしていくつもりです。皆さまもこのキャンペーンに参加していただき、これを利用して、重要なシーズンに快調なスタートを切ってください。

そして、「バイクでニューライフ」バイクのある素晴らしい世界を大きく育てていきましょう。



① 店頭演出

活気ある店頭が

お客さまを呼びこむ

皆さまの店頭は、なんといってもご商売の基盤であり、「顔」となるものです。草花が芽をふき、陽光が一段と暖かさ明るさを増す春は、わたくしどもをいやがうえにも活動的にします。冬の間じつとしていたものが、なにか動きだそう、といった雰囲気になるものです。そこで、皆さまの店頭におかれましても、店の内外に春の雰囲気、活気をつくりだしてください。お店全体に溢れる活

＊店頭ツールを有効に お店を飾ろう

皆さまの店頭は、なんといってもご商売の基盤であり、「顔」となるものです。草花が芽をふき、陽光が一段と暖かさ明るさを増す春は、わたくしどもをいやがうえにも活動的にします。冬の間じつとしていたものが、なにか動きだそう、といった雰囲気になるものです。そこで、皆さまの店頭におかれましても、店の内外に春の雰囲気、活気をつくりだしてください。お店全体に溢れる活

気がお客さまを呼び込みます。ヤマハでは皆さまの店頭を、明るく、楽しく、賑やかに飾るため、「ヤマハまつり」横幕、「bobby」のぼり、「bobby」横幕などは、3月発売予定の新らしいバイクです

が、これについては3月号で詳しくご紹介いたします。連続旗、ウインドーステッカー、GRステッカー、ウインドーシールなどを今回の「春のヤマハまつり」のために新らしく用意しました。またこれらのほかにも、ヤマハクレジット「横幕」免許教室「たれ幕」などの新ツールを用意してありますので、これらのツールも併用し、店頭の効果的なところに立てたり、はったりして、店頭「春のヤマハまつり」の明るい雰囲気をつくりだしてください。

＊整理、整とんも忘れずに

明るく飾るということは、ただやたらとツールを立てたり、はったりすることではありません。古くなった横幕、たれ幕、のぼり、ポスター、チラシ、ステッカーなどは取りはずし、ショーウィンドー、看板などをきれいにするといい整理、整とんも必要です。

＊あの店では

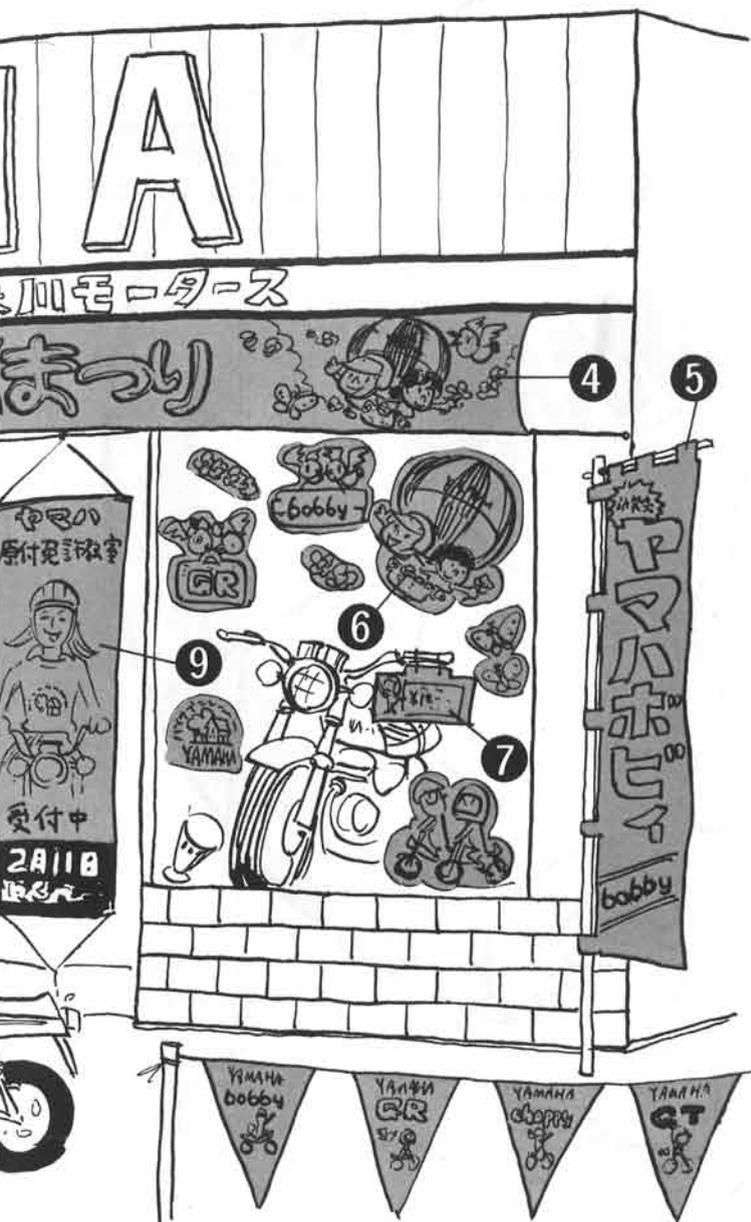
今なにかをやっている」

要は、お客さまたちに「あの店では、今なにかをやっている」と気づかせ、印象づけることであり、そしてお客さまが気持ちよく店内に入ってくるというお店にすることです。

店頭展示にも ひと工夫を

＊売場面積を有効に

もうひとつお店に関して重要なことは商品展示の方法です。店の売上高を決定する要素として、よく売場面積が例にとられます。即ち売場面積が大きいほど商品展示が豊富に



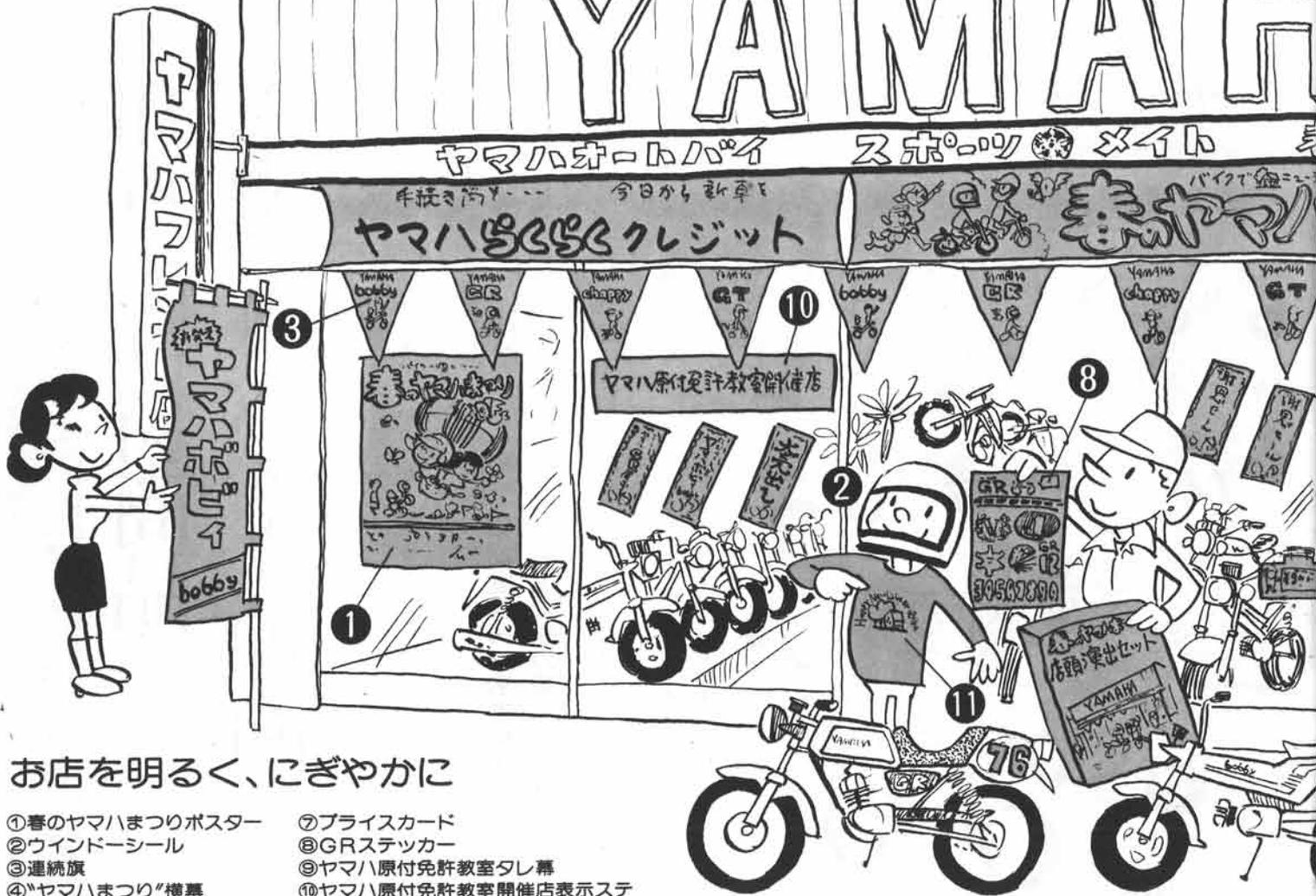
YAMAHA

ヤマハオートバイ

スポーツメイト

ヤマハ原付免許教室クレジット

ヤマハ



お店を明るく、にぎやかに

- ①春のヤマハまつりポスター
- ②ウインドーシール
- ③連続旗
- ④「ヤマハまつり」横幕
- ⑤「ボビー」のぼり
- ⑥ウインドーステッカー
- ⑦プライスカード
- ⑧GRステッカー
- ⑨ヤマハ原付免許教室タレ幕
- ⑩ヤマハ原付免許教室開催店表示ステッカー
- ⑪ニューライフ・トレーナー

店頭、店内がきれいになり、魅力あるヤマハ商品がずらりならんだら、もうひといき、店内のムードを盛り上げるため、バックグラウンドミュージックを流してみましよう。ヤマハではBGMテープも用意しています。

お店に豊富な車種がならんでいても、それぞれの価格が表示してなければ、お客さまはとまどいます。展示商品に価格を入れることは、お客さまに対する最小限度の親切。新しいプライスカードを利用し、標準現金価格を書き入れてください。また買いやすい感じを与えるためにもクレジットでの支払い方法、金額を必ず記入するようにしましょう。

店内ムードの盛り上げお役目

*POPを活用しよう

店内に全車種を展示できればそれにこしたことはありませんが、なかなかそうはいきません。店頭には古いものは交換していただき、カタログも充分に備えておきましょう。

ヤマハでは、本年もあらゆる客層に 대응できるように、商品群の構成をより一層充実させています。とくにこのキャンペーンのスタートと同時に新発売されるGR50、2月に発売予定のGR80、そして3月発売予定のbobbyなど、今後皆さまのご商売の主力となる新車を次々と新発売していきます。そこで、若者が興味をもつニューモデルを中心に、店内外の目立つところに展示し、お客さまに買う気をおこさせることが大切です。

*主力商品は目立つところに

き、これが売上げを高めることにつながります。皆さまのお店の売場面積を有効に使い、一台でも多くのバイクを展示するよう心がけましょう。



② ヤマハフェスタ、皆さまの町のフェスタ

知らそう新商品 ふやそうバイク仲間

「ヤマハフェスタ」は、お客さまにヤマハバイクをよく知っていただき、乗っていただき楽しんでいただくためのものです。

ヤマハでは、今回の「春のヤマハまつり」キャンペーン期間中に、特約店、販売会社、営業所等の主催による「ヤマハフェスタ」を全国各地で開催し、皆さまの「春のヤマハまつり」商戦をバックアップいたします。

〔ヤマハフェスタの内容〕

○ 新車発表展示会

○ 新車試乗会
○ レジャーバイク運動会

＊新商品の知名度向上と、 新規需要の開拓を

新車発表展示会では、bobby、GRを中心に、昨年のモーターショーでも人気を呼んだGX750をはじめとする近日発売予定の新車群、XT500、RD250・400、LB50II C（チ

ヤビの自動遠心クラッチ車）を展示し、お客さまに見ていただき、さわっていただいでこれらの商品の知名度向上をはかります。

一方、新車試乗会、乗り方教室によって、新規需要の発掘を行い、お客さまを皆さまのお店へ送り込むお手伝いをさせていただきます。

また、レジャーバイク運動会では、皆さまのお店のお客さまにバイクを充分楽しんでいただきます。

皆さまのお店では、店頭ポスター、DMによる告知、口コミなどの方法で、一人でも多くのお客さまがこの「ヤマハフェスタ」に参加するように協力ください。

＊皆さまの町のフェスタを開こう

もちろん皆さま自身も「ヤマハフェスタ」の運営に参加してください。そして、その経験を生かして、今度は皆さまのお店や地域に合ったかたちにこれをアレンジし、皆さまが主催の「皆さまの町のフェスタ」を意欲的に開催してください。

＊何店かが合同で

皆さまのお店が単独で「町のフェスタ」を開催することが困難な場合は、同じ地域の何店かが合同で開催するのもよい方法です。それぞれのお店が自分の店をPRするとともに新しいお客さまをしっかりとつかんでください。もちろんヤマハでは皆さまの「町のフェスタ」開催のお手伝いもします。セールスマンにご相談ください。

＜フェスタ用各種ツールも用意しています＞

- 告知用……………ポスター、DMハガキ
- 会場装飾用……………ヤマハまつり横幕

「bobby」のぼり
連続旗

お店独自のセールをこの期間に

③ 各種セールの実施と日常販促活動の徹底



**※どんな車種をどんなお客さまに
売るかをはっきりさせる**

都市にあるお店、ベッドタウンにあるお店、郡部にあるお店では、それぞれの商圏も、販売の主力となる車種もちがうはず。お店の特性と地域性、客層をじっくり考え、どんな車種をどんなお客さまを対象に売るかといった、はっきりした狙いを定めることが、「セール」を成功させる秘訣です。

※販売計画をしっかりと

「セール」期間中にどれだけ売るか、しっかりとした販売計画を立てて実施しましょう。

タイトルの打ち出し方(例)——参考にしてください。

季節柄から

- 春のヤマハまつり「ポカポカセール」
- 進入学、就職おめでとうセール

対象者から

- ヤングフレッシュ Bobby, GR セール
- ヤングレディーズセール
- ファミリーバイクセール

商品から

- あなたも乗れます 50cc バイクセール
- レジャーバイクセール

お店の開店にちなんで

- 開店、よろしくセール
- 開店5周年感謝セール

販売方法から

- ヤマハバイク「クレジット」セール

以上の他にも、皆さまのお店独自の「セー

ル」を独自のやり方で打ち出してください。
※ ※ ※
ヤマハでは、各種のプレミアム（ノベルティ）用品を取り揃えています。景品にはこれらをご利用ください。

ニューライフトレーナー、ミニバイク新聞、カップ、タイピン、小銭入れ、キーホルダー、ボールペン、作業帽、Tシャツ（各種）、ステッカー、タオル、紙袋（大小）その他。

**※日常販促活動の
積み重ねが大切です**

皆さまが「春のヤマハまつり」を実のあるものとするためには、一発商法だけでは通じません。地道な日常販促活動の積み重ねがあつてこそ、花も開き実も結ぶというものです。キャンペーン期間中は、これまでに述べたことと並行して、とくに、原付免許教室作戦、らくらくクレジット販売作戦、安全点検作戦、レジャーバイク運動会作戦などの販促活動を一層徹底して行なってください。





いまこそチャンス 新しいお客さま獲得法

『春のヤマハまつり』の概要はご紹介した通りです。このキャンペーンを活用して、春の需要創造期という販売促進の絶好のチャンスをもつるために、新しいお客さまの開拓と、その誘店策などについてまとめてみました。

ユーザー管理の徹底

ひと口にバイクの需要層が増大しているといっても、その内容には様々なものがあります。特に最近では、家庭の主婦を中心としたファミリー需要層の著しい伸び、また二輪免許制度の改正などバイクを取り巻く情勢が大きく変化しています。またお店の周囲の環境も特に大都市周辺部では短期間のうちに驚く程の変り方を示しています。

こうした流動的なバイク環境の中において、お店のお客さまを確実に増やしていくには、しっかりとユーザー管理が不可欠となります。せっかくお店の近くに有望なお客さまがいたのに、気がつかなかったのではつまりません。春先は社会の動きがはげしい時期、『春休み中に免許を取ってバイクを買いたいなあ』という学生、また『最近引越して来てこの辺はバイクがあれば便利んだけど、どこかに良い販売店さんはないかしら』という主婦。

こうした人々を一日でも早く見出すことが大切です。そして次には、どんなお客さまがどんな車種に乗りたがっているかも考え、それに対応した効果的なPRを打ち出すことが必要です。

お客さま名簿の整理

いまお使いのお客さま名簿はいつごろ作られましたか。4～5年も前のものをそのまま使っているということはありませんか。二輪

車のお客さまはきわめて流動的です。この機会にもう一度名簿の整理をしてみましょう。記載もれのお客さまも意外と多いものです。そうした人に「春のヤマハまつり」の案内が届かないようなことがあつては代替需要を見がすもともなりません。

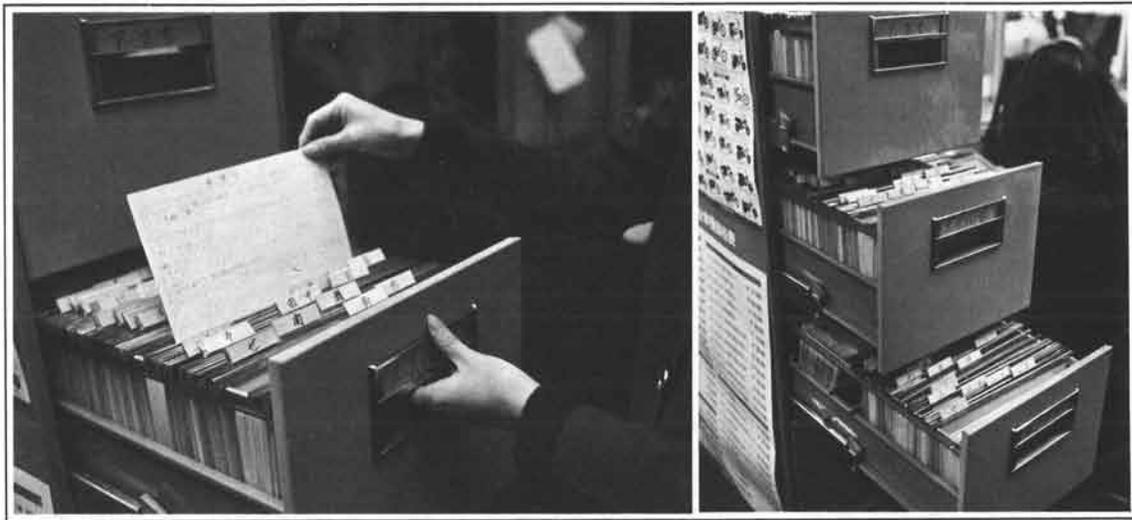
一方、いままでのお客さまの他に新しくお客さまになってくれそうな人の見込み客名簿を作ることも必要です。新しく16才になった人、転勤などで引越して来た人、また新たに開店するお寿司屋さんやおソバ屋さんなど。つねに新しい情勢を取り入れながら、将来のお客さまをいち早く見つけて見込み客名簿に載せ、そのつどその相手に合った方法でアタックすることです。

新しいお客さまの開拓

お店の発展のためにはなんと言っても新しいお客さまの開拓が必要なのは言うまでもないことです。ではこれからお客さまになってくれそうな人を分類してみましょう。

- ① 弱い見込み客 Ⅱ まだバイクにあまり興味を示していない人
- ② 強い見込み客 Ⅱ かなりバイクに興味を持っている人
- ③ プレユーザー Ⅱ バイクの免許を取りたがっている人
- ④ ユーザー Ⅱすでにバイクに乗っている人

この中で①と②は四輪の免許を持っている人が含まれます。最近では四輪のオーナーのセ



カンドカーとして50ccバイクが認められて来ています。①の人には新聞の折り込みチラシも考えられますが、高校生名簿や父兄会名簿、町内会名簿などを利用して、直接DMを送るのが有効です。

②の人には、展示即売会やレジャーバイク運動会などの催事を通じたアプローチが最適です。来てくれた人には必ずアンケートカードを渡し、新しい名簿作りに役立てたいものです。

プレユーザーのうち50ccバイクを望んでいる人にはもちろん原付免許教室の開催が不可欠です。51cc以上の自動二輪車の人には、ヤマハとタイアップしている指定自動車教習所へ斡旋しましょう。

すでにバイクに乗っている人たちには、安全点検サービスや、安全運転講習会を通じてのアプローチが有効です。この場合、乗っているバイクがいつ頃購入されたものか、保険はどうか、年度の点検はいつ頃になるかなども見込み客名簿に記入しておくことが必要です。このことは今までお店のお客さまの代替需要をもつる上で欠くことが出来ません。

ヤングはお金持ち

春先のこの時期、新しいお客さまの開拓として注目したいのはやはり新学期を前にした高校生を中心とする10代のヤングマーケットです。さすがに女子にはまだバイクに対する関心度は薄いようですが、統計で見ると男子高校生の場合はその興味の対象としてバイクがステレオに次いで第2位にランクされています。

このことは例えば学校の帰り道に、黙ってお店に入って来て展示してあるバイクにじっと見入っている高校生の姿や、テレビドラマに出て来るヤングの部屋に時々見かけられるバイクのピンナップ写真にもよくうかがわれる

ます。

これは、バイクの持つ魅力が若者のスポーツごろと、メカニズムに対する好奇心とにぴったりマッチしているからとも言えますが、最近ではそれに加えて、バイクのファッション性が、個性のあるおしゃれを楽しむ若者に強くアピールしていると言えます。

また現在のヤングは以前では考えられない程自分の自由になるお金を持っており、中学生から高校生に移行するにつれて貯蓄型から消費型へと変化しています。そして実際の生活を親に依存している彼等の消費の大部分は少々高いものでも計画性を持って、自分の本当に興味を抱いている対象物に向けられます。そこには現代の若者特有の合理性が十分にうかがわれます。

この合理性は、最近のミニバイクを中心としたレジャーバイク運動会の隆盛にもうかがわれます。彼等は本格的なモトクロスのようにハードな競技の単なるまねごとにしてこれらをとらえているのではなく、バイク本来のスポーツ性をミニバイクによってでも十分に得られることを理解して来ています。

このことはバイク自体に対する若者の考え方にも言えることです。大型バイクの良さは十分認めながらも、小・中排気量のバイクを単にビッグバイクの入門車として考えるのではなく、それら自体ひとつの完結した乗り物としてとらえ始めています。

実際の販促活動も、こうした現代のヤングの性格を生かした方法が望まれます。その意味では、1月号で詳報しました「らくらくクレジット」は、現代の若者の合理性、計画性に最もマッチしたものとと言えます。乗り手の運転技術や体格に合ったバイクをすすめることはもちろんですが、支払い方法でもその人に合った無理のない分割方法をアドバイスすることが大切です。



上手な誘店策 店頭セールスの決め手

前項では、ユーザー管理と新しいお客さまの開拓、ということを中心に話を進めてきましたが、ここではお客さまをお店に呼びよせるための、より具体的なPR方法と、お店に実際に来たお客さまに商品に興味を持たせ、買う気を起こさせるための、いわば店頭セールスの基本となるべきことを、「春のヤマハまつり」というキャンペーンセールに即して考えて行きたいと思います。

広告媒体の活用

キャンペーンセールをするからには、その実施時期と、展示会や試乗会などの内容を広くユーザーに訴えかけることがまず第一です。その訴えかける道具となるのが広告媒体なのです。しかしなにも大げさに考えることはありません。キャンペーンの内容、お店の商圏の性格を考えて身近に出来る方法を考えればいいのです。ただ大切なのは、商売の基本ともなる「相手の身になって考える」ということです。つまり、自分がユーザーの立場だったらその訴えかけはどう感じるかを考えることです。

キャンペーンを広く知らせるには、DM(ダイレクトメール)と折込みチラシが一般的に使われます。DMはユーザー名簿を利用して見込み客に強く訴えかけることが出来ます。キャンペーン告知用にヤマハで用意した、DMハガキを利用するのが便利ですが、この場合余白部分を十分に活用して、お店のセールスポイントを明確に打ち出し、気楽に訴えかける文面にしたいもの。特に宛名は面倒でも直筆が望ましいでしょう。

チラシはお店の商圏に合わせて、地域社会

に密接した幅広いアピールが可能です。使い方としては、新聞への折り込みが一般的で、知らせたい日に各家庭に確実に届けることが出来るものです。折り込み以外の使用方法には、お風呂屋さんや美容、理容店あるいは駅の待合室など人の多く集まる場所に置いたり、駅や街頭で直接配るのも良いでしょう。DMとチラシは経済的にもそれ程負担にならず、個人でも十分利用できるものです。

もっと広い範囲の多くのユーザーに訴えかけるには、ラジオ、テレビ、新聞、雑誌などのマスコミの利用があります。これらはフレンド店さんが合同で展示会や試乗会、またはレジャーバイク運動会などを開催する時に有効な手段となります。この場合は開催時期と、広告の掲載される新聞、雑誌の発売日及び、ラジオやテレビの放送日時とのタイミングを図ることも大切です。

こうしたマスメディアを使わないものとして一定の場所にポスター類をはって、そこを通る人に記憶させる方法があります。この屋外広告の典型的な例が店舗の外装ですが、店頭づくりに関しては次の項で述べます。その他の屋外広告としては、電柱の看板、駅の看板、広告塔の利用があります。これらはいずれもキャンペーン期間中に限らずかなり長期間にわたって永続的に使用でき、お店の名前を地域住民に強く印象づけることが出来るものです。

明るい店内、楽しい会話

せっかくキャンペーンセールのPRをしてお客さまをお店に呼び寄せても、肝心のお店の印象が悪くてはなんにもなりません。最近では女性のお客さまも急増しています。清潔で明るい店内が好まれることは言うまでもない



ことです。

店内はお店とお客さまとの、またお客さまどうしのコミュニケーションの場でもありません。お客さまとのちよつとした茶飲み話から商売上のヒントを得たり、新しいお客さまの獲得への道が開けることも。お客さまのくつろげる場を提供しましょう。商売柄とは言え油で汚れたイスではお客さまも落着けません。修理場と商品展示スペースとを、部品陳列ケースなどで分離することも考えられます。

しかしなにも応接間のような大げさな設備など必要としません。「狭いながらも楽しいわが店」といった印象をお客さまに持つてもらうのが一番です。こうした暖かいお店の雰囲気にもふれたお客さまの、学校での職場でのあるいは団地での口コミこそ極めて有効なPR効果を生み出すものです。

キャンペーンセル、特に店頭展示会についていえることは、ヤマハで用意した横幕、のぼり、ポスター、ステッカーなどの店頭POPをフルに活用してのお店の雰囲気づくりにも十分気を配りたいもの。活気ある商売は活気ある店頭から生まれます。ムードを盛り上げるには店内にBGM(音楽)を流すことも特にヤング層に大いに受けるものです。

展示する商品の並べ方によってもお店の印象は大きく変わってきます。店舗の大きさ、主力商品はどれかなど、お店の性格に合わせた陳列法を考えましょう。ポビー、GR、XT500などの話題の新商品は、初めて見るお客さまも多いもの、出来るだけ見やすい所にその特長をよく生かした展示方法がなされたものです。売り先の決まった商品には売約済札を下げるのも一考です。また店内には昼間でも照明を施し、商品の細部やプライスカードまで見やすいように。

個性のあるキャンペーンを

『春のヤマハまつり』の紹介と、その活用法ひいては日常業務についての見直しといったことをお話ししてきました。しかしここに上げたものはあくまでも一般的なものであります。実際にこのキャンペーンをあなたのお店の今後の繁栄に役立てるためには、お店のおかれた立地条件、またユーザー層など諸々の条件によってその開催方法は自から変化してきて当然のことです。このことは販促活動や日常業務についても同様にいえることです。

『春のヤマハまつり』は、キャンペーンのためのキャンペーンであってはなにもならないことは言うまでもないことです。このキャンペーンが、春の商戦の立ち上がりという大切な時期に打たれることに注目しなければなりません。つまり『春のヤマハまつり』は、お店の販売計画にマッチした仕方で行なければ永続的な効果は望まれません。

この二つの観点から言えることは、あなたのアイデアと実行力で、お店の性格にあった個性のあるキャンペーンを開催することが必要になるといえることです。例えば、レジャーバイク運動会を考えてみても、その内容は土地柄やお客さまの層によって、ジムカーナ風にしたり、家族ぐるみで楽しめる町内運動会のようなものにもしたり、様々なタイプが考えられます。

個性のある、あなたのお店にマッチした『春のヤマハまつり』を展開することが、結局はこの一年の商戦を有利に進めていく上での大きな基礎にすることが出来ると言えます。そのためにはヤマハは大いに協力していきたいと思っております。



入りやすい店づくりを

横浜市・江南自動車販売
吉成 重彦社長



うちの店は横浜市の中心部に位置している立地条件には大変恵まれており、店の前を通りかかる人がよく立ち寄ってくれます。この利点をもっと生かして、より多くの人に気楽に店の中を見て頂こうと常に心がけています。特にヤングの場合は、いろんな店を見て歩きバイクを選ぶと同時に店を選ぶという姿勢が見られますから、よい店の印象を強く訴えかける必要があります。それに最近では女性客も急増していますので、それに応じた店の雰囲気づくりも重要な問題になって来ます。

この意味で、今度の「春のヤマハまつり」では特に次の3点について気を付けたいと思っています。

まず具体的な形となって現れるのは、店頭及び店内の展示です。幸いうちは比較的ゆとりのあるスペースがありますので助かります。私の所はヤマハの全車種を揃えており、2月からは新商品も多く出ますので、これらの商品特性を十分に考えた配置を考えたいと思います。

次に、これは日頃もちろんしていることですが、社員教育を通じてのお客さまへのサービス向上ということです。こう言うところですが、17名の社員全員がセールスエンジニアになったつもりでお客さまに接するように努めることです。それには、例えば新車に対する商品知識を含めて、セールスに関する諸々の知識を身に付けて実のあるサービス

するということになります。それが商売をする上で一番大切になる信用を得る道につながるというものです。このことは、オートバイ販売で欠くことの出来ない固定客の増加にもつながりますし、紹介販売のものになるものですから。

もう一つは、DMハガキの活用です。これはうちの場合、以前から「江南ニュース」と題して、ユーザーカードに基づいた配布を行っています。今度のキャンペーンに際しては新商品の紹介と、新規のユーザーに獲得に極めて有効な手段となる原付免許教室の開催告知などのためにこれを利用します。

新商品に大きな期待

鹿児島市・新光輪業
久木 迫武信社長



うちの場合は、「わたしの」というよりも、わたし達の」という方が適当だと思います。うちの県には14店からなる「鹿児島フレンド店会」があって、みんなよく協力し合っていて、お互いの繁栄のためにチームワークよく商売をすすめています。同業者同士が変なライバル意識もなく、常日頃から横の連絡をとりあって、勉強しあいながらの商売、私もとても助かっています。おかげでうちの店が開業して10年というものの販売台数は毎年伸びています。

そういうわけで、わたし達はみんな一緒にヤマハの営業所さんの協力を得て、様々な催し物を行って需要を創造し、それを販売実績に結びつけているのです。そうした意味での「わたし達の春のヤマハまつり」なのです。

昨年もそうですが、今年の「ヤマハまつり」でも、わたし達は3月に合同展示会をしようかと考えています。今年は新製品が多く出ますので、きっと、大いに盛り上がるものと期待しています。そして次には、安全運転講習会を兼ねたレジャーバイク運動会です。これは今までの実績から見ても、ミニトレを始めとするレジャーバイクの販売にとっては欠くことのないものと考えています。

合同する大きなものはそうした所ですが私の店個人としてはやはり、「ヤマハまつり」にタイミングを合わせてお客さんにアピール出来る新製品を中心に、この催しを展覧させて行きたいと思っています。特にGR50はその斬新なスタイルの本格的ミニオンロードモデルとして、こちらでも若い人に大変評判で、私としてもその発売を心待ちにしていたものです。

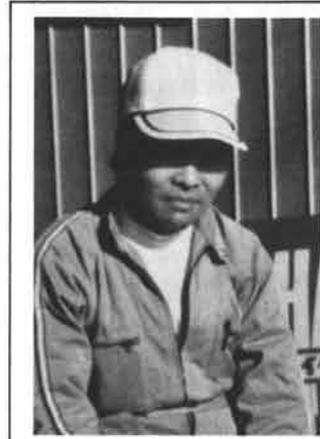
一方大型車としてはGX750とXT500です。この正月に東京から帰省したうちの元のクラブ員も、「モーターショーで見ただけ、あれは最高だよ」と言っていました。このGX750とXT500は、こちらでも特にベテランライダーの間で大変な話題になっています。GX750は発売が少し遅れるということですが、1日でも早くしてほしいですね。



わたしの『春のヤマハまつり』

店頭サービスの徹底

高知市・松浦モーターズ
松浦 利行社長



去年のことを考えて見ますと、私たちの販売にとって大切な春先きのこの時期に行われる「ヤマハまつり」は、お客さまに対してはもちろん大いにアピール出来ると思います。しかし私の場合は、それだけでなく私自身にとっても大きな刺激になりますので、とても良いキャンペーンだと思います。ですから当然今年も張り切ってやって行きたいと思っています。

先程も言いましたが、私の場合はこのキャンペーンを自分自身に対する一種のカンフル剤のように考えていますので、うち個人ではその会場を借りての展示会とかレジャーバイク運動会をするといった予定はなく、あくまで常日頃やっている販売促進や需要創造のためのいろいろな活動を見つめなおし、この期間に更に効果的なものにするようにしたいというところが第一です。

例えば去年から始めたクレジットもその良い例です。クレジットの手続きや、金銭的な面での簡便さを分かってもらうということ。去年の実績から見ても今年は相当伸びると思います。以前からのものでは免許教室です。実際にはこちらで教えずに、若い人などテキストを貸した後で分からない所をちょっと教えるだけで、ほとんどどうちでバイクを買ってくれます。

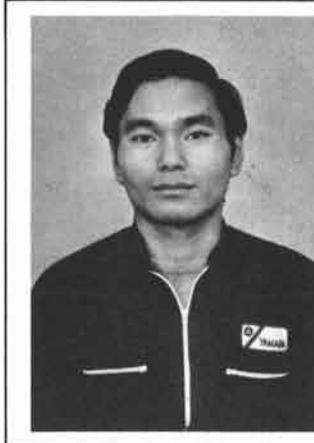
そこで今年の「ヤマハまつり」ではチラシやDMを使って、このクレジットや免許教室

を中心に店のPRをして行きたいと思っています。ただここで注意したいのは、こうした機会に来てくれた人に固定客になってもらおうように店頭でのサービスを徹底して行いたいと思います。

そこには、「ヤマハまつり」のツール類を活用しての店の雰囲気づくりなども、もちろん含まれます。それとサービスのことですが、今年は特に安全点検サービスに力を入れて行きたいと思っています。技術力に裏づけられたサービスでお客さまに接することが、我々にとって一番たのしい固定客をふやす早道だと考えます。

積極販売に打って出る第一歩

仙台市・板橋オートショップ
板橋 和男社長



立地条件に非常に恵まれていることもあって、二年ほど前までは特に販促活動など考えなくてもある程度売ることができたものですが、昨年ぐらいからデータを分析してみると明らかに頭打ちの状態に陥っていました。

そこで、昨年の「春のヤマハまつり」を機に店頭で新車発表展示会や映画会などを開いたのです。ニューメイトやトライアルTYシリーズなど商品群もお客さまの要求とマッチしたこともあって、「実売はともかく、お客さまを店内に誘い込み、コミニケーションの糸口さえつかめれば……」と考えていた当初の予想を、大きく上回る成果をあげることができました。

「結局のところは、打って出る積極販売しかない」ということをこのとき肌で感じたわ

けです。

以来、店独自のセールを打ったり、ヤマハのキャンペーンのたびに、「店としてより成果を高めるために、どう展開していくか？」を考え、さらに積極的な販売への起爆剤として最大限に活用しています。

特に今年は、新商品も多く、早くも楽しみなどありますが、「バイクでニューライフ」を特に女性対象にアプローチしていこう、と思っています。

当然中心は免許教室や乗り方教室、これらを通じてバイクの利便さ、楽しさをPRし、家族的雰囲気やバイクに接してもらえるように、勉強してみるつもりです。

幸いスポーツランド菅生も近く、あののびのびした自然の中で、バイクに乗っていたたぐいは、女性とバイクの結びつきを、よりスムーズにするものです。

もちろん、こうした企画は、一店ではむずかしい面もありますが、私たちは仙台営業所管内の他の五店と「ヤマハセレクト店会」を結成していますので、横の連携をとりながら一層成果を高めていますので、ことしの「春のヤマハまつり」もまた、店独自の企画とセレクト店会の企画とを合わせた両面から、積極的に展開していくことになるでしょう。



ヤマハエンデューロ 新発売 XT500

各社各様、役者ぞろいのビッグバイクの世界に、ひときわ光る強烈な個性でアダルトの心をゆさぶる注目のビッグシングル『ヤマハエンデューロXT500』が新発売です。国産最大のビッグシングルであり、ビッグエンデューロであるこの新製品は、従来のモデルにはない数々の画期的な特長を実現したものであり、オンロード、オフロードの区別なく人車一体の走りを爽快に、そして大胆に楽しめるデュアルパーパスマシンです。

■『XT500』の乗り味、それはなんといても500cc単気筒、国産最大のビッグシングルの鼓動と、大柄にしてスリムな車体構成の軽快な乗車性にあるといえます。

■“エンデューロ”とは、持久性、耐久性といった意味をもつ英語で、その車名の由来はバイクとして考えられるおおよそすべての地形を走破する能力に加えて、苛酷な条件にも十分に耐え得る性能をもつことによりますが、男性的な豪快なキックによって生れるビッグシングル特有のたくましい鼓動は、まさにマシンの力強い息吹きを伝えるものとしてマニアックなライダーの心をゆさぶらずにはおかない魅力をもつものです。しかも、大柄にしてスリムな車体構成は、与えられる走行条件に適応した自在なライディングポジションをつくりだし、人車一体、マシンをコントロールする満足感、充実感を生みだし、走る喜びを無限に大きく広げます。当然、この『XT500』の主人となるお客さまは大人の心、選ばれた技量の持主のみが値いするものです。以下に『XT500』の特徴を列記します。

●低・中速につよい

扱いやすいエンジン

高張力鋼管セミダブルクレードルのフレームにのせられた黒いエンジンは、ボア・ストローク87×84mmのオーバースクエア型OHC単気筒で、排気量は499cc。8.3:1の圧縮比をとり、最高出力30PS/5800rpm、最大トルク3.9kg-m/5400rpmのパワーをひきだしていますが、その出力特性は4サイクル特有の低速時のネバリづよさに2サイクルなみの迅速なピックアップ性を加えたもので、きわめて扱いやすいエンジンとしています。

●キックもらくらくケッチン解消

始動はキックですが、デ・コンプを利用して次の要領でキックすればらくらくキック始動す

ることができます。すなわち①キック最上位置から足を踏みおろしていき、②圧縮がかかってキッククランクが踏みおろせなくなったところでキッククランクを①の最上位置に戻し、③今度はデ・コンプを使ってキック軸上で20°~30°までキッククランクを踏みおろしてデ・コンプを戻し、④次いでキックしやすい位置にキッククランクを戻してキックする。この手順でいけば、女性でもキックできるくらいの軽さでキック始動できます。なお、キッククランクは踏みきった最下位でとめておけばラチェット機構が外れ、ケッチンが防止されます。もちろん踏力のある人は一気に踏みおろしてもよいわけです。

●タンクインフレームと

ドライサンプ潤滑

『XT500』では、フレームの一部をオイルタンクとしたドライサンプ式潤滑を採用しています。ドライサンプ式潤滑の利点はオイルの攪拌がなく、冷却にすぐれ、オイル劣化が少ないことにありますが、さらにこのほか充分なロードクリアランス(215mm)の確保を果し、車体のスリム化によるライディングポジションの向上にも役立っています。

●強制開閉キャブ、公害対策など

キャブレターは強制開閉式とし、スロットルバルブの開閉コントロールを確実なものとなりました。さらにエンジンから排出されるブローバイガスをエアクリナーに導き、再燃焼させるブローバイガス環元方式も採用しています。独特の二段構えマフラーは排気音も低く、また燃料の経済性もきわめて優秀です。

●スリムで軽量、行き届いた設計

右のクランクケースカバーは、マグネシウム合金製とし、前後輪のブレーキハブもコニカ



ル式にするなど車体の軽量化につとめ、4サイクル500ccながら重量わずか139kg(乾燥)の身軽さに仕上げました。しかし、いっぽうリアアーム軸受はモトクロッサーなみにニードルベアリングを採用、またドライブチェーンはリンク圧入方式のエンドレスタイプにするなど、行届いた設計を施しています。細かなところでは、ワイヤー類はブーツをつけてブレーキ同様に防塵防水式とし、ハンドルバーはゴムダンパー支持に、また左右のレバーはコーティング仕上げとしてあるほか、フラッシュャー支持も回転式としています。

●すぐれた前後サスペンション

フロントフォークは195mmのストロークをもち、径36φのインナーチューブを採用してオフロード走行に対するすばらしい走行性能と充分な剛性を確保しています。さらにまたリヤクッションは、前傾倒立型のガスクッションを採用し、145mmにおよぶホイールトラベルをかせぎだすと共に、バネ下重量の軽減も果しています。このガスクッションは単筒式のため放熱効果も高く、ダンパーオイルは空気が遮断され、しかもガス圧によって常に加圧されているために気泡が発生しにくく、長時間のオフロード走行においてもきわめてすぐれた減衰特性を維持するものです。



アダルトの心をゆさぶる
ビツグシニングルの鼓動

「XT500」の走り。それは選ばれるべくして選ばれた人と車が創る新しいバイクの世界だ。



▶ハンドルまわり。燃料タンク前部の赤いキャップがエンジンオイル注入孔。ワイヤー類はすべて防塵防水ブーツ付。メーターは45度手前に傾斜され、夜間も見やすい。



◀コンパクトにまとめあげた499cc単気筒SOHCエンジン。クランク右のケースカバーはマグネシウム合金製。



▶「XT500」独特のタンクインフレーム。トップクロスメンバーに注入されたオイルはフロントダウンチューブを通してエンジンにのり、再びトップクロスメンバーへと戻る強制圧送ドライサンプ式潤滑となっている。



ヤマハエンデューロXT500主要諸元

全長	2170mm
全巾	875mm
全高	1180mm
シート高	835mm
軸間距離	1420mm
最低地上高	215mm
乾燥重量	139kg
舗装平坦路燃費	43km/ℓ (60km/h)
登坂能力	35°
最小回転半径	2200mm
制動停止距離	14m (50km/h)
エンジン	4サイクルSOHC
気筒数・排気量	単気筒499cc
内径×行程	87mm×84mm
圧縮比	8.3:1

最高出力	30PS/5800rpm
最大トルク	3.9kg-m/5400rpm
始動方式	キック
点火方式	マグネトー
燃料タンク容量	8.8ℓ
オイルタンク容量	2.2ℓ
潤滑方式	強制圧送ドライサンプ式
バッテリー容量	6V6AH
バッテリー型式	6N6-3B
発電機種類	フライホイールマグネトー
発電機型式	038000-2730(日本電装)
点火プラグ	BP-5ES(NGK)
キャブレター	VM34SS
エアクリナー	湿式モルトプレーン
一次減速(比)	ギヤ(77/30=2.566)

二次減速(比)	チェーン(44/16=2.750)
クラッチ型式	湿式多板
変速機型式	5段リターン
フレーム型式	高張力鋼管セミダブルクレードル
キャスト	59°30'
トレール	135mm
タイヤ寸法(前)	3.00-21-4PR
タイヤ寸法(後)	4.00-18-4PR
ブレーキ(前後)	防塵防水式ドラム
懸架緩衝装置(前)	テレスコピックオレオ
懸架緩衝装置(後)	スイングアームオレオ
ヘッドランプ	6V35/35W
テール/ストップランプ	6V5.3/17W
フラッシャーランプ	6V17W
各種パイロットランプ	6V3W

ヤマハエンデュロ

XT500

ブリックレッド



待望のビッグシングル呼び声高い「XT500」。オフロードはもとよりオンロードにおいても素晴らしい乗り味が満喫できるデュアルパーバスマシンとして2月1日より新発売。

低速での抜群のネバリづよさ、そしてアクセルワークにシャープに応えるビックアップのよさ。確かな足まわりと剛性に富んだフレーム構成は「XT500」の大きな特徴。「エンデュロ」の名のとおり走りに徹する持久力と耐久性を兼ねそなえている。



目 を さ せ ま し た

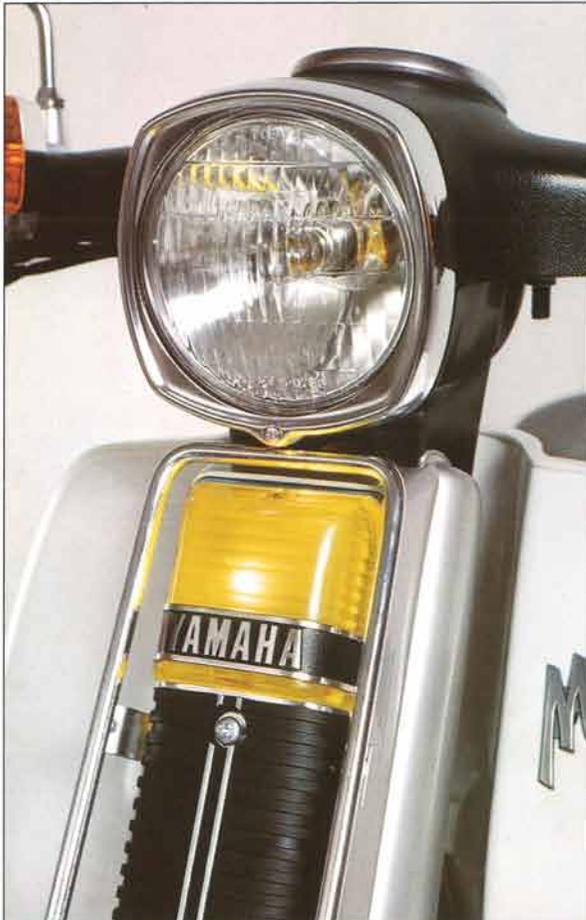
- ヘッドランプ25ワット化
- 大型サイドリフレクター装着
- オイルコーションランプ新設
- 全車種装備ヘルメットハンガー

ニューカラーが加わった“らくらくメイト”は50cc、70cc、90ccの全シリーズで、いずれもヘッドランプを25Wにアップ、サイドリフレクターを大型化したほか、スピードメーター内にオイル補給を知らせるオイルコーションランプを新設するなど、安全対策をよりいっそう充実させました。なお発売は、50デラックス型の「V50D」、新たにヘルメットハンガーを装着した標準仕様の「V50」、セル付きの「V50ED」、そして70cc、90cc、オートマチックメイト50と全て2月からとなります。

- そのほか“らくらくメイト”の大きなセールスポイントとして好評の数々の特徴。即ち●低・中速時のかぶよさ（吸・排気効率を高め、すぐれた冷却効率を保つ2サイクル・リードバルブ・エンジン）●驚くほど小さいチェンジショック（変速機主軸においた大容量クラッチ。もちろん変速はロータリー・リターンいずれも選べる）●低くおさえた排気音（大型マフラー

- 採用）●重宝なヘルメットハンガー（新たに標準仕様車にも新設）●注入しやすい大型オイルタンク（容量1.2ℓ、キャップロを大型化）●振動の減少（エンジン支持改良。一部ラバーマウント化。フレーム強度アップ）●乗りやすいシート位置と形状（らくに足がつく730mmシート高）●防塵防水ブレーキ（とくに前輪ハブ軸

受にはダストカバーを追加、耐久性を増大）——等々いずれもそのままに受継いでいます。■とくに業務用のお客さま向けとして、始動性のよさ、キックまわりの強度向上に加えてフラッシャーランプスイッチの右グリップ操作、標準仕様車のヘルメットハンガー新設は大きくアピールできる特徴であります。



15ワットから25ワットにアップされたヘッドランプ。薄暮時に効果的なポジションランプは淡黄色で、はっきりと確認しやすい



スピードメーター内に設置されたオイルコーションランプ（赤色）。ニュートラル時にスイッチオンで点燈、ギヤを入れると消燈で正常。運転中にこのランプがついた場合はオートループオイルの補給が必要である



中・低速時におけるパワーレンジが広い2サイクル・リードバルブ・エンジン。変速はロータリー式にもリターン式にもなるヤマハ独自の機構で、ギヤチェンジ時のショックの小ささは“らくらくメイト”の大きな特徴

ヤルシルバー

スティブルー

50A
D
D

らくらくメイトにニューカラーを追加 安全対策もさらに充実

ハイスパークルグリーン



ヤマハメイト**V50D**



ビビットグリーン



ヤマハメイト**V50**



ハイスパークルグリーン



ヤマハオートマチックメイト**V50**

- ヤマハメイトデラックスV50D
- ヤマハメイトV50
- ヤマハオートマチックメイトV50
- ヤマハメイトデラックスV50E
- ヤマハメイトデラックスV70D
- ヤマハメイトデラックスV70E
- ヤマハメイトV70
- ヤマハメイトデラックスV90D

前評判も上々のミニスポーツに80c.c.登場 ヤマハミニ**GR80** 2月新発売!

クリスタルシルバー



ブランディレッドメタリック



- 鮮烈のミニスポーツ『ヤマハミニGR80』が2月下旬を期して新発売となります。主な特徴は前号でご案内いたしました『GR50』と共通ですが、『GR80』は2人乗り用としてダブルシートを装着しています。即ち、
- バイクファッションに新風をおくりこむカフェレーサー風スタイル
 - 快適な走行感覚を生み出す5速ミッション
 - オートループオイルの補給を知らせる安全で便利なオイルコーションランプ
 - 25ワットの明るいヘッドランプ
 - 大容量の燃料タンク(7ℓ)とオイルタンク(1.5ℓ)
 - 危険防止のエンジンキルスイッチ

- 安全を守るブレーキライニング点検窓……等々は『GR80/GR50』共通ですが、さらに『GR80』ではエンジン大型化による性能アップが大きなセールスポイントとなります。主要諸元で大きな相違点はホイールベースが10mm増して1045mmとなったこと、また重量が1kg重くなって65.5kg(乾燥)となったことです。エンジンはトルクインダクション方式の2サイクルで、排気量は72ccとなり、これにより出力は6.8:1の圧縮比で5.9馬力/7000毎分回転、最大トルク0.61kg-m/6500毎分回転を発生、一段とパワフルなものへと仕上げられました。これにともない2次減速比は2.733(41/15)に変更、加速能力、最高

- 速度性能の向上を果していますが、いっぽう燃料消費率は75km/ℓ(時速30kmにて)とすぐれた経済性をもたせています。
- レーシングタイプ
 - カフェレーサー
- なおカラーリングは『GR80/GR50』とも共通で、クリスタルシルバーとブランディレッドメタリックの2色を用意。そのほかオプションパーツとして
- 文字型ハンドルバー
 - 重宝なサブキャリア
- 等々を取揃えています。

安全対策を向上 ヤマハビジネスYB50

ヤマハブラック



乗りやすさと無類の耐久性で定評を得ている「ヤマハビジネスYB50」が、エンジンおよびライト関係、ブレーキまわりなど走行安全性を高めて市販に入りました。

■エンジン関係では、オートループオイルの補給を知らせるオイルコーションランプの採用で、これは「GR80/GR50」「メイトシリーズ」と同様にスピードメーター内に装着され、走行前のオイル量点検のほか走行中でもオイル補給を知ることのできるヤマハ独自の安全対策です。

■またヘッドランプは25Wにアップ、一段と明るさを増し、フラッシャー、サイドリフレクターも大型化し、安全性を高めました。さらにブレーキ関係では前後輪のハブプレートにブレーキライニングの摩耗状況をひと目で分かるよう点検窓を設けてあります。

■そのほか燃料タンク形状を変更(容量7.5ℓ)、グラフィック処理も一新しました。仕様上の諸元は「YB50II」として上記以外は従来と変わりません。

エア・サス装備の ヤマハYZ125

フロントフォークのトップにエアチャンバーをおいた新開発エヤスプリング/オイルダンパー方式「ヤマハYZ125」



国内外で第一級の市販モトクロスサーと折り紙つきの「ヤマハYZ125」が——

●フロントフォークをエヤスプリング化

●エンジンのパワーアップ

●ドライブチェーン強化

●モノ・サスのストローク増大——などまた一段と戦闘力を高め新発売になりました。

■まずご注目いただきたいのはフロントフォークの「エア・サス」方式で、緩衝性としてはコイルスプリングはいっさい使わず、ガス(窒素ガスまたは空気)とオイルによるモトクロス特有の激しいショックに打ち勝ち、踏破性を高めていることです。もとよりこの新技術はワークスマシン「Y

ZM125」において入念にテストが繰返されてきたもので、パワーからサスペンションの技術競争へとすすんでいるモトクロスサーの世界に、「サーマルフロー」、「モノクロスサスペンション」についておくるヤマハ技術陣の成果です。

■「エア・サス」フォークの特徴をひと口でいえば、コイルスプリングにかわってインナーチューブに封入された高圧ガスが衝撃を吸収するもので、オイルダンパーのフォークオイルがコイルスプリングによりかくはんされることがなく、エアのオイル混入、オイル温度の上昇などが低減されて、苛酷なレースにおいてもきわめて安定した減衰力を保つことができることです。さらにガス圧とオイル量を変えることにより、コースの状況とライ

新発売(2月1日)

ダーの技量に最適のクッション性能を選びだすことが可能で、加えて底つき感のないセッティングはモトクロスライダーに大きな魅力を与えるセールスポイントとなるものです。

■次いでエンジン関係では7ポートトルクインダクションのポートタイミングおよびCDI点火の進角を改善、キャブレターを大型化(34mm)し、排気系も手を加えて最大出力24P S/10500rpm、最大トルク1.65kg-m/10000rpmにパワーアップしてあります。このほかコンロッドの軽量化、クランク大端部ベアリングの強度アップ、さらにはクラッチの容量アップも行われています。

■パワーアップにともないドライブチェーンもサイズ(520)をあげ、これにより一次(71/22=3.227)、二次(46/12=3.833)の減速比を変更、スプロケット類も強化してあります。主要諸元上では全長2095mm、全高1140mm、シート高870mm、軸間距離1410mm、最低地上高285mmとそれぞれ大きく、燃料タンクも5.5ℓと容量アップになりましたが、重量は86kg(乾燥)におさえてあります。なお前後リムはアルミE型、前輪タイヤはBS製を使用、耐久力アップとコーナリングの性能向上を図りました。

■新型エヤスプリング/オイルダンパーのフォークの採用でトレールは140mmに変更、またモノクロスサスペンションはストロークを増大、リヤホイールトラベルは160mmから一挙に195mmに増されています。主要諸元は上記のほかは従来と同様です。



灼熱の太陽と
フラメンコ

スペイン



民族衣装で着飾ったスペイン美女が勢揃いするシェリー祭



手工芸品が驚くほど安い避暑地ミハスの街なみ

古い歴史と太陽の国スペインは、これまであまたの文明が積み重ねられ、特徴も多く、この国をひとことで正確に言い表わすことは容易ではありません。

単純にみえて多様性に富み、その複雑さは一目瞭然というわけではないのです。険しい山々と広々とした平野、森林と大草原、断崖の多い海岸とゆるやかな浜辺、というような地形的コントラストがあるばかりではなく人種、言語、風俗にも著しい違いがあります。

親しみやすく多彩な国、それがスペインなのです。

18世紀中頃に、グラナダのアルハンブラ宮に住み「アルハンブラ物語」を書いたアメリカ人、ワシントン・アービングはその中で、「毎日仕事もせずにブラブラしている貧乏な連中が、日曜になると精いっぱい着飾って街に出かけ、祝祭の日なども決して忘れることがない」と書いていますが、そのお祭好きも、スペインの人々はそれを楽しみに生きているといっても過言ではないでしょう。

カトリックのお国柄だけに、その祝祭日も宗教に関するものが多く、また各都市がそれぞれに持つ守護神の日は、その都市だけが祭

日になったりするので。スペイン全土、いたるところで行なわれるお祭は、闘牛、歌、踊り、色とりどりの花火で代表されます。世界的に有名なお祭が、バレンシアのフーロナ、セビリアの春祭フェリア、パンプールのサン・フェルミンです。3月に行なわれるフーロナは、バレンシアの主要な交差点に約500体の張りの特大人形が飾られ、金のかんざしに黒いレースの民族衣装をまとった、子供から年頃の女性による果しない行進が続けられるのです。毎晩0時には広場で花火が打ち上げられ、最終日にあたるサン・ホセの日(3月19日)には500もの人形を全部

焼いてしまい、花火以上のスペクタクルが展開されるのです。

これら三大祭は、人々の歓声に囲まれ、楽しく、賑やかで、そして興奮させるお祭ですが、セビリアのお祭だけは、ちょっと気取った、とても優雅な祭として知られています。サン・フェルミンが男性の祭なら、こちらは女性中心のお祭で、日本の女性がお正月に和服を着るように、セビリアの女性はフェリアに、この時とばかりフラムencoの衣装を身にまとうのです。200〜300軒はあろうと思われる仮設小屋のすべてで、セビリア民謡が歌い踊られるのですから、なんともきらびやかなお祭です。陽気なセビリア娘達は、底抜けに愛嬌があり、シェリー酒やコニャックの安酒を飲みながら、夜が更けるのも忘れて華麗なフラムencoを披露してくれれます。長く美しい黒髪、褐色の肌に黒い瞳、エキゾチックなスペイン美女の激しくも哀しいフラムencoは、言語の違いを乗り越えて誰の胸をも打つものです。

彼等ヒターノは、自分達が今日までフラムencoを育て、継承してきたという自負を持っているのですが、それを間違いだと言言できる人は、おそらくいないでしょう。アンダルシア地方に元からあった音楽・芸能と、ヒターノの持ち込んだ音楽、さらには彼等の人間性が相まって、フラムencoが誕生し、現在のようになったものと思われれます。シヨウは、まず23時頃のアーティストの登場に始まります。あまり広くない舞台の奥手に歌手、ギタリスト、踊り手を含め10人前後が、スペイン独特の椅子に着席します。ギターの音合わせが終わると、突然、手拍子とともに「ハレオノ」というはやし方に近い、短かい歌がうたわれるのです。そして、シヨウへの手ならしでもいう短時間の踊りが、踊り手全員が入り立ち替りして披露されます。これが終ると、一人一曲ずつの踊りです。雰囲気盛り上がったところで、いよいよ真打の登場です。色鮮やかな衣装に包まれて登場する、魅惑的なセニョリータ。それと対照的に、歌手は訳のわからないことを叫び、そしてわめき、ギタリストはとにかく雑音を出します。歌手も、ギタリストも、踊り手の邪魔をしているものとしてしか目に映らないのですが、不思議にこの喧騒な雰囲気酔いしれ、フラムencoの魅力に引き込まれてしまうのです。

トリアルルの神様。ミック・アンドリュースが、ヤマハとYと出会う以前に乗っていた「オッサ」を始め、「フルタコ」「モンテサ」は、いずれもヤマハとYとともに世界に名高いトリアルマシとして知られていますが、このスペインのトリアル熱は年々盛人の一途をたどっており、トリアル世界選手権などでも常に上位に喰い込む活躍を見せています。陽気で、おしゃべりで、ちよびりルーズで、すぐに熱しやすい性格といわれながらも、伝統を大切にしているスペイン人ですが、自国を愛することにかけは、どこの国よりも強い自信を持っており、こんなところにもスペイン人の気性の激しさがうかがえるのです。



伝わるニューバイクの鼓動

〈GR50〉〈GR80〉〈XT500〉〈YZ125〉 『ニューモデル発表試乗会』開かる

去る一月十二日、静岡県磐田市のヤマハ本社において、二輪専門誌紙の関係者を対象に'76年ニューモデル〈GR50〉〈GR80〉〈XT500〉〈YZ125〉の発表会および試乗会が行なわれました。

この発表会には、二輪車新聞、オートバイ、モーターサイクリスト、ヤングマシン、モーターブラスニング、オートスポーツ、MJAの六社一団体から計21名が参加、ヤマハからは小宮営業部長以下、設計技術陣が集まり、ニューモデル4車種を囲んで午前十一時より各車種ごとの詳細説明が進められました。説明後の質疑応答では記者より活発な質問が飛び交い、昨年十一月のモーターショー以来話題を集めているヤマハの新車群に、深い関心が寄せられていることが感じられました。

午後からの試乗会は、雲ひとつない青空の下、本社向側のテクニカルセンター磐田を中心にその周辺で行なわれましたが、〈GR50〉〈GR80〉〈XT500〉のそれぞれ個性をもった期待通りの走りっぷりに、試乗した各社のテストライダーは、一様に新鮮な印象を述べていました。

三大専門誌記者に聞く

今回の新車発表会に出席し、〈G R 50〉〈G R 80〉〈XT 500〉の各車種をそれぞれ試乗された、二輪専門月刊誌「ヤングマシン」「オートバイ」「モーターサイクリスト」のレポートに、試乗後の印象を述べてもらいました。

私はミニレースに出ているのですが、このクルマをまず最初に見た時から、ミニレースで走ったら面白いだろうなと思えましたね。事実、試乗した段階でも、シートに座り心地といい、コーナリングの感覚といい、まさにレーサーそのものの感触を味わえました。街中で走るにも、今までの50ccバイクの中では一番乗り易いし、最高のクルマですね。



レーサーそのものの感触
〈G R 50〉
「ヤングマシン」編集部
北村和久氏

エンジンの回りが速いし、タウンバイクといいながらも街中で走るにはもったいないクルマですね。そのままの姿でも、すぐミニレースに出られる高性能さを持っていますよ。総合的なバランスがとれているので、乗っていても安心、とにかく乗り易いです。欲を言えば、シートをG R 50のレーサータイプと交換できれば理想的ですね。



驚くべきバランスの安定
〈G R 80〉
「オートバイ」誌レポーター
三吉秀治氏

わが国のメーカーから、これだけ個性の強いオートバイが作られたことに、まず意味が感じられますね。日本人には、すべてにおいて大柄すぎるようにも感じますが、他のバイクからは感じることもできないダイナミックな感触を味わえるでしょう。オフロード・モデルとはまた違った味わいで、こんなクルマを無限に続くオフロードで疾走したら、最高でしょう。



シヤクにさわるトルクの威力
〈X T 5 0 0〉
「モーターサイクリスト」誌レポーター
森岡進氏



【写真右】ニューモデルを囲んで、商品解説が進められている発表会風景
【写真左上】ミニながらカフェレーサーの乗り心地は各社ライダーの人気を集めていた
【写真左下】試乗前に、話題のXT500の始動方法が説明される



顔を覚えてもらおうって、大変ですね。

増田恵子さん(増田サイクル・増田稔氏夫人)



にんじん

「えっ、ヤマハ奥さま」のインタビュースツット！。私なんか、皆さんのお手本になるような人間じゃないし、むしろ今まで紹介されてきた奥さまたちのお話を、読ませてもらうって勉強している最中なんですから……」

お会いするなり、遠慮がちに話されたのは、東京は世田ヶ谷区世田ヶ谷でこ商売している増田サイクルの奥さま、増田恵子さん。まだ当年とって26歳という、とてもチャーミングな若奥さまです。

恵子さんのご出身は広島。大学時代を東京で過ごし、その時知り合ったのが現在のご主人、稔さん。その後広島へ戻られ、しばらく幼稚園の先生をしていたとのことですが、三年前に稔さんと結婚され、いまでは一粒タネの裕之進クンまでいるのです。

「最初は、販売店の舞台ウラなんて想像もつかなかつたでしょう。結婚するといつても全然実感がわかないんです。実際、主人と一緒にお店に出ると、知らないことばかりなので、果してこれからやっていけるだろうかと不安になって……。そんな時、いつも脇から励ましてくれたのが、主人のお田さんなんです。田は今も民生委員をやっていて、非常に忙しい人なんです。他人と話をするのが仕事だけに、お店での接客法なんかを教えてくださいます。今はもう、お客さんとも平気で話せますけど、初めての頃はオドオドしどおし……」

お田さんのアドバイスは、恵子さんのセールス意識を完全に目覚めさせたようです。

「去年の秋頃からですけど、主人が修理なんかで忙しい時、私が代わりに外商をやっているんです。販売店といつても、お客さんが来るのを待っているだけではダメでしょう。子供さえ寝かせつけちゃえば、私にだって時間はあるんだし——という訳で始めたんです。自動車のセールスマンがよく来るでしょう、

▶「主人のお出かけを見送る裕之進クンと恵子さんは？」とメイトのカタログを広げる恵子さん



あれです。ちよつと大袈裟ですが、主人と一緒に毎月一回、販売戦術を立てて歩き回っているんです。」

増田サイクルさんのご近所には、幸いなことに他に販売店がなく、どこにも遠慮する必要がないのだそうです。主に経堂を中心に、カタログやセールス案内を配っているとのことですが、その成果は——

「最初から商売の話にもつていくって、難しいですネ。でも一回、二回と訪ねるうちにはなんとか……。昨年12月にメイトを2台買っていただいた時なんか、嬉しくって嬉しくって。お店の人達に顔売っておくって、大切なんだなあと痛切に感じましたネ。」

世田ヶ谷といえば、12月15・16日と1月15・16日の2回にわたって開催される『ポロ市』で有名なところ。

「ええ、ポロ市が開かれるのは、お店のすぐ

裕之進クンの遊びのお相手も、重要な仕事のひとつです



前の通りなんですヨ。昨年12月の市では、うちでも営業所に協力をお願いして、店頭で部品や用品類などの小物の販売をしたんです。それがまあ、売れるには売れたんですが、その忙しさといつたらもう大変で……」

周りに商店街が多いせいか、メイトやチャビイに人気が集まるようです。近くには大学も多く、お店に見えるお客さんの大半が若い人達。こんなところにも、恵子さんの人気ぶりがかがええます。

開業して三十年。八年前にお父さんを亡くされてからは、二代目の稔さんがお店を切り回してきました。お田さんの陰ながらの応援もさることながら、恵子さんの努力はご主人にとって強い励ましとなっており、若いお二人の今後の活躍が期待されます。

(東京都世田ヶ谷区世田ヶ谷3の1の3)



「サイクルセンターあらたに」の店頭で。荒谷一三社長（左）「こ
としは宮本くん、どんな企画をしゃべってくれることやら」

●宮本 英則

昭和20年生まれ、愛媛県温泉郡中島の出身。大学を卒業すると、故郷の瀬戸内海の小島へ帰り、半年あまり家業のミカン畑栽培を手伝っていた。そのあいだ色々考えるうちに自分には販売マンの仕事が向きそうだと判断し、昭和44年秋、故郷を出てヤマハ発動機（株）へ入社。広島営業所（現・ヤマハ広島（株））へ配属され、以来オートバイ販売に従事して今年で販売マン7年目、ヤマハセールスマンコンテストでは、毎回上位に入賞するベテラン中のベテランである。

松飾りもとれた仕事始め、正月七日の朝、広島市東雲町のヤマハ広島を訪ねた。現われた青年は、大きな眼と明るい柔らかかな声の持主。コメディアンの「喜味こいし」に似ているな、と思った。
やあ、すっかりお待ちせしました。販売店さん、あちらこちらとの電話で……。おかげさまで初荷の注文を十四台いただきました。さア、これから年始回りに行きますが、一緒にお出かけになりますか。私の担当は呉の市内部なのです。

十四台の内訳は、メイト五台、ミニ三台、チャビイ三台、MR50一台、TY50一台、YB50一台である。宮本さんの担当地区ではMRとチャビイの人氣がよくて、メ

イトの占める比率は二十五パーセント程度だ。

え、納車の手配も済ませて来ました。販売と配送が分業化して三年目になります。昔のように自分で注文をとったクルマは自分で積み込んで、ということがなくなつたものから、販売店さんと話し込む時間をタツプリとれるようになりました。ヤマハの宮本が来るとヤカマシイていかん、アイツは喋りますが、「ドツキ商法」や、などと言われているのですが、二日も顔を出さないと、「おい、どうしたんや」と心配してくださるのがウレシイ。販売の仕事が自分の適性にピッタリ合っていると宮本さんは言う。優れた販売マンになる第一の要件は、初対面で相手

に気を許してもらえないタイプではないだろうか。宮本さんの「シャベクリ」は立て板に水を流す口上手とは違う。

相手の思惑をいちいち憶測したりなどしないで、自分の考えを卒直にトツトツと語る。無防備だから、相手に安心もされやすい。他社系列の販売店さんだつて平気で訪ねていくコワイ販売マンである。

瀬戸内海の小島に育つた子供の頃、オートバイといえは黒く塗つた二輪車というイメージしか抱いていなかったのが、ヤマハに入社したとき、色とりどりのカラフルなクルマが並んでいるのを見て、アツと驚いたのを今でもはっきり憶えています。DT1が発売された頃でした。

あの新鮮な驚きが、私のオートバイ販売という仕事の「原点」ではなかったでしょうか。私はいつも、オートバイ市場の半分は眠りつづけている、と力説するのです。オートバイは男性だけが乗る「黒い二輪車」だ。子供の頃の先入観が、今日の業界においてもまだまだ根強く残っているように感じられてなりません。やつと去年あたりから女性ユーザーにも積極的に、本格的にファッションバイクがPRされるようになった。

女性——人口の約半分で形成されるバイクの潜在需要が、まだ未開拓なのですから、私の仕事も前途洋々と考えております。

売ること、それはあくまでも儲けることだ。販売は、商品を媒介に利潤を獲得する仕事である。だが、この管理社会のただなかで、一人一人の販売マンはどこに自分の働がいを見つけたらよいか。それは、なかなかの難問である。

もう一年も前になりますか。販売店さんから一つの話を開かされて、眼からウロコの落

ユーザーさんのひと言で『販売マン開眼』

今年も“愛されるドヅキ商法”を目ざしてしゃべりまくりたい

ちる思いがしました。あるユーザーさん、三十五、六歳の主婦の方ですが、ある日その販売店さんに立ち寄った時、たいへん喜んでおられたという。原付を取り、はじめてバイク（チャビイだった）を買われたのですが、云く、「平凡な主婦というものは、家にいるか、毎日きまった市場に出かける程度で生活環境はセマイものヨ。ところが、バイクに乗って見ると、眼の前の世界が一変したの」

バスで通っていた買物道も、バイクで走ると新しい発見がある。便利な「足」があるから、用事をすませてから、ちよいと足をのばして、道草を楽しみながら家に帰ることもできる。バイクのおかげで、住み慣れた町が二倍にも三倍にも広い世界となつてよみがえった。こういう生活の楽しさを販売店さんに告げておられたというのです。

これだと思いました。一台のチャビイが一人のユーザーさんに新鮮な「暮しのメリット」をおとどけることができたのです。一台販売すること、こんなユーザーさんが一人ずつ増えていくのであれば、そこに誕生する喜びの「輪」は、一つの社会的メリットと言えるでしょう。バイクを一台売って、メーカーも販売店さんも、なん円かの利益をもうけさせていただくのですが、それと引きかえに、ある確かなメリットをユーザーに還元する。このギブアンドテークに販売マンの社会人としての意義があるのだと解りました。

オートバイ屋さんといえば、油に汚れてバンク直しやエンジン修理をしているお店、そんな世間一般のイメージを一日もはやく一掃したい。バイクを売るのがなくても、バイク・ライフを売ってお店がもっともっと増えて欲しい。宮本さんにはやはり入社の際のカラフルなバイクを見

て発した嘆息が、情熱の源泉になる。

三十代、四十代の販売店主さんで、自店への設備投資を積極的に続けている人が多い。そんなお店は、必ずと言っていいほど伸びています。メカ（機能）とだき合わせてファッショ（嗜好）を売るといふ姿勢なのです。バイクは初めてというお客さんには、メイトをすすめれば間違いない——そんな安易な商売は、もう通用しなくなった。呉市でも、都市化現象は続いています。とりあえずウチには一台あれば間に合うというのが「農村型」、めいめい好みのバイクに乗りたい、というのが「都市型」。お父さんはRD50で呉造船所へ通勤、お嬢さんはチャビイ、高校生のムスコさんがこの間ミニトレをやつと買ってもらった。こういうケースが一般になりつつあります。

「中年サラリーマンはRD派だ」——こう販売店さんにPRする昨今の状況です。十数年前、サラリーマンの初任給でオートバイはとでも買えなかった。今はどうですか、一カ月の給料で、あるいはそれにチョット貯金を足せばRD50が自分のモノになるじゃありませんか。それだけバイクが安い商品になったのです。バイクのファッション化、需要の個性化・多様化も必至の成り行きだと、私は考えているのです。こういう情勢に対応して、ヤマハは、とくに76年のヤマハは二輪車のメーカーとして豊かなバイクライフの「お献立」——豊富な商品開発の成果を用意していること、すでに販売店さんご承知のとおりなのです。

呉市のヤマハフレンド店皆様、しゃべくり宮本は、一九七六年の初春、ますます快調なのです。ところで、宮本さんはヤマハマンである。時にはメーカーと販売店のあいだで、販売マンとして、立場

の板バサミに苦しむこともあるだろう。

私たちには一人一人、厳密な販売計画が課せられています。それを達成することが最大の任務であり、努力目標でもあるのです。販売は数字達成がモノを言うし、そのためには人間関係の信頼がかけがえのないパワーなのです。ふたつの矛盾を、どうやって乗り越え、調和させるか。

おたがい、月末メ切まじかにバタ／＼しても始まりません。私は、計画販売（企画↓実行↓中間チェック）と実売第一主義を仕事の二本柱としています。私の販売実績は、実は、販売店さんのいわゆる「買取り残」が僅少であるという事実を支えられています。私が配車したクルマは、もれなく売約済みの赤札が貼られていること、これが理想だと思っています。計画的に販売するには、自分のエネルギーを惜みなく注がなくてはなりません。ノボリを店頭を立て、チラシをばらまいたらもう何とかセールが始った、というのでは話がウマすぎます。

さあ、今年も「春のヤマハまつり」がもうすぐです。私は、いつも販売店さんに申し上げます。「これは、おたくから見たら、机上プランに思えるかもしれませんが……。これを、どうホグしてどう肉付けするのか、そこからは販売店さんのノウハウに入るので、町々で市場環境が異なります。それは、当の販売店さんが一番よくご承知のはず。私も教えていただきたいのです。」

それぞれの販売店さんで、身に合った「春のヤマハまつり」を展開していただけてこそ最大の成果が期待できます。その「肉付け」に私の「しゃべくり」をフルに活用してもらおうと、今年も手ぐすねひいてるところなのですヨ。

飯島 恵子さん(21)

埼玉県蕨市錦町3の7の32



男の人たちには 負けたくないの!



「きれいに乗っているでしょう」と自慢の愛車を購入先の橋本輪業のご主人に見せる恵子さん

交通量の激しさで、二を競うといわれる国道17号線を、黄色いヘルメットに赤いジャケットで身を固めた一人の女性が、TY50に乗って毎朝夕さっそうと走り去っていく。埼玉県蕨市の自宅から、東京は板橋区志村坂上の会社まで通勤する、飯島恵子さん(21)である。

三年前、普通高校を卒業し一流銀行に就職

したもの、手に職をと都立の職業訓練校に通い、製図トレースの技術を身につけた恵子さんは、昨年4月、現在勤めている製本、製袋機を設計・製作している西岡製作所へ入社以来、男性ばかりの設計室の中で、ただ一人の女性製図技師として活躍している。

「私って、性格が男っばいんです。ただ当り前のことをしているだけでは我慢ができません。」

いし、言われた通りのことをそのままするの
も駄目。もともと銀行勤めは性に合わなかつ
たんでしたが、一年働いてやっと決心しま
した。あとはもう自分で決めたことですから
無我夢中でトレースの勉強を……。

恵子さんとバイクとの出会いも、こんな性
格が、強い要因となったようである。

「最初はバイクなんて全然興味を持ってい
なかつたのですが、偶然どこかのテレビ局で
ミック・アンドリュースのトライアル番組を
見てこんなスポーツもあるんだなあと感心。
その後、バイクを意識するようになって、いつ
か私もやってやる——と思い始める
ようになったんですネ。」

それからというもの、恵子さんはバイク捜
しに夢中になり、友達に聞いたり、カタログ
を集めたり、二輪専門誌を読んだりで研究。

「おもしろい話ですが、最初はテレビで見た
ミックの競技はモトクロスだと思っていたん
です。でも調べてみるとトライアルだとわか
り、バイクを買おうならヤマハのTY50だ……」
以前は、通勤にバスを利用していた恵子さ
ん。たまたま残業で帰りが10時過ぎになつた
時、志村坂下の国道沿いに、まだ電気をつけ
てお客さんのバイクの修理をしていた橋本輪
業店が目にとまり、親切そうなお店だと思
つたそう、あこがれのTY50を買つたのも
このお店。

「とにかくメカについては自信がなかつた
もので、親切なお店をというこで捜してい
たんです。翌日さっそくお店を訪ね、いっぺ
んで決めてしまいました。」

購入して一カ月後には、お店の御主人に誘
われレジャーバイク運動会にも参加。初出場な
がら健闘し、数えきれない転倒にもめげず、
見事レディス賞を獲得する大活躍。それまで
は一般道路に出るのも恐かつたことだが、
それからどんなに混雑した道路でも平気と
いう。今や、恵子さんにとってTY50は、通
勤にも、レジャーにも欠かせない最も仲の良
い友達なのである。

休日ごとに多彩なイベント

スポーツランド菅生、今年もよろしく

'76スポーツカレンダー発表

（スポーツランド菅生）昨年5月のオープン以来、家族で遊べるスポーツランドとしてお店のみなさま、お客さまに親しまれてきたスポーツランド菅生は、気象条件の悪い冬場の間、一時イベント開催を控えていましたが陽春三月二十七日より、再び華ばなしく'76年の多彩な活動を展開してまいります。二年目を迎えたことは、お正月早々、熱心な地元宮城県周辺のスポーツファンが集まり、ロード、モトクロス、カート、トライアルの各コースで元気に走り初めを楽しんでいたものです。こうしたお客さまの期待を集めて、この程発表されたモータースポーツ関係のイベントスケジュールは表のとおりですが、ご覧のようにシーズンたけなわともなると、毎休日ごとに各種のイベントが目じろ押しで、健全なモータースポーツのひろがり、大いに期待されています。

ことしも、スポーツランド菅生をどうぞよろしくご利用ください。



◀150名にのぼる熱心なスポーツファンでにぎわった新春走り初めのひとコマ。

'76スポーツランド菅生スポーツカレンダー

月	日	ロードコース	カートコース	モトクロスコース	トライアルコース
3	7 14 21 28		菅生SLカート教室①	モトクロス宮城選手権① 菅生ミニバイクエンデューロ(教室付)	東北トライアル選手権①宮城大会
4	4 11 18 25 29	プロダクションロードレーシングスクール① 菅生セフティライディングスクール①	菅生SLカート教室②	モトクロス東北選手権①宮城大会 モトクロス全日本選手権④菅生大会	SCCトライアル①
5	2-3 9 16 23 30	プロダクションロードレーシングスクール② '76ロードレース日本選手権③ 北日本 プロダクションロードレーシングスクール③	76ゴールデンカートレース SCCミニバイクロードレース②	SCCモトクロス②	トライアル宮城選手権②
6	6 13 20 21	'76ロードレース日本選手権⑤ 北日本	SCCミニバイクロードレース③ 菅生SLカート教室③ SCCカートレース②		
7	4 11 16-17 18 25	プロダクションロードレーシングスクール④ 菅生ロードレーシングスクール 全日本ロードレース選手権⑥菅生 菅生セフティライディングスクール②	菅生SLカート教室④ SCCミニバイクロードレース④ SCCカートレース③	モトクロス宮城選手権④	トライアル宮城選手権③
8	1 7-8 14-15 22 29	SCCプロダクションロードレース	SLカートフェスティバル 第1回ミニバイク全日本グランプリ SCCカートレース④	SLモトクロスフェスティバル モトクロス宮城選手権⑤	SLトライアルフェスティバル
9	5 12 15 18-19 23 26	プロダクションロードレーシングスクール⑤ 全日本ロードレース選手権⑦菅生 菅生セフティライディングスクール③	菅生SLカート教室⑤ オールジャパンカートグランプリ SCCミニバイクカートレース⑥		トライアル宮城選手権④
10	3 10 11 17 24 31	プロダクションロードレーシングスクール⑥ SCCプロダクションロードレース 菅生セフティライディングスクール④ プロダクションロードレーシングスクール⑦	菅生SLカート教室⑥ SCCカートレース⑤ SCCミニバイクゴールデンプリ	モトクロス宮城選手権⑥	
11	3 6-7 14 21 23 28	SCCプロダクションロードレース	SLチャンピオンカートレース 菅生SLカート教室⑦	菅生ミニバイクエンデューロ(教室付) SCC第3回モトクロス耐久レース	SCCトライアル最終戦
12	5 12 19 26		SCCカートレース⑥最終戦		

※開催期日、イベント名等の変更がある場合があります。詳細は菅生スポーツクラブ(022483-3125)までお問い合わせ下さい。

ちょっと一言

見逃せないユーザー心理

先日熱心なバイクファンのお宅を訪ねてびっくりしたのですが、50ccが3台、250ccが1台、庭先の倉庫に整然とならべられ、一台一台シートカバーを被せていかにも大事そうにしまわれているのです。もちろん、決して新しくはない4台ですが、ピカピカに磨き上げられて、いまさながらにお客さまのバイクに寄せる愛情の深さを感じさせられました。

例えば、こんなお客さまのバイクが点検や整備でお店に持込まれたら？ もちろんお店にとっては展示車、他のお客さまからお預りしたバイク……と単に何十台かのうちの1台になってしまい、とても特別に気を使って保管するわけにはいきません。ある時はお店の片隅か、店頭の路上に何げなく放置されているかも……。そして、こんな時に、当のお客さまが表われたら、どんな印象をうけることでしょう。お店にとっては、あまたのバイクのたったの1台でも、お客さまにはかけがえない1台。せっかく築き上げたお店の信頼もこんな細かなことで覆えられないとは言えません。労の多いことですが、決して見逃すことのできないのが、細かいユーザーの心理、サービスマンの方へこの辺のアドバイスもお忘れなく。

寒風をついて元氣ハツラツの

トライアル仲間

（ヤマハ神奈川）昭和50年もおし詰まった12月21日（日曜日）、ヤマハ神奈川（株）の主催による『神奈川S.L.トライアル支店長杯争奪戦』が行われ、寒さをもともしないS.L.仲間、T.Y.仲間の元氣なライディングが見られました。

会場は神奈川県開成町にある「トライアルランドマツダ」で、ここは本誌の昨年3月号でもご紹介しましたが、ヤマハ安全運転推進本部指定校である「松田自動車学校」が同校の教習コースの隣に建設したものの。昨年はここを舞台に、神奈川S.L.トライアルシリーズ戦全6戦が行われましたが、この度の大会は

このシリーズ戦の総決算ともいえるもので、神奈川県のトライアルライダーの精鋭が多数参加しました。

会場はそれ程広くなく、それに較べて参加者が多かったので、5つのセクションを午前と午後に分けて3ヒートずつ、計30セクションで熱気のこもる競技が展開されました。

冷たい木枯らしをもとせず支店長杯を獲得したのは、横須賀の秋本利正君で、その成績は2位に48ポイントもの差をつけたわずか11失点の23クリーンという見事なものでした。秋本君はシリーズ戦でもチャンピオンになっており、そのトライぶりには群を抜いた安定感が見られました。



フレンド店のみなさんを対象に 「ヤマハらくらくクレジット」まつり開催

手続きかんたん
支払いらくらく
ヤマハ
5<5<クレジット

（仙台営業所）
76年の販売活動のキメ手として「ヤマハらくらくクレジット」が注目を集め、全国のフレンド店さんで積極的に活用が進んでいます。ヤマハ発動機仙台営業所

では、お店にとつては「売りやすく、お客さまにとつて、買いやすい」このらくらくクレジットをさらに有効にご活用いただくとうと、傘下のフレンド店さんを対象に「ヤマハらくらくクレジットまつり」を開催します。

二月から四月まで、三ヶ月間にわたって行なわれるこの「ヤマハらくらくクレジットまつり」は、簡単なこのシステムを大いに理解して、販売増にお役立ていただくことを目的とした「コンクール」で、クレジットの代行会社である日本信販仙台支店とタイアップ、期間中のクレジットでの販売台数、全販売台数に占めるクレジットの利用率などによって優秀フレンド店さんを表彰しようというものです。お店のみなさんの意気込みも、はやくもなみなみならぬものがあり、期待されています。

お店のご近所はいかがですか？ ●目立つ交通死者の地域格差

昨年の交通事故死者は一万七千九百九十二人、十六年ぶりに一万人台へ減少とか。しかし、大都市における死者の大幅な減少に比べ、地方都市での減少率がきわめて鈍いことが特長づけられ、事故の「地域格差」の大きなことが改めて判明されています。

この傾向の共通した特長は――
①国道などの幹線道路が都市を貫流している
②城内外交通と通過交通が交差している
③二点があげられており、このため警察庁では都市間道路でのスピード規制や取締りの強化、中小地方都市での安全施設整備などに全力を上げる方針を打出し、五十五年末までに死者八千四百人以下の目標に向かって歩み出しています。

ちなみに、人口十万人当りの死者率のベスト10、ワースト10は左のとおり、お店のご近所はいかがですか？こうした死者率の中でもバイクの占める割合が急減していることは大いに喜ばしいことですが、やはり死者ゼロは、国民の願い。安全な交通社会実現へのリーダーとして、店頭指導もどうぞよろしく。

昨年1年間の人口10万人当りの死者

ベスト10		ワースト10	
都 市	死者率	都 市	死者率
①宝塚	1.3	①今治	25.2
②釧路	1.5	②尾道	19.2
③武蔵野	1.5	③鈴鹿	17.8
④函館	1.7	④市原	16.4
⑤川西	1.9	⑤熊谷	16.3
⑥三鷹	1.9	⑥津	16.2
⑦習志野	2.7	⑦宇都	15.9
⑧長崎	2.7	⑧山口	15.7
⑨小平	2.8	⑨福井	15.6
⑩上尾	2.9	⑩小山	15.3

ちょっと一言

多い“冬ならではの” チェック・ポイント

立春がすぎたとはいえ、寒さはまだまだこれから、お客さまへの冬のアドバイスも一層多く求められる季節です。

点検や整備もこの季節に合わせて、バッテリーやタイヤ、混合気の濃度などきめ細かいご指導をおねがいします。長い冬の間には、きっとお客さまにとって「見てもらって助かった」という経験も生まれてくるはず。お客さまの使用状況や、バイクによってポイントも多少変わりますが、一般的には寒さによって極端に性能がおちるため、常に完全充電状態でおきたいバッテリー。路面の凍結もめずらしくなく、万全を期さなくてはならないタイヤの保守。そして気化しくいために、燃費もかさみがちな燃料系統の調整、などが中心となることでしょう。

そして、これらの点検サービスは、だまって実施するばかりでなく「なぜ冬はこうした箇所へ目を向けなければならないのか？」の解説もお忘れなく。

これに、メンテナンスに付随したライディングや服装など、お店のみなさんの経験から生まれた貴重なアドバイスが加われば、お客さまの安全なバイクライフの大きな支えとなることでしょう。

目差せ！お客さまとの一体化

●寒さを吹き飛ばすミニバイク運動会

〔多摩営業所〕年の瀬も迫った12月21日(日)埼玉県は所沢サーキット場内のモトクロスコースで、多摩ミニミニ協会の主催による「ミニバイク運動会」が、約40台のミニバイクを集めて開催されました。

多摩ミニミニ協会といえば、ミニバイクの普及活動に力を注ぐ多摩地区のヤマハフレンド店で組織されたミニバイク仲間が集まり、販売店とお客さまとが一体となって、ユニークなミニバイク活動を続けていますが、ミニバイク運動会やツーリングなど、これまでに数多くの催しを積極的に企画し、注目を集めています。

今大会でも初めてバイクに乗るという高校生参加が多かったため、悪路での走行テクニックの争いだけでなく、コース途中で軟球の投的を盛り込み、うまく的に当てた人は近道を通れるという特典を設けて行なわれましたが、これが効を奏したか初心者と経験者が

合い交じえての大接戦が繰り広げられました。前夜の霜でミニ用に特設されたレースコースは決して良いコンディションとはいえないが、予選A組から早くもコーナーで転倒する選手が続出し、寒さを忘れての熱戦にタキ火にあたって観戦していた仲間達も大喜こびでした。

年々盛んなミニバイク大会ですが、主催者



難関を乗り切るミニトレ・ライダー



レース前のミーティングで競技の説明をする鈴木社長

の一人・鈴木輪業の鈴木昇社長は、「初めてバイクに乗る人が、すでに乗っている人達と一緒に走るからには、それなりにハンディキヤップを設けなければ面白くないでしょう。みんなが楽しむためには集まった人達同志でアイデアを出し合い、より楽しい催しを開催していくことだと思えます。販売店側で全て



ことしはまたフレンド店のみなさま、お客さまから多くの年賀状をいただきました。ありがとうございました。昨秋の東京モーターショーでご覧いただいたニューバイクの数かずも二月一日を期して相ついで新発売。春のヤマハまつりとあわせて、みなさまの店頭も急激なにごわいを見せはじめることでしょう。春の訪れとともに、キャンペーンの結果が、華ばなしく誌面をいろどる、そんな光景がいまから楽しみなところですよ。(鈴)

今春の二輪業界の話題は、なんといってもヤマハから続々と出されるニューモデルに集中しています。これは業界内だけではなく、ユーザーの間でも大評判の様子。

先日、九州のある販売店さんにお聞きした話では、「こちらではGR50、XT500、GX750などの実際の雄姿にはまだお目にかかっていないが、ユーザーの間では早くも大変な人気。YA1時代からのヤマハファンもGXにはゾッコンといった感じで、1日も

早い発売を待っています」とのこと。私達編集部も多くの新車のデータを知恵のくに大わらわ。皆さんも新しい商品知識をバッチリ身につけて春の商戦を頑張ってください(M)

正月久しぶりにTY250に乗ってみたい。あまりに天気がいいし、道路もガラガラ、東京の道がこんな状態になるのは年に一回、さすが正月だ。ほんとうに久しぶりだし、腕にはあまり自信がない方のわたしが、その日のライディングは、ほんとうに俺が乗っているのか。と疑うほど汚れていて、まったくいい気分。余は満足であるぞよ。といいたい気分だった。道路から四輪を止めだすわけにはいかないが、せめて年に一日だけ、いや欲ばって十日ぐらい、バイクだけが道路を走る日にしてもらいたい。なんて、実現しそうなもないことを初夢ならぬ正夢で真剣に年がいになく抱いた半日であった。(A)

「マイ・バイク・ライフ」の取材にあたり

ご協力いただいた東京・板橋区の橋本輪業さんのご主人は、昨年ミニバイク・レジャー大会を積極的に開催してこられたおひとり。今年も「春のヤマハまつり」キャンペーンとともに、レジャーバイク運動会やツーリングを大いに開催していきたいと大張り切りです。

豊富な50ccバイク群に、新たに「GR50」が仲間入りし、今年はどうなユニックを遊び方が登場するか楽しみですが、小平市の鈴木輪業さんともども、「若いお客さまご自身の手で企画から参加できるような場」を作っていくことこそ、私達はしていかなければならないでしょう」と述べていたのが、なんとも印象的でした。(O)

今年の初取材はGR50。レポートの試乗観をうかがったのですが、評判は上上。ついでに私も試乗してみました。走り出してみると、初心者私でさえ、降りがたいくなるほどの楽しい走り。何となく今年はいく気分が仕事ができそうな気がしてくるほどです。

☎05383-2-1111 内線355

こちらヤマハ発動機PR課です。

お電話でお気軽に、楽しい話題、明るいニュース、これはと思う情報をお聞かせください。本誌へのご要望、ご質問、ご相談もまたOKです。原稿、写真のご投稿も歓迎、〒438 静岡県磐田市新貝2500 ヤマハ発動機株式会社PR課までどうぞ。ニュースの内容によっては、編集部から取材におうかがいいたします。

お膳立てを整え、お客さまを招待するのではなく、お客さま御自身で企画から参加できる雰囲気を作っていくべきでしょう。」と話してくれました。

編集部では全国のフレンド店のみなさまと、連携を密に、新鮮な情報を……と、極力月一回は全国のヤマハ全拠点と連絡をとるよう心がけています。お店のみなさまの話題はセーラムスを通じ編集部へというわけです。こちらよろしくおねがいします。(N)

春のヤマハまつり。が二月からスタート。内容は店頭での新車展示会、試乗会、レジャーバイク運動会、あるいはシーズン立上りの特別セールや、免許教室、安全点検など、ふだんでも販促に役立つ催しを、春のヤマハまつり、のアドバランのもとで、より積極的に、より効果的に行なおうというもの。

例えば、歌舞伎の出し物なども、ふだんからたびたび上演されていながら、新春大歌舞伎、などと銘打って、役者を揃え、にぎにぎしく宣伝すると、ワツとお客が集まる。こちらを負けず。春のヤマハまつり。のノボリや幕を上げ、さあ、春の商戦をスタートさせましょう。(Y)

ヤングジャケット'76



おなじみヤングジャケットの改良型。左腕のポケット（ワッペン付）をアクセントに、ソデ付とポケット部を黒皮で補強したしゃれたデザインが手軽なバイクウェアとしてピッタリのもの。色はベージュと青、サイズはM、L、LLの3種があります。
標準小売価格 4,900円 部品番号・青M90890-59460、同L90890-59461、同LL90890-59462、ベージュM90890-59463、同L90890-59464、同LL90890-59465

部品部からのお知らせ

春のバイクシーズンも、もう目前。躍動の季節にスポーティな2種のウェアと、ユニークな子供用ツナギ服をご紹介します。

フレンチジャンパー



名前のとおり、エリ、スソ、ソデ口にフランスのナショナルカラー赤、青をあしらったジャンパー。肩の部分に吸湿性のよい裏地をつけ、行動的な春のウェアとしてきわめて広い用途に着用できるのが特長で、アイボリー、赤、紺の地色に各M、L、LLのサイズが用意されています。
小売標準価格 4,950円 部品番号・アイボリーM90890-59451、同L90890-59452、同LL90890-59453、赤M90890-59454、同L90890-59455、同LL90890-59456、紺M90890-59457、同L90890-59458、同LL90890-59499

ヤマハオリジナルネクタイ



YAMAHAの刺しゅう入り紺地に矢羽をデザインしたしゃれたネクタイ。お店のノベルティとしても多めに利用度の高いものです。
小売標準価格 2,000円 色、赤、緑、黄

ジュニア・ジャンプスーツ



“わんぱくツナギ”の愛称がピッタリの子供用ツナギ服。ポリエステル65%、綿35%の材質は洗たくもいたって楽。子供の遊び着としても最高。ウエストをゴムギャザーでしめ、ポケットもいっぱい。サイズは5才から15才まで6サイズ、色も白、ブルー、オレンジ、紺と白のストライプ（デラックス）と豊富。
標準小売価格 白・2,980円 ブルーおよびオレンジ・3,700円、デラックス・3,950円 部品番号・白5~6才用90890-59466、同7~8才用90890-59467、同9~10才用90890-59468、同11~12才用90890-59469、同13~14才用90890-59470、同15~16才用90890-59471、ブルー5~6才用90890-59472、同7~8才用90890-59473、同9~10才用90890-59474、同11~12才用90890-59475、同13~14才用90890-59476、同15~16才用90890-59477、オレンジ5~6才用90890-59478、同7~8才用90890-59479、同9~10才用90890-59460、同11~12才用90890-59481、同13~14才用90890-59482、同15~16才用90890-59483、デラックス5~6才用90890-59484、7~8才用90890-59485、同9~10才用90890-59486、同11~12才用90890-59487、同13~14才用90890-59488、同15~16才用90890-59489

好評実施中！ 「ヤマハ用品・プラス作戦」



2月20日まで第2弾実施中です。お店でもどうぞよろしく。詳細は担当セールスマンにおたずねください。



YAMAHA

バイクはいま、日々の暮らしの中を走りはじめています。
誰にでも乗れる手軽さ、小まわりのきく行動性、安い維持費、そして安全へのこまやかな配慮——。さまざまな利点から、生活の新しい足としてバイクの本当の価値が見直されてきたのです。あなたもたしかに暮らしのために、バイクを役立ててください。ヤマハはそのときから、あなたの生活に《新しい充実》をおとどけます。

'74年からの「天気の良い日はバイクに乗ろう」から、'76年の「バイクでニューライフ」へ——ヤマハは一貫してバイクのある暮らしの豊かさを提唱しています。新しいシンボルマークのもとに展開される「バイクでニューライフ」は、スタート3年目を迎えて、生活にどっしりと根をおろしたバイクライフの実現を願うもの。お店でも積極的な普及・浸透にご協力ください。

ヤマハ ニュース 2月号 ● 昭和51年2月1日発行 ● 発行所…ヤマハ発動機株式会社 千438 静岡県磐田市新貝2500 ● 発行人…小宮 功

ギヤチェンジの際、ガリガリと不快音におそれたり、望みのスプロケットへなかなか乗り移らなかつたり、ディレラーの性能が悪いと決めつけるのは簡単。といて問題が解決するとは限りません。レバー操作でスムーズなチェンジを思い通りにするためには、ディレラーだけでなく、チェーン、マルチフリーといった他のコンポにも厳しい目を向ける必要があります。

作動時の流れの中で各部品を見つめよう。
円滑さのキメ手はバランスです。

使用中のチェーンラインから、他のスプロケットへピッチと一発で決まる。理想的ですが、それを実現させるためにはいくつかの条件があります。まずは、チェーン。ディレラー式ギヤチェンジでは、チェーン精度の高さ同様、横のたわみ量が非常に重視されます。何故なら、適正なたわみ量(1/2×114Lチェーン50スパンで4~6cm)があつてこそ、はじめてチェンジが成立するからです。また、ギヤにチェーンがうまく沈まなかつたり、歯先でジャリジャリと踊つたり、よくディレラーのせいにしがちですが、これは間違い。チェーンに対し、マルチフリーの歯の面取りや各スプロケットの間隔に原因があり、寸法精度

の是非が問題なのです。ディレラーについては、頻繁に動く性格上、耐久性がまず肝心。このように、いままでディレラーが原因と思

す。このように、チェンジの良し悪しは、車種の目的に合った走行に際しての性能をさし、これも「良い自転車」を見極める大きな要素です。

車種	チェーン	ディレラー	フリーホイール	標準現金価格
PX10E (ロードレーサー)	セディス 1/2×114L	フロント：サンプレックス(スーパーコンベクションAV3SC) リヤ：サンプレックス(リトリウムAR637)	シクロ コンベクション	¥145,000
UE8 (オールラウンドスポーツ)	セゼイス 1/2×114L	フロント：サンプレックス(グレステージAV32) リヤ：サンプレックス(グレステージAR63P)	アトム	¥57,000
PX50 (ランドナー)	セディス 1/2×110L	フロント：サンプレックス(グレステージAV32) リヤ：サンプレックス(グレステージAR63P)	マイヨール	¥55,000

われていたチェンジ性能の良否が、チェーン、マルチフリーに拠るところがいかにかに大きい。これでおわかりでしょう。チェーンとしっかり噛み合うマルチフリー、そして丈夫なディレラー。円滑さの条件です。

ロードレーサーはスピード走行で、
ランドナーは中速、低速走行で、
チェンジの真価が問われる。

あなたの自転車は、走行目的に叶つたチェンジがスムーズに行なわれていますか。ロードレーサーが、スピード走行時でのチェンジ反応がにぶかつたり、うまく噛み合わないとしたら、中速、低速時のレスポンス(反応)がどんなに優れていようと、チェンジ性能が良いとはいえません。同じことは、逆の立場のランドナーにもい

ま、ブジョーの古くて新しい思想(車体構成=車種の目的)は、ここチェンジに関しても脈々と息づいています。車種にふさわしい各部品の厳選、しかも作動時の相性の良さまでも吟味するなど、ブジョーならではの配慮といえます。トータルな視野で自転車を見つめるブジョー・サイクルの神髄をじっくり味わってください。ブジョーは1889年、フランスに生まれ、そして育つた自転車。



ロードレーサーのチェンジの良さは、 時速35km以下ではつかめない。

●ブジョー、1975年度フランス一周4000km(ツール・ド・フランス)優勝。

