

《特集》'80→'81

この1年。市場は、お店は、どこまで変わった!

'81 YAMAHA SNOWMOBILE



《特集》'80→'81

この1年。市場は、お店は、どこまで変わった!

男性ソフトバイク市場の 開拓に挑戦したこの1年……………	4
「ビューティフル・モーターサイクル・ ワールド・ヤマハ、——を提唱したこの1年……………	7
お店の強力な戦力へ ヤマハ奥さまのパワーアップをめざした この1年……………	10
集中力と計画性で 300台販売に挑戦したこの1年……………	12

●カラー

'81ヤマハ スノーモビル……………	15
第8回TBCビッグロードレース……………	16
話のパドック……………	18

和気あいあいのラーリング 第6回YSIT安全運転ラーリング大会……………	20
お店訪問・こんにちはヤマハです……………	22
連載⑫(最終回)販売促進12章……………	24
安全運転推進本部コーナー……………	26
パワーアップ ヤマハ奥さま……………	27
ヤマハ★トピックス……………	28
ヤマハ部品・用品コーナー……………	31

Nice Friends - Big Tomorrow



「タウンイ」による男性ソフトバイク市場の形成、250ccを中心としたスポーツバイクによるスポーツユーザー層の拡大……新しい時代・'80

年代のスタートにヤマハはお店のみなさまと手をたずさえて新しいテーマへの挑戦を開始してきました。さて、その1年の成果をふり返ってみたのが今月号の特集。みなさまのお店ではいかがでしたか?すでにスタートを切った'81年商戦、お店とヤマハの連携がより大きなパワーを発揮する時です。

TOWNY

先月号でご紹介した「Gマーク商品」の選定

にひきつづいて、今度はおなじみのテレビCMが「ACC賞・話題賞」を獲得……と話題の多い「タウンイ」。「ボクのバイク……」から始まった「タウンイ」

人気も話題が話題を呼んで男性需要を拡大中。11月には学園祭でにぎわうキャンパスでもひっぱりだこで、日本大学文理学部のコンテストでは、こんなタウンイ・カップルも誕生しています(29ページ)



《表紙》ビューティフル・モーターサイクル・ワールド・ヤマハ——'80年ヤマハの提唱をそのままに実践するアダルトライダーの姿がめっきりふえています。XJ400の歯科医師さん・長内一久さんもそんなお一人……。



「タウニィ」のテレビCM「オン・ザ・ストリート編」が、全日本CM協議会（ACC）主催の第20回CMフェスティバルにおいて、ACC賞と話題賞をあわせて受賞しました。

「これおたくの、いいなあ〜」という流行語まで生み出したこの「タウニィ」テレビCMの話題性や効果性が消費者代表を含む各界専門家の厳しい審査によって高く評価されたものです。



通産省「Gマーク」商品の選定につづく、テレビCMのACC賞・話題賞の受賞——男のソフトバイク「タウニィ」のこの成果を、年末そして年始のみなさまのご商売にお役立てください。

第20回全日本CMフェスティバル

TOWNY テレビCM ACC賞受賞!



「タウニィ」CMのACC賞、話題賞を手にした石田作ヤマハ発動機宣伝部次長（中央）と制作スタッフ

今年で20回目を迎えた全日本CMフェスティバルは、わが国のCM水準の向上をめざして全日本CM協議会が毎年主催しているもので、今回の審査対象となったCMは、昭和54年8月1日から55年7月31日の間に制作・放送された計2810本。

これらのCMが、特に効果性、倫理性、独創性の3点を主眼に審査されましたが、「タウニィ」

テレビCMの第2弾として全国放映された「オン・ザ・ストリート」編は、キャラクター渡辺貞夫さんと「いいなあ、おじさん。上原輝夫さんの軽妙な会話によって、男のソフトバイク「タウニィ」の商品性を楽しく、的確に表現し、大きな話題を生み出している点が高い評価を集めACC賞・話題賞の2賞受賞となったものです。

北海道ヤマハの スポーツバイクCMも 地域CM秀作賞受賞!

また、「タウニィ」テレビCMと同時に、地域CM部門では、北海道ヤマハ（株）の手によって制作・放送されたスポーツバイクのイメージ広告「マイ・ビューティフル・モーターサイクルライフ・ヤマハ」が、秀作賞に輝きました。

「男の夢は、齢をとらない。」——これは、スポーツバイクのすばらしさを、

ロマンあふれる北海道の大自然の中で謳いあげたものです。

ソフトバイク「タウニィ」とこのスポーツバイク、ふたつのテレビCMの受賞は、暮しの足として、また人びとの身近かなスポーツとして、生活に深く根ざしたバイクの姿を象徴するものといえるでしょう。



特集 '80→'81

この1年。市場は、お店は、
どこのままで変わった！

〈ヘビュートイフル・モーターサイクル・ワールド・ヤマハ〉をはじめ〈Z50ccスポーツ新時代〉や〈6輪使い分け時代〉、〈男性ソフトバイク市場の形成〉……といえ、もちろん80年ヤマハが提唱した新しいテーマ。時がたつのも早いもので、このテーマを軸に展開した80年商戦も、あと1カ月を残すばかりの大詰めを迎えています。

タウニイを皮切りに、RZ250やXJ400など、次から次へとユーザーの期待に応えた新商品を繰り出した今年、当然、市場に対してもお店に対しても大きな影響を及ぼしたのですが、ここではそうしたこの1年の変化に焦点をあて、81年への展望をのぞいてみました。

男性ソフトバイク市場の開拓に挑戦したこの1年

80年ヤマハが提唱した第一のテーマは、新商品「タウニイ」による、男性ソフトバイク市場の開拓。『省エネ』が根づよい社会基調の中で販売店みなさまと一体となつてく

り広げたこの挑戦は、テレビCMの話題、スポーツ感覚いっぱい「タウニイ」の商品性なども手伝つて、当初の予想を大きく上まわる成果を上げている、といえるでしょう

「クルマで得られない手軽さ、便利さ、スポーツ感覚。

もはやタウニイは、僕の身体の一部になつてしまつたみたい！」

データが語る「この1年」

男性ソフトバイク市場の開拓に活躍のタウニイ。具体的にはどんな成果を示しているのでしょうか。ここではタウニイユーザー調査結果から、その活躍ぶりをさぐってみました。

(ヤマハ調べ)

1、やはり90%以上は
男性ユーザーが占めていた。



四輪愛好者がバイクに乗り出すきっかけの多くは、『省エネ』や『交通渋滞対策』だと
いわれています。もちろん、そのスポーティ



クルマで30分以上の渋滞道路もタウニィならたったの10分



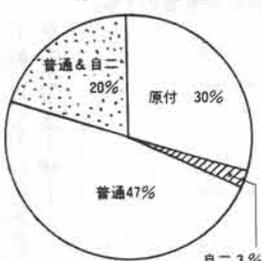
自家用車はセリカとキャラバンの2台。今川さんは6輪使い分けどころか、10輪使い分けを実行しているのだ

な感覚も好まれている要因のひとつ。クルマでは得られないバイク・ワイリーングが、いよいよ社会的にも認識されはじめたといえそうです。ここに紹介する東京・世田ヶ谷区の今川幸雄さん（婦人服メーカー社長・32歳）も、そんな四輪愛好者からバイク認識派へと変身したおひとり。この春のタウニィ新発売とともに即、購入。お仕事で、またプライベートで見事に6輪使い分けをされているのです。今川さんが、バイクを購入されたキッカケはこうです。

「確かに昔からバイクに興味をもっていたことは事実です。しかし、それも小さなレジャーバイクであって、その使いみちはといえばクルマに積んで目的地で楽しもうというものでした。それが、いつから街中でも乗れるバイクに興味をもちはじめたかという、仕事でクルマを使っているうちに、かなりの非能率さに泣かされたから。家からオフィスまでは約4キロなんですが、夜間だとクルマで10分のところが昼間だと30分以上もかかる、ということに疑問を感じ始めたからです」

そんなある日、通勤路でもある世田ヶ谷通り沿いの増田サイクル（増田稔社長）さん

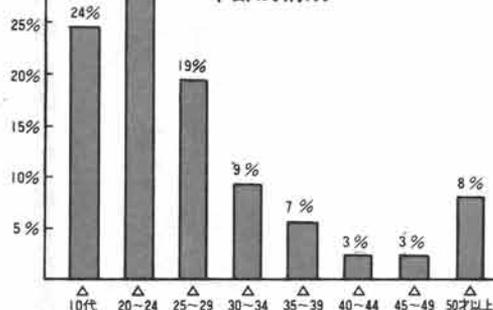
所有免許別構成



普通免許と普通+自二免許の所有者が多く、タウニィユーザーは普通免許所有者が主体といえる。

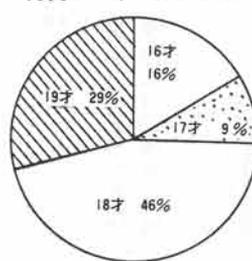
3、普通免許所有者はなんと7割も

年齢別構成



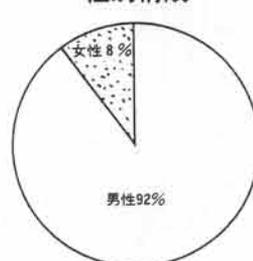
10代から30代前半までとユーザー層は幅広い。10代といえども16-17歳の高校生は少なく、ユーザー層の中心は大学生から20代後半までの独身男性で占められている。

10代ユーザーのみでは



2、ユーザー層の中心は18歳から29歳までの独身男性

性別構成



本年2月の新発売日から6月15日までのタウニィ購入者の92%は男性ユーザー



趣味としてのスポーツは、スキーのほかにゴルフや山登りなど。バイクも当然その仲間入りをして、まさに今川さんの生活はスポーツフィーリングにみちあふれている



通勤途中に増田サイクルさんに立ち寄って、ちよびりバイク談義も



仕事先でもタウニーでいくと話題に出るのが、「いいなあ」のあのオジサンとか

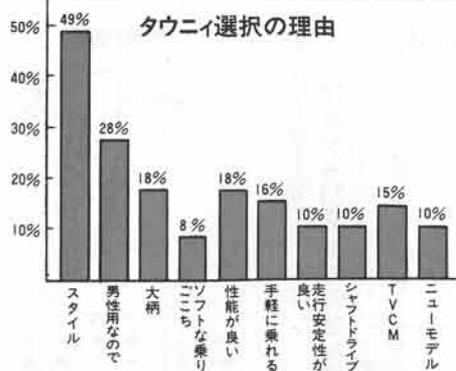
で見かけたのが、ナベサダのテレビコマースヤルでおなじみの「ヤマハ・タウニー」そのスポーティなスタイリングと簡単な操作にズッコンほれこみ、以来、家からオフィスまでの通勤バイクとして愛用するに至っているのです。

今川さんは語ります。タウニーの効用性について。

「その頃は、まだ友だちの誰も乗っていませんでしたので、こいつはいいと思ひまして。またいってみても座り心地は上々だし、ハンドルも軽い。ギヤ・チェーンもないし、レジヤールに使用しているキャラバンの荷台にも入るので、即、決めました。」

今は、主に通勤とオフィスから駐車場までの足として使っていますが、時には業者回りなどにも使用。行く先々で仕事仲間から「いいなあ」と言われて、実のところテレ臭くしてしまうが、いいんです。」

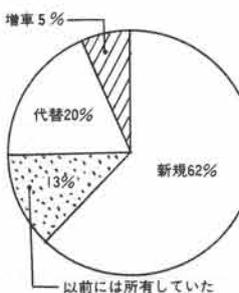
スキーをはじめ山登りやゴルフなど、アウトドアスポーツは何でも大好きと語る今川さん。タウニーを手に入れた今、「こんなバイクでもスポーツ感覚を大いに楽しめるものですネ。ちょっとした買物のために乗っただけでも気分は楽しくなる。今やタウニーは僕の身体の一部」とバイク・ライフをエンジョイしているのです。



タウニーを特徴づけるダイナミックでスポーティなスタイルや性能。男のソフトバイクは、まさに男の心をとらえた。

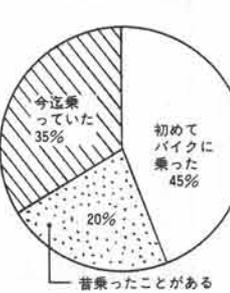
6、男の心をとらえた タウニーの商品特性

バイク購入形態別構成



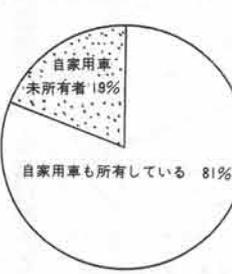
バイク運転経験者が半数強であるにもかかわらず、購入形態面では新規もしくは以前に所有が75%を占め、タウニーによってバイクを購入するといった行動を起した人が主体となっている。

バイク運転経験別構成



5、購入意欲をかき起こしたタウニー

自家用車の所有状況 (普通免許所有者のうち)



普通免許所有者の約8割は自家用車も同時に所有。6輪使い分けを実行している。

4、6輪使い分けの尖兵がまさに タウニーユーザー



バイクのスポーツフィーリングを楽しむ早朝ツーリングはまた、ひとりだけの時間をつくる絶好の機会でもある

ビューティフル・モーターサイクル・ワールド・ヤマハを提唱したこの1年

ヤングの乗りものだったスポーツバイクから、より幅広い層の人が楽しめるスポーツバイクをめざしたビューティフル・モーターサイクル・ワールド・ヤマハ。250ccスポーツをはじめてとした「スポーツニコ」遊びニコ、

をもち込んだヤマハのスポーツバイク商品群とお店のムーブづくりは、見事にアダルトの心をとらえ、一年目にして早くもスポーツバイク市場に新しい傾向を育くむに至っているのです。

「バイクを降りて緊張感から解き放された瞬間、僕はその時、もうバイクは手離せないナと思いましたネ」

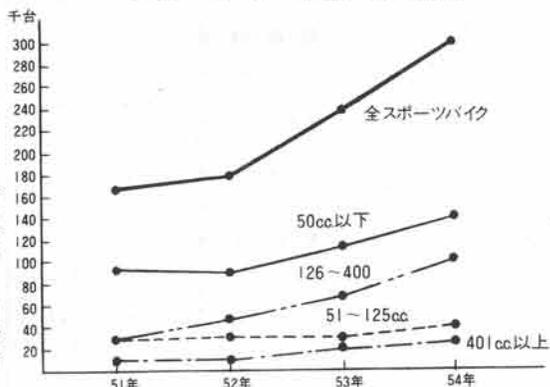
きわめて幅広く、きわめて奥深いモーターサイクル本来の楽しさを広めようと、ヤマハがこの1年で市場に送り込んだスポーツバイクは全部で8機種。乗る人の心を主張する個性豊かなこれらの新商品群は、バイクマニアのみならずいままでバイクとは無縁だった人びとをも、素晴らしいバイクの世界に魅き入れているのです。

神奈川県小田原市にお住まいの長内久さん(歯科医師・33歳)が、XJ400を購入したのは今年7月。普通免許しかなかった長内さんにとって、16〜17回の教習所通いの末に、中型限定免許を取得してすぐのことでした。

「中学の頃からプラモデルをやっていたり、もともと機械いじりとか、細かいことは好きでしたネ。だからバイクもメカとしては興味があったのでしょう。でも、実際に僕自身がそのバイクに乗るなんてことは、全然思ってもみなかった。しかも、こんなに本格的なスポーツバイクでのツーリングが趣味になるなんて、自分でも驚いているんです」

では、一体、何が長内さんの心をバイクに傾かせたのかというと、それはここにきてとみに急増しているアダルトユーザーの存在。

スポーツバイク排気量別需要動向



まさにソフトバイクの普及・定着と呼応するように、昭和52年以降着実に伸びを続けるスポーツバイク。このスポーツバイクを、免許区分で分類すると、なかでも伸び著しいのが126-400ccクラスである。(ヤマハ調べ)

1、伸長が著しい
125〜400ccクラス

(215、自工会調べ)

データが語る「この1年」
ソフトバイクの急成長とともに、年飛躍の一途をたどるスポーツバイク。なかでもアダルトユーザーの進出は、地域を問わずに目立っています。そこで、ここではスポーツバイクを中心に、54年度の二輪車需要動向をピックアップしてみました。



→バイクとともに今、夢中なのが長男・一奏くん。習い始めたバイオリン。さすがの長内さんもこの時ばかりは、頭の中を占めていたバイクの映像は消え去っている

→バイクから降りて緊張感から解放された時それは何にもかえがたい最高の気分なのだ



いわば誰にも規制されることなく、その人のパーソナリティのままに一人で、気ままに走り、そしてスポーツツーリングを楽しむに走っている姿を目にしたからです。

「以前にファミリーバイクに乗っていたんですが、どこにでも止められる気軽さなどバイクの効用性は結構わかっていたつもりです。でも、それだけがバイクの魅力ではないんだなあと、ある頃から感じ始めたんです。もっと積極的な意味で、走る楽しさであるとか、バイクを通してしか体験できない世界こそがバイクの本来の魅力なのだ。」

もう、こうなったら実際アダルトユーザーを見て、雑誌のカラグラビア記事を見て、心の中は自分が大自然の中をバイクで疾走している映像が占領してしまっているんです。で、ここまでくればもう自分で実際に乗ってみて、バイクのフィーリングを確かめる以外に方法はないと、中型限定免許にチャレンジしたというわけです」

お仕事柄(歯科医)、ふだんが繊細な神経を使うために、当然ストレスもたまりがちになります。おまけに通院距離もさほど長くないため、運動もおろそかになりがちになる。それだけに、それらのストレスや運動不足の解消が必要不可欠であったわけですが、ここで長内さんが試みたのが免許取得と同時に手に入れたXJ400での早朝ツーリングでした。

「ここから箱根までは20分位で行けちゃうんです。ですから、もっぱら私のツーリングルートは箱根です。別に箱根に出かけたからって、何があるわけでもありませんが、そこがクルマと違うところなんです。」

バイクの場合、ただ走っているだけで気象の変化や空気の違いが伝わってくる。また、クルマ以上に走りに対して神経を使いますので、降りた瞬間はその逆にドット緊張感から解放される。その一瞬がなんともいえないんです。事故が恐いので最初は反対したという奥さま・奏子さんも、いまではむしろその早起きを歓迎。ますます意気上がる長内さんですが、

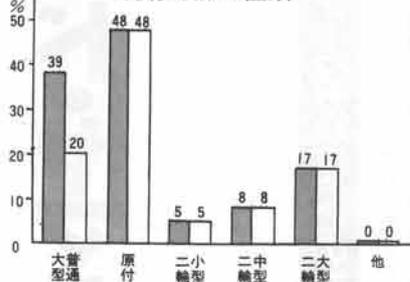
2、大学生や自由業・経営者に好まれるスポーツ車



3、強まる男性需要のアダルト傾向

前回調査(52年度)との違いは、構成比で自由業や経営者、大学生が増加して労働・商工自営・高校生の減少が目立つ。自由業・経営者については、排気量・タイプとも全般的に構成を増しているが、大学生については、排気量で251~400ccタイプでスポーツ車の構成比が高くなっている。

現有免許の種類



白棒が「どんな免許でバイクに乗っているか」を、色棒は所有免許を示している。注目されるのは左端、昭和40年以前に普通免許を取得したアダルトが、当時付帯されていた自動二輪免許でバイクに乗っているケースが、自動二輪中最高を示している。

より強力な戦力へ！ ヤマハ奥さまの パワーアップをめざしたこの1年

ヤマハ奥さま
パワーアップ
セミナー



すべてが私の
戦力アップに……

モーターサイクル玉船
岡本勝雄社長
奥さま・トク工様

昨年12月の第1回「お客さまづくり」から今日の第4回まで、80年度のパワーアップセミナーには皆勤です。聞いたこと、自分の手でやってみたこと、またよそのお店の奥さまと話したこと……すべてが私の戦力アップにつながっていると思います。将来の夢は「私の店」を持つこと、その基盤づくりにもなったセミナーだったと思います。
(合歡の郷での懇親パーティーで乾杯の首頭をとる岡本トク工さん)



このチャンスも
'81年は、もっと活かして！

南小泉商会
小泉 伸社長
奥さま・節子様

時間の都合もあって出席は全回ではありません。でもふり返ってみると同じように考えたり、悩んだり、そんなお仲間がたくさんいることを知ったり、親しい方が増えたりとても良かったと思っています。私たちヤマハ奥さまは、こんな機会でもなければ、なかなか外の空気や新しい知識を吸収するチャンスがありませんもの。'81年度はもっとと出席したいですね。



励みになる
情報交換

松谷商会
松谷 敬一社長
奥さま・宣子様

いろいろな奥さまと知り合えたことが、最大の収穫。またお店づくりだとか店内演出だとか実際の仕事上のこともたくさん勉強できました。ともかく他店のことをおしえていただく、というのは刺激にもなっていることです。これからは子供も学校に入り時間的余裕もできそうですので、'81年度は、すべて出席したい。また、今年の成果を活かしてどんなお客さまでも気軽に入れる店にしたいと思っています。



精神面でも、実作業面でも
大きな収穫

赤坂商会
赤坂 利雄社長
奥さま・鈴江様

以前から「出しゃばりすぎる」なんて言われるほどいろいろと店の事はやっていますが、今年4回出席させていただいたセミナーのおかげでまた一段とパワーアップできたと思います。近所の同業の奥さまとも親しくなれて喜んでますし、実作業面では「チラシづくり」の講座が一番思い出深いですね。チラシコンクールで最優秀賞もいただきましたし……。



講義を受けて
日常作業を再認識

高橋モーターズセンター
高橋 忠造社長
奥さま・きよ子様

「お客さまづくり」「顔づくり」「店づくり」そしてこの「利益づくり」と全てのセミナーに出席させていただきました。やはり普段当り前のようにやっていることでも、専門家の先生から講義を受けると「ああ、こういう意味があったのか」とかいろいろなこと関連もはつきりしますね。私にはこれが一番勉強になりました。来年ももちろん参加させていただきます。そして、もっとと店の活動に活かしていきたいですね。

《特集》'80→'81
この1年。市場は、お店は、どこまで変わった！



夜はバーベキューを囲んでの懇親パーティ。奥さま同士の親睦も一段と深まり、ご商売のこと、お子さまのこと……と話はつきない



'80年最後のテーマは「奥さまのアイデアでお店の利益づくり、つぎつぎととび出す実戦的ノウハウに会場の盛り上がりも最高潮



「この成果を'81年のご商売に……」
砂場ヤマハ大阪常務から修了証の授与

↓にぎやかな歓声がとびかう中、額に汗を光らせながら、軽運動会でストレス解消



右ページにご紹介したのは、ヤマハ大阪管内のフレンド店奥さまによる「ヤマハ奥さまパワーアップセミナー」の1年間をふり返つてのご感想。まさにお店の一大戦力として定着した「奥さまパワー」の大きさを物語る力づよいお話ですが、この奥さまの戦力化こそ'80年の活動の大きな成果。そして'81年さらに大きな発展が期待される話題の活動でもあるのです。

定着したヤマハ奥さまの研修会
'81年は、さらに大きな発展が……

販売店みなさまの学習の機会づくりの第一歩として昨年11月からスタートしたこの「ヤマハ奥さまパワーアップセミナー」。ここヤマハ大阪内では昨年12月の第1回「お客さまづくり」から第2回「顔づくり」(商圏へのPR)第3回「店づくり」(店頭演出)と管内5営業所単位に快調に回を重ね、第4回の「利益づくり」セミナーによって全4回にわたる55年度の研修予定を終了しました。

特にこの最終回は、写真のように55年度の修了式を兼ねて10月15、16日の2日間にわたり三重県のヤマハレクリエーション施設「合歓の郷」で盛大に開催されたもので、55年度の修了式とあつて5営業所合同、約90名のヤマハ奥さまが参加されました。

会は、1日目に55年度パワーアップセミナー修了証の授与、関西人材開発研究会・知念副会長による「利益づくり」講演そして最後に56年度の活動方針の発表。また2日目はあいにくの雨で体育館内での軽運動会が行なわれました。

こうした中で、すでにこの12月からスタートする2年目の奥さまセミナーへの関心はひととき大きな高まりを見せ、ヤマハ奥さまによる、ヤマハ奥さまのためのセミナーへの発展をめざす意欲的な声が、数多く聞かれたものです。

集中力と計画性で

3000台販売に挑戦したこの1年

●青森市「アサヒモーター」(成田郁久社長)さんの年間販売目標達成まで

「ポリシーさえあれば、1人で3000台でも売れますよ！」
 —この力づよい宣言をご記憶の方も多いことでしょう。
 ちょうど昨年のいまごろヤマハからのもうひとつの情報紙
 『実践SP情報』に紹介された青森市の「アサヒモーター」
 成田社長の80年商戦に対する抱負でした。
 この数字は、同店の前年実績の150%。そして、『冷害』
 という予期せぬハンデを克服して、10月中旬の大安の日に、

成田社長のこの「挑戦」は、みごとに実を結んだのです。
 「計画的に、集中的に物事を運べば、実働8カ月の青森で
 も3000台は可能」——さて80年の総括の最後は、伸長著
 しいお店の姿の代表として、「アサヒモーター」さんのサク
 セスストーリーをご紹介します。ここにも「積極的に
 打って出よう」を合言葉に展開され80年商戦の大きな成果
 を見ることが出来ます——

●冷夏の青森にも、 根づよい二輪需要

冷夏と長雨にたたられて農作物、とくに稲
 の凶作が著しい東北地方。ここ青森でも、こ
 れによって耐久消費財に対する買控えムード
 が急速に浸透しています。しかし、こうした
 中にあっても6県ともバイク需要は確実に伸
 長し、農作物が例年どおりなら、バイク市場
 は記録的な活況を呈していたろう」といわれ
 るほどです。

1年の3分の1を雪に閉ざされ、バイク主
 体のご商売からの転換を迫られる北国。青

森でも冬場のご商売は「小型除雪機」と季節
 によって主力商品を変えるお店が少なくあり
 ません。「アサヒモーター」(青森市堤町)も
 その代表的なお店。取材におじゃました日は
 「ヤマハスノーメイト」など小型除雪機専門
 店への転換の真っ最中でした。こうした中で、
 成田社長は開口一番、目標達成の要因を次の
 ように話してくださいました。

「なんとといっても、ここ青森でも二輪の需
 要が確実に伸びているということでしょう。
 スポーツ性、ファッション性に魅力を感じ
 られる人、省エネから四輪と二輪を使い分け
 ようという方……新しいお客さまは着実に増
 えていますね。ですから販売店の数が急増し
 ない限り、一店平均の販売台数は増えて当然。
 しかし、商売のおもしろさ、やり甲斐は、い
 かにしてこの伸び率に差をつけるか、他より
 も多く売っていかなくてはならない」
 そして、この成田社長の信念は、つぎのよ

●目標は対前年比150%

3月	20台
4月	30台
5月	40台
6月	50台
7月	60台
8月	40台
9月	30台
10月	30台

これが80年度、成田社長が設定した販売目
 標。雪どけの3月を20台とし、最盛期の7月

「タウンイ」が特に印
 象的に展示された店内



東奥日報に何10回と出稿されたアサヒモーターさんの広告





↑
シャンペンと記念品を準備して10月中旬の大安吉日に実現した「300台」。記念のお客さまは自動車セールスマン「省エネ時代に四輪と使い分けられるバイクはぜひ必要。私だけなら『タウニィ』ですが女房と共用なので『ポエット』にしました」と、'80年商戦を象徴するようなお客さまでした(右端が成田社長)
→青森市内でソフトバイクの主力となっているのは「パツソーラ」。そして「タウニィ」は新しい男性ユーザーを着実に来店に結びつけている



まで毎月10台ずつのアップ。「7月末までに昨年実績200台を販売し、残る3カ月で100台を上乗せする」(成田社長)というもの。この計画は、6月まで順調に達成されてきました。ところが、例年ならスポーツバイクが最盛期を迎えるはずの7月に、思わぬ誤算が生じたのです。前述の冷夏、長雨による売上げの急転ダウンスです。

「ひどかったですね。雨が降らない日は7日ほど。おまけに米の不作が伝えられ買控えムードが増すばかり、痛手でした。」

しかし、その前の実績がいくらか計画を上まわっていましたし、販売主力車種を切りかえるなど先手先手を打って8月以降でなんとか7月のマイナス分はばん回できました。もし7月も順調なら、350台近くは行ったでしょうね」

「何事も計画的に事を進める」という成田社長の面目躍如というところ。ではこの目標台数の裏づけはどんなところなのでしょう？」

●月ごとの目標達成へ 重点商品を選定！

成田社長の目標設定には、前年までの月別販売台数とその推移が基本になっていることはいうまでもありません。

そして、トータルとしての前年比150%に対し、これを月ごとに確実に達成していくための具体策として、成田社長が実行されたのが「重点販売車種」の設定です。

「例えば、4月の目標は30台でしたが、その計画を立てたらその半分以上は1車種で販売するようにしました。今月はパツソーラ、来月はキャロット……という具合に一括仕入れをし、用品のサービスなど他車以上のメリットをつけて、新聞で広告、集中的に、徹底的に売りつくすまで重点車種の販売につとめるんです」

まさに需要をつくり、ニーズをつくり出す能動的な「打って出る」ご商売ですが、成田社長が語るこの積極商法の意外な効果は、「こうするとはが非でも売ろう、売らなくては……と私自身の販売意欲が高まるのです」という

11月から2月まではスノーメイトなど小型除雪機専門店に。小型除雪機の販売では、役所、民間会社などへの訪問販売が積極的に行なわれているが、こうした活動が春からのバイクの顧客化にもつながるとい



バイクの専門店 アサヒモーター

↑月ごとの販売重点車種を設定。店頭には一車種がズラリと並ぶ



努力して勝ちとった。郵政省指定サービスの資格。信用アップのための大きな財産である

わけです。そして、もうひとつ注目すべきことは、この300台が、成田社長と奥さま愛子さんのお2人だけで達成されていることです。「家内と2人きりで8カ月の間に300台

● 欠かせない広告・宣伝の効果
 として、もうひとつ「アサヒモーター」さんの目標達成の原動力となったのが、広告・宣伝活動です。
 需要、とくに潜在需要が増大している中で、より多くの人びとに店の存在を知らせることは、お客さま獲得の第一条件。市内の販売店さんの中でも、いち早くこの必要性に着目した成田社長は、5年も前から継続的な広告・宣伝活動を実施してきました。
 この活動の中心は、青森市の80%の世帯が購読しているという『東奥日報』による新聞広告。
 「店名告知を主体にしたスポットを毎週1回、月の重点販売車種の広告は、平均2〜3

回。これは完売までつづけます。それと季節ごとの広告を年3回行ないました。またこの新聞広告の他にも折込みを6回、これは商圏内で、しかも顧客の少ない地区から順番に行なってきました。この広告・宣伝をしなかつたら、まず300台は達成できなかったでしょうね。
 宣伝には、速効性を狙う場合と長期間かけてじっくりと店の浸透を図るものと、2通りあると思いますが、この双方がなくては販売アップは望めません。
 うちでは、保険手続き、登録手続きの手数料など家内が稼ぎ出す全てを店の広告・宣伝費に注ぎ込んでいます。決して惜しいとは思いません、逆にもっと経費をかけなくては思っているくらいです」
 成田社長のお話には、「私はジョッパーだから」という言葉がとび出してきました。頑張り屋、悪くいえば頑固者。何事も徹底するのがご商売の特徴です。そして、何と云っても、300台実現の最大の原動力は、この「ジョッパー」スピリットといえそうです。
 昭和30年の創業以来、県下有数のスポーツ店でもある同店は、スポーツバイクのお客さまも多く、成田社長の整備力に対する信頼は絶大です。そして、'80年の300台の中でもこの伝統は大いに活かされています。
 「今年は本当にヤマハブームでした。とくに2500スポーツの人気は大変なもの。XS2500スペシャル」などは、5月から7月までの3カ月間に20台以上も販売したほど。この傾向は'81年さらに大きくなりそうですね」
 サービスでは、お客さまに迷惑をかけるためと自分の能率を落さないために、特に部品在庫の管理は入念に行なっている、という成田社長。
 「打って出るご商売」と、このお客さまを大切にしつづけてきた実績もたらす「お店の信用」この2つによって達成された、300台販売。さて'81年、この目標はどこまで大きくふくらんでいくのでしょうか

14

'81 YAMAHA SNOWMOBILE

人びとの暮らしに、スポーツレジャーに、ヤマハスノーモビルが雪国のアウトドアライフを変えて13年。'81シーズンは、好評のS-250、S-540にニューモデルS-340を加えて全3機種種のラインナップで新登場です。

先月号でご紹介しました家庭用除雪機「スノーメイト」とあわせて、ヤマハならではの季節商品「スノーモビル」を、今シーズンも積極的にご拡販ください。



NEW S-340 (公道も走れる認定車)

最高出力27PS/6000r.p.m.の高性能・トルクインダクションエンジンを搭載して新登場のS-340は、ハイパフォーマンスな雪原のエンデューロマシン。軽量ボディ、理想的な重量配分によって、卓越した走行性能と操縦性を発揮します。新しいウインター・スポーツレジャーとして人気を高めるスノーモビルツアラーのダイゴ味を、存分に味わえるニューモデルです。

●乾燥重量175kg ●5ポート・強制空冷・並列2気筒・337ccエンジン ●27PS/6000r.p.m. ●3.4kg-m/5500r.p.m.



S-250 (公道も走れる認定車)

軽量・コンパクトなボディとフラットトルクのエンジン特性から、取りまわしのよいスノーランナーとして定評を集めるS-250。'81年モデルは、軽快な走行性能をそのままに、カラーリング、グラフィックを一新して新登場です。

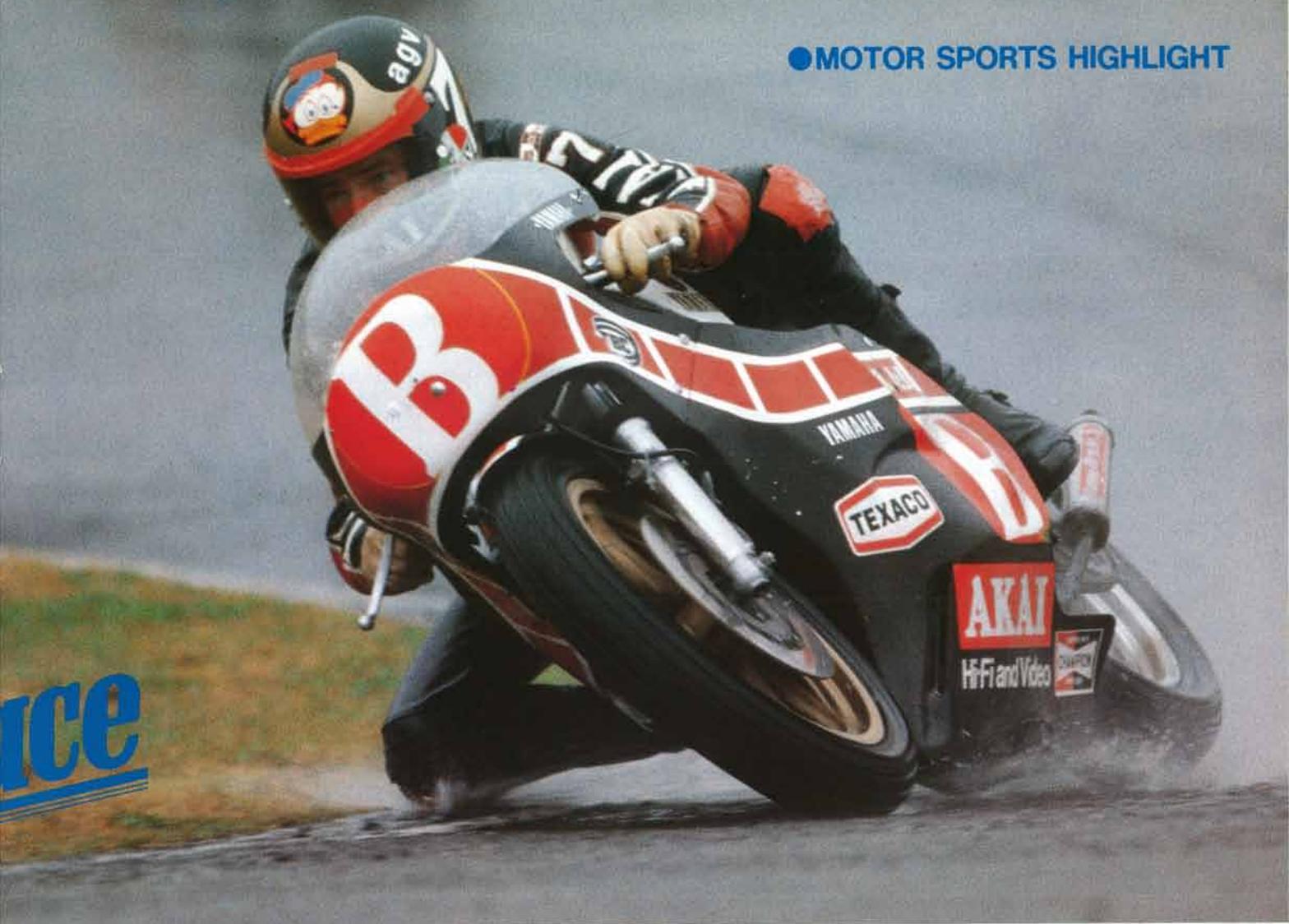
●乾燥重量160kg ●5ポート・強制空冷・単気筒・246ccエンジン ●18PS/5500r.p.m. ●2.5kg-m/5000r.p.m.



S-540 (公道も走れる認定車)

7ポート・トルクインダクションエンジンが発揮する34馬力のハイパワーと419mmのワイドトラックが、どんな雪面をもらくらく走破。雪国の頼れる足S-540も、2シーズン目を迎えます。

●乾燥重量222kg ●7ポート+トルクインダクション・強制空冷・並列2気筒・535ccエンジン ●34PS/5500r.p.m. ●4.8kg-m/5000r.p.m.



ice

↑大きく突き出したイン側のヒザをすり、TZ500のステップをすり……と雨をものともせず迫力あふれるコーナリングフォームで第8回ビッグロードの話題をさらった「サー・バリー・シーン」

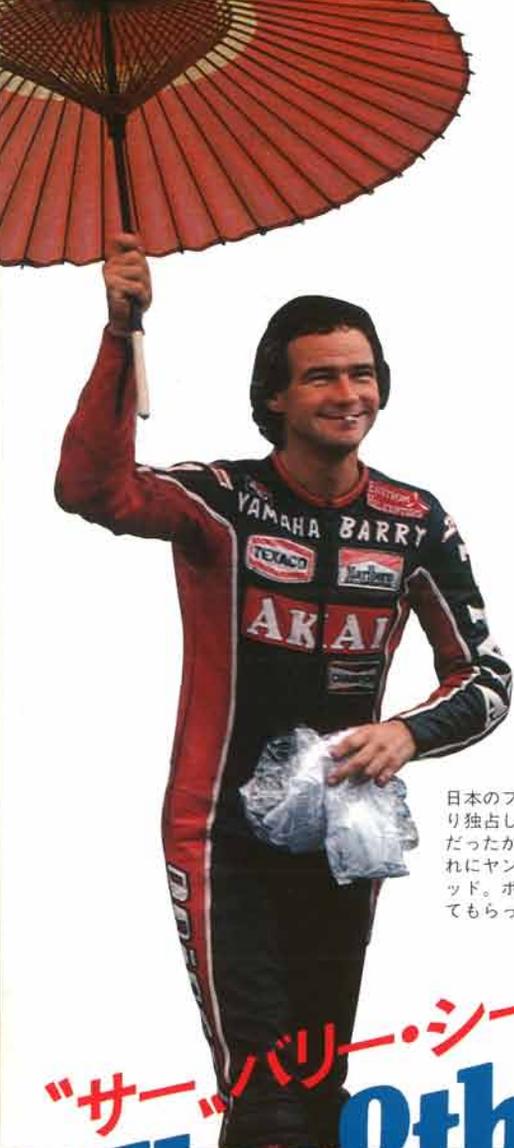


はいまひとつ精彩のなかった「キング・ケニー（左、右イ））とはいえ、ずい所にV3を達成した余裕のほどがわかれた。「今年のGPは、1戦1戦は決して楽なレースはなかったが、前半のリードのおかげでタイトル獲得そのものは比較的イージーだった。このレースが終ればオフシーズン。しばらくはスキーでも楽しみたいネ」

「ZR500」から「TZ500」に乗り代えて両ヒートを制覇。好井は史上初の春秋連覇を達成した

しきる雨の中でもグランドスタンドやヘアピン観客席にの花が……その数12,000。ビッグロードレースの定番ぶりがえる





'80年ロードレースシーズンの最後を飾るビッグイベント『TBCビッグロードレース』が、10月18、19日の両日、スポーツランドSUGOで開催されました。

毎回世界の超一流ライダーを迎え〈観て楽しむモータースポーツ〉としてファンの中に完全に定着したこのビッグレースも今回で8回目。特に今回は、'80年世界GP500ccクラスで「ヤマハYZR500」を駆って3年連続制覇の偉業を達成した「キング、ケニー・ロバーツをはじめ、ケニーの先代の世界チャンピオンでありイギリスで「サー」の称号を持つバリー・シーンも初出場。またオランダのトップライダー、ブッド・ファン・ドルメン、昨年の第6回につづいてスイスから出場のミッチェル・フルッチ、イギリスの人気者チャーリー・ウィリアムス、シンガポールのファビアン・ルーイ……と海外5カ国から6名のトップライダーが参加。高井幾次郎、金谷秀夫をはじめ19名の日本人ライダーも顔をそろえ、加えてマシンが従来の750ccマシンから500ccクラス

に統一されたこともあって、ロードレースの最高峰〈世界GP500ccクラス〉の再現として大きな期待を集めたものです。

1周2.655キロのSUGOロードコースを30周×2ヒートにわたって争われる決勝レースは、19日、朝から秋雨が降りしきる中で行なわれましたが、市販「TZ500」を駆る高井幾次郎選手（ケニー、高井、金谷のワークスライダーも市販TZで出場）が、両ヒート1位で完全優勝。ビッグロードレース史上初の春秋連覇を達成しました。

しかし、この高井選手の快挙をしのぐほど壮烈な走りを見せたのがバリー・シーン。世界GPでもおなじみのアカイカラーの「TZ500」で出場した彼は、第1ヒートでマシントラブルをおしての3位入賞。第2ヒートではダントツのトップにもかかわらず最終ラップのヘアピン手前でクラッシュするまで、雨中とは思えぬフルスロットルの走りを見せてつめかけた12,000人の大観衆を完全に魅了してしまっただけです。

日本のファンから贈られた番傘を手に、第8回大会の人気をすっかり独占してしまったバリー・シーン「初めてのビッグロードレースだったが、すばらしいコースで、いいレースだった。高井、金谷それにヤングライダーたち、日本人ライダーもベリーグッド。ボクの来シーズン？ 大いに期待してもらっていいでしょう」

「サー」バリー・シーンが見せたロードレースの真髄

The 8th TBC Big Road Race



↑今回はルウカスでのもー

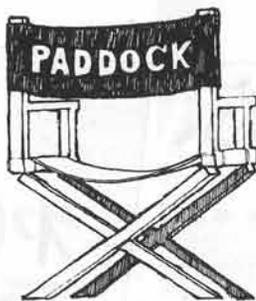
←「Y」調高
→降り
は傘
りか



旅ごころ

スコットランド北部の冬景色。遠くからトライアルマシンの排気音でも聞えてきそうな、牧場の午後。

ヤングからミドル、ミスからミセスまでの話題と流行の情報コーナー・話のパドック。お客さまとの話のタネに、どうぞ――



実験

●本当にいる“方向音痴”

何度か行った所なのに、ちょっと条件が変わっただけでなかなかたどりつけない。とか、何でも無いような所でも、すぐ道に迷ってしまう――こんな経験は、誰れにでもあることですが、これも何度かくり返すうちにほとんど克服されてしまうもの。

ところが、いくら努力しても道に迷ってしまうという“方向音痴”の人が、100人中5～6人の割合でいる、のだそうです。

これは、自治省消防庁の避難実験「道路における人間の避難行動実験」から判明したものの。この実験は、人間がどれだけ歩行経路を正確に覚えられるものか、またくり返しによる学習の効果はどうか、の2点を調べるもの。

これによると、記憶力も悪いうえに、何度くり返しても一向に学習効果を表わさない人が、確実にいるというワケ。

では、どんなタイプの人に多いのか……という残念ながらそこまでは解明されていない様子。そういえば、ライダーでもありますよね、こんな“方向音痴”。

お酒

●お燗の極意!

酒好きにはアツカンの恋しい季節。ところで昔からお燗といえは“人肌”が最高、と相場が決まっているようですが、どっこい上手に飲むならこれくらい気を使いたい、というお話をひとつ……。

“お燗の中で一番大切なのは最初の一杯。これこそ熱からず、ヌルからず本当の上燗でなければ。そして、その後は一本調子で続けてはダメ。飲むほどに酔うほどにだんだん熱くしていく。

さらに進んで気分も上々になってきたら、逆にお燗をしないでさげていく。ほてってきた体にそう熱燗が受け入れられるわけがない。むしろヌルめになっていくお酒がおいしく喉を鳴らす。そして、歌のひとつでも出る頃になったら今度は思い切って熱燗にする……コレが最後のキメ手! ここまできたらヌル燗などもどかしく、活性化しきった胃の腑を満足させることはできない。この最後の熱燗こ

そ、真の酒飲みを満足させるもの、……だそうです。

●ワイン戦争エスカレート

日本酒から洋酒へ、お酒の話をもうひとつ。ニューヨークで今時ならぬ“ワイン値下げ戦争”が進行中とか。

これまでの「ワイン最低価格協定」に対して州の控訴審が無効の宣言をしたために、一揆に戦国時代に突入したものの。もともと、この協定は、小売店の過当競争を防ぐ意味で最低小売価格を設定していたのですが「安く仕入れたものを安く売るのはさしつかえない」の裁定で一気に効力を失くしたことからボツ発したものの。

ホクホク顔の大型店に対して、零細店は「倒産続出、ワイン小売が独占化されてやがては消費者が高いワインを買うことになる」と抗議。そして消費者だけがニコニコと傍観中とか……さてこの戦争どうなりますことやら。

国鉄

●新型連結器で寝心地アップ

ブルートレインの人気がエスカレートする一方の国鉄は、10月のダイヤ改正時から新型客車に、従来型に比べて停発車時のショックがグンと少ない新型連結器を採用しています。

これで睡眠を妨げる不快なショックもなくなったと、評判はまた高まっているそうですが、この新型連結器は従来の固いゴムの緩衝器に変わり、緩衝器の内部を2つに分けてあらゆるショックを程度に応じて吸収してしまうもの。

新大阪→広島間の特急によるテストでは、旧型だと立ってよろける程度のショックが8回もあったのに、新型ではなんとゼロとか。

なんともお見事な効果ですが、サスペンションで苦勞するのはモーターサイクルもブルートレインも全く同じ……というワケですね。

音楽

●ノリまくるカラオケ奥さま

歌うことの好きな主婦がこんなにたくさんいたのか! とちょっとびっくりさせられるお話。三越文化センターがこの6月から「たのしい歌謡教室」と銘打って男性向けのカラオケ教室を開講したところ、予想に反してつめかけたのは中年奥さまばかり、というわけ。

当初夜間コースだけだったのが、おかげで「外出ししやすい昼間コース」も設置。10月からは、午前のクラスも新設されているほどです。人気のマトはソフト演歌で、その勉強熱心さには、指導に当たっている専門家もびっくり……というほどです。



パッナルも、RZも、
スペシャルも……

Y.S.I.T
が6回安全運転
ラーリング大会



和気あいあいの

ラーリング
大会

お客さまと一緒に走り、一緒になって遊ぶ——そんな行動する販売店さんの姿がひとときわ目についた。80年・スポーツの秋。東京の足立ヤマハグループ「Y.S.I.T」では、恒例のラーリング大会を開催、遊びどころあふれるバイクの一日を提供してお客さまの好評を集めました。



参加料を払ってゼッケンを受取る……
タウニーの台。石井社長が
受け付けている。

▼ユニークなフレンド店グループ「Y.S.I.T」は、東京都足立区内のフレンド店・山崎オート（山崎敏雄社長）、笹川モーターズ（笹川清社長）、石井モーターズ（石井昭夫社長）、多田輪業（多田芳明社長）の4店さんのイニシャル。今から5年前「お互いの店のお客さまの交流を図り、バイクの楽しさと安全運転を普及しよう」と発足した。Y.S.I.Tスポーツクラブ（Tこと多田輪業さんはひと足遅れの加盟）が発展したユニークなフレンド店さんのグループです。

何がユニークかといえば、商圏がほとんどオーバーラップする4店さんが、スポーツ活動に限らず、ご商売上のさ

さまざまな活動を4店合同で展開されていることです。

▼4店のパワーで4倍以上の活動をもちろんなこの4店合同のネライは「1店の力ではできる範囲も限られてくるが、4店が力を合わせれば大きな活動も可能になる」というところ。これまでは「お客さまサービスとお店同志の親睦を兼ねたスポーツ活動が中心でしたが、昨年の春からは合同展示即売会も開いて「より商売に密着した活動も……」とその範囲を広げています。

▼年に3回は必ずユーザーサービスを。こんなY.S.I.Tで、最大の確認事項となっているのが「どんなことがあっても1年間に3回は、お客さまに奉仕する企画をやらう」ということ。

4店さんには、同一の年間スケジュール表がありますが、このラーリングをはじめ合同ツーリング（平均年2回）やミニバイク運動会などお客さまと一緒に「走り、遊ぶ」企画が、ふんだんに書き込まれているのです。

▼6回目を迎えた恒例ラーリング大会。そしてY.S.I.Tの80年最後のスポーツ活動となったのが、ここに紹介するラーリング。12月号に掲載された合同広告（毎月定期掲載）には、ポツケ&フォーゲルの新発売告知とならんで6回目を迎えた「Y.S.I.Tラーリング」の出場者募集も大々的に行われていました。

●日時・10月19日（第3日曜日）雨天順延●会費2千円（昼食、傷害保険付、女性半額）●賞典・1・6位にトロフィー●出場者全員に参加賞●申込み・Y.S.I.T各店に電話で……



「ヘーこんな所にこんな道が」ラ
ーリングには新しい発見もいっぱい



突如現われたチェックポイント。ここで指示速度との差がチェックされる。今回は、こんなGPを7カ所設置

▼70余キロのコースに50台が参加
さて、こうして第6回目を迎えた。Y
SITラーリング大会には、4店
さんに計60名の参加申込みが寄せら
れました。「どんなゲームなのか良
く判らない」というお客さまには、
前年のコース図を出して、実地訓練
をくりひろげるヒトコマも……。
そして、当日の10月19日は、早朝

なるのも早くなつては困りますの
で、そこは指示速度やコース、ゲー
ム内容を工夫して毎回毎回新鮮味を
出すように心がけています。今回は、
ダートコースを組んだり、地元の人
でさえ「こんな道があつたのか」
と思うようなルートを加えたり、指
示速度も10〜20km/hの間と全体にか
なりヒネった内容なんです

参加者は、ゼッケンを胸に、西新
井警察署指定の腕章を腕にし、コー
ス図にとらめっこ。簡単な注意事項
の伝達の後、8時の時報を合図に1
分間隔で1台ずつスタート。76kmの
コースに7つのチェックポイントを
約5時間。午後1時頃には参加者全
員が、存分にゲームを楽しみ、無事
故、無違反で埼玉県越
谷のゴールにたどりつ
いたものです。

の雨にもかかわらず午前7時頃から
スタート場所に、つぎつぎに参加者
が集まってきました。パッソルあり、
フォーゲルあり、RZ250、XT
250そしてXS750スペシャル
……と多士済々、まさにラーリング
ならではの楽しい顔ぶれ。その数ざ
つと50余台。



RZ、XT、DT、SR…ひよん
なところで250ccオンパレード



▼また次も楽しいラーリングを、
と口をそろえる参加者のみなさん。
主催した4店の社長さんたちもそん
なお客さまの姿に満足気ですが、「今
回は傷害保険と豪華な食事をふんば
つしすぎて参加費だけではアシが出
てしまいました。でもこんなことは
初めて、いつもは次回繰越
金があるんですけどね」
決して派手さはないが、
楽しさは格別の「ラーリン
グ」。このユニークなスポ
ーツレジャーは、いまやエ
リアのお客さまの間に完全
に根をおろし、バイクの楽
しさを広げ、新しいお客さ
まを増やしています。

この豪華なトロフ
ター。おまけにオープント
ーの賞品まで。右が多田社長



↑これがコース図。70余キロのコースが約
80コマの簡単な図で指示される

▲ゼッケンを付けると競技気分もグンとも
り上がる。左端が山崎社長



▼Y-SITは、なぜ「ラーリング」
なのか!? 「ラーリング」とは、数年
前にヤマハが開発したオートバイの
遊び。オリエンテーリングとラリー
をミックスしたもので、指定された

コースを指示された速度で走り、かつ
その間に与えられた課題(ゲーム)を
こなし、その正確度を競いあうもの。
ラーリングやミニバイク運動会、
オフロードランなどの遊びに比べれ
ば、いまひとつポピュラーでない、
ともいえますが、こうしたラーリン
グを地道につづけている理由を山崎
社長は次のように話してくれました。
「運転が上手だとか下手だとか、
バイクが大きいとか小さいとか全く
関係なく楽しめること。ですからス
ポーツバイクに乗っていてもちよい
乗りばかりでツーリングなどに行か
ない人に走る楽しさを知ってもらっ
たり、またレジャーバイクやソフト
バイクのお客さまにも絶好の遊びだ
ということですね。」

「でも手軽であるだけ興味がなく
お客さまの装備も年ごとに近代化。2台の
電卓はGX250SPのアダルトライダー



フォーゲル
はフロント
キャリヤに、
こんな大き
なオドメー
ターを



「楽しかった〜」RZ250意気揚
揚のゴールイン。中央が笹川社長



1階のスポーツバイク、レジャーバイクコーナー



2階にはソフトバイク、メイト、ビジネスと用品類を展示。各階のバイク運搬用にエレベーターも設置



こんにちは
ヤマハです

'80-12

乗もの専科——つかもと
(株)塚本輪業商会 塚本龍治社長
福島県郡山市堤下町10-8 ☎0249-22-1784

やっと念願の、買い物物を 楽しんでいただけける店舗が 完成しました。

'80年もめざましい需要増大をつづけたバイク業界——このことを人びとの目に最もはつきりと印象づけているのが「あなたの街の、あなたのお店」のキャッチフレーズとともに明るく、きれいに、豪華に、変身しつづけているみなさまのお店、店舗ではないでしょうか？
11月1日、そんなお店がまたひとつ、福島県郡山市に誕

生しました。地域の老舗として知られる(株)塚本輪業商会さん。東北一ともいえるような鉄筋4階、総ガラス貼りのモダンで超デラックスな新店舗をオープンされたのです。お客さまから公募した店名キャッチフレーズ「乗もの専科つかもと」とともにこの新店舗は、'80年代の販売店さんのひとつの方向を示すもの、といえそうです。

一カ所集約型の超大型店舗

塚本輪業商会さんは福島県下でトップ、東北6県でも1・2の販売台数を誇る大型店。こんな塚本輪業さんの鉄筋4階、総ガラス貼りの店舗は、旧店舗と一軒おいた隣に建てら

れました。

郡山駅から徒歩で10分、約28万人、県下第2位の人口を擁する郡山市の中心街の端。国道4号線に面し、しかも新しい市の中心街としての町づくりが進む「文化通り」との交差点にあって絶好の立地といえる所です。旧店舗と工場は以前そのまま残され一部を改造して今後サービスマン工場と事務所としての機能の充実が図られることになっています。

「前の店舗は、なんといっても建物自体が古かったですからね。以前から、明るく、きれいな店舗」の必要性を感じて51年に大改装を試みたのですが、天井が低いこと、サービスマン工場との分離が完全に果せなかったことなどで、あまり変わりばえしなかったんです。52年には「パッソル」が発売され、お客さまもだいぶ変わってきましたのでますます広

く、きれいで、入りやすい、入るのが楽しい……といった店舗にしなければ、と思っただけです。

とはいえ、店舗というのはお金のかかるもの、私もいろいろ準備を進めながらチャンスが来るのをうかがっていました。そんな時、私が中古車展示場として借りていた土地が道路用地として買収され、ここがその代替地となったのです。いい機会ですから念願の「新店舗」の建設に踏み切ったんですよ。

1階がスポーツバイクのショールーム、2階にソフトバイクをはじめ50ccバイクと用品部品コーナー、3階が自転車と子供用乗り物そして4階にバイク総合展示場——まさにバイクのデパートのような新店舗オープンのいきさつを塚本社長はこのように話してくださいました。

また、この店舗の建築構想は次のようです。「もちろん他の多くのお店のようには、出店」という方法があること、市場によってはその方が好結果をもたらすだろう、ということも十分考慮しました。しかし、うちでは長年販売をつづけて来たここが、商圏の人びとのなじみも深くベストだろう。事務所、サービスマン工場、倉庫として利用する旧店舗にも近い。さらにこの市場の性格からみて「一カ所集約型」の店舗の方が、お客さま方に対する訴求力も断然つよくて有利だろう……と考えた



約300点の公募作品から選ばれた愛称、50点の中から選ばれたデザインの決定を知らせる新聞広告



↑11月1日から3日までの「オープン記念セール。連日お楽しみ抽選会が行なわれ、最終日には高井、金谷、藤のヤマハライダーが出席してチャリティサイン会も。この間の来店者は2000名にものぼった

→絶好の立地にオープンした新店舗(写真上)。東北一の店舗を建てられた塚本龍治社長(中)と奥さま君代さん、弟さんの龍昌専務(写真下)



乗りもの専科—つかもとさんのご商売の概要

- 昭和10年に自転車店からスタート、25年頃から2輪も併売。現在の龍治社長は2代目
- 従業員：社長以下20名 サービスマンのほとんどは2級整備士以上の免許を取得
- ご商売の特徴：ソフトバイクからビッグスポーツさらに外車まで扱う大型店。広い商圏を持ち販売台数は県下トップ、東北でも1-2を占める

と「一日も早くならなければ……」

「おかげさまで、やっと楽しくショッピンがしていただける店ができました。これからは、バイクや用品類の豊富な品を揃え、また接客技術のアップに特に心がけて、店内サービスを充実させたいですね。またお客さまサービスにつながるセールやイベントにも積極的に取組んでいこうと思っています。より多くの人に愛される、乗りの専科—つかもと」

の結果が、鉄筋4階、総ガラス貼りというこの青写真となりました」

**（株）塚本輪業商会から
「乗りの専科—つかもと」へ
新しい愛称が示す「商売の変身ぶり」**

このような構想からスタートした新店舗の建築は、途中から商圏内のお客さま、地域の同業他店のみなさんの大きな話題を集め、それがそのまま開店時へのPR効果へと流れて行ったのです。加えて、塚本社長はユニークなオープン記念企画を実施、このPR効果に一層の拍車をかけることになりました。

「塚本輪業商会」が新しいバイクショップに生まれ変わることへの決意を、地域の人びとに広く知っていただくとうと実施した、「キヤッチフレーズ」と愛称「また、愛称とシンボルマークデザイン」の一般公募です。

7月末にメ切った第一次公募で、乗りの専科—つかもとへの愛称を決定、8月上旬に発表し9月10日メ切りの第二次公募で右頁のような愛称とマークのデザインを決定しました。

そして、この一連の応募と結果発表を、その都度購読者の多い「福島新報」紙上に新店舗の完成予想図とともに広告掲載、地域の話題をしっかりと盛り上げていったのです。

「塚本輪業商会から、乗りの専科—つかもとへ、それにしてもこのネーミングを寄せられたお客さまは、新しいお店の目指すところをじつに見事に表現されているではありませんか！、乗りのものでなく、乗るものは縁起（字画）をかついだ社長さまのアイデア。

ともかく事前の予想以上の反響もあって、11月1日から3日間のオープン記念セールには、なんと2千人のお客さまが来店するという盛況ぶり。お客さまの賑わいの中で、塚本社長は次のように今後の抱負を語っていました。

●吉川雅之



●お店づくり ●顧客づくり ●利益づくり

一年間に渡っておつきあいいただいたこのコーナーも最終回です。一年間さまざまな角度からご商売のノウハウを眺め、理論づけて来ましたが、さてそんな理論が、単なる理論、理屈に終わってしまわないために、この最終回は理論と現実のかけ橋です。

●筆者紹介

吉川雅之(昭和14年生)産業能率大学経営管理研究所研究員/産業能率短期大学専任講師(販売促進)著書に「新し販売促進」(共著・酒井書店)「得意先についての知識」等がある。趣味はバイク。DT125、TY125等数台を所有、ユーザーとして販売店さまのおつきあいもある。

理論と現実をむすぶもの

●百のお店には百の陳列方法……?

1月号の「売れた、と売ったの違い」から、先月号の「従業員さんのパワーアップ」まで、このページではご商売にまつわるさまざまな事柄を、理論にもとづいていろいろと考えてきました。

しかし「理論と現実が違う」とか「なかなか理屈どおりにはいかない」という声もよく耳にすることです。それは、確かにそのとおりだと思えます。

理論と現実が喰い違うだけでなく、ひとつの現実と他の現実も同じではないでしょう。現実というのは実に多様な顔を持っています。例えば、商品陳列の仕方ひとつを例にとってみても――

陳列の仕方はそのお店の大きさ、形、対象とする顧客層そしてその販売店さんで売れる商品、お店の方針……などさまざまな要素によって変化します。おそらく百のお店があれば百の陳列の仕方が出てきて当然でしょう。

このように考えれば、ひとつの販売店さんのやり方が他の販売店さんにもそのまま通用するものではありません。言いかえれば「現

実は現実には合わないのだ」といえるのです。理論というのは、多数の販売店さんの陳列の仕方の中で、できるだけ多くのお店に共通するものを「法則」として引出したもののなのです。したがって「お客さまが見やすい陳列を」という抽象的ない方はできても、「パツソルの陳列は、お店の中央に」とか「左手の手前が良い」というような具体的なお話はできません。そのお店によって全く違うからです。それでは、理論は役に立たない、のてしようか? 決してそうではありません。理論は「一般にはどうあるべきか」という大まかな方向を示してくれるのです。

こうした理論を基に、「ではうちではどうすれば良いのか」それを考えるのが社長さまの役割です。理論を見たら、それをどのように自分のお店に適用でき、実行できるかは自分で考えられること。通常は、この部分が見落されていますが、本当はここにこそご商売のダイゴ味も面白さも出てくるのです。

●まず出来ることから考える

また理論というのは、それだけでは何の役にも立ちません。適用を考え、実行してこそ

役立つものになるのです。

なかなか実行しようとしない人たちからはよく「うちの店は店舗も小さくペースがない」「資金がない」「時間(閑)がない」とないないづくし。結局「だからダメなのだ」ということなのでしょう。ちなみに物事を断る時には「時間」と「金」のないことを理由にすれば大体のカタはつくといわれています。それほど誰れにとっても不足しているものなのでしよう。それでは、皆が皆「金」と「時間」に不足してウマくないのか、というところを決してそうでもないのです。やる人はすべてを





キチンとやっています。

『時間』や『金』がないというのは、結局「やる気がない」というのと同じことではないでしょうか。何かを実行するに当って、不利な条件や出来ない理由というのは無数に考えられます。しかし本当に大切なことは、出来ない理由などを見出すことではなく、出来ることを見つけることなのです。ダメな理由を百出すよりも、出来ることをひとつでも出すことの方がよほど有益です。

昔からさまざまな偉人の伝記を読んでみても、偉い人。有能な人といわれる人たちは、誰れの目にもダメだと思われるような不利な条件の中で、まず出来ることを見つけ出し、それを忠実に実行してきた人のようです。例えば織田信長が今川義元と戦った桶狭間の合戦でも、軍勢も少なく、天候も地形も不利と見られた中で、信長はたまたひとつ「ここから攻めれば勝てる」という所を発見し、実行して勝利を得、後々の繁栄の発端を開いています。出来ないことではなく、出来ることを探し出す、それが実行には必要な態度です。あれもダメだ、これもダメ、と出来ない理由をたくさん出して不平を言うことを「愚痴」といいます。愚痴の特徴は、出来もしないこと、やる気もないことについてブツブツ不平をもち出すことなのです。

さて、こうして何を実行すべきかを決定しても、実際に出来ることというのは意外につまらないことも知れません。お店の内外をきれいに掃除するとか、商品であるバイクをいつも磨くとか、サービスペースの工具を整理しておくとか、そんなことだけでもいいとをあれこれと考えるよりも、このように小さなことでも見つけて積み上げていくことが、結局は良いお店をつくることなのです。

●実行のために……

では、実行のためには何が必要かを考えておきましょう。

1、方向を決めること

実行の前に、どのような方向に持っていくかを、十分に考えておきます。計画や目標も

考えてつくられるのです。計画や目標については、8、9月号でご紹介しましたが、何かについて考えるときには、まず理論が必要で、理論はさまざまな言葉や考え方の方向を教えてくれます。例えば、お店をきれいにする、ということを考える場合には、どんなふうにきれいにするのか、豪華にするのか、親しみやすくするのか、それを考えさせてくれるのが理論です。言葉も大切です。目標という言葉を知らなければ、目標について考えることもできません。私たちが考える時には、言葉を使い、言葉で考えます。言葉を知ることは考える力を持つことでもあるのです。

2、定型化をはかる

くり返すことの多い仕事については、どのように処理するか、という手順を決めてしまふことです。いつでもやり方が違い、そのたびに考えるのは時間のムダです。いつでも同じようにし、やり方に慣れてしまふことです。ものの置き場所なども、きちんと決めて、いつでも決まった所に、決まったものがあるようにしておけば捜す手間が省けます。実際の作業を実行するに当たっては、定型化し、整理整頓しておくことが必要です。

3、工夫してやり方考える

ちよつと頭を働かせ、アイデアを出すが見違えるようによくなる、そんなものがたくさんあります。仕事の上では、一方では定型化し、同じようにくり返すことで成果を上げながら、同時に絶えず「もつとよい方法はないか」と考えることも必要です。特に陳列の仕方、チラシやPOPなどは、ちよつとしたアイデアで見違えるようになるのです。しかし、専門家にいわせると、アイデアはフット沸いて出てくるものではなく、それまでの知識の積み重ねの中から出てくるものだといえます。

できるだけ、異なった業種のお店を見るなど、つねにアンテナを働かせておく必要があるワケです。

4、理論と現実を結びつける

すっかりした考え方というのは、理論から出て来ます。現実を見た時に、それがどのような理論から出たものかを判断します。それによって現実の裏にある法則を知ることが出来、現実のより深い理解に結びついて行くのです。つまり、これで他の人に見えないコトが見えるようになってくるのです。

さらに理論を見た時（今のページの「業界でいえるかどうか？」、「うちの店ではどうなのか？」を理論だけでなく現実の問題として考えることです。これによって理論をさらに深く、広く理解できるようにになります。成功した経営者が、理論的にもしっかりとしたものを持っている、ということの裏には、現実から理論、理論から現実へという、前記のような作用があるためと考えられています。そして、その理論と現実の間にあるもの、それがその人の「考える力」なのです。

●選択の時代に生き残る力とは「考える力」

今後、私たちのバイク業界がどのように進んでいくか？ これについてもさまざまな予測ができるでしょう。しかし、いざれにしても、競合は日ごとに厳しさを増していくだろう、ということとは一致した見方です。これまでのように、バイク市場全体が伸びるのではなく、需要の集中化現象が起こり、強いところがますます強くなる選別化の傾向が始まるからです。

このように競合が激しくなっていく中で、強くなるお店の条件のきわめて重要なことは「考える力」の有無でしょう。

どう考えても、考えることが必要になるとは思えません。考える力を養うためには、理論による武装が欠かせません。その意味でも、今後とも現実面での実行とともに、お店のみならず販売について、経営について、より強力な理論武装を進めていただきたいと思います。

理論と現実の両面について、それがこれからの管理者の、経営者の理想的な姿。そしてその実現は決して不可能なことではないのです。（おわり）

'81年も積極的にご参加ください!

ヤマハ原付指導員研修会 '81年度前半の日程決まる

ヤマハ安全運転指導員養成研修会を受講された販売店のみなさまの数が、スタート6年目に当る55年末で延べ7000人、4千店以上にも達する——というビッグニュースは先月号の本欄で紹介しました。こうした中で、最も身近かな安

全指導であり、ご商売にも直結する「ヤマハ原付免許教室」の開催に必要なノウハウをマスターしていただく『ヤマハ原付指導員研修会』が、'81年、より充実した内容で開催されます。'81年度もどうぞふるってご参加ください。

'81年度ヤマハ原付指導員研修会 スケジュール

- ▶ '80年12月21日(日)～23日(火)
- ▶ '81年1月18日(日)～20日(火)
- ▶ '81年2月14日(土)～16日(月)
- ▶ '81年3月13日(金)～15日(日)

※上記の会場はいずれも静岡県磐田市のヤマハ研修会館です

★全国コースとブロック別コースを開設 グンと受講しやすい新システム

上表は、この12月からスタートする'81年ヤマハ原付指導員研修会の全国コース（3日間コース）のスケジュール。このコースは、静岡県磐田市のヤマハ研修会館で開催されるものです。

また、特に'81年度は、全国からの受講生が、ヤマハ研修会館に集まって行なうこの3日間コースの他にも、販売店みなさまが、より手軽に、気軽に、ご商売との調整を計りながら受講していただけるブロック別コ

ースも全国のヤマハ販売会社・営業所単位で開催され、従来より飛躍的に受講しやすいシステムとなっています。

★短い時間で、より効率的な指導を!

「ヤマハ原付免許教室」は、いまやご商売の最も基本的な販売促進活動、安全普及活動として全国ほとんどの地域のお店に定着しています。その抜群の需要創造力は、いまさらいうまでもないことですが、お客さまの多様化、ご商売の多忙化につれて、より効率的な開催がお店サイドからも、同時にお客さま側からも望まれていることも事実です。

'81年、こうした傾向に適確に対応し、お客さまに喜ばれるばかりでなく、お店の利益増にも貢献するのが、この「ヤマハ原付指導員研修会」といえるでしょう。

★お店の将来のための貴重な3日間、

「ヤマハ原付免許教室」の自店開催能力が備わっていれば、もっともっとお客さまを増やせるのに——そんなお店も決して少なくはないでしょう。

確かに、お客さまを指導する、ということはいくらでも簡単なものではありません。安全運転や交通のルールに関する『知識』と『経験』に『教え方のテクニック』と『教える自信』がプラスされて、初めてお客さまの信頼も、指導の成果も表われてくるものです。そして、こうした指導に必要な幅広い条件を極めて短期間で、効率的に身につけていただくのが、この「原付指導員研修会=3日間コース」です。

ご商売のお忙しさの中で、貴重な3日間。でもこの3日間の研修が、お客さまの将来の繁栄に、さらに大きな布石となってくるのです。

★『知識』から『実践的指導法』まで 原付免許教室のノウハウをマスター

この研修会のカリキュラムは、原付免許教室のじょうずな開き方、受講生の募集方法、わかりやすい講義のテクニック、教材の使い方さらに安全な乗り方指導の要領……とヤマハ原付免許教室の開催に欠かせないすべてのノウハウを学んでいただくものです。

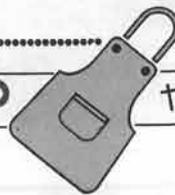
特に、お客さまへの安全指導の方法は、ヤマハ安全運転推進本部が独自に開発したもので、日米の産業界に広く採り入れられ、戦後日本の経済復興に大きな成果を上げた新人教育システム「T・W・I。(トレーニング・ウィズイン・インダストリー)システムを応用したものです。

この効率的な指導法のマスターによって、'81年はぜひお店の原付免許教室の充実をお計りいただきたいもの。また、この方法は、安全指導ばかりでなく、ご商売のさまざまな面に多角的にご活用いただけるものです。

「ヤマハ原付指導員研修会」'81年もどうぞふるってご参加ください。

※ヤマハ原付指導員研修会のお問合わせ、お申込みは、担当のヤマハセールスマンにお申しつけください。





冷や汗三斗の

酔客の応待

渡辺ふみさま

北海道恵庭市

機渡辺商会(渡辺 巖社長)

「ハイノ 株式会社 渡辺商会

です」と店の電話番号のように、ほとん

ど私が受話器をとります。お客さまなら「毎

度ありがとうございます」と習慣的につづ

きますね。こんな電話の応待も、もう足

かけ10年。いつてしたか閉店後にお

酒の勢いでドナるようにバイクのこ

とを電話で聞いてこられたお客

さまがいっしょにしゃべりました。

切ってしまうわけにもいかず、

店の印象のことを考えてじつとが

まん、ガマン。終わった後はドツと冷

や汗がふき出してしまいました。が、

以来酔っぱらいだけはお断り!

午前と午後では

声音(こわね)も変えて

高田とし子さま

宮城県仙台市

モーターサイクルサロン・ビッグ

ベン(高田 泉社長)

「おはようございます! ビッ

グベンです」これが午前中の第一

声。「ハイ、ビッグベンです」と

午後からは多少ニュアンスも変え

ています。時には「ヤマハの…」

と入れることもありますね。

いずれにしても初めてのお客さ

まとの電話は緊張するもの。もち

ろん、お顔見知りのお客さまでも

友人のような親しみを持ちながら

も、店とお客さまというお互いの

立場を忘れずに話すように心がけ

ています。

をモットーに付けた店名。ですから店名をいう時にも、それにふさわしく声が弾んでまいります。

電話のおかげで

商売の流れは手にしるすように

大月久子さま

東京都墨田区

大月ヤマハスポーツショップ

(大月信和社長)

「ハイッ! 大月ヤマハです」

つづく言葉は「いつもどうもありが

とうございます」とか「お世話

になります」など相手によって。

店には、主人と私それに3人の

スタッフがいますが、なるべく私

が受話器を取るようにしています。

ただ電話交換手のように事務的な

取次ぎだけは避けて、必ず用件を

たずねるようにしています。

どこの、どなたから、どんな用

件で、をしつかりとうかがってそ

の相手、用件に最適な人間に受話

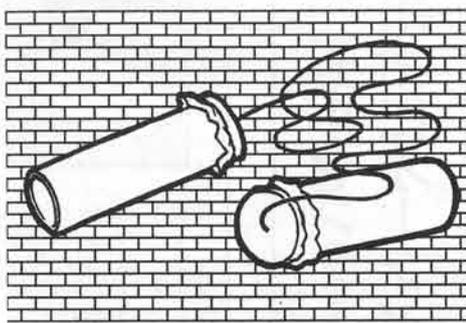
器をまわしています。おかげで、

私が一番お客さまのことを解って

しまうんですね。商品の流れや人

の動きも手にとるように知ること

ができますヨ!



うちの電

話第一声

「お店の顔。——とまでいわれるほどご商売の中で大切な役割を果しているのが電話の応待。特に受話器を持ち上げての第一声は、そのままお店のイメージづくりに直結しているともいえるでしょう。さわやかな奥さまの第一声は、どんなセールストークよりも強力な武器……というワケで、歳末商戦だけなわの今月は、ヤマハ奥さまの電話第一声と、電話にまつわるエピソードです。

お知恵拝借 ただ今

キヤッチフレーズ考案中

福井智子さま

愛知県名古屋

福井サイクル(福井秀起社長)

「福井サイクルでございます」

最近よく保険会社に電話をする

んですが、その保険会社では「はい

積立ファミリーの〇〇保険です」

というんです。その保険会社で

は、その積立ファミリーという保

険を広ろめようとしているうちに、

この言葉が頭に入っ。どんな保

険なんだろう。って興味を持つよ

うになってしまいました。

大変すばらしい宣伝方法ですね。

うちでもこれに応用し「〇〇の福

井サイクルです」というキヤッチ

フレーズを考えている最中だった

んです。あまり長くても聞きとり

にくいし、なかなかピッタリのも

のが浮かんできません。どなたか

お知恵を借してもらえませんか!?

「私の声を覚えていた」

そんな気にさせる応待を

田中貞子さま

大阪府藤井寺市

タナカオート(田中修社長)

「ハイ、タナカオートです」

先様のつぎの声を聞くまでに、

誰だったかを反射的に考えるん

です。意外に人の声は覚えてい

るもので、めったに間違ったこと

はありません。間違っても「お

声かよう似てはりますわあ」と

いって失礼のないように別の話題

に入ってしまうんです。

特に、声を覚えていというこ

とは、お客さまには悪い気分では

ないはずなので、一番心がけてい



ることですね。電話の応待を担当してかれこれ10年、お客さまの電話は「ひと言いくら」ですから、できるだけテキパキと用件を済ませていきます。

景気の良さに

お客さまもビックリ!

古林美代子さま(若奥さま)

山口県下関市

古林モーターサイクル商会(古林

房子社長)

「ハイッ! 古林です!!」と元

気いっばいに景気よく声が出ます

ので、お客さまがビックリされる

こともあるほど。とにかく、お店

にかかってくる電話は、絶対その

ままだに逃さない。よう主人(正伸

氏)にいわれていますので、「とり

あえず店に見に来てください」と

来店のお誘いをしています。

今一番気がかりなことは、サー

ビス場がお店の裏ですので、部品

の在庫合わせの時などお客さま

を待たせてしまうことです。

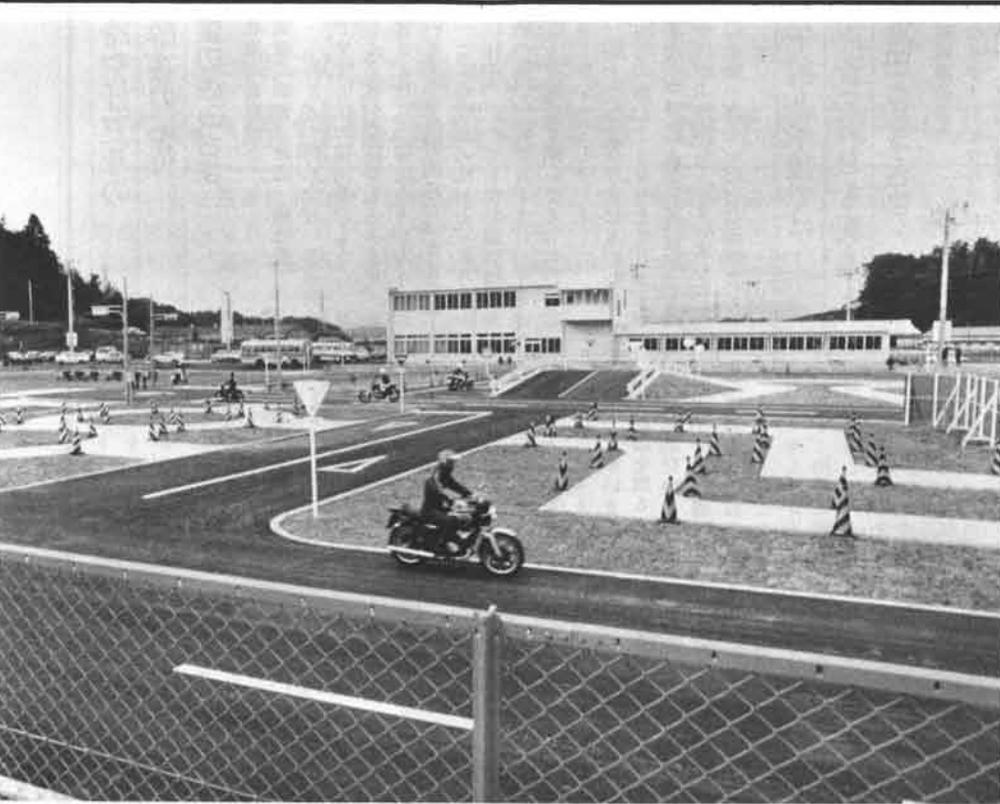
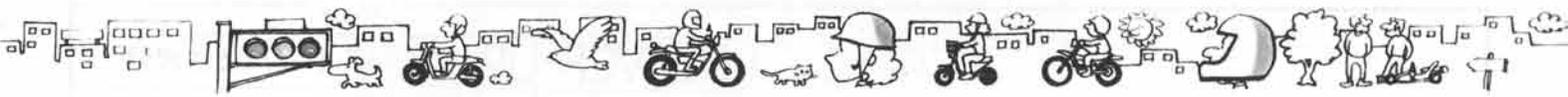
そうそう、ちょっと前にこんな

失敗もありました。お友だちの

をしばらくの間お客さまと間違

って話してたんです。途中で判

って大笑してしまいました。



ご案内

**ヤマハテクニカルセンター
静岡県掛川市にオープン!**

ヤマハ発動機株式会社は、昭和48年から静岡県磐田市の本社社屋前に全国で初めての2輪専門の指定自動車教習所「テクニカルセンター」を開設し、指定教習をはじめとする各種の講習を通じて、2輪車安全運転技能向上センターの役割を果たしてきました。

しかし、より一層の施設の充実を計るため今年に入ってから、同県掛川市に新しい施設の建設をすすめていましたが、11月上旬に竣工。12月に予定されているオープン記念式典に先がけて、11月16日より新コースでの活動を始めています。

これにともない、名称も「ヤマハテクニカルセンター」と一新。「テクニカルセンター」の業務を継続しながらヤマハ安全運転

Yamaha Topics

ヤマハニュースは販売店みなさまの情報誌です。



お店のみなさまがつくる、みなさまのための「ヤマハニュース」をめざして、積極的な誌上参加をお待ちしております。

ご商売にまつわるさまざまな話題、明るいニュースなど、どんなものでも結構です。お電話で、お手紙でどうぞお気軽にお寄せ下さい。取材要請、ご質問、ご相談もどうぞ。宛先は——

〒438 静岡県磐田市新貝2500 ヤマハ発動機株式会社宣伝部宣伝一課
「ヤマハニュース」係
☎05383(2)1111 内線356



**『タウニイ』
学園祭を盛りあげる
『ボクのバイク』**

〔ヤマハ東京株〕11月のキャンパスは、どこも学園祭一色。各サークルが趣好をこらしたイベントを開き、中にはテレビ番組顔負けの企画まで

続出するほど。

二二東京・杉並の日本大学文理学部でも、広告研究会主催の「ベストカップルコンテスト」が、学生たちの間で人気を集めていました。

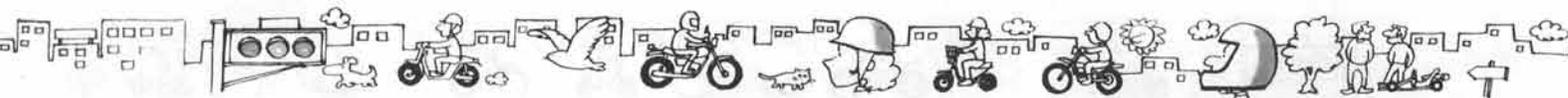
いま流行のテレビ番組的内容も去ることながら、このコンテストのもうひとつの人気は、ヤマハ東京株から優勝したカップルに2台の「タウニイ」が、ブレ

「ヤマハ東京株」80年めざましい需要伸長を示した東京市場。この好調を81年さらに大きくもり上げようと、11月12日、ヤマハ東京株管内の5営業所（城西・多摩・八王子・城南・城東）からベスト10の販売店さまが品川のホテル・パシフィックに参集。「選抜ベスト50社総決起大会」で氣勢を上げました。

またこの席では、冬商戦の販売キャンペーンとして、11月から来年3月まで開催される2店対抗のトーナメント式販売コンクール「選抜ベスト50社対抗販売コンクール」の説明と組合わせ抽選会も行なわれ、いつもの総決起大会とは異なったにぎやかな雰囲気の中で、出席販売店みなさまは、新たなファイトを燃やしていました。



**選抜ベスト50社総決起大会で
'81年商戦へ、決意も新たに!**



↑中央にはコントロールタワーも完備。関東甲信越の新しいオフロードスポーツの基地として話題を集める「ヤマハS.L.ランド長野」

→新チャンピオン東福寺保雄選手（中央）も加わってオープン記念のにぎやかな模擬レースも行なわれた。



ミニ、トレールまで、YZロードからYZオフを幅広く走る安全と安心に配慮されている

新しいオフロードスポーツの基地に 『ヤマハS.L.ランド長野』オープン

〔ヤマハ長野〕林道ツーリングからモトクロスまでオフロードランの楽しさがまた大きくクローズアップされていますが、こうしたモータースポーツの基地となる、その名も「ヤマハS.L.ランド長野」が、このほど長野県真田町にオープンしました。

スキー場で名高い菅平への途中、地蔵峠につくられたこのS.L.ランドは、コントロールタワーをはじめさまざまな設備を備えたモトクロスコース。S.L.モトクロス大会、S.L.モトクロス教室などお客さまが手軽に参加できるイベントの開催をはじめ、



推進本部と一体になって安全運転指導ノウハウの開発に取組んでいくことになっています。
▼ヤマハテクニカルセンター
▼静岡県掛川市富部28
▼☎05372(4)5195

周囲にふんだんに存在する林道ツーリングの基地としても大いに活用できるものです。

去る11月9日地元関係者や関東甲信越のモトクロス仲間を集めてにぎやかにオープン記念大会も行われました。特にこの地域では初めての本格的な常設コースとあって施設の整備とあわせてクラブ単位、お店単位のさまざまな利用パターンが登場するものと大きな期待を集めています。

“ザ・グランド スラム” ヤマハ

●英のマシン・オブ・ザ・イヤーでヤマハスポーツ上位独占!●

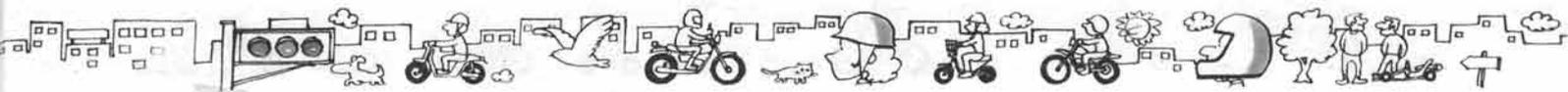


“グランド・スラム”とは、日本語でいえばさしずめ“三冠王”。イギリスの2輪週刊紙“モーター・サイクル・ニュース”が行なっている恒例のマシン・オブ・ザ・イヤーで、ヤマハの『RD350L/C』が1位、『XJ650』が2位、『RD250L/C』が3位…とヤマハスポーツが上位独占を果し、イギリスのモーターサイクルファンを驚かせています。

もちろん、各車は250cc以下、251~500cc、501cc以上の各クラスでもそれぞれ1位。'80年のイギリスのスポーツバイクは、『RD(RZ)&XJ』。ヤマハスーパースポーツ一色というところ。



「タウンニー」をめざしてタレント顔負けの迷演技が続出した。女性を問わず、キャンパス内でもバイクへの関心はうなぎ昇りの昨今ですが、賞品が「タウンニー」とあって、話題もまた一段とアップした。「タウンニー」の人気の宣伝が学園でもたいへん話題を呼んでいましたから」というのが、主催者のタウンニー選抜の弁。いかにも広告研究会らしい、ニクイ選抜ではありませんか!?



ボルグ&コナーズ SUGOで競演 SUGOスーパースターテニス



人気のマツは、なんとといっても世界ナンバー1のB・ボルグ「世界でも最高レベルのコートと設備だ。それに他のスポーツも一緒に楽しめる施設は初めて！」とSUGOがすっかりお気に入り

この8月からオープンしたSUGOテニスクラブは、スポーツランドSUGOの大自然の中に全21面というビッグスケールのコートと完備した施設を持つが国でも有数のクラブとしてメンバーを増やしていますが、同クラブの初のビッグイベントとして10月25、26日の両日「SUGOスーパースターテニス」が開かれました。

世界のトップテニスプレーヤー、ピヨーン・ボルグ、ジミー・コナーズ、ビクター・フレミング、サンデー・メイヤー……の4選手を迎えてのエキシビジョンマッチとテニスクリニックです。

もっか日本でも人気ナンバー1のスポーツ「テニス」。そして文字通りのスーパースターの登場とあって、この2日間のSUGOテニスクラブは、終日熱気にみちあふれ、



ボルグ(写真上)、コナーズなど世界トッププロのクリニックとあって遠く関西や北海道からも参加者、観客が詰めかける盛況ぶり

つめかけた観客は、彼らの一挙手一投足に大きな歓声を上げていたもの

日の3種) および、法人会員を募集しております。SUGOテニスクラブ宛お問合わせください。
〒989-14 宮城県柴田郡村田町菅生
☎0224833-311

業界通信 ヤマハジヤナル

買い替え・買い増し市場 でのファミリーバイク

買い替え、買い増し需要の実態をJNNデータバンク資料によって追ってみよう。土地から針式腕時計まで主要財68品目における所有・欲求・予定の変化を最近5年間についてみたもの。

このうち、ファミリーバイクの所有は53年が4.9%、54年11.8%、55年15.0%と急速に上昇。欲求も53年7%、54年13.5%、55年15%と所有率に比例して欲求率も変化している。しかし、買い替え・買い増しの予定率は53年2%、54年4.8%、55年5.7%と予定率(現在保有者に占める代替予定者の割合)にはそれほど大きな変化はない。

55年度の買い替え、買い増し予定率の最高は、背広・スーツの20.8%、ファミリーバイクは12.4%でベストテンの第7位を占めている。

(フレイン 12月号より)

結局、死んだのは13人。重症と脳しんどうなど軽症が12人ずつだった。死者のうち9人はヘルメットで守れる限界を超えていたが、4人は規格外の粗悪なヘルメットが原因のようだった。助かった24人のなかには、ブロックベいに衝突した人もあり、少なくとも17人はヘルメットがなければ死ぬ可能性が強かった。

(朝日新聞 10月18日付)

ひどい渋滞 「東名」「名神」高速道路を同時に 拡幅 57年度着工

交通量の激増でバンク寸前となった東名高速道路(東京-愛知県小牧間346.7キロ)の拡幅を計画している日本道路公団(高橋国一郎総裁)は、このほど、名神高速道路(小牧-兵庫東西宮間189.3キロ)について同時に拡幅計画に取り組み方針を決めた。

名神が東名と一本化された重要産業道路であり、東名と同じようにインターチェンジ付近の渋滞、ラッシュ時の混雑が、常態化になっていることなどから、同時に拡幅に着手した方が効果的と判断したため。

今後、両道路の中でも特に渋滞、混雑がひどく、事故の発生が多い東名の大井松田-御殿場、静岡-焼津、名神の京都南-吹田の3区間の重点的な調査を進め、来年秋に予定されている国土開発幹線自動車道建設審議会に諮問して、57年度からまず、この3区間の拡幅工事に着手する方針だ。

(毎日新聞 10月25日付)

「生」死「分けたヘルメット 37人の事故17人死ぬはずだった

二輪事故では、ヘルメットの有無が生死の分かれ目になっていた、と中村紀夫東京慈恵会医科大学教授が、このほど金沢で開かれた日本脳神経外科学会で発表した。

中村さんはこの10数年間に、事故にあった37個のヘルメットを集め、事故の実態をくわしく調べてみた。

それによると、37人のうち28人は道路など固い平面に、8人は角ばったものに、それぞれ頭をぶつけていた。

冬のオリジナル新商品ご案内

一部地方を除けば、いまやオールシーズン商品として完全に定着したバイク。冬は不要期、というのは遠い昔の話です。そして、そんな冬のご商売を一段ともし上げるのが、ウィンター用品類。今月は新登場のグローブ3種とポッケ&フォーゲル・オリジナル小物をご紹介します。

グローブ



レディスグローブ

ソフトバイクの女性ライダーに最適の高級レディスグローブです。アメリカ製、ナイロンとスパンデックスの混紡で伸縮性にとみ、どなたの手にもぴったりとフィットするフリーサイズです。

●標準小売価格4800円 ●サイズ・フリー ●カラー：ベージュ、茶、エンジ、コゲ茶、グレー、ネイビーの6色



ウィンター・ライダーグローブ

①と②は牛皮製の防寒グローブ、グリップ部に独自の工夫を施してあります。①はセミロング、②はロングタイプ。③は防水加工の牛皮を使った高級品。水をはじき、濡れても硬くならないのが特徴です。また④は、高品質防水皮使用の最高級品。皮厚、内張りとも十分な厚さで、しかも手首や指先の動きもスムーズです。

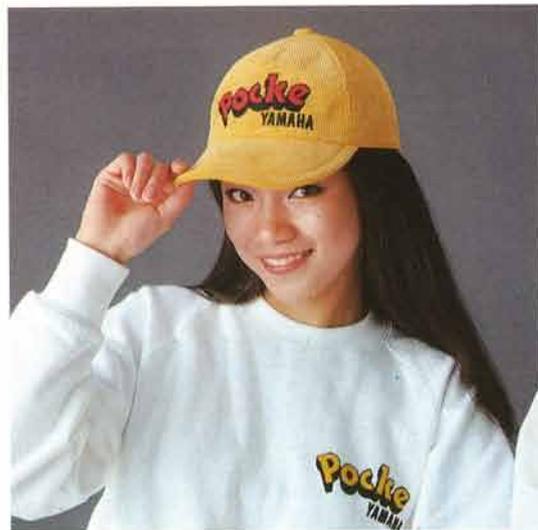
●標準小売価格①6000円②6500円③6900円④8600円 (いずれもフリーサイズ)



ハーフグローブ

皮製の半指グローブ。防水加工皮ですので柔軟性に富み、濡れても硬くなりません

●標準小売価格4100円 ●カラー：赤・青・黄 ●サイズ・フリー



ポッケ・キャップ

おちゃめなポッケ・キャップは、女性用のオールシーズンタイプ。おしゃれなコーデユロイ製です。

●標準小売価格1700円 ●サイズ・フリー ●カラー・黄

ポッケ&フォーゲル オリジナル小物

遊びごころいっぱいポッケ&フォーゲルの楽しさをまた一段とひき立てるオリジナル小物類。年末セールの特典アイテムなどとしても効果的にお使いいただけるものばかりです。



ポッケ&フォーゲル専用マッドガード

●標準小売価格 600円

ポッケ・トレーナー

綿100%の活動的なトレーナー。この上にウィンターウェアを羽織れば防寒対策も万全。

●標準小売価格4500円 ●サイズM・L ●カラー白

ベルトポーチ

ライダーには最高に重宝な小物入れ。小粋なナイロンコーデユラ製のベルトポーチです。

●標準小売価格1300円 ●色・紺、茶、ベージュ



男のリトルバイク

POCKE ポッケ



標準現金価格 **¥114,000**

いまやバイクと人間は深い関係をもつようになった。



人間は深い関係をもつようになった。

男のソフトバイク

TOWNY タウンイ

標準現金価格 **¥89,800**

人間は深い関係をもつようになった。



(ポッケ) ● 全長1,280mm ● 全高920mm ● 重量52kg ● 2サイクル49ccリターン式4段変速 ● 最高出力3.0ps / 5,500r.p.m. ● 燃費75km / ℓ (30km / h定地走行テスト値)

近頃バイクという存在は男たちのハートをすっかり虜にしてみました。街の生活を愉しむ人間のために生まれたポッケとタウンイ。いつも自分のそばに置いておきたくなくしてしまう、そんな素敵なバイクなのです。

(タウンイ) ● 全長1,600mm ● 全高1,050mm ● 重量50kg ● 2サイクル49ccオートマチック2段変速 ● 最高出力2.8ps / 6,000r.p.m. ● 燃費75km / ℓ (30km / h定地走行テスト値)

50ccバイクは普通免許でも乗れます ● ヘルメットをかぶり、安全運転を ● 定期点検も忘れずに ● ヤマハ発動機株式会社 〒438 静岡県磐田市新員2500 T.E.L. 05383(2)1111

YAMAHA

広告活動ご紹介

タウンイ・テレビCM“オン・ザ・ストリート編”が、“80年CMフェスティバル”でACC賞と話題賞に輝やいたことは、本誌トップグラフィック紹介のとおりですが、この話題のテレビCMと連動しながら男性誌、一般誌で展開しているのがこの「ポッケ&タウンイ」雑誌広告。男性ソフトバイク市場の形成は、年末商戦を迎えて一段とピッチを上げています。