

## 《特集》われらスクーター派。われらスポーツ派。

ミッドナイト仕様  
限定販売

**XS250** *Special* 新発売



YAMAHA NEWS No.217 JUL. 1981

〈特集〉マイ・バイクライフ讃歌

われらスクーター派

われらスポーツ派…………… 3

独得の車づくりと、そこにもり込まれた先進技術が、新しいスポーツバイクの時代をリードする

●横内一馬…………… 10

●カラー

7ヵ国、263日のビッグツーリング

XT250ペアのシルクロード踏破レポート…………… 14

「ペルーガ」ニューテレビCMご紹介…………… 18

他業界に見るナウ感覚な店づくり

店内はもうスポーツフィールド…………… 20

ヤマハショールーム……FRPポート…………… 22

話のバドック…………… 23

フレンド店登場⑦…………… 24

連載⑦ セールス最前線…………… 26

パワーアップ★ヤマハ奥さま…………… 28

ヤマハ★トピックス…………… 30

SUGOインフォメーション…………… 33

セフティ★コーナー…………… 34

ヤマハ用品★部品コーナー…………… 35

**超**ビッグタンクを装備した「XT250」。昨年春から相ついで登場したニューモデルは、それぞれにさまざまな話題を生み出していますが、この「XT250」もそんなひとつ。渡辺繁さん、浜村直美さんペアがシルクロードを踏破した「XT250」なのです。昨春発売間もない「XT250」2台を購入。整備技術の特訓まで受けて旅立っていった2人。7ヵ国、263日間の行程を今月号と来月号の2回にわたってご紹介します。(14ページ)



〈表紙〉さらに磨きぬかれたスペシャルスタイリングが、アダルトの高い評価を集めるスーパースペシャル「X」400 スペシャル



# われらスクーター派

## 〈特集〉マイ・バイクラ이프讃歌

本格スクーター「ベルーガ」、スポーツスクーター「パセッタ」の登場で、ヤマハならではのフルラインアップを完成したスクーターシリーズ。

RZ50、XJ400シリーズ、XV750スペシャル、XJ750A&E……とゼロハンからナナハンまで、スポーツ市場を席巻するニュースポーツシリーズ。

——昨年ひきつづいて相ついで登場したヤマハの強力

なニューモデル群が、いまめざましい勢いで市場の拡大をつづけています。

そして、今年とくに印象的なことは、これら新商品の独自の商品性が、つぎつぎと新しい需要層を生み出し、新しいバイクラ이프をつくり出していることです。まさにバイクが広げるクオリティライフ……今月のトップグラビアは、そんなお客さまがたのマイ・バイクラ이프讃歌です。



# われらスポーツ派



# われらスクーター派

八千草薫さんをキャラクターにヤマハ・パッソルが世にデビューして早や4年。いまでは、5機種、7タイプ、30カラーのスクーターを勢揃いさせて、文字通りスクーターの一大市場を確立させています。

スクーターブームの火つけ役ともいえるパッソルから、本格スクーターの登場として話題を呼んだベルUGAまで、ただ単に生活の足としての役割だけでなく、遊びごころを盛り込んだこれらの商品は、さらに多くのお客さまの共感を呼び起した。ファッショントして乗るヤングミセスや、第2の青春を楽しむアダルトユーザーを育てるに至っているのです。

さて、そこでまずスクーター派のお客さまとしてご登場いただいたのが、パッソルDの星野美樹さん（16歳・高校2年生）とパセッタの岩田憲子さん（24歳・中学教師）、そしてベルUGAの安田和夫さん（47歳・喫茶店経営）の3人。それぞれのスクーターライフをお話しいただくとともに、パッソルD、パセッタ、ベルUGAのスクーター讃歌をうかがってみました。

今回、集まっていたいたのは、東京は原宿で営業する安田さんのお店「シャンゼリゼ」。梅雨入りで小雨まじりのお天気の中、初対面とはいえスクーター仲間ということで、早くも打ちとけ合って話が弾みます。

星野さん 原付免許を取ったのは今年の1月。パッソルDはこの6月に買ったものです。こんなにたくさん種類がある中で、なぜパッソルDを選んだかという、まずはそのかわいらしさ。小柄な私にもピッタリ合、小回りがきく上、安いところ。小回りがきくという点では、自転車タイプも考えられたけど、いまはスクーターブームなので私は最初からスクーターに決めていたんです。

岩田さん 私の場合は、この4月に仕事を始めると同時にパセッタを購入したんです。

# 〈特集〉マイ・バイクライフ讃歌



↑中学校で体育を教える岩田憲子さんにとって、パセッタのお気に入りのひとつが、そのスポーティな感覚。ヤングレディをとくにターゲットとした商品づくりは、まさに的中したといえそうです



↓高校2年の星野美樹さんにとって、パッソルDはファッションの小道具のひとつ。今年1月に原付免許を取得後、お母さんのお許しを得て、自分のお小遣いで買い求めたもの



←もともとがジャズ・ベーシストというだけに、ナベサダとディブのテレビCMはたいへん親しみがもてた——と語る安田和夫さん。ベルーガ80の大人っぽさと堂々とした風格には、ぞっこんお気に入りだったのです

→安田さんのお店「シャンゼリゼ」での対談は、スクーター仲間ということですぐに打ちとけ、しごくこなやかに、楽しく続けられたのです



安田さん やはり目立ってことはいいとなんだよネ。それに、スクーター乗りはスクーター乗りで、ある種の連帯感もあるみたいだし。交差点なんかで横に並ぶと、スクーターに乗っている人からは必ずといっていいくらい声かけられちゃう。乗り心地について

ですネ。

星野さん パッソルの場合、もうすでに結構出ちゃっているの、目立ってという感じではないけど、それでも近所なんかを乗り回しているって、知り合いが「いいのに乗っているネエノ」って話しかけてくるんですよ。ちよっと離れている友達の所なんかに行く時でも、ホントにいい気分ですネ。

岩田さん 私が住んでいる成城学園附近はとくにスクーターが多いんですよ。駅前なんかは高校生や大学生のスクーターでいっぱい。私もパセッタを買うまでは、いろいろ見比べたりして参考にさせていたいたんですけど、さすがにパセッタはいまのところ少ないですよ。ですから、ちよっとは鼻高だかという感じですね。

安田さん 僕とバイクのつき合いっていうのは長いんですよ。それこそ、子供の頃から自転車に原動機だけがついたようなものに乗っていたんです。メイトで箱根の山を越えたり、伊豆を一周もしたりネ。でも、自動2輪の免許を取ってからは、もっぱら女房を後に乗せて、2人乗りを楽しんでいたんです。そんなわけで、ベルーガ80を買ったのは、まず2人乗りができるから。もちろん、ファッションヨナブルなデザインのスクリューが出たので、目立ちがりの僕としてはそれに飛びつかざるをえなかった……という理由もあるんですけど。(笑)

断然、パセッタに決めちゃったんですよ。

バイク通勤ということでの問題はなかったんですけど、やはり教師という職業柄、ジーパンで通うわけにはいかず、スカートで乗れるスクーターをと、パセッタにしたわけ。最も迷ったのはパッソラのセル付きたけど、パセッタの方がスポーティだったし、渡部絵美ちゃんがとてもかわいかったでしょう。で、

→ファッションの最先端をいく原宿の街でも注目度が高いノ——と  
いうことで、もっぱら  
昼間はお店の看板がわり  
りに大活躍、白いベル  
ーガ80には、シャンゼ  
リゼのロゴ・マークが  
きれいに描かれていま  
した



↓成城の街並みによく  
お似合いの岩田さんと  
パセッタのコンビ。数  
あるスクーター・ライ  
ンナップの中から、じ  
っくり選んで決めたど  
いうお言葉が納得で  
きました



学校から帰って、お友達の家へ遊びに行くの  
がもっぱらの使い道——という星野さん。ま  
だ、その走行メーターは100kmまでいって  
いないとはいえ、なかなかの走りっぷりを見せ  
てくれました

たずねられたり、「80ccはいいですネ」って  
うらやましがられたり。このあいだなんかは、  
お店の近くの交差点で気が合っちゃったもん  
だから、連れてきてコーヒーをこちそうしち  
やったりネ。(笑)

星野さん この夏なんだけど、女の子4人  
だけでどこか近く海へツーリングに行こう  
って計画しているの。同じスタイルして、同  
じパツルと一緒に走ろうってネ。クルマで  
渋滞している脇を、スイスイ走っちゃうのっ  
て気持ちがいいじゃない。絶対にやろうネっ  
て、今から話しているんです。

岩田さん 以前はよくクルマに乗っていた  
のネ。でも、パセッタを買ってからはもっぱ  
らどこへ出かけるにもこれ。家族の間でも、  
便利でいいネッてうらやましがられているん  
です。いま、私はバスケットボール部の顧問  
をしているんですけど、日曜日の練習試合に  
もパセッタで行くでしょ。生徒なんかから  
関心をもたれちゃって、あまり目立ってはよ  
くないかなつとも。(笑)

安田さん スクーターをただ日常の足とし  
てだけ使うってことになるよ、ちよつと淋し  
いですよネ。星野さんみたいに海に行くとか、  
岩田さんみたいに日曜日のお出かけにも乗る  
とか、やはり「遊び」としても大いに利用しな  
ければネ。僕の場合だと、先日女房と2人で  
奥多摩へ出かけたんだけど、標高1100m  
まで登って結構楽しんできちゃったし。無理  
さえしなければ、80ccの2人乗りだつてどこ  
へでも行けるなって自信をもっちゃったワケ。  
これは見果てぬ夢かもしれないけど、そのう  
ちベルーガをハワイに運んで、オアフ島でも  
1周しようかと計画しているんです。もちろ  
ん女房と一緒にネ。(笑)

まだまだ続きそうな3人の対談でしたが、  
雨も本格的に降り出しそうな気配となつ  
たので、こちらでお開き。今度は晴れた  
日の再会を約束して、それぞれに散会し  
たのでした。



# われらスポーツ派

なんといつても、最近のスポーツバイクに  
関する最も特徴的な傾向といえば、RZ 50/  
250、350やXJ 400/D、XJ 75  
0A/Eなどのお客さまに代表されるように  
モーターサイクルの最も基本ともいえる「走  
り」を存分に楽しもうとする人びとが再び急  
激に増えていること。

そして、この一方でアダルトユーザー、カ  
ムバックユーザーといわれる人びとを中心に  
生活を彩るホビーのびとつ、スポーツのびと  
つとしてモーターサイクルを楽しんでいる人  
びとが、これまた前者に負けぬ勢いで増えて  
きていることでしょう。RX 50/80スベシ  
ヤルからXS 250スベシヤル、XJ 400  
650スベシヤル、XV 750スベシヤル  
……などヤマハならではのスペシャルシリ  
ーズは、こうしたお客さまの間で、特に広く親  
しまれていることはご承知のとおりです。

さて、今回お集まりいただいた3人のスポ  
ータイダーのみならず、こんなお客さま  
のまさに典型ともいえる方がた。

68才のいまなお元気一杯「XV 750スベ  
シヤル」を駆って「月に1千kmは走る」とい  
う中西栄一郎さん。そして「昨年6月に31才  
で中型二輪免許を取得しました」というま新  
しい「XJ 400スベシヤル」の小泉勇司さ  
ん（32才・会社員）。さらに16才からロードス  
ポーツ一筋、箱根のワインディングロードの  
スシともいわれる「RZ 250」の奥園康浩  
さん（22才・会社員）。

こんな3人、もちろん初対面のみなさまに  
梅雨の合間の夏空の一日、ツーリング銀座と



RZでワインディングロードを楽しむ奥園さんは、金谷選手と同デザインのヘルメット

ま新しいXJ400スペシャル、ま新しいヘル、小泉さんはアダルトライダー



この笑顔！ とても68才とは思えぬ中西さん



してにぎわう湘南海岸の西湘バイパスから箱根ターンバイクを走り大観山まで初めてのマストリーングをお楽しみいただきました。以下はレストタイムに、それぞれの愛車を前にしてのスポーツバイク讃歌です。

中西さん 私はバイクに乗り始めたのが51、52才の頃。250から始めて16年、400cc、650cc、これは「XS650スペシャル」ですが、そして今度の「XV750スペシャル」と、とうとうナナハンまで来てしまいました。昔は750と聞いただけで圧倒されてしまいましたけれど、こうして少しずつステップアップしてくると大きさをまったく感じさせないものです。(笑)

この「XV750スペシャル」は、3月5日に納車されてもう3100km、なんとか月に1000kmは走るように心がけているんです。今日の西湘バイパスから箱根のヒルクライム、椿ラインから湯河原有料道路を通過して平塚へ、というのはもうホームコースのような半日コースなんです。(笑)

小泉さん 本当に中西さんには脱帽ですね(笑) 私はこれまではカーキチ。カラーラレビンでラリーやジムカーナを楽しんでいたんです。でもいまの日本じや四輪で走りを楽しむことなんてとても無理になってしまった。

そこで昨年の6月に一念発起して自動車学校に通い中型二輪免許をとったんです。「XJ400スペシャル」は、3月のモーターサイクルショーでみて一目惚れ、発売を待って購入しました。なんといつても大人っぽい雰囲気、ナナハンにも負けない堂々たる車格、それと四気筒が気に入ったんです。今は本当にバイクで走ることが楽しくてしょうがないんです。(笑)

奥園さん 私は小泉さんとは逆に16才からバイクだけ、指折り数えて7台目、いまは通勤にトライアル車を使い、休日の走りはこのRZ、と使い分けているんです。前はツーリン

## 〈特集〉マイ・バイクライフ讃歌



「XV750スペシャル」の中西さんを先頭に  
潮風を全身に浴びて西湘バイパスを行く



グ専門でしたけど、去年の8月にこのRZに乗り始めてからは本格的に「走り」を楽しむようになりました。箱根でコーナリを攻めたり筑波のプロダクションレースに出たり。それにしても、この「RZ」のおかげで箱根で何人も友人ができました。1人と知りあうとまた1人、また1人……とね。今日もそんな仲間が何人か走りに来てるんじゃないかな。(笑)でも中西さんは、本当にうらやましい。大先輩ですから目標にしくちや。(笑)

中西さん バイクに乗ってれば年なんか忘れますヨ。ヘルメットをかぶれば年齢なんて判からないしネ。ツーリング先で若いライダーとVサインを交すときは、まさに最高の気分です。(笑)

小泉さん 四輪とちがって気が抜けない、いつも緊張感があるところがいいですね。バイクは、真剣勝負のような。疲れますけれど疲れかたがまるでちがって快い。

見える景色がまるでちがいます。足の下を道路が流れていく……。(笑) いまは、すべてが新しい体験の連続です。

正直、私は自分がバイクに乗るまで、バイクなんて本当に好きじゃなかった。四輪で走っていて脇にくると、じやまダノ! と思っただくらい。でも今ではクルマに乗ってバイクが来ると、道を開けています。無意識のうちに、不思議なものですね。(笑)

日一日とバイクが好きになってきたし、この分だと、ずっと中西さんのように乗ることになりそうですね。(笑) 乗っているうちにだんだん大きいのにも乗りたくなってくる。

親子いや孫と子ほどの年齢差を越えて、3人のバイク談義はつきることがありません。まさに、人間にいちばん近い乗りものなんだというヤマハのスポーツバイク・キャンペーンを身を持って実践されているような3人の、なんともさわやかなハーレーツーリングではありました。

# 独得な車づくりと、そこに盛り込まれた先進技術が、新しいスポーツバイクの時代をリードする。

—モーターサイクルジャーナリスト●横内一馬

RZ、XJ、XV……ビッグバイクの話題を独占するヤマハの最新鋭モデル群。さて、これらニューモデルに象徴される最新のヤマハの商品づくりや技術的傾向は、現在の市場でどのように受けとめられているのでしょうか……つねにユーザーの立場で二輪専門誌に健筆をふるう横内一馬氏にまとめていただきました。

## スポーツのヤマハを定着させた 「買った車づくり」

1955年、日本楽器製造㈱の名のもとに誕生した「YA1」は当時の混乱する二輪車界にガッチリと根を下ろし、今日のヤマハ発動機㈱の礎となり、昨年满25周年を迎えるという華やかな成長を遂げた。

だが、25年という歳月は、モーターサイクルの歴史という尺度で計れば驚くほどの長さでないのも事実だし、欧米には半世紀に余る

歴史を有するメーカーも現存する。

しかし、ヤマハに限らず現存の国産二輪メーカーの歩んだ過去の道程は苛酷そのもので、一時はガレージメーカーを含めれば100社

を超えるともいわれた、まさに戦国時代を生き抜いてきた強者たちであり、

その苦労は単なる物理的な経過時間という尺度だけでは測り切れないものが

あったといえよう。

したがって、国産メーカーが歩んだ25年余の過程は、欧米の伝統という文字に支えられ保護されながら緩慢なスピードで発展してきたメーカーの環境とは別の世界であったといえる。

このような混乱の中で、しかも自然淘汰が始まろうとしている時期に産声を上げたヤマハではあったが、このクルマは発売当初からマニアの心をしっかりとつかんでしまった。

125ccの「YA1」の価格13万8千円。この金額は、当時の若手サラリーマンの1年分の給料を上回るほどのものである。しかも同クラス車の平均値よりかなり割高であるにもかかわらず、高い人気を集めたのである。

その理由は、性能はもとより、スポーティ

なスタイリングと新鮮なカラーリング感覚、そして仕上げの美しさであり、かなり雑な造りの多かった当時の二輪車の中にあつては、マニアの心を引くのに十分すぎる条件が揃っていたものである。

ここで改めて「YA1」の話を持ち出したのは、決して懐古に耽っているわけではない。このヤマハの第1号に与えられた「車づくり」の方向づけが、今日に至るまで不変であることを述べたかったのだ。そのポリシーは、太いバックボーンとなって波乱万丈の時代を泳ぎ切り、スポーツのヤマハ、品質のヤマハのイメージを市場に確実に定着させてしまった。

### オリジナリティを守る姿勢

この2サイクル・スポーツ車による人気の

定着に至るまでが、ヤマハの創世紀ともいえ、1970年代に入り新しく4サイクル・エンジンを手掛けるに至ってヤマハの世代は大きく変貌したといえるようだ。

60年代の終りに750ccブームの幕が切つて落とされ、ビッグバイク時代の到来をみるようになったわけだが、この機にタイミングを合わせたかのように発表されたのが650cc「XS1」のOHCツインで、事実上ヤマハの4サイクル市販車1号モデルになった。ヤマハの4サイクルは、ヤマハファンの永年の夢でもあったが、ヤマハファンの多くは2サイクル党ということもあり、すべてのライダーに素直に受け入れられたわけではない。成長すれば苦勞も増えるのは世の常だが、ヤマハもその例に洩れず、この「XS1」の立上がりではかなりの苦勞の跡がみられた。そして、エンジンが4サイクルになっても、その開発ポリシーは前述のように不変で、じつにヤマハらしいビッグマシンであった。

今日に至るまでに幾度も感じられたことだが、ヤマハというメーカーはオリジナリティを非常に重要視しているように思える。つまり、「個性」を持った車づくりである。この気風は良く受取れば、独自の、個性的、漸新的などといえるが、受取り方によっては独善的にも感じられなくはない。

ことに2サイクルモデルは、RZに象徴されるように過去の歴史をふまえ、依怙地とも思える車づくりを展開して注目されている。

これに対して、4サイクルはスタートから荒波にもまれ、かつ比較対照されるモデルが多いことから、必然的に開発スタッフも開放的になり、そこから逆に情報を収集しようとする意欲もあり、そのレスポンスは実にす速く、触角も長く敏感だ。とはいえ、これも比較的最近になっての話で、ヤマハ初のナナハン「TX750」あたりまでは、かなり閉鎖的な面が感じられた。というよりも、摸索に懸命だったというほうが、正しいのかも知れないが……。

このような中で、ヤマハの4サイクル車がトータル性能で再認識されたのは「TX500」であり、この車の出現を機に、設計指向に変化が生じられたように感じられた。

「TX500」は、今日ではさして珍しくもない1シリンダー当り4本のバルブを組込んだD・OHCエンジンというレーサムードにあふれた車であった。180度クランク、バランス機構、アルミホイールなどは、いかにもヤマハらしい個性づくりであり、操縦性も、それまでのヤマハ車とはひと味もふた味も異質なもので、軽快な運動性能は強烈な印象として体に残っている。

この「TX500」あたりを境にしてヤマハの世代はさらに新世紀へと移行していったようだ。1970年代後半に入ってヤマハの面目を新たにした3気筒シャフトドライブの「GX750」やビッグシングルのエンデュロ「XT500」などが、相ついで強烈な個性化を主張していた。

一方、250cc級は、400ccブームに押され、業界全体に不振の時代が続いたが、省エネ時代を反映してか、昨今では250ccの人氣が高まっている。最近の250ccの味付けは、性能値は控え目にして、乗り易さ、扱い易さを意図した車が多く、「SR250」「XS250スペシャル」「GX250」そしてデュアルパーボスの「XT250」などがユーザーのムードに合わせて選べる。400cc級以上では、シングルモデルの「SR400/500」が、モーターサイクルらしいムードを持って根づよい人氣を集めている。



「TX750E」を駆って数井コースをテストランする筆者



## より柔軟に…… なお生きる「ヤマハ」が

このような想いで改めて最近のヤマハのライアンアップを眺め渡してみると、昨年あたりに、またひとつの世代の区切りを感じる。これは脱皮変身という極端なものではなく、路線の変換というより修正的な感じのするものである。端的にいえば、角が取れた、とてもいうのか、前述のようなあまりにも個性を主張する態度は薄らいだ。といって没個性になったわけではなく、いかなればより柔軟性ができたと感じる。

それは見方によっては妥協とも映る。しかし、ここでもヤマハ本来のポリシーは何ひとつとして見失なわれていないのである。

柔軟性がたという一例をあげれば、750 cc. 3気筒から4気筒への転換である。3気筒構成にある多くのメリットがどの程度市場で受け入れてもらえるか、さらに4気筒への期待度は、などのマーケットリサーチに対する答えがXJシリーズの誕生になった。

つまり、技術陣の自信作に高度なマニアを乗せるという時代から、マニアを自負する人たちにも満足して乗ってもらえる車をつくるという方向への転換である。

前述の3気筒エンジンにはヤマハの主張があり、他社にないという自負があった。だが「3より4」という数の多さに憧れるユーザーの要望に抑え込まれ、普遍的なインライン4シリンダー・エンジンとなった。もちろん、4気筒のメリットも多く、それを全面的に否定する材料は何もないが、4気筒は4気筒としての共通した基本的な味を持つだけに、頑固なヤマハファンにとっては、ヤマハよお前もか！ の感を与えるのではないかとも思う。

しかし、これらのエンジンは、高速性能を追うだけでなく、実用領域での乗りやすさ、

扱いやすさ、そして今日の課題でもある省エネについても十二分に留意されている。これに対応するメカニズムとして、4シリンダーモデルではYICS（ヤマハ・インダクション・コントロール・システム）が開発採用され、高出力、省燃費が実現し、ひいては中低速回転域での乗りやすさを発揮するエンジンになっている。

一方、この考えは2サイクル・エンジンでもYEIS（ヤマハ・エナジー・インダクション・システム）として採用されているのはご存知のとおりである。

この両メカニズムに共通していることは、複雑なメカに依るものでなく、実にシンプル構造でその効果を上げていることである。

## 乗りこなすバイクへの変身 総合性能の高さが幅広い層をカバーする

体質の変化が数回のステップを踏みながら生じていることは前述したが、車（商品）を通して実際にそれを感じるのは、操縦性、安定性」の部分である。

外觀、仕上げなどと異なり、「感能」という形にならない部分の評価を具体的に説明するのは困難だが、最近の車のそれは大幅な変化をみせている。それをひと口にいうならば、素直に動く車への味付けが重視されていることだ。

つまり、乗る車から、乗れる車への変身、とてもいうのだろうか。ことに重量車の新機種にその感能は強く、ライダーの緊張度という物差しで測ってみると、これらの車はまるで手応えがない、と思うほどライダーの意志に対して忠実に、軽快に反応を示してくれる。

また、性能には直接関係ないといわれるものの、エンジンまわりの仕上げの入念さ、造形的センスについてもヤマハは卓越したものをもち、ユーザーの人気を博していることも確かだ。いやユーザーばかりでなく、他のメーカーにしてもヤマハのレベルの高さに注目し、追いつき、追い越せの目標になっているのも、これらの部分である。

前に普遍化した4気筒エンジンについて述べたが、個性と味を求める層には「XV750スペシャル」が用意され、その存在は貴重であり、ヤマハならではの意気込みが感じられるモデルになっている。

今日の免許制度の中では、誰にでも、という機種ではないが、一見して個人的には両極に位置するかのような本格的モデルを並べ、押し出してくるところに今日のヤマハという企業の燃焼度を知ることができる。

この操縦性そして安定性、それに乗り心地という3つの条件は、互いに相入れないものといわれてきているが、ヤマハはそのどの部分を眺めても大きく欠落したところが見当らず、そつのないまとも方を見せている。

このような努力は、ヤマハに限ったわけではなく、どのメーカーも目標としているところだが、これらの部分的性能が、総合的な味となり、個性を形づくることになる。

ヤマハのこの個性を味に例えるならば、非常に淡泊であり、色彩ならば明るい現代的なイメージで、若者に受入れられる素質を十二分に備えている。といって、アダルト層にためらいを感じさせる部分があるかといえば、決してそんなことはない。ヤマハ、というネーミングは不思議な響きをもっている。

このように、ごく一部の4サイクル車に限定しても、記憶しきれないほどのニューモデルが目まぐるしく誕生し、変身して行き、1年も二輪車に隔絶されると今浦島にもなりかねない勢いで未来に向かい発展している。

商品（各モデル）のライフサイクルも1年間ぐらいいはないか、と感じられる中にあることは、筆者のような立場で常にニューモデルに接することのできる者には実に良き時代で、無責任に喜んでいられるが、ユーザーの立場、また販売店さんの立場から見たらどうなのだろう……。

もちろんメーカー側も、時代の流れの速さに追従するのに必死であろう。それによって急ピッチで技術発展がもたらされるわけだが、全者思切れがするのではないかと心配になりすぎる。

この広い層に受け入れられるためにも、ヤマハが第1号車以来も続けられているスポーツ性が大切にされている。誤解しないで欲しいのは、ここでいうスポーツ性とは数分の1秒を争うことではなく、総合的なポテンシャルの高さである。

例えば、ブレーキ性能にしても、真綿で首を……と表現され定評のある効き味は、「Y A1」以来のものである。今日でもその制動力の高さは説明するまでもなく強力である。

この点についても、ブレーキ・ディスクの傷を気にするか、制動力を優先させるか、を論じるのはナンセンス。ブレーキは必要に応じて確実に効果をあげるものでなくてはならない、と設計陣は断言する。この言葉ひとつ聞けばヤマハのブレーキの効き方が想像できるし、外観にどこよりも神経質なメーカーにもかかわらず、性能がスポイルされるような妥協のない設計思想を知ることができる。

このような伝統的ともいえる思想と、今日の技術とが結合し、誰でも安全に乗れる車が誕生したわけだが、これで良いのかと逆に不安を抱くほどである。

それは、「XJ750」を例にとっても、足着き性、取りまわし、操縦性など750ccにもつイメージの枠からはみ出すほど軽快感があり、走り始めると威圧感はあるようになる。このイメージとのズレは、毎月のようにニューモデルに接している我々ですら大きく感じるほどであるから、数年間のプランクを持つカムバックライダーにとっては、アクセルレシジョンの効いた技術の進歩を痛切に感じるだろう。

### さまざまなマーケットニーズへの対応

ヤマハではこのように、だれにでも乗れる味付けの車に対して、従来からのライダーが乗りこなす車として、目的をかなり絞り込んだRZシリーズを発表し、2サイクル・エンジンの特性をフルに楽しめる途も開いている。

オフロード系に強く定評のあることも事実だし、そこから生まれたモノクロス・サスペンション等のオンロード車への採用も早かった。またファミリー系の大衆車におけるメンテナンスフリー化など、ユーザー側に立った設計思想は高く評価できる部分でもある。本格スクーター「ベルグ」の人気も高く、XJ、RZなど最新鋭モデルとともに順風満帆の感がある。だが、その押せ押せムードの中に品不足の声があることも事実だ。メーカーにとっては予想を上回る売れゆきということであろうが、いずれにせよユーザーや販売店さんにとって嬉しいくない状態であることはいうまでもない。

極端に短くなったライフサイクルの中で次つぎに開発される技術陣の苦労や生産に携わる人びとの努力は容易に想像できるが、ユーザー側からみれば、これらすべてを含めて「ヤマハ」という車を眺めていることも事実である。

このところ、販売実績ではトップに位置すると聞く。また、車のトータル性能の高さにおいてもその評価は高く、かなり口うるさいマニアにも十分な満足を与えている車が揃っている。マーケットニーズに敏感に対応し、より多く、より広いレベルのユーザーに受け入れられ、満足される車をつくり出している、というのが今日のヤマハに感じられる姿勢である。

スポーティな味を、美しい仕上げで包み込んだ独特な車づくりは、昔から一貫したヤマハならではのものであり、そこに盛り込まれた先進的なテクノロジーは、他のメーカーの車づくりにも大いに影響を与えていくものと考えられる。(おわり)

豊富なキャリアから生まれるシビアなテスト・インプレッションは定評のあるところ。ヤマハの開発スタッフ(左)と



7カ国、263日のビッグ・ツーリング

# XT250ペアのシルクロード踏破レポート

「動機は30歳の記念旅行」と、いとも簡単に語る浜村直美さん。「僕はそれにうまく乗せられちゃったんですヨ」と笑う渡辺繁さん。お2人が、デビュー直後のXT250を駆って走破したのは、全部で7カ国、2万5000キロ。262泊のすべてはホテル利用とはいえ、それなりにハードで、しかもドラマチックなビッグ・ツーリングだったのです。



フロントフェンダーにできたツララ。ゴーグルも氷のために前方視界がきかず、凍てつく寒さに耐えながらもゴーグルなしで走るハメに陥った（イラン中部・イスファハン手前あたり）

本誌の80年6月号でご存知の方も多いと思いますが、東京都武蔵野市の渡辺繁さんと浜村直美さんが日本を旅立ったのは、昨年の7月始めのことでした。その年の4月、4サイクル・スポーツレール”として話題を集めて登場したXT250を、翌5月に購入したおふたり。以来、出発までの期間には、ヤマハ東京第八王子営業所での特訓を含めて、XT250との熱い技術の交流が続けられたのです。

今回のツーリングで計画されたルートは、インドからイラン、トルコへ抜けるシルクロードの踏破。そして、期間は無期限で、2人合わせての予算は300万円というものです。個々にはそれぞれ目的があり、ざっとあげるとその土地土地の人間と触れ合うことを始めとして、地元料理を味わうこと、各地の風俗に触れること……など。ちなみに、おふたりの渡航経験は、渡辺さんが幼少時に満州で育ったのみで、浜村さんは社内旅行でハワイに1回渡っただけ、というものでした。

さて、昨年の7月2日に成田空港を離れたおふたり（XT250はそれ以前に船便にて運搬）が、2台のXT250と再会したのはパキスタンのカラチ。そして、そこからいよいよXT250ペアのシルクロード踏破行がスタートしたのです。季節はちょうど真夏、雨期の最盛期です。以来、おふたりが走り抜

けた国は全部で7カ国。その順番をたどってみると、①パキスタン→②インド→③ネパール→④イラン→⑤トルコ→⑥ギリシア→⑦ユーゴスラビアとなります。

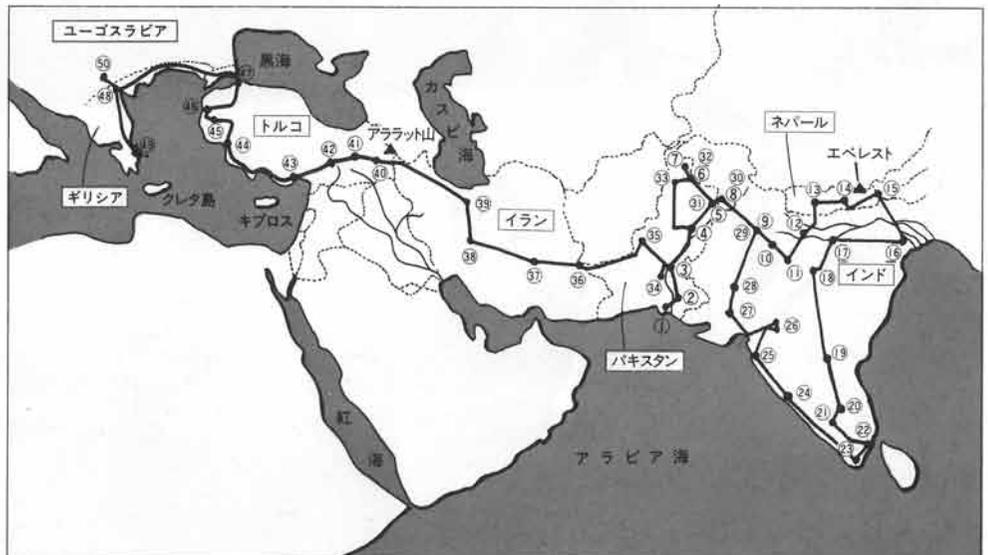
全走行のオンロードとオフロードの比率は、9対1。走行距離は、約2万5000キロです。宿泊回数は、262回。主にホテルを利用したのですが、（そのホテルの内容については千差万別で、宮殿あとのものから鍵のかけのない部屋、床にビニールが敷いてあるだけの部屋、はたまたスプリングだけでマットなしのベッド付きの部屋まであった、そのほか個人の家やドライブイン、さらに国境事務所や収容所まがいのところに宿泊、まさにそれぞれのお国柄を身をもって体験したのです。詳しいルートと内容については、下記の地図と以下で紹介するカラグラビアのとおりですが、最後におふたりのXT250についての感想を紹介すると――「酷暑地から厳寒地まで、低地から高地までといろいろ走らせたけど、この間ひとつの文句もなく私たちの言うことに従ってくれた。当初はもっとトラブルも覚悟していたのに、さしたる事故もなく無事に完走できたことが何よりも嬉しい。XT250なくしては私たちのシルクロード踏破も難しかったに違いありません」と、そのタフネスぶりを絶賛されていたのです。

※このXT250ペアのシルクロード踏破行は、来月号でより詳しいお話を紹介する予定です。ご期待ください。



20ℓ入りのタンクをはじめとしてフル装備した2台のXT250とおふたり。右が渡辺繁さん、左が浜村直美さん

1	カラチ	26	エローラアジャンタ
2	ハイデラバード	27	アーメダバード
3	サッカール	28	ウダイプール
4	ムルタン	29	デリー
5	ラホール	30	アムリツァー
6	イスラマバード	31	ラホール
7	マリ	32	イスラマバード
8	アムリツァー	33	ベシヤワール
9	デリー	34	モヘンジョダロ
10	アグラ	35	クウェッタ
11	ジャンスイ	36	ザヘダン
12	カンプール	37	ケルマン
13	ボカラ	38	イスファリン
14	カトマンズ	39	テヘラン
15	ダーズリン	40	アグラ
16	カルカッタ	41	タトバン
17	ベナレス	42	エラズイク
18	カジュラホ	43	アグナ
19	ハイデラバード	44	アンタリア
20	パンガロール	45	バムミカレ
21	マイソール	46	イズミール
22	ラメシュワラム	47	イスタンブール
23	コモリン岬	48	テサロニキ
24	ゴア	49	アテネ
25	ボンベイ	50	ユーゴスラビア



パキスタン西部のクウェッタからイランへ抜ける道路。後方の山が、石炭でできたように黒光りしているのが印象的だった



トルコ西部のバムツカレは石灰の温泉で名高いところ。トラクターしか通らない泥道を、わざわざ雲の上から温泉を見たいがためにチャレンジしたのだ



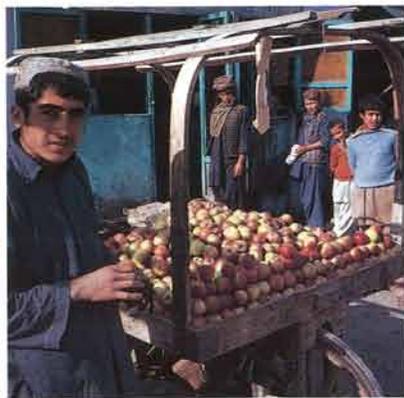


トトルコに入ってすぐの景観。後方に見える白銀の山はノアの方舟の伝説で有名なアララット山・標高5000m。この道路自体も標高3000mはあり、かなりの寒さに苦しめられた



パキスタンの夏は大量のスコールのため、進路変更を2度、3度と余儀なくされた。水が橋の上を流れて走れないのは、まあ理解できるとしても、道路そのものまで流されてしまっちはあきらめざるをえないだろう

トトルコも中頃まで進むと、景色もヨーロッパ的な雰囲気をおびてくる。夏のタケも南へ行けば行くほど高くなり、暖かい所を走れるノというところがひたすら嬉しかった



○各地の食事も興味深かったが、感激したのが果物のおいしさ。リンゴひとつをとっていても、そのかおりや甘さは日本のものとは格段の違いだった



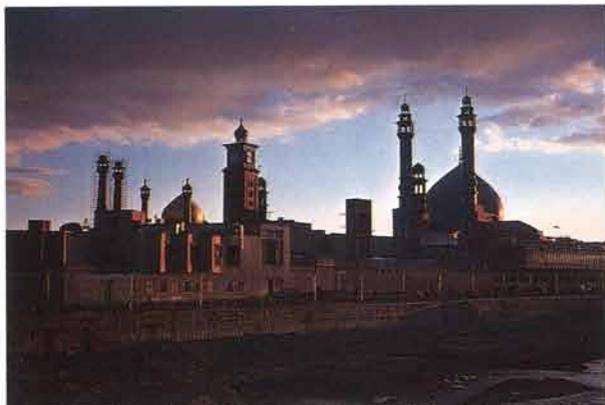
○ネパールの峠の茶屋でのひと休み。コーラが60円なのに、3人前のイモカレーとチャパティ(お好み焼のようなもの)10枚で120円とはビックリ!



○このツーリングで比較的、苦勞したのがトイレの問題。彼が彼女を思いやってせめてさえぎる場所まで走ろう!との親切心が、逆にアダとなったことも……

○左手に海、右手に山の風景は、トルコに入り地中海に出会ってからずっと続く。夏の海水浴場として知られるアランヤには、ビザンチンの遺跡も多く見られ、ゆるいカーブのツーリングは結構楽しませてくれたのだ

○イランのコムという有名な宗教の町には、ちょうど夕方に通りにかかったためか、幻想的な回教寺院の風景に出会った



# ベルーガ、新テレビCMスタート

## よき友、ベルーガ。



いよいよ最盛期を迎える夏商戦にあわせて、おなじみ渡辺貞夫さん、デイブ・グルーシンさんのベルーガ・テレビCMが一新します。

本格スクーター・ベルーガならではの商品性をメトロポリス・ニューヨークの風景の中に展開した「2人乗り、編と「ヘルメット・チェンジ、編です。

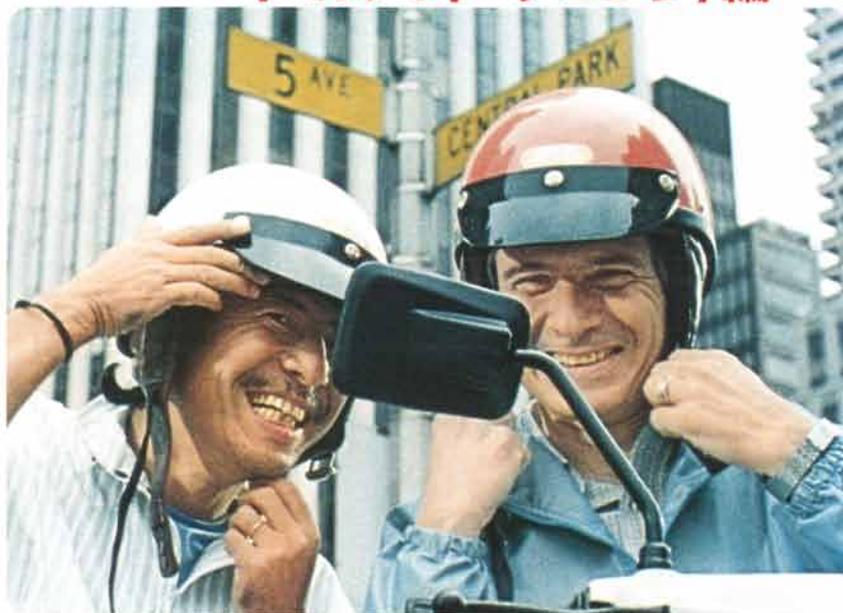
パッソルからベルーガまで、ヤマハならではのスクーター・フルラインアップが、この夏のスクーター市場を席卷。各地の「ヤマハスクーターフェア」も大盛況のうちに進展中ですが、このムードを一気に盛り上げる新しいテレビCMのスタート。どうぞ、この効果をみなさまの店頭にご再現ください。



2人乗りのホワイト・ベルーガがマンハッタンを走る。パークアベニュー、マジソンアベニューを通してガバナーズ・アイランドへ。ハンドルを握るグルーシンさん、リヤシートに座る渡辺さん、走りながらの2人の会話……国産スクーターではただ1車、2人乗りも可能なベルーガ80の優位性をアピールするのが、この〈2人乗り〉編です。

# いま、スクーター市場にヤマハ旋風!

## 〈ヘルメット・チェンジ〉編



G : グッドモーニング  
 W : ハーイ  
 W : デイブ、OK?  
 G : OK!  
 G : SADAO、LOOKS GOOD!  
 W : ホント!?  
 G : ホント!  
 Na : よき友 ヤマハスクーター・ペルーガ  
 \*G : グルーシンさん W : 渡辺貞夫さん



ボディカラーと同じ赤と白のヘルメットの2人、アーミブラザでヘルメットとペルーガを交換。ごきげんに走りを楽しむ2台。ガバナーズ・アイランドでヘルメットを返しあう2人の笑顔……。アダルトのクオリティライフを演出する本格スクーター・ペルーガを表現した〈ヘルメット・チェンジ〉編。

## 〈2人乗り〉編



G : グッドモーニング  
 W : ハーイ  
 W : デイブ  
 G : ハイ  
 W : どこ行くの?  
 G : どこまでも  
 ↓  
 W : エッ!?  
 G&W : ハッハハハ……  
 Na : よき友 ヤマハスクーター・ペルーガ

この新しいテレビCMのテーマ曲は、渡辺貞夫さん自身の作曲、演奏による『ムバリ・アフリカ』今年4月、5月にニューヨークで録音したナベサダさんの最新アルバム『オレンジ・エクスプレス』に収録されています。そして、このLPでもキーボード、シンセサイザー、パーカッションを担当してみごとなコンビネーションを聞かせているのが「よき友、デイブ・グルーシンさんです。

「MBALI AFRICA」

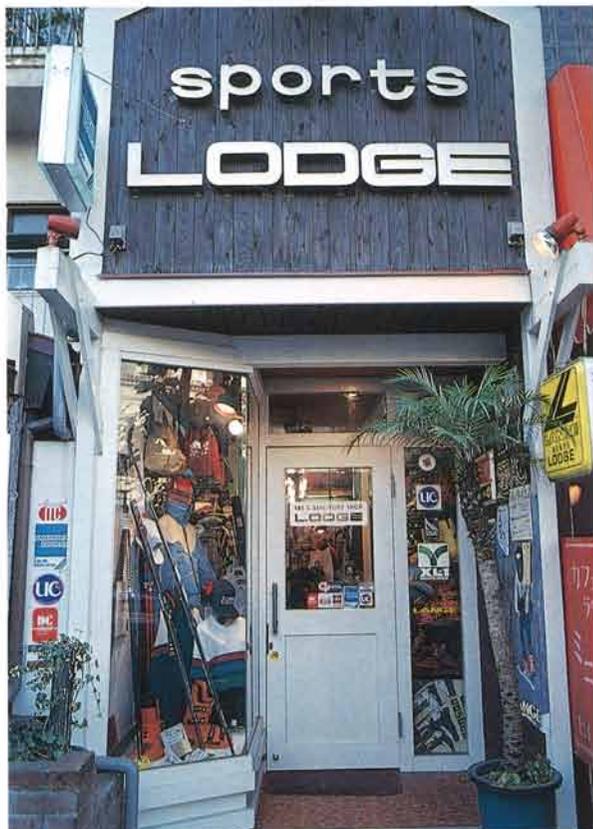


## ●スキー・ プロショップ

スポーツショップの中でも、特に競合店の多いスキーショップ。それだけに、このお店も「店の個性づくり、スキーを愛するお客さまに、つねに主張しつづける店に」とアイデアをこ

らしている。

「店全体をショーウィンド化した演出をしているつもりです。1間強という狭い間口も、そこに目玉商品を置くことによって、かえって新鮮な興味を引きやすくなるもの。店の前を行きかう人びとが、そのつど気にかけてくれるようなアレンジに心がけています」  
〈スキープロショップ・ロッジ〉



## ●フットウェア・ ショップ



アメリカ最大のスポーツシューズ・チェーンの日本店のひとつ。フットウェアつまりスニーカーやジョギングウェアの専門店として、総合スポーツ店とははっきりとした差別化を打出している。

「専門店ならではのハイグレードな商品ぞろえと、逆に客層を広げるための親しみやすい店の雰囲気づくりの両立をめざしています」と店内中央にバスケットリングを設置。会員には情報誌の貸出しも行なっている。

〈株・アスリートフット・ジャパン青山店〉

※ここにご紹介したショップは、ヤマハ発動機(株)カート営業課発行の「ヤマハ・カートニュース」に連載したものです。



## XS250 Special ミッドナイト仕様

限・定・販・売

先に発売して話題を集めた「XJ650スペシャル」「ポッケQA50」のミッドナイト仕様2機種につづいて「XS250スペシャル」のミッドナイト仕様が発売されます。

「XJ650スペシャル」同様、ヤマハブラックの入念な塗装、艶出しと特殊技術によるゴールドメッキによってゴージャスな「スペシャル」イメージを一段とアップしたもの。この夏のスポーツバイク市場に、またまた話題を呼ぶ「スペシャル・クォーター」の登場です。

# 他業界に見るナウ感覚な店づくり 店内はもうスポーツフィールド

夏のバイクシーズンもいよいよたけなわ。お店は夏休みを控えた若いお客さまで大きなにぎわいを見せている頃でしょう。そんなお客さまにあわせたお店づくりのご参考に、今月は、遊びごころ、スポーツごころいっぱいのレジャーショップの店

内演出ぶりをご紹介します。

いずれもヤングの街・東京の青山・原宿周辺のレジャーショップ。店内演出ばかりでなく時代感覚を先取したご商売は、私たちバイク販売店にも大いに活用できそうです。



## ●テニスプロショップ

全米に5カ所のチェーン店を持つテニス・プロショップの海外進出1号店。なんといってもユニークなのは店内のカウンターバー「お客さまは、商品について、楽しみ方についていつも最新の情報を求めている。それと愛好者同士の交流ですね。それだけに、モノを売るばかりでなく、お客さまと店、お客さま同士のコミュニケーションの場に……」というのが、このカウンターの狙い。「どんなにお金をかけても、お客さまの目を楽しませる演出がなければ、すぐアキられてしまいます。1週間おきにディスプレイを一変するとか、アイキャッチャーとしてテニス用品以外のものを置くなど工夫しています」

〈アーサーアッシュ&フレンズ〉

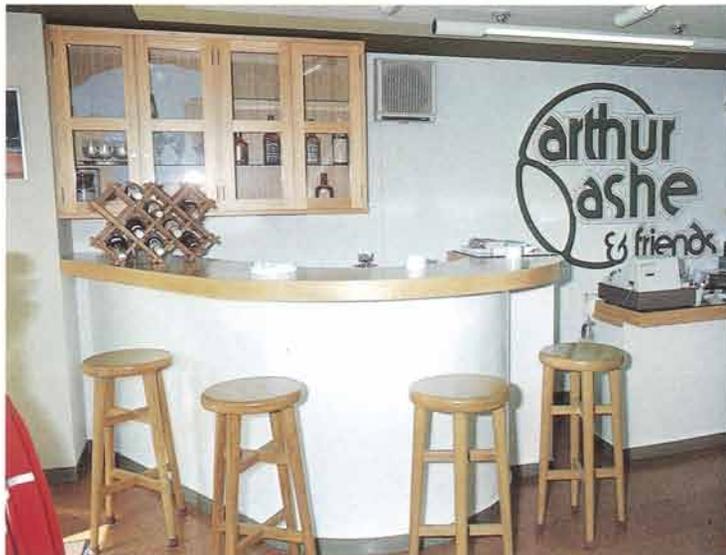


## ●サーフボードショップ

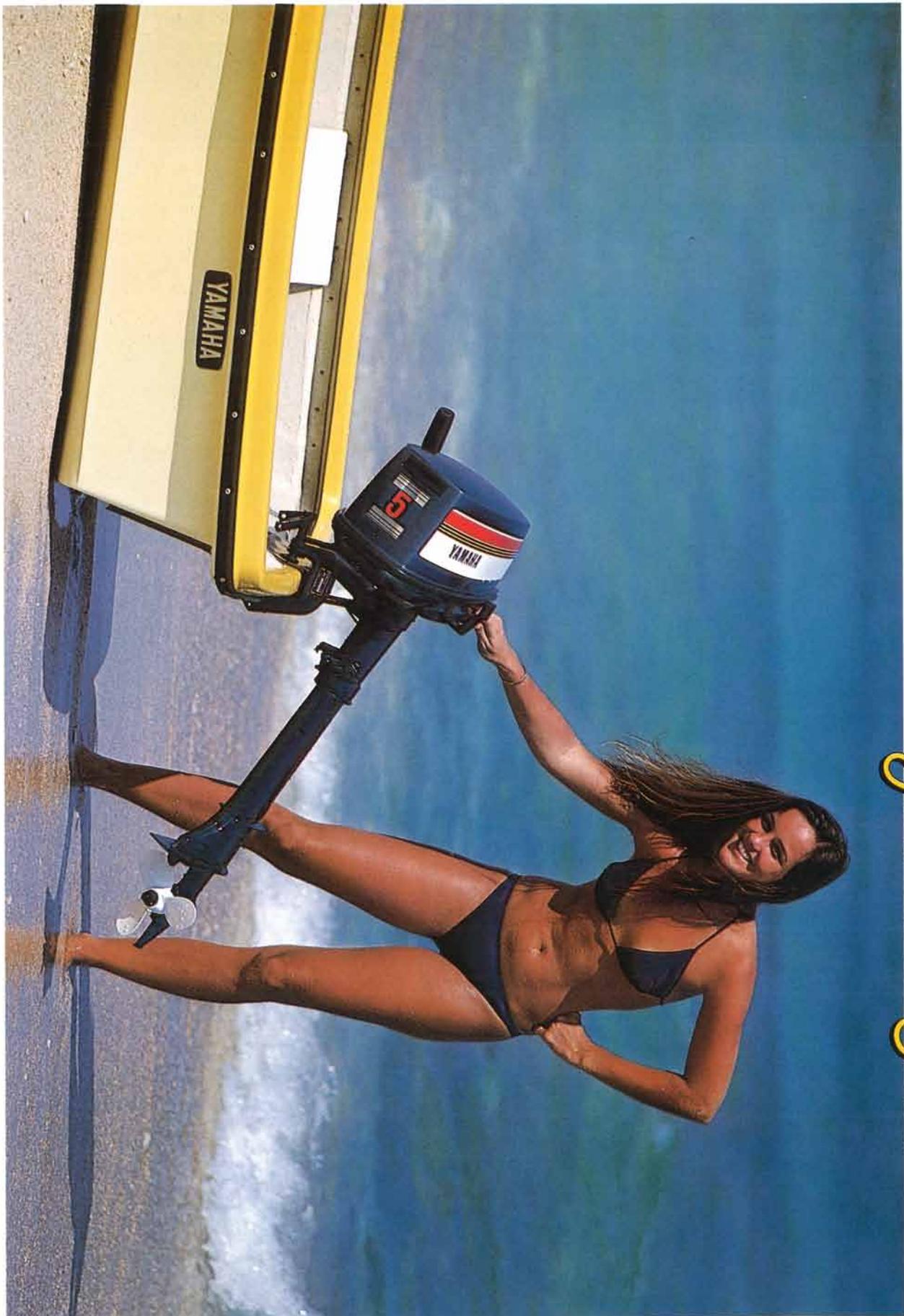
「今の若者は、サーフィンをファッションとしてとらえている。それだけにファッション性の高い商品、斬新な商品をナウな演出で」というわけで、水着からTシャツ類、ローラースケートからハワイのチョコレートまでと、驚くほどの商品の多彩さが、このお店の特徴。

そして「サーファーの溜り場にはしたくない、専門店とはいえ初めての人が気軽に立寄れる店、また地元に着した店に」が、お店の基本方針。

〈サーフボードショップ・オアフ島〉



# Yamaha Showroom



手軽なフロッピングボートと小型船外機の組合わせ。世界の水辺ですっかりおなじみとなったこのコンビは海のヤマハの人気者。

どちらも1960年から生産を開始したもので、フロッピングボートには日本のFRPボートの量産化に先鞭をつけたヤマハのFRP技術が、また船外機には

モーターサイクルで鍛えぬかれたヤマハのエンジン技術が生かされ、“高性能、高品質”で世界の海に信頼の航跡を描きつづけています。

●二輪自動車資料館オープン

浅間火山レース、そう日本のオートバイを今日の世界レベルにまで高めるキツカケとなったレース。あのヤマハYAIの圧勝で、スポーツのヤマハを天下に焼きつけたレース……この浅間火山レースの行なわれた長野県軽井沢の星野温泉に日本で初の「二輪自動車資料館」がオープンしました。

日本のオートバイの黎明期を代表する約30台のモーターサイクルを展示したこの資料館は、「二輪車の社会的地位の向上は、乗る側から積極的に進めなくては」との趣旨で開設されたもの。

バイクファンには、まさに待望のこの資料館、7月25日から8月31日までの夏休み期間中は毎日午前10時から午後8時まで、その他の時期は日曜日のみ、午後5時までオープン。入館料は高校生以上300円。詳しくは、日本二輪車青少年育成協会(0267455126星野)へどうぞ。

●選挙運動の最強戦力バイク

6月中旬の東京は都議選挙準備の大詰め。そんな中で今回も大活躍したのが原付バイク。以下は、6月17日の朝日新聞・都内版に紹介された選挙運動の最強戦力、バイクの活躍ぶりの一端です。

梅雨の晴れ間、16日は5日ぶりに夏の日ざしがよみがえった。50ccのバイクを自宅車庫から引っぱり出す。エンジンは快調だ。白と金色のツートンカラーのこのバイクが、彼女の足である。

坂と狭い路地の多い町だ。どんな路地にも入って行ける。道で、知り合いに会えば止めて立ち話。相談ごとを頼まれる。「行政のご用聞きのもり」その足で区役所へ走って処理したりする。

昨年6月に免許をとった。それまでは自転車だった。坂を上ると心臓にこたえ

る。バイクに替えて行動半径が数倍に変わった。路地に入れない、駐車場を探さなければならぬ自動車よりずっと機動的だ。どこへ出かけるのもバイクである。区外へ出かける時も地下鉄の駅まで乗りつける。バイクは彼女の武器でもある。(中略)彼女をまねてか、最近、別の保守候補もバイクに乗り始めた。

●雑草でサビ落とし

オートバイや自転車は、放っておくとすぐにサビついてしまいます。しかも、イザきれいにしようと思っても、なかなかサビが落ちないで一苦勞。そんな経験は皆さんおありでしょう。

サビ落としを買ってきても落とすのもいいですが、もっと良い方法があるのをご存知ですか?……雑草を使うんです。どこのお宅でも、庭の隅に少しは雑草が生えているでしょう。その雑草を抜いた時、根の土のついた部分でサビをこすると、とてもきれいになるのです。そのあと布でふいて、油をぬっておくとサビにくくもなります。

葉の部分にも利用価値があるんですよ。雨の日など、クルマのフロントガラスにつく「油まぐ」、危険ですね。タバコや雑草の葉の部分でこすると、なんとこれが落ちるんです。雑草といってもバカにはできませんね。

●ダイヤル「177」の利用回数

「日本人は気候が特別に好き、というわけでもないでしょうが、朝晩のあいさつに使うくらい日本の気候は激しく変化します」(東京気象台天気相談所)

というわけで天気予報を教えてください「ダイヤル177」の人気は大変なものです。その利用度数は東京都内23区では、1日平均約8万回。全国では約60万回(日電公社調べ)。なお、NHKが日本気象協会に払うお天気料は年間(昨年)約90



00万円。要するに、国民は一人当たり年1円払って、NHKの天気予報に一喜一憂しているということになります。

ちなみにNHKが天気予報の放送を始めたのは、大正14年3月22日(東京で気象観測が始められたのは明治8年11月875年・6月1日)でこの日が気象記念日。この日がラジオ自体の初めての放送。それも仮放送だったそうです。

●嫁にするなら大阪女性

よく、子供を持つと女性が変わる、と言われますが、これは女性自身も認めているところですが。ある銀行のホームコンサルタントのアンケート調査では、調査人数の8割が「変わった」と答えていました。

いったいどのように変わったのでしょうか。それが問題です。第一位の「精神的に強くなった」(15%)はいい意味での変化と言えるでしょう。しかし、世の男性にとって最も気になるのは、やはり夫に対する変わり方ではないでしょうか。

第2位の「子供中心に働くようになった」(13.1%)このへんはガマンできますが、「身なりにかまわなくなった」(8.9%)、「すぐイライラしたり怒ったりするようになった」(8.2%)と、

●自分の名前「気に入ってるよ」

姓名判断の本にとらめっこしながら、頭をひねって親がつけてくれた「名前」つけられた側、つまり、子供達の評価はどんなものでしょうか。子供調査研究所が、小学生を対象に調査をしました。

★すくく気に入ってる—24.9%  
★ちよつと気に入ってる—42.3%  
★あまり気に入ってない—26.5%  
★ぜんぜん気に入ってない—6.3%

その度合はともかく、3人に2人が「気に入ってる」という結果。まずは親の苦労が報われたと言えそうです。では子供達は、いったいどんな名前をつけていたら最高に気に入ってくれるのでしょうか。「堀内たかお」「古代進」「雪」「研二」……etc.

「子供には、芸名志向、みたいなものがあるって、脚光を浴びてるスターに、自分を置きかえて夢みて」とは同研究所の話。



# フレンド店 登場

'81-7

## タクボオートショップ

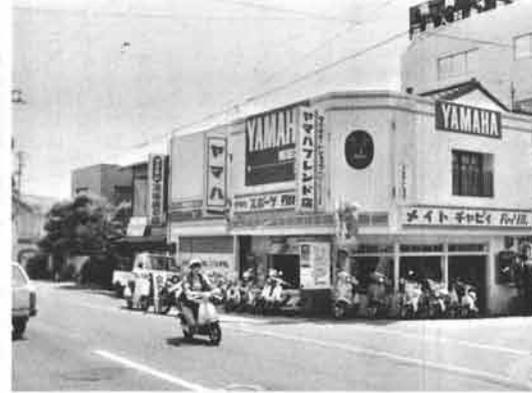
### 田窪博志社長

愛媛県松山市竹原町1-4-9 ☎0899(43)5036

田窪社長の定評ある技術力、万全のアフターサービス力をバックに、セールスに、お店づくりに、経理に……と大活躍の奥さま千秋さん。この絶妙のコンビネーションは、夏商戦を迎えますますパワーアップ。ご商売の主体となっている「紹介販売」の件数も一気に増えているとこゝろです。

### タクボオートショップさんの ご商売の概要

- 開店……昭和45年5月、当初はビッグスポーツの中古車を主体にご商売を開始。
- 立地と商圏……四国は愛媛県松山市の郊外。伊予鉄道・土橋駅の駅前にあり乗降客のほとんどがお店の前を通る。また周囲には病院が多く、通院客の通行も頻繁。商圏は、半径5キロ。家庭の主婦、OLとサラリーマンが主体。
- ご商売の特徴……技術力をバックに70%は紹介販売のお客さま。なんとユーザーカードには1000名のお客さまがリストアップされている。
- 店舗……間口3間、21坪。展示は店頭と歩道との間約15坪を利用。
- スタッフ……田窪社長と奥さま千秋さんの2人。社長が技術・サービスを担当。その他一切を奥さまが引受けている。



←田窪社長(右)のサービス力をバックにご商売面を一手に引受ける奥さま千秋さん(左)の名コンビ。奥さまは準指導員の資格も

↓カラフルなヤマハスクーターのフルラインアップを中心に整然と演出された店内。ベルーガ、バセック、バツソル……重点商品の印象的な展示も奥さまのアイディア



# 万全のアフターサービスに信頼の輪が広がった。お客さまの喜びは、紹介販売、びびり。



奥さまの大活躍も、この田窪社長  
の万全のサービス力があればこそ



顧客名簿の管理、クレジット手続き、DM発送……もろもろの事務手続きも奥さまの受け  
持ち。中でも完璧に整理された顧客名簿には1000名のお客さまがリストアップされている

## ●恵まれた立地をフルに活かす店頭演出

約40万の人口に、5万数千台のバイクという高保有率の愛媛県松山市。今回お訪ねしたタクポオートショップさんは、この松山市の中心から南へ5kmほど行った所にあります。伊予鉄道郡中線土橋駅の駅前。そして、びびりすることにすぐお隣が産婦人科、そのお隣が総合病院そして道路の向かい接骨院……と病院の数の多いこと。さまざまな専門の病院が10軒も集まっている所とか。

さらに、ま新しいヤマハの統一外装がまばゆい店頭は、旧国道56号線に面している、というようにきわめて恵まれた立地条件にあります。

病院に治療に通う人が診察帰りに立寄られたり、また国道の信号待ちの車の中から熱心に店内をのぞき込むマイカー族も目立っています。

こうした恵まれた立地をフルに活かすために、タクポさんが特に工夫されているのが店頭演出です。

「いま一番心がけているのはフリーのお客さまを惹きつける店頭演出です。お客さまにあわせてお店もどんどん変わっていかねばいけません。それを表現するのは店頭です。たとえば、と意欲的な奥さま千秋さん。店頭と歩道との間のスペース約15坪には、ペルーガ、パセッタ、セル付パッソラ、そしてパッソラと勢ぞろいしたヤマハスクーターのフルラインアップが、カラフルに整然と並べられ、道行く人の目をしっかりととらえています。

## ●「女房が主役で、私は裏方」

さて、奥さま千秋さんが店頭の陳列についてこんな熱い口調で語るには、いくつかの理由があります。

なんととっても最大の理由は、タクポオートショップさんでは、社長さんが技術、奥さまがセールスと役割分担がきっちり分かれているからです。

「私は技術面やアフターサービス専門。あまり表には出ずにセールスや店づくり、事務関係はすべて女房まかせです。舞台上といえば女房が主役で私は裏方……」と田窪社長。

これに対して奥さまは――

## ●定着した紹介販売のサイクル

この紹介販売は、45年5月の創業からしばらくはビッグスポーツの中古車を主体にご商売され、その技術力をしっかりと定着させてきたことと非常に密接に結びついているようです。こうして着実に植えつけられた知名度と信頼が「半径1・5キロ以内に6店もの競合店がある」という激戦商圏でその力を発揮しているのです。

「いまでは主体は、もちろんスクーターです。ご家庭の奥さま、通勤用のOLが多いで

すね。特に市内に通勤されるOLの方の紹介販売はと多くて店の収益にずいぶん大きく役立っていますよ」

と語る田窪社長。まさに、お客さまに対する万全のアフターサービスが、お客さまの評判、口コミで広がり、また新規のお客さまを呼び込んでいるわけです。

## ●お客さま名簿は、なんと1000名にも！

さて、こんなタクポオートショップさんにとって当面の課題は、フリーのお客さまの増加と固定化。

ここ松山市でも、数年前から、6輪使い分け。が進み、約5キロ程の市内へ通勤される人びとにヤマハのスクーターシリーズがガッ然人気を呼んでいます。田窪さんは、ガソリン代でバイクが買える。と特に通勤の男性に的を絞って積極的な「6輪使い分け」を提唱しています。

こうしたアピールは、最初にご紹介した、好立地条件を生かした店頭演出と新聞折込みのチラシ等で効果的に展開されているわけです。そして、こうした活動が実を結んで、パッソラを中心に新しいお客さまを増やしているといえます。

「フリーのお客さま、とび込みのお客さまには特に親切に接待するように心がけています。必ず店内にまで足を踏み入れていただきカタログを持ち帰っていただくように」とも語る奥さま。

「おかげさまで、顧客台帳のお客さまの数も1000名にもなりました……」という言葉が、なんと印象的なタクポオートショップさんでした。



今月は陳列、店頭演出の話題です。業種によっては、曜日により、天候によって演出を変える、というほどキメ細かいお店もあるほど。バイク販売店でも、月に2回ぐらいいは陳列をガラリ一新して……などといわれますが、さてお店ではいかがですか。新鮮なお店の雰囲気も、こんなところから生まれてくるのです。

## 「水曜日」は甘いサンドイッチ！ キメ細かい配慮が、いつも新鮮なお店をひらく

私の古い友人の一人に外資系のコンサルタ  
ント会社に働いていた男がいます。当時は一  
応個室と秘書を与えられ、食品関係などを担  
当して活躍していました。アメリカにも業界  
調査などで何度か訪れ、マーケティングの専  
門家として働いていたのです。

しかし、彼は5年程前に何を思ったのか、  
ふと会社をやめてしまい、自分で小さなサン  
ドイッチ屋を始めたのです。

よくある、脱サラがラーメン屋を始めたケー  
スに似ていますが、少しばかり違うところは、  
彼はその業界についてよく知っており、マーケ  
ティングに関する知識も深い、ということす。  
例えば、最初にやった仕事はなにかといえ  
ば、その地域の徹底した調査です。

人口、世帯数、男女別年齢構成、職業構成  
店頭の通行人の数……といわゆる「商圏調査」  
をやったのです。

この調査資料を基礎にして売上げ予測、経  
営計画まで作成したのですが、資金を借りる  
ために銀行の人に見せたところ「小さな商店

でここまでやった！」と目を丸くしたほどの  
ものです。彼は経営者とはいえないものの、従業  
員は奥さまの他はパート1名、みずから包丁  
を握って働いています。

開店して一年ほどして2人で話をしました。  
その時の状況は、平均売上げが1日10万円、  
月間で休日もあるため250万円弱とのこと。

販売規模としては、オートバイ販売店さん  
であれば、年間300台前後のお店というこ  
とになるでしょう。現在は支店を2つ出店し  
「これ以上は人材もないためできない」と  
残念がっています。新聞や雑誌にも、彼の成  
功ぶりは取上げられ、一応は満足できる結果  
といえるでしょう。

彼に言わせると「小売業なら成功できる確  
信があった」ということです。小売業者とい  
うのは、どうも視野が狭く、やっていること  
が徹底していないというのです。きちんとや  
れば小売業というのはもつと儲かるはずだと  
いうのが彼の持論です。

一度、彼のお店を学生と一緒に見学に行き  
ました。

ショーケースにずらりと並んだサンドイッ  
チを見ているうちに、1人の学生がジャムや  
フルーツを入れた甘いサンドイッチの比率が  
高いことに気づきました。しかも、甘いサン  
ドイッチは、ケースの下の方に集中して置い  
てあり、ちょっと目につきにくいのです。

「いつもこんなに甘いものが売れるのです  
か」という学生の質問に対して、彼は「今日  
は水曜日だからだよ」と答えてくれました。

水曜日というのは、この地域ではどの幼  
稚園も午前中だけで、午後は休園なのだそう  
です。したがって、子供を幼稚園に迎えに行  
ったお母さまが、帰りに子供の手を引いてこ  
のお店に来ることが多いそうです。

幼稚園の子供ですから、高い所は見えませ  
ん。さらにショーケースの前でシヤガミ込ん  
で見る場合が多く、その時に最も目につきや  
すい下段に子供の好みそうなサンドイッチを  
並べている、というわけです。



食品については、売上げを上げることよりも、それをコンスタントに維持することの方がむずかしいのだそうです。

「大安売り」と称して価格を下げ、チラシをバラまいて、店頭をせりらしく飾りつけすれば売上げは上るのだそうです。しかし、それは長続きしないものです。売上げが落ちたといつては大安売りをくり返していたのでは「安売りの店」というイメージになってしまい、安くしなければ売れず、品質まで疑われることになりかねません。

彼はまず万遍なく全ての商品が売れるように考えています。その中で売れなくなった商品（1日何個以下、と具体的な基準があります）については、まず陳列の場所を変え、中央の見やすい場所に置いて売れぐあいを見ます。いつも同じものしか買わないお客さまが目をつけこれぞ新しい顧客対象が生まれるのです。通常、場所を替えただけで20〜30%の売上げアップがあるとのことでした。

## お店は倉庫ではない！ 商品の演出こそ、陳列のポイント

ここまでお読みいただければ、もう私がいいたいこともおわかりいただけるでしょう。オートバイ販売店における陳列も、もう少し考えてよいのではないかとということです。

たくさん種類の車を並べておけば、そのうちのどれかは消費者の好みにあう商品があるだろう、というような考え方はよい陳列はできません。結局、色とりどりの商品が、お互いにその存在をバラバラに主張しあい、お互いに効果を相殺しているような陳列も見受けられます。

最も売れる商品、重点的に売っていききたい商品を目立つように陳列する方が、ずっと効果的なのです。

さらに、それでも売れなくなった時にはどうするかという点、その商品の値札（シヨーカード）の上に「セール」（安売りの意味）と書いた小さなオレンジ色の矢印のカードをつけます。そして価格を10円〜20円くらい安くします。これだけで、その商品の売上げは2〜3倍になるそうです。

それでも、その商品が売れなくなったらどうするか。その時には、この商品はもうお客さまから飽きられたものと認めて、店には出さないようにしています。

ちなみに、このお店では60種類ものサンドイッチが考えられており、その中から約半分ぐらいが交替で店頭に並べられています。あとは、各商品ごとに細かくデータをとり、断えずお客さまの嗜好の変化にあわせた商品の陳列をしているのです。

これと同じようなことは、スーパーマーケットでも行なわれています。スーパーの店長ともなると、早朝7時から出社し、さかんに

さらに、陳列方法もいつも同じにする必要はサラサラないでしょう。

例えば、ウイークデーであれば、主婦用のファミリアバイクやスクーターを前面に打出すことが必要かも知れませんが、土曜、日曜にはスポーツバイクの顧客が増えるとなればその間に限ってスポーツバイクを前面に打出した方がずっと効果的です。

とくに、これぞと思われる新製品が出た時には、それを前面に陳列することで顧客の眼を惹くことが可能になります。

オートバイのように重い商品は、とかく一度置いてしまおうと売れるまでそのまま、ということになりかねません。

その日の天候を気にしています。天候によって、店頭にはどの商品を打出すか、店内の陳列はどうするかを決定しているのです。

もうひとつの例をあげてみましょう。婦人のブラウスや男性用スポーツシャツなどを扱うお店で、ありったけの商品をできるだけ多く、それこそ店頭に所狭しと並べ立てたお店、地方の「洋品店」などと呼ばれる所にこうした光景をよくみかけます。しかし、えてしてこういうお店は、経営としては必ずしもよくないというのが現状のようです。

それに対して、本当に成功しているお店というのは、出ている商品と、むしろ絞りを絞っていることが多いようです。シヨウウィンドにしても、ずらりと並べるより、1点が2点、多くても数点以内を表に出す、この店の特徴やポリシーを訴えているようです。あまりにもたくさん、ずらりと並べてみても結局お客さまには何が何んだかわからない、ということになりかねないのです。

また、商品を前面に打出すにしても、軽く動かしやすいものを前面に持ってきて、重いものは動かさない、という傾向もあるようです。

場所が倉庫であれば、そのような配慮も必要でしょうが、少なくともお客さまに見せる。ことを中心とした陳列では、商品の演出にこそ重点を置くべきです。

このようなキメ細かな配慮が、商品だけでなく、お店をも新鮮に見せることになるのです。売れているお店の経営者というのは、絶えずどうすればよいのかを考え続け、いろいろな試みをしているものなのです。（つづく）

このページは、ヤマハ奥さまのためのスペースです。奥さまの話題や奥さまから寄せられたメッセージ、さらに奥さまにお役立ていただけの情報のかずかずをとりあげてまいります。ぜひ奥さまもこの誌面にご参加ください。なお、ご投稿の宛先は、  
 〒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356)

なんと、いまやヤングの垂涎的「大型二輪免許」を全国で初めて取得した女性が、この追川利恵子さん。以来ビッグバイクを駆ってお客さまとのツーリングに、お店のご商売に八面六臂の大活躍を展開中です。

●奥さまのお店での受持ちは—  
 うちの従業員が4人もいるでしょう、店は小さいのに(笑)、ですから私の役割は経理事務だけ。クレジットや保険の手続きもします。あとは電話番号。ものたりなくて店頭に出てはバイクを磨いたり、お客さまの交通整理なんかしているんですよ。太らないように(笑)。

●そんな中で、奥さまの個性がいちばん発揮されているのは何んでしょう—  
 お客さまとすぐ友達になっちゃうことじゃないから。お客さまでも特にバイクに乗るのは初めてという人とか、初心者の方にアドバイスするのは楽しいものですし、それと、「もっと大きいのに乗りたいな……」なんて人にも、ついつい応待に熱が入って、知らず知らずのうちに「連帯感」が生まれているようです。

●なにかコツでもあるのですか—  
 コツなんて何も……。お客さまの中にもクセのある方もいますよネ、たしかに。そんな人には、ほとんど私が応待するんですが、そういう人に限って、真面目に受け応えをしないといけないみたい。冗談の通じない人なんか、こつちが緊張しちゃうたりして(笑)。そ



お店のスタッフ全員集合！ 利恵子さんを筆頭に若さあふれるメンバーばかり



## XS650スペシャルでお客さまとのツーリングを楽しむ 正真正銘の行動派奥さまナンバー1

追川利恵子さま 東京都練馬区・モトショップポンパー(追川精一社長)

れと、私はいつもこんなツナギ姿でしょ、だからお客さまも親しみを持ってくれるようですね。

●個性的な奥さまですから、失敗なんかも……ありますね。どうも私は気が短かい方なんです。お客さまとの話が平行線だどっちゃうと強引に自分のペースにしてしまおうと……。

●お店は男性のお客さまが多いのですか？  
 ええ。20代、30代の男性がほとんど。でもこれからは女性客を増やしたいですね。いま

だに主婦層を把んでいないのが残念ね。

●ところで、奥さまは都内のバイクマニアの間では、ちよつとした「有名人」とか—  
 じつは、ある二輪専門誌に「女性750ccライダーの店」って広告を出したんです。それからというものの「ナナハンに乗る女」って「ダレ」と初めてのお客さまがぞくぞく来店してくださるんです。

●ところで、自動二輪免許が3分割になってから、「大型二輪免許」を取った全国で初の女性なんてすってワタシ。そんなわけで、話題

も多いですね。「XS650スペシャル」にも乗ってますしね。

●活動的な奥さまの持ち味が、店頭でフルに発揮されているようですね。これからの抱負はありますか—  
 店としては、もっとアフターサービスを充実させたいと思うわね。後あとまで面倒を良く見るお店として。それと、なんといいっても月1回のツーリングの回数をもっと増やして、お客さまとの連帯感をもっとつよめていきたいわ。

# うちの「夏休み」

早いもので、このコーナーがスタートしてまる1年。ちよとと昨年の7月号で同じテーマで、全国のお店の夏休みプランをうかがいました……。それから1年「夏休み」は、多くのお店に確実に定着しつつあるようです。さて、この夏、お店ではどんなプランをお持ちでしょう!!

## 息子の応援に

### 全日本モトクロスへ

#### 関谷真知子さま

北海道旭川市

関谷モータース(関谷秀雄社長)

7月中旬に大和ルーツスキー場で全日本モトクロスがあるでしょう。じつはうちからも息子が国際B級に出場しますので、うちの家族と従業員14人で、応援と観戦に出かけることにしているんです。これが、うちの夏休みのビッグイベント。あとは秋口に1泊のキャンプを計画中ですが、なんととってもこの時期に思いっきり太陽を浴びておこうと思っています。

## お客さまのご家族と一緒に

### キャンプへ

#### 下山まさあさま

宮城県仙台市

(株)下山輪業(下山洪一社長)

昨年は、スポーツランドSUGOで思う存分楽しめました。今年は近所のご家族と一緒にキャンプに行こうと準備を進めているんです。子供が3人、普段はどこにも連れて行ってあげられないので、このときとばかり親子の触れあいを深めようと思っていますよ。それと、「のんき会」といって、店とお得意さまのご家族のサークルがあるんです。みんな海や山へ出かけるんですけれども、この会ももう6年目、いまでは10家族にもなったんです。



## ナイター見学と

### 北海道1週間の旅

#### 関スミイさま

新潟県北魚沼郡

関輪店(関正弘社長)

店自体の休みはないんです。春から10月までは最盛期なので、店を閉められないんです。子供たちが休みに入れば、後樂園か神宮へナイター見学へつれて行くくらいかしら。小学5年の息子が少年野球チームに入っているので、いい刺激になると思っています。

主人があまり外へ出たくないらしく、あまり旅行もしないんですが、近い将来に北海道へ1週間ほどの家族旅行を計画しています。

## 夏バテ防止のための

### 貴重な1日

#### 堀尾富美子さま

岐阜県各務原市

堀尾商会(堀尾義治社長)

夏はどうしても稼ぎどきなので、改めて夏休みというものは取らないんです。それに、毎週火曜日がお店の定休日ですよ。あんまり休みを取っちゃあね。でもね、夏バテ防止のためにも真夏に1日休みたいものです。取るすれば、主人は釣り、息子はドライブと分かれるもので、なかなか家族いっしょはできないですわ。私は静かな温泉にでも入りたいですけど……。

## 親子水いららずで

### 善光寺まいり

#### 向井美知子さま

奈良市八軒町

向井モータース(向井大二社長)

いつも夏休みはヤマハの営業所に合わせているんです。今年は10日間と聞いております。その時期がちょうどお盆にかけてなので、従業員5人も里帰りをさせています。うちでも今年は1週間の予定で、長野県をまわってみようかと思っています。長野といえば善光寺まいり。そしてまた、この機会に自然の中で親子4人、水いらすの休日、思う存分に楽しもうと、今からとても楽しみにしています。

## ポートピア見物をかねた

### 里帰り

#### 崎谷まゆみさま

兵庫県姫路市

ファミリーサイクル崎谷商会(崎谷豪社長)

ふだんは休みがあまりなく、子供たちといっしょに遊んでやる機会がなかなかないものですから、夏休みはどうしても子供主体になります。小学1年と3才の男の子の2人ですが、「ポートピアへ連れて行って」というので、ポートピア見物をかねた小旅行を計画しています。休みは1週間を予定していますが、お墓参りや実家へ帰るのもその中に含まれているんです。とくに、子供たちにとっては実家に帰るのを、いちばん楽しみにしているんです。

## 楽しみは

### 秋の九州旅行までおあずけ

#### 中島イサ子さま

香川県高松市

中島サイクル(中島香社長)

お客さまがいちばんよく来店するのが夏なんです。だから夏休みなんてなかなか取ってられませんね。しかし主人はドライブ好きで、月1回の割合で山や温泉へ出かけて行きます。それに、昔からのつきあいのあるご夫婦といっしょに、2泊ぐらいの旅行を楽しむこともあるんです。夏はちよとと無理なので、秋になったら九州へ行こうと計画を立てています。

## 免許取得で

### 楽しい夏のツーリング

#### 野田幸子さま

宮崎市

(有)野田モータース商会(野田政司社長)

忙しくて、なんとかの手でも借りたくらいなんですけど、今年の夏はとも楽しみにしているところがあるんです。それは、お客さまとのツーリング。いままでは車でついでにいたんですけど、昨年に小型自動二輪の免許を取ったので、夏のツーリングは待望のバイクで参加することになったんです。そして、後々には、女性だけのツーリンググループを作り、交歓会を開きたい……そんな夢の第一歩がこの夏なんです!



## 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

### パセッタ・ギヤルも大活躍！ 夏のヤマハ ウキウキ スクーターフェア 埼玉

関東地方の梅雨入りを直前に控え、6月4日から7日までの4日間、埼玉県熊谷市の専門店集合デパート「ダイエー・ニッポーモール」の中

央広場では、ヤマハ埼玉群(株)熊谷営業所主催による「夏のヤマハ・ウキウキ・スクーターフェア」が開かれました。

パッソルからベルギーまでのスクーターラインアップに、ポッケ、フオーゲルのレジヤーパーイクそして新発売のRZ50まで19台が展示され、



↑ファッション・ビルにぴったりのファッションブルな、カラフルな展示が大好評

→さわやかな応待でお客さまの人気を呼ぶ「パセッタ・ギヤル」。熊谷では、もっか20名のパセッタギヤルが活躍中



同地区のフェアで活躍中の「パセッタギヤル」がそろいのユニフォームで、お客さまのお相手に当って人気を集めたもの。

また、会場隣りのブティック「鈴屋」では、「パセッタファッション・コンテスト」もひらかれて、まさにこの期間はヤマハスクーター一色に塗りつぶされたものです。

なお、このパセッタ・ギヤルのみなさんは、その後パセッタにリポビタンDを積んで販売店さんを訪問。夏商戦にご健闘中のみなさまの労をねぎらうことになっています。

### ユニーク企画もりだくさん！ 地域の問題呼ぶ ヤマハスクーターフェア

### 従業員さん3千名の 職域文化祭と タイアップして 大PRを 福岡

Gerry gives cause to smile at last

BY Last, riding a Honda CR125, Gerry gave the cause a smile at last. The 19-year-old rider from the United States, who has been competing in the 125cc class since 1987, had a breakthrough in 1990. He finished 11th in the 125cc class at the 1990 AMA Superbike race at Daytona. Gerry's success was a result of his dedication and hard work. He has since moved to the United Kingdom and is competing in the 125cc class at the 1991 British Superbike race. Gerry's story is a testament to the power of perseverance and the joy of riding.



↑「パセッタ・ギヤル」の活躍が人気

東南アジア最大のロードレースイベント、マレーシアGPは、今年も5月31日、クアラルンプールで開催された。高井幾次郎、金谷秀夫のヤマハコンビを筆頭に日本からも各ファクトリーが、こぞって参加して例年になく人気を呼んだものである。

注目のレースは、まずオープンレースに、高井（YZR500）と金谷（YZR750）のゴールデンコンビがワン・ツーフイニッシュで会場の人気をさらい、メインレースのグランプリでも、高井がスタートからぶっち切りの圧勝。2位の水谷勝（スズキ）に4分の3周、3位以下は周遅れという速さで、この大会の話題を独占してしまった。

また原地人ライダーの活躍が人気

### MOTOR SPORTS HIGHLIGHT

81 マレーシアGP  
高井幾次郎、YZR500で圧勝！

勢ぞろいしたヤマハスクーターに、見て、触れて、乗って。ただごとと5月から7月まで全国約600の会場で開催されている「ヤマハスクーターフェア」の盛況ぶりは、先月号のトップグラフィアでもご紹介しましたが、夏のバイクシーズンを迎えてお客さまの関心も一段と高まり、これに合わせて各地では梅雨空を吹き飛ばすような趣好をこらしたユニークなフェアがつつづいています。

## 地域のお祭りをもりあげた 店頭でのスクーターフェア

静岡

静岡県磐田市といえども存知のとおりヤマハ発動機のホームグラウンド。ここはまた江戸時代、東海道五十三次のひとつ「見附宿」として栄えた宿場町でもあります。

この磐田市で今年から往時を再現した「磐田・宿場まつり」が発足しました。古い家並の残る宿場跡を徳川家康の一行がパレードするものです。

地域に誕生したこの新しいお祭りにあわせて、地元のお店街では、にぎやかなセールをくりひろげましたが、このお祭りのメイン会場でもある旧家「黒木屋」さんと軒を並べる鈴木正自転車店(鈴木勉社長)さんでは、整ぞろいしたスクーターシリーズをずらりと店頭に表示。ごらんのような武者姿の人びとが、ベルーガやパセッタにまたがって、つめかけた人びとの人気を一手に集めていました。



↑芝生の緑とカラフルなヤマハスクーターのコントラストもあざやかな展示会場。乗り方教室、ポケバイ試乗会など、ご家族づれの社員のみなさんに絶好のプログラムも用意

←職域だけに、社員のみなさんの関心はもっぱら通勤の足。その第一候補としてスクーターの注目度は最高のもの

さる5月24日、福岡市博多区の九州松下電器(株)では、恒例の社内文化祭にヤマハスクーターフェアも開催。3千人の従業員さんでにぎわう会場内でも、ひととき大きな人気を呼んでいました。

これは、ヤマハのスクーター全機種と250cc以下のスポーツ車を一堂に集めたもので、展示ばかりでなく乗り方教室、さらにはちびっ子向けのポケバイ試乗会なども盛りだくさんのイベントが用意されて喜ばれたものです。

この大規模なフェアを主催したのは、近くの南中川輪業(中川輝喜社長)さん。「以前からさまざまなかたちでこちら(松下電器さん)とのタイアップを考えていました。ヤマハスクーターの勢ぞろいもあり、社内文化祭とのタイミングもピッタリとあって初めてトライしてみました。1人でも多くの社員の方にバイクと自店のPRを……」とバイク通勤のお勧めに大わらわ。

またバックアップしたヤマハ福岡福岡営業所の小林啓二所長も、「こちらの社員のみなさまを対象に以前から、6輪使い分け、通勤の足にバイクをノとお勧めしてきました。それが共済組合さんとの話しあいで、こうした職域フェアまで開けて……これをきっかけにより強力にバイクの経済性、利便性をPRしていきたいですね」と、当日のフェアばかりでなく、その後の効果に大きな期待を寄せていたものです。



を集めたプロダクションと市販車改造レースでは、RD250/350LC(国内モデルRZ250/350)とRX1000のヤマハマシンが大活躍。4クラスの上位をすべて総ざらい。まさにヤマハ・オン・パレードのマレーシアGPとなった。

### 世界選手権ロードレースシリーズ500cc級

### ケニー・ロバーツ ランキングリーダーへいま一歩

シリーズは、5月31日のユーロGPで5戦を終了。リジエカサーキッPに6万人の観衆を集めて行なわれたこの大会で、期待のケニー・ロバーツとYZR500プロトは、スタートの遅れを必死の追撃で取り戻し、13周目にはトップを奪う快走をみせた。終盤ヘアピンでのミスがたたって3位に後退してしまっ。この結果、注目のランキングテーブルでも首位マモラに8点差の2位。6月27日のオランダGPが、残る5戦での逆転のカギとなった。

### 世界選手権モトクロスシリーズ バルケニラス、2位に浮上

125cc級は、5月24日のチェコGP、6月1日のポランドGPで6戦、7戦を消化。この2GPをいづれも総合2位でカバーしたヤマハのホープM・バルケニラスは、ランキングでも一気に2位に浮上。首位エバーツを13点差の射程圏内にとらえて、注目を集めている。

一方、250ccシリーズも5月24日のチェコ、5月31日のブルガリア、6月14日のスイスで5戦、7戦を消化。ここでもYZM250の新鋭N・ハドソン(イギリス)が、総合2位、



# 社屋屋上に 原付乗り方教室コースオープン!

〔ヤマハ名古屋(株)安全運転推進活  
動の一環として、ヤマハ名古屋(株)  
は、このほど同社の屋上に原付乗り

方教室用のコースを新設しました。  
コース面積162㎡、全長54m、  
幅員1.8m、というこのコースは、



女性指導員によるデモ走行で新コースのこけり  
を落し。大都市中心部の原付乗り方教室常設  
コースとして、これからの活用が期待される



どうぞふるってご参加ください!

## 第Ⅲ期 販売講座・経営講座

これからの販売店経営に欠か  
すことのできない販売、経営、  
サービス技術、安全指導につい  
て系統的にマスターしていただ  
こうと、今春からスタートした  
『ヤマハショップセミナー』中  
でも新設の「販売講座」と「経  
営講座」は、総合的な戦力ア  
ップをめざす販売店みなさまの  
格好の研修の場としてご好評を  
いただいているものです。

そして、この「販売講座」「経  
営講座」の第Ⅲ期講座が、次の  
とおり開催されます。どうぞふ  
るってご参加ください。

### ●販売講座

- ▶ 7月3日(金)～7月4日(土)
- ▶ テーマ:〈総論〉ストアマーケティングの基礎知識  
〈各論〉顧客管理とその実務

### ●経営講座

- ▶ 7月10日(金)～7月11日(土)
- ▶ テーマ:〈総論〉販売店経営の基礎知識  
〈各論〉経営目標と計画
- ▶ 8月3日(月)～8月4日(火)
- ▶ テーマ:〈各論〉店舗管理と広告宣伝活動

※講習会々場は、いずれも静岡県磐  
田市のヤマハ研修会館です。  
※お問合わせ、お申込みは担当のヤ  
マハセールスマンにどうぞ。

## 四国ずい一の規模で ヤマハバイク専門店オープン!

〔ヤマハ四国(株)松山営業所〕バイク  
販売店さんとしては四国ずい一の規  
模、というお店が5月20日、愛媛県  
松山市の中心街にオープンして話題  
を呼んでいます。

話題の主は(株)バイクプラザ勝山  
さん。80坪の店内にスクーターから  
XV750スペシャルまでヤマハの  
全車種を展示。用品・部品、ウェア  
類も充実したコーナーが設けられて  
います。

こうした超大型店をオープンした  
いきさつを楠田洋久社長は次のよう  
に語っています。

「ここですべてのヤマハバイクが  
見られ、また必要な用品類もすべて  
目にする事ができるように、と思  
ってこんなカタチにしたのです。オ  
ープンにはテレビCMや新聞広告ま  
で打ちました。おかげでオープン10  
日間で85台販売とまずまずのスタ  
ー

名古屋市の免許試験場である平針試  
験場の原付技能講習用コースをモデ  
ルとしたもの。去る6月12日には、地  
元愛知県交通安全協会をはじめ多数  
の関係者を招いて雨にもかかわらず  
盛大なオープン式典が行われました。

なお、このコースは同社の営業日  
の午前10時から午後4時まで、販売  
店さまの乗り方指導にご利用いた  
けるほか、毎月第3日曜日と毎週土  
曜日の午後1時から3時まで定例乗  
り方教室が開催されます。

トでしょう」  
(株)バイクプラザさんでは、この勝  
山店の他にもすでにビッグスポーツ  
の専門店、スクーターの専門店もオ  
ープンしていますが、この総合ショ  
ップのオープンでご商売の飛躍的な  
拡大を期しているのです。



↑5階建てビルの1階  
が(株)バイクプラザ勝山  
店さんの店舗。オープ  
ン間もない店頭では  
りきるスタッフのみな  
さん。中央が楠田社長



→スクーターからビ  
ッグスポーツまで、ヤ  
マハの最新モデルがず  
らりとならぶ店内は圧



に期待を集めている。

## 全日本選手権モトクロスシリーズ 光安、いよいよ真価発揮!

全11戦のシリーズは、6月14日の  
関西大会(オートランド生駒)で6  
戦を消化。いよいよ中盤戦に突入し  
た。

優勝、2位の大活躍。確実にランキ  
ング2位の座を守っている。  
また、6月14日のフランスGPで  
第6戦を終了した500ccでは、H  
・カルキビストとA・プロロマンスの  
ヤマハコンビがランキング3位と4  
位を占め、上位進出を狙っている。

台風4号の影響で雨と霧の中で行  
なわれたこの大会。まずA125cc  
で鈴木秀明、竹沢正治のヤマハコン  
ビが同ポイントで2位、3位に入り  
気をはくと、つづくと250ccでも、  
第1ヒート藤秀信と光安鉄美(写真)  
のYZMコンビが2位、3位。そし  
て第2ヒートでは、光安がスタート  
からぶつ切り切りの快走で、今季初優  
勝。総合こそ2位にとどまったが、  
いよいよ本来の真価を発揮して今後

# 夏のひととき

## SUGOでリフレッシュ。



### '81夏の 2泊3日 エンジョイ・プラン

夏休みのご計画は、もうお立てでしょうか？忙しいからついつい後まわしに——なんて販売店さまも、多いことと思われます。でも、ここはひとつ、おもいきって思い出に残る夏休みをお過ごしになってはいかがでしょう。ご家族そろって、お店ぐるみで、お客さまと一緒に……。そう、SUGOの夏休みならどんなプログラムもOK！ご予算、ご日程に合わせてお楽しみいただけます。

### 3 モータースポーツの迫力にふれよう！ サマーフェスティバル・パック

モトクロス、トライアル、カート、ロードの競技を観戦したその晩からの2泊3日ツアーです。●日程/①8月2日～4日コース(モトクロス、トライアル、カート観戦)、②8月22日～24日コース(ロードレース観戦) ●宿泊/キャンプ村テント ●食事/4食分の自炊材料(食器、燃料を含む) ●プレイ/プールガーデン、アーチェリー、冒険ジャルダンのプレイが無料。

### 1 体づくりと避暑をかねて！ スポーツレジャー・パック



健康家族にピッタリのスポーツを中心としたファミリープランです。●宿泊/くぬぎ山荘(2泊) ●食事/4食付(朝食2回、夕食2回) ●プレイ/プールガーデン、アーチェリー、冒険ジャルダンが無料。

### 4 食通をうならせる味覚のかずかず SUGOグルメ・パック

みちのくの味覚を楽しむなら、いまがチャンスです。●宿泊/くぬぎ山荘(2泊) ●食事4食付(朝食2回、夕食2回) ●プレイ/プールガーデン、アーチェリー、冒険ジャルダンが無料。



### 2 見つめよう！自然の素晴らしさ ファミリー サバイバル・パック

SUGOのキャンプ村での完全自炊生活。ご家族旅行にはもってこいのプランです。●宿泊/キャンプ村テント ●食事/4食分の自炊材料(食器、燃料を含む) ●プレイ/プールガーデン、アーチェリー、冒険ジャルダンが無料。



### 5 広大な自然の中でのびのびプレイ SUGOテニス・パック

大自然の中につくられたビッグなテニスコートで、ご家族そろってチャレンジしよう。●宿泊/くぬぎ山荘(2泊) ●テニス/1日4時間のプレイ券付 ●食事/4食付(朝食2回、夕食2回) ●プレイ/プールガーデン、アーチェリー、冒険ジャルダンのプレイが無料。

## ビッグ・イベントが続ぞく開催！

- 8/2 '81SLサマーフェスティバル  
(モトクロス、トライアル、カート)
- 8/9 ロックンロール・オリンピック'81  
(出演/RCサクセッション、ハウンドドック、ARB)
- 8/15 第2回SUGOふるさとまつり  
(お祭り広場、音楽広場、音と光の競演など、催しがいっぱい！)
- 8/20～23 ヤマハSUGOカップ SEIKOワールドスーパーテニス国内大会  
(国内一流の選手が総出場する期待のビッグイベント)
- 8/22～23 全日本選手権第8戦ロードレースSUGO大会

※詳細についてのお問合せは、スポーツランドSUGOまたは仙台、東京の各営業所へお問合せください。なお、ご予約についてはお早目をお願いいたします。

スポーツランドSUGO  
〒989-14 宮城県柴田郡村田町菅生  
☎022483-3111

ヤマハ発動機(株)SUGO仙台営業所  
〒980 仙台市一番町一丁目4番1号  
福田ビル1F  
☎0222-66-8401

ヤマハ発動機(株)SUGO東京営業所  
〒105 東京都港区東新橋1-1-2  
秀和新橋ビル3F  
☎03-574-8021

‘80年代のバイク専門店、それは生活圏の交通問題のエキスパートでもなければなりません。交通社会の中でいまだこんなことが問題になっているのでしょうか？ 地域社会の交通問題のリーダーとし

てどんな取り組みが期待されているのでしょうか？ このページにご紹介するさまざまなテーマは、どれも私たちが真剣に取り組んでいかなければならない問題です。

## お店の安全運転推進活動に—— ご利用ください！ 二輪車安全運転教育映画「二輪車安全運転シリーズ」全8巻

ヤマハ安全運転推進本部では、このほど(株)学習研究社とタイアップして、わが国でも初めての体系だった総合的な二輪車安全運転教育映画を完成しました。

これからのバイクシーズンに、お店の安全運転推進活動に、またツーリングクラブ等のミーティングの一環に、どうぞ積極的にご活用ください。

### ●初心者からベテランまでの 総合教育映画

今回製作したこの教育映画は、16mm。自動二輪編6巻、原付編2巻の計8巻からなるもので、1巻の上映時間はいずれも約20分です。

そして、この映画の特徴は、二輪車を安全に運転するために必要な事項を運転操作の基本、応用走行、交通法規……と系統だてて解説し、さらに交通社会の一員としてふさわしいベストライダーの育成をめざして、人間尊重の精神、安全運転の精神を基本にして描いていることです。

したがって、これから二輪免許を取得しようというお客さまはもちろんのこと、ベテランライダーにも大いに参考になる、日本でも初めての二輪車の総合的な安全教育映画なのです。

全8巻の内容は以下のとおりですが、お店での免許教室や乗り方教室、安全運転講習会などから地域の職域、学校等での交通安全講習会等まで幅広くご利用いただけるものです。※なお、この教育映画のご利用は、担当のヤマハセールスマンにお問合わせください。

#### 《各巻の内容》

##### ①二輪車の基本操作と走行

運転装置の扱い方から運転の基本操作の正しい手順と正確な方法をインストラクターの模範走行を交えながら解説。

##### ②二輪車の応用走行

交通量の多い市街走行、交差点、坂道やカーブ、悪路や悪天候、夜間走行など、さまざまな状況下での応用走行の実際。

##### ③二輪車の構造

アニメーションや実験をまじえながら二輪車の構造を、初心者にもわかりやすく解説。

##### ④二輪車の交通方法

信号、標識の見方、安全の確認と合図など交通法規にのっとった安全運転のしかたをやさしく紹介。

↓第4巻・二輪車の交通方法のヒトコマ



↑ファミリーバイクで街中を走る・第8巻

##### ⑤二輪車の安全知識

運転に必要な人間の感覚や判断能力をインストラクターの実験走行とアニメーションで解説。

##### ⑥安全運転の心と技術

二輪車の防衛運転のテクニック、心がまえをさまざまな角度から分析しました。

##### ⑦ファミリーバイクの正しい乗り方

バイクに慣れることから、発進、直進、停止、カーブの曲り方……初めてバイクに乗る女性を主人公に運転の基本を自然に身につくようにやさしく構成。

##### ⑧ファミリーバイクで街を走る

ある奥さまのファミリーバイクでの街中走行を見守りながら、交通ルールの守り方、安全運転の方法をやさしく解説。

### “思いやり運転”の普及徹底

‘81二輪車安全運転推進月間スタート！  
▶7月11日～8月10日◀

(社)全国二輪車安全普及協会主催による恒例の二輪車安全運転推進月間が、今年も7月11日からスタートします。

これは、総理府、警察庁、運輸省、文部省など関係各省庁の指導のもとに家庭、学校、職場、団体と密接な連絡をはかり、二輪ユーザーの安全指導を徹底しようというもの。

特に今年、右記の5項目が重点推進項

目として展開されることになっています。みなさまの店頭から、お客さまへの指導をどうぞよろしくおねがいたします。

1. 「思いやり運転」の普及徹底
2. 「ワンポイント・アドバイス運動」の強調
3. 高校における交通安全運動の推進と協力
4. 初心者に対する原付技能講習の100%受講運動
5. 二輪車の健全利用の推進

ヤマハヘルメット・スペシャルシリーズ  
RZ-005 新発売!

ヤマハ用品・部品コーナー

## ザ・スーパーファイリング

スーパーファイティ RZ 50 と共通グラフィックのオリジナルヘルメット『RZ005』が新発売されます。好評の『XV075』『RZ035』につづくスペシャルシリーズの第3弾。素材には軽く、しかも強度の高い FRP を採用した JIS 2 種規格品。今、ヘルメットもトータルコーディネイトの時代へ。ヘルメットもヤマハの時代へ!

RZ-005 ¥14800 SIZE S.M.L.XL



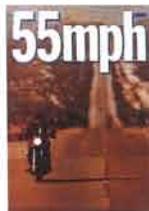
オートバイは、週末の隠れ家なのだ。



● バックシートの容量は約100リットル。● 写真はXV750 Specialアメリカ仕様です。● ヤマハ発動機株式会社 〒438 静岡県磐田市新貝2500 TEL.05383(2)1111

# 人間にいちばん近い乗りものなんだ。 YAMAHA SPORTS BIKE

オートバイと一緒に過ごす休日。目下わが最良の週末とは、こんな日を指す。明るい太陽が、何よりの祝福だ。街を離れ、地図をたよりにオートバイを走らせる。エンジンの鼓動が唯一の音楽だ。見慣れた風景が流れ去り、新しい世界が眼の前にひろがる。乾いた風が心地よい。小さなカフェを見つけたら、しばしの休息。僕はノドの渴きをいやし、オートバイは火照った体を休める。重力から解き放される。実にいい気分だ。せいせいするな。都会の喧噪よ、さようなら。オートバイに乗ることは、自由を取りもどすことなんだ。



**A BOOK FOR MOTORCYCLISTS**  
**55mph** オートバイを知るための一冊  
先着10,000名にプレゼント  
片岡義男のオートバイ小説、フォト、エッセイをはじめ、ライディングテクニック、マシン紹介などホットな記事を満載。このオートバイの本を先着1万名の方にプレゼント中です。いますぐ切手500円分を同封して下記まで。あて先/〒104-91東京臨郵便局私書箱33号(S)ヤマハ55mph係

## 広告活動ご紹介

6月からスタートしたスポーツバイク・マス広告キャンペーンの第2弾です。一般誌、男性誌など幅広い媒体を通じて、より幅広い人びとにモーターサイクルによる〈クオリティ・ライフ〉を提唱するこのシリーズは、早くも大きな反響を呼び起こしています。スペシャルブック『55mph』も大好評。最盛期を迎えるスポーツバイク商戦に、この成果をどうぞご活用ください。