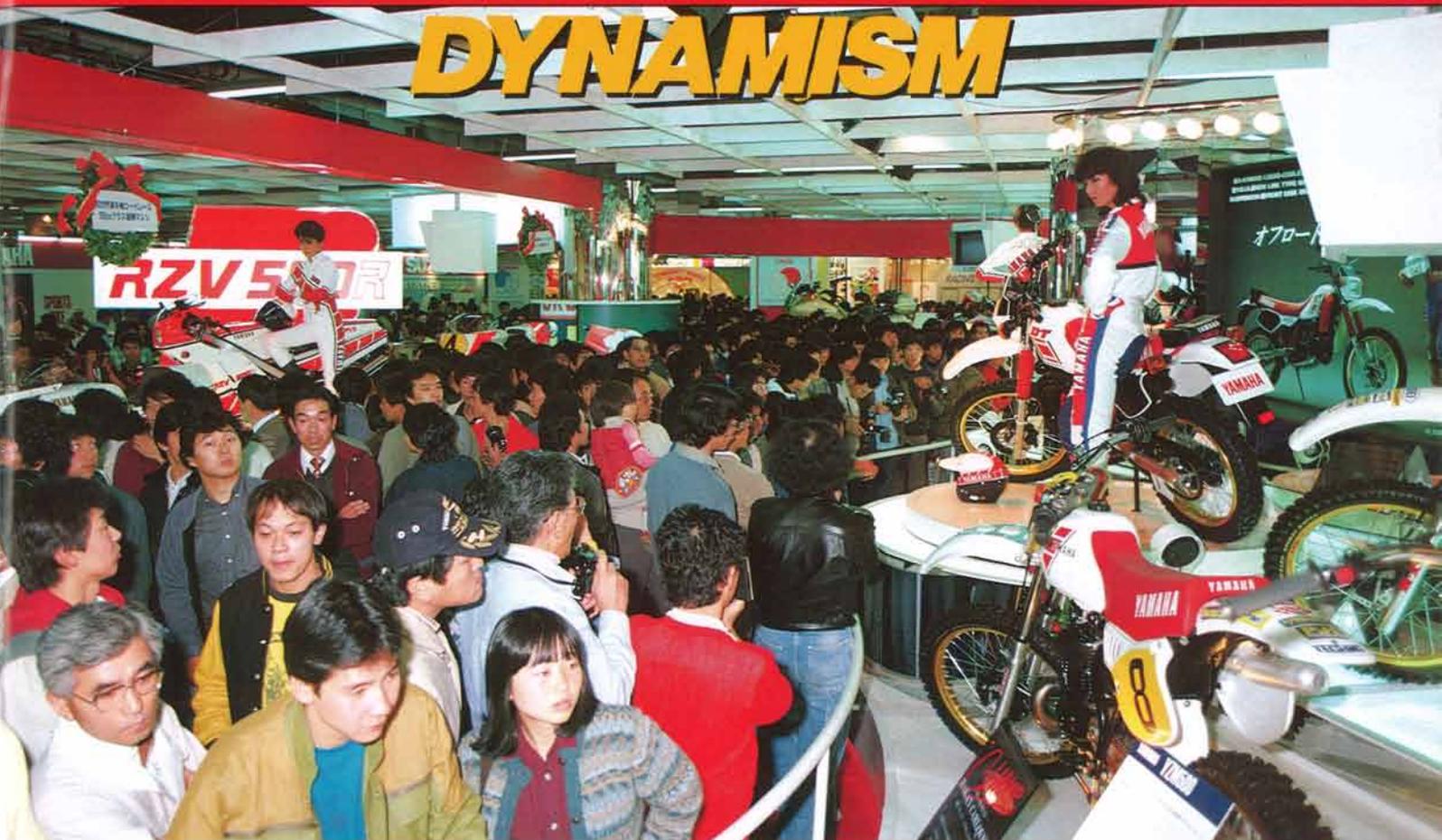




# 特集：第25回東京モーターショー

## NEW YAMAHA DYNAMISM



休日には20万人、12日間で120万人にもものぼる人がつめかけるほどの盛況ぶりをみせて、2年ぶり、25回目を迎えた東京モーターショーが、10月29日から11月8日まで東京・晴海でひらかれました。

このショーでヤマハは「ニューヤマハ・ダイナミズム」をテーマに、定評のレース活動を通じて、蓄積してきたヤマハ技術の粋を結集したかずかずのニューマシンを展示して、二輪車館すい一の人気を集めました。

また会期中には、就任以来多忙をきわめているヤマハ発動機・江口秀人社長（左）もヤマハコーナーを訪れ――

「高品質・高性能でより附加価値の高い商品こそ新生ヤマハ実現の原動力。ここに展示したかずかずのニューモデルから、ニューヤマハの決意のほどをおくみとりいただけたものと確信しております」

と力づくよく語っていました。



このショーのハイライトとなったRZV500Rを中央に、YZR500(左)、TZ250(右)、そしてRZ250Rを配した2サイクル・ロードスポーツコーナー



4サイクル・スポーツコーナーは、オーバー1リッター・スーパースポーツFJ1100、世界初登場のTTⅢプロトタイプ・レーサーFZR400を中心に、ベンチャーロイヤルXVZ12TDK(左端)からXJ750D-II、XJ750E-II、XJ400Z-Sを展示

ショー初日には高松宮殿下もご来場。小宮功常務取締役のご案内で居並ぶビッグマシンやPTX-1を熱心にご覧になっていた



海外からのお客様の姿がめっきり増えたのも今回のショーの特徴。マレーシアからはマハティール・モハマッド首相も



お客様が直接展示車に触られる現行モデルゾーンも今回は、2輪車館の1階と2階に開設。スクーターをとり囲む家族づれ、ビッグバイクにまたがって熱心にのぞき込むアダルトやヤングのグループの姿が絶え間なくつく



発売を待ち望む声が集めたDT200(左端)をはじめXT250T、XT600Zテレネ、TY250R、TY250、TT600そしてYZM500と125の2台のチャンピオン・マシン……2サイクル、4サイクル、一般モデル、市販レーサー、ファクトリーマシンと多彩なバリエーションを披露したオフロードコーナー



新しい交通社会へのヤマハの提案、パーソナルトランスポーターP-TX-Iも参考出品



昭和29年の第1回から30年、25回を数える東京モーターショー。これを記念してテーマ館では「くるま、むかし・いま・あした」と題して自動車技術の変遷と将来の可能性を紹介。ヤマハの第1号車YAIやRZ250Rのカットエンジンなども並んで2サイクル技術の急速な発展ぶりを物語る

南ゲート脇に設けられたバイクランド。乗りたいバイクを選べるとあってパッソルII、ジョグ、アクティブと揃ったヤマハコーナーは女性やアダルトにも人気のマト



RZV500Rのマザーモデルは、この'83YZR500

## V4、水冷2サイクル おお！YZRレプリカ

RZV500R

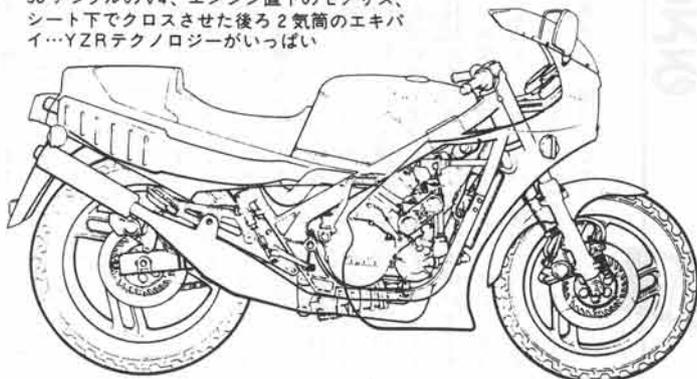
ひと月前のパリショーの興奮をそのまま東京に再現して、二輪車館の話題を一手にさらった「RZV500R」は、いうまでもなくロードレースの最高峰・世界GP500ccクラスで活躍するファクトリーマシンYZR500のレプリカ。

単なるパワー追求にとどまらず耐久性、安  
全性さらには経済性といったあらゆる性能の  
極限を求めてつづけられているファクトリー  
マシンの活動は、近年かつてないほどに一般  
ユーザーにも身近かなものとなり、その技術  
成果を存分にフィードバックしたストリート  
モデルの登場を待ち望む声も、ヨーロッパ、日  
本の別なく大きな高まりをみせていますが、  
そうした世界的ニーズに応じて登場したのが  
この「RZV500R」なのです。  
しかも、'82年のデビューから2シーズンに  
わたって鍛えぬき、特に'83シーズンはケニー  
・ロバーツの手で6GPを制覇したV4・水  
冷2サイクル・YZR500そのままのレプ  
リカとあって、お客さまの興奮はいやがうえ  
にも高まっています。

### ●V4+6速ミッション

コーナーの一隅にはパワーユニットが単体  
で展示されマニアックなお客さまの注目を集  
めていましたが、その話題のエンジンは、水冷  
2サイクル、2軸クランク式のV型4気筒、内  
径56mm×行程50mmの492cc。Vアングルは

50°アングルのV4、エンジン直下のモノサス、  
シート下でクロスさせた後ろ2気筒のエキパイ  
…YZRテクノロジーがいっぱい



50度で、このVゾーンに4速キャブレターを  
配し、きわめてコンパクトなまとまりをみせ  
ています。

排気系は後方2気筒をリヤエキゾーストとし、  
途中でチャンバーをクロスさせシートカウル  
部のサイレンサーへとつながるもので、この  
レイアウトもYZRそのまま。



# 話題のモデル、話題の技術

人気いちばんのヤマハコーナーの  
中で、熱い視線が集中した参考  
出品4モデル。



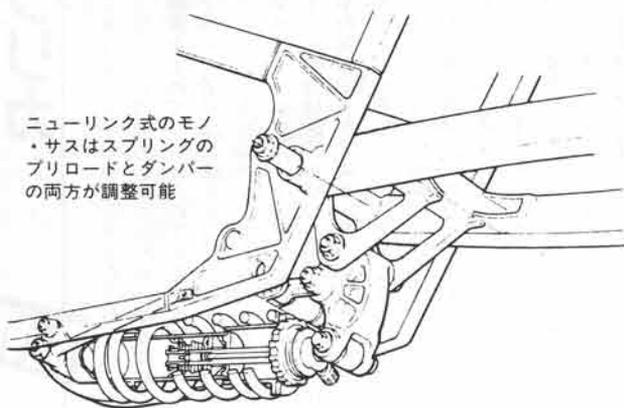
そして各排気ポートにはヤマハ独自の先進技術Y P V S (マイコン制御式) を装着。また潤滑はおなじみのヤマハオートループですが、これもオイルポンプの精度をアップすると同時にY P V S と連動させたニュータイプで、

特殊減磨仕上げを施し潤滑性を高めたシリンドラ壁と相まってオイル消費量を大幅に低減させています。また、水冷システムもウォーターポンプの吐出量をアップするなどして熱間題に対しても万全の設計。6段変速のトラン

ス・ミツシオンにも強制潤滑方式が採用されています。

### ●エンジン直下のニューリンク式モノ・サス

この世界初のエンジンにあわせて「R Z V 500 R」は、車体まわりも革新的です。



ニューリンク式のモノ・サスはスプリングのプリロードとダンパーの両方が調整可能

フレームは、アルミ角パイプのワイド構成。軽量化と剛性確保の両立にはYZR500のノウハウが存分に発揮されています。また、リヤのモノクロス・サスペンションもエンジンのま下に前後方向・水平にダンパーユニットをセットした新形式のもので、これによって重心をさらに引き下げ、重量マスを集中させることに成功しています。

そして、このニューリンク式モノクロス・サスペンションはまた大径インナーチューブ、アルミスタビライザー装備の高剛性フロントフォーク、フロントの16インチホイール、V規格のワイドトレッドタイヤ(シヨールモデルはミシュラン装備)などの採用とあいまって、最強のスプリント・スポーツにふさわしいすぐれた操縦安定性を生み出しているのです。センタースタンドを廃し、50度という深いバンク角を持たせているのも「R Z V 500 R」のハイレベルな運動性能を物語るもの。標準装備のフェアリングも、16インチホイールの採用とあいまってすぐれたエアロダイナミクス効果を発揮します。また、ブレーキは対向ピストン・キャリア採用のベンチレイテッドタイプをトリプルで装備。フロントはアンチダイブ機構付です。

## トレール・シーンを変える エキサイティンググロッドの登場だ!

**DT200**

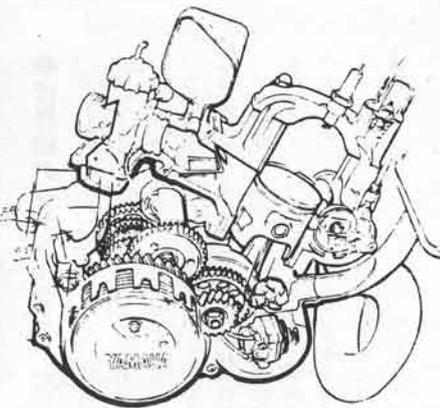
一方、突然のデビューで2サイクル・オフロードファンを大いに喜ばせたのが、スーパートレール「DT200」です。

YZM125(全日本MX)、YZM500(世界GP)の2台のチャンピオンマシンとともに展示されたこの「DT200」は、YZゆずりのダイナミックなスタイリングに、最新のレーシング・テクノロジをふんだんに盛り込んで新開発したニューモデル。軽量・コンパクトで扱いやすいボディと、必要にして十分なエンジンパワーがほどよく調和した「200ccトレール」

は、そのコントローラブルな走りに人気が集まっています。独自の市場を形成しつつありますが、そうした傾向に一層拍車をかける「DT200」の登場。それだけに、ヤングばかりでなくアタルトや若い女性などからも大きな反響を集めていたのが印象的です。

### ●YEIS+YPVS 先進技術の組合せ

すでにDT125等で俊敏なスロットルレスポンスが定評の2サイクル・水冷単気筒・



YPVSとYEIS、DT200の水冷単気筒にはふたつのヤマハ先進技術を装備

YEISエンジンは、新たにマイクロコンピュータ制御式のYPVSを採用。吸気流速のムラをなくし中低速域でのキャブレレーションを安定させて吸入効率を高めるYEIS。可変バルブによってつねに理想的な排気タイミングを確保するYPVS——この2つのヤマハの先進技術によって強力なパワーと十分な中低速トルクを両立させたのです。

またこのニューエンジンは、1軸バランスシャフトで振動を低減したほか、トランスミッションにはYZタイプのコンパクトなシフト機構の6段変速を採用して、タウン、ハイウェイ

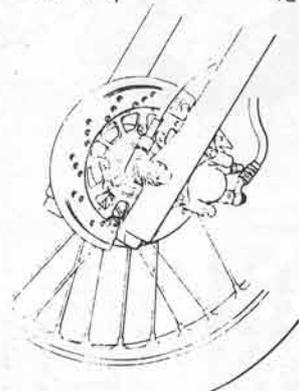
から林道まで、きわめて幅広い適応性を持たせています。

### ● オフで威力、アジャスタブル・サス

目にも鮮やかな赤いフレーム。その左サイドには、モノクロス・サスペンション・クッションユニットのサブタンクをセットしていますが、このニューリンク式モノ・サスは、スプリングのプリロード調節に加えて5段階のダンピング調整機構を備えています。

また、摺動部にDUメタルを採用したセミエア式のフロントフォークも3段階のダンピングアジャスター付。この幅広い調節機能を備えた前後サスペンションは、アルミスイングアーム、中空アルミリムなどの採用による軽いバネ下重量と相まって、ハードなオフロードランでその威力を存分に見せつけるものです。

一方、まっ先に目にとび込んでくるフロン



新開発のオフロード専用ディスク・ブレーキ

トブレーキは、オフロード専用で新開発した孔あきディスクブレーキ。ディスクプレートにはカバーを設け、またパッドにはセミメタルを採用してオフでの泥や水等による制動力の低下を完ぺきに防いでいます。

このようにスタイリングにも、メカニズムにもレーシング・テクノロジーをふんだんにもり込んだスーパーモデル「DT200」。その登場は、はやくもこの冬のオフロード・ライダーの話題をひときわホットにもり上げているのです。

## 軽量、スリム、コンパクト これがヤマハ4サイクルの 頂点モデル!

**FJ1100**

さらに、4サイクル・ロードスポーツファンの関心を一手に集めたのがオーバードライツ・スーパースポーツ「FJ1100」。

先のパリショーでウェールを脱いだこのスーパーバイクは、ヤマハ4サイクル・スーパースポーツの頂点モデルとして今回のショーで、その流麗な姿を披露したわけですが、ヤマハスポーツ・コンセプトをみごとに具現化した軽量・スリム・コンパクトな仕上がりに人気が集まっています。

### ● 流麗!

#### エアロダイナミクス・スタイル

独特のノーズ形状をもつフェアリング、フ

オークのレッグ部までカバーするストリームライン型フェンダー、そしてダウンフォース発生効果の高いアンダーカウル、スポイラー一体構造のシートカウルなど走りに徹したスタイリングは、もちろんヤマハのエアロダイナミクス・テクノロジーから生まれたものです。

そして新設計のパワーユニットは、4サイクル、DOHC、16バルブ、4気筒にチェーンドライブの組合わせ。ダイレクト駆動の動弁系や、シリンタ背面ジェネレーターのナロウ&コンパクトなエンジン構成などは、XJシリーズのすぐれた設計をそのまま継承しています。

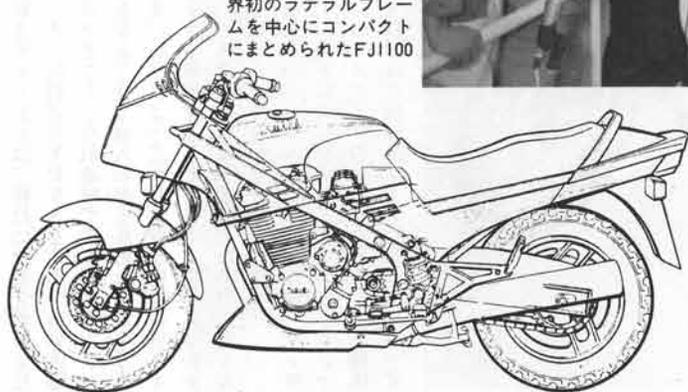


### ●世界初のラテラルフレーム

「FJ1100」に投入された、最新のテクノロジーは、フェアリング部にも表示されている「ラテラルフレーム・コンセプト」。

これはヘッドパイプとピボット部を直線的に結ぶことによって低重心化とねじれ剛性アップを同時に図ろうというもの。実際には従来のフレームのようにメインパイプがヘッドの上を通らずエンジンサイドを通るワイド構成で、量産モデルとしては世界初のフレーム構造です。

量産モデルとしては世界初のラテラルフレームを中心にコンパクトにまとめられたFJ1100



また、このニューフレームは、燃料タンクを外すだけでヘッドまわりの整備ができるばかりでなく、フレーム・ボトムメンバールが組立て式のためパワーユニットをおろすことなくクランクケースを分解できるすぐれた整備性を備えています。

サスペンションは、リヤがライジングレイト効果を持たせたリンク式モノクロス。ショックアブソーバーは、ダンピング力とスプリング・ロードを各5段階にダイヤルで調節できます。アンチダイブ機構を装備したフロントフォークもダンピング力、スプリング・ロードとも3段階調節式です。

ホイールは前後とも16インチ。ショーモデルではBS製を装備したタイヤは、初のV規格の超

ワイドタイプ。さらにブレーキは、ベンチレイトディスクを前後トリプル装備とし、対向ピストン式のキャリパーには全天候型のセミメタルを採用しています。

### ホットな

### TTTマシン

**FZR400**

「FZR」——2サイクル・ロードレシーサーYZRに対するこの名前からも明らかのように「FZR400」は、ヤマハが手がけた4サイクル・ロードレシーサー。量産モデルによるロードレース・フォーミュラレースのTTT IIIレギュレーションに合わせて開発したプロトタイプですが、そのみごとに仕上がりはヤマハ4サイクル・テクノロジーの幅広い可能性の一端を示すものとして注目を集めたものです。

### ●ベースはハイポテンシャルな XJ400Z/ZIS

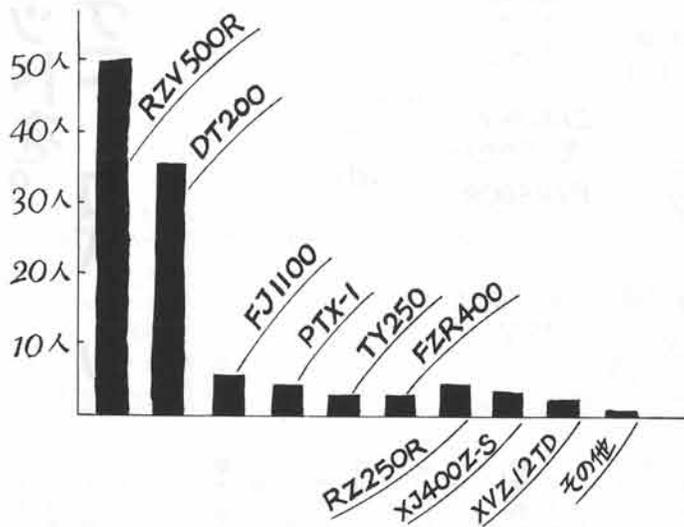
超軽量ボディとパワフルなエンジンが生み出す極限の走り、それがレーシングマシンに求められる絶対の条件ですが、この「FZR400」では、138kg以下という超軽量ボディに62馬力以上のハイパワーエンジンを搭載して、じつに230km/h以上の最高速を引出しています。

この車体関係の超軽量化を実現させたのがワイドタイプのアルミ角パイプフレーム、アルミタンク、アルミリヤアーム、マグネシウム・ブレイキキャリパーなど軽量高級部材の多用による徹底した軽量化。そして、62馬力以上というハイパワーは、XJ400Z/ZISの水冷・DOHC、4気筒・16バルブをチューニングして引出しているものです。

車体関係はYZR500、RZV500Rなどと同様のエアロダイナミクス設計。特にこのFZRでは、フェアリングだけにとどまらず「パワーフェンダー」と名付けたフロントフェンダーまでスピードアップのための重要な要素としているのが特徴です。

ホイールは軽量型の3本スポークタイプ、フロント16インチ、リヤ18インチを採用。サスペンションは、フロントにバリアアルダンパー付フォーク、リヤにはニューリンク式モノクロスを装備。ブレーキは、トリプルディスク、またキャリパーはマグネシウム製でバネ下重量を軽減しています。





まずは、ニューヤマハ・ダイナミズムをテーマに数か所のニューモデルが展示されたヤマハコーナーの中で、もっともお気に入りのモデルをうかがってみました。

やはり予想通り、前評判の高かった「RZV500R」がダントツです。パリショーでその全貌を公表して以来、専門誌や男性誌に

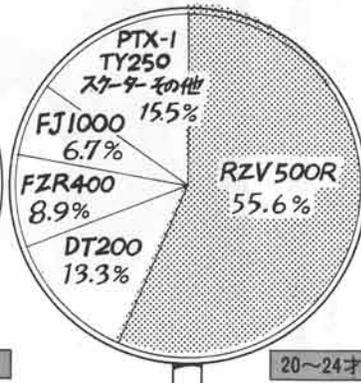
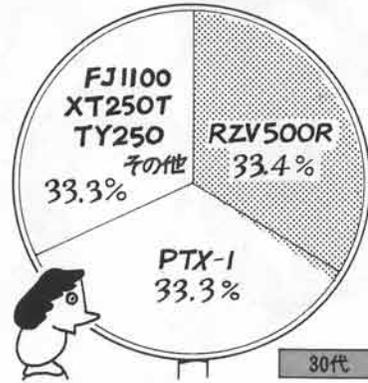
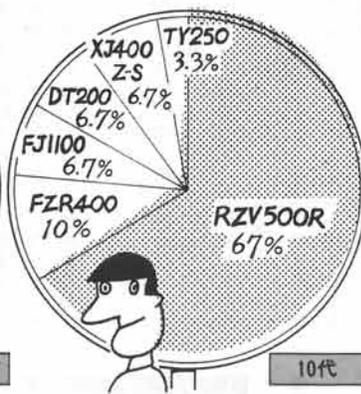
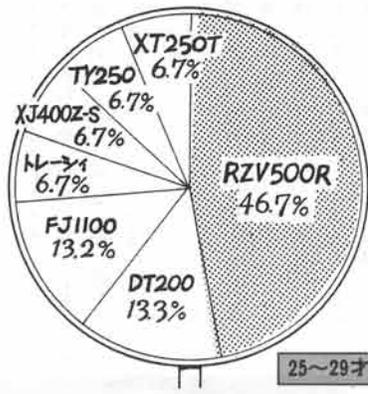
数多くの話題を提供し、今回のモーターショー出展車の中で、もっとも期待されていたモデルです。それでは、この傾向を年代別に見るとどうなるか？ 40代以上の声が少なく、クラブにできなかったのが残念ですが、それでも年代による傾向の違いがはっきりと解ります。RZV500Rは10代、20代前半のヤングから圧倒的な人気を博していました。

# RZV500R やはりダントツのNo.1人気！



# ヤングの眼アダルトの眼レディの眼

ヤマハコーナーのお客さま1000人に聞きました。お気に入りのモデルとその理由。さあ、このもりあがりをお店ではどう活用されますか？

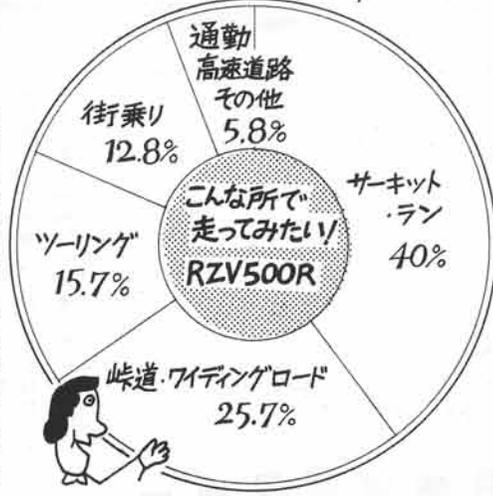
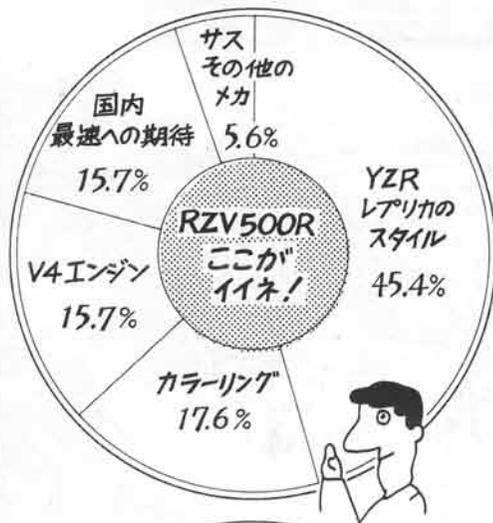




# RZVでサーキットを。 気分はすっかりケニー・ロバーツ

ヤングの圧倒的な支持とともに、どの年代のユーザーからも幅広く好評のRZV500 Rですが、それでは、そのお客さまたちにと

って、このモデルのどんなところが一番気に入られて、どんなふうを楽しみたいと思われるのでしょうか。



ちよつと以前では考えられなかった答えですが、RZV500Rがすっかりお気に入りという人たちのほとんどが、このホットマシンでサーキットを疾走するご自分の姿を思い描かれているようです。映画『汚れた英雄』以来のロードレースブームと、ファクトリーレーサーYZR500のレプリカといわれるRZV500Rの持つ雰囲気やビタリと合い、時代を大きくリードした2サイクル・ビッグスーパースポーツとしての評価を得ています。また、お気に入りの点を見ても、YZRそのままのスタイリングやそこから想像されるスーパーパフォーマンスに人気が集。サーキットランやロードレースへのあこがれが、はつきりと表われています。

●山本 保さん・23歳／東京都大田区  
とても速そうなマシンですね。雰囲気はレ  
ーサーそのものです。特にマフラーの作り

なんかはYZRそのままといった感じで、とても好きです。あれに乗ってサーキットを走ったら最高の気分じゃないかな。もし乗りこなせたら峠道のワイドینگを走るのも楽しいでしょうね。

●大谷公男さん・43歳／埼玉県北葛飾郡  
雑誌で見たときはちよつと太い感じがしたけど、実際に見るとスリムでいいね。特にタンクの回りなんか、とてもニグリップしやすそうです。もし市販されたら、公道を走れるバイクの中では最速のモデルになるんじゃないかな。ワイドینگロードを走るのも楽しそうだし。

●高野裕三さん・17歳／東京都港区  
スタイルもカラーリングもヤマハワークスそのままですね。今、売っているRZ250Rであのスピード感ですから、その500cc版と聞いただけで感激ですよ。水冷2ストローク、V4エンジンの走りってどんなものなのかな。今は中型免許しかもっていませんが、あれが発売されたらぜひに大型免許を取って乗りたいですね。あれに乗ったらケニー・ロバーツと同じスタイルでキメてみます。

## 意外?!ベンチャーロイヤルは 女の子にモテモテ



ツーリングバイクの最高峰、あの「ベンチャーロイヤル」が好きたと答えたのは、なんとヤングギャルたち。そしてこのギャルたちに共通していたのは、「あの巨大さが良い」とのこと。そして、使い方も「彼氏といっしょにアメリカ大陸を走ってみたい」「後に乗せてもらったら気持ちいいだろうな」と、彼女たちは自分で走らせるのではなく、彼氏とのロングツーリングを夢見っています。軽薄短小が主流となっている現在でも、女性が男性に求めている条件の中には依然としてタクマシヤがあるようです。女性にモテたいライダーには、ちよつと大きめのバイクをすすめるのも一案かもしれませんね。

●佐藤牧子さん・21歳／埼玉県春日部市  
レースのことも、メカ的なこともまったく解りませんが、形も色もいいですね。なんかとても根アカな感じがします。私はデパートに勤めているんですが、あんなの乗って通勤したらみんな腰ぬかすと思う。





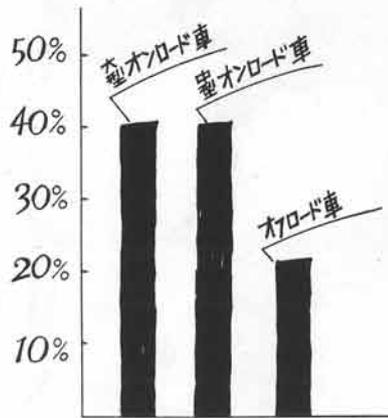
## モトクロス&ロードレース

### '83世界GPのVTRが完成しました!

'83年500cc級モトクロス世界GPにおけるH・カルピスト選手とYZM500のチャンピオンへの足跡を追った『バイキング・トゥ・ビクトリー』と世界GPロードレース500cc級でのキング・ケニー・ロバーツ選手の活躍ぶりをまとめた『100%プロフェッショナル』——2本のグランプリレースVTRが完成しました。

いずれも、先の東京モーターショー・ヤマハコーナーで上映し、お客さまの人気を集めたVTRですが、これをご希望の販売店さんに頒布しております。価格は各5,000円。ショールームのイメージアップにどうぞご利用ください。

なお、先の第25回東京モーターショー・2輪車館の模様を収録したVTRも完成。各販売会社・営業所でご覧いただけます。詳しくは担当のセールスマンまでどうぞ——



「DT200」が一番気に入った、と答えたとお客さまたちは、奇しくも全員がバイクコーナーで、しかもオン・オフ両方のバイクを所有している人が多いのが特徴的です。バイク歴を重ね、バイクの本当の楽しさも深くわかってきた彼らにとって、パフォーマ

# ホットマシンロード200には ホットな期待が早くも集中!

ンスも、スタイリングもきわめてホットな「DT200」は、これまでにないオフの楽しさを提供してくれる画期的なニューマシンと映っていた様子。

「先進メカもいっぱいですがオフのヤマハ。伝統のDT」これぞ2サイクル・トレールのきわめつけ。つくりも、スタイルも、きつと走りもピカイチだろうナ」という声が数多く聞かれたものです。

#### ●益田真児さん・23才/静岡県浜松市

迫力のあるスタイリングそしてカラーリングがいかにヤマハらしくていいですね。RZVがYZRレブリカならDT200は、'84YZのストリートバージョンという感じ。Y PVSエンジンの威力で林道やラフの走りを思いっきり楽しめそう。考えただけでワクワクしちゃいますよ。



●日垣清信さん・22才/茨城県筑波研究学園  
前輪のディスクブレーキなんて最高ですね。ディスクのカバーもいかにも走りを考えてつくられているかんじ、変に大げさでなくてね。性能をフルに引出して走ろうというベテランにはモトクロスサーなみの走りを、逆に初心者には乗りやすいトレールバイクとして楽しめるんじゃないかな。良いバイクは、みんなそうですからね。

●洞口養一さん・20才/静岡市  
Y PVS付きというのが、なんといっても走りを期待させてくれます。ディスク・ブレーキもいいし、モトクロスサーの技術がそのまま生かされているんですね。それと、あの派手なカラーリングも最高。先の確認しづらい林道などでは、安全のためにも目立つ色がいいんですよ。なんといっても、魅力はニューリンク式のモノサス。足まわりの良さはオフロードバイクの命! だもんね。  
今はXJ400Dだけど、DT200が出たらきつと林道ツーリングに狂っちゃんじゃないかな。走りもパワフルそうですしね。



# あくまでも 夢かも知れないけれど……

数かずの注目のモデルが並んで、話題のつぎなきヤマハコーナーですが、『FJ1100』や『ベンチャー・ロイヤル』『FZR400』など、国内のお客さまにはちよつと無縁とも思えるモデルや公道を走れないモデルでも、ユーザーは身近かに感じとり、自由に走り回る夢を描いていたようです。

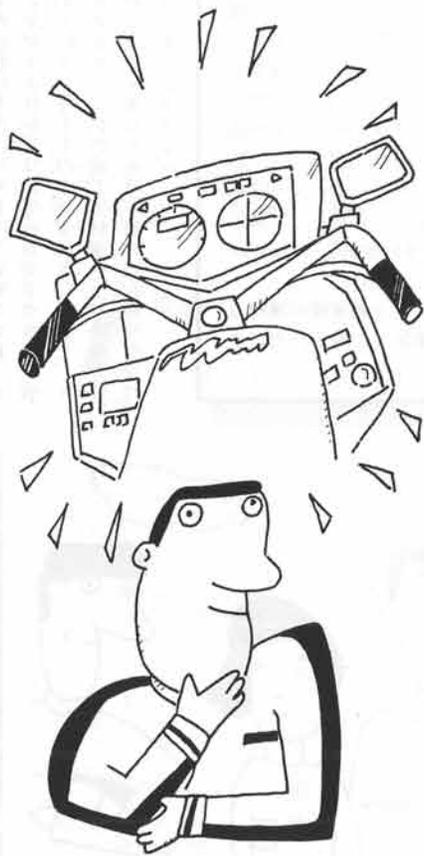
●森 俊哉さん・19歳／神奈川県川崎市  
洗練されたカウルのデザインや、レーシーでいてロングツーリングにも耐える『FJ1100』のようなバイクが欲しいですね。16インチのホイールサイズやエンジンを降さずにメンテナンスできる機構には感激しました。

早くあれのスケールダウンモデルが国内で発売されないかな。

●土田茂宏さん・19歳／東京都目黒区  
『FZR400』最高ですね。メーカーが専用に作ったT-TMマシンでしょ。やっぱり興

味ありますよ。フレームなんかアルミで軽そうだし、一度は乗ってみたいですね。将来はあんなのが公道を走りまわるんじゃないかって考えるだけで、とても楽しくなりますね。

●大場博王さん・20歳／東京都板橋区  
TY250にヘッドライトがついたのがアガりましたよね。あれは外国では公道で走れるんでしょ。あとはウインカーを付けるだけなんだから、早く国内の道を自由に走れるTY



## アダルトから発売を熱望されるPTX-1

ヤマハが提案する、ニューライフの新しい乗り物として出展したPTX-1が、アダルト層から熱い声援を受けました。生活圏に密着した乗り物だけに、主婦や熟年層の評価は実用面に集中、その用途への夢を広げています。まず主婦で多かったのは買物への足。特に雨の日の買物にはどの主婦も頭を悩ますようで、PTXの大きさや機能性に大きな期待が寄せられていました。また会社勤めの熟年層も、寒い朝や雨の日の通勤の足、近所へのちょい乗りなどに使いたい。との意見が多く、ニューライフスタイルを演出する新しい乗り物として、高い評価を得ました。さらに、ユニークなスタイルが子供たちにも大ウケで、PTXに乗らせてくれとダダをこねる一幕も見られました。



## バイクは知らない…… なんと100人に1人!

このお客さまアンケートを実施して、最も驚かされたのは、人びとのバイクに対する知識や関心の大きさ。インタビュアーにに応じてくださった100余名のお客さまのうち、バイクはまったく知らない」と答えられたのは、23歳の女性、1人だけ。他の人はすべてメカニズムのこと、他モデルとの比較、スタイリングの批評、レース活動の情報……と話題ももりだくさんに話してくださいました。老若男女を問わず、こんなにお客さまが博識とは、お店のみなさまの情報収集もおさおさ怠りませんね。



「250を出してほしいな。趣味でトライアルをやっている人には、最高にウケるモデルだと思いますよ。」

## ●塚田 実さん・19歳／埼玉県大宮市

「TY250」は公道用の市販モデルという感じがするけど、値段がちよつと……。多少装備をダウンさせてもいいから早く、安く出してほしい。あのモデルの良さは、機能といい性能といい品質といい、すべての面でトライアルに徹しているところですよ。これこそバイクなんです。不必要なものは一切付いていないのがグッドです。





# '84年は我らの時代！

## 販売店さん座談会

ニューヤマハのダイナミズムに触れた3店の販売店さんの結論は、'84年商戦のキメ手は個性あふれる商売の展開。

### 出席者

●オオタニモータープロダクト  
大谷吉一社長(37)

東京都板橋区。2店舗（そのほかチェーン店2店をもつ）。従業員10名。レースからツーリング、安全指導まで、幅広い普及活動は有名。

●糺スポーツショップイシイ  
石井重行社長(35)

東京都江戸川区。2店舗（サービス工場は本店とは別棟にある）。従業員8名。サービス力の定評はピカイチ。

●糺浅井モーターズ  
浅井 明社長(37)

東京都世田谷区。1店舗。従業員2名。250ccオフロードを中心としたユニークな普及活動でアダルトユーザーの人気を集める。

### RZV500Rは2サイクルの頂点モデル

— 今日はお忙しいところお集まりいただきまして、どうもありがとうございます。

'83東京モーターショーのヤマハコーナーをご覧いただいたのご感想と、それを通しての'84年度のご商売の展望といったお話を展開していただきたいのですが、さっそくですが'83東京モーターショーの印象からお話しいただけますか？

浅井 各メーカーともメインの参考出品モデルを増上に乗せてアピールしていたけど、その中でもRZV500Rが一番目立っていたし、人も集まっていたね。

大谷 僕なんかは報道関係のリザーブデイの時に行ったので、自分のペースで見ることができたけど、浅井さんなんかはいつ行ったの。浅井 平日でしたが、さすがに二輪車館は混んでいましたね。もう、人、人、人の波で、自分のペースでは見れませんでしたね。RZV500Rの後ろの通路なんかは通れなかったです。大谷 やっぱ僕が一番興味をもって見たのはRZV500RとDT200ね。RZV500Rは文句なしですよ。石井くんなんかはどうだった？

石井 やっぱRZV500Rだね。2サイクル・スポーツの頂点モデルとして、ひとときわが光っていたよね。

— というところで、やはり皆さんは、RZV500Rが来年のご商売のリーダー的な役

割を占めると期待されているようですが、もう少し具体的にその印象をお聞かせいただけますか？

浅井 僕が思うには、これが商売に即、つながるといっていいのね。そうではなくって、これが牽引車になってRZシリーズが売れたり、ヤマハのスポーツバイクが売れたりすることじゃないかと思うわけ。そっちのほうが大きいと思うの。いわゆるイメージリーダーとして、RZV500Rは大きな役割を果たすのではないかな。

石井 だから、RZV500Rは、YZRレブリカというコンセプトをあくまで徹底して欲しいですね。値段が高くなってもいいからアルミフレームのまま出して、そのアフターフォローやメンテナンスをキチンとできる店まで売ってほしいんじゃないかと思うね。浅井 せっかくだから、頂点に立つバイクということまで売ってほしいよね。この商品だけで考えるバイクじゃないと思うんだ。

石井 いままでのRZにしたって、他のメーカーは追いつけないわけだから、そういう意味では2サイクルのヤマハの高度な技術の粋を集めたRZの象徴として掲げられれば数人出なくなるとそれはそれで価値はあるんじゃないの。数を期待したって、めちゃくちゃ出るといって性格のバイクではないし。

大谷 そうだね。それに、数だけでいうなら500ccは無理だよ。400cc以下じゃなくっちゃね。

## オフロードブームをさらにあおるDT200

— RZV500Rがオンロード・スポーツでの話題ナンバーワンなら、オフロード・スポーツではDT200に最も関心が集まっていたようですが、皆さんの印象はいかがでしたか？

浅井 DT200の場合は、本格的なオフロードファンにはたまらないだろうね。山にいったってギンギンに走り込むような人には、魅力のある商品ですよ。



石井 でも、どうせ出るなら500cc一本で勝負したいね。(笑)



浅井 明社長

石井 だから、むしろ東京なんかより地方の人たちのほうが買っくんじやないかな。東京なんかの場合だと、どうしても高速を使って山道まで行かなくちゃならないでしょう。だから燃費なんて大きな評価基準になってくるけど、地方の人たちには純粹にこのバイクの性能を評価する余裕を持っているだろうからね。浅井 これはもう完全にオフロードマニアのバイクですよ。だから、これについてもさっきの話と同じで、DT200が出たことによってXT250Tが再び見直されるってことがあると思うよ。4サイクルのオフロードバイクがね。ようするに、パリエーションが増えて、オフロードに対する注目度がより大きくなるわけですよ。そういう意味でも期待できますよね、DT200は。

石井 200ccっていう排気量もいいよね。高速道路も走れるし。

浅井 ちょっといいですね。とくに、オフロードに注目している人たちは必ず200ccというクラスに注目しますね。なんといつても軽いし、取りまわしがしやすいから。

石井 だけど、正直なところオフロードってもう終っちゃったような感じしない？ 僕の場合、こういうブームの読みって雑誌で判断するところが大きいんだけど、最近あまりこの雑誌もオフロードの特集って組まなくなっちゃったじゃない。

浅井 いや、オフロードは相変わらず人気があるし、伸びると思いますよ。僕がそう思うのは何でかっていうと、女の人がこのところグーオンとオフロードバイクに乗り出しているってことね。女の人が増えてきていることは、男の人も増えるってことです。(笑)

林道なんかに行っても、結構いるんだよね。女の人。やっぱり男の人を引っぱりますよ。いままではバイクの業界って女の人がいなかったわけね。それが女の人が入ってきた。

## イメージリーダーがさらに大きな需要を掘りおこす

— では、お客さまの反応のほうは、いかがでしょうか？

大谷 RZV500Rについては、出たら買っうっていうお客さんがすでに5人はいるからね。それだけに、早くも買い控えるお客さんが現われて頭が痛いんだけど。(笑)

石井 うちも、10人ぐらいいるんじゃないかな。それと、「大型免許を取って乗りたい！」っていうお客さんもいるのね。だから「取れ、取れ、早く取っておけ！」って言うてるんだ。「じゃないとバニクになるゾ！」ってね。

ユ一ザ一は確実に育っているよね、RZから2サイクル派になったお客さんが、ここ何年かRZに乗って2サイクルの良さがわかってるんだらうね。RZV500Rについては、RZの何倍も強烈なバイクなんだろうね。って感じで期待してるんじゃないかな。浅井 それはいえるね。

石井 RZのお客さんって、つるんで走っている人っていないでしょ。ツーリングなんかは別にしても、他のお客さんなんかの場合には修理に来る時でも何人かで仲間に来るのに。大谷 そうだね。そう、そう。



大谷 吉一社長

たことよって、事実かなり大きくなってきているでしょう。

大谷 DT200なんか女の人もかなり注目していたって聞くし、200ccってクラスは女の人にはちょうどいいかもしれないね。オフロードバイクが女の人に人気なのは、そのファッション性にもあるけど、本体が軽かったり、クラッチが軟らかかったり、乗りやすいからっていう面があるからね。

浅井 RZのユ一ザ一ってみんな、1人で乗っているとか、自分1人で走って楽しんでる人って、そういえば多いね。

石井 だから、結構1人ひとりの胸の内ではRZV500Rを秘かに意識している人って、結構多いんじゃないかな。(笑)

大谷 ヤマハ党っていうか、RZに乗っているところまでプライド持っている連中が多いからね。

浅井 250ccの2サイクルに乗っているユ一ザ一は結構注目しているね。RZV500Rを。ナナハンとか大きいのに乗っている人より、少なくとも熱い視線を注いでいるんじゃないの。

石井 だから商売を考えると、その人たちが引っぱり上げることがメインだろうね。それとともに、それで触発された2サイクルファンを、RZ250RやRZ350Rにつなぎとめる作業かな。

浅井 RZV500Rが出たために、さらにRZ250Rが伸びるという期待は、僕はかなり持っているね。

石井 価格的にも安いしね、RZ250Rは他の250ccの2サイクル・スーパースポーツよりね。

大谷 そう、価格の差は大きいよ。

石井 僕は最近思うんだけど、250ccクラスは価格の要素って大きくなって気がしてならないんだ。RZ250Rは今だってまだスチールフレームだけど売れているでしょ。このクラスはアルミフレームなんか関係ないもの。



石井重行社長

浅井 順調ですからねRZ250Rの伸びは、大谷 一時期よりは少しは伸びが落ちたけど、RZ250Rの場合は売れ行きが止まることがないからね。

浅井 どんなバイクにもイメージライダーってなくちゃいけないですよ。それがあって初めて下のクラスも売れていくんですよ。ですからRZV500RにしてもDT200にしても、そうした波及効果は来年の商売に期待していいでしょうね。

石井 そういう意味では、FJ1100も大きいよ。だって、いままでは4サイクルのイメージライダーってなかったじゃない。それができ

## バイクにもバリエーション化の時代がやって来た

——ところで、こういう形で'84年モデルを予感させるバイクが現われてきたわけですが、ご商売の中でお感じになられている実際のバイクユーザーの志向といたら、どんな傾向にあるのでしょうか？

大谷 SRを見てわかるけど、あのバイクはいまだに売れ続けているでしょう。あんなバイク、SRを除いて他にないよね。そして、お客さんが自分なりに手を入れて楽しんでるのね。

RZを皮切りとして、走るバイクがひとつの傾向として現われてきて現在に至っているんだけど、もうひとつの傾向としてSRの路線も確実に育ってきているような気がするよね。浅井 そうだね。そういう傾向も僕らとしては見直さなくちゃいけないかもしれないね。走り屋さんだけじゃなくてね。オフロードのお客さんもそうなんだけど。

石井 今のバイクって、なんでもかんでもつ

たわけだから売りやすくなったのは確かだよ。大谷 FZR400なんか、ライトぐらいつけていたらもっとよかったのね。実際に発売されないってわかっていてもね。FZR400の場合はキットパーツなんかが出てくればいいだろうね。FIIIとかプロダクションレースをやる人って最近増えているしね。そういう人たちは関心を持っていてるよ。そして、レースで実績を上げられれば、XJ400ZSあたりも引っぱられていくだろうし。

石井 FJ1100を見て、これの750cc版が出るんじゃないかっていう期待を持っていてる人も、かなり多いみたいだったね。

けちゃって、高くなっているでしょ。バイクとして完成しちやあってそれはいいんだけど、お客さんがいじる楽しみみてないじゃない。そのへんをとっておかないと、たとえバイクであってもあるんじゃないかな。

浅井 それはあるよね。SRなんて、そのいい例だね。チョコ、チョコといじって、みんな楽しんでいるものね。

石井 だから、お客さんが期待しているのは、速いバイクもそうなんだけど、完成されたバイクだけじゃなくてそのスタンダード版みたいなバイクの出現なんだよね。物づくりを楽しむ人って多くなってきたみたいだよ。浅井 いろんな好みの人が出て、バイクもいろんなバイクを出さなくちゃいけないのがメーカーだけど、その全部に対応するっていうのは実際無理な話でしょ。そういう意味では、そうした方向っていうのも必要かもね。確かにお客さんは、このところいろんな好みを持つと同時にマニアックになってきているからね。

石井 とくに250ccユーザーあたりは、その傾向が見られてきたように思うんだ。

大谷 そうした傾向は、さっきも話したかもしれないけれど価格の面でも影響があるんじゃないの。たとえば、スーパースポーツが40万だとしたら、そのスタンダードは30万ぐ



らいに設定すれば、もっといろんなお客さんに売れるのって思ったことは幾度となくあったものね。

石井 四輪の場合だってそうでしょ。1車種で5段階ぐらいいあるでしょ。一番上のクラスに乗っている人ってあまりいないのね。一番下のクラスもね。真ん中あたりのクラスが一番多いわけね。

## これからは「個性」が商売を大きく左右する

——お集まりいただいた3店さんは、いずれも個性あるご商売を展開されていますが、では今年のご商売を振り返っての感想と、来年のご商売の予測についてはいかがですか。

石井 今年がスポーツ中心で考えちゃったのね。1店で何もかもできるわけじゃないから、自分が自信を持っている分野で一生懸命やろうと思ってる。スポーツに絞ったわけね。去年はスクーターも売ろうとチラシだとか何だとかいろいろやったけど、その分、今年はスポーツを売るための考え方1本に絞ったから、いろんなことができたように思う。

大谷 両方考えてやった結果、どちらも中途半端に終わったのが、スポーツ1本に絞ったためにそれなりの反応があったわけね。

石井 そう、だからサービスマンについてもPRについても、社員教育についても徹底できた。それと、個性を生かせばまだまだいけるな！

だってそうでしょ、パワーハンドルはほしいけど、パワーウィンドはいらなくてお客さんだっているものね。XTでせつかく赤、青、黒の3カラーが揃ったのだから、他のスポーツバイクだってもっと違ったバリエーションを出したっていいはず。いまのお客さんは、そこらへんを本当は望んでいるんじゃないかなと思うんだ。

——ということは、来年のご商売もこうしたレーシーなモデルを軸にすえて、よりスポーツバイクにふったご商売を展開することに？

石井 ようやく自分たちの時代が来たという感じだね。いま、どんどん「サービスマン」の時代とか「個性化の時代」って叫ばれているでしょ。いままでやっていてよかったなって感じだね。この間の蓄積って大きいでしょ。他店がマネしようって、そう安やすとはマネできるものじゃないものね。

浅井 うちの場合も、今年がスポーツがメインだったね。とくに250ccね。RZとXTで伸びたようなものだけど、石井さんも言っていたけど、これからの商売って、「個性」が大きなポイントを占めてくるよね。

を置いて商売したんだけど、開店して月に70  
180台は売っていた。やはり、ひとつの主張  
が店にあると、お客さんの反応もそれなりに  
あるということを実感したな。

石井くんも言っていたけど、これからは自  
分がホントに好きなことをやっていくことが  
大切なんじゃないかな。それが個性化につな  
がると思うんだ。

浅井 それが強いの、やはりYSPだね。  
YSPへのお客さんが寄せる期待は大きいし。  
だから、うちも今、YSPに改装しているの。  
石井 あっそう。名前なんてつけたの？  
浅井 「YSP等々力」。でも、ずいぶんい  
ろいろなYSPさんに聞いたけど、みんな伸

### 付加価値さ、え与えればお客さまも値引きは求めない

——スポーツバイクの比重が大きくなるとい  
うことになると、当然、普及活動にも力を注  
いでいかなければいけないと思うんですが？  
大谷 うちなんかは現在、2ヵ月に一度、筑  
波サーキットで走行会をやっているんです。  
毎回40台ぐらい集めてね。うっかり逃がすと、  
「行きたかった！」ってくやしがるんですが  
それほど人気なんです。なにしろ平日でこ  
れぐらいですから。

初めての人には誰かついて、アドバイスし  
ながら走らせるんです。女の子でも毎回来て  
いるけど、かなり腕が上がっているのには驚  
かされるね。一般公道を走るのにもすぐ役  
立っていると、みんなから言われるし。

——そういうのって、かなりお店の負担も大  
きいんでしょう。

大谷 そうでもないよ。お客さんのニーズに  
合った企画をたてれば、みんな高いお金を払  
ってでも集まってくる。これで儲けようと思  
ってやってくるわけじゃないからそんなでもな  
いけど、そこを儲けようと思えばそれもで  
きるんじゃないの。

それからもうひとつ、これも2ヵ月に1回  
だけど、大谷カプトルライアル」というのも  
やっているけど、こっちは20台から多い時は

びているね。異常なほどスポーツバイクが伸  
びている。それもね、面白いですよ。RZと  
かXTが売れているのかと思つたらそうじゃ  
ないのね。XSとかSRが結構売れているわ  
け。それがYSPの強味だと思うわけですよ。  
「ヤマハのスポーツバイクだからあそこへ行  
けば！」ってお客さんが結構いるんだよね。  
大谷 YSPにして気づいたんだけど、お客  
さんてYSPをヤマハの直営店だと思ってい  
るんだよね。それとYSPは全部つながって  
いると思つてんだ。

石井 いいねえ、チェーン店か。

大谷 だからね、あそこにないと、こっちへ  
電話して——ってケースが結構多いみたいよ。

### 50台ぐらいい集まってる。今年6回やった けど、会費は1000円とか2000円。赤 字なんだけど、お客さんのためだと割り切っ ているから別にいいのね。それより、こうし た活動をやっているとね、売る時にお客さん もただ「まけろ！」とは言つてこないのね。 「あそこはまけないけど何か面白いことや っているよ」って、口伝えでお客さんが集ま っているしね。

石井 付加価値がないと安売りに走っちゃう  
わけね。大谷さんの場合はそういうのが好きな  
んだらうね。だからうまくいくんだよ、きつと。  
僕の場合はダメなんだ。一応、僕もそうい  
うこと考えたんだけど苦手のね。そこでさ  
らに考えたわけ。何が自分は得意なのかって。  
その結論は、やっぱりサービスマンだよ。で、  
他店に負けないサービスマンを作ろうと、  
そこからスタートしたわけね。今年の商売は、  
そしたら、今度はお客さんが遠くから来る  
人ばかりだから、お店に来たらゆつくりして  
もらおうと思つたわけ。遠くから来て、「あそ  
この店はたいしたことないよ！」なんて言わ  
れたら終わりだもんね。あそこのお店は面白  
かったよ！」って言ってもらえるような演出が  
できたら思つたのね。それが終わってから、

また次の仕事をやらうと思つている。  
——浅井さんのお店も、よくお客さんとツ  
リングなどに出かけられてますよね。

浅井 うちはオフロードのお客さんはいいの  
ね。でも、オンロードが弱い。オフロードは  
お客さんと一緒に走っているよ。だけど、一  
緒に走ったからってバイクが売れるかとい

### あらゆる場面で必要な、お店自身の発想の転換

——さて、そこで来年のご商売のあり方につ  
いてなんですが、いまままでお話になられたこ  
とをふまえた上で、来年の抱負をお話しいた  
だけますか？

石井 だから、いかにいま言ったような店独  
自の普及活動を、店のイメージにまで高めて  
いけるかが課題なんじゃないかな。個性化と  
いった面でもね。

大谷 そして、そこでの波及効果を、いかに  
商売に取り込むかがポイントだろうね。

石井 うちなんか、今でもFIII用のクルマを  
作つて飾っておくだけでも、結構お客さんは  
見に来るのね。FZR400だつてXJ40  
0ZSを売るための手段として考えているわ  
け。得意、不得意もあると思うけど、それ  
ぞれのお店にこうした看板は置いてもいいと  
思う。だから、浅井さんのお店でもXTのパ  
リバリのやつを作つて置いておくとかね、ナ  
ンバーなしだつていいんじゃない。

浅井 僕はモノに対してのね、まあパーツの  
開発とかいう店づくりもあると思うけど、僕  
の場合はいま、店を売るイメージづくりをや  
りたいんですよ。ようするに、バイクはノ  
ーマルでもいいんですよ。それでも店がすぐく  
気に入ってくれるようなね、そんな店づくり  
をやつていきたいんですよ。

石井 うちなんかはハードが多いでしょう。  
ソフトが全然ないわけね。ソフト面をなんと  
か出していきたくてですけど、さっきも言っ  
たように自分の性格ってあるでしょ。ニコニ  
コ顔で「ハイ、いらっしやませ」なんて恥  
ずかしくて言えないもの。

たら、それは疑問ね。メンバーも決まっちゃ  
うし。大谷さんが言っていたみたいに、「面白  
そうなことをやっている！」といった評価が  
大事なんだよ。実際には、林道ツーリングを  
中心に月1回のペースで出かけている。その  
ほかにエンテューロのレースに参加したりね。  
集まるのは常時20人ぐらいいかな。

となると、本来ハードな技術を逆手にとつ  
てソフトにしていくなか、いかにいいのね。だから、  
他のお店にはないような商品を飾るとか、サ  
ービス工場の様子をショールームのテレビカ  
メラに写すとかね。そういうところで勝負し  
ていくしかないんですよ。

サービス力つて、いくら口で言つたつて説  
得力ないでしょ。目で見せる以外ないんだよ  
ね。だからターボでもなんでもカッターエン  
ジンを作つちゃうとかね、RZの中身を全部見  
せちゃうわけね。

浅井 そういふイメージの伝え方って難しい  
んだよね、スポーツの場合はとくにね。ただ  
ね、それを店の中に演出するってことはでき  
るんですよ。お客さんなりに判断する材料を  
うちが与えることはできるのね。いまはその  
演出があまりになすすぎると思うの。

スズヤの甘納豆だつて、その味をわからせ  
るのに8年かかつたつていいですけど、バイ  
クだつて同じですよ。時間はかかるかもしれ  
ないけど、いろんな演出方法で説得すること  
が必要なんですよ。

大谷 発想の転換だな、あらゆる場面でその  
れが必要になってきているんだよ。いつまで  
も販売店は「末端」だつて意識でいてはも  
うダメなんだよね。販売店は「最先端」にい  
るといふ意識で商売していかなければ。そし  
て、いままでは逆に、その最先端で得たノ  
ウハウをメーカーにフィードバックしていく  
といった意識込みが大事なんだと思うんだ。

——どうも長い時間にわたつて貴重なご意見  
ありがとうございました。(文責/編集部)



# 全身レーシング スピリット

第25回東京モーターショー2輪車館の話題をさらったヤマハコーナーの中から、注目の参考出品車4モデルをご紹介します。全車に一貫して脈打つのが、レーシングテクノロジーに裏づけられた先進性・ニューヤマハダイナミズムです。

## 最強のスプリント・スポーツ

# RZV500R

キング・ケニー・レプリカ、RD500LCは、バリショーでの衝撃のデビューからひと月、呼称もRZV500Rに、またグラフィックも一新しての参考出品。

V4水冷2サイクル、アルミ角パイプ・ワイドフレーム、低重心型ニューリンク式モノクロスサスペンション……などYZR500直系のメカニズムとスタイリングが、第25回ショー最大の話題をさらった。



●水冷・2サイクル・V型4気筒・492cc●内径×行程56×50mm●圧縮比6.4:1●点火方式C.D.I.(電子進角式)●潤滑方式ヤマハオートループ●始動方式キック●変速機6速●全長2080mm●全幅670mm●全高1145mm●シート高780mm●軸間距離1375mm●最低地上高145mm●燃料タンク容量23ℓ●ブレーキ(前)ダブルディスク(後)シングルディスク●タイヤ(前)120/80-16V(後)130/80-18V

空力特性を追求し前面投影面積も最小限に



→これが世界初の2軸クランク、水冷V4、50°のVアングルに4連キャブを装備。オートループはY.P.V.S.とも連動させオイル消費量を低減したニュータイプ

←後方2気筒のサイレンサーがシートカウルから顔を出す。これもYZRそのまま



水冷・2サイクルエンジンにマイコン制御のY.P.V.S.を装備するなど最新のレーシングテクノロジーを盛り込んで新開発したDT200は、世界初登場。軽量ボディとエンジンパワーの理想的なマッチングが人気を集め、200ccトレール、という独自の市場が形成されつつある中で「早く国内発売を！」の声が集中した。



| YAMAHA DT200 |  |
|--------------|--|
| エンジン         | 200cc・2サイクル・単気筒・Y.E.I.S./Y.P.V.S. 1950cc |
| 寸法           | 全長2150mm・全幅820mm・全高1190mm                |
| 懸架装置         | 前：テレスコピックオレオ<br>後：ニューリンク式モノクロス・サスペンション   |
| 点火方式         | 電子進角式                                    |
| トランスミッション    | 5速                                       |
| 燃料タンク        | 11.5ℓ                                    |

参考出品

●水冷・2サイクル・単気筒・Y.E.I.S./Y.P.V.S. 1950cc ●点火方式C.D.I.(電子進角式) ●潤滑方式ヤマハオートループ ●変速機5速 ●全長2150mm ●全幅820mm ●全高1190mm ●懸架装置(前)テレスコピックオレオ(後)ニューリンク式モノクロス・サスペンション ●ブレーキ(前)油圧ディスク(後)ドラム ●タイヤ(前)3.00-21-4 P.R.(後)4.60-18-4 P.R.



水冷・2サイクルエンジンには、マイクロコンピューター制御のY.P.V.S.を装備。ニューリンク式のモノ・サスはサブタンク付。リヤアームはアルミ製、リムもアルミの中空タイプを採用



シンプルで機能的なメーターまわり

プレートカバーを備えたフロントのディスクブレーキは、オフロード専用開発したもの

# ハイクオリティ・スーパースポーツ

# FJ1100

10月のパリショーでデビューし全ヨーロッパに「スーパーバイク・センセーション」をまき起こしたFJ1100は、トーキョーでも注目のマト。流麗なエアロダイナミクス・スタイリングと、軽量、スリム、コンパクトな仕上りがマニアの話題を集めていた。

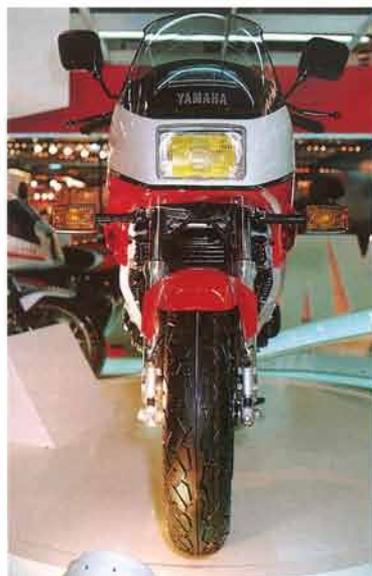


● 4サイクル・D.O.H.C. 並列4気筒・16バルブ・1097cc ● 内径×行程74×63.8mm ● 圧縮比9.5:1 ● 潤滑方式ウェットサンプ ● 点火方式T.C.I.(フルトランジスタ) ● 変速機5速 ● 高張力スチール角型チューブ・ラテラルフレーム ● 全長2230mm ● 全幅730mm ● 全高1230mm ● シート高780mm ● 軸間距離1490mm ● 最低地上高140mm ● 燃料タンク容量24.5ℓ ● タイヤ(前)120/80-16V(後)150/80-16V ● ブレーキ(前)ダブルディスク(後)シングルディスク

ホイールは前後とも16インチ、タイヤはV規格の超ワイドタイプ



サスペンションはリンク式のモノクロスできわめて広い調節機能を備えている。前2、後1のブレーキ・ディスクはいずれもベンチレイトッドタイプ



ノーズ形状もユニークなフェアリングは、特にエアロダイナミクス効果の高いもの



# TTⅢ仕様のプロトタイプ・レーサー FZR400

量産車をベースとするフォーミュラ・ロードレースのTTⅢ仕様にあわせてXJ400Z/Z-Sをベースに開発したプロトタイプ・レーサーFZR400。138kg以下、62馬力・230km/h以上というスーパーパフォーマンスとともにYZR4サイクル版、として人気を呼んだ。

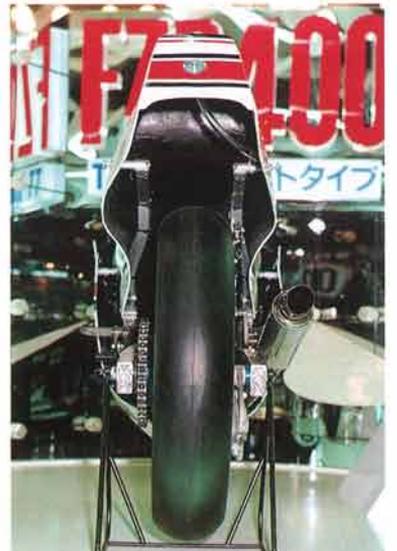


●水冷・4サイクル・DOHC・並列4気筒・16バルブ・398cc●最高出力62PS以上●点火方式フルトランジスタ●潤滑方式ウェットサンプ●変速機6速●タイヤ(前)16インチ(後)18インチ●ブレーキ(前)ダブルディスク(後)シングルディスク●車重138kg以下



前16インチ、後18インチのホイールは軽量3本スポークタイプ、ブレーキキャリパーにはマグネシウムを採用

YZRそのままのフロントビュー。フロントフェンダーも空力特性にすぐれたパワーフェンダー



# ヤマハ奥さま 登★場

⑫

## 来年も、笑顔で商売ガンバリます！

83年もあつたわすか。今年はいろいろあつたけど、来年こそは！の想いひとしあの奥さまも多いことでしょう。さてヤマハ北東京圏のヤマハ奥さまたちは……



●中野重子さま・中野区弥生町／南愛知屋モーターズ（中野利和社長）  
これが来年の私の目標。  
商売の中に「あそび心」を。そしてお客さまと一緒に遊べるように……



●西梶ヨシ子さま・杉並区松ノ木・西梶モーターサイクル（西梶幸雄社長）  
来年は今年の分を取り戻す気でやるしかないわね！そのためいま修理工場を拡張中です。



3月にオープンしたばかりなんで、まだまだ不安定。何んでもとんとん習得していかなくっちゃ。  
●伊達美和子さま・杉並区浜田山／YSP高井戸オートピア（伊達親雄社長）



●橋本芳子さま・板橋区坂下／YSP志村（橋本兼一社長）  
オリジナルのメンバーズカードを作りました。スタンプの点数で特典を与えるやつですが、固定客づくりに威力バツグンですよ。



いまトライアルに熱中しています。お客さまと家族ぐるみで、すごく楽しいですよ。のびのび乗って楽しむ—これがバイクね。  
●大谷裕子さま・板橋区上板橋／大谷モータープロダクト（大谷吉一社長）



▲▲新野セールス

「今年はずごく来店客数が増えましたね」

▲▲村松社長

「去年より30%アップだね。来年はもっと」

『中味の濃い商売をしたいよ』



ブドウ・ワインの産地で知られる山梨県。この地域は甲府盆地という地形的条件もあってバイク普及率は70%以上。和歌山県につづく全国ナンバー2の普及率をもつ市場です。それだけに、ご商売にはシビアさが求められるのもまた事実。そんな甲府市の中心街で、創業24年のご商売を展開するサイクルファミリー・ムラマツさん（村松英造社長）に、'83年のご商売をふり返っていただきました。

創業24年のサイクルファミリー・ムラマツさん（村松英造社長）▼店舗面積45坪▼展示台数65台▼スタッフ4名▼立地条件：商店街・官庁街

今年、来店客数が増えたのはなぜ？

新野 きのはどうも、お疲れさまでした。村松 郵政の職域販売ね。おかげでまあまあでした。

新野 ところで社長、今日は取材なんです。今年のご商売をふり返って見るとどうでしょう。村松 そうね。シヨクなんかは毎月10台以上必ず動いてくれましたし、台数は良かったですね。この分だと今年も年間ペースで500台はいけるでしょうから。

でも、それだけじゃないよ。今年の特徴は

来店客数がすく増えたこと。平均で1日50人以上、去年に比べると30%アップです。

新野 春に展示会を開いてそれで弾みをつけるというご商売の基本的なパターンは、ここ3年間変わっていませんよ。でも、今年は結果が良かったということですね。

村松 展示会や職域販売、どちらも意味はふたつあると考えてやって来たから、と思うんです。ひとつは直接的な成約。もうひとつは後のち店に足を運んでもらうようにすること。

このふたつを自分にいい聞かせ、展示会などでは「必ず店に寄ってください」といって来



↑左から新野セールス、村松社長、サービスの新井重雄さん、奥さま時江さん



→店頭には100年前のイギリス製自転車も



ましたからね。  
**新野** 職域販売も含めて展示会の意味はふたつ。ひとつは成約、もうひとつがお店への集客ということですね。  
 確かに社長自ら工夫されている。赤いジャンパーを着て展示会などでの現場で極力目立つようにやっておられましたから。それに、バイタリティですね、社長の。  
**村松** そうですよ。バイク屋になりきるのが大事なんです。メーカーの派手なジャンパー

を着れば、あの人はバイク屋さんだ」というイメージが、とくに職域では自然と浸透していくでしょう。これですよ。  
**新野** 集客といえば、チラシにも効果があったようですが……  
**村松** チラシも今年は結構離れた地域とか、新しいところへ入れたでしょう。それで効果もあつたし、チラシの効果を再発見した今年だといえるんじゃないかな。  
**新野** その話ですがねえ、ただ一般的にチラ

シの効果はいまだにあるんだ、ということじゃあないような気がするんです。チラシの集客効果が今年も強かったのは、チラシの中の価格表示方法だと思うんです。  
**村松** チラシでは定価しか載せないってこと？  
**新野** そうなんです。地域によっては、チラシの中で特価表示がされている場合が多い。特価の金額を載せると、その時は一時的に台数が出たとしても、2度目からは効果は弱くなるような気がするんです。お客さんは、「あ

**秋の無料点検サービス**  
 11月1日～12月10日  
 秋の無料点検サービスは、お客様の安全と安心のために実施いたします。この期間中は、バイクの点検を無料でさせていただきます。お申し込みは、お電話または店頭にてお願いいたします。  
 オイル交換  
 ブレーキ調整  
 フロントフォーク調整  
 タイヤ交換  
 二輪車安全講習会の後、販売員集合場にて実施いたします。  
**村松 輪店**  
 〒410-0001 静岡県沼津市本町1-1-1  
 ●お申し込みは、お電話または店頭にてお願いいたします。●  
 ●お電話：055-251-1111

お店の向いは甲府城跡（舞鶴城公園）。「春は桜を見ながら、秋は紅葉を見ながら商売ができます」とは村松社長（写真左）。右は新野セールス。電波塔の左に薄化粧した富士山が望める

**村松** 来年？ 台数は今年のままでいいから内容の濃い商売をしたいですね。実際どう動いた方がいいのかは、まだ明快ではないけれども結局は、うちでコツコツやっているのを、回りの人は見てくれているんだな……ということだと思っ

**新野** ところで11・12月の無料点検サービスのDM。宛名は、例の台帳からピックアップされたわけでしょう。  
**村松** そう、あのやぼったいやつね。けれど慣れているから使い勝手がいい。それに、あの台帳だと、1日1日の台数がすぐ解るから**新野** さすがに社長ですね。村松さんくらいの古い店で、こんなに正確に台帳をつけられているお店って少ないですよ。最近の若いお店なら、結構台数管理をやってらっしゃるお店もあります。実際には営業所からの請求書を見て、今月は何台売ったんだなというお店がほとんどですから、DMの方はもう投函されていますか？  
**村松** 11月からのキャンペーンなので、もう300枚くらいは出しましたね。  
 無料点検・オイルサービスといっても、この時期にこの活動をすれば、単に集客アップを狙えるだけでなく、必ず風防や手袋が売れるから、絶対損はしませんしね。  
**新野** まあ社長のところは、いつも私の方から行って行くのが精一杯（笑）。来年もよろしくお願いしますよ。

●新野雅史セールス  
 （ヤマハ西東京㈱甲府営業所）  
 新潟県生まれ。昭和54年ヤマハ入社以来、甲府営業所でオートバイ営業を担当。スキーは準指導員の腕前。販売店さんの息子さんと一緒に登山やロッククライミングも楽しんでいる。青山学院大学卒の29歳。

**年末は、無料点検サービスで集客を図る**  
**新野** あ、また前と同じ特価だと思われるから。  
**村松** うちでは価格は会場でしか表示しなかつたからね。たしかにそういうチラシの方法も集客につながったと言えますね。

# SENIOR TIP CORNER

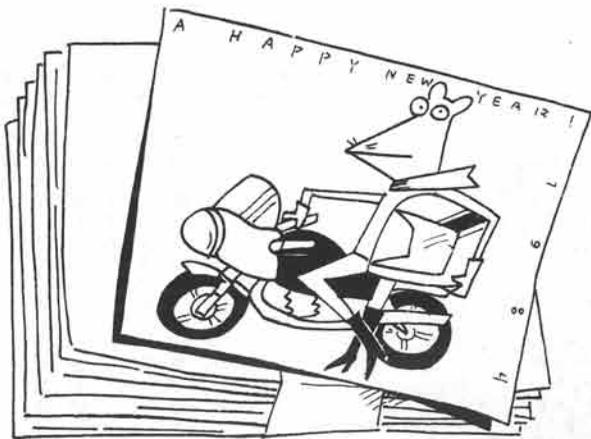
●お忙しい販売店さんのための情報アンテナ●

●話題と流行の最新情報●

## LETTER

●素敵な年賀状でお店のセンスをグーンとアップ、というのはいかがでしょう

12月、師走、そろそろお店のお客さまに年賀状を出す季節ですね。年賀状とひと口でいってもいろいろあります。単純に印刷したもののや一枚一枚にメッセージを加えて手書きをしたもの、版画式にして絵心で挨拶



する方法、日本の伝統的な美であります毛筆による年賀状など。

やはり、その年の総決算であり、新しい年へ向かっての希望となるイメージの内容がベストでしょうね。お客さまが若い学生さんなら一緒にツーリングに行った時の写真にしたり、ファミリーバイクのお客さまなら、安全運転のワンポイントアドバイスをイヤミにならぬようにサラリと、ベテランの方には旅心を歌った俳句をひとつひねってみるといいはいかがでしょう。

昭和五十九年はねずみ年。さあ、今からねずみの絵でも練習しましょうか。

## TOURING

●バイクツーリングでよく使う「ペンション」

バイクツーリングも最近は女性ライダーが増加しているためか、宿泊にはペンションを利用する人が年を追って目立ってきました。空気のおいしい森の中にある白い洋風の建物というのがペンションのイメージですね。

日本で一番最初にできたペンションは、昭和45年1月で群馬県草津にあります。それ以来年々増加し、全国のリゾート地にはペンションが多く集合したペンションビレッジがよく見られます。

もともとペンションは、フランスから始ま



ったのですが、ドイツ、イタリアなどヨーロッパ各地に広まり、やがて日本に入ってきたというわけです。ペンションの意味はもともと下宿屋です。フランス語では、バンシオンと発音します。

日本でのペンションは、ヨーロッパ風民宿が圧倒的に多く、その大半は山のほうにあります。普通の民宿は海の方に多いのですが、

もし、海辺に洋風の白いペンションができれば、オートバイライダーもきっと海辺を使つたツーリングが増えることでしょう。

ペンションは普通のホテルとは違い、オーナーが直接にいろいろなこと、たとえば地元

の話など、楽しい話題を提供してくれるものですし、食事も家庭的でしかも洒落た料理が大半です。これから本格的な冬に突入しますが、お客さまとの忘年ツーリングに美しいペンションを利用してみたいというのはいかがでしょう。

☆☆☆

●事故を起こさない運転についてディスカッションしてみようというのはいかがでしょう

バイクライフでもっともツマラナイことは交通事故を起こすことです。加害者でも、被害者となってもこれほどあと味が悪いことはありません。



お店に来られるお客さまの話をいろいろと聞いたたり、ご主人の話を参考までに聞いていただく、事故を起こさないためのノウハウが、その中からきつと浮かび上がってくると思います。

とくに若いライダーは、速く走ることだけに夢中になりがちですが、速く走ることよりも、うまく走るアドバイスをいろいろとしてみたいでしょう。もし言葉でだめなら、全員で草レースをやったり、ロードレースやモトクロス、トライアルの小さなイベントに参加して、自分のウデのレベルをしっかりと把握するようにガイダンスできるといいでしょう。

また、ケガをしないための予防運転を、お店に集まるお客さま同士で、いろいろと情報交換することも大切です。それだけでも、とても素敵なお店のイメージにつながると思います。

●お店のバイクカタログはお客さまの夢

最近、「カタログコレクション・日本のオートバイ」という昔のXSIが表紙になったカタログ復刻版が出版されてから、各オートバイ雑誌が昔のカタログを矢張り早やに誌面に取り上げて、一種のブームとさえなっています。そのアオリを受けたのか、お客さまのカタログに対する意識も変化してきたようです。以前なら、カタログをバラバラと見て、ポイントとクズカゴへ投げ入れるのが普通だったのですが、カタログを手に入れるや、シワをつけずに大切に持ち帰る人が増えたみたいです。お店にオートバイを見に来られるお客さまも実物を見たあとは、カタログをじっくりと見ていろいろと分析したり、その文章に読み耽ったりしているのです。

雑誌とカタログをならべているお店もありますが、キレイに整然としてあると見た目にもいいし、お客さまもお店の整理状態で気を配っているかどうかを見分けるものだと思います。キレイなお店、サービスのいいお店、

BOOKS



修理のうまいお店というのはバイクショップ経営の基本。カタログ一つでも大切に扱う気持ちがあつとお客さまには通じると思っています。

●リラックスして勉強できるスクーター・ファミリールバイク免許の本、アリマス「原付免許の取り方・乗り方・楽しみ方」泰光堂/¥850

いわゆる女性向けの、読むというよりか、見ながら免許の取り方を解説したのがこの本です。普通、交通法規はわかりにくく、しかもその時に理解してもすぐに忘れてしまうものです。ですから扱いやすい本というのは、理解しやすい図や表がたくさん載っていて、さらに重要な点については記憶しやすいようにレイアウトしてあることです。この本はバイクに乗る時の基本のように、肩に力が入



らず、リラックスして読める本ということがいえるでしょう。ひと通り読み終えたら、巻末にはテストが用意されています。ここで自分の実力をチェックすれば、何がわかっていないかがよくわかるようになるわけです。

PARTS

●単なる潤滑剤とは違います。テフロン入りでさらに潤滑効果をアップしています

このヤマハトリフロンVは、摩擦係数の極小値を示す微粒子状のテフロンパウダーの特性を最大限に活用しているまったく新しいタイプの境界潤滑剤です。その1ml中には、直径0.3ミクロンの球形テフロン微粒子が実に数百万個も含まれているので、これをスプレーするだけで金属面に素早く浸透、同化し、ベアリング的な働きをする高密度の潤滑膜を形成するというわけです。



潤滑、表面強化はもちろん、防錆、撥水、清掃、防塵にも威力を発揮します。使用温度範囲はマイナス53度から240度Cまでと広く、PHも中性、しかもベトついたりしません。1ccで55cm平方の塗布ができるため少量ですみますので、塗布回数が大幅に減少し結局、経済的でもあるのです。ヤマハ純正部品で部品番号は00890-70071/110g入 ¥1100

RACE

●モーターサイクルのサラブレッド、ヤマハロードレーサーTZ250のTZの意味 '83年世界選手権ロードレース250ccでへ



ネズエラの星、カルロス・ラバートがヤマハTZ250を駆り、見事世界チャンピオンを勝ち取りました。このTZはフロントに16インチホイールを採用。ヤマハお得意のV.P.V.S.(電動式)と外観的には大きな変更はみられないものです。

1956年生れの彼は、ベネズエラのカルカス出身。1975年にジョニー・チエコットがベネズエラ人として、また南米人として初の世界チャンピオンを獲得したことに感銘を受けて、レースをやり始めたのです。ですから、テクニクもおのずとチエコット風となります。さらに、チエコットに似る理由はもう一つあります。マシンがTZだからです。優れたマシンに乗れば、究極的にその乗り方は整理されて必然的にフォームは似てくるわけです。

ラバートが今年度の世界チャンピオンを獲得して、母国に凱旋したときに、空港から一般公道をパレードしたことも、ラバート、そしてロードレースの人気の高さがうかがえます。

ところで、その英雄ラバートを勝利に導いたマシンTZ250のTZの意味はとていまずと、Tは'60年代にヤマハがチャレンジしたマン島TTレースの名に由来します。Zは究極の意味で、水冷式エンジンをそう概念づけたためです。今をときめくRZシリーズは、そのすばらしい特性がすべてTZのノウハウからフィードバックされており、まさにサラブレッドの血統書付きということができるといえます。

総集編

# 競合店との位置づけによる ストアマーケティングの考え方

1年間にわたっておつきあいいただいたこのシリーズも最終回。今回は一般的にいわれるマーケティングの基本的な考え方である『売るための考え方と仕組みづくり』について説明しましたが、今回は実際にご商売を営む上で無視することのできない、競合店との位置づけと、その立場によるご商売の展開を考えてみましょう。

販売店さんにとってこの一年間は、きっと冬の時代ともいえるべき厳しい状況の中で推移したのではないのでしょうか。しかし、オートバイがよく売れた頃のことを考えてください。オートバイがよく売れたときというのは、どのお店でもよく売れていたのです。いわば業界の成長期であり、個々のお店は格別の努力をしなくてもそれなりに売上げが伸び、経営の上手、下手よりも業界の成長力の方が強かった時期だったのです。

このような時期には、メーカーのおこなう総需要の喚起が有効な方策であり、小売店はそれに従っているだけでもかなりの需要に売上げが見込まれたのです。

このような成長期においては、自転車に乗っていた人がオートバイに乗るかえ、車を持っている人もオートバイに乗るといふ現象が見られ、自転車市場、自動車市場など他業界に対しても、オートバイ業界が勝つという市場間競争があったのです。

それに対して、成熟期に入ると、市場間競争よりも市場内の競争、つまり同業同士の競争が始まります。きびしい言葉を使えば、優勝劣敗の競争がおこります。

したがって同じような地域に、いくつもの

お店がある場合、どうしても競争対抗というものの重要性が出てきます。このような状況におかれる販売店さんは、今後どのような方向づけをすればよいかを、ここで考えてみましょう。

## 優位な立場を最大に生かす

まず、その地域でもっとも強い（店舗面積が大きい、売上げが多い）お店について考えてみます。

このようなお店では、これまでにその地域で作り上げられた信用やイメージがあり、それなりの販売ノウハウ（販売上の知識や経験）を持っていきます。そして、何よりも多くの顧客を持っていきます。資金も他に比較すれば多いはずで。

したがって、もしも他の弱い販売店さんと同じような手段で競争をしたとなれば、規模が大きいただけ有利であり、勝つことができるのです。つまり、あたり前のことをあたり前にやっていたら、他の競争者よりも強いということになります。

このように優位な立場にいる販売店さんの、まずやらなければならない具体的な手段としては、従業員さんの教育、訓練などによって

人間の質を高めていくことです。つまりサービスの向上です。サービスの向上に目に見えないものというのは、その改善や向上はむずかしく、一朝一夕にできるものではありません。長い地道な努力が必要だけに、余裕のある第1位の販売店さんでなければできないこととなります。このサービスの向上は、同時に現在ある顧客の維持にも有効な方法となります。

商品については、広く、深く揃えます。トップクラスの販売店さんとして経営を維持するためには、特定の少ない品だけを扱っていたのでは不十分だからです。規模のメリット（利点）を最大に生かし、あのお店に行けば何でも揃うイメージをつくるのが大切です。

さらに価格については、値下げはしないようにすることです。他の競合店が値下げで対抗したときも、サービスやその他のマーケティング戦略にお金をかけてカバーするようにします。一時的には苦しいかもしれませんが、第1位の販売店さんが価格を下げなければ、いずれはその価格に戻ってきます。

広告は総需要の開発を中心とします。お店に消費者を引きつけるというだけでなく、その地域のオートバイ全体の需要を高めること

によって、おのずと自分のお店の取り分が大きくなるからです。

また、他の競合店が新しいサービスや販売方法などを始めた場合は、それと同じ方法より徹底した形です。同じようなサービスや販売方法を取った場合、規模が大きい方が有利になるからです。

ただし、ここで注意しておきたいことは、決して欲ばらないということです。欲ばって他の販売店さんのシェアまで得ようとすると、大きな努力（資金や手間）がかかるわりに成果が出にくいものです。

### 獨創性を出す

セカンドクラスの販売店さんについてはどうでしょうか。セカンドというのは、絶えず上の販売店さんと競合して、努力しなければ

ならないと同時に、下（3位以下）からの追い上げで、はさま打ちの形になる傾向があります。

市場全体が大きく伸びているときには、普通のすすめ方で充分通用したとしても、市場が安定化してくると、そのままのやり方では伸びるチャンスが失ってしまいます。第2ランクのお店としては、トップに対抗していくためには、何らかの獨創的な方法が必要になります。獨創的という言葉でいってしまえば簡単なようですが、現実には失敗する可能性もあり、むずかしい面もあります。

具体的にみると、商品はトップランクの販売店さんと同じく、幅広い品揃えが必要になります。ただし、深さが少なくなるのは、仕方がないところです。

広告や販売促進については、何らかの獨創性を出すことが要求されます。トップの販売店さんと同じようなものでは、どうしても陰にかくれてしまい、目立たなくなりまして、ちょっと変わったデザインやレイアウトのチラシを出し続けることによって、お客さまへの印象づけを狙います。これをマーケティング用語では差別戦略といっていますが、ちょっとした冒険が必要で、それだけに頭を使うことが要求されるのです。

### ターゲットを見極める

ひとつの商圈の中で、3ランク以下の販売店さんがとるべき手段としては、ふたつの方向があります。

第1は、上位の2ランクとあまり差がない場合にとる方法で、上位2ランクのとる良い方法を真似て、適宜よいところだけを自分のお店に合わせた方法で実施します。実力の差がそれほど大きくない場合には、危険が少なく、それなりに成果を上げることができま

第2は、自社の特徴を充分發揮できる特定の市場を選び、そこだけに集中してしまうことです。たとえば、キメ細かい訪問販売などで、ファミリーバイクやスクーターの市場をガッチリとつかまえるとか、スポーツ車や実用車だけを扱うというような方法です。全般

的に大きく手を広げてみても、1位、2位のお店には負けるということになるでしょう。したがって、少ない力を充分に有効に働かせるために市場（力を入れる対象）を絞ってしまい、そこだけは他社に負けない手を打つことです。

市場の分け方としては、商品（スポーツ、ビジネス、ファミリーなど）、地域、用途業務用、リース用 etc.）などで区分していき

ます。大手は、手広く勢力を拡大しなければやっていけません。その大手が充分開拓しきれない所に絞って、そこでトップの売り上げを狙う方法で、スキマ戦略ともいわれています。

### 競合状況に対抗していくために

以上、競合状況における大まかな販売店さんの位置づけについて考えてみました。今年度は、いわば恵まれた環境から、一歩だけ外にふみ出した状況でした。今後情勢の変化にもなると、販売店さん自身も自分の道を探し出すことが必要になります。その時に考えなければならぬことを、少し述べておきます。

まずはじめは、お店の力です。この力というのは販売力のことです。これは、資金力、人材、技術や店舗などを含んでいます。これらが実施上の大きな制約となる場合が多く、充分な力を育てておくことです。とくに問題になるのは技術です。技術というと修理やサービスというイメージがありますが、特に今後必要となってくるのは、陳列や広告の仕方、お客さまとの話し方、顧客管理などを含む販売の技術です。

そしてつぎは顧客です。これまで、どのような対象顧客に、どのように売り、どのように受け入れていたかを考えます。顧客はいわばお店の財産です。これを無視して新しいものに飛びついても、失敗の可能性が大きくなります。新しい考え、新しい手法というのは、あくまでも現在のお店をベースにした上でのものであり、それを有効に生かし、少しずつ望ましい方向にすすんで行くことが大切なのです。



# INFORMATION FROM YAMAHA

●詳しくは担当のヤマハマンにお問合わせください

## SALES

### 冬にお客さまを増やそう！——冬仕たく総点検キャンペーン——

冬だからって、ご商売の手をゆるめているようでは、お店の飛躍は望めません。需要が低迷しがちな冬にこそ基本的な掘り起こし作業を行ない、お客さまをお店にしっかりつなぎとめ新規および代替需要を促進させたいものです。

今回、ヤマハが展開するキャンペーンは、まさにそうした冬場の最も基本的なセールスプロモーション・プラン。以下の3つのプランを、お店の実情に合わせて組み立てて、効果的な打ち出しをお図りください。

**○プラン1 冬仕たく総点検キャンペーン**  
3年以内の自店のお客さまと、バイクを使用していることがわかってる人を対象としたキャンペーンです。

3年以上前の自店ユーザーやバイクを使用しているかどうかわからない人を対象としたキャンペーンです。

**○プラン3 二バイク何でも点検キャンペーン**  
商圏2km以内にある他店購入者や遠方での購入者で保守店のない人、さらに小さな故障があるのにそのまま乗っている人を対象としたキャンペーンです。

需要が伸び悩む冬に必要なことは、①商圏を守る（他店に負けない店づくり）、②自店の顧客を守る（今こそ心のこもった触れ合いを）、③売れない冬にも打って出る（商売のチャンス掘り起こし）——です。以上のキャンペーン・プランにつきましては、マニュアルおよびツール類が用意されておりますので、詳しくは担当セールスにご相談ください。

※写真は「冬仕たく総点検キャンペーン」のツールの一部です。



## SERVICE

### 技術講習会でお店のサービス力を一段と充実しよう！

磐田・東京・神戸にあるヤマハ研修センターも、全国の販売店の皆さまにご利用いただき好評を得ておりますが、この12月より来年4月までの技術講習会のスケジュールが決定しましたのでご紹介いたします。社長さんをはじめ、奥さま、従業員さんの技術力アップにぜひこの機会をご利用ください。

#### 〈技術講習会スケジュール〉

■昭和58年12月  
磐田/1-3日(4コース)、7-9日(車体

コース)  
東京/1-3日(2コース)、7-9日(4コース)、15-17日(4コース)  
神戸/7-9日(4コース)、14-16日(2コース)  
■昭和59年1月  
磐田/18-20日(車体コース)  
東京/11-13日(4コース)、18-20日(4コース)、24-26日(2コース)  
神戸/19-21日(2コース)、25-27日(4コース)  
■昭和59年2月  
磐田/1-3日(2コース)

東京/8-10日(2コース)、15-17日(2コース)、22-24日(4コース)  
神戸/1-3日(4コース)、6-8日(2コース)、13-15日(4コース)、20-22日(2コース)  
■昭和59年3月  
磐田/1-3日(4コース)、7-9日(車体コース)  
東京/7-9日(4コース)、14-16日(4コース)、22-24日(2コース)  
神戸/1-3日(4コース)、8-10日(2コース)、14-16日(4コース)、22-24日(4コース)、27日(2コース)、28日(4コース)

日(4コース)、29日(女性コース)  
■昭和59年4月  
東京/4-6日(2コース)、11-13日(4コース)、18-20日(4コース)  
神戸/5-7日(2コース)、24日(2コース)、25日(4コース)、27日(女性コース)  
また、北海道地区では、昭和59年1月25-27日に2コースを予定しております。  
なお、詳しくは最寄りのヤマハ販売会社の営業技術課までお問合わせください。

## SAFETY



# 原付免許自習セットのビデオテープをご活用ください！

いまやビデオブームの最盛期ですが、この冬の原付免許取得希望者へのアプローチも、ビデオテープの自習セットをご活用されてはいかがでしょうか。

なんでも、今年末にはビデオカセットの世帯普及率は25%にも達するとか。ビデオを見ての勉強は、お客さまの間に大きな話題を呼ぶことでしょう。

ヤマハの原付免許自習セット・ビデオテープ版(写真①)は、ビデオテープと絵とき

キスト・問題集がそろって15,000円。最寄りのヤマハ販売会社の安全運転推進本部でおもとめください。(ベータとVHSの両方式があります)

また、ヤマハ安全運転推進本部では、ビデオデッキの斡旋も行なっています。最もおもとめやすい廉価モデルからデッキごとお客さまに貸出しているハンディタイプのモデルまで、バリエーションも豊富に揃えています。

- 69,800円(標準価格128,000円)
  - サンヨー・マイコンニックM1(VTC-M 1) 85,000円(同135,000円)
  - サンヨー・マイコンニックM3(VTC-M 3) 108,000円(同165,000円)
  - サンヨー・マイコンニックH5(VTC-H 5) ハンディタイプ・ハイファイビデオ 1189,000円(同278,000円)
- なお、詳しくは最寄りの安全運転推進本部の担当者までお問合せください。



ヤマハ原付免許自習セット・ビデオテープ版(①)

## POWER PRODUCT

# この冬、ヤマハ赤外線ヒーターのご拡販をどうぞ！

冬が近づくとつれ頭を悩ますのが広い工場や屋外工事現場などでの暖房ですが、そうした人びとにいま大好評なヤマハ赤外線ヒーターをご紹介します。

YH340とYH170の2機種が揃ったヤマハ赤外線ヒーターは、風の中でも吹き消えがなく屋外でも効率的な加熱を可能とする赤外線加熱方式。燃費は電気やガスの1/2以下という大幅なコストダウンを実現する灯油燃料を採用しているもので、移動に便利なキャスターや臭気・発煙のない自動エア抜き機構、10時間連続運転可能な40ℓ大型タンク(YH340)など、装備の充実が図られて

います。主な用途は、広い工場内でのスポット暖房や除湿・乾燥をはじめ、土木・建築など作業現場での熱源、さらにゴルフ場やスキー場や野球場、プールなど屋外でのスポット暖房や用具の乾燥。またコンクリート養生・焼付塗装の乾燥など工業用の乾燥作業や、畜舎や温室の除湿・乾燥・暖房などに数多く利用。その他、販売店さんにおいては、展示会やレース開催など屋外イベントで大いに活用され喜ばれています。

なお詳しくは、本社・特機事業部国内営業課までお問合せください。



YH340

なんと重さは13kg!

## ヤマハ エレキボーイ

ポータブル発電機

12月1日新発売!! ¥44,800

ヤマハの発電機シリーズに、もうひとつ新機種が加わりました。その名は、「エレキボーイ」。携帯しやすい小型・軽量のこのポータブル発電機は、60Hz-250VA/50Hz-200VAの出力を発揮。レジャーや非常用電源としておつかいいただけます。

- 〈主な特徴〉
- 携帯しやすい小型・軽量13kg。
  - 排気煙・排気臭の少ない50:1の混合ガソリン。
  - 抵抗入りプラグキャップで雑音防止。
  - 操作集中方式(リコイルスターター、チョーク、コック、コントロールボックス)
  - メンテナンスフリー
  - 安全性に優れた4点マウントラバー
  - ワンタッチストップスイッチ
  - カラーリングは赤と白の2色



# スポーツランドSUGO スキーニューイヤーパーティを!

スキーのシーズンがやって来ましたが、この冬、スポーツランドSUGOでのんびりウィンター・パカンスをお過ごしになりませんか。スポーツランドSUGOでは、恒例のスキーツアーパックやニューイヤーパーティをご用意して皆さまのお越しをお待ちしています。

- スキーツアーパック
- ワンダフルスキーイング(団体向け) 11月13,000円、週末17,000円より
- (2泊3日・3食・ナイトパーティ付/バスチャーター料は除く)

- ワンダフルスキー初すべり 12月16日(金) 発の2泊3食付バスツアー。21,500円。リフト乗り放題。(東京発以下も同じ)
- ワンダフルXマススキー 12月23日(金) 発の2泊3食・パーティ付バスツアー。27,000円。
- ワンダフルお正月スキー 12月28日(水) 発の3泊5食・パーティ付バスツアー。36,000円。12月30日(金) 発の4泊7食・パーティ付バスツアー。58,000円。
- ワンダフルウィークエンドスキー 1月31

- 日(金) 発の3泊5食・パーティ付バスツアー。38,000円。2月10日(金) 発の2泊3食・パーティ付バスツアー。29,000円。
- △ニューイヤーパーティ
- SUGOニューイヤーパーティ 1泊2食・大人お1人様15,000円(税・サービス料込み、お食事はお正月特別メニュー、5歳のお子様は11,000円)。お子様にはお年玉プレゼントがあります。12月31日~1月3日の期間中はモチツキ大会、書き初め、新春カルタ大会、ファミリリーテニ

- SUGO東京営業所 105東京都港区芝2-31-16
- ☎03(456)0191
- SUGO仙台営業所 980 仙台市一番町4-1 福田ビルF
- ☎022(66)8401
- スポーツランドSUGO 989-14 宮城県柴田郡村田町菅生
- ☎02248(3)3111

ス大会ほか20種類以上の特別催し物と娯楽室をご用意されています。



# YAMAHA TOPICS

●ヤマハニュースは、販売店みなさまの情報誌です。みなさまの積極的な読上参加をお待ちしております。ご商売に関する話題、「質問」、「相談」なんでも結構です。お気軽にお寄せください。〒438 静岡県磐田市新貝2500 ヤマハ発動機株 営業部宣伝課「ヤマハニュース」係 ☎05383(2)1111(内線2355)



## チャンピオンと新チャンピオン

## C・Lラバード選手来日

'83世界選手権ロードレースシリーズ250ccクラスでヤマハTZ250を駆って大活躍し、みごと世界チャンピオンに輝いたベネズエラの星カルロス・ラバード選手が、11月上旬日本を訪れました。ヤマハ本社へのタイトル獲得報告をはじめ2輪専門誌の取材など日本

でのハードスケジュールの合い間をぬって11月7日には、東京モーターショー・ヤマハコーナーにも姿をみせ、折りから展示中の愛車TZ250にまたがり来場者の拍手を浴びていました。日本人と並んでも小柄な体、ラテン人特有の人なつこい笑顔で、短期間に日本にも多くのファン

をつくったラバード選手、以下はそんなチャンピオンとの一問一答です。

—'83年のシーズンは、きつとあなたにとって、最高じゃなかったかと思えますが……

C・L 今シーズンは、私にとって最も重要で、最もむずかしかった。

250ccクラスは、ライダーの実力やマシンの戦闘力が伯仲していたからね。

それと、今年2月に、私の恩師であり、マネージャーであり、父であり、友人でもあるドン・アンドレア・イポリト、ベネモトス(ベネズエラのヤマハインポーター)社長が亡

くなられた。私は彼に、世界チャンピオンを捧げようと決心したんだ。今度のタイトルは、イポリト氏、ベネモトス社、ベネズエラの人々、そしてヤマハのおかげと深く感謝しています。

—かつてはジョニー・チェコット選手をも育てたイポリト氏は、あなたにとって欠かすことのできない存在だったようですが……

C・L 彼は'76年から私をサポートしてくれました。これまでケガが多くて、なかなかチャンピオンを取れなかったけれども、彼はいつも私を信頼してくれ、プレッシャーをかけるようなことは決してありませんでした。落ちついて走れば勝てる。いつもそうやって励まされました。

—あなた自身は、ヤマハのバイクをどう思いますか……

C・L '76年、初めてレースに出て、初めてベネズエラチャンピオンとなった時のRD400からずっとヤマハに乗っている。ひとつは好きだからであり、もうひとつは今まで一度も大きなトラブルがなかったからね。

—来シーズンの予定は?

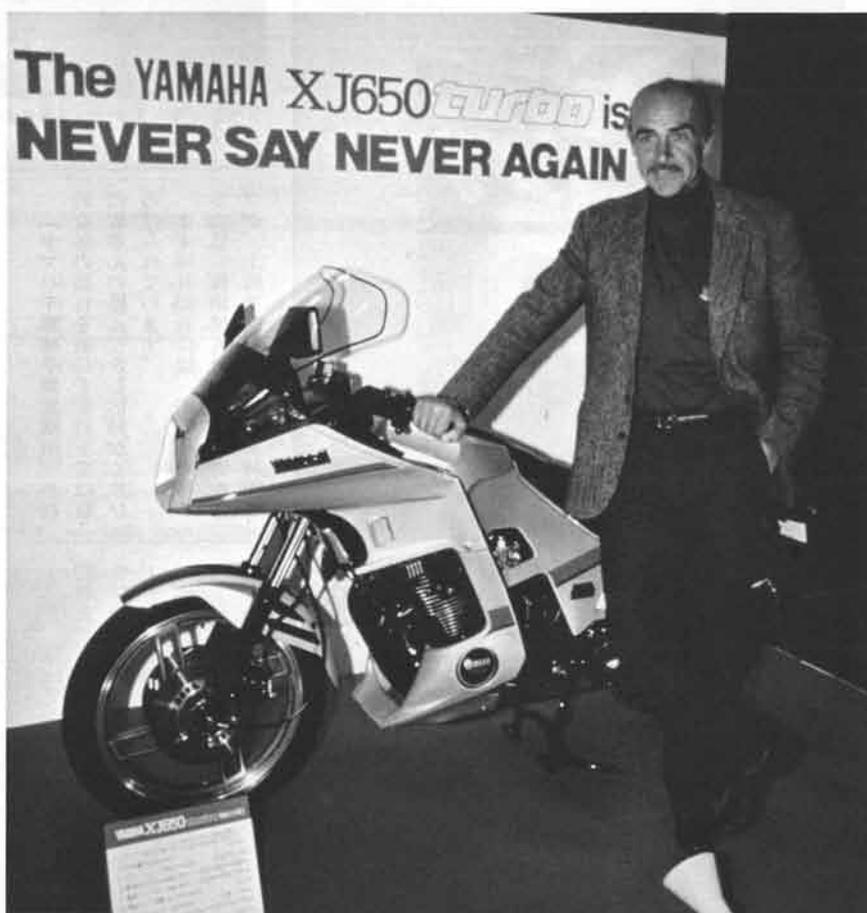
C・L またGP250ccクラスに出場するつもりです。500ccクラスも興味はあるけれども、そのためにはもっとトレーニングをしなければ。そのための準備は始めるつもりですけどね。

最後に、東京モーターショーの印象を。

C・L ヤマハに乗ってるから言うわけじゃないけど。ヤマハコーナーが一番美しいね(笑)。



## 007『ネバーセイ、ネバーアゲイン』 コネリー=ボンドXJ650ターボで大活躍!



元祖シヨーン・コネリーが、12年ぶりにジェームス・ボンドを演じる  
とあって話題を呼んでいる007シ  
リーズ第15作『ネバー・セイ、ネバ

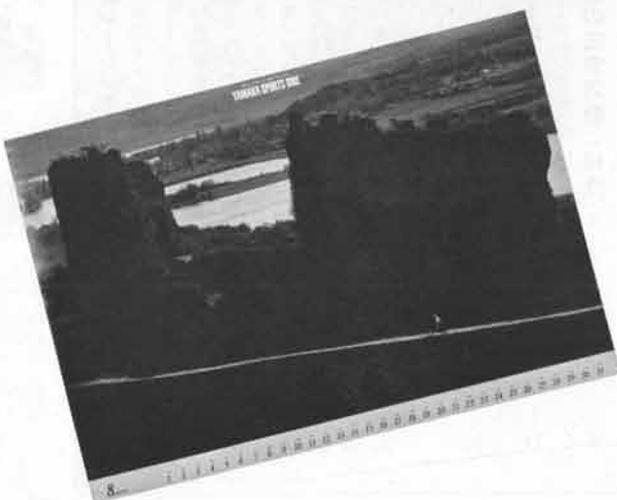
ー・アゲイン』は、お正月映画とし  
て12月10日より公開されますが、こ  
の映画でシヨーン・コネリーととも  
に大活躍しているのがヤマハXJ6

50ターボです。

10月26日には、この映画の宣伝の  
ために来日したシヨーン・コネリー  
も出席して東京都千代田区の日本ブ  
レスセンターで記者会見が開かれま  
したが、つめかけた250名の報道  
陣の前にシヨーン・コネリーは「今  
度の映画では新兵器のバイク・アク  
シヨーンもすばらしいので、ぜひとも  
お見逃しなく」と実車を前に語って  
いました。

コネリー=ボンドと彼をめぐる美  
女たち、そして奇想天外なアクシヨ  
ンのかずかずと大活躍のXJ650  
ターボ……お客さまをお誘いしてお  
楽しみになってはいかがでしょうか。

## '82スポーツバイク・キャンペーンフォト APA賞を受賞!



モーターサイクル・ユートピア、ヨーロッパに題材を求め人間とモータ  
ーサイクルのすばらしいふれあいを訴求した'82年度のヤマハスポーツバイ  
クキャンペーンは、「55 mph」の発行をはじめ雑誌、テレビCM、カレン  
ダーなど多彩な媒体を通じて展開され、大きな成果をおさめたものでは  
、このキャンペーンの一連の写真(撮影・高崎勝二カメラマン)が、このほ  
ど今年度のAPA賞を獲得しました。

このAPA賞とは、広告写真の分野で活躍するカメラマンの団体APA  
(日本広告写真家協会)が、毎年すぐれた広告写真を選び表彰するもので、  
高崎カメラマンによるヤマハスポーツバイクキャンペーン作品は、'81年の  
アメリカ西海岸編につづいて2年連続という、前例の少ないケースです。  
まさにヤマハスポーツバイク広告のクオリティの高さが、その道のプロ  
フェッショナルたちからも高い評価を集めている証し。この作品は来春、  
日本国内とフランスで一般公開されることになっています。

## トリアル日本GPひらかる 加藤文博、TY250RRでRU

'83全日本選手権トリアルシリ  
ズの最後を飾る日本グランプリ大会  
が、11月6日、晩秋の色濃い福島県  
会津高原高杖スキー場でひらかれま  
した。国際A級、B級、ジュニアの

3部門に全国から135名が参加  
スキー場に設けられた1周11キロ、  
18セクションのコース、2ラップ、  
持時間6時間10分で、日頃のテクニ  
ックを競いあったものです。



## お客さまと一緒にバイク運動会

とくにTY250R登場以来、急速に高まっているトライアル人気を反映してか悪天候の中にも多数のギャラリーがつけかけ、選手たちのトライにさかんな声援を送っていました。そさかんな声援を送っていました。その中でヤマハTY250Rを駆る加藤文博選手が健闘。国際A級・ランナーアップに輝きました。



スペシャル・ステージで得意のハイテクニックを披露する加藤+TY250R



〔ヤマハ北東京株〕  
東京のドマ  
ン中、新宿  
区西大久保  
で商売す  
る新宿ヤマ  
ハ(関口源  
一郎社長)  
さんでは、  
大都会の販  
売店さんの

## SLイベント花ざかり

〔ヤマハ千葉株千葉営業所〕本格的な冬の訪れを前に千葉県下では販売店の盛んなSL活動がくりひろげられています。  
まず10月23日には、船橋市のMCS大仏(飯田健人社長)さんグループが、上総ファミリパーク林間コ

ハンドをカバーしようとして千葉県浦安市の海岸まで遠征、お客さまサービスのバイク運動会を開いて好評を集めました。  
10月30日に行なわれた、このバイク運動会には43名のお客さまが参加。関口社長以下5名のお店のスタッフも加わってバン喰い競争、運乗競争、ちどり走行、ボールころがし競争、カン取りゲームなどからトライアル、モトクロスまで、秋の1日を心ゆくまで楽しんでいました。(松浦)

ースで、50ccノーマル車による2時間耐久モトクロスを開催。お店のクラブMFRのメンバーをはじめ、1チーム3〜4名で、23台、約80名が出場。レースとはいえ、皆ビクニック気分、スポーツの秋の一日を、存分に楽しんでいました。



2時間耐久モトクロスの表彰式

「今年はラリーを5回開催。耐久モトクロスは初の試みでした。50ccならどなたでもOK。ラリーとはちがって参加者全員が同時に楽しめるので、好評でした。来年はぜひ定期開催したいし、その他にもお客さまとのコミュニケーションを深めるいろいろなイベントを計画しています」と飯田社長は意欲的です。

一方、10月30日には、同じ上総ファミリパークでYSP千葉東(海宝勇蔵社長)、YSP千葉中央(渡會



お客さまにもすっかりおなじみとなった3店合同のオフロード・ライディングスクール

安次社長、深山輪店(深山巖社長)の3店さんが合同オフロードライディングスクールを開催しました。  
21名の参加者を上・中級と初級の2グループに分け、お客さまのテクニックに合わせたキメ細かい指導を展開して喜ばれていました。  
「今回で4度目の合同開催ですが、来年も回数を増やし、イベントとして定着させるとともに、参加者の数を増やし、店のお客さまを増やしていきたいですね」と3社長は、異口同音に語っていました。(普及・土田)

## 特集・第25回東京モーターショー

### 〈巻頭カラー〉

ニューヤマハ・ダイナミズム  
誌上ヤマハコーナー……………2

話題のモデル、話題の技術  
参考出品4モデル技術紹介……………5

ヤングの眼 アダルトの眼 レディの眼  
お客さまアンケート……………9

販売店さん座談会  
'84年は我らの時代!  
'84年商戦のキメ手は、個性あふれる商売。  
……………13

### 〈カラー〉

全身レーシング・スピリット  
参考出品4モデルカラー紹介……………17

ヤマハ奥さま登場⑫(ヤマハ北東京株)  
社長さん・ヤマハマン対談⑫……………21

サイクルファミリ・ムラマツ(村松英造社長)  
センズ・アツブコーナー⑫……………24

販売店経営講座⑫  
インフォメーション・フロム・ヤマハ  
ヤマハ★トピックス……………26

〈カラー〉  
パーツ&アクセサリ  
ヤマハ・ヘビィデューティ・バイクギヤ  
シヨールーム拝見⑫……………33

「オート」さん(岡山県倉敷市)  
最新の広告活動ご紹介……………36



## 冬に快適!

# ヤマハ・ヘビィデューティ・バイクギヤ

ウィンターシーズンを迎えたいま、お客さまの関心は防寒ウェアに集まっています。お店でも、ヤマハのすぐれたヘビィデューティ・バイクギヤをお揃いいただき、お客さまのニーズにお応えください。



### スペシャルライティングジャケット(YA-A101)

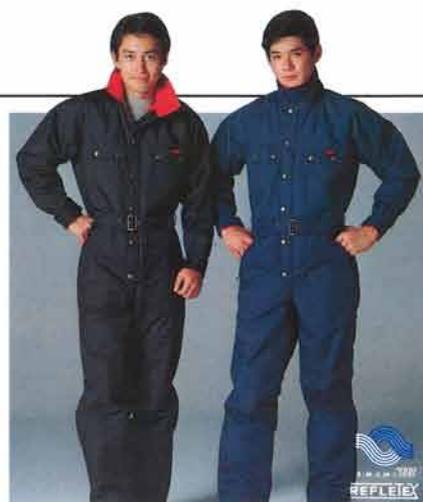
●素材/表=T/C、エントラント2000、中=リフレテックス、裏=リップストップナイロン、ジャージ=アクリルウール  
●価格/¥28,000

〈ブラック〉サイズ/M=90890-58331、L=90890-58332、L L=90890-58333(写真左)  
〈ネイビー〉サイズ/M=90890-58337、L=90890-58338、L L=90890-58339(写真右)  
〈タン〉サイズ/M=90890-58334、L=90890-58335、L L=90890-58336

### タイダーンジャケット(YA-A102)

●素材/表=タイダーンクロス、中=リフレテックス、裏=リップストップナイロン、ポア=アクリルウール、ジャージ=ウーリーナイロン、背部=アクションプリーツ  
●価格/¥26,000

〈ブラック〉サイズ/M=90890-58361、L=90890-58362(写真右)  
〈グレー〉サイズ/M=90890-58363、L=90890-58364(写真左)



### ウェザーオーバーオール(YA-A301)

●素材/表=210ナイロンオックス、エントラント2000、中=リフレテックス、裏=リップストップナイロン、ジャージ=アクリルウール、スパッツ付  
●価格/¥42,000

〈ブラック〉サイズ/M=90890-58392、L=90890-58393、L L=90890-58394(写真左)  
〈ネイビー〉サイズ/M=90890-58395、L=90890-58396、L L=90890-58397(写真右)



### フルーzingジャケット(YA-E101)

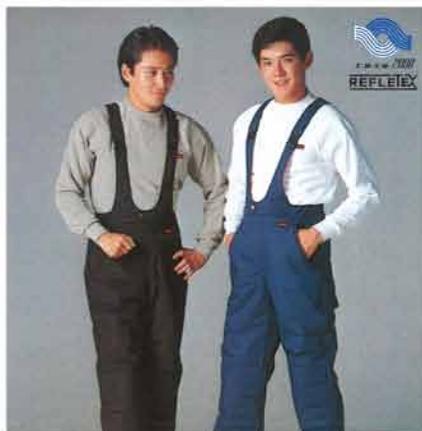
●素材/表=T/C、エントラント2000、中=リフレテックス、裏=リップストップナイロン、ジャージ=アクリルウール  
●価格/¥29,800

〈レッド & ブラック〉サイズ/M=90890-58313、L=90890-58314、L L=90890-58315(写真左)  
〈レッド & ネイビー〉サイズ/M=90890-58319、L=90890-58320、L L=90890-58321(写真右)  
〈グレー & ネイビー〉サイズ/M=90890-58316、L=90890-58317、L L=90890-58318

### ウィンターサロベット(YA-E201)

●素材/表=T/C、エントラント2000、中=リフレテックス、裏=リップストップナイロン、ひざ部=キルティングパッド付、スパッツ付  
●価格/¥28,000

〈ブラック〉サイズ/M=90890-58386、L=90890-58387、L L=90890-58388(写真左)  
〈ネイビー〉サイズ/M=90890-58389、L=90890-58390、L L=90890-58391(写真右)



### ティンバーランドジャケット(YA-O102)

●素材/表=210ナイロンオックス、エントラント2000、中=リフレテックス、裏=リップストップナイロン、ジャージ=アクリルウール、肩・ひじ部=キルティングパッド付  
●価格/¥29,800

〈ネイビー〉サイズ/M=90890-58358、L=90890-58359、L L=90890-58360(写真左)  
〈タン〉サイズ/M=90890-58355、L=90890-58356、L L=90890-58357(写真右)  
〈ブラック〉サイズ/M=90890-58349、L=90890-58350、L L=90890-58351  
〈レッド〉サイズ/M=90890-58352、L=90890-58353、L L=90890-58354

※以上の商品のほかにもヤマハ・ヘビィデューティ・バイクギヤ(YAシリーズ)は各種取り揃えております。詳細につきましては担当パーツマンまでお問合せください。

## オート1/渡辺純治社長

岡山県倉敷市連島中央2丁目3-2 ☎0864(48)0054

瀬戸内有数の工業地帯・水島とそこに働く人びとの住む連島住宅地のほぼ中間。通勤・産業道路の連島街道のすぐそばに建つ『オート1』さん。スクーターコーナー、スポーツバイクコーナー、お客さまコーナー、事務カウンターそしてサービスクーナー……とすべての機能を自然なリズムでワンフロアにまとめた明るく、広びろとしたショールームが、多くのお客さまに親しまれています。



330㎡の敷地に106㎡の店舗、前には店舗と同じ広さの駐車スペース。マイカー通勤の人たちも車を止めて気軽に立寄っていく

解放感のあるワンフロアのお店

# 明るく、広びろとしたショールームで バイク専門店をアピール

## ●ウィンド・ショッピング感覚で 気軽に立寄れる店に

住民の足はバスとマイカー、2輪販売店といえは自転車や自動車との併売ばかり、というこの地域に『オート1』さん。今年5月のこと。免許取得のアドバイスから修理・サービスなどのアフターまで専門店ならではのサービスをフルに発揮して差別化をはかろうという渡辺社長の姿勢が最もよく表われているのが、この明るく広びろとしたショールームです。

「専門店を強調するあまり、逆にハードになりすぎて親しみにくくなったり、気軽に立寄れないということではいけませんけれどもね。その点が一番苦労したところで」と前置きされて店内演出のポイントを渡辺社長は次のように話してくださいました。

「店内のレイアウトを決める前にいろんなお店を見て歩いたんですが、そこで気がついたのが、店の雰囲気がお客を選ぶ」ということなんです。

うちでは男女の別なく、ヤングからアゲルトまで幅広い人たちに親しんでもらえる店が夢でしたから、そのためにはどんな店にしたいのかという考えました。その結論がデパートのように、ウィンドショッピング感覚で気軽に立寄ってもらえる店ということだったんです。

具体的にはウィンドをできる限り広くとり、

外からでも店内の様子が一と目で見られるようにしよう。ショールーム全体はワンフロアにして圧迫感をなくそう……と」と

とはいえ問題が全くなかったわけではありませんが、ワンフロアにしたためにショールームのまん中に2本の柱がむき出しになって変に目立ってしまったのです。そこで渡辺社長は、この柱をカガミで囲み、ショールームのアクセントに変えてみました。これが大成功。いまでは姿見にもなっており、思いがけない効果も生み出しています。

## ●ニュース性、話題性を持たせた ステージ演出

「ショールーム全体をワンフロアとして使うことでのもうひとつ大きな問題は、展示が平板になりがちで、それが新商品なのかもはつきりせず、お客さまが店に入ってきた時のアピール度に欠けるといふことです。

そこで、うちではウィンドのところと2つのステージをつくり、一方はスクーター、一方はスポーツバイクの新商品や重点商品を置いてニュース性のある演出を心がけているんです。このおかげでスクーターの女性客が中心だったうちの商売も、いまではヤングやアゲルトの男性客が4割というところまで広がり、それにつれてスポーツバイクの売上げも伸びています」

あまりにも清潔で、整然としたこのショールームを見て『売るだけで、後の修理などは

## 店舗設計の専門家

がオートバイ店をデザインする時、いつも基本においていることは、明るい店です。

このセオリーそのままもいえるのが、この『オート1』さんのようなお店です。

明るい店とは、単に照明や採光が明るいただけでなく、いつも清々しい空気が店の隅々まで流れていることをいい、このことはそのまま商売の発展を意味するのです。

まさにそれが落ち込んで行く店と、発展して行く店の商空間的分岐点といえそうです。

「オート1」さんの店内。天井高にしても申し分ありません。開放感、この天井高によるものです。ただ、サービススペースとの仕切りは一考を要する所でしょう。完全に仕切ってしまうのではなく、胸高程度の模様ガラスの仕切りパネルなどを使われてはいかがでしょうか。オート1」さんのショールームではきつと観葉植物たちもいきいきと育っていることでしょうか。

株式会社 ヤマハ店舗相談室

伊藤 隆蔵

してもらえないんじゃないか？」とお客さまさえているというのが悩みのタネとか。

「もう値引きは終り。これからは1台ずつていねいに売っていかねばいけな時代だと思えます。そのためには商品の品質をきちんとお客さまに伝えられるショールームづくりが、渡辺社長のポリシーなのです。」



明るく、広びろとした店内

渡辺社長と奥さま  
友子さん。奥さま  
は、生命保険会社  
OL時代の外交の  
キャリアを生かして、  
毎日サリアンで  
訪問販売にと大  
活躍



ビデオ、専門誌から原付免許合格の手  
引まで最新情報もりだくさんのお客さ  
まコーナー

→最新モデルに周辺用品も展示して話題性  
たっぷりに演出されたスポーツコーナー



→ウィンドに面して設けたステージ。こちらはスクーターコーナー



**YZ780**

- 全長2140mm・全幅750mm
- 全高1160mm・シート高1130mm
- V型2ストロークエンジン
- 最高出力27ps (11.500rpm)
- 最大トルク2.15kg-m (11.300rpm)
- 乾燥質量185kg
- 標準全高価格 ¥182,000

**YZ250**

- 全長2270mm・全幅750mm
- V型2ストロークエンジン
- 最高出力40ps (11.300rpm)
- 最大トルク4.01kg-m (7.000rpm)
- 乾燥質量194kg
- 標準全高価格 ¥425,000

**YZ125**

- 全長2270mm・全幅750mm
- V型2ストロークエンジン
- 最高出力22ps (11.300rpm)
- 最大トルク2.15kg-m (10.000rpm)
- 乾燥質量88kg
- 標準全高価格 ¥243,000

# CHAMP.

**'84 YAMAHA YZ**  
*YZ125*  
**HAKAN CARLQVIST**

**いい相棒と出逢った時、チャンプへの道は開かれる。**

世界の男、ハ坎のルキウス。最初の入団も志せる前編と後編の、チカミのライオンリングで、ヤマハYZ400と共に「世界の頂点」に立った。そして、YZ250シリーズ、カールキビストが「世界の頂点」を裏証してあげた。YZ125シリーズのライオンリングで、星の手に新登場。空手の水戸黄門ロケエディションは、得勝者に新技術も投入。全面転換での優勝も、パワーとトルクは抜群の相棒を生んだ。YZ250シリーズ、並び相棒に選んでほしい。星のレーシングスとリリに訴えて、チャンプへの道を突き進むに違いないから。

★YZ780はYZ250の最新型をベースに、YZ400のエンジン・フレームを移植することで完成。  
★YZ125はYZ250の最新型をベースに、YZ400のエンジン・フレームを移植することで完成。  
YZ125はYZ250の最新型をベースに、YZ400のエンジン・フレームを移植することで完成。  
YZ125はYZ250の最新型をベースに、YZ400のエンジン・フレームを移植することで完成。

■掲載誌：12月発売の2輪専門誌  
500cc級モトクロの世界チャンピオンH・カールキビストが、'84YZシリーズを紹介するこの広告が、2輪専門誌1月号を飾ります。YZユーザーは、いまがちょうど来シーズン用マシンの準備のとき。どうぞ有効にご活用ください。

最新のご活動ご紹介

YAMAHA