



YAMAHA NEWS

がんばるバイクショップの

情報マガジン

特別企画●1995取り組む課題とテーマ
バイクショップ100店からのメッセージ

ハローナイスショップ●ヤマハオートショップ フルタ

YAMAHA NEWS●インタビュー
横浜・八景島シーパラダイス

遊び心

1995 No337
1
J A N

ライディングシーンに新風!
今月の表紙はスポーツユーザー
待望のTZR250SPR。
新機種ダブルYPAIS装着など
最新技術投入で生まれ変わった
25モデル。いま発売中!

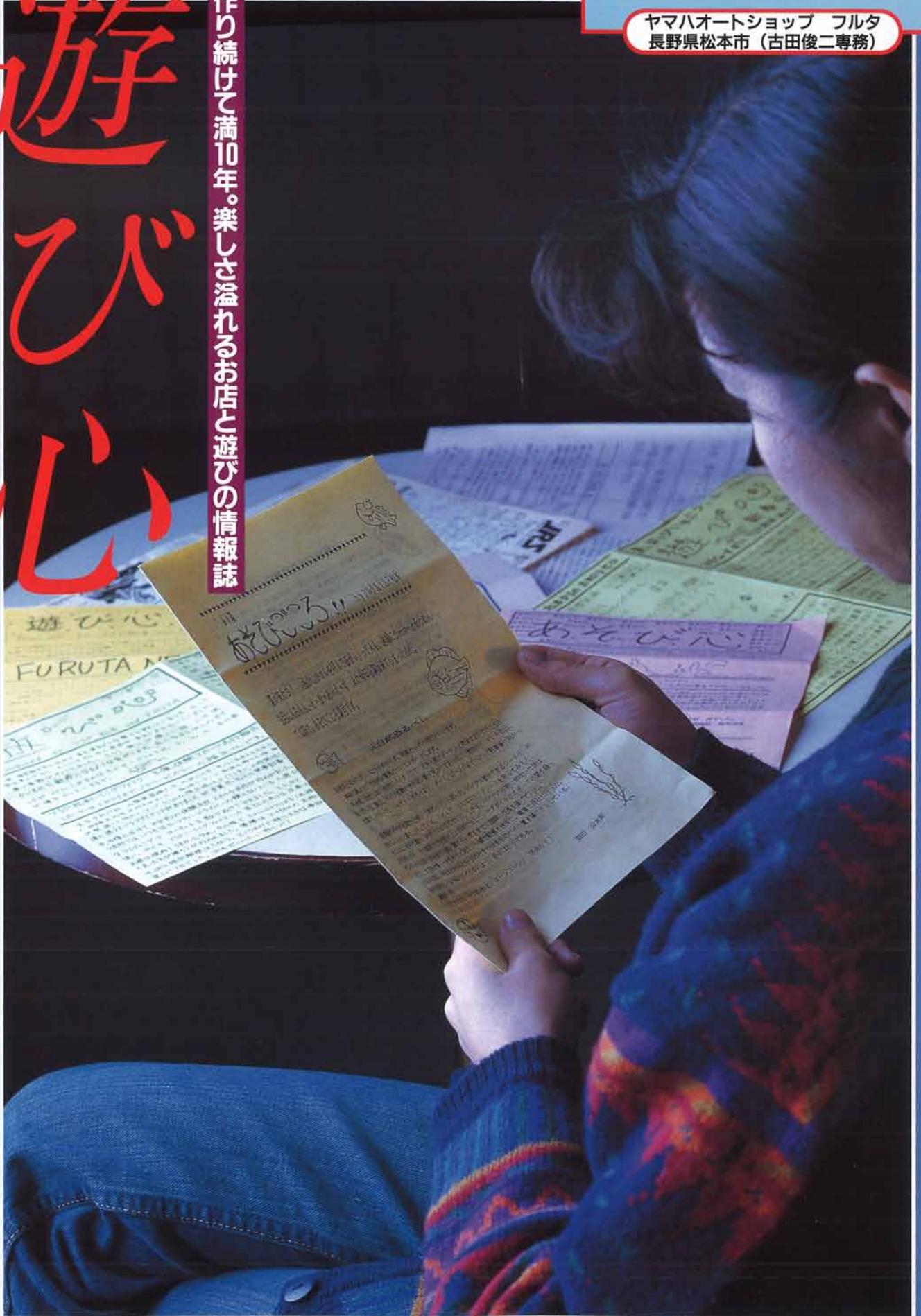
拝見/隣のお店 このアイデア

ハローナイスショップ

ヤマハオートショップ フルタ
長野県松本市 (古田俊二専務)

遊び心

作り続けて満10年。楽しさを溢れるお店と遊びの情報誌





遊び心

名づけ親は同店の古田専務。「いつでもどんな時でも、遊びに対する気持ちを持ち続けてもらいたい」という願いをこめて、10年前の創刊時に命名した。体裁はA4サイズの二ツ折り。お客さま手書きの文字をカラー紙にモノクロで簡易印刷している。年4回発行で、1号につき350部を印刷。編集は信州大学の学生さんが中心となり、卒業時に次期編集長を指名するシステムで行われている。発行の目的は「店に対する親近感と、お客さん同士の連帯感向上」。



寒さの深まりとともに、お客さまの乗車機会が減少しがちなこの季節。特に雪深い地方ともなれば、ライダーの意志にかかわらず愛車の車体カバーをはがす機会は少なくなってしまうものです。

乗車機会の減少は、イコール来店機会の減少にもつながります。「ひと冬越したら（お客さまとの関係が）疎遠になった」ということも決して珍しい話ではありません。



「もうずいぶん前になるんですが、近所のW店でカラー印刷の立派なミニコミ誌を作っていたことがあったんです。お客さんがあまり店に足を運ばなくなったシーズンに、店の情報なんかをたくさん盛り込んでお客さんに送っていたようなんですね。それがなかなか良くてきていたんで、じゃあウチでもやってみようか」ということになったんです。最初はほとんどのまねですよ（古田俊二専務）

ヤマハオートショップフルタさんが、お店の情報誌「遊び心」をスタートさせて今年でちょうど10年目。その間、信州大学の学生さんを中心に代々編集長も代わり、現在活躍中の鈴木美澄さんと鈴木さおりさん（ともにOL）は10代目の編集長にあたります。

「本当はもっと立派な情報誌にしたいと思ってたんですが、最初から無理をするとうしても長く続かないじゃないですか。それなら店にかかる負担をできるだけ少なくして、逆に手作り感覚の楽しさで勝負してみようと考えたわけなんです。お客さんたちに編集をお願いしているのも、みんなで作るといって

識を持つてもらいたかったからなんですよ」とは、10年前の創刊時から「遊び心」を見守ってきた社長夫人の古田和子さん。「だからこそいまままで続けられたんだと思いますけどね」と、長続きの秘訣を教えてくださいました。

気になる「遊び心」の中身ですが、これがなかなかおもしろく仕上がっています。主な企画はお客さまによるツーリングやイベントのリポートですが、その他にも「フルタ人間図鑑」と銘打ったお客さまの紹介や、トラブルシューティングの「ワンポイントアドバイス」（バンク修理等）、「私のバイク自慢」などなど、代々の編集長の個性が誌面に溢れ返っているようです。

手作り感覚を活かすためワープロは一切使わず、手書きの原稿を簡易印刷にかけて350部をプリント。これをスポーツバイク購入者の中から抽出したお客さまに郵便で発送しています。通常郵便料金で80円、発送費の2万8000円プラス印刷代が、制作から発送までの全コストになっています。

「長く続けてきた甲斐があつて、信大を卒業して地元に戻ったお客さんから原稿が送られてきたり、次の号はいつできるの？」なんて催促されるようになったり、いろんな意味で広がりが出てきましたね。本当は実際に顔を合わせてコミュニケーションできれば一番いいのですが、冬の間も「遊び心」を絶やさないように、これだけはいつまでも続けていきたいと思えます（和子さん）

お店とお客さま、そしてお客さま同士の絆を結ぶ情報誌「遊び心」。みなさんのお店でも取り組んでみてはいかがでしょう。

店からのメッセージ



■新規顧客の獲得

最も多くの店が'95年の課題トップに挙げている。販売増に直結する要素だけに各店の意識も高く、また経営諸課題の中でもこれが最も難しい問題であることから、新年の取り組むべき最重要課題としてとらえているようだ。YSP店、YOU SHOP店、併売店での意識の違いはなく、業界全体の課題として位置づけられる。

アンケート集計について

アンケートはYSP店45店、YOU SHOP店25店、併売店30店の計100店を対象として、平成6年12月に実施したものです。

- 回答は、各質問に対してあらかじめ設定された項目に順位を付けていただきました。
例：'95年、貴店の課題はなんですか？ 次の項目に優先順位を付けてください。□新規顧客の獲得 □従業員の育成 □安全運転指導
- 集計は、得られた回答の順位をポイント化し、それがポイント合計の何%であるかを優先指数として算出しました。
例：1位（3ポイント）新規顧客の獲得、2位（2ポイント）従業員の育成、3位（1ポイント）安全運転指導。新規顧客の獲得の優先指数50% [= 3 ÷ (3 + 2 + 1)]



■普及活動

優先指数は8.6%の6位。最重要課題と答えた店は5店だった。この5店が2番目に重視する課題として挙げているに「顧客管理体制の充実」。一般的に普及活動の次のアクションとしては新規顧客獲得が考えられるが、5店はそれ以前の'95年課題として、より多くの顧客に組織的にアプローチするための「環境整備」に重点を置いている。



■技術サービスの充実

YSP店3店、YOU SHOP店2店、併売店1店の計6店が最優先課題として挙げている。全体的に見た優先指数は5位で、各店の「技術サービスの充実」に対する意識は高い。最優先課題として挙げた6店のうち5店は、次に従業員の育成を重視しており、技術向上による信頼度アップと接客向上による親近感アップという、ソフト面からの店づくりを狙っている。



■資格取得

本年7月から施行される認証工場制度を受けて、「資格取得」を重視している店も当然ながら多い。事実上の営業資格として、またユーザーの目に見える「安心」という意味でも外せない課題である。突出しているのはYOU SHOP店の意識で、他両店種と比較しても2倍近い注目ぶり。'95年の課題というよりも、近い将来の課題と分析すべきだろう。



■地域・社会活動

この課題を上位として挙げたのは、1・2位0店、3位1店（併売店）、4位0店、そして5位が5店あった。'95年の課題としての意識はかなり低いようである。こういった副次的な活動は、もちろん将来的には取り組まなければならないこととは認識していても、現状の市場を考えると先決すべき問題ではないと判断しているようである。



■安全運転指導

優先順位は7~8位と答えた店が大多数。トップに挙げた店はなかった。少数ではあるが「安全普及活動を通じて既存のユーザーのバイクへの興味を維持させたい」というユーザー教育から派生する市場活性化を狙った意見も。YOU SHOP店、併売店ともに優先指数は5.5%だったのに対し、YSP店が若干低い4.6%という気になる結果となった。

バイクショップ100

'95年、私たちを取り巻く環境変化は、新たな段階に突入しようとしています。この7月に施行される道路運送車両法。伴う認証工場への具体的な対応。そして、二輪免許制度の改正。さらには廃棄物処理法の改正…。こうした法的環境への適切な対応と準備は、私たちの基本姿勢といえるでしょう。

同時に、お客さまは二輪車販売店にMCワールド拡充の魅力あふれる最前線基地としての進化を求めています。そこで、1995年のスタートシグナルが点灯した今回のヤマハニュースは、100店の販売店さんに緊急アンケートをお願いし、自らの課題と取り組むべきテーマを探ってみました。この熱いメッセージ、みなさんのお店ではどうお考えですか？ 活動方針のひとつとして汲み込んでください。



9.8%

■店舗づくり

優先指数は9.8%と高く、11件の店が最重要課題として認識している。店種別ではYOU SHOP店が11.7%、YSP店が9.9%。ところが併売店では8.3%という結果であった。併売店を除いて優先指数を算出してみると10.5%となって3位に浮上。YOU SHOP店、YSP店の店舗づくりに対する意識が非常に高いことが分かる。



10.8%

■顧客管理体制の充実

セグメントされた顧客に対する効率的な促進アプローチが望まれる昨今、「顧客管理体制の充実」への認識度は高いレベル。トップに選んだ店は6店だが、他の店も比較的上位に挙げた結果、全体では3位となった。トップに挙げた6店は2位に「代替え促進」と答え、顧客リストの充実から始まる代替えへのプロモーションを'95年の営業戦略として描いている。



12.7%

■代替えの促進

「新規顧客の獲得」に次いで重要課題としているのがこの「代替えの促進」。しかし、これを1位に挙げた店は6店と少ない。多くの店が1位に「新規顧客の獲得」、2位に「代替えの促進」を挙げているためである。どちらも非常に重要であるが、あくまでも最優先は新規顧客開拓であるという各店の意識が分析できる。



8.2%



3.8%

■福利厚生 of 充実

1位に挙げた店0店、2位3店、3位1店。各店の認識度はかなり低い。店種別ではYSP店4.4%、YOU SHOP店2.7%、併売店3.6%。YOU SHOP店で極端に低いのは、従業員の有無など店の規模的な問題がデータに反映したようだ。「従業員の育成」をトップに挙げた店だけで優先順位を見ても5.5%というのは少々疑問か？



4.2%

■オフィスオートメーション化の充実

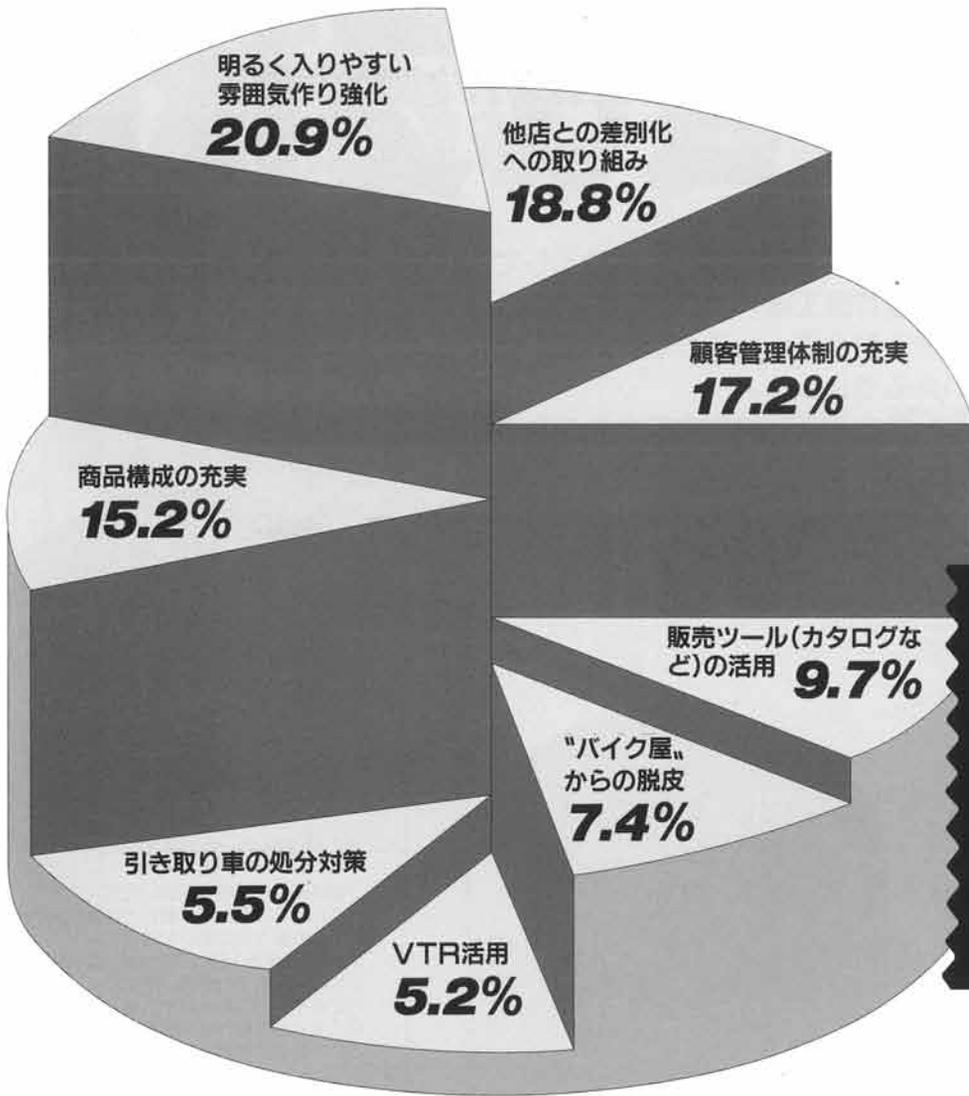
OA化は顧客管理体制強化において欠かせないものであり、優先指数は低いながらも4.2%で10位。YSP店3.8%、YOU SHOP店3.0%。しかし併売店で5.8%と突出して高い数値を示した。1位と答えた店1店、2位1店、3位1店。どの店も、他の課題として「顧客管理体制の充実」を上位に挙げており、OA化による狙いがここにあることが裏付けられる。

■従業員の育成

どの店においても「従業員の育成」は大切な課題である。ただし、これをあえて1位に挙げた店は全体の1割。モノを売るというよりも、信頼を売るという接客面の重点を置くことで、長期的視野で他店との明確な差別化を狙っているようである。なお、YSP店は、YOU SHOP店および併売店と比べ、従業員育成に対する意識が非常に高くなっている。

店舗づくり

31店が最優先課題として挙げ、全体的な優先指数も20.9%で最も重視されているのが「明るく入りやすい雰囲気作り強化」。その内容も店舗設計、商品レイアウトといったハード面から、接客に代表されるソフト面まで多岐に渡る。店舗イメージを創作することの難しさに、各店悩みなながらも積極的に取り組んでいる姿がうかがえよう。また、多くの店は店舗づくりとは雰囲気作りであり、これが他店との差別化の鍵となると認識している。



商

圏内に大型店が進出し、'94年
にはスポーツバイクユーザー
が大量に流れた。自店の努力の限界
を痛感した年でもあった。正直いう
と、専売店のマージンアップを願
いたいが、うちでしか売っていない「商
品」を創造していかないと、と思っ
ています。

例えばマル秘情報、オリジナルグ
ッズ、遊び心など。これらの商品で
他店との差別化に力を注ぎたい。そ
れと今年は、せひ、美人で愛嬌のあ
る女性スタッフを確保したい。店の
雰囲気、従業員への刺激など、女性
のパワーが必要だと思っています。
せひ実現したい。(熊本県・YSP)

地域活動がこれからの 大きなテーマ

はじめに、このアンケートについて、
するどい指摘を受けたことをまずご報
告しておきます。「質問項目のレベルが低
いのではないか。当たり前すぎる」「今さ
らの種の調査は疑問だ。すでに認証工
場を取得しているお店なら、みなさんそ
う感じははずすですよ」というご指摘だ。
さらに「いま緊急を要し、私たちが意
識統一しなければならぬことは、個店
の努力もさることながら、二輪業界の一
員として取り組む問題を浮きぼりにし、
行動への指針を示すときではないか」と。

ご指摘のお店はいずれもYSP店であ
った。そして、「95年の取り組み課題の1
番に「地域社会活動」をあげていた。
'95年、そして今後の課題はなんですか
の間に対して「新規顧客の獲得」を最優
先にあげ、次いで「代替えの促進」とし
たお店がもっとも多く(合わせて28・3
%)。逆に「地域社会活動」を重点課題と
したお店は3・7%と一番少なかった。
とはいえ、地域社会活動は今後、社会

95年、導入したフレックススタ
イム制と完全歩合制の、メン
テナンスと徹底化の年にしたい。も
うひとつは、接客マナーの向上だ。
質が問われ、明るい店舗内イメージ
の演出が指摘されているが、むしろ
接客対応いかんで、店の価値が決
まると思う。お客さん一人一人と対
面するその瞬間が勝負なんだと、従
業員と確認し合っている。

関西新空港の完成後、街の美化への
意識が高まっている。歩道への商品
や看板、のぼりなどに対して指導が
厳しくなることが予想されるので、
地域への対応も重要な課題となりそ
うだ。
(大阪府・併売店)

と「共生」していくうえでクロージア
ップしてくる課題だ。ご指摘をくださった
たお店が、極めて少数とはいえ、示唆に
とんだご意見にちがいない。

さて、100店の販売店さんに95年の
意気込みを寄せていただいた今回の特集
編集部で作った質問項目に答えていただ
いく方式に、ご不満の点はあったと思う
が、それでもほとんどの販売店さんが自
由回答欄にびっしり書きこんでくださっ
た。(中には「嫁さんがほしい」と課題に
あげた店長さんも)。独断になるが、主な
ご意見を紹介しよう。

「総需要と照らし合わせ、社内リストラ
を断行。95年はうちにとって「バイク元
年、再スタートの年です」と、決意のほ
どが伝わってきたYSP店さん。また、
お店の間近かに大学の売り上げが決まる
期に、「うちの1年間の売り上げが決まる。
校門前の営業活動がうちのすべて」とい
う恵まれた？ YOU SHOPさんは別
として、自由回答で圧倒的な声が価格破
壊とその対応への苦慮。対策として技術
サービスや資格取得としながらも苦闘す
る姿がよみとられた。

認証工場取得で 社会の認知度アップ

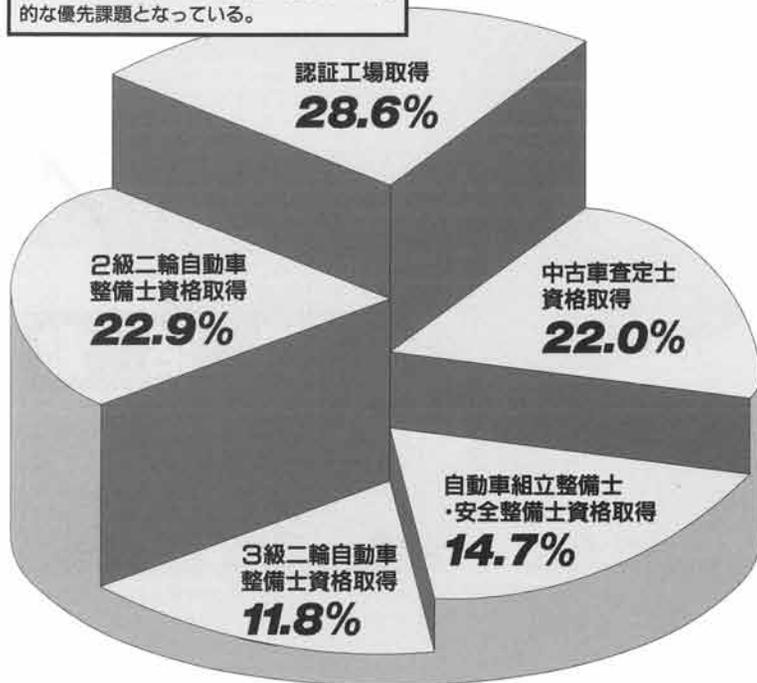
店舗づくり、資格取得、技術サービ
スなど活動項目別への取り組みも探ってみ
た。今年7月に施行される道路運送車両
法。伴う「新二輪認証」への関心が、飛
び抜けて高かったのはいうまでもない。

しかし「認証工場」取得は、必要不可
欠としながらも、施行の7月を待って、
対応していくお店と、すでに取得し、新
たに自転車組立整備士・安全整備士資格
や中古車査定士など次のステップへ行動
しているお店、つまり、7月施行スタン
バイOKのお店と、95年の努力目標との
お店に分かれた。代表的なご意見は「認
証工場の取得は当たり前。むしろ今まで

バイクショップ100店からのメッセージ

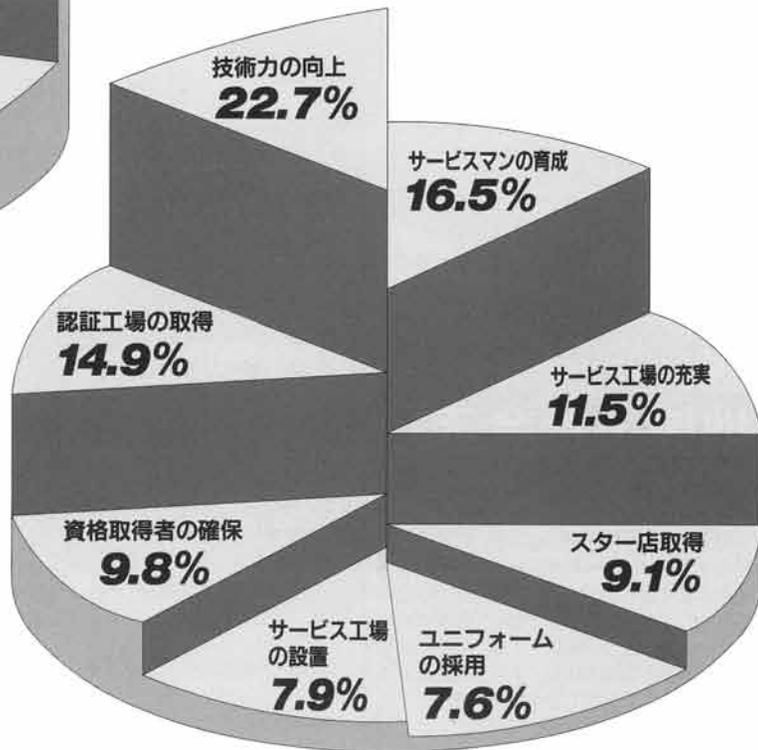
資格取得

「95年、貴店の課題は…」でも分析したように、本年7月の道路運送車両法改正を受けて「認証工場取得」が優先指数1位。またこれを最重要課題と答えた店も30店で、2位の「2級二輪自動車整備士資格取得」15店の2倍である。さらに2級二輪自動車整備士は認証工場取得の条件ということもあって、「2級を取るのは認証工場取得のため」と注釈を付けている店がほとんど。認証工場取得は圧倒的な優先課題となっている。



技術サービス

技術力の向上がお客さまの信頼を買い、ひいてはそれが販売増加につながる——この考えから「技術力の向上」が優先指数トップとなっている。最重要課題として挙げている店も23店でトップ。技術力はバイクショップのベースであり、常に取り組むべき課題として高く認識されているようだ。「サービスマンの育成」もまた技術力向上に欠かせないものであり、これに合わせるようにサービス工場の整備を検討している店が目立つ。



地 域・社会活動、この課題をスローガンでなく現場で確実に取り組んでいく年にしたい。私たちの今後の主テーマと感じている。現場でできること、それは公道への商品の陳列をやめることから始まるのではないだろうか。

認証工場については、すでに取得している。業界人として必須取得項目だと、数十年前から取り組んできた。業界全体がきちんと早く、真剣に取り組むべきだったはずですよ、この問題は。大型自動二輪免許も同様です。当店では1人を除き全員(男6人、女2人)のスタッフが限定解除している。その1人も今年取得します。

市場が成熟し、大型バイクへの需要が高まる、というヨミと、そこへの投資。資格取得も同様です。この先見性を失ったらダメだと思っています。(神奈川県・YSP)



「ヤマハ車のフルラインナップ店にし、全車種、即納体制をとる」
 「商品中心の演出から、バイクプラスアルファの心をくすぐる店づくり」
 いずれもYSP、YOU SHOP店からの声だが、顧客管理をはじめとした店舗運営にコンピュータ導入で充実を

法的に定めてなかったほうがおかしい。これからは、社会に対しても胸を張って仕事ができる(併売店)
 「国家資格は、技術者としての目に見える(お客さまにアピールできる)実力」
 「従業員全員(4人)2級整備士となった。サービス工場も新設した(YSP店)」
 など、すでに準備万全のお店は息も荒い。「店舗づくり」「技術サービス」に目を向けてみよう。
 店舗づくりの中で、取り組む優先順位の1番にあげたのが、明るく入りやすい雰囲気づくり(以下グラフの通り)。自由解答から拾ってみると、
 「過去の『バイク屋』から脱皮する年にしたい。その一つとして女性のお客さま獲得に全力をあげたい。自動車ディーラーのショールーム的な店づくりを自指す」
 この姿勢は、他店との差別化にもつながっていく。差別化への取り組みでは、「代替促進、保険、車検、顧客管理体制の充実強化策として、パソコンを導入した。今年フル活用させる年に」
 「ヤマハ車のフルラインナップ店にし、全車種、即納体制をとる」
 「商品中心の演出から、バイクプラスアルファの心をくすぐる店づくり」
 いずれもYSP、YOU SHOP店からの声だが、顧客管理をはじめとした店舗運営にコンピュータ導入で充実を

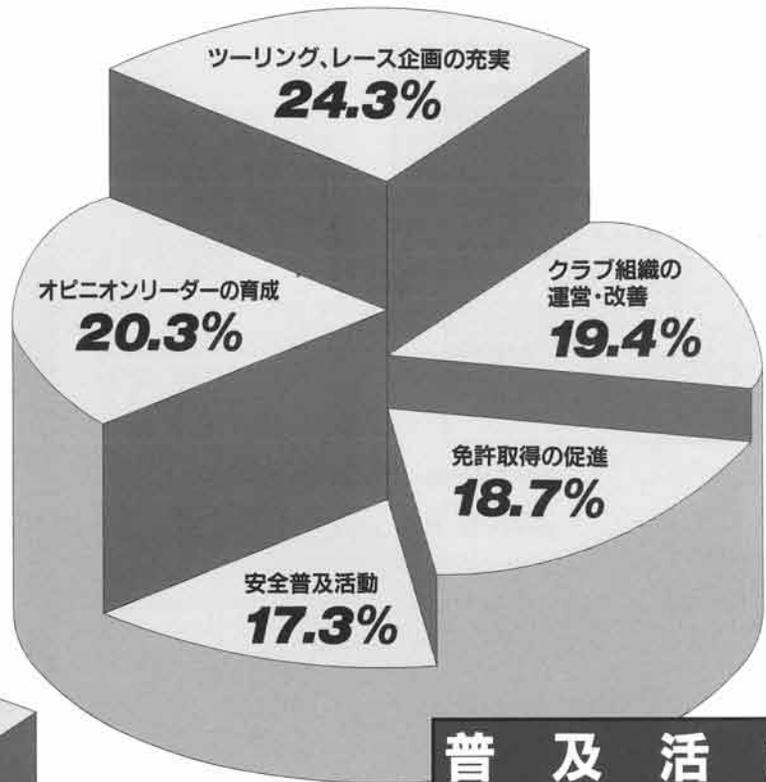
毎年、年があらたまると、三つの検証をしている。①基本に戻ることに②自店の魅力はなにか③お客さまは何を望んで来店するのか。この三本柱を今年も一つ一つ確認しながら進むこととなります。

現在、地区副会長として安全普及活動にかかわっています。当社には特別指導員、指導員、準指導員の3名がいるので、彼らとともに安全普及活動という当社のカラーをより深くアピールしたいと思っています。

地域活動にはやはり資格が必要。ヤマハニュースさんがあげた資格はすべてクリアしています。

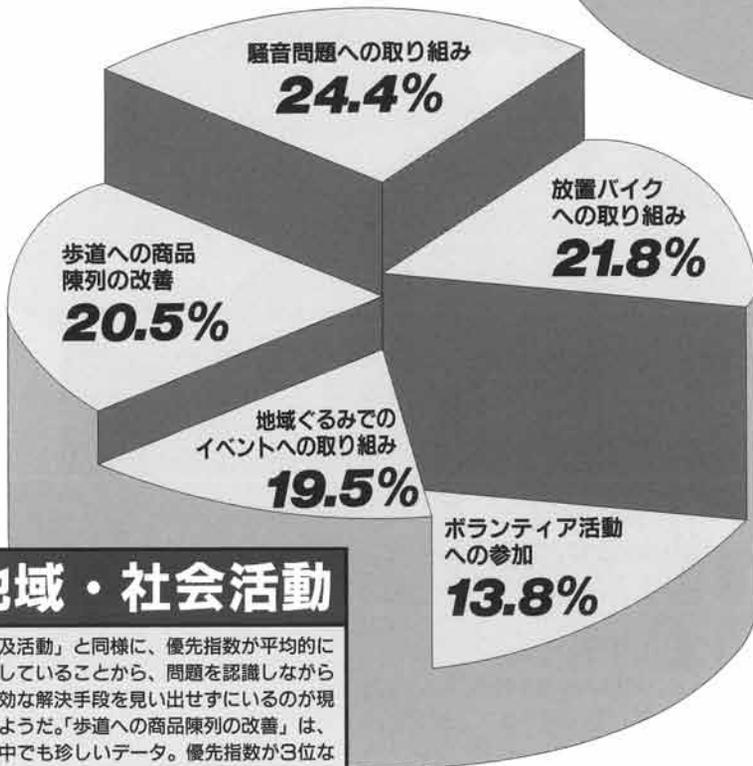
基本に戻るという意味で、技術力の向上、商品知識の向上に全スタッフ(11人=男8人・女3人)が勉強していきたいと考えています。

(神奈川県・併売店)



普及活動

「ツーリング、レース企画の充実」をトップに挙げた30店、2位は「クラブ組織の運営・改善」で14店と、2倍以上の大差。しかし、優先指数となると「ツーリング…」は2位をわずかに4%上回っているにすぎない。全体的に優先指数が平均化していることから分かるように、各店が挙げた順位は多様。思惑もさまざまのようだ。見方を変えれば、何から普及活動を展開していけばいいのか、業界全体が絞り込めていない現状もうかがえる。



地域・社会活動

「普及活動」と同様に、優先指数が平均的に分散していることから、問題を認識しながらも有効な解決手段を見い出せずにいるのが現状のようだ。「歩道への商品陳列の改善」は、その中でも珍しいデータ。優先指数が3位なのに対し、これをトップに挙げた店が21店と最多だった。ようするに、1位に挙げるか下位に挙げるかの両極端で、すでに解決済みの店と、なかなか解決できずに悩んでいる店の存在がはっきりと確認できる。

接客マナーについても当然ながら回答ポイントが高い。「CS効果をあげるためにも第一次接客時点の印象を重視している。社内で毎日CSの勉強会をくり返し行っている」。顧客満足度を高める意識徹底を朝礼で実行しているお店だ。「朝礼は欠かせない。お客さまはライフスタイルにこだわり、物を見る目も確かだし、シビアだ。消費者のレベルは格段に上がっている。それに合わせた接客が要求される。うちは今年も接客マナー第一だ」接客マナーの項目で目に止まった声がかつては、

はかっているお店が今やもう主流となっている点も補足しておく。

時代に合った新しいオピニオンリーダーを!

自由記入欄の中で「白熱」したが、「福利厚生」と「従業員育成」の項目だった。「今年は社員と旅行をやるぞ!」「親子で営んでいるから(息子に)無理がいえなくて…(逃げられそうで)」という思わず応援したくなるようなお店も…。

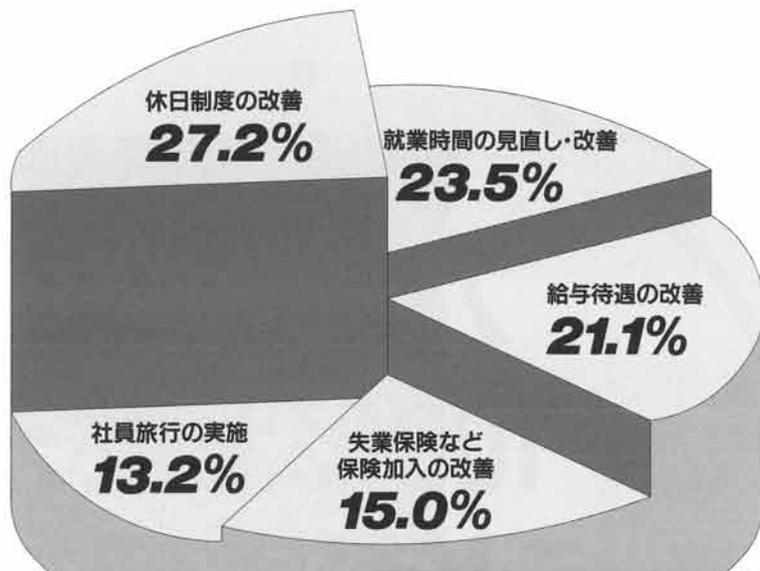
一方「週休2日制を導入する」「郵便局扱いの退職金制度をいま考慮中です。95年はスキルアップのひとつとして報奨金制度も適用する」というYSP店。今後、改めて取材の機会を得、レポートしてみたい。

物 を売るというイメージは、そこで商いは終わってしまう。やはり人対人なのだ、と肝に銘じてきた。地域定着も明るく安心感を持ってもらうのも資格取得も、最終的には人(お客さま)対人(販売店)の関係を深めることだし、それが基本だと思っている。

でも、最近のお客さまは購入店とその後のつき合う店を割り切って区別している。定例のツーリング企画も常連客のみ、というケースもしばしばだ。

こしは、「人対人の深い関係」の基本にもどり、まずオピニオンリーダーの育成に力を入れたい。幸いスタッフが1名加わって、3名となり、支店を構えようと考えている。認証工場は当然だ。新しい人対人の輪を広げられると思っている。

(千葉県・YOU SHOP)

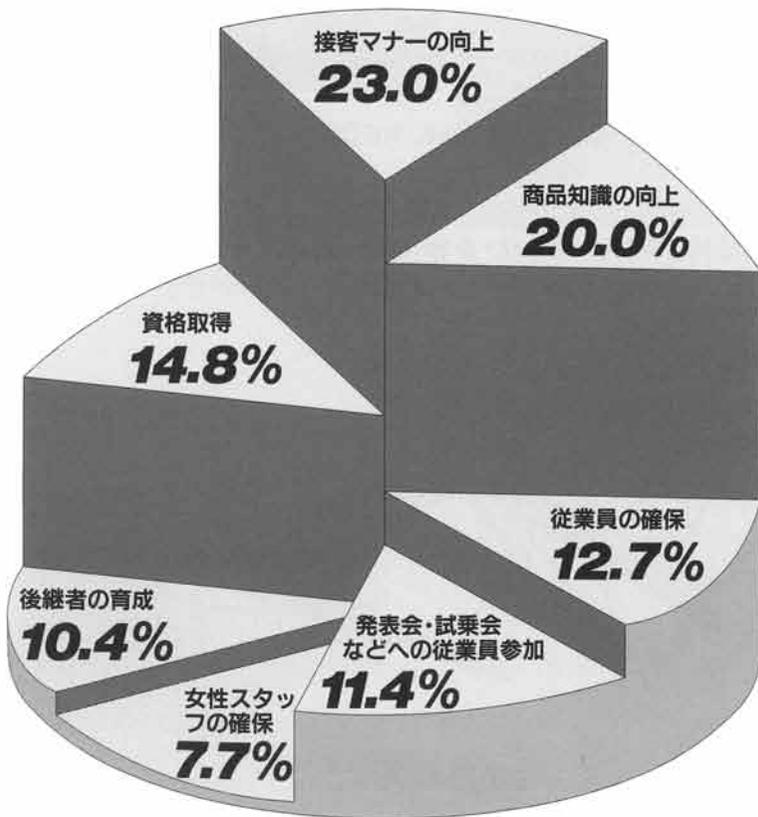


福利厚生

優先指数トップの「休日制度の改善」、2位の「就業時間の見直し・改善」だけで全体の60%以上に達する。このふたつが表しているのは就労時間の長さであり、小規模経営ゆえの従業員への負担増を大きな問題として捉えていることが分かる。接客に重点を置いた店づくりが叫ばれる中、オピニオンリーダーとなりうる馴染み客との深夜までの雑談による接客に悩む店も多く、交代就労制や週休2日制などによる対応を迫られている。

仕事、仕事、シゴトだけでなく、からだを休めることも大切なのだ！ 当たり前なことだが、あえて言いたい。
 年が変わろうが、うちの方針は変わらない。それはモトクロススクールを柱にした普及活動です。表面的な市場の変化でオロオロしたくない。あくまでも基本は、普段活動をとおして、一人でも新しいお客さんをつかみ、バイクの楽しさを知ってもらおうこと。そういった情熱が伝わる店であること。
 認証工場取得はOKだが、悩みは引き取り車の処分だ。これは個店単位では限界があると思う。メーカーも含めて知恵を出し合いたい。

(東京都・YSP)



従業員育成

「従業員の育成」で最も重視するのは「接客マナーの向上」。2位の「商品知識の向上」と合わせると、ほぼ半数の優先指数だ。「店舗づくり」においても重要視されている接客マナー。従業員はユーザーとの直接的な接点となるわけで、人柄や知識に裏付けられる信頼感など、その質こそが店舗経営において重要となることを各店は深く認識している。単なるバイク販売でなく、ライフ・パートナー的な接客をこなせる従業員が望まれている。

このYSP2店であった。
 「普及活動」と「地域社会活動」へのご意見は、意外に少なかった。
 普及活動は、販売店である以上当然の活動で、あらゆる手をつくしているからとりたてて意見を述べるまでもないのかも知れない。
 しかし「オピニオンリーダーに甘えていた。客層が変わり、それに合わせたリーダー育成を怠っていた」や「マニアックな人ではなく柔軟に今の時代に合ったオピニオンリーダーを育てないといけない」に代表される「悩み」は、けっこう持っているのではないだろうか。みなさんのお店はどうだろう。
 地域社会活動では「改造車は取り扱わない」と強い姿勢を示す一方、放置バイク対策は個店単位の限界と訴える。盗難車問題を含め難かしい課題を次々と抱えている販売店さんの現状が、この回答欄の記入の低さに表れた、とも思える。
 とはいえ「単なる販売するだけの店ではもはや魅力はない。私たちが何を提案提供してくれるのかお客さんは待っているのかもしれない」(YSP店)という視点を編集部は注目したい。
 最後に、回答を寄せていただいたお店の構成をご報告しておきます。
 YSP45店、YOU SHOP25店、併売店30店。従業員は平均3・02人。内訳は2・3人店が全体の40%、次いで4人(16%)そして10人以上の従業員をかかえる「大型店」が3店でした。
 特集企画へのご協力、本当にありがとうございます。ありがとうございました。おしかり、ご指摘、生々しい声。寄せていただいたこれらのご意見を、貴重な資料として、今後の取材活動に活かせたいと考えています。
 それが、販売店さんとヤマハニュースの距離をより近くすることにもなると思っています。今年もよろしくお願ひします。

横浜・八景島シーパラダイス

いま、個性の時代。 パーソナル・リクエストにも 100%お応えする ことが大切なんです。

イルカショーのステージに、突然ウエディングマーチとともに新郎新婦が登場!?
横浜・八景島シーパラダイスが昨年9月にスタートさせた、
イルカショーと結婚式をジョイントした「SEAPARADISE WEDDING」が
若い世代を中心に話題を呼んでいる。
個性の時代を背景に、大きく変化する人々の生活様式・意識の中で
人生最大のイベントといわれる結婚式もますます個性化・多様化の一途。
こうした市場要求に、企業という組織は果たしてどこまで柔軟に対応できるのだろうか?

シーパラダイス・ウエディングは、プールに隣接するアクアホールでの人前式に始まり、最初はこのホールのガラス越しにイルカが祝福。続いて新郎新婦にシヨーステージに移動していただき花束贈呈、イルカたちによる祝福ジャンプ、また「キューキュー」とかわいく祝福を受けたりしていただきます。でも、特にこのスタイルと決まっているわけではなく、昨年は9月から7組の

TALK

株式会社横浜八景島
横浜・八景島シーパラダイス

企画担当
田代哲也さん
(31歳)

カップルが挙式されましたが、お客さまのご意向をお伺いしながら個々のスタイルで行なっています。

実のところ、そもそも結婚式のお話自体、お客さまのほうからご相談をいただいたんです。私どもでは、以前から二次会の会場としてのサービスは行なっていたのですが、ある日「そちらで何か面白いスタイルの結婚式はできないか?」と、ご相談を受け



横浜・八景島シーパラダイス

会社名：株式会社横浜八景島 所在地：神奈川県横浜市金沢区八景島
24万㎡の人工島・八景島内に水族館、サーフコースター、メリーゴーランドほか各種遊具施設、レストラン、マリーナ、ホテル等を完備。
'93年5月8日オープン以来、都市近郊型の海洋リゾートエリアとして、幅広い年齢層から高い人気を得ている。

横浜から電車で40分の人工島・八景島にある横浜・八景島シーパラダイス。島全体がテーマパークスペースのため入園料の設定はなく、各アトラクションごとに料金がプログラムされている。



日本で唯一、海上に突き出した「サーフコースター」は目玉アトラクションのひとつ。潮風を受けながら大パノラマを疾走する迫力は満点！



「新郎新婦ご本人、列席者、一般のお客さまと、みなさまに喜んでいただけるような内容にしたい」とは田代さん。今年もすでに十数組の予約が入っている。

まして。

'93年5月の島オープンから1年が経ち、一過性でなく継続的な話題作りができるものはないかと模索していたこともあり、すぐにこちらから挙式プランをご提案いたしました。ただ、あくまでも決まった内容の挙式スタイルを提示するのではなく「こんなことができます」といった提案だけにとどめ、細かなプランニングはお客さまと打ち合わせを重ねながら詰めていくことにしました。お客さまは個性的な式をご希望されている。だったら私たちはお客さまにカタチを押しつけるのではなく、お客さまのご希望をカタチにするというスタンスが大切。お客さまのご要望に柔軟に対応していかなければいけない、と考えたのです。

お客さまとの打ち合わせの中で持ち上がったのがイルカショーとのジョイント——これもお客さまが是非にとご希望されました。最初に私たちがご提案したプランには、そこまではなかったんです。

お客さまのご意向を聞いて、私も「やってみたい」とは感じましたが、イルカは動物。結婚式という人生の大舞台でミスがあつてはならないし、実際にショーに組み入れるとなるといろいろな問題がありますよね。そのためイルカたちの調教も必要ですし、それに一般のお客さまが観ているところで突然、ブライベイトな結婚式を始めるわけですから。これについては社内でも否定的な意見が少なかりませんでした。

でも、「これはお客さまのご要望。お客

さまの意見を100%尊重しよう」と、結局はショー担当者や社内各部署の協力を得て実現することができました。もちろん新郎新婦のお二人、列席のみなさまには大変喜んでいただけましたが、心配していた一般のお客さまの反応もすくなく良くて。やっぱり人を祝福して悪い気がする人はそんなにいませんよね。中には、ここで観て感動したからと、自分たちの挙式を申し込まれるカップルもいらつしやいます。

お客さまの意見を尊重するわけですから、お客さまの意見をしっかりと把握しなくてはなりません。ですから打ち合わせ回数が必然的に多くなります。スタッフも披露宴の司会を担当する者から外注となる花屋さんに至るまで、すべての部門の人間が1〜2回は打ち合わせに出席するようにしています。その内容も雑談が多かったりするんですけど、それもお客さまを理解する上ではとても重要なんです。

こんな風に3〜6か月かけて一緒にやってくると、式が無事終わつたときには感動して涙ぐむスタッフもいるほど。兄弟とか友達とか、いつの間にかそういう感覚になつてくるんですよ。大変なこと多いですが、私たちが式作りを楽しんでいるからこそ、きっとお客さまにも喜んでいただけるんじゃないでしょうか。これからも、お客さまの個性を演出して、心に残る感動のお手伝いしていきたいです。

BOON

SUPER CHOICE
ABC-MART
Welcome

BOON誌は月発行部数50万部。いま10代の若者を中心にもっとも多く読まれているファッション雑誌といえる。ABCマートは高校生を熱い注目を集めるストリートファッション・ショップ。'93年度の売上伸び率は業界NO.1を誇り、「ABCマート現象」という言葉も生まれた



DMは、BOONの表紙を模したデザインで開封率をアップ。中身はZ RのフィーチャーやABCマートが選んだグッズが当たるオープン懸賞、スクーターファッションコンテスト、オリジナルピンズ・プレゼントなどを雑誌記事ふう展開

『BOON』『ABCマート』効果で10代の若者をつちりキャッチ！

『Z R』ファッションコンテスト開催

ハイティーンの若者をメインターゲットに、スポーツスクーター市場を直撃するニューモデル『スーパージョグZ R』。春商戦に向け、新しいお客さまを開拓する主力商品となるだけに、お店でも拡販策の準備

が着々と進んでいることでしょうか。そこで、ヤマハもみなさんのヤル気を全力でバックアップしよう、さまざまな仕掛けを行っています。その核になるのは、ストリートファッションの最先端を行く

from SALES



from SERVICE

シングルスターに新しく84店が加わります

ますます広がるYTS

YTS（ヤマハ・テクニカルサービス・スター）は、ヤマハ車を扱うプロショップの証し。このたびもシングルスターとして84店が新たに加わり、YTSはますます全国に大きく広がっています。

これからも、その優れた技術力を生かして、お客さまの快適なバイクライフをサポートしてまいります。

B/ベインシク 2M/2サイクルマスター 4M/4サイクルマスター D/ドクター ※都合により開催変更および中止となる場合があります。また、日程のないものは各営業所へお問合せください。

■ヤマハ二輪整備士講習会

	95年 1月		2月			
	2M	4M	4M	2M	4M	仙台
北海道	26-28	30-2/1	2-4			
東北	B	2M 盛岡 24-26	B	2M 仙台 1-3	4M 仙台 7-9	
東京	B	2M 24-26	B	2M 7-9-14-16-21-23		
中部	B	2M 北陸 24-26	2M 岐阜 1-3	2M 14-16	D 22-24	
関西			B	2M 7-9	4M 22-24	
中国	2M 広島 11-13	2M 岡山 18-20	B	4M 広島 7-9	4M 岡山 14-16	
四国						
九州						

『BOON』誌、『ABCマート』とのタイアップ。

特に、2月4日・名古屋会場を皮切りに全国4会場で開催する「スクーターファッションコンテスト」は、『Z R』の商品性とBOON、ABCマートが持つ影響力の相乗効果で大きな反響が期待されます。すでに、ダイレクトメールやBOON誌上、ABCマート店頭を通じて告知が始まっていますので、店頭でも大いに話題を盛り上げていただき、新規ユーザー獲得にぜひ活用ください。

■スクーターファッションコンテスト
参加方法…各会場とも、当日の指定時間に「スーパージョグZ Rに乗るとキマール」ファッションを身につけて集合。

開催内容

- 名古屋会場 / 2月4日(土) 13時
電気文化会館
- 大阪会場 / 2月5日(日) 13時
ブルータスギャラリー・プルータスホール
- 東京会場 / 2月12日(日) 13時
渋谷フォーラム8・クイーンズスクエア

ヤマハ・テクニカルサービス・スター店制度新規認定店のみなさん

※敬称略

★シングルスター

- 岩手 練クボトラ
- 宮城 練ツゲ兄弟商会
- 秋田 練早坂サイクル商会 旭ヶ丘店
- 山形 練早坂サイクル商会 泉店
- 福島 練早坂サイクル商会 大手町店
- 新潟 練芳賀輪業商会
- 長野 練根岸オート本店
- 山梨 今野商会
- 静岡 武田輪店
- 岐阜 練村サイクル
- 愛知 N-ハウス
- 三重 練川俣モーターズ
- 滋賀 佐藤輪業
- 京都 昭和輪業商会
- 大阪 練ホカリサイクル
- 兵庫 練ジャンボサイクル 本店
- 奈良 練紙屋輪店
- 和歌山 岩村サイクル
- 徳島 練神山輪店
- 香川 練群馬
- 愛媛 TooLs BoX
- 高松 ばい(は)す風
- 高松 練モトプラザフクシマ
- 高松 練オートショップ中嶋
- 高松 練壺玉
- 高松 ZAK SPEED
- 高松 練オートショップ白鳥輪業
- 高松 A.2
- 高松 練佐藤クレジットサービス 市川店

- 長野 南シーエル国分寺台
- 長野 南モトショップタナカ
- 長野 バイクショップひみつ基地
- 長野 バイクショップアウトウインズ
- 長野 モトショップゆきお
- 東京 YOU SHOP テクノオート
- 東京 SPIRE
- 東京 ガウズウェイ
- 東京 練佐藤クレジットサービス 豊島店
- 東京 YOU SHOP 芝園
- 東京 YOU SHOP 中野通り
- 東京 モトショップ・コスモス
- 東京 練佐藤クレジットサービス 254店
- 東京 南中村モーターズ
- 東京 塩川輪業
- 東京 佐伯輪業
- 東京 南川モーターズ
- 東京 柴田モーターズ
- 東京 モトショップバンブーキッズ
- 神奈川 ●神奈川 練大村商店
- 神奈川 WERKSTATT MOTORRAD
- 神奈川 M'S 日吉店
- 神奈川 ふかせサイクル
- 神奈川 サクラサイクル
- 神奈川 スキガサイクル
- 神奈川 練ウメダモーターズ 平塚店
- 神奈川 練ミズモト 16号店
- 神奈川 南オートショッププライ
- 神奈川 南サイクルオート権太坂
- 神奈川 南サイト一大船
- 神奈川 南バイクハウス
- 神奈川 南守屋モーターズ
- 神奈川 三井輪業
- 神奈川 豊田モーターズ商会
- 山梨 ●山梨 YOU SHOP 4031

- 長野 MISAWA MOTORS
- 長野 モトファミリー・サトー
- 長野 南三沢自転車商会
- 長野 井口モーターズ
- 岐阜 南BIKE ROAD 41
- 岐阜 南K.レーシングクラブ
- 静岡 練ハイドモト
- 京都 YOU SHOP ミソノ
- 京都 ヨシヤモーターズ
- 京都 サイクルオートうらばやし
- 兵庫 YOU SHOP 宝殿 猪名川店
- 兵庫 岩本輪業商会 緑が丘店
- 兵庫 YOU SHOP JOY
- 和歌山 ●和歌山 YSP海南
- 鳥取 YOU SHOP モトバイクマツモト
- 岡山 ●岡山 YOU SHOP ちろりん村
- 広島 練己斐オートバイセンター
- 広島 練小笠原オートショップ
- 福岡 二輪舎やまぐち
- 熊本 オフロードスポーツ・アバンテージュ
- 熊本 モトプラザウィンディー
- 宮崎 ●宮崎 久保モーターズ
- 鹿児島 ●鹿児島 植田モーターズ
- 鹿児島 谷山モーターズ

from AD

1月のヤマハ提供番組

■ヤマハON&OFF

▼1月21日(バイク編)

『釣り師ライダー』

▼1月28日(マリン編)

『マルコポーロでベイクルーズ』

放映…テレビ北海道、テレビ東京、テレビ大阪、テレビ愛知、テレビ和歌山、テレビせとうち、TXN九州/毎週土曜日18時30分〜18時45分。静岡放送/毎週日曜日24時40分〜24時55分。東北放送/毎週木曜日24時45分〜25時00分。テレビ新広島/毎週木曜日24時45分〜25時00分。なお、次の放送局でも観られます。山形放送、テレビ信州

提供日…毎週月曜日、火曜日

毎週金曜日25時10分〜25時25分。伊予テレビ/毎週土曜日11時30分〜11時45分。三重テレビ/毎週金曜日18時15分〜18時30分。びわ湖放送/毎週金曜日22時30分〜22時45分。奈良テレビ/毎週土曜日18時30分〜18時45分。

放映…オリジナルコンサート 私たちの創った世界

放映…テレビ朝日系列全国ネット・毎週日曜日7時30分〜8時00分

放送…ニッポン放送ほか16局ネット

提供日…毎週月曜日、火曜日

●札幌会場／2月18日(土)・13時
 J-BOX HALL
 ※写真部門：会場に参加できない人も自分のコーディネートファッションを写真に撮って参加することもできます。詳しくはBOON誌、DM等を参照ください。
 賞品：各会場ごとに、特別ZR賞としてスパー jog ZR を贈呈
 問合せ：祥伝社広告部・ヤマハ jog ZR 係 03-3265-1081

「スコティッシュ」を手足にする！ トライアルテクニク入門VTR 『ファーストステップ・トライアル』

本格派トライアルマシン『TY250Z』をベースに、公道での快適な走行性能をプラスした『TY250Zスコティッシュ』はすでに専門各誌で高い評価を得ています。しかし、今後の拡販を考えた時、その優れた性能や魅力が、従来のトライアルファンを超えて幅広いお客さまに伝わらなくては意味がありません。スコティッシュを手足のように操り、さまざまなセクションをクリアしていく楽しさを知らせ、お客さま自身に「やってみたい」と思わせることが大切。

そのために、ヤマハではさまざまなイベントの際に試乗会を開催したり、入門スクールの通じて接点拡大に努めています。そうしたなかで、店頭で常備して活用いただこうと制作したのが、『ファーストステップ・トライアル』というVTR。女性初の国際B級トライアルライダー萩原亜弥さん、国内トライアル界の草分けでヤマハTYシリーズの開発者でもある木村治男をナビゲーターに、スコティッシュの商品紹介

WORLD TOPIC フルガリアの冒険ライダーが 標高2925mの高山を WR200Rで登頂・走破！

山間に分け入り、道なき道を走破するアドベンチャーライディング。林道ツーリングファンなら誰もが夢見るのですが、フルガリアに住むイワンポポフさんとリュボミールポポフさんのふたりは、昨年、標高2925mを誇る南西ヨーロッパの最高峰・ムツッアラ登頂とバルカン半島走破にチャレンジして、見事成功を収めました。

このふたりは、ヤマハWR200Rを愛用するライダーで、長い間モーターサイクルでの冒険に憧れ続け、今回ようやくその夢を果たしたわけです。

「ムツッアラ山頂へ至るルートには、たくさんの雪崩発生箇所や大きな断崖があつて、歩いて登ることさえ非常に危険な状態でした。それでも、我々はたった6時間で征服できたのです。そのほか、過酷なル



WR200Rとイワンポポフさん(右)たちはすばらしいコンディションを発揮した

トは全行程中いくつもありませんでしたが、WR200Rが常に快適な走行を支えてくれました」と、成功の喜びを語っていました。



●ファーストステップ
 トライアル
 VHS・30分
 送料別価格：500円

からツーリングトライアルの楽しさ、トライアルテクニクの基礎講習まで、わかりやすく親しみやすい映像で解説しています。ちよつと川原や林道で遊んでみたくなるような、ビギナー必見の1本。店頭でBGV代わりに流しておくほか、お客さまにレンタルするなど、積極的にご活用ください。

『高校生とバイク』問題のいまを考える本 『三ない運動は教育か』

二、三年、高校生とバイクの間には複雑でデリケートな問題が横たわっています。

バイクの爽快感や解放感、利便性に魅力を感じる若者。それに対して、事故やトラブルへの懸念から、免許を取らない、バイクを買わない、バイクに乗らない、という「三ない」運動をすすめる学校や父母。一方では、乗りたければそれ

なりの安全運転教育をしようという許可しようという理解を示す学校や父母。どちらもある主張だけに、簡単に良い、悪いと割り切れない問題です。



しかしそのなかで、自由を規制してまで乗せないことへの疑問が、最近大きくクローズアップされてきたことも事実。

この本は、「三ない」解禁の立場から、徳島県・生光学園、神奈川県例や全国高等学校PTA連合大会での動向を踏まえ、高校生とバイクの問題に深く切り込んでいます。これからの交通安全教育、三

ない動向を知るうえで、大きな指針となる一冊です。

■三ない運動は教育か
 阿部俊明/遠藤高雄・共著
 ベリかん社・刊 1700円

From SUGO

3つのスキー場がそろった宮城蔵王を満喫するウィークエンド・プランはSUGOにおまかせ！

ウィンタースポーツの華といえば、やっぱりスキー。多趣味に活躍する若者はもちろん、日ごろバイク命を決めているライダーだって、スキーファンはたくさんいます。たまには、ツーリング代わりにみんなでスキーツアー、なんていうのもいいですね。

そんな時、ぜひおすすめしたいのがスパーランドSUGOの「ワンダフル・スキーパック」。

特に「ウィークエンドバスコース」は、金曜日の夜に東京を出発してSUGOへ、土曜日の朝から日曜の午後まで山荘に1泊。土曜の夜に東京へ帰ってたっぷり滑って、日曜の夜に東京へ帰って



来るスケジュールなので、社会人でも参加しやすいのがメリット。スキー場は、宮城蔵王のスポーツコム白石、えぼし、セント・メリーのなかから、その日のコンディションによってベストなゲレンデを選んでご案内します。

料金は1名/29500円。遊び足りないぞ、という方にはナイタースキーやナイターテニス、ゴルフといったメニューもオプションで用意します。

詳しくは、スパーランドSUGO(0224-833-3120)までお問い合わせください。

■SUGO・ウィークエンドスキー

日程：①1月6日②1月13日③1月15日④1月20日⑤1月27日⑥1月29日⑦2月3日⑧2月10日⑨2月12日⑩2月17日⑪2月19日⑫3月3日⑬3月5日⑭3月10日⑮3月12日

募集人数各回40名まで(最小催行人数20名) 料金：29500円/1名(ホテル2泊、食事3食、旅行保険、パーティ、交通費、税金を含む)

集合解散：東京・新橋のヤクルトホール前 ※大人数の場合は、貸切ツアーもあります。



LOCAL TOPIC

ヤマハモーターサイクルの生まれ故郷で 機械と人の技術の融合を見た！ 磐田工場訪問ツーリング

東京・小平市にある「YSP小平」さん（鈴木昇社長）は、ヤマハ専売店として今年30周年を迎えるお店です。

そこで、昨年の秋、恒例ツーリングを記念に残るような企画にしたいと考え、お客さまと一緒にヤマハモーターサイクルの生れ故郷、磐田本社工場をたずねるツーリングを行いました。

10月29日、早朝に東京を出発した19名の参加者は、それぞれの愛車を連ねて東名高速を一路静岡へ。そして、磐田に到着するとさっそく工場に入り、最新モデルが次々と組み上がっていく様子を見学。

「めったに見られないものをいろいろ見ることができて興奮した。最新の機械と人間の手による技術が見事に融合して、1台1台丹念にバイクが組み立てられていく様子に感動した」などの声があちこちで聞かれました。

その後は、バイクの企画、開発に携わる担当者2名を囲んで意見交換会。ライダー

新城市をバイク仲間のメッカに！ 4万人が参加して大賑わいの 『山の凌 よいとこ祭』

愛知県新城市は、かつて「塩の道」の要衝として栄えた歴史ある町。最近では、第2東名高速と浜松・飯田道路の開通を機に、再び地域の活性化を図ろうと「若者に魅力ある町づくり」に取り組んでいます。

昨年11月19日・20日、同市の桜淵公園（こいの広場）で開催した「山の凌よいとこ祭・さくらぶちメッセ94」も、そうした町おこしイベントのひとつ。バイクによる文化交流を活発化し、ゆくゆくは全国からライダーが集まるバイクのメッカを築いていこうという主旨に基づいてさまざまなアトラク

ションやショーが行なわれました。これには、主旨に賛同したヤマハも協力を惜みず参加。

まず初日の開会式では、三遠南信地区の交流を象徴するように信州からリンゴが届けられると、遠州からは二輪ジャーナリストの柏秀樹さんと女性トライアルライダー萩原亜弥さんがTY250Zスコティッシュでさっそうと登場。会場からは大きな拍手が沸き起こりました。

さらに2日目、バイクで両極を踏破した風間深志さんのトークショーが柏さんの司会で始まると、会場の熱気は最高潮。途中からは、萩原さんや地元商工会の本田副会長も飛び入りなどもあり、大変な人気を集めました。



風間深志さん（左）のトークショーが一番の目玉。途中から萩原亜弥さん（中）の飛び入り参加で、さらに話が盛り上がった

トライアルこっこ、子供バイク広場、PAS試乗会を開催。地元と一体になって盛り上げたイベントは、2日間を通して4万人の人出で賑い、大成功となったようです。



さわやかな秋晴れに恵まれ、子供バイク広場やオフロード体験走行、トライアルこっこなど、自分で参加できるイベントにはたくさんの順番待ちとギャラリーの輪ができた

の立場から、あるいはヤマハの立場からさまざまな意見や質問が出され、大いに盛り上がりました。

ツーリングの途中、あいにくの雨にもあいましたが、630kmの旅は充実、満足の2日間となったようです。



工場見学、意見交換会などを通じて、ヤマハのバイクに対する愛情、熱意を感じ取った

ヤマハ『PAS』に2つの勲章 グッドデザインインターフェイス賞と 機械振興協会賞を受賞

Gマークでおなじみのグッドデザイン賞。その特別賞にあたるグッドデザイン・インターフェイス賞に、ヤマハ『PAS』が選ばれました。

これは、操作性や快適性など、人と機械の調和において特に優れた商品に贈られるもので、審査員から「脚力が主役であることを阻害しない程度にモーターが人を支援するため、モーターの存在を意識せず自分の足で移動する喜びを感じられる」と、評価の言葉が寄せられました。

また、それに続いて助機械振興協会（豊田章一郎会長）からは、「電動ハイブリッド自転車」の開発」を評価されたヤマハ発動機、およびPAS開発担当者が、66年以降の歴史と名譽ある「機械振興協会賞」を受賞。

PASの持つ商品性、ならびにヤマハの技術力、開発力をあらためてアピールしました。



「機械振興協会賞」は、機械工業の発展に貢献した企業、および開発担当者に贈られ、ヤマハは4.6倍の競争率を突破して受賞。11月に行なわれた表彰式には、永易重役とPAS開発スタッフが列席した

平成6年度のグッドデザイン賞には、インターフェイス賞を受けたPAS(写真)のほかJOGアブリオ、XJR1200、TT250Rレイドなどヤマハから6つの商品が選ばれた



Jリーグ1年目は7位で終了 ヤング・ジュビロの成長に期待

昨年、Jリーグに新加入を果たした「ヤマハFCジュビロ磐田」は、前期サントリーシリーズを7位で終えたあと、ナビスコカップでは準優勝。後期のニコスシリーズも、開幕からすばらしいスタートをきりました。

しかし、アジア大会後のシリーズ後半、スキラッチや鈴木、パウス、遠藤といった攻守の主軸をけがや出場停止で欠くなど、ベストの布陣で臨めないゲームが多くなります。特に、スキラッチひとりに頼りがちな攻撃陣は、サントリーシリーズ以来の決定力不足が解消されず、ついに、11勝11敗ながら得失点差マイナス8点という成績で7位に終わりました。

また、仕切り直して臨んだ天皇杯もJFLの大家製薬を相手に、まさかの1回戦敗退。2年目に向けて、戦力のため直しに多

くの課題を残しました。

そんななかで、DFにコンバートされた遠藤がフアルカン日本代表に選ばれ、レギュラーに定着した藤田、服部は現・日本代



トップより先にリーグ優勝を果たしたサテライトチーム。明日のジュビロをJリーグ優勝に導く原動力だ

表候補に入りました。
また、わずかなチャンスで成長ぶりをアピールした松原や田中も、服部と並んでオリンピック代表メンバーに名を連ねており、彼らを中心とした若手チームは昨年のサテライトJリーグで優勝を飾っています。こうした有力な若手の台頭は、チーム力強化に向けて明るい材料です。

サッカーに負けてたまるか ラグビー部も初の全国大会進出!

年末年始、サッカーと並んで盛り上がるのがラグビー。高校から大学、社会人まで全国大会がめじろ押しです。

そんななか、「全国社会人ラグビー大会」出場を狙うヤマハ発動機・ラグビー部は、11月26日、関西地区代表6チームのひとつを賭けて本田技研と対戦しました。

開始早々PGで先制されたものの、この日はSO川崎が絶好調。自らのトライと正確なキックで得点を重ね、前後半あわせて

さらに、長期離脱していた「ゴン」中山の復帰も見えてきました。スキラッチとのツートップが実現すれば、攻撃力も大きくアップするはず。
オフ監督が就任の時に語ったとおり、今年のジュビロはいよいよ優勝を争えるチームとなって、大暴れるに違いありません。



ニュージーランド出身のNO.8、D・アトキンスが発砲ゴール前のスクラムサイドについてトライ (対・本田技研)

1から次々に得点を許してしまいました。それでも、終了間際にワントライを返し、ノースサイド。90対13の完敗でしたが、この経験を生かして、次のシーズンこそ関西Aリーグ入りと全国大会での活躍を期待したいものです。

CRANK CASE

お店で聞いた ちょっといい話

ワンマン社長の反省。

「申し訳ありません。いま詳しい者がおりませんので……」

みなさんは、お客さまの質問にこのような対応をされたことはありませんか? 営業担当者はサービス部門に聞かずに、サービスマンは営業サイドにタッチしない。お店の機能をシステムティックに整備した近代的なショップほど、こうした現象は起こりやすくなるものです。

これは、東京都下にお店を構えるあるワンマン社長の話。この社長さん、とにかく外に出るのが好きで、新商品説明会や同業者の寄り合い、さらには各種講習会、Y.E.S.S.イベントなどなど、人が集まる所にはどこにでも顔を出すので有名な人。それはそれで結構なことなのですが、あらゆる情報社長さんに一点集中するため、なかなかお店のスタッフには伝わらないデメリットがありました。

当然のことです。豊富な情報をもっている社長さんは、やれ「今日は〇〇の会議だ」、やれ「明日は△△イベントだ」と、毎日のように出かけてしまうので残された従業員はたまったものではありません。その結果「申し訳ありません。いま

詳しい者がおりませんので……」とになってしまうのです。

「そんな突き上げが従業員の方から出るようになりますね、これはマズイと。確かにいつまでも私がかんことをしたら後継者も育たないし、何より店がまわらない。そこでできるだけ情報を共有していこうとなったわけです」

さっそく従業員のみなさんとミーティングの機会を持ち、情報の共有のために何をしたらいいのかを話し合った結果、導き出された結論は次のようなものでした。

●会合などの出席は、できるだけ若いスタッフに任せる。

●週に1回ミーティングを開き、情報交換の場とする。

「こうすることで、若い連中にも経営参画意識を持ってもらいながら、担当者が店を離れていてもお客さんに同じ対応ができるようになりました。相乗効果で従業員のやる気も出てきましたし、結果オーライですよ」と笑う元ワンマン社長。

ちなみにこの社長さん、最近同業者のみなさんから「出無精になったんじゃない?」とからかわれているそうです。

MARINE TOPIC

勝ち残りニッポン! '95アメリカズカップ チャレンジャー決定戦が開幕

海のF1ともいわれる世界最高峰のヨットレース『第29回アメリカズカップ』が、いよいよ開幕します。

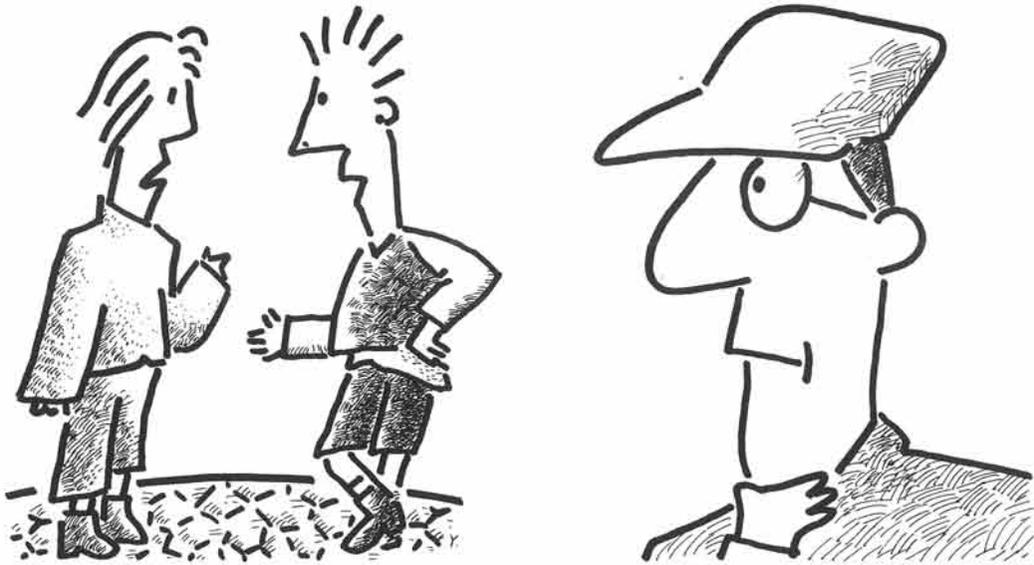
この大会は、カップ保持国であるアメリカから防衛艇1艇を選出する『シチズンカップ』と、世界の国々から挑戦艇1艇を選ぶ『ルイ・ヴィトンカップ』、そしてそれぞれの代表艇が栄光の銀杯を奪い合う本戦『アメリカズカップ』という3つの大会で構成されており、まずシチズンカップがスタートする1月12日が、アメリカズカップの実質的な開幕となるわけです。

ヤマハ建造の「ニッポン」号を擁して参戦する「ニッポン・チャレンジャー」チームは、1月14日から始まるルイ・ヴィトンカップに参戦。ラウンドロビンと呼ばれる総当たり戦を4回行なって、上位4チームに残ればセミファイナルに進出できます。

ここで、さらに3回の総当たり戦を2位以内で勝ち抜けば、いよいよファイナル。9戦して先に5勝を上げた方が、ディフェンダーへの挑戦権。つまりアメリカズカップ本戦出場を勝ち取ることができるのです。5カ国、8チームが競うルイ・ヴィトンカップ。ニッポン・チャレンジャーの挑戦が、今、始まります!



'92年大会で初参加した「ニッポン」はベスト4まで進出。今大会はそれ以上の活躍が期待される



今月のテーマ

ジェネレーションギャップ

「最近の若い世代は、本当にわからないよ。何が格好よくて、何が格好の悪いものなのか、何がおもしろくて、何がおもしろくないことなのか、俺たちにはまったくわからなくなっちゃったね」

94年の年の暮れ。年末のごあいさつに伺ったあるバイクショップで、お店のご主人とこんな話になりました。ご主人の年齢は30代半ば、まだまだ若いヤル気満々の青年社長といったところです。

「店に来てくれる10代のお客さんなんか見ていると、つくづくそんなことを感じるよ。彼らが着てる服だって、俺らの目から見るとただのダラしない服にしか見えなないじゃない。あれがファッションだって言うんなら、それが感覚的に理解できない俺たちは間違いなくオヤジの部類だよ。両手を上げて、降参するしかないよね」

このご主人に限ったことではなく、いつの時代にもジェネレーションギャップという問題は存在します。いくら自分若いつもりでいても、世代間の断絶は本人の意思に関係なく迫ってくるのです。10年ほど前に「新人類」という言葉が流行しましたが、世の大人たちを震撼させたあの世代だって、いまやさらに下の世代に突き上げをくらって「旧人類」呼ばわりされているのですから……。

しかし、そうも言っていられないのが私たちの仕事です。若い世代のフィードバックが理解できないようであれば、この時代に二輪車を販売するのは不可能に近いことです。たとえば現在のネイキッドモデルやアメリカンバイクの人気を、正確に把握し分析できる人がどれだけの人でしょうか。もっと言えば、数年前にこの流れを予測できた人は皆無に等しいはず。

現在若者たちに人気のストリートファッションが、アメリカンバイクのファッション性とかでクロスしているのは多くの人が認識しているところですが、しかしこのファッションだって、近い将来また新たな流れに飲み込まれてしまうことでしょう。そうなった時には間違いなく、二輪業界にも新しいウェーブが起ころははずです。ネイキッドやアメリカンに変わるニューカテゴリーは果たして何なのか、私たちは現在の環境を正確に把握した上で、近い将来の準備をしなくてはなりません。

次号からスタートする「ワンポイントヒント/マーケットの現場から」では、ユーザー動向を含めた市場の生の姿をレポートしながら、ご商売に役立つさまざまな情報をお届けします。ぜひご期待ください。

NEW MODEL

国内専用新フィーチャー投入で発売開始

XV1100ビラーゴ

'95スポーツ商品のオーバー750第一弾として登場するのが「XV1100ビラーゴ」です。現在ヤングライダーにも人気の高いアメリカンの市場で、“信頼のヤマハオーバー750”を印象づけ、店頭で若い活気を生み出します。

メーカー希望小売価格
730,000円

※北海道、沖縄および一部地域を除く。価格には保険料、税金(含む消費税)、登録にもなる諸費用は含まれません。
カラー：ダークグリーン・ブルーメタリック/セラミックアイボリー



「XV1100ビラーゴ」は、北米市場を中心に人気を集める輸出モデル「XV1100Virago」の特徴をそのまま継承。国内交通環境に合わせた仕様変更及び新機構を追加し、快適なクルーザー機能を見現化させました。

フィーチャー&セールスポイント

- Vツインの鼓動とトルク感を強調する75度Vツインエンジン
独特の不等間隔爆発タイミングや、最適クランク慢性マス設定などにより、Vツインならではの鼓動とトルク感を最大限に引き出しながら、中低速重視の扱いやすい特性を実現。
- 新採用TPS付きキャブレター
新たにTPS（スロットル・ポジション・センサー）付きBST40キャブレターを採用しました。回転数、スロットル開度、スロットル操作変位をパラメーター検出し、点火タイミングの3次元マップによる制御を行ないドライバビリティ向上を果たしました。
- 国内仕様専用マフラー
国内レギュレーションをクリアしながらビッグVツインの味のある排気音をつくり出すために、マフラー内部構造の見直しを実施。
- 3〜5速を新作したミッション
輸出モデル「XV1100Virago」比較で3〜5速をハイギアード化した新作パーツを採用。パワーバンドの広いエンジン特性と相まって快適なクルージングを実現しました。
- ゆったりしたライディングポジション
プロファイルを極力低くおさえたプレスバックボーンフレームを採用、715mmの低シート高を実現しました。ソフトなルーズクッションシート、ブルバックハンドル、前方へスライドしたステップ等との相乗効果が、疲労の少ない余裕のライディングポジションを生み出しています。

「95ヤマハスポーツ「XV1100ビラーゴ」」
●全長2285mm ●全幅815mm ●全高1190mm ●軸間距離1525mm ●シート高715mm ●最低地上高145mm ●乾燥重量223kg ●エンジン種類4サイクル・空冷・SOHC・2バルブ ●気筒数配列V型2気筒 ●総排気量1063cc ●内径×行程95.0mm×75.0mm ●圧縮比8.9:1 ●最高出力60ps/6,000rpm ●最大トルク8.3kgf・m/3,000rpm ●キャブレター一型式BST40×2 ●始動方式セル式 ●点火方式トランジスター式 ●潤滑方式強制圧送ウェットサンプ ●オイル容量3.8ℓ ●クラッチ形式湿式多板コイルスプリング ●変速機常時噛合式前進5段 ●燃料タンク容量16.8ℓ ●緩衝方式(前)オイルダンパー・コイルスプリング(後)オイルダンパー・コイルスプリング ●ホイールトラベル(前/後)150mm/97mm ●ブレーキ(前)油圧式シングルディスク(後)ドラム(フリーディングブレーキ) ●タイヤサイズ(前)100/90-19 57H (後)140/90-15 M/C 70H

フィーチャー・変更点&セールスポイント

- ラジエーターのラウンド化で冷却性向上
前面投影面積で有利な新設計ラウンドラジエーターを採用、走行時の冷却性能を高めてエンジン性能の安定性向上を図りました。
- SP専用オーリンス製リアサスペンション
リアサスペンションには、SP専用のオーリンス製を採用。極低速から狙い通りの減衰力を発生させることができます。リアのモノクロスサスペンションについてもリンクレジオを変更し、作動性を高めています。
- またフロントサスペンションも、スライドメタルにクラウジングをつけてフリクションを低減。さらにD.Uメタルを追加して作動性を向上させました。
- 可変ピボットとレース用別売パーツでトラクションの最適化を達成
レース出場時を考慮して可変ピボットを採用しました。別売のキットパーツにより、ピボットドライブ軸-リアアクスル軸のトライアングルの走行条件に合わせた微調整が可能で、トラクションの最適化を得ることができます。

「95ヤマハスポーツ「ヤマハ」YZF750SP」
●全長2070mm ●全幅735mm ●全高1155mm ●軸間距離1420mm ●シート高795mm ●最低地上高140mm ●乾燥重量194kg ●エンジン種類4サイクル・水冷・DOHC・5バルブ ●気筒数配列並列4気筒 ●総排気量749cc ●内径×行程72.0mm×46.0mm ●圧縮比11.5:1 ●最高出力77.0ps/9,500rpm ●最大トルク6.0kgf・m/9,000rpm ●キャブレター一型式FOPDQ39 ●始動方式セル式 ●点火方式トランジスター式 ●潤滑方式強制圧送ウェットサンプ ●オイル容量4ℓ ●クラッチ形式湿式多板コイルスプリング ●変速機常時噛合式前進6段 ●燃料タンク容量19ℓ ●緩衝方式(前)オイルダンパー・コイルスプリング(後)オイルダンパー・コイルスプリング ●ホイールトラベル(前)120mm/130mm ●ブレーキ(前)油圧式ダブルディスク(後)油圧式シングルディスク ●タイヤサイズ(前)120/70 ZR17 (後)180/55 ZR17

オーリンス製リアサスペンションの新採用等で熟成

YZF750SP

国内最高峰=スーパーバイクの全日本選手権で
'94年チャンピオンを獲得して
信頼の高性能を実証したYZF。
'95モデルは、細部の熟成により、
一段と走りに磨きをかけて登場します。

メーカー希望小売価格
1,300,000円

※北海道、沖縄および一部地域を除く。価格には保険料、税金(含む消費税)、登録にもなる諸費用は含まれません。

カラー：ブルー・イッシュホワイトカクテル1



NEW MODEL

乗り心地の向上、キャブセッティング
変更などで商品性研磨

SEROW225W

オフロードモデルの超人気ロングセラー、
セローの'95モデルが登場します。
新たにキャブレターセッティング変更、
シートの快適性向上、強化メインスイッチの採用などで
一層の熟成が図られています。

フィーチャー・変更点& セールスポイント

- キャブレターセッティング変更
セッティングの変更によりアイドル安定性を向上させるとともに、気圧変化に対する影響を最小限におさえました。
- クラッチ操作時のフィーリング向上
ワイヤー構成を、単継り式から複継り式に変更。より細いスチール線の使用で、通し部分での滑らかさを向上させました。またワイヤー配策もメインパイプに沿った形としてブッシュ等のからみつきを解消しました。
- シートの快適性向上
着座する面の幅を30cm広くとり、あわせてクッション材とレザー材質を見直し、長距離走行時の疲労低減を図りました。
- フロントの踏面前後幅拡大
フロントは、ウッズライディングでの走行性を犠牲にすることなく前後の幅を6.8mm拡大し、足に一層フィットしやすくしました。
- その他、ブレーキフィーリングの向上など
フロントブレーキはホース特性の見直しでフィーリングの向上を図りました。その他、ビン回転式ヘルメットホルダー、強化メインスイッチの採用などを行ないました。

メーカー希望小売価格
369,000円

※北海道、沖縄および一部地域を除く。価格には、保険料、税金(含む消費税)、登録にともなう諸費用は含まれません。
カラー：パーブリッシュホワイトソリッド/フォレストグリーン
パーブリッシュホワイトソリッド/ディープバイオレットソリッド
パーブリッシュホワイトソリッド/ビビッドカクテル

新型シリンダー、18mmVMキャブレターを採用
してバージョンアップ

TZR50R

フルサイズの50cc.スポーツとして人気のTZR50R。
'95モデルは'94「TZM50R」に投入した
エンジン関係の新機構をそのまま
移植してバージョンアップを
図りました。

フィーチャー・変更点& セールスポイント

- 新型シリンダーの採用
現行モデル比較でポート面積を6%拡大、また形状最適化を図った新型シリンダーを採用して性能向上を図りました。「TZM50R」に採用のシリンダーと同タイプです。
- φ18mmVMキャブレターの採用
新型シリンダーとの適合を図るため、キャブレターはφ16mmVMタイプからφ18mmVMタイプへと変更。吸入負圧に対する最適吸入空気量を確保しました。さらに、低中速でのガス流量最適化を図るために、メインエアインナータイプからメインエア大気開放タイプに変更しています。
- 小型フラットタイプY.E.I.S.を採用
吸気効率を向上させるヤマハ独自のY.E.I.S. '95モデルでは、小型フラットタイプY.E.I.S.を新採用。新型シリンダーの効果と相まって優れた特性を実現しました。

メーカー希望小売価格
299,000円

※北海道、沖縄および一部地域を除く。価格には、保険料、税金(含む消費税)、登録にともなう諸費用は含まれません。
カラー：ラジカルホワイト
ヤマハブラック



乗り手にやさしい
スポーツタイプのコミューター

SR125

メーカー希望小売価格
279,000円

※北海道、沖縄および一部地域を除く。価格には保険料、税金(含む消費税)、登録にもなう諸費用は含まれません。

カラー：グリタリングブラック



ヤマハ「SR125」

●全長1955mm ●全幅705mm ●全高1065mm ●軸間距離1275mm ●シート高740mm ●最低地上高155mm ●乾燥重量104kg ●エンジン種類4サイクル・空冷・SOHC・2バルブ ●気筒数配列単気筒 ●総排気量124cc ●内径×行程57.0mm×48.8mm ●圧縮比10.0:1 ●最高出力10.0ps/8,500rpm ●最大トルク0.86kgf-m/7,500rpm ●キャブレター型式Y24PX ●始動方式セル式 ●点火方式トランジスタ式 ●潤滑方式強制圧送ウェットサンプ ●オイル容量1.3ℓ ●クラッチ形式湿式多板コイルスプリング ●変速機常時噛合式前進5段 ●燃料タンク容量9.0ℓ ●緩衝方式(前)テレスコピック(後)スイングアーム ●ホイールトラベル(前/後)120mm/78mm ●ブレーキ(前)ドラム(後)ドラム ●タイヤサイズ(前)3.00-17-4PR(後)3.50-16-4PR

アダルト男性のコミューターとして人気の原付二種カテゴリーに、SR125が新登場。スポーティな外観とコミューター機能を高次元でバランスさせました。

フィーチャー&セールスポイント

□バランス装備のOHC単気筒

扱い易くフラットトルクを身上とする4サイクルSOHC単気筒エンジンを搭載。 balancerの内で体感振動を大幅に低減させて、快適な走行性能を具現化しています。

□スリム&ライトボディ

スリムでしかも乾燥重量104kgというライトなボディで、軽快なとりまわしが可能です。足つき性の良い740mm低シート高と相まって優れたコミューター機能を発揮します。

□上品なカラー&グラフィック

ヨーロッパ仕様の上品なカラーリングを施し、ゴールドのラインを強調したグラフィックを採用しました。



'95ヤマハマウンテントレール「SEROW225W」

●全長2070mm ●全幅800mm ●全高1160mm ●軸間距離1350mm ●シート高810mm ●最低地上高285mm ●乾燥重量106kg ●エンジン種類4サイクル・空冷・OHC・2バルブ ●気筒数配列単気筒 ●総排気量223cc ●内径×行程70.0mm×58.0mm ●圧縮比9.5:1 ●最高出力20ps/8,000rpm ●最大トルク1.9kg-m/7,000rpm ●キャブレター型式BST34×1 ●始動方式セル式 ●点火方式C.D.I.式 ●潤滑方式強制圧送ウェットサンプ ●オイル容量1.3ℓ ●クラッチ形式湿式多板 ●変速機常時噛合式前進5段 ●燃料タンク容量8.8ℓ ●緩衝方式(前)オイルダンパー、コイルスプリング(後)ガス、オイルダンパー、コイルスプリング ●ホイールトラベル(前/後)225mm/190mm ●ブレーキ(前)油圧式シングルディスク(後)油圧式シングルディスク[ドラム] ●タイヤサイズ(前)2.75-21-4PR (後)120/80-18 62P

ヘルメットの常識を革新する新機構

《エアフィッティングシステム》

&

《スーパーエアチャンネル》

RODEM
AIR FITTING SYSTEM

高次元のフィット性を追求したヤマハニューヘルメット「RODEM」は、従来のヘルメットの常識を革新するふたつの新機構を備えています。まず、内装を好みに合わせて調整できる《エアフィッティングシステム》を装備(特許申請中)。これはポンプの作動により内装内のエアバックに空気を送る新機構で、ライダーの頭の形にジャストフィットさせるシステムです。

さらにもうひとつのニューフィーチャーは《スーパーエアチャンネル》(特許申請中)。着脱式の内装の中に空気のチャンネル(流路)をつくり、新鮮な風を送ることで、ヘルメット内を常時快適な温度に保ちます。

較べればわかるニューヘルメット「RODEM」を、ぜひお客さまにご案内ください。



※なお商品名の「RODEM(ロデム)」は、一初から公募したものです。合計2,300名の応募の中から最優秀賞の結果、柴原千春さん(福岡県)の作品を採用させていただきました。



ホワイト

2月20日
新発売

【その他の機構】

- ブッシュエアインテーク ●フル内装&パーツ着脱システム ●微少閉ロック付きシールドストッパー ●ダブルステッチDリング ●くもり止め加工P/Cシールド

メーカー希望小売価格：¥35,000

規格：JIS C種/SNELL M90/MFJ公認

サイズ：S/M/L/LL

カラー：ホワイト/ブラック/クリスタルレッド/スターブラック



'95ヤマハスポーツ「TZR50R」

●全長1880mm ●全幅695mm ●全高1025mm ●軸間距離1250mm ●シート高760mm ●最低地上高130mm ●乾燥重量84kg ●エンジン種類2サイクル・水冷・クランク室リードバルブ ●気筒数配列単気筒 ●総排気量49cc ●内径×行程40.0mm×39.7mm ●圧縮比7.5:1 ●最高出力7.2ps/10,000rpm ●最大トルク0.63kg-m/7,500rpm ●キャブレター型式VM18SS×1 ●始動方式セル式 ●点火方式C.D.I.式 ●潤滑方式分離給油(ヤマハオートループ) ●オイル容量1.0ℓ ●クラッチ形式湿式多板コイルスプリング ●変速機常時噛合式前進6段 ●燃料タンク容量10ℓ ●緩衝方式(前)オイルダンパー、コイルスプリング(後)ガス封入オイルダンパー、コイルスプリング ●ホイールトラベル(前/後)130mm/100mm ●ブレーキ(前)油圧式シングルディスク(後)油圧式シングルディスク ●タイヤサイズ(前)80/90-16 43P(後)90/90-17 49P

NEW PRODUCTS

リアボックス Majesty 2月1日新発売

好評の新型リアボックスをベースに、着色の難しいシルバー塗装を施すことにより、高級感あふれる仕上がりを実現しました。



メーカー希望小売価格：14,800円
サイズ：縦340×横375×高さ290mm
容量：27ℓ
材質：AES&PP
部品番号：90793-54010

ヒーローなんて、ガリイゼ
ハイメカZ.R.

NEW! SUPER JOG Z.R.

問題: 走りのハイメカ!!
の中心を走るリアルイベントを体験しよう

RED FAN
タイヤル
03-3438-9988

YAMAHA

アクティブ& ファッショナル “Z.R.”の魅力を ストリートへ発信中!

ストリートバスケットにスケートボード、ローラ
ーブレードが大好き!今どきのハイティーンたち
は、アクティブでファッショナルなストリート。
ギアに敏感です。
そして「スーパージョグZ.R.」は、そんな彼らの
センスにぴったりマッチする、優れた機能とオン
ヤレなスタイルを備えたスポーツスクーター。
そこでヤマハは、“Z.R.”とハイティーンたちをガ
ッチリ結びつけるために、ストリートファッショ
ン誌、ヤングマガジン誌とタイアップ。商品広告や
記事広告、イベントなどを通じて“Z.R.”の魅力
を幅広く、効果的にアピールしています



雑誌広告は、たくさんのスケートボードをバ
ックにしたカラフルなデザイン。BOONを
はじめ、週間少年ジャンプ、週間少年サンデ
ー、ヤングマガジン、ヤングジャンプ、ヤ
ングサンデー、週間プレイボーイなどに順次掲
載していきます



ストリートファッショナル誌としてハ
イティーンに絶大な人気を持つ「B
OON」では、スクーターファッ
ションコンテストなどの企画を盛り込
んだタイアップ記事を展開。より読
者に近づいた形で“Z.R.”をアピール



雑誌広告で紹介している“RED
FANタイヤル”のゲーム景品や
来店プレミアムとして、5種類の
オリジナルピンズを用意