

がんばるバイクショップの

情報マガジン

ヤマハニュース

Yamaha News



特集 ● お客さまを店に魅きつける

コミュニケーション・アップ作戦!

ハローナイスショップSpecial ● ヤマハ東京ショールームE

「店飾」・「造作」のアイデアII

YAMAHA NEWS インタビュー13 ● 株サンスイ

いま求められているプロショップ

1996 No.390

2

F E B.

ファットなタイヤ、トルクフルなエンジン。それを支える力強い、それでいて柔らかなボディライン。機能だけを追い求めない大らかさ。重厚長大、優美流麗。ドラッグスターには、まされないアメリカの匂いがある。

拝見！となりのお店

HELLO NICE SHOP

ハローナイスショップ

ヤマハ東京MCショールーム
【後編】



「陽気で明るい旧き良きアメリカ」をテーマとしたニューエイジアメリカンの展示コーナー。1月号で紹介したオフロードコーナーと比較していただきたい

ショールームに見る 「店飾」・「造作」のアイデアII

昨年春にオープンした「ヤマハ東京モーターサイクルショールーム」。現行ラインナップのフル展示で、たくさんのお客さまを集めるこのスポットは一方で、店内ディスプレイのモデルルームとしても注目を集めている。

前号に続きお伝えするショールームの展示ノウハウをお店のディスプレイの参考にどうぞ。

「あつ、アメリカ……」

1月上旬——話題のニューモデル「ドラッグスター」の入荷にともなって、大幅なディスプレイの変更を受けたヤマハ東京MCショールームの展示スペース。ドラッグスターを一目見ようと駆けつけたお客さまから、ふとそんな声もれる。

「今回のディスプレイのコンセプトは、ドラッグスターの商品性に合わせた『陽気で明るい旧き良きアメリカ』です。バスケットボールやボクシングのグローブ、それに古いガソリン缶などの小物を使って、『50〜60年代のアメリカをイメージしてみました。おかげさまで来場者からの評判も上々です」

と話すのは、前号でも紹介した同ショールームの設楽マネージャー。年末年始にかけて張り替えた床面のフローリングとの相乗効果



床面をフローリングに変更したことによって、お客さまがセザをつけられるようになった。車間距離を十分に取ることで、エンジンまわりをじっくり確認するお客さまの姿が増えた

「ロー&ロングのシルエットを強調したい」という理由から、あえて展示台は使っていない

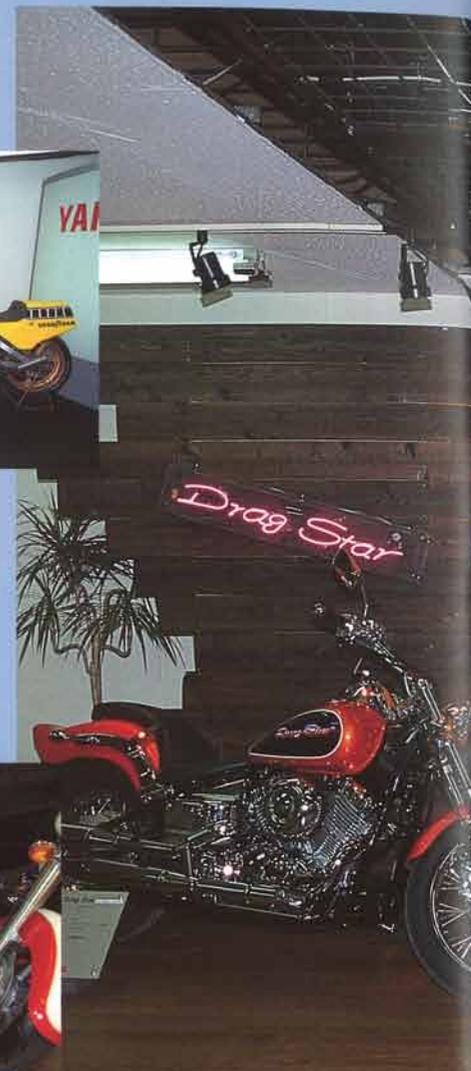


お客さまの休憩コーナーにもこんな演出が……



ケニー・ロバーツが活躍した時代の、懐かしいカラーリングの'88YZR500も、アメリカを連想させる演出に一夜

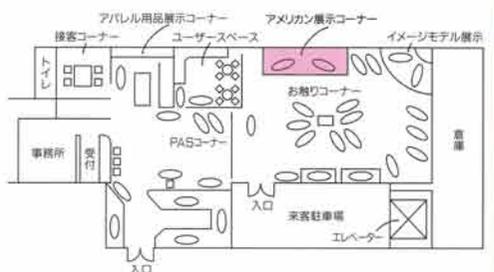
雰囲気づくりに欠かせないオールドスタイルのボクシンググローブなどは、アンティークショップからのリース品



ヤマハ東京モーターサイクルショールーム

東京都練馬区豊玉南2-23-10 ☎03(5999)2285

都内の主要道路、環状7号線沿いに昨年1月オープン。スクーターからスポーツバイク、さらにはビジネス、バス、ファクトリーレーサーなどを展示する話題の情報発信スポット。主要ニューモデルについては試乗車も用意している。ショールームの展示については「バイクショップのモデルルーム」を意識しており、見学に訪れる店主さんも多数。ディスプレイの相談にも対応する。なお、お問い合わせについては担当：設案まで。



により、1月号の写真と比較するとかなりイメージが変わったことが理解できる。

「フローリングにした理由はいくつかあるのですが、一番大きな要素は高級感の演出です。素材そのものが持つ高級感はもちろんですが、床にあたった光の反射がソフトに拡散するんです。このソフトな光りがモーターサイクルの展示に非常にあってと思います」

今回の展示で特徴的なのは、もっとも見せたい商品であるドラッグスターを、あえて平面のスペースにディスプレイしていること。

このあたりをマネージャーに伺ってみると、

「ドラッグスターのロー&ロングのポリューム感は、人間の目の高さから見下ろす感じが一番かっこいいように思っています。ですから展示台に上げることは考えませんでした。実際にお客さまの中には、高い位置に飾ってあった）モーターショーで見た時よりも長く低いように見える」という印象を持たれた方もいらっしやいます」

最後に、店頭のディスプレイに取り組み販売店のみなさまへ、設案マネージャーからアドバイスを一言。

「限られたスペースの中で効果的な展示をするには、ある程度、台数の割り切りが必要だと思えます。そのためには、頭の中でも結構ですから、もう一度、展示車と在庫車の位置づけをしっかりと整理されてはいかがでしょうか。その上で確保できた空間を効果的に使うことができれば、今まではまるで違う展示に挑戦できると思います」

特集●お客さまを店に魅きつける

コミュニケーション・アップ 作戦!

二輪販売店は、お客さまを店頭へ誘うことから始まって、接客、商談、そしてアフターサービスまで、お客さまとのコミュニケーションがなくては商売が成り立ちません。とりわけ、春商戦がたけなわとなる2月以降、しっかりお店の存在と魅力をアピールしておきたいものです。そこで今回の特集は、ある意味で営業活動の基本ともいえる「お店とお客さまとのコミュニケーション」について、その重要性や、より広くより深くコミュニケーションするためのヒントを探ってみました。



投げ込みチラシは春商戦の時期をはじめ、5月の決算期、9月の連休、12月のボーナス時期など効果を期待できる時期と、駅前、市役所など場所を考える

街と 対話しよう

来店を誘うきっかけ作りは
地域コミュニケーションから

古橋商会/古橋照夫社長

不特定多数に発信する
投げ込みのメッセージ

「商売の第一歩は、まず店の名前を覚えてもらうことから始まります。『古橋商会』という店が浜松市内にある、これを知ってもらわなくては。そのためウチでは市内に看板を立てたり、市内を走るバスの後部に広告を入れたりしています。これはあくまで宣伝だけど、より積極的に店の名前を覚えてもらう、つまり不特定多数の方に呼びかけていくコミュニケーションのひとつでもあると思っていますよ」

そう話すのは、静岡県浜松市内にお店を構える古橋商会さんの古橋照夫社長。「例えば3月に入ると春商戦が佳境を迎えますよね。でも、それは店にとって仕上げの段階で、実際には年末・年始、あるいは1年を通して下地作りをしておく

特集

お客さまを店に魅きつける

ことが大切なんです。いざ、というときに迷わずウチを思い出してくれるような前段階の「仕込み」ですよ」

つまり、お客さまを呼び込むためのコミュニケーション作りこそ営業活動の基本というわけである。

だから、投げ込みチラシひとつをとっても決して手を抜かない。古橋社長流投げ込みチラシは、ポケットティッシュを活用する。ポケットにスッと入れられるサイズのビニール袋に、ティッシュとバンドエイド、お店のチラシ、そして（ここが大切だ）投げ込む場所に合わせたメッセージが添えられている。ちなみに投げ込みチラシを投げ入れるのは、集中した効果を期待できるような駅前の駐車場として市役所の駐輪場など。メッセージは、例えば市役所の駐輪場に投げ込む場合、こんな文章になる。

「市役所の職員の皆さまへ。厚生会に入会しました古橋商会です。新車、中古車の購入、修理、点検、車検など、市職員の方々向けの特典を用意させていただきます（後略）」

——こうしたメッセージ入りのチラシを、駐輪場に詰められている自転車やフ

アミリーバイクのカゴに、古橋社長自ら一つひとつ投げ込んで行くのだ。

「メッセージを書き、コピーし、一枚一枚切っていく。それをティッシュやバンドエイド、チラシとともに袋に詰める。

こうした作業すべて私をはじめ従業員総出で行なうんです。しんどくないかって？ いや、こんなのはわずかな手間ですよ。この程度の手間もしんどがって日なたぼっここの商売をやっていたら、どうい上向かないんじゃないでしょうか」

古橋社長はなかなか手厳しい。

口コミの効果・恐ろしさ 来店客をサービスで固定

古橋商会さんでは、夏のボーナスシーズン前に市内の中田島や遠洲浜などの大きな団地に向いて行って、出張展示会なども行っている。会場の前には「古橋商会」の看板を掲げ展示即売を行なうセールイベントだが、積極的に町に出ていくことで地域との新たなコミュニケーションチャンスを広げる役割も担っているのだ。



お店が発信した情報は、お客さまの来店という返信によって対話を生み、より深いコミュニケーションへと発展する

また、古橋社長が全国二輪車安全普及協会の活動を熱心に行なっていたことから、地元の婦人会の要請で始まった安全運転教室も好評だ。会場に充てられる学校の校庭に主婦や年配者などの希望者15〜6名を集め、各々のスクーターを使って正しい乗り方を教えている。指導員の資格を持っている社長も、ここで一緒に指導にあたる。

「これは決して、販売につながるからといった気持ちではやっていません。完全にボランティア。だからこそお客さんも集まりやすいし、毎年開催することができるとです。そう古橋社長は話す。

「お年寄りの介護をするヘルパーさんたちで構成される社会福祉協議会などからも、この安全運転乗り方教室の依頼が飛び込んできています。今年はずっとも実現させたいと思っていますよ」

こうしたコミュニケーション活動の多くは、「お店」対「お客さま」の関係を密にするという直接的な効果をもたらすが、古橋社長はそこからさらに「お客さま」対「お客さま」につながる二次的効果も見逃してはならないという。投げ込みチラシやポータルキャンペーン、安全運転教室などを通じて、口コミで「古橋商会」の名前が伝わることを期待しているのだ。

「市役所の駐輪場に投げ込みする。そうすると職場でバイクの話——保険の更新をどうしたらいいかとか、新しいバイクをどこで買ったらいいか、とか——が出たときに「古橋商会」の名前が話題に上ることだってあるはずですよ。投げ込みの場所を限定するのはこんな理由もあるんですよ」

ただ、口コミはいい評判以上に悪い評

判が伝わりやすいもの。

「ですから、ただ売っただけの店じゃダメですよ。名前を多くの方に知ってもらい以上、きちんとした商売をしていないことには来店してもらっても逆効果になってしまいますよ。サービスの技術はいつもしっかりしておく。修理の依頼があればどんなに遠くともすぐに駆けつける。商売の基本をしっかりやっていける体制・自信があつてこそです」

地域との幅広いコミュニケーションで新規需要を掘り起こす「種」を蒔く。古橋商会さんにとって、春商戦という今年最初の「収穫」では、どんな実を結ぶのだろうか。



古橋商会 (静岡県浜松市)

浜松市の中心部、浜松市役所にもほど近いバス通り沿線に立地。創業は昭和35年と古い。浜松市内にはスクーターを中心に扱う本店のほかビッグバイク専門店、中古車専門店の、さらに4輪専門店などの支店も持っている。商圏は浜松市内を含め、半径14〜15キロと広範



見込客リストはお店の台帳、そして岩倉社長自身のシステム手帳にも書き写される。「家にいるときでも、ふとお客さまの顔が浮かぶときがある。そんなときすぐに電話できるように、いつでも携帯しています」

会話が作る 温かい店

再来店、再々来店を誘う
コミュニケーション

YSP名古屋東/岩倉武治社長

一方通行に終わらせない
電話でのコミュニケーション

「最近思うんです。都会は人間関係がドライだってよく言われるけど、本当にそうなんだろうかと。薄っぺらでしかないように見える都会の人間関係でも、じつは個々の人たちは温かい付き合いに飢えているんじゃないでしょうか。特に、ひとり暮らしが多い大学生はね。私はお客さんがたくさん集まって温かな交流を楽しむ、そんななかで商売をやりたいと思います。そのために必要なのは、まずきっかけ。店から個々のお客さまに向けてどんどんコミュニケーションの手を差し出すことなんですよ」

こう話すのは名古屋市の東側、天白区にあるYSP名古屋東さんの岩倉社長。その「ぬくもりのあるコミュニケーション活動」とはどのようなものなのか、お話を聞いてみた。

「ウチには1日で6〜7人、多いときは10人ほど新車の見積りを取るお客さまがいらっしゃるんです。誰に対してコミュニケーションを図っていくかと考えたときにまず思い浮かんだのが、この見積りのお客さまでした」

YSP名古屋東さんでは、見積りにいらしたお客さまをまとめたリストを作成、これをもとに後日めねく電話をかけ、コミュニケーションをはかっていく。電話をかけるのは、お店の1日の業務が終了した後。ちょうど仕事や学校からお客さまが帰宅した頃である。「またお店に行きます」という言葉が引き出せれば大成功。「今、お金がなくて……」とか「他の車種とどちらにするか悩んでいます」という言葉なら、期間を置いて何度でも電

特集

お客さまを店に魅きつける

話をする。しかし、電話というのはかける側にとつての一方通行である可能性も否定できない。一方的な電話は逆に「わずらわしい」と感じられ、お店のマイナス評価につながることもあるのでは……？

「ただ『売らんかな』の電話ではだめですよ。こちらから電話をかけたとしても、そこでしっかりお客さまとコミュニケーションのキャッチボールができないと。そのためには電話をかけた相手のお客さまのバイクライフや家庭状況を理解して、『会話』を成立させないといけないんです」

岩倉社長は見積りでいらしたお客さまを接客する際、十分に会話し、雑談のなかからさまざまな情報を引き出すようと努める。お客さまが興味を持っているバイクの話はもちろん、これまでどんなバイクに乗ってきたのか、今は何に乗っているのか、ツーリングはどうか、また、家族の話や学校の話……そして聞いた話の中でポイントとなりそうな部分に関しては見積り客リストにメモすることを忘れないのだ。かけた電話では見積りの話から、来店されたときの話題をさり

お客さまには積極的に言葉を投げかけていく岩倉社長。「一見のお客さまでもとことん言葉を交わすことで、店をアピールすることができます。ひいては再来店いただいた次の会話にもつながります」と岩倉社長。



げなく持ち出す。こうすることでお客さまとの会話成立するし、お客さまにとつては「覚えていてくれた」という喜びも生まれようというものだ。

お客さまと『会話のキャッチボール』をするコツは、お客さまを「大多数の一人」と見るのではなく、「大切な一人ひとり」ととらえてあげることが大切なのである。

「例えばこんなことがありました。マジエステイが欲しいというお客さまがいらしたんですが、奥さまのからだの具合が良くないらしいことを聞いていたんです。購入を迷っていたのは、『自分だけバイクに乗って楽しんでいいのかわかるか?』というのが主な理由。何度か電話をして奥

さまのからだの具合も気づかった会話をやりとりし、さらに奥さまとも話をするうち、『じゃあ、また店に行くよ』とおっしゃってくれて。嬉しかったですよ」

岩倉社長のこんなコミュニケーション方法は電話以外にも生かされている。例えば試葉いただいたお客さまに出すDMや、1ヵ月点検の案内の葉書。DMや葉書の余白に、バイクとは直接関係のないプライベートな話題をちよつと手書きで添えてあげるのだ。

「年賀状を想像してください。いくらきれいに印刷してある賀状でも、それだけだと無味乾燥でしょう。ただ、印刷されたものでも、手書きで近況がそえられているとちよつとしたことでも嬉しい。D

客を引きつけ固定化する 温かいスペースづくり

Mや葉書もそうだし、電話も同じことなんでしょう。わずか少しの労力で温かさというのを作ることができるんです」

取材のさなか、あいにくの雪模様について大学生らしいお客さまが飛び込んできた。どうやら注文していたヘルメットのシールドを買いにきたようだ。肩に白く雪を載せたお客さまを、岩倉社長は笑顔で迎える。そして、自らシールドを交換しながら、お客さまの乗ってきたスクーターの話や雪の日の運転などの話を巧みに切り出す。沈黙の時間がないうまま、

「気をつけて帰ってね」と送り出した。特別に常連とも思えないお客さまに対してこの接客なのだ。

「会話をするというのはコミュニケーションの第一歩ですよ。声をかけることで声が返ってくる。そこから店とお客さまとの対等な関係が初めて生まれるんです。会話はまず、YSP名古屋東というスペースがお客さまにとつてすごく温かな場所になっていくと思うんですよ」

温かいといえば、岩倉社長はこんな企画も考えている。

「北海道からジャガイモを100キロほど取り寄せて、『ジャガイモ食べ放題パーティー』を開こうと。場所はこの店。この場でジャガイモをふかして、女性客にはお土産にも待たせてあげるんです。ジャガイモだったら気取らなくてウチの店の雰囲気にもあっているし、お客さまも気楽に来れる。それに冬のさなかなら温かさも演出できるでしょう」

こうした気軽なイベントなら「店員」

と「お客さま」という壁のない対等のコミュニケーションも可能だろうし、ここで仕入れられた個々のお客さまの話題は、再び次の電話や、DM、葉書などにも生かされるはずだ。そして何よりYSP名古屋東というお店が、いつでもやってきて暖まれる「ストロブのような」スペースとして広く認知されることになるだろう。

「お客さまは、バイクが縁でたまた知り合えた方ばかりです。それを、お互いが知り合えてよかった」という関係にまで育てることが商売につながるわけです。お客さんと店とのコミュニケーションというのは、こういう関係を作ることだと思っんですよ」

1年中でもつとも店頭がにぎやかになる春。YSP名古屋東さんにとつて、コミュニケーションを大きく広げる絶好のチャンスがやってきた。



YSP名古屋東 (名古屋市中区)

名古屋市内の東側、国道153号線のすぐ近くに立地。名古屋市中心街から数キロの近さであるほか、周辺には名城大、名古屋大など大学が多数並び、文京地区でもある。学生数の多さを反映してか、客層の6割が大学生



ミニバイクレースの開催が来店促進にも…

バイクの楽しさを 伝えたい

無限に広がるバイクライフの提案

モトショップ五郎/吉澤博幸代表

ミニバイクレースを介して
人と人とのつながりを深める

「モトショップ五郎」という名前を聞く
と、「万歳ハイウェイ」というバイク漫画
を思い出す人がいるかもしれない。この
漫画を愛読していた吉澤博幸さんは、バ
イクショップを始めるにあたって「この
名前しかない」と決心したそうだ。

店名の由来からして楽しいなモトショ
ップ五郎さんでは、お客さまとのコミュ
ニケーションも「多様なバイクでの楽し
み方をショップ側から提案する」という
ことに凝縮されている。その筆頭にあげ
られるのが、ミニバイクレースの主催だ。
きっかけは、吉澤さん自らレースにエ
ントリーした経験による。その楽しさを
お客さまに伝えずにはいられなかったの
だ。

「8年ほど前に、あるサーキットで開催
されたミニバイクの8時間耐久レースに
参加したんです。それですっかり楽しさ
にのめりこんでしまった。こりゃもう、
お客さんと一緒にぜひやりたい、って思
いまして、矢も盾もたまず、どうせな
らと自分でレースを開催することにし
たんです」

すぐに「革ツナギ着用」というだけの
レギュレーションで常連客をはじめとす
る20人ほどを募り、ミニバイクレースを
開催したところ、大好評だった。

「スクーターもあればYSRのようなス
ポーツタイプもあり、ノーマルもチュ
ニングマシンも全部ゴチャ混ぜの何でも
あり(笑)。これはこれで盛り上がりまし
たよ。でも、何戦かするうちに参加者の
側からイコールコンディション化を目指
すレギュレーションが提案され、形にな
っていったんです。それに、35歳以上の

特集

お客さまを店に魅きつける

「オトナのお客さんに、もう一度バイクの楽しさを感じてもらいたい」と、「オヤジカップ」というユニークなクラスを新設した吉澤代表



ライダーを対象にした新しいクラスもできた。こんなふうに、ミニバイクレースを媒介することで、バイクショップの店主とお客さんというよりは、人間と人間のつながりが深くなっていくのを感じましたね」

自分もバイクを楽しみ、人も楽しませる。これが吉澤さんの発想の基盤にあるわけだが、ミニバイクレース開催には来店促進に結びつくメリットもあった。

「みんなレースに勝ちたいですから、情報収集やパーツ取り付けでお店にやってくる。何もやっていなかったら、お店に足を運んでもらうだけでも大変だったと思います。原付バイクそのものもよく売れました。イベントを告知するDMは常

連客を中心に郵送するんですが、そこにはセール情報も掲載していました。もつともそのDMはレース情報が主体で、商売っぽい情報はほんのちよつと。あんまり商売つ気を出しちゃうと、お客さんの夢を削いでしまいそうだね」

ミニバイクレース開催がお客さまとのコミュニケーションを深めたのはもちろんだが、さらにショップスタッフの連携を深めるためにも一役買った。

「イベントを開くにあたっては、厳然とした『開催日』という締め切りがあります。これがスタッフの気持ちを引き締めて、日常の業務に団結感が出て来るんですよ。〇日のレースに向けて、協力してこれだけの仕事を片づけよう」と、仕事

に張りが出てきた。これは思いがけない効果でした」

「お客さまは常に新しい「娯楽」を追求している

吉澤さんはそもそも誘店策の一環としてレース開催を企画したわけではない。

自分が楽しいことを、常にお客さまとも分かち合いたい、そして幅広く奥深いバイクの楽しさを知ってもらいたい、という熱い思いが常に胸の内にあるのだ。だから、吉澤さんが提供するバイクライフの楽しむ「場」と「機会」は留まることを知らない。

ブルドーザーのテストコースを借り切

ったのエンデューロ開催や、ドラッグバトルという新しい競技など次々に新提案をし、ついに昨年にはイベント事業部を別に興してしまったほどだ。

「最初はショップのユーザーサービスのつもりだったミニバイクレースが、ブルの後押しもあって急成長した。レース内容もどんどんハイレベルになって、ユーザーサービスの域を超えてしまったんです。正直に言ってしまうとミニバイクレース開催は『モトショップ五郎』の直接的な利益を支えているわけではない。ウチのお客さんよりも、よそからのエントリーの方が多いわけですからね。でも、やはり生活がかかっているわけで(笑)、今年はショップの利益率向上も考えたい。そんなわけで、ショップと切り放したイベント事業部を立ち上げたんです」

もちろん、吉澤さんがお客さまとコミュニケーションをとる際の「とことんバイクで楽しもうじゃないか」と提案する姿勢は変わらない。

「常に新しいバイク娯楽を提供する場でありたいんです、『モトショップ五郎』は、お客さんの目というのは、僕と話している、この人の後を着いて行ったら何か楽しいことがあるかな」と探しているんです。だから、こちらはいつでもお客さんの楽しさを広げてあげるために触れあっているんだ、というつもりでいる。そのために、自分の時間をなくさないよう気を付けています。自分がバイクを楽しむまなくちゃ、人にも伝えられなくなっちゃいますもの」

新体制を整え、吉澤さんはさらにコミュニケーションの幅を広げていきたいと考えている。

「今は、ショップのユーザーサービスと

いう原点に立ち返って、何か楽しいイベントはできないかと画策しているところ。そしてとにかく、来店してくださったお客さまに無限に広がるバイクライフの夢を与えてあげたい。バイクを売って、そこで商売が終わるんじゃない。売ったバイクでお客さんにどんなふう楽しんでもらえるか、そこが『モトショップ五郎』の商売のスタート地点なんです。また、どんな情報発信をしていくつもりです。お客さん向けのFAXサービスも始めたし、ゆくゆくは『モトショップ五郎』の機関誌も発行したいとも思っています」



モトショップ五郎 (東京都杉並区)

昭和62年8月創業。環七通りの側道に面したマンションの1階部分に店舗を構える併売店。商圏は半径5キロだが、さまざまなイベントを通じての常連客は関東一円から足を運ぶ。ミニバイクレースのオーガナイザーとしても有名。

株式会社サンスイ



TALK

中村篤人さん [渋谷SANSUI店長]

株式会社サンスイ

1902年創業。東京・神奈川に9店舗を出店。釣具屋としては初めてカテゴリ別に分かれた専門性の高いショッブ展開を行なっている。渋谷SANSUIはルアーの専門店。ルアーをはじめとする品揃えの充実度、スタッフの知識の豊富さには定評があり、現在の釣りブームの牽引役ともなっている。

今、アウトドアブームに乗って釣りが大人気だ。とりわけ、芸能人の間で広がったルアーフィッシング熱は、今やさらに一般化。休日には釣りを楽しむ若い女性も多いという。しかし、上達するにはそれなりの知識が必要で、なかなか入門者ひとりですべて楽しむことは難しい。そんな時代のニーズに、理想的なカタチで応えている「釣りのプロショッブ」がある。ルアー専門店として全国の釣り愛好者からも支持される渋谷SANSUI店長・中村篤人さんに、現在のプロショッブのあり方を伺ってみた。

最近、ディスカウントスーパーのような大型釣具店を多く見かけますが、サンスイさんはそれとはかなり雰囲気違いますね。
ウチでは、より専門的にお客さまのニーズに応えるために、磯釣りや川釣り、ルアーなどカテゴリ別にショッブ展開しています。サンスイは1902年創業で百年近い歴史がありますが、カテゴリ別ショッブ展開を始めたのは約20年前。おそらく釣具のプロショッブはウチが日本初でしょう。
20年前というと、日本人にとって釣りはまだ「食べる」ための手段に過ぎなかった。しかし、いずれ釣りの趣味性の高い「レジャー」になると読んでいます。なかでもルアーフィッシングはスポーツテイで男女を問わず楽しめる要素を持っていて、しかも道具選びが重要なポイントになっている。だから近い将来、専門の知識を持ったお店が絶対必要になる……その読みが花開いたというわけです。

ルアーの品揃えは日本一ともお伺いしていますが……
ウチのようなプロショッブに「求められるもの」をひとこと言えば、まずは「商品」でしょう。でも、それだけではプロショッブとは言えません。さらにプラスαの要素として、情報や知識が重要です。お客さまが一番求めているのは、最新の情報。例えば「今度の土曜日、芦ノ湖に行くんだけど……」と言われたときに、プロショッブなら即座に対応してお薦めのルアーを提示できなければダメ。だからお客さまを満足させるためには、情報収集が欠かせません。もちろん釣りは自然が相手ですから「絶対」はあり得ない。そこで経験が必要になってくるわけです。

どどんなサービス??



どんな品揃え？

すね。ある程度経験を積んで、予側を立てられるようになって初めて、アドバイスということができるようになります。これができなければプロショップとは言えません。

また、経験や知識があれば「どの商品をどのタイミングでどれだけ仕入れたらよいか」も自然と分かってきます。スタッフの持つ情報が品揃えにも生きてくるんです。ご覧の通り、商品の点数が多いし、回転も非常に早い業界です。ですから、どのように商品展開をするかは非常に重要なんです。

結局、私たちが「釣りのプロ」でなければいけないんですね。ただ商品を売るためのスタッフはこの店にはいませんよ。

入門者へのアドバイスは、逆に難しいのでは？

このブームで、プロショップのあり方も大きく変わりました。今まで専門店が初心者にとって敷居が高い存在だった。でもウチは、専門店だからこそ初心者に親切でなければいけないと考えています。初心者の方にはなんとかして最初の1匹を釣ってもらい、その感動を実体験してもらいたい。そのために大切なのが専門店としての知識と

経験、それに裏付けられたアドバイスなんです。最初に満足いくフィッシングを楽しめたお客さまは、ブームうんぬんではなく、きつと生涯釣りを楽めることでしょう。釣りをやめてしまう方の最大の理由は「釣れないから」ですから(笑)。

今後はどのような店舗作りを目指していらっしゃるのですか？

「アウトドアライフのなかの釣り」という意識がますます強まるでしょうから、ウチとしても、もっとアウトドア用品の品揃えを増やしていくつもりです。さらには、例えばインターネットを使って釣り場のリアルタイムな情報を流すといったことも手がけてみたいですね。

いつもお客さまに喜んでいただける情報を提供したい。そのための努力を惜しむつもりはありません。

誰のためのプロショップ？



新たに143店が仲間入り！
'95 YTS 新規認定・新規昇格店

前号で、YTS (ヤマハ・テクニカルサービス・スター) 認定店がついに2000店を超えたとお伝えしましたが、今回、そして次号にわたり、昨年4月〜12月までの新規昇格店、新規認定店のみなさん143

■'96CS研修会

地区	会場	日程
東北	仙台	2月16日
中部①	名古屋	2月14日
中部②	静岡	2月15日
中国	岡山	2月22日
四国	松山	2月23日
九州	福岡	2月16日

※時間は各会場とも10時〜17時。※参加申込み方法など、詳しくはヤマハの各担当営業所までおたずねください。

■ヤマハ二輪車整備士講習会

	2月	3月
北海道	B	
東北		
東京	B M 13~15	B M 12~14
中部	B M 6~8	
関西	B M M 7~9 14~16 21~23	M 12~14
中国		
四国	B	M 5~7
九州	B M 7~9	

※B/ベアシック M/マスター R/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、日程のないものなど、詳しくはヤマハの各担当営業所へお問合せください。

ヤマハ・テクニカルサービス・スター店制度 '95年4月〜12月の新規認定・新規昇格店

(☆☆☆スリースター)

- 東京 YSP綾瀬
- 千葉 YOU SHOP WATANABE
- 長野 YSP伊那
- 兵庫 YSP伊丹 YSP神戸灘 YOU SHOPにしむら
- 香川 YSP高松
- 岡山 YOU SHOPアキヤマ

(☆☆ダブルスター)

- 宮城 小山輪業商会 末廣堂輪業
- 群馬 YSP前橋南
- 茨城 バイクセンター ホリウチ
- 埼玉 バイク屋 TOMBOY (株)はとや上尾店

- (有)ホリデーオート下山 (有)ロッカーズ (有)黄金井オート埼玉
- 新潟 YOU SHOP遊輪館
- 栃木 岩本利男商店 BIKE SHOPフジタ アル・シー・ヤマト
- 東京 (株)MSLプラザ (株)コモンズ (有)モトショップ五郎 (有)ケーオーモーターサイクル商会 関サイクルオート 長谷川オートサイクル (株)ガウスウェイ
- 千葉 バイクショップ オートウインズ スポーツショップ栄光
- 山梨 オートショップ ミカミ オノオートサービス
- 神奈川 ACROSS ライトライダー (株)ウメダモーターズ平塚店

- (株)御幸オート 養田モーターズ商会 スペシャルパーツ忠男 横浜店
- 長野 モトガレージ 赤とんぼ
- 愛知 YSP 名古屋緑 (有)ナリデンオートセンター
- 岐阜 亜細亜輪業
- 京都 アルショップ天神川
- 大阪 YSP門真 YOU SHOPナガオ YOU SHOPイタヤ YOU SHOPカワバタ
- 和歌山 サイクルセンター阪口 ミナミオートガレージ
- 兵庫 YOU SHOPヒロイング
- 広島 ビック・バイク 広島オートバイ販売出汐 モトボックスクラブ YOU SHOPブルースカイ

- 宮田サイクル
- 岡山 タイショーカーセンター (有)三木商店
- 福岡 YOU SHOPいしい
- 鹿児島 モーターサイクルたばた 大成輪業

店を「紹介」します。おめでとございます。今後とも、優れたアフターサービスでお客さまにより高い満足をご提供ください。

96 TZ250・125を使いこなすために！
『TZセットアップスクール』開催

全日本選手権をはじめ、国内外さまざまなロードレースシーンで活躍するヤマハ TZ250・125。'96年モデルも、卓越した扱いやすさと高い戦闘力を身につけて新登場しました。しかし、それも正しいメンテナンス、的確なセットアップを施さなければ十分なポテンシャルを発揮することができません。ヤマハでは、今年も全国のTZライダーを対象に『TZセットアップスクール』を開催しますので、ぜひご利用ください。

■'96TZセットアップスクール (西日本地区)

サーキット	開催日	受付期間
鈴鹿	2月19日	2月2日まで
T 英田	3月21日	2月20日〜3月5日
M I N E	4月4日	3月5日〜3月19日

※申込み・問合せは「ベルシステム24」(フリーダイヤル0120-545666)まで

(東日本地区)

サーキット	開催日	受付期間
筑波	2月5・6日	受付終了
S U G O	3月26・27日	2月27日〜3月12日
筑波	4月24・25日	3月27日〜4月10日

※申込み・問合せはヤマハ東京・MC普及課(☎0423-36-6511)まで

■TZ走行会

サーキット	開催日	受付期間
筑波	2月8日	受付終了
筑波	3月5日	2月6日〜2月20日
S U G O	6月29日	5月30日〜6月13日
筑波	8月22日	7月18日〜8月1日
S U G O	10月15日	9月17日〜10月1日

※申込み・問合せはヤマハ東京・MC普及課(☎0423-36-6511)まで

二月(如月)



「2月は逃げる」などといいますが、春商戦の始まりは、店頭・店内のクリーンアップや来店促進のしかけなど、やるべきことが山ほどあります。ただでさえ29日までしかない2月。ポヤポヤしているとあっという間に終わってしまうだけに、気を引き締めてがんばりましょう。また、季節の変わり目は風邪をひいたり体調を崩しやすいもの。どうぞ健康にも十分ご注意ください。

■2月の大安
6日(火)・12日(月)・18日・23日(金)・29日(木)

■2月の行事・祝祭日

- 3日(土)・・・節分
- 4日(日)・・・立春
- 11日(日)・・・建国記念日
- 14日(水)・・・聖バレンタインデー



おなじみ「ゴン中山」をキャラクターに 『春のサンクスフェア』開始！ アプリオシリーズ拡販にお役立てください

スクーターの需要がもっとも大きく盛り上がる春商戦。ヤマハは「ニューZRキャンペーン」に続く支援策の第2弾として、『春のサンクスフェア』を展開します。中心対象車は、幅広い客層の取り込みが期待される「アプリオ」シリーズ。このなかから新車をご購入いただいたお客様さまに「アプリオ安心（盗難）保険」をプレゼントする、というのがキャンペーンの骨子となります。

また、キャンペーンの実施を広く告知する手段として、アプリオのイメージキャラクターに定着しつつある「ゴン中山」選手（ジューピロ磐田）を起用。各種店頭ツール



告知ポスター

やDMツールなどに登場させて、認知度をアップを図ります。ぜひ、お店のオリジナルな来店促進活動と連動してご利用ください。

FROM SAFETY

限定解除へのチャレンジには高い実績と信頼を誇る『Y.B.S.』をおすすめください！

XJR1200やVMAX、TRX850など、ヤマハはビッグバイク・ラインナップをますます充実させて、お客様の心を揺さぶります。しかし、そこでどうしても欠かせないのが二輪免許の限定解除。これから大型車に乗ろうというお客様にとっては、本体購入を考慮の前に突き当たると、大きな難関といえるでしょう。そんなとき、ぜひご案内いただきたいのが



対象車ステッカー

YAMAHA

NEW アプリオ誕生

¥142,000

ハンドルPOP (ニューアプリオ)

ニューアプリオ店頭のみ

今年も開催！『スポーツツジチャンポリー』 全車展示・試乗を活用するチャンスです

今シーズンも、ドラッグスターやXJR400RIIをはじめとする魅力的なヤマハスポーツ・ラインナップが続々登場。本格的なバイクシーズンの訪れを待つお客様さまたちの、熱い注目を浴びています。そうしたなか、大きく販売促進を図るには、気になるニューモデルすべてを直接見て、触れて、試乗していただくことが一番効果的なのはお話までもありません。しかし、一店一店の規模でやるうとして、なかなかそうはいかないもの。そこで

「活用いただきたいのが、春恒例の『ヤマハスポーツツジチャンポリー』です。全国各地で、今年の主力スポーツモデルを一堂に集めて開催しますので、お客様さまにとってはニューモデルを品定めする絶好のチャンス。ぜひ多くのお客様さまをお誘いいただき、商談契約にお役立てください。期間は3月下旬から4月にかけて。日程や会場など、詳しくは担当のヤマハセールスにおたずねください。

がヤマハテクニカルセンターの『ヤマハ・ビッグバイク・スクール（Y.B.S.）』です。2日間で15時間、FZX750を1人に1台ずつ貸与して、ヤマハのインストラクターが集中的講習を実施。基本乗車姿勢や基本操作技術の欠点を修正しながら、限定解除合格レベルまで指導します。さらに修了後には、自分の走行とインストラクターの走行を見比べてチェックできるVTRも、受講者全員にプレゼント。

全国有数の高い合格実績を誇る『Y.B.S.』を、どうぞご利用ください。

■ヤマハ・ビッグバイク・スクール

日程：①2月24日～25日②3月9日～10日③4月13日～14日④5月25日～26日⑤6月22日～23日⑥7月13日～14日

受講料：43,500円

会場：申込み・問合せ
ヤマハテクニカルセンター
静岡県掛川市富部28
☎0537-24-5195

町で聞いた CRANK CASE ちょっといい話

“ショップカラー”を探せ！

前号のヤマハニューズインタビューで、船井総研の高田さんは「自分の店の力・環境などを見極め、独自固有の長所を探せ。そして、その強みを活かした『店の顔』を作れ」というようなことを話していた。

要するに、他店との差別化。独自のショップカラーをもっと打ち出そうということだが、たまたま同じ号の特集で今年の抱負をうかがったお店の多くがこの点に触れている。「ウチはもともとレースを通じて夢を売る店。（阪神大震災で被害を受けたにも関わらず）トッププライベートの座を守ることができたのは、今後の明るい材料。（YSP甲子園）、「一過性のブームやトレンドに惑わされず、これまでどおり安全運転講習会を軸にして、本当のバイクファンを育てていきたい」（YSP多摩）、「今年は初心に戻ってお客さんと一緒に遊びたい」（YOU SHOPガマチ）、「店主や店員が個性なのであって、店自体が偏ってはいけない。一車種でも多く展示して、幅広く売りたい」（YSP葛飾）、「お客さんが店を作るんじゃなく店がお客さんを作るんだという気持ちで、YSPらしい品格のある店づくりをしたい」（YSP静岡中央）

こうしてみると、それぞれのお店がみんな違った方向、方法で店づくりをしよう、あるいはしていることがわかる。後は、その姿勢をどうやってお客さまにアピールしていくか。内に秘めているだけでは、何も変わらない。お客さまが広くそれを認知してこそ差別化につながるのだ。

さて、ご自分のお店はいかが？

FROM Y.E.S.S.

Y.E.S.S.ホットラインの営業時間が 2月1日より変更となりました

Y.E.S.S.の問い合わせ窓口である『Y.E.S.S.ホットライン/フリーダイヤル0120-319819』の営業時間が、2月1日より変更となりました。変更後の営業時間は午前9時～午後5時、毎週日曜および月曜日は定休日となります。

また、この変更に伴って、FLEXカードによるガソリン割引制度（Y.E.S.S.パッ

クアップ価格のテレホンサービスを積極的に解消し、ガソリン価格のインフォーマションについても『Y.E.S.S.ホットライン』に一元化することになりました。お間違いないようにお気をつけください。

なお、『Y.E.S.S.ホットライン』のサービス内容は従来通りですので、今後もお気軽にご利用ください。

専門誌の95バイク・オブ・ザ・イヤーを ヤマハモーターサイクルが連続受賞!

昨年1年間でもっとも高い人気、評価を集めたバイクに贈られる「95バイク・オブ・ザ・イヤー」。二輪専門各誌がそれぞれ独自の調査をもとに選定を行なっていますが、そのなかで、ヤマハ車は今回もさまざまな部門の賞を受けました。

例えば、月刊「オートバイ」誌の読者投票による集計では「XJR1200」が総合部門とビッグマシン部門の2冠に輝き、オフロード部門でも「セロー225W」が1位にランクされています。

さらに、月刊「ヤングマシン」誌の読者投票でも「XJR1200」がビッグバイククラス1位、「V-MAX1200」はアメリカンクラス1位を獲得。

また、月刊「U Bike」誌が今回からスタートさせた、二輪ジャーナリスト11名と編集スタッフの選定による総合第1位

を、見事「TRX850」が獲得しました

(詳しくは現在発売中の同誌2月号に掲載されています)。

今年の年末には、ヤマハのどんな車種が誌面をにぎわすでしょうか。

MARINE TOPICS

“身近な水とのふれあい”を子供たちが 夢いっぱい描いた5・4・5点の競演! 『第7回 浜の風景画コンテスト』開催

ヤマハでは、毎年、全国の子供たちを対象にした「ヤマハ全国児童 浜の風景画コンテスト」を開催しています。

第7回を迎えた昨年は、身近な水とのふれあいをテーマに作品を募集し、海水浴、潮干狩り、釣り、プール遊びなどの楽しい体験や漁船、漁港で働く人々を子供らしい感性で表現した作品が、過去最高となる5145点も寄せられました。

これらのなかから、11月29日の審査会で子供たちの描く水とのふれあいの世界をぜひご覧ください。



小学校低学年(1~3年)の部・金賞
青木彩さん(3年/愛知県)の作品



小学生未満の部・金賞
後藤浩之くん(5歳/愛知県)の作品

デンマーク王子に愛された XJ900SDイェーバージョン

北欧の国には、白馬の王子様ならぬバイクに乗ったプリンスがいるとか…。

デンマークのヨアヒム王子は、大のモーターサイクルファン。なかでもヤマハのXJシリーズがことのほかお気に入りのご様子。

しかも、ヤマハ・モーター・デンマークから真新しいバイクが届いた数日後、プリンス・ヨアヒムは香港のミス・アレクサン

BOOKS GUIDE



『モーターサイクルの日本史』

「昔話ばかりするオヤジは、若いモンに嫌われる。」などといいますが、今やレトロがブーム。昔あった名車の話、初めて日本にモーターサイクルが登場した頃の様子など勉強しておくと、案外お客さまとのコミュニケーションづくりやセールストークに役立ちたりするものです。

そういう時ぴったりののが、この一冊。日本のモーターサイクルの黎明期から現代までの歩みを産業、世相、交通事情、免許制度、安全運転指導など多方面から捉え、豊富な資料と写真で解説しています。

お店の方ももちろん、お客さまにも広くおすすめください。
発行(株)山海堂 編(社)日本自動車工業会
1800円

子で、このほど、乗り慣れたXJ600SDイェーバージョンから、900「イェーバージョン」に乗り替えられました。外観は同じで、より排気量が大きくパワーのあるものにステップアップされたわけです。

しかも、ヤマハ・モーター・デンマークから真新しいバイクが届いた数日後、プリンス・ヨアヒムは香港のミス・アレクサン

スタイリッシュなヨアヒム王子(左)には、流麗なラインのイェーバージョンが似合っていました。



ドラ・マンレーとの婚約を発表。昨年11月にはロイヤル・ウェディングがコペンハーゲンで行われたそうです。

生涯の伴侶と趣味の新しいパートナーを一度に手に入れた「幸福な王子」のお話でした。



『CROSS』

毎年、モータースポーツシーズンのトップを切って開幕し、秋が深まる頃には神宮球場を熱狂させて終わるアメリカン・モトクロス。そのゲタ外れに激しく高度なアクション、そしてあきれるほどの速さで日本でも数多くのファンを獲得しています。

レースカメラマン柴田直行氏も、そうした魅力に取りつかれたひとり。ついには単身アメリカへわたって、約10年間200戦以上のレース取材を行いました。

この本は、ライティングスポーツ「誌や「オートクル」誌に作品を発表するかわら、彼がゴッソツと撮りだめた1コマコマを集めて編んだ珠玉の写真集です。

彼ならではの鮮烈なショットの連続が、コースサイドの興奮をそのまま再現してくれることでしょう。
発行(株)光栄 2900円

決定！'96ヤマハレース体制

ヤマハでは、創業以来、国内外を問わず積極的にレース活動を展開していますが、今年もモーターサイクル部門の主要9カテゴリーに参戦。このほど、そのチーム体制を発表しました。

そのなかで、もっとも注目を集めるR・WGPは、500ccに阿部典史のほかケニー・ロバーツJr.とロリス・カピロツシ、ジャン・ミッシェル・バイルを加えた4名がYZR500で出場。さらに25



阿部典史 ジャン・ミッシェル・バイル ケニー・ロバーツJr. ロリス・カピロツシ 原田哲也 コーリン・エドワーズ
 吉川和多留 イブ・デマリア アレッシオ・キオーディ ジョン・ダウド テイモン・ブラッドショー ケビン・ウィンダム
 藤原儀彦 本間利彦 芳賀健輔 増田智義 鈴木健二

■ファクトリーチーム

クラス	選手	運営チーム	マシン
ロードレース			
WGP 500cc	阿部典史 ジャン・ミッシェル・バイル ケニー・ロバーツJr. ロリス・カピロツシ	マールボロ ヤマハ チーム インターナショナル ロバーツ	YZR500
	原田哲也	マールボロ ヤマハ チーム インターナショナル レイニー	
250cc	原田哲也		YZR250
スーパーバイク	吉川和多留 コーリン・エドワーズ	ヤマハ ワールドスーパーバイク チーム	YZF750
モトクロス			
WGP 250cc	イブ・デマリア アレッシオ・キオーディ	チェスターフィールド チーム ヤマハ リナルディ	YZ250M
AMA スーパークロス & ナショナルMX	ディモン・ブラッドショー ケビン・ウィンダム ジョン・ダウド	ヤマハモーターUSA	YZ250
			YZ125

■ファクトリー開発チーム

クラス	選手	運営チーム	マシン
ロードレース			
全日本 スーパーバイク	藤原儀彦		YZF750
	本間利彦 芳賀健輔		TZ250
モトクロス			
全日本 250cc	増田智義 鈴木健二	ヤマハレーシング チーム	YZ250M

■レースカレンダー（2月～3月）

月	日	世界選手権					全日本選手権			AMA選手権			
		F1	RR	ED	SB	125MX	250MX	500MX	RR	MX	TR	SX	NX
1	3											④シアトル	
2	10											⑤サンタゴ	
	24											⑥アランダ	
3	3	①オーストラリア											④ゲインズビル
	10											⑦デイベーネ	
3	17								①鈴鹿			⑧ヒューストン	
	24											⑨ダラス	
3	31	②ブラジル	④メキシコ					②オランダ	①イタリア	①多治見		⑩インディアナポリス	

出場します。一方、全日本選手権については、ヤマハレーシングチームからRR・SBに藤原儀彦

度、250に本間利彦、芳賀健輔、MX250には増田智義、鈴木健二が出場。タイトル奪取はもちろん、ファクトリーマシンや市販レーサーの開発も担います。すでにAMA・SXが1足早く開幕してはいますが、3月10日のWGP・RR第1戦（オーストラリア）から実質的な開幕を迎える今シーズン、ヤマハの活躍に期待ください。

速報！『グラナダ・ダカール』『AMA-SX』オリオリ(XTZ850R)が初優勝 復活テイモンは開幕戦を3位表彰台で飾る

まず、12月30日にスペインのグラナダをスタートしたグラナダ・ダカールは、昨年の優勝者で過去4度のチャンピオンに輝いたS・ピーター・ハンセルが、XTZ850Rを駆って序盤トップを快走。しかし、途中燃料に不純物が混入するアクシデントでリタイヤを余儀なくされると、同じXTZ850Rで出場したE・オリオリがトップを引き継ぎ、1月14日、見事7600kmに及ぶレースを制しました。

これで、ヤマハはパリ・ダカール時代から通算7度目、オリオリ自身にとっても4度目の優勝となりました。

また、1月13日、オランダで幕を開けたAMAスーパークロスシリーズは、かつてのエース、D・ブラッドショーがフル参戦を再開。観衆の大きな声援を受けて第1戦に臨み、堂々3位入賞を果たしました。さらに、東地区125ccクラスに出場したJ・ダウドも2位を獲得しています。

YAMAHA TOPICS

お年玉年賀はがきの1等景品でヤマハ『パス』が登場！

1月15日は、成人の日と同時に、恒例のお年玉付き年賀はがき、抽選の日でもありました。今回、1等賞の景品としてヤマハ『パス』が選ばれてきたのをご存知でしょうか？

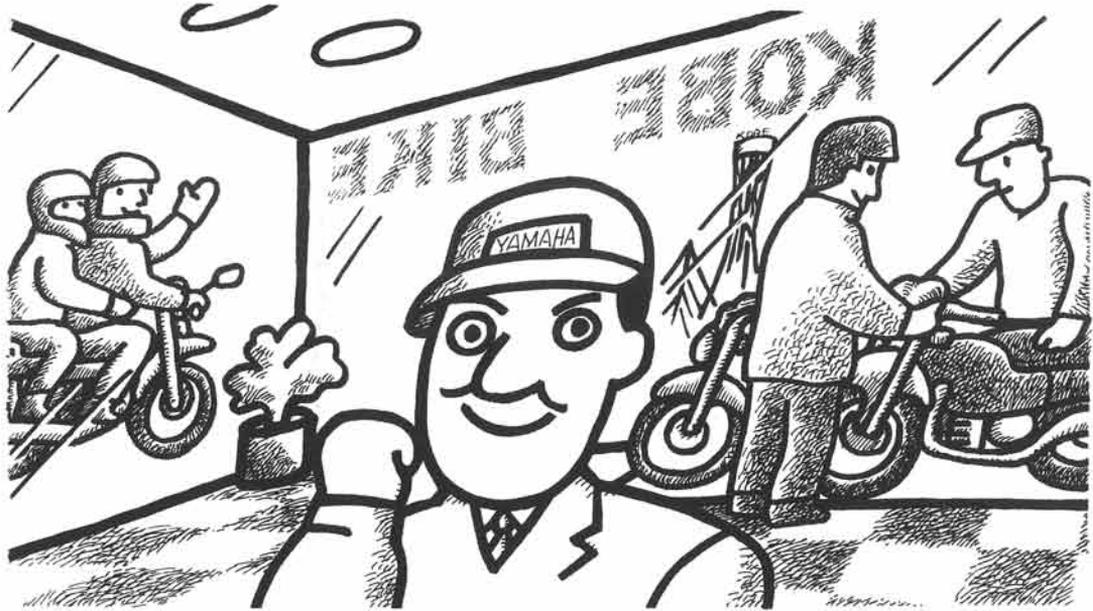
お年玉の景品は、郵政省が独自のアンケート調査を実施し、人気や話題性に優れた数多くの商品のなかから選定するもので、『パス』もとても高い支持を受けた3品のうちのひとつだったわけです。

今回、お年玉年賀はがきは39億枚発行されており、1等の本数は7900本。みなさんのまわりでも、この幸運を手にした方がいらっしゃるかも……。

ちなみに、1等の当たり番号はAB各組共通で「081632」「7288789」でした。お手もとのはがきを、もう一度確かめてみては？



RACE RESULTS	
(AMA-SX)	
第1戦/オランダ(1月13日)	
①マクグラス	ホンダ
②ローレンス	カワサキ
③ブラッドショー	ヤマハ
⑦ウィンダム	
⑫ルイス	
(グラナダ・ダカール・ラリー)	
モト総合/最終(1月14日)	
①オリオリ	ヤマハ
②アルカロン	KTM
③ソテロ	KTM
④ジムミンク	
⑤サンクト	



今月のテーマ

頑張ってます、神戸

日本の正月映画の代表といえ、寅さんでおなじみの『男はつらいよ』。特にシリーズ最終作と噂された今回の作品は、記録的な大ヒットとなったそうです。

その寅さんが、旅の最後に立ち寄ったのが、阪神淡路大震災による火災で焼け野原となった神戸市長田区。ちょうど一年前の震災直後にボランティアとしてこの地で活躍した寅さんが、一丸となって復興に力を注ぐ市民の明るい笑顔を訪ねるといふエンディングでした。

あのいまわしい震災から丸一年が経ちました。被災されたバイクショップのみなさんはいま、新たな年を迎えて力強く立ち上がろうとしています。倒壊した店舗を建て直し、災いをバネにしてリストアを切ったお店も少なくありません。そこで今回は、そんな神戸の二輪車業界にスポットを当てて、二輪車ユーザーと販売店さんに話を聞いてみました。

「ガレキの山から愛車を掘り起こしたのは、地震から3日目の午後でした。外装パーツは傷だらけになってしまいました。エンジンがかかった時には涙が出るほど感激しました。いまだですか？ タン

クはへこんだままですけど、元気に走り回っていますよ」と話してくださったのは、XJRの購入直後に被災された会社員の安田和典さん。「春になったら一年ぶりのツーリングにも出かけてみたい」ということでした。

「いやいや、まだ復興というまでには至りませんよ」と話すのは、東灘区に2店舗を構える『YOU SHOPヒロイング』さんの片岡洋章社長。もともと被害の大きかったエリアのお店だけに、両店舗ともに全壊し、一時は倒壊したショールームの前でご商売をされていたそうです。現在は仮設のプレハブ店舗でご商売を再開されていますが、まだまだ「震災以前」の元気な姿には遠く及びません。

「それでも、お客さんから、そろそろツーリングに行こう」という声が上がりはじめてきました。残念ながらその声にこたえる余力がいまはありませんけど、私たちにとっては大きな励みにもなっています。現在4月のオープンを目標に新店舗の工事を進めていますので、これを機会に新しい商売にチャレンジしていきます。とにかく一生懸命、頑張ります！」

ハロゲンヘッドライト、新作キャブレターを 採用して商品性アップ ジョグ アプリオ

2月1日新発売

<メーカー希望小売価格>

142,000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。

'94~'95年とスクーター市場を牽引してきた
ヤマハ『ジョグ アプリオ』が、商品性を一段と高め'96モデルとして登場。
カラーリングも一層高級感を漂わしています。

主な変更点&セールスポイント

■ハロゲンヘッドライトを採用

ヘッドライトを現行のキセノンバルブ(30W/30W)から
ハロゲンバルブ(36.5W/35W)に変更しました。

■優れた始動性を実現する 新型キャブレターの採用

オートチョーク通路形状および混合気濃度の
最適化を図った新作キャブレターを採用。
冷機時、暖機時、長期保管時などの始動性を
含め、様々な使用条件下での最適化を促進
しました。

■マイルドな走行性

スロットル開度比変更、変速タイミ
ングの最適化を図り、よりスムーズ
な走行性を達成しました。

従来からの主な特徴

- 燃費性能に優れた2サイクルエンジン
- 大容量6ℓ燃料タンク
- XLサイズのフルフェイス型ヘルメッ
トやA4判バインダーの収納できるトラ
ンクスペース
- メインキー操作でシート部を開けることができる
"シートオープナー機構"



●カラー:ブルーイッシュ
ブラックカクテル1(グリーン)



●カラー:レッドEスパークル(レッド)

●カラー:ブラック2(ブラック)



●カラー:ダークパーブリッシュ
ブルーメタリック2(ブルー)



外装部品の仕様変更でシンプル化を実現

XV250ビラーゴ

初代モデルが'88年に登場してから早9年。経済性と乗り易さで二輪市場の定番モデルとしてマーケットを支えてきた「XV250ビラーゴ」が、外装部品を仕様変更。'96モデルとしてシンプルな装いで登場します。250ccアメリカンのベーシックとして、そのコストパフォーマンスの良さをどうぞアピール下さい。

●カラー：ブラック2



'96ヤマハスポーツ「XV250 ビラーゴ」主要諸元

●全長2190mm ●全幅780mm ●全高1140mm ●軸間距離1495mm ●シート高695mm ●最低地上高150mm
 ●乾燥重量139kg ●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248cc
 ●内径×行程49.0mm×66.0mm ●圧縮比10.0:1 ●最高出力23.0PS/8,000rpm ●最大トルク2.2kg・m/6,000rpm
 ●キャブレター型式BDS26×1 ●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1.8ℓ ●クラッチ型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9.5ℓ ●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)140mm/100mm ●ブレーキ型式(前)油圧式シングルディスク(後)ドラム ●タイヤサイズ(前)3.00-18 47P(後)130/90-15MC66P



XV250ビラーゴ専用
ボルトオンパーツ

カラーリング変更とゴールドリム 採用でイメージ一新

SEROW 225 W

2月20日 新発売 <メーカー希望小売価格> ※北海道、沖縄および一部地域を除く。
369,000円 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。

二輪オン・オフ市場で10年以上のロングセラーで人気のセロー。昨'95年も、新規お客さまの数で「TT250R/Rレイド」とデッドヒートを見せる健闘ぶりを見せましたが、カラーバリエーション全3色中1色(ホワイト/レッド)のカラーリングを一新。これに合わせゴールドリムを標準で装備、よりお洒落な外観となって登場します。



●カラー：パーブリッシュホワイトソリッド1/
 レッドEスパークル(ホワイト/レッド)

2月1日新発売

<メーカー希望小売価格> ※北海道、沖縄および一部地域を除く。
419,000円 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。

現行「XV250Sビラーゴ」と'96「XV250ビラーゴ」の相違点

	「XV250Sビラーゴ」	'96「XV250ビラーゴ」
シーシーバー	○	—
シート	ルーズクッションセパレートシート	セパレートシート
ケースカバー	クロームメッキ処理	シルバー塗装
シリンダーヘッド	クロームメッキ処理	バフクリア処理
フエルトank	ミラクリエイト塗装	静電塗装
サイドカバー	クロームメッキ処理	静電塗装

なお、'96「XV250ビラーゴ」はブルバックハンドル仕様のみ



アルミフットレスト ¥12,000

アルミブロックから削り出したハンドメイド商品。左右2本セット。アルマイト仕上げ。



メカニックチェアー ¥9,800

ビラーゴのシートを流用した作業用のチェアーです。しっとりとした座り心地は疲労軽減につながるるとともに、バイクショップの店頭にふさわしいおしゃれなデザインに仕上げました。



フロントバンパー ¥9,800

ユーザーからの要望が最も高いアイテムを商品化しました。新製品のみなならず、すべてのXV250ビラーゴシリーズに適應させるために2タイプを用意しました。



シーシーバー ¥9,600

アメリカンモデルの定番アイテム。リーズナブルなプライスを設定しています。



クラブバー ¥4,800

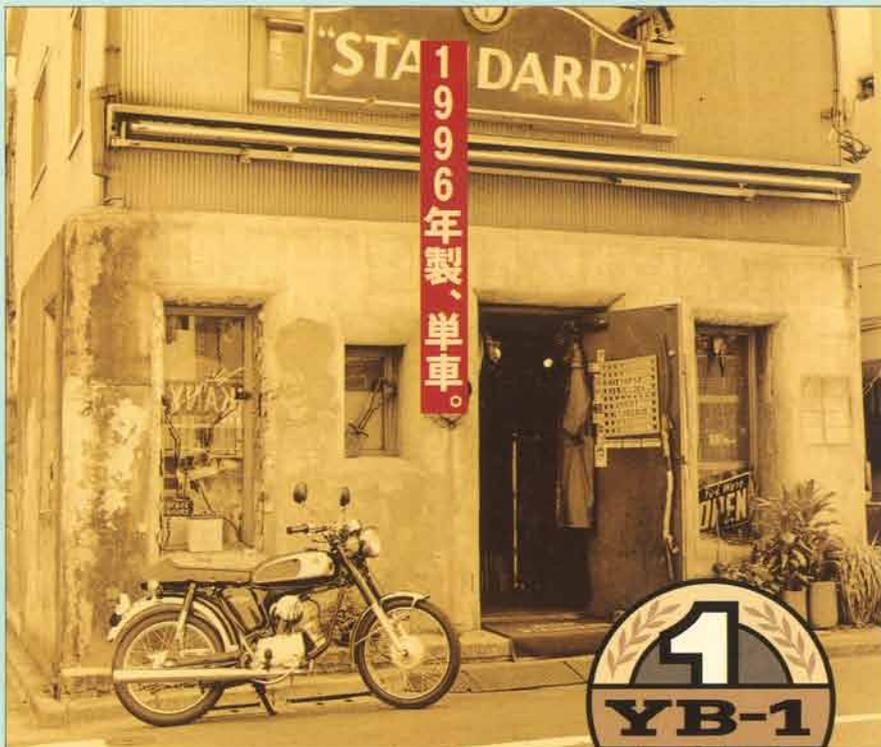
タンデムライダーに向けた親切装備です。取り回しの際にも便利です。

バックレスト&キャリア ¥13,800

シティコミューターとしてビラーゴを愛用されるお客さまに おすすめください。



YAMAHA AD CLIPS



あくまで「単車」らしいクラシカルなスタンダードスタイルが『YB-1』の魅力。ライダーのオシャレどころをくすぐります。

ヤマハスポーツ YB-1



スタンダードな中に、どこか懐かしさを感じさせるフォルム。各所に使われている、ぬくもりを感じさせるクロームメッキパーツ。これは、かつてオートバイが「単車」と呼ばれていた時代の、記憶の中の憧れの姿である。時代とともに失われていった何かを求め、YB-1誕生。ハンドルバーに手を伸ばした瞬間、見慣れたはずの街の風景が、きっと変わる。

YB-1の特徴 ●シルバーに輝くクロームメッキヘッドライト ●独特なクロームメッキのスピードメーター ●セミアップハンドルバー ●クロームメッキのフロント&リアフェンダー ●スポーティなシングルシート ●クランクシャフトに選ばれるドラムブレーキ ●スポークホイール ●ローラー4段変速の2サイクルエンジン ●ポルトオンされたダウンチューブ

¥179,000

●形式:400cc ●実燃費:25km/L ●最高出力:4.4ps/6,000rpm ●最大トルク:5.0kg-m/5,000rpm ●全長:2,000mm ●シート高:780mm ●ローラー:4段変速 ●カラーリング:ペリーダーブルーメタリック/クリンレン、ブレイズブルーメタリック/ブルー ●価格には消費税は含まれていません。 ●価格には保証料、輸送費(別途見積)は含まれていません。 ●価格には保証料、輸送費(別途見積)は含まれていません。 ●価格には保証料、輸送費(別途見積)は含まれていません。 ●価格には保証料、輸送費(別途見積)は含まれていません。

読んで、正しく、安全運転



バイクでひろがるいい仲間

バイクは、いつも、笑ってる

●お問い合わせは、お近くの販売店へ。 ●お問い合わせは、お近くの販売店へ。 ●お問い合わせは、お近くの販売店へ。 ●お問い合わせは、お近くの販売店へ。 ●お問い合わせは、お近くの販売店へ。

YAMAHA ヤマハ発動機株式会社

この広告は、昨年12月下旬から今年2月にかけて発売される二輪専門誌、マンガ雑誌、一般雑誌に掲載されています。

スタンダードな、しかしどこかノスタルジックなイメージのスタイル。温かなぬくもりさえ感じさせるクロームメッキの輝き。

『YB-1』は、かつてオートバイが「単車」と呼ばれていた頃の記憶を彷彿させる1台だ。

旧き懐かしきニューモデル。ゴーストを下ろしてハンドルを握れば、見慣れた町の風景がセピア色に染まる……。

今、若者たちの間ではやっているのは、古くて新しい自由なファッション。ただ古いだけでなく新しいだけでもない。お仕着せではなく、自由な

アレンジを加えてオリジナリティを主張することが、彼らのスタイルです。

そこで『YB-1』は、『YB50』のもつスタンダードな「単車」らしさを生かしながら、今どきの若者のファッション・ベースとなるよう味つけし、広告やカタログでも彼らの憧れや想像力をかき立てる、シンプルでノスタルジックな雰囲気づくりを行ないました。

あとは、すべてお客さまのお好み次第。店頭でも、自分流のオシャレにこだわるファッションバイカーにご案内ください。レトロなモノトーン映像に色づけするのは、お客さま自身です。

YAMAHA WIN THE DAKAR



'96グラナダ〜ダカールラリー優勝！ヤマハXTZ850Rを駆るE・オリオリ選手（伊）は、第5ステージからトップに立ち、17日間全行程7,570kmを制覇。ヤマハがダカール通算7度目の優勝に輝いた。ご声援ありがとうございました。

見る・見られる・いい運転。

- バイクは昼間もライト・オン！
- カーブ・交差点では、スローイングダウン！

バイクでひろがるいい仲間

バイクは いつも 光ってる

YAMAHA

ヤマハ発動機株式会社
〒438 静岡県静岡市駿河区新貝2500