

from **YAMAHA**

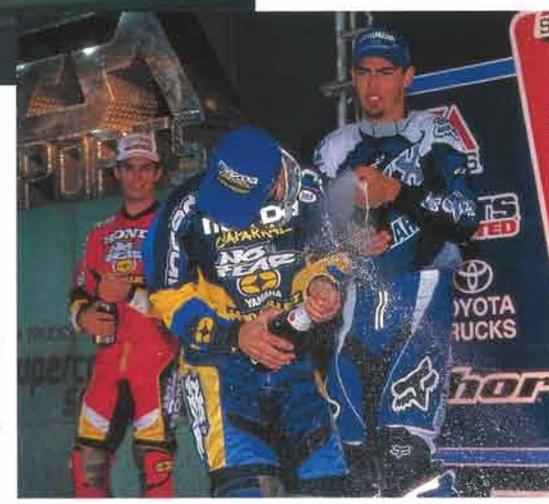
DragStar250 / マクグラス3連覇 ほか





圧倒！
揺るおなまも王座

王者の強さを見せたマクグラス。「スタートがうまく決まった。前に出てからはとにかく速く走ることに専念したよ。それにしてもデビッド(ビーラマン)の追い上げはすごかったね」と次代のエースを讃えた



マクグラス & YZ250M AMAスーパークロス3連覇

独走で決めたV7

今シーズン、開幕から2連勝と好スタートを切ったマクグラス(チャパラル・ヤマハ)は、さらに第5戦から4連勝。表彰台を逃したのは2度の4位だけという、卓越した速さ、強さを見せつけます。

一方、フランス出身の22歳、同じYZ250Mを駆るD・ビーラマン(ヤマハUSA)も序盤戦で2連勝。マクグラスを脅かす1番手として名乗りを上げ、着実にポイントを重ねていきました。

そして4月29日、第15戦(イリノイ州ジョリエット)。タイトル争いは8勝のマクグラスと4勝のビーラマンに絞られ、その差はびつたり25ポイント。1ポイントでも広がればマクグラスのチャンピオン、逆に縮まれば決着は最終戦へ…。どちらにも負けられない白熱したレースとなりました。

2人はセミアイナルとともに1ヒートずつ制し、好調をアピール。いよいよクライマックス、決勝に臨みます。しかし、ここで勝負を分けたのは経験の差。見事ホールショットを奪ったマクグラスに対し、ビーラマンは痛恨のスタートミス。後方から驚異的な追い上げを見せますが、2位が精いっぱい。マクグラスはいつもの独走パターンで優勝。3年連続、自己通算7度目のシリーズチャンピオンを獲得しました。

ヤマハは16戦14勝！

このマクグラスの勝利により、ヤマハはビーラマンの4勝と合わせてシリーズ13勝を記録。1980

4勝を上げてランキング2位に入ったビーラマン。来季の飛躍が楽しみ



■ 2000AMA-SXシリーズ

順位	レース	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	ポイント
1	マクグラス	1	1	4	2	1	1	1	1	2	1	3	1	4	2	1	1	372
2	ビーラマン	5	2	1	1	3	3	6	2	3	2	1	3	2	1	2	4	337

年以來のシリーズ最多勝を更新する、大きな勲章を手に入れました。

さらに5月6日、ネバダ州ラスベガスで行われた最終戦。マクグラスが、ヤマハのシリーズ最多勝を14に伸ばす10勝目、125cc時代からのAMAシリーズ通算100勝目という記念すべき勝利で締めくくりました。

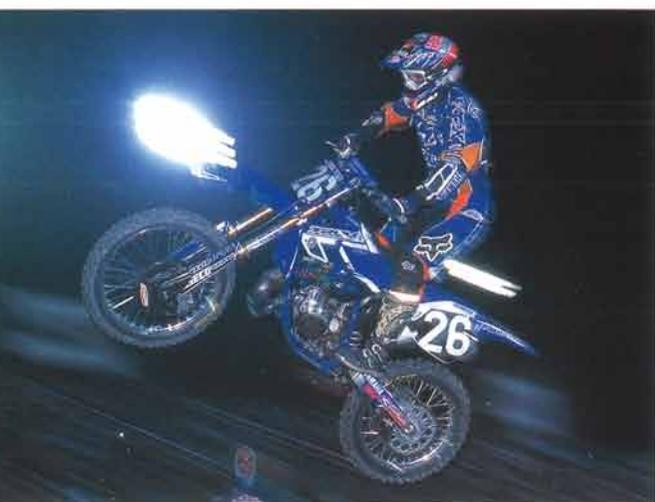
また、マクグラスのチームメイトT・ウェリーはランキング10位、YZ426Fで出場していたヤマハUSAのJ・パトンは23位となっています。



125も2年連続チャンプ

マクグラスが3連覇を決めた、ジョリエットの大会では、東地区125ccクラスの最終戦も併催され、ランキングトップをいくS・ロンカダ(ヤマハ・オブ・トロイ)が2位入賞。シリーズポイントも172に伸ばし、初のチャンピオンに輝きました。ヤマハにとっては昨シーズンから2年連続のタイトルです。

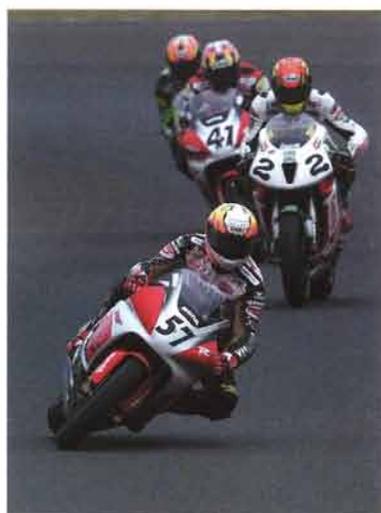
99チャンピオンのA・フォンセカはランキング5位でシリーズを終えました。



東地区125ccのロンカダも、8戦4勝と断トツの速さを披露



ホームコースSUGOで 紀行、和多留が2位表彰台!



吉川「今回はマシンのセッティングもうまくいって、絶対勝つつもりでいたんですよ。1ヒート目はタイヤ選択を間違えたけれど、第2ヒートはうまくスタートが決まって、ラスト数ラップで抜き返すつもりでした。最終ラップのシケイン進入でタイヤを滑らせてしまったのが残念です」

4月27〜30日、ヤマハのホームコース、スポーツランドSUGOでスーパーバイク世界選手権・第3戦が行われ、YZFR7を駆る芳賀紀行と吉川和多留がそれぞれ2位表彰台を獲得しました。

ゴールドエンウィークということもあって、昨年を上回る4万1000人(3日間合計)の観衆が集まったこのレース。ヤマハからは世界選手権のレギュラーメンバー、芳賀とV・グワレスキー、さらに全日本選手権を戦う吉川和多留の3名がエントリー。その活躍に大きな期待が寄せられました。

特に世界選手権のランキングトップを守つて凱旋した芳賀は、予選・スーパーポールで2番手のタイムをマーク。吉川も4位に入り、そろって好位置を確保します。

そして決勝第1ヒート、勢いよく飛び出した芳賀がレースをリード。それをキリ、梁、井筒らが追う展開となります。しかし、中盤から順位を上げてきた井筒にトップを奪われた芳賀は、後半ペースが上がらず、そのまま2位でフィニッシュ。「タイヤ選択をミスした」という吉川は8位、グワレスキーは転倒・リタイアとなりました。

第2ヒートは、再び好スタートを切った芳賀に吉川が加わって、序盤2台のYZFR7がトップをランデブー走行。今度こそ優勝のチャンスでしたが、10周目を過ぎて芳賀が徐々に後退。さらにトップに立った吉川を、終盤、井筒がキャッチアップ。逆転を狙

う吉川は、最終ラップまで果敢なアタックを試みましたが、わずか届かず2位となりました。

グワレスキーは電気系トラブルでリタイアしたものの、芳賀は手堅く4位に入り、10ポイント差でランキングトップをキープ。ヨーロッパラウンドでの巻返しを誓っていました。

なお、同時開催されたスーパーポールの600世界選手権では、YZFR6のJ・トイヒヤート、C・ケルナーがワンツーフィニッシュ。さらにポイントリーダーのK・ウィットナムが4位、K・コルタンも6位など、ヤマハ勢の活躍が目立ちました。



「第2ヒートは全然うまくいかなかった。10周目ぐらいまではよかったんだけど、もう少し新エンジンの開発が必要だね。それでもチャンピオンシップをリードしているので、気持ちを切り替えて行きたい」と語った芳賀は、続く第4戦イギリス大会で2ヒートともに4位入賞。依然首位をキープしている

SUGOスーパーバイク (スーパーバイク世界選手権・第3戦)

第1ヒート

1.	井筒仁康	(カワサキ)
2.	芳賀紀行	(ヤマハ)
3.	P・キリ	(スズキ)
4.	梁明	(スズキ)
5.	C・エドワーズ	(ホンダ)
DNF.	V・グワレスキー	(ヤマハ)

第2ヒート

1.	井筒仁康	(カワサキ)
2.	吉川和多留	(ヤマハ)
3.	C・エドワーズ	(ホンダ)
4.	芳賀紀行	(ヤマハ)
5.	T・コーサー	(アブリリア)
DNF.	V・グワレスキー	(ヤマハ)

ヤマハ

DragStar250

6月9日新発売

¥499,000

カラー：2タイプ

ライトイエロー・イッシュグレイメタリック9(ブラウン)



洗練されたスレンターなスタイルと扱いやすさで人気を博したビラーゴ250に代わり、スターシリーズの系譜を受け継ぐ「ロ&ロング」モデル「ドラッグスター250」が新登場します。ロ&ロングの基本コンセプトを踏襲した、堂々たる車格と流麗なデザイン。低くゆったりとしたポジション。空冷Vツインエンジンの上質で鼓動感豊かな走り。さらには使い勝手のよい、日常性に配慮した装備類。ドラッグスターならではのこだわりと250らしい気軽さを見事に融合させた、魅力あふれる1台です。年齢や性別を問わず、幅広いお客さまにご案内ください。

ゆったり堂々とした車格、スタイル
スターシリーズのクォーター新登場!

DS250デビュー告知ツール

ドラッグスター250新発売にあたり、ノボリとハンドルPOPのツールセット、幅広いターゲットユーザーにDS250をご案内するDMハガキ、を用意しました。ぜひご活用ください。



ハンドルPOP



ノボリ



DMハガキ

※デザインなどは実際の製品と異なる場合があります。



ブラック2(ブラック)

《主な特徴》

- ロー&ロングのワイルドなフォルム
DSシリーズ共通の三角形を描くダブルクレードルフレーム、低くフロント寄りにマウントしたエンジンが、ホイールベース1,530mm、シート高670mmの“ロー&ロング”フォルムを実現。また、クラシカルなリアディープフェンダーとヘッドライト、ファットなフェューエルタンク、ワイドなブルバックハンドルなどがワイルドでクラシックなムードを演出。さらにエンジン側面のエアクリナーボックス、空冷ならではの美しいエンジンフィン、大型クランクケースカバーなどがドラッグスターらしいボリューム感を強調する。
- ゆとりあるフレーム&サスペンション
新設計のダブルクレードルフレームにインナーチューブ径35mmのフロントフォークを組み合わせた車体は、DS4と同じキャスト角35度に設定し、どっしりしたクルージングフィールと軽快な操作感を実現。リアサスペンションはコンベンショナルなツインショックタイプ。タイヤはフロント80/100-18とリア130/90-15の組み合わせ。フロントブレーキは外径282mmディスク&異径2ポットキャリパーを採用。ハンドル、シート、フットレストはラバーマウントとし、振動の低減をはかっている。
- 走りの質を高める深化した空冷Vツイン
熟成の空冷・2バルブ・Vツインをモディファイしたエンジンは、排出ガス規制に適合しながら、優れたスロットルレスポンスやクルージングフィールを実現。キャブレターはスロットルポジションセンサー付きで、レスポンスと瞬発力の向上に貢献する。また、サイレントカムチェーンの採用やクランクケースの肉厚化によるエンジンの剛性アップとメカノサイズの低減、シフトフォークやシフトシャフトの働きをよりスムーズにしてシフトフィーリングの向上もはかっている。
- 実用性に配慮した装備類
MFバッテリー、シールチェーン、ハンドルロック一体メインスイッチ、サイドカバーのキー付きユーティリティボックス、さらには盗難抑止警報装置アラームイモビライザー用プレワイヤリングなどを装備し、メンテナンス性や使い勝手を高めている。

業界NO.1の顧客満足をめざして 整備技術に関する疑問は私たちが解消！ 販売店のベストアドバイザーです

「整備相談センター東日本／西日本」

すでにご案内しているように、ヤマハでは4月から「整備相談センター東日本」と「整備相談センター西日本」を開設。専門の常駐スタッフが、整備技術について販売店さんからのお問合せに答える、新しい電話相談システムをスタートさせました。

その目的を、東日本の水谷所長と西日本の正影所長は次のように語っています。

「各サービスセンターや営業所の担当者に対応する従来のやり方では、ほかの業務との兼ね合いで、すぐに連絡が取れなかったり十分な対応ができない場合もありました。そこで、専任のスタッフが対応できる整備相談センターを作ったわけです。また、ここに集ま



に集中しやすくなり、東日本のリーダー鈴木義高さんは「やりがいがある」と笑顔を見せます。

「みんながひとつの部屋で電話しているから、自分の手が空いているときは周りの声がよく聞こえるんですよ。しばらく聞いていれば内容はつかめるので、自分が知っていることをアドバイスしたり、そんなことミーティングや検討会でももちろん重要ですが、こういう日常の情報交換もすごく役に立つんですよ」

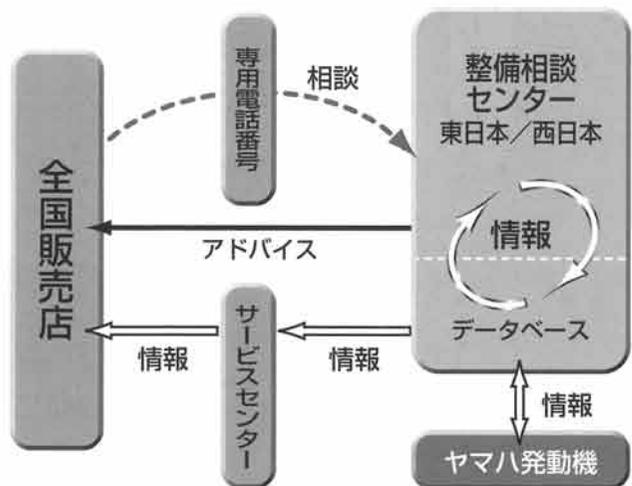
頼もしい整備技術のプロ集団「整備相談センター」へのご相談は、各エリアの専用電話番号を通じてお願いします。なお、対象車種が特定できる場合はあらかじめフレームナンバーをチェックしてお電話ください。



「おかげでうまく解決した、というお礼の電話も数件いただきました。大変好評のようで、うれしく思っています。ただ、相談される販売店さんもバイクのプロですから、プレッシャーは常に感じています。勉強の毎日ですよ」と表情を引き締めていました。

それでも、専任になったことでスタッフが業務

整備相談センターの役割



整備技術に関する販売店さんとの相談窓口は「整備相談センター」に一本化（特約店エリアは除く）。蓄積した情報は、加工して定期的に各SC（サービスセンター）から各店へフィードバックしていきます

お気軽に
ご相談ください！
ヤマハ整備アドバイザー

「整備相談センター」への連絡先

拠点エリア	専用電話番号	転送先
北海道(営)	011-641-2880	整備相談センター東日本
北東北(営)	019-645-2908	
南東北(営)	022-232-1764	
北関東(営)	048-753-0835	
東京(営)	048-753-0835	
千葉(営)	048-753-0835	
神奈川(営)	048-753-0835	
甲信(営)	0263-39-5225	
静岡(営)	054-283-7749	
北陸(営)	076-294-6883	
名古屋(営)	058-240-7221	
北大阪(営)	072-838-1300	
南大阪(営)	072-838-1300	
兵庫(営)	072-838-1300	
岡山(営)	086-225-2261	
広島(営)	082-581-1201	
四国(営)	089-972-2135	
九州(営)	0942-52-5212	

※特約店の管轄エリアは、今後開設まで従来の問合せ先へお願いします。
※一般のお客さまから直接のご相談はご遠慮願います。
※通話料金は、専用番号への料金(営業所への通話料相当)を各店にご負担いただき、整備相談センターまでの遠距離転送料金はヤマハが負担します。

《東日本》



鈴木義高 菊地治典 小松信一 畑嶋隆行 鈴木省司 小林友彦 清水貴彦

《西日本》



吉田久徳 佐々木鉄男 吉村勝憲 好川博 高野徳男 吉良健治 大石 強

※全員が同等レベルでお答えできます。アドバイザーの指名はご遠慮ください。

95年のデビュー以来、約3万台の販売を記録。昨年フルモデルチェンジしてからも月間500台以上のペースで売れ続けているマジスティ。その用途と楽しみの世界は、通勤・通学、街乗りからビジネス、ツーリング、さらにはカスタムまで大きく広がっています。

そこで、こうした状況に着目した二輪専門誌「スクーターファン」が、マジスティユーザーを集めたイベント「マジスティミーティング2000」を企画。7月15日(予定)、東京・有明のプリズムスクエアで開催します。

会場には、のんびりおしゃべりを楽しめる情報交換コーナーやカスタムショップブースを設けるほか、記念撮影会、開発者を囲んでのディスカッション、試乗会、ステージアトラクションなど盛りだくさん。

今回は夕方から夜にかけての開催ですので、夏の夕涼みがてら、のんびりお過ごしください。

参加費は無料です。

7月15日、プリズムスクエアで開催予定 見て触って乗ってたっぷり楽しむ 「マジスティミーティング2000」



■マジスティミーティング2000

日時:7月15日(土)

15:00~21:00

会場:プリズムスクエア(東京・有明)

参加費:無料

主催:スクーターファン

協力:ヤマハ発動機販売

※日時、内容などは予定です。変更となる場合があります。

サービス力養成に ご活用ください ヤマハ二輪車整備士 講習会

お客さまの信頼を獲得し、高めていくための基本はやはり整備、メンテナンスの技術力。それにはまず、正しい知識とノウハウを身に付けることが大切です。全国で開催している「ヤマハ二輪車整備士講習会」を、ぜひ積極的にご活用ください。

GPS自律飛行装置搭載のヤマハ無人ヘリ 有珠山周辺の地形、地質観測に貢献

いまだ活発な火山活動を続ける北海道・有珠山。周辺は泥流の発生が確認されるなど予断を許さない状況にあります。そこでヤマハは、建設省土木研究所から委託を受け、特殊装置を搭載した産業用無人ヘリコプターによる噴火口周辺の地形や地質状況の調査を行なっています。

この機体は、農業などで広く使われている「RMAX」がベースとなっており、通常は目で確認しながら遠隔操作で飛行する「ラジコン」ヘリです。しかし今回の場合は、基地から観測地まで往復4kmの距離があつて目視飛行が不可能なため、自律飛行プログラムで自動運航できるようGPSとコントロールボックスを搭載。さらに最大1時間の飛行を可能にする予備燃料タンク、補助遠隔装置、観測用のスチールカメラとビデオカメラ、航行用小型カメラ3機を備えています。

これにより、警戒のため立ち入りや有人飛行が禁止されている区域の観測が可能で、カメラが捉えた画像をリアルタイムに基地局へ送信。懸念されている泥流、土石流に対する警戒、対策の検討に役立てられています。



世界に先駆け、目視できないエリアでの自律飛行を実用化

■ヤマハ二輪車整備士 講習会日程(8月まで)

会場	日程	
	ベイシッククラス	マスタークラス
北海道(営)	5/23~25	
SC北日本		6/20~22
研修C東京	7/4~7	5/16~18
神奈川(営)	6/1、7、13、14	9/12~14
SC中部	6/13~15	6/20~22
Y研修会館		6/21~23
研修C神戸	5/23~25	6/20~22
中国(営)	6/16~18	7/4~6、7/12(単日)
広島(営)	5/23~25	6/13~15
四国(営)		5/24(単日)
SC九州	7/4~6	6/13~15

※日程、会場などは変更になる可能性があります。事前にご確認ください。

ノリック、真矢、ジャックが そろって表彰台を獲得!

ヨーロッパラウンドに入
ったWGPロードレース。第4
戦フランスGPではアンテナ

3ヤマハの阿部典史が500ccクラス2
位、中野真矢/O・ジャックも250ccク
ラス2位/3位でフィニッシュ
する活躍を見せました。

前回、スペインGPを途中
でリタイアした阿部は、予選
7位から得意のロケットスタ
ートで序盤から上位に進
出。前半戦をリードしていた
C・チエカ(マルボロ・ヤマハ)
やK・ロバーツ(スズキ)が次第
に遅れはじめると、21周目、
狙いすましたようにトップを

最終ラップの逆転を「まったく予想していなかった」
阿部は、悔しさを隠さず、次への闘志をあらわにした



250ccクラス、中野は予選3位、ジ
ャックは6位から絶好のスタート。2台の
YZR250がレースを引っ張ります。そ
の間、ホンダの加藤、宇川が相次いでコ
ースアウトしてトップ争いから脱落。チ
ーム(チエスターフィールド
ヤマハテック3)の母国でワ
ンツーフィニッシュかと思
われましたが、後半再浮
上してきた宇川に逆転を
許し、中野とジャックは2
位、3位でチェッカー。優
勝こそ逃したものの、手
堅く表彰台の2つを手
に入れました。

奪います。しかし最終ラップ、びったり背
後をマークしていたゼッケン1、A・クリビ
ーレ(ホンダ)が逆転。0.3秒差で阿部
の今季2勝目はなりませんでした。

レースごとに勝者が変わり、ますます白
熱してきたランキング上位の争い。ここ
から誰が抜け出すのか、シリーズ中盤に
向けて1戦1戦が楽しみます。

ベルブーツが今季3勝目をゲット バルトリーニもランキング3位へ

世界選手権モトクロス500ccシリー
ズは、5月14日に第5戦オーストラリアG
Pが開催され、ヤマハYZ426Fを駆る
M・ベルブーツが今季3勝目。A・バルトリ
ーニも連続2位表彰台を獲得しました。

その第1ヒート、好スタートを切ったの
は99チャンピオン、バルトリーニ。その後、ベ
ルブーツも追いついて、チームメイトどうし
の激しいトップ争いが展開されました。

そして後半、2度までベルブーツのアタ
ックをしのいだバルトリーニでしたが、つい
にベルブーツが逆転し、そのまま逃げ切っ
て優勝。2位にもバルトリーニが入ってワ
ンツーフィニッシュとなりました。

ところが第2ヒート、ベルブーツは1周
目に多重クラッシュに巻き込まれて転倒。
リタイアを余儀なくされてしまいます。
それでも、好スタートで上位に付けてい

フリーライターGO・30歳の挑戦! 大型二輪教習体験記

ひと頃の猛烈なブームは鎮静化したのが、教習所で大型免許が取得できるようになっ
て、ビッグバイクは今後も大きな需要を見込める市場として定着しつつある。
そうしたなか、30歳・既婚・2人の子持ちという典型的な二輪需要ミッドゾーンに身を
置くヤマハニュース制作スタッフGOも、このたびめでたく大型ライダーの仲間入りを
果たした。これは、いちライダーに戻った彼の、大型二輪免許教習レポートである。

教習はスムーズに進んだ。大型二輪で
1時間だけ用意されているシミュ
レーターは、ラッキーなことに僕一人
だった。時間が大幅に余り、教官
と世間話に興じた。
「忙しいんじゃないですか?」
「うーん、そうでもないんだよね」と
S教官はちょっと苦い顔。
「教習所で大型が取れるようにな
ったよ。土・日なんて予約が取れ
なくてねえ」。遠い目をするS教官。
今はそんなこともなく、ほぼ希望通
り予約が取れる。
「こっちとしてはさ、みんなさっさと
卒業してほしいんだよね。その方
が回転率が上がるわけだから。で
も、だからって教習を甘くするわけ
にもいかないさ」

第三回

「教習試乗会」で大型への思い強まる、の巻

教習所で免許を取った人が卒
業後1年以内に事故や違反を起こ
すと、教習所に連絡が入る。大型
二輪を取った直後の1年というの
は、他の免許に比べて事故率がと
ても高いそうだ。ビッグバイクがす
ごく手軽でみじかな存在になっ
たのは確かだけれど、ライダーの運転技量が

向上しているとは限らない。
僕もヒマをフルに使って、わずか1
週間で大型免許を手にしたものの、
正直言って腕前は不安である。
「教習所は法規走行を学ぶところだ
からね」とS教官が言うこともよく分
かるのだが、時間をオーバーしても、卒
検を失敗してもいいから、もう少しライ
ディングを学びたいというのが素直な気持ち
だ。
それでも僕は、まもなくビッグバイク
を買うだろう。初めのうち「400で
も十分かな」と思っていたが、急制動の
教習で400と乗り比べをした時に、その
思いは吹き飛んだ。「400ってこんな小さ
かったっけ?」とビックリしたのだ。乗り物
としての質感がまるで違う。これは乗り
比べなければ気付かなかったと思う。教
習所が思わぬ「試乗会」機能を果たして
くれたわけだ。
不安だけど、やっぱりデカイのが欲し
い。それが今の偽らざる心境であり、も
う迷いはない。うまくするためのステップ
は、バイクを手に入れてから考えよう。あ
とは、あとは、カミさんを説得するだけ
である。うーむ、最後にして最大の難関だ
なあ……。



2ヒート連続の2位表彰台を獲得したバルトリーニ。
今季初勝利も近い

《シリーズランキング》

■WGP500(第5戦フランスGP終了)

- | | |
|-------------------|----|
| 1. K・ロバーツ (スズキ) | 90 |
| 2. C・チエカ (ヤマハ) | 80 |
| 3. G・マッコイ (ヤマハ) | 61 |
| 4. A・クリビエーレ (ホンダ) | 59 |
| 5. 阿部典史 (ヤマハ) | 54 |

■WGP250(第5戦フランスGP終了)

- | | |
|--------------------|----|
| 1. 加藤大治郎 (ホンダ) | 91 |
| 2. 中野真矢 (ヤマハ) | 87 |
| 3. 宇川徹 (ホンダ) | 77 |
| 4. O・ジャック (ヤマハ) | 75 |
| 5. R・ワルドマン (アフリリア) | 55 |

■WSB(第4戦イギリス終了)

- | | |
|-------------------|-----|
| 1. 芳賀紀行 (ヤマハ) | 130 |
| 2. C・エドワーズ (ホンダ) | 119 |
| 3. P・キリ (スズキ) | 95 |
| 4. T・コーサー (アフリリア) | 77 |
| 5. G・ラビッラ (カワサキ) | 59 |

■全日本SB(第3戦筑波終了)

- | | |
|----------------|----|
| 1. 玉田誠 (ホンダ) | 65 |
| 2. 井筒仁康 (カワサキ) | 47 |
| 3. 梁明 (スズキ) | 41 |
| 4. 伊藤真 (ホンダ) | 39 |
| 5. 吉川和多留 (ヤマハ) | 36 |

■AMA-SX250(シリーズ終了)

- | | |
|--------------------|-----|
| 1. J・マクグラス (ヤマハ) | 372 |
| 2. D・ビーラマン (ヤマハ) | 337 |
| 3. O・ラロッコ (ホンダ) | 302 |
| 4. K・ウインダム (ホンダ) | 278 |
| 5. R・カーマイケル (カワサキ) | 263 |

■WMX500(第5戦オーストラリアGP終了)

- | | |
|-------------------|-----|
| 1. J・スメッツ (KTM) | 174 |
| 2. M・ベルブーツ (ヤマハ) | 136 |
| 3. A・バルトリーニ (ヤマハ) | 125 |
| 4. P・ヨハンソン (KTM) | 113 |
| 5. D・キング (ハスクバーナ) | 89 |

■全日本MX250(第4戦九州終了)

- | | |
|----------------|-----|
| 1. 熱田高孝 (ホンダ) | 120 |
| 2. 高濱龍一郎 (ホンダ) | 103 |
| 3. 小池田猛 (ヤマハ) | 84 |
| 4. 高木崇雅 (カワサキ) | 82 |
| 5. 田中教世 (カワサキ) | 41 |

「試乗」を

考える



午前と午後1時間半ずつ試乗時間を設け、8車種の試乗車は1回2周の走行で、空いていれば1人でどれに何回乗ってもOK。XJR1300やRシリーズ、V MAXは常に順番待ちの列が切れなかった



前号のヤマハニューズでご紹介したように、今年はスポーツジャンボリーをはじめとする試乗会が大盛況。四輪ディーラーなどでも試乗を売り物にするところが増え、多くの利用者を集めている。しかし、それが単純に購入に結びつくとは限らない。どうすればもっと効果を高めることができるのか？ 遊びのイベントとして見方を変えれば？ 広告・集客効果に期待する？ いくつかの実例で、「試乗」に求める狙いと役割、活用のポイントを探った。

試乗を軸にCS、新規開拓、安全啓蒙 多目的な効果を狙う総合イベント

YSP平塚中央 佐藤武彦店長／神奈川県平塚市

XJR1300、ドラッグスター1100と400、ロードスター、マジエスティ、YZFR1にR6、そしてV MAX。厚木中央自動車学校(神奈川県)のコースに、合計8台のヤマハニューズモデルがずらりと並び、列を作った大勢の来場者が自由に試乗を楽しんでいる。

やがて所定の時間が過ぎると、今度はライディングスクール。限定20名の参加者がそれぞれ自分のバイクを持ち込んで、インストラクターの指示のもと、ブレーキングやコーナリング、切り返し、低速バランス走行などのセッションにトライする。その間、次の試乗を待つ来場者は、本部棟の傍ら設けられた用品の物販コーナー、カタログと店頭価格を付した展示車コーナー、TW200のカスタム展示車、ヨシムラの展示ブースなどを覗いたり、のんびりくつろいで過ごす。

まるでヤマハの営業所が仕掛けたスポーツ試乗会のように見えるが、実はYSP平塚中央さんの単独開催イベントだ。昨年4月に初めて実施し、2回目の昨年は130名を動員。今回5

“試乗”を 考える

和田正明さん (32歳/伊勢原市)

このお店とは、この春XJR1300を買った時からの付き合いで、まだ日が浅いんですよ。イベントも、今回初めて参加しました。誘ってもらおうれいし、試乗会もスクールも、楽しかった。また参加したいですね。

浅間洋海さん (18歳/横浜市)

バイク雑誌の告知を見てきました。何か買いたいわけじゃない。今は中型免許しかないけど、ここは大型に乗れるって聞いて…。ほかの試乗会も、今年、2カ所くらい行ったかな。午前中、ひととおり乗ったんだけど、まだ乗り足りないの、午後の部を待ってます。でも、R1とかはパワーがありすぎてダメ。コワイですよ(笑)。

鈴木 聡さん (20歳/厚木市)

僕、ここの教習所の卒業生なんです。今日はイベントがあるからってハガキをもらったので、友だちを2人連れてきました。乗ったのは僕だけだけど…。大型はXJR1300だけ乗りました。最近、XJRの400を平塚中央で買ったばかりなんで、どのくらい違うかなと思って。でも、すごいパワーでびっくりした! けど、乗りやすい!

芹沢 勲さん (24歳/平塚市)

ほかのイベントは、仕事が忙しくてなかなか顔を出せませんが、この試乗会は毎回出ます。V MAXに乗るのが楽しみで、今日も4回乗りました(笑)。今の1100(他社)とコレと、買うときに迷って迷って、こっちをあきらめたんです。すいません。でも、V MAXに乗れるチャンスがあれば、また何度も乗らせてもらいたいですね。



ライディングスクールは、5人のインストラクターが密着指導できる20名限定で開催。いわゆる教習所的ではない、実践的な内容と方針で大変好評



同じ神奈川に本拠を置くヨシムラがブースを出展。今までのヤマハとは違ったイメージの組み合わせでオリジナリティを演出している

「でも、1台や2台じゃ店頭の試乗と変わりのない。どうせならニューモデルを全部用意したいでしょ。それで、ヤマハさんやプレストさんに協力を求めたんです」

試乗車の貸出は、日程や車種、台数などの関

「来場してもらえれば、確実に印象に残ると思うんです。すぐに販売に結びつくなんて考えていません。買い替えようかなとか、友だちがバイクを探しているとか、そういう時に思い出してくれればいい」

だから試乗はすべて無料、ライディングスクールも3時間の少数限定指導で昼食付きながら、採算をほとんど度外視。お客さまにとってはいこと尽くめの設定だ。

ただ、お店に負担が大き過ぎる意味がない。じわじわと効果が出てくることを期待している。そのため、できるだけコストを抑えつつ、最大

目的は、試乗会をやることではなく、あくまで既存客の満足度向上と新規客開拓の布石。試乗会を「誘う」「楽しませる」「手段のひとつと考へ、より総合的な効果を上げるためにスクールや展示・商談、カスタム、用品販売といった要素を組み合わせる。そういう努力を惜しまないのが、YSP平塚中央さんの真骨頂といえよう。



展示車コーナーでは、スタッフが説明・商談に対応。「売れるんなら売る」程度の期待だったが、この日はTW200のカスタムが1台成約し、XJR1300もかなり有力な手応えがあったという

試乗会 & 展示会開催!

会場: 厚木中央自動車学校
 神奈川県厚木市川1280
 AM10:00-PM4:00

先着20名様 受講料 ¥3,000 (弁当・消費税込)

ヨシムラサイクロン各種試乗車も用意します!

お申込・お問合せは下記までお待ちしております

call 0463-21-3030

既存のお客さまには、試乗会とライディングスクールでたっぷり遊べるイベントとして案内。新規客へのアプローチ広告では、ニューモデル試乗と展示・即売会と表現するなど、対象層によって誘い方を変えている

の効果を求める工夫が欠かせない。

幸い、試乗車の一部を借りることができ、会場の厚木中央自動車学校は、同じ親会社の系列。これまでは、平塚と厚木で場所が離れているので特に協力関係を持たなかったが、経費的に他所より安くしてもらえというメリットがある。

告知は、店頭やクチコミでの伝達のほか、いつも利用している中古車情報誌と地方情報紙「湘南ホームジャーナル」への広告、各二輪雑誌情報コーナーでのパブリシティ掲載、教習所の協力による卒業生へのDMで行なった。

「我々スタッフの人数が少ないので、むしろその方がきついな。でも、お客さんに対しては手を抜けないので、がんばりますよ」

月21日も、前日まで続いた長雨の影響で減ったとはいえ、100名弱の参加を集めた。

もともとこのお店は、高い技術力や遊びの提供など、充実したアフターサービスが特徴。計画的に工夫を重ねてお客さまの信頼を獲得し、ここ数年、販売実績も右肩上がりに伸長。昨年は、3名のスタッフがフル回転で新車250台以上の販売を記録した。今回のイベントにも、そういうお店の姿勢と勢いが強く感じられる。

「ウチはお客さんに育てられた店ですから、きちんと恩返ししなくちゃいけない。それが一番の目的でした」と佐藤店長。



“試乗”を考える

店頭試乗車は無言のセールの
日常と同じ使い方で乗せたい

YSP 広島南
蒲池毅社長 / 広島市

「7、8年くらい前から、何か1〜2台必ず店頭
に試乗車を常備しています。試乗車というのは、
我々が語る以上のセールストークを果たしてく
れる、無言の営業マンみたいなモノですからね。
これまで、その必要性に疑問を持ったことはあ
りませんし、最近では四輪のディーラーでも試乗
をどんどん打ち出してきていることから、使
い方がポイントになるんじゃないでしょうか」と
話すのは、YSP 広島南さんの蒲池社長。

お客さまが試乗を望むのは、ほとんどニューモ
デル。雑誌広告や新聞広告などで試乗車の存在
をアピールしておく、それなりに反響がある
そう。人気車種でも、TW200やSR400
などは中古車を代用したり、あるいは展示車を
見るだけで済んでしまう。

現在は、XJR1300とマジエスティの2台を
用意しており、1回あたり30分くらい付近の道
路を自由に走ってもらう。

「大活躍してわけじゃないですけど、週に2〜3
人くらい試乗されています。だいたい土曜か日曜
で、あらかじめ商品の概要を説明してから試乗
してもらい、その後で詳しく話を詰めるという
のがパターンですね。でも本当は、お客さんが使

っている状況にできるだけ近い形で試乗しても
らうのがベストだと思います」

そこで、マジエスティに限っては、1日貸出しも
実施。

「夕方、会社帰りに貸してあげて、翌日の夕方返
してもらいますが、そうすると九分九厘購入
いただいています」というから効果は絶大だ。

しかしそうすると、破損とか事故などの心配
もあるのでは？

「うーん、今のところ、そういった経験はひとつも
ないので…。誓約書を取って、任意保険も掛けて
あるし、あんまり心配してもしようがない」と
蒲池社長は笑う。

ニューモデルが立て続けに出てくる春などは、
試乗車の負担もかさむのでは？

「新車の旬は短いですが、早い時は1〜2カ月
で次に切替えるんです。手間なんてかからない
し、程度のいい中古車ですから回転も早い。それ
ほど負担には思いけませんよ」



お客さまが喜ぶ合同試乗会 代替えのきっかけ作りに活用

YSP名港
安井正博社長／名古屋市區

ヤマハの営業所などが企画する合同試乗会に、いつもたくさんのお客さまを連れて参加しているYSP名港さん。

「3〜4年前までは、店で一緒に参加するなんてしなかったんだけどね。最近は考え方を改めたんです」と安井社長は話す。

「今も昔も、試乗会に行くとお客さんは確かに喜んでくれますよ。ただ、あれこれ乗り回しているけど、気に入った車種があったか？ なんて聞くとどうもダメ。商売ついで出しちゃだめだよなんて茶化されて、話が終っちゃう。これは商売にはつながらないな、と思ってたんです。それだったら、店でいろいろツーリングとか遊びを企画しているし、そっちを最優先したかった。

でも、近ごろようやく気付いたことがあって、お客さんは自分たちなりにいろいろ考えているから、知らんぷりして放っておけば買う気になるんですよ。アマノジャクっていうか、ね(笑)。説明すればするほど売れない」

今年の3月に開催されたスポーツジャンボリー(3月12日／大治自動車学校)にも、予定していたツーリングの行き先を急ぎ変更して参加した。

「朝一番で会場に来て、2時間くらい試乗して楽しんでいたら、お昼においしいものをみんなで食べに行こうということにしたんです。お客さんはそれでいいよっていうし、今はもう、完全に遊びのイベントとして割りきってます。後は、黙って待つだけ(笑)。勝手に仲間どうし騒いで、それが代替えのきっかけになるんですから」



試乗車は徹底的に走らせなきゃ！ XJR1300もスクールや ツーリング、店頭で大活躍

YSP小平
鈴木昇社長／東京都小平市

「試乗車っていうのは、新車の導入に合わせて使うわけでしょう？ それは何のためか考えてご覧なさい。お客さんにたくさん乗ってもらって、その人が買う、あるいはすごくいいバイクだぞってクチコミで話題を広げてほしいからだよね。だったら、どんどん走らせなきゃ！」と、鈴木社長は勢よく話す。

今回、全国のYSPで足並みをそろえて下ろしたXJR1300も、1カ月半ほどで走行距離は1300kmまで伸びた。

「特に今回は、全国でいつせいに街を走らせて、あそこで見た、ここでも見かけたっていうふうな、たくさん目に触れさせたいんだから、店内にしまつとこいや意味がない」

鈴木社長の活用方法は、ツーリングでの交換試乗、エリアの警察などと協力して行なうライディングスクール、さらに店頭試乗まで多岐にわたる。

「店頭の場合は、だいたい30人くらいが利用してくれました。時間とか、乗る場所はその人次第。遠慮がちな人は数分だし、長い人は朝から夕方までツーリングに行っちゃ(笑)。週末は短時間じゃないとダメだけど、平日ならご要望に応じますよ！」

試乗車は乗る楽しみと広告効果 マジエ・カスタムの火をつけた

YSP垂水
山田昌治社長／兵庫県神戸市

日頃は250や400を中心に店頭試乗車を用意するという山田社長は、

「広告効果が高いと思うんですよ。試乗車に乗りたいって人は、買う買わないにかかわらず、必ずいますからね。その時は購入に結びつかなかったとしても、来店促進になっているかぎりは役に立っているわけです。それと、常連のお客さんを喜ばせてあげられるし」

だから、合同試乗会にもツーリングがてら、あくまで楽しむイベントとして参加する。彼らの誰かに売ろうとするのではなく、セールストークになりそうなポイントをそれとなく参加者から聞きだすのが目的だ。

「でも、マジステイだけは例外というか、特別ですね。試乗車がけっこう活躍して、またよく売れたんです。客層が違う？ そうかもしれないですね」

そこで、今考えているのは、マジステイのカスタム仕様を試乗車に下ろすこと。

「このあたりじゃ、まだマジステイをカスタムする流行はないから、ウチがトレンドリーダーになつて火をつけてみたいと思うんです。カスタム車を店頭においておけば目立つことは間違いないし、まして展示車ではなく、乗れる車両があると広告に出せば、必ず反響があると思います。ノーマル車に乗せてくれるところはあっても、ローダウンしたりショートスクリーンをつけてどういう乗り心地になるかを確かめられる店なんだから、このあたりにはないですから」

四輪ディーラーにも広がる 新しい試乗車活用のスタイル

中古車販売店「カーロツツ」

昨年、ヤマハニュースが「チャレンジ・ユア・ビジネス」という企画で「お試し」サービスを取り上げたとき紹介したのは、愛知県の大規模中古車販売店「カーロツツ」。

店舗施設内に全長500mのコースを用意し、常時3000台もの展示車すべてに試乗できるというケタ外れの企画を展開。オープン当初から大きな話題と集客で賑わった。これは、メインターゲットを30代と設定。彼らがモノ選びを自分自身の手と目で行なう傾向がある、と判断して実現させた。

あと500台分の展示面積が確保できるにもかかわらず、店内に試乗コースを設けた理由は、市街地を使わないことで展示車両の傷みを防ぎ、また利用者の交通事故などへの不安を取り除く役目も果たすからだ。

さらに、気軽に店内を見て回れるよう、呼ばれないかぎり販売員がお客のところまで寄っていく「スタッフ付きまといま宣言」を実施。多数の展示車から目当ての車種を検索するための、コンピュータ端末も設置されている。

トヨタ 「メガウェブ」「ネッツ」

同じ記事で紹介した資生堂コスメティックガーデン[C]と同じ、ショールームとお試しの機能に特化しているのが、トヨタのカーコミュニティメントスペース「メガウェブ」。

ここには、トヨタの全車種から好きなものを選んで有料試乗できる「ライドワン」があり、利用者はすでに6万5000人にも達している。料金は300円。東京・お台場という場所柄もあって、利用者のほとんどは若いカップルだ。

その成功により、トヨタ系のネッツも横浜や千葉、岡山などで今年から有料試乗を開始した。料金を払うということで利用者のよけいな遠慮をなくし、また営業マンを同乗させないことで気軽に試乗が楽しめるという。



日産「カレスト座間」

これは、昨年12月、神奈川県座間市にオープンした新車・中古車販売の実験店。店頭やインターネットを通じて会員に登録することで、敷地内を無料試乗できる。約3万人が試乗し、購入したのは2500人足らずだが、試乗を売るための手段だけとは考えず、その後のクチコミや再来店などにつながるべよというスタンスだ。

Example

▶ コンペな人たち

いつか息子と組んでレースに参戦したい。



ランツァ & PW50

レースにはランツァで参加するため、練習用にYZ125も購入。奥さんを持ち倒して手に入れたそうで、当分のバイクを購入する予定はない(許されない?)とのこと。また、PW50に跨る巧実君に自分のバイクに対する感想を聞く。「お父さんのバイクと同じ青色がカッコイイ」だそうです。

Type.005

ファミリーでエンデューロ

餅崎克己さん

ヘルメット

フルフェイスタイプのモトクロス用ヘルメットを愛用。それほどこだわりはなく、頭にジャストフィットするかどうかという点が選択のポイント。

ウェア

通気性などの機能に富んでいることから、いつも同じメーカーのものを選んでしまったり。

ブーツ?

本来はもちろんモトクロスブーツを愛用するが、先日ツーリングの途中でコケてしまい、左の小指を骨折。「サンダル履きで失礼します!」

ツーリングもレースも、基本的に同じスタイル。ウェア選びに機能性を重視するのはもちろんだが、レースの途中で奥さんや子供たちが確認しやすいよう、ややハメ目のデザインであることもこだわりのひとつとか。



Profile

もちつき	かつみ
年齢	39歳
職業	会社員
住所	千葉県若葉区
所有バイク	ランツァ、YZ125、XJR400
ショップ	YSP
その他	既婚/妻、息子2人。四輪車あり

オフロードでの草レース歴は11年。職場の仲間に誘われたのがきっかけだったが、YSP貝塚の吉原明正店長と知り合ってからドブブリ。同店が主催するエンデューロレースをはじめ、さまざまなレースに参加している。上の息子さん(巧実くん・5歳)にもPW50を買い与え、週末は親子ともどもバイク三昧。



息子の果敢な走りを見守る餅崎さん。子供だけに覚えが早いそうで、餅崎さんのテクを凌駕する日も近い?



小湊で催された夏の8時間耐久レースにて。手前が餅崎さん

餅崎 オフロードレースに夢中だと聞きました。餅崎 速くもないし、たいしたテクがあるわけじゃないので、あらためてそう言われると恥ずかしいですね。ホントに遊びでやっていますから。

餅崎 最初からレースを始めたいんですか。餅崎 最初はレースに参加したのはかれこれ11〜12年ぐらいい前になるかな。職場の仲間におフ車に乗っているのが何人かいて、ツーリングも面白いくらいもやってみようぜってことで……。探すとけっこうあちこちでオフ車のレースを開催してたんですね。で、しばらくは夢中でやっていたんですが、結婚したり子供ができたりで、1人抜け2人抜けして、なかなか一緒に参加する仲間が集まらなくなりました。ポク自身も転勤になり東京から千葉へ引っ越ししたものですから、そこでいったん中断。正直、その頃はもうレースにあまり興味を持っていませんでした。

餅崎 それがなぜまた再開するようになったんですか。餅崎 乗ってたバイクが調子が悪くなってしまった、たまたま近くのショップに持っていったんです。そしてそこが、オフのレースで有名なYSP貝塚さんだった。頻繁に出入りしているうちに社長の吉原さんから誘われるようになり、そこからまたポクの草レ

餅崎 これを言うのと、いつもうらやましがられるんですが、ウチは妻も息子たちもいつも応援に来てくれるんです。もちろんポクが強制しているわけではありませんよ。妻はもともとF1とかモータースポーツの観戦が好きだったし、レース会場独特の雰囲気が入っちゃったみたいですね。

餅崎 それで息子さんも自然とレースを? 餅崎 そうなんです。お父さん、ポクもレースに出たい。って自分から言い出して、今年から子供クラスのレースに参戦するようになったんです。別にレーサーに育てたいとか大それたことは考えていませんが、彼がこのままレースを続けていくのなら、いつか一緒に組んでエンデューロに出てみたいですね。その頃は「親父みたいに遅いやつとは組みたくない」なんて言われるかもしれない(笑)。

餅崎 ずっとレースを続けるつもりですか? 餅崎 カラダが続くかぎり、ね。今はエンデューロが中心ですが、本格的なモトクロスに挑戦してみたいって気持ちもあるんです。今やポクの人生にとっても、レースはかけがえのない楽しみ。妻にも「レースをやってなかったら今頃退屈だったでしょうね」なんて言われています。YSP貝塚さんにも感謝しなくちゃ。

人生がズルズルと始まった(笑)。今やYSP貝塚さん主催のレースでは常連です。

餅崎 レースの何が魅力なんですか? 餅崎 ストレスが解消できるってところがかな。ツーリングだとアクセルを思いっきりひねるわけにはいかないけど、コースの中なら自分の責任においてズバツとひねることができる。あの瞬間に日常生活で溜まったストレスも一緒に吹っ飛んでいくような気がするんです。また、仲間と一緒にの道中も楽しい。1台のトラックにバイクを何台か載せ、前日の夜から会場に向かうわけですが、みんなワクワクしちやうって子供みたくにはしゃいでいるわけですよ。帰りは帰りで互いにレースの健闘ぶりを誉めあったり、あるいはけなしあったりして、これもまた楽しい。オジサンばかりのせいか、途中で温泉に寄ることも多いんですが、仲間と湯船に浸かっていると、ああ今日もめいっばい遊んだ。って実感できます。

餅崎 休日がつぶれてしまうことに、奥さんは文句を言いませんか? 餅崎 これを言うのと、いつもうらやましがられるんですが、ウチは妻も息子たちもいつも応援に来てくれるんです。もちろんポクが強制しているわけでは

カッコだけじゃなくて、マジにダートラ!

Type.006

ダートラめざすティーダバー

小池崇仁さん

ヘルメット

TWオーナーはキャップ型やジェットヘルを常用するのが定番だが、小池さんはしっかりとフルフェイスを使う。正統派ダートラスタイルだ。

グローブ

操作性の高さというより、デザインが気に入って愛用しているモトクロス用グローブ

短パン

いまどきのバイカーらしく、夏場はこのような短パンスタイルも多い。危険ですよ?「街じゃ飛ばさないから平気っしょ」

ヘルメットとグローブを除けば、そのまま街を歩くためのファッション。肩肘張らずにバイクとつき合うのが自分流の主張なのだろうが、本格的にダートラを始めるにあたってはこのままのスタイルじゃダメだと、現在モトパンや革ツナギを物色中。



TW200

2年半前、購入した当時は、ちょうどTWフレームの火が付きはじめたあたり。街でそういうバイカーを見かけ、「自分のファッションとも相性良さそうだし、いじればかなりカッコよくなりそう」と購入を決意。TWカスタムの先駆「モトショップ五郎」に駆け込んだ。現在まで約40万円をカスタムに注ぎ、バリバリのトラッカー系に仕上がっている。



Profile

こいけ たかよし
 年齢 26歳
 職業 会社員
 住 所 埼玉県富士見市
 所有バイク TW200
 ショップ 併売・カスタム店
 その他 独身。両親、兄と同居。
 普通免許あり

楽器メーカーに勤務し、エレキギター製作の仕事をしている。2年半前、中型免許取得と同時に購入したTWは、トラッカー系カスタムのお手本と言われるほど手がかけられており、バイク雑誌にもたびたび登場する。カスタムを手掛けた「モトショップ五郎」の影響もあり、近いうちに本格的にダートラデビューを果たす予定だ。



マフラー:ショップオリジナルのマフラーを装着。サウンドよし、ピンと跳ね上がったスタイルもよしのお気に入りとか



トラッカーシート:トラッカーカスタムには欠かせないパーツ。これも「モトショップ五郎」のオリジナル

バイク、びっぴかですな。
 小池 ショップの人にもよく言われるんですよ。小池くんのバイクはいつもキレイだから、カスタムを手掛けた甲斐がある。なんて。でも実は、洗車なんてめったにしないんです。汚れに気がついたらウエスでさっと拭くぐらいで。わざと汚いまま乗る。TWユーザーが多いから、余計目立つんじゃないですか。
 このショップはどうやって知ったの?
 小池 雑誌です。最初からTW狙いだったんで、それに強いショップということで決めました。自宅からちょっと遠いのがナンですが、アットホームなところが気に入っています。普通のバイクショップってお客さんとスタッフがディーブなバイク談義を繰り広げるってイメージがあるんですけど、このショップは、いつも音楽とか映画とかの話ばかりしてるんですよ。そんな雰囲気が入って、多いときは週に1回ペースで通っています。
 カスタムの方向とか、何かテーマがあった?
 小池 とにかく、これぞトラッカー!という感じにしかかった。でも、ホントは何がトラッカーなのか、よく知らなかったんです(笑)。とりあえずショップにモデル車両があったので、それを参考にしながらスタートの人にイメージを伝えていきました。最初に

大まかなところをカスタムして、その後徐々に細かい部分に手を加え、やつとここまでできたんです。
 とくに気に入っているところはどこ?
 小池 いろいろあるんですが、強いて挙げるならトラッカーシートとマフラーかな。どっちもショップのオリジナルなんですけど。
 TWでどんなところに走りに行くんですか?
 小池 いまのところほとんど「足」ですね。渋谷に買い物に行ったり、たまに通勤に使ったり。ツーリングにはほとんど行かず、街乗りオンリーです。
 バリバリのトラッカーなのに、もったいない……。
 小池 そうなんです。最初は街乗りオンリーのストリート系バイクでいいと思っていましたが、だんだん本格的なダートトラックもやりたくなってきました。モトショップ五郎さんでは、何年前から雑誌と組んでダートラ走行会みたいなイベントを定期的にやって、ショップに顔を出すと、よくスタッフやお客さんが楽しそうに走行会の話をしてくるんですよ。聞くと、ほとんど初心者ばかりで、参加するバイクやファッションの制限も全然ない。レースをするとか、堅苦しい講習会とかもなく、ただただ純粋にダートトラックを走るそうなんです。もちろん、インストラクターみたいな人はいるようですが、BBQとかフリーマーケットとかもセットになっちゃうんですよ。こいつは絶対に参加しようとしてるんだけど、仕事がないから日曜に休めなくて……。
 じゃあ、デビュー間近という感じがかな。
 小池 次のパーティには万難を排して参加するつもりです! アメリカではダートラが盛んなんですよ。雑誌を読むと、けっこうイイ歳のオジサンが古いバイクを思いっきりスライドさせてコーナーを駆け抜けるシーンがあつて、ああいうオジサンにボクもなりたいです。
 TWにはずっと乗り続けるつもり?
 小池 手をかけた分、愛着もありますし、当分は乗り続けます。最初、スタイルさえよければって感じでカスタムしてきたけど、ショップの人のアドバイスを受けながらイジってるうちに、乗り心地とか走行性能とかも、かなりいい感じになってきた。メンテだって自分でできることが多くなってきたから、けっこうハマってるかもしれない(笑)。



■「陶芸は高齢者の趣味」という印象は、昔の話。今やごく普通の若者が、気軽に陶芸を楽しむ時代だ。陶芸人口の増加に伴い、各地に教室が多数オープンし、専門誌も増えている。東京の目白陶幻倶楽部は、20年以上の歴史を持つ陶芸クラブのひとつ。フリータイムで好きな時に好きなだけ陶芸を楽しんで帰れる気軽さが時代にマッチし、約200名のクラブ員を擁して盛況だ。しかしイメージ的には、まだまだ敷居が高い陶芸の世界。人々は何を求めて陶芸を始めるのだろうか。チーフスタッフの小林琢磨さんに話を伺った。

今はブームの第2波がやってきているかな、という実感はありますね。当クラブの会員数を見ても、最近若手が増えています。これには「難しそうな芸術・陶芸」から「手軽な趣味・陶芸」という陶芸界のイメージチェンジが功を奏していると思います。

今までは一般の方が陶芸に対して持つ印象というところから取り組む芸術、というものでした。実際、当クラブにもそんな時期があったんですが、8年ほど前に大きく方針を変えて、「気軽なレジャー」としての陶芸を打ち出したところ、老若男女を問わず幅広い年齢層の方に楽しんでいただけるようになりました。

もちろん基礎的な知識は3ヶ月の基礎コースでしっかり学んでいただくにしても、その先は、プロを目指すような人は別にして、本当に手軽なレジャーの一つとして楽しんでもらっています。

また、年に1度作品展を開催し、著名な陶芸家の方に講師をいただいています。「手軽なレジャー感覚」とは言っても、陶芸はやはり創造の世界。それまでの成果を確認するという意味で、とても良い機会になっているようです。

■約200名の会員数を年齢別に見ると、50〜59歳が23・9%と最も多い。それ以後、世代が若くなるにつれて会員数は減るが、20〜29歳が23・1%と第2の山になっている。この、2つの山——中・高年齢層と若年齢層の間には顕著な違いが見られる、と小林さんは言う。

若い方は一人で黙々と作陶していますね。同じ教室内に同世代の方がいても、あまり話さない。一回も口を開かずに帰る会員の方もいますよ。逆に中・高年齢層の方は、手と口の両方が器用に動いている(笑)。コミュニケーションを重視しているんですね。若い世代は陶芸を通して自分と向き合ったり、すべてを忘れて集中する時間を求めている。土にも癒しを期待するんです。中・高年齢層の方は人との関わりを楽しんでいる。これは世代による違いがハッキリしています。

また、中・高年齢層の方は、知識に貪欲です。分からないのかが自分で分からずに困っている(笑)。じっくり時間をかけて話し合ったり、ようやく何が分かっていたか気が付く、ということが多いようです。

作る物が決められない人も多い。当クラブでは課題は用意していません。自分の作りたい物を自分のペースで作ってもらいますが、それがかえって負担らしい。若い人は与えられたテーマはこなせても、自分でテーマを創り出すのは苦手なようです。

何を作っても構わないのに、「陶芸II器」と発想がすぐく限定してしまいますね。これは若い人に限らないのですが、既製品の見過ぎなんですね。「お店で見たあの器が作りたい」など、製品を目標にしている。手作りの良

個の時間を大切にしている若年層 コミュニケーション重視の中高年齢層

さまざまな市場動向を探るMarket Eye。
今回スポットを当てるのは、静かなブームとなっている陶芸。
目白陶幻倶楽部にも幅広い年齢層の会員が集うが、
チーフスタッフの小林琢磨さんは
若者と中高年の間に大きなギャップを感じている。



目白陶幻倶楽部
チーフスタッフ 小林琢磨(コバヤシ タクマ)さん

東京・目白の陶芸クラブ、目白陶幻倶楽部は、約25年前に発足。好きな時間に、好きなだけ陶芸を楽しめるフリータイム制が人気だ。約200名の会員がおり、5名の先生がアドバイスしてくれる。初心者への不安を取り除く「1日体験教室」も。小林さんは栃木・益子出身。幼い頃から陶芸に近い環境で育ち、美大在学中に同クラブでアルバイトを開始。そのまま先生に。「無理難題を言われるほど楽しい。自分の殻を破ってくれるから」。31歳。





さを理解してもらえないんですよ。1個あたりの「製品」としての質は高いけど、作品をトータルに見た時の爆発力みたいなものが少ないですね。

それと気が付くのは、全身を使ってリズムとバランスで土をこねるのが、若い人は苦手そうだとということですね。面白いもので、作る物自体もどんどん小さくなっていきます。ワケが分からないけど勢いがあるって、パワーにあふれた作品はなかなか出てこないですね。むしろ中・高齢の方から、そういう作品が出てくる。

これは陶芸だけの問題じゃなくて、育ち方や世代の抱えている問題ですからねえ。当クラブだけでそういう世代特有の問題を突破するのは難しいんですよ。

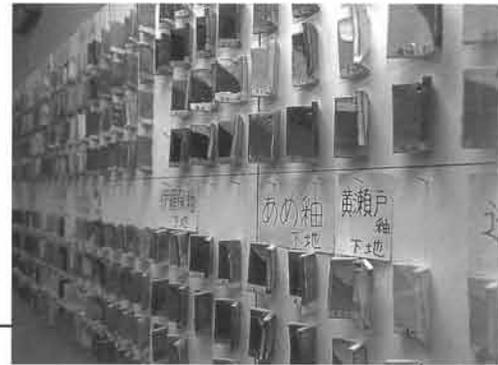
■幅広い年齢層の会員を擁する目白陶幻倶楽部。「教える側としても、気苦労が絶えないのでは？」と尋ねると、そんなことはないですよ、と小林さんは笑う。小林さん自身31歳とお若いのが、「マイペースで自然体で接することがお互いにとって一番いいよっだ」と言う。

世代や性別に関わらず、楽しく作陶できるように気は使っています。年齢層も幅広いですから、話題が豊富で、面白いことのひとつも言えないとね。もちろん陶芸の知識は絶対的に必要です。会員が「あ、この先生ダメだな」と見極めるのは早いですがからね。



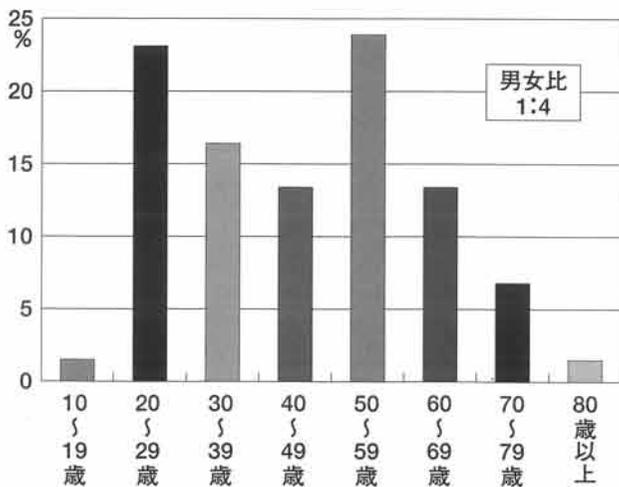
また教えるにあたっては、すぐには手を出さないようにしています。まずは会員の方ご自身で考え、答えを見つけてながら作陶していただきたいからです。そうでないと、結果的には僕が作ったようなものになってしまいますしね。本当に専門知識を必要とする時だけ、アドバイスを差し上げる。仕上がりが多少デコボコしていたって、その方がずっと充実感を味わってもらえると思っていますよ。

物作りの引き出しをゆつくりでいいから増やして欲しいとも考えています。例えば皿状の器を作るにも、粘土の塊をつぶす、切る、伸ばす、ちぎって貼る、ヒモ状にして巻く、積むというように、いくつものやり方がある。でも今は、すぐにロクロに頼ってしまいがちです。造形の基礎知識さえあれば、ロクロも一手段に過ぎないんですが……。最終的な作品のイメージも、作り方も、もっと自由に発想して粘土遊びのなから何かを見つけてほしいですね。



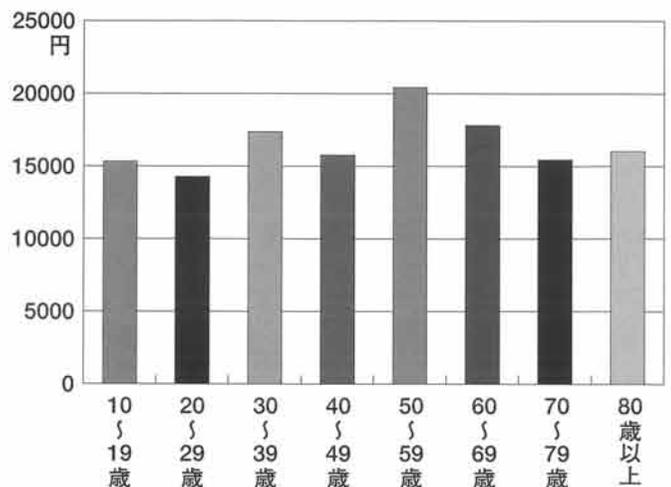
目白陶幻倶楽部会員データより(2000年5月18日現在)

年齢層



年齢層では、20代と50代に2つの山が見える。それぞれの内訳では、20代では学生・OL、50代では主婦が目立つ。30代、40代は男女共に会社や家庭が忙しく、趣味の時間を取れないと言う実状が浮かび上がる。若者層が増えてきているのは、ここ2、3年の傾向。手軽なレジャー感覚の浸透がブームの源になっている。

会員一人当たりの平均使用金額



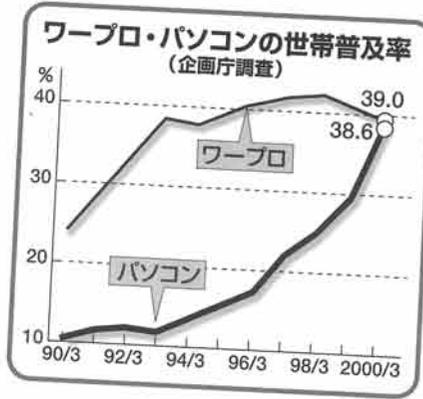
10,600円/月の会費に、土代などの材料費を含んだ額。50代が最もお金をかけており、人数的にも金額的にもボリュームゾーンになっていることが分かる。一方で20代がかける金額は最小。「若者にとって、陶芸は様々な趣味の中の一つ」と小林さんが言うように、分散してさまざまなことにお金をかけるのが当世若者流だ。

Trading Tips

新聞や雑誌などから集めたちょっと気になる小売業、サービス業の話題

[日経流通新聞 5/2]

パソコンしつかり定着 世帯普及率4割目前に



経済企画庁がまとめた99年末の主要耐久消費財普及状況から、パソコンの普及率に着目した記事。これによると、パソコンを所有している世帯の割合は38.6%で、前年末に比べて9.1ポイント上昇した。この3年は5%未満の伸びだったが、インターネットブームと10万円前後の低価格パソコン登場により、いっきに急伸したのではないかと思われる。

逆に、一時隆盛を誇ったワープロは1.8ポイント減の39.0%。パソコンに取って代わられる形で、地位逆転はほとんど確実だ。

また、携帯電話、インターネットの急速な伸長にもかかわらず、好調を維持しているのがファックス。6.5ポイントアップの32.9%を記録し、一般消費者の情報・通信に対する活発な意欲を裏付けている。

[日経流通新聞 5/2]

レジャー費用低下続く

通産省の外郭団体「自由時間デザイン協会」(旧余暇開発センター)がまとめた99年の余暇関連産業の市場規模は推定78兆5650億円で、4年連続の前年割れ(マイナス1.4%)となった。記事によれば、国民総支出に占めるレジャー費の割合も15.7%と前年比0.1ポイント低下しているという。

レジャー白書2000を見ると、「観光・行楽」の3.0%減をはじめ、「スポーツ・娯楽」趣味・創作」など4つの分野

[日経ビジネス 5/8号]

顧客を混乱させる 売り方の罪と罰

外資系証券会社の部長が、コラムでスーパの窮状を捉え、「顧客を混乱させる売り方を改めなければ蘇生できない」と書いている。筆者はまずイトヨーカ堂の大幅な減益を例に取り、総合スーパーの不振を「業態の陳腐化」が主因ではないと指摘。他の先進国で総合小売業が隆盛であることと比較して、「消費者にとって何が必要であるか」を取り違えた売り方が問題である

「顧客を混乱させる」というのは、そのひとつが「時間の効用」。余暇と情報の多様化が、消費者にショッピングという行為を無駄なものだという意識をもたらし、おり、「何でもあるはずなのに見つからない」日本のスーパーは結局「何も無い店」と同じだ。

もうひとつは「値値に対する考え方」。日本で一般的な販促方法は、何割引きという相対的な「ハイ・ロー(割引セール)型」だが、好

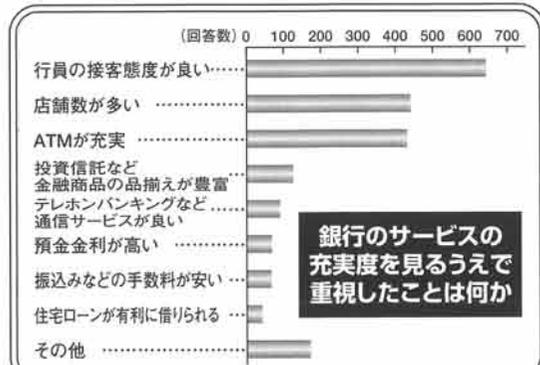
[日本経済新聞 5/14]

銀行のサービスも接客態度を重視

銀行のサービスが多様化するなかで、個人客はどのような視点で銀行を評価しているかを独自調査。もっとも多い回答は「行員の接客態度の良さ」で、7割を占めた。

記事によると、調査は首都圏、京阪神在住の2000人を対象に行われ、およそ900の有効回答のうち接客態度という回答が約64.0%。大切なお金を預けるのだから「気分良く」と考える顧客心理が働いていると見ている。続いて店舗数の多

銀行は、「資産を殖やす」より「必要な時にお金を出し入れできる金融機関」と見ている人が多いと結んでいるが、超低金利の時代にあつて金融商品や手数料など、本来の武器となるべき点で差がないだけに、預



[日経流通新聞 5/11]

GWのレジャーは上向きでも 遠距離、近距離の拡差大

今年のゴールデンウィークでは、長期間の休みを利用して海外旅行者が増加。その一方、国内では近場のレジャー施設や大型商業地、施設が好調で消費傾向にやや明る兆しが見えてきたと伝えている。

国内航空12社のまとめでは、GW期間中の国際線利用者23万人で前年比

12%の大幅な増加。しかし国内に関しては、北海道、沖縄、九州など各遠距離路線で軒並み大きくダウンした。

同様にJRも遠距離の急行・特急利用が減少しているが、東日本の場合には近距離切符の販売が伸びている。長距離は日帰り可能な近場という、両

極端な傾向が表われたようだ。記事では、国内レジャーの受け入れで賑わったホテルやテーマパーク、大型商業地の様子も紹介。都市部を中心とした近場に集中しているとはいえ、レジャー、ショッピングの好調が、ボーナス後の夏休みシーズンにも好影響をもたらすだろうか。

ショップ見聞録

イトーKT

愛知県瀬戸市丁陶原町3-27

伊藤達也 店長



アナログとデジタルの融合をめざす 新時代のハイテクショップ

需要の変化にともなってバイクショップのあり方も変わる――。

そう考えた「イトーKT」2代目・伊藤達也店長は

21世紀を締めくくる2000年、創業50周年を迎えるにあたって

店舗の全面リニューアルに着手した。

「WONDER BIKE PLAZA～バイクいっぱい・ゆめいっぱい」

をコンセプトとした、新しい時代の店づくりとは…。

プロフィール

【略歴】 1949年、伊藤自転車店として創業。二輪と四輪の販売・修理を手がけるが、25年ほど前、四輪部門の独立を機に二輪専門店となる。50年間、一貫した地域密着の商売が基本。

【店舗】 50周年を機に全面的な建て替えを計画。今年2月27日、創業以来そのままの場所でもリニューアルオープンした。敷地面積208坪。建物は3階建てで、1階と2階が店舗(130坪×2)外壁面にショップカラーのブルーを大胆に使い、高い視認性を確保している。

【立地】 名鉄・瀬戸線の終点、尾張瀬戸駅から歩いて10分ほど。主要生活道路の瀬戸街道に面し、交通の便に恵まれた好立地。50年間変わらない場所、よく目立つ新店舗は大きな集客力を持つ。

【商圈】 スクーターは地元の5km圏内と、3つの大学を囲む地域が中心。スポーツは瀬戸市全域とその周辺地区まで幅広く散らばっている。

【販売・客層】 人口13万人ほどの瀬戸市は、いわゆるセトモノ、陶器の町。しかし近年、名古屋市内への通勤者や近隣の大学に通う学生向けのマンション、アパートが増えた。スクーターは新車が8割を占め、顧客の半数以上が大学・高校の学生。逆にスポーツ車は20代後半から30代の社会人中心で中古車が過半数を占める。総販1000台あまり、スポーツ：スクーター＝6.5：3.5。

【スタッフ】 伊藤勝巳社長のほかに、伊藤達也店長を含む事務系5名、伊藤孝三工場長をはじめとするサービスマン5名の11名体制。新車担当と中古車担当など細かく役割分担がなされ、それぞれ責任をもって業務にあたる。店名のイトーKTは、伊藤兄弟(けいてい)商会という社名に由来し、全スタッフのうち7名が伊藤姓。

【営業】 通常は9時30分～19時30分。水曜日が定休日だが、新店舗のオープンから4月末まで2カ月間を定休日なしで営業したところ大変好評だったので、今後は常時無休営業を検討している。



最新設備をそろえたサービス工場。サービススタッフは5名のうち4名が国家整備士資格を持ち、技術力の高さも定評がある



他店との差別化、集客に大きく役立っているのがインターネットコーナー。二輪だけでなくコンピュータ、旅行などさまざまな種類の雑誌、飲み物の自動販売機なども置かれ、接客スペースを兼ねた場所となっている

「バイクいっぱい、夢いっぱい」 キャッチフレーズに託した意味

1949年創業のイトーKさんは、2分の1世紀を生き残り、なお新たな1年へ踏み出した老舗。さまざまな浮き沈みを経験しながらも、次第に商売の手を広げ、今年年間1000台の販売を誇る有力店となっている。

そうしたなか、2000年、創業50周年という区切りの年を迎えるにあたり、思い切った店舗の刷新を計画。今年2月27日、無事リニューアルオープンを果たした。

「ここまで店を発展させることができたのは、すべて地元のお客さんのおかげ。そういう50年間の感謝と、21世紀、新しい時代にふさわしい夢がいっぱい詰まった店にしたいと思ったんです」と、2代目・伊藤達也店長。

「具体的に表現すれば、バイクプラザとして明るく開放感があり、いつも「おかげさまで」の気持ちを忘れることなく、街の人やライダーに愛される店。そしてバイクのある生活がこんなにも楽しい、おもしろい、便利な、環境にも優しいものだっていうことを発信・提供していける店でありたい」

そんなイトーKさんの新しいコンセプトを表現したのが、「WONDER BIKER PLAZA」バイクいっぱい、夢いっぱいというキャッチフレーズなのだ。

デジタルな新しさを生かす アナログの人間的な温かさ

新しい店舗は、前面をガラス張りにした鉄筋コンクリートづくりのモダンな建物で、1階と2階がロフト風の内装を施したショールーム（3階は住居）。外壁のブルームはやや過剰にも見えるが、50年間ずっとこの場所になじんできたイトーKさんのショップカラーで、街の人たちには一番の目印。オシャレな新しい店舗の取つきにくさを、「やっぱり変わらない」という安心感が打ち消している。

ショールームに隣接するサービス工場は、正面と横にフルオープンの開口部があり、4台のリフトなど充実した設備と定評ある技術力をアピール。また、サービス専用のカウンターも備え、立ち寄りやすい気軽な雰囲気づくりに役立っている。この工場の位置や出入口の向きは、店舗の真裏に建つ病院に音が直接響かないよう配慮して決められたものだ。

このほか店内にはさまざまな新しい技術、設備が盛り込まれているが、その最たるものはインターネットコーナーだろう。1階ショールームの一角に、常時インターネットが接続された4台のパソコンを備え付け、誰でも自由に無料で利用することができる。最初はバイク雑誌と同じようにバイク情報を探るためだったが、今はインターネットそのものを楽しむ目的で来店する人も多いという。

むやみに新しさを追うのではない。利用するお客さまやスタッフのアナログ的な快適さ

に基づいて取り入れる、人に優しいハイテクショップなのだ。

「店舗はハイテクですけど、世の中がどんどんデジタル化していくなかで、私たちはバイクを通じてお客さまとの人間的なアナログ関係を大切にしていきたいんです」

店舗というハードウェアは、あくまで人間というソフトウェアがあって機能するもの。50年の歴史が育んだイトーKTさんのノウハウは、最新機能を持つ店舗のなかにしっかりと生きています。





店内は2階建て。新車ばかりズラリと並べた1階は、ぎゅっり詰め込まず、お客さまがゆっくり見て歩くのにちょうどよい広さの通路を確保。照明は蛍光灯を使わず、水銀灯とスポットライトで上品な雰囲気演出。とはいえ、堅苦しくしないために木材を多用し、鉄骨はショップカラーのブルーに塗装。パソコンもカラフルなiMacを使うなど、工夫を凝らしている

2階への階段は入口右手。スムーズな誘導に設計の段階から頭を悩ませた。現在もお客さまの絵や写真、小物のオブジェなどを飾ってギャラリー風に仕立て、抵抗感をなくそうと務めている



パーツ、アクセサリ、ケミカルは1階の左手奥に棚を設け、整然と配置



NEWビーノの限定版です。赤のピンストライプやテールランプのメッキや立体エンブレムで華をつけよう!

色割の旨さには自信があります。 実年4.8%の低金利セール

ビーノの上級モデル99クラシックの人気カラーが再び入荷しました。ホワイトやブラックでシックな色使いがイイね。

色割の旨さには自信があります。 実年4.8%の低金利セール

1つ前のカラーのビーノですが淡めのブラウンはかくれた人気がありましたので、あえて旧色をおさげしました。(1台限り)

色割の旨さには自信があります。 実年4.8%の低金利セール

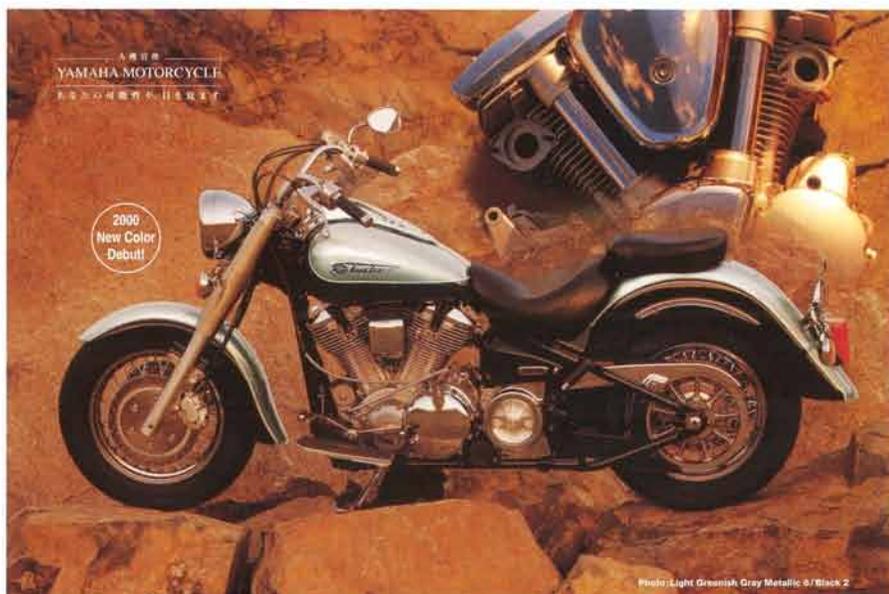
これが一番新しいビーノ.00モデルはトリムや盲文マークが付いていちだんとグレードアップしました。カラーも新しくなりました。

色割の旨さには自信があります。 実年4.8%の低金利セール

オリジナルの車両POPに付けられた商品解説。同じVinoでも、年式や型式でどう違うのかが解説されており、お客さまに親切な工夫のひとつ

2階ショールームはスポーツの中古車を中心。1階と違ってこちらは展示車のボリュームが大きい。「ただ並べてある感じで、もっとうまく使う方法を検討中」という。奥に見える小部屋はパーツライブラリー。純正部品のストックルームだったが、技術力の演出のためお客さまの目に触れるよう、わざとガラス張りにした

Tools Guide



2000
New Color
Debut!

Photo: Light Greenish Gray Metallic 6/Black 2

夢も悦びも最大級であれ。

趣味として、楽しみとしてバイクに乗る者にとって、
進化が追い求めてきたスペックが必ずしも最大の魅力であるとは限らない。
ある一面バイクはエンジンを楽しむ乗り物といってもいい。
エンジンに喜怒哀楽はないのだが、人間はそれを感じとるかのようにエンジンと対話する能力をもつ。
ヤマハが新世代クルーザーに大排気量OHVエンジンを選択した理由は、こうした人間の本性にある。
極低回転域で発生される強大なトルクに乗って走る醍醐味。
一発800cm³の爆發圧力が生み出す鼓動感、巨体を震わせて加速する快感。
モーターサイクルの新たな感動を創造する超弩級のエモーションクルーザー、RoadStar1600。
ヤマハ人間官能の新たな解答。

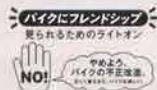


Dark Grayish Purple Metallic 1



RoadStar 1600

■Model type: VP122 ■Engine type: Air Cooled OHV 4 valve V-Twin ■Displacement: 1601cc
■Max. Power: 43kW(58ps) / 3,700rpm ■Max. Torque: 127N·m (12.8kgf·m) / 2,000rpm
■Transmission: 5 speed manual ■Dry weight: 237kg
■Body coloring: Light Greenish Gray Metallic 6/Black 2 (Silver/Black), Dark Grayish Purple Metallic 1 (Purple)
¥1,290,000



www.yamaha-motor.co.jp/mc/roadstar/



この広告は、現在発売中の二輪専門誌に掲載しています

喜怒哀楽を感じるようにバイクと対話し エンジンを楽しむ、RoadStar1600。 そのマキシマムな醍醐味に触れてほしい。

バイクの新たな感動を創造する、超弩級のエモーションクルーザー「RoadStar1600」。スペック上の進化だけがバイクの魅力ではないことを、OHV1.6ℓの巨大なエンジンに託し、全身を震わせる鼓動感、トルクで大地を蹴飛ばすような加速感が乗り手の夢や悦びを最大級に引き出します。

そこで、現在二輪専門誌に展開中の広告は、赤茶けた荒野の岩山に車体とエンジンを同化させたビジュアルで、鼓動や息遣いが聞こえてきそうな雰囲気演出。人間とエンジンが対話しながらライディングを楽しむ、そんなバイクの醍醐味を表現しています。“味”にこだわるお客さまに広くご案内ください。

