

from **YAMAHA**

**2001YZ250F・426F / 2001TZ250 /
TMAXヨーロッパ向けにデビュー** ほか



500ccエンジン搭載の欧州モデル スポーツコミューター「T MAX」 センセーショナルにデビュー!

from
YAMAHA
COLOR TOPIC

ヤマハ発動機、およびヨーロッパの現地法

人・Y.M.E.N.V.は、7月7日、2001年ヨーロッパ向けニューモデルとして4ストローク・499cm³エンジン搭載のスポーツコミューター「T MAX」を記者発表しました。

このモデルは、新開発・水平対向バランスー

装備の水冷4ストローク2気筒エンジ

ンをダイヤモンドフレームに搭載し、

高速タンデムでの高い走行性、モーター

サイクル感覚のハンドリング、優れた

利便性と快適性などを具現化。従来の

「スクーター」の概念を超えた新しい走

りを提唱します。

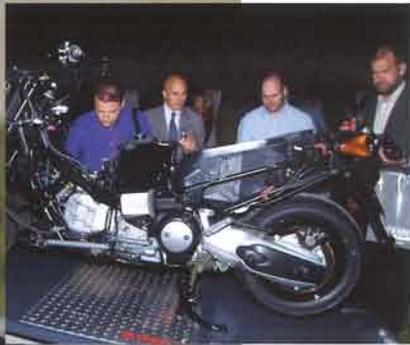
現在ヨーロッパでも、イタリアを中心

にマジステイなどのビッグスクーターが

人気となっており、T MAX導入はいつそ

うの高速ツーリング機能充実やタンデム走行で

の快適性を望む声に応えたものです。



惜しげもなく公開された内部構造に興味津々



シルバー-1 (銀)



ペリーダークブルー-カクテル4 (紺)

2001欧州モデル
ヤマハスポーツコミューター
T MAX
カラー：3タイプ

T MAX 500

《主な特徴》

- 水冷DOHCツイン・水平対向バランスー採用エンジン**
軽量小型設計の499cm³エンジンは、4バルブ・360度クランク、ボア×ストローク=66×73mm、圧縮比10.1:1で、29.4kW(40PS)の最高出力と45.8N・m(4.67kgf・m)の最大トルクを発揮。クランク軸反対側にはアルミピストンを持つ水平対向バランスーを装備して振動を低減し、快適な乗り心地に貢献する。
- 新設計小型ゴムベルトCVT**
大排気量に対応した専用開発のゴムベルトCVT(無段変速機)を採用。湿式多板自動遠心クラッチとの組合せで、滑らかな走行性を実現する。
- ダイヤモンドフレーム**
エンジンをリジッド3点懸架するダイヤモンドタイプの鋼管フレームを採用。優れた車体剛性を確保した。さらにテレスコピック式フロントフォーク、前後14インチの車軸固定型リヤホイール、高剛性リヤアームなどを採用。前後重量配分の最適化と合わせ、高速走行での優れた走行安定性を実現した。
- コミューターとしての優れた利便性**
フルフェイスヘルメット1個またはB4ビジネスバックを収納できる、33ℓのシート下収納スペースなど、コミューターに求められる大容量収納スペースを確保した。



カムイエロー (黄)

ヤマハ発動機・創立45周年記念 21世紀に向けて挑戦の歴史をひもとく 「第1回ヤマハチャレンジ展」開催

1955年の創業以来、ヤマハ発動機は企業活動のあらゆる分野で多くのチャレンジを繰り返してきました。それは、もちろんすべてが成功に結びついたわけではなく、むしろ数々の失敗を重ねながら次のヒントを探しだしていくという、トライ＆エラーの歴史といってもよいでしょう。

しかし、それによって生みだされた成果と、失敗に挫けることなく立ち向かう不屈の姿勢を培うことができたのは、何ものにもかえがたい財産です。そこで、21世紀を目前にした今年、創立45周年を機にもう一度チャレンジスピリットを新たにしようとして、7月7日、ヤマハコミュニケーションプラザにおいて「21世紀への挑戦」式典を行いました。

式典では、同日イタリアで発表された欧州向けニューモデル「T MAX」の発表、「居安思危」モニュメント起動手、能楽・鼓奏者の大倉正之助さんによる記念講演を開催。さらに翌7月8日（土）から9月23日（土）まで、45年間にわたる挑戦の歴史をひもとく「第1回ヤマハチャレンジ展」

を一般公開します。このチャレンジ展は、ヤマハコミュニケーションプラザを会場に、これまで目につけることが少なかったコンセプトモデルや先行開発モデルの数々を、「究極」「発展」「探求」の小テーマごとに展示。F1マシンのポテンシャルを盛り込んだスーパーカー「OX99-11」や幻のロータリーエンジンを搭載した「RZ201」などを見ることが出来ます。ぜひお客さまと一緒に観覧ください。

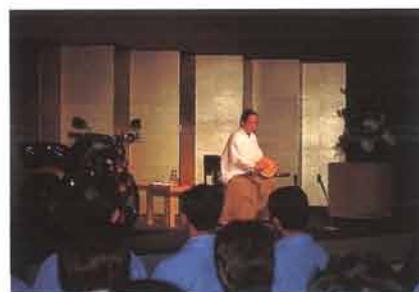
イタリアとほぼ同時に発表した「T MAX」は、来場したプレス関係者の熱い注目を浴びた



イタリアとほぼ同時に発表した「T MAX」は、来場したプレス関係者の熱い注目を浴びた



創立45周年記念の式典で、長谷川武彦社長（中央）が挨拶。チャレンジ展スタートのテープカットを行なった



バイクファンでもある能楽・鼓奏者の大倉正之助氏が記念講演。エンジンの鼓動に見立てて鼓を打った



チャレンジ展では、「OX99-11」ほか9モデルが特別公開されている

「カー」OX99-11や幻のロータリーエンジンを搭載した「RZ201」などを見ることが出来ます。ぜひお客さまと一緒に観覧ください。

●第1回ヤマハチャレンジ展

会場：ヤマハコミュニケーションプラザ（静岡県磐田市）

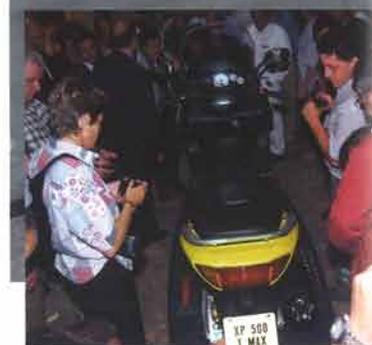
公開日：7月8日・22日、8月12日・26日、9月9日・23日

開館時間：10時～17時

入場料：無料

※インターネットホームページで詳しい情報を紹介しています。

<http://www.yamaha-motor.co.jp/cp/index.html>



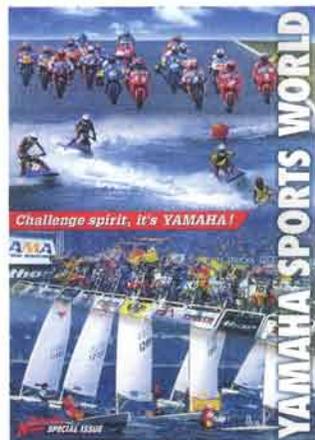
熱い興奮に包まれた発表会場

45年間にわたる挑戦の系譜を 「スポーツ」シーンで綴る1冊 「YAMAHA SPORTS WORLD」

ヤマハの「チャレンジスピリット」を育み、企業風土にまで定着、浸透させたのは、製品を創り出す過程のトライ＆エラーだけではありません。技術研究と表裏一体をなすレース、製品の魅力を味わうレジャー、あるいは社内クラブ活動など各種のスポーツ分野でも、ヤマハは人、モノ、技術の挑戦を続けています。

この本は、それらヤマハスポーツワールドの足跡を、モーターサイクルやF1、マリンスポーツ、プロサッカー、ATV、スノーモビル、カートといったカテゴリーごとに取り上げ、グラフィカルに表現したスペシャルブックです。ぜひお客さまと一緒に楽しみください。

入手ご希望の販売店さんには、1部500円で斡旋いたします。数量に限りがありますので、お早めに担当セールスマンまでご注文ください（お客さまから直接のご注文は受け付けておりません）。



「YAMAHA SPORTS WORLD」
B4版・40ページ・オールカラー

2001ロードレーサー

TZ250

予約期間：8月1日～9月30日

¥1,850,000

カラー：1タイプ

※このカラーリングは撮影のために施したもので、実際の車両はホワイトです。

TZ250



コーナーリングで強みを発揮する
熟成のエンジンとフロントサス

ヤマハTZ250の持つ優れたポテンシャルは、ワークス勢に混じって久しぶりの表彰台を獲得したWGP250・松戸直樹選手の活躍でも証明されています。

このたび新登場する2001年モデルは、キャブレター内部仕様を変更し、アクセル操作のリニアリティをいっただんとアップするとともに、クランクケース掃気形状の変更やC.D.I.のキャブレターソレノイドデューティ制御と点火特性の見直しで、いっそうのオーバーレブ特性向上を実現。さらにフロントフォークの圧側減衰特性変更とストローク量アップ(3mm)により、ブレーキング時の安定性をさらにアップ。また、フロントブレーキのマスターシリンダーを変更して、レバータッチとコントロール性の向上もはかっています。

コーナー進入、立ち上がりでの扱いやすさ、高い安定性が大きなアドバンテージとなるでしょう。

《主な変更点》

- ・TMX_χ 38キャブレターの内部仕様変更
- ・クランクケース掃気形状の一部変更
- ・クランク各部仕様の見直し
- ・C.D.I.キャブレターソレノイド制御設定、点火特性の変更
- ・フロントフォークの圧側減衰特性変更
- ・フロントフォークのストローク3mm伸長
- ・リアホイールクラッチハブまわりの仕様変更
- ・フロントブレーキマスターシリンダーの仕様変更
- ・デジタルメーター(水温計)の応答性向上

2001モトクロス

YZ250F/YZ426F

予約期間：9月1日～11月30日

¥549,000 / ¥654,000

カラー：1タイプ

《主な特徴》

YZ250F

- 新開発の超軽量・小型・高性能エンジン
チタンバルブ、メッキシリンダー、マグネシウムヘッドカバーなど、さまざまな新技術を投入した249cm³水冷4ストローク5バルブ単気筒エンジン。
- 高速安定性に優れたフレーム
新開発の高張力鋼管製セミダブルクレードルフレームは、ダウンチューブとガスケット内部をオイルタンクに活用するタンクインフレーム構造。
- 最新装備の足まわり
リアサスペンション、リアアーム、フロントブレーキなどのほか、車体各部に2001「YZ426F」と共通の最新パーツを採用。

YZ426F

- チタンバルブ採用などでロス馬力低減
動弁系のロス馬力を低減し、レスポンスを向上させる軽量なチタン製バルブを採用。
- リアを中心に熟成した足まわり
リアサスペンションに、2001「YZ250」と同じ新作ニードルベアリングや軽量アルミ製スプリングガイドを採用。さらに軽量アルミ製リアアームを組み合わせた。
- 大径フローティングディスクを装備
フロントブレーキに、2001「YZ250」と同じ大径フローティングディスクを採用。
- その他、細部の軽量設計
カムシフト、エキパイ、ドライブチェーンなどに新作軽量パーツを投入。

YZ250F



ディーパーブリッシュブルーソリッドE

YZ426F



ディーパーブリッシュブルーソリッドE

6月のUSディーラーミーティングで発表された4ストロークモトクロス「YZ250F」と「YZ426F」2001年モデルの国内導入が決定しました。
「YZ250F」は、新開発の水冷4ストローク5バルブDOHCエンジンを、セミダブルクレードルフレームに搭載した競技用のニューモデル。「YZ426F」は、現行モデルの優れた特徴を継承しつつ、レスポンスの向上、フロントブレーキの操作性向上、重量低減などの熟成をはかり、総合的な戦闘力をアップさせたモデルです。
ぜひ幅広いオフロードファンにお薦めください。

海外で話題を独占した2001モデル
「4スト」YZシリーズが国内デビュー



ズラリ並んだマジエステイの列は壯観。ノーマル車は新型、旧型を含めて少なく、ほとんどがカスタム車だった

気軽に集まって気ままに楽しんだ 夏ののんびりイベント 「マジエステイミーティング」

優れたスポーツ性と実用性を兼ね備え、ビッグスクーターという新たなカテゴリーさえ生み出した人気モデル「マジエステイ」は、ユーザー層、使われ方も幅広く、いろいろな年齢層、プロフェッショナルのお客さまが、それぞれのライフスタイルに合わせて楽しんでいきます。

そこで、たまにはマジエステイファンどうし、みんなでのんびり過ごそうというイベント「マジエステイミーティング」が専門誌「スクーターファン」の主催（協力：ヤマハ発動機販売）で開催されました。

7月15日（土）の当日はあいにくの曇り空、時折雨が混じる天候となりましたが、会場の東京・晴海のプリズムスクエアには多くのマジエステイとマジエステイファンが集合。夕方から夜8時ごろまで、試乗会や開発者とのQ&A、カスタムコンテストやジャンケン大会などのアトラクション、あるいはオーナーどうし気さくなおしゃべりで、楽しいひとときを過ごしました。

「スクーターファン」の青木崇編集長も、「単一モデルながら、これだけ多くのライダーとカスタムショップが参加したミーティングは珍しい。改めてマジエステイの人気と楽しみ方の広がりを実感しました。オーナーのみならず、つても、情報交換やお互いの交流をはかる絶好の機会になったと思います。これからは、マジエステイをはじめビッグスクーターならではの楽しみがもっと全国に広がって、いくように、誌面に力を注ぎたい」と話していました。



雑誌広告でおなじみのショップ10数店が、自慢のカスタム車をこぞって展示。その試乗会も行われた



一番注目を集めたアトラクションは、一般参加のカスタムコンテスト



雨交りの天候にもかかわらず、終了まで多くの参加者がイベントを楽しんだ



展示された車両はレプリカではなく、撮影に使った実車とか

今年、TW200の人気をいっそう急騰させたドラマ「Beautiful Life」。6月23日にはDVDが発売され、こちらも好調な販売を記録しているようです。

“キムタクTW”が渋谷TSUTAYAのDVD「Beautiful Life」コーナーに登場

東京のSHIBUYA TSUTAYA（CD、レコードなどの販売・レンタルショップ）では、そのセールスプロモーションとして特設コーナーを設け、7月5日まで主演の木村拓哉さんが乗ったTWを店頭で展示。若いサラリーマンやOL、学生など、たくさんの来店客の注目を集めていました。

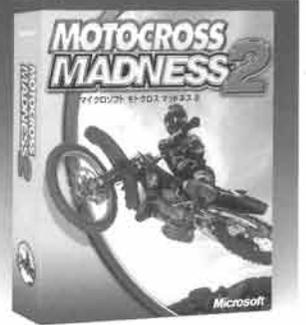
今や全国人気のTWカスタムも、もとは“シブヤ系”ファッションから生まれた流行。思わぬ里帰り公開で、さらにファン層を広げるでしょうか？



たまにはバーチャルに楽しもう YZがモデルのゲームとラジコン この夏そろって新登場!



(C) 1998-2000 Microsoft Corporation. All rights reserved.



●MOTOCROSS MADNESS 2

発売元: マイクロソフト(株)
 推定小売価格: 6,800円
 必要システム: OS=Windows95/98/2000、
 CPU= Pentium II 300MHz以上、メモリ=
 64MB以上など。
 詳細はパンフレット等でご確認ください。
 問合せ: 03-5454-2300 06-6245-6995
<http://www.asia.microsoft.com/japan/games/>



●オフロードバイクR/C ヤマハYZ250

発売元: 太陽工業(株)
 希望小売価格: 7,980円
 問合せ: 03-3691-7411

A M Aスーパークロスでマクグラスが3連覇、125CCクラスでもフォンセカ、ロンカダが昨年、今年のチャンピオンに輝き、黄金時代を築きつつあるヤマハYZ。その人気を反映するように、この夏、YZが2つのエンターテイメント商品でモデル化されました。

そのひとつが、

マイクロソフト社のパソコンゲーム「MOTOCROSS MADNESS 2」です。50以上のコース、6種類のレースモードを備え、そのうちナショナルモー

ドとスーパークロスモードの設計には

ロンカダが協力。マシンはYZ250、125、426Fなど21モデル、ウエア類もFOXやAnswerから自由に選ぶことができ、最新のCGグラフィックを駆使した映像は、超リアルで迫力満点の仕上がりです。

もうひとつは太陽工業のラジコン、「オフロードバイクR/C ヤマハYZ250」。先進のジャイロテクノロジーにより、誰でもカンタンに二輪走行をコントロールできます。しかも本格的な前後輪サスペンション、高剛性ボディ、強力7.2Vニカドバッテリーを採用し、ワイリーやジャンプなどの多彩なアクションもOK。近くの公園や河原が、そのままモトクロスサーキットに早変わりします。

個人的にバーチャル走行を楽しむことももちろん、お店のイベントアイテムとしても十分活用できそうです。

真夏に楽しむスノーモビル・バトル! 映画「ホワイトアウト」8月公開

舞台は、360度見渡すかぎりの白銀に覆われた、日本最大の新潟県・奥只見ダム。ホワイトアウト——吹雪の中で発生したガスと舞い上がった雪があたりを覆い、視界を完全に奪ってしまう白い闇——の中で繰り広げられる、テロリスト・グループとダム職員との壮絶な死闘を描いたアクション映画「ホワイトアウト」が、8月19日から全国ロードショーされます。

キヤスティングは、主役のダム職員に織田裕二、ヒロインは人気女優の松嶋菜々子。さらに佐藤浩一、石黒賢、古尾谷雅人らが脇を固め、20万世帯の命を人質に日本政府に50億円を要求するテロリストとダム職員の、息詰まる対決を盛り上げます。

特に、ヤマハスノーモビルを使って白銀のフィールドを縦横無尽に駆けめぐれるシーンは、思わず声を上げそうなアクションの連続。画面いっぱいに展開される、大迫力のスノーモビルライディングをお楽しみください。



●「ホワイトアウト」

公開: 8月19日より 配給: 東宝
 配給協力: 日本ヘラルド映画
 詳しくは、<http://www.whiteout-movie.com>をご覧ください

リターンライダーのための最適ガイドブック 「風と友になる もう一度オートバイライフ」

マジエステイの登場、大型二輪解禁などを機に、「もう一度バイクに乗ろう」というリターンライダーが増えています。この本は、そうした年配者のバイクライフ復帰を手助けするテキストです。

モータージャーナリスト 近田茂さんが、初めて納車されるバイクの扱い方から安全走行の極意、ライディングの上達法、メンテナンスやツーリングのアドバイスなどを、分かりやすく丁寧に解説。パソコンの本などによくある、医者の方箋みたいな構成も、サラリーマンの人にはなじみやすいかも?!



●「風と友になる もう一度オートバイライフ」
 発行: (株)旬報社 A5版・192ページ
 定価: 1600円(税別)

阿部典史・中野真矢・芳賀紀行 世界で戦う3人を応援に行こう! 「YAMAHAライダー応援観戦ツアー」

●WGP第13戦バレンシアGP・阿部典史選手応援観戦ツアー

旅行代金：318,000円(大人1名)
旅行期間：2000年9月13日(水)～9月19日(火)／7日間
募集人員：25名(最少催行：15名)
食事：朝5回、昼1回、夜1回(機内食は除く)

●WSB最終戦イタリア・芳賀紀行応援観戦ツアー

旅行代金：328,000円(大人1名)
旅行期間：2000年10月11日(水)～10月18日(水)／8日間
募集人員：25名(最少催行：15名)
食事：朝5回、昼2回、夜1回(機内食は除く)

※そのほか、詳しくは主催者までご確認ください。

協力：ヤマハ発動機株式会社

旅行主催：株式会社JTBパルサービス

Tel.03-5391-4371

<http://www.jtbpal.co.jp/travel>

阿部・中野・芳賀の3選手をそれぞれ招いた夕食会、グラウンドスタンド観戦券、パドック入場もOK(WSBのみ)、オリジナル観戦グッズプレゼントなど、特典いっぱいの特典ツアーがコレ。テレビの応援だけでは物足りない方、魅力的な海外ツアーを探していた方にぴったりのプランです。ぜひ幅広いお客さまにご案内ください。



不完全燃焼に終わった8耐のうっぶんを晴らす激走に期待

《シリーズランキング》

■WGP500 (第10戦ドイツGP終了)

1. K・ロバーツ(スズキ)	161
2. C・チェカ(ヤマハ)	123
3. L・カピロシ(ホンダ)	112
4. V・ロッシ(ホンダ)	112
5. 阿部典史(ヤマハ)	106

■WGP250 (第10戦ドイツGP終了)

1. O・ジャック(ヤマハ)	185
2. 中野真矢(ヤマハ)	169
3. 宇川徹(ホンダ)	165
4. 加藤大治郎(ホンダ)	147
5. R・ワルドマン(アブリリア)	97

■WSB (第9戦アメリカ終了)

1. C・エドワーズ(ホンダ)	265
2. T・コーサー(アブリリア)	247
3. 芳賀紀行(ヤマハ)	232
4. P・キリス(スズキ)	190
5. B・ボストルム(ドゥカティ)	99

■全日本SB (第5戦もてぎ終了)

1. 井筒仁康(カワサキ)	97
2. 玉田誠(ホンダ)	77
3. 梁明(スズキ)	71
4. 伊藤真一(ホンダ)	71
5. 芹沢太麻樹(カワサキ)	66

■AMA-NX250 (第8戦トロイ終了)

1. R・カーマイケル(カワサキ)	341
2. S・トーテリ(ホンダ)	333
3. K・ウインダム(ホンダ)	309
4. D・ビーラマン(ヤマハ)	249
5. M・ラロッコ(ホンダ)	231

■AMA-NX125 (第8戦トロイ終了)

1. S・ロンカダ(ヤマハ)	324
2. T・バストラナ(スズキ)	289
3. S・ラムソン(ホンダ)	288
4. T・ポランド(カワサキ)	259
5. B・セラース(ホンダ)	228

■WMX500 (第12戦ドイツGP終了)

1. J・スメツ(KTM)	409
2. M・バルブーツ(ヤマハ)	317
3. P・ヨハンソン(KTM)	284
4. A・バルトリニ(ヤマハ)	266
5. D・キング(ハスクバーナ)	210

■全日本MX250 (第5戦SUGO終了)

1. 高濱龍一郎(ホンダ)	198
2. 小池田猛(ヤマハ)	172
3. 熱田高孝(ホンダ)	160
4. 田中教世(カワサキ)	152
5. 熱田高輝(ホンダ)	115

**ノリユキ、夏に向けて快進撃！
優勝を含む連続表彰台をゲット**

真夏のシーズンを前に、芳賀紀行の熱い走りが復活。驚異的なハイペースで、失ったポイント挽回しています。勢いに乗るきっかけとなったのは第6戦ドイツ。最終ラップまで4〜5台が絡む大激戦を3位／優勝で飾ると、第8戦スペインでも3位／優勝。立て続けに表彰台を奪う集中力と勝負強さを見せつけます。

さらに、8万人を超える記録的な大観衆を集めた第9戦アメリカでは、コースレコードを塗り替える圧倒的なスピードでラグナセカを攻略。第1ヒートで今季4つ目の優勝を勝ち取り、第2ヒートも2位という見事な成績でフィニッシュしました。

これで、ランキングトップのエドワーズとは33ポイント差。今季まだ5戦、10ヒートを残しているだけに、逆転は十分可能です。鈴鹿8耐をはさんで、ますますヒートアップするノリユキのタイトル争いにぜひ注目ください。

モノの交差点 荒川幸市

『モノ』作りにおける デザインコンセプトとは

『モノ』作りに関する考え方やデザイン表現は、国や人種によって、時には全く正反対になることも珍しくない。文化、風習の違いなど、考え方によっては当たり前なことなのだが、『モノ』にこだわった仕事をしているせいか、多少なりとも視点が一般の方々と異なっていて、素直に納得できないときがある。

たとえば、自動車を見た場合、欧米などは無駄のないデザインのものが多い。それは生活の中でいかに合理的に『モノ』を使うことができるか、という部分をまず、メインのコンセプトに据えているからだ。細かい石畳の道が多い欧州では小型車が最も受け入れられていて、その生活や風土がきちんと自動車のデザインへも調和されている。

道理にかなっていて、うらやましくさえ感じる。日本はどうか。つい最近までは、まったくと言っていいほど、そんなことには気を配ることなく、好き勝手なデザインをしていた気がする。もしかしたら考えていたのかもしれないが、視点が欧州のそれとはまったく異なっている。テクノロジーの進化はあるとしても、意味もなく大きかったりする。悲しいかな、日本人は世界でも文化意識の低い民族に属するのであろう。

この文化との関連性が、実はモノ作りのデザインに大きな影響を与えているのだ。確かにテクノロジーの進歩は生活上役立つことが沢山ある。でも、それだけでいいのだろうか？ よく考えてみたい。

テクノロジーから入る、いわゆる“インダストリアルデザイン”と言われるものがある。きちんとした人間工学を考えて作り上げた

モノである。それゆえ、デザイン的にも考え込まれていて優れているものである。パーソナルコンピュータの概念をきり拓き、Appleコンピュータを支えてきたアップルインダストリアルデザイングループのデザイナーたちは、現在も各分野で活躍している。

日本人は何でもかんでも、付けたり飾ったりするが、私は“シンプル・イズ・ベスト”が好きだ。モノを売りたい、買ってほしいのなら、まずは言いたい。デザインがいかに、消費活動に影響するか。時には機能性よりも絶大な効力を発生する。

ここで再び自動車の話に戻るが、私が唯一納得できるデザインのモノがある。それは、今、日本市場で好調な売れ行きをみせているT社の小型自動車である。残念なことに、日本人がデザインしたものではないそうだが…。

あらかわ こういち
出版社勤務。商品情報誌の製作に携わるマルチ・ディレクター。仕事の取引先まわりから通動まで、幅広くマジェスティを愛用するライダーでもある。



CLOSE UP NEWS

上昇気流に乗せよう! 魅惑の クォーターワールド

最近、250ccクラス(軽二輪)が元気だ。TW200、マジスティなどの人気モデルを牽引役に各メーカーがそろって需要を伸ばしつつある。表面的には単一モデルのブーム、流行感ですませてしまいがちだが、ひとりひとりお客さまの声を聞いてみると、けっしてそればかりではない。勢いがついている今だからこそもう一度“250”ならではのメリット、魅力に目を向け、足もとの確かな顧客獲得、育成で市場全体の拡大、活性化をめざしていただきたい。

2000年上半期の軽二輪は 出荷ベース116%の伸長

日本自動車工業会がまとめたデータによると、今年1月から6月までの上半期、軽二輪の国内出荷台数は33,827台、前年比116%の伸長を記録。特に4月以降の3カ月間では連続130%以上の伸びを示している。

これは97年以来3年ぶりのプラスとなるばかりか、台数でも同じく3年ぶりに400cc以上の小型二輪クラスを上回ったことになる。

その牽引役は、いうまでもなく、爆発的な人気を見せているヤマハのTW200とマジスティ。ここ数年、つねにこの2台が軽二輪の登録トップを争っており、今年1月から5月までの累計でも、1位マジスティ・60000台(前年比180%)、2位マジスティ・35000台(同200%)という人気ぶりだ。

しかし、この2台だけが軽二輪クラス全体を押し上げているわけではない。新登場のフォルツァ(ホンダ)やグラストラッカー(スズキ)が3番手、4番手でトップの2台を追いかけ、ホーネット(ホンダ)、アヴェニス(スズキ)、KLX250(カワサキ)なども前年を上回ってきた。

その後、6月単月のメーカー別登録台数をみても、軽二輪全体で137%アップ。そのうちヤマハが前年比170%で4期のトップシェアをキープしているが、ホンダ、スズキ、その他輸入車まで着実に伸長している。

各社が力を入れている「ビッグスクーター」やTW対抗モデルの登場などによって、ようやく軽二輪クラス全体に波及効果が出てきたといえそうだ。

スポーツ需要の安定確保に 不可欠なボリュームゾーン

バイクショップにとってもっとも理想的なお客さまは、例えば16歳で原付を買い、中型、大型へとステップアップしていきながら、数台のバイクを乗り継いでくれるタイプだろう。

もちろん、すべてのお客さまがステップアップしていくわけではない。しかし、二輪免許制度の改正で、大型へのステップアップが比較的カンタンになったからこそ、その入口となるクラスのポリウムをできるだけ広げることが重要だといえる。

では、スポーツバイクの需要を広げるポリウムゾーンとは、どのクラスを指すのだろうか。単純に数でいえば原付、50ccクラスということになるが、大半を占める実用中心のスクーターユーザーはあまりあてにならない。より実用性を重視する原付二種スクーターを含めて、趣味性の強いスポーツバイクとはかなりマインドが異なるからだ。

そうすると、候補はやはり原付一種・二種のスポーツか、あるいは軽二輪、小型の400ccクラスになってくる。このなかで、ポリウムを確保することを考えると、車種の豊富さや人気の面で軽二輪以上が妥当。さらに経済的な負担が少ないという点を考慮すると、やはり軽二輪が最適だと思われる。

エントリーしやすく、車両の維持も比較的ラクだし、しかも最近は大スクーターのおかげで大型からの還流さえ珍しくない。最大ポリウムを確保する条件はそろっている。

人気車のブームに流されず裏に隠れた「動機」を読む

長く継続的なスポーツユーザーを確保するために重要な、ポリウムゾーンの維持。その最適なクラスが軽二輪であり、まさにいま時流に乗った形で拡大しているが、ぜひ避けたいのはTWやビッグスクーターのブームが終った時、軽二輪全体のポリウムまでしぼんでしまうこと。

それほど人気モデルの存在が大きいのには確かだが、お客さまはネームバリューや流行感だけで買っているのではない。カスタムすること、タンデムすること、街をスイスイ移動すること……バイクそのもの楽しさ、軽二輪ならではのメリットにも、意外にちゃんと気づいていたりする。

お客さまの指名買いに安住したり、カッコだ

けのブームだと決めてかからず、その裏にある「隠れた動機」をきちんと把握しておきたい。それが、もう一歩深いアドバイス、次のお客さまへのアプローチに生きてくる。

そうならば、はつきりした意志でTW、マジエスティを選ばずお客さまがブームのあとまで残り

ドラッグスター250

扱いやすさとデザイン

— 弧杉直子さん(26歳) —

私、このDS250が最初のバイクなんです。ツーリングと街乗りに使っています。買うときのポイントは「アメリカン」でした。特に好きってわけじゃなかったんですが、車体が大きく見えるカッコいいデザインで、自分の体に合う(身長155cm)扱いやすいバイクといえば、アメリカンかなと。

車検は別に気にならなかったから、400ccでもよかったんですが、重さと大きさがネックでした。その点、DS250はすべての面で、私の条件にぴったり。カッコよくて大きさもほどほどで、すごく乗りやすい。

カスタムは、流行りで行しようけど、私はあんまり興味ありません。ノーマルのままのDS250が大好きです。

250がベストバランス

— 福田祥子さん(21歳) —

初めてバイクを買ったのは去年の4月ごろなんです。DS250で3台目なんです。身長156cmの私には、ルネッサでも足がツンツンで、SR125に乗り換えたら今度はどうも物足りない(笑)。ようやくDS250で

続け、さらにはセローやDS250へと目を向けるお客さまも増えていくはずだ。

実際に、ヤマハの軽二輪4モデルを購入したお客さまが、どういう動機、判断基準でそれを選んだのか、取材してみた。ご参考いただきたい。

コレを選んだホントの理由

落ち着きました。

アルバイト先への通勤から遊びまで、ほとんど毎日バイクを使いますから、使い勝手と見た目とかけっこうこだわらるんです。DS250のいいところは、不満がないところ(笑)。ルネッサと変わらない重さなのに、足がしっかり届くし、友だちとタンデムしても走りやすいし。400の方がカッコいいけど大きすぎて、125じゃ足りない。250がベストバランスでしょうね。

セローも奨められたけど、デザイン的にオフロード車とかカウルがついてるのは苦手。ヤマハ以外？ 私は特にこだわらなかつたけれど、父が熱烈なヤマハ党なもので(笑)。ただ、私にとってDS250は100点満点に近い、お気に入りです。

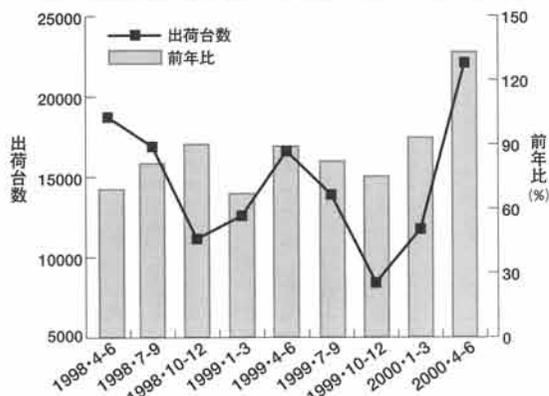
TWよりカッコよく見えた

— 加藤貴さん(21歳) —

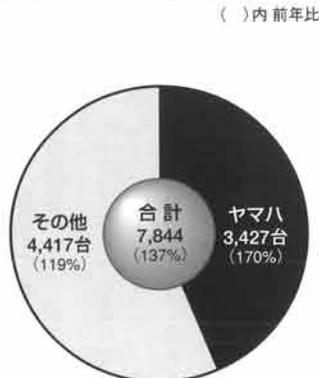
僕の場合、何か目的があつてバイクを買ったわけじゃないんです。クルマより、バイクの風を受けて走る気持ちよさに憧れて、とりあえずアメリカンを探しました。

DS250も、バイク雑誌で見て知ってはいましたけど、あんまり深い理由ってないんです。ただ、新し物好きだったこと、ほかのアメリカンや人気のTWよりカッコよく見えたことですね。400にしなかつたのは、やっぱり価格とか

出荷台数・四半期推移



登録台数・6月メーカー別



登録台数・1~5月車種別

車種	登録台数	前年比 (%)
1 TW200	6,123	182% △
2 マジスティ	3,531	205% △
3 フォルツァ	2,748	新規 △
4 グラストラッカー	986	新規 △
5 スカイウェーブ	982	75%
6 ホーネット	830	108% △
7 アヴェニス	785	245% △
8 フォーサイト	747	67%
9 エストレヤ	650	105% △
10 KLX250	604	107% △

車検とか、お金の都合。

実際に乗ってみて？ まだ街乗りししかしてないけど、すごく満足してますよ。1000点満点！ ゆったり気持ちよく走れて、運転もしやすい。そのうち友だちとツーリングにでも行こうかと思ってます。カスタムも、ちょっとくらいしてみたいですね。

TW2000

気軽に乗って遊べる

村下秀実さん(46歳)

ホントはね、TWよりセローが欲しかったんですよ。仲間とツーリングに入ったとき、先輩のひとりがセローに乗ってて、試しにやらせてもらったら、これがもう、すごく乗りやすくてね。それまでSR400に乗ってたんだけど、すっかり買う気になってた。ところが、知り合いのバイク屋さんに行っ



たら、ちょうど珍しくTWが入ったっていう。それで、迷ったけど、TWに決めました。こ

つちもアップライトなポジションで十分乗りやすいし、価格も安い(笑)。400もいいけど、街乗りとツーリングがメインだから、過剰な性能は要らない。それに車検とか、お金がかかるでしょう。クルマも2台あるし、いくら趣味のバイクだからって、そんなに贅沢はしてられないですよ。カスタムもマフラーだけ。気楽に乗って遊べるというのが一番かな。

流行なんて関係ない！

中村徹さん(29歳)

TWを買ったのは4年くらい前。リアタイヤを強調した雑誌広告があったでしょ？ もう欲しくて欲しくて、すぐ免許取ったんです。カスタム？ してますよ、コックピツつっても、外観はもう相当変わってます。



走るほうが好き。最初は非力すぎて買い替

えようかと思っただけど(笑)、別にトバす方でもないし、街をスイスイ走るのが気持ちいい。これで十分だなんて気がついた。もう乗り換える気はまったくくないですね。

ブームが終ったら？ 全然関係ない。見た目で買ったのはそうだけど、流行りすたれでツたのを戻すなんてイヤですよ。

手軽さとデザインがいい

三田村雅彦さん(43歳)

バリバリのTWカスタム車を買いました。もともと、アメリカのヒルクライムっていうのかな、ロングなリアアームでガーツと山を登ってバイクの写真を撮って、ずっと前からそういうカスタムをやりたかったんです。そしたら、とあるバイク屋さんの前に、イメージどおり

のバイクが飾ってあるじゃないですか！ それまで乗ってたバイクが盗まれたところだったんで、すぐに買ってしまっただけです。

最近では時間がなくてツーリングにも行けないから、近くを走り回ること、カスタムすることが楽しみ。でも若い人たちに思いつきり流行っちゃったんで、街を走ると少し照れちゃいますね(笑)。カスタムっていてももうパワーやスピードより、ドレスアップ。だから大型免許はあるけれど、大きいバイクはいい。手軽さとデザインで楽しめるから、2500くらいがちょうどいいんですよ。

マジエステイ

「使いやすくて便利」を集約

福田成年さん(52歳)

バイクって、すごくマニアックな乗り物だと思う。自分にとって、バイクとはヤマハ、そして500cc以上の排気量で、気軽に乗れるアップハンのオンロード車じゃなきゃいけない。仕事に行くにもプライベートでも、ガンガン乗るからね。

だから、400cc以下のクラスは「足代わり」と割りきってる。乗りやすくて使いやすくて便利。ポイントはそのだけ。そういう意味でハンドブレーキ、オートマっていう250のスクーターがいいよね。400？ 大して性能差がないのに車検があるなんて、冗談じゃない。125も手軽でいいけど、高速や有料道路を走れなくちゃ意味がない。

そのなかでマジエステイは、他社がみんなマネするくらいよくできた傑作だよ。もうちょっとで2万kmだから、そろそろ3台目に買い替えなきゃな。

上昇気流に乗せよう!

魅惑のクォーターワールド

すべてを兼ね備えた1台

— 小笠原和男さん(32歳)

2年前、2スト250のスポーツバイクからマジエスティに乗り換えたくんです。その頃は、神奈川の相模原から東京・佃島まで長距離通勤でバイクを使っていた、このマジエスティも10日で慣らしが終ったくらい。とにかく実用的で快適なバイクが欲しかったんです。

今は勤め先が市内に変わったけれど、毎日12kmを通っています。大型? 免許は持っているし買う計画もあるんですけど、サイフと相談ですね。マジエスティで「ガマン」してると気持ちちはまったくない。とにかく使い勝手がいいし、高速に乗れて、お金も節約できる。それに、この旧型のデザインがすごく気に入っています。アフターパーツもたくさん出て、車検がないからカスタムも十分楽しめる。手放す気はないですね。

ハデハデのカスタムが楽しい

— 亀山香月さん(25歳)

250ばかり乗り継いで、このマジエスティは3台目なんです。毎日の通勤を含めて、どこへ行くにもコレ。私のまわりでも、250スクーターのユーザーはたくさんいますよ。

同じスクーターでも、400は車検が面倒。80とか125は、小さすぎて安定感が足りない。やっぱりマジエスティがいいですね。ハデハデにドレスアップして、楽しく乗りたいです!

Majesty



セロー250

ツーリングにベストの1台

— 山本さおりさん(33歳)

最初のバイクは、250のオンロード車。ツーリングが目的だったので、ホントはオフロード車が欲しかったけど、私じゃ足が届かないって思い込んでたんです。セローの存在に気づいたのはその後でした。

でも、今はすっかりセロー党。これで2台目ですからね。ほかのオフロード車もひとつとおり試したんですが、私の体にぴったりくるのはセローだけ。それに、セローならオン、オフ、高速と走る場所を選ばないし、車検もない。ベストの1台です。

学生の間は250で楽しむ

— 正岡健二さん(20歳)

通学のためのJOGが最初です。その後、行動半径が広いオフロード車でカスタムも楽しめる、TWに乗り換えました。でも、流行りすぎてイヤになり、セローを買ったわけです。

といて、積極的に林道へ行くわけじゃない、近所の海岸とか砂利道がせいぜいですけどね。メインは街乗りなので、TWみたいなカスタムもしてる。遊びと実用を兼ねた、ちょうどいい乗り物って感じかな。

大学を出たら、大型にも乗りたいと思ってます。でも、学生の間は250じゃないと無理。自分でお金出すんだから、そのくらいわきまえてますよ。

250・4スト・シングルがベスト

— 三木達也さん(36歳)

200のオフロード車を中古で手に入れてから、1T1R、セローとオフばかり乗ってます。林道にも行くし、ツーリングもするし、街でも使う。もう若くないから、スピードもそれほど必要ない。日本の道路では250・4スト・シングルがベストですよ。個性的なモデルがそろってて、車検はいらない、燃費がいい、軽いし使い勝手も十分、高速も走れるんだから、これほどバランスの取れた乗り物はないでしょう。

誰もが薦める「セロー」

— 徳原誠さん(22歳)

昨年8月に250のネイキッドを買ったんですが、僕には取り回しが重く、なじめなかつたんです。それでオフロード車に乗り換えようかと相談したら、お店の人や友だちはクチをそろえて「セローがいいぞ」という。

扱いやすいだけなら50とか125でもいいんですが、堂々と走れないし、高速にも乗れない。セローは女性用とかビギナー用ってイメージもあったんですが、ベテランまで満足させる奥の深いバイクだと知って、これに決めました。今はノーマルで街乗りしか使ってませんが、そのうちカスタムしたり、ツーリングにも行くかと思っています。



Example

▶ タンデムライダー

通勤にバイク、外出はクルマで使い分け



マジェスティ

友人と一緒に買ったツーリングで、彼が乗るマジェスティに感激。「スポーツバイクと走っていても、辛いどころか、すごく楽しそうだった。その姿がやけに印象的だったんですよ」と話す。もちろん、通勤でもその走りには不満はなく、ほとんどノーマルで使用。

Type.009

毎日の通勤は妻とふたりで 大沼龍一郎さん

ヘルメット

龍一郎さんはアライSZ、真葉さんはショウエイJ-MA X。ともにジェットタイプを受用。「以前はツーリング時にはフルフェイスで「走るゾ」と気合入れてましたけど、通勤ですから視認性をより重視しています」と龍一郎さん。真葉さんは「私は頭が小さいので、ヘルメットがグラグラ動くのが気になっています」とのこと。

ウェア

所属するセクションはノーネクタイでOK。会社でそのまま来ている服装でそのまま通勤。真葉さんに「スカートは穿かないんですか?」と聞けば、「もともとジーンズやパンツ系が好きなので(バイクを意識してはいないけど)穿いていません」という返事が返ってきた。

シューズ

「そんなに高いヒールは履かないけど、でもパンプスもOK」の真葉さん。「好きなデザインを選んで嬉しい」龍一郎さん。マジェスティは2人に選択の余地を広げたようだ。



Profile

おおぬま	りゅういちろう
年齢	36歳
職業	会社員
住所	神奈川県横浜市
所有バイク	マジェスティ
ショップ	YSP
その他	既婚/4輪車あり タンデム相手は妻の真葉さん

25歳で中型免許取得。それ以来、マジェスティを購入する昨年11月までディバージョン400に乗っていた。マジェスティは、メンテナンスに持ち込んだことがきっかけになり、会社の近くのYSPで購入。同じ会社に勤務する奥さんとタンデムで、雨の日も風の日もバイク通勤を続けている。



バイク通勤を始めたのはなぜ?
大沼 うちの会社は、駐車スペースの問題で車通勤はダメなんです。自転車がオートバイならOKなんです。僕はMTBでレースをしているので最初は自転車で通っていたんですが、夏の暑い時期にバイクにしてみたら汗はかかないし、風はあるし(笑)。その快適さに、つい「今日は暑いから」「今日は寒いから」とバイクに甘えてしまい、すっかりバイク一辺倒の毎日です。

真葉(奥さま) 私も、「どうせ同じ所(会社)に行くんだから、乗せてってよ」と言つて、今ではタンデムで通勤するのが我が家のパターンになってます。

でも、雨降ると大変でしょう?
真葉 いやあ、それでもバイクがいい。電車はもう面倒くさくて(笑)。それに、どんなに眠くても、とにかくシートに座ってしまえば、後は自然に会社に着きますから。

大沼 自然に、ね?(笑)。ディバージョンからマジェスティに乗り換えた時、小さな背もたれを付けたんです。それで彼女は、「前のバイクよりこっちの方が断然いい」と言っただすよ。

二人でツーリングには行かないの?
大沼 行ったこと、ないですね。日曜、一緒にいる時は近所の公園に「バロ(愛犬)」を連れて散歩に行くくらいかな。遠くへ遊びに行く時は、いつも車。どうしてだろう……あ、高速でタンデムできないからかもしれない。そういえば、免許の書換えをする時にアンケートを取ったら、80%の人が「高速のタンデムは不要」と答えたらしいですね。でも、回答した人たちがバイクの免許を持っていない人が圧倒的なんです。変な調査ですよ。(真葉さん、隣で頷く)。

じゃあ、解禁になれば?
大沼 高速でタンデムでできるなら、そうするかも。スクーターのカッコはしてるけど、どうしてなかなか走るヤツですか。

マジェスティは一括で購入?
大沼 いえ、去年の11月に24回ローンで買ってます。バイクに使っているお金は、ローンの他、ガソリン代くらいかな。以前乗っていたディバージョンは、古くなったせいで最後はいろいろトラブってお金が掛かったけど、これはまだ新車だし、ランニングコストもすごく安い。それに、スポーツバイクはライディング時のギア操作を考えると好きな靴が履けなかったけど、これはオートマでステップスルーだから靴が傷むこともない。以前は靴屋の店先で「あ、これいいな」と思つても、つい「バイクに乗る時、履けるかな」と心配しちゃいましたからね。

じゃ、週末はショッピン?
大沼 いえ、僕はクライミングをやるんで、毎週土曜は夕方から人口壁を登りに行つてます。そんなに本格的じゃないけど、それでもクライミングとMTBが一番長く続いています。次がバイクとかいろいろ……。

真葉 この人、多趣味なんです。バラクライダーやスキューバもしてました。私は、どれも付き合いで1回は行くんですが「登山は疲れるからいや」とか「マリンは日に焼けるからいや」とか、何か理由を見つけては撤退しています(笑)。

大沼 新しい趣味を始める時は、必ず一度は彼女も引つ張り込んでますけど、僕もそんなにハマるタイプじゃないから、一人で出掛けても年に数回。まあ、適当に楽しんでますよ(笑)。

(彼)流行りすぎ (彼女)でもカッコイイ!

Type.010

カップルで街をスイスイ 松井正俊さん

ヘルメット

松井さんのヘルメットはSeta。原宿のバイクーズのお店で購入。門脇さんのは東急ハンズで買った。ともに「自分の好きなデザイン」という点がポイント。

ウェア

特に「ライディングウェア」は意識しない。TWに似合う街着を来て、ショッピングでもツーリングでも、気軽に出掛ける。ただし、松井さんが出掛けた一番遠い場所は八王子の友人宅。タンデムでは西萩が一番の遠乗りとか。

シューズ

こちらもまったくの街感覚。タンデムの門脇さんもハイヒール、スカートで、「結構なんとなっちゃうもんですよ」と意に介さない



TW200

「転倒しない」が信条だけに、松井さんの愛車はピカピカ。タンデムする門脇さんも「彼の後ろなら安心」と信頼を寄せている。「だけど、おばあちゃんとか自転車飛ばしてきた時はこわかったね」と、ヒヤリ体験も…。

Profile

まつい	まさとし
年齢	20歳
職業	学生
住所	東京都世田谷区
所有バイク	TW200
ショップ	YSP
その他	独身 / 都内で一人暮らし タンデム相手は高校時代の同級生・門脇由希子さん



バイクの免許は自分で取ったの？
松井 いえ、去年の夏、親にお金を出してもらって教習所へ行きました。最初は「危ないんじゃないか」と反対されたけど、「電車じゃ通学に時間がかかって不便。バイクなら駐車場の心配もいらなから」って説得して出してもらった。
でも、バイクは自分で36回ローンを組んで買いましたよ。そのためのバイトもしてます。いろいろパーツも付けたかったから、お金を貯めては「次はハンドルを換えよう」とか「マフラーを交換」とか、コツコツやってきました。もうぼちぼちいじり終えたかなって感じ。
TWの人気、高いもんですね。
松井 キムタクでまた増えたでしょ？「こっちは「ピュティフルライフ」の前から乗ってるのに、流行りすぎちゃって、ちょっといやだな。
門脇(ガールフレンド) でも、松井君はドラマをビデオに撮ってましたよ！
松井 TWが出てくるシーンを撮っておこうと思っただけ、結局ハマって見ちゃったんだ(笑)。
松井 うーん、ソファかな。コレで思えるデザインって何？

のものが欲しくて、家具売場を歩いたりしています。買いたい物？ 服買いにいったり、原宿にあるバイカーファッションの店を見たりするのは好きですね。よく行く街は、渋谷、代官山、下北沢、原宿あたりかな。
松井 そういう時は、彼女とタンデムで行くの？
門脇さん、タンデムってどんな感じ？
門脇 私はタンデムするまで、全然バイクに関心はなかったんです。乗った時も、最初はこわかったな。でもそのうち、なんとも言えない気持ちよさがわかるようになって、お天気のいい日なんか「ねえバイクに乗せて！」って言うくらい好きになりました。最近では街を走るバイクに目がいくようになったし、バイクってカッコイイと思います。タンデムの時にかぶるヘルメットも、東急ハンズに行って自分で買ったんですよ。かわいいステッカーも貼ったし、すごくお気に入りなんです。
松井 免許を取ろうと思ったことは？
門脇 自分で乗ろうとは思ってませんよお。
松井 でも、もし乗りたいなら、いろいろ教えてあげるよ。協力する。
松井さんは、バイクの他に好きなもの、ある？
松井 僕ね、コーヒが好きなんです。いつか、おいしいコーヒを淹れる、自分の店を持つのが夢ですね。できれば地元(鳥取県)に帰って店を持ちたいと思うんですが……。
松井 アルバイトはどんなことをしてるの？
松井 今は、最近始めたコンビニのバイトです。その前はスーパーでやりました。なんか、バイトって、そういうイメージなもんで。
松井 それで月にどのくらい稼げるもんなの？
松井 平均5万円くらい。仕送りが13万円あるけど、そこから家賃が7万9000円出てって、TWのローンが1万7000円。残りで食費とバイクのパーツ代やガソリン代、服を買いにお金に充ててます。だから、バイクの分のお金を作るためにバイトしてるって感じですね。
松井 コーヒ好きなら、喫茶店でバイトしてみたら？
松井 あ、それは考えてなかった(笑)。今度はそれやってみようかな。



■今、若者の間では、スポーツと言えば「エクストリーム」がもはや定番。スノーボードを中心に、スケートボード、インラインスケート、BMX、MTBなど、アメリカンスタイルのスポーツが台頭し、「在来スポーツ」を食う勢いだ。いずれにも共通するのは過激でハデなアクション。ショーアップされた会場で、「見ただ目勝負」のプレイを楽しむ。バイクの世界ではスーパークロスがこれに近いが、順位決定の焦点はあくまでもパフォーマンスだ。「見た目重視」はそのままウエアのファッション性にもつながっており、エクストリーム系スポーツのルーズなファッションはストリートでも人気だ。

スノーボード、スケートボードなど個々のスポーツはもともとありましたが、「エクストリームスポーツ」としてくられ、人気が高まったのは4、5年ほど前でしょう。スノーボードを例に挙げると、大まかにはタイムレース競技を中心としたアルペンスタイル、そしてジャンプなどのパフォーマンスを競うフリースタイルに二分されます。そしてこのフリースタイルが、いわゆるエクストリーム系に含まれます。

今、初心者としてエントリーしてくる層は、ほとんどがフリースタイルを目指してきますね。道具も手軽なもので楽しめて、とっかかりとしては入りやすいんです。その名の通り、自由にアクションを楽しめばいいわけですからね。一方のタイムレースは、突き詰めていくとどうしてもある型にはまる必要が出てくる。気軽に「フリーリング」で楽しめ、なおかつファッションアップルであることが、フリースタイルの人気の要因だと考えています。

ファッションという点で言えば、ストリートではヒップホップ系・黒人系のオーバーサイズなウエアで着崩すようなルーズファッションが若者の間では定番です。

スポーツを続ける動機作りが必須。ムラサキスポーツでは各店ごとのイベントやツアーを始め、合同での大会などを頻繁に開催し、楽しむ場を提供する



そこに、もともと動きやすさなどからゆったり目のウエアを使っていた、エクストリーム系のファッションがうまくリンクしましたね。

ファッションに関して言えば、やんちゃで悪ぶっている感じがカッコいいということになっていきます。ただ、あくまでも「ぶつてる感じ」で、実際に悪いわけではないうんです(笑)。見た目には髪の毛を金色にしたりダブダブのウエアを着たりして怖そうですが、ボーダーは携帯用灰皿の定着率が高いなど、なかなかマナーも良くなつてきているんですよ。

■エクストリームスポーツの中でも爆発的なブームとなったスノーボードは、一気に一般に浸透し、価格競争も激化した。しかし、ムラサキスポーツはあくまでも専門店。価格競争に乗ることはなかった。知識の豊富なスタッフを育て、きちんとした接客をしていく中で、着実にリピーターを増やしていったのだ。ブームが落ち着いた今、顧客の定着率の高さが大きな支えになっている。

スノーボード業界は、ブームが訪れて大型量販店やディスカウントショップなどでも一気に扱われるようになり、価格競争が激化し、一時期ものすごく値崩れしたんです。我々はきちんとした値段をつけていたので、苦しい時もありましたよ。でも、根っここの部分では専門店ですから、ソフトや情報の提供で価格差を納得してもらおうしかなかった。

初心者ほど、本や雑誌、あるいは店員とのコミュニケーションの中で情報を収集しないで、見た目でボンと道具を選んでしまうんです。ことに量販店などでは店員も詳しいことは分かりませんが、結局は何も分からないまま買うことになってしまいます。

でも、やはりスポーツですから、レベルに合った適切な道具を選ば

「悪ぶってるのがカッコいい」 わずかな違いに個性を見出す若者たち

さまざまな市場動向を探るMarket Eye。
今回は、派手なアクションとクールなファッションが
10代から20代の若者の心を捉え、
スポーツ市場の勢力図を塗り替えつつある、
エクストリームスポーツを探る。



ムラサキスポーツ 聖蹟桜ヶ丘店
店長 長井政彦さん

全国に約50店舗を構える専門店・ムラサキスポーツ。プロショップとして豊富な知識を持ったスタッフを要し、アフターサービスに力を入れる一方で、誰もが入りやすい店作りを目指している。上級者から初心者まで満足させる間口の広さが信条だ。地域特性・商圏・客層などに応じて各店長に店作りを任せられる部分が大きく、「店によって雰囲気は全然違いますよ」と聖蹟桜ヶ丘店の長井政彦店長。長井さんは15年前、日本に輸入されたばかりの頃からスノーボードを楽しみ、41歳の今も現役ボーダー。「若者中心のスポーツですが、年を取ったからとやめる理由はないんです(笑)。店作りの上でも家族連れは今後大きなターゲットになると考えています」。

市場を見る
Market Eye
市場を知る

派手なアクションが見せ場のスポーツだけに、情報収集の主経路は本場もののビデオ。ファッションチェックにも重宝しているようだ



これは「親しき仲にも礼儀あり」で、あくまでもきちんとした言葉遣いで接するように指導しています。ただ、こうしてエントリーしてくれて、お店に定着してくれたとしても、本当に突っ込んでスポーツを楽しむもうとされる方は減ってきていますね。それだけ手軽になって、普及したことの表れなのかもしれません。より深いこだわりは、どんどん薄れている。普及するほど薄まるのは仕方ないことですが、個人的にちょっと寂しい思いもあります。広まるのいいことなんですけどね……。

ないと楽しめない。お客さんのレベルやイメージするところを詳細に聞き出して、そこに合った道具選びをアドバイスしています。イマドキの若者も、話してみると、意外と素直にこちらの言うことを聞いてくれますよ(笑)。スタッフも若いので、つい碎けてしまいがちなんですけど、そういうことになるので、



この店に属している」と思ってもらえる。つまり再来店の強い動機になっていくんです。実際に買う気があるそうか、なさそうかということに関係なく、情報を提供することが非常に重要ですね。

また、情報には非常に敏感です。本場アメリカのビデオを中心に、情報収集にはとても熱心です。人気ライダーが何を着ているか、今シーズンはどんな動向か、など、いち早く情報を手に入れて、こちらもアンテナを張り巡らせて、相応に勉強する必要があります。私も本場のプロなどからメールで情報をもったりしています。これはとても重要なことなんです。エクストリームスポーツは、シーズンごとの流行の移り変わりがとてもスピーディ。より素早く最新の情報を手に入れて提供すれば、お客さんには「よりコアな所に近付けた」と感じてもらえて、仲間うちでの優越感につながるんです。そしてその繰り返しによって



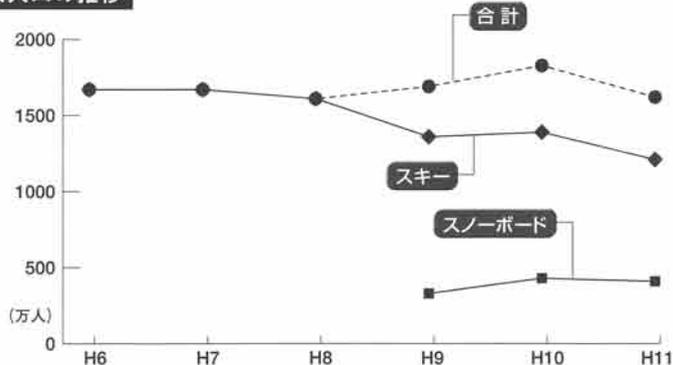
今の若い子たちは、とにかくセンスがいいです。それそれが非常にカッコいい。ハタ目にはみんな同じような恰好に見えるかもしれませんが、小さなこだわりを持っているんです。シューズ一つ、キャップ一つ、そういうワンポイントでのこだわりですね。スポーツ自体が見た目勝負なので、目立ちたいという思いは強いんですが、同時に流行の基本から外れてしまうことへの恐れもあるんでしょうね。



■ファッションナブルさが人気の要因となっているが、個性を発揮するのはあくまでも「ワンポイント」。あるグループの枠組みからはみ出てしまわないように細心の注意を払いながら、わずかな差異に大きくこだわるあたりは、ファッションバイカーとも共通している。

新スポーツの台頭に遅れるインフラ

参加人口の推移



参加・消費の実態

	(平成11年度)			
	参加人口(万人)	年間平均活動回数(回)	年間平均費用(円)	1回当たりの費用(円)
スキー	1210	4.3	73,900	17,190
スノーボード	410	5.9	70,000	11,860

エクストリームスポーツの代表格・スノーボードは、急激なブームとなったためにインフラが遅れ、ゲレンデでの事故多発によるスノーボーダーの締め出しなど、社会現象にもなった。スキーとスノーボードが同一ゲレンデで滑走することは危険とされており、スノーボード用にゲレンデを取ればスキー用のゲレンデが減ってしまう、という状況が背景だ。

一方、バブル崩壊以降、若者のスキー離れは止まらない。レジャー自体が多様化し人口が分散していること、スノーボードが長野五輪で正式種目になって注目を集め、よりファッションナブルであることも理由とされている。ただし、スノーボード人口の約8割がスキー経験者(長野県商工部観光課調べ)ということもあり、スノーボード人気がそのまま恒常的なウィンタースポーツ人口の底上げにはつながらない。

最近のスキー場は続々とスノーボード客にゲレンデを解放。10代~20代が中心でスキー客より年齢層が低く、落とす金額も小さいことがスノーボード客の特徴だが、「それでも客が来ないよりはまし」というのがスキー場の率直な感想のようだ。

「レジャー白書2000」(財)余暇開発センター

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 6/20】

ボーナス期でも消費者は慎重

夏のボーナス、お中元商戦を前に日本経済新聞社が行なった電話アンケートによると、消費者は依然買い物に慎重で、生活防衛スタイルを崩していないようだ。

「景気の先行きに不安を感じている人」は76%に達し、買い物も61%の人が「より安いものを探すようになった」と答えている。

ボーナスに関しては、「すでにもらった、もらえる」という人のうち金額が減った(減る)と答えた人が33%と、98年に比べ9ポイント増えたという。その反面、ボーナスで家電製品(昨今の販売が好調)の購入金額が増える(増える)と答えた人は38%おり、消費回復の兆しもあるようだ。回答者全体の50%が「買いたいもの、利用したいサービスがない」としているところに、需要回復、消費活性化への壁が横たわっているといえよう。

【読売新聞 6/29】

GSGが5年連続減少 セルフ型は増加

通産省のまとめたデータによると、2000年3月末のガソリンスタンド数は前年よりも1291カ所減って、全国5万5153カ所となった。安売りが合戦などの過当競争が主な原因と見られ、特に東京、愛知で減少が大きかった。現在も約8割のスタンドが赤字経営といわれ、「減少はまだ続く」との見通しを伝えている。

一方、あまり目立たないが、セルフ式スタンドは98年の開設以来2年間で195店と、順調に増えているそうだ。

【日本経済新聞 7/5】

増殖するフリーター

労働白書のデータを元にした記事。97年の段階で15~24歳までのフリーターは推定151万人とされ、5年間で151万人増えたという。年齢層で見ると、もっとも多いのは20~24歳の82万人、次いで30~34歳の14万人。彼らのうち33%は、卒業後就職して離職したタイプ。多くは正社員として就職した経験がなく、その41%は「就職する気がなかった」そうだ。

【読売新聞 7/14】

対人関係うまく世渡り上手 でも専門性に乏しいフリーター

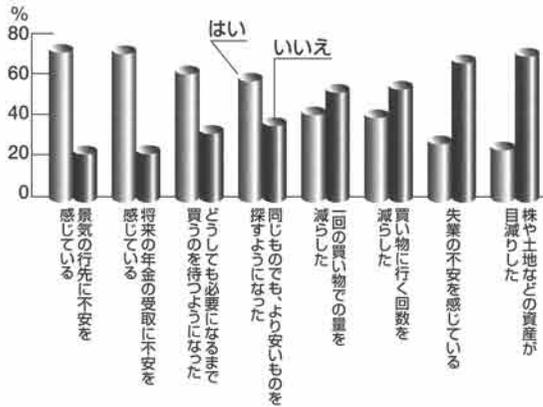
日本労働機構(労働省の外部団体)が行なった、フリーター1000人の間のフリーター調査の結果を伝えた記事。これによると、1週間の労働日数は平均4.9日、月収が平均13万9000円。平均年齢22.7歳で、最終学歴の最多は高卒の47.4%。63.9%が親と同居しているという。

フリーターになった動機は、特に見通しを持たないモラトリアム型が100人中38人、芸能・職人をめざす夢追求型が27人、就職にもれてやむを得ずというタイプが32人、アルバイトの職歴はアルバイトやカラオケボックス、コンビニ、交通量調査などで、対人関係や世渡りが向上したという人は少ない。

「専門的な技術、知識の習得に役立つ例はない。フリーターが長引けば、キャリア形成の貴重な時期を逸する恐れがある」「正社員で働きたい」という意識が薄れているなどのコメントを紹介している。

気楽な生き方も、気楽な生き方では先が流されればなしという人は少ない。

最近の消費社行動について



【日本経済新聞 7/4夕刊】

景況感、2年9カ月ぶりにプラス

日銀が発表した6月の企業短期経済観測調査で、企業の景況感を示すDIが大企業製造業でプラス3に転じたと伝えた。これまで6期連続の改善を見せていたが、プラスは2年9カ月ぶり。非製造業や中堅、中小企業の業況感もそろって改善。設備投資計画などにも弾みがついており、回復が鮮明になったとしている。

【日経流通新聞 6/27】

サラリーマンの小遣いは 月6万円

大手消費者金融のレイクが、東京と大阪のサラリーマン432人を対象に行なった調査によると、1カ月の小遣い(昼食代含む)は平均6万3000円だった。

特に支出の多い項目は「飲み代」「書籍・雑誌代」と、「スポーツ費用」で、「出費手は、やはり()飲み代」だったそうだ。

建物と同じ面積(50坪)をとった広いオープンスペースが、実質的なメインの展示コーナー。人気モデル、自慢のカスタム、中古車ストックなどあらゆるカテゴリーの車両を並べ、お客さまにアピールする



目的と機能に合わせて 柔軟にスペースを生かす

三代続く老舗の自転車店から独立。バイク専門ショップとして13年目を迎えたCS OKUNOさん。その間、客層やトレンドは大きく変化したが身軽なフットワークと柔軟な感性でお客さま一人ひとりのニーズにしっかり対応。古いようで新しい、不思議な魅力で今日も数多くのお客さまを集めている。

CS OKUNO

北海道江別市文京台東町1-13
奥野 肇 店長



プロフィール

【略歴】 およそ1.5km離れた、江別市大麻の「サイクルショップおくの」さんから昭和63年に独立してオープン。奥野肇店長は本店・奥野誠社長の長男で、三代目にあたる。創業当時はもともと自転車店だったが、誠社長の代にバイクも扱うようになり、肇店長の独立を期に大麻の本店が自転車、文京台店は3メーカーを扱うバイク専門店となった。

【立地】 160万都市・札幌市のベッドタウンとして開発が進む江別市のなかで、文京台周辺は酪農学園大、札幌学院大などの大学や短大が多数集まる学園町でもある。CS OKUNOさんの店舗は、その江別市街から札幌へ向かう幹線道路・国道12号線に面し、集客のための条件がそろった好立地。

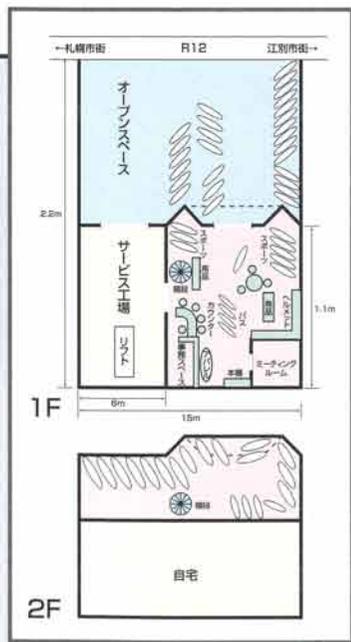
【店舗】 国道を行き交うクルマやバイクにもしっかりアピールする、高く大きな外看板が目印。敷地面積は100坪で、前面には店舗の建て坪と同じ50坪の広い駐車スペースも確保。2階建ての店舗は、1階が20坪のサービス工場とメインのショールーム、2階は20坪の第2ショールームと住居になっている。

【商圏】 およそ半径5km、国道に沿って南北にやや長く、江別市内全域と札幌市の一部が主な商圏。唯一、TW200だけは広く全道にわたる。

【販売・客層】 ヤマハ、ホンダ、スズキの3社併売で、総販200台(新車150台)。新規オープン当初は大学生のスクーターがメインだったが、次第に社会人の需要が増え、それに準じてスポーツとスクーターの比重も逆転。現在は7:3ほどの割合でスポーツが多い。

【スタッフ】 三代目・奥野肇店長(写真中央)、サービス主任・奥野聡(左端)さん、サービス担当・奥野武さん(右端)の兄弟3人に、店長の奥さまを加えた4人体制。ネクタイ姿はヤマハの清水セールス。

【営業】 札幌周辺では、11月以降3月一杯までは積雪に覆われるため、二輪の販売は春から夏が勝負。冬場は除雪機の販売やメンテナンス、冬季預かり車両の整備、カスタムといった仕事を中心とする。





スクーター、スポーツのどちらも狙える好立地

豊富な自然、走りやすい道路環境に恵まれた北海道は、全国から数多くのライダーが訪れるツーリング・パラダイスだ。

しかし、その魅力を一番享受できるのは、やはり地元の人々だ。また1年の半分が雪に覆われることを考え合わせると、バイクは実用よりもスポーツ、レジャーの道具という意味合いが強い。そのため、北海道の二輪需要はほかの地域と違って、非常にスポーツ車の比重が高いのが特徴だ。

CSOKUNOさんも例外ではなく、現在、7対3の割合でスポーツ需要が多いが、「13年前、本店から分かれてこの場所にバイク専門店を出したのは、大学生のスクーター需要を見込んでのことだったんです」と奥野肇店長。

江別市は札幌のベッドタウンとして発展した町だが、特に文京台周辺は大学や短大がいくつも集まる「文教」地区で、ここならスポーツとスクーターの両方を狙える。しかも、目の前を通る国道12号線沿線にはたくさんバイクショップが点在し、競争は厳しいものの、お客さまの注目を引きやすく、集客もしやすい。

新しい店舗で市場を開拓するにはうってつけの条件だったのだ。また、そうした立地のよさをフルに生かすため、国道側には高く大きな看板を設置。さらには店舗を奥に寄せ、敷地の前面半分(50坪)を駐車場とオープンスペースにあてた。

「店舗が引っ込んでいたので、看板だけでは目立ちにくいとは思っていましたが、バイクやクルマで来店するお客さまの便を優先したんです。オープンスペースにズラッとバイクを並べれば、看板がわりにもなりませんね」



1階ショールームは、展示車をゆったり置き、華美な装飾を排したシンプルな構成。ピンクのバンタナを使ったイスのカバーが、ひととき鮮やかなアクセントになっている

オープンスペースを含む店全体がショールーム

「本店が自転車店だし、バスも扱ってるから自転車はダメなんて言えない。お客さんが望むかぎり何でもやりますよ(笑)。ウチは、動きの軽さが身上。スポーツだスクーターだ、オンダオフだっていうこだわりはないんです。むしろ、いつも新しいニーズ、流行をつかもうとしてきました。アメリカン、TWCカスタムと続く最近のトレンドにもいち早く目をつけ、先取りに成功している。」

淡いピンクに塗り替えられた店舗正面には、そうした人気のスポーツモデルが入口に向かって列をなし、お客さまを自然に店内へ導く。ショールームは1階と2階。取りたてて飾り気はないが、きちんと清掃、整頓され、気軽な雰囲気。1階には、各社のニューモデルをゆったり配している。2階に上がる螺旋階段は、30坪の1階フロアを広く使うための選択。積極的にお客さまを上げるには不利だが、ストック商品を直に見せるより、主な狙いはむしろ外へ向けたショーウィンドー効果にありそう。

「設計の時、ショールームを削ってもサービス工場を広く取るよう注文したんです」3人のスタッフは、全員が国家整備士資格を持ち、優れた設備と技術力でお客さまの信頼に込んでいる。ショールームと工場は、あくまで店舗の両輪なのだ。



50坪の1階フロアで20坪を占めるサービス工場は、もちろん二輪認証資格。奥野店長を含めた3人のサービススタッフが同時に作業できる広さと、専用の工具がそろっている



カタチの上で「ショールーム」は30坪にも満たないが、見方を変えれば、サービス工場以外すべてがショールームだとも言える。この柔軟なスペースの使い方が、CSOKUNOさんの特徴かもしれない。そして、サービス工場が隅に迫られていくわけではない。

お客さまコーナーは、1階ショールームの中ほどに設置。以前はショールーム奥のパーティション内がミーティングルームになっていて、原付講習会なども開催していた



2階も、もったいないくらいゆったりしたスペース。ほとんどの車両が広い窓際に置かれ、中で展示車を見せるといより、外へ向けたショーウィンドーの役割が大きい



オイル、ケミカル、ヘルメットを中心にそろえた用品類は、大きく2箇所に分けて展示





YAMAHA

JOG / VINO / APRIO / JOG POCHE / ZR

50cc SCOOTER LINEUP

It's My Best!



このカタログは、2000年7月現在のヤマハ50ccスクーター全モデルの仕様を解説しています。A4サイズ・オールカラー・12ページ

5機種そろったヤマハスクーターの魅力のすべてを1冊に凝縮。質感高いラインナップカタログです。

JOG、VINO、アプリオ、ポシェ、JOG-ZR。5つのシリーズがそろったヤマハスクーターは、さまざまな用途に適した使いやすい機能と、優れた性能、街にフィットする個性的なデザインを備えています。お客さま一人ひとりにぴったりの1台をアドバイスし、生活をいっそう便利に、豊かに彩るお手伝いをしましょう。そんなとき、店頭ですぐ役にたつツールが「50cc

スクーターラインナップカタログ」。5つのシリーズをそれぞれ2ページずつ、細部にわたるフィーチャー解説とカラーバリエーション、純正アクセサリで紹介しています。比較検討しやすく、しかもモデルごとの商品イメージが伝わるよう誌面デザインにも個性的な工夫を凝らし、質感の高い仕上がりです。ぜひご活用ください。

