

柳 弘之

Yamaha Motor continues to launch new models onto global markets through its planning, development, and production. We estimate that 60% of the 250 models incorporated into the 2013-2015 Medium-term plan will be released by the end of 2014.

As each model speaks directly to the market and the customer with its *unique style of YAMAHA*, I feel that our intent is starting to be conveyed well. In terms of marketing, we are not just repeating what we have done in the past. We are now seeing systems that reflect the utmost of our ideals by implementing models that portray the very essence of “working diligently to levels above and beyond everyone’s expectations.”

I can really feel our company slogan *Revs Your Heart* gaining momentum throughout our markets.

Products are the ultimate medium for brand expression. The engineering excellence in our products comes from continually perfecting and maximizing the *unique style of YAMAHA* through the process of planning, development, production, and sales. Remaining faithful to this concept represents the effort we put in to keeping ahead of other manufacturers. What the *unique style of YAMAHA* really means is engineering excellence based on our many ideals, concepts, and the thorough implementation of them.

Over the last two-years we have been inwardly and outwardly promoting our 3 + 1 *YAMAHA uniqueness* to the customer as well as inside Yamaha Motor itself.

The first of these is *Innovative Concepts*. Through the continued improvement of Yamaha Motor's power source, chassis and hull platforms, and the optimum control technology used in them, we have been offering original product concepts (innovation) based on new combinations of these elements. We will therefore continue to create value through new innovation while researching observations of the market and the customer both now and into the future.

The second is *Superior Technology*. We at Yamaha Motor continue to endeavor to realize concepts that work to exceed customer expectations by further perfecting our core technical capabilities of namely, highly functional, low weight, low fuel consumption and compactness. We also aim to entwine sensitivity and theory into our technology. Our challenge both now and into the future, is to aim at higher targets in order to maximize customer pleasure and trust through focusing on the trustworthiness of our core technologies.

The third is *Design*. Since its founding, Yamaha Motor has worked to gain high customer satisfaction from global markets through placing importance on design character, offering cutting-edge coloring, attention to detail, and innovative creativity. Both now and into the future, through attractive images, shapes, and coloring, we will work at honing our refined dynamism in order to further brighten up our brand.

The fourth is *Ties*. Our efforts continue to create a strong bond with the customer through perseverance both in the regions and locales. Our work at Yamaha Motor is to continue to provide the customer with a lifelong service that brings excitement and the ultimate experience to them starting from before purchase, at point of sale, and comprehensive after sales service.

Simplifying these four ideals into expressions, we can use the words Concepts, Pleasure & Trust, Appeal + Ties. These expressions using characters from the Japanese language provide deep and beautiful meaning to the reader. They also directly relate to the effort that is put into all of our products.

This concept of the *unique style of YAMAHA* becomes evident when portrayed by these expressions and represents the passion that we have for our work.

今、世界市場で、私達が企画・開発・生産したニューモデルが続々と投入されています。2013—2015年の中期計画に織り込んだ250モデルの60%が、2014年末迄に投入される見込みです。

個々のモデルが、市場・お客様に「これがヤマハらしさです」と語りかける素晴らしい商品になっていて、私達の思いが伝わり始めています。マーケティングも、過去の繰り返しではなく、そこまでやる・そんなことまでやるという気概あるモデル導入により、思いを最大限に響かせようとする工夫が見られます。私自身、いろいろな現場でRevs Your Heart を実感しています。

商品は、ブランドを表現する究極的な媒体です。それを企画・開発・生産・販売する仕事の過程で、「らしさ」を磨き・極めることがモノ創りです。「らしさ」とは、勝ちたい(負けたくない)ことです。それが何なのかを、語り抜き・考え抜き、そしてやり抜くことが真のモノ創りだと考えています。

2年間、「3+1のヤマハらしさ」について、社内・外で囁き叫んできました。

1つ目は、独創性。ヤマハは、パワーソース、車体・艇体、それらの最適制御技術を進化させながら、新しい組み合わせを発想すること(イノベーション)によって、独創的な商品提案をしてきました。今後も、市場・お客様を観察研究しながら、新しい発想による価値を生み出して発信します。

2つ目は、技術。今、私達は、お客様の期待を超えたいという「思い」を、高性能・軽量・低燃費・コンパクト等のコア技術を磨いた「モノ」で具現化しようとしています。また、論理と感性を紡ぐ技術を目指しています。今後も、お客様の喜び・信頼感を最大限に得られるようなコア技術を見定め、高い目標に向かって挑戦します。

3つ目は、デザイン。ヤマハは、創業以来、独創的な造形をつくる・細部にこだわる・斬新なカラリングを提案するという、デザインの個性を大事にして、世界市場で高い評価を得てきました。今後も、魅力あるイメージ・造形・カラリング(S・EX・Y)により、「洗練された躍動感(Refine Dynamism)」を磨き、ブランドを輝かせます。

4つ目は、お客様とのつながり。今、私達は、現地・現場に固執したお客様との強い絆づくりを目指しています。ヤマハとの出会い、ヤマハを買う前・買う瞬間・買った後の各場面で、思いを伝えて心躍る・最高の感動体験をしてもらい、生涯にわたって関わってもらえるような仕事をします。

この4つの「らしさ」を簡潔な表現にすると、「発」「悦」「信」「魅」+「結」という漢字になりました。漢字というのは、それ自体に深遠な意味を持つ、素晴らしい文字だと実感しています。この5つの文字の意味合いを、私達の技術・商品そして仕事に、具体的に置き換えていきます。置き換えた時、「ヤマハらしさ」がもっと際立ってわかりやすくなり、私達の情熱がそこに集中していくと考えています。

## ■著者



柳 弘之

Hiroyuki Yanagi

代表取締役社長