

街は小さな小さなクルマがしい。

YAMAHAソフトバイク かわいい **キャロット** 2月1日より 全国一斉 新発売





八千草薫さん、水沢アキさんに桃井かおりさん——79年ヤマハソフトバイクのキャンペーンは、日本のトップ女優3人がそろって華やかに展開されることになったわけです。

桃井かおりさん、ご存知でしたか？ ブルーリボン助演女優賞のキャリアを持つ、数少ない個性派女優の一人。今年注目の女性です。テレビCMやPR ツールの撮影は、ハワイロケ。カメラマンはコマーシャル界でNo.1の実力派といわれる操上和美氏（写真左）です。

79ヤマハ全国選抜優秀販売店新年大会ひらかる
将来への確固たる基盤づくりの年に！

6 躍進79年の第1歩は
春の拡販キャンペーンから！

2月1日を期してスタートする春の拡販キャンペーン。ソフトバイクに、スポーツバイクに、話題性豊かな新企画が、いち早くみなさまの市場を活気づけます。

安全運転推進本部コーナー・店頭指導のワンポイントアドバイス
「自転車のクセよ、サヨウナラ」

10

11 増える、広がるバイクユーザー
積極的なアプローチで「客層」を広げよう

ソフトバイク「婦人ユーザー」、たしかにこれが基本ですが、固定観念にとられすぎてはいけません。最近ではお店の販売努力で、新しいお客さまはこんなにも広がっています。

高品質・高性能——ヤマハ技術②
小さな小さな街のク・ル・マ「かわいいキャロット」技術紹介

14

15 街は小さな小さなク・ル・マがいい。
ヤマハソフトバイク「かわいいキャロット」新発売キャンペーン

ニューカラー・ニューグラフィックで新発売！
ニューTY 50、GR 50/80、RD 90

20

新発売！79ヤマハレッドアロー

22 話のパドック

いまこんな話題が、これからこんな流行が……お客さまとの話題づくりのページです。

27 思い出のヤマハ名車シリーズ⑭
ヤマハスポーツ125「AS1D」

24

27 ヤマハトピックス
陸のヤマハ★海のヤマハ★世界のヤマハ

28

32 へお店訪問・こんにちはヤマハです
24才で独立して5年目 フレッシュユ商法が、いまヤングのこころをとらえて

29才の青年社長のフレッシュユな商売。その基本は立地条件の良さをフルに活かした、いつも新鮮な店頭の演出でした。大阪府門真市の㈱共栄モーターズ・おうとばい館さんです。

ヤマハ部品・用品コーナー
「キャロット」オプションパーツご紹介

35

キャロット

●キャロットは英語で「にんじん」
お台所でもいちばん親しみやすく、どことなく愛らしい野菜ですね。
そこで、このにんじんのキャラクターをそのままソフトバイクに、とMA50に「キャロット」と名づけました。パッソル&パッソラ同様、身近かに、はばひろくお客さまにご愛用いただけることを願ったものです。

将来への確固たる基盤づくりの年に!

1979 YAMAHA

全国選抜優秀販売店新年大会



どのお顔にも'78年商戦の大きな成果による自信と、'79年への期待にふくらむ明るい表情がみちあふれています——

1月15日、新春恒例の「YAMAHA全国選抜優秀販売店新年大会」が、東京・四谷のホテルニューオータニ芙蓉の間において盛大に開催されました。



今年もまたヤマハとともにご商売の一大飛躍を期して参集された販売店さまは470余店。昨年度の市場動向、54年度の営業政策そして期待の新商品群のご紹介、とつづく'79年に賭けるヤマハの政策発表に、つめかけた販売店みなさまは改めて拡大への決意をみなぎらせていました。



魅力の新商品群で 市場拡大へ一大挑戦

この新年大会の席上、あいさつに立った小池久雄代表取締役社長は「昨年度は販売店みなさまの絶大なご努力によって業界として約200万台という販売新記録が達成されました。ヤマハもまた約70万台という創業以来最高の台数を実現することができました。これもひとえにみなさまの日常のご努力とヤマハへのご理解のたまもの」と、深く感謝の言葉を述べ、昨年をふり返り、また今年に賭ける「ヤマハの決意」のほどを次のように語りました。

まず、昨年度の飛躍的な拡大の要因として①ファミリーバイクの需要が急速に拡大する中で、パツソルにつぐパツソラの新発売と活発なソフトバイクの広告活動が多くの人びとの支持を得て、新しいお客さまを開拓することができた結果であろう。

②ソフトバイクの定着により、人びとの暮しの足としてバイクは市民権を完全に定着させることができた。国内の保有台数も10000万台を越すところまできているが、混合交通体系の中で最も簡便な乗りものとして、バイクはその地位を確立したといえる。

③ソフトバイクからビッグバイクに至る需要の拡大が、販売店みなさまの経営規模を広げお店の内容充実に大きく貢献してきた。不況の日本国内にあって数少ない成長業界として注目されるどころである。

では国内経済が未だに多くの不況要因を抱えている中で、今年度のヤマハの基本方針は①需要の急速な伸びに比例して交通事故も増加傾向にあるが、業界全体として、キメ細かい活動、積極的な安全指導を展開し、お客さまの安全を守る社会的責任を販売姿勢として

遂行し、販売阻害要因を取り除いていく。
②魅力あるニューモデルの発売を軸に、市場に一大攻勢をかけ、お客さまの購買意欲を高める攻めの姿勢で前進する。

③安全運転推進活動、免許取得活動をより積極的かつ充実した内容で展開する。

④販売店さまとヤマハの強いきずなのもとに協力体制を充実して、お店の将来の発展のために、みなさまの毎日の情熱をご商売に全投入できるような環境づくりに努めていく。みなさまも拡販への地道なご努力をより強力におし進め、今年を意義大きな年とするよう、よろしくお願い致します。

お客さまの多様化に ヤマハソフトバイク フルラインアップ

ついで、このヤマハの方針を受けていかにご商売を拡大していただくかを「業界の動向とお店」と題して小宮功取締役営業本部長がご説明。お店の増改築や出店、分店問題、広告宣伝、免許教室、クレジット販売などの販促活動の実態がデータやビデオを駆使した販売店さまのナマの声によって紹介され、52年度と53年度のお店ごとの成長ぶりや需要の様変りの姿とあわせながら、将来の販売環境の変化をふまえて、お店の基盤の拡張と基礎がためが特にここ2、3年の重要なテーマとなっていることをご紹介しました。

そして最後に具体的な54年度の営業政策が平井五郎営業部長より紹介され、ニューメイトを中心としたアンダーボーン車市場、50ccスポーツレジャーバイク市場、ビッグバイク市場と、各商品系列別に需要の変化とお店の対応の仕方、ヤマハの対応策をご説明。特に多様化するソフトバイク市場の拡大に向けて「かわいいキャロット」をはじめとする新し



↑ 記念すべき'79新年大会を盛り上げ、永く記録に、どフジテレビの協力のもとにビデオが大活躍。優秀販売店さんのインタビューも2つの大スクリーンを通じて会場全体に伝えられた。

← 「これでどんなお客さまの要求にも万全」と新しいソフトバイクを囲んで早くも意欲的な抱負が交わされる商品展示コーナー



お客さまのバイクに接する機会を増やそう！
移動展示車にはひときわ大きな関心が



↑ ますます高まる安全活動への期待、免許教室コーナーに注がれる視線も真剣。手前の人垣は新開発の乗り方指導用シミュレーター
→ お店の広さに合わせた部品・用品コーナーのモデルコーナー。バイク、部品、修理サービス、総合的な収益アップも今年のご商売のポイント

ソフトバイク3機種の市場投入をお伝えしました。
「街は小さな小さなク・ル・マガいい。ヤマハソフトバイク」—— 総合同会役のフジテレビ小林大輔アナウンサーの紹介で新しいソフトバイクが次つぎとヴェールを脱ぎ、販売

店みなさまの拍手の中で、新しいキャラクター桃井かおりさんを加えて展開される今年度のソフトバイクキャンペーンの一端が披露される頃には会場にみなぎる熱気の中で、さらに大きなソフトバイク時代への前進が、力づくよく確認されたものです。

春の拡販キャンペーンから!

ソフトバイクの強力な新商品『かわいいキャロット』の新発売とともに、いよいよ本格的な79年商戦のスタートです。

今年もまた、確実に新しいお客さまを増やし、つねに市場をリードするご商売を展開していただくために、ヤマハは数多くの効果的なセールスキャンペーンをご用意して、みなさまのご商売をバックアップさせていただきますが、ここにご紹介する春の拡販キャンペーンは、79年の第一弾。いずれも春の需要期に先がけて2月からのスタートです。どうぞこれらキャンペーンをフルに活用して、躍進79年の第一歩を大きくリードしてください。

かわいいキャロットパック

免許の取り方、乗り方、買い方から
現金のつくり方まですべてバック。

●取り方
●乗り方
●買い方

あなたの自転車がヤマハキャロットの現金になります。

YAMAHAソフトバイク

躍進79年の第二歩は

お乗り換えは
ヤマハにおまかせください。

自転車 → キャロット

YAMAHAソフトバイク

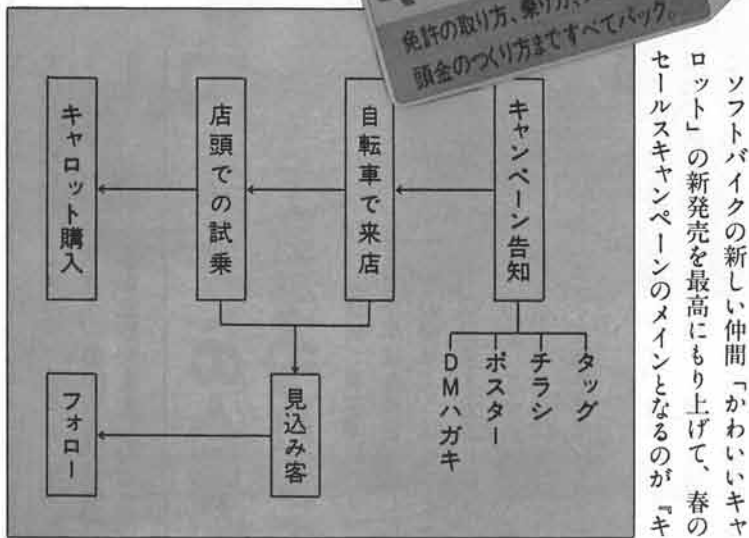
街は小さな小さなクルマがしい。YAMAHAソフトバイク

新発売!
かわいい
キャロット



告知タッグ・駅前自転車置場、スーパー店頭などに駐車中の自転車に付けて誘店を

チラシ・キャロット二
ユース：かわいいキャ
ロット新発売告知とキャ
ロットの効用性、経
済性をアピール



「かわいいキャロット新発売キャンペーン」 「キャロットパック」

バイクのある暮らしの広がり伝え
深く、広く新しいお客さまの掘り起こしを
パッソル、パッソルD、パッソラそして
キャロットと一段と充実したヤマハ・ソフト
バイクラインアップを中心に、今年もご商売
の飛躍的な拡大が期待されていますが、この
反面、特にファミリーバイクのご商売ではひ
とつの転換期として、これまで以上に積極的
な、キメの細かい販売努力が求められている
'79年でもあります。
新しい需要層を広く、深く掘り起こし、こ
れを確実ににお店のお客さまとするために、こ
れまで以上に「商品に触れる機会をふやし」

ながら「1人1人、確実にお客さまをふやす」
ような「地域に密着したご商売」の展開が必
要となっている時なのです。
こうした中で、2月から開始されるヤマハ
春の拡販キャンペーンは、これらのポイント
を完全にカバーしながら、春先きのご商売を
確実にもり上げていくもの。お店の商圏に合
わせた効果的なキャンペーンの展開で、みな
さまの街を「小さな小さなクルマ・マ」ヤマ
ハソフトバイクで埋めていただくというもの
です。

ソフトバイクの新しい仲間「かわいいキャ
ロット」の新発売を最高にもり上げて、春の
セールスキャンペーンのメインとなるのが「キ
ャロットパック」です。
「かわいいキャロット」のセールスポイン
トは、ミニサイクルなみの手軽さ、乗りやす
さにありますが、それだけにミニサイクルを
中心とした自転車使用の婦人層を対象に、バ
イクの手軽さ、さわやかさ、経済性を伝え、
「自転車からキャロットへ」のスムーズな乗
りかえを促進するのが、この「キャロットパ
ック」です。
婦人層の関心を高めスムーズな乗りかえを
促進するために、免許の取り方(ヤマハ原付
免許教室)、乗り方(試乗会や乗り方教室)、買
い方(自転車の下取り、ヤマハらくらくクレ
ジット)とすべてをパックして実売に結びつ
けるところに「キャロットパック」最大のメ
リットがあります。
そして、自転車とキャロットの変らぬ手軽
さ、乗りやすさと、はるかに異なるキャロッ
トの軽快性をアピールし、バイクのある暮し
の楽しさと広がりをもり広く伝えて来店を促



すことがキャンペーン成功のキメ手となりますが、このためにもタッグ、チラシ・キャロットニュース、ポスター、DMなど特に告知用ツールを豊富にご用意いたしました。

②より多くの人にバイクに接する機会を

「YSBSスプリングフェア」

さて「パッソル」の登場で幕を開けたソフトバイク時代も迎えて今年は3年目。暮しに役立つバイクとしてその普及がはげましく、あわせてバイクの市民権も急速に高まっているところですが、まだまだバイクの効用に気付かず、自分とバイクを結びつけられずにいる人びとがたくさん残されていることも事実です。

こうした人びとに対しては、当然これまで以上に数多くバイクに接触する機会を増やすことが第一。こうしたことから、人の集まる所に打って出る積極的な「商売」として続けられてきた展示試乗会「YSBFフェア」の完全な定着を旨として展開されるのが、この「YSBSスプリングフェア」です。

人びとの動きがにわかに活気づく春先こそ、展示試乗会の効果が一年中でも最高に発揮される時であることは、いうまでもありません。

また、これから対象となる人びとは、今まで以上にバイクに対する関心の薄い方や何ら

どうぞ、この「キャロットパック」を中心に「YSBSスプリングフェア」や「春の安全点検キャンペーン」の連動効果を最大限有効にご活用ください。

かの理由でバイク購入に踏み切れずにいる方が、中心となってきますので、従来と同様な方法では大きな成果は期待しにくい状況です。そこで、「YSBSスプリングフェア」では特に、新商品「かわいいいキャロット」をはじめとするソフトバイクの商品展示や即売会、免許教室の募集活動、動員客増加のためのイベントの開催に加えて、潜在需要の発掘に最も効果的な「試乗」を完全に組み込み、これまでに以上に「実売」に直結する内容で展開されるものです。

もちろん、実売効果を高める主役は販売店のみなさま。展示試乗会の成果は①当日よりもアフターフォローによって決まる。②試乗によって見込み客、免許教室希望者も数多く発見できる——ことは、これまでのデータで十分に証明されているところですが、どうぞこの点を完全に計画にもり込んで、お店で、あるいは合同で積極的な「YSBSスプリングフェア」の開催をおすすめてください。

③新商品への代替促進をめざして

ウィークエンドは点検の日

「春の安全点検キャンペーン」

さて、「キャロットパック」や「YSBSスプリングフェア」を一段と充実した内容とし、

春の拡販キャンペーンの成果を確実に高めるのが、「春の安全点検キャンペーン」です。

スポーツバイクのお客さまに
この春、話題のビッグキャンペーン

ヤマハUSAツアー Let's Ride in America

主にスポーツバイクのお客さまを対象とした、ビッグ春のキャンペーン「ヤマハUSAツアー」が2月1日からスタートします。

このキャンペーンは、ユーザーのみなさまにロサンゼルスを中心としたアメリカ見学をしていただき、その1日をアメリカならではの広大なモーターサイクルパーク「サドルバック」でバイクの走りを思う存分たのしんでいただく特別企画です。

期間中250cc以上のバイクを購入されてツアーにご参加のお客さまに、また販売店のみなさまにビッグなプレゼントをご用意いたしました。どうぞ春のスポーツバイク拡販の切り札として、お店でもこのキャンペーンを有効にご活用ください。



「サドルバック」はロサンゼルス郊外にありモトクロス、トレールラン、トライアル、ヒルクライムなど、オフロード走行のダイゴ味を満喫できるモーターサイクルパークです。

ツアー内容

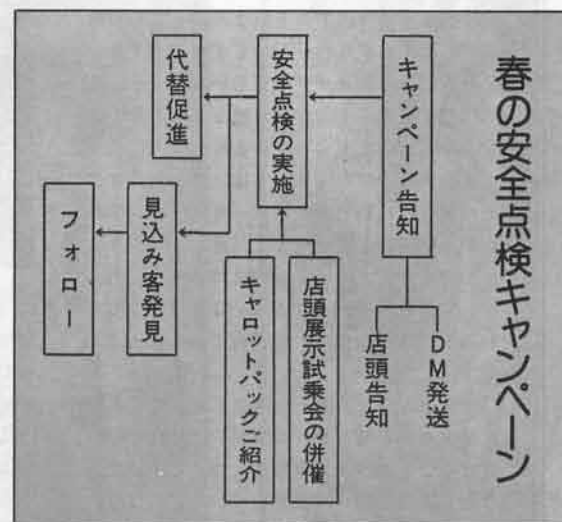
- アメリカ西海岸、ロサンゼルス滞在型、6泊8日
- このうち第2日目だけをヤマハが案内します

※その内容は

1. モーターサイクルパーク「サドルバック」でのフリー走行
(バイクは現地で用意してあります)
2. ロサンゼルス・ディーラー見学と市内観光

実施要項

- 費用：184,800円（食事・オプションツアーは含まず）
- 募集期間：2月1日～5月31日
- 実施時期：6～8月（1グループ約40名）
- 募集窓口：販売店さま
- ※費用支払にはヤマハらくらくクレジットをご利用いただけます。
- 主催：ヤマハSLクラブ ●企画・実施：ジャパン・グレーライン(株)
- 協賛：ヤマハ発動機(株)
- ※なお、詳細は「キャンペーンご案内」をご参照のうえ、担当のヤマハセールスマンにお問合わせください。



お客さまの安全を守り、信頼されるお店として地域社会に定着をはかるためにいまや点検サービスは、欠かすことのできない活動のひとつになっていきます。またご商売の面からも、スムーズな代替を促進し、また修理サービス利益を高めるためにも重要性を高めている点検サービスです。

すでに昨年の「春の安全点検サービス」や「秋の全国一斉点検デー」を通じて、「フライデーファクトリー」つまりウィークエンドに安全点検を、の呼びかけが展開されてきましたが、どうぞこのご経験を十分に活かし、さらに「キャロットバック」や「YSBスプリングフェア」との連動をはかって、ご商売に直結させた内容でご展開ください。

『自転車のクセよ、サヨウナラ!』

原付バイクの乗り方教室でとくに目につくのが、受講生が自転車を乗車していた時に身につけたクセの数々。たとえば、乗車姿勢であるとか、ブレーキングであるとか……。そこで、今回のこのコーナーでご紹介するのは、自転車乗車のクセを直す指導のポイントです。お店でも、自転車のクセが直らないお客さまを見かけられたら、ぜひこのワンポイントを指導するよう心掛けてください。

◆ハンドルはもちあげず

軽く手をそえるように

原付乗り方教室の指導で、まず戸惑うのがアクセルを開ける感覚を覚えてもらうことではないでしょうか。初めてバイクに触れる人にとっては全く初めての感触、それだけに適度な開け方をマスターするまでにはなかなか時間がかかるものです。

そこでこの指導のコツをテクニカルセンター磐田のベテラン指導員に聞いてみると、明かしてくれたのが以下の2つのポイントです。

「握るチカラの加減というのは、なかなか説明してもわからないものです。ですから私たちはまずグリップの正しい握り方を徹底的に教え込み、その中で自然とアクセルの感覚を身につけてもらっているんです。

そのグリップの握り方は、ひとつにアクセルを戻した時にすぐブレーキレバーに手がかかる位置をとらせること。そして、もうひとつのポイントはグリップに対する手の角度を、アクセルを開けすぎないようにできるだけ地面に水平なくらいの角度で握らせることです。

もちろん、センタースタンドを立てて実際にアクセルを開かせ、エンジンの回転を確かめさせることもポイントのひとつ。こうしたくり返しの中で徐々に感覚をつかんでいただいているんです」

◆ぬい針に糸を通すような

気持ちをもって

「とにかく今まで自転車に乗っていた人は足を踏み降す関係上、ハンドルは持ち上げ気味のクセがついていますでしょう。ですから私がまず注意している点は、肩の力を抜かせるなど身体全体の緊張感を解きほぐすことです。これは都内のある販売店の奥さまのお話。

ハンドルにしがみつけば当然姿勢も前かがみになる。前かがみになるということは前方の視野が狭くなるので危険この上ない。そこである時、奥さまが考えついたアドバイスが以下のお言葉です。

「いくら力を抜きなさいといっても、乗る



ことに夢中なのでわからないんです。そこで女性にとって最も身近な例で説明した方がいいと思い、力を抜くということを「ぬい針に糸を通すくらいの力かげんで」といったような表現をしているんです。

おかげさまでそれからというのは、女性のお客さまと私の呼吸もピッタリ。バイク乗車のみ込みも早く、私としてもますます指導することに対して面白さを感じてきています」

◆前ブレーキの

恐怖心を取り除くことも肝心

自転車に乗っていた人の前ブレーキへの印象を聞いてみると、必ずといっていいほど返ってくる答えが「前ブレーキはつんのめる」というお言葉。それだけにバイクでも使用するのは主に後ブレーキが多く、乗り方指導の際にはとくに注意したい項目のひとつです。

前述のテクニカルセンター磐田でも、ブレーキの正しい使い方については約30km/hのスピードで前輪ブレーキだけ、後輪ブレーキだけ、前・後輪ブレーキ同時の3種類の比較を

見せて説明していますが、とっさの時に役立つ運転テクニックでもあるだけに十分に時間をかけて説明することが肝心です。

◆左から乗って左へ降りる習慣を

バイクで道路を走行する場合は、自分の右側をクルマが走るということは当たり前。ですから、いってみればある例外を除いてはバイクの右側が危険地帯で、バイクの左側が安全地帯ということもできます。

とはいえ、自転車の乗り手はというと最近では歩道上も走行が可能となっているため、右側が危険という意識は薄れているのが事実。それだけに、いざバイクに乗り替えた時でも右側へ足をついたり、右側で降りたりという習慣がそのまま表われる場合も少なくありません。

そこで注意したいのが「左から乗って左へ降りる」という大原則。ある指導員は、その説明を「左側に倒れた場合は白いクルマで済むが、右側に倒れた場合は大変……」といった表現を使っていましたが、くれぐれもこんなことのないよう徹底指導を行なってください。



増える、広がるバイクユーザー

積極的なアプローチで「客層」を広げよう

「やさしい乗りもの」
パッソル&パッソラ
に、男性ユーザーが急
増している——例えば
こんな傾向にお気づき
になりませんか？

バイクの市民権確立
につれて、これまで以
上にお客さまの層も広
がっていること、人び
とが個性的な暮しを求
め、好みもきわめて多
様化していることを反
映して、バイクの需要
形態も多様化の傾向を
示しているのです。

今月は、こうした傾
向を的確にとらえ、積
極的なアプローチでよ
り幅広い層のお客さま
を確実に増やしている
西と東の販売店さまに
スポットを当ててみま
した。



◀「若い男性とパッソル」の取りあわせのユニークさが人気のひとつ。愛車にも若者らしい個性の主張が

▶50ccヤング需要の3人に1人はパッソル、という「ホリデーバイク」として工業高校のパッソルユーザーのみなさん（立っている左側が富山さんと右・須田さん）

男性ユーザーにも 着実に浸透する パッソル&パッソーラ

お客さまの多様化傾向の、最も顕著な例はヤングミセスを主体に急速に普及してきたソフトバイク、特にパッソルのユーザーとして最近男性が急増していることです。

全国的にみられるこの傾向は、ソフトバイク1年目の52年、ユーザーの男女比率が32対68であったのが、53年には45対55とほぼ半々にまで近づきつつあるほどで、特に都市部では高校生など若い男性を中心にパッソルが人気を集め、婦人層と並ぶお客さまの2本柱となって拡大しているほどです。

東京、横浜といった大都市に直結する神奈川県湘南地区でもこの傾向が顕著。平塚市の「ホリデーバイク」さんは、ビッグバイク中心のスポーツ店ですが、最近ではスポーツバイクのお客さまとともに「パッソル」の新しい若い男性客でにぎわっています。

同店を富山唯志さんと共同経営する須田正俊さんは、若い男性の「パッソル人気」をつぎのように分析されています。

「うちの店の場合、特にパッソルは婦人層と同様、いやそれ以上に男性客の方が多く、しかも中心となっているのは地元の高校生で最近では50ccの若い男性客の3人に1人がパッソルを指名するほどです。

この原因は、「やさしさ」とはまた別のパッソルの商品性の高さでしょう。つまり若い感覚にマッチしたしやれたデザイン、ステップスルーのユニークさ、そして意外に思われるかも知れませんが高性能ということがウケているのです。

同じ高校生ユーザーでも、「パッソル」の若者たちには共通点があるように感じられます。彼らはバイクに対してどちらかというとク

ルな客層なんです。大人っぽい、というか婦人層に近い形でバイクを活用している。使いたい方々を例え友人の家を訪ねる、買い物をする、ちょっと離れた所をグルーブ探訪するといった具合で、手軽な交通手段、移動手段としてバイクを生活にとり入れているという感じ。しかも、その中にも若者らしいユニークさ、個性を主張したいという人たちがいます。

ソフトバイク時代 もうひとつの主役 チャピイにも根強い人気

お客さまの多様化のもうひとつの傾向は、商圏の特性をふまえたアプローチによって中心となる商品も、異なること。例えば、パッソル&パッソーラの拡大とあわせて「チャピイ」がますます幅広い需要を生み出していることです。

生駒山連峰を境に奈良県と接する大阪府大東市の「吉祥自動車（松本吉造社長）さんでも、商圏が起伏の多いこともあり山の手のお客さまを中心にチャピイの販売比率が急速に高まっています。

また、この傾向とあわせて同店ではバイクのスポーツ性に惹かれてユーザーとなる若い女性層を、このチャピイで確実にとらえ、客層の拡大をはかっていることも特徴です。

「発端は、友人の妹さん、高校生ですがバイクでツーリングをしたい、と話しているので『それではチャピイで』と、店に来てもらい免許教室から始めたのです。



→ 「吉祥自動車」さんのチャビィ拡販のポイントは、活発な紹介セール

↓ 女子高生グループを中心に着実にチャビィ拡販を推進する「吉祥自動車」さん



A passol

原付免許教室



ところが、その女子高生が乗り始めたら友達に、「私も、私も」と次々と増えたというわけ。こうして、いまやチャビィはパッソル&パッソラと並ぶ主力商品となっています。もちろん、それなりの販売努力もあります。が、チャビィの場合は若い女性が多いこともあって、女性グループへのアプローチですね。オピニオンリーダーを育成し、積極的な紹介

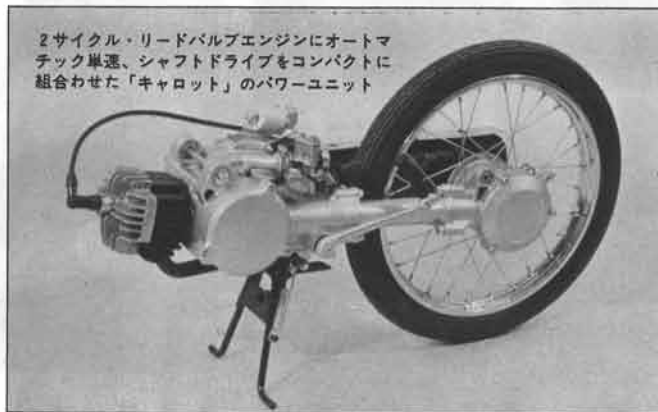
販売を推進しています。紹介お礼のノベルティも用意して成果を上げていくわけです」奇しくも今回お訪ねした2店さんは、共通して口コミ、紹介セールを上げられています。が、ますます数を増しながら、しかも層を広げていく新しいお客さま。今年はこうした人びとへのキメ細かい対応が特に求められているのです。

ソフトバイクの新しい仲間「かわいいキャロット」にはパッソル&パッソーラの“やさしさ”を受けつぎながら、さらに新しいヤマハ独自の技術が数多く採用されています。新開発のリードバルブエンジン、信頼性の高いシャフトドライブなど、そんな新しいソフトバイクの技術特徴をご紹介します。



小さな小さな街のフル・マ

かわいいキャロット技術紹介



2サイクル・リードバルブエンジンにオートマチック車速、シャフトドライブをコンパクトに組合わせた「キャロット」のパワーユニット

実証済みの CDI (コンデンサー・ディスチャージ・イグニッション) を採用しています。

この CDI 点火方式は、ユニット内部のコンデンサーにたつぷりと電気を蓄えておき、点火信号の電流ですばやく放電させるために、点火性能にすぐれ、プラグのくすぶりなどに対しても強力で、そのまま始動性を格段に高

めているわけです。

また、機械式の接点が無いところから、点火時期調整の必要もなくメンテナンスフリーで、信頼性も高いものです。

信頼性を高めるシャフトドライブ

さて、注目の「シャフトドライブ」。エンジンの動力は、約2700回転になると遠心力でクラッチシューが広がり、クラッチハウジングに圧着されて、メインアックスルに伝えられ、ピニオンドライブギヤを介してドライブシャフト→ピニオンドライブギヤ→リングギヤ→後輪へと、ロスなく確実に伝えられるわけです。

ヤマハのシャフトドライブといえば、まっ先に思い浮かぶのが「XS750 スペシャル」「GX750」のユニークな横置きエンジンとシャフトドライブの組み合わせですが、この「キャロット」のシャフトドライブも基本的に同じ構成の駆動方式をとっています。

粘りづよいリードバルブエンジンの出力を確実に後輪に伝え、軽快な走行フィーリングを生み出しながら、しかもメンテナンスの必要のない信頼性の高い“やさしい”機構です。

充実した“使い勝手”

ソフトバイクの“易しさ”の中でも、運転操作のやさしさ、軽い車重と695mmという低いシートを取りまわりのよさ、に加えて特に「キャロット」の特徴ともいえるのは、パッ

ソル以来のソフトバイクの大きな実績のもとに追求されてきた“使い勝手”のよさです。

例えば、メーターパネルに組み込まれたスピードメーターとオイル警告灯、メインスイッチ。切り、入り、ライトマークの3ポジションのメインスイッチはキー差込み部にシヤッターを付けた防水式のもの。また、オイル警告灯は、メインスイッチを「入り」にした時オートループオイルの残量が少ない場合、また走行中にオイル残量が少なくなった場合に警告灯が点灯してオイルの補給時を知らせるものです。

また、スイッチ類はレバーホルダー左側にまとめて組込み、スイッチ操作を左手だけで行なうものとして安全性を高め、フラッシュャーランプの消し忘れ防止のためにオーディオパイロットを標準装備としているほか、2.3ℓ入りの燃料タンクにも見やすく便利な燃料計を設けています。

さらに、標準装備のフロントバスケットに荷物を入れても支障のないバスケット下の角型ヘッドランプなどの細かな配慮もソフトバイクの“やさしさ”を高めるものといえるでしょう。

お客様にお渡しする前に

こうしたかざりかざりの特徴を持つ「キャロット」、お客様に納車の際には、①バッテリーの取付②ガソリンとオイルの補給、③バックミラーの取付④タイヤ空気圧の調整⑤前後ブレーキの効き具合の確認⑥信号照明装置の作動確認——といった納車点検を完全に実施し、さらに①保証内容と定期点検のご案内②正しいエンジンのかけ方③仕業点検などのご説明を安全運転やヘルメット着用のおすすめと合わせて確実にこなしてください。

〔キャロットの主な仕様諸元〕●全長1545mm●全巾600mm●全高965mm●ホイールベース1050mm●シート高695mm●乾燥重量42kg●最高出力2.3PS/5500rpm●最大トルク0.37kg-m/3500rpm●始動方式・キック●点火方式・CDI●変速機・オートマチック車速●燃料タンク容量2.3ℓ●オイルタンク容量0.8ℓ●タイヤサイズ2.00-14-4PR●バッテリー容量6V2AH●ヘッドライト6V17W●積載能力3kg(前)5kg(後)

基本は同じふたつの“やさしさ”

お店のみならず、すでにさまざまな機会を通じてご紹介していますが「キャロット」の特徴をひと言でいえば「ミニサイクルなみの手軽さ、乗りやすさ」。ミニサイクルの婦人層を中心に、バイクは全く初めて、という新しい女性のお客さまを特に対象として開発されたものです。

スタイリングもやわらかな曲線を基調にしてミニサイクルのイメージを持たせ、乗り降りの簡単なU字形フレームを採用。さらに車重も42kgと軽く「使い勝手」の非常にすぐれたものとなっていますが、ここにもパッソル&パッソーラで新しいお客さまを開拓する決め手となった“ふたつのやさしさ”が、そのままに継承されていることはいうまでもありません。

新設計リードバルブエンジンとCDI点火

“優しさ”と“易しさ”ソフトバイクのふたつのやさしさのうち特に「キャロット」の“易しさ”に限ってみると、まず第1にあげられるのは、新開発の空冷2サイクル・エンジンとオートマチック機構にシャフトドライブを組み合わせた、話題のパワーユニットです。

ほぼ水平に近いエンジンはリードバルブ吸気方式で特に音も静かで、粘り強い特性を持つものですが、点火装置にもパッソル&パッソーラやニューヤマハメイトでその高性能を

街は小さな小さなクルマがいい。

YAMAHAソフトバイク

—この新しいスローガンは、パッソル&パッソーラに新しい仲間「かわいいキャロット」を加えて、ますます充実するヤマハソフトバイクによって、バイクのある暮らしのすばらしい広がりをさらに多くの人びとに実現していただくことを願う、'79年ヤ

マハの提唱です。これまでも増して、みなさまの街を、小さな小さなクルマ＝ヤマハソフトバイクでにぎわせるために、ここにご紹介するマス広告活動や販売促進用ルーツをどうぞ有効にお役立てください。



街は小さな小さなクルマがいい。

YAMAHAソフトバイク
かわいい **キャロット** 新発売!

新しいお客さまをつくる ソフトバイク・テレビCM



「かわいいキャラクタ」をはじめとする新しいソフトバイクのキャラクターに、個性派女優として幅広い人気を持つ桃井かおりさんが登場。フレッシュなイメージで個性あふれる新商品をPRします。

街は小さな小さなクル・マガいい。YAMAHAソフトバイク

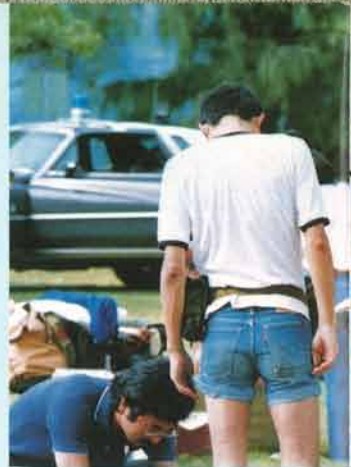
「街は小さな小さなクル・マガいい。YAMAHAソフトバイク」のキャンペーン・スローガンのもとに展開される多彩な広告活動はパッソルの八千草薫さん、パッソラーの水沢アキさんに、新しいソフトバイクのキャラクターとして桃井かおりさんを加え、また一段と話題性も豊かにくりひろげられます。

テレビ、新聞、雑誌などを通じてバイクの効用性をより広く訴求しながら、新しいソフトバイクの商品知識と知名度を高め、ひいては“やさしい乗りもの”ヤ

マハソフトバイクの独自性、優位性を、みなさまの商圏にしっかりと定着させるものです。

ここにご紹介するテレビCMは「おはよう7:00(セブン・オーオー) (JNN系全国26局ネット)」「クイズグランプリ」(CX系)の2本の提供番組を中心に、集中スポットを多数折り込んで展開されます。

新しいお客さまをお店や展示会場などへ導く原動力ともなるこれらテレビCMの連動効果をお店の販促活動にフルにご活用ください。



水沢アキさんもパッソラーのキャラクターとして今年も登場。市場に根づいたソフトバイクの“やさしさ”をさらに拡大します。



パッソルとパッソルDのキャラクターはおなじみの八千草薫さん。ソフトバイクの“やさしさ”と安全運転を呼びかけます。





明るく、さわやかなお店づくりに ソフトバイク 販売促進用ツール

多彩なマス広告活動によってつくり出された潜在需要層を確実にお店のお客さまとするために、これまで以上にキメの細かい積極的な販売促進活動が求められている'79年です。

これらの販売促進ツールをフルに活用して、新しいお客さまを迎える明るく、入りやすいお店づくりをおすすめください。



●連続旗

BIKE キャロット(新発売)



ソフトバイク新発売告知ポスター



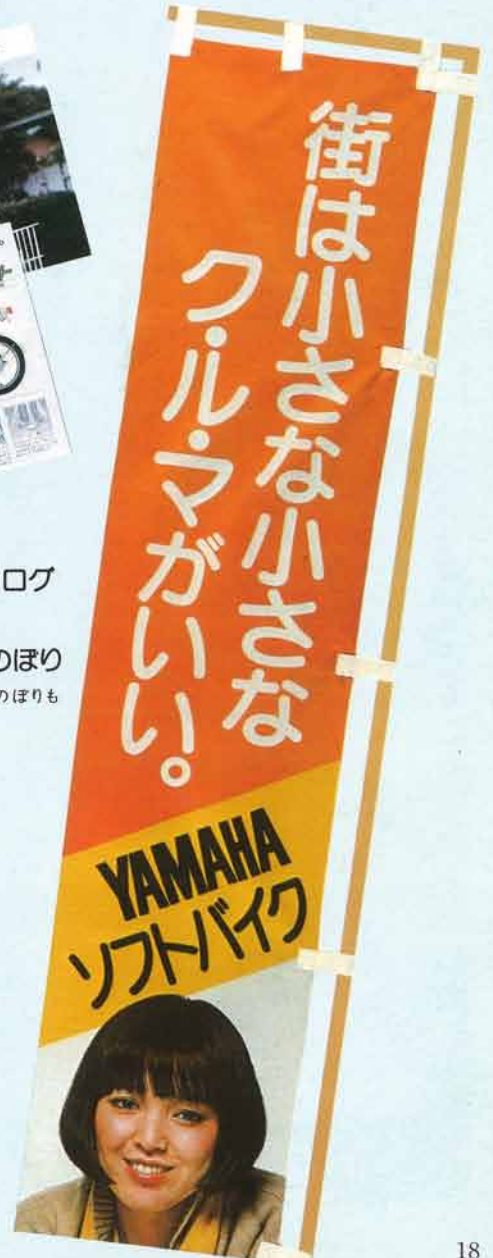
●キャロット2つ折りカタログ

→ ●ソフトバイク・のほり

「キャロット」の、のほりも用意しました。



●ソフトバイク・チラシ



街は小さな小さなクルマがしい。YAMAHAソフトバイク



街は小さな小さなクルマがしい。

YAMAHAソフトバイク
パッソラ
¥69,800
パッソラ
¥77,000



街は小さな小さなクルマがしい。

YAMAHAソフトバイク
パッソラ
¥89,800



街は小さな小さなクルマがしい。

YAMAHAソフトバイク
キャロット
新発売
¥67,000



かわいい

キャロット



街は小さな小さなクルマがしい。



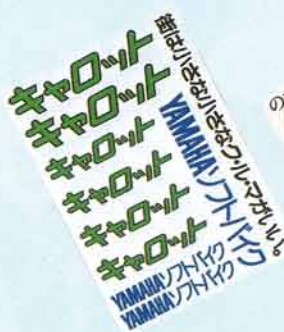
街は小さな小さなクルマがしい。

●ソフトバイク・プライスカード



YAMAHAソフトバイク
かわいい**キャロット**新発売!

●店頭垂れ幕



●ソフトバイク・ステッカー

かわいい
キャロット
新発売



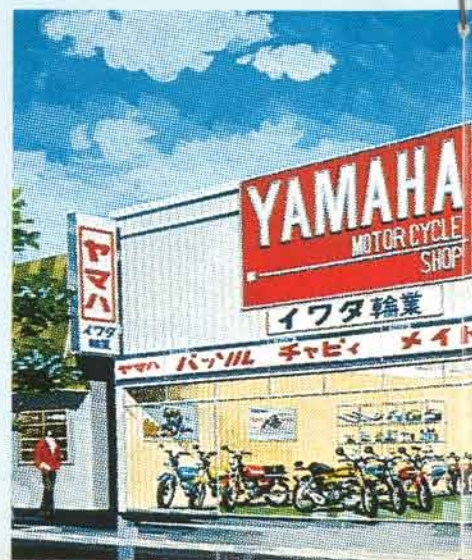
●キャロット



街は小さな小さなクルマがしい。

YAMAHA
ソフトバイク

●キャロット・シーリングPOP



グラフィックで新発売!



GR50



NEW GR50/GR80

〈2月10日より新発売〉

●カラー：ニューシルバーダスト/ブラックゴールド

レスポンスのよいトルクインダクション・エンジンと5速ミッションによる小気味よい走りが人気を集める『ヤマハミニGR50/GR80』が、カラーリング、グラフィックを一新して2月10日から新発売となります。

『GR50/GR80』ともに、ご覧のようにイメージも鮮やかなシルバーとブラックの2カラー。同時にメーター照明を見やすいオレンジ色とし、テールランプもDC点灯方式に変更して、一段と商品性を高めたものとなっています。



GR80



NEW RC100S

『KT100S』エンジンは、コンロッド形状の変更で耐久性を高め、TCIユニットを変更して押しがけの始動性を向上させたもので、クラッチは『RC100J』同様、新たにオイルクラッチを採用しています。

フレーム関係では、ロードグリップにすぐれた新開発のSLタイヤを装着。これに関連して各部の強度アップを計り、操縦性、安定性さらに整備性を向上させているのが特徴です。



NEW RC100A

『RC100A』は、最も高度なAクラスを対象としたモデルですが、それだけに'79年モデルでは『KT100A』エンジンをシリンダ、コンロッド、クランクなどの各部品を強化して性能向上を図り、チューニング性能を高めました。なお、キャブレターもウォルブロー製のものを新採用しています。

またフレーム関係では、リヤハブをスタッドボルト式に、リヤバンパーの取付けステーをダンパー付に形状変更して耐久性を高めています。

ニューカラー、ニューグ

NEW RD90



●カラー：キヤニオンレッド／クリスタルシルバー

粘りづよい7ポート・トルクインダクションエンジン、大柄なダブルクレードル・フレームと長いホイールベース、そして強力なオイルディスク・ブレーキ……125cc級なみの高度な総合性能で定評の『RD90』も新しいカラー、新しいグラフィックで新発売です。単気筒・89cc・10馬力エンジン、リターン式5段変速など、仕様諸元上の変更はありません。



NEW TY50



●カラー：コンペティションライトグリーン
チャビィレッド

「RD50」「MR50」とともにヤングに人気の“ヤマハ50スポーツトリオ”の一員として安定した需要層を持つ『トライアルTY50』も、イメージを一新して新登場です。

49cc・4馬力の粘り強いエンジン、軽く、スリムな車体、25ワットの大型ヘッドランプなど基本構成に変更はありませんが「GR50/80」同様、オレンジ色のメーター照明、DC点灯方式のテールランプを採用して『TY50』の身上でもあるオールラウンドなスポーツレジャーバイクとしての個性をまた一段ときわだたせています。



新発売！

'79 YAMAHA RED ARROW

新しいスポーツレジャーとして大きな注目を集めるカートスポーツは、'79年飛躍的な普及拡大が期待されていますが、この強力な推進役をつとめる『ヤマハレッドアロー・RCシリーズ』の'79年モデルが、そろって新発売です。



入門マシン『RC100J』、中級者向け『RC100S』そして頂点モデル『RC100A』と国内レースの全クラスをカバーするラインアップは、いずれもエンジン性能、耐久性、操縦安定性など総合的な戦闘力を一段と高めたものです。

NEW RC100J



『RC100J』最大のポイントは、新設計のカート専用エンジン『KT100J』の採用です。吸・排気効率にすぐれた後方排気、しかも放熱効果を高め、耐久性を向上させながらカートの大きな魅力でもあるチューニングの許容度を広げています。またオイルクラッチを採用してクラッチ性能を高め、しかもドライバーの走りや、チューニングのレバルに応じたセッティングを可能としたものです。





いまだんなことが話題になっているのでしょうか。これからどんなものが流行るのでしょうか。ヤングからミセスまでの話題と流行の情報コーナー「話のバドック」です——

● ハンググライダー、そう！大きなカイトを背に大空を滑空する新しいスポーツのことですが、2年後の'81年にはこのハンググライダーの世界選手権大会が、湯の町別府(大分県)で開かれます。

ハンググライダーが別府市の恒例行事ともなっているのは知る人ぞ知る、ところで例年行なわれている「奥別府サマーフェスティバル」のメインイベントとしてマニアにはすっかりおなじみとなっています。

というのも、別府市のまうしろにそびえる鶴見山(1375m)が、風向きといい、着陸地といいハングには格好の条件を備え“ハングの日本3名山”といわれるほどだからですが、市を挙げてのハング熱が、ついに世界選手権大会誘致にまで発展してしまったというわけ。「湯泉地獄と高崎山のおサルだけの湯の町をこの機会に国際的にPRして……」と市当局も積極的ですが、もっか愛好者2000人、ウデ前の程は中の上といわれる日本のハンググライダーも、3年に1度の世界選手権大会を迎えて一気に飛翔を！と大きな期待を寄せています。



● ベビー用品や旅行用品などのように、せっかくなままとったお金をはたいて購入しても、使う期間がわずか、その上不要になると収納に困ってしまっ、一変やっかい物に。

また、あれば重宝なことは判っていても使用頻度が極めて少なく、逆に手入れがめんどろくさい——こういう生活道具というのは、意外に多いものですね。

そこで誰しも考えるのは、必要なモノを、必要な時だけ借りて使えたら、ということでしょう。こんな発想から、日本でも初めてというレンタルの百貨店が兵庫県宝塚市に出現して、いまちょっとした話題となっています。話題の主は「レントオール宝塚ストア」(宝塚市小林3-8-15)で、レンタル商品も松葉杖から旅行カバン、はてはカラオケ・セットまで500品目、3000点というまさに“デパート”。

高額商品などの場合、実際に買う前に借りて使ってみよう、というお客さんも多く、目下のところ健康美容器、ベビー用品が奥さま方に、また男性には旅行カバン、8ミリ映写機、日曜大工セットなどが人気だとか。

身分を証明する物があり、本人が来店すれば保証金は一切不要。レンタル料金も、商品に応じて1日、3日、1週間、1ヵ月……と設定されていますが、さてこの新商法、これからどんな発展を見せることが、興味深いところですよ。

● ミセスの7割が日頃ストレスを感じ、昔ながらの井戸端会議と衝動買いが、今もってこのストレス解消の最も有効な手段となっている——という興味深い調査報告があります。



某合織メーカーが昨年末に首都圏と京阪神圏の主婦800人を対象に行なったもので、これによると10.8%の人がストレスをよく感じ、59.6%の主婦がときどき感じる、つまり70%のミセスが程度の差こそあれ、ストレスを感じているというわけです。

子供のしつけをトップに、教育問題、家計のやりくり、物価高、育児、家が狭い、近所付き合い、家族関係……というのが、このストレスの原因のトップ8。

さて、ストレスの解消法となると、友人や知人とおしゃべり、と答える人が最も多くついてショッピング。やはり現代のミセスにとっても井戸端会議と衝動買いは、ストレス解消に必要な不可欠のモノのようです。このベスト2に次ぐ解消法は、趣味、外出、睡眠、音楽、夫との対話、読書、スポーツ、おしゃべり……といった健康的なものが続いて、世の亭主族もひと安心といったカンジですが、どっこい「お酒、パチンコ、麻雀、ギャンブル」を挙げるミセスも少数ながらいるのですぞ。

しかし、生活の足としてバイクを使うことが、暮しを便利にするばかりでなく、どんなにストレス解消に役立つか、まだまだ大いにアピールする必要があるような話ではありませんか!?

ソフトバイクレディはいま…

八千草薫さん、水沢アキさんに桃井かおりさんも加えて、またまた話題のソフトバイク。キャラクターのみなさんの近況は——



八千草薫さん

「テレビ1本に絞ってじっくりとお仕事を、というのが今年の子定。2月にはNHKテレビ「魅惑のファンタジー」(夜11時から)で歌手アダモと、音楽とおしゃべりの楽しいひと時をお届けする予定です」



水沢アキさん

「1月末からTBS系水曜劇場のお仕事に追われています。今年は息抜きをかねて、6月頃から3ヵ月ぐらい語学の勉強にアメリカへ……などと、楽しいプランも描いているのです」



桃井かおりさん

「昨年末のハワイロケ以来、かわいいキャロットにもすっかり慣れた昨今です。新しいソフトバイクのCMいかがですか? CMはもちろん、新しいテレビ番組「悪の紋章」もお楽しみください」

▶ <バイクで走る世界の道、日本の道> 北海道の東部、摩周湖と屈斜路湖の間につづく針葉樹林の雪化粧。さらびやかな霧氷の並木が静かに訪れる人を迎える川湯温泉への道。



商売繁盛

これからの販売店経営——②

計画販売を可能にする管理のしかた 市場管理と内部管理で計画販売を実行しましょう

確実に販売台数を伸ばし、収益をアップする——これからのご商売の発展に欠かすことのできないお店の経営実務。今回は、計画販売を実行する基礎となる商圈管理と計数管理をとりあげました。

「敵を知り、己を知らば
百戦危うからず」

前号では販売目標の必要性と設定のしかたについて述べましたが、では「目標」というゴールが決まったら、具体的にどのように実現していくかを考えてみましょう。「販売なくして事業なし」とよくいわれますが、お店の経営を継続的に安定させるためには、「計画販売」による着実な利益の増加が不可欠なことはいまでもありません。

「計画販売」を実現していくためには、どのような考え方と管理が必要なのでしょう。現在はお店をとりまく環境の変化が激しく、目標設定の前提が簡単に崩れてしまったり、お店の目標そのものが極めて流動的になっているのが特徴です。

そこで、まず「計画販売」を考える場合に必要なのは、変動する市場外部の環境管理とお店内部の販売戦力管理の両面から考えなければなりません。「敵を知り、己を知らば百戦危うからず」といいますが、外部に対して

市場、顧客志向のマーケティングが基本

計画販売の具体的な方法と手段の前に、これからのマーケティングの展開について簡単にふれてみましょう。

「マーケティング」をわかりやすくいえば「いつ、だれに、何を、どこで、どのように」商品あるいはサービスを売るか? という5つの適性を考えて行動する市場志向の経営活動です。そして、この根底にあるのは表1のように4つのPで構成されています。

「いくら折り込みチラシを撒いても反応がない」「いままで、いつも店に来ていたユーザーが急に来なくなった」「購入条件だけを聞いて帰ってしまうお客が増えた」お店でも、

は商圈内の車種別需要推移や競合店の動向を常に意識して、市場への働きかけ対象を正しく把握し、活動のしかたを誤らないことです。一方、内部に対しては自店の持つ、ヒト、モノ、カネの3つの面から計数によって総合戦力を判断し、何を武器として商戦に立向うかを決めることです。

このように、「計画販売」を実現させる第一歩は、市場志向で、お店の目標と戦略を一致させることこそが重要になるのです。

市場、顧客志向のマーケティングが基本

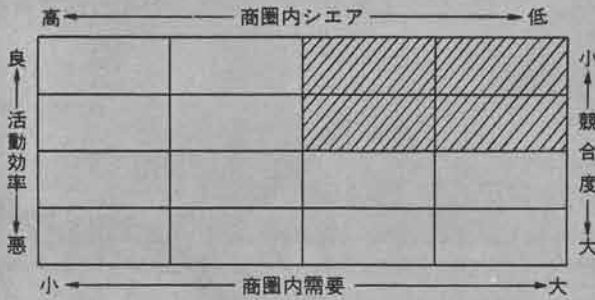
こんな現象に思い当るようなら、今一度基本にかえって、立地条件、販売政策、販促活動、商品構成、宣伝活動、サービス体制……といった4Pで考えてみましょう。このように計画販売を実現するための基本条件は、ユーザー志向、市場志向のマーケティングの忠実な実行が第1の前提となるのです。

中国に「守破離」という言葉がありますが、まず基本を守り、次に基本から脱皮し、最後に自分のモノをつくり上げる、というこの姿勢こそが大切なのです。プロ野球、碁、将棋といった厳しい勝負の世界にも共通していることです。

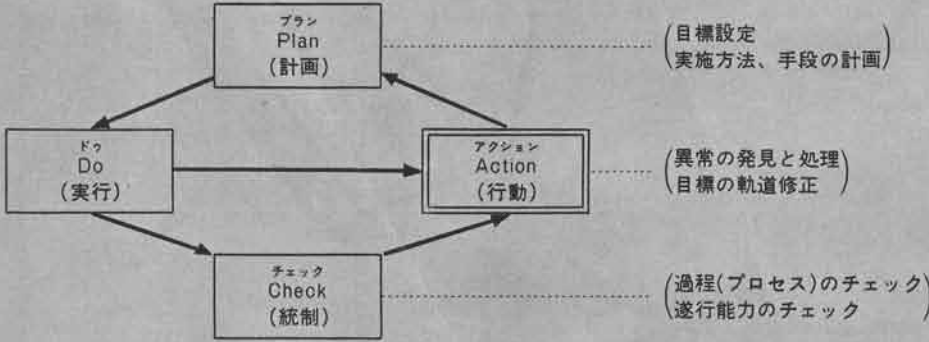


〈表2〉
重点地域の選定基準

●斜線部が重点地域

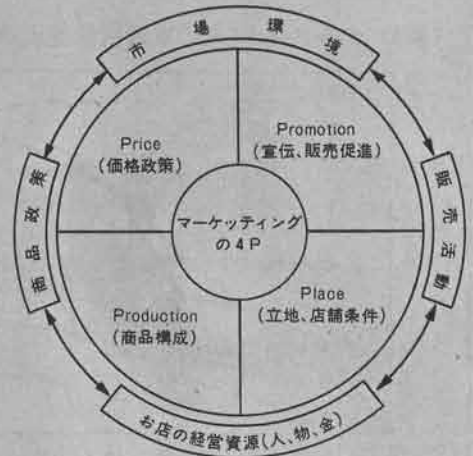


〈表3〉 管理のサークル

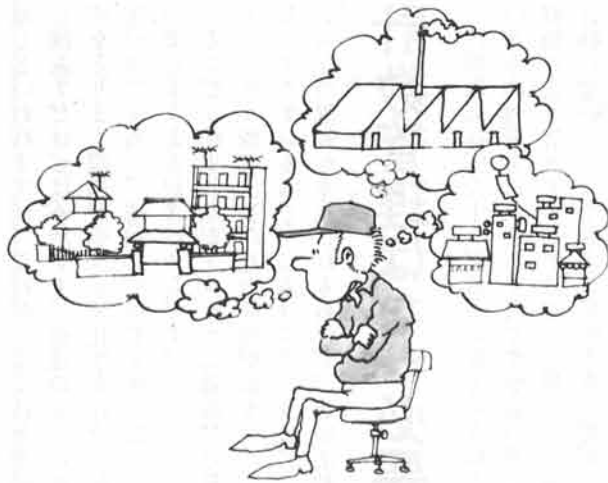


●アクション(行動)の重要性が特に高まっている。

〈表1〉 マーケティングの4P



- お店でもちょっとふり返ってみませんか——
- ① これらの諸要素が十分に機能していますか？
 - ② これらの関係は健全ですか？
 - ③ 活動のバランスはとれていますか？
 - ④ 機会損失になっていませんか？
 - ⑤ お店の特色を強味として生かしていますか？



このように計画販売に欠かせないのは、単に「売り方のテクニックがすぐれている」とか「顧客への接し方がうまい」というだけでなく大局的に市場を見て、客層、需要の動向をキヤッチし、積極的に需要を創りだすマーケティング

ますます重要になるセグメント細分化管理

セグメント
ますます重要になるセグメント細分化管理

つぎに計画販売に必要なことはセグメント管理を行なうことです。販売とは具体的に目ととらえることのできない市場を対象にした活動ですから、商圏をまず細分化(細かく分けて考える)管理のポイントになるのです。

お店の商圏をいくつかのブロックに分けて1つか2つの地区を重点志向していくことです。〈表2〉のように、現在の市場占拠率、需要の大きさ、他店との競合度、販売活動効率などから重点となる地域を決めるわけです。

このように、総花的に商圏内の全地域で同じように高水準の販売をしようとしても、当然お店の力には限界がありますし、販売活動からいっても決して効率的ではありません。市

ティンクが必要なわけです。免許教室や安全運転指導、点検サービスや展示試乗会……といった顧客への働きかけの成果や、この計画的な実行頻度によって格差が生まれることは、みなさまご存知のとおりです。

足と頭を駆使した管理

このような市場の外部環境に対応して、計画販売を具体化するには、お店の活動パターンとして、次のようなサイクルで回転することが望ましいといえます。

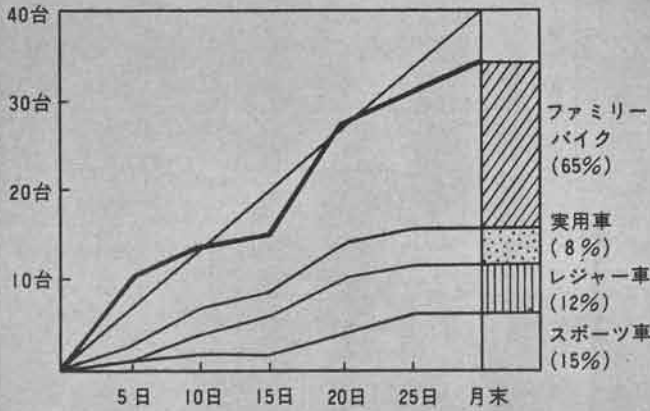
- ① 足を使って、いつも市場(商圏)の実態をつかみ、目標とのギャップを修正する。
- ② 頭を使って、ヤマハセールスマンなどと共同で市場攻略、販売促進の作戦を練る。
- ③ 足と頭を使って、積極的な販売活動を展開し、その過程をチェックする。

お店の内部管理のあり方

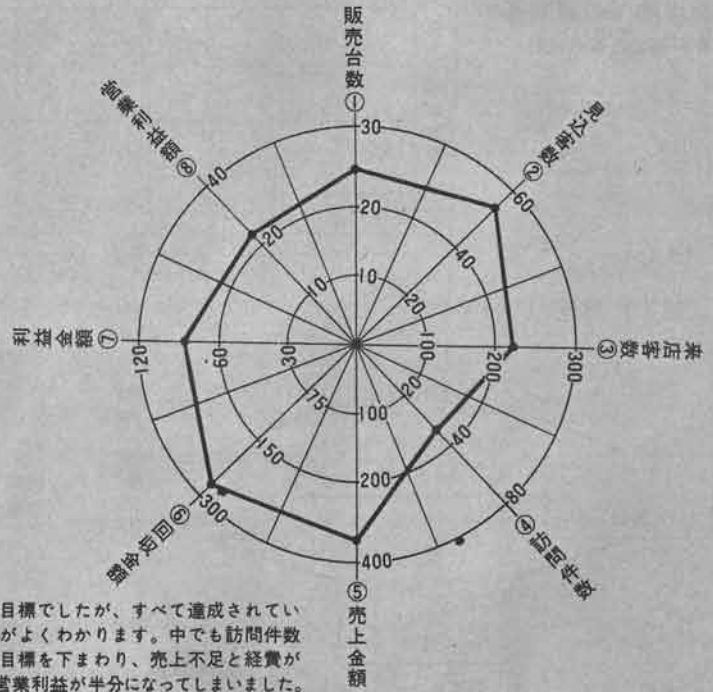
つぎに、もう少し詳しくお店の内部管理の面から、計画販売を実現するための管理のし方を考えてみましょう。

一般に管理のサークルは、プラン(計画)——ドゥ(実行)——チェック(統制)の繰

〈表5〉あるお店の1月の車種別販売台数推移表



●販売台数を車種別に、5日毎にまとめたものがこの表です。販売台数だけでなく売上金額、回収金額、粗利益なども同じようにこのグラフに移して管理します。



●外円周が目標でしたが、すべて達成されていないことがよくわかります。中でも訪問件数が大幅に目標を下まわり、売上不足と経費がかさんで営業利益が半分になってしまいました。



計数管理はなぜ必要か!?

返しといわれますが、これからはこれを単純に繰返すだけでは不足です。前述のようにお店をとりまく環境が刻々と変化する昨今、結果が出て反省し、統制してみても後の祭になってしまふことが多いからです。そこで、結果に至るプロセス(過程)の管理つまり販売活動の進捗管理が最も大切になってきているのです。表3のようにアクションの過程が重視されるわけで、販売活動

計画販売は、売上、利益、回収という販売の3つの機能を達成する手段ですから、単に経験や勘で管理するのではなく、数字で、毎日動いている経営を確実に把握する必要があります。見込客のABC別推移、来店客数、在庫金額、販売量の明細、売掛金の残高などを計数でつかみ、これを基にして計画、実行、統制、修正行動していく管理が大切です。

の過程でいかに異常を発見し、そして解決、処理して軌道を修正していくかが販売競争力の分かれ目になるのです。1人1人確実にお客さまを増やすことが特に望まれている79年、これをしっかりと実現するためには、冷静な洞察力によって動的に対応し、いま何が問題で、どう行動しなければならぬのか、社長さまご自身が率先垂範して事に当ることです。

計数による経営管理の具体的な方法については、次回で詳しくご説明する予定ですが、表4がこの営業実績管理のレーダーチャートです。ひと月の販売努力の結果をレーダーに移してみると、より具体的に思い違いや勘違いを反省でき、計画に対する経過のチェックが可能になります。

このような数字は単に羅列するだけでなく表5のようなグラフを使うことにより差や比率がよく分り、比較しやすくなりますしお店の経営活動相互の関連性も一層わかりやすくなります。昔から「商人はソロバン」といいますが、このように数字で管理をしないと間違いや失敗に気づくのが遅くなってしまうし、結局はせつかく立てた計画が「目標倒れ」になりかねません。

その意味で、計画販売の最大原則は計数によってヒト、モノ、カネを総合的にコントロールしていくことです。今、お店にとって最も重要なことに対して、ヒト、モノ、カネを計算し、計数的かつ重点的に投入して、しかもその過程を数字でチェックしながら効果を客観的に評価していくマネージメントが望まれるわけです。(つづく)

YAMAHA

思い出の名車シリーズ⑭

ヤマハスポーツ125 AS1D

〈1967年（昭和42年）10月発売〉

ヤマハの第1号車〈赤トンボ・Y A 1〉は、'55年の登場以来現在のY B 125まで、20年以上にわたる名車の系譜をつづり続け、今日ではヤマハ最大のビジネス車として安定した需要を保っているが、このY A シリーズの最長命モデルY A 6が、ビジネスに、スポーツに、その万能性をフルに発揮して活躍していた'67年、このクラスのスーパースポーツ・モデルとして登場したのが、この「AS1D」である。

鋼管ダイヤモンド型フレームを中心に構成されたスリムなスタイルは角型燃料タンク、円筒形の2本のエキリアナーも印象的に、「AS1D」の高いスポーツ性をいかに物語っていた。

しかし、この斬新なデザインにも増して注目を集めたのは新開発の2サイクル・ツインエンジンであった。オーソドックスなピストンバルブ吸気方式ながら、補助掃気ポート2カ所を持つ全く新しい〈5ポート式〉のもので、8000毎分回転で15馬力、じつに1ℓ当り120.4馬力にも相当する高出力を誇っていたものである。もちろん、この〈5ポート方式〉が、その後さらに研究開発を重ね、今日のトルクインダクション〈7ポート・ピストンリードバルブ〉というヤマハ独自のシステムに至っているが、この意味でも記念すべき「AS1D」といえるだろう。

この時は同時にクロームメッキ・タンクで、パワーも2馬力ダウンした「AS1カスタム」も発売された。

この「AS1D」はその後、AS2、AX125、とモデルチェンジされ現在の「RD125」へと続いているが、スタートした'67年は、世界選手権ロードレースGP125ccクラスでヤマハがメーカー選手権を獲得した年でもあった。

●全長1855mm ●全幅740mm ●全高1070mm ●軸間距離1200mm ●車重98kg ●空冷2サイクル・ピストンバルブ2気筒・124cc ●ボアメストローク43×43mm ●圧縮比7.0 ●最大出力15ps/8500rpm ●最大トルク1.30kg-m/8000rpm ●最高速度130km/h ●始動方式キック ●ロータリー式5段変速 ●懸架方式(前)テレスコピック(後)スイングアーム ●タイヤ寸法(前)2.50-18(後)2.75-18



AS2：ティアドロップ型燃料タンク、セリアーニ型フロントフォークに('69年12月)



AX125：RX350,DX250の流れをくんでフルデルチェンジ('71年4月)



RD125：'73年からはますます洗練されて呼称もRDに、フロントにディスクブレーキを装備('73年12月)



RD125：'76年モデルからは、角型をベースにスタイリングも一新、最高出力も16馬力に達している('78年3月、現在のRD125)



20台のスノーモビルを連らねて 元旦、初日の出ツアー 札幌スノーモビルツアークラブ

〔北海道ヤマハ〕一面の銀世界を雪煙を上げて豪快に走るダイナミックなスノーモビルツアー。これは今年の1月1日、札幌市のヤマハフレンド店アマモーターサイクル(船谷孟社長)さんのスポーツクラブ「札幌スノーモビルツアークラブ」のみなさまが楽しんだ元旦初日の出ツアーのレポートです。

雪に閉ざされ閉鎖されている道道・札幌支笏湖線をツアーすること28キロ、約1時間。深夜2時に出発して目的地の支笏湖畔で79年の初日の出を迎えようというお正月にピッタリのプランです。

EX440、GP440からファミリータイプのS250まで参加したスノーモビルは計20台、25名という大部隊。豪快に新雪を蹴たてて、またアイスバーンを慎重にこなして、全員無事に79年の初走りを満喫していました。

ところで、雪に閉ざされたいま、北海道の販売店さまのご商売の主体は、春先き需要発掘のための免許教室などあわせてこのスノーモビルと除雪機。「アマモーターサイクル」さんでも、業務用、レジャー用合せて約60名以上のお客さま

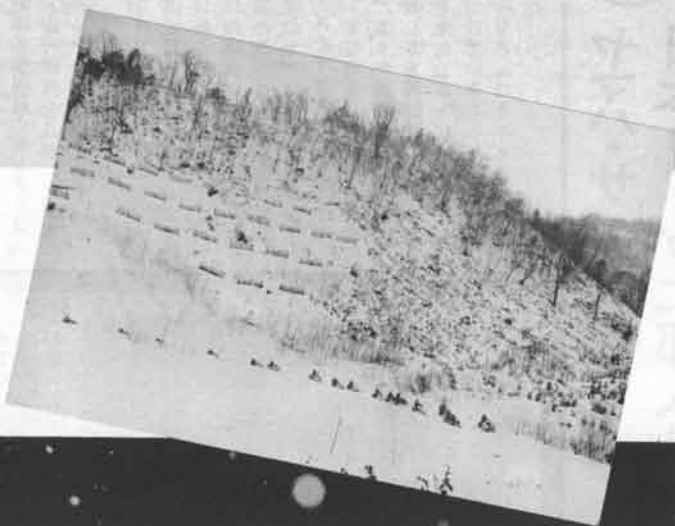
がいらっしゃるようですが、スポーツレジャー派のお客さまを対象に続けられているのがこのスノーモビルツアー。今年もこの初日の出ツアーを皮切りに、2月の中山峠、3月には家族ぐるみで2泊3日のニセコツアー、4月無意根岳、5月には知床半島縦走と毎月1回のペースで、活発な活動が予定されています。

「スノーモビル、除雪機とヤマハは季節商品も充実しているのでわれわれの商売もやりやすいですね。こうした商品は代替や増車が中心になりますが、こんなスポーツ活動を通じて新しいお客さまも着実に増えています。またスノーモビルのお客さまは最近再び増え始めて、日に5件ぐらいの電話による問い合わせがあるほどです。夏はスノーモビルからバイクへ、逆に冬はバイクからスノーモビルへと使い分けるお客さまも少なくありません」と厳しい寒さの中にも、ひとさわホッとなご商売が展開されています。

北海道、東北、北陸と日本の降雪地は想像以上に広いのですが、これら地域のお店では、スノーモビルや除雪機などの拡販、またこれら季節商品とバイク拡販との相乗効果など、改めてご検討されてみてはいかがでしょうか。



厳しい寒さをついてたどりついた支笏湖畔で迎えた'79年の初日の出



↓アイスバーンと化した夜のコースを2列縦隊となつて慎重に行く。フロントにはお正月のおかざりも……



夏はスポーツバイクで、冬はスノーモビルで、やはりさわやかな走りの世界は格別だ



陸のヤマハ★海の子ヤマハ★世界のヤマハ

お便り、お電話、お待ちしております。

ことしも販売店みなさま、また、お客さまから数多くの年賀状をいただきました。ありがとうございました。さて、ヤマハニュースは販売店みなさまの情報誌です。今年もみなさまの積極的な誌上参加をお待ちしております。これは／と思う話題、明るいニュースなど、どうぞお気軽にお寄せください。取材要請、ご質問、ご相談もぜひどうぞ。宛先は

〒438 静岡県磐田市新貝2500 ヤマハ発動機株式会社
広報部PR課「ヤマハニュース」係
☎ 05383 (2) 1111 内線356

〔北海道ヤマハ〕 広く、深く人びとの暮しに浸透しているソフトバイク—こんな傾向を象徴するような「パツソルおばあさん」の姿が、いま北海道伊達市で話題となっている。76才の片桐フジさんが話題の主。同市山下町で生花店を営む片桐さんは、自分でつくっているお花畑への往復にせびパツソルを、と思いついた立ち室蘭地区の原付免許に挑戦したものの失敗。同地区では1回失敗すると再受験までに1〜2カ月は待たされる、とあって札幌地区まで遠征。室蘭市のフレンド店「サイクルショップ泉沢」さんのバックアップのもとに、4度の受験でついに念願の「原付免許」を手に入れた。 「新免許交付時の技能講習も無事

に終り、いまではパツソルで元気に走られています。お礼の電話をいただいた時は自分のことのように嬉しかったのですが、これからはくれぐれも安全に気をつけてバイクのある豊かな老後を送っていただきたいものです」とお孫さんほどもお年のちがう泉沢社長(写真左)も片桐さんのバイクライフを見守っています。

3月23日から3日間 第8回 東京モーターサイクルショー 開催

内外の最新鋭モデルに、なつかしい名車のかずかず、ユニークなカスタムメイドのバイク、用品、部品などを一堂に集めて、マニアックなバイクユーザーに親しまれている「東京モーターサイクルショー」が、今年も3月23日から3日間にわたり東京都文京区の後楽園スタジアムで開かれます。 8回目を迎える今年は、バイクの展示に加えてプラモデル展示、安全運転講習会、映画会、人気車コンテスト、スポーツ相談室、関連商品展示即売会など多くの催しも予定され春のバイクシーズンに、お客さまに格好の話題を提供するものとなるでしょう。どうぞお客さまにご案内ください。(入場料・大人700円、中高校生500円、子供100円)



団地の人びとの生活実態は?

これまで以上にキメ細かい活動が求められるソフトバイクのご商売。もちろん、今年もポイントとなるのは「バイクに接する機会をひとつでも多く」。当然、新興住宅地や郊外の大団地などは、外すことのできない対象ですが、意外に知られていないのが団地の方々の生活実態ではないでしょうか? ある調査は「団地は子供中心の社会」と報じています——

- 東京都内と周辺の19団地、550戸の調査では、主婦の81%が39才以下。これは全国平均よりも若い。
- このうち6才以下の子供を持つ家庭は、60%と過半数を超えている。日本全体では42%。
- 「隣の人も知らない……」などと思われている団地だが、実際は50%近い人が、「団地に入ってから近所付き合いが増えた」と答えている。

- 近所の人の中に、悩みごとや相談のできる相手が2人以上いると答えた人24%。1人いる人は25%。70%の人が「本当に親しくしている隣人がいる」と思っている。
 - さて、こうした交際ができたきっかけは「子供を通じて」が60%以上。「自治会やサークル活動を通じて」が5%にすぎない。
 - 団地に住んでいる人の3分の2に近い人が家族ぐるみの交際で団地生活を楽しんでいるが、同じ割合で団地に永住を希望する人は少ない。
- 団地の人びとの生活の一端をうかがわせる調査報告ですが、展示会、試乗会の開催やチラシの配布、チラシの内容、ノベルティなどもこの辺からいろいろと工夫できそうです。

データバンク



ヤマハチーム
杉山監督



注目を集め、昨年の天皇杯では一部チームを破る実績もあるだけに「二部上位の実力は十分」とその活躍ぶり期待されています。躍進ヤマハを象徴するような若さあふれるヤマハ・サッカートームの今シーズンの活躍に、販売店みなさまも、どうぞご声援よろしくおねがいいたします。

こんにちは
ヤマハです

(株)共栄モータース

おうとばい館さん 山岡岩雄店長

大阪府門真市北巢本町31-17 ☎0720-82-0504

24才で独立して5年目 フレッシュ商法がいまヤングの心をとらえて

今年の冬はどういうわけか暖い日の連続。おかげで年末の忙しさからひと息つけるはずの一月もそれどころではなく、全国各地の販売店さんではシーズンながらの活況を呈しています。
今月号のこのコーナーにご登場いただいた大阪府門真市のヤマハフレンド店「(株)共栄モータース・おうとばい館」さんも、そんなお店のひとつ。新春も早々から若さあふれたフレッシュ商法に拍車をかけて、早くも飛躍の80年代への足固めを着々と押し進めているのです。

『バイクのことならこの店——と、
若者たちの人気を集める
お店づくりをめざして……』

今回、おうとばい館さんをお訪ねするきっかけとなったのは、山岡店長ご自身からの電話でした。山岡店長のお話はこうです。

「前々からヤマハ・ニュースに取りあげてもらったんですけど、というのも、とにかく僕は販売店同志の情報交換の必要性を感じている。ですから、まずいろんなお店とコミュニケーションをもつためには自分の店を知ってもらおうと思ったからです。」

おうとばい館さんのご商売の展開も、この論理と同様で、開店当初からの積極果敢な販売政策が今日の成功の基礎になっています。山岡店長は語ります、この5年間にわたっておうとばい館さんがめざしてきたお店づくりについて。

「やはりバイクは走りを楽しむもの。お客さまに喜んでいただくためには、よい商品を提供すること、つねに新しい情報を提供する

こと。そして、お買いただいたお客さまへの徹底したアフターフォローが、まず第一に重要です。これは結局、若者たちの人気度もイコールする。それだけに、この5年間で最も神経を使ってきたのが若者たちの人気を集めるお店づくりでした。」

『立地条件にもめぐまれ
想像よりはるかに大きかった
店頭演出の役割と効果』

もちろん、山岡店長のこのお考えに間違いはありませんでした。いつからとはなしに若いお客さまがお店にあふれ、またそれらのお客さまを通して新しいお客さまが続々とお店に集まる。開店5年目にして、早くも大阪で指折りのスポーツバイクショップへと成長したことがこれを証明しています。

「八本松オートと共栄モータースで働いたといっても、サービスが主。たった一人で店をきりまわすなんて、全然自信がなかったんです。でも駆けだしはまた恐いもの知らずともいけど、それがよかったのではありません。何んでも実際にやってみて試してみます。そして、いい方法をひとつずつ見つけ出しては、それらを商売にとり入れてきたんですから。」

山岡岩雄店長のプロフィール

そもそも実家が広島でも有数の大型販売店・八本松オートさんというだけに、子供の頃から機械いじりに熱中。高校卒業後はその特技を生かしてトヨタのサービス課に入社。以後、3年間4輪のサービス業務に従事する。

昭和47年、実兄の竹重輝彦氏が八本松オートさんの事業を引継がれると、岩雄氏も応援に駆けつけ4輪から2輪のサービスへと転向。竹重社長の片腕として、1年半にわたり八本松オートさんのサービスの要として大活躍する。

大阪市旭区の(株)共栄モータース(山岡定社長)さんへは、23歳の年に経営面の勉強を目的に入社。翌年、山岡社長のひとり娘・喜代子さんと結婚すると同時に、現在の門真市北巢本町に新店舗を設け、スポーツバイクを中心としたご商売を開始する。昭和24年生まれの29歳。2児のパパでもある。



なかでも大きな成果を上げたのが、定期的な店のレイアウトを変えて新鮮な印象を持続させる方法です。現在も売れる車種は、いちばん目につきやすい所に配置するなど2カ月に一度はバイクの展示レイアウトを変えて、お客さまに新しい商品が揃っているなどといった印象を抱かせるとともに、よく商品が回転していると思わせるよう心掛け続けています。」

YAMAHA





2カ月に1回はレイアウトを変えるというおうとばい館さんの店内。入口近くの一歩手前には人気のGX400やSR400が、またXS750スペシャルや650は店内中央に格調高く展示されている

株式会社共栄モータース・おうとばい館さんのご商売の概要

■スポーツバイクショップ

年間販売台数700台を誇る『おうとばい館』さんは、うち40%を400cc以上の重量車で占めるといふ典型的なスポーツバイクショップ。山岡定社長自らが陣頭指揮する大阪市旭区の株式会社共栄モータースさんとともに、大阪市場におけるビッグバイク需要の拡大に大きな貢献をもたらしている。

■店舗の規模

店舗面積………25坪
 バイク展示スペース/20坪
 50cc-750ccのスポーツバイク約25台
 事務所/1坪
 応接コーナー/半坪
 サービスコーナー/1坪
 部品・用品コーナー/半坪
 店頭展示スペース/2坪
 50ccファミリーバイク約15台
 倉庫………10坪
 店舗より200m離れた所、賃貸契約
 駐車場………1坪

■バイク部門スタッフ

スタッフは店長以下、中村敬二さん(20)、平田長秀さん(19)の計3名。他に、株式会社共栄モ

ータース・山岡定社長より総務関係等でアドバイスを受ける。

■商圏

大阪市に隣接する小工業地帯として発展しており新興住宅地が多い。また、大阪中心地への通勤圏内でもあるため続々と分譲団地も造成中で、年々人口増加率は高まっている。

■立地条件と顧客層

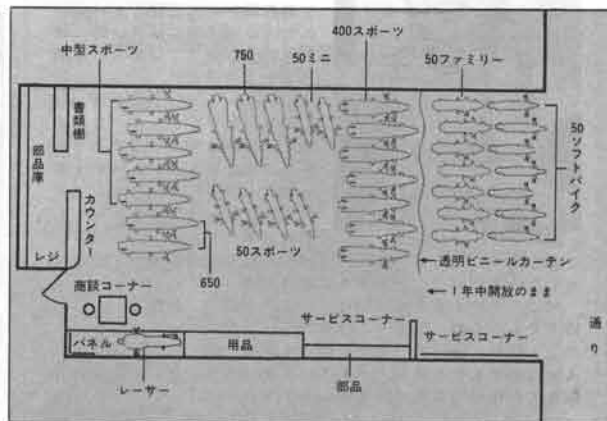
店舗所在地が大阪-奈良間を結ぶ国道163号線と東大阪-京都間を結ぶ国道170号線の交差点に位置し、このめぐまれた立地から飛び込み客のパーセンテージが予想以上に多い展示の構成車種もスポーツ車に主体を置いているため当然若年層が主流を占め、需要拡大においてロコミの果たす役割は大きい。

■顧客管理

スポーツクラブを運営。月に1回のミーティングおよびツーリングを軸にお店への固定化を図っている。

■その他

お店のPR活動はとくに行っていないものの、免許教室の告知は毎月2回、新聞折込み2万枚のチラシ配布を継続。新需要層の開拓のための活動を展開している。



『売るだけの商売ではなく、もっと責任をもった商売の展開も』

もちろん、若者たちの人気を集めるお店といえば、スポーツバイクがメイン商品だけにサービスマ力のあるながし即、お店の評価に影響してきます。

その点、おうとばい館さんの場合は、そもそも山岡店長がサービスマ出身なほか、2人のスタッフもサービスマが大の得意。こんなところにも、若者たちの人気の秘密がかくされているようです。

「なんと、いつでもバイクの販売は信用が第一。お客さまと店との信頼関係を築けるかが、商売の分れ目にもなるといえます。これは、何もサービスマに限ったことではなく、アフターフォ

ローや、安全指導についてもいえることです。たとえば、定価販売を守り通すかわりに、値引き分のアフターフォローとしてクラブ活動に力を入れるとか、定期点検や乗り方教室などを開催して、安全運転の啓蒙を行なうなど、ひとつひとつの活動の積み重ねが、お客さまとの絆をより確実なものへとしていきます」



◆店内左奥の商談コーナーには数々の表彰状や安全運転指導員の認定証を掲示

◆道路よりやや引込んだ店舗。店頭には50ccバイクがゆーに15台は展示できるスペースも



奥さま登場 山岡喜代子さん



結婚して5年目。いまや、お2人のお嬢さんの育児をはじめとして家事に追われる喜代子さんですが、もとはといえば実家でもある共栄モーターズさんで事務関係のお仕事をされていただけに経理等に精通。時には家事の合い間に、ご主人の手助けをする一幕も。

「いえいえ、いまは全然お店の仕事にはタッチしていないんです。何か意図するところでもあるのですが、とにかく主人が私をお店に出すことを嫌がりますでしょう。ですから私もその言葉に甘えさせてもらって

いるんです。それは、時には電話やレジや書類の整理でちょっとした仕事に立つことはありますけどネ」

では、そのご主人の評価は——というと、「仕事だったら何時までもやり続けるほどの仕事熱心。本当にバイクが好きなんだろうね。思ったら絶対に最後までやり通しますし、だんだん父に似てきたみたい。でもその反面、家庭的なところも充分備えているので文句はいえないんです」



入口左手に陳列された部品・用品の数々

『業界はまだまだ成長期。それだけに自店と業界の発展をめざしたい』

現在、月に2回の原付免許教室を開催。乗り方教室も寝屋川教習所を借りてひと月約20名のお客さまを相手に指導を受け持つというおうとばい館さん。山岡店長のご商売に対する夢はさらに大きくふくらむばかりですが、また一方で、冒頭のお言葉にもあったようにお店同志のコミュニケーションにもひとことかならぬ情熱を燃やしているのも事実です。最後に今後のご商売の抱負を通して、山岡店長のお考えを語ってもらいました。

「うちの市場は、まだまだスポーツバイクが主流、とはいえ、原付バイクによる新しいお客さまの発端にも全力を注いでいくつもりです。でも、この仕事は一店だけの力では限界があるはず。ですから、今後はもっと販売店同志が力を合わせて市民権獲得のための活動展開や、情報や意見の交換をする必要があると思います。」

いくら急成長中とはいえバイク業界はまだまだ発展期。いまはお店も業界発展のための努力を惜しまず前進していくことが求められているのです」

キャロットを

より「かわいく」、より「やさしく」

豊富なオプションパーツをあわせておすすめください

ソフトバイクの新しい仲間「かわいいキャロット」の新発売とあわせて、キャロットのかわいらしさ、ソフトバイクのやさしさを一段と高めるオプションパーツを豊富にご用意いたしました。

オプションパーツはいずれもキャロットのボディカラーに合わせ、各カラーがあります。キャロットの商品性を高め、お店の収益アップに貢献するこれらオプションパーツを、どうぞあわせてお客さまにおすすめください。

キャロット オプションパーツ

- バケットバッグ (フロント・バスケットは標準装備)
- 左バックミラー
- マスコットタイプ風防
- レッグシールド
- ハンドルカバー
- サドルカバー
- ボディカバー
- カラーグリップ (4色)
- ツールセット
- カラーボックス (6色)
- チェーンロック
- ゴムバンド
- リヤマッドガード

※YS-1 (スワン)、AS500 などの女性用ヘルメット、レインウェア (M、L)、女性用レインウェアもおすすめください。



How to ride a "Special".

ヤマハ発動機株式会社 千438 静岡市静岡市新井 2500 TEL.63883
(2111)カタカタ音の希望の方は住所・氏名・年齢・職業・ご愛用になった
雑誌名をご記入の上、郵便切手150円を添えてPR課までお送り下さい。



「スペシャルにはスペシャルらしい乗り方がある」 あるオーナーナーが語ってくれた。

バイクを愛する者なら。なぜ、スペシャルという名が、このバイクに与えられているか感じとることができる。スタイ
リングからくるその雰囲気、メッキ部分の仕上げの良さ、念入りな塗装など。どれひとつとっても、いままでな
かったなにかが秘められている。バイクの世界では先端をいく高度なメカニズム、さらに伝統のメカニズム。そ
して、この技術に裏づけされた豪快で、充分に個性的なバイクらしいサウンド。それが、ヤマハのスペシャルです。

XS650SPECIAL:標準現金価格=435,000 ●4サイクル・空冷・OHV・2気筒・653cc ●最高出力=51ps/7500rpm ●最大トルク=5.4kg-m/5500rpm ●リアターン式5段 ●ボディカラー=ニューミッドナイトブルー/ビントレーシーバーガンディ
XS750SPECIAL:標準現金価格=518,000(キャブ・ホイール・タイヤ・シート・ホルダー・バックホウ・ホルダー・ホルダー・ホルダー) ●4サイクル・空冷・DOHC・3気筒・747cc ●最高出力=66ps/8000rpm ●最大トルク=6.3kg-m/6500rpm ●リターン式5段 ●ボディカラー=マコマルーン/ブラックゴールド

YAMAHA XS650 Special XS750 Special

広告活動ご紹介

二輪専門誌を通じての広告活動、'79年の初頭は「XS650スペシャル/XS750スペシャル」の新シリーズで、「スペシャル」の強烈な個性をアピールするものです。2年目を迎えたヤマハスポーツ新時代の一層の拡大に、どうぞお役立てください。