

街は小さな小さなクルマがいい。
YAMAHAソフトバイク おしゃれ **マノック** 新発売！
新発売！ 生まれ変わった“ミニトレ”、NEW GT50





具志堅用高選手、この日本ボクシング界のヒーローがニューGTのキャラクターとして登場します。どちらも“小さな巨人”同士、トータルパワーが一段とアップしたニューGTに対して具志堅選手の仕様諸元は●沖縄県石垣市出身●23才●世界ボクシング協会(WBA)ジュニアフライ級チャンピオン●身長162cm、体重51~24kg(平常)●サウスボクシングスタイルからくり出す必殺の左フック、左ストレートがキメ手●現在世界タイトル防衛7回の日本新記録を持ち、年内にV10の目標にバック進中●WBAから1月の月間最優秀選手に選ばれている●次回の防衛戦は4月8日、元フライ級世界チャンピオンA・ロベスト。



〈特集〉春の商戦スタート

もりあがる市場のパワーを拡販に活かそう!

6

これが春の商戦、成功のキメ手

この春お店ではどんな活動計画をお立てですか? これは、新商品の相つぐ発売、活発なマス広告活動や販売促進キャンペーン……ヤマハが全国規模で展開するこれら一連の活動を、みなさまのお店のこの春の商戦にお役立ていただくための特集です。

へお店訪問・こんにちはヤマハです

商圏拡大をめざして2番目の支店をオープン

ただいま一大PR作戦展開中!

静岡県三島市・御青山商会・三島店さん

3

カラーセクション

15

街は小さな小さなクルマがいい。
ヤマハソフトバイク「おしゅれマリック」新発売!

生まれ変わったミニ・トレ

ニューGT50 新発売

ニューカラーで新発売!

NEWGX250SP/400SP NEWDT250

18

20

限らない技術革新への挑戦
79ヤマハワークスレーサー

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

22

24

へ商売繁盛・これからの販売店経営③
儲かっているカナ?

月に一度は営業努力の成果を数字で確認しよう!

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

「自転車の癖よサヨウナラ」

27

28

ヤマハトピックス

陸のヤマハ★海のヤマハ★世界のヤマハ

思い出のヤマハ名車シリーズ⑮

ヤマハスポーツ50「FS1」

33

34

高品質・高性能 ヤマハ技術③
あらためて、なぜモノクロス・サスペンションなのか!?

ヤマハ部品・用品コーナー

ディスプレイツール壁面ユニットご紹介

35

マリック

●マリックは「りんごのような」の意味。まっ赤なりんごは、健康そのものといった感じですね。甘酸っぱいりんごの味は、青春の思い出にも似たもの。この新しいソフトバイクにも、「りんごのような」健康的なイメージを、とねがって「マリック」と名づけたものです。

特集：春の商戦スタート

もりあがる市場のパワーを拡販に活かそう！

やよい3月、いよいよ春の商戦のスタートです。特に今年はパッソル&パッソラーに続く「キャロット」「マリック」の登場で、ソフトバイク市場の飛躍的な拡大が期待される一方、話題の新商品「GT50」を主力にヤングユーザーの拡大、定着が望まれています。どちらもお店の基盤固めには欠かすことのできない大切な需要。市場を活気づけるヤマハの積極的なアプローチを活用して、どうぞこの2大需要の確実な拡大をおすすめてください。



このパワーを拡販に活かそう!

お客さまの多種多様なニーズに合わせたソフトバイクシリーズのめざましい充実、魅力の新商品「GT50」の新発売そしてこれにあわせ話題性も豊かに展開されている活発なマス広告活動や販売促進キャンペーン……などみなさまのご商売をバック

アップするヤマハの多彩な活動によって、いま春の市場は例年にも増して大きなもりあがりを見せています。このもりあがりをお店の春の商戦にフルにお役立ていただくために、まずはこれらパワーの果す大きな役割をご紹介します。

1 5機種そろったソフトバイクシリーズと話題のニュー「GT50」

市場をもりあげよう! の魅力の新商品群

例年にも増して春の市場を活気づける最大の要因となっているのは魅力の新商品群の相つぎ登場です。

お客さまのどんな要求にも応える

79ソフトバイクラインアップ

特に今年もご商売の中核となるソフトバイクは、パッソル、パッソルD、パッソラに「かわいキヤロット」おしやれマリックの新しい仲間を加えて3月現在全5機種ラインアップ。まさにお客さまの多種多様な要求にもガッチリと応える万全の商品ぞろえといえるでしょう。

ソフトバイクシリーズの、このめざましい充実の

背景は、今年も着実な伸長が見込まれるファミリー

バイク市場にあって、市場やお客さまの変化にキメ

細かく対応するためのものです。ひと口にお客さま

の多様化といわれるものは①男性ユーザーの増加、

②ユーザーのバイクに対する理解度のアップ、③タ

イプ、スタイル、車格、価格などを含めて好き嫌い

の明確化——といった変化にはつきりと見ることが

できますが、こうした多様化に対して従来のステッ

プスル、パッソル&パッソラだけでなく、ミニ

サイクルなみの手軽なスタイルと車格の「かわい

キヤロット」、またバイクスタイルでよりゆとりある

商品「おしやれマリック」を加えて、お客さまのあ

らゆる要求に応えるのが、この79ソフトバイクライ

ンアップなのです。

パッソル&パッソラで定評のヤマハならではの

「やさしさ」をそのまま継承しながら「キヤロット」

はU字形フレームのミニサイクルのイメージにオー

トマッチク変速とシャフトドライブを組み込んで、また「マリック」は、スポーツタイプアクションバイクとしてのゆとりあるスタイルに、2速オートマッチクとシャフトドライブのパワーユニットを乗せてそれぞれの個性をはっきりと打出しています。

高度な商品性で50ccスポーツレジャー市場拡大をめざすニュー「GT50」

一方、50ccスポーツ・レジャーバイク市場も期待の新商品ニュー「GT50」が、発売以前からお客さまの大きな話題を集めて、春のバイクシーズンの到来を待ちわびる若者たちをにぎわしています。

この50ccスポーツ・レジャーバイク市場は、昨年

度、スポーツ車が順調な伸びを示しているものの、

レジャーバイクが落込んで全体として横ばい(推定

23万3千台)に終わっていますが、こうした中で根強

い人気に支えられたベストセラー商品「GT50」が

フルモデルチェンジしての登場は、再びこの市場を

飛躍させる大きな原動力となるでしょう。

カラーページで紹介のように、ダイナミックに

スタイリングを一新し、また内容的にも新設計のハ

イパワー・エンジンと5段ミッションを組合わせた

強力なパワーユニットに、話題の「ヤマハモノクロ

ス・サスペンション」を装備して若者の心をゆさぶ

るハイメカニズムでの登場です。

もとより、このクラスの需要層は従来のGT50のユ

ーザー調査でも明らかのように、70%は10代、同じく

70%が新規需要しかも高校生、大学生が85%……と、

手軽なバイクの入門クラスとしての意味合いが強く、



ニューGT50。スタイル、デザイン、ニューエンジンにモノクロス・サス……セールスポイントももりだくさん



ソフトバイクのハイグレード商品「おしやれマリック」は、2速オートマッチクとシャフトドライブ



ニューGTと具志堅選手、
どちらも「小さな巨人」、
ゆりが人気のマト



「キャロットバック」
ただいま好評実施中!



2月全国各地で開催された「販売研修会」でも春の商戦の計画が熱心に討議された

2 話題性も豊かに新発売の告知と知名度アップを、 多彩なマス広告と販売促進キャンペーン

これら魅力の新商品群の新発売を告知する多彩なマス広告活動と新発売を盛り上げる販売促進キャンペーンもまた、お店の春の商戦の展開には欠かすことのできない強力なパワーとなっています。いうまでもなく全国規模で大々的に展開されるこれらの活動は、まず最初にお客さまを触発するものであり、商圏に密着したお店の販売促進活動にお客さまを導く原動力となるものだからです。

つぎつぎに新しい話題を生んでスタートした 桃井かおりさんと ニーンソフトバイク・キャンペーン

すでに2月の「キャロット」新発売とともにスタートを切った新しいソフトバイクのマス広告キャンペーンは、「街は小さな小さなク・ル・マがいい。ヤマハソフトバイク」をスローガンに、バイクのある暮らしの広がりやアビリティながら、「キャロット」「マリック」の知名度、商品知識を高め、最終的には「やさしい乗りもの」ヤマハソフトバイクの独自性、優位性をしっかりと植えつけるもの。

新しいイメージ・キャラクター桃井かおりさんによるテレビ、新聞、雑誌等を通じての広告活動も新しい話題をつぎつぎに生み出しているところです。また同時進行の販売促進キャンペーンは「キャロ

将来の中・大型スポーツ需要への移行へとつながる、大切な需要層。この春こそ、このニュー「GT50」で

お店の基盤固めのために、ソフトバイクと並ぶヤング需要の定着を強力に推進していただきたいものです。

ットバック」。自転車利用の婦人層を中心に「自転車からソフトバイクへ」のスムーズな乗りかえを促進するという、新しいお客さまの開拓と実売に直結する内容のもの。豊富なキャンペーンツールを活用して、積極的な活動が、すでに全国の販売店さんで展開されています。

「小さな巨人」GT50には 具志堅用高選手が登場!

また、「GT50」は、がらりと趣きを変えての広告活動や販売促進活動が展開されます。小さな巨人「GT50のイメージそのままにキャラクターには日本ボクシング界のヒーローWBA世界ジュニア・フライ級チャンピオン具志堅用高選手が登場して、強烈な印象でニュー「GT50」の新発売を告知します。

一般誌、専門誌を通じてのこの広告活動とあわせて展開されるのは、専門誌6誌による「GTクイズ」。3月1日から4月30日までの2カ月間にわたり展開されるクイズは、デジタルウォッチ（米テキサス・インスツルメント社製）1000個のプレゼントの他、応募者全員に「GTメカニカルブック」を進呈するもの。もちろん、応募ハガキは販売店みなさまにフイードバックされて、ご商売にお役立ていただくことはいまでもありません。

3 ソフトバイクからスポーツバイクへ 高まるバイクの市民権を活かして

以上、この春の商戦を盛り上げるお店外部の要因をご紹介してきましたが、最後に忘れてならないことは、ソフトバイク時代がスタートして2年の間に販売店みなさまの努力によって着実に高まってきた「バイクの市民権」が、いましっかりと社会に根づいたものとなっていることです。

これは昨年度のファミリーバイク需要が、国内総

販売台数の52%、約100万台（推定）にもおぼり、保有台数も200万台を越えると予想されるまでに達していることから明らかですが、この「バイクの市民権」こそ、これからご商売の最大のパワーとなるもの。ソフトバイクが生み出したこの大きな力を、今年こそ50ccスポーツへ、ビッグスポーツバイクへと波及させて行きたいものです。

これが春の商戦、成功のキメ手!

ソフトバイクに、スポーツバイクに充実した新商品をガッチリとそろえ、多彩なマス広告や販促活動が展開される中で迎える'79年春の商戦。前ページでもご紹介のように、やはりこの春の商戦のポイントは、もりあがる市場のパワーをいかにお店のご商売に活かすか、にあるといえそうです。

全国各地の販売店さんでは、早くも万全の準備態勢づくりが着々と進められていますが、ここでは中でも商圏の見直しによって新しいお客さまの開拓に特に力を入れているお店にご登場いただき、これらパワーをフルに活かしたお店独自の春の商戦成功の「キメ手」をうかがってみました。

1、新商品による拡販

魅力の新商品群の商品特性を活かして がっちりとした新しい需要の拡大を

婦人層を中心としたファミリーバイク需要には「キャロット」「マリック」をはじめとするソフトバイク、ヤングには「GT50」を主力に50ccスポーツ……と魅力の新商品によって、お店の基盤固めには欠かせぬ2大需要への商品そろえも万全。そこでこの春の商戦のポイントとなるのは、それぞれの商品の特徴、商品性をフルに発揮して、新しい需要を開拓し、さらにしっかりとお客さまを固定化していく積極的なアプローチです。

これまでも新商品の発売にあわせて、しっかりとその特徴や商品性を把握し、お客さまに十分納得いただく商品説明を行なって順調に業績をアップされている東京都三鷹市の「オートショップ古田」(古田哲郎社長)さんは、「ソフトバイク販売研究会」などの機会を通じて新しいソフトバイクシリーズのセールスポイントをつぎのようにとらえ、早くもこれを活かした春の販促活動プランを着実に練りあげています。

「まずいえることは、これだけソフトバイクシリーズが充実すれば、文字通りすべてのお客さまを完全にカバーできるということですね。すでにお客さまにも好評の「キャロット」と続いて発売される「マリック」は、ステップスルーを受け入れられなかった人たちも、満足させるもので、新規と合わせていまままで取りこぼしていた人たちもお客さまにできるので大変助かりますね。

キャロットについては、すでにデモカーも用意し、自分でもだいたい乗っていますが、ク





広い間口を生かした大量展示。店頭には全車種・全色がそろったソフトバイクが、また店内にはその他のバイクが「やさしさ、あふれるツール」とともにきれいに展示されている

ソフトバイクの登場とともに魅力あるお店への変身に意欲をもやす販売店さんが続々とふえている中で高まる店頭演出への力入れ。ここに紹介する神奈川県横浜市戸塚区の(有)サイト(齊藤富次社長)さんも、これらの販売店さんと同様に「目立って、きれいで、入

りやすい」お店づくりに力を注ぎ、より大きな需要を切り拓いているおひとりです。同店は国鉄大船駅から歩いて2〜3分のところでもちろん人通りは多く、しかも戸塚区の新興住宅地と大船駅を結ぶバス通りになるという絶好地。こうしたなかで店頭にはソフトバイク全車種・全色を整然と並べ、初めてバイクに乗るといってお客さまにも安心していただけるよう豊富なツールで「やさしさ、あふれたお店づくりを試みているものです。齊藤社長の片腕として同店をあくがる飯吉要助店長は、この全車種・全色を揃えた店頭演出について次のように語っています。「豊富な品揃えで大量に展示することによる第一のメリットは、『この店は売れている』という感じをお客様に与え店に対する信頼感を高めその結果、多くの人々の誘店を図ることです。

マス広告をはじめとする積極的な広告活動や販促活動など、あらゆる角度からの大々的なアプローチによって触発されたお客さま。この春の商戦ではこれらの人びとの受け皿となる「やさしさ、あふれた店頭演出も心掛けたい項目のひとつです。

2. 店頭演出の徹底

「やさしさ」あふれたお店づくり マス広告の受け皿として店頭演出の徹底を

ご夫婦づれのお客さまにキャロットの「出来のよさ、を伝えて……親身になった商品説明が好評の古田社長(中央)

ラッチのつながりもスムーズで、加速も特になめらかですね。シートも幅広くて疲れないうし、メーター類も充実していて申し分ない。男性やメカにも関心を示すような人には、シャフトドライブのメリットまでしっかり説明しますが、いずれにせよ私の感じでは、これまでのサイクルタイプのものにとくらべてすべての点で「出来がちがう」というところ、ここを特に強調してお客さまには自信をもっておすすめています」

こうして古田社長が、新しいソフトバイクシリーズによって特に期待している客層は、これまで今一步顧客化しにくかったアダルトの男性層、特に奥さんと一緒にバイクに乗ろうとしていた人たちだといえます。「24才から30才ぐらいの男性で、バイクに乗りたいたいという気持はあっても購入に踏み切れずにいた人はかなりいます。特にキャロットはスタイル的にも、価格面でもこんな人たちに一番売込みやすい商品だと思えます。こ

の春はまず4輪免許を所有しているこの年代の人たちを対象に販促活動を展開していきたいと思えます」一方、若いスポーツユーザーも多い古田さんではニュー「GT50」に寄せられる期待もひときわ大きなものがあります。「ガラリと変ってモノサスのついたミニントレ、ということでお客さまの間でもだいぶ話題になっていますが、商品の到着と同時に私なりにしっかりとセールスポイントをつかんですすめていきます。こちらも、新規にプラス代替もだいたい望めそうで、いまから楽しみなところですよ」



3、広告活動

マス広告を受けて、売りに徹した広告で新規客の誘店を図る

もうひとつは、来店客を逃がさずお客さまとすること。というのは、実際に商談に移った時のことですが、せっかく形や値段が気に入っても、そのお客さまの好きな色が店に入っていない場合は、それだけの理由でお客さまを逃がしてしまうことがよくあるからです。

例が多く、カタログを見せて説明してもダメなんてすね。「また来ます」といつて帰り、しばらく来ないうちに他の店で自分の好きな色を見つけて買ってしまうんです」

ソフトバイクをはじめ一層の需要増が見込めるこの春の商戦では、こうした大量展示の他にも①店内の目立つところに売れる商品、

売りたい商品を展示して訴求力のあるPOP類を添える、②プライスカードは全車種につけて品選びをしやすくする、③店頭や店内はいつもきれいに整頓し入りやすく、しかも居心地を良くする——など、婦人層を中心としたお客さまたちの心をとらえる店頭・店内演出をぜひ心がけたいものです。

パツソルの八千草薫さん、パツソラーの水沢アキさんに、キャロット・マリックのキャラクター・桃井かおりさんを加えて展開されている、多彩なマス広告の数々。これを受けてお店でも、地域社会に密着した手法による売りに徹した広告活動が、この春の商戦において欠かせぬ切り札となつていきます。



マス広告を受けての売りに徹した広告活動で需要喚起をうながすマカベモーターズ・真壁社長（向かって右）

東京・練馬区東大泉の新興住宅地の中心に位置するマカベモーターズ（真壁秀信社長）さんも、商圏に密着した広告活動の必要性を唱えるおひとり。この春の商戦でも従来の活動を軸として、さらにキャンペーンに合わせた広告活動を展開。より広範な市場を舞台に新しいお客さまを対象とした誘店政策を打ち出しています。

「当初、うちの広告活動といつたら、原付免許教室の案内チラシくらいなものでしたが、パツソルが出たからはもつと能動的に市場の開拓をしなければならぬと感じまして、力を入れるようになったんです。

免許教室や乗り方教室の案内告知です。そして、次がバスの乗客の目を惹かせようという目的で店頭演出の充実とパツソル看板の設置。さらには免許教室の案内チラシでも、より親しみを抱いていただくという目的で、手作りチラシの配布を試みたわけです」

とにかく、市場の特性が新興住宅地ということ、つねに新しいお客さまへのアプローチが活動の主軸。それだけにまた潜在需要開拓の可能性も充分にあるわけで、この春の商戦では面から点への商圏の見直しをした上でのより効果的な広告活動に重点を置いているとのこと。

「とりあえず、この2月からは車内広告から車内放送へときりかえてお客さまの反響を見ているんですが、まあまああな感触。店頭にも新しいキャンペーンの販促ツールを飾りたてたほか、パツソル&パツソラーをはじめキャロットの全色、マリックなどのソフトバイクを一堂に並べて、女性客へのアプローチを図っています。

そこで、まず最初に行なったのが、店前の道路を通る西武バスへの車内広告。主としてソフトバイクユーザーに焦点を合わせた原付

バスの車内からもひときわ目を惹くパツソルの大看板



4、出店政策

潜在需要はまだ多い！ 新しいお客さまの開拓は新市場への出店から



にはうちの近所に西武系の総合ショップ・タウンが建設される予定もあるので、いまはヤマハのマスPRを受けとめたかたちで商圏に

合わせた店独自の広告活動に力を入れていきたいと考えています

面から点へのより緻密な商圏の分析をもとにした販促活動の展開とともに、今、もう一方で着々と成果を上げていのが新市場への出店政策。それこそ、オープンポイント的な出店からチェーン店化による進出まで、その規模や形態にこそ違いはあれ、いずれも新しい市場における新しいお客さまの獲得をめざした「商売」として、この春の商戦でも大きな期待を集めているものです。



新店舗に意欲をもやす賢二さん（向かって左）と賢一さん兄弟

宮城県岩沼市本町で「商売する大友輪業（大友賢一社長）」さんの場合は、この春の商戦の立ち上がり期ともいえる3月1日にオープンをめざして、いまや準備に大忙しの真っ最中。新店舗の場所は仙台市内の入口ともいえる仙台市長町八本松にあり、いわば新・旧の国道4号線をつなぐ県道ぞいに面した絶好地に位置しています。

実際には、この新店舗は大友社長の片腕として働いていた実弟の賢二さんが「モーターサロン・オオトモ」と店名も新たに独立というかたちで「商売」を展開していくのですが、まずは出店の動機からうかがってみました。「独立するにあたっては、私自身の問題ももちろんありますが、まずはタイミング的にちょうどいい時期だと思っただけです。も

やバイクは完全に市民権を得るに至っていませんし、需要自体も上昇期にある。また、今から自分の考えどおりのお店づくりができそうな気がしたからです」

では、いったいどういうお店をイメージしているのかといえ返ってきたのがこの答え。「兄の店がある岩沼市はどちらかというと農村から住宅地までを含む商店街。したがってファミリーバイク4割、スポーツバイク3割、業務2割、レーサー1割といったように、決してひとつの性格付けはできない土地柄なんです。

ところが、この長町は仙台市内の入口でもあり幹線道路ぞいでもあるわけで、若い客層がのぞめそう。モーターサロン・オオトモという店名でも主張しているように、バイクの好きな若い人たちが気軽に入れて楽しめるお店づくりには最適な土地柄なんです。

もちろん女性層にも門戸をひろげたお店にしていこうつもりで、そのためにも用品関係を豊富にそろえるなど、都市部ならではの新鮮さ、若さをお客さまに感じさせたいと考えています」

候補地の選定にあたっては、競合するバイク店が少ない土地ということも重要な項目のひとつ。その意味からもこの長町は条件に合致していたわけですが、まさに絶好な市場を



幹線道路に面して間口を広くとった店舗予定地。図面を広げてのディスカッションではつい力が入りすぎるほど……

掘り当てた賢二さんは早くも自信満々で、将来のご商売の方向性についても「とりあえず最初の2年間は結果がどうなるうとも思いきって自分の力を試すだけ」と余裕のほどを見せてくれたものです。

5、展示試乗会

お客さまのニーズに応えた商品揃えを最大の武器として 積極果敢なへ攻めへの商売を!!

パッソルに始まるソフトバイク攻勢の中でも、とくに大きな成果をあげたのが、人の集まる場所へ打って出る「積極商法」。キャロットやマリック、さらにはモノサスのGT50等が勢揃いしたこの春の商戦でも、新しいバイクのお客さまを発掘する販売促進活動において最も大きな成果が期待されているのが、展示試乗会を軸として、積極的にお客さまがバイクに見て、さわって、乗ってみる機会を増やしていくことです。



ここに登場いただいた仙台市内のいたばしオートショップ・板橋和男社長、(旬)仙台パドック・佐藤幸雄社長、根岸輪業・横山道男社長、(旬)乗物センターほんごう・本郷弘治社長(50音順)の各販売店さんは、いずれも去る2月8日に開かれた仙台地区のソフトバイク販売研修会に出席されたお店ですが、ここではこの春の商戦における展示試乗会等の販促活動の抱負を語っていただきました。

まず、昨年の展示試乗会の実績と反省点をひとことずつお話しただけですか？

仙台パドック うちの場合、一昨年まではスポーツバイクが主体だったのですが、昨年意識的に女性客に的を絞って展示試乗会と免許教室に力を入れたんです。おかげさまで今では客層が広がり、店のイメージもさらにアップして商売がやりやすくなっています。

乗物センターほんごう うちでも近くのボーリング場を借りて開催しましたが、確かに知名度はアップしましたね。市場固めという意味からも、開催のメリットは大きいですよ。いたばしオートショップ 地元がお寺町ということで人口密度が極端に低いので、うちでは展示試乗会は絶対の販促活動なんです。

ですから、昨年は団地や中古車センター等でかなり開催したんです。まあ、やっただけの

成果はありましたが、それより何より事前のPRがいかに動員を左右するかということをお考えください。

根岸輪業 昨年は店の前の空地での展示試乗会や出張展示を行ないましたが、わるくない感触でした。とくに今まで店に寄りつかないお客さままで獲得できましたし、店の力も誇示できたわけで、地域社会の信用を増したことは確かですね。

さてこの春の商戦ですが、具体的にはどのような形で展開していこうとお考えですか。仙台パドック パッソル&パッソラにキャロットやマリックが加わりましたので、より展示会もお客さまのニーズに応えた形でできそう。それとモノサスのミニトレが登場したこと、一方のスポーツ活動もより攻撃的な展開ができそうです。

乗物センターほんごう やりたいことはいっぱいありますが、まず店舗を新装して受け入れ体制を整え、次に人の集まる場所を土俵とした展示試乗会に力を入れていきたいですね。いたばしオートショップ うちでは昨年の経験を生かしてただガムシヤラではなく、商圏を再度見つめ直してその土地々々の展開方法を考え、さらに場所によっては一回ポツキリでなく継続的な開催を行なっていきたいと考えています。

根岸輪業 昨年もそうでしたが展示試乗会での最大のネックになっていたのが人工の問題だったので、今年はずいぶんこの問題を解決して開催にのぞみたい。それともうひとつは、昨

各種ツールを前にファイト満々の乗物センターほんごう、いたばしオートショップ、仙台パドック、根岸輪業の各販売店さん(向かって右から)



6、クレジット販売

新規客の固定化と顧客管理により大きな威力を見せるクレジット販売

多彩な50ccバイクのラインナップでより広範なご商売の展開が見込まれる春の商戦。79年商戦の一大飛躍をうらなうともいえるこの3月からのご商売では、これまで述べた5つの政策に加え、さらに新しいお客さまの固定化とお店の省力化、ユーザー管理の徹底を強力にバックアップするクレジットの導入が必要不可欠となっております。

ここに紹介する東京・文京区の南佐藤クレジットサービス(佐藤博美社長)さんは、お店の名前に象徴されるように52年7月の開店時から即クレジットを導入。いまや一〇〇%の実績を誇るほどクレジットを軸としたご商売を展開しているものですが、この管理の合理化を狙ったクレジット商法はさらに用品・部品販売の売り上げをも大幅に伸ばすなど、お店の飛躍になくてはならない販促活動のひとつとなっております。

佐藤社長は語ります。このクレジットの普及によるご商売の合理化について。

「クレジットの導入といっても別に大したことではないですね。むしろお店にとっては便利この上ない。それこそ慣れてくればお客さまとも、クレジット会社とも電話一本で用を済ませることができるので、お店の省力化にはもってこいの政策なんです。

それに、ユーザー管理もクレジットカードをもとに行なえば一石二鳥。うちでは、ユーザー管理台帳としても使えるように独自

年から急激に実績をあげたクレジットをこれらの開催と合わせて商売の軸に据え、より大

のクレジットカードを作成するなど、お客さまとのコミュニケーションの合理化を図っています」

この他にも、まだまだご商売におけるクレジットのメリットはたくさんあります。

「たとえば、お客さまの身元調査ができるとか、毎月1回の支払い日は来店が確約されていることをはじめ、お客さまからの値引きの強要が少なくなるか。また、クレジット会社とお客さまの連絡がとれば場合によっては即納車もOK!といったことなど、数えあげればきりがありません」

現在、佐藤クレジットサービスさんではクレジットを佐藤社長の奥さま・光江さんが担当していますが、佐藤社長は最後にクレジットを軸とした販促活動についてこう結んでくれました。

「クレジットをそれ自体にもい言ったようなメリットがあるわけですが、さらに大きな飛躍をのぞむならばこのクレジットカードをもとにした、より積極的な販促活動を展開すべきでしょう。」

具体的には、うちの場合ですと用品・部品販売の売り上げアップにかなりの成果を収めています。このほかにも新商品が勢揃いした春の商戦ではクレジットを前面に打ち出したより効率のよい商売を展開していきたいと思っております」

きな市場の開拓を行なっていきたいと思っています。(敬称略)

クレジットでより効率のよいご商売を展開する佐藤クレジットサービスさん。クレジットの業務はもっぱら奥さま・光江さんが担当されている





商圈拡大をめざして2番目の支店をオープン ただいま、一大PR作戦展開中!



ヤマハの全車種が豊富に展示され、多くの来店客で賑わう店内

(有)青山商会・三島店
 青山欣勝社長よしがつ
 静岡県三島市八反畑100-27
 ☎0559(73)1007



する青山欣勝社長(右)。"バイク販売店に新風を、と絶えずファイトを燃やす"闘志の人。だ

昨年来ご商売拡大のひとつの方法として、新しい市場への出店、分店の動きが全国的に活発化しています。こんなお店の一例を、と今月は2月3日、静岡県沼津市の(有)青山商会さんが東隣の三島市にオープンした同店三島店をお訪ねしました。

この2番目の支店は、本店をうわまわる大規模な店舗。すぐ目につくきれいな店舗、明るく入りやすい店頭をしてもりだくさんの商品ぞろえ……青山社長の理想を実現してまさに堂々たるもの。もっかオープン記念の一大PR作戦を展開して新市場の開拓を開始したばかりですが、この出店には青山社長ご自身の大きな理想が込められていました。

「いろいろ迷いましたが、結局は土地を買って店をつくつての出店に」

三島駅から車で7〜8分、三島から修善寺を経て下田に至る国道136号線に面して立つこの青山商会・三島店は、ヤマハの外装一色のまさに堂々たるお店。ここを通る誰れもが気がつく、たいへん目立つお店です。

本店を沼津市に構える(有)青山商会さんはすでに、沼津市における全販売台数の20%を超える販売実績を誇る大型店に成長していきま

すが、青山欣勝社長は「従業員のより豊かな生活を確保することが経営者のつとめ」といった考えのもとに、商圈をさらに拡大して一層の飛躍を図ろうとこの三島店を開店されたわけだ。

ところで、販売店さんが出店の必要性を感じた時、その店舗をどこに、どのようなかたちで出店するかは、非常に迷われることでしょう。事実、青山商会さんの三島店オープンまでの過程にも、じつに多くの「迷い」があったといえます。

「どこに出店するかは、諸々のデータを駆使して、ある程度見当をつけることは比較的

(有) 青山商会・三島店さんのご商売の概要

■総合バイクショップ (超大型バイク専門店)

沼津市東熊堂町の本店、中古車販売を主体とした同市三枚橋町の三枚橋店につく3番目の店として2月にオープン、青山社長が「バイクのスーパーマーケット」と銘打って開店しただけに、三島市(人口約93,000人)とその南の田方郡全域、そして裾野市(人口約39,000人)の一部といった広域な商圏を設定。50ccファミリーバイクからXS750スペシャルまで全車種を豊富に取り揃え、全客層を対象とした超大型店を目標としている。

■敷地および店舗と倉庫

敷地…80坪

店舗…鉄骨・スレートづくり2階建
1階が店舗。43坪(間口約7間、奥行き約6間)。3坪のサービススペース、2坪の事務・接客スペース、1坪半の台所を含む。50ccから750ccまで約75台を店内に展示。

倉庫…2階が倉庫。46坪。

展示スペースと駐車場…店舗前面と店舗わきの37坪

■スタッフ

現在はシーズンの関係で来店客が比較的に少ないため青山社長以下3名。しかし3月からは販売、修理要員として2-3名の補強を予定。

■PR活動

開店に際し大PRを展開
テレビスポット……2月2日-4日までの3日間(開店は2月3日)テレビ静岡を媒体に8秒スポットを1日4回
折り込みチラシ……静岡新聞を媒体に10万部。三島市、田方郡、裾野市に。
新聞広告……静岡新聞東部版、2月3日朝刊に全7段。
宣伝カー……2月末日まで商圏内を巡回

開店時広告関係費用……約100万円
今後はDM作戦を中心に。1回平均3千部の発送を予定。

■スポーツクラブ

「ブルマウンテンツーリングクラブ」
(MCFAJ、MFJ)公認……48名
「ツーリングクラブ・ミシマ」会員募集中
「ブルマウンテンレーシングクラブ」
ロード8名、モトクロス6名、トライアル3名、カート8名。



容易ですが、その店にいくらかけるか、どのようなかたちで出店するかはたいへんむずかしい問題なんです。つまり、出店資金の運用の仕方、効率の問題ですね。
具体的にいえば、土地、店舗などを自分のものとして出店する方法と、賃貸契約で店舗を借りて出店する方法があるわけです。うちの場合は、結局、前者の方をとりましたが、賃貸の方が資金も少なく済むなど、後々を考えるとどちらともむずかしい問題ですね。
こうして青山社長は三島市と田方郡全域を商圏と設定し、そこにスーパーマーケットのような超大型の店を構え、豊富な品揃えと積極的な販促活動の展開によって、広い範囲か

ら多くのお客さまを誘導することにしたわけなんです。

出店形態、投資に合わせて 広い商圏を設定し 多彩な活動を展開

このために、開店と同時に青山社長が展開されたのが開店告知、お店の知名度アップを狙った大PR作戦。内容は、8秒のテレビスポットCMを3日間にわたりのべ12回、折り込みチラシ10万部、新聞広告、商圏内の宣伝カーによる巡回という大規模なものです。

これが早くも攻を奏してか、この新しいお店の存在はすでに商圏内のかなりのお客さまに知られたっているようです。事実、取材に伺った日は開店10日後の日曜日でしたが、お昼すぎから夕刻までに来店された方は、ざっと50人を越すほどです。

「2月はシーズンオフということもあって客足ももうひとつ、といった感じですが3月に入ったらこんなものでは済まないでしょう。今はスタッフも私以下3名で、接客から販売修理とすべてに当たっていますが、3月からはあと数名補強しようと思っています」と早くも意欲まんまんな青山社長です。

一方、こんな立派な「城」を構えられた青山商店さんにとって、積極的な宣伝攻勢とならぶ拡販構想はどうでしょう。

「ファミリバイクでまず基本としているのは乗り方教室、安全運転指導です。これは沼津の本店と一体となって東部自動車学校で行なっているものを継続していく予定ですが、毎月2回、1回平均30名の動員を目標にしています。特にここ三島市は、今までバイクの保有率が比較的低い所でしたが、伸びる要素は多く、こうした活動でかなりの拡販が見込めるでしょう」

「50ccスポーツは徹底したPR活動が主体。がっちり誘導して、来店されたら店の力、技術力、知名度、信頼度を強調し、確実に顧



店舗左隅の商談コーナー

客化していくつもりです」

そして、青山社長が最も真剣に取り組んでいるのがビッグスポーツですが、これについては「お客さまの安全を確保しながら、ビッグスポーツの拡大を図る活動をもっともつと強力を推進して、誰れもが堂々と楽しめる世界をつくりあげたいですね」と語っています。

実際、青山商会さんでは先述の沼津市東部自動車学校での安全運転講習会で、ファミリーバイクとは別に大型バイクの講習をひらいて、定期的にこうした活動に当たっています。

また、ツーリングクラブやモータースポーツクラブなどもこうしたお客さまのマナーとテクニックの向上をめざした活動の一環ですが「これは、やはりうち1店だけの問題ではなく、メーカーも販売店も一体となって真剣に取り組んでいかなければならない問題でしょう」と語る口調にもついつい熱がこもってきます。

このように、本店と支店、商圏やお客さまはそれぞれ異なっても、基本となる販売促進活動を一体化して大規模に展開されることは、ひとつの大きなメリットでしょうが、最後に青山社長は、こうしたご商売の大型化の基礎ともなっているご自身の目標をつぎのように語ってくれました。

「私がこうして大型の店舗を増やし、安全運転活動や販売促進活動をやっているのは、私なりの大きな目標があるからです。

それは、現在のようにバイクの市民権がわれわれやメーカーの努力でしっかりと定着した中で、今度はこれにあわせてわれわれ売側の社会的評価を高めたいということです。

地域の他の業種に比べて決して劣ることのないような地域に密着した立派な企業として評価されるまでに、安全運転などの社会的活動から店舗、お客さまへの接客態度、アフターサービスなどすべてにわたって商売の近代化に全エネルギーを投入していきたいということですね」三島店は、まさにこの青山社長の目標実現へのワンステップでもあるわけですが、こうした意味でもこの新しいお店に寄せられる期待はふくらむ一方なのです。

お客さまとおそろいで ご参加ください!

●大好評、参加者募集中!●

お客さまとともに、ロサンゼルス郊外の広大なモーターサイクル・パーク《サドルバック》で、思いっきりバイクを走らせてみませんか!

- 募集期間：5月31日まで
- 実施時期：54年6、7、8月
- 参加費：184,800円

ヤマハバイク(250cc以上)ご購入のうえツアーご参加の方に…
“おごつかい100ドル”プレゼント

- 販売店さまにはおとくな特別参加システムもご用意いたしました。
- 主催：ヤマハSLクラブ ●企画実施：ジャパングレイライン(株)
- 協賛：ヤマハ発動機株式会社



街は小さな小さなクル・マがいい。

YAMAHAソフトバイク おしゃれマリック新発売!

パッソル&パッソーラに「かわいいキャロット」を加えて、例年
にないハイピッチなスタートを切ったこの春の商戦。

3月1日からは、ヤマハソフトバイクの第5弾『おしゃれマリック』
が新発売! 「街は小さな小さなクル・マがいい」を合言葉に
快調な進展をみせるソフトバイクキャンペーンを一段と盛り上げます。

みなさまのお店でも、ますます充実する'79ヤマハ・ソフトバイク
ラインアップを主力に、どうぞ商圈拡大への積極的な活動をご展開
ください。





おしゃれマリック

乗りやすいスレイラインのスタイルに、太めの小径タイヤを採用して、ソフトバイクの“やさしさ”をよりスポーティに、よりファッショナブルにまとめた「おしゃれマリック」。走りも、乗り心地も、積載性も、すべてにゆとりを持たせたハイグレードなソフトバイクです。



マリック + 桃井かおりさん

新しいソフトバイクのイメージ・キャラクター桃井かおりさんが、「かわいいキャロット」につづいて「おしゃれマリック」の新発売を告げます。「ちょっと遠出もしてみたい…」そんなマリックの特徴を明るくハワイの海岸に再現したテレビCMもまもなく登場、新しいソフトバイクの知名度を高めます。

火方式CDI ● 変速機オートマチック 2速 ● 燃料タンク容量 3.7ℓ ● オイルタンク容量 0.8ℓ ● タイヤサイズ 3.50-10-2PS (前後とも) ● ヘッドランプ 6V25W/25W ● 積載能力 (前) 3kg (後) 10kg

街は小さな小さなクルマがいい。

YAMAHAソフトバイク おしゃれ **マリック** 新発売!



シャフトドライブ+オートマチック2速

「マリック」のパワーユニットは、パワフルなリードバルブ・エンジンに、2速オートマチック変速、そしてキャロットと同じシャフトドライブをコンパクトにまとめあげたもの

ゆとりある走りは、バイクを頻繁に使われる方、長距離走行をされる方、坂道の多い所で使われる方……にもまさにぴったり。始動手順も簡単な負圧コックとオートチョーク、始動性にすぐれたCDI点火、積算距離計付スピードメーター、燃料計やオイル警告灯の装備、明るい25Wの上下切換え式ヘッドランプ…など使い勝手のよさも抜群です。



サタデー パーティバイク

一般誌、女性誌、男性誌など多彩な雑誌広告は、新しいソフトバイクそれぞれの個性を暮しの中の親しみやすい言葉にかえて強く印象づけ、バイクのある生活の広がりをアピールするもの。「かわいいキャロット」は「フレッシュミルクバイク」、そしてこの「おしゃれマリック」は「サタデーパーティ・バイク」です。

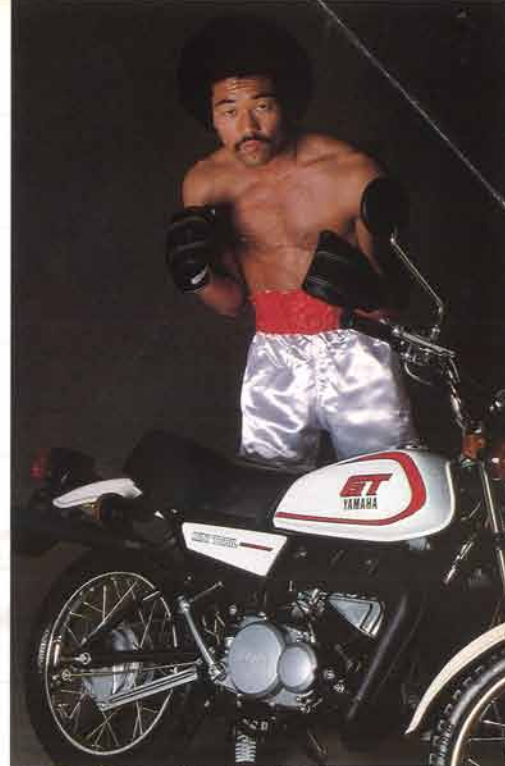


〈マリックの主な仕様諸元〉 ●全長1540mm ●全幅610mm ●全高910mm ●軸間距離1050mm ●シート高695mm ●車両重量54kg ●最高出力2.8PS/6000rpm ●最大トルク0.40kg-m/3500rpm ●始動方式キック ●点



NEW「GT50」仕様諸元

●全長1675mm ●全幅705mm ●全高940mm ●シート高690mm ●最低地上高180mm ●軸間距離1065mm ●乾燥重量63kg ●燃費(定地走行テスト値)80km/ℓ(30km/h) ●登坂能力20° ●最小回転半径1700mm ●制動停止距離3.5m(20km/h) ●エンジン・2サイクル・トルクインダクション前傾単気筒・49cc ●内径×行程40×39.7mm ●圧縮比6.9 ●最高出力5.0PS/8000rpm ●最大トルク0.47kg-m/7000rpm ●始動方式プライマリーキック ●点火方式マグネット ●燃料タンク容量5.7ℓ ●オイルタンク容量0.8ℓ ●潤滑方式分離給油(ヤマハオートループ) ●バッテリー6V4AH(6N4B-2A-3) ●1次減速(比)ギヤ(3.578) ●2次減速(比)チェーン(3.583) ●変速機リターン式5段 ●変速比①3.250②2.000③1.428④1.125⑤0.961 ●フレーム形式鋼管セミダブルクレードル ●キャスト26" ●トレール69mm ●懸架緩衝装置(前)テレスコピックオレオ(後)ヤマハモノクロス・サスペンション ●ブレーキ機械式ドラム ●タイヤサイズ(前)2.50-15(後)2.75-14 ●ヘッドランプ6V25W/25W ●テール/ストップランプ6V17W/5.3W ●フラッシュランプ6V10W



ニューGT50のキャラクター具志堅用高選手



で新発売!



X400SP

NEW DT250

●カラー：コンペティションイエロー
シルバー

抜群のレスポンスを誇るトルクインダクション・エンジン、取りましの楽な軽量・スリムなボディにヤマハ・モノクロスサスペンションを備えて、オフロードで、オンロードで幅広い人気を集める『ヤマハトレールDT250』も、3月10日よりニューカラーで登場します。

従来の黄色と赤の2カラーから、黄色とシルバーの2色に変更、グラフィックもあわせて変更されています。



内容、外観すべてを一新。モノクロス・サスペンションを採用して 生まれ変わった“ミニ・トレ,” **NEW GT50** 新発売!

● カラー：ニューホワイト/ブラックゴールド/リーブスグリーン

“ミニ・トレ”の愛称でヤングの人気を集めるベストセラー商品『GT50』が、全面的な新設計のもとにフル・モデルチェンジ。春の商戦をもちあげて3月1日より新発売です。

洗練された精悍なスタイル、パワーアップしたエンジン、「ヤマハ・モノクロス・サスペンション」の新採用と充実した安全装備——生まれ変わったニュー『GT50』は“ミニ・トレ”。最大のセールスポイントであるオールラウンド・プレイヤーぶりを一段と高め、ヤングのバイクライフに限りない広がりを与える魅力の新商品です。

以下に各部の特徴をご紹介します。前半グラビアページの市場動向とあわせてご参照ください。

“小さな巨人”の実力を

さらに高めたニューエンジン



5. PS / 8000rpmとパワーアップしたエンジン。左右のクランクケースカバーもデザインを一新

大型シリンダヘッド・フィンも力づよい新設計のエンジンは、中低速から高速まで粘りづよい性能を発揮するトルクインダクション・

システムに新技術を加えたもので、4孔式掃気ポートを採用。新しい大型マフラー、容量アップしたエアクリーナー、30%も面積を広げた大型フィンのシリンダー、シリンダヘッドなどにより、最高出力は8000毎分回転で5馬力、最大トルクも7000毎分回転で0.47kg-mと性能向上を果しています。

このパワフルなニューエンジンとリターン式5段ミッションのパワーユニットがつくり出す力づよい走りが、オフロードで、オンロードで『GT50』の大きな実力をいかんなく発揮するもの。もちろん、大型マフラー、サイレンサーにより54年排気騒音規制をクリアした静かなエンジンとなっています。

力づよいスタイルに 話題のモノクロス・サスペンション

ニュー『GT50』最大のセールスポイントは「ヤマハ・モノクロスサスペンション」の採用ですが、これにあわせて軽く、剛性の高い鋼管セミダブルクレードルフレームも設計を一新。全体のスタイルも5.7ℓ入りの大型燃料タンクからシート、サイドカバーはもとよりエンジン、マフラー、フロントフォーク、タイヤさらにはヘッドランプ、フラッシャーランプ、ハンドルグリップの細部に至るまで新設計のものとなつて、力づよく生まれ変わっています。



新採用のモノクロスサスペンションでリヤホイールトラベルは20mmもアップ

モトクロスの苛酷な実戦データから生まれたモノクロスサスペンションの優秀性は、モトクロスやロードレースで、また『DT 250/125』によって一般市販車としても、すでに広く知られていますが、ニュー『GT50』もこのモノクロスサスペンションの装備で、リヤホイールトラベル（後輪の上下動量）を95mmと大幅にアップ。新たにアウターチューブをアルミ化し

たセリアーニ型フロントフォークも100mmとクッションストロークを延長して、サスペンション性能を大幅に高め、ニューパターンの前後タイヤと合まって、どんな走行条件にも力づよく安定した走りを発揮するものです。

〈モノクロスサスペンションの構造、セールスポイントなどについて34ページに詳しくご紹介しました〉



リヤのモノクロスサスペンションに合わせてストロークを大幅にアップしたフロントフォークは、アウターチューブもアルミ化。前後タイヤもニューパターン。ブレーキは前後とも防塵防水式

充実した安全装備

電装関係では、6V 25W/25Wの大型ヘッドランプをハンドルスイッチ点灯式としたほか、キルスイ



夜間オレンジ照明となった見やすいスピードメータ。ヘッドランプのスイッチがハンドル部に移されている

ッチの新設、スピードメーターを夜間見やすいオレンジ照明とするなど、細かな安全への配慮を加え、商品性を一段と高めています。

なお、タコメーター、サブキャリアを『GT50』オプションパーツとしてご用意いたしました。あわせて、お客さまにご案内ください。

ニューカラー

NEW GX250SP / GX400SP

● カラー [GX250SP] : ピンテージバーガンディ/ブラックゴールド
[GX400SP] : フロストシルバー/ブラックゴールド

昨年春の新登場以来、活気みなぎる中型2輪市場の話題を集め「ヤマハスポーツ新時代」の推進役を果している『GX250SP/400SP』が、3月1日よりカラーリング・グラフィックを一新して新登場です。

カラーは共通のブラックゴールドに『GX250SP』が「XS650スペシャル」と同色のピンテージバーガンディ、『GX400SP』が、新色フロストシルバーを加えました。

シングルOHC ツイン、6速ミッション、前後輪オイルディスクブレーキ……などの主な特徴や、仕様諸元上の変更点はありません。



GX250SP



GX

'79ヤマハワークスレーサー

健全なモータースポーツの振興とあわせ限りない新技術の開発をめざすこれらモータースポーツ活動は、「高品質、高性能ヤマハ」商品づくりの基礎をなすもの、その成果にどうぞご期待ください。

YZM400



2年連続して500cc級世界GPチャンピオンを獲得した栄光のマシン『YZM400』は、吸排気系、燃焼系、冷却系とエンジンの総合的な効率アップによってモトクロッサーとして理想的な出力特性を発揮する軽量・コンパクトな新エンジンを搭載。あわせて重量の軽減、ギヤシフティング機構、ギヤレシオの改良、フロントブレーキのツーリーディング化、前後サスペンションの性能向上によってトータル・ポテンシャルを大幅に高めている。



YZM125



水冷2サイクルというモトクロッサーではユニークな冷却機構を採用した『YZM125』は、今シーズンこの水冷システムにさらに磨きをかけ、吸排気系、『YPVS』の改良で向上したエンジン出力の安定持続性を果している。制動性能アップと軽量化を目的としたフロントブレーキのツーリーディング化などは'79YZMシリーズ共通の改良である。

YZM250



ヤマハ独自の技術「YPVS」の改良、シンプル化と吸排気系、燃焼系の改良で出力特性を向上させた新エンジンを搭載した『YZM250』。このエンジン性能のアップとこれに合わせた操縦安定性の向上、総合的なポテンシャルのアップなど『YZM250』の基本構成は、ワールドチャンピオンマシン『YZM400』に準じている。

●'79ヤマハワークスモトクロッサー仕様諸元

マシン型式	YZM125	YZM250	YZM400
エンジンタイプ	水冷→	2サイクル単気筒7ポートトルクインダクション	
排気量(内径×行程)	123cc (56×50mm)	246cc (70×64mm)	396cc (82×75mm)
最高出力	26PS以上/11,000rpm	36PS以上/8000rpm	41PS以上/7500rpm
点火方式	CDI	←	←
キャブレター	VM34SS	VM36SS	VM38SS
潤滑方式	燃料混合式(20:1)	←	←
クラッチ	▼湿式多板	←	←
変速段数	6段	5段および6段	5段
懸架緩衝(前)	エア+コイルスプリング併用テレスコピック		
"(後)	モノクロスサスペンション・スイングアーム		
タイヤ寸法(前)	3.00-21	←	←
"(後)	4.00-18	5.00-18	←
ブレーキ(前)	ドラム	←	←
"(後)	ドラム	←	←
燃料タンク容量	6.5ℓ	8.5ℓ	10ℓ

気タイミングを自動的につねにエンジン回転に最適なものとする画期的なシステム。これにより低中速時にはタイミングを遅くして高トルクを、逆に高速時には排気タイミングを速めてハイパワーを発揮することができ、回転全域にわたる出力向上を果している。

限りない技術革新への挑戦

これが世界のモータースポーツをリードするヤマハワークスレーサーの'79年モデル。最新鋭のヤマハ技術に身を固めたこれら強力マシンに、世界のトップライダーを配して今シーズンもヤマハは、ロードレースに、モトクロスに力づくよいレース活動を展開してまいります。



YZR500

2サイクル・エンジンの画期的なバルブ機構『ヤマハパワーバルブシステム』(YPVS)を装備してデビューした昨シーズン、ケニー・ロバーツ選手の手によって世界GP500cc級チャンピオンに輝いた『YZR500』。'79年モデルは、パワーアップした新設計エンジンに、完成度を一段と高めたYPVSで、回転全域にわたる出力向上を果している。これに合わせ、重量を軽減、さらにヤマハモノクロスサスペンション、フロントフォーク、ブレーキシステムなどに最新の技術を投入して操縦安定性を高め、総合的な戦闘力も大幅に向上。



YZR750

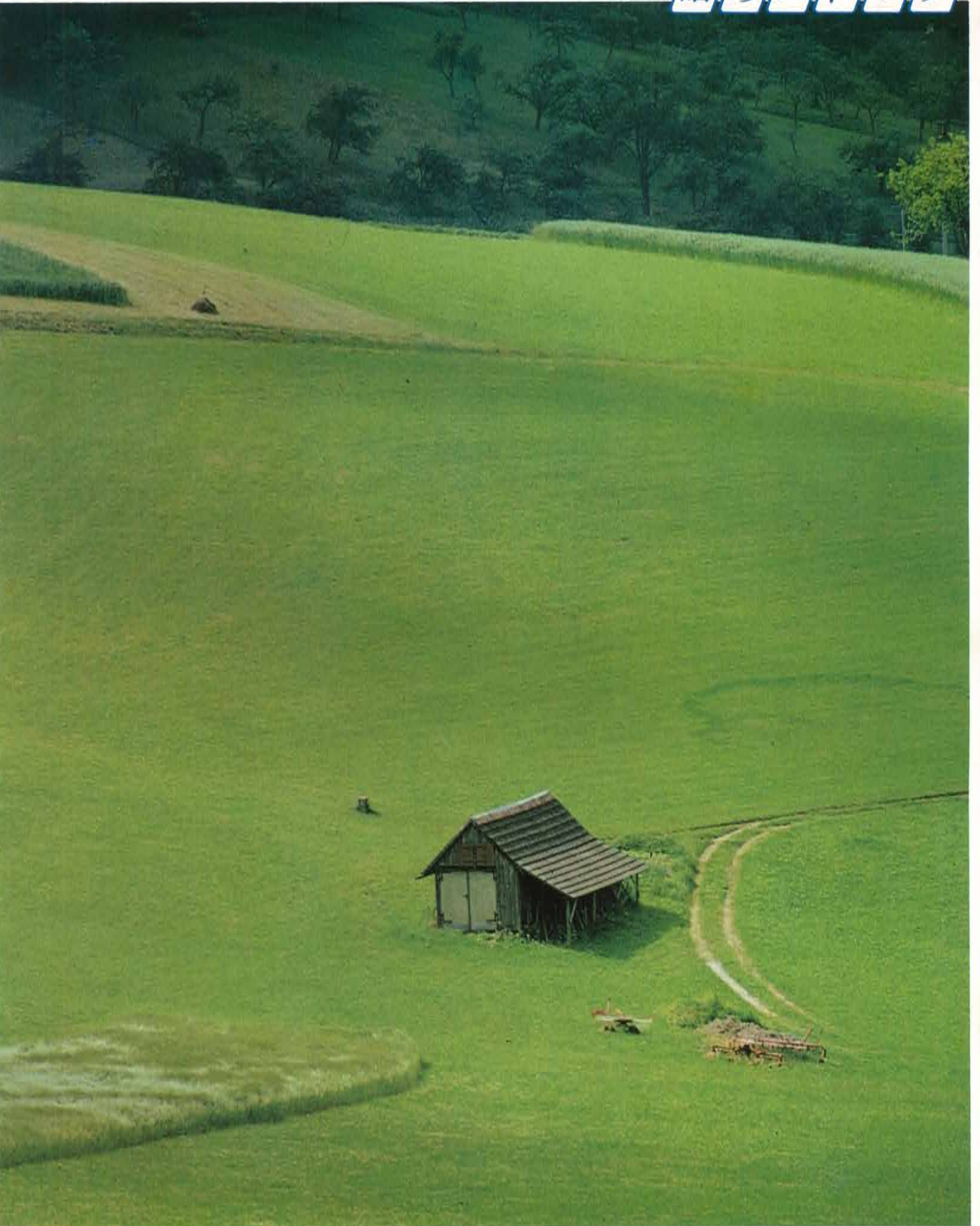


●'79ヤマハワークスロードレーサー仕様諸元

マシン型式	YZR500	YZR750
エンジンタイプ	水冷2サイクル4気筒並列	←+7ポートトルクインダクション
排気量(内径×行程)	497cc (56×50.5mm)	748cc (66.4×54mm)
最高出力	110PS以上/10,500rpm	120PS以上/10,000rpm
最高速度	255km/h以上	275km/h
点火方式	CDI	←
キャブレター	VM34SS	←
潤滑方式	燃料混合式(30:1)	←
クラッチ	乾式多板	←
変速段数	6段	←
懸架緩衝(前)	テレスコピックオレオ	←
〃(後)	モノクロスサスペンション	←
タイヤ寸法(前)	3.25-18	←
〃(後)	3.50/6.00 (5.75) -18	←
ブレーキ(前)	ダブルディスク	←
〃(後)	シングルディスク	←
燃料タンク容量	30ℓ	24ℓ
重量	145kg以下	150kg以下

世界選手権フォーミュラ750のチャンピオンマシン『YZR750』も、パワーアップしたニューエンジンに、新設計のフロントフォーク、モノクロスサスペンション、ブレーキシステムを採用して出力アップと操縦安定性を高めている。近い将来一般市販車への採用も予想される最初の材料を用いての軽量化、コンパクト化や高度な安全対策もYZR500と共通した'79年モデルの特徴。

【ヤマハパワーバルブシステム (YPVS)】 ヤマハワークスレーサーのうちロードレーサーYZR500、モトクロスYZM125/250に昨年採用されているYPVSとは、エンジンの排気口部にバルブを設け、これをエンジン負荷に連動させて回転させることにより排





いまだんなことが話題になっているのでしょう。これからどんなものが流行るのでしょう。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——

● '79年は赤の時代、これはある女性誌に紹介された流行色の予想。これによると流行色はほぼ2年半で中間色→鮮明色→黒系色と循環し、約7年半でワンサイクルを終えるとか。そしてグレイやブラウンなど'76年から始まった中間色の時代は、昨'78年で終り、今年からは赤を主流とした鮮明色の時代に入るのでそうです。

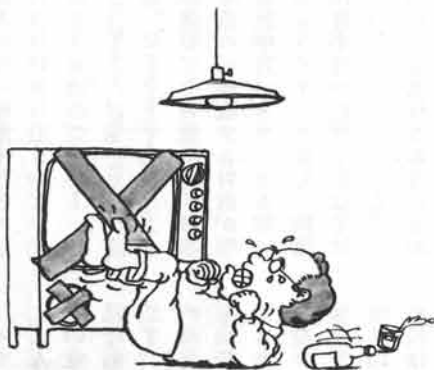
さらにこの流行色にも発展法則があり、前兆期→流行期→はんらん期と経過してやがては流行色としての生命を失なっていく、というお話。'78年は赤の前兆期で、ファッションの一部やアクセサリー用品などにアクセントカラーとして部分的に流行していた赤も、'79年は流行期に入って、服飾品だけにとどまらず生活用品にまで流行してくるだろう、そういわれて身のまわりを見わたしてみると、なんとなくそんな気がしないでもありませんね。

いずれにしても「黒が流行る時代は不況」などというよりは、よほど明るい話。ちなみ



に'79年から前兆期を迎えるのは緑、黄色、白色などとか。お店のディスプレイなどにもちょっとこんな流行感覚をとり入れてみませんか!?

● 毎日の生活からテレビをシャットアウトしてみよう——先ごろ神戸市では市内42世帯の参加のもとに「ノンテレビ作戦」を展開して話題を呼んだものですが、このほど1ヵ月間の興味深いテスト結果が報じられています。それによると参加42世帯のうち、38世帯がノンテレビを貫徹したものの、1ヵ月後も継続しているのはわずか4世帯。



そしてテレビをシャットアウトしたことによる反応は「主人が手持ちぶさたでマージャンが増えた」「夫が酒を飲み出した」「夫は1日もがまんできなかつた」……などご主人に関することが圧倒的。

やはり晚しやくとテレビ以外には、家庭での楽しみがほとんどない、という世の亭主族のあわれな姿が、ここにも表われているようで、案外テレビ人間ぶりはちびっ子たちよりも亭主族の方が重症なのかも知れません。お店ではいかがですか!?



● 女性誌、婦人誌に欠かせぬ企画のひとつに「美しく痩せる法」などというのがあるほど女性にとって大きな悩みのひとつが「肥満」。しかし、ある下着メーカーの調査によると「あなたは太っていると思いますか?」という問いに対してハイと答える人は42%もいるのに、実際に肥満指数を割り出してみると本当に? 肥満体の方はわずか14%にすぎない、といえますから、おどろきです。

ではどうして肥っていると思い込んでしまうのかといえば、お腹が出ている、全体に太め、ヒップが大きい、ウエストが太い、動作が鈍い、肉にしまりが無い……といった感覚的なものがすべて。これは運動不足の表われで、血となり肉となっていない余分な脂肪が体にあまって遊んでいる肉となっているわけで、これこそ現代の肥満パターンの典型なのだそうです。

ちなみに先の下着メーカーが出した肥満度の計算式は「X=体重÷(身長-105)×100」で、Xが110以上は肥満、90-110が標準、90未満はやせすぎ。体の健康管理のためにもぜひ1度計算されてみてはいかがでしょう。

ソフトバイクレディはいま……



八千草薫さん

「いま4月から始まる『遙かなる坂。(夏樹静子原作、テレビ朝日系、毎週木曜)の撮影に追われています。小林桂樹さんとの共演で、社会性のあるちょっとシリアスなホームドラマの主役です」



水沢アキさん

「2月14日からスタートしたTBS・水曜劇場『熱愛家族・LOVE。もうご覧いただけましたか? 森光子さんとの共演だし、とても楽しいお仕事になるなあって、自分でも大に期待しているんです…」



桃井かおりさん

「キャロットに続いて4月からマリックのCMも放送される予定です。お仕事の方は、3月のNHK土曜ドラマ『失楽園』の出演、松竹映画の撮影とつづいています。こちらも、CM同様どうぞよろしく」

◆〈バイクで走る世界の道、日本の道〉春の息吹きに燃えるドイツ・シュバルツバルト地方の牧場の小道。緑のじゅうたんの上を流れるやさしい風が、人びとを戸外へと誘う。

話のバドック



商売繁盛

これからの販売店経営

③

今月からは数字によるご商売の管理の具体的な方法についてご説明しましょう。1回目は「儲け」の管理、つまり利益管理のすすめ方です。

『儲かっているかな!?!』

月に一度は営業努力の結果を数字で確認しよう。

お店の経営に役立つ数字や帳簿はいらない

昭和53年度の個人所得の確定申告のやりが例年のように3月15日に迫っています。お店の申告はもうお済みですか？ おそらく税額だけから見ると、「っこり型」泣き笑い型「深刻型」などさまざまでしょう。年ごとに二輪車業界でも青色申告で自主的に所得の申告をされ、納税するお店が増えていきますし、青色申告のメリットもだいぶ認識されているようです。しかし、帳簿の記帳、整理、決算事務や税務申告などは会計事務所まかせのお店が依然として多く、自家記帳、自己決算まで実行されているお店は極めて少ないようです。

当然、税務申告書ができてはじめて、昨年の自店の営業成績を知った、というケースも出てきますし、「昨年は売上げが15%も増えたのに利益が出ていない」とか「利益が150万円も出ているのに、自由にできるお金が1銭もなく、資金繰りも楽じゃない」といった普段の営業努力が報われないケースも起こりかねません。

これは非常に残念な話です。帳簿は税務のためにあるものではありません。「お店の数字」の大切さは、前号でご紹介したように数字によって計画↓実行↓反省↓軌道修正、

という具合にお店のヒト、モノ、カネをコントロールすることにあるのです。極端に言えばお店の経営に役立つ数字や帳簿は不要だといえるのです。

こんな「成行き経営」の恐ろしさは、経営者の意思決定が後手になったり、対策が遅れた結果思わぬ損失をこうむるということですね。お店の破綻の半分は放漫経営による内部崩壊型といわれますが、この意味からも決算が年一回というのは感心できることではありません。もちろん、経験や勘もそれなりに販売店経営には必要なことですが、客層や商品の変動、季節指数の把握、販売促進のための前向き予算の投入などのためには、どうしても「数字」でもって毎月判断することが必要です。これが、とりも直さず「年間目標」という列車に確実に乗るための条件なのです。

最初から「完全」をめざさずにできることから実行を!

さて、以上のようなことはすでに多くのお店で先刻理解されていることですが、それでは実際にどう実行し、改善していくかとなると「記帳する人がいない」「忙しくて時間が足りない」「簿記、決算処理、財務諸表の知識が不足」などといった具合に、お店に

よって事情が異なるとはいえ、多くの障害があつて、なかなか実行は簡単ではありません。

しかし、全て完全さを望むことではなければ実行もより可能です。つまり「今までの方法を変えれば」「一歩一歩段階を追って時間をかければ」「専門家などの協力を得られれば」前進することは間違いないでしょう。

月1回の決算に限らず、お店の経営で大切な前向き管理のしかたとしては、次の5つの信念のもとに実行したいものです。

- 1 必要なことから実行する
- 2 可能性のあるものから実行する
- 3 成功した例を継続する
- 4 さし迫ったことから実行する
- 5 実行して効果のあるものからやる

月次決算で

行当りばったりをやめよう!

では次に、月次決算(帳簿・締切り)のメリットを列挙してみましよう。

①お店の儲け(収益)を月に1度計算することにより、年間計画の進展状況がわかり、



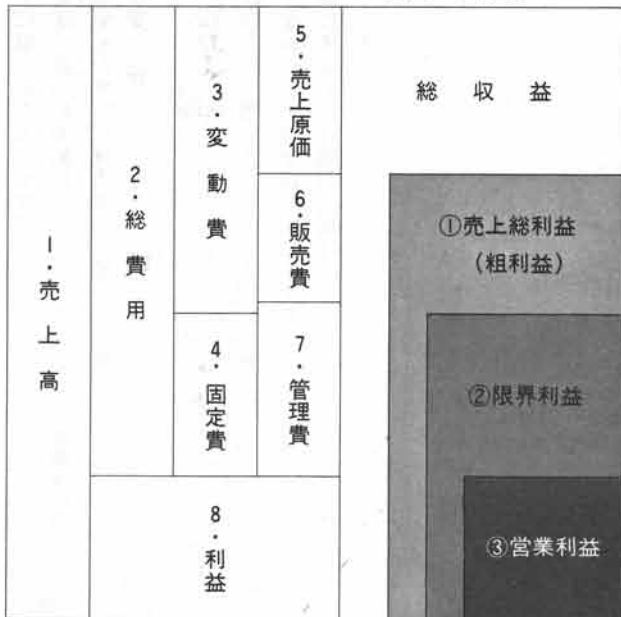
- 迅速に翌月の対策を打つことができる。
- ② 売上げ、仕入れの推移、売掛債権、支払債権を把握することにより、資金繰りを円滑にできる。
 - ③ 営業努力の成果を月1回確認できるので、立てた目標に対する達成意欲が旺盛になる。
 - ④ お店の改装、改築などの設備へお金を使ったり、借入れが可能かどうかの判断を容易にする。
 - ⑤ 従業員の待遇改善や、成果の配分などが、計画的に可能になる。
 - ⑥ 拡販のための販促費用の計画的な使用が可能になる。
 - ⑦ 経費の伸縮が弾力的に行なえるので、収益見通し、節減対策を適切に実施できる。
 - ⑧ 問題点が比較的短期に見えてくるので、改善策を手遅れにならずに打てる。
 - ⑨ 機械工具、備品、商品などモノの管理がしやすくなり、利用方法や保全が行届く。
 - ⑩ 仕入先、金融機関等の利害関係者との関係改善に役立つ。
- このように月に1度「数字」で営業成績を締切ってみると、お店の経営にとって多くの利点があるわけですが、人間でも同じ、問題が起こってから、行詰まってしまう「困った」と思っても手遅れ。そうならないためにも月に1度は、「これからドウスレバヨイカ」を考える習慣をつけること。「イキアタリバツタリ」だけは絶対やめたものです。

「儲け」を計るモノサシ 損益計算書

では、具体的にお店の決算を行なう場合、大きく分けて2つの目的があります。1つは「今月はいくら儲かったか」という儲けの計算（これを損益計算書という）と、もう1つ「現在お金がどう動いているか」の

利益の発生過程

〈利益の3段階〉



計算、つまりお店が使っているお金の出所と使い道を表わしたものの（これを貸借対照表という）です。今月は、儲けの計算に限って考えてみましょう。

月毎の損益計算書では左表のように粗利益、限界利益、営業利益の3段階で、利益を管理するのがよいでしょう。

まず粗利益。これは一般的に商品の売買差益といわれるもので、例えば6万8千円のバイクを現金で販売すると6万8千円の収入があり、うち5万9千円をメーカーに仕入代金として支払うと、差引き儲けは9千円。一方で千円のリベートがあれば計1万円が粗利益となります。

この差益管理は、一般的によく実施されていますが、次の限界利益が、これからの店の儲けの計算として、最も重要になってきているといえるでしょう。なぜなら、最近では売上げを伸ばすために、折込みチラシ等の広告宣伝や時には附属品のサービスといったように、収益に影響を与える要素が増え、これら販売に要する費用のコン

トロールが、とくに重要になっているからです。

そこで次ページ上表のお店のようには限界利益で管理するとお店の収益性をより客観的に判断するのに効果的です。一般に固定費は、毎月あまり変化しませんので「限界利益-固定費=営業利益」となり、限界利益をいくらあげたらよいかで、獲得利益目標を比較的容易にとらえることができます。

「限界利益」などという言葉に不馴れになる方もあるかも知れませんが、ぜひ活用したいものです。

**従業員を1人増やした
さていくら売上げれば
利益が出るのか？**

また、限界利益による儲けの管理のやりやすさは、「損益分岐点を簡単に算出することができるところ」です。

損益分岐点とは次ページ下表のように総収益(売上高)と総費用が、金額的にバラ

- 〈第1段階 売上高-売上原価=売上総利益(粗利益)〉
- 〈第2段階 売上高-変動費=限界利益〉
- 〈第3段階 売上高-総費用=営業利益〉

- 変動費とは売上の増減に比例して増減する費用
- 固定費は売上の増減に関係なくかかる費用
- 売上原価は売った商品(バイク、サービス等)の仕入金額、リベート収入等は差引く

あるお店の損益計算書の例

項目	金額	内訳
1 売上高	1000万円	新車600 修理部品120 自転車250 中古車30
2 売上原価	800万円	新車510 修理部品 60 自転車205 中古車25
3 売上総純益	200万円	新車 90 修理部品 60 自転車 45 中古車 5
4 変動経費	50万円	広告宣伝費32 サービス料10 交際費3 その他販売費5
5 限界利益	150万円	
6 固定経費	100万円	人件費60 設備費15 管理費20 支払利息その他5
7 営業利益	50万円	

損益分岐点の出し方



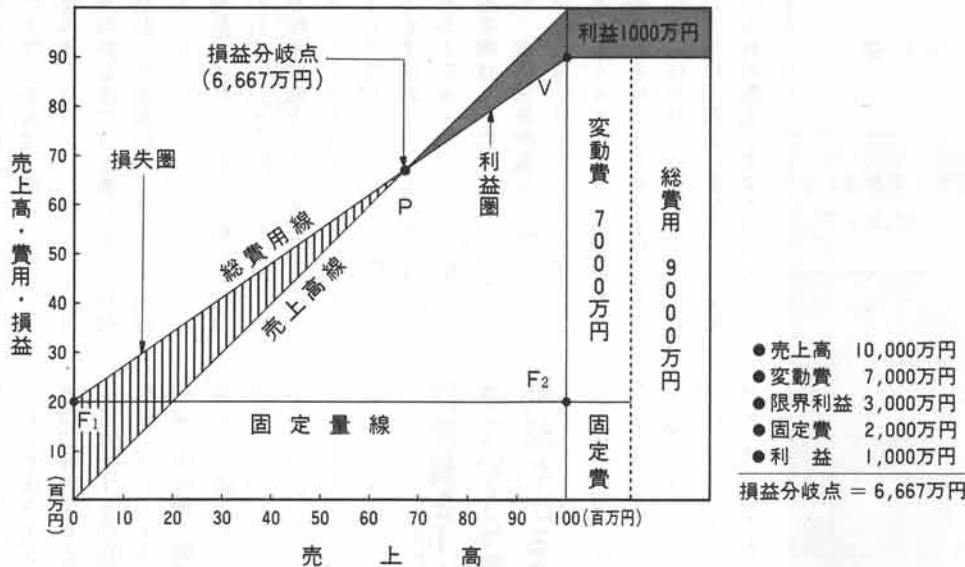
$$\text{損益分岐点} = \frac{\text{固定費}}{\text{限界利益率}} = \frac{\text{固定費}}{1 - \frac{\text{変動費}}{\text{売上高}}}$$

ンスがとれるときの売上高のことをいいます。ですから、お店の目標として、いつその分岐点をオーバーする収益をあげるかを、毎月考えながら販売活動を進めることです。これにより目標とする利益も、必ず射程距離内に入ってくるでしょう。

このように損益分岐点を求めることは、単に収益と費用となる売上高を求めるだけでは意味はなく、売上高と費用と損益の三者関係を分析して、儲けの管理に役立て

A店の損益分岐点(年間)

〔損益分岐点図表〕



〔損益分岐点図表のつくり方〕

- ① 正方形のグラフの0点から右上に対角線を引いて売上高のラインをつくる
- ② 固定費をタテ軸の費用目盛から見出し固定費線 (F₁-F₂) をヨコ軸に平行にとる
- ③ タテ軸に変動費を上乗せしてV点を記入する
- ④ VとF₁を直線で結ぶ
- ⑤ 対角線の売上高線とこのV-F₁(総費用線)の交点Pが損益分岐点である

ることに狙いがあるのです。例えば、費用が増加した場合の必要売上高を算定したり、店舗改装の投資をした場合の採算見出しを出したり、利益計画の立案、収益性の判断など幅広く役立てることが出来ます。

左表のA店の例で言うところ、従業員を1名増員し、なおかつ利益を10%増加させることを目標にすると、目標売上高は次のように計算できます。

このほか、利益率が下がった場合も、分母を変えることで簡単に目標売上高を算出できますので、この算式を利益管理に十分に役立ててください。(つづく)

$$\begin{aligned} \text{目標売上高} &= \frac{\text{固定費} + \text{増加人件費} + \text{目標利益}}{\text{限界利益率}} \\ &= \frac{2000 + 220 + 1100}{0.3} = 11,067 \text{万円} \\ &\text{(増加人件費を220万円とした場合)} \end{aligned}$$

『^{クセ}自転車の癖よ、サヨウナラ!』

街は小さな小さなク・ル・マがいい——パッソル&パッソーラの新しい仲間として「かわいいキヤロット」が新発売されて早や1ヵ月。さらに今月からは「おしやれマリック」も登場して、原付ユーザーの安全運転指導もいよいよ忙しさをまわっています。

そこで、今月のこのコーナーでは、前号に引き続いて自転車から乗りかえたお客さまに対する「自転車乗車時のクセを直す指導のポイント」についてひと言。店頭や乗り方教室の会場で、自転車のクセを直さないまま乗車しているお客さまを見つけた時は、ぜひこれらのワンポイントアドバイスをご参考に、バイクの正しい乗り方をご指導ください。

●^{クルマ}「自動車の仲間入りをした」という認識を

「自転車からバイクに乗り換えての、まず第一の違いといえば、道路上の走り方。だから私の店ではつねにお客さまにこれらの違いをまっさきに説明して、交通法規の認識を高めているんです」——これは、東京都内のある販売店さんのお話し。

というのも、現在問題となっている原付バイクによる交通事故の大半は、単独事故というよりはむしろ対四輪事故という現実から、継続した交通法規の認識を高める活動の必要性を感じたというのがその理由。

具体的な活動としては、通行区分の違いから交差点での右折の仕方や制限速度まで、いままで自転車に乗っていた人がつい間違えがちな項目について、「自動車の仲間入り」という認識の上に立っての正しいバイクの走り方を説明したポスターを自作して店頭に掲示。さらに、お客さまには必ず一度はこれらの項目について確認のためのチェックを行なっているとのこと。

おかげで、この指導に力を入れてからというものはお客さまの危なっかしい運転も街頭で見られなくなり、交通事故の話も一切聞かないとかで、この販売店さんは今後もさらにこうした店頭指導を徹底したいと意欲をみながらせていました。

●^{クルマ}「相手(自動車)の見る目も自転車の時とは違う」という事実

自転車からバイクに乗り換えてのもうひとつの大きな違いが、バイクの運転者に対する自動車側の見方。当然、原付免許を取得したということは道交法の知識も完全に身につけているということから、自転車の運転者に対するようには警戒心も抱かなくなっているという事実です。

最近、大きな問題になっている大型トラックによる左折時の巻き込み事故などは、この最も代表的な例といえますが、それだけにバイクの運転者には自転車乗車の時以上に自動車に対して、注意を払うよう心掛けさせることが肝心。原付免許教室や乗り方教室、店頭等での指導の際には、「相手(自動車)の見る

目が変わってくるだけに責任を持った運転を！」とか「自動車が横に来た時は相手のサイドミラーをのぞき、相手もこちらを確認しているかを確かめよう！」といった言葉を通して、自動車と同等の立場に置かれているという認識を持たせるよう注意したいものです。

●「足でのブレーキ」はケガのもと

展示試乗会や乗り方教室で、とくにバイクに初めて乗るお客さまに多く見られるのが、ブレーキを使用して完全に停止する前から足をつけて強引に止めようとするとする自転車の癖。

パッソルやパッソーラならまだしもチャビイなどの場合は、時には足をついてもスピードを完全に殺しきれずステップバーに後からはさまれるなど、ケガをする原因となることにもなりかねません。

そこで、この「足でのブレーキ」を防止する指導のポイントをテクニカルセンター磐田のベテラン指導員氏に聞いてみると、返ってきたのがこの答えでした。

「足でのブレーキ」は、年をとった人ほど多いですね。その理由は何かといえば、ひとつにはあまりにも緊張してハンドルにしがみついているためにブレーキに手をかけようとしてもそれができず足で止めようとする。そして、もうひとつが止まるまで足を出さないと横に倒れてしまうという怖れから、ついスピードが落ちる前から足をつけてしまうことです。

ですから、ここでの指導のポイントとは、まず第1に前号でも言いましたように肩に力を



入れず正しくグリップを握らせること。第2には目線を前方に向けて止まる位置を見きわめ、急激なブレーキングをさけ徐々にスピードを落させること。そして第3にはスピードを充分殺したら半歩前に左足を出して完全に停止させること(真横に足をついた場合は、完全に停止した時は足が身体より後へいってしまい不安定になる)を重点的に教え込むことです。

誰しも「足でのブレーキ」でバイクが止まるとは思っていないでしょうから、足を出す人はまだまだバイクを怖がっていると判断しているわけで、そんな人には指導の前に「止まらない前から足を出したのではクツ底がすぐへっちゃいますヨ！」などと冗談をいい気分をほぐすなどの気遣いも行なっています。

新年大会で、ソフトバイク販売研修会で ガツチリと'79商戦への態勢固め

1月15日、東京で行なわれた「79 YAMAHA全国選抜優秀販売店新年大会」のあとを受けて、1月下旬から2月いっぱい全国各地で、ヤマハ支店、販売会社主催による「新年大会」や「ソフトバイク販売研修会」が相ついで開かれ、'79年商戦へ向けての販売活動方針がしっかりと確認されました。

それは、いずれも「キャロット」「マリック」など新しいソフトバイク3機種が発売によって、今年も着実に商売の拡大が期待される中で、より地域や商圏に密着したご商売をどのように展開していくか? を確認しあつたものです。

それだけに、特に各地の「ソフトバイク販売研修会」では、新商品の実車や豊富な販売促進ツールを前に、'79ヤマハソフトバイクシリーズの売り分け、市場の分析とそれに合わせた新需要の拡大、そして免許教室や展示会、試乗会など販売促進活動の展開方法が熱心に討議されました。特に今年、地域の特性をフルに活かした独自の活動が期待されていますが、早くもさまざまなアイデア、活動計画が披露されて'79年のスタート春の商戦への意欲がみなぎっていたものです。

← ち密な市場の分析にもとづいて、地域に最も適した販売促進活動の展開が熱心に討議された「ソフトバイク販売研修会」。お店独自のもの、地域のお店が合同で開催するもの……今年も多彩な販売促進活動の展開が期待されています。(写真は2月8日、仙台市の郵便貯金会館で行なわれたヤマハ宮城(株)仙台営業所の販売研修会風景)



大阪では2月8日、京都、大阪、兵庫、和歌山、岡山の5ヤマハ販売会社合同の新年大会を中之島ロイヤルホテルで開催。約500店にのぼる販売店さまが、'79年に賭けるヤマハの営業政策、新商品の紹介に熱心に耳を傾けられていたものです



こちらは1月26日、東京プリンスホテルに都内の約300店の販売店さんを集めて行なわれたヤマハ東京(株)の5営業所合同の新年大会。ビデオテレビやスライドを用いて、市場分析やご商売の方向が示されました



陸のヤマハ★海の世界のヤマハ

お便り、お電話、お待ちしております。

ヤマハニュースは、販売店みなさまの情報誌です。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、ご相談も大歓迎です。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

ヤマハ部品・用品コーナー



「キャロット」「マリック」のシャフトドライブ潤滑に 純正ヤマハグリースB

標準小売価格：800円

部品番号：90890-69916

新しいソフトバイク「キャロット」「マリック」のシャフトドライブ用純正ヤマハグリースBです。

「キャロット」「マリック」のドライブシャフト・ヘリカルギヤの潤滑用に開発されたもので、特に耐熱性、耐水性の高いグリースとなっています。シャフトドライブのピニオンドライブギヤまわりの分解整備の後には、必ずこの純正ヤマハグリースBをご使用ください。もちろん、ホイールベアリング、ステアリングヘッドなど他機種的一般潤滑用としてもご利用いただけます。

レーシングカート用クラッチオイル

標準小売価格：600円

部品番号：90890-69917

ヤマハレッドアローRC100J、RC100Sに新採用されたオイルクラッチ用の純正クラッチオイルをご用意しました。

このオイルクラッチは、オイル量20cc、1レース走行毎の交換がマニュアル等でも指示されていますが、この純正オイルは5回分100cc、1本で約1日のレースをカバーする容量。使いやすくサイドに20cc毎の目盛りが刻まれています。



「海、大好き」をテーマに 第18回

東京国際ボートショー

3月23日～27日まで開催

太陽と海の祭典「東京国際ボートショー」が今年も3月23日から東京晴見の国際貿易センター東館・西館で開催されます。

海のヤマハが主役をつとめる、このボートショーも今年で18回目、年ごとに国際色をつよめています。今年も注目のヤマハコーナーは、ボート、ヨットのフルラインアップを展示してヤマハが提供するすばらしい海の世界をご紹介します。どうぞお客さまにご案内ください。〈入場料・一般¥500〉

「私もクラブの一員」

パッソーラでツーリングを楽しむ 46才の看護婦さん



↑ 同行のビッグバイクに見守られて、さっそうと先頭を走る服部さんとパッソーラ

← 通勤にツーリングに、バイクのある暮らしを広げる服部さん(右)とクラブの会長でもある長谷川先生

(ヤマハ大阪・東営業所) 大阪府八尾市のヤマハスポーツ店山下オクト販売(山下克己社長)さんのお店のクラブ「亀井輪友会」にはユニークなお客さまが多勢、それぞれにバイクのある毎日を楽しんでいます。会長は同市で歯科医院を開業する長谷川先生。永いキャリアを持つ大のバイクマニアですが、昨年11月には大阪府の安全運転指導員の審査にもパスされ、900ccから125ccまで3台ものバイクを所有しての

バイクライフもますます活発化している昨今です。

またこの長谷川歯科医院で看護婦さんをされている服部房子さん(46才)も同クラブのメンバー。毎日の通勤に使用されている「パッソーラ」でこれまたメンバーのご長男(250cc)などと一緒にツーリングを楽しんでいます。写真は、先頃服部さんも参加されて行なわれた大阪→和歌山市の紀三井寺往復175キロのツーリングの

時のものですが、「同行のXS750氏などに心配された急な孝子峠の登り下りも快調に走り、パッソーラは本当によくがんばってくれました。このツーリングですっかり自信もつきましたので、これからは西国33所礼所参りを、このパッソーラで続けていきたいと思っています」と、服部さんとパッソーラのバイクライフも、ますます大きな広がりを見せています。

もり上がるカートスポーツ熱の中で

大盛況の

ニューレッドアロー発表試乗会

先ごろ新発売されたニューヤマハレッドアロー「RC1000J」「RC1000S」「RC1000A」のマスクミ関係者への発表試乗会が、2月8日に行なわれました。



輸出モデルのYZ80/100、GTMX、GT80などヤマハの小型オフロードマシンは、「ミニサイクル」と呼ばれて海外の子供たちの間で圧倒的な人気を博していますが、オーストラリアでは今年初めからヤマハの大規模な「ミニサイクル」キャンペーンが展開され、このブームに一層拍車をかけています。

すでにオーストラリアには80以上のミニサイクル・クラブがあり、ライダーも1万人以上に達しています。子供たちのオフロード熱の中心はなんといってもモトクロスでイベント数も多く、州や全国の選手権レースも行な



いまが真夏のオーストラリアで、人気集める 「ヤマハ・ミニサイクル」キャンペーン



われるほどです。この中でヤマハは各州のインポーターと協力し「ミニサイクル・モトクロススクール」を開催して、このミニサイクルブームの健全な発展を促進中。日本から派遣された岩尾一敏特別インストラクターの指導でオフロードライディングの基本から楽しみ方までを確実に広めています。いまが真夏、子供たちは夏休みとあってこの会場も多数の参加者がつめかけ、熱心な両親や教師までが応援にかけつけるほど大盛況。このヤマハの積極的な普及活動が大きな話題を呼び起こしています。

データバンク

男性10人に7人、女性は10人中3人が免許を

〈53年末全国運転免許保有状況〉

昭和53年度の日本全国の運転免許保有者の状況が、先ごろ警察庁でまとめられた。昨年度の大きな特徴は●女性の免許保有者が1000万人を突破●原付免許保有者数では、女性が男性を上回っている●54年5月ごろまでには全体で4000万人に達するだろう、というところ。

〈免許保有者数の急増〉

●53年末の免許保有者数は、3917万4099人。これは52年に比べ215万人(5.8%)

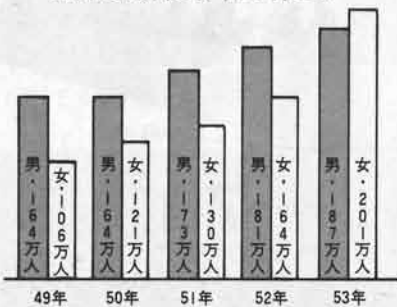
の増加。

●女性の免許取得が特に著しく過去3年間の増加率は41.5%と男性の10.1%をはるかに上まわっている。

〈原付免許の取得状況〉

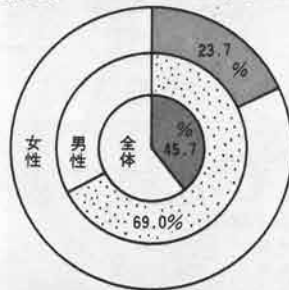
●原付免許のみの保有者は387万8741人。うち女性だけで200万009人。ついに女性が男性を13万5277人上まわった。ここにも、ソフトバイク時代の定着ぶりがうかがえよう。

〈原付免許保有者の伸び〉



〈保有者の特徴〉

●免許適令人口に占める保有者の割合



文字通りの「ブーム」ともいえるもありあがりぶりをみせる最近のカーブスポーツ熱を反映して、つめかけた取材陣は2輪、4輪専門誌からスポーツ紙、一般誌までその数21社45名。本社会議室での商品説明会会場を袋井コースへ移しての試乗会は、終始熱っぽい雰囲気につつまれ日本のカーブスポーツの推進役を果しているヤマハレッドアローシリーズへの大きな関心のほどを物語っていました。

今年1月にはSLカーブライセンストライセス所有者も1万4500人にも達し、レース活動もSLシリーズが、なんと200レース、全日本シリーズなどを加えると230レースにもなる今シーズンのカーブスポーツ。一段と充実したヤマハレッドアローシリーズの発売とともに、今シーズンも大きな飛躍が期待されています。



RC100J、RC100S、RC100Aとニュー「ヤマハレッドアロー」シリーズを前に熱心な質疑応答が展開された商品説明会



ワンタッチで勝負を計測 **クロナス** 電子ストップウォッチ

モトクロス、ロードレース、カートレースなどスピードレースには必携のストップウォッチ。トレーニング時にも必ずタイムを測って記録し、マシンのセッティングやトレーニングの成果を裏付けたいものです。ストップウォッチをお選びならクロナス！ 電子式デジタル表示のクロナスは1/100秒まで、瞬時に、正確に読みとれ、しかも故障がなく、衝撃につよい世界の一品です。お店のレース活動のパートナーとしてどうぞご準備ください。また、お客さまにもぜひおすすめください。

①スタート/ストップボタン
②ディスプレイボタン
③トータルタイム表示
④ラップタイム表示
⑤電源スイッチ
⑥リセットボタン

Chronos 2D
オフィシャルタイマー用ラップタイム、トータルタイムの同時表示
¥38,000

Chronos 3-T
ビットクルー必携連続ラップタイム計測
¥25,000

クロナス 2D/3-Tは 操作かんたんワンタッチ計測

クロナスはすべてワンタッチ計測です。電源スイッチを入れ、レーススタートと同時に①のスタートボタンを押せば計測開始。1周目のフィニッシュと同時に同じ①のボタンを押せば1周目のラップタイムがデジタルで表示され、このとき同時に自動的に2周目のラップタイムの計測が始っており、2周目のフィニッシュでまた①のボタンを押せば2周目のラップタイムをデジタルで表示し、同時に3周目のラップタイムの計測が開始されています。以後各周ともフィニッシュ時に①のボタンを押すだけで連続して何周でもラップタイムが計測できます。

●輸入元 インターニックス株式会社 ●販売元 ヤマハ発動機株式会社 営業部



菅生
スポーツランド
SUGO

ご商売に、レジャーに

スポーツランド菅生を、どうぞことしもご利用ください。

スポーツランド菅生の'79年イベントスケジュールをご紹介します。オープン以来5シーズン目を迎えて、モータースポーツ、一般スポーツから楽しい遊びの催し物まで、どれも一段と楽しさあふれる内容で開催されます。お店のご商売の一環として、またみなさまおそろいのレジャーに、どうぞ今年もスポーツランド菅生を存分にご活用ください。

〈カレンダーは●印がモータースポーツイベント、他は一般の催し物です〉

3月

- 18日 楠谷商店杯ミニバイクレース①
チーム北斗ダートトライアル
- 21日 SL・SCCトライアル①
- 25日 チャンピオン・ロードレース①
カートライセンススクール①
- 28日 TBC春休み自然教室(～30日)

4月

- 1日 ベル&ベルレイ杯カートレース①
- 1日 春のジャルダンオリエンテーリング
- 28日 くぬぎ山荘ウェルカムサービス
- 15日 SL・SCCモトクロス①
- 15日 5周年記念オリエンテーリング
- 22日 SLカートレース(耐久)
カートライセンススクール②
- SL・SCCトライアル②
- 29日 SCS4輪レース①
- 29日 ゴールデンウィーク特集(～5/6まで)



5月

- 3日 第5回TBCビッグロードレース
3日 ヤングフェスティバル
- 6日 全日本カートレース菅生大会
- 5日 こどもショウ・ひらけボンキッキ
ビッグマシンフェスティバル
- 13日 南海部品杯ミニバイクレース②
- 13日 5周年記念チャリティーデー
- 20日 SL・SCCモトクロス②
カートライセンススクール③
- 27日 チャンピオン・ロードレース②

6月

- 3日 全日本選手権モトクロス⑤
- 10日 SCS4輪レース②
- SL・SCCトライアル③
- 17日 日本チャンピオン杯カートレース②
- 24日 SL・SCCモトクロス③
カートライセンススクール④

7月

- 1日～8/31 キャンプ場オープン
ブルガーデンオープン
- 1日 チャンピオンロードレース③
- 15日 ダンロップ杯カートレース③
- 22日 サマーフェスティバル・ロードレース
サマーフェスティバル・トライアル
宮城県選手権トライアル
- 22日 夏のジャルダンオリエンテーリング
バーベキューまつり
- 29日 カートライセンススクール⑤
- 29日 TBC夏休み自然教室

8月

- 5日 サマーフェスティバル・モトクロス
サマーフェスティバル・カートレース
- 12日 カートライセンススクール⑥
- 12日 SUGO夏まつり
- 19日 ミニバイクグランプリ
- 26日 宮城県選手権モトクロス
- 26日 こどもショウ

9月

- 2日 チャンピオン・ロードレース
- 1日～10/31 味覚バック・いも煮バック
- 9日 SL・SCCトライアル
- 9日 SUGOオリエンテーリング
- 15日 SUGOいも煮まつり
- 16日 カートカップカートレース④
- 23日 SL・SCCモトクロス④
カートライセンススクール⑦
- 23日 ミュージック広場
- 30日 SCS4輪レース③
井上ゴム工業杯ミニバイクレース③
宮城県選手権モトクロス

10月

- 5～7日 '79ジャパンカートブリ
- 7日 ヤングフェスティバル
SUGO収穫祭(～10日)
- 10日 カートライセンススクール⑧
- 13～14日 '79モトクロス日本グランプリ
- 21日 第6回TBCビッグロードレース
- 28日 プリチストン杯カートレース⑤

11月

- 3日 SL・SCCモトクロス⑤
- 4日 SCS4輪レース④
- 11日 第7回日本グランプリトライアル
- 18日 チャンピオンロードレース⑤
- ベル&ベルレイ杯ミニバイクレース④
- 23日 SUGOモトクロス教室
- 25日 第6回賞金耐久モトクロス
カートライセンススクール

12月

- 9日 SL・SCCトライアル⑤
- 16日 東北カップレース



ヤマハスポーツ50 FS1

〈1969年(昭和44年)4月発売〉

レーシングマシンそのままの流麗なスタイルに、50ccクラス最高の性能を備えて'69年の4月にデビューした「FS1」は、50ccクラスにも本格的なスーパースポーツ車時代の到来を告げる画期的なモデルであった。

事実、真白いスリムなロングタンクから、ストッパー付のセミダブルシートへと流れるシャープなラインも印象的なデザイン、また9000毎分回転で6馬力、最高速度95キロ毎時リターン式5段変速という高性能ぶりが、当時若いスポーツユーザーの圧倒的な支持を集めたものである。

「7ボーン」と呼ばれたヤマハ独自のスタイルのバックボーンフレームは、名車「YG1」から派生した50ccシリーズYF1→F5→F5Sの流れをくむもの。以来'72年5月の「FX50」で鋼管ダブルクレードルフレームに、さらに'74年3月にデビューした「RD50」で50ccクラス唯一の前輪油圧ディスクブレーキを装着するなど、年ごとに「スーパースポーツ」としての内容を高め現在の「RD50」そしてキャストホイール仕様「RD50SP」へと続いている。

ちなみに「FS1」が登場した'69年は、静岡県袋井市にヤマハコースがオープンした年でもあった。



FS50：'70年12月発売のFS1マイナーチェンジモデル



FX50：'72年5月発売。7ボーンフレームからWクレードルフレームに一新



RD50：'74年3月発売。このRDから前輪油圧ディスクブレーキを装備。50ccロードスポーツモデルとしての個性を一層明確にしている



RD50SP：'78年3月発売。50ccでは初めてキャストホイールをはいてデビューした現在のRD50SP

●全長1755mm ●全幅555mm ●全高935mm ●軸間距離1160mm ●車重70kg ●空冷2サイクル・ロータリーディスクバルブ単気筒50cc ●ボア×ストローク40×39.7mm ●圧縮比6.9 ●最高出力6ps/9000rpm ●最大トルク0.5kg-m/8000rpm ●最高速度95km/h ●始動方式キック ●リターン式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(前)2.25-17(後)2.50-17

ヤマハ独自のハイメカニズム「モノクロス・サスペンション」が、いよいよミニ・トレ「GT50」にも採用されて話題を呼んでいます。数かずの栄光に輝くワークスレーサーの技術成果でもある、このヤマハならではの高度な技術をセールストークにフルにご活用いただくために、今月は改めて「モノクロス・サスペンション」のメリットを洗い直してみましょう。



あらためて 『なぜモノクロス・サスペンションなのか!』

● 苛酷なワークスレーサーの実戦経験から生まれた「モノクロス・サスペンション」

モノクロス・サスペンションが初めてデビューしたのは'73年3月のこと。茨城県谷田部で開かれた全日本選手権モトクロス第1戦でワークスモトクロスレーサー「ヤマハYZM125/250」に採用されたものです。デビュー戦から圧倒的な速さを示し、上位独占を続けて「空飛ぶサスペンション」とか「見えないクッション」などといわれ驚異の目を集めたことは、いまだに記憶に新しいところでしょう。

いうまでもなくパワーユニットとサスペンションのマッチングは、つねに二輪技術の最も重要な課題のひとつ。つまり、いかにすぐれたパワーユニットを搭載したマシンでも、サスペンションの性能がそのハイパワーと完全にバランスのとれたものでなければ、操縦性、安定性の面でその実力を存分に発揮することはできないからです。

この意味でモトクロスをはじめとするレースの分野ではエンジンの高出力、高性能化が急速に進み、単にエンジンの性能向上よりも操縦性、安定性を重視した総合的な戦力力の向上が、技術開発の焦点となっていた'73年当時、ヤマハがもたらした衝撃的な回答が、この「モノクロス・サスペンション」であったわけです。

以来、ワークスモトクロスYZMからワークスロードレーサーYZRへ、そして市販レーサーYZシリーズ、TZシリーズへとこのハイメカニズムは活用の範囲を広げ、トール「DT250/125」、そしてミニ「GT50」にまで採用されるに至っているのです。

● モノクロス・サスペンションならではの数多くのメリット

この約6年の間にモノクロス・サスペンションは改良を重ね、年ごとに完成度を高めています。その基本構造は、フレームのタンクルール部に1本のクッションユニットを置き、前端をフレーム前部に固定、後端をリヤアーム上部に取付けることにより、激しく上下動するリヤホイール（リヤアーム）のショックを前後動におきかえ、窒素ガス、オイル、コイルスプリングなどを組合わせたクッションユニットで吸収するものです。

このモノクロス・サスペンションは、従来のスイングアーム方式に比べ――

- ①クッションユニットの取付け方法により、車体全体を強度、剛性上バランスのすぐれたものとする事ができる。
- ②クッションユニットが長くでき、クッションストロークを大きくすることができる。
- ③クッションユニット自体コイルスプリング、オイル、窒素ガスなど緩衝部材の組合わせて特にソフトな乗車感が得られる。
- ④この結果、特にオフロードにおける直進性やコーナーでの操縦安定性が飛躍的に向上する――などの多くのメリットを生み出しているわけです。

● なぜバランスが良く、横ブレが少ないのか？

これらのメリットをもう少し具体的に見てみると、モノクロス・サスペンションの合理性、優秀性もはつきりとするでしょう。

例えば図のような左傾斜のバンク路面を走行する場合を考えてみると、一般的な2本のリヤクッションでは、当然右側のクッションに多くの力が加わります。これを仮りに右側10左側に7の力だとすると、図のように10-7=3の突き上げる力が左側より多く右側に加わり、この力が多く加わった分だけショックアブソーバーが伸びることによって車体をハネあげ、当然車体後部を左側へ振り、横ブレが生じてライダーは右側へ倒れやすくなるわけです。

モノクロス・サスペンションの場合は、ショックアブソーバーが1本ですから車軸の左

右で路面から受ける力が異なっても、左右2本のスイングアーム（リヤアーム）で受けた力は、同一の強さで左右にハネ返りこの結果バランスが崩れることも、横ブレが生じることもないのです。

● なぜ大きなクッションストロークが得られるのか？

また、路面からの衝撃をより多く吸収しスムーズで、ライダーを疲れさせることもなく安定した走行を可能にするためにはクッションストロークを十分に確保する、いいかえればより大きなホイールトラベル（リヤホイールの上下動量）を確保することが必要となってきますが、この点でもヤマハモノクロス・サスペンションは、大きなメリットを持っています。

図3. 一般的なリヤクッション

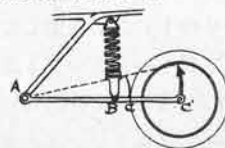
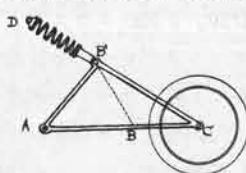
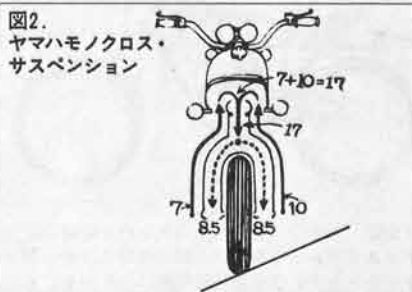
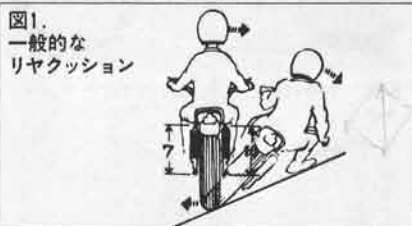


図4. ヤマハモノクロス・サスペンション



ホイールトラベルを大きくするために、まず考えられるのは、図3のように後輪車軸の取付け位置を後方(C')にずらすことです。しかしこの方法では、当然スイングアームの強度が大きな問題となってきます。

また、2本のリヤクッションの場合、クッションユニット自体の長さにも限界があり、ストロークも限られてきます。これに対しヤマハモノクロス・サスペンションは、図4のように、スイングアームを充分に長くとりながら、三角状のリヤアームで強度面を完全にカバーし、しかもクッションユニット(B'D)も、フレーム前端まで長くとることができるために、クッションストロークを長くすることも可能となります。こうして、ヤマハモノクロス・サスペンションは、一般的なリヤクッションをはるかにしのぎ、大きなホイールトラベルを確保し、衝撃吸収力を高めているわけです。



『狭い店内はバイクの陳列だけで精いっぱい。
用品コーナーまではとても無理』
こんなお店にぴったりの
“ディスプレイツール壁面ユニット”

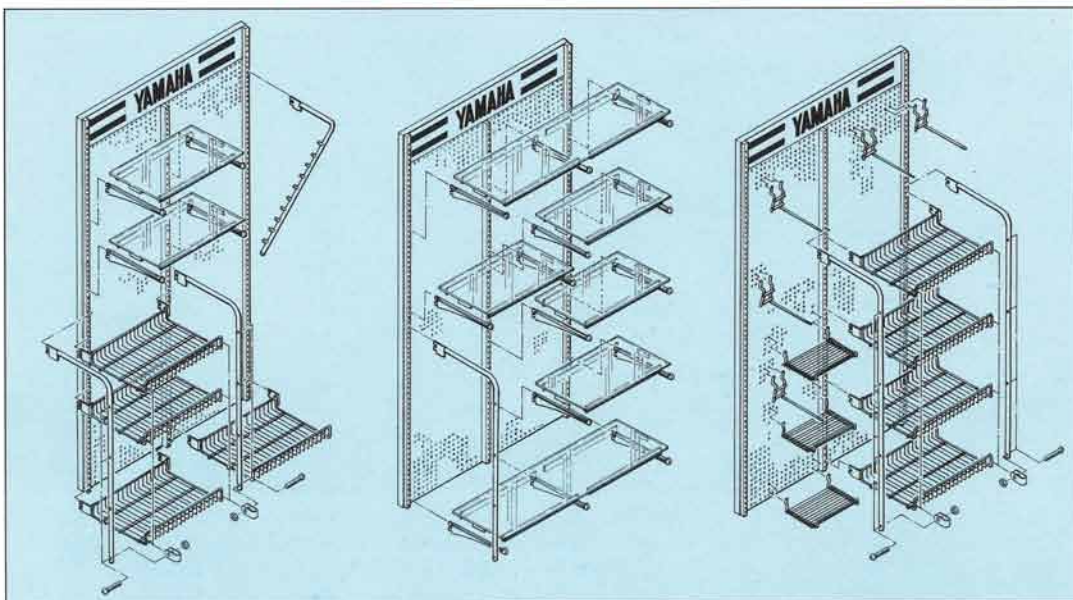
壁面ユニット、2坪コーナー、3坪コーナー、4坪コーナー……お店の店内スペースに合わせた『用品コーナー』モデルを、今月から4回にわたりご紹介してまいります。

これは、壁面を最大限有効に活用した用品コーナーのサンプルです。「店内スペースが狭くて、バイクの陳列だけでいっぱい。用品コーナーまではとても無理」とおっしゃるようなお店に、まさにぴったりのものです。床面からの高さを調節することで、壁際までフルにバイクの展示スペースとして利用できるのも特徴です。

ヤマハではいま、お客様のニーズに合わせた豊富な部品・用品の開発・供給と並行して、こうしたお店の「用品コーナー」開設のための展示用機材の開発・斡旋、「用品コーナー」開設のご相談を承っております。

どうぞ「用品コーナー」をフルに活かしてこれからのご商売に、欠かすことのできない“明るいお店づくり”と“用品・部品による収益アップ”をおすすめください。

◆「ディスプレイツール壁面ユニット」を利用した展示例。この展示の場合、これらの商品1回転で機材(ユニット)費を完全に償却することができます。



Aタイプ

¥ 23,890
サイズ：……900(W)×300(D)×1,800(H)
器材
パイプフレーム……………2本
アクリル棚(小300×460)……2枚
ブラケット……………4コ
平ブラケット……………4台
パイプハンガー……………1本

Bタイプ

¥ 27,580
サイズ：……900(W)×300(D)×1,800(H)
器材
パイプフレーム……………1本
アクリル棚(大300×910)……2枚
アクリル棚(小300×460)……4枚
ブラケット(ℓ=300)……………14コ

Cタイプ

¥ 24,575
サイズ：……900(W)×300(D)×1,800(H)
器材
パイプフレーム……………2本
平バスケット……………4台
金網棚……………3枚
ロングフック(ℓ=110)……………5本

データ・バンク

●これからは、ご商売のあらゆる面からの収益アップが望まれるが、現在の用品・部品の市場規模は用品約550億円、部品125億円。このうち用品に限ってみると約250億円は2輪車業界以外で扱われている
●アメリカの2輪車販売店では、用品・部品の売上げ比率が30%にも達している●日本の平均は12%程度。用品コーナーなどの設置で22%ぐらいには引上げたいものです。



フレッシュミルクバイク



深い眠りからさめただけの朝、新鮮なミルクはなによりのご馳走です。起きぬけのかわききった喉をうるおす、冷たいミルクの味わいといったらもう最高…。

●日曜日。静かな街を走りぬけて、キャロットでそこまでショッピング。いま、おいしさは手の中に。●フレッシュミルクバイクは、こんな暮らしのおしゃれを実現してくれる、あなたの新しいパートナー。あるときはショッピングのアシスタントとして、またあるときは旅ごころをみだしてくれるよき友として、かかすことのできない存在になるはず。 **街は小さな小さなク・ル・マがいい。**

YAMAHA SOFTBIKE **キャロット** (新発売)

標準現金価格 ¥67,000



ヘルメットをかぶり、安全運転に心がけましょう。定期点検を受けましょう。思ったら「ヤマハ原付免許教室」へ。お支払いには「らくクレジット」を。

広告活動ご紹介

フレッシュミルクバイク—かわいいキャロット。2月1日の「キャロット」新発売とともにスタートした多彩なソフトバイクの広告キャンペーン。一般誌、女性誌、婦人誌、男性誌など印刷媒体を通じての広告活動は、新しいソフトバイクの個性を、暮らしの中の身近かな言葉にかえて、ソフトバイクの手軽さ、効用性をアピールするものです。