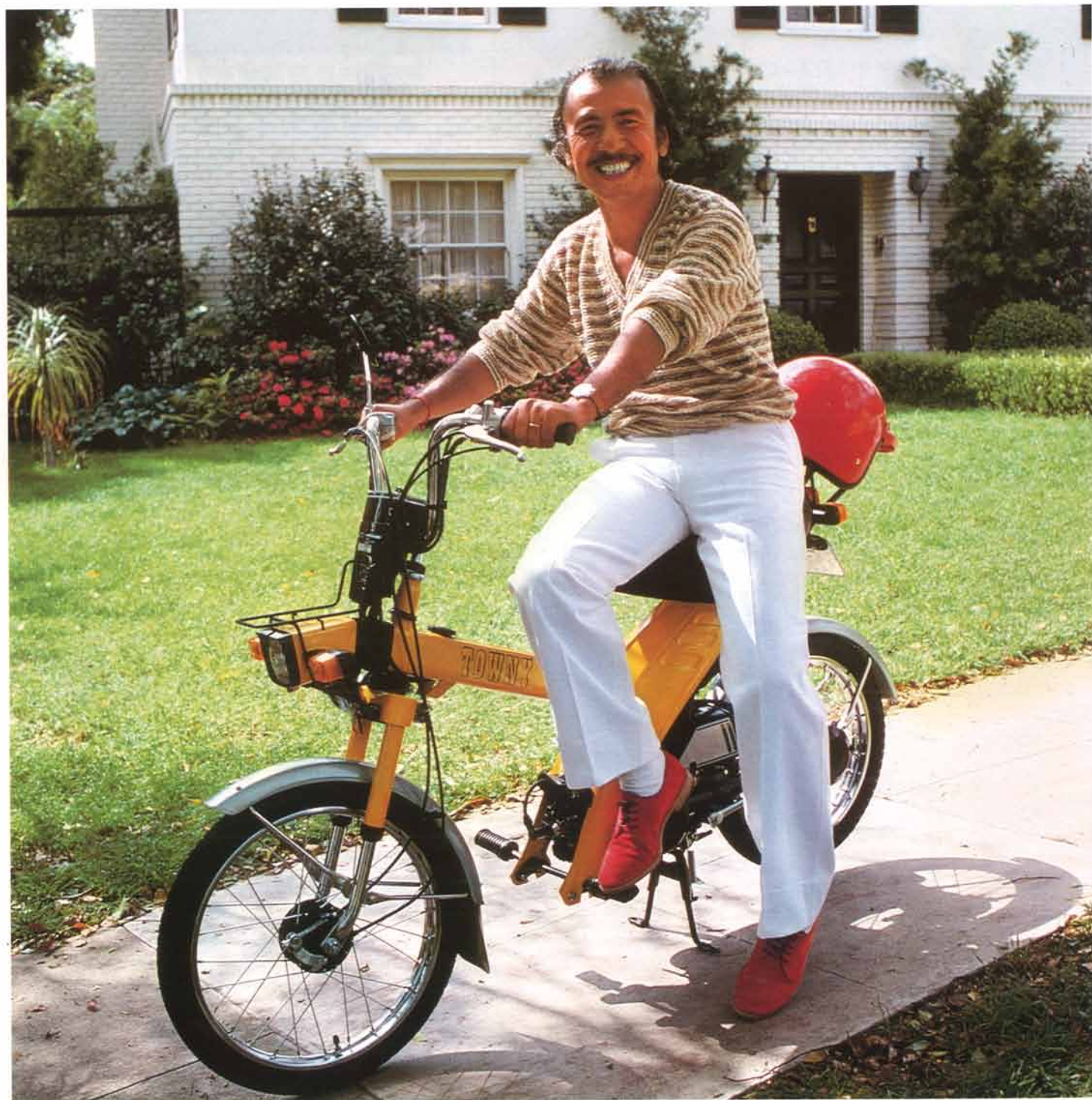


グッドデザイン賞受賞!

 **TOWNY**

'81YZシリーズ新発売! YZ80 / YZ125 / YZ250







ヤマハタウンニ  
'80グッドデザイン商品に選定

〈タウンニのデザイン〉

動具世界からのアプローチ…………… 4

タウンニで

男性ソフトバイク市場の開拓急ピッチ…………… 6

《特集》ガンバレ2代目…………… 8

われら2代目パワー…………… 10

〈モータースポーツハイライト〉

'80モトクロス日本グランプリ大会

第4回 ジャパンカートグランプリ・レポート…………… 13

●カラー

新商品ご案内『'81YZ80/YZ125/YZ250』…………… 16

話のパドック…………… 18

自信をもってお勧めします!

ビッグバイク・テストランニング 報告…………… 20

お店訪問・こんにちはヤマハです…………… 22

連載① 販売促進12章…………… 24

安全運転推進本部コーナー…………… 26

パワーアップ・ヤマハ奥さま…………… 27

ヤマハ★トピックス…………… 28

ヤマハ部品・用品コーナー…………… 31



# TOWNY

“デザイン”が単にカタチだけの問題であったのは遠い昔のこと、また“デザイン”を感覚だけでとらえる時代がはるかかなたに過ぎ去ったことも、いまでは周知の事実。それだけに“グッドデザイン”という言葉もこれまでになく重みを増している時代であるといえるでしょう。タウンニのGマーク選定を機会に、日頃ご紹介するチャンスの少ない、ヤマハの商品開発の過程・デザインプロセスをご紹介しました。(4ページ)



# RZ250

8月のデビュー以来、ますます人気を高めているスーパースポーツRZ250。月刊「オートバイ誌」恒例の読者投票による国産人気車ベストテンでは、発売前から人気投票がつづいて話題をさらったものですが、6～9月の集計でも126～250ccクラスでダントツの第1位。オフシーズンに向かうスポーツバイク、とはいえ“RZフィーバー”はまだまだ加熱気味です。(30ページ)

〈表紙〉 パッソル&パッソーラにつづいてグッドデザイン商品に選定された「タウンニ」。渡辺貞夫サンの笑顔とともに、めざましい勢いで男性ユーザーを増殖中!

男のソフトバイク

# TOWNY グッドデザイン商品に選定!

男のソフトバイク『ヤマハ・タウンイ』が、このほど昭和55年度の通産省「グッドデザイン商品」(Gマーク商品)として選定されました。

『タウンイ』のすぐれたデザイン、機能、品質、安全性が各界専門家の厳しい審査



によって裏づけられたもので、ヤマハソフトバイクでは52年の『パッソル』、53年の『パッソーラ』につぐ3機種目の選定です。

パッソル & パッソーラそしてタウンイ。Gマーク商品「ヤマハソフトバイク」——どうぞこの成果を、みなさまのご商売にお役立てください。



通産省が実施しているグッドデザイン商品の選定は、今年で24年目を迎えるもので、デザインのすぐれた商品を選定・推奨することによって、使う人、売る人、作る人、それぞれのデザインに対する理解と関心を高め、消費生活の質的向上を図ろう、というものです。

外観の美的要素、商品としての使いやすさ、耐久性、安全性……がグッドデザインの基本要素です

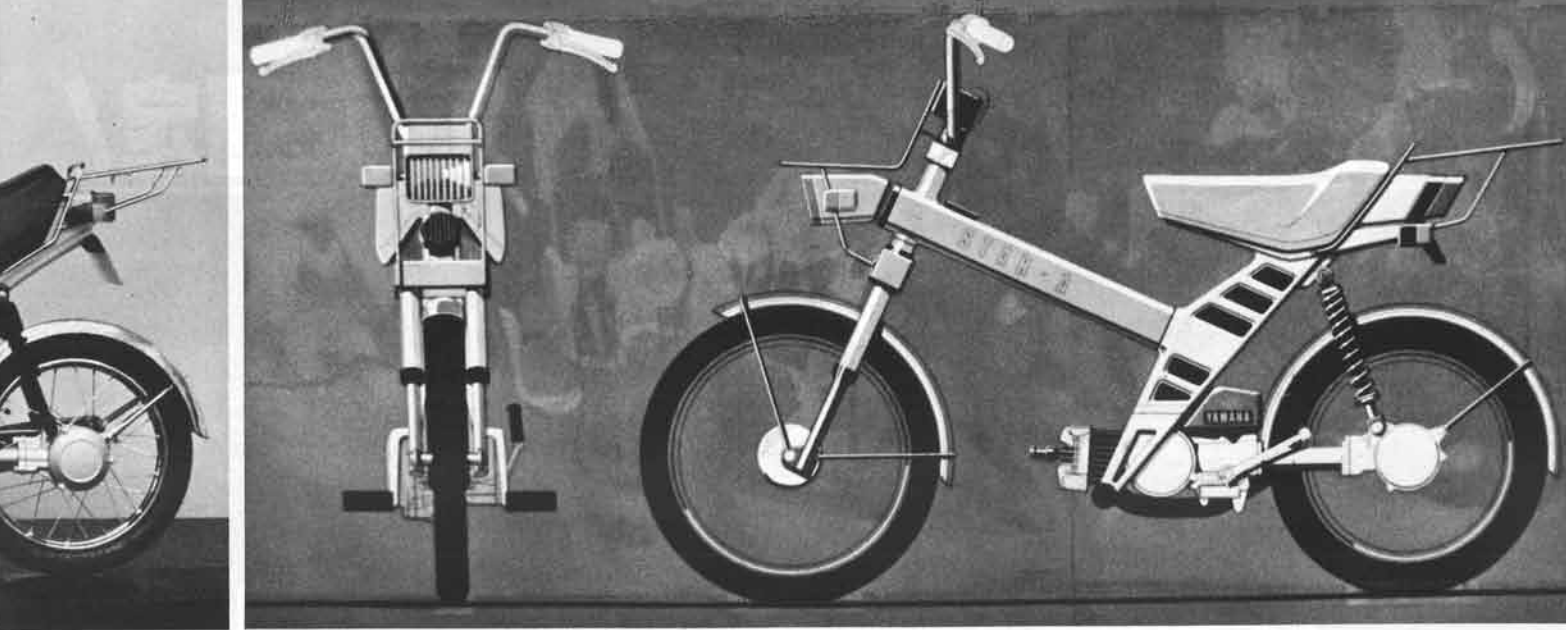
グッドデザイン商品選定証を手に



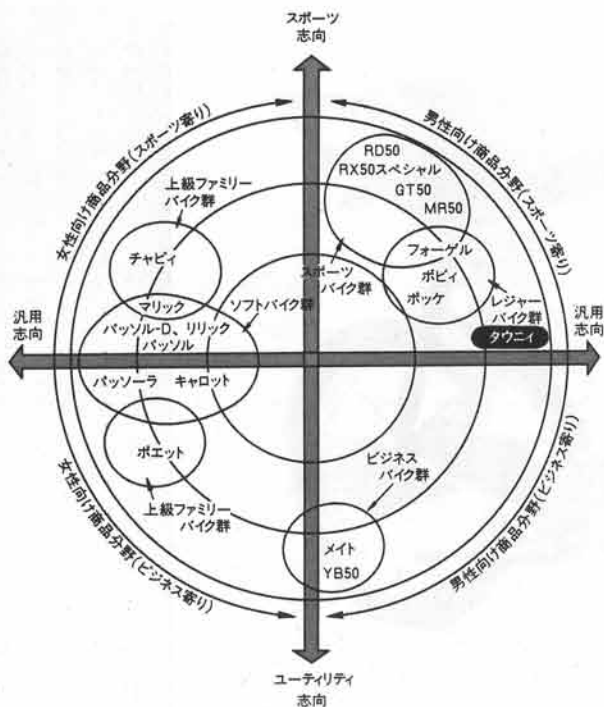
が、特に最近では人びとのニーズに対応する商品の高級化、多様化、さらには省資源・省エネルギーなど国家的要請への対応も重要な課題となっています。

279社から2,448点の申請が行なわれた今年度は、111社、536点がGマーク商品の選定を受けましたが、ヤマハは昭和32年オートバイ部門で初選定以来、9度目の選定です。

鈴木年則ヤマハ発動機・第3技術部長



〈表1. 50ccモーターサイクルの商品分野〉



「タウニー」のデザインは、ヤマハの基本  
的な商品開発のプロセスにもとづいて展開さ

①基礎情報の収集

れたものです。つまり

## ●デザインプロセス その企画からスタイリングまで

「タウニー」のデザインは、ヤマハの基本  
的な商品開発のプロセスにもとづいて展開さ  
れたものです。つまり

②動具全体レベルでの展開

③仮想商品分野の展開

④商品コンセプトの展開

⑤スタイリング

「タウニー」のデザインは、ヤマハの基本  
的な商品開発のプロセスにもとづいて展開さ  
れたものです。つまり

「タウニー」のデザインは、ヤマハの基本  
的な商品開発のプロセスにもとづいて展開さ  
れたものです。つまり

「タウニー」のデザインは、ヤマハの基本  
的な商品開発のプロセスにもとづいて展開さ  
れたものです。つまり

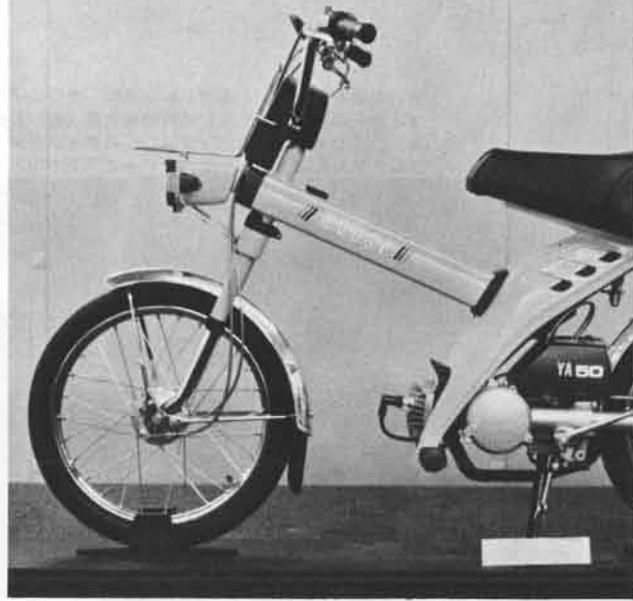
「タウニー」のデザインは、ヤマハの基本  
的な商品開発のプロセスにもとづいて展開さ  
れたものです。つまり

「タウニー」のデザインは、ヤマハの基本  
的な商品開発のプロセスにもとづいて展開さ  
れたものです。つまり

# タウニーのデザイン 動具世界からのアプローチ

「タウニー」の商品コンセプトは「男のソフトバイク」では、この開発コンセプト  
は具体的にどのようなカタチとなって「タウニー」に集約されているのでしょうか。  
Gマーク商品の選定を機会に、改めて「タウニー」のデザインとその開発プロセス  
をふり返ってみました。





## ●タウニーのデザイン展開のポイント 男のソフトバイクの企画からスタイリングまで

以上はやマハにおける基本的な開発のプロセスですが、ではこの流れに沿って「タウニー」の具体的なプロセス上のポイントを追ってみましょう。

### 1、動具情報の収集

〔新しい需要層は、どこにいる〕また（モーターサイクルの商品分野をもっと拡大できないか）この問題意識から「タウニー」の開発はスタートしました。そして最初の情報収集のプロセスから――

- ①省エネルギーの時代である
- ②2輪プラス4輪、6輪使い分けが進んでいる
- ③運転免許を持ちながら、モーターサイクルに乗っていない層がある
- ④「団塊の世代」の購買層としての可能性は――といった、さまざまな情報（の断片）をすくい上げることができたのです。

### 2、原付全体レベルでの展開

つぎに動具全体レベルでの展開にもとづい

す。そして、仮想商品分野についての優先順位が定まったところで、その分野に投入すべき商品のコンセプトを立案し、つづいてコンセプト段階のイメージスケッチにとりかかります。コンセプトの内容をしっかりと盛り込み、加えてカタチのおもしろさ、技術的特徴をできるだけ盛り込んでいくことはもちろんです。

こうして、コンセプトが絞り込まれた段階でスタイリングに移ります。コンセプトに基づいて仕様を設定し、基本寸法を押し、2次元のスタイリングを進めるのです。

つぎに設計検討の内容を盛り込んだ3次元スタイリング（1分の1モックアップ）に移行。この過程の中でも、より詳細な設計検討が加えられるのですが、さらに途中からは「生産技術面」の検討も加わってきます。

で、原付レベルで全商品分野をとらえ、それぞれの商品分野の相互関係から新しい方向性が見出されます。

つまり50ccスポーツ、レジャーバイク、ファミリーバイク、ビジネスバイク――の原付全体レベルでの商品分野の変化あるいは分化の方向性をさぐることによって未開拓の10分野がピックアップされ、その中から現行商品系列との関係（ソフトバイク分野を固める商品が望まれていた、発売時期等から〔男性にターゲットを絞ったソフトバイク〕の分野がクローズアップされてきたのです。

### 3、仮設コンセプトの展開

つぎは、この〔男のソフトバイク〕についてさらに詳細なコンセプトの検討です。この段階でもアプローチの方向によって、いくつかのコンセプトが考えられますので、これらを並列的に検討したのです。つまり――

ソフトバイクとはいえ女性も買いたい物を中心とした汎用性でとらえればよかったが、男性

向けの場合、全くの汎用性では性格があいまいになる。タウンバイク志向か、オールパーパス志向か、ビジネスにも使えることを目指すのか――などの仮設コンセプトが立てられたのです。そして検討の結果（レジャーバイク志向を加味したソフトバイク）という方向に絞られることになりました。

そして、このコンセプトに加えて①扱いやすさ（取りまわし、操作の簡便さ）②全体にゆつたりとした乗車姿勢（男性向けという外觀上のアピールにもなる）③（遊び）のある外観（レジャー的なスポーティさをより込む）④機能的には生き生きと走れること（加速性能、巡航速度での走行中の安定性、乗り心地、従来のソフトバイクより長距離を走れること）などの項目が確認されたのです。

### 4、スタイリングの実際

第3プロセスのコンセプトと追加項目をスタイリング過程で具体化するためには、さらに具体的なポイントを押えておかなければなりません。それが次の6項目です。

①乗車姿勢――それまでのソフトバイクが女性の人体寸度に合わせた点を、男性の寸度に置き換えるのはもちろん、乗車姿勢そのものの取り方も変更しています。つまり腕を伸ばし、腰を引き気味にゆつたりと座わられるようにしたこと。そしてフロントレストの位置も通常より前にして脚を伸ばし気味に乗れるよう配慮しました。これによって、全体にゆつたりとした外観と、乗り手にとっても余裕ある乗車感を与えることができたわけです。

②乗降性――ソフトバイクとしての乗り降りの容易さだけを考えれば（ステップスルー）が最もすぐれています。しかし男性向けとしての力づよさ、レジャー志向としての動きのある形態の追求と乗降性との一致点として、あの「斜めフレーム」の組み合わせが採用されたのです。

③乗り心地――スタイリングの面からも、ソフトな乗り心地をつよく打出すために、大型シートとソフトバイクではひとまわり大

きいタイヤサイズを採用しました。特にシートについては、体格の異なる乗り手がポジションを調整できるように前後長を長くし、合わせて幅も大きくしてあります。

またタイヤサイズは、前16インチ、後14インチと前後異なっていますが、これは乗り心地と走行安定性に効果があるばかりでなくスポーティな外観を表現するうえで欠かすことのできない要素なのです。

④レイアウト――ご承知のように前傾の角パイプフレーム内にはオイルタンクを納め、また大型シートの下にはガソリンタンク、バッテリーをはじめ可能な限りの機能部品を納めています。これによってシエイプアップされた肉体的ようなスタイルにすることに成功しています。またスタイル全体のまとまりのうえでシャフトドライブが、大きなポイントを占めていることはいままでもありません。

⑤フレーム――フレームはプレス鋼板の左右合わせ。メインパイプは異形断面の鋼管。全体としてモノコック構造ですが、これは合理的なレイアウトの結果であり、同時に男っぽさのスタイル追求にもマッチした選択だといえるでしょう。

⑥車体寸法――タウニーとパツソルやパツソラーの車体寸法を比較していただけでは一目瞭然ですが、全長、全幅、全高はパツソラーよりタウニーの方が大きく、逆にホイールベースは小さく押えられています。これはゆつたりとした乗車姿勢がとれながらも取りまわしが非常に楽であることを示しています。また、このタウニーの乗車姿勢とタイヤサイズの大化を可能にしたポイントはシート高。当然パツソラーよりも高くなっています。

このようにパツソル&パツソラーと同一のプロセスによって、同じソフトバイク分野の商品としてデザインされた「タウニー」。スタイリングは全く異なる両者ですが、デザインプロセスの各段階における考え方には、全く共通のデザインポリシーが存在しているのです。

↓ 走行距離もグングンと伸びるレンタル・タウンイを前に、アフターフォローの抱負もふくらむ松村秋夫社長（右）と担当の久保寺セールス。リヤキャリアのバッグは、このキャンペーンでの購入者へのプレミアムとして人気を呼んでいるオリジナル・タウンイバッグ



# タウンイで 男性ソフトバイク市場の開拓急ピッチ!

パッソル&パッソラー+タウンイ、定着したソフトバイクの3本柱

さて、グッドデザイン商品「タウンイ」のうちひとつの話題は、そのめざましい市場開拓力。3月の新発売以来月間平均約5000台というハイペースで新しいお客さまをつくり出し、多くの販売店さんでパッソル&パッソラーとならぶソフトバイクの3本柱としての定着ぶりを示しているのです。

## タウンイが立証した男性市場の大きさ

〈男のソフトバイク〉タウンイの開発プロセスは、前ページにご紹介したとおりですが、男性ソフトバイク市場の開拓という大きな使命を担って3月から新登場したタウンイは、以来8カ月、どんな市場評価を受け、みなさまの商売の中でどんな役割を果たしているのでしょうか。これを知るひとつの手がかりとして、ここに興味深いデータがあります。4月から6月までの3か月間にタウンイユーザーとなられた

たお客さまの属性分析結果です。それによると――(サンプル数251)

- ▼お客さまの90%以上は男性
- ▼お客さまの中心は18才から29才の独身者
- ▼サラリーマンや自営業など有職者が70%
- ▼所有免許の約50%は四輪免許、四輪プラス自動二輪免許を加えると70%に達し、原付免許のお客さまは30%にすぎない
- ▼四輪保有者はじつに80%、多くは6輪生活の実行者である

- ▼新規ユーザーは62%、Uターンユーザーを加えると75%は代替以外のお客さまとなる
- ▼購入動機の40%は四輪車代わり、通勤用も30%と多い
- ▼タウンイ選択の理由は、スタイル(49%)と、男モノ(28%)という商品特性

——という結果が表われています。

このデータの物語るところは何か? まさに「タウンイは、男のソフトバイクという開発コンセプトどおり、男性市場に6輪使い分け時代を提唱し、新しい需要層を開拓して4輪代わり」という動機による新しい市場が存在することを立証した」といえそうです。

そして、こうした傾向は、販売店みなさまの販売実績のうえに確実に反映されていますが、全体的な需要伸長のめざましい東京都市場などは、このタウンイが、ベストセラー商品として完全に定着。多くの販売店さんで、パッソル&パッソラーとならぶソフトバイクの3本柱として、ご商売拡大の原動力となっているほどです。

## 「このもり上がり」を81年商戦に 「タウンニイ生活くい込み作戦」

ヤマハ東京

特に、ヤマハ東京管内では月を追うごとに着実な台数アップがつづいてパツソラと完全に肩を並らべる勢い。そして、こうした好傾向に一層の拍車をかけ、秋から冬場のタウンニイ取扱に大きな期待を抱かせているのが9月、10月の2カ月間にわたりヤマハ東京が展開した「レンタル・タウンニイ」キャンペーン、その名も「タウンニイ生活くい込み作戦」です。

3月の新発売時に全国一斉に展開され男性ソフトバイク市場開拓の大きな手がかりとなったこの「レンタル・タウンニイ」に、需要沸とう中のいまあえて再トライする狙いは、実際に暮しの中でタウンニイのある生活を実感していただき、これで生み出したホットPP（見込客）へのアプローチを、秋から冬への作業として継続させて、もりあがる男性需要を81年につなごう、というもの。

1店さま2万円の協賛金のもとに、1店2台以上のレンタル・タウンニイが用意され、管内61店の販売店さまが参加。9月、10月の2カ月間で東京都内を123台のレンタル・タウンニイが走りまわったというわけだ。

そして「お客さまの関心も高いですからね。9月からのひと月半で、じつに64名の方が試乗され、8台の販売に結びついています」と、このキャンペーンの成果を語るのは、ひととき積極的な取り組みを展開された杉並区阿佐谷北の「(株)松村商会」松村秋夫社長さんです。

みずからキャンペーンの立て看板を5枚連続の看板に仕立てお店の前を通る早稲田通りに掲示し、渋滞中のマイカー族にも積極的なアプローチを試みている松村社長は、同時に試乗者集めに打って出る作業も展開されています。

「取り引き先の信用金庫に朝早く出かけては、集金に出かける前の社員のみなさんに駐車場で試乗していただいています。春のキャンペーンの時にも近くのガソリンスタンドに置かせてもらいましたが、やはり打って出る効果は大きいですね」

こうして松村商会さんでは、わずか45日で1台が864km、もう1台が600余kmとレンタル・タウンニイの走行距離を伸ばし、試乗者のアンケートと管理台帳の試乗者名簿をどんどん増やしているのです。

「この試乗者名簿を再チェックして、お客さまの購意欲をランク分けし、冬のボーナス時期に店独自のアフターフォローをしたいですね。冬場の活動としてはびったりです。またこのデモカーは長期的につづけてみたい。例えばユーザー管理というのは強制保険の控えなどで行なえ、代替の促進もできま

すが、新規需要の管理、ホットPPの管理につながるのには、このシステムならではのメリットでしょう」

——と早くもこの冬の商戦に確かな手応えをつかまれているようです。

一方、大田区中央の「バイク通り」池上通りに面してご商売する「(有)勝股商会」勝股章夫専務は——

「うちではレンタルシステムにトライするのは初めてですが、この企画はいい。店独自でもやるべきでしょうね。」

キャンペーンに合わせて2000枚のチラシをまきました。レンタル目的に来店されるお客さまも多く、ひと月半で40名の方にお乗りいただき、これがきっかけで6台のタウンニイを販売しました」というほど。

そして勝股さんでも、管理ノートにもづくホットPPのアフターフォローを、秋から



冬への中心作業に据えられています。

「今後の作業としては、電話作戦によるアフターフォローなどを考えています。それにしても、自分がお客さまの立場になれば、欲しい商品に乗ってみたいと思うのは当然。これからはタウンニイに限らず、新商品には必ずデ

「これオタクノ？」という流行語を生み出すほどタウンニイTVCMも話題となっている。ジャストタイミングのこの「タウンニイ生活くい込み作戦」は、冬の商戦を一段とホットにもり上げる布石となることは確実、といえそうです。

モーターを用意して乗せてみたい。そんな活動が、長期的な店の信用にもつながるんじゃないですかね」



「レンタル・タウンニイを貸バイクと感違いされてひと月貸りたい、というお客さまもみえて驚かされたほどです」と、勝股商会さんでも2台のレンタル・タウンニイは店頭に休まっている暇もないほどのフル回転。右から勝股章夫専務、サービスの広木さん、そして勝股弘充社長



# あとはまかせた!

オヤジ 私らが若い頃といったら、もう父親の商売を引継ぐことは当り前なんだネ。だから、私が復員した時は一も二もなくオヤジの仕事を手伝ったものだよ。自分が本当にやりたいことは何か——なんて考える余裕もなかったし、またそんなことを口に出さうものなら叱られるに決っていたからネ。

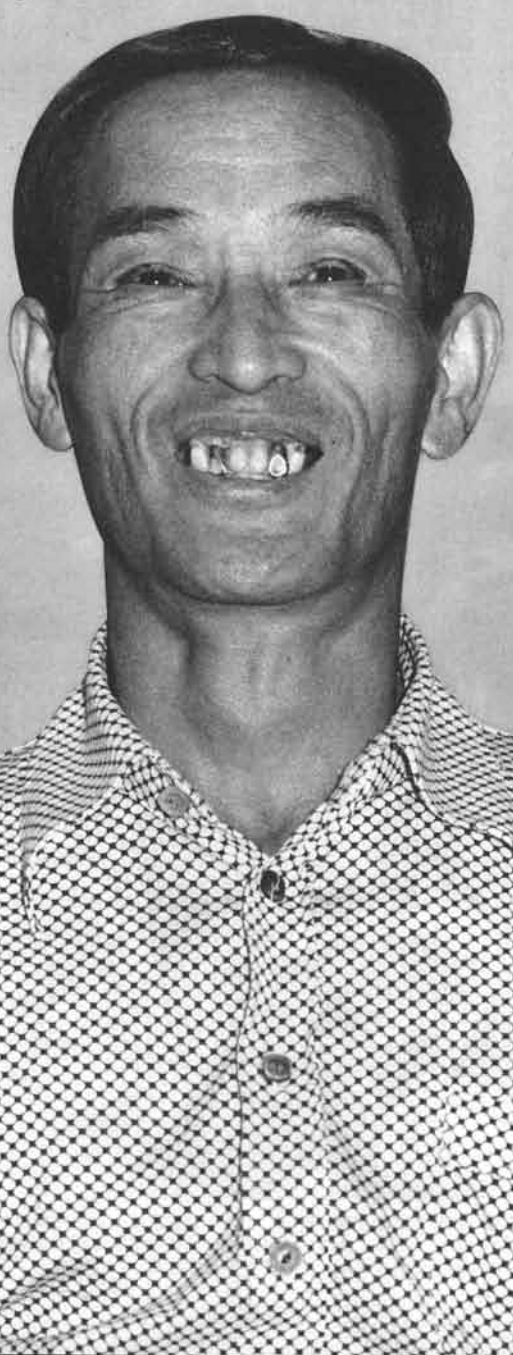
ムスコ 多分、長男だったことが、そうさせたんだろうネ。その点、僕も長男だけど、大学へ入る時はまったくオヤジの後を継ぐなんてことは考えてなかった。もちろん、なんとなく商売については興味があったから経済学部を選んだし、その後も営業関係の職業を選んだんだけど。

オヤジ おまえが大学生の頃、この商売になんの興味も示さなかった時は正直いって淋しかったナ。私としては大学を卒業して、しばらく社会に出て、それからこの商売を継いでほしいだったのでネ。結果的にはそうなったわけだから今はいいことないんだが、やはり自分の仕事をムスコに理解してもらいたいのは誰しも同じだろう。

ムスコ 別にバイク販売っていう仕事がいやだったわけではないけど、とにかく自分としては0(ゼロ)からスタートしたかったんだよネ。だから、この商売をやるにしても、自

分の力で新しい店を出して……と。

オヤジ おまえのヤル気は私だって認めているつもりさ。前の仕事でセールスNO.1の表彰を受けた時は、もう心の中で自慢だった。今もなお剣道を続けていることにしても(編集部注・章利さんは剣道4段)、よくやっていると感じている位。だからこそ、私の築いた基盤でまずやることをやってみて、それから自分の思うとおりのことをやればいいと願っていたんだな。



ムスコ そうなんだよネ。例えオヤジの仕事を手伝ったとしても、まず最初は0でしかないということにやっとな気がついたんだよネ。それと、サラリーマンである限りは自分の努

# V!! 2代目

っています。そこで、今回テーマにとりあげたのが、2代目を抱える販売店さんの後継者教育について。まずは、京都府宇治市の坪田商会さん親子による『後継ぎ対談』からご紹介しましょう。

## ●坪田商会さん(坪田満治社長)

京都府宇治市五ヶ庄大林27。昭和2年3月1日に、現在地にて坪田満治社長のお父さまが自転車販売店を開業。昭和23年に坪田社長が手伝う頃からバイク販売も開始する。坪田社長が家業を正式に引継がれたのが、昭和26年(25歳)のこと。章利さんは坪田社長の長男にあたり、昭和53年に京都産業大学経済学部経済学科を卒業。以後2年間にわたり繊維業界で営業畑を歩み、今年4月より坪田社長のもとでバイク販売の修業を積む。



# ガンバ

力が必ずしも自分の成果としてハネ返ってこないということ。そう考えてからというものは無性に自分で商売がやりたくなつてネ。

オヤジ それにしても、この商売は思ってたほど簡単じゃないだろう。前にやっていた繊維の世界とも違うし、結構とまどっている点も多いんじゃないかな。

ムスコ 何がいちばん思い違いをしていたかというところ、バイク販売業は汚れる商売だと思っていたことかな。実際のところ手が汚れるのは確かだけど、それだから汚しっぱなしじゃいけないし、これからは汚れない方向にもつていかなくちやいけないと感じている。もともと苦労したことといえば、やっぱりサービステクニックの習得かな。ヤマハ京都で研修させてもらったけど、とにかくこれに関してはいっぱい経験を積まないことには。

オヤジ うちの店では従業員とムスコの区別をつけていないつもりだけど、お客さまのおまえに対する反応はどうだろうか。

ムスコ とにかく、いままでのお客さまに会えば会うほど焦ってくるという感じ。オヤジの仕事ぶりを聞かされるからネ。だから、早く自分の顔を商圏内に広めたいと思ってるんだ。そのためにも地域の少年に剣道を教えたりして、自分を中心としたコミュニケーション

25周年のヤマハにおつき合いいただいている販売店さんの間でも、そろそろ耳にするのが2代目の活躍ぶり。若さあふれたセールセンスや、レジャーセンスが求められる中で、これらヤングパワーの台頭が目立

ヨンを図っているんだけど。

オヤジ 同業他店のチラシをみて「ウチも何かやらなくちゃノ」なんて時どき先走しするところもあるけど、何をやるにしても商売とい



うものは儲けることが前提だからネ。最近はや達みたいに話せるけど、あとは嫁さんをもらって自分の力を試してみんなだな。

ムスコ 仕事をまかされるっていうのは責任も感じるけど、それ以上にやりがいがあるよネ。まあ、3年後にひとつの目標を設定していますので、陰ながら見守っていてくださいネ。ぜったいに頑張ってみせますヨノ。

# パワー!

オヤジのもとで商売のイロハを勉強中の2代目もいれば、他店で修業中の2代目もいる。もちろん、すでにお店をまかされ立派にオヤジの商売を引継いでいる2代目も……。

そう、いまや販売店さんにおける2代目の活躍は、バイク業界になくてはならないパワーのひとつになっているほど。ここではそんな2代目の活躍ぶりと抱負をうかがってみました。

「オヤジの「視野を広げていこう」のひと言で修業を決意。飢えた狼」のように、  
 商売のノウハウを吸収しつくしています！」  
 堀尾商会(堀尾義治社長)

堀尾明宣さん(23)

原付免許教室の積極的な自主開催でソフトバイク市場の拡大を図る岐阜県各務原市の堀尾商会さん。その、ひとり息子の明宣さんが「オヤジの商売」に関心を抱き始めたのは、大学3年の流通関係のゼミを受講するようになってからといいます。

「机の上ではありますが、商売のおもしろさにひかれたんでしよう」と語る明宣さん、バイク販売についての考察はこうです。「僕が思うに、二輪車業界にはまだまだ封建的要素が根強いですネ。他の業界に比べて5〜10年位の開きがある。それだけにまた、これか

らいろいろと変化する可能性を秘めているし、動き方次第でどんな方向づけもできる業界だと確信しているんです」

ゼミを受け、バイク販売業の可能性を実感するにつれ、意識がだんだん「オヤジの商売」の後継ぎ。その胸の内を初めて堀尾社長に明かしたのは、大学4年の春のこととか。

「それまでも、これから



→ 今井社長の教えを受けて意欲満々の明宣さん

↓ 「売り方とか経営は本人のセンスだから何もいりませんが、お店に来られるお客さまの気持ちを素早く理解し、的確に対応できるだけの技術力と知識は身につけなさい」といつも言っているんです」とは今井社長(左端)のお話



の販売店のあり方などについてオヤジと話したことはありました。でも、ハッキリこの商売を引継ぐと言ったのは4年に進学してから。もちろん、オヤジは喜んでくれました」  
 当然、大学卒業後はすぐにお店に出て、堀尾社長のもとでみっちり仕事の手ほどきを受けるところですが、しかし、ここで明宣さんが考えたのが同業他店への修業入りでした。  
 「オヤジのもとで修業するか、他の店に就職するかについては本当に悩みました。オヤジ自身も自分の手で育てたいのと、外へ出したいのと半分半分の気持だったようです。でも最後にオヤジが「まずは外へ出て視野を広げていこう」と言ってくれたので、ようやく決心がついた。就職先の選定についても「どうせ学ばならNO・1の販売店さんに学べ」と今井商会さん(今井康雄社長/神戸市)を紹介してくれたんです」  
 さてに就職して半年が過ぎた明宣さん。いまは「幅広いお客さまをそれぞれ納得させられるだけの技術・商品知識・一般知識の修得」に夢中とのことですが、明宣さんに手ほどきする今井社長も「うちに来た時は何も知らない彼だったけど、その吸収欲はスゴイですよ」と大鼓判。いま、ここに新しいパワーが翔こるとしているのです。



# 大きな飛躍に向かってゴ われら2代

東京都府中市の現在地で、昭和6年に隆雄さんのお父さま・繁蔵さんによって創業された関自転車店さん。隆雄さんがそのお店を手伝われるようになったのは、もう10年以上も前のことになりました。

「なにしろオヤジが昔カタギの人間でしよう。それに私も長男だし当然のようにこの商

いまは自転車よりバイクの時代。

オヤジの基盤を引継ぎ、4桁販売の目標設定のもと  
毎年倍増。ペースで頑張っています!

関サイクルオート(関 繁蔵社長)



売に足を踏み入れたんですネ」と語る隆雄さん。そして、そのスタートは、バイク・デパートでの1年間の修業からでした。

というのも、当時の関自転車店さんは名前のとおり自転車専門店。しかし、隆雄さん自身はバイクが好きだったし、これからの商売としては自転車よりもバイクだと思っていたので、外へ出て修業するより道はない!と考えたからです。

「オヤジはいつてみれば職人的な気質があった。だから扱うのは自転車のみだったし、その販売にしても同業の仲間への遠慮みたいなものがまず優先されていたんですネ。でも、私はバイクが絶対にこれから伸びると思っていたので、まず基礎的な知識からデパートで学ぶことにしました」

関社長のこれまで築いた自転車のご商売。それを基盤としての隆雄さんのバイク販売は、ソフトバイク・ブームの到来とまさに時を同じくすることになったのです。

「確かに、バイク販売をなんとか伸ばそうとする私と、そこまで積極的になり切れないオヤジとの間で、いろいろと意見がくい違ってもありました。でも、これまでバイク販売が伸びたのは、やっぱりオヤジの商売が基

→お客さまの対応の中にも、すっかり板についた店主ぶりが

↓関サイクルオートの大黒柱として、いまや立派にその大役を果たしている隆雄さんとご家族(左から、お母さま、繁蔵社長、隆雄さん、奥さまの春代さん、サービスマンの加藤さんと五十嵐さん)



盤としてあったからこそです。それに、オヤジの商売のやり方というのが、必ずしも時代

に遅れているかというところでもないし、今でも学ぶべき点は多くあります。これからは、店にとって自転車販売は一方の柱として頑張っていくとも思っています」

店名も関自転車店から関サイクルオートに変え、ますます意欲を見せる隆雄さん。ソフトバイク時代にお店の立地条件がうまく適合していたことも需要を伸ばした要因のひとつですが、いまは「年々倍増で2年後には4桁販売を」と夢を大きくふくらませているのです。

関 隆雄さん (32)



「ひとつひとつ教えることも教育なら、突き離すことも教育」と語る高井社長の期待を背負う功順さんと裕子さん

若いお客さまには、若い感覚の商売がいちばん。  
 女房と2人3脚で、早くオヤジに心配をかけないだけの  
 実績をつくりたい!

サイクルショップ・タカイ(高井則行社長)

高井功順さん(23)

奈良県でつねにリーダー的な活躍を続ける  
 桜井市のサイクルショップ・タカイさん。そ  
 の高井社長の次男にあたる功順さんが、本店  
 とそう離れていない国道166号線沿いに新  
 店舗(サイクルショップ・タカイ吉備国道店)  
 をオープンしたのは、ついこの8月のこと  
 でした。

中学卒業後、定時制高校に通いながらお父  
 さまのもとで修業を積まれた功順さん。高校  
 を卒業されたからはヤマハのサービスセンタ  
 ーで半年間研修を受け、すでに18歳にしてひ  
 と通りの技術と知識を身につけていたのです。  
 「もともとバイクが好きだったし、兄も父  
 の仕事を手伝っていた(敬仁さん・のちに独  
 立してラブリール・サイクル・タカイをオープン  
 ので、素直にこの商売に入ることができまし

た。バイクの売り方など特別に教えてもらっ  
 たことはないけど、オヤジの売っているのを  
 見ていて自然と覚えたり、修理はヤマハで勉  
 強したからこの商売には自信もあったことは  
 確かです」  
 さらに21歳の時には、奥さま・裕子さんと  
 大恋愛のすえゴールイン。いよいよ高井社長  
 の後継者としての期待をになうことになるの



明るくキレイにレイアウトされた  
 新店舗で、お2人の息もピッタリ

「昨年の暮れでしょうか。いまの商売をも  
 っと大きくするために、もうひとつ新しい  
 お店を出したいと考え始めたのは」と語る功  
 順さん。機を同じくして高井社長も事業拡張  
 を考えていたので、その話はトントンと進み、  
 今年に入ってから新店舗の候補地探しと、  
 新しいお店づくりの資料集めに奔走します。  
 で、それが実現したのが、この8月のこと。  
 功順さんは、そこまでのいきさつをこう語っ  
 てくれました。

「オヤジは天理の方に進出したいと考えて  
 いたようですが、僕はそれより先にもっと足  
 元をかためたかったのでこの場所を選んだん  
 です。新店舗の構想にしても、女房と僕の考  
 えどおりにやらせてくれたので感謝していま  
 す。具体的な店づくりについては、女房も僕  
 も自転車屋さんというイメージだけは絶対避  
 けて、油臭くない明るい店をと。若い人た  
 ちを相手にするからには、商売自身も若い感  
 覚をとりいれなくてはいけないでしょう。で  
 すから最初のうちは苦しくても、できるだけ  
 オヤジの手を借りずに2人だけで頑張ってい  
 こうと思っています」

「去年の倍ずつ売りたいと毎月ごとに政策  
 を考えて頑張ったら、不思議と倍ずつ売れた。  
 商売はヤル気だと思えますよ」と力説する功  
 順さん。ここにもまたヤングパワーの息吹き  
 が着実に育っているのです。





# 東福寺保雄 / YZM125 初の全日本チャンピオンに!

'80全日本選手権第10戦・第17回モトクロス日本グランプリ大会

←A125ccに総合2位。本来のキレ味にいま一步とはいえ、世界GP帰りの走りで大観衆を魅了した光安選手

↓YZライダーの活躍がめざましいジュニアクラスでは、125cc、250ccの両クラスともヤマハライダーが上位を独占。中でも小野沢選手(中央)は、ダブル優勝とダブルタイトルの決定という快挙である。



全10戦にわたってくりひろげられていた'80全日本選手権シリーズの最終戦・モトクロス日本グランプリ大会は、10月11日、12日の両日、三重県の鈴鹿サーキット・モトクロス場

で行なわれました。今シーズン125cc級世界GPシリーズに挑戦のためこの戦列から離れていたチャンピオン光安鉄美選手も帰国3戦目の出場。またシリーズ中唯一の国際レースとあってマレーシア、中国、ホンコン、韓国とアジアの各地からの選手も加わり、例年になくにぎやかな大会となったものです。

さて、注目の国際A級125cc、250ccの2クラスでは、先の第9戦で125ccのランキングリーダーに進出した東福寺保雄選手とヤマハYZM125のタイトル獲得に期待が集中。これに対し東福寺選手は、タイムトライアルで最高タイムをマーク。決勝レースでも両ヒートを確実に走って、みごこの声援に応えました。

彼の全日本選手権制覇は、国際A級5年目にして初めて。ケガに悩まされたシリーズの多かった彼にとっては、まさに念願のチャンピオン獲得。待望の大器の開花といえそうです。一方、250ccクラスでは、今季前半の話題を一手にさらった藤秀信選手が、ケガを押しての出場。国内初登場の、水冷YZM250を駆って、レース前半をより上げたのが印象的。また125ccで総合2位と健闘した光安選手は、250ccでも第2ヒート3位、ヨーロッパ帰りの走りを大観衆の前に披露して大きな声援を集めていました。

## ジュニアの小野沢 ダブル優勝でダブルタイトル!

また、市販モトクロスサーを駆る若手ライダーがスリリングなデッドヒートを演じた国際B級、ジュニアの2部門でもYZ125/YZ250を駆るヤマハライダーは大活躍。中でもジュニアクラスの小野沢良一選手(テラレーシング・埼玉)は、125と250の両クラスを制覇して、この大会唯一のダブルウィナーに輝くとともに、シリーズランキングでも、両クラスのタイトルを独占して注目を集めたものです。

さらに、国際B級250ccクラスのチャンピオンを早ばやと決定した庄子覚選手(レーシングメイト・オブ仙台)の負傷欠場を受けて、このクラスでは同じYZ250の金徳春夫選手(浜松ランモアレーシング)が優勝しました。

# わが国初のC-Kタイトル選手権

# SUGO舞台に白熱のレースを展開

1977年にわが国初の本格的な国際カー  
トイベントとして開催された「ジャパンカー  
トレース」も早や4回目。「グランプリ」と

いう国内で唯一最高の名称のもとで行なわれ  
た昨年大会に続いての今大会は、さらにC-  
K（国際カート委員会）タイトルのアジア選



↑文字通り世界の走りを見せて昨年の雪辱を果たしたイタリ  
アのマイク・ウィルソン

←年々レベルアップして男まじりの競り合いを見せて観衆  
をわかせたレディスでは中島幸子が優勝



手権も併催されるなど規模も内容も充実。舞  
台も同じくSUGO国際カートコースで、去  
る10月9日から12日までの4日間にわたって  
開催されました。

## 海外9カ国からも17選手が参加して 世界の走りの迫力を

FIA（国際自動車連盟）、JAF（日本  
自動車連盟）公認、仙台放送、SLカートク  
ラブ主催で行なわれた「80ジャパンカートグ  
ランプリ」。今大会の話題といえば、なんと  
いってもC-Kタイトルのひとつ、アジア選  
手権が賭けられていることです。

このアジア選手権、実は昨年までは毎年  
に香港で開かれていたホンコンカートブリ  
と併催されていたのですが、過去3回のジャ  
パンカートグランプリの実績の高さから、今  
年より一年交替で開催されるもの。いよいよ  
もって、わが国カート界の層の厚さとレベ  
ルの高さが世界に実証されるに至ったので  
す。

さて、その第一回目でもある「80ジャパ  
ンカートグランプリ」には、インターナシヨ  
ナル部門に海外からイタリア、フランス、ス  
イス、オランダ、ニュージーランド、ホ  
ンコンの9カ国17選手が参加。迎えるつわが国  
も28名のトップカートを集めて、国際色豊  
かな最高の顔ぶれとな  
りました。

レースは、インター  
ナシヨナル部門の予選  
ヒート結果による上位  
25名と、その敗者復活  
戦による上位7名の合  
わせて32名がメインレ  
イスのアジア選手権  
日本グランプリに、敗  
者復活戦の下部13名が  
ダンロップ杯インター  
ナシヨナルオープンレ  
イスに出場。この他、  
ナシヨナル部門のSL  
チャンピオンレースと  
してSストック、SII、  
Aの3クラス、さらに  
レディスレースの4レ  
イスに総勢100名の

国内カッターが出場して、スピードとハイテ  
クニックなドライビングのドラマが展開され  
ました。

あまり天候には恵まれなかった今大会、最終  
日の12日は、メインレースであるアジア選手  
権の決勝3ヒートが実施。結果は、昨年大会  
でSUGO国際カートコースのタイムレコー  
ドをもつマイク・ウィルソン（イタリア）が  
優勝。2位には、同じく昨年大会で優勝を果  
したラース・フォースマン（スウェーデン）  
が入り、3位はSUGO国際カートコースを  
ホームグラウンドとして活躍するわが国トップ  
カッターのひとり渡辺達男（福島）が大健闘  
を見せて獲得。

また、わが国Aクラス・チャンピオンマン  
ンで、この9月に国際公認をとり活躍が期待  
されていたヤマハのRC100AXは、杉山  
茂雄、望月新一をはじめ鈴木利男、トニー・  
ゾーセルらが駆り、タイムトライアルと予選  
ヒートを抜群の走りで押えながらも、決勝ヒ  
ートで惜しくもトラブルに見舞われてしま  
いました。

なお、ダンロップ杯インターナシヨナル  
オープンレースの優勝者は、わが国の李好彦神  
奈川）でした。

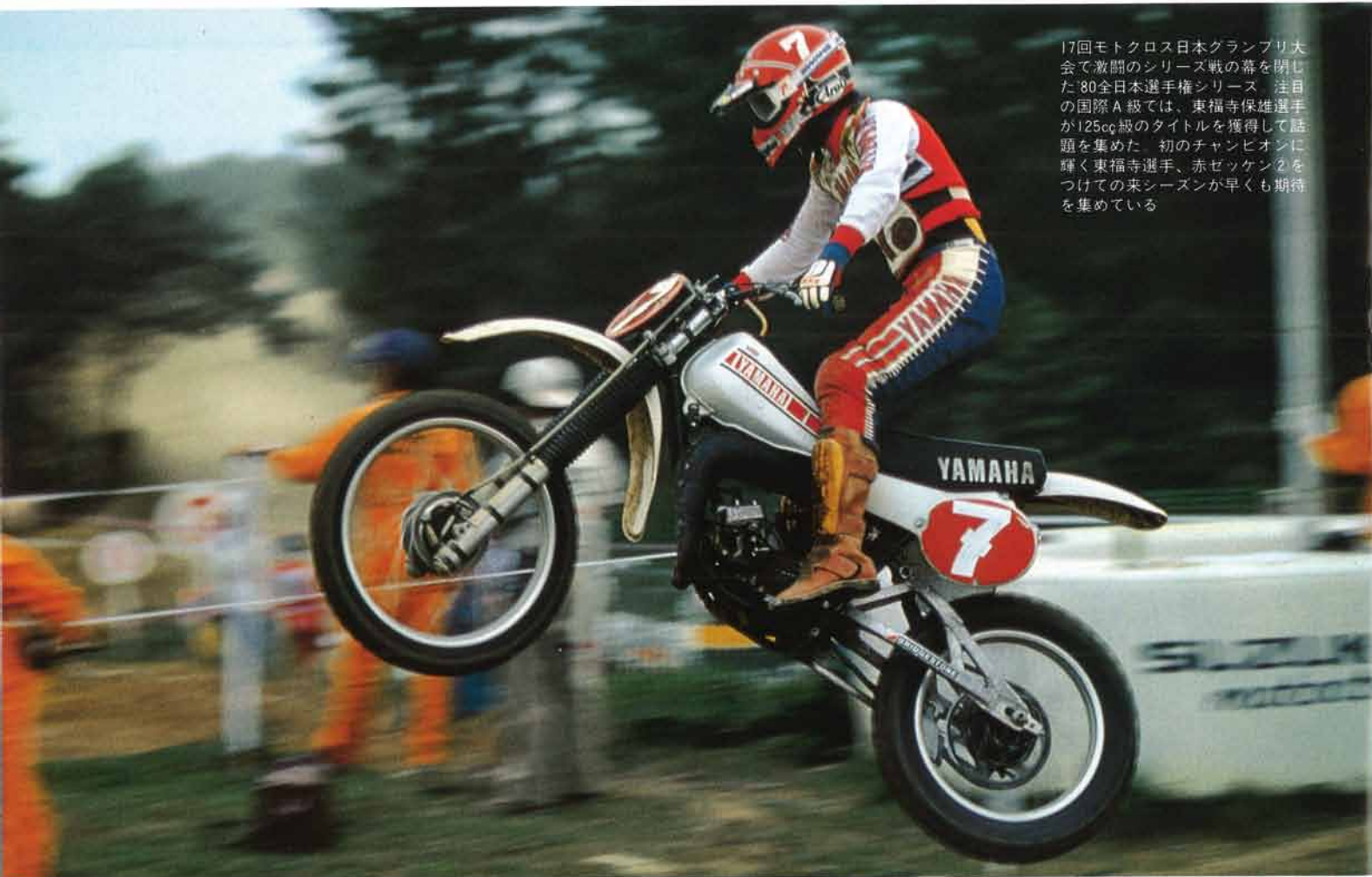
## 急上昇のレベルアップを見せる SLカッター

一方、全国の精鋭100名が参加したナシ  
ヨナル部門の4レースも、決勝は12日に実施。  
13歳から40歳までのSLカッターにより白熱  
した競り合いが繰りひろげられました。結果  
は、Sストックが地元早坂衛、SIIが千葉  
の渋谷次男、Aが最年少の13歳・大阪の米島  
博幸が優勝、レディスはいまやベテランの域  
に入った神奈川の中島幸子が栄冠を獲得しま  
した。

それはともかく、ここ数年のわが国カート  
界のレベルアップはめざましく、全国各地の  
SLシリーズ戦は年々充実。各コースでは、  
ハイレベルなレースをはじめ、初心者を対象  
としたカート試乗会やライセンス講習会が開  
催されていますが、こうした盛り上がりによ  
えられたものとしてこの大会は成功に終り、  
さらに今後のカート界の展望の明るさが確認  
されたのです。



# MOTOR SPORTS HIGHLIGHT



17回モトクロス日本グランプリ大会で激闘のシリーズ戦の幕を閉じた'80全日本選手権シリーズ。注目の国際A級では、東福寺保雄選手が125cc級のタイトルを獲得して話題を集めた。初のチャンピオンに輝く東福寺選手、赤ゼッケンをつけての来シーズンが早くも期待を集めている。



今年で4回目を迎えたジャパンカートグランプリは、FIA・CIK公認「アジア選手権」のタイトルが贈られているとあって、昨年をさらに上回る9カ国・17名の外人選手が参加。すでに世界レベルの仲間入りしたわが国トップカーターとの間で、激しい攻防戦が繰りひろげられた。



モトクロス「ヤマハYZ」シリーズ・'81年モデルの新登場  
YZに匹敵するハイグレードマシンとしてフルチェンジした「YZ  
クスマシン「YZM125」の技術成果をいち早くフィードバック  
「YZ125」そして話題の省エネルギーエンジンシステム

「Y. E. I. S.」を市販車として初めて採用した「YZ250」……先進の  
ヤマハ技術によって戦闘力を大幅に高めた'81YZシリーズは、若人の  
スポーツとして根づよい人気を誇るモトクロスの世界を、さらに大きく広  
げる期待の新商品です。



## NEW YZ125

現在の125ccワークスマトクロッ  
サーの水冷化に先鞭をつけた「YZM  
125」。その6シーズンにわたる水冷エ  
ンジンの技術成果をいち早くプロダク  
ションモデルに還元して新登場したの  
が、注目の'81「YZ125」です。

新設計の軽量・コンパクト  
な水冷エンジンは、定評ある  
2サイクル・トルクインダク  
ション方式を踏襲。基本的  
には空冷式のすぐれた設計をひき  
つぐものですが、水冷化にと  
なう新しいポートタイミング  
の設定で、中低速域での大幅なパワー  
アップを果しながら、じつに10,000毎  
分回転で30馬力の最高出力を発揮しま  
す。また熱的な性能劣化が最小限にと

どめられ、ハードなレースでも最後ま  
でエネルギー確保が図ら  
れているのも水冷特有のメリットです  
が、「YZ125」の水冷システムは、「Y  
ZM125」でそのすぐれた機能性、耐久  
性を実証しているヤマハ独自のシステ  
ム。つまり、小型・軽量のアルミ製ラ  
ジエーターをステアリングヘッド前面に  
置き、ステアリングヘッド→ハンドル  
クラウン→フレーム・ダウンチューブ  
を通水路とする合理的な設計です。

一方、パワフルな水冷エンジンに合  
わせて車体関係も全面的に設計を見直  
し、フレームは新設計のセミダブルク  
レードル型としたほか、重量バランス  
を改善、操縦性向上を図ってリヤア  
ームを25mm延長。またホイールベースを  
20mm拡大して、リヤホイールトラベル  
を300mmとしています。

まさに「YZM125」レプリカの'81  
「YZ125」。89kgの軽量ボディと水冷  
ニューエンジンが発揮する戦闘力は、  
まさに圧倒的です。

## YZ250

リングテクノロジーを  
つぎ高い評価を集めるY

Zシリーズの中でも'81「YZ250」は、  
いま世界的话题を集める先進のヤマハ  
技術「Y. E. I. S.」を初採用して注目  
のデビューです。

「Y. E. I. S.」(ヤマハ・エネルギー・イ  
ンダクション・システム)は、ヤマハ  
の省エネルギーエンジンシステム  
の一環として、低負荷時における  
エンジン特性の向上を追求する  
過程から開発された革新技術で  
すが、そのすぐれた特性はレー  
シングマシンでも十分に発揮で  
きる応用性を持つところから市販  
車として初めて「YZ250」に採用  
されたものです。

定評の2サイクル・トルクインダク  
ションエンジンは、従来の仕様と特徴  
を受けつぐものですが、「81「YZ250」  
ではこの「Y. E. I. S.」の特性を250cc.  
モトクロスとして最も重要な中低  
速域に合わせ、中低速域のパワーア  
ップを図りながら、あわせてエアクリ  
ナー、掃気ポートタイミング、エキ  
パンションチャンバーなどを新設計と  
して総合的なエンジン性能を改良、高



速域のパワーアップも果しています。  
これによりパワー特性は格段に向上、  
コントロールしやすい乗りやすさが確保  
されています。

このパワーユニットの強化にと  
もないうち関係も、輸出用の最大排気量モ

デル「YZ465」に準じたグレードア  
ップを施し総合的な戦闘能力を大幅に向  
上させています。

YZ250	
2175mm / 880mm / 1220mm	
1480mm	
950mm / 320mm	
99kg	
2サイクル・トルクインダクション	
246cc	
70 x 64mm	
8.1	
41PS / 8000r.p.m.	
3.8kg-m / 7000r.p.m.	
キック / C.D.I.	
9.8	
混合 (16:1)	
VM38	
リターン式5段	
併用	
300mm	
タイプ	
310mm	
3.00-21 / 5.10-18	
機械式ドラム	

ジャンパーをブ  
活用ください。



先進のヤマハ技術で戦闘力アップ

# '81 YZシリーズ 新発売!

市販モ  
です。上級  
80」、ワ  
クした水冷

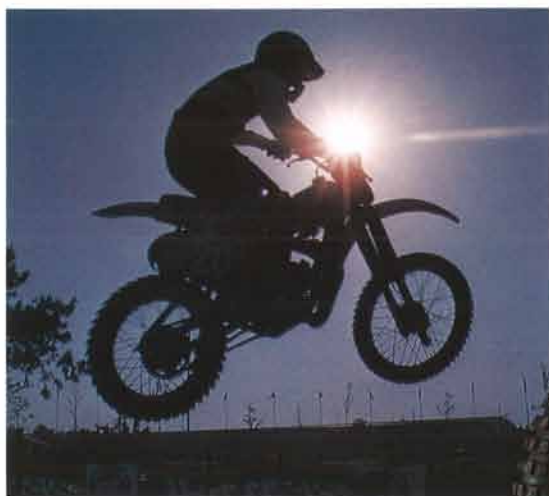
## NEW YZ80

スクールボーイからベテランライダーにまで手軽なミニモトクロスの世界を広げて人気の高い『YZ80』が、フルモデルチェンジ。定評の乗りやすさと群を抜く戦闘力をさらに高めて新登場です。

シリンダヘッドのラジアルフィンも精悍なニューエンジンは、全面的な新設計

によってすぐれた耐久性能をそのままに、中低速トルクを向上。同時に6速ミッションの採用によって高速域へのつながりをスムーズにし、かつパワフルな高速性能を確保したものです。

また、この軽量・コンパクトなパワーユニットに合わせて車体関係も一新。新設計のセミダブルクレードルフレームは、剛性と強度を向上させながら同時に重量を軽減。リヤのモノクロス・サスペンションも上級YZ同様にガスチャンパーを別体式としたド・



カルボンタイプで、ホイールトラベルも215mmと十分なゆとりを持たせています。また一新したスタイルのフロントフォークも、全長を伸ばして十分なダンパーオイル量を確保するとともに205mmの余裕あるホイールトラベルです。

その他、ロードグリップにすぐれたニューパターンタイヤ、特にリヤの4.10-14は、パワーアップに合わせて十分なトラクション効果を持たせ、走行安定性を向上させているもの。こうした、性能、装備の大幅なグレードアップを果しながら、従来モデルより5kgも軽い、60kgという重量で仕上げられているのも、ニュー『YZ80』の大きなセールスポイントです。

## NEW

ヤマハ・レ  
伝統的に受け

## ヤマハ 家庭用除雪機 スノーメイト

YSM-250 **新発売!**

豊富なヤマハの季節商品群に魅力の新商品の登場です。雪国の暮しに欠かせぬ除雪作業をすばやく簡単にこなす小型除雪機。それも最大出力2馬力、重量わずか17kgという扱いやすい家庭用。

まさに、1家に1台、の冬の生活必需品。奥さまタイプのスノーメイトYSM-250を商圏内のご家庭に、商店に……どうぞ積極的にご拡売ください。

- 最大除雪幅510mm ●除雪深200mm ●最大除雪能力20t/h(比重0.2) ●最大投雪距離6m ●全長965mm ●全幅510mm ●全高910mm ●重量17kg ●エンジン種類：空冷2サイクル/ガソリン ●最大出力2.0PS/3,500r.p.m. ●総排気量82cc ●始動方式：リコイルスターター



### '81YZシリーズ仕様諸元

	YZ80	YZ125
全長/全巾/全高	1770mm/765mm/1010mm	2140mm/880mm/1250mm
軸間距離	1205mm	1450mm
シート高/最低地上高	760mm/255mm	945mm/345mm
乾燥重量	60kg	89kg
エンジン	2サイクル・トルクインダクション	水冷2サイクル・トルクインダクション
総排気量	79cc	123cc
内径×行程	49×42mm	56×50mm
圧縮比	7.1	8.5
最高出力	17PS/11500r.p.m.	30PS/10500r.p.m.
最大トルク	1.06kg-m/11000r.p.m.	2.04kg-m/10000r.p.m.
始動方式/点火方式	キック/C.D.I.	キック/C.D.I.
燃料タンク容量	4.6ℓ	6.5ℓ
潤滑方式	混合(20:1)	混合(16:1)
キャブレター	VM26	VM32
変速機	リターン式6段	リターン式6段
緩衝装置(前)	オイルダンパー、エア、コイルスプリング	
ホイールトラベル(前)	215mm	300mm
緩衝装置(後)	モノクロス・サスペンション(ド・カルボンタイプ)	
ホイールトラベル(後)	205mm	300mm
タイヤサイズ 前/後	2.75-17/4.10-14	3.00-21/4.00-18
ブレーキ 前/後	機械式ドラム	機械式ドラム

### ★★YZジャンパープレゼント★★

ニューYZ80/125/250購入のお客さまに、ヤマハオリジナルのYZジャンパーをプレゼントしていただく特別セールを実施しております。どうぞご

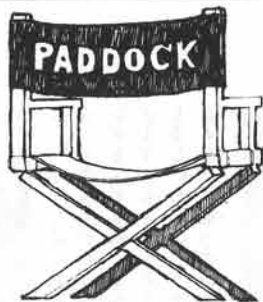




旅ごころ

アラスカ山脈のまっただ中を進む山岳道路。北アメリカ最大の巨峰マッキンレーの雪化粧がまぶしさを増すと、あたりには雄大な氷河が広がっている。

ヤングからミドル、ミスからミセスまでの話題と流行の情報コーナー・話のパドック。お客さまとの話のタネに、どうぞ――



## タレント!?

●人気沸とう「タウニィ」の「いいなあ、おじさん」。「これ、オタクの?」「そう、ボクのこれ」「いいなあ、これ……」「いいでしょコレ」……ご存知タウニィのテレビCM。このCMが今一大人気を呼んで、このナレーションが流行語にさえなっていますが、同時にときならぬ人気者にのしあがってしまったのが、あの「いいなあ、おじさん」です。

場所は東京のファッションタウン青山3丁目の「サンクレスト」前。例の「いいなあ、おじさん」は、近所で実際に工事をしていた人で、長崎県の上原輝夫さん(55才)。

CM製作スタッフが、工事現場監督に相談しながら適任者を捜していると、やってきたのが上原さんと、もうひとり北海道出身の佐藤定勝さん(56才)。結局、上原さんが画面に登場、佐藤さんが「いいなあ」の声を担当することになったのです。

今は長崎に帰っている上原さんですが、その後もちょくちょくテレビ出演のお呼びがかかり、『金曜娯楽館』では「いいなあおじさん」登場、という力の入れよう。上原さんのこの人気には、さすがのナベサダさんもマイッタ!



CM撮影中の渡辺貞真さんと上原さん

## 交通

●「タダ乗り、御用!」

道路公団ご自慢の近代的ハイウェイ・伊香保有料道路(群馬県・全長19キロ)で今ちょっとした騒動が展開中。というのは、料金所のゲート手前から抜け道があるため、勝手知ったるマイカー族は、タダ乗りをきめ込んでいるというもの。

1日に3500~4000台の通行量があるのに、きちんと料金を払うのは約半数というありさ



ま。あまりの事態に、道路公団は抜け道に臨時の料金所まで設けて、「タダ乗り御用!」とニラミをきかせることとなったとか!

●上には、上が……

交通違反の話をもうひとつ。四国の愛媛県警が飲酒運転すべて検挙、酒酔い運転全件逮捕、違反者の住所、氏名、職業を公表……という超強硬取り締りを実施して2ヵ月。その成果は違反者4割方減少……というわけで一見上々のすべり出しのようですが、早くも一部には人権問題と長期的な効果の点からこの強硬策を疑問視する向きも表われています。

ところが、同じ強硬取り締りを18年も前から実施している大阪府警が、効果はもはや限界とさらに厳しい取締りを打出したために関係者の驚きもひとしお。

なにしろ「酒気帯び、酒酔いは全件逮捕。しかも飲ませた者の責任も追求」というのですから、上には上が……というところでは。

●腹のへる、新エネルギー

揚げたての天ぷらのおいさをプンプンさせて走る「天ぷら車」が兵庫県姫路市に登場。といっても、兵庫県畜産試験場が、軽油の代わりにナタネ油を使って実施した代替エネルギーテストのトラクターのことです。

軽油と変らぬスピード、安定した性能……とまずまずの結果。加えて植物油は価格も安

定し、天ぷらの廃油も利用できる、とあっていいことづくめようですが、「それにしても、あれほど天ぷらのおいさをふりまかれては、お腹がすいてかなわない」という声も。なかなかすべてがベストとはいかないものです。

## 店舗

●立地が変われば、商売も変わる

駐車場付きの郊外型店舗といえば何といても代表格は外食産業とパチンコ店。ところが、最近ではこれに書店が加わってちょっとした話題を呼んでいます。

出版業界新聞「新文化」によれば、8月現在の郊外型書店は23店。うち16店は静岡県下に集中しているとか。これまで本屋サンといえ、駅前か街の中心と立地条件はきまっていたものですが、住宅の郊外化、都市の駐車難、営業時間の拘束がないこと……などがこの郊外化の原因となっているようです。

当然、立地が変わればお客さまの購買パターンも一変。午後6時以降の売り上げが50%以上を占めるお店が大半で、10時ごろまで営業している書店がほとんど。土、日の駐車場は満杯。家族づれ、女性客の増加……といったところが特徴で、レコード、オーディオ、レストラン、喫茶店などの複合商売なものも新傾向だそうです。



大阪支店からスタートしたテスト車は一路、串本へ。  
2日間の日程で実に520kmのテストランを実施した



**X** J4000の初めての試乗だ。エンジンの吹上がりは最高。低速でのハンドリングもとても軽くて運転しやすい。フェンダーも少ないのはビックリ。浜松では、まだX J4000に乗っている人が少ないせいか、出

「試みに夜の街に乗り出してみることにした。先程乗ったエンジンのぬくもりが、まだ残っている。セルモーターを回すとすぐエンジンが始動し、マルチエンジン特有の快い音ができる。Low、2nd、3rd……とチェンジアップしていく。振動も無いし、加速のフィードバックが実に素晴らしい。日中、暑かったせいか夜風がとて気持ちがいい。もう少し足を伸ばそうという気分になったが、今日のところはUターン」(8月1日 (金)PM7:40/曇/中村福松)



**昨** 日の不安定な天候とは、うって違って快晴に近いコンディションのなか一路、

大阪支店の慰安会をかねたこのテストランにはさらに2台のバイクとバンが伴走。川口支店長自らが陣頭指揮をとって、ヤマハ・スーパーバイク・ベアの走り体験した

# 自信をもっておすすすめします！ ヤマハのスーパーバイク・ベア 《RZ250》&《XJ400》 ビッグバイク・テストランニング報告

**遅** れていたRZ250のテストラン開始に伴い、本社よりヤマハ名古屋岡崎営業所へ試乗がてら実車を運ぶ。一般公道をRZで走行するのは今回が初めてであり、楽しみにながら走行できた。試乗して感じたことは5000回転付近の吹き上げの素晴らしさ。振動はオーソゴナルマウント方式がよく効き、不快感はずっとなく。チェンジタックもXJより素直で非常に扱いやすく、ニュートラルの位置も比較的簡単に見つけることができた。本日の走行は120km。ガス・チャージは5・5ℓで、燃費は21・8km/ℓ。(本社・営業技術課/宮本重平)

日本のシンボル・富士山(5合目)に向った。最初キイを入れエンジン始動。一発で気持ちよいマルチサウンドの響きが聞え出す。そして、出発。すると加速のもと、富士山へ。素晴らしい乗車感。疲労感はずっと感じないし、コーナーリング等はピタッ決まる。まさにスーパーバイクそのものの感触。富士山の威厳も、このバイクの前にはお手上げだった。出発1630km↓1743km(113km走行)。給油4・6ℓ。燃費24・6km/ℓ。(ヤマハ静岡沼津営業所/加藤明宏)

**待** 望のRZ250の試乗である。すでに乗車姿勢からしてレーサー的なイメージをうえつけてくれるバイクだ。テストコースは信楽の山間地から津市市内への幹線道路へと多難にとんだコースを試みたのである。やはりRZはコーナーの多いコースを走行することにより、乗っている人を楽しくしてくれ、またそれが魅力のひとつだろうと思う。よって山道を走行している時は、極めて興奮もさることながら気分は「もう最高」といった感じ。ロングツーリングを楽しむというよりは、むしろ短距離間を思いっきりエンジンの回転を上げて走りを楽しむのもってこいのバイクという印象を受けた。今回の走行は52km。(ヤマハ京都(株)滋賀営業所/琴浦和光)



**試** 乗していちばん感じたことは、車高の低さです。一見、750ccクラスに匹敵する大きさに見えるが、いざまたがってみると胴長の私でも十分に足がどくどくではありません。フレーム形状もさることながら、シートとのクッションが大変柔らかくポジション

テスト車2台を迎えて社員全員で記念撮影をする  
ヤマハ長野榎本営業所



も最高でした。さらに、ニーグリップしやすく、腰にも負担がからず高速道路でも安心して走れた点。加速も急激に感じるのではなく、中速から高速にかけてスムーズに伸び、余裕をもって走りを楽しめることができました。また、エンジン幅が狭いのでバンク角が大きくとれ、ポジションとの関係も相まってどんなカーブでも入っていきなりました。出た後も素早く立ち直りが可能で、ミドルランナーとして最上級のバイクであることを実感させられました。(ヤマハ東京榎城南営業所/宇山真介)

すでに、本誌9月号でもご紹介したとおり、話題のヤマハ・スーパースポーツ・ベア〈RZ250〉 & 〈XJ400〉のビッグバイク・テストランニングは、順調に進展してよいよ大詰めを迎えました。そして、そのレポートも日を追うごとに本社・営業技術課に集まり、全国各地のサービスマンによる賞賛の声寄せられています。そこで、今回はそれらのレポートの中から一部を紹介、ヤマハ・スーパースポーツ・ベアのお客さまの立場に立った「生」の評価をひもといってみました。お店でもこれらの評価をセールストークとしてご利用いただき、〈RZ250〉 & 〈XJ400〉の拡販にお役立てください。

ままでRZ250に乗っていたせい、このXJ400のハンドルはアップハンドルに思えた。ポジションが最高によく、まったく疲労感ゼロ。テストコースがタイトコーナーの連続であったが、立上りにグリップを開くと最高。コーナーの切れ込みはないが安定性は非常に良く、いままでのバイクとはかなり味が違う。周山はかなり山奥であり、寒くて途中で晴天なカッパを着用。それでも肌寒く、一時休憩して温かいソバをとる。実走行時間は約2時間。同距離は91km。平均速度45.5km/h。5速でも充分力があり、たびたび6速へシフトアップするほど。燃費は27.45km/ℓでした。(ヤマハ京都榎本営業所/色摩尊幸)



「雨粒の痛さ」とともに印象的だった。大雨の中にも、ヤマハ・スーパースポーツ・ベアの迫力が感じられたという報告が寄せられた。

本社の山沢社員より夜8時に新幹線三島駅にて受取り走行する。三島駅よりルート246で箱根を通り、御殿場より東名高速に入る。途中、休憩は足柄、海老名のサービスエリアでトイレの用を済ませた。まだ慣らしが完全でないというので6000回転以上はなるべく開けないでほしいとのことだったが、東名に入り気がついていたら、あっという間に制限速度。急いでアクセルを戻す。80km/hにての一定走行でのギクシャク感はまったくなく、後に、60km/h→80km/hまで試してみたが同じ結果で、バックミラーはすべての速度で見れた。大井松田よりお盆の関係

雨が降りそうだったのでカッパを用意したが、晴天になった。東名、名阪高速道路では89000回転までスムーズに吹き上り快調だった。鈴鹿スカイラインでは思い切り倒してみたが、タイヤグリップも充分でヘアピンカーブを堪能できた。このスカイラインは通行料が安いのにピンククリ。ツーリングにきている人が多く、駐車するとニューモデルのためかジロジロながめていた。走行距離217km。燃費24.5km/ℓ。(ヤマハ名古屋(株)/大口実)

横濱スタジオム発。ふと横を見ると、大洋ホエールズの斉藤アキオ投手が大股で歩いている。それほど大きく感じられない。ま、それはともかく出発する。XJ400と比較すると低速トルクは若干ないものの振動も少なく、ギクシャクせずスムーズな走行感。静かだ。まあ必要なのは加速を34000回転でもしてくれれば、首都高速に入り、料金所からダッシュしても、持上げようとなければフロントタイヤはそれほど浮かない。コーナーリングも安定しており、かなりデコボココーナーでも安心。1回、かなり強引に突っ込んでコーナーリング中に砂の浮いているのを発見、思わずアクセルを締めてしまったが、4ストロークのエンブレではかなりお尻を持つていかれてしまうと思われたがRZはそんな心配は無用であった。とにかく振動も少なく、必要な時には加速してくれ、通常は静かに走れる。そうだがこれは今、4輪ではやりのターボエンジンの感触そのものなのだ。(ヤマハ東京(株)東営業所/中野真人)



中谷常務(右端)の激励のことばとともに開始されたヤマハ京都のテストランは、まず京都市外と琵琶湖周辺から始められた



# 新しいお客さまを増やしていきます。

## このサービスを徹底して

「企業努力」などと言うと大げさですが、これはお店にも欠いて無縁のモノではありません。この努力こそが他店との差となり、お客さまの評判や信用を集めてお店の繁栄につながるのです。

三河湾国定公園の観光都市として、また漁業関連産業の町として栄える愛知県蒲郡市。人口約8万5千人の活気あるこの町には、約40店の販売店さんがありますが、今回お訪ねした「長谷モーター自転車商会」さんは、こうした「努力」の積み重ねで確実に新しいお客さまを増やしつつづけています。



こんにちは  
ヤマハです

'80-11

長谷モーター自転車商会 長谷 修社長  
愛知県蒲郡市元町12-10 ☎0533-68-7040

通りに面して、整然と並ぶヤマハソフトバイク群。全車に奥さま手描きの告知ビラが



→店頭にはいつも「セール実施中」の活気が……



人びとが多く集まる立地の良さをフルに生かして

こ蒲郡市はもともとバイクの普及率の高い所ですが、逆に近年世帯や人口の増加率は低く、これに対して、販売店さんの数は全国的に見ても少なくはありません。多くのお店は固定客中心、また専門店も少なくほとんどが自転車との併売……という市場。良く言えば堅実で安定している、とも言えるでしょうが、反面沈滞気味で、お店のみなまもともすれば保守的になりがちである、といえそう

です。

一方、東西に長い市の中心は東海道線の蒲郡駅周辺。「長谷モーター自転車商会」さんは、駅から歩いて3〜4分、銀行をはじめさまざまな商店などが立ちならぶ市の中心地。裏通りとはいえ、人の往来の多い通りに面しています。

こうした市場、こうした立地条件のもとで展開されている長谷社長のご商売の特徴は、ひとつに「差別化」。他店にはない独自の魅力を強力に打出すことです。

「人通りの多い恵まれた立地条件を最大限に生かして、他店にない「魅力」を持ち、それをアピールできれば、必ずお客さまを増やすことができるワケです。

他店にない魅力、つまり差別化のもっとも手取り早い方法は、価格面での値引きかも知れません。確かにきちんとした経営方針のもとでは薄利多売の商法も成功していますし、これも企業努力のひとつでしょう。

でもうちの場合は、地域の業界全体の調和や発展を考えるとそれが決してベストとはいえない。そこで価格ではないところ、つまりサービスでお客さまを店に魅きつける工夫をしているんです」

### 購入の動機づけに「まずプレミアムサービスを！」

そして、市内の他店に比べてフリー客つまり新規客がきわ立って多いという、長谷さんの特徴もひとつに、この差別化の成果であるといえそうです。その具体的な内容は――

「うちではお客さまへのサービスとして、次の3つのサービスを徹底しているんです。まず第一にプレミアムサービス。バイクに乗る時に必要な用品類をプレミアムとして必ずつけています。

これは、バイク本体の値引きを避けることと、購入の動機づけをする、というふたつの大きな効果があるんですね。中でも数年前にヤマハの指導と応援で始めた「傷害保険」と「盗難保険」を他のプレミアムとセットつけて喜ばれています。

お客さまに安心してバイクに乗っていただくためにも、これはぜひとも続けていくつもりです」





→初荷セール、16周年記念セールなどなど、年間を通じてセールを積極的に展開。\*七夕まつりセール。など地元の商店会の催しにも参加し、道ゆく人々にカセットで店とヤマハバイクをPR。写真は昨年秋の「いきいき秋のバイク展」

### 長谷モーター自転車商会さんのご商売の概要

- バイクと自転車との併売店
- 店舗：敷地50坪、展示スペース25坪
- ご商売の特徴：販売の90%以上がファミリーバイク。主力は女性客。スポーツユーザーはきわめて少ない。  
蒲郡市内の販売店さんの中では、特に積極的な販促活動を実施して、遠方からもお客さまを集め、新規客の多いのが特徴。
- 販売促進活動：年間を通じて各種セールを実施。このセールに合わせて月1回の折込みチラシと地元情報紙への広告掲載。  
原付免許教室は、月1回のヤマハ合同教室にお客さまをご案内。「受講生は減ってはいるが、逆に本当に必要な人ばかりなので実売率は大幅に上昇している」とか。



いつもセール実施中という活気が購入意欲や店の信用を高める

長谷社長の第二のサービスは、いつも店頭店内を明るくきれいに、しかも活気あふれるものとして、買い物を楽しむ雰囲気をつくり出していることです。

「店づくりですね。これには家内（奥さま千枝さん）が、活躍してくれています。ヤマハの季節ごとの店舗ツールの飾りつけを始め、それぞれのバイクの特徴を手描きした告知ビラを商品に貼りつけたり……とね。

こうした作業は、店に明るさと活気をつくり出しますね。いつも〇〇セール実施中、といった感じで。また、これと連動してチラシを折り込んだり、町の情報紙に広告を出稿したりしていますが、そんな行動する店、という雰囲気や活気が、「この店なら」というお客さまの信用を集め、購入意欲を高めるのではないですか!?

お客さまとのキズナを深める出張点検サービス

そして、第三のサービスが、もちろんアフターサービス。店頭への持ち込み車のサービスには、気軽に迅速に対応すること、がモットー。加えて長谷さんでは、近くの団地を対象に月2回程度の出張点検サービスを、同時に新規客の発掘に成果をあげています。

「120世帯ばかりの小さな団地ですが、ご主人たちのいる日曜日の昼から2〜3時間出張点検サービスを行なっています。特別な事前告知などしないで出かけて、団地の入口でやるのですけど、見かけた人がつぎつぎに集まってくれ、点検整備をしながら、いろいろとコミュニケーションを深めています。

こんなことから、特にその団地のお客さまはうちの店に親近感を抱いてくれます。またこちらにも、いろいろな情報をキャッチすることができて有益です。この出張点検サービスののおかげで、この団地の6割以上のご家庭がパッソルをはじめ、ソフトバイクに乗っていただいています」といふほど。まさにお店の行動力が、沈滞気味の市場を活性化している好例のような長谷さんでした。



社長さんと奥さまのご商売に従業員さんが加わる、というようにご商売の拡大につれて「人づくり」が大きなテーマとなっている販売店さんが目立っています。セルルスの、サービスの、より強力なスタッフとしての従業員さんの育成——今月はそんな「人づくり」をとり上げました。

### ●お店づくり ●顧客づくり ●利益づくり

#### ●筆者紹介

吉川雅之（昭和14年生）産業能率大学経営管理研究所研究員／産業能率短期大学専任講師（販売促進）著書に「新しい販売促進」（共著・酒井書店）「得意先についての知識」等がある。趣味はバイク。DT125、TY125等数台を所有、ユーザーとして販売店さまのおつきあいもある。

## 従業員さんのパワーアップを考える

### ●組織化とは

#### より大きな能力を引き出す役割分担

今、お店では何人の人が働いていますか。社長さまお1人の場合、奥さまと2人の場合、息子さんと従業員さんのいる場合と、お店によっていろいろでしょう。お1人の場合は一番気楽です。どのようでも、自分の好きなようにできるのですから。しかし、2人以上になると、やや面倒なことになります。人に対する配慮が加わってくるからです。

2人以上の人が働く場合には、第一に「組織化」という問題が出てきます。大きな会社ならともかく「うちみたいな店で、組織化なんて考えなくてもよいのではないか」と思われるかもしれませんが、2人以上の人が一緒に働く場合には、かならず組織の問題が出てくるのです。

たとえば、大きな机を片づける場合を考えてみましょう。1人で運ぶよりも、両端を2人で持った方がずっと楽になります。バケツリレーでも同じです。大勢の人がバケツを持って右往左往するよりも、一列に並んで手渡しをした方がずっと楽で、しかも早くできます。

こういうのは、組織の最も単純な例です。しかし、ここにも組織に関する基本的な原則は生きています。

「あなたはどちらの端を持って下さい。私は、こつちを持ちますから」というように役割をきめることを「組織化」というのです。さらに、そのように組織化を上手にすれば、1人ひとりがバラバラにするよりも、大きな効果が得られるということなのです。大きな効果というのは、2人の時には2倍、10人の時に10倍の仕事ができるということではなく、1×2×3×4×5×6×7×8×9×10というように、1人ひとりの合計の力よりも、もっと大きな力を発揮するように考えることなのです。

もちろん、人間の能力は個人差があります。何人かの人がそれぞれ、同じ能力を持っていてるわけはありません。修理なら抜群の腕を持つていけるけど販売は苦手だとか、奥さまの場合のように修理は全くだめでも、お客さまとの応対や帳簿づけなら上手とか、人によって能力の差があるはずなのです。

このように、何人かの人のそれぞれ異なった能力を上手に組み合わせることによって、より大きな成果を得るようにしようというものが、組織というものの基本的な考え方の一つです。

### ●やりがいを与えることこそ

#### リーダーの仕事

さて、ここで一応の成果が上るようになってきたとします。しかし、このままではいいのでしょうか。

組織のリーダー（長）となる人にはもうひとつ別の大切な目的があります。それは組織の中の人に、仕事に対する「やりがい」を与えることなのです。

仕事に対してやりがいがないければ、当然その仕事をしていないのがやになります。いやになった時にどうなるか。やめてしまおうか、あるいはやめないまでも、ダラダラといい加減な仕事しかしないことになってしまいます。これは仕事の成果が上るはずがありません。これとくに最近では市場の変化も激しいのです。市場の変化に対応して、いろいろと考え、「さあやろう」という気概がなければ結局はとり残されてしまうのです。

ご主人と奥さまだけで仕事をすすめている場合なら、やめてしまおうという心配がなければいいかもしれませんが、しかし従業員さんが1人でもいた場合には、やりがいのない仕事をすすめるよりはやめてしまうことになるでしょう。



これに対する方法として、通常ふたつの方法がとられます。

第1は、やさしくしたり、給料を上げたりなど待遇をよくする方法です。

この方法は一時的には効果があります。しかし、長くは続かないのです。ある経営学者のたとえていいますと、泣いている子供にアメ玉を与えるようなものだということです。アメ玉をもらえば、子供は一応は泣き止むでしょうが、だんだん慣れてくると、もつとたくさんアメ玉を出さなければなりません。さらにアメ玉をほしい時には、泣くというような逆の結果さえ出てくるのです。

また別のある学者は、待遇をよくするというのは食べ物における「衛生的」という条件と同じだと言っています。衛生的である、というのは必要な条件です。不潔な食べ物だれも見むきもしないでしょう。食べ物における第1の条件は衛生的です。しかし、衛生的でさえあればそれですむというものではないのです。

現在では、どこの店でもかならず、ある一定の衛生の水準は達しています。しかし、衛生的だ、というだけでそのお店に行ったり、たくさん食べるようになるというものはありません。衛生的であるだけが売りものの食べ物なんていうのは魅力ある食べ物ではないからです。

お店の従業員さんに対する待遇も、ある一定の水準は不可欠です。しかし、待遇がいいということだけで従業員さんが集まり、ヤル気を出させることができるわけではないのです。

もうひとつの方法は、管理監督をきびしくし、サボらないように見はり、失敗したら叱るという方法です。命令と服従の関係をはつきりさせ、何をすべきかを正確に伝え、いつたとおり仕事をさせるのです。しかし、これもあまりよい方法とはいえないようです。

従業員さんの方は監視の眼が光っている時は一生懸命やらざるを得ませんが、かげではできるだけ手を抜こうと考えはじめます。こんな従業員さんにしてしまったら、おそらく社長さんは一時も気の休まる暇がなくなるでしょう。従業員さんの方だって、いわれたこと以外はやらなくなるでしょう。仕事はその

人がすすんでやった時に大きな成果が得られるので、いわれたことをいわれただけ、しかもイヤイヤされたのでは成果は望まれません。前者をアメによる方法とすれば、後者はムチによる方法です。このアメとムチの使いわけという方法は、今でも古い考え方の管理者が使っています。しかし、これでは若い人はついて来ません。それでは、若い人を「引っぱって」いくのにはどうしたらよいのでしょうか。

### ●人を仕事に駆り立てるモノは……

まず、今の若い人が仕事に何を求めているのか、という点から考えてみたいと思います。「何のために働くのか」という質問をすると何と答えるでしょうか。「食うために」というのは、一見正しいようですが、ある一面しかあらわしていません。食べるためだけだったら、何も販売店を選ばなくてもよいはずです。他にも食のためだけに働くというのは、食べ物でいえば衛生的だから食べる、というのと同じです。

「オートバイが好きだから」というのもひとつの理由かも知れませんが、それだけでは長続きはしないでしょう。本当の働きがいというのは、むしろ仕事の中に求められるべきだといわれています。

自分で考え、自分で決断して仕事を成し上げていくところに本当の仕事の喜びがあるといるのです。人を仕事に駆り立てるのは、仕事を成し上げる喜びであり、それを人に認められ、さらに自分の能力を向上させることなのです。

もちろんそのためには、ある程度の水準までの給与や、働きやすい環境は不可欠です。さらにその上に求めるのが仕事における満足なのです。最近の若い人は、かなり恵まれた状況にあります。生活に困るような人は少ないでしょう。このような人が次に求めるのはやはり、よい仕事なのです。しかしながら、仕事をさせればそれでよいというのではないのです。その人の能力にあ

わせ、その人の能力よりもやや高目の仕事を与え、それをなしとげさせることなのです。そのためには、あれをやれ、それをしろ、とあまり細かく、こうるさく言うのではなく、相手にある程度まかせることが必要です。だれでもできるほど細かい指示をされて、その仕事ができてもなんの喜びもありません。できて当然だからです。その人の全能力を發揮し、自分なりに工夫して仕事をなし遂げた時に大きな喜びが生れるのです。

このようなすめ方というのは、前に書いた自分の目標の設定と同じです。仕事をする人は、全て目標を持って、それを達成することが必要なのです。

その場合、社長さまの役割は、相手の能力にあわせて少しだけむずかしい仕事を与えること、その仕事をすすめるのに必要なアドバイスを与えること、そしてその成果を認めてあげることなのです。

今の若い人たちは、自分の仕事上の能力が向上することに大きな魅力を感じています。自分の能力がはつきり向上するとわかれば、多少はきびしい仕事でも喜んで飛び込んでいきます。

最初はやさしい仕事から与えていき、相手の能力が向上するにつれて、だんだんとむずかしい仕事を与えていくことで、当人も満足すると同時に、能力も向上していきます。これで、やがては一人前の販売店の店員さんに仕立て上げることができるのです。

そのためには、やはりここでも従業員さんの能力向上のためのプログラム、教育の計画が必要でしょう。

このように最初はやさしいサービスから始め、販売のしかたや経営全般にタッチするようにする。そのためには短期間でできるものではないかもしれません。少なくとも3年から5年の計画が必要です。それが将来を考えるといいことなのです。

放っておいても人は育つ、というの嘘ではありませんが、それでは間にあいません。昔は10年かかったものを、2年で一人前にする、そのためにはやはり計画と相手との話し合いが不可欠なのです。(つづく)



## 地域に密着した安全普及体制が着実に進行 ヤマハ安全運転指導員養成研修会の受講者が 延べ7千人に！

ヤマハ安全運転推進本部では、販売店のみなさまが、お客さまたちの免許取得、乗り方の手ほどき、そして安全運転の普及をお店に直結する形で展開することができる力を身につけていただくための研修会を6年前から実施してきました。

「ヤマハ安全運転指導員の店・研修会」としてスタートしたこの研修会は、現在「ヤマハ原付指導員研修会」となって、いまま開催のたびに多くのお店にご参加いただいています。

本年度までにこの両研修会を受講されたお店は、延べ約7千店となる見込みで「ヤマハ販売店イコール安全運転を指導する、できる店の販売店指導体制の確立。は着々と進んでいるところです。



### ●ヤマハ安全運転指導員養成研修会の年度別受講者数

50年度	.....721人(店)	
51 "	.....909 "	
52 "	.....852 "	
53 "	.....1,108 "	
54 "	.....1,653 "	
	小計5,243 "	
55年度	約1,700 "	(未集計・推定)
	計6,943	

### ★特約店や拠点単位でも開催、 一層受講しやすい研修会に

「安全運転指導員の店」から「ヤマハ原付指導員、研修制度」となって、当初スポーツランドSUGO、テクニカルセンター磐田、同福岡の3ヵ所を会場に3日間コースで開催されたこの研修会は、その後より多くのお店に研修の機会をと、ヤマハ特約店や拠点を単位に、全国の特約店や拠点で行なわれるようになり、一層受講しやすいものとなりました。

いままて、諸々の事情から受講のチャンスが逸していた販売店さんのため、ヤマハ安全運転推進本部では各地方本部との連携を強化し、来年度は販売店さんがより充実した研修会をお近くの会場で受講できるように、いま体制固めを進めています。

### ★女性受講者が増加、 お店の奥さまもぜひ受講を。

女性ユーザーの増加にともない、研修会の受講者として、奥さまの参加が、ここ数年目立つようになりました。

女性受講者の増加傾向は、このところ回

を重ねるたびに顕著なものとなっていますが、お客さまの安全指導は「奥さまの手で、とかすでに安全指導に活躍するご主人を助けて、いつでも安全指導が実施できるお店にしようと、みなさんたいへん熱心な態度で受講されています。

今後、お店に密着した安全運転推進活動を普及していく上で、奥さま方のご協力とご活躍は、より重要性を増してきます。すでにご主人や店員さんが受講済みのお店を含めて、とくに奥さま方のご参加をお待ちしております。

### ★地域全体の安全普及のために

前文でご紹介のとおり、ヤマハ安全運転

指導員養成研修会で、安全運転推進活動の基礎を修得していただいたお店は、6年間で約7千店となりました。重複して受講されたお店も数多くありますが、推定で4千店以上のお店がこの研修を受講され、各地で活躍されています。一店でも多くのヤマハ販売店さんが安全普及に強い意識をもち、積極的に活動をされ、それが隣店、そして同じ地域にあるお店の活動につながれば、地域全体の安全は大きく推進されます。また、お客さまたちの変化にともなって、その免許取得に対する指導の方法にも新たな対応が必要となってきます。今後も各地で開催されるこの研修会にどうぞ積極的にご参加ください。





## ゴルフで ストレス解消

長田三恵子さま

北海道札幌市  
長田商会(長田真之社長)

健康のために、と3年ほど前からゴルフをやっているんです。最近では店が忙しくなかなかコースにも出られません。しかたなく打ちっ放しに行ってクラブを振っていますが、ストレス解消には一番ですね。

ゴルフの他にもやってみたいことはいっぱいあるんですが、今は商売に集中。唯一の趣味が、このゴルフです。

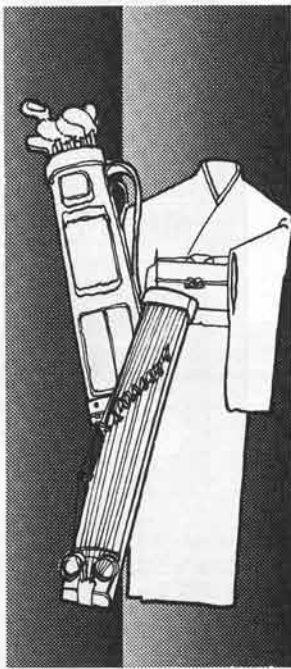
## 夜10時から

## 私1人の着付け教室

佐藤小夜子さま

宮城県柴田郡  
モトシヨップ次男(佐藤次男社長)

1才の子供にかかりっきりでしたが、7月から思い切って和服の着付けの勉強を始めたんです。店も終り、主婦の役目からも解放される午後10時頃から1時間程ですが、通信教育で着付けの独習をしています。若いうちにもっともといろいろなことをやっておきた



い。学生時代は陸上の選手でしたから、早く親子3人のジョギングなども……ネ。

## 私は自称

## 多趣味人間

古屋秋江さま

山梨県甲府市  
古屋輪店(古屋 久社長)

私はたいへんな多趣味人間。一番のキャリアを誇る琴、数年前からどこでもできるやうにと始めた大正琴。そして週に一回のママさんパレーはコーチ兼任。まだまだと今年の4月からは社交ダンスも週一回のペースで始めたんです。店に、家庭に、いつまでも活動的でいたいですからネ。アツもうひとつ短歌も。「若き日の母が美しい鏡なり わが三十八の姿をうつす」が最新作です。

## エレクトーンで

## リズムミカルな毎日

森本幾子さま

兵庫県赤穂市  
門屋サイクル(森本 功社長)

私の趣味はエレクトーン。子供たちが大きくなってやめてしまつたので、もつたないから私が習

# わたしの趣味大公開!

ヤマハ奥さまイコール「超忙し人間。——いつまでもこんな姿が当たり前だと思ひ込まれてはいませんか!?」お店の強力なスタッフとして、また一家の主婦として、たしかに奥さまの日課は「超多忙」。でも限られた時間を有効に活かし、きちんと「もうひとりの自分」を確保されている奥さまもいらつしやるのです。というワケで、今月はヤマハ奥さまの「趣味大公開」です。

おう、と始めたのが動機ですが、今でも毎週1回エレクトーン教室に通い、毎日お店を閉めて夕食後の1〜2時間は練習、というほどのコリようです。おかげで、家事にしても、お店の仕事にしても動きがリズムミカルになったみたい。頭の回転も早くなったし、スマートフォンにも……と思ってるんですけど。

## 山登りは

## 私の大切な趣味

魚谷京子さま

山口県下関市  
オートシヨップ魚谷(魚谷利満社長)

小学校時代からの幼なじみや、主人と少人数で山登りに出かけます。春休みや夏休みに1泊から3泊とかなり本格的、西は九重山(熊本)から東は穂高(長野)や立山(富山)まで足を延ばすんですよ。それに主人は川釣りが好きなので、途中まで一緒に出かけて、主人は川へ、私は山へ……なんてこともしばしば。山は私にとって大切な気分転換のひとつです。

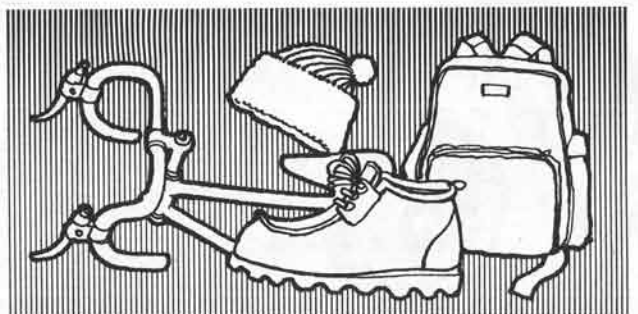
## ハイキングで

## 明るく健康的な笑顔を

松浦孝子さま

高知市  
松浦モータース(松浦利行社長)

趣味なんていえるかどうか……体力づくりに、家族そろってハイキングをしています。月2回ぐらい。毎日バイクや車に乗っている機会が大変多いので、足腰の鍛錬にも、と思つて始めたんですが、けっこう長つづきしています。お



客さまを迎える笑顔が明るく健康的に……そんな効果もあるんじゃないか、とひそかに自信を持っているんです。

## サイクリングで

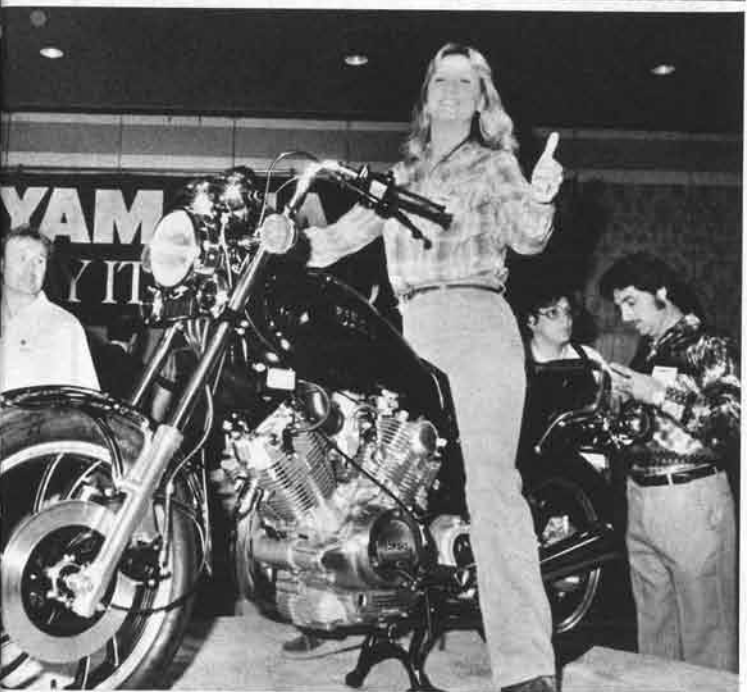
## 10数年病気なし

山本サエコさま

福岡県嘉穂郡  
サイクルシヨップ山本(山本正憲社長)

店には小学5年生から高校3年生まで約30名が加入している「マウンテンサイクリングクラブ」があるんです。サイクリングには父兄も参加するんですが、私も主人の勧めで家族と一緒に走っています。今年の夏も阿蘇山にキャンプをかねたサイクリングに行つてきましたが、もうここ12〜13年も病気がないことになりました。





↑技術のヤマハの新しいチカラ「V・ツイン」を搭載したXV750-ピラーゴ（アメリカ向け）マッスルなV・ツインとスペシャルスタイリングのみことなマッチングが、アメリカのヤマハディーラーのみなさんの圧倒的な支持を集めたもの

←こちらは、XJ750-SEGA。DOHC・4気筒にYICS、マイクロコンピューターによるセフティモニターシステム、アンチノースタイプ・フロントフォーク、カバードハンドル、2灯式ヘッドランプ、ビルトインテールランプ……まさに750ccスーパースポーツのステータスをめざすニューモデル

すでに国内の2輪専門誌や男性週刊誌のグラビアページをにぎやかに彩り、熱心なバイクファンの間に騒然たる話題を呼び起こしている'81年

のヤマハ輸出モデルシリーズ。これらのニューモデルは、アメリカ向けモデルが9月8日、ネバダ州ラスベガスで開かれたヤマハモーター

コーポレーションUSA主催のセールスミーティングにおいて、またヨーロッパ向けモデルは、9月19日から開催された西ドイツのケルンシ

# '81ヤマハ輸出モデル いま話題騒然！ アメリカで、ヨーロッパで、そして日本で……

## Yamaha Topics

ヤマハニュースは  
販売店みなさまの  
情報誌です。



お店のみなさまがつくる、みなさまのための「ヤマハニュース」をめざして、積極的な誌上参加をお待ちしております。

ご商売にまつわるさまざまな話題、明るいニュースなど、どんなものでも結構です。お電話で、お手紙でどうぞお気軽にお寄せ下さい。取材要請、ご質問、ご相談もどうぞ。宛先は――

〒438 静岡県磐田市新貝  
2500 ヤマハ発動機株式会社  
社宣伝部宣伝一課  
「ヤマハニュース」係  
☎05383(2)1111 内線356

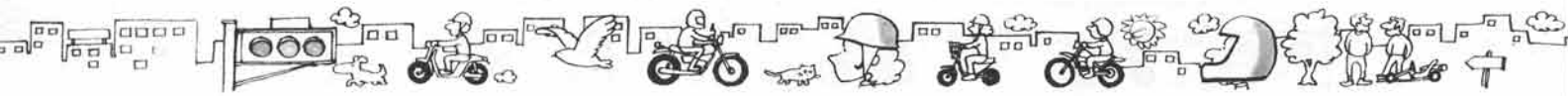
ヨーロッパでそれぞれヴェールを脱ぎ、また国内では2輪専門誌を通じて発表されて、奇しくも、世界同時発表となり、ホットな話題を一段と大きくもり上げているのです。

ご承知のとおり、これら'81年の輸出向けニューモデルは、4サイクル・DOHC・4気筒の「XJ」シリーズと新開発の4サイクル・V型・2気筒を搭載した「XV」シリーズの2タイプのビッグバイクを中心としたもの。

特に、「XV」はマルチ全盛の世界のビッグバイク市場に、ヤマハが投入した衝撃のニューモデル。このモーターサイクルとしては長い伝統を誇るメカニズムが、マルチのスポーツとはまた異なったビッグバイクの新しい分野を開拓するものとして、ひととき大きな期待と関心を集めているのです。

一方、'80年代の4サイクル・マルチシリンドラーの方向を示すものとして登場以来大きな話題を呼んでいる「XJ400」と同じ、ナロウなDOHC・4気筒を採用した「XJ」シリーズも、スペシャル・スタイリングのアメリカ向け、スーパースポーツ・スタイリングのヨーロッパ向けと、それぞれの仕向け地に合わせ、一段と洗練されたスタイリング、充実した装備を施し、きわめて完成度の高いニューモデルとして注目されています。

また、「XJ」シリーズに採用されたヤマハの省エネルギーエンジンシステム「YICS」（ヤマハ インダクション コントロール システム）やマイクロコンピューターによるセフティモニターシステムなど、ずい所にもり込まれた、ヤマハの先進技術に、改めて大きな関心が寄せられています。



→ラスベガスに全米のディーラー1450店、5000人にのぼる関係者を迎えて盛大に開催されたディーラーミーティングでは、史上最強のラインナップで'81年商戦に臨むヤマハの姿勢がつよくアピールされ、47機種'81年モデルに注がれるディーラーのみなさんの視線もひとときわ熱っぽいのがあった

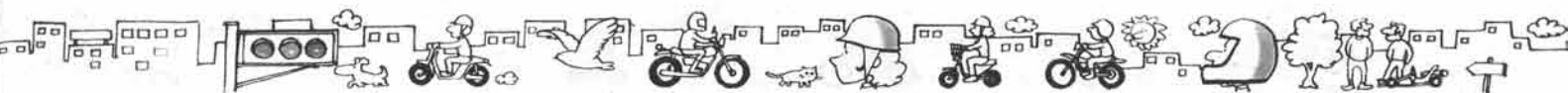
すでに人気の「XJ650」について登場する、ミドルクラスのロードランナー「XJ550」



↓アメリカに運れること10日、西ドイツ・ケルンショーでも、'81年ヤマハラインナップは話題のマト。注目のXVシリーズは、ヨーロッパではこのXV1000-TRIが、またアメリカではXV920Rが、最大排気量モデルとなる







# 『主任講師』制度スタート! 初の養成研修会ひらかる



ヤマハ安全運転推進本部では、販売店のみならずにお客さまに対する安全指導のノウハウを身につけていただく機会を増やし、また適切なアドバイスができるよう「主任講師」制度を新設。その養成研修会を10月13日から4日間、宮城県のスपोर्टランドSUGOで開催しました。

この研修会に参加したのは、ヤマハの各支店や販売会社にあつて日頃安全運転活動を行っている特別指導員、指導員等約30人です。

カリキュラムは、学科と実技を組み合わせたもので、学科は「発声法」

や「教授法」などの基礎練習から、「全交母安全教室」「ヤマハ原付指導員研修会」「指導員審査事前研修会」など各研修会の指導要領の実践。

また、実技は基本バランス訓練、スポーツ走行訓練、オフロード走行訓練というハード研修。さらに夜間は、安全指導についての討議研究会を開くなど、充実したスケジュール。

合格者は、ヤマハ安全運転推進本部の「主任講師」として認定され、今後さまざまな研修会を通じて販売店みなさまのお役に立つことになっていきます。

## 業界通信 ヤマハジャーナル

### 女性はこわいもの知らず!?

ファミリーバイクが、主婦の手軽な足として定着してきた。しかし、同時に事故も急増している。大阪府下の原付自転車の事故を分析した阪大の長山泰久助教授は「女性は男性と比べて、交通ルールを守ろうという態度は強いが、潜在的危険に対する感受性が不足している」と結論づけている。

長山助教授の分析によると、年別の原付き事故件数は、男性の場合20才未満が約3割と一番多く、それ以上は年令の増加とともに減少する。女性の方は、30才代前半をピークにした山型の分布をしている。

事故の内容をみると、女性は男性と比べて歩行者や自転車との事故は起こしにくい、自動車との事故は起こしやすさという傾向が見える。また不思議なことに、女性は女性と男性は男性と事故を起こすという傾向も見え、この原因には走る場所が男女によって差があったり、同性は行動に共通の欠点を持ち、異性は異質の行動パターンをとるといふことなどが考えられる。

〔朝日新聞 9月29日付〕

### ファミリーバイクのヘルメット無しは危険

ファミリーバイクはゼロハンとも呼ばれる総排気量50cc以下の二輪車だ。51年から有名女優がこのCMに登場してファッション性をうたい、そのためか快調に売れ出した。昨年4月からの1年間で登録が約12万台増えて、今年3月現在で87.9万台。最近販売目標が男性にも広がったものの、やはり自転車並みの値段と手軽さが女性向らしい。

ファミリーバイク用の運転免許を持つ人は、昨年末の時点で男性186万人、女性216万人とこの3年ほど女性上位が続いている。

〔中略〕:とくに女性の場合は(ヘルメットの)非着用率が70%、ヘルメットを持たない人が3分の1もいて、そのため事故で頭けがをする率は男性が27%なのに、女性は34%という調査があります。バイクでは足のけがが一番多いが、これではあまり死にません。致命傷の60~70%は頭のけがだから、ヘルメットがな

いと極めて危険です」と(東京慈恵会医大)中村教授は警告する。

〔毎日新聞 9月23日付〕

### ファミリーバイクは慣らし運転とオイル交換をこまめに

ファミリーバイクの長持ち法の第一歩は、最初の1ヵ月間の慣らし運転。この期間に時速25キロ以下に保って走ることで、エンジンの部品がゆっくり回転になじんで、寿命も1~2年は延びるそうだ。

ならし運転で調子の出たエンジンは、4万キロはラクに走るが、潤滑油のオイルを切らずと、シリンドライヤクランクシャフトが焼きつき、一発で寿命がつきる。(中略)

これが冬に向け、エンジンが冷えるが、こんな時はかかってからしばらくの間、そのまま暖まるまで待つのもエンジンの長持ちにつながる。エンジンをいたわって大事に使えば10年は乗れるバイクも、雨ざらしにすると、5~6年で買い替えるハメになる。

〔読売新聞 9月16日付〕

## バイク業界の動き

# 第1位「RZ250」 3044票

月刊「オートバイ誌」が、通巻550号を記念して実施していた「ザ・ベストバイク80、オール国産車人気投票」の126~250ccクラスにおいて、「RZ250」が、3044票を集めてダントツの第1位に輝きました。

「姿を見せずしてナンバー1の座を奪い取ったRZ250。250戦線は今、RZ旋風」という同誌のタイトルどおりに、発売以前の高人氣で異例の第1位。改めて「RZ250」の人氣の高さが話題を集めています。



## 多彩に着こなすニュー・バイクウェア 3シーズン用オーバーオール&コート新発売!

ヤマハから、まったく新しいウィンターウェアの登場です。オーバーオールとコート、いずれも外衣と中衣の2重構造、しかも中衣だけでも完全なアウターウェアですので、中衣だけ、外衣だけ、そして外衣プラス中衣と3通りの着こなしを可能にしたのです。この冬話題のバイクウェア、どうぞご堪能ください。

### ウィンターオーバーオールDX

●標準小売価格55,500円 ●M・L ●ネイビー、グリーン



●中衣だけ着用

●外衣だけ着用

●外衣プラス中衣

### ウィンターオーバーオールDX ウィンターコートDXの特徴

- 外衣と中衣の2重構造。外衣プラス中衣での防寒性は抜群です。
- 春や秋は中衣をはずして外衣だけで着用。この場合でも、中衣をはずした分だけ外衣が縮小する特別構造。ダブつかずいつも体にフィットするのが特徴です。
- 中衣は屋内の防寒ウェアにぴったり。
- 肩口には伸縮性のよいゴムを使用。両腕のどんな動きもスムーズです。
- ウィンターコートDXは、腰の風防スカートで裾からの風の吹き込みを防止。従来の防寒衣の約3倍の暖かさです。
- いずれもヤマハオリジナルウェア。ハイセクスのライダーズウェアです。



### ウィンターコートDX

●標準小売価格51,500円 ●M・L ●ネイビー、グリーン



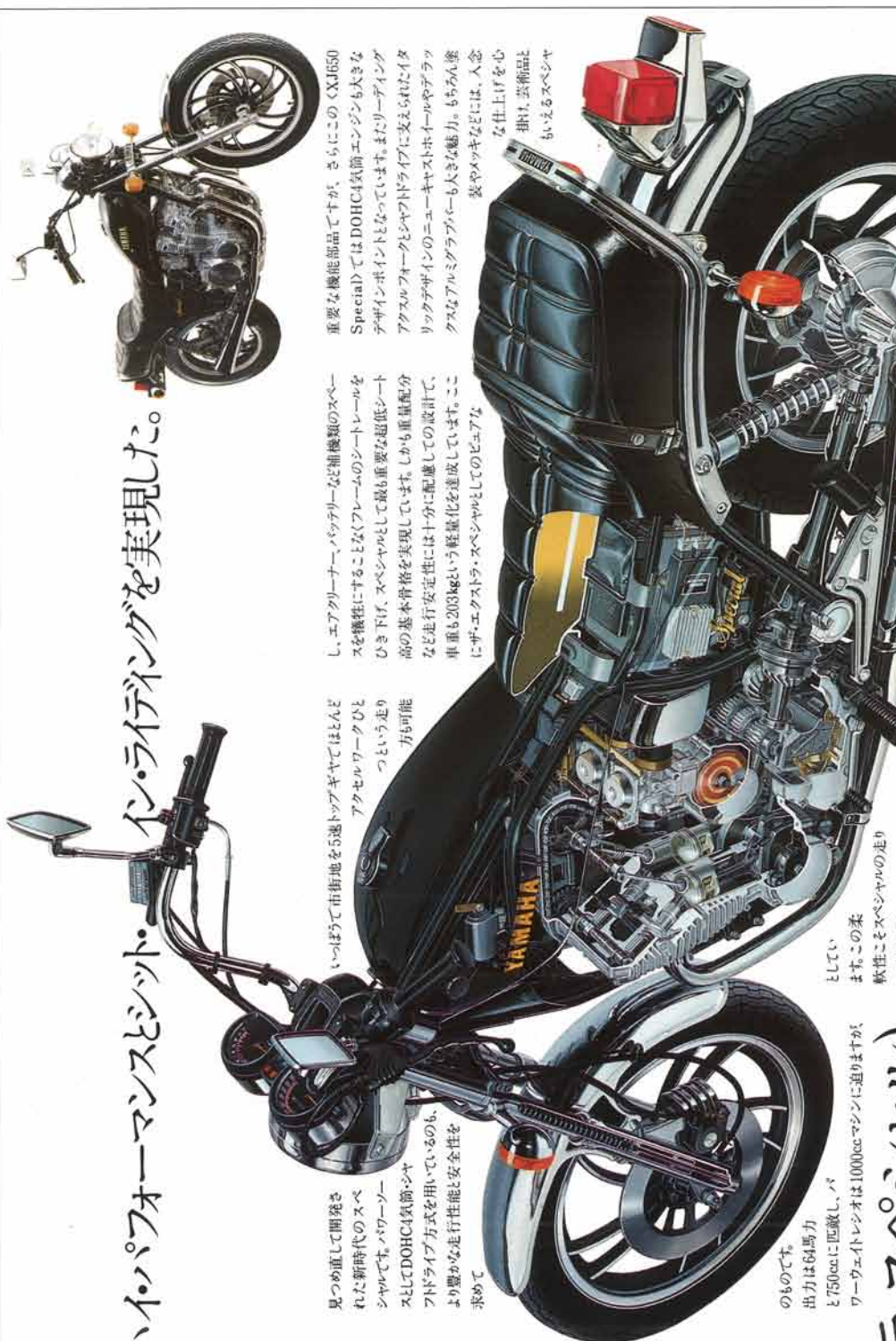
●中衣だけ着用

●外衣だけ着用

●外衣プラス中衣



# 先駆の思想が、ハイパフォーマンスとシット・イン・ライディングを実現した。



## REVOLUTION:3

ヤマハが開拓し、築きあげてきた新しいモーターサイクルの概念、「スペシャル」。それは、画一的ではない、より個性的なマシンづくりを目指すヤマハの主張でもあります。つまり、性能はもちろんのこと、スタイリング、乗車フィーリングをも第一級の質を求め、人間のためのマシン。一言でいえば、これが「スペシャル」の理想であり、目的だったのです。乗人が持つことに誇りをもてる、そして喜びをもてるマシン。の創造。ヤマハの思想は、いつかのシリーズを生み、いまは新しい「スペシャル」のカタチを生み出しました。DOHC4気筒を搭載した「ザ・エクストラ・スペシャル」XJ650 Special。そのライディング感覚で、またそのパフォーマンスで、クオリティの高さを示します。

●スペシャルの真髄を生かす64PS/9,000r.p.m.のハイパワー。走りの本質とは、マシンについていえないとマシンの一体化、つまりシット・イン・ライディングといえます。それなのにマシンは、走りの基本に忠実な資質の高いものが要求されます。マルチシリンダー・スペシャルとしてデビューしたXJ650 Specialは、そうした本質的な問題をシビアに

見つめ直して開発された新時代のスペシャルです。パワー・ソースとしてDOHC4気筒・シフトドライブ方式を用いているのも、より豊かな走行性能と安全性を求めて

いっほうて市街地を5速トップギヤでほとんどアクセルワークひとついとも走り方も可能

し、エアリーナー、パンテラーなど補機類のスペースを犠牲にすることなくフレームのシートレールをひき下げ、スペシャルとして最も重要な超低シートの基本骨格を実現しています。しかも重量配分など走行安定性には十分に配慮しての設計で、車重も203kgという軽量化を達成しています。ここに「ザ・エクストラ・スペシャル」としてのピュアな

重要な機能部品ですが、さらにこの「XJ650 Special」ではDOHC4気筒エンジンも大きなデザインポイントとなっています。またリーディング・アックス・フォークとシヤフトドライブに支えられたイタリックデザイン・ニューキヤストホイールやアラックスなアルミグラフィックも人々を魅了。もちろん豪華な仕上げを心掛けた芸術品といえるスペシャル

# (ザ・エクストラ・スペシャル)

# NEW YAMAHA XJ650 Special

- 4サイクルDOHC・4気筒653cc・最高出力64ps/9,000r.p.m. ●最大トルク5.2kg・m/7,500r.p.m. ●リタナーン35段
- ボディカラー／ブラック・レッド・レダートマルーン ●標準現金価格¥480,000

ワール・ウェイトレシオは1000ccマシンに迫りますが

ます。この柔軟性をこそスペシャルの真髄です。●まさにシット・イン。かかとまで足が地につく超低シート高。ハイパワーもさることながら、この4気筒エンジンはジュネレーターをシリンダー後部に移して、ほとんど2気筒なみの軽さとしています。さらにシヤフトドライブ機構も、重要なミッドシャフトクラクケース内に置く最新設計とし、大幅な重量軽減を果すと同時にパワー・ユニット全体をナローに、コンパクトに仕上げられています。これによりパワー・ユニットのフレームへの設置の自由度が増

創り見出せます。750mmの超低シート高が生み出すシット・イン・ライディング。本物のみがかも個性です。●スペシャルの個性を高めたピュアな設計。ゆつたりとしたフルカクタハンドルと上品なティアドトップ型燃料タンク。そしてクッションの効いたキング&クイーンシートとグラフィックのよい小径幅広リヤタイヤ。いずれもスペシャルの個性をかたちづくる

ルならはのグレード感をもし出している。また、しかも低中速でネーティブよく迅速なピクアップ特性をもつパワフルなエンジンは、振動、メカ音の発生を排除したキメ細かな設計により、さらにグレードの高い走りの世界を演出してみせます。

広告活動(二)紹介

ザ・エクストラ・スペシャル「XJ650スペシャル」——2輪専門誌を通じて展開しているテクノロジー広告も、すっかりおなじみのものとなっています。「RZ250」「XJ400」そしてこの「XJ650スペシャル」。'80年代のビッグバイク市場をリードする「ザ・エクストラ」。3機種と、それぞれの革新技術(REVOLUTION)がしっかりとスポーツツーユーターの支持を集め始めているのです。どうぞご期待ください。