

新発売

**JOE SPORTS JOE SPORTS 80**

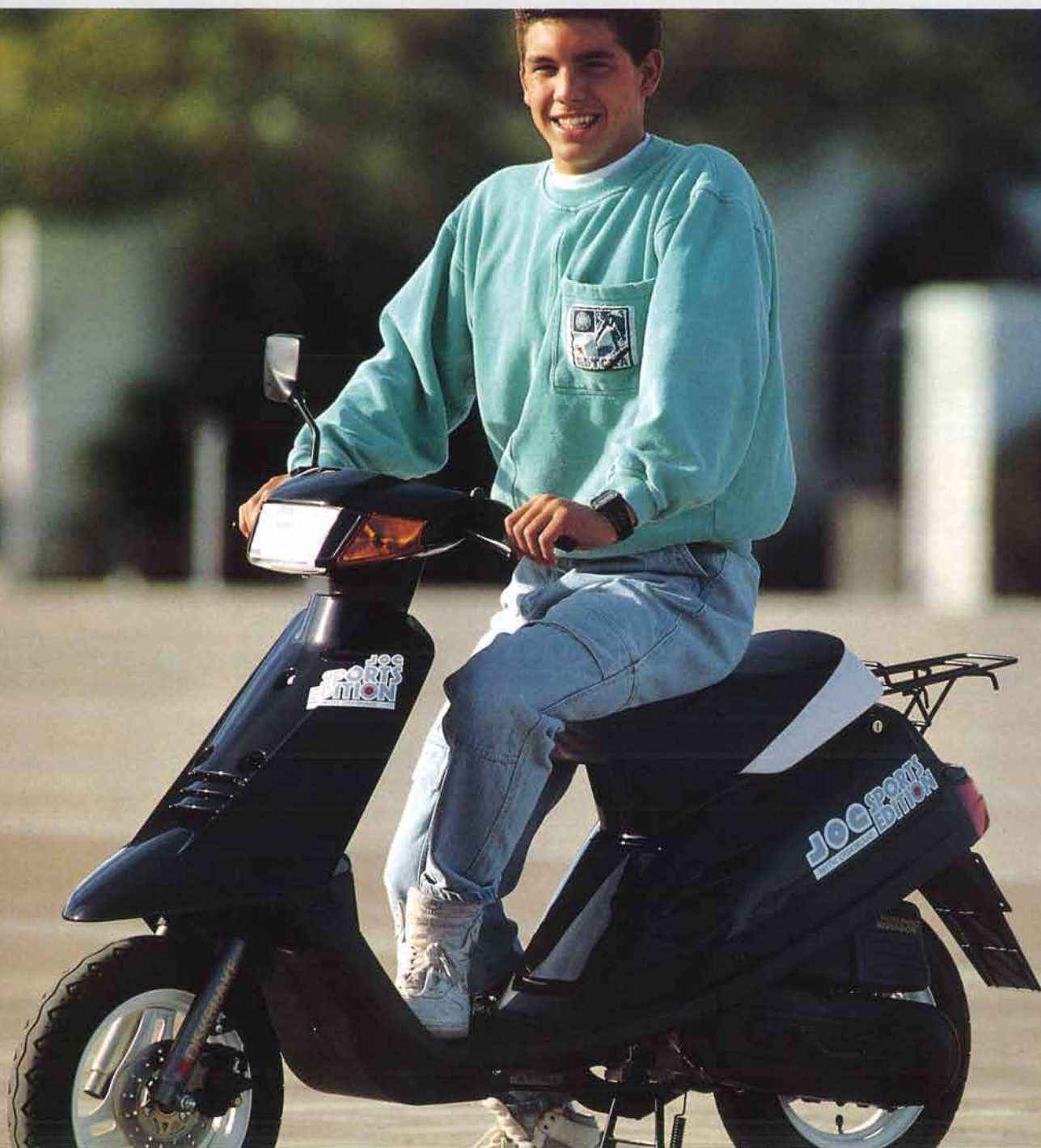
ハッチバックスクーター **CHAMP CX**

**TZR125 XV400** ビラーゴ (ニューカラー)

特集

'88スクーター商戦開始!

**スクーター客層別アタック法**





# 走りの良さと大型収納スペースのドッキング ユーティリティをアップして新登場

## CHAMP CX

'88年3月5日 **新発売**

- **カラー**：グリタリングブラック、マチュアレッド、コスミックブルー、シルキーホワイト/ソリッドエンデュランスブルー、シルキーホワイト/ヒートレッド
- **標準現金価格**：¥139,000(北海道、沖縄および一部離島を除く)

ヤングの生活ツールとしてすっかりと定着したスクーター。それにともなって、新しい機能に対するニーズも年々高まり、走りの性能とともに実用性への期待も大きくなっています。

今回新発売される『チャンプCX』は、そんな期待にすべて応えるニュータイプ。クラス随一のライディング機能を大きく向上させながら、美しいボディラインを損ねることなく“ボックス”で定評のヘルメットや小物をインナーに積めるスマートな収納機能も付加しました。スポーティ派からユーティリティ派まで、幅広いお客さまにすすめてください。

### ■「チャンプCX」仕様諸元

- 全長1675mm ● 全幅600mm ● 全高975mm ● シート高725mm ● 軸間距離1160mm ● 最低地上高100mm ● 乾燥重量64kg ● 舗走平坦路燃費81km/ℓ(30km/h) ● エンジン2サイクル・ピストンリードバルブ・単気筒・49cc ● 内径×行程40.0mm×39.2mm ● 圧縮比7.2:1 ● 最高出力6.3PS/7000rpm ● 最大トルク0.65kg-m/6500rpm ● 始動方式セル・キック併用式 ● 潤滑方式分離給油 ● エンジンオイル容量0.9ℓ ● 燃料タンク容量3.3ℓ ● 点火方式C.D.I. ● マグネット点火 ● バッテリー容量12V3Ah(10Hr) ● 変速機Vベルト自動無段変速 ● タイヤ(前)3.00-10-2PR(後)90/90-10-40J ● 緩衝装置(前)コイルスプリング(後)コイルスプリング ● ヘッドランプ12V25W/25W ● テールランプ12V5W ● ストップランプ12V21W ● フラッシュランプ12V8W×4



シルキーホワイト/  
ソリッドエンデュランスブルー



### チャンプCX



シルキーホワイト/ヒートレッド

グリタリングブラック

コスミックブルー

マチュアレッド

所に施しました。

**見** やすく機能的な、速度計、置針式フェルメーター、速度警告灯、オイル残量警告灯をひとつのパネルに組み込んだ大型メーターパネルをはじめ、美しいボディラインを強調する大型リヤコンビネーションランプ、シート下の大容量スペースを感じさせないソフトな乗り心地のウーリーナイロン製大型シートなど、長距離走行にも疲れず安全な装備を、随

**タ** イヤは前後ともチューブレスタイヤを採用。フロントにコーナリング性能と安定性を高めた3.00-10インチタイヤを、リヤにはトラクション性能にすぐれた90/90-10の扁平タイヤを装着し、卓越の操縦安定性を実現しました。

**フ** ルフェイスヘルメットも楽らくと収納できる大容量スペースを、シート下に確保しました。エンジン熱の影響を受けづらい場所、しかもシートはキロック式、自動車のトランク同様に安全で確実な保管機能を持たせてあります。

**チ** ャンプのもつ伝統的な走りの良さに一層の磨きをかける6.3馬力、空冷・単気筒・7ポート・トルクインダクションエンジンとパワフルマチック、Vベルト・ワイドレシオ無段変速機構。さらに静粛性とエンジン性能向上に同時に寄与する大容量エアクリナー、大型マフラーを装備しています。また、電気式オートチョーク付キャブレターで、気温差の影響を受けることなく確実な始動性をも得ています。



# よりスポーティな走りを実現したジョグのニューバージョン

## JOE SPORTS JOE SPORTS 80

'88年2月1日 新発売

発売以来、常にスクーター市場のトップシェアを確保し続ける人気スクーター「ヤマハジョグ」のシリーズ最上級モデルの登場です。今度のジョグは、好評のスポーティな走りにより一層の磨きをかけ、走る、曲る、止まるの基本機能を高め、スポーツ性を一段と向上させたスプリントスクーターです。

また、同時発売でさらに走る機能を高めた79cc・7馬力エンジン搭載の『ジョグスポーツ80』もシリーズに仲間入り。充実の『ヤマハジョグ』シリーズで、お客さまに満足のスクーターライフをお届けください。



グリタリングブラック

### 『ジョグスポーツ』仕様諸元

( )内はジョグスポーツ80  
 ●全長1620mm ●全幅625mm ●全高990mm ●シート高705mm ●軸間距離1125mm ●最低地上高100mm(95mm) ●乾燥重量60kg(63kg) ●舗装平坦路燃費80.0km/ℓ(30km/h) [72.0km/ℓ(50km/h)] ●エンジン2サイクル・ピストンリードバルブ・単気筒・49cc(79cc) ●内径×行程40.0mm×39.2mm(49.0mm×42.0mm) ●圧縮比7.2:1(6.1:1) ●最高出力6.3PS/7000rpm(7.0PS/6500rpm) ●最大トルク0.65kg-m/6500rpm(0.80kg-m/6000rpm) ●始動方式セル・キック併用式 ●潤滑方式分離給油(ヤマハオートループ) ●エンジンオイル容量0.8ℓ ●燃量タンク容量3.3ℓ ●キャブレターYI2P(YI4P) ●点火方式C.D.I. ●バッテリー容量12V4Ah(10Hr) ●1次減速(比)ギヤ、3.692(3.133) ●2次減速(比)ギヤ、3.454(2.818) ●変速機Vベルト自動無段変速 ●変速比2.438-0.810(2.394-0.798) ●タイヤ(前)3.00-10-2PR(後)3.00-10-2PR ●ブレーキ(前)油圧式ディスク(後)ドラム ●ヘッドランプ12V30W/30Wハロゲン(12V25W/25W) ●テールランプ12V5W ●ストップランプ12V21W ●フラッシャーランプ12V8W×4

- カラー:ジョグスポーツ グリタリングブラック, ファインレッド, シルキーホワイト
- ジョグスポーツ80 グリタリングブラック/ミディアムグレー, シルキーホワイト/ミディアムグレー
- 標準現金価格:ジョグスポーツ¥129,000 ジョグスポーツ80¥165,000



ジョグスポーツ80

ジョグスポーツ

シルキーホワイト/ミディアムグレー

グリタリングブラック/ミディアムグレー

シルキーホワイト

ファインレッド

**明** るい30W/30Wのハロゲンヘッドランプ(80ccは25W/25Wのバルブ脱着式)の採用の他、電気式フェルメーターを装備した見やすいニューデザインメーターパネル、大型のシート、レッグシールド、フットボードなど、細部にわたって扱い易やすさを優先させています。

**グ** リップ力にすぐれた3・00-10のハイグリップ・ハイコンパウンドタイヤを前後ともに採用し、本格的セリアーニタイプ・フロントフォークとユニッツスイング式のリヤクッションとの相乗効果により、走り、曲りの機能を大きく向上させました。

**フ** ロントには抜群の制動力を發揮する油圧式ディスクブレーキを採用し、止まるための機能向上を図るとともにすぐれた耐久性をも確保しています。リヤブレーキには指針式ブレーキライニング摩耗インジケーター装着のドラムタイプを装備しています。

**V** ベルト自動無段変速機構は2・438(0・798)のワイドレシオに設定し、レスポンスの良い発進と加速フィードバックを高めました。

**ハ** イパワー6・3馬力(80ccは7・0馬力)を生み出す2サイクル強制空冷・7ポート・トルクインダクションエンジンをも、バイブレスリンク式マウントで搭載。振動が少なく静かで快適な乗り心地を確保しながら、力強い走りを実現しています。



## 都会派のニューカラーを追加

'88年2月28日

# XV400 ビラーゴ

●標準現金価格：¥519,000  
(北海道、沖縄および一部離島を除く)

洗練されたデザインと質感、余裕のライディングで人気を集める“ビラーゴ”シリーズの中堅モデルとして、数多くのテイスティ派ライダーから好評を得る『XV400ビラーゴ』に新色が加わりました。

都会に似合うニューカラーは“ブルーイッシュブラック”。従来の“カメラアグリーン”“ディープスカーレット”と合わせて、お客さまにおすすめください。



- カラー：ホワイト/チャビイレッド
- 標準現金価格：¥359,000  
(北海道、沖縄および一部離島を除く)



## フルフェアリング 装備で限定発売

# TZR125

'88年2月13日発売(限定500台)

デルタボックスフレームにY.P.V.S.装備の水冷・クランク室リードバルブ・単気筒のハイパワーエンジンを搭載して、小型二輪車市場に新しいスポーツステージを築いた『TZR125』のフルフェアリング仕様車です。  
若きエンスージャストたちに、よりレーシーになった『TZR125』をおすすめください。



新商品  
カラー紹介

JOE SPORTS  
JOE SPORTS 80

ハッチバックスクーター

**CHAMP**  
**XV400** ビラーゴ  
ニューカラー **TZR125** ..... 2

特集

'88スクーター商戦開幕!  
スクーター客層別アタック法 ..... 6

- 若者たちはいま/人に訊け・街に訊け ヤングのファッション ..... 15
- 時代を変えた名車たち ヤマハスピリットの原点 YDS-1 ..... 18
- 短期集中講座お店のパワーアップ——人づくり・店づくり・客づくり  
従業員さんのパワーアップ ..... 20
- お忙しい販売店さんのための情報アンテナ 情報スクランブル ..... 22
- ニューモデルのお客さま TDR250 ..... 23
- YTSシングルスター店授与式 ..... 30
- ヤマハSAのご紹介 BIG VOCSシステム ..... 31

- ヤマハトピックス ..... 24
- レーシング・エクスプレス ..... 27
- インフォメーション・フロム・ヤマハ ..... 28
- お店訪問・こんにちはヤマハです ..... 32
- パーツ&アクセサリーズ ..... 34
- ザ・レイティスト・アド ..... 36



セールス・カレンダー

2月~3月

|                    |              |
|--------------------|--------------|
| 2月                 | 20土          |
| 如月                 | 21●          |
| 5金                 | 22月          |
| 6土                 | 23火          |
| 7● 北方領土の日          | 24水          |
| 8月 こと始め 針供養        | 25木          |
| 9火                 | 26金 三の午      |
| 10水                | 27土          |
| 11● 建国記念の日         | 28●          |
| 12金                | 29月 全国火災予防運動 |
| 13土                | 3月           |
| 14● 聖バレンタインデー      | 弥生           |
| 15月                | 1火 全国緑化運動    |
| 16火 所得税確定申告        | 2水           |
| 17水                | 3木 ひな祭 耳の日   |
| 18木                | 4金           |
| 19金 雨水 万国郵便連合加盟記念日 | 5土           |

セールス

歳時記



暦のうえではもう春です。春らしく明るい店頭演出で、シーズン開幕をお客さまに告知し、思いきり購買意欲をおこしましょう。また、2月はすっかり国民行事として定着したバレンタインデー、そして3月にはひな祭りがあります。ちょっとしたプレゼントがお店とお客さまの間をグリーンと近いものにします。

本格的な春商戦が開幕する3月に向けて、準備をしておくのもこの時期。入学や卒業のお祝いをかねたDMや新商品発売案内など、お客さまへのメッセージも増えてくるはず。今から顧客名簿をしっかりと見直し効率的なアプローチを展開してください。



# スクーター客層別アタック法

『ジヨグスポーツ』『チャンプCX』そして先に発売の『シグナス125』を加え、'88スクーター商戦を目前に充実のラインナップを揃えたヤマハスクーター・シリーズ。今回の特集では使用用途に合わせて選択の幅が広がったこれらスクーター群を、いかにお客さまにすすめていくかをテーマに、主なスクーター・ターゲット層の特徴と、スクーター客層別アタック法を取り上げてみました。

## スクーターのお客さまは こんな人たち

けっこうオシャレなお金はそんなにかけないが、クツの種類や服のソデの折り方など、細かい部分に気を使ったりする。スクーターは一見まったく手を加えていないように見えても、よく見るとステッカーが貼ってあったりして、必ずどこかに自己主張をしています。



スクーター対象ユーザーの中で、もっとも元氣な有力層。最近ちょっと大人しくなったなんて声も聞かれますが、それはレースやローリングを目的とする。ハード派に比べ、バイト先までの移動手段や友人とのコミュニケーションツールとして、自転車替りにスクーターを使う「ちょっとユートイリテイ派」が増えていくからかも？

でも、この層はどんな使い方をしてもシッカリと性能(パワー)にはこだわりを持っているし、その面での友人との情報交換も活発。スクーターに一番詳しい人たち。また、オリジナリティをとっても大切に、他人と同じ物はなるべくなら持ちたくないんです。ヘルメットはフルフェイスか半キャップ。

ひとつだけ難を言わせてもらうならば、彼らには経済力がないこと。しかも自立意識が強いので購入はあくまでも自己資金で、という人も多いのです。バイトをやってコツコツと貯めたお金で買うのですから、コストパフォーマンス(価格あたりの性能)はとてに気になります。彼らにとってのベストスクーターは、安くてもパワーがあって、シブイ色づかいのもの。その上、他人と同じ物でなければなお良し(これは難かしい)。

スクーター以外にも欲しい物はいっぱい。興味の幅も広く、オーディオや自分の好きな音楽バンドなんかについてはスクーター以上に詳しい。もちろんスポーツバイクの知識についても抜群です(ただし、かなり片寄っていたり、間違った知識を持っている場合も多い)。

好きな大人のタイプは、友人感覚で話しかけて、しかも頼りになる人。

興味や持ち物のすべてが友人とのコミュニケーションツールみたいなものだから、一人に売ると連鎖反应的に何台か売れたりします。

女子高校生

健全で明るい、普通の女子高校生です。親から貰うお小遣いは月3000円が平均。でも洋服代は別に買っています。お小遣いはほとんどが飲食代かな。ファーストフード店でバイトもやっているからスクーターも自分で買っちゃおう。



**最** 近では男子高校生に並ぶ有力量な反対を押し切ってスクーターに乗っている人もいて、ちょっと反抗的な娘が多いのかと思えばさにあらず。圧倒的に多いのはごく普通の明るく健全な女子高生タイプです。

使用用途は男子高校生とほぼ同じ。パイ  
ト先や友人宅への移動手段、買物や街乗りが主です。しかし、彼女たちは男子高校生よりもスクーターに乗る行為そのものを楽しんでいたり、好きな時に好きな場所へ移動できることに、ちょっぴり開放感を味わったりしています。

性能はほとんど気にせず、友人の間で時どき話題になる車種を買おうかな(周りにあまり乗っている人がいないので、情報不足)、ぐらいいのレベルでお店にるので、お店のセールストークに左右されやすく説得は比較的しやすい。が、色についてはどんな説得をしても絶対と断つてよいほど妥協しません。彼女たちは、色をとても大切にします。だから車種の選択基準も1に色、2にスタイル(色は白が好き)。

「カワイイ色」「カワイイ形」という言葉で表現しますが、「カワイイ」の基準はかなり難解。黒や深紅もカワイイとなったりますので、自分のフィーリングに合ったものを「カワイイ」と表現すると考えた方が無難です。ヘルメットは半キャップが主体。

彼女たちの興味の対象は、書くことと読むこと、それに音楽鑑賞(ロックからクラシックまで)とオシャベリ(電話好き)です。中でも書くことに関しては絵や詩、手紙から小説まで書いている人もいるくらいです。ファッションに関しては以上の興味の対象とは別格、オシャベリに興味を持っていない女性は、高校生に限らずほとんどいません。

それから、中型以上のスポーツバイクに興味を持っている人も結構多いのです。

# 男大生大衆

高校生ほど自立意識はなく、よけいな気も使いませんので、購入に際しては自分のお金で買うという意識はありません。親に買ってもらう人も意外に多い。バイトはほとんどの人が経験していますが、そのお金は飲み代等に使っています。



需要がありそうで無く、無さそうであるのがこの層。スクーターユーザーの中ではあまりにも地味で、目立たぬ存在なのですが、確実に乗っている人たちはいます。なぜ目立たないのかというとそれはズバリ、スクーターに対してはほとんど無関心なので、スクーターで自己主張をしないからです。

その無関心な人たちがなぜ乗っているのかというと、乗る必要があるからです。ですから使い方は実用のみ、通学や買物、友人宅へ出かけたるときに使っているのですが、目的もなく街を走ってみたいりはありません。まったくの「ゲタ替り」と言っても過言ではありません。ですから彼らの車種選択基準は「積載性」をはじめとする実用性がメインとなります。

趣味を見るとテニスやスキーと、大学生としては一般的なのですが、オシャレなスポーツを趣味にしている割には、ファッションはあまり気にしていないようです。当然そうなるヘルメットも何を着けていようと関係ありません。きつとスクーターもファッションも高校時代で卒業してしまっただけ、あれば便利だという印象だけが残っているのでしょう。

なんとなく老成してしまった印象もありますが、彼らは10代後半から20代前半のヤングです。いくらファッションは気にしないといっても、同じ機種ならカッコイイ方が良いという程度の基準はあるようです。購入の動機はテレビコマーシャルを見ていいなと思った、というのが圧倒的です。

さて、ここまで読むとスクーターなら何でもいから安い物しか買わないだろう、と思われるかもしれませんが、そうではありません。彼らの特徴のひとつに「経済観念が低い」というのがあります。だから、実用部分の機能を説明すると、多少高くても納得さえすればそちらを買います。無関心なだけに、説得にはさほど手間とりません。



# 特集●'88スクーター商戦開幕! スクーター客層別アタック法

主婦：たとえ一番安い車種を選んでも、フロントバスケットぐらいはサービスで付けてくれるのが当たり前、なんて思っています。

主婦・アダルト



アダルト：サイフのひもはかなり緩め、使用用途に合っていて、丈夫そうなら納得。

**も** っとも早くスクーターの利便性を認めたのが主婦層です。一時はスクーターといえば、イコール主婦の乗り物という概念まであったほどです。最近ではヤングライダーの台頭により、ちよっと目立たなくなりしましたが、根強く、安定した層として存在しています。

彼女たちの最大の特徴は経済観念が高いことと、何年乗っていようとメカのことについてはまったく知識を持っていないことです。エンジンが掛からないからと電話が入り、駆けつけてみたらガス欠だった、なんていう経験を持つ販売店さんも多いと思います。

そして、最近のスクーターに乗る主婦の中で多いのは仕事を持っている人たち。これはアダルトとも共通するのですが、通勤や仕事の足としてスクーターを利用している場合が多いのです。ですから、故障の連絡が入ったときに対応が悪かったりすると、一気にお店の評価が下がってしまいます。

彼女たちの車種選択のポイントは、少々の坂道はラクラクと登るパワーと、エンジンの掛かりの良いこと。燃費は以前と較べると、気にする人は少なくなっただけですが、本体の価格はかなり気に入ります。

アダルトの場合は、使用用途に合っていれば価格はあまり気にしませんが、主婦はこの部分で折り合いがつかないと必要に迫られていても購入を諦めることもあります。

アダルトの車種選択基準の中には、車格があります。女房や子供が乗っているスクーターと同じ車格のスクーターに乗ることにテレを感じます。実用第一で選んでいますが、車種選択のアドバイスをするときは「予算」「使用用途」を良く聞いた上で、車格のあるものをすすめることをお忘れなく。

## スポーツ店を名乗りながら タウン・ユーザーにも細かい気配り

### 仲谷レーシングサービス

大阪府泉南郡／仲谷龍二社長

「昨年、ミニバイクレースに使ったお金が、約500万円ぐらいですかね。宣伝効果を考えても、採算は採れていないと思います」

と複雑な笑いを浮かべて話すのは、大阪は「仲谷レーシングサービス」の仲谷龍二社長(29)。社長自身が元モトクロスの全日本ライダーだったせいでしようか、お店に集まる若いお客さまも、スポーツ・ユーザー、特に高校生が多いようです。「レースやってるコたちは、こうやって自分のマシンを店に持ってきては、店の工具を使って、思い思いに整備をしていくんです。ですから店の前は、T2やら



今春の増強が活むと、サービス工場は店内スペースから分離する予定

ミニバイクレーサーやらで、いつもいっぱいですよ。そんなお客さんが集まる店ですから、ショップとしてもレース活動に積極的になりますね。コツコツとマシンを造って、お客さんに乗せるんです。お金を掛けた甲斐があって、昨年、日本ミニバイクスポーツ協会主催の「全日本ミニバイク・ロードレースGP」で、4位に入ることになりました。別に入賞したからどうのってことはないんですけど、店に集まるコたちの自慢になると思うんですよ」

以前は有力二輪誌等に広告を掲載していた「仲谷レーシングサービス」さんですが、それらの活動も拡販を目的とするものではなく、常連のお客さまの志気を高める手段として活用していました。ですから内容は車両価格の提示ではなく、オリジナル・パーツを中心に構成し、スポーツ色を強調しているのが分かります。

しかし、純粋にレースを目的としてスクーターを購入される方は、それでもほんの一握り、全体の10%しかありません。商圏となる人口2万人の町に、競合店が11軒と言いますから、残りの90%を占める一般ユーザーの確保には、細かい気を遣われているようです。

「以前はまとまった団地に投げ込みチラシを配布したり、DM攻勢をかけたたりしてたんですけど、この町では結果につな



↑仲谷社長が現役時代に集めたファイヤーの数々。常連のお客さまが、翌日のスクーターレースを前にマシンを整備

がりませんでしたね。それよりも、路上で調子の悪そうなバイクを見つけたら直してあげるとか、店に来るたびに点検してあげるといった人情的なサービスの方が、小さな町では喜ばれるようです。

その他にも、故障の電話が入ったら、工具を持って出掛けて行って、その場で修理をするというようなサービスも実践しています。私で三代目なんですけど、おじいちゃんの代から続けてきたサービスなので、町の人たちは皆さんよく承知していますね。店から100メートルぐらいの所から電話をしてくる人もいますよ。(笑) そんな触れ合い的な要素が、レース活動をしながらも、町の人たちに受け入れられている原因だと思います」

仲谷社長は、年の始めに従業員の方たちと話し合い、自らに販売台数のノルマを課しています。1月1130台、4月145台というように、前年度実績+αの販売が目標です。

「最近のスクーター市場を考えてみると、価格でモデルを決めるお客さんは少なくなりましたよね。たくさんあるモデルカラーのなかから、自分の好みに合ったものを目を選ぶ。頭で選ぶ時代は終わったんです。だからバリエーションは多い方がいい。春のニューモデルが、今から待ち遠しいです」

## 客層別アタック法

### あれこれ

男子高校生

5〜6人の小グループで活動する彼らへの、もっとも効果的なアプローチ法はオビニオンライダーをつかまえてしまうこと。一人に売れば、5〜6人ぐらいいは紹介販売につながっていくこともしばしばです。つまりは口コミを最大限に利用するということですが、これにはまず、お店からの情報量がキーポイントとなります。

レースのことや業界のウラ話など、他ではちょっと聞けない話が彼らの興味をそそります。話題は豊富に取り揃えておきましょう。

さて、それではどうやって彼らへの情報提供のキツカケをつくるかというと、まずはお店に来た高校生と軽い気持ちで会話をしてみることです。今流行していることが、学校の話などを聞いてみましよう。日頃大人との会話の機会が少ないうだけに、結構色いろと話をしてくれるものです。これは彼らの情報を収集する意味でも、彼らと親しくなる意味でも大切なことです。

こうして一度仲良くなってしまうと、うるさいほどお店に顔を出すようになります。本当にうるさいときには「ウルサイツ」とハッキリ言った方がいいようですよ。ただしカラッと。

また、スクーターレースやミニバイクレースなどに参加したり、バーベキューパーティーなどを開いて彼らを招待したりして、お店そのものの話題を盛り上げてしまうのも効果があります。なんといっても遊び盛りですから。



# 頑固な店の基本姿勢に 高校生の親からも厚い信頼

YSP中野

東京都中野区／中野利和社長

## 特集●'88スクーター商戦開幕! スクーター客層別アタック法



DMの効果認められるようになったのは、決して今日や昨日のことではありませんが、近年、顧客リストだけでなく、業者を通して中高生の名簿を入手する販売店さんも増えているようです。YSP中野さんも、そんな積極的なお店の一つです。

「数年前から中高生の名簿を集めだし、今では3万人のリストを持っています。その中からふるいに掛けて、活用するのは約2万人。件数当たりの効果は一概には言えませんが、発送数を増やすにつれ、反応も増えてきているのは確かです」

中野利和社長(44)のOA趣味も手伝っ

て、DMはすべてオリジナル。しかも顧客リストの2千人の中から、厳選した半数ほどのお客さまには、毎月一回、定期的にDMの発送を行っています。定期点検や催事の告知、バースデー・カードとは別に、愛車は元氣ですか?、遊びにいらして下さい、などという内容のDMを送っているのです。また、お客さま別のバイオリズムをDMへ刷り込むなど、月の変化をつけることも忘れていません。

「息子がお客さんと同じ高校生ですから、お客さんの親たちが心配するのがよく分かるんです。ですから、飛び込みで買いに来た高校生には、その場では売らないことにしているんです。電話を使って保護者の方と連絡を取り、承諾を受けてから契約交渉に入ります。

開店以来、同じ親としての責任、それにオートバイを売る者としての常識を考へて、このように高校生と接してきました。ですけど、それがここにきて、商売にもつながってきました」

「というのは、連絡を取り合う親同士が、偏見視していた二輪販売店に対し、少しずつ信頼感を持ち始めたからです。ここで従来の、高校生から高校生への紹介というパターン他に、親から親への紹介という新しいカタチが生まれたのです。

「信頼関係が発生すると、当然ながらウチの責任は増大します。だから安全運転

の指導は徹底してやりますし、万が一にも危険な運転をするようなら、大きな声で怒鳴りつけたりもします。ただ、やましいオヤジにはならないように注意してはいますけどね(笑)」

YSP中野さんは、年間販売の70%がスクーターですが、ほぼ同じ商圏に軒を構える支店の「YSP中野南」さんは、逆に60%がスポーツ車。本店で10万円のスクーターを24回クレジットで買ったお客さまが、収入アップと同時に支店に流れていく、というパターンもでき上がっています。

スクーターでつかんだお客さまが、中型免許にステップアップするまで、お店との関係を維持させるためにも、定期的なDM発送は効果的と言えるでしょう。

DM効果を高く評価している中野社長は、実質的な商圏である半径5キロ以外にも、中野区はもとより、杉並、新宿、渋谷、世田谷、練馬、板橋エリアにも発送を続けています。



◆集めた中高生の名簿は3万人にもなる。その整理も中野社長の日課  
■手づくりのダイレクトメールは、毎月約800名に発送

**女子高校生** 馴れてしまえば、男子顔負けの走りを披露したりしますが、最初はメカにも運転にも一抹の不安を感じているものです。そんな彼女たちと接近するには、なんととっても親切さが一番。スクーターの車種選びからメカのこと、運転のことなど、面倒がらずに笑顔でアドバイスしてあげましょう。

それともうひとつ、女の子がスクーターに乗るときの阻害要因となるのが、家族からの反対。これを押し切るには一朝一夕の活動ではなかなか上手くいきません。日頃から安全を売ってお店としての信頼と実績を作っておく必要があります。

さて、女の子をお店に呼ぶための具体的な活動ですが、DMなんかは意外と効果があります。ただし、内容によりけり。

八ガキ持参の方、用品類はすべて10%OFFなんていうツキ並なわけではありません。彼女たちが行動を起こすには、それ相応のキッカケと理由づけが必要なのです。例えば、「女子高校生のあなただけに送る、特別感謝セール」とか、お誕生日おめでとうセール」といった具合に、選ばれた人であることを強調してあげるのも一法。ロマンチックなひと言やマンガのキャラクター、ちょっとしたユーモアなどが折り込まれていると、お店に対する印象がグッと身近になります。

それと、いまの時期に効果があると思われるのが、女子高校生の間で爆発的なブームとなっている古いオマジナイを盛り込んだ店頭イベント。花言葉ならぬスクーター言葉なんていうのをひと言考へておくのも面白そうです。

ここはひとつ、奥さまの協力をおおいで、親切さとやさしさのソフトムードの演出も忘れずに。

## 「遊び」と「サービズ」 これが決め手の大学生

### モーターサイクルショップ F.U.W.A

愛知県愛知郡  
不破秀光社長

名古屋商科大学、愛知学院大学を商圏内に持つYOUSHOP「モーターサイクルショップF.U.W.A」さん。学生寮、アパート、ワンルームマンション等が軒を連ねる学生街の販売店さんです。

10代のヤングから主婦、アダルト層まで幅広い客層に支持されているお店です。



お店を中心に広がるスクーターの遊びは、今年はオフロードやトライカーナへと発展する



が、メインはやはり大学生でしょう。特に3月から5月にかけての入学シーズンともなると、店内がすき間だらけになるほど販売台数を伸ばしています。

主催したスクーターレースを通じて学生たちとのパイプを作り、現在では名古屋商科大学内のツーリングクラブ「ロンリー・ハート」の相談役として活躍されている不破秀光社長に、大学生との付き合い方の秘訣を伺ってみました。

「今、店に集まって来ているお客さんたちも、もとはと言えばスクーターレースで知り合ったわけですね。そして彼らと交流を深めるキッカケとなったのも、ツーリングという「遊び」の中でなんです。つまり彼らとのつながりは、すべて遊びから生まれたものなんです。

ですからこちらが彼らに与えなくてはいけないものは、通学の足ではなく、遊びの道具であり、遊び場だと思うんです。現在はショップとしてのレースは開催してないんですが、「ロンリー・ハート」が主催するスクーターレースをバックアップするというカタチで、絶えず学生たちと接触し続けています」

遊びを通じて新規ユーザーを集める一方で、アフターサービズの一環として行なっているのが、クイックカーによる出張サービズです。ワンボックスカーにコンプレッサー、交換パーツ、工具類を積み、

毎日のように学生寮をまわっています。

「大学生は代替せず、卒業まで1台のスクーターを乗り続けるという通説がありますが、実際はそんなことありません。走り方、使用方法が激しいために、1、2年でツブしてしまうケースが案外多いですね。レースに使っているスクーターならなおさらです。ですから代替時期は、新車を買って1、2年というのが実情なんです。そしてこの代替時期をつかむポイントが、サービズにあるんです。スポーツバイクは別ですけど、スクーターのユーザーとなると動かなくなるまで連絡がなく、行ってみればオイル切れなんて話はよくあることです。もしこのユーザーが最後まで連絡をしてこなかったら、代替にはつながりませんよね。そこで出張サービズに乗り出したわけです」

このクイックカー・サービズは現場で修理をするため、寮、アパートなどで評判となり、今では依頼主以外のユーザーから「ついでに俺の点検してよ」と声が掛かるようになりました。

大学生はキャンパス、サークル、寮など多数の学生が集まる場が多いため、1人のマーケットリーダを通じて、紹介の輪が広がることが多々あります。そして、この紹介を確実なものとするのが不破社長の強調する「遊びの提供」と「アフターサービズ」なのです。



「一緒に参加して動いてあげることが大学生との付き合い方のコツ」と、今日も来店した学生の相談にのる不破社長

大学生 ユーザーの特徴のところでもご紹介のように、かなり実用部分を気にする人たちですから、アフローチ法も超現実的なものが受けます。もし、商圏内に大学がある場合は、周辺の駅から大学までの電車やバス代と、スクーターを使って通学した場合との諸経費の比較なんかを入れたチラシやDMなども効果的。週に5往復するとして、5〜6kmも離れていれば4年間で充分もとは取れます。

チラシ配布に当たって一番手っ取り早いのは、大学の購読部や大学生協などに話を通してもらうことです。そうすれば店内での展示会も可能です。また、購読部や大学生協と話がつかず、やむなく新聞折り込みチラシで訴求するときも、先のデータが盛り込まれたチラシなら、大学生だけでなくアダルト層などにも効果が期待できると思います。

それから、DMで来店を促すときは、ちよつとしたクロスワードパズルなんかを盛り込み、正解者には記念品贈呈というのも効果が期待できそうです。遊んでいるとは言われても、現役の学生だけにこういった部分で頭を使っていたらいる人は多いものです。

イベントは店頭でやるよりも、思いきって郊外へ出ていきましよう。大学の体育会と連絡を取って、スクーターを使ったオリエンテーリングを開催して大成功を納めたお店もあります。スクーターでツーリング、というのではちよつとインパクトが薄いですが、それにゲーム性が加わると彼らの興味の対象となります。

以前とは違い、最近の大学生はよほどの苦学生でない限り、かなりの人たちが普通免許を持っています。スクーターのメリットをジックリと説明すれば、乗ってくる人も多いと思います。



## 選択能力に乏しいアダルト層 時間を惜しまず丁寧に

有中島商会

神奈川県相模原市／中島正雄店長

「主婦の方々の井戸端会議というのは、高い宣伝効果を持っているものですね。」

「あの店はアフターサービスがいい」というウワサが立てば、必ずウチに来てくれるようになるものです。」

YOU SHOP「中島商会」さんは、年間販売台数の80%以上がスクーターです。そしてその60%強を主婦を中心とするアダルト層が占めています。

「口コミの伝達が速いというのは、逆に言えば悪いイメージは絶対にタブーだということなんです。例えば「エンジンが掛かりが悪い」と店に電話をかけてくるお客さんがいるとします。ところが忙しくて手が離せない。こんな時にどういふ対応をするのかで、店の評判は決まってしまうですね。仕事が消化しきれないのは事実なのですし、前のお客さんの仕事を後まわしにすることもできません。このような状況でも、ウチの場合は電話を受けたらスグに引き取りに行くことにしています。お客さんは、オートバイ屋が持つて行ったということだけで、安心してくれませんか。」

もちろん引き取った後は、前に入った仕事を消化するまで手はつけません。ですから納期は多少遅くはなりますが、スグに来てくれたという印象を、お客さまに与えることができるようです。「アフターサービスを大切にするなんて



現在は奥さんがコンピュータ係。「今春からはBIG VOCSに顧客管理を任せます」

言うと、当たり前なのつまらない答えと思われるかもしれませんが、アフターサービスの問題は、最も古く、そして最も新しい問題なんです。大型店にウチのような小規模の店が対抗するためには、お客さんへのきめ細い対応が必要になってくるんです。これが一番お金の掛からない、サービスの最大公約数ですからね(笑)。「中島商会」さんが、言い尽くされたアフターサービスにこだわるのは、一つにスクーター安売りの時代の反省があります。売りっぱなしという状態で、アフターケアに手が回らなかった頃のことです。薄利の中で、それでいて顧客管理さえまな

らなかつた頃のことです。ヤング層に比べ、セールズアプローチの情報がやや不足気味のアダルト層。そこで、アダルト層に対するセールズの秘訣を伺ってみました。「若い人たちは、口コミや各メディアからの情報で、購入車を決めて来店します。ところがアダルト層にはそれがありません。大半の方が予算だけを決めてくるので、そのお客さんの使い途にあった一台を選び、時間を掛けて説明をします。忘れてはいけないのは、このようなお客さんには、自分にあつた一台を選択する能力がないということですね。それだけに、こちらも親身になって相談に乗る必要が出てくるわけです」

創業30年、顧客管理も年を増すごとに複雑化するなか、今春より「BIG VOCS」を導入する「中島商会」さん。「忙しさに負けて、やらなくてはいけないのにやらなかつたこと、できそうなのにできなかったことが、BIG VOCSで実現できそうです。それによって、もう少し外に打って出るアプローチができる、と期待しているんです」



飛び込みのお客さまのために、各車両には簡単なスペックが付けられている。



「若い人たちは、口コミや各メディアからの情報で、購入車を決めて来店します。ところがアダルト層にはそれがありません。大半の方が予算だけを決めてくるので、そのお客さんの使い途にあった一台を選び、時間を掛けて説明をします。忘れてはいけないのは、このようなお客さんには、自分にあつた一台を選択する能力がないということですね。それだけに、こちらも親身になって相談に乗る必要が出てくるわけです」

「若い人たちは、口コミや各メディアからの情報で、購入車を決めて来店します。ところがアダルト層にはそれがありません。大半の方が予算だけを決めてくるので、そのお客さんの使い途にあった一台を選び、時間を掛けて説明をします。忘れてはいけないのは、このようなお客さんには、自分にあつた一台を選択する能力がないということですね。それだけに、こちらも親身になって相談に乗る必要が出てくるわけです」

「若い人たちは、口コミや各メディアからの情報で、購入車を決めて来店します。ところがアダルト層にはそれがありません。大半の方が予算だけを決めてくるので、そのお客さんの使い途にあった一台を選び、時間を掛けて説明をします。忘れてはいけないのは、このようなお客さんには、自分にあつた一台を選択する能力がないということですね。それだけに、こちらも親身になって相談に乗る必要が出てくるわけです」

主婦・アダルト ここで真先に紹介したい来店促進アプローチは、東京のあるお店で実施した「落花生のつかみ取りゲーム」。山盛りに積まれた落花生を好きなだけ取ってもらい、取った分の重さを当ててもらおうというものです。ピタリ賞にはスクーター1台といった超豪華賞品を用意し、近い人にもその差によって商品の値引き特典をつけました。ぜんぜん違う数字を言ってしまった人でも、全商品5%OFFといった具合です。

お客さまにとっては外れなし、お店は大変な出費を強いられそうなイベントですが、これが大間違い。落花生の重さはかなり当てやすいのです。

と、イベントの説明はかりになってしまいました。要は主婦はこういった資本のかからない、上手くすれば丸儲け的な要素の入ったイベントに弱いのです。そして、1割引、2割引といった特典を受けると、その特典をフル活用しないと損だ、という意識もあるようです。

また、アダルトの代替え促進をうながす方法としては、無料点検が有効の方法です。ただ、ちよつと工夫がほしいのはその告知の仕方。本誌でも以前取り上げましたが、駅前駐輪場にあるスクーターにタッグ(札)を取り付けて点検を呼びかける方法や、スパーマーケットの駐車場を借りて出張点検やセールを行なった

りするのも良いと思います。流行や時代にあまり大きく左右されない層なので、アプローチの基本はあまり変わりません。以前発売に行なっていた出張展示会や原付免許教室などのイベントも、ちよつと目先の変わった方法で告知をしてあげれば、まだまだ使える可能性は十分です。眠ってしまったイベントやセールをもう一度見直すことも大切な作業

# 今こそ需要の発掘を

## '88 YAMAHA 春のC2大作戦

(コミュニケーション)

(チャレンジ)

### Communication & Challenge

お客さまとのコミュニケーションを育て  
需要の活性化、販売実績アップにチャレンジ!

二輪車の国内保有台数が約1900万台を数え、需要の頭打ち、飽和市場、などという言葉を良く耳にするようになりました。これにともない新車の販売も新規需要から代替需要へと移行し、'87年の販売実績では6割が代替というデータも出ています。

こうした市場の中であって、今、二輪車販売店さんに望まれている最大の活動は、徹底した商圏の見直しによる見込客のピックアップと、積極的に打って出るご販売による需要の確保です。

この春ヤマハでは、販売店のみならず、よりスムーズにこれらの活動を展開していただくための販促メニューとして『ヤマハ春のC2大作戦』キャンペーンを用意いたしました。

『C2のCはCommunication(コミュニケーション)とChallenge(チャレンジ)のCです。つまり、お客さまとのシツカリとしたコミュニケーションを育て、それをステップに積極的な拡販策を展開していこう、という意味です。どうぞ、充分に主旨ご理解のうえ、ヤマハ春のC2大作戦』の活用で、今期の需要を大きく盛り上げてください。

#### ●お客さまを見つけてください

お客さまを大別すると、『新規』『代替』『買増し』の3つに分類できます。まず、お店の中においてできる見込客のピックアップに、代替見込客と買増し見込客の洗い出しがあります。

よくお店に顔を出してくれる方から、一度買ってもらった後はほとんどお付合いのなくなってしまう方まで、顧客リストを元にシツカリと見直してください。また、顧客リストにない、修理に立ち寄ったりパーツの購入だけのお客さまの中にも、代替や買増しの有力見込客はいらっしゃいます。

つきにできることに、新規客のピックアップがあります。二輪需要の大半を占めるのはヤングです。免許取得を考えている方、また二輪車購入を検討中の方の他にも、免許取得年令に達している若者なら、全員がアプローチの対象になるといっても過言ではありません。身の回りにある情報源を最大限に利用して、まだお店に顔を出したこともない、潜在需要もピックアップしましょう。

『C2大作戦』の第一歩は、最低100名の見込客リストアップからはじまります。

#### ●系統的なアプローチを展開

100名以上の見込客が洗い出せたら、つぎはアプローチです。『C2大作戦』に運動する春のスクータープロモーションで、客層別に2種類のDMを用意しました。見込客名を綴った『C2大作戦アプローチリスト』を元に、用意されたDMを送り、その後は電話フォロー、再アタック、といった系統的なアプローチを展開し、同時にコミュニケーションを深めながら、来店、商談、成約へと効率良くお客さまを導きます。

どうぞこの機会に、お店を上げて需要の発掘に取り組んでください。『C2大作戦』をご理解いただき、成功させるためのノウハウを盛り込んだマニュアルブックをはじめ、各種ツールを配布させていただきます。



詳しくはこのマニュアルブック『'88 YAMAHA 春のC2大作戦・ご案内』をご覧ください。





人に訊け、街に訊け、  
若者たちは、いま…

## 高校生のファッション

まだまだ女の子が優勢  
着こなしの工夫いろいろ

### 関心のあるものベスト10

| 順位 | 高校3年(男)   | %    |
|----|-----------|------|
| 1  | 音楽        | 86.1 |
| 2  | 遊び        | 82.6 |
| 3  | 本・雑誌      | 79.1 |
| 4  | テレビ・ラジオ番組 | 77.4 |
| 5  | スポーツ      | 73.0 |
| 6  | 食べもの      | 69.6 |
| 7  | 車         | 67.8 |
| 8  | 飲食店       | 65.2 |
| 9  | 旅行地・旅行先   | 60.9 |
| 10 | ヘアスタイル    | 60.0 |

| 順位 | 高校3年(女)   | %    |
|----|-----------|------|
| 1  | ヘアスタイル    | 87.4 |
| 2  | ファッション    | 86.5 |
| 3  | 音楽        | 84.7 |
| 4  | 本・雑誌      | 79.3 |
| 5  | 飲食店以外の店   | 78.4 |
| 5  | 遊び        | 78.4 |
| 6  | スポーツ      | 77.5 |
| 7  | テレビ・ラジオ番組 | 72.1 |
| 8  | 食べもの      | 71.2 |
| 8  | 流行・話題の店   | 71.2 |
| 8  | 旅行地・旅行先   | 71.2 |

ファッションに対する関心は、やはり女子のほうが圧倒的に高いようです。男子が関心のあるものの10位にヘアスタイルが登場していますが、これは、最近の若者の髪のきれいなこと、毎朝のシャンプーなどの現象とよく合っています。

持ちものベスト10の化粧品の場合も、女子と男子の差が目につきます。リップクリームは女子の91・9%が持っているのに、男子では19・1%にすぎません。ノンノボイはまだまだ特殊なことようです。

しかし、オーデコロン・オードトワレなどは男子の34%、女子の56%が持っており、香りのおしゃれがすすんでいることがわかります。

### もちものベスト10

| 高校3年男子●洋服 |                |      | 高校3年女子●洋服 |                |      |
|-----------|----------------|------|-----------|----------------|------|
| 1         | トレーニングウェア(上着)  | 87.8 | 1         | ブラジャー          | 96.4 |
| 2         | ワイシャツ(長袖、白)    | 87.0 | 2         | ソックス           | 96.4 |
| 2         | Gパン(ブルーデニム)    | 87.0 | 3         | パジャマ           | 91.9 |
| 4         | セーター           | 86.1 | 4         | バンテリストッキング     | 89.2 |
| 5         | ポロ・スポーツシャツ(半袖) | 85.2 | 5         | 生理用ショーツ        | 87.4 |
| 6         | 靴下(綿ソックス)      | 83.5 | 6         | ショーツ(柄)        | 85.6 |
| 7         | トレーニングパンツ      | 82.6 | 6         | Tシャツ           | 85.6 |
| 8         | Tシャツ           | 80.9 | 8         | セーター(ウール)      | 82.9 |
| 9         | パジャマ           | 78.3 | 8         | ブラウス・シャツ(シャツ型) | 82.9 |
| 9         | ワイシャツ(半袖、白)    | 78.3 | 10        | ハイソックス         | 81.1 |
|           |                |      | 10        | スカート(キュロット)    | 81.1 |

| 高校3年男子●化粧品類 |                    |      | 高校3年女子●化粧品類 |                    |      |
|-------------|--------------------|------|-------------|--------------------|------|
| 1           | オーデコロン・オードトワレ(男性用) | 34.8 | 1           | リップクリーム            | 91.9 |
| 2           | サンオイル・オリーブ油        | 26.1 | 2           | ハンドクリーム            | 75.7 |
| 3           | アフターシェーブローション      | 21.7 | 3           | 化粧ポーチ              | 74.8 |
| 4           | リップクリーム            | 19.1 | 4           | マニキュア              | 73.0 |
| 5           | 旅行用化粧品・化粧品小分けケース   | 13.9 | 5           | コットンパフ・カット綿        | 65.8 |
| 6           | ハンドクリーム            | 13.0 | 6           | 除光液                | 62.2 |
| 7           | 香水                 | 10.4 | 6           | サンオイル・オリーブ油        | 62.2 |
| 8           | 香水・オーデコロン・トワレ携帯用品  | 8.7  | 8           | 旅行用化粧品・化粧品小分けケース   | 55.9 |
| 9           | クレンジングクリーム・ローション   | 7.8  | 8           | オーデコロン・オードトワレ(女性用) | 55.9 |
| 9           | はなげカットばさみ          | 7.8  | 8           | 制汗剤                | 55.9 |

衣料費平均832円

衣料費平均2,513円

私たちの目に映る高校生は、たいてい制服姿です。ところが、街を歩く私服姿の高校生は、大学生や社会人と見分けがつかなくなってしまう。それだけ彼らのファッションがすすんでいるということですが、その感覚をつかむことは、これからの小売にとって大切なポイントになります。グラフと写真で彼らのファッションセンスをさぐってみました。(グラフは、博報堂生活総合研究所の調査「若者」より)

人に訊け、街に訊け、  
若者たちは、いま…

# PHOTOGRAPH 高校生のファッション

高級品を選ぶより  
マフラーの結び方、コートのボタンのかけ方、  
意外な組み合わせの重ね着などに  
若い感性を発揮



茨城の中学生。今日は創立記念日なんだよ。お年玉もらったのでみんな2万円くらい持ってお買物。茨城ではね、ローラースケートが品切れなの。光GENJIがはやっているから。



カジュアルだけでなく、フォーマルっぽい服もちやんと持っています。

帽子大好き。



千葉県松戸市から来ました。高校1年です。今日はふだん着。アメリカン・カジュアルね。



靴は平均5、6足持つてる。



メダルなんかも、かわいいなあって思ったら買って買っちゃう。

学校の帰りです。マフラー、かわいいでしょ。おこづかいが9000円くらい。あとはアルバイトで買うの。バッグは10コくらい持つてるけど帽子は1コしかないわ。いっちゃんおしゃれするのは、やっぱりデートのときね。アメリカン・カジュアルもいいけど、いろいろ楽しみたいな。



## 原宿・竹下通りの高校生たち





長いコートの着こなしも  
変わってきた。ビッグカ  
らほどほどスリムになっ  
て、より大人っぽく。

すみません、大学生です。ファッションより本代が多  
いな。本代2万円、服1万円ってところ。



## 渋谷の高校生たち



後ろ姿も計算されている。姿  
勢もファッションのうち。

ダブルにかけたデカバッグや、  
Gジャンとブルゾンの重ね着  
が、カジュアルな雰囲気を持  
調している。



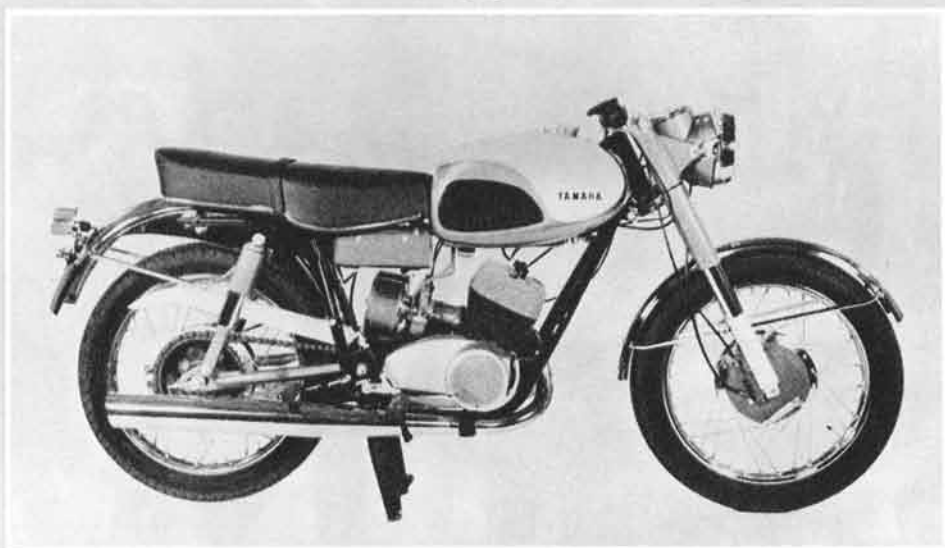
お金はかけないけれど、気はつかってます。

(右)ファッション費は月3万円くらい。このコ  
ートは88000円。カシミア混だけど、やっぱケ  
ンゾーだから高いんだ。今年は明るい色がはや  
いと思う。もう黒は終わり。黒がいいと思わな  
いもの。(左)僕は靴が一番高い。45000円。  
イッセイミヤケだから。スエードで飾りつけがな  
いところが気に入ってます。



オゾンというブティックで買  
った靴。最近はやりなんだ。  
36000円でした。

## ヤマハ・スポーツの原点 YDS-1



卓越の造形美と軽量・スリムさを巧みに融合させ、レースの世界でも大きな話題をまいたヤマハ第一号車Y A 1がヤマハ・スピリットの原点なら、YDS-1はヤマハ2ストローク・スポーツの原点であった。他を圧倒する走りがそのすべてであり、そんなスポーツマインドは現在のヤマハ車へと受け継がれている。

YDS-1のデビューは1959年7月のことだった。ヤマハが発動機として設立して5年目であったが、Y A 1以来続くレースへの積極的な参戦により、ヤマハ車の信頼度が絶大なものとなっていた時期でもある。しかし、ヤマハとしては実用車としての地位を確立しながらも、本格スポーツ車へのトライはまだ進んでおらず、このYDS-1の成功はヤマハの悲願でもあった。

ゴールドとホワイトの2色で構成されたYDS-1は、デビューと同時に爆発的な人気を呼んだ。Y A 1に負けず劣らぬ斬新な塗装の美しさはもとよりエアクリナーもバッテリーもカバーされないままの荒々しい機能美がマニアの心を引きつけずにはおかなかった。メーターパネルを見ると、国産車初のゼ口戻し可能なトリップメーターとタコメーターを標準装備していることが、これまた刺激であった。メーターパネルは丸型である。

さらに、現在のスーパーチャージャーを彷彿させるエアクリナーからの吸気音も、YDS-1の魅力のひとつとなる。鋭いスタートダッシュと群を抜く加速力。それも吸気音を聞きながら、幅が狭い一文字ハンドルにしがみつく感じで……。さらにスポーツ好きにはスクランプラー用とレーサー用の2つのスポーツキットが用意され、これもマニアをしばれさせた。

スベックは空冷2サイクル2気筒246cc





ヤマハ250スクランブラー



ヤマハ250レーサー



最高出力20Hp/7,500rpm 最高速度140km/h 車両重量151kg そして日本車初の5段変速とツインキャブを備えていた。YDS-1が優れたマシンであることは、市場に出回ってからはなく、デビュー前の数々のレースでの活躍によって知られていた。YDS-1の母体となったYD-1改がまず1957年の浅間火山レースで上位1〜3位までを独占。ダブルクレードルフレームという当時としてはもっとも進歩的な形式を用い、さらに独得のドルフィルカウルを装備していた上での圧倒的勝利が、いやがうえにも当時の若者たちのスポーツマインドを刺激した。

続く1958年のカタリナGP（アメリカ西海岸にある小さな島）では伊藤史朗がカウルなしのYD/Bを駆り、堂々6位に入賞。これらの活躍が、国内はもとより海外でもヤマハのイメージを高めることになった。

そしてレースで得たノウハウを、ヤマハは素直にフィードバックした。強固なダブルクレードルフレームのYDS-1への採用がその代表的な例であった。浅間火山レース後にYDS-1は市販されたが、生産台数が3千台を超えるまではヤマハスポーツ250Sという名であった。

高性能オートバイ、という評価を発売前、そして発売してからもずっと得られた理由は何か？単なるエンジンチューンではなく、高精度が要求される飛行機用プロペラの製造によって培われた確かな工作技術と、そのスタッフによって造られたマシンだったからである。生産設備にしても、当時世界最新鋭のライスハワー歯車研磨盤・マイブレスなどの新鋭機械を備え、やはり当時としては他に例のないミッシェンギヤ総研磨仕上げまで行なっていた。

日本初の本格的スポーツ車、それも多くの勝利に磨かれた本物のマシンとして永遠にYDS-1の名は歴史に刻まれてゆく。（山本一成）

# 従業員さんのパワーアップ編(中編)

前回の就業規則のお話、ご理解いただけただでしょうか？従業員さんを雇うためには、雇い主として、店として、まず明確な雇用条件づくりや体制づくりをしておかなければなりませんね。

さて今回は、そうして店に来てくれた若い人たちを、どのようにお店の有カス・タッフとして育てていくか？という問題を取り上げてみました。ここではみなさんの問題としてより身近に受け取っていただくために、従業員さんの雇用問題に悩む神奈川県A店さんからの質問をもとに構成してみました。

**Q** 現在の店の体制に限界を感じ、今後の発展を考えて従業員を雇おうと思つて3年前から手を尽くしているのですが、なかなか良い人が見つかりません。どの人も満足できないままに中途半端な形でやめていってしまいます。人柄を第

一に考えて雇っているのですが、今の若い人たちに私たちがやってきたような奉公人的な仕事のやり方を要求するのは無理なんでしょうか？

**A** 結論からいうと、最初から良い人が来る、という期待は捨てた方がよいでしょう。最初から人柄が良く仕事の覚えも抜群なんていう人は、そういるものではないですね。良い人を自分のお店で育てる、という具合に考えてください。つまり、お店に合った人に教育していくということですよ。

**Q** しかし、教育といってもウチのような小規模な店ではどうやってよいのか判りません。メーカーでもお願います。ということでしょうか。

**A** 教育というのは、学校のように教室に集まって行うもの(集合教育)だ

けではありません。むしろお店の場合は日頃の活動の中から、知識や技術、考えなどを教えていくこと(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)が大切です。

ある意味では奉公人的かも知れませんが、ただ闇雲に指示をするのではなく、何を教えていくかをはっきりさせておきましょう。

お店のスタッフとなつてもらうために必要な要素としては、次のようなものがあります。

## 1・店員としての心構え

二輪車販売のプロとしての意識づけ、商売の意義、自分の売っている商品がお客様にとってどういう意味を持つものなのか、お客様は自分に何を期待しているのか、などを教えていきます。

## 2・販売技術

店員としてふさわしい服装やエチケット、マナーなどの基本的なものから、接客術、商談のすすめ方まで覚えてもらいます。

## 3・商品知識

お客様がお店のスタッフにもっとも期待していることのひとつ。オートバイの基本機構から毎年発売される新機種についての知識、ユーズの好みや多様化するバイク・ライフとそれに併せた商品知識が必要ですよ。

## 4・販売事務

伝票の書き方からお金の扱い方まで、覚えてもらうことは多数あります。

## 5・サービス技術







以上、主なものを挙げてみました。お店の事情や本人の能力に併せて教育する内容を考えていくべきです。

**Q** 具体的にはどう教えていけば良いのでしょうか。

**A** 気がついたら教える、といった行き当りのなものではなく、計画的にすすめるべきです。そのためには従業員さんと充分に話しあい、不足している部分をひとつひとつ明確にしていき、どの部分をいつまでにキチッと教えていくかをお互いの了解の上で計画していく必要があります。本人もその気になっている方が教育効果が大きいからです。

また、教育の仕方については「やって見せ、いつて聞かせてさせてみせ、ほめてやらねば人は動かず」という言葉がありますが、まさにこのとおり。若い人たちを教育するときのポイントは根気と熱意です。

お店での教育の他に、Aさんがいたメーカーの講習会に参加させるなどの方法も、お店から本人への期待を理解してもらい、やる気を起こさせるきっかけともなり有効です。

優秀な従業員さんを育てることは大変なことです。しかし、優秀な従業員さんはお店の大切な財産、やらなければならぬことです。また、人を教育することは、教える側にとっても学び続けるということ。一緒に勉強しているという気持ちを持たずに、若い人たちと接してください。

## 情報スクラップ

お忙しい販売店さんのための情報アンテナ

### BOOKS

●日本の自然を再発見  
『ナチュラル ツーリング』

OUTRIDER 創刊以来の人気エッセイ『ナチュラル ツーリング』の単行本化です。

「自然が好きで、バイクが好きで、旅が好きで、酒が好き」な野宿ライダーとカメラマンが繰り広げる、楽しくもおかしなツーリング日記。

巷に氾濫する、いわゆる「ガイドブック」ではなく、コミカルなタ



ツチのエッセイと、美しい自然を背景にした写真で構成される内容は、必ず見る人の旅情を駆り立てることでしょう。ページをめくるたびに、次々と登場する大自然。まだまだ日本も捨てたものじゃないな、そんな気持ちにさせてくれる一冊です。1600円

ミリオン出版

### MUSIC

●陽水の魅力を再確認

『NEGATIVE/井上陽水』

待望の、陽水のニューアルバムが登場です。陽水の魅力のひとつに、よく「囁きかけるような控え目なメロディ」が挙げられますが、今回のアルバムはまさにその集大成とも言える作品です。タイトル名にあるように、彼の



ネガティブな部分にスポットをあて、ここ数年のポップなサウンドからの転換を図っています。耳に優しい陽水のサウンドは、お店の空気を透明にしてくれることでしょう。3300円 フォーライフ

### COMMODITY

●オリジナルPOPの製作に

「転写フィルムセット」

オリジナルPOPやプライスカードの制作に、たいへん便利な「転写フィルムセット」が発売されました。コピーを使って手軽にレタリングができる、専用コピー用紙とタックフィルムのセットです。

使用法は、  
①使いたい文字や図形を専用のコピー用紙に複写 ②原稿の大きさに合わせ、  
タックフィルムを切り、裏紙をはがす ③原稿の上にタックフィルムを置き軽く押さえてはがす、というよう簡単な手順で簡単にレタリングが作れます。印刷物から気に入った文字や図形がとれるのですから、POPの幅も広がります。コピー用紙・1枚200円 フィルム・1枚250円 ※A4版



ロック。このような経験、誰にでも一回ぐらいはありますよね。二輪車でも、ちよつとバイクから離れた時にキーを粉失、なんて話よく耳にすることです。

今ご紹介

する「スベ

アキーパー」

は、こんな

ウツカリ屋

さんには手

離せないア

イデア商品

です。キー

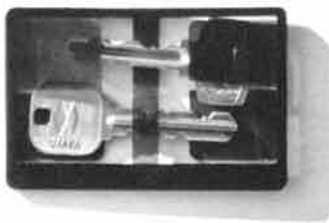
ホルダーをカ

ード化したもの

ですが、これが財布や定期入れ、それに名刺入れにもジャストフィット。日常の携帯品に収まるので、すから安心してですね。薄型ながら、2本の収納が可能な「スベアキーパー」。万が一のために、備えておいてはいかがですか。250円

お問合せ ☎03(434)13

40 アクトインターナショナル



## YAMAHA Coordinated Look 1988

感謝を込めて、  
ヤマハから

お店の販促や、お客さまのサービスに、お役立てください

お客さまへ感謝の気持ちを伝えるためのノベルティ・グッズですから、差し上げて喜ばれる品物を選びたいものですね。とは言っても、お客さまにはそれぞれ個性があり、そして好みもあります。大勢のお客さまのニーズに合わせるには、決して容易な作業ではありません。厳選された50種類以上のヤマハ・グッズを、お店の販売促進活動の効果的なツールとして、ご活用ください。

■アポロキャップ  
(No.028、029/各2500円)  
YAMAHAのロゴを配したアポロキャップ。レース観戦には欠かせないギアです。



■Tシャツ・ブレン(No.009~012/各2500円)  
スポーツマインド溢れるTシャツを4色用意しました。爽やかな着心地が自慢です。



■スポーティ・タオル  
(No.036/500円)  
何枚持っていて便利なモノ。このようなグッズはお客さまを選びません。店名のプリントも可能です(別途料金)。



■バンダナ  
(No.024~027/600円)  
ツーリングの名脇役、使い方は無限大。大胆なデザインで、4色のラインナップです。

\*表示の価格は参考小売価格です。詳しくは担当セールスマンにお問合せ下さい。



ニューモデルの  
お客さま

# TDR250

乗りこなす楽しみ  
広がるフィールドがTDRの魅力



薦<sup>つた</sup>一二三さん(東京都練馬区)

●16才・学生●所有免許・中型二輪●  
二輪乗車歴・1カ月(中型免許を1月  
に取得)●TDR250・ブラック●  
昭和63年1月21日購入●購入店・YSP  
成増●TDR250以外の所有車ナ  
シ

昨年の10月頃には、4サイクルのオフ  
ロードを買うつもりでモーターショーを  
見に行ったのですが、ヤマハのブースで  
TDR250を見た瞬間に、もうこれだ  
ノと思いました。

まず最初に好きになったのが、カウリ  
ングです。ツーリングでのプロテクショ  
ンも良さそうだし、スタイリング的に見  
ても迫力あるデザインがいいですね。

そしてその後の専門誌の試乗記事を見  
てますますTDR250のファンになり

ました。

TZR250のエンジンを持ちTZR  
250以上に乗り易く、オフロードも安  
心できるバイクという記事は、僕の求め  
ていたものをすべて満足させてくれるも  
のでした。免許取りたてなので、ハイバ  
ワーを乗りこなすのが難かしいかもしれ  
ませんが、それにチャレンジしてTDR  
のTDRらしさを100%発揮できるよ  
うになる日を楽しみに、毎日走っていま  
す。今、夢は長野と北海道へのツーリン  
グです。道を選ばず走れるTDRなら、  
ツーリングの範囲もどんどん広がってい  
きそうです。

オフロードが嫌いな友だちの間でも、  
『これなら欲しいな』と好評ですよ。こん  
なこと言われると、TDRに決めて良か  
ったと心から思います。

目立って、速い、もう最高です

畑中英一さん(埼玉県川越市)

●21才・会社員・独身●所有免許・中  
型二輪●二輪乗車歴・2年9カ月●T  
DR250・昭和63年1月20日購入●  
購入店・YSP川越東●TDR250  
以外の所有車・チャンプ

僕の高校はバイク禁止だったので、卒  
業と同時に中型免許を取得しました。今  
までにロードモデルを3台乗り継ぎまし  
たが、友人に譲ってしまったんです。

TDR250に決定する前には、SR  
X400とSDRのどちらにしようか迷  
ったんです。SRXの低速トルクが良か  
ったし、SDRのデザインや軽さも気に  
入っていたんです。そんな時にYSP川  
越東の星野社長が、TDRのビデオを見  
せてくれたんですけど、一目見て気に入



ってしまい、去年のうちに予約しました。  
購入理由はまず、速そうだった事です。  
あと、オフロードにも足を延ばしてみよ  
うと思ったんです。僕の場合、通勤に使  
う割合が多いので、ポジションも気に入  
りました。それに、とても目立ちそうだ  
ったから。今は寒いから革ツナギを着て  
通勤しているんですけど、とても目立っ  
んで気持ちいいですね。

今後はタイヤを替えて峠を走ってみた  
いですね。北海道にも是非行きたいです。  
今、チャレンジ3000kmに挑戦中な  
んです。お店のツーリングに毎回参加す  
る予定なので、目標は達成できると思っ  
ます。仕事が忙しいので平日はあまり走  
れないんですけど、TDRと一緒に年内に  
9000kmまでは行きたいですね。

# 二輪車の高速道路通行料金適正化について 国内4メーカー連名で陳情活動を開始

このところ二輪車利用者の間で大きな話題となっている。二輪車の高速道路通行料金適正化問題について、ヤマハ発動機をはじめとする国内4メーカーが連名で、昨年12月24日に陳情活動を行いました。

この問題については、社団法人全国軽自動車協会連合会がかねてから陳情活動を展開していますが、メーカーとしても社会費用負担の公平化

と利用者の拡大をはかるため、連名の活動に踏み切ったものです。陳情の主な内容は、現在、中小型トラックや29人乗りマイクロバスなどを含む「普通車」と同一区分となっている二輪車の高速道路通行料金に対して、「二輪自動車の高速道路通行料金を、現行の「普通車」区分から分離し、「普通車」の半額程度として頂きたい」との旨を謳ったものです。

先に道路審議会が発表した中間答申によると、本年度末に料金区分の見直しが見込まれており、今夏までには機関決定にまでいたると見込まれています。販売店のみならず、これまで以上のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

## ●車両別道路損傷度比較

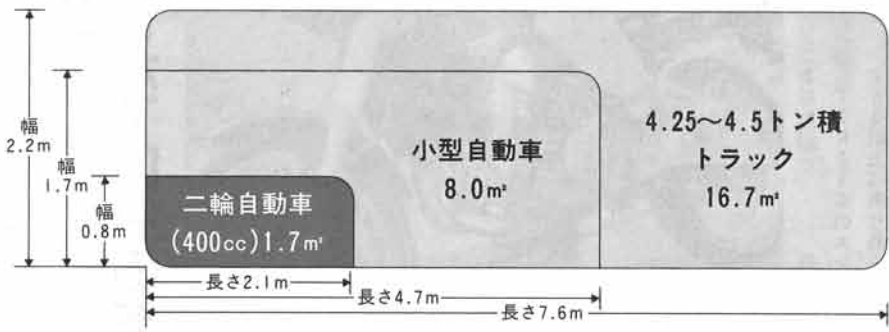
| 車種                | 車両総重量  | 道路損傷度  |
|-------------------|--------|--------|
| 二輪自動車(400cc 1人乗車) | 0.25トン | 1      |
| 小型乗用車(2000cc)     | 1.50   | 1296   |
| 1トン積トラック          | 2.45   | 9227   |
| 4.5トン積トラック        | 7.80   | 947585 |

道路損傷度は軸荷重の4乗比で算出。車両重量は該当車種の平均値。

## ●車両保有台数 (昭和62年7月末現在)

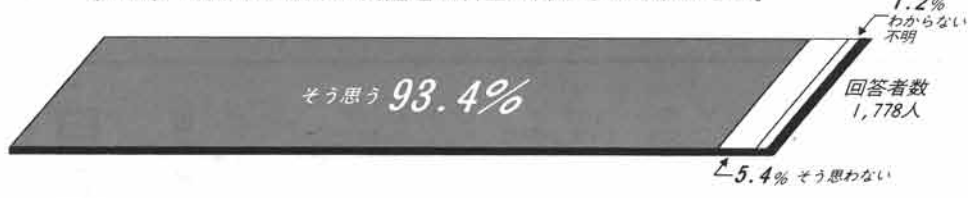
|       |            |       |      |
|-------|------------|-------|------|
| 小型二輪車 | 961,971台   | 10年前比 | 347% |
| 軽二輪車  | 1,399,670台 | //    | 298% |
| 二輪車合計 | 2,361,641台 | //    | 316% |

## ●車両の占有面積の比較



## ●昭和62年度自工会調査によるユーザー(126cc以上)アンケート結果

〔設問〕二輪車と四輪車の高速道路料金が同じなのはおかしい。



## ヤマハチャンピオンシップカーニバル



ケビンの人気も定着して、抽選会では大ハッキリ



ワークマシンの展示コーナーでは、YZR500とYZF750が人気の中心



TDR250、XV250ピラーゴの新車発表。平選手はここでも活躍

ヤマハファンと人気ライダーの触れ合いイベント「チャンピオンシップカーニバル」が、1月9日の名古屋を皮切りに、東京(15日)、大阪(24日)の3都市で開催されました。

YZR500、YZF750を始め、'87ワークスマシンを飾った展示コーナーの設置や、8時間耐久レースのダイジェストの上映で話題を呼んだこのイベントですが、なかでも

集まった観客を喜ばせたのが、総勢10名のワークスライダーによるティーチ・インでした。金谷秀夫氏の軽妙な進行で、ライダーたちの素顔に迫り、会場をドットと沸かせる場面も。

参加ライダーは平 忠彦、K・マギー、藤原儀彦、片山信二、本間俊彦、塩森俊伸、町井邦生、伊藤敦志、光安鉄美、川崎智之、田淵 武、鈴木秀明と超豪華な顔ぶれで、揃って

'88年の飛躍を約束してくれました。その他、参加ライダーによるプレゼント抽選会や、5月封切予定の「トップドック」の予告スライド公開など、盛りだくさんの内容で、各会場は若いファンの熱気に包まれました。

スターライダーとヤマハファンの距離を縮めるこのイベント、早くも会場からは次の開催への期待の声が続いていました。

# 超豪華な顔ぶれでファンとの距離が急接近!!

## ニッポンチャレンジ・アメリカスカップ通信

3



### ニッポンチャレンジアメリカ杯1991

## <KZ3><KZ5>日本に到着 ボートショーで初公開!!

ニッポンチャレンジチームのトライアルホースとして活躍が期待される<KZ3> <KZ5>の2艇が、昨年(1990)の12月28日に日本に到着しました。この2艇は愛知県・蒲郡に回航されトレーニングや開発の参考に使われた後、うち1艇が東京国際ボートショー(場所:晴海国際見本市会場・会期:2月10日~14日)に出展されています。

なお、1月9日に油壺で第一次ク

ルー認定式が行なわれるなど、クルーの育成も進行中です。ご声援よろしくお願ひします。



## ニユーレジャー発信基地 『スノーモビル ランド イン斑尾』 誕生!!

(ヤマハ東京株) オープンが待ち望まれていた「スノーモビルランド イン斑尾」が、長野県斑尾高原スキー場に完成し、1月9日、オープン記念式典が開かれました。

開催期間の12月下旬から4月上旬までは、認定インストラクターが常駐し、スノーモビルスクールも開校する予定。ニユーレジャーとして注目を集めるスノーモビルの、新たな拠点としての活躍が期待されています。





## 沖縄でも人気 伊藤敦志選手のトライアル・スクール



中部7県のミニバイクレースシリーズ上位入賞者160名が、12月6日「つま恋」に集まり、中部一速いライダーを選ぶ「YESSカップ ミニバイク選手権」を開催しました。10会場で87レース、延べ1万人の中から選ばれたライダーもさることながら、このレースに駆けつけた観客数はなんと15000人。ミニバイクレースの盛況ぶりを物語っています。当日はミスコンテストなども開かれ、ビッグイベントに相応しい演出も見られました。



### YESSカップ ミニバイク中部選手権 ミニバイクレースにギャラリリー1500人!!



〔ヤマハ九州株〕オフシーズンだというのに、'87全日本トライアル・チャンピオン伊藤敦志選手は休む暇もありません。スクールのインストラクター、パーティのゲストなど、どこに行っても大人気。日本全国で引っぱりだこのです。

12月19、20日には沖縄のYESSイベントにゲスト参加した伊藤選手、レストランを貸り切ったクリスマス・パーティ、チャリティ・サイン会、そしてトライアル・スクール等でファンの方々とともに楽しい一日を過ごしました。スクールでは雨のなか、30名を超える受講生を集めたと言いますから、その人気ぶりがうかがえるというものです。



年末は、各地でYESSを母体としたパーティが数多く開かれましたが、東京のYSPショップ7店で構成されるYSP主催の「なんでも表彰式」は、スタッフ・パーティの成功例と言えるでしょう。

千葉・浦安のサンルートプラザホテルで開かれた同パーティには、なんと130名のYESSスタッフが出席。この成功の秘密は、チャレンジ3000キロを中心としたスタッフのバイクライフに与えられる賞典で、参加者全員が何らかの表彰を受けました。今年末にも同パーティは開かれる予定で、さらに大きな会場を探さなくては、YSP7からは嬉しい悲鳴が聞こえています。

### YSP7 なんでも表彰式 ホテルの広間に入りきらない130名が参加





■第10回パイオニア・ラリー

## パリ～アルジェ～ダカール フランコ・ピコ、2位入賞!!

### ★無念のスペシャルステージ中止報

元旦の早朝、ベルサイユ宮殿をスタートした『第10回パイオニア・ラリー パリ～アルジェ～ダカール』が、22日、セネガルの首都ダカールにゴールインしました。

二輪車部門には206台のマシンがエントリーしましたが、砂漠地帯に入るとリタイアが続出、全行程12874キロを完走したのは、わずか33台。世界一苛酷なスポーツ・イベントと形容されるパリ・ダカールですが、完走率の16%という数字は、その苛酷さをアピールするには十分と言えるでしょう。

ヤマハからは、ファラオ・ラリーの優勝経験もあるF・ピコ選手、デザート・ラリーのスペシャリスト、J・C・オリビエ選手らが例年どおり出場。ピコ選手が2位、C・マス選手が4位、オリビエ選手が7位に入賞しました。

期待のピコ選手は6日にトップに立ち、13日のSS（スペシャルステ

第10回パリ～ダカール・ラリーのコース



ージ)までそのポジションをキープしたものの、惜しくも翌日トラブルにみまわれ4位に後退。その後、必死の追い上げをみせ、SSを消化するたびに着実に順位をあげ、勝負はダカール目前までもつれ込みました。



ところが、トップとの差を1時間10分45秒まで詰めた19日から2日間、強い砂嵐のためSSが中止。最終日の80キロという短いSSでは、逆転ならず、残念ながら2位でゴールとなったわけです。しかしピコ選手の追い上げは、最終日まで衰えず、この日もトップを走るオリオリー選手との差を5分21秒縮めるハイペースで走り切りました。

このページは、ヤマハ発動機各課から販売店のみなさまへのご案内です。  
さらに詳しくは、担当のセールスマン、各特約店、販売会社のサービス課（サービス）、  
普及課（セフティ）部品営業課（パーツ）までお問合せください。

SALES

## '88チャレンジ3000キロ りんごの木オーナーキャンペーン

りんごの木の新シーズンオーナーになる  
ユニークな企画でご好評をいただきました

た「YESSりんごの木オーナーキャンペーン」を、今年も長野県三水村の協力を得て開催いたします。

りんごの木の新シーズン申し込みをしていただくと、三水村のりんご畑にあるりんごの木に自分のネームが付けられ、年2回りりんごの生育写真と三水村ののどかな風景写真が送られてくる他、収穫時には手塩にかけて育てられた美味しいりんごが送られてきます。

また、信州はツリーリングにも最適の地。お店単位やクラブ単位でオーナーになり、自分たちのりんごの生育具合を見に行くのも楽しいものです。

〈単独オーナー注文〉 1本 ¥30,000  
りんご約35kgから40kg

〈共同オーナー注文〉 1人 ¥3,000  
りんご10個

オーナー注文締切り 5月31日  
※オーナー期間は、1シーズンのみです。



SAFETY

## '88YRSSサーキットマンの 開催日程が決まりました

高速走行時のライディング学習ができること好評を集める「YRSSサーキットマン」の開催日程が決まりました。教えは厳しく雰囲気はなごやかに、のYRS精神はそのままに、今年も北海道の新設サーキット「サホロスポートランド」

を会場に加え内容もさらに充実。どうぞ幅広いスポーツバイクユーザーにご案内ください。

※詳しくは窓口となる受付ヤマハ販売会社の普及課までお問合せください。

KART

## 限りなきポテンシャルを秘めて ニューカート登場

'87シーズン大活躍をしたヤマハワークスドライバーの杉山茂雄、李好彦、松倉輝明の3選手が全日本選手権大会をはじめ数々のレースで実戦テストを行なってきたニューフレーム「RF-II」が完成し、発売となりました。また、これと併

せてこのRF-IIに定評のポテンシャルを誇るカートエンジンKTI00Sを搭載したSSストック用コンプリートマシン「RC100S」も同時発売となります。レーシングカートファンのお客さまに、広くご案内ください。



RF-II 標準小売価格 ¥298,000



RC100S 標準小売価格 ¥398,000

SERVICE

## ご利用ください サービスマニュアル

春商戦のメイン機種となる「TDR250」「XV250ピラーゴ」「シヨグ

スポーツ50/80」「シグナス125」各車のサービスマニュアルが揃っています。



今年、スポーツランドSUGOで行なわれるモータースポーツ競技会のレースクイーンをつとめる『88 SUGO レースクイーン』を募集中です。

募集人数は5名、条件は18才から23才までの健康で明るい独身女性で、SUGOでのレース開催週の土曜・日曜日に会場へ来られる方です。自薦他薦は問いませんので、お店のお客さま、お知り合いの方で適当と思われる人がいましたら、ぜひご応募ください。

※詳しくはスポーツランドSUGO『88 レースクイーン係』 ☎0224(83)31

## '88 SUGO レースクイーン募集中

SUGO

| コース<br>月        | HSP | サホロ<br>スポーツ<br>ランド | 筑波             |     | 袋井<br>ヤマハ<br>コース | 中山       | 西日本      | SUGO        |                        |
|-----------------|-----|--------------------|----------------|-----|------------------|----------|----------|-------------|------------------------|
|                 |     |                    | サーキットラン<br>実習編 | 応用編 |                  |          |          | サーキット<br>ラン | サーキットラン<br>+<br>オフロード  |
| 2               |     |                    | 23             | 22  |                  |          |          |             |                        |
| 3               |     |                    |                |     | 20               |          |          |             |                        |
| 4               |     |                    | 5              | 4   | 3<br>17          |          |          | 25          |                        |
| 5               |     |                    | 23             |     | 22               |          |          | 16          | 18<br>※22-23<br>29-30  |
| 6               |     | 5                  | 14             | 13  | 5<br>19          |          | 11       | 20          | 8<br>15                |
| 7               | 3   |                    |                |     | 10<br>24         |          |          | 18          | 6<br>21<br>26          |
| 8               |     |                    | 29             |     | 7                |          |          | 1<br>29     | 3<br>17<br>30          |
| 9               | 11  |                    |                | 26  | 4<br>18          |          |          | 12<br>19    | 1,4-5<br>7,14-15<br>28 |
| 10              |     |                    |                |     | 2<br>23          | 5        |          | 17          | 12<br>19<br>26         |
| 11              |     |                    | 28<br>29       |     | 6<br>13          |          |          | 7           | 2-3                    |
| 12              |     |                    |                | 19  |                  |          |          |             |                        |
| 受付<br>ヤマハ<br>販社 | 北海道 |                    | 東京             |     | 東京<br>中部<br>関西   | 中国<br>四国 | 中国<br>九州 | 東京          | 東北                     |

※レディス専用デーです。募集は全国対象となります。



11までお問合せください。  
締切り 2月末日

## YTS ヤマハ二輪車整備士講習会 日程表

| 会場                | 2月                        | 3月   |
|-------------------|---------------------------|--|
| 北海道<br>ヤマハ        | B<br>2-4                  | B<br>16-18                                 |
| ヤマハ<br>東京         | B B<br>15-17 18-20        | 2M<br>9-11                                 |
| 研修<br>センター<br>東京南 | B 2M 2M<br>2-4 8-10 15-17 | 4M B 2M B 4M<br>1-3 8-10 14-16 23-25 29-31 |
| 研修<br>センター<br>東京東 | B B<br>10-12 18-20        | B B<br>2-4 17-19                           |
| 研修会館<br>(Y中部)     | B 4M<br>3-5 17-19         | 2M B<br>1-3 16-18                          |
| 研修<br>センター<br>神戸  | B 2M<br>2-4 8-10          | B B 2M 4M<br>25-28 3-5 10-12 17-19 25-27   |
| ヤマハ<br>八国         | B<br>16-18 岡              | B<br>9-11 広                                |
| ヤマハ<br>四国         | B B<br>4-6 松 8-10 高       |  |
| 研修<br>センター<br>福岡  | B<br>16-18                | 2M<br>3-5                                  |

B: ベイシック 2M: 2サイクルマスター 4M: 4サイクルマスター

※都合により開催日の変更及び中止する場合がありますのでご了承ください。

## 2月のヤマハ提供テレビ番組

ヤマハ提供のテレビ番組「ON AND OFF」(テレビ東京系)の2月の放送予定は次のとおりです。

- ▼2月5日「浅間火山レース/富士登山レース」
- ▼2月12日「海辺のターザン」
- ▼2月19日「スノーモビル」

## ニュース22プライムタイム

TBS系のニュースショーです。放送日/月曜から金曜の毎日。放送時間/夜10時から10時45分。お客さまにご案内ください。

完全整備でお客さまに快適なバイクライフをお届けください。

●TDR 2500: 注文No. 321131 ¥3000  
●XV 2500ピラー: 注文No. 321133 ¥2000

1132 ¥3000 ●ジヨグスポーツ170  
/80 (追補版) 注文No. 321134 ¥2000  
●シグナス125 (追補版) 注文No. 321133 ¥2000

# YTS

## シングルスター店全国各地で続々誕生!

東京での授与式



ヤマハテクニカルサービス(YTS)シングルスター制度の最初のステップとなる『シングルスター店』さんが続々と誕生し、昨年末には全国各地でその資格授与式が行なわれました。

厳しい資格の要件基準を満たし、みごとシングルスター店となった販売店さんは、YSP店、YOSHOPを合せて全国で314店さん。みなさん資格取得の喜びとともに、さらに次の目標である『ダブルスター店』の資格取得に意欲を燃しています。みなさん頑張ってください。

今回はそんな中から、YSP店のみなさんをご紹介させていただきます。

### 『ヤマハ二輪車整備士認定制度』認定YSP店

|         |          |         |           |          |         |         |
|---------|----------|---------|-----------|----------|---------|---------|
| ●北海道    | YSP前橋南   | YSP成城   | YSP谷原     | YSP平塚中央  | ●岐阜     | ●徳島     |
| YSP札幌中央 | YSP前橋西   | YSP下北沢  | YSP高円寺    | YSP厚木    | YSP岐阜南  | YSP徳島中央 |
| YSP道央   | ●千葉      | YSP蒲田   | YSP調布     | YSP伊勢原   | YSP各務原東 | ●高知     |
| YSP札幌西  | YSP習志野   | YSP恵比寿  | YSP三鷹     | YSP大和    | ●京都     | YSP高知   |
| YSP札幌南  | YSP船橋北   | YSP目黒中央 | YSP府中     | YSP湘南台   | YSP長岡   | ●福岡     |
| YSP札幌東  | YSP千葉西   | YSP五反田  | YSP東小金井   | YSP栗野    | ●大阪     | YSP城南   |
| YSP小樽   | YSP四街道   | YSP駒沢   | YSP小平     | YSP茅ヶ崎   | YSP高槻   | YSP春日   |
| YSP千歳   | YSP木更津   | YSP渋谷   | YSP東大和    | YSP座間    | YSP大阪東  | YSP福岡南  |
| YSP旭川   | YSP南柏    | YSP東京南  | YSP福生     | YSP高座渋谷  | ●奈良     | YSP福岡東  |
| YSP北見   | YSP市川西   | YSP大森   | YSP八王子西   | YSP相模原中央 | YSP飛鳥   | YSP福岡西  |
| YSP帯広   | YSP行徳    | YSP下丸子  | YSP八王子東   | ●長野      | YSP藤井寺  | YSP行橋   |
| YSP釧路   | YSP松戸中央  | YSP京葉   | YSP八王子中央  | YSP長野南   | ●和歌山    | YSP小倉北  |
| YSP函館   | YSP銚子    | YSP荒川   | YSP日野     | YSP長野中央  | YSP和歌山  | YSP筑後   |
| ●青森     | ●茨城      | YSP江東   | YSP立川     | YSP松本    | ●兵庫     | YSP西久留米 |
| YSP青森中央 | YSP北茨城   | YSP葛飾   | YSP八王子北   | ●愛知      | YSP神戸中央 | YSP南久留米 |
| YSP弘前南  | ●埼玉      | YSP葛飾南  | YSP福生東    | YSP名古屋西  | YSP六甲   | YSP久留米東 |
| YSP八戸西  | YSP西川口   | YSP足立中央 | YSP東大和南   | YSP一宮    | YSP新神戸  | ●佐賀     |
| ●岩手     | YSP大宮中央  | YSP西新井  | YSP八王子南   | YSP春日井   | YSP甲子園  | YSP佐賀   |
| YSP水沢   | YSP浦和西   | YSP竹の塚  | ●山梨       | YSP名古屋東  | YSP西宮   | ●大分     |
| ●宮城     | YSP浦和東   | YSP足立環七 | YSP甲府ハイパス | YSP瑞穂    | ●広島     | YSP大分南  |
| YSP仙台南  | YSP坂戸    | YSP三ノ輪  | YSP中巨摩    | YSP刈谷    | YSP広島東  | YSP大分中央 |
| YSP仙台東  | YSP上福岡南  | YSP葛西   | ●神奈川      | YSP豊橋南   | YSP広島南  | ●長崎     |
| YSP仙台中央 | YSP所沢中央  | YSP八潮   | YSP中原     | ●静岡      | YSP安芸   | YSP長崎東  |
| YSP仙台西  | YSP川越東   | YSP足立北  | YSP川崎     | YSP静岡南   | YSP呉    | ●鹿児島    |
| YSP気仙沼  | YSP東松山   | YSP綾瀬   | YSP川崎中    | YSP焼津    | YSP五日市  | YSP鹿児島  |
| ●福島     | YSP鴻巣    | YSP志村   | YSP南川崎    | YSP浜松    | YSP福山   | YSP鹿児島南 |
| YSP福島南  | YSP熊谷    | YSP練馬   | YSP藤沢     | YSP浜松北   | ●岡山     | YSP国分   |
| ●山形     | ●東京      | YSP赤羽   | YSP市ヶ尾    | YSP袋井    | YSP倉敷   | YSP平和台  |
| YSP酒田   | YSP杉並    | YSP高井戸  | YSP高津     | YSP磐田    | YSP岡山南  | ●熊本     |
| YSP山形南  | YSP世田谷中央 | YSP大原   | YSP新横浜    | YSP沼津    | ●香川     | YSP熊本南  |
| ●秋田     | YSP大田中央  | YSP成増   | YSP東神奈川   | YSP修善寺   | YSP香川   |         |
| YSP秋田南  | YSP等々力   | YSP目白   | YSP桜木町    | ●石川      | YSP愛媛   |         |
| YSP秋田大曲 | YSP大田西   | YSP石神井  | YSPタムブラザ  | YSP金沢中央  | YSP松山中央 |         |
| YSP大館   | YSP洗足池   | YSP大泉   | YSP横浜旭    | YSP石川    | YSP愛媛   |         |
| ●群馬     | YSP品川西   | YSP上板橋  | YSP鶴見     | ●富山      | YSP松山南  |         |
| YSP前橋   | YSP品川中央  | YSP中野   | YSP戸塚     | YSP富山中央  |         |         |

### ヤマハ販売店専用レジ付 コンピュータ・システム

「やさしい操作で  
すべての事務処理ができます」

YSP大森（東京都大田区大森東3-2-14）  
鈴木博・鈴木隆代表（お話しは隆代表の奥さま、弘美さま）



消費者ニーズの変化に対応して、より広範囲なお客さまを獲得するためには、オートバイを通じて得られる満足感——遊び、メカへの信頼性、スビーディな情報処理——を提供することが必要になっています。

ヤマハ販売店さま専用レジ付コンピュータ・システム『BIG VOCS』は、こういった一歩進んだお店づくりのためのツールです。さまざまな機能を秘めたこの『BIG VOCS』を使いこなしていっしょにYSP大森さんを訪ね、その利点をうかがってみました。

#### 誰でも扱えるレジが経理の基本

『BIG VOCS』を導入したのが昭和62年の2月頃ですから、もう1年たちました。今ではすっかり店の一員のような感じで、その機能のすべてを利用していきます。

店の経理面をみている私にとって、もっともありがたい機能は売り上げ計算。毎日のレジさえキチンと打ってあれば、月末の締めは、半日くらいで十分です。『BIG VOCS』を導入するまでは電卓で計算していましたが、当時は、毎日毎日集計して、しかも月末の締めが合わなくて苦労したものです。

現在は、月末に請求書などのデータを打ち込むだけで、計算をするわずらわしさからは完全に解放されています。ですから、確定申告の時期が近づいても、あ

まり心配しません。もし『BIG VOCS』がなかったら大変だなんてゾッとすることはありますけど（笑）。

#### 効率の良いDMで来店促進

もう一つの便利な点は、DMのあて名が自動的にプリントできることです。しかも、50ccのバイクをお持ちのお客さまだけとか、20代の女性だけとか、発送先の限定がとても簡単なんですよ。

もちろん、定期点検のDMも、毎月もれなく出しています。おかげで「ハガキもらったから」って来店されるお客さまがかなりあります。

その他クリスマスカードや年賀状、新車案内など、大変な作業を、用紙をセットし、簡単なインプットをするだけでやってくれます。

#### お客さまに安心感を

『BIG VOCS』にはDRESSシステムもついていきますので、パーツの在庫があるかどうかを、お客さまの目の前で画面に呼び出せます。ほしいものを自分で確認すると、お客さまはとても安心するようですね。

また、車両管理の面でもヤマハ独自のフォームに合わせてあって便利です。操作は1カ月くらいで覚えられます。ヤマハの販売店にはピッタリのシステムだと思います。



# 培われたノウハウとチャレンジ精神で いま、市場拡大中!!

YOU SHOP 中川輪業 中川輝喜社長

福岡市博多区住吉3-6-6 ☎092(281)6143

「あなたの街の、あなたのお店」これはYOU SHOPの二輪専門誌に使われたコピーですが、今回お訪ねした「YOU SHOP中川輪業」さんは、こんな言葉がピッタリとくるとも爽やかなお店。お客さまとのキメ細かなコミュニケーションにより、まさに地元密着型の根強い「商売を展開されています」。

## ●客層に変化 期待ふくらむ新店舗

商業都市・博多の中心地に「中川輪業」さんがオープンされたのは昭和25年、中川輝喜社長の父親である先代の初蔵さんが自転車店として創業したものです。そして昭和45年、お店を継がれた輝喜社長が「ヤマハメイト」を扱いはじめ、そこから本格的なバイク販売がスタートしました。

店舗は商業道路に面した角地にあり、しかも200mと離れていない場所にビジネス街と天神や中州といった商業地が控えています。この恵まれた立地条件を活かし、順調にご商売を続けて昭和61年12月には店舗を新装しYOU SHOPとなりまりました。

敷地が15坪と狭いものですから、限られたスペースを有効に使うと4階建てにしました。その内の1階と2階が店舗となっています。

1階がサービススペース、2階をショールームとしました。1階をサービスに

当てたのは、通りを隔てたすぐ裏に11坪のサービス工場があるのですが、3名というスタッフ数で切り盛りしているためにサービス工場が離れていると十分な接客ができなかったためなんです。

シャッターを開けると仕切りがなく、そのまま店内に入ってきて来られるので「気軽でいい」と、お客さんからも好評ですよ。

同じ場所でご商売を続けて38年、すっかり地元に着着しています。この店舗新装以来、お店に集まるお客さまの層に変化が現われはじめています。

「現在のお客さんの割合は、ビジネスが3、スクーターが5、スポーツ2という割合ですが、以前の店と比べると確実にスポーツ車の割合が増えています。

2階に用品コーナーやスポーツ車の展示スペースを設けたのが良かったんだと思います



ドレステレフォンで用品の在庫確認をされる中川輝喜社長

ですが、今ではYES S会員も25名と増え、年に数回はツーリングなど店のイベントも楽しむようになりました」と、中川社長は新店舗のでき具合を満足そうに話してくださいました。

## ●アフターフォローの良さは伝統的

いくら立地条件に恵まれた新店舗といっても、それだけでは商売になりません。次に、長い間順調なご商売を続けてこられた秘訣をいくつか伺ってみました。

創業から38年、先代から受け継がれてきたモットーの第一は、アフターサービスです。お客さまから修理依頼の電話が入ると、すぐに現場へ駆けつけるといって迅速な対応を心がけていますが、特に売上げの3割を占めるビジネス車についてはその心配りは格別

「飲食店や新聞屋さんなどがビジネス車の主なお客さんですが、仕事のパートナーとしてバイクを使っている人たちだけに故障で迷惑をかけることはなるべく減らしたいと思い、訪問サービスをしています。

訪問は2日に1回のペースで、1日に5〜6軒ぐらいは訪問し、車両の点検をしています。キチッと点検して修理車を完全に直すというのは当り前の話で、この時に大切にしているのはコミュニケーションですね。

私自身、ほとんど賭けごとはしませんが、ときには無い知識を絞って(笑)競馬やマージャン、お酒の話などでくだいた会話をすることも心のサービスだと思っています。

それから、訪問をするときは必ずバイクで行きます。いつも新車に乗っているのですが、代替えの良いキッカケになるんですよ。軽四輪トラックよりも機動力があるし、バイクで行った方が元気なお店だなんて印象があつていいでしょ。やっぱりバイク屋はバイクに乗らなければね(笑)」

長年続けるこうした活動が実って、ほとんどのお客さまが堅実な固定客として定着しています。

## ●『VOIS』で88年を活性化

なんとなく守る商売の話が続いてしまいましたが、もちろんこれだけではありません。3月のシーズン・インを目標に、積極的に打って出る準備も着々と進行中です。

その最初のステップとして昨年12月にヤマハのユーザー管理システム『VOI



15坪の敷地に建つ4階建の新店舗。店舗の前の街灯にはお店の電飾看板が



1階レジカウンターはウインドで仕切り、より整理された雰囲気づくりも



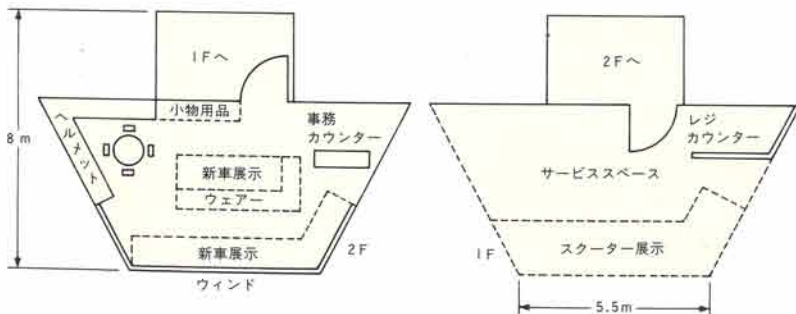
1階はスクーターのオープン展示とサービススペース。冬場はちょっと寒いですが、お客さまが入りやすいと好評



2階ショールームはスポーツと用品コーナー



2階のウインド側にはニュース性のある新車種を展示し、外から見えるようにして来店を促進している



S」を導入し、現在500名のお客さまデータをインプット中です。「スクーターのお客さんの代替え周期を見てみると、アダルトはだいたい3年ぐらいと数字が見えますが、10代ヤングの場合はかなり衝動的な買い替えも多く、まったく周期が見えません。また、商圏内でも弱い地域があったりしますから、そういったデータをシッカリと整理して効率的なアプローチを展開しようと思っています。ただ闇雲にDMやチラシを出すのではなく、車種やユーザーの年齢層に応じたものにしていかなくてわね」と、今年も意欲いっぱいにご商売に取り組まれています。



# ヤマハ・ライディング・ウェア '88スプリング&サマーコレクション



おかげさまでご好評をいただきました『'87-'88フォー  
ル&ウィンターコレクション』に続き、いよいよこの2  
月末より昨年9月の展示受注会でご注文いただきました  
『'88スプリング&サマーコレクション』の出荷が開始さ  
れます。春商戦のスタートに合わせて、ライディング機能  
とファッション性を兼ね備えたヤマハ・ライディング・  
ウェアの数かずを、お客さまにおすすめてください。

## NEWヘルメット

### REFREA

(リフレア)

テイスティ派ライダーにピッタリのニューヘルメット『REFREA』  
を新発売します。快適思想を追求し、“洗えるヘルメット”と  
して人気を集める『FE-X』『OE』と同機構の簡易内装脱着方式  
を採用。しかも2万円を切る手頃な価格で、JIS規格C種をク  
リアした上級ヘルメットです。

●カラー：シルキーホワイト、アップルレッド、フロストシル  
バー、グリニッシュブラック ●サイズ：S.M.L.XL ●標準小売  
価格：¥19,800

### 1100 (YJ200)

ビジネス需要からアメリカンまで、幅広いユーザーと用途に  
対応するヘルメットのベーシックモデルです。高級メタリック  
塗装（白を除く）を施し、しかもオプションでコンベシール  
ドの取り付けも可能。アダルト層を中心に幅広いお客さまにご  
案内ください。

●カラー：ヤマハホワイト、ニュービーレッド、フロストシ  
ルバー、ブラックゴールド  
●サイズ：S.M.L.XL ●標準小売価格：¥13,500



リフレア





## JOG SPORTS ボルトオン・アクセサリー

巻頭カラーページで紹介の『ジョグ・スポーツ』を、より機能的に仕上げるボルトオン・アクセサリーをお客さまにおすすめください。オプション用品は、すべて従来のジョグと共通です。

※詳しくはボルトオン&メンテナンスカタログのP.49~50をご参照ください。



## 2サイクル専用高性能オイル 『オートループ・スーパーR』新発売

TZR250、TDR250、SDR、DT200Rなど、すべての2サイクルマシンにベストマッチングする2サイクル専用高性能オイルです。ベースオイルに高純度化学合成油を用い、マフラーに付着して排気効率を下げる原因となるカーボン成分やアッシュ（灰）成分を減少させ、マフラー機能を維持します。また、高い燃焼性により、排気煙はほとんど目に見えないスモークレスが特徴。潤滑性、防錆性、浄化性などすべての面で群を抜くオイルです。どうぞ2サイクルファンのお客さまに、積極的にご案内ください。

標準小売価格：1ℓ缶 ¥1,900



ニールビーレッド



ブラックゴールド



ヤマハホワイト



フローストシルバー



YJ200

