

# Yamaha News

ヤマハニュース 1993 No. 355  
JANUARY

新春特別企画

PART①新春座談会

## ヤマハが進む1993

PART②他業界からバイクショップへ

## スペシャリストからのメッセージ

PART③ユーザー座談会

僕らはバイクを  
こう選んだ!そして **ショップはこう選ぶ!**

ニューモデル◆この春話題を独占!

## SUPER JOG Z



1

# ヤマハが

New Year's Talking **集**  
PART ①



# 進む

# 1993

1993年のスタート

シグナルはグリーンになって、すでに新たな目標に向かって走りはじめています  
ヤマハニュース新年号は、三つのパートの「ニューイヤーク・トーク」集による特別号です

第一部は5店のYSP YOU SHOP 併売店さん

そしてヤマハ本社からはモーターサイクル本部長はじめ、国内営業部長、  
商品企画課長、さらに拠点責任者による新春座談会です  
ではページをめくりパート①のグリットへどうぞ！



'93年はモーターサイクルの市民権を得るためのワンステップにしたい

# バイクライフの多様化がすすむ中で スポーツバイク需要が高まった

永野成昭 広報室宣伝課課長（以下敬称略）本日は新年を間近かにひかえ、お忙しいところご出席いただきまして、本当にありがとうございます。

さて、'93年は販売店のみなさま、販売会社、そしてヤマハの三者が一つになって「オールヤマハ」のパワーを発揮させる1年に、と思っております。そこで、'93年に期する活動や考え方、方向性などを大いに語り合っていたかどうか、この座談会を設けました。

司会が務めますが、無視していただき、活発な意見交換の場にしてください。まずは'92年をざっと振り返る形で進めましょう。口火は遠方からお

こしの大坂の本田さんから……。

本田隆社長（YOU SHOP ACS

ホンダ・以下敬称略）悪い結果でした

ね'92年は。特にスクーター需要は、こ

れまで関西は順調だったんですが、5、

6、7月の最需期でもダウンでした。

8月以降も戻してなんとか……。

その中で、売れる車種が変わってき

ましたね。どうもバイクの使い方が変

わってきたように感じています。中年

の方がバイクに戻ってきたとか、若者

のオフ志向といったことを感じます。

それと複数所有してバイクを楽しんで

いるようですね。

そこで言いたいんですけど、そういつ

た変化に対応できる車種がなかったこ

となんです。商品構成がちよっと甘

かったね、ヤマハとしては。

渡會安次社長（ビストクルー・以下敬

称略）うちの場合、'92年9月期までで

前年より3割アップしたんですが、10

11月と落ち込んでしまいました。

ヤマハの販売比率が40%ですが、ス

クーターが前年並みだったのに比べ、

スポーツの伸びが中古車も含め高かっ

たんです。なぜ伸ばしたか正直わから

ないんです。ユーザサービスという

か、お客さまを第一に考えよう、とい

うごく当たり前のことしかやってなか

ったんですけどね。

今まで非常にいい勉強させていただきました。しかし、これからは違う。ビジネスの基盤になる商品を投入していく——モーターサイクル事業部・渡辺本部長

永野 来店客層の変化という面では、渡會 肌で感じるレベルなんです。今年、すべてのお客さまからデータ取って見たんです。すると、スクーターは39%を大学生と高校生が占め、スポーツバイクは40%を社会人が占めていたんです。ちよっと面白いなと思ったのは、オフロードバイクに女性の占める比率が高かったことです。

全般に女性ライダーが減少している中で、じゃ、どういうお客さまかと言ふと、初めてバイクに乗った人たちがんです。このお客さまをどうフォローするか、一つの課題でもあるんです。

鈴木光男社長（YSP葛飾・以下敬称略）今の若い人、固定客化しづらいですからね（渡會社長うなすく）。うちも'92年は、スクーターがマイナス、スポーツがプラスという状況でした。ただ売上金額はむしろ若干、増えています。

お客さまの変化という点では、本田さんが言われたバイクの使い方が広がり、バイクライフの多様化がかなり進んでいますね。それと、複数所有ユーザは確実に増えていますね。

新村耕三社長（YSP静岡中央・以下敬称略）多様化への対応という点で、ジョグポシエやプロフットは、目のつけどころが良かったですね。より付加価値のある商品を先がけて出してくれたいわけですから……。

業績面で言いますと、やっぱり静岡でもスクーターは伸び悩みました。うちはスポーツ、スクーター半分半分の売上げ比率を考えてやっているんですが、'92年はスクーターが落ち込んだ分、それ以上にスポーツの売上げが伸びま



New Year's Talking 集 PART.1 ヤマハが進む1993



### 業界全体のパワーを結集する時がきているね

した。と言っても全体的には苦しい。そんな状況でも、減量政策をするつもりはまったくないんです。広告宣伝もできる限りの予算かけて積極的に展開しています。

投資すべきところには投資する余裕をもった商売展開、必要だと思ってるんです。だから、これ、お願いなんです。チラシにしても金がないから2万枚を1万枚で勘弁してくれ、というヤマハの姿勢はどうもね。苦しい時期こそ、販売店に「やるんだ」という気概を示してほしいんです。

吉成和重社長（江南自動車販売・以下敬称略）みなさん頑張ってますね。お話を聞きながら'92年を振り返ってみましたが、4月以降いきなりスクーターが2割以上ダウンし、正直どたばたやっていったように思うんです。横浜市の中心部に商圏が位置してい

ることで、修理車の保管場所、サービス工場、家賃の高騰、また、社会的には放置バイク問題への取り組みなど、目の前の課題をクリアしつつ、業績を回復させてきた1年でした。

そんな状況の中で気になるのは、20歳未満の若いお客さまが本当に減少したこと。明るい材料では、25歳すぎ、そして中高年の需要が拡大していること。それは、アメリカンやオートソドックスタイプのスポーツモデルの好調に現れていると思います。もう一つはオフロードモデルへの代替え増加です。

このお客さんたちは「高くてもこのバイクが欲しい」というこだわり派で、DT200WRといったハイポテンシャル指向なんです。商品性優先のお客さまが確実にいるということですよ。永野 金子さんは常に販売店さんと接

しているわけですが、販社からみた市場の動きはいかがでしたか。

金子照雄所長（ヤマハ東京 横浜営業所・以下敬称略）そうですね、お店間の格差が広がったという印象を強く持っています。やはり集客能力の高い販売店さんは当然、伸びるわけですが、じや、何をやっているかと言うと、新車が出ればその案内をきちんとやる。セールの案内もお店の個性に合った形できちっとする。ごく当たり前なんです。それが実行されているかいないかで格差を生んでいます。

永野 先ほど新村さんから、ヤマハの消極姿勢が気になる、という意味のご指摘については？

金子 やはり予算があまりからね。ただ的確に分析した上で、チラシの枚数を決定するのはいいんですが、単純に同じ地域で、1万枚減らすのはどう

もね。むしろ、新村さんが、うちは減量政策は取らないと言われましたが、これ、大切な姿勢だと思えます。

「売り上げが悪いから経費削減するよ」と店内の照明を半分消しているお店があるんですが、はっきり言ってダメだと思えます。年末セールの例ですが、若者受けする家電商品を仕入れて、抽選大会でサービス価格で提供したり、手ごろな値段を決めて「2000円セール」とか、お店の業績に照らし合わせた投資で、積極的に誘店策を打ち出しているお店は、伸びていますよ。

実際に、そうしたセールは1000人ぐらいお客さま集めています。その中から、新規や代替え客が生まれているわけですからね。

### 業界全体の努力で再び上昇のうねりに!!

永野 販売の最前線の'92年状況を改めて把握させていただきました。そこで、販売部門の責任者でもある黒坂部長に、'93年を見すえた国内市場への考えをうかがいたいのですが…。

黒坂哲雄 国内営業部長（以下敬称略）'92年の市場、とりわけスクーター市場は、ちょうどヘルメット着用義務化となった時（編集注・'86年）に匹敵するくらい大きな需要変動、うねりの谷間がきた年だったといえるでしょうね。

ただ、うねりですから、販売店のみならず、業界全体が努力すれば、再び上昇のうねりに持つていくことが出来る、いや、そうしないとイケない。その意味で'93年は、それぞれの立場で

バイクって楽しくていいね。そんなイメージをわれわれが日本中に伝播していく役割を持っている——YOU SHOP A・C・S ホンダ・本田社長



YOU SHOP A・C・S ホンダ(大阪府大阪市) ●大阪の中心街にほど近い昔からの商業地域に店舗はあって、客層は学生から社会人、主婦層まで幅広い。サイクルショップ以来のおつきあいで地域密着型の商売を展開している。 ●販売比率も、スクーター、ビジネス、スポーツと客層に比例してほぼ均等である

お互いに知恵をどれだけ出し合って努力するか、にかかっていると思います。ヤマハとしては、今までとは違ったユーザーアプローチが求められていると思っただけです。そこで'93年は、ターゲットユーザーをきちんと絞り込んだニューモデルを投入し、販売店さんとマス媒体を巻き込んだ新しいプロモーションを展開する予定です。年明けに具体的な提案ができると思います。ご期待ください。

スポーツバイクは'92年、堅実な伸びを示したとはいえ、中古車も含めた需要なわけで、新車としての軽二輪は落ち込みが激しかった。そうした中で、メーカーとしてはやはり、どれだけ新車需要に活力を注入できるか、だと思っ

ています。感覚的なもの、使い勝手などを含めた魅力を高めていき、そして、みなさんには新車の魅力をさらに引き出す販売活動で需要を盛り上げていただく。そのためにも、お客さまの変化を見すえ、市場をリードしていく販売政策で望みたいと考えています。

永野 販売店のみなさんからちよつと耳の痛い話も出しましたが、ヤマハのモーターサイクルビジネスについて全体的な視点から本部長にお願いします。渡辺敏 モーターサイクル事業本部長（以下敬称略）まず、販売店のみなさん

には、大変なご苦労をおかけしています。海外戦略は一樣の成果をあげることができましたが、私としてはやはり内需の拡大がないことには、ヤマハは脆弱な母体になる、ということ而努力したんですが、ヒット商品を提供できず、みなさんにはご迷惑をおかけしました。



## それぞれの立場で知恵を出し合って努力する必要性を痛感するね

'92年は販売店さんをはじめ色々な方から、ヤマハのものづくりについて言われまして、正直、猛反省しました。そして、情報収集のあり方や、組織も見直し、国内市場の拡大をはかり、お客さまの身になることを命題として、いま取り組んでいることです。

先に行なわれた'93年の販売政策や商品政策の発表、説明の場で、すでにご存じと思いますが、新年からの新商品につきましては、持てる技術力と資源を投入して、かつてない短期間でつくったわけです。当初は夏を予定していたんですが、

「それじゃ遅い」「1月にしてくれ」「せめて春先に」と、あちこちから声があがりまして、何とか春に導入となったんです。本来なら今の時期か、新年早々にみなさんのお店にお届けするのが商売の基本というか、ベストでございますが、ご理解ください。

## '93年の方向性を再確認、そして期待ふくらんだ春先への主力モデル

永野 話題を'93年の商品政策に向けた

と思います。山下さん……

山下哲彦 商品企画課課長（以下敬称略）はい。このところ25歳から30代の代替層を中心としたお客さまが増える傾向にあると思っています。つまり、モーターサイクルをよく知っている人

たちがますます乗って、そのバイクライフを若い人に伝えていくことだと思っ

ています。ですから、お客さまの商品性と価格バランスの要求はよりシビアになっていて、この問題をどうやってクリアし、なおかつ、若者に新しいバイクの魅力

をどうやって提供するかということだと思います。ずつとお話を聞かせていただいて、改めて、スポーツバイクへの課題を痛感させられましたね。

そこで'93年、直近の商品づくりですが、商品政策という堅苦しい話は別の機会にして……これ見てもらったほう

販売店さんが、地域社会の中で存在価値を高めていける政策に取り組んでいきたい。勝負はこれからです——国内営業部・黒坂部長



YSP葛飾（東京都葛飾区）  
●都内でもとくに交通量が多いとされる環状7号線外回り沿いに店舗がある。さらにJR亀有駅のすぐそばという恵まれた立地だけに来店客は数多い。●交換より直す、という確かなサービスを提供して、お客さまの安心と信頼を得ている。

New Year's Talking 集  
PART 1  
ヤマハが進む1993



店舗づくりへの投資が少なかった。町の環境の変化に合わせたショップづくりは絶対必要だと思う——YSP 葛飾・鈴木社長

### 他社の商品ばかり気にしすぎると思う

が具体的で……(と、おもむろに写真を取り出す。一同身を乗り出す)。

渡辺 本来はお見せしないんですが、今日は特別座談会というか、まあ、ちよつと早目のお年玉ということ……商品企画課長から写真を用意させましたので見てみてください。

山下 これ、400ccクラスの春先の主力商品です。ポイントはエンジンですが、空冷で力強いフイーリング、バイクらしさを全面に出したつもりです。それと、こちらのオン・オフモデルは、すべて新設計。どちらも春の商品として投入させます。

吉成 ストリートの商品、いいですね。DOHCですよ、エンジン。リアサスも太いし、売れるんじゃないかな。失礼ですけど、ヤマハになかった商品ですね。

今までなかったモデルが出てきて、店としてはやりやすい。やっつと、出る

のかと実感してます。でも、中年以降の人はちよつとどうかな。  
山下 ターゲットは20代から24歳くらいとしています。

### バイクが本当に好きなのかをもう一度問い直してみたい

渡會 25歳すぎるとどうかな、と思ってましたから、いいんじゃないですか。吉成 迫力があって、重量感たっぷりですね。写真、もうちよつと良ければねえ……(笑い)。  
本田 バイクらしさがあるな、うん。相当、研究した後が見られますよ。実は、バイク雑誌でも紹介されて、うちの店では「ウワー」言うて、楽しみにしてる。好評ですよ。  
渡辺 もうずい分、知れ渡っているんですかね。  
本田 知ってますよ。  
鈴木 ニュースは早いです。  
新村 私もこれ相当、期待しているんです。ヤマハの400として数量かせぐモデルとしてね。ただ、発売後、雑誌で同じクラスの他社モデルと対決する場面が出ると思うんです。こちらは空冷、相手は水冷、ユーザーはやはり一番を取るわけですよ。  
黒坂 そこまで話題が深まっているのですね。  
新村 ええ。ユーザーはやっぱり「走り」への要求は潜在的に持っていますから。そして、競争心も……。  
山下 あらゆる乗り方に、またレベルに合わせるつもりでいます。試乗で、確認していただければ、そのへの心配は解消すると思っています。  
新村 ところで、ネーミングは考えているんですか。  
山下 ニックネームですか(新村 そうです)。  
鈴木 雑誌では「ペケJ」なんて書いていましたよ。  
新村 話題づくりの点で、ネーミング募集してもいいな、と思うんですが。  
山下 アルファベットのXJRでいうと、割り切っています。



バイクユーザーを育てる取り組みを、スローガンじゃなく実践する時期にきている。それを基本にしたい——ビットクルー・渡會社長



ビットクルー(千葉県船橋市)  
●千葉県下に3店舗を持ち、津田沼の本店は津田沼駅前成田街道(国道126号線)へ抜ける幹線道路沿いにあたるため人目につきやすい。高圏内には3つの大学や寮・住宅などがあり毎年の新規需要も多い。●ライディング教室やメカ教室など初心者に対応したイベントも活発に行ない固定化をはかる



若者がバイクに戻ってくるような商品を提供したい

黒坂 たしかに社内でも議論しました。ただ、ニックネームという点、どうしても軟弱なイメージになりがちなものですからね。商品の持つ硬派イメージにそぐわない。それと、新たにXJRというブランドを確立していきたい、という意思もこめていっているんです。

ニックネームで親近感を訴求することもあるかと思いますが、むしろ、XJRで販売実績を積み上げて、新たな伝説を作っていく、そのように力を注ぎたいな、と思っていますので、ぜひご協力ください。

本田 うちの息子や仲間連中は、もうペケJ、ペケJって言うてますよ。

鈴木 セローは非常によかったけど、最近のヤマハのネーミング、いいのがありますもんね。うちのお客さんなんか、勝手に愛車に名前つけて楽しんでますよ。

黒坂 私としては、ファイティングスピリッツをキーワードに売りたいと思っています。新しいモデルだ、と一生懸命宣伝するよりも「お待ちせよ、XJRが出ました」と言っただけのほうが、イメージとしては伝わりやすいと思いますからね。

山下 スクーターについては、代替え需要拡大を主眼に、機能を進化させて

## 複数所有時代に向けた新たなアプローチを!

いきます。中でも若者の価値観にズバリ応えるジョグを投入していきます。

永野 ちょっと見てください(と「スーパージョグZ」の宣伝用ツールを見せる)。間もなくお店にお届けしますが、その前に見ていただきたいですよ(詳細は本誌18ページで紹介)。

山下 スーパーZです。走りの機能はかなりアップさせています。フロント

バイクを複数所有する「六輪時代」に向かうと思います。そのスタイルに相應の商品づくりをしていただいて、われわれが今度はいろいろな分野にいるユーザーにアプローチし、確保してい

反省とともに新たな自信もわいてきた。販売店さんとお客さまの声をさらに聞きながら商品づくりに全力投入する。期待してください——商品企画課・山下課長

フォークやタイヤなどに新しい機能を入れましたから「スーパー」をつけさせてもらい「スーパージョグZ」。

鈴木 スーパージョグZに乗ってスーパーに行く(一同爆笑)。

金子 いや、若者はコンビニでしょう。渡會 サークिट。スクーターレースですよ。

く。これが基本ですよ。

鈴木 つまりオン、オフ、スクーター合わせて六輪の時代、そして、複数所有とすることを踏まえると、アプローチは変わってくるんですよ。

どうも今まで売れ筋の品薄感とか、よその畑ばかり気にしすぎたと思う。私は他社にひけを取った商品だったかと言え、そうじゃないと思うんです。

新村 新しい魅力づくりというか、付加価値を高めることが、新規開拓の重要なポイントだと思っています。

例えば、スクーターに、レインウェアを標準装備するとか。これはぜひ、ヤマハが先がけてやってほしい。

それと今の時代、団塊の世代とそのジュニアが大きなターゲットじゃないですか。SR400とSR50とか、ピラーゴ400が父親、250が母親、そしてジュニアが50……。パロディ的でもいいから、商品開発お願いしたいな。

山下 なるほどね。



New Year's Talking 集  
PART 1  
ヤマハが進む1993



## 商品の付加価値を高めることがポイントだと思う

鈴木 商売が一番やりやすいのは、お客さまが並んで来るような商品構成ですからね、やっぱり。で、私たちの仕事は、その商品でお客さまが店に並んでもらえるようにしなくちゃいけないわけで、多くの人がバイク体験できる日々の試乗会をベースに、地道に取り組んでいくしかない。

本田 今のような時期は一人ひとりのお客さまが新鮮に見える。だから、店頭での美化や店内にディスプレイ音楽流したりして、お客さまに癒えようという気になるわけです。部品在庫もきっちりせなアカン。そんな気持ちでさらに徹底させ、うちでは店全部が商品というところで、来店されるとおしぼりなんか出しながらやつとるわけですよ。しかし今年からは、さらにプラスさせる話題づくりに集中せなあきません。いい商品が出てくることやしね。



お客さま個々のバイクライフに伝えるフォロー体制をとおして、個性化、差別化をさらにすすめたい—YSP 静岡中央・新村社長

渡會 そうですね。今はお店とお客さまがくつつくという形は少なくなっていますから、バイクショップの魅力づくりを全体で考えないといけない。

## もっともつと遊びの提案 そしてバイクユーザーを 育てる取り組みが必要

渡邊 業界全体で盛り上げていく時代でもあると思っていますよ。

黒坂 本田さんのお話は、ある面で従業員教育の大切さを示唆していますね。金子 たしかに教育という点は見直してみる必要があると思います。お店とお客さまの結びつきが昔より薄れているのは、どっちの責任なのか。渡會 つくづく思うんですが、われわれは本当にバイクが好きなのかって。本当に愛情をもって、お客さまに接して

いるのかなって。

実はお客さまは店に何を求めているのか調査したんです。一番目がアフターサービス。二番目からは、信頼できるメカニック、質問への対応が早い、修理のときていねいに説明してくれる、店員と友人感覚で付き合える、修理の明細を具体的に説明してくれる、という順で、新車が他店より安いとかは、かなり下にランクされたんです。

お金をかけないでも出来る要素が上位を独占した。逆に言うところ、今まで出来ていなかった、ということですよ。いま漁業でも獲る時代から、養殖したりして育てる漁業になっているでしょ。やっぱりユーザーを育ててなくちゃいけない、と思いますね。本田 真気でユーザーを育てたいね。サービスには金銭的、物的、真心と三つあるといいますが、ダンピングなん

かやめて、真心でいかなアカン。

育てるといって一言いいたいんです。われわれ一生懸命ジョグ売って、ヤマハファンを育てる。でも、スポーツバイクへステップアップする時は、YSPさんや他店へ行ってしまう。これ、じれったいですワ。

黒坂 YOU SHOPとYSPの関係は、どちらかを優先しているということとはまったくありません。販売店さんの変遷の中でシステムをじよじよに変えていきたいと思っています。

販売店さんとの関係を少しずつ変えていこう、そしてお客さまに満足を与えていけることを前提に、いま真剣に取り組んでいます。本当の勝負がこれからはじまるんだ、という気概でやっていますので。。

本田 期待していますから。

金子 新規アプローチという意味ではオフロードライディングスクールをもっと有効活用したいです。

渡會 そう。オフロードは初心者が多いわけですから、継続して乗る機会を作っていくことが大切です。また、お店のイベントとしてもオフロードはやりやすいので、うちも積極的に取り組んでいます。

金子 エンデューロがいまブームですけど、走れる場所がどんどん減り、遠くなっている。企画するにも、そのことを十分考えなくちゃ、底辺は広がりにませんよ。地方自治体との協力関係も含めた政策も必要ですね。

本田 その点、関西は深刻です。場所がないんです。河川敷はゴルフ場ばかりや。だからこの前、政治家にかみつ



YSP静岡中央(静岡県静岡市)

●店舗はJR静岡駅から西に車で5分ほど。国道1号線と東名高速静岡ICからのびる幹線道路の交差点という好立地。●立地の良さを最大限に生かすため、静岡駅地下街の電飾板広告や地元情報紙への広告など知名度を高める積極的な宣伝広告活動を展開中

いたんですよ(一同爆笑)。

黒坂 家族ぐるみでバイクを楽しんでもらえる場所や環境づくり、急務だね  
本田 メーカーさんだけじゃなしに、みんなでやらんとあきません。

吉成 うちはある割り切りをせざるを得ないかなと思うんです。環境問題をはじめあまりにも問題が多い。ですから、バイクに価値を持つお客さまと一緒に生き残っていくしかないかな、と鈴木 なるほど、それはシンプルで強い結びつきですね。

吉成 もちろん、だから業界全体で取り組む必要があるんですよ。

新村 いろいろイベントやってるんですが、みんなと一緒はいやだ、という人、これが多いんですよ。それで、お客さまをいかに守ってあげるかということをやってるんです。

事故の時、転倒した時、いかに迅速に駆けつけてあげられるか。また、トラブルにも即対応できる部品供給サービス体制を整えたりしてね。まあ、こうして店の差別化や個性を出しながら新規需要を高めています。

魅力あるバイクの世界を追求するという点で、YESをぜひ、もっと強化してほしいですね。

黒坂 おっしゃるとおりです。YES Sについては、93年からはリニューアルして再出発させます。入会システム、特典制度や提携施設など検討し直して、みなさんのお店に、そしてお客さまに提供しますので、ご協力ください。ライディングスクールも、インストラクターの派遣システムを見直して、



走れる場所の情報交換を密にして、遊びの提案をもっと積極的になくはダメだ。特に初心者には——ヤマハ東京・横浜営業所・金子所長

## 需要が落ち込んだからといって守りに入ったらダメ

すぐ対応できるようにしていきますので活用ください。ともかく93年は、ハードとソフト両面が、バツと広がっていく年になりたいと思っています。

渡辺 これからは、きつい表現になり

ますが、疲れた人は去ってしまうこともあるでしょう

そして、残って頑張っているお店に、じゃ、メーカーとして何ができるのか。商品はもちろん、業界の活性化、需要

拡大のためのパブリシティ活動、YESをはじめとした遊びの提案など、モーターサイクルの市民権を得るために力を注ぎこんでいくことだと考えています。

# 販売店と販売会社、そしてメーカーが知恵と力を束ねて進むとき

永野 そろそろまとめに入らせてください。最後は、新年にかけるみなさんの意気込みといえますか、93年に期する心情をのぞかせてください。

渡會 今日は大体いわせてもらいましたから(笑い)。そうですね、併売店の

立場から一言、ここ何年か、ヤマハのスポーツバイクのイメージが下る一方だったんですね。正直いって今日、写真を見るまでは、93年も期待してなかったんです。でも、ちがいました。93年はいけるんじゃないか、と感じています。

私も原点に戻って、頑張ろうという気になりました。

吉成 いや、今日は勉強させられました。ありがとうございます。1年間またやるぞっと思っています。基本を第一に……

93年は商品が魅力的なので、うちとしては、ソフトをいかにアピールして拡販するかだと思っています。バイクづくり、ハードは世界一ですけど、ソフト面では日本はまだまだですから、ソフトを制するものはハードも制する、

そんな気持ちでやろうと思います。

本田 私はもう14歳から店を手伝ってきて、バイク業界が人生みたいなんです。この業界は、まだ歴史が浅いんです。しかし急成長したもんで、いろいろ歪みが出ると思うんです。

そこを黒坂部長じゃないですけど、知恵と努力で歪みをうめて乗り切らないといかん。必ず上昇すると思っています。頑張りますよ。今日はありがとうございます。



New Year's Talking 集  
PART 1  
ヤマハが進む1993



ヤマハニュース史上、まれにみる出席者9名という4時間の座談会を務めた——広報室宣伝課・永野課長

つていたこと話せませんでした。  
黒坂 キツイこと言っていましたよ。  
鈴木 とにかく今まで、潰れる潰れる  
と言われつつやってきて、'92年の11月  
23日で18年たちました。その間、すごく  
もうかった時期があったんです(笑い)。  
でも、そのお金、店なり何なりに投資  
する努力、忘れていたんです。そし  
て、厳しい時期になって、新たな意気  
ごみで、と今年店をリニューアルした  
んです。'93年はいろいろな面で、地位  
を確立していく年だと考えています。  
「大変だぞ」と言い聞かせながら頑張  
ろうと思っています。



アフターサービスは無料、車両値引きが当たり前という時代からアフターサービスを商品として買っていた時代だ——江南自動車販売・吉成社長

### もっと遊びのソフトの提案をしつづけていきたい

それと、もう一言。ヒットしなかつた商品でも処分しないほしいんです。ユーザーニーズはますます多様化するわけですから。いや、今日はずい分と言わせてもらいました。

黒坂 このような機会をもっと作っていききたいですね。私からも一言……。'93年は、まず新規ユーザーを増やす

山下 今日は改めて、われわれの知恵と力で、まだまだ業界を元気にさせられるんだ、と感じました。'93年からは、これも出来ず、あれも出来ずのヤマハに変えていきますよ。

永野 自信ある商品を提供していくぞ

こと、次にリターン層を増やす。この二つをみなさんと一緒にやりたいと思っています。それと、再認識したいことはヤマハの原点は何と言っても需要創造にある、ということですね。ただ時代のトレンド、ユーザーの感性は大きく変化しています。当然、私どもの行動も変えていく必要を痛めています。

山下 万全を期して取り組みます。永野 最後に本部長、締めてください。渡辺 モーターサイクリスの愛好者とアンチモーターサイクリストがそれぞれ1割ずついるとするなら、私たちはその中間にいる8割を仲間に誘う活動が必要だと思っています。そのためにはメーカーとして、販売店のみならず積極的に売っていただく立派な商品づくりをしなきゃいけない。

これからの打率は、より高くなるでしょう。そうした状況の中で、より安全な、よりクリーンな社会に受け入れられる商品と、それに関連するソフトを提供しなければなりません。これはメーカーに課せられた任務だ、ということも今日、改めて感じました。

業界の核になられるみなさん方には、ますます頑張っていたらいい、これからの社会にふさわしいお店づくりをお願いしたいと思います。本日はありがとうございました。

文責・編集室(収録'92年12月)



江南自動車販売(神奈川県横浜市)  
●店舗は横浜市の中心である中区に位置し、周囲には元町や伊勢崎木町など若者で賑わうスポットがある。店舗の前は幹線道路が通っているため商圏も半径10kmと広い。●県の二輪車安全普及協会の指導員資格を社員に義務的に取得させるなど信頼性を第一としている

# ス。ペンチャリストからのメッセージ

特集パート②では遊びの提案、サービス、店舗づくりをテーマに、そのヒントを他業界に求めてみた。店頭活動へのご参考にどうぞ。



# なにかありそうだぞ!?

大人から子どもまで満足度100%提供、豊島園遊園地の「遊びの提案」術

大人から子どもまで満足度100%提供、豊島園遊園地の「遊びの提案」術



## 「遊びの提案」術

めてアトラクションに乗りに来られる若いお客さま、一方で、家族連れでのんびりと過ごしに来られる方々もいらつしやいます。そうしたすべての方々を迎える側として、例えば冬場でしたらやはり参加型のゲーム等のイベントで暖まってもらう。あるいは小さなこどもですが、園内のレストランにも温かいメニューを増やす、というような「楽しむためのステージ作り」は常に心掛けています。

楽しく過ごせて当たり前、とされているのが遊園地です。お客さまは「アトラクションも沢山あるし、さあ楽しむぞ」という気持ちで来園されますからね。いかにその期待に応えるか、というのが豊島園に限らず遊園地のひとつの課題なのではないでしょうか？

豊島園のテレビCMではアトラクションの絵柄は一切写しませんし、ナレーションも入らないんですよ。ただ「面白そうだな」という期待感だけに訴求することをイメージしてあるんです。「豊島園に行けば何かありそうだな」というような…。

そうして実際に訪れてくださるお客さまは、年齢層も目的も本当に様々ですからね。「スリルとスピード」を求

アトラクションに関して言えば、やはり近年「高さ」や「スピード」を競う傾向が見られます。ジェットコースターの最高速度、最大斜度、などといった部分ですが。

それだけに安全管理面にも厳しさが要求されてきているんですよ。豊島園ではひとつひとつのアトラクションに関して、A4の用紙1枚分のチェック項目があるんです。それらの中でひとつでもクリアしない場合はその日の運転は中止して、徹底したメンテナンスを行なう体制を確立しています。まあ当たり前のことですが…。

また営業時間については、その日の来園者数を見ながら30分から1時間程度はフレキシブルに延長することがありますね。例えば午後フリーパスを購入したお客さまが多い場合には、1時間延長するというような。

やはりみなさんに楽しんで帰っていただくことが大前提なわけですから。私たちは豊島園から「いかに楽しく遊んでもらえるか」というテーマの情報発信をしているんです。

〔株式会社豊島園〕大正15年開園。総敷地面積約33万㎡。アトラクション数のべ40種。プールは7カ所。1年あたりの来園者数は約430万人にも及ぶ。インタビューには宣伝広報係長・永橋一浩氏にメッセージしていただいた

迅速愛情  
YAMAHA



### YTSヤマハ二輪車整備士講習会日程

開催月	北海道	東北	関東	中部	近畿	四国	九州
1月	2M 25-27 28-30		2M 18-20	B 2M 18-20 北陸 4M 21-23 北陸	B (19-21) 佐々木		B
2月	4M 1-3	B	B 4M 23-25	B 2M 3-5	B 2M 9-11 2M 17-19	B	B 4M 3-5

B/ベシック 2M/2サイクルマスター 4M/4サイクルマスター  
D/ドクター ※都合により、開催変更および中止となる場合があります。また、ベシックは拠点開催ですので、日程のないものは各営業所へお問合せください。

### ヤマハテクニカルサービススター店制度 新規認定店のみなさん (★シングルスター)

- 北海道  
AUTO. PLAZAオオモリ  
サイクルショップおがわ
- 青森  
南石橋輪業
- 岩手  
南小原サイクル  
マルエス輪店  
ABEサイクル  
笠下輪店  
桜田モーターズ  
板花輪店  
ビッグボックスポトラ
- 宮城  
ビットインワタナベ  
ロードスターミウラ  
YOU SHOP本荘
- 秋田  
藤内輪店
- 山形  
斎藤長之助輪店
- 福島  
門馬自転車店
- 埼玉  
南ロッカーズ  
バイクハーバー  
南オートセンター熊谷  
南市川商会  
南はとや草加店  
大野商会  
南金城サイクル・ミサト  
南ノバエンタープライズ  
オートプロ草加
- 千葉  
YSP松戸東  
YOU SHOP WATANABE  
YOU SHOPエイワン  
南モーターサイクルスピリッツ  
稲毛ホンダ販売  
南オートスタッフ末広  
BAD TUNING  
秋山サイクル  
野田ヤマハ  
オートランドSHIDA  
富塚輪業
- 東京  
YOU SHOPさとう  
YOU SHOP菊地  
RIDER'S LAND YOYO  
サンベスト高島平
- モーターサイクルプラザおざわ  
南モトショップ五郎  
南バイクショップオカムラ  
ダイワモーターズ  
南二乗サイクル  
南徳竹輪業  
南オートショップユキ  
南バイクサービスグリップ  
南ビットインオート  
メンアットワーク  
花村モーターズ  
南ヨシカワ  
中西モーターズ  
南モーターズスポーツショップASA  
南オートショップスガノ  
PIT STATION TRYANGLE  
オートショップマキノ  
ウイングフット  
MAX・SEVEN大島  
山崎輪業  
イマイホンダオートセンター  
落合サイクル  
南モーターサイクルドクター須田
- 神奈川  
まるやすす南台  
オートプロショップサカエオート大矢部  
丸富オート販売センター  
SPECIALPARTS忠男  
インターブルーム上大岡店  
南松崎モーターズ  
南山上輪業  
丸富オート販売株式会社  
南モーター・スピリッツ・タフ  
ヤスタオートサービス  
オートプロ・シニユー  
南ウメダモーターズ藤沢店  
南斎藤オート  
南斎藤オート16号店
- 富山  
黒部サイクルセンターワカバヤシ
- 石川  
BIKE SHOPイシカワ  
南藤野モーターズ  
南城北カワサキ  
開田サイクル  
サイクルショップ白井  
南橋川サイクルモーターズ
- 福井  
YSP福井西  
南島田モーターズ
- カドサイクル  
南ホンダ販売教賀
- 山梨  
三森輪業  
小沢モーター販売  
小俣モーターズ  
寺田商店
- 長野  
MOTO GARAGE  
ナカムラmotor  
ポイントM  
南十字屋本店  
北澤モーターズ  
オートショップモモセ  
南尾野モーターズ  
南オートショップトヨシマ  
南アクト  
モトガレージ赤とんぼ  
バイクショップヒロ  
オートショップヤマモト
- 岐阜  
亜細亜輪業  
南日之出モーターズ  
南オートセンターマエハタ  
南オートセンターマエハタ可见店  
南田立自転車店  
南東陽  
オートパレスKEN  
おげき自転車店  
堀オート
- 静岡  
YOU SHOP B. Sフル  
オートサロントシヒロ
- 愛知  
YSP名古屋緑  
YOU SHOP水野  
モト・ハーバー  
南波多野商会  
南オートショップ松浦  
スピードショップ東洋  
南ルートオザワ  
南カワセモーターズ  
南オートサイクルセンターオオヤ  
南加藤サイクル  
KMC  
南チャンピオン  
東海オートレーディング南  
オートセンターヤマダ南知立店
- 滋賀  
YOU SHOP竹内
- 南モビリティプラザ・タカダ草津店  
サイクルショップオクショー  
南モビリティプラザ・タカダ守山店
- 京都  
南レオタニモト  
南坂井田オートセンター  
サンシャインオート  
ヨモギオート小林  
太田自転車店  
ヨモギ商会  
バイクショップミソエ  
ファミリーオート  
ヨシムラホンダ  
アールショップ天神川  
ヒバオートライダーズスポーツ  
佐伯商会
- 大阪  
YOU SHOPマインド  
YOU SHOP二輪ハウス  
YOU SHOPミヤタ  
バイクランドB・BOX  
クボヤマ  
スポーツショップ豊中  
MOTORSPORTS IS'  
オートショップタナカ  
岩崎オートサイクル  
小西モーターズ
- 兵庫  
YOU SHOP M' S  
モト・ピロット  
南バイクメカサービス  
灘オート商会
- 和歌山  
YOU SHOP共和木ノ本店
- 鳥根  
ライドオン・プロダクトSide-B  
オートショップコイズミ  
バイクショップナガセ  
アダチ輪業  
中島モーターズ
- 岡山  
ヤマオカオート
- 広島  
YOU SHOPハラダ  
YOU SHOP土田  
YOU SHOP北中  
富田サイクル  
仁和サイクルスポーツ
- 徳島  
杉本モーターズ
- サイクランドイウチ  
南ルーモーターズ
- 愛媛  
バイクショップing  
スラブサイクルセンター椿店
- 高知  
B & Cショップ OKAMURA II
- 福岡  
南オートセンター福岡  
モトショップFUJIKI  
クォーター  
モトショップアクセル  
大村自転車販売株式会社  
富原オート商会  
バイクショップエリア  
バイクショップうらの  
宮崎行雄商会  
平田サイクル商会  
藤野サイクル  
山崎商会
- 長崎  
岸田モーターズ
- 熊本  
石川商会  
ヤマダオートワールド  
B & C後藤輪業  
南モトショップコジマ  
南球磨サイクルセンター  
球磨サイクルセンター免田店  
村上輪業  
南山下商会  
南島サイクル  
南相良ホンダ商会  
加藤商会  
南兄弟商会
- 宮崎  
南バイクセンターながとも
- 鹿児島  
竹原自転車商会  
山輪商会  
バイクセンター川内  
川口オートセンター  
バイクショップチェリー  
モトショップ末重  
野田モーターズ  
三原モーターズ  
南島島のりものセンター  
石田商会  
益田モーターズ  
牧口モーターズ

## 飛躍的に拡大を続ける技術力の輪 「ヤマハテクニカルサービススター」 シングルスター215店誕生!

前号に引き続き、ヤマハ車を扱うプロショップとしての証し「YTS (ヤマハテクニカルサービススター) 店」の新規認定・215店をご紹介いたします。今回は、シングルスターということで、初めてスター店になったお店ばかりですが、一挙200店を超える加入をいただき、スター店の輪はますます大きく広が

ってきました。ヤマハの提唱する、お客さま第1主義「見えるサービス」といった考え方が、お店のみなさんの共感を得ていること、現われたいえるでしょう。これからも、信頼される店づくりのために、技術力アップ、より良いサービス提供をお願いします。

SERVICE

## ティーンズ獲得の強カツール 『50ccマガジン』& VTR『しっかりろっぜ』

スクーターをはじめとする50ccバイクの新規需要層は、いうまでもなく10代の若者たちがメイン。

最も重要な勝負どころは、新車が出そろった春3月から4月の新学期、新入学生シーズン、と考えやすいのですが、実際それでは遅すぎるのです。

以前のようにバイクブームが華やかで、三ナイ運動も厳しくなかった頃は、それで間に合ったかも知れません。

しかし、最近の若者は、バイクに対する関心が薄いため、①バイクへの興味をそそり、ふくらませる②免許を取得するというステップまで、冬から春休みの間にクリアさせなければ、春商戦を成功に導くことはなかなか難しいでしょう。

つまり、本当の意味で春商戦の勝負ポイントとは、今、なのです。  
そこで、ぜひ活用いただきたいのが

『50ccマガジン』とVTR『しっかりろっぜ』のふたつ。

『50ccマガジン』は、バイクの持つ楽しい世界、便利さといったメリットをさりげなくアピールしながら、どうすればバイクに乗れるか（免許が取れるか）までをわかりやすく、おもしろく見せてくれる本。これをDMや来店プレミアムとして手渡し、免許を取りたいな、と思わせたら、次はVTRの出番です。

中学生、高校生たちの間で人気急上昇中のバンド、電気GROOVEをキャラクターに使い、彼らのシーンを織り込みながら、原付免許取得と安全運転に役立つ教育映像を楽しく行なっています。教育内容はこれまで使っている教本や問題集に添ったものですが、ぜひ併用して効果を高めてください。

店頭放映やレンタルなど、活用方法はいろいろありますが、VTRのレンタル告知用には、電気GROOVEを起用した店頭ポスターも用意しています。

二注文は、各ヤマハ営業所のセールス担当者におたずねください。

## SPレースを楽しむお客さまに TZR250R・SPの 『セッティング講習&走行会』開催！

ヤマハの誇るスーパーバイク車として定評のあるTZR250Rシリーズは、公道ユースばかりでなく、SPなどのプロダクションレース用ベースマシンとしても高い実績、人気を獲得しています。

特に、レース出場を前提にしたTZR250R・SPは、'93モデルからTZR500と同型式のエンジンリッター、フラットタイプPVSを採用するなど、SPレースのベースマシンにふさわしい充実した装備が自慢です。

しかし、どんなに優れたベースマシンも、高い戦闘力を持つレース用マシンに仕上げるためには、キットパーツの組み込みや改造、セッティングの細かなノウハウと長い時間が必要となります。

そこでヤマハでは、少しでも速回りせずマシンのポテンシャルを十分に引き出せるよう『セッティング講習&走行会』を開催し、さまざまなノウハウ・データを提供いたします。

講師には、TZR250R開発担当者や国際A級選手を予定しており、より専門的で実践に役立つ情報収集が可能です。また、翌日はマシンの実走行とセッティングアドバイザーも受けられる走行会を静岡県袋井市のヤマハコースで実施。ぜひ多数のお客さまに参加をおすすめください。

### ■INFORMATION

#### セッティング講習会

- 日程／2月6日(講習)・7日(走行)
- 会場／講習・ヤマハ本社研修会館  
走行・ヤマハコース

●対象／TZR250R・SP所有者



●参加費／講習+宿泊+走行・2万円、講習+走行・1万5000円、講習+宿泊・1万円、講習のみ・5000円  
※消費税含む

●申込締切／1月30日 定員80名(先着)  
※ヤマハレーシングサービスショップ(RSS)のみならずには、別途ご案内しておりますので、詳しくはお近くのRSS各店へ。また、コンペティションモデルTZ250についても、1月28日、2月2日、同様の講習会を筑波で開催します。

『50ccマガジン』  
定形封筒サイズ・4色/1色・16ページ

VTR『しっかりろっぜ』  
60分・VHS

VTRレンタル告知ポスター



## 大型二輪免許取得をめざすなら 全国屈指の合格率がキメ手です 『ヤマハビッグバイクスクール』

『ヤマハビッグバイクスクール（YBS）』は、76年の開講以来つねに高い合格率を誇る、大型二輪免許取得希望者のための講習会です。

主催、会場は、二輪専門の指定教習所としてヤマハ発動機が運営する『ヤマハテクニカルセンター』（静岡県掛川市）。ベテランインストラクターが納得のいくまで親身になって指導しますし、長年の経験と実績に基づいて組んだカリキュ

ラムにより、短期間で効果的なトレーニングを行なうことができる点が大変好評です。

そのため、受講者は地元や関東地区を中心に幅広く全国から訪れ、近年、女性もかなり増えています。

今年も、1回2日間、15時間の集中レッスン方式で、1月から12月まで15回開催しますので、現在、大型バイクに乗りたくて考えているお客さまに、ぜひおすすめください。

### ヤマハビッグバイクスクール

- 日程／①1月23・24日②2月13・14日
- ③2月26・27日④3月13・14日⑤4月10・11日⑥4月23・24日⑦5月22・23日⑧6

## SAFETY

- 月12・13日⑨6月25・26日⑩7月10・11日
- ⑪7月23・24日⑫9月18・19日⑬10月16・17日⑭11月20・21日⑮12月11・12日

- 主催・会場／ヤマハテクニカルセンター 静岡県掛川市富部28番053712415195
- 講習内容／座学・ポイント解説、実技（試験課題項目の徹底練習・応用走行）、VTR講座（走行VTRによる個人指導）、模擬試験（実際の試験と同様）
- 募集人数／各回25名
- 受講資格／中型免許を所有し、大型二輪免許にチャレンジしようという人。未成年者は保護者の承諾が必要。
- 受講料／38500円（1泊4食付き、消費税は別途）
- ※YES Sカード持参の方には記念品をプレゼントします。

- ※受講後、希望者には自分の走行とインストラクターの模範走行を収めたオリジナルVTRの販売も行ないます。1本5150円（送料・消費税含む）。

## 1月のヤマハ提供番組ガイド

### インディアナ・ジョーンズ

若き日の大冒険  
大ヒットした映画『インディア・ジョーンズ』の主人公、ジョーンズ博士若き日の冒険を描いたTVシリーズです。

製作はもちろん、ジョージ・ルーカス。制作費約35億円、世界15カ国のロケ、SFXをフルに駆使し、米國・エミー賞5部門に輝く超大作をお楽しみください。  
テレビ朝日系19局ネット、3月26日までの毎週金曜日、21時〜22時放映中。

### ON AND OFF

陸と海、2つの大きなフィールドを舞台に展開するすばらしいヤマハワールド

## AD

の数かずをご紹介する番組です。

- ▼1月9日『バイク編』
- 『トップライダーの空中戦』

- ▼1月16日『マリネ編』

- 『ホイットブレッド世界一周に挑戦』

- ▼1月23日『バイク編』

- 『バイクで精神治療』

- ▼1月30日『マリネ編』

- 『スケッチ・セイリング』

※一部内容が変更となる場合があります。

※一部地域では放送日が異なります。テレビ北海道、テレビ東京、テレビ大阪、

テレビ愛知、テレビせとうち、ティー・エ

ックス・エヌ九州／毎週土曜日18時30分



から18時45分。静岡放送／毎週日曜日10時45分から11時、東北放送／毎週金曜日24時40分から24時55分。テレビ新広島／毎週木曜日24時35分から24時50分。

### オリジナルコンサート

私たちの創った世界

テレビ朝日系全国17局ネット・放送日／毎週日曜日。放送時間／7時30分から8時

『ぼっくん王国（ラジオ）』

ミュージックスタジオAM

10代の音楽フリークを対象としたアマ

チュアリズムたっぶりのラジオ番組です。

月曜から木曜まで、曜日ごとに切り口を

変えた楽しい企画で、アマチュアバンド

を応援します。

ニッポン放送他15局ネット。



お墨付きの信頼性!



## 二輪車盗難防止用ロック サイクルロックUタイプ

メーカー希望小売価格：¥3,900 (消費税は含まれません)



サイクルロックの故郷はヨーロッパです。二輪車を道具として使いこなす欧州ライダーにとって、盗難に備えるのは生命保険に入るのと同じ行為。数多くの盗難防止策が考案される中で、サイクルロックはもっとも信頼性の高い防犯機具として高い評価を受けています。

そのひとつの例がオランダで、この国では保険会社が認定した盗難防止器具を付けていないと盗難保険に加入できないという状況の中、サイクルロックは厳しい審査をパスして認定を受けています。

この高い信頼性は日本国内でも同様で、財全国防犯協会連合会の品質審査委員会からの推薦器具の指定を得ています。



### —— サイクルロックUタイプの主な特徴 ——

- 信頼性** 錠の部分は鋼球入りのチューブラーロックを使用。ドリルを使っても鍵穴の破壊は困難。
- 安全設計** 本体はカナノコやボトルクリッパーでも切断困難。ワンランクアップのUタイプです。
- 操作性** U字型アームの両端が外れて、取付け、取外しが簡単。
- 携帯性** コンパクトで持ち運びに便利。スクーターのトランクスペースにも収納可能。
- 親切設計** ロック本体は特殊ビニールコーティングが施され、車体を傷つけません。

スターダストシルバー



ラジカルホワイト



スクーターヤング需要の大半を占めるまでに成長したスポーツスクーター領域に、この春一番の話題として登場する『スーパージョグ-Z』。走行性能と外観商品性という走り志向ヤングのもっとも大きな商品選択要素の向上を開発目標として、“スーパー”の冠にふさわしい魅力を身につけました。

従来の特徴であるハイマウントストップランプ、フロントディスクブレーキに加え、ワイド化した前後タイヤ、迫力ある形状のオイルダンパーセリアーニフォークなど、性能と直結する各種装備を満載。より精悍さを増した『スーパージョグ-Z』で、この春のスクーター需要を先取りしてください。

1月8日新発売



フロントとサイドモールの形状を変更。全体を引き締った印象としています。また、フロントフォークをオイルダンパーセリアーニタイプにし、迫力あるデザインとしました



前/後タイヤは90/90-10のワイドサイズを採用。走行性能の向上を図っています

New Models



この春の話題を独占!

# SUPER JOG Z

ヤマハスクータースーパージョグゼット



光を当てると文字の浮き出る "ライトニングフラッシュ・グラフィック"を採用



ボディ側面にスリットを入れたエアアウトレットを設けるとともに、マフラープロテクターもメッキ化。よりスポーティなイメージを演出しました

メーカー希望小売価格：¥159,000 (北海道、沖縄および一部離島を除く)

※価格には保険料、税金(含消費税)、登録にともなう諸費用は含まれません。  
カラーリング：ブラック2、ラジカルホワイト、スターダストシルバー、ブルーイッシュパープルメタリック1





ブラック



コスミックブルー



フロストシルバー



ロールバーン  
スタンダード



ホワイト

## ベストセラーモデルがクオリティアップ

# ヤマハヘルメット *New* Roll Bahn

ロールバーン

メーカー希望小売価格：¥14,800〔スタンダード〕 ¥16,800〔VS〕

規格：JIS B種 サイズ：S、M、L、XL、3L  
 カラー：〔スタンダード〕白、黒、コスミックブルー、フロストシルバー  
 〔VS〕白、黒、コスミックブルー、スターブラック

好評発売中

十分な機能性と低価格で人気を博す「ロールバーンシリーズ」が、ワンクラス上の装備を身につけて、自慢のコストパフォーマンスに一層の磨きをかけました。

主な変更点は●1.5%塩化ビニール2次曲面シールドを2%厚ポリカーボネイト製3次曲面シールドへ●あごひもをOリング式からワンタッチバックルへ●内装をグレーから汚れが目立たないネイビーに●エンブレムを転写ステッカーに(VSのみ)しています。

また、今回のマイナーチェンジで、ラインナップに3Lサイズを追加し、計5サイズと選択の幅を広げています。

どうぞ、幅広くお客さまにご案内ください。



スターブラック



ロールバーン  
VS



ホワイト



ブラック



コスミックブルー

# TOPICS



今回はABS仕様だけの試乗だったが、このABSそのものにも高い評価が聞かれた

## 新時代のスपोर्टツアラーだ！ 優れた走行安定性に高い評価 『GTS1000A』プレス試乗会

片持ちアーム式フロントサスペンション、オメガシエイブシャーシコンセプトによる新フレーム、電子燃料噴射装置(EFI)など数々のニューライチャーを採用、全く新しいスポーツツアラーとして欧州市場に投入した『GTS1000/1000A』。

IFMAショーでの発表以来、早くも大きな話題を巻き起こし、海外専門誌等で高い評価を受けているモデルです。そのため、国内でも注目度が日増しに高まっており、12月5日、静岡県袋井市のヤマハコースにABS仕様の『GTS1000A』を持ち込んで、国内プレス向け試乗会を行いました。

前日はまず浜松市内のホテルで製品説明会を開き、最も興味が集まったフロントサスペンションや『ザ・ベスト100ps』をテーマに乗りやすさを追求したエンジンなど、じっくり解説。十分な質疑応答を行なったうえで試乗していただきましたが、『フロント・アームサスペンションの接地感がすばらしい。コーナーでも直線でもしっかりと安定していて、

アベレージスピードもすごく高い』『FR1000のエンジンをよくここまで仕上げた。ツアラーとして車体とのマッチングが絶妙で、よく作り込まれている』など、高い評価が集まりました。加えて、スポーツツアラーらしくタンデム走行をしたり、再度試乗を申し出る場所もあり、意欲的な取材で活気あふれる試乗会となりました。



高速タンデム走行、ウインドプロテクションテストなど、思い思いの方法で試乗をくり返した

## 『祝勝会』開催 全日本チャンピオンおめでとう！ 世界へはばたけ！原田哲也

92全日本ロードレース選手権・GP250ccクラスで、念願の初タイトルを手にした原田哲也選手の祝勝パーティが、11月17日、賑やかに行なわれました。

90年、国際A級昇格後2年目にして3勝、翌91年まで連続ランキング2位を獲得。今年こそ、と周囲も原田選手自身もタイトル奪取を強く意識した92年。

しかし、ご存じのように、決してラクに取れたわけではなく、大きな目標だったと語るディフェンディングチャンピオン岡田を相手に、毎戦ギリギリのバトルを展開してのタイトルだけに、喜びもひとしおというリラククスした表情が印象的でした。「初戦の筑波が力ギになったんです。いきなりボクはノーポイントでしょう。優勝した岡田さんと20ポイントも離れたんで、もうこれはダメか



10代でヤマハワークス入りした原田選手も、今年22歳。チャンピオンになって、よりオトナびてみえる

な、なんて思った。それで、残りは全部勝つぞ、と開き直れたのが結果的に良かったわけです。速さだけは負けたくない、と勝ちにこだわり、ファステストラップにこだわって走りました」その積み重ねが、全11戦中優勝6回、ポールポジション5回、ファステストラップ6回という記録とともに、チャンピオンをまねき寄せたわけです。「もちろん、TZMというすばらしいマシン、そして、その開発を全面的に行なってくれた難波選手 の力も、本当に大きな支えになりま

したし、勝つための環境がベストに整ったシーズンだと思えます」今が一番乗れている、走るたびに速くなれそうだと自信を語り、来シーズンは世界グランプリにフルエントリーする、と決意も新たにチャレンジャーを続ける原田選手の活躍が、今から楽しみです。



ヤマハの野村取締役や黒田部長をはじめ、約40名がお祝いに集まった

# 「またやってほしい！」 熱望の声に応えて定期開催 『秀明道場・スクール&競技会』

昨年7月に開催され、大好評を博した鈴木秀明さんのオフロードスクール『秀明道場』。  
元ヤマハワークスライダーとして全日本チャンピオンにも輝いた秀明さんをはじめとするチームスタッフ、豊かな経験とテクニックで熱心

に指導し、参加者からは「ぜひまたやってほしい」「単発ではなく定期開催を！」などの声が多く寄せられていました。  
そこで、11月15日には『第2回秀明道場・スクール&競技会』を、富

士オーバーランドで開催。時間の都合上、競技会のみとなりましたが、それでも70名の参加者が集まりました。  
レースは、キッズクラスと2時間エンデュロの2つを行ない、エンデュロは、初心者向けのやさしいコースでたっぷり走り込めるクラスと上級者向けのハードで走行テクニックが問われるクラスに分かれているのが特徴。  
このあたりは、参加者に喜ばれている要因のひとつといえますが、そ

れでも今回の上級コースは難しかったのか、1周もできなかつた人が5名ほどみられました。  
しかし、「こんな厳しいコースがあるんですね。改めてオフロードの奥深さを感じました。この次？必ず参加しますからぜひ続けてください」とのコメントに、秀明さんも、「オフのより大きな発展を心から願っています」と語り、93年は4月18日を皮切りに、計4回開催することが決まりました。

## 参加するごとにメキメキ上達 好評の『吉原朋正特訓会』終了 93年も元気印だ！

「トモさん」の愛称で親しまれているMX国際A級ライダー、吉原朋正さんを講師として、ヤマハ東京株が主催する『ヤマハオフロードセミナー』・吉原朋正特訓会 は、今年

も全6回の開催を重ね、大盛況のうちには終了しました。  
走りおさめとなった最終回は、11月14日、富士スピードウェイ・オフロードコースで行ない、秋晴れのもと、全員が思う存分ライディング。6回目ともなれば、2月から始めた参加者もすでに常連。上級者組に混じってレッスンを受けるなど、着実にその成果を見せながら楽しそうに練習をくり返していました。  
そうかと思うと、今回初参加というライダーは、

競技会は、勝ち負けより腕試し、テクニック修得を目的にコース設定



ちびっ子ライダーも元気にPW50で自由自在に駆け回る



家族やグループでの参加が楽しい



この日は、吉原さんのモトクロスチーム「TOMOレーシング」の国際A級ライダー、中川雅博さんもスタッフとして参加

「自分の走りが欠点だらけだったのに気づきました。吉原さんの優しいけれどポイントをしっかり押さえた指導のおかげです。来年は、全部参加するくらいのつもりでガンバリます！」と初々しくコメント。

ひとりひとり、ボディアクションたっぷり熱の入ったアドバイスを送るトモさんの特訓会は、こうしてまた新しいオフロードフリークを生みだしていくのです。



子どもから大人まで、オフロードワールドは幅広く浸透してきた



受講生の年齢も20代～40代までと広がっている

# TOPICS



パーティの定番といえ  
ばコレ、ビンゴだ



鈴木社長(YSP葛飾)に紹介される受賞者のみなさん

1年間の感謝を込めて……  
東京のYSP4店が  
合同クリスマスパーティー開催!!

パーティーシーズンも大詰めを迎えた12月18日、東京のYSP4店合同によるアットホームなクリスマスパーティーが、約100名のお客さまを迎えて開かれました。

「YSP4なんでも表彰式」と銘打たれたこの催しは、YSP葛飾さん、YSP葛飾南さん、YSP京葉さん、そしてYSP葛西さんが5年前から開いている恒例行事。その名のお客さまをあらゆる形で表彰し、日頃の感謝の気持ちを表すアイデア

イベントです。会場となった都内の中華料理店には、夕方7時頃からドレスアップしたお客さまがつつぎと到着。ビンゴ大会やジャンケン大会で盛り上がった後、メインイベントの表彰式へ移りました。

YSP京葉さんの大月信和社長によると、「第1回目のパーティーから連続して参加してくれているお客さんもいます。やっとな恒例行事として根付いてくれたようですね」とのこと。シーズンオフの間のコミュニケーション手段として、このパーティーが重要な役割を担っていることがうかがえます。

さてパーティーの方は……。予定の2時間をはるかにオーバーして、夜10時過ぎまで盛り上がっていました。

## 究極の外洋ヨットレース 『ホイットブレッド』に 日本人で初めて小松一憲が参加

昨年、「ニッポン・チャレンジ」の活躍で大いに注目を集めたヨットレース界ですが、今年9月には、もうひとつのビッグレース「ホイットブレッド世界一周ヨットレース」がスタートします。

ホイットブレッドは、一対一で短距離のコースを争うアメリカズ・カップに対し、文字通り世界一周という超長距離のサバイバル・コースで所要時間を競うもの。どちらも、その分野では世界最高

峰の名譽と格式を誇るレースであり、ヤマハはアメリカズ・カップに続いてこのホイットブレッドにも、ヤマハ・ラウンド・ザ・ワールドというシンジケートを組織して参戦します。

すでに同名の艇も1号艇が進水、2号艇建造準備を行なうなど、スタートに向けて着々と進行しています。このたび、参加クルーのひとり日本人として初めて、ヤマハの小松一憲選手が選ばれました。

## '93 YAMAHA NOVELTY

寒さで縮こまった体に鳴ノオフロードランを楽しむ  
新春とはいえ寒さ厳しき1月。林道ツーリングやエンデュロレースなどでひどく汗かいて、なまっただ体をほぐしてあげましょう。そんな時、なにかと便利なモノたちがコレ。お年玉がわりのプレミアムにいかがですか？



ハイキングチェアバッグ  
(No.374012/¥4500)

大型ポケット付きで使いやすいバックに、折りたたみ式パイプチェアを組み合わせたアイデアグッズ。林道の途中でちょっとひと息。なんて時に便利です。



ミニコンパクトチェア  
(No.374018・19/¥5500)

折りたたみチェアの効用は、なかなか地面が乾きにくい冬場で特に感じるもの。エンデュロの応援、観戦や林道ツーリングなど、利用場面はたくさんあります。1本の棒状にたためるコレなら携行生バツグン。色はオレンジとグリーン。

ロス・ワールド艇長から直接電話で内定を知らされたという小松選手。オリンピックや国際レース経験も豊富で、国内屈指のキャリアを持つベテランですが、「艇長に初めて会った時、ジョークルー(経歴だけのスター選手)はいい、と言われた。でも、2ヵ月間のテストでは人間性も重要視していることがわかった。それだけに、実力とパーソナリティの両方を高く評価されたことがとても嬉しい。確実に優勝を狙えるチームなので、どれだけ自分が貢献できるか不安と緊張でいっぱいだけど、この経験を若い人たちに伝えていくためにもがんばります」と語っています。



小松選手(右端)は、モントリオール、ソウル、バルセロナの五輪代表にも選ばれた

るホイットブレッドでの活躍が楽しみです。



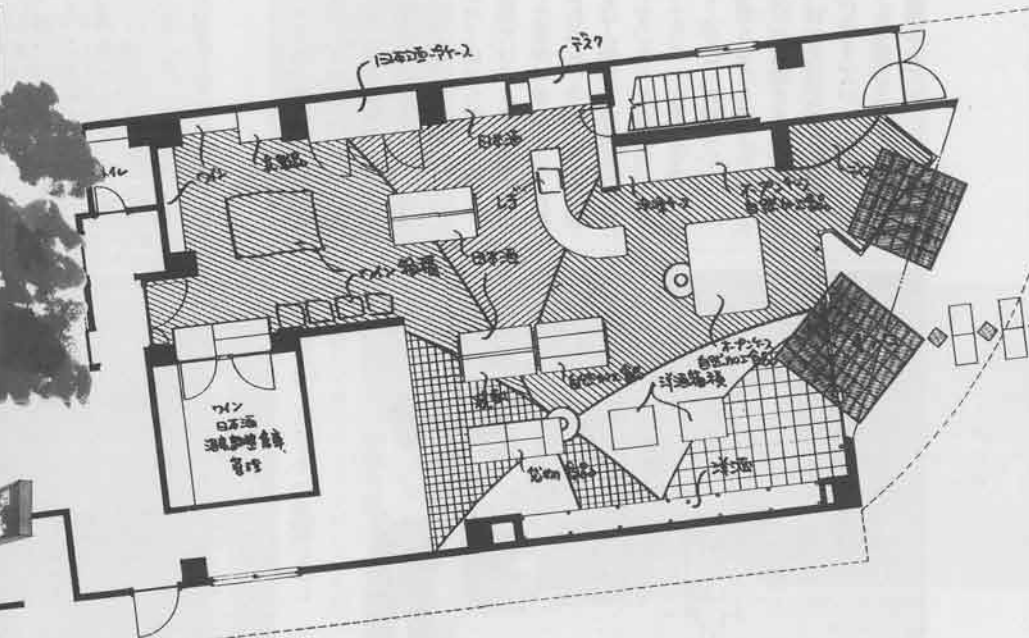
# お店の空間にオーナーの個性とこだわりを！

New Year's Talking 集  
PART 2



〔千葉雅之〕1953年5月北海道三笠市生まれ。'75年から'91年まで大手店舗設計会社に勤める。この間にソウルオリンピックの選手村を設計するなど、大きな仕事を手がける。'91年4月に退社して「エム アンド アソシエイツ」を設立。店舗設計のコンテストで数々の入賞経験あり

## 小売店のイメージ・エンジンを手がける 店舗設計家・千葉雅之さんの「店舗づくり」術



同じく千葉さんが設計した酒店「酒のかづさ屋」（西川口）。  
店内の床にマンホールを置くなど、ユニークなデザインが随所に見られる





千葉さんが設計を手がけた「大木酒店」(東京都・練馬)の店内。日本酒のコーナーにはいろいろがある

魚屋さん、八百屋さん、酒屋さんなど「屋」のつく店舗にはそれぞれ特定のイメージがある。例えばバイク屋さんにすれば、決して広くはないスペースにバイクが所狭しと並べられ、修理中のバイクの周辺には工具やら、油の染みついたタオルやらが散らばっている。まだまだこの手のイメージをもっている人は多いはずだ。

千葉さんが展開する店舗設計はそんな「○○屋さん」の既成概念を払拭してしまう。

「今までの店舗はターゲットを決めてたんですね。例えば、22〜23歳の山の手のOLを対象にしたブティックとか、という具合に。このようにターゲットを特定するのではなくて、もっと広い意味で捉えて、同じ考えをもった人に来てくださいと、私たちはそんな雰囲気店舗に表現しているんです」

彼の設計した店舗はどれもファッションナブルで洗練されている。改装の店舗では、その前後でまったく新しい業種の店舗に生まれ変わったかのようなのだ。しかし、それぞれに店の個性も強く感じられる。ただたんにお洒落に設計しているのではないことは明白だ。

「酒屋さんにしてもバイク屋さんにしても、趣味の店になりがちなんです。まず、ビジネスで捉えた場合に、どうするかを考えないと。オーナーとは納得がいくまで何回でも話し合いますよ。私たちは造った後で「ハイ、サヨナラ」ですが、その店を継続していくのはオーナーですからね。だからオーナーには将来設計、自分のビジネスをどう展開するのかというビジョンがあつて、その上でお店をどうするかという話し合いをする。私たちは彼らが望むものを潜在意識から引き出してあげて、それを具現化していく。お店の空間にオーナーの個性やこだわりを反映するんですよ」

「設計上のヒントはいろんなところにありますよ、そういう目で見てさえいけば。提案の仕方もいろいろある。例えばバイク屋さんであればワークステーションを綺麗にして、ライティングも考えて、実際に作業しているところが絵になるようにするとかね」

今後手がけてみたい店舗は「パチンコ屋」か「ラブホテル」だと彼は言う。「やったことのない業種をやってみたいんです。客観的に見れるから、面白いものを造れると思うんですよ。プロになって、主観的になってしまふと駄目ですね、人間って。大切なのは、いかに客観的になれるかということですよ」





# リズム感をつくり出す「三角形ライン」で 快適なショッピングのお手伝い

New Year's Talking **集** PART 2 来店客の視線を考えた商品陳列で個性を演出する百貨店・伊勢丹の「店内演出」

現在、伊勢丹新宿店の売り場総面積は約6万㎡、売場の数は110を数えます。さらにそこで取り扱うアイテム数となると、これはちよつと数え切れないというのが正直なところですね(笑)。

これらの商品群をただ漫然と並べるだけでは意味がありません。やはりそこには「伊勢丹としての個性」を持たせなければなりません。もちろん来店されるお客さまが「買物しやすい百貨店であること」を前提にしなければならぬのは、言うまでもありませんが。

伊勢丹の商品ディスプレイには、VP(ビジュアルプレゼンテーション)、PP(ポイントプレゼンテーション)、そしてIP(アイテムプレゼンテーション)の三つのポイントがあります。例えばひとつの売り場を例にすると、売り場の入り口には今そこで何を展開しているのかがイメージできるVP、そして次にそのテーマを代表する商品をPPとして展示。最後に商品群をIPとして、お客さま向けにディスプレイするという「流れ」を作りだすわけです。

こうすることで、お客さまには「伊勢丹では今これがある」というのを一目瞭然で分かっていただくわけです。

また具体的な商品陳列に関しては、「三角形ライン」を基本としています。婦人服売場においては、背の高いマネキン人形を中心にしてその横にハンドバッグなどの小物、そして足元に靴を置

く、というような。こうした陳列商品で「背の高い三角形のライン」を作り出すルールを店内で統一すると、お客さまは「視線の動き」において疲れないんです。

つまり「リズム」ですね。先にお話したビジュアルプレゼンテーションの流れも、商品ディスプレイの三角形のライン作りも、いかに快適なショッピングをしてもらうための「リズム」を作り出すか、ということが前提になっているんです。

あとは、来店するお客さまの店内での「流れ」を意識するということではないでしょうか？

例えば1階にはウインドーショッピング的に楽しめるアクセサリー、靴等の小物類を。そして大きな目的を持って買物するリビング等比較的の上層階に置く、といったように。

こんなふうに来店されるお客さまの立場になってみれば、おのずと分かる売り場の展開っていうのは多いはずですよ。



株伊勢丹新宿店 明治19年創業。総合生活産業として都市型百貨店を展開中。他に、立川、吉祥寺、松戸、浦和、相模原とそれぞれ支店が営業中である。インタビューには現売場推進担当課長・小松比呂志氏に登場していただいた





チェックアウトを終わらせた一組の老夫婦が、旅館を出る前に「一緒に写真を撮ってほしい」と、若い女将に頼んでいた。彼女は笑顔で応じて、その夫婦と並んでフレームに収まった。撮影が終わったかと思うと、今度はおもむろに色紙を渡されて、サインをねだられた。彼女は恥ずかしそうな笑顔を浮かべてペンを滑らせると、色紙を戻し、その夫婦の帰る姿を見送った。

ジェニー藤さん。山形県の銀山温泉にあって200年の歴史をもつ「藤屋旅館」の現女将。彼女はサンフランシスコ生まれユタで育ったれっきとしたアメリカ人女性だ。91年の12月に若旦那である敦さんと結婚して、この「藤屋旅館」に入った。女将になってようやく2年目を迎える。

小柄でスリムということもあってか、着物姿が板についている。そして、笑顔が実にいい。彼女のその笑顔は、いまや伝統ある老舗旅館の顔となりつつあるようだ。

「おかあさん（先代の女将）は人と話したりするのが苦手で、たぶん台所にいるのが一番落ち着くような人なんですけど、私はまったくの逆。台所仕事は苦手だけど、お客さんと話すのが好きなんです。だから、この仕事は私に向いているのかもしれないですね」

しかし、旅館の仕事は生半可じゃない。女将たるもの、外見は優雅に装いつつも、舞台裏では女中さん以上にハードな仕事をこなさなければならぬ。

「休む間もあまりないですし、睡眠時間も少なくなりました。仕事としては非常にハードなものです。……旅館というのはとてもパーソナルな空間だと思います」

「サービスが命」老舗旅館  
26歳七代目おかみさんの心がけ

〔ジェニー藤〕1966年3月サンフランシスコ生まれ。オレゴン市立大学では生物学を専攻し、在学中に日本に留学。'88年から山形で英語の教師を始める。その頃に現在のご主人である教さんと知り合い、'91年に結婚。藤屋旅館七代目女将となる

いつもお客さまの希望に応えようと  
努力しています  
その気持ちでサービスのベースなんです



す。部屋数も少なく、そこに食事を運んだり布団を敷いたりするからお客さんとの接点も多くなる。お客さんへのサービスとしては、いつもお客さんの希望に添うように努力しようと心がけています。そういう気持ちがサービスのベースなんです。でも、時々無理を言うお客さんもいますよ。無理な場合には、無理ですとはっきり言います。それを希望どおりにやっていたら、旅館で働く人は24時間労働になってしまいますから」  
若千26歳の女将だが、しかし頼もしい。

# 僕らはバイクをどう選んだ

バイクユーザー座談会

New Year's Talking 集  
PART 3



# そしてミッドシップはやっぱり選ぶ

モーターサイクルジャーナリストの柏秀樹さんを  
司会に招き、ハタチのライダーと自由に話してい  
ただいた150分。彼らのバイクライフは？ 私  
生活は？ そして金錢感覚は？ 終盤はウワサの  
ニューモデルにまで話が及び、大いに盛り上がっ  
たニューイヤールーク、ユーザーの部。さてハ  
タチの彼らの胸のうちは……。





## ひとり暮らしの学生じゃ クルマなんか持てませんよ

柏 今日のメンバ―は3人とも20歳。バイクに乗るにしても、女の子と遊ぶにしても、いまが一番楽しい時期なんじゃない？

中野 ハハ、どうなんでしょうね。僕、いま彼女いないですし……。

柏 他のふたりは？

佐藤 一応いますけど……。

工藤 僕はあるというか、いないというか……まあいます。

柏 彼女とツーリングに行ったりもするんでしょ？

工藤 いえ、行ったことないですよ。僕はまだタンデムの経験が少ないから、正直に言うところなんです。

柏 佐藤くんは？

佐藤 僕も行かないですね。バイクはひとりの方が楽しいですから。

柏 じゃあデートはクルマ？

佐藤 クルマ持ってないんです。免許もないし。教習所には通ってたんですけど、ノロノロしてたら期限が切れちゃったんですよ。

工藤 僕もクルマは持ってません。

柏 じゃあデートはウチの中だけ？ 不健全なんじゃない？

佐藤 えー、まー、そうですね。(笑)

柏 僕の青春時代とはずいぶん違うなあ。中野 お金もないですしね。欲しくないとはいわないですけど、いまはバイクだけで十分です。アルバイトの身分ですから。

佐藤 ひとり暮らしで学校行きながらバイトしたら、クルマなんか持てませんよ。駐車場だって確保できないんじゃないですか？

柏 うん高いもんね。ところでみんな、1カ月の生活費はいくらぐらいなの？

中野 まるまる1カ月バイトして、収入は17〜18万円になります。親と同居してますからこれで十分です。

柏 何のバイトしてるの？

中野 ガソリンスタンドの店員です。その前は某バイク屋さんで働いてたこともあります。

佐藤 親と同居で18万ならラクだよな。

中野 まあね。でも家でメシ食わないから食費はかかる。月にだいたい5万円くらいかな。

柏 で、何が一番お金かかるの？

中野 それがよく分からないんです。知らないうちになくなっちゃう。バイクにかかる費用にしてもせいぜい2万円、あとはミニバイクレースぐらいですよ。まとまってお金が必要になるのは……。

柏 ミニバイクレースやってるんだ。僕も前はよく出てたんだよ。

中野 でも中学の時の友達と一緒にやってるから、お金はそんなにかかんないんです。交通費とかもみんなワリカンですから安上がりなんです。

柏 学生のふたりは？

工藤 僕はふたつのバイトを掛け持ちで8万ぐらい。それと仕送りで毎月10万、合わせて18万ぐらいです。サークルでやってるバレーボールの練習が週2回あるから、バイトもそれ以上できないんです。

佐藤 僕は1日8時間バイトして15〜16万になりますけど、正直やっぱつらい



ひとり暮らしで  
学校行きながらバイトしたら、  
クルマなんか持てませんよ。  
駐車場だって確保  
できないんじゃないですか？

ですね。

柏 ひとり暮らしでしょう？

佐藤 ええ、家賃が5万4000円、それに光熱費とか……。バイクの方にもガソリン代やパーツ代で3万ぐらいはかかっていますから。学校とバイトの往復です、毎日。

柏 それでも学校にはちゃんと行ってるんだ。

佐藤 まあ一応。学生ですから。(笑)

ほかに趣味ってないから  
バイクが唯一の趣味かな

柏 ところで、みんなはどうしてバイクに乗り始めたんだろ？

佐藤 一番最初に興味を持ったのは中学

佐藤 修さん(20歳・大学生)

「バイクは男らしさで選ぶもの」という硬派ライダー。4ストローク・400ccにこだわり、1カ月で平均2000キロも走るというハードユーザーだ。ヤマハに対するイメージはひと言「職人魂」。ニューモデルのチェックは欠かさないという、自称「ハマったライダー」





生の時です。

柏 教室でみんなで雑誌を見てたとか？

佐藤 いやそうじゃなくて、街で見かけた400ccのバイクに憧れて……。何ていうかこう男っぽさみたいなものを感じて、絶対にこのバイクに乗ろうと思いました。

柏 で、そのバイクは買った？

佐藤 もちろんです。去年免許を取ってすぐ探しました。いまま大切に持ってます。

柏 工藤くんは？ どうしてバイクに？

工藤 大学生になってからまわりに影響されてですね。気がついたら友達みんな免許を持ってて、僕は影響されやすいほうですからつい……。

柏 じゃあバイク選びは悩んだでしょ。

佐藤 くんみたいに乗りたいたいバイクがあった免許取ったわけじゃないからね。

工藤 そんなことなかったですよ。バイク雑誌見て、初心者向きって書いてあったやつを迷わず買いました。あの頃、こ

だわりがあったとすればカラーリングぐらいのもんでしたからね。

佐藤 やっぱ影響されやすいんだ。僕はそこまで雑誌を信用できない。(笑)

柏 中野くんは？

中野 バイト先までの足が欲しかったんです。スクーターで行くとどうもカッターラインで、友達から動かなくなったレールレプリカを1万5000円で買ったんです。

工藤 1万5000円!?

中野 そう。だけどキャブいじったらすぐに動くようになった。ポロもうけです。個人売買ですから少し不安もあったんですけどね。

「このバイクが欲しいんですけどって言ったら、「無理してバイク買って、キミの生活がどう変わるの?」って逆に聞かれちゃった。」



柏 3人にとってバイクって何なんだろう？

中野 他にこれといった趣味ってないですから、あなたの趣味は? って聞かれたらバイクって答えるしかないですね。

工藤 僕は趣味と言えないかもしれない。

佐藤 そう? 僕は間違いなくバイクが趣味だなあ。

柏 佐藤くんは1カ月でどれくらい走るの？

佐藤 2000キロ平均です。

一同 えーっ。

柏 すこいよね。たとえばどんな所を走ってるの？

佐藤 箱根とか、伊豆とか……。気がついたら1日で900キロってこともありました。とにかく走ることが好きなんです。

工藤 伸さん(20歳・大学生)

ライダーのメッカ箱根に生まれながら、本人は「あんまり一生懸命じゃないライダー」という自己評価。バイクはたくさんある遊びのうちのひとつと割り切り、やや距離を置いての付き合いといった雰囲気か。4スト・250ccのユーザー

中野 忠さん(20歳・アルバイト)  
元バイクショップのアルバイト、いまはガソリンスタンドで働くバイク歴3年の中野さん。愛車2スト・レプリカの主な使い途は通勤。一方ではミニバイクレースに年間6戦ほど参戦し、その実力は「いつも入賞圏内」とか。現在、恋人募集中!!

僕は走るよりイジめるほうがどちらかというが好き。オンボロでもイジってればそれなりに楽しいです。



すよ。ツーリングに行つて目的地で何かするより、走つて走つて走りまわると感じるね。

工藤 すこすぎる……。

柏 でもその気持ちは分かるよ。まだ免許取つて1年でしょ、走るのは楽しいに決まってるよ。

中野 僕は走るよりイジめるほうがどちらかというが好き。オンボロでもイジってればそれなりに楽しいです。

佐藤 もちろん僕もイジりますよ。それに洗車するのも好きです。友達に洗車魔なんて言われたりして……。

柏 楽しいよね。僕もよくやったよ。フインとフインの間までゴシゴシと。でもそれってすごく大切なことで、同時に面白いこともあると思う。

工藤 きれいにすると気持ちいいし、人に見せたくありません?

佐藤 あるある。ほら僕はほとんど行かないですけど、第三京浜の港北PAに集まってるライダーいるじゃないですか。あの人も最終的には自分のバイクを人に見せたいんですよ。確かにそういう心理ってありますよ。

柏 でもあれはカスタムしたのを見せたいわけでしょう?

佐藤 もちろんそうです。自分だけのオリジナルみたいなのを自慢したいというか……。

柏 佐藤くんにもそういう気持ちってあるの?

佐藤 ありますよ。品の悪いカスタムは嫌ですけど、ドレスアップというレベルだったらしてみたいと思います。

柏 それを人に見てもらいたいんだ。

佐藤 そうです。簡単に言っちゃえば、俺のはちょっと違うんだよってことです。

柏 いくらみんな自分で直すつて言つた

って、バイクショップとの付き合いはあるわけですよ。どうやってお店は選んでるの?

中野 僕はバイトしてた店があるから……。

工藤 僕は初めて買った店が当たりだったなつて感じですよ。駅まで行く途中の店なんですけど、その人が本気で相談にのつてくれる人だったんです。

柏 たとえば?

工藤 初めて行った日に、「このバイクが欲しいんですけど」つて言つたら、「無理してバイク買って、キミの生活がどう変わるの?」つて逆に聞き返されたんです。

僕も考えちゃいましてね。そしたら、今日一日バイクに乗ってみて、それでも欲しいと思つたら明日来なさい」つて言われた。最終的には買いましたけど、確かにそうだなつて思つたのも事実です。

柏 その人は人間的に優れてる人なんだろうね。

工藤 ええ、そう思います。店自体はすごく小さいんですけど、全面的に信頼しています。

佐藤 やつぱりよく相談にのつてくれる店はいいな。

工藤 そう安心感が違うから……。

柏 最近バイクショップさんも大きくなってキレイな店が増えてるでしょ? そういう店はどう?

中野 品揃えが豊富な店はいいと思います。バイクだけじゃなくてパーツとかウェアも、たくさんの中から選べた方がいいです。

佐藤 前にタイヤの専門店に行つたことがあるんですけど、あの時は頭にきたな。

柏 店員の対応が?

佐藤 接客はカワイイお姉ちゃんだったから良かったけど、作業したのが髪の毛の茶色い若いヤツだったんです。これが作業はザツだね、不愛想だわでサイアク。



New Year's Talking 集  
PART 3  
ヤマハが進む1993



柏 秀樹さん(38歳・MCジャーナリスト)

おなじみ行動派のモーターサイクルジャーナリスト。  
今回の座談会では20歳のライダーを相手に司会をお願いした。座談会の終了後には、3人の若者を相手に熱心な安全講義をする一幕も……

少しくらい高くついても構わないから、いつもの店でやってもらえばよかったと思いましたがね。

柏 そうだよな、最終的には人なんだ。

信頼のおける人にバイクをみてほしい、これが正直な気持ちだよな。

工藤 そう思います。ただ僕はアガリ性だから、大きくてキレイな店はちよつと苦手ですけど。なんか緊張しちゃうんですよ。

中野 それは人それぞれだからね。やっぱり柏さんの言うとおり、店の人の人柄が一番ですよ。

### 必ずニューモデルは雑誌でチェックしています

柏 ところでみんな、バイク雑誌ってよく見るほう？

佐藤 はい。オートバイとモーターサイクルリスト、それとアウトライダー。この3冊は必ずチェックします。

柏 それはすごい。面白い？

佐藤 そうですね。面白いですよ。別に

買う予定はなくてもニューモデルはチェックしておきたいし、データも知りたい。オートバイとモーターサイクルリストはそのために買ってるようなもんです。アウトライダーは写真がキレイだし、ツーリングの時に役立つから、一応。

柏 知識を得る雑誌と使う雑誌を振り分けて考えてるんだ。結構ハマってるタイプなんだね。

佐藤 まあ、そうですね。ハマってます。

柏 工藤くんと中野くんは？

工藤 いまはほとんど買いませんね。

中野 僕もたまに買う程度。佐藤さんと同じでニューモデルをチェックするためです。

柏 じゃあニューモデルに詳しいのは佐藤くんか。

佐藤 ええ、一応ヤマハでアレを出すというのもチェックしてます。

佐藤 そう、アレ。ペケジェイですか。ミスターバイクにはイラスト入りで載ってましたよ。

柏 ああアレね。僕も見ただけどどう思った？ ハマってる佐藤くんとしては。

佐藤 すごくいいと思います。さつきも話しましたが、バイクは男っぽくなくちゃ嫌だつてのが僕の中にはあるんですよ。もし出るとしたら本気で欲しい1台ですね。

中野 どんなバイクなんですか？

佐藤 えっと、空冷4発でしたよね？

柏 そう。

工藤 で、ネイキッド？

佐藤 うん。

中野 それで？

佐藤 あとは分かんないけど、テールランプまわりがヤマハらしくてカッコよか

った。とにかくデカいらしいですよ。

中野 車体がデカいのはいいですよ。何となくカッコいいし。

柏 自分だけのバイクが欲しいってさっき言ってたけど、その素材としてはどんな感じかな？

佐藤 カスタムのやりがいがありそうなバイクですよ。いまでもそういうバイクがないわけじゃないけど、街の中でたくさん見るやつは嫌ですから。僕の友達にもいるけど、昔からのヤマハファンなら絶対に飛びつきますよ。期待してます。

柏 それじゃ最後に93年の目標をひとりずつ。

中野 ミニバイクレースで1勝します。

工藤 タンデムでツーリングに行く、しところかな。

佐藤 じゃ僕は一生懸命バイトして、ペケジェイ買います!!

柏 今日は本当にありがとう。素敵なバイクライフを送ってください。

文責・編集室



THE LATEST AD

どっから見ても、スーパード。



¥159,000  
 エンジンが、新しい。フットワークが軽い。ステイリングが目を奪う。心臓からつま先まで、全身に、スーパーの名にふさわしいスペックをつめこんだ。スクーターの新しい段階。7.00ccスーパーエンジン搭載のスーパージョグZ。他の広さを許さないキズメへ、献上。  
 読んで、正しく、安全運転  
 電装GROOVEのレンタル専用車  
 YAMAHA

- 本紙中面カラー頁でご紹介の「スーパージョグ-Z」の雑誌広告です。
- 掲載される媒体はターゲットとなるヤング層に合わせ、『週刊少年ジャンプ』をはじめとする少年マンガ誌や『ヤングマガジン』『Hot・Dog Press』などの青年誌を中心に展開。

- 合計2,000万部以上の露出量が、みなさまの店頭活動を強力にバックアップします。
- また、今回は雑誌やラジオ番組とのタイアップによる話題づくりも企画中で、この春の話題独占は必至。店頭でも大いに「スーパージョグ-Z」を盛り上げてください。



- (1月発売の広告掲載誌)
- 『週刊少年サンデー』1月13日、27日発売号
  - 『週刊少年マガジン』1月13日、20日発売号
  - 『週刊少年ジャンプ』1月19日発売号
  - 『ヤングサンデー』1月22日発売号
  - 『ヤングマガジン』1月5日、25日発売号
  - 『ヤングジャンプ』1月7日、28日発売号
  - 『Hot・Dog Press』1月10日、25日発売号
  - 『POPEYE』1月27日発売号
  - 『スコラ』1月14日発売号
  - 『月刊オートバイ』1月1日発売号
  - 『モトチャンプ』1月6日発売号
  - 『ヤングマシン』1月1日発売号