

がんばるバイクショップの 情報マガジン

ヤマハニュース

Yamaha News



特集●TRX850の拡販策

ロングセラーへのヒント

ハローナイスショップ●バイクハウスZERO

バイクショップのユニフォーム

YAMAHA NEWS●インタビュー

株式会社 辻井製作所

働きやすい環境づくり

1995 No385

9

S E P

昼休み、オフィスを出るとまっすぐにマジェステイを停めた駐車場に向かう。たまにはランチもちょっと気の利いた店でゆっくり味わいたい。そんな自由もボクは手に入れた。

拝見！隣のお店このアイデア

ハローナイスショップ

バイクハウスZERO
埼玉県浦和市(堀 善孝マネージャー)



バイクショップのユニフォーム

幅広い客層に対応した、ユニフォーム戦略



2店舗の経営をサポートしながら、接客にも対応するマネージャー職。対外交渉を含めた責任ある位置にあるため、店内で唯一ネクタイを締める。「年齢が高いお客さまへの接客や難しい交渉には、責任を負った立場の人間が必要です。ネクタイが責任者であることを表しています。効果はかなりありますね」



サービススタッフとは一線を画した、店長のポロシャツ姿。「バイク、用品など取り扱い商品に対して幅広い知識を持っているというイメージ」からポロシャツ姿を選んだ。ツナギ姿のスタッフには話しかけづらい主婦層もポロシャツのスタッフになら壁がなくなるのだろう。

バイクハウスZERO part1

浦和市内、JR北浦和駅からクルマで約10分。国道463号線、埼玉大学正門前に立地する。国道17号線にも近く、周辺は商業/住宅混在地域。商圏はスクーター・半径3キロ、スポーツバイクは半径約20キロと幅広い。17年前にオープン、同市内には兄弟店もある。



「修理の依頼のときなど、ツナギ姿のスタッフが対応するほうが話が進みやすいことも多い」と堀さん。ツナギ=メカへの信頼、このような印象をサービススタッフは担っている。企業カラーが赤であるため、ツナギはTEAM YAMAHAのものか、自社ロゴが入ったものいずれかを着用している。



店舗全体が赤く塗られた、バイクハウスZEROさん。その店内に足を進めると、これも赤いユニフォームに身を包んだスタッフが迎えてくれる。ZEROさんはショップのイメージカラーを赤と白に定め、スタッフのユニフォームにもそれが反映されているのだ。さらにそのユニフォームは、メカニック、店長、そしてマネージャーと仕事の内容と立場によっても区分されている。今回はこのユニフォームへの工夫について、マネージャーの堀 善孝さんにかがった。

「お客さまは年齢、職業、そして来店される要件も千差万別です。幅広いお客さまを受け入れるためには、それぞれに応じた服装のスタッフが必要だと思っておりますよ。フットワークのいいメカニックの出番なら、ツナギのスタッフ。商談には商品知識が豊富でお客さまが気軽に相談しやすい、ポロシャツを着た店長。そし

て対外的な交渉やクレームなど責任ある対応が必要なネクタイを締めた私です。服装ひとつで、お客さまが店に対して抱く印象はがらりと変わりますからね」

そもそもZEROさんがユニフォームを整えることになったのは3年ほど前のことだとか。

「まず考えたのは、バイクとは高額商品だということです。私たちの普段の生活のなかで、100万円近い買い物をするなんてめったにないことでしょう。その高額商品を取り扱う業種でありながら、いまだにバイクショップは汚れたツナギで接客するところが多い。これではお客さんに失礼だと思うんです」

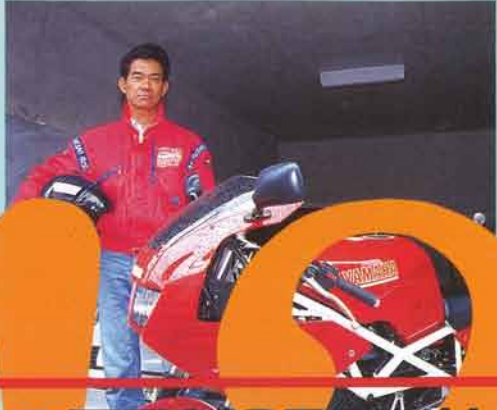
若年のお客さまが多い商売だけに、服装には無頓着になりやすい。しかし、動く金額の大きさを考えればそれにふさわしいお客さまの迎え方があるのでは、というのが堀さんの考えである。

「清潔さを維持することにも注意を払っています。せっかく統一されたユニフォームでも、汚れてはマインスイメージになってしまいますからね。とくにサービススタッフには、ツナギは必ず毎日洗濯をするよう言っています。さらに、お客さまに接するときは必ず手を洗うことも徹底させていますよ。サービススタッフといえども車検証の授受などでお客さまに接することは多い。こうしたとき、たとえ30秒お客さまに待っていただくことになってもきちんと手を洗うよう言っています」

さらに堀さんはきれいなユニフォームの効用をも一つ教えてくれた。

「スタッフのユニフォームを揃えるというのは、接客のためだけのものではありません。同じ赤い企業カラーをまとったことで、スタッフにも一体感が生まれると思うんです。これがひいてはZEROというブランドへの愛着にもつながってくる。スタッフの一体感はお客さまも気持ちよく感じていただけるはずですよ」

信頼感、清潔感、そしてスタッフ同士の連帯感。ユニフォームへの気配りは思いのほか効用が多そうだ。

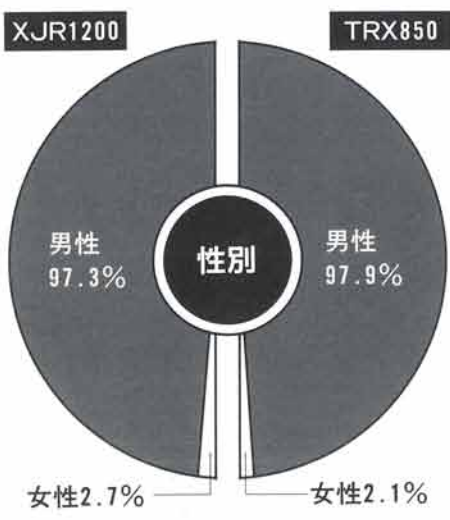
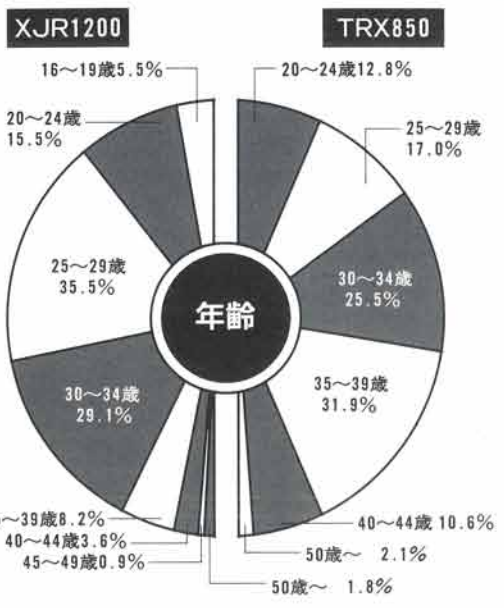


特集●TRX850の拡販策

ロングセラーへのヒント



今年3月の新発売以来、ヨーロッパアンチストあふれるデザインと270度位相クランク・パラレルツインエンジンが生み出すスポーティな走りで、国産ビッグバイク市場に新しい分野を開拓したTRX850。運転免許制度の改正で大型二輪免許取得が容易になる来年以降、SRやセローのようなロングセラーを期待する声も大きいだけに、今後の継続的な拡販活動が重要である。そこで今回は、そのための具体的なヒントをいくつか探ってみた。



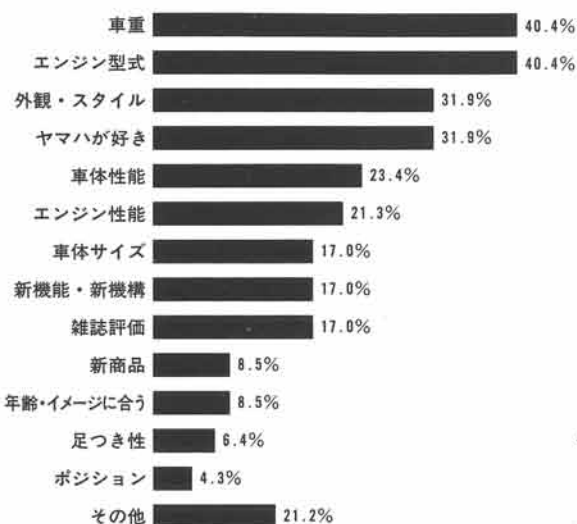
平均年齢33歳・社会人で趣味として割り切って使う人

主なプロフィールを見ると、98%近くが男性。年齢別では30代が57%と最も多く、24歳以下の若いユーザーは13%ほどしかいない。用途では、通勤・通学など日常の足としてではなく、ツーリングやスポーツランを楽しむための道具であることがはっきり表れている。同じビッグバイクでも、より万人ウケするXJR1200と比べると、そのキャラクターの違いがわかりやすい。TRXは、今後も「オトナの良い趣味」としてバイクに乗る社会人がメインターゲットになっていくに違いない。

しかしその一方で、XJRより小柄で扱いやすいバブワ、手頃な価格、オシャレなスタイルなどを考えると、もっと女性や20代の若者が増える余地がありそうだ。

特集●TRX850の拡販策 ロングセラーへのヒント

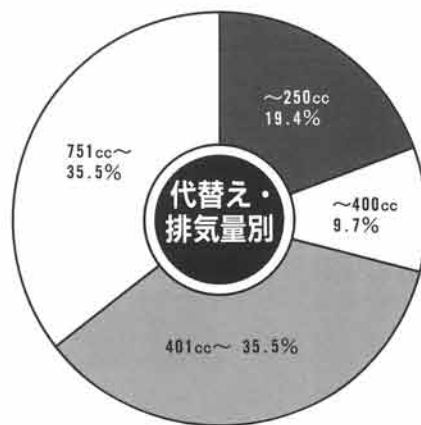
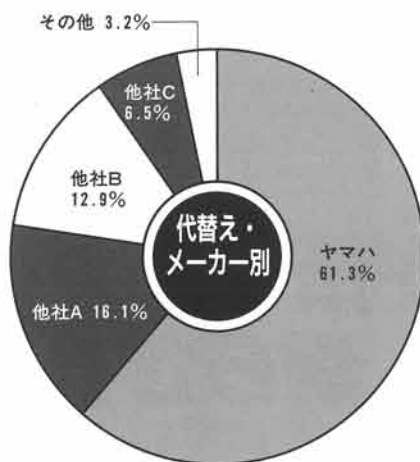
購入理由



意外に多い増車購入 代替えはヤマハ車から

購入形態で代替えが多いのは当然ながら、増車も23%以上ある。資金的余裕がある年代にとって、TRXは遊び道具としてビッタリのセカンドバイクなのかもしれない。

代替えのうち、7割は401cc以上のバイクから乗り替えだが、中型車からのステップアップも3割近い。代替えの6割以上は元ヤマハ車ユーザーで、ヤマハファンにはTRXの魅力が十分に浸透しつつあるようだ。しかし逆に言えば、その分他社ユーザーへのアプローチが今後の課題であろう。



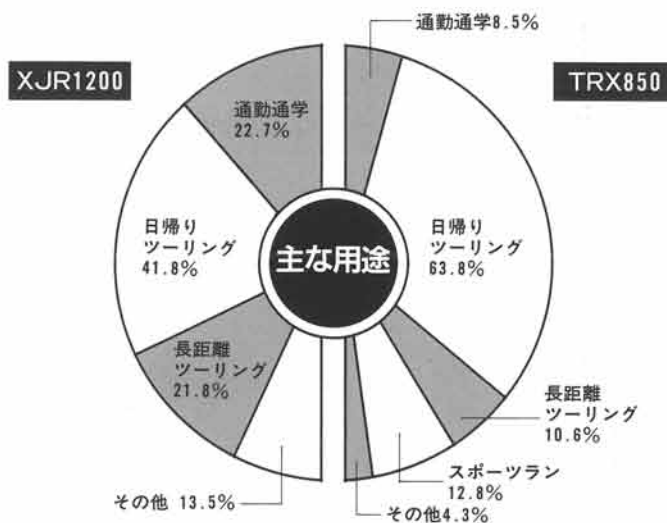
項目別満足度

	満足	どちらでもない	不満足
車重	76.6%	14.9%	8.5%
車体サイズ	74.5%	17.0%	8.5%
外観・スタイル	72.3%	12.8%	14.9%
走行中の加速	68.1%	25.5%	6.4%
ブレーキの効き	68.1%	19.1%	12.8%
アクセル反応の良さ	63.8%	31.9%	4.3%
始動性	61.7%	34.9%	4.3%
サスペンション性能	61.7%	29.8%	8.5%
仕上げの良さ	57.4%	31.9%	14.9%
発進加速	51.1%	34.0%	6.4%
燃費	48.9%	44.7%	10.6%
カラーリング	48.9%	25.5%	25.5%
乗車姿勢	46.8%	27.7%	25.5%
振動の少なさ	44.7%	38.3%	17.0%
メーターの視認性	44.7%	34.0%	21.3%
足つき性	44.7%	29.8%	25.5%
積載性・収納性	31.9%	25.5%	42.6%



軽量化、エンジンタイプに魅力 外観、性能への満足度も高い

「軽快な2気筒スポーツで、スタイルもカッコいいヤマハのバイク」というのが主な購入の理由。買った後の感想は、「軽量・コンパクトで走行性能にも十分満足」。ここからセールストークはいくつも拾えるが、特に目を引くのは「車重」についてで、ビッグバイクは重いという観念を覆したところが大きな評価を得ている。



Part 2

ウチはこう売る①

オートショップ トミザワ
富沢幸広 店長
千葉市中央区

魅力が伝わるフィールドで、
見せて、乗らせる体験重視!!

「TRXのようなバイクは、体感してもらってこそ真価がわかる。そのためは、試乗してもらうことが何より大切なんだ。ウチで売ったTRXのうち、3割は試乗が直接の引き金になったと確信しているよ」

「試乗」という言葉に力がこもるのは、
御オートショップ トミザワさんの富沢
幸広店長。自ら「ツインエンジンが大好き」と公言してはばからない方である。
TRX発売から半年が経過した今も着実な成果を挙げている、トミザワさんのTRX 拡販策についてお話しをうかがった。

「インラインフォーで育った世代に対しては、TRXのようなツインエンジンは興味外なんだ。だから商売もただ待っているだけ。日頃の会話の中から、興味を引き出すようにしなくてはね。例えば「ツインはこんなに楽しい」とか、「走る

魅力が伝わるフィールドで
見せて、乗らせる体験重視!!

試乗車をいつでも貸し出せるようにスタンバイ。お客さまは気軽に跨がり、試乗ができる。ちょっとした雑談にも「ツイン好き」の愛情がこぼれ落ちる



特集●TRX850の拡販策 ロングセラーへのヒント



物オートショップ トミザワ/店舗は京葉道路・蘇我インターチェンジから5分ほど、急速に宅地化が進む住宅地の一角に位置する。お客さまはビッグバイクユーザーが多く、商圏は千葉市・市原市を中心に千葉県全域におよぶ。同じ千葉市内に兄弟店がある

場所によっては速いんだぞ」とか。ときにはレースのバトル・オブ・ザ・ツインなんかの話を持ち出して、ツインエンジンのポテンシャルについて熱弁しちゃうたり。こうして興味を引きつけておいて、「こういうバイクが出たんだよね——」と初めてTRXに話を振る。ここでTRXに興味を持ってくれたら、ようやく次に話を進められるんですよ」

ちなみに、富沢店長がTRXの販売に狙った客層とは、

「まず、インラインフォアを乗り継いできて、そろそろ食傷気味になってきている方。それと逆に、自分が乗りたいバイクの指向性がわかっていない方。後者は「何に乗りたいのかわからないなら、2気筒好きの僕の色に染まってみてよ」ということです」

さて、鉄は熱いうちに打たなければ効果は出ない。ツインに興味を持ったお客さまに対し、オートショップ トミザワさんでは、「自由に乗っていいよ。好きなように乗っておいで」と試乗車を用意し

ている。富沢店長の気さくな人柄も手伝ってか、ひとたび試乗車に跨ると、1時間、2時間もTRXを堪能してくれるお客さまも少なくないそうだ。

「千葉市内といっても、この周辺はまだまだ宅地開発が進められている途中。ふらっと行って走れる場所は少なくない。みんなそういう場所まで走らせて、楽しんでみたいだね。ただね、これだけではTRXの本当の楽しさも、ポテンシャルもわかってもらえないとは思っていないんです。TRXの面白さを知ってもらうにはそれなりの場を提供しないと。その場の提供、こそが大きくモノを言ったと思っています」

走りを存分に楽しませる ツーリングでの試乗会

オートショップ トミザワさんでは、年3回の泊まりがけのものを含め、2カ月に一度はツーリングを行っている。行き先は房総半島内をはじめ、足を伸ばして箱根のワインディングなどもあるそうだ。

このツーリングに集まってくるのは、さすがスポーツバイクの売り上げのうち大排気量車が3割以上を占めるとい店だけあって、ビッグバイクがずらりと顔を並べる。

「いつも30台近くは集まるかなあ。このツーリングに、僕はTRXを持っていくんです。これが街中での試乗に続く次のステップなんです」

さて、このツーリングでいったい何が始まるのか。

「走っている途中で、TRXにはおあつらえ向きの低中速コーナーが連続するワインディングが出てくる。そういう道こそじつはTRX本来の性能が生きてくるんです。無茶にベースを上げなくても

インラインフォアに乗っているお客さまをあつという間に引き離して、TRXのエキゾーストノートだけが残っていると

いうわけ。そうするとイヤでもTRXとインラインフォアとの違いがはっきりわかるでしょう。その上で休憩のときに、エンジンの軽さや低中速トルクなど、ツインのメリットを話してあげる。目の前で運動性能の高さを見せつけられているだけに、説得力がありますよ」

ポテンシャルの高さを見せつけられては、乗ってみたいという衝動にかられるのは当然のこと。富沢さんはここで即席のTRX試乗会を開いてしまうのだそうである。

「いいから乗っておいで、こう言うと興味を持ったお客さまはさっそく乗って、自分のバイクでは持て余し気味だったコーナーに挑んでいきますね。今までのインラインフォアしか知らなかった、あるいは興味なかったお客さまもここで初めてツインエンジンの面白さに気づいてくれるみたい。それと、バイクの性能イコール「最高速度」としか考えていなかった価値感もここで崩されるみたいですよ。コーナーを楽しむということがどれほど面白いのか、そしてその喜びをTRXで最大限に堪能できるということに気づいてくれるみたいだね」

このツーリング試乗会は、かなりの効果があった。なにしろ、ツーリングから帰ってきて早々に契約したお客さまがほとんど」というほどのだから。

「常に試乗車を用意しておいて、ツインエンジンの鼓動や、車体の軽さを体感してもらおうのは必要最低限のステップです。ただ、街なかだけでの試乗では本来の持ち味を楽しんでもらえないばかりか、(インラインフォアに比べて)エンジンブレーキが強力に効くなどの面がかえってマインナスにとらえられてしまう恐れがあるんです。その点、ツーリング先での試乗

なら、本来のポテンシャルを最大に楽しんでもらえるほか、私自身が近くにいるのでその場で疑問を解決してあげられるんですよ」

つまりツーリング試乗会は、富沢店長の「乗って楽しくさせないと試乗も効果は生み出さないし、売りには結びつかない」というこの思いが生み出した、ちょっとした工夫の賜物なのである。

それは、4気筒人気を勝るなかで、「ツインエンジンが好きで、好きで……」と話す富沢店長が放った、逆転のヒントといえるかもしれない。



TRXは店舗正面に並べられる。インターチェンジにつながる店舗前の道路からはひときわ目立つ存在だ。トミザワさんで購入したオーナーのなかには、60歳代の方もいるという

バイクガレージ スラクストン
田中新二 社長
東京都国分寺市

Part 2

ウチはこう売る②

今年で創業9年目を迎えるスラクストンは、SRを中心としたシングルとツインに特に強いショップ。一方でスポーツ車とスクーターとの売り上げ比が半々と、地域との密着性も高い。



シングル、ツイン専門店らしい オリジナリティで夢を広げる

オリジナルカラーの試乗車で
お客さまの興味を引く

国産ビッグバイク市場に新たな疾風を巻き起こす存在として新登場したTRX 850。その発売直後から販売に力を入れ、着実な実績をあげているショップがある。それが東京・国分寺市にあるバイクガレージ・スラクストンさんだ。

このお店は、シングル・ショップ・ユニオンにも加盟する、いわば単気筒、二気筒バイクの専門店。ヤマハ車ではSRシリーズやSRXシリーズなどを中心に扱い、TRXへ寄せる期待も大きい。

そこで、同店社長の田中新二さんに好調の要因をうかがってみた。

「ウチでは、3月から今までの5カ月で計7台のTRXを売っていますが、それでも店先に置いておけば自然と売れる、という類のバイクではないんです。趣味性の強いものだけに、お客さんに「本当に欲しい」と思わせなければ…」

そのための方法のひとつが、オリジナル仕様を施した試乗車。ボディカラーをショップオリジナルのグリーンに塗り変えてドレスアップし、お客さまがいつでも自由に触って、乗れるような体制が整えられている。

「TRXというバイクが発売されると知った時に、「ああ、これはSRのように長期にわたって売れるバイクだな」と思っただんです。そして、これが自分の手元に来たら、どんなイメージに仕上げるかな? ということをすぐ考え始めていました。オートバイ乗りっていうのは個性の強い人が多いから、他人とは違ったものを手にしたがる。特に大型2輪はその傾向が強いでしょ。この試乗車は、そういうお客さまのニーズに応えるための見本なんですよ。」

だから、現車が到着するとすぐに、ウ

特集●TRX850の拡販策 ロングセラーへのヒント



「チーム・スラクストン」というレーシングチームを結成し、「ザ・サウンド・オブ・シングルス」などのレースにも参戦している

チの店らしいドレスアップを施し、試乗車というよりも店のイメージリーダーとして目立つように店頭飾ったんです」

そして、このイメージ演出は大成功。スラクストン・オリジナルのTRXを目にしたお客さまから、期待通りの反応が返ってきたと田中社長は話す。

「ドレスアップされたTRXは、もうずっと店のホットスペースに飾ってあるんですけど、道行く人興味をかなり引いています。それに「なぜこのTRXはグリーンなんですか？」なんて質問もよくされて、セールストークのきっかけになるんです。私としては、もともと個性的なTRXをより個性の強いバイクとしてアピールできた、と思っています」

自らこんなカラーリングにして乗りた、そんなドレスアップする夢をふくらませ、ロマンを駆り立てるTRX。お客さまニーズを的確に掴んだ、効果的な手段と言えるだろう。

ディスプレイは独自のアイデア 試乗の勧めは自信を持って

もちろん、せっかく趣向を凝らして試乗車を用意しても、試乗車や商品を見せたり、試乗を誘うことが疎かになっては意味がない。スラクストンさんの場合、「ショールームは、ただ多くの台数をズラッと並べるんじゃなくて、店のおすすめ車種が目立つようにレイアウトしています。それに、バイクの配置も毎日同じだと飽きられますから、日ごとに変化させて、少しでも通りかかる人たちの興味を引くよう工夫してるんです」

また、田中社長自身が積極的にお客さまにTRXの試乗を勧めていることも、大きく影響しているようだ。

「何度も試験場に通ってようやく限定解除をした人ほど、排気量の大きなバイクに乗りたがるものなんです。そうなるので、「XJR1200が欲しい」とおっしゃるお客さまもたくさんいらっしゃいます。だけど、そういう人に対しても必ず一度はTRXの試乗を勧めるんです。すると、試乗して戻ってきて「TRXを買うことにします」と言い出す人も、なかにはいるんですよ。

XJR1200、TRXどちらが売れても商売には変わりないんだけど、やっぱり自分の店で売りたいバイクっていうのがありますからね。だから、私はまずTRXの試乗を勧めてみるんです」

その背景には、何より社長自身がTRXに惚れ込んでしまったということが少なからず影響している。

「僕自身、最初にTRXに乗った時に、「これは久々にいいバイクだ」って思いました。僕自身が惚れ込んだから自信を持ってお勧めできるんですよ」

そういう、社長の熱意と情熱が伝わるのか、お客さまもすっかりTRXに惚れ込んでしまっている人が多いそうだ。

レースを通じてお客さまとの ネットワークづくり

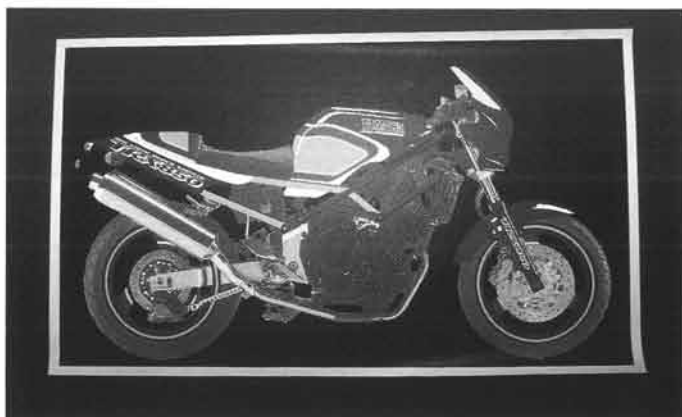
「4気筒1000ccバイクと2台所有する人、シングルのSRから乗り換えた人などいろいろなお客さんがいますけど、みなさん「TRXにはツインならではの楽しさがある」っていうんですよ。「アクセルを開けた時のドコドコっていう感じがすきだな」とか「加速もいいね」とか。そう言われると、ホントうれいすね」

拡販策のもうひとつの柱はクチコミ。ここにも、スラクストンさんらしいコミユニケーション作りが生かされている。

「うちの場合はレース活動を通じてできたネットワークが基本になってるんですよ。サウンド・オブ・シングルスとかパトル・オブ・ザ・ツインとかね。ネットワークっていうと大げさだけど、感覚はほかのお店でよくやっている、ツーリングを盛り上げるために誰か友達を連れてきてよ、というノリで仲間の輪が次第に広がっていったんです。

そういうなかで、「なんかおもしろいバイクが出たぜ」とか、「TRXってどんな感じ? 教えてよ」とみたいな話が出ると、「スラクストンじゃこう言ってたよ」っていうふうで紹介されて来るんです。レースやってる人はお互いに情報交換が早いし、興味を持つと行動も早いから、こうしてTRXを買ったお客さんがけっこう多いんですよ」

店主として、あるいは同じバイク好きの一人として、自分が知った楽しさをより多くの人に共有してもらいたい。そんな田中社長の思いと行動がお客さまに伝わり、それが販売実績に結びついた。そしてその影には、オリジナルテイあふれるイメージ作りとお客さまとの深いコミ



お客さまの要望に応じては、コンピューターグラフィックスによるドレスアップ相談も行なう

ユニケーションがあったのである。さて、来年、大型2輪免許が教習所で取得できるようになるといふ。それによってビッグバイク市場もこれまで以上の活性化が期待されるが、将来の展望についてはどのように考えているのだろうか?

「免許制度の改正にかかわらず、TRXが好きだという人は今後も確実に増えてくるはず。そういう人たちの個性やニーズを的確につかみたいですね。つまり、楽しいモノ(=TRX)をより楽しめるカタチで提供していく、これが一番大切なんじゃないですか。例えば衣服だって、みんなそれぞれに好きなものを着ているんだから、バイクの場合も同じことですよ」

大切なのは 働きやすい環境作り。

株式会社辻井製作所

埼玉県川口市の工場地帯にある辻井製作所。

ブルーを基調とした、明るく清潔感のあるその外観からは、

ここが、かつて「3K職場」と呼ばれた鋳物工場とは、まず思えない。

工場内では、工作機械は機能別にカラフルな色分けが施され、職場の涼感を得るために設置された水槽では熱帯魚が泳ぐ。

さらに、社員の親睦を図るために「カートレース大会」を開催するなど、従来の3Kイメージを打破するユニークなアイデアの数々を実践。

「若い人材を引きつけるためには、

まず環境作りが必要」

と語る同社社長・辻井一男さんに、

企業哲学を聞いてみた。



工場内に設置された水槽の中では熱帯魚が泳ぎ、涼を演出している

私が社長になったのは3年ほど前なんです。会社を引き継ぐ際にまず思ったのは、これまでの鋳物工場が持つ、いわゆる「きつい、汚い、危険」の「3K」職場というイメージを変えたい、ということだったんです。例えば、今の若い人は「鋳物工場なんてダサくてイヤだ」と言います。だったら、私はその「ダサい」部分をなんとか変えてみたいと思ったんです。

実際、どこまで従来のイメージを変えられるのかは分かりませんでした。それでも我々のような企業は若い人材の確保を行なっていないと、労務倒産もあり得るんじゃないか、という危機感がありましたし、それになにも、モノを作るといことは日本の産業の根本を支える重要な仕事なんだ、ということ若者に理解してほしかったんです。



TALK

株式会社 辻井製作所
代表取締役社長
辻井一男さん(47)

このようなことから、やはりこの際、工場の一掃が必要だろう、という結論に達しました。また、その工場一新の背景は「若い人が集まらない会社は成長しない」という私自身の考えもありました。

ここ川口市には、昭和30年代の最盛期には数にして750ぐらいの鋳物工場があったんですよ。しかし、その後は600、400と減少の一途を辿り、現在では200を数えるだけ。ただ、工場は減っても、そこで働く人がそのまま減るわけではないでしょう。そこでウチでは、これまでそうした形で職を失った人たちに「即戦力」として中途採用してきました。でも、こういう形で社員補充では、社員の高齢化が避けられなかったというのも事実。まあ、鋳物工場にとっては、

株式会社辻井製作所

本社所在地：埼玉県川口市元郷1-32-9
大正8年（1919年）に銃鉄鋳物の生産を開始した辻井製作所は、76年もの歴史を持つ。社員数116名。現社長の辻井一男さんはその5代目。現在は、大型重機用のアックスハウジング、ギヤケースなどの生産を主に行っている。



◀機械化された工場内とはいえ、さすがに夏期は厳しい暑さ。仕事以外の場での心の充実が「やる気」にフィードバックする



年配の方が持つ「職人芸」も確かに必要な要素ではあるんですが、一方で未経験の若い人でも仕事ができるように職場を変えていかないと、企業として維持させていくことが難しくなってしまう。そこで、若い人では力が及ばない部分は機械化によって解決しようと考えました。

そして、工場を建て替えたばかりの頃、ある求人雑誌に広告を出したんです。内容としては「新しい工場が完成した我が社では、若い人の力を求めています。そして、これから入社してもらおうキミたちには、短期間で幹部社員になってもらわなきゃならないんですよ。みたいなこと書いたんです。すると、若い人たちが20名ぐらい応募してきました。

建て替え前も地元の高校やハローワークなどには求人広告を出していたんですけど、実際にはまったく（面接に）来ないんです。確かに問い合わせはありま

すよ。電話も掛かってきます。「今日、面接に行きます」って。でも、実際に会社には来ない。多分そうだった人は工場の前まで来て、工場の外観を見た途端にそのままUターンして帰っちゃっていったんじゃないでしょうか。つまり「これなら、中に入って話を聞いてみようかな」という気持ちになれなかったのでしょうか。

若い社員には、ウチの工場みたいなのが本来の鋳物工場の姿だと思っていた人もいます。それで、彼らが入社してしばらくしてから他の工場を見せてあげたら「あれ!? 全部の鋳物工場が今のウチの会社と同じってわけじゃないんですね」と言っぴりつぶくりしていました（笑）。

しかも「もし、こんな外観だったら、面接に行ったらとしても入社してなかった」ってはっきり言っていましたからね。

今後の目標としては、これまで入社してくれた若い人が、その下の人間を育てやすい環境をいかにして我々が作ってやるか、ということを重要視しています。それはハード面での環境整備だけでなく、例えば若者に人気のカートレースで遊ばせてあげたりして、社員間の親睦を深めたりすることもそうです。ウチの会社の人間が、自分の後輩に対して「ウチの会社は環境がいいから、入ってみないか」と声掛けをしてくれるような、そんな会社の雰囲気作りや待遇面でのさらなる充実を図っていきたいと思うのです。もし、それが実現できれば、その後は自然と若い人たちが集まってくるような会社になっっていくと思ってるんですよ。

PIT IN

From Y.E.S.S.

第8回二輪車セーフティコンテストの入賞作品が決定!!

全国Y.E.S.S.シヨップ会と、住友海上火災保険株式会社の共催により、5月1日から6月30日の2か月間にわたって開催した「Y.E.S.S.ナイスライドキャンペーン 第8回二輪車セーフティコンテスト」(後援:ヤマハ発動機株式会社/ヤマハ安全運転推進本部/全国ヤマハ会)の審査会が、8月9日、住友海上火災保険本社で行なわれ、グランプリをはじめとする入賞作品が決定しました。

今回のテーマは「混合交通—二輪車と四輪車のいい関係」。バイクとクルマ、そしてライダーとドライバー相互の関係をテーマとして、広く一般からセーフティ・イラストの募集を行いました。

2か月間にわたる募集期間中に集まった作品は、昨年度を大きく上回る合計2174点。特にデザイン学校や高校、大学の美術系サークルからの応募が増加して、キャ

ンペーンの定着が感じられる結果となりました。

この中から、厳正な審査の結果グランプリに輝いたのは、馬場冬之さん(福岡県)の作品「流れに乗って...セーフティ」。バイクを笹の葉に、クルマを落ち葉に置き換えて、水の流れ(交通)に逆らわずスムーズに運転する様を描いた作品です。この作品は、今後、カレンダーやトレーナーなどのキャンペーンツールに転用され、各種の安全運転普及活動に役立てられることになっています。

なお、準グランプリには幅田朱美さん(兵庫県)と高岸淳司さん(広島県)の2名、優秀賞には竹井彰さん(千葉県)をはじめ5名、Y.E.S.S.大賞には倉岡知行さん(山口県)をはじめ3名の作品が選ばれています。



第8回二輪車セーフティコンテストグランプリ作品 馬場冬之さん「流れに乗って...セーフティ」



From SERVICE

『95ヤマハ整備士コンテスト』開催!

お店に対するお客さまの信頼は、購入後アフターサービスによって培われるものです。なかでも、技術サービスの確かさ、真

ヤマハ二輪車整備士講習会

	9月		
北海道	B		
東北			
東京	2M 5~7	2M 19~21	4M 12~14
中部	B		
関西	B	2M 6~	4M 20~22
中国			
四国			
九州	4M 5~7	2M 19~21	

B/ベイスリック 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、日程のないものは各ヤマハ営業所へお問合せください。

心を含めた接客姿勢はもつとも大きなポイント。現状に満足することなく、より高い信頼を獲得できるよう心がけましょう。

そのためには、まず自分たちがどのくらいのレベルにあり、どういう点で足りないのかを知ることが重要です。周囲の、あるいは全国のサービスマンたちと整備のワデを競い合い、お互いの優れたところを学び合うことができたなら...

そんな切磋琢磨する交流の場となるのが「ヤマハ整備士コンテスト」です。これまでスター・ナメントとして行なっていたものを今年から名称変更し、実施内容もさらに参加しやすく充実した内容へ一新しました。ぜひふるってご参加ください。

地区大会は9月上旬~10月にかけて各営業所で開催し、11月上旬にはつまずて全国



94年のスター・ナメント全国大会より

大会を行ないます。詳しくは、ヤマハの各営業所におたずねください。

『95Qwayミーティング』に300名のY.E.S.S.スタッフが大集合!!

全国各地でバイクイベントが開かれた8月5~6日、新潟県のグリーンピア津南では、Y.E.S.S.東京シヨップ会の主催による

バーベキューを囲んでのナイトフェスティバル。夜遅くまで楽しそうな声が響いていた。



「95QwayミーティングINグリーンピア津南」が、約300名のY.E.S.S.スタッフを集めて行なわれた。

このイベント、Y.E.S.S.東京ブロックがオリジナル年間ツーリングキャンペーンとして展開する「Qwayミーティング」の付帯行事で、同キャンペーンのエントリーが一堂に会する年に一度のフェスティバル。当日は天候もよく、参加者たちは会場に用意されたさまざまなアトラクションを思いきり楽しんだ。

初日のナイトフェスティバルは、J.K.I.S.S.をゲストに迎えてのミニコンサートやラビちゃんクイズコンテスト、また翌日はPASやレーシングカートの試乗会、そして村岡ジッタのトレーニング教室と、どの会場も元氣な参加者たちで大盛況。真夏の一日をエンジョイした。

なお、会場へ向かう一般道では、発売間近のマジステイの試乗会も開かれて、こちらもたくさんの方のライダーで賑わった。

9月のヤマハ提供番組

- ヤマハON&OFF
- ▼9月2日（ハイク編）
- ▼平忠彦・8耐の夏②
- ▼9月9日（マリソ編）
- ▼『父子の夏休み・SRVアドベンチャー』
- ▼9月16日（ハイク編）
- ▼『太田潤・マジスティで一人旅』
- ▼9月23日
- ▼『コンプリートファイル・総集編①』
- ▼9月30日
- ▼『コンプリートファイル・総集編②』
- 提供：テレビ北海道、テレビ東京、テレビ大坂、テレビ愛知、テレビせとうち、TXN九州/毎週土曜日18時30分～18時45分。

From SAFETY

多発する二輪事故の抑止力となれ 『100万人安全キャンペーン』

今年5月に発表された『春の全国交通安全運動』の実施結果を見ると、期間中の交通事故死者は過去10年間で2番目のワースト記録に達しました。なかでも原付を含む二輪車乗車中の事故死者は、前年の38%も増加。自動二輪車単独では70・8%という大幅な増加を示しています。

これからの交通社会において、二輪の利便性、レジャー性の高さをもっとアピールしていくことも大切ですが、それ以前の問題として安全に利用する、運転するということ意識づけがなければ二輪市場の発展はあり得ません。ぜひとも店頭レベルでの安全指導、アドバイス徹底が必要です。

そうしたなか、ヤマハ安全運転推進本部と全国YESSSショップ会では、今年から『YESSSナイスランド100万人安全キャンペーン』を展開。7～8月にかけては「カーブでの事故防止」をテーマに、第2回の呼びかけ運動を展開しました。

「協力いただいた全国2000のお店からは「ケガをしらせっかくのバイクを乗

なお、次の局でも放送しています。静岡放送/毎週日曜日24時20分～24時35分

- 95グランプリロードレース
- 500ccから125ccクラスにわたるヤマハレーシングチームの活躍にご期待ください。
- 放映：TXN系列6局ネット・毎週日曜日24時30分～25時25分。テレビ静岡・毎週月曜日24時50分～25時44分。
- オリジナルコンサート 私たちの創った世界
- 放映：テレビ朝日系列全国ネット・毎週日曜日7時30分～8時00分
- ヘラジコ/ぼっくん王国
- ミュージックスタジアム
- 放送：ニッポン放送ほか16局ネット
- 提供日：毎週月曜日、火曜日

れないぞと、よく言うんだ」ピンズを渡すことが、安全のアドバイスをするいいきっかけになる」という声があがり、お客さまも「ピンズを見るたび、安全第一って思い出すんだ」と話すなど、運動は地道ながら着実に浸透しつつあるようです。

これからも、もっとその輪を広げていけるよう、協力をお願いします。



YAMAHA TOPICS

乗り味の良さ、快適性に高い評価！ 『マジスティ』プレス試乗会開催

『新スポーツセダン』を提唱するヤマハの250ccスクーター『マジスティ250』が、8月20日に待望のデビューを飾り、8月4日には、その発売に先がけてプレス試乗会を開催しました。



現在、250ccスクーターは軽二輪車市場でもっとも活気のあるカテゴリーだけに、マスコミの注目度も高く、会場となった静岡県浜名湖・寸座ピラには30媒体70名が集まりました。

最初に製品説明を受けた参加者たちは、一般市街地やワインディングが続く浜名湖周辺道路、あるいは東名高速道まで足を伸ばしながら、さまざまな視点でマジスティの走りや乗り味をじっくりテスト。

「街中で乗るには絶好ノイズもなく、快適な乗り物に仕上がってる」「第一印象は快適・快速・気楽。デザインもすくすくいい」「バックレストがライダーをホールドしてくれるので安心感がある。特にブレーキングの時ハンドルに無駄な力が入らない」とりわけ快適性については「乗りやすさ、乗り心地、高速性能それぞれの部分で良くできてる。スクーターとして考えると、

TRX&マジスティ！ この夏話題の2台を袋井ヤマハコースで体感試乗

ヨーロッパテイストたっぷりのスポーツテイナ走りが魅力のTRX850。快適な走行性能と使い勝手の良い機能が人気のマジスティ250。どちらも、この夏お客さまの熱い注目を集めているニューモデルです。

その2台を、静岡県袋井市のヤマハコースおよび周辺道路を使って体験試乗していただくというイベントが、8月4日に開催されました。

当日は、真夏らしい日差しが降り注ぐ暑い1日でしたが、地元・中部地区をはじめ東京、大阪方面からも多数の参加者がツーリングをかねて集合、TRXのサーキット走行、マジスティのミニコース体験試乗やコース周辺道路でのミニツーリング楽し



みました。

試乗したお客さまの反応も上々で、「TRXって攻め込むほどおもしろいバイク」「TRXを自当てに来たけど、マジステ

イの赤ちゃんも捨てがたいね」「スクーターなのにカッコいいしよく走る。マジスティってすくすくいい」などの声がかれました。これから秋の行楽シーズンにかけて、乗り換えを希望する方も増えそうですね。



マジスティは、コース内のほか公道を使ったミニツーリングも実施

これ以上は望めない」などと絶賛。詳しくは、8月下旬以降発売の各誌面で記事になりますのでご覧ください。店頭での話題も、いっそう大きくふくらむことでしょう。



PIT IN

友達の影響でラリーが好きになったという静岡の伊東広子選手(99 T T-R)、吉友寿夫選手のファンだから T T-R を選んだと話す岡山の(41)中原則伸選手は、それぞれ 27位と19位で完走した



美しくも厳しい5400kmを走破した『ラリーレイドモンゴル1995』

このところ、パリール・カップやフアラオ、バハ1000、オーストラリアン・サファリなど海外ラリーへ出場する日本人選手が増えています。かつては夢の世界だった外国でのレースがそれだけ身近になっ

きた証拠といえますが、最近では主催、運営まで日本人の手で行なうレースも誕生し始めたようです。

そのひとつが、7月2日〜11日、モンゴル政府の後援を受けて開催された『第1回ラリーレイドモンゴル』。四国全域を走破する『ツールドブルーアイランド』主催者 S S E R が仕掛けたもので、エントリー台数は87台。そのうち76台が日本からの参加で、ヤマハ車も T T 250 R や T T 250 R レイド、X T Z 600 テネレ、アルティシアなど多数出場しています。

10カ所のスペシャルステージと4つのリエゾンからなるコースは全長5420kmに及び、ウランバートルをスタートした選手たちは広大な草原、気温43度を越える灼熱のゴビ砂漠、雪が残る3000m級の山越えや川わたりなど、変化に富んだルートに挑みました。こうしたなか、高知県出身の博田敏選手が見事総合優勝。2位には地元モンゴルのガンフルゴ選手が入っています。

ティレル・ヤマハvsYZR500! 夢の対決がドニントンパークで実現

500cc・4気筒エンジンながら170PSを誇るGPマシン『YZR500』と、4輪モータースポーツ界の最高峰F1GPマシン『ティレル・ヤマハ023』。どちらもヤマハの最新テクノロジーを駆使したモンスターマシンですが、ではその2台を競わせればどちらが速い?

そんなレースファンの心を踊らせるイベント『ヤマハチャレンジ』が、7月20日、イギリスのドニントンパーク・サーキットで開催されました。

データでそれぞれのラップタイムを比べると、コーナーリングスピードと最高速に勝るF1が断然有利ですが、今回の競技は200mの直線区間タイムを競うドラッグレーススタイル。YZRにとっては車体の軽さが大きな武器となるため、勝負の行方は予断を許しません。

勝負は3回。1回目は静止状態からスタートし、阿部典史選手の乗るYZRが先行するものの、片山右京選手のティレル・ヤ

マハが途中で逆転。続く2回目、3回目は100km/hほどのスピードで助走しながらローリングスタートとなり、片山選手が最終リードを奪ってゴールしました。

結局F1の3勝0敗で終わりましたが、詰めかけた大観衆は、勝敗に関わらず素晴らしい夢の対決に惜しみない拍手を送っていました。

食料やフィルムを保管する電気式クーラーボックスを備え、タイヤもTDR50用、ビークワイズ用に変更



LOCAL TOPICS

埼玉県本庄市へ老人介護用の『ポシエ』4台を寄贈

埼玉県本庄市のロータリークラブでは、昨年、同市の『YOU SHOPたけうち』



7月12日には、本庄市役所で贈呈式が行なわれた

さんを通じて市の社会福祉協議会へ『JO Gポシエ』5台を寄贈しましたが、引き続き今年も4台が贈られることになりました。

「普協の本庄支部長も務める武内孝夫社長は、『お客さんのひとりがロータリークラブに所属されている方で、協力してくれないかと相談されたのが最初だったんです。それで、バイクを扱う仕事のなかで社会の役に立てるなら...』と、車両の手配から納車、保守点検まで商売抜きで援助。

「今後でもできることがあれば、お手伝いしていくつもりです」と話していました。贈られたポシエは、寝たきりのご老人を介護する方たちの移動用として活躍しており、今回車両の数が増えたことで、より多くの巡回者が楽に訪問活動できる、と大変喜ばれているそうです。

『ギア』でオーストラリア1周! 6カ月間、3万kmツーリングに挑戦

YESSのオーストラリアツーリングをはじめ、海外ツーリングはいつの間にか誰でも手の届く存在になってきましたが、なかには既成のツアーにとらわれず、より冒險的なツーリングにチャレンジしてみたいという人たちがいます。

埼玉県所沢市在住のフリーカメラマン黍野慎司さん(27歳)もそうした冒険ライダーのひとつ。22歳の時、ネパールのエベレスト街道をサイクルトレッキングして以来、'90年には北米をヤマハの『ビークワイズ』で1周、2万2000km走破。昨年、自作したソーラーバイクでオーストラリア縦断3100km走破を果たしています。

その彼が新たに選んだテーマは、『小排気量バイクの可能性に挑戦すること』。50ccスクーターでオーストラリア1週アラスカ縦断、3万kmを旅しようというプランを立てて単身オーストラリアのシドニーに渡ったのは、今年7月初旬のことでした。



WSB

エドワーズ、2位表彰台獲得
ファステストラップも記録し絶好調!

8月6日にイギリスのフランス・ハッチで行われた第8戦・ヨーロッパ大会で、ヤマハのC・エドワーズが今季最高の2位を獲得、第4戦・サンマリノ大会の3位に続き2度目の表彰台に立ちました。

第1ヒート5位と好調な滑り出しを見せたエドワーズは、続く第2ヒート、序盤から積極的にトップ争いに加わります。ポイントリーダーのC・フォガティ(ドゥカティ)を先頭に、エドワーズ、永井康友(ヤマハ)、A・ゴバート(カワサキ)、J・レイノルス(カワサキ)が激しいバトルを展開。何度も順位を入れ替えながら、ついにレース序盤を迎えます。

その結果、終始、主導権を握ったフォガティが首位を守りきって優勝しましたが、

第8戦で2位を獲得したエドワーズは、表彰台は狙っていた。完走だと自信溢れるコメントを残した。



残り4台に絞られた2位争いは最後まで大混戦。そのなかで最終的に前に出たのが、最終ラップでファステストラップタイムを記録したエドワーズ。フォガティに1.15秒差の2位でチェッカーを受けました。これに続いて永井、レイノルス、ゴバートの順でゴールしましたが、永井は残念ながら、レース後に黄旗無視のペナルティを適用されて4位となりました。

次回はいよいよ第9戦・SUGO大会。上り調子でふたりはどんな戦いぶりを見せるでしょうか、楽しみです。

WGP RR

原田、ランキング2位に返り咲き!
カダローラも3位を守る

ロードレース世界選手権は7月23日、第9戦・イギリスGPを終了。250ccクラスで原田哲也が2位を獲得し、再びランキング2位に浮上しました。

舞台はドニントンパーク。好スタートを切った原田哲也がそのままレースをリードしましたが、3ラップ目にM・ピアッジ(ア

第9戦終了時点でランキングトップのピアッジを39ポイント差で追う原田



WGP MX

キオーディ、ついに首位浮上!
シリーズチャンピオンに王手

モトクロス世界選手権125ccクラスは7月30日、全12戦中の第11戦を終了。この段階でヤマハのA・キオーディがトータル305ポイントを獲得、ランキングトップに立っています。キオーディのこれまでの成績は、全22レース中、優勝7回、2位3回、3位3回など。第8戦・チェコ大会では、両ヒート制覇を成し遂げています。

第10戦終了時点ではA・ブザール(ホンダ)に続く2位につけていたキオーディ。続いて行われた第11戦・インドネシア大会

は気温36度という猛暑に加え、砂煙で視界の効かない悪コンディションとなりましたが、そのなかで終始、安定した走りを見せて第1ヒート6位、第2ヒート5位の好成績を獲得。一方のブザールが第1ヒートでトラブル・リタイアとなったため、その時点でポイントランキングが逆転しました。最終戦のドイツ大会を残して、その差はわずかに

昨年はランキング2位のキオーディ。今年こそチャンピオン獲得を狙う



2ポイントとまだ予断を許しませんが、チャンピオン獲得へ向けて大きく期待がふくらんでいます。

全日本 TR

クトウリエ、後半戦突入を前に
ランキング3位と好調!

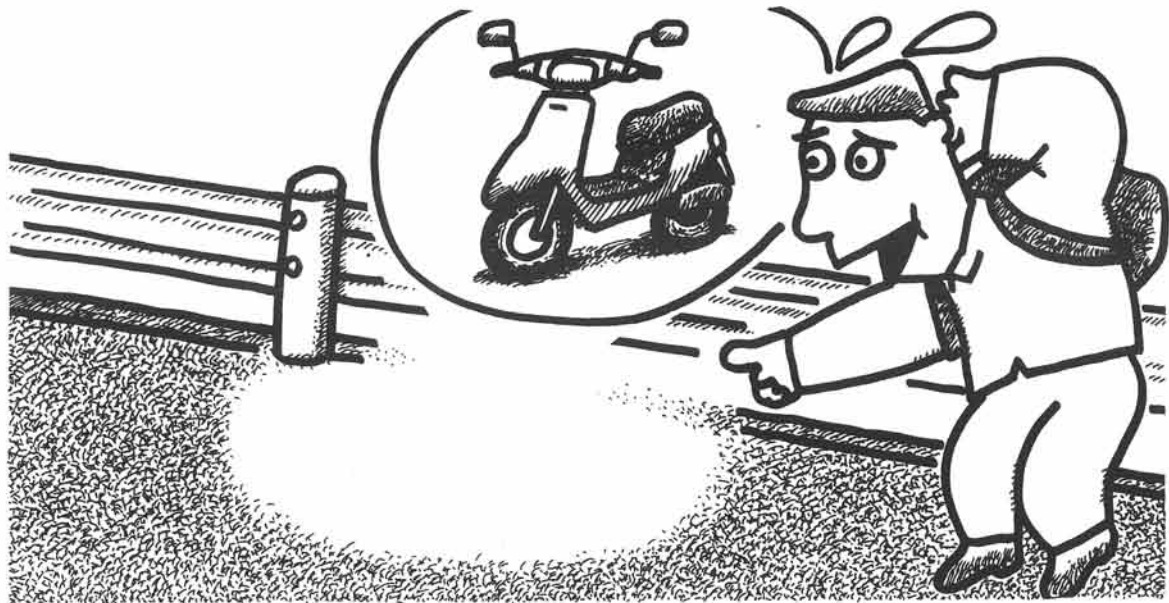
全日本トライアル選手権は、8月6日の段階で第3戦・北海道大会を終了しました。現在、ランキングトップは、56ポイントを獲得している成田匠(ベータ)。ヤマハのP・クトウリエは、46ポイントで3位につけています。

ダムの底に沈む宮ヶ瀬。最後の大会となった第1戦、クトウリエは1ラップで原点14と出遅れましたが、2ラップ目からはステディに走り、総合3位と好調なスタート。第2戦・東北大会では4位を獲得、ランキング3位を守って2カ月半の長いインターバルに入りました。

そして迎えた第3戦、「全日本選手権のインターバルに世界選手権に出場し、モチベーションを高めた」というクトウリエは、よりアグレッシブな走りを披露。1ラップでトップに立った成田を藤波貴久(ベータ)とクトウリエが追う展開の中で、クトウリエは結局、総合3位を獲得しました。



ここまで常手堅くポイントを重ねてきたクトウリエ。今後の展開に注目



今月のテーマ

盗難対策

バイクの盗難問題が需要拡大を妨げる一因となったのは、いったいいつごろからなのでしょう。正確には分かりませんが、もうずいぶん前の話であることは間違いありません。残念ながらバイクの盗難は一向に減る気配を見せず、警視庁管内では（届け出があっただけでも）毎年約2万8000台のバイクが盗難に遭っています。

そのうち3分の2にあたる約2万台がスクーターの被害なので、「スクーターは盗まれる。だから買わない」という固定観念が生まれても不思議ではありません。また一方ではスポーツバイクの被害も年増えており、こちらも早急な対応が迫られています。

こうした状況の中でバイクショップのみなさんは、どのようなことを考えているのでしょうか？ その危機感と対策を聞いてみました。

まず東京都内のA店。

「お客さんに対しては、販売時に盗難保険やU字ロックをおすすめしています。これだけやってもまだ十分とは言えませんが、店としてバックアップできるところまでは責任を持って対応しているつもりです。ただ、それ以上に怖いのは、盗難の犯人が無免許であるケースが非常に多いということです。これが社会に認識されるようになると、バイク自体が非行

の原因と言われかねません。非常に危機感を感じています」

次に埼玉県のB店の意見。

「保険やロックをすすめるだけではダメです。実際に保管方法などを聞いて、防犯方法をアドバイスしてあげる必要があると思います。たとえば同じ駐輪場の中でも街灯の下に停めるとか、毎日違う場所において動きをアピールするとか、それだけでもかなり違いますからね。お客さんからも情報をもらいながら犯人の手口を探って、盗まれない保管方法を教えてあげることが一番です」

では、ユーザーはどのように考えているのでしょうか？ スクーターの盗難に遭ったばかりのCさんに聞いてみました。

「盗まれたのは駅から少し離れた駐輪場です。5日ほど放置しておいたら盗まれてしまいました。もちろんハンドルロックはかけていたんですが、どうやらそのまま持っていかれたらしいです」とのこと。本人は「買ってから1年たって、大切にしている気持ちが薄くなったところにやられてしまった。いま考えたらそれが一番の原因のような気がする」と反省していました。

盗難バイクのうち、オーナーの元に戻るのはいわずか1割ならず。この放っておけない大問題について、みなさんの意見をぜひお聞かせください。

NEW MODEL

MY-110 スーパープロテクトウォームEDジャケット ¥26,800



パープル



ネイビー

取り外し式のライナージャケットには軽量かつ保温性抜群のダウンを使用。身頃と袖のダウンの分量を変え、動き易さと着心地の良さを追求しました。保温調節や気温変化に合わせてライナージャケットを取り外した際、コンパクトに収納できる収納袋付。アウターはMY-108とほぼ同様の仕様になっており、肩、肘、背髄部の成型プロテクターを標準装備(脱着式)。表素材に500doxナイロン(PUコーティング)、肩、肘あてにケブラー生地を使用し、保温調節可能なエアアウトレットを装備しています。

素材<アウター>

表地 ナイロン100%(500dox) 一部ケブラー

裏地 ナイロンメッシュ

<ライナー>

表地 ナイロン100%(リップストップ)

中綿 ダウン50%・フェザー50%

サイズ●M、L、X カラー●パープル、ネイビー

充実装備のリーズナブルジェット

SL-9Fゼニス



《主な特徴》

- ロングツーリングでも快適【抗菌防臭高級内装】
- 夏場の強い紫外線もカット【UVカットシールド】
- 手軽にシールド交換【ワンタッチシールド交換システム】
- 深味のあるカラーをラインナップ【キャンディカラー】

¥12,800

規格●JIS B種 ABS樹脂製

カラー●ライトシルバー

キャンディレッド

スーパーホワイト

メタリックブラック

サイズ●M、L



ライトシルバー



キャンディレッド



スーパーホワイト



メタリックブラック

女性にやさしいヘルメット

SL-8Gセシル・ミニヨン



《主な特徴》

- いつでもさわやかな装着感【抗菌防臭高級内装】
- お肌の大敵、紫外線をカット【UVカット・ライトスモークシールド】
- 女性に人気のニューカラー登場【キャンディカラー】
- 防風性をレベルアップ【ロングシールド】

¥9,700

規格●JIS A種 ABS樹脂製

カラー●キャンディレッド

ホワイト

ダークブルー

メタリックブラック

サイズ●フリー



キャンディレッド



ホワイト



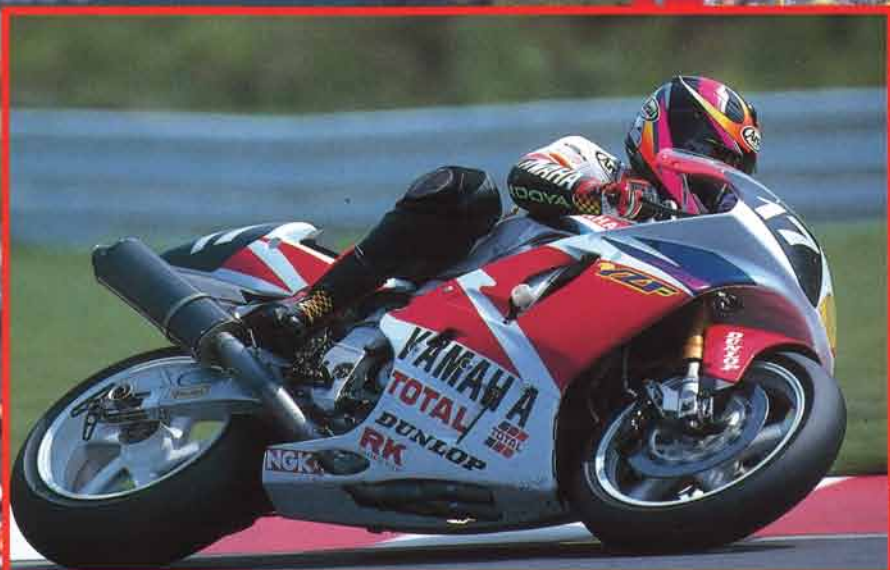
ダークブルー



メタリックブラック

Suzuka 8 hours 1995

'95 SUZUKA 8 Hours



大会記録のトップと同一周回数(212周)で4位健闘の⑦藤原とYZF750

「コーリンはよく頑張ってくれた。また同じペアで走りたい」と永井。中盤ファステストラップをマークして戦闘力をアピールした



ご声援ありがとうございます。

国内二輪モータースポーツ界で最も注目を集める真夏の祭典、FIM'95世界耐久選手権シリーズ第4戦「ゴカ・コーラ」鈴鹿8時間耐久ロードレースの決勝が7月30日、10万3千人余のファンを集め、鈴鹿サーキットで開かれた。



8耐参戦11年目となるYRTTRは、ヤマハワールドスーパースポーツチームのベア⑤永井康友/C・エドワーズ組と、全日本で活躍する⑦藤原儀彦/吉川和多留組の2台のYZF750を投入。4度目の8耐優勝を狙ってグリッドにマシンをつけた。

迎えた決勝、序盤はYRTTRを含め各ワークス勢がトップ集団を作るが、武石/宇川組(ホンダ)、ゴバート/北川組(カワサキ)、青木(拓)ノヘル組(ホンダ)らが相次いで転倒。そんな中、2台のYZF⑤と⑦は安定したペースで上位につけ疾走。中盤への期待が集まるが、レースは3時間経過時の上位6番手までのオーダーが、そのまま終盤まで変わらない文字通りの膠着戦に。結局、スライト/岡田組(ホンダ)が先行・逃げ切り型で優勝したが、⑦藤原/吉川組はトップの大会記録212周と同ラップを走破して4位。⑤永井/エドワーズ組が続く5位と健闘した。

中でも⑦は、体調を崩して「身体のキレが良くなかった」という吉川を、藤原が見事にリカバリー。ピットイン8回&9ローテーションの変則的シフトで藤原が117周、吉川が95周を受持ち212周を走破。一方の⑤永井も中盤110周目に2分12秒225のファステストラップを叩き出し、その戦闘力を強烈にアピール。表彰台こそ逃したが、8時間終始粘り強い力を発揮した。

こうしたワークス勢のトップ争いの一方で



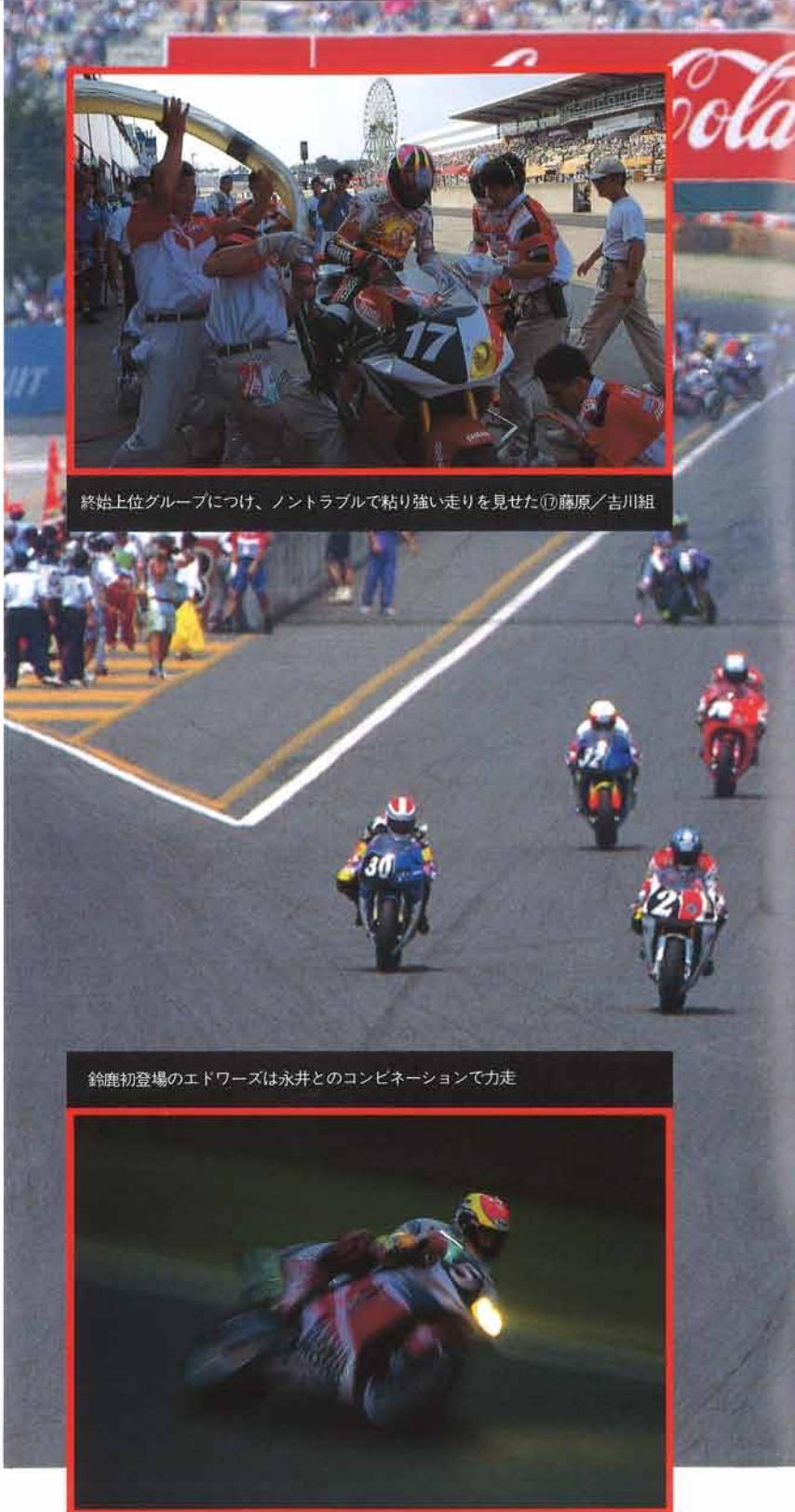
主催者推薦で賞典外となったが、②平&根本組「タイラレーシング&R・C」は華麗なライディングでファンを陶醉させた。



序盤の転倒トラブル後は安定したラップを重ね、8耐参戦5年目で初チェッカーを受けた「いわたトンボRTジュビロ」の⑥YZF。



四輪レースでお馴染の「HKS」が8耐初参戦。ヒスロップと高橋のコンビで選手権ポイントゲット。



終始上位グループにつけ、ノントラブルで粘り強い走りを見せた⑦藤原/吉川組

鈴鹿初登場のエドワーズは永井とのコンビネーションで力走

今年の8耐の話題をさらったのが②平忠彦/根本健組の元世界GPライダー同士の「ゴールデンコンビ」。決勝出走64台中唯一の並列2気筒TRX850は、主催者推薦の61番手からのスタートながら終始安定したペースで徐々に順位アップ。乗っていて楽しいマシンに仕上がった。性能を100%引き出しながら大人の楽しむレースをしたい」とは両選手の決勝前の言葉だったが、終わってみれば堂々32番手チェッカーの194周をクリアした。この他、磐田市民と地元企業のバックアップで8耐参戦5年目となる「いわたトンボRTジュビロ」(芳賀紀行/近藤靖典組)は、今年もゼッケン⑥のYZFで参戦。200周を走り抜き22位完走、初の8耐チェッカーを受けた。また四輪パーツとレースで実績のHKSを母体とする「HKS」(S・ヒスロップ/高橋勝義組)も8耐初参戦で204周14位とポイント圏内入賞を果たすなど、今年も、ヤマハパワーは8耐に数々のドラマを刻み込んだ。

'95 "コカ・コーラ" 鈴鹿8時間耐久ロードレース

決勝結果

順位	選手	マシン	タイム	周回数
1位	A.スライト/岡田 忠之	ホンダ	8時間00分00秒468	212周
2位	伊藤 真一/辻本 聡	ホンダ	8時間00分47秒314	212周
3位	柳川 明/藤原 克昭	カワサキ	8時間01分44秒484	212周
4位	藤原 儀彦/吉川 和多留	ヤマハ	8時間01分52秒877	212周
5位	永井 康友/C.エドワーズ	ヤマハ	8時間00分00秒662	210周
6位	F.マーケル/P.ゴダード	スズキ	8時間00分15秒186	210周

YAMAHA AD
CLIPS

**BIG TWIN SUPER SPORTS
TRX
850**

日常の小旅行に、得意にあってビッグツインは、心
持好い。さしずめ風情というなら、ランターと呼ばれる
のびやかな足踏ひで、さらし、面を抜け、ひとた
り、セルをひねれば、そこは位相クランクの真実、
ランターはやがてキヤロップの早駆けとなって、路面
を走る。舌手からタイヤに直結したかのような、
ドン、と、して、また、よび、また、よび、また、よび、
ター、と、して、また、よび、また、よび、また、よび、
イメージと見せかけをする。ツインの走り、
TRX850、自他、自他、自他、自他、自他、
インを担出した。ビッグツイン、スーパー、
オー、と、して、また、よび、また、よび、また、よび、
、か、生、か、生、か、生、か、生、か、生、
、は、の、新、品、に、ハ、ラ、ツ、イ、ン、
、に、て、い、い、前、し、の、ス、ー、
、と、い、か、け、エ、ク、エ、ク、
¥850,000

見る・見られる・いい・運転、バイクでひろがるいい仲間

お電話相談 0200-090-999

YAMAHA
ヤマハ発動機株式会社

欲しいのは、
速い、
おもしろい、
それだけだ。

TRX850の二輪専門誌用広告・展開編。9月～10月発行の各誌に掲載

**270度位相クランクが生み出す鼓動は
駿馬が奏でる蹄の音に似ている。
軽やかで、力強く、エキサイティング!**

小粋で洗練されたデザイン。ビッグツイン・ビ
ュアスポーツ「TRX850」は、ヨーロッパの町並
みがよく似合う。

けれども、TRXのほんとうの魅力は「走り」
の楽しさにある。軽快にして俊敏。トルクフルで
伸びやか。速くて、おもしろい。それこそが、ビ
ュアスポーツと呼ばれるTRXの真骨頂なのだ。

現在展開中の専門誌広告では、TRX850の「ビ
ュアスポーツ」バイクたる魅力を「速さ」「おもしろ
さ」に求め、その走りを特長づける270度位相ク

ランク・パラレルツインエンジンにスポットを当
てました。

不等間爆発が生む独特のリズム、ビッグボアツ
インならではのトルク感とリアなアクセルレス
ポンス。そうしたTRXのパワーフィーリングを
馬術の足はこびと蹄の音、さらには騎手の手綱さ
ばきにたとえながら、リアルに表現しています。

走りの違いがわかるオトナのライダーを、スポ
ーツライティングに誘いこむツールとして広くご
案内ください。

もっと便利に！快適に！

GEAR

BUSINESS SUPPORTER

TIMES



●Yamaha News別冊 ギアタイムスNo.4 ●1995年9月1日発行 ●発行所：ヤマハ発動機株式会社 広報室宣伝課 〒438 静岡県磐田市新貝2500 0538(32)1150(ダイヤルイン) ●この印刷物は再生紙を使用しています

宅配経営には ギアがベスト！



「いざ、出発！」若いスタッフも2輪のギアならデリバリーライフをエンジョイできる

今やビジネスバイクのトップリーダーとなったギア。さまざまな業種でそのタフさと使い勝手の良さを存分に発揮、ユーザーの方々に大好評を博しています。今回は寿司宅配、金融業、サービス業とまったく異なった業種でのギアの働きぶりをレポート。ギア・ワールドはどこまでもひろくを知らない広がりを見せています！

業種選ばず ギア支持率赤丸急上昇！！

「ギアのどこがいいって、とにかくコストを抑えられることです」と、(株)経営データサポート代表取締役、小林博さん。同社はビザを始めとしてますます多様化している宅配業のコンピュータシステムを開発し、宅配業のコンサルティングも行なっています。その小林さんがまさか手に挙げたギア最大のメリットはコスト面でした。

「花水木は(株)経営データサポートのモデルケース店としての役割も果たしています。ですから顧客に自信を持ってオススメできるシステムを作り上げ、宅配バイクも納得できる最高の物を使う。そしてそれが、ギアなんです」

宅配 東京豊島区 (株)経営データサポートさん (寿司宅配・花水木さん)

宅配専門 寿司店 という新業種にも ギアぴったりマッチ

特製の岡持は収納性もバツグン。装着される荷台が低いため安定度が高く、走行中のズレなどはない



低くて広い荷台で岡持もバッチリ安定！！

狭い道も軽やかに宅配できるのはギアの強み。配達効率も向上する

一方通行も スムーズ



これが釣り吉号。竿取り付けの角度などで試行錯誤を繰り返し、この「タイプ3」で完成した

アイデア即実行

ギア拡販に新旋風を巻き起こす

釣り吉号



今や釣りは超巨大レジャー産業。世代を問わず、興味を持つお客さまが多い。セールストークのきっかけとしての役割も大きい

ビジネスだけじゃもったいない 新しいギア・ライフを提案

ビジネスバイクの新しいイメージ「ターゲット」としてすっかり定着した感のあるギア。ところが、このギアの新しい拡販の可能性にチャレンジしているバイクショップがあります。

荒川、中川をはじめとする河川が多く流れる東京の下町、足立。この界隈は自然河川の他に釣り堀も多く、都内の釣り人たちのメッカとしてその名を馳せています。

もちろん釣りファンの数は多く、休日ともなれば釣りの場も華々、とお、サオ。そんな土地柄、YSP足立中央さんの馴染み客にも、釣りファンが大勢、バイクやスクーターで釣りに行く人も多いそうです。

しかし、釣竿を肩からかけてのバイク走行は危険で、肩も痛い……。そんなお客さまの声を聞きつけた同店社長・山崎敏雄さんは、勇躍立ち上がりました。

試行錯誤を繰り返し、完成したのが「ギア『釣り吉号』」。エンジンとリアアックスにステーをボルトオンし、そこに竿をくくりつけます。簡単なようですが、角度、素材、取り付け位置などに、山崎さんのこだわりが隠されています。「私自身遊び好きというところもありまして……」と照れ笑いをする山崎さんで

ですが、この「釣り吉号」にはギア拡販のヒントが見えています。

「まずはね、お客さまとのトークの中でアイデアがひらめくんです。「釣りにバイクで行きたいんだけど、竿がジャマでね……」なんて聞くと、もうじつとしていられない。すぐ接客機に向かっちゃいます」

「もちろんギアはビジネスバイクですから、仕事で使うという前提ははずせません。でも、もっと自由な発想でお客さまに「ギア・ライフ」を提案したかったんですよ。「釣りに吉号」で言えば、平日は業務で使い、休日は釣りに使うというように、ギアで生活がグンと広がりますよ、と」

なるほど、単にビジネスバイクとしてのみならず、遊びのパートナーとしてもギアをお勧めする、それを分かってやすい形で具体化したのが「釣りに吉号」というわけです。

ところで、ビジネスバイクとしてのギア販売には、どのように取り組んでいるのでしょうか。

「とにかくお客さまがどのように使うのかを徹底的に聞くんだ。お蕎麦屋さんなのか、酒屋さんなのか、通勤なのか、1日にどれくらいの軒数を配達するのか……。微に入り細にわたって用途を

尋ねて、そのうえでタイプや装着オプションを決めていきます。

例えば酒屋さんは荷物が重くからパーキングスタンド装着車を、通勤なら手軽なサイドスタンドを勧めますね。せっかく買ってもらうんだから、お客さまの生活に一番マッチしたギアを用意したい。結局のところ、それがお店の信用にもつながるからね」

生活にマッチしたギア。この発想は、やはり見事に「釣りに吉号」で形になっていることが分かります。

「それからね、タイヤを一番のセールスポイントにしてるんだ。業務で使っていて一番困るのは、忙いときのパンクだからね。タイヤがチューブレスであることは大きなアドバンテージだよ。それに若いオーナーやアルバイトには絶対といっていいほどギアが強いね。若い世代はまずスクーターからバイクライフに入るでしょ。だからギアのオートマチックは売りの大きなポイントになる」

こういったセールスポイントは、山崎さん自らギアに乗ってみて、自分で見つけています。そんな生の声だからこそ、お客さまの心をつかむセールストークになるのです。

こんなにも好評!

配達に使用するのに一番合っている。タイヤの太さもいい。女性の私でも安心して乗ることができます。
神奈川県横浜市 38歳・女性（委託販売員）

左の膝が痛むので、オートマチックでないと運転できない。だからギアには感謝しています。
東京都江戸川区 43歳・男性（自営業）

主婦ですので安全性を一番に考えてギアを求めました。外観・スタイルがどっしりしていて好きです。安全第一で大事に乗りたいと思います。
岡山県岡山市 55歳・女性（主婦）

積載量が多くて丈夫だから、頼りになりますね。
徳島県三好郡 25歳・男性（会社員）

今までのビジネスバイクに比べると馬力があり安定度も抜群。乗りやすいので、特に女性に喜ばれると思う。
福岡県北九州市 31歳・男性（新聞配達業）

積載量が多く、バンクが少なく、荷台が大きく広い。ビジネスのベストパートナーです。
静岡県浜松市 48歳・男性（新聞配達業）

安定感と丈夫さが気に入りました。試乗させていただき即決しました。お米と燃料販売業にとってピッタリのバイクです。特に頑丈さとパーキングスタンドがいいですね。
神奈川県横浜市 49歳・男性（米穀店）

ガソリンタンク容量が大きいのがいいね。
宮城県仙台市 36歳・男性（会社員）

大きいわりにスタンドを立てるのが楽。エンジンの音もとても静かで、乗り心地も良い。大きいリヤバスケットもなかなか使い勝手がいい。オートマチックもうれしい。
大阪府高槻市 26歳・女性（会社員）

50ccなのに9リットルとガソリンが多く入る。50ccなのに250ccに乗っているような安定感がたまらない。言うことなし!
大阪府和泉市 36歳・男性（自営業）

ギア最高! 私が追求し続けたイメージにピッタリ。さすがにビジネススタイルだけあって正装でも乗車できる点がバツグンに良い。
兵庫県加西市 27歳・男性（農業）

全国から寄せられた ギア・ユーザーの声、声、声!!

ビジネスバイクという感じより、むしろ都会的なNEWタイプバイクだと思う。やっと出た!! って感じです。
東京都世田谷区 29歳・男性（会社員）

パーキングスタンドがいい。カゴの下にライトがあって干渉しないし、前カゴの荷重がハンドルに影響しないのもいいですね。
奈良県奈良市 60歳・男性（自営業）

今風のスクーターの乗車姿勢に違和感があったが、ギアの乗車姿勢は乗りやすい。
東京都新宿区 38歳・男性（自営業）

発売から1年が経過し、ギアはすっかり街に溶け込んでいます。ビジネスに、パーソナルユースにと、用途を選ばず好評なギア。実際にお乗りになられているお客さまの声を集めたところ、これが絶賛の嵐! 紙面の都合上ほんの一部しかご紹介できないのが残念ですが、セールストークなどにぜひご活用ください。

YSP足立中央さん

東京都足立区 山崎敏雄社長

昭和39年の開業以来、地域密着型のバイクショップとして発展。バイクショップ密集地として区内でも有名な西新井地区で、30年もの歴史を持つ。ショールームにバイクリフトを据え付け、店内に常に動きを持たせるなど、豊富なアイデアを即実践する。ツーリング、レースなどの活動も盛んに行なわれている



とにかく次から次へとアイデアを実践してゆくYSP足立中央の山崎社長。全国から注文が殺到したというセローのラジステップ、オフロードレースで大注目を浴びたメイトをベースにしたモトクロッサー、お店のイメージカラーであるイエローに塗られたTRX850など、すべて手作り。

アイデアは、こういったオリジナルパーツやカスタムマシンに留まらず、セールスにも活用されています。

「そういえば、セールスの時の切り札があるんですよ」と、山崎さんが小冊子を見せてくれました。表紙には「オイル満タンサービス」とあります。

「そう、ギアは2ストロークエンジンだから、当然エンジンオイルを補充しなきゃいけない。だからセールスの切り札として、これを出してあげるわけですよ。よし、オイル1年分だけおおうなんてね」

つまりお客さまにオイルをサービスするというわけですが、どうも山崎さんの狙いはそれだけではないようです。

「オイル交換の時に必ずウチに来てくれるでしょ？ このメリットは大きいんですよ。まずはオイルを補充するついでにブレーキ調整などをするので、信頼関係が深まる。特にギアは業務用途が多いから、定期的に、しかも頻りにお客さまが顔を覗き出してくれる。そこから新たなビジネスチャンスも生まれてくるんですよ」

いかに山崎さんがアイデアマンでも、成功の影には無数の失敗があると笑います。

「数えだしたらきりがありません。失敗は、オイル満タン券も、最初は1年間オイル無料券だったんですよ。そうしたら業務で使うお客さまがひっきりなしにいらっしやうって、これじゃ赤字だとい

アイデアはセールスの現場でもとんとんとん実践

うことになった。だから数枚の満タン券を渡したの形になったんです。

こんなエピソードはきりがありません。でも、何もやらないよりは、何かやって失敗して、そこから得るものの方が大きい。これはいろんな場面でも言われることですが、セールスでもまったく同じだと思いますね」

すべては「お客さま本位」の立場に立って、山崎さんはアイデアを実践していきます。お客さまが何を求めているのか、まずそれを十分に把握しようとして、さまざまな提案をする。単に待つのではない、積極的に攻め込んでいくYSP足立中央さんの姿勢。ギア「釣り吉号」は、それを表現していたのです。

「ひとつ困ってさ」と山崎さん。「釣り人って、いいものをひとり占めしたがるんですよ。この「釣り吉号」も、みんなナイショにしたがってね……」

取り付けはボルトオンで簡単。「業務で使う時にはステーを外したい」というお客さまの声を反映している。すべてはお客さま本位なのだ



「失敗がほとんどだけど、そこから得るものって大きいよ」と山崎社長。成功例のひとつ、メイトをベースにしたオフロードマシンの前で、頭の中は次のアイデアでいっぱい

もっと便利に！快適に！

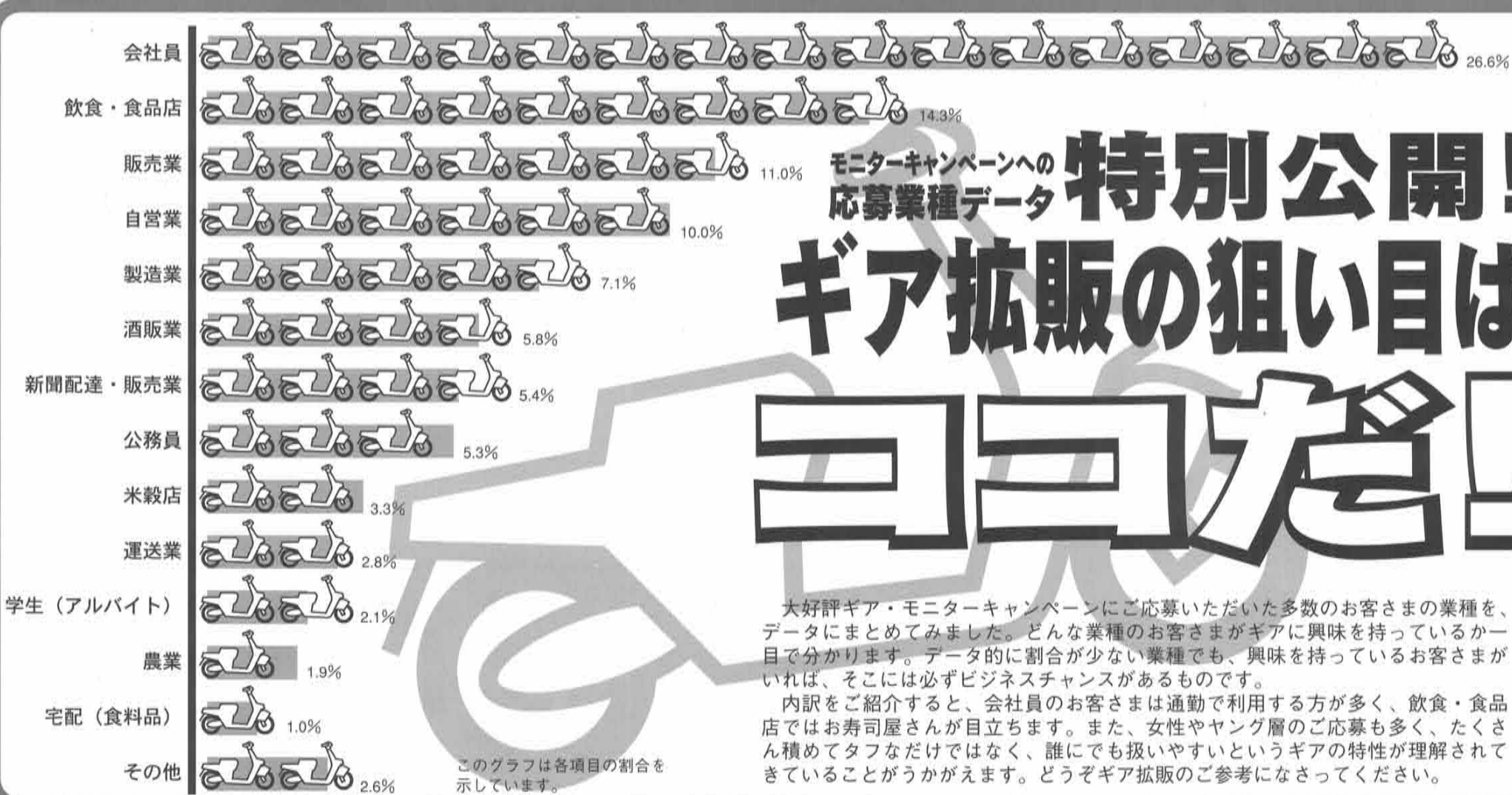
GEAR

BUSINESS SUPPORTER

TIMES



これも失敗から生まれたセールスの切り札、オイル満タンサービス券。メリットは計り知れないという





サービス品がたっぷり入るリアボックス。収納性の高さでも営業マンをしつかりサポートしている

バッグンの収納性!

業種選ばず! ギア支持率赤丸急上昇!!

金融

静岡県磐田市
磐田信用金庫さん

静岡県の磐田駅前に本店を構える磐田信用金庫さん。営業マンの鈴木一隆さんは、少なくとも1日に30キロは「営業回り」をするそうです。見た目はスリムで軽やかに街を駆けていく銀行マンですが、実はかなりバイクを酷使する業種なのです。そしてギアはここでも高い評価を受けていました。「地域密着型の信金ですから、とにかく自分の足でたくさん回ります。ギアは安定して走りやすいですよ。フロントサスペンションとハンドルが干渉しないから、カバンを乗せても気にならずに、リアボックスにはサービスの粗品をたっぷり入れますけど、安定度はバッグンですね」

主に住宅地を回る鈴木さんは、ギアの前にはチェンジ式のビジネスバイクに半年ほど乗っていました。でも、1日に2、30軒は回るという過酷な業務で、なかなか苦勞していたとか。もともとバイクの経験がなかった鈴木さんですが、ギアに乗るようになってすぐに「お気軽」操作が気に入りました。

「ギアはオートマチックなので、営業回りがとても楽になりました。出足もスムーズだしね。9リットルのガソリンタンクのおかげで、給油の回数も減ったんですよ。セルスターターで簡単にエンジン始動できるし、パーキン



磐田信用金庫さんでは、ひとりに1台、専用のビジネスバイクが与えられる。現在同金庫では9台のギアを使用、今後もギア増強の予定だ



Uターンも余裕でこなす軽快さ

1日30キロ! 過酷な営業でもギア好評

グスタンドは出し入れが楽なうえ安定駐輪できる。ホント、良くないところがみつからないんですよ」

バイク・ビギナーだった鈴木さんも、営業のパートナーとして、もうギアが手放せません。

一方、同じく営業マンの三宮勇正さんのギアは屋根が装備されています。「今までは小雨でもカッパを着ていたんですが、職業柄、カッパのままお得意さまをお訪ねするわけにはいきません。だからカッパを着たり脱いだりの着替えが大変だったんです。でも、この屋根付きギアなら、小雨ぐらいだったらカッパは不要なんです。こう見えても小回りはバッチリきくし、狭い道でのUターンも楽なんです」

「そうそう、僕たちがカッパを着込むのをよそ目に、すいすい行っちゃうんですから」と鈴木さんもちよっぴりうらやましそう。

こうした営業マンたちの現場での好評を受けて、磐田信用金庫さんでは今後もギア増強に力を入れていく方針です。



カバンフックを愛用している三宮さん。カバンの中にはコンピュータも収納されているとか

簡単操作 疲れ半減

サービス

東京都中央区
リコーテクノネットさん

扱いやすいと大好評

主にOA機器などのメンテナンス・サービスを行なっている、リコーテクノネット株式会社。オフィスビルの中に並ぶ東京・中央区にある同社の渡辺一寿さんは、この仕事に就いて14年、バイクでサービスに出かけるようになって7年というキャリアの持ち主です。リコーテクノネットでは各自に1台専用バイクが用意されますが、「ペテラン」渡辺さんはギアでコピー機の保守や修理に忙しく飛び回っています。

「ギアのベストポイントは、2輪だということですね。ずっと2輪に乗っていたから慣れてるということもある

んですが、なんといってもフットワークが軽くて乗りやすいんですよ」

クセがなく安定したギアの操作性には、渡辺さんも大満足。さらに渡辺さんの場合、ギアの機動性の高さのおかげで、交通事情の悪い都内でもスムーズなサービスがメインに回ります。「私は神田周辺をメインに回るので、私から幅がスリムだし、ダッシュもいいから、渋滞知らず。時間的な面からいって、これは大変ありがたいですね。それに、大きなガソリンタンクも重宝します。給油の手間が確実に半減しましたからね」



9リットルのガソリンタンクに大満足



軽快な走りでビジネスの効率アップ

サービス業にもギアの風!

都会のビジネスにはコレ、コレ!!



Y.E.S.S.仕様のカラフルなギアも、サーキットでバッチリ目立っていました

こんな所にギア発見!

感動のドラマを生んだ鈴鹿8時間耐久レース。そのパドックにひよっこりギアが。ライダーのコーリン・エドワーズ（ヤマハハチーム）もギアにまたがりこ満悦。サーキットでのコミュニケーションとしても、ギアは活躍していました。