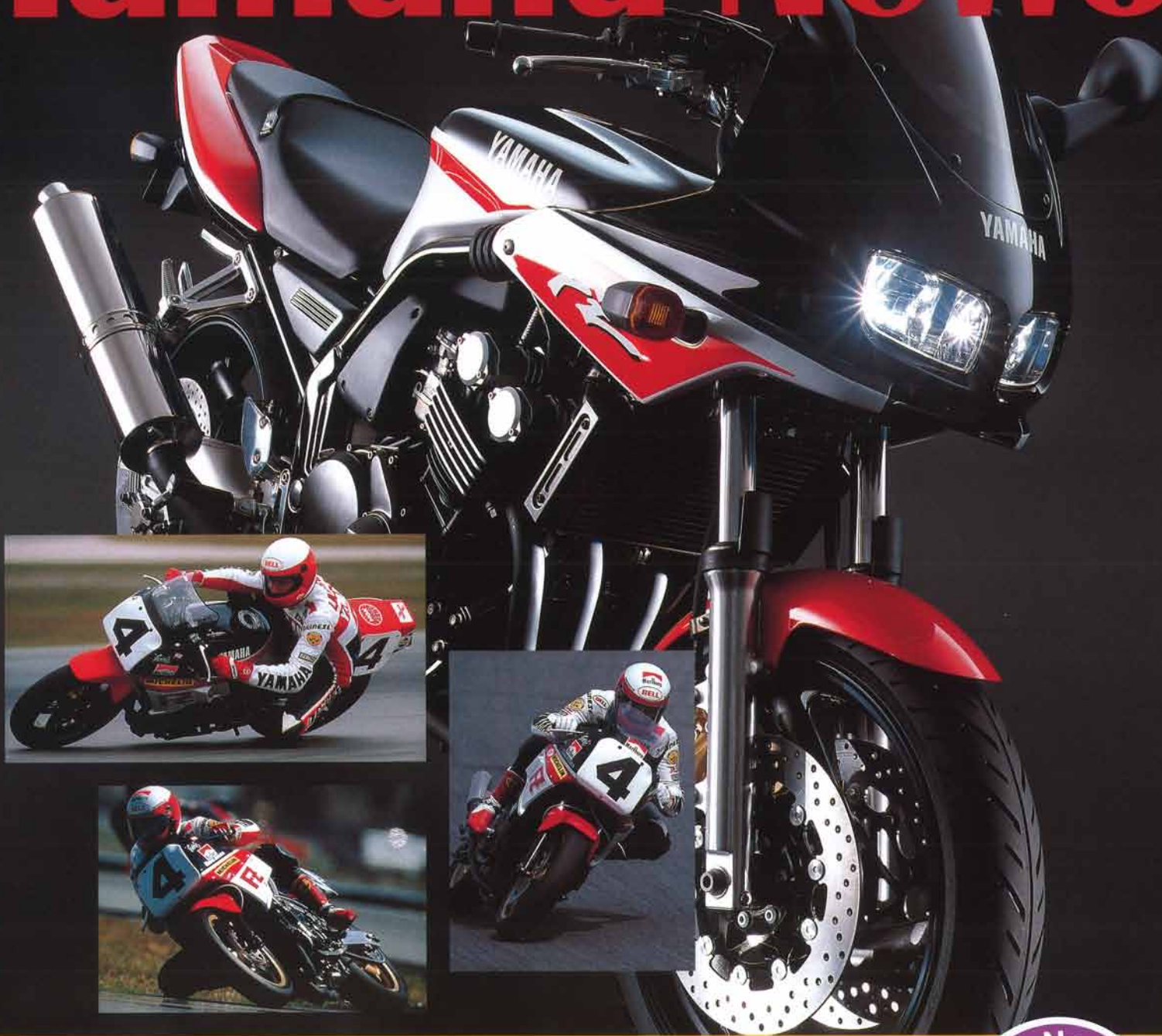


がんばるバイクショップの

情報マガジン

ヤマハ ニュース

Yamaha News



ハローナイスショップ ● YOU SHOPくるめ

フェイストゥフェイスのコミュニケーション

特集 ● 既存客活性化の基本

お客さまを“動”かせ!

Open Eyes ●

(株)徳山興産 **つかんだ固定客を離さない**



FZ400は不思議なバイクだ。乗る人の思い入れによってまったく違う印象を与える。ボクにとっては、'80年代、ローソンがデイトナで優勝を飾ったあのイメージ。うーん、ワクワクしてきたぞ!

発見!となりのお店



YOU SHOP くるめ

福島県郡山市(鴻野照美社長)



チラシはショップのコピー機を使って印刷。コストダウンを図っている。内容は修理の案内や新製品の紹介など簡単なものだが、誠実さが伝わってくる



地域社会に対して、様々なアプローチを実践している「YOU SHOP くるめ」さんの鴻野照美社長。チラシ配りやサービス、様々なイベントを通じて、町の一員として、お客さまとともに歩むバイクショップです

地域のお客さままたちとの フェイストウフェイスの コミュニケーション

手造りチラシを配りながら各家庭を訪問

手製のチラシを近所の家庭に配っている「YOU SHOP くるめ」さんの鴻野照美社長(49歳)とショップのスタッフ。春先などの需要期に、2千〜3千枚のチラシを2週間ほどかけて配付しているという。

「新聞にも折り込みチラシを入れてはいるんですが、ちゃんと目を通してもらえないこともあると思うんですよ。だから、一軒一軒自分たちの手で配ることにしたんです」

さらに鴻野社長たちは、配付中、在宅されている方には積極的に声をかけることにしている。

「昼間なので、主婦やお年寄りの方が多いのですが、「コレもう何年も乗ってないけど、ちゃんと動くかな」つてその場でバイクの修理を頼まれることもよくありますよ」

もちろんチラシを見て来店されるお客さまも多いが、こうして各家庭を訪問して言葉を交わすことで、お客さまがショップに足を運びやすくなるという狙いもあるのだ。

近所の子供を対象にサイクリングを企画

25年前、鴻野社長がショップを始めたころはビジネスやファミリーバイク、自転車中心のお店だった。



アーチ型の窓は柔らかなイメージを出すために、特にこだわったところ



ショールーム内は展示車がゆったり並べられ、お客さまがじっくりと眺めることができる。「カウンターでコーヒーでも飲みながらくつろげる店」を意図した設計だ



「そのころは、小さい子供を集めてサイクリングに連れて行ってたんです。片道20kmぐらいのサイクリングに行って、花火大会やキャンプをしたり、沢蟹をとったりするんです」

当初、参加人数は5人ほどだったが、そのうち地域の子供会のイベントとして運営されるようになり、平均で50人、一番多いときで200人ぐらいの子供が集まるようになったという。

「彼らが大きくなって、バイクに乗りたくなってきたに、よそではなくうちの店に来てくれるようになるんです」

こうした活動を通じて、子供たちの親の信用が得られたことも、長い付き合いをしていく中で大きな財産になった。

「ここ数年は体力的についていけなくなって、休んでいますけど(笑)。でも、サイクリングに連れていった子供たちが今では結婚して自分の子供の自転車を買いに来てくれるんですよ」

合同ツーリングの安全指導は 地元メディアも注目

「最近ではサイクリングよりもツーリングが盛り上がっていますよ。郡山のバイクショップが5軒集まって作った『五店会』というのがあるんですが、それぞれのお店から20台ずつ合計100台が集まってツーリングするんです。各メーカーの系列店が集まってやっているので、いろんな種類のバイクが見られるとお客さまにも好評です」

ツーリングの前には、安全運転のためのサインやマナーの確認など事前の打ち合わせを入念に行ない、ツーリングの最中も手を上げ声を掛け合うことを心掛けています。こうした安全への取り組みは、地元テレビや新聞も取り上げるほどの評判で、地域の人からもライダーのマナーがよくなったとの声が寄せられています。

こうした地域に対するさまざまな働き掛けで築き上げた、お客さまとの親密な関係が「YOU SHOW Pくるめ」さんの大きな財産となっているのだろう。

YOU SHOP くるめ

サービス

「販 売も大事だけど売ったあとのフォローも大切」と鴻野社長。
ハード面ではサービス工場のスペースを広くとって整備機材を増やし、大型バイクの車検にも対応できる技術力の向上を図っている。



ソフト面では、「お客さまの見えないところ、言われていないところでも点検整備をする」ことを念頭に、修理を依頼されていなくてもくまなく点検し、お客さまには、バイク、自転車とも1台1台ワックス洗車して返すようにしている。

店舗

オープンは25年前。9年前に現在のYOU SHOPの店舗を建て、隣接する自転車専門の店舗とともに経営している。



以前は近所の空き地や駐車場場で春と秋に展示会を実施、バイク(ビジネス・ファミリー)30台自転車100台あまりの成約があった。現在も郡山市のイベントなどで、バスの試乗展示会を実施している。

自転車の店舗には子供用、ファミリー用から、スポーツタイプまで豊富な品揃えを誇っている

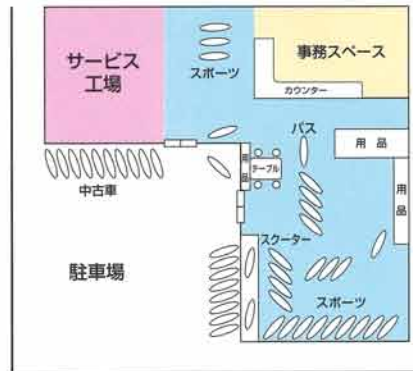


客層

次 男の憲雄さんがヤマハの奨学生を修了し店に戻られたことで、バイクの整備力がアップ。おかげでスポーツバイクの販売力が増し、若いお客さまが多く来店するようになった。

ただ、最近のお客さまは、雑誌などで新製品の情報をチェックし、発売前から予約を入れるようなことが少ないという。よって、ニューモデルを始めとする主力商品を、店頭でアピールする重要性が増したと考えている。「やっぱり今の人気はTWやSRなどのカスタムベースのバイクですね。カスタムやドレスアップは、車検に通る範囲でやるのが大前提ですが、お客さまの家族がバイクに乗っていることに関して理解があるかどうかを見て判断しています」と憲雄さん。

また、最近では古いバイクを修理しながら乗る40~50代のお客さまも増えてきている。「昔、好きなバイクにあまり乗れなかった年代の人が多いようですね」



→ 郡山市街

クラブ

20 名あまりを数えるクラブは、本文中にある「5店会」の合同ツーリングに参加するほか、東京モーターショー見学、ボウリング大会などイベント内容も多彩。各イベントはお店が多少のお金を負担し、会費を安く抑えることを心がけている。

免許制度改制後にさっそく大型免許を取得したメンバーも多く、V-max

やXJR1200などの大型バイクを購入したクラブ員もいる。大型バイクの紹介客を何人が連れてきたことも。

クラブ員全員がY.E.S.S.スタッフで、すでにチャレンジ3000kmを走破したメンバーもいる。



毎月恒例のツーリングイベントとして「芋煮会」を開催している

スタッフ

(右から)
鴻野照美社長

「息子たちが店で働き始めたことで、若い世代のお客さまが来るようになり、店が若返ってきています」

鴻野初代夫人

「昔はバイクの出入れも手伝っていたんですけど、息子が帰ってきてからは事務と接客に集中してできるようになりました」

鴻野憲雄さん

「ヤマハの奨学生で身につけた基礎を、実際の作業をしながら応用問題として学んでいるところです」

鴻野剛さん

「主に自転車の修理と販売を担当していますが、バイクと同じように、作業は丁寧に時間はかかってもお客さまに喜ばれるように心掛けています」



お客さまを“動”かせ

原付、自動二輪免許の新規取得者が減少傾向にある昨今、すでに免許を持っている既存のお客さまやリターンライダーを確保し、活性化させていくことがますます重要になってきました。そこで今回の特集は、お客さまがマンネリに陥ってしまわないよう新しい提案やアドバイスによってアクションを誘い、「やっぱりバイクっていいね」と気づかせるためのヒントをいくつかの事例からご紹介します。



大型二輪へのステップアップ

昨年9月の免許制度改正によって、大型二輪免許が指定教習所でも取得できるようになった。取得に際してはこれまでの「満16歳以上」から「満18歳以上」と年齢条件が2歳引き上げられたものの、試験場での一発試験、いわゆる「限定解除」に比べれば、ずいぶん敷居が低くなったかっつこうだ。もともとビッグバイクは「いつか乗ってみたい」「余裕のクルージングを楽しみたい」など、ライダーの憧憬的。お客さまの興味をそそるにはもってこいの話題と言えよう。実際、現在約200校ある大型自動二輪教習所の中には、受講志望者が殺到している所も多いようだ。

ただし、大型二輪教習所は県内に1校もない地域もあれば、20校近くが集中する県もあり、地域格差が生じているのも事実だ。

例えば宮城県には、現在のところ大型二輪教習所が1校しかない。一見すると大型二輪の波に取り残されたかと思ってしまうような状況だが、「山口輪業」（石巻市）さんはそれを逆手にとり、「商売に結びつけているお店。

「宮城県下には大型二輪の教習を受けられる教習所が1校しかなく、しかもウチからクルマで1時間半もかかる場所。それに経済的にも、少なくとも10万円はかかるので負担が大きい。

そこでウチでは試験場での限定解除を勧めているんです。教習所とは時間的に30分ほどしか変わらないんですが、金額的には圧倒的に安く済みますからね。

さらに、より確実に大型二輪免許を取ってもらうために、二輪普及協会の開催している講習会の受講をお客さんに勧めています。講習を受ければ、だいたいの人が5回ぐらいで受かる。それでも教習所

待つだけじゃ

「ビッグ」ウエーブ

乗り損なうぞ

よりはるかに安い額で大型二輪免許を取得してもらえらんです」と山口静治さんは話す。

大型二輪免許へのステップアップを勧めるターゲットは、

「中型のバイクを持っていて、眠らせてしまっているような人に重点的にDMを出すんです。『大型免許は講習→一発で取れば、これぐらいの金額で取れますよ、意外と安いですよ』ということをDMでアピールする。こういうお客さんは、代替促進のDMを出しても反応があまり良くないんですが、『大型』の刺激には非常に反応がいいようですね」

DMは、内容の吟味はもちろん、タイ

ミングも十分に計った上で出した方が効果的、と山口さん。

「お客さん一人一人で全部内容が違う、手書きのDMなんです。それと、この辺では何と言っても自動車がライバルなんですよ。とにかくお客さんは全員がクルマを持っている。だからクルマを買う前とか、買ってから1〜2年後で次の車検まで間があるとか、そういうタイミングを見計らってDMを打つようになっています」

大型二輪のムーブメントを、地域性を考慮したアプローチでさらに効果的に活用している好例と言えるだろう。

一方、大型指定教習所の数という点では恵まれている東京。江戸川区にある「オートショップ早知」さんでは、ビッグバイクの楽しさをお客さまに伝え、上手に「そこのかす」ことでお客さまを動かしているお店だ。

「人間は、あすなろって言うぐらいで、進歩する生き物なのよ。中型の上に大型があれば、そこをめざすのが人間のなっていて話をすると、みんな結構乗ってくるお客さまの背中を後押しする。

「お客さんがリターン層の年配なら、『昔はとっても高い感じがしたビッグバイクだけど、今は周りの物価の方がずっと上がってる。だから相対的には安くなってるはずよ』と言う。もし若いお客さんなら、『ヒマな時間がたくさんあるでしょう。頑張つてアルバイトでもすれば、ビッグバイクで自分の世界が広げられるのよ』とその気にさせるんです」

もちろんトークだけではない。持ち前の企画力を生かした行動が、鈴木社長はビッグバイクを購入しようか悩んでいるお客さまの背中を後押しする。

「しよっちゅう遊びを交えたツーリングをしてるんですけど、そのつど参加バイクを限定するんです。今回はオフロードバイクだけ、今回はビッグバイクだけ、と

いうふうに。それで楽しいことをして遊んでいって、参加できない人たちは、どうでもうらやましく感じるのよね。『あ、ビッグバイクも楽しそうだな』って」

こうしていき購入という段になると、鈴木社長は女性らしいきめ細やかさでお客さまの車種選択をサポートする。

「今は、女性もどんどんビッグバイクに乗る時代。でも、女性は購入のときに必ずダンナさんや彼氏に相談するのね。そうすると、『どうせなら大きい方がいい』って言われるらしくて、1200とか1300とか、やたら大きいのを選ぶ。でも、結局扱いきれないで600や750に買い換えちゃったりするのよ。

リターンライダーの掘り起し

昨年秋、リターンライダーを対象に本誌が実施したアンケートによると、バイクから離れた理由として最も多かったのが「四輪に乗り替えた」というもの。続いて「乗る時間がなくなった」「経済的に維持が困難になった」などの意見も大きな

割合を占めた。

一方で、再びバイクに乗り始めた理由をたずねてみると、「ツーリングがしたくなった」「懐かしかった」「便利さを再認識した」という回答が多く、実際にバイクライフを復活させる糸口としてシヨッ



特集●既存客活性化の基本 **動か**がせ
お客さまを

プからのアプローチ(試乗会やツーリングなど)を待ちわびるリターン予備軍の姿が浮き彫りになった。
このような現状を踏まえ、試乗車をきつかけにリターン層の呼び戻しに成功しているのが、熊本県の「YOUSHOOPクナガ」さんだ。同店は熊本市内で唯一、発売当初から一貫してマジエステイの試乗車を用意しており、その稼働率も他を圧倒しているという。

「もともとウチはスポーツバイクの若いお客さんが中心の商売なんですけど、マジエステイの発売をきっかけに年輩のお客さんが一気に増えました。しかも、そのほとんどがリターン層のお客さんですな」とは福永社長。中には長いブランドの末、70歳を過ぎてカムバックしたお客さまも二人ほどいるそうだ。

「マジエステイの試乗車の威力は凄いですよ。発売からずいぶん時間が経っているのに、まだ求心力が落ちてないんですから。今でも店頭でナンバーを付けた車両を置いておくだけで、かなりの数のお客さんに来ていただいています。ただ、試乗していただいたから成約まで結びつけるには、ちょっとした工夫があるんですがね」と言う。

「幼稚園に通うお孫さんを送り迎えている63歳のおじいちゃんに、『このバイクで迎えに行ったらお孫さんも喜ぶでしょう』とか、町乗り目的の年輩の方に、『マジエステイならツーリングも楽しめですよ』とか。この二つのセールストークは実際に商談に使って、両件とも成約に結びつけた例です」
こうしてマジエステイを購入されたリターンライダーのフォロー策として、同店では今年の5月にビッグスクーターツーリングを実施。参加者の7名の平均年齢は約60歳と高かったが、「みなさん230kmの道のりを完走してとても満足そうでした。楽しかった。またやってくれ」と言われましたので、2回目の開催を9月に予定しているんです」
さて、一口にリターン層と言っても、その対象はシルバード世代だけではない。むしろ80年代のバイクブームを経験している30歳代こそ、世代的にはポリウムゾーンと言えらるだろう。岐阜県の「YSP各務原東」さんがターゲットにするのは、まさにその世代だ。

いつかまた...
元・少年

新規のお客さまの獲得が難しくなっている現在、販売店のみならず目の過去の顧客リストに向くのは当然の話。しかもバイクを手放したお客さまのうち95%は「いつかまた乗りたい」という希望を持っており(本誌調べ)、アプローチの方法によってはかなり高い確率でセールスチャンスを生み出せるはずだ。



...って
2つ出て
ますけど
これはやっぱり
そーゆーコト
ですか？

福永社長が話す工夫とは、ずばりセールストークのこと。長らくバイクから離れたいたお客さまには、「商品のセールスポイントを説くより、バイクのある生活を提案する方が成約するケースが多い」と言う。

「たとえば、こんな会話である。
「幼稚園に通うお孫さんを送り迎えている63歳のおじいちゃんに、『このバイクで迎えに行ったらお孫さんも喜ぶでしょう』とか、町乗り目的の年輩の方に、『マジエステイならツーリングも楽しめですよ』とか。この二つのセールストークは実際に商談に使って、両件とも成約に結びつけた例です」
こうしてマジエステイを購入されたリターンライダーのフォロー策として、同店では今年の5月にビッグスクーターツーリングを実施。参加者の7名の平均年齢は約60歳と高かったが、「みなさん230kmの道のりを完走してとても満足そうでした。楽しかった。またやってくれ」と言われましたので、2回目の開催を9月に予定しているんです」
さて、一口にリターン層と言っても、その対象はシルバード世代だけではない。むしろ80年代のバイクブームを経験している30歳代こそ、世代的にはポリウムゾーンと言えらるだろう。岐阜県の「YSP各務原東」さんがターゲットにするのは、まさにその世代だ。

原付からの ステップアップ

一見結び付けにくいように思われがちな原付からスポーツバイクへのステップアップ。原付ユーザーの多くは、通勤・通学・買物など日常の移動手段として使うお客さま。趣味の乗り物と言われるスポーツバイクとはそもそも使用目的に違いがあるからだ。

しかし、例えばスクーターでも二輪車を持つ楽しさを味わうことができると考えているのは、横浜市「YSP金沢文庫」さんの吉江仁美社長。
「スクーターだって、オートバイの一つだから、ツーリングなんかの遊びに使って

みたら、きっとバイクの良さがわかるはず」

YSP金沢文庫さんでは、スクーター中心のツーリングイベントを毎年開催。今年は、ビーノのキャッチフレーズにちなんで「うちから5km以上の大冒険」と銘うった。「5kmだとすぐに終っちゃうでしょ。だから5km以上にしましたんです(笑)」

平日開催にも関わらず主婦や学生を中心に20名以上の参加者を集めるこのツーリングは、原付に乗るお客さまの間でも無理なく楽め、運転に自信がつくイベントとして好評だ。

先導役としてスポーツバイクのお客さまも何人か参加しており、彼らバイクユーザーの影響を受けてステップアップするお客さまも少なくない。

「ツーリングで、スクーターとバイクのお客さん同士が仲良くなっちゃうんですよ。それでスポーツバイクに興味を持つお客さんも多いんです。後でお店で会ったときなんかには、バイクの話題で話弾んでいる姿をよく見かけますよ」

免許などに関する情報交換もお客さま同士で頻繁に行なわれる。お店からよりも、お客さま同士で勧めるほうが、最近の若いお客さまには自然に受けとめられるのだろう。

一方、DT50を使った林道ツーリング

やオフロード
イディングスク
ールで、バイク
の楽しさを伝え
ているのが愛知
県江南市の「Y
SP尾張小牧」
さん。これらの
イベントは、原
付免許所持者だけではなく普通二輪免許
のペーパーライダーもターゲットとなる。

「免許を持っていても、バイクを持ったことのない人は多いですよ。お金がなかったり、置く場所がなかったり、乗るのが恐かったり、人それぞれ理由はケースバイケースでしょうが、免許を宝の持ち腐れにしている人が結構いるでしょ。そういう人には、中型バイクよりも敷居の低い原付を勧めるんです」

50ccでバイクに乗る楽しさを覚えた人はその後ずっとバイクに乗り続けていく、というのが鶴見正徳社長の考えだ。

「免許をとって、自分が憧れていた400ccのロードスポーツにいきなり乗っちゃうような人は、思うようにバイクを乗りこなせないまま、何年かすると降りてしまふ。例えて言うなら、ハシカみたいなものです。でも、原付を思い通りに操れるようになって、バイクに乗る楽しさがわかった人は、中型に乗り換えても楽しく乗ることが出来る。安全に対する心構えもできてくるから、無茶な運転はしないし、一人で北海道までツーリングに行くときでも安心して送り出せるんですよ。こういう人は後々までバイクに乗り続けるし、最終的に大型免許までステップアップすることが多いんですよ」

もともと二輪免許を持っている人たちだから、バイクの楽しさを伝えれば、ほとんどの人がステップアップをするし、これからはバイクもバイクを

Go!

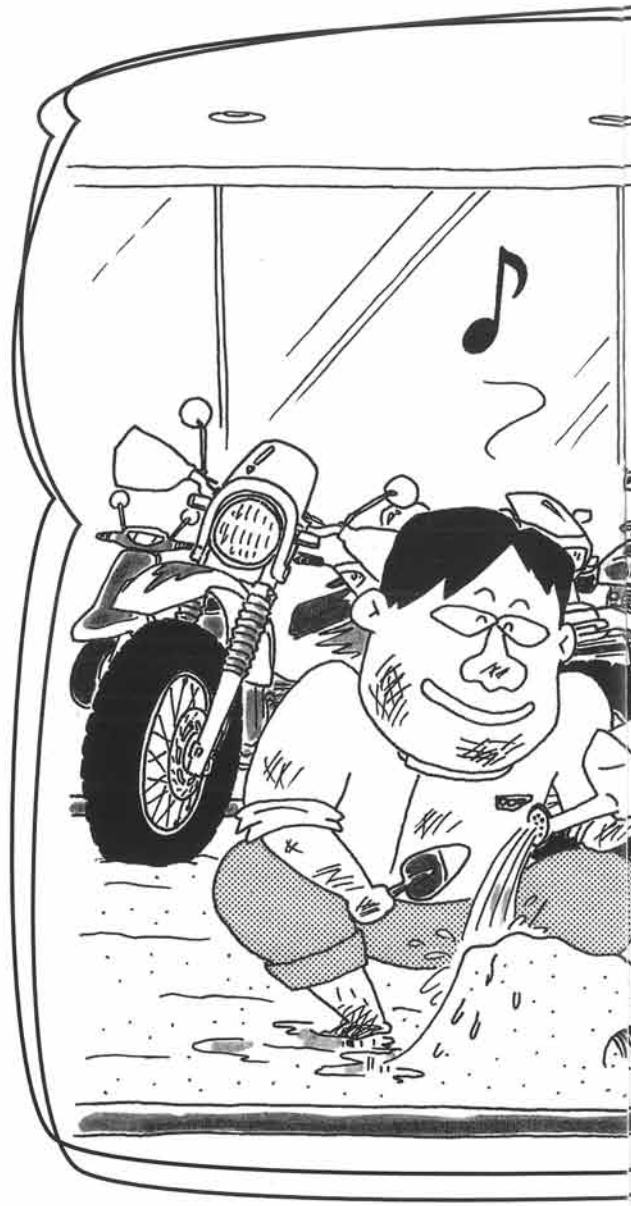


まずは泥んこ遊びの楽しさを思い出していただこうとハイ、いろいろわけづ

乗せてみて 育てていこう バイクの楽しさ

YB-1をはじめとするスポーツ性とファッション性を両立させた原付バイクが、若いユーザーから人気を得ている現在、原付ユーザーの中にもバイクの持つ本来の魅力に関心を持っている層は多い。そうした若いユーザーにバイクの楽しさを感じさせるきっかけを与えることができれば、スクーターから50ccスポーツへの乗り換えも期待できるし、本格的に中型以上のバイクにステップアップさせるための近道なのかもしれない。

遊びで魅きつける



バイクショップにとって遊びの提供は、お客さまの乗車機会促進や固定客化をはかるための常とう手段である。

しかし、ただなんとなくツーリングしたりエンジンブローに参加する、というだけではお客さまを本当に喜ばせることはできないし、営業的な効果も薄い。どうしてお客さまに、どんな楽しみを伝えたいのかを念頭に置いて、仕掛けや内容に工夫を凝らす必要がある。

例えば「オフロードの楽しさを広げたい」という明確な目的を掲げる「YOUS HOPテラオ」さん(山形)の場合は、近隣の販売店4店と合同で、年に1回キャンプツーリングを開催している。

会場は大蔵村の肘折温泉。村興しになるからと折衝し、肘折温泉に自分たちの手でオフロードコースを拓いた。

「ここで、初日はバーベキューでキャンプを楽しみ、2日目はオフロードライディングスクールや林道ツーリングをやるんです。バイクに乗れない人もインストラクターの指導で走ることができるので、参加者は各店のお客さまや家族、友人まで幅広く、毎年100名ほどの人たちが来てくれますよ」と寺尾育夫社長は話す。

合同開催だから開催より仕掛けも大掛かりで賑やか

に演出できる。オフロードファンばかりでなく、オンロードライダーや原付、新規のお客さままで、まとめてオフロードへ誘い、楽しませるイベントだ。

オン、オフ、スクーターといった車種の壁を取り払い、お互いの交流を深めるツ

好きならば
 店こそ遊べ
 ツーリング

「ここで、初日はバーベキューでキャンプを楽しみ、2日目はオフロードライディングスクールや林道ツーリングをやるんです。バイクに乗れない人もインストラクターの指導で走ることができるので、参加者は各店のお客さまや家族、友人まで幅広く、毎年100名ほどの人たちが来てくれますよ」と寺尾育夫社長は話す。

「ウチは、年中遊んでいる店。月に1回は必ず何かイベントをやっていますし、アイスリーランとかオフライなどもよく利用しています。冬にはスキーなど、バイクとはまったく関係のないものもよく組みますよ」と伊藤洋二郎社長は話す。

愛知の「モト・プラスト」さんは、桂川公男社長がウインタースポーツ好きだということもあって、スキーやスノーボード、スノーモビルに出かけるケースが多い。バイク関連では、ロードレースチームを持っている関係で、全日本応援ツアーや峠ばかりを450km走破するユニークなツーリングも好評だ。

こうなると、お客さんがメインなのかお店のスタッフが楽しむものなのかかわからなくなってくるが、

「ウチはお客さんをお客さんとして扱ってない。友達、バイク仲間という感覚なんです」と、桂川社長は笑う。そのくらいの一休感があるからこそ、お客さまも心底楽しめるのかもしれない。

ただ、いくら中身が充実して楽しいイベントであっても、告知の段階でそれが伝わらなくてはお客さまを誘う効果が半減してしまう。例えば、先に紹介したYSP金沢文庫さん、オートショップ早知さんのように、ツーリングのネーミングをバフィー&ビーノの広告「ウチから5キロの大冒険」に引っかけてたり、

「アメリカカンツーリングって名付けて、横須賀とか横浜とかそれっぽい場所を回り、アメリカっぽい写真を撮ってくるフォトコンテストをやったり」鈴木早知社長「するだけでも、お客さまへのアピール度は大きく高まるのだ。

遊びの提供は義務ではない。企画する例がまず「遊ぶ」こと。それがイベントを成功に導くコツといえそう。

他業界からのヒントに注目!

Open Eye's

Vol.6



株式会社徳山興産

徳山 勲氏 代表取締役

平成3年、和歌山県新宮市内でパチンコ店「PARLOR UFO」を創業。パチンコ店としては早い時期に会員制を採り、今年5月末現在で会員数は2471人。うち男性69.9%、女性30.1%で、年齢層は20代~70代まで幅広い。新宮市は名古屋からも大阪からも遠い位置にあり、流動客は見込めない。そのため地元の固定客をいかに掴むかが勝負となる。1日平均して延べ1100~1200人が来店。パチンコ台の数は250台。徳山氏は34歳、ふたりの女の子を持つ「良きパパ」でもある。



風営法などで厳しい取り決めが多いパチンコ店。PARLOR UFOを経営する(株)徳山興産の徳山勲社長は、数多い制約の中でも、独自のアイデアや意識を持って経営にあたる

つかんだ固定客を離さない

■パチンコ業界では、今、社会問題を背景にした「自主規制」が進められている。「射幸心を煽る」「賭博性が高い」と判断されたパチンコ台は、順次撤去されていく。しかし、そういった機種にはお客さんに愛されているものが多いのも事実だ。パチンコ台による顧客の呼び込みが難しくなってきたのが、パチンコ店の現状である。

固定客を維持するために

自主規制で排除要請が出されている機種は、お客さんに愛されている。パチンコ台が多いんですよ。パチンコ店は、結局のところどんな台を置いているかでお客さんに選ばれますからね。今はもう、台でお客さん呼べない時代になってしまったんです。そこで考えたのが、固定客をいかに取り込むか、ということです。うちでは会員制を採っています。始めたころは、他にやってくる店はほとんどなかった。今は会員数も2000人を超えました。

会員には、特典のひとつとして、来店ポイントを差上げます。来店したときにカウンターに会員証を提示してもらえば、1日1ポイント。これが30ポイント貯まったら全機種無制限にするんです。それと、新規開店情報は会員にだけDMなどで知らせます。よく新規開店の折り込みチラシを見るところ。うちはあれをいっさいやっていない。

これは会員の優遇という狙いの他に、「開店プロ」を閉め出す意味もあるんです。「開店プロ」は、オープンの時だけ来て後は来ない。はつきり言って、そんな人には来てほしくない。それよりふだんから来てくれる人に出してあげたいですからね。これはいい意味での差別化と思っています。

ただし、DM送付は結構慎重ですね。残念ながらパチンコには後ろめたいところがあるみたいで、家族に知れたらマズイと、DMをイヤがる方もいる。ですから会員になっていただくときに、送ってもいいかということをはっきり確認します。

ただ、この会員制について言えば、会員数が増える割にはお客さんが増えないという面もある。まあ、もともと私は会員制が即集客に結びつくことにはないと思っていましたから、予想通りなんです。

ただ、お客さんの心理に常連意識を植え付けることはできると思うんですね。その結果、今まで1回だった来店が5回、7回と増えていけばいいなと思ってるんです。

平等な接客で一見客を常連客に変える

常連客は確かに大事なんですが、大切にすぎるとよくない。例えば常連客と長話したら、一見

時の経つのも忘れてしまうパチンコの魅力。しかし財布が軽くなった顧客に、不満が残っているようでは再来店を見込むのは難しい。不満を解消するための「顧客満足度」向上が、パチンコ店には常に求められている

「パチンコは、ギャンブルではない。楽しんだ時間当たりの対価を頂く娯楽である」。徳山社長はそんな意識をもとにした店作りを進めている



のお客さんは気分良くないでしょうか？ よく常連のお客さんには「サービスマン」をあげたりする店があるんだけど、そういう店はたいていダメになっていきますね。だから、接客面での優遇は一切しないようにしています。あらゆる客に平等に接するようにしているんです。

そして、そういう接客こそが、一見のお客さんの再来店につながるんです。そして、平等に接すること、常連のお客さんもおかえて安心して、再来店してもらいやすいのではないかと考えています。

パチンコ店は、サービスマンとしては一番難しいと



PARLOR UFOの会員制クラブ

CLUB UFO会員の特典

- ★新台情報の提供
開店情報、新台情報、イベント情報などをDMで会員だけに事前告知。全台一斉開店の際の優先入場
- ★感謝デーの設定
毎週金曜日、フィーバーコーナーおよび権利物コーナーで優遇
- ★来店回数により優待券を発行
来店毎に1日1ポイントを進呈。30ポイント貯まると、1日優待券を発行

活気のいい店作りが人を呼び込む

言われてるんですよ。お客さんは、たいていが負けて、財布を軽くして帰るわけです。だからその不満をいかに解消できるかっていうのは、すごく大切なことなんです。

じゃあその解消のために何か具体的なことをしてるかっていうと、特になんてしてません。ただ、「ギャンブルからの脱却」ということを常に念頭に置いている。「勝った負けた」だけの顧客満足ではなく、お客さんに時間当たりどれくらい楽しんでもらえるか、という考え方をしています。

つまり、お客さんがギャンブルをしてそのテラ銭をいただくのではなく、楽しく遊んでいただき、その時間に対する対価を頂戴する、という意識のもとで、接客を始めとした全体的な店作りをしています。

とにかく店に活気を持たせたい。そして居心地のいい店にしようと思っています。通りかかったお客さんがパチンコ店を覗いて、入るかどうかの判断って、活気って要素が大きいんですよ。他のお客さんが少なくなくて、従業員もダラダラして空気が激んでいると、入店を避けられてしまふ。そうなるともう、客足は離れる一方なんです。

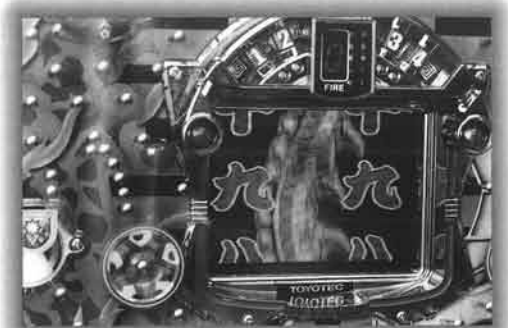
だから音楽もダンスミュージックやディスコミュージックを中心に流して、活気を出す。非日常の空間を造り上げたいんです。ただ、資金のかかることはし

たくないんです。結局お客さんに負担をかけることになりまますから。

従業員にもテキパキした動きを要求しています。ブラブラしてたり、従業員同士で話し込んでたりっていうのは、活気を損なうからやめてもらう。朝も店の前を掃いてもらったりするんですけど、それも活気を出すためなんです。人が動いているだけでずいぶん印象が違いますから。この業界は、人の流れが激しいんですけど、うちには16人の従業員がいて、定着しています。これも私の思想が理解してもらえただけからかな、と。

市内には、パチンコ店が11店舗あります。競争はそんなに激しくありませんけど、やっぱりライバルですね。そもそも人口が少なくて、しかも流動客が見込めないところに11店舗ですから。ただ、ウチがオープンした5年前から、パチンコ人口自体が減っているんです。やっぱり魅力的な台が減ったからでしょうね。

この業界、横のつながりがないんです。情報の交換もない。もっと横のつながりがあればいいなと思います。Niftyのホームパーティーなんか、私は読むだけですけど、いろんな議論が活発に行われていいことだと思いますね。パソコン通信でようやくそういう横のつながりができてきてます。中古台や両替機の流通なんかも、もっと盛んに行われればいいと思います。



「射幸心を煽る」と判断された機種は、業界の自主規制による排除の対象となる。客を呼び込める人気の台が排除されていくという逆境の中から、固定客を維持するという考え方が生まれた

「週末は、バイク人。」キャンペーン リターンライダーズ教室も好評開催!!

レトロファッションスクーターとしてこの春登場したビーノ。新しいスクータートレンドを確立したモデルとして大きな反響を呼んでいるのは「ご存じのとおりです。」

この夏のキャンペーン「YAMAHA&PUFFY 真夏の大冒険フェア」は、さらにボリュームアップした内容でビーノ販売をサポートします。今回のキャンペーンでは、購入プレミアムと抽選プレゼントに大人気の「PY」ロゴをまとったグッズをラインアップ。この春、話題を呼んだ「ビーノ&パフイートシャツ」以上の新たななるブームを呼ぶこと間違いありません。

●YAMAHA&PUFFY 真夏の大冒険フェア パフイートとヤマハの真夏の 大冒険PYグッズプレゼント

実施期間：7月1日～9月末日

★ビーノ購入の方全員に

＜PYTシャツ&バンドナセット＞

★さらに購入者の中から毎月20名

(合計60名)に抽選で

＜オリジナル「サーキットの娘」つなぎ＞

★さらに購入者の中から毎月200名

(合計600名)に抽選で

＜PYベースボールキャップ＞

*実物は写真と異なる場合があります。



つなぎ



Tシャツとバンドナ



キャップ

豊かなバイクライフを多くの
人に提案するため、ヤマハが展開
している「週末は、バイク人。」キ
ャンペーン。今年も豊富なメニ
ューで、バイクとともに過ごす週
末を応援しています。

当キャンペーンの一環



教習車にはプロンコ、マジェスティなどが使用され
ている

として行なわれている「リター
ンライダーバイク教室」は、すでに
各地の自動車教習所等で開催さ
れ、しばらくバイクを離れてい
た人を対象としたスクールとし

て注目を集めています。
このスクールでは、かつてライ
ダーでありながら結婚や就職な
どを理由にバイクを降りてしま
った人たちに、もう一度安全で
楽しいバイクライフを再開して
もらおうと、ヤマハインストラク
ターが実践的な走行指導やアド
バイスをこなしています。受講料
は原則として無料、教習車両に
はオートマチック車とギア付き
車を用意し、運転経験や年齢
性別を問わずどなたでも気軽
に参加できます。

すでに実施された講習では、
受講者から「練習中に転んだり
もしましたが、すごく楽しかった
し、乗れる自信ができました。」
近々バイクを買う予定です」10

FROM SERVICE



地区大会はまもなくスタート。昨年は全国で過去最高の376名が挑戦した

第8回ヤマハ整備士コンテスト 地区大会まもなくスタート!!

さあ、今年も始まりです「ヤマ
ハ整備士コンテスト」。ショップの
サービススタッフが日頃鍛えた修
理、接客などのテクニックを競い

※B/ベイスック M/
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
ものなど、詳しくはヤマハ
の各担当営業所へお問
合わせください。

YIS講習会日程

ブロック	7月
北海道	
東北	B
東京	M 8~10
中部	M 2~4
関西	
中国	
四国	
九州	B

ながら技術力向上を図り、顧客
満足度を高める目的で行なわれ
るもので、今年で第8回を迎え
ます。
全国大会の予選に当たる地区
大会は7月中旬よりスタート。
自店のサービス技術を再確認
し、向上させる絶好のチャンスで
す。年に一度の機会を、ぜひ活
用ください。
詳細は地区担当サービスまで
お問い合わせを。

●第8回ヤマハ整備士コンテスト

地区大会：7月中旬より順次開催

全国大会：11月6日(木)

ヤマハリゾート「つま恋」にて開催

参加資格：ヤマハサービススター店(ス
ター店)資格保有店に従事して
いる店主、従業員

クラス：■ベイスッククラス

■マスタークラス

FROM Y.E.S.S.

アイズリーラン開催迫る! 7月12日、13日、いざSUGOへ!!

Y.E.S.S.の祭典「97Y.E.S.S.ア
イズリーランinSUGO」の開催が
いよいよ目前に迫ってきました。
くのお客さまに声をかけて、こ
各種走行会や「爆風スランプ」
のコンサートなどイベントも盛

'97 Y.E.S.S. アイズリーラン inSUGO

開催日程：7月12日(土)～13日(日)

会場：スポーツランドSUGO

参加費：2,500円(一般/税別)

イベントメニュー：

●ロードコース

- ・サーキット走行会
- ・ニューモデル試乗会

●トライアルコース

- ・トレッキング&ミニツーリング

●モトクロスコース

- ・チャレンジオフロードフロンティアレース
- ・ファーストステップオフロードスクール

●スペシャル会場

- ・「爆風スランプ」野外コンサート
- ・Y.E.S.S.ステーションイベント

〈問〉アイズリーラン事務局

☎0120-655-819

または各ヤマハ営業所

97RSSミーティングを開催 98年型YZシリーズ予約キャンペーンもスタート

97年度のRSSミーティングを7月より、RSS店を対象に全国8カ所で開催します。これは、98年度のコンペモデルの商品説明を行ない商品知識を高めることで、RSS政策の理解を深め、今後のプロモーションやレース活動の理解と普及の促進をはかる目的で行なうものです。

また、オフロード'98コンペモデルの予約キャンペーンも7/10/9/8の期間で実施します。この

- 98YZシリーズ
試乗会
7/8東北(S UGO)
8/16・17関東(茂原)
8/9・10関西(名阪)
8/24四国(美馬)
7/17九州(佐賀)
8/10九州(沖縄)

●RSSミーティング

- 主催:ヤマハ各販売会社
対象:'97年度のRSS認定店
期日・会場:
7/3北海道(札幌) 7/10関西(大阪)
7/8東北(S UGO) 7/11中国/四国(岡山)
7/1関東(東京) 7/17九州(佐賀)
7/23中部(名古屋) 8/9・10九州(沖縄)

<問>ヤマハ各販売会社

新スクランプラー「ブロンコ」登場 プレス、お客さまもそのスタイルに心酔!

懐かしのスタイルと道を選ばない走破性を持つスクランプラー「ブロンコ」。

そのプレス発表会、名づけて「ブロンコバー」が5月12日、東京・代官山のホールで開かれまし。当日は多くのプレスが来場し、軽い食事や飲み物を楽しみながら、ブロンコの開発スタッフと意見交換。プレスからは、細部まで造り込まれたレトロな外観に対する好評価が数多く聞か

れました。会場にはカラーオーダーシステム全10色のフルライアンアップも展示され、注目を集めていました。

5月18日には、東京シヨールームで「ブロンコデビュー試乗会」が行なわれ、130名あまりのお客さまが足を運びました。話題のブロンコだけあって試乗を希望するお客さまが殺到。若いお客さまからは「カ

スタムベースとして、TWとは違うかっこよさを持っている」、アダルトユーザーからは「DT1を思い起こさせるタンクの造形が素晴らしい」などの声が聞かれ、車体デザインに対する高い評価が多かったようです。

オシャレな雰囲気で行なわれた「ブロンコバー」



「カジュアルなスタイルで乗れるのがいい!」



FROM Y.E.S.S.

『YESSSウィークエンドラン』 北海道スペシャルツアー参加者募集中

インストラクター付きのツーリングイベントとして人気の『YESSSウィークエンドラン』。その目玉が、8月21日〜24日に北海道・道北を舞台に行なわれる『北海道スペシャルツアー』です。インストラクターを務めるのは、二輪ジャーナリストの辻司さん。北海道の自然とツーリングの楽しさを堪能できる絶好のチャンス、お客さまにぜひご案内ください。

もちろん北海道スペシャルイ

ベント以外にも、東日本各地のフィールドで「ウィークエンドラン」を開催中。オフロードツアーとオンロードツアーの2つのコースが設定され、辻司さんと大月信和さんが各ツアーのインストラクターを務めます。こちらもご案内よろしくお願ひします。

<問>YESSSウィークエンドラン

事務局 〒183東京都府中市寿町3-14-2 ヤマハ東京内

☎0423-13616511
担当/川名・道浦

「バイクにフレンドシップ」キャンペーン実施中 親子で楽しむバイクスクールも開催!

(社)日本自動車工業会は、二輪車をより快適に安全に利用できる環境を作り、ライダー以外の人にも二輪車の利便性や楽しさを理解してもらうため「バイクにフレンドシップ」キャンペーンを展開中です。このキャンペーンの一環として、俳句付きの写真コンテスト「一句&パチリコンテスト」の募集しています。さらに8月19日「バイクの日」には「バイクフォーラム'97」を開催。多彩なゲストが語るバイクの魅力には、ライダーなら共感すること多いでしょう。また、少年少女とその保護者を対象にした「少年少女モーターサイクルスポーツスクール」を9月に開催します。このスクールは、少年期から取り入れるスポーツ用具として、おもしろさ、楽しさに加え、スポーツ的な心身の育成に大きな役割を果たす二輪車を通じ、家族、仲間との交流を図る絶好の場を与えることを目的としています。モーターサイクルの楽しみ方を広げる数々の催し、ぜひお客さまにもご案内ください。



BOOKS GUIDE



ジバングツーリングVol.1
発行:アポロ出版(株)
267円(税別)

ツーリングの魅力を満載した「ジバングツーリング Vol.1」。「道の駅」「無料温泉」などの気になるスポットも多く紹介されており、A5版のコンパクトサイズでツーリングの荷物の中に忍び込ませておくにも最適です。



バックオフ臨時増刊
ヤマハ セローの世界
発行:(株)フィールド出版
552円(税別)

セローオーナー必見の「ヤマハ セローの世界」この春デビューしたニューセローの徹底リポートはもちろん、セロー独特のトレックテク、メンテナンス講座・パーツリストなど役に立つ情報がいっぱいの一冊です。



インストラクターの指導つきだから、長距離ツーリングが初めての人でも安心!

ヤマハ必勝体制で連勝を目指す!! 鈴鹿8耐エントリー発表

ライダーにとって、そしてモータースポーツファンにとって最も熱いレース「77鈴鹿8時間耐久ロードレース」が7月24日から開



コーリン・エドワーズ

芳賀紀行

スコット・ラッセル

トロイ・コーサー

吉川和多留

藤原儀彦

マールポロヤマハレーシングチーム	コーリン・エドワーズ 芳賀紀行
ヤマハレーシングチーム	スコット・ラッセル トロイ・コーサー
ヤマハレーシングチーム	吉川和多留 藤原儀彦

※このエントリーは6月1日現在の暫定エントリーです。

第4戦鈴鹿200km「ピット作戦は僕の意見で決めた」という紀行。速さに加え、戦術面でも冴えたところを見せた

芳賀紀行2連勝 8耐連覇に向けて絶好調!!

全日本ロードレース・スーパーバイクは、芳賀紀行が4戦中3勝を挙げポイントでも単独トップ

プ。まさに「今、最も乗れている男」との評価を裏つける活躍ぶりです。

5月18日、第3戦筑波では予選でコースレコードを叩き出し、今季初のポールポジション。スタートも難無く決め、今シーズンの最大のライバルである武田雄一（ホンダ）とテールトゥノーズのバトルになります。しかし、紀行は武田に付け入る隙を与えず、周回遅れが現われ始めた14周目



幕、7月27日に決勝日を迎えます。今年20周年を迎えるこの伝統のレースで、ヤマハは過去4勝を挙げており、昨年のコーリン・エドワーズ/芳賀紀行組の劇的な優勝は記憶に新しいところです。

ヤマハは今年も必勝体制で8耐に臨み、2年連続、通算5度目のVを目指します。

昨年の優勝ペア、コーリン・エドワーズと芳賀紀行は「マールポロ・ヤマハ・レーシング・チーム」から参戦。再びタッグを組むこの2人が今年の優勝候補の筆頭と見られています。芳賀はスベシャルステージでポールを奪い、決勝はヤマハ1・2・3を狙う」と気合い十分。「今年も勝つために鈴鹿に来るよ」とエドワーズも意気込みを語っています。

「ヤマハ・レーシング・チーム」からはスコット・ラッセル/トロイ・コーサーのワールドスーパーバイクチャンピオン同士のコンビと、吉川和多留/藤原儀彦のこちらは全日本チャンピオンコンビが参戦。エドワーズ/芳賀組に負けじと表彰台の頂点に挑みます。

そのほか話題のチームとして、4月のルマン24時間で2位表彰台を獲得したジャンニ・マルタンとジャンニ・フィリップ・ルジア組が「ヤマハモーターフランス」から参戦。世界耐久選手権のシリーズチャンピオンを狙います。

昨年10年ぶりの夢のコンビ復活で話題を呼んだ「チーム平&サロン」は平忠彦とクリスチャン・サロンがお馴染みツインエンジンのTRX850で昨年以上の成績を目指します。

LOCAL TOPICS

六本木のクラブでビーノをプレゼント 若い熱気が渦巻く「ビーノナイト」!!

東京・六本木のクラブ「R? HALL」にて、ビーノを来場されたお客さまに抽選でプレゼント

トするイベントが開催されました。同ホールでは4月よりビーノを展示し、プレゼント懸賞を告知。懸賞に応募された方は300名にも及び、そのうち6割が女性でした。

そのプレゼント受賞セレモニー「ビーノナイト」が5月31日に同ホールで開催。当日は100名以上のお客さまが集まり、ヒットソングの音楽に合わせて踊ったり、食事を楽しんだりする中、場内のモニターではビーノのテレビCMも写しだされていました。

深夜1時30分をまわったところ、ビーノが当選した2人はクラブで知り合った友達同士。仲良く「ハイパービーノ」を手に。

深夜1時30分をまわったところ、ビーノが当選した2人はクラブで知り合った友達同士。仲良く「ハイパービーノ」を手に。

磐田市の市民チーム「いわたトンボRTジュビロ」からは全日本ロードレースで活躍中の長谷川克憲/小倉直人がエントリー。また「YESSレーシングチーム」からはYESSスタッフの代表として時永真/五陸泰彦が参戦。このチームではYESSスタッフがピットクルーやピットリポーターを体験する注目の企画もあります。

さらに、ヤマハホームページでも鈴鹿8耐に向けて直前情報を続々と掲載中（URL <http://yamahamotor.co.jp/race/8hours/>）。もちろん8耐ウィークにはリアルタイムでサーキットからのレース情報を発信するので、「ご期待ください」。



研修生 TECHNICAL SKILLS MEETING HOON

TOOL BOX

- ★旧東海道の宿場町を電動ハイブリッド自転車でのんびり巡ってもらうため、神奈川県小田原市と東京都品川区で6月にニューバスやスタークロスをはじめ、5台のバスが導入された。ともにレンタルバスとして観光客に利用していただけます。
- ★全日本モトクロス選手権第3戦HSR九州ヒート2で大河原功次が今季初

- 勝利。雨上がりのマディなコンディションをものともせず、独走でチェッカーを受けました。外国人勢に独占されていた今シーズン、日本人選手にとつての初勝利となりました。
- ★平成9年度奨学生が新入社員との入社式に参加。2年間の研修のスタートをきりました。MC17期生9名、マリ12期生3名はヤマハ本社・販売営業所で技術・接客・営業の各種研修

を積み、卒業後の家業継承時には両親をサポートし、より大きな店舗へ発展させようと希望に燃えています。

「ヤマハニュース」情報募集のお知らせ

ヤマハニュースでは、お店からのホットな情報を募集しています。ユニークなイベントや店頭活動、お店独自のパンエの使い方などどんな話題でも結構です。もちろんお宝も継続募集中。ヤマハにまつわる古いアイテムを見つけたら、どしどし下記までFAXをお寄せください。

ヤマハニュース編集室
FAX 03-5474-7898



ガッツポーズでフィニッシュしたダグ・ヘンリー



5月17日に行なわれたスーパークロス最終戦ラスベガスに、ヤマハは話題のモトクロスマシンYZM400Fを投入。これを駆るダグ・ヘンリーがスーパークロス史上初の4ストロークマシンでの優勝を成し遂げました。

スーパークロス最終戦でYZM400Fが初勝利！ 世界選手権でも3勝をゲット!!

降は抜群の切れでバックマーカーを交わして引き離し、最後は8秒差を付けてゴールしました。続く6月1日、第4戦鈴鹿200kmは8耐前哨戦と呼ばれる重要なレース。ここでも紀行はポールを獲得し、スタートも決めてレースをリードします。しかし、間もなく武田が2番手上がりトップとの差を徐々に縮めていきます。紀行は2度、武田の先行を許すもののすぐに抜き返し、両者は23周目に同時に給油ピットイン。このピット作業が勝負のポイントとなりました。

目には2位以下に6秒の差をつけました。後方でバトルを繰り広げるライバルたちを尻目に圧倒的な速さで周回を重ね、熱狂的な観客の大歓声を受けてチェッカーをくぐりました。スタートから飛び出せたので、自分のペースで走ることができた。2ストローク勢のなか、4ストロークエンジンで勝てたのがとにかく嬉しい」と、ヘンリーは喜びを表現していました。

チームは素早い作業で紀行を送り出し、紀行もそれに応えるようにアウトラップをハイペースで周回。ピットインの翌周には武田に7秒近くの差をつけるなど、後半そのまま突き放しチェッカー。見事2連勝を飾りました。しかし、ポイント上での武田との差はわずか6点。紀行にとってこれからのレースが正念場となることはまちがいないものの、鈴鹿8耐2連勝と全日本チャンピオンという二つの栄冠へのチャレンジが大いに楽しみです。

また6月1日の世界選手権モトクロス500ccクラス第5戦チェコではピーター・ヨハンソンが同ヒートを制する完全勝利。軽量コンパクトな車体を活かし、タイトなコーナーで前を行く車を次々とバスターする切れのある走りを見せつけました。

RESULT

世界選手権ロードレースGP500

第4戦・イタリア(5/18)

- 1位 ドゥーハン(ホンダ)
- 2位 カタローラ(ヤマハ)
- 3位 青木宣篤(ホンダ)
- 7位 阿部典史(ヤマハ)
- 9位 ジベルノ(ヤマハ)
- 11位 コーサー(ヤマハ)

第5戦・オーストリア(6/1)

- 1位 ドゥーハン(ホンダ)
- 2位 岡田忠之(ホンダ)
- 3位 カタローラ(ヤマハ)
- 9位 阿部典史(ヤマハ)

第6戦・フランス(6/8)

- 1位 ドゥーハン(ホンダ)
- 2位 チェカ(ホンダ)
- 3位 岡田忠之(ホンダ)
- 7位 阿部典史(ヤマハ)
- 13位 ジベルノ(ヤマハ)
- 14位 コーサー(ヤマハ)

RANKING (第6戦終了時)

- 1位 ドゥーハン(ホンダ) 148
- 2位 クリバーレ(ホンダ) 102
- 3位 岡田忠之(ホンダ) 74
- 5位 カタローラ(ヤマハ) 59
- 6位 阿部典史(ヤマハ) 51
- 13位 ジベルノ(ヤマハ) 24
- 18位 コーサー(ヤマハ) 9

ワールドスーパーバイク

第4戦・ドイツ(6/8)

- <第1ヒート>
- 1位 スライ(ホンダ)
 - 2位 コンスキー(ホンダ)
 - 3位 ラッセル(ヤマハ)
 - 7位 エドワーズ(ヤマハ)

<第2ヒート>

- 1位 フォガティ(ドゥカティ)
- 2位 柳川明(カワサキ)
- 3位 ウィットナム(スズキ)
- 4位 ラッセル(ヤマハ)
- 5位 エドワーズ(ヤマハ)

RANKING (第4戦終了時)

- 1位 フォガティ(ドゥカティ) 148
- 2位 スライ(ホンダ) 124
- 3位 コンスキー(ホンダ) 118
- 5位 エドワーズ(ヤマハ) 79
- 6位 ラッセル(ヤマハ) 77

500cc世界選手権モトクロス

第5戦・チェコ(6/1)

- <第1ヒート>
- 1位 ヨハンソン(ヤマハ)
 - 2位 ニコル(KTM)
 - 3位 S.キング(KTM)
 - 11位 パルトリーニ(ヤマハ)

<第2ヒート>

- 1位 ヨハンソン(ヤマハ)
- 2位 ファンドーン(ホンダ)
- 3位 ニコル(KTM)
- 6位 パルトリーニ(ヤマハ)

第6戦・オランダ(6/8)

<第1ヒート>

- 1位 スメッツ(フサベル)
- 2位 ホーネン(KTM)
- 3位 パルトリーニ(ヤマハ)
- 14位 ヨハンソン(ヤマハ)

<第2ヒート>

- 悪天候のため中止

RANKING (第6戦終了時)

- 1位 スメッツ(フサベル) 125
- 2位 ニコル(KTM) 106
- 3位 S.キング(KTM) 101
- 5位 パルトリーニ(ヤマハ) 92
- 6位 ヨハンソン(ヤマハ) 89

250cc世界選手権モトクロス

第6戦・チェコ(5/11)

<第1ヒート>

- 1位 エバーツ(ホンダ)
- 2位 ベルブーツ(スズキ)
- 3位 ホレー(カワサキ)
- 5位 ブラウン(ヤマハ)

<第2ヒート>

- 1位 エバーツ(ホンダ)
- 2位 ベルブーツ(スズキ)
- 3位 バイラー(ホンダ)
- 5位 ブラウン(ヤマハ)

第7戦・イギリス(5/25)

<第1ヒート>

- 1位 エバーツ(ホンダ)
- 2位 ベルブーツ(スズキ)
- 3位 バイラー(ホンダ)
- 8位 ブラウン(ヤマハ)

<第2ヒート>

- 1位 エバーツ(ホンダ)
- 2位 トーテリ(カワサキ)
- 3位 ベルブーツ(スズキ)
- 8位 ブラウン(ヤマハ)

第8戦・サンマリノ(6/8)

<第1ヒート>

- 1位 エバーツ(ホンダ)
- 2位 トーテリ(カワサキ)
- 3位 バイラー(ホンダ)
- 7位 ブラウン(ヤマハ)

<第2ヒート>

- 1位 トーテリ(カワサキ)
- 2位 バイラー(ホンダ)
- 3位 デマリア(ホンダ)

RANKING (第8戦終了時)

- 1位 エバーツ(ホンダ) 278
- 2位 トーテリ(カワサキ) 210
- 3位 ベルブーツ(スズキ) 12
- 10位 ホーランド(ヤマハ) 95
- 12位 ブラウン(ヤマハ) 72

AMAスーパークロス

第15戦・ラスベガス(5/17)

- <第1ヒート>
- 1位 ヘンリー(ヤマハ)
 - 2位 ヒューズ(カワサキ)
 - 3位 ブラッドショー(ホンダ)
 - 4位 ラスク(ヤマハ)

<第2ヒート>

- 1位 エミグ(カワサキ) 293
- 2位 マクグラス(スズキ) 278
- 3位 ラスク(ヤマハ) 251

RACE CALENDAR

月	日	世界選手権						全日本選手権			AMA選手権			
		F1	GP	ED	SB	125MX	250MX	500MX	RR	MX	TR	SX	ナショナル	
6			⑧イモラ											⑦ブキャナン
7	13	⑧イギリス		②ベルギー	⑧アメリカ	⑧フィンランド	⑧イギリス	⑧SUGO	⑤北海道					
	20		⑧ドイツ						⑧若手決	④東北			⑧コナテラ	
	27			③鈴鹿8H									⑧トロイ	
8	3			⑧ブラジル	⑧イギリス		⑧インドネシア	⑧ベルギー	⑦長野	⑤北海道			⑧ミルビル	
	10	⑧ハンガリー				⑧スロバキア		⑧ルクセンブルク	⑧MINE				⑧ワシューガル	
	17		⑧イギリス		⑧オーストリア	⑧ベルギー	⑧ポランド						⑧ビンガムトン	
	24		⑧ベルギー					⑧ドイツ					⑧デルモント	
	31		⑧チェコ		⑧オランダ	⑧オランダ	⑧スイス							

- 7位 ヘンリー(ヤマハ) 175
- 18位 ウィンダム(ヤマハ) 64

AMAナショナル

第3戦・グリーンヘレン(5/11)

<第1ヒート>

- 1位 エミグ(カワサキ)
- 2位 アルバーティン(スズキ)
- 3位 マクグラス(スズキ)
- 4位 ヘンリー(ヤマハ)
- 5位 ダウド(ヤマハ)
- 6位 ラスク(ヤマハ)

<第2ヒート>

- 1位 エミグ(カワサキ)
- 2位 ラスク(ヤマハ)
- 3位 アルバーティン(スズキ)
- 4位 ダウド(ヤマハ)
- 12位 ヘンリー(ヤマハ)

第4戦・Mt.モリス(5/25)

<第1ヒート>

- 1位 ヒューズ(カワサキ)
- 2位 ダウド(ヤマハ)
- 3位 ブラッドショー(ホンダ)
- 6位 ラスク(ヤマハ)

<第2ヒート>

- 1位 ブラッドショー(ホンダ)
- 2位 ワード(ホンダ)
- 3位 ヒューズ(カワサキ)
- 5位 ラスク(ヤマハ)
- 6位 ダウド(ヤマハ)

RANKING (第4戦終了時)

- 1位 エミグ(カワサキ) 178
- 2位 マクグラス(スズキ) 140
- 3位 ダウド(ヤマハ) 132
- 6位 ヘンリー(ヤマハ) 102

全日本ロードレース

第3戦・筑波(5/18)

<スーパーバイク>

- 1位 芳賀紀行(ヤマハ)
- 2位 武田雄一(ホンダ)
- 3位 藤原克昭(スズキ)
- 7位 吉川和多留(ヤマハ)

<250>

- 1位 加藤大治郎(ホンダ)
- 2位 芳賀健輔(ヤマハ)
- 3位 松戸直樹(ヤマハ)

Check Point

いよいよ目前に迫った「鈴鹿8時間耐久ロードレース」。決勝レースもさることながら、注目を集めるのは決勝グリッドを決定する土曜日のスペシャルステージ。1台ずつのタイムアタックで、ライダーとマシンが持てるかぎりのポテンシャルを発揮する年に1度のチャンスです。ここで期待は昨年、優勝を達成した芳賀紀行。全日本ロードレースで4戦中2戦でポールを獲得している紀行が、自ら宣言したとおり8耐での初ポールを獲得する可能性は大きいでしょう。

第4戦・鈴鹿200km(6/1)

<スーパーバイク>

- 1位 芳賀紀行(ヤマハ)
- 2位 武田雄一(ホンダ)
- 3位 藤原克昭(スズキ)
- 5位 吉川和多留(ヤマハ)
- 7位 藤原儀彦(ヤマハ)

<250>

- 1位 加藤大治郎(ホンダ)
- 2位 中野真矢(ヤマハ)
- 3位 玉田誠(ホンダ)
- 31位 芳賀健輔(ヤマハ)

RANKING (第4戦終了時)

- <スーパーバイク>
- 1位 芳賀紀行(ヤマハ) 77
 - 2位 武田雄一(ホンダ) 71
 - 3位 藤原克昭(スズキ) 51
 - 5位 吉川和多留(ヤマハ) 35
 - 15位 藤原儀彦(ヤマハ) 9

<250>

- 1位 加藤大治郎(ホンダ) 60
- 2位 加賀山就臣(スズキ) 58
- 3位 玉田誠(ホンダ) 46
- 4位 中野真矢(ヤマハ) 43
- 4位 芳賀健輔(ヤマハ) 43

全日本モトクロス250cc

第3戦・HSR九州(5/11)

<第1ヒート>

- 1位 マタセビッチ(カワサキ)
- 2位 高木嵩雅(ホンダ)
- 3位 田中教世(カワサキ)
- 5位 鈴木健二(ヤマハ)
- 6位 大河原功次(ヤマハ)

<第2ヒート>

- 1位 大河原功次(ヤマハ)
- 2位 マタセビッチ(カワサキ)
- 3位 鈴木健二(ヤマハ)

第4戦・SUGO(6/8)

<第1ヒート>

- 1位 マタセビッチ(カワサキ)
- 2位 田中教世(カワサキ)
- 3位 成田亮(ホンダ)
- 9位 鈴木健二(ヤマハ)
- 18位 大河原功次(ヤマハ)

<第2ヒート>

- 1位 ルイス(スズキ)
- 2位 マタセビッチ(カワサキ)
- 3位 榎本正則(カワサキ)
- 4位 鈴木健二(ヤマハ)
- 11位 大河原功次(ヤマハ)

RANKING (第4戦終了時)

- 1位 マタセビッチ(カワサキ) 148
- 2位 ルイス(スズキ) 118
- 3位 高木嵩雅(ホンダ) 88
- 6位 大河原功次(ヤマハ) 64
- 8位 鈴木健二(ヤマハ) 60

F1GP

第5戦・モナコ(5/11)

- 1位 M.シューマッハ(フェラーリ)
- 2位 バリチェロ(スクーデリア)
- 3位 アーバイン(フェラーリ)

第6戦・スペイン(5/25)

- 1位 ビルヌーブ(ウイリアムズ)
- 2位 パニス(プロスト)
- 3位 アレジ(ベネトン)

情報

Vol. 2

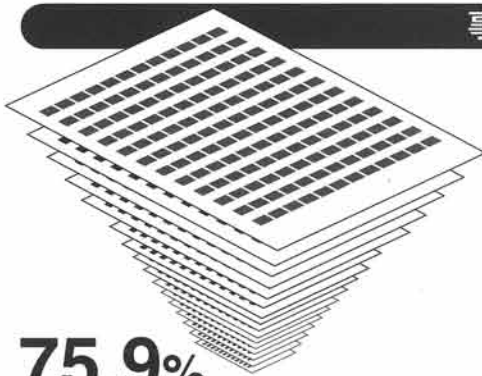
- ☆うわ、何よこの机！ カタログだらけじゃないの。ここまで公然と仕事場で私用を足す人も珍しいわね。
- ★うーん、まだテレビ決まらないんだよ。☆こんなにカタログあつたら辞書でも作れそうね……。
- ★しかも猛烈に熟読してるから、今や店員さんより詳しくてさ。こっちの質問が高度になりすぎちゃったらしくて、なかなか的を射た回答がもらえないんだよ。
- ☆もうメーカーの開発担当者にも聞かないとダメかもね。
- ★そうだ！ キミはどんなテレビを使ってるの？
- ☆え？ 何で？
- ★いやあ、だいたいどんな機能のテレビにするかは決まってるんだけど、メーカーがなかなか決められなくてさ。実際に使ってる人にもいろいろ話を聞いて、情報を収集してるってわけだよ。
- ☆ふーん。ウチはX社のテレビを使ってるけど……。
- ★どう？
- ☆どうって、別にわたしはAV機器マニアじゃないから、映ってさえいれば何でもいって感じなんだけど。
- ★キレイに映ってる？
- ☆キレイって、まあ、普通、かなあ。
- ★壊れる？
- ☆ううん。もう15年ぐらい経つけど、壊れたことない。
- ★ゲツ、そんなに古いのか。じゃああんまり参考にならないなあ。
- ☆失礼な人ね！ だったら他の人に聞けばいいじゃない！
- ★ごめんごめん、そんなに怒るなよ。もうたくさんの人に聞いて回ってるんだけど、15年モノは初めてだったから、つい。それにしてもこんなに情報を集めてるのに、まだ決められないのって、何でかなあ。
- ☆それはあなたが優柔不断だからだよ。
- ★う、うーむ。でもさ、これだけ苦労して手間ひまかけて買ったんだから、ウチに来るテレビも幸運だよな。
- ☆それは言えるかもね。大事に使うんだろ。それより、今年の夏はポーナスカットされるらしいって噂、聞いた？ いやになっちゃうわよね。……アレ、どうしたの、髪の毛が真っ白よ。もしやポーナスで買ったつもりだったのでは？ ねえ、返事してよ。あれ、どこ行くの!? ちょ、ちょっとーッ！

情報の収集方法

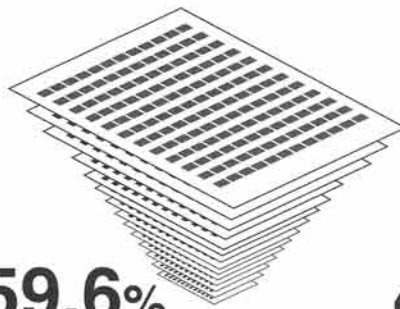
第27回国民生活動向調査結果報告書(国民生活センター)より

(複数回答)

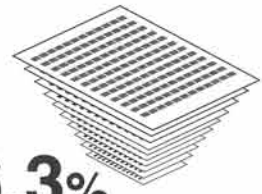
事業者からの情報



カタログやパンフレットを集める

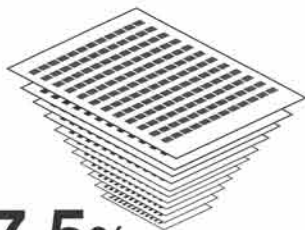


チラシや新聞・雑誌の広告を見る



メーカーや販売店に聞く

第三者を通じた情報

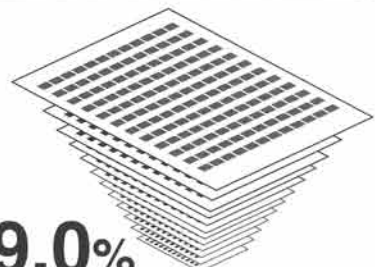


新聞や雑誌に載っている記事を見る



専門の本や雑誌を見る

口コミ情報



友人・知人に聞く

INFORMATION

「事業者からの情報」が圧倒的に多いのは、他からの情報と比べて情報量自体が非常に多いため、と思われる。逆に言えば、顧客は常に、事業所に情報を求めているのだ。また、「事業者からの情報」以外では、「口コミ」がやはり強い。特にバイクの場合は仲間同士のつながりが密であるケースが多いので、昔ながらの情報収集手段とはいえ、口コミがいかに重要かが分かる。また、テレホン情報サービス、ファックス情報サービス、パソコン情報サービスについては0.5~0.8%とまだわずかで、普及はこれからようだ。

NEW
MODEL

デイトナ200で活躍した
ローソン&FZイメージの新色登場!

この春、新基準の400ccスポーツを提唱して登場した「FZ400」にニューカラーが追加設定されます。スポーティーなそのグラフィックは、'86年デイトナ200マイルレースで優勝したエディー・ローソン選手とFZ750の勇姿を彷彿とさせるもの。夏商戦を支援するバリエーションです。



ヤマハスポーツ

FZ400

メーカー希望小売価格

629,000円

※北海道、沖縄及び一部地域を除く。
価格には保険料、税金(消費税を含む)は含まれない。

7月10日発売

カラー:フイマックスブルー/ブルーイッシュホワイトカクテル1(ブルー/ホワイト)

PARTS & ACCESSORIES NEWS

SENSE UP

幅広い用途に対応するオープンジェットヘルメット
『ZENITH』(ゼニス)

■サイズ:M、L、XL ■規格:JIS B種 ■重量:980g

50ccスクーターからビジネスユース、さらには250ccスクーターやタンデムライダー用セカンドヘルメットとしての需要まで、幅広い用途に対応するオープンジェットヘルメットが新登場。先進的なフルフラッシュサーフェイスフォルムの採用をはじめ、各所に上級モデル並みの装備を持ちながら、15,800円というハイコストパフォーマンスを達成している。



ワンタッチシールド交換システム



フル着脱式「洗える」内装



ヘッドベンチ



サイドアウトレット

7月1日発売

メーカー希望小売価格

15,800円

(消費税を含まず)

【主な特徴】

- サイドカバーの段差を抑えた「フルフラッシュサーフェイスフォルム」サイドカバーと重なる部分の帽体に段差を設けることで、先進のフルフラッシュサーフェイスフォルムを実現。優れた空力特性により、風圧による首の負担を軽減する。
- 1.5mm厚・ハードコート仕様の「UVカットシールド」UVカットシールドに加え、傷つきにくいハードコートを採用。オプションとしてクリアシールド(¥2,800)、スモークシールド(¥2,800)、ミラーシールド(¥4,500・8月発売)をラインナップする。



キャンディレッド

ホワイト

ブラック

ライトシルバー

ダークブルー

- 980gの「超軽量」を実現
上級モデル並みの装備を備えながら、JIS B種ヘルメットの長所を活かした軽量設計(980g)を実現。
- 快適性を大幅に向上する「エアシステム」
頭部とライナーを直接触れさせないハンモック式内装を採用。帽体内にエアスペースを作ることで、快適性を大幅に向上する。また、ヘッドベンチとクラス初のサイドアウトレットも装備する。
- 清潔感あふれる「フル着脱式「洗える」内装」
内装はフル着脱式。丸洗いも可能な清潔仕様。なお、ハンモック式とフル着脱式を併用した内装は業界初。

トクロッサーYZシリーズ

れているYZシリーズ。ルが登場します。

8月10日発売 (7月10日予約開始)

カラー：ディーパーブリッシュブルーソリッドE

NEW MODEL



ヤマハモトクロッサー YZ250

メーカー希望小売価格

569,000円

(消費税を含まず)

エンジン関係は、特に低中速でのパワー向上、及び極低速からのスロットルレスポンス向上を実現しました。さらにピークパワー発生後の高回転域での伸びも向上させ、全回転域において性能向上を実現しました。サスペンション関係も、細部にわたる形状変更およびセッティング変更等を施し、軽快なハンドリングと高速安定性の両立を図りました。

〈主な変更点〉

- 全面新作のシリンダー等による低中速のパワー向上
- 低フリクション化によるスロットルレスポンスの向上
- キャブセッティング変更、CDI特性変更、圧縮比変更による高速域での特性向上
- サスペンションの見直しによる軽快なハンドリング特性と高速安定性の両立
- サスのハッシュフィーリング低減によるライダー疲労の軽減
- 高剛性化等によるブレーキのコントロール性向上



ヤマハモトクロッサー

YZ125

メーカー希望小売価格

479,000円

(消費税を含まず)

エンジン関係は、特に低中速でのパワー向上、及び極低速からのスロットルレスポンス向上を実現しました。さらにピストン、ピストンピンの軽量化などにより、ピークパワー発生後の高回転域での伸びも向上させ、全回転域において性能向上を実現。更に、冷却系の見直しで一層信頼性を向上させました。サスペンション関係も、細部にわたる形状変更およびセッティング変更等を施し、軽快なハンドリングと高速安定性の両立を図りました。

〈主な変更点〉

- 新作シリンダー採用などによる低中速パワー向上
- 低フリクション化によるスロットルレスポンスの向上
- キャブセッティング変更、ピストン、ピストンピン軽量化による高回転域での性能向上
- サスペンションの見直しによる軽快なハンドリング特性と高速安定性の両立
- サスのハッシュフィーリング低減によるライダー疲労の軽減
- 高剛性化等によるブレーキのコントロール性向上

【プロダクトインフォメーション】

っています。またカリフォルニア州では、オフロード車の排気ガス「規制」が新たに導入されるなど環境対策が積極的に進行しています。一方、欧州では500ccモトクロス世界選手権で4サイクル車が活躍するなど話題を集め、現在は2サイクル・4サイクルの混走で注目度の高いレースが展開され、新しい4サイクルを待つ声も聞かれています。この欧米の背景の中、“世界的なモトクロス&エンデュロの活性化”を照準に「次世代を担う最速4サイクルモトクロッサー」として開発しているのが、「YZ400F」です。

◆ **エンジン**＝エンジン開発にあたっては、①コンパクトで軽量であること、②パワーバンドが広く過渡特性に優れていること、の2点を重点開発項目としています。搭載する軽量DOHCエンジンには、1軸バルブサマー、FCRキャブレターなどを採用しています。

◆ **フレーム**＝新開発のセミダブルクレードルフレームは、ドライサンプエンジンのオイルタンクとしてメインチューブを活用するタンクインフレーム方式。「YZ250」とほぼ同様の車体ディメンションを達成することで、YZ250の優れた車体特性を

継承しています。また、サスペンション、ブレーキ関連もYZと同システムで、優れたストップングパワーを引き出しています。



熟成・進化でポテンシャル向上 '98ヤマハモ

ワールドGPからAMAスーパークロス、そして全日本からアマチュアレースまで、幅広いフィールドでその戦闘力が評価され信頼のポテンシャルに磨きをかけて'98モデルが登場します。また、「YZ80LW」「YZ80」についてもニューカラーで'98モデル

ヤマハモトクロス

YZ80LW メーカー希望小売価格 **319,000円**
(消費税を含まず)



ヤマハモトクロス

YZ80 メーカー希望小売価格 **299,000円**
(消費税を含まず)



'98YZ250ベースのエンデュロ専用モデル

ヤマハエンデュロ
WR250Z

9月20日新発売 メーカー希望小売価格 **580,000円**
(7月10日予約開始) (消費税を含まず)

YZベースのエンデュロ専用モデルとしてエンスージャストから高い信頼を得ているWR。'98モデルは、'98「YZ250」を母体に、エンデュロ競技向けに装備、走破性、信頼性の向上を図りました。

〈'98「YZ250」からの変更点〉

- ワイドレシオ5速ミッションの採用
- キャブレターセッティング変更
- フライホイールマグネターの大容量化およびライティングコイル付きCDIの装備。
- サスペンションセッティング変更及びエンデュロ専用タイヤ採用と後輪タイヤサイズ変更
- シールチェーン、スチール製スプロケ、ボルトオン式サイドスタンド、リザーブ付きフュエルコック等の採用

カラー：ディーパーブリッシュブルーソリッドE



AMAスーパークロス初の4サイクル優勝マシン「YZM400F」の技術に基づいて開発市販4サイクルモトクロス「YZ400F」'98年より欧米に導入予定

軽量コンパクト、4サイクル水冷DOHC5バルブ400ccエンジンをセミダブルクレードルフレームに搭載する4サイクル市販モトクロス「YZ400F」が、いよいよ登場。'98年シーズンより、欧米市場に導入します。

このモデルは、“最速4サイクルモトクロス”をキーワードに開発を進めてきたもので、'97年500cc「ワールドMXイタリアGP及びチェコGP、AMAスーパークロス最終戦ラスベガス大会で優勝した「YZM400F」のテクノロジーをフィードバックして開発した国内メーカー初の市販4サイクルモトクロスとなります。

◆ 企画背景＝米国のコンペ市場では、近年4サイクルへの需要が高まり、昨'96年からは4サイクル車によるモトクロス選手権も始ま

YZ予約キャンペーン実施!

期間中YZシリーズご予約のお客様に「YZバッグ」をプレゼント。

どうぞご利用ください。

対象モデル/YZシリーズ及び、WR250Z



