

Yamaha News 3

1998
No.414
M A R.

ヤマハ ニュース

「もう一歩」のステップアップを応援します

What's New

XJR1300/Drag Star クラシック
& スタンダード

Royal Star ツアークラシック
& スタンダード / JOG Z-II / T90D

注目! 春のテレビCM ほか

Open Eyes 起業家たちの今

日本ベンチャー起業支援協会

Hello! Nice Shop

(株)サッシュ

“バイクライフ” ショップをめざして

「鈴木一真クンって、カッコいいわよね」と彼女。「あなたもあんなバイクに乗ってみたら?」そりゃないよ、Drag Starクラシックに目をつけたのはオレの方が先だぜ
すずきかずま/89年「POPEYE」誌でモデルデビュー。以後、海外にも進出し、トップモデルとして活躍。95年より映画、ドラマにも多数出演し、今春、ヤマハ「ドラッグスター」広告のイメージキャラクターとなった。

シルバーメタリック1



鍛造ピストン&メッキシリンダーなど
 熟成の空冷1300エンジン搭載
 ビックバイク市場に「本命」デビュー！

バイクらしい大柄な外観と快適・
 軽快な走行性能で94年の初期モデ
 ル以来、リッターバイク市場の牽引役
 を務めてきた「XJR1200」。そ
 の後継モデル「XJR1300」が登
 場です。排気量を150ccアップし
 た他、鍛造ピストンやメッキシリン
 ー、そして新作電気式メーターまで、

ヤマハスポーツ

XJR1300

3月10日発売 ¥930,000

【主な特徴】

■メッキシリンダー採用1250cc・100馬力エンジン
 「XJR1200」のボアを2mmアップして1188ccから1250ccへ排気
 量アップしたニューエンジンを搭載。ピストンには、耐熱性・耐
 摩耗性に優れた軽量設計が可能なアルミ鍛造ピストンを投入。さら
 にヤマハ独自の「高速メッキ技術」で可能となったセラミック
 コンポジットメッキシリンダーを採用し、優れた冷却性、耐摩耗
 性、オイル消費低減化等を達成。

※メッキシリンダーは、空冷マルチ初の特徴。
 ※「高速メッキ技術」は、「YZF-R1」や当社のフォード向け自動
 車エンジンの一部に採用して実績を持っている技術。

■タイヤサイズ新設定、サスセッティングも最適化
 タイヤは前輪120/70-ZR17。「XJR1200」比較で10mm細いサイ
 ズに設定し、後輪は逆に180/55ZR17と10mm太く、偏平率
 も60%から55%へ変更。また、サスペンションの減衰力特性の
 最適化を図り、大排気量の既成イメージを払拭。優れた操縦安
 定性にいつそう磨きかけた。また、上記各仕様の結果、シート
 高も5mm低い775mmを実現している。

■その他のニューフィーチャー

①新作サイドカバー、②新作テールカウル、③斬新なリアビ
 ューを演出するマルチフレクター採用テールランプ、④電気式
 スピードメーター、⑤ツイントリップ&デジタル時計、⑥オプシ
 ン設定の盗難抑止装置「ヤマハアラームイモビライザー」に対
 応するプレワイヤリングなどを採用している。



グレーメタリック3



XJR1300メッキシリンダー
 &ピストンの摺動イメージ

ピストンリングと硬いシリコンカーバイト(SiC)
 粒子を共析したNi-(P) 全層との間に薄い
 オイル層ができ、優れた摺動性が得られる。



ブラック2

【XJR1300】主要諸元

●型式/エンジン型式=RP01J/P501E ●全長/全幅/全高(mm)=2,175×780×1,115 ●シート高(mm)=775 ●軸間距離(mm)=1,500
 ●最低地上高(mm)=120 ●乾燥重量/整備重量(kg)=230/253 ●舗装平坦路燃費(km/ℓ)=25.0(60km/h) ●原動機種類=空冷・4
 サイクルDOHC4バルブ ●気筒数配列=並列4気筒 ●総排気量(cm³)=1250 ●内径×行程(mm×mm)=79.0×63.8 ●圧縮比=9.7:1 ●最高
 出力(PS/rpm)=100/8,000 ●最大トルク(kg・m/rpm)=10/6,000 ●始動方式=セル式 ●潤滑方式=強制圧送ウエットサンプ ●エンジン
 オイル容量(ℓ)=4.2 ●燃料タンク容量(ℓ)=21 ●キャブレター形式=BS36×4 ●点火方式=T.C.I. ●バッテリー容量/種類=12V12AH
 (10H) ●GT14B-4(MF) ●1次減速比/2次減速比=1.750/2.235 ●クラッチ形式=湿式多板ダイヤフラムスプリング ●変速機形式=常時
 合式前進5段 ●変速比=1速2.8571、2速2.000、3速1.571、4速1.292、5速1.115 ●フレーム形式=ダブルクレードル ●キャスト/トール
 (度/mm)=25°30' / 100 ●タイヤサイズ(前/後)=120/70ZR17 / 180/55ZR17 ●ブレーキ形式(前/後)=油圧式ダブルディスク/油圧式
 シングルディスク ●懸架方式(前/後)=テレスコピック/スイングアーム ●ヘッドライト=12V60W/50W(ハロゲン)

ヤマハ「アラームイモビライザー」

(点火カットシステム内蔵盗難抑止装置)

¥24,800

4月新発売

警報機能&エンジン点火カット機能を
 300gのコンパクトボックスに内蔵

対応モデル=「XJR1300」
 「ドラッグスター クラシック」
 '98「ドラッグスター」



盗難、いたずらから「愛車」を守る新アイテム、ヤマハ「アラ
 ームイモビライザー」が新登場。シート下スペースに装着で
 できる重量300g・カセットテープ約2個分容量のユニットで、①
 システムセット状態でバイクに姿勢変化があった場合は大

音量のサイレンが鳴る警報機能、②配線が加工やいたず
 らされた場合は点火をカットするエンジン点火カット機能、と
 いうふたつの機能をもつ盗難抑止装置です。

【主な特徴】

■イモビライザーによる優れた盗難抑止効果
 アラーム機能にプラスしてイモビライザー機能(点火カッ
 ト)を備えており、配線を直結してもエンジンはかからない
 システム。

■少ない消費電力

通常は約3mAの低消費電力。システムセット以後24時
 間でスリープ機能が働き、消費電流をさらに1mAまで抑
 えるため、長時間の連続使用も可能。

■アラームの自動セット

バイク本体のメインスイッチを(OFF)にすると、自動的
 にシステム作動状態となり、セットのし忘れを防ぐ。

■簡単な取り付け

適応機種は車両側には、本体取り付け用の配線(プレワイ
 ヤリング)が装備されているため、配線をコネクタの接
 続だけ。

■サイレン作動時間も3パターンから選定可能

警報サイレンは、5秒、15秒、30秒から選択できる。

ファットな前輪、クラシカルな外装のニューバージョンも登場！ イメージ一新したドラッグスター

一昨年春の新登場から2年。堂々ク
ラストップの人気者となった「ドラッグ
スター」が、さらに新しいアメリカンテイ
ストを全身にみながらデビユー!!
その名も「ドラッグスタークラシック」。
フロントタイヤサイズ変更、高級感溢
れる外装パーツの投入、「ロイヤルスタ
ー」と共通パーツの多用、専用設計シ
ート採用などで、ひと味違うドラッグ
スターを具現化しました。なお、「98ス
タンダードモデル」「ドラッグスター」もカ
ラーリング及び外装パーツ(立体タンク
エンブレム採用)変更で
登場します。
「ロー&ロングの

活気あるアメリカン”を求めるライダー
には「ドラッグスター」、”よりクラ
シカルな風格や豪華さ、居住性”な
どを重視する個性派には「ドラッグス
タークラシック」。
幅広いニーズに
応えるライン
ナップです。



ミヤビマルーン

ヤマハスポーツ
ドラッグスター クラシック
3月10日新発売 ¥649,000



カメラグリーン

〈ドラッグスタークラシックの主な特徴〉

(ドラッグスターからの変更・追加点)

■ **クラシカルな外観ボディ**
130/90-16サイズの頼もしいフロントタイヤを採用。また、タイヤは前後とも深みのあるスチール製フェンダーで覆い、特にフロントフェンダーには「Classic」の立体エンブレムを装着。質感、量感あふれる新採用ステンレス製フルフォークカバーの演出効果も加わり、大柄で落ち着きあるクラシックなボディを実現した。

■ **「ロイヤルスター」と共通パーツの採用**
プッシュキャンセルウインカー、樽型グリップ、ホワイトのシートタマブチを新採用。また「ロイヤルスター」と共通パーツを、①ヘッドライト、②フラッシュランプ、③テールランプ、④タンクキャップ等に採用し質感向上を図った。その他、専用1インチ径ハンドルバー、ファットタイプのブレーキ&クラッチレバー、ホワイト文字盤メーター、専用設計シート等を採用して、クラシカルな外観を徹底追及した。また、「XJR1300」同様、オプション設定の盗難抑止装置「ヤマハアラームイモビライザー」に対応するプレワイヤリングも装備している。

■ **1625mmのロングホイールベース**
リアサスペンションは、クッション特性の見直しでストローク量をアップ。ホイールベースも15mm拡大の1625mmの超ロングホイールベース。

ヤマハスポーツ
ドラッグスター
4月17日発売 ¥629,000



シルキーホワイト



ブラック2

What's New NEW MODELS

ヤマハスポーツ
ロイヤルスター ツアークラシック
4月1日発売 ¥1,470,000
(200台限定発売)

※「ロイヤルスター ツアークラシック」の特別装備
①ウインドシールド、②ディフレクタ、③バケット風シールド、④シーシーバー&バックレスト、⑤左右各25ℓ容量皮製サドルバック、⑥フェンダーマスケット、⑦エンジンガード

「ロイヤル」もイメージチェンジ
その強烈で頼もしいV4エンジン、ラ
グジュアリーな各装備、そして優れた
走行性が、時代を超えたアメリカンの
真髄”を具現化。ヤマハモーターサイ
クルの最高級ツーリングモデル、「ロイヤ
ルスター」「ロイヤルスターツアークラシ
ック」が98ニューカラーで登場します。

なお、「ロイヤルスターツアークラシック」
のシートは、98モデルから
バケット風シートを採
用しています。



ニューパールホワイト



シアンメタリックグリーン

ヤマハスポーツ
ロイヤルスター
3月10日新発売 ¥1,250,000

ヤマハスクーター

JOG Z-II (YV50Z)

3月20日発売 ¥155,000

マットチタン1



ディーパーブリッシュブルーメタリックC(ブルー)

コンペティションシルバー

ブラック2

「JOGZ-II」主要諸元

●型式/エンジン型式=SA04J/A105E ●全長/全幅/全高(mm)=1,660×640×1,040 ●シート高(mm)=715 ●軸間距離(mm)=1,160 ●最低地上高(mm)=85 ●乾燥重量/整備重量(kg)=68/74 ●舗装平坦路燃費(km/ℓ)=52, 0(30km/h) ●原動機種類=空冷・2サイクルクランク室リッドバルブ ●気筒数配列=単気筒 ●総排気量(cm³)=49 ●内径×行程(mm×mm)=40.0×39.2 ●圧縮比=7.2:1 ●最高出力(PS/rpm)=7.2/7,000 ●最大トルク(kgf・m/rpm)=0.75/6,500 ●始動方式=セル・キック併用式 ●潤滑方式=分離給油 ●オイルタンク容量(ℓ)=1.4 ●燃料タンク容量(ℓ)=7.0 ●キャブレター形式=Y16P ●点火方式=C.D.I ●バッテリー容量/種類=12V2.5AH(10H)/GT4B-5(MF) ●1次減速比/2次減速比=3.692/3.454 ●クラッチ形式=乾式内括連心式 ●変速機形式=Vベルト無段変速 ●変速比=2.420~0.815 ●フレーム形式=バックボーン ●キャスト/トール(度/mm)=24°08'/72 ●タイヤサイズ(前/後)=90/90-10 40J ●ブレーキ形式(前/後)=ディスク/ドラム ●懸架方式(前/後)=テレスコピック/ユニットスイング ●ヘッドライト=12V35W/36.5W(ハロゲン)

「レポリューション」JOGに7.2馬力エンジンと前輪ディスク装備のスポーツ仕様がラインナップ

盗難抑止効果を高めた「Gロックシステム」と優れた走行性・実用性で人気のニュー「JOG」シリーズに、ヤングニーズを先取りしたスポーティ仕様「JOG Z-II」が仲間入りします。スポーティなフロントフェイスを採用したほか、7.2馬力エンジン、前輪ディスクブレーキ、テレスコピックフォークな

どを装備。これで標準モデル、カジュアルタイプのタイプCと合わせて全3パリエーションがそろいました。「TMレポリューション」のスピードイデールなTVコマースィヤルも春の需要を強力にバックアップします。

《専用装備とセールスポイント》

■ **レッドファン&7.2PSパワフルエンジン**
空冷2サイクルエンジンは、セッティング変更で7.2馬力に設定。Vベルト自動無段変速を介してスムーズなパワーを発揮。また、強制空冷用「レッドファン」がアクティブなイメージを主張している。

■ **前輪ディスクブレーキ**
フロントにディスクブレーキ、前輪懸架にはテレスコピックフォークを採用して、スポーティな足回りを実現した。

■ **その他の変更**
ヘッドライト位置をハンドルカバー部へ設定。フロントマスクを精悍に引き締めた。

ヤマハスクーター

Vino (YJ50R)

4月10日発売 ¥169,000



ソルトレイクシルバー

ダークパーブリッシュレッドカクテル3(レッド)

細部機能の充実を図って'98モデルデビュー

「PUFFY」の軽快なリズムに乗って、97スクーター商戦をリードした「ピノ」。'98モデルは、①ブッシュエキャンセルフラッシュスイッチ採用、②樽型グリップ装備、③ホワイト色のシートのタマプチ採用、④打刻キャンブ塗装な

ど、細部の装備を充実しての登場です。また、イメージキャラクターにも「PUFFY」を採用。2月末からオンエアのTVコマースィヤルをはじめ、各種セールスプロモーションでみなさまのご商売を応援します。

What's New
NEW MODELS

ペリーダークブルーメタリック3



戦闘力とポテンシャルが、さらに前進!

'98ヤマハファクトリーマシン

'98ヤマハロードレーサーYZR500



●2サイクル水冷YPVS・クランク室リードバルブ●V型4気筒499cm³●180PS以上●6段変速●タイヤサイズ前後17インチ●車重131kg以上(FIMレギュレーションに準じる)

'98ヤマハロードレーサーYZF750



●4サイクル水冷DOHC・5バルブ●並列4気筒749cm³●165PS以上●6段変速●タイヤサイズ前17インチ、後17(16.5)インチ●車重162kg以上(FIMレギュレーションに準じる)

'98ヤマハロードレーサーYZR250



●2サイクル水冷YPVS・クランク室リードバルブ●V型2気筒249cm³●90PS以上●6段変速●タイヤサイズ前後17インチ●車重100kg以上(FIMレギュレーションに準じる)

'98ヤマハモトクロスサーYZM400F



●4サイクル水冷・DOHC・5バルブ●単気筒397cm³●57PS以上●4段変速●タイヤサイズ前21インチ、後19インチ●車重102kg以上(FIMレギュレーションに準じる)

ヤマハビジネス

T90D

4月1日発売 ¥199,000



定番ビジネスモデルが
2人乗り可能に
多彩な業務需要に応える4サイク
ルビジネスモデルの定番、「T90D」
が2人乗り仕様となって新登場しま
す。ニュー「T90D」は、タンデム
用ステップを標準装備。別売りアシ
ストを装着すれば、二人乗りも快適
にこなせます。

What's New
NEW MODELS

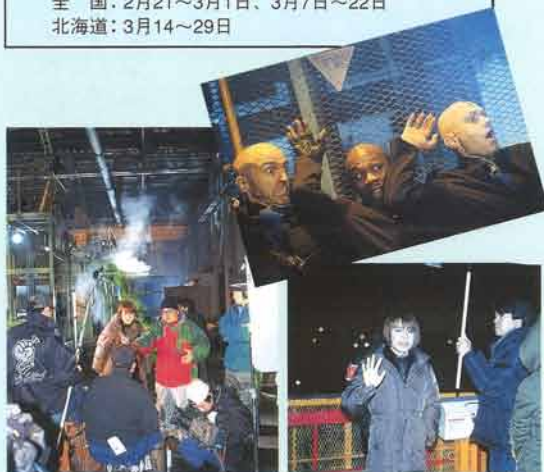
豪華キャラクターの競演に注目! '98ヤマハ春のTVコマーシャル第1弾

この春、コンピューターの主力商品としてお店の大きな期待を担う、ニュー「JOG」「ビーノ」「パス」各シリーズ。その販促活動をバックアップするため、ヤマハは今回もニュー「JOG」に「T.M.レポリニーション」、「ビーノ」に「パフィー」、そして「パス」には「浅田美代子」さんを、それぞれイメージキャラクターに起用しました。

すでにSPツールや雑誌広告などを通じて、商品をより魅力的に、幅広いお客さまにアピールしてはいますが、さらにこの春は、テレビコマーシャルの放映も決定。需要最盛期の商品認知度、競争力をいっそう高めていきます。みなさんの店頭でも、SPツールとの相乗効果を図るなど、話題の拡大にお役立てください。

●放映予定

全国：2月21～3月1日、3月7日～22日
北海道：3月14～29日



ニュー「JOG」シリーズ&「T.M.Revolution」

内容はJOGとT.M.R.、お互いの未来的、先進的なイメージに合わせ、ヒーロー役のT.M.R.が近未来都市の路地裏を舞台に怪しげな男たちと対決するアクション仕立て。T.M.R.のスニーカーがニュー「JOG」に変身し、疾風のように駆け回る……というもの。

CMソングは、T.M.R.のサードアルバム「triple joker」1曲目に収録されている「蒼い霹靂」をアレンジ。音楽業界で初めてタイトルにスクーター名が付されたシングルCD「蒼い霹靂 (JOG EDIT)」としても新発売され、大好評を呼んでいる。

T.M.R.のコマーシャル出演はこれが最初で、「緊張しましたが、楽しくやらせていただきました。(放映を)ぜひ楽しみにしててください。僕自身も、見るのが楽しみです」と語っていた。

「春のJOG&T.M.R.フェア」オープン懸賞

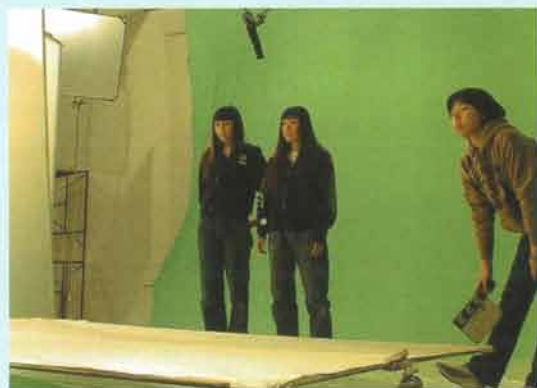
CMに登場する、オリジナルデザインの「J.M.R.スニーカー Gモデル」を500名にプレゼントします。クイズの、○に当てはまるアルファベット1文字をお答えください。

スクーターの盗難抑止に革命を起こすヤマハの新機構は「O-LOCK」

※ヒント/簡単操作で盗難を強力に抑止するのはG-LOCK

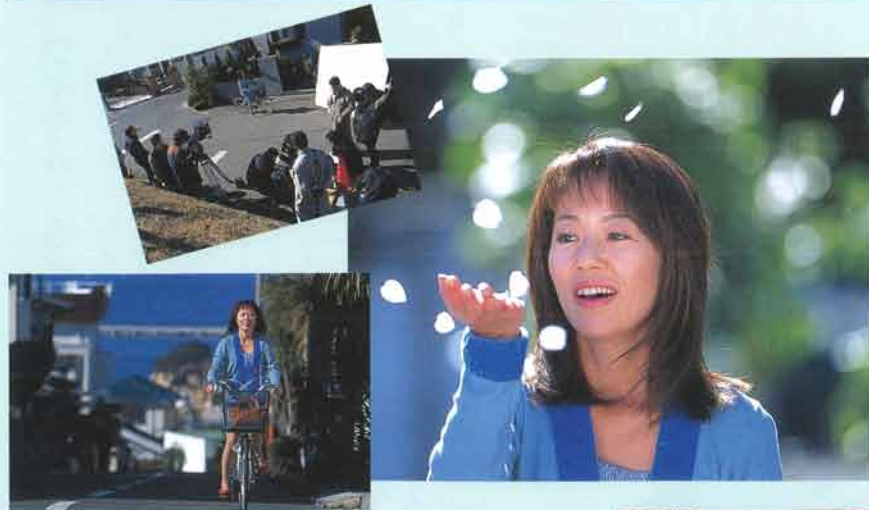


※ダブルチャンス! / さらに抽選で、1000名さまに「JOG&T.M.R.オリジナルテレホンカード」が当たります。
募集要項：官製ハガキに、郵便番号、住所、氏名、年齢、性別、所有免許の種類、保有バイク(メーカー、車名)、電話番号、職業、この懸賞を知った経路、賞品の希望サイズ(23.5～27.0・0.5刻み)を明記のうえ、下記宛てご応募ください。
応募先：〒438-8501 静岡県磐田市新貝2500 ヤマハ発動機(株)MC国内営業Gr内「J.M.R.スニーカープレゼント」係
※インターネットでも応募できます。
ヤマハホームページ http://www.yamaha-motor.co.jp/mc/new_jog/present/
応募締切：平成10年4月30日(木) 当日消印有効
当選発表：厳正な抽選のうえ、賞品の発送をもって発表に代えさせていただきます。



「Vinoクラシック」&「PUFFY」

“すごろく”の駒になったパフィーの2人が、自ら歌う「ジェット警察」という軽妙な曲に乗って、ゲーム盤の上で行きつ戻りつ、追いつ追われつ……。締めくくりに「みちくさ食って、大きくなるう!」と叫ぶ、コミカルタッチの楽しいコマーシャル。



「ニューパス」&「浅田美代子」さん

春の陽光があふれる住宅街を、美代子さんが「ニューパス」に乗ってお散歩。ところが、あちこちで咲いている花々を見つけるたびに立ち止まり、うれしそうな笑顔、笑顔。そして「今日も道草に花が咲いた」。テンポよく「パス、パス、パス…」と連呼する新しいメロディーをバックに、いかにも春らしい、明るく弾んだ気分が伝わってくる。



●放映予定

全国：2月28～3月8日、3月14日～22日
北海道：3月14～29日

●放映予定 全国：2月26日～3月15日、3月26日～4月12日

抽選会で当たるチームヤマハ タベストリー



スポンサーが当てる抽選会も実施します。スポーツバイク需要の増加に積極的なご案内ください。

春恒例の全国一斉試乗会「ヤマハスポーツジャンボリー」を今年も3月～5月の期間、30カ所以上の会場で開催します。お客さまにとっては、期待のニューモデルをいち早く体験するチャンス。各会場では、

98ヤマハスポーツジャンボリー ニューモデルに試乗してプレゼントをゲット!

- '98ヤマハスポーツジャンボリー
- 会場・日程(3月開催分)
- <熊本 3/7(土)・8(日)> ナムコ・ワンダーシティ南熊本
 - <東京 3/29(日)> 豊玉モーターサイクルショールーム
 - <神奈川 3/15(日)> 大磯プリンスホテル大駐車場
 - <京都 3/22(日)> 日立ドライバースクール
 - <和歌山 3/15(日)> ヤマハ関西(株)和歌山営業所
 - <神戸 3/22(日)> 甲子園自動車教習所
 - <松山 3/21(土)・22(日)> ヤマハ関西(株)松山営業所
- 抽選会賞品
- 1等(各会場1名) チームヤマハ タベストリー
 - 2等(各会場10名) チームヤマハ キーホルダー
 - 3等(各会場50名) ヤマハオリジナルTシャツ

ヤマハ発動機は、国内事業の市場競争力および事業体質の強化のために、日本国内の5つの販売会社を統合。発動機本社のMC、マリン、PAS、部品各営業機能も移行し、一つの販売会社体制とすることを決定しました。

新会社の名称は「ヤマハ発動機販売株式会社」(略称:YMMJ/代表者名:木村武)。静岡県浜松市に本社を置き、MC、マリン、PAS等のヤマハ製品の販売ならびにアフターサービスと部品販売を行います。同社は'98年4月1日より営業を開始します。

国内販売会社5社を統合 「ヤマハ発動機販売株式会社」設立

新会社は、顧客満足度の向上のために、販売第一線の営業力強化や柔軟な組織体制作りに取り組み、また、販売網に対して付加価値の高い営業支援の積極的な展開を目指します。さらに「販売の責任・権限の明確化と迅速な意志決定」、「商品企画力の向上とマーケティング体制の構築」、「物流改革、業務・事務の効率化」、「新販社体制を支援する情報システムの導入」を主な狙いとしています。

ヤマハ発動機では、昨年改定した長期ビジョン「世界の市場で、進化し続けるリーディングカンパニー」達成のために、ヤマハグループの国際競争力強化を目指しています。このたびの国内1販売会社は、国内の販売改革に着手して事業成長を確保し、同時に今後の国内市場でのビジネス推進体制を明確化するものです。

サービス力でお店の魅力をアップ

「車検・点検入庫促進ツール」好評軒旋中



店頭に掲げたのぼりで、道行く人に自店のサービス力をアピール

いよいよ春需を迎え、店頭も活気づいてくるこの時期。多くのお客さまが愛車の車検・定期点検を迎える季節でもあります。お店にとってはお客さまに技術力をPRするチャンスです。

これをサポートするのが、現在軒旋中の「車検・点検入庫促進ツール」。各種のほり、DM等でサービス力の高さをアピールし、車検・点検のお客さまの来店を促進します。詳しくは特約店・販売会社ササビ課までお問い合わせください。

宇崎竜童、根津甚八、風間深志の3人がバイククアツプ

98「週末はバイク人」キャンペーン

96、97年にわたり、バイクの素晴らしさを多くの人々に伝えてきた「週末はバイク人」キャンペーン。今年、より密度の濃い内容で、お客さまの週末バイクライフをバックアップしていきます。

キャンペーンキャラクターには、ヤマハバイクオーナーでもある著名人、宇崎竜童さん、根津甚八さん、風間深志さんを起用。「風間さんの呼びかけで、宇崎さんと根津さんがガレージに眠っていたセローを

目覚めさせ……」というストーリー1で広告展開。同年代をはじめとする休眠中のライダーたちに、「バイクに乗ろうよ!」と熱いメッセージを伝えていきます。

大好評をいただいた論文、ポスターカードに続く新たなコンテンツや各種イベントなど、豊富なメニューも予定されています。

これを機に、バイクを降り

りたお客さまにもう一度アプローチしてみたいかがでしょうか。



バイクの素晴らしさを、お客さまに想像させよう!

オートショップSACHI・鈴木早知子社長・東京都江戸川区

バイクは、お客さまにその楽しみを想像させて買ってもらうものと考えています。例えば、仕事帰りのビジネスマンが焼き鳥を買うときに、焼き鳥そのものよりも、香ばしいタレの匂いや、一緒に飲む冷たいビールのことを想像して買おうと決めることと同じです。ならば、バイクならではの開放感、自由性、快適さ、便利さなどそれにつわる魅力を、こちらの言葉でお客さまに連想させることが大切です。

そのためには、売る側がバイクのよさについてよ

く知らなくてははいけません。なのに、昨年12月のディーラーコンベンションでせっかくニューモデル試乗会があったにもかかわらず、試乗する人が少ないのに驚きました。ショップの人間が乗らないで、性能データの説明だけで売れると思われているのでしょうか。私はデータではなく、「バイク」を売りたい。そしてお客さまにはバイクを楽しんで、長く乗ってほしいと思っています。

「SHOP to SHOP」は販売店さんどうしの意見交換のコーナーです。今、お店で話題になっていること、課題として取り組んでいることなど、どんなテーマでもかまいませんからどしどし投稿してください。またユニークなイベントや店頭活動などの情報も募集しています。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

誕生20周年。感謝の気持ちを込めて

「SR20周年アニバーサリー・ミーティング」全国6都市で開催

1978年の発売開始以来、根強い人気を得ているSR400/500。その誕生20周年を記念し、また永年のご愛顧をいただいたお



客さまにヤマハから感謝の気持ちを伝えるイベント「SR20周年アニバーサリー・ミーティング」を開催します。

それに先だって、同ミーティングのメインイベントである「20th記念撮影会」の参加者を、現在募集中です。スポーツ店頭頭に配布されている専用ハガキでご応募ください(参加費無料。但し各会場先着1000名、東京会場のみ先着2000名)。SRオーナーのお客さまにとって、20周年の記念を愛車とともに残す絶好の機会です。お見逃しなく。 ※本誌2月号でお知らせした名古屋開催分の日程と会場が変更になりました。ご注意ください。

SR20周年アニバーサリー・ミーティング

■開催日程

- <3月8日(日)福岡>
福岡タワーシーサイドスクエア
- <3月15日(日)名古屋>
ポートメッセなごや(名古屋市国際展示場)
- <4月4・5日(土・日)東京>
新宿NSビル
- <4月19日(日)大阪>
舞洲スポーツアイランド
- <4月19日(日)仙台>
スポーツランドSUGO
- <5月10日(日)札幌>
札幌テルメ

■参加資格

- SRファンならどなたでも参加可能
- 入場料: 無料
- 参加特典: 全国ヤマハスポーツ販売店に設置の当該パンフレット持参の方に「SR20thプレミアムステッカー」プレゼント

■主な開催内容:

- ・20th記念撮影会・SRスペシャルトークショー(仙台会場は除く)・SRグランドオーナー表彰・マイSRアビール・SRベストライフデザイン賞・カスタムパーツ展示即売・豪華景品大抽選会

日本中を走りまわって、豪華賞品を手に入れよう!!

「98道の駅すたんぷラリー」全国スタンプ王者決定戦

Y.E.S.S.では、全国約390カ所に散らばる「道の駅」をまわり、現地に設置された記念スタンプを集める乗車促進キャンペーン、「98道の駅すたんぷラリー」全国スタンプ王者決定戦」を展開します。

参加者には獲得したスタンプの数によって、さまざまな賞品を贈呈。スタンプ獲得レースの途中経過については、Y.E.S.S.ホームページやWAYにて随時報告します。

なお、各地の道の駅では、このキャンペーンを通じて「運転マナーの向上」と

「安全運転の促進」を積極的に呼びかけていきます。ショップのツーリングプランに組み込むなど、活用の仕方もさまざま。多くのお客さまに参加いただけるようご案内ください。



オリジナルハイウェイカード



「98道の駅すたんぷラリー」全国スタンプ王者決定戦

■エントリーフィー

Y.E.S.S.スタンプ/モトサビ会員 ¥1500
一般 ¥2000 (税込)

■キャンペーン期間

'98年3月1日～9月30日

■申込窓口 全国Y.E.S.S.ショップ

■賞典

- ・全エントリーの中からスタンプの数の多い上位210名の方に、「オリジナルハイウェイカード(¥30,000～¥3,000相当)」をプレゼント
- ・途中経過報告者の中から抽選で合計200名(5～8月・毎月50名)の方に「オリ



オリジナルALBAスプーン

ジナルALBAスプーン」をプレゼント
・スタンプ5個以上の方の中から抽選で300名に「Y.E.S.S.オリジナルジャンボタオル」、スタンプ2個以上の方全員に「Y.E.S.S.オリジナルフェイスタオル」をプレゼント。ただし、他の賞品を獲得した方は除きます。

Y.E.S.S.セロトレッキングパーティー

参加者同士で助け合いながら道なき道を二輪二足で進む、アドベンチャー感覚満点のトレッキングイベントです。
インストラクター: 村岡力

Y.E.S.S.ランツァツアー

2ストレールマシン・ランツァでの、林道ツーリングの醍醐味を満喫するツアーです。ランツァオーナー限定、レンタル車もあります。
インストラクター: 山村雅康
山村レイコ

Y.E.S.S.ウィークエンドラン

ONロードツアー
独自のカリキュラムでライディングテクニックを磨きながら、1泊2日のツーリングを楽しみます。
インストラクター: 辻 司 菅田裕子

Y.E.S.S.ウィークエンドラン

OFFロードツアー
林道走行を含んだツーリングで、オフロードランの基本を学べる1泊2日のコースです。
インストラクター: 大月信和 野口律子
増田善義 増田まみ

リターンライダーツーリング

元世界GPライダー平忠彦さんが率いる、バイクを離れていた人を対象にしたツーリングです。車両はマジエステイを使用。レンタル車も用意しています。
インストラクター: 平忠彦

98 Y.E.S.S. インストラクションツーリング

楽しみながらマナーと安全運転の技術を磨くツーリングイベント

Y.E.S.S.では、各種のインストラクター同行ツーリングを体系化し、「98 Y.E.S.S. インストラクションツーリング」の名称で新たに展開。全国で約60回の開催を予定しています。

もちろん、それぞれのイベントには全行程インストラクターが同行します。そのため、ビギナーのお客さまにもお勧めです。ぜひご期待ください。

※各インストラクターは予定。
※日程、参加料金については、WAY等を参照してください。

安全運転とライディングテクニックを学びながらツーリングの楽しさを伝授



第25回東京モーターサイクルショーinよこはま

バイクファンの祭典、「東京モーターサイクルショー」が、3月20日～22日の3日間、「パシフィコ横浜」で開催されます。横浜市に会場を移す今回は、「モア・モーターサイクル・シーン」をコミュニケーションワードに掲げ、バイクをもっと身近に楽しんでもらうことを目指しています。



会場には国内外二輪メーカーブースを始め、ショップや個人のオリジナルカスタムバイク、各種用品などが展示。そのほか、イベント、体感コーナーなども盛りだくさんです。ヤマハ関連では、ヤマハ東京(株)と(株)ワイズギアのブースが展開されます。

春を迎え、本格的なバイクシーズン到来を告げる注目のイベント。お客さまと一緒に出かけたいはいかがでしょう。

●第25回東京モーターサイクルショーinよこはま

会場:パシフィコ横浜
 期間:3月20日(金)～3月22日(日)
 入場料:前売券・大人1200円 高校生500円
 当日券・大人1500円 高校生500円
 ヘア券・2400円
 主催:東京モーターサイクルショー協会

「スノーモビルってこんなに速く走れるのか」と、見る者を驚かせた中沢選手のスノーモビルテクニク



一面の雪の中で、バイクとは一味違うツーリング

今回は一般紙誌、アウトドア雑誌などジャンルを越えたプレスが参加しており、スノーモビルの素晴らしさ、楽しさがより多くの人に伝わることでしよう

ウインタースポーツとしてすっかり定着した感のあるスノーモビル。そのジャーナリスト向け試乗会が1月12～13日、長野県斑尾高原のタングラム・スノーモビルランドで行われました。

今回は、座学と実技からなるスノーモビル講習会を受講し、ライセンスを取得。その日のうちにナイトランに挑戦しました。そして翌日、ツーリングやスポーツ走行を体験。VX600LT、VX700SX(レーシングモデル)、VX700ST(U.S.仕様)などに試乗。また、ヤマハスノーモビルレーシングチームの中沢裕伺選手による迫力あるデモ走行も披露されました。

白銀の世界でスピードを満喫!!

「ヤマハスノーモビル」体験試乗会

前回、「二輪車の運転は、いかにバランスを取り、連続である」と書いた。しかし問題は、乗り手がそれをどれだけ実感としてとらえられるかであろう。

その習得のためには、よく「スラローム」が用いられる。自動車教習所と同じように、4.5メートル前後の間隔でパイロンを配列し、いかに早くクリアできるかを競うものだ。しかし、スラロームを練習することで、なぜ技量の向上が図られるかという理論的な説明が明確になされていないことも事実である。それゆえに、街中で二輪車が四輪車を縫うように追い越すための練習をなぜさせるのか、との意見さえ聞かれる。そこで今回は、「なぜ」に答えてみよう。

二輪車は、四輪車に比べてハンドルを大きく切ることが少ない乗り物である。したがって、ハンドルを切ることによってカーブを曲がるより、体でバランスを取る、車体を傾ける(ローリング)ことで曲がる乗り物だ、というイメージが強い。しかし、スラロームを行なうと、特にパイロン間隔が狭いスラロームでは、ハンドルを切らなければ曲がれないという実体験ができる。

また、このときに速度が変わると、ハンドルを切る力、すなわち操舵力が変化することにも気づくはずだ。図は、速度に対する操舵力の変化を排気量別に調べた結果である。

一般的には、ある速度で操舵力がもつとも軽くなり、その速度より速くなつても、また遅くなつても操舵力は大きくなる。同時に排気量が大きい二輪車ほど、操舵力が大きくなるこ

Safety & Science of Single-track Vehicles

スラローム(その1)

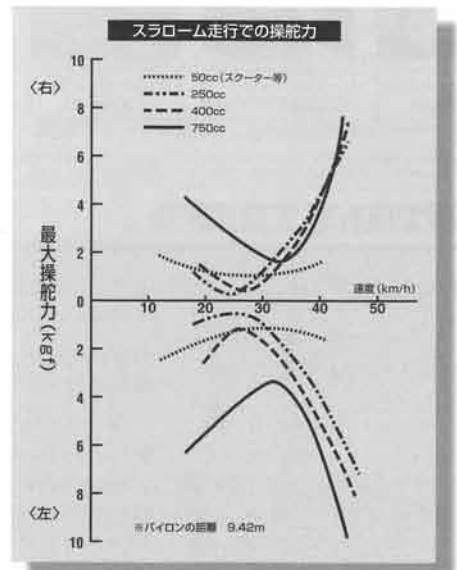
長江 啓泰
 日本大学教授 工学博士

とがわかる(最近の大排気量車は操舵力の増加の割合が少なく、いわばニュートラルな乗り物になり、乗りやすくなつてはいるが)。操舵力がもつとも軽くなる速度は、二輪車固有の値で、ほぼ25～35km/hの間にある。

つまりスラローム走行は、ハンドルを切ることが重要であり、速度によってハンドルに加える操舵力も変わるといふ、いわば二輪車の運動特性を肌で感じ取れる種目といえよう。したがってスラローム走行を行なうときは、1回の走行速度を一定に保つこと、回数を重ねることに走行速度を変えて走ることが、が肝心である。

そして、競技のように速く走ろうとすれば、当然のことながら通過するパイロンを確かめる視線を遠くへもっていかねばならない。また、なるべくパイロンに近いところで小さく回りたいから、自車の走行経路を瞬時に見極め、正確に通過するバランス操作、ハンドル操作が求められる。

すなわちスラローム走行は、二輪車のバランス操作の基本を自ら学習す



ることもできるわけで、人車一体による連続した、また安定した走行の習得を努力目標とすれば、基本的だが、じつに奥の深い種目なのだ。

それだけに、実際にやってみると簡単に速く走れるものではないから、スラロームは高等技術だと思われがちである。ところが、低速で走りながら、その左右の切り返しの幅をどんどん狭めていけば、直線走行に近くなる。いわゆる「一本橋」がそれだ。

ということとは、パイロンスラロームも一本橋も原理的には同じであり、低速になればなるほど二輪車の操縦が不安定になることを考えると、一本橋走行はスラローム以上に高等技術だといえる。まず安定のよい速度でスラローム走行を行ない、車両の特性、バランスの取り方を学ぶことが、何より先決であろう。

このコーナーではみなさまからのご意見・ご感想を募集しています。左記までFAXください。
 ヤマハニュース編集部
 FAX: 03-54474-7898

'98ヤマハ レース体制 決定

21人のライダーたちに 熱いご声援を!!

'98年度のヤマハチームの体制が決定しました。今年10のカテゴリーに21人のライダーが参戦し、シリーズタイトルを狙います。特に世界に通用する日本期待の若手、阿部典史(WGP500)、芳賀紀行(WSB)らの活躍に注目したいところ。熱いバトルを、みなさんの声援で大きく盛り上げましょう。

ロード レース

スーパーバイク世界選手権		世界選手権ロードレースGP500			
ヤマハ WSB チーム		レッドブル ヤマハ WCM	ヤマハ チーム レイニー		
芳賀紀行 YZF750	スコット・ラッセル YZF750	レジス・ラコーニ YZR500	サイモン・クラファア YZR500	ジャン・ミシェル・ペイル YZR500	阿部典史 YZR500

全日本GP250		全日本スーパーバイク		
コパイル レーシング ヤマハ	BP ヤマハ レーシング チーム	マールボロ ヤマハ レーシング チーム		
松戸直樹 YZR250 (サテライト)	関口太郎 TZ250M (サポート)	中野真矢 YZR250	芳賀健輔 YZF750	吉川和多留 YZF750

全日本モトクロスIA250		世界選手権モトクロスGP250		世界選手権モトクロスGP500	
ヤマハ レーシング チーム		チェスターフィールド ヤマハチーム リナルディ		ヤマハ WMX チーム	
鈴木健二 YZ250M	大河原功次 YZ250M	ミッシェル・マスキオ YZ250M	タロン・ポーランド YZ250M	アンドレア・バルトリニ YZM400F	ピーター・ヨハンソン YZM400F

AMAスーパークロス/ナショナル			
シャバラル ヤマハ	ヤマハ USA		
ジェレミー・マクグラス YZ250M (ディーラーサポートチーム)	ジョン・ダウド YZ250M/YZ125M	ケビン・ウィングダム YZ250M	ダグ・ヘンリー YZ400F

モト クロス

MFJレース観戦割引のお知らせ

MFJでは、ロードレースの観戦券優待割引をY.E.S.S.スタッフなどを対象に行います。対象となるレースは'98年度の全日本ロードレース選手権全9戦と世界選手権シリーズ日本大会3戦(日本GP・鈴鹿8耐・SU GO WSB)です。WAY4月号に同封予定の割引券を切り取って、レース開催当日にサーキットの窓口で渡すと全日本選手権50%、世界選手権30%の割引料金が観戦できます(一般庶エリア限定)。お客さまと一緒に、ヤマハチームの応援にサーキットへ出かけましょう。

PICK UP MONTHLY TREND

SPAWN(スポン)

世界40ヶ国、16言語で発売され、900万部の売上を記録しているアメリカン・コミック「SPAWN(スポン)」。2月からは、実写版映画が日本で公開中である。また、アクション・フィギュアと呼ばれるキャラクター人形は、全世界で1200万個以上を売り上げる大ヒット商品。このフィギュアは、日本ではおもちゃ屋だけでなくジーンズショップなどでも販売され、

20代以上の若者の間でもコレクターズアイテムとして人気を集めている。

ヤマハ・スノーモビルが 長野オリンピックで活躍

2月7日～22日に開催された長野冬季オリンピックで、ヤマハのスノーモビルがオフィシャル用の車両として使用された。昨年11月から期間中にかけて、「(財)長野オリンピック冬季競技大会組織委員会(NAOC)」に対し、ヤマハはVK540E IIを

メインに69台のモデルを貸与。白馬村アルペン滑降/スーパー大回転競技の会場などで、会場設営、機材運搬、人員移動、国際TV映像の撮影などに用いられた。また3月5日～14日に開催される長野パラリンピックにも、引き続き11台のスノーモビルが使用される。

4月1日より改正道交法施行

4月1日から施行される改正・道路交通法。主な変更点は①スピード違反常習者に対する自動車(大型・普通二輪含む)の使用制限、②運転者をそそのかして重大違反をさせた者に対する免許取り消し、③

過去3年以内に3回以上の免許の前歴がある者への行政処分を厳しくする、などとなっている。(ヤングマシン3月号)

一見豪華主義

バッグや靴などファッションの一部を人気ブランド品で決め、あとは値段は安いが高品質なものを身につける「一見豪華主義」なるものが誕生した。いわゆる一点豪華主義とは違い、消費者の目が肥えたおかげでメーカー側が安くて高品質なものを提供してくれるようになったことが背景としてある。(日経流通新聞2月14日)

<1998レースカレンダー>

月	日	世界選手権					全日本選手権			AMA選手権	
		GP	ED	SB	125MX	250MX	500MX	RR	MX	TR	SX
3	1									①九州	⑧タンバ(2/28)
	8										⑨デイトナ(7)
	15			①インドネシア						②近畿	⑨ニューオーリンズ(14)
	22			②オーストラリア	①インドネシア						⑩ミネアポリス(21)
4	29					①スペイン					⑪セントルイス(28)
	5	①日本			②ブラジル	②ポルトガル	①イタリア				⑫ポンティアック(4)
	12			③イギリス				①もてぎ	①近畿		
	19	②マレーシア	①ルマン24H		③スペイン	③オランダ	②スイス				⑬シャーロット(18)
	26				④フランス	④オーストリア	②SUGO	②中国			⑭ダラス(25)
5	3	③スペイン									⑮ラスベガス(2)
	10			④イタリア		⑤ヨーロッパ	④スウェーデン		③関東		①グリーンヘレン
	17	④イタリア			⑥スペイン	⑤イタリア	⑤フィンランド	③茨城			②サクラメント
	24			③スペイン	⑤イギリス	⑤イギリス			④九州		③MLモーリス
6	31	⑤フランス							④岐阜		
	7		⑥ドイツ	⑥ベルギー	④イタリア	⑥スペイン			④SUGO		
	14	⑥未定			⑦サンマリノ	⑧チエコ					④ノースウリック
	21				⑦サンマリノ	⑧チエコ					⑤サウスウリック
7	28	⑦オランダ	⑤イギリス		⑤イタリア	⑤インドネシア	⑥スロバキア				
	5	⑤イギリス		⑥ブラジル					④北海道		⑥フキャナン
	12		⑥ベルギー	⑥アメリカ	⑥オーストリア				④東北		
	19	⑧ドイツ			⑥オランダ	⑥ベネチア	⑥フランス		④東北		④ユナイテッド
8	26	④鈴鹿24H			⑥ブラジル				④北海道		⑥トロイ
	2			⑥ヨーロッパ		⑥ベルギー					⑥ワシュガール
	9				⑥フランス	⑥ドイツ	⑥オランダ	⑤MINE			⑥ミルビル
	16					⑥ベルギー					
9	23	⑥チエコ			⑥ドイツ						⑥ピンガムトン
	30			⑥オーストリア	⑥ポーランド	⑥ドイツ					
	6	⑥イモラ				⑥スイス		④岐阜	⑦SUGO	⑤中国	⑥デルモント
	13		⑥ボルドール24H(12)			⑥ギリシャ					
	20	⑥カタニア						④茨城			
10	27										
	4	⑥オーストラリア	⑥日本							⑥中部	
	11		⑥マレーシア								
	18	⑥ブラジル					⑥T1		⑦SUGO GP		
11	25	⑥アルゼンチン						⑥日本GP			
	1							⑥SUGO MFJ GP			
	8										
	15										

早くも第6戦まで終了したAMAスーパーバークロス。ジャパラル ヤマハからエントリーするジェレミー・マクグラスが3連勝を飾り、ランキングでも首位を走っています。2月14日、第6戦インディアナポリスの決勝スタートで、マクグラスはダク・ヘンリー(ヤマハ)に次ぐ2番手で第1コーナーをクリア。1周目のうちにヘンリーをパスして、トップに立ちました。4周目にヘンリーと3番手のマイケル・ブラウン(ホンダ)が接触して後退すると、あとはマ

AMAスーパーバークロス ついに本領発揮! マクグラス+YZ3連勝!!

クグラスの独走態勢。そのままた優勝のチェッカーを受けました。チャンピオン争いでも、ランキング2位のジェフ・エミツグ(カワサキ)に対して、リードを大量45ポイント差に広げています。なお、この勝利でマクグラスはスーパーバークロス史上最多となる個人通算64勝を達成しました。

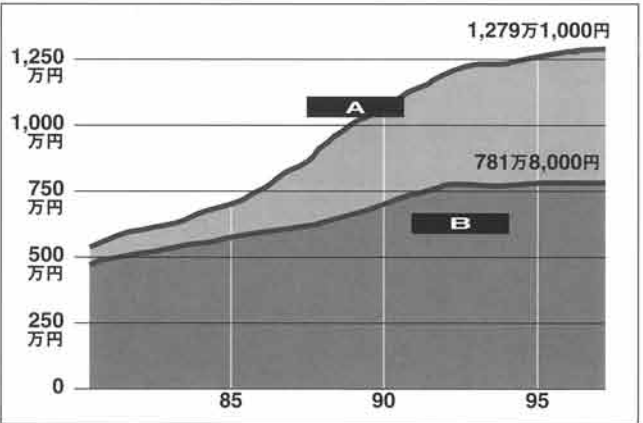


第4戦シアトル、第5戦サンディエゴ、第6戦インディアナポリスと見事3連勝を飾ったマクグラス

What About?

<これって、ナニ>

Q 何のグラフでしょう?

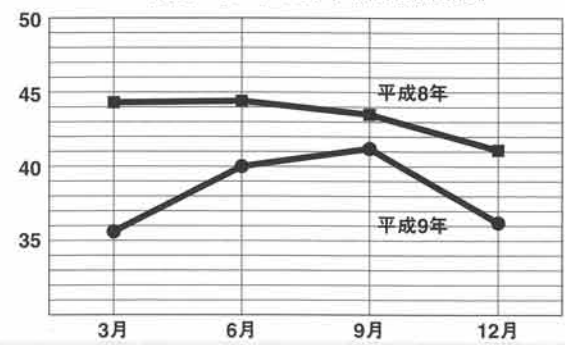


勤労世帯1世帯あたりの貯蓄現在高/年間収入の増減
A-貯蓄現在高 B-年間収入

データで読む時代の流れ

'92年ごろから伸び悩みの傾向を見せる年間収入に対し、伸長し続けている貯蓄高。不景気の要因の一つにも挙げられている現象だ。消費税率アップの影響も大きく、消費マインドの冷え込みは激しい。その一方、「お金の使い方を知らないから、貯蓄する」との見方も。特に高齢者ほど、貯蓄傾向が強い。貯蓄を、どう消費に回させるか。どうお金の使い方を提案できるか——。文字通り「サイフの紐を緩めさせる」ことが、ビジネスのポイントとなってきた。

消費マインドの動向 (消費者態度指数)



経済企画庁平成10年1月30日発表のデータを基に作成。各月とも平成8年より9年の方が消費マインドが冷え込んでいる。

出典：総務庁統計局「平成8年貯蓄動向調査報告」

特集 ● 大型二輪の現在、未来

“ブーム”では終わらせない!

限定解除というハードルを乗り越えなければ
手にすることができなかった“大型二輪”の勲章。
しかし、指定教習所でも大型二輪免許が取得できるようになった
昨年の春から、スポーツバイク市場は文字どおり
“ビッグウェーブ”で沸き返った。
“解禁”から1年が経過した今、
その勢いは一過性のブームとして費えてしまうのか、
それともさらに大きなムーブメントとして成長するのか。
カギは、二輪業界内の我々自身が握っている。

「単なるブーム」の影にも 盛り上げの努力がある

これまで、二輪業界にはいろいろなブームがやって来た。近年最大のものは、'80年代前半を頂点に盛り上がった、そのものズバリの（バイクブーム）だろう。

この時は、スクーターブームやミニバイクブーム、レーサープリカブーム、オフロードブームなどが途切れることなく始まっては終わり、あらゆるカテゴリーのバイクが矢継ぎ早に注目を集めた。今となっては、いったい何がきっかけだったかさえ定かではない。

ただ、ミニバイクにせよレーサープリカにせよ、ブームを支えたのは単にユーザー志向の高まりというだけでなく、商品を作ったメーカー、話題を広めたマスコミ、そして直接ユーザーと最前線で接しながら免許取得をサポートし、商品を提供し、ミニバイクレースなどで走る楽しさを教えてきた販売店の努力である。

誰かがユーザーの流行をとらえ、ビジネスへの仕掛けを行ない、みんなが追従しながら需要を育てる。当たり前で単純な理屈だが、何もしなければブームさえ起こらないし、途中でやめてしまえば続くものも続かないのだ。

業界ぐるみの大型二輪ブーム 一過性では終わらせたくない

そのバイクブームも（峠族）や二輪事故の多発が社会問題化したことなどで失速。その後、最近ではSRブーム、TWブームなどが勢いを得たが、メーカー色、カスタム偏重といった障壁もあって、業界全体を活性化させるほどのパワーにはなっていない。

しかし、今回の大型二輪人気はメーカーやショップ、自動車教習所、二輪マスコミなど業界内を幅広く巻き込んでいる。昨年1年間で新たに大型二輪免許を取得した人は約7万人と、前年比25.0%増加。401cc以上のビッグバイク需要も約5万台、前年比15.7%の伸長を見せ、久しぶりの強力なカンフル剤となった。

もちろん、これまでも需要促進のための業界活動は数々なされてきたが、これほどの勢いは得られなかった。集めようとしても、なかなか集められない大きなパワー。それだけに、この機を逃す手はない。

ちょうど今は、大型二輪免許が（規制緩和）されて1年が経過し、話題性、新鮮味もそろそろ薄れはじめる時期。「お客さんの興味がなくなってきた、ブームは終わりに近いぞ」と感じるお店もあるに違いないが、大型へ誘うこと、サポートする努力が必要なのは、まさにこれからののだ。せっかく業界全体で盛り上げた勢いを、自ら支え、さらに大きく伸ばしていきたい。

今回のブームを起爆剤として、原付から普通二輪、大型二輪までつながる息の長いバイクライフを定着させていければ、最高の結末といえよう。



スポーツ全体の底上げ狙い XJR1200で大型人気をリード

YSP久留米
深谷維大店長
(福岡県久留米市)

お客さまに大型二輪免許取得をすすめることは、単にビッグバイクの拡販につながるというだけでなく、より長いお付き合いができるようバイクライフを深化させる効果もある。そこに注目したお店のひとつが、4年前、XJR1200のデビューをきっかけにして大型二輪人気の盛り上げに着手した「YSP久留米」



深谷維大店長(右)をはじめ、スタッフが率先してXJR1200を購入し、話題を盛り上げた。今年3月には、XJR1300発売に合わせた「オーバー750低金利キャンペーン」も展開する



「昨年の「XJRミーティング」には約20台のXJR1200を連れて参加するなど、お客さまの活動も活発。「大型ユーザーとはいえ、ほったらかしはダメ。ほかの趣味に目を向けさせないよう、しっかり走らせなきゃね(笑)」と深谷店長

「久留米周辺は、比較的転入・転出が少ない。定住者の多い町なんです。だからスクーターはもちろん、スポーツ車も地域密着型の商売

さんだ。

をしていかなければと考えていました。それには、一人ひとりのお客さんにずっと長く乗り続けてもらうこと、お客さん同士が仲良く付き合える店であることが必要なんです」と、深谷維大店長。これまでも、ツーリングやオフロードレース、マリンスポーツなどさまざまな遊びを提案、提供しつつ、固定客作りに励んできた。大型二輪へのステップアップを仕掛けたのも、そこを狙い。

「最初は、私とサービス担当の工場長、そしてお客さん2人の4人が、発売と同時にそろってXJR1200を買ったんです。すごく乗りやすく、速くて、ドレスアップしたりする楽しみもある。話題のタネとしても最高の1台ですよ。あつという間に輪が広がって、当時は1年で20台くらい売れたんじゃないかな。

当然、中型免許じゃ乗れないから、ずいぶんたくさんのお客さんが限定解除に挑戦しました。ところが、そう簡単には合格できない。我々スタッフは社長を含めて4人が限定解除していましたし、先に大型に乗っているお客さんも一緒にあって、みんな、どうすれば合格できるかという話題に熱中してましたね。なかには、以前から付き合いのある久留米自動車学校で教官をしてられるお客さんもいて、ずいぶん貴重なアドバイスをもらいましたよ」

時には、市内4軒のYSP合同でヤマハテクニカルセンターから教官を招き、出張YBS(ヤマハビッグバイクスクール)も開催した。

そうした努力の積み重ねで、XJR1200は毎年コンスタントに10台ペースで売れ続け、TRX850やVMAXなども含めたビッグバイクユーザーが今も着実に増えている。

「毎月1回は必ずツーリングをやるんですが、大型のお客さんたちはいつも世話役や先導役などを買って出てくれるし、彼らがいることで大型へのステップアップが触発される。文句なしに、最高のオビニオンリーダーですね。しかも、彼らのほとんどは自分の好みにドレス

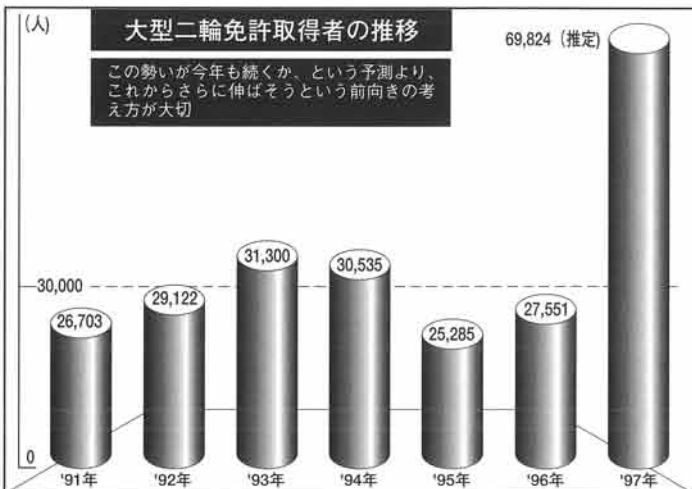
アップしていて、絶対に手放さないというくらいバイクにのめり込んでいる。固定客作りとしては、大成功だったと思いますよ」

ただ昨年は、「併売店さんみたいに大型の人氣車種をたくさん持ってないし、市内の大型指定教習所と付き合いがあるわけでもないから、これまでのペースと変わっていません」と、免許制度改正の追い風を十分つかんだとはいえなかったが、

「久留米自動車学校さんがちょうど大型指定を取るための「指定前教習」を行なっていて、そこにお客さんを紹介しています。うまく指定を受けられたら、ウチも提携を深めることができ、中型から大型へのステップアップがもっとスムーズに進められると思います。それに、今年はヤマハもビッグバイクに力を入れてくれるはずだから、チャンスはこれから十分ある。特に、XJR1300には期待しています。XJR1200で作ってきたウチの強みを、さらに生かせるじゃないですか」

大型二輪免許取得者の推移

この勢いが今年も続くか、という予測より、これからさらに伸ばそうという前向きな考え方が大切



機を見て敏な品ぞろえと 親身なアドバイスで拡販

ライディングスポット タテシマ
建島隆文社長
(熊本市)



熊本市の外れ、空港1号線沿いにある併売店「ライディングスポット タテシマ」さんは、一風変わった個性的なお店。

周囲には郊外型の四輪ディーラー、中古車センターが立ち並び、決して立地条件は良くない。住宅街から離れているので、当然スクーターの比率は低く、9割以上がスポーツ車。しかも、4kmほど離れた東バイパス沿いには多くのライバル店が軒を並べているため、遠方からでもお客さまを呼び込めるよう、独特のライナップと幅広い広告・宣伝活動を行っている。まず車両の品ぞろえは、地方都市だと手に入りにくい希少車が中心。

「こういうバイクを欲しがる人は、たとえば年式や色にもこだわりがあって、ひとつの店でなければ置いてあるところを探して買いに行く。



流行を敏感に先取りしながら、集中的な商品構成でお客さまのニーズに応える「タテシマ」さん



本店とは対照的に、「カッコよく見せる」商売を形にした支店が「ハラマ」。



国内4メーカーの協力を得て開催する「ザ・バイク市」は、新車、中古車あわせて300台を一挙に展示。2日間で100台以上を販売したこともある

中途半端な品ぞろえだとお客さんを逃がしてしまふし、といって1000坪もあるような大規模店じゃないから手当たり次第に置いておくわけにもいかないでしょう。だから、何が売れそうか自分なりに考えて、それを集中的に仕入れるようにしてるんです。おかげで、県内どころか九州全域のお客さんが足を運んでくれるし、なかには関西、中部から来る人もいますよ」と、建島隆文社長。

最近では新車、中古車を問わず、大型の国産車、逆輸入車、外車で、人気のあるモデルを各色ズラリと並べている。ヤマハのYZF、R1も、これから5台が入ってくるという。

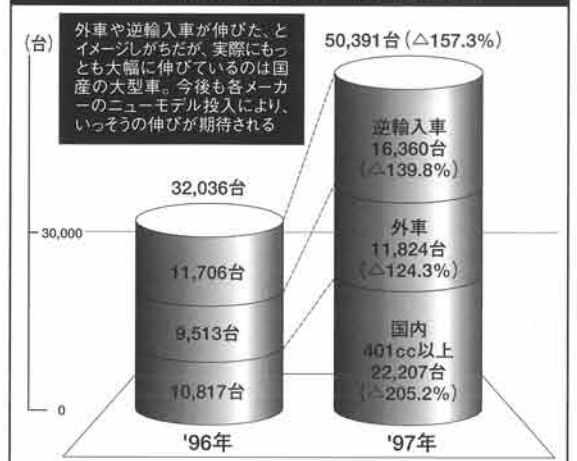
「最近の大型ブームは、免許制度の改正があったから予想はしていました。でも、熊本あたりだと基本的に関東、関西に比べて動きが遅いし、昨年夏ごろまでは様子を見ていただけでした。本格的に大型車を並べはじめたのは秋以降ですね」

こうして戦略的に集めた商品は、地元のテレビで週4回出しているスポットコマースャルや熊本の地方紙、九州ローカルのバイク雑誌などで告知。年に1度、3〜4月の需要期を狙って開催する「ザ・バイク市」などの時は、ラジオコマースャルやアドバルーンを上げて強化する。地の利がないだけに、「売り上げの5%を越えるくらい」のお金を投じて、新規開拓は欠かせないのだ。

もちろん、お店を支えるのはこうした新規のお客さまばかりではない。

元ロードレーサーとして活躍し、79年には熊野選手と組んでサイドカーの世界選手権に参戦した実績を持つ建島社長は、他店に先駆けてタイヤチェンジャーやバルancerを導

401cc以上のカテゴリー別登録台数



入するなど、スポーツバイクの商売に欠かせない技術サービス面でも質の高さにこだわっている。また、お客さまの相談にひとつひとつ親身なアドバイスを贈る真摯な態度から、多くの常連客が集まって、紹介の輪を広げている。ところが、流行を冷静に見極めながら商売を続けてきた建島社長は、最近の大型人気について「まだ本物ではない」と話す。

「流行感で売れているだけ。ハイパワーで大柄なバイクは、アクセルを開けるだけでも大変。乗りこなせるのはほんの一握りだし、そんなサーキットみたいな場所やチャンスもないでしょう。結局、乗って楽しい、乗りこなせるバイクが売れていくようになると思います。」

だから、今考えているのは、40代くらいの父親と子供を狙った親子ツーリングです。目的地までは子供と一緒に堂々と走れる大型バイクで行き、着いたら中型、小型のスポーツ車で気ままに遊ぶ。そういう使い分け、楽しみ方の違いを分かってもらえば、両方が売れるんじゃないかと思うんです」

話題喚起から免許取得、遊びまで 一貫した大型支援で定着めざす

(有)オートギャラリー滋賀
スタッフ・青木貴洋さん
(滋賀県草津市)

「限定解除が特に難しいと言われていた滋賀県では、非常に多くのお客さまが大型教習について高い関心を寄せ、そのスタートを待ち望んでいました」と「オートギャラリー滋賀」さんの青木貴洋さんは話す。

「ウチにも、全国で指定教習所が増え始めた去年の春ごろから、大型免許はどこで取れるんですか、という問い合わせがたくさん来るようになりました。そこで、以前から教習車の納入などで付き合いがあった『月の輪自動車学校』さんが県内初の大型二輪指定教習所になられたのを契機に、お互いのお客さんを紹介し合うようになったんです」

以来、オートギャラリー滋賀さんは同教習所のパンフレットを店内に掲示し、お客さまに配布。そのかわり、教習所でもビッグバイクを展示するコーナーを設け、掲示板にお店の紹介を掲示してもらっている。

さらに、昨年は同教習所を会場に大型車中心の試乗会を開催。2日間で50人あまりのお客さまが試乗に訪れ、今年も春に開催を予定している。

また、「教習車にはうちの店名入りキーホルダーが使われているので、『教習で使っているバイクも、このお店がお世話してるんですね』と、店への親しみを増すお客さんも多いようです」

こうして、1年近くの

間にお店と教習所が紹介しあったお客さまは、100人近くに上っている。十分満足できる成果ではないだろうか。

しかし、これはその氣に「なった」お客さまを集め、後押しするための方策。需要を作り、勢いを維持していくには、積極的にお客

さまをその氣に「させる」工夫が必要である。オートギャラリーさんも、店内でのさりげない話題喚起に気を配る。

商談カウンターやテーブルなどに、ビッグバイクの写真や雑誌を置いて興味を引くことはもちろん、スタッフ5人中4人が大型免許を持っているので、自分たちの所有車や人気の車種を会話のタネにしたり、免許の取り方をアドバイスすることがよくあるという。

「とりあえず免許だけ取っておこうという人もいますが、やはり買わねえビッグバイクを持っていると、自分も買わずにはいられないようです。今では、まだ持っていない人が取り残されて焦っていることさえあります(笑)」

ブルームがブルームを呼んでいる、といった様子だが、大型に行き着いたお客さまの満足度を

高めなければ、勢いもすぐにしぼんでしまう。

「せっかくのビッグバイク、ツーリングしてこそ魅力が分かってもらえるはず。でも下取りしたバイクを見ると、走行距離が少ないものばかりある。バイクであまり走っていない、楽しみ方をまだ知らないお客さんも多いんですね。それは、ツーリングしたいという気持ちがありながら、その機会や仲間を見つけないことが原因。だから、大型に限りませんが、積極的に店でツーリングを企画し、参加を呼びかけることをもっと徹底していきたいと思います」

近日予定しているツーリングには、20人以上の参加者が集まり、大半を占めているのがビッグバイクユーザーだという。

「大型へのステップアップは、若いお客さんに30代、40代まで乗り続けてもらうための足がかりになるでしょうし、最近では40代以上の人たちが大型バイクにリターンするケースも増えてきました。かつての情熱が再燃したこと、経済的な余裕などがその大きな理由でしょうが、バイクを若者から大人までの幅広い趣味として普及、成熟させる絶好のきっかけになると思いますよ」



特集 ●
大型二輪の現在、未来

「ブーム」では 終わらせない!



店頭では、10台以上のビッグバイクを展示し、試乗車も用意。「大型免許取得者が増えた秋口から、需要もぐっと上昇しました。販売はこれからが勝負です」とスタッフの青木貴洋さん

大型2輪免許解禁!!

憧れの大型2輪免許が、道交法の改正により教習所で取得できるようになりました!!

この機会に是非、あきらめず憧れのBIGBIKEにチャレンジ!!
詳細は、下記をご覧ください。

入り口のすぐ近くで、大型教習の案内がお客さまの目を引きつける

日本ベンチャー 起業支援協会

大手企業の倒産のあおりを受け、ベンチャー企業も今や、ふるいにかげられる時代になった。しかし逆風の中でも、順調に成長を続けるベンチャー企業がある。

数々の起業家たちを支援してきた、日本ベンチャー起業支援協会の荻野博司会長によると、

成功する起業家にはいくつかの特徴がある。事業成功の秘訣は何か、時代は起業家に何を求めているのかなどを聞く。

世の中のために 自分と闘う経営者

「いかに売るか」、つまり販促を中心に考えるようでは、これからの事業は成功しません。自分なら、人にどうしてもらいたいかを考え、それをお客さんに対して実行できているかを振り返るんです。常に一個人に直面する心づもりが必要でしょう。あくまでも、最初にお客さんありき。これがあらゆる事業の基本です。利益は、後からついてくるべきもので、先行させてはなりません。

私どもが支援しようとしているのは、「独自の技術やノウハウを持ち、他人のために自分と闘う経営者」。この「他人のために」というのは、「社会のために」と置き換えてもいい。つまり、自らの利益のために他人と闘うのではなく、お客さんのため、世の中のために自分と闘う人こそが、本物の経営者であると考えています。

儲かる、儲からないという自らの自己利益ばかり考えるようになると、必ず自分の経営ができなくなるんですね。本当は自分は何をしたいのか、という根本的なビジョンを見失ってしまうんです。

起業家は自分の事業に対して 100%の責任を持つべきだ

起業家は、自立型人間でなければなりません。つまり自分のやったことに自己責任を取る、ということですね。最近よく聞くのは、事業失敗の原因に対しての「不景気だから」「銀行が資金融資してくれなかった」などという言い訳ですね。これはしかし、通用しません。

実際のところ、景気なんか関係ありませんよ。大手企業や、すでに形の出来上がっている企業は、景気動向を気にする必要があるかも知れませんが、しかし、ベンチャー企業や中堅企業では、そんなに景気を気にしなくてもいい。むしろ、経営者のフットワークこそ問題にすべきです。

例えば自分がかつては営業マンだったとする。その時にはきつと末端の情報、お客さんや市場の状況がよく見えていたし、肌でも感じられていたと思っただけです。それが課長になり、部長になり、社長になったときに、どんどん見えなくなってしまう。しかし実際には、ビジネスとは常に末端を相手にしている。あくまでもそれが基本です。

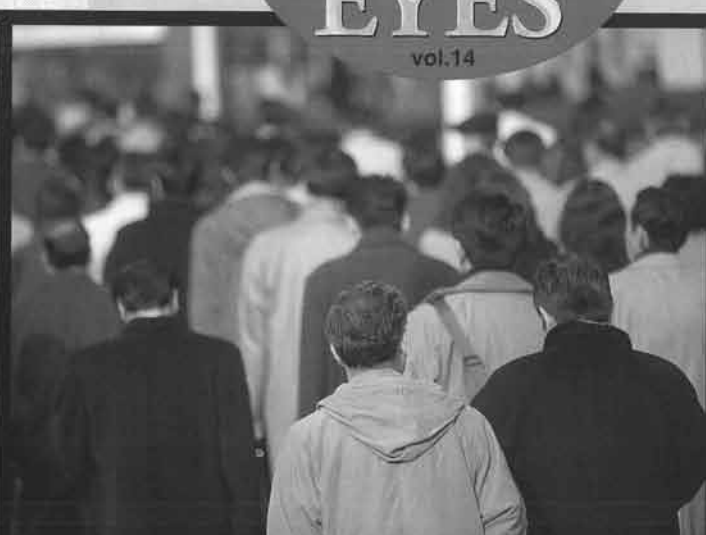
事業が危機的状況に陥った時、自分の足で動く経営者ほど立ち直りも早いんですね。援助やアドバイスを求めるにしろ、誰かに依存するのではなく、自分で聞きに行くことです。仮に販売で物が売れずに困っています。その時、なぜ売れないのか、自分の店のどこが良くないのか、自らお客さんや、第

OPEN
他業界からのヒントに注目
EYES

vol.14



本当に自分のやりたいことができているか、ビジョンとの食い違いはないか——。常に経営の原点から目を離さないことが、事業を成功に導く



サラリーマンから転身した起業者の場合、人の評価を気にする傾向が非常に強い。しかし経営者に求められるのは、自己評価能力と自己責任能力の高さだ

「ピンチはチャンス」という考え方

非常に重要なのは、自分が抱いているビジョンに、本当に自分が納得できているかという点です。そういう経営者ほど、事業に対しての外圧に強い。要は、自分が死ぬ瞬間に、自分が本当にやりたかったことができたと感じるかどうかですね。



徹底的で緻密なマーケティング、顧客動向の観察、そして何よりも自分の目で見、耳で聞き、常に末端の情報に敏感であること。そういった地道な努力の積み重ねが、企業を成長させる

三者に聞いてみる。そういった一見地道な行動の積み重ねから、ビジネスを築き上げていくんです。
人に頼らず、自分に頼る。決して人の責任にしない。起業家は、事業に対して100%自己責任を持つべきです。例えば、従業員が「おはようございます」という朝の挨拶をしないとすると、これを「言わない社員が悪い」と思ってしまう。言ってくれないのは自分に責任がある。
もちろん、従業員にしっかりと働いてもらうための指導は必要です。でも、あらゆる事業で「従業員の責任」はあり得ない。失敗を従業員の責任と考えるような経営者は、間違いなく他の場面でも責任転嫁をしようとするものなんですよ。

顧客を観察することから ビジネスは広がっていく

どんな業種でも、今マーケティングがないからといって、諦めるものでもありません。もしマーケティングがないと感じたら、自ら創りあげればいわけです。もちろんそれは、顧客のニーズに
応えるものでなければなりません。しかし、「そういういえばこういうものが欲しかった」という隙間は、まだまだあるんです。相手が何を求めているのか、常に観察していれば、必ずとビジネスは広がって行くはずですよ。

私の知っている成功例では、お客さん一人一人の要求にできるだけ応じるレコード屋さんがあります。例えばジャズが好きなお客さんが来店したら、飯に今、店に品揃えがなくても、徹底的にジャズのCDについて調べて後でファックスする。ロック好きなお客さんが来たら、同じように再来店までにロックについて徹底的に調べておく。つまり、いつ来店していくら買いつけたか、というように売り手本位の

データ管理ではなく、趣味や興味にいたるまで、顧客が何を求めているかが分かるようなデータベースを作り上げるんです。こんなふうな一人一人の顧客に対応するのは、大きなお店ではなかなかできない発想ですよ。このお店では、中高生の心をつかんで、よく売れています。

お客さんは、CDを買いに来るのではなく、ジャズなりロックなりのソフトを買いに来る。お店としては、そのための情報提供は厭われない、というわけです。特に嗜好品や個別商品は、この傾向は強いですね。

いろいろな起業家や企業を見てきましたが、成功する人た
ちにはいくつかの特徴があるように思います。
まずは、とにかく勉強熱心であること。自分に関係のない
他業種の動向についても、常に高い関心を持っていきます。
そして、ピンチをチャンスとして捉えることができること。
ある企業が大きく伸長したり、生まれ変わったりする直前
には、多くの場合大きな危機を迎えている。その危機をバネに
できるかどうか、ビジネスの分岐点になってくるのです。
例えば、顧客の怒りを買って、客離れが起きたり、売り上げ
が大幅にダウンしたとする。そういったピンチを、チャンスと
思えるかどうか。もちろん人間ですから、「参ったな」と思う
のは構わない。しかし、その後を考え抜いて、悩み抜いて、前
向きに行動することが非常に重要なんです。私はこの「ピンチ
はチャンス」という考え方は、ビジネスの神髄であると思っ
ています。

なぜなら、事業の調子がいい時というのは、知恵を出して
いるようではないものなんです。苦しいときほど、人
は頭を使う。これは特に若い経営者の方に言いたいのですが、
壁に突き当たった時に簡単に諦めてほしくありません。そう
いう時こそ、大きなチャンスに恵まれたんだと、徹底的に頭を
絞って、前進してもらいたいと思います。

また、ピンチを乗り越える原動力は、繰り返しになります
が、自分の事業に対する信念だけです。自分が本当にやりた
いのは何か。自分は何で世の中に貢献できるか。その原点を常
に忘れずに持つていければ、事業は成功すると思います。

HUMAN PROFILE

荻野博司会長

大学卒業後、公認会計士・税理士に従事。起業の税務監査などを行ううちに、よりダイレクトに経営者を支援したいと思うようになり、昨秋、日本ベンチャー起業支援協会を発起した。自らの会計事務所も持つほか、監査法人にも所属するなど、多忙な毎日を送る。家庭では高3を筆頭に、3男児の父。「帰宅は早くして10時ぐらい。息子たちとはケンカばかりですよ」と笑う熱血漢。48歳。



MAGAZINE PROFILE

日本ベンチャー起業支援協会 東京都千代田区

荻野会長をはじめとして、25人ほどの会計士・税理士らが興した非営利団体。主にベンチャー企業を支援し、経営ノウハウの提供、研修会の開催、ベンチャー・キャピタルや各専門コンサルタントとの人脈作りなどを行っている。ワンストップ・ショッピング型のベンチャー支援組織を目指し、あらゆる経営相談に敏速に対応。大阪、名古屋にも支部を持つ。

新しくバイクの免許を取った! 念願のステップアップを果たした!
久しぶりにバイクライフを再開した!
新しいバイクワールドに踏み出すフレッシュライダーは、
お店を活性化してくれる元気の素なのです。



●お客さま
兼子隆之さん (会社員・24歳)

憧れのバイクを眺めていた時に
かけてもらった一声で、ショップとの付き合いが始まった。
V MAX購入もショップの応援があってこそ

「決断」そして新しいバイクライフ

高校を卒業する時、車の免許を取ったんですけど、その当時、友だちも次々と普通免許を取得してね。みんなの話は「どんな車に乗りたいか」ということに集中していた。その時、「みんなが4輪なら、私は違うもの、そう、バイクに乗りたくない」と思ってたんです。で、中型免許を取った。

その時から、「いつかは大型バイクに乗ってやろう」という気持ちで、漠然とながらあった。乗れるバイクの排気量に制限を付けられるのって、何だかイヤで……。中型バイクに慣れてきたあたりで、限定解除の試験に思い始めました。

結構自信はあったのに、1回目の実地試験では2分も走らないうちに教官が「試験終了」。何が悪かったのか全然分からないほどでした。その後も仕事の合間を見つけては練習場に通い、試験場にも何回も足を運びました。そうこうするうちに教習所で大型免許が取れるようになり、さっそく入校。夜勤のある仕事で平日の昼間に教習時間が取れなかったから、その後はトントントン拍子でした。

モトショップ多摩さんのお付き合いは、2台目の愛車の時からで、今度のV MAXで3台目。徒歩2分という近所なんですけど、もともとは単なる通りすがりのお店でした。お付き合いのきっかけは、私が自転車でお店の前を通った時、雑誌で見て気になっていたオートバイが展示してあったこと。まだあまりデリバリーされていない車種だったので、本物を見たのはこの時が初めて。「いいなあ、やっぱり欲しいなあ」と見とれていたら、社長の桑原さんに声をかけてもらって、即購入したんです。

それ以来、ずっとこちらにお世話になっています。このお店は常連さんが多くて、和気あいあいとした雰囲気なのが気に入っています。

初めての大型バイク、V MAXは、もっぱら通勤に使っています。最初は「こんなパワーのあるバイクには乗れない」と、憧れのマシンにとめておくつもりだったのですが、桑原さんが「大丈夫。女性で乗っている人だっているから」と応援してくれたので、思い切って買いました。実際、意外なほど乗りやすく、走っている時の安定感なんか、抜群ですよ。この味を知ったら、もう他のバイクには乗れなくなりそうです。

モトショップ多摩・桑原正一社長 神奈川県川崎市



オートバイに乗ることを心から楽しんでいて、その魅力を知っている人なら、自然とステップアップしていくものです。うちでは来店されたお客さんどうしの会話が大型バイクのことになったりして、自然と大型車のオーナーが増えてる感じですね。みなさん免許を取ると、ある日バイクに報告にいらしゃいます。兼子さんの場合も「免許が取れたから大型買いたいんですけど」とやって来て、そこで初めて、私たちは兼子さんの免許取得を知ったくらいです。

兼子さんは最初V MAX以外の車種を希望した。でも、「本当にそれでいいんですかか?」と話し合ったところ、「いや、実はV MAXが欲しいんだけど、あれは私には無理そうだから……」とおっしゃるじゃないですか。それで、「だったら、本当に欲しいV MAXを買った方がいいですよ」とアドバイスしました。兼子さんの体格なら十分に乗りこなせると思っただけ、妥協の買い物をさせて、お客さんへ後悔されるのは嫌なんです。本当に欲しいものを手に入れたら、ずっと乗ってもらえると思います。

うちでは、車種選定に迷っている気配が少しでもある時は、真意を確認するようにしています。私たちショップがお客さんときちんと対面してアドバイスできれば、お客さんのバイクライフも、きっと充実したものになるはずですからね。

発見! となりのお店

Hello!
Nice
Shop

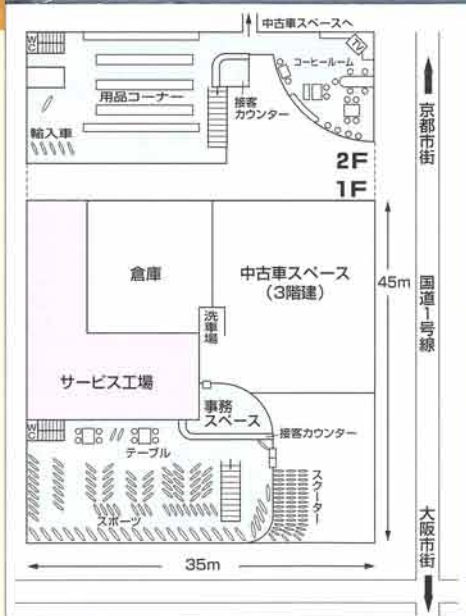
ハローナイスショップ

“バイクライフ”ショップをめぐして

「今日はサッシュに遊びに行こう、という感じで、気軽に来てもらいたい」と舞原社長は呼びかける



最高20人が一度に座れるコーヒールーム。バイク雑誌、サービスマニュアル、ツーリングのアルバムなどバイクに関係あるものはもちろん、一般の書籍や映画のビデオなどもあり、お客さまは自由に利用できる。来店促進に大きく貢献している



自動車ディーラーだった建物を改装し、'97年7月に移転オープンした「(株)サッシュ」さん。新店舗は用品コーナーやお客さま用のコーヒールームなどを充実させ、新しいバイクショップの楽しみ方を提案できるマルチな店舗づくりに取り組んでいる。

(株)サッシュ

京都府京都市 舞原満博社長

鹿児島県出身の舞原社長が17年前にオープンした「薩摩商会」が前身。その後、薩摩にちなんで「薩州=SASHU」と改称し、現在に至る。500mほど離れた裏通りに位置した旧店舗から、交通量の多い国道1号線沿いに移ったことで、注目度がいっそう高まり飛び込みのお客さまが増えた。大学が多いことで有名な京都だが、客層は若い世代だけでなく10代後半から60代までと幅広い。YARD店の資格も取得した。

MAHA



四輪ディーラーだった建物をほぼ活かした形のショールーム。大きなウィンドウ貼り、店内は明るい雰囲気だ。展示は新車中心で約200台

新店舗で充実を図る用品コーナー

元自動車ディーラーだった建物に移転したことで、床面積が旧店舗のほぼ2倍になった(株)サッシュユンさん。この新店舗で舞原社長が特に力を入れて取り組んだのが用品コーナーだ。「京都のユーザーは、バイクショップで欲しい用品が揃えられずに、大阪の用品専門店まで出かけるケースが多かった。でも、バイクと一緒に一カ所で買える方がお客さんは助かるはずですよ。だから、以前から用品を充実させたいと思っていました。これでようやく実現できる受け皿ができました。今後は品揃えをさらに充実させて、用品専門店にも負けないようにしていきたいと考えているところです」

店舗の2Fフロアの大半は、用品やアフターパーツ類の売場に当てられており、専用の接客カウンターもある。

「広くなったからといって、ただバイクがたくさんあるだけでは意味がない。サッシュユンに行けばバイクに関係するものなら1から10まで揃えられる、そうお客さんに思ってもらえるようにしたいですね」

買い物以外で利用できるコーヒールーム

来店したお客さまの憩いの場として、広いコーヒールームが設けられているのも新店舗の大きな特長。自動販売機によるセルフサービス方式でスタッフに気兼ねすることなく、くつろぐことが可能だ。

「喫茶店で500円のコーヒーを頼むよりも、お金をかけずに時間をつぶせるので、お客さんにもよく利用してもらっています」

室内には数台バイクが飾ってあるもの、あくまでもこれはディスプレイ用。むしろバイクに興味のない人でも退屈しないように、本やビデオが多数揃っている。

「バイクショップだからバイク関連のものしか置かないというような既存の枠にとらわれないで、誰でも楽しめる店を目指しています。家族連れでデパートに買い物に来るような感覚で来店してもらいたいですよ」

こうしてサッシュユンさんでは店舗の工夫、ツーリングやイベントなどの、さまざまな角度からお客さまに新しいバイクライフを提案している。

スタッフ



山本昌之さん (後列左から)
「サービスを担当しています。気軽に声をかけてもらえる店員になりたいです」

舞原満博社長
「スタッフの教育、待遇向上にもっと努力していきたい」

大西繁夫さん
「サービスには自信があります。他のお店の方でもサービスのことで相談があったら、ぜひ一度いらしてください」

亀井邦章さん
「春は交通事故が多いシーズン。お客さんはもちろんお店の方たちにも気をつけてほしいですね」

水口幸久さん (前列左から)
「新しい店になったので、サービス、セールスともに今まで以上に頑張っていきたいです」

滝口裕治さん
「販売したバイクの整備が担当ですが、お客さんに不満を感じさせないように努力しています」



ハローナイスショップ

2階用品フロアは専門店に匹敵する
豊富な品揃えを目指す

SASHU
バイク用品フロア
本館2F

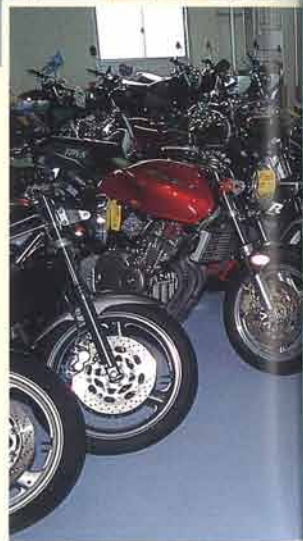


サービス工場

認証工場の資格を持つサービス工場。旧店舗と比べて、面積は大きく変わらないが、故障車の保管場所を広くとり、フレーム修正機などの新しい機材も購入。6基のリフト、各種加工工具など設備も充実し、一度に多くの台数の整備が可能である。



ショールームの裏手に新築した3階建ての中古車スペースは400台あまりの展示を数える。お客さまは、新車・中古車含めて欲しいバイク、予算に合ったバイクを豊富な選択肢の中から探し出すことができる



免許

店舗の入り口には、提携先の教習所(大型二輪公認)の大きなボードが掲げられており、店内にも入校案内書が揃えられている。免許制度改正前から続いている提携だが、近年のビッグバイクブームで利用するお客さまが急増している。



「大きくて見栄えのする店になったので、「ここでバイクを買えば安心だろう」「ここに修理を任せれば大丈夫」と信頼して入ってくるお客さんが増え、大型バイクなどの高額商品を販売するケースも多くなりました。そうしたお客さまの期待に応えるためには、接客の質を今まで以上に高めなければなりません。例えば、サービスにおいて技術力が重要なものももちろんですが、スタッフの応対がお客さんに与える印象も非常に大きい。だから、接客の基本であるあいさつや言葉遣いに気を付けるように言っています。もちろん、購入後や修理後の感謝の気持ちも、きちんと口に出してお客さんに伝えることも大切です」

ショップ、スタッフとともに、お客さまも成長していくかたちを理想とする舞原社長は、「店がお客さまを大事にするように、お客さまからも大事にされる店になりたい」と考えている。

店舗に見劣りしない
接客力の向上

一方、立派な店舗があるからこそ、それ以上に中身が大切になってくると舞原社長は訴える。

ツーリング

年2回、5月と11月に行うショップのツーリングには、初心者から熟練者まで100名前後のお客さまが参加。片道200kmほどの距離を走る。手軽な参加費で気持ちよく楽しめるように、毎回キレイで安い宿を探そうとしている。
また年末にはクリスマスパーティを恒例で行い、こちらには150~200名のお客さまが集う。

すっかりおなじみVino&PUFFY! 今度の“クラシック”は ちょっと知的にコミカルに迫ります。

Lesson. 1 みちくさ食って、大きくなろう。

Yumi: What a lovely day, isn't it?
(今日も、おでんごちんがピッタリだ！)

Ami: Do you wanna have a break?
(とりあえず、ちよくら何か食べて？)



Ami: Yum, yum, taiyaki!
(うわっ! このタイ焼き、おなかのアンコがはみでてる!)

Yumi: Sweet, delicious oshiruko!
(うっぴょー!! こっちのおしるこ、おもちゃメキでか!)

Ami: Nice, creamy cheesecake!
(ん!? このチーズケーキ、レアもんじゅ! ムシキムシキ...!)

Yumi: I can't stop eating this crepe!
(ナヌ、このクレープ食べだしたら止まらないわ!)

Ami: Wonderful waffle! Goody!
(うっそ!? それより、あつあつワッフルのほうが、アンゼリーハロー!)

Yumi: I can't lose any weight
because of my Vino!
(おーまいこと! どうでもいけど、
ビーノのせいであたまたまた太ってますわ!)



うさから5時の大冒険
Vino

¥172,000

YAMAHA

この広告は、2月中旬以降発売の女性誌、情報誌などに掲載しています。

家にいるのはもったいない、青空の休日。「ちょっとソコまでお散歩しましょ」とVinoクラシックでお出かけのふたり。でも、年ごろのオンナの心がそろうと、「花より団子」はよくある話。おいしい匂いに誘われて、あっちフラフラ、こっちフラフラ……。来たるべき春の出会いに備えてダイエットを決心したのに、またもや水のアワとなりました。チャンチャン!

Vino&PUFFY、おなじみコンビの“大冒険”新作は新入学・新学期の春らしく(?) ちょっと知的に、英会話テキスト風のミニストーリー仕立て。日常ありがちな女の子ふたりの会話で、英語のお勉強(?)もしちゃいましょう。明るくかわいらしく、ちゃめつけたっぷりな“Lesson編”は、パート2も登場予定。お客さまとの話題作りにお役立てください。

YAMAHA
ヤマハ発動機株式会社