

Yamaha News 2

1999
No.425
F E B.

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

Drag Star1100
Vinoクラシック
Vino
NEW JOG
JOG-C
ほか

特集 ● Drag Star1100

**発売直前! 押さえて
おきたい3つの基本**

Hello! Nice Shop

(株)モト・ギャルソン

新しいドラッグスター。1100だって? コリヤすげえ!
回太い鼓動、腹の底から揺り動かすようなパワー。ひとつ走りしてくるか!

'99ヤマハスポーツ

ドラッグスター1100 (XVS1100)

3月10日新発売 ¥830,000

カラーリング：3タイプ



ブラック2

「ロー&ロング」を基調に、ヤマハらしいオリジナルデザインと優れた走行性で'96、'98年と3年連続ベストセーラーが登場します。

「ロー&ロング」を基調に、ヤマハらしいオリジナルデザインと優れた走行性で'96、'98年と3年連続ベストセーラーが登場します。

「ロー&ロング」スピリットを継承し 大型二輪市場にニューズター誕生!

一昨年の大ブレイクこそ鎮まったものの、'98年、約9万人の新規大型二輪免許取得者が誕生。依然高レベルで成長を続ける大型二輪市場に、いよいよ期待の新星「ドラッグスター1100」が登場します。

ラーとなった4000cc「ドラッグスター」精神そのままに、鼓動感溢れるビッグツインを搭載したニューズターです。



ライトグリーニッシュグレメタリック6(シルバー/イエロー)

シルバーメタリック1

主要諸元

●型式/エンジン型式=VP10J/4PP ●全長×全幅×全高=2,405mm×895mm×1,095mm ●シート高=685mm ●軸間距離=1,640mm ●最低地上高=145mm ●原動機種類=空冷4サイクルSOHC2バルブ ●気筒数配列=V型2気筒 ●総排気量=1,063cm³ ●内径×行程=95.0mm×75.0mm ●圧縮比=8.3:1 ●最高出力=60PS(5,750/min)、44.1kW(5,750/min) ●最大トルク=8.3kgf・m(2,500/min)、81.4N・m(2,500/min) ●始動方式=セル式 ●潤滑方式=強制圧送ウェットサンプ ●エンジンオイル容量=3.6ℓ ●燃料タンク容量=17ℓ ●キャブレター形式=BSR37x2 ●点火方式=TCI ●バッテリー容量/種類=12V 12AH(10h)/GT14B-4 ●1次減速比/2次減速比=1.659/2.874 ●変速機形式=常時噛合式前進5段 ●変速比=1速2.352 2速1.666 3速1.285 4速1.032 5速0.852 ●フレーム形式=ダブルクレードル ●キヤスター/トール=33°/136mm ●タイヤサイズ(前・後)=110/90-18 61S-170/80-15 M/C77S ●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 ●ヘッドライト=ハロゲンバルブ12V60W/55W

「かわいいうレトロ感覚と充実の機能」でスクーター市場をリードしている「ビノ・クラシック」が、カラーリングを一新した'99モデルで新登場。柔らかな心地よさを感じる「スプレンドィッドベージュ」と、コントラストが映える「ブラック2」。いずれも10代女性ユーザーのニーズを先取りした色彩で、店頭を春らしく華やかに盛り上げます。

また、先行導入した'99「ビノ」についても、新しいカラーリング3色を追加。既に発売中の「マーシャルゴールド」と合わせ、4つのカラーバリエーションが完成しました。



Vinoクラシック：スプレンドィッドベージュ

豊富なバリエーション展開で '99シリーズがいっそう充実

※'99モデルの「ビノ・クラシック」は'99「ビノ」に、フロアマットを標準装備したものです。他のフィーチャーは変更ありません。

VINO SPRING COLLECTION FOR VINOLES

「VINOに乗ればビーノルズ」

■ **プレミアム期間** ■
2月1日～4月30日

すっかり名コンビとなったビーノ&ファイア。毎年大好評のオリジナルTシャツを、今回もビーノシリーズを購入されたお客さま全員に、プレミアムとしてプレゼントします。注目のTV CFも3月よりON AIR予定。店頭でのお客さまとの話題づくりに、お役立てください。

今年はベースボールシャツをイメージした胸ポケット付きのデザインで登場(実物は写真と一部異なる場合があります)



背面

ドラッグスター 1100 専用アクセサリ

カスタムの可能性を広げるUSヤマハ製のアクセサリを豊富にラインナップしました。
本体と合わせてお客さまにご案内ください。



ウインドシールド
No.90793-66915
メーカー希望小売価格 ¥44,000
取付金具付き

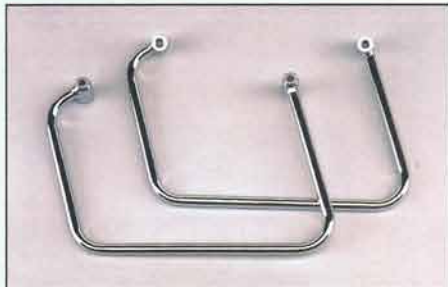


カスタムライダーシート
No.90793-66916
メーカー希望小売価格 ¥48,000
鉄打ち仕様



バックレストアップライト(上2点)
No.90793-66708
メーカー希望小売価格 ¥11,000

バックレストサイドアーム(下2点)
No.90793-66920
メーカー希望小売価格 ¥22,000
※上記2種は、別売のパッドとセットで使用



サドルバッグサポートバー
No.90793-66923
メーカー希望小売価格 ¥14,000
サドルバッグ使用時には必ず使用



タンクブラ(スタッド)
No.90793-66921
メーカー希望小売価格 ¥17,000
ポケット付き・本皮製

※上記以外の専用アクセサリにつきましては、カタログをご覧ください。 ■お問い合わせ:(株)ワイズギア ☎053-457-3201

《主な特徴》

■Vツイン1100cm³新エンジン

搭載する新エンジンは空冷4サイクルSOHC2バルブの75度Vツイン。現行「XV1100ピラーゴ」をベースとしながら、ほとんどの原動機パーツと吸排気系を新設計。さらに動弁系も専用セッティングを施して、独自のキャクターに仕上げた。

具体的には、①クランクマス低減&ミッションレシオ変更(スポーツ性&パルス感の両立)②高剛性新設計クランクケース&ケースカバー採用(メカ音低減)、③アルミ鍛造ピストン・浸炭コンロッド採用(振動低減)、④メッキシリンダー採用(信頼性向上)など。

さらに、外装パーツも新設計している。

■TPS付きBSR37キャブレター

TPS装着のBSR37mmキャブレターが、最適クランクマス及び軽量鍛造ピストン、浸炭コンロッド採用などによる往復重量低減との相乗効果で、好レスポンスを実現する。

■新設計ダブルクレードルフレーム

“ロー&ロング”のコンセプトを具現化する新設計フレームを採用。「ドラッグスター(400)」同様、三角形のリジッド風フレームワークがエンジンを包み込むレイアウトで、ドラッグイメージを演出。国内仕様専用のシート(685mm)、1640mmの軸間距離によって、独自のシルエットを形成している。

■幅広フロントフォーク&リンク式モノクロスサス

フロントフォークは、インナー径41mmの正立タイプ。左右ピッチは240mmの幅広タイプで、初期作動がソフトな特性。リアは、三角形のリアアームにリンク式モノクロスサスペンションを装着し、優れたクッション特性を実現。

■その他の装備

フロントに2ポットキャリバーのダブルディスクブレーキを、リアには対向ピストンキャリバー装備のディスクブレーキを採用して、優れた制動力を確保。また、ドラッグスターのアイデンティティを主張する装備として、①11インチハンドルバー、②スポークホイール、③カバーレスシヤフトドライブ、④薄型電気式タンクオンメーターなども装備している。

ドラッグスター1100 プロモーション

●鈴木一真のTV CFを放映

昨年に引き続き人気モデル鈴木一真を起用したTV CFで、男らしいドラッグスターの世界観を訴えかけます。3月~4月にON AIR。

●レンタルビデオチェーン

「TUTAYA」とタイアップ
全国2,200店舗、会員数1,000万人を誇る「TUTAYA」とタイアップ。レンタルビデオにドラッグスターのCFを挿入するほか、280万部発行の会員誌に広告を掲載します。

●オリジナルCD-ROM、ホームページ製作

商品のディティール、CFのメイキングやオリジナルスクリーンセーバーを収録したCD-ROMを製作。来店プレミアムとしての活用や、雑誌・ホームページ上でプレゼントを行います。ドラッグスター・ホームページもオープン予定。

●自動車教習所に

小冊子「ビッグバイクワールド」を配布
ヤマハのオーバー750モデルの世界を表現した「ビッグバイクワールド」を教習所に配布し、大型二輪免許取得中のライダーに向けてアピールします。

ヤマハスクーター

Vino (YJ50R)

2月5日発売 ¥169,000

カラーリング:3タイプ(追加)

Vino:ソルトレイクシルバー

Vinoクラシック:ブラック2



Vino:ベリーダークブルーカクテル4



Vino:ダークバーブリッシュレッドカクテル3

ヤマハスクーター

Vinoクラシック (YJ50R)

2月25日発売 ¥172,000

カラーリング:2タイプ(新色)

ヤマハスクーター

NEW JOG (YV50Z)

2月25日発売 ¥147,000

カラーリング:5タイプ(新色)



ダークグレイッシュ
グリーンメタリック3



シルバーメタリック1



ダークパーブリッシュ
レッドカクテル3

ブラック2

ベリダークブルーカクテル4

優れた盗難抑止効果をもつ「Gロック」など、3つのG機能と快適な走行性でスタンダードスクーターに革命をもたらし「NEW JOG」シリーズが、グレードアップして新登場です。

まずは、3つのG機能に7.2馬力エンジン、フロントディスクブレーキを採用した「グッドコンセプト」が魅力の「NEW JOG」。

欲を誘う価格設定と相まって、商品力をグンとアップしています。

さらに、6.8馬力エンジン搭載の「ジュエルタイプ」「JOG-C」も全3色の新色でリニューアル。

99年春商戦に、再びスタンダードスクーター革命を巻き起こします。

※いずれも、メーターパネルにヤマハ音叉マークが入ります。

「スタンダードスクーター革命は終わらない!」
「3つのG」に優れた走行性能をプラス

ヤマハスクーター

JOG-C (YV50C)

2月25日発売 ¥137,000

カラーリング:3タイプ(新色)



ラジカルホワイト



ソリッドコスミックブルー

ヤマハブラック

進化したフォルムのシステムヘルメット

『ZENITH SA-Z (ゼニス エス・エー・ジー)』

オープンジェットヘルメットの定番「ZENITH」に、マウスガードの開閉機構とオープンシールドを装着することにより、フルフェイスとしての使用を可能にした新商品「ZENITH SA-Z」。ヤマハシステムヘルメットのコンセプトである「マウスガード開閉機構」及び「フルフェイス⇄ジェット交換システム」を踏襲し、ひとつのヘルメットでジェット型とフルフェイス型の使い分けを可能にしています。また、従来の「ZENITH」に採用されていたハンモック&フル着脱式内装などの快適装備はそのままに、マウスガードのデザインをリニューアルしています。

【主な特徴】

マウスガード開閉機構

可動式のマウスガードを開くことで、ヘルメットを装着したままのメガネの着脱などが可能(マウスガードの変形量は「スネルM95」合格レベル)。開閉は「スムーズオープンロックシステム」によるワンタッチ操作。

メガネの着脱を快適にする段付きパッド(特許出願中)

ヘルメット装着後に、メガネの着用を快適にするための段付きパッド(特許出願中)を採用。メガネの柄の当たる部分の頬パッドを薄くして、差し込みガイドとしての役割を果たす。

清潔で快適な「フル着脱式ハンモック内装」

頭部とライナーの間に空気層ができる、ネット式ハンモック内装を採用。内装はフル着脱式で、丸洗いも可能な清潔仕様。

1,180gの超軽量

上級モデル並みの装備を兼ね備えたシステムヘルメットながら、1,180gの超軽量設計を実現。

操作が簡単な「ダイキャスト製ワンタッチバックル」

グローブを付けたままの操作が簡単なワンタッチ式バックル。

■お問い合わせ:(株)ワイズギア ☎053-457-3201



ライトシルバー



■メーカー希望小売価格:19,800円

■サイズ:S、M、L、XL

■カラー:ホワイト、ブラック、ライトシルバー、ダークシルバー、キャンディレッド

■規格:JIS B種



ホワイト

キャンディレッド

ブラック

ダークシルバー



写真でしか見たことがないバイクと感動の対面

東京都練馬区ヤマハモーターサイクルショールーム東京では、より多くの人たちに、ヤマハの旧車、名車を通じてヤマハの歴史や技術、文化にもっと親しんでもらおうと、1月15〜17日、「ミート ヤマハ ヒストリー」展を開催しました。

伝説のヤマハ名車・旧車と感激の対面!
[MEET THE YAMAHA HISTORY]ショールーム東京で開催

このイベントのため、ショールーム内には、磐田市のヤマハコミュニティセンターからY.A.I.、Y.D.S.、



ヤマハの歴史を記録した写真パネルコーナー、昔のレースシーンや懐かしいTVCFを再現するビデオコーナーも人気を集めた。

1、XS-1などの貴重なバイクが数多く運び込まれ、3日間で約400人のお客さまの目を楽しませました。

会場では、若いライダーグループなどに混じって、「友達に会いに来るような感じで、見に来ました」というXS-1のオーナーや、自分がレストア中のバイクと同車種を見つけて細部を熱心に観察するオートナのライダーの姿も多く見られ、めったに見られないバイクとの出会いを思い思いに楽しんでいました。

もうすぐバイク最盛期が到来
さらに技術の向上を

YTS講習会日程

お客さまの愛車の整備・点検で忙しくなる前に、この冬シヨップのサービス技術力の向上、再確認を行いましょう。ヤマハが開催するYTS講習会をご活用ください。

YTS講習会日程

ブロック	2月	
北海道		
東北		
東京	M 16~18	B
中部	M 2~4 17~19	B
関西	M 3~4 3~5 19	B
中国		
四国	M 3~5 16~18	
九州	M 3~5	B

※B/ベシク M/マスターD/D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。

コミュニケーションプラザのご案内

昨年7月、ヤマハ本社の敷地内にオープンした「コミュニケーションプラザ」の平成11年度一般公開日、下記のとおり決定しました。モーターサイクルをはじめ、ボート&ヨット、バス、スノーモビル、ATV、産業用無人ヘリなど、さまざまなヤマハ製品の歴史と夢が詰まったミュージアムへ、ぜひ気軽にお越しください。



コミュニケーションプラザ一般公開日

毎月第2・第4土曜日

AM11:00~PM4:00

入館無料

※公開日は都合により変更になる場合があります。事前にお問い合わせください。

所在地：静岡県磐田市新貝2500

(ヤマハ発動機内) TEL.0538-33-2520

アクセス：車・バイク/東名高速・袋井ICより15分、磐田バイパス・岩井ICより5分
公共交通機関/JR東海道本線・磐田駅下車、バスターミナル2番よりバスで15分



ヤマハレーシングチームの中野真矢選手が協力

「Y.E.S.S.ナイスライド募金」

’98全日本ロードレース選手権250ccクラスチャンピオンを獲得した中野真矢選手。大の動物好きという彼が、盲導犬の育成を支援する「Y.E.S.S.ナイスライド募金」キャンペーンの活動に賛同し、50万円の寄付を行いました。

12月17日、静岡県磐田市内のホテルでヤマハ発動機販売(株)モーターサイクル営業部・守屋俊博部長に目録を手渡した中野選手は、「以前から、プロスポーツ選手の一人として社会的意義のある活動に協力したいと考えていました。盲導犬に関してはテレビドラマなどを見て興味を持ち、Y.E.S.S.の活動を通

SHOP to SHOP

お店が活性化するグッド・アイデアを

YOU SHOPモリクボ (森久保昭雄社長・神奈川県厚木市)

どのバイクショップにも販売だけでなく、お客さまとのコミュニケーションやディスプレイの仕方などに関するグッド・アイデアはあるはず。それをみんなで出し合って、それぞれのお店にとってプラスになるようにしていけたら、みんなの財産になるでしょう。その場としてヤマハニュースをもっと活用できればと考えています。

「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。

「今回の寄付を第一歩として、これからできる範囲で社会貢献をしていきたいです」と中野真矢選手(右)

じて育成・普及の現状などを知りました。今後、一人でも多くの目の不自由な方に盲導犬が行き渡るようお願いしています」と話しました。

中野選手から預かった募金は、「Y.E.S.S.ナイスライド募金」を通じて全額(財)日本盲導犬協会に贈られ、盲導犬の育成資金として役立てられることになっています。



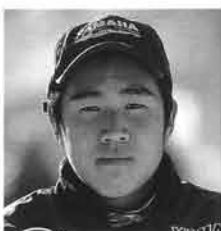


#1 戸沢真司 (24歳)
● 95、'98モディファイA級S1チャンピオン
● 96、'97モディファイA級S2チャンピオン



#2 郷 和幸 (23歳)
● 94モディファイB級S3チャンピオン
● 98モディファイA級S1、S2ランキング2位

スノーモビルスポーツの普及・振興、活性化を図る目的で活動している「ヤマハ スノーモビル レーシング チーム(Y・S・R・T)」。活動初年度の昨シーズンはA級S1クラスで戸沢真司が、A級S2クラスで中澤裕伺がシリーズチャンピオンに輝くなど、いきなりの大成果をあげました。今年も市販スノーモビル「Vmax・VX700SX」を使用し、最高峰のモディファイA級S1パークラスでタイトルを狙います。



#4 中澤裕伺 (18歳)
● 98モディファイA級S1ランキング4位
モディファイA級S2チャンピオン

また同チームでは、全日本選手権会場において「レーシングサービス」を実施。スノーモビルマシンの各種パーツサービスからセッティングアドバイスまで、実践で得たノウハウ

連覇へ向けスタート! ヤマハ スノーモビル レーシング チーム

また同チームでは、全日本選手権会場において「レーシングサービス」を実施。スノーモビルマシンの各種パーツサービスからセッティングアドバイスまで、実践で得たノウハウ

でヤマハユーザーをサポートする活動を展開します。ロードレースやモトクロスとはひと味違う、雪上のモータースポーツをぜひお楽しみください。

ウィンターモータースポーツの楽しさをより広く伝えたい

スノーモビル・プレス試乗会

ジャーナリスト対象のヤマハスノーモビル試乗会が、北海道余市郡のキロロスノーモビルワールドで12月17、18日、15誌紙を集めて行われました。

まず初日、座学と実技によるライセンス講習会で、スノーモビルライセンスを取得。翌日は、さっそくツリーリングに挑戦。晴天にも恵まれ、粉雪を舞い上げながら進む雪上走行の壮快感を満喫しました。

参加者たちは「スノーモビルがこれほど簡単に楽しめるものだとは思わなかった。これは、スキーやスノーボードにつぐ新たなウィンタースポーツだ」と大興奮の様子でした。



青い空と白銀の世界に囲まれて、スノーモビル体験

その感動が、どれほど多くの読者へ伝わるか、楽しみです。

99MFJ全日本スノーモビル選手権シリーズ

	日程	会場
第1戦・新潟大会	1月24日	新潟県・グリーンピア津南
第2戦・長野大会	2月 7日	長野県・スノーモビルランドイン斑尾
第3戦・南幌大会	2月14日	北海道・南幌リバーサイド公園特設会場
第4戦・士別大会	2月21日	北海道・上川農場試験場跡特設会場
第5戦・青森大会	2月28日	青森県・岩木青少年スポーツセンター
第6戦・美瑛大会	3月 7日	北海道・美瑛町滑空場

YZF-R1が読者人気No.1のバイクに!

「マシン・オブ・ザ・イヤー」で初の栄冠

二輪専門誌「ヤングマシン」の読者による二輪車人気投票ランキング「マシン・オブ・ザ・イヤー」において、ヤマハの「YZF-R1」が応募全7350票中1174票を獲得し、総合部門で1位に輝きました。これは26回目を数える同賞においてヤマハ車初の総合トップ獲得で、さらにR1は主要逆輸入車クラス

でも1位となり、あらためて人気の高さを示す結果となりました。12月3日に行われた記念品贈呈式で、同誌の今村編集長は「R1が総合1位になったのは、輸出仕様車にもかかわらずコンセプトが非常にわかりやすく、インパクトが大きかったからでしょう」と総評を述べていました。

に関する情報をわかりやすく解説するホームページ「バイクって、楽しいね。」がヤマハサイト内にオープンしました。この中では原付・普通・大型の免許の取得方法がページをクリックすることでわかりやすく入手でき、タイプ別のおすすめ取得方法など、タメになる情報が掲載されています。二輪免許の取得、大型へのステップアップをお考えのお客さまにぜひご案内ください。

載中。正式オープンに紀行の24歳の誕生日である3月2日です。



<http://www.yamaha-motor.co.jp/noriyuki/index.html>

二輪免許の取り方をわかりやすく解説「バイクって、楽しいね。」

全国二輪車安全普及協会の免許取得協力活動の一環として、二輪免許の取得



<http://www.yamaha-motor.co.jp/mc/menkyo/index.html>

Access Home Page

芳賀紀行公式ウェブサイト「I'm gone」

昨年、ワールドスーパーバイクデビューシーズンで最多タイの5勝を挙げ、その熱い走りが海外でも人気を呼んだ芳賀紀行。2年目の今季はニューマシンYZF-R7でのチャンピオン獲得に期待が集まる彼の公式ウェブサイト「i'm gone」がオープンしました。

当サイトでは、WSBシリーズのレポートはもちろん、レースシーンやプライベートタイムについてのコラムのほか、チームスタッフの紹介やファンからのメッセージの紹介など、豊富なコンテンツを用意して幅広いモータースポーツファンの期待に応えます。「紀行語録」などのユニークなコンテンツにも注目です。

現在、プロフィールや'98シーズンのハイライト、'99シーズンに賭ける抱負などを掲載したプレページ(オープン予告)を掲



注目のボート、ヨットが勢揃い(写真は昨年のも様)

商品は集めたヨットコーナー
が新設されるほか、アト
ラクシオン・イベントも
「ニッポン放送・テリ
ー伊藤の生番組組
トックショー」「アメリ
カスカップニッポン
チャレンジトックシ
ョー」「親と子の釣



「注目のヤマハブー
スのある生活」海
の感動ナビ
ゲーターヤマハ。多
彩な
ラインナップと新商
品の数々で注目を集
めて
います。
今年から、中学
生以下の入場が無
料。この機会に、
ぜひファミリーでマ
リンレジャーの世
界を体験してみては
?

ボート、ヨットなどマリ ンレジャーのすべてが集結

1999年東京・大阪国際ボートショー開催

マリ
ンレジャーのトレンドを占
う
東京・大阪国際ボートショー(主
催:社団法人 日本舟艇工業会)
が間もなく開催。ヤマハを始め
とするマリナーカー、関連企業など
が、東京136社、大阪49社出展
します。

「ライフセービングシ
ョー」
「マリコンパニオン・フ
ォトセツショ
ー」などを開催。また、会
場でアン
ケートに答えてもらった東京・大阪
両会場の来場者の中から抽選で60
名に2万円相当のJTB旅行券が
プレゼントされます。

第38回東京国際ボートショー

- 会期:1999年2月10日(水)~14日(日)
- 会場:東京ビッグサイト東1~3ホール
- 開場時間:10時~17時(初日のみ12時開場)
- 入場料:高校生以上1,000円

第14回大阪国際ボートショー

- 会期:1999年3月4日(木)~7日(日)
- 会場:インテックス大阪6号館/ABゾーン
- 開場時間:10時~17時
- 入場料:高校生以上800円

合 弁工場予定地に着いた私たちを、地元
小学生の女の子達の色鮮やかな歓迎
セレモニーが迎えてくれた。その数300人。正
門から鍛入れ式典の場所までの数分の順路
の左右を、彼女達が左右に並ぶ。地元の工
場、市をあげての歓迎だ。

ワイン色の民族衣装にライムがかった緑の
帯、小さな太鼓を肩から掛け、撥を両手で操
る彼女たち。撥の先端に帯と同色の飾り布が
付く。リズムに合わせて、撥を持つ両手を上下
左右に動かし「決まり」通りの振付けが続く。

髪に結った可愛いリボンは、 ヤマハへの期待

中国を走るヤマハモーターサイクル《その2》

編集部/H.S



隣同士話しをしながら、演技を楽しんでいる。

衣装の色合いが違うグループもいる。撥の
先端は同様のワイン色の飾り布が付き色彩感
覚が艶やかだ。歳に不釣り合いな彼女達の、
ちょっと塗りすぎの頬紅と口紅が可愛い。髪
に結ったリボンがピンクに統一されている。お
かっぱ髪、おさげで結っている髪、ポニーテ
ール。髪型は違っても、ピンクのリボンが奇麗に
並び壮観だ。

タンバリンのような打楽器と太鼓、元気な
掛け声が三三七拍子的な規則正しいリズム
と掛け声で続く。やかまし
い程である。黄色い掛け
声と彼女達の笑顔は、白
い冬の重慶が、春である
と言っている。彼女たちは、
「熱烈歓迎!ヤマハ」と、大
きく掛け声をかけている。

劉さんの通訳を待つまでもなく、彼女
達の笑顔と頬紅から歓迎の気持ちが
強く伝わる。

江口社長(当時)以下ヤマハ発動機
(株)重役諸氏の調印式に、私は同行
した。四川省重慶市の空気は、冷たく
少し湿っていたが、風がないので突き
刺す寒さはない。それはともかく、私
が驚いたのは熱烈な歓迎ぶり。2日間

5~6種の歓迎イベントだ。鍛入れ式での
歓迎も、そのひとつだった。

ヤマハの中国でのMC生産は83年の北方
(建設)グループへの支援から始まる。建設
グループはヤマハの支援でライセンス生産によ
る「メイト80」の生産を開始。そして9年に渡
る実績を背景に、ヤマハは建設グループと92年
に合弁契約を締結しようとしていた。「建設
ヤマハ」を設立、ヤマハ初の中国での生産拠点
誕生がカウントダウンに入っていたのだ。

一行が鍛入れ式会場に到着すると、彼女
たちの掛け声と太鼓の音は止んだ。公式な
式典が行われ、江口社長、永易専務の持つ
鍛えが無事土を掘り起こし、セレモニーは済
んだ。回りは、工場で働く何百人もの人が興味
深く覗き込み、取り囲み盛大な拍手で幕を閉
じた。現地の従業員の方々も、当然ヤマハへ
期待を寄せている。「子供達の元気な掛け
声と振付け」は、それを強く伝えるに十分な
パワーだった。

あれから6年。今や世界最大の二輪車市
場、中国。そこでの日系企業の活動は、各
メーカー様々なカタチをとるが、現在ヤマハは
中国でふたつのMC製造合弁会社、4つの部
品製造合弁会社を持ち、市場の変化に柔軟
に 대응している。

(続く)

あたたかい応援メッセージをお寄せ下さい 復帰へ向け奮闘中の芳賀顕朱選手

’98シーズン、全日本GP250ccからスーパーバイククラスへスイッチし、常に上位を狙う活躍を見せた芳賀顕朱(健輔から改名)選手は、さる昨年10月29日(木)宮城県スポーツランドSUGOにおいてフリー走行中に転倒。背中を強打し脊髄を痛め、現在愛知県内の病院に入院し、治療中です。

今シーズンの活躍に向けて大いに期待が高まっていた矢先での残念な出来事でしたが、復帰に向けて本人も強い意志で治療に励んでおり、お見舞いに訪れた関係者とも

笑顔で対応しているとのこと。彼の一日でも早い復帰を願うヤマハ並びにヤマハレーシングチームは、ファンの皆様とともに、彼に声援を送りたいと考えております。ファンのみならず、あたたかい励ましのメッセージをお待ちしております。

顕朱選手への「お見舞い&応援メッセージ」は下記までお願いします。



芳賀顕朱選手は体調が回復次第、全日本スーパーバイクへの参戦が決定している

マクグラス、第2戦で表彰台へ! 125ccはヤマハ2戦連続ワンツー

AMAスーパークロスキックオフ

1999年のAMAスーパークロスが1月9日にアナハイムで4万5千人以上の観衆が声援を送るなか、開幕を迎えました。

昨年の250ccクラスチャンピオン、ジェレミー・マクグラス(チャパラル・ヤマハ)は予選第2ヒートをトップで通過。しかし決勝レースではスタートで6番手となり、その後ライバルたちと激しいバトルを繰り広げるものの、結局7位でフィニッシュ。続く第2戦では、スタートでの遅れを挽回し、ラスト(ホンダ)との激しいトップ争いを演じ、2位表彰台を獲得しました。

また125ccクラスでは、「ヤマハ・



オブ・トロイ」のケイシー・ジョンソンとケイシー・ライルが2戦連続の1、2フィニッシュを挙げる快進撃を見せています。

早くもチャンプの期待がかかる125ccのジョンソン(前)とライル

プレゼント

大人のバイクライフの魅力が詰まった一冊
週末はバイク人小冊子「Weekend Riders」
希望者全員に配布中

昨年、週末はバイク人キャンペーンのイメージ・キャラクターを務めた風間深志さん、根津甚八さん、宇崎竜童さんの3人が昨年春に行ったニュージージーランドツーリングの様と、「あなたの週末宣言」優秀賞5作品とその実践レポートを掲載した小冊子「Weekend Riders」を希望者全員にプレゼント中です。

お申し込みは、住所、氏名、年齢、職業、自動二輪免許の有無、バイクを所有の方はその車名を記入の上、郵送料として310円分の切手を同封して、下記宛先までお送りください。

■お申込宛先

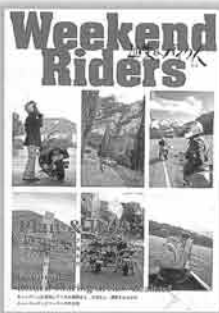
〒437-1190 静岡県磐田郡浅羽郵便局私書箱6号
Y.E.S.S.事務センター
週末はバイク人小冊子「Weekend Riders」係宛

バイク人の3人のサイン色紙を
抽選で5名様にプレゼント!

風間さん、宇崎さん、根津さんの3人のサイン色紙を抽選で5名様にプレゼントします。この色紙は、先月号でレポートを紹介した、週末はバイク人ライブ&トークイベント「元気だして行こう!」のときに書いてもらったものです。ご希望の方は、下記の宛先までヤマハニュースへのご感想、ご意見を添えてご応募下さい。締切は2月28日(当日消印有効)。なお、当選者の発表は発送を持って代えさせていただきます。

■お申込宛先

〒106-0031 東京都港区西麻布1-1-5 オリエンタルビル7F
株式会社社内「色紙プレゼント」係宛



PICK UP MONTHLY TREND

高速道路でのバイク 100km/h走行へ前進

昨年12月、政府内の規制緩和委員会から提出された見解の中で、高速道路でのバイクの最高速度を現行の80km/hから100km/hに見直す1項目が含まれた。この結果、今後は閣議決定を経て新たな規制緩和と推進計画に組み込まれることが決まり、遅くとも平成12年度中に実現されることがほぼ確実となった。(ヤングマシン2月号)

道路に関する要望・苦情を 受け付ける「道の相談室」

建設省関東地方建設局、日本道路団体を始めとする4道路管理団体らによって、このほど「道の相談室」が設立された。これは、高速道や一般道などの種類に関係なく、「道路に穴があいている」「標識が見えにくい」といった市民の声が円滑に道路管理者に届き、要望の把握、苦

情の処理などが速やかに対応するために設置された相談窓口である。当面は東京23区を対象として、スタートする。フリーダイヤル:0120-106-497 (受付時間9:30~17:00・土日祝除く) FAX:03-3214-7497 (24時間毎日) (モーターサイクリスト2月号)

定期点検を簡素化へ

運輸技術審議会が昨年12月にまとめた答申の中に、バイクの定期点検などの実施時期と点検項目の見直しに関する内容が盛り込まれた。これによると、6カ月点検項目の一部を日常点検あるいは12カ月点検に変更し、現在の20項目から15項目程度にする。また12カ月点検項目は技術的な進歩により一部を廃止することなどが可能で、36項目のうち数項目を廃止、整理する。従って、6カ月点検を含めた12カ月の点検項目は現状の56項目から50項目程度に簡素化される見通しである。(ヤングマシン2月号)



発売直前!

押さえておきたい 3つの基本情報



二輪免許制度改正を機に大ブレイク。いま、二輪市場でもっとも活気にあふれているのが大型二輪クラスだ。一方、スポーツ需要を支える中心的存在であったはずの400ccクラスが不振を困うなか、その逆境をモノともしない超人気ブランド、それが「ドラッグスター」である。

では、その大型クラスに「ドラッグスター」ブランドを持ち込めば……? そんな、心躍らせる方程式を提供するのが、まもなくデビューする「ドラッグスター1100」だ。

ここでは、その方程式を「1+1=2」という単純明快な答えに導くために、まず押さえておきたい3つの基本情報をお届けする。

※写真の「ドラッグスター1100」は、海外仕様車です。国内販売する車両とは一部仕様が異なります。

Part. 1

東京ショールームにみる ナマの手ごたえ



東京・練馬区にある「ヤマハモーターサイクルショールーム東京」は東京都内を中心に、首都圏近郊のスポーツバイクユーザーやフレューザーが数多く訪れる、ヤマハの情報最前線スポットである。そこに昨年11月、ミュンヘンショーで発表されたばかりの「ドラッグスター1100」が、国内導入に先駆けて展示された。それ以後、アメリカンテイストを強調した演出が施された「スター・シリーズ」コーナーはもともと注目度の高いホットスペースとなっている。販売店さんにとっては、まさに最適なテストケース。直接商品を見た実感、お客さまの手ごたえ。店頭展示や演出、セールストークなどのポイントを示して、ショールームの金澤誠マネージャーに聞いた。

DS11のコアターゲット層は 大型国産アメリカンユーザー

一昨年の免許制度改正以後、大型二輪免許の取得者数は急激な伸長を見せています。昨年、その勢いがやや落ち着きはじめましたが、それでも取得者数で見れば改正前の3倍近いレベル。今年もこんな感じで行くんじゃないでしょうか。

大型二輪免許の保有者が増えているのは、ショールームでも実感しています。以前、来場者のプロフィールは普通二輪と大型二輪の比率が6:4くらいでしたけど、最近は4:6、もしかすると3:7くらいにまでなっているかもしれません。年齢層が平均して少し高めなので、市場の状況よりは少し顕著に出ているかもしれないですね。

それと、ファッションバイカーよりは、もっとバイクに熱心なライダーの人たちがショールームのお客さま。こういう特長をあらかじめ念頭に置いて、話を聞いていただきたいと思っています。

さて、「ドラッグスター1100」(以下DS11)ですが、ここには昨年11月から常時展示しており、日常の営業日はもちろん、「ネットライダーズフェスタ」(98年11月14日/11月21日)や先日の「ヒストリー展」(99年1月15日/17日)などのイベントを通じて、来場者か

らDS11の評価を聞くことができました。

まず、DS11に興味を持っているのは、①大型免許を保有している人、なかでも特に②国産の大型アメリカンに乗っている人で、③年齢層は30代後半以上、40〜50代の層が多いというところ。つまり、DS11のコアターゲットはこういう現・国産ビッグアメリカンの代替えユーザーじゃないかと思うんです。

「Jアメ」の弱点は デザイン しかし、DS11の強みは まさに「J」にある!

では、お客さまは国産アメリカン、いわゆる「Jアメ」をどのように受け止めているのでしょうか。ショールームの来場者に聞くと、こんな答えが多く返ってきます。

「信頼性では絶対Jアメ。毎日安心して乗ることができ、価格が現実的」「エンジンコスト面でも、やっぱりJアメは有利」もちろん、「アメリカンならやっぱりハーレー」というような熱烈なファンもいますが、彼らも含めて、その多くは国産アメリカンの特長をよく知っているし、十分その魅力を感じているんです。ただ、実際の国産大型アメリカンユーザーは、現在の愛車に100%満足しているというわけでもない。彼らが物足りなく思っている、そのもっとも大きな原因のひとつが、デザインなんです。

ドラッグスター400(以下DS4)の場合はこのデザイン、外観が最大のセールスポイントでした。それとまったく同じ「ロー&ロング」のデザインを踏襲したDS11は、大型アメリカンユーザーにも受け入れられるかどうか。ショールームで、実際に「DS11の気に入ったポイント」を聞いてみたくて、その結果は、ほぼ満点。大半の人が「デザイン」と答えていました。DS4を横目に見



ながら、「カッコいいな。でも、400だしな」と遠慮していた大型ライダーには、待望の1台といえるんじゃないですか。

そして、最後はやっぱ価格でしょう。DS11の83万円って、魅力的だと思います。外車の1000ccオーバーモデルなら200万円程度するはず。その差額でほかに何が買えるか、何ができるかを提案してあげれば、お客さまはすごく喜ぶと思いますよ。

ターゲットを若者に広げるには 1100ccならではの ボリューム感、迫力を強調する

DS11に関する質問で多いのは、「どんな排気音があるのか」「鼓動感はどうかな感じか」ということ。もっとマニマニにいうと、「Vツインエンジンの挟み角はどれくらいか」とか、「爆発間隔はどれくらいか」というものまであって、けっこう答えに詰まることもあります(笑)。まあ、それだけサウン

Part. 2

シンプル・イズ・ビューティー!

梅沢道雄さん

(42歳・東京都葛飾区・ドラッグスター400)

私はとにかく空冷エンジンが大好き。ラジエターなどよけいな造作物がないのがいいし、メンテナンスもシンプルでやりやすい。ドラッグスターは、400もこの1100も、飾らないところがじつにいいですね。何より、このエンジンの造形的な美しさ! カスタムするなら、素のままの



造形を生かした組立てを考えたいし、オリジナルカラーに(車体を)ペイントするなら、エンジンを中心にグラフィックを描くとか、そういうコーディネートにこだわりたいですね。

エンジン音が楽しみ

加藤明敏さん

(39歳・神奈川県横浜市・V MAX)

一度大きいバイクに乗ったら、なかなか小さい排気量には戻りにくいですね。いくら魅力的なモデルでも、1000cc以下のマシンは買う気にならない。そういう意味で、このDS11は“買い”だと思います。それに、4気筒と2気筒の差こそあれ、V MAXもDS11もV型エンジンでしょ。私はもともとV型ファンなので、その辺にすごく興があります。どんな音がするんでしょうね、このエンジン!

ショールームで聞いたお客さまの声



日本人がまたがって似合う1台!

安田貴彦さん

(33歳・東京都世田谷区・V MAX)

アメリカンは、やはり造形が肝心! 特にボリューム感、重量感はずせないポイントだけど、大きすぎるのはパス。乗ってる人の体格とバランスが取れてないとスマートじゃない。DS11の場合、グラマラスでありながら、日本人が跨ってもサマになるボディラインがいいね。Vツインエンジンの造形もきれいで、磨きがいもありそうだな。



風格に惚れました

寺本清彦さん

(59歳・埼玉県川越市・他社アメリカン750)

これまで何台ものビッグアメリカンを乗り継いできましたけど、750ccが最大で、いずれリッターオーバーに乗りたくて思っていたんです。ヤマハのスター・シリーズは、どれもデザインが美しいし、風格もある。有力候補のひとつなんです。この1100、国内仕様を出してほしいね。



早く走らせてみたい

吉田 公さん (33歳・千葉県我孫子市・他社アメリカン1400)

私、こういうVツインを探してたんですよ。まず第一は、空冷であること。これは造形的なこだわりです。第二はトルク感があって、加速性に優れていること。そして第三が気持ちいい排気音、歯切れのいい鼓動感。こういう条件をすべて満たしてくれるエンジンって、なかなかないんですよ。でも、DS11はかなり期待しています。空冷の美しさについては、一目で合格点。あとは、実車で確かめるしかないな。運動性能にも気を配ったマシンという話だから、すごく楽しみにしています。

ドや鼓動感といったアメリカンバイクならではのテイストの部分に、みなさんこだわりがあるようです。その分、ちゃんと勉強しておかないといけないって感じます。

ショールームの展示車両では、エンジンをかけた試乗させてあげたりできませんでしたが、店頭の商品となれば話は別。排気音や鼓動感を気軽に体感できるようにしておけば、かなり有効な販促プロモーションになると思いますよ。

特に、コア層以外のターゲットを若い人たちに求める場合、DS4とは違う1100ccならではの力強さ、迫力をいかに実感させるかが重要です。普通二輪の免許しかない場合、試乗させるわけにはいかないですから、タンデムで走ってあげるとか、少し工夫が必要でしょう。当然、大型二輪免許の取得サポートも必要だと思います。

また、アメリカンはイメージを楽しむバイクです。展示演出も大切。お客さまの想像力を膨らませる工夫を心がけてください。ショールームでは、西部のバーをイメージしてカウンターを作り、バーボンのボトルを置いたり、板張りの壁に古いポスターを貼って雰囲気づくりをしました。周辺に古着やレザーウェアをディスプレイしたり、床の一部にウッドマットを敷いてみたりするのもいいかもしれません。

それと、車両を並べるときには、1100らしいボリューム感をどうやって見せるかがポイント。私は、ファットなリアビューに魅力を感じました。配置の例としては、お店のショーウィンドーに一段高いステーを置き、ウィンドーに対してDS11の真横かやや斜め前を外に向けて。そのとき、DS11のリアビューは壁を向かず、店内からよく見えるようにするといでしょう。

また、DS11には美しいメッキパーツが多用されているほか、アメリカ製の純正ポルトオンパーツも豊富に用意されています。外観上の魅力を最大限に引き立てるには、こうしたドレスアップパーツを組み込んだり、スポットライトを効果的に使うことも方法のひとつですね。



「ドラッグスター1100」は、ヤマハのアメリカンブランド“Starシリーズ”のひとつであり世界戦略モデルのひとつでもある。

’95年の東京モーターショーでデビューした「ロイヤルスター」「ドラッグスター」はその後、世界でも飛躍的に人気を伸ばしてきた。

その流れを受け、ドラッグスター400(海外では650)の上級モデルとして正常進化を遂げたモデル、それが「ドラッグスター1100」なのだ。

つまりDS11は、日本市場だけでなくヨーロッパ、北米など幅広い海外市場を視野に入れた開発がなされている。

単純に日本の大型ブームを追った商品でもファッションバイカーの流れをそのまま踏襲しただけの商品でもない確固たる思想と技術的な裏付けに基づいて生みだされたモデルだということだ。

その開発コンセプトは、「ドラッグスタースピリットの継承」と「リッターバイクならではの迫力と魅力」の両立。

具体的には、ドラッグスターらしい“ロー&ロング”スタイルに1100ccのボリューム感を織り込み安心感のある乗り味とパワフルな加速感スポーティな走行性能の実現をめざした。

DS11は、従来、ファッション最優先のアメリカンカテゴリーに「人機官能」に基づいた「見て、触って、乗って楽しい」ヤマハ流アメリカンを提唱する、チャレンジングなマシンである。骨太のドラッグスタースピリットをしっかりとお伝えいただきたい。

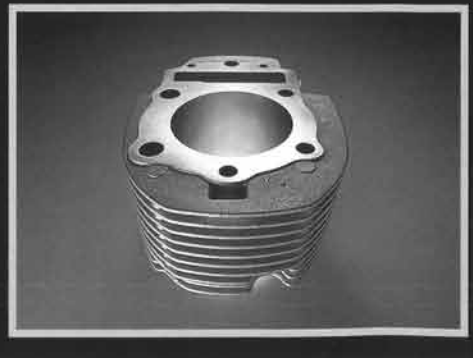
スポーティな走行性能には強力な制動力も必要



1100cc、ロー&ロング・プロフィールのボディでありながら、アメリカンとは思えないほどスポーティな走行性能を誇る「ドラッグスター1100」。当然、それに見合う高い制動力も必要である。フロントには、2ポッドキャリアのディスクブレーキをダブルで装着。リアにも、対向ピストンキャリア一式のディスクブレーキを装備した。

冷却性能を高めオイル消費量を抑えるメッキシリンダー

シリンダー壁は、従来の鉄製ではなくセラミックコンポジットメッキ製を新採用。「YZF-R」シリーズや、フォード社向け自動車エンジンの一部に使用した、「高速メッキ技術」の投入で実現したものだ。硬いシリコンカーバイト(SiC)粒子を含むNi(P)金属と、ピストンリングとの間にできる薄いオイル膜が優れた撥油性を生み出し、その効果は冷却効果を高めるばかりでなく、オイル消費の低減などランニングコスト面での利点も非常に高い。

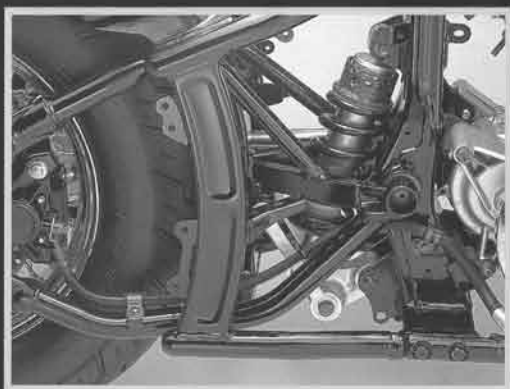


Part. ③

**カッコだけではない！
スポーツするアメリカン
DS11の真髓を知る**

優れたクッション性と扱いやすい ハンドリング特性を生むサスペンション

フロントフォークの左右ピッチは240mmの幅広タイプ。インナーチューブ径41mmの正立フォークを組み込むことで、初期作動でのソフトなクッション特性を実現している。リアはトライアングル形状のリヤアームにリンク式モノクロスサスペンションを装備。安定感と取り回しのよさは、日常の足としても十分乗りやすく仕上がっている。



ドラッグスタースピリット 溢れる充実の装備

1インチハンドルバー、スポークホイール、カバーレスシャフトドライブ、薄型電気式タンクオンメーター等、細部までドラッグイメージを演出するパーツを採用。もちろんタンク、サイドカバー、前後フェンダーはドラッグスター400をそのまま受け継ぐスタイル。また新設計のクラックケース、ケースカバーはデザイン性に優れているだけでなく、剛性値を高めることで、心地よい鼓動感を残しつつ余分な振動を排除している。



ドラッグスターのコンセプト “ロー&ロング”の追究

ドラッグスターの一貫したデザインコンセプトは“ロー&ロング”。そこで、ドラッグスター400同様、三角形のリジッド風フレーム枠がエンジンを包み込むデザインの新型フレームを開発。さらに685mmの低シート、1640mmの軸間距離がヤマハ独特のドラッグスタースタイルを実現した。また、後輪には優れたグリップ力を発揮する170mm幅のワイドタイヤを採用し、1100ccらしい迫力とボリューム感を主張している。新設計のV型エンジンに適度な角度を付け、フィンの形状に工夫を凝らすことで車体の低重心感を演出しているのも、“ロー&ロング”思想の表われだ。



フォージドピストン採用で 優れたレスポンスを実現する不等間隔爆発Vツイン

新設計の空冷4サイクルSOHC2バルブ、75度Vツインエンジンは従来的人气モデル「ピラーゴ1100」をベースに、ほぼすべての原動機・吸排気系パーツを新たに設計。特にピストンは「YZF-R」シリーズ、「XJR1300」、「YZ400F」などに採用され好評を得ている「フォージドピストン」(鍛造ピストン)により大幅な軽量化と往復運動の重量を低減。低振動で滑らかな走行フィーリングを実現した。さらに、285度/435度の不等間隔爆発で2つのシリンダーの織りなす不規則なパルス感は、まさにアメリカン・ビッグバイクならではのテイスト。



株式会社 道祖神



北欧、インド、南米、アフリカ、スキー、ダイビング……。旅行会社・代理店の中でも専門性の高い中小業者が集まって、連合会が結成された。「海外・旅の専門店連合会」は大手旅行会社に対抗するための手段で、知名度・信頼度の向上、PR経費の効率化などを狙う。連合会長を務める、株・道祖神 代表取締役、熊澤房弘氏に聞く。

OPEN
他業界からのヒントに注目
EYES
vol.24

狙い目の「地方客」取り込みのために

得意分野を持っている専門店が寄り集まることで、総合店を作ろうというのが「海外・旅の専門店連合会(たび専)」の大きな狙いです。今、海外旅行業界の狙い目は地方なんです。東京などの大都市圏に比べると、生活の潤いが違う。持ち家率も高いし、時間的なゆとりもあり、支出金もかなりある。

でも、知名度の低さがネックになって、中小の旅行会社・代理店はなかなか地方に入り込めないんです。例えば我々の会社を例にしてみても、アフリカ好きのお客さんには知名度があるが、一般的にはほとんど知られていない。

東京のお客さんならちよつとウチに来てみて、様子を見るか、信用できるかどうかという判断がある程度できる。しかし、地方に住んでいる方の場合、そういうわけにもいかない。すると、名前の知れている大手旅行会社にお客さんが流れてしまう。

だから、こちらから地方に向いてイベントなどを開くことになるわけです。事前PRのイベントを考えると、専門店が個別で1社ずつイベントを行うよりも、各専門店が同時に出向いてアピールすれば集客力も高まるし、資金面での効率も高くなります。連合の発端は、そういうことです。

失墜したイメージを回復したい

昨年は、中小の旅行会社・代理店がずいぶん倒産しましたね。しかも、つぶれるのが分かっていのに、お金を集めておいて倒産するという計画倒産が頻発した。

そんなことで、「中小の知名度の低い会社は信用できない」という雰囲気がお客さんの間に広まってしまった。当然これは大手にとってはチャンスでもありますから、「私たちなら安心です」というセールストークをかけるわけです。

私どものような専門店には、知っている人は知っているけれど、知らない人にとっては大きな不安感があるうえに、悪いウワサが広まれば、お客さんはますます大手に流れてしまう。

そういった危機感が、「たび専」作りの背景にあります。「たび専」を、信頼のブランドとして育て上げていきたいんです。

今まで、専門店同士の横のつながりというのは、あまりありませんでした。しかし、「地球の歩き方」という本の広告を扱っていて、千社ぐらいの専門店を回った経験を持っている方が、各専門店の悩みや欠点が共通していることに気付いて、アドバイスをしてくれたんです。大手がどんどん台頭して、面白いツア

旅行者の質は変わりつつある

日本人のアフリカ観といえば、もうサファリの大草原とそこにいる野生動物に限定されてるんですけどね。でも、実際のアフリカの魅力は、人間にあると思う。いい意味でのいい加減さ、人間くささが残っているんです。

しかし、最近の旅行者はそんなことを求めているようですね。文化を知ろうとも、民族性を理解しようともしていない人が多い。旅行先の人々の生活に、興味がなくなっただけですかね。特に若い人ほど好奇心の貪欲さが失われているようで、添乗員も説明する場面が少なくなってきた。10年ぐらい前までは、お客さんの方がすごく細かく資料を調べて来て

本社とは別に備えられている文献室。アフリカに関する蔵書や資料が集められており、社員の勉強の場にもなっている。また、旅行の説明会やスワヒリ語講習が開かれるほか、旅行後の顧客同士のふれあいの場になるなど、さまざまな用途に有効利用されているスペースだ



中小の専門店、専門店としての得意分野を伸ばしていくほかに、大手に対抗する術はない。さらに専門店が連合することで、より有機的で効率のよい顧客取り込みをもくろむ。顧客の取り合いになるのではないか。特定の会社が有利になるのではないか、という疑問が出ているのも事実だが、「旅行業界全体の将来を見据えて、今動かなければ、共倒れになる」(熊澤氏)と危機感が高い

「を企画できる専門店がつぶれていく。信頼の失墜という大きな問題は、各社ごとに考えて解決する問題じゃない。みんなて固まってみたらどうだろう」とつね。

でも、この業界は、お互いに信用していないところがあつて、いつでも他社に利用されるんじゃないか、顧客を取られるんじゃないか、と疑心暗鬼になっている。そんな時、業界外の方から声がかかったので、比較的スムーズに話が進みました。

直販対策は「生きた情報」

最近インターネットの発達で、お客さんが直接航空会社や現地のホテルとやりとりをするようになったり、つまみ、我々のような旅行会社自体、いらなくなってきた。

お客さんとしては、多少の値段の多寡よりも、インターネットで探し出すこと自体に面白味を感じているようなんです。

売る側にしたつて、代理店を通すよりお客さんと直接したい。旅行商品を作るにしても、ダイレクト販売の方が効率的だし、生の反応が手に入るわけだから。そんな中で、我々のような中小の旅行会社がやっつけていけるのは、専門分野を掘り下げているからなんです。うちの場合は、スタッフ各人が年に何回かはアフリカに行き、勉強してもらおうようにしています。ネットワークを使えば、生半可な情報は、すぐに手に入るんですよ。でも、実際に行つたことのある人間の生の情報となれば貴重です。やっぱり臨場感があるし、価値も高い。何か尋ねてもらっても、すぐに明快で、プラスαのある答えを返せる。

我々はナイロビに直轄のスタッフを常駐させるなどして、その場にはないしと分からない情報を手に入れたり、万一のトラブルにも迅速に対応できるようにしています。

いて、質問される添乗員が困るくらいだった。明らかに、旅行者の質が変わってきている。日本人全体に、感動する心がなくなってきたんじゃないかな。

アフリカだから、という身構えもないし、イージーに考えている。ガイドブックを見て、「ここも行きたい、あそこも行きたい」と、行ってみたい場所はたくさんあるけれど、それでは移動ばかりでゆっくりに見るヒマもないですよ。

アフリカの本当の魅力を知ってもらうには、長く同じ場所に滞在するような旅がいいんです。ただそういうツアーを組んでも、人気は出ない。今の人はちが慌ただしくても、あつちこちに行つた、というのが満足感につながるようなんです。だから、リピーターが減りつつある。一度行つたから、もういいや、というわけです。

これは、値段競争に傾注しすぎて、旅行の本質的な面白さを訴えてこなかった、旅行業界全体が抱えている問題の一つだと思えますね。海外旅行の媒体も、価格情報が主体になっている。「ここからどうやって抜け出したらいいのかは、正直なところ、まだ私も分かっていません。」

顧客の疑問に、より深く答え、生の情報を提供できるように、社員には積極的にアフリカに行ってもらおう。「広告や雑誌記事では、どこが信頼でき、情報を持っている会社か分からないのが現状。問い合わせの電話や来店時など、直接触れ合う機会を逃したくない」と熊澤社長

HUMAN PROFILE

熊澤 房弘氏
代表取締役

「海外・旅の専門店連合会」会長。2年間のサラリーマン勤めの後、のべ5年の海外放浪の旅に出。自動車による世界一周を目指すのが、途中で断念。しかしその時にアフリカの魅力にとり憑かれ、ケニアに事務所を設け、帰国後(株)道祖神を設立。現在も年に4回はアフリカに渡る。「かつて、ヤマハのDS1で日本1周をやったのが原体験になってます」と語る52歳。



CORPORATION PROFILE

株式会社 道祖神 東京都品川区

昭和54年設立。当初はアフリカ製品の輸入販売を目的としていたが、増大するアフリカ旅行への要望に対応するため、翌年から旅行業を中心に据える。現在はアフリカ旅行をはじめ、海外モーターサイクルツアーにも注力。今後はさらにネイチャーツアーに力を入れ、アウトドアを一つの得意分野として確立していく予定。



今年も熱いご声援を!!

いよいよシーズン開幕。

各カテゴリーで移籍、ステップアップする選手が相次ぎ、オフシーズンから話題の絶え間がないモータースポーツシーン。ヤマハもその渦中にありましたが、このたび強力なファクトリー体制を固め、9つの選手権で21人のライダーがチャンピオンの栄光を目指して戦います。ご声援よろしくお願います!!

世界選手権ロードレースGP500

■使用マシン

YZR500

今 オフの大きな話題となったピアッジの移籍で、タイトル奪取の体制は整った。もはや中堅と言っても過言でないノリックも勝利の意欲に燃えている。

マルボロ ヤマハ レーシング チーム



マッシミリアーノ・ピアッジ



カルロス・チェカ

レッドブル ヤマハWCM



サイモン・クラファー



レジス・ラコーニ

ANTENA 3 ヤマハ D'ANTIN



阿部 典史

世界選手権ロードレースGP250

■使用マシン

YZR250

全 日本チャンプ中野とともに、YZR250が3年ぶりにWGP挑戦。チームメイトのジャックはフランス期待の若手ライダーだ。

チェスターフィールド ヤマハ テック3



オリビエ・ジャック



中野 真矢

スーパーバイク世界選手権

■使用マシン

YZF-R7

昨 シーズン5勝と大活躍した紀行が、ニューマシンYZF-R7の投入でどれだけ飛躍できるか。今年はグワレスキーと新コンビを結成する。WSBが今熱い!!



芳賀 紀行



ビットリアーノ・グワレスキー

モトクロス世界選手権500cc

■使用マシン

YZ400F

3 年目のシーズンを迎えたバルトリーニと世界タイトルの経験があるブツァールのコンビが、YZ400Fでの初の世界制覇を目指す。

ヤマハ WMX チーム



アンドレア・バルトリーニ



アレックスandro・ブツァール

AMA選手権スーパークロス及びナショナルモトクロス

■使用マシン

YZ250M

YZ400F

ヘンリー、ダウド、マクグラスが3つのタイトルを獲得した昨シーズン。今年も2ストのYZ250Mと4ストのYZ400Fでシリーズを席巻する。

ヤマハ USA

チャバラル・ヤマハ



ジョン・ダウド



ジミー・バトン



ダグ・ヘンリー (スポット参戦)



ジェレミー・マクグラス

全日本選手権ロードレーススーパーバイク

■使用マシン

YZF-R7

頭 朱圭の早い段階での復帰が望まれるが、その間はベテラン吉川とWGPでの経験豊富な辻村がチームを引っ張る。もちろん、マシンはR7だ!

ヤマハ レーシング チーム



吉川 和多留



芳賀 顕朱圭



辻村 猛

全日本選手権ロードレースGP250

■使用マシン

YZR250

チャンプ中野からBPカラーを受け継いだ松戸。YZRにも慣れた今年は、タイトルの最有力候補だ。

BP ヤマハ レーシング チーム



松戸 直樹

全日本選手権モトクロス250cc

■使用マシン

YZ250M

世 界挑戦の経験もある大河原とサテライトから復帰した田島が新たにチームメイトを組む。YZ250Mで勝利を重ねるぞ。

ヤマハ レーシング チーム



大河原 功次



田島 久

1999年全日本ロードレース選手権優待割引のお知らせ

スーパーバイク、GP250、GP125の3カテゴリーでトップライダーがしのぎを削る全日本ロードレース選手権年間10戦。WAY2月号に同封の割引引き券を切り取り、窓口でお渡しいただければ、当日入場料の50%割引により、一般席エリアに

てご観戦いただけます。この券は1枚につき1名、土曜、日曜の2日間有効です。世界的にもレベルが高いといわれる国内最高峰のレース。お客様と一緒にサーキットへ応援に出かけてみてはいかがでしょうか。

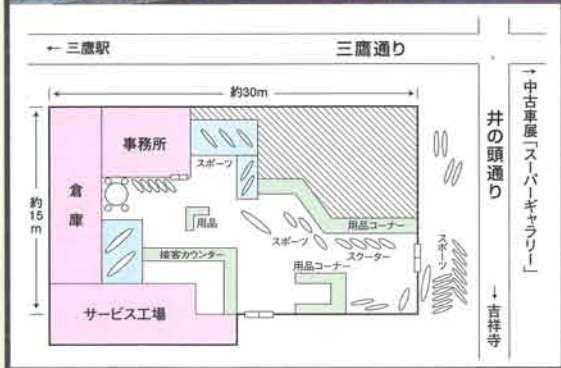
！となりの
お店
Hello!
Nice
Shop

お客様のバイクライフを データベース化



多様化するお客様のニーズにあったイベント等を企画するために「モト・ギャルソン」さんでは、お客様のバイクライフをインプットした顧客データをヒントとして活用している。

一昨年創刊した「ジャーナル・モト・ギャルソン」は顧客登録しているお客さますべてに向けて、年3回発行している新聞。ビッグツーリングのレポート記事や木代部長自身による新車インプレッションなど、ユニークな構成になっている。この新聞やDMなど、モト・ギャルソンさんでは伝達手段を使い分けながらお客さまに適格な情報発信を行っている。



(株)モト・ギャルソン

きしろまさとし
東京都武蔵野市 / 木代雅敏 営業部長(44歳)

1982年に東京都武蔵野市で創業。5年前にオープンした現在の本店は、三鷹駅北口から徒歩約5分、井の頭通り沿いに位置する。本店から徒歩1分足らずのところの中古車店「スーパーギャラリー」、調布市には輸入車専門店がある。全従業員数は20名、本店では12名のスタッフが勤務。

！となりの
Hello! Nice Shop



スクーターの展示を極力減らして、スポーツ色を高めているショールーム。しかもそのほとんどがビッグバイクで台数も必要最小限にとどめている。「以前は、多くの車種をぎっしりと揃えて並べてましたが、お客さんは欲しいバイク、憧れのバイクをいろんな方向からじっくりみたい、特に高価なビッグバイクだとなおさらそう感じるのので、ゆとりあるレイアウトにしています」



近隣の教習所と提携してお客さまの相互紹介を行っている。お客さまをビギナーから育て上げることをモットーとしているモトギャルソンさんでは、免許の取得、バイクの購入、遊びの提供、大型へのステップアップとバイクライフをトータルでサポートすることを心がけている

ビッグバイクは本物嗜好の大人の趣味に

「モト・ギャルソン」さんが毎年春と秋に開催している「ビッグツーリング」は、毎回100名以上のお客さまを集める名物イベント。ところが最近、これに参加するお客さまの傾向が、かなり変わってきたと木代雅敏営業部長は語る。

「これまで20台前後だった401cc以上のバイクが、今では60台ほどに増えています。もちろん免許制度の改正が大きな原因です。反面、参加者の平均年齢も上がり、これまでずっと20代だったのが、昨年の秋に30代を超えました。バイクが大排気量車を中心とした「大人の趣味」になってきたな、と強く実感しています」

趣味が多様化しているなかで、あえてバイクを趣味に選んだお客さまは、愛車を大切に、メンテナンスやドレスアップにも熱心。それゆえ、一人のお客さまが一台のバイクに使う金額も、以前よりかなり多くなっている。

「もはや、バイクは薄利多売の商売をする時代ではないと思いますよ。ショップは売ったあとのサービスや遊び、乗り換えまで含めたトータルの収益を考えなければいけません。単なるモノ売りではなく、サービス、遊びなどを含めた「ゴト」売りの発想が大切なんです」

4000人のバイクライフをデータベース化

お客さまが趣味としてバイクを楽しんでいるからこそ、お店に求める付加価値も自然と高くなっていると木代部長は考える。そのため、モト・ギャルソンさんではビッグツーリング以外にも、同じ車種のオーナーを集めたワンメイク・ツーリング、「初心者向けのスクールの要素の強い「ビギナー・ツーリング」など、いろいろな特性を持つお客さまに、多種多様な仕掛けてバイクの楽しさを伝えている。また、用品のセールやメンテナンス講習会など、遊び以外の企画も盛りだくさんだ。

こうした企画の立案に欠かせない相談役が、約4000人を数える顧客情報データベースだ。ここには氏名、住所、車両のデータだけでなく、お客さまに書いていただいたアンケート（バイク歴、バイクの使用目的、年間の走行距離、お店の利用状況等）をもとに、詳細なプロフィールがインプットしてある。それをもとに、お客さまのバイクライフ、例えば通勤・通学派なのか、ツーリング派またはファッション派かなどを見極める手がかりにするのだ。

クラブ

世代、ジャンルごとに複数のクラブを

モト・ギャルソンさんに集まる「40歳以上の少年の心を持ったライダーたち」が結成したクラブ「3G's」(会員数約40名)。写真の会報誌「風」にはクラブの活動内容、ライディングのワンポイントアドバイスなどの記事を盛り込み、約50ページものボリュームがある。

モト・ギャルソンさんのお客さまの間では、このように世代や車種、メーカーなど特定の共通点を持つ仲間同士のクラブが多く存在する。

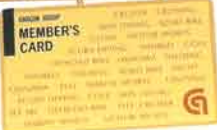


顧客管理ソフトはモト・ギャルソンさんが使いやすいように特別発注したオリジナルのもの。車種やバイク歴などいろいろな項目での検索・集計が可能だ

メンバーポイントカード

お客さま紹介でポイント獲得

お店を利用するお客さま向けに発行しているメンバーカードは、バイクの購入や車検などでポイントが加算され、一定のポイントに達すると毎年1万円分の買い物券がもらえるゴールド会員へとステップアップするシステムである。現在、約300人のお客さまがゴールド資格を持つ。



特徴的なのは、紹介客が成約した場合にもポイントが与えられること。「おかげで紹介客は月に7、8人います。年間だと約100件にもなるので、無視できない数字です。それにうちのお店を気に入ってくれて、お客さんは友達を紹介してくれるのだから、いい関係づくりができるんですよ」



中古車店「スーパーギャラリー」には、常時150台の在庫を揃えている



メンテナンス講習会

サービスの必要性を理解させる

メカに詳しくないお客さまのために定期的に開催しているメンテナンス講習会。バイクのメカニズムを学ぶことで、点検やサービスの重要性を理解してくれば、技術サービス部門の売り上げにもつながるのでは、という狙いもある。

「後半に設けている質問コーナーでは、みんないろんな疑問をぶつけてくるので、なかなか活気がありますよ」



インターネット

Eメールでの情報発信を

「アンケートにEメール・アドレス記入欄を設けたところ、結構多くの方が書いてくれるんですよ。最近ではインターネットを授業に取り入れる学校もあったり、想像以上に普及してるんですね。ニューモデルの情報を雑誌より早くインターネットで入手し、プリントアウトしてお店に持ってくるお客さんもいます」

これからは、Eメールによるお客さまへの情報発信も行っていきたく木代部長。

また現在、中古車販売ページ「バイクネットサーチ」のメンバーショップとして参加しているが、将来に向けて独自のホームページの設立も計画 중이다。

「バイクネットサーチ」(<http://www.bns-ji.co.jp/>)の中のモト・ギャルソンさん紹介ページ



ワン・ツー・ワンのアプローチ

この顧客データを検索・集計すれば、特定の車種のオーナーが何人いて、あるイベントに対してどれだけ参加数が見込め、案内DMを何通発送すればいいかなどと企画を詰めていくヒントがすぐに引き出せる。あらかじめ絞られたターゲット層だから、お客さまの反応も高く、効率がいい。

「これからもっと、新規客の獲得が難しくなっていくでしょう。その分、既存のお客さんを大事にし、どれだけ満足してもらえるかを考えなければなりません。あらゆるニーズをデータにして、数多く、正確に集積し、少しでも実現できる方法を探っています」

何でもデータをもとに考えるやり方方には、いつけんドライな印象を感じる。しかし、お客さまとスタッフとの「フェイス・トゥ・フェイス」の関係によって集められ、再びそこに還元されるデータは、単なる記号や数字ではない。血の通った「生きた情報」のひとつなのだ。

「誰でも見ず知らずのところが開催するイベントに、飛び込みでは参加しにくいでしょう。普段からバイクの面倒をみているスタッフとの信頼関係があるからこそ、誘われたら参加してみようって思ってくれるんですよ」

2タイプ6カラーがそろって

独自のファッション路線をまっしぐら。

今年も“Vino&PUFFY”は全開よっ!!



このカタログは、'99Vino、'99Vino Classicのラインナップ6モデルを収録しています。A4版・全8ページ

とどまるトコロを知らぬ“Vino&PUFFY”旋風。どんなに新しい、若いコが出てこようと、このコンビはビクともしない。あくまでゴーイング・マイ・ウェイ、ひたすら我が道を行くのです。よそ様の道を横切るときだって、右見て左見て、横断歩道を渡ります。ホホホ、ごめんあそばせ!

というわけで、今回Vino&PUFFYは、シックな商品カラーバリエーションに合わせ、雑誌広告のメインビジュアルをモード系ファッションで演出。ラ

インナップカタログも共通デザインとし、内容を一新しました。

表紙から第1見開きはおしゃれなモード系、個性的な2タイプ6色のラインナップを大胆に見せる4ページ見開きでは、元気いっぱいのベースボールシャツにジーンズのPUFFYスタイル。それぞれ対照的なファッションとの組み合わせで、個性的なVinoライフを提案します。

店頭での商談をスムーズにする、車種決定ツールとしてお役立てください。

Yamaha News 2000年2月1日発行 ●発行所：ヤマハ発動機株式会社 広報室宣伝グループ 〒438-8501 静岡県磐田市新貝2500 ☎0538-321150 (ダイヤルイン) ●この印刷物は再生紙を使用しています