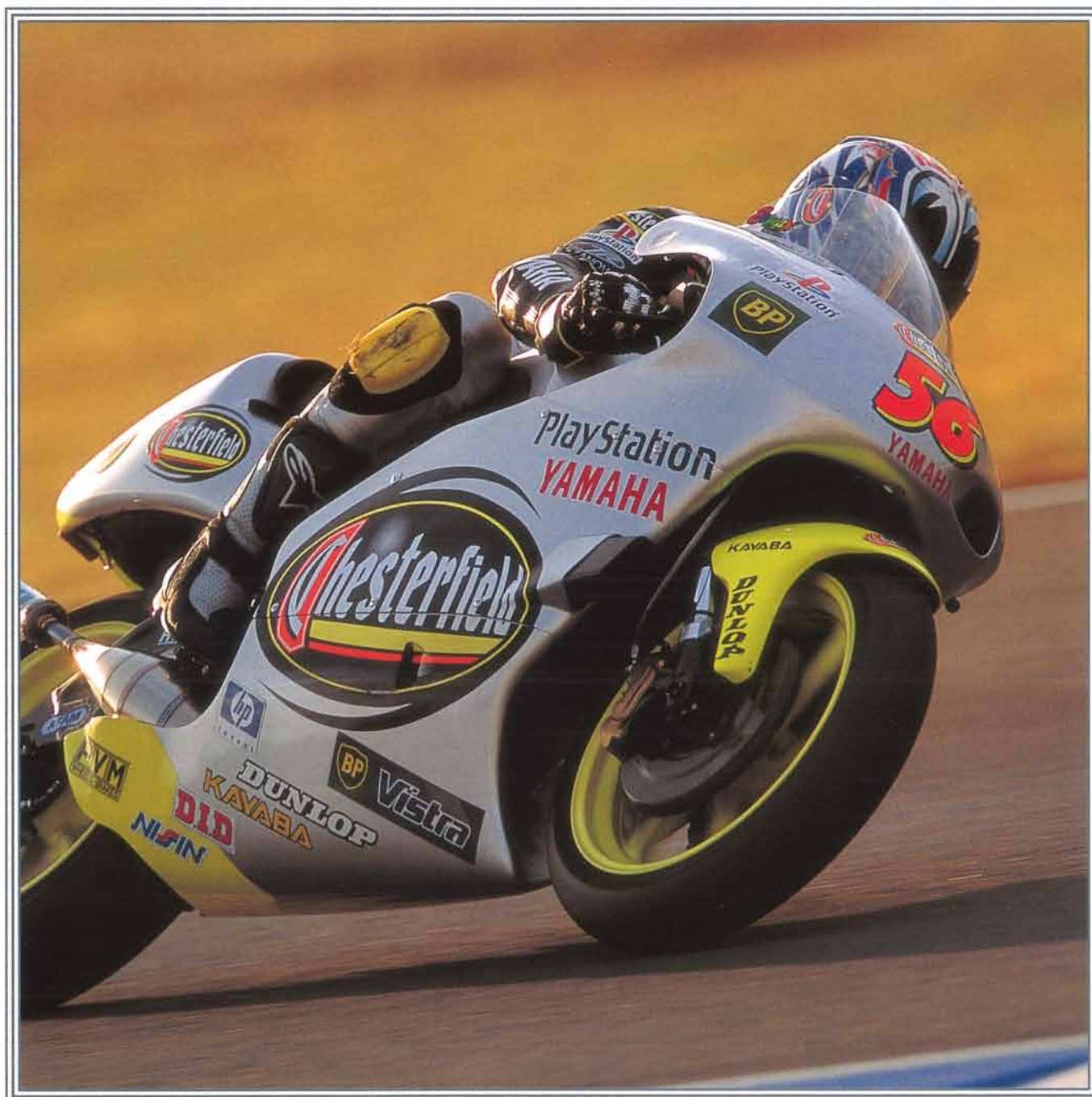


from **YAMAHA**

JOGポシェ / アプリオ パシフィックGPレポートなど



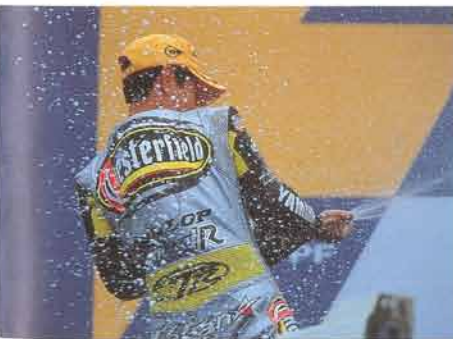
10月15日、栃木県・ツインリンクもてぎで世界選手権ロードレース第15戦・パシフィックGPが開催され、250ccのチャンピオン争いを続けるヤマハの中野真矢が2位、O・ジャックも4位入賞。500ccクラスではM・ピアッジが3位表彰台を獲得し、C・チェカ、阿部典史も4位、5位に入りました。なお、125ccはアプリリアのロカテッリが独走で優勝。ランキング2位の宇井陽一(デルビ)が2位走行中に転倒、リタイアしたため、シリーズチャンピオンを決めています。



激闘! パシフィックGP

250の決着は最終戦へ

WGP250



終盤、「ポジション2、キープ」というサインが出されたが、あえて勝負にこだわった中野。破れはしたが、最終戦で再び優勝と逆転チャンピオンの夢を託す

中野真矢、くやしい2位もジャックと2ポイント差!

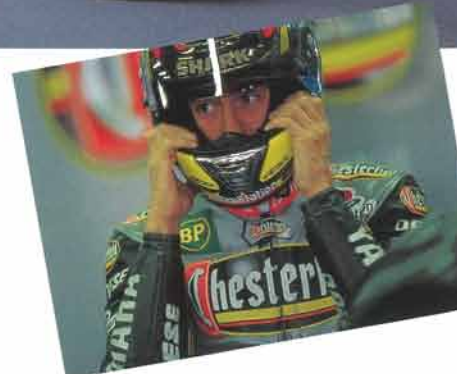
ここまで、チームメイトどうしでランキング1位、2位につけているヤマハのO・ジャックと中野真矢。予選の成績は「フロントローならいい。決勝に向けてハインドリングを詰めることに集中した」という中野が、加藤大治郎に続いて2位。ジャックも5位の好位置をキープして決勝に臨みました。

そして、ホールシヨットを奪った中野は、すぐに抜き返した加藤と序盤から激しいトップ争いを展開。中盤戦までにジャックや宇川徹、メランドリの第2集団を引き離すと、1分53秒台から52秒台にペースアップ。お互いに次々とファステストラップを更新しながら、どんどん後続との差を広げていきます。しかし、コーナー立ち上がりでアドバンテージを發揮する加藤に一步およばず、中野は僅差の2位でフィニッシュ。「勝ちたかった!」とくやしさをあらわにし、「次こそは絶対に勝ちます」と雪辱を誓っていました。

一方、ジャックは中盤で宇川をかわし、さらに3位表彰台を狙ってメランドリを追いますが、あえて無理せず4位でフィニッシュ。ランキングトップをキープしました。その結果、中野が2点差まで急接近。加藤も11点差に迫ってきました。果たして、チャンピオンはジャックか中野か……?!

※注目の最終戦結果はヤマハホームページをご覧ください。

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



ポイントリーダーにあるジャックは、中野と加藤が抜け出すや、無理な追撃を止めてクレバーに4位をゲット。最終戦に逃げ切りを賭ける

Pacific Grand Prix



ただひとり1分49秒台のタイムでポールポジションを奪ったビアッジ。決勝はスタートで出遅れたが、積極果敢な走りで挽回し、ロッシと熾烈な2位争いを展開。僅差の3位となったが、「楽しいレースだった」と笑顔



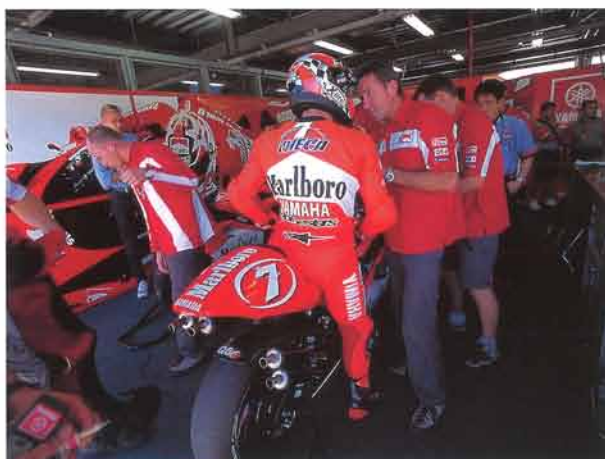
今季3勝を上げている#24マッコイだが、「滑らない路面」に手こずり、いいところなくリタイア。#55ラコーニはしぶとく11位でフィニッシュ

2001年マールポロチームが ビアッジ、チェカと契約更新

マールポロチームは、2001年も引き続きM・ビアッジ、C・チェカと契約を更新。ヤマハに対しても、さらに1年間の契約を継続する確認書を交わしたと発表しました。

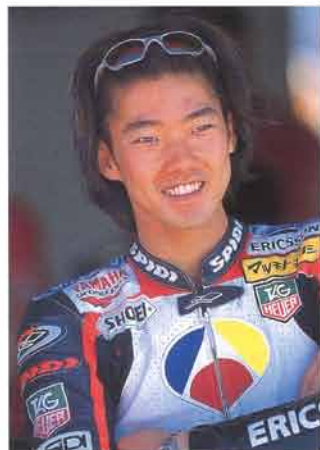
ビアッジ: 私はヤマハとともにまた戦い続けることを決めた。来シーズンこそはチャンピオン獲得を実現したい。大事なのは、幸先のよいスタートを切り、タイトル争いをする事だ。

チェカ: 今年は、自分が十分チャンピオンを争えることを証明できた。現在、自分はヤマハやマールポロとともにいい関係にある。この雰囲気大事にし、来年こそは結果を残す年にしたい。



予選7位のチェカは、決勝に向けてマシンを仕上げ、今季を象徴するような安定した走りです4位

いつものロケットスタートに精彩を欠いた阿部だが、後半、見事な追い上げで5位入賞



Results

500cc	
1	ケニー・ロバーツ Telefonica Movistar Suzuki
2	パレンティエーノ・ロッシ Nastro Azzuro Honda
3	マッシミリアーノ・ビアッジ Marlboro Yamaha Team
4	カルロス・チェカ Marlboro Yamaha Team
5	阿部 典史 Antena 3 Yamaha - D'antin
6	アレックス・クリベール Repsol YPF Honda Team
7	アレクサンドレ・パロス Emerson Honda Pons
8	ロリス・カピロッシ Emerson Honda Pons
9	青木 宣篤 Telefonica Movistar Suzuki
10	岡田 忠之 Repsol YPF Honda Team
11	レジス・ラコーニ Red Bull Yamaha WCM

250cc	
1	加藤 大治郎 Axo Honda Gresini
2	中野 真矢 Chesterfield Yamaha Tech 3
3	マルコ・メランドリ Blu Aprilia Team
4	オリビエ・ジャック Chesterfield Yamaha Tech 3
5	宇川 徹 Shell Advance Honda Team
6	アンソニー・ウエスト Shell Advance Honda Team
7	ラルフ・ワールドマン Aprilia Germany
8	青山 博一 Team HARC-PRO
9	ジェイソン・ビンセント Padgett's M/C Sales
10	宮崎 敦 MotorexDaytona
11	シャロル・ユージー Petronas Sprinta Team TVK
12	アルフォンソ・ニエト Antena 3 Yamaha - D'antin
13	松戸 直樹 Petronas Sprinta Team TVK

戦もまだ目が離せそうにありません。

その間、トップを行くロバーツには独走を許してしまつたものの、ラストラップまで見えたえのあるバトルを演じたビアッジが3位表彰台。さらにその後ろの混戦を制したチェカが4位、あきらめずに追い上げた阿部も5位と、そろそろ上位入賞を果たしました。これによって、シリーズランキングはロッシの2位が確定しましたが、3位から7位まではチェカ、マッコイ、ビアッジ、阿部と4人のヤマハライダーが18ポイント以内でひしめき合う大接戦。さらにメーカーランキングでヤマハは2点差のトップに立っており、最終

激しい2位争いを展開します。しかし、決勝の序盤からレースをリードしたのはロバーツ。チェカは4位、阿部も6位でスタートしましたが、ビアッジは1コーナーで他車と接触して11位と大きく出遅れてしまいます。それでも、序盤の混戦をかいくぐってポジションを上げたビアッジは、すぐ2位グループをキヤッチ。その勢いのまま、V・ロッシ(ホンダ)とともに後続を振り切り、一騎打ちの

激しい2位争いを展開します。しかし、決勝の序盤からレースをリードしたのはロバーツ。チェカは4位、阿部も6位でスタートしましたが、ビアッジは1コーナーで他車と接触して11位と大きく出遅れてしまいます。それでも、序盤の混戦をかいくぐってポジションを上げたビアッジは、すぐ2位グループをキヤッチ。その勢いのまま、V・ロッシ(ホンダ)とともに後続を振り切り、一騎打ちの

**ビアッジ、チェカ、阿部
終盤の粘りで上位進出!**

ヤマハ

APLIO

12月15日 新発売

¥144,000

カラー：3タイプ(継続)



シルバーメタリック1(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)



ブラック2(ブラック)

APLIO

トリプルガードの「Gロック」も装備
さらに機能を高めて
新発売!

お手頃価格で充実機能満載の「アプリオ」が、盗難抑止に高い効果を発揮するトリプルガード機構「Gロック」を新たに装備。さらにフロントブレーキドラムを大径化するなど、基本性能も磨きをかけて新登場します。
通勤・通学から街乗り、お買い物まで幅広くこなす、コストパフォーマンスに優れた1台。ぜひ数多くのお客さまにご案内ください。

《主な特徴と変更点》

- 盗難抑止に定評の「Gロック」従来のハンドルロックに加え、カギ穴を守るガードシャッター、そしてリアホイールをロックする3系統の盗難抑止機構「Gロック」を新たに標準装備。オプションのサイクルロックなどと組みあわせれば、盗難抑止効果がいっそう高まる。
- ブレーキなどの基本性能を向上フロントブレーキに制動力の優れた大径ドラムを採用。さらに前後ブレーキフィーリングも高めるなど、細部にわたって基本性能を向上させた。
- 65kgの軽量ボディ

- 62km/ℓの低燃費騒音・排ガス規制をクリアした環境対策エンジンは、1ℓあたり62km(定地走行テスト値)の低燃費も実現。
- 優れた収納・積載性フルフェイスヘルメットがゆったり入る20ℓ容量のトランク、ペットボトルが入られるフロントポケットとコンビニフック、さらにはサイクルロックホルダー付きリアキャリアまで、余裕の収納・積載力を備える。

新色を加えてリフレッシュ!
人気のショッピングスクーター

機能も走りも充実のJOGをベースに、お買い物で便利な積載性と街に似合うスマートなスタイリングをプラス。主婦をはじめとする女性ユーザーに好評の「ジョグ・ポシェ」が、新色「ラベンダーシルバー」を加えて3カラー展開になりました。

ヤマハ

JOG POCHE

12月15日 新発売

¥159,000

カラー：3タイプ(新色1)

《主な特徴と変更点》

- ラベンダーシルバーを追加春を思わせるさわやかな新色「ラベンダーシルバー」を新しくラインナップに加え、3カラーバリエーションを用意(レッド、ブルーは継続)。
- 優れた収納・積載性シート下にはクラス最大級の23ℓトランクを装備。スタイリッシュな外観を損ないボディに一体化したフロントバスケットは、ふらつきのないバランス設計。しかも24ℓの大容量で、中身が飛び出さないシャッター付き。
- 乗りやすい、使いやすい親切設計足つき性のよい690mmの低シート高、足もと広々のフットスペースなどが、ゆったり走って乗り降りもラクなポジションを実現。さらにスタンドがけが容易な設計のセンタースタンドとスタンディングハンドルも装備。
- 60km/ℓの低燃費騒音・排ガス規制をクリアした環境対策エンジンは、1ℓあたり60km(定地走行テスト値)の低燃費も実現。

ラベンダーシルバー(シルバー)

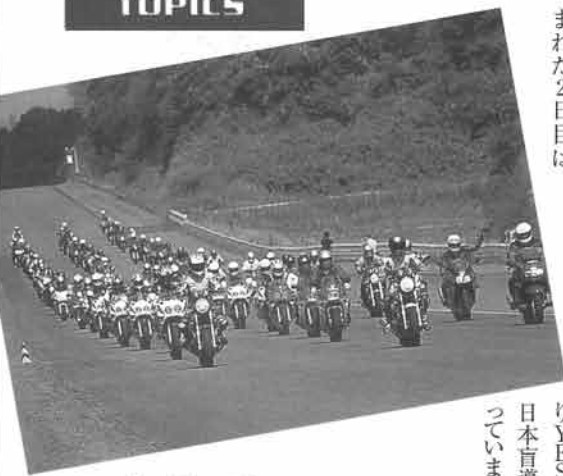


ダークパーブリッシュレッドカクテル3(レッド)



ダークパーブリッシュブルーメタリック2(ブルー)

※ここでご紹介した商品の価格は、すべてメーカー希望小売価格です。(北海道、沖縄および一部地域は除く)
※価格には、登録・届け出に伴う諸費用、保険料、税金(消費税ほか)等は含まれません。



かつての名車、旧車から現在の最新モデルまで、さまざまな車種がそろって走るパレードランは、まさに壮観!

全国から20クラブ・330名が集い、賑やかな交歓とサーキットランを満喫! 「第7回ヤマハクラブミーティング」

ヤマハモーターサイクルに熱い思い入れを持つオーナーなどで組織され、活発な活動を行っている愛好者グループの合同イベント「ヤマハクラブミーティング」が、今年も10月23日、24日、ヤマハコミュニティセッションプラザ(静岡県磐田市)とヤマハテストコース(静岡県袋井市)で開催されました。

このミーティングは、1994年にYDSクラブの呼びかけで始まり、以後、各クラブから選出された世話役のみなさんによって毎年自主的に企画・運営され、7回目となる今年は全国20クラブ・330名が参加。初日はあいにくの雨に見舞われましたが、熊本や山形から駆けつけた人もいて、RZ250の開発スタッフによるトークショーや難波恭司選手を交えた抽選会、チャリティオークションなどで大変賑やかに盛り上がりしました。

心配された雨も上がり快晴に恵まれた2日目は、会場をテストコースに移し、参加者待望のサーキットラン。ゲストの平忠彦さんと和歌山利宏さん、難波選手らの伴走でクラブごとに5周ずつ、3年ぶりの「故郷」走行を楽しみました。また、走行の合間にはバッテリーゴルフ大会や2回目のチャリティオークションが行われ、テントの下や駐車場でそれぞれ自慢の愛車談義、情報交換にいそしむなど、「趣味の秋」を存分に満喫する1日となったようです。

なお、チャリティオークションの売上げや募金箱への善意、各クラブからの寄付など、2日間で集まった募金は総額40万円。このお金は、例年どおりYESSナイズライド募金を通じて日本盲導犬協会に贈られることになっています。



チャリティオークションに難波選手が初出品したヘルメットは、6万3000円で落札

当時の開発スタッフが語る「RZ開発秘話」には、参加者全員が熱心に耳を傾けた



テストコースのパドックをぎっしり埋め尽くしたバイク。そしてオーナーのみなさんは、また来年の再会を約束して帰途についた

ヤマハ初のインバーター方式採用 軽量・小型で良質な電力を供給する 携帯型発電機「EF2500i」新発売

ヤマハでは、初めてインバーター方式を採用し、良質な電力を供給する発電機「EF2500i」を、10月25日より新発売しました。

この商品は、空冷・OHV・171ccガソリンエンジンを搭載。インバーター方式を採用したことにより、生みだされる電気(定格出力2.5kVA、最大出力2.8kVA)は波形歪み率2.5%という安定した電圧、周波数が特長で、パソコンやコンピュータ内蔵機器、投光器など、良質な電気を要求する製品にも使用することができます。

しかもエンジンと発電体のファンを一体化し、さらに多極オルタネーター、軽量インバーター、軽量マフラーなどの採用でクラス最軽量の

29kg、81.1ℓの軽量・コンパクトなボディを実現。ひとりで簡単に持ち運ぶことができる、優れた可搬性も備えています。

使用目的や場所を選ばないEF2500iは、レースやキャンプ、屋外イベントなどが盛なお店にも最適な1台といえるでしょう。



メーカー希望小売価格:198,000円(消費税別)

二輪専門誌「ビッグマシン」にYSSPメンバーズクラブが協力している企画「風道浪漫」のスペシャルイベント、「XJR1300オーナーズミーティング」が10月7日、ヤマハコミュニティセッションプラザで開催されました。

当日は、誌面でもおなじみ平忠彦さんをメインゲストに、サイン＆握手会やXJR1300開発者を交えてのトークショーなどが行われ、ツーリングをかねて全国から集まった多数の参加者で大賑わい。さらに駐車場では、カスタムした愛車を見せあったり、情報交換、おしゃべりに興じるなど、楽しい1日を過ごしていました。



「風道浪漫」スペシャルイベント XJR1300オーナーズミーティング開催

いよいよ始まるBSデジタル放送で ヤマハ「75mph」12月からオンエア!

※番組名称、放送時間、内容などは予定段階のものですが、事情により変更となる場合があります。

NHKがシブチーオリオンビックで試験放送を行なったBSデジタル放送が、今年12月から民放5チャンネル/NHK3チャンネル/有料放送2チャンネルでスタートします。

そこでヤマハは、さっそく「BS-FUJII」が制作・放映する定期番組「75mph」をフルスポンサード。チャレンジ精神を持ちアグレッシブに生きる「人」にスポットを当て、ヤマハの企業姿勢と重ね合わせながら、その人の暮らしの中に組み込まれたパーソナルビークルの価値を探ります。

放送は毎週日曜日の22時55分〜23時00分。ひと週のテーマを前編・後編の2日間に分け、12月3日・10日の第1回は能楽・鼓奏者の大倉正之助氏を取り上げます。氏が見いだした、能楽とモーターサイクルの接点とは何か? BSデジタルならではのハイクオリティな映像と音声、文字情報をミックスした多角的な情報で、じっくりお楽しみください。

テネレで世界一周ツーリング ドイツのライダーが本社来訪

10月、ヤマハ発動機本社のコミュニケーションプラザに、XT600テネレで世界一周ツーリング中のドイツ人青年ミカ・クーンさんが来訪。居合わせた社員たちの熱烈な歓迎を受けました。

彼は約2年かけて世界を一周する予定で、ドイツを出発した後、北欧、東欧、中近東、西アジア、そして中央アジア、シベリアを経てテネレの故郷でもある日本に到着。ここまで、相棒の89年式テネレはほとんどトラブルもなく、野営しながらのんびり各地の人々との温かな交流を楽しんでいるそうです。

この後彼は、日本国内を旅してまわり、東南アジアからオセアニア、アメリカ大陸、アフリカを回って、1年半後ドイツに戻る予定だそうです。みなさんの町で彼を見かけたら、ぜひ気軽に声を掛けてあげてください。



本社ではコミュニケーションプラザや工場などを見学。その後しばらくは日本を旅してまわるといふ

WSS600でR6がチャンピオン! WSBの芳賀は最終戦欠場も2位

10月15日、WSBとWSS600のシリーズ最終戦がイギリス・ブランスバッチで開催され、WSBは第1/第2ヒートをそれぞれJ・レイノルズ(ドゥカティ)/C・エドワーズ(ホンダ)が優勝。チャンピオンを争っていた芳賀紀行は、12日にCASスポーツ仲裁裁判所から「第1戦・第2ヒートの25ポイントを無効」と今後2週間の

活動停止」の裁定が下されたことでイギリス大会を欠場し、その時点でエドワーズのタイトルと芳賀のランキング2位が確定しています。

「裁定は真摯に受け止めるが、最終戦を戦えないのは本当に残念。まだ好調の感覚が残っているし、チームもファンも最後まで自分を支えてくれた。これからも、ヤマハでレースを続けていきたい」と、芳賀は来季に向けて決意を新たにしていました。

またWSS600では、ヤマハYZFR6を駆るJ・トイヒヤート、J・ウィットム、C・ケルナーが2〜4位に入賞。その結果、トイヒヤートがP・カソリ(ドゥカティ)を3ポイント差で逆転し、初の世界チャンピオンに輝きました!

ケルナー(左)がトイヒヤートを祝福。好サポートも光った



活動停止」の裁定が下されたことでイギリス大会を欠場し、その時点でエドワーズのタイトルと芳賀のランキング2位が確定しています。

全日本スノーモビルは 1月21日・新潟で開幕!

2001年の全日本スノーモビルは、1月21日・新潟県グリーンピア津南で開幕。その後、3月4日・北海道の美瑛大会まで全6戦が開催されます。

ヤマハは、今年のランキング3位・戸沢真司、同4位・川越清貴、同5位・郷和幸の3選手と、S3チャンピオン・寺崎雅史を加えた4人体制で参戦。山下力、渡米した中澤裕伺に続いてスパークラス3連覇を狙います。ぜひ会場で、熱いご声援をお願いします!

●2001年全日本スノーモビル選手権日程

- 1月21日 新潟・グリーンピア津南
- 2月 4日 長野・スノーモビルランド斑尾
- 2月11日 北海道・士別上川農業試験場跡地
- 2月18日 北海道・わっさむサーキット
- 2月25日 青森・岩木青少年スポーツセンター
- 3月 4日 北海道・美瑛町滑空場



19歳で全日本スノーパークラスを制した中澤の豪快なジャンプ

レース速報は、WSAホームページでチェックできます。
<http://www.wsd-snowcross.com/>

中澤裕伺、新潟県出身、20歳。2000全日本スノーパーク

「裁定は真摯に受け止めるが、最終戦を戦えないのは本当に残念。まだ好調の感覚が残っているし、チームもファンも最後まで自分を支えてくれた。これからも、ヤマハでレースを続けていきたい」と、芳賀は来季に向けて決意を新たにしていました。

中澤裕伺がスノーモビルの頂点へ ヤマハUSファクトリーで参戦!

まもなくウィンタースポーツシーズンが始まりますが、スノーモビルの世界ではひとりの日本人選手がアメリカへ渡り、ワールドシリーズへの挑戦を開始します!

WSAスノークロスワールドシリーズは、1大会あたり2万人近い観客を集める、冬の人気スポーツ。2000、2001シーズンは、11月24日〜26日のダラスを皮切りに、アメリカとカナダの各地を転戦。競馬場や各種レース用サーキットで、全10戦が開催されます。

今年3月に1度スポット参戦し、スターライダーのタツカ・ヒバートを抑え込んだ実績もある中澤選手。本場での活躍に、ぜひご期待ください。

レース速報は、WSAホームページでチェックできます。

《シリーズランキング》

■WGP500(第15戦パシフィックGP終了)

- 1. K・ロバーツ(スズキ) 249
- 2. V・ロッシ(ホンダ) 193
- 3. C・チュエカ(ヤマハ) 155
- 4. G・マッコイ(ヤマハ) 150
- 5. A・バロス(ホンダ) 150
- 6. M・ピアッジ(ヤマハ) 145
- 7. 阿部典史(ヤマハ) 137

■WGP250(第15戦パシフィックGP終了)

- 1. O・ジャック(ヤマハ) 254
- 2. 中野真矢(ヤマハ) 252
- 3. 加藤大治郎(ホンダ) 243
- 4. 宇川徹(ホンダ) 249

■WSB(最終戦終了)

- 1. C・エドワーズ(ホンダ) 400
- 2. 芳賀紀行(ヤマハ) 335
- 3. T・コーサー(アプリリア) 310
- 4. P・キリ(スズキ) 258
- 5. 柳川明(カワサキ) 247

■全日本SB(第10戦TI大会終了)

- 1. 井筒仁康(カワサキ) 171
- 2. 梁明(スズキ) 154
- 3. 芹沢太麻樹(カワサキ) 130
- 4. 伊藤真一(ホンダ) 129
- 5. 吉川和多留(ヤマハ) 128

■AMA-NX250(最終戦終了)

- 1. R・カーマイケル(カワサキ) 535
- 2. S・トーテリ(ホンダ) 453
- 3. K・ウインダム(ホンダ) 426
- 4. D・ビーラマン(ヤマハ) 414
- 5. M・ラロッコ(ホンダ) 381

■AMA-NX125(最終戦終了)

- 1. T・バストラナ(スズキ) 484
- 2. S・ロンカダ(ヤマハ) 482
- 3. T・ポーランド(カワサキ) 373
- 4. B・セラース(ホンダ) 346
- 5. N・ウェイ(カワサキ) 271

■WMX500(最終戦終了)

- 1. J・スメッツ(KTM) 583
- 2. M・ベルブーツ(ヤマハ) 431
- 3. P・ヨハンソン(KTM) 397
- 4. A・バルトリーニ(ヤマハ) 369
- 5. D・キング(ハスクバーナ) 277

■全日本MX250(最終戦終了)

- 1. 高濱龍一郎(ホンダ) 301
- 2. 熱田高孝(ホンダ) 248
- 3. 田中教世(カワサキ) 236
- 4. 小池田猛(ヤマハ) 230
- 5. 成田亮(ホンダ) 197

Take IT easy!

第2回 「会話」を生かす ウェブとメール 古瀬 幸広

IT、ITと騒がしい昨今ですが、販売店にとって見失ってはならない本質は、お客さまとのコミュニケーション。時代の流れに飲み込まれず、本来あるべきITの姿をわかりやすく解説します。

コンピュータとネットワークは、登場

以来ずっと偏見の目で見られている。今日も改めてそのことを実感する出来事があった。「家庭内LAN」の話をしていると、「そんなものが普及すると、家族の会話がなくなってしまうのではないか」という。「またか」と思いながら、私はこう答えた。「家族全員が携帯電話を持つとします。家族間の会話は減ってしまつてしまつしょうか。それとも増えるでしょうか」

私は家庭内に複数台のテレビを置くほうが、よほど危険だと思っている。全員が自分の好きな番組を見るために部屋にひきこもる。テレビは完全に人間を受け身の立場に置いてしまうから、こうなると家族間の会話は激減してしまう。インターネットにおけるパソコンは「おしゃべりの道具」であるから、テレビ型ではなく、携帯電話型の道具だ。全員がLANでつながれば、また違う形態のコミュニケーションが生じる

のである。

お店にインターネットを導入する、というシーンにおいても、同じことが言える。顧客との直接の接触を大事にするのはいいが、だからといってインターネットを最初から毛嫌いすることはない。なぜなら、インターネットの導入によって、新しいコミュニケーションのチャネルが顧客との間にできるからである。

その主なツールは、ウェブページと電子メールである。この二つはかなり性格も異なるが、組み合わせると威力が倍増する。多くの場合、ウェブページは「雑誌に広告を出すような感覚」で使われているが、そういう「感覚」では、インターネットを生かすことはできないだろう。「顧客と会話をする」ための手段としてとらえるべきなのである。

たとえば、ショップの立場から、顧客に知っておいてもらいたいことをまとめ、それをウェブページに掲載しておくとうだろう。それを予め読んでから来店した顧客とは、いきなり突っ込んだ会話ができるようにしない。あるいは、時間がなくて説明しきれなかったときは、「この件については、うちの店のウェブページに詳しく書いてあるので、時間があつたら読んでください」と言うことができる。「ただのカンパ」と

「ウェブページ」とは違うのだ。

電子メールは、もっとダイレクトに顧客とショップをつないでくれる。いや、この表現は正確ではないかもしれない。顧客と店主・店員とを結ぶのだ。基本的に1対1のコミュニケーションツールだが、上手に使うと、グループでの会話に使える。希望者がすぐに登録できるメーリングリストサービスを用意するのだ。加入した人全員に同じメールが届き、イベントのお知らせから、ツーリングの相談まで、電子メールでできてしまう。

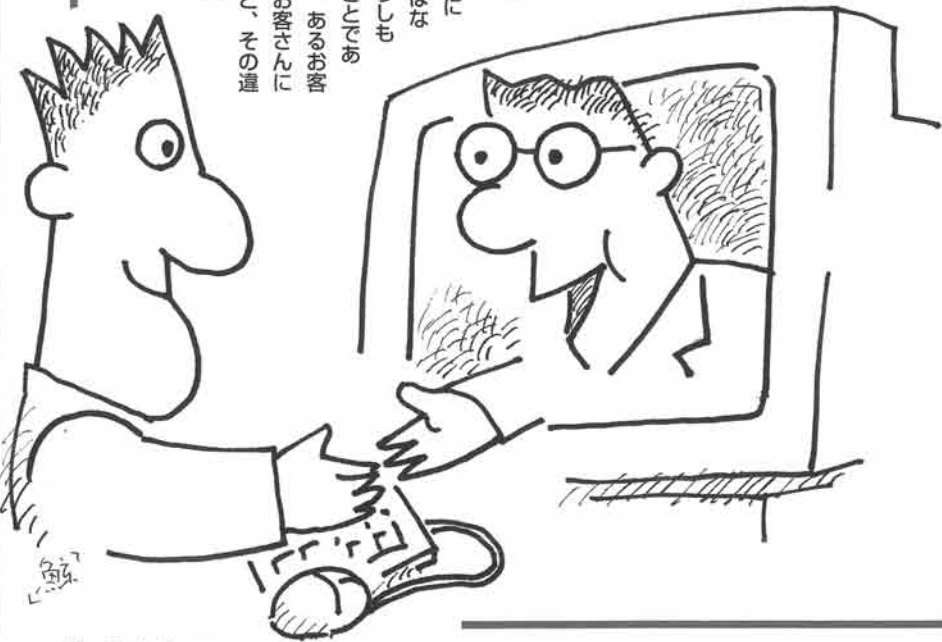
これとウェブページを組み合わせた。メーリングリストサービスの案内をウェブページに掲載したり、あるいは詳しい案内文をウェブページに置いておき、そのアドレス(URL)のみをメーリングリストでお知らせしたり、といった使い方が、両方の特徴をつかみ、使い分けていくと、アイデアはさらに広がっていくのだ。ITをこうして利用していくにあたって、注意しておかなくてはならないことはただ一つ。顧客どうしもITで緊密につながる、ということである。例えば同じAという商品を、あるお客さんには10%引きで売り、別のお客さんには5%引きで売っていたりすると、その違いが顧客どうしの何気ない会話から露頭してしまい、ショップ

プロフィール

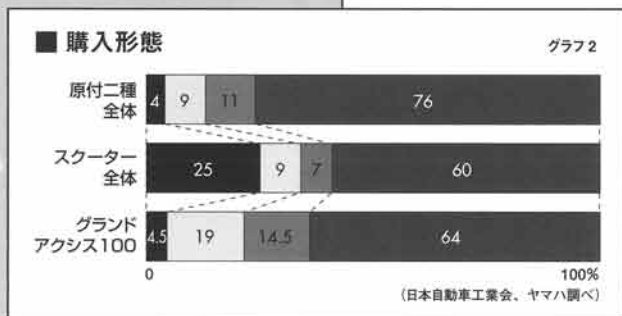
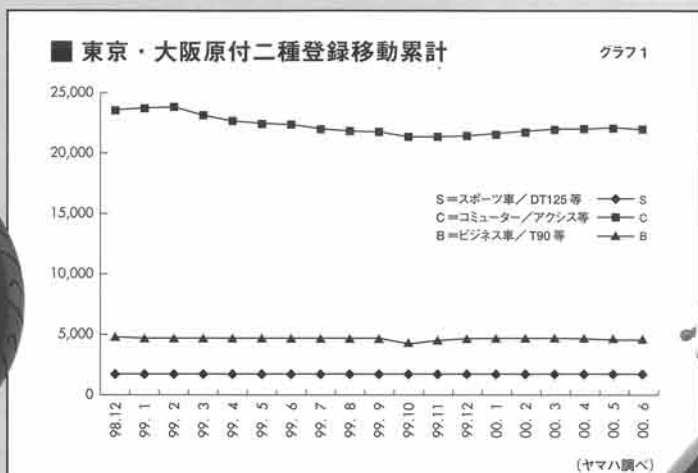
ふるせ ゆきひろ

立教大学社会学部産業関係学
科・助教授。専門は情報学、科
学技術論。
1960年奈良県生まれ。東京大
学文学部卒業後、科学技術と社
会を対象にした著述活動に専
念。1997年より現職。主な著書
に『インターネットが変える世界』
(共著、岩波新書、1996)、『イン
ターネット活用法』(講談社ブル
ーボックス、1996)などがある。

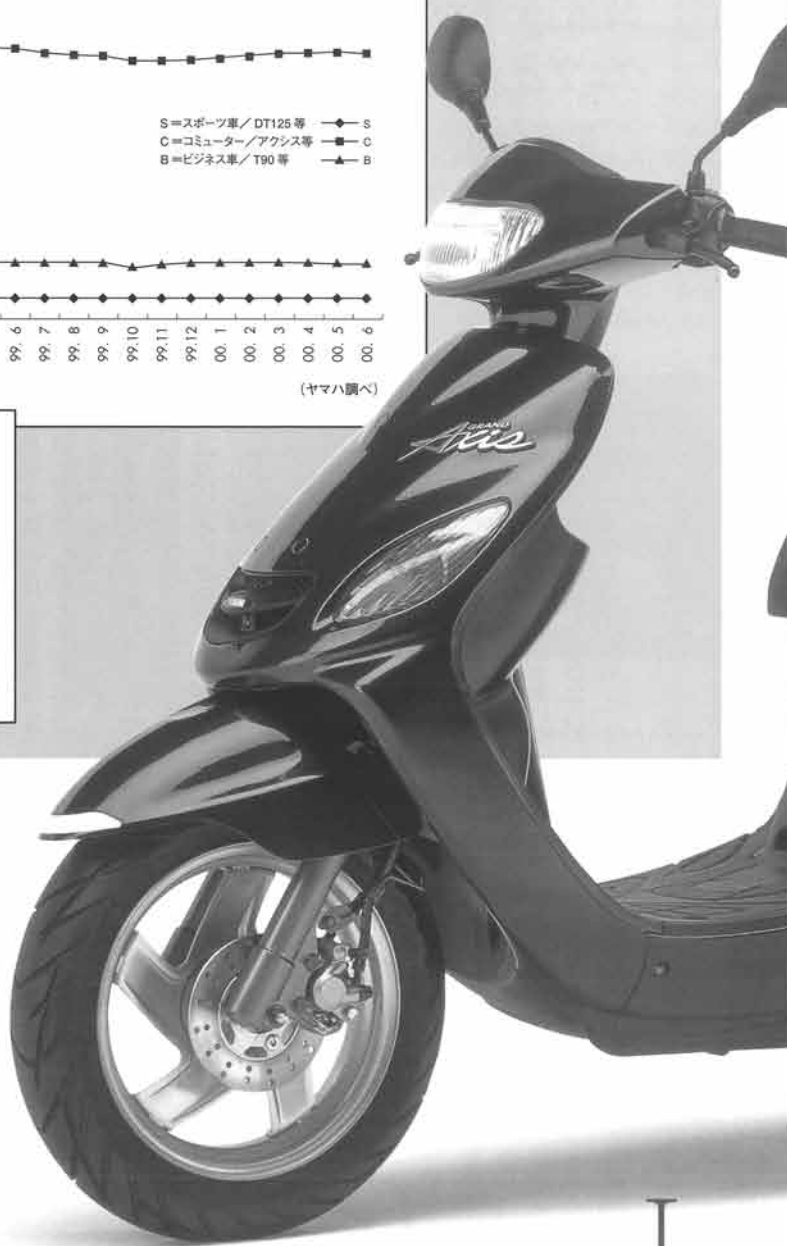
ブの信用を落としてしまうこともある。
ITは「情報の共有ツール」であるから
こそ、まじめで公平なショップがトクをす
る構造になっているのである。



100ccクラス中心に堅調! “原二”スクーターでいこう



マジェスティなど250ccビッグスクーターが昨年を大きく上回るペースで伸長する一方ミドルクラスの原付二種スクーターも各社の100ccモデルを中心として不況に強い、安定した市場を形成している。季節変動が少なく、冬でもビジネスチャンスが多い原付二種スクーターに注目してみよう!



CLOSE UP NEWS

I 需要傾向

今年は上昇傾向

まず原付二種全体の動向を見てみよう。表1は過去5年間と今年1月～8月の全国出荷台数をまとめたものだ。総需要がずっと右肩下がりを続けるなかで、原付二種は1年ごとに増減を繰り返している。昨年大きく落ち込んだものの、これは郵政車の特需が影響しており、一般の需要はそれほど大きく減少していないと見られる。

グラフ1は、実際の店頭販売状況にもっとも近い登録台数を、月ごとに前年同月から1年間の合計で表した移動累計。東京・大阪だけの数字だが、これを見ても非常に安定した需要動向がわかる。

そのなかで、原付二輪の主力を占めるスクーターは、'99年こそしだいに下降傾向をたどったものの、コンスタントに年間2万4000台～2万1000台レベルで推移。さらに今年に入ってから、再び増加傾向を示している。

全国の原付二種出荷台数(表1)も、今年1月～8月の累計で110.7%の伸長。回復、上昇基調にあることは、ほぼ間違いなさそうだ。

100ccに人気が集中

二輪車新聞社集計による今年1月～6月の車種別累計販売台数表2(東京・大阪)を見ると、東京はアドレスV100が1位、続いてリード100、3位にヤマハのグランドアクシス100が入っている。大阪ではグランドアクシスが2位になっているが、トップ3の顔ぶれに変わりはない。

それ以外の車種では、トップ3と台数に大きな開きがあり、現在の原二スクーター市場は100ccモデルを中心に動いている。

II ユーザー傾向

代替中心で入口も広い

原二スクーターを購入するユーザーは、どんな人たちだろうか。グラフ2は、原付二種全体とスクーター全体、グランドアクシス100ユーザーの購入形態を比較したものだ。共通しているのは、いずれも「代替」が6割以上を占めていること。スクーター全体だけ新規が多いのは50ccの影響と思われる。再購入と増車は同じような比率に見えるが、他社の原二スクーターで再購入が2割以上というデータもあり、総合すると「代替」「再購入」「増車」「新規」の順だろう。

では、原付二種ユーザーでもっとも多い代替の、直前使用車(グラフ3)は何か? 自工会の資料では、6割以上の人が同じ原付二種を乗り継いでおり、その次が50ccからのステップアップ。軽二輪からのクラスダウンも1割いる。50ccの場合は代替の95%が50cc以下だから、同じスクーターでも原付二種はやはり代替の入口が広いといえる。

ちなみに代替の動機は、スクーター全体で「所有車の調子が悪くなった」が52%、続いて「修理代が高くつく」の25%となっている。同じく再購入の理由は、「燃費・維持費が安い」43%、「自転車よりラク」38%、「駐車場探しが面倒」31%(自工会調べ)。

ダイレクト通勤と街乗り

原二スクーターを何のために買うのか、どう使っているのか。主な用途を比較したのがグラフ4。ヤマハの調べでは、原二スクーターユーザーの9割が社会人男性だけに、圧倒的に実用、しかもダイレクト通勤が中心のようだ。実際、グランドアクシスは社会人のダイレクト通勤が56%を占めている。

50ccも同様にダイレクト利用が多いのは意外だったが、高校生や大学生の通学を大きく反映していると推測できる。

店頭中心だがやや分散

さて、いざ購入という時、どこで商品を知るか。自工会のデータ(グラフ5)で、スクーター全体と50cc全体、原付二種全体を比較してみた。

もっとも多いのは、販売店の店頭。拡販しようとするには、やはりそれなりの商品展示が求められるといえよう。しかし、ほかと比較して認知経路が分散しているのは、ユーザーのほとんどが社会人男性で、社会との接触機会が多いためか。

表2 東京原付二種販売台数 (上位40機種)

No.	銘柄	車種	上半期
1	スズキ	アドレスV100	2229
2	ホンダ	リード100	1733
3	ヤマハ	グランドアクシス100	1402
4	ホンダ	リード90	799
5	ホンダ	スーパーカブ90	777
6	スズキ	アドレス110	471
7	ヤマハ	アクシス90	305
8	ホンダ	ジョーカー90	220
9	カワサキ	KSR-2	211
10	ホンダ	スベイスー125(3)	201

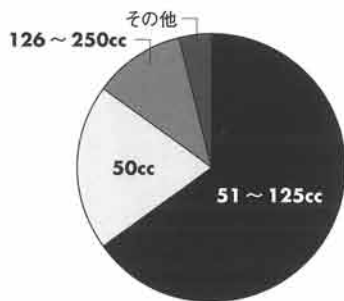
表3 大阪原付二種販売台数 (上位40機種)

No.	銘柄	車種	上半期
1	スズキ	アドレスV100	980
2	ヤマハ	グランドアクシス100	746
3	ホンダ	スーパーカブ90	540
4	ホンダ	リード100	540
5	スズキ	アドレス110	213
6	ホンダ	リード90	140
7	ホンダ	スベイスー125(3)	126
8	カワサキ	KSR-2	113
9	ホンダ	ジョーカー90	79
10	ホンダ	スーパーカブ70	78

(二輪車新聞調べ)

グラフ3

原付二種ユーザーの代替直前車



(日本自動車工業会調べ)

表1 原付二種・出荷

(年)	台数	前年比(%)
1995	138,115	88.00
1996	171,105	123.90
1997	156,183	91.30
1998	177,092	113.40
1999	105,550	59.60
2000.1~8	63,505	110.70

(日本自動車工業会調べ)

外観・価格・サイズ

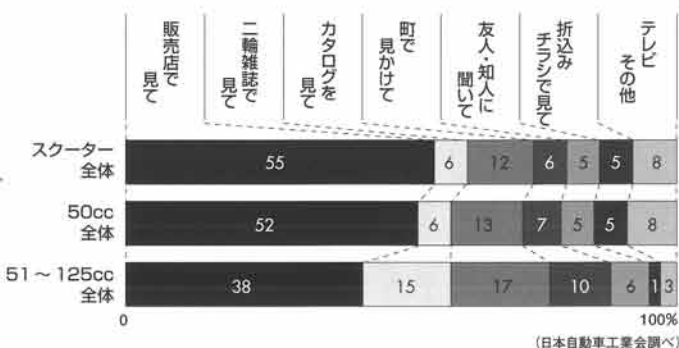
安価で手軽で便利な50cc、何にでも使えてファッション性も兼ね備えた250cc。同じスクーターでも、原付二種をあえて選ぶ理由は何だろうか。そのなかからさらに特定の1台を購入する、選択のポイントは何だろうか。

残念ながらまとまったデータはないが、ヤマハが調べた100ccモデル3車の購入・非購入理由を見ると、「外観・デザイン」「車体の大きさ」「コスト(価格、値引き、経費、維持費など)」が主な評価対象になっていることが共通点。実際、グランドアクシスとシグナス125D/125Siのお客さまにインタビューしても、そうした声が多く聞かれた。

一方、性能面に関しては、お客さまによって「気に入る人」「まったく気に入らない人」が両極端という印象だった。10人のお客さまの声を収録したので、じっくりご参考いただきたい。

グラフ5

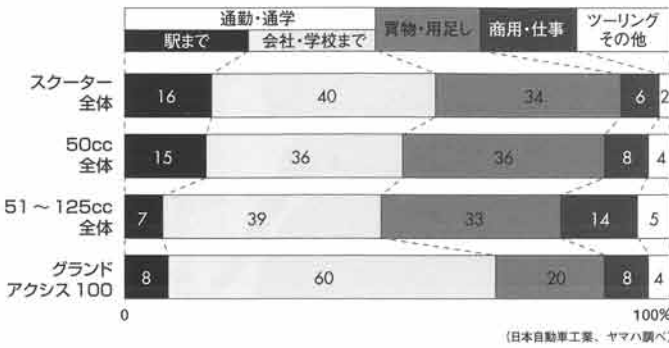
購入車の認知経路



(日本自動車工業会調べ)

グラフ4

主な用途



(日本自動車工業会、ヤマハ調べ)



Ⅲ ユーザー実例

「バイクを買うときは、それこそ50ccから250ccのスポーツバイクまでいろいろ検討しましたよ。でも、50ccだと30キロの速度制限があるでしょ。そんなんで捕まったりしたら、クルマの方まで乗れなくなっちゃう。セローも候補にしていたんですけど、通勤にはやっぱりスクーターが便利だよって友人に言われてね。マジステイ? あまり大きいのはコワイ(笑)。それで、カタログみたいな本をコンビニで買って、シグナス125SS-1がいいかなって思ってたんです。クルマと同じ4ストで安心感があるし、2ストオイルの補給なんてようわからんしね。ほかのメーカーのは、荷台がチャチだったり、ステップが平らじゃなかったり、デザインが気に入らなかつたり...」

「だけど、家に近いヤマハの店に行ったら、あいにくシグナスの実車がない。でも、グランドアクシスは展示してあって、店の人がすごく熱心に勧めてくれるもんで、決めました。どこがどうかっていうのは覚えてないけど、私も商売してるし、専門家のアドバイスは聞くもんだって思うから、任せました(笑)。」

「今はすごく満足してますよ。大きさがちょうどいいし、速さも力も十分。最近バイクが楽しくなってきた、今度はセローでも買おうかな、なんて思ってるんです」

プロファイル/40歳・店主主・普通二輪・兵庫県西宮市
バイク歴/24歳で免許を取ったが、今年の夏にアクシス100を買うまで、バイクには1度も乗ったことがなかった。

使用目的/仕事先までの通勤。以前は自転車ですべてだったが、坂が多いので、バイクの方がラクだし早い(30分が10分に短縮)から。

専門家のアドバイスは聞くもの
森安誠治さん



**グランド
アクシス
100**

値段、デザイン、サイズの三拍子
宇津見勇樹さん

プロファイル/37歳・会社員・大型二輪・東京都目黒区
バイク歴/大学に入って原付に乗りはじめ、3年生の時に普通二輪、大型とステップアップ。しかし、就職してバイクを降り、最近リターン。

使用目的/渋谷周辺は坂が多いので、休日の都内散策用。

「昨年からまたバイクに乗り初めて、その時はJOGでも、1年くらいして二段階右折で捕まったから、100ccのアクシスに買い替えただ。そしたら、すぐにコケちゃってね、またアクシスの色違いを買い直したんだよ。どうして同じアクシスか? 値段が一番手頃だったからね。バイクは、便利だから乗ってるわけで、できるだけ安い方がいいに決まってる。もうひとつは、デザインだね。欲を言えば、車体のデザインにびったり収まるカゴとかボックスがほしい。それと、カラーがもっとあってもいいんじゃない? 3つ目はサイズ。ほかのも見たけど、大きすぎたり小さすぎたりする。アクシスなら、人が乗ってちょうどいいバランスで、走ってもすごく安定感があるんだよ」

2人乗りできる、カッコイイが条件
松島美樹さん

プロファイル/29歳・主婦・普通二輪・大阪府枚方市
バイク歴/今年の春に免許を取得し、ご主人からスポーツバイクを譲り受けたが、すぐに乗りかえた。

使用目的/買い物やパートナー先への通勤

「買い替えるときの条件は、2人乗りできる、主人が乗っても満足できる性能、カッコイイの3つ。お金は、スポーツバイクを下取りに出したので、あまり問題じゃなかったですね。車種選択は、ほとんど主人任せですけど、彼も別に決めてなかったみたい。お店に行くと、店頭にあつたものを見て、ああこれがいいやって感じ(笑)。でも、投げやりには言ってるんじゃないですよ。私は本当に気に入ってます。それに、いつも自分のバイクであちこち行ける

のがうれしくて。もう少し慣れたら、マジエスティとか乗りたくなってます」

いろいろちょうどいい大きさ
穂坂幸一さん

プロファイル/27歳・公務員・小型限定・埼玉県新座市
バイク歴/仕事上必要になり、20歳で免許を取得。アクシス90からの代替え。

使用目的/仕事場への通勤。

「仕事がバイクを使った配達業務なので、必要に迫られてバイクの免許を取ったんですが、通勤もバイクが便利だなと思って最初にアクシス90を買ったんです。なにしろ、バスと電車を使えば40分くらいかかるのに、バイクなら15分。なんたって便利ですよ。毎日使いますが、職業柄、雨風はまったく苦になりませんしね。もうバイクなしでは困ってしまいます(笑)。でも、バイクはやはり実用なもの。ツーリングとか、そういうレジャー目的で乗ろうなんて気はない。」

今回グランドアクシスに乗りかえたのは、90がそろそろ古くなってきたから。私がコレと決めてたわけじゃなくて、お店の薦めですけどね。特に調べたりもしていません。性能的には大差ないと思ってるし、一番の決め手は価



100ccクラス中心に堅調！ ‘原二、スクーターでいこう

格かな。それと、大きさ。何かの125を乗って試したけど、ちょっと取り回しにくい。その点、コレなら90よりも大きくてゆったりしているから、2人乗りもラクだし、道路のデコボコでも安定してるから恐くない。といって、大きすぎないから扱いやすく、仕事場の駐輪場でも邪魔にならない。いろんな面で、ちょうどいいって感じ！」

コレだってカスタムできる

上山伸一さん

プロフィール/17歳・高校生・普通二輪・大阪府吹田市
バイク歴/1年。250ccスポーツから代替え。
使用目的/学校まで通学と遊び(街乗りなど)

「本当はスポーツバイクの方が良かったんだけど、転んじやって、両親がもう乗っちゃいけないっていうのを、スクーターだけ認めてもらったんです。やっぱりバイクが好きだし、便利だからね。アクシスにしたのは、50ccだと2人乗りできなくて、つまんないから。それと、頑丈なカギ。盗難対策がすごくしっかりしてるんですよ。そういうのは、インターネットとか雑誌とかでちゃんと調べるよ。自分のお金で買うんだし！ そうそう、値段がほかより安かったことも理由のひとつ。でもやっぱりデザイン優先かな。コレ以外で安いのは、大きさとかがカチがいかにも原付っぽい。流行りのマジエスティは高すぎてダメだけど、コレだってカスタムできるよ。今はライトまわりくらいだけど、近いうちにボアアップキットも買うつもり！」

大きすぎず小ぢすぎない100cc

中山 浩さん

プロフィール/53歳・商店主・大型二輪・東京都新宿区
バイク歴/18歳で最初に免許を取得して以来、35年のキャリア。BMWも1台所有しているが、最近はずっと乗ってない。
使用目的/日常的な足代わり。たまに仕事の配達業務にも使用。

「50ccだと、二段階右折や30キロの速度制限とかが、うるさくてしょうがない。だけど、あんまり

り大きいのも置き場所に困るし、値段だって高くなる。もつとと言うとき、90ccだってタイヤサイズが小さいと走行安定性が悪いし、125ccでもまだ大きすぎる。微妙なところだよな。ボディサイズは、このくらいがちょうどいいんだよ。といって、別に買う時はコレと決めてたわけじゃない。もちろん、カタログはいろいろ見て、サイズとかデザインくらいは比べたけど、たまたまヤマハの店があって、友人の薦めがあったからかな。そういうえば最近、同じヤツをよく町で見かけるね。売れてんのかい、やっぱり？」



シグナス
125D

安全性と耐久性に優れた性能、装備

門田俊二さん

プロフィール/48歳・公務員・普通二輪・埼玉県草加市
バイク歴/7〜8年前に免許を取得し、SRX250を購入。その後、100ccスクーターを経て昨年シグナスDに代替えするが、盗難に遭い、現在は2台目のシグナス。
使用目的/会社までの通勤。

「今は完全に通勤でしかバイクに乗らないので、買うときも、往復21kmを快適に安全に走れること、取り回しがしやすく、燃費がいいことが条件でした。実はこのシグナスD、1度盗まれて、色違いの2台目なんです。マジエスティにしようかと思って思ったんですが、置き場所のことを考えると...。100ccじゃ、ちょっと小さい感じ。国道を流れて乗って走るのに、余裕がほしかったんです。あとは125〜150ccで、性能とかデザイン、それと価格のバランスですかね。このシグナスDは、その点ナットクの1台だったから、盗まれてもあえて同じものを買ったわけです。4ストの落ち着いた走行感覚、がっしりしたボディとリア2本サスの安定感、フロントディスクブレーキなどが、通勤用には必要だと思うんです。」

クルマと併用でもオールマイティに

藤山賢一さん

プロフィール/27歳・会社員・大型二輪・京都府長岡京市
バイク歴/8年。250ccスポーツからVMAXを経て、シグナスDに代替え。
使用目的/クルマと併用で、通勤、街乗り、遊びまでオールマイティに乗る。

「VMAXの任意保険が切れるところで、どうしようか悩んだんです。クルマと併用することを考えると、原付二種なら保険がセットで使えるし、じゃあ買い替えようよ(笑)。極端ですかね。でも、バイクを自転車の延長と割りければ、通勤から街乗り、ちょっととしたツリーングまで幅広く使える125ccは使い勝手のいいクラスですよ。」

シグナスDは、カタログなどを見比べて決めました。ディスクブレーキ装備でパワーも十分。4ストだから耐久性も安心できるし、値段も手ごろでした。コストパフォーマンスが高いってことでしょいか。あんまり乗ってる人がいないのも、理由のひとつかな」



シグナス
125Si

静かでゆとりある車体と排気量

田村朋子さん

プロフィール/30歳・主婦・普通二輪・千葉県松戸市
バイク歴/18歳で原付、21歳で中型に乗りはじめ、250ccスポーツからシグナスS1に代替えした。
使用目的/幼稚園に子どもを送り迎え。

「バイクが好きで、ツーリングなんかもよく行ってたんですが、子どもができてからはすっかり無沙汰。幼稚園への送り迎えもあるんで、いっそスクーターの方が便利かなと思って乗りかえたんです。本当は250ccにしたかったけれど、大きすぎて幼稚園には止められないので、シグナスS1に決めました。条件

は、音が静かな4ストで、乗って疲れないゆとりがある車体と排気量。ほかにも車種はあるんでしょいか、あんまりよくわからないので... (笑)。とにかく見た目のカッコよさで決めちゃった、というのが正直なところですね」

クルマと保険をセットできる原二

野島幸彦さん

プロフィール/31歳・会社員・大型二輪・宮城県仙台市
バイク歴/16歳で乗り始め、現在もXR1200など計4台を所有。
使用目的/複数のバイクを併用するので、スクーターは会社までの通勤と買い物。

「マジエスティも欲しかったけれど、ビッグバイクに比べればツーリングがややツライ。スクーターは実用性が最優先と割りきってます。最初は50ccのJOGだったんですが、通勤には快適性が足りないのと、180cmの身長には例え90ccでも小さすぎる。50ccは国道じゃコワイですよ、安定性も免許の点数も。125ccに限らず、150ccって手もあつたんですが、任意保険をクルマと一緒にできる特約が原付二種までだし、そして何より妻が大のヤマハ党なので、選択肢は限られてきますよね(笑)。シグナスS1とアクシス100は悩んだんですが、4ストの燃費と耐久性、車体サイズでシグナスの勝ち。このデザインで、ディスクブレーキならもつとよかったですね...」



Example

マニアな人たち

週末はフリマでRZグッズ収集

初期型RZ250

これは8年前に栃木県内で購入。未登録のまま室内で大事に保管している。「乗るため」のバイクとしては、一時期FZ250を所有。その後、中古で見つけた初期型RZ250に乗り換え、現在に至る。「RZに乗りたくて免許を取ったんです。もしRZがなかったら、バイクに乗っていないかも。『バイクが好き』というより、『RZが好き]なんです」



——この4畳半、ひと部屋まるまるRZ!?
伊東 あ、いえ……。最初はここに2台入れていたんですが、やっぱり出し入れが大変で、乗るほうの1台は近くにガレージを借りて預けました。ふだんこの部屋には、RZ1台と荷物を入れていきます。今日は写真撮るっていうから、隣の台所に荷物だけ移しました。おかげで昼飯は店屋物だったんですよ、台所が使えなくて(笑)。
——あ、そりやどうもすみませんでした。ところで、荷物って何?
美好(奥さま) ぜんぶバイクのパーツ類です。最初は2階の納戸2畳分に入るだけだったけど、約束だったんですが、いつのまにか増えてちゃって(笑)。この部屋なんか、いつもはダンボールが占領して、人

Profile

いとう ひでき
年齢 35歳
職業 会社員
住所 埼玉県川口市
所有バイク 初期型RZ250(2台)
ショップ YSP
その他 4輪車(セダン)所有。妻と娘の3人家族。

Type.015

RZこそ自分の一部 伊東英樹さん

医療機器関連の営業をしている伊東さん。仕事は転勤もあれば残業も多く、決して楽ではない。そんな伊東さんの楽しみはRZグッズの収集。乗用に1台、ピカピカに磨いた「鑑賞用」を1台所有する、初期型RZフリークだ。

Japan RZ owners club

栃木県に住んでいた時、懇意にしていたYSP店長が現在の会長。北海道から兵庫まで、RZを絆に集まったクラブメンバーは現在22名。伊東さんはクラブの会報(寄数月・年6回発行)を作り、送付する役割を担う。



クラブツーリング

クラブ員でツーリング企画を年に数回立ち上げるが、メンバーが全国に散らばっていること、初期型RZだけに遠出がキツイことから、バイクでの出席者は毎回2~3名程度とか。右はメンバーの中村さん。

プレミア品

特定のオートバイを販売する時に付いてくるプレミア品も伊東さんのコレクター対象品。国内外の希少品、珍品が箱の中にぎっしり!



がいたるスペースもありません。あの壁に掛けた絵だつて「何か月ぶりに見たかしら」って、今日も笑つてたところなんです。
伊東 ホント、何か月ぶりかねえ(笑)。
——ダンボールの中身は?
伊東 カウルなどの外装一式だったり、チャンバーだったり、タンクだったり……。RZ初期型と成るとさすがに手に入りくいモノが多いので、見つけるとすぐ買っちゃうんです。だから、ついつい増えちゃうんですよ。この前も、通りかかったバイクショップで外装を見つけたので、即、買ってしまいました。納戸には古い雑誌とか、プラモデルとか、カタログ、マンガ、RZ発売当時の記念品なんかもありますよ。
——すごい量だけど、これで総額いくら?
伊東 数年前に計算した時で70~80万円相当だったかなあ……。でも、正直言って、もう自分でも分からないくらいになっちゃってます。少し前に「これから欲しいモノ・リスト」を作ったんですが、最近はそのリストもありません。頭の中にはだいたい入っていますけど。

は、「伊東さんの後を歩くと、良い商品が根こそぎなくなる」って言われているんですよ。いつだったか一緒に行ったことがあるんですが、前日の晩、車に乗ったとたん「中村さん、懐中電灯は持ってきた?」って言い出した。何に使うのかと思つたら、「買い物物の勝負は2時、3時のうちに決まる。それまでに、いかに素早くチェックするかなんだ」って(笑)。
——月のお小遣いはいくら?
美好 食費は別で、3万円です。
伊東 普通でしょ? そのぶん、地方回りをしていた頃は食費を浮かすためにオニギリばかり食べてたこともありました。運転しながら食べるのに便利だったし。そんなふうにならなるとした節約をして、かつ、フリマをうまく利用すれば、月に3万円くらいで結構楽しめるんですよ。
中村 で、明日はやっぱりいつものトコ(フリマ)に行く?
伊東 うん、そのつもりです。中村さんももちろん行くんでしょ? うちで車を出すから、一緒に乗って行きませんか?

買う場所は、よく行くフリーマーケットが多いですね。そこで「これだ」と思うモノに出会ったら、迷わず買っちゃう。昔、RZを買おうと思った時、当時行きつけどったお店に「ちよつと考えさせて」と頼んで、買う決心をして出直したら、その時にはもう売れちゃったという経験があるんです。それがトラウマになっているのかも……。それ以来「欲しい」と思うモノを見つけたら、あんまり躊躇しない。
中村(当日遊びに来たRZ仲間) フリマで

選りすぐった7台は1台も欠かせない

Type.016

多種多様な“乗る贅沢”満喫
井上洋治さん



■Profile

いのうえ ようじ
年齢 31歳
職業 会社員
住所 神奈川県座間市
所有バイク DT50、BW's100、TW200、
TY250Z、XT600Z、TDM850
その他 独身 軽ワゴン所有
オフ経験のない友人を河原で初体験させるのが趣味?

出身も神奈川県だが、実家から独立してアパート住まい。「治安よりバイクを置けるスペースを優先」して1階に住み、周囲にズラリと愛車を並べている。盗難防止にも神経を使い、狙われやすいものは実家やトランポ内で保管する。本人はあくまで「ごく普通のバイク乗り」と主張するが…。

ヘルメット
開放感あふれるジェットタイプが好み。バイザーの色をバイクの車体カラーに合わせていて、バイクごとヘルメットを持っている(写真はテネレ用)。

用品・小物
ジャケット、ウエストバッグ、キーホルダー……いろいろなものバイクの車体ごとにカラーコーディネートしている井上さん。HPではキーホルダーの色分け公開をされていて、仲間内で好評を博しているとか。
<http://homepage1.nifty.com/tdm850/>

クラブ
5バルブ並列2気筒のエンジンを持つTDM850、TRX850、XTZ750のオーナーズクラブ「10VALVES」に所属。



TDM850ほか計7台 バイクはすべてナンバー付き、任意保険加入済。「どれも2~3週間に1度は乗っています。これでも必要最小限の台数なんです」。チョイ乗りやケガした時の病院通い用、長旅用、高速道路がメインの移動用、オフをガンガン走る用、友人と河原遊びを楽しむ用、東北温泉巡り用……と各車きっちり使い分けられている。

「これだけあるんじゃないや、中には不動車もあるんじゃない?」

井上 いえ、全部ちゃんに乗ってますよ! DTはね、河原遊び専用なんです。半分、他人のために持っているようなもので、車の免許しかない友人、オフロードを走ったことのない女の子を連れて河原に行った時に貸してあげるんです。僕自身、行き付けのショップで知り合ったお客さんにオフロードの楽しさを教えてもらったので、自分もそうしよう。

メインに使っているのはTW200。町乗りでも、ちよつとした買い物でも、これで行っちゃいます。最近ヘンな流行り方をしているので盗難が気になりますが、ストリートの人たちにもTW本来の良さが分かるオフロードで乗って欲しいと思います。でも、これは長旅用としてもいいバイク。長距離を走るといふより、大荷物を積んで長期間旅する時に使っています。たとえば北海道へ行く時なんかはコイツですね。フェリーを使えば一気に移動できるし、自走なら一週間くらいかけてじっくり走って北海道に渡る……そんな旅のしかたがTWには似合うんです。

高速道路の移動が多いならTDM。快適にすばやく動けます。その



中間を埋めるのがテネレですね。つまり、高速道路を使うけど、でも林道も走りたいなんて時。例えば東北温泉ツーリングという時はテネレ。スコテイツェンはトリアル遊び用でしょ。最近もつとも出番が多いのはB5Mかな。フラットダートならストレスなく走れるし、街を走っていても楽しい。

他人には、そんなに持ってるの?」と言われる事が多いんですが、それぞれのバイクのキャラクターに合わせて使い方があって、その用途は譲れない。僕にとってはどれも必要なバイクなんです。

でも、維持費が相当かかるでしょう?

井上 いえ、全部併せても月平均5万円以内に納まっていますよ。全車ナンバー付で任意保険にも入っているんですが、原付はファミリー特約で車の保険に付けているし、それ以外を合算しても月1万5000円くらい。車の費用を入れても2万円以内です。で、ヘルメットなどの用品購入資金、ガソリン代などを含めても、やっぱり月5万円くらいでしょ?

ヤリクリ上手ですね。複数所有はいつ頃から?

井上 高2で原付免許を取って、最初はRZ50などのスポーツタイプ1台だけだったんです。そのうち隣のおばさんが新車同然のパスソルを「怖くて乗れないから」ってタダでくれて、その頃から乗り分ける味を覚えた。そして、社会人になってオフロードに目覚めてから、3台、4台と増えていきました。今ある7台は選りすぐった結果ですけど、ギンギンに走るスポーツタイプの2台も欲しいかな。SDRとかTDRなんか格安で見つかったら、買っちゃうかもしれない。

井上さんにとって「買う、買わない」の基準は?

井上 「お買い得感があるかどうか」がひとつ。それと「今買わないとなくなる」ってことです。でも、一番惹かれるのは、開発者の意志やメッセージがこもったバイク。それがすごく魅力的だし、いつまでも持っていたいと思いますね。

■かつてテレビの普及を加速するほど絶大な人気を誇ったプロレス。一時期は衰退も囁かれたが、現在はK-1を始めとする新たなジャンルの開拓なども成功し、「業界としては絶好調とは言わないまでも、順調に伸びつつある(関係者)」とますますと言える状況だ。ファンが求めるのは、「カリスマ的な選手」。彼らになりきりたい、という変身願望は強い。

プロレスファンというと、「荒っぽいマニア」というイメージがあるかと思いますが、「闘魂SHOP」にお見えになる方は、「ごく普通の方々がほとんど。全体的にはとてもキチツとなさっている方が多くて、例えこちらがミスしてしまっても、逆に非常にいいねいに応対してくださったり、とても良質なお客さまが多いです。よく勉強なさっていて、商品に関する質問もお答えしやすい。そういう意味では、プロレスがより広く普及し、ファン層も成熟してきているのではないかと思います。

旗揚げ時に比べると、女性ファンも増えつつあります。目立つのはカップルですね。男性がプロレスファンで、女性を連れてくるんです。単独の方と合わせると、女性客は約3割いらっしゃいます。

人気のあるグッズはTシャツを中心に、選手に関わる物。選手が着ているのと同じものが好まれます。「選手になりきりたい」という願望が強くあるようですね。新日本プロレスという団体に対してよりも、特定の選手に対してファン意識を強く持っている方が多いんですよ。

我々、新日本プロレスで今人気が高いのは、蝶野正洋選手とグレート・ムタ選手。ファンにとって、彼らは別次元の存在、カリスマ的存在になんです。大仁田厚選手や小川直也選手などもそうですが、いるだけで圧倒的な存在感を放つような選手が好まれますね。

ファン同士の横のネットワークも強いようです。インターネットの掲示板などでも、情報の交換は活発です。また、選手毎にたくさんの方

ンクラブがあるんです。プロレスグッズショップの中にはファンが集う場所になっているような場所もあって、選手に関する事細かな情報や、最新のグッズ情報がやりとりされているようですね。

■格闘技というと男性マニア中心と思われがち。過去にはその傾向は顕著だったが、現在は女性も増加。新日本プロレスリングのオフィシャルショップ「闘魂SHOP」でも、硬派一辺倒ではなくソフト路線も採り入れながら、新たな層の獲得を狙う。しかし、あくまでも本業は「プロレス興行」。ファンは試合を第一に位置づけており、それに付随するものとしてグッズショッピングを楽しんでいる。

プロレスのコアなファン層を狙ったグッズ以外に、昨年の秋頃から少量ですが、プロレスっぽくなく、シティユースでも違和感のないデザインのアパレルを揃え始めました。

一つには、やはり女性層をターゲットに取り込みたい、という思いがあります。カップルで女性が見えても、実際に買い物をするのはほとんどが男性。せっかく来ていただいた女性に、1点でも「買ってみようかな」と思っていただけのような商品展開を試験的に始めています。プロレスが一般的な趣味の一つになってきますから、その流れをさらに広げていきたいんです。

お店にいらっしゃるお客さまは、とてもじっくりと物を選んで行きますね。滞留時間は長いと思います。店

「カリスマ」への憧れをグッズに投影。カップルや女性も目立つプロレス人気。

さまざまな市場動向を探るMarket Eye。
今回スポットを当てるのは、プロレスの世界。
力道山からジャイアント馬場、アントニオ猪木の時代を経て
多数の団体が群雄割拠し
新たなヒーローを次々に生みだしている現在
ファン層も、マニア中心から大きく変貌。
年齢層、性別を問わない一般層へと幅広く拡大している。

市場を見る
Market Eye
市場を知る



新日本プロレスリング(株)
東京都渋谷区

営業本部 ソフト事業部/安原 潤さん
アントニオ猪木氏が1972年に設立。当時から山本小鉄、藤波辰巳などの有力選手を擁し、業界を引っ張ってきた。89年、坂口征二氏が社長に就任。92年には島原で「雲仙災害被災者激励試合」を開催して被災者を無料招待、95年には北朝鮮・平壤メーデースタジアムにて「平和のための平壤国際体育・文化祝典」を開催するなど、社会活動にも取り組んでいる。その新日本プロレスとファンをつなぐ接点のひとつが、関連グッズ販売などを行なう「闘魂SHOP」。同社のオフィシャルショップとして93年にオープンし、現在は東京2店、大阪1店の3店舗。中心客層は20代の男性だが、小学生から年配まで客層は幅広い。安原さんは、ショップの運営全般に携わるマネージャー的存在。



内では試合の新作ビデオを放映しており、それをじっくりご覧になったりしています。平均しても30分ぐらいはお店にいらつしやると思います。

「ショップも立ち上げの頃はお客さまと親密にお話をし、情報交換したりしていました。最近ではビジネスとして多忙になってきたこともあって、ゆっくりしたふれ合いの時間がとれなくなりました。ファンの方が望んでいることでもありませんし、もちろんなるべくお話しする機会を作ろうと努力してはいるんですが……。」

「闘魂SHOP」はファンにとっては総本山のようなものです。商品プラスαの情報を求めているのは間違いないので、こちらとしてももう少し時間を作らないと、と反省しています。

グッズ販売に関しても、あくまでも最初にプロレスがあつて、それに付随してグッズがある、という位置づけです。グッズ人気が先行することはありません。試合直前や直後には、その試合関連のグッズやビデオがよ

く出ることからも、そのことが分かります。まずは試合を観る、それからグッズを買う、というのが、基本的な流れです。販売サイドとしても、その流れに乗ってタイミング良く商品を開発していく必要があると思っています。

■「闘魂SHOP」は、オフィシャルショップというポジションからも、「他では得られない情報」を求めるファンの期待値が高い。必ずしも立地条件の良いショップではないが、新日本プロレス本社と併設という付加価値が、ファンの足を向かわせている。

「闘魂SHOP」は東京・渋谷と池袋、それから大阪に3店舗展開しています。地域差は特に見られないですね。ただ、「こ渋谷だけは、本社と同じ場所にありまして、ファンの方の中でも位置づけが違うようです。聖地に近いような存在ですね。選手に会えるかもしれない、何かとおきの情報が手に入るかもしれない、という期待感の高い場所なんです。駅から近いわけでもないですし、ショップの立地としては必ずしも良い場所ではないんですが、みなさんわざわざ足を運んでくださるのは、「こが本社のある総本山だからなんです。何しろ、修学旅行のコースにまでなっているぐらいですから(笑)。」

「新日本プロレス」グッズの販売に関しては、この「闘魂SHOP」、インターネットや電話、ファックスなどによる通販、そして他のお店への卸でそれぞれ約1/3という割合になっています。その中でも、やはり直接「闘魂SHOP」で購入することがステイタスになっているようですね。

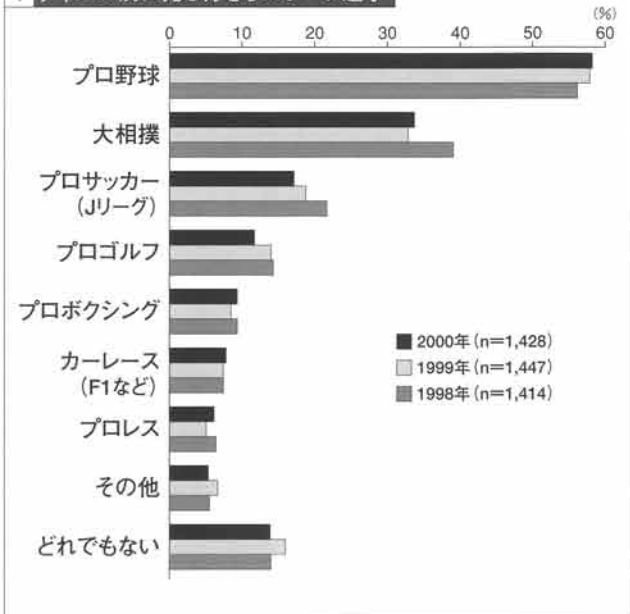
ですから、我々としてもスケールメリットを生かした多店舗経営を考えてはいるんですが、逆にオフィシャルな「闘魂SHOP」の数を増やさず、ステイタスシンボルにしておいた方がいいのかもしれない。「こでしか買えない」とか、「この大会でしか買えない」という限定ものは、非常に喜ばれますからね。

その一方で、ファンには「選手になり代わりたいたい」「選手の気分を味わいたい」という願望が強いですから、広いスペースのある店舗で、入口がちょうどリングへの入場口になっているような演出してみたいとも思っています。



スポーツ観戦事情

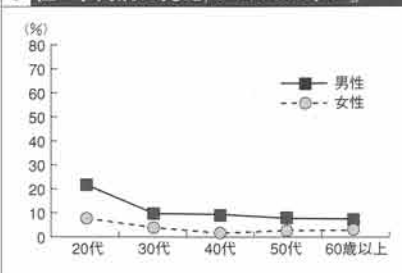
1 ジャンル別に見る好きなスポーツ選手



2 好きなプロスポーツ

順位	種目	2000年		1999年		1998年	
		(人)	(%)	(位)	(%)	(位)	(%)
1位	野球	498	52.5	①	59.5	①	49.9
2位	相撲	181	19.1	②	11.5	②	18.2
3位	サッカー	87	9.2	③	9.7	③	11.0
4位	ゴルフ	50	5.3	⑤	2.6	⑤	4.6
5位	ボクシング・プロレス	24	2.5	⑧	1.7	⑧	1.8
6位	柔道	21	2.2	⑦	2.0	⑦	2.0
7位	テニス	18	1.9	⑥	2.3	⑥	2.8
8位	マラソン・駅伝	16	1.7	⑩	0.9	⑩	1.2
9位	バスケット	10	1.1	—	—	—	—
10位	カーレース	9	0.9	⑨	1.6	⑨	1.3
*	スキー・スケート	9	0.9	④	3.7	④	5.0
	その他	26	2.7		4.5		2.2

3 性・年代別に見た「プロレスファン」



(社団法人中央調査社2000年5月調べ)

人気のあるプロスポーツは、プロ野球が圧倒的。年代、性別を問わず、幅広い層に「見るスポーツ」として親しまれている。大相撲の人気は凋落傾向から持ち直したが、サッカーは厳しい状況。「世界との格差が激しい」「プレーレベルが低い」など辛辣な意見が多く、内容を重視されるスポーツ観戦の厳しさを象徴している。好きなスポーツ選手でも野球が過半数を占め圧倒的だが、順位ではボクシング・プロレス選手が前年8位から5位に上昇、「カリスマ的存在の人気」を裏付けている。プロレスファンの年齢層では20代が最も多く、そのうち一定の割合で長くプロレスファンとなっていることが分かる。

Trading Tips

新聞や雑誌などから集めたちょっと気になる小売業、サービス業の話題

[日経流通新聞 9/19]

日経・若者調査(2) 社会貢献への意識向上

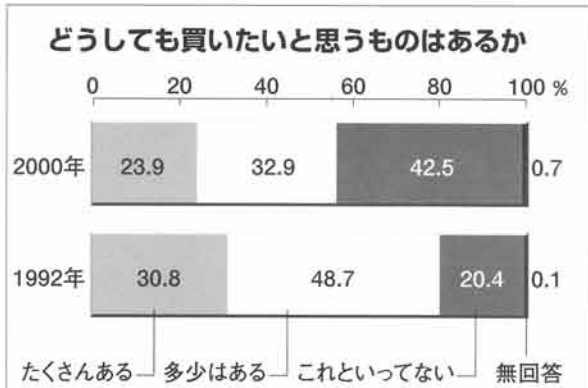
街なかでのマナー欠如を取り
ざたされがちな最近の若者た
ちだが、ボランティア活動に対す
る意識は高い。91年の調査と比
較すると、ボランティア活動の経
験者は30%以上と大幅にアップ
現在参加している人も、3.7%
で微増。特に10代にこの傾向が

強いという。
また、今後のボランティア活動
参加についても「積極的に参加
したい」「参加してもいい」が9
0%、54.3%とやはり91年を
上回っている。分野別では、老人・
身障者への福祉、国際交流、環境
保護などが関心を集めていた。

[日経流通新聞 9/19]

日経・若者調査(1) モノへのこだわり薄く

日経産業消費者研究所が実
施した「第13回若者調査」の分
析結果を伝えた記事によると、
若者たちのモノに対するこだわ



りが年々薄れているという。
「どうしても買いたいものがあるか?」という問いに、「たくさんある」「多少ある」と答えた人は約57%。92年と比較すると、22ポイントも下がっている。相対的に、「これといっ
てない」とする人は2倍以上に増加しており、モノが
氾濫し、食傷気味の様子が
如実にうかがえる。そのな
かで、「一番欲しいモノ」を
たずねたところ、トップは
パソコンなどの情報機器、
次いで衣料、3番目にクル
マバイクが入っている。
「お金を出してでもやってみ
たいこと」も、たくさん、あ
るいは多少「ある」と答え
たのは42%あまりと、モノ
以上に消極的。やってみた
いことで多いのは、1位が
海外旅行、続いて国内旅行、
スポーツの順となっている。

[読売新聞 9/30]

消費者物価指数 1%下落

総務庁によると、9月の東
京都区部・消費者物価指数
が、変動の大きい生鮮食品を
除く総合指数で前年同月比
1.0%、過去最大幅の下落
をした。この要因は、家電や
電化製品外食などの値下がり
が物価水準を一段と押し下げ
たためと見られ、経済企画庁
では需要の弱さを懸念。デフ
レ傾向に警戒しつつ「景気は
まさに勝負どころ」とコメント
している。

一方、日銀など、技術進歩
や流通合理化などに伴う「よ
い物価下落」と楽観する意見
もある。売れないからズルズ
ル価格が下がるのか、企業努
力などによる前向きな価格低
下なのか。「勝負どころ」であ
ることは間違いなさそうだ。

[毎日新聞 9/30]

2001年の流行色は「知性」がテーマ

服飾業界や化粧品業界な
どで構成される日本流行色
協会が発表した、2001
年・春夏の流行色は「知性」が
テーマ。

毎日新聞によると、こうし
た抽象的なカラートレンドは
かつてないことだという。提示
された22色は「落ち着いた色
調」という点で共通している

ものの、色合いはバラバラ。最
近は、今春流行したピンクの
ように奇抜でカジュアルな
シヤ系が主導だったが、こ
の秋から来年夏にかけては対
照的な「品位」や「大人の知
性」が主流を作る、という読
みらしいが、具体的に「知性」
を象徴する色は何なのか、同
協会も予測しがたいらしい。

消費者の好みの変化が早
く、個性的になってきているた
め、事前の特定は年々困難に
なってきたという。この秋冬は
「クラシック」「エレガント」「ゴ
ージャス」がテーマで、商品に
反映された色はブラウンとゴ
ールドだった。果たして、来年
の春・夏を彩る「知性」的な色
とは...?

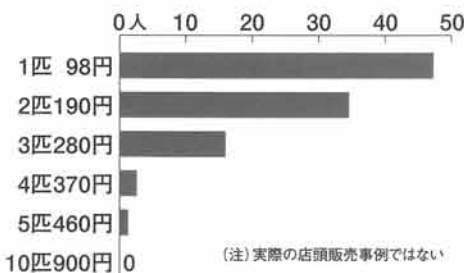
[日経流通新聞 9/23]

サンマの購買意欲をそそる数字

サンマのおいしい秋、ということ
で、日経流通新聞
が落語「目黒のサンマ」にちなんで同地の主婦100
人にアンケート。そのなかで、「サンマ1匹に出せる金
額は?」という質問には「100円以下」が46人でトッ
プ。100円ラインが相場ということらしい。

そこで、1匹当たりの値ごろは同じで、「1匹98円」
と表現をいろいろ変えて、「買う意欲をそそられるの
はどれか?」とたず
ねた。結果は、「1
匹98円」が47人で1
位、次が「2匹19
0円」の34人。単価
が一番安い「10匹9
00円」はゼロだっ
たそうだ。

サンマ、買い意欲 そその店頭表示は?



限られたスペースを最大限に活用

生まれ変わった 駅前スポーツショップ

YSP東大和南

東京都東大和市南街4-20-18

佐藤 公三 社長
伸一 店長



地域密着型のスポーツショップとして生き残りさらなる発展をめざすYSP東大和南さんは限られたスペースを最大限に生かしショールームを大胆にリニューアル。開放感にあふれ、周囲の美観も損なわない魅力的な店舗に生まれ変わった。「いま、店の仕事が楽しくてしょうがない」と笑顔を見せる佐藤伸一店長に店づくりのポイントを聞いた。



プロフィール

【略歴】 1964年、佐藤公三社長が現在の場所に自転車とバイクの店としてオープン。'88年、息子・伸一さんがヤマハの研修を終えて店に戻ったのをきっかけに、スポーツ店へ方向転換し、YSPとなる。

【立地】 東京西部の東大和市は、立川市、国分寺市の北側に位置し、周辺には玉川上水や多摩湖を中心とした狭山丘陵など、武蔵野の自然を残すベッドタウン。店は、市の南端を走る西武・拝島線の東大和市駅から徒歩3分ほどにある。表通りではなく、1本裏の道路に面しているが、朝・夕は駅に向かう通勤・通学者が数多く往来する。

【店舗】 昨年10月に大改装。スポーツショップらしい、モダンなイメージにリニューアルした。駅前のため、敷地面積は約85㎡と小さめだが、建物を敷地一杯まで取り、1・2階を店舗として活用する。1階はすべてフルオープンタイプのショールーム、2階がサービス工場。

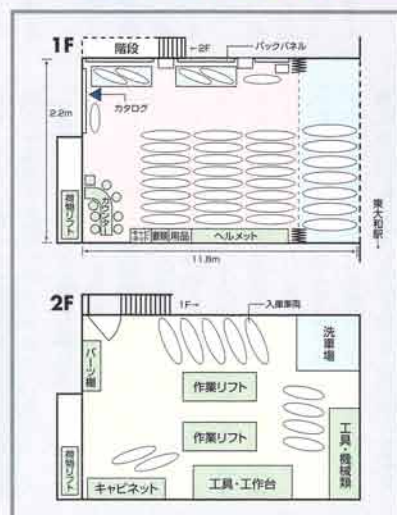
【商圏】 スクーター、スポーツともに、半径5kmが

中心商圏。地元で36年間営業を続ける老舗らしく、地域密着型の商売を展開する。

【販売】 販売はほとんど新車一本という、割りきった姿勢が特徴。中古車はあえて展示も在庫もせず、客注によってインターネットの業販を利用する程度。その分、修理やメンテナンスなどは何でも受け入れ、そこから固定客を増やしていく。総販は約250台、スポーツ：スクーター＝1：4。

【客層】 周辺は一戸建てが多い住宅地だけに、スポーツ車は独身の20代と50代の家庭持ち男性が中心。スクーターも同様に、主婦と学生が大半を占める。一方、隣接する小平市や国分寺市、立川市などにさまざまな工場が点在するため、ダイレクト通勤で50ccスクーターを利用する社会人も増加している。

【スタッフ】 佐藤公三社長(写真左端)、伸一店長に2人の奥さまを加えた、家族4人で経営。「楽しく仕事をして、息子が3代目を継ぎたいような店にしたい」と店長





遮へい物が何もないフリーなショールームは、配置替えも自由自在。展示車はすべて新車で、修理車などは2階サービス工場に入れるため、美観を損なうことがない



店内は、接客カウンターやマルチパネルなど、ワンポイントで赤を配してカラーコーディネート。カウンターの上のひさしやFACTORYの案内板は、奥に向かって広がりを感じさせるための視覚的演出

オープンスペースとショールームは、あえて境目のない構造。オープンカフェふうのアコーディオン式ウィンドーは、冷暖房する時だけ閉じる

狙いは認知度アップとイメージチェンジ

YSP 東大和南さんは、東京・多摩地区のベッドタウンを背景に、西武拝島線・東大和市駅から徒歩3分という場所で30年以上営業。地の利を生かして、地域に密着したコミュニティ中心の商売を展開してきた。

しかし10年ほど前、佐藤公三社長から2代目の伸一店長へ世代交代するにあたり、スポーツショップへと方向転換。さらに昨年10月、スポーツ需要を活性化するためのカンフル剤として、店舗を大きくリニューアルした。

新店舗の狙いは大きく分けて2つ。立地条件を生かした認知度のアップと、スポーツショップらしいイメージづくりだ。

「ここは駅前といっても、裏通りですから立ちにくい。まして店が古くなると、よけい存在感が薄れてしまいます。既存のお客さん相手ならともかく、新規客、特にスポーツユーザーを増やそうとすれば、従来のイメージを一新し、あらためて周囲に存在を強くアピールできる店舗リニューアルが一番効果的だと思ったんです」と伸一店長は話す。

お店の前の通りは、周辺地域の人たちが駅へ行き帰りする生活道路。朝夕の時間帯はむしろ通行量が多く、商店街のように販売店が軒を並べているわけでもないから、新店舗は目立って大きな存在感を示した。

同時に広告・宣伝も見直し、2カ月に1回の二輪専門誌広告以外は、駅の構内にアンドン看板を新設したり、新聞チラシを使うなど、地元の周辺に集約。「今まであったのを知らずに、新しくできたの？ なんていつて来店する人もたくさんいます(笑)。それだけ新規のお客さんが増えたってことじゃないか」

1階と2階の機能を完全分離 見せて引き込むショールーム

YSP 東大和南さんの新店舗は、入口から店内奥のカウンターまでいっさいの遮へい物を取り払い、オープンカフェスタイルに仕上げたショールームが特徴。入口部分にはアコーディオン式のウィンドーシャッターも付いているが、冬以外は使用せず、畳めば床から天井まで全開にできるので、その開放感は絶大だ。

店頭には「YSP」「YAMAHA」「YARD」の大きな看板を設置しているが、通りから店内をよく見渡せるおかげで、周囲からの注目度は相乗的に高く、お客さまをそのまま店内へスムーズに導くことができる。

照明は3種類を織り交ぜて使い、天井をできるだけ高く見せるため、埋め込み式にしてある。向かって右側の壁面は、自由に取り外したり配置を替えることができるマルチパネルを使用。展示車もフリーなショールーム全体を使って自由な配置が可能で、「模様替えが簡単にできるから、例えば春から夏にかけてスポーツ車を前面に押し出し、冬から春はスクーターを強調する」というように、いろいろな演出を試しています。

サービス工場は、ショールーム奥のカウンター横に「FACTORY」と表示されているが、そこにあるのは荷物リフトだけで、本物の工場は2階に設けられている。

「本来は、ちゃんと店の奥にガラス張りで見えるようなサービス工場があれば理想的なんです。」「駅前の店舗では、郊外型のように十分なスペースを確保することが難しい。フルオープンのショールームも見せかけの工場表示も、1フロア85㎡という限られたスペースをより広く見せるための工夫である。」

「以前の店舗でも工場は2階にありましたが、一部軽整備のために、ショールームの一角も工場にしていたんですよ。ところが、改装前にお客さんの意見を聞いてみると、



2階のサービス工場は、ショールームと同じ85㎡のスペース。入庫車置場も兼ねる十分な広さがあり、「預けて安心」と好評だとか



向かって右側の壁面は、取り外し・組み替えが自由なマルチパネル

車両展示のステージは、奥から段々に高さを変え、外からでも見やすいように工夫してある



中古車の販売は、店頭にいっさい在庫を持たず、インターネットの業販でまかなう。「中古のお客さんはつまみ食いが多い。目先の利益を追わず、新車中心の長期的な商売をやっていきたい」と話す

ショールームの下には、タイヤなどを保存する地下倉庫がある。「ここなら日に当たらないし温度変化も少ないので、ゴムの劣化を防げるんです」



東大和市駅の構内に掲げられた看板。「見るとはなしに目に入るようで、それなりの宣伝効果はある」という



「工場を見たいというお客さんは、もちろん上がってもらってかまいません。車両はすべてここにお預かりするので、雨さらしになったり、いたずらや盗難にあう心配もないと、みなさん喜んでくれます」
 都市型と郊外型の長所をそれぞれうまく取り入れた、スペース効率に優れた店舗例といえよう。

こうすることで、店頭で修理車が並ぶこともなくなり、周囲に対して美観を損わずにすむ。ショールームから2階へ行くには外階段を使わなければならないが、「工場を見たいというお客さんは、もちろん上がってもらってかまいません。車両はすべてここにお預かりするので、雨さらしになったり、いたずらや盗難にあう心配もないと、みなさん喜んでくれます」

うるさくて商談しにくいとか、オイル汚れが気になるという声が多く、今回ショールームと工場を1階、2階に完全に分離することにしました」



Scale Comparison

自分のフィジカルポジションに、バイクを比較していただき、イメージを掴んでください。

身長 1,850mm
 総取付長 1,335mm
 手元取付長 720mm

実際に座乗した場合は、個人差がありますがリアのサスペンションの伸び、足つきは上記の長より長くなります。目安としてご利用ください。

ULL LINEUP

cooter Business Competition

DIRECT INDEX ▶ 項目を選んでGOを押してください。 GO

INFORMATION

レース情報

世界選手権や全日本選手権の情報いただけます。

モーターサイクル車種別国産モデルの飛抜情報をご紹介します。

YAMAHA SEROW

110ccエンジンを搭載した、軽便なオフロードバイク。ロングライドにも最適な、快適な乗り心地を実現。また、オフロード走行にも最適な、高い安定性を確保。さらに、オフロード走行にも最適な、高い安定性を確保。さらに、オフロード走行にも最適な、高い安定性を確保。

気になる部分をクリックするだけで、商品の特徴が一目で把握できる「フィーチャーマップ」。スポーツモデル全車に採用

スポーツモデル全車で導入した「スケール比較」。自分の身長、ウェアのパターンをシミュレートし、車両のサイズと見比べることができる

YAMAHA オンライン見積

バイクの購入にあたって、希望のバイク・オプションなどを、購入に必要な金額、ご希望にあわせてシミュレーションします。実際の購入価格と合わせてご利用ください。

「オンライン見積」をご利用の方へ
 購入のシミュレーションを申し込むだけで、購入に関する相談ができる「接客サービス」もご利用いただけます。
 ※販売店の在庫状況により、オプションメニューが利用できない場合があります。

気軽に購入費用をシミュレートできる「オンライン見積り」。メーカー希望小売価格に基づく標準的な価格を、オプションパーツや保険と組みあわせて算出できる

ROAD STAR XJ1300 DRAG STAR 1100 DGC 1100 SR400 DRAG STAR 1000 XJ1000 DRAG STAR 200 SR1200 1200 MAJESTY

Big Naked Evolution XJR1300S

Majestyの魅力 Majestyスベッシュ

第3回東京モ Site 保存版

LINKS

YAMAHA PacificGP Inもてぎ

特別企画 アトミックアビリティ

★FIM2000ロードレース

もてぎのバシフィックGPで行なった「iモード」対応のメール情報サービス。レース速報が自動的に配信されるほか、待ち受け画面の写真データも入手できる

豊富なコンテンツと丹念な気配りで デジタルな情報を見やすく、使いやすく。 さらに充実したヤマハホームページ！

知りたい情報を、いつでも、必要なだけ取りだせるインターネットホームページ。ヤマハでは、1997年1月に公式ページを初公開して以来、デジタルコミュニケーションならではのメリットを生かすさまざまな工夫を凝らし、充実化をはかってきました。そのなかで、最近特に注意を払っているのは、情報のスピードアップと快適さ、使いやすさ。例えば速報性が求められるレースページでは、鈴鹿8耐や日本開催のWGPについてスペシャルサイトを設け、タイムラグのないライブ情報を提供。さ

らには、携帯電話のiモードを使ったメールサービスにもトライしています。また製品情報コーナーでは、実際にニューモデルを見て触って確かめる感覚に近づけられるよう、「360度ビュー」や「排気音チェック」、「スケール比較」などを設定。デジタルな情報、手段をアナログな感覚と気配りでフォローしようと試みています。ぜひみなさまの店頭でも、お客さまへのデモンストレーション、情報提供のひとつとして積極的にご利用ください。

