

ヤマハニュース Yamaha News

2003 FEB. No473

2

What's
new

MAJESTY・MAJESTY C・MAJESTY ABS
DragStar400・DragStarClassic400
DragStar1100・DragStarClassic1100
JOG-ZR / NEW PASリトルモア
2004 スノーモデルほか



MC FRONT LINE

Case Study

バイクショップ 百景

SR 25周年。愛される理由
がんこフードサービス(株)
～人材を育成する～

YSP 東京南

○：今回の新しい特長 ●：従来の主な特長

DS4：ダークパーブリッシュブルーメタリックL(新色)



イモビライザー装備のDS4 インパクトカラー投入のDSC

400ccアメリカンクラスで圧倒的な支持を得ている「ドラッグスター」と「ドラッグスタークラシック」。2003年モデルは、ロー&ロングボディと空冷エンジンが織りなすデザイン性を生かしてカラーリング変更。DS4はブラック、ホワイトの色調を変え、新鮮さを強調したブルーの3色展開とし、盗難抑止に配慮したイモビライザーも装備。DSCは、定番のブラックとホワイトをそのままに、鮮烈なレッドで派手さをアピールしています。



DS4：ヤマハブラック(新色)

DS4：ブルーイッシュホワイトカクテル1(新色)

ヤマハスポーツ

DragStar400 / DragStarClassic400

3月3日 新発売

¥659,000 / ¥669,000

カラー：3タイプ(新色3) / 3タイプ(新色1)

- DS4のカラーはオールニューの3バリエーション。DS11ゆずりのヤマハブラック、迫力と精悍さが魅力のブルーイッシュホワイトカクテル1、アメリカらしいテイストのダークパーブリッシュブルーメタリックL
- DSCは、目に鮮やかなカーマインレッドを新たに加え、クラシカルなオーセンティックアメリカンイメージのニューパールホワイトとヤマハブラックは継続
- DS4には、XJR1300やSRで採用した、偽造キーや不正な手段によるメインスイッチへのアクセスを受け付けられないイモビライザーを装備
- アメリカンカスタムの本流「ロー&ロング」スタイル
- クラス唯一の空冷Vツインエンジン
- 走りも満喫できるスポーティな足まわり(DS4)
- クラシックアメリカンらしい外観(DSC)

DSC：カーマインレッド(新色)



ヤマハスポーツ

DragStar1100 / DragStarClassic1100

3月3日 新発売

¥830,000 / ¥880,000

カラー：2タイプ(新色1) / 3タイプ(新色2)

- 国産ビッグアメリカンの旗手・DSC11は、クラシックらしい重厚さのあるヤマハブラックと若年層にアピールするカーマインレッドを新色とし、ダイナミックな力強さが漂うニューパールホワイトは継続
- スポーティアメリカンのイメージを持つDS11は、シリーズ共通のヤマハブラックを新設定し、人気のシルバーメタリック1は継続
- DSC11には、XJR1300やSRで採用した、偽造キーや不正な手段によるメインスイッチへのアクセスを受け付けられないイモビライザーを装備
- メッキシリンダー、浸炭コンロッド、鍛造ピストンなどを織り込んだ空冷・SOHC・Vツインエンジン
- 排気ガス浄化に役立つエアインダクションシステム
- ドラッグスター独特のロー&ロングスタイル

DSC11：
ダルレッドメタリックD(新色)



DSC11：
ヤマハブラック(新色)



DS11：
ヤマハブラック(新色)

ビッグアメリカンを強調するDSC11
カスタムイメージで攻めるDS11

国産アメリカンNO.1の人気を誇る「ドラッグスタークラシック1100」は、盗難抑止効果の高いイモビライザーを装備するとともに、どっしりしたクラシックの存在感を重厚なブラックとインパクトあるレッド、2つの新色で表現。カスタム感の強い「ドラッグスター1100」は、クラシックと同じブラックを新たに投入しています。

※ここでご紹介した商品の価格は、メーカー希望小売価格(沖縄および一部地域を除く)です。
 ※価格には、保険料、税金(消費税含む)、登録に伴う諸費用は含まれていません。

年間2万台突破の大ヒットモデル 2003ニューカラーが新登場!

昨年、単一機種としては14年ぶりに年間販売台数2万台(出荷/3モデル合算)を突破したマジスティ。基本デザインや快適性、収納力などバランスのよい多角的な商品性、さらには豊富なアフターパーツに支えられたカスタムベースとして、お客さまの圧倒的な評価を獲得しています。

2003年モデルは、人気色を押さえながら、お客さまのニーズにより広く応える新色を設定。もっともユーザー年齢が若い「マジスティC」に新しくビビッドなイエローを、また年齢層が幅広いスタンダードにはクオリティ感のある渋めのブルー、アダルト層に人気のABS仕様は重厚なガンメタ系のシルバーを加え、3モデル6カラーのラインナップとしています。

ヤマハスクーター

マジスティ/マジスティC/マジスティABS

3月3日 新発売

¥559,000/¥579,000/¥599,000

カラー：3(新色1)/3(新色1)/1タイプ(新色1)

- スタンダードモデルのマジスティは、新色にシックな深みのあるブルー(ダークパーブリッシュブルーメタリック)を採用。人気色の軽快でスポーティなホワイト(シルキーホワイト)、アダルトなシルバー(シルバー3)は継続
- 若者に人気のマジスティCは、フレッシュなイエロー(ライトレディッシュイエローソリッド1)を追加。カスタムベースとして定番のブラック(ブラック2)とホワイト(シルキーホワイト)は継続
- マジスティABSは、アダルト層に人気のシルバーをABS専用色(ダークグレイメタリックA)に変更し、プレミアム感を演出
- スポーティな5速メーター
- アンサーバック機能付きのリモコンキーシャッター
- “スポーツセダン”らしい高バランスな車体・エンジン・デザイン

マジスティABS:
ダークグレイメタリックA(新色)



マジスティ:
ダークパーブリッシュブルーメタリックL(新色)



マジスティC:
ライトレディッシュイエローソリッド1(新色)

ヤマハスクーター

JOG-ZR

3月20日 新発売

¥179,000

カラー：3タイプ



ブラック2



シルバー3



ラジカルホワイト

- 夜の駐輪場でもキーを差しやすい「メインスイッチ・キーホール照明」
- 突き上げ感の少ない正立オイルダンパー仕様のフロントフォーク
- 継ぎ目のない真空一体成形シート
- JOG独自の多機能リモコン(リモコンJOG)
- 盗難抑止効果の高い「Gロック」

商品性向上&新価格で
魅力アップしたJOG-ZR

リモコンJOGシリーズを「最高のスタンダードスクーター」として位置づけたヤマハは、乗り慣れた代替ユーザーにも満足いただける優れた性能と、幅広い人たちに受け入れられるデザインを追求しています。若者に人気の高いスポーツスクーター「JOG-ZR」では、基本デ

ザインをそのままに、シリーズ共通の正立オイルダンパー付きフロントフォークや一体成形シートに加え、メインスイッチ・キーホール照明を採用。台湾への生産拠点移管による新価格実現と合わせ、市場競争力をいっそう高めています。

チャイルドシートや日常機能をさらに高めたヤングミセス仕様

子育て世代のヤングミセスに人気のPASリトルモアがモデルチェンジし、「NEW PASリトルモア」として新登場します。標準装備のチャイルドシートに3点シートベルトや幼児をガードするクッション、ワンタッチで大型バスケットに早変わりする機能などを採用。また各部にアルミパーツを使って軽量化をはかったほか、幼児や荷物を載せても乗り降りしやすいステップスルー式のアルミフレーム、ワンタッチでサドルの高さを調整できる「ラクのりシート」、駐輪時のハンドルふらつきを防止するパーキングストップバーなども採用し、日常的な利便性を追求したモデルです。

オレンジ



オレンジ

ヤマハ電動ハイブリッド自転車
NEW PASリトルモア

2月25日 新発売

¥99,800 (専用充電器含む)

カラー：2タイプ

ブリリアントシルバー



R1ベースのエンジンを搭載した
“RX”シリーズがさらに充実!

YZF-R1ゆずりの4ストロークDOHC5バルブ4気筒エンジンをアルミ製フレームに搭載。圧倒的なパワーと軽快なハンドリング性能が好評のヤマハRX-1に、より多彩な走行環境で柔軟に対応できる走行性能と、ロングランでのさらなる快適性を追求した「RXWarrior(アールエックス・ウォーリア)」が新登場。さらに「RX-1」と「RX-1マウンテン」も、サスペンションやスタビライザー、シート形状、トラックプロファイルなどに改良を加え、各部の軽量化などによる運動性、走行性、快適性の向上を実現しています。

2004ヤマハスノーモビル

RXWarrior/RX-1/RX-1 Mountain

2月17日 世界同時発表

¥1,340,000/¥1,290,000/¥1,390,000

カラー：各1タイプ

RXWarrior:シルバー3

RX-1:
ヤマハブラック



※RXウォーリア、RXマウンテンはリバースギアを標準装備

扱いやすい600ccモデルも登場
本格派スーパースポーツシリーズ

伝統の2ストローク696cm³エンジンを搭載するハイポテンシャルマシン「SXヴァイパー」と、ロングトラック仕様の「SXヴァイパー・マウンテン」が改良を加え、カラーチェンジ。燃焼状況に合わせて点火時期を制御するDCS(デトネーション・コントロール・システム)や操縦性に優れたサドルレス・プラスチックスキーなどを採用し、いっそうのスポーツ性能向上をはかっています。新登場の「SXVenom(エスエックス・ヴェノム)」は、SXヴァイパーの軽量フレームに、軽量・コンパクトな593cm³エンジンを搭載。手軽に本格的なスノーモビルスポーツを楽しめる高性能と扱いやすさ、購入しやすい価格を実現したマシンです。

SXVenom:
ディーパーブリッシュブルー・メタリックC

SXViper Mountain:
ヒートレッド



SXViper:
ヤマハブラック



4スト・スノーモビル専用
ヤマハ純正オイル「R-FORCE」

スノーモビルの4ストロークスーパースポーツ「RX」シリーズに合わせて開発した、純正指定エンジンオイル。低温時の始動性と高負荷時の潤滑性に優れた効果を発揮します。

●スノーオイル「R-FORCE」
¥7,300

部品ナンバー: 90793-32129
規格・品質: SAE 5W-30 部分合成油
容量: 4ℓ角缶(1ケース/6缶)
取扱: ワイズギア

2004ヤマハスノーモビル

SXVenom/SXViper/SXViper Mountain

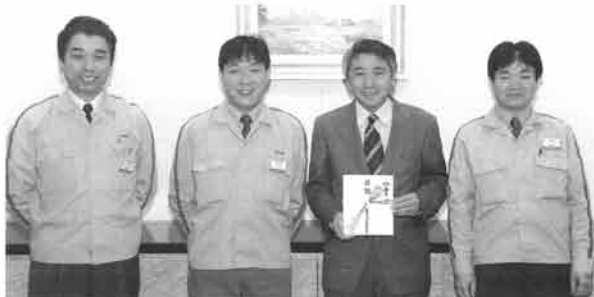
2月17日 世界同時発表

¥890,000/¥1,190,000/¥1,290,000

カラー：各1タイプ

SXヴァイパーマウンテンはリバースギアを標準装備

モーターマガジン社 「バイク・オブ・ザ・イヤー」 XJR1300などヤマハ車が 4部門で1位獲得!



モーターマガジン社より、1位を獲得したマシンの表彰式が行われた

モーターマガジン社が行なうモーターサイクルの人気投票企画「ジャパン・バイク・オブ・ザ・イヤー-02」が発表され、ヤマハでは4台が部門1位に選ばれました。

この賞は、二輪専門誌「オートバイ」「ゴグル」「ミスターバイク」「ボンバイカーズ」が合同で行い、今回で25回を数える名物企画。総投票数も約3万5千票と非常に多く、市場の人気をダイレクトに反映した信頼性の高さが特徴です。ヤマハのモーターサイクルは外車クラスを除く8ジャンルでノミネート。XJR1300が連続V3を達成した「国内BIGクラス」をはじめ、「国内250クラス」TW225、「オフロードクラス」では、7年ぶりに1位を獲得したセロー225WE、「スクータークラス」は2年連続1位のTMAXがそれぞれトップを獲得。さらに残りのジャンルでも多くの機種が上位にランクインしました。

上位入賞のヤマハ車

- 輸入車クラス:2位 YZF-R1
- 国内BIGクラス:1位 XJR1300
- 国内400クラス:2位 SR400、4位 XJR400R
- 国内250クラス:1位 TW225
- 国内50-125クラス:3位 RZ50
- アメリカンクラス:2位 XV1700ロードスター、3位 ドラッグスター1100
- オフロードクラス:1位 セロー225WE
- スクータークラス:1位 TMAX、3位 マジェスティ

Passolが二輪車として初受賞! 「資源エネルギー庁長官賞」

ヤマハの電動リックモーター「Passol」(パソル)が、(財)省エネルギーセンター主催の第13回「省エネ大賞」で、二輪車として初の「資源エネルギー庁長官賞」を受賞しました。



「Passol」はENEX2003「第27回地球環境とエネルギーの調和展」(東京ビッグサイト/2月6日~8日、インテックス大阪=2月13~15日)で展示された

省エネルギー関連表彰の中でも特に権威のあるこの賞は、地球温暖化ガスの排出量削減に貢献するため、優れた省エネルギー、省資源性などを実現した民生用エネルギーを持つ機器・システムを広く公募し、特に優れたものを表彰することで、開発・普及を支援するものです。「Passol」は、世界最高水準の家庭用電源から充電できる軽量・高出力な脱着式リチウムイオンバッテリーと静粛かつ軽快な走りを実現する超薄型電動パワーユニットを搭載。1充電あたり12円の経済性と、クリーンな電気エネルギーの使用で排出ガスをなくしたことなどが評価されての受賞となりました。

ライダーの心はずむ春のイベント! モーターサイクルショーが3月21日スタート



昨年のヤマハブースではYZR500の走行シミュレーションなどを設置し、ひとさわりの来場者で賑わった

ベテランライダーから初心者ライダー、バイクに興味がある人なら誰もが楽しめる、春の恒例イベント「モーターサイクルショー」が、大阪、東京でそれぞれ開催されます。国内外のニューモデルはもちろん、カスタムバイク、ウェア、パーツ&アクセサリなど、モーターサイクルにまつわるあらゆるグッズが展示。また、屋外でも体験試乗会や、少年少女モーターサイクル教室などさまざまなイベントが予定されており、国内最大級の二輪の祭典にふさわしい内容となっています。ぜひ、多くのお客さまにご案内ください。

第19回大阪モーターサイクルショー

- 会期/ 2003年3月21日(金・祝)10:00~18:00 一般公開
22日(土)10:00~17:00 一般公開
23日(日)10:00~17:00 一般公開
- 会場/インテックス大阪6号館
- 入場料/ 前売券 一般入場券1200円 ペア入場券2100円
当日券 一般入場券1500円 ペア入場券2500円
- 主催/大阪二輪車協会
- 問合せ/大阪モーターサイクルショー2003事務局
TEL.06-6344-5067
<http://www.motorcycleshow.jp/>

第30回東京モーターサイクルショー

- 会期/ 2003年4月4日(金)
10:00~18:00 業界関係者特別公開
13:00~18:00 一般公開
5日(土)10:00~18:00 一般公開
6日(日)10:00~17:00 一般公開
- 会場/東京ビッグサイト
西2ホール/アトリウム/屋外展示場
- 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1000円
男女ペア券 2500円
- 主催/東京モーターサイクルショー協会
- 問合せ/東京モーターサイクルショー運営事務局
TEL.03-5457-2106
<http://motorcycleshow.org/>

「Skoop On Somebody」武田さん ドラッグスター1100の迫力に大興奮!

音楽、サーフィンなどを通して独自のライフスタイルを築き、音楽グループ「Skoop On Somebody」のボーカルとして人気を集める武田さんが、ドラッグスター1100ユーザーの仲間入りを果たしました。シルバーにカラーコーディネートされたDS11は、(株)ワイズギアの協力で、Tバーハンドル、パツワングライト、スペシヤルマフラーなどでフルカスタムが施され、より存在感がアップ。武田さんが何度も足を運び、ヤマハの担当者との入念な打ち合わせを繰り返した未完成したごたわりの一台です。そのなかでも武田さんが一番こだわった、タンクに刻まれた「DragStar」の文字は、独特の字体でDSの個性をいっそう引き立てています。実物を目の前にした武田さんは、興奮を隠しきれない様子で、喜びの声を上げました。

「僕はアメリカの音楽に憧れを抱き歌を始めたのですが、最初は洋楽のコピーばかりでした。しかしこの頃から、日本人が作った日本語の歌をうたうことが大切だと感じ始めたのです。アメリカンバイクも僕のなかでは比較的外車が人気で、歌の世界と同じように、どの国内メーカーも外車の真似をしている印象がありました。しかしヤマハのドラッグスターは「一目見て、日本人が作った、日本人のバイク」という強烈なイメージが感じられ、自分のイメージに一番近いバイクだと思いい、たちまち心を奪われたのです。今日初めて完成車に跨りましたが、昔から乗っているような不思議な感覚。背後から聞こえてくる園切れのいい低音も僕好みです。とにかく完璧、本当に感謝しています。今後は、さまざまな媒体に登場する予定で、多くの若者たちの注目を集めることでしょう。

「今日のライブ終了後は、ドラッグスターでハッピーなツーリングができそうです」と嬉しそうに語っていた

2003年AMAスーパークロス開幕 リードが初戦を制す!

2003年レースシーズンの先陣を切って、1月4日カリフォルニア州アナハイムで、AMAスーパークロス選手権がスタート。今年のファクトリーチームからは、昨年スーパークロス2位の実力者D・ビーラマンがYZ250M、T・フェリーがYZ450F、C・リードがYZ250を駆って出場しました。

その第1戦アナハイム大会では、リードが昨年のチャンピオン、R・カーマイケルを24秒差という大差で抑え、堂々のファーストチェッカー。3位にフェリー、4位にビーラマンが入り、ヤマハ勢は絶好のスタートをきります。

つづく第2戦フェニックス大会でもリードが2位に入り、シリーズランキングトップをキープ。フェリーも3位に入り、2人が2戦連続で表彰台を獲得しました。

全16戦のシリーズはまだスタートしたばかり、チャンピオンを目指し全力で戦う選手たちに、熱い応援よろしくお願いたします。



今年125ccから250ccへのステップアップを果たしたばかりのリードだが、連続表彰台は見事

AMA 2003シリーズランキング SX250 (第4戦終了時)

1	R・カーマイケル	Honda	90
2	C・リード	Yamaha	84
3	T・フェリー	Yamaha	74
4	E・ラスク	Kawasaki	71
5	D・ビーラマン	Yamaha	67
6	S・トータリ	Suzuki	57

AMA SX125 西 (第4戦終了時)

1	J・シュワートJr	Kawasaki	97
2	T・プレストン	Honda	72
3	A・ショート	Suzuki	72
4	C・ゴセラー	Honda	65
5	B・ラニノビッチ	KTM	61
6	M・ウォーカー	Kawasaki	56



戸沢は01・02年とスーパーA級クラスでチャンピオンを獲得しており、今年は3連覇がかかっている

ヤマハスノーモビルチームは、2003年1月19日から3月2日までの全5戦で開催される「2003 M F J 全日本スノーモビル選手権シリーズ」に参戦いたします。

全日本スノーモビル選手権開幕! スーパーA級クラス連覇に向けて好発進

参加カテゴリーは、国内最高峰クラスの「スーパーA級」で、ヤマハのサポートを受けた戸沢真司、川越清貴、寺崎雅史、下村大介の4選手がエントリーします。

レース活動においては、市販のスノーモビル「SXウエイパー」を使用。全日本選手権シリーズで得たセッティングデータなどをユーザーにアウトプットしたり、レーシングマニアルなどの資料配付や、セッティングスクールの開催を行ない、スノーモビル普及、活性化を目指した活動も合わせて行なっています。

1月19日、グリーンピア津南で行なわれた開幕戦では、ヒート1、戸沢がホールショットを奪うと、そのままトップを守りきりファーストフィニッシュ。続くヒート2でも、川越が3位、戸沢も4位と、幸先の良いスタートをきりました。

確かな知識と技術力でCSアップ! 「YTS講習会」をご活用ください

ヤマハ二輪車整備士講習会日程 (2月)

会場	2月		
	ベーシック	マスター	パス
SC北日本			
SC北関東		18~20	19
SC西関東	18~20		
SC中部			
SC近畿	4~6		
SC中四国			
SC九州		4~6	

ベーシック:
ヤマハスクーターエンジンのオーバーホール整備とそれに準ずる測定の実習
マスター:
ヤマハ4サイクル4気筒エンジンのオーバーホール整備と基本的トラブルシューティングの実習
パス:
パスに関する一般整備知識の実習

※3月は講習会の予定がありません。

ヤマハ提供 BSデジタル番組「75mph」放映日程

BSデジタル放送によるヤマハ提供番組「75mph」では、自分の価値観を大切に生きる「人」にスポットを当て、その人とともに豊かな時間を創出するパーソナルビークルを表現しています。2月も以前好評いただいたものを再放送していますので、見逃してしまった方はこの機会にぜひご覧ください。BS FUJI/毎週日曜22:55~23:00 (再放送は毎週水曜11:55~12:00) 放映

日程	登場人物	登場商品
2月2日	オスカル&ジョルディ	バイク(スペイン)
2月9日	ダニエル・フランシストラ	バイク(スペイン)
2月16日	須藤英一	バイク(日本)
2月23日	田中ユキ	バイク(日本)

リコール&サービスキャンペーンのお知らせ

下記リコール、改善対策、サービスキャンペーン車両の改修・修理を行っております。大変ご迷惑をおかけしますが、ご協力のほどよろしくお願いいたします。詳しくは、ヤマハ・ホームページ(<http://www.yamaha-motor.co.jp/news/recall.html>)などでお確かめください。

商品名	車体番号
【リコール対象車】	
●リモコンJOG・JOG・JOG-ZR (CV50)	SA16J-000054~030338、SA16J-030400~030699
●ニューJOG (YV50)	SA01J-000053~015232
●JOGボシェ (YV50H)	SA08J-016949~022752
●JOGアブリオ (YJ50)	SA11J-034463~048838
●JOG-ZR (YG50ZR)	SA13J-011177~015778
●JOG-Z (YV50Z)	SA12J-024662~034241
●ビーノ (YJ50R)	SA10J-029576~042775
●ビーウィズ (YV50)	SA02J-100101~104489
●ギア (BA50)	UA03J-000013~006302
●グランドアックス (YA100)	SB01J-100101~138056、SB01J-100101~103519
●グランドアックス (YA100)	SB01J-100101~106487、SB01J-106553~106555
●シグナス (XC125M)	SE01J-000101~005648
●シグナス (XC125SV)	SE07J-000106~000590
●シグナス (XC125D)	4TG-000101~008778
●TW225E	DG09J-000019~003196
●マジスティABS	SG01J-003245~006687

商品名	車体番号
●マジスティ	SG03J-026479~028473、SG01J-000015~006707、SG03J-000027~015548、4HC-061237~070060、SG03J-023359~028533
●ドラッグスター (XVS250)	VG02J-000020~001069、VG02J-001170~001269、VG02J-02672~02751、VG02J-000020~004993
●ドラッグスター (XVS1100)	VP10J-000019~003178、VP13J-000163~002707
●ドラッグスタークラシック (XVS1100A)	VP13J-000013~002687
●ロードスター	VP12J-000008~000967
【改善対策対象車】	
●シグナス (XC125SV)	SE07J-000101~001560
●メイト (V50)	UA04J-000016~020905
【サービスキャンペーン対象車】	
●ジョグボシェ (YV50H)	SA08J-028523~036627
●JOGアブリオ (YJ50)	SA11J-065039~086782
●ビーノ (YJ50R)	SA10J-044334~065863
●グランドアックス (YA100W)	SB06J-206603~214916

2003年ヤマハレース参戦体制決定！ 頂点を目指して挑戦が始まる

2003年、ヤマハチームは4月の本格的なレースシーズンに向け体制を決定。新メンバーを加え、日本そして世界の頂点を目指します。すでに1月にキックオフしているAMAスーパークロス選手権では、ヤマハの3選手が快調なスタートをきりました。そして、以前もお伝えした通り、MotoGPには3チーム5人の選手が出場します。モトクロス世界選手権は、モトクロスGP、125cc、650ccに

クラスが変更。このなかでステファン・エバーツとマルニック・ベルブーツは、モトクロスGPクラスに出場する予定です。

全日本ロードレース選手権には、JSB1000クラスで「YSP&PRESTOレーシング」から中富伸一とYZF-R1の出場が決定。そして全日本モトクロス選手権は、「ヤマハレーシングチーム」から釘村太一、釘村忠、渡辺学に、出原忍、村岡康裕が加わり、さらに充実した体制へと生まれ変わります。またトップブライバターの小池田猛、大河原功次も昨年に引き続き参戦が決定しました。また、全日本トライアル選手権では、成田匠、渋谷勲がエントリーします。

今年も多くの方々にヤマハレーシングスピリットを体感していただけるよう全力を尽くしますので、暖かいご声援よろしく願いいたします。

● ロードレース世界選手権

MotoGPクラス

フォルトゥナ ヤマハ チーム

YZR-M1 YZR-M1



カルロス・チュカ



マルコ・メランドリ

ゴロワーズ ヤマハ チーム

YZR-M1 YZR-M1



アレックス・パロス



オリビエ・ジャック

チーム ダンティーン

YZR-M1



中野真矢

● AMAスーパークロス選手権

250cc クラス

ヤマハ ファクトリー モトクロス チーム

YZ250 YZ450F YZ250



ダヴィッド・ビーラマン



ティム・フェリー



チャド・リード

● 世界モトクロス選手権

モトクロスGPクラス

ヤマハ ファクトリー チーム

YZ450FM YZ450FM



ステファン・エバーツ



マルニック・ベルブーツ

● 全日本ロードレース選手権

JSB1000クラス

YSP&PRESTOレーシング

YZF-R1



中富伸一

● 全日本モトクロス選手権

ヤマハレーシング チーム

YZ250 YZ450F YZ450F YZ125



釘村太一



釘村忠



渡辺学



出原忍

Ohkawara Kohji Racing

大磯ムスタング

YZ450F

YZ450F

YZ250



村岡康裕



大河原功次



小池田猛

● 全日本トライアル選手権

IAスーパークラス

ハザードブレイカーズ

SY250

チーム TY'S

SY250



成田匠



渋谷勲

2003 レースカレンダー

		2003年主要レース日程一覧(暫定)												
2003		World Championship			Japanese Championship			AMA Championship						
		MotoGP	SB	MX	RR	MX	TR	SX250	SX125/N125					
		MotoGP/250/125	WSB/WSS	GP/125/650	JSR/250/125/ST	250/125								
1月	5									1.アナハイム(4)	West1.	5		
	12									2.フェニックス(11)	West2.	12		
	19									3.アナハイム(18)	West3.	19		
	26									4.サンフランシスコ(25)	West4.	26		
2月	2									5.アナハイム(1)	West5.	2		
	9									6.サンディエゴ(8)	West6.	9		
	16									7.ミネアポリス(15)	East1.	16		
	23									8.アトランタ(22)	East2.	23		
3月	2									9.インディアナポリス(1)	East3.	2		
	9		1.スペイン							10.デイトナ(8)	East4.	9		
	16											16	3月	
	23											23		
	30											30		
4月	6	1.日本(前編)	2.オーストラリア	1.スペイン						11.セントルイス(22)	East5.	23		
	13									12.ヒューストン(29)	East6.	30		
	20									13.ボンニアップ(5)	East7.	6		
	27									14.イルビング(12)	West7.	13		
5月	4											4		
	11											11		
	18											18		
	25											25		
6月	1											1		
	8											8		
	15											15		
	22											22		
	29											29		
7月	5											5		
	12											12		
	19											19		
	26											26		
8月	3											3		
	10											10		
	17											17		
	24											24		
	31											31		
9月	7											7		
	14											14		
	21											21		
	28											28		
	5											5		
	12											12		
	19											19		
	26											26		
	3											3		
	10											10		
	17											17		
	24											24		
	31											31		
10月	7											7		
	14											14		
	21											21		
	28											28		
	5											5		
	12											12		
	19											19		
	26											26		
	3											3		
	10											10		
	17											17		
	24											24		
	31											31		
11月	7											7		
	14											14		
	21											21		
	28											28		
2003		GP	SB	MX	RR	MX/SM	TR	SX						

※WGP、SXの()内は開催日。
※全日本ロードレース選手権第1戦はJSB1000のみ、第2戦はST600のみ開催。

SR 25周年 愛される理由

1978年、ビッグシングルロードスポーツを提唱して生まれた「SR400」と「SR500」。それから25年、SRはいまも変わらぬデザイン、変わらぬ味わいを継承しながら、数多くのお客さまやカスタム・コンストラクターとともに独自の世界を創りあげている。日進月歩の技術革新に後押しされてさまざまな工業製品が急速な進化を遂げる時代、ほかに類を見ない希少価値ともいえる存在。SRは、なぜこれほどに“特別”なのだろうか？ 初代、そして最新モデルの開発担当者、SRに限りない愛情を傾けるコンストラクターの方々に、それぞれの立場で語っていただいた。

SR開発者インタビュー

**「守るべきもの」を忠実に引き継ぎ
さりげない進化・熟成を重ねるSR**

1977年の東京モーターショーでデビュー。翌78年から国内販売を開始し、以来25年間で累計11万台以上のロングセラーを続けているSR500/400。しかし、開発当初はアメリカ市場を強く意識した商品だった。初代SRのエンジン開発リーダー、大城信昭さんはその頃の状況をこう語る。

「SRは、すでにいろんな雑誌や書籍で紹介されているように、エンデューロンペティションオフロードモデルTT500とその市販オフロードストリートリトル(オンオフ)モデルXT500がベースにありました。XT/TT500は、

第1世代のXS1、第2世代のTX750、TX500に続くヤマハ4ストロークの第3世代(ほかにGX750、GX400/250、XS1100)に当たり、国内メーカーとしては初のビッグシングルモデル。私にとっても初めて手がける4ストエンジンだったので、ボア×ストロークを決める基本的な段階からずいぶん苦労しましたよ。でも、その甲斐あって国内・海外を問わずいぶん好評をいただき、それがSRへとつながったんです。特にアメリカのユーザーは、4ストシングル、ツインのトルクを生かして砂漠を突っ走る感覚、腹に響く鼓動感みたいなものが大好き。XT500のエンジンでオンロードバイクを作ってほしい、という要望が数多く寄せられました」

こうした声はもちろんアメリカだけにどまらなかつたが、当時最大の市場規模を持つアメリカがSR開発の方向性を大きく左右したことは想像に難くない。大城さんをはじめ商品企画や開発担当者がさつそくアメリカへ渡り、市場調査を行なった。その結果、もともと人気が高かったのは、BSAゴールドスターなど舗装路からフラットなダートまでこなすスクランブラー、ダートトラッカーだった。

「そこでSR開発プロジェクトも、XT500のエンジンとフレームを使ってダートトラッカーイメージのオンロードバイクを作る、という方針を固めたんです」

そのことは、現GKダイナミックス代表の石山篤さんが担当し、ヤマハ伝統の軽量・スリム・コンパクトなデザインにテアドロップタンクを織り込んだ、当時のイメージスケッチやクレイモデルを見れば一目瞭然だ。

しかし、オフロードモデルのXTからオンロードモデルのSRを作るという作業は、もちろん車体デザインの変更だけでなくどまらない。

「エンジンに関して言えば、基本的にオフロード車は低回転のトルクを重視し、オンロード車は高回転の伸びを大事にする。また、エンジンは高回転で長時間回すほうが壊れやすいので、耐久性も問題になります。さらに、舗装路などフ



開発当時のイメージスケッチとクレイモデル。実際の車両よりもダートトラックの雰囲気が色濃く残り、アメリカ市場を強く意識していたことがわかる

ラットな路面を走るオンロード車は、音や振動に対してもごまかしがきかない。だから、いくらXT500というベースがあったにせよ、エンジンも車体も全面的に見直して作り込んでいく必要がありました。ほかにも、ビッグシングルならではのケッチンや始動性の悪さを解消するため、デコンプレッサー、CDI、キックインジケーターを装備したり、苦勞の連続でした」と苦笑する。

こうして生まれたSR500とSR400は、それぞれの市場で大きな成功を収める。その後SRの開発は、しだいに需要が停滞し始めたアメリカに代わってドイツや日本市場の声が重視されるようになっていくが、84年までホイールやフロントフォーク以外大きな変更は施されていない。03モデルでSRのプロジェクターを引き継いだ久保裕さんは、「バイクがどんどんハイパワー化、先鋭化していくなか、クラシカルというかオートドックスなデザインにスポークホイール、2本サス、SOHC2バルブ単気筒エンジンを採用したSRは、独特の存在感がありました。それが当時のバイクファンを強く惹きつけ、4ストマルチや2ストレーサーレプリカ全盛の時代には、ますます希少価値を高めたからでしょう」と話す。

MC FRONT LINE



プロフィール
久保裕(左):現「SR400」プロジェクトリーダー。1983年にヤマハ発動機入社後、四輪コンピューター「PTX」やPASの原形モデルなど新技術の企画・開発を担当。88年からMCの車体設計に移り、OW01やFZR400RR、XJR400/1200、FZS1000を手がけた。現在は第1PM室プロジェクトリーダーとして、スポーツモデル全般の開発に携わる

大城信昭(右):初代「SR500/400」エンジン開発リーダー。1967年ヤマハ発動機入社。2ストロークエンジン設計を経て、「TT500」から「XT500」「SR500/400」「XT250」などの4ストロークシングルを担当し、「単コロの大城」の異名をとる。現在は研究開発センターで新しいパワーソースの基礎開発を手がけている。01モデルSR400のオーナー

瀕していた。販売台数の低下が止まらず、生産中止の検討も2度、3度と行われた。「それでも生き残ったのは、やはり熱心なSRユーザーの支持があったからです。そして、儲けは度外視してもこういうモデルは守らなきゃいけない、こういうオリジナルが我々の財産なんだと考える人たちがヤマハ内部にもたくさんいたからでしょう。自画自賛ですが、私はこういうところが実にヤマハらしいと思うんです」

SRは変わらない、変えちゃいけない。そんな伝説めいた話がヤマハ社内やユーザーの間に定着したのは、こうした危機を乗り越えたからだろう。「でも実際に、SRはその後も変わっていき、進化し続けています。騒音規制や排気ガス規制の対策、安全性や耐久性、扱いやすさの向上など、必要だと判断したことはすべて盛り込んでいます。ただそれが、誰の目にもさりげない変化で、SRならではの味を損なわないように細心の注意を払っているから、変わった感じがしないだけなんです」

SRの素性の良さが クリエイターの創造力をかきたてる

(株)ダブルエム／高志保功 営業部長

初めて買ったバイクは、78年に発表された初期型のSR。納車の日のことは今でもよく覚えてます。バイク屋さんからの帰り道でエンストしちゃってね。エンジンがかからなくなった。あわててバイク屋さんに電話したら、「まあ30分ぐらい待つてりゃかかるよ」なんて言われてね。しょうがないからタバコ吸ってぼんやり待つてました。

で、しばらく経ってからキックしたら、本当にかかった。感心したけど、それ以上「大変なものを買っちゃったな」って思いましたよ(笑)。ただ、誰でも簡単にエンジンをかけられるわけじゃないけれど、かえって「オレのものだ」という所有感につながったかな。そのSRは、沖繩や



九州、四国と全国にツーリングに出かけ、2年間で2万8000km乗って手放しました。

その後いろんなバイクを乗り継ぎましたが、やはり原体験が強烈だったんですね。結局仕事として再びSRに関わるようになりました。SRは僕にとっても原点だし、一輪にとっても原点のような存在なんだと思います。今、若い子たちが、他の趣味やライフスタイルとうまくバランスを取りながらSRを楽しんでいる姿を見ると、なんだかホッとします。25年前に生まれたバイクが、無理のない自然な形で今の時代に受け入れられているなんて、幸せな話ですよ。

SRを支えてきたのは、モノを自分好みに変える創造力を持った人たち。SR

SRは磨けば光る原石。 乗り手のセンスを問うバイクだ

オフィシャル／畑中淳 社長

16年前にオープンした当初、この店はライディングウェアを中心に扱っていたんですよ。部品なんてあくセサリー程度にしかなかったし、店の登録もブティックでした。それが今じゃすっかりバイク屋さん(笑)。時代の流れがそうなたったこともあるけど、自分自身やっぱSRをいじるのは楽しいですからね……。

自体に極端な指向性や方程式がない分、創造力をかき立てられるんですね。ね。そういう根本的な大きな力で続いてきたム



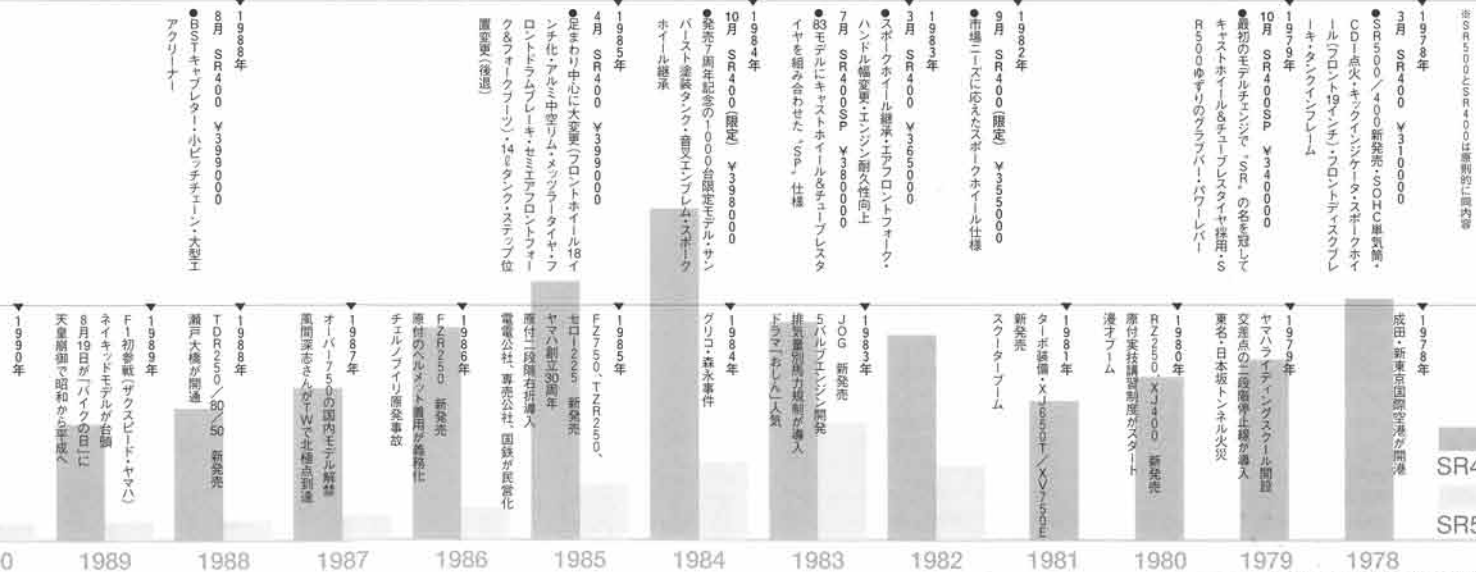
ーブメントです。から、下手な仕掛けなんておこがましいと思ってるんですよ。かと言って、後追いするのもつまらない。離されず、追い越さず、自分たちがいいと思うカスタムを提案していきたいですね。

今考えているのは、大人の感覚で楽しめるSR。孤独を知り、バイク本来のバランスを知ったライダーが、週に1日、いや半日でもいいから乗ってみたいと思うSR作りです。外車でそれをやるのは簡単。そこをあえてSRで作り上げることに意義があるんですよ。

僕の父はバイク好きで、ノートン500に乗っていたこともあり。僕も20歳の頃、中古でSRを買いました。単気筒の鼓動感は、僕にとつて新鮮ではなかったけど、うれしいような懐かしいような不思議な感覚でしたね。

大学を出てからはアパレルメーカーに勤めました。会社には結構ライダーがい

■SR400略年表
※SR400/500は歴史的に国内で



※ヤマハ調べ。1978〜81年まではSR400/500合算の推定台数。 ■SR400/500販売(登録)推移



SRは、すごく不思議なバイクだね。2気筒、4気筒のエンジンに比べたらシングルが1個しかないぶん、エンジンとシロが少ないし、構造もすごくシンプル。だけど、いったん手を入れ始めると奥が深い。やればやっただけ反応が変わるから、じゃあこうすれば？ああすれば？みたいにどんどん深みにハマっちゃう(笑)。そこがおもしろいんだよね。400と500だって、たった100ccしか

この店を出したのは1987年。それまではふつうのバイク屋さんでふつうにメカニックをしていて、SRとかシングルに特別な興味もなかったんです。それどころか、世の中ほとんど便利になっていくのに、SRはエンジンをかけるだけで大変だし、タペット音はうるさいし、乗る人の気が知れないと思ってた。SRXは

違わないけど同じやり方は通用しない。まったく別物って感じ。外装だつてそうでしょ？ プリティッシュ、イタリアン、カフエレサー、ピンテージ、トラッカー……。いろんなタイプのカスタムができる。こういうバイクは少ないよ。SRに出会わなければ、シングル専門ショップをやろうなんて思わなかったでしょう。

まあ好きでしたけど。ところが、ある時SRを譲ってくれる人がいて、なんとなく乗り始めたら「これが単気筒ってヤツか」「SRXよりこっちのほうがおもしろいぞ」と。それで、いろいろ雑誌や本を買ってきて自分なりに勉強して、エンジンをバラしてみたりしたわけです。そしたら見事にハマっちゃった(笑)。

私も求める理想のSRカスタムは、トラッカーであれピンテージであれ、このおもしろさ、かっこよさを残しつつ、さらに磨き上げていくことなんです。

SRのエンジン、タンク… ひとつひとつが美しい

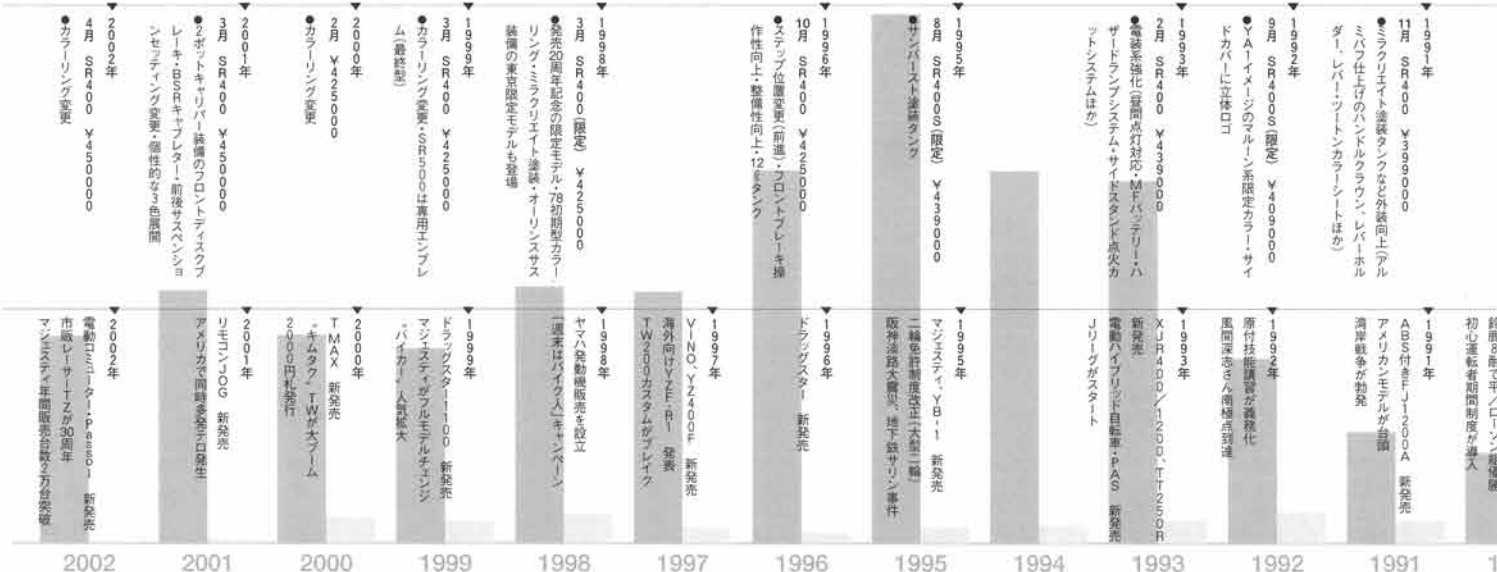
バイクガレージスラクション / 田中新二社長

で、みんなオシャレを楽しんでましたよ。もともとバイク好きだったこと、ファッションの仕事をしたこと、そしてハロルズギアのようなおしゃれなブランドが出てきたことから、店を始めたくなったんです。だからスタートはブティックでした。

SRは、磨けば光る原石。あるいは画用紙やキャンパスのようなもの。そのままだではちよつと野暮つたいところがあつて(笑)、良くも悪くも乗り手のセンスが問われる。そのあたりも旧車とダブリますね。



今後もSRを中心に、よりカッコよく、よりオシャレなバイクライフをプロデュースしていきたいですね。



Q. 代替・増車のきっかけは？

◆情報から◆

広告写真に弱い
大石恭一さん・43歳・会社員

雑誌の広告写真を見て「このバイク、いいな」と思うのが、買い替えのきっかけです。やっぱ、キレイでカッコイイ写真が載っていると目を引くでしょ？ まずその第一印象でそられて、それでじっくり記事や広告の内容を見て、その開発コンセプトが今までとまったく違うものであればあるほど、気になりますよ。

バイク乗りって、人気モデルに乗りたいたい心理がある一方、他人とは違うもの、自分だけのオリジナルに乗りたいたいという気持ちが強いと思うんです。だからいつだって「今まではない新しいタイプ」に対してのアンテナは張っているつもりです。

ニューモデル情報は毒？
山ノ内洋さん・18歳・学生

インターネットとかバイク雑誌とか、新車情報はこまめにチェックするほうです。以前は車にしか興味なかったのですが、高校生になってからバイクにも関心が出てきました。父がバイクに乗るので、免許を取れば借りて乗れる環境というのも大きかったです。免許を取ったら、父が乗っていたR1をお下がりしてくれました。だから型落ちですけど、今のバイクはかなり気に入っています。なんといっても初めての自分のバイクで

そこが知りたい セールスポイント

Vol. 10

販売に直結するセールストークやセールスポイントの糸口などを探ろうと、ユーザーに直撃インタビュー！
今回はどんな時にバイクが欲しくなるのか、代替や増車に繋がるヒントを頂きました。



でも、新車情報があると、すぐに欲しくなっちゃいます。今は「どんなバイクでも興味がある」と言っている。だからといってすぐに買い替えられるわけでもないんですけど（苦笑）。

街で見かけるバイクに触発される
金沢健一さん・38歳・会社員

信号待ちで並んだ時とか、通りでふとすれ違ったとか……とにかく、隣のバイクが「って気になりますね」「コイツ、この手のバイクにこんなパーツを付けてるのか」とか、「もうこのモデルに乗ってるヤツがいる」とか、どうしても視線がいつっちゃうんですよね（笑）。

逆にいえば、自分も注目されるようなバイクに乗りたいたいし、カッコイイと憧れられるような存在になりたい。買い替えたいと思うとしたら「オレのバイクはオレに似合

つてない」と思っています。う時かな。もちろん、今のところ大満足していますけど。

試乗すると欲しさ倍増？
宮城良則さん・27歳・会社員

学生時代に「移動費が抑えられるから」という経済的理由でバイクに乗り始めたんですが、今では走ること自体がすごく面白くてやめられません。だから「気持ちよく走れるかどうか」がバイクを選ぶポイント。行きつけのショップは、買う時に試乗させてくれるので、本当に好きなタイプが選べる点がいい。小さいショップですが、スタップ自身がバイク好きで、ニューモデルが出るとこまめに買い替えている。試乗車だけでなく、その愛車を試し乗りさせてくれることもあって、ホント、買う人の身になってアドバイスしてくれている感じです。

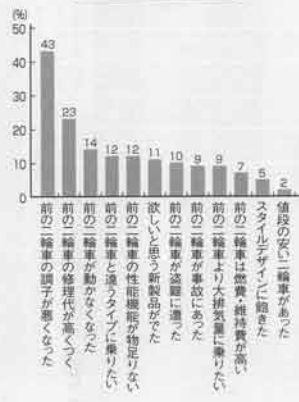


Impressions

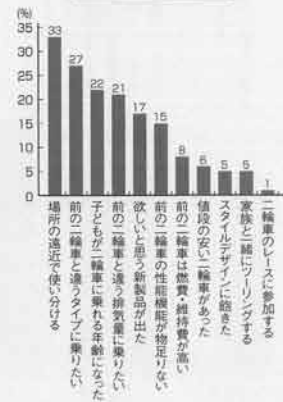
- ◎ “乗る” 機会の拡大
- ◎ 問題点を浮き彫りに

代替・増車の糸口として新鮮で豊富な情報は不可欠だが、何よりも体験ありき。ふとしたことで未体験のバイクに乗り、今までは違う乗り方・遊び方に気づいたことがきっかけで、代替・増車を検討するという人が少なくなかった。スクーターユーザーは故障などが理由で代替するのに、スポーツユーザーの場合、違うタイプ・排気量・性能のマシンに乗りたいたいという趣味的な理由で代替・増車するケースが多い（日本自動車工業会「平成13年度二輪市場動向調査」調べ）というから、イベントや試乗会など、いかに乗ってもらえる機会を作るかがキーとなりそう。また、車検時の出費やバイクサイズによる使い勝手など、「実は〇〇で困っている」というユーザーのマイナス要因を引き出すことで、新たな需要の手がかりを得ることも可能なのではないだろうか。

買い換えの理由



増車の理由



(社) 日本自動車工業会「平成13年度二輪市場動向調査」より

データ内：

- ・年齢
- ・職業
- ・所有免許
 - ⊕：普通自動車
 - ⊕：大型二輪
 - ⊕：普通二輪
- ・バイク歴
- ・所有バイク

※文章と写真の人物とは必ずしも一致しません。

◆現実的◆



車検時は悩み時 飯島暁紀さん・30歳・自営業

④・9年・750ccロード、125ccオフ車
色々なバイクに乗ってみたいと大型を取ったんですが、60歳までバイクに乗るとして、あと30年。つまり車検のたびに代替してもこれから15台しか乗れない、と思うと車検時はものすごく悩みます。毎回乗り替えられるだけのお金もないし(笑)、結構バイクに愛着もってしまうタチだし。お世話になっているショップさんは気持ちよくすぐるのが上手で、車検が近くなると今まで乗っていたバイクとはテイストの異なるマシンの話をし、けしかけられるんですよね。しかも下取りの条件も良くしてくれる。だからつい口車に乗ってしまう……。バイクのために働いているようなものなので(笑)。

高速道路を走ると ビッグバイクが欲しくなる 山口美千代さん・28歳・会社員

④・1年半・オフ車
オフ車は高速道路がちよっと苦手。車体が軽い分、風にあおられたり、ブロックタイヤの振動が大きくて疲れたりすること。

そんな時、「大きなバイクに乗りた〜い」と思っちゃいます。でも、私の場合、買い替えたいのではなく、買いたい感じ。もともとオフロードに憧れて免許を取ったので、これはこれとして乗り続けたい。そして、舗装路しか走らないツーリングでもっと快適に走りたいから、もう一台、ロードモデルを持てたらいいなあ……なんて、ちよっと贅沢ですかね？

使い分けたいからもう一台!? 松山聡さん・35歳・会社員

④・1年・大型アメリカン
毎日仕事、仕事じゃ息が詰まるし、今までは何か違うことをしたい。それで週末の楽しみとして、35歳を目前に突然バイクに乗り始めたんです。でも、大型だと「ちよっとそこまで買いたい物に」なんて時には大げさんです。今は楽しくてどこに行くのにもバイクで出かけた。だから、今のアメリカンだけじゃなくて、街乗り用に大きめのスクーターがあるといいな、なんて思っています。マジエスティあたりがいいですね。手軽で荷物も載りそうだし、結構走りも楽しめそうだから。

やっぱり壊れた時でしょう(笑) 矢沢博貴さん・22歳・フリーター

④・5年・VMAX
つい数ヶ月前に事故ってしまいました。高校卒業以来、久しぶりのバイクと言うこともあり、楽しくて調子に乗って走り回っていたら、ある日、峠のカーブで曲がりきれず自爆！ 幸い怪我自体は大したことなかったんですが、バイクは廃車。友だちの「せつかく買い替えるんなら大型取っちゃえば？」の一言で、教習所通い。念願のVMAXを購れて手に入れました。災い転じて……と言うんですかね、コレって。

◆趣味的◆

イベントがきっかけに 小此木敬史さん・21歳・会社員

④・2年・400ccロード
友だちに誘われて、ショップ主催のオフイベントに参加させられたんです(笑)。今までダートを走ったことがなく新鮮で、バイクを操るってこういう感じなのかなと、へたなりにものすごく面白かった。小さい女の子ですら見事にジャンプしたり、セミプロライダーのカッコイイ走りを見たい気持ちは、もっとオフを上手に走りたい気持ちでいっぱいになってしまったんです。それで今、その時レンタルしたTT-R125LWがものすごく欲しい。でも、TTならトラップも必要だし、自走で林道に行くならセローとかだし、どうしよう？ という悩ましい日々を送っている状況。次回のイベントまでには練習して自前のマシンで参加したいですね。

飽きちゃったら、 新しいのに乗りたいね 福岡雅次さん・32歳・会社員

④・5年・VMAX
飽きたら新しいのに乗りたくりますよ

ね。飽きる理由？ うーん、難しいな。僕は筋肉質なバイクが好きで、一番ゴツイやつ……と何件もショップを回り探して探したのが、このVMAX。今の愛車に不満はないですが、もし買い替えるとしたら、これよりゴツいバイクが出た時。自分のテイストにあった新しいモデルはやっぱり心かれるよね。あるいは、好きなバイクのタイプが変わった時でしょうか。

サーキット走行でレーシーな バイクに目覚めた!? 河村佳貴さん・26歳・団体職員

④・4年・大型ロード
弟の影響で20歳過ぎてからバイクのめり込んだんですが、今欲しいバイクはYZF-R6。インターモトで発表されたのを見て、ビビった(笑)。1回だけ遊びで走ったサーキットの感触が忘れられないこともあって、今さらだけど、草レースでいいから出してみたいという気持ちに拍車をかけたマシンです。とにかく速そうでしょう。走らせるだけでなく、レース仕様にいじったりするのも楽しいだろうな。

高速道路二人乗り解禁になれば 保川陽平さん・24歳・会社員

④・4年・XR400
買い物はもちろん、那須高原や房総方面など、日帰りツーリングに彼女とタンデムでよく出かけています。でも彼女を乗せて行ける範囲ってせいぜい片道150キロ程度が限界。もう少し足を延ばしたいな、と思っているところなので、もし高速道路での2人乗りが可能になれば、大型免許取ってビッグツアラーを買いたい。彼女もそのほうが楽だと思うし。彼女とタンデムしている友だちが何人かいるけど、もしそうならみんなも乗り替えるって話してますよ。



Case Study

他業界に学ぶ

Lesson 11

人材を育成する

「食い倒れ」と言われるほど飲食にこだわる大阪を中心に人気を呼んでいる外食チェーン、がんこフードサービス。製造業では一般的な「QC活動」を、独自のGQC(がんこクオリティコントロール)として、品質向上や業務改善活動に積極的に取り組む。しかし同社成功の最大の秘訣は、自己能力を積極的に生かし、現場での接客を中心に独自判断ができる人材を育成したことにある。結果、同社は現場判断での迅速・柔軟な対応が可能で組織体。その人材育成のポイントは、「教えないこと」にあった。



「真心をこめたおもてなし」を具体化するにはどうしたらよいか。がんこフードサービスの小嶋社長は「人材育成がすべて。私は「人財」だと思っている」と断言する。人と人が接するのが接客。だから人が最も大切。従業員も顧客も人間である以上、すべての商いの基本だ

人材育成に力を注いでいるそうですね。

小嶋 私は外食産業は「人産業」だと考えています。

人材以外に勝負するポイントはないと言っていいぐらいですよ。特に接客は機械が肩代わりできるものじゃない。あくまでも人間と人間が接することですからね。

具体的にはどのような人材を育てていますか？

小嶋 まず重要なのは、私たちが追求している商いのやり方、あるいは商いを通じて感じる生き甲斐に同調してくれるかどうかです。もっともこればかりは教えたり押しつけたりできるものではないのですが……。

御社が追求する「商いのやり方」とは？

小嶋 お客さま第一主義。これに尽きますね。お客さまの喜びを自分の喜びとして感じ取れるかどうかが非常に大切なんです。「お客さまがどうすれば喜ぶか」「お客さまが何を求めているか」ということにピンと来るかどうか。そういった商人としての勘がとても大切ですね。

勤を養うのも難しそうですね。

小嶋 そうですね。通りいっぺんだったり、言葉だけの「お客さま第一主義」では、勤は育ちません。この勤というのは、「お客さまに喜んでいただきたい、満足していただきたい」という目的や目標を常に念頭におき、日々の業務に積極的に取り組むことで次第に蓄積される予知能力のようなものですから。

ANOTHER FOCUS

Case A 型通りのサービスでは満足できない

自分だけのサービス求める消費者

大手小売業が苦しんでいる。大規模チェーンストアの多くは、ターゲットを単純化した科学的経営を基盤とし、徹底的な本部集中管理や標準化された多店舗展開により、物量や価格を中心に据えた「均一な豊かさ」を提供してきた。しかし消費行動の多様化に伴って、サービスが標準的である限り顧客の満足度は得られにくくなってきたのだ。「自分だけに向けられたサービス」が求められる時代の到来だ。この流れに対応するには、個対個のビジネススタイルに転換していくしかない。優秀な現場スタッフの重要性が今まで以上に高まっている要因である。



がんこフードサービス株式会社
代表取締役 小嶋 淳司氏

1963年、大阪・十三に4坪半の寿司店「がんこ寿司」を創業。「3人の従業員には努力を説いた。当然私もその根拠を示さなければならない」と、2年後には120坪の当時最大規模の寿司店に。現在は関西一円および東京に、和食複合店、寿司店、炉ばた料理店など80店舗以上を展開し、従業員数は約3000名。「言うだけなら誰でもできる。具体的にすることが重要」。67歳

そのあたりが御社の社員教育の根幹なのではないでしょうか？

小嶋 ええ。人材育成のポイントには、大きく分けて二つの要素があると思います。一つは知識や技術、手法。そしてもう一つは理念ですね。

以前は技術や手法を徹底的に教え込んでいたのですが、10年ほど前からその辺りのことはあまり教えないように方向転換したんですよ。

それはなぜですか？

小嶋 実は、職能を訓練するシステムが完成し、仕組み自体は非常にいい形で運営できていたのですが、社員の元気がなくなりましてね。あまりにも教え込まれてしまうので、自分たちによる工夫や、挑戦する意欲を失ってしまっていたんです。

知識や技術を教え込むことがかえって無気力を生むという悪循環をどう打破したらいいのか、非常に悩みました。3年ほど考えて、結論として「教えずぎない」方針を打ち出したんです。つまり、以前とは逆に、知識や技術に関してはかなり前の部分を個人に任せ、理念や目的、目標について徹底的に話し合う、というスタイルですね。

「教えずぎない」ということは、従業員個々人の努力が問われますね。

小嶋 その通りです。時間もかかりますし、責任を取る側の度量も問われます。しかし、理念に関するすり合わせさえしっかりできていれば、従業員は自分の力で努力しながら、本物の商人としての勘を養うことができるんです。

「教えない」ことで、どのような効果が表れましたか？

小嶋 当初、従業員の間にはとまどいもあったのですが、やがて各人が責任を自覚し、生き生きと働いてくれるようになりました。

一番効果があったのは、現場からのアイデアや提案が増えたということです。接客している従業員は、お客さまのことを最も近くで見ているので、よく知っています。「教わらない」ことで彼らが意欲的・自発的になり、本部の人間には考えつかないようなアイデアを続々と出してくれるようになったんです。

「お客さま第一主義」という理念を共通のベースに、現場で独自判断できる人材が増えたことは、当社にとって非常に大きな財産です。どんな状況にも柔軟に対応できる組織体になったということですからね。

「がんこフードサービスの場合」

<p>業務シナリオ No.3-①</p> <p>お客様が来店されたとき、笑顔で「ようこそ！」と挨拶をします。</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様がレジに向かわれたとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p>	<p>業務シナリオ No.3-②</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様がレジに向かわれたとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p>
<p>業務シナリオ No.4-①</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様がレジに向かわれたとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p>	<p>業務シナリオ No.4-②</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様がレジに向かわれたとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p>
<p>業務シナリオ No.5-①</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様がレジに向かわれたとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p>	<p>業務シナリオ No.5-②</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様がレジに向かわれたとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p> <p>お客様が商品を手に取ったとき、商品を渡す際に「どうぞ、どうぞ」と声をかけます。</p>

- ◎「がんこフードサービスの場合」
- ◎従業員を「人材」と捉えて最重要視
- ◎優秀な人材が柔軟で強靱な組織を生む
- ◎教えずぎないことで「商いの勘」を養う
- ◎顧客第一主義の徹底
- ◎現場の責任感を大切に

御宴会と舞妓さん セットプラン

5,900円

舞妓さんと京懐石

舞妓さんの居舞、おしゃべり、写真など 僅一様にお楽しみ下さい

TEL:075-231-1456

パートから正社員まで、分け隔てなく問題を指摘しあう風通しの良さも、同社の企業風土。「もちろん組織である以上、上司には言いにくいさを感じる部分はあるはず。しかしそれを乗り越えて現場の声を引き出すのが責任者の重要な役割」と小嶋社長

Case C 立場にこだわらず組織を変革

スムーズな人的連携が生き残りの鍵

アメリカの経済学者P.F.ドラッカーは、著書の中で「これからの乱世で組織が成功するには、組織自体が変革を促進する構造でなければならない」と説く。つまり、「変化や変革を、脅威ではなくチャンスとして捉えるように組織全体の精神構造を変える」ことが重要だと言うのだ。あらゆるサービスは常に見直され、創造的に破壊された上で、変化するべきである、という考え方だ。顧客に近い従業員が発見した変化の兆候を、経営者が的確に分析して方向付ける。立場にこだわらない人的連携のスムーズさが、あらゆる組織が生き残るための必須条件になるだろう。

Case B マニュアルを捨てたチェーンストア

柔軟な接客を生む現場の自由裁量

DIYの本場アメリカで約30%のシェアを獲得し、絶大な人気を誇るホームセンター、「ホームデポ」。2800坪という広大な売り場面積を生かした豊富な品揃えはまさに圧倒的だ。しかし同社の人気はその巨大さだけによるものではない。同社では「社員をマニュアルの奴隷にするな!」というかけ声のもと、チェーンストアの常識を覆してマニュアルを廃止。従業員の現場での自由裁量を大幅に認めており、そのことが人気の要因と分析されている。型にはまらない柔軟な接客が「常に変化を続ける」という同社の企業力を支える根幹となっているのだ。

Why Motorcycle?

「なぜあなたは、ヤマハのバイクに乗っているのですか？」

Why YAMAHA?

[ミスター・バイクBG
編集スタッフ]

林 勝二さん (37歳)
植草裕之さん (28歳)



林勝二さんは、同社に勤めて11年目のベテラン。99年に中古で手に入れたFZ750で編集部に通う。「すごく扱いやすいし、デザインは今も色あせていないと思う」。林さんの父親はバイク好きで、ヤマハ専売店との付き合いが深かった。祖父や兄もヤマハ車に乗り、家の中にはヤマハレーシンググライダーが貼られていた。「それほどメ

都内・環八通り沿いに建つ東京エディターズの社屋。ミスター・バイクBG編集部は今日も多忙を極めている。編集長を除くと編集部員は2人。膨大な業務をこなしているうちに、あつという間に時は過ぎていく。

年齢もバイク歴も違う二人に 共通するもの

バイクとの関わり方がまったく違う2人が、机を並べて今日も編集作業に明け暮れる。共通しているのは「忙しいけどやりがいがある」という仕事への思い。そして仕事を終えると、ヤマハのエンジンに火を入れることだ。

「カーにこだわりはないんすけどね」と言う林さんだが、自然とヤマハのバイクに惹かれる環境で育ったのだ。「シャープでカッコいいんですよ。ノコギリクワガタみたいで」。ヤマハのデザインに憧れた林さんは、美術を学んだわけでもないのに、GKデザインの門を叩いた。「営業職でもいから採ってこれないかなって。面接までは行っただけですが……。今でも取材でヤマハの工場に行ったり、ファクトリーライダーに会うと「夢のように感じる」と言っ

一方の植草裕之さんは、20代半ばまでバイクとまったく関わり合うことなく過ごしてきた。趣味は音楽。ロックが好きで、アメリカンっぽい革のファッションや、シルバーアクセサリーが好きだった。

24、5歳の頃、ようやくバイクの世界を垣間見る。東京エディターズに勤めていた同じ大学出身の友人が、ゴーグル誌を見せてくれたのだ。その中に、アメリカンスタイルにカスタムしたSRの写真があった。「お、これいいなあ」と、琴線に触れた。それから、街でSRを見かけると、耳を傾けるようになる。「SRのサウンドにはビート感がある。ロックだと思った」

Answer

「デザインやサウンドに個性があるから」



【発行】モーターマガジン社
【発刊】月刊
【中心読者層】30代半ば～40代
87年に創刊した中古二輪車誌の先駆者的存在。車種で選べる「中古車ダイジェスト」やオールカラーの「特選街」など、豊富な中古二輪車情報を中心に、肩の力を抜いて楽しめる企画ページも人気。古くからのバイク好きはもちろん、初めてバイクを買う若年層も視野に入れ、敷居の低い誌面作りを目指している。

他の趣味や生活とバランスを取りつつ、個性を求める

また、「こんなことまで……」と思うような細かいデータを求められるんですよ。型式名ひとつとっても、それが通称なのか、メーカー本来の型式なのかとかね。こちらとしてもできるだけ調べるんですが、「違うんじゃない」なんて言われることもあります。かと言って、ガチガチのエンジニアストではないんです。バイクオンリーではなく、そこそこの他の趣味なども楽しんでいようですよ。

本誌がユースドバイク誌だから、というところもありますが、今は特に絶版車に対する需要を感じますね。個性を求める時代ですから、人と違う、ちょっと変わったバイクに乗りたいんです。ヤマハで言うと、SDRとか、ブロンコとか、ルネッサ。今の人が見て「あれ、これ何ですか？」と言われるようなバイクが人気のようです。

バイクブームの頃に青春を過ごした、30代半ば～後半の方が読者層の中心です。その世代は、結婚して子供がいて、というあたりで、自分の自由になるお金が少ない。奥さんにおねだりしています。なんていうお便りもよく来ます。



ミスター・バイクBG編集部
青山 佳峰 編集長



視認性を高める効果を狙って鮮やかなヤマハレッドを採用している店舗前のテントは、外からでも店内奥まで見える位置を計算した上で取り付けの高さを決めたといい



様々な客層の興味をひくよう、店頭には大型スポーツモデルの試乗車を、店内手前にはトレンドをしっかりとらせたマジェスティなどのカスタムモデルを配置

外観

リニューアルの際、最も重要視したのが外観。交通量の多い道沿いとはいえ角地ではないので、とかく通りにとけ込んでしまいがち。まずは視認性を高めようとヤマハレッドをふんだんに使い、目立つことを第一に考えたという。また、煉瓦調のマンション外観に違和感を与えずに存在感を際立たせるため、シンボル壁にはシンプルなアルミパネルを採用。さらに、充実した品揃えの店内が外からでも一目で分かるよう、通り面は大きなガラス張りとした。

1 夜間も店内のスポットライトをつけ、店舗の存在感を強調している。また部分点灯が可能なので、過ごとにスポットライトの付け方を変更し、夜間の演出に変化を持たせるという工夫も



誰もが親しみやすい 店づくりをめざす 洒落た店舗と幅広い品揃え

YSP東京南

東京都世田谷区桜丘3-28-2 山口 玩一 社長

Profile

略歴 製品を通じてヤマハワールドの素晴らしさを伝えたいと言うYSP成城の山口玩一社長が、その姉妹店として17年前にYSP東京南をオープン。普通免許で原付に乗るスクーター初心者には3時間ほどの乗り方講習を無償で行ない、時にはツーリング先までお客さまのトラブル車両を引き上げていくなど、アフターフォローの徹底により確実に顧客定着率を高めている。時流に合った、自分が理想とする店舗を目指し、昨年12月14日にリニューアルした。

立地 東京都南西部、環状8号線内側の世田谷通り沿いに位置する。渋谷方面から神奈川県に抜けるこの道路は交通量が多く、四輪ディーラーや二輪競合店も数多く立ち並んでいる。周辺には東京農業大学や日大商学部などの大学が点在し、一本通りを外れば閑静な住宅街が広がる。近くには馬事公苑や関東中央病院といった目印となる建物が多いため、店舗所在を説明しやすい環境でもある。

店舗 マンション1階にある店舗はショールームと接客スペースに65坪、サービス工場に25坪と東京都区内では

恵まれた90坪のスペースを有する。オールラウンドな品揃えでヤマハワールドをより多くの人に伝えたいと、今回のリニューアルでは「入りやすさにこだわり、日頃お客さんが足を運んでいる、他業種のおしゃれな店舗作りを参考にした」という。

商圏 アフターサービスを重視し、トラブルには迅速、かつ充分に対応する姿勢を貫いているため、スポーツバイクの販売比率が高いにもかかわらず、お客さまの95%が半径5キロ圏内に収まる地元密着型。近場のお客さまが多いことから、冬場でも来店率がよい。「価格よりも良質なモノを好むお客さまが多い土地柄」と山口社長。環状8号と7号の幹線道路に挟まれた、利便性の高い立地条件を活かし、今後はより商圏の拡大を図っていくそうだ。

販売・客層 住宅街のためスクーター需要は高いが、スポーツはそれをさらに上回り、総販売台数の7割近くを占めている。大学生など若者の多い地域だが、客層の中心は20代、30代の社会人男性。また、フルラインナップを展示



するなど、嗜好性が偏らない工夫を施していることもあり、マジェスティを中心としながら幅広いカテゴリーの商品がまんべんなく売れている。リニューアル後はカップルや家族連れ、そして女性の来店が増え、それに伴いPAS購入者が増えている。

スタッフ 左から越幸宏さん、南川剛史さん、山口玩一社長、山口明也さん、斉藤敦さん、ヤマハの庄司晋さん。



お客さまが実際にマシンに乗り、その姿を鏡に映すことでバイクに乗った時のイメージを描きやすいようにと店内の柱に鏡を設けた。同時に空間を広く見せる効果も兼ねている



比較的購入しやすいヘルメットや用品類を多く取り揃え、それらを外からでも見えるようにすることで、お客さまが店内に足を踏み入れやすい雰囲気を生みだしている



「バイクに乗るに当たって必要最小限のものは全てそろえよう」という考えのもと、パーツやロックなどの用品からウエア類なども充実。商品ラインナップの幅広さが店内に足を踏み入れるきっかけとなる



プライスカードは誰が見ても一目瞭然。登録時にかかる諸費用全てを分かりやすく詳細に明記している



2週間に1度は店内の車両配置を変え、新鮮さを常にキープ



店舗奥のメインステージには大型スポーツ車両が堂々と置かれ、重厚感と高級感を演出。東京モーターショーの雰囲気を再現してみたとのこと

ショールームスペース

存在感を強調することに主眼を置いた外観とは対照的に、店内はシックで落ち着いたある雰囲気を目指した。コンクリート打ちっ放し風の壁紙や石目調床タイルなど、トーンを抑えた内装材を使用することで、数々のモデルを展示しながらも商品がすっきり映えるようにしている。照明はダウンライトとスポットライトを多用。陽射しの差し込み加減を考慮しながら時間ごとに照明量を変えるなど、光の演出によって空間に立体感とメリハリを持たせている。

技術力の高さとアフターフォローの徹底で顧客定着率の高いYSP東京南さん。山口社長が愛するヤマハ製品の素晴らしさをより多くの人に知って欲しいとの気持ちから、今回のリニューアルでは、誰もが気軽に立ち寄れる洒落た店舗づくりを目指して、各部材の吟味から展示方法、そして照明演出など細部にいたるまでこだわった。



今まで以上にサービス体制を強化しようと、サービスマンの増強に合わせ、エアリアルを10基用意するなど作業効率を考えた設備機器



プライスカードのみならず、修理などの工賃表もしっかり表記。店側の情報提示はお客様の安心感と信頼感に繋がる



サービススタッフも営業に携わる。腕がいいだけでなく、登録から納車、接客、何事もできる人材育成を心がけているそうだ。「マシンを知り尽くしているサービスマンだからこそその知識や経験を活かした接客が可能」と山口社長

サービス工場

急な車両持ち込みがあった場合も、可能な限り車両を預からずにその場で即対応するため、認証工場の資格を持つサービススペースは、一度に最大6台の整備ができる広さを確保している。見せるサービスの意識も高く、以前はショールームとの境に仕切りを設けていなかったが、清潔さを求める、特に女性のお客さまを考慮したこともあり、整理整頓の徹底や匂いの流出防止なども兼ねてガラスで仕切った。



マンションの1階ということで、天井高に限度があるが、埋め込み式空調やダウンライト照明により、少しでも空間にゆとりを持たせようとの工夫が感じられる

「他業種の店舗を見て回ったなかで、繁盛しているお店は必ずと言っていいほどトイレもきれい」との考えが反映されたレストルーム



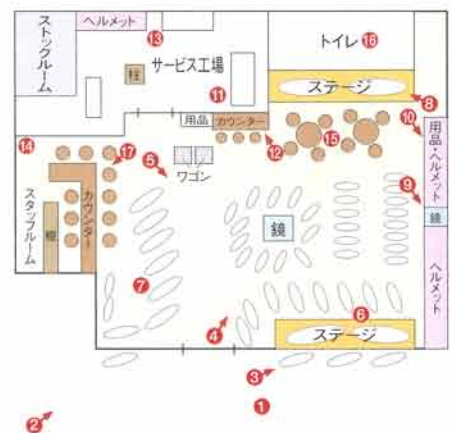
背後のスタッフルームとを区切る棚やカウンター周辺は整理整頓が行き届いている。主に商談に使われる場所だけに、こうした細かな気配りも欠かせない

接客スペース

入口から見て最も死角となる場所にカウンターを設けた。商品を展示すると目に付きにくいスペースだが、それがかえってスタッフの視線を気にせず店内を巡ることができるという気軽さに繋がっている。また、迅速なサービスをモットーとするだけに、修理・点検の仕上がりを店内で待つ人が少ない。そのためサービス工場脇にバー風カウンター、メインステージ前にテーブルを設け、自分の車両や展示商品を眺めながらくつろげるよう配慮している。



待ち時間はお客さまとコミュニケーションを図るチャンス。気軽に話ができる雰囲気接客コーナーを心がけた



YAMAHA Monthly Calendar

2003年 2月 ▶▶▶ 3月

- セールスプロモーション
- 普及イベント
- 新商品

- イベント・キャンペーン
- モータースポーツ

☆=数字で示したページに関連情報があります。

【ヤマハ関連】

- ~4/30 Gロックスクーター盗難保険キャンペーン

- 2/3 XJR1300 発売

- 2/10~3/10 SR400 25周年モデル予約キャンペーン

- 2/20 リモコンJOG・JOG 発売

- 2/25 NEW PASリトルモア 発売 ☆4
- 2/27 VINO・VINO Classic 発売

- 3/3 SR400 発売
- DS4・DSC・DS11・DSC11 発売 ☆2
- Majesty・Majesty C・Majesty ABS 発売 ☆3

- 3/20 JOG-ZR 発売 ☆3

- 3/29~ ヤマハニューモデル展示試乗会
- 3/29-30 東京会場

【社会・業界】

- 2/1 AMAスーパークロス第5戦/アナハイム ☆6
- 2/2 全日本スノーモビル第2戦/長野・斑尾 ☆6

- 2/8 AMAスーパークロス第6戦/サンディエゴ
- 2/9 全日本スノーモビル第3戦/北海道・わっさむ

- 2/15 AMAスーパークロス第7戦/ミネアポリス

- 2/22 AMAスーパークロス第8戦/アトランタ
- 2/23 全日本スノーモビル第4戦/青森・岩木

- 3/2 AMAスーパークロス第9戦/インディアナポリス
- 全日本スノーモビル第5戦(最終)/北海道・美瑛

- 3/8-9 第16回モータースポーツファン感謝デー/鈴鹿
- 3/9 AMAスーパークロス第10戦/デイトナ
- 全日本トライアル第1戦/関東・真壁 ☆7

- 3/21~23 大阪モーターサイクルショー2003/インテックス大阪 ☆5
- 3/23 AMAスーパークロス第11戦/セントルイス
- 全日本トライアル第2戦/九州・熊本
- 全日本ロードレース第1戦(鈴鹿2&4)/鈴鹿 ☆7

- 3/30 AMAスーパークロス第12戦/ヒューストン
- 世界選手権モトクロス第1戦/スペイン ☆7

