

ヤマハニュース
Yamaha News

2003 NO.475

4
APL.



Monthly Tops

TMAX Black Edition/SEROW225WE/CYGNUS-X
GRAND AXIS 100/New PAS/2003 YZR-M1/ほか

YNインプレッション
SR400/Passol

ヤマハ探訪
商品企画室

今月のCROSSOVER
SHOEI

バイクショップ百景
YSP墨田

○：今回の新しい特長 ●：従来の主な特長

ヤマハスポーツ

TMAX Black Edition

¥750,000

カラー：1タイプ

5月20日 新発売

● 迫力あるオールブラックボディ
深みのあるブラック2を基調に、ボディから足まわりなど全身を黒で統一し、カスタムライクな迫力を演出。

● カスタムイメージを高める専用パーツ
ボディパーツ以外にも、低く構えた流線型のボディを強調するショートスクリーン、ブラックメーターパネル、パンチングシートなど随所に専用パーツを織り込んでいる。

● 水冷DOHCツイン・水平対向バルブ採用エンジン

● 滑らかな走行性を実現する専用設計ゴムベルトCVT

● スポーツ走行を前提としたダイヤモンドフレーム、前後重量配分の最適化

● 33ℓトランクスペースなど、十分なコンピューター機能も兼備



ブラック2

スーパースポーツの走行性能とオートマチックの扱いやすさを融合させた「TMAX」に、ストリートカスタムイメージの「TMAXブラックエディション」が加わります。

その魅力は、なんといつでも迫力満点のルックス。ボディカウルからホイール、サスペンション、リアアーム、マフラーに至るまで、全身をブラックに染め抜き、流線型の車体デザインを引き締めるカスタムモデル定番のショートスクリーンも標準装備。さらに専用メーターパネルの採用など、細部まで重厚な仕上げがりとなっています。

ショートスクリーン&ブラックボディ
カスタムライクな新バージョン登場!

二輪二足で山に分け入る「マウンテントレール」として誕生した「セロー225WE」は、卓越した扱いやすさからタウンユースでも大活躍しています。
2003年モデルは、タウン派・ブラックをそのままに、トレール派のイメージカラーとしてブルーを新設定。春から夏にかけて活発化する、アウトドアファンの注目を喚起します。

● トレール派のイメージカラーに「ブルー」投入
トレール派ユーザー向けのグリーンを、さわやかな新色・ブルーメタリックCに変更。タウンユースに似合うブラックは継続販売。

● 優れた放熱性、低オイル消費を実現するメッキシリンダー、鍛造ピストン

● エアインダクションシステム採用のクリーン&サイレントなエンジン

● 俊敏なレスポンスとシャープな上げがりのTPS搭載キャブレター

● 操縦性、操作性に優れた本格トレール志向の装備類

トレールイメージのカラーを
「ブルー」でリフレッシュ!

ヤマハスポーツ

SEROW225WE

¥389,000

カラー：2タイプ(新色1)

5月20日 新発売



ブルーメタリックC(新色)

ストリートカスタムをパッケージで提案し
マーケットの活力をそのまま店頭へ誘い込む!
「YAMAHA STREET-ER-REMIXキャンペーン」

ご存じのように、いま二輪スポーツ市場を押し上げているのは、ビッグスクーターやトラッカーなどのストリートカスタム。そして、この流れの中心にいるのが、ヤマハのマジスティやSR400です。

そこでヤマハは、アフターパーツサプライヤーのワイズギアと協力し、5月から7月まで「ヤマハストリートリミックスキャンペーン」を展開。ストリートの勢いをダイレクトに店頭へ結びつけるサポートを行なっていきます。

しかけのスタートは東京/大阪モーターサイクルショー。

● ショーのヤマハブースでさまざまな新提案カスタムモデルを展示。

● 店頭でショーモデルと同仕様の「SR400」「マジスティ」「TMAX」を再現。

モーターサイクルショーと店頭とのイメージ連動がポイントとなるため、ショップ支援策として

● ショーモデルの使用パーツセット(3モデル7タイプ)を斡旋。

● 店名入り雑誌広告(5月~7月)でショーとの連動を告知。

● 店頭ツール、カタログ類の提供。

などを行ないます。

みなさんのオリジナルなアイデアも加味して、ぜひ積極的にご活用ください。

Monthly
Tops
SALES
PROMOTION



シルバー1



都市型ダイレクト通勤ユーザーをターゲットに、優れた機能・性能・耐久性とハイクオリティなデザインを盛り込んだ“タフネスコンフォートコミューター”、それが「CYGNUS-X(シグナスエックス)」です。

新開発の4ストローク・空冷・単気筒・124cm³エンジンは、SOHC4バルブ機構&メッキシリンダーを採用。足まわりは、アルミアーム&ツインショック装備のリアサスペンション、前後12インチタイヤで高い走行安定性を確保。またフルフェイスとハーフタイプのヘルメットが1個ずつ入る大容量トランク、盗難抑止効果の高いキーシャッターなど利便性にも優れています。トータルバランスや使い勝手にこだわるお客さまに、ぜひお奨めください。

卓越した機能・性能・外観
タフで快適な都市型通勤快速!

ヤマハスクーター
CYGNUS-X
¥309,000
カラー：3タイプ
5月30日 新発売

拡販にご活用ください!
「盗難保険キャンペーン」

「シグナスX」新発売にあたり、9月30日まで、ご予約・ご購入いただいた方にもれなく盗難保険を無料プレゼントする「盗難保険キャンペーン」を実施します。シグナスXの仕入れ・展示契約をいただいた販売店さんには、キャンペーンツールとして「ハンドルPOP」「ポスター」「ステッカー」「のぼり」をお届けしますので、ぜひ拡販にお役にてください。



ポスター



ステッカー



ハンドルPOP



誕生
CYGNUS X
のぼり

※内容は一部変更となる場合があります。

- 若年層にもフィットする新色・ホワイト
- 若年層にもアピールしやすい、ファッション性の高い新色「ホワイトメタリック1」を新設定。好評の「ブラックメタリック7」「フェアリーシルバー」は継続。
- エンジン音、吸気音の低減により静粛性向上
- 盗難抑止の定番「Gロック」
- 快適な走行性を支える12インチホイール&フロントディスクブレーキ
- 最大10馬力のパワフル&クリーンなエンジン
- XLサイズのフルフェイスヘルメットが入る大容量トランク
- ゆとりの航続距離を生む6.5ℓタンク

ヤマハスクーター
GRAND AXIS 100
¥215,000
カラー：3タイプ
5月20日 新発売

お詫びと訂正

ヤマハニュース3月号の商品紹介で、「マジエストiCリミテッドエディション」について
(誤) 3月~5月 期間限定生産
(正) 5月~9月 期間限定生産
と訂正させていただきます。
ご迷惑をおかけしました。

※ここでご紹介した商品の価格は、メーカー希望小売価格(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。



ブラック2

- SOHC4バルブ・メッキシリンダー採用の新エンジン
吸排気効率の高いSOHC4バルブ機構、放熱性とオイル消費特性に優れたメッキシリンダー、排出ガス浄化に貢献するエアインダクションシステム&ホットチューブを採用した、新開発4ストローク・空冷・単気筒・124cm³エンジン搭載。
- 高い走行安定性を発揮する足まわり
前後12インチタイヤ、90mmストロークのフロントフォーク、アルミアームとツインショック装備のリアサスペンションなどにより、都市部の荒れた路面や段差でも快適な走行が可能。
- 利便性の高い27ℓ大容量トランク
トランクには、フルフェイスとハーフタイプのヘルメットが1個ずつ収納可能(形状、サイズによって入らないものもあります)。



ホワイトメタリック1

- 操作性のよいフロント給油口
- 都会的なハイクオリティデザイン
- 盗難抑止に効果の高いキーシャッター
- 制動性に優れた220mmフロントディスクブレーキ

好評の100CCスクーターが
各部熟成と新色を加えて登場

都会にジャストサイズの軽量ボディ、俊敏なフットワークの12インチタイヤとディスクブレーキ、パワフルなエンジン。使い勝手のよい、ゆとりの収納力。シティコミューターに望まれるあらゆる機能をハイレベルでまとめ上げた「グランドアクシス100」が、いっそう細部を熟成し、新色のホワイトを加えて2003年モデルにチェンジします。

ホワイトメタリック1(新色)



フェアリーシルバー

ブラックメタリック7



ヤマハ電動ハイブリッド自転車

New PAS

¥69,800 (専用充電器含む)

カラー：5タイプ

サイズ：24インチ/26インチ

4月16日 新発売

- 新開発の小型・軽量ドライブユニット
新開発ドライブユニットは、希土類磁石のブラシレスDCモーター採用で小型・軽量を実現。さらに非接触磁歪式トルクセンサーの採用により、駆動力ロスを低減。アシストしない時でも自転車同様の軽い漕ぎ心地となっている。
- 車体の重量バランスを最適化
ユニットやバッテリーをペダル付近に集中搭載することで、取り回しの良い重量バランスを実現。
- 見やすく、操作しやすいレバー式メインスイッチ
- 乗り降りしやすい低床U字型アルミフレーム
- アルミ素材を多用し、軽量化、取り回しやすさに貢献
- I.F.E.S.対応、小型・軽量の高性能ニッケル水素バッテリー
- 内装3段変速、パーキングストッパーなど充実した機能、装備
- カラフルな5色展開
ライトオレンジ、ビビッドレッド、Sブルー、ブルー、シルバー

ライトオレンジ



シルバー



1993年、ヤマハが世界で初めて商品化した電動ハイブリッド自転車「PAS」は、アシストされていることを感じさせない、人間の自然な感覚に近い滑らかな走行性が特長。このたび新発売する「New PAS」は、その制御技術を受け継ぎながら、高効率・小型軽量の最新開発ドライブユニット、小型軽量の高性能ニッケル水素バッテリーを採用し、いっそう軽量・スリムなボディを実現。さらにユニット搭載位置を車体中心部に集中させることで、軽快で滑らかな走行性と、取り回しやすさも向上させています。

新開発ドライブユニットを搭載しより軽くさらに使いやすく進化!

Monthly Tops MOTOR SPORT

Moto GPシリーズ開幕に向け
2003 ヤマハYZR-M1を発表

4月6日のモトGP開幕戦・日本GPに先立ち、ヤマハは2003シーズンのファクトリーマシン「YZR-M1」を発表しました。

新しいYZR-M1は、従来モデルの基本構成をベースとしながら、出力特性と旋回性能の向上をめざして開発。新型アルミ製ツインチューブ・デルタボックスフレームに燃料インジェクション・システム採用の水冷4ストローク並列4気筒5バルブの新型エンジンを搭載し、優れたドライバビリティと戦闘力を実現しています。このマシンを駆るC・チェカ、M・メランドリ、A・パロス、O・ジャック、中野真矢と、スポット参戦する阿部典史の活躍にご注目ください。



フォルトゥナ・ヤマハ・チーム



さらに新しいリアサスペンションの開発も進んでおり、日本GPでは阿部がプロトタイプを駆る予定



ゴロワーズ・ヤマハ・チーム

ヤングミセスをターゲットに
生活情報誌&ウェブで話題喚起

「New PAS」導入にあたって、ヤマハでは、20～30代の若い主婦層を中心に読まれている生活情報誌「レタスクラブ」4月10日発売号、「サンキュ!」5月1日発売号とタイアップ。New PASの商品性を、生活に密着したさまざまな切り口で記事掲載します。また同時に、誌面と連動するウェブサイト「レタスクラブネット」「ベネッセウイメンズパーク〜ネットサンキュ!」で、モニター募集キャンペーンも実施。集中的にNew PASの話題を盛り上げます。ぜひ店頭でも、多数のお客さまにご案内ください。



■ 2003 ヤマハYZR-M1 仕様諸元

エンジン	水冷4サイクルDOHC・5バルブ
気筒配列	並列4気筒
排気量	990cm ³ 未満
最大出力	200PS/14,500rpm以上
最高速度	320Km/h以上
点火方式	マップ制御C.D.I.
潤滑方式	ウェットサンブ
クラッチ型式	乾式多板
変速機	6速
ホイールサイズ(前/後)	17インチ/16.5インチ(マルケジーニ)
タイヤサイズ(前/後)	17インチ/16.5インチ(ミシュラン)
サスペンション	前 テレスコピック(オーリス) 後 リンク式モノクロス(オーリス)
ブレーキ形式	前 305mmカーボンダブルディスク・4ピストンキャリパー(ブレンボ) 後 220mmシングルディスク・ツインピストンキャリパー(ブレンボ)
フレーム型式	アルミ製ツインチューブ・デルタボックス (可変式ステアリングジオメトリー・可変式ホイールベース)
重量	145kg以上(FIM競技規則に準じる)

※日本GP速報は、インターネットのヤマハホームページ (<http://www.yamaha-motor.co.jp/race/>) でご覧いただけます。

日本全国津々浦々バイクで遊ぼう!

ぷらっとレポート

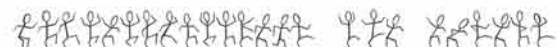
Vol. 1



ピットレーンにまで入り込んでデモ走行を観戦。この大迫力に、彼氏に連れられてしぶしぶやって来た女のこもすっかり魅せられてしまったとか



カスタムもいいけれど、やっぱり遊んでこそそのバイク。全国各地で行なわれる様々なバイクイベントにふらりとおじゃまし参加者の姿や主催者の声からイベント成功術(?)を探ろうというこの企画。今回は3月8日(土)9日(日)と鈴鹿サーキットで開催された「2003モータースポーツファン感謝デー」。全日本ロードレース選手権JSB1000クラスにエントリーする新生「YSP&PRESTOレーシング」がお披露目されると聞いて行ってきました。



2003モータースポーツファン感謝デー

両日共に3月とは思えぬ寒さでしたが、各種マシンの展示やデモラン、参加型イベントなど盛りだくさんのメニューに加え、通常立ち入ることのできないピットレーンへも出入り自由、至近距離でモータースポーツの迫力を体験できるとあって、二輪、四輪問わず3万2000人のファンが詰めかけました。

親近感が魅力

「風のように瞬く間もなく、爆音を残し目の前を駆け抜けて行くマシン。何度見ても震えるなあ」と仲間で盛り上がるのは、ツーリングを兼ねて志摩からやってきたという5人組み。「すれすれの距離でマシン走行を観戦したり、気軽にパドックに入って、マシンやピット作業をじっくり見て回れる。こんなチャンスって滅多にない」と、ここ3、4年続けて参加しているそうです。

「張りつめたレース会場では気安くライダーに話しかけられないこともあるけど、今日みたいな日はサインや握手を求められることだって可能。応援してます」の一言に「ありがとう」と笑顔で返してくれるだけで、ものすごく幸せ」とプロ顔負けのカメラを構え、ライダー撮影に夢中な女の子。アットホームな雰囲気、濃密な時間が過ごせるためか、毎年足を運んでしまうファンも多いようです。

家族を巻き込むにはうってつけ

バイクの操作方法を真剣に聞き入る息子さんの傍らで、その姿を心配そうに見守るお父さんは「新聞で偶然このイベントを知り、息子がポケバイに乗ってみたいというので、一家で来ました。日曜日に自分だけ



親子の記念撮影現場に難波恭司さんを発見! 今年には「YSP&PRESTOレーシング」のチーム・レポーターとして、全日本全戦をバイクで追いかけるそうだ



自分と同世代の子どもたちがカートやバイクで走る姿に、思わず飛び入り参加を希望するちびっ子も



呼べば答える至近距離。「レース中のピットウォークでは、こんなにそばまで近づけない」と興奮を隠しきれないレースファンのみなさん



サインもねだりたい放題? 「レースと違う雰囲気、ファンの方と接することができるから、僕も楽しいですね」と中富選手

ーリングに行くのも、かといって家族をレース観戦に無理矢理連れ出すのも気が引ける。それで結婚以来、バイクからめっきり遠のいてしまった私には、子どもが遊べることを口実に、自分が楽しめるこんな機会もあっていい。今回のポケバイ教室をきっかけに、家族みんなをバイクの世界に引き込もうという作戦です(笑)。

183センチの大型ライダー?

さて、「YSP&PRESTOレーシング」から昨年同様シルバーを基調とした#2のYZF-R1を駆るのは、00年全日本250ccチャンピオンの実力を持つ中富一選手。

「昨シーズンは怪我のため、自分らしい走りができず悔しかった。今年はクラス、チーム、マシンと全てが新しくなり、気分一新。新鮮な気持ちで一戦一戦全力で臨み、ヤマハの代表としてとことん勝ちにこだわりたい。走り魅せますから、シヨップのみなさん、ぜひお客さんと一緒に近くのサーキットに応援に来て下さい」と頼もしい。

ニューマシンの手応えも上々のようで、「まだシェイクダウンしたばかりですが、R1のポテンシャルはスゴイ! レースだけでなく、これでワインディングロードを走ったら気持ちいいだろうな。でも実は僕、大型免許持ってないんです(笑)。はれて免許を取ったら、シヨップ主催のツーリングにも参加してみたい。ぜひ声をかけてください」と24歳の気さくな一面も垣間見せてくれました。若さが眩しい「YSP&PRESTOレーシング」にぜひ期待です。



YV

Impression

ヤマハニュース・インプレッション

変わってるのに 変わらない乗り味

SR400

試乗レポーター
SPACE/加藤太一店長

このコーナーは、二輪販売店のみなさんによる
二輪販売店さんのためのヤマハモーターサイクル試乗レポート。

プロライダーが試乗する専門誌レポートとは異なり
実際にお店で取り扱うことになるニューモデルや既存商品について
スタッフ自らが販売視点、ユーザー視点で語る、等身大の試乗記です。

新企画第1弾の今回は
モーターサイクルの未来を占う電動コミューター「Passol」と
ヤマハならではの大きい定番「SR400」の2本立て。お楽しみに!

名古屋の高級住宅街にほどよく馴染む、SPACEさんの店構え。バイクシヨブというより小洒落た古着屋さんのような雰囲気、SRカスタムとそれにコーディネートできるアパレルの販売にも積極的だ。自らのバイク初体験もSRだったという加藤店長に、改めて03モデルのSR400に試乗していただき、その魅力を再確認してもらった。

ヤマハハンドリングを継承 エンジンはよりスムーズに

ノーマル車にじっくり乗ったのは久しぶり(笑)。エンジンはすくすくスムーズになってますね。以前はトルクの谷間を感じたのですが、試乗した最新型は吹け上がりがとても滑らかです。はつきり言って速くはないけれど(笑)、ストレスを感じるわけじゃない、逆に気持ちいい。実際、エンジンを開けてみるとわかるけど、長い間に「ここまでしなくてもいいんじゃないか」というくらい改良されていますからね。

ディスクブレーキのコントロール性もすごくいい。効き自体もちろん良いんですが、僕はSRの場合はコントロール性能の方が大切だと思うんです。街乗りが主体となるバイクですから、渋滞でのストップ&ゴーや信号の多いシティランには、コントロールがブレブレキが欠かせません。

でもハンドリングは、変わってませんね(笑)。いい意味で、昔からのヤマハらしいハンドリングがそのまま受け継がれています。マシンなりに走るのではなく、ライダーが積極的に乗りこなしてやる必要があるんですよ。その分、いつも考えながら走らないといけないから、ただ乗せられてる感じがしない。そこが楽しいですよ。試乗車は新車だったので、まだあたりがついていないからかもしれませんが、サスはずいぶんしっかりとした印象です。

変わらない。けれど飽きない 素性の良さが長寿命の秘密

イモビライザーの搭載はすくく評価して



自らSRフリークという加藤太一店長は、時折こぼして町を走る。ノーマル車に乗るのは久しぶりだが、「素材がいいからカスタムも生きると改めて実感

「自分では乗れないが、SRが大好き」とカフェからバイクショップに転身し、社長を務める加藤幸子さん。お客さまの求めに応じて、ウエアやアクセサリーのコーディネートもアドバイスする

います。SRも盗難は少なくないですからね。実際はパーツの盗難が多いんですが、車体ごと持って行かれたのでは話にならない。キーも新しいタイプに変わって、カッコいいと思う。満足度が高い装備じゃないかな。

その他の部分は、まあほぼ変わっていないです。基盤もほとんど変わってないし……。逆に、そこがSRの魅力だと思えます。若い頃に「欲しいな」と思っていて買えなかった人が、今日までずっ



と熟成され続けてきた新車を買える。そんなバイク、他にないですからね。個人的には、ウインカーのデカさとか、真つ平らでニードリップしにくいシートとか、いくつか不満があるのは確かです。でも、そういうところにこそ、カスタム心がくすぐられる(笑)。素性がいいからでしょうね、発売から25年経った今も、素材としての魅力はちつとも色あせていないんですよ。

僕自身、初めて乗ったバイクがSRですけど、今乗っていても全然飽きないですね。きつと性能という尺度に関係ないジャンルだからでしょう。次々に高性能な新型車が入りこまれるスポーツでは、なかなか難しいことなんじゃないかな。

長く愛される秘密は日常的な扱いやすさ

SRのセールスポイントは、軽さ、デザイン、そして乗りにくさ(笑)。乗りにくさっていうのはキック始動のことなんですけど、シングル好きにとってはたまらない魅力のある「儀式」ですよ。お客さんには十分に説明しますが、いざ買ってみると思ったより大変でショックを受ける方もいるんです。でも、それがシングルワールドへの入り口ですからね。

軽さは日常の使い勝手の良さにつながるし、市街地走行を快適にこなすには軽快さがとても重要です。乗っていてつらいようなバイクだと、やっぱり長続きしないものですよ。

デザインに関しては言うまでもないですよ。いくらカスタムのお客さんでも、まずはベースに魅力がないと気持ち動きませんから。

400ccという排気量もポイントになります。車検がないことから250ccを求めらるお客さんもいるんです。やはり車検はハードルなんです。でも、僕は最初から400ccに乗ることを勧めるんですよ。2年後にまた買い換えるくらいなら、どうしてもTW225がいいとか積極的な理由がない限り、最初から大きい排気量に乗っておいた方があとと不満も出ない。結果的には効率のいい買い物になるんです。不満が残らないように、最初から400ccがいいと思いますよ」とお奨めしています。

圧倒的なブランド力が代替えのニーズを生む

25年と長く売られているだけに、「SR」という名前もはやブランド化してしまっています。クルマでいえばカローラのような圧倒的

な強さがある。ライダーの頭の中に「SR」という言葉がインプットされているんです。それだけの認知度があるから、指名買いが非常に多いですね。代替えが多いのもブランド力のなせるわざでしょうか。車検や修理のタイミングで買い換える方も少なからずいます。25周年限定モデルも、こういった代替えのニーズに合致しそうです。

また、細かく見るとSRもパーツが変化してきますから、個々の好みに合わせて新車と中古車が売り分けできるのが特徴です。例えばディスクブレーキが良ければ新車を、ドラムブレーキが良ければ中古車を、という具合です。そういうニーズがあるので、SRの中古車は値落ちしませんよね。

ウチのお客さんでは、ノーマルで乗る方はほとんどいません。どこまでカスタムす

技術の雑記 — SR400 — メーターパネルのデザイン

SRのモデルチェンジにあたって最大の目標は、変えないこと。しかし、社会的な要請やニーズの変化に応じて、変えざるを得ない部分も出てきます。03モデルの場合、騒音対策が大きな課題でした。新型のマフラーをいろいろ試作してはみたのですが、結局ノーマルマフラーの形状が最も美しい。何とかあの形状を残したかったので、それ以外の箇所での対策をしらみつぶしに行ないました。それでもマフラーは25mmほど長くなってしまったんですが……。



また、イモビライザー搭載にあたって、美観を損ねずにアラームを設置する場所がなかなか見つからずに苦労しました。具体的にはエアクリーナーボックスの配置を変更するなどして、スペースを確保したんです。

メーターの文字を巡っても大きな議論になりました。よくご覧いただくと分かるのですが、各インジケータランプの説明書きが、スピードメーター側はアイコンに、タコメーター側は英文字になっているんです。

すべてアイコンに変えてしまおうか、という意見もあったのですが、そうすると各スイッチに付記されている英文字との整合性が取れなくなる。では全部英文字にするかとなると、今度はデザイン上のバランスが崩れる。最終的には、良いものを継承しつつ、新しいものを受け入れる形で、アイコン、英文字の両方を採用しているんです。

ちなみに、この議論の中で試作されたまったく新しいデザインのメーターは、25周年限定モデルに採用しています。

(ヤマハ発動機 商品企画室/加納亮)

初代SR400とともに25年！ 今なお現役で生活を彩る

中川雅夫さん／東京都国分寺市

中川さんの愛機は、1978年6月に初登録された「2H6-01***」。初代SR400だ。途中10年ほど海外出張でSRに触れない時間が空いたが、その空白をはさみで切り取ってつなげたように時の流れを感じさせないまま、再びSRは違和感なく中川さんの生活に溶け込んでいる。

「しっとり品格があって、シンプル」とSRの魅力について語る中川さん。モーターショーでの発表でSRを見て、「これならずっと手を加えなくてもいいかな」と思ったそうだが、その通り、一時期マフラーを換えただけで現在は完全にノーマルである。

この冬、全面的にメンテナンスをし、磨き上げたばかり。「やっぱりキレイに乗ってあげたい」と中川さん。

「昔ながらのオートバイのエッセンスがSRには受け継がれている。美しいものって、飽きが来ませんね」と笑う。

「これも大事な儀式なんですよ」と慣れたキックでエンジンをかけ、心地よいサウンドを響かせた。



僕がこのSRをカスタムする
なら？ そうだなあ、トップブリ
ッジを変えて、リムを光沢のあ
るものにして、タンクやフレーム
を好きな赤に塗って、セパハンに
して……。イメージがふくらみ
ますね(笑)。



るかという、程度の違いだけです。SR
のお客さんは30代の男性がほとんどで
す。だいたいどこかでカスタム後の車両を見
て、憧れを抱いている。パーツが豊富な
で、ほとんどイメージ通りのマシンに仕上
げられるのもお客さんにとってはうれしい
ことです。

YN
Impression
ヤマハニュース・インプレッション

夢物語ではない “リアルな近未来”を訴求！

電動コミューター

Passol

試乗レポーター

YSP京都北／佐々木俊一 社長

佐々木紗衣子さん

商圏内外の大学生と社会人のスポーツ需要が中心というYSP京都北さんだが、舗周辺には新旧の閑静な高級住宅地もあり。環境に優しい電動コミューターで新しい客層の開拓が期待できそう

日本古来の景観を色濃く残し、地球温暖化防止会議(97年)の舞台ともなった京都市は、環境に優しい電動「コミューター」「Passol」が似合う街のひとつ。その市街中心部から少し離れた左京区にあるYSP京都北さんに「Passol」を持ち込み、佐々木社長とお嬢さんの紗衣子さんに数日間試乗していただいた。

**初めて乗るとビックリ！
思ったよりよく走る**

電動、なんて大したことないだろうと思
ってましたが、乗ってみてビックリ。けっこう
よく走るんですね。私が試したところ、エ
コノミーモードで30km/hくらい、パワーモ
ードなら40km/hくらいのスピードが出て
ました。この周辺は坂道が少なく、住宅
地の狭い小道が多いので、十分使える性能
だと思えますよ。

それと、すごく静か！ 電動モーターだ
から当たり前なんです。音が、実際、音も
なくスッと走る姿を見れば驚きますね、
やっぱり。こういう商品を体験すると、将
来的には、125ccくらいまでの「コミュータ
ー」は電動に取って代わられていくんだらう
など実感しますよ。(佐々木社長)

軽くて扱いやすく乗りやすい

私が驚いたのは、車体の軽さ。いつもV
INOに乗ってるんですが、スタンドの掛け
下ろしや押し歩きがすごくラク！ さっと
乗って、さっと走り出せる気軽さが快感で
す。都会的なデザインとかライフスタイル
というのとはともかく、スマートな乗り物だ
など実感できました。

乗車した時、普通に手を伸ばせば自然
にハンドルに手が届く、自転車感覚のポジ
ションもいいですね。上体が前傾にならず、
安心感があって乗りやすい。こういう車体
だと、そんなにスピードを出して走ろうと
思わないし、ちょうどいいかも……。

ただ逆に、クルマの多い大通りは路肩が



最近スタッフとして入った紗衣子さんは、自分で使うのにちょうどいいとパッソルがお気に入りだが、「買うとなったらちょっと高い…。佐々木社長は「価格をうんぬんする商品じゃない」と論ず

荒れていて軽い車体が安定しないことと、クルマのベースに着いていけないので、ちょっと恐いかな。(紗衣子さん)

エンジンvsモーター 比べれば一長一短……

私や私の友だちもそうですが、スクーターに乗っている若い女の子たちで、ガソリンスタンドが恐くて行けないコッてけっこういるんですよ。クルマの出入りが不規則に多くて近づくにいと、3000円、4000円の給油で気が引けるとか……。私も、よく親に入れてもらってましたから(笑)。そういう人には、充電式のパッソルがありがたいですよ。確かに、パッソルは航続距離が短いので毎日のように充電が必要かもしれませんが、1週



間に1度ガソリンスタンドへ行く手間を考えれば、自宅や会社などでコンセントにつないでおけばいい気軽さは魅力でしょう。燃費という点、ランニングコストの面でもパッソルは有利。私は以前通勤でVINOを使っ



ていて、毎日6〜7km走っていたんですが、その時は2週間に1度の給油で1回500円、月に10000円のカン代がかかっていた。それをパッソルに置き換える

と、2日に1度、月に15回の満充電が必要ですが、電気代を1回12円で計算(ヤマハ調べ)すると180円で済むんですよ。新車の購入価格が少し高いかもしれませんが、まるきり比べ物にならない差じゃないと思います。(紗衣子さん)

原付と比べても意味がない まったく新しい商品と捉える

手軽という点では、操作が簡単などところもいですがね。キースイッチの取り扱いと、3つのボタン機能だけ覚えればいい。日常のメンテナンスは、バッテリーだけ注意して

いけばいい。油污れがないから洗車もラク。家電品レベルですよ。ただ、実用車として考えれば、機能、性能、価格、すべてにおいてまだまだ原付スクーターのほうが上。それは、長い年月をかけて熟成してきた商品だから、当然なんです。同じ土俵で勝負しようとするほうが無理な話だし、これからは我々はスクーターを主力商品のひとつとして売り続けるわけですから、パッソルと原付を比べることは意味がない話でしょう。極端にいえば、価格うんぬん、性能うんぬんで売れる商品ではないということ。

パッソルは、電動コミューターというまったく新しいカテゴリーの商品として割り切り、原付と違う売り方をすべき。化石燃料に代わるエネルギーとして電気に着目し、よりクリーンでより静かでより低燃費な、環境に優しいコミューターを実用化したヤマハの姿勢。それを販売店がきちんと理解し、信念を持って売らなければ、買ってもらえないと思うんです。

新しいカテゴリーという意味では、パスもそうでした。パスは、原付というより自転車に近い商品だから、バイクショップにとつては新しいカテゴリーとして受け入れやすかったかもしれませんが、自転車も扱って

いるお店はどうだったんでしょう？ 10年前、発売当初と今を比べれば、電動ハイブリッド自転車はいぶん進歩しましたし、価格だって2分の1に下がった。パッソルも、きっとそうやって時間をかけながら定着していくんだと思います。(佐々木社長)

想定ターゲット層は 独身女性とその父親？

パッソルをもし自分の店でも扱うことになったら？ ヤマハがネットでアピールしているように女性が買うとすれば、生活感のある主婦ではなく、ちょっとリッチなお嬢さんでしょうか。うちの店の商圏内では、割合に裕福な家が多いから、新しい客層との接点として期待したいとは思いますが。

でも、現実的に見ると、むしろその父親世代のほうが可能性が高い。スポーツバイクのユーザーで、セカンドバイクを持つゆとりのある40代以上の男性。電動コミューターなんて新しい技術に興味を持つのはやはり男性でしょうし、実用性に目をつぶって環境対策という理想にお金を出すのも男性だと思えます。実際、店頭にはばく置いている間、めざとくパッソルを見つけてのぞき込んでいたのは、50〜60代くらいの男性でした。

ただそうはいっても、実際、最初は客層なんてお構いなしでしょう。実績もなにもないところで理屈こねてもしょうがない(笑)。興味を示す人全員にセールストークして、ヤマハの先進性やそれを扱うYSPの姿勢をアピールできれば、パッソルを買わなくてもJOGやパス、あるいはSRを買ってくるかもしれない。

ヤマハ ものづくりの 現場から 探訪

企業理念に謳われる「感動創造」の言葉。ヤマハ発動機の製品はこの理念に基づき、「世界の人々に新たな感動と豊かな生活を提供すること」をめざして開発される。それはどういう部署の、どんな人たちの手を経て形になっていくのか――。

「ヤマハ探訪」第1回は、モーターサイクル製品開発のスタートラインとも言える商品企画室。その厚いベールの向こうに見えてきたものとは……。

「自由の府、でしょうか」

商品企画室を表す言葉として、安平明彦さんはそう言った。商品企画室とは、市場・ユーザー動向を背景に商品戦略を決定し、どのような商品を世に送り出すかプランを練る、いわば製品開発のスタートラインにあたる部署である。ヤマハ発動機の未来を担う情報がある。ヤマハの中に集約されている。

商品企画室内のメンバーが表舞台に立つことは少ない。仮に取材などに応じたとしても、すでに発売された商品に関して語るだけで、それにしても概して口が重く、慎重に言葉を選ぶ。商品企画室は、決して取り扱われることのない厚いベールの向こうにあるのだ。発表前の製品に関する情報は、メーカーにとって生命線とも言える極秘事項である。取り扱いに関しては慎重にならざるを得ない。社外の人間に対してはもちろん、社内での会話にも気を遣う。もちろんこれはヤマハに限ったことではなく、どの企業でも同じことだ。

そんな部署を表して「自由の府」と安平さんは言うのだ。自由とは対極にある、まるで砦のような分厚い壁を感じさせる部署なのだ。

商品企画の業務は、新製品のコンセプト作りから始まる。ここで特に重視されるのは、マーケティングリサーチなどによって得られるユーザー動向に関する情報だ。

YZF-R6(03モデル)の企画を担当した安平さんは、「初代R6の成功を受けて、そのコンセプトを維持したままどう育てていけばよいか」を考えた。常に頭にあつたのは、ユーザーのニーズだ。ヨーロッパのスーパーバイクユーザーが求める「エキサイティングさ」を、どのように形にすればよいか。「何歳で、どんなライフスタイルで、どのような価値観を持っているユーザーをターゲットにするか。そこまで想定ユーザーを絞り込んでから、「こう作ればこう反応してもらえらんじやないか」と想像し、実際にさまざまなお客さまと触れあつた経験を生かしながら、商品のコンセプトをまとめあげていくんです」と安平さん。

性能を高めることはもちろん、開発メンバーとの議論のなかからもう一つの結論として「野生動物のような顔つき」に到達した。ガトリングビームヘッドライトによる精悍なフェイスは、

そのアイデアが原型となっている。R6の全体のシェイプも、「フロントタイヤに噛みつき」とするかのようないメージ。機能としてのダウンフォースをフォルムでも表現したかったんです」という開発メンバー全員の思いが、そのまま結実している。

しかし、安平さん自身がデザインをし、図面を引くわけではない。社内の開発メンバーはもとより、GKデザイナーを始めとする社外スタッフにも、ユーザーニーズに基づき自らが描いた「R6像」を伝え、形にしよう必要がある。

「上司には、『我々は、やる気になってもらい屋さん』なんだぞ」とよく言われるんです」と安平さん。機能とデザインとのせめぎあいの中で、時には各部署の事情と衝突することもある。また、多くの人が関わる以上、それだけ多くの意見も出される。そんな中でも「これでいいんだ」と確信を持ち続け、さまざまな人たちを説得していく。

「社内のな事情はもちろん理解してはいますが、我々にとって最も大切なのはやはりお客さま。お客さまが何を求めているのかを探りながら、その期待を超えるところに目標を設定しています

目標は期待を超えるところに設定 その実現に向け一丸となる

第1回 MC事業本部 GEMセンター 商品企画室

商品戦略、商品計画の立案、個別モデルの企画業務を行なう組織。商品開発にあたり、市場やユーザー動向の現状を調査・分析することで、未来を予測。その成果をコンセプトとしてものづくりに落とし込む。

自由な発想とテクノロジー、そしてユーザーに向けた眼差しが融合



から、どうしても譲れないこともあるんですよ」

● ●
 パツソルは、電動コミュニケーションというまったく新しいジャンルを開拓するモデルだ。ヤマハ発動機の、新しいマーケットを切り開こうという積極的な姿勢が鮮明に具現化されている。

特徴的なのはその割り切り感だ。デザイン、性能、機能、車格。どれをとっても限りなくシンプルな構成は、電気の力で気軽な移動を可能にしてくれる新しい乗り物・パツソルという製品のキャラクターを明確に表している。

ここまで割り切られているのは、商品企画を担当した石橋さんに負うところが大きい。石橋さんは、商品企画を手がけるようになって初めて原付免許を取得した。その目的は、既存のスクーターは大きすぎ、また、速すぎるように感じた。その違和感が、パツソ

ルのコンセプトの原点となっているのだ。

「私のようにバイクに乗り慣れていない人間にとっては、スクーターのエンジン音からもプレッシャーを感じるんです。スピードもそんなにいらさない。重いと取り回しが大変……。そうやって、『これなら私も乗れるかな』という製品を目指していきました」

ターゲットユーザーに対して投入されるモデルと異なり、新たなユーザーを掘り起こそうとするパツソルの場合、発想の自由度は比較的高い。ヤマハには、パスなどで培われた制御技術やバッテリーに関するノウハウがあった。それらの背景と石橋さんのコンセプトがちょうど重なり、パツソルが形作られていったのである。

「私がバイクのことをあまり分かっていなかったのが、逆に良かったのかもしれない」と石橋さんは言う。あれもい

らない、これもいけない、ここは譲れない……。石橋さんの意見は、二輪を作り慣れた社内の人間にとって、新鮮なものだった。

「最初のうちは、疑問視する声もあつたんです。30km/hしか出ないの？ って具合で。でも、それはバイクやスクーターに乗り慣れた人の意見。私のように、スクーターでさえ怖いけど、自転車よりも便利な乗り物を求める人はきつというはず、と思っていました。実際、スクーターを担当しているなかで『最近のスクーターは速すぎてちよっと怖い』とか『重くて扱いにくい』という感想は耳にしましたしね」

● ●
 発想が自由であつても、ユーザーに向けた視線は欠かせない要素なのだ。「気付きが大切」と石橋さん。今、そのアンテナは、今まで二輪業界が視野に入れてこなかったユーザー層に向けられている。

● ●
 商品企画室に厚いベールを感じるのは、あくまでもその外側にいる人間である。内部が「自由の府」であつても何らおかしくはない。むしろ、人々の心を揺さぶる製品が生み出される商品企画室こそ、柔軟な発想や強い個性、新しい意見を許容する自由な空気が必要なのではないか。

● ●
 実際、商品企画室内はしんと静まり返っているばかりではない。「決して私語ではないんですよ」と安平さんは笑う。そこかしこで行われている活発な議論。一見すると各人が担当する製品には直接関わりがないような情報の中にも、新たな製品に結びつく芽が隠されているかもしれないのだ。



マーケティングリサーチの結果を分析するなどして商品コンセプトを作り込んでいく。ユーザーとの触れ合いや社内での議論など、人間同士のコミュニケーションも重要な要素だ



石橋真実 主事

1981年入社。商品企画室で事務職を務めた後、総合職に。国内スクーターのカラーリングなどに携わり、製品全体を担当するモデルはパツソルが初めて



安平明彦 主事

1993年入社。5年の営業職を経て商品企画室に配属。欧州、日本、東南アジアなど各地域の製品に携わる。直近ではYZF-R1とR6の03モデルを担当

マジスティ生産累計台数 20万台を突破!

マジスティは、シティユースの実用性と、週末のツーリングなどのレジャー性を合わせ持つ新ジャンルのコンピューターとして1995年にデビュー。9年目を迎えた今年、早くも生産累計台数20万台を達成しました。125cc超の単一機種で20万台を超えるのは二輪業界でも非常に珍しい快挙です。

96年からは海外へも輸出を開始。現在は欧州、台湾など15ヵ国で導入され、なかでもスクーター発祥の地イタリアでは、96年から3年半で3万5000台を販売しました。



2002年のマジスティは、88年以來、14年ぶりに出荷台数20万台を超えを果たした。今年も「マジスティC リミテッドエディション」の発売もあり、多に期待できる

国内では、40歳前後のアダルト層の潜在的な二輪マインドを引き出した「リターンライダー」ブームと、昨今のストリートファッションと融合したビッグスクーターカスタムを作り出し、累計7万9000台を生産するにいたっています。

現在、大型スクーター市場は、国内4メーカーがあいつ

でニューモデルを投入している激戦区ですが、さらに今後、オートマチック限定免許導入も実現に近づきつつあり、さらなる伸長が期待されます。

話題の新ドラマ「マルサ!!」に ドラッグスター400が登場

今年1月スタートのドラマに登場し大きな反響を得たSR400に続き、4月8日(火)からスタートする連続ドラマ「マルサ!!」(フジテレビジョン)にドラッグスター400が登場します。

ドラマの舞台は脱税を徹底究明する、東京国税局査察部、通称マルサ。なかでも「査察総括第三課」は、一課、二課が摘発できなかった難解な脱税を暴くことが任務。ドラッグスターは、その第三課の中心人物・円谷加音子(江角マキコ)らとともに査察官「高畑力」を演じる永井大さんの愛車として登場します。

爽やかで活動的なイメージのなかにワイルドさを持つ永井さんは、ロー&ロングのドラッグスターのイメージにぴったり。ワイズギアの協力でハンドル、マフラーなどをカスタマイズして、永井さんの魅力を引き立てる、名脇役ぶりにご注目ください。



ナロー・エイブハンガーバー、パワーとサウンドを追求した2-フルエキゾーストのスラッシュカットマフラーなど17点のパーツが施されている

「マルサ!!」

フジテレビジョン・毎週火曜
2003年4月8日(火)22:00~22:54
出演: 江角マキコ、渡哲也、香川照之、
三宅健、永井大

SR25周年を祝う「SR SEASIDE Cafe」 福岡・神戸・横浜3会場で開催

1978年に誕生したSRは、おかげさまで今年25周年を迎えることができました。そこで、長年愛し続けていただいたSRユーザーのみなさまに対する感謝の気持ちと、「HAPPY BIRTHDAY SR!」という親しみの気持ちを込めたイベント「SR SEASIDE Cafe」が、SRコンストラクターズ主催(後援/ヤマハ発動機販売・ヤマハ発動機)で開催されます。

このイベントは、各地のSRユーザーが自慢の愛車、カスタム車で集い、ブームの粋を超えた「SR文化」を全国に波及させようという催し。会場では全国有名コンストラクターがオリジナルカスタムモデルを展示。ヤマハブースでは25周年記念モデル、初期モデル、さらに歴代タンクや、カタログパネルで、25年の歩みを紹介します。

ゲーム大会や各種表彰などアトラクションも盛りだくさん。ぜひ、販売店のみなさまも、積極的に参加し、ユーザーやコンストラクターとの情報交換や、販促活動の場としてお役立てください。

- | | |
|----|---------------|
| 福岡 | ■日程:5月25日(日) |
| | ■会場:福岡タワー特設会場 |
| 神戸 | ■日程:6月8日(日) |
| | ■会場:神戸メリケンパーク |
| 横浜 | ■日程:6月22日(日) |
| | ■会場:横浜赤レンガ |

【イベント内容】

- | | |
|-------------|-----------------------------|
| 10:00 | 会場オープン |
| 11:00~11:30 | 開催挨拶、SRの歩み紹介、来場者全員コーヒーで乾杯 |
| 14:00~15:00 | ゲーム大会 |
| | 各種表彰(初期型賞、25歳賞、遠来賞、カスタム賞など) |

※タイムスケジュールは各会場共通です。

3月28日(金)より、従来のヤマハ発動機のホームページと並んで、ヤマハ発動機販売が独自に運営するホームページが開設。国内のマーケティングを重視し、トップ画面から簡単に製品情報やイベント情報などにアクセスできるようになり、いっそう便利で見やすく、タイムリーな情報をお届けしていきます。ぜひ多くのお客さまにご案内ください。



<http://www.yamaha-motor.jp>

国内市場を重点的に網羅した
もうひとつのヤマハホームページ開設

ヤマハが開催、協賛する モーターサイクルイベントを集約した一冊! イベントハンドブックをご活用ください

「ヤマハモータースポーツイベント&レースハンドブック EVENT WORLD 2003」は、ヤマハが開催、協賛する、オンロード&オフロードのスクールや、レースなどの各種イベント情報を収録。情報誌としての内容もパワーアップしています。お店のイベントや、お客さまへの提案の情報源として、ぜひご活用ください。

各イベントの詳細情報はもちろん、スケジュール一覧や、アクセスマップなども収録

EVENT WORLD : www.club-yamaha-motorcycle.com/event-world



2003全日本スノーモビル選手権終了 ヤマハはランキング2、3、4位を独占!

全日本スノーモビル選手権シーズンの最終・第5戦が3月5日北海道・美瑛滑空場で開催されました。

ヤマハのスーパーA級5連覇を担う戸沢真司は、ランキング2位からの逆転Vに向けレースに挑み、各ヒートを4位/2位で終え、10ポイント差のランキング2位。4戦まで確実にポイントを重ねてきた川越清貴も、5位/5位のランキング3位でシーズンを終えました。

一方、スーパーA級クラス初出場の寺崎雅史は、ヒート1で3位に入ると、ヒート2でもホールショットを奪い好スタート。一時はトップを奪われるものの、首位を奪い返す力走で、見事今季初優勝! ランキング4位の好位置でシーズンを終えました。



「最後に優勝できてよかった。これで今シーズンの目標が達成できました。練習を重ねてきたスタートも決まったことも大きな収穫です。来年はより多くの表彰台に上りたい」と寺崎

またA級S-1クラス稲葉翔、S-2クラス佐藤誠一郎、S-3クラス泉実が、それぞれヤマハマシンでシリーズチャンピオンを獲得。シーズンを通してヤマハライダーの活躍が光りました。

恒例のプレゼンテーションステージでは、ダンサブルなステージで秋/冬のライディングウェアをアクティブに、スタイリッシュに提案。また、会場に設けられたコンストラクターブースでは、今後発売されるシグナスXのカスタムデモ車も並べられ、高い注目を浴びていました。



グラフィック採用の外装キット、インチアップアルミホイール、ライザーハンドル、ローダウンキットなど、新商品、参考商品でドレスアップされたマジェスティ

さまざまなカスタムバイクを演出する
ワイズギアの新提案に注目!

終盤戦に突入したAMA-SX! ヤマハ3選手の追撃に期待

2003年AMAスーパークロス選手権シリーズは早くも第10戦に突入。シリーズランキングでトップを行くカーマイケルを、ヤマハの3選手が追撃する展開となっています。

3月8日に行なわれた第10戦では、カーマイケルがスタートからトップを快走。しかし、昨年この大会の125ccクラスを制したヤマハのチャド・リードが続き、YZ450Fを駆るティム・フェリーも5周目に3位に上がると追撃を開始。4位以下の選手は3人の速いペースについて行けず徐々に離されます。その後、フェリーが遅れ始めると、ランキングでも激しい戦いを続けるリードと、カーマイケルのマッチレースとなりますが、リードは最後までカーマイケルを捕らえることができずそのままの順位でフィニッシュ。ポイント差は25に広がってしまいました。



メインイベントに先立つ予選で転倒したビーラマン。そのまま病院に運ばれ検査を受けたが、幸い大事には至らなかった

残り6戦、逆転をめざすヤマハに、ぜひ熱いご声援をお願いします。

AMA 2003シリーズランキング

AMA SX250(第11戦終了時)	AMA SX125西(第6戦終了時)	AMA SX125東(第5戦終了時)
1 R・カーマイケル Honda 257	1 J・スチュワート Jr Kawasaki 147	1 B・ジェスマン Suzuki 117
2 C・リード Yamaha 235	2 T・プレストン Honda 116	2 M・ブラウン Kawasaki 107
3 D・ビーラマン Yamaha 169	3 A・シヨット Suzuki 92	3 B・セラーズ Yamaha 93
4 T・フェリー Yamaha 163	4 B・ラニビッチ KTM 91	4 K・スミス Yamaha 79
5 E・ラスク Kawasaki 149	5 M・ウォーカー Kawasaki 90	5 B・メットカルフェ KTM 65
6 E・フォンセカ Honda 125	6 D・スミス Suzuki 81	6 E・ヴァレジョ Yamaha 65

リコール&サービスキャンペーンのお知らせ

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
●JOGポシェ(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
●ビーウイズ(YW50)	SA02J-100101~104489
●ギア(BA50)	UA03J-000013~006302
●グランドアクシス(YA100)	SB01J-100101~138056, SB01J-100101~103519
●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
●マジェスティABS	SG01J-003245~006687
●マジェスティ	SG03J-026479~028473, SG01J-000015~006707, SG03J-000027~015548, 4HC-061237~070060, SG03J-023359~028533

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申し上げます。詳しくは、ヤマハホームページ(<http://www.yamaha-motor.co.jp/news/recall.html>)などで確かめください。

2月大阪、3月東京で、2003-04秋/冬のアパレル、カスタムパーツなどを展示・発表するワイズギアビジネスショー「ヤマハアクセサリー展示受注会」が開催され、多くの来場者で賑わいました。

今回、特に注目を集めたのは、入口に展示されたマジェスティのカスタムデモ車両3台。参考商品の、グラフィック外装キットと、業界最高サイズのインチアップアルミホイール、4月に発売予定のスーパーローダウンシートなどを装備し、圧倒的な存在感で来場者にアピールしていました。

恒例のプレゼンテーションステージでは、ダンサブルなステージで秋/冬のライディングウェアをアクティブに、スタイリッシュに提案。また、会場に設けられたコンストラクターブースでは、今後発売されるシグナスXのカスタムデモ車も並べられ、高い注目を浴びていました。

「YSP&プレストレーシング」を 勝利に導く7人の監督が決定!

昨年に引き続き、全国のYSPが運営母体となり、ヤマハ海外二輪製品の国内ディストリビューターである(株)プレストコーポレーションがサポートする「YSP Racing Team sponsored by PRESTO corporation」が、全日本ロードレース選手権(JSB1000)に出場します。

今年は、ライダーとして新たに2000年全日本GP250チャンピオンの中富伸一を迎え、毎レース開催地近隣のYSPの社長が「チーム監督」を交代で務めます。

監督は各地のYSPから公募し、抽選で決定しました。全国のヤマハファンとヤマハ取扱店を代表して戦う「YSP&プレストレーシング」に、あたたかいご声援をお願いいたします。

	決勝日	大会名	監督(YSP/代表者)
第1戦	3月23日	鈴鹿2&4	YSP豊橋南/加藤静利
第2戦	5月11日	筑波	YSP杉並南/早瀬太嘉志
第3戦	5月25日	鈴鹿200km	YSP東淀川/三谷謙治
第4戦	7月20日	もてぎ	YSP板橋中央/牧野雅幸
第5戦	8月24日	オートポリス	YSP延岡/山本晶一
第6戦	9月14日	SUGO	YSP八戸西/三浦健至
第7戦	10月19日	TI英田	YSP岡山南/森石知治

YSP&プレストレーシングHP <http://www.ysp-racing.jp>

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(5月)

会場	5月			備考
	ベーシック	マスター	パス	
SC北日本				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習得 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習得 パス:パスに関する一般整備知識の習得 ※4月の講習会はありません。
SC北関東		21~23		
SC中部		7~9(名古屋)		
SC近畿		20~22		
SC中四国		13~15		
SC九州				

商品名	車体番号
【リコール対象車】	
●ドラッグスター(XVS250)	VG02J-000020~001069, VG02J-001170~001269, VG02J-02672~02751, VG02J-000020~004993
●ドラッグスタークラシック(XVS1100A)	VP10J-000019~003178, VP13J-000163~002707
●ロードスター	VP13J-000013~002687, 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】	
●ジョグポシェ(YV50H)	SA08J-028523~036627
●JOGアブリオ(YJ50)	SA11J-065039~088782
●ビーノ(YJ50R)	SA10J-044334~065863
●グランドアクシス(YA100W)	SB06J-206603~214916

シューフィッターの接客術

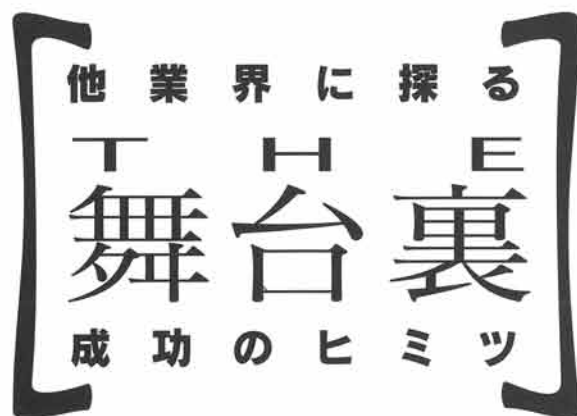
母娘とおぼしき老婦人と中年女性の2人が店内に入ってきた。丹念にお客さまの足に合う靴を選び、案内する小林徹司店長。じっくりと時間をかけた接客を行なっている。履き心地に満足した老婦人は、気に入った靴を購入した後も、名残惜しげに店内に留まる。そして同じように時間をかけて靴を選ぶと、もう一足購入。「私も今度買いたいわ」と連れの女性も笑顔を見せた。

接客後、小林店長いわく、「初めて見えたお客さまなんです。まるでなじみ客に対するような親身になってのフィッティングは、もちろん大きな購入動機の一つになっているだろう。しかし老婦人が何よりも喜んでいたのは、履き心地の良さだった。シューフィッターの資格を持つ小林店長の腕が光る。

シューフィッターとは、メーカー、卸、小売など靴に関連する企業によって構成された「足と靴の健康協議会」が養成・認定する資格。靴に関する知識や靴合わせの技術はもちろん、足そのものに関する知識も習得している。

足の健康への認知度向上が背景に

(株)アルプスシューズは、東京都練馬区・光が丘のショッピングセンター「MA」に居を構えるコンフォートアルプ



(株)アルプスシューズ・
コンフォートアルプス光が丘店



「接客の時間ですか? かかりすぎるぐらいかかりますね」と小林店長。「丁寧な靴合わせは当店のベース。でも、250円の靴ひもの販売にも時間がかかってしまうんですよ」と苦笑い。効率を度外視し、時間をかけた接客は当然会話を生む。その中から探り当てたニーズが、次につながる大切な要素となる

アジア諸国などからの輸入品により、価格破壊が進む靴業界。国内では製造・販売ともに苦境に立たされているのが現実だ。最近では「シューフィッター」という靴に関する資格が注目されているが、販売の現場ではすでに資格をベースとし、「次の段階」にあるニーズへの対応が迫られている。

ス光が丘店を含めて3店舗を展開。その全店にシューフィッターを配置している。コンフォートアルプス光が丘店では、小林店長を含めて2名がシューフィッターの資格を有する。

「足と靴の健康協議会」は靴業界が自主的に運営している団体。我々が持っているシューフィッターの資格も国家資格のような公的な資格ではありません。しかしこの資格が、お店の信用度を高めていることは間違いなさそうです」と小林店長。

この5、6年ほどで足の健康に関する認知度が高まっており、「シューフィッターはいますか?」という問い合わせも多いそうだ。

「我々としては専門性の高さをアピールできるチャンスと捉えています」

シューフィッターという呼称には目新しい響きがあるが、実は昔からの「靴屋さん」なら当たり前に行なっていたこと。巣鴨本店が創業30年という歴史を持つアルプスにとっても、もともとあった「靴や足に関する豊富なノウハウ」とい

FHA(足と靴の健康協議会)が公認する上級シューフィッター(バチェラー・オブ・シューフィッティング)の資格を持つ小林店長。「お客さまからの信頼は得られやすいが、本来靴屋として当然持っているべき知識やノウハウ」と言う。資格を基盤として何ができるか。各店の戦略が問われる。



(株)アルプスシューズ

巣鴨本店の他、小手指店(埼玉県所沢市)、光が丘店(東京都練馬区)と計3店舗を展開する靴専門店。足の健康とコンフォート性を重視した品揃えが人気。コンフォートアルプス光が丘店は平成10年10月にオープン。婦人靴を中心にしながら、ドイツ・リコスタ社製をはじめとする子供靴にも強い。

う武器に、アピールしやすい「資格」という看板が加わったにすぎないのだ。

資格自体より 実のある差別化を

足、そして靴への関心の高まりは、シューフィッターの数の増加にもつながっている。同協議会が認定するシューフィッターは、昨年11月現在で2200人を超える。「もはやシューフィッターという肩書きだけでは済まされない。中身を問われ始めています」と小林店長は言う。

最近では、肩書きのための資格取得という側面も増えつつあり、「シューフィッターの勧めで靴を買ったのに足に合わない」というケースも少なからず出てきている。小林店長は、いつの間にかに形骸化しつつある

肩書きに苦笑する。資格そのものよりも、いかに販売の現場でお客さま個々の足に対応した快適な靴選びができるか。その積み重ねで得られる信頼こそが、最も大切なものだ。小林店長は考える。

「資格はあくまでも基礎。今はもう、「店にシューフィッターがいるかいなか」という時代ではなく、その先の差別化を考えなければならぬ時期」

コンフォートアルプス光が丘店では、独自の品揃え、フットケアルームの設置、靴をより履きやすくするための現場での修正、子供靴の充実などにより、差別化を図る。

それらに加え、「資格+α」のノウハウ蓄積にも余念がない。パチエラーという上級資格を持つ小林さんでさえ、「ドイツに勉強しに行ったり、日本でも素晴らしい技術を持った方に教わりに行ったりします。まだまだ学ぶべきことはたくさんあるんです」と言う。

良い品には 適正な価格がある

コンフォートアルプス光が丘店のある「光が丘MA」内には靴店が数店。近隣には安売り店もある。しかし小林店長は「価格競争の舞台に上がるつもりはまったくない」と言い切る。

同店の扱う子供靴は、最も安価なもので3900円。子供の足の成長は早く、短期間での買い換えが必須だ。一般的に子供靴は、2000円を超える

と親の購入意欲が急速に下がると言われる。

「お客さまの反応を見ても、価格に対する抵抗感はあるようです。しかし、子供靴は当店の得意分野。自信を持てる商品以外はお勧めしたくない」と小林店長。3900円も「これ以上は落とせない」ボーダーラインだと言う。

「きちんと説明すれば、価値はお分かりいただけるんです。履いてみれば絶対に価値が分かる。それに、良い物にはそれなりの価格が伴うものだと、皆さん潜在的には分かっているんですよ。例えば今、回転寿司がブームですが、本当に美味しいお寿司はやっぱり「お寿司屋さん」でしか食べられない、という認識は変わらないでしょう？」

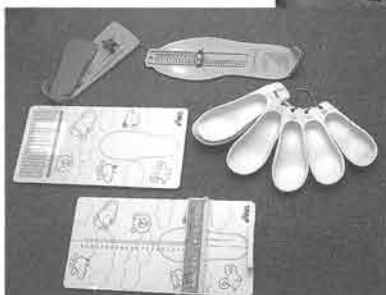
「〜屋」と名の付く業種は、今もやはり職人の世界。だから大繁盛はないかもしれない。小林店長。「特別なセオリーなんてない世界ですから……。一足一足、満足していただける靴を販売するだけですよ」

Check Point

小林店長は、(株)アルプスシューズ社長・小林豊氏の息子さん。「若年層を取り込みたい」と、2代目として「靴屋さん」の改革に積極的だ。しかしその根底に流れるのは職人としての血。「靴の良さをご理解いただくには時間がかかる。こちらとしてもじっくりと構え、日々やれることを、コンスタントに飽きることなく、地道に積み重ねていくしかない」という言葉にも、職人氣質が覗く。



子供靴の販売にも積極的。「マーケットは小さいけれど反応はある。メーカーを厳選し、子供を対象とした靴合わせをしています。先例がない分、当店の強みになっています」。ぬいぐるみやおもちゃなどを用意し、子供を飽きさせない工夫も



専用の機械で既成靴を修正し、より快適なフィッティングを行なう。専門店らしい細やかな気配りだ。さらに足の健康を重視し、フットケアサロンを設置。「既存のお客さまへの付加価値。フリー客の増加を防ぐためあまり積極的にアピールはしていない」とか

C
R
O
S
S

同業異種から見る
二輪ユーザー動向

今月の

O
V
E
R

Vol.1

ヘルメットメーカー

(株)SHOEI



標準的とされ、販売比率も高いヘルメットの価格が底上げされつつある。適正な価格と、それに見合った機能があれば、ユーザーの消費マインドは動かされる(写真はZ-4・希望小売価格3万6000円)

本物志向のライダーがこだわる「適正な価格に見合った品質」

ライダーの動向は、本物志向派とファッション派とに二極化しているように思えます。ファッション重視派は、比較的ラフでイージーなスタイルを追い求めています。一方の本物志向派では、いい道具(バイク)に合わせて、付随する品もいいものを選ぶ傾向がありますね。

当社製品の主なユーザーは本物志向派と言えます。安全を最優先する当社の姿勢に共鳴して下さっているからでしょう。安全を大前提とした上で、多くのユーザーに求められているのは快適性です。当社が製品開発の際に重視しているフィッティング、軽さ、ベンチレーションは、いずれも快適性にもつながる大切な要素です。(松浦氏)

ユーザーの年齢層は上がってきていますね。大型二輪の人気で、バイクの購入価格自体が上がっていることも、その要因の一つでしょう。「価格に見合ったより良い物」という指向性は高まっています。(海老沢氏)

バイクのような趣味のアイテムは、景気の影響をあまり受けないものなのですが、さすがにこの1、2年はひしひしと不況を感じています。売上高自体は大きく変わらないうえに、販売個数が減少傾向にあるんです。これには、少子化等によりライダー人口そのものが減っているという問題もあるでしょう。しかし、当社を含めて業界全体のアピールの仕方によっては、まだまだ潜在的なニーズはあると思っています。

売上高への影響が少ないのは、1個あたりの価格が少しずつ高額帯にシフトしてきているため。これも本物志向の表れでしょう。(松浦氏)

二輪文化を伝承するためにバイクショップの役割は大きい

二輪業界全体の動向としては、どちらかというと安全性よりも気軽さがクロージアップされているように感じますね。しかし、安全は決して軽視するべきではない。特にヘルメットは、ビギナーのうちから安全性の高いきちんとした製品をかぶることが、後々につながります。(松浦氏)

昔は友達やショップなどからのアドバイスを得られたんですが、最近はそういう文化も薄れ、「安全に乗ることのカッコ良さ」がなかなか伝達されません。車両販売さんには、そういう情報発信源としての機能が十分にあると思います。(海老沢氏)



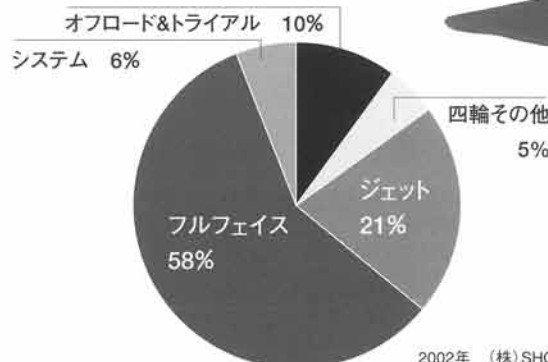
の親密なコミュニケーションや豊富な経験・知識を武器に、安全への関心を高めていただけの最先端の現場なんです。ビジネスに求められるきめ細やかさやニーズを読む感性、そして趣味性の強いバイクにこそ不可欠なユーザーコミュニケーションを牽引していただけるのではないかと期待しています。

二輪業界全体としても、二輪特有の楽しさや解放感を積極的に表現しながら、スポーツとしての二輪の認知度をもっと向上させる必要があるでしょう。また、孤独になりがちな二輪ユーザーをイベントなどに誘うことで、より幅広い楽しさを知ってもらうことも、重要だと考えています。(松浦氏)



ファッション性へのニーズは大きい。しかしヘルメットメーカーとして安全性は譲れない。MASH-2は、そのはざまから生まれた

ヘルメット販売の形状別比率



2002年 (株)SHOEI提供

快適性や気軽さへのニーズ、製品そのものの進化、ネイキッドバイク人気などから、最近ではジェットやシステムヘルメットの人気が高まってきている。それでもフルフェイスが過半数を超えており、同社ユーザーの「本物志向」を裏付ける



株式会社SHOEI

取締役 国内営業グループ担当 兼 商品開発グループ担当
松浦光彦氏 (写真右)

商品開発グループ企画室 係長
海老沢孝氏 (写真左)

松浦氏は平成4年入社。東京支店長、国内営業部部長を経て取締役に。商品開発のとりまとめ役も兼任する。海老沢氏は昭和63年入社。国内営業、宣伝を経て現職に。新製品の企画、開発の業務のほか、国内の宣伝・広報業務も担当。



店舗上の看板には「私たちはお客様に安全で豊かなモーターサイクルライフを提案していきます」という誓いを掲げている



通りを挟んだ反対の区画には約700世帯の入居が可能な住宅と、ショッピングモール、会社など複合施設の建設が行なわれている。3月19日に地下鉄半蔵門線の錦糸町駅も完成。今後は駅を中心の都市開発で、新しい人の流入が期待できる

立地＋展示演出＋サービス力 総合力が魅力の新生YSP

YSP 墨田

東京都墨田区太平3-9-8
小田林 和彦 店長

昨年12月にYSP千住の姉妹店としてオープンしたYSP墨田は、集客力に優れた立地と店舗をベースに、YSP千住じこみのCSをプラス。優れた総合力で正統派スポーツショップの確立をめざす。

Profile

略歴 スポーツ、カスタムまで幅広く手掛けるYSP千住の姉妹店として、昨年12月14日、東京都墨田区にオープン。26歳の小田林店長を中心に、20代、30代の若々しいスタッフ体制で、YSP千住とひと味違うYSP墨田スタイルの確立をめざす。

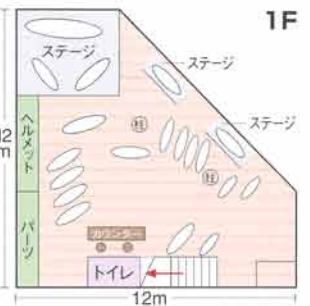
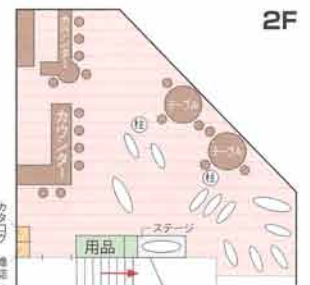
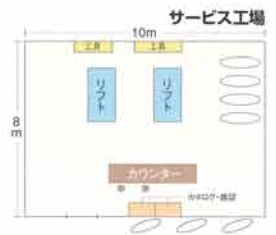
立地 企業や、官庁が集中する中央区、千代田区に隣接し、ベッドタウンとして住民人口が多い。墨田区内でも一番の利用者数を誇るJR錦糸町駅から徒歩5分、京成押上駅から徒歩10分にある立地は、集客に有利。また、生活幹線の四ツ目通りと蔵前橋通りは交通量が多く、その交差点に建つ店舗はアピール力抜群。

店舗 かつてアパレル会社の店舗であった建物を借り受け、一部改装を行なった。1階と2階に分かれたショールームの床面積は70坪。サービス工場は、ショールームを広くするため、敢えて別棟(30坪)に確保した。

商圏・客層 オープンから3カ月とあって商圏・客層はまだ明確ではないが、墨田区全域と、江東区の一部を

商圏としてとらえている。メインとなるのは、店舗を囲むように南北に走る四ツ目通りと、東西に走る蔵前通り沿いの住民や、企業に勤める社会人。客層は20代から30代の男性を中心と見込んでいる。

スタッフ 右からサービスマンの長谷川譲さん、サービスチーフの尾藤稔さん、森島昭光さん。中央が小田林和彦店長、営業の光本崇文さん、そしてヤマハ営業・秋元重人さん





カスタムパーツの並ぶ棚は、今後広い面積を確保するため、新しい仕器に変える予定



陽光を十分に取り入れる大きなウィンドウが、店内を明るくし、商品はスポットでさらに引き立てる。通りに面した展示台は、外を歩く人達の視線を意識した高さで、自然と目に入る配慮がなされている

以前のアパレルのショールームをそのまま生かした店内は「特に凝ってはいません。スポットを10機付け足しただけ」とは言うものの、商品をしっかりと見せ、高価な商品を扱っているという意識を感じさせるため、白い壁、白い天井、フローリングの淡いブラウンを用い控えめな色彩で、バイクのカラーリングの邪魔にならない



丁寧な電話対応、深々と頭を下げお客さまを見送る姿から、YSP墨田の掲げる「徹底顧客主義」を容易に受け取ることができる

ヤマハスポーツモデルを扱う プロショップにこだわった店舗

「今回YSP墨田を出店するにあたって、ヤマハスポーツバイクを主力商品と明確に位置づけ、多少敷居が高くみられても、高級感・上質感にこだわったプロショップ」をめざしました。そのため、アクセスしやすく集客性に優れた場所、街の中でもきちんと存在を主張できる外観と、高級感のある店内、そして、買っていただいたお客さんのバイクライフをしっかりサポートできるサービス力を備えたショップにしたいと考えました」と小田林店長。

多くの企業、官庁が集中する中央区、千代田区に隣接する墨田区は、ベッドタウンとして22万人の人口を抱える。また中小企業が多いことから、他エリアからの流入もあり、活気に溢れた街だ。そのなかでも、特に住民の交通手段として乗降者の多いJR錦糸町駅からは徒歩5分、生活幹線道路として昼夜を問わず交通量の絶えない交差点に店舗を構えた。さらに優れた視認性を得るため、周辺のビルの色を考慮して黒い壁材でインパクトをつけ、車からでも、通りを歩いていても自然と目に入る外壁を選んでいる。

「この辺りには大小さまざまな形態のバイクショップが数十軒点在しています。そのなかで専門店として価格に頼らずにスポーツバイクを売っていくと思うと、集客力のある立地だけでなく、バイクショップとして際立つ外観や、スポーツバイクが持つ高級感など、他店と差別化できる要素が必要でした」

その言葉どおりフロア全体を見渡せる店内は、工夫を凝らした照明が商品に高級感を与え、バイクの迫力、質感をしっかりと伝える。また壁、天井は白で統一し、バイクのカラーリングを引き立てている。ウィンドウ沿いに並ぶバイクは外に向けられているため、通りから見ると店全体がショーケースのような役割を果たし、立ち止まる人も多いという。

「オープンから3カ月、ここまでの主な客層は、20代、30代の男性が中心です。経済的に余裕があるこの世代がスポーツバイクユーザーになりやすいことを考えると、私たちにとっては好材料。うちの店が選ばれている理由はまだはっきり特定できませんが、視覚に訴える立地や外観が集客に貢献しているのは確かでしょう」

サービス工場



サービス工場が離れていることで、お客さまに分かりにくいなどのデメリットもあるが、それぞれが独立したことで、ショールームはスッキリと美感を保つことができ、工場は騒音や排気ガスの臭いを気にせず、作業に専念できる



部品・用品は、ヘルメットや、盗難防止グッズなど、基本的なアイテムを揃えている



整備完了済み

YSP 豊田
YAMAHA SPORTS PLAZA

お預かりしている商品に対して、修理中、修理完了をあらわす札をつけ、スタッフ間での作業の進行の確認を図る

直接お客さまが車両を持ち込んでいいように、常時スタッフが待機。また修理、カスタムの商談ができるようカウンター、パソコンを設置し、独立した接客スペースとしての役目も果たす

2Fショールーム



店内には、自然と耳に入る心地よい音量のBGMを流しリラックスムードを作り出す。事務カウンター、商談スペースとは別の談話スペースを設け、二輪専門誌や、カタログなどもおき、くつろぎのスペースを作った



2階のショールームは、スクーターを中心にゆったりとしたディスプレイで、お客さまの動きやすさを心掛けた。商談スペースはカウンターではなく、敢えてウインドウ側に設置し、構えず、じっくり話し込めるよう気を配っている

2階のウインドーはスモークガラスなので、商品のフロント部をショールームの中央へ向け、店内のお客さまにもっともアピールしやすい配列としている



トータルなバイクライフのサポートが リーダーを育てるキーポイント

集客力のある立地や、高額商品に見合う上質な展示演出が施された店舗を実現したことで、スポーツ店らしさをアピールするハードは整った。しかし小田林店長にはもう一つこだわっていることがある。それは、スタッフ全員が高いレベルの「徹底した顧客サービス」でお客さまを迎える体制を作ることだ。「私の掲げる「徹底した顧客サービス」とは、修理などの技術サービスはもちろん、日々の接客、購入後のアフターケア、イベントなど、すべての場面で的確なサービスの提供ができ、トータルにお客さまのバイクライフをサポートすることです」

スタッフのCS意識の向上のため、毎日の朝礼・終礼と、月例ミーティングは欠かせない。一日のスケジュール、翌日の作業プランの確認をすることは、仕事への責任感や、それぞれを助け合うチームワークを確立し、作業効率のアップを図る。月例ミーティングは、日にちを決めず必要なときに行ない、浮上してきた問題点をその場で解決する。

また、ショールームスタッフのユニフォームは、清潔感のある淡いブルーで統一。サービスマンはツナギを着用。担当職を明確にすることで、お客さまが欲しい情報を聞き出しやすくするというCSの一環である。

さらに、バイクは高額商品、お客さまには本当に納得してもらったうえで購入していただきたいという考えから、YSP千住と連携をはかり、スポーツバイクを中心に、試乗車約10台を常時スタンバイ。また、目的やレベルに合わせたツーリングイベントの開催や、年に一度、SUGOサーキット走行会を企画し、お客さまを楽しませることも忘れていない。

そしてCSの核となるサービス工場は、ショールームに充分なスペースを確保するため、別棟に設けている。工場内はいつもフルオープンで、間仕切りなどもなく見通ししやすいことから、技術力や修理状況などを「見せるサービス」が可能で、お客さまに安心感と信頼を与える。

「私たちは、バイクを売っているのではなく、自分を売っていると考えています。だから日々の接客やイベントは、自分を認めてもらおうための努力。それが結果的に私たちを信頼し、頼ってくれる固定客づくりにつながると思います」

今はまだ、スタッフもお店も成長過程。今後は、お客さまの心をつかむため、全員が力を合わせて「徹底した顧客サービス」を実践していく。

YAMAHA Monthly Calendar

2003年

4月 ▶▶▶▶▶ 5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。

4		[ヤマハ関連]		4	
~5/30	Majesty C Limited Edition先行予約	☆3			
~4/30	スポーツ5.9%低金利キャンペーン				
	Gロックスクーター盗難保険キャンペーン				
	スクーター&パス3%低金利キャンペーン				
	スクーター&パス夏のボーナス一括払いキャンペーン				
● 4/1	XJR400R/TW225/マイメイト三輪	発売			
● 4/4	SUGOレーシングスクール/SUGO	☆12			
● 4/5	ヤマハTRYカートスクール/SUGO				
● 4/6	ファンキーエンデューロ/柴田ファーム				
● 4/12	SUGO親子バイク教室/SUGO				
● 4/13	リターンライダーズスクール/テクニカルセンター				
	MINEサーキット・親子バイク教室/MINE				
	チャレンジオフロードフロンティア東北/SUGO				
	エンデューロ宮城シリーズ/SUGO				
● 4/13	ヤマハニューモデル展示試乗会/愛媛				
	YSPニューモデル展示試乗会/名古屋				
● 4/16	New PAS	発売	☆4		
● 4/19	ちゃれこん!/SLふくおか村				
● 4/20	ヤマハニューモデル展示試乗会/神奈川				
	YSPニューモデル展示試乗会/静岡				
● 4/20	ヤマハオフロードスクール/SLふくおか村				
	TI KIDS BIKE/TI英田				
● 4/26	ヤマハニューモデル展示試乗会/大阪				
● 4/27	親子バイクスクール/テクニカルセンター				
	十勝・子供バイク教室/十勝ISW				
● 4/29	サンシャインいわきエンデューロ/MSLしどき				
	SUGOレーシングコース体験走行/SUGO				
5/1~7/31	ヤマハストーリーターリミックスキャンペーン	☆2			
● 5/4	SUGOサーキットスクール/SUGO				
● 5/5	SUGOレーシングコース走行会/SUGO				
	バイクでファミリー運動会inしどき/MSLしどき				
	SUGO親子バイク教室/SUGO				
● 5/11	員弁シリーズカップエンデューロ/YSLダイイチ				
● 5/11	ヤマハニューモデル展示試乗会/岡山				
● 5/16	SUGOレーシングスクール/SUGO				
● 5/17	ちゃれこん!/SUGO				
	ヤマハTRYカートスクール/SUGO				
● 5/18	ALPS CUP/コングラド				
	ヤマハオフロードスクール/SUGO				
● 5/20	TMAX Black Edition	発売	☆2		
	SEROW225WE/GRAND AXIS 100	発売	☆2		
● 5/24	キッズステップアップ教室/SUGO				
● 5/25	ヤマハニューモデル展示試乗会/北海道				
	SRシーサイドカフェ/福岡		☆12		
● 5/25	TI KIDS BIKE/TI英田				
	アップグレードオフロードプラクティス/MSLしどき				
	Kidsオフロードスクール/MSLしどき				
● 5/30	Majesty C Limited Edition	発売			
	CYGNUS-X	発売	☆3		
● 5/30	YAMAHA RACING TRAINING/TI英田				
	ファーストステップサーキットラン/MINE				
5月~9/30	CYGNUS-X 盗難保険キャンペーン		☆3		

4		[社会・業界]	
● 4/4~6	東京モーターサイクルショー/東京ビッグサイト		
● 4/6	Moto GP第1戦/鈴鹿	☆4	
	AMAスーパークロス第13戦/ボンティアック	☆13	
● 4/13	全日本モトクロス第1戦/近畿		
	AMAスーパークロス第14戦/アーピング		
● 4/20	NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/群馬		
● 4/27	NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/大分		
● 4/27	Moto GP第2戦/南アフリカ		
	全日本ロードレース第2戦/SUGO	☆13	
	全日本モトクロス第2戦/関東		
	AMAスーパークロス第15戦/ソルトレイクシティ		
● 5/3	AMAスーパークロス第16戦(最終)/ラスベガス		
● 5/4	全日本トライアル第3戦/関東		
● 5/10	NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/岩手		
● 5/11	NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/静岡		
	NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/宮城		
● 5/11	全日本ロードレース第3戦/筑波		
	全日本モトクロス第3戦/中国		
	Moto GP第3戦/スペイン		
● 5/18	NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/大阪		
● 5/25	NMCA少年少女モーターサイクルスポーツスクール/埼玉		
● 5/25	Moto GP第4戦/フランス		
	全日本ロードレース第4戦(鈴鹿200km)/鈴鹿		
	全日本トライアル第4戦/近畿		

