

新発売! **ポアスギール** スペシャル **パッソル** ミリオン **マイトック** セル付

YSP特別仕様

XZ400 XJ400/D RZ250/350



もり上がる奥様パワー
第2回ヤマハ奥様全国大会

4



〈特集〉夏商戦まさかり
この多彩な拡販策で、
夏商戦をダイナミックに乗り切ろう!

8

全国一斉スポーツフェスタ、サマーフェスティバル・イン・SUGO、オフロード・ライディング・スクール、125ccキャンペーン、ヤマハ819デーキャンペーン……ヤマハの拡販策に、独自の味付けで成果を上げる販売さまの実例集



MOTOR SPORTS HIGHLIGHT

16

中盤戦に突入した各シリーズ戦。各競技、各クラスとも、例年になく混とんとしたタイトル争いがつづいている



〔カラー〕
新商品紹介

19

POPGAL スペシャル/XS250/DT50/125

マリック・セル付/パッソル・ミリオン
YSP 特別仕様XZ400、XJ400、RZ250/350

20

'82YAMAHA SPORTS BIKEキャンペーンご案内
人間にいちばんちかい乗りものなんだ。
YAMAHA SPORTS BIKE

22

安らかに、高井幾次郎選手
偉大なロードレースライダーの死を悼んで

24

Country Road
Beautiful Motorcycle World

26



28

《特集》この夏、ポップギャルを売ろう
ヤング・ギャルから、ヤング男性へ、アダルトへ……とポップギャルの意外な汎用性が、お客さまの幅を広げている

33

セールスQ&A
企業イメージを自からコントロールする"CI"とは

34

〈フレンド店登場〉—神奈川・湘南地区
日本のウエストコースト湘南は、全国有数のバイク市場、ヤマハ市場……その中で個性あふれるご商売を展開する4店さんを訪問

37

情報スクランブル
●お客さまの意識と行動の変化●業界動向●業界をとりまく社会の動き



セフティ・コーナー
年間無事故・無違反運動をもりあげよう

38

SUGOインフォメーション

42

ヤマハ★トピックス

40

パーツ&アクセサリ
'82ヤマハTシャツご紹介

43

第2回ヤマハ奥様全国大会



ご商売の最前線で活躍めざましいヤマハ奥様が一堂に会し、互いの文流を深めながらセールスパワーのアップをはかろうと、昨年からスタートしたヤマハ奥様全国大会。その第2回大会が、6月9日、10日の両日、東京港区の東京プリンスホテルで開催されました。

日本全国から参集された奥様は、昨年よりもさらに増えて860名。2日間にわたるもりだくさんのプログラムを精力的にこなし、目前に控えた'82年商戦のクライマックスに、また新たなファイトを燃やされました。

←「バイクはどうですか?」のヤマハ奥様の質問に「郊外では理想的な乗り物と思うヨ」……ユーモアたっぷりの語りで人気をさらったイデス・ハンソンさん



ヤマハ奥様広場の進行役にはサリアン・ガール宮崎美子さんも登場。左は山本昇営業部長

もりあがる奥様パワー



↑ 4名のヤマハ奥様とヤマハ関係者がステージに上がって、ヤマハ奥様広場・フリートークイン。

→全国から集まったヤマハ奥様は860名にものぼった。



ヤマハ奥様の力で
お店の長期的な繁栄の礎を！

プリンスホテル鳳凰の間を埋めたヤマハ奥様の熱気みなぎる中で、式典は小池久雄・代表取締役社長の挨拶からスタートしました。

「昨年秋以降、二輪市場は大変に混乱しています。一台でも多くの商品が売れ、それによって利益も増えるのなら良いのですが、商売は値引きしかない、値引きしなければ商売は成立しない、という風潮が蔓延しつつあるのではないかと心配しております。

ヤマハがここまで発展してきたのも、需要は創り出すもの」という信念で、免許教室、乗方教室、展示試乗会などを、お店のみならずとも知恵と汗で行なってきたからこそであり、この地道な活動が水泡に帰してしまうようなことがあつてはなりません。

価格政策を全面的に否定するものではありませんが、お店の長期的な繁栄のためには、その前にお店としてしなければならない基本的な作業が、たくさんあるはず。お客さまのためになる、こうした基本活動こそが、お店の繁栄につながるのだということを、奥様方はしっかりと認識され、日々の活動をご商売の永続性の中で、しっかりと位置づけていただきたいものです。

また、これまで業界全体が男性中心で進んできましたが、これからは商品の開発、製造、販売のすべてにわたって女性をヌキにしては物を考えられない時代になっていると確信しております。その意味でも、ヤマハ奥様の戦力化が、お店にとっていかに重要であるか、がわかりたいだけでしょう。

私もメーカーの責任は、ユーザーに支持される商品をつくり、売れる環境をつくり出すこ



→めったにないヤマハ奥様同士の交歓の機会。懇親パーティーでは、あちこちに交流を深めあう奥様の輪が……

↓2日目の特別セミナー*接客術演習、接客は奥様の十八番……とあって参加したみなさまの関心も最高。



←ヤマハ奥様セミナーの理想的な発展形態として、おそろいのプレザーで日頃の活動ぶりを報告した「YSLC」のみなさま



と、それがお店の繁栄と発展につながりその中核にヤマハ奥様がいるのだ、という認識に立ってヤマハはさまざまな活動を展開しております。このヤマハ奥様全国大会も、ぜひ長期的なお店の繁栄のためにお役立ていただきたい。この2日間を通じて、お店の繁栄につながる新しい発想や新鮮なアイデアを見出され、この大会の意義を感じていただければ、ヤマハとしてもこれに過ぎる喜びはありません」(要約)

全国に拡がるヤマハ奥様活動の輪

小池社長の挨拶の後は、1日目のメインプログラム「ヤマハ奥様広場」。山本昇営業部長とサリアン・ガール宮崎美子さんの進行で、全国のヤマハ奥様のナマの声がつきつきと紹介されていきます。

まず店内裝飾に、接客に、顧客管理に、用品販売に、展示試乗会や宣伝広告に、さらには免許教室や地域社会の活動に……奥様ならではのセンスと心遣いで、大きな成果をあげている8店の奥様方の活躍ぶりがスライドで紹介され、つづいて東京、名古屋、京都、北九州の4店の奥様がステージに上がったのフリートークインです。

ヤマハ関係者も加わって総勢10名でくりひろげられたこのトークインでは、多様化する客層への対応、各店独自の販売ノウハウ、ヤマハマンの見た女性のつよ味……など毎日のご売場に直結した身近なテーマに、1時間以上におわたって奥様の体験にもとづいた貴重な意見がとびかかっていました。

そして最後は、ヤマハ奥様セミナーの理想的な発展形態の実例として昨年末に発足した「YSLC」(ヤマハ埼群レディースクラブ)の半年間の活動が報告され、同時に「YSLC」につづいて6月23日に総会を控えた「ヤマハ大阪奥様会」発足のニュースが大きな拍手の中で伝えられて会場の雰囲気も最高潮に達したものです。



小池社長、平井国内営業本部長（右）を交じえての記念撮影

第2回ヤマハ奥様全国大会に参加して

もともとと勉強しなくては。

渡部加名子さま

ワタベ自動車機渡部孟男社長
京都市右京区西院平町



私の店は昨年の12月に新規開店したばかり。当然、奥様大会に出席させていただいたのも今回が初めてです。

ところが、その初めての大会で、いきなり860名の全国の奥様に、自分の意見を発表する（フリートークイン）ようなチャンスにまで恵まれたのですから、印象も強烈でした。

それはともかく、初めての奥様大会で一番の収穫は、各地の奥様とお話し、情報交換ができたことです。

懇親パーティーで九州の奥様と名刺を交換したんですが、その名刺がパツソルのイラスト入り、「やさしい乗り物・ヤマハパツソル」なんて言葉まで入ってるんですね。また、オフィスコンピュータを導入されているお店がすごく多いことにも驚かされてしまいました。

それに、全国のヤマハ奥様の活躍ぶりを紹介したスライドを見ていて気がついたの

ですが、どのお店も用品コーナーに相当なスペースを割いているんですね。びっくりしました。

これからは、いろんな情報をいかに整理し、販売に生かすか、というところまで当然来ているのだと思いますから、オフコンなどは絶対に必要なのでしょうね。それと用品コーナーについては、増築をしても設けたいと思うようになりました。

私の店は、主人が4輪工場をやっている関係で、店のすべてが私に任されているんです。従業員さんと2人で、接客から、販売、登録、納車、経理事務、アフターサービスまで全部です。ですから、もともとと勉強したいですね。今年中には3級整備士の免許も取るつもりですけれども。

いづれにせよ、何かこうヤル気がモリモリと湧いて来るようなそんなヤマハ奥様全国大会の2日間でした。他所には負けていられへん、という気持ちね。



なだいなださんによる「ミセスのための心理学入門」



女流登山家・今井通子さんは「身近かな人間関係の再発見」



おなじみ水野晴郎さんの「男心・女心の本音」



「よい店・悪い店・普通の店」歌川令三さん

その後は、ヤマハ奥様への新たな提案、この夏のセールス・キャンペーンの紹介とつづき、大盛況のうちに3時間近くにわたった式典を終りました。

式典の後は、1日目のお楽しみ、テレビでおなじみのイーデス・ハンソンさんによる特別講演です。「私の日本観とゆとりある生活」と題して、ユーモアたっぷり語りかけるハンソンさんの話に会場は笑いのウズ。終りにはハンソンさんへの質問の時間も設けられ、ヤマハ奥様の熱心な質問に、さすがのハンソンさんもとじたじといった様子でした。

スペシャル・セミナーで 新たな発想の糸口を！

さて、明けて2日目はプリンスホテル内の5会場に各界の専門家を招いてのカルチャーセミナーとスペシャルセミナー。

カルチャーセミナーの4講座は、精神心理学の、なだいなださんによる「ミセスのための心理学入門」、女流登山家・今井通子さんの「身近かな人間関係の再発見」、映画評論家・水野晴郎さんの「男心・女心の本音」さらには、毎日新聞経済部・歌川令三さんの「よい店・悪い店・普通の店」。

マスコミでもおなじみの著名講師の流ちょうな語り口に、じつと聞き入る奥様、熱心にメモを取る奥様で、どのコースも満員の盛況ぶり。また、2階プロビデンスホールに設けられたモデルショップでは、バイクショップ山葉モーターズの1日」と題したスペシャルセミナー・接客技術の実演。

立地条件、顧客特性、店舗内容などからお客様を4パターンに分類し、それぞれに合わせた販売・接客方法を演習したもので、司会の斉藤安弘氏と会場を埋めたヤマハ奥様との間で熱のこもった質疑がつけられていました。

特集：夏商戦まじごとがら

この多彩な拡販策で、夏商戦をダイナミックに乗り切ろう！

スクーターに、スポーツバイクに、二輪市場は今年もめざましい伸長をつづけながら、一年中でも最高の需要期・夏商戦に突入です。この時期をひとときわダイナミックに乗り切っていたらこうと、今年もヤマハは多彩なキャンペーンやビッグイベントを展開中。

今月は、これらヤマハの拡販策を最大限有効に活用され、夏商戦をリードしている販売店さまの実例を各地からご紹介しましょう。お店でも、このビッグウェーブに乗り遅れることなく、活発なサマールセールをご展開ください。

全国二斉ヤマハスポーツフェスタ



全国スケールでヤマハスポーツバイクに対する大規模な話題を喚起し、市場を活性化しよう、と昨年からスタートした全国一斉のヤマハ・スポーツフェスタ。5月15、16の両日には全国90の特設会場で'82年第一回フェスタが開かれ、延べ来場者数8万人、成約台数2千台以上、という大きな成果を収めています。そして、この春のフェスタに協賛された販売店さまの多くは、その成果を店頭での商売に再現して順調にスポーツバイクの販売台数を伸ばされています。同じフェスタに参加されながら、その成果を自店のものとして生かされるお店と、みすみす逃してしまっているお店……その差はどこから生じてくるのでしょうか？ 7月17、18日の夏の全国一斉フェスタの前に、都内の4店の販売店さまに、最も有効なスポーツフェスタ協賛法をうかがいました。

商圏拡大に、生の情報収集に、社員の実戦教育に…… スポーツフェスタをフル活用

山田オート販売株・山田勤社長（東京都足立区）

「今回に限らず、うちではスポーツフェスタに参加する際には必ず、店独自の事前準備、集客告知、アフターフォローの計画を立ててから協賛するようにしています。」

メーカーと何店かの販売店が合同で行なうフェスタの場合、一番気をつけなくてはいけないのは雰囲気にならなうこと。大勢のお客さまが来場され、賑やかに開催できたというだけで、たくさん売れたと錯覚しやすいということですね。このミスをおかさないためにも、事前に

的に絞ったお客さまに積極的なセールストークを展開する多田社長



マーケット・リーダーになりつる
アダルトユーザーをターゲットに

山田社長（左から2人目）を中心にした普段のミーティングでも、スポーツフェスタで収集した生の情報がフルに活かされている山田オートさん→



今年もスポーツバイク拡張は、全国一斉フェスタからノと意気高い東京・城東営業所管内の販売店さま



最新の情報、話題の商品がいっぱいのフェスタは、お客さまの間にも完全に定着



目標を立て、アフターフォローの方法まで考えておくことが大切だと思います。もっか、うちでは5月のフェスタでビックアップした見込客へ、電話作戦を展開し、この夏の実売に結びつけようというところなんです。

それともうひとつ、自分の商圏の外へ打って出る活動というのは、店に戻ってから店頭でお客さまと接する時のとても良いトレーニングになるんです。そこでスポーツフェスタを社員の実戦教育の場としても役立てているんです。

フェスタの会場での成約台数はそれほど問題にしません。それよりも、そんな機会にしか把かみにくいお客さまのニーズ、生きた情報を少しでも多く集めることの方が大切なんです。

それが後々の販売に、何倍にもなって生きて来る。そのため、どの地域からの来場者が多かったか、どんな客層が多かったか、人気を集めた車種は、といったことを後でミーティングを開いてまとめることにしているんです。うちにとつてのスポーツフェスタ、それは貴重なマーケティング・リサーチの場でもあるんです。

多田輪業・多田芳明社長（東京都足立区）

「その時お客さまが最も関心を寄せている新商品を大量に見せ、試乗させ、タイムリーな情報を与えられる……ヤマハスポーツフェスタは、やはり一販売店ではできない企画ですね。それと、自店の商圏内での展示会では見込まれるお客さまというの、ある程度予測できちゃうんですが、フェスタとなると商圏外からのお客さまも大勢キヤッチできるという楽しさもある。

5月のフェスタでは、特に夏商戦への準備段階と割り切って、商圏外のアダルトユーザーの開拓に的を絞ってみました。バイクが本当に好きなアダルト層は、一度

おつき合いを始めると、息の長いお客さまとなる可能性が大きなこと。そして、何よりもその地域でのリーダートとなり、紹介販売が期待できるからです。

会場では、店の地図を刷込んだ名刺を配ると同時に、うちのセールスポイントである、出張販売、出張サービス、を特につよくアピールしました。

今は、この5月のフェスタのアフターフォローのまっ最中というところですが、もちろん7月のフェスタにも積極的に参加します。またとない商圏拡大のチャンスですからね」

スポーツフェスタで商売にリズムを

児玉スピードショップ 児玉伊佐雄代表（東京都杉並区）

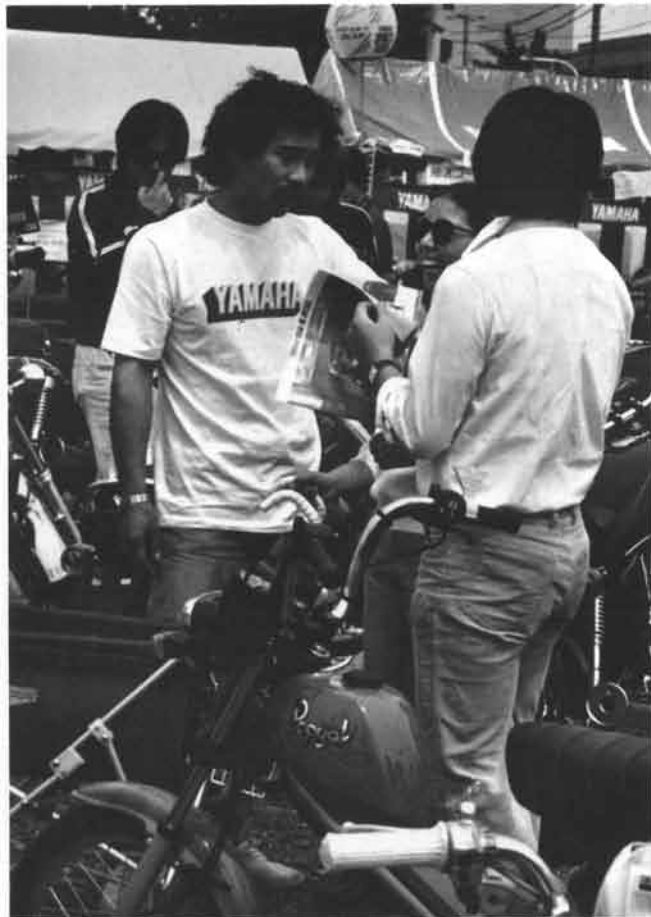


児玉社長は女性客にも気軽にアプローチ

「うちでは、5月の全国一斉スポーツフェスタに続いて6月に独自のスポーツフェアを実施したんです。これは、店舗改装に伴う「在庫一掃セール」を兼ねてのものでしたが、大きな成果を納めることができました。

販売店にとって今やスポーツフェスタへの参加は、必須活動ではないですか。普段の地道な活動の頂点にスポーツフェスタを組み入れて、それではずみをつけてグリーンと実販に結びつけるというパターンを考えています。すると、ユーザーにはたえずインパクトを与えることになり、代替層、新規層問わず相当な効果が期待できるわけです。

要するに、そういうリズムをつけることで普段のスポーツバイク販売もグンとやりやすくなる、実売へのキッカケができるということなんです」



ご家族づれにはスクーターを、という白井社長

スポーツからスクーターへ、お客さまの拡がりも

馬事公苑モーターハウス 白井紀社長（東京都世田谷区）

「5月に開催されたスポーツフェスタ、うちとしては初めての協賛だったのですが成果はまずまずです。」

世田谷会場は環8沿いの住宅街の中の小規模な会場でしたが、だからこそお客さまとの会話にも自然と集中できたのではないですか



見て、触れて、乗って……フェスタならではの3要素は、スポーツバイク販売の絶対条件

「試乗」の効果を確実に高めよう

モトショップ世田谷 村田舜司社長（東京都世田谷区）

「最近の若いお客さま、とくに20歳前後のお客さまは『買う』ことについてなかなか決断のつかない方が多い。」

これは、スポーツバイクに乗るのが全く初

ね。晴海会場のような大規模な場所では、スポーツ車に乗ってくるお客さまが中心です。しかし小規模な会場には、自転車に乗ってちょっとした散歩気分であつた方や、たまたま通りすがりのお客さまも意外と多いわけです。そうしたお客さまは、ファミリーバイク等の新規需要がほとんど。ですから、そこではアットホームな会話が大切ですね。

スポーツフェスタでの「試乗」はビッグスポーツ車に成約へ大きな成果がありますが、今回のような小規模なスポーツフェスタなら、同時にファミリー層への需要掘り起こしにも期待がもてます。今後は、全国一斉のフェスタをフォローする形で地域の販売店5、6店が協賛して開催すれば、素晴らしい成果をあげられるんじゃないかな、と考えたりしています」



村田社長(左)のスポーツフェスタに対するポリシーは、まず『乗っていただくこと』

には、何といっても実際に乗ってもらうのがいちばんです。既存ユーザー層に試乗してもらう場合に比べて格段に成約率も良いよう

すね。

スポーツ車に関しては、ファミリーバイクやクルマなどは連って店頭でちょっと試乗という機会になかなか恵まれないのが実情。だからこそ、スポーツフェスタでの「試乗」



サマーフェスティバルインSUGO

の効果を確実に実販に結びつけて行きたいです。
すね。
5月のスポーツフェスタでも、迷いに迷っ

ていたお客さまが「試乗」1回で即XS255
0成約となった例もありますし、夏のフェス
タを大いに期待しているところなんです」

さて、夏商戦に欠かせぬ活動といえば、お店のスポーツクラブを中心としたさまざまなモータースポーツ活動。またスポーツバイクのお客さまをお誘いしてのツーリングなどのお客さまサービスでしょう。

そして、お店のみなさまのこうしたスポーツ活動のメインプログラムとして最も活用されているのが、スポーツランドSUGOを舞台に

りひろげられるモータースポーツの祭典・サマーフェスティバル イン SUGOです。
特に今年は恒例のSLモトクロス全国大会、SLトリアル全国大会の開催される8月1日に、ツーリングのお客さまを対象とした新企画「SUGOサマーモトリング」も開催され、より多くのお客さまに、より幅広くご参加いただけるものとなっております。

この夏のプランはサマー・モトリングで決まり

モトショップ・ボンバー 追川精一社長(東京都練馬区)

このSUGOサマー・モトリングは、最近とくに活発になっているツーリングクラブの活動に焦点を当てたもの。スポーツランドSUGOを目的地に、参加者のみなさまにはまずみちのくツーリングを楽しんでいただく、そして目的地SUGOでは、もろだくさんの催しにご参加いただき、さらにツーリングクラブ間の親睦を計っていただくというもの。

これによって、ツーリング仲間の大きな広がり(輪(リング))をつくりあげる第一歩にしようという、いわば日本版エレファントラリーともいえるものです。

このため、SUGOでは日本を代表するロードレースライダー金谷秀夫選手の講演会、クラブ交歓会をはじめ、ロードコースの体験走行、実力診断パッチテスト、三輪バギー&オフロード車試乗会、新車展示会、部用品展示即売会、安全点検&無料相談コーナーなどバイクファンには魅力いっぱいプログラムを用意され、SLモトクロス、SLトリアルとあわせてお楽しみいただけることになっています。さて、夏休みのツーリングプランをご検討中の販

売店さまの中には、この「サマー・モトリング」を、早くも今年のメインイベントに、と計画されているお店も少なくはありません。東京練馬区の本モトショップ・ボンバー(追川精一社長)さんも、そんな1店さんです。

「うちはツーリングクラブができてまだ2年半。それでも当初5、6人だった会員が、今では28名に増えています。『レクリエーションクラブ・ボンバー』の名前どおりバイクを通じて豊かなレジャーを、というわけで20代から50代まで幅広いのも特徴。

毎月、第1土曜日にミーティングを開き、第3日曜にツーリングに出かけているんですが、今年の夏はもちろんサマー・モトリングに参加するつもりです。ほとんどのお客さまがSUGOは初めて、それにこんなにユウザーのことを考えた企画なんて他にありませんからね。クラブ員のお客さまが集まると、もう東北のロードマップを広げて、ルートを検討したり、休憩地を決めたりと大にぎわい。クラブ員以外の人にも声をかけて、ぜひ大勢で参加します」



もう心は、8月1日のSUGOサマー・モトリングへというレクリエーションクラブ・ボンバーのみなさま。右端が追川社長

SLオフロードライディングスクール



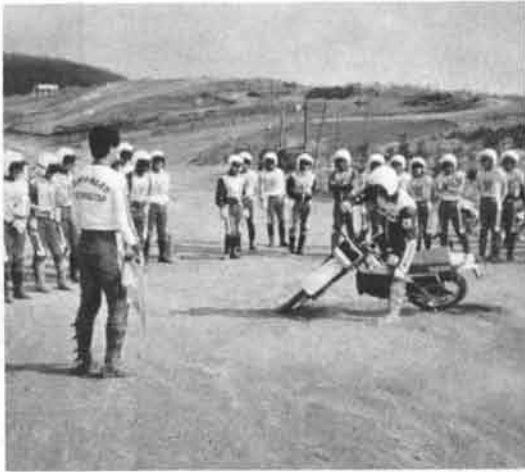
ツーリングからレース活動まで、モータースポーツの原点となるオフロード・テクニクを楽しく、正しくマスターしていただくという「SLオフロードライディングスクール」は、新しい需要創造活動の柱として、この春からヤマハが提唱しているもの。

全国規模でつづけられていたインストラクター研修会も終了した今、各地で順調なスタートが切られ、参加したお客さまからの好評を集めています。

ここにご紹介するのは神奈川県栗田市の栗田モータースさんが去る5月に開催した第1回「SLオフロードライディングスクール」の模様ですが、当日は女性ライダーを含む約30名が参加して大成功。

オフロードランの楽しさの中から生まれる新しい需要に、いま大きな期待が寄せられています。

「SLオフロードライディングスクール」の実施マニュアルを片手に、早くも次回開催に向けて意欲的な栗田正雄さんと山田芳男専務（右）



写真は、先ごろスポーツランドSUGOで開催された「SLオフロードライディングスクール」のインストラクター研修会のひとコマ。このように、新しい需要創造活動の柱として「SLオフロードライディングスクール」の普及を推進するヤマハSLクラブ事務局では、開催に不可欠な指導員態勢の確立、各種ツール類の作成も完了。販売店みなさまのご活用をお待ちしております。詳しくは、担当のセールスマンにお問合わせください。



お店近くの相模川河川敷を会場に開催した栗田モータースさんの「第1回オフロードライディングスクール」。思う存分にオフロードの走りを楽しんだお客さまたちからは、早くも「継続的な開催を！」の声が高まっている

も絶大でしょう。」
取材に訪れ、その旨を伝えるか伝えないかのうちに返ってきた山田芳男専務のお話からは、販売店さまにとってこれまでに例のない楽しい需要創造活動の活発な進展ぶりがかがえます。
相模川の河川敷を会場に実現した栗田モータースさんの「SLオフロードライディングスクール」には、お店のスポーツクラブ・秦野二輪クラブ（ロード・ツーリング主体）のメンバーを中心に、秦野市役所職員や自動車学校教官などお店のお客さまが参加。ヤマハインストラクターの指導のもとにオフロード走行の基本テクニックを「発進・加速・ブレーキング・コーナリング・ギャップ走行から全コースを使用したの応用走行訓練まで、昼食をはさんで約5時間にわたって楽しい教室

「最新の道路は整備が行き届いていて、細かいテクニックを生かす場面があまりありませんね。普段の運転の中での基本テクニックの重要性が問われることは、数少ないわけですが、だからこそオフロードライディングスキルが重要だし、楽しい体験として生きています。必然的にオフロードモデルの試乗も実現して試乗会にもなるわけですね」
オフロードライディングスクールのもうひとつの側面をこう話す山田専務は、夏から秋へかけての展開を次のように語られています。「今回の第1回目の開催は大好評。でも春に始めて秋に締めくくる。そんなパターンで何回か定期的に開催することを考えています。そしてシーズン最後には簡単な競技会のようなものを組み入れようと思っています。そうした過程の中で、現在のオフロードブームを深くながく持続させ確実に実販へと結びつけたいところです。やはり1回だけの開催よりも定期開催の方が望ましいし、実際のところお客さまからその旨の要望が強く……」
秦野市二輪車安全普及協会の活動にも積極的な栗田モータースさん。本誌がみなさまのお手許に届くころには夏休みのオフロードライディングスクールの日程も決定し、その準備に追われていることでしょう。

「とにかく楽しんでですね。参加してくれたお客さまは全員オフロードランの楽しさを新発見されて、次回の開催は？とこちらにハッパをかけてくるほどなんです。」
もちろんこれは店にとってはセールスプロモーション活動の大きな要。確実にオフロードバイクの実販に結びついていますからね。
例えば、自動車学校で二輪の指導に携わっている方が、オフロードの面白さに改めて魅せられてXT125を即購入されるといいうように。オートバイの「基礎」についてそれなりの体験のある方でさえこうなのですから、普通のお客さまにとっては、そのインパクト

楽しさナンバーワンの需要創造活動 栗田モータース 栗田清社長（神奈川県秦野市）

がつづけられました。

定期開催で

オフロードブームを持続

「最近の道路は整備が行き届いていて、細かいテクニックを生かす場面があまりありませんね。普段の運転の中での基本テクニックの重要性が問われることは、数少ないわけですが、だからこそオフロードライディングスキルが重要だし、楽しい体験として生きています。必然的にオフロードモデルの試乗も実現して試乗会にもなるわけですね」
オフロードライディングスクールのもうひとつの側面をこう話す山田専務は、夏から秋へかけての展開を次のように語られています。「今回の第1回目の開催は大好評。でも春に始めて秋に締めくくる。そんなパターンで何回か定期的に開催することを考えています。そしてシーズン最後には簡単な競技会のようなものを組み入れようと思っています。そうした過程の中で、現在のオフロードブームを深くながく持続させ確実に実販へと結びつけたいところです。やはり1回だけの開催よりも定期開催の方が望ましいし、実際のところお客さまからその旨の要望が強く……」
秦野市二輪車安全普及協会の活動にも積極的な栗田モータースさん。本誌がみなさまのお手許に届くころには夏休みのオフロードライディングスクールの日程も決定し、その準備に追われていることでしょう。



ボディサイズ125ccキャンペーン



→ お客さまの間で爆発的人気を集めるDT125。DTだけのクラブ結成の動きも急ピッチで進んでいる

↓ 店頭には125ccスポーツコーナーも設置。「夏商戦のメインは125ccトリオ/」とはりきる荒谷社長(左)



→ 6月に開催したスポーツフェスタも、125ccを主力に

この夏のスポーツバイク商戦を、例年とはひと味ちがったものに行っているのが、ヤマハ125ccスポーツ。SR125につづき、DT125、XT125、RZ125……とめざましい充実をみせた125ccスポーツが、スポーツバイクは初めてというヤングに、手軽にビッグバイクのフィーリングをとという女性に、また時にはオフロードランもというビッグバイクユーザーに……新しい楽しさを提供し、市場を拡げているの

店頭でも、スポーツフェスタでも 125ccトリオを集中アピール

サイクルセンターあらたに阿賀店 荒谷好信社長(広島県呉市)

「この春ヤマハ125ccスポーツのトップを切って発売されたDT125が、うちの店では爆発的な人気を呼んで、今では「DT125だけのクラブをつくろう……」なんていう話がすすんでいるほどなんです。これまで、125ccクラスといえは商用車というイメージがつよくて人気も出なかった

です。そして、この傾向をさらに助長させているのがヤマハが展開しているボディサイズ125ccキャンペーンや125ccスポーツのマス広告キャンペーン。ここに紹介する広島県呉市の「サイクルセンターあらたに」さまでは、このキャンペーン成果を活かして、夏商戦をもりあげています。

「それがヤマハの125ccスポーツシリーズの登場で、一変。125ccスポーツの人気に火がついたといかんじです。DTばかりでなく、RZも、XTも、人気を呼んでいます。やはりお客さまの中には125ccの手軽さ、乗りやすさを求めている人がたくさんいた、ということでしょう。

それが、ヤマハ125ccシリーズの発売、ボディサイズ125ccキャンペーンなどで、多くの人の間に一気に広がっていったんですね。うちでは、特に125ccを「スポーツバイクへの手軽な入門クラス」としてヤングに、また「スポーツ感覚いっばいのセカンドバイク」としてビッグバイクユーザーにとそれぞれ別個にアピールをつけています。もちろん、この夏の商戦でも、ひとつの目玉としてこの125ccスポーツを置いています。そのため店頭入口に、125ccスポーツコーナーをつくりましたし、6月19日、20日の2日間に開催した加茂郡の支店の1周年記念フェスタでも、ヤマハ125ccをメインに行なったほど。この夏も、積極的に125ccで売っていきたいですね。」

ヤマハ819デーキャンペーン

楽しいバイクライフの輪を広げ、あわせて安全普及に役立てよう、とこの春からヤマハが提唱している「819デー」キャンペーン。

●毎月8日は二輪安全の日

●8日と19日はバイクデー

●8日から19日はバイク旬間

●8月19日はバイク祭

の4つを柱に、短期的なキャンペーンに終わらせることなく、永続的な活動を展開して「819デー」を社会一般に認識してもらい、バイ

クを安全な市民生活の足として定着させお店の発展と業界の地位向上に寄与しよう、という遠大な構想のキャンペーンです。

この夏の商戦でも、ヤマハならではのユニークなキャンペーンに歩調を合わせたお店独自の企画によって、一層の需要拡大をめざそうという販売店さまも少なくありません。ここに紹介する「オートプラザ大沢」さんも、その代表的な販売店さまです。

バイク旬間中の無料点検サービスを柱に819デーキャンペーンの定着を

オートプラザ大沢 大沢健治社長 埼玉県北本市

「これまで旧店舗で自転車とバイクを併売していたんですが、5月にバイク部門を独立させ、この新店舗で販売を始めたいです。」

そんな時期だけに、この新しい店のPRにも、819デーキャンペーンを大いに有効に役立てたいと思っています。つまり、819デーの4つのテーマの中でも、毎月のバイク旬間を目玉としてもりあげていくつもりです。この期間中の無料点検サービスですね。期間が10日間もあればお客さまも点検を受けやすいでしょうし、なにしろ、安全運転にもつながることですから。

バイク部門は独立したばかり、それだけに、まずお客さまに信頼していただくことが先決。それには、積極的にキャンペーンを活用して店を活性化し、安全

に対する十分な心づかいのある店、という信用を築いていかなければ。その意味でも、うちの店としても819デーキャンペーンの主旨には双手を上げて賛成ですね。

また、毎月1回近くのスーパーで展示会を開いています。これも819デーに合わせて8日か19日の開催。用品サービスが人気を呼んでいます。さらに最近では、819デーに合わせてバセット・キット式のキャンペーン価格で8万1900円を設定して喜ばれています。

このように、何かのキャンペーンに連動して店の活動をしていくというのは、販売にハリが出ていいですね。お客さまへの説得力もつまるし。うちの夏商戦は、819デーで前進あるのみです」



「新店舗のPRも819デーキャンペーンで」とはりきるオートプラザ大沢さん。左から3人目が大沢健治社長



'82年のモータースポーツシーズンもいよいよたけなわ、ロードレース、モトクロスともに内外のシリーズ戦は、中盤のヤマ場を迎えている。例年になく興味深いタイトル争いを展開している各シリーズの前半戦を総括してみよう。高井幾次郎選手の死という大きな悲しみを乗り越えて、ヤマハレーシングチームの活躍がつづいている……。



2位3回と、安定した実力を発揮するシーンもたんと首位の座を狙っている

世界選手権ロードレースシリーズ500cc級

ケニー+V4・Y・Z R500、同率首位

世界選手権奪還に燃える、キング、ケニー・ロバートとYZR500の進撃が世界の注目を集める'82世界選手権ロードレース500ccクラスは、5月30日のイタリアGPで全12戦中の5戦を終了した。しかし、第3戦フランスGPをノガロサーキットの安全上の問題からトップライダーがこぞってキャンセルしたため、事実上のポイント争いは、4戦分となっている。

目下、ランキングテーブルをリードして

いるのは、第1戦アルゼンチンGPの優勝で、快調なスタートを切ったケニー。優勝2回、3位、4位各1回のトータル48ポイント。そして、イタリアのフランコ・ウンチーニが、ケニーと完全に同成績で首位を並走している。この2人に、2位3回の36ポイントと毎回確実に上位入賞をつづけているバリー・シーン、昨年の世界チャンピオン、マルコ・ルッキネリ(28点)さらにYZRのグレாம்・クロスビー(26点)……と



'82マレーシア・グランプリ 木下恵司+YZR500圧勝!

シンガポールのヤマハディーラーでのサイン会で、大人気の木下選手。

東南アジア最大のロードレース・マレーシアGPは、今年も5月29、30の両日、現地のシャーラム・サーキットで開催され、日本からYZR500を駆って出場



した木下恵司選手が、1、2ヒート完全制覇の圧倒的な速さで優勝。また2、3位にもYZ500の現地ライダーが入り、ヤマハが上位を独占した。

特に優勝した木下選手の速さはめざましく、第1ヒートは27.5秒、第2ヒートも31秒の差を2位につけての圧勝であった。



スペインGPの表彰式では、カルロス国王みずからの手でキング、ケニーに優勝カップが



↑世界GPの話題を集める2サイクル・水冷・V4のYZR500。新しいモノ・サスにも注目

→「1戦ごとにニューマシンの熟成もめざましい…」V4・YZR500への信頼も絶対、タイトルへひた走るケニー・ロバーツだ。

つづいて、タイトル争いの顔ぶれもかなり絞られてきたようだ。
ケニー、シーズンNR1
今季2度目の1、2フィニッシュ

これらの中でも、タイトルへの最短距離と目されているのは、第2戦オーストリアGPから唯一人、最新鋭の2サイクル・水冷・V型4気筒と画期的なモノクロス・サスペンションを装備したニューYZR500で、進撃をつづけているケニー・ロバーツだ。

ニューマシンのデビュー戦こそ3位に終わったものの5月23日の第4戦スペインGPではカルロス・スペイン国王と6万人の大観衆の見守る中で、自己の持つハラマサーキットのラップレコードを1秒近くも短縮

世界選手権モトクロスシリーズ

M・バルケニアス+YZM125 タイトルへばく進

125cc、250cc、500ccと全く別個に3つのシリーズ戦を展開している世界選手権モトクロスシリーズ。このうち、125ccシリーズでは、若冠21才のベルギーのホープ、マルク・バルケニアスがYZM125を駆って快調にリードをつづけている。6月6日のスイスGPで6戦を消化したこの125ccシリーズは、バルケニアスが第1戦以来ただの一度もランキング・リーダーの座を譲ることなく現在に至っている。トータル12ポイント。

2位のE・ゲボースが5点差と大接近しているのが気がかりなところだが、YZM125を駆ってこのシリーズに挑戦すること3年、今シーズンも開幕から破竹の3総合優勝をマークするなどその成長ぶりが、ファンや関係者の間でも評判となっている

する新記録を樹立しながら、パーフェクトな今季の2勝目をマーク。つづく、第5戦イタリアGPは4位に終わったものの、3位のシーンに8点差をつけウンチーニとともにランキング・ポイントをリードしている。一方、YZR500で3シーズン目を迎える元チャンピオンB・シーンも例年になく快調。スペインGPでは、スクエアフォ

イ・YZR500で3位のウンチーニに5秒以上の差をつけて2位入賞を果し、第1戦アルゼンチンにつづいて、今季2度目のケニー・シーン、ヤマハYZRコンピのワシ・ツー勝利を実現。ハラマサーキットをヤマハ一色で塗りつぶしてしまった。

注目のシリーズ戦は、6月26日のダッチTTから7月4日ベルギーGP、7月18日ユーゴスラビアGP、8月1日イギリスGP……とつづく。

バルケニアスだけに、フランス、西ドイツ、フィンランドとつづく終盤の成行きが注目されている。

ラポルテ首位に肉迫

一方、アメリカカのダニー・ラポルテとイギリスのデブ・ワトソンのYZM250コンビが健闘を続けている250ccシリーズも6月6日のフランスGPで6戦を終了した。このシリーズは、昨年タイトルを目前にしなが

らヤマハのニール・ハドソンにさらわれてしまったG・ジョベガ、開幕から快調に得点を重ねていたがこれもケガのため第5戦イタリアGPでストップ。ポイントも1位とはいえない108点で止まっている。そして、この間に猛然と追い上げをみせ

250ccシリーズ

125ccシリーズ



↑復活、藤ノ 第4戦・鈴鹿大会では圧倒的な走りでファンを魅了
—いよいよ本領発揮。3年目の挑戦に賭けるバルケニアスとYZM
125。第5戦ユーゴGPで



さて、世界選手権の各シリーズに負けず劣らずの接戦をつづけているのが、今年の全日本選手権モトクロスシリーズ・国際A級の2クラスだ。

こちらも6月13日の香川大会で全11戦中の6戦を終了したところ。このうち125cc級では、今シーズンに賭ける藤秀信とYZM125が、5月16日の第4戦鈴鹿大会で最近の迷いを完全にフット切るようなすばらしい走りを披露。両ヒート制覇の30ポイントを上げてランキングでも一躍トップに踊り出ると、つづく第5戦SUGO大会、第6戦香川大会でも確実に1勝ずつをマーク。トータルポイント12点で2位大関に5点の差をつけトップの座を守りつづけている。

今シーズン序盤は、アンラッキーもわざわざいって、優勝か下位かという大きな波が

今季初の両クラス制覇

鈴鹿大会

つづいていたが最近では完全に復調。コンコルド藤の異名をとった2年前の走りが戻りつつあるだけに後半戦が大いに期待されるどころだ。

一方、250cc級でも光安鉄美とYZM250が、復調。ランキング争いでも首位・東福寺の127点に対し104点の2位と激しい追い上げをみせている。

特に第4戦の鈴鹿大会では、2位・1位で今シーズン2度目の総合優勝を達成。125ccの藤の優勝とともに、今シーズン初めてYZMコンビによる両クラス制覇をなしとげて気を吐いたものであった。

なお、このクラスはチャンピオン福本が負傷欠場しているため、タイトル争いも東福寺、光安に絞られた感があり、今後の2人の成績が注目されるところである。

ているのがラポルテだ。世界選手権シリーズ初挑戦のこのヤングアメリカンは、第4戦チエコGPの第2ヒートで念願の世界GP初優勝を果すと、以後好調の波に乗り第6戦フランスGPではギャップと石コロだらけの難コースを確実に走って初の総合優勝。これでランキング・ポイントでも89点、2位を行くK・V・デルベンとともに首位ジョベを完全に射呈圏内にとらえている。

快調ハドソン 好位置をキープ

500cc
シリーズ

とあって1ヒート毎、1GP毎に白熱したデッドヒートがつづいているが、その中で、毎ヒート確実にポイントを重ね、周囲の注目を集めているのが、500ccシリーズ初挑戦のニール・ハドソンだ。

250ccワールドチャンピオンの栄光をひたさげ、YZM500を駆って今シーズンから500ccクラス挑戦を始めた彼だが、第4戦フィンランドGPの第2ヒートで早々と1勝目をマーク。6戦終了現在でも87ポイントを上げて首位ラッキーとの差17ポイントの4位。残る6GP、12ヒートへ大きな期待をつないでいる。なにしろ、この若きジョンプルはこれまでの6戦、12ヒート中、ノーポイントはわずか1ヒートというほど安定した速さを保っているのだから……。

全日本選手権モトクロスシリーズ国際A級

ユーザー層を大きくひろげる

ポップギヤル^{スペシャル} 新発売!

●カラー：ヤマハブラック



「スポーティ・ファッションバイク」という新しい商品コンセプトが、確実に市場の評価を集めてヤング女性ユーザーを増やしているポップギヤル。この傾向を一段と促進し、同時にヤング女性からヤング男性へ、さらにアダルトへとお店のユーザー層を大きく拡大していただく、と新登場したのが、ポップギヤル・スペシャルです。後半グラビア・ページのポップギヤル特集とあわせてご参照のうえ、ご拡販よろしくおねがいたします。

ブラック&シルバーを基調に、よりスポーティな、よりゴージャスな雰囲気をもり込んだポップギヤル・スペシャル。

前後フェンダー、リヤ・サスペンション、ハンドルクラウン、ヘッドランプ・ステーなどのクロームメッキをはじめ、車体色にあわせて茶のシート、タンクとサイドカバーのグラフィック、タンクとシートのシルバーモールなどがポップギヤルとの主な相違点です。

NEW COLOR

発売以来快調にユーザーを増やしつづけるDT125/50、XS250にニューカラーが追加されています。



DT125/125

●ニューカラー：スカイブルー



●ニューカラー：ホワイト



XS250

●ニューカラー：スペースブルー

売りやすさ倍増! マリック **セル付** 新発売



●肉厚を厚く、形状を大型化してより快適な座り心地となったシート

●カラー：スペースブルー

●ニュータイプのフロントバスケット

●大型化して、より見やすくなったスピードメーターには、電気式フュエルメーターもセット

●ステアリングロック一体式となったメインスイッチ

●ペルーガと同じ絵文字表示のハンドルスイッチ

●燃焼室容積、ポートタイミング、圧縮比などの変更で実用回転域でのトルクアップと燃費向上を果たしたニューエンジン



●カラー：マスカットグリーン

夏のスポーツバイク商戦を盛りあげるYSP特別仕様車の登場です。

XJ400 YSP仕様



& マキシムレッド

XJ400D YSP仕様



●カラー：ホワイト&マキシムレッド
●カラー：ホワイト&ニューミッドナイトブルー

RZ250/350 YSP仕様



●カラー：チャビィレッド

この夏の需要拡大の切り札

パッソル・ミリオン 新登場。

●カラー：チャピイレッド
ニューホワイト



「スクーターはヤマハ。の原点モデルともいえるパッソルは、発売以来一貫してその「やさしさ」で新しいお客さまを増やしつづけています。そしていま、その6年間のご愛顧にお応えして新登場したのがパッソル・ミリオン。

6年間変らぬ売りやすさ、買いやすさをはじめ、ずい所にベスト・セラー商品ならではの実績が息づいています。この夏の需要拡大の切り札として、どうぞご拡販ください。

ボディカラーと同一色のレッグシールド、フレッシュなニューカラーとマッチしたカラーシートにカラーホイール、そしてニューグラフィック……などがパッソルとの主な相違点です。

独自のパイプフレームスタイルで根づよい人気を保っているマリックに、セル付モデルLC50Eが新登場。また一段と売りやすさを増しています。

このLC50Eは、セルスターター装備をはじめ、ひとまわり大きな車格、ゆとりある乗車感、使いやすさや安全性の向上、エンジン性能と燃費性能の向上、整備性の向上……などを一段とキメ細かく実現して、商品性を高めたものです。

●新たにハンドルスタンディングを取付けたリヤキャリア

●ヘルメットハンガーと一体としたシートロック

●小物類の収納に威力を発揮するキー付リヤボックス

●バッテリーはバッテリーボックス内に収納して、点検整備を簡単に

●オイルタンクは注入口を大きくして補充を容易に

●バネ寸法を変更して乗り心地を向上させたリヤクッション。スプリングカバーも装備

●カラー：チャピイレッド



SPECIAL COLORED by YSP

XZ400 YSP仕様



●カラー：ホワイト&マキシムレッド

XZ400 YSP仕様



●カラー：ホワイト&フレンチブルー



●カラー：ホワイト



人間にいちばん近い乗りものなんだ。

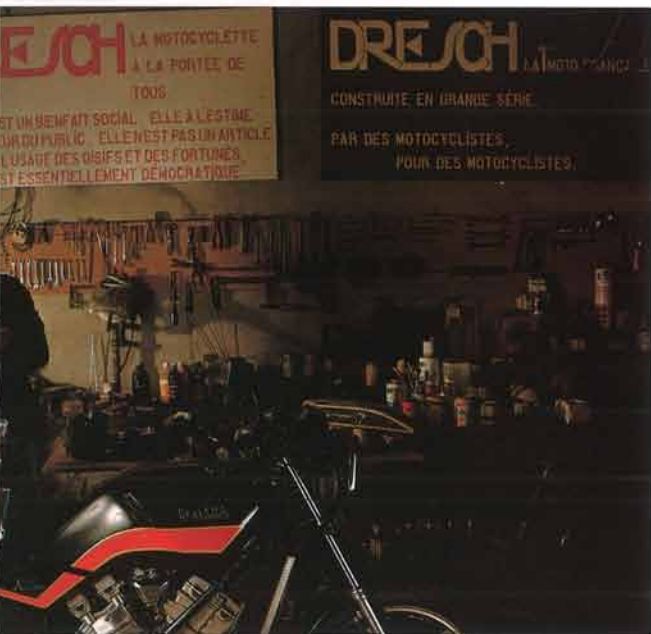
YAMAHA SPORTS BIKE

スポーツバイク商戦もいよいよ佳境。

この時期にタイミングを合わせて、ことしもヤマハスポーツバイクのマス広告キャンペーンがスタートします。

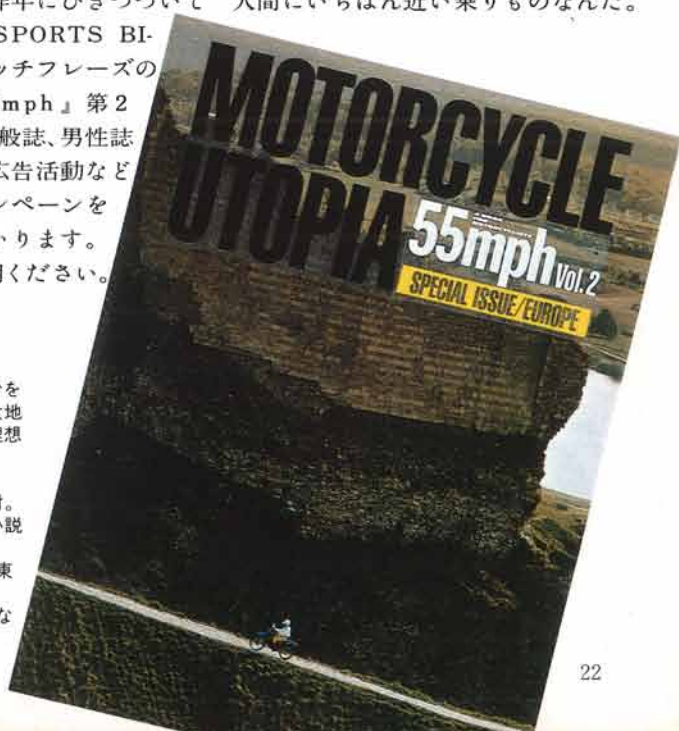
'79年の『ビューティフル・モーターサイクル・ワールド』以来、一貫してスポーツバイクのすばらしさ、人間とモーターサイクルの理想的な関わりを、より幅広い人びとにアピールしているこのキャンペーンは、アダルト・ライダーの増加を促し、スポーツバイクの市民権づくりを強力にサポートするものです。

ことしも、昨年にひきつづいて“人間にいちばん近い乗りものなんだ。YAMAHA SPORTS BIKE”のキャッチフレーズのもと、『55mph』第2弾の発行、一般誌、男性誌を通じての広告活動など多彩なキャンペーンを展開してまいります。どうぞご活用ください。



55mph VOL. II

昨年好評を博した『55mph』第2弾の発行。舞台をアメリカ西海岸から、モーターサイクルの母なる大地ヨーロッパへと移し、人間とモーターサイクルの理想的な関わりを、より深く追求したものです。題して“モーターサイクル・ユートピア”。松山猛のエッセー。ロンドン・バリなどの現地取材。グランプリ・レースルポ。片岡義男のオートバイ小説……などの記事を84ページに網らしています。お申込みは、切手 500円分同封のうえ、〒104-91 東京京橋郵便局私書箱93号(S)ヤマハ55mph係。お客さまへのご紹介よろしくおねがいたします。なお発送は7月中旬からの予定です。



YAMAHA SPORTS BIKE キャンペーン



高井幾次郎選手、安らかに

すでにテレビ、新聞、雑誌等で報道されましたように、ヤマハワークスのロードレースライダー、高井幾次郎選手が、

去る五月十二日、午後〇時五〇分、スウェーデンのサーキットで練習中、第1コーナーで転倒、頸部骨折のため不帰の人となりました。

高井選手は、五月十五、十六の両日、同所で行なわれた全日本選手権ロードレ

ースへの出場を控えて、自ら開発に当たっていた最新型レーサーYZR500で練習走行をつづけていたものです。

この突然の悲報は、ロードレース関係者はもとより、ファンの方がたにとっても痛恨事以外のなにものでもありません。ここに同選手の死を悼み、衷心よりご冥福をお祈り申しあげます。

享年三十五歳

合掌



昭和53年9月の日本グランプリロードレースではYZR500を駆って2回目の日本GP制覇を達成





↑念願のヤマハワークス入りを果たした49年にはTZ350で無敵の4連勝もマーク

↓世界GPへの初挑戦は、50年の第1戦フランスGP250ccクラス。チームメイトのJ・チェコット(後)と大接戦を演じ、最終ラップの最終コーナーまで守っていたトップをついにチェコットに譲ってしまった



↑世界のトップライダーを迎えた国内唯一のレース「TBCビッグロードレース」での高井選手の活躍も忘れられない。53年秋の第4回大会で世界チャンピオンK・ロバーツと名勝負を展開

↓50年のレース活動発表会の袋井コースで。アゴスチーニ(左から3人目)の顔もみえる。この時高井選手(右端)の世界GP250cc挑戦も発表された



↑昨年の日本グランプリでは、鈴鹿サーキット1周2分13秒65のコースレコードを樹立。この大記録は、未だに破られていない



→日本を代表するトップライダーとして国際舞台でも高井選手の評価は、きわめて高い。「キング、ケニーも、「タカイさん……」には一目置くほどであった

←51年には名古屋市にライダーズウェアを中心とした「プロショップ高井」をオープン



恒例の新年大会や各地のサイン会などを通じて、全国のファンや販売店さんからも、その温和人柄が愛され、尊敬された高井選手

惜しまれてならない……。

へ、ヤマハを駆って走りつづけた高井選手
の15年は、今すべての面で最高に充実
した時期を迎えていただけに、その死が

160センチほどの小柄な体格で750cc、500ccというビッグレーサーをダイナミックに操り、多くのファンを魅了してきた「リトルジャイアント」高井幾次郎選手は、昭和22年、愛知県春日井市の出身。

多くの若者と同様に、バイク好きが昂じてロードレースの世界に参加。初レースは41年、19才の時であった。中部の名門ブレイクメイトレーシングチーム(当時は中部スポーツライダーズ)にあつて着実に実力を伸ばしてきたのだが、彼の努力が大きく花開いたのは49年、ヤマハワークスチームの一員に加わってからといえよう。

この年、TZ350でブレイクベート参加した全日本選手権シリーズで、開幕から無敵の4連勝をつづけセニア(現国際A級)750ccチャンピオンを獲得。同部門の最優秀選手として翌50年には、世界グランプリへと活躍の場をひろげいった。

そして、51年からは国内はもとよりオーストラリア、東南アジアなどの大レースにも参加、同時にヤマハワークスの重鎮としてワークスマシンYZR開発の大役を担ってきた。その間、51年と53年の2度にわたって日本グランプリレースを制覇。また昨年の日本グランプリでは、2分13秒65という鈴鹿サーキットのコースレコードを樹立して、文字通り「日本一速い男」の座を不動のものとしていた。

一バイクファンから「日本一速い男」へ、ヤマハを駆って走りつづけた高井選手
の15年は、今すべての面で最高に充実
した時期を迎えていただけに、その死が



ハイな気分でおートバイ

渡辺 寿彦(商業空間プロデューサー)

もう、10何年も前のことだ。ある冬の凍てつく晩に僕は小さな車体ではあるが綺麗なボディラインを持つスポーツカーのボンネットを開け、黒いゴムのプラグソケットを外し、レンチでプラグを抜いた。そして、4個のプラグを大事に自分の部屋に持ち帰り、いつも少しばかりかぶり気味になっているプラグの油をふきとり、金ブラシでシユッシュッとプ

ラグの先を磨き、真綿にくるんで枕元に置いた。次の日のためにである。冷たい北風の吹きすさむ畑のまっ只中に有る駐車場でDOHCの心臓を持つレモンイエローの小さなジャジャ馬に暖めてきた4個のプラグを差し込み、2シーターの運転席に座る。チョークレバーを思い切り引き、木製のステアリングを握りしめ、まだ朝霧の立ち込



めている薄紫の風景を見つめながら、「かかってくれよ」と祈りつつイグニッションに差し込まれたキーを右に回す。赤いランプが付き、続いてもう一段階右にキーを回すと同時に右足でアクセルを思い切り踏み込む。シユルルル

うにこうして仕事場へと向かったものだ。寒い朝、雨の続く日、その日によって表情の違う、この小さなスポーツカーの状態は、そのアイドリングの音で総てがわかるほどだった。「こいつと僕は一体だ」と何度思ったことだろう。自分の手でセコハンのこいつの調子を感じとりながら一体となって動いている。シテイロードで、ローから一気にトップギヤまでシフトを入れ変えると、尻をブンと上げアツという間に他の車を引き離れた。4000回転のところまで安定した走りを見せるこいつの鼓動を体で感じとった時、僕は無性にうれしかった。他の誰でもない僕がこいつと走っていると、何となく誇らしかった。自分の顔の膚になったナルシスの気持ち分かるような気がした。街角の窓ガラスに、僕とこいつの姿が映った時なんかは本当にそう思った。やがて自分自身の生活環境が自分の意志とは別に歩き出し、ツーシーターの小型スポーツカーは、ハードトップ、4ドアセダンと変わっていった。D、ドライブレンジにセットするだけの退屈な運転の日々が続いた。怠惰なだけの毎日である。カセットテープに収められたホットナンバーを聴く事だけが、自分らしいと言えるような毎日だった。もう2年も前になるだろうか。ある雨の日、青山通りの交差点でオートバイと並んだ。千駄ヶ谷から高樹町へ抜ける通称キラリ通りと青山通りとのクロスポイントである。少しばかりダウンした気持ちの僕は、車をすっ飛ばす気力も失っていた。フェンダーガラスの曇りを取り払うために、運転席のウィンドウを開けた僕の耳に入ってきたのは、小気味良い

オートバイのアイドリング音だった。僕は「何か」を思い出そうとしていた。が、思い出せない。カセットのスイッチを切り、隣に並んだオートバイの心臓部あたりをポンヤリと見ながら「何か」を思い出そうとしていた。と、その時、信号が青色に変わった。カッンというオートバイのギヤチェンジの音がしたかと思うと、その真赤な獣は始動した。その時である。僕は昔、この真赤な獣のような混合気の爆発と燃焼のノイズ、リズムと一体となっていた事を思い出したのである。「そうだ、あの時のあいつの音と同じだ！」僕はうれしくなった。追いかけるように青山墓地に沿った曲りくねった道を、真赤なオートバイについて走った。テールランプがともも綺麗だった。高樹町で左のシグナルを発した真赤な獣は、あつという間に六本木方面への急坂を登り切り消え去った。美しかった。走りも音も、その姿もである。ほどなく僕は教習所へ通いはじめた。オートバイを媒体として、何となく人に輪が広がった。なかでも、女性ライダーの堀ひろ子さんには感銘を受けた。「自分のことは自分で、自分の人生の道は自分でつける」という信念を持っている僕の最も忘れていたフィジカルな面を再認識させてくれた。「遊び」で人生を送るのがベストだと僕は思っている。所詮「遊び」と言い切りたいものだが、堀ひろ子さんから、この原稿を書く前の日に電話をもらった。「サハラ砂漠の砂遊び無事終了」とのことであった。彼女はオートバイで全行程9000キロのサハラ砂漠縦断に挑み、そして一カ月かかって成功したのだ。その日の僕の気分はハイになった。高校野球のTV中継を仕事をサボって観ているヤツらには分かるまい、このハイな気分もオートバイが味わせてくれる。人生を、そしてオートバイを「遊び」でこなせるように生きてみたい。決してダウンした気分ではなく、ハイな気分だ。

わたなへ・かずひこ

36歳

時代性のある執筆活動や新しいマーケティング理念を次つぎと打ち出す氏が、自動二輪に挑戦したのは昨年のこと。以来、ニュー30代パワーのひとりとしてバイクライフをエンジョイする。

〈特集〉より幅広い需要開拓をめざして

この夏、ポップギヤルを売る工夫!



いまや生活の足としてなくてはならないほどに普及したファミリールाइター。そのお客さまたちのバイクに対する意識が、ここに来て徐じよに変化しつつあります。いわば買物や通勤、通学などの生活の足としての利用から、さらにレジャーやスポーツ、ファッションとしての楽しみまで。生活の必然性から定着したバイクがいま、生活

そのものまで変えようとしているのです。そして、この傾向に拍車をかけているのが、今春新発売され、その独得な個性で新規ユーザーを開拓しているポップギヤル。ここではポップギヤルライダーの声やポップギヤルキャンペーンを展開するお店のご商売を通して、より幅広いお客さまに對するこの夏のポップギヤル拡販策をさくつてみました。

ただファッション的だけでなく マルチパーパスの可能性こそが ポップギヤルの魅力だ!

ポップギヤルライダーが語る 現代ファミリールाइターユーザー気質

そのキュートなスタイリングがお気に入りというお客さまもいれば、バイクらしい雰囲気にかかれたというお客さまもいるように、たとえポップギヤルライダーといえどもその好みは千差万別といえそうです。

しかし、その中で共通していたのが幅広い使い方が可能なところからくる「プラス」の楽しみ。ここに取材した10名のポップギヤルライダーは、ポップギヤルの多用途性・多目的さが購入動機の大きなファクターになったと語ってくれました。

自転車感覚で乗れるので気分転換に最高!

大学生 斉藤恵美さん(20)

「スクーターもい
いけれど、あまり
に多く出すきちゃ
つていてしょう。
その点、ポップギ
ヤルはユニークそ
のもの。学校でも
みんなの注目の的
で鼻高々です。そ
れに走りやすくて
軽快でしょう。自
転車感覚で走れる
ので気分転換には
もってこいじゃ。」
(広島市)





**男性でも、女性でも
似合うスタイル**
大学生 中木まりやさん(20)
 「フォークシングクラブに所属しているんですけど、ポップギヤルはクラブのマスコットになってるんです。軽くて乗りやすく、男性でも女性でも似合ってます。乗ってて目立つから最高の気分です」(広島市)



通学に、シヨツピングに……
大学生 早乙女千恵さん(18)
 「通学に使っているんです。片道2キロ程度、短いながらも楽しくって。休日のシヨツピングも都内なら、ほとんどポップギヤルですよ。ポップギヤルって見るからに可愛いじゃない。田も時どき乗っているしね。これからは、もっと自分の行動半径を広げるつもりです」(東京都新宿区)

**毎日、学校へ通うのが
楽しみ!**
大学生 荒谷直美さん(19)
 「5月から乗り出して、もう600キロも走っちゃった。毎日キャンパスまでの往復とシヨツピングに使っているんです。もちろんバイクはこのポップギヤルが初めて。とにかくその個性的で可愛いスタイルに惹かれました」(広島市)



お母さんと兼用で乗っています!
大学生 野々村京子さん(21)
 「キャロットよりフレードの高いものを望んでいたんです。で、やっと出た！って感じ。主に通学に使っていますが、電車やクルマより30分も節約できる。なんといつもまだまだ感じがサイコーだし、お母さんも気に入っているんで申し分ありません」(東京都中野区)



**バイクっぽいバイクが
欲しかった!**
主婦 稲葉ひろみさん(26)
 「免許を取って、すぐにポップギヤルに。バイクっぽいバイクに乗りたかったんで、すぐとひいたんです。アメリカンタイプのハンドルと座りやすいシート、それでいてギヤがないから不安はゼロ。妹も一緒に買ったので時々ツーリングなんかも楽しんでるんです」(東京都板橋区)



**乗りやすいので
年齢は関係ありません!**
彫金師 伊藤裕美さん(32)
 「主人や仕事仲間には年齢不相応だって言われますけど、座る感じよりまだ感じのほうがいい安定性もいでしょう。主に買物に出かけますが、いまでは歩いて5分ぐらいの所もポップギヤルなんです」(東京都小金井市/写真左)

娘が免許を取るまでは私の通勤バイクノ
主婦 緒方民子さん(45)



「実はこのポップギヤルは娘ので、私のバイクはスクーターなんです。でも、今はまだ娘が免許を取っていないので、仕事先きの病院へはもっぱらポップギヤルを利用。まだ130キロしか走っていないが、なんだか気分が若返ったみたいなんです。」
(埼玉県大宮市)



女性だけのバイクでは決まらない！
スーパー店員 大久保信幸さん(23)
「クルマで15分のところガ、ポップギヤルだと5分。エンジンを暖める時間でお店まで着いちゃってしょう。女性のバイクって思われてるけど、僕は決してそうは思わないし、スタイルとサスペンションが気に入っている。近じか遠出もしようと思っているんだ。」
(東京都小金井市)

遊びを誘発しそうなバイクですネノ！
大学生 萱沼常雄さん(20)



「最初にTVCを見たんです。面白そうなバイクだなと思っただけですね。別に男だつて乗れるんじゃないノと思ひ、さつそく販売店へ出かけて。スタイルがいいじゃない、それですぐ買ってね。70〜80キロのツーリングはもう何回も行っていい。乗るほどに味が出る感じだね。」
(東京都世田谷区)

ポップギヤルを尖兵として ファミリーバイク市場をさらに拡大 外に打つて出た拡販キャンペーンで ポップギヤル旋風を巻き起こす販売店さまの 成功事例一題

このように、販売店さまにも、より幅広いニーズに対応したポップギヤルの拡販策がもたられていることはいうまでもありませんが、ここでは広島と埼玉のふたつの販売店さまの成功事例を紹介。個性あふれるポップギヤルにふさわしい地域に密着したアプローチのノウハウを語っていただきました。

店内の一角に設けられたポップギヤル。コーナーには、ポップギヤルのほか関連用品がきれいに並べられ女ごころを誘う





オリジナルな感覚でオリジナルなご商売とオリジナルな用品づくりに励む中本社長は若さいっぱい

→
ブティックと見まごうお店の前で歓声をあげるポップギャルクラブのメンバーたち

↓
ポップギャル・フォトコンテストは、お店の前でポップギャルにまたがりボロロイドカメラによる撮影会を実施。ポップギャルクラブのメンバーにはご覧の会員証も発行するなど、その企画は徹底している。



ポップギャルのキャラクターを イベント企画や顧客の組織化に活かして 各地に「マーケッターリーダー」を育てる! モトショップCAN(中本徹郎社長)／広島市

昨年の夏にオープンしたばかりのモトショップCANさんは、広島市内の中心部に位置しています。そのお店の雰囲気はといえば、ブティック調の新感覚にあふれたもの。そんなお店づくりが呼びよせるのか、お客さまのほとんどはヤング客で、しかも市内の大学に籍を置く学生さんで占められています。

インパクトが強いポップギャルを利用してキャンペーンをお店をPR

モトショップCANさんがポップギャルをメイン商品に置いたキッカケはこうです。「まず初めて目にして個性が強烈だな、と思ったんです。それとスクーターにも劣らない多用途性、多目的性があるなどネ。女性をメインターゲットにした新感覚はもちろんですけど、男性にも充分いける。いっそのことこのポップギャルのキャラクターを利用してお店の知名度をあげちゃおう!と考えたわけです」(中本社長)

折りしもテレビや雑誌では、ポップギャルのキャンペーンが大賑わい。モトショップCANさんがまず試みたのは、市内の5つの大

学(広島女学院大学、安田女子大学、広島女子大学、ノートルダム清心女学院、修道大学)の女子大生にターゲットを絞ったキャンペーン。キャンペーンでした。「もともとそれらの大学にはうちのお客さまがいまいたので、彼等に協力を仰ぎポップギャル・フォトコンテストを実施したんです。告知方法はそれこそクチコミと自作のチラシ。大学の構内はもちろん、女子大生が集まる主要なお店に配布したのが功を奏してか、コンテスト当日には40名の女子大生が参加。5つの大学より各1名のミス・ポップギャルを選出し、モーター車の提供によるお店のPRに一役買ってもらっているんです」

ミスポップギャルを中心に ポップギャルクラブも組織化

ミス・ポップギャルへの3カ月間のモニター車の貸し出しによるキャンペーン・アタックのほかにも、このコンテストはさまざまな成果をもたらしました。

そのひとつが、ポップギャルクラブの発足。コンテストに参加した40名の女子大生を第一回目の会員としたこのクラブでは会員証を発行するなど、積極的な活動を展開。それらの活動を通してお店のPRから紹介販売まで、ご商売の上で大きな収穫を上げているのです。

「ポップギャルクラブの狙い、それは各大学におけるマーケティングの組織化と、有力見込客の発掘です。そのためにも各大学のすみずみまで波及効果を及ぼすイベントを次々に企画しているんですね。現在、進行中のイベントがヤマハ営業所の協力のもとに企画した「ポップギャル・ワンデーツーリング&ヨット・クルージング」。ポップギャルとヤング

レディに人気のマリンスポーツをドッキングしたこのイベントは、早くも大きな反響を呼び各大学で話題が高まっているほどです」
さらに、この夏には市民グループが参加できるお祭りに、ポップギヤルクラブとしての参加も予定。交通遺児チャリテイを兼ねた活動を検討中とか。

「フアッシュヨナブルなシティバイクとして日常性に富み、それでいてスポーティな遊びも広がるバイクがポップギヤル」とソックンの中本社長は、このほか藤製のオリジナル・サイドバスケットを試作するなどポップギヤルに主軸を置いたご商売に大忙しの毎日を送っているのです。

遊びバイクを満喫させる

ポップギヤル・キャンペーンの展開で 商圈内にポップギヤルをアピール!

バイクハウス・ゼロ(志村 実村長)／埼玉県浦和市



↑ズラリと並べられたポップギヤル。バイクハウス・ゼロさんの商圈ではいまポップギヤルの話題に花が咲いているのです。

→原付免許教室や乗り方教室にも積極的に取り組むバイクハウス・ゼロさんは遊びごころもいっぱい



アイデアマンの志村社長(左)。担当の石和田セールスとの思もピッタリで、次から次へと新しい企画が生まれる。

東京への通勤圏として新興住宅が密集する浦和市の北に位置するバイクハウス・ゼロさん。それだけに、お客さまのほとんどは買い物の足として利用する奥さまや、北浦和駅までの通勤や通学の足に使う会社員や大学生。そんなファミリーバイクのお客さまの間で、いま話題を賑わせているのがポップギヤル。そもそも、女の子のために開発されたスポーティフアッシュンバイクが、奥さま族や男性ライダーにも高い評価を集めているのです。

マルチパーパスなポップギヤルは 多用途派や自己主張派のニーズを満たす

志村社長は語ります。ポップギヤルの意外なお客さまの印象について。

「ある意味では、当然なのかもしれませんがね。だって、バツルにしても奥さま族以上に男子高校生に人気を博したわけですから。いくらメーカーがユーザー像を描いても、本当に内容のあるバイクならどんな層にだってアピールするはずでしょう」

では、ポップギヤルの何がそんなにアピールしているのかというところ、

「それはもう、強い個性と乗りやすさですよ。一見、バイク風でありながら、オートマ

チックでセル付きもある。ヤングレディならずとも、既存のファミリーバイクやスクーターではあきたらない層にも受けて当然じゃないでしょうか。ちょっと買物に出かけるにしても決して億劫ではないし、そうかといって多少の遠出にも疲れず走りを楽しめるし。そんな幅広い可能性が、多くのお客さまの心を捕えているのではないのでしょうか」

店内展示や試乗会、キャンパスへの 出張展示でポップギヤルを徹底普及

この7月にはスポーツフェスタを開催するというバイクハウス・ゼロさん。もちろん、このフェスタではXZ400やXS250と並んでポップギヤルの試乗会も行なうといひます。

「とにかくポップギヤルに実際乗ってみれば、その走りの軽快さが絶対わかるはずですよ。もちろんヤングレディにだけじゃなく、奥さま族や男性にも試乗してもらいますよ。オートマチックでこんなに乗りやすく、しかもキユートで可愛いし、個性的なバイクがあったのだから、乗った人なら感じるはず。買物バイクやセカンドバイクとしてもどんどん訴求していくつもりです」

また、バイクハウス・ゼロさんのお向いは埼玉大学のキャンパスということから、こちらに對しては大学生協とタイアップしたポップギヤル展示会も企画。さらに、お店にも新たにポップギヤル・コーナーを設けるなど、地域に根づいたポップギヤル・キャンペーンを展開しています。

「実は埼玉大学には『ネコ』という二輪車愛好クラブがあるんですよ。そもその結成にはうちが役を買っているんですが、彼らのパワーを借りて近じかポップギヤルの一大キャンペーンを展開しようと考えているんです」
ポップギヤルのオアシショナルパーツやヤマハ特製製のポップギヤルジョギングウェアに囲まれた志村社長は、自信をもって今後の抱負をこう語ってくれたのです。

お店のイメージを意識的にコントロールするCIとは？

《回答》吉川 雅之(産業能率短期大学・専任講師)

◎広告宣伝関係の書物などで最近よく「CI」という言葉を目にします。販売店の活動にも採り入れられそうですが、CIとは一体どんなことなのでしょう。具体的にどう実行したら良いのでしょうか？

▲確かに最近「CI」という言葉をよく耳にしますね。CIというのは、コーポレート・アイデンティティ(Corporate Identity)の略です。コーポレートは、会社とか法人のこと。アイデンティティは訳しにくい言葉で「同一性」とか「身許」などの意味がありますが、この場合は「……らしさ」と考えるのが一番わかりやすいでしょう。つまりCIとは「その会社らしさを打ち出すこと」というわけです。

「らしさ」というのは、打ち出さなくても自然に出てくるもの、という意見もありでしょう。しかし問題は、それで十分かどうかということなんです。この議論は、ちょうど「広告なんかしなくても、良い製品を、良いサービスで売っていれば、お客さまはわかってくれる」という考えと同じことです。それだけではどうも不十分だということは、ご商売をされている皆様が一番良くご存知でしょう。……「らしさ」についても同じことがいえます。こちらから積極的に打ち出して行くことで、より一層正確に、広い範囲の消費者にアピールできるのです。

それでは、具体的にどのようにして「らしさ」を打ち出していってらよいのでしょうか。まずは、社名(店名)を考えるところから始まります。必要があれば社名を変える。次にロゴ(社名とマークなどを組合わせた指定書体)の設定。コーポレート・カラー(会

社の色、社色)を決める。スローガンやキャッチフレーズ(「技術の〇〇」)豊かな暮らしをつくる△△)を決める。

——などの基礎的な部分を決定し、これらを広告や販売促進をはじめとして、車両、制服、便せんや封筒に至るまで、どのように適用していくかをシステムとして決定します。

その企業なり、お店なりの「らしさ」イメージを出たとご勝負で、成り行きにまかせるのではなく、自由にコントロールして行くという考え方です。

これまでCIを行なってきたのは、一部の大企業やビッグストアだけのようです。しかし、バイク販売店さんでも多少の費用と時間をかければ決してできないことはありません。



ん。ここでバイク販売店さんのCI政策のすめ方について考えてみましょう。

CIは単にデザイン上の問題というだけでなく、どういう「らしさ」をつくり上げるか? ということ。つまりストアマーケティング全体にかかわってくることです。

そこでまず市場を考えるとから始めます。どんな顧客がいるか、自分のお店に何を望んでいるのか、競合のお店はどうか、などです。つぎにお店のこれからの方向を決めます。

今後どのような顧客に、どのような商品、どのように売って行きたいかということ。市場と自分のお店の今後の方針のふたつが決まったところで、そこからそれにあつた好ましいイメージのあり方が浮かび上がってきます。これがキーイメージです。あとはこれに従って社名、ロゴ、コーポレートカラーなどを決定していきます。

次に、このキーとなるイメージを、どのような所に展開して行くかを考えます。アトラクタムに並べてみましょう。

- ▼対外的活動
- 広告宣伝 ● DM ● チラシ ● ポスター ● 看板
- ▼ 店内外
- 店舗外装 ● 内装 ● POP ● BGM ● 陳列 ● 配送車両
- ▼ その他
- 従業員ユニフォーム ● 名刺 ● 便せん ● 封筒

● 粗品・景品類

——これらすべてを統一して、決定した書体による社名、マーク、ストライプなどを一定のカラーで入れて行きます。

もちろん、こうした表面上のことばかりでなく、そうして作り上げたお店のイメージに

ふさわしい接客応待などがなければなりません。従業員さんの教育やサービスのあり方を決めておくことも当然必要となってくるでしょう。

以上を実際に行なううえでの注意点について触れておきます。

CIは、単にデザインだけにとどまらず、お店の姿勢の明確な表現です。それだけに、自分のお店を今後どうするか、というはつきりした見通しと政策を忘れてはなりません。

第二は、徹底した統一性です。名刺一枚から店員さんの態度に至るまで、どれをとっても自店のイメージにふさわしいものである細かい気配りと努力が必要になります。

第三は、お客さまをはじめ、取引先の方や知人・友人など多くの人の意見をよく聞くことです。

最後に、詳細にわたるCI政策を統一し、標準化するために、何らかのマニュアルのようなものを作っておくと便利です。

最近、バイク販売店さんの数も大変多くなってきました。お客さまも車やバイクの普及で、かなり遠いお店までも出向き、それだけ選択の幅を広げているわけです。

しかも、どこもそれほど違った商品を扱っているわけではない、ということになれば消費者に選ばれるお店の条件のひとつとして、イメージは欠かせぬものとなるでしょう。

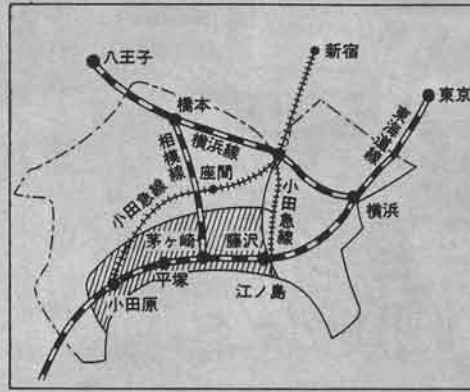
他の販売店さんに差をつける差別化政策の一環として、お店のイメージを意識的にコントロールするための、CI戦略を、そろそろ本格的に考える時期にさしかかっているといえるでしょう。

●この欄では、ご商売にまつすべての疑問、悩みに各界のエキスパートがお答えします。質問はハガキでヤマハ発動機株式会社、宣伝部・宣伝一課 ヤマハニュース係宛、お気軽にお寄せください。



藤沢、茅ヶ崎、平塚、大磯……神奈川県
の西南部一帯がいわゆる湘南地区
日本のウェストコーストといわれるよ
うに、シーズンたけなわの昨今ではサ
ーフィン、ヨットなどを楽しむヤング
で大にぎわい。当然ファッショシヨなど
流行にも敏感な場所となっています。
市街地では商業、工業を中心とした
サラリーマン所帯が多く、郡部では農
・林・漁業と首都圏に隣接しているこ
ろから、あらゆる産業が成り立って

いる地域でもあります。
この湘南地区をエリアとするヤマハ
神奈川柳平塚営業所では、人口250
万人、80万世帯を管轄。箱根、伊豆な
どの観光地へとつづく西湘バイパス、
厚木・小田原道路など自動車専用道路
の完備をはじめ、ツーリングに適した
すばらしい環境と相まって、ビッグバ
イク需要が多いのも特徴です。
また、バイク普及率28%のうち、ヤ
マハ・シェアはじつに50%、と全国有
数のヤマハ地区となっています。
もちろん、これはエリア内販売店さ
まのヤマハに対するご理解と、ご努力
によるもの。他の市場にはあまり例の
ないような、超ビッグスケールのご商
売、1店1店さまの個性あふれるご商
売が市場を活気づけているのです。
ヤマハ神奈川柳平塚営業所・正木茂
忠所長



バイク販売もここまで来た！
ゴールデン
黄金市場をリードする新感覚のオリジナル商法



→後列左から、岩本さん、
樋口さん、後藤チーフ、
力石さん、前列左から、
田中さん、猪又さん、
早園さんというスタッ
フ陣

↓ディーラー街でひとき
わ目を引く、YSP外
装の「ウメダオートセ
ンター」さん ●店舗
面積 230坪 ●展示台数
100台 ●立地条件・国道
129号線沿、4輪ディー
ラー街 ●作業スタッ
フ 10名



大型店ならではのメリットに、人と人の
コミュニケーションをプラスして

YSP湘南・梅田敏明代表

平塚市田村

東名高速・厚木インターから湘南へとつづ
く国道129号線。国道1号線と並ぶ平塚市
のメインストリートとして、休日にはドライ

ブのマイカー族やツーリングのバイクでにぎ
わっています。このため、沿道には4輪・2
輪のディーラーがずらりと並ぶ、一大ディー



ラー街となつています。こんな中であつて今年4月のオープン以来YSPの外装で、ひときは注目を集めているのが「YSP湘南・ウメダオートセンター」さんです。全国でも有数の大型店といわれ、230坪の土地に、35坪のショールーム、60坪の工場、70坪の中古車展示場と、どれをとつてもオートバイ販売店としては破格のスケールを誇っています。

しかしお店の大型化だけで集客を目ざしているわけではありません。まず店内を見と最初に入るのがXJ650ターボとロードレーサー、これだけを見るために来店されるお客さまも多いとか。また大型ビデオを設置し、モトクロスやロードレースなどのビデオを常時流しています。もちろんこれはレーシングマシンの陳列とあわせて、レース場にいるような臨場感を演出し、お客さまを飽きさせないための手段です。サービスマンでも最新技術の導入と、サービスマンスタッフの充実によ

り迅速、確実な修理で、お客さまを満足させています。合わせて若い従業員さんによるヤングの感覚を盛り込んだ店づくり、修理から苦情まで、どんなタイプのお客さまにも対応できるだけのスタッフの層の厚さも特徴のひとつです。

このような、接客体制をつくり上げた理由をお店の要、後藤チーフにうかがいました。「乱売という言葉をよく耳にしますが、これからの二輪車販売は価格以外の部分でお客さまを満足させていくことだと思います。いままでのハードな価格競争ではなく、店員とお客さまのコミュニケーションによるソフトな面での販促活動。これが当社の常務である梅田敏明の考え方です。もちろん私たちもこのことを理解し、商品のもつメリットを店独自で見つけたし、その部分をお客さまに納得していただく。そのためには、私たちなりの商品への深い理解と、お客さまとの親密なコミュニケーションがなければ実現しないことだと考えています」

このような考えにもとづき品揃えの豊富さ、大型店で購入したことによるユーザーの心理的安心感など、大型店ならではのメリットを最大限に活用したご商売を展開されています。

オールヤマハのレジャー用品を揃えて

大好評のニュータイプ商法!!

YSP座間・桑島 一社長

座間市広野台

喫茶店とオートバイ店が同じ建物にあるという一風変わった店構えで人気を集めているのが、「YSP座間」さん。そして店内に入るとまたビックリ、100坪もあるショールームにはヨットからカートまで遊び心をくすぐるものが、ところ狭しと展示されています。まずはこの品揃えについて店長の桑島信一さんにうかがってみました。「私はヤマハ・ブランドの製品は全て扱うつもりでいるんですよ。バイクにしるヨットにしるホビーという形で見れば同じ物なんですよ。入っつき

たお客さまもこの展示に、いては、あまりとまどいは感じていないようです。遊び心をもった人は、それがバイクであろうとラジコンであろうと同じように興味を示しますからね。先日もうマリナーまでDT50に乗っていきたいというオートバイのお客さまが見えました。将来は店全体をホビーという形でまとめたいですね」

またこの品揃えは、ボケバイがお目当ての小学生から60代のクルーザーオーナーまで幅広いお客さまを集める大切な要素となつてい



↑写真右側が好評の喫茶コーナー、●店舗面積1階150坪、2階100坪 展示台数200台 ●立地条件・小田急線沿線、住宅・商業地 ●作業スタッフ9名

← ボート、ヨット、バイクなど所狭しと並ぶ店内



→ 後列左からサービスの桑沢さん、築山さん、献一社長、信一店長、セールスの佐伯さん、前列左から喫茶コーナー納代さん、栗田さん、事務小倉さん



るので。

次に店内に喫茶店を施した理由として、良く来店して下さるお客さまのために会話の場をつくったというのが主な理由ですが、常連のお客さまが店内に集まっていると、初めてのお客さまが入りづらいということも考慮してお客さまが満足していただける商品を選び、

たものです。また2階にはギャラリーをつくり、地元の人たちの集会場として無料で開放されているほど。このように地元やお客さまに対する親身の心づかいと、型破りの品揃えでニュータイプともいえるご商売を展開して、成果を上げているのです。

サービスよりもセールス

お客さまの良きアドバイザーとなつて需要拡大

有長後モーターズ・鈴木要社長

藤沢市高倉

「技術面での信頼感だけが購入動機となる時代は終わりましたね。これからは、いかにしてお客さまに満足していただける商品を選び、

勧められるかが勝負と考えてます」

めまぐるしく変化する市場を冷静に見つめる「長後モーターズ」さんの鈴木社長のお言葉



です。
オートバイの性能向上が著しく、誰にでもできる簡単なメンテナンスだけで、ほとんど故障らしいものはなくなりました。したがって

↑ 店頭陳列に特に気を配った店構えの「長後モーターズ」さん ● 店舗面積・ショールーム45坪、工場15坪、用品30坪 ● 展示台数400台 ● 立地条件・小田急江の島線沿線、住宅、商工業地 ● 作業スタッフ10名
← 左から田辺さん、井上さん、奥さまの昭子さん、尾田さん、林さん、関根さん、笠原さん、中央が鈴木社長

平塚市の西南部住宅街に、わずか1.5kmの道沿いに6店もの販売店さまが集中する市内でも有数の激戦区があります。そんな中にある開店以来1年半、個性あふれるご商売を展開されて、メキメキと売り上げを伸ばし注目されているのが、「オートショップワタナベ」さんです。

お店を見てもまず最初に目に入るのが新鮮な店頭レイアウトです。これは4輪車のセールスをしてきた渡辺社長とセールスの山田さんが、その時のノウハウを生かし床から天井まであるショーウィンドウにサリアンのキャッチフレーズを大きく書いたもので強烈なインパクトを持つアイキャッチャーとなっています。

つぎに明るく、広くレイアウトされた店内では、商品を立体的に、通路をつくるように展示されています。来店されたお客さまが、入ってきたときと同じコースで出ていくのではなく、店内を1周してから出ていくように工夫した

ものを。これにはお客さまに商品を良く見ていただくという目的と、ショールームにいる時間をすこしでも延し、商談に持ち込むチャンスをつややすという目的があります。

またもうひとつの大きな特長としてスタッフの対応の良さがあげられます。渡辺社長の実弟である行雄さんをはじめ、サービスからセールスまでスタッフのほとんどがモータースポーツの経験者であり、オートバイのことなら誰に相談しても答えてくれるということです。スタッフの個性を最大限に生かすことにより、各スタッフごとに親しいお客さまがついています。

また、渡辺社長の4輪セールス時代からの信念である「お客さまとの約束は必ず実行する」ということがスタッフの一人ひとりに行き届き、お客さまとの間に強い信頼関係を築き上げています。このため開店以来、お客さまからの苦情はほとんどなしというほど。おかげで紹介販売の輪をどんどんと広がっています。

4輪セールスのノウハウを生かして 築き上げた「信頼感」

オートショップワタナベ・渡辺達比古社長

平塚市上平塚

販売店さまの大きな集客要素である技術面での信頼性を前に打ち出す機会が少くなり、サービス面の強化よりも、オートバイを見る目をもつ優秀なセールススタッフを育てることが、今後の販売店のあり方である。というお考えなのです。

自信をもって勧められる商品を選び手が選り、お客さまに勧める。お客さまにとって良きアドバイザーとなる必要となります。これにより従来の技術面での信頼関係と同様のコミュニケーションを生み出すことができます。

バイクをホビーとして楽しむアグルトユーザーが増えてきた現在では、これらの要素が重要なご商売のポイントとなってくることはいうまでもありません。またこのような動向の変化にともなう用品類の需要の高まりにも注目、豊富な品揃えを目的とする用品コーナーを開設されました。

次に鈴木社長はオートバイのもつ社会性に ついて語ってくださいました。「現状では、オートバイが何台か集まると暴走族として見られてしまうのです。これはオートバイがまだ市民権を得てないからです。こういったことはライダーだけが考えることではなく、販売店サイドでも、もっと考えるべきことだと思います。

今までのようにオートバイ屋とかバイク屋のオヤジという雰囲気捨て、もっと企業化されたイメージを身につけなければいけません。店の前の道路に無造作にバイクを駐車することや、お客さまの空アカシなどにも注意を配っていくべきだと思います。」

——と地域社会のことも十分に考えたご商売を展開、多くのユーザーから共感を集めています。

→ サリアンのアイキャッチャーが鮮やかな「オートショップワタナベ」さん ● 店舗面積66坪 ● 展示台数70台 ● 立地条件・住宅地、競合店が多い ● 作業スタッフ7名



↑ 左から行雄さん、堀さん、島津さん、奥さまの玉江さん、渡辺社長、中北さん、山田さん



お年寄りとバイク重点 政府、交通安全に緊急対策

〔毎日新聞 6月7日〕

交通事故による死者が今年に入ってから急増、四月末には昨年同期を一〇・六％も上回っているため、関係十六省庁で組織する政府の交通対策本部（本部長・田辺総務長官）は七日、交通事故防止の緊急対策を決めた。主婦を中心に急速に普及したバイクの運転者と交通弱者であるお年寄りの死者が増えていることから、緊急対策はバイク免許取得者の技能講習とお年寄りの交通安全指導の徹底を重点にしている。

四月末までの事故死者の内訳をみると、昨年同期に比べてオートバイ（自動二輪車）運転中の死者が百二人（五三・七％）、バイク運転中が六十三人（三一・三％）も増加。若者の暴走オートバイがあとを絶たない上に、「実技試験なしで運転免許を取れます」という手軽さがうけて主婦などに五〇cc以下のミニバイクが急速に普及しているせいとみられる。このため緊急対策は、具体的には①オートバイク免許取得の際に安全運転の教習を強化す



②現在、バイク免許取得者の約七割しか受講していない技能講習への参加を呼びかける
③民間の全国二輪車安全普及協会が来月から安全指導に乗り出すのに合わせて、学校や地域でオートバイとバイクの安全指導の徹底を図る——などを重点にしている。

二輪車メーカー 排気量別に開発チーム

〔日経産業新聞 6月11日〕

二輪大手三社が「新車開発競争」に勝ち抜くため、開発・設計部門の強化に乗り出した。具体的には、排気量別の二輪車開発という思想がはつきり打出されてきており、ファミリーバイク、スクーター、大型二輪車の各部門で技術者同士の競争をおおるなど、技術屋総動員体制を敷き始めている。

（中略）二輪設計部門は排気量別にしたのはヤマハも同じ。ヤマハの場合、技術本部（本部長・長谷川武彦常務）に第一・第六技術部があり、二輪車の担当は森永国彦取締役が指揮する第三技術部。この第三技術部に、排気量別の商品開発プ

ロジックチームが出来、開発初期段階では覆面チームとして活躍。商品名が決まった段階で工場ではじめて浮上するシステムであるヤマハでは明言を避けているが、第三技術部には現在、十チームを上回る開発チームがあり、今秋から来年にかけての海外、国内のニューフェイス開発に全力を上げる構えだ。

大学生協通じ 二輪車を売る（ヤマハ）

〔日経流通新聞 5月20日〕

ヤマハ発動機の販売会社のひとつであるヤマハ東京は、各地区の販売店を通じ、大学生協東京事業連合に加盟している大学生生活協同組合にスポーツバイクを中心とする二輪車の供給を始めた。

（中略）ヤマハが大学生協で二輪車を販売することに決めたのは、取扱いを希望する販売店があったのに加えて、二輪車に対する大学生の関心が高まってきたと判断したため。供給の対象となる二輪車は二百五十cc、四百ccのスポーツバイクを中心とする全機種。大学生協東京事業連合に加盟している関東地区三十四大学のうち早稲田、慶応、法政、千葉商科、埼玉、横浜国立など二十六大学に対し、それぞれ別個の販売店が二輪車を納めることになっている。

オートバイ、バイク 四十の手習い

〔読売新聞 5月16日・白曜広場〕

私の家は、買物の時など歩きでは不慣れた所にある。バイクの音を聞かされたら、私も乗りたい、乗りたい、と胸をときめかせていた。主人に内証で、免許を取りに行き、バイクが届きました。だがそれを知った主人の顔のす

ごかつたこと。「そんなに急いで死ぬことはない」と口ぐせのように言われて早二年になる。近ごろはバイクの楽しさがわかって来たような気がして若者がスピードを出したが、その気持もわからないではない。中年のおばさんのバイクが一番危ないんだって」と、娘にひやかされながら、大いに利用している。最近はいやがって来た主人まで「ちよつとバイクで行って来て」と言う。便利だけでなく、危険を伴うのは仕方ないと思う一方、なくてはならない私の足である。（主婦・45才）

車とバイク賢く使い分け 今や六輪車時代

〔スポーツニッポン新聞 6月10日〕

とどまるところを知らないファミリーバイク・ブーム。日本自動車工業会の調査では全国の家帯の保有率は20％近くになった。また新規購入家庭のうち70％がマイカー持ち。二輪車と四輪車併用の六輪時代が定着した。

（中略）現在市中には千三百九万台の二輪車が出回り、そのうち50cc以下は約一千万台といわれている。ここまではファミリーバイクがブームになったのは、四十八年のオイルショックと不況でユーザーの車の用途への考え方が変わったことに理由がある。何よりオイルの値上げが響いて、車万能意識に水をさされた形。それまでちよつとした買い物でも乗り回していた車に、そう気軽に乗れなくなつた。そこで目が行ったのがファミリーバイク。何しろリッターも燃料を入れると、いつ入れたか忘れるほど走れる経済性にユーザーは目を見張った。「これなら短距離はバイクに限る」と賢いユーザーが四輪と二輪の使い分けに気がついたのだ。

近ごろ、四輪車と二輪車併用で一家に「六輪時代」といわれているが、時代はすでに四輪プラス二輪二台「八輪時代」に突入しようとしているのだ。

バイク仲間の連帯意識で安全の輪を広げる

「年間無事故・無違反運動」をもりあげよう

年間8千人以上もの死亡者を出している交通事故を防止し、交通社会における二輪車の市民権を確立するためにヤマハ安全運転推進本部がこの春から提唱している「年間無事故・無違反運動」は、全国の販売店さま、スポーツクラブのみなさまの協力のもとに順調な進展をみせています。

しかし、急増する自動二輪車による事故発生件数を考えるとき、さらに大きな安全の輪を広げる必要性があるといえそうです。そこでヤマハではこの「年間無事故・無違反運動」をより大きな安全敬愛活動を拡大してまいります。さらに多くのみなさまの参加をお待ちしております。

安全をクラブ全体で考える――

〈年間無事故・無違反運動〉

今日の交通社会における二輪車には、「同じ道路を利用する他の車両との融和が必要である」との声が多く聞かれています。「年間無事故・無違反運動」の発想はそうした現状を考え、二輪車側からクルマ社会への積極的なアプローチを図りながら交通社会全体の事故防止に役立てようとするものです。

そして、この運動の特徴は第1に販売店さまを中心としたスポーツクラブ単位のエントリー制を採っているという点です。これは全国各地のスポーツクラブがこの運動を展開することによって、地域のセフティリーダーの育成を図る。また、無事故・無違反という安全運転意識を個人レベルにとどめず、スポーツクラブ全体の問題として認識していただき



たいという意味を持っているのです。

5月1日からスタートした「年間無事故・無違反運動」へのエントリーは全国の販売店さまを窓口として行なわれ、参加者全員にステッカーが配布されます。

そして、年間無事故・無違反を達成したクラブには、ヤマハ安全運転推進本部より表彰させていただき、さらに個人には自動車安全運転センターが交付する「年間無事故・無違反証明書」(SDカード)を進呈しようというものです。

スポーツクラブの活動も最盛期を迎える夏休みを前に、全国からのエントリーも日を追って数を増やしていますが、ここにそんなエントリークラブの安全意識の高揚ぶりをご紹介しましょう。

定例ミーティングで

互いの安全意識を確認

セフティライダーズ千歳・大場武人代表
北海道千歳市
(山本サイクルショップ・山本昇社長)

平均年齢25才。会員資格は20才以上の社会人であることが原則のこのクラブは、16名のメンバーで組織されています。担当セールスが持参した「セフティメイト」を見てエントリーを決意されたとか――

「クラブ名からもわかるように私たちはセフティライダーの集まりです。ですから全員が事故、違反を無くすことによって地域の見本になろうじゃないか、と全員一致で運動に参加しました。毎月行なうミーティングではメンバー1人1人がそれまでの成果を報告し合い、お互いに自分たちの安全意識の高まりを確認し合っているんです」と語るリーダーの大場武人さん。

「年間無事故・無違反運動」に参加してからのクラブ内での変化について大場さんは以下のような具体例を話してくれました。

「エントリーしたからにはツーリングなどでもそれらしい企画を考えてみよう、という

発案から、燃費節約ツーリングを行なったんです。単に走る楽しさだけでなく、燃費を向上させる運転を通すことによって安全運転を考えようというものです。40km/ℓも走らせる人もいて、それはもうみごとな安全運転ツーリングでした」

普段からの

安全意識が大切なんだ

キューポラススポーツクラブ・北村錫泰代表
埼玉県川口市スピードショップ横山モーターズ
横山利男社長

平均年齢25才というアゲルト中心のキューポラススポーツクラブ。昔から二輪車を愛好している12名で結成されています。月1回の定例ツーリングの他、モトクロスやトライアルを通じて遊び心を満足させる活動を続けられています。

「クラブのモットーが、無理のない運転」ということでツーリングも安全第1を考えています。そのせいででしょうか、スピードやスリルを楽しむとする若い人たちには物足りないうらい、長続きしないで脱会して行きま

すね。これまでメンバー1人1人が自分なりに交通安全を考えていましたので、運動に参加したからといって特別なことはしていません。むしろメンバーの安全意識の再確認という意味で全員一致でエントリーしたわけで、こうした日頃の安全意識は1人1人がつよく持つことが大切なんじゃないですか」とリーダーの北村錫泰さんは話してくださいました。

若いメンバーの

結束強化をめざして

チームうさぎ・小原信利代表
名古屋市オートサイクル小原商店

「今日も記録を伸ばしたよ」……「年間無事故・無違反運動」に参加以来、お店に集ま



るメンバーは皆さんこう言ってやって来るそうです。18才から22才までの若いメンバーをひとつの目的で結束できれば、と考えてのエントリーだったといえます。

「メンバー全員で1年間無事故・無違反を続けようって話し合っていたんですが、残念ながら2人のメンバーが仕事中に四輪で違反をしてしまったんです。

2人とも他のメンバーに申し訳ないと責任を感じ、翌日から自主的に1ヶ月間二輪車には乗らず、しかも丸ボウズにしてメンバーにあやまったんです。しかし、記録が途絶えた今でももちろん運動は続けています。無事故だけは必ず達成してみせますよ」と語る小原社長、23名の若いメンバーたちで改めて無事故・無違反を確認し合ったそうです。

警察庁発表による1月～5月までの状態別交通事故死者数を見ると、自動二輪車乗車中

の死亡者数は4033名にもなっています。この数字は前年同期の37・1%増にあたる数字。こうした状況をふまえ各警察本部では春の全国交通安全運動を展開してきましたが、事故死者数は依然増加傾向をつづけています。

こうした状況に対処するため、警視庁では6月17日から1週間、緊急取締りを行ないましたが、初日に摘発された3840名のうち原付車を含めた二輪車が1150名にもなっています。そして、これを重視した警視庁では、取締り2日目を二輪車中心として、都内300カ所で行なったほどです。

ヤマハ安全運転推進本部が、「無事故・無違反運動」の一層の拡大をめざしているのもこの傾向に対応したものです。こうした状況を十分にご理解いただき「年間無事故・無違反運動」を一層もり上げるためにさらに多くのクラブのエントリーをお待ちしております。



Yamaha Topics

ヤマハニュースは
販売店みなさまの
情報誌です。

お店のみなさまがつくる、みなさまのための「ヤマハニュース」をめざして、積極的な誌上参加をお待ちしております。
ご商売にまつわるさまざまな話題、明るいニュースなど、どんなものでも結構です。お電話で、お手紙でどうぞお気軽にお寄せ下さい。取材要請、ご質問、ご相談もどうぞ。宛先は——
〒438 静岡県磐田市新貝2500 ヤマハ発動機株式会社宣伝部宣伝一課
「ヤマハニュース」係
☎05383(2)1111 内線356

吉祥寺パルコで開催 話題呼ぶ、販売店さま独自の スポーツフェスタ



↑吉祥寺パルコ・7階フロアを埋めたヤマハスポーツ。場所柄が、関心を寄せる人々の層も非常に幅広い

→初日の人気をさらった小池玉緒さんのサイン会



〔ヤマハ東京(株)・多摩営業所〕東京・小平市の(株)鈴木輪業(鈴木昇社長)さんは、5月の全国一斉スポーツフェスタを頂点に、これと前後して積極的なお店独自のフェスタを開催、夏のスポーツバイク商戦に大きな成果をあげています。
先の全国一斉スポーツフェスタに先がけて、警視庁府中免許試験場に隣接した大和自動車教習所で開催したフェスタの様子は、本誌前号でご紹介したとおりですが、5月下旬には、その第2弾を、ヤングの街として賑わう吉祥寺のパルコで開催しました。
5月21日から1週間のロングラン、会場も、いまや新宿と並ぶヤングタ

ヨーロッパにもやって来た ヤマハ・スクーター時代

ウン吉祥寺の中心・パルコ。7階の会場には、話題のヤマハスポーツバイク全機種をはじめ「XJ650ターボ」さらには「サリアン」「ポップギャル」など、スクーター、ソフトバイクコーナー、そして用品コーナー……がカラフルに並び、「ヤマハ・エキサイティング・フェア」のタイトルそのもの。
フェア初日には、ポップギャル・キャラクターの小池玉緒さんも会場に姿を見せて、サイン会や撮影会も開催。訪れた人びとの人気を集めていました。



←6月からフランス国内で発売されるブルーガ80に熱心な試乗をつづけるフランスのヤマハ販売店さま

マロニエの新緑もまばゆい、パリ市内ブローニュの森を走る2台のベルーガ……これは、先ごろフランスのヤマハ・インポーター「ソノート社」が開催した、ディーラー向けベルーガ発表試乗会のひとコマです。イギリス、西ドイツそしてこのフランスとヨーロッパの各国へ相ついで

でヤマハ・スクーターの輸出が開始されていますが、ソノート社では、フランス国内の発売に先立って、傘下販売店さまに、ベルーガの商品性とスクーター市場拡大の可能性を紹介して、円滑な市場導入を計ろう、とこのミーティングを開催したものです。



サーキットでの試乗会 ビッグバイク・ファンに大人気

同社では、このベルギーに「ギャビア・スクーター」のニックネームを付け、暮しの足から一歩進んだハイセンスな乗りものとして位置づけ、また新しい市場を開拓しようとする精力的な活動を展開しています。

この日、フランス全土から集まった販売店さまは約170店、400名にもほり「スクーター」とい

は、通勤用やメッセンジャー用だったが、このベルギーはもつとレジャー的要素のつよい新しい層を開拓できるだろう」と異口同音に、拡販への意欲をみなぎらせていたもの。

パリ名物のモベットに代わって、ファッショナブルなベルギーが、パリジャンの人気を独占する日も、そう遠いことではなさそうです。



↑最高の環境の中で、最新のヤマハバイクを心ゆくまで試乗するお客さま

→こちらは、初心者向け乗り方教室

全国一斉ヤマハスポーツフェスタの成果にみられるように、スポーツバイク販売においても、打って出る。ご商売の威力は絶大なものがありますが、ここイギリスでも同様の方法で大きな成果を上げています。

イギリスのヤマハ・インポーター

「ミツイUK」が各地の販売店さまと協同で開催している「ヤマハ・ロードショー」が、イングリッド、スコットランド、ウエールズの各地で4月末から8月末まで、毎週末ごとに必ず開催しているという、移動展示試乗会です。

ご声援よろしく！ ヤマハ野球部、都市対抗野球大会に出場決定 日本楽器とともに兄弟出場

写真は、先ごろイングランド中部ダービーシャー州にあるグランビーモータースさんが、有名なドニントンパーク・サーキットを会場に行なったビッグバイク中心のロードショーの様相。

ビッグレースの会場でもあるサー

キットで、XJ650ターボ、XS1100、XZ550などヤマハの最新鋭モデルに試乗できるとあって、週日にもかかわらず会場は熱心なお客さまで満員。

「事前にDMや新聞広告で告知してあるので、熱心なユーザーは、休

暇を取って来てくれるんです。地方の人にはめつたにない日で、触わって、乗れる機会。それだけに反響も大きいのです」とグランビー社長は、アンケート用紙をもとにこの後展開する、アフターフォローに大きな意欲をもやされています。



夏の球宴・都市対抗野球大会がことしも7月27日から11日間にわたり、東京・後楽園球場に、全国の精鋭32チームが出場してくりひろげられます。

ことし53回目を迎えるこの大会に、ヤマハ発動機・野球部（静岡県磐田市）が山静地区区第二代表として出場します。

第一次予選で優勝、第二次予選では強豪・河合楽器を降しての全国大会出場決定。第一代表・日本楽器（静岡県浜松市）とともに兄弟出場、しかも創部以来わずか2年目にしての代表……とみがかずの話題を集めるヤマハ野球部。初の後楽園でも望月監督のさい配のもと黒獅子旗めざしてファイト湧れるプレイをくりひろげることでしょう。

販売店のみなさま、お客さまともども、ご声援よろしくおねがいいたします。（写真はいづれも山静地区代表決定戦・対関東自動車戦のもの）



お客さまと一緒に
今年の夏休みも、SUGOへどうぞ

'82 サマーフェスティバル イン SUGO

7月24～25日

SLカート
サマーフェスティバル

8月1日

SLモトクロス全国大会
SLトライアル全国大会
SUGO・サマーモトリング

8月28～29日

全日本選手権ロードレース
第8戦・SUGO大会



お店のクラブの夏休みツーリング、ご家族サービスの夏休みのご旅行……この夏のレジャープランは、もうお決まりですか？
この夏もまた、スポーツランドSUGOは、モータースポーツに、軽スポーツに、さまざまなお祭りに……とSUGOならではのイベント・メニューをとりそろえて、販売店みなさまのご利用をお待ちしております。

8月1日は、ツーリングでモトリングに集まろう！

夏のSUGOのビッグ・イベントは、恒例のサマーフェスティバル・イン・SUGO。

7月24日から8月29日までの期間中に、カーレース、モトクロス、トライアル、ロードレースと、モータースポーツのビッグイベントを相ついで開催。バイク仲間の夏の祭典として存分にお楽しみいただけるというものが、特に、8月1日には、新しい試みとして、SUGO・サマーモトリングも開催。これまでどちらかといえば、コンペティション派のお客さまを中心としていたサマーフェスティバルに、ツーリング派のお客さま向けの企画を一気に投入、より多くのお客さまに、より多彩にお楽しみいただけるものとしているのです。

つまり、みちのくツーリングを楽しみながら

- ### スポーツランドSUGO
- 〒989-114 宮城県柴田郡村田町菅生
022-483-3111
 - 〒983 仙台市一番町4-1 福田ビルF
022-22-8401-4
 - 〒105 東京都港区東新橋1-1-2 秀和新橋ビル3F
03-574-8021

- ### ●SUGOイベント・スケジュール
- 東北幹線開業記念「鉄道博覧会」(8月8日まで)
ブル・ガテン・オフ(8月31日まで)
キャンプ村オープン(9月5日まで)
- 7月
3(出) ・ロードテクニカルライディングスクール
4(日) ・SLロード第3戦
・カートライセンススクール
11(日) ・ロード東日本チャンピオンレース
・新しい空の人気のフェスティバル
16(金) ・SUGOテニスツアー(18日) ☆
18(日) ・MFJ東北選手権トライアル第7戦
・ロードライセンススクール
24(出) ・第3回SUGOふるさとまつり

らSUGOへお集まりいただいた人びとのために▼クラブ交歓会▼金谷選手講演会▼ロードコース体験走行▼実力診断バッチテスト▼3輪バギー&オフロード車試乗展……など、もりだくさんのお楽しみを用意しております。

この期間には、もちろん鉄道博、ブル、キャンプ村、バーベキューまつり、トロピカルフェアなど夏のSUGOのお楽しみメニューも同時開催中。楽しさも、一段とビッグに広がっていくことでしょう。



- ※イベントについての詳細は、スポーツランドSUGO営業課または仙台・東京の各営業所までお問合せください。なお、☆◎の各イベントは以下の窓口で申込み受けを行っております。◎ヤマハ発動機機安全運転推進本部(053-832-1111) ☆SUGO東京営業所(03-574-8021) ◎ヤマハ発動機機仙台支店(022-1981481) ◎SUGOテニスクラブ(022-4831-3121)
- 28 25 23 22 19 18 16 15 13 8 7 3
(出)(水)(月)(日)(水)(火)(月)(日)(日)(日)(出)(出)
- 1(日) ・SUGOサマー・モトリングO
・アニメ・フェア
・ファミリーテニス教室
・SLミニロード第4戦O
・カートライセンススクールO
・夏休み自然教室(6日まで)
・七ヶ谷テニスツアー(8日まで)
・ロードライセンススクールO
・SUGO夏の宵(15日まで)
・SLトライデューロ第2戦O
・ヤマハラライディングスクール(17日まで)
・ヤマハラライディングスクール(19日まで)
・ヤマハラSUGOカップ国内予選大会(22日まで)

- 25(日) ・'82 SLサマーフェスティバルカート(25日)
・バーベキューまつり
・トロピカルフェア(8月22日まで)
・ウイメンカーニバル
・子供ショー
・新しい空の人気のフェスティバル
・SLモトクロス第4戦
・ヤマハラライディングスクール・2日コース(27日) ●
- 26(月) ・夏休み自然教室(30日まで)
・ヤマハラライディングスクール(29日まで)
・モトクロスレーシングスクール
・テニスツアー(8月1日まで)
・'82 SLサマーフェスティバルモトクロス&トライアル(8/1日)

- 31(出) ・'82 SLサマーフェスティバルモトクロス&トライアル(8/1日)



T-WAVE

店頭にTウェーブ。

この夏、バイクファンのお話
 ヤマハ・オリジナル・Tシャツ。
 どんなスポーツ、レジャーにもピッタリの
 豊富なソリューションが自慢です。
 この夏、店頭にもさわやかな
 ヤマハTウェーブを——



- ヤマハTシャツ……………ホワイト(90890-58163)、ネイビー(90890-58164)、サックス(90890-58165)、レッド(90890-58166)、ズーミング(90890-58167)……………価格2,000円
- XV Tシャツ……………ホワイト(90890-58169)……………価格2,000円
- RZ Tシャツ……………ホワイト(90890-58168)……………価格2,000円
- ポップギャルTシャツ ……ホワイト、レッド、マスタードイエロー、ブラック……………価格2,000円
- サリアンTシャツ……………ホワイト、レッド、カーキ、ヤマブキ、サックス……………価格2,100円

※サリアンTシャツ(M、Lサイズ)以外はいずれもフリーサイズ、素材は綿100%です。

20世紀の騎士たちよ。

●写真は、YAMAHAのホームページに掲載しています。

A BOOK FOR
MOTORCYCLISTS
55mph



さしあげます。

オートバイを楽しむための一冊。

昨年好評を博した「55mph」の第2弾。

題して「モーターサイクル・ユートピア」。

ロンドン、パリなどの現地取材。

オートストリアGPルネ。

片岡義男のオートバイ小説。

エンゼイ等の記事を掲載。

昨年はよりページ数も倍増。

充実の84ページです。お申し込みは、

切手500円分を同封して下記まで。

(7月中旬より発送いたします)

あて先 〒104-91 東京都千代田区

私債番33号 (S)ヤマハ55mph係

YAMAHA

ヘルメットを正しくお直しは

点検・整備を忘れずに

安全のため改題はやめましょ



人間にいちばん近い乗りものなんだ。

YAMAHA SPORTS BIKE XZ750E

YZエンジンを搭載したクラシック・スポーツバイクXZ750E。ヨーロッパのライダーたちを魅了したYZエンジンの技術が、あなを高速コーナーリングの世界へ運んでくれるだろう。標準現金価格¥620,000

オートバイの母なる大地、ヨーロッパ。ここで、オートバイに乗るという行為は、決して異端ではない。単なるファッションでもない。ごく普通の紳士が、ごく自然にオートバイに乗る。これが、ヨーロッパだ。そこに、ひとつの乗りものと人間の関わり合いの深さを感じる。思えば、ここはかつて騎士たちが駆け巡った大地。彼らが馬を大切にしていた歴史が、オートバイを育てたのからも知れない。そう考えても、あながち、オートバイに跨ったライダーたちこそ、現代の騎士。オートバイという鉄の馬を操ることは、騎士道に通じる。男子たるものは、騎士道に通じる。こそ一人前なのである。

広告活動ご紹介

これは7月発売の一般誌、男性誌に掲載するスポーツバイク・マス広告キャンペーンの第1弾です。本号カラーページにご案内のように、今年も4回にわたるシリーズで、モーターサイクルの楽しさを、より幅広くアピールしてまいります。ご期待ください。