

ジャストスクーター

サリアン 新発売!



'82YAMAHA全国選抜優秀販売店新年大会

YAMAHA TOMORROW
 チャレンジは限りなく。

4

'81年の110万台達成を礎に、150万台販売をめざす'82年ヤマハ。そのスタートとなった'82年新年大会は、販売店さまの熱気みなぎる史上最大の大会となった。

8

いまマスコミの注目を一身に集めて
 話題集中、'82年ヤマハ。

ヤマハ、空へ。いま二輪市場のニューリーダーをめざすヤマハの精力的な企業活動に、マスコミの眼が、世界の眼が集中している。

さあ、春。
 '82年商戦のスタートだ。

10

「サリアン」を加えてさらに充実したヤマハ・スクーター・フルラインアップで、さらに大きな市場開拓に燃える東と西の販売店さまの心意気——

14
 }
 21

ジャスト・スクーター サリアンのすべて

- ジャスト・スクーター開発の背景
- サリアンの特徴、セールスポイント
- サリアン新発売・マス広告キャンペーン
- サリアン新発売キャンペーンツール

'82年スクーター市場開拓の期待のニューモデル「サリアン」のすべてをカラーで紹介

22

Country Road
 Beautiful Motor Cycle World

アダルト・ライダーの先駆・夏木陽介氏のマイバイクライフ30年

〈フレンド店登場〉

甲 府

24

ぶどう、ワインのふるさと山梨県甲府盆地は日本有数のバイクの高普及地。ここで新規開拓に取組む4店のフレンド店さま——

セールスQ & A

決算期を迎えて、この1年の業績の再検討をしたいが？

27

〈パワーアップ・ヤマハ奥さま〉

ヤマハ埼群レディスクラブ発足

28

〈セフティコーナー〉

原付免許取得者、年間100万人時代に お店の免許教室は対応できるか!?

30

ヤマハ★トピックス

32

〈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

34

パーツ&アクセサリ—

「サリアン」オプションパーツ

35

ジャスト・スクーター「サリアン」の
 アイドル宮崎美子ですヨ・ロ・シ・ク!



▲12月某日 ヤマハ発動機(株)小池久雄社長と初対面。「サリアンをよろしくおねがいます」の社長の言葉にちよっぴり緊張。



▲12月某日 「サリアン」新発売・テレビCMの撮影もクライマックス中で、?回目の誕生日。スタジオで、スタッフに囲まれてのささやかなパーティーは、すばらしい思い出に。



▲1月8日 販売店さまの新年大会に参加。式典で、懇親パーティーで、販売店さまのご商売にけるファイトにビックリ。これなら「サリアン」拡販もOKですね。

150万台販売へゴー!

300万台という空前の市場拡大を実現した'81年の二輪業界。'82年も、このもり上がりさらに拡大しよう! と新春恒例の『全国選抜優秀販売店新年大会』が、1月8日、ヤマハのホームグラウンド静岡県磐田市の磐田市民文化会館においてひらかれました。

『今年もヤマハとともにさらに飛躍を!』と意気

込みも新たに日本全国から参集された販売店さまに、遠く東南アジア7カ国からのインポーター34名も加え、参加者1千数百名にのぼる史上最大の大会。参加されたみなさまは、急膨張する市場の動向、'82年ヤマハの営業政策の説明、そして注目の新商品群の紹介を前に、改めてご商売拡大への決意をみなぎらせていました。



●'82 YAMAHA 全国選抜優秀販売店新年大会

YAMAHA TOMORROW
チャレンジは限りなく



北海道から沖縄まで48都道府県の代表販売店さまがステージにいらんで小池社長より表彰盾の贈呈

席上、新年のあいさつに立った小池久雄代表取締役社長（写真右）は、'82年商戦に賭けるヤマハの決意のほどを、大要次のように語りました。

▼二輪專業メーカーとして一貫して進んできたヤマハは、昨年初めて「100万台」という販売目標に挑戦したが、結果はこれを1割もオーバーする110万台の実績をあげるこ

▼そうした中、一般経済情勢は依然楽観を許さない厳しい環境の中で、'82年がスタートした

が、二輪業界にもいくつかの課題がある。その第1は、総需要予測が非常に立てにくいことだ。昨年の国内メーカーの総生産台数は、じつに850万台、そのうち国内出荷は305万台ぐらいと思われる。'80年度実績の127%という、活況の1年であった。これはスクーターブームの開花、アダルト需要の再来とともに二輪車の機能や効用性が再認識をうけたものだが、RZやベルガに象徴され

るヤマハの思想を商品化した数かずの新製品が、この需要拡大の大きな原動力となった、とメーカーとしていささか自負している。

一方、商戦も激しく、またメーカー間のシェア争いも激化している。このシェア競争は、一般論として総需要の拡大につながるものから避けて通ることはできないが、販売網に多大な迷惑をかけることは厳に慎まなければならぬ。ヤマハは、需要は創り出すものという強い信念で商品をつくり営業政策を展開してきたがこの考えは、'82年も変えることはない。今年の国内総需要も、昨年同様に旺盛に推移すると考えている。

▼第2点は、業界全体として安全問題にどう対処するかである。免許制度改正の話題を含め困難な問題が多いが、つねにユーザーと接触している販売店のみなさまが、ユーザーとのよりよいコミュニケーションづくりにつとめ、ヤマハと一体となって地域社会でリーダーシップを発揮していただきたい。

▼第3は、政策レベルの問題とは関係なく、販売網の構造変化が進んでいることである。都市部販売店さまの大型化、多店舗化、新規参入店の増加等がさらに進み、販売店みなさまの商圏の維持拡大にも、これまでと異なった試みと考えが求められる。つまり個人商店から專業小売店としての体質強化を図る転機の年ともいえるよう。

▼ヤマハとしては、專業メーカーとしてそうした販売店さまとの信頼関係をより強固なものとするため、確固とした態勢を固め、パートナーシップを十二分に発揮しながら商戦に臨んでいく。

生産問題については、生産能力を400万台規模に引き上げるため、二輪メーカーとしてはおそらく最大規模と思われる投資を昨年夏以来つづけ、その地固めが完成しつつある。その概要は弊田第3工場の操業開始、

袋井市の物流センター新設、スクーター専門工場の新設などである。加えて技術部門の中核となる技術センターが1月末には完成。従来工場各所に分散していたパワーを統合してみなさまのご期待に添える新商品を次つぎと発表していく。また、パーツの供給についても東京と大阪の配送センターを整備し、ご迷惑をかけぬよう万全の態勢を敷いていく。

このように生産、技術態勢を含め、ヤマハは82年も昨年のエネルギーをより倍加させていく。82年の販売目標は150万台、今年のホットな商戦に賭けるヤマハの心意気をお汲みとりいただき、ご拡販お願いいたします。

販売店さま1店1店の特性を活かし よりキメ細かい政策を展開!

小池社長のあいさつにひきつづき、82年ヤマハの営業政策がマルチスライドを使って紹介されました。

●ロイヤルショップ政策 ●イベント政策 ●販売促進政策 ●教育・情報政策を4本の柱に展開される82年ヤマハのテーマは「販売店さ

まの数だけ政策がある。販売店さま1店1店の地域特性、商圏特性、需要特性に最も適したキメ細かい政策をヤマハと一体となって立案し、展開していただくというものです。

さらに、ユーザーが選び、ユーザーから選ばれる82年以降の販売店さまのあり方が確認され、最後に平井五郎・国内営業本部長（写真左）が、つきのように、この82年営業政策の背景を説明しました。

▼販売店みなさまのおかげで300万台生産が実現し、110万台もの台数を国内に送り出すことができた81年、それだけにこの新年大会は意義深いものだ。

しかしながら、市場の活況とは裏腹に、販売店さまの内実は必ずしも喜ぶべきことばかりではないという声も聞かれる。とはいえ、



←日本全国から1200余店の販売店さま、東南アジア7カ国から34名のインポーターをよんで史上最大の新年大会となった

↓「サリアン拡販はまかせとけ！」懇親パーティの会場では、宮崎美子ちゃんに販売店さまの握手攻め

昨今二輪業界ほどのめざましい成長産業はないといわれるほど私たちの業界はめざましい。このように需要がふくれ上がり、競争が激化する時こそ販売店さまとのパートナーシップを層強め、ともに前向きに考えて行こうというのが「販売店さまの数だけ政策がある」というヤマハのテーマの基本である。

▼販売店さまには、ユーザーが選び、ユーザーから選ばれる“お店に、とお願ひしたが、メーカーとしては、販売店さまが選び、販売店さまから選ばれるヤマハ”となるよう努力を重ねていく、そしてその結果が、今年度150万台販売として結実すると考えている。

▼もうひとつ販売店さまにお願いしたいことは、二輪業界のめぐまれた現状に甘えてはいないか、を考えて欲しい。すべての小売業の姿が激しく移り変わる中で、二輪業界も例外ではない。82年はおそらく第2の変化の波の到来の年といえよう。このような乱世の時代に、その変化をしっかりと見きわめ、自己防衛のための努力と経営基盤の盤石の態勢がために当っていただきたい。

この点でも、ヤマハは販売店さまの声をす

べてに耳を傾け、本音で意見交換のできるメーカーでありたい。販売店さまのご商売のすべてに渡って、もつと身近に対応し、もつと身近に行動するヤマハをめざしている。100万台突破を果して生まれかわったヤマハ、82年は新生ヤマハの意気に燃えている。よろしくおねがいします。

この平井営業本部長のあいさつは、注目の82年ニューモデル群のご紹介へとつづき、1月から新登場している750ccグランド・スポート・ツアラー「XV750E」から、82年もスクーター市場をリードするヤマハの切り札として2月からデビューするジャストスクーター「サリアン」までがつぎつぎと披露されたのです。

一段と充実するスクーターラインアップ、新しいカテゴリーを開拓する注目の新商品、そしてトレールモデルにミドルスポーツ、ビッグバイク……と販売店みなさまの拍手の中で強力なニューモデルがつぎつぎとベールを脱ぎ、会場の熱気も最高潮に達し、82年150万台販売へのスタートが力づくよ切られたのです。



→会場を埋めた販売店さまの拍手を浴びて'82年ニューモデルがつぎつぎと登場。中でもジャスト・スクーター「サリアン」には、ひととき大きな拍手がわき上がった

↓マジック・ボックスが開いてサリアンのアイドル宮崎美子ちゃんも登場



展示会場では、さっそく「サリアン」の商品性、完成度を確かめようという熱心な販売店さまの姿が続出。「さすがスクーターはヤマハ」の声がとびかっていた



東京都小平市の(株)鈴木輪業・鈴木昇社長の力づよい音頭で懇親パーティの開幕

いまマスコミの注目を一身に集めて 話題集中、82ヤマハ。

ヤマハ空へノ——1月12日、経団連記者クラブで行なわれた新年記者会見で、ヤマハ発動機・小池久雄社長は、航空機エンジン分野への参入を発表しました。これは「陸に、海に、27年間にわたるヤマハの歩みは、そのまま小型エンジン技術開発の歴史。その実績をふまえ今後はモーターハンググライダー用エンジンや無人機用エンジンなど、空の汎用小型エンジンで分野に進出する」というもの。

このビッグニュースは、150万台販売への挑戦とともに、二輪市場のニューリーダーをめざす82年ヤマハの精力的な企業活動を示すものとして、いまマスコミの熱い視線を一身に集めているのです。

航空機部門に進出 ヤマハ小型エンジン生産

〈朝日新聞・1月13日〉

ヤマハ発動機の小池久雄社長は十二日の新年記者会見で、同社が航空機用の小型エンジンに進出し、来年度以降防衛庁が調達を予定している無人標的機にこれが搭載される見通しであることを明らかにした。同社は昨年十二月末、通産省から航空機事業法に基づく認可を得ており、石川島播磨重工業、三菱重工業、川崎重工業について国内四番目の航空機エンジンメーカーとなった。

ヤマハが参入するのは小型のピストン式エンジンで、先発三社のような大型ジェットエンジンの生産は行なわない。当面は日本電気が主契約になっている「短SAM」の標的用無人誘導機のエンジン供給を担当する予定。



昨年12月、大分県別府市で開かれた「第3回ハンググライダー世界選手権大会」でデモフライトするモーターハンググライダー「ウィング・オブ・ヤマハ」。

航空エンジン進出

ヤマハ、まず無人標的機用



この無人標的機は日電が米国のノースロップ社からライセンス生産しているものだが、飛行速度を高めるため、エンジン国産化が検討されていた。ヤマハが開発したのは四気筒、空冷、水平対向で排気量一六三四cc、九十馬力のピストンエンジン。

同社は防衛庁需要だけでなく、エンジン付きハンググライダーの開発も進めている。

航空エンジン進出

ヤマハ、まず無人標的機用

日本経済新聞・1月5日

二輪車の大手メーカー、ヤマハ発動機が航空エンジン分野に本格進出する。同社は昨年末、航空機製造事業法に基づく航空エンジンメーカーとしての認可を通産省から得ており今年から航空エンジン分野に新規参入することになったもの。ヤマハでは、防衛庁向けの無人標的機のピストンエンジン納入を突破口に防衛産業への展開を狙っているが、通産省では、石川島播磨重工業、川崎重工業、三菱重工の「エンジン・ビッグスリー」とは区別し、自動車メーカーの特色を生かした特殊航空エンジンメーカー」としてヤマハを指導していく方針である。(中略)

ヤマハの初仕事は、短距離地对空ミサイル「短SAM」の標的などとして使用する無人

標的機用エンジン。ピストンエンジン数基を五十七年度中に防衛庁に納入する予定になっている。

ヤマハは二輪車の世界トップメーカー、本田技研を国内二輪車販売台数で激しく追い上げていくが、二輪車専門の同社としては、新しい成長分野が是非とも欲しいところ、これが航空エンジンへの進出となった。

通産省では、次期民間航空機用のエンジン(XJB計画)の国際共同開発に参加することとは無理とみているが、先発三社とは異なる「特殊航空エンジン会社」を作る必要性を痛感しており、ヤマハの本格進出を側面から援助する意向。

航空エンジン進出

ヤマハ発動機 標的機用を開発へ

サンケイ新聞・1月13日

※標的機用エンジンに関する記事略

ヤマハではこれと並行して、若者の間で人気が高まっているモーター・ハンググライダー用のエンジン開発にも積極的に取り組んでいる。

ヤマハが航空機分野に乗り出すことになったのは、「これまで蓄積してきたオートバイやスノーモビル、船外機などのエンジン技術を

空にも生かす(小池社長)のがねらい。今回の航空機用エンジン分野への参入でヤマハは今後陸海空の三面作戦をとっていくことになる。(中略)

また、モーター・ハンググライダー用エンジンは、スノーモビル用エンジンを改良するもの。昨年十二月、大分・別府で開かれた「第三回ハンググライダー世界選手権大会」でデモフライトを行っており、今後さらに性能アップをめざしていく。

今年の二輪車販売は二百四十万台

ヤマハが計画

日経産業新聞・1月13日

ヤマハ発動機は十二日、二輪車の昨年の販売実績とことしの計画を発表した。それによると昨年実績は、国内販売が百一十万台(前年比三三・七%増)、輸出が百六十六万台(同二〇%増)で計二百七十七万台(同二五%増)

と順調な伸びを示した。ことしは国内百四十万台と昨年比二六%の増加を予定する一方、輸出も昨年比二〇%増の二百万台を計画、積極的な増販を進める方針である。

ヤマハ、先進国に「ベルーガ」輸出

月五千から二万台を

日経産業新聞・1月11日

ヤマハ発動機は、スクーター「ベルーガ」の輸出を今春から開始する方針を固めた。欧州を中心に米国、カナダなどにも出す考えである。わが国の二輪メーカーが先進国向けにスクーターを本格輸出するのは初めてである。

か米国、カナダ、オーストラリア、南アフリカの7カ国である。輸出台数は7カ国合計で最低で月五千台、多ければ一万台程度になる模様である。

ヤマハの「ベルーガ」は、昨年二月に国内販売を開始、現在月間二万八千台の規模で生産している。これまで海外に対しては南アフリカとベネズエラに計三千台を試験的に輸出しただけであった。今回、本格輸出する方針を固めた相手先は西独と英国、フランスのほ

これまで、これら諸国に輸出しなかったのは、国内販売向けで生産が手いっぱいだったのが主な理由。しかし、昨秋あたりから、特に欧州の現地販売店からの供給要請が強まったため、ヤマハでは輸出相手先販売店の意向をくんで、輸出に踏み切ることにしたものがある。

春。'82年商戦のスタートだ!!

販売店みなさまのめざましい活躍が大きくのび、挑戦1年目で100万台突破をなしとげた'81年のヤマハ。その成果を受けての今年も、新年大会や各地の研修会でご案内のとおり、一段とキメ細かい政策展開が予定されています。一方、'82年商戦の立役者となる販売店までも、ヤマハの政策を受けてさまざまな独自の政策を立案中。そんな中から、ここでは東と西2地域のお店にご登場ねがって、早くもスタートした'82年・春商戦への意気込みをうかがってみました。

東

東の代表としてご登場いただいた販売店さんは2店。ヤマハ東京(株)城東営業所からの多田輪業さんと、城西営業所管内の二乗サイクルさん。この'82年春商戦を迎えて2店さんの抱負は、いずれもサリアンを中心としたスクーター攻勢。それぞれの商圏に、そしてご商売に合わせたキメ細かい政策が早くも用意されていたのです。

サリアンを加えてさらに充実したスクーターラインアップを積極アピール!

多田輪業(東京都足立区) 多田芳明社長

昨年の商戦を「まず売ることが先行してアフターサービスなり顧客管理が多少なりともおろそかになってしまった」と反省する多田輪業さん。今年のご商売の展開では、この点に充分留意して、より効果の高い展示即売会や、それを引きついでのアフターフォロー、さらに既存ユーザーへの代替促進を図りたいと熱く語ってくれました。

「やはりなんといっても、これからの商売はスクーター戦線ですよ。うちの店でもソフトライクのお客さまの80%はスクータータイプを購入しているんですから」
多田社長はスクーター需要を次のように分析します。

「バイクへのとっかかりに、やはりパツンルに勝るバイクはありません。いわば自転車にわりにバイクへ移行して来た人たち。そうして、それらの人たちがグレートアップしてパツンラへとつながっているのです。しかし、昨年苦勞したのが、パツンラを卒業しようとした人たちへの対応。主に、パートや外交などでスクーターを使う女性なのですが、これらのお客さまへの次のスクーターがベルギーがしかなかったということ。そこで出てきたのが、サリアンと聞いていいのではないですか。パツンラとベルギーの間を埋めるスクーター。乗り手は、それこそ女性から男性まで、若い人から年配の、

人まで最も幅も広がるもの」と
サリアンの登場でスクーター戦線にフルラインアップで臨めるノと目を輝やかせる多田



まずはサリアンの軽快な走りを体験してもらいたいノと代替促進に全力を注ぐ



↑外に打って出る展示試乗会も今年さらには充実。その計画に余念がない多田社長
←サリアンを迎えて「すべて揃ったヤマハのスクーターで今年も躍進！」と意欲を見せる多田社長(左から4人目)とお店のスタッフ一同



社長。この春先きにおける具体的なご商売の企画をうかがうと、返ってきたのが次のことば。

「もちろんサリアンを商売の中心にするにはもうありませぬ。しかし、サリアンが新発売されたゾノという一点のみからのアプローチは極力避けていく方針です。それよりサリアンを加えてさらに充実したヤマハのスクーターラインアップを前面に押し出していきたい。どんなお客さまの好みにも対応できるヤマハのスクーター」といった考えを大いにアピールしていきたくと考えています。



早くもサリアンとそのキャンペーン・ツールをお店に展示し、春商戦に意欲を燃やす鳥山社長

ね。せいぜい
チラシの配布
でソフトバイ
クの台数を伸
ばしたくない。
だから、今年
はもっと積極
的にDM活動
や展示試乗会
の開催などで、
商圏に打って
出る商売を展
開していきたい
と考えていま
す」
待っていて
売れたという
商売は昨年ま
でノとキッパ
リ言い切る鳥



宮崎美子さんのキャラクターを生かした販促活動も、と担当セールスとの間では「美子さん大会」などが計画中



「今年打って出る商売を！」と、まず春商戦での第一弾は、テレフォン作戦

まず第一印象からして、私たち男性にも強くアピールする何かがあった。女性だけでなく男性客にも受ける商品だという実感を得ることができました。
それに、専用部品の豊富さやウェア類の開発も、新しい商売を展開する上で魅力的ですね。このことだけでもって、充分に店頭でのセールストークとなりますし、用品販売も伸ばすことが期待できます。
さらに、パッソラとベルガとの間の商品が登場したということで、スクーターライアンアップが充実してきたでしょう。スーパリーの展示試乗会にしても、どんなお客さまにも対応できます。宮崎美子さんのキャラクターを大いに活用して、サリアンそのままに、フィットワークのいい商売を展開していくつもりです」

「まずは顧客名簿の洗い直しから考えています。代替時期にきているお客さまへDM作戦にプラスしてテレフォン作戦を展開しよう。ちよつと時間がかかるかもしれませんがサリアンというたのしい商品が出た今、直接お客さまに語りかける強気の作戦をとってみようと思っっているんです」
パッソラが出た頃は、男女比が5対5だったのに対し、昨年はなんと3対7と女性客が大半を占めるに至った二乗サイクルさんのお客さま。このサリアンの登場は、またとないチャンスともいえそうですが……
「パッソル、パッソラのお客さまが定期的に代替時期を迎えているという事実。それに加えて、独身女性の増加傾向によりさらにファッショナブルなスクーターが求められてきているという事実。このタイミングに登場したサリアンは、まさに私たちの'82年商戦において最大の武器といえます」
「まず第一印象からして、私たち男性にも強くアピールする何かがあった。女性だけでなく男性客にも受ける商品だという実感を得ることができました」



さあ、

サリアンの専用部品の豊富さ、用品類の漸新さには目を見張るものがあるノ——と語る多田社長。「このサリアンの出現で、今後の商売の展開が女性層、男性層、代替層、四輪所有層、ビジネス層と、さらに多様化させられるだろうノ」とも、予測されています。

サリアンのフィットワークの良さをそのまま積極販売に活かす!

二乗サイクル(東京都板橋区) 鳥山由人社長

鳥山社長。では、それに代わる打って出る商売の具体的な一歩とは……



西

西の代表は、ヤマハ大阪(株)管内の中でも最も中心区を担う西営業所の5販売店さん。大都市の中で顕著なドーナツ化現象に悩まされ続けるこの地において、創意と工夫で実績を上げる大阪旭商会、オートシヨップ岩永、白江モーターズ、モーターサイクル玉船、ライダーズプラザ・インク(50音順)の各店さんの、サリアン研修会における意欲あふれた抱負の数かずを収録しました。

とにかくサリアンの良さを体験させて 商売の幅を広げていきたい!

大阪旭商会(大阪市西成区) 加藤宗一社長



「春商戦といえば、過去の例から見てもどうしても新車キャンペーンにすりがわりがちです。もちろん、それはそれでいいのかもしれませんが、もうひとつ獲得目標を設定

して目的意識をもった商売の展開をしていきたいと考えています。そうした意味では、この春商戦はサリアンが主軸となって展開されるのですが、うちではさらにサリアンを利用して誘店客を増やそうと、2、3月には新聞折り込みを展開してデモカーによる試乗等を訴えていきたいと考えています。

とにかく、私も実際に乗りましたがサリアンの性能はピカ一。スタイルも、ベルーガのハイセンスを充分に引き継ぎ、ヤングからア



ダルトにまでアピールできるものがある。ベルーガの時もダルトだけでなくすべてのお客様さまに対応できるという意気込みで成功し

スクーター全機種を並べて、初めて サリアンの市場も形成できる!

オートシヨップ岩永(大阪市大正区) 岩永元伺社長

「正直なところ、用品販売については伸び悩んでおり、どのような展開をしていこうかと思索していたんです。そんな折りに、このサリアンでしょう。これならベルーガ以上の豊富さだし、「イケル!」と感じましたね。

サリアン自身の位置づけについては、今日の話にもあったようにベルーガとパツソラーの中間機種といったところ。パツソラーよりは上級志向が強いので、男性の場合は10代よりは20代が中心。女性の場合はパツソル、パツソラーの代替えも狙えそうです。

男性と女性の誰にでも売れるこの商品、だから単一商品としても充分台数を伸ばすことはできますが、気をつけたいのがこのこと

ただ、このサリアンもすべてにいける。ビジネスにも十分に対応できるというつもりで商売の幅を広げていく予定です」

ろ。このサリアンの登場を機に、さらに押しすすめたいのはヤマハのスクーターの充実したラインアップで、この2月よりスタートする春商戦でもパツソルからパセッタ、パツソラー、サリアン、ベルーガといったラインアップを前面に打ち出し、相乗効果を上げていきたいと考えているんです」



より大きな市場ニーズに合わせて 多彩な免許教室や乗り方教室の展開を!

白江モーターズ(大阪市阿倍野区) 白江重弘社長

「サリアンはいいてすね。ヤマハのスクーター・スタイルを継承しつつ、新しさも各部にとり入れている。いままでのヤマハのスクーターラインアップになかったところを、ちょうど補完している商品として完成されていますね。当然、この春商戦の中心的存在となるのはサリアンでしょうが、うちではサリアンのア

プローチはやるとして、もうひとつ、いま動員力が衰退気味の免許教室に再度のチャレンジを試みたいと考えているんです。

とにかく、バイクに乗せる以上は安全運転指導をしたい。まったく初めての奥さまには第一歩からの、ある程度バイクを知っているヤングにはその応用編や心構えを伝えていくことよってバイクの市民権を勝ち取りたいんです。事故が多いから試験を難しくという一方的な図式を許すのではなく、我われの側からの、そしてユーザーの側からの主体的な安全運意識を広めていきたいんです。もちろん、そのためには免許教室自体に各層が求める魅力をもり込まなければいけない



もちろん、そのためには免許教室自体に各層が求める魅力をもり込まなければいけない

カット写真は、すべてヤマハ大阪(株)西営業所のサリアン研修会より

service center



のですが、この魅力づくりにサリアンを使う。そして、「安全」というプライドを意識させ

る多彩な活動を展開していきたいと考えているんです」

マス広告の相乗効果も考えて サリアンブームの火をつけたい!

モーターサイクル玉船(大阪市西区) 岡本勝雄社長

「ベルーガもそうでしたけど、このサリアンはかなりユニークな商品ですね。お客さまの要望に正確に応えた売れすじ商品といえるベルーガの場合、アダルトを狙ったところが女性もとびついたという現象と同じように、このサリアンでも思ってもみない層からの反応が期待できそうです。そのためには、導入段階ではとにかくお客さまに少しでもアピールさせなければいけないわけですね。うちでは、こころへの作業をデモカーの展開で狙っていきたくて考えているんです。」

それと、何人かのマーケティングにサリアンをいち早くお勧めして、街中に出して多くの人の目を惹かせることも。サリアンのスタイリング、上品さ、軽快さをそのまま見



てもらい、初期のマスPRとの相乗効果によるサリアン・ブームを期待しているんです。人のやっていないことで、お客さまに喜んでもらえることを——これがうちの商売におけるポリシーでもあるわけですが、このサリアンを主軸に置いた春商戦ではとくに商品イメージを大切にしながらこころへの企画を連続して展開していくつもりです」

新店オープン記念に新車発表をそえて 地域へ決定的なイメージ浸透を図る!

ライダースプラザ・インク(大阪市西区) 野村不可止社長

「四輪販売から独立して1年目なだけに、この春商戦はすべての面でスタートといえます。新店舗も3月5日のオープンめざして着ちやくと建築中ですし、オープン記念セールについても具体的なプランがまとまりつつある。うちの春商戦は、まさに新店舗のオープンとタイミングを合わせて展開していくつも

りです。」

もちろん、そのタイミングにはサリアンのニューセール・キャンペーンもかませませんが、これが新店舗にピッタリな商品なのでピッタリ。そのセンスのよさとい、専用部品やアクセサリー類の豊富さとい、絶好のキャンペーンが展開できそうです。



とにかく、スクーター需要が80%も占めている現在、サリアンの導入は心強いことこの上ない。バイク専門店のイメージを一新させる上でも、すべての専用部品やアクセサリー類を本体と同時に展示するなどして、他のバイク店との差別化を図っていきたくて考えています」

'82年もスクーター市場をリードするヤマハ

ヤマハ。その主力機種、サリアン

1月20日から新登場したジャスト・スクーター「サリアン」。

これこそ'82年スクーター市場拡大の切り札となる期待の新商品です。ここにサリアン開発の背景からその卓越した商品性、市場導入をより上げるマス広告活動、もりだくさんの店頭装飾用ツールまでをまとめてご紹介いたします。ご一読のうえ、どうぞ積極的な拡販をご展開ください。

サリアンを加えて、すでに6機種10タイプ、一段と充実したフルラインアップで、'82年もヤマハはスクーター市場をリードしてまいります。

●スクーター時代がやってきた！
昨年のファミリータイプ市場は、じつに190万台。パッソルが登場した52年からわずか5年足らずで、なんと2・6倍強という驚異的な拡大をとげています。

そしてこのファミリータイプ市場の中核となっているのがスクーター。昨年190万台のうち70%に当る133万台がスクータータイプで占められているというほどです。

●花開くスクーター市場

こうしたスクーター時代到来の原動力としてヤマハが果たした大きな役割は、販売店み

なさまが肌で実感されていることでしょう。

パッソル、パッソラ、パセッタによるソフトスクーター市場の開拓と拡大。さらに昨年からのベルーガによる本格スクーター市場の確立と、つねに市場のニーズを先取りした商品展開によって今日のスクーター市場を切り拓いてきたわけですね。

「やさしさ」に代表される機能的価値にポイントを置いたソフトスクーター、さらに「やさしさ」に精神的満足感、情緒的価値をプラスした本格スクーター、昨年の133万台のうちこの両者の比率はソフトスクーターの78万台に対し本格スクーター55万台、とみられています。

●男性ヤングも、女性も本格スクーターを求めている

注目すべきは、発売1年足らずで本格スクーターが55万台という大規模な市場を形づくっていること。そして、スクーターに走る機能ばかりでなく乗る喜び、持つ誇りを求める本格スクーター需要ともいべき全く新しい需要層が確実に生まれているということです。

しかも、この本格スクーター需要は、「ベルーガ」のユーザー構成中に18%の10代男性、15%の女性ユーザーが存在していることから明らかなように、単に男性アダルトに限らず男性にも、女性にも、ヤングにも、アダルトにもときわめて広範囲に広がっています。

がっています。

●ジャスト・スクーター「サリアン」

もはや、本格スクーターは男性アダルトだけのものではない時代になっているといえるわけですが、こうした時代の変化を先取りし誰にでもジャスト・フィットする本格スクーターとして登場したのが、このサリアンなのです。

●サリアンは'82年スクーター市場の切り札

このサリアンの登場によってヤマハスクーターラインアップはパッソルからベルーガまで6機種10タイプ。各車種の位置づけは左表のとおりですが、端的にいえばベルーガは最高級車、パッソル、パセッタ、パッソラは、スクーター需要の底辺を支える車種群、そして新発売のサリアンは、スクーター市場の中心車種として広範囲な需要層を堀り起こし、スクーター市場をリードしていく中心車種なのです。

●より幅広い人びとにサリアンのビッターリ感を！

ジャスト・スクーター「サリアン」の豊かなデザインとハイメカニズムは、以下の

Salient

*サリアン。は、Salient (英・セイリアント) をフランス語風にちよっとシャレて読んだもの。*顕著な、目立つ、跳躍する。という意味を持つ Salient。*サリアン。がスクーター多機種競合時代のリーディングモデルとなることを願って命名したものです。どうぞよろしく。

カラーページにご紹介したとおりです。

そして、サリアンのターゲットとしてまずアプローチしたいお客さまのプロフィールをリストアップしてみると――

- 新しい乗りものを求めている女性層
- これまでのスクーターではデザインや性能の面で満足していない男性層
- 目新しいものに関心のつよいヤングアダルト
- 入門バイクにあきたらなくなつて上級移行をめざしている人
- 6輪使い分けをめざしている男性アダルト
- 小まわりのきくビジネスの足を求めている会社や商店などの業務需要

このように、誰にでもビッターリとフィットするサリアンは、そのすぐれた商品性で、さらに大きなスクーター市場を開拓してまいります。商圏の特性、お客さまの特性にあわせたキメ細かなセールス・トークによって、どうぞ積極的にご拡販ください。



●ヤマハスクーターラインアップ

本格スクーター ベルーガ50 CV80E / CV50E
ジャスト・スクーター サリアン CA50ES / CA50E
美しさのスクーター パッソラ SA50E / SA50
スポーツスクーター パセッタ SB50E / SB50
パッソルD S50D
やさしさのスクーター パッソル S50

ジャスト・スクーター **サリアン** 新発売!

サリアンは50cc専用設計。スポーティでリッチなスーパーデラックス (CA50ES) と軽くて小粋なデラックス (CA50E) の2タイプ。

スーパーデラックスは、フロントトランク、メーターバイザー、フェンダーモール、スクーターパネルモール、ステップマット、左右バックミラー、キルティングシート&シートモールが標準装備となります。



●スーパーデラックス:チャビイレッド(写真)
ホワイト
クリスタルシルバー
ミストブルーメタリック

“Just my Salient”
ジャストスクーター



●デラックス:ホワイト(写真)
チャビイレッド
トラディショナルブルー

ジヤスト・マイ・サリアン



スピードメーター、電気式フュエルメーター、オイル警告灯、フラッシャーパイロットを大型パネルに組み込んだインストルメントパネルは、まさに乗用車感覚。夜間でも表示がクッキリと浮き出る透過光式。



ホーン、フラッシャー、ライト…
扱いやすいハンドル・スイッチ

3.8ℓ容量の大型フュエルタンク

690mmと足つきも楽な低シート高。大型シートはカラーレザーのキルティング付。シートロックもついて燃料タンクのいたづらを防止

便利なリヤキャリア

キー付ヘルメットハンガー。キーはシートロック兼用

被視認性の高いビルトイン・テールランプ



排気音の静かな大型スモークレス・マフラー

パワフルな2サイクル・強制空冷エンジン。オートロック、オートチョーク、メンテナンスフリーのCDI点火で始動性も抜群。なめらかな加速のVベルト式無段変速。バッテリー上がりを防ぐレギュレーター装備

前方に押し出したスクーターパネルの効果でひろびろとしたフットスペース

※サリアンの豊富な専用アクセサリは、すべて35ページにご紹介しました。



〈スーパーデラックス〉
●ミストブルー・メタリック



〈デラックス〉
●チャビレッド



〈デラックス〉
●トラディショナルブルー

ポジション、ぴったり。

走り、軽快。

乗り心地、快適。

ペルーガの流れをくむ本格スクータースタイル、頼もしいパワー、ソフトな乗り心地、使いやすい機能……ジャスト・スクーター「サリアン」は、女性にも、男性にも、ヤングにも、アダルトにも、誰にでもぴったりフィット。この“ピッタリ感”で、新しいスクーター市場を強力に開拓します。

ペルーガの流れをくむ 本格スクータースタイル

- バッソーラより10mm長いホイールベースながら、ゆとりを感じさせる本格スクータースタイル
- 固定式フェンダーの斬新なスタイル
- 乗用車感覚のインストルメントパネル
- スポーツフィーリングいっぱいのメーターバイザー

頼もしいパワー、軽快な走り

- 3.6馬力の高性能エンジンと56kgの軽い車重でフットワークはひときわ軽快
- Vベルト式無段変速のパワフルマチックで加速もなめらか
- セルスターター、オートチョーク、CDI点火でセル一発のらくらく始動

快適、ソフトな乗り心地

- フロントのボトムリンク・サス、リヤのオイルダンパー・サスで乗り心地もソフト
- ゴムダンパーとスプリングの2重防振式のエンジン懸架で、車体に伝わる振動をカット

乗る人の身になった もりだくさんの親切設計

大きな角型バックミラーは、アングル調節が簡単なボールジョイント式。スーパーデラックスは左右標準装備



セルスターター、デラックス、スーパーデラックスともに標準装備

明るい25W/25Wのヘッドライト、上下切換え式



安全始動のワン・ツースタート。ハンドルロックも、メインスイッチと一体式

便利なフロントトランク（デラックスはインナーラック）

摩耗状況が簡単に確認できるウェアインジケーター付タイヤ

ブレーキは、シューの減り具合がわかりやすいライニング摩耗インジケーター付



〈スーパーデラックス〉
● ホワイト



〈スーパーデラックス〉
● クリスタルシルバー

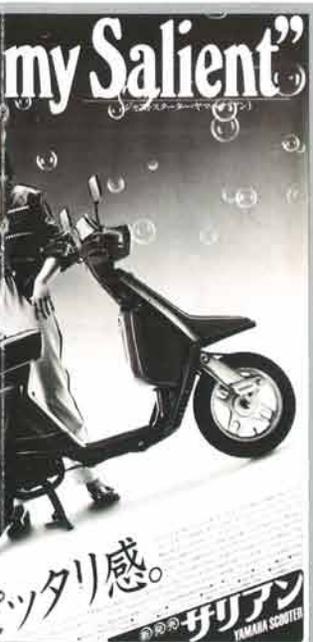
から

美子ちゃんが “ピッタリ感”をアピール!



サリアンのキャラクターは宮崎美子さん。誰にでも親しまれるさわやかな笑顔が、テレビから、雑誌から、店頭から、ジャスト・スクーター「サリアン」の登場と、その“ピッタリ感”をアピールします。

あらゆるメディアを駆使してダイナミックに展開されるサリアン・マス広告キャンペーン。どうぞこのパワーを活用して、みなさまの春商戦にサリアン旋風を!



新聞広告

新聞広告は、新発売と同時に全国誌、ブロック紙に掲載。はやくも大きな話題を呼び起こしています。



雑誌広告

雑誌広告は、サリアンのメインターゲットである女性と男性ヤングの間に特に購読率の高い週刊誌、月刊誌を選んで展開。テレビCMとの連動効果を高めながら、大規模なサリアンの話題づくりをすすめます。

サリアン広告キャンペーン



宮崎美子ちゃん
テレビの人気者“美子ちゃん”。最近は歌手として、女優としても大活躍。’82年の飛躍が最も期待されるタレントの一人。

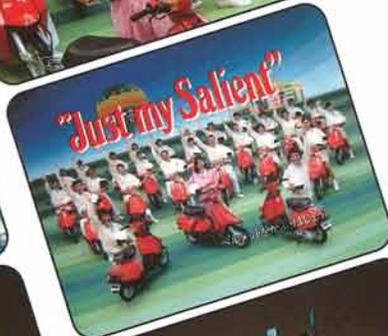
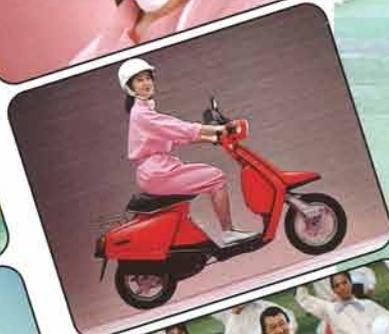
テレビから

雑誌から

店頭から

テレビCM

マス広告キャンペーンの中心は、集中スポットを主体としたテレビCM。新発売期の“フェンス篇。とそれにつづく“ピンクの風篇。が、お茶の間に話題を呼び起こします。2月より全国ネットでオンエアを開始しています。



《ヤマハ・サリアン フェンス篇》

私にとってサリアンはちょっとしたセンセーションだってこんなピットリ感のスクーターって初めてなんですものだから…… “ジャスト・マイ・サリアン。” “ピットリ感。”



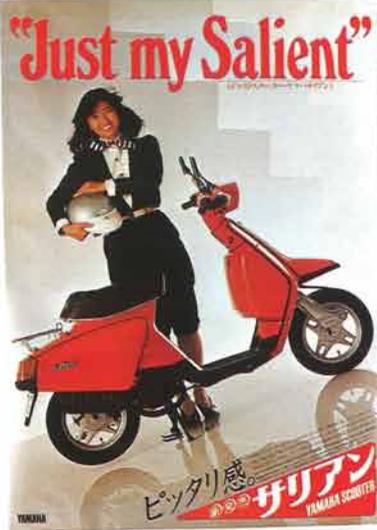
《ヤマハ・サリアン ピンクの風篇》

こんな走りのスクーターが欲しかったのサリアン 走りが、とつてもピットリ感だから…… “ジャスト・マイ・サリアン。” “ピットリ感。”



●サリアンを華やかに演出する美子ちゃんのPOP

あなたの街にサリアン旋風を!



●試乗車
ミニのほり
デモカーのリヤキャリアにセットするミニのほり



●美子ちゃんカットアウト
美子ちゃんの等身大カットアウトです。店頭展示車にセットして来店促進を

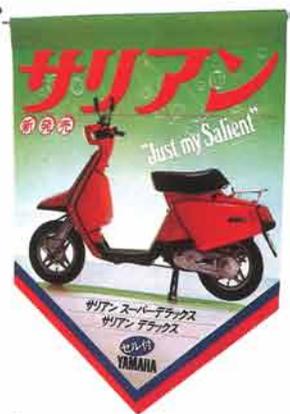
※●印のツールは、単品特設品です



●ジャンボ・シート
2.4m×3.6mというジャンボなシート。店頭に、店舗壁面に、展示会場に……壁面がわりにお使いください



●美子さん
ラブリードール
店内演出のワンポイントに効果的なラブリードール。同デザインでジャンボとミニの2種があります



●店頭フラッグ
店内壁面を有効に活かす店頭フラッグ



●美子ちゃんDM
安全点検とサリアン試乗会への来場を促すDMハガキ



■サリアン・カタログ
サリアンコーナーへの常備と補充をお忘れなく



■サリアン・ポスター

店頭から

展示会場から

各種イベントから

美子ちゃんのステキな笑顔をあしらった店頭装飾キット、ジャンボPOP類も、このとおり豊富にご用意しました。

店頭いち早く春の風を呼び込む華やかな演出、カラフルな店内のサリアン・コーナーの設置、人の集まる所へ打って出たのにぎやかなサリアンフェア等の開催……さあ、これらPOPを存分に活用して、あなたの街に春一番のサリアン旋風を巻き起こしてください。

●連続旗

店頭にも、店内にも使用できる8枚連続旗



●大型たれ幕

お店のサリアンコーナーを華やかに演出する大型たれ幕



●横幕

3.6m×0.6mの横幕。店頭演出や展示会の演出に欠かせぬもの

●のほり

サリアンの新発売をにぎやかに告知



●ステッカー(3種)

お店の営業車からショーウィンドーまで幅広くご利用いただけるステッカー

●シーリングPOP

店内の空間を効果的に演出するシーリングPOP

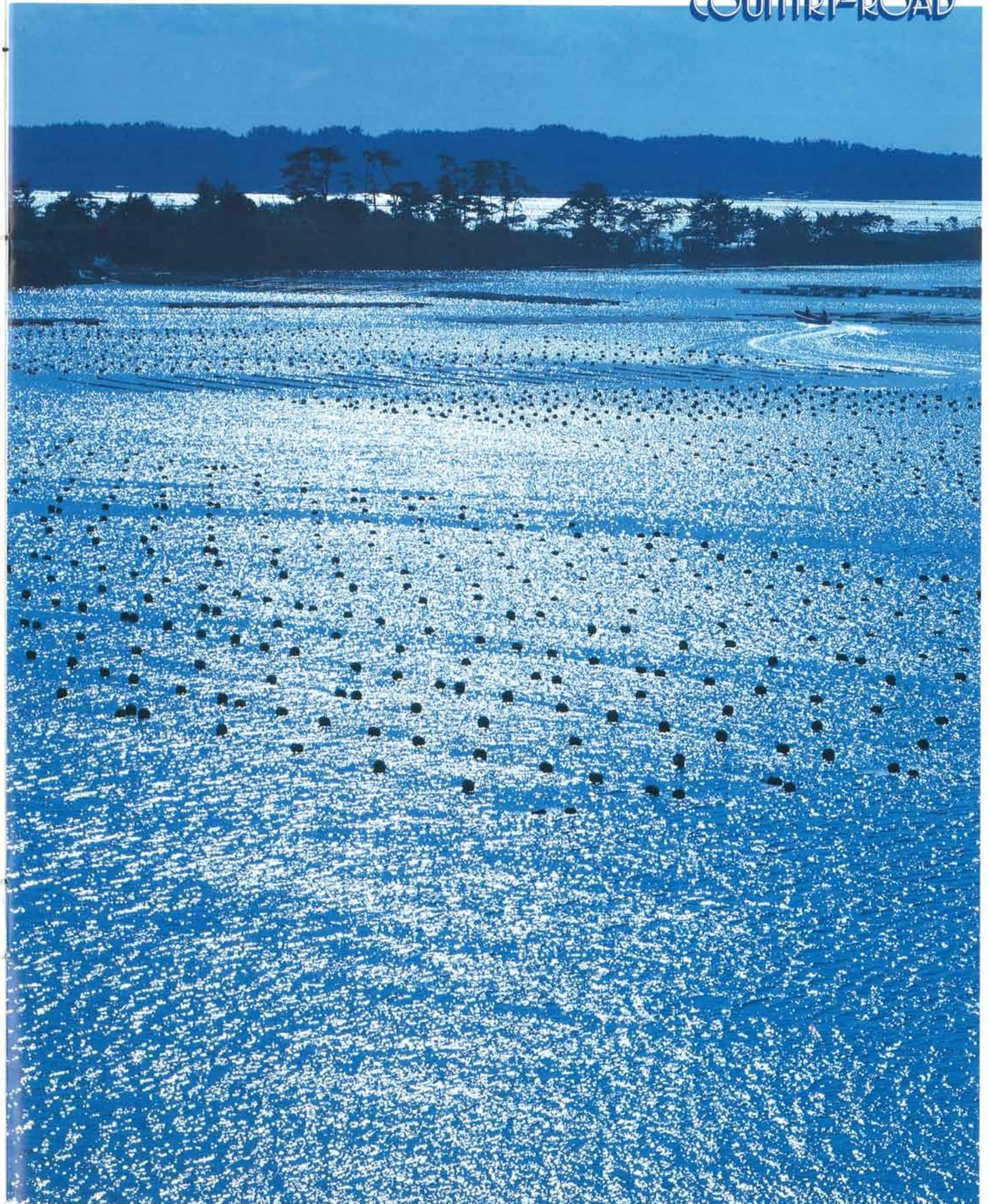


●天幕



※●印のPOPが、「サリアン店頭装飾用キット」として1セットになっています。





バイク歴……30年

夏木陽介(俳優)

免許証をとってから足掛け30年、人生の3分の2以上をクルマとともに生きてきた。この間に乗り換えたクルマは数えられるだけで70台、バイクはクルマほどではないにしても、50台以上は乗ったと思う。

ここ数年、わが国でもようやくバイク・ブームに火がついた感じだが、それ以前の10数年間は街で見かけるバイクといったら郵便配達、ソバ屋の出前持ち、クリーニング屋の御用聞き、白バイ、新聞社のニュース配達、それに1日に1台か2台出会う外車のオーナーくらいのものであった。



なつき・ようすけ

45才

映画・TVに活躍する氏のバイク歴は30年。最近

は「ベストバイク」誌をはじめバイクに関する文筆活動にも豊かなキャリアを発揮している。

しかし、そんな時代にもわが家のガレージにはイタリアのM・V・アグスタがあり、次の年にはハーレー・ダビッドソンをはじめ、常に何かのバイク達がいっつもその気になりさえすれば出掛けられる状態に並べられてあった。仕事場への往復に一時期ドライバーを雇っていた時もあったが、たまの休日にはバイクを引っぱり出して東名高速を浜松あたりまで走ったり、中央高速を河口湖まで走ったり、かなり気ままにそれなりに楽しんだものだった。最近のように、バイクの絶対数が多かったわけではなかったのに、肩身の狭い思いをしながらのドライブを強いられた。心無いクル

マのドライバーのため
に危険な目にあつたり、
バイクに偏見を持った
人達のイタズラで危ない
思いをさせられた事
も何度かあった。
とはいえ、我われの
年代の者が乗り始めた
頃のバイクは自動車よ
りもはるかに速く、当
時の道路事情も含めて
トランスポーターとし
ては地上で一番速い乗
りものだった。バイク
に乗っている時は、常
にクルマを見おろしな
がら走っていたものだ
った。

自動車の急速な進歩
によって、優位がいつ

のまにか逆転しバイクが見おろされる立場になった時、我われの仲間のほとんどはバイクより速いスポーツカーに乗るようになり、なかにはスポーツカーよりさらに速い小型ヒコキに転向したりした。そして、バイク乗りへの僕にとっては、何年間かの見おろされるばかりの暗黒の時代が続いた。

これは日本ばかりでなくアメリカやヨーロッパでも同じで、ごくひと握りの愛好家と警察以外ではその数は年々減り、イギリスのアリエル、マチレス、ペロセット、ローヤル・エンフィールド、BSAや、ドイツのアドラーなど、多くの名車達が次つぎに姿を消していった。

バイクと同じように、かつての仲間のレーサーもほとんど消え去り、あの高橋国光が、生沢徹が四輪レーサーに転向し、幻の天才ライダーといわれた伊藤史朗ともいつしか音沙汰なしとなっていた。

わが家のガレージのハーレーやBMWがナハンや真つ赤なスクーターに変わった頃、街には昔以上にバイクやスクーターが溢れていた。近所の若奥さんが買物に、アパートに住んでいる学生が通学に、年に何回か来る植木屋の職人さんがフルフェイスのヘルメットで。昔の仲間も天気の良い日はバイクで来るようになった。

また、自動車にしか乗らなかつた友達も10数回の試験の後やっと免許を手に入れ、何人かの俳優さんに「息子がバイクに乗りたがって仕方がないがどうしたもんだらう？」と相談され、若いスタツフの多くが通勤用にバイクを乗り出し撮影所にも、ピカ／＼の新車が並

んだ。

日本は世界第一のバイク生産国になり、世界中のどこを歩いても日本製のカメラや自動車や時計やカセットに出会うように、いや、それ以上にヤマハ、ホンダ、スズキ、カワサキのバイクが目に入るようになった。昔は日本人だと判ると「ソニー」「ハラクリ」と言ってきた外人達が、いまや「ヤマハ」「ホンダ」……と言ってくるようになった。

暗黒の時代にコツコツと研究を重ね、努力をしてきたメーカー各社が一斉に花開き、バイクの安全性、高速性、機械に対する信頼性、機能美が数段の進歩を遂げた。

先日の袋井テストコースにおける試乗会では初めてターボのついたXJ650Tに乗る機会も得て、その取り回しの良さ、ターボを感じさせないスムーズな吹き上りの良さ、ウルシ細工のような黒塗りのマフラー等に驚き喜んだ。

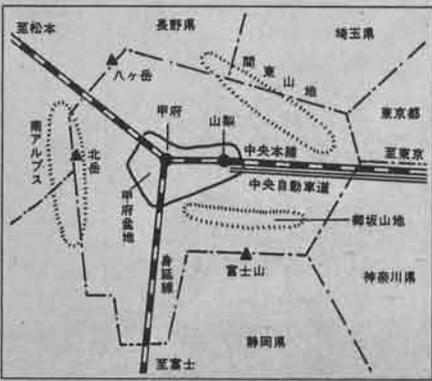
と同時に、そのXJ650Tが日本人の我われに買えないお役所仕事の法律に腹を立てた。しかも、それが絶対手に入らないのなら諦めもつぐが、逆輸入で高い金さえ払えば堂々とナンバーをとって公道を走れるという現実にはぶちあたった時、本当にバイクの好きなしかり高い金を払えない若者達は、頭上を飛び越して海外に輸出されていく夢のマシンをどうしたら手に入れられるのだろうか、と思った。

もちろん、我われもなんらかのかたちで、自動二輪で夜中に都内を堂どうと走れるように、2輪車走行禁止などという道路が無くなるように努力はする。そして、バイクそれ自体にある人格(車格)が与えられる日を、一日も早く迎えるように努力はする。だから、バイクを作る人も、売る人もすべての人が、それぞれの立場で努力をしてほしいと、いま切に感じている。



「山があつても……」といわれる山梨県。四方を南アルプス、八ヶ岳、御坂山地、関東山地に囲まれた東西約30km、南北約12kmの甲府盆地にブドウや桃などの果樹園が広がり、全国でも有数の産地として知られています。

全人口わずか81万人という山梨県の産業や行政の中心となつてゐるのが、この甲府盆地。都心から中央自動車道で1時間半という至近距離にありながら、東京の影響をモロに受けることなく、独自の文化や生活様式を育んでゐるのもこの地形のおかげ。武田信玄公以来いまでも



全国有数の高普及率地域でも 地域に密着した基本活動で 着実に新規開拓と代替促進を展開

ユニーク企画の展示会で 周辺地域にまで商圏を拡大

牛山輪業株 / 牛山保社長

山梨市上神内川

甲府より東へ10kmのところにある山梨市はブドウなどの果樹園が集まる農業地帯。その山梨市の中心・国鉄山梨駅の駅前通り商店街にある「牛山輪業」さんはユニークな企画の展示会を実施して販売実績を高めていっています。

ここ山梨市は世帯数約8200戸、世帯当りのバイク普及率は83%とほぼ、1家に一台、バイクが行き渡っています。このため地元だけを対象とした新規ユーザーの開拓はむずかしいことから、「牛山輪業」さんでは、牧丘町、塩山市など周辺市町村にまで商圏を広げられています。その原動力が独自の展示会なのです。

まず市周辺の人びとの集まるスーパーマーケットでの展示会と地元の最大企業のNECで月1回ずつの定期的な展示会を開いているのはじめ、地元でのお祭りや歩行者天国を利用しての展示会など人のたくさん集まるところならどこでも開催する積極さ。

しかしなんと、いつもメインとなる展示会は人の集まるところでおこなう展示会ではな

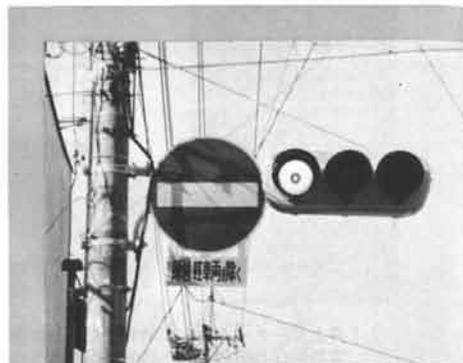
く、人を集める展示会です。

これは、ヤマハ・カラオケ大会や、富士カラーとのタイアップによる水着写真コンテストなどとバイク展示会をドッキングさせた文



↑左から奥さま多美子さん、牛山進専務、牛山保社長、サービスの上野さん、若さいっぱい、チームワークもガッチリのスタッフ←ヤマハスクーターが整然と並ぶ牛山輪業さん。新登場のサリアンが早くも大反響を呼んでいる





進入禁止も原付はOK、こんな所にも甲府の生活の足・バイクの定着ぶりが

盆地内を國中と呼ぶほどで、地元の人びとの結束力は格別。また、盆地という地形から公共交通機関の発達が遅れているため、バイクは地元の人びとの生活の一部にとけ込んでおり、普及率は70%と全国でも1、2を争うほどの高さです。

このように、きわめて特徴的な市場の中で販売店みなさまは、地域に密着した基本活動を、お客さまに合わせてキメ細かく展開され新規開拓と代替を促進されています。

ヤマハ神奈川株甲府営業所 林孝司所長

字通りの「特別企画」。これらの展示会による成果は大きく「店売りの3倍くらいの実販がある」（牛山社長）というほど。そして、この展示会は、いまや地元の人びとのレクリエーションとして大変な人気を呼ぶほどに定着しています。

また、これら周辺地域へのアピールと同時に、地元での新規ユーザーの開拓も積極的に展開されています。それは高校生のオビニオンライダーを育成すること。商圏内に県立園芸高校や日川高校、塩山高校などがあるため高校生の需要は高く、また新規ユーザーとして最も見込まれる層だからです。

展示会開催時にアルバイトで協力してくれる高校生たちをオビニオンライダーとしているので。その友人や後輩が毎日夕方になると「牛山輪業」さんに集まってくるが、これは見込客の紹介や、ヤングユーザーの流行を知る貴重なお客さまたちでもあるのです。

このように積極的に打って出るご商売と、オビニオンライダーによる新規ヤング需要の開拓という基本活動を確実に実施されている「牛山輪業」さん。この次には、国道20号線バイパス沿いに50cc中心の中古車センターの開店も計画され、下取車の円滑な流通へのトラ

イが始まろうとしています。

ハリキリ奥さまの免許教室と出張修理がお店への信頼感を育む

古屋輪店 / 古屋久社長

30代以上のアダルトユーザーが多いという「古屋輪店」さんでは、バイク支店の運営に忙しい古屋社長に変わり、奥さまの秋江さんが修理から販売まで大活躍されています。

二輪車安全運転指導員の資格をもつ秋江さんは、月2回の免許教室でもそのバイタリティーを発揮されていますが、親切で解りやすい指導と持ちまへの面倒みよさで合格率90%以上、なんとバイク購入に至っては100%と高成績を誇っています。

また「古谷輪店」さんのもうひとつの重要

甲府市下小河原町

な基本作業に、出張修理があります。何かと忙しく、いつもバイクを使わなければならぬお客さまのために、こちらから出向いて点検・修理を実施しているのですが、これはお客さまより親密なお付き合いをするための、貴重なキッカケとなっています。

お客さまから大きな信頼を集めている秋江さんの修理の腕前に驚いていると――

「3年ぐらい前に主人が体をこわしたことがあるんです。その時に必要にせまられて修理から納車まで私ひとりやらないければなら



←「おー寒い、ちょっとストーブに」というお客さまが毎晩のようにお店に立寄られるのも古屋輪店さんの特徴

↓そのハリキリぶりが商圏でも評判の古屋秋江さん



なかつたんですよ。それに主人は仕事にきびしい人で修理をやっている時でも、バイクを売って食べているんだから、ネジ一本にも命をかけるっていうんですね。そんな主人の気質にうたれて仕事をおぼえました」とこの出張修理に賭ける情熱を話してくださいました。

こんな秋江さんの仕事ぶりが気に入られて、夕方から夜にかけて勤め帰りに毎日必ず

立ち寄ってくれるお客さまが数人います。この人達の中には1年で4台ものバイクを購入してくれたお客さまもいます。

「今も昔もパンクの修理が一番むずかしいわね。早く上手に修理できるようにしたいわ」と最後にひとこと、こんな言葉の中にもお店の信頼に対する大きな責任感がうかがえるものです。

開店以来続いている「18カ月無料点検」でスポーツユーザーを次つぎに拡大！

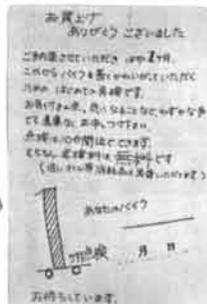
甲府市飯田

モーターサイクルショップのうえ／井上修社長

県道甲府―敷島線沿いの五差路にある「モーターサイクルショップのうえ」さんでは、社長以下3名（事務の奥さま喜代美さん、セー

ルス小宮山さん、サービス山田さん）のスタッフによるスポーツバイクを主体としたご商売が展開されています。

大型バイクがずらりとならぶ店内で、その販売活動をうかがってみると、これらスポー



↑井上モータースさんの特製定期点検ご案内DM。その文面からも、お店の人びとのバイクへの愛着が感じられる

→右から井上社長、奥さま喜代美さん、サービスの山田さんと小宮さん



ツバイクのお客さまのほとんどが、口コミで集まるといいますから驚きです。この秘訣は、どうやらのうえさんの18ヵ月までの無料点検にありそう。これはファミリーバイクを含むお客さまのすべてを対象に実施されているもので、開店以来3年間ずっと続けられています。「点検時期になるとDMをつかい無料点検を知らせます。点検にきれくれたお客さまへは、マシンの調子が良くても、悪くても必ず一言アドバイスを付け加えます。この時に新しいオートバイに関する情報をお客さまへ提供することも忘れてはいけない仕事のひとつです」

それともうひとつの仕事として地域的なモータースポーツ普及活動があります。他のオートバイ販売店さん5店さんとともに「六輪会」というクラブを結成。ミニバイク運動会や年2回のラリーなどをずっとつづけています。

こうした活動を通じての安全運転意識の向上やオビニオンライダーの育成は、最近では紹介販売や値引対策にも大きな効果を発揮しているほどです。最後に、こんな高普及率地域でのスポーツバイク販売に対する井上社長のお考えをうかがってみると――

婦人層には出張免許教室、ヤングにはモータースポーツ市場に新風を吹込む新規店

バイクハウス・オレンジ / 杉山康雄社長

甲府市徳行

ヤマハのチーフサービスマンをしていたという杉山社長が、国道20号線バイパス沿いに「バイクハウス・オレンジ」を出店したのは昨年の8月。以来、お店のPRや出張免許教室などに東奔西走、あつという間に半年が過ぎました。

この出張免許教室は特別指導員の資格をもつ杉山社長が、共働きの多いこの地域の主婦や仕事の忙しなお客さまのために始めたもので、お客さまの都合の良い時間や場所に出向いて免許教室を開催するものです。対象は1人でも2人でもよく、気軽に受講できるため、その成果は大きく、免許取得前に購入予約をするお客さまがほとんど。

また開店頭初より2回のペースでつづけているスパーマーケットでの展示会は、その実販売数もさることながら、開店して間もないこのお店にとって知名度を高める大切な作業なのです。

こうした努力の甲斐あって、今では昼休みや勤め帰りに必ず5、6人ぐらいのお客さまがお店に立寄られるようになりました。

また、杉山社長は以前ロードレース125ccクラスのライダーでもあり、モータースポーツに対する関心がたいへん強く、現在モータースポーツクラブ「オレンジクラブ」も結成されています。このクラブは、レーシングカート部とツーリング部にわかれていて、クラブ員へのアドバイスや、元ヤマハサービスマンの技術的ノウハウを生かしてのメンテナンスなどによる技術面でのPRにもつながっています。

「ヤングにウケる店にしたいね。そのために用品をそろえたい、しかもバイクハウス・オレンジのオリジナル用品をね。今あるステッカーなんかよく若い子が買いくるんですよ。ウチのオリジナルがブームになったらいいな。それと今後の需要として女性スポー

ツライダーの開拓をしていきたいね」と初めての春商戦を目前に控えて、杉山社長の意気込みも日ごとに高まっている昨今です。



↑杉山社長(右)、河西サービスマン、左は甲府営業所林所長

←広びろとした店頭スペースに80台もの展示車が並び「バイクハウス・オレンジ」さん

56年の決算を機会に 店の業績を数字で確認したい

《回答・公認会計士有資格者 中村 輝夫》

◎ 今年も確定申告の時期が来ました。うちでは決算業務を会計事務所へ依頼しているのですが、この機会にぜひ自店の1年の業績を数字で確認したいのです。どんなデータを、どのように読みとったらよいのでしょうか。幸い15〜20%業績も伸長していますので、近いうちに店舗の改装に従業員(現在1名)の増員なども行いたいと思っております。

▲ 決算業務は、会計事務所へ委託しております。とかく決算は、税務申告のためだけと考えがちですが、この機会に、1年間の業績を数字で確認しておきたいというお考えは立派です。

さらに、店舗改装や従業員の増員など、将来への布石の決断に決算数値が参考になるのではないかとお考えのようですが、まさにそのとおり。業績の拡大とともに計数管理の必要性を痛感されているご様子、頼もしい限りです。では決算書の見方の急所といったものをご説明してみましよう。

各段階の利益を確認

普通売上げが伸びていると、業績も伸長していると思いがちです。お店の場合、15〜20%も伸びているとのことですが、おそらくそれは売上げの伸びではないでしょうか? もちろん、売上げの伸びが基本ではありますが、経営成績は、利益です。利益が伸長して初めて業績が伸びていると言えるのですから、

まずこの点を、過去の利益と比較してみましよう。

利益もひとつではなく、粗利益、営業利益、税引前利益、税引後利益と何段階にも分かれています。売上げから仕入原価を引いた粗利益が感覚的には儲けと思われがちですが、せっかく粗利益が出ていても販売のための経費に無駄があれば営業利益は少なくなってしまう。さらに借入金があれば支払利息の負担があり、営業利益は出ているのに税引前利益は少なくなります。

最終的には、この税引後利益が手取りの利益

ですが、そこに至る過程を示してくれるのが決算書。各段階の利益が過去と比較してみれば、どのように変化しているか、その比率を計算してみましよう。伸びの低いものがあれば、ご商売の中でまさにそこに問題があるわけです。

例えば、営業利益の伸びが低ければ販売費に問題があるということですから、販売費の効率化を目指す必要があります。

また、ある年の売上げを100として、各段階の利益を指数化してみることも、問題点発見の有効な方法です。過去と比較して、営業利益が伸びていても売上げ対営業利益率として見ると、ダウンしていることもあるからです。

販売、修理それぞれの確認を

ご商売の中心は販売と修理ですが、決算書は一本にまとめて作成されているでしょうか。少し難しいかも知れませんが、できれば区別して業績を確認したいものです。ご商売の上では販売と修理は一体のものかも知れませんが、定期点検や修理といったアフターサービスの充実によって代替需要を掘りおこしたり、口コミによる新規需要を開拓したりできるからです。しかし、財務的にはドンブリ勘定ではなく、販売と修理それぞれに、どれだけの経費がかかり儲けがあるかを確認する必要があります。

そのためには、あらかじめ会計事務所にご相談を依頼しておくとか、入出金の伝票をき

る時に区別できるように記録しておく必要があります。さしたる手数のかかることはありません。ちよつとした工夫で格段に有力な経営情報が得られるのですから、ぜひ実行してください。

投資の決断は、今後の伸長も考慮して

店舗の改装、従業員さんの増強などご商売の拡大をいろいろとお考えですね。こうした計画の計数的な検討と決断にも、前述の販売と修理を区別した決算書が役立つのです。まず店舗改装費の見積額を算出します。店舗改装費は、固定資産になりますから支出額金額がその年の費用になるのではなく減価償却費として相当期間になくすうちに費用となります。

そこで、現状の販売による利益が区別して把握できれば、それらの費用見積額を差し引いても経営が成り立つか否かが判断できるわけです。この場合、現状そのままの販売利益でなく、今後の伸長を加味する必要があります。

また増員については、セールス要員か、サービス要員か不明ですが、そのいずれかによって増加する販売収益、修理収益の見積りを決算書を参考にしない、労務費の増加分と対比して判断します。

このような計数管理の充実には、ご商売に飛躍的な発展をもたらすものですから、ぜひ積極的に取組んで欲しいものです。



パワーアップセミナーの成果をもとに さらにステップアップした YSLC(ヤマハ埼群レディースクラブ)発足!

79年の秋にスタートした「ヤマハ奥さまパワーアップセミナー」。その3年間の成果のほどは昨年秋の「第1回ヤマハ奥さま全国大会」で十二分に確認されたわけですが、この成果を礎に82年はさらにステップアップを果してお店の強力な戦力に、とヤマハ埼群群では「ヤ

マハ埼群レディースクラブ」を発足、昨年12月21日には東京・品川のパシフィック・ホテルで発足式が行なわれました。今月のこのコーナーは、内容をちよつと変更して、このYSLCの目的と、その活動にかける4支部長の抱負をご紹介します。

もう1人の経営者への

総合的なノウハウの修得をめざす

ヤマハ埼群 広西課長

「昨56年中に各営業所単位で4回、ヤマハ埼群本社企画で4回と計8回の「ヤマハ奥様パワーアップセミナー」を開催してきました。その中で、非常に積極的にご参加いただいたヤマハ奥さまを対象に、さらにレベルアップした講習会を展開しようというのが、この「YSLC」発足の意図なのです。

これまでは、奥さまの役割というとうとうしても「売り」に至る前の「接客」の段階で終ってしまいがちでしたが、それをさらにレベルアップして販売の即戦力となっていたというわけ。そのために接客技術はもちろん、事務、店内演出から労務管理まで、お店の経営に必要なあらゆる知識をもり込んでいきます。

同時に、女性ユーザーの心理を最も理解し、ご販売に反映できるというヤマハ奥さまならではのセンスにもっと磨きをかけていただく。先回も日本経営懇談会の吉浦千代講師を招いて「接客」のセミナーを開催。ここではロールプレイングを行なって、1人1人の様子

をビデオ撮り、それを再生しながら勉強したのですが「これまで気づけなかった自分の欠点」が本当に良く理解できて参考になった」と好評を得ています。

会費は1000円、会員の制服(ブレザー上・下)や店内標示YSLCプレートは、2月の総会で決定する予定。このクラブは、ヤマハ埼群内の大宮、川越、前橋、熊谷の各営業所ごとに支部を結成、支部長を置いて活動を展開していくことになっていきます。

心づよいYSLC活動のスタート

学んだノウハウを

独自にアレンジして活用したい

YSLC大宮支部長・服部すみ子さま

サイクルショップ服部(服部正次社長)
埼玉県越谷市弥生町3-39

「うちはバイク販売を本格的に始めてまだ4年、それだけに私もあまり販売にたずさわることがなかったんです。

それがいまではライト交換、バッテリー交換、オイル交換などの修理もできるように、主人を助けているつもりです。



パワーアップセミナーを受講したおかげで営業面でも納車時のバイクの取扱いの説明から実際の納車まで、すべて自分一人の手でできるようにになりました。なんといっても最大の収穫となったのは、売りのコツ、手順、を理論的に教えていただいたことです。そんなパワーアップセミナーに加えて、一段と総合的にグレードアップしたYSLCの活動が本格的に始まれば、私にとっても、うちの店にも心づよい限りだわ。

なんといっても、店が駅前にあるとはいえず大手スーパがある中で、よほど誘店に工夫をこらさないとなかなかお客さまに来店していただけないんです。そのためつねに新しく学び、うちの店なりにアレンジした誘店策を考え、拡販につなげたいものです。

一方、服部社長の期待も大——「セミナーに参加するようになってから、販売のコツを覚えたようで、女房が積極的になったことは事実ですね。YSLCは、もっとグレードアップした内容を指導してくれるというところで大いに期待している。どんどん参加して知識の蓄積をして欲しいものだ」

メンバー全員が

ノウハウを出しあつて

YSLCを盛り上げたい

YSLC川越支部長・稲葉雪枝さま

富士見商会(稲葉健二社長)
埼玉県富士見市水谷東2-61-7

「昨年のセミナーに出席したおかげで、接客には、完全に自信ができました。ロールプレイング訓練のおかげです。

●このページは、ヤマハ奥さまの情報交換の場。みなさまもお気軽にご参加ください。ご投稿や取材希望もお待ちしております。

YSLCの新しい活動に意欲も新たなヤマハ奥さまたち、昨年12月の発会式で



ヤマハ奥さま同士が、お互いにお客さまと店主に分かれて店頭でのやりとりをする訓練なんですけれども、最初は恥かしさばかりが先に立ってしまった、とても思うようにはいかない。それが回を重ねることに不思議に上達してくるんですね。後でビデオで再現してみると本当に参考になりますヨ。

この貴重な経験を基に、YSLCでは支部のメンバー全員が体験や知識を出しあって、お互いに盛り上げていきたい。これだけ女性ユーザーが増えてくれば、女性の立場に立つた商売は欠かせませんからね。

これから、私たちは、私たちがすべてで商売の第一線に立つわけで、技術面の知識も吸収したい。たとえば始動不良の時は、どんな手順でチェックするか、などということ、どの奥さまも知りたいテーマでしょう。

こうした点まで知識の幅を広げたい。それと情報交換の場として、全員がこのクラブを100%活用できるようにしたいですね。



ヤマハ奥さま同士が、お互いにお客さまと店主に分かれて店頭でのやりとりをする訓練なんですけれども、最初は恥かしさばかりが先に立ってしまった、とても思うようにはいかない。それが回を重ねることに不思議に上達してくるんですね。後でビデオで再現してみると本当に参考になりますヨ。

この貴重な経験を基に、YSLCでは支部のメンバー全員が体験や知識を出しあって、お互いに盛り上げていきたい。これだけ女性ユーザーが増えてくれば、女性の立場に立つた商売は欠かせませんからね。

これから、私たちは、私たちがすべてで商売の第一線に立つわけで、技術面の知識も吸収したい。たとえば始動不良の時は、どんな手順でチェックするか、などということ、どの奥さまも知りたいテーマでしょう。

こうした点まで知識の幅を広げたい。それと情報交換の場として、全員がこのクラブを100%活用できるようにしたいですね。

他の支部に負けぬよう 積極的な活動をしたい

YSLC熊谷支部長・村上千枝子さま



サイクルセンター村社(村社健之社長) 埼玉県行田市谷郷68

「2月にYSLC総会が開かれ、その後本格活動が始まるわけですが、いまだ支部の全員が楽しみにしているんです。

私個人では、昨年8回のセミナーに、一回欠席しただけはすべて受講しました。なにしろ、販売技術ばかりでなく、近所づきあいなことも含めた人間関係にぜひ参考になったからです。

そのパワーアップセミナーが、さらにハイレベルで内容が濃くなるのですから楽しいのも当然。私の店では、主人の販売活動だけに頼っていたのですが、これからはYSLCで体得した知識を活かせる部分から活かして私の守備範囲を広げていきたいと思っています。

すでに、昨年のセミナーでマスターした技術はフルに利用して、主人が留守の時には社長代行の気分なんです。

2月の総会では、支部のみんなと十分に話しあって、他の支部に負けぬ積極的な活動を展開しよう

うと考えています。私の希望は、販売技術を中心に勉強したいですけれども……」

横の連携を強めながら お互いにノウハウの交換も

YSLC前橋支部長・田田房枝さま

マチダ乗物センター(町田昇社長) 群馬県前橋市関根町237-1

「うちの店も創業25年、ここ数年売上げも順調に伸びています。商売も昔とは比べものにならない程広がっています。当然私の担当も増え、納車や出張修理など多い日には日に10回以上も外出をくり返すほどです。こんな外まわりが増えると、商圏内の情報収集もカンタンで、お客さまの要望にもわりと応じられるようになりますね。

そんなわけで、昨年のセミナーでは、いつものヤマハ奥さまにいろんな体験談を披露してきました。出張修理の話などすると、「うちでもやってみよう」なんて声が多い分返ってきてうれしかったものです。

今度のYSLCでも、ある面ではこうした奥さま同士の情報交換を増やしていきたいですね。各店の横のつながりを深めながら、ノウハウを交換し、お互いに商売のやり方を前進させていく、といったように。

2月に第一回があるわけですが、みんな積極的に取組んでいきたい。なにしろセミナーの成果は歴然としていますからね、一回毎に必ず新しい知識が得られるのですから」



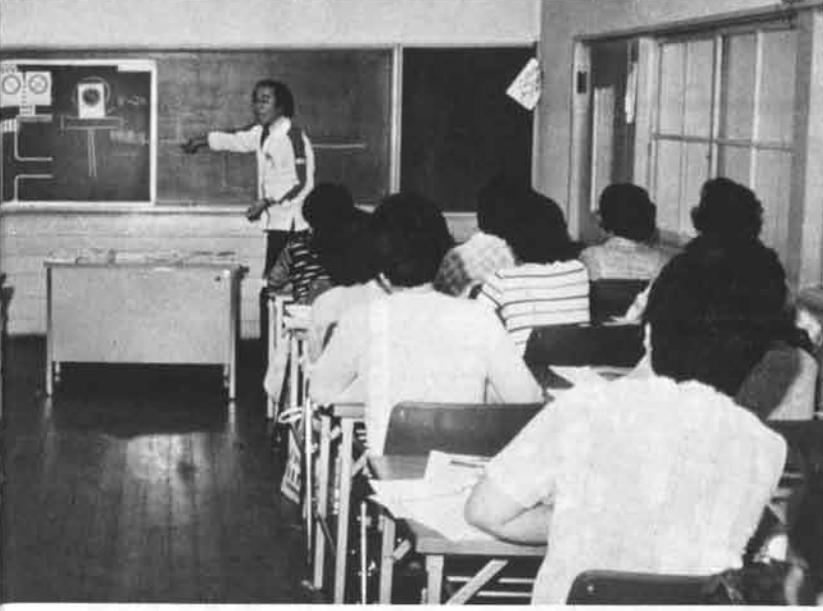
宣伝一課 ヤマハニュース係宛どうぞ!

原付免許取得、年間100万人時代！ 様変わりする新規取得者に お店の免許教室は対応できているか!?

昨年の原付免許取得者数は、ついに100万人を突破、総需要300万台時代の一大原動力となっています。

しかし、その反面で「免許教室離れ」の声が聞かれる地域もないわけではありませぬ。いまこそ、新規免許取得者の変化をしっかりとらえ、それに合わせたキメ細かい免許教室の開催が求められているといえそうです。

そのため、ヤマハでは「自習セット」の活用促進を中心とした新しい免許教室告知用ツールもご用意しました。春商戦のスタートに、どうぞお店の免許教室の見直しを――



★ついに100万人を突破した 原付免許の年間取得者

54年83万人、55年86万人と着実な増加をつづけていた原付免許の新規取得者は、昨年ついに100万人の舞台を突破したものとみられています。

様変わりする原付免許取得者に対応した免許教室のあり方を考える時、まず第一に把握しておかなければならないのが、この「100万人」の内訳。

それを見ると、最も特徴的なのが、女性取得者の急伸長。昭和54年から56年への伸長率は140%というほどで、いまや男性取得者と完全に肩を並べるまでになっています。

「女性主体は以前からの傾向」と単純に見すことはできません。女性の中でも特に昨年は「ヤングレディ」の増加がめざましいのが特徴となっています。16才から19才の女性が女性取得者全体に占める割合も、54年の30%から昨年は40%と増え、16才から24才まで枠を広げると全体の半数を占めているというほどです。



最新版・自習用セット



新しい原付免許教室開催告知ポスター



自習用セット貸出し告知ポスター

自習用セットの貸出しをより幅広く告知するウィンドステッカー

【原付免許取得者 男女・年齢別構成比推移】

	男性			女性		
	54年	55年	56年	54年	55年	56年
40才以上	12.8%	11.5%	12.1%	15.9%	13.9%	14.1%
30才以上	6.9%	6.9%	6.7%	28.6%	26.7%	25.6%
20才以上	11.8%	14.7%	18.2%	24.7%	22.4%	20%
19才	68%	66.9%	63%	8.9%	10.8%	12.7%
18才				21.9%	26.2%	27.6%
17才						



★昨年の原付免許教室受講者の傾向は？

さて、このようにめざましい伸長が続いている原付免許取得者数に比例して、原付免許教室の受講者も順調に伸びているか？ とい

もうひとつの特徴的傾向は、男性では10代のヤングが全体の80%と圧倒的な割合を占めていること。これもよくみると「三ナイ運動」などの影響で、16才〜17才の層が減少しているのに対し、18才〜19才、つまり高校生時代の規制から解放された社会人や大学生が増えているといえそうです。

また、地域的にみると、東京、神奈川、千葉、愛知など大都市とその周辺部で伸長が著しいのに対し、山形、富山、和歌山、長野などの地方では伸び率が鈍化していることも指摘されています。

えば、決して声を大にして「そうだ！」とい切れるものではありません。むしろ、一部地域では、減少傾向にさえあります。

この対照的な傾向こそ、急増し、多様化する原付免許取得希望者にあわせて、一層充実した内容と合理的な免許教室の開催、ヤング化に対応する開催の工夫が求められているといえるでしょう。いまこそ、お店の免許教室を見直していただきたい時なのです。

★まだまだ認識不足の原付免許教室

「原付免許は自分で勉強して取る」そんな傾向が増えつつあることも事実。しかし、この商売のうえからも、安全普及の見地からも、免許教室の受講促進が望ましいことはいまでもありません。では、実際の原付取得者は、「原付免許教室」をどのように見ているのでしょうか。

なんと昨年の調査結果では、「免許教室の存在を知らなかった」「回数が少なく、自分の都合に合わなかった」という人がきわめて多いことに、改めて驚かされます。

しかも、この傾向は男性よりも女性に多い。それも女性の場合は、男性よりもはるかに多く「講習会を受けたい」という希望を持っているだけに事は重大です。免許教室のPR不足、知名度の低さ、開催方法……などの問題から参加できない人も多く、多くの受講希望者を動員しきれずに終わっている、といえるわけです。

★ヤング化に合わせて原付免許教室も変身を！

ヤングレイディと10代男性を中心に、原付免許を取りたい人はたくさんいる。同時に原付免許試験の勉強は自習で十分という風潮も生まれつつある——という中で、いま原付免許教室には、どんな変身が求められているのでしょうか？

開催告知表現のイメージチェンジ、教室内容のリフレッシュ、免許情報の提供、自習セットの積極活用……など、よりヤングに適応したアプローチと内容展開が、第一に考えられるところ。これこそ、82年原付免許教室拡大への課題。

中でも、時間的な問題で原付免許教室を受講できない方、好きな時に自由に勉強したい方、16才になったばかりの方、免許教室の予習や復習に……と「自習用セット」の活用範囲は飛躍的に広がっている、といえるでしょう。

こうしたことから、ヤマハ安全運転推進本部では、販売店のみなさまに新しい取得希望者層に対応した、より効果的な自主教室を開催していただくために右のような、告知ツールをご用意しました。

同時に、「自習セット」の活用促進のための告知ツールも準備、どうぞこれら新ツールを積極的に活用されて、新しい時代に即応した免許教室への転換をおすすめてください。





XT550

世界初のキャブ・ターボマシン「XJ650T」、DOHC、水冷Vツイン「XZ550」、YDIS装備の「X

T550」……'82年ヤマハ輸出モデルの登場を目前に控えて、アメリカやヨーロッパでは早くも人気沸騰中。

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

'82ヤマハ・ニューモデル群の登場まじか 人気沸騰のアメリカ、ヨーロッパ市場

特に、各国の二輪専門誌は、各モデルの詳細な試乗レポートを紹介して、ファンに関心を一層の拍車をかけているところだ。

このニューモデル試乗は、昨年11月と12月の2回に分かれ、北米およびヨーロッパ各国のモーターサイクル・ジャーナリストを日本に招いて開かれた発表試乗会によるもの。袋井ヤマハコースとフィスコ・モトクロスコースでの入念なテストランのインプレッションが、'82年のトップを飾る各誌の誌上をにぎわしています。そんな中からいくつかを紹介しましょう――



XZ550

「XZ550」

英国・モーターサイクルウィークリー紙 M・ウーレット記者

「ミドルスポーツに望まれる条件のすべてを満しているのが、XZ550。第1にスリム、コンパクトそしてライトウェイト。最高速は120mphに達する。DOHC、水冷、シャフトドライブなどヤマハ技術の粋がみられる。1800ポンド前後という価格も魅力だ。

ギャビの完璧なセッティングと、路面処理が完全なテストコースでの走行ということもあつたが、「XZ550」のハンドリングも、ブレーキングもじつに素晴しかった」

「XJ650T」

英国・モーターサイクルニュース紙 S・コルダー記者

「3・2マイルのコースを8周したが、「XJ650T」がかけ値なしの素晴らしいバイクであることがわかつた。



「XJ650T」キャブタムをくき入るようヨーロッパのジャーナリストたち。立場に徹したテストは、シビアだ。

た。データー上のトップスピードは130mph、しかしテストコースのストレートでは140mphをマークした。超低速回転でも、これがターボだという感じはするが、5千〜8千回転でのパワーフィーリングはすばらしい。振動が少ないのも大きな特徴だし、燃費の良さも特筆すべきことだ」

「XT550」

仏・モトジャーナル誌 C・ラコム記者

「XT550」は、すばらしいエンジン、すぐれた車体、さまざまな



XJ650T



効果的な性能、いきいきとした反応などたくさんさんの切り札を持ったマシンである。何といってもトレールマ

各地でスタート! 大型二輪講習会、定例化へ!

取得がきわめて難しいといわれる大型二輪免許とは、昨今のスポーツバイクブームを反映して、取得希望者も増加傾向、新規取得者も着実に増えつつあります。そこで、こうした傾向を正しく助長させようと、各地で大型二輪講習会がスタートしています。



●二輪テクニカル教室 ヤマハ兵庫

昨年11月より「二輪テクニカル教室」と銘打った自動二輪講習会を開催して成果を上げているのはヤマハ兵庫(株)神戸西営業所。これは、中型免許取得者と大型二輪免許取得希望者を対象に大型二輪免許取得に必要な技能をマスターしてもらおうというものである。

シンが排気量の増大を図れるという生きた見本となっていることではばらしさがある。

原付乗り方教室の定例会場ともなっている営業所隣接の明石自動車学校を会場に、毎月第2日曜日、午後1時から5時までの定時定例開催。受講生の評判も上々で、'82年のスポーツ市場拡大の大きな力となりそうです。受講料は4000円。

●YBS 神奈川

一方、ヤマハ神奈川(株)で、この2

月よりスタートするのが「ヤマハ・ビッグバイク・スクール神奈川」(略称YBS神奈川)限定解除を含めても13%と低い県下の大型二輪免許合格者をアップさせるために、2回の日曜日、2日間のコースで自動二輪技能審査合格規程に準じた総合的な技術のマスターを目指したものである。

講習会の中にはビデオ講習や模擬試験も盛り込まれますが、日頃は受講する機会の少ない大型二輪講習会の定例化とあつて、ユーザーの間でも大きな反響を呼んでいます。会場は荒井自動車学校・戸田校、受講料は18000円。

ご紹介しします! うちの自慢のお客さま

愛車XS250スペシャルを駆って今日も元気に走りまわる83才のシルバー・ライダー。これは埼玉県入間市下藤沢の(有)若月オートサイクル

若月正吉社長からのお便りです。

毎月ヤマハニュースを楽しみにしております。全国津々浦々で同じ商



第11回東京モーターサイクルショー

3月26日から3日間開催

バイクファンの間にシーズンの到来を告げる春の恒例行事「東京モーターサイクルショー」が、今月も3月26日から28日まで3日間にわたり、東京文京区の後楽園スタジアム内・展示センター1号館で開催されます。今回で11回目を迎えるこのショー

には、内外の最新鋭モデルに、世界の名車、豪華車、珍車、クラシック車、カスタム車、レース用マシン、夢の車……など約200台が展示されるほか安全運転講習会、二輪映画

会、人気車コンテスト、モーターズポーツ相談室、関連商品展示即売会など、もりだくさんの催しもあわせて開催されます。春の一日、お客さまをお誘いあわせて、お出かけになつてはいかがでしょうか。

▼主催：第11回東京モーターサイクルショー実行委員会(TEL0423-81-7275)
▼入場料・大人700円、中学生500円・小学生100円

売にたずさわる仲間の様子がよくわかり、とても参考になります。

私の店は、埼玉、ヤマハ、埼群(株)川越営業所でも西部の入間市という所。ヤマハのふるさと遠州も茶所ですが、こちらもコクで知られた狭山茶で名高い所です。

この茶所から少し山間部に入った所に飯能市岩淵という所があり、そこにXS250スペシャルで元気に走りまわる明治31年生まれのオールライダー山崎浩亮さんがいらつしやいます。(写真)

よく店にも立寄ってくださいますが「バイクの調子も最高。何才になつても天気の良い日はバイクに限る」と喜ばれて元氣一杯。こんなお客さまがいてくださるのも販売店冥利につきるというものです。全国でも珍しいと思ひをとりました。

この山崎さんの他にもうちの店では、ヤマハバイクに乗るオールライダーで70才代の方が4名、60才代が5名もいらつしやつて、オールド・ライダークラブを作ろうなどという話もちあがっているほどです。

南極突っ走れ 冒険野郎・植村氏に強い味方

〔報知新聞・1月9日〕

「冒険野郎」植村直己氏(四〇)が一月八日午後、北海道士別市南士別にあるヤマハ羊ヶ丘耐久コースでスノーモビルの「初試乗」を行った。植村氏は二十四日、日本を出発、南極まで越冬大陸の三千、犬ぞり旅行と最高峰ビンソンマシフ(5140)の単独登頂などを目指すが、その物資補給の「強い味方」にスノーモビルを使うため、この日の特訓となったものだ。いやはや、冒険男はなかなかのスピード狂でもあった。走る、走る。旭川の北五十。余り。雪に埋まった広大なコースを雪煙を巻きたてて突っ走るのだ。

「いや、これなら千、くらいはすぐに走れますね」ひと走りしたあと、ヘルメットの風防をあげて大声を出した。曲がる時はその方向へ大きく体を乗り出す。切り返し反対側へ乗り出す。そして、また走る……。こりや、マケソーと居合わせたテストライダーたちが苦笑いするハッスルぶりだ。(中略)

植村氏が南極で使うのはヤマハのスノーモビル(排気量340cc)。35馬力で平坦な地なら最高時速120。*を出せる。燃料タンクは30ℓ入り。平均して1ℓ当たり5。*の走行で満タンなら150。*OKだ。主な改造点は風防を大型化し、ヒザの周辺にも風防を追加したこと。硬質ゴムの「キャタピラ」にはす



べり止めとして約30本のスパイクを打ち込んだ。このほか、ワイヤ類に凍結防止の措置がされている。

'81年最大のヒット商品・スクーター

〔日本経済新聞・56年12月16日〕

成長商品は消費財、生産財とも在来品(八〇年九月以前の発売)と新製品(八〇年九月以降発売)に分類。在来品は八〇年十月一八一年九月の売り上げを前年同期と比較、新製品は発売後一カ月の売上高と八一年九月の売上高を比較して倍率を出し、倍率の高い順にランキングを作成している。また新製品については、メーカーの予測売り上げの何倍売れたかというランク付けもしている。(中略)スクーターはヤマハ発動機、鈴木自動車工業、本田技研工業の三社とも予測の二・三倍以上の売れ行きで三菱総研では「最大のヒット商品はスクーター」とみている。

共通する成長要因をみると、消費者の好みの変化、健康・安全志向、ヤングや女性の経済力増加に加え、余暇の増大、モータリゼーションの普及がある。

悪くなるが良くなるを上回る '82年の暮らし向き

〔日経流通新聞・56年12月27日〕

今年の暮らし向きを昨年調査と比べると、「まあまあだった」という家庭が減り、「やや苦しかった」「非常に苦しかった」が増えた。82年の見通しも「ほとんど変わらない」「(五六・四%)が過半数で、「悪くなる」「(二八・〇%)が「よくなる」(一五・二%)を大幅に上回っている(第百生命が東京二十三区内に住むサラリーマン世帯の主婦二一―五十代二五百人に聞いた結果)。

今年の主な購入、支出実績は一世帯当たり

の平均で、夫の背広が〇・九着、妻のスーツが〇・八着、家族そろっての旅行が一・〇回。ローンの返済額は四十二万二千円、貯蓄が四十万六千円となっている。

書店も打って出る時代

〔日本経済新聞・1月16日〕

店内に「ずわり読み」コーナーを設けたり、近所の人を利用する百科事典を置くなど、ユニークな商売をつづけている東京・八王子市めじろ台の書店主(38)が、今度はワゴン車に本をつめ込み、近くの新築住宅地の巡回を始めた。「座して待っていたのでは、現代の出版不況を乗り越えられない」との考えから。

ヤマハ発動機の現場改善発想法

杉山友男著
につかん書房 1100円

ご存知のとおり著者はヤマハ発動機機軸取締役。生産畑一筋50年のキャリアの中で、IPC運動、レス・エンジニアリング、女性中心の組立てラインづくり……などさまざまな試みをつづけ、大きな成果をあげていますが、それらの発想や改善技術を一冊にまとめたのが本書。

昨年末の発行以来、さまざまな分野のビジネスマンの話題を集め、今年一月にはビジネス書ベストセラーのトップ(丸善名古屋支店)にランクされるほどの注目の書となっています。

大工場の改善法とはいえ、販売店さまに共通するノウハウも少なくありません。またヤマハの商品づくりの思想を知っていただくために、ぜひ一読いただきたい一冊です。



児童書や辞典類など子供向けの本を1千冊満載してスピーカーでお知らせしたうえで、ざっと1時間半店開き。そこで注文も受ける。近くに書店のない住宅地の人たちにとって、バス代抜きで本が買えるのは魅力のほう。の皮算用だったが、多額の住宅ローンをかかえた人たちが多いためか一度の売上は五千円から七千五百円。

割に合わない商売のようだが「移動販売の青果商でも軌道に乗るまで四カ月から」と樂觀的。今のところ移動販売は日曜日だけにしているものの、四月からは市内五つの新興団地を二―三日おきに定期的に巡回する計画も立て、そのうえで「家庭の主婦たちがどんな本を求めているのかをつかみ、出版社にも知らせたい」と長期的な作戦を練っている。



女がわかる本 女性相手のビジネス成功術

渡 紀彦著
ダイヤモンド社刊 定価1000円

「女性相手のビジネス」といえば、いまやバイク販売などはその最たるもの。女性のお客さまの方が多い、というお店も決して珍しい存在ではなくなっています。

しかし、こんな時代になっても、まだまだ女性客は苦手、とか女性相手の販売はむずかしいとおっしゃるお店が多いのも事実。そして、そんなお店の方こそ、この本でも一度「女ごころ」の深層心理をじっくりと考え直してみたいかがでしょう。

女の実像、いい女の条件、女が好きなもの、女とビジネス、女のつかい方、女の攻略法―と文字通り女性の行動パターンから心理状態までが楽しく解説されています。



●フェアリング
9300円 (14T-W0711-00-E1)
白 (14T-W0711-00-36)、青 (14T-W0711-00-9U)

●フロントバスケット
900円 (14T-W0721-00)
●フロントバスケットバッグ
1200円、橙 (14T-W0701-00)、白 (14T-W0701-10)、青 (14T-W0701-20)

●フロンツスポーツバスケット
1900円 (14T-W0722-00)

●フロントキャリア
1500円 (14T-W0731-00)

●フロンツスポーツキャリア
4200円 (14T-W0732-00)

●マスコット
900円 (14T-W0705-00)
●フェンダーモール
800円 (14T-W0706-00)



●リアバスケット
1800円 (14T-W0723-00)
●リアバスケットバッグ
2800円、赤 (14T-W0703-00)、白 (14T-W0703-10)、青 (14T-W0703-20)



●ドキュメントボックス
(折りたたみ式リアボックス)
13000円 赤 (14T-W0725-00-E1)
白 (14T-W0725-00-36)、青 (14T-W0725-00-9U)



●リア大型キャリア
1800円 (14T-W0737-00)

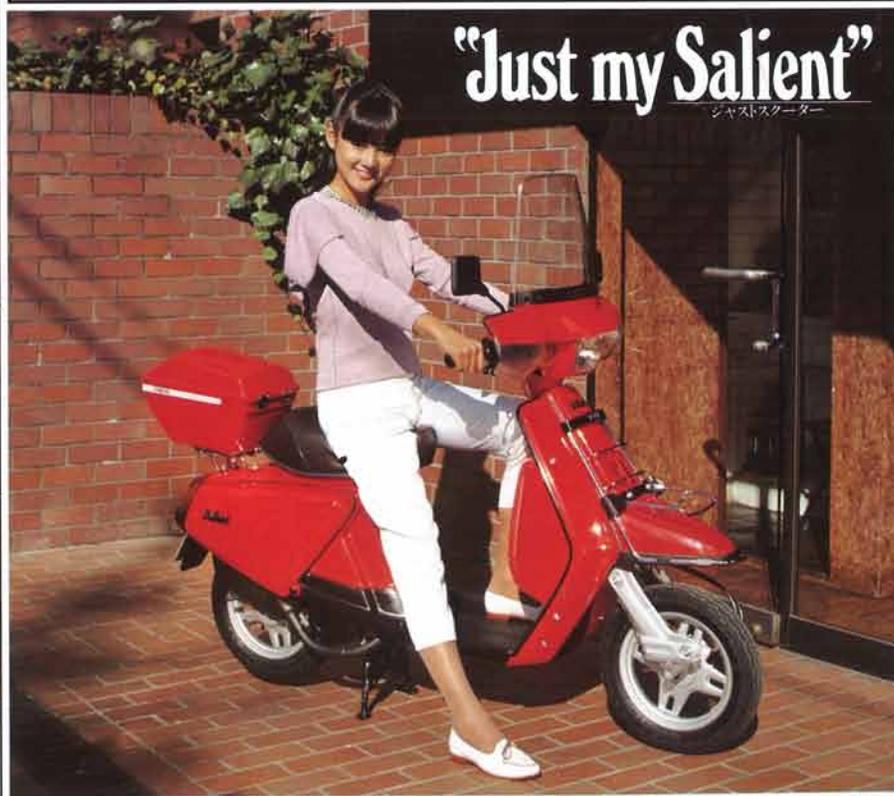


●リアスポーツキャリア
2300円 (14T-W0737-50)

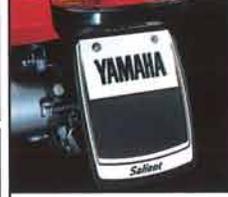
豊富なサリアン専用アクセサリー ピッタリ感 グーンとアップ!

“ジャスト・スクーター”、サリアンをより楽しく、より機能的にお使いいただくために、専用アクセサリー類も豊富にご用意しました。

ここにご紹介する専用アクセサリーからトレーナー、ジャンプスーツなどのファッショングッズ、そして特別限定品のペアコレクションまで、どれもお店のサリアン・コーナーをはなやかにいろいろ、お客さまのスクーターライフをより豊かに演出するワイドバリエーションです。どうぞ、本体とペアで積極的におすすめてください。



●ライセンスホルダー
800円 (14T-W0707-00)



●リアマッドガード
700円 (14T-W0708-00)



●デジタルクロック
8500円 (3月1日発売予定)



●バイクカバー
セパレートタイプ
3400円 (90890-58554)



●リアボックス
8900円 赤 (14T-W0754-00-E1)、白 (14T-W0754-00-36)、青 (14T-W0754-00-9U)



●左バックミラー
1000円 (14T-26290-10)



●サドルカバー
1400円 茶 (14T-W0702-00)、グレー (14T-W0702-10)、青 (14T-W0702-20)



●ステップマット
<STD> 1300円 (14T-W0704-00)
<DX> 2500円 赤 (14T-W0704-10)、青 (14T-W0704-20)、グレー (14T-W0704-30)



●サイドスタンド
1500円 (14T-W0733-00)



●ストーンガード
1300円 (14T-W0746-00)

※価格はすべて標準小売価格、()内は部品番号です。発注は部品番号でおねがいします。

※サリアンのオプション・アクセサリー、ファッションなどすべての用品をもうらした「サリアン・ペアコレクション」カタログもご用意しました。どうぞご利用ください。

