

●特集●

秋のソフトバイク市場攻略法  
展示会ノウハウ実例集

夏から秋へ

行動するお店のスポーツ活動まっさかり

● 関東ヤマハ会・ヤマハジャンボリー大会

7

ブームにのって積極拡販

主要10都市いっせいで開催のスポーツバイクフェア(九州)

〈特集〉秋のソフトバイク市場攻略法  
展示会ノウハウ実例集

10

14

効果的な店舗でイメージアップ、収益アップ

わきあが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

16

カラーセクション

18

話のバドック

いまお客さまの間では、こんな話題が……

フアイト満々お店訪問

高橋モーターズさん・高橋栄モーターズさんこんにちは

20

22

話どころ、売りどころ

メカニカルセールストーク/ビジネスセールストーク

YAMAHA★トピックス

24

28

店内外から呼びかけよう安全第一

「やさしさ」でアプローチ、女性ユーザーのヘルメット着用促進

ハイツ、こちらサービスセンター

29

31

思い出のYAMAHA名車シリーズ⑨

YDS3



今月の裏表紙は、9月発売の専門誌に掲載されるGX400SPの広告。7月の北海道でのロケからですが、この時期の北海道は、まさにバイク仲間、ツーリング仲間の天国。中にはこらんのようにパッソルで周遊中のタフガイも。新潟市からやってきた柳沢秀樹くん。いつもは通学用のこのホワイトパッソルに20キロもの所帯道具一式を積んで、元気いっぱい小樽-旭川-礼文-利尻-宗谷岬-網走-知床とまわってここ野付まで。「パッソルもタフですね」とさわやかに走り去って行きました。



今月号のトップグラビア

2題は、ツーリングに、展示会に、夏に行動する販売店さんのレポート。みなさまの活発な活動はお客さまをも行動的にします。写真中央の女性は、滋賀県大津市の水落敦子さん。この4月以来のSR400のユーザー。帰省した九州久留米の「ヤマハオールバイクフェア」を訪れて、キャストホイール車にしばし見入っていたもの。深谷モーターズさん(左)、葉後自動車さん(右)とのバイク談義も大いはずんでいたものです。

3



9月7日~9日 秋田角館「飾山囃子」

300年以上の伝統を誇るみちのく角館のこの祭のみものは、豪壮で独得なメロディーの飾山囃子と男性的な宵宮の山車の激突である。

笛、三味線、大・小の太鼓、すり鉦ではやすこの飾山囃子は、京都の祇園囃子、東京の馬鹿囃子とならぶ日本三大囃子のひとつにも数えられる。この囃子によって山車の行進がつづき、やがて注目の山車のぶつけあいが始まり約30分にもわたってつづけられる。これが行なわれるのは8日と9日の夜、全国でも珍しいスリリングな祭りである。

9月18日~20日 群馬県伊香保「伊香保温泉祭」

関東の奥座敷・伊香保温泉の感謝祭、町をあげての観光行事である。伊香保神社の例祭は10月だが、この地にゆかりの深い徳富蘆花の命日にあわせて行なわれるようになった。

特に19、20日は伊香保神社から本神輿を先頭に山車、樽神輿が約300台の石段をねりながら下ってくる。山の急斜面の温泉街だけに、この行進も他所とはちがったおもしろいものだ。山車も人が担ぎ、お囃子や太鼓は歩くという変則的なもので「底ぬけ屋台」と呼ばれるもの。芸者の担ぐ樽神輿がいろどりを添える。





# 夏から秋へ 行動するお店の

## スポーツ活動まっさかり!

### ●関東ヤマハ会主催・ヤマハジャンボリー大会

ソロで、グループで、ツーリングを楽しむスポーツバイクのお客さまの姿が、ひとときわ目についた'78年の夏。

そして、こうしたお客さまと一体となつてのスポーツ活動に、また展示会や試乗会に、精力的に行動する販売店さんの話題が、あちこちで聞かれたのもこの夏の大きな特色。

“行動するお店は、お客さまの集まるお店”——  
みのりの秋、積極的な行動で、より大きな収穫をめざしたいものです!!





ポスターで、DMで、お客さまへのご案内



リーダーを先頭に4台1グループごとにいざスタート!

若人の夏もたけなわの8月5日、6日の両日、関東ヤマハ会ではビッグバイクのお客さまを対象に「ヤマハジャンボリー大会」を開催しました。

これは、めざましい勢いで拡大するヤマハスポーツ新時代をさらにもりあげ、またツーリングを通じてお客さまに健全なスポーツレジャーの機会を提供しよう、というものです。

もちろん、正統派ライダーを育て、お店とクラブ、またクラブ間同士の連帯を深めなが



お客さま全員が参加者意識を高めるためになんらかの役割を分担。仲間の手料理に舌つづみを打って、お客さま同士の連帯も深まる



XT500で参加の秋山政則専務。お客さまとともに楽しみながら、ふれあいを深める、まさに行動する販売店さん

〈株・アキヤマさんのヤマハジャンポリー・PRから参加まで〉



店頭出発。東北自動車道の走行開始。途中の行動は、大会本部となったヤマハ営業所に電話連絡されて安全確認



全員が腕章をつけて「安全運転でいこう！」



当日は早朝からリヤシートにプレミアムのキャンピングセットを積み込んだお客さまがつつぎに集結



ルートの決定、スケジュールの調整、閉店後の打合わせ



営業所でのリーダーミーティングには、お店のサービススタッフとともに5名が参加（左側）

この「ジャンポリー大会」に合わせてヤマハ発動機(株)東京支店では、5月から7月までの3カ月間、管内の販売店さんを通じてスポーツバイクのお客さまにキャンピングセットをプレゼントする特別セールを展開してきましたが、この企画に当初から積極的に参加されたお店の1店が(株)アキヤマさん。ニューヤマハスポーツの伸長が全国でも特に著しい東京地区の中で、トップクラスの販売実績を示している大型店さんです。

ユーザーセールの進展につれて、ジャンポリー大会を最後まで安全に実施するためのさまざまな作業が、忙しいご商売とあわせてつづげられてきました。

まずは営業所におけるリーダーミーティング。各お店のお客さまを4名1組のグループに分け、それぞれにリーダーを置いて統制のとれた行動を徹底するためのものです。

さらに、お店に帰ってクラブ員との打合わせ、キャンピングに必要な機材や食料の調達なども必要となってきます。そしてこうした活動の推進役となって積極的に行動されたのが、秋山信雄社長と政則専務のお2人。

特に今回のジャンポリー大会では、お客さまの安全を守り、お店とお客さまとの連帯を強める意味からも、販売店さんの同行が義務づけられていましたが、政則専務は自身も

この参加者がやがてはお店のスポーツリーダーに

ら、すばらしいビッグバイクの世界を実現しようという大きな活動の第一歩でもあります。会場となった栃木県那須高原の「那須の牧舎」には、関東一円から230台のビッグバイクと259名のお客さまが参集、健全なツーリングとキャンピングのすばらしさを満喫されたのですが、ここにお店のツーリングクラブのお客さま20余名が、こぞって参加され、ご商売の面でもこの企画を最大限にご活用された東京都葛飾区の(株)アキヤマ(秋山信雄社長)さんの「行動」ぶりをご紹介しよう。





ロックに、抽選会に、雄大な那須の自然の中でバイクライフを謳歌した若者たち



↑お客さまの笑顔が、このジャンボリーの大きな成果を物語っている

⇨こちらは新潟県長岡市から参加の「ヤマハスポーツショップいとう」さんの一行。「こうした催しも刺激となってニュースポーツも快調。お客さま主体のクラブ活動もまた一段と活発になっています」と表情も明るい伊藤政典社長（前列中央）

秋山信雄社長の話「こうしたスポーツ活動には、新しいお客さまを集めることと、既存のお客さまへのサービスと固定化という2つの意味があると思うのですが、うちでは特にお客さまへの健全な楽しみ方の提供という点に力を注いでいます。ですから今回も昨年と今年のスポーツバイクのお客さまにDMのご案内しました。9月の第3日曜日には店のクラブだけで50ccも参加できる日帰りツーリングを計画していますが、今回のような組織だったツーリングに参加されたお客さまが、この経験を活かしてリーダーとして成長されてくるとすばらしいですね。こうしてビッグバイクの世界も、お客さまもひろがっていくでしょう。このジャンボリーも定着すれば、事前のユーザーセールに対するお客さまの反響もさらに大きくなって、商売にも役立つてくるのではないのでしょうか」

こうして参加されたお客さまたちは、キャンプファイヤーを囲み、ロックバンドの演奏に乗って、夜のふけるまで、楽しい夏の思い出の2日間を満喫されたものです。

そして、会場の那須の牧舎では集まった関東各地からのスポーツバイク仲間とともに、楽しいキャンプの開始。テントの設営、炊事から整理まで、すべてのお客さまが何らかの形で役割を分担し、すすんで参加する仕組みになっていたのも好評。

さて、大会当日は、XS750スペシャル、GX400、GX250などニューヤマハスポーツのお客さまが、新しいバイクとともにつぎつぎとアキヤマさんの店頭が集まってきました。ここで参加者全員に腕章がつけられ、「交通ルールとマナーを守ったさわやかツーリング」の心がけが改めて示され、4人1グループごとにつぎつぎとスタート。

東北自動車道を通って、那須高原まで約6時間のツーリングですが、これは秋山社長が立案されたタイムスケジュールは、たっぷり休憩やクラブ員同士の交歓の時間がさかれていたためです。

エンデューロXT500で参加され、まさにお客さまと一体となつての行動で、この企画を大いにもりあげていました。



福岡市の九電記念体育館で開かれた「ヤマハスポーツスペシャルフェア」70台以上のヤマハバイクが展示され、周囲にはクレジット・免許相談、用品即売・チャリティバザール、ビッグバイク相談、中古車査定即売の各コーナーのテントが設けられている

# ブームにのせて積極拡販

## 主要10都市いっせいで開催のスポーツバイクフェア(九州)

この夏、猛暑の日本列島を席卷したニューヤマハスポーツシリーズの上昇気流。このもりあがり、さらに拡大して秋の商戦へ、と九州では7月15、16の両日、主要10都市でいっせいにスポーツバイクフェアを開催。のべ160店の販売店さんが参加して、300台近い実売をあげるなど大きな成果を収めて、秋の商戦への布石を固めたものです。

市場に応じてソフトバイクを中心とした久留米市の「ヤマハオールバイクフェア」久留米市民会館会場

# ヤマハオールバイクフェア



キヤストホール時代を創るヤマ

久留米市民会館

久留米市民会館



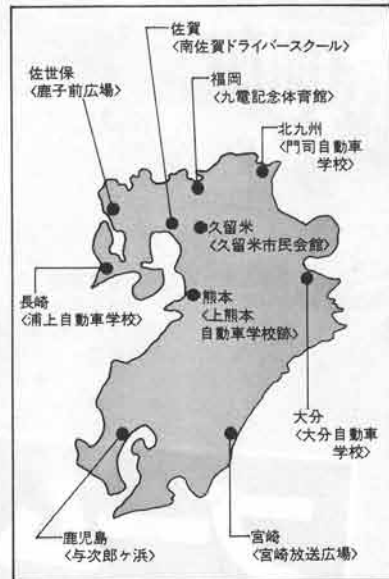
ホットPPの関心は、もちろん試乗。専門誌や仲間との会話で修得した商品知識の実体験が、実売へのキッカケに



全会場で事前PRにラジオスポットが採用され、各局のさまざまな企画が、このフェアを盛り上げる原動力ともなった(福岡)



アフターフォローの重要な資料となるアンケートも大量に回収され、今後が期待される



## 即効性のある展示会 積極的に実売をめざして

着実に新しい市場を開拓し、新しいお客さまを増やしつづけているパッソル&パッソラのヤマハソフトバイク。

また驚異的な伸長率を示しながら、全国にもりあがるスポーツバイクブームの主役を果しているニューヤマハスポーツ。

ソフトバイクに、スポーツバイクに日ごとに高まるこのブームを一段と盛りあげ、お店のPRやイメージアップをはかりながら、しかもそれだけにとどまらず積極的に実売に結びつけよう、と九州の主要10都市で同日いっせいに開催されたのが、ここにご紹介するヤマハフェアです。

各地の市場背景に応じて「ヤマハスポーツスペシャルフェア」と「ヤマハオールバイクフェア」の両面からの打出しが行なわれ、各地で当初の予想を大きく上まわる「成約」を

## 活気みなぎる市場づくり ファイトまんまんの参加販売店さん

さて、10会場のうちキャストホイール車を中心としたスポーツバイクを前面に打出して「ヤマハスポーツスペシャルフェア」を開催したのは久留米市と宮崎市を除く8会場。

北九州工業地帯を商圏に持つ25店さんが参加された北九州市・門司自動車学校会場では、自動車学校のコースを利用した試乗会、乗方教室などがお客さまの人気を集めたのですが、「大工場の不況ムードがつよく、市場も沈滞気味ですが、こうした大規模なフェアは、こんなムードを吹きとばし、市場を活気づけるうえで効果的です。成約も25台も得ら

あげたものですが、この主役はもちろん積極的に行動する販売店さま。協賛店として参加された合同展示会ですが、事前のPR、来場客への積極的なアプローチが展開されて、新車50台、中古車9台の成約が得られた佐世保市の鹿子前広場会場などは、1店でも中古車も含め15台もの実売を達成されたお店もあります。

また、こうした展示会開催のキーポイントでもある事前のPRには、チラシや新聞広告、街頭看板などの他に、特に今回ラジオスポットが全開催地で使われていたのも大きな特長で、地域に密着した各ラジオ局は、生中継番組の一環に、展示会場からの放送を組入れるなど、単にPR媒体としてばかりでなく、全面的な協力を展開して、各地のフェアを盛り上げる強力なスタッフの一員となっていました。

れ、集まったアンケートをもとに今後の商売が楽しみです」と参加されたみなさまは口をそろえて語っていました。

いっぽう10会場でも最高の59台の成約をみた佐世保市では、「単なる展示会にとどまらず積極的にご商売の場、移動店舗ぐらいのつもりで2日間をフル活用してほしい」というヤマハ西九州柳佐世保営業所の意向を10店の販売店さんがつちりと受けとめ、ホットPPの積極的な動員をはかって、この成果を実現したもので、特にソフトバイク、ファミリーバイクで33台もの成約を集めたのが印象的。

若い夫婦の姿が特に目についた2日間でしたが、アンケートの回収も700通をこえ、「合同でやれば、こんな大規模な展示会も開ける。実際こんなに実売を上げられるとは思わなかったが、今後も継続的に開催したい」





大規模なフェアでお客さまの話題を独占。早くも秋の商戦に意気込みも新たな参加販売店さん(右・福岡市、左・熊本市のみなさま)



つぎつぎと「ご予約済み」の札がはられて、フェアのムードも最高潮(熊本)

と参加店さんの意欲も大いに高まっているところですよ。

夏休みの高校生や婦人層を対象に、安全運転推進活動からのアプローチも取り込まれたのは熊本市・上熊本自動車学校跡地会場。参加15店さんの1店、岡部輪業さん(岡部和夫社長)は「うちでは店の恒例行事として、単独の展示会を毎年3月に開いているのですが、PR面ばかりでなくユーザーサービスとしても新車の展示試乗会は絶対がいい。特に地方では、お客さまに楽しんでいただく機会も少ないですからね。また、今回のような合同になればスケールも大きく、それだけにメリツトも出てきますし、私もこの2日間と後の成果を最大限に利用するつもりです」と、流れる汗をふきながらの大奮闘です。

特にここでは、販売店さんの要請で若いスポーツユーザーの技量を特別指導員が判定し、上級車への試乗も行なわれたのも好評。現在では集まった500通以上のアンケートをもとに、お店とヤマハが一体となったアフターフォローが、電話作戦、訪問活動を中心に展開されています。

いっぽう「ヤマハオールバイクフェア」と銘打って開催された久留米市・市民会館会場、宮崎市・宮崎放送広場会場でも、他の8会場同様ににぎわいをみせ、改めて「お店の外に打って出るご商売」の重要性を物語っていました。

特に宮崎では、50ccバイクの占める割合が93%にも達するという市場だけに全機種、全色が展示されたソフトバイク、ファミリバイクへの関心がひときわ高く、15店の参加販売店さんも「移動店舗のつもりで、はつきりと売り込んでいます」と精力的なご商売を展開されていたのが印象的です。

こうして、2日間、10会場におけるいっせいの開催のヤマハフェアは、お客さまの話題を一気にもりあげ、市場を活気みなぎるものとしていますが、それを受けとめる販売店さんの意欲も、秋の需要期に向けて、ひときわ高まっています。

# 特集

## 秋のソフトバイク市場攻略法

# 展示会ノウハウハウ事例集



さあ、秋の需要期。79年に向かって一大飛躍の足場をがっちりと固めたい時期でもあります。そのポイントはもちろんパツソル&パツソラによる新市場の拡大。

そしてそのキメ手となるのは、積極的に打って出るご商売の展開です。即効性がない、会場がない、人が集まらない、実売までは結びつきにくい……こんなことをいつてまだ積極的な展示会や試乗会の開催をためらわれているお店はありませんか!? ちよつとしたアイデアが大きな成果をもたらしてくれるもの。ここにヤマハニュース取材班が、この春から夏にかけて全国の販売店さまが開催された展示会から、貴重なノウハウをピックアップしてご紹介しましょう。ぜひご参考に――

### 主婦の話題を一挙独占 集客手段の「野菜市」が大あたり

●広島県広島市 山田スピードショップさん

今年3月にオープン、すでに3ヶタのご商売を展開している広島市の山田スピードショップ（山田修司社長）さん。このスピードイ

に大きな成果をあげたものです。まず、この「野菜市」。ヒントはなんと女の世間話からといひます。「団地が近いので開店をうそやまずなんとか団地から攻略したいと思っていたやさき、女の人たちが口をあげれば野菜が高いといつていたのを思い出し、「野菜市」の開催を決

意。近くの農家から直接仕入れて、話題づくりに「野菜市」と展示会を開催したので。最初は、売れ残らないかと心配もしたのですが、結果は圧倒的な売れ行きで大成功。おまけに、これが主婦の口々に伝わり、お店のPRも十分に行き届かせることができました。弱冠26歳の山田社長。いかにもアイデア、マンらしく、細かな会話まで聞き逃さない神経の持主ですが、早くも次のアイデアをと秘策を練り、秋の商戦へ向けて、新たな意欲をみなぎらせています。

### やさしい乗り方の手ほどきこそ 新規需要拡大のカギ

●大阪府茨木市 茨木サイクルさん

展示会に切っても切れないのが、免許教室の受けと乗り方教室。なかでも乗り方教室は、潜在需要層を喚起する最も有効な手段として全国各地の展示会で併催されています。ここ大阪は茨木サイクル（佐子芳郎社長）

## 展示会のポイント

### 展示会の性格付け

・実売本位 ・お店のPR ・商品PR

### 日時を選び方

・昼・夕方 ・祝、祭日 ・給料日  
・ボーナス月 ・季節の立ちあがり  
・既成催事とのドッキング ・開店○周年記念日

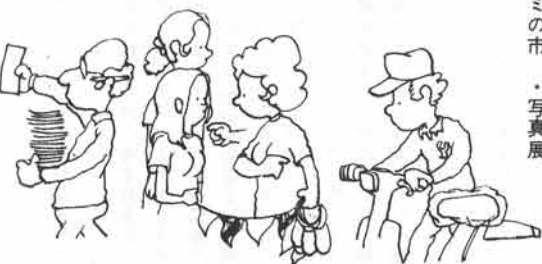
### 会場の選び方

・店頭 ・スーパ一 ・職域 ・団地  
・駅前 ・駐車場

### 催事内容の検討

・アンケート ・試乗会 ・安全点検  
・チャリティバザール ・クイズ  
・抽選会 ・免許教室 ・サイン会  
・ノミの市 ・写真展

## 企 画





さんでは奥さま・弘子さんが乗り方指導を担当しているのですが、この7月に開催された展示会では乗り方教室に参加したお客さまのすべてがバイクを購入。2日間の展示会で計67台の実販をあげる成果をみせています。弘子さんはそのいきさつを次のように語っています。

「7月の展示会は吹田営業所の建設予定地

を使わせてもらったのですが、第一日目の土曜日が即日購入18台、後日購入18台、次の日曜日が即日購入14台、後日購入17台とまああの調子でした。今回、主人はお店のほうにいたので、展示会場には私と妹の2人きり。これがかえって幸いしたのか、ご婦人方は心を許してくれ日頃は人前ではまだごうとしないバイクに腰か

け、練習コースを行ったりきたり。帰りは、原付免許教室の受付をした後、嬉しそうに帰られたんです。なんとといっても、免許がなくてもバイクの練習ができるところがウケたのでしょうか、今後も、展示会では乗り方教室を併催して、より具体的な商売を、展開していきたいですね」

## 職域による社員セールに便乗 人の集まる所に打って出た展示会

●千葉県君津市 京都輪業さん  
●栃木県芳賀郡 法師人輪店さん

効率よい開催方法として注目を集める職域を対象とした展示会。ここでのポイントは、地域におけるお店の信頼と入念な事前計画にあるといえます。

千葉県君津市の京都輪業（石崎一義社長）

さんでは、京葉工業地帯の一角を占める新日鉄での社員セールに便乗。自転車とソフトバ

イクを展示して大きな成果をあげていますが、この催しへの参加もそもそものは日頃のご商売での信頼と、職域への積極的な働きかけが成功へと導いているのです。

石崎社長は語ります。

「新日鉄のこの催しにはバイクや自動車をはじめ雑貨・食料品までが勢揃いするものですが、事前の告知は購売会の会報や社内ポスターで徹底されるので関心は大きいんです。とにかく、展示会を開催するにしても、まずは人を集めるのが大変でしょう。その点、この職域での展示会はずべて人が集められてい

るわけですから、まさに一石二鳥なんです」また、栃木県芳賀郡で商売する法師人輪店（法師人雄社長）さんでは、地元旭光学が開催する社員セールに7年前から出店。春秋と年に2回開かれるこの催しをシーズンの立ちあがり商戦として設定し、大きな成果をあげています。

「店から2kmの距離にある旭光学さんは、当然うちの商圏の中では大きなお得意先。それに、この催しでは旭光学さんの方で社内報やポスターで告知してくれるので、うちの労力は少なくてすみます。ですから、この催しへの出店は、いわば店のPRのつもりで毎回参加させていただいているんです」

これは法師人社長のお話ですが、家具や衣料品と並んでのバイク展示会はひととき反響が多く、その後のご商売にも大きな影響を与えているとご満悦でした。



## 安全点検サービスを軸に 代替促進とお店の信頼度アップ

●千葉県佐原市 松本輪業さん

展示会の目玉としてのイベントはいろいろありますが、安全点検サービスを軸に展示会の動員を図り、代替促進とお店の信頼度アップで大きな成果をあげているのが、千葉県佐原市で商売する松本輪業（松本真吾社長）さんです。

松本社長の狙いはこうです。

「いくら展示会を開催したとしても、動員がなされなかったのではなんの意味もありません。やはり、どうせやるからには、地域に

なんらかのかたちでアピールしなければなりません。うちの場合、そのアピールを安全点検サービスにおいたんです。とくに今回のDM対象は、原付バイクのお客さまに絞ったものですが、これは原付ユーザーが日頃から安全点検に対する意識が薄いことと、代替促進を狙ったものでした。

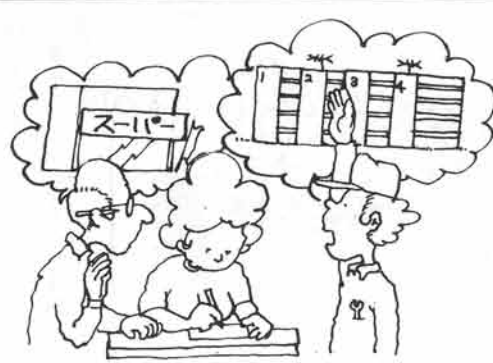
おかげさまで、パッソル&パッソラーのお客さまをはじめ、チャビイやメイトのお客さま、さらにヤングのお客さまがお店に駆けつ

### 開催告知

・チラシ  
・DM  
・店頭告知  
・口コミ  
・宣伝カー  
・広告（一般新聞、地方新聞、団地新聞、地域情報誌、雑誌、ラジオスポット、テレビスポット、スーパージョー）  
・立看板  
・ポスター

### 展示物の調達

・展示車の手配  
・ツールの飾りつけ  
・は明るく楽しく賑やかに  
人工の調達  
・会場およびお店要員のふり分け  
・アルバイトの手配



### アンケート回収

・住所、年令、職業、氏名、電話番号等の記入もれチェック

### 免許教室の受付

・長期的な開講スケジュールを用意  
・費用、カリキュラムの説明徹底

### 開催中のPR

・BGM  
・スーパの店内放送  
・チラシ配り  
・風船配り

### お店のPR

・立看板  
・ステッカー  
・店判

### 試乗会

・安全性の配慮を徹底  
・ヘルメット着用

けてくれ、点検をしている間に展示会場の近くのスーパー「せいみや」へ出かけてもらっただというわけだ。

## 地域に定着！ 大好評の定地定例・展示会

●宮城県仙台市 氏家輪業さん  
●神奈川県平塚市 アサヒモーターズさん

免許教室の定地定例開催の功績はあらためていうまでもありませんが、この定地定例開催を展示会におきかえて実施、地元の困地を中心にお店の存在を徹底的に植えつけているのが宮城県仙台市の氏家輪業（氏家建治社長）さんと、神奈川県平塚市のアサヒモーターズ（栢之間政男社長）さんです。

氏家社長はこのいきさつを、次のように語ってくれました。  
「うちの店が開店してからようやく4年。いわば地元では新参者なんです。それだけに、どうしても地元で店の存在を知らしめたかったわけです。そこでやり始めたのが、この定地定例の展示会です。すてに定地定例の効果については免許教室

もちろん代替促進は当初の狙いどおりの成果をあげましたが、この他にも安全点検サービスがお店の信頼度を高めることにもなり、

新規のお客さまもこれまで以上に大きな反応を示してくれました」

でも実証済み。それだけに自信をもった開催でしたが、当初の開催における成果はともかく、現在はその積み重ねによる成果が結構あらわれ始めています」

一方、アサヒモーターズさんは、平塚駅よりやや離れた市役所通りのスーパー・忠実屋がその会場。すてに今年に入って3・5・6・7月と4回実施し、忠実屋が発行するチラシのお買得品コーナーでもおなじみです。

「展示会には、即日効果」と、後日効果の2つの訴求効果がありますが、うちの定地定例開催はむしろ後日の効果を期待してのもの」と語る栢之間社長。そのお話しの際には、これまでの展示会でかちえた成果に対する自信が秘められているのです。

## バイク用品から部品まで ノミの市で新規需要の一大喚起

●福島県福島市 菊田モーターズさん

パツル新発売以来、地元のスーパー店頭で積極的に展示会を開催している福島市森合の菊田モーターズ（菊田洋一社長）さん。今年5月には、より集客に主眼を置いた展示会をと、ノミの市を併催して、いままでにない反響をかちとり商圏拡大に大きな成果をあげています。

このノミの市は、実はいまオートバイ雑誌で好評のものです。いわゆる各販売店

が在庫商品をかき出してバーゲンセールを行なうもの。当日、菊田モーターズさんでもTシャツ・トレーナー・ツナギ・ブーツからハンドル・フロントフォーク・タイヤまでをそろえて、とくに若い人たちを対象としたノミの市を行なったものです。

「実は、今回の展示会はソフトバイクと一緒に、キャストフェアのPRもかねていたんです。すてから、とくに若い人たちを集めたかったです。このお話しどおり、現在はパツル&パツルソーラのモニター制度を採用して成果をあげている菊田社長。今後の活躍が大いに期待されます」

## デパートの全店ショッピングセール に便乗して大成果

●青森県弘前市 レジャーサービス・クドウさん

年の3分の1を雪にとざされている青森の商戦。そこでの勝負はシーズンの立ちあがり

にあるとさえいわれています。それだけにこ

「春の立ち上がり、地元・中三デパートが開催する「春の全店ショッピングセール」に便乗して展示会を開催。弘前全市を相手どった一大デモンストレーションを展開して、その後のご商売の土壌作りを行なっているのです」

## 開催

購入予約の受け付け

・プレゼントセール ・サービスセール  
チャリティイベント

・社会性をもたす意味では絶大  
ノミの市

・より親しさを増すために  
安全点検

・ユーザー名簿による事前連絡  
見込み客応待

・より具体的なセールストークで信頼  
をかちとろう

クイズ

抽選会  
写真展  
サイン会

・展示会への関心度をより強める



アンケートの分析

・有力見込客と見込客とのふり分け  
・免許取得希望者の抽出

収支決算

・開催目的に見合った収支か？  
・次回開催の参考資料作成





上藤社長は語ります。このデパートのセールの便乗した展示会のメリットについて。  
「まず何よりもプラスとなるのが、デパートのセールの規模の大きさを、うちの展示会が開催できること。というのは、デパート独自でチラシ型のダイレクトメールが約7万通、そして折り込みチラシが地元の実東日報を通して2万5000部も配られること。当然、これらにはうちの展示会の案内も入れてもら

## 全館をソフトバイク一色に！ デパートあげての一大展示会

●神奈川県秦野市 秦野カワサキさん

ふつう展示会といえばスーパー入口脇か駐車場など、ある特定の区域を会場として開催されているのですが、秦野市堀西でご商売する秦野カワサキ（片岡行広社長）さんではデパートの全館を会場として利用。1階入口脇に20台のバイクを展示したほか、各階には

っていますので、うち独自の告知は当日会場のみというわけです。それに、当日は店内放送も流れますので、催し物会場はそれこそ大賑わい。免許教室の受付も、主婦を中心として連日忙しさに追われるほどです」  
では、何故これほどまでにデパートが肩入れするかというところ。  
「それは、デパート自体も顧客のサービス

ソル&パッソラーがデパートの顧客のニーズと合致していることを認めているからに他ならないでしょう。  
うちとしても、これだけのデパートで一大デモンストレーションができるわけですから、地域の信用も大きくなる。まあ、お互い価値を認め合っているわけですね」と、明快に答えてくれました。

が乗り気になってしまったようで、赤札堂さんの店頭のほか各階フロアを提供してくださり、さらに屋上まで乗り方教室のためにスペースをとってくれたんです。

パッソル&パッソラーを配置、さらに屋上では乗り方教室を開催するなど、まさにデパート全館をソフトバイク一色にぬりつぶして地元の話を集めています。  
秦野カワサキさんと、このデパート・赤札堂との交渉の経過は次のとおりです。  
「まず、昨年末までは忠実屋さんで展示会を開いていたのですが、今年はずっと商圏を広げようと思いついて赤札堂さんにあたってみたんです。そうしたところ、むしろ先方の方

おまけに赤札堂さんのチラシの中には「特報！」として告知してくれ、当日も店内放送とエレベーター前のタレ幕まで作ってくれた。さらに屋上まで乗り方教室のためにスペースをとってくれたんです。  
現在もおお、赤札堂のサービスカウンターを通じて免許教室の申込みがあるという秦野カワサキさん。つい先日には、赤札堂と展示会の年間契約を結び、さらに秋の商戦に大張り切りです。

## 宣伝すればそれだけ売れる！ ラジオやテレビのスポットがさらに商圏拡大へ

●高知県高知市 藤本商会さん

より商圏の拡大をめざした展示会をと、ラジオやテレビのマス媒体をも利用した大々的な開催告知を行ない、毎年着実に展示会を大型化しているのが、高知市でご商売する藤本商会（藤本伸郎社長）さんです。

この春の展示会では、わずか1日で30台もの実販をあげたという藤本商会さん。この積極的なPR活動についてのお考えを、奥さま愛子さんに聞いてみました。

藤本商会さんの告知活動の内訳は、次のとおりです。まず、テレビは毎週30秒2回と15秒が1回。そしてラジオがスポットに入り、さらにDMが1千通。もちろんチラシも新聞折り込みで市内の家庭に配付しますが、このほかお風呂屋さんの桶にも店名を入れるなど、積極的なPR活動を展開しているものです。

「いままでの経験から、宣伝すればそれだけ売れる！というのを確信したんです。ですから、より大きな成果をあげるためには、宣伝もより広汎に展開しよう」と。この春には近くの空地で約60台を並べて展示会を開催したんですが、おかげさまで商圏外からのお客さまも多く、免許教室へもわざわざ遠方から受講されるほどなんです」

## 整理



### DM作戦

・心をとらえるセールストークを駆使したDM

### 電話作戦

・相手の反応をすぐにキヤッチできるだけに実販率は高い

### 訪問作戦

・有力見込客名簿をもとに効果的な説得を

### 免許教室へのドッキング

・購入意欲を高める上で効果は満点

## アフターフォロー



# ヘルメットは店飾の名脇役！ 効果的な店飾でイメージアップ、収益アップ



植松商店さん(東京都)

お客さまの安全を守る信頼されるお店づくりのためにも、またバイク本体の拡販とあわせてお店の収益アップをはかるためにも、い

## ヘルメット店飾コンクール 入賞店さま

- |                            |                           |
|----------------------------|---------------------------|
| 今井商会(本店)様<br>神戸市北区鈴蘭台      | 植松商店様<br>東京都大田区中央         |
| (有)加藤商会様<br>札幌市中央区南2条      | 志内商会様<br>徳島県板野郡北島町        |
| 中村モーターズ様<br>熊本県熊本市大江町      | 林ヤマハ様<br>徳島県阿南市西路見町       |
| パーツショップ・ヤマザキ様<br>神戸市灘合区大日通 | 増田サイクル様<br>東京都世田谷区世田谷     |
| 山崎サイクル様<br>静岡市青羽町          | ヤマハオートセンター様<br>神奈川県相模原市中央 |

(注)入賞店の中での順位はありません。アイウエオ順。

まや欠かすことのできない部用品販売。

中でも、この中心となるヘルメットについて、効果的な店内装飾を考え、一層の拡販を実現していただくことを目的に、ことしも「ヘルメット店飾コンクール」を実施いたしました。全国から300店をこえる販売店さまのご応募をいただくことができました。

バイク全体の需要が急速に増えつつける中で、ご参加いただいたお店のヘルメットコーナーには、それぞれの状況を最大限有効に活かす工夫が施され、ヘルメットの拡販に対するみなさまのなみなならぬ意欲が感じられたものです。

コンクールは、7月末日をもって締切らせていただき、コーナーの明るさ、美しさ、陳列方法や陳列量、関連ツールの活用状況などをポイントに厳正な審査を行ない、上記の10店さまを入賞店とさせていただきます。

このコンクールをきっかけに、すべての販売店さまが、明るく、美しいお店づくり、効果的な店飾に改めて目を向けられ、より一層の拡販に当られることを望んでやみません。

ヤマハ発動機株式会社・営業部部品課

## バイク用品の効果的な店飾について

(株)デイ・バイ・デイ 店舗デザイナー 伊藤隆三

バイクの普及とともに、ヘルメットをはじめとするバイク用品の需要が高まっています。

これからの販売店は「トータル販売店」であることがお客さまに対するサービスであり、売上げ向上にも繋がることはいまでもありません。今回のヘルメット店飾コンクールに寄せられた写真をもとに、販売店みなさまの用品販売に対する大きな意気込みと工夫を感じることができました。ここでは用品の店飾にあたって留意すべき点、店飾の効果をより高める方法について簡単に述べてみましょう。

用品の店飾にあたって、まず必要なことは「用品を扱っている」ということをお客さまにアピールすることです。大量陳列で人目をひきつけるのもそのひとつの方法。しかし、スペースや管理の関係でなかなかそうはいかない、といったお店も多いことでしょう。

そこで、店内の目立つところにサンプルを見た目に美しくオープン展示します。これは、あくまでもアイキャッチャーであり、取扱商品の案内となるものです。さらに、「まだ他にも取り揃えている」という印象を与えるために、ストックを兼ねた棚やショーケースなどに、きちんと、しかも大量に納めておくことがたいせつです。

先述したように、きれいに展示することが用品販売のキー・ポイントですが、店の壁や空間を上手に利用して、アイディアに富んだ展示にも心がけたいものです。

商品にとって、なによりの大敵はホコリです。せっかくアイディアに富んだ展示をしてもホコリをかぶっているようでは台無しです。

こうした意味からも、サンプル展示した品は、よほどのことがない限りお客さまに渡したくないものです。真新しい品をストックの中からお渡しすることが、お店の品位と誠意を示すことにもなります。

今までにわたくしがお訪ねした販売店さんの中には、「ヘルメットをビニール袋に入れたまま展示しているお店がかなり見られました。商品をホコリやキズつきから守るためでしょうが、これはおすすめてきません。商品の訴求効果を弱めるばかりでなく、そのビニールが汚れてもしていれば、全く逆効果となるからです。

案内役のサンプル展示は、あくまでもオープンで、お客さまに見やすく、きれいに、そして商品は真新しさを保つよう棚やケースの中に……ヘルメット店飾にあたってはこうしたことに心がけてください。

そして、さらに試着コーナーや、鏡などを設けて、お客さまに買いものを楽しんでいただくことができれば、申し分ないでしょう。

バイクとともに用品の需要が一層拡大する折、店内に、用品コーナーを設け、「トータル店」を指向することが、お店の繁栄に欠かすことのできぬ要素となってきたのです。



# '78 ヤマハヘルメット店飾コンクール

## ★入賞店さま発表★

ヘルメット陳列棚による大量でしかも整然としたディスプレイが、訴求力を高めている静岡市音羽町の「山崎サイクル」さん

ヤマハヘルメット商品棚と鏡の効果を利用し、見やすく、手にとりやすいオープン展示とし、しかも大量で美しい神戸市葺合区の「パーツショップヤマザキ」さん

目玉商品を目立つところにサンプル展示し、ショーケースには豊富なストック商品を陳列。加えてPRポップを有効に利用した熊本市大江町の「中村モーターズ」さん



※入賞販売店10店さまの中から、誌面の都合で、この3店さまに代表させていただきました。ご了承ください。——編集部



わきあが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

「人と自然とマシンのふれあいの世界」スポーツランド菅生を舞台にくりひろげられるモータースポーツの若人の祭典「サマーフェスティバル イン SUGO」が、ことしも日本全国から多数の参加者を集めて盛大に開催された。

迎えて今年4年目。若者たちにはもうすっかり恒例となった、この真夏の祭典も特に今回は7月22、23日の「SLロードレース大会」23日の「SLトライアル大会」と8日5、6日の「第

4回SLモトクロス全国大会」、「SLカートレース大会」の2度にわかれての開催となった。ふりそそぐ真夏の太陽、あふれる樹々のみどりの中で、ロードレース、モトクロス、トライアルそしてカートレースに青春の汗を流す若者たち。そして彼らに惜しめない声援を送る仲間たち……ことしもまた「サマーフェスティバル イン SUGO」は健全なモータースポーツの世界を謳歌する若者たちの熱気でわきかえったものであった。



スポーツランド菅生にあふれる緑の中で、コントロールテクニックを競ったSLトライアル大会

「78ジャパンカートレース」を目前に控えてカーターたちの走りにも熱がこもるSLカートレース大会







全日本選手権第7戦をかねてのSLロードレース大会は、テクニカルコースにスピードの極致を展開



全国から300人以上のモトクロス仲間が参加、ブロック対抗で競いあった第4回SLモトクロス全国大会





ご覧下さい、まっ黒に  
陽焼けしたしなやかな肌。  
これこそ彼女の最高のセー  
ルスポイント。走ってよし、  
泳いでよし……です。まっ  
ど、でもこれくらいのこと  
だと、もう眺めているだけ  
で十分ですネ。

「まるでヤマハのキャス  
トホイールみたい」やっぱ  
りあなたもそう思いにな  
りますか? こちらはニエ  
ースポイント最高級のセールス  
ポイント。去りゆく夏を惜  
しむ間もなく、急ピッチで  
秋の面影。ご健勝お祈りし  
てます。



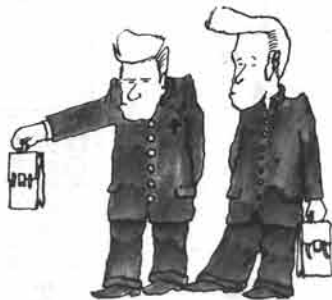
● 子どもが好きな学校給食の人気メニューは1位カレー・シチュー、2位スパゲッティ、3位やきそば。次いで4位そば、うどんの麺類、5位サラダ、6位カレーライス、7位ハンバーグの順。前回46年の調査と比べると1位と3位は不動。スパゲッティが4位から2位へ進出したらっぽう、前回6位のおでんがいきよに18位に転落。かわってハンバーグがベスト10入りしている。

米飯給食の導入で、五目ご飯(13位)、みそ汁(14位)、ピラフ・チャーハン類(23位)など、ご飯ものも新登場。献立の多様化がい



● いま東京、近郊の高校生の間で、厚さがわずか5cmほどの超薄型カバンが大流行。理由はもちろん標準型よりスマートでカッコいいから。

中・高校生用のカバンはJISで標準サイ



ズがきまっけて、身幅38-39cm、高さ22.7-24cm、厚さ12-13.5cmというから、厚さが半分以下の超薄型では、教科書もほとんど入らない。

で、はみ出した分はスポーツ・バッグで持ち運ぶというのがニューLOOKだそう。

毎年生産される中学、高校生用カバンは約225万個、このうち超薄型は20万個ぐらいて、ここ2-3年は品不足気味。1個12,000円前後のものが特に人気で、標準カバンを自分で改造している高校生も多い。メーカーの調べでは、超薄型が全体の3割を占めるほどといわれている。

っそう進みそうな勢いだ。

また、きれいなメニューは、1位酢の物、2位八宝菜、3位サラダ、生野菜、4位酢豚、5位煮物の順で、子どもたちの多くが酢のサジ加減にけっこううるさいといえそう。



● スカートををはこうがはくまいが、ここ数年秋冬ものの靴といえば、ブーツが完全に定着しているが、さて、今年の秋冬シーズンはどんなパターンが流行するか、ちょっと気になるところ。

一口に言ってしまうと、どんな好みにも応えられるように、長いのもあれば短いのもあるというのが、この秋のブーツ。

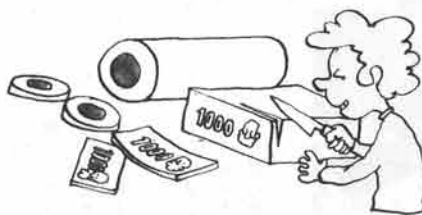
とはいっても、くるぶしの上の一部を長めにしたり、短くしたり、折り曲げたり、中に暖かいボアを貼ったり、女っぽい飾りをつけたりと、結構特徴はあるもの。

男っぽいカチツとしたものではトラブントつきのものもある。

スキーパンツのようにブーツの上からはくのが目新しいファッションなのだ。

● 金太郎アメやナルトのように、どこに包丁をいれても、切り口は真中に黄身まわりは白身という円柱のゆで卵が、最近あちこちの食料品店や大手スーパーに出回っている。

この魔可不思議なゆで卵の作り方はというと、まず新鮮な鶏卵を黄身と白身に分け、芯にステンレスのパイプの通った円筒の中に白身を入れ、65-70度で数分間加熱する。次に芯を取り出して、黄身を流し込み固めて出来あがり。



● 一時低迷していたディスコが、最近熱気をとり戻している。

レジャーのメッカ新宿には、現在ディスコが30余店あるが、開店一時間足らずで満員になる店も多く、いずれも第3期ディスコブームの到来とホクホク顔。

というのも、土曜の夜だけディスコで一週間分のうっぶんを発散させるというアメリカの若者たちを描いた「サタデー・ナイト・フィーバー」(土曜の夜の熱気)がブームの火つけのようで、とくに土曜の夜は別世界。

踊り手がよく見えるように、ボックス席がぐるりととり囲んだフロアで、男女がペアで互いの体をタッチしながら踊る、ニューステップ「スパンク」と両手を頭上高くあげ、前後左右に揺らす「ファンタジー・ダンス」が全盛。

日本のディスコ歴は、たかだか10年なのだが、それでも過去に2回ブームがあった。ソウルとR&Bがはやった60年代後半とロック全盛期の70年代なかば。

音楽のほうもいまやソウルやR&Bはまったくダメで完全にソフト&メロウの時代。ディスコも単なるエネルギー爆発の場から、エレガントな社交場へと脱皮しようとしている感じだ。



(C.I.C配給パラマウント映画 サタデー・ナイト・フィーバーより)

秘密がわかってしまえば「なあーんだ」というわけだが、サンドイッチやオードブルに使いやすく、見覚えがするというアイデア商品。冷蔵庫に入れておけば一週間はもつという。このロング・エッグ1本300gで330円。

「丸い卵も切り様で四角」という言葉があるが、包丁を使わなくても四角いゆで卵ができる器具も売っている。一時アメリカで人気を呼んだのは操作も面倒で、値段も高かったが、新型はプラスチックでできたコの字型の枠が2つだけというごくシンプルなもの。卵がまだあたたかいうちに両側からこれで押えつけて輪ゴムをかけるだけ。

この方法では同様に四角いトマトやメロンもできるというので試してみたら――



## フアイト満々お店訪問

高橋モーターズ  
高橋栄モーターズ  
さんこんにちは

●お兄さんのお店——高橋モーターズ  
大阪府堺市北長尾5-3-11  
☎0722(51)39065  
●弟さんのお店——高橋栄モーターズ  
大阪府堺市北長尾町3-5-2  
☎0722(52)28817

# 兄弟で2店を独立経営 互いの特色を生かし、合わせて“4ヶ旬販売”を実現

「1本の矢なら容易に折ることができると3本まとめると……」と戦国の武将・毛利元就が3人の子供たちに一族団結を諭した話はあまりにも有名ですが、全国の販売店さんの中にも、まさにご兄弟が力を合わせ厳しい商戦を順調に勝ちぬいているお店も少なくありません。

しかし、互に十分な力量を備えたご兄弟がそれぞれに「城」を構え、その将として力を発揮されたらどうなるでしょう？

今回お訪ねした高橋忠造さん(47才)、栄三郎さん(38才)さんは、まさにこのケース。9年前に兄の忠造さんが独立されて以来、いまは2店あわせて1千台を越す販売を達成。「堺のバイク販売店といえば高橋モーターズ」といわれるほどで、念願の「一国制覇」を兄弟2人でなしとげ、さらに黄金の日々をめざして互いに躍進をつづけているのです。

★高橋さんご兄弟が軽4輪の販売修理とバイク販売のため「高橋モーターズ」を創業されたのは14年前。5年間の共同経営で、バイク販売を軌道にのせることに成功したお二人は、「互いに世帯主の立場でもあり、この際、それぞれに店を持ち、互いの特色を生かしてバイク販売に励もう」と決意しました。

それまでの「高橋モーターズ」は弟の栄三郎さんがひき継ぎ、これを「高橋栄モーターズ」と改称、兄の忠造さんが、この店の近くに新「高橋モーターズ」を開店したのです。

兄・忠造さんの話 「当時から私たちが知る地元の人々にとっては、別々になってからも両店ともに「高橋モーターズ」であったようです。私たちにしてみれば、そう思っていた方がありがたいのですが……」

私の方も、栄ちゃん(栄三郎さんのこと)の方も順調に業績を伸ばしてこられたのは、こうした人々のひき立てがあったからだ、感謝しています。やはり、二人で共に築いた「高橋モーターズ」というものが、いまの私たちの繁栄の基礎になっているんですね」

★商都大阪の南に接した堺市は、もともと人口密度が高いところ。おまけに、全国的な傾向どおり、大都市近郊として最近では転入者が激増しています。しかも、地理的条件からバイクを必要とする人々が多い、なお二人の商圏は、大型店出現の条件を満たしているともいえます。

しかし、それだけに同業者も多く、お二人の商圏内には10店の販売店さんがあります。そうした中で、年間1千台以上もの販売をす

るには、やはり、それだけの努力と実力がなければなりません。

お二人は、「絶えず他の販売店さんより一歩先を考え、読み、リードするかたちで施策することに心がけている」と語りますが、この辺が、「一国制覇」を成し得た最大の要因のようです。

弟・栄三郎さんの話 「私たちは、4輪の販売・修理からバイク販売に入ってきただけに、

自転車と併売する販売店さんより、最初から、技術的にはある程度リードしていたのでは、と自負しています。そして、お店独自の割賦販売を早くから実施するなど、他の販売店さんのやらないこと、できないことをしてきました。

私は、前の店をひき継ぐかたちになりましたので、兄と築いた基礎を生かしやすかったのですが、兄の方は、私以上の苦勞と努力をして、新しい「高橋モーターズ」を人々に浸



今年4月に改装なった「高橋モーターズ」さんの店舗外観(右上カット写真)と明るくきれいな店内・ドアの後方はヤマハバイクが大量に展示された展示場







兄の忠造さん(右)のお店、「高橋モーターズ」を訪ねて歓談する弟の栄三郎さん(左)

透させてきました。兄は現在も、私の倍も数倍も、お店を知らしめる活動に積極的に取り組んでいます」

**兄・忠造さんの話** 「栄ちゃんの方は、もとの商圏であった商店街の方の人々をガツチリとおさえ、お客さまを増やしながら頑張っています」

弟の店には、なにしろ、オピニオンリーダー的な動きをしてくれるお客さまが多いんですよ。弟を自慢するのなんですが、やはり、弟の人柄がお客さまに好かれているんですね。まじめさ、勤勉さでは私以上かもしれない。なにしろ、弟夫婦だけで400台もの販売をするんですから。

うちの場合、一番下の弟も手伝っていますし、従業員も一人おられますので、弟の倍を売ってもあたり前で、利益率の面からみたら弟



「高橋モーターズ」さんの店舗2階は、免許教室の会場。毎回20名以上の人々が受講し、お客さまになっていく



の店の方がよいかも知れません。ただ、私たちは二人で年間1千台を売る店になることが夢でしたし、弟たちよりうちの方が販売台数が少ないようでは、格好もとれませんので、いきおい外に向かって弟の店以上の働きかけをするようになったわけです」

★免許教室の開催、展示会、定期的な折り込み広告の実施など、「高橋モーターズ」さんは、お店のPRに努力と費用を惜しみません。3万5千世帯の金岡団地、1万世帯の浅香団地など、商圏の大団地には、新しくこの地に住む人々が多数入居してきます。こうした人々に対し、一人でも多く、お店を知ってもらうことが、なによりの販促活動と判断しているからです。

**弟・栄三郎さんの話** 「今年の5月、兄は店舗を新しいヤマハの外装で大改造し、きれいで目立つ店にしたのですが、これが大成功で、お客さまの数を従来にも増して伸ばすことができました」

兄に見習うことは山ほどあるのですが、いま一番したいことは、うちも店舗を新しくすることです。以前は、店舗は売上増大の一要素ではあっても、決定的な要素ではないと思っていました。ところが、最近のように、緑もゆかりもなかった人々相手の販売が増えるに従って、店舗はきれいになければならない、と痛感しています。

バイク自体にも、ましてや販売店にも縁がなかった人々が、どの店からバイクを買うかを判断する基準となるのは、店舗のきれいさ立派さなんですね。店舗が大きく、大量にバイクを展示してあれば、「あ、この店は、多くの人にバイクを販売している。きっとサービスマンもいいし、この店から買えば間違いないだろう」ということになるんですね。こうした人々を確実にキャッチして、優秀な技術で誠意をもった応対をつづければ、その人たちがまた、新しいお客さまも紹介してくれるということになるんです」

「高橋モーターズ」さんは、奥さまのスズ子さんとお2人だけで、年間約400台を販売する

# 話どころ、売りどころ



信頼を集めるお店——、それはお店のあなたが、お客さまの疑問のひとつひとつに明確に答え、的確なアドバイスをしあげられることでしょう。店先でのちょっとした会話や新商品の説明など、日頃のご商売の中で発揮されるセールストークの数々。この積み重ねがお店の信頼度を増し、ご商売の発展をのびします。

## メカニカル・セールストーク(車体篇)

今月は車体篇の第3回目としてフロントフォークを取上げました。役立つセールスポイントを学びとってください。

### ③フロントフォーク テレスコピック・オレオ

ご承知のように仕様諸元の項目によればフロントフォークは「懸架緩衝装置」。その名のとおり車輪を車体に取りつけ(懸架)しかも車輪が路面から受ける衝撃や振動を吸収、緩和する(緩衝)というふたつの機能を合わせもつものです。

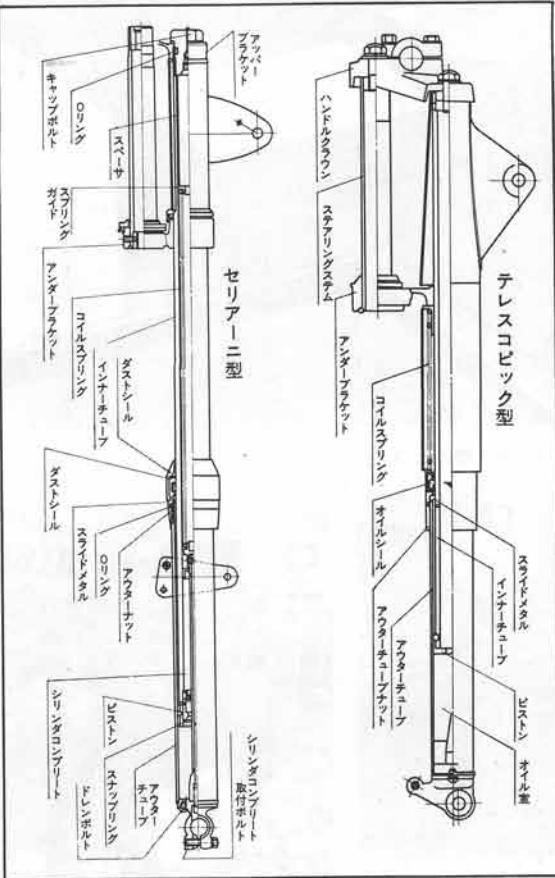
このふたつの働きは後輪の場合も同様ですが、特に前輪では、これにハンドリングつまり操舵機能加わるために後輪とは機構上もまったく別個のものとなっており、そのバイクの操縦性や走行安定性に大きな影響を及ぼす重要な要素となっています。

フロントフォークのこれらの機能の中で、「緩衝装置」としての機能は、コイルスプリングとオイルの組合わせによって行なわれています。つまり、緩衝作用は主にコイルスプリングによる衝撃吸収ですが、コイルスプリングはそれ自体に減衰作用がないため、スプ

リングが圧縮されることによって吸収されたショックに対して、次の瞬間にはそのエネルギーを放出するための反発力が生じる(スプリングが急激に延びる)ために、オイルダンパーを併用してこのスプリングの反発力を減衰させているのです。

このオイルダンパーは、一種の注射器のようなもので、オイルがひとつの室から他の室に流動する際に生じる流動抵抗を利用したものです。つまり、オイル通路の断面積が大きくなれば流動抵抗も小さく、逆に断面積が小さくなれば抵抗が大きくなるわけで、この抵抗によってスプリングの減衰を行なっています。

そして、このスプリングを境にして、車輪を含むスプリングから下の重量を「バネ下重量」、車体などスプリングから上の重量を「バネ上重量」と呼び、この上下の重量比が緩衝性能や乗り心地を左右する大きな要素となっ



ています。もちろん、緩衝作用上の要素としては、コイルスプリングの強度、オイルダンパーの減衰力に加えて、車両重量などが密接に関係しあっていることはいまでもありません。つぎに、フロントフォークのもうひとつの機能、操向装置としての操舵機能をみると、バイクの場合操向装置の基本となるステアリングシャフトに、アンダーブラケットとアッパブラケットを介してフロントフォークを結合し、アッパブラケットにハンドルバーを取りつけて、前輪の操舵を行なっています。

そして、単純に前輪の操舵だけが行なわれればOKというのではなく、低速でも高速でも安定した操向性操縦性が得られ、走行性能が確保されなければならないわけですが、これを決定づけるのが、フロントホイールのアライメントとフロントフォークの型式や緩衝作用なのです。

このフロントホイール・アライメントとはバイクの場合「キャスター角」と「トレール」の2要素で、ステアリングシャフトと路面との角度が「キャスター角」、ステアリングシャフトの延長線と路面との交点と前輪の接地点との距離が「トレール」で、これらはそのバイクの性格や用途によって決定されています。

さて、以上のようにバイクの走行性能のうえで大きき役割を果しているフロントフォークですが、現在最も一般的に用いられているのは、「テレスコピック・オレオ・フォーク」です。

オレオとはラテン語のオイル、つまり緩衝材としてオイルを用いたもので、テレスコピックとは望遠鏡のように外筒と内筒がお互に摺動して伸び縮むことを意味しています。その名の通り、このテレスコピック・フォークの構造は、外筒(アウトチューブ)が前輪を支持し、内筒(インナーチューブ)がステアリングヘッドに固定されて、この外筒と内筒との摺動によって直線的に緩衝が行なわれるもので、両筒の間にコイルスプリングがセットされ、さらにオイルが充填されてオイルダンパーの機能を果しています。

そして、このテレスコピック・オレオ・フォークは特に――

- 構造上剛性が高く、しかもデザイン面と機能面のマッチングにすぐれている。
- クッションストロークも大きくとれる。
- 作動にともなうキャスト角やトレールの変化がないため、操縦安定性にすぐれている。

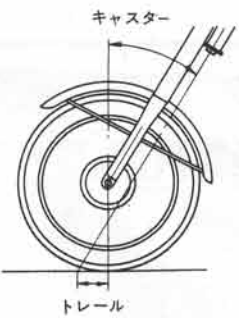
――などのメリットを備えています。

さらに、このテレスコピック・フォークの一式として「セリアーニ型フォーク」と呼ばれるものがあり、モトクロッサーやロードレーサーから一般のスポーツ、トレールに至るまで幅広く採用されていますが、この「セリアーニ型フォーク」は――

- 内筒と外筒が直接摺動するため作動性が向上し、小さな衝撃でも確実に吸収できる。
- コイルスプリングを内筒の内側に装着しているために、一般テレスコ型よりも、クッションストロークを大きくできる。さらにフォークチューブを細くでき、空気抵抗の減少とフォーク間からエンジン部への導風にも有利である。

など一般テレスコ型にくらべ、性能的によりすぐれたものとなっています。

■オイルダンパーのオイル、つまりフロントフォークオイルは、劣化したり不足している場合、クッション性能が損われる。多すぎると逆に弱くなる。分解、組立後は必ず指定オイル、規定量を交換する必要がある。



■キャスト角とトレールは、操縦性と走行安定性のうえで相反する性質を有する。

持ち、それはバイクの性格や用途によって決定される。つまり、キャスト角が小さいトレールも小さい場合は、ハンドルは軽く操縦性もよくなるが、当然ホイールベアリングが短くなり走行安定性の面では不利が生じる。逆にキャスト角、トレールが大きくなると小まわりがきかなくなるが走行安定性は増加される。

# ビジネス・セールストーク

さて、こちらで紹介するのはビジネストーク。バイクは欲しいが「予算がない」、「乗れない」、「維持が大変」……等々と語るお客さまの数々の疑問に応えた効果的なセールストークの実例集です。

## ■中型バイクを購入の若いお客さまへ――

### サービスのあつたお店なら心配も無し！

中型バイクを購入のお客さまといえば、いまではそのほとんどが若い人たち。とくに400ccをご希望のお客さまは、平均年齢も低く、またバイクを初めて購入するというケースが多く目につきます。

そこで、中型バイクを販売する上でお店として充分注意を払いたいのが、お客さまに最



も適したバイクをすすめる販売姿勢と、正しいバイクの乗り方指導。そして、バイクを販売した後の徹底したアフターサービスです。なかでも、これらのお客さまにとって最も大きな不安がメカニック面でのトラブル処理であるだけに、バイクに慣れるまでの間のサービス面でのアドバイスの確約は、どんなセ

ールストークよりも大きな説得力をもっているのです。

■ここに400cc購入者の購入形態のデー

■スーパー通りの奥さまへ――

## 日々の買物が楽しくなるなんて素敵ですね！

最近では、買物といえはスーパーマーケットというほど、全国各地のあらゆる町にはスーパーマーケットの看板が目につくようになっています。そして、これとともに日常の生活形態までが変化するにおよび、いまでは買物もスーパーマーケットでのまとめ買いが主流になっていきます。

当然、まとめ買いともなれば荷物の数も多くなるわけで、スーパーまでの行き帰りもクルマの利用が増えるばかり。自分が運転するケースのほか、ご主人の運転でスーパーに駆けつける奥さまが目立っているのです。

しかし、この傾向は確かに買物へ出かける数は減ったものの、買物を楽しむということからすれば問題を残すばかり。たまには、一人でゆっくり買物を――なんて気持ちの奥さ

タがあるのでご紹介すると、初めてバイクに乗る人が全体の38.6%に対して、過去に保有経験のある人が61.4%。これが、年令別に見ると、16〜19歳については初めてバイクに乗る人が44.5%となっている。このことは、逆にいうなら、若いお客さまほど初めてバイクに乗る人が増えていることを示しているのである。

まも意外と多いものなのです。そこでアピールしたいのが、自由にしかも軽快な買物の足として活躍中のパッソル&パッソラー。「日々の買物が楽しくなるなんて素敵ですね。」のひとことが、スーパー通りの奥さまをお店に向けさせるキッカケになるのです。

■日常の買物における外出時の交通手段を調べたところ、最高が自転車の31%で、次に続いているのが自動車に同乗もしくは運転の25%となっている。また片道の所要時間では47%が約20分で、32%が約10分。さらに30分以上が9%にも上っている。このことから、いかに主婦が日常の買物の足に不便さを感じているかがわかる。





## 「薫とアキのヤマハソフトバイククイズ」に 54万2884通の応募！ ●各賞当選者決まる

この春の商戦の話題を一手に集めた「薫とアキのヤマハソフトバイクキャンペーン」のメインとして大きな反響を呼んだ「ソフトバイククイズ」には、6月1日から7月15日までの期間中じつに54万2884通もの応募をいただきました。そして去る8月2日には、この「ソフトバイククイズ」の抽選会が、小池久雄・ヤマハ発動機株式会社、小宮功・営業担当取締役ら関係者多数の立合のもとに本社会議室において厳正に行なわれ、1等のヤマハエレクトロニクス・20名様をはじめ計2120名の当選者が決定しました。あらためて、人びとのソフトバイクに対する関心の高さが示された、この「ソフトバイククイズ」ですが、この成果はやがてみなさまのご商売にフィードバックされるものです。どうぞご期待ください。

- ★1等当選の方々★
- 岩部信子様 高松市桜町
  - 大橋敏行様 岡山市中註
  - 黒川和代様 富士市原田
  - 高橋エイトロ様 富士市原田
  - 向井雅忠様 東京都世田谷区宮坂
  - 五味淵フミ様 大阪府住吉区長居町東
  - 寺沢裕美子様 佐野市並木町
  - 長原富江様 勝田市田彦
  - 米田弘子様 宇部市昭和中
  - 古田祐生様 宇部市昭和中
  - 藤井道子様 岐阜県羽島郡笠松町
  - 野口待子様 三原市明神町
  - 辺見勝枝様 小倉市北区熊谷町
  - 勝野君子様 長野県筑摩郡朝日村
  - 浜中マサ子様 東京都世田谷区赤堤
  - 平塚康子様 東京都品川区上大崎
  - 櫻本心み子様 名古屋市中区鳴海町
  - 宮崎和夫様 和光市白子
  - 井原泰江様 大分県大分郡瀬布院町
  - 岩間好久様 湘和市中島
  - ★2等(キャンソン110EED) 山梨県東八代郡石和町
  - 生田梅子様 北本市下石戸
  - ほかに99名様
  - ★3等(オリジナル・スカーフ) 須本起代子様 田辺市上屋敷町
  - ほかに1999名様



セニアライダーの先導で、菅生のロードコースを突進。彼らにはまさに胸おどるひととき



夜は菅生キャンプ村で、もりだくさんのアトラクションが。ここでもヤマハセニアライダーが参加して、スポーツユーザーとの交流が

## 「ご苦労さま、ヤマハ奥さま」 日頃の労をねぎらう

### '78ヤマハフレンド店 ファミリー・ジャンボリー



お忙しいご商売の中で、つい少なくなりがちな母子の交流を深めるのも、こんな催しなら最高



ヤマハ奥さま向けプログラムとして料理教室も生まれ、菅生メインダイニング調理長の指導でお料理のウデをみがく

(仙台支店) ヤマハバイクの拡販に、免許教室や展示会に、ご主人の強力なアシスタントとして日頃のご商売で大活躍されているヤマハ奥さまの労をねぎらい、夏休みの一日をスポーツランド菅生の自然の中で、お子さまともにおすごしいただこうという78ヤマハフレンド店ファミリー・ジャンボリーが、この夏、ヤマハ発動機・仙台支店管内の販売店さまを集めて開かれました。8月4日、5日の2日間わたって開かれたヤマハ宮城のジャンボリーには仙台営業所、古川営業所の販売店さん24店、60余名が参加。集まったヤマハ奥さまたちは、お子さまと一緒にゲームに、軽スポーツに、キャンプに……しばしご商売を離れて、夏の菅生の楽しさを満喫されたのです。



## いかがですか、今月の「ヤマハニュース」は？ お便り、お電話 お待ちしています

「ヤマハニュース」はつねに販売店のみなさまのお役に立つよう心がけています。あるときはみなさまへのアナウンス役をつとめ、あるときは目となり耳となつて、これはと思う情報を提供してまいります。本誌を読まれてのご感想、ご要望をぜひお聞かせください。また、これは／という情報、ご質問、ご相談など、なんでも結構です。お便りをお寄せください。

宛先は  
〒438 静岡県磐田市新貝2500 ヤマハ発動機株式会社 PR課  
☎ 05383-2-1111 内線355

（「スポーツランド菅生」ツーリングに、キャンピングにスポーツバイク

## 月刊「オートバイ」「ミスターバイク」読者の集い スポーツランド菅生でひらかる

クレーターの活動がひとときわ活発に行なわれた今年の夏。彼らのオビニオンライダー役を果たしている二輪専門誌・月刊「オートバイ」「ミスターバイク」も、スポーツランド菅生に読者約200名を集めて、7月29日、30日の2日間にわたる読者の集いを開催しました。

のびのびとみちのく路のツーリングを楽しみ、ロードコースを愛車で走り、しかも高井、毛利らのロードレースライダー、瀬尾、杉尾、光安、竹沢らのモトクロスライダー、といったヤマハセニアたちとも身近かに交歓するといったもりだくさんのプログラム。これが一度に楽しめるすばらしい世界、としてスポーツランド菅生が選ばれたものですが、参加したみなさんは菅生の大自然の中ののびのびと2日間を楽しみ、バイクを接点にあちこちで新しいバイク仲間の交流が生まれていたものです。



いつもは誌面でお目にかかるだけのYZR750を囲んで記念撮影。「モータースポーツがすごく身近なものに感じられました」の声があちこちで聞かれた



## ツーリング仲間でにぎわった この夏の北海道

この夏の北海道は、雄大な風景の中でのびのびとツーリングを楽しむスポーツバイクユーザーの姿がひととき目立ったものです。

フェリーを使って本州方面から訪れるバイク仲間も年ごとに増えていますが、こうした人びとに負けず、地元の道産子たちのスポーツ活動も高まる一方。写真は、札幌市のアメヤマモーターサイクル（館谷孟社長）さんのお店のクラブ・AMEモータースポーツクラブが行なった「池田町ステーキツーリング」のひとコマです。参加された18台は、外車1台の他はオールヤマハ。これをベテラン組、セニア組、RD組の3班に分けて、約600キロのツーリングを楽しんだもので、目的地の池田町では、有名な十勝ワインの工場を見学したり、ステーキに舌つづみを打ったり……と、みなさんは短い北海道のバイクシーズンを心ゆくまで楽しまれていました。



## ソフトバイクのお母さんとお子様を招いて '78ヤマハ・サマーフェスティバル イン 岡山



〔ヤマハ岡山〕 ヤマハ岡山管内の販売店さんでは6月いっぱい「楽しい夏休みに、お子さんとのふれあいを広げませんか」をキャッチフレーズに、ソフトバイクのお客さまを対象としたご招待セールを展開していました。

これは蒜山高原に期間中ソフトバイク購入の婦人ユーザーと未来のユーザーでもあるそのお子様を合わせてご招待しようというものです。各販売店さんがチャーターしたバス5台を連らねて、375名のお客さまが参加されましたが、宝さがしやクイズコンテスト、オートバイレース、のど自慢大会に、お母さまとお子さまは一体となって興じられていました。

また、山陽放送、天満屋ストアなど日頃は展示会でなじみの方々の後援のもとにこの催しを主催された販売店さんは、特に小学生の子供たちがヤマハファンとなってくれるのは心づよいこと。このもりあがりをお店に活かしてぜひ来年も第2回を……」とはりきっています。

## オセアニアの ヤマハディーラー 日本の販売店さんを見学

〔ヤマハ東京・城東営業所〕 今月号のトップグラフィックでもご紹介した、東京葛飾区の㈱アキヤマさんを7月23日、めずらしい外人さんの一行が訪れました。

9人のメンバーは、オーストラリア、ニュージーランドでヤマハディーラー（輸入特約店）を営みながら、79年の販売政策打合せのために来日



### ●ヤマハ部品・用品コーナー●

## ヤマハオリジナル風防

50ccスポーツからXS750まで取付可能な「ヤング」タイプ新発売!!

間もなく北風の季節。お店の部品用品コーナーにも冬物用品の品ぞろえをおねがいたします。この冬もまた、お客さまのバイクライフを楽しく安全におすごしいただくためにさまざまな新商品をご用意しました。その第1弾が、オリジナルのウィンドシールド。パッソル用、パッソラー用、チャピ用、メイト用からスポーツ用までフルラインナップに応じた豊富な品ぞろえです。中でもここにご紹介する〈ヤング〉は、スポーツバイクの軽快な走りを少しも損うことなく、ライダーを守ることを主眼として開発さ

れたもので、ポビィ、GT、GRなどの50ccスポーツからXS750スペシャルにまで取付可能な汎用性の高いもの。スクリーン下部には、グリーンメッシュ模様を入れ、縁パイプにイエロー、ブラック、レッド、ホワイトの4色があります。（タレ部は共通）

- ヤング：標準小売価格・5,700円
- 部品番号：
 

イエロー	90890-56632
ブラック	90890-56633
レッド	90890-56634
ホワイト	90890-56635





された機会に、日本の販売店さんの実情を見学されたものです。  
イエローとブラックに塗り分けられた機アキヤマさんのお店は、ヤマハバイクがびっしりと展示されていますが、訪れたみなさまはこの活気みなぎるお店の雰囲気、日本国内におけるヤマハの著しい伸長ぶりを実感されていたものです。

## 東京・銀座歩行者天国の人気を独占した パツソル&パツソーラ



〔ヤマハ東京〕 全国に先がけて休日の歩行者天国を実施した東京・銀座通り。これが発足して早くも今年で8年目を迎えますが、この日本一の目抜き通りにお店を構える商店会・銀座会では、8月6日「銀座ホリデープロムナードフェア8周年」を開催。アトラクションとして「勝ち抜きジャンケンポイ大会」を行なって道行く人びとの足をひきとめていました。

というのも、この賞品に選ばれたのは2台のパツソル。GR50の週刊誌広告でおなじみの三遊亭楽太郎らのかけ声のつてお客さまも時ならぬ催しに大喜びで参加していました。それが同時に展示されたパツソル&パツソーラ。夏休みの家族づれに最高の話題を提供したひとコマでした。

### 10月のモータースポーツ

#### ●モトクロス(MFJ)

1	東北MX⑥岩手	青森空港
8	福島MX⑤高森	高森
8	岩手MX⑦一戸	一戸
15	山形耐久モトクロス	酒田市最上川
14~15	全日本MX⑩第15回日本グランプリ	鈴鹿
22	青森MX⑥三沢	三沢市郊外
22	西日本MX⑨	筒賀
22	四国MX⑧香川	八栗
22	中部MX⑧	愛知県足助町
29	宮城県MX④	未定
29	関東MX⑫	埼玉
29	関西MX⑥	生駒

#### ●ロードレース(MFJ)

10	筑波TTレース⑨	筑波
22	ビッグロードレース④	菅生

#### ●トライアル(MFJ)

1	秋田県TR③	千葉
1	東関東TR③	高松市紫雲山
1	四国TR⑧香川	海南市
1	関西TR⑧	函館市郊外
8	全道TR⑥函館	宮古市川井村
8	岩手県TR③宮古	魚津市早月川
8	富山県TR③	
8	西日本TR⑥	
15	千葉県TR④	千葉
15	北陸TR⑤金沢	金沢市岸川
15	ロッキー-TTR⑥	
22	播州TR⑥	加古川
29	三重県TR⑩鈴鹿	鈴鹿

#### ●MCFAJイベント

1	第49回日本MX⑨	FISCO
8	スピードスクランブル⑨	所沢
15	第13回FNGCロードレース⑥	FISCO
15	新潟モトクロス③	下田
22	ナショナルトライアルカップ	
22	東京モトクロス	FISCO

## 地方テレビの奥さま番組でも 話題の中心ソフトバイク



〔ヤマハ四国〕 ソフトバイク、ファミリーバイクのめざましい普及及び、各方面から注目を集め、マスコミへの登場も頻繁な昨今ですが、香川県KBBS(瀬戸内海放送)テレビでは、定期番組「土曜ブラザー」に、奥さまの足を狙え」と題した生活情報番組を放送して話題を呼びました。

これは、商品紹介をかねた実際のセールスをスタジオで行ない、参加した主婦の反応ぶりを紹介しようというもの。各銘柄が参加してのもですが、バイクは初めてという主婦が約60%、そんな女性にとって、やはり、やさしさのソフトバイクは、とりわけ身近かなバイクの印象を与えていたものです。

店内外から呼びかけよう。安全第一

# “お似合いですね、ヘルメット” 「やさしさ」でアプローチ、 女性ユーザーのヘルメット着用促進。

原付バイクユーザー、とくに女性ユーザーのヘルメット着用促進は、わたしたち業界にとっても急務です。「事故が起きたら……」「安全のためには……」といった画一的なアプローチばかりでなく、女性には女性向けの対応を。“お似合いですね、ヘルメット”——ヤマハが提唱する女性ユーザーへの、ヘルメット着用のおすすめてです。

ソフトバイク・ヤマハパッソーラでおなじみの水沢アキさんが、さわやかな笑顔で呼びかける“お似合いですね、ヘルメット”のポスター、すでにみなさまの店頭には掲示されていますか？

店頭におけるヘルメット着用促進活動の一助としてお届けしたこのポスターは、特に急増する女性のお客さまを対象に、「バイクにヘルメットは必需品」の意識を、従来とは異なった自然なかたちで身につけていただくことにポイントを置いたものです。

## ●急がれるヘルメット着用率のアップ

つまり、原付バイクが人びとの暮しの足としてめざましい普及を続けていくにつれて、原付バイクによる交通事故も増加の傾向をたどっていることはご承知のとおりです。そして、バイクの交通事故による死亡の原因のほとんどが頭部の損傷によるものであることは、いうまでもありません。当然さまざまな安全運転推進活動の中でも、特にヘルメットの着用率の促進が早急に計られなければならない理由もここにあります。

## ●新しいファッション面からのおすすめて

とはいえ、原付ユーザーの場合、ヘルメッ

トを着用して運転している人は、わずか50%前後にすぎない、というのが現状です。

ではなぜ原付ユーザー、特にその中心となっている女性ユーザーの着用率がこんなにも低いのでしょうか？ バイクファッションとして女性のヘルメット姿が定着していないこと、ファッション的にいかめしい……などの理由でヘルメットに抵抗感を抱いている女性も少なくありません。

しかしながら、こうした女性ユーザーに対して行なわれていたヘルメット着用促進の指導はこれまでそのほとんどが「ヘルメットを



お似合いですね、ヘルメット。

かぶらなければ危険だ」という安全運転面からのアプローチにとらわれすぎていたのではないのでしょうか？

女性のお客さまが強制されて、やむなくヘルメットを着用するのではなく、安全のためにも、ファッションとしても進んでヘルメットをかぶる、そんな好ましい傾向をつくりあげるために、これまでとは全く異なったファッション面からのアプローチで、女性ユーザーのヘルメット着用を促進しようというのがこの「お似合いですね、ヘルメット」の一語に込められた大きな意味なのです。

当然、店頭における“着用のおすすめて”の際にも、この点をふまえて、ヤマハ部品部からお届けしている鏡つきのヘルメット展示台などをフルに活用し、そのお客さまのヘルメット姿が、いかにさわやかで、しかも安全上からも望ましいものかをご説明ください。特に女性ユーザーには、“指導”ばかりでなく“おすすめて”のアプローチが大切なのです。

## 10月22日、世界のトップライダーSUGOを激走！

FIM・MFJ公認

# 第4回TBCビッグロードレースF750

ケニー・ロバーツ、ジョニー・セコット……世界のトップライダーの日本登場が期待される第4回TBCビッグロードレース・フォーミュラ750。金谷、高井ら日本の第一線ライダーとともに、世界最高の走りを展開されるこのビッグイベントこそ、この秋のモータースポーツのハイライトです。

10月22日のSUGOへ、お客さまとおそろいでお出かけください。最高のマシン、最高のライダーがくりひろげる、国内最高のロードレースの実現です！



## 9月～10月の スポーツランド菅生

### (9月)

- 3日 井上ゴム工業杯ミニレース④
- 10日 カート教室⑤  
ロードライセンススクール⑦
- 15日 SCCモトクロス④
- 17日 MCFAJロードレース
- 24日 カートアップ&ミニカフェレーサー・カートレース③
- 28日～10月1日 '78ジャパンカートレース

### (10月)

- 1日 ロードライセンススクール⑧
- 8日 フレッシュマンロードレース③  
SCCモトクロス⑤
- 10日 クシタニ杯ミニレース⑤  
SCCトライアル③
- 15日 香港招待カートレース
- 22日 TBCビッグロードレースF750
- 29日 カート教室⑥

# ハイッ、こちらサービスセンター

ニューヤマハスポーツのお客さまも、この夏の走りをフルに楽しまれて、やがて500キロ、1000キロといった定期点検の時期。お店のサービスもぐんと忙しさを増しそうな9月です。さて、修理サービスにまつわるさまざまなヒントをご紹介します。このコーナーに、ぜひみなさまの体験談、失敗談をお寄せください。またご質問、ご相談にもこのページを通じてお答えしてまいります。どうぞお気軽にお寄せください。

宛先は  
〒438 静岡県磐田市新貝2500 ヤマハ発動機株式会社  
営業部PR課「ヤマハニュース」係  
お電話でも結構です ☎ 05383-2-1111 内線355



## 左右を逆にして知る不調原因

2気筒車のエンジンの調子、左右の気筒のバランスを見るひとつの目安として、片側のプラグコードを外してみる、という方法は以前にもこのコーナーでご紹介しました。スローではあまり気がつかないけれども、中速以上でどうも回転のツキが悪い、いわゆる片肺も、この方法だと即どちらの気筒が不調なのかつかめるといいます。そして、こんなケースの原因として意外に



多いのが、イグニッションコイルのトラプルでプラグに完全な火花が飛ばないというケースです。エンジンが暖まると……というのはまずこんなケースの兆候。

さて、どうもコイルらしいが、というこんなケースの場合でも、簡単にどちらのコイルか、どちらの気筒かを見分ける方法があります。理屈はプラグコードを外してみるのと同じこと。つまり左右のコイルを反対につけかえてみるのです。コイルの入力コードは、右気筒が灰色、左気筒がオレンジ。これをまずつけかえて、当然プラグコードも左右つけかえます。

## 「ハイッ」は右側

さて、こんな電装の話をしていても、サービスマニュアルも見ずに、「コイルの右は灰色、左はオレンジ……」などというところでスイスイでくる販売店さん。

そんな秘訣をうかがってみると、「ハイッ、といって手を上げるような場合、普通の右効きの人は無意識のうちに右手を上げる、つまりハイ（灰）は右、といって覚えなすよ。これも先輩から教えられたことですけれども」といわれたものです。

たしかに、電装関係などでは、系統だつて個々の系統のコードの色別えつかんでおけば、テストを当てるにしても、どこに当てたらなどと迷うことなく順を追って原因追求ができるわけで、これは時間の短縮ということからも大きな力ですね。

さて何色でしょう。ホーンは？ フラッシュヤリの左は？ 右は？ 即答えられますか？ 順にピンク、こげ茶、グリーンです。

## 手順がいは非能率

さて、おつきは手順のおはなし。ちよつとした手順のちがいで、作業が思いもかけぬほど簡単にできることに、ある日突然驚かされるようなことはよくあることです。

一例をあげればGR、MR50などのGYTこれなどは良い例で、クラッチハウジングまで外す人も見られるものですが、タコメーターギヤのピンをまず打込んでしまうと、どうしても、こうせざるを得なくなるわけですが、どうせならタコメーターのプラスネジをおいたらタコメーターのプラスネジをクラッチのギヤにかませてセットしてしまふのです。そして最後に狙いうちでピンをさし込む。これだとクラッチを外す手間は全く不用、の簡単な作業です。

## 修理サービスにのびるお店の伝統

バイクの整備性も年ごとに向上し、工具類やテスト類もどんどんと完備されてはいますが、やはりこうした実作業の手順、効率的な作業というものは、実際の作業を通じて社長さんからサービスマンの方に、先輩から後輩に伝えていきたいものです。またそれがお店のサービス力の蓄積となって、信頼されるお店づくりにつながっていくのです。

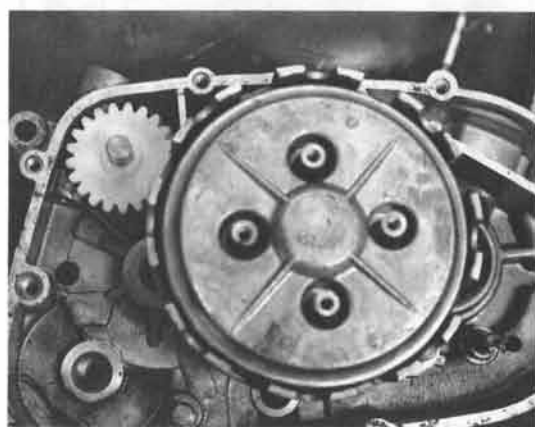
古くからのお店、かつては自転車なども扱っていらつたお店では、スポークの組み方ひとつにしても、こうした伝統がしのばれるような所もあつて、じつにいいもの。

スポークの話ついでに、この点お店ではいかがですか？ どうも苦手という方もいらつしやるでしょう。ポイントには、まず最初に内側を組んでしまふ。もちろん4本おきに組んでいくわけですが、内側が終つた所で外側を組み、最後に芯出し機でバランスをとるわけです。

「キャストホイール時代を創るヤマハ」とはいえ、こうした熟練された修理技術というものは、やはり長く伝えたいものですね。

## これは便利、重宝です

フロントフォークのオイルの話、オイル交換の話は、今月号の「話どころ、売りどころ」でもご紹介しましたが、効率的なオイル抜きにこんな方法はいかがでしょう。セラアニータイプの下にドレンコックのあるタイプでは写真のように、空になったオイル罐の一部を切りとつて、ワイヤーでフォークにぶらさげておきます。これで上からフォークを圧縮すると古いオイルが、周囲にとび散ることなくきれいに罐の中に回収できるというわけですね。ぜひおためしください。







# '78ジャパンカートレース

FLA-LIF公認 JAF 登録No.0002

## JAPAN KART RACE MEETING INTERNATIONAL START CARCOMPO FINISH

by National

世界のトップカーターがコンマ1秒を競う、地上4cmのデッドヒート。



公式練習 / タイムトライアル / 予選ヒート

# 9/28・29・30 10/1 決勝 SUNDAY



- 主催/仙台放送・SLカートクラブ
- 会場/スポーツランド菅生  
宮城県柴田郡村田町菅生 TEL.(022483)3111
- 入場料/前売券1,200円  
当日券1,800円  
公式練習・タイムトライアル・予選ヒートは800円

●前売券は 仙台放送・JAF  
ヤマハ・販売店・プレイガイド(仙台)  
スポーツランド菅生で好評発売中

●協賛

**CARCOMPO**  
by National  
国産下通協工業株式会社

**DUNLOP**  
DUNLOP 日本ダンロップ

**Kayome**  
カヨメ株式会社

**YAMAHA**  
ヤマハ発動機株式会社

●協力

Hong Kong discovery airline  
**CATHAY PACIFIC**  
The Swiss Group  
キャセイパシフィック航空

1964年(昭和39年)6月発売 **YDS3**



●全長1975mm ●全幅780mm ●全高1050mm ●軸間距離1295mm ●車重159kg ●最高速度147km/h ●空冷2サイクル2気筒・246cc ●ボア×ストローク56×50mm ●圧縮比7.5 ●最大出力24PS/7500rpm ●リターン式5段変速 ●懸架方式(前)テレスコピック(後)スイングアーム ●タイヤ寸法(前)2.75-18(後)3.00-18

1964年、それはヤマハが「世界選手権ロードレースGP250ccクラスで、2サイクルエンジンレーサーとしては史上初のメーカー選手権を獲得」という輝かしい記録をうち立てた年であった。そして、この高まるスポーツブームの中で、この年の6月に登場したのが「ヤマハスポーツYDS3」である。59年に日本で最初の本格的スポーツ車としてデビューした「YDS1」は、その高性能、高品質によって、またたく間に「スポーツ車のヤマハ」を世に定着させていったが、62年には出力を20馬力から23馬力にアップした「YDS2」にモデルチェンジ。

そしてこの「YDS2」をベースに、ツリーリングモデル「YDT1」、さらに日本で最初の本格的なロードレースであった「第1回全日本選手権ロードレース大会(スズカ)で圧倒的な強さを示した市販レーサー「TD1」が生み出されていった。こうして64年、「YDS2」にヤマハが世界に先がけて開発、実用化した分離給油式自動潤滑装置・ヤマハオートループを採用して登場したのが「YDS3」であった。

YDS1以来続いたスタイリングも、側面にオイルタンクが付き、エアクリナーもその陰にかくれてエンジンまわりのイメージを一新。また性能面でも、7500回転毎分回転で24馬力と、じつにリッター当たり96馬力にも相当するハイパワーを誇り、国産車では唯一の5段ミッションとあいまって、いよいよそのスポーツ車としての高性能、高品質をきわだたせていたものである。

発売に先がけてアメリカのフリーウエーで連続高耐久テストも行なわれ「高速車」としての操縦性、安定性、耐久性そして総合的な乗り心地のよさが、海外でも大きな話題を呼んだ。折りしも名神高速道路が全通、日本にもハイウェイ時代が幕開いた年でもあった。

### アルバム拝見・ひとこと拝聴

神奈川県鎌倉市小町2-2-23・南山本商会 **山本俊彦氏**

「エスサン(YDS3)は、YDS1、S2と続いた「スポーツ車のヤマハ」のイメージを確立した車でしたね。外観的なスポーツ車らしさ、精悍さがあって、走りに徹した性能、つまり加速のスゴさが、なんといってもよかった。当時のスポーツバイクユーザーというのは、今の若者とはまた異なったプライドを持った人が多かったようですが、そんな人たちに、S3のかいハブ、ツインキャブ、2サイクル独得の吸気音は、ひとつの憧れだったんじゃないでしょうか。」

私も学校を卒業して店の手伝いをしながら、当時盛んになりつつあったモトクロスに、ロードレースに出場したのですが、野口種晴さんのチーム、スポーツライダーズの一員として初めてS3に乗った時に、朝霧高原の全日本で2位に入り今でも一番の思い出になっています。他銘柄からヤマハ専売に変わったのは私の代になって

から『お前の好きなバイクを扱え』と父にいわれたからですが、先輩、友人からお客さままでいい人にめぐりあえてよかった。ヤマハに乗っていてよかった、と思っています」



↑モトクロスに、ロードレースにも大活躍したYDS3。ご商売に、レースに、S3とともに活躍した山本社長。(フィスコで)

●早くからスポーツ活動を中心にイメージアップを計ってきた山本商会さん「いまようやくヤマハ＝山本商会となってそれが実りつつあります」とスポーツ車販売に拍車がかかる。支店の店頭で左から2人目が山本俊彦社長、4人目が弟の次彦さん。





# 400 CAST WHEEL

YAMAHA GX400SP



キャストホイール車の直進性の実感は、  
写真では伝えられない。

しかし、GX400SPは語る。

よく「このバイクは直進性がいいバイクだ」  
なんていいます。いわゆる「直進性がいい」  
というのは、路面に対するホイールの追従  
性がよく、走行安定性が高いということ  
を評価した結果なのでしょうか。しかし、写真  
とか言葉で伝えられるものではありません。  
GX400SPの直進性の良さというのが何  
を意味するのか。実際に走らせてみると理  
解できると思います。

GX400SPのホイールは一体成型でつく

られています。一体成型ということは、手作  
業によるハブ、リム、スポークの組み立て作  
業はなく、機械加工で高精度。ということは、  
直進性をはじめとする各種の走行パターン  
で走行安定性が高いということかえます。  
一体成型でつくられたキャストホイールをも  
つGX400SPには、4つの大きなメリットが  
あります。走行性能が高い。メンテナンスフ  
リーである。強度バランスがとれる。デザイ  
ン性が高い。これがキャストホイール装着車  
であるGX400SPらしいところなんです。

YAMAHA・GX400SPは、これからの時  
代のこれからのバイク。斬新なデザイン感覚  
と磨きあげられたエンジニアリングに、いま  
一体成型のキャストホイールを得て、より完  
成度の高いオンロードバイクが誕生しました。

#### YAMAHA GX400SP

- 標準現金価格—¥330,000円
- 4サイクル・OHC・2気筒・391cc
- 最高出力—37ps/8800rpm
- 最大トルク—3.2kg-m/8000rpm
- リターン式6段
- ボディカラー/スターブルーメタリック、マコマルーン



# YAMAHA

ヤマハ発動機株式会社 〒438 静岡県磐田市新貝2500 TEL.05383  
(2)1111資料ご希望の方は資料名・住所・氏名・年令・職業・ご覧になった  
雑誌名をご記入の上、郵便切手150円を添えてPR課までお送り下さい。

マナーを守ってさわやかバイク



## 広告活動ご紹介

「キャストホイール車の直進性の実感は、写真では伝えられない」——これは、9月1日発売の二輪専門誌に掲載した『GX400SP』の広告です。高精度、すぐれた強度・バランス、メンテナンスフリーなどキャストホイールのメリットをシリーズで訴求してきたこれまでのシリーズ広告の後を受けて、ヤマハキャストホイール車それぞれの個性を、強力に印象づけていきます。