

ポムス奮闘記2

進化するイメージ

急展開

「コンピューターを使ってイメージをつくればいい。」その発想は事態を急展開させました。

通常、こうしたプログラムの開発には膨大な費用と時間がかかります。更に、一個一個仕様の違うオリジナル・ヘルメットのための生産体制づくりはもっと大変なことでした。

ところがアライは不思議な会社です。問題が大きければ大きいほど、それを乗り越えることに無常の喜びを感じてしまうのです。ですから、業界の常識をくつがえして、わずか一年たらずの間に実用的なオーダー・プログラムとポムスのた

めの生産体制をつくってしまったのです。コンピューターのメーカーがポムスのために独自の高性能マシンを開発してくれたのも大いに役立ちました。過激なスタート

ポムスが実験的に営業開始したのは85年の8月です。全国でわずか5店でした。目立つ広告と世界初のシステムという話題性も手伝って、順調というより過激なスタートになりました。大阪のあるお店では、ついにポムスを二時間半も独占したお客さんも現れました。一日中、小学生の団に占領されて、泣くに泣けないお店もありました。またどう見てもライダーとは思えない背広姿のおじさん達は、後になってコンピューター業界の人達と判りました。そして何よりもポムスというシステム自体を信じないお客さんが多くて、このため店側では「ウソじやありません。本当にこれで注文できるんですから。」といった前代未聞の説明をしなければなりませんでした。

明らかに自立する方法

それだけにポムス初期のお客さんは、大変元気でした。その代表的な例は、どんなバイクでも合うように、全てのメーカー・カラーを組み合わせてしまうというもので、これは自立しました。また、定番製品には絶対にならない色、例えばライムグリーンとピンク、そしてイエローとこの組み合わせなどは、感性がどうのこのうのというレベルを粉砕するのに充分なパワーをもっていました。一方、ポムスでつくったヘルメットと定番の市販製品とはどこが違うのか、という質問が多かったのもこの頃です。実はポムスも市販

製品も全く同じものです。完成度において差はありません。強いて言えば、クリアー仕上げされた完成品のサイドにPOMSの文字が入ることです。むしろポムスの魅力は、自分で好きなようにデザインやカラー、パーツを組み合わせ、世界中でたったひとつの仕様ヘルメットをメーカーにつくらせることにあるのです。最近のしぶい傾向

87年4月現在、ポムス店は全国で60店以上。ポムスの内容も格段に進化しているため、お客さんもじっくり個性を述べられるようになりました。そのせいか初期のバワフルなデザインと比べて最近の傾向としては、例えば有名選手のレフリカで色だけ変えるものと、逆にポムスだけのオリジナルデザインを使って、地味な色あいと一色だけ自分が好きな明るいカラーを組み合わせる、といったものがよく自立するための代表的な手法になって

いるようです。もつとマニアックな人になると、見た目は定番製品と同じデザイン、同じ色なのですが、よく見ると色の位置が違っているのです。全体としては冬場は黒がグレイ系、春にかけては白をベースカラーにする仕様が多いようです。また、必ずしもマシンカラーにこだわらないのも最近のポムスユーザーの強さです。

量産品があふれている中で今、ポムスユーザーは確実に増え続けています。もちろん完全に同じ仕様はありません。それでも2億5000万以上の組み合わせから見ればほんの一部に過ぎません。しかもポムス自身も進化しているため、可能性はどんどん広がっています。

これからどんな個性が、どんなバワフルな仕様が出てくるのかアライもドキドキしながら待っているのです。

