

LBX

LEXUS、新型「LBX」をワールドプレミア

—Chief Branding Officer Simon Humphries、Lexus International 渡辺 剛 President によるプレゼンテーション—



<登壇者>

Chief Branding Officer Simon Humphries(サイモン・ハンフリーズ)

Lexus International 渡辺 剛 President

<内容>

プレゼンテーション

Chief Branding Officer Simon Humphries(サイモン・ハンフリーズ)

皆さんこんにちは。今日皆さんとご一緒できたことをとても嬉しく思います。

LBX の魅力をお伝えするために、LEXUS ブランドの原点に立ち返り、私たちが何を目指し、そして私たちが今後どのような道を歩んでいくのかについてお話ししたいと思います。

<LEXUS の歩み>

LEXUSの創業以来、一貫して変わらないアイデンティティ、それは高級車の概念を超えて、常に革新に挑戦し続けることです。1989年にデビューした初代LSは、斬新な発想で自動車業界に驚きを与えました。

それは、製品として従来の高級車の概念へ挑戦するものであっただけでなく、お客様にラグジュアリーなオーナー体験をご提供するという点でも、まさにパイオニアのような存在でした。

1998年、LEXUSは現在最も人気のある高級車のカテゴリーの一つである、ラグジュアリークロスオーバーを発表し、高級車の概念を超えることに挑戦しました。

このセグメントは、RXより以前には存在していませんでした。

2005年、RXはハイブリッドが上質で快適な高級車となりうることを証明しました。これもまた、私たちが今日あたり前のように感じていることです。

しかし、現会長の豊田章男が社長に就任して以来、パフォーマンスとラグジュアリーの双方を両立させることを次の大きな挑戦として掲げました。

そうして誕生した伝説のLFAは、LEXUSの全てのモデルに共通するLEXUSならではの乗り味「Lexus Driving Signature」を生み出す秘伝のタレとなりました。

その想いを継承されていることを現社長の佐藤が開発指揮をとったLCが、パフォーマンスと美しさを両立させたモデルであることからわかりいただけるのではないのでしょうか。

今年の初めにRZを発表した時、BEVによってLEXUSは、よりダイナミックで洗練された新しい時代へと進化するとお伝えしました。

そして4月、私たちはラグジュアリーな空間でお客様に新たな体験を提供するショーファーカーのフラッグシップ、LMを発表しました。

LEXUSは、未来の「モビリティ時代」に向けて、カーボンニュートラル社会の実現に向けた電動化や知能化、そしてお客様が望むライフスタイルを実現するための新しいソリューションのご提供を通じてトヨタをリードしていきます。

10月に開催されるジャパンモビリティショーでは、全く新しいBEVアーキテクチャーを採用した2つのコンセプトモデルを皆さんにご紹介したいと考えています。

では、これらの製品を結びつけているものは何でしょうか？

LEXUSは、日本ならではの発想に基づいた、モノづくりの哲学やマインドセットを継承しブランドが成り立っています。私たちのブランドDNAは、従来のステータスの概念に縛られることなく、世界中のお客様のライフスタイルの変化を予測し、常に変革に挑戦し続けます。

洗練とは伝統に縛られないこと、過去にとらわれては成功できないということを、私たちは知っています。

そしてもっとも本日お伝えしたいのは、ラグジュアリーそのものは、サイズやフォーマットにとらわれないということです。

<新型LBXの誕生ストーリー>

では、LBXはどのように位置づけられるのでしょうか？

すべては会長である豊田章男のスニーカーから始まりました。

彼はファッションの世界で見られるような、ラグジュアリーのエッセンスを超えるようなクルマをつくることのできないか、と我々に投げかけました。

LMが仕立ての良いビジネススーツ、LFAが上質なレーシングスーツだとしたら、週末に買い物に行くときのカジュアルな装いに相応しい服装に対するLEXUSの答えとは、どのようなものなのか。

ドレスアップする機会が多ければ多いほど、ドレスダウンしたときの開放感が増します。しかし、それは品質やディテールへのこだわりを犠牲にすることではないはずだと彼は言いました。

この“essential luxury”飾りがなく削ぎ落とされたラグジュアリーという考え方は、矛盾しているように聞こえるかもしれませんが、このシンプルな充足感こそが、ラグジュアリーの本質のひとつなのです。

だれもが共感する考え方ではないかもしれませんが、それで良いのです。この考えを十分に理解してくれる人はきっといるはずですよ。

そこで、LBXは再び革新に挑戦し、妥協のないLEXUSの価値を、これまでに最も小さく・最もカジュアルなクルマで実現することを目指しました。

では皆さん、新型LEXUSLBXをどうぞご覧ください！

<新型 LBX について>

いかがでしょうか？いまご覧いただいているこのクルマは、2つの新しいアプローチから生まれました。

まず1つ目は、幅広いスタンスを持ちながらも小さなクルマを作ること。

つまり、クルマのダイナミックな存在感を忠実に表現したプロポーションを実現。それがこの革新的なデザインには欠かせないのです。

大径タイヤ、広いトレッド、ボディとキャビンの比率すべてが、このクルマにサイズのヒエラルキーを超えた存在感を与えるために計算されています。

しかし、それはエクステリアだけにとどまりません。インテリアのレイアウトやシンプルさは、ドライビングエクスペリエンスを向上させるとともに、お客さまの好みに合わせたキャンパスのような、まさにお客様が素の自分に戻る空間をご提供します。

今日こうやって説明していると簡単そうに聞こえるかもしれませんが決してそうではありませんでした。

実を言うと私たちが最初に LBX のデザイン提案を行った際の試作車は、大失敗に終わりました。

そして、それを見ているうちに私たちは気づきました。私たちは、小さなクルマは小さなクルマのプロポーションで作らなければいけないという概念に囚われていたのだ、と。

心の中ではもっと挑戦しなければいけないとわかっていたのですが、知らないうちに従来のやり方やさまざまな制約に固執していたことに気づかされました。

そこで、既存のプラットフォームの制約を忘れて、もともと目指していたデザインで新しい試作車を制作しました。

当時 LEXUS の President であった佐藤に修正したスケッチを見てもらったところ、「このコンセプトに忠実な LBX を作りたいのなら、根本的なエンジニアリングを変えなければならない」と言われました。

それから革新に挑戦するために必要なサポートをしてもらったことは、言うまでもありません。

開発チームがどのようにこれらの課題に取り組んだかは、後ほど渡辺からご説明します。

そして2つ目は、このクラスのクルマにありがちなグレードに対するアプローチを超え、ステッチなど細部に至るまでお客さまご自身が自由に選べるという体験をご提供することでした。

従来のラグジュアリーな在り方は、「最高級品」から「エントリー」まで、階層的に分かれていることが一般的でした。しかし LEXUS はそれとは対照的に、お客様のご期待に寄り添うブランドとして、お客様がどのようなクルマのサイズやタイプを選んだとしても、一貫して LEXUS の哲学と体験を提供します。

LBX のデザインをお選び頂くアプローチは、幅広い層のお客様にご満足いただけると考えています。

その中には流行に敏感な若者から、ラグジュアリーを知り尽くした成功者までいらっしゃるでしょう。でも重要なことは LBX は性別や年齢、職業といった属性ではなく、お乗り頂くお客様の価値観やライフスタイルを重視しているということです。

現在、LEXUS は世界でおおよそ 100 ほどの国と地域で展開されていますが、近年、お客様のニーズの多様化が加速しています。

私たちのブランドのタグラインは「Experience Amazing」ですが、本当は「Experience YOUR Amazing」と言うべきかもしれません。

では、このコンセプトをどのように実現したのか、渡辺よりご説明いたします。

彼は素晴らしい仕事をしてくれました。最近、プロトタイプに試乗したのですが、率直に言って私たちが目指していた、楽しくて、LEXUS らしさを持ったものでした。

まさに、日常を素晴らしいものに変える LEXUS そのものです。

Lexus International 渡辺 剛 President

皆さんこんにちは。今年の3月にLEXUSのPresidentに就任した渡辺です。

佐藤と同様に私もクルマづくりが大好きな、根っからのエンジニアです。

サイモンがLBXのコンパクトなパッケージの中に、どのように素晴らしい体験を詰め込んだかを話してくれました。

ここに至るまでには開発側とデザイン側での長い議論がありました。

<新型LBXにおけるクルマづくり>

どのようにしてLBXのデザインやドライビングエクスペリエンスを実現することができたのか説明させてください。

私たちは、BセグメントのGA-Bプラットフォームからスタートしました。LBXを真のLEXUSとし、Lexus Driving Signatureを実現するために、私たちは多くの改良を行いました。

Lexus Driving Signatureは魅力的で洗練された自然なドライブフィールを目指しています。そしてそのためにはまずクルマの基本性能、素性の良さが不可欠でした。

大径タイヤとワイドなトレッドにより、力強いスタンスを実現しています。またボディ剛性の向上、ステアリングコラムの強化、床下ブレースの追加など、あらゆる工夫を施しました。

またフロントサスペンションのジオメトリの刷新やパワートレインの調整によって、リニアな走りを実現しています。

これにより、ダイレクトなドライブフィールと、高速走行時やコーナリング時の安定性を感じることができます。

細部に至るまでこだわり、プロのレーシングドライバーに開発に参加してもらい、下山の開発拠点で、繰り返しLBXをテストしてもらいました。

レーシングドライバーでも週末に楽しめるようなクルマを私たちは作りたかったのです。そうして少しずつ、エンジニアリングに磨きをかけていきました。

インテリアでは、まずドライビングポジションからスタートし、シートポジションを可能な限り低くしました。また、ステアリングの位置やペダルの角度なども細かく検討し、クルマとの一体感を感じられるようにしました。

マスタードライバーである豊田会長と、開発の節目のたびに議論を繰り返しました。

その結果、安心して運転できるクルマに仕上げることができました。ワインディングロードでは、LBXはクロスオーバーというより、軽快なハッチバックのように感じられます。

私たちはお気に入りの靴を履くときの気持ちのように、いつまでも走っていたくなるような、楽しいクルマを目指しました。

LEXUSですから、もちろん快適性や静粛性、洗練さにも多くの時間を費やし、こだわりました。

「Lexus Driving Signature」へのこだわりは、LBXのようなハイブリッド車からRZのような電気自動車まで、LEXUSの全モデルに共通しています。

LEXUSは、完全な電気自動車のブランドへと歩みを進めており、スムーズに移行していくでしょう。

みなさんに未来のバッテリーEVアーキテクチャーを垣間見ていただきましたが、これは、製品だけでなく、生産プロセスにも革命をもたらすはずです。

<これからのLEXUS>

秋に、より多くのことをみなさんにお伝えできることを楽しみにしています。また電動化のみならず、さまざまな革新的な技術で、お客様にラグジュアリーな体験をご提供し続けてまいります。

例えば新型GXは、ラグジュアリーを「どこまで」実現できるかの限界に挑戦します。

私たちは、多様なお客様のご期待にお応えすべく、どのLEXUSモデルにも独自の個性があり、どのモデルもお客様に合せたラグジュアリーな価値をご提供することを目指しています。

私はLEXUSの将来にとっていちばん大切なことはなにかと聞かれます。その答えはとてもシンプルで、どんなモデルでも、どんなパワートレインでも「お客様を笑顔にすること」です。

ありがとうございました。

以上