

もっといいクルマづくりの
目指すもの



保守本流のイメージを覆したクラウン

2009年6月の社長就任以来、豊田章男トヨタ自動車社長がひたすら訴えてきた、「もつ」というクルマをつくらうという言葉。その背景には、こいつトヨタ車の製品力をさらに高めなよ、という激化する競争に勝てないという危機感がある。事業が地球規模で広がる中国内勢はもちろんのこと、ドイツの高級車メーカーや韓国勢など手こわい相手と競う場面も増えてきた。トヨタの目指す「もつ」というクルマの将来像を探る。

印象に残るデザイン

強さ・意外性・エモーションナル

「いいクルマの条件は、なんといつてもかっこいいクルマだ。12月4月に開いた記者発表会で、内山田竹志副社長（現会長）はそう強調した。かつ、いいクルマとはどのようなクルマか、人によって感覚は違ひ、これといった正解はないようにも見える。だがトヨタはみずからの組織に手を入れ、かつ、いいクルマを世に送り出し、やすくなる体制を整えてきた。

そのキーマンが、デザイン本部長を務める福市得雄専務役員。関東自動車工業（現トヨタ自動車東日本）に執行役員として転籍していたが、11年1月にトヨタのデザイン本部長に就任。デザイン改革の陣頭指揮を執ることになった。

福市専務役員は目指すデザインのあり方についてこう話す。「強さという外性を併せ持つエッジショナルなデザインで、今のトヨタの潮流を変えていく」。時に賛否両論があったとしても、見る者の印象に残るデザインを目指すことで、万人受けする無難なデザインだが、個性や特徴に乏しい」といふこれまでのトヨタ車のイメージを打ち破るものとしている。

福市デザイン本部長の就任を機に、デザインの決定プロセスも変わった。従来は、時に1000人を超す社内の意見を集めてデザインを評価していた。それが「レクサス車では4人程度が決定に携わっているだけになった」（内山田会長）。個性的なデザインの提案が生き残るよう、多様な意見を排してそのクルマならではの特徴を出す工夫をしている。

そうした力を持ったデザインのコルマが、徐々に世に始まった。代表格としては12年12月に全面改良した大型セダン「クラウン」だ。「ロイヤル」「アスリート」とともに、前面のグリルが大きく、車両の下までつながったデザイン。セダンの「保

守本流ともいえるこれまでのイメージを大きく覆した。

トヨタの挑戦する姿勢が伝わったこともあり、目を集めそつだ。

クラウンの販売は好調「もつとかついいクルマ」を追い求めるデザイン改革は、これからもう



「かつこいい車」にもハンドルの角度やペダルの位置なども標準化できるため、さまざまな部品の標準化につなげられる。

のがTNGAだ」と説明している。いわば「ヨタのモ」といいうクルマづくりの指針であり、大原則がTNGAという位置づけだ。

一方で、駆動性能を飛躍的に向上させること、

具体的にはどういう取り組みを進めているのか。まずはさまざまなクルマをいくつかのジャンルにグループ分けし、自動車全体の設計に影響を及ぼす重要な要素をあらかじり規定する。その際に、他社と比べて製品力を飛躍的に高められるアーキテクトチャー（設計思想）を織り込む。それを基本として個々の車種の仕様を固めいき、部品は極力標準化したものを使う。

TNGAは、15年に発売するハイブリッド車（HV）、プリウス[®]の次期モデルが導入される。さらには小型車「ヴェイツ」系、「カローラ」系、中型車「カムリ」系の3つの主要な前輪駆動（FF）車の車台（プラットフォーム）を導入する。TNGA導入によるコスト削減効果は、10%～20%と高いといわれている。なかでも「内田山田会長」が「コナミ創業以来重視しているが、なによりも高い製品力が実現できるといふ期待が大き

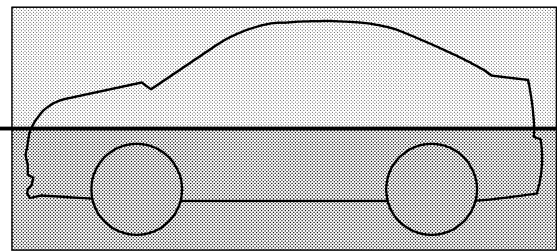
豊田社長は「NGAについて、「トヨタ全体の仕事の進め方を抜本的に見直す活動。もっといい車を追い続ける、終わりのない航海」の海図になる。これにより車室内の部品の取り付け位置が標準化できる。例えばエアバッグであれば従来50種類以上あったものを10種類以下に削減できる。ほか

新しい海図「TINGA」

設計改革により製品力向上

「もっといいクルマ」を実現するため、デザインと並んで進めている重要な改革が、「トヨタ・ニュー・グローバル・アーキテクチャー」（TNGA）だ。TNGAを一言で表すならば「設計改革」により、製品力の向上と部品の共通化、原価低減を同時に実現する取り組み」だ。

地域最適化・差別化
顧客の嗜好に合わせる部分



基本部分 共用化
アーキテクチャによる全体最適

トヨタはTNGAで、車を共通開発する部分と個別開発する部分とに分ける

地域対応	中国
	北米
	中南米
	欧州
	東南アジア
	日本
基本部分	プラットフォーム
	ユニット
	・
	・

トヨタの考える「もっといい車」の要件は、車のジャンルごとに異なる

	Aゾーン	Bゾーン	Cゾーン	Dゾーン
ボリューム	中	大	中	小
ジャンル	スポーツカーなど	量販車、 一般向け車種	社会貢献車、 商用車	環境車など 次世代車
車種例	レクサスLFA、 86など	カムリ、カローラ、 ウィッツなど	ハイエース、 プロボックスなど	初代プリウス、 iQ-EVなど
顧客への 意義	個性的デザイン わくわく 走り 感性、官能	普遍的デザイン 基本的性能 使いやすさ 価格、経済性	耐久性 使いやすさ 価格、経済性	新コンセプト 新技術の提供 環境、エネルギー 対応
共通項目	品質、安全、環境性能			
トヨタへの 意義	企業、ブランド イメージ向上 技術力向上 社員の モチベーション向上	量販、収益 販売ネットワーク と工場稼働の維持	バリューチェーン 社会的責任	市場開拓 将来に向けた 普及の準備



今日も、クルマが、走っている。
地球の果てまで、クルマが、走っている。

もう、これ以上、自然を汚してはならない。もう、この惑星を傷つけてはならない。

クルマが、地球とともに生きてゆくために。そこには、デンソーの環境テクノロジー。

たとえば、ハイブリッド技術や、エンジンの効率アップ。

バイオなど、クリーンエネルギーの開発。地球がずっと、つづくために。

この惑^ホ星^シを、技術で守りたい。

クルマがずっと愛されるために
DENSO
www.denso.co.jp

www.denso.co.ir

自然と暮らしにつながる、
モノづくり。



街や暮らしの、多彩なシーンに息づく技術。
ページをめくると、豊田自動織機がそこに。

豊田自動織機
TOYOTA INDUSTRIES

www.toyota-shokki.co.jp