

THE LEXUS REVOLUTION: 30 YEARS OF AMAZING



REWOLUCJA KONSTRUKCYJNA: JAK TOYOTA ZROBIŁA "NAJLEPSZY SAMOCHÓD NA ŚWIECIE"

W 1983 roku prezydent koncernu Toyota, Eiji Toyoda, rzucił swym współpracownikom wyzwanie, by marka stworzyła „samochód lepszy od najlepszych na świecie”. Była to niezwykła ambicja i wielu największych graczy w świecie motoryzacji potraktowało ten pomysł jako fantazję. W końcu jak koncern bez jakichkolwiek doświadczeń na międzynarodowym rynku aut luksusowych mógł mieć choćby nadzieję nawet na dorównanie – a cóż dopiero wyprzedzenie – liderów w branży? W Toyocie również nie brakowało ludzi, którzy określali ten plan jako nierealny i niewykonalny.

Wątpiącym pokazano, że się mylą. Dzięki inspiracji i pełnemu poświęceniu ludzi stojących za projektem „Circle F” (F jak „Flagship”, samochód flagowy) narodził się Lexus LS 400. Samochód, który historia motoryzacji identyfikuje dziś jako kamień milowy, rewolucyjny pojazd, który przeddefiniował luksus w motoryzacji.

USTALANIE CELÓW

Circle F był ściśle tajnym projektem, w którego realizację zaangażowanych było przeszło 4000 ludzi. Cele, jakie przed nimi postawiono, nie miały precedensu: prędkość maksymalna 250 km/h, ale zużycie paliwa najwyżej 10,5 l/100 km; współczynnik oporu aerodynamicznego najwyżej 0,29 i poziom hałasu w kabinie nie wyższy niż 58 dB podczas jazdy z prędkością 100 km/h.

LS miał być szybszy, cichszy, bardziej aerodynamiczny i oszczędny od wszystkich niemieckich rywali. Każdy z tych celów z osobna był bardzo ambitny; osiągnięcie ich wszystkich naraz w jednym aucie wydawało się niemożliwością.

Realizacja tych celów była tym trudniejsza, że Toyota nigdy przedtem nie konstruowała czegoś podobnego do LS-a. Była mistrzem rynku masowych modeli użytkowanych przez miliony ludzi na całym świecie, więc wchodziła na kompletnie nieznaną terytorium. Na szczęście ludzie zaangażowani w ten projekt nie odczuwali przytłoczenia skalą zadania, a podniecenie na myśl o sprostaniu wyzwaniu.

Nieustające dążenie do perfekcji – motto, które miało później definiować Lexusa – właśnie się rozpoczęło.

GŁÓWNY INŻYNIER ICHIRO SUZUKI: ŻADNYCH KOMPROMISÓW!

Prawdziwym motorem projektu LS 400 był główny inżynier Ichiro Suzuki, człowiek, który nie znał kompromisów – nawet gdy członkowie jego potężnego, liczącego 1400 osób zespołu konstrukcyjnego powtarzali mu, że nie da się zrobić tego, co sobie postanowił.

Plany inżyniera Suzuki były tak ambitne, że Akira Takahashi – dyrektor ds. projektowania produktu w Toyocie – powiedział mu, że zwariował i początkowo odmówił zaangażowania się w proces.

Takahashi wyjaśnił, że nawet jeżeli koncern ma najlepsze na świecie wyposażenie produkcyjne, to i tak jest to wciąż zbyt mało, by zrealizować wizje Suzukiego. Na przykład – poza modelem Supra, żadna Toyota nie mogła rozpędzić się powyżej 175 km/h. Ale Suzuki odmówił opuszczenia biura swego kolegi, póki ten nie zgodził się na zrobienie przynajmniej jednego silnika.

„Nie mogłem iść na kompromis” – powiedział. – „Gdybym się zgodził opuścić poprzeczkę, wyszedłby z tego przeciętny samochód”.

KORZENIE FILOZOFII LEXUSA – „YET” („a mimo to”)

Ichiro Suzuki uważał, że komfort i osiągi mogą, a właściwie muszą współistnieć w jednym i tym samym pojeździe – samochodzie, który koi zmysły, a mimo to zachęca do energicznej jazdy. Ta zdolność do godzenia przeciwieństw i przetwarzania ich we wspaniałe rezultaty to jedna z najważniejszych wartości w Lexusie – a znana jest jako filozofia YET (a mimo to).

Oto jak koncepcja YET wpłynęła na najważniejsze cechy modelu LS 400:

- Wspaniałe prowadzenie przy wysokich prędkościach, **a mimo to** wysoki komfort podróży
- Szybki, **a mimo to** oszczędny
- Bardzo cichy, **a mimo to** lekki
- Design elegancki, **a mimo to** opływowy
- Kabina o ciepłym, otulającym charakterze, **a mimo to** o wysokiej funkcjonalności
- Znajdź przyczynę, usuń problem

Główny inżynier Ichiro Suzuki wiedział, że realizacja ustawionych tak wysoko celów dla realizacji modelu LS wymaga kompletnego odejścia od ustalonych norm konstrukcyjnych Toyoty i poinstruował swój zespół, by dokonał całkowicie nowej oceny wszystkiego, co mogłoby ograniczyć osiągi samochodu przez cofnięcie się do źródeł – taki proces jest znany w Japonii pod nazwą genryu-shugi.

Z bezgranicznym poświęceniem zespół poszukiwał sposobów, by rozwiązać każdy możliwy problem. Na przykład mnóstwo czasu spędzono na próbach identyfikacji źródła jednego szczególnego dźwięku dochodzącego z układu jezdnego. Ostatecznie wytropiono nieregularność w kształtce półosi, która wywoływała wibracje i podwyższony hałas w miarę wzrostu prędkości obrotowej półosi. Zamiast więc zastosować techniki przeciwdziałające temu, inżynierowie zajęli się samym źródłem problemu – zgodnie z zasadą genryu-shugi – wykonali półoś z innej, wysokowytrzymałej stali.

ODKRYWANIE ZNACZENIA LUKSUSU

Kiedy projekt Circle F był w fazie organizacyjnej, Toyota miała już w swojej japońskiej ofercie luksusowy samochód, model Century. Jednak od początku było wiadomo, że nie jest to typ auta, który mógłby konkurować na globalnym rynku.

Zespół pracujący nad projektem musiał się dowiedzieć, co dla międzynarodowej klienteli oznacza luksus. Czego szukają w samochodzie klasy premium i w jaki sposób się wpisuje w on ich styl życia. Rozmawiając z grupami focusowymi, badając styl życia ich potencjalnych

klientów oraz analizując rynek, zdołali zidentyfikować kluczowe cechy potrzebne do osiągnięcia sukcesu. To, czego się dowiedzieli, zdumiało ich.

Ich badania ujawniły, że najwyższym priorytetem dla amerykańskich klientów był prestiż. Osiągi były dopiero na czwartym miejscu listy najważniejszych zalet auta. Zanosilo się na twardą walkę o prymat przeciwko ustabilizowanym graczom rynkowym.

SZTUKA WYWAŻENIA

LS wymagał zarówno nowej platformy, jak i nowego silnika. Wyposażono go w 4.0-litrowy, czterowalkowy silnik V8 o w pełni aluminiowej budowie, który rozwijał moc 241 KM. Jak w przypadku wszystkich aspektów tego samochodu, także silnik potraktowano z benedyktyńską cierpliwością i przebadano na wszelkie sposoby, by upewnić się, że dokładnie odpowiada wymaganiom. W tym celu stworzono aż 973 prototypy jednostki napędowej.

Silnik był pod każdym względem tak doskonały, jak chciał tego Suzuki – osiągnął jakość, którą zaprezentowano w pierwszej telewizyjnej reklamie Lexusa, w sławnym filmie „The Art of Balance”. Na masce silnika nowego Lexusa LS zbudowano piramidę z kieliszków do szampana. W samochodzie został uruchomiony silnik, po czym rozpędzono go na rolkach do 240 km/h. Napętnione szampanem kieliszki ani drgnęły i nie wylała się ani kropla szampana.

PROSTE, CZYSTE, INTELIGENTNE

Piękno tkwi w oku obserwatora, ale LS nie mógł sobie pozwolić na ryzyko odrzucenia przez potencjalnych klientów jako zbyt radykalny lub zbyt nudny. Oznaczało to konieczność dopasowania stylu do znajomych, prostokątnych kształtów luksusowych modeli panujących na rynku, ale tylko do pewnego stopnia – by zarazem przełamać konwencje i zaskoczyć smukłością, aerodynamiką, która stanowiła klucz zarówno do oszczędności, jak i jakości prowadzenia.

Przeprowadzono dziesiątki prób w tunelu aerodynamicznym z samochodami wyposażonymi w kabinowe mikrofony, by wyłapać nawet najmniejsze hałasy opływowe. Dążenie do doskonałości przejawiało się w zbudowaniu w ciągu 16 miesięcy aż 14 pełnowymiarowych modeli – większość nowych samochodów powstaje po 6 prototypach.

„Proste, czyste, inteligentne” było mottem dla stylistów, dzięki czemu LS otrzymał formę nawiązującą do europejskich szlachetnych konstrukcji, ale w połączeniu ze smukłością japońskich modeli. Ostateczny design zaakceptowano w maju 1987 roku.

PRECYZJA WNĘTRZA

Do wyposażenia kabiny podchodzono wręcz rygorystycznie. Detale były tworzone z finezją przez rzemieślników-artystów, pieczołowicie podchodzono do wyboru skór na tapicerkę i drewna do inkrustacji (brano pod uwagę aż 24 gatunki!). Proces ten nie polegał tylko na implementacji tego, czego klienci oczekują po luksusowym samochodzie – to było także wdrażanie innowacji. Na przykład projektując zestaw zegarów, designer Michikazu Masu nie poddał się nowoczesnej modzie na cyfrowe wskaźniki, w zamian proponując przepiękne zegary analogowe, przy czym każda ze wskazówek była oddzielną fluorescencyjną rurką, miniaturowym „mieczem świetlnym”, który jarzył się przed tłem pozostałych elementów zegarów.

4,4 MILIONA KILOMETRÓW TESTOWYCH

Nowy LS musiał dowieść, że dotrzyma obietnic złożonych przez jego twórców – nie tylko świetnie zaprojektowany i wykonany samochód, ale w rzeczywistych warunkach drogowych. Czas było wysłać go na tor testowy Toyoty – 26-kilometrową pętlę Shibetsu. Dokładność testów była oszałamiająca: zbudowano 450 samochodów, które pokonały łącznie 4,4 mln km. Tor zapewniał dostęp do każdego rodzaju nawierzchni, na jaki w rzeczywistym świecie może natrafić samochód, od dziurawych dróg wiejskich po idealnie gładki asfalt autostrady.

Trwało to długo, ale cele zrealizowano: Projekt Circle F dowiódł, że niemożliwe można urzeczywistnić.

NAZWA I PREMIERA

Po podjęciu decyzji o stworzeniu nowej marki dla modelu LS, zaplanowano premierę na Salonie Samochodowym w Detroit 1989. Wybrano nazwę Lexus i tak oto Lexus LS 400 został przedstawiony publicznie – i entuzjastycznie powitany. Pozytywna reakcja mediów branżowych i ekspertów to nie wszystko: samochód zachwycił klientów, a sprzedaż przewyższyła ambitne plany. LS 400 szybko stał się najpopularniejszym importowanym autem luksusowym w USA. Rewolucja nadeszła.