

Case

トヨタ自動車株式会社 | Toyota Motor Corporation

技術者の志を具現化し、世に問いかける

新コンセプトシート開発

ブランディング

マーケティング

プロセスイノベーション

事業創造

組織改革

Issue



世に出ずに消えていく、開発者の志と技術

大きな企業の研究機関では、優秀な研究者やエンジニアの方々が日々、それぞれに革新的で野心的なテーマの研究開発に取り組んでいます。その中には、内容や技術が非常に優れているにも関わらず、市場実装に至らず、研究開発のままで終わってしまうようなものもあります。

パリモーターショーでコンセプトシートとして打ち出され、特許も出願しているにも関わらず、ユーザーに届けられずにいたキネティックシートとの出会いがプロジェクトの出発点でした。

Solution



「足りないパーツ」だった、仲間づくりを実現するための試乗会と展示会

身体の可能性を拡張するダイナミックなシート。高い志と技術を持つシートの市場実装の壁となっていたのが、「どう作るのか」「どう売するのか」という、開発者では手の届きづらいところにあった問題でした。

キーワードは「仲間づくり」。フレームやシート表皮の制作の検討を進めるために、10社近くのものづくり企業やデザイナーを巻き込んだ試乗会を繰り返し行いました。また、生産・販売に向けては、ユーザーの声による後押しとアライアンスパートナーが不可欠と考え、ターゲット市場を見据えた展示会への出展を支援しました。

Results



わかりやすい説明づくりで、アライアンスパートナーの発見と大規模メディアへの掲載を実現

市場実装が難航していた原因の1つとして、新コンセプトシートの機構とそれが身体にもたらす動きの複雑さもありました。そこで、細かくフィードバックをいただきながら、シートの機構や動きをイラストと動画でわかりやすく説明するドキュメントづくりを行いました。

それを活用いただいて、「下肢障がい者にとっての嬉しさ」を市場に問いかけるために、福祉や介護の最新機器を取り扱う国際福祉機器展に出展。ユーザーからの反応だけでなく、複数のアライアンスパートナーからの声かけ、大手メディアでの記事化を実現。市場実装に向けて、大きく動き出しました。

Date | Oct, 2022 -

Industry | Car Manufacturer

Keywords | 現場理解、技術理解、グラフィック・ドキュメンテーション