

仕事の素顔

文・中三川 大地

Profile : アメリカに留学して語学と経営学を学び、日本最大手ホイールメーカーのエンケイに就職。当時、合併会社だったオーゼットと出会い、ジャパンの設立5年後から携わる。2008年に代表取締役となり、現在も最前線で舵をとる。



FILE : 41

自動車業界で功成り名遂げた、あらゆる仕事師たち。彼らのその技術に迫り、人柄に触れ、知られざる素顔を浮かび上がらせたい。名実ともに世界最高峰のホイールメーカー「O・Z（オーゼット）」の日本人を運営し、最高峰のホイールを日本に馴染ませる伝道師の考えかたに迫る。

最高峰のイタリアンに
和風を添える伝道師。

内山 晶弘

Akihiro Uchiyama

常識にとらわれない
独特の仕掛けを続ける

O・Z（オーゼット）は、イタリアに生まれ育ち、いまでは世界でも指折りのホイールメーカーである。2021年に彼らが50周年を迎えたとき「WRCで21連勝、F1のワールドタイトル14回、MotoGPで4連勝、フォーミュラEで6回のタイトルを獲得して50周年を祝った」と表現されたように、モータースポーツで己を鍛え、盤石の強さを発揮しながら成長を続ける。2024年時点で世界70カ国に製品を供給するが、日本は常にベスト5に入る販売成績を維持する。日本に大勢のファン

がいてることの証ながら、適正にオーゼットを導入し、広めてきたインポーターの努力の賜物でもある。本社直営の子会社としてインポーターが存在する国は、70カ国のうちドイツ、中国、デンマーク、そして日本だけだという。

そんなイタリア本社直営の日本人であるオーゼットジャパンに、31年間も寄り添い、2008年からは代表取締役として舵をとってきたのが内山晶弘だ。運命に導かれた男なのか、彼はオーゼットと同年の1971年生まれである。「オーゼットの製品には絶対的な自信を持っています。でも、そこに胡坐をかいてはいけません。イタリアから輸入するだけにはとま

フォト＝中島仁菜 photo : N.Nakajima

らず、自分たちなりに仕掛けていくことが重要だと思っています」

内山はそういつて、常に東奔西走しながら情報収集を欠かさない。週末はいつもレースやイベントへと繰り出し、人と人とのコミュニケーションを大切にしている。いざアイデアが芽生えたらすぐさま行動に移す。30年以上も彼はそうやって走り続けてきた。

「広報やPR業務は、ほぼ私ひとりでやってきました。自動車業界とだけ接するのではなく、できるだけ異業種と交流するように心がけています。誰かとお会いがあったり、頭のなかに知識が入っていると、お互いをつないでみたり比較をし始める。そうすると頭のなかにネットワークができる。ばらばらな知識を吸収してネットワーク化していくことで、ある日、突然アイデアが思い浮かぶんです」

創造とはまさにこのこと。内山は自動車業界で活動することに敬意を払いつつも、決して業界内だけを見つめて仕事をしていない。ブレイクダンス（ブレイキン）の選手やバスケットボールチームのスポンサーをしたり、NEW ERAとのコラボキャップを手がけたり。最近ではイタリアのアパレルブランドとコラボしたバッグも実現させた。いずれもホイールメーカーのインポーターらしからぬブランディングだ。どれも彼の「創造力」によって生まれたものであり、だからこそオーゼットのブランドはより盤石となる。



いや、内山の創造力はそれだけにとどまらない。それは製品企画にまでおよんでいる。オーゼットはイタリア・パドヴァに本社兼R&D、そして生産工場が集約され、一括して製品企画、開発、生産がおこなわれる。オーゼット製品の性能や品質にはいっさい妥協がないことは、彼自身がよくわかっている。しかし、彼は本社がつくったものを、盲目的に仕入れて売っただけではない。世界中のニーズを満たそうとすると、最大公約数的なものづくりにならざるを得ない部分があることを知ると「日本には、日本独自のニーズがある」として市場を徹底的にリサーチし、着想を得たら積極的にイタリア本社へと訴える。それは対象車種やサイズマッチング、色や仕様、価格帯など多岐にわたるものだ。

たとえば日本市場に寄り添う製品として、オーゼット不朽の名作

であるラリーレーシングを進化させた。日本で人気を誇るジムニーやコンパクトSUVを想定した専用部品を提案して製品化に漕ぎつけ、きっちり大ヒットさせた。さらにはルノーやアルピノに対して日本独自のオプションホイールを設定したり、またはオーゼットホイールを装着した特別仕様車にも協力した。これらはルノー／アルピノとジャポン側からのリクエストがあるオーゼットジャパンの存在が欠かせないものとなった。

そんな内山に対して、オーゼット側は全幅の信頼を寄せる。誰もが己の業務のなかで最高の結果を求め、新しいプロジェクトを創造することに躍起になるオーゼットの社風と彼とは考えかたが馴染むのだろうか。なにより常日頃から和気藹々と語りあい、まるで家族のように彼を迎え入れているのがとても印象的である。

ジャパンが進化させてきた 最高峰イタリアンホイール

それでも馴れ合いだけに終始しない。彼らの信頼関係を示す象徴的な事例が、年に一度のインターナショナルミーティングである。

オーゼット本社が世界中の直営子会社や販売代理店を招いて新製品を披露する会合だが、話はそれだけではない。意見交換やワークショップが実施され、世界中の扱い手が忌憚なき意見をぶつけ合う重要な場となっている。もちろん内山にとつては、重要なプレゼンテーションステージとなる。

「2023年はとても有意義でした。1年がかりで温め続けたスパーパーツリスモTGR・WRTの企画を、参加者全員の前でプレゼンし、実現させることができました」

WRCに参戦するトヨタ・ガズーレーシング・ワールドラリーチーム（TGR・WRT）とのコラボレーションホイールとして、2024年に世界同時発売された新作である。トヨタのラリー活動とオーゼットとの関わりは深く、1990年代にカルロス・サインツの活躍に象徴されるトヨタ黄金時代を駆け抜けたセリカGT・FOURを支えたラリーレーシングにまでさかのぼる。その後、TGR・WRTとしてWRCを闘う近年もラリーカーのホイールはいつもオーゼット製だ。そこに感化された内山が、フィンランドにあるTGR・WRTと直接交渉し、同時に

オーゼットの首脳陣たちも説得しながら、TGR・WRTの名を冠するストリート向けアフターホイールとして実現させたのである。

イタリア最高峰のバスタやビザを熱々のまま日本に届けてきた内山率いるオーゼットジャパンが、今度はそこに和風テイストを盛り込みながら日本人の舌を唸らせ、今度はその妙味を世界へと羽ばたかせたかのような事例である。

「どうやったらオーゼットがより魅力的になるのかを、常に考えてきました。日本にマッチする製品展開の見極めは、決してイタリアからの目線だけでは力不足で、そこに我々の存在意義があると思う。もちろん我々だけでひとり歩きすることはできず、常にイタリア本社と連携をとりながら、日本で協力してくださるチューナーやプロショップ、メディアの方々を含めて、みんなで自動車カルチャーを盛り上げていきたい」

と、未来へ向かってあらためて決意表明する内山晶弘の言葉は「消費者が本当に欲しいものをつくって、消費者が買う気を起こす売りかたをする」という商売の本質を、鋭くえぐり出していた。

（文中敬称略）

「盲目的に仕入れて売るだけじゃつまらない。」

自分たちで未知の分野に挑戦して楽しく仕事をする。

そうすれば結果は自然とついてくるのだと思います」