

昇 竜の勢いは止まらないことを再確認した。2021年、イタリアンホイールメーカーであるO.Z（オーゼット）が創立50周年を迎えた際には「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でタイトル6回」という戦績を振り返って、半世紀という節目を祝った。F1やWRC、WECに加えて、インディ、MSA、パリダカ、Motogpなどのトップカテゴリーで獲得したタイトルの数はざっと150以上という。

O.Z 55th Anniversary Inside the Headquarters

2026年、イタリアンホイールメーカーの「O.Z（オーゼット）」は生誕55周年を迎えた。究極的なレースシーンで鍛えられ、磨かれ、そこで得た精神や技術をダイレクトに市販品へ落とし込む——。そんなオーゼットのモノづくりを、レーシング・ビジネスという観点から掘り下げる。

REPORT&PHOTO●中三川大地 (NAKAMIGAWA Daichi)

ザ・レーシング・ビジネス

ーゼット・レーシング製だという。すべてがレギュレーションで定められた結果ではない。勝利を求めて理想像を突き詰めたその先に、数多くのチームが行き着くのはオーゼット・レーシングだった。

顕著な例はF1にある。F1用ホイールは長らくマルチメイクだったが、2022年のレギュレーション変更に伴って13インチから

18インチになった際にワンメイク化した。それが今年（2026年）、ふたたびマルチメイクに戻り、ほぼすべてのレーシングコンストラクターがオーゼット・レーシングに駆け込んだようだ。結果として今年には11チーム中、5チ

ームがオーゼット・レーシング製ホイールを履いて闘う。本当であればオーゼット・レーシング製ホイールを欲したチームは、もっとあ

ったという。しかし、スケジュールや生産規模、あるいはコストの関係から、泣く泣く断念したと聞く。具体的なチーム名やエピソードは公開できないものの、ほとんどが「勝つための選択肢として」オーゼット・レーシングに熱い要望を送ったのは事実のようである。

O.Z S.p.A
Head of Racing Business

Andrea Bernoni

アンドレア・ベルノニ。現会長を務めるクラウディオ・ベルノニの息子であり、現在はレーシングビジネスの責任者を務める。世界中のモータースポーツを見据え、最前線で闘うという重責を担うようになった今でも、少年のように純真なクルマ好き、レース好きだ。数年前、日本での業務をしていた経験があるため、日本への造詣も深い。



数年前に使用され、形状の全貌が公開されているF1用ホイールを見ると、リムやスポークの形状がとても工夫されていることがわかる。チームごとに要求性能が異なり、ベストアンサーを導き出す工夫が随所にある。



ルノニはこう述べる。

「レーシング・ビジネス」は、私たちの営む事業の核であり、直接的な収益源です。決してスポンサーではない。あくまでサプライヤーとして事業展開しながら、各チームの勝利を支えようと勤めてきました」

トップカテゴリーへのホイール供給について、ビジネス、と括るのがオーゼット・レーシングらしい。彼らは自社のブランディングやプレゼンテーションのために、スポンサーをしたり、無償でレース用ホイールを供給するのではない。コンストラクターやチームの要求に対して、期待以上の成果を上げる。もちろん、それはビジネスとして正当な対価が発生する。だからこそ「ロゴがなくとも実はオーゼット・レーシング製」というホイールが、トップカテゴリーにはたくさんある。

事実上ワンメイク化している、レースレギュレーションで規定されていない限りは、画一的に同じホイールを送り出したりはしない。必要な強度、剛性を十分に確保しながら、トレッドオフとなる軽量性も成立させることは大前提だ。そのうえでレーキの放熱性、空力性能、タイヤ



55周年記念を祝う式典には、オーゼット・レーシング製ホイールを装着したレーシングカーやチューニングカーが集結した。その幅の広さこそブランドの強みであり個性である。



PHOTO●Red Bull Content Pool

2026年シーズンのF1に参戦するオラクル・レッドブル・レーシングのマシン「RB22」。レギュレーション変更により18インチ化されるに伴って、オーゼット・レーシング製ホイールを装着すると発表された。WECのハイパーカークラスは、1チームを除いてすべてオーゼット・レーシング製ホイールを用いる。BMW M-チームWRTは唯一スポンサー契約を結び、マシンには「O.Z」のロゴを掲げる。WRCのワークスチーム（トヨタ、フォード、ヒョンデ）のホイールもすべてオーゼット・レーシング製だ。



PHOTO●TOYOTA GAZOO Racing



PHOTO●BMW AG

への熱の入りかたなど、各チームやマシンによって要求性能は異なる。実際、過去に供給したホイールをみても、チームそれぞれ形状が異なる。年代もまた然りだ。たとえばレギュレーションが不変であっても、シーズンごとにホイールを進化させていく。その場に立ち止まらず、常にベストアンサーを追求する姿勢こそがそこにはある。

そんなレーシング・ビジネスで鍛え上げられた技術を、惜しみなく市販品へと投下するのがまたオーゼット・レーシングである。表層だけのデザイン性を模した、単なるレプリカではない。そこには本物だけの性能と思想を宿している。なにしろレーシングホイールと一般市販用アフターホイールは、同じエンジニアが携わっている。

取り上げたベルノニ一家をはじめ、スタッフの誰もがクルマ好きであることは、見過ごすことはできないだろう。トップカテゴリーのレースとなれば、あらゆる状況を見越したうえで最適解を出すレーシング・ビジネスをしている。誰にも得難いその財産をもって、彼らはアフターパッシングを盛り上げようとしているのが興味深い。

55周年記念式が催されたイタリア・パドヴァ本社には、あらゆる年代、カテゴリーのレーシングカーが集った。さらにスーパーカー、JDMのチューニングカーまで紛れ込んでいるのが、いかにもオーゼット・レーシングらしい。クラウディオ・ベルノニの愛車であるランエボやインプレッサである。F1からストリートチューニングまで——彼らがホイールづくりに注ぐ情熱は、何ひとつ変わらない。その光景こそが、オーゼット・レーシングというブランドを何より象徴していた。

O.Z S.p.A



1971年に創業し、78年には現在のサン・マルティノ・ディ・ルパリに移転して正式に「O.Z S.p.A」となる。84年にはクラウディオ・ベルノニにより「O.Z Racing（オーゼット・レーシング）」を発足。カテゴリーを問わずレース用ホイールのトップランナーとなった。現在、R&D部門、製造工場、物流施設などを含めたオールインワンの本社だ。



前

頁で記したモータースポーツにおける栄光の歴史に欠かせないのが、1984年にオーゼット・レーシングを立ち上げ、長らく会社自体も牽引してきたクラウドディオ・ベルノーニだ。アルファ Romeo オ・ユーロレーシングにホイールを供給していきなりF1へと打って出たことを皮切りに、矢継ぎ早にレースシーンを席巻していく。

そんな彼の功績を語るにあたって、象徴的な存在がラリーレーシングだと思ふ。それは彼が手がけた初のラリーホイールであり、またアフターホイールにもなった。

「40年前、私がふと思いついて封筒の切れ端にペンを走らせたものが、やがてラリーレーシングとして走り始めました。いまでも世界最高峰の性能とスタイルを持つと自負しています。モータースポーツで得た勝利の数々、そこにまつわる思い出も数限りない。こんな

魂の継承

0.Z^{55th} Anniversary

Special Interview

感動があるから、ホイールづくりはやめられない。いままで数多くのホイールをつくってきましたが、そのどれもが我が子のように愛おしい。中でもラリーレーシングという長男は、私のビジネスキャリアを象徴する存在です」

1990年、カルロス・サインツがセリカGT-FOURでWRCのワールドチャンピオンに輝いた際、足もとを支えたのはラリーレーシングだった。その後も、WRCに限らず数多くのカテゴリーで勝利をもたらした伝説的なホイールだ。

もちろん、偶然的な産物ではない。ディッシュタイプのディスクは強度や剛性を確保するのに有利だった。



O.Z. S.p.A. Chairman
Claudio Bernoni

クラウドディオ・ベルノーニ。1950年、イタリア・ローマ生まれ。オーゼット・レーシングの発起人であり、長らくCEOとして会社の舵取りをしてきた。経営者としての仕事のほか、自らで率先してデザイン、開発に携わる。現在は会長職に就いているものの、後進の育成をしながら率先して現場へ出る日々を送る。日本車が大好きで、JDMカーカルチャーにも敬感を抱いている。



アフターマーケット用ホイールとしてのラリーレーシングは、いまでもオーゼット・レーシングの代表格であり好評を博す。昨今はTGR-WRT、VAN、4×4など派生モデルも増えた。



1990年、カルロス・サインツがセリカGT-FOURを駆ってワールドチャンピオンに輝いた際に、足もとを支えたのがラリーレーシングだった。彼は日本車に乗った初のチャンピオンにもなった。

かるアイデンティティとは何か——と熟考して行き着いたのが、レーシングでした」

実際、ラリーレーシングに限らず、オーゼットから生まれるホイールは、どれもレース直系を感じさせる機能美を持ち、そこはかとなくイタリアの芸術性も散りばめられる。前頁で取り上げたように、レーシングとアフターホイールとで同じ開発体制を持つことが大きな理由だ。しかし、最大の原動力は「己のアイデンティティを正しく理解し、それをすべての製品に反映させようとする」彼らの志なのかもしれない。

「他より抜き出るためには、なによりも、継続」が重要です。毎日、絶えず一歩ずつ、改善を継続させて初めて、革新が生まれる。決して、ひと足飛びに成し得るものではありません。今日ここにある会社は昨日

とは異なるものであり、明日もまた今日とは違うでしょう。毎日、新しいことに挑戦し、昨日よりも常に進歩し続ける。それを教えてくれたのがレースの世界でした」

そんな彼に対して、オーゼットで働く誰もが共感し、手を取り合って道を切り拓いてきた55年間（オーゼット・レーシングは42年間）だった。そんな記念すべき今年は、それが偶然なのか必然か、ラリーレーシングの生誕40周年とも重なった。その記念の意を込め、その進化版であるRR40が走り出した。それはラリーレーシングの特徴であるディッシュデザインと、内に秘めたレーシングスピリットを継承しながら、ディスク面には穴あけ加工が施されるなどより現代的なブラッシュアップされたものだ。

それは40年前に描かれたスケッチ



オーゼットの市販品の多くは、強度や剛性を保ちながら薄肉かつ複雑な形状を可能とする低圧鋳造法（ロープレッシャー製法）を採用する。さらにリム部を延伸成型するHLT（ハイ・ライト・テクノロジー）を組み合わせるモデルも多い。

が、今もなお生命を宿しているかのように、進化を続けている証だ。今年、ベルノーニはもう75歳になった。今でも積極的にデザインや設計開発に携わっている。それでも現在は会長職に就き、CEOとしての舵取りをエロス・サレッタに任せ、また大黒柱であるレーシングビジネスの責任者を息子のアンドレア・ベルノーニに託している。

それでも、クラウドディオが積み重ねてきた「日々、絶え間なく改善を重ねてこそ、初めて革新が生まれる」という思想は、会社全体にしっかりと

と根付き、さらには次世代へと受け継がれている。RR40は、単なる40周年記念モデルではない。40年前に描かれた1枚のスケッチが、世代を超えて受け継がれた証であり、魂の継承、という意味でも記念碑的な作品である。



40年の時を経てラリーレーシングはRR40へと歩みを進めた。レーシングスピリッツが息づくモノづくりの象徴であり、その魅力は決して色褪せないことを知った。



ラリーレーシングの生誕40周年を記念した進化系モデルがRR40だ。家傳的なディッシュ面には、さらに穴あけ加工が施されており、強度、剛性、そして軽量性能を高次元で両立させたモデルだ。日本でも17、18インチのデリバリーが始まった。

→オーゼットの本社にあるミュージアムには歴代ホイールが展示されている。レース用、アフター用、2輪用、そしてOES（自動車メーカー純正）と多種多様だ。そのほとんどがクラウドディオ・ベルノーニの感性と技術、そして情熱を注いだ傑作ばかりである。

