

広がる「ルネッセ」 未来へと文化を紡ぐ企業の活動

情報誌『CEL』やイベントを通じて、「ルネッセ」の考えに賛同していただいた方々に数多く出会った。今回紹介するふたつの企業は、自らの文化活動のなかに、「ルネッセ」の理念とのつながりを見出し、その活動の内容を紹介する。

大阪寿司の復権を目指し 歴史を掘り下げたい

株式会社 Mizkan 「大阪支店営業推進課長」日向智之 Hirona Tomoyuki

1804年に尾張国知多郡半田村（現在は愛知県半田市）で創業したミツカンの歴史は、寿司と深い関係にあります。酒造が盛んだった地域で創業家は、酒粕を用いた赤酢の生産に新たなビジネスを見出しました。



株式会社 Mizkan
愛知県知多半島の半田市を本拠とする、世界的な醸造酢・調味料メーカー。創業は1804（文化元）年。酒造業を営んでいた初代中野又左衛門が、酒粕を原料とした粕酢を製造し、それが江戸の寿司職人の中で評判となり、やがて酢づくりを本業に。

それがちょうど江戸で生まれた握り寿司（江戸前寿司）の流行と重なり、全国的な普及につながりました。一方で寿司には、1000年以上続く長い歴史と地域ごとの多様性があります。握り寿司が「SUSHI」として世界中のマーケットに広がっていくことは大歓迎です。でも、寿司にはまだ掘り下げられていない別のポテンシャルがあるのではないかと。大阪支店で仕事をしていた私たちが、大阪寿司の復権と発展を目指して研

究を進め、さらにPRイベントまで行うようになったのは、そうした問題意識が背景にありました。もともと小さなプロジェクトとして始まりましたので、当初は社内でも応援してくれる人も少なく、存続の危機に瀕したこともありました。そんな折に縁あって松岡正剛さんや情報誌『CEL』と関わり、「ルネッセ」を知る機会がありました。過去の歴史を知り、現在や未来につながるという考えに共感するとともに多くのことを学び、そして何より勇気づけられました。

都への献上物として、さまざまな寿司が近畿地方に集まってきたこと。北前船など海運によって各地の料理文化とつながっていたこと。そういう場所で育まれた大阪寿司の味には、全国の郷土寿司とつながる、さまざまな要素が詰まっています。そして今、たとえば中国などから訪れる観

光客に大阪寿司を食べてもらおうと、意外なほどに評判がよいのです。足りないのは大阪寿司がなぜ、どう美味しいのかという特徴や歴史を語るストーリー、そして情報発信です。私たちは多くの人と協力し合いなが

ら、これからも大阪寿司の歴史を掘り起こし、目に見える形、味わえる形で、より魅力的な大阪寿司を発信していけたらと思っているところです。

「散走」を通じて 自転車の醍醐味を発信

株式会社シマノ 「企画部文化推進担当 専門部長」 神保正彦 Jinbo Masahiko

鉄の街・堺市で1921年に創業したシマノは、自転車の変速機やブレーキといった主要コンポーネント、釣具などをつくってきた「ものづくり企業」。派手な宣伝より、「いいものをつくれれば使ってもらえる」の信念で金属を叩いて形をつくり、開発と製造に励んできました。「文化の創造」などといっても、社員の多く

はピンとこなかったのではないでしょう。しかし1980年代から世界中で流行したマウンテンバイクの部品をつくる過程で、新しい自転車文化が生まれる場所に立ち会い、ものづくりに通じてそこに参加する意味に気づかされました。その頃から少しずつ、自転車を楽しむ文化を日本につ

くるとしたら？ ということを考えるようになったのです。たとえば2006年、より多くの人たちに自転車をライフスタイルに取り込んでもらうことを目的とし、東京・南青山に「ライフ・クリ



株式会社シマノ
1921（大正10）年、島野庄三郎が、明治以降に自転車産業が発展していた大阪・堺の地に設立。わずか1台の工作機械での部品製造からスタートした同社は、絶え間ない自己研鑽により金属加工技術を向上させ、世界有数の自転車部品・釣具メーカーへと成長した。

エーション・スペースO.V.E」をつくりました。そこで音楽、食、あるいは日本の伝統文化など、テーマに沿ったイベントを開催し、「散走」を取り入れました。「散走」というのは、散歩のように自転車で走ることで、身近な日常と非日常のあいだに新しい発見、出会い、楽しみやサプライズがある。そんなニュアンスをもつ造語です。

情報誌『CEL』119号でもヤン・ゲール氏による人間中心のまちづくりが取り上げられましたが、たとえばコペンハーゲンでは自転車が大きな役割を果たしています。今、ヨーロッパを中心に自転車に追い風が吹いている。でも、それだけでは不十分です。「ルネッセ」のように、編集・翻訳を通じて新しいモードを生み出していく、という考え方が大切だと感じます。

自転車は、「所変われば品変わる」。同じ移動手段の自転車でも、日本とオランダではまったく違います。日本で広く使われている軽快車を否定的に語る人もいますが、べたっと足がついてすぐ井戸端会議ができる、商店街での優れた移動ツールです。四季の移ろいや時間の経過を細やかに感じる日本のライフスタイルに合った、独自の自転車文化が生まれる可能性はあると信じ、研究と提案を続けていきます。



右／酢づくりの歴史や食文化を学べる、愛知県半田市にあるミツカンミュージアム。
左／昨年10月に開かれた、大阪寿司のPRイベント。



右／自転車・釣り文化を紹介する、グランフロント大阪内のシマノスクエア。
左／「散走」はゆっくり自転車を走らせながら、街並みや自然を楽しむ。