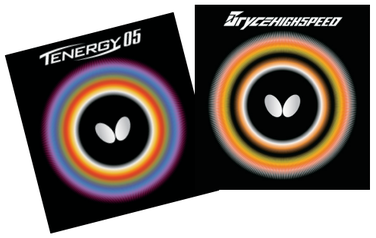
Evolution of BUTTERFLY Rubbers

アートディレクター、ラバー生産部門、機械設備担当部門など バタフライの総力を結集して生み出した新パッケージ



2014年春、世界卓球2014東京の開催に合わせて、バタフライ（株式会社タマス）はロゴをリニューアルした。それは23年ぶりとなる大きなリニューアルだった。

そして2015年秋、バタフライはラバーのパッケージデザインをすべて一新した。深いブラックを背に、印象的なサークル状のモチーフがあり、その中心にはバタフライのロゴが輝いている。シンプルで力強いそのデザインには、バタフライの決意が込められている。

いかなる企業であるべきか？ あらためて自らに問う

「選手を花にたとえるならば、我々はその花に仕える蝶でありたい」

バタフライを創業した田舛彦介の思いは、時代を超えて社員たちの中に受け継がれてきた。その思いが、卓球の歴史の転換点ともいえる『スレイバー』を生み出し、世界初のハイテンション ラバー『ブライス』という革命を起こし、スプリング スポンジを発明し『テナジー』をつくり出した。

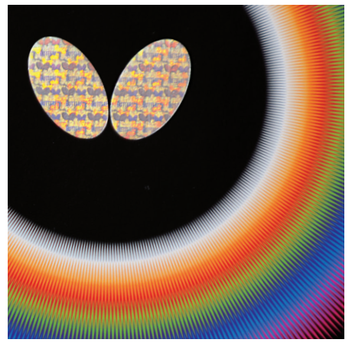
よりよい用具を提供したい。その使命と情熱をエネルギー源として、バタフライはここまで歩んできた。新パッケージには、そのエネルギーを表現したいというのが、バタフライのアートディレクターの目指したことだった。

新パッケージに描かれている図柄のモチーフとなったのは、花火。花火は爆発のエネルギーを秘めている。単体での爆発も美しく、夜空で乱舞する集合体（チーム）としても美しい。

バタフライを起点として、一人一人のエネルギー、そしてチームとしてのエネルギーを爆発させたい。そして、卓球をより進化させたい。花火をモチーフとしたことには、そうした意図が込められている。

また、花火の図柄にはもう一つの意味がある。この図柄は無数の鋭角を放射するサークルを重ねることによって表現しているが、サークル（円）は「安定」と「不安定」という相反する性質を備えている。

円は非常に完成された形であり、安定感、普遍性を感じさせるものだ。その一方で、例えばボールがあらゆる方向へ転がるように、不安定な性質も持っている。バタフライは信頼に応える製品をつくり続ける安心感のある企業、安定した企業であると同時に、絶えず変化を続ける企業でなければならない。それが、花火の図柄に込めたもう一つの意味だ。


バタフライのロゴはホログラムになっている

そして、図柄の背景にある深い黒色は、宇宙を表現している。未知であり、無限である宇宙。無限の可能性を信じ、未知なる領域への挑戦を続けていく決意を表したものだ。

このデザインが完成するまでに、バタフライは長期にわたって試作と議論を重ねた。ボツになったデザインは数十案にも及ぶ。あるデザイン案はエネルギーを表現し切れていない、別のデザイン案は普遍性に欠けるなど、苦悩しながらイメージを固めるまでに半年以上、細部の仕上げを含めると1年以上の期間をかけた。それは、単にデザインとしての美しさを追求するだけではなく、バタフライの企業としての使命をもう一度自らに問い詰める作業でもあった。

高度な印刷技術と ハイスペック包装機を導入

完成したデザインは、力強い印象でありながら、細部は驚くほど繊細につくられている。そして、中央のバタフライ・ロゴはデザイン性と偽造防止という二つの目的からホログラムを採用している。そのため、新パッケージを美しく印刷するためには高い印刷技術が必要とされ、それは関係者の悩みの種となった。

そんな折、「興味深い印刷会社がある」という情報が入った。実際に足を運ぶと、最新鋭のドイツ製印刷機を有し、印刷技術も優れている上に、専門業者であっても扱いが困難なホログラム印刷さえも得意としている。こうして課題の一つは解決した。

新たに導入したラバー包装機

だが、クリアすべき課題はそれだけではなかった。新パッケージはデザインだけでなく構造も改良している。これまでパッケージの天地は二つ折りしていたが、新パッケージでは「背」を付けた構造にした（＊注）。そのため、従来のラバー包装機では、出来上がったラバーをパッケージ詰めする作業ができなくなった。

そこで、機械設備担当部門では、新パッケージに対応した包装機を新たに導入した。それは、バタフライが機械メーカーとともにゼロから作り上げたオリジナルの機械だ。「背」に対応したことはもちろん、これまで人が行っていた工程のいくつかを自動化。ラバーの厚さを一瞬で計測し、スポンジ面の印字やパッケージの印字に自動的に結び付けることにも成功した。

ラバーというデリケートな製品を扱う機械は、非常に高い精度が必要とされる。だが、精度の高い機械ほど不測の因子による影響も受けやすく、例えば静電気すらもエラー要因となる。設備担当部門とラバー生産部門は、試運転そして改善、試運転そして改善を繰り返し、いくつもの改良を重ねた。そうしてバタフライ史上最高ともいえる包装機を完成させた。

現在、バタフライのラバーのラインナップは40以上ある。その全てのパッケージデザインを統一し、なおかつ二つに個性を持たせる。さらに、構造も改良する。それは、バタフライの65年の歴史でも初めてのプロジェクトだった。

それを成し遂げさせたのは、情熱、そしてチームワークかもしれない。生産部門も、機械部門も、印刷会社を見いだした者も、プロジェクトの正規メンバーではない。だが、試合ではレギュラー選手だけでなく応援に回るメンバーの存在も重要であるように、このプロジェクトも、バタフライの全員が力を出し合った。卓球を愛する者が集まって企業活動をしている集団だからこそ、一丸となって取り組んだ。

＊

性能や品質がラバーの実体であるならば、パッケージはラバーの顔である。人の顔には内面が表れるというが、ラバーの顔にも何かが表れるのだとしたら、それはラバーの作り手の内面なのかもしれない。

ラバーの開発、製造に携わる者は、無限の可能性を信じ、決して現状に満足することなく、使命と情熱をエネルギー源として、挑戦を続けていかなければいけない。バタフライは、ラバーのパッケージデザインに、その決意を込めている。

＊注　背とは、本のとじ込みのある側の外面（表紙と裏表紙の間にある細い部分）。今月の卓球レポートでいうと［カラー特集］張継科が教える「チキータのあとは両ハンドで待つ」などの文字が印刷されている。ラバーの新パッケージは、天地をこれと似た構造にした

シンプルで力強いデザインに託したのは 自らの中に宿るエネルギーと無限の可能性を信じて 常にチャレンジを続けていく決意