

カップスリーブについて伝えたいこと

片面段ボール紙を使ったスリーブは、スターバックスやタリーズなどの大手コーヒーチェーンでお馴染みのものですが、カフェグッズのカップスリーブ・組み合わせタイプはそれらと形状が異なります。このスリーブは私が前職在職中の 2000 年秋に開発したのですが、一晩で書き上げた形状が、今も変わらずに使われています。カフェグッズとしてスタートした時に、もちろん自分で描いたこのスリーブを商品化しました。

ではこのカップスリーブにはどんな狙いがあったのでしょうか。実はこの商品が誕生した契機は、米国消費者団体の活動の成果と言われています。全米のコーヒーショップで使われていた厚紙カップですが、ラテやカプチーノはまだしも、ドリップコーヒーやアメリカノはとても熱くて持てません。そのために当時の一般的な対策はダブルカップ、そう紙コップを二つ重ねていたのです。スマートで機能的で、しかも既にコーヒーショップに有る物ですから瞬く間に広がりました。その結果、二重カップでコーヒーを提供する度に、一つの紙コップが捨てられていたのです。この問題に鋭く切り込んだのが消費者団体です。資源の浪費と厳しく糾弾されました。対応を間違えると不買運動も起こりかねない消費大国アメリカです。1999 年の視察当時は、カップスリーブ、二重カップ、スチロールカップが混在していました。大手チェーン店はカップスリーブ、ローカル店は二重カップ、一部は発泡スチロールのカップも使われていました。



当時の Timothy's は(紙と発泡カップ)が混在

二重カップ対策の答えとして段ボールや厚紙製のカップスリーブが生まれました。当初の手で組む方式のカップスリーブは、出数が多いと面倒でとても対応できません。そうしたコーヒーショップのニーズから、現在主流の貼り合せタイプのスリーブが開発され、一気に普及しました。

事実かどうかは定かではありませんが、当時このスリーブは紙コップよりもコストが高かったとのこと。しかも二重カップに比べて資材は増えるし、オペレーションは煩雑だし、店からは嫌われ者だったようです。折り紙文化が根付く我が国ならばともかく、手先の作業も敬遠されがちです。しかしスリーブ専門のメーカーが登場して製品開発が進み、市場の拡大を受けてコストも下がりました。

米国のスリーブには様々な商品があり、その多くが貼り合せタイプです。実は知って感心したのですが、一部には内側にゲル状のグルー(糊)が吹き付けられているものもあります。貼り位置から流れ出たものではなく、意識的に付けているのです。



各社のスリーブサンプル

スリーブの内側が貼り付かない程度の粘着力ですが、カップを填めるとスリーブが落ち難い。これも日本の工場で検討したのですが、結果は製造ラインの途中で原紙が詰まり、流れないなどで断念しました。

尚、貼り合わせのスリーブでは少なくとも 2 サイズが必要です。カップサイズのバリエーションに対応するには、S (8 ヲズ) で 1 つ、M~L (10~20 ヲズ) で 1 つの 2 サイズです。それも理由の 1 つなのか、インデペンデント系のコーヒーショップでは、ショートサイズ (8 オンス) のメニューがないこともありました。もし 12 オンス以上のサイズでカップを統一できれば、全てのカップが同一口径となり、リッド (蓋) も 1 種類で済

みます。こうなると効率的なオペレーションが可能で、在庫も少なくて済みます。コーヒースタンドではバックヤードが無いことも多いので、このスタイルをよく見かけました。

先ほども触れましたが、組み合わせのスリーブはアメリカ市場にもあります。上が JAVA JACKET、中が ECO- CLUTCH という商品名です。この写真の JAVA JACKET は 8 オンス用、ECO-CLUTCH は 12-16 オンス用です。切り込み式なので、少し考えれば兼用も出来た筈ですが、それぞれサイズ固定のスリーブです。多分それとても面倒なのではないでしょうか。下は私が開発した組み合わせスリーブですが、上の 2 つと比べて独創的なものに仕上がっていると思います。



組み合わせカップスリーブの形状比較

ところで話を戻しますが、SOLO カップを国内販売する中で、アメリカ市場との大きな違いに気付きました。それは単純にサイズの違いです。日本では圧倒的に、ホットドリンクはショート（8 オンス）サイズが多い。しかしコーヒーショップのメニューバリエーションではトールとグランデがあります。貼り合せタイプのスリーブを選択すると 2 種類が必要です。実際の出数で見ると 12 オンスは多いものの、16 オンスはかなり少ない。しかも 12 オンス以上はカフェラテの比率が高く、これは持てないほど熱くはないのです。ニーズはありますが出数はごく少ない。その問題解決が必要でした。



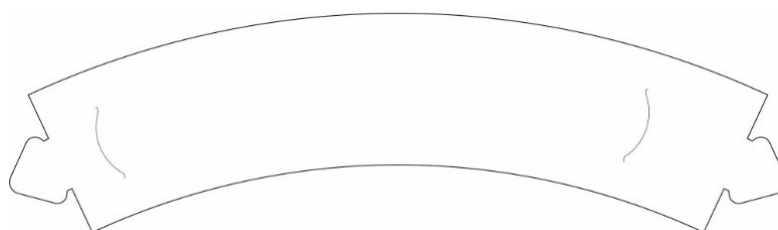
ローカルショップのスリーブ

そうした声を受けて日本市場にマッチするカップスリーブを開発しました。以下がそのコンセプトとなります。

- ① カップサイズを問わずに兼用できること
- ② どのカップにも不細工にならないような形状であること
- ③ 断熱性は貼り合せタイプと同等であること
- ④ オペレーションをできるだけシンプルにすること
- ⑤ 新しいスリーブとして市場に認知されること

大まかな形は一晩で描き上げたのですが、もちろんずっと頭では考えていました。私が描いた形は下記のような形状です。差し込みの先端と受け型の中央は同一の円周上にあります。

開発したハードスリーブの展開図



- ・基本的な形状は紙コップに巻くので逆円錐型になります。
- ・カップサイズを2種類に分け、短い（S）と長い（M&L）で円周を合わせました。
- ・差し込みは視覚的に、直ぐにそれと解る形状と差し込み易さを追求しました。
- ・受け口も差し込み易さを助けるために、円形状の切り込みを入れました。
- ・サイズは長さ282 mm、高さ55 mmとして、原紙から取り都合の良い寸法としました。
- ・向かって右側に8オンスの差し込み口、左側に10オンス以上の差し込み口を設けました。
- ・重要な点ですが、カップサイズによって角度が微妙にズレます。それを自在に受けるために、差し込みの突起（首の部分）の形状には遊びを設けています。

こうして2000年秋にカップスリーブの組み合わせタイプが完成し、発売しました。

現在でも多くのカップスリーブがカフェやコーヒーショップで使われています。私が開発したこの組み合わせタイプはカフェグッズと、当時在籍していたサブライヤーで販売する製品が正規品と言えます。もちろん市場には一部の形状が異なる商品もあります。しかしカフェグッズはその後製品改良を続けており、今は6, 7オンスカップから20オンスカップまで、1枚のカップスリーブでカバーできます。これは内側にもう一列、6, 7オンス用の差し込み口を設けたことによります。スペシャルティコーヒーのハンドドリップコーヒーが魅力的なメニューになっている現在、6オンス(180cc)カップのニーズが増すと考えました。コーヒー価格暴騰の影響が大きい中で、選択肢を広げる意味もあります。8オンスカップと同口径の6オンスカップは、人気のカフェラテやカプチーノのsmallサイズを、少しリーズナブルな価格でご提供できるでしょう。



近日発売予定の6オンス(80φ)PLAバガスカップにカラフルウィッシュ®スリーブ

- * カラフルウィッシュ® は広島平和記念公園と長崎平和公園に寄贈された千羽鶴を集めた再生紙です。カフェグッズはカラフルウィッシュ®を使ったカップスリーブやパッケージを作り、今までも販売してきました。カラフルウィッシュ®には表面にいくつも残る紙粉があります。赤や青や緑や黄色など、折り紙の色が残った“染み”。一羽一羽の鶴を折るときに、幾重にも重なる首や嘴部分、それに鶴を支える足の部分は、特に力と願いを込めて折られています。“染み”は千羽鶴をパルプ化する工程で、固い部分が溶解しきれずに残った紙粉。これは鶴の一羽一羽に込められた、多くの人の尊い祈りを伝える証しです。



6oz ナチュラル+Blue 8oz ホワイト+Yellow 6oz ナチュラル+Pink 8oz ナチュラル+Green
カラフルウィッシュ®スリーブ、4色のカラーバリエーション

その後、やはり機能的な貼り合わせタイプの需要も多くなり、小サイズの 8 オンス用と大サイズの 10～16 オンス用を商品化しました。段ボール素材は古紙回収の優等生で、環境負荷が少なく、しかも日本の古紙回収率は断トツに世界 No.1 です。市民の協力で集めた古紙原料は、海外に輸出するのではなく、国内の需要を高めて資源循環を目指したいと考えています。加えて片面ライナー**にサステナブルな森林認証紙を使うなど、環境面では更なる配慮をしています。そして最近では特別な紙として、カラフルウィッシュ® をライナーに使った組み合わせタイプのカップスリーブの販売に注力しています。

**** 段ボールには中芯を挟んだ両面ライナー(段ボール箱など)と、中芯の片側だけに貼った片面ライナーがあります。中芯の基本は段ボール再生紙ですが、ライナーには様々な用途に適した紙が使われています。段ボールでありながら高級ブランドや化粧品のパッケージにも、実際に沢山使われています。片面ライナーは曲がりやすく、中芯の空気層で断熱効果も高い。スリーブには理想的な素材となります。**

もう一つ重要なのが小ロット印刷の問題です。印刷枚数が少なければ、印刷は台数計算***になりコストが倍加します。カフェやコーヒーショップは街を彩り、人の気持ちを豊かにすることができる存在。そのためお客様のオアシスであることの誇りを、広く伝えて欲しいと思いました。それぞれに磨き上げたコーヒードリンクにフードやデザートメニュー、そして心を込めたサービスを提供するとき、オリジナルのカップスリーブに表現されたロゴやイラストやコピーはとても重要です。それだけでなく今は SNS の時代。お客様の評価が伝わることで、ファンの輪が広がる時代です。

***** 台数計算とは印刷業界の言葉で小ロット印刷に適用されます。印刷では印刷機の洗浄から始まり、印刷版の付け替えや試し刷りなどの作業が発生します。そのため印刷枚数が少ないと、前準備や印刷終了後の作業に要した時間も製品価格に含まれるのです。これが台数計算の考え方です。従って小ロット印刷の価格はとても高くなりますし、繁忙期には工場の製造工程を確保することが難しくなります。**

カフェグッズの小ロット印刷は、そうしたカフェの役割に共感し、お手伝いしたいと思って開発しました。もちろん工場の協力を得ながら、出来るだけリーズナブルな価格と、短いリードタイムをお約束しています。

2000 年代初めの神戸で、北野商業連合会・副理事長の山岸直幸氏に学んだ言葉を思い起こしています。隣同士がせめぎ合う世界ではなく、お客様がそれぞれの目的でカフェに行く喜びを感じ、そうした明るい気持ちで街を彩ることができれば、きっと人が、そして街が、輝きを増すのです。

多くのアーティストに謳われるカフェへの感謝の言葉を知った今だからこそ、「たかがカフェ、されどカフェ」と胸を張りたいと思うのです。



神戸北野坂の春