

SHIRO PAPER



Issue

July
2023

2

A2 FRAGRANCE

SHIROフレグランス
ブランドの歴史と誕生秘話
上手な香りの使い方

A8 BUTTERBUR

生産者を訪ねる旅
ラワンぶきの生産地
北海道足寄町へ

B2 HERB GARDEN

香りが揃う野原のような庭
千葉県鴨川市にある
苗目の農場や里山を訪ねる



SHIRO FRAGRANCE

気分を高めたり
落ち着かせたり
何かを思い出させたり

目に見えなくて、触れられもしないけれど
香りは人の感情に強く働きかけます。
今回はフレグランスのお話です。
サボンの香りはどうやってつくられたの？
みんな、香りをどんな風に使ってるの？
SHIROのフレグランスとブランドの歴史を通して
香りをもっと楽しんでください。

Photographs: KEITA SAWA (A4) / Illustration: MANAMI ISHIDA / Text: SHIN SASAKI

SHIROのフレグランスの歴史
始まりは2009年

欧米に比べ、日本人は香りに対する関心が薄いと言われる。日本で化粧品といえばスキンケアのイメージが強く、フレグランス市場の規模が欧米に比べてとても小さいのは事実です。では、日本人は本当に香りに対する関心が薄いのでしょうか？ そんなことはありません。若い世代を中心に、香りとの接し方が変化しているのを感じています。たとえばお気に入りのシャツを着て気分を盛り上げるように、たとえばゆったりとした音楽を聴いて心を落ち着かせるように、香りを使って上手に気分を整える人が増えています。

「香水」はもともとヨーロッパの文化です。香りとの接し方は国や地域によってさまざまですから、私たちは、「自分たちが毎日使いたいもの」という視点で、オードパルファン、シャンプー、ランドリーリキッド、ディフューザーなど、幅広くフレグランス製品をつくり続けてきました。SHIROのフレグランスの歴史は、前身であるLAUREL(ローレル)の誕生にまで遡ります。大手雑貨店などの化粧品製造を請け負っていた事業をやめ、自社ブランドLAURELを立ち上げたのは2009年。同時に、「ヴァーベナ」や「ローズ」などのフレグランスを発売しました。そして小文字の「shiro」を経て、大文字になった「SHIRO」までの、14年間のフレグランスの歴史をまとめました。

2009

OEM事業を経て、「自分たちが毎日使いたいもの」をつくることを目指して、SHIROの前身LAUREL(ローレル)が誕生。SHIROへと続くフレグランスは「ヴァーベナ」と「ローズ」から始まりました。



2010

「サボン」が誕生。14種類あった香りのうちのひとつでした。ブランドとしての認知度が今ほど高くなかったので、いかに目にとめてもらうかが課題。わかりやすさを大切にデザインしていました。

2011

東日本大震災が発生。被災地の方々に笑顔と元気を届けたいとの想いから「ハッピーヴァーベナ」が誕生。売上の一部を東北地方への復興支援として寄付しました。この年、夏の定番アイスミントもデビュー。



2012

「さくら219」が誕生。大学入試を控えたある受験生との出会いがきっかけで誕生したフレグランス。「桜が咲きますように」という願いを込めてつくりました。



2013

「ホワイトリリー」が誕生。MARK IS みなとみらい店（現在は閉店）のオープンがきっかけで生まれました。サボンはこの年にリニューアル。ローレルオイルを加えた大人の香り「サボンII」を発売。

2014

「あの香りが忘れられない……」と初代サボンの香りを惜しむ声が予想以上に集まり、「サボンアゲイン」として初代サボンの香りが復活。sozai LAURELに、小豆島の有機オリーブを使った初のオーガニックシリーズ「sozai LAUREL organic」が誕生。



2015

ブランド名を「LAUREL」から「shiro」に変更。素材の良さをシンプルに伝えたいという想いを込めて、一切の装飾を削ぎ落としたシンプルなパッケージに。限定フレグランス「ホワイトサボン」発売。



2016

限定発売した当初サボンと同じくらい人気だった「ホワイトティー」が定番化。限定フレグランス「フレンチサボン」発売。さらに、海外1号店をロンドンにオープン。世界中の人たちにshiroの製品で笑顔になってほしい。その一歩のために、ロンドンの街をひたすら歩き候補地を見つけました。

2017

現在も人気の「亜麻ネイル」を皮切りに、メイクアップ製品がデビュー。次の「しあわせ」の届け方を考えて、素肌をケアしながら色々な表情を楽しむメイクを提案。限定フレグランス「イングリッシュサボン」「シトラスサボン」発売。



2018

限定フレグランスとして登場した「アールグレイ」と「キンモクセイ」。お客様からの声を多くいただき、アールグレイは2020年、キンモクセイは2021年に定番化。Twitterでトレンド入りするほど人気の香りに。

2019

ブランド誕生から10周年を迎え、「shiro」から「SHIRO」へとリブランディング。世界各国の調香師による「最も思い出に残っている香り」をテーマにつくった全12種のパフュームが登場。それぞれのストーリーを巡るスタンプラリーイベント「Explore SHIRO」を開催。



2020

新型コロナウイルス感染症流行に伴う緊急事態宣言下でSHIRO店舗の多くも営業停止に。感染拡大を受けて手指を清潔に保ち、潤いを与えて保護するハンドリフレッシュシリーズを開発・発売。限定フレグランスとして「ピオニー」「ペアー」が登場。

2021

東日本大震災から10年経ち「ハッピーヴァーベナ」が再登場。2021年も売上の一部を寄付。2015年当時のパッケージをオマージュした「サボン マイファーストコフレ」を限定発売。そして6月、創業地の北海道砂川市にて「みんなのすながわプロジェクト」が始動。



2022

「サボン」と「ホワイトトリリー」の香りをリニューアル。愛用して下さっているお客様の声に寄り添いつつ、自分たちも使いたい香りへ。アーティストコラボ企画がスタートし、香りをイメージしたアートを配したショッパーやギフトボックスを限定で発売。

2023

4月、北海道砂川市に「みんなの工場」オープン。「工場を開く」ことにこだわり、SHIROのものづくりを公開。「ブレンダーラボ」では世界でひとつの自分だけの香り「マイフレグランス」を調香できます。砂川本店限定「フルーツブーケ」が登場。





SAVON

SHIROを象徴するフレグランス お客様が毎日使いたいもの、を考える

石けんのように透明感のある爽やかさで、やさしく甘い香りの「サボン」は、2010年6月に誕生しました。「SHIROといえばサボンの香り」と言われることも多い、SHIROを代表する定番フレグランスですが、そのデビューは決して華々しいものではありませんでした。SHIROの前身であるLAURELの設立時に発売されたヴァーベナとローズに続き、ココナッツ、グリーンティ、ペアー、グレープフルーツなど、香りのバリエーションをぐっと広げた時に発売したフレグランスのひとつに過ぎなかったのです。まさか、こんなにも多くの人に愛される香りに成長するなんて。

発売から2年と9か月が過ぎた2013年3月、「自分たちが毎日使いたいもの」という視点で改良した新しいサボン、「SAVON II」が発売されました。石けんの香りはそのままに、ローレルオイルを加えた、大人のサボンです。しかし、発売直後から、初代サボンの香りを惜しむ声が予想以上にたくさん集まったのです。そこでお客様の声に耳を傾け、社内で検討を繰り返し、2014年1月に「サボンアゲイン」として初代サボンの香りを復活しました。現在のサボンは、この初代サボンの香りをベースにしています。

2022年9月には、国際機関による規制に伴い、サボンとホワイトリリーで使用していた一部の香料が使用できないことになり、新たな調香でリニューアル。この時はお客様からご意見をいただきながら香りを決めました。サボンとホワイトリリーを愛用されている10名の方々をお招きして座談会を開催。サボンの香りは、私たちの想像をはるかに超え、お客様との出会いを引き寄せてくれています。SHIROの、というより、みんなの香り。もしかすると私たち以上に、お客様一人ひとりがサボンにまつわるエピソードをお持ちなのかもしれません。

FRAGRANCE LAYERING TIPS

ICE MINT

X

SAVON

アイスマントのミントや柑橘の香りに、少し爽やかな甘さが加わります。アイスマントに香りをプラスしたい時につけています。(小笠原恵／札幌ステラブレイス店)

SAVON

X

BON WOOD

お客様とのカウンセリングの中で見つけた、タイプの異なる香りの組み合わせ。ボンウッドに程よくやわらかさが加わり、サボンにいいアクセントがついて新しい発見でした。(竹下真衣子／岩田屋店)

SAKURA 219

受験生との出会いから生まれた春の定番 ほのかに甘い、大人っぽさ

さくら219が誕生したきっかけは、志望大学への進学を目指して浪人生活をおくっていた受験生の女の子との出会いでした。卒業や転職など、春は別れと出会いの季節。彼女のように、夢を実現しようと頑張っているみんなに「桜が咲きますように」という願いを込めてつくった香りです。ほのかに甘い、大人っぽさが感じられる香りを目指して試作を重ねました。その回数は実に219回！試作の回数がそのまま製品名になっています。製品を開発する時には、納得できる香りに辿り着くまで、何度でも調香を繰り返します。とはいっても試作が200回を超えるのは珍しいこと。

さくら219が最初に登場したのは2012年。その後、2016～17年には定番として、2018年からは毎年新春に限定フレグランスとしてお届けしています。SHIROのボトルデザインはホワイトを基調にネイビーで統一されていますが、春を感じるピンクの色使いは受け継がれ、やわらかくて深みのある上品な長春色で印字された文字は、SHIROの製品の中でさくら219だけの特別なカラーです。



FRUIT BOUQUET

北海道・空知で出会った さまざまなフルーツがインスピレーション

フルーツブーケは、砂川本店限定のフレグランス。ハスカップやりんご、ぶどうを中心に、カシスやオレンジ、アプリコットなどのフルーツをたっぷり詰め込み、やわらかなフローラルでまとめました。フルーツの花束を抱えているようなしあわせな気分になれる香りが心地よく広がります。

フルーツブーケのボトルは、SHIROのデザインのルールから少しはみ出しています。「香りをまとうたびに明るい気持ちになってほしい」という想いをデザインしたら、ボトルの色がイエローに、そしてロゴが踊りだしました。創業の地である砂川の限定フレグランスを開発するにあたって、2009年からつくり続けてきたさまざまな香り、そしてデザインを振り返りながら開発したのがフルーツブーケです。サボンやさくら219が誕生した頃は、香りの魅力を伝えるために試行錯誤の繰り返し。ルールなんてありませんでした。フルーツブーケには、創業の地、砂川から、さらにSHIROが多くの方に届けるという決意を込めて、これからの未来への希望や期待を込めています。



HAPPY VERBENA

香りの力で笑顔と元気を届けたい 東日本大震災がきっかけ

2011年3月11日に東日本大震災が発生。被災地の様子を報道で見て、居ても立ってもいられず、すぐに被災地へと向かいました。避難所を訪ね、お風呂に入れない生活が続ける皆さんの様子を見て、私たちができることは何か？ものづくりで貢献できることはあるか？香りの力で笑顔を取り戻すことができるのか？と考え、自社で開発から製造までできる強みを活かして、短期間でつくったのがハッピーヴァーベナです。ヴァーベナの香りをベースに、柑橘を加え、残り香もするように調香。

お店に募金箱を設置し、被災地にて復興支援の一助になればと就職説明会を開催、避難所で生活する方々にハッピーヴァーベナの製品を寄贈。少しでも多くの方々に笑顔と元気を届けたい、その一心でできることをやりました。同製品の売上の一部は復興支援として寄付。そして震災から10年が経過した2021年には、ハッピーヴァーベナが再登場。新型コロナウイルスの影響で緊張が続き、先の見えない毎日と震災から10年という節目が、どこかで重なったのかもしれない。



香りの豆知識 Q 時間が経つと香りが変わるのはいくらですか？ 香水は、肌につけてから10〜30分ほど経つと、1つ2つの時間ほど経つと、2時間以降は香りが消えるまでのタイムリミットという香り方には陥ります。

SHIROのスタッフに聞く わたしとフレグランス

ホワイトリリーの香りは 私らしさそのもの

橘 英里
人事採用グループ

SHIROのフレグランスとの出会いは、大学1年生の時。親友たちが私のイメージに合うからと「ホワイトリリー オードパルファン」をプレゼントしてくれました。やわらかくてやさしい香りが好きで、今も愛用しています。思い出に残っているのは、新卒入社した会社で初めて配属先を訪れた時。新卒は私ひとりで、ガチガチに緊張してしまっていたんです。でも、先輩が「良い香りだね」と話しかけてくださったことで緊張がほぐれ、会話が弾みました。それ以来、ホワイトリリーは私にとっての「お守り」になっていて、いつもバッグにオードパルファンを入れて持ち歩いています。香水をつけるのは、洋服を着るのと同じ感覚。毎日とくに意識することなく、ごく自然に香りを身にまっています。

2021年に転職してSHIROに入社。「ホワイトリリーといえば橘さん」と言われています。洋服はエレガントなもの、カジュアルなものなどいろいろ楽しんでいます。香りはホワイトリリー一筋。ホワイトリリーの香りは私のアイデンティティになっています。職場のデスクにも置いてありますし、忘れて家を出たら、落ち着かなくて近くの店舗に買いに行ってしまうくらい。



サボンの香りは あのときの決意を思い出す

フレグランス Jr. スペシャリスト*
清水 翔太
銀座三越店

20歳の誕生日に、3歳年下の妹から「サボン オードパルファン」をプレゼントされたのが、SHIROのフレグランスとの出会いです。大人になり、香水を使ってみたくて思っていたんです。当時は保育士として働いていたのですが、美容やファッションに興味湧いてきてSHIROに転職。SHIROと出会うきっかけになったサボンは、今も使い続けています。少し背伸びした日のこと、新しい自分になろうと決意した日のこと、そんな記憶を呼び起こしてくれます。

FRAGRANCE LAYERING TIPS

WHITE TEA
X
EARL GRAY

ティーの渋みが増しておすすめ。SHIROでは少ない渋み系の香りを楽しみたい方にも。〈浅田 拓実／阪急うめだ店 店長〉

ホワイトリリーのような 大人の女性になりたい

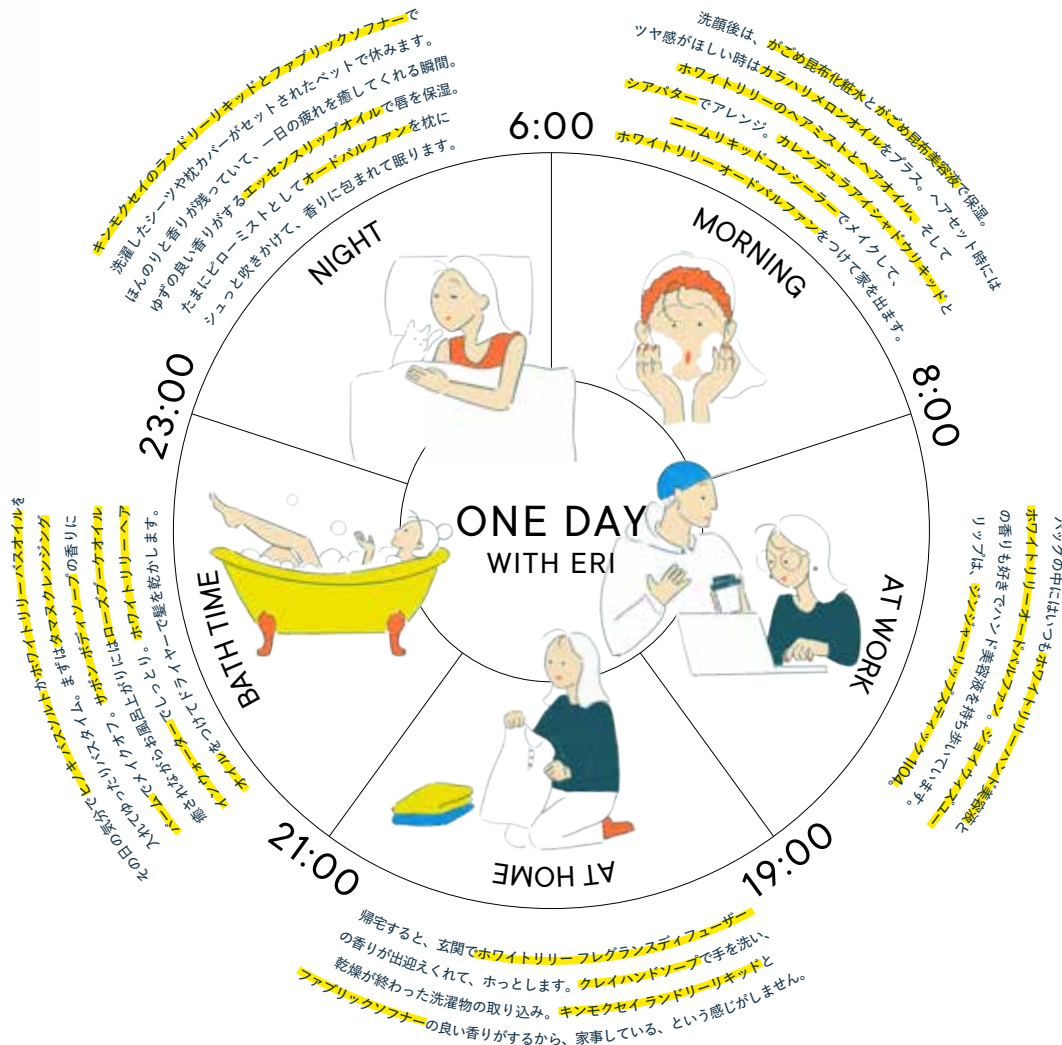
栗原 華奈
ルミネエスト新宿店 副店長

私にとってフレグランスは気持ちを高めてくれるものなんです。小文字のshiro時代、たまたまお店の前を通りかかった時に一目惚れした「ホワイトリリー ファブリックミスト」を購入したのが出会い。両親に勧めたら、実家でもホワイトリリーの製品を使ってくれて、家族みんなが同じ香りです（笑）。彼が好きなのサボンを使ってみたけれど、結局ホワイトリリーに戻ってきました。サボンはかわいい、ホワイトリリーは凛とした上品なイメージ。そんな大人の女性になりたいと思っています。

FRAGRANCE LAYERING TIPS

WHITE LILY
X
SPICES AND TEASE

男性からも人気のホワイトリリー。フローラルが入っていないスパイスアンドティーズと敢えて合わせることで、大人っぽくなり、個性も出せるのでおすすめです。〈鍵澤 愛／大丸心齋橋店〉



車に

香水やアロマオイルをつけたハンカチやアロマウッドを車に。カーディフューザーよりも気軽に香りを変えられます。〈雨谷 広美／トレーナー〉



玄関に

来客の30分前に玄関にひと吹き。玄関は家の第一印象。良い香りがすると笑顔で友人を迎えられます。〈フレグランス Jr. スペシャリスト* 石和 桃果／NEWoMan 新宿店〉



トイレトペーパーの芯に

オードパルファンをトイレトペーパーの芯につけておくと、回転するたびにやさしく香りが広がります。〈西野 真加／大丸心齋橋店〉



お風呂場に

入浴前にバスルームにワンプッシュ。ふんわりいい香りでリラックスしながらバスタイムを過ごせます。〈赤峰 はるか／大阪タカシマヤ店 店長〉



ベッドとシーツの間に

ベッドのシーツと掛け布団の間に数プッシュ忍ばせて眠ると、翌朝良い香りとともにスッキリ目覚められます。〈藤信 里奈／伊勢丹新宿店〉



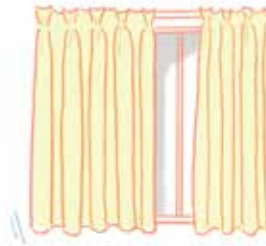
衣類棚／クローゼットに

オードパルファンをコットンに数プッシュつけて衣類棚に挟んでいます。ふとした時に洋服から香るので癒されます。〈フレグランス Jr. スペシャリスト* 清水 翔太／銀座三越店〉



爪と皮膚の間に

綿棒に香水をつけて、爪と皮膚の間に塗っておきます。指先から香るからしっかり印象づけられます。〈秦 友真／博多阪急店〉



カーテンなどに

カーテンの裾などに吹きかけると、ディフューザーにはない香りをお部屋の中でも楽しめます。〈鍵澤 愛／大丸心齋橋店〉



眠る前に、足首に

夜、ベッドに入る前に足首に吹きかけます。好きな香りに包まれて眠りにつくと、ぐっすり眠れます。〈赤峰 はるか／大阪タカシマヤ店 店長〉



靴下に

靴下にワンプッシュ。足元からの香りを楽しみながら散歩時間を充実させています。靴にも香りがほんのり残ります。〈大沼 歩／伊勢丹新宿店〉

おしゃれな フレグランスの使い方

すてきな香りを身にまとう方法

フレグランスで気分を上げたり、落ち着かせたり
みんなは、どんな風に使っているの？
ちょっとユニークな活用方法をご紹介します

ボディスクラブとして

ボディオイルに塩を混ぜてボディスクラブとして使っています。発汗作用と保湿効果でお肌がすべすべに。〈雨谷 広美／トレーナー〉

*SHIROのフレグランス製品について、秀でた製品知識と販売スキルを有するブランド公認スタッフ

FRAGRANCE LAYERING TIPS

WHITE LILY
X
POMEGRANATE

ホワイトリリーのユリ、ボメグラネイトの官能的なフルーティさが上品に合わさり大人っぽい深みのある印象になるので大好き。〈フレグランス Jr. スペシャリスト* 清水 翔太／銀座三越店〉

FRAGRANCE LAYERING TIPS

FREESIA MIST
X
WHITE LILY

フリージアミストを先に付け、ホワイトリリーを軽くつけると、ホワイトリリーのヴェールがかかったような上品でやわらかい香りに。〈野田 彩乃／大丸心齋橋店〉

香りの豆知識 Q 身体の上につけたらいいの？ フレグランスは体温が高いくらいにつけると効果的です。しっかり香りを楽しみたいときは耳の裏や首筋、鎖骨などの箇所。足首や内もも、ウエスト周りにつけばほのかに香ります。

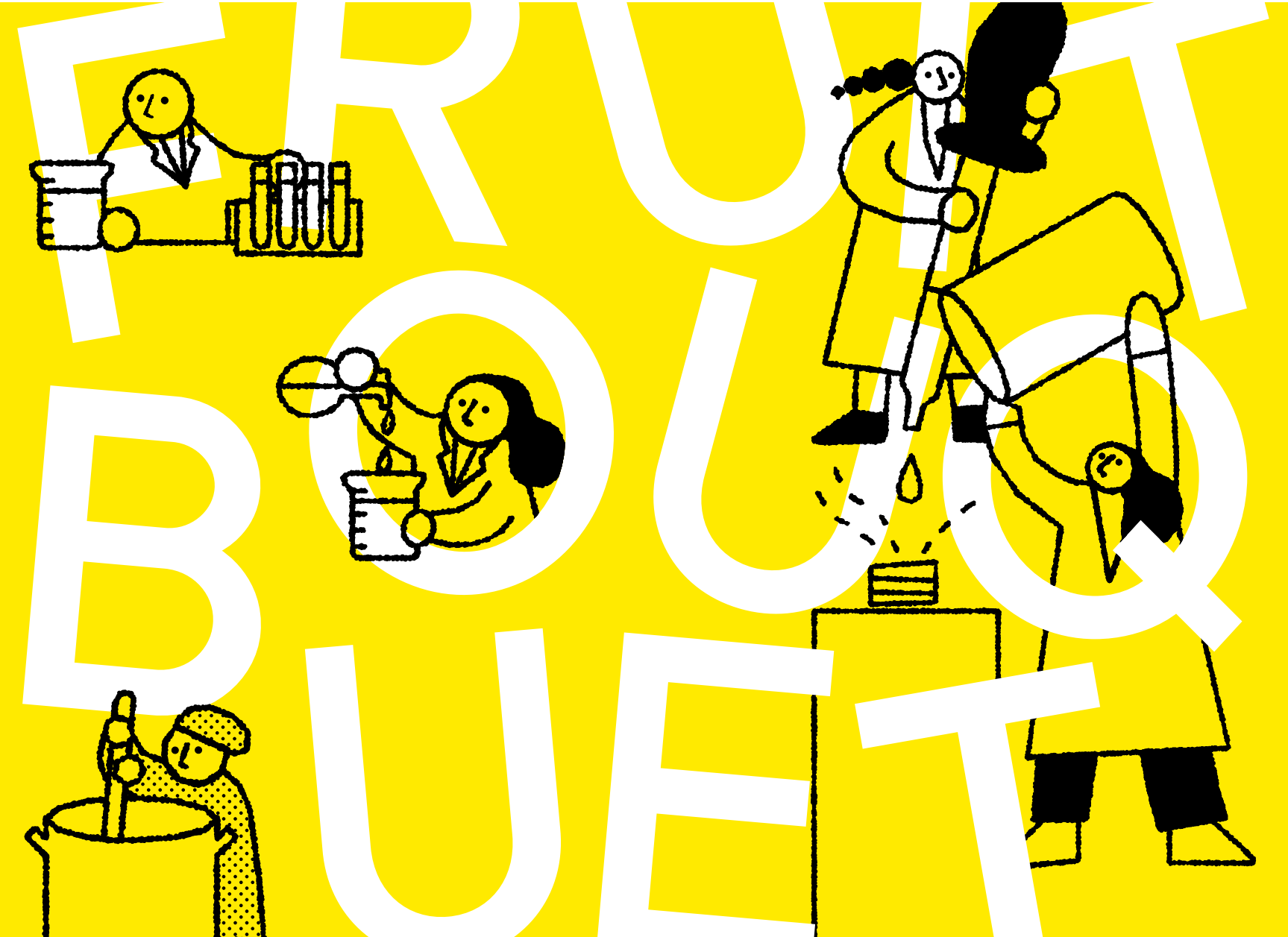
30年以上栽培しているけど こんなに育たないのははじめて

ラワンぶきは成長すると高さが3mにも達する日本一大きなふきです。SHIROでは、化粧水やフェイスウォッシュの原料として使用しています。「今年は何かおかしい……。腰の高さくらいまでしか成長しない……」と、鳥羽農場の鳥羽秀男さん・昇子さん夫妻から連絡をいただき、そわそわしながら北海道・足寄町へ向かいました。今年大きく成長しない理由はいくつか考えられます。昨年の春から夏にかけて雨天が続き、「中ふき」と呼ばれる、翌年成長するために大切な部分が十分に成長しませんでした。さらに、豪雨の影響で畑が水に浸かってしまったのです。今年も不安定な天候は続いています。5月に0℃を下回る氷点下を記録し、昨年とは対照的に6月は降雨量が少なく干ばつ状態。「ラワンぶきを30年以上育てているけど、こんなに育たないのははじめてです」と鳥羽さん。地球が怒っているのでしょうか？ 想像していたよりも大きく成長していてホッとしましたが、例年に比べるとずいぶん小さいそうです。

葉茎（私たちが食べる部分）が赤く変色したふきは、食用としては出荷できずに廃棄されるそうです。味は変わらないけど、見た目が揃わないのがその理由。化粧品の原料としては問題なく使えますが、仕分けことが現場の負担になってしまうため、現在SHIROに納品されているのは、食用として出荷できる緑のふきでした。0号で取材したがごめ昆布の場合も、おいしく食べられる部分が納品されていたことを思い出しました。SHIROが原料として使っているのは、鳥羽農場が生産するラワンぶきの全体の1%にも満たないわずかな量です。そのために仕分けなどの特別な対応をしていただくのは難しいのが現実。私たちには捨てられる自然素材を有効活用したい想いがありますが、簡単ではない現実をつきつけられました。

帰り際に「ふきの天ぷら、食べたことあるかい？」と秀男さん。いただいたふきを家に持ち帰り、さっそく一口サイズに切って天ぷらを揚げました。おいしい！ アク抜きや皮むきなど下ごしらえに手間がかかる印象が強く、敬遠されがちなふきですが、ラワンぶきは、他のふきに比べてアクが少なく、色が綺麗で、食感がいい。生のラワンぶきは6月にしか食べられませんが、水煮したラワンぶきなら手に入ります。おでんにいれるとおいしいですよ。足寄町のラワンぶき、ぜひ一度味わってみてください。





Shop List

北海道		中部	
SHIRO 砂川本店	北海道砂川市豊沼町 54-1 みんなの工場内	SHIRO タカシマヤ ゲートタワーモール店	愛知県名古屋市中村区名駅 1-1-3 タカシマヤ ゲートタワーモール 6F
SHIRO 札幌ステラブレイス店	北海道札幌市中央区北 5 条西 2-5 JR タワー	SHIRO ジェイアール名古屋タカシマヤ店	愛知県名古屋市中村区名駅 1-1-4 ジェイアール名古屋タカシマヤ 3F 化粧品 SHIRO
札幌ステラブレイス センター B1			
関東		近畿	
SHIRO 表参道本店	東京都渋谷区神宮前 5-2-7 2F	SHIRO ルクア イーレ店	大阪府大阪市北区梅田 3-1-3 ルクア イーレ 2F
SHIRO BEAUTY 表参道本店	東京都渋谷区神宮前 5-2-7 B1F	SHIRO 大丸京都店	京都府京都市下京区 四条通高倉西入立売西町 79 大丸京都店 1F
SHIRO 自由が丘店	東京都目黒区自由が丘 2-9-14 アソルティ 1F・B1F	SHIRO 大丸心斎橋店	大阪府大阪市中央区心斎橋筋 1-7-1 大丸心斎橋店本館 1F
SHIRO NEWoMan 新宿店	東京都新宿区新宿 4-1-6 NEWoMan 新宿 1F	SHIRO 阪急うめだ店	大阪府大阪市北区角田町 8-7 阪急うめだ本店 3F HANKYU BEAUTY SHIRO
SHIRO ルミネエスト新宿店	東京都新宿区新宿 3-38-1 ルミネエスト新宿 B1	SHIRO 大阪タカシマヤ店	大阪府大阪市中央区難波 5-1-5 高島屋 大阪店 1 階化粧品売場 SHIRO
SHIRO 伊勢丹新宿店	東京都新宿区新宿 3-14-1 伊勢丹新宿店本館 1 階＝化粧品	SHIRO 大丸神戸店※ ²	兵庫県神戸市中央区明石町 40 番地 大丸神戸店 本館 1F 化粧品 SHIRO
SHIRO 丸ビル店	東京都千代田区丸の内 2-4-1 丸の内ビルディング B1F		
SHIRO 銀座三越店	東京都中央区銀座 4-6-16 銀座三越 地下 1 階 ギンザコスメワールド	九州	
SHIRO +Q（プラスク）ビューティー	東京都渋谷区渋谷 2-24-12 渋谷スクランブルスクエア	SHIRO 岩田屋店	福岡県福岡市中央区天神 2-5-35 岩田屋本店 本館 1 階＝化粧品 SHIRO
渋谷スクランブルスクエア店	ショップ＆レストラン 6階 SHIRO +Q（プラスク）ビューティー店	SHIRO 博多阪急店	福岡県福岡市博多区博多駅中央街 1-1 博多阪急 1F 化粧品 SHIRO
SHIRO 渋谷ヒカリエ ShinQs店	東京都渋谷区渋谷 2-21-1 渋谷ヒカリエ ShinQs 1F		
SHIRO ルミネ池袋店	東京都豊島区西池袋 1-11-1 ルミネ池袋 B1	台北	
SHIRO 玉川高島屋 S・C 店	東京都世田谷区玉川 3-17-1 玉川高島屋 S・C 南館 1F	SHIRO 新光三越信義新天地 A11※ ³	台湾台北市信義區松壽路 11 號 1 樓 SHIRO
SHIRO ルミネ北千住店	東京都足立区千住旭町 42-2 ルミネ北千住 3F		
SHIRO ルミネ横浜店	神奈川県横浜市区西高島 2-16-1 ルミネ横浜 1F	London	
SHIRO ルミネ大宮店	埼玉県さいたま市大宮区錦町 630 番地 ルミネ大宮店 ルミネ 2 3F	SHIRO St. Christopher's Place	Ground Floor, 15 St Christopher's Place, London W1U 1NJ, UK
SHIRO/TIAT DUTY FREE BEAUTY※ ¹	東京都大田区羽田空港 3-4-2 第 2 ターミナル 3 階 国際線出国エリア内	SHIRO Monmouth Street	Ground Floor, 63 Monmouth Street, London, WC2H 9DG, UK

SHIRO
PAPER

Issue 2

発行：株式会社シロ
お問い合わせ
TEL: 0120-275-606
MAIL: info@shiro-shiro.jp

編集長：今井浩恵
Editor in Chief: Hiroe Imai

クリエイティブ・ディレクター：佐々木信（3KG）
Creative Director: Shin Sasaki

エディター：葛原信太郎
Editor: Shintaro Kuzuhara

表紙写真：澤圭太
Cover Photograph: Keita Sawa

イラスト：石田愛実
Illustration: Manami Ishida

発行人：福永敬弘
Publisher: Takahiro Fukunaga

プロデューサー：伊藤亜由美（CREATIVE
OFFICE CUE）
Producer: Ayumi Ito

編集企画：野木村美里
Editorial Planning: Misato Nogimura

PR・校正：小林穂乃香
Public Relations: Honoka Kobayashi

PR・撮影：笹木舞子
Public Relations: Maiko Sasaki

進行管理：川手梨乃
Project Management: Rino Kawate

印刷：北海道新聞社
Print: The Hokkaido Shimbun Press

Thanks to：
井上隆太郎 / 井上裕美 / 鳥羽秀男 / 鳥羽昇子 /
鳥羽翔太 / 望月亜希子 / 北崎千鶴 / 小笠原恵 /
竹下真衣子 / 橋英里 / 清水翔太 / 栗原華奈 /
浅田拓実 / 鍵澤愛 / 雨谷広美 / 石和桃果 /
西野真加 / 赤峰はるか / 藤信里奈 / 秦友真 /
鍵澤愛 / 大沼歩 / 野田彩乃 / 苗目の皆さん /
鳥羽農場の皆さん / 「みんなの工場」撮影に
協力いただいた皆さん & わんちゃん

Copyright © SHIRO Co.Ltd.
All Rights Reserved.
本誌掲載の写真、イラストレーション、記事、
ロゴの無断転載および複写を禁じます

shiro-shiro.jp
@shiro_japan

