

知 it is JAPAN 日

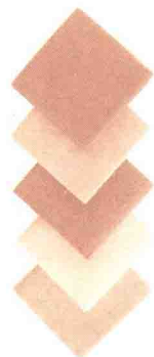
知日MOOK Δ 苏静 / 主编

¥ 35.00



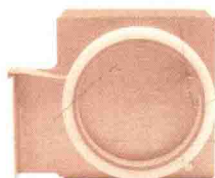
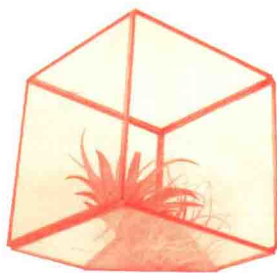
杂货

特集

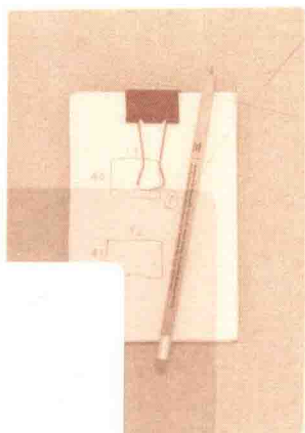


特集

杂



货



图书在版编目 (CIP) 数据

知日·杂货/苏静主编. —北京:中信出版社,2014.9
ISBN 978-7-5086-4743-2
I. 知… II. 苏… III. 文化—介绍—日本 IV. G131.3
中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第184212号

知日·杂货

主 编 :苏静
策划推广 :中信出版社 (China CITIC Press)
出版发行 :中信出版集团股份有限公司
(北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)
(CITIC Publishing Group)
承 印 者 :北京昊天国彩印刷有限公司

开 本 :787mm×1092mm 1/16	插 页 :6
印 张 :11	字 数 :220千字
版 次 :2014年9月第1版	印 次 :2014年9月第1次印刷

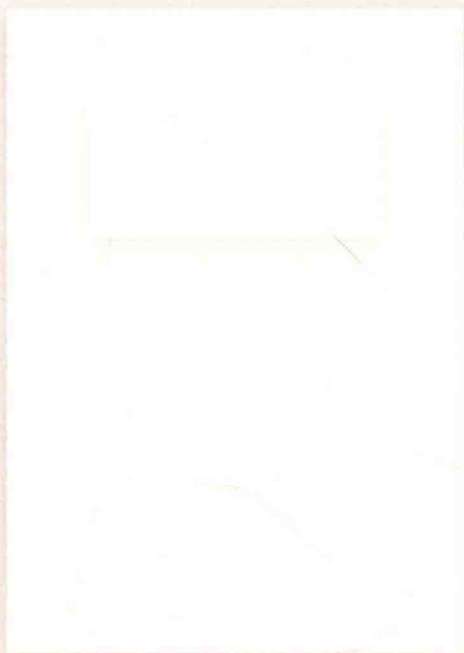
广告经营许可证 :京朝工商广字第 8087 号
书 号 :ISBN 978-7-5086-4743-2/G · 1155
定 价 :35.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书,如有缺页、倒页、脱页,由发行公司负责退换。

服务热线 :010-84849555 服务传真 :010-84849000

投稿邮箱 :author@citicpub.com



知日特集 全新改版

京东商城、亚马逊商城、当当网、快书包、全国书店、部分机场书店以及部分便利店均有发售

欲即刻了解知日特集发售信息，请关注知日新浪微博：[@知日 ZHIJAPAN](#)
商业合作请联络电话：(010) 84407279 或发送电邮至：zhi.japan@gmail.com



知日 S+O+O

为您甄选高品质日系商品的闪购专门店

日系严选, 期间限定

淘宝 APP 即刻扫描, 收藏知日 Store

新浪微博 @知日Store, 关注我们获取最新店铺信息!



zhijapan.taobao.com

特集○杂货

漫步杂货之路 **4**
一地一店 四十七地杂货探寻

杂货之五人谈 **5**

从一到零 回归原点 **10**
无印良品的自我发现之旅

HAKUSAN SHOP 造物之态, 待客之心 **18**

与你的家一同成长: 无骨杂货, 天然家具 **26**

住宅区里的北欧风情 **34**

无论如何, 振兴日本工艺!
300 年老铺进化论 **42**

interview 中川淳

52 BRICK & MORTAR

与最平凡又最不凡的物品相遇

择优而生活: designshop 中的日系名作 **60**

SALT: 以雪具感受山之美 **66**

古宅、画廊、日常之美

陶艺家安藤雅信与他的“百草画廊”

interview 安藤雅信 **72**

自悠闲时光里苏醒的文具 **78**

interview 坂田佐武郎

84 我的京都私房杂货铺

杂货家族的花样世界 **92**

理想不远: 15 步打造属于你的杂货店 **98**

以“物”创造想象空间: Archéologie
的古董宇宙 **104**

吉祥寺: 连接今朝昔日的异色街市 **112**

饭岛荣助传 **120**

124 满载杂货之旅

别册

日和手帖

regulars

photographer

花代

花的呓语, 梦的气息

interview 花代

137

book

“高座”之上一人言

150

magazine

历久弥新的和服之美

《和乐》之《森田空美与“知性和服”》

152

器

Morusara

157

manga

热闹农场和欢乐喜剧

158

俳句

让时间停留

160

料理

姜汁烧肉

162

columns

吴东龙的设计疆界

岛上设计旅行·冲绳篇

163

虫眼虫语

群青

169

告诉我吧! 日语老师

我们身边的高科技

173

知日

it is JAPAN

ZHI JAPAN. 24

出版人 & 总编辑: 苏静

艺术指导: 马仕睿

资深主笔: 毛丹青

总编助理: 张艺

编辑: 刘子丹、陈晗、曹人怡、周晓宇

特约记者: 姚选(东京), platinum(东京)

策划编辑: 王菲菲, 段明月

责任编辑: 段明月

营销编辑: 李婧

平面设计: typo_d

Publisher & Chief Editor:

Johnny Su

Art Director: Ma Shirui

Chief Writer: Mao Danqing

Assistant of chief editor: Zhang Yi

Editor: Liu Zidan, Chen Han,

Cao Renyi, Zhou Xiaoyu

Special Correspondent:

Yao Yuan (Tokyo), platinum (Tokyo)

Acquisitions Editor: Wang Feifei,

Duan Mingyue

Responsible Editor:

Duan Mingyue

PR Manager: Li Yan

Graphic Design: typo_d

特集○杂货

漫步杂货之路 **4**
一地一店 四十七地杂货探寻

杂货之五人谈 **5**

从一到零 回归原点 **10**
无印良品的自我发现之旅

HAKUSAN SHOP 造物之态, 待客之心 **18**

与你的家一同成长: 无骨杂货, 天然家具 **26**

住宅区里的北欧风情 **34**

无论如何, 振兴日本工艺!
300 年老铺进化论 **42**

interview 中川淳

52 BRICK & MORTAR

与最平凡又最不凡的物品相遇

择优而生活: designshop 中的日系名作 **60**

SALT: 以雪具感受山之美 **66**

古宅、画廊、日常之美

陶艺家安藤雅信与他的“百草画廊”

interview 安藤雅信 **72**

自悠闲时光里苏醒的文具 **78**
interview 坂田佐武郎

84 我的京都私房杂货铺

杂货家族的花样世界 **92**

理想不远: 15 步打造属于你的杂货店 **98**

以“物”创造想象空间: Archèologie
的古董宇宙 **104**

吉祥寺: 连接今朝昔日的异色街市 **112**

饭岛荣助传 **120**

124 满载杂货之旅

别册
日和手帖

regulars

photographer

花代
花的呓语, 梦的气息
interview 花代
137

book

“高座”之上一人言
150

magazine

历久弥新的和服之美
《和乐》之《森田空美与“知性和服”》
152

器

Morusara
157

manga

热闹农场和欢乐喜剧
158

俳句

让时间停留
160

料理

姜汁烧肉
162

columns

吴东龙的设计疆界
岛上设计旅行·冲绳篇
163

虫眼虫语

群青
169

告诉我吧! 日语老师

我们身边的高科技
173

知日

it is JAPAN

ZHI JAPAN. 24

出版人 & 总编辑: 苏静

艺术指导: 马仕睿

资深主笔: 毛丹青

总编助理: 张艺

编辑: 刘子丹、陈晗、曹人怡、周晓宇

特约记者: 姚远(东京), platinum(东京)

策划编辑: 王菲菲, 段明月

责任编辑: 段明月

营销编辑: 李娜

平面设计: typo_d

Publisher & Chief Editor:

Johnny Su

Art Director: Ma Shirui

Chief Writer: Mao Danqing

Assistant of chief editor: Zhang Yi

Editor: Liu Zidan, Chen Han,

Cao Renyi, Zhou Xiaoyu

Special Correspondent:

Yao Yuan (Tokyo), platinum (Tokyo)

Acquisitions Editor: Wang Feifei,

Duan Mingyue

Responsible Editor:

Duan Mingyue

PR Manager: Li Yan

Graphic Design: typo_d

图书在版编目 (CIP) 数据

知日·杂货/苏静主编. —北京:中信出版社,2014.9
ISBN 978-7-5086-4743-2
I. 知… II. 苏… III. 文化—介绍—日本 IV. G131.3
中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第184212号

知日·杂货

主 编 :苏静
策划推广 :中信出版社 (China CITIC Press)
出版发行 :中信出版集团股份有限公司
(北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)
(CITIC Publishing Group)
承 印 者 :北京昊天国彩印刷有限公司

开 本 :787mm×1092mm 1/16	插 页 :6
印 张 :11	字 数 :220千字
版 次 :2014年9月第1版	印 次 :2014年9月第1次印刷
广告经营许可证 :京朝工商广字第 8087 号	
书 号 :ISBN 978-7-5086-4743-2/G · 1155	
定 价 :35.00 元	

版权所有·侵权必究

凡购本社图书,如有缺页、倒页、脱页,由发行公司负责退换。

服务热线 :010-84849555 服务传真 :010-84849000

投稿邮箱 :author@citicpub.com

撰稿人

feature

米力

天生的玩家，后天的杂货创作家，擅长为“物”注入灵魂，现任知名礼品公司创意总监，米力生活杂货、温事商店创办人。以优雅的插画、简洁的文字，创作出清新的图文作品而广受欢迎。著有《米力的幸福讲义》《我爱横条衫》《我爱花花世界》《生活家的器物》等。

regulars

毛丹青

外号“阿毛”，中国国籍。北京大学毕业后进入中国社会科学院哲学所，1987年留日定居，做过鱼虾生意，当过商人，游历过许多国家。2000年弃商从文，中日文著书多部。现任神户国际大学教授，专攻日本文化论。

刘联恢

旅居日本多年，现为北京第二外国语学院汉语学院教师，专职教授外国留学生汉语和中国文化，每年为日本京都外国语大学等学校的暑期访华团做中国文化讲座。

吴东龙

从事设计观察的作家、讲师、设计师，也是课程与书籍的规划者。在多面向的设计工作里，长期关注日本的设计场域，著有《设计东京》系列书籍，作品见于两岸三地。现在是“东喜设计工作室”、创意聚落“地下连云企业社”负责人。

田原

1965年生，诗人、翻译家、日本文学博士。城西国际大学教授，出版有诗集、文学专著和译著二十多种。

夏达

中国著名漫画家，中国著名漫画团队夏天岛工作室签约作者。代表作品《子不语》《长歌行》《哥斯拉不说话》《游园惊梦》。其中《子不语》在国内连载后登陆日本，作品《长歌行》同步连载于中国漫画杂志《漫友》和日本主流漫画杂志《Ultra Jump》，销量火爆，引起热潮。

受访人

中川淳 株式会社中川政七商店 第十三代社长

1974年出生。2002年进入中川政七商店，担任常务董事，加速“遊中川”品牌的直营店进程，并确立了日本首个以工艺为基础的SPA（制造零售业）行业形态。2003年推出新品牌“粹更 kisara”，2008年就任社长。以“中小企业的品牌推广”为主题，进行了众多面向经营者、设计师的演讲。著有《品牌的创立法》《品牌的塑造法》等。

安藤雅信 陶艺家

1957年出生于日本岐阜县，24岁从武藏野美术大学雕刻专业毕业，1998年建立“百草画廊”。专注陶器制作，作品种类超过千种，类型多变，在国内外有很高人气。著有《美与生活——百草画廊》一书，并曾举办多个展览。

坂田佐武郎 文具设计师

1985年出生于京都，2009年在京都成为独立设计师，活跃于平面设计和产品设计领域。2013年曾受上海玻璃博物馆邀请，参加“国际创意玻璃设计展”。

花代 艺术家、摄影师

1970年出生于东京。大学肄业后，曾于东京向岛进行艺伎学艺。1996年出版第一本写真集《ハナヨメ》。现以艺术家、摄影师的身份活跃于东京、柏林、伦敦、巴黎、香港等世界各地。

特别鸣谢

● 株式会社良品计划 ● ギャラリー百草 (Galerie Momogusa) ● 白山陶器株式会社 ● HAKUSAN SHOP
● 株式会社中川政七商店 ● Klala ● Archèologie
● BRICK & MORTAR ● LEAD ME HOME by RIVER-GATE ● designshop ● SALT ● townphoto.net

● 中川淳 ● 安藤雅信 ● 坂田佐武郎 ● 米山胜范 ● 花代
● 冲泽康平 ● sunkist

联络 知日 ZHI JP

订阅、发行、投稿、建议
zhi.japan@gmail.com

微博

http://weibo.com/zhijp

豆瓣小组

http://site.douban.com/113806/

加入知日

408693831@qq.com

商业合作洽谈
(010) 84407279

发行支持

中值出版集团股份有限公司

北京市朝阳区惠新东街甲4号

富盛大厦2座

100029

特集・杂货

一地一店

四十七地の雑貨を探す

一地一店 四十七地雑貨探尋

徐蓉葳 / edit

知日資料室 / photo courtesy

雑貨の道を歩む

漫步杂货之路

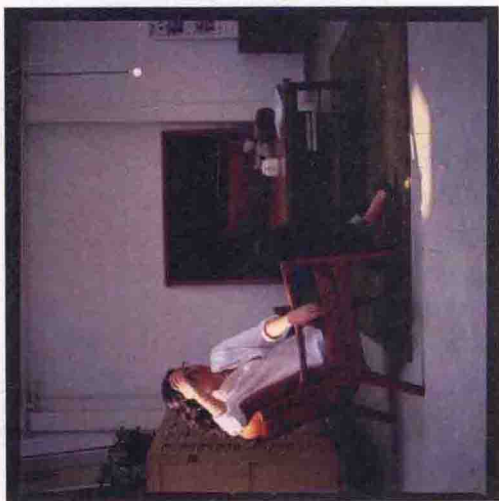
刘子丹 / edit

知日資料室 / photo courtesy

5人が語る雑貨

杂货之五人谈

刘子丹、陈略、周晓宇、徐睿蕙 / edit



李若帆

失物招领 Lost & Found 主理人

日式杂货印象

日式生活杂货是日本生活美学的重要组成部分。日本的生活杂货选择很多，从现代设计到古董几乎应有尽有，但我心中的日式生活杂货应该是具有一些「和风」的特质，即采用传统工艺或技术制作，但又适合现代生活，质感优良的生活用品。也包括一些用现代技术、西洋观念与日式传统结合的物品。它们共同的特性应该具有美好的质感、谦逊内敛的造型，同时有许多为使用者考量的小细节。

对于杂货的坚持

除了物品本身的美感，「实用性」也是必需的。在挑选物品的时候，也会特别关注器物背后的作者，以及品牌的创作理念或背景。

理想杂货店

可以看得主人态度的杂货店。如果店主也是作者，能够呈现自己的创作理念就更好了。

杂货代表的生活方式

这些用具（杂货）不再是可有可无的东西，而是生活中的必需品。美好的器物除了「好用」之外，能带给我们更多细腻的感受。用心感受物件的细节，透过器物的组合方式和用途，每一天的变化，使我们的内心沉静下来。这或许也是一种「器物之道」吧。



唐七

自由撰稿人、摄影师、食物造型师

日式杂货印象

日常感、一望即知的美学风格，以及每一件杂货，无论大小贵贱，都充满了对生活细节的关注及探索的趣味。

对于杂货的坚持

最早去日本的时候，被琳琅满目的杂货吸引，有过那种「觉得什么都好看，什么都很可爱，什么都想买」的时期。后来渐渐收心，看得越多，买得反而越少，一个是眼光会越来越锐利，另外，也是「只买能够使用的东西」的坚持的缘故。那些纯粹的摆设，或者是在自己日常生活里没办法用到的东西，即便再好看，也不会入手了。

近年来花器 and 食器买得多，对质感和使用过程中的体验感也越来越看中。日式器物的好处是功能上的多样性，

一件精彩的碗，可以放东西，可以盛放饭菜，也可以喝酒入花，全凭自己。那也可以说是同样一件东西，在不同人的手里被赋予了不同的生命可能。

理想杂货店

最重要的当然是能够「不以负担生计」为目的，如此，店铺的气氛才能够最大程度保留「人」的魅力。再有，如果能开在一个「有喜爱杂货的氛围」的地方就更好了。有环境，能聚拢对的人，有交流，有出货有人货，保持自在，风格独立，如此算是理想。

杂货代表的生活方式

「对生活有兴趣。」不是得过且过，不是迎合，不是抗争，不是凑合，而是有兴趣。



杨涵憬

千树创意及 goodone 旧物仓创办人

日式杂货印象

每一家杂货店的后面，都有一个厉害的主人，都有一个关于生活的故事。关于它们杂货店的形成，其实更多的是其生活风格与态度的形成，是花了长长的时间营造出来的。换句话说，这种「杂」，是其主人的生活趣味集成，而不是为某种商业目的，而去满足一群人的多种商品需求。它是一种个人商业的最自然状态，是一个人的生活完整的美学呈现。所以其风格大多质朴而纯粹，去除了太多夸张和形式主义的东西，每一件物品，似乎都是主人内心的展现，所以看到更多的是他们

对于生活的爱与理解。而且这种美学趣味非常平衡，不会让你觉得任何一件物品的突兀，甚至连同他们的经营态度，都是一种精神化的产品。所以我会觉得，日式杂货，贩卖的本质更多的是一种生活美学趣味，而且给了你很多去选择的可能。

对于杂货的坚持

对于 goodone 旧物仓而言，因为专注于日常旧物的集成经营，所以最大的原则就是，所有入仓的货品，首先必须是经历过时间沉淀的，几乎都要30年以上。而我很爱的手工艺选品，更是经过了数百年甚至上千年的传承而留下来的，比如水吉的建盏、贵州的手工纸、福州漆器和手工锡器等。其次是这些物品，通过再造，能有再用于当下日常生活空间的可能，而不只是纯装饰，生活曾经在它们身上留下的时光印迹，能得以继续。对于我而言，过去的生活与时光，才是最大的设计师，所以我相信时光之选。于各种破烂之间，更容易发现原来人们生活的质朴与用心。我希望这对前往的客人是一种有温度的提示，是该回归生活本身的时候了！

理想杂货店

其实我们正在利用 goodone 旧物仓来做这个理想实验。因为热爱各种生活，所以前前后后开了接近十余种生活方式店铺，有咖啡馆，有红茶馆，有旅店，有小餐厅，有葡萄酒馆等，而第一家开设的，则是一个小小的杂货店，当时命名叫利物铺（livepool，取生活者之泳池之意），那时便爱上了杂货学，当然也是因为自己的生活趣味实在是广得无法收束！所以我理想中的杂货店，其实更多是杂货仓，必然要把我所热爱的这些生活方式，都能收纳进去！所以经过了两年，goodone 旧物仓成为了现在的样子，1000多平方米的空间里，有我们的工作间，有木工房，有小花园，有茶室与咖啡馆，有中古厨房，有手工工艺小馆，接下来还想有个陶作坊！它几乎满足了我对美食、手工艺、旧物、植物的综合热爱。只是这样的大杂货店，足足花去了这十年认真生活的时间，最终才能得以自然生长出来。我理想中的杂货店，要有像宝库一样，会被它吸进去不能自拔的感觉。

杂货代表的生活方式

我觉得是一种有趣味的生活，并非是恋物，因为物的本质是用，用这些自己所爱之物作再造生活之用，乐趣自然就会出现。当然也许获得的结果都一样，但在过程中，我们享受到了这种愉悦。就好比喝茶，无论你用柳宗理的杯子，还是普通杯子，结果都是喝到了茶，但问题是人生而有五感，喝茶的不仅是我们的嘴巴，你的

手要握那杯子，你的眼睛要看那杯子，你的耳朵可能还得听那杯子的响声……为我们的感官寻找更综合的日常美学体验，不致顾此失彼，这，应该就是杂货学的诞生吧。



小白

素食美食作家、餐厅创始人

日式杂货印象

我印象中日本杂货的调子是柔和稳重的，艳丽的比较少，质感是木的、金属的、陶瓷的、棉麻的比较多，合成的材质比较少有。功能上基本上是以实用的为主。

对于杂货的坚持

在挑选杂货上，我首先会考虑这个东西买回家我会不会用，如果想不到放在哪里、怎么用，我就不会买，家里的空间有限，杂货也是要遇到善于使用它的人才好。

理想杂货店

理想中的杂货店啊，应该是摆满了气味相投的东西，不要有什么太高的格调，都是好用的、耐用的、耐看的、经久东西。

杂货代表的生活方式

就是到处搜集一堆破烂，然后和谐地安置在家里的每一个角落。



夏小暖

爱斯基摩影像创始人

日式杂货印象

拥有极好的采光，隐匿在城市一隅。虽然空间不大，信息量却十分丰富。设计感很强，讲求细节，微小之处足见心意。

对于杂货的坚持

我喜欢老东西、旧玩意，我认为抵挡过时光的东西才有灵魂，我喜欢带有温度的手工制作品，而不是批量生产的东西，我觉得一样东西的精神附加值很重要。

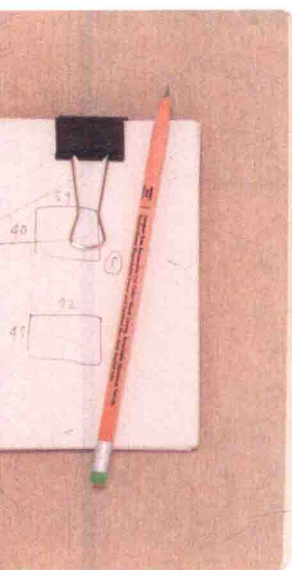
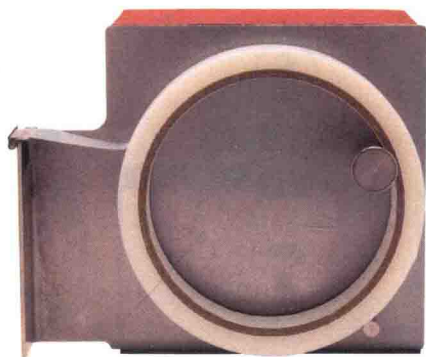
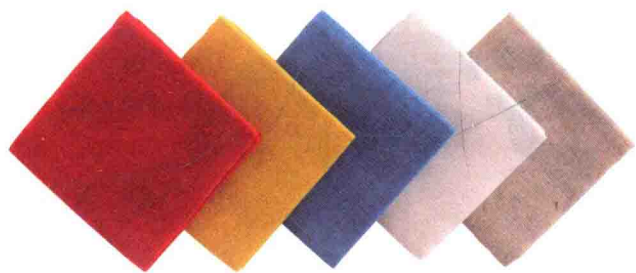
理想杂货店

一进门便能感知店主的自我喜好，拥有店主的个人风格，他的爱好、经历、审美以及情绪都能从陈列的细节和贩卖的物品中看出来。极具店主个人风格和气息的店，每一件物品都是精挑细选，而每一件物品都与他的生活息息相关，你似乎可以看到他在这一方空间里生活工作的画面，近在咫尺。

杂货代表的生活方式

杂货店往往是一座城市人们生活的缩影，当人们开始着眼于当下平凡的日常，便会试图去将家和生活的细节变得更生动且有趣。杂货代表一种个人风格、一类生活方式，同时也代表了一座城市的可能性。





一から零へ の 原点回帰 無印良品の 自己再発見

从一到零 回归原点
无印良品的自我发现之旅

周晓宇 / edit
株式会社良品计划 / picture courtesy

①

**为什么想要
开一家这样的店**

?

青山店是无印良品
开设的第1号店，
也是我们传播品牌信息
和文化的最重要的载体

○

②

**经营无印良品
最重视的东西**

?

致力于将各地的
手工艺、技术和
资源再创造，
重新运用于日常生活

○

③

**店内最推荐的
物品**

?

中式长椅、
日本布艺、
法式保管箱、
印度咖喱壶

○

无印良品，和它简洁的英文“MUJI”，在当下恐怕无人不知，无人不晓。2005年在中国开办第一家分店以后，这个来自日本的杂货品牌就掀起了流行热潮，以其独特、简约的风格著称。实际上，无印良品早在20世纪80年代就已经创立，最初它是西友百货旗下的子品牌，后来独立发展，建立起株式会社良品计划，把自己的文化特质一直延续至今。无印良品在产品设计中融合了北欧风格，又结合日本特有文化，将自然材质和简洁明朗的外观结合，让这个品牌成为杂货界不可忽略的象征符号。

这次我们启程，从它的“1号店”——无印良品青山店出发，探索这个杂货品牌全新的自我发现之旅——“Found MUJI”。

△ 无印良品青山店坐落于东京都涩谷区，颇具时尚的门面外观，让人很难想象它在1983年6月就已经开门迎客。作为无印良品起步的重要标志，同时也是传播品牌文化的重要媒介，在2011年11月11日，有着近三十年历史的青山店重新装修。它已经不仅是“1号店”，还承担起展示“Found MUJI”成果的任务，成为无印良品新的起点。

△ “Found MUJI”口号在2003年提出，距离无印良品创立正好过去23年。精明的设计师们希望能够进一步深入世界各地，探索更细微之处隐藏的优质设计，来扩充无印良品的文化魅力。而恰好此时，公司低迷的营业额开始逐渐好转，旗下店铺和商品的数量也在不断增加。抓住机遇，让无印良品回到原点，成为最终促成“Found MUJI”诞生的契机。

△ “Found MUJI”并不是一个全新的概念，它的理念和标准，在无印良品创立之初就已经存在。一直以来，无印良品的设计并非从零开始，而是在“探索、发现”中寻找灵感，然后再经过提炼、融合，最后重新推向市场。这次“Found MUJI”的正式提出，把重点放在了寻找品牌的“原石”上。作为有着象征意义的“1号店”，无印良品青山店也自然而然成为大本营。设计师们开始把各地的发现集中于此，积极进行各种新的尝试。

△ 焕然一新的青山店里，可以看到四处摆放着“Found MUJI”的成果，各个商品不仅在外观、



材质上不同，也可以透过它们，看到文化差异的融合、艺术的集大成。“Found MUJI”的确立，让无印良品把触角伸向世界更深处，寻找更优质的原物，带回来的已经不只是设计师自己的作品了。据说，每次踏上旅程之前，公司内部上下都会仔细准备和研究，确定最终主题和目标地区。不仅仅是内部会议上需要讨论，负责人还要从咨



询顾问，公司外部的设计师、作家，以及一直以来的合作伙伴那里获取情报和建议。迈出每一次的第一步，全都是审慎的决定。旅程中的亮点有些很难直接应用到实际生活中，这时候，无印良品就会和原作者、生产者沟通，对设计和材料进行改良，将物件优化，保留精华，又迎合现代生活，以无印良品的面貌重新登场。

△在青山店中展示的，已经不仅仅是表面的商品，还有商品背后的人文魅力。“Found MUJI”让无印良品在这里的货架上，摆放了越来越多亮眼的产品，每一样也都是精益求精。对设计师而言，真正的“优良生活”恐怕不仅仅是在数量、功能上追求极致，还需要重视手工制作所提供的温暖

触感吧。

△青山店内摆放着的，虽然是取材自不同国家的设计作品，但又有无印良品自己独特的风格，充满了“小小世界”的情调。最奇妙的一点就在于，这些源于不同生活方式的器具，在这里竟然能够统一、和谐。在无印良品的生产理念中，他们寻求生活必需的日用品，制作者还要有信心完成足够优秀的设计，自信满满地把产品融入无印良品整体，再推荐给顾客。

△青山店里的设计让人看得眼花缭乱，因此我们让无印良品的负责人推荐了其中四款产品，它们都源自“Found MUJI”，也都各具亮点。

中式长椅

在「Found MUJI」中国之旅中，设计师发现了长椅的存在，注意到它们是如何促使人们聚在一起、相互交流。这样在中国随处可见的日常用具，却在日本找不到踪影，着实可惜，因此设计师最终将其带回本土，重新打造。无印良品出品的长椅使用了日本橡木作为原料，坚固耐用，同时保持了纯色木材的质朴风味，能够随时间沉淀出更浓郁的色彩，增添木料本身的魅力。

