

ホーム > 織研電子版 > 2026年1月6日付 (260106号)

「服は人生の記憶」——ペネロプさんが開拓する新しいビンテージオークション

2026年01月06日更新

この記事を保存 **✕** ポスト **B!** ブックマーク 0



ペネロプさん ©Lucie Sassiati

ビンテージ熱が高まるなか、ファッション分野の競売に20年以上携わってきたペネロプ・プランカールさんが、昨年9月に立ち上げたオンラインオークションハウス「ペネロピース」が注目されている。「服って、その人の人生の記憶が詰まっているんです。その物語に触れられるのがこの仕事の魅力」。彼女の声から、若い頃から抱いてきたファッションへの情熱が伝わってくる。

(パリ＝松井孝予通信員)

当時の着こなし伝える

ステファノ・ピラーティ時代の「サンローラン」で経験を積んだのち、偶然足を踏み入れたオークションの世界が転機となった。「誰かが実際に着ていた服と向き合うことが、自分には自然だったんです」

ペネロピースの特徴は、競売でありながら徹底して「見せ方」にこだわる点にある。「若い世代はビンテージが好きなのに、どう着るか迷うことが多い。だからデニムやスウェットと合わせたシルエットを提案します」。単品ではなくルックとして見せることで、過去の服を今のワードローブへつなげていく。文献やアーカイブ画像を加えるのも、「当時の着こなしを知ると、同じ服でも見え方が変わるんです」と話す。オークションに編集的な視点を持ち込む姿勢が、若い層の支持につながっている。



ブラダ、ルイ・ヴィトンを経てソニア・リキエルのアーティストディレクターを務めたジュリー・ド・リブランのワードローブのオークションから (25年12月20日～26年1月12日)。マントー「バレンシアガ」、パンツ「ソニア・リキエル」 (©Penelope's)



同オークションから。ジャケット「ソニア・リキエル」、パンツ「セリーヌ」 (©Penelope's)

デジタル化も追い風だ。「世界中の人が画面越しに入札する時代。だから写真もサイトも検索も、すべてファッションに最適化したかった」。既存の大手オークションハウスでは難しかった部分を独自に整えたことが、独立を後押しした。扱う服はラグジュアリーメゾンから、ジョン・ガリアーノやアレキサンダー・マックイーンなどのクリエイションまで幅広い。「チャネルやエルメスは説明不要で売れますが、私たちは文脈のあるピースを扱いたい」。エディ・スリマン時代の「ディオール」ジュエリーは日本の入札者が多く、アジアは重要な市場だ。

メゾン側も協力的に

一方、メゾン側にも変化が見える。「ラバヌが創業者時代のアーカイブ競売に初めて協力してくれたんです。メゾンがオークションを敵と見なす時代は終わりつつある」と指摘する。「オークションは特別な一点を買う場だけじゃない。服がまた人生を生きるための場所なんです」。ペネロプさんの視点は、ビンテージを単なるリセールではなく、未来へと手渡すファッションとして再定義している。過去の一着が、再び「今」を語り始める。その瞬間をつくるシステムとして、ペネロピースは存在感を放ち始めている。

織研電子版公式アプリをダウンロード

織研電子版が読める公式アプリです。サクサク動き、横スクロールで面移動もスムーズ！ウェブブラウザ版よりも見やすく、快適にご利用いただけます。是非この機会にご活用ください。



< 前の記事

次の記事 >

この記事を保存 **✕** ポスト **B!** ブックマーク 0

トレンドの記事一覧

- 仏「サンレイ」とレストラン「ケイ・コバヤシ」「虎屋」が座談会 問い直すラグジュアリーの価値 01/06
- デザイナーの深民尚が手掛ける「ニューローズ」 26年春夏からスタート カルチャーを取り込む大人の日常着 01/06
- フートウキョウ 26年秋冬から宮下貴裕と新ライン 物作りに妥協のないパジャマ 01/06

織研新聞社のサービス



展示会カレンダー



織研新聞社

No.1ファッションビジネス専門紙

〒103-0015

東京都中央区日本橋箱崎町31-4 ONEST箱崎ビル

- > ホーム
- > 織研電子版
- > マイページ
- > 書籍のご購入
- > 記事の利用について

- > 織研からのお知らせ
- > 織研主催アワード
- > ブランド一覧
- > 広告のご案内

- > よくあるご質問
- > ご利用規約
- > プライバシーポリシー
- > お問い合わせ

SENKEN 「服は人生の記憶」

「ファッション・ウィット」を冠した「ペンネロプ」のアイディア。デザイナーのペンネロプさんが、昨年9月に立ち上げたオンラインファッションハウス「ペンネロプ」が注目されている。「服って、その人の人生の記憶が詰まっているんです。その物語に触れられるのがこの仕事の魅力」。彼女の声から、若い頃から抱いていたファッションへの情熱が伝わってくる。



©Penelope's

ペンネロプさんが、昨年9月に立ち上げたオンラインファッションハウス「ペンネロプ」が注目されている。「服って、その人の人生の記憶が詰まっているんです。その物語に触れられるのがこの仕事の魅力」。彼女の声から、若い頃から抱いていたファッションへの情熱が伝わってくる。

当時の着こなし伝える

ステファノ・ピラーティ時代の「サンローラン」で経験を積んだのち、偶然足踏み入れたオークションの世界が転機となった。「誰かが実際に着ていた服と向き合うことが、自分には自然だったんです」

ペンネロプの特徴は、販売でありながら徹底して「見せ方」にこだわる点にある。「若い世代はペンネロプが好きなのに、どう着るか迷うことが多い。だからデムやスウェットと合わせたシルエットを提案します」。単品ではなくセットとして見せることで、過去の服を今のワ

新しい、ペンネロプさんが開拓するファッション

見せ方工夫し若年層の支持を得る

ドロップヘアをつけて、文庫やアール・デコ風を加えるのも、「当時の着こなしを知ると、同じ服でも見え方が変わるんです」と話す。オークションに馴染める視点を持ち込む姿勢が、若い層の支持につながっている。

デジタル化も進み、「世界中の人が画面越しに入札する時代。だから写真もサイズも検査も、すべてファッションに最適化したかった」。既存の大手オークションハウスでは難しかった部分を独自に整えたことが、独立を後押しした。扱う服はラグジュアリーメゾンから、ジョック・ガリオンやアレキサンダー・マック・クイーンなどのクリエイションまで幅広い。「ジャンルやブランドは説明不要で売れますが、私たちは文脈のあるピースを扱いたい」。エディ



ペンネロプ ©Penelope's

・スリム時代の「ディオール」ジュエリーは日本の入札者が多く、アジアは重要な市場だ。

メゾン側も協力的に

一方、メゾン側にも変化が見える。「ラバンスが創業時代のアーカイブ販売に初めて協力してくれたんです。メゾンがオークションと見なす時代は終わりました」と指摘する。「オークションは特別な一点を売る場だけじゃない。服がまた人生を生かすための場所なんです」と、独立を後押しした。扱う服はラグジュアリーメゾンから、ジョック・ガリオンやアレキサンダー・マック・クイーンなどのクリエイションまで幅広い。「ジャンルやブランドは説明不要で売れますが、私たちは文脈のあるピースを扱いたい」。エディ

「深民尚」が手掛ける「ニューローズ」26年春夏開始 カルチャー取り込む大人の日常着



グラフィックのプリント生地をパッチワークして

カットソーをメッシュ状にカット加工して

デザイナーの深民尚は26年春夏、「ニューローズ」を立ち上げながら、興業に布を寄せながら、肩の初めに立ち回り、身近な音楽や映画といったカルチャー要素を取り込んで大人の日常着へと発展させた。深民尚は「ニューローズ」を立ち上げながら、興業に布を寄せながら、肩の初めに立ち回り、身近な音楽や映画といったカルチャー要素を取り込んで大人の日常着へと発展させた。

デザイナーの深民尚は26年春夏、「ニューローズ」を立ち上げながら、興業に布を寄せながら、肩の初めに立ち回り、身近な音楽や映画といったカルチャー要素を取り込んで大人の日常着へと発展させた。

物作りに妥協のないパジャマ フットウキョウ 26年秋冬から宮下貴裕とのラインで

上質なライフスタイルプロダクトを手掛ける「フットウキョウ」は、26年秋冬のコレクションで、デザイナーの宮下貴裕とのプロジェクトライン「タカヒロミヤタ：フットウキョウ」を立ち上げる。代表アイテムのパジャマを中心に、宮下らしいファッションセンスのあったミッドコレクションを揃えた。



肌触りの柔らかいラクした着心地に、フットウキョウのセンスが詰まっています

フットウキョウは、「何もしない贅沢」をテーマに掲げ、良質な素材を国内で縫製するパジャマやルームウェアを提案してきた。「心身ともに無防備な状態に最も近い衣服だからこそ、半端な物作りはできない」と、宮下は宮下は共感しプロジェクトに取り組んだ。

われないアイテム。実際に部屋着以外としても着用できるイメージだ。パジャマには、シルクのなかでも最高級のランクを使う。レパード柄、クロス柄、デザイン柄、イベント柄の4種類を企画、ジェンダーを問わない豊かさを感じさせる。



パジャマやショートパンツ、半袖シャツなどメンズ6種を扱う。

パジャマやショートパンツ、半袖シャツなどメンズ6種を扱う。パジャマには、シルクのなかでも最高級のランクを使う。レパード柄、クロス柄、デザイン柄、イベント柄の4種類を企画、ジェンダーを問わない豊かさを感じさせる。



左からラヴェルニール氏、小林氏、黒川氏、サンルイ・パー

問い直すラグジュアリーの価値。サンルイ・パーは1568年創業。18世紀にはルイ15世から王立の称号を授



左からラヴェルニール氏、小林氏、黒川氏、サンルイ・パー

かった歴史を持つ。一方、虎屋は同年から後継成天竺の宮中御用を務めた。同時代に、それぞれの文化圏で権威と結びつき、長い時間をかけて価値を蓄積してきた3つの老舗が、小林氏を介して銀座で結びついた。

3者の話題の中心にあったのは、ラグジュアリーが「どのような時間をつくるか」という視点で捉え直すことだった。小林氏は料理を、服を測った行為ではなく、心を整えるための時間だと語る。パーは、飲食を提供する場である以前に、日常から一歩距離を取

News! 織研新聞を契約中の皆様へ

新聞購読料 ¥4,990 (本体価格4,620円 消費税370円) + **¥0** で

織研石開 | 電子版 がご購読いただけます!

織研電子版の特徴

- 全ての記事を開覧可能
- バックナンバー(契約期間内)
- スマホアプリでサクサク読める
- 注目記事をお知らせ
- 紙面ビューア
- 有料会員限定メルマガ
- 電子版限定記事
- 本紙は自宅にお届け

▶お手続きの流れ

- 織研電子版購読のご案内ページへアクセス
- 「織研電子版(セットプラン)」の「織研新聞を個人で購読中の方」ボタンをクリック
- 無料会員(編研ID)登録
- ご住所、クレジットカード情報を入力
- 購読状況の確認後ご利用スタート

[ご注意事項]

- 電子版のご購読は、ご利用される個人のメールアドレスでの登録が必要です。メールアドレスの複数の方での利用は固くお断りしております。
- 現在一購読いただいている新聞1部につき、電子版アカウントを1個付与します。ただし新聞のご契約が確認できなかった場合は、新規購読としての取り扱いとなります。
- 読者名で新聞をご購読中で、電子版のご利用ご希望の方は、サポートへお問合せください。お問合せ先 サポート support@senken.jp https://senken.jp