

# FASHION NEWS

International Fashion Collection

ファッションニュース



## 92 PARIS MILAN MADRID SPRING/SUMMER

### 春夏コレクション

ヨーロッパのファッション発信基地である  
パリ、ミラノ、マドリードで発表された  
80メゾンのすべてを集録した  
92年春夏コレクションの最新レポート

時代はシンプルさと可愛らしさを求めて  
90年代のスタイルに大きく変わっている

日本をはじめアメリカでも人気の  
有名ブランドのアクセサリを  
メゾンごとに見やすく収録!

CHANEL/シャネル



# FASHION NEWS

International Fashion Collection

ファッションニュース



# 92

PARIS

MILAN

MADRID

## SPRING/SUMMER

江苏工业学院图书馆

藏

## 春夏コレクション

ヨーロッパのファッション発信基地である  
パリ、ミラノ、マドリードで発表された  
80メゾンのすべてを集録した  
92年春夏コレクションの最新レポート

時代はシンプルさと可愛らしさを求めて  
90年代のスタイルに大きく変わっている

日本をはじめアメリカでも人気の  
有名ブランドのアクセサリを  
メゾンごとに見やすく収録!

CHANEL/シャネル



ヒトを彩るサイエンス

SHISEIDO





# 恋の企て—沙棗

この世でいちばんおもしろいことはなんだろう。それは、自分の恋。一秒で恋に落ちるかと思えば、数年かかってアッという例もある。同じ恋はない。すべてオリジナル。おもしろいはずです。恋が自分を大胆にする。香りに時間を傾ける。なにか、恋を発信しているような気分になる。恋そのものが香りとなって浮遊する。香妃伝説から蘇った沙棗(さそう)花の香り。恋の不思議さにふさわしい新鮮で官能的な香り。ハラハラ、ドキドキが、女を美しく香らせる。



# S A S O

パルファム.....20ml 11,900円 表示価格は税抜希望小売価格です。





M A R T I N E  
S I T B O N

THE ELLEBIS, LTD. Tel:03(3535)3984 No.2 DK Bldg, 2-6, 2, Chome, Ginza Chuo-ku, Tokyo 104 Japan.

Seibu Ikebukuro 03(5992)6817. Yurakucho Seibu 03(3286)5761. Seibu Shibuya Seed 03(3462)3780. Shibuya Parco PartIII 03(3476)1719. Sonnette Harajuku 03(3404)2407.

Abito Due 0762(23)3334. Sogo Kobe 078(221)4181. Iwataya Fukuoka 092(721)1111.





MARTINE SITBON \* MARTINE SITBON \* MARTINE SITBON \*  
Fantasy

Seibu Gobankan 011(215)3323. Isetan Shinjuku 03(3225)2605. Sonnette Harajuku 03(3404)2407. Seibu Shibuya Seed 03(3462)3705. Seibu Ikebukuro 03(5992)6817.  
Sario Daikanyama 03(3476)0510. Sogo Kashiwa 0471(63)2111. Zerbino 0474(71)4236. Jade 0582(63)8998. Adhoc Kanazawa 0762(60)1744.  
Sensor 0582(66)5518. Salad Bowl 075(221)1212. Jelly Fish 075(712)7219. Grace Note Osaka 06(372)6250. Daimaru Kobe 078(333)2077.

THE ELLEBIS, LTD. No.2 DK BLDG. 2-6 2-GHOME GINZA CHUO-KU TOKYO. 104 TEL.03-3535-3984









UNITED COLORS  
OF BENETTON.



38 AVENUE

3 AVENUE VICTOR HUGO

NTAIGNE

2

FRANÇOIS 1ER

DE D

26, RUE CAMBON

**CELINE**  
PARIS



38 AVENUE MONTAIGNE

24 RUE FRANÇOIS 1ER

3 AVENUE VICTOR HUGO

58 RUE DE RENNES

RUE CAMBON

CELINE  
PARIS

お求めは...札幌 札幌三越・丸井今井 小樽 丸井今井 室蘭 丸井今井 前橋 スズラン百貨店 宇都宮 宇都宮西武 千葉 千葉そごう 東京 紀尾井町本店・インベリアルプラザ店・赤坂サンローゼ店・赤坂東急プラザ店・日本橋高島屋・日本橋三越・新宿三越・池袋西武・玉川高島屋・玉川高島屋S.C.・八王子そごう・多摩そごう 横浜 横浜高島屋・横浜そごう 横須賀 さいか屋 名古屋 名古屋三越・名鉄百貨店・丸栄 京都 高島屋 京都店 大阪 ロイヤルホテルタカシマヤ・大阪ヒルトン店・高島屋大阪店・そごう大阪店・タワープラザ店・近鉄百貨店本店 神戸 大丸神戸店・そごう神戸店 姫路 ヤマトヤシキ 岡山 岡山高島屋 広島 広島三越・広島そごう 下関 下関大丸 愛媛 いよてつそごう 福岡 サンローゼ博多店 黒崎 黒崎そごう 北九州 小倉玉屋 大分 トキハ大分店 宮崎 宮崎山形屋 長崎 長崎玉屋 その他全国有名百貨店・専門店



# FASHION NEWS

International Fashion Collection

## PARIS

- 26 ジャンポール・ゴルチエ
- 28 クロード・モンタナ
- 30 カール・ラガーフェルド
- 32 クリスチャン・ラクロワ
- 34 シャネル
- 36 クリスチャン・ディオール
- 38 ソニア・リキエル
- 40 イヴ・サンローラン
- 42 ジバンシィ
- 44 エマニュエル・ウンガロ
- 46 ケンソー
- 48 ティエリー・ミュグレー
- 50 シャンタル・トーマス
- 52 キャサリン・ハムネット
- 54 ダニエル・エシュテル
- 56 ギ・ラロッシュ
- 58 マルティヌ・シットボン
- 62 ジン・アベ
- 64 オスカー・デ・ラ・レンタ
- 66 クロエ
- 68 ハナエ・モリ
- 70 ジャン・ルイ・シェレル
- 72 ジャン・シャルル・ド・カステルバジャック
- 74 ジュンコ・シマダ
- 76 ミレーヌ・ドゥ・プレモンヴィル
- 78 エンリカ・マッセイ
- 80 ヴァレンティノ
- 82 セルッティ 1881
- 84 セリーヌ
- 86 ヘルムト・ラング
- 88 マウリツィオ・ガラント
- 91 ロリータ・レンビカ
- 93 ヴィヴィアン・ウエストウッド
- 95 バルバラ・ビュイ
- 97 ユキ・トリヱ
- 99 ヨージ・ヤマモト
- 101 コムデギャルソン
- 103 アンヌ・マリー・ベレッタ
- 105 パコ・ラバンヌ
- 107 ヒロコ・コシノ
- 109 ジョン・ガリアーノ
- 111 グレ
- 112 ロシャス
- 113 ミッシェル・クラン
- 114 クレーシュ
- 116 ニナ・リッチ
- 118 フレデリック・カステ

## MILAN

- 134 ジャンニ・ヴェルサーチ
- 136 ジェニー
- 138 ビプロス
- 140 クリツィア
- 142 ミッソーニ
- 144 シャンフランコ・フェレ
- 146 メイド・バイ・クリツィア
- 148 グッチ
- 150 マックスマラ
- 152 スポーツマックス
- 154 ジョルジオ・アルマーニ
- 156 エンポリオ・アルマーニ
- 158 モスキーノ
- 160 エレウノ
- 162 マリーナ・スパダフォーラ
- 164 コンプリチェ
- 166 ラウラ・ピアジョッティ
- 168 アルベルタ・フェレッティ
- 170 マリオ・ヴァレンティノ
- 171 トラサルティ
- 172 サルバトーレ・フェラガモ
- 173 ジャン・マルコ・ベントゥーリ
- 174 パジーレ
- 175 ヴェルサス
- 176 ドルチェ&ガッバーナ
- 177 ルニコ・カズキ

## MADRID

- 182 ロエベ
- 184 プリフィカシオン・ガルシア
- 186 ピクトリオ&ルッチーノ
- 188 ヘスス・テル・ボッソ
- 189 バレン・バターレ
- 190 ナッチョ・ルイス
- 191 アンヘル・シェッサー
- 192 トラフィコ・デ・モダス

### BOX

- 13/15 モデル代高騰に悩む最新コレクション事情
- 17 デザイナーに転身したイネス
- 19 代官山に店を開いた高田賢三  
スペインの若き才能、シビラ



## PARIS

- 26 JEAN PAUL GAULTIER
- 28 CLAUDE MONTANA
- 30 KARL LAGERFELD
- 32 CHRISTIAN LACROIX
- 34 CHANEL
- 36 CHRISTIAN DIOR
- 38 SONIA RYKIEL
- 40 YVES SAINT LAURENT
- 42 GIVENCHY
- 44 EMANUEL UNGARO
- 46 KENZO
- 48 THIERRY MUGLER
- 50 CHANTAL THOMASS
- 52 KATHARINE HAMNETT
- 54 DANIEL HECHTER
- 56 GUY LAROCHE
- 58 MARTINE SITBON
- 62 JIN ABE
- 64 OSCAR DE LA RENTA
- 66 CHLOE
- 68 HANAE MORI
- 70 JEAN-LOUIS SCHERRER
- 72 JEAN CHARLES DE CASTELBAJAC
- 74 JUNKO SHIMADA
- 76 MYRENE DE PREMONVILLE
- 78 ENRICA MASSEI
- 80 VALENTINO
- 82 CERRUTI 1881
- 84 CELINE
- 86 HELMUT LANG
- 88 MAURIZIO GALANTE
- 91 LOLITA LEMPICKA
- 93 VIVIENNE WESTWOOD
- 95 BARBARA BUI
- 97 YUKI TORII
- 99 YOHJI YAMAMOTO
- 101 COMME DES GARCONS
- 103 ANNE MARIE BERETTA
- 105 PACO RABANNE
- 107 HIROKO KOSHINO
- 109 JOHN GALLIANO
- 111 GRES
- 112 ROCHAS
- 113 MICHEL KLEIN
- 114 COURREGES
- 116 NINA RICCI
- 118 FREDERIC CASTET

## MILAN

- 134 GIANNI VERSACE
- 136 GENNY
- 138 BYBLOS
- 140 KRIZIA
- 142 MISSONI
- 144 GIANFRANCO FERRE
- 146 MADE by KRIZIA
- 148 GUCCI
- 150 MAX MARA
- 152 SPORTMAX
- 154 GIORGIO ARMANI
- 156 EMPORIO ARMANI
- 158 MOSCHINO
- 160 ERREUNO
- 162 MARINA SPADAFORA
- 164 COMPLICE
- 166 LAURA BIAGIOTTI
- 168 ALBERTA FERRETTI
- 170 MARIO VALENTINO
- 171 TRUSSARDI
- 172 SALVATORE FERRAGAMO
- 173 GIANMARCO VENTURI
- 174 BASILE
- 175 VERSUS
- 176 DOLCE & GABBANA
- 177 NORIKO KAZUKI

## MADRID

- 182 LOEWE
- 184 PURIFICACION GARCIA
- 186 VICTORIO & LUCCHINO
- 188 JESUS DEL POZO
- 189 BALEN BATALLA
- 190 NACHO RUIZ
- 191 ANGEL SCHLESSER
- 192 TRAFICO DE MODAS

発行 インファス

編集 ウーマンズ・ウェア・デイリー・ジャパン出版

〒107東京都港区北青山3-10-9

TEL.03-3400-9501 (編集・営業部)

TEL.03-3400-9771 (販売部)

本誌の写真、記事、イラスト等の無断記載を禁止します  
印刷 日本写真印刷株式会社

Printed in Japan







## ワンシーズンに約65億円／ 開催価値の問われるコレクションショー

92年春夏のコレクションシーズンを迎えたヨーロッパだが、このところショー本来の目的が見失われているように見える。つまり、デザイナーの明確なメッセージを披露し、最新のコレクションをバイヤーとジャーナリストに見せることが、ショーの目的であるはずだ。ファッショングルーピーやカメラマンの群衆、ばかげた舞台装置、店舗に実際に現れることのない舞台衣装のような服……。今やファッションショーではなく、サーカスのような趣を見せている。

ワンシーズンにパリとミラノコレクションにかけられる費用は、なんと5,000万ドル（約65億円）にも上る。

不満は募っているものの、問題解決に踏み出すメゾンはわずか。ショー規模の縮小、メゾン内でのショー開催が考えられる解決策ではあるが、誰ひとりとして実行しようとしていない。「プレタポルテのショーは完全に狂っている」と言うのはエムニュエル・ウングロだ。「我々は来るところまで来ってしまった。言ってみれば中身がなくて、飾りのホイップクリームだけが、こんもりと盛られたお菓子だ。我々はショービジネス界に生きているのではない」。ティエリー・ミュグレー社のディエ・グランバック社長はこれに付け加え「ショーに投資した金額を考えると、とても有効な使い方をしているとは言えない。何か間違っていると、皆気づいているし、改善しなければならない」と語る。

彼の言葉は皮肉を帯びている。ミュグレーのショーは、パリコレのなかでも、最も派手に行なわれているからだ。

ミラノではビブロスのキース・パーティーに話を聞いた。「フィエラ（会場）でのショーはどうかにならないかと思う。雰囲気は圧倒されて、神経質になるのだ。レンタル料も高い」。問題はただひとつ。出演するモデルのギャラが信じられないほど、高いことだ」と発言するのはイヴ・サンローランのピエール・ベルジェ会長。「プレタポルテのショー形態を変える必要性があるとは思えない。私は今のショー形態に満足しているので、このまま続けて行く」。

ベルジェ氏はクチュリエ&モードクリエイター・プレタポルテ協会の会長も務め

ている。有力バイヤー、たとえばブルーミングデールズのカル・ルッテンスティン氏は次のように語る。「熟練したバイヤーなら、モデルが1人か2人しかいない展示会でも、買い付けるアイテムを見極められる。が、ショーはシーズンごとに発信されるデザイナーからのメッセージを大々的に提示するという意味もある」。

完璧な容姿をもつモデルが着た作品は、買い付けの際に、多に役立つ。

ドイツの高級小売業者中でも、おそらく最大と言われるアルバート・エイコフ氏は強調する。「デザイナー達のショーに費す額は上限に達している。贅を尽くしたショーの経費が、服の価格に影響するようでは困るのだ」。

さらに彼は、「ショーの構成も満足ゆくものではない。席に座るまでに長時間待たされ、その上、ショーは1時間遅れ。報道関係者とは違い、バイヤーにとって、ショーは、不快で疲れさせるものだ」と主張。

ファッションショーにはどれだけの金額が注ぎ込まれているのか。

有力メゾン数社の平均は、作品の製作費を除いてもおよそ100万フラン（約2,300万円）。この金額がルーブルでの45分間のショーで消えてしまう。これ以外のメゾンは、この金額の半分以上でショーを行なっている。

ミラノのファッション業界でも、ほとんどメゾンが2億リラ（約2,200万円）以上をショー経費にあて、ジャンニ・ヴェルサーチなど、その3倍の額をかけていると言われる。

パリコレを主催するシャンブル・サンディカルは政府からの援助は一切受けてはいない。ルーブルのテナント代は22万4,000フラン（約515万円）、シャンブル・サンディカルに非メンバーはさらに6万4,000フラン（約147万円）がプラスされる。ミラノコレクションを主催するカメラ・ナツィオナーレ・デラ・モーダ・イ



ルーブル美術館内のテント

タリアーナがメゾンに要求する会場費は3,000万リラ（約330万円）だ。

サンローランのように、年商30億フラン（約690億円）以上を誇る大手には、この程度の額も痛手ではないようだ。だが、ウングロ、ミュグレー、ラガーフェルドでは、年商の数パーセントがショーで消費させてしまう。著名デザイナーは全体の5～10%を軽く費しているはずだ。

メゾンのトップが特に閉口させられているのがモデルのギャラだ。一説によると、モデル料金は4年前の4倍に上がっている。モデルエージェンシーの話では、料金の値上がりが必要に反映することはほとんどない。

「料金が上がりはじめたのは、ティエリー・ミュグレーとシャネルが雑誌モデルをショーに登用した4年前からだ」と言うのはモデルエージェンシー、エリートのラファエル・サンティン氏だ。エリートは今を時めく、リンダ・エバンジェリスタ、シンディ・クロフォード、ステファニー・セイマー、カレン・マルダーら、トップモデルを抱えている。

「メゾン側にすれば、誌上に頻出するリンダやシンディを使うのは、一種の安心感が得られるというわけだ」とサンティン氏。「モデルには、しかるべき額を費した方がよい」とビブロスのパーティーも認める。「トップモデルを使わなければ、雑誌のカバーには載らない。シンディ・クロフォードを専属で使うと、五ツ星ホテルとビジネスクラスの航空券に5万ドル（約675万円）のギャラが要求されるがね」。数年前なら、パリよりミラノ、ニューヨークの方がモデルに高額ギャラを支払われていた。だが、今はもうそうではない。「これからは申し込みを断らなければならないだろう。特に、フィッティン



ソニア・リキエルのショー

グに朝の3時、4時までかけるようなデザイナーは」と語るサンティン氏によると、サンローランはトップモデルの料金を簡単には支払わないらしい。

これまで、エリートに支払われたモデル料の最高額はランバンがリンダ・エバンジェリスタに支払った2万ドル（約270万円）だ。なかには、トップモデルが低いレートでも出演を承諾するデザイナーのショーもある。たとえばジャン・ポール・ゴルチエなど、5,000フラン（約11万5,000円）程度しか請求されない。

「2、3年前は、こんなにお金をかけなくてもショーは開けた。今では、モデルをはじめ、すべてに高くつく」とミュグレーのグランバック社長。

サンティン氏に言わせると、ミュグレーほどモデルをたくさん使うメゾンは少ない。昨年10月、ミュグレーはエリートのクロフォード、ナオミ・キャンベル、タチャーナ・パティス、イマンと契約した上に、ダイアナ・ロス、ローレン・ハットンに特別ゲストを迎えた。顧客に、マドンナやジョージ・マイケルの姿が見えるなど、派手なショーだった。

ショー後、エリートからミュグレー社に

### ミラノ・パリコレクションの開催にこれだけの金額が動く

|                           |             |
|---------------------------|-------------|
| 会場費                       | 約3億4,000万円  |
| サンプル製作                    | 約16億2,000万円 |
| モデル                       | 約8億1,000万円  |
| 舞台関連(照明、音楽、ヘアメイク、ビデオ撮影ほか) | 約8億1,000万円  |
| カメラマン                     | 約8億1,000万円  |
| フィルム・現像(約25万本)            | 約4億7,000万円  |
| 交通・宿泊                     | 約16億2,000万円 |

合計 約65億円





# GIANNI VERSACE

P R Ê T - À - P O R T E R

GIANNI VERSACE JAPAN CO., LTD. OSAKA(06)204-0571 TOKYO(03)3261-0575



(P.13より続く)

届いた請求書は12万ドル(約1,620万円)と記されていた。

一方、ニューヨークでもモデル料金の値上がりでショーの経費が極限に達している。経費の平均は3万~40万ドル(約405万~5,400万円)。作品の製作費は含まれていない。

モデル代は、大手のメーカーで1回につき20万ドル(約2,700万円)を下らないという時代。ダナ・キャラン社はクロフォード、カレン・マルダー、エバンジェリスタらに各々8,000ドル(約108万円)を支払った。

次に高いのがビデオ撮影費のようだ。1回のショーに2万から3万ドル(約270万~405万ドル)がかかる。

アイザック・ミズラヒはモデル代5万ドルを含め、15万ドル(約2,025万円)をシーズンごとに費しているという。

宣伝効果を考えるあまりに、トップモデルを起用し、パイヤーよりジャーナリストに向けたショーになっているのがニューヨークの現状だ。

次に、ショーを見に来るのは誰なのか。人気のあるショーは、パイヤーやジャーナリストの予約席にもファッショングルーピーが陣取ってしまう。ダフ屋や偽の招待状まで、立派なビジネスになっている。「予約席に座るはずの人間が座っているかどうか確かめるのは、大変な仕事だ。皆が押しかけるショーは、必ず重要人物が会場に入れないでいる。空席が目立つより、満席になる方がもちろん良いのだが」と語るのはソニア・リキエル社のサイモン・バースタイン副社長だ。

ソニア・リキエルでは、作品の製作費込みで200万フラン(約4,600万円)を1回のショーに費すが、バースタイン氏は節約の方法はいくつもないと主張する。ショーを行なうには、サンジュルマン大通りにある本社ビルでは小さすぎる。クリ



ティエリー・ミュグレーはモデルにショービジネス界のスターを使うことも多い

スチャン・ラクロワもここ数シーズン、メゾンでプレタのショーを開いているが、ショー用にメゾン内を整え、客を3回に分けて入場させる手間で、結局高いイベントになってしまったという。節約のために、今シーズンからラクロワもループルに移り、テント内の特設ホールを利用する。

「ランウェイでのショーは、年2回、パリに集まる2,000人余りにコレクションを見せる唯一の方法なのだ。当然、費用はかかる。が、何か良いアイデアが浮かばなければ、この形態は続くだろう。ショーなしのビジネスは考えられない」とバースタイン氏。

さらに、カール・ラガーフェルド社のラルフ・トレダノ社長は「ショー経費は、ここ数年でグンと上がった。これだけの金額を快く払う人間はいないと思うが、我々、ファッション業界に生きる者にとって、ショーなしに服を売ることは不可能だ」と付け加えた。

そのなかで、フランコ・モスキーノはショー開催を中止し、今後一切、ショーは計画しないと宣伝した。

「正直言って、ファッションショーには飽き飽きしている。費用はかかるし、神経も擦り減る」とモスキーノは言う。彼は、コレクション期間中にショールームでプレゼンテーションを行なう。「ショールームの方が服に触れることもできる。そろ

そろ、ファッションの人間的な面を見直すべきではないだろうか。コレクションショーは今や、手に負えなくなっている。パン屋にパンを買いに行くように、服はショールームで買うべきだ」と彼。

ウングロは、値の張らないモデルを使い、メゾン内で発表したクルーズやプレフォールコレクションが、2大コレクションと同じくらい売れていると指摘。同様に、ミュグレーでもランウェイで発表しなかった2ラインと、発表したラインの売り上げが同程度だった。ただ、サンローラン・リヴゴージュの売り上げは、ほか2つのセカンドラインを合わせても2倍以上だという。

「クルーズとプレフォールが売れるのは、メインコレクションですでにランウェイに登場しているからだ」とベルジェ会長は語る。

しかし、ウングロも譲らない。「この調子ではいけない。何かを変えなければ、不況が進行する前から、私はそう思っていた。我々にはもっと親しみやすい、ざっくばらんなムードのショーが必要なのだ」。

新しく、チュイルリー公園下にできるファッションセンター、メゾン・ド・ラ・モードは最近の朗報のひとつだ。オープンには93年春に予定されている。

「空調設備、ドレッシングルームが整えられているし、会場費もループルほどでは

ないと見積もっている。悪くても、同額だろう」とフランス・クチュール・プレタポルテ連盟のディレクターゼネラル、ジャック・ムクリエ氏は話す。

グランバック社長の提案する解決策は、少々時間が必要だ。

「タイミングの問題だ。受注する前にショーで経費を使うのは良いマーケティングとは言えない。道理としては、受注前ではなく、デリバリー後に顧客へのサービス料として経費を使うべきなのだ」。

だが、急成長中のドイツ勢が、ファッション界を反対方向に持って行こうとしている。ドイツでは、展示会やショーが、フランス、イタリアよりかなり前に開催されようとしている。たとえば、エスカーダグループの新ブランド、ナタリー・アカトリーニの93年春夏コレクションは、次回のクチュールウィークにあたる7月に発表が予定されている。

フランスのメゾンがイラつくのは間違いないが、アカトリーニのマネージングディレクター、ウォルフガング・フラー氏は「見ていれば分かるだろうが、必ずほかのメゾンも便乗する」と予測している。ドイツの小売業者、エイコス氏もプレタポルテショーの早期開催に賛成する。

「我々の業界では、10月と3月の発表は遅すぎる。7月と1月では早すぎるし、理想としては、9月中旬と3月初めだ。また、ショー経費の上昇で、デザイナーはショーを行なわなくなるだろう、と大方の小売業者はみている」。

「2000年までには、誰もショーを開ける余裕がなくなるだろう」とブルーミングテールズのルッテンスタイン氏は予想する。「70年代にデビューしたデザイナー、ドロテ・ビスやケンゾーはお金もなく、ロフトやエスカレーターなど、どこでもショーを行なった。これこそ、新しいアイデアかもしれない」。

## 1回のショーにかかる費用

パリコレに参加する2大メゾンの協力で、1回のショーにどれほどの費用がかかっているかを調べた。

|           |                 |
|-----------|-----------------|
| ループルのテント  | 約303万円          |
| 照明        | 約11万5,000円      |
| 装飾        | 約286万円          |
| 音楽        | 約27万円           |
| ヘアメイク     | 約114万円          |
| 座席案内係     | 約30万円           |
| 衣装係       | 約34万円           |
| アイロン係     | 約46万円           |
| カメラマン/現像  | 約92万円           |
| ビデオ撮影     | 約114万円          |
| 招待状制作/封筒  | 約69万円           |
| 朝食        | 約41万円           |
| プレス資料     | 約462万円          |
| 移動費       | 約4万5,000円       |
| お土産       | 約13万円           |
| モデル       | 約686万円          |
| <b>合計</b> | <b>約2,300万円</b> |

## トップモデルの報酬

ニューヨークのモデル料金は時間ベースで支払われる。トップモデルは1時間に750ドル(約10万円)を稼ぐと言われる。拘束時間は平均4時間だ。一方、ヨーロッパではショーごとに料金が決められる。たいていのメゾンは、モデルに法外な金額を出すことをいとわない。先シーズン、ランバンはリンダ・エバンジェリスタに2万ドル(約270万円)、シャネルでは1万5,000ドル(約202万ドル)以上をクラウド・シファーに支払ったという。シャネルやサンローランなど、有力メゾンはディスカウントがきくというが、それでもこの値段だ。パリでショーに出演するトップモデルの平均レートを調べた。



ナオミ・キャンベル 75万円



リンダ・エバンジェリスタ 75万円



クリスティーナ・リントン 65万円



ヤスミン・ゴリ 65万円



シンディ・クロフォード 80万円



クラウド・シファー 90万円



valentino garavani



YOSHINAGA CORPORATION

ヨシナガ株式会社

1-4-4, Yanagibashi, Taito-ku, Tokyo 111 Telephone: 03-3864-3961

Bag: VGL-921 ¥38,000