

プレスリリース

LVMHとケリング、モデルのための雇用関係および ウェルビーイングに関する憲章を作成

2017年9月6日 パリ - ケリングとLVMHは、モデルのウェルビーイング(身体的、精神的および社会的に良好で幸福な状態)確保のための憲章を策定し、すべてのブランドを通じて展開を図ります。男性、女性を問わず、一人ひとりの尊厳を尊重することは、両グループのバリューの中核を成しています。LVMHとケリングは、かねてよりモデルのウェルビーイングの実現に取り組んでおり、両社は業界リーダーとしてグループ傘下の各ブランドと共に更なる一歩を踏み出す多大な責任があると考えています。

本憲章はグローバルに適用され、関係者すべての誠実な姿勢だけでなく責任や人権尊重においてもそれぞれ高い基準を反映しています。また、モデルに関する適切な労働条件確保を重視するだけでなく、いくつかの主要な取り組みも憲章に織り込んでいます。

- 両グループブランドは各モデルに対し、撮影およびファッションショー開催前 6 ヶ月以内に発行された健康診断書の提出を要請し、健康状態が良好で勤労可能なモデルのみと契約を交わす。
- ケリングと LVMH の全ファッションブランドは、モデル要件として女性サイズ 32、男性サイズ 42 (フランスでのサイズ基準)という基準をキャストイング要件から削除する。キャストイング会社には、サイズ 34 以上の女性モデル、サイズ 44 以上の男性モデルを斡旋することが求められる。各ブランドは、より確実なモデルへのケアを目的とし、専任の精神分析医/セラピストを常勤させ、必要に応じてモデルが労働時間内に面会することが出来るよう環境を整える。
- 16 歳未満のモデルを成人として、ファッションショーや撮影に起用しない。
- 16 歳から 18 歳のモデルには、次の特別な規定を設けることとする:
 - 午後 10 時から午前 6 時の時間帯は労働を禁止する。
 - 16 歳から 18 歳のモデルは、エージェンシーが指定する監督者/保護者(モデルの父親もしくは母親でも可能)の立ち会いを条件とする。また、18 歳未満のモデルは、監督者/保護者と同じ施設に宿泊する。
 - ブランドは、モデルが就学義務を確実に履行することをエージェンシーに要求する。

- モデルは、モデルエージェンシー、キャスティング・ディレクターまたはブランドとの間で問題が生じた場合、直接苦情を訴える権利がある(窓口を指定する、またはホットラインの設定など)。

「すべての女性の尊厳を尊重するということが、これは常に私の個人的なコミットメントであり、またケリングがグループとして優先すべきものです。本憲章を策定し、準拠するという私たちの取り組みを通して、私たちはこの本質的な価値の重要性を改めて具体的に明示しているのです。これにより業界全体が触発され、ファッションモデルの労働条件に大きな変化をもたらすことを願っています」とケリング会長兼CEO フランソワ＝アンリ・ピノーは表明しています。

「私はLVMHグループのブランド、エージェンシー、モデル間の相互の協力関係が、単なる法的要件の遵守に留まらず、それ以上の密接な関係になると確信しています。モデルのウェルビーイングは私たちにとって非常に重要であり、この取り組みの最前線にいること、これがラグジュアリー界のリーダーである私たちの役割だと認識しています。私たちはファッション業界に新しい基準をもたらす責任を担っており、同業他社がこれに準ずることを期待しています」と、LVMH取締役会、ロロ・ピアーナ会長およびベルルッティCEOであるアントワン・アルノーは述べています。

本憲章は、来るファッションウィーク期間中より展開される予定です。尚、本憲章をモニタリングする監視グループはブランド、エージェンシー、モデルの代表者で構成され、会合は毎年開催される予定です(ただし初年度は6ヶ月に1度)。

ケリングについて

ケリングはグッチ、ボッテガ・ヴェネタ、サンローラン、アレキサンダー・マックイーン、バレンシアガ、プリオーニ、クリストファー・ケイン、McQ、ステラ マッカートニー、トーマス・マイヤー、ブシュロン、ドド、ジラール・ペルゴ、ポメラート、キーリン、ユリス・ナルダンといった、ファッション、レザーグッズ、ジュエリー、ウォッチ製品を扱う選り抜かれたラグジュアリーブランドを擁するグローバル・ラグジュアリー・グループです。ケリングはまたスポーツ&ライフスタイル・ブランドであるプーマ、ボルコム、コブラも展開しています。シグネチャーである、「empowering imaginationイマジネーションをその先へ」のとおり、ケリングは想像力を伸ばしていくことで、ブランドがその可能性を最もサステイナブルな方法で実現するよう後押ししています。120以上の国でビジネスを展開、2016年には123.85億ユーロの収入を達成し、グループ社員の数は年度末時点で40,000人に上ります。ケリングはユーロネクスト・パリに上場しています(FR 0000121485, KER.PA, KER.FP)。

LVMHについて

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton (モエ ヘネシー・ルイ ヴイトン)は、特に次のメゾンからワイン&スピリッツを展開しています。モエ・エ・シャンドン、ドンペリニオン、ヴーヴ・クリコ・ポンサルダン、クリュッグ、ルイナール、メルシエ、シャトー・ディケム、ドメヌ・デュ・クロ・デ・ランブレイ、シャトー・シュヴァル・ブラン、ヘネシー、グレンモーレンジイ、アードベッグ、ベルヴェデーレ、シャンドン、クラウドイベイ、テラザス・デ・ロス・アンデス、シュヴァル デ アンデス、ケープ メンテル、ニュートン、ボデガ ヌマンシア、アオ ユン。ファッション&レザーグッズ部門には下記のブランドが含まれます。ルイ・ヴィトン、クリスチャン・ディオール・クチュール、セリーヌ、ロエベ、ケンゾー、ジバンシィ、トーマス・ピンク、フェンディ、エミリオ・プッチ、マーク・ジェイコブス、ベルルッティ、ニコラス・カークウッド、ロロ・ピアーナ、リモワ。LVMHは下記ブランドでパフューム&コスメティクス事業を展開しています。パルファン・クリスチャン・ディオール、ゲラン、パルファム・ジバンシィ、ケンゾー・パルファン、パルファン・ロエベ、ベネフィット・コスメティクス、メイクアップ フォーエバー、アクア・ディ・パルマ、フレッシュ、キャット・ヴォン・ディー、メゾン・フランシス・クルジャン。ウォッチ&ジュエリー部門では下記のブランドを展開しています。ブルガリ、タグ・ホイヤー、ショーメ、ディオール・ウォッチ、ゼニス、フレッド、ウブロ。LVMHはまた、DFS、セフォラ、ル・ボンマルシェ、ラ・サマリテーヌ、ロイヤル・ヴァン・レント、レ・オテル・シュヴァル・ブランを通じてセレクトティブ・リテーリングおよびその他の事業も積極的に展開しています。

日本でのプレスお問い合わせ先

ケリング ジャパン： 産形 利恵 +81(0)3 3486.2157 rie.ubukata@kering.com

LVMHモエ ヘネシー・ルイ ヴイトン・ジャパン： 池田 力哉 +81(0)3 3263 1031 r.ikeda@lvmh.jp