

クレ・ド・ポー ボーテの輝きを生み出す美容液 「ル・セラム」の売上の一部をユニセフの活動へ寄付

世界中の女の子たちが自分の権利を主張し、教育を受け、
未来の可能性を解き放つためのエンパワーメントプログラム

UNLOCK
THE POWER
of GIRLS
THE KEY TO A BETTER WORLD

Clé de Peau Beauté believes that the key to a better world lies in unlocking the potential and innate intelligence of girls—and education is the first step to prepare them for success. Clé de Peau Beauté is proud to partner with UNICEF to ensure that more girls globally have access to education and skills. You can also help spread radiance. A portion of The Serum purchase will be donated to UNICEF to support the education and empowerment of girls around the world. Unlock the power of girls—and release the key to a better world.

#KeyToABetterWorld

clé de peau × unicef

For every purchase of The Serum, a donation will be made to UNICEF.

資生堂のグローバルラグジュアリーブランド「クレ・ド・ポー ボーテ」は、国際ガールズ・デーである 2019 年 10 月 11 日（金）に、世界中の女の子たちの教育とエンパワーメントを支援する分野において、国際連合児童基金（本部：米国ニューヨーク、事務局長：ヘリエッタ・フォア、以下ユニセフ）と日本発のブランドとして初めて複数年にわたるグローバル・パートナーシップを締結しました。3 年間におよぶ本パートナーシップを通じて、クレ・ド・ポー ボーテはユニセフのジェンダー平等を目指す取り組みの分野において、世界最大規模となる合計 870 万米ドルの寄付を行います。この取り組みにより、650 万人の女の子たちの権利を守り、教育や雇用の機会を提供するなど、彼女たちが未来の可能性を解き放つための支援を行っていきます。

クレ・ド・ポー ボーテは、本パートナーシップの一環として、ブランドのベストセラー美容液「ル・セラム」を 1 本ご購入頂くごとに、その売上の一部をユニセフの活動へ寄付するキャンペーンを 2020 年 8 月 21 日（金）から 2020 年 10 月 20 日（火）まで実施します。

世界中の推定 9,700 万人の女の子が中等教育の機会を得ていません。衛生状態や学習状態の悪さ、ジェンダー差別による学校暴力、児童婚などの要因によって教育の機会を阻まれています。

質の高い教育は、未来の発展に向けて優先されるべきであり、個人および社会全体の発展と豊かな暮らしのために必要不可欠です。しかしながら、世界中の 15~19 歳の青年期にある男の子のうち、教育、雇用、技術支援のいかなる機会も得ていない割合が 10 人に 1 人なのに対し、同年期の女の子たちははるかに高い、4 人に 1 人が機会を得ていません*¹。

本パートナーシップは、こうした学校に通えていない多くの女の子たちに、生活と雇用に必要な学習機会を提供していくものとなり、具体的には、バングラデシュ、キルギス、ニジェールなどの国や地域において、これまで固定観念やジェンダー差別によって女の子が遠ざけられてきた STEM 教育*²を促進するプログラムとなります。また、メンターシップやライフスキル構築プログラムを通じて女の子たちの自己肯定感を高め、教育から実際の職場や社会になじめるような工夫もなされています。

*1 : ILOSTAT データ (2018 年) に基づくユニセフの推測

*2 : STEM = 科学 (Science)、技術 (Technology)、工学 (Engineering)・数学 (Math) の教育分野を総称した名称。自発性、創造性、判断力、問題解決力といったスキルを磨き、IT 社会とグローバル社会に適応した国際競争力を持った人材を育てるための教育法。

※ユニセフは特定の企業やブランド、商品、またはサービスを推奨するものではありません。

クレ・ド・ポー ボーテ チーフブランドオフィサー 鈴木ゆかり コメント

教育を通じて女の子の可能性を 100% 解き放つこと、それはクレ・ド・ポー ボーテがユニセフと共有する目標であり、お客さまと手を携えてこのパートナーシップを継続することに誇りを感じております。この取り組みを通じて、私たちは、「ル・セラム」を購入いただくだけで、世界中の女の子の教育、社会進出、雇用機会の提供が可能になります。クレ・ド・ポー ボーテは、女性が輝くことで、その女性の周囲にも、ポジティブな影響を与えるという信念を持っています。私たちは、よりよい世界への鍵が、女の子の潜在的な生まれ持った知性を解き放つことにあると信じており、有意義な社会的価値創造のための活動を持続させます。女の子のためのユニセフの教育活動に寄与できることは私たちの誇りです。

クレ・ド・ポー ボーテについて

資生堂初のグローバルラグジュアリーブランドとして、1982 年に誕生しました。「クレ・ド・ポー ボーテ」とは肌の美しさへの鍵という意味で、ラグジュアリーとサイエンスを極めたこのブランドの信条は、世界中の女性たちの輝く力を解き放つことです。モダンで魅惑的、ダイナミックな効果を持つ商品は世界の 22 の国と地域で販売されています。

#KeyToABetterWorld

クレ・ド・ポー ボーテ ブランドサイト: <https://www.cledepeau-beaute.com/jp/>