

クレ・ド・ポー ボーテが、少女たちへの STEM 教育推進を目指し ユニセフの活動を支援する取り組みを去年に続き今年も開始

クレ・ド・ポー ボーテは長期的な社会貢献活動の一環として、ブランドのベストセラー美容液「ル・セラム」の全世界での売上の一部をユニセフの活動へ寄付し、少女たちの教育支援を行い、より良い世界の実現に取り組みます。



#KeyToABetterWorld は、Education（教育）、Employment（雇用）、Empowerment（エンパワーメント）を通じて女の子たちの可能性を解き放つ活動です。

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、2021年に国際連合児童基金（以下、ユニセフ）との複数年にわたるパートナーシップの2年目を迎えました。本パートナーシップは、これまで固定観念やジェンダー差別によって少女たちが遠ざけられてきたSTEM*教育や学習、将来に役立つスキルの習得を促進し、知識の向上を通じて彼女たちの可能性を解き放つことを目的としています。具体的には「ル・セラム」の全世界での売上の一部を、キルギス、ニジェール、バングラデシュなどの国や地域において、少女たちの教育とエンパワーメントを促進するユニセフのプログラムに寄付します。ユニセフ支援活動の一環として、店頭を中心に「ル・セラム」を用いたキャンペーン**を2021年4月21日（水）から6月20日（日）まで実施予定です。

*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。本パートナーシップでは、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ことを目指しています。

**「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CRM (Cause Related Marketing) キャンペーンです。

開発途上国で生活する少女たちの中には、とりわけ STEM 領域において教育の機会を得ることが叶わないケースが数多くあります。このことは、世界中の 90%以上の仕事デジタルに関わる現代社会において、少女たちの雇用機会に重大な影響を及ぼす障壁となっています。

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の世界的流行により世界中で教育分断の危機が深刻化する中、テクノロジーの重要性がますます高まり、次世代の少女たちが自立し成功するためには、STEM 教育の分野へのより大きな投資が求められています。世界中で新たな学習システムが再考される中、クレ・ド・ポー ボーテはユニセフとのパートナーシップを通じて少女たちの STEM 教育や将来に役立つスキルの習得を促進するプログラムを支援していきます。

昨年の「ル・セラム」の世界中の売上からユニセフに寄付された活動資金により、世界中の少女たちが教育への障壁を乗り越え、彼女たちが生まれながら持つ可能性を解き放つための支援を推進しました。

バングラデシュ：少女たちのための教育システムの改革

- クレ・ド・ポー ボーテは、ユニセフがバングラデシュで実施する「教育システムにおけるジェンダー平等の推進」、「教育におけるジェンダー関連の障壁の緩和」、「ジェンダーに基づく暴力の削減」を目的としたプログラムを支援しています。
- クレ・ド・ポー ボーテの支援のもと、ユニセフはバングラデシュ政府と協力して、ジェンダー平等の観点を取り入れた全国的なカリキュラムの枠組みを構築し、職場で実践できる能力の開発を促進しています。
- ユニセフはクレ・ド・ポー ボーテの支援を得て、社会的に脆弱な立場にある思春期の少女 100 人を対象に、彼女たちのスキル開発と雇用機会に結びつける代替学習プログラムを展開しました。その結果、今日までプログラムに参加した少女たちの 95%が仕事に就いています。

キルギス：少女たちのための 21 世紀型スキルの構築

- クレ・ド・ポー ボーテは、キルギスで行われているユニセフの「STEM4Girls」プログラムを支援しています。このプログラムは、少女たちが STEM 教育などの分野で専門的な教育やキャリアを追求できるよう後押ししています。
- クレ・ド・ポー ボーテの支援を受けて、ユニセフは思春期の少女 110 人を対象にトレーニングを行いました。現在、少女たちはピアトレーナーとしてオンラインセッションを開催し、コミュニティの同年代のほかの子どもたちに知識やスキルを共有しています。

ニジェール：少女たちのエンパワーメントの促進

- クレ・ド・ポー ボーテは、ニジェールにおけるユニセフのプログラムを支援し、思春期の少女たちが適切な能力やスキルを身につけることで、新しい機会を得られるよう推進しています。
- このパートナーシップは、思春期の少女 120 人が技能訓練と読み書きのクラスで学べるように支援。それに加え、200 人の少女たちがピアメンターシップに参加するようになりました。

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

「クレ・ド・ポー ボーテは、STEM 教育が少女たちの可能性を解き放ち、より良い社会を創る鍵になると考えております。ただし、それは個人やブランドの力だけでは成し遂げられません。私たちは「ル・セラム」のご愛用を、ユニセフとのパートナーシップ活動に繋げていきます。世界が危機的状況に面している今こそ、私たちのこの活動が社会へよりポジティブな影響をもたらせると信じております。今年 2 年目を迎えるこの活動は、ユニセフの報告でも高い評価をいただいております。世界中の少女たちが教育によって力づけられ、就業の機会を得ることを目指すこの活動へ、より多くの方のご賛同とご参画を期待しております。」

ユニセフ本部 民間協力渉外局 局長 カーラ・ハダッド・マルディニ コメント

「すべての少女にはあらゆる機会を手にしながらか成長し、充実した人生を送る権利があります。しかし、世界中の何百万人も少女たちは学校教育や適切なサポートを受けられず、社会に参加する機会を平等に与えられていません。COVID-19 の世界的流行は、誰もが受け入れられる社会の一刻も早い実現と、少女たちが自身の人生を変革し、地域社会に貢献する中心的存在となる必要性を浮き彫りにしました。クレ・ド・ポー ボーテとのパートナーシップにおいて、ユニセフは STEM 教育、デジタル技術、社会的起業などの能力強化に焦点を当てています。ユニセフは、適切なサポートと機会を得た少女たちがエンパワーされ、自身の人生の主演になれるよう取り組んでいます。今を生きる世界中の 6 億人の少女たちには、かつてないほどに多くの偉大な女性リーダーを輩出する世代となる可能性があるのです」

クレ・ド・ポー ボーテは、少女たちの可能性と生まれ持った知性を解き放つための第一歩である教育を通じて、少女たちの可能性を引き出すことを目指しています。

この取り組みでは、「ル・セラム」を 1 本ご購入ごとに、その売上の一部が世界中の少女たちの教育とエンパワメントを支援するユニセフの活動に寄付されます。クレ・ド・ポー ボーテは、世界中の少女たちがより多くのサポートを必要としている今、女性たちに少女たちへの教育支援を呼びかけています。すべての少女たちがより輝く明るい未来を、共に実現していきましょう。

※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、クレ・ド・ポー ボーテは 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。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 20 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: <http://www.cledepeau-beaute.com/jp/>