

ユニセフとのパートナーシップ 3 年目を迎えるクレ・ド・ポー ボーテ 教育を通じて、790 万人の少女たちの雇用とエンパワーメントを支援

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国際連合児童基金（以下、ユニセフ）の活動へ寄付。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



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、2022 年にユニセフとのパートナーシップ 3 年目を迎えます。本パートナーシップは、これまで固定観念やジェンダーによる差別によって少女たちが遠ざけられてきた STEM^{※1} 教育や、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きました。

今年も本パートナーシップの一環として、店頭を中心に「ル・セラム」を用いたキャンペーン^{※2}を 2022 年 4 月 21 日（木）から 6 月 20 日（月）まで実施し、同商品の全世界での売り上げの一部を、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。

^{※1}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。

^{※2}「ル・セラム」を 1 本ご購入いただくごとに、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。

世界がパンデミック後の新しい社会様式を模索する中、課題解決などあらゆる局面で科学的・工学的な対応が必要とされています。STEM 分野への関心がいっそう高まるなか、次世代の少女たちに、彼女たち自身と社会全体によりよい未来をもたらすために必要な STEM 教育とツールを提供することが、これまで以上に重要だと私たちは認識しています。

昨年の「ル・セラム」の売上からユニセフに寄付された活動資金は、世界中の少女たちが、教育とスキル開発の障壁を克服するための取り組みに活用されました。2021 年の実績の一部は次の通りです。

Bangladesh: 青年期の少女を対象とした教育プログラムのジェンダー主流化

- クレ・ド・ポー ボーテは、「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、Bangladesh のユニセフのプログラムを支援しています。
- Bangladesh 政府や市民団体と共に、教育におけるジェンダーの公平性を強化するために、スキルに基づいたカリキュラム、教授法、教材の開発のための技術支援を行ってきました。Bangladesh で、学校に通っていない最も弱い立場にある少女たちを対象に、代替教育プログラム（ALP）を実施し、インターンシップ、就労体験により、ビジネスの理論的及び基礎的なスキルの習得を提供しています。これまでに 1,100 人の青年期の少女たちが参加しました。

Kyrgyzstan: 21 世紀の労働力に向けた STEM4GIRLS の拡大

- クレ・ド・ポー ボーテは、Kyrgyzstan におけるユニセフの「STEM4Girls プログラム」において、少女たちが STEM などの専門教育とキャリアを追求できるよう支援しています。それによって女性の高い失業率や児童婚などジェンダー格差の問題に取り組んでいます。
- 600 人以上の少女たちが、地域社会のロールモデルとなるように STEM やジェンダー平等、コミュニケーションスキルを学ぶトレーニングを受けました。彼女たちによって更に 16,000 人以上の少女が研修を受け、80%を超える参加者が、STEM における職業的な選択肢を見出すことに役立ったと報告しています。150 人以上の少女が STEM を学ぶために大学に入学し、約 40%が奨学金を受けています。

ニゼール: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、130 万人以上の学校に通えていない少女たちを含む、青年期の少女たちが、自信、問題解決、チームワーク、技術など、社会において求められる重要な 21 世紀型スキルを身につけることで、新たな就業機会を得ることをサポートしています。
- このパートナーシップを通じて、数学とフランス語の基本的なスキルを身につけるために約 900 人の女子児童を支援しました。更に、900 人のうち、303 人は学校を辞める状況にありましたが、メンターシステムに参加したおかげで無事に復学することができました。
- これまでに、約 25,000 人の少女と女性が、ジェンダーの固定観念に立ち向かい、自らの生活を向上させるためのメッセージを受け取ることができました。

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

「パンデミックは、世界が直面する多くの問題を解決するための科学技術の重要性を浮き彫りにしました。ユニセフは、クレ・ド・ポー ボーテとのパートナーシップを通じて、STEM、デジタル技術、起業におけるスキルの構築に取り組んでいます。ユニセフは、少女たちが適切な資源と機会を与えられ、エンパワーメントされた生活を送れるように支援しています。このプログラムを通じて、次世代の女性リーダーに必要なツールを提供し、刺激を与えたいと思っています」

クレ・ド・ポー ボーテ チーフブランドオフィサー 橋本美月 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。私たちは本パートナーシップを通じ、少女たちの可能性を解き放ち、よりよい社会づくりに貢献していくことを願っています。この 2 年間は、ブランドにとって大きな変化を生むための有意義な道のりであり、多くのお客さまからこの活動に賛同いただけたことはなによりも特別なことでした。ユニセフを通じて、少女たちに向けた支援が最も必要かつ有意義な影響を与えられていることを知り、光栄に思っています。」

*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 23 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/>

UNLOCK THE POWER of GIRLS 特設ページ :

<https://www.cledepeau-beaute.com/jp/unlockthepowerofgirls.html>