



## クレ・ド・ポー ボーテとユニセフ、パートナーシップ更新初年度に 300万人の少女たちへの支援を達成 2025年までに570万人の少女たちへの支援を目指す

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」と「ユニセフ」は、パートナーシップの更新初年度である2023年に、300万人以上の少女たちへの支援を達成しました。2025年までに目標としている、570万人の少女たちの支援を可能とする成果です。

この成功を牽引しているのは、ユニセフが実施する世界の女性や少女たちが21世紀の労働において必要とされるSTEM分野の知識とスキルを身に付けることを目指す「Skills4Girls(スキルズ・フォー・ガールズ)」プログラムです。世界的にみると、15~19歳で就学、就労、職業訓練を受けていない人の割合は、男子の場合は10人に1人であるのに対し、女子は4人に1人となっています。<sup>\*1</sup> クレ・ド・ポー ボーテが支援しているユニセフのSkills4Girlsプログラムは、このジェンダー格差を解消するために活動しています。

ユニセフ本部 民間協力渉外局 局長 カーラ・ハダッド・マルディニ氏は次のように述べています。「今や世界中の仕事の90%以上においてデジタル技術が不可欠ですが、女性や少女たちがこの分野で活躍できる機会は非常に限られています。クレ・ド・ポー ボーテとのパートナーシップを更新した最初の年に、STEM分野における男女格差の是正に大きな進展が見られたことをとても嬉しく思います。これからも次世代の少女たちのエンパワーメントのために、このパートナーシップを継続していきたいと考えています。」

クレ・ド・ポー ボーテとユニセフのパートナーシップは2019年に始まり、2023年に更新されました。このパートナーシップでは、2025年までにバングラデシュ、インドネシア、キルギス、中国、カザフスタン、ラオス、ペルー、ベトナムなどの国々で、570万人の少女たちを支援することを目指しています。

ユニセフとクレ・ド・ポー ボーテの代表が、このパートナーシップの主な支援地域のひとつであるバングラデシュを訪れ、その成果を視察しました。

クレ・ド・ポー ボーテ チーフブランドオフィサー 橋本美月のコメント:

「クレ・ド・ポー ボーテの社員一同、ユニセフとのパートナーシップがバングラデシュの少女たちの生活にポジティブな影響を与えているのを見て、大変嬉しく思っています。今回の視察は、本当に色々考えさせられる経験となりました。バングラデシュのナショナルカリキュラムおよび教科書委員会への支援では、再設計されたジェンダーに配慮したスキルベースのカリキュラムと教科書を通じて、国家レベルで教育システムを変革し、21世紀に備えた学生を育成しています。また、学校に通えない少女たちを支援するSkills4Girlsでは、このプログラムを通じて、彼女たち自身、家族、そしてコミュニティを支えるために必要なスキルを身につけていくのを実際に目にし、非常に心を動かされました。教育は、より良い世界への鍵です。これら支援成果は、改めてクレ・ド・ポー ボーテの教育に対する貢献を確信させるものです。」

Skills4Girls プログラム参加者のコメント:

「私は子どもの頃からコンピュータースキルを学びたいと思っていましたが、経済的な理由で教育を中断せざるを得ませんでした。しかし、Skills4Girls プログラムのコンピュータートレーニングコースのおかげで、多様なスキルを身につけることができ、今ではトレーナーとして働いています。私は女性が才能を発揮できないという思い込みを打ち砕きました。今やどんな制限にも縛られることはありません。」

<sup>1</sup> 出典ユニセフ <https://www.unicef.org/gender-equality/skills4girls>

クレ・ド・ポー ボーテはパートナーシップを発表した 2019 年以來、ユニセフのジェンダー平等プログラムに対し、民間企業として世界最大規模となる累計 1,740 万米ドルの寄付を表明しました。この寄付は同ブランドの「CRM(Cause Related Marketing)<sup>※2</sup> キャンペーン」を通じて行われ、ブランドを代表する美容液「ル・セラム」を購入するごとに、3 米ドルが世界各地のユニセフのパートナーシッププログラムを支援するために寄付されます。

※2 「ル・セラム」を 1 本ご購入いただくごとに、3 米ドル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。

# UNLOCK THE POWER of GIRLS

THE KEY TO A BETTER WORLD



## 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。「クレ・ド・ポー ボーテ」とは、フランス語で「肌の美しさへの鍵」という意味を持ちます。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き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 26 の国と地域で販売されています。

クレ・ド・ポー ボーテ公式ウェブサイト: <https://www.cledepeau-beaute.com/jp/>

クレ・ド・ポー ボーテ公式 Instagram: <https://www.instagram.com/cledepeaubeaute/>

## ユニセフとは

ユニセフ (UNICEF: 国連児童基金) は、すべての子どもの命と権利を守るため、最も支援の届きにくい子どもたちを最優先に、約 190 の国と地域で活動しています。ユニセフとその子どもたちのための活動の詳細については、[www.unicef.org](http://www.unicef.org) をご覧ください。

※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。