



クレ・ド・ポー ボーテとユニセフのパートナーシップ STEM 教育を通じて、世界の少女たちに未来の可能性を 累計 1,240 万人^{※1}以上の支援を達成

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、科学・技術・工学・数学(STEM)分野での少女たちの可能性を引き出すことを目的にパートナーシップを結んでいます。STEM 分野におけるジェンダー格差は未だ大きな課題であり、世界全体の同分野の就業者における女性の割合は、30%未満にとどまっています。世界経済フォーラムの「グローバル・ジェンダー・ギャップ・レポート 2024」によると、日本のジェンダー平等達成率は 146 か国中 118 位で、特に STEM 分野での著しい格差が浮き彫りになっています^{※2}。日本は世界有数の経済大国の一つであり、女子の数学・科学の成績は世界的に傑出しているにもかかわらず^{※3}、STEM 分野の卒業生における女性の割合はわずか 16%に過ぎません^{※3}。

2019 年に開始されたクレ・ド・ポー ボーテとユニセフのパートナーシップは、ユニセフのジェンダー平等プログラムを支援し、少女たちに STEM スキルを身につける機会を提供しています。これまでに、世界中で延べ 1,240 万人以上の少女たちが支援を享受しました。

このパートナーシップは、地域密着型プログラム「Skills4Girls」を通じて、21 世紀に必要なスキルを少女たちに届け、ジェンダー格差の壁を取り払うことを目指しています。AI に特化したサイエンスキャンプから、STEM 分野で活躍する女性リーダーとのメンタープログラムまで、幅広い活動を展開してきました。この活動資金には、クレ・ド・ポー ボーテを代表する美容液「ル・セラム」の売上の一部が充てられています。

2025 年初頭、クレ・ド・ポー ボーテの代表が、パートナーシップ支援国の一つであるキルギス共和国を訪問し、その成果を視察しました。自然科学や工学分野を専攻する女子学生がわずか 9%という同国において、「Skills4Girls」は 15~17 歳の少女たちに STEM 分野の基礎知識やリーダーシップスキルを提供し、明るい未来への扉を開いています。

※1 クレ・ド・ポー ボーテと UNICEF のパートナーシップは 2019 年に始動。

※2 グローバル・ジェンダー・ギャップ・レポート 2024

<https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2024/in-full/benchmarking-gender-gaps-2024-2e5f5cd886/>

※3 How Japan is encouraging more women into STEM

<https://www.weforum.org/agenda/2023/07/japan-encouraging-women-into-stem/>

クレド・ポー ボーテ 副チーフブランドオフィサー 川西尚美のコメント：

「ユニセフとのパートナーシップを通じて、私たちは少女たちの成長を支援しています。キルギスを訪れ、様々なプログラムの成果が数値を大きく超えるものと実感しました。トレーニングやピアラーニングなどのプログラムによって、少女たちは単に STEM 分野の知識を学ぶだけでなく、クリティカルシンキングや問題解決力、リーダーシップといった力も育んでいます。ハードスキルとソフトスキルの両方を統合することで、STEM分野でのキャリアに備えることだけでなく、彼女たちが自らの未来を切り拓き、社会に変革をもたらす存在となることを目指しているのです。」

ユニセフ本部 民間協力渉外局 局長 カーラ・ハダッド・マルディニ氏のコメント：

「少女たちには世界を変える力があります。平等な教育とスキルを得る機会があれば、その力は確実に花開きます。クレド・ポー ボーテとのパートナーシップは、何百万人もの少女たちに科学を学ぶ機会と、将来に向けたスキルを届けてきました。これは単に個人の能力を育てるだけでなく、地域社会全体に持続可能な成長の基盤を提供する取り組みです。」

本パートナーシップでは、「ル・セラム」を通じた寄付により、ユニセフのジェンダー平等プログラムに対し、民間企業としては最大規模となる 1,740 万米ドルの支援を行っています。この寄付は同ブランドの「CRM (Cause Related Marketing)* 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。少女たちに知識とスキル、そして自信を与えることにより、STEM 分野の未来を形づくり、世界中の若い女性たちの可能性を広げています。

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



クレド・ポー ボーテ と UNICEF パートナーシップでは、バングラデシュ、中国、インドネシア、カザフスタン、キルギス、ラオス、ナミビア、ニジェール、ペルー、ウズベキスタン、ベトナムにおけるユニセフのジェンダー平等プログラムを支援しています。

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。「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/>

クレ・ド・ポー ボーテ for ユニセフ特設サイト: <https://www.cledepeau-beaute.com/jp/cpb-for-unicef.html>

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 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。