



クレ・ド・ポー ボーテとユニセフ
チャリティ キャンペーン “MY RADIANCE ACTION”を実施。
SNS アクションで、少女たちの教育を支援

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 2025 年 10 月 9 日(木)より、チャリティ キャンペーン“MY RADIANCE ACTION (マイ ラディアンス アクション)”を実施いたします。

世界中の少女たちへの STEM 教育の支援のため、クレ・ド・ポー ボーテでは 2019 年よりユニセフとパートナーシップを結び、ブランドを代表する美容液「ル・セラム」を 1 本購入するごとに 3 米ドルの寄付を実施しています。この度、より多くの方にこの取り組みを知っていただくことを目指し、SNS 参加型のキャンペーンを開催します。キャンペーン期間中に、「ル・セラム」を通した SNS アクションを行うことで、世界中の少女たちの教育とエンパワーメントを支援するユニセフの活動への寄付が行われます。

MY RADIANCE ACTION キャンペーン概要

期間： 2025 年 10 月 9 日（木）～11 月 30 日（日）

内容：下記のいずれかのアクションでキャンペーンにご参加いただくと、クレ・ド・ポー ボーテよりユニセフへ寄付が行われます。

- 1) クレ・ド・ポー ボーテ公式 X アカウントからキャンペーン投稿をリポストいただくと、1 ポストにつき 100 円を寄付いたします。
- 2) 「#クレドポーボーテ」「#ルセラム」「#マイラディアンスアクション」のハッシュタグとともに、ご自身の SNS（Instagram または X）で投稿いただくと、1 投稿につき 100 円を寄付いたします。

キャンペーン URL：<https://www.cledepeau-beaute.com/jp/unlockthepowerofgirls.html>

※本キャンペーンでは、参加数に関わらず総額で 10,000 米ドルを寄付いたします。また、500 万円を上回らない金額を寄付いたします。

※日本地域のためのキャンペーンです。

クレ・ド・ポー ボーテとユニセフによる活動

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、少女たちに科学・技術・工学・数学（STEM）分野の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。

本パートナーシップでは、ユニセフのジェンダー平等プログラムに対し、これまで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 米ドルがユニセフに寄付される「CRM(Cause Related Marketing)キャンペーン」を通じて行われています。

この度実施する“MY RADIANCE ACTION”キャンペーンは、この取り組みをより多くの方に知っていただき、さらにユニセフへの寄付を通じて女性のエンパワーメントを推進することを目的としています。



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。