

クレ・ド・ポー ボーテ、ユニセフとのグローバルパートナーシップを更新 新たに 730 万人の少女たちへの支援を目指す

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、ユニセフとの 3 年間のグローバルパートナーシップを更新したことを発表しました。本パートナーシップの新たなフェーズでは、さらに 730 万人の少女たちのエンパワーメントを目指します。

2019 年のパートナーシップ開始以来、クレ・ド・ポー ボーテはユニセフの思春期の少女たちを支援するジェンダー平等プログラムに累計 1,740 万米ドルを拠出しており、民間企業として最大規模となります。これまでに世界で 1,290 万人の少女たちに支援を届け、当初の目標を大幅に上回る成果を収めてきました。

今回の第 3 期更新により、クレ・ド・ポー ボーテが支援するプログラムは、これまでの対象であった STEM (科学・技術・工学・数学)に加え、Arts (芸術・創造性)を加えた STEAM 教育へと取り組みを拡大します。科学的・技術的な知識にアートの視点を融合させることで、少女たちがさらに自らの創造性に自信を持ち、未来を切り拓く力を育みます。例えばインドネシアでは、プロジェクト型学習を通じて少女たちが科学的知識に豊かな創造性を組み合わせ、気候変動への適応といった課題に対して、独創的なアプローチで解決策を導き出そうとしています。

クレ・ド・ポー ボーテ グローバルブランドプレジデント 川西尚美のコメント

「本パートナーシップを通じて、少女たちが自信や創造性を育み、未来への可能性を広げていく姿を目の当たりにし、私たちはその意義を強く実感いたしました。こうした成果を踏まえ、このたび支援の継続を決定いたしました。

新フェーズにおいて特に注力する STEAM 教育は、少女たちが技術的な知識を習得するだけでなく、自らの創造性に自信を持つことで、真のイノベーターへと成長していく糧となるものです。これこそが、彼女たちの内に秘められた可能性を最大限に引き出す最良の方法であると確信しています。」

今回の更新は、これまでのパートナーシップが生み出してきた成果を基盤としています。革新的な STEM 学習プログラムを通じて、少女たちに幅広い機会を提供してきた実績を活かし、さらなる支援の拡大を図ります。

「ユニセフは、ジェンダー平等の推進において発揮されてきたクレ・ド・ポー ボーテの継続的なリーダーシップと、少女のエンパワーメントへの深いコミットメントを歓迎します」と、ユニセフ民間支援企画調整局長のカーラ・ハダッド・マルディニは述べています。「本パートナーシップの更新、そして STEAM 分野における重要なスキルの強化に重点を置く取り組みは、未来を担うチェンジメーカーとしての少女たちへの力強い投資です。」

継続的な支援の重要性*

今回のパートナーシップ更新は、少女たちが直面している危機的な現状を受け、まさに今、必要とされている取り組みです。世界では依然として、多くの少女たちが教育やスキル習得において大きな障壁に直面しています。現在、1 億 2,200 万人の少女たちが学校に通えておらず、思春期の少女および若い女性の約 40%が後期中等教育を修了していません。特に STEM 分野におけるジェンダー格差は顕著であり、同分野



の卒業生に占める女性の割合は 35%、ICT(情報通信技術)分野ではわずか 3%にとどまっています。さらに、約 5,000 万人の少女たちが基礎的な読み書きの能力を十分に身につけられていません。低所得国では、約 90%の少女たちがインターネットに接続できない状態にあり、学びの場や将来の選択肢へのアクセスが制限されています。

こうした課題の背景には、根強く残るジェンダーへの偏見や、児童婚、家事・育児などの無償の役割を少女たちが担わざるを得ない現状など、複合的な障壁があります。これらは、少女たちが将来を切り拓くために必要なスキルと機会を得られるようにするための、継続的な支援とジェンダーに配慮したアプローチがいかに重要であるかを物語っています。

このパートナーシップを通じて、クレ・ド・ポー ボーテとユニセフは、今後も世界中の少女たちの可能性をさらに広げ、次世代が自らの内なる輝きを最大限に放つことのできる、より良い社会の実現を支援していきます。

クレ・ド・ポー ボーテとユニセフのパートナーシップについて

クレ・ド・ポー ボーテは 2019 年よりユニセフと連携し、Skills4Girls イニシアチブを通じて、少女たちの教育、スキル開発、エンパワーメントを支援しています。本パートナーシップは、デジタルリテラシー、STEAM 教育、ライフスキルプログラムなど、将来に必要なスキルへのアクセス拡大に重点を置くとともに、少女たちの可能性を制限する社会的・構造的障壁への対応にも取り組んでいます。

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 28 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/our-story/sustainability/cpb-for-unicef/cpb-for-unicef.html>

ユニセフについて

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。

¹ UNICEF Girl Goals: What Has Changed for Girls? Adolescent girls' rights over 30 years