



IPU Culture  
OKAYAMA-SETO

日本一ベトナム人が幸せに暮らせる岡山を目指す

# IPUカルチャー

経済経営学部 現代経営学科（扇野ゼミ所属）

グエン ティ ホアント/マウ ヴィエット アイン/ファン タイン ヴィエット  
ヴォ ホ ジエウ ヴィ/グエン ティ ハン/グエン ティ タオ ゴック

ズオン ティ ヴィ アイン/レ ヴァン ミン フイ  
林 海穂/池田 港斗/前田 一成/田中 万智/熊谷 大輝/文田 夏帆

## 概要

### IPUカルチャーとは？

食と体験を通じた異文化交流による相互理解を学内・学外に深め、日本人とベトナム人双方のウェルビーイングの実現によって、ベトナムの経済成長と日本の人口問題を解決することを目指すブランドです。

## Purpose

### ベトナムと岡山の架け橋になり、 日本で一番ベトナム人が幸せに暮らせる岡山をつくる

1. 様々な国の人々を結び付け、世代、国境、肩書を超えた人間関係をつくる。
2. 自国の風土や文化を紹介し、食を通じて交流を行う。
3. 偏見や差別を無くし、日本に外国人がいることを当たり前にする。

## Vision

### ベトナムと岡山空港の直行便を開通させる

## Mission

### 食と体験を通じたベトナム異文化交流活動を行う

## Value

日本にいるベトナム人のホームシックを無くし、  
ベトナムの経済成長と日本の人口問題を解決する



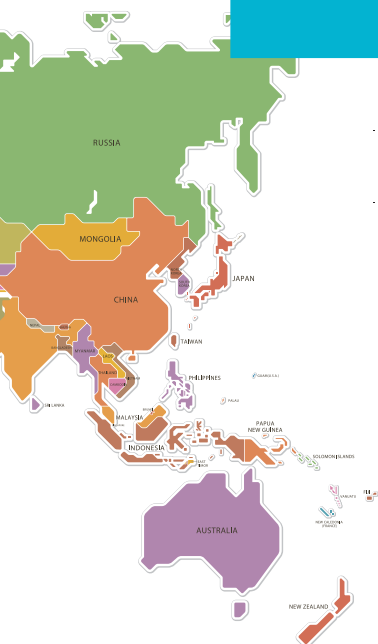
# 環太平洋エリアに住む人々の心に花を咲かせる



IPU Culture  
OKAYAMA-SETO



IPU Culture  
OKAYAMA-SETO



ネーミング	IPU Culture (アイ・ピー・ユー・カルチャー)
ロゴマークの意味	日本の国花の桜と菊、 ベトナムの蓮、中国のポタン、 ニュージーランドのシルバーファン、 タイのゴールデンシャワーをモチーフに 多様性とインクルージョンを表現
ブランドカラー	ターコイズブルー (人から束縛されない「自由」「独立」「博愛」という意味)

先輩から後輩へ想いを受けつぎ進化中

## IPU環太平洋大学サステナブルブランドプロジェクトとは

ブランド戦略論、マーケティング特論、マーケティング総論、販売戦略を受講した学生の有志が、授業が終わった後も継続して地域の課題を解決したい、異文化交流をしたい、岡山を活性化したいという目的で2021年から活動し、SDGsの貢献を目指しています。

2023年からは扇野ゼミも始動し、授業で構築した社会課題解決型のブランドを育成・進化させるため、座学で理論を学ぶだけではなく、岡山県内外の企業や生産者、専門家とのパートナーシップによって、提案活動、試作品づくり、テストマーケティング、商品販売を実施しています。



IPUジビエ  
野生鳥獣のお肉と皮の  
利活用を目的としたブランド



IPUスイーツ  
地元野菜や果物を活用した  
スイーツブランド



IPUカルチャー  
留学生による  
異文化交流ブランド



IPUエシカルアスリート  
体育会系学生による  
地域活性化ブランド

