

News Release

BTS 「Yet To Come」 がWorld Cup キャンペーン Goal of the Century Hyundai ver.に生まれ変わる

- BTSのヒット曲「Yet To Come (The Most Beautiful Moment)」のリメイク版が、より良い未来のために人々をつなぐ“Goal of the Century” World CupキャンペーンのHyundai ver.として公開へ
- Hyundaiのスマートモビリティソリューションプロバイダーのビジョンが公式ミュージックビデオにて紹介
- Hyundaiのグローバルキャンペーンにおいて、ファンとのさらなる交流を図るためTikTokチャレンジを実施
- キャンペーンメッセージとともに1分間の[ミュージックビデオの予告編](#)を公開



ソウル、2022年9月22日 – Hyundai Motor Companyは、“Goal of the Century” (GOTC) World Cup キャンペーンソングとして BTS の「Yet To Come (Hyundai ver.)」を公開することを発表しました。この曲は、2022年9月23日 18:00 韓国標準時（米国東部標準時 05:00）に Spotify や Apple Music などのストリーミングプラットフォームで公開されます。同時に Hyundai の公式 YouTube チャンネルにおいてミュージックビデオのフルバージョンを公開します。

「Yet To Come (Hyundai ver.)」は、BTSの「Yet To Come (The Most Beautiful Moment)」のブリティッシュ・ロック・リミックスバージョンで、“Goal of the Century”への応援メッセージとWorld Cupへの期待を伝えるために、クライマックスが強調されています。

「世界で最も影響力のあるグローバルアーティスト BTS と彼らの音楽は、私たちの社会がポジティブな方向に進むために大きな影響を与えています。BTSとのWorld Cupキャンペーンを通して、世界中の人々が持続可能性という一つの目標に向かって団結し、お互いに応援し合う機会をつくりたいと考えています」とHyundai Motor Companyの社長兼最高経営責任者である張在勲（チャン・ジェフン）は述べました。

このキャンペーンソングでは、オリジナルの歌詞を生かしながら、「Now the vision is clear, the Goal of the Century is here」などの歌詞が追加されました。さらに、「I know, together, we'll make it better」「We're gonna run till a new tomorrow」などの歌詞もあり、より良い未来を一緒に創っていきましょうという思いが込められています。

本日先行公開された1分間の[ミュージックビデオの予告編](#)では、BTSのGOTCキャンペーンソングをスタジアムで一緒に歌うことで、世界中に届けようというキャンペーンメッセージも紹介されています。この映像は、Hyundaiが2022 FIFA World Cup™を通して実現したい世界をビジュアル化し、“Goal of the Century”を達成するためにサッカーで団結する人々の連帯感を広げていきます。

また、公式ミュージックビデオには、Boston Dynamics社のSpot®、街の空を飛びAAM (Advanced Air Mobility)、街中を走行するIONIQ 5とIONIQ 6など、スマートモビリティソリューションプロバイダーへの変革を目指すHyundaiの未来が描かれています。

Hyundai Motor Companyは、このメッセージをさらに広めるため、10月1日にHyundaiの公式TikTokアカウント (@Hyundai_worldwide) を通して、世界中のファンが楽しめるTikTokチャレンジ #TeamCentury12を開始します。#TeamCentury12チャレンジは、Goal of the Centuryの団結するというメッセージを、肩を組む動作を入れたシンプルなダンスで表現しています。

Hyundaiは、アースデイに合わせて4月22日に、2022 FIFA World Cup™のための世界的な持続可能性キャンペーンとして“Goal of the Century”（世紀のゴール）を開始しました。このキャンペーンは、2045年までに生産と運営のすべての段階においてカーボンニュートラルを達成するというHyundaiの継続的なミッションの一環として行われます。

このキャンペーンを推進するため、Hyundai Motor Company は、2022 年を通して環境と社会の持続可能性について様々なプロジェクトを推進するアンバサダー・グループの“Team Century”を導入しました。元イングランド代表のスティーブン・ジェラードを筆頭に、BTS、デンマーク代表で外科医のナディア・ナディム、米国ファッションデザイナーのジェレミー・スコット、イタリア現代アーティストのロレンソ・クイン、ドキュメンタリー写真家でビジュアルストーリーテラーのニッキー・ウー、Boston Dynamics 社のロボットの Spot[®]が“Team Century”に参加しています。

Hyundai はさらに、英国の著名なフードライターで Deliciously Ella の創設者であるエラ・ミルズと、米国プロサッカー選手で FIFA 女子 World Cup 優勝者のアレックス・モーガンが Team Century の 10 番目と 11 番目のメンバーとして加わり、それぞれでキャンペーンを推進することも発表しました。ニッキー・ウーは、チームメンバーのキャンペーン活動の一環として、World Cup 期間中に Hyundai Motorstudio で持続可能性をテーマにした写真展を開催する予定です。このように、Team Century では合計 11 のメンバーがそれぞれの分野で World Cup キャンペーンに積極的に参加します。

ミュージックビデオのフルバージョンは、Hyundai Motor Company の公式 YouTube チャンネル (www.youtube.com/HyundaiWorldwide) でご覧ください。

Goal of the Century、Team Century、あるいは Hyundai の持続可能性アジェンダについて詳しく知りたい方は、www.hyundai.com/worldcup をご覧ください。

Hyundai (ヒョンデ) について

1967年に設立されたHyundai Motor Companyは、世界200カ国以上で事業を展開し、12万人以上の従業員を雇用しており、世界中のモビリティに関する現実的な課題に取り組んでいます。ブランドビジョンである「Progress for Humanity」に基づき、Hyundai Motorはスマートモビリティ・ソリューション・プロバイダーへの転換を加速しています。Hyundaiは、革新的なモビリティソリューションを実現するために、ロボティクスやAdvanced Air Mobility (AAM) などの先進技術に投資し、未来のモビリティサービスを導入するためのオープンイノベーションを追求しています。世界の持続可能な未来のために、Hyundai Motorは業界をリードする水素燃料電池と電気自動車技術を搭載したゼロエミッション車を導入するための努力を続けていきます。

Hyundai Motor Companyとその製品に関するより詳しい情報は、以下をご覧ください。

<http://worldwide.hyundai.com> または <http://globalpr.hyundai.com>