

News Release

2026 年 8 月 27 日

2026 年 CEO インベスター・デイにて収益主導の 成長ロードマップを発表



- 2030 年の世界販売目標 555 万台（グローバル市場シェア 6%）を再確認するとともに、事業全体の収益性強化を表明
- 2030 年までに電気自動車（ハイブリッド車）の販売比率を 60%に拡大（2025 年の 23%から大幅増）
- 2027 年前半に初の航続距離延長型の電気自動車（EREV）モデルを投入、航続距離 600 マイル（約 965km）以上を目指す
- 2030 年の連結営業利益率目標を従来の 8~9%から、9%以上へ上方修正

Hyundai Motor Company は、2026 年 8 月 26 日の CEO インベスター・デイにおいて、積極的な新車投入計画を発表し、2030 年までに世界販売台数 555 万台を達成するという目標を再確認するとともに、事業全体の収益性を強化する方針を示しました。

バッテリーEV ならではのパワーと効率性に、車載充電器の利便性を組み合わせた同社初の「Extended Range Electric Vehicle（航続距離延長型電気自動車 / EREV）」をはじめ、2030 年までに 100 車種以上の新型車や改良モデルの投入計画を発表しました。

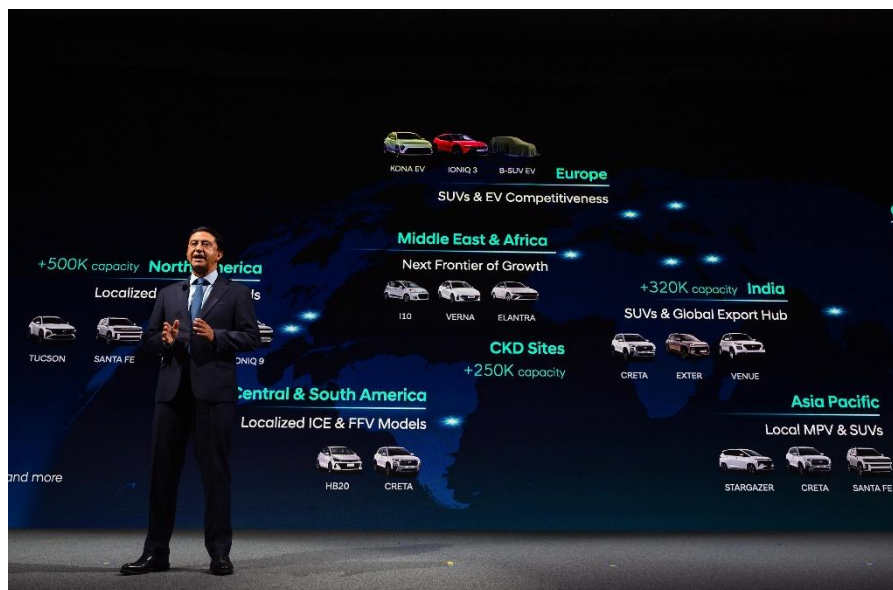
Hyundai Motor Company の社長兼 CEO である José Muñoz（ホセ・ムニョス）は、プレゼンテーションにおいて、次のように述べています。

「Hyundai Motor Group は、世界第 3 位の規模を誇る自動車グループであり、収益性においては第 2 位を誇ります。この強固な基盤があるからこそ、業界全体が投資を縮小する局面においても、私たちには攻めの投資を継続できる強みがあるのです。私たちは 2030 年までに、多彩なパワートレインを揃えた 100 以上の新型モデルをグローバル市場に投入し、連結営業利益率を 9% 以上に引き上げます。さらに、戦略的パートナーシップを通じて新技術の導入とビジネスチャンスの拡大を加速させ、ロボットやロボタクシーの生産・展開を行う『フィジカル AI（Physical AI）企業』へと進化していきます」

Hyundai Motor Company は、好調な 2026 年上半期の業績を基盤に、さらなる成長を目指します。2026 年上半期は世界で 200 万台を販売し、売上高は前年同期比 2.7% 増の 95.2 兆ウォン、連結営業利益率 5.6% を達成しました。

■各地域におけるグローバルな製品攻勢

Hyundai Motor Company は 2030 年までに、グローバルで 100 車種以上の新型車および改良モデルの投入を計画しています。地域別の内訳は、北米で 58 車種、韓国で 49 車種、欧州で 41 車種、インドで 26 車種、中国で 22 車種を予定しており、その多くは完全な新型車や、これまで参入していなかった新しいセグメントのモデルとなります。



これらの新モデルの第一陣はまもなく投入される予定です。主なラインナップとして、新型「Elantra（エラントラ）」、新型「IONIQ 3（アイオニック スリー）」、新型「Tucson（ツーソン）」および「Tucson Hybrid（ツーソン ハイブリッド）」、Hyundai Motor Company 初の航続距離延長型電気自動車の「Santa Fe EREV（サンタフェ）」、インド市場向けの新型 A セグメント SUV 電気自動車、新型グローバル B セグメント SUV、そして欧州市場向けの新型 B セグメント SUV などが控えています。

新型「Tucson」および「Tucson Hybrid」は、今年の第 4 四半期に一部市場での発売を皮切りに、順次投入予定。今回の新車投入において、重要なマイルストーンとなります。累計販売台数 1,000 万台を超える「Tucson」は、Hyundai Motor Company のグローバル展開において最も成功を収めている主力モデルであり、ブランドの幅広い魅力を世界に体現し続けています。

新型「Santa Fe EREV」は2027年上半期に発売予定で、電動化へのあくなき挑戦を象徴するモデルです。「Santa Fe EREV」は、充電インフラや航続距離に対するお客様の不安を払拭しながら、日常の運転において電気自動車ならではの滑らかで力強い走りを提供し、総航続距離 600 マイル（約 965km）以上の走行の実現を目指しています。なお、同モデルは米国の Hyundai Motor Manufacturing Alabama（ヒョンデ・モーター・マニュファクチャリング・アラバマ）で生産予定です。

また、Hyundai Motor Company は、未開拓市場である「ホワイトスペース」の開拓にも注力していきます。これらのセグメントは世界の自動車販売全体の約 29% を占めており、極めて大きな成長機会を秘めています。具体的には、ミドルサイズ・ピックアップトラックなどのラダーフレーム（ボディ・オン・フレーム）車や、小型商用車（LCV）などが含まれます。

さらに、ハイパフォーマンスブランドである「N」ラインナップにも新型モデルを追加し、2030 年までに年間販売台数 100 万台を達成するという目標に向けて取り組みを強化してまいります。

■グローバルな成長を支える地域密着型生産体制の拡大

Hyundai Motor Company は 2030 年までに、世界全体で 127 万台分の生産能力を拡張する計画です。地域別の内訳は、北米で 50 万台、インドで 32 万台、CKD（ノックダウン生産）拠点で 25 万台、韓国で 20 万台です。北米における増産分は、すでに発表されているものの、まだ設備導入が完了していない Hyundai Motor Group Metaplant America（ヒョンデ・モーター・グループ・メタプラント・アメリカ / HMGMA）における 20 万台の生産能力拡張計画が含まれており、韓国国内ではウルサン（蔚山）工場でももたなく稼働を開始する新しい電気自動車専用工場が生産を牽引します。

北米市場においては、2030 年の現地部品調達率目標を従来の 60% から 80% へと引き上げます。また、同地域では 2030 年までに 10 車種以上のハイブリッド（HEV）モデルを投入する予定で、現地販売における HEV の比率を 50% まで高める計画です。これらの HEV モデルは、Hyundai Motor Manufacturing Alabama および HMGMA で生産されます。なお、北米における同社の HEV 累計販売台数はすでに 100 万台を突破しています。

北米での総販売台数は、ハイブリッド車に対する過去最高の需要に支えられ、市場平均を上回るペースで成長を続けています。2026 年上半期（1～6 月）の販売台数は 595,457 台に達し、北米市場における上半期過去最高記録を更新しました。

米国市場では、「Tucson」や「Palisade（パリセード）」、拡充されたハイブリッドモデルが販売を牽引し、上半期の販売台数は前年同期比 3% 増の 489,656 台を記録しました。また「IONIQ 5（アイオニック ファイブ）」の販売台数は、2026 年上半期に 9% 増加。第 2 四半期に前年同期比 10% 増を記録したメキシコや、堅調に推移したカナダでもハイブリッド車への強い需要が業績を押し上げています。

欧州市場では、5 車種の新型 SUV および小型商用車（LCV）を含むフルラインナップの電動車ポートフォリオを展開。市場セグメントの 85% をカバーする計画で、欧州における電気自動車の年間販売台数を 2025 年の 116,000 台から 2030 年までに、420,000 台以上へと大幅に拡大することを目指しています。その先陣を切るのが、今月発売される新型「IONIQ 3」で、497km（309 マイル）の航続距離を実現したモデルです。また、欧州で初めて Hyundai Motor Group のインフォテインメント・プラットフォームである Pleos Connect（プレオス コネクト）を搭載したクルマです。

インド市場においては、第 4 四半期に投入する新型 SUV を皮切りに、SUV のラインナップをさらに拡充します。インドのユーザー向けに最適化して設計されたこの新型モデルには、次世代インフォテインメントシステムとレベル 2 の先進運転支援システム（ADAS）が搭載されます。さらに、同市場には内燃機関（ICE）を搭載した新型ミドルサイズ SUV も順次投入する予定です。

また、インドにおける現地サプライチェーンへの投資も継続しており、1,400 社以上の現地サプライヤーや 900 人以上の現地エンジニアとのネットワークを活かし、2030 年までに現地部品調達率 90% の達成を目指します。

年間 110 万台の生産能力を有するインドは、今後も Hyundai Motor Company にとって極めて重要な輸出拠点となり、2030 年までにインド工場での生産量の約 30% を中東、アフリカ、アジア、南米などのグローバル市場へ輸出する計画です。

韓国国内の生産工場は、Hyundai Motor Company のものづくりを象徴する中核拠点です。2 万 7,000 人の製造従業員が年間約 180 万台のクルマを生産しており、そのうちの 60% が世界各国へ輸出されています。ウルサン（蔚山）の新しい電気自動車専用工場では、Hyundai Motor Company が展開する高級車ブランドである「Genesis（ジェネシス）」のフラッグシップ SUV、「GV90（ジーブイ ナインティ）」の生産が開始されます。最新のソフトウェア・デファインドに対応したこのスマート工場には、108 種類におよぶ高度な製造ツール、AI を活用した品質管理・検査システム、指示・品質管理、そして製造用 AI エージェントが導入されます。

中国市場において、現地のデザイン力、生産体制、および現地企業との提携を強みとして、ビジネスの再構築を図っています。「IONIQ V（アイオニック ブイ）」を皮切りに、2027 年には新型電気自動車や新型 EREV などの製品を続けて投入する予定です。現地の先進テクノロジー企業とのアライアンス、革新的なデザインの採用、およびディーラーネットワークの拡充により、2030 年までに 50 万台以上の年間販売を目指します。

また、中東およびアフリカ地域においては、市場シェア第 2 位のブランドとしての地位をさらに盤石なものとし、「新たな成長の柱」としての可能性を切り拓いていきます。これらの地域では顧客層が急速に拡大しており、トラックや SUV に対する需要が高まっています。すでに現地で 8.4% の市場シェアを持つ信頼性の高いブランドとして、高収益が期待できるこのチャンスを実際に取り込んでいきます。その一例として、サウジアラビアやアルジェリアに新たな組立工場を建設するなど投資を進めており、これはアフリカ、中東、パキスタン全域に広がる計 8 拠点の強固な生産ネットワークの一部を構成します。

■Genesis：ラグジュアリーブランドとして切り拓く新たな10年

「Genesis」は、ブランド創設からの最初の10年間で目覚ましい成長を遂げ、ラグジュアリーカーブランドとして史上最速で累計販売台数100万台を達成しました。この飛躍的な躍進の勢いを維持しつつ、次の10年へのスタートを切ります。

新型フラッグシップSUVである「GV90」は、ラグジュアリーと先進テクノロジーが融合した、ブランドを代表する最高峰モデルです。また、ブランド初のハイブリッド（HEV）モデルとなる「GV80 Hybrid（ジーブイ エイティ ハイブリッド）」を今年の第4四半期に投入することで、優れた動力性能と環境性能を両立させたクルマとして展開します。さらに、「Genesis」は2027年初頭に、航続距離640マイル（約1,030km）以上を目指すEREVのSUVモデルをラインナップに追加する予定です。



「GV90」の投入とパワートレインの拡充により、「Genesis」は急速に成長する世界のラグジュアリーブランドの市場において、最も需要の高い主要セグメントへのアプローチを強化します。

「Genesis」は、2030年までに40以上の市場への展開と、年間販売台数35万台の達成を目指しています。この戦略的な拡大計画の一環として、グローバルで現在より50%増となる270店舗以上の販売拠点を開設することを目標に掲げています。

今年すでに展開を開始したイタリア、フランス、オランダ、チュニジア、モロッコに続き、第4四半期にはスペインでもブランドを立ち上げる予定で、これにより2026年中に新たに参入する市場は計5カ国に達します。また、間もなくインドやアジア太平洋地域（APAC）への進出も計画しています。

■未来のモビリティを加速する戦略的パートナーシップ

「IONIQ 5」をベースとした初のロボタクシーは、今年の第4四半期にWaymo（ウェイモ）への供給が開始される予定です。ジョージア州のHMGMAにて現地サプライチェーンを活用して組み立てられるクルマは、製造やデザイン、ソフトウェア、ファイナンス（資金調達）にいたるまで、グループ全体のシナジーを結集した画期的なプロジェクトです。本モデルの投入により、早ければ2027年にロボタクシーサービスのグローバル展開が加速していくことが予想されます。

また、Hyundai Motor Group傘下のMotional（モーショナル）は、2026年後半にドライバーレス（完全自動運転）による商業サービスの開始を予定しており、そのクルマとしてロボタクシー仕様の「IONIQ 5」が導入される計画です。

さらに、インド大手の二輪・三輪メーカーである TVS Motor Company (TVS モーター・カンパニー) との業務提携を通じて、電動三輪車セグメントに参入します。Hyundai Motor Company が設計を行い、TVS が生産を担当するこのモデルは、コンセプトの立案からプロトタイプの完成まで 24 カ月未満という異例のスピードで開発が進められています。

また、Hyundai Motor Group と Amazon (アマゾン) は、主に 4 つの領域において連携を深めています。まず、米国以外の市場における初の展開として、2027 年初頭にオンライン新車販売サービス「Amazon Autos」をグローバル展開する計画です。続いて、Hyundai Motor Group のほぼすべてのモデルにおいて、AI 音声アシスタント「Alexa Built-in (アレクサビルトイン)」の導入を順次進め、その後「Genesis」にも展開します。さらに、AWS (アマゾン ウェブ サービス) との連携により、クラウドおよび AI 領域におけるデジタル変革を加速させます。また、Amazon の物流倉庫のオペレーションにおいて、Hyundai Motor Company の燃料電池車 (FCEV) を活用したクリーンな物流体制の構築を目指しています。

Hyundai Motor Group 傘下の最先端ロボティクス企業である Boston Dynamics (ボストン・ダイナミクス) では、製造業向け AI ロボティクスソリューションの商業化に向けた取り組みが加速しています。米国に開設された Robot Metaplant Application Center (ロボット メタプラント アプリケーション センター、以下 RMAC) では、年末までに拠点規模を 10 倍へ拡大する計画です。RMAC では、実際の生産現場を再現した環境のもと、製造用 AI ロボットのディープラーニング (学習) や実環境データの収集を実施しています。さらに、生産ラインへの導入に先立ち、ロボット性能評価や厳格な検証を行う重要な役割を担っています。

そして、2028 年から HMGMA の生産ラインにおいて、次世代の産業用人型ロボット「Atlas (アトラス)」の本格的な導入・配置を目指しています。ロボティクス事業の拡大の機会とその規模について、CEO である José Muñoz (ホセ・ムニョス) は、次のように述べています。

「Boston Dynamics (ボストン・ダイナミクス) は、すでに四足歩行ロボットの「Spot (スポット)」や物流ロボットの「Stretch (ストレッチ)」を実用化しており、間もなく人型ロボット「Atlas (アトラス)」の量産化に着手します。また、これらロボットの流通と販売を支える強力な基盤として、世界中のディールパートナーとのネットワークがすでに確立されています。さらに、グループの金融部門である Hyundai Capital (ヒョンデ・キャピタル) は、導入を円滑に進めるためのリースや割賦といった専用ファイナンスプログラムの構築を推進しています。このように、ロボティクスの開発から生産、流通、販売、そしてファイナンスにいたるまでをグループ全体でシームレスに提供できる強固なエコシステムこそが、私たちの強みとなっています」

■ 「ハードウェア」から「ソフトウェア」中心の価値創出へ

Hyundai Motor Company は、クルマから収集したデータを分析し、AI や各種サービスの機能向上に活用するとともに、その成果を Over-the-air (オーバー・ザ・エアー / OTA) によるワイヤレスアップデートを通じてお客様へ還元する SDV (Software-Defined Vehicle) の開発体制「データフライホイール」の構築を推進しています。この仕組みにより、データ収集、分析、サービス改善、OTA アップデートが継続的な好循環を生み出し、お客様のユーザー体験 (UX) を大幅に向上させるとともに、クルマそのものが継続的に進化し続ける環境の実現を目指しています。

その代表例として、新型「Grandeur (グレンジャー)」には、次世代インフォテインメントシステム「Pleos Connect」と、自社開発の生成 AI エージェント「Gleo AI (グレオ AI)」を搭載しています。

クルマから蓄積されるデータは、Gleo AI の性能向上や Pleos Connect の機能開発に活用され、その成果は、OTA アップデートを通じてリアルタイムかつシームレスにお客様へのクルマに反映されます。

また、このデータを活用した開発サイクルは、自動運転分野にも広がっています。Hyundai Motor Group は、NVIDIA のエコシステムを基盤としてセンサーアーキテクチャの標準化を進めており、ヒョンデ、Kia（起亜）、42dot（フォーティーツードット）、そして Motional などグループ各社が収集した走行データを共通規格で統合・活用できるインフラの構築を進めています。

さらに 2029 年には、自動運転関連データの大幅な増加を見据え、5 万基以上の高性能 GPU を備えた 100 メガワット（MW）規模の「Saemangeum AI Data Center（セマングム AI データセンター）」の稼働を予定しています。Hyundai Motor Company は、世界中の量産車から得られるリアルワールドデータ、自社開発 AI、そしてそれらを支える大規模デジタルインフラを融合することで、SDV および自動運転技術分野における競争力をさらに強化していく方針です。

■自動運転の実用化・普及に向けた段階的ロードマップ

自動運転技術の実用化に向け、段階的なロードマップを策定しています。まず 2026 年末までに、自社開発の自動運転 AI システム「Atria AI（アトリア AI）」を韓国・光州（クワンジュ）市へ導入する予定です。これにより、自動運転 AI の安全性向上に不可欠な、複雑かつ予測が難しい実際の交通環境（エッジケース）に関する走行データの収集・学習を進めていきます。続く 2028 年には、NVIDIA との戦略的協業を通じて開発する初の量産型 SDV（Software-Defined Vehicle）に、高度な「レベル 2+」自動運転機能を搭載する予定です。実際の走行から得られる膨大なデータを分析・活用することで、Atria AI の継続的なアップデートと性能向上を図ります。

進化した Atria AI はその後、量産車へ順次展開され、レベル 2+ からレベル 4 までの高度自動運転技術のラインアップの構築を目指します。さらに、Hyundai Motor Group が世界で販売する年間 700 万台以上のクルマから得られるデータを AI の学習に活用することで、システムの信頼性向上と開発の家族を実現します。長期的には、標準化されたセンサーシステムと AI コンピューティングプラットフォームをグループの主要量産車へ幅広く展開し、自動運転技術のさらなる普及と開発の加速を実現します。

■圧倒的な競争力を持つ次世代電気自動車のコト・モノづくりと低コスト化の実現

Hyundai Motor Company は、独自のハイブリッドシステム開発から、現在の EV 専用プラットフォーム「E-GMP（Electric-Global Modular Platform）」に至るまで、電動化技術の進化を牽引してきました。その取り組みは、電気自動車の中核を担うバッテリーの独自開発にも広がっています。

実際に、長年培ってきた設計・開発技術を活用し、次世代バッテリーセルの開発に成功しました。この新型セルは、従来のハイニッケルリチウムイオン電池と比較して 2 倍以上のエネルギー出力を実現するとともに、充電時間を 40% 短縮します。

この高性能セルは、2027 年上半期発売予定の EREV モデルに初採用される予定です。同モデルは、一般的な同クラス電気自動車と比べて半分以上のバッテリー容量でありながら、同等レベルの長距離走行性能と電気自動車ならではの力強い走りを両立します。さらに、2027 年投入予定の次世代電気自動車には、コスト効率に優れた「ミッドニッケル NCM（ニッケル・コバルト・マンガン）バッテリー」を採用する計画です。日常利用に必要な性能を維持しながら、バッテリーコストを約 30% 削減できる見込みです。また、電気自動車の耐久性向上に向けて、クラウド連携型の Battery Management System（BMS）を大幅に進化させています。2028 年までに、バッテリー寿命を平均 20% 延伸させることを目指しています。

安全性の分野では、新たに独自の Thermal Runaway Protection（熱暴走防止技術 / TRP）を開発しました。この技術は、万が一バッテリー内部で火災が発生した場合でも、独自の筐体設計と耐熱バリア構造によって熱の拡散を防ぎ、隣接セルへの影響を遮断します。従来技術が熱伝達を遅らせることに重点を置いていたのに対し、TRP はバッテリーセルの種類を問わず熱拡散そのものを物理的に抑制します。

BMS と TRP は、デジタルとハードウェアの両面からバッテリーを保護する二重の安全システムとして機能します。クラウドベースの BMS がバッテリーセルの異常兆候をリアルタイムで検知・制御し、万が一異常が進行した際には、TRP が熱伝播を物理的に抑制します。Hyundai Motor Company は、すでに角型およびポーチ型 NCM バッテリーを用いた 200 回以上の厳格なシミュレーションテストを実施し、TRP の有効性を確認しています。今後、この技術は「Genesis」の新型モデルへ初採用される予定です。

■強固な財務目標の提示と積極的な株主還元方針

Hyundai Motor Company は、2030 年における連結営業利益率の目標を、従来の 8~9% から 9% 超へ引き上げました。これは、コンパクトカーから大型車、プレミアムモデルまでハイブリッド車のラインナップを大幅に拡充することで利益性を高めるとともに、全社的なコスト構造改革の成果を反映したものです。これにより、2030 年までの連結営業利益総額は、従来計画比で 11% 増加する見込みです。

また、2030 年に向けて売上原価率を従来計画比で累計 3.0% 改善することを目指しています。具体的には、開発から廃棄までを含むクルマのライフサイクル全体でのコスト効率化 1.5%、原材料調達の最適化により 1.0%、主要生産拠点における現地調達率向上により 0.5% の改善を見込んでいます。

世界的な経済環境や市場の不確実性が高まる中においても、ヒョンデは 2026 年通期の連結営業利益率見通しを 6.3%~7.3% に据え置きました。これは 2025 年実績の 6.2% を上回る水準です。背景には、収益性の高いハイブリッド車の販売拡大に加え、2026 年後半に予定している新型モデルの投入効果を織り込んでいます。

株主還元については、総還元性向（TPR：Total Payout Ratio）35% 以上と、年間 1 株当たり最低 10,000 ウォン（四半期当たり 2,500 ウォン）の配当方針を維持します。さらに、現在保有する自己株式については、2026 年 3 月の定期株主総会で承認された従業員向けインセンティブ株式を除き、すべて消却することを決定しました。消却規模は発表前日の終値ベースで約 0.8 兆ウォン（約 800 億円）に相当します。詳細については、韓国取引所（KRX）を通じて開示される予定です。

なお、世界の投資家や金融市場とのより透明性の高いコミュニケーションを目的に、今後は株主還元指標の英語表記を従来の「Total Shareholder Return（株主総利回り / TSR）」から、「Total Payout Ratio（総還元性向 / TPR）」へ変更します。これは実際の指標内容をより正確に反映するためのものです。

詳細情報については、Hyundai Motor Company 公式サイトをご参照ください。

- ・グローバルウェブサイト：<https://www.hyundai.com/worldwide/en/>
- ・グローバルニュースルーム：<https://www.hyundai.com/worldwide/en/newsroom>
- ・公式 Instagram：[@hyundai_mediahub](https://www.instagram.com/hyundai_mediahub)

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。

<https://www.hyundai.com/worldwide/en/>

【本件に関する報道関係の方からのお問い合わせ先】

Hyundai Mobility Japan

MAIL: press_japan@hyundaimobility.jp

ヒョンデPR事務局 (Hyundai Mobility Japan PR / 共同ピーアール内)

担当：加藤 (広) / 080-8072-1951、伊藤 / 090-4627-6554

加藤 (太) / 070-4303-7311、立石 / 090-5556-5067

TEL : 03-6260-4866 / MAIL : hyundai-pr@kyodo-pr.co.jp