

2022年11月18日

News Release

Hyundai が FIFA ミュージアムをオープン。 FIFA World Cup™の展示会を開催し、 記録的な造形作品「The Greatest Goal」を公開

- Hyundai が提供する FIFA ミュージアムは、同社の FIFA World Cup 2022™ 「Goal of the Century」キャンペーンの一環
- 「Goal of the Century」は、世界中のサッカーファンが「持続可能性のために団結する世界」という大きな目標の実現に向けて動き出すことを目指している
- さらに、現代美術アーティストでチームセンチュリーのメンバー、ロレンツォ・クインによるリサイクルスチール製の記録的な造形作品「The Greatest Goal」を公式に発表

Hyundai Motor Company は 2022 年 11 月 16 日、FIFA World Cup 2022™ 「Goal of the Century」キャンペーンの一環として、カタール・ドーハの FIFA Fan Festival™ に Hyundai 提供の FIFA ミュージアムをオープンしました。「Goals Create History」（ゴールは歴史を作る）をテーマにした特別展が FIFA ミュージアム内で開催されており、FIFA World Cup™ の歴史上で最高の瞬間とゴールを振り返ります。

FIFA ミュージアムは、解体時に廃棄物を出すことなく建物の外壁を自然に返すことができる締固め工法で建設されました。Hyundai は、イギリスの建築コンサルティンググループの“Grimshaw”およびドイツのデザイン会社“Uniplan”と共同で建設と展示に取り組みました。インテリアはリサイクル可能な素材で仕上げられており、「Goal of the Century」構想の持続可能性への取り組みが強調されています。また、サッカー場のゴールポストを一つに組み合わせたものを体現するエクステリアは、「Goal of the Century」に向けての連帯と団結を表現しています。

オープニングイベントでは、FIFA World Cup 2022™ の優勝トロフィーが特別鑑賞セクションで観覧されました。展示期間を通して、1930 年～1970 年の FIFA World Cup™ オリジナルトロフィーの Jules Rimet Cup™ が一般の鑑賞セクションに展示されます。さらに来場者は、予選を勝ち抜いた全 32 チームのジャージを展示する「Rainbow of Shirts」や、1930 年以降の FIFA World Cup™ をテーマにするオリジナル品とその物語など、ユニークなショーケースもご覧いただくことができます。その他にも、8 分間の映画「The Final」の上映も見どころです。チームセンチュリーのサイン入りキャンペーンジャージも、各メンバーが考える最高の「ゴール」のサイネージと一緒に展示されています。Hyundai はこの展示会の

来場者へ、「Goal of the Century」構想のビジョンとミッションを共有するチームセンチュリーのサポーターとしての参加を呼びかけています。

Hyundai Motor Company のインド、中東およびアフリカ戦略地域取締役副社長のキム・ウンスとチームセンチュリーのメンバーで元韓国代表キャプテンのサッカー選手、パク・チソンが、FIFA ミュージアム代表のマルコ・ファッツォーネと FIFA ミュージアム公式アンバサダーの 3 人（2006 年 FIFA ワールドカップ優勝のイタリア代表ジャンルカ・ザンプロッタ、2010 年 FIFA ワールドカップゴールデンボール受賞のウルグアイ代表ディエゴ・フォルラン、元スイス代表 GK のレジェンド、パスカル・ツベルビューラー）とともにミュージアムのオープニングセレモニーに参加しました。

「FIFA World Cup 2022™の期間中、ドーハの展示会に世界中のサッカーファンを迎え、つながり、関わり合い、サッカーの魅力を一緒に共有することができることを嬉しく思い、とても楽しみにしています。Hyundaiのおかげで、私たちは再びワールドカップの開催国においてサッカーの遺産と文化を世界と一緒に称賛します。これは 4 年ぶり 3 回目となります。FIFA ミュージアムにとって、これはさらなる大きな節目となるでしょう。FIFA Fan Festival™の一環として、その扉を開く日が待ち遠しいです。」と、FIFA ミュージアム代表のマルコ・ファッツォーネは述べています。

「持続可能性は、Hyundai と FIFA が共に描くもう一つの目標です。サッカーの団結力を通して、世界が持続可能性というテーマのもとに協力し、より良い未来のために変化を起こすことができると信じています。」と、Hyundai Motor Company のインド、中東およびアフリカ戦略地域取締役副社長のキム・ウンスは述べました。

また Hyundai は、イタリアの現代美術アーティストのロレンツォ・クインの作品「The Greatest Goal」を公式に公開しました。同社は、サッカーファンの共通の夢である「持続可能性のために団結する世界」にインスピレーションを得て、クインと協力してこの記念碑的な作品を制作しました。ロレンツォ・クイン、キム・ウンス、世界的なサッカー慈善団体「Common Goal」の CEO 兼共同創設者のユルゲン・グリーズベック、デンマーク代表で外科医のナディア・ナディム、元オマーン代表のアリ・アル・ハブシ、パク・チソン、Boston Dynamics 社の 4 足ロボット SPOT など、チームセンチュリーのメンバーが揃って造形作品の公式公開を祝いました。

この造形作品は、互いに手をつないだ 2 本の腕によって体現された巨大なフレームのような形をしており、「持続可能性のために団結する世界」を創造するという「Goal of the Century」構想のミッションを象徴しています。この巨大な造形作品は、高さ 7.7m、幅 18.25m で、サッカーのゴールポストの約 3 倍の大きさです。

クインは、リサイクルされたスチールメッシュを使用し、70,000 カ所以上を溶接して「The Greatest Goal」を持続可能に制作しました。造形作品の中心にはリサイクルされたスチール製の地球儀が置かれ、

鮮やかなフォリッジグリーンで覆われています。ゴールライン上に置かれたこの地球儀は、持続可能な未来を築くために世界を団結させるという Hyundai の最大の「目標」への取り組みを表しています。このビジョンを表現するために、チームセンチュリーのメンバー、そしてキム・ウンスとユルゲン・グリーズベックは、それぞれが地球儀にフォリッジグリーンを描き加えて作品を完成させました。

FIFA World Cup 2022™の開催国が造形作品の制作に関わることは、Hyundai とクインの両方にとって重要なことでした。この造形作品のゴールは、地元カタールの漁師によって伝統的な工芸技術で手織りされた、麻をベースにしたリサイクルネットで作成されています。新旧の造形技術を融合するこのプロセスは、持続可能性のために団結する世界を育むための完璧なメタファーとして機能します。

「私たちは、あるべき姿にまだ到達していないかもしれませんが、しかし、変わることを誓うことで、一緒に改善するという世界の最大のゴールを決めることに一歩近づくこととなります。持続可能性のために団結する世界を実現するために最も重要なことは、私たちを取り巻く環境やすべてのものと調和することです。人類は手を取り合って持続可能性というひとつの目標を達成する必要があります。そしてそのコンセプトは、この造形作品の意義と一致しています。」と、クインは述べています。

さらに、FIFA World Cup 2022™の試合の合間には、「Goal of the Century」のフィナーレを飾るキャンペーンビデオが広告として放映される予定です。チームセンチュリーのキャプテンのスティーブン・ジェラードがナレーションを担当し、「ひとつの目標に向かってチームとして団結すれば、持続可能な世界を一緒に実現することができる」という希望に満ちたメッセージを伝えます。Hyundai の電気自動車、「IONIQ」のラインナップとともに、チームセンチュリーのメンバーである BTS や SPOT も登場し、「Goal of the Century」のビッグウェイブを演出しています。

Hyundai は、2022 年を通して、環境と社会に関するさまざまな持続可能性プロジェクトを推進するアンバサダーグループ「チームセンチュリー」を中心に、「持続可能性のために団結する世界」をスローガンとする「Goal of the Century (GOTC)」ワールドカップキャンペーンを 4 月に開始しました。以来、「Hyundai Goal of the Century Pledge」イベントの開催や、BTS によるワールドカップキャンペーンソング「Yet to Come (Hyundai バージョン)」のリリースなど、さまざまな活動を行ってきました。また、FIFA World Cup 2022™の期間中、Hyundai は 616 台の車両を提供します。そのうち 446 台が乗用車で、半数を少し超える 226 台がハイブリッド車 (HEV) とバッテリー電気自動車 (BEV) です。

「Goal of the Century」、「チームセンチュリー」、あるいは Hyundai の持続可能性スケジュールについての詳細は、以下のサイトをご覧ください。

<https://www.hyundai.com/worldwide/en/worldcup/goal-of-the-century>

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>