

По словам менеджера, компания хочет предложить клиентам не электронику и технологии сами по себе, а «кандо» — новый захватывающий или даже «трогательный» опыт. Поэтому Sony не будет гнаться за первенством на рынках электроники, где другим вендорам в погоне за своей долей приходится придумывать «новые», но, по сути, одни и те же устройства.

Йошида подчеркнул, что компания не намерена создавать новые шедевры, какими в прошлом были портативный музыкальный плеер Walkman и цветные телевизоры Trinitron. Но лучше обеспечит потенциальных заказчиков и в итоге клиентов технологиями для творческого процесса. К примеру, это может быть интеллектуальная технология записи видео с фиксацией каждого кадра «здесь и сейчас», которая используется в камерах на спортивных мероприятиях для съёмки без искажений быстро движущихся объектов.

Эта технология используется и для освещения новостей и редактирования контента, при производстве 3D-видео и компьютерной графики.