

## ソニー：温かみのある新テクノロジーを創造する

中国伝媒大学学生代表

見学日時：2019年11月29日（金）10:20-12:05

見学場所：ソニー株式会社

### 見学概要

訪日団の今回のソニー訪問における活動内容は、主に挨拶とプレゼンテーション、製品の没入型体験、質疑応答の三つであった。

まず初めに、ソニー株式会社広報・CSR部の今田真実シニアゼネラルマネジャーと第25回訪日団の程海波団長から挨拶があった。その後、人事センターの馬氏から同社の概況についてプレゼンテーションがあり、私たちは同社が家庭用・プロ用のオーディオビジュアル、ゲーム、通信・エンタテインメント、中核部品及び情報技術等の分野で世界をリードしていることを知った。

次に、団員らは三つのグループに分かれ陳列館に向かい、製品の没入型操作体験をした。8Kディスプレイ、PlayStation VRでの潜水体験、XPERIAによる映画レベルの撮影機能、360度のサラウンド音響、高解像度音源がもたらす素晴らしい聴覚体験の他、さらに自律型エンタテインメントロボットのaibo等の「先端技術」はとても新鮮で、「クリエイティビティとテクノロジーの力で、世界を感動で満たす」というソニーの目標を示すものであった。

そして、ソニーは私たちに知られざる一面を見せてくれた。ソニーの70周年の記念映像では、同社の製品が各年代に登場することで各年代における人々とソニーの美しい記憶を表現しており、とても感動的であった。その後は馬氏からソニーでの勤務における感想や企業の雰囲気等について紹介があった。



立派な本社ビル



馬氏によるプレゼンテーションの様子

### なぜですか？

問：ソニーが多額の資金を投じて自律型エンタテインメントロボットのaiboを作った意味は？

答：私たちが生産しているのは生活における必需品ではないが、人々に感動を提供したいと願っている。aiboは1990年代にはすでに雛型が完成しており、当時において世界をリードする技術であった。ソニーの昔からのスタッフは現在でもaiboに強い思い入れを持っている。

問：将来的に家庭用とプロ用のどちらにより大きな比重を置くのか？

答：ソニーは幅広い市場を必要としており、家庭用製品が占める比重も大きいですが、プロ用設備については放送局等との直接的な提携により製品のカスタマイズを行う。

問：デジタル映像分野において高い実力を有するライバル企業（キヤノン、ニコン等）に対するソニーの切り札は？  
答：ソニーには自身の中核技術である世界一流のセンサーがあり、デジタル一眼カメラに搭載している。他のカメラメーカーの中にはソニーが生産したセンサーを使用しているところもある。

## 感想

私たちはまだ若いソニーという企業の強大さに驚かされた。ゲーム機の PlayStation4 の販売台数が 9000 万台を突破する、ソニー・ピクチャーズエンタテインメントが製作に携わった映画が累計 3500 本に達する、フォーチュングローバル 500 において 5 年以上アジアのトップ 5 に位置するなど、これらの「天文学的数字」の背後にはソニーの精神である「イノベーション」が常に存在する。ソニーは画期的な製品を次々に生み出し幅広く市場を獲得している。馬氏からは「2018 年度、ソニーは過去最高の営業利益を達成した。」とのお話があった。PlayStation5 の発売が迫る 2020 年において業績はさらに伸びていくであろうか？

私たちは、このソニーというテクノロジー企業を敬いの気持ちをもって訪れた。私たちは沢山の収穫を得た他、幻想的また現実的な製品に驚かされたが、それ以上に思いがけなかったのは同社の知られざる思いやりであった。正に企業のパーパスである「Fill the world with emotion ,through the power of creativity and technology. (クリエイティブティとテクノロジーの力で、世界を感動で満たす。)」の如く、製品を作る上での出発点は人のために、思いやりを込め、世界を感動させることである。市場の強い誘惑の下、ソニーは自身の初心を忘れることなく、テクノロジーとヒューマンケアを融合することで、人々のテクノロジーへの「冷たい」といったこれまでの印象を打ち破っている。