



平成 23 年 5 月 13 日

各 位

会 社 名 株式会社アドバンスト・メディア
代表者名 代表取締役会長兼社長 鈴木 清幸
(コード：3773)
問合せ先 取締役経営管理本部長 立松 克己
(TEL. 03-55958-1031)

第二次中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、平成 24 年 3 月期を初年度とする第二次中期経営計画を策定いたしましたのでお知らせいたします。

記

1. 第二次中期経営計画策定の目的

当社は平成 21 年 3 月期を初年度とする 3 ヶ年の第一次中期経営計画を策定し、コアドメインの確立と拡大、収益力の向上、新しいサービス事業への取組みといった各施策に取り組み、当社の企業体力は確実に向上してまいりました。当社といたしましては引き続き売上増大の構造構築を推進し、当社がビジョンとして掲げております「Human Communication Integration の実現」を達成するために、第一次中期経営計画を承継する第二次中期経営計画を策定いたしました。

2. 第二次中期経営計画の重点施策

フェーズ 1

- ソリューションとプロダクトの商品力強化による拡販
- 新機軸サービス事業への取組み

フェーズ 2

- ライセンス事業による安定収益化
- ソリューションサポート事業による安定収益化
- 新機軸サービス事業への取組み

フェーズ 3

- サービスプラットフォームによる収益安定拡大基盤の確立
- ライセンス事業による収益安定拡大基盤の確立
- ソリューションサポート事業による収益安定拡大基盤の確立

3. 主要数値目標

平成 26 年 3 月期 連結売上高 33 億円 連結営業利益 6 億円 連結経常利益 7 億円

4. その他中期経営計画の詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上

※ 数値目標等に関する注意事項

当資料に記載されている内容は、当社が判断した種々の前提および仮定に基づいたものであり、記載された将来の計画・目標数値、施策の実現を確約または保証するものではありません。実際の業績は、今後の事業環境の変化等様々な要因により異なる結果となる可能性があります。

第2次中期経営計画

2011年度(第15期)～2013年度(第17期)



Advanced Media, Inc.

株式会社アドバンスト・メディア

Section 1. アドバンスト・メディアとは

- 1-1. アドバンスト・メディアのVision Page. 4
- 1-2. 実現すべき未来の姿 ～ソフトコミュニケーション～ Page. 5
- 1-3. 音声認識技術ロードマップ Page. 6

Section 2. 第1次中期経営計画のレビュー

- 2-1. 第1次中期経営計画における事業活動の定性的評価 Page. 8
- 2-2. 第1次中期経営計画における数値実績総括 Page. 9

Section 3. 第2次中期経営計画

- 3-1. 事業の普及にあたっての価値観 Page. 11
- 3-2. 事業領域 Page. 12
- 3-3. 市場化戦略 Page. 13
- 3-4. 第2次中期経営計画の位置付け Page. 14
- 3-5. 第2次中期経営計画の概要 Page. 15
- 3-6. 事業ポートフォリオのターゲット Page. 17
- 3-7. ボイスデータサービス(VDS) Page. 18
- 3-8. ボイスアクティベーションサービス(VAS) Page. 19
- 3-9. ホールプロダクト戦略の推進 Page. 20
- 3-10-1. ホールプロダクト戦略(コールセンター分野) Page. 21
- 3-10-2. ホールプロダクト戦略(データエントリー分野) Page. 22
- 3-10-3. ホールプロダクト戦略(モバイル・教育分野) Page. 23
- 3-10-4. ホールプロダクト戦略(医療・議事録分野) Page. 24
- 3-11. 第2次中期経営計画における経営目標 Page. 25

Section 4. グローバル展開

- 4-1. 国内外の競合性 Page. 27
- 4-2. アドバンスト・メディアのグローバル展開 Page. 28

Section 1. アドバンスト・メディアとは

- 1-1. アドバンスト・メディアのVision Page. 4
- 1-2. 実現すべき未来の姿 ～ソフトコミュニケーション～ Page. 5
- 1-3. 音声認識技術ロードマップ Page. 6

Section 2. 第1次中期経営計画のレビュー

- 2-1. 第1次中期経営計画における事業活動の定性的評価 Page. 8
- 2-2. 第1次中期経営計画における数値実績総括 Page. 9

Section 3. 第2次中期経営計画

- 3-1. 事業の普及にあたっての価値観 Page. 11
- 3-2. 事業領域 Page. 12
- 3-3. 市場化戦略 Page. 13
- 3-4. 第2次中期経営計画の位置付け Page. 14
- 3-5. 第2次中期経営計画の概要 Page. 15
- 3-6. 事業ポートフォリオのターゲット Page. 17
- 3-7. ボイスデータサービス(VDS) Page. 18
- 3-8. ボイスアクティベーションサービス(VAS) Page. 19
- 3-9. ホールプロダクト戦略の推進 Page. 20
- 3-10-1. ホールプロダクト戦略(コールセンター分野) Page. 21
- 3-10-2. ホールプロダクト戦略(データエントリー分野) Page. 22
- 3-10-3. ホールプロダクト戦略(モバイル・教育分野) Page. 23
- 3-10-4. ホールプロダクト戦略(医療・議事録分野) Page. 24
- 3-11. 第2次中期経営計画における経営目標 Page. 25

Section 4. グローバル展開

- 4-1. 国内外の競合性 Page. 27
- 4-2. アドバンスト・メディアのグローバル展開 Page. 28

Vision ～私たちが存在する意義～

～ HUMAN COMMUNICATION INTEGRATION の実現 ～

アドバンスト・メディアは、「機械」との自然なコミュニケーションを実現し、豊かな未来を創造します。

私たちアドバンスト・メディアは、有用な最先端技術を広く社会へ普及させ、その実用化を通して既成概念を創造的に破壊し、全く新しい価値観・文化を構築することに挑戦してまいります。

人が機械に合わせないと意思が伝達できないハードコミュニケーションの時代を、人が自然に意思を伝えられるソフトコミュニケーションの時代(SCE: Soft Communication Era)へと変革してまいります。

そして、社会にとって、人にとって、真に「楽しく」「役に立つ」世界の実現を目指します。

音声認識技術を利用した「ソフトコミュニケーション」という考え方

これまでの人間と機械の関係



人が機械に合わせる
ハードコミュニケーション



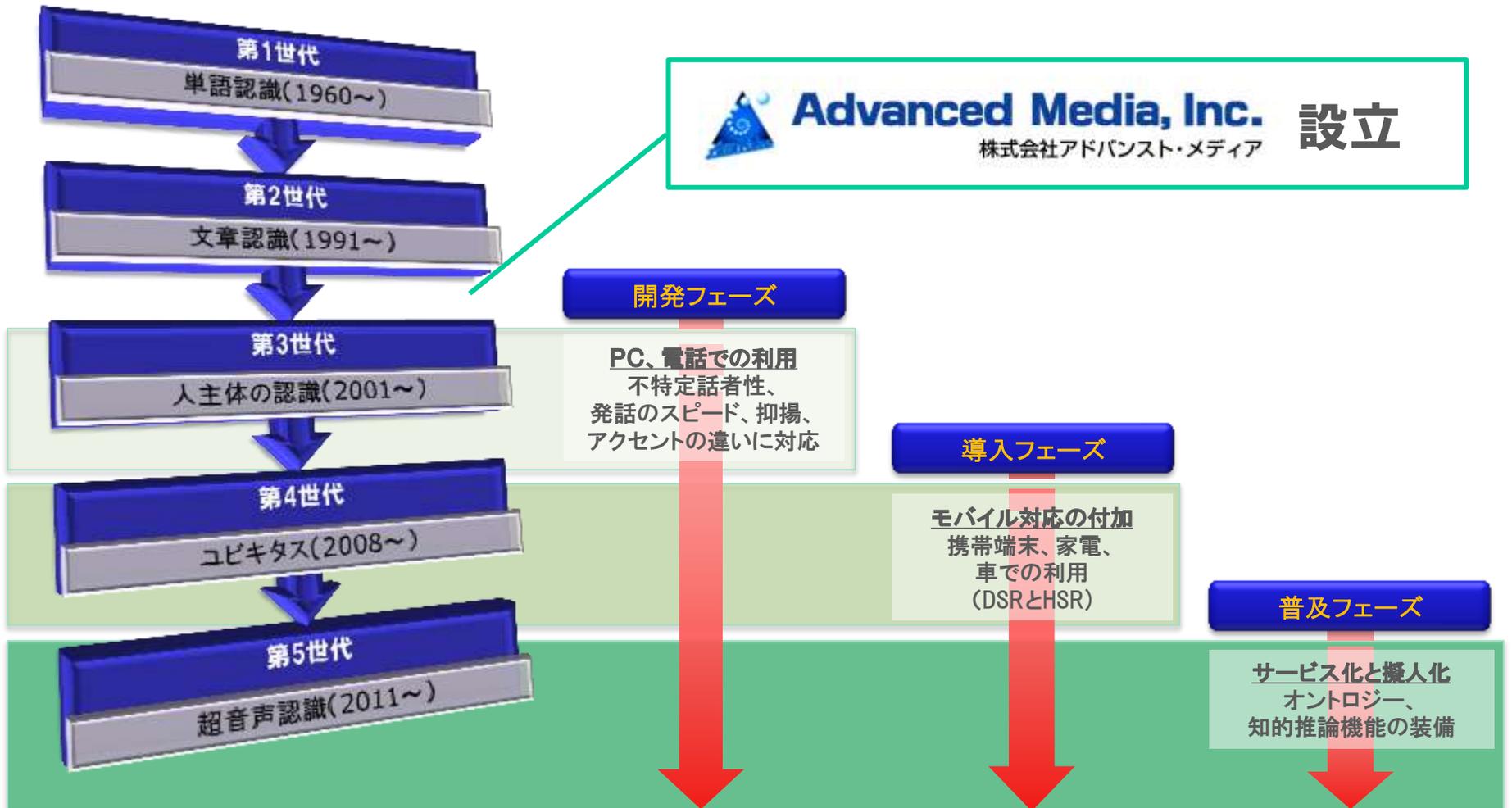
AMIが実現する人間と機械の関係



人間本位で自然な
ソフトコミュニケーション

革新的な音声認識によるインターフェース革命～人中心のコミュニケーションの実現～
声が価値を生み出すサービス事業と溢れる声をデータにするサービス事業からはじまる

Vector ~私たちの技術の方向性~



Section 1. アドバンスト・メディアとは

- | | |
|-------------------------------|---------|
| 1-1. アドバンスト・メディアのVision | Page. 4 |
| 1-2. 実現すべき未来の姿 ～ソフトコミュニケーション～ | Page. 5 |
| 1-3. 音声認識技術ロードマップ | Page. 6 |

Section 2. 第1次中期経営計画のレビュー

- | | |
|------------------------------|---------|
| 2-1. 第1次中期経営計画における事業活動の定性的評価 | Page. 8 |
| 2-2. 第1次中期経営計画における数値実績総括 | Page. 9 |

Section 3. 第2次中期経営計画

- | | |
|--------------------------------|----------|
| 3-1. 事業の普及にあたっての価値観 | Page. 11 |
| 3-2. 事業領域 | Page. 12 |
| 3-3. 市場化戦略 | Page. 13 |
| 3-4. 第2次中期経営計画の位置付け | Page. 14 |
| 3-5. 第2次中期経営計画の概要 | Page. 15 |
| 3-6. 事業ポートフォリオのターゲット | Page. 17 |
| 3-7. ボイスデータサービス(VDS) | Page. 18 |
| 3-8. ボイスアクティベーションサービス(VAS) | Page. 19 |
| 3-9. ホールプロダクト戦略の推進 | Page. 20 |
| 3-10-1. ホールプロダクト戦略(コールセンター分野) | Page. 21 |
| 3-10-2. ホールプロダクト戦略(データエントリー分野) | Page. 22 |
| 3-10-3. ホールプロダクト戦略(モバイル・教育分野) | Page. 23 |
| 3-10-4. ホールプロダクト戦略(医療・議事録分野) | Page. 24 |
| 3-11. 第2次中期経営計画における経営目標 | Page. 25 |

Section 4. グローバル展開

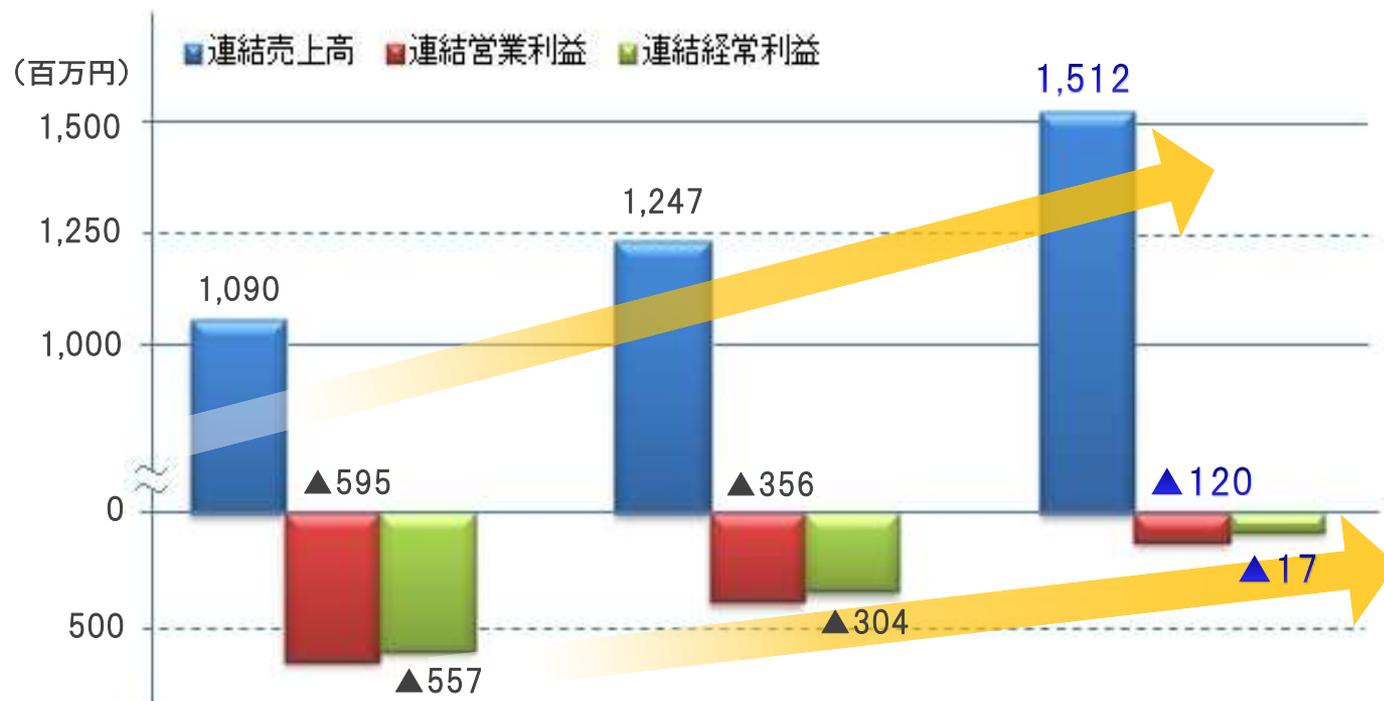
- | | |
|--------------------------|----------|
| 4-1. 国内外の競合性 | Page. 27 |
| 4-2. アドバンスト・メディアのグローバル展開 | Page. 28 |

第12期から第14期に亘る第1次中期経営計画においては、それぞれ以下の目標を掲げ取り組みました。主な実績は下記のとおりです。

定性目標		主な取り組み実績	
フェーズ1	コアドメインの確立と拡大	<ul style="list-style-type: none"> ■ パートナーとの連携構築進展 <ul style="list-style-type: none"> ● みずほ情報総研との関係深耕 ● 日立グループとの連携強化 ■ 商品力・販売力の強化 <ul style="list-style-type: none"> ● 東邦薬品との業務提携(OEM供給開始) ● コールセンター向け戦略商品「communication Suite」販売 ● iPhone向けアプリケーション開発への取り組み ● 個人向けパッケージ製品AmiVoiceSPTMリリースおよび好調な販売 ■ 注目かつ重要案件の獲得 <ul style="list-style-type: none"> ● 東京都全12委員会議事録システム一括採用 ● Yahoo! 音声検索アプリへの採用 ● コールセンターにおける大型案件獲得数の大幅な増加 ■ ニチイ学館との資本業務提携 <ul style="list-style-type: none"> ● サイバークラーク研究所設立し共同で事業構築開始 ● ニチイ学館への当社技術の導入 	
フェーズ2	新たな成長分野の確立		
フェーズ3	新しいサービス事業への挑戦		



案件を峻別した結果、売上高は計画に対し未達に終わりましたが、開発工数管理能力の向上・販管費抑制等の効果により、収益性が高まり、粗利益率の改善および営業損失の縮小に寄与しました。



	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期
粗利益率	56.4%	59.5%	60.4%
販管費(百万円)	1,210	1,099	1,034

Section 1. アドバンスト・メディアとは

- 1-1. アドバンスト・メディアのVision Page. 4
- 1-2. 実現すべき未来の姿 ～ソフトコミュニケーション～ Page. 5
- 1-3. 音声認識技術ロードマップ Page. 6

Section 2. 第1次中期経営計画のレビュー

- 2-1. 第1次中期経営計画における事業活動の定性的評価 Page. 8
- 2-2. 第1次中期経営計画における数値実績総括 Page. 9

Section 3. 第2次中期経営計画

- 3-1. 事業の普及にあたっての価値観 Page. 11
- 3-2. 事業領域 Page. 12
- 3-3. 市場化戦略 Page. 13
- 3-4. 第2次中期経営計画の位置付け Page. 14
- 3-5. 第2次中期経営計画の概要 Page. 15
- 3-6. 事業ポートフォリオのターゲット Page. 17
- 3-7. ボイスデータサービス(VDS) Page. 18
- 3-8. ボイスアクティベーションサービス(VAS) Page. 19
- 3-9. ホールプロダクト戦略の推進 Page. 20
- 3-10-1. ホールプロダクト戦略(コールセンター分野) Page. 21
- 3-10-2. ホールプロダクト戦略(データエントリー分野) Page. 22
- 3-10-3. ホールプロダクト戦略(モバイル・教育分野) Page. 23
- 3-10-4. ホールプロダクト戦略(医療・議事録分野) Page. 24
- 3-11. 第2次中期経営計画における経営目標 Page. 25

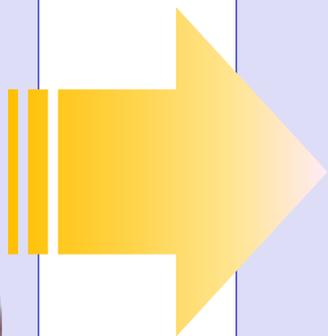
Section 4. グローバル展開

- 4-1. 国内外の競合性 Page. 27
- 4-2. アドバンスト・メディアのグローバル展開 Page. 28

～「JUI」という価値観～

アドバンス・メディアでは、音声認識技術を利用した新しい事業の創造・普及に取り組んでいます。事業の認知、普及に至るプロセスでは、3つの重要な価値観(JUI)が必要であると考えています。

マーケットに浸透するために



マーケットに普及するために



AmiVoice® は、着実にライセンス数を伸ばし、一般消費者、企業で実用化が加速しています。



**3,435ユーザ以上導入
累計 11,361ライセンス**

- 放射線／病理画像レポート
- 電子カルテ
 - ・大病院 ・診療所
 - ・歯科クリニック
- 調剤薬局向け薬歴作成



- 次世代コールセンターソリューション
 - ・オペレータ支援 ・モニタリング
 - ・通話録音書起こし ・注意事項説明
 - ・IVR ・コンプライアンス対応



- データ入出力、記録
 - ・作業報告、日報
 - ・点検、設備診断
- 顧客対応
 - ・電話番号自動案内(内外線)
 - ・受付案内

金融・産業ユーザ 約354社 5,419ライセンス



- 発音評定・矯正
(英語,日本語)
**高校・大学 268施設以上
累計 184,657ライセンス**
- 英語教育会員数
累計 221,252ライセンス
- ゲーム
累計 9,772ライセンス

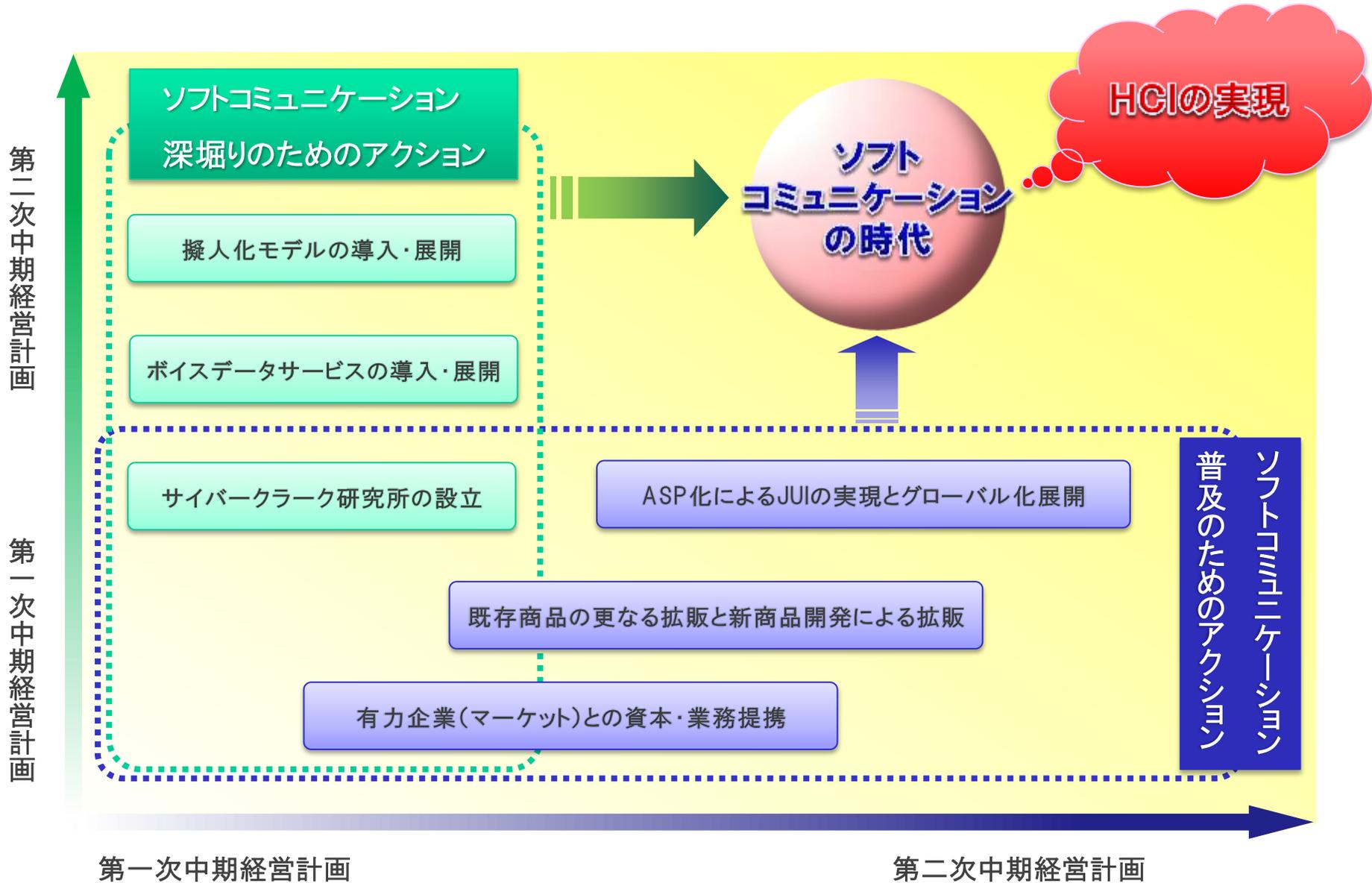
- 議会議事録作成
 - 講義、講演録作成
- 自治体・民間、累計 68施設
累計 393ライセンス**



- 携帯DSRによる一般消費者向けモバイルサービス
 - ・音声認識メールクラウド
 - ・音声検索(Yahoo!)
 - ・音声付箋紙等
- アプリ開発ベンダへの音声認識技術の提供

■ 声紋認証





当社はHCI(Human Communication Integration)の実現をビジョンに掲げ、人間中心の機械との関係(ソフトコミュニケーション)を構築するためのインターフェイス革命に取り組んでおります。



フェーズ1(2011年度～)

■ソリューションとプロダクトの商品力強化による拡販

コールセンター向け、携帯電話・端末向け、医療・調剤・製薬向けなど

■新機軸サービス事業への取り組み

ボイスデータサービス
(VDS)の導入

=

溢れる声をデータにするサービス事業

Action

- ・商品力強化、開発力の充実
- ・有力パートナーとの連携構築と強化

Action

- ・VDSシステム稼働環境整備
- ・医療/議事録分野での市場化

フェーズ2(2011年度後半～2012年度)

■ライセンス事業による安定収益化

■ソリューションサポート事業による安定収益化

■新機軸サービス事業への取り組み

VDSの展開推進

ボイスアクティベーションサービス
(VAS)の導入

=

声が生み出すサービス事業

Action

- ・マイク、雑音処理技術の強化
- ・自然言語処理、オントロジー、知的推論技術との融合

Action

- ・各種音声認識クラウドサービス
- ・音声対話型サービス
- ・音声検索サービス
- ・音声翻訳サービス …

フェーズ3 (2012年度後半~2013年度)

■ サービスプラットフォームによる収益安定拡大基盤の確立

■ VASモデルによるサービス事業

声が価値を生み出すサービス事業

■ VDSモデルによるサービス事業

溢れる声をデータにするサービス事業

■ ライセンス事業による収益安定基盤の確立

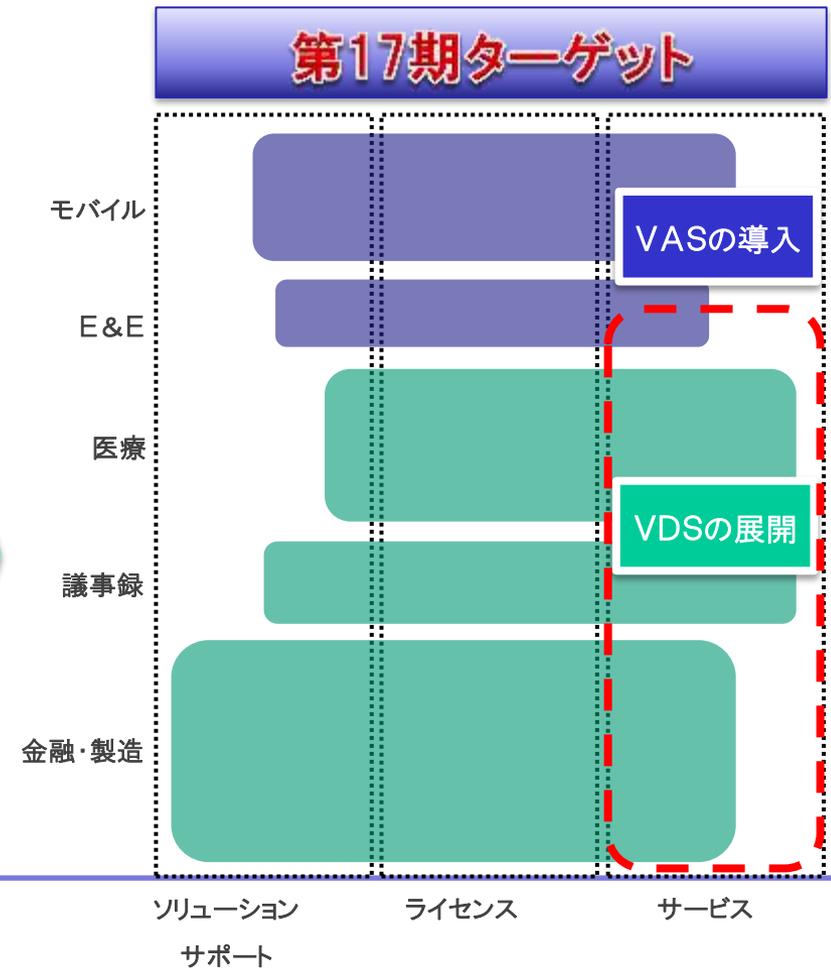
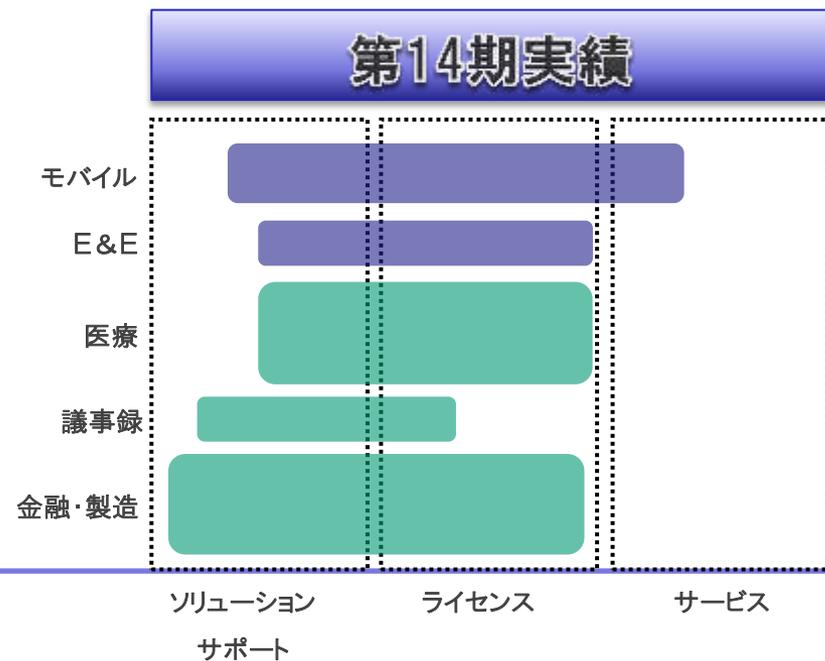
■ ソリューションサポート事業による収益安定基盤の確立

ソフトコミュニケーションの時代

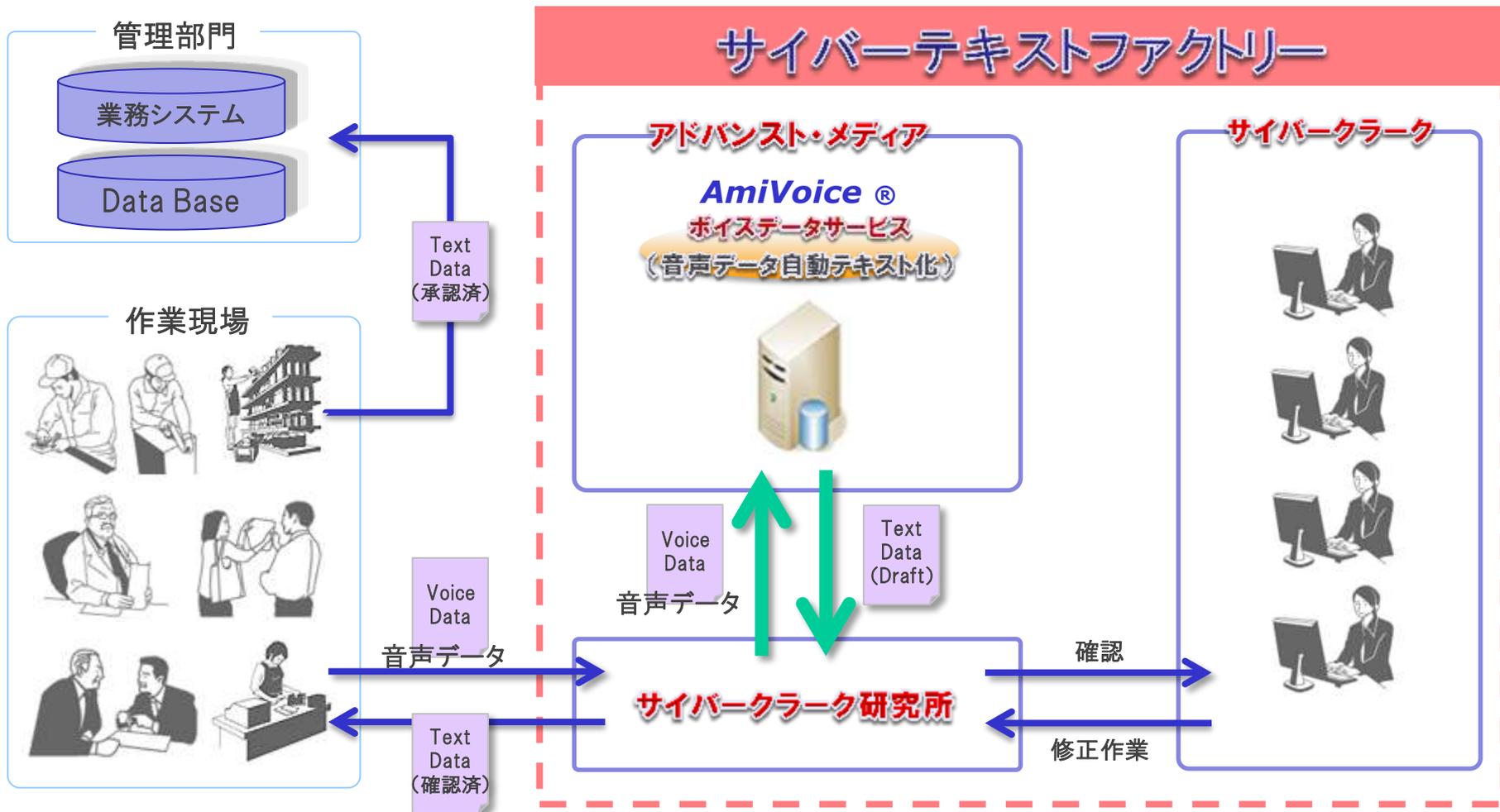
第1次中期経営計画において需要を顕在化させ、売上実績を上げたコールセンターを中心とした金融・製造分野を伸張させるとともに、VDS・VASの導入・展開によりサービス事業を伸張させてまいります。

●VDS・VASサービス事業の伸長

●既存事業におけるホールプロダクト戦略の推進



多くの事業分野で「音声データをテキスト化する」大きな潜在需要があります。当社では音声認識技術**AmiVoice**®を活用し、仮想テキスト生成工場(サイバーテキストファクトリー)を通して、音声の自動テキスト化サービスを事業化してまいります。この当社のサービスを「ボイスデータサービス」と呼びます。



当社では音声認識技術**AmiVoice**®を活用し、自然言語処理技術やエージェント技術等の他の技術を融合し、新しい対話型のサービス事業に取り組んでまいります。
この対話型サービスを「ボイスアクティベーションサービス」と呼びます。

AmiVoice®

+

- 自然言語処理技術
- エージェント技術
- ・・・などの他の技術



■サービス例

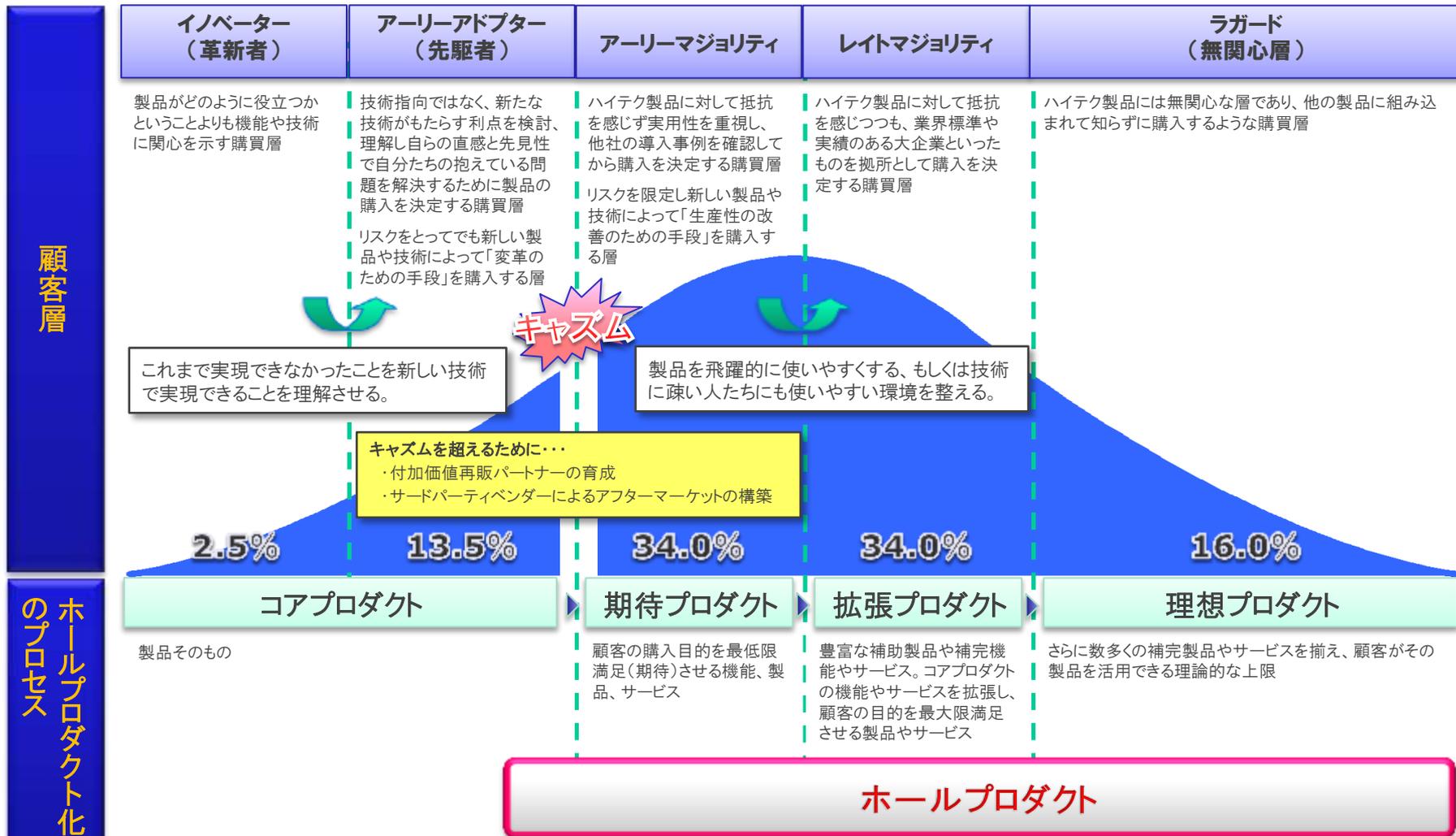
音声検索

音声翻訳

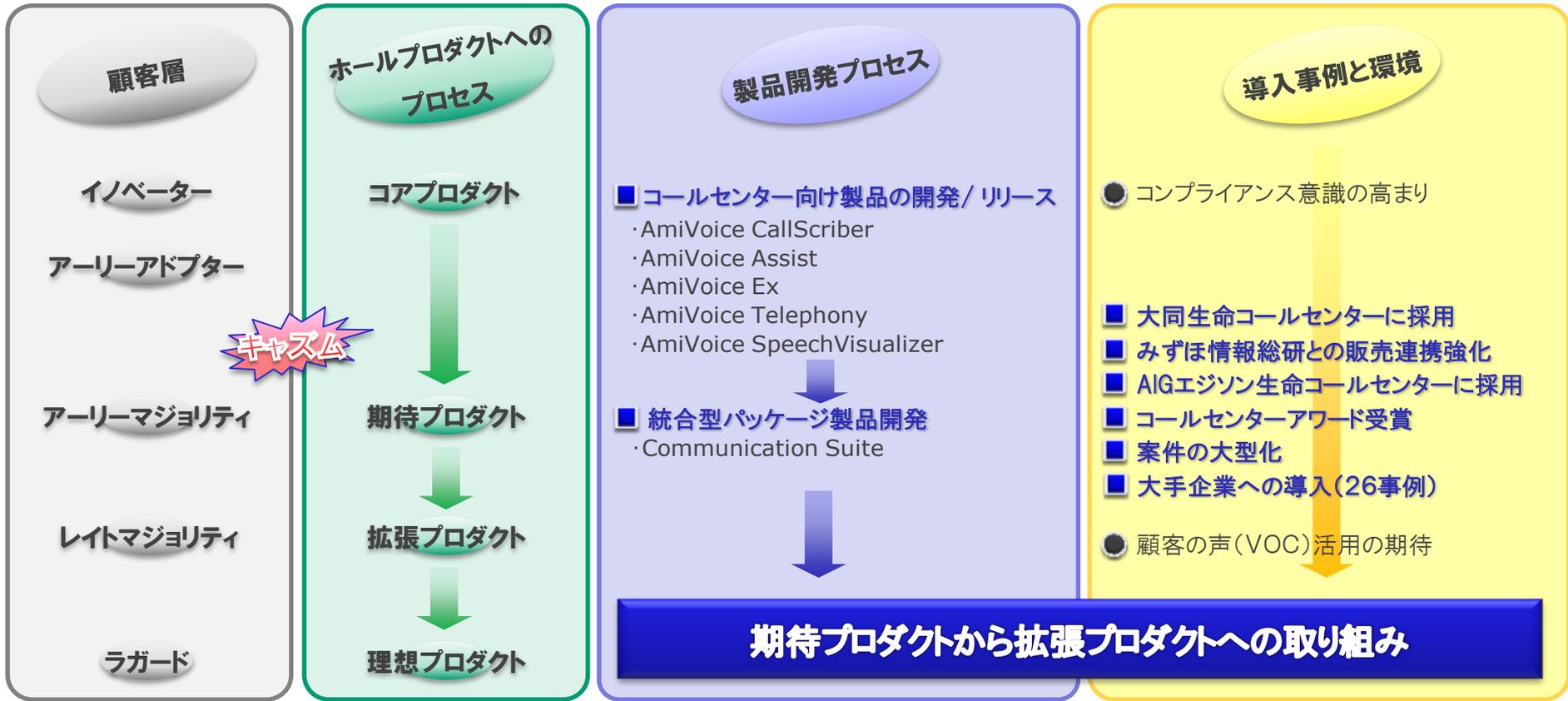
バーチャル・コンシェルジュ

バーチャル・エキスパート

ホールプロダクトとは

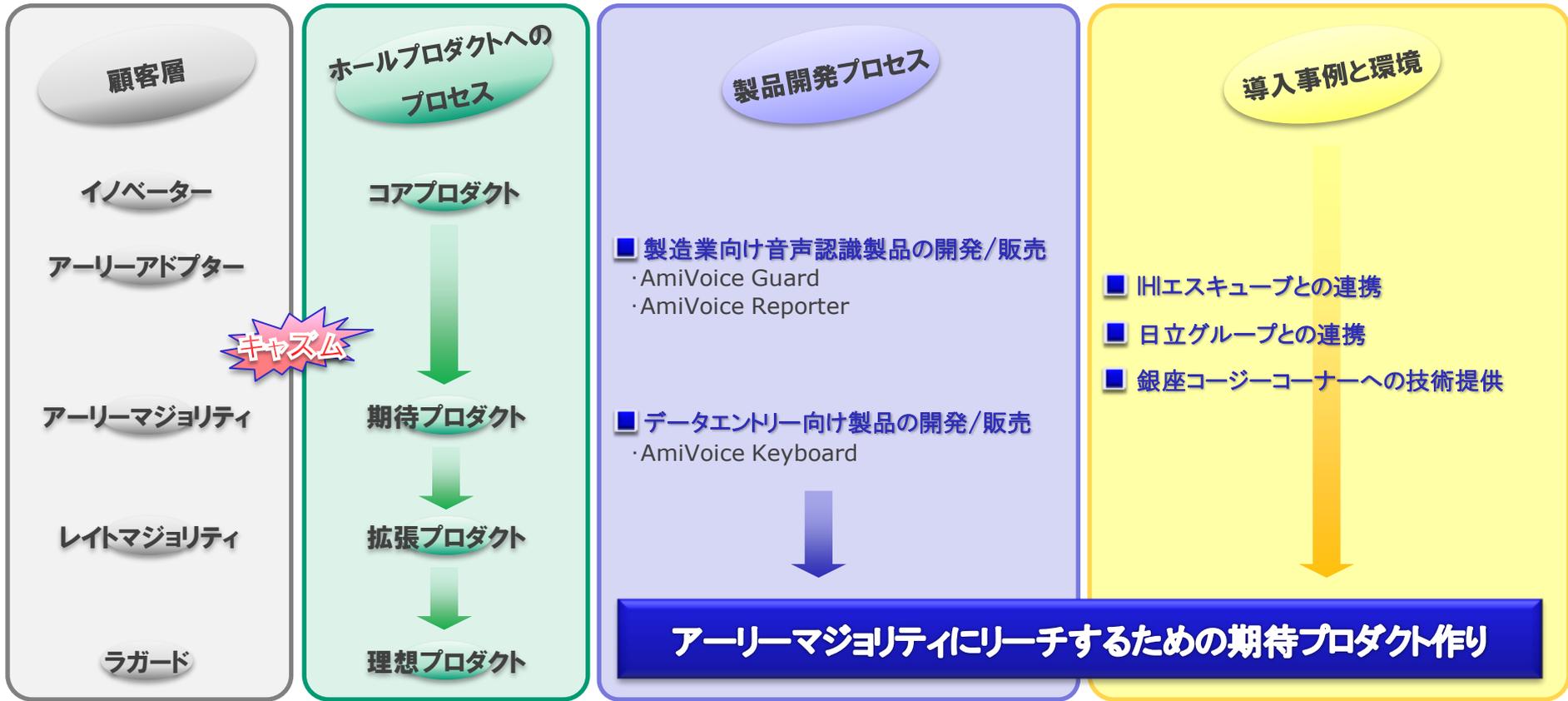


(参考) ジェフリー・ムーア著「ギャズム」



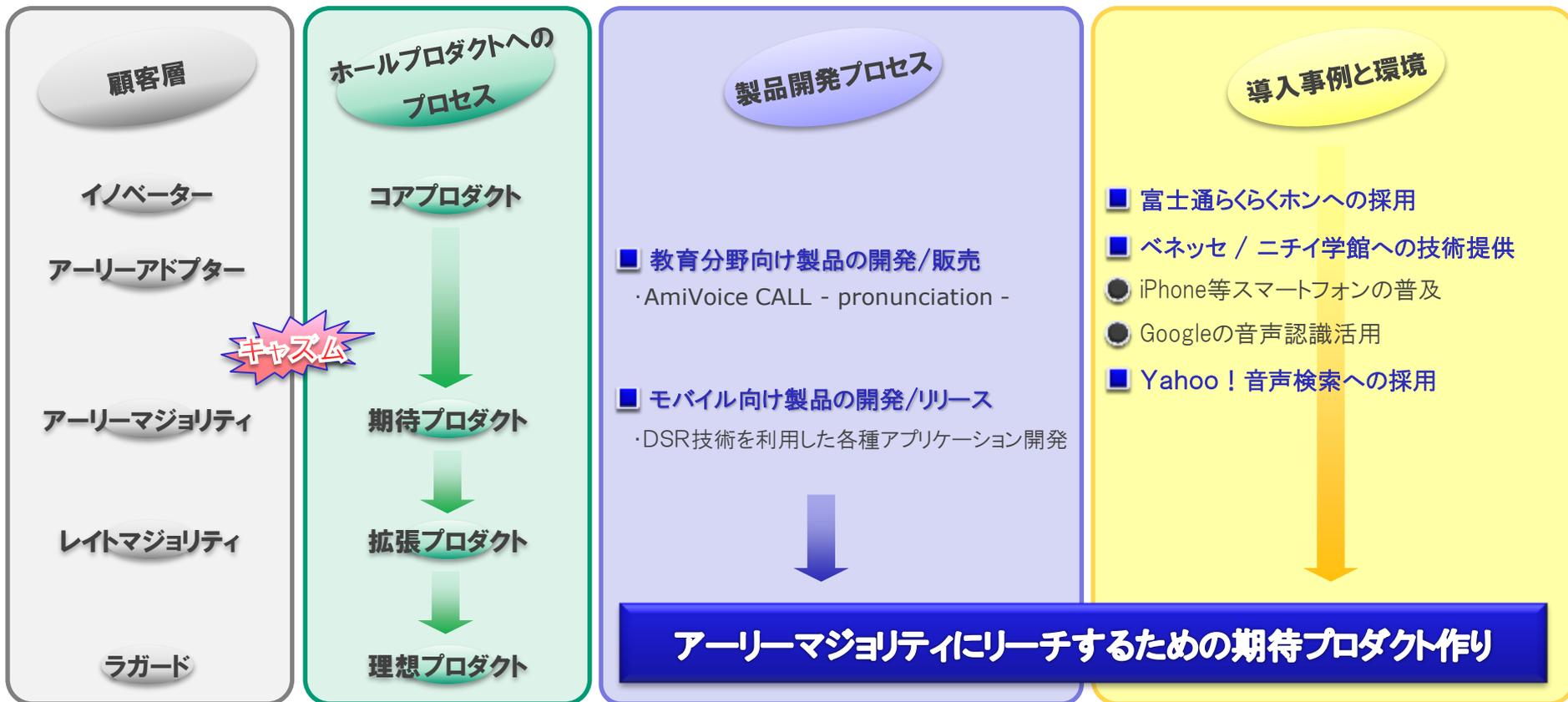
● 施策

- ・リスク抽出機能の追加による機能強化
- ・ユーザビリティ向上のための各種機能開発
- ・保守体制、導入体制の強化



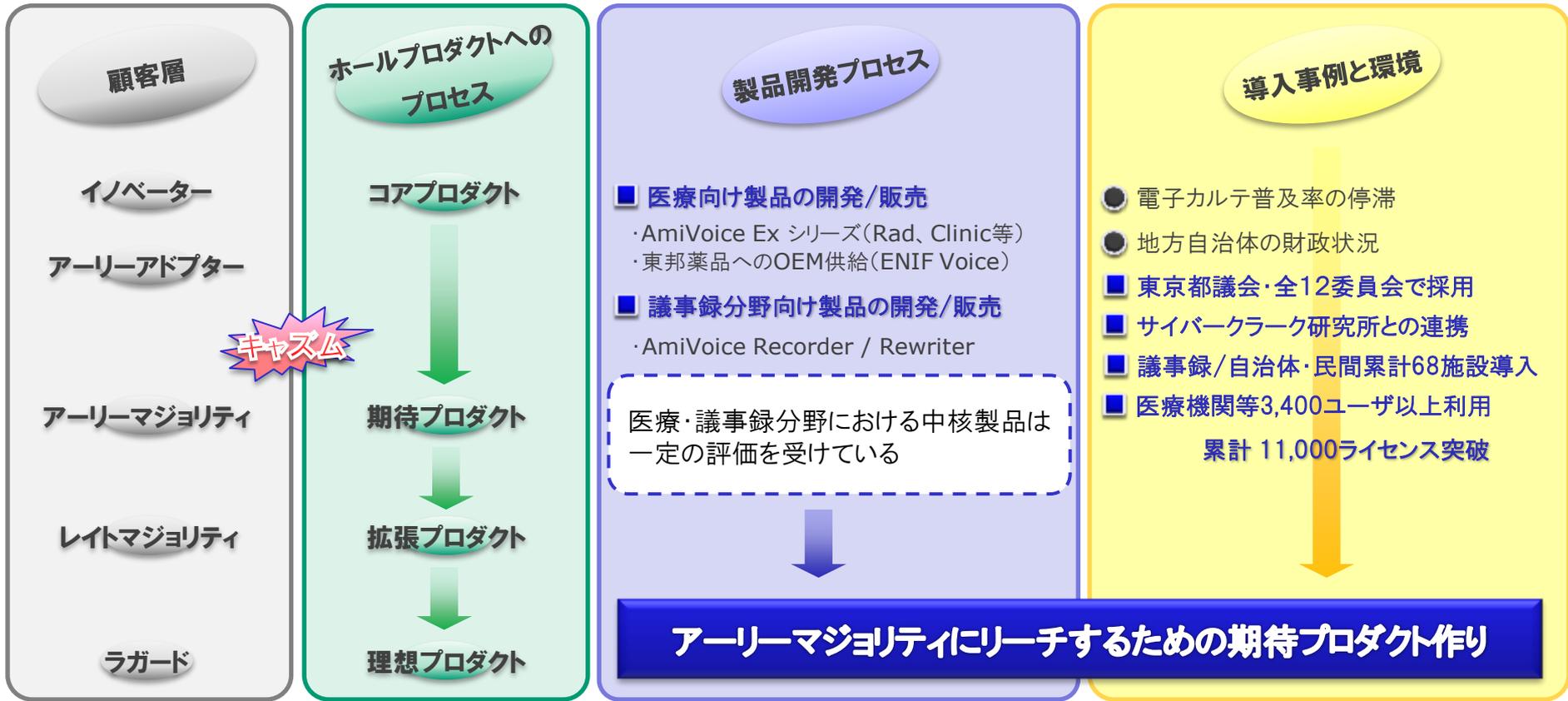
● 施策

- ・エンジンモードの改良等製品力の更なる強化
- ・販売および開発パートナーとの連携強化



● 施策

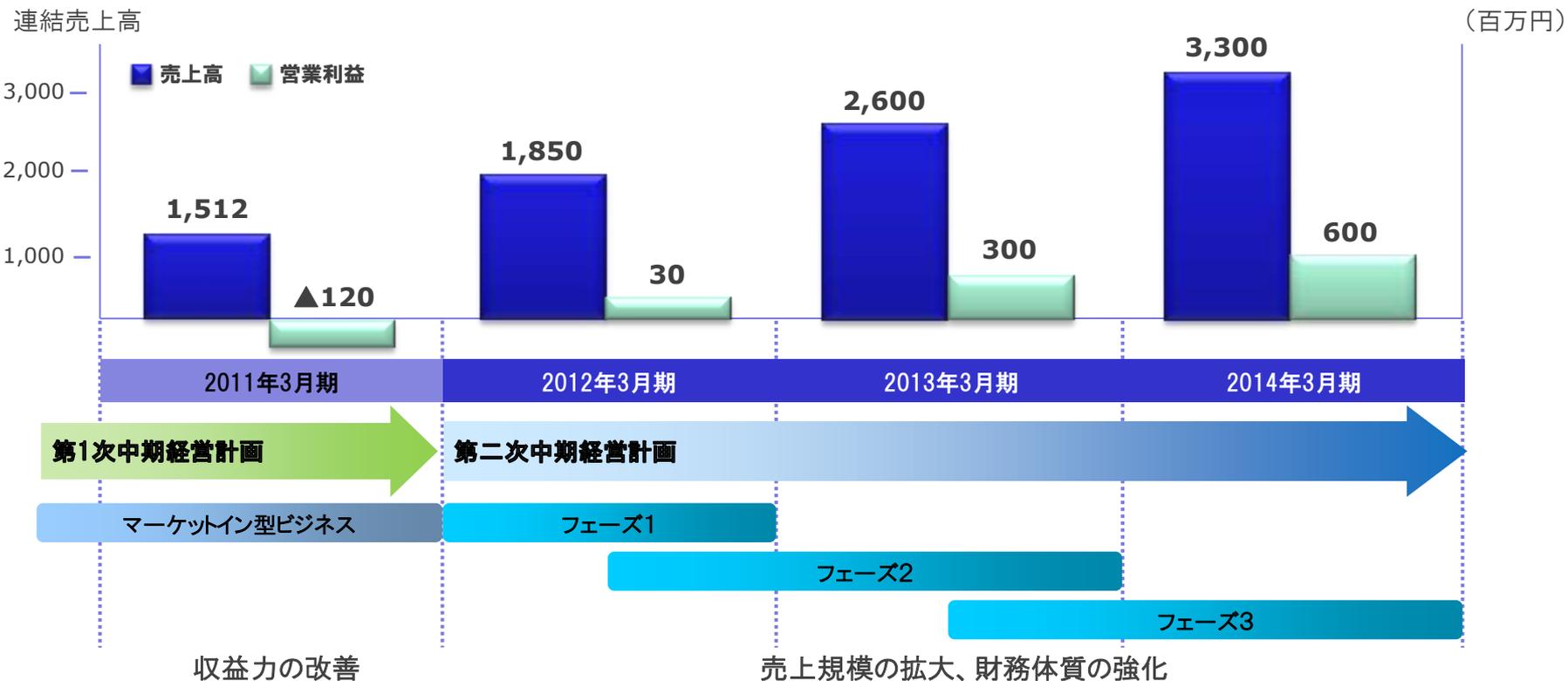
- ・教育関連に関しては、発音評定ソフトから学習ソフトへの進化
- ・販売および開発パートナーとの連携強化
- ・音声検索サービスプラットフォーム、擬人化サービス事業の提供(VAS)



● 施策

- ・製品力の更なる強化
- ・販売および開発パートナーとの連携強化
- ・OEM供給や電子カルテへのバンドル等への取り組み
- ・医療VDS、議事録VDSにおけるサービスレベルの強化

P/L計画



	2011年3月期 (連結実績)	2012年3月期 (予想)	2013年3月期 (予想)	2014年3月期 (予想)
売上高(成長率)	1,512(-)	1,850(22.3%)	2,600(40.5%)	3,300(26.9%)
営業利益	▲120(-)	30(-)	300(900%)	600(100%)
経常利益	▲17(-)	130(-)	400(207.7%)	700(75%)

Section 1. アドバンスト・メディアとは

- 1-1. アドバンスト・メディアのVision Page. 4
- 1-2. 実現すべき未来の姿 ～ソフトコミュニケーション～ Page. 5
- 1-3. 音声認識技術ロードマップ Page. 6

Section 2. 第1次中期経営計画のレビュー

- 2-1. 第1次中期経営計画における事業活動の定性的評価 Page. 8
- 2-2. 第1次中期経営計画における数値実績総括 Page. 9

Section 3. 第2次中期経営計画

- 3-1. 事業の普及にあたっての価値観 Page. 11
- 3-2. 事業領域 Page. 12
- 3-3. 市場化戦略 Page. 13
- 3-4. 第2次中期経営計画の位置付け Page. 14
- 3-5. 第2次中期経営計画の概要 Page. 15
- 3-6. 事業ポートフォリオのターゲット Page. 17
- 3-7. ボイスデータサービス(VDS) Page. 18
- 3-8. ボイスアクティベーションサービス(VAS) Page. 19
- 3-9. ホールプロダクト戦略の推進 Page. 20
- 3-10-1. ホールプロダクト戦略(コールセンター分野) Page. 21
- 3-10-2. ホールプロダクト戦略(データエントリー分野) Page. 22
- 3-10-3. ホールプロダクト戦略(モバイル・教育分野) Page. 23
- 3-10-4. ホールプロダクト戦略(医療・議事録分野) Page. 24
- 3-11. 第2次中期経営計画における経営目標 Page. 25

Section 4. グローバル展開

- 4-1. 国内外の競合性 Page. 27
- 4-2. アドバンスト・メディアのグローバル展開 Page. 28

Global での競合性

Google … 音声検索、音声翻訳等強化

Apple … 音声認識技術の新興企業SIRI買収(バーチャル個人アシスタント)

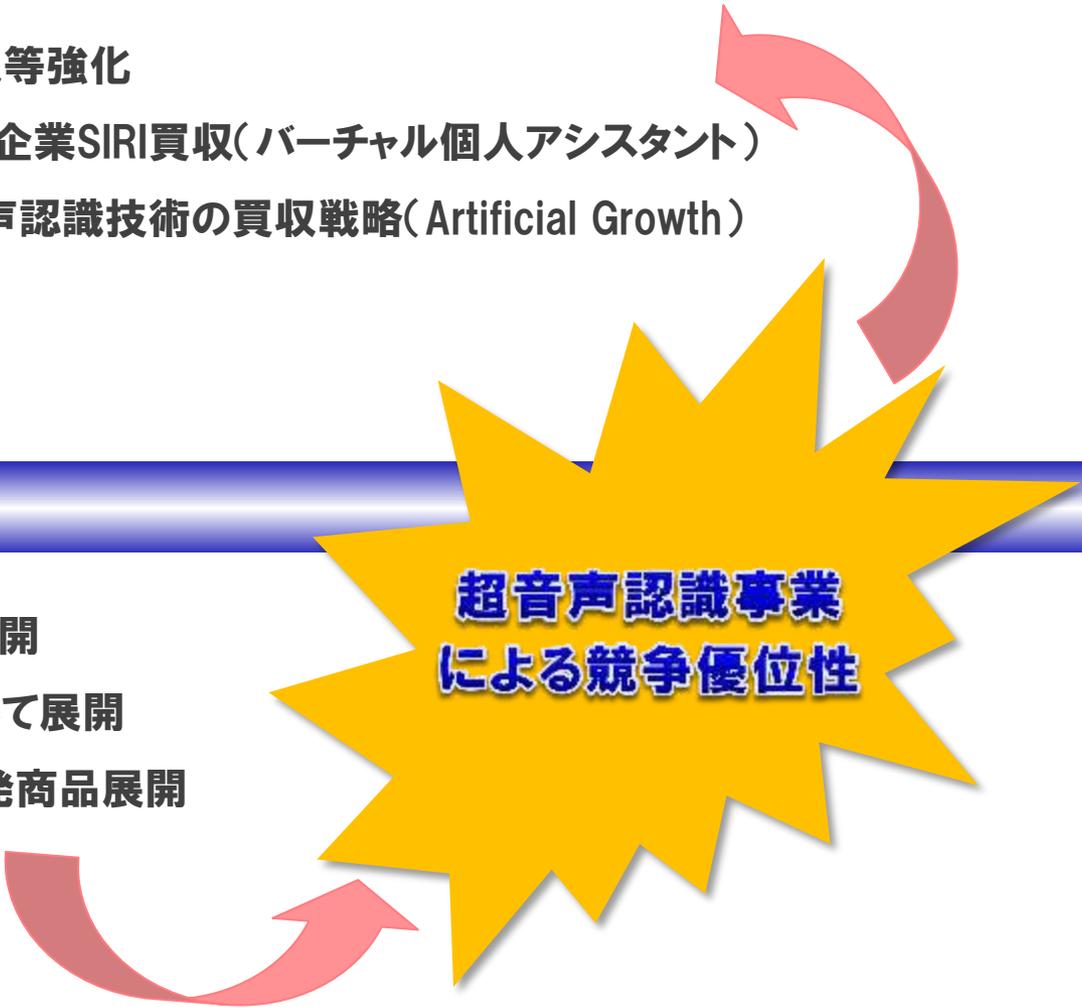
Nuance Communication … 音声認識技術の買収戦略(Artificial Growth)

日本における競合性

NEC … 議会議事録を中心に展開

フューテック … モバイルにおいて展開

その他小規模ベンチャー … 単発商品展開



**超音声認識事業
による競争優位性**

世界にとって「なくてはならない会社」へ！

For Asia

For USA (Europe)

For China



For Thailand

ソフトコミュニケーション時代を日本から拓く

お問い合わせ先



Advanced Media, Inc.

株式会社アドバンスト・メディア 経営管理本部

TEL : 03-5958-1031

FAX : 03-5958-1032

注意事項

本資料は、中期経営計画に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は2011年3月末日のデータに基づいて作成されています。本資料の計画、予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その実現・達成を、約束するものではなく、また、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではありません。本資料に記載された内容は、予告なしに変更されることがあります。