

2009

The 23rd
Business Report
上半期

第23期

株主通信



*Marketing
& Science*

株式会社 **もしもしホットライン**
MOSHI MOSHI HOTLINE, INC.

〒151-0053 東京都渋谷区代々木 2-6-5
2-6-5 Yoyogi, Shibuya-ku, Tokyo 151-0053
TEL: 03-5351-7200 FAX: 03-5351-3300
<http://www.moshimoshi.co.jp>

経営企画部

Corporate
Planning Div.

株式会社 **もしもしホットライン**
MOSHI MOSHI HOTLINE, INC.



代表取締役社長 竹野秀昭
Hideaki Takeno, President

謹啓

初冬の候、時下ますますご清祥の段、お慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。さて、第23期上期の終了に伴い、その事業成果を下記の通りご報告申し上げます。

当第2四半期連結累計期間は、昨年度後半から急速に強まった経済の先行き不透明感を背景として、企業においては投資抑制並びに経費削減活動の継続、また個人消費におきましても所得環境の悪化等を背景に低迷が続きました。そのよう

な経済環境のなか、新たな顧客窓口として定着したコールセンターにおいても、新規のコールセンター設置や拡大、自社コールセンターの切り出しなどの積極策が凍結となるものが少なからず発生したほか、既存顧客においても消費低迷を背景とした問合せ件数の減少や顧客企業の方針転換に伴うコールセンター席数の絞込みなども散見されました。

しかしながら、昨年11月の買収によって取得した(株)エニー(平成21年4月1日に当社子会社である(株)アイヴィジットと合併)の売上高が寄与したことや、当期中初時点ではその剥落が懸念されていた大型スポット需要も当第2四半期連結累計期間中に受託した新規案件や衆議院選挙向け世論調査の実施によって補われたこと、また業務改革を推進する官公庁向けを中心に新規業務の積み増しを図った結果、当社グループの連結売上高は36,375百万円(前年同期比9.3%増)となりました。

一方、利益面におきましては、(株)エニーの利益面での貢献はのれん償却の影響もあり限定的にとどまったほか、これまで業務改善を積み重ね、効率を高めてきた既存業務において席数が伸び悩む一方、経験知に乏しく、効率の上からない新規業務が増加していること、また成果報酬型アウトバウンドの収益性が悪化したことなどを受けて、当社グループの収益性は低下しました。

以上の結果、同経常利益は3,243百万円(同25.1%減)、同四半期純利益は1,847百万円(同26.9%減)となりました。

I am pleased to present this report on MOSHI MOSHI HOTLINE's business performance for the first half of its 23rd business year, ending March 31, 2010.

Reflecting growing uncertainty surrounding the future economic outlook since the latter half of last year, companies continued to curb investments and cut costs during the consolidated interim period under review, and private consumption also remained weak due to the worsening situation for income and other factors. The call center business, which has taken root as a new frontline communication point with customers, bore the brunt of the difficult economic environment. A number of companies decided to freeze their aggressive business plans to open new call centers, expand existing ones or outsource their in-house call center operations. At the same time, some of our client companies reduced the number of operation booths, because of a fall in the number of inquiries amid sluggish private consumption or a change in corporate policy.

Despite this very harsh operating environment, we succeeded in expanding net sales during the consolidated interim period by 9.3% year on year, to ¥36,375 million. This encouraging result was due in part to the contribution from ANY CO., LTD., which we acquired in November 2008 and merged with our subsidiary I Visit Corp. on April 1, 2009. In addition, new orders we received during the interim period and a public opinion survey project carried out during the run-up to the Lower House election in late August 2009 compensated for the decline in spot demand for large projects that we had predicted at the beginning of the fiscal year. We also focused our efforts on boosting new business with government agencies and municipal bodies that were streamlining their operations.

The contribution by ANY CO., LTD to profitability, on the other hand, was limited due to the amortization of goodwill. The number of operation booths remained flat in existing operations, in which we continued with restructuring measures to improve efficiency. At the same time, we saw a rise in new lines of business with comparatively low efficiency and in which we have a smaller degree of expertise. These factors, together with deterioration in the profitability of the performance-linked outbound business, reduced our profitability.

Consequently, consolidated ordinary income for the interim period under review declined 25.1%, to ¥3,243 million, and consolidated net income decreased 26.9%, to ¥1,847 million.

1. テレマーケティング事業

■インバウンドサービス

インバウンドサービスは、経済情勢の急速な悪化に伴い、企業が広告宣伝活動を絞り込んだことも相俟って、金融、製造などを中心に幅広い業種で問合せ件数の減少や顧客企業の経費削減方針を背景としたコールセンター席数の削減が散見されたほか、前年上期に受託していた大型スポット業務の剥落が加わる一方、新規案件は凍結、延期となるものが少なからず発生いたしました。

以上の結果、同サービスの連結売上高は 17,965 百万円 (同 8.2% 減) となりました。

■アウトバウンドサービス

アウトバウンドサービスは、今年 8 月に行われた衆議院選挙にかかわる世論調査業務を受託したこと、また通信業界向け販売促進活動や業務改革を推進する官公庁向け需要が拡大基調を保ったことから、前年に比べ大きく拡大しました。

以上の結果、同サービスの連結売上高は 5,902 百万円 (同 30.6% 増) となりました。

■テレマーケティング関連サービス

テレマーケティング関連サービスは、一部通信向けバックオフィス需要が減少したほか、金融向けのコールセンター要員派遣は軟調に推移したものの、新たに大型スポット業務を受託したことから、正負要因が打ち消しあうかたちとなりました。

以上の結果、同サービスの連結売上高は 9,183 百万円 (同 0.2% 増) となりました。

2. フィールドオペレーション事業

フィールドオペレーション業務は、店頭営業支援を行う (株) エニーの全株式を昨年 11 月に取得し、平成 21 年 4 月 1 日に当社子会社である (株) アイヴィジットと合併したことに伴い、電話とは異なる対面サービス部門として新設したセグメントであります。同事業の連結売上高は 3,317 百万円と総じて堅調に推移しております。

謹白

平成 21 年 12 月吉日

代表取締役社長 竹野秀昭

Telemarketing business

Inbound Services

In the inbound services segment, some client companies—particularly in the financial services and manufacturing sectors—reduced the number of operation booths at call centers in response to a drop in the number of inquiries and as part of their cost-cutting efforts, at a time when the sharply worsening economic outlook forced companies to cut back on advertising activities. In addition, some large spot orders received in the first half of the previous fiscal year were discontinued, while other client companies put new orders on hold or postponed them.

As a result, consolidated net sales for inbound services fell 8.2% year on year, to ¥17,965 million.

Outbound Services

The outbound services segment recorded strong growth compared to the previous year, benefiting from orders received for conducting of public opinions surveys on the Lower House election held in August 2009. Demand related to sales promotion activities from the telecommunications industry, as well as demand from government and other public offices that were streamlining their operations, also continued to rise.

Accordingly, consolidated net sales for outbound services surged 30.6% to ¥5,902 million.

Telemarketing-Related Services

In the telemarketing-related services, demand for back-office operations from some telecommunications companies declined, and staff placement business at call centers for financial services companies remained weak. On the other hand, we received new orders for large spot projects, which offset the negative factors.

Consequently, consolidated net sales for telemarketing-related services were up 0.2%, to ¥9,183 million.

Operations business

We acquired 100% of the equity of ANY CO., LTD., a provider of temporary staffing, in November 2008 and merged it with our subsidiary I Visit Corp. on April 1, 2009. Subsequently, we established the field operations segment as a new face-to-face business segment differing from businesses conducted via the telephone. This new segment posted solid consolidated net sales of ¥3,317 million during the interim period under review.

Thank you for your steadfast understanding and support of MOSHI MOSHI HOTLINE. We sincerely request the continuing understanding and support of all our stakeholders.

December 2009

Sincerely yours,

Hideaki Takeno, President
MOSHI MOSHI HOTLINE, INC.

衆議院選挙世論調査を実施

去る 2009 年（平成 21 年）7 月 21 日に衆議院が解散されたことに伴い、同年 8 月 30 日の投票に向けた世論調査を実施いたしました。当社が受託しているのは主に大手マスコミ各社が投票日のおおよそ 1 週間前に行う世論の情勢調査であり、テレビ局や新聞が投票日直前にやっている「○○党、過半数の勢い」というようなニュースやよくテレビ放送において棒グラフなどで解説されている「民主党○○議席確保の勢い……」といったデータを集める調査です。特に衆議院の解散は、6 年任期で 3 年ごとに半数が改選となる参議院選挙に比べ、選挙区数は約 6 倍にのぼりますので、当社において調査業務に関わるスタッフ数も膨大な人数となります。ひとたび解散となれば、当社では普段コールセンター運営に従事しているスタッフのみならず、経理など管理部門、営業部門、教育研修部門など短期的に業務から離れられる当社スタッフ全員が、全国数カ所の調査会場に分散して調査業務を行うこととなります。

選挙の世論調査は数千人の電話オペレーターを駆使して行う業務であり、弊社の常設コールセンターでは調査を行うスペースが不足します。そのため臨時コールセンターの構築が必要ですが、短期間しか借りないため、毎回臨時コールセンター会場の確保は困難を極めます。そのため政局の噂が高まるたびに、どこかのビルが借りられそうか、全国規模で物件の調査を行わなければなりません。先般行われた調査においても臨時会場も含め、北は札幌から南は石垣島まで、全国 26 拠点に分散して調査を実施させていただきました。

今回使用した調査方法は「RDD サンプリング」（次頁参照）と呼ばれるもので、現在、多くの世論調査はこの手法で行なわれています。



調査会場全景
Full view of the survey station

Nationwide Conduct of Public Opinion Surveys on the Lower House Election

Following the dissolution of the House of Representatives on July 21, 2009, MOSHI MOSHI HOTLINE carried out public opinion surveys on the Lower House election held on August 30. We responded to orders mainly from major media companies to collect data on voter preferences about one week prior to the election. The opinion surveys were conducted to gather the data that were announced by TV stations and newspapers just before the polling day, to predict which political party was likely to capture a majority and to use bar charts to illustrate how many seats the Democratic Party of Japan was expected to win. The Lower House contains nearly six times as many as constituencies as the Upper House, half of whose members with a six-year term are reelected every three years. For this reason, we mobilize a large number of our employees to take part in the survey operations. Once the Lower House is dissolved, MOSHI MOSHI HOTLINE engages not only the staff who usually conduct call center business but also all employees from accounting and other administrative departments, sales, and education and training sections who can leave their positions temporarily for dispatch to a number of poll centers nationwide to conduct opinion polls.

Public opinion surveys on elections require thousands of telephone operators, and therefore our regular call centers are not sufficiently large to cover the entire scope of the operations. For every election, therefore, it is a challenge to locate venues that can serve temporarily as call centers, since the rental period for the venues is extremely short. Because of this, every time the dissolution of the Lower House appears to be imminent, we carry out a check nationwide of which buildings can be rented for a short period of time. For the opinion polls in the run-up to the Lower House election held on August 30, we employed 26 centers across Japan, from Sapporo in the north to Ishigaki Island in the south, including makeshift stations.

During the survey, MOSHI MOSHI HOTLINE used random digit dialing (RDD) sampling, a method that is currently used widely in many public opinion surveys.



世論調査の実施風景
Public opinion survey under way

電話による世論調査方法 「RDD (Random Digit Dialing)」

RDDとは固定電話番号の下4桁をコンピューターで変動させて乱数を発生させ、その中から無作為に抽出させていただいたお宅に調査協力を依頼することによって、サンプル（意見）の偏りを回避する電話調査手法です。もしもしホットラインでは約15年前より、電話による「政治・政局に関する世論調査」の実績があります。電話は世帯普及率が高く、訪問調査に比べ、スピーディかつ経済的に世論調査を行うことが可能であるため、1980年代後半から普及してきました。当初は電話帳掲載情報や住民基本台帳に基づき調査を行っていましたが、近年電話帳掲載率の低下や、住民基本台帳の原則非公開化により確率抽出が出来なくなってきました。その対策として、2000年より「RDDサンプリング」と呼ばれる方法で電話番号を作成し調査を行っております。

障がい者雇用数が200名を超えました

障害者雇用促進法では、常用雇用者を56名以上かかえる民間企業は一定人数の障がい者を雇用しなければならないことが規定されています。常用雇用者数に対する障がい者の割合は、同法によって1.8%以上という法定雇用率が定められています。

当社では障がい者雇用の促進を目的に特例子会社「株式会社ビジネスプラス」を設立、障がい者のノーマライゼーション（障がい者と健常者が互いに区別されることなく、社会生活を共にすること）の推進と自立支援を推進して参りました。その結果、昨年漸く法定雇用率である1.8%を超え、今年6月1日現在の雇用数は227名（法定雇用率2.12%）へと増加いたしました。

当社は一企業市民としての社会的責任を全うできるよう、今後も取り組みを継続して参ります。

Random Digit Dialing (RDD) Sampling

RDD sampling consists of randomly generating the last four digits of fixed phone numbers using computers and contacting eligible voters at random to avoid the possibility of coverage bias of samples (opinions). MOSHI MOSHI HOTLINE has been conducting opinion polls by telephone on politics and political parties for some 15 years. Telephone surveys gained in popularity in the latter half of the 1980s, because most households owned a telephone by then and such surveys cost less and took less time, compared to home-visit surveys. During these early days, telephone numbers were selected from among listed telephone numbers or the Basic Resident Registers. However, it has become more difficult to select samples using such information, as fewer households now list their telephone number and the information contained in the registers can no longer be disclosed in principle. To overcome the challenge, we adopted RDD sampling in 2000 to obtain computer-generated numbers as samples.

Number of Disabled Employees Exceeds 200 Persons

Under the Disabled Persons Employment Promotion Law, any private-sector companies employing 56 or more regular employees must employ a specified number of disabled persons. The law requires that the proportion of disabled employees must be at least 1.8% of the total number of regular employees.

With the aim of promoting the employment of disabled persons, the Company established a special subsidiary called Business Plus, Inc., which works toward the creation of a barrier-free work environment and a society in which disabled and able-bodied people are treated equally, thereby promoting disabled persons' independence. As a result of these efforts, last year the Company exceeded the disabled persons' employment ratio of 1.8%. As of June 1, 2009, MOSHI MOSHI HOTLINE had expanded its employment of disabled persons to 227 people, or 2.12% for the aforementioned ratio.

We are committed to maintaining our efforts aimed at fulfilling our responsibilities as a good corporate citizen.

障がい者雇用数と実雇用率
Number of Disabled Employees, and the Disabled Persons' Employment Ratio



■ 第2四半期連結貸借対照表 Consolidated Balance Sheets

(百万円、未満切捨 Millions of yen)

	第22期 第2四半期 Amount Sep. 2008	第23期 第2四半期 Amount Sep. 2009	増減額 Amount of change
資産の部 / Assets			
I. 流動資産 Current assets	24,080	29,933	+5,852
現金及び預金 Cash and deposits	6,200	6,319	+119
売掛金 Accounts receivable	6,136	7,970	+1,834
その他 Other current assets	11,744	15,642	+3,898
II. 固定資産 Fixed assets	11,391	8,190	-3,200
有形固定資産 Tangible fixed assets	1,287	1,428	+140
無形固定資産 Intangible fixed assets	133	440	+307
投資その他の資産 Investments and other assets	9,970	6,322	-3,648
資産合計 Total assets	35,471	38,123	+2,651
負債の部 / Liabilities			
I. 流動負債 Current liabilities	7,441	7,739	+298
未払金 Accrued expenses	3,608	4,433	+825
その他 Other current liabilities	3,832	3,305	-527
II. 固定負債 Long-term liabilities	169	194	+25
負債合計 Total liabilities	7,610	7,934	+323
純資産の部 / Shareholders' equity			
資本金 Paid-in capital	998	998	—
資本剰余金 Capital surplus	1,202	1,202	—
利益剰余金 Retained earnings	26,134	28,697	+2,562
自己株式 Treasury stock	-384	-638	-253
株主資本合計 Total owners' equity	27,950	30,259	+2,308
その他有価証券評価差額金 Valuation difference on available-for-sale securities	-89	-73	+16
為替換算調整勘定 Foreign currency translation adjustment	—	3	3
純資産合計 Total net assets	27,861	30,189	+2,328
負債純資産合計 Total liabilities and net assets	35,471	38,123	+2,651

■ 第2四半期連結損益計算書(累計) Consolidated Statements of Income

(百万円、未満切捨 Millions of yen)

	第22期 第2四半期 Amount Sep. 2008	第23期 第2四半期 Amount Sep. 2009	増減額 Amount of change
I. 売上高 / Net sales	33,269	36,375	+3,105
II. 売上原価 Cost of sales	26,541	30,179	+3,637
売上総利益 Gross profit	6,728	6,196	-532
III. 販売費及び一般管理費 Selling, general and administrative expenses	2,482	3,027	+545
営業利益 Operating income	4,246	3,168	-1,077
IV. 営業外収益 Non-operating income	92	92	-0
V. 営業外費用 Non-operating expenses	5	17	+11
経常利益 Ordinary income	4,332	3,243	-1,089
VI. 特別利益 Extraordinary income	24	7	-16
VII. 特別損失 Extraordinary losses	37	14	-22
税金等調整前四半期純利益 Income before income taxes	4,320	3,236	-1,083
法人税、住民税及び事業税 Corporation, inhabitants and enterprise taxes	1,687	1,295	-392
法人税等調整額 Corporation tax adjustment	104	93	-10
第2四半期純利益 Net income	2,528	1,847	-680