

2010

The 23rd

Business Report

第23期

株主通信

住所変更、単元未満株式の買取等のお申出先について

株主様の口座のある証券会社にお申出ください。
なお、証券会社に口座がないため特別口座が開設されました株主様は、特別口座の口座管理機関である中央三井信託銀行株式会社にお申出ください。

未払配当金の支払いについて

株主名簿管理人である中央三井信託銀行株式会社にお申出ください。

「配当金計算書」について

配当金支払いの際送付している「配当金計算書」は、租税特別措置法の規定に基づく「支払通知書」を兼ねております。確定申告を行う際は、その添付資料としてご使用いただくことができます。

なお、配当金領収証にて配当金をお受取りの株主様につきましても、本年より配当支払いの都度「配当金計算書」を同封させていただいております。

*確定申告をなされる株主様は、大切に保管ください。

【株主様のご住所・お名前に使用する文字に関してのご案内】

株券電子化実施に伴い、株主様のご住所・お名前の文字に、株式会社証券保管振替機構（ほふり）が振替制度で指定していない漢字等が含まれている場合は、その全部または一部をほふりが指定した文字またはカタカナに変換して、株主名簿にご登録いたしております。このため、株主様にご送付する通知物の宛先が、ほふりが指定した文字に置換えられる場合がありますのでご了承ください。株主様のご住所・お名前として登録されている文字については、お取引の証券会社等にお問い合わせください。

*Marketing
& Science*

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

拝啓 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、当社第23期当連結会計年度の成果を以下の通り、ご報告申し上げます。

当連結会計年度におきましては、リーマン・ショックに端を発した世界的な経済混乱の余波が企業の投資活動抑制へと波及し、当社受注活動も当連結会計年度上期は不調に終わりました。しかしながら、夏から新たな大型スポット業務を受託したことに続いて、下期に入ると外需の盛り上がりを受けていち早く業績が底入れした製造業向けなどを中心に、凍結されていたコールセンターの統合、アウトソーシング化など構造改革プロジェクトが部分的に再開されるなど、一部に明るさが見え始めました。また前連結会計年度中に当社グループ入りした店頭営業支援業務を行う株式会社エニー（平成21年4月1日に当社子会社株式会社アイヴィジットと経営統合）の売上高が通年で貢献したことも相俟って、当連結会計年度の売上高は77,101百万円（前年比9.3%増）と大きく増加しました。

一方、利益面では前連結会計年度を上回る規模の新規大型スポット業務を受託したものの、通信、金融などを中心に国内消費需要の低迷を背景とした既存顧客のコールセンターの規模縮小がおこったほか、通信向けプロモーション業務の採算が悪化したことを受けて、当社グループの収益は前連結会計年度の実績を若干下回る水準にとどまりました。

以上の結果、当連結会計年度の経常利益は8,340百万円（同 5.5%減）、同当期純利益は4,754百万円（同 6.4%減）となりました。

【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、大半の既存業務は底堅く推移したものの、前連結会計年度に受託した官公庁向け大型スポット業務が剥落したことや顧客企業が一部の業務を系列企業に移管したこと、また金融向けを中心に一般消費者からのコール量が減少したことを受けて、既存顧客のコールセンターの規模縮小が行われたことなどから前年比減少となりました。

以上の結果、同サービスの連結売上高は36,201百万円（同 6.6%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、通信向けプロモーション業務の収益性低下を受けて、低稼働アウトバウンドセンターの閉鎖を行うとともに、選別受注の強化を行ったことから同業務の売上高は減少したものの、その一方で官公庁から新たな大型スポット業務を受託したことや衆議院選挙向け世論調査業務の実施によって、そのマイナス分を補い、前年比増加となりました。

以上の結果、同サービスの連結売上高は12,461百万円（同 3.3%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、前連結会計年度に受託した金融向け大型スポット業務が剥落したことに加え、国内消費需要の低迷を受けて、金融向けコールセンター規模縮小が行われたものの、新たに官公庁向け大型スポット業務を受託したことが大きく貢献し、前年比大幅増加となりました。

以上の結果、同サービスの連結売上高は21,819百万円（同 26.1%増）となりました。

【フィールドオペレーション事業】

平成21年4月に前連結会計年度に買収した株式会社エニーと当社子会社である株式会社アイヴィジットを経営統合したことを機に、当連結会計年度から新設したセグメントです。通信向け業務が減少する一方で、官公庁向け業務が増加し、同事業の連結売上高は6,608百万円となりました。



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

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

During the consolidated fiscal year under review, companies curbed their investment activities in the wake of the global economic confusion triggered by the Lehman shock, and we faced a slump in orders in the first half of the fiscal year. We have begun to see signs of light in some areas, however, starting with new large spot orders for in the summer of 2009. In the second half of the fiscal year, increased external demand led to a bottoming-out of results for certain companies, mainly manufacturers, who began to resume certain structural reform projects that had been temporarily frozen, such as call center integrations and outsourcing. Consolidated net sales rose a substantial 9.3% in comparison with the previous fiscal year, to ¥77,101 million, a figure that partly reflected the contribution of full-year sales of ANY CO., LTD., a business specializing in in-store marketing assistance, which joined the Group during the previous fiscal year as the result of a merger with our subsidiary I Visit Corp. on April 1, 2009.

In terms of profit, although we received new large spot orders on a greater scale than the previous fiscal year, there was contraction in the scale of existing customer call centers against the backdrop of stagnant domestic consumer demand, mainly in the telecommunications and financial services sectors, and the profitability of promotion business for telecommunications industry deteriorated. Consequently, consolidated profit declined slightly in comparison to the previous fiscal year.

As a result, consolidated ordinary income amounted to ¥8,340 million (down 5.5% year on year), and consolidated net income amounted to ¥4,754 million (down 6.4%).

Telemarketing Business

Inbound Services

The inbound services segment saw a sales decline year on year. Although most existing businesses remained solid, certain large spot orders received in the previous fiscal year from government and other public offices were discontinued, and some client companies transferred call center operations to other companies within their own corporate groups. In addition, the scale of existing customers' call centers declined as a result of lower volume of calls from consumers, mainly in the financial services sector.

As a result, consolidated net sales for inbound services fell 6.6% year on year, to ¥36,201 million.

Outbound Services

Sales in the outbound services segment rose year on year. Sales from promotion business for telecommunications industry were down as a result of the closing of certain outbound centers operating at low capacity in light of the decline in profitability and the fact that the Group reinforced selective order-taking. These negative factors, however, were offset by new large spot orders received from government and other public offices and a public opinion survey project carried out during the run-up to the Lower House election.

As a result, consolidated net sales for outbound services rose 3.3% year on year, to ¥12,461 million.

Telemarketing-Related Services

Telemarketing-related services sales rose significantly year on year. This was attributable to major contributions from new large spot orders received from government and other public offices, which offset the adverse impact of discontinuation of certain large spot projects received in the previous fiscal year in the financial services sector and the contraction in scale of call centers for financial services sector on the back of stagnant domestic consumer demand.

As a result, consolidated net sales for telemarketing-related services jumped 26.1% year on year, to ¥21,819 million.

Field Operations Business

The field operations business is a new business segment established in the fiscal year under review as a result of the April 2009 merger of ANY CO., LTD., acquired in the previous fiscal year, and our subsidiary I Visit Corp. Although business for telecommunications sector declined, business for government and other public offices increased. As a result, consolidated net sales for the segment amounted to ¥6,608 million.

当社グループといたしましては、グループの更なる発展を目指し、以下の課題に取り組んでまいります。

① コールセンター事業基盤の強化

当社グループは“サービス品質”を自社競争力の源泉と位置づけ、サービスを提供してまいりましたが、その“サービス品質”を明確な競争優位に高めるべく、社内の各ブースに散在している運営ノウハウや成功事例など独自の知的財産を“組織知”に高めるとともに、ブース運営の標準化を図ってまいります。この活動を通じ、より高レベル、かつ安定した“サービス品質”を保つとともに、更なるコスト競争力の強化を図り、顧客企業にとって有用な提案力の強化にもつなげていく方針です。

② 新たな事業領域の開発

当社グループはコールセンターの受託運営業務をコア事業に位置づけて事業規模拡大を図ってまいりましたが、平成15年には主にバックオフィス系業務に強みを持つ日本テレコムマックス株式会社（現・株式会社マックスコム）、平成19年には訪問営業支援を手がける株式会社アイヴィジットを設立（平成20年11月には株式会社エニーの全株式を取得し、平成21年4月に株式会社アイヴィジットと経営統合）、平成22年6月にはインターネット関連チャネルに強みを持つ株式会社ヴィクシア（平成22年5月に三井物産ヴィクシア株式会社から社名変更）をグループ企業に加えしました。これらの動きにより、当社グループは、コールセンター、対面、インターネットというチャネルを活用し、営業支援・マーケティング、顧客保全及びバックオフィス業務分野のBPO（Business Process Outsourcing）企業グループを形成しております。

今後とも既存のグループ企業の強化を図るとともに、M&Aも視野に入れながら、ビジネス・サービス分野における新たな事業領域の開発を目指してまいります。

③ 更なる経営基盤の強化

当社グループの行う事業は人が行うサービスが中核をなしており、当社ビジネスにおける更なる規模拡大、競争力の向上のためには、一段の人材力強化が欠かせません。当社は既に社内教育制度の一環である“もしもしカレッジ”を開校して取り組みを開始しておりますが、当社グループにおける人材力の向上を目指し、教育のみならず人事制度の改革も含め、抜本的な改革に取り組んでまいります。

また、当社グループの提供するサービスならびに企業価値をより正確に市場に伝え、またより多くの人材を引き付けるため、PRならびにIR活動の強化をあわせて推進してまいります。

④ 海外事業戦略の布石

当社グループといたしましては、コールセンターをはじめとしたBPOサービスはわが国のみならず、現在成長著しいアジア諸国においても、その経済の成熟化に伴い、需要が拡大していくものと考えております。

既に平成20年12月にはタイにおいて、平成21年11月にはベトナムにおいて、三井物産株式会社、ならびに現地資本と共同で、現地向けコールセンター受託運営会社を立ち上げました。今後は更なる海外拠点の設置機会を模索するとともに、既に設立した両社の事業規模拡大ならびに経営基盤強化に向け、取り組みを強化してまいります。

敬具

平成22年6月吉日

代表取締役社長
竹野秀昭

Issues to Be Addressed

(1) Strengthen Call Center Business Base

The Group has always considered its service quality to be the source of its competitive strength. Going forward, in order to further enhance the service quality to make it a clear competitive advantage, the Group will raise the proprietary intellectual assets such as operational know-how and best practices from throughout the company to the level of “organizational knowledge,” and will work to standardize booth operations. Through these activities, the Group aims to ensure higher, more stable service quality and further strengthen cost competitiveness, thereby strengthening its ability to offer useful solutions to customers.

(2) Develop New Business Domains

In the past, the Group viewed call center outsourcing business as the core business as the Group worked to expand the scale of business with it. Then in 2003 the Group acquired Japan Telecom Max Co., Ltd. (currently MAXCOM, Inc.), a company specializing in back-office operations, followed by the establishment in 2007 of I Visit Corp., a company that provides personal visits and in-store response services (in November 2008, the Group acquired all shares of ANY CO., LTD., which was later merged with I Visit Corp. in April 2009) and the acquisition of VIXIA INC. (changed from its old name MITSUI & CO. VIXIA INC. in May 2010) in June 2010, which has a strong presence in Web-related channels. As a result of these steps, the Group now leverages its strengths in call center, face-to-face and the Internet channels, and makes up a corporate group consisting of companies dedicated to business assistance/marketing, customer retention and BPO (business process outsourcing) in the fields of back office operations.

Going forward, the Group will strengthen its existing companies while continuing to look at potential M&A opportunities, aiming to develop new business domains in the business services sectors.

(3) Further Reinforce Management Base

Services performed by human beings lie at the core of the Group's operations, and increased human resource capacity is crucial to further expanding the scale of the business and enhancing competitiveness. The Group has already launched the “MOSHI MOSHI College” initiative as part of its in-house training system, and going forward will make extensive innovations aimed at improving human resource capacity, including reforms of personnel systems as well as training. The Group will also conduct enhanced PR and IR activities in order to more accurately communicate to the market the services it provides and its corporate value, and to enable the Group to attract more human resources.

(4) Steps toward Implementing our Overseas Business Strategy

The Group believes that demand for BPO services such as call centers is poised for growth not only in Japan, but also in the rapidly growing countries of Asia as their economies mature.

In partnership with MITSUI & CO., LTD. and local investors, the Group has already established local call center outsourcing companies in Thailand in December 2008 and in Vietnam in November 2009. In future, the Group will seek out opportunities to establish additional overseas bases, and enhance efforts to expand the scale of operations and strengthen the management bases of the two existing companies.

June 2010

Sincerely yours,

Hideaki Takeno, President
MOSHI MOSHI HOTLINE, INC.



【テレマーケティング事業】 インバウンドサービス

「お客様サービスセンター」などの名称で企業が開設するコールセンターをその企業から委託を受けて運営します。具体的には一般消費者の皆様から電話や電子メールなどを通じて寄せられる各種問合せ、苦情などに的確に対応し、マーケティングデータを収集する業務です。お客様企業ではコールセンターに集まる情報をサービスの開発や改善等に役立てています。

アウトバウンドサービス

お客様企業が保有する顧客データやコールセンターで収集したデータをもとに一般消費者の皆様に対し、新サービスのご紹介などのプロモーション活動を電話や電子メールを通じて行う業務です。

テレマーケティング関連サービス

コールセンターの周辺業務として教育研修やデータマイニングなどのコンサルティングサービス、コールセンター向け人材派遣業務、コールセンターに附随するバックオフィス業務などのサービスを提供しております。

【フィールドオペレーション事業】

店頭や訪問という対面手法によって、営業支援などを行うサービスです。

【その他の事業】

コールセンター関連の機器やシステムの販売、テレマーケティング事業・フィールドオペレーション事業以外のサービスです。

Telemarketing Business

Inbound Services

We operate customer service centers and other call centers set up by client companies as an outsourcer. Specifically, inbound services are those that respond precisely to a wide range of telephone and e-mail inquiries and complaints from consumers and collect marketing data. Our client companies capitalize on the data gathered at the call centers to develop and improve their services.

Outbound Services

Outbound services include introduction of new services and other promotional activities targeted at consumers via telephone and e-mail by leveraging the customer data owned by the client companies, as well as the data collected at the call centers.

Telemarketing-Related Services

We provide training, data mining and other consulting services as part of peripheral business lines for call centers, as well as temporary staffing and back-office services for call centers.

Field Operations Business

The field operations business provides marketing assistance services via face-to-face communication including storefront operations and business visits.

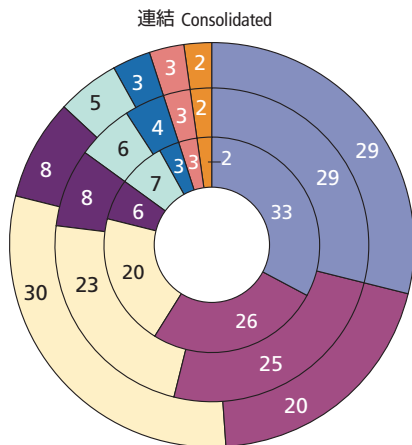
Other Business

Other business includes the sales of equipment and system solutions for call centers, and services other than those provided by the telemarketing business and the field operations business.



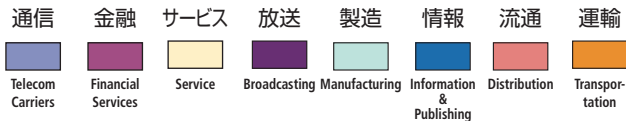
顧客業種別の状況

Net Sales by Client Classification (%)

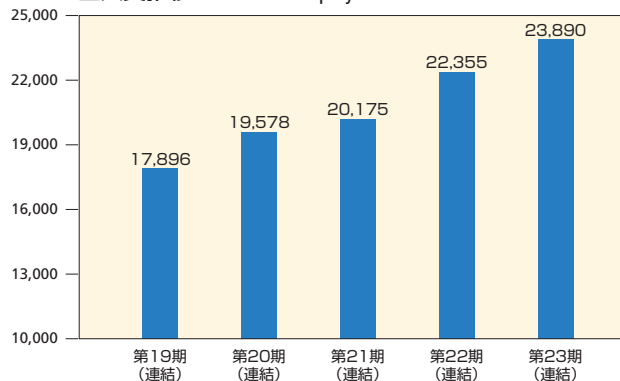


※内側より第21期、第22期、第23期

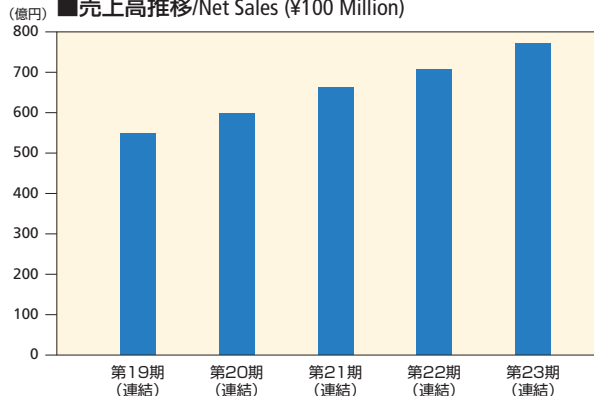
Note: From the center, the concentric rings show the breakdown for the fiscal years ended Mar. 31, 2008, 2009 and 2010, respectively.



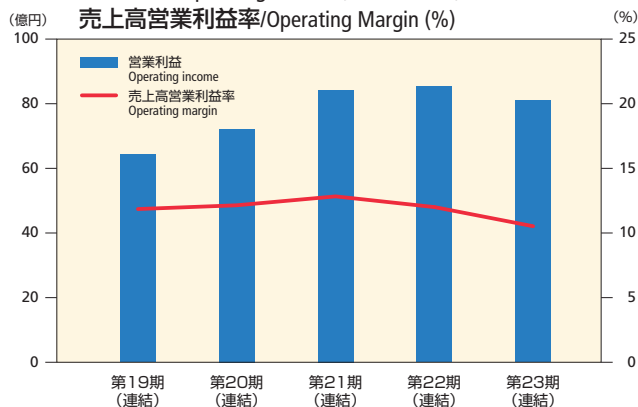
人員推移/Number of Employed Workers



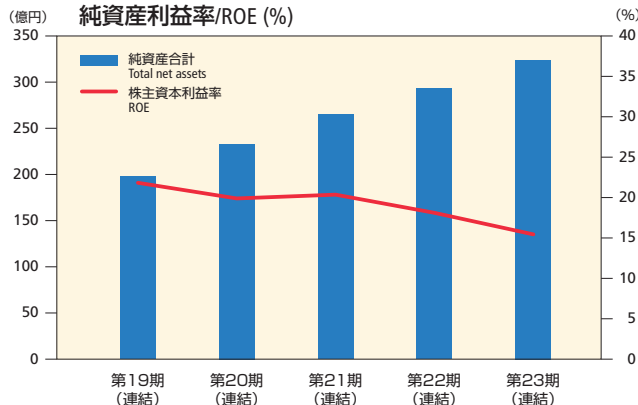
売上高推移/Net Sales (¥100 Million)



営業利益/Operating Income (¥100 Million)



純資産合計/Total Net Assets (¥100 Million)



インターネット・マーケティング分野へ進出

当社グループはコールセンターの受託運営業務をコア事業に位置づけながらも、近年は訪問営業支援サービスを行う株式会社アイヴィジットを設立、さらに平成20年には店頭営業支援事業を行う株式会社エニーの全株式を取得するとともに翌年両社の経営統合を行い、グループ内に非対面である「コールセンター」と「対面」という、それぞれ「人」が窓口機能を務める2つのチャンネルを整えました。

現在、当社グループが提供する「人」が窓口機能を担うサービスは、双方向チャンネルであり、高い実効性が期待できますが、その一方で人が行わざるを得ないサービス故、その経済性には自ずと限界があります。そこで、お客様企業が行うマーケティング活動の実効性を確保しながら、より経済性に優れたサービスを提供していくためには、現在のサービスラインに、インターネット・マーケティング手法を加え、「人」と「インターネット」を組み合わせた新たなマーケティング・モデルを提案する必要があると考え、米国インターネットマーケティングツールを活用したサービスを提供する株式会社ヴィクシアの全株式取得を決定したものです。

当社といたしましては、グループ内でメール・Webマーケティング手法とコールセンター、対面サービスを組み合わせることにより、それぞれ単独の手法では実現しにくかったハイブリッドなマーケティング支援サービスを提供していく方針です。

ベトナム国内向けテレマーケティング市場に参入

当社は、近年成長著しいベトナム社会主義共和国（以下、ベトナム）の首都ハノイにコールセンター事業会社MOCAP Vietnam Joint Stock Company（以下、エム・オー・キャップ・ベトナム）を三井物産株式会社ならびに現地企業と共同で設立し、ベトナム市場向けコールセンター運営業務を平成22年3月より開始しました。エム・オー・キャップ・ベトナムは、ベトナムにおける日系コールセンター受託会社としては初めての進出であり、同社は当社にとって、平成20年にタイ国にて出資したMOCAPに次ぐ2番目の海外コールセンター事業会社です。

ベトナムのコールセンター市場は未だ黎明期にありますが、当社ではわが国自身が過去に欧米諸国が辿った道を踏襲してきたように、今後、同国でも経済の成長ならびに成熟化に伴い、経済の効率化ニーズから、コールセンターが顧客マネジメントの主要な拠点へと成長していくものと考えております。

今後は既に資本を投下したタイ、ベトナム拠点の強化育成を図るとともに、更なる海外拠点拡大に向け、引き続き機会を模索していく方針です。



Entering Internet Marketing Sector

Although the Group views call center outsourcing business as its core business, in recent years it has established two channels that serve as human-oriented frontline communication points: call center (non-face-to-face) and face-to-face services. This expansion was achieved by the establishment of I Visit Corp., which provides support for personal business visits, the acquisition in 2008 of all shares of in-store marketing assistance provider ANY CO., LTD., and the subsequent merger between the two companies in 2009.

The Group's current human-operated frontline communication point service offers great potential as an effective two-way channel for corporate clients and their customers. Because these services require human beings to staff them, however, there are limits to their economic efficiency. In order to offer corporate clients more economically efficient services that will still be highly effective for their marketing activities, the Group considers it essential to provide a new model that combines human and Internet operations by adding Internet marketing methods to its existing business lines. For this reason, the Group has acquired all shares of MITSUI & CO. VIXIA INC., which provides services that make use of U.S. Internet marketing tools.

Moving forward, MOSHI MOSHI HOTLINE intends to provide hybrid market support services that combine the Group's e-mail and Web marketing methods with call center and face-to-face services to achieve results that would be difficult using any single method.

Entering Local Telemarketing Market in Vietnam

In partnership with MITSUI & CO., LTD. and a local company in Vietnam, MOSHI MOSHI HOTLINE has established MOCAP Vietnam Joint Stock Company (MOCAP Vietnam) in the capital city of Hanoi, launching call center operations for the rapidly growing Vietnamese market in March 2010. MOCAP Vietnam is the first Japan-invested call center outsourcing company in Vietnam, and our second overseas call center, following on the heels of MOCAP Limited in Thailand, in which the Company invested in 2008.

Although the Vietnamese call center market is still at the early stage of development, just as Japan once followed in the footsteps of Europe and the United States, the Company believes that as Vietnam's economy grows and matures, the need for economic efficiency will make call centers develop into an importance base for customer management.

Going forward, MOSHI MOSHI HOTLINE will work to strengthen and cultivate its existing investments in Thailand and Vietnam while continuing to seek out new opportunities to further expand its overseas bases.

会話マイニングサービスを開始

当社マーケティングサイエンス研究所では、一般消費者の皆様と電話オペレーターとの間で交わされた会話のすべてを忠実にテキスト化し、「話し言葉」を対象とした分析を行う「会話マイニングサービス」を開始しました。

近年、商品やサービスの飽和状態が慢性化するなか、その商品やサービス自体で他社との明確な違いをアピールすることは容易ではありません。そこで企業はそのお客様からお寄せいただいたご要望やご不満の声をより詳しく分析することによって、改善のヒントを見出し、企業間競争を勝ち抜こうとする動きが強まっており、その活動はVOC(Voice of Customer、顧客の声)分析と呼ばれています。

企業ではこれまでVOC分析を様々な方法で試みてきましたが、顧客の声を分析するといっても大量に入手できるデータといえば、コールセンターで電話オペレーターが顧客対応の後に記録する対応内容の要約（実際に交わされた会話全体の0.5～1%程度）を対象に行うしかありませんでした。しかしながら、会話全体の0.5～1%程度では表面的な理由には辿りつけても、結論に至った経緯などを遡ることができないため、問題点の「本質」に辿り着くことは極めて難しい作業となっていました。もちろん対応記録を詳細にとれば分析の精度も上がりますが、それは即ちコスト増、つまりお客様にご負担いただく料金を引き上げることを意味しますので、記録時間が増えることはビジネスにおいて本末転倒の話といわざるを得ません。

そこで当社の社内機関であるマーケティングサイエンス研究所が開始した「会話マイニングサービス」は、記録をオペレーターに依存することなく、お客様とオペレーターとの録音会話データから統計的に合理性が担保できる数量のデータを抽出し、その会話を忠実に書き起こし、そのデータをテキストマイニング（文章解析）によって分析するというものです。このサービスによって、企業はコストを抑えながら、お客様が表面的ではなく、本当は何が一番関心をもって行動しているのか、受注した会話と受注に至らなかった会話において話題の組合せや順序に差異があるのか否か、などこれまでの記録からは見えにくかった切り口において仮説を導きだすことが可能となるのです。

もしもしホットラインでは、一般消費者の皆様とお客様企業の皆様との双方がともにご満足いただけるマーケティング活動の実現を目指して、今後も新たな提案を行っていく方針です。

Launch of Voice Data Mining Service

Our Marketing Science Institute has launched a “voice data mining” service that accurately converts the entire conversation between an operator and a customer into text and then performs analysis of the “spoken” conversation.

In recent years, there has been a chronic state of saturation of products and services, making it difficult to convince consumers that a certain product or service stands out. To address this problem, companies has started employing VOC (Voice of Customer) analysis, in which they carefully analyze customer requests or complaints about dissatisfaction to elucidate hints about how to improve their offering and win out over competition from other companies.

Companies have tested various ways of conducting VOC analysis. Although “analyzing customer voices” meant that companies had access to a large volume of data, in the past they were only able to analyze the summaries of the conversations recorded by telephone operators after the customer call (approximately 0.5-1% of the full conversations) were analyzed. Although this 0.5-1% level allowed for superficial understanding of the reasons for the customer call, it was not possible to work back through the course of the call to determine how the conclusion was reached, etc, and therefore extremely difficult to establish the true content of the customer interaction in question. Adding details to the call record does of course increase the precision of analysis, but also represents increased cost, meaning that the call center provider would have to increase the fees customers need to bear. For a business, increasing the amount of time spent in keeping records is a backwards approach.

The MOSHI MOSHI HOTLINE Marketing Science Institute has launched the voice data mining service, which does not rely on telephone operator records. Instead, the system extracts data from the recordings of conversations in statistically rational volumes, creates an accurate transcript of the conversation, and then performs text mining in order to analyze the content. The service both allows companies to keep costs down and provides them with new perspectives on their customers, which was impossible using the conventional conversation summaries. For example, it allows companies to determine what customers’ true key concerns are, whether there are differences in conversation structures such as the combination and order of topics by comparing calls that lead to orders with those that do not.

Going forward, we will continue to offer new solutions, with the aim of conducting marketing activities that will provide satisfaction to individual consumers and corporate clients alike.

■ 連結貸借対照表 Consolidated Balance Sheets

(百万円、未満切捨 Millions of yen)

	第22期 As of Mar. 31, 2009	第23期 As of Mar. 31, 2010	増減額 Amount of change
資産の部 / Assets			
I. 流動資産 Current assets	28,117	35,461	+7,343
現金及び預金 Cash	8,408	10,549	+2,140
売掛金 Notes and accounts receivable	8,094	9,335	+1,240
たな卸資産 Inventories	2,042	1,766	△276
繰延税金資産 Deferred tax assets	587	682	+95
短期貸付金 Short-term loans	3,800	—	△3,800
1年内回収予定の長期貸付金 Current portion of long-term loans	4,600	—	△4,600
預け金 Deposits paid	—	12,600	+12,600
その他 Other current assets	599	536	△63
貸倒引当金 Allowance for doubtful accounts	△15	△8	+7
II. 固定資産 Fixed assets	10,274	7,165	△3,108
有形固定資産 Tangible fixed assets	1,350	1,426	+75
無形固定資産 Intangible fixed assets	518	359	△158
投資その他の資産 Investments and other assets	8,405	5,379	△3,026
資産合計 Total assets	38,391	42,626	+4,235
負債の部 / Liabilities			
I. 流動負債 Current liabilities	8,890	10,032	+1,141
II. 固定負債 Long-term liabilities	154	190	+36
負債合計 Total liabilities	9,045	10,223	+1,178
純資産の部 / Shareholders' equity			
I. 株主資本 Owners' equity			
資本金 Common stock	998	998	—
資本剰余金 Capital surplus	1,202	1,202	—
利益剰余金 Retained earnings	27,921	30,913	+2,992
自己株式 Treasury stock	△652	△633	+18
株主資本合計 Total owners' equity	29,470	32,480	+3,010
II. 評価・換算差額等 Valuation			
評価・換算差額等合計 Total valuation and translation adjustments	△123	△77	+46
純資産合計 Total net assets	29,346	32,403	+3,057
負債純資産合計 Total liabilities and net assets	38,391	42,626	+4,235

※スペースの都合上、「たな卸資産」は「仕掛品」と「貯蔵品」の合計額を記載しております。
 ※前連結会計年度まで「短期貸付金」と「1年内回収予定の長期貸付金」に表示しておりました「極度融資契約」を、当連結会計年度にて「極度寄託契約」に変更したことに伴い、当連結会計年度末における寄託残高を「預け金」に表示しております。

■ 連結損益計算書 Consolidated Statements of Income

(百万円、未満切捨 Millions of yen)

	第22期 For the year ended Mar. 31, 2009	第23期 For the year ended Mar. 31, 2010	増減額 Amount of change
売上高 Net sales	70,519	77,101	+6,582
売上原価 Cost of sales	56,741	63,025	+6,283
売上総利益 Gross profit	13,777	14,076	+298
販売費及び一般管理費 Selling, general and administrative expenses	5,266	5,978	+711
営業利益 Operating income	8,510	8,098	△412
営業外収益 Non-operating income	336	267	△68
営業外費用 Non-operating expenses	17	24	+7
経常利益 Ordinary income	8,830	8,340	△489
特別利益 Extraordinary income	32	11	△20
特別損失 Extraordinary losses	163	140	△23
税金等調整前当期純利益 Income before income taxes	8,698	8,212	△486
法人税等 Income taxes	3,617	3,457	△159
当期純利益 Net income	5,081	4,754	△326

■ 連結キャッシュ・フロー計算書 Consolidated Statement of Cash Flows

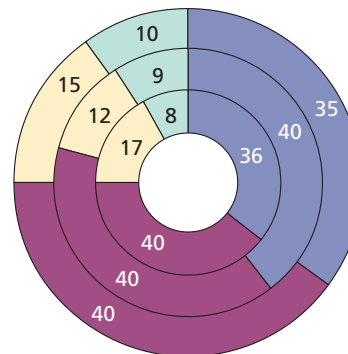
(千円、未満切捨 Thousands of yen)

科目	期別	第23期	
		自平成21年4月1日	至平成22年3月31日
I. 営業活動によるキャッシュ・フロー			
税金等調整前当期純利益		8,212,548	
減価償却費		493,000	
減損損失		25,210	
のれん償却		141,224	
引当金の増減額 (△は減少)		88,976	
受取利息及び受取配当金		△122,517	
支払利息		247	
持分法による投資損益 (△は益)		20,778	
固定資産除却損		53,668	
売上債権の増減額 (△は増加)		△986,961	
たな卸資産の増減額 (△は増加)		276,292	
仕入債務の増減額 (△は減少)		△74,814	
未払金の増加額 (△は減少)		375,952	
その他		163,060	
小計		8,666,666	
利息及び配当金の受取額		121,211	
利息の支払額		△247	
法人税等の支払額		△3,128,316	
営業活動によるキャッシュ・フロー		5,659,314	
II. 投資活動によるキャッシュ・フロー			
有形固定資産の取得による支出		△567,811	
無形固定資産の取得による支出		△28,844	
関係会社株式の取得による支出		△35,762	
敷金及び保証金の差入による支出		△356,901	
敷金及び保証金の回収による収入		303,358	
定期預金の預入による支出		△1,800,000	
定期預金の払戻による収入		700,000	
長期貸付金の回収による収入		8,400,000	
短期貸付金の増減額 (△は増加)		3,800,000	
長期預け金の寄託による支出		△600,000	
預け金の増減額 (△は増加)		△8,200,000	
その他		△86,627	
投資活動によるキャッシュ・フロー		1,527,410	
III. 財務活動によるキャッシュ・フロー			
自己株式の取得による支出		△86	
ストックオプションの権利行使による収入		11,989	
配当金の支払額		△1,756,585	
その他		△1,743	
財務活動によるキャッシュ・フロー		△1,746,425	
IV. 現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)		5,440,299	
V. 現金及び現金同等物の期首残高		7,708,801	
VI. 現金及び現金同等物の期末残高		13,149,101	

■ 株主構成 Shareholder Information

1. 発行可能株式総数	126,576,000株	
2. 発行済み株式の総数	34,751,520株	
3. 株主数	7,075名	
大株主の状況 (Shareholders)	所有株式数 Shares 千株(Thousands)	比率 Percent (%)
1 三井物産株式会社	11,853	34.1%
2 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	3,934	11.3%
3 日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	1,779	5.1%
4 セントラル警備保障株式会社	1,570	4.5%
5 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (住友信託銀行再信託分・セントラル警備保障株式会社 退職給付信託口)	1,526	4.4%
6 GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	1,093	3.1%
7 日本生命保険相互会社	838	2.4%
8 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (中央三井信託銀行退職給付信託口)	723	2.1%
9 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (中央三井アセット信託銀行再信託分・株式会社三井住友銀行退 職給付信託口)	720	2.1%
10 THE CHASE MANHATTAN BANK, N. A. LONDON SECS LENDING OMNIBUS ACCOUNT	616	1.8%

■ 所有者別株式分布状況 Breakdown of Shareholders (%)



※内側より第21期、第22期、第23期
Note: From the center, the concentric rings show the breakdown for the fiscal years ended Mar. 31, 2008, 2009 and 2010, respectively.

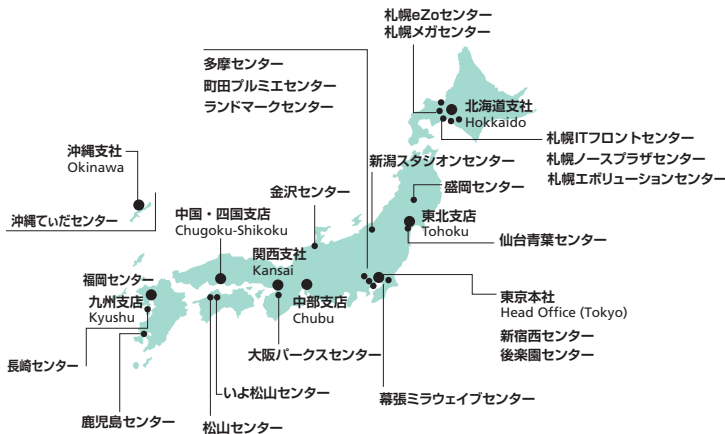
金融機関
Financial Services

その他法人
Other Companies

外国人
Foreigners

個人ほか
Individuals & Others

2010年3月末日現在
As of March 31, 2010



本社および支店
List of Business Bases

東京本社 Head Office (Tokyo)
東京都渋谷区代々木2-6-5 テレコミュニケーションビル
2-6-5, Yoyogi, Shibuya-ku, Tokyo 151-0053
TEL: 03-5351-7200 FAX: 03-5351-3300

北海道支社 Hokkaido Office
北海道札幌市中央区北二条西1-1-7 ORE札幌ビル
1-1-7, Kita-nijou-nishi, Chuo-ku, Sapporo-shi, Hokkaido 060-0002
TEL: 011-210-1000 FAX: 011-210-1003

東北支店 Tohoku Branch
宮城県仙台市青葉区中央2-11-1 オルタス仙台ビル
2-11-1, Chuo, Aoba-ku, Sendai-shi, Miyagi 980-0021
TEL: 022-222-3122 FAX: 022-222-3022

中部支店 Chubu Branch
愛知県名古屋市中区牛島町6-1 名古屋ルーセントタワー
6-1, Ushijima-cho, Nishi-ku, Nagoya-shi, Aichi 451-6007
TEL: 052-527-4700 FAX: 052-581-1700

関西支社 Kansai Office
大阪府大阪市北区梅田2-5-25 ハービスOSAKA オフィスタワー
2-5-25, Umeda, Kita-ku, Osaka-shi, Osaka 530-0001
TEL: 06-6341-2800 FAX: 06-6341-6800

中国・四国支店 Chugoku-shikoku Branch
広島県広島市中区本通7-19 広島ダイヤモンドビル
7-19, Hondoori, Naka-ku, Hiroshima-shi, Hiroshima 730-0035
TEL: 082-542-4100 FAX: 082-542-4101

九州支店 Kyushu Branch
福岡県福岡市中央区天神1-6-8 天神ツインビル
1-6-8, Tenjin, Chuo-ku, Fukuoka-shi, Fukuoka 810-0001
TEL: 092-725-0345 FAX: 092-725-0400

沖縄支社 Okinawa Office
沖縄県那覇市おもろまち1-3-31
那覇新都心メディアビル
1-3-31, Omoromachi, Naha-shi, Okinawa 900-0006
TEL: 098-866-5800 FAX: 098-866-5811

コールセンター
Call Centers

- 札幌メガセンター
- 札幌ITフロントセンター
- 札幌ノースプラザセンター
- 札幌eZoセンター
- 札幌工ボリューションセンター
- 盛岡センター
- 仙台青葉センター
- 幕張ミラウェイブセンター
- 新宿西センター
- 後楽園センター
- 多摩センター
- 町田ブルミエセンター
- ランドマークセンター
- 新潟スタジオセンター
- 金沢センター
- 大阪パークスセンター
- 松山センター
- いよ松山センター
- 福岡センター
- 長崎センター
- 鹿児島センター
- 沖縄ていたセンター

役員構成 Board of Directors and Auditors

代表取締役社長 President	竹野 秀昭 Hideaki Takeno
専務取締役 Senior Executive Managing Director	下村 芳弘 Yoshihiro Shimomura
常務取締役 Executive Managing Director	佐藤 守正 Morimasa Sato
取締役 Director	山田 裕幸 Hiroyuki Yamada
取締役 Director	岩崎 孝久 Takahisa Iwasaki
取締役 Director	岩田 宏幸 Hiroyuki Iwata
取締役 Director	小西 紳一郎 Shinichiro Konishi
常勤監査役 Full-Time Auditor	中谷 光廣 Mitsuhiro Nakatani
監査役 Auditor	山口 晃 Akira Yamaguchi
監査役 Auditor	白川 保友 Yasutomo Shirakawa
監査役 Auditor	佐藤 彰紘 Akihiro Sato

株式のご案内 Notice to Shareholders

事業年度	毎年4月1日～翌年3月31日
定時株主総会	毎年6月中
基準日	定時株主総会 毎年3月31日 期末配当金 毎年3月31日 中間配当金 毎年9月30日 その他必要ある場合は予め公告する一定の日
単元の株式数	50 株
株主名簿管理人	東京都港区芝3丁目33番1号 中央三井信託銀行株式会社
郵便物送付先 (電話照会先)	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 中央三井信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-78-2031 (フリーダイヤル) 取次事務は中央三井信託銀行株式会社の全国各支店ならび に日本証券代行株式会社の本店および全国各地支店で行って おります。
公告方法	電子公告。ただし、事故その他やむを得ない事由によって 電子公告による公告をすることができない場合は、 日本経済新聞に掲載いたします。