

2002

The 15th  
Business Report

第15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.

去る2002年3月1日、皆様のおかげ様をもちまして当社株式は東京証券取引所より晴れて市場第一部銘柄指定を受けることができました。これまで様々なかたちで激励いただいた株主の皆様のご厚情に深く感謝申し上げます。

さて、東証一部上場企業として今後は、コールセンターという主要マーケティングチャンネルを預かるパートナーたるべく、より高いレベルの価値創出能力を持つ企業に進化して参りたいと考えております。既にコールセンターはマーケティング活動になくてはならない機関としての認識が深まりつつありますが、同時にその期待役割も重さを増しつつあります。コールセンターはその企業のお客様と直に接する部門であるだけに、そのサービス品質を高く維持することが最優先課題であることは言うまでもありません。しかし、お客様企業の最終目標は自社の収益を上げることであり、当社としてはその目標に貢献するための更なる能力開発に取り組んでいかなければならないと考えております。

現在その能力開発の一環として取り組んでいるのが、コールセンターにおける“情報価値の最大化”というテーマであります。情報は形式化され、分類され、関連付けられて初めてその価値は最大値に達します。当社ではコールセンターに集積する情報価値を最大化するため、情報を分析に適したかたちで集積する仕組みを構築するサービス、そしてその集積されたデータから価値ある“知識”を発見するためのデータマイニングサービスと一貫したサービス体制を整え、その育成に力を注いでおります。

今後も更なる株主価値向上に向けて尽力して参りますので、株主・投資家の皆様におかれましては何卒、倍旧のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

株式会社もしもしホットライン  
代表取締役社長 高木尚二



On March 1, 2002, our company's common stock received a listing privilege on the First Section of the Tokyo Stock Exchange. This task was accomplished only because of your continuous support in numerous aspects of our operations.

In the years ahead, we must respect our responsibility in the marketing channel by providing call center services. I would like the Company to boost its abilities even further to create value in our business. Even though the call centers have already been recognized as an essential element in the marketing function, the responsibility to meet the upcoming expectations has kept increasing. Since a call center is a part of the company that directly interacts with customers, maintaining a high-quality service obviously has to be our first priority. Simultaneously, since the ultimate goal of our corporate clients is to maximize profit, we believe in working on development of our business strength so that we can help our clients achieve their goals.

Currently, a part of the development activity we are working on is “maximizing value of information” at the call center level. Information can only reach its maximum utilization level when it is structured, classified, and interrelated. To maximize the value of information gathered at each call center, we are developing a system to collect information in a most optimal setting so that analysis and data mining services can discover valuable “knowledge” in the accumulated data. We are focusing on a start-to-finish service system.

We will relentlessly work toward increasing the value of shareholders' equity. On behalf of the entire staff, I would like to ask your continuous support in the years to come.

Sincerely yours,

*Shoji Takagi*, President  
MOSHI MOSHI HOTLINE, INC.

## 第15期における事業成果を 下記の通りご報告致します

**テレマーケティング業務収入は前年比33%増加しました。**  
わが国の経済はようやく下げ止まりの傾向を見せておりますが、当該年度を通じては低迷の状態が続きました。しかし、一方では厳しさを増す競争を勝ち抜くため、新たなビジネスモデルへの転換を試みる企業も引き続き増加しました。市場とのコンタクト・チャネルについては従来の重層的なモデルからスピードやコスト競争力に優れるダイレクト・マーケティングへの転換志向が強まっております。同時に組織の機動力、柔軟性を高めるためのアウトソーシング志向も根強く、当社のテレマーケティング業務収入は31,484百万円（前年比33%増）となりました。

### 金融サービスを核に広がり～インバウンドサービス

主要顧客産業である通信業界向けの安定に加え、近年アプローチを強化してきた保険・証券など金融サービス向け業務は従来の店舗網等に依存したかたちからコールセンターなどを併用したマルチチャネル型へと転換する動きが継続しました。また、急速に一般家庭に普及しているブロードバンド向けや市場との対話を力を入れる製造業向けなどにおいてもコールセンターを開設・拡大する動きが広がっております。その結果、同部門の売上高は18,213百万円（前年比30%増）と引き続き好調を持続しました。

### プロモーションが高水準～アウトバウンドサービス

従来、商品情報の提供等プロモーション活動は営業員の訪問や支店等の窓口で行われることが一般的でした。しかしながら、既に海外では対面方式と並んで通信メディアを活用したプロモーションも一般化しており、わが国においても変化への胎動が感じられます。当期は特に前年に続いて電話会社選択制度の変更に伴う特需的要因も加わったことから、同部門の売上高は6,604百万円（前年比31%増）と一段の拡大をみせました。

### 金融サービス向けが増加～テレマーケティング関連サービス

同部門は主にコールセンターに付随する事務処理サービスから構成されております。従来の通信業界向けに加えて、インバウンドサービスで拡大顕著な金融サービス向けにおいても事務処理業務等のバックオフィス需要やコールセンター向け人材派遣需要の拡大が見られ、顧客業種が広がりを見せました。その結果、同部門の売上高は6,667百万円（前年比41%増）と大幅に拡大しました。

## It is my privilege to report on the Company's performance during its 15th business year.

### Telemarketing Business Revenue Jumps 33% from the Previous Year

We have been suffering with a slow economy throughout the year, but our economy finally started showing signs of recovery. To survive in the competitive market, more companies are attempting to renew their business models. There has been a shift from the conventional multi-layered contact method model to a direct marketing model that is superior in speed and cost-competitiveness. At the same time, there has been a strong movement toward outsourcing to add quickness and flexibility to an organization. As a result, our telemarketing business revenue increased 33% compared with the previous year, to ¥31,484 million.

### Inbound Services: Expanded with Financial Services as a Trigger

In addition to the stability of our main client industry, telecommunications, we have sustained our growth through our recent approach in strengthening the financial services operation (insurance and securities). This particular industry has been shifting its marketing strategy from conventional office branches to a multi-channel type structure in conjunction with call centers. Furthermore, there are active movements in setting up or expanding call centers with (1) broadband, which is recently increasing in popularity and (2) the manufacturing industry, which is trying to be closer to the market. As a result, we maintained our strong growth, and revenue from this operation increased 30%, to ¥18,213 million.

### Outbound Services: A Higher Level of Promotion

Traditionally, it was very common for promotions (i.e., providing product information) to be offered through salespersons visiting homes or at the counters of local branches. In other countries, it is very common for promotions to be offered utilizing media in addition to the face-to-face method. In our country, this method is slowly becoming accepted. Continuing from last year, due to the additional special demand element resulting from changes in the selection system of the telephone companies, we sustained our high level of growth, and revenue rose 31% from the previous year, to ¥6,604 million.

### Telemarketing-Related Services: Growth in Financial Services

This sector is mainly comprised of administrative control services with the call centers. Expansion in demand for back-office support and human resource placements for the call centers occurred in both the traditional telecommunications industry and the financial services sector. As a result, revenue increased 41% compared with the previous year, to ¥6,667 million.



### 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

インバウンド、アウトバウンドはコールセンターのフロントライン(お客様と実際にお話する業務)ですが、こちらはその後方で事務処理などを行う業務が中心となっております。そのほか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、人材派遣業務などのサービスを提供しております。

### Inbound Services

We operate customer service centers and other call centers that have been set up by client companies at their request. Specifically, inbound services are those that respond precisely to a wide range of telephone and e-mail inquiries and complaints from typical 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

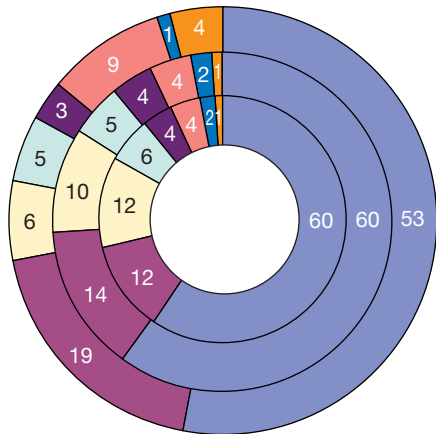
Outbound services involve introduction of new services and other promotional activities targeted at typical consumers via telephone and e-mail by leveraging the customer data owned by the client companies, as well as the data collected at the call centers.

### Telemarketing-Related Services

Although inbound and outbound services are call centers' front line (as front-office businesses involving actual interaction with customers), telemarketing-related services focus on back-office activities including administrative operations. We also provide training, data mining and other consulting services as part of peripheral business lines for call centers, as well as temporary help services.



顧客業種別の状況 / Clients' Classification by Industry (%)



内側より00/3, 01/3, 02/3

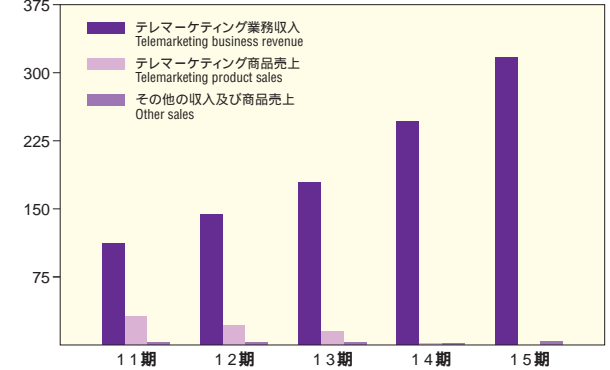
Note: From the center, the three concentric rings show the breakdown for the fiscal years ended Mar. 2000, 2001 and 2002, respectively.



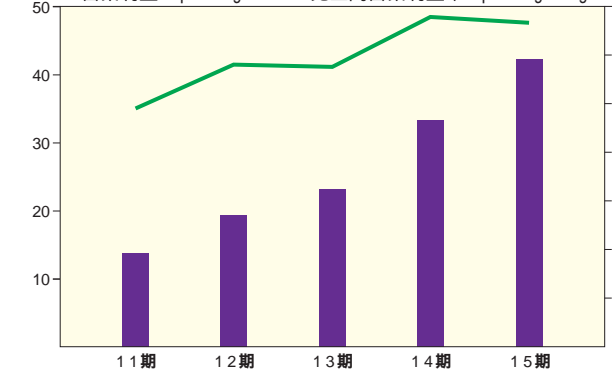
人員推移 / Number of Employed Workers

	2001年3月末	2002年3月末	増減数/Change
	As of Mar. 2001	As of Mar. 2002	
正社員 Regular employees	433	500	+67
契約社員 Contract employees	1,069	1,165	+96
マーケッター TSR & CSR	8,433	8,376	-57
合計 Total	9,935	10,041	+106

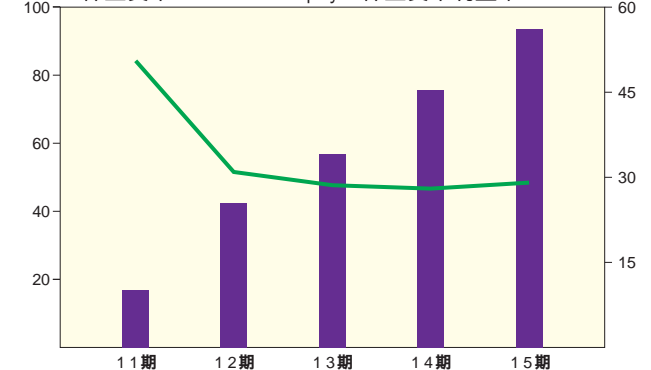
部門別売上高推移/Net Sales Breakdown



営業利益/Operating Income 売上高営業利益率/Operating Margin (%)



株主資本/Shareholders' Equity 株主資本利益率/ROE (%)



### 東証一部へ指定替え

2002年3月1日、晴れて東証二部から東証一部へ指定替えとなりました。これまでご支援いただきました株主の皆様へ心より感謝申し上げます。今後も更なる株主価値向上に向け、お客様企業に支持される企業創りに努めて参りますので、今後とも倍旧のご指導、ご鞭撻をお願いいたします。



市場第一部指定替え通知書の授与式で東京証券取引所の土田社長(右)と  
With President Tsuchida (right) of the Tokyo Stock Exchange at the listing transfer grant ceremony

### eラーニングシステムが稼働

IT技術を活用して更なる生産性の向上を図るため、eラーニング(通信ネットワークを活用した教育研修手法)システムを構築・稼働させました。従来はトレーナーが遠隔地コールセンターへ出張し、教育研修を行っていましたが、このシステムが稼働したことにより、遠隔地における教育研修の迅速化、効率化へ向け大きく前進しました。今後主要拠点へ随時導入してゆく計画です。

### テキストマイニングをスタート

当社社内機関であるマーケティングサイエンス研究所においてテキストマイニングサービスを開始しました。従来行ってきたデータマイニングサービスが数値情報をもとにした分析であったのに対し、テキストマイニングは電子メールやホームページを通じて消費者から送られてくる大量の文章情報から製品やサービス開発に貢献するヒントの発掘をサポートするサービスです。

(“Key Word”を参照ください)

### Transfer to the First Section of Tokyo Stock Exchange

As of March 1, 2002, our listing has transferred from the Second Section to the First Section of the Tokyo Stock Exchange. We would like to thank all of our shareholders for your continuous support. We will continue to work toward creating an enterprise that is supported by all of our corporate clients and keeps increasing the value of the shareholders' equity. I would like to ask for your unprecedented support and guidance for years to come.

### Beginning an e-Learning System

To obtain higher productivity in incorporating IT, we installed and began operating an e-learning system (an educational method which utilizes the communication network). Traditionally, instructors physically went to each call center and performed training, but with implementation of this system, we have made huge progress in swiftness and efficiency of training for the distant locations. We have a plan to introduce this system at other major locations of our operation.



eラーニングシステム  
e-learning system

### Starting Text Mining

We have started the text mining service at our Marketing Science Institute. In contrast with conventional data mining service which provides analysis based on numerical data, text mining is a service which helps discover insights for new products/services from a large quantity of text information sent by the consumers through e-mail and websites (please refer to the Key Word section).



## テキストマイニング

テキストマイニングとは問合せや苦情、要望などテキスト（自然文）で記述された「顧客の生の声」を様々な角度から分析するもので、データマイニングのテキスト版と位置付けられる分析手法です。従来は単純な文書検索でしたが、最近では「顧客の生の声」の内容の傾向や相関関係などを分析することで製品・サービスの開発や営業戦略立案に役立つ情報の取得を目指す技術に進化しています。

近年、既にコールセンターは電話だけではなくWEBサイト（ホームページ）やEメールを通じた問合せ等にも対応するマルチチャネル型センターが増加、企業はテキスト情報を取得する機会が増加しています。定量データの場合は販売実績など既存データを元に「このような人はこのようなものを買うのではないか？」というような仮説構築に威力を発揮しますが、問題なのは“実績の分析”という域を出ることが難しい点です。つまり自社が売っていないものの売れる可能性というのは定量データではわからないのです。そこで数値と顧客の声を合わせることによって、新たな可能性をより具体的なイメージで捉えることが可能となるのです。

しかしテキストマイニングは専用のソフトウェアを購入すればよい結果が出るというものではありません。成功の鍵を握るのは第一にテキストマイニングに適したデータベースを構築することです。内容の乏しいデータなどはフィルターにかけて削除しなければなりませんし、コールセンターにおいても効率よく適切なかたちで顧客の声をデータベース化するための手順などに工夫を凝らさなければならぬでしょう。第二に顧客の声は日々変化していくため、日常的に新しい仮説を求めてテキストマイニングの手法に修正を加えていく必要があるのです。最新技術であるテキストマイニングを成功させるためには、意外にもこのような地味な作業が極めて重要な位置を占めているのです。

もしもしホットラインのマーケティングサイエンス研究所では2002年4月より、テキストマイニングを成功に導くデータベース構築および仮説修正を行うサービスを本格的に開始しました。変化の激しい時代において、過去の経験や勘への依存は企業にとっての足かせになりかねません。その意味でテキストマイニングは企業が生き残るための有効な意思創出手法といえましょう。

## Text Mining

Text mining is the text version of a data mining system. It takes the “voice of customers” (questions, requests and complaints) presented in a text format and analyzes this information from many different angles. Traditionally, only word searches were performed, but now we are analyzing the trends and correlations of the “customer’s real voice.” This system is the next generation of technology used to acquire useful information in developing new products/services and business strategies.

The call center is now a multi-channel operation that is not only limited to telephones, but is also responding to websites and e-mail. So companies are naturally receiving more text-type information. The quantitative data enable us to construct a hypothesis as to whether an individual may purchase a good or service based on existing data, such as sales performance. On the other hand, it is difficult to go beyond the analysis of this performance. In other words, with this data, we would not know the possibility of selling to customers the goods/services that they did not buy. Therefore, by combining quantitative data and analysis of the voice of customers, it is possible for us to create a more realistic image of the customers' behavior.

However, in text mining, good results cannot be achieved only through the purchasing of the specialized software. The key to success is, first of all, to build a database that is most suitable for text mining. Data with very poor content must be filtered and discarded. At the call centers, we must figure out the way to efficiently convert the voice of customers into the database. Second, because the voice of customers is constantly changing, it is necessary to add modification features to the method for the new hypothesis. In state-of-the-art text mining technology, it is essential to perform these types of steps even though they seem very cumbersome.

The Marketing Science Institute at MOSHI MOSHI HOTLINE began services to perform database construction and hypothesis modification, which holds the key to text mining success. In this rapidly changing economy, relying solely on past experience and intuition may stifle a company's growth. Hence, text mining is an appropriate decision-making tool for a company to survive in this economy.

## 貸借対照表 Balance Sheets

(百万円、未満切捨 Millions of yen)

	第15期 As of Mar. 2002	第14期 As of Mar. 2001	増減額 Amount of change
<b>資産の部 / Assets</b>			
<b>I. 流動資産 Current assets</b>	10,571	9,335	+1,236
現金及び預金 Cash	5,627	4,713	+914
売掛金 Accounts receivable	3,819	2,541	+1,278
その他 Other current assets	1,125	2,081	956
<b>II. 固定資産 Fixed assets</b>	3,529	2,989	+540
有形固定資産 Tangible fixed assets	1,269	1,116	+153
無形固定資産 Intangible fixed assets	249	211	+38
投資その他資産 Investments and other assets	2,009	1,661	+348
資産合計 Total assets	14,100	12,324	+1,776
<b>負債の部 / Liabilities</b>			
<b>I. 流動負債 Current liabilities</b>	4,536	4,682	146
<b>II. 固定負債 Long-term liabilities</b>	137	155	18
負債合計 Total liabilities	4,673	4,837	164
<b>資本の部 / Shareholders' equity</b>			
<b>I. 資本金 Common stock</b>	998	998	0
<b>II. 資本準備金 Additional paid-in capital</b>	1,202	1,202	0
<b>III. 利益準備金 Legal reserve</b>	127	96	31
<b>IV. その他剰余金 Retained earnings</b>	7,092	5,190	+1,902
資本合計 Total shareholders' equity	9,426	7,487	+1,939
資本・負債合計 Total liabilities and shareholders' equity	14,100	12,324	+1,776

## 損益計算書 Statements of Income

(百万円、未満切捨 Millions of yen)

	第15期 For the year ended Mar. 2002	第14期 For the year ended Mar. 2001	増減率(%) Percentage change
<b>売上高 Net sales</b>	31,967	24,304	+31.5
テレマーケティング業務収入 Telemarketing business revenue	31,484	23,677	+33.0
テレマーケティング商品売上 Telemarketing product sales	—	335	□
その他の収入及び商品売上 Other sales	482	290	+66.2
<b>売上原価 Cost of sales</b>	24,457	18,342	+33.3
<b>売上総利益 Gross profit</b>	7,510	5,961	+26.0
<b>販売費及び一般管理費 SG&amp;A expenses</b>	3,291	2,674	+23.1
<b>営業利益 Operating income</b>	4,218	3,287	+28.3
<b>営業外収益 Non-operating income</b>	36	15	+140.0
<b>営業外費用 Non-operating expenses</b>	—	—	—
<b>経常利益 Ordinary income</b>	4,253	3,302	+28.8
<b>特別利益 Extraordinary income</b>	—	11	—
<b>特別損失 Extraordinary losses</b>	63	60	+5.0
<b>税引前当期純利益 Income before income taxes</b>	4,190	3,253	+28.8
<b>法人税、住民税及び事業税 Corporation, inhabitants and enterprise taxes</b>	1,776	1,557	+14.1
<b>法人税等調整額 Corporation tax adjustment</b>	28	161	—
<b>当期純利益 Net income</b>	2,385	1,857	+28.4



## キャッシュ・フロー計算書 Statements of Cash Flows (千円、未満切捨 Thousands of yen)

科目	期別	第15期	
		自 平成13年4月 1日 至 平成14年3月31日	
I. 営業活動によるキャッシュ・フロー			
1. 税引前当期純利益		4,190,035	
2. 減価償却費		340,857	
3. 退職給付引当金の減少額		16,646	
4. 役員退職慰労引当金の減少額		1,059	
5. 賞与引当金の減少額		64,000	
6. 貸倒引当金の増加額		3,096	
7. 受取利息及び受取配当金		1,845	
8. 支払利息		146	
9. 投資有価証券評価損		1,504	
10. 電話加入権評価損		31,503	
11. 有形固定資産除却損		15,698	
12. 売上債権の増加額		1,268,895	
13. 棚卸資産の減少額		490,761	
14. 仕入債務の減少額		192,732	
15. 未払金の増加額		71,360	
16. 未払消費税等の増加額		22,414	
17. その他流動資産増加額		58,908	
18. その他流動負債増加額		72,845	
19. 役員賞与の支払額		18,500	
20. 利息及び配当金の受取額		1,808	
21. 利息の支払額		146	
22. 法人税等の支払額		1,829,876	
営業活動によるキャッシュ・フローの合計		1,789,420	
II. 投資活動によるキャッシュ・フロー			
1. 有形固定資産の取得による支出		443,319	
2. 無形固定資産の取得による支出		139,447	
3. 関係会社株式取得による支出		109,284	
4. 敷金及び保証金の増加額		221,847	
5. 貸付金減少額		8,247	
6. その他の支出の増加額		36,403	
投資活動によるキャッシュ・フローの合計		942,054	
III. 財務活動によるキャッシュ・フロー			
1. 配当金の支払額		433,395	
2. 自己株式の取得による支出		1,477	
財務活動によるキャッシュ・フローの合計		434,872	
IV. 現金及び現金同等物の増加額		412,493	
V. 現金及び現金同等物期首残高		5,215,385	
VI. 現金及び現金同等物期末残高		5,627,878	

## 利益処分計算書 Appropriation of Profit (千円、未満切捨 Thousands of yen)

科目 Item	金額 Amount	
I. 当期末処分利益 Undivided profit		2,563,712
II. 利益処分額 Amount of net profit appropriated		
1. 利益準備金 Earned surplus reserve	—	
2. 配当金 Cash dividends	202,712	
3. 役員賞与 Officers' bonuses	25,000	
( 取締役賞与金 ) (Directors' bonuses)	(23,650)	
( 監査役賞与金 ) (Auditors' bonuses)	(1,350)	
4. 任意積立金 Voluntary reserve		
固定資産圧縮積立金 Reduction in fixed assets reserve	13,620	
別途積立金 Contingency reserve	1,950,000	2,191,332
III. 次期繰越利益 Earned surplus carried forward to next term		372,380

## 株主構成 Shareholder Information

1. 会社が発行する株式の総数.....	21,096,000株
2. 発行済株式の総数.....	5,791,920株
3. 株主数 .....	3,205名
4. 大株主	

大株主の状況 (Shareholders)	所有株式数 Shares 千株 (Thousands)	持株比率 Percent (%)
1 包括信託受託者中央三井信託銀行株式会社 (三井物産口) Framework trustees of a pension fund/ The Chuo Mitsui Trust & Banking Co., Ltd. (Mitsui & Co., Ltd.)	1,975	34.10
2 セントラル警備保障株式会社 Central Security Patrol Co., Ltd.	261	4.52
3 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (セントラル警備保障退職給付信託口) Japan Trustee Services Bank, Ltd. (Central Security Patrol Co., Ltd. Pension Fund Trustee)	254	4.39
4 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口) Japan Trustee Services Bank, Ltd. (Trustee)	185	3.21
5 包括信託受託者三井アセット信託銀行株式会社(中央三井信託銀行口) Mitsui Asset Trust and Banking Company, Limited (The Chuo Mitsui Trust & Banking Co., Ltd.)	150	2.60
6 日本生命保険相互会社 Nippon Life Insurance Co.	150	2.59
7 三菱信託銀行株式会社 (信託口) THE MITSUBISHI TRUST AND BANKING CORPORATION (Trustee)	129	2.23
8 包括信託受託者三井アセット信託銀行株式会社(三井住友銀行口) Framework trustees of a pension fund/ Mitsui Asset Trust and Banking Company, Limited (Sumitomo Mitsui Banking Corp.)	120	2.07
9 三井生命保険相互会社 Mitsui Mutual Life Insurance Co.	120	2.07
10 ザ チェース マンハッタン バンク エヌ エイ ロンドン The Chase Manhattan Bank N.A. London	94	1.64

発信センター  
For Outbound

2002年3月末日現在  
As of March 31, 2002

所沢センター  
Tokorozawa Center  
国分寺センター  
Kokubunji Center  
多摩センター  
Tama Center  
町田ブルミエセンター  
Machida Premier Center

札幌メガセンター  
Sapporo Mega Center

札幌支店  
Sapporo

●インバウンド  
For Inbound  
○アウトバウンド  
For Outbound

仙台支店  
Sendai

東京本社  
Tokyo Call Center (Shinjuku)

新宿西センター  
Shinjuku West Center (Shinjuku)

後楽園センター  
Korakuen Center

広島支店  
Hiroshima

大阪支店  
Osaka

福岡支店  
Fukuoka

名古屋支店  
Nagoya

みなとみらい支店  
Minatomirai

本社および支店

Head Office & Branches

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

札幌支店 Sapporo Branch  
北海道札幌市中央区大通西7-2-13 小学館ビル  
7-2-13, Odori-nishi, Chuo-ku, Sapporo-shi, Hokkaido 060-0042  
TEL: 011-210-1000 FAX: 011-218-2200

仙台支店 Sendai 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

みなとみらい支店 Minatomirai Branch  
神奈川県横浜市西区みなとみらい2-2-1  
横浜ランドマークタワー  
2-2-1, Minatomirai, Nishi-ku, Yokohama-shi, Kanagawa 220-8140  
TEL: 045-226-2500 FAX: 045-226-2501

名古屋支店 Nagoya Branch  
愛知県名古屋市中区栄3-7-9 新鏡栄ビル  
3-7-9, Sakae, Naka-ku, Nagoya-shi, Aichi 460-0008  
TEL: 052-265-3600 FAX: 052-265-3636

大阪支店 Osaka Branch  
大阪府大阪市西区江戸堀1-9-6  
肥後橋ユニオンビル  
1-9-6, Edobori, Nishi-ku, Osaka-shi, Osaka 550-0002  
TEL: 06-6444-0555 FAX: 06-6444-1444

広島支店 Hiroshima Branch  
広島県広島市中区中町7-2-3  
住友生命広島平和大通り第2ビル  
7-2-3, Nakamachi, Naka-ku, Hiroshima-shi, Hiroshima 730-0037  
TEL: 082-542-4100 FAX: 082-542-4101

福岡支店 Fukuoka Branch  
福岡県福岡市中央区長浜1-3-4 長浜綾杉ビル  
1-3-4, Nagahama, Chuo-ku, Fukuoka-shi, Fukuoka 810-0072  
TEL: 092-725-0345 FAX: 092-725-0400

インバウンドおよびアウトバウンドセンター  
Inbound & Outbound Center

札幌メガセンター Sapporo Mega Center  
北海道札幌市中央区北2条西1-1 マルイトビル  
1-1, Kita-Nijo Nishi, Chuo-ku, Sapporo-shi, Hokkaido 160-0023

新宿西センター Shinjuku West Center  
東京都新宿区西新宿7-21-3 西新宿大京ビル  
7-21-3, Nishi-shinjuku, Shinjuku-ku, Tokyo 160-0023

後楽園センター Korakuen Center  
東京都文京区小石川2-22-2 和順ビル  
2-22-2, Koishikawa, Bunkyo-ku, Tokyo 112-0002

所沢センター Tokorozawa Center  
埼玉県所沢市久米551-3 東亜東口ビル  
551-3, Kume, Tokorozawa-shi, Saitama 359-1131

国分寺センター Kokubunji Center  
東京都国分寺市本町2-12-2 三井生命国分寺ビル  
2-12-2, Hon-cho, Kokubunji-shi, Tokyo 185-0012

多摩センター Tama Center  
東京都多摩市落合1-15-2  
カテナ多摩センタービル  
1-15-2, Ochiai, Tama-shi, Tokyo 206-0033

町田ブルミエセンター  
Machida Premier Center  
東京都町田市南成瀬1-2-2 MSセンタービル  
1-2-2, Minaminaruse, Machida-shi, Tokyo 194-0045

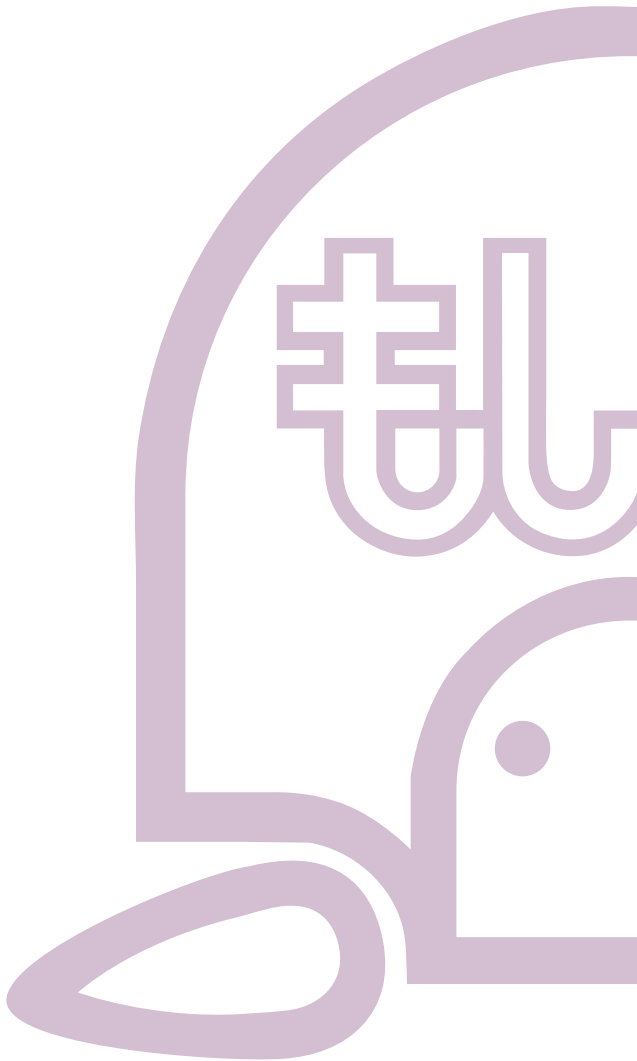
役員構成と監査役 Board of Directors and Auditors

代表取締役社長 President	高木 尚二 Shoji Takagi
常務取締役 Managing Director	下村 芳弘 Yoshihiro Shimomura
常務取締役 Managing Director	松本 興一 Koichi Matsumoto
取締役 Director	佐藤 守正 Morimasa Sato
取締役 Director	藤田 ひろみ Hiromi Fujita
取締役 Director	東 光則 Mitsunori Higashi
取締役 Director	山田 裕幸 Hiroyuki Yamada
取締役 Director	松山 良一 Ryoichi Matsuyama

常勤監査役 Full-time Auditor	設楽 和男 Kazuo Shidara
監査役 Auditor	出佐 正孝 Masataka Izusa
監査役 Auditor	松本 和之 Kazuyuki Matsumoto
監査役 Auditor	山口 晃 Akira Yamaguchi

株式会社のご案内 Notice to Shareholders

決算期日	毎年3月31日
定時株主総会	毎年6月中
基準日	毎年3月31日
1単元の株式数	50株
名義書換代理人	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
同事務取扱所	東京都杉並区泉2丁目8番4号 〒168-0063 中央三井信託銀行株式会社 証券代行部 電話 03-3323-7111 (代表)
同取次所	中央三井信託銀行株式会社 全国各支店 日本証券代行株式会社 本店及び全国各支店
公告掲載新聞	日本経済新聞
貸借対照表及び損益計算書掲載のホームページアドレス	http://www.moshimoshi.co.jp/ir/koukoku.htm



株式会社 **モシモシ** 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>

業務推進室

Corporate  
Administrative Dept.

[info@moshimoshi.co.jp](mailto:info@moshimoshi.co.jp)