

2001

Interim
Business Report

上半期
第15期

モシモシ

Marketing & Science

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.

ir@moshimoshi.co.jp

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

第15期上期における事業成果を 下記の通りご報告致します。

当社売上高は前年同期比46%増加しました。

わが国の経済環境は予断を許さない状況が続いていますが、かたや当社業績の推進力であります企業におけるマーケティング手法変革意欲は依然強い基調が継続しております。企業はより高い競争力を実現するため、対面・自社資産活用からITインフラを基盤としたコミュニケーション手法、そしてアウトソーシング活用へのビジネスモデル転換の手を緩める気配は見られません。このため、当社の売上高は引き続き順調な拡大を見せ、16,049百万円(前年同期比46%増)となりました。



代表取締役社長 高木尚二
President Shoji Takagi

通信・金融向けサービスが牽引—インバウンドサービス

当社の主な顧客業界である通信事業者向けサービスにおいては、従来の固定線および移動体通信向けに加え、ブロードバンドなど新しい技術を利用した通信サービスの開始に伴い、新たなコンタクトセンター需要が立ち上がりを見せております。一方、近年当社が注力してきた金融業界向けサービスにおいても効率的組織の再構築を目指す企業からの需要拡大が続き、同部門の売上高は9,289百万円(前年同期比51%増)と好調を維持しました。

マーケティング・プロモーション需要が活発—アウトバウンド

近年、企業のマーケティング・プロモーション活動に関わるアウトバウンドサービスは従来の従量課金型から成果報酬型へとシフトするとともに、その需要は盛り上がりを見せております。その動きを受けて当社発信設備の稼働率も高水準を保ちました。一方、今夏行われた参議院選挙に伴う世論調査サービスもお客様企業の信頼を得て、規模は小さいながらも同選挙としては過去最高を更新するなど全体として好調を維持しました。その結果、同部門の売上高は3,205百万円(前年同期比61%増)と好調を維持しました。

通信向け主体に拡大—テレマーケティング関連サービス

コンタクトセンターの事務処理サービスや人材派遣サービスが大半をしめています。同サービスでは主に通信事業者の新規加入者の増勢が続いたことで事務処理量が拡大。また主にインバウンドサービスで急速な立ち上がりを見せた金融業界向けサービスですが、同業界向けの人材派遣サービスも好調に推移。その結果、同部門の売上高は、3,452百万円(前年同期比51%増)と拡大しました。

It is our privilege to report on the Company's performance during the interim term of its 15th business year.

Net Sales Rise 46% Year on Year

During the six months ended September 30, 2001, Japan's economic environment continued to suffer from a range of problems, which prompted us to remain on continual alert. However, corporations' willingness to boost their marketing techniques, which has driven our business performance thus far, remains quite strong. Companies show no sign of losing enthusiasm to convert face-to-face marketing techniques and conventional corporate resource utilization into new business models—such as communications techniques based on information technology (IT) infrastructure and utilization of outsourcing—to improve their competitiveness. Supported by these corporate initiatives, our net sales posted steady growth, rising 46% year on year, to ¥16,049 million.

Inbound Services: Services for Communications Led the Way

Service solutions delivered to communications businesses—our major customer base—are not limited to conventional offerings for stationary phone services and wireless communications businesses. As a result of the increasing number of broadband-based services launched by communication firms, the need to set up new contact centers is on the rise. Meanwhile, our services geared to the financial sector, on which we have focused significant effort in recent years, remained quite healthy. Due to the continuous growth of demand, particularly from financial corporations in need of corporate restructuring and streamlining to achieve organizational efficiency, the Inbound Services segment posted net sales of ¥9,289 million, an increase of 51% year on year.

Outbound Services: Strong Demand for Marketing Promotion

In recent years, outbound services, which deal with activities concerning marketing promotion, have shifted from the conventional usage-based charging system into performance-based compensation while the need for such services is expanding. Backed by increasing demand, our communications facilities enjoyed high rates of capacity utilization. In addition, Japan's Upper House election, in the summer of 2001, gave us an opportunity to provide a public opinion poll service. Trusted by many corporate clients, the poll service posted the highest sales ever recorded for a political election, albeit it was rather limited in scale. As a result, the Outbound Service segment performed very strongly overall, with net sales surging 61% year on year, to ¥3,205 million.

Telemarketing-Related Services: Expansion Driven by Services for Communications Sector

This segment derives its income primarily from administrative operations at contact centers and temporary help services. During the term under review, the volume of administrative operations we processed grew in line with the expansion of our customer base, especially new subscribers in the communications sector. Temporary help services geared to financial businesses, which drove the sharp growth of our Inbound Services, were also well received throughout the period. As a result, this segment's net sales rose 51% year on year, to ¥3,452 million.

新たな変化の捕捉に全力

当社の業績は循環的な景気動向よりも、規制緩和を初めとした様々な社会的“変化”の動向に大きな影響を受けます。例えば近年官民ともに急速に変わり行く経済環境への早期適応を目指し、様々な規制緩和、制度改革、そしてビジネスモデル転換に取り組んでおりますが、これまでその動きが当社の業績を押し上げてきたといっても過言ではありません。

現在当社の周りで推進されている様々な“変化”の目指すところは“競争力の回復”であり、その実現のためには世界的に通用する水準に自らの経営効率を高めることが欠かせません。その意味で有効とみられるアウトソーシング、ITインフラを基盤とした窓口機能の活用という手法はまさに当社の提供するサービスそのものであり、当社の社会的責務は日増しに高まっていると考えております。

今後を展望しても各方面で起こっている“変化”は、依然その歩みを止める様子は見られません。情報通信分野においては未だブロードバンド時代へ向けて更に大きな変化の途上にあります。また少子高齢化社会を迎えて対策が急がれる年金制度改革の一環としては日本版401k(確定拠出型年金)が2001年10月からスタート、そして産業基盤として聖域視されていたエネルギー産業への市場原理導入、そして日本の未来をかけて小泉政権が挑む“官”の組織・制度改革など当社のビジネス機会は一段と広がりを見せております。

このような状況下で当社がなすべきことは、その“変化”の兆しをいち早く捉え、当社の機能を提供することによって、世の中にとって望ましい“変化”を後押ししていくこと、そして当社機能のパフォーマンスを更に高めるよう品質、スピード、付加価値という観点から自らのサービスに磨きをかけていくことであると考えております。もしもしホットラインは“変化”の一翼を担うものとして一般消費者の皆様、そしてお客様企業から更なる信頼を獲得すべく尽力していく方針です。

代表取締役社長
高木 尚二



Working All-Out to Spot New Trends

We expect our business to be affected more deeply by social changes such as deregulation than by cyclical trends in the economy. For instance, deregulation, system reforms and adaptations of new business models, which have been implemented by both the private and public sectors in response to recent changes in the economic environment, have provided us with a spectrum of business opportunities for growth up to now.

Most of the changes taking place around us are aimed at the recovery of competitiveness, and to this end, operational efficiency must be improved on an individual corporate basis to match globally accepted levels at a minimum. Solutions to support such corporate initiatives—such as outsourcing techniques and call-center functions based on IT infrastructure—are exactly what we offer to our clients. In this sense, we believe we are expanding our responsibility to society by delivering such crucial services.

Looking ahead, we do not expect the “changes” currently taking place throughout society to come to a halt. In the field of information and communications, a number of significant changes are still taking place ahead of the arrival of the broadband era. In the sphere of reforms affecting the public pension system, a Japanese version of U.S.-style 401(k) pension plans (defined contributory pension plans) was launched in October 2001 to help counter the burden stemming from the falling birthrate and rapidly aging population. Even the energy sector, which until recently was thoroughly insulated from competition because of its importance to the nation’s industrial base, now finds itself exposed to the market mechanism. Meanwhile, the administration of Prime Minister Koizumi is pushing forward with his structural and organizational reforms on the public front, arguing that Japan’s future is at stake. All these factors suggest that an even greater number of business opportunities lie before us.

In this environment, we believe it is essential to spot the earliest signs of change, and to support and direct those changes that are socially desirable by tapping our capabilities to the fullest possible extent. Efforts must be made to enhance our services in terms of quality, speed and added value, to boost our functional performance to an even higher level. As a company willing to play an active role in promoting change, MOSHI MOSHI HOTLINE is committed to its individual customers and corporate clients, from whom we strive continually to gain greater trust.

1. SR.Teleperformance社と戦略的業務提携

2001年7月、当社は欧州を中心に世界主要30カ国で145ヶ所以上のコールセンターを運営するSR.Teleperformance社(以下SRT社)と戦略的業務提携に合意し、SRT社の日本法人の全株式を当社が取得致しました。この提携により両社は世界的なサービス提供、スタッフの研修、最新技術の研究、相互の顧客紹介等を行う予定です。なお引き継いだ日本法人は名称を「株式会社プライムコミュニケーションシステムズ」(略称「プリコス」)として再スタート致します。



プライムコミュニケーションシステムズ(略称「プリコス」)の
コンタクトセンター風景
A contact center operated by Prime Communications Systems (PRICOS)

2. ジョブポケットを開設

数年来の当社業務の拡大とスピード経済の浸透に伴い、マーケットの採用にもその“質”に加えて“量”と“スピード”に対する要求もまた高まっております。当社では今春よりインターネットを使った採用専用サイトの開設、育児から手が離れていない女性にも配慮した託児所付センターの開設等様々な施策を試験導入して参りました。そして7月には採用室を外から入りやすい本社1階に移し、採用センター「ジョブポケット」としてオープン、優秀な人材の獲得に向け邁進しています。

3. 世論調査室、システム開発室を新設

当社の市場調査活動に伴う実行スキルは各方面で評価が高まっております。そこで今後、同サービスを収益の柱に育成すべく、2001年10月、統計の専門家からなる「世論調査室」を新設いたしました。また、同時にお客様企業からのシステム開発ニーズも日増しに高まりを見せていることから、その開発力の向上を目指し、システム開発室も新設しております。

1. Strategic Business Partnership with SR.Teleperformance

In July 2001, we signed a strategic business partnership agreement with SR.Teleperformance (SRT), which operates more than 145 call centers in 30 major countries, with a heavy concentration in Europe. We also acquired 100% of SRT's subsidiary in Japan. As a result of the partnership, both SRT and MOSHI MOSHI HOTLINE plan to offer global services to customers, in addition to taking advantage of this partnership in the areas of staff training, studies of the latest technologies and mutual customer referrals. The former Japanese subsidiary of SRT that we acquired will make a fresh start under a new name, Prime Communications Systems (PRICOS).

2. Formation of Job Pocket

In line with the expansion of our business activities in recent years and the need to keep pace with the economy's accelerating tempo, we are increasingly focusing on the quantity and speed of recruitment—in addition to the quality of new employees in our hiring process for telemarketing and the position of customer service representatives marketer. We have implemented a range of pilot measures, including the creation of a dedicated website in spring 2001 to solicit job applications online and the establishment of a new center with adjacent day-care facilities for children, so that women with children are better able to join the workforce. In July, our recruitment office was relocated to the ground-floor level of our headquarters, to provide easier access to prospective job applicants. This new recruitment office, renamed Job Pocket, is redoubling its efforts to recruit outstanding personnel.

3. Creation of the Poll Survey Dept. and the IT Development Dept.

We are establishing a reputation for impeccable execution of market research. To build this activity into a profit center in the future, in October 2001 we established the Poll Survey Dept., staffed by statistics experts. At the same time, we established the IT Development Dept. to boost our systems development capabilities, to address our clients' increasing demand for systems development.

ADSL

最近“ADSL”という新たな通信サービスが人気を集めています。現在では最も実用性の高い“ブロードバンド”（広帯域）サービスのひとつです。

その特長は

1. 現在一般家庭で普及している銅線の電話回線をそのまま使用してブロードバンド(広帯域)通信サービスが受けられる。つまりCATVのような大掛かりな工事を行う必要がない
2. ダイヤルアップ方式と異なり、アクセスポイントまでの通話料がかからないため、利用時間を気にせずインターネットを楽しむ
3. ADSLの8Mビット/秒サービスの場合、これまで主流であったアナログ方式ナローバンド(56kビット/秒)に比べ、その約140倍(理論値)という驚異的なスピードを実現、快適なWEBサイトの閲覧や音楽など各種データのダウンロードが可能
4. 電話をしながらインターネット利用が可能という具合です。

既に米国、韓国などでは一般的に普及していますが、日本では2001年末頃までには主要都市近郊で複数のADSL事業者からサービスがうけられるようになりそうです。

急速に需要が高まった背景にはもともとNTTが提供してきたISDNに飽き足らず更なる高速大容量通信に対する需要が高まっていたことはもちろんですが、NTTが本格的にADSLサービスの提供を開始したこと、そして一部事業者が先導役となつて利用価格の低下を推進したことが大きいと見られます。

まさにADSLはネットワーク社会への橋渡しを担う技術であり、「ストリーミング放送」や「ネットワークゲーム」のように、常時接続を前提としたいいわゆる「ブロードバンド・コンテンツ」産業の台頭が予感されます。

ADSLは一般利用者のみならず、同サービスを提供する事業者にとってもメリットの大きな技術です。なぜならこれまで通信事業に参入するには大掛かりな設備投資が必要でしたが、ADSLでは大掛かりなインフラを必要としないため、従来の通信サービスにくらべ事業者の投資負担を大幅に軽減できるためです。ADSLをはじめとした通信技術の進歩は今後少なからぬ事業者に対して通信ビジネス市場の門戸を開放していくことになるでしょう。そして、そのコンタクトセンターを受託する当社にとってのビジネスチャンスもまた拡大していきそうです。

The Growth of ADSL

Recently, a new communications service called advanced digital subscriber line (ADSL) is gaining popularity. Currently, it is one of the most practical broadband services available.

ADSL's features include the following:

- (1) It employs copper-wire telephone circuits that are widely used by ordinary households to gain access to broadband communications service. In other words, unlike broadband services based on cable television and others, no major installation work is needed.
- (2) Unlike, telephone dial-up services, ADSL does not incur any telephone charge for connection to the access point, and therefore users can enjoy the Internet without worrying about a phone bill.
- (3) In the case of ADSL services that offer a data transmission speed of 8 Mbps, the speed is theoretically 140 times faster than the most popular analog-based narrowband transmission speed of 56 Kbps. This astonishing speed facilitates comfortable website viewing and stress-free downloading of music and other data.
- (4) The telephone and the Internet can be accessed simultaneously.

In the United States and Korea, for example, ADSL services are widely available. In Japan, ADSL services will become available from more than one service provider in all major cities and surrounding areas by the end of 2001.

The rapid penetration of ADSL is partly a reaction to growing dissatisfaction with the speed of Nippon Telegraph and Telephone Corp.'s (NTT's) integrated services digital network (ISDN) service, which has prompted the switch to high-speed, large-capacity communications. In addition, NTT's subsequent and full-fledged participation in the ADSL arena has dramatically expanded the geographical areas where ADSL is available. Aggressive price cuts by several ADSL service providers have also contributed to the present popularity.

ADSL can be viewed as a technological bridge to a network society, and with the proliferation of ADSL, businesses specializing in broadband contents—such as streaming and network games based on continual Internet access—are expected to experience a boom.

ADSL offers advantages not just to general consumers but also to businesses that provide such services. It has eliminated the need to build a large infrastructure, which previously had been necessary to launch communications services, and thus has substantially reduced the amount of initial investment compared to conventional communications services. Advances in communications technology, including ADSL, will encourage a number of businesses to enter the communications business market. This will translate into greater business opportunities for us, since we operate contact centers tailored to just such businesses.

■ 貸借対照表 Balance Sheets

(百万円、未満切捨 Millions of yen)

	第15期中間 As of Sept. 2001	第14期中間 As of Sept. 2000	増減額 Amount change
資産の部 / Assets			
I. 流動資産 Current assets	9,001	6,734	+2,267
現金及び預金 Cash	4,272	3,097	+1,174
売掛金 Accounts receivable	2,788	2,529	+258
その他 Other current assets	1,941	1,107	+834
II. 固定資産 Fixed assets	3,302	2,516	+786
有形固定資産 Tangible fixed assets	1,157	851	+305
無形固定資産 Intangible fixed assets	246	157	+88
投資その他資産 Investments and other assets	1,899	1,506	+392
資産合計 Total assets	12,304	9,250	+3,053
負債の部 / Liabilities			
I. 流動負債 Current liabilities	3,795	2,714	+1,080
II. 固定負債 Long-term liabilities	162	173	-10
負債合計 Total liabilities	3,958	2,888	+1,069
資本の部 / Shareholders' equity			
I. 資本金 Common stock	998	998	0
II. 資本準備金 Additional paid-in capital	1,202	1,202	0
III. 利益準備金 Legal reserve	127	96	+31
IV. その他剰余金 Retained earnings	6,011	4,066	+1,945
V. その他有価証券評価差額金 Securities valuation difference	7	-0	+8
VI. 自己株式 Treasury stock	-0	—	-0
資本合計 Total shareholders' equity	8,346	6,362	+1,983
資本・負債合計 Total liabilities and shareholders' equity	12,304	9,250	+3,053

■ 損益計算書 Statements of Income

(百万円、未満切捨 Millions of yen)

	第15期中間 For the six months ended Sept. 2001	第14期中間 For the six months ended Sept. 2000	増減率(%) Percentage change
売上高 Net sales	16,049	10,928	+46.9
テレマーケティング業務収入 Telemarketing business revenue	15,947	10,406	+53.2
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	102	186	-45.1
売上原価 Cost of sales	12,268	8,401	+46.0
売上総利益 Gross profit	3,781	2,527	+49.6
販売費及び一般管理費 SG&A expenses	1,747	1,225	+42.6
営業利益 Operating income	2,033	1,301	+56.2
営業外収益 Non-operating income	28	6	+342.4
営業外費用 Non-operating expenses	0	0	—
経常利益 Ordinary income	2,061	1,308	+57.6
特別利益 Extraordinary income	—	0	—
特別損失 Extraordinary losses	14	22	-34.9
税引前当期純利益 Income before income taxes	2,047	1,287	+59.0
法人税、住民税及び事業税 Corporation, inhabitants and enterprise taxes	823	575	+43.1
法人税等調整額 Corporation tax adjustment	63	-20	—
当期純利益 Net income	1,160	733	+58.2