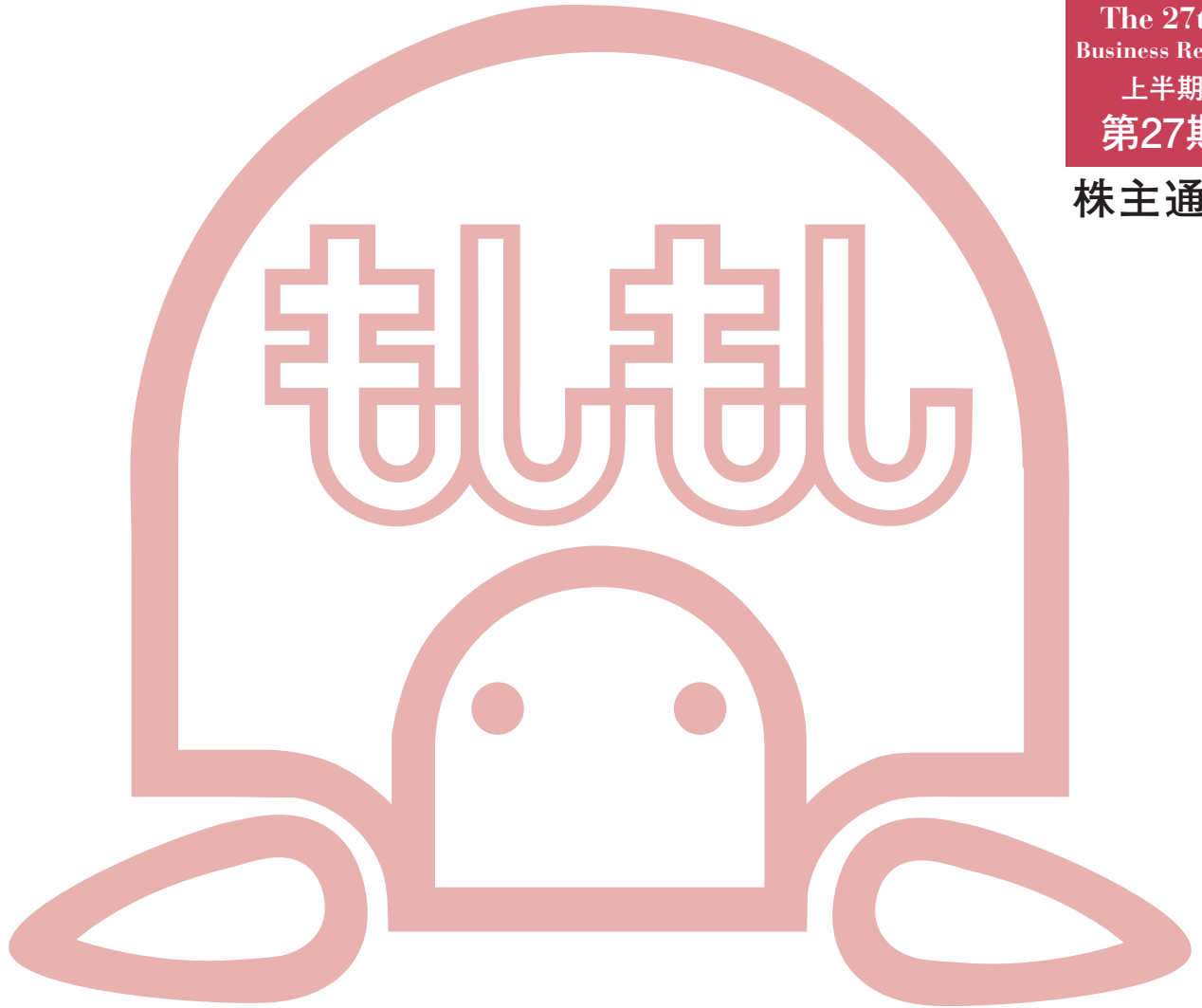


2013  
The 27th  
Business Report  
上半期  
第27期

株主通信



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

〒151-8583 東京都渋谷区代々木2-2-1  
2-2-1 Yoyogi, Shibuya-ku, Tokyo 151-8583  
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  **モシモシホットライン**  
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、厚く御礼申し上げます。さて、第27期第2四半期連結累計期間の終了に伴い、その事業成果を下記のとおりご報告申し上げます。

当第2四半期連結累計期間（平成25年4月1日から平成25年9月30日までの6ヵ月間）における我が国経済は、日銀による歴史的金融緩和政策の発動をはじめとする一連のアベノミクスの効果から企業業績が好転、個人消費が堅調に推移

するなど明るい兆しが見られた一方、米国の金融緩和政策の終焉懸念や中国をはじめとする新興国の成長鈍化懸念が強まるなど不透明感が完全には拭いきれない状況が続きました。

当社グループが属する企業向けBPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）サービス業界におきましては、引き続き構造改革を主目的とした業務アウトソース化の動きは見られたものの、積極的に業務を拡大する動きは限定的で大きな変化はありませんでした。

こうした中、当社グループは金融、情報産業向けを中心に既存業務の拡大、製造業向けの新規案件の受注などがあった一方、近年当社収益の拡大に大きく寄与した官公庁向け大型バックオフィス業務、公益向け大型スポット業務の減少の影響が大きく、連結売上高は42,466百万円（前年同期比21.7%減）となりました。

また、利益面では、既存継続業務は安定的に推移したものの、売上の絶対額の減少や新規業務立ち上げコスト増加などの要因から、営業利益は4,203百万円（同54.0%減）、経常利益4,252百万円（同53.7%減）、四半期純利益2,594百万円（同51.7%減）となりました。

I am pleased to present this report on MOSHI MOSHI HOTLINE's consolidated business performance for the interim period of its 27th business year ending March 31, 2014.

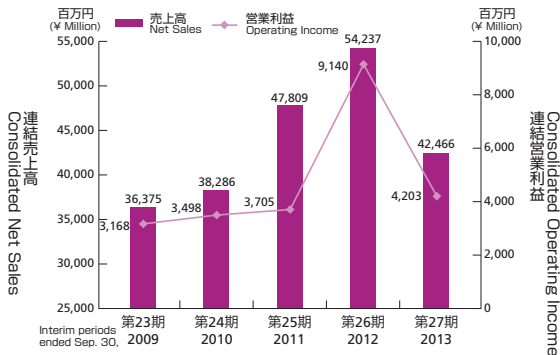
During the interim period under review (the six months from April 1, 2013 to September 30, 2013), positive signs were seen in the Japanese economy, such as an upturn of corporate earnings and robust personal consumption thanks to the impact of Abenomics, including the Bank of Japan's historic monetary easing. On the other hand, uncertainty lingered due to increasing concern with regard to the slowdown of the economic growth of China and other emerging economies and also about the tapering of quantitative easing by the U.S.

In the corporate business process outsourcing (BPO) industry to which the Group belongs, despite a continuing trend toward outsourcing for the purpose of restructuring, there was little change as moves to proactively expand business were limited.

Under such circumstances, the Group expanded contracts with existing customers mainly in the financial and information service industries and received orders for new projects for manufacturers. However, consolidated net sales for the interim period under review decreased 21.7% year on year to ¥42,466 million, greatly affected by declines in large-scale back-office projects for the government sector and large-scale spot projects for the public sector, which had greatly contributed to the increase of the Company's revenues in recent years.

With regard to profits, although existing ongoing projects were stable, a decline in the value of sales and an increase in the start-up costs of new business resulted in lower profits. Operating income was ¥4,203 million, a decrease of 54.0% year on year, ordinary income was ¥4,252 million, down 53.7% year on year, and net income was ¥2,594 million, down 51.7% year on year.

第2四半期連結累計期間（上期）業績の推移  
Trends in Business Results for Consolidated Interim Periods



## 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、情報、金融向け業務が好調だった一方、公益向け大型スポット業務が第1四半期末に終了したことや放送向け業務の縮小の影響が大きく、同サービスの売上高は20,693百万円（同6.3%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、参議院選挙に伴う世論調査業務、情報、金融向け関連の個別案件が増加した一方、通信向け業務の減少の影響が大きく、同サービスの売上高は3,503百万円（同16.8%減）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、各種バックオフィス関連業務が拡大したほか、金融向け人材派遣業務が好調だった一方、官公庁向け大型バックオフィス業務の縮小が大きく影響し、同サービスの売上高は14,407百万円（同37.9%減）と大きく減少しました。

## 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事業は、子会社において官公庁向け業務が減少したことや、前年同期にあった通信向け大型スポット業務が剥落したことなどから、同事業の売上高は3,572百万円（同20.0%減）となりました。

## 3. その他

主に連結子会社である株式会社ヴィクシアのデジタルマーケティング関連売上高で構成されておりますが、その売上高は288百万円（同16.7%増）となりました。

謹白

平成25年12月吉日

代表取締役社長 竹野秀昭

## 1. Telemarketing Business

### Inbound Services

While demand for inbound services for information service companies and financial institutions was robust, large-scale spot services for the public sector concluded at the end of the first quarter and services for broadcasters shrank. Largely affected by these factors, segment sales were ¥20,693 million, down 6.3% year on year.

### Outbound Services

Sales from a contract for an opinion poll on elections for the House of Councilors and projects related to information service companies and financial institutions increased. However, a decrease in projects for telecommunications industry carriers had a large impact on sales of outbound services. Segment sales were ¥3,503 million, a decrease of 16.8% year on year.

### Telemarketing-Related Services

In addition to greater demand for various back-office-related projects, demand for staffing services for financial institutions was brisk. On the other hand, shrinkage of large-scale back-office projects for the government sector resulted in a large decrease in sales of telemarketing-related services. Segment sales were ¥14,407 million, a decrease of 37.9% year on year.

## 2. Field Operation Business

Sales from projects for the government sector of subsidiaries decreased and sales from large-scale spot projects for the telecommunications industry which were posted for the same period of the previous year were absent for the period under review. As a result, segment sales decreased 20.0% year on year to ¥3,572 million.

## 3. Other Business

Other business, which primarily consists of digital marketing-related sales of consolidated subsidiary VIXIA INC., amounted to ¥288 million, an increase of 16.7% year on year.

December 2013

Sincerely yours,

*Hideaki Takeno*, President  
MOSHI MOSHI HOTLINE, INC.

### 〔 コールセンター事業に関し野村総合研究所と共同営業を開始 〕

株式会社野村総合研究所（以下「NRI」）と当社は、コールセンター関連事業において、トータルにサポートする体制を構築しました。

昨今、企業では、対面営業だけでなく、メールやSNS\*などを通じた顧客接点の多様化・高度化が急速に進み、顧客への迅速な対応や効率的ながらも親身な対応、密に社内連携の取れた対応などが求められ、コールセンターをハブチャンネルとした顧客接点業務全体の仕組みの最適化や適切な運営を実現することなどが求められています。

コールセンターの運営にあたっては、「ビジネス戦略を踏まえたコールセンター戦略の立案」「コールセンターの業務運営ノウハウ」「関連する情報システムの構築ノウハウ」などが必要となります。従来は、それぞれ経営コンサルティング企業、コールセンター専門企業、システムインテグレーション企業などが、自社の得意分野についてサービスを提供してきましたが、それぞれの専門性が高いことから、相乗効果を引き出すことは困難でした。

今回の体制構築により、コールセンターを設置・改善したい企業は、NRIの「戦略立案力」と「システムインテグレーション力」、もしもしホットラインの「コールセンター業務に関する豊富な経験やBPOのノウハウ」を最大に生かすことが出来ます。

今般、大手情報通信事業者に対してサービス提供を開始し、引き続き、コールセンターを保有する企業向けにサービスを拡大していく方針です。

※ ソーシャルネットワーキングサービスの略

### 〔 平成25年度沖縄県産業・雇用拡大県民運動推進功労者表彰を受賞 〕

当社は、沖縄県が主催する「平成25年度沖縄県産業・雇用拡大県民運動推進功労者表彰（グッジョブ表彰）」を受賞しました。

本表彰は、完全失業率全国並み改善の実現に向け、企業、学校・教育機関などが、産業と雇用の拡大、雇用の質の向上などにつながることを効果的かつ総合的に推進する観点から、その推進について顕著な功績または功労のあった企業などを表彰し、その取り組みを普及させることを目的に沖縄県が開催しています。当社は、雇用機会の創出・拡大、働きやすい職場づくりについて高く評価されました。

当社は、2002年に沖縄事業所（現：沖縄支社）を開業以来、オペレーターから管理者へのキャリアパス制度の導入や、女性が長時間働けるための託児所の設置など、沖縄県内での雇用拡大や職場環境の改善などに取り組んできました。また本年5月には業務拡大に伴い、沖縄BPO拠点を2.5倍に拡大しており、今後も地域への雇用貢献を果たしてまいります。

### 〔 Collaboration with NRI for sales of call center services 〕

Nomura Research Institute, Ltd. (NRI) and the Company have established a comprehensive support structure for call center services.

In recent years, customer contact channel for companies have become increasingly diversified and sophisticated through email and social networking services in addition to face-to-face sales. It is necessary for companies to respond to customers swiftly and efficiently yet empathetically through close interdepartmental collaboration. Companies should optimize a system covering all customer contact channel for which call centers serve as the hub and achieve appropriate operation.

Effective operation of call centers requires formulation of a call center strategy based on the business strategy, know-how for operating call centers and establishing related information systems, and so on. Previously, management consulting companies, call center operators, system integrators, etc. provided services in the fields where they have expertise. However, because of the high degree of specialization, it was difficult to achieve synergy.

As a result of the establishment of the structure through collaboration with NRI, companies wishing to establish or improve call centers can take the maximum advantage of NRI's abilities in strategic planning and system integration and of MOSHI MOSHI HOTLINE's rich experience in call center operations and know-how in BPO.

NRI and the Company intend to start offering services to major telecom carriers and then expand the services to companies that have call centers.

### 〔 2015 Award for Contribution to Promotion of Expansion of Industry and Employment in the Okinawa Prefecture 〕

The Company received the 2015 Award for Contribution to Promotion of Expansion of Industry and Employment in the Okinawa Prefecture (Good Job Award).

In order to realize the reduction of the unemployment rate to the national average, the Okinawa Prefecture awards companies, schools, other educational institutions, etc. that have made outstanding contributions to promoting expansion of industry and employment in Okinawa for an effective and comprehensive standpoint in an aim to encourage the spread of such initiatives. The Company was highly regarded for the creation and expansion of employment opportunities and development of workplaces with a good working environment.

Since the establishment of the Okinawa Base (current Okinawa Office) in 2002, the Company has been striving to expand employment in the Okinawa Prefecture and improve the working environment including through the introduction of a career path that gives operators opportunities to become promoted to management and the opening of a nursery so that female workers can work longer hours. In May 2013, the Company expanded its BPO base in Okinawa 2.5 times in line with the expansion of its services. The Company will continue to contribute to employment in Okinawa.

### オンライン・セルフサービスソリューション「バーチャルエージェント」の提供を本格的に開始

当社は、ウェブサイト上で効果的に顧客サービスを行う「バーチャルエージェント」の提供を本格的に開始しました。

ウェブサイト上で目的の情報を探せないためにサイト離脱率が上昇することは、機会損失のみならず、顧客満足度を低下させる要因の一つとなっています。「バーチャルエージェント」は、ウェブサイト上で知りたいことをテキスト入力すると、自然言語による会話処理技術を用いて、ウェブサイト上のエージェント（アバター）が適切な回答やページへ案内をするサービスです。

本サービスの活用により、ユーザーは疑問をWeb上で自己解決ができ、機会損失の低減、顧客満足度の向上に大きな効果が期待できます。「バーチャルエージェント」の会話設計や運用フローには、もしもしホットラインが長年のコールセンター運営で培ったノウハウが活かされており、ユーザーの「知りたい情報」をうまく導けるような会話の流れを設計することで、自然的確なコミュニケーションを実現します。

### ヴィクシア、次世代ウェブ接客サービスの取扱いを開始

当社の子会社である株式会社ヴィクシア（以下「ヴィクシア」）は、米国ライブパーソン社と提携し、同社の提供する次世代ウェブ接客サービス「ライブエンゲージ」の取扱いを開始いたしました。

「ライブエンゲージ」は、消費者のウェブ上でのページ遷移、離脱などの行動を解析し、それをもとに消費者が必要としている「接客」をコンテンツやチャット、コールセンターなど適切なチャネルを通じてリアルタイムに提供します。消費者が求めているコミュニケーションを新たに提供することで、従来把握しきれなかった潜在的なニーズを探ることが可能になり、サービスの改善にも大きな効果が期待できます。米国においては、大手金融機関、大手テレコミュニケーションサービス企業など多様な業種のお客様が導入するなど、高い実績をあげています。

ヴィクシアでは、同サービスを金融、通信、通販業界など大規模な顧客データベースを持つ企業を中心に、2013年中に50社への導入を予定しており、既に国内企業ではミズノ株式会社の運営するミズノ公式オンラインショップ「MIZUNO SHOP」で導入しているほか、今後、メーカーの通販サイトや金融機関のウェブサイトで導入が決定しています。

### Full-scale launch of online self-service solution “Virtual Agent”

The Company conducted the full-scale launch of Virtual Agent, an online customer service solution.

An increase in the abandonment rate because website visitors are unable to find the information they want not only causes opportunity losses but also a decline in customer satisfaction. Virtual Agent is an online service that uses natural language interaction technology. When a user types in what he/she wants to know on the website, the virtual agent (avatar) on the website provides an appropriate response or guides the user to the relevant page.

Use of this service allows users to find answers to their questions by themselves on websites and is expected to greatly contribute to reduction in opportunity losses and enhancement of customer satisfaction. The design of two-way conversations and operational flows of Virtual Agent make use of MOSHI MOSHI HOTLINE’s know-how cultivated through operation of call centers over many years. Natural and accurate communication is realized by designing conversational flows that effectively help users get the information they want.

### VIXIA INC. launches the next-generation cloud-based customer engagement solution

The Company’s subsidiary VIXIA INC. (hereinafter “VIXIA”) has formed a partnership with LivePerson, Inc., a company in the U.S., and started handling LiveEngage, a next-generation cloud-based customer engagement solution offered by LivePerson.

LiveEngage analyzes behavioral data of consumers online, such as page transition and abandonment, and provides a real-time personalized customer experience through the most appropriate engagement type, such as contents, chat, or call center, based on the data analysis. By providing the communication consumers want, businesses can gain insight into latent customer needs of which they were previously unaware, and it is expected to greatly improve customer service. In the U.S., LiveEngage has a proven track record and has been introduced by a wide range of businesses, including major financial institutions and major telecommunications service providers.

VIXIA has in plan the introduction of the LiveEngage service to 50 companies in 2013, centering on financial, telecommunications, and mail-order businesses with large customer databases. Japanese companies that have already introduced LiveEngage include MIZUNO Corporation for its online shopping site, MIZUNO SHOP. In addition, introduction of LiveEngage to a certain number of manufacturers’ online shopping sites and financial institutions’ websites has already been decided.

## ■ 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26期 第2四半期 Amount Sep. 2012	第27期 第2四半期 Amount Sep. 2013	増減額 Amount of change
<b>資産の部 / Assets</b>			
I. 流動資産 Current assets	44,084	41,199	△2,884
現金及び預金 Cash and deposits	19,882	16,201	△3,681
受取手形及び売掛金 Notes and accounts receivable-trade	8,324	8,325	0
たな卸資産 Inventories	2,355	1,427	△928
預け金 Deposits paid	12,000	14,000	2,000
その他 Other current assets	1,521	1,246	△275
II. 固定資産 Fixed assets	11,480	10,550	△930
有形固定資産 Tangible fixed assets	2,427	2,171	△256
無形固定資産 Intangible fixed assets	361	809	447
投資その他の資産 Investments and other assets	8,690	7,568	△1,121
資産合計 Total assets	55,564	51,749	△3,814
<b>負債の部 / Liabilities</b>			
I. 流動負債 Current liabilities	13,565	8,775	△4,790
II. 固定負債 Long-term liabilities	1,130	867	△262
負債合計 Total liabilities	14,696	9,642	△5,053
<b>純資産の部 / Shareholders' equity</b>			
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	39,419	40,504	1,085
自己株式 Treasury stock	△592	△592	—
株主資本合計 Total owners' equity	41,027	42,113	1,085
その他の包括利益累計額 Other comprehensive income	△159	△69	90
少数株主持分 Minority interests	—	62	62
純資産合計 Total net assets	40,867	42,106	1,238
負債純資産合計 Total liabilities and net assets	55,564	51,749	△3,814

## ■ 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26期 第2四半期 Amount Sep. 2012	第27期 第2四半期 Amount Sep. 2013	増減額 Amount of change
I. 売上高 Net sales	54,237	42,466	△11,771
II. 売上原価 Cost of sales	41,317	34,496	△6,820
売上総利益 Gross profit	12,920	7,969	△4,951
III. 販売費及び一般管理費 Selling, general and administrative expenses	3,779	3,766	△13
営業利益 Operating income	9,140	4,203	△4,937
IV. 営業外収益 Non-operating income	59	59	0
V. 営業外費用 Non-operating expenses	9	9	△0
経常利益 Ordinary income	9,190	4,252	△4,937
VI. 特別利益 Extraordinary income	1	16	14
VII. 特別損失 Extraordinary losses	47	—	△47
税金等調整前四半期純利益 Income before income taxes	9,143	4,268	△4,875
法人税等 Income taxes	3,767	1,716	△2,051
少数株主損益調整前四半期純利益 Income before minority interests	5,376	2,552	△2,823
少数株主損失 (△) Minority interests in loss	—	△41	△41
四半期純利益 Net income	5,376	2,594	△2,782