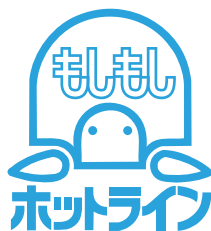


1999

Interim
Business Report
上半期

株主通信



*We provide Call Center with
Best Service Quality*

お問い合わせは...

株式会社 **もしまし** **ホットライン**

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

業務企画室
Corporate Planning Dept.
ir@moshimoshi.co.jp

株式会社 **もしまし** **ホットライン**

MOSHI MOSHI HOTLINE, INC.

MOSHI MOSHI HOTLINE, INC.

株主の皆様へ

重点分野はいずれも順調に拡大して
います



代表取締役社長
高木 尚二

1. 金融関連サービス

昨年度より拡大してきた金融関連サービスは、今期は従来よりの保険に加え、新たに証券や銀行などの業務へと広がり、厚みを増してきました。保険以外はまだ比較的小規模なコールセンターが多いのですが、既に米国では確定拠出型年金の導入のほか、保険の通信販売、株式ネットブローカー台頭などの要因により金融部門が主力業務としての地位を確立しています。日本でも規制緩和の推進により、早晚大きなマーケットに成長すると予想しています。

2. アウトバウンド事業

昨年度新たにアウトバウンドセンターを2ヶ所増設し、東京近郊では合計4ヶ所で運営しています。テレマーケティング先進国の米国においてはインバウンドを上回る市場規模を有し、当社においても収益の柱になることを期待しています。この1年は能力増強の先行投資負担により、業績に対する寄与は出来ませんでした。しかし、業務の積み増しも進み、ようやく収益に貢献するタイミングに到達したようです。インバウンドとアウトバウンドはテレマーケティングの両輪であり、ニーズは高まると予想しています。

3. SCM事業

インターネット・ビジネスの拡大は企業に一段とスピードアップを求めています。当社では電話・Webに対応したコールセンターを核に、商品の在庫管理、配送、代金回収など一連の情報および販売管理に係わる仕組みを一括して提供できます。現在引き合いも順調に積み上がっており、今後の主力事業の一つとして立ち上げてゆく方針です。

Dear Shareholders

All key businesses are making satisfactory progress

1. Financial related services

Starting last year, your company's services to the financial industry have been expanding. Services to insurance companies preceded and your company expanded its business to security companies and banks. Although the size of call centers for financial industry other than insurance companies are still small, the services to financial industry is growing to be a main force of your company's business due to following factors. The defined contribution pensions plan that has been already introduced in U.S.A. will be introduced in Japan, and the mail order insurance business and the Net-stockbrokers business are on rise now. Your company assumes that the financial industry will grow into the large market for Teleservice business in due course because of the ease of regulation.

2. Outbound Business

Your company has opened two outbound centers last year. Right now, your company operates four outbound centers in the Tokyo area. Your company is expecting outbound business to become the principle factor of profit, as the market size of outbound business is greater than inbound business in U.S.A. where Teleservice business is advanced. For the past year, your company's outbound business have made for little profit because of up-front cost. However, your company at last reached the point to make profit by obtaining enough business to fill its capacity. Inbound and outbound businesses are inseparable and the demand will increase further in the future.

3. SCM Business (Supply Chain Management)

The growth in Internet business require corporate entity for legerity. Your company provides managing information for commodity and its circulation, like inventoly contorol, delively, and pay. Call and/or Web center is a core of series of all services. The number of requests for the proposal on SCM services has been increasing and your company intends to devote itself to SCM business. Your company regards SCM Business as one of its key business.

利益率改善に向け行動を開始しました

99年度は放送向け特需の反動や先行投資負担から利益率が低下する予想ですが、以下の行動により利益率の改善を目指します。

1. 北海道拠点の新設

本年10月1日をもって北海道に地盤を持つテレマーケティング会社であるテレガイド日本(株)と合併しました。当社の原価の大半は、コールセンターの第一線を担う人材の人件費であり、この部分の低減なくしてコストダウンは実現できませんが、単純な削減はクオリティの低下を招く恐れがあります。テレガイド日本(株)が本拠を置く札幌は人口180万人を数える大都市ですが、北海道経済の状況を映して人件費は首都圏に比べ割安である一方、優秀な人材の確保の上で大きなメリットがあります。今後、クオリティを維持・向上していくためにも、北海道拠点の活用も含め、お客様企業に提案してゆくつもりです。



札幌センター
Sapporo Branch

2. 「生産性の向上」と「価値の増大」

労働需給の緩い地域におけるコールセンターの設置はお客様企業に対し、クオリティを維持しながらコストを圧縮する有効な手段です。しかし、残念ながら当社の利益率の改善にはさほど寄与しない見込です。そこで、当社の利益率改善を図るためには、「生産性の向上」と同時に「価値の増大」を目指した方策を考え実行していかなければなりません。この2点については去る10月よりオープンした「新教育システム」と「マーケティングサイエンス研究所」(もしもしNOW参照)をその第一歩と位置づけ、利益率の改善を図っていかうと考えています。

Actions have been taken to improve profitability

The decrease in your company's profitability is projected for the fiscal 1999 due to special procurement demands of broadcasting companies and preceded investments. Your company is taking the following actions in order to improve its profitability.

1. Opening of Sapporo Branch

As of October 1, 1999, your company has been merged with Teleguide Japan, a Teleservice company that has had a business base in Sapporo. Labor costs are taking up a large proportion of the entire costs in your company. Labor costs are mainly consisted by wages to operators who are the front line of call centers. Your company's profitability will not be improved unless labor costs are improved. Your company is aware of the possibility that a simple reduction of labor costs may incur the deterioration in service quality. Even though Sapporo is a large city that has the population of more than 1,800,000, the labor costs there is relatively inexpensive in comparison with other large cities in Japan, in addition, there are advantage to ensure human resources. The Sapporo branch is an additional value of service that your company can provide to its clients by ensuring the service quality.

2. "Productivity Improvement" and "Increasing Value"

Although selecting a call center location to where the labor costs are lower is an efficient way to reduce cost of operating Call Center, it would not make much contribution to your company's profitability. Therefore, your company must think up strategies of improving the productivity and to increase the value of services, and take actions. As of October 1999, your company has established the "New Education System" to improve productivity and opened "Marketing Science Institute" to increase the value. These are first steps your company has taken to improve its profitability. (Please refer to Moshi Moshi Now)

Sincerely,

Shoji Takagi
CEO & President
MOSHI MOSHI HOTLINE, INC.

新教育システムが稼働

「生産性向上」の第一歩として、新たな教育研修設備を完成させました。この設備によりマーケッターは実際のコールセンターに準じた環境でトレーニングを積むことができるようになった

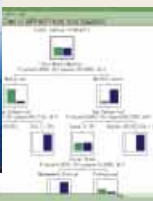


たほか、受講者の学習状況をトレーナー席から集中管理することも可能となっています。これまで個別に行っていた応対研修も、このシステムで複数の受講者間で同時進行させることができます。生産性の向上のみならず、スピーディかつハイクオリティな教育へ向け前進しました。

New Education System

As a first step to improve productivity, we have established a new training system and facility. With this system, trainees can receive training in the environment corresponding to actual call centers. The new training facility also enables trainers to monitor trainees with a centralized system. The role-play training for call reception used to be given individually, but with a new education facility multiple trainees can receive the training at the same. New training system provides your company with not only the productivity, but also speedy and high quality education.

データマイニング・サービスをスタート



テレマーケティングの「価値の増大」を目指し、「マーケティングサイエンス研究所」を設立しました。この研究所にはデータマイニングの専門家を配置し、実効性の高い科学的マーケティング戦略

の提供を狙っています。データマイニングは年齢、性別などのもとより、購入順序や組み合わせなどお客様の行動パターンまで様々なデータからグルーピングを行うものです。コールセンターを核にしたこのデータ分析手法を活用することにより、消費者の皆様に対し、より適切なお提案が可能になります。

Data Mining Service

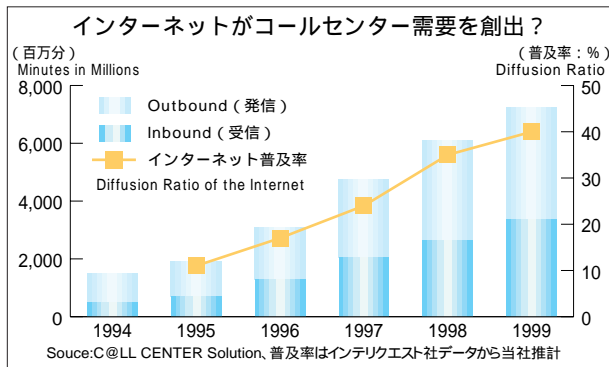
Your company established the "Marketing Science Institute" to increase the value to Teleservice. Your company has professionals of data mining to provide this service. Your company's data mining professionals provide practical and scientific marketing strategies to its clients. Data mining is an analysis method to classify customers in various ways based on of course age and sex, the order of goods purchased, matching of goods purchased, and customer's behavioral pattern. This data analysis enables your company's clients to provide their customers with suitable proposal

<インターネットが普及すると...>

インターネットが普及するとどうなるのでしょうか？電話は使われなくなるのでしょうか？コールセンターはなくなってしまうのでしょうか？1999年初めに行われたインターネットの普及率調査によれば日本は12%、利用料金の定額制が導入されている米国では40%。求めるべき答えはインターネットと並んでその発祥の地である米国テレマーケティング業界にありそうです。

<拡大続く米国テレマーケティング市場>

グラフは米国の大手テレマーケティング業者50社における業務時間の推移です。このグラフからお分かりの通り、高いインターネット普及率を誇る米国においてもインバウンド、アウトバウンドともに一貫した成長を辿っているのがわかります。その理由の1つはインターネットがコールセンターの需要を創出しているからなのです。



<「情報」の開放がコールセンターニーズを呼ぶ>

インターネットの活用により、皆さんは24時間/365日様々な情報に接することができます。それも画像付きです。しかしインターネットはすべての情報を網羅している訳ではないので、見た人が「あれはどうなんだろう?」「この場合はどうだろう?」という疑問が湧いてきても不思議ではありません。そのような場合、皆さんはどうしますか?多くの方は電子メールを送ったり、電話を掛けたり、「疑問解消」に向けた行動に出るようです。

<Webコールセンターへの進化>

電話の対応はもちろん人間にしかできませんが(自動応答装置の能力は限定的です)電子メールで返事を書くのは誰でしょう?しばらくの間はこれも人間に頼るしかありません。知りたいことは人それぞれ違うのですから...。現在、米国では電話・FAXと電子メールに対応し、お客様とマーケティングが同じ画面を見ながらチャット(画面上でのおしゃべり)をするサービスも含めて提供する「Webコールセンター」が増加しています。かかってきた電話を優先対応して、空いている時間に電子メールの返事を書くのです。

< When Internet becomes more popular... >

What would happen if the Internet becomes more popular? People would no longer use the telephone? Would there be no need for call centers? The diffusion of the Internet in Japan is about 12%, while it is about 40% in the U.S.A.. The ratio is higher in the U.S.A. because of the lower connection charge with the widely introduced fixed service charges. Why don't we look for the answer to our question in the market of the U.S.A. where the Teleservice business and the Internet business have started?

< Teleservice market in U.S.A. is continuously growing >

The graph(Please refer prior page) attached is the transition of operating time of fifty large Teleservice companies in the U.S.A.. As you can see on this graph, both inbound and outbound of Teleservice business are consistently growing even though the Internet is diffused widely in the U.S.A.. The reason is that the Internet business is creating the demand for call center business.

< Wide access to information creates the demand for Call centers >

You can access to numerous kinds of information through the Internet for 24 hours a day and 365 days a year. Visual information is provided along with written information. However, there is only limited information you can receive from the Internet, and it raises questions among Internet viewers. What would you do if you were one of them? You would probably send an E-mail or make phone call to resolve the question you may have.

< Evolution to Web-Call Center >

Of course only people can handle telephone conversations, as the capability of automated IVR(Interactive Voice Respond unit) is limited. Then, who would handle the E-mails that are received at Web-Call centers? It would be people. Since each individual who sends the E-mail would have different questions or inquires to ask, people would handle operations in Web-Call centers. The number of Web-Call Center where customers can reach operators by Telephone, Facsimile, and E-mail is increasing right now in the U.S.A.. The service that customers can chat with operators (talk on the Net) is the additional function of this call centers. The response to telephone calls takes precedence over responding to the E-mail at this call centers. And, the time when operators do not have telephone calls to handle they could spend their time responding the E-mails received.

貸借対照表 Balance Sheet

単位：百万円、未満切捨て
(Unit : ¥million , The lesser values are discarded)

科目 Items	当中間期末 end of Sept./99	前中間期末 end of Sept./98	前年度末 end of Mar./99
(資産の部/Assets)			
I . 流動資産 Current Assets Total	5,308	3,353	5,421
現金および預金 Cash and Deposits	2,368	1,349	2,744
売掛金 Account Receivable Trade	1,947	1,591	1,759
その他 Others	993	413	918
II . 固定資産 Fixed Assets Total	1,626	1,172	1,413
有形固定資産 Tangible Fixed Assets	570	496	522
無形固定資産 Intangible Fixed Assets	123	65	65
投資その他の資産 Investment and Other Assets	932	609	825
資産合計 Assets Total	6,934	4,525	6,835
(負債の部/Liabilities)			
I . 流動負債 Current Liabilities	1,918	2,155	2,474
II . 固定負債 Fixed Liabilities	139	90	100
負債合計 Liabilities Total	2,058	2,246	2,574
(資本の部/Capital)			
I . 資本金 Capital	918	280	918
II . 資本準備金 Capital Reserve	1,158	281	1,158
III . 利益準備金 Earned Surplus Reserve	76	62	62
IV . その他の剰余金 Other Surplus	2,722	1,654	2,121
資本合計 Capital Total	4,876	2,279	4,261
負債・資本合計 Liabilities and Capital Total	6,934	4,525	6,835

損益計算書 Income Statement

単位：百万円、未満切捨て
(Unit : ¥million , The lesser values are discarded)

科目 Items	当中間期 Interim/F.Y99	前中間期 Interim/F.Y98	前年度 F.Y98
売上高 Sales Proceeds	8,792	8,462	17,081
テレマーケティング業務収入 Telemarketing Business	7,579	6,841	14,013
テレマーケティング商品売上 Telemarketing Goods Sales Business	1,050	1,474	2,748
その他収入および商品売上 Others	163	146	319
売上原価 Cost of sold goods/services	6,791	6,402	12,857
売上総利益 Gross Profit on Sales	2,001	2,060	4,223
販売費および一般管理費 SG&A Expense	1,090	1,197	2,238
営業利益 Operating Income	910	862	1,985
営業外収益 Non-operating Income	91	5	15
営業外費用 Non-operating Expenses	-	14	59
経常利益 Recurring Profit	1,001	854	1,941
特別利益 Special Profits	165	4	2
特別損失 Special Losses	45	22	23
税引前中間(当期)純利益 Net Profit Before Tax	1,121	835	1,920
法人税及び住民税 Corporate Tax, Resident Tax	-	358	-
法人税、住民税及び事業税 Corporate Tax, Resident Tax and Business Tax	489	-	976
中間(当期)純利益 Net Profit	631	477	944