

kanamoto ■ カナモトエグザミネー
examiners
Shareholders' Report

vol.23

2003年10月期第1四半期号



c o n t e n t s

News Headline 4
コマツ社製品の導入が10,000台を突破! 一企業では世界初

Lineup 5
カナモト取扱商品紹介

Check Point 6
シェアNo.1を堅守する事業戦略
~ レンタル事業部のビジョンとアクション

Report & Interview 8
カナモト四国の好業績に迫る
(株)カナモト四国 常務取締役 沼尾康雄 インタビュー

当社Kバルーン投光機が「第54回さっぽろ雪まつり」の照明に



会場の盛り上げにひと役買ひながら、Kバルーンをしっかりとアピール



道内外から223万人以上の観客を集めた第54回さっぽろ雪まつり

2月5日から11日までの7日間にわたって開催された「第54回さっぽろ雪まつり」で、当社の新商品Kバル

ーン投光機が大通西1丁目会場の照明に採用されました。

Kバルーン投光機は従来のバルーン

投光機に改良を加え、光源の明るさを2倍にアップ。これにより、現場の安全確保はもちろん、雪まつりのようなイベントなどのサインとしての機能も高めたもの。

今回の雪まつりでは当社のホームページから抜け出した「カナモト坊や」をはじめ、ご来場の皆様にお楽しみいただけるようなバリエーションをご用意し、訪れた皆様にご好評をいただきました。

CSを一層重視した積極型組織体制に変更

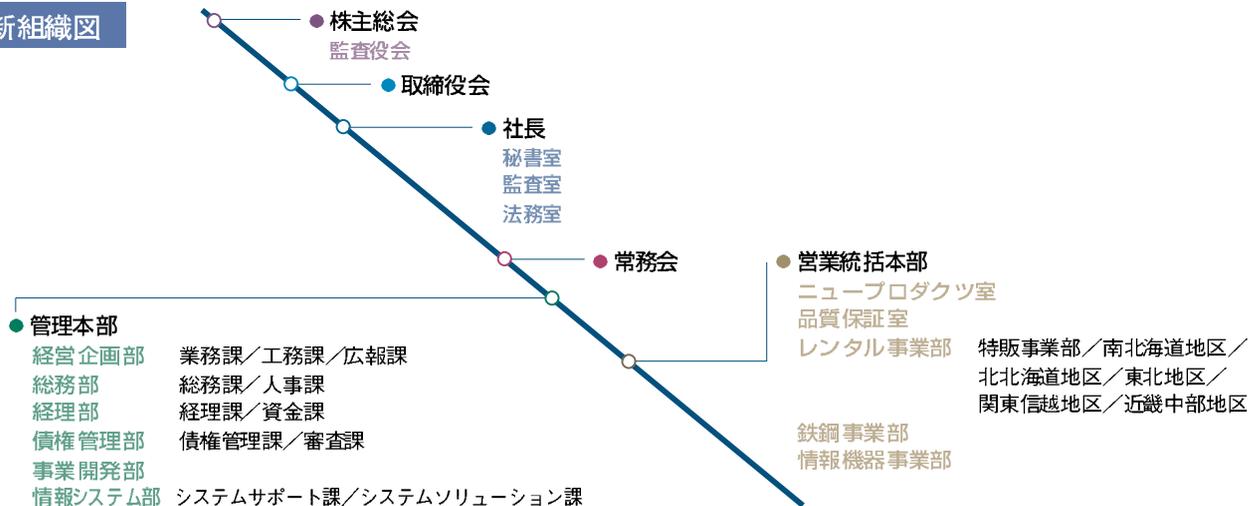
会社を取り巻く環境のグローバル化と業容の拡大に伴い、業務運営体制の強化を図るため、組織変更を実施いたしました。

なかでも一番大きく変わったのは、営業統括本部と管理本部の業務企

画部の2部門。営業統括本部は、これまで以上にアグレッシブな営業フォローができるよう札幌と東京にそれぞれ事務所を置き、品質保証室とニュープロダクツ室も直轄します。

また、管理部門と営業部門の掛け橋となる部門として1983年に発足した管理本部の業務企画部は、今回の組織変更で本来の経営計画、経営戦略を中心業務とした経営企画部に生まれ変わりました。

新組織図



インターネットを利用した議決権行使の結果は…

本年1月に開催した定時株主総会から、インターネットを利用した議決権行使を実施したのは、ご高承のとおりです。

今回のインターネットによる議決権行使の比率は 新聞で発表されている対・総個数の割合では1.2%と、ごく平凡な結果に終わりましたが、一時は、二桁にも届く勢いでした。

というのも、インターネットで事前行使していただいたオリックス

社をはじめとする株主様が、総会にもご出席いただいたことから、事前行使分が振替出席に勘定しなおされたことにより、1.2%という結果に収まった次第です。

まだまだ、郵送による議決権行使が圧倒的に多い状況ですが、企業・個人を合わせて51名の方々がインターネットをご利用されたことから、当社の株主の皆様が大変進んでいらっしゃる感じがうかがえました。定時株主総会への出席



ご利用期間中、当社ホームページとIRサイトからもリンクをはり、議決権行使サイトをご案内しました

を希望されながらも、札幌までお越しになるのは難しい株主の皆様は、操作も非常に簡単うえ便利ですので、次回はぜひご利用ください。

ToSTNeT-2を利用した自己株式取得のお知らせ

カナモトは株主総会の決議に基づき、東京証券取引所のToSTNeT-2（トストネット・ツー）により、2月26日に自己株式を取得いたしました。取得株式数は351,000株です。ToSTNeT-2とは、事前公表型の自己株式取得のひとつ。「終値取引」ともいわれ、通常のオークション市場における最終値段で、立会時間外に取引を行う方法です。すで

に決定した価格で、かつ立会時間外の取引のため、マーケットへの影響を抑えることができます。また、当社が取得の前日に買付を公表しましたように、事前公表を行うことにより透明性の高い取引が行えるため、多くの企業が採用しています。

今後とも、株価の安定化につながる取り組みとして、戦略的に実施し

てまいります。

今回の自己株式取得の概要

- 取得した株式の種類：当社普通株式
- 取得した株式の総数：35千株
- 取得日：平成15年2月26日(水)
- 取得価格：453円/株
- 取得方法：東京証券取引所のToSTNeT-2(終値取引)による買付

プリウスの納車数が累計200台に



トヨタ自動車様から当社に贈られた表彰状

カナモトでは、環境保全への取り組みとして、98年10月から営業用車両にハイブリッド車「トヨタ・プリウス」を採用。そして本年3月、当初の計画より若干遅れはしたものの累計の納車数が200台に達し、このたびトヨタ自動車様から表彰いただきました。トヨタ・プリウスは、当社の環境に対する

姿勢を対外的にアピールすることに大いに役立ちました。

今回、表彰いただいたのを機に、これからも積極的に環境対策を継続してまいります。

コマツ社製品の導入が10,000台を突破！一企業では世界初



コマツ安崎暁会長から、当社社長・金本寛中に記念の盾が贈呈されました

去る1月、コマツ社主催による「コマツ社製品10,000台納入記念パーティ」が札幌グランドホテルで開催されました。

この式典は、大手建機メーカーでありレンタルにも一部参加している株式会社小松製作所の主催で、同社がこれまでカナモトに納入した建機が累計10,000台に達したことを記念して開催されたもの。一企業で10,000台以上のコマツ製品を導入したのは、当社が初めてとなります。



コマツ安崎暁会長

カナモトはレンタル資産の調達先として、コマツと長年にわたって密な取引関係を続けてきました。同社が建機レンタル分野へ参入した後は、1999年にレンタル事業に関するアライアンスを締結、両グループの投資効率を向上させるなど、建機の供給先・調達先という関係を越えたパートナーシップを構築しています。今後についても、発展的に協力関係を継続していく計画です。今回の式典は、両社の結束をさらに高めたといえます。

パーティには、コマツから安崎暁取締役会長、木村安男執行役員営業本部長をはじめ、全国のコマツ系列ディーラー代表者等30名様が、当社からは会長の金本太中、社長の金本寛中以下、役員、管理本部責任者、各地区部長・ブロック長、拠点所属長など168名が出席。メーカー、レンタル会社と業種の違いこそあれ、国内最大手の建機サブ

ライヤー2社の経営陣から営業の最前線で活躍するスタッフまでを一堂に集めた、大規模な会合となりました。

コマツの安崎暁取締役会長は、この日の式辞のなかで「両社の特徴ある高度なノウハウの共有活用、ひいては互いの業績向上への寄与という広角的、新発想、多次元の協力へと発展させたい」と述べられました。これを受けて、当社社長・金本寛中は「グローバル企業のコマツとの関係をさらに強化し、次の10,000台に向けて走り続けたい」との抱負を、会長の金本太中は「小異を捨て大同について、互いのこれからの発展に向け、われわれも根本を見直すという考え方に立たなければならない」と語りました。

静かな緊張感の漂った式典の後は、一転して会場の随所から談笑の聲が上がる和やかな懇親会へ。出席者各人が、建設業界の活性化への意欲を新たにし、散会となりました。



当社社長、金本寛中と談話されるコマツ木村安男営業本部長

新商品のご紹介

豊富な品ぞろえを高くご評価いただいているカナモトですが、常に良い製品をユーザーの皆様にご提供することが私たちの重要な使命であると考え、今後も継続して最新機種を取扱商品に取り入れてまいります。

スーパーデッキAT-100S モバイル仕様（高所作業車）

作業時に支柱となって車両を支える「アウトリガー」下部にゴムローラーを装備し、作業状態のまま低速での車両移動が可能なモバイル仕様。連続性がある作業の効率化を図れるのが特徴で、トンネル点検作業や壁面工事、高速道路などの防音壁工事といった一定の地上高を保ちながらの

仕事がこなせます。長さ3.4m×1.55mのワイドデッキを搭載し、従来よりさらに広い作業空間を確保。デッキ部分の水平・垂直・斜め上下への直線移動も可能となって、高所での作業効率を飛躍的に高めています。[建機レンタル事業部]



KKハウス物置（製造元：カナテック）



品質の高さ、豊富なバリエーションで定評のある、KKハウスシリーズの新商品は、現場はもちろん事業所やご家庭でも便利にご利用いただけるうえ、安心の強度を誇る物置です。強度と軽量化という、相反するテーマを新設計鉄骨構造でクリア。また、この構造により室内がひと回り広くなりまし

た。内装材に使用したOBS合板は抜群の耐久性を実現。サイズは下記2種類のほか、ご要望に応じてサイズ・オーダーも承ります。[建機レンタル事業部]

- 15型（定価250,000円）
 ■床面積：2.7(m)×1.78(m)=4.806㎡（1.5坪）
 ■軒高：2,132(mm)
 ■天井高：1,988(mm)
- 20型（定価310,000円）
 ■床面積：3.5(m)×1.78(m)=6.23㎡（2坪）
 ■軒高：2,132(mm)
 ■天井高：1,988(mm)

X-Terminator エクスターミネーター（セキュリティ・アプライアンスサーバ）

企業が保持する情報のセキュリティが問われ、また、コンピュータ・ウイルス事件が後を絶たない昨今、注目に値する最新のセキュリティ機能を備えたサーバです。ネットワークへのウイルスの侵入と他サイトへの攻撃を阻止するアンチウイルス機能と、不正なアクセスやアタックを撃退するファイアウ

ール機能を集約。ウィルスの阻止については、毎日ウィルス・パターンが自動更新されるため、新しいタイプのウィルスにも対応できます。本品はシリーズ化されており、事業所の規模やセキュリティ体制などに応じて最適な商品をお選びいただけます。

[情報機器事業部]



シェアNo.1を堅守する事業戦略 レンタル事業部のビジョンとアクション

インタビュー 金本哲男

(株)カナモト 執行役員 レンタル事業部長 兼 近畿中部地区担当部長



建設投資の低迷やレンタル単価の下落などが常態化し、市場競争が苛烈を極めるなか、今期の四半期を終えたいま、レンタル事業部が掲げる戦略のポイントについて、同事業部長の金本哲男に聞きました。

三大都市圏へ経営資源をシフト

—建設投資が大都市圏に集中しているなか、今後の拠点戦略はどのように展開していくのでしょうか？

金本 当社の拠点戦略の基本は、不採算店舗を閉鎖するとともに、需要の高いエリアに拠点を新設し、そこへ商品・人材といった経営資源を投入する「スクラップ & ビルド」にあります。これに基づき、建設投資の都市部偏重というトレンドの受け皿として、また当社のドミナントエリアの拡大を目的に、東京・大阪・名古屋へ優先的に出店する戦略が、昨年(第38期)本格的にスタートしました。

首都圏については7店舗を新設。都心部を中心とした需要の高いエリアにピンポイントで作った横浜港北、羽田、足立の3店が目標を達成。また、都心から離れたエリアにあって都心店舗のバックヤードの機能もあわせ持つ高崎、成田、鹿嶋、野田の4店についても順調に推移し、相應の成果を上げています。今期中には、

東京23区内に3~4カ所、新規出店する計画です。

—その他の大都市については、どうでしょう。

金本 東海エリアについては、既設の3店舗に加え、1店舗の新設が決定しており、今期中には名古屋近辺にさらに2店舗ほどの新設を計画しています。現在の名古屋のマーケットの隆盛ぶりは特需的な側面を持っていますが、この特需を過ぎても大都市相応の需要が見込めます。現在の特需を可能な限り多く取り込むため、早期の立ち上げを図りつつも、あくまで永続的な収益を前提として

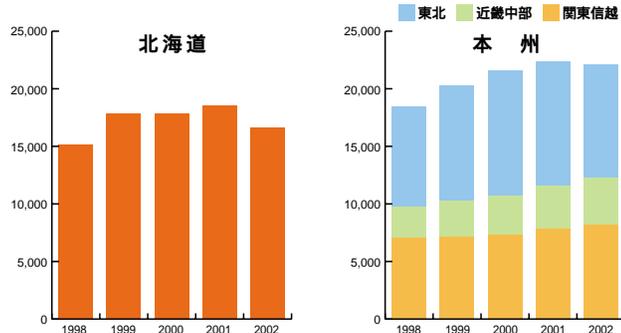
出店します。

大阪・近畿エリアでは、現地の同業者に当社がレンタル資産を供給する「リ・レンタル」スタイルが確立・奏功しており、今後もこの方法を発展させていくことで伸長できると見込んでいます。

—すでに成果は上がりつつあるようですが、今後の具体的な目標を教えてください。

金本 冒頭で申しましたとおり、三大都市に経営資源を集中させるということは、同時に他エリアの不採算店舗の閉鎖を伴います。今期末の計画で、本州と北海道の売上比率は55：

レンタル事業部 地区別売上推移 (単位:百万円)



45.これを、当戦略の5年目にあたる第43期末には65:35とし、関東・近畿の売上目標を現状の165%に設定しています。

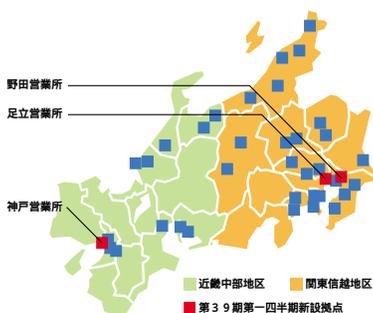
レンタル資産の再構成による稼働率アップ

—経営資源をシフトするということは、マーチャンダイジングの見直しも伴うわけですね。

金本 もちろんです。ユーザーからのあらゆるオーダーに即応することがレンタル会社の生命線との認識から、これまで当社では広範なラインナップを第一義としてレンタル資産を形成してきました。今後もその路線は継続していきますが、そのうえでエリア特性に応じた配置・構成を強化し、稼働率のさらなる向上を図ります。

たとえば、当事業部の売上の約25%を占めるパワーショベルは、大都市部ではなく他のエリアの保有率が高まるよう配置しています。これは、工事の種類が多様化している大都市部においてはパワーショベル以外の商品が主力になる工事も少なくない

関東信越・近畿中部エリア拠点



のに対し、地方部の主力はほぼパワーショベルに限られるためです。また、同様の理由から、首都圏では自社のレンタル資産を直接ユーザーに供給し、他の都市部では先述のリ・レンタルを中心に展開していきます。

—合理性をさらに重視していくということですね。

金本 はい。昨年まで私が担当部長を務めていた関東信越地区がよいモデルとなるはずで。このエリアは、大都市も地方部も含むという点で、全国マーケットの縮図といえますから。反対に言えば、そのころ私が陣頭指揮を執っていた戦略を極大化して展開すれば、全国規模の成果を上げられると認識しています。

収益構造の改善～レンタル価格の回復に向けて

—レンタル価格の下落は深刻な問題ですが、どのように対処するのでしょうか。

金本 この問題には、当社だけでなく業界全体が喘いでいます。当社では収支改善策の一環として売上原価の大幅な削減に着手しており、メンテナンスや機械配送の体制を合理化することでコストを抑え、すでに成果を上げています。とはいえ、レンタル価格が回復しないことには、収益性の改善には至りません。

価格下落の大きな一因として、旧型機が市場に累積していることが挙げられます。これを一掃できれば、需給

バランスが正常な状態に近づき、現状よりは正当な価格での取引が可能になるでしょう。当社としては海外への中古機販売をさらに強化し、市場に供給する旧型機を減らすとともに、販売による収益を確保していく方針です。

また、高付加価値化も価格回復に向けての重要課題と位置づけられます。機種面での付加価値向上として、すでに排ガス対策機の拡充などを行っていますが、今後は大都市部への出店を通じてマーケティング情報を集積していけば、新機種開発などにも着手できることでしょう。一方、営業面においては、エンジニアリングを伴うサービス拡充に向けて、人材の確保・教育に注力していきます。

そして、同業者との協調による取り組みとして、現場末端までのコスト意識の徹底やオプションサービスの有料化などのテーマにつき、業界全体で検討していきます。こうした動きは、従前から徐々に進捗させてきており、近いうちに何らかの成果を上げられると見込んでいます。

—本日はありがとうございました。



『次はどこへ、何を仕掛けようか、ワクワクしています』

～ カナモト四国の好業績に迫る ～

インタビュー 沼尾康雄 (株)カナモト四国 常務取締役 営業統括本部長

2001年、香川県高松市で営業を開始した当社のアライアンス企業、株式会社カナモト四国が順調な立ち上がりを見せています。建機レンタルの需要が首都圏に集中し、地方が苦戦を強いられているなか、現況と今後の展望について、同社常務取締役の沼尾康雄にインタビューしました。

過当競争地区への後発という
逆境を好転させたもの

— 設立当初の目標は初年度売上2億円、3年目3億円とのことでしたが、実績はいかがですか？

沼尾 営業開始が6月だったため第1期(8月決算)はわずかな期間であり、第2期が実質の初年度になりますが、機動的な機材の異動流通、的確な資産配備が奏効し、困難と思われた目標の数値をクリアできました。

第3期は開始早々から勢いが増幅し、高速関連下部工事の最終段階では当社の機械がいたるところで稼働。近畿はもちろん関東、信越、東北、北海道各地区のナンバープレートを付けた高所作業車ほか車両系の建機も稼働しています。さながら機械の展示会をも想像させるような状況は、お得意先様をはじめとする関係先様からも注目を浴びることとなり、一気

に当社の認知度合いをアップさせることとなりました。

当社半期を折り返した現時点で、期初に立てた年間目標のクリアはすでに射程内に捕らえており、上方修正を目論んでいるところです。ただし、今下半期と次期において、いかにこの勢いを持続・発展させるかが、当社の更なるステップアップのカギです。それが私に課せられた使命だと考えています。

— 設立以来、一貫して上り調子で来たのですか？

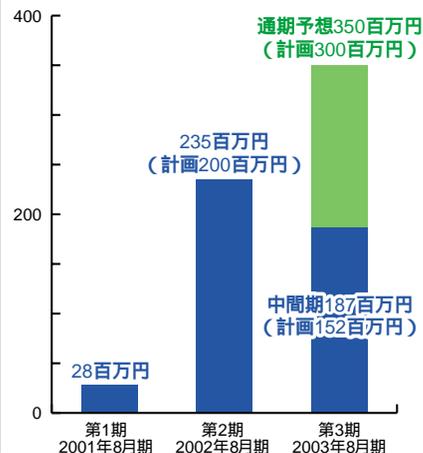
沼尾 いえ、そんなに甘くはありませんでしたね(笑)。

開設後の半年間ほどはとんでもない、というか惨憺たる状況でした。当時、当地の建設業界内では談合問題が発覚し、指名停止措置が執られたんです。つまり、県をはじめとする公共工事の発注の一切がストッ

プしてしまったのです。何しろ、四国版の建設新聞は記事にするネタがなく、字が大きくなったほどですから。

出店したはいいが、仕事がない(苦笑)。しかし、この仕事がストップしている期間を逆手に取り、地場ユーザーへの地道な訪問を行ったんです。無謀な受注活動はあえて控え、

カナモト四国 売上推移



稼働期に向けての自社PR活動に徹しました。カナモトとはいかなる会社なのかをあせることなくアピールし、じっくりと営業活動に専念したのです。後発、新参者なるゆえ、『地場の同業者の動向をしっかりと自分たちの目で見て、耳で聞き、そしてユーザーニーズの的を探る』という、カナモトがこれまでやってきたオーソドックスな新規開拓営業の踏襲、カナモト標準のカスタマーサービスを実践しました。また、当社に出資していただいているタダノ社(本社高松市)のバックアップもあり、地場ユーザーの開拓を着々と進めることができました。

—競合環境はいかがですか？

沼尾 高松での競合環境は全国有数の厳しさといえます。

30万人都市でありながら、広域と称される建機レンタル企業のほとんどが当地に出店していますし、県内近隣の市や町にもコンビニエンスストアのように、地場同業を含め建機レンタルの店舗がひしめき合っています。

そのような環境下において、レンタル価格たるや…(苦笑)。

当社が最も後発であったにもかかわらず、順調に立ち上がることができた理由として、次のことが考えられます。まずは、広域建機レンタル企業としてのネームバリュー「カナモトブランド」をフルに使わせてい

ただいていること。これは、ゼネコンへの営業の際に有効です。

また、同業者との無益な競争関係を避ける「カナモト大阪流」営業をも流用していること。これは、地場同業者への卸レンタルを通じ当社の認知度のアップにつながります。

そして、もちろん忘れてはならないのが、タダノの強みである質の高い機材メンテナンスサービスを持っていること。何といっても当地において絶大なる信頼感を誇っておりますから、ユーザーの安心感、リピーターの増加につながります。

あとは、企業秘密。あっ！社員たちのバイタリティあってこそ、というのを忘れていました(笑)。本当にみんな、よく頑張ってくれています。余談ですが、最近、香川県では県内の特産品を「Kブランド」と称しています。デパートにもKブランド直販コーナーがあります。建機レンタルでもKブランド——こちらはカナモトのKですが、流行中です(笑)。

カナモト・グループのノウハウを武器に

—主力商品を教えてください。

沼尾 まずは、何といってもKKハウス・トイレです。ご存知のとおりカナモト自社開発製品、カナモトの三種の神器。連棟タイプはもちろん、あらゆるユーザーニーズにお応えできるよう各タイプを取りそろえ

ております。

実は、このKKハウスシリーズ、木目調サイディングが香川県初登場ということもあり注目を浴びております。ものすごく目立って、というか意識的に目立つところに設置するようにしています(笑)。黙っておいちゃっている現場監督さんに感謝です。現場に長期間設置されるKKハウスは、広告媒体としても有効に機能するというメリットを持っています。しかも広告費は無料(笑)。

次はレンタカーでしょうか。これも、走る広告塔ですね。白いボディに紺色のロゴシールは、なかなかいいイメージですよ。



カナモト四国の主力商品にして“広告媒体”のKKハウス

—KKハウスをきっかけに、他の機械も納入できるわけですね。

沼尾 もちろん、そのとおりです。KKハウスを納入してそれで終わり、ではどうにもなりません。我々は仮設ハウス取り扱いの専門業者ではありません。

ユーザーも原価・損益管理上、発注先を絞り込むことの利便性を求めるでしょうし、なにより当社は、カナモト大阪営業所を機材デリバリの窓口として、全国各地から当社が必要とするあらゆる建機を調達できるという強みを持っています。そのうえ、仮設・事務用備品関係のレンタルビジネスにおいても地場に友好的なパートナーもおります。当社はカナモトが培ってきた建機レンタルビジネスのノウハウを享受し、それを有機的に活用し、ユーザーニーズを満足させるビジネスパートナーとしての使命を担うべく、努めております。

—四国エリア特有といえるような需要はありますか？

沼尾 四国に限らず、基本的に地方部においては、上下水道処理施設の普及といった社会資本整備事業がまだまだ立ち後れています。特に、香川県では渇水対策のための農村基盤整備事業「溜め池」の新設・改修工事は、当地独特の公共事業だと思えます。

四国でのトップシェアを照準におさめて

—今後の事業展開についてお聞かせください。

沼尾 ご多分にもれず、公共事業の減少に伴いエリア内の建機レンタル



遠方からでも目立つカナモト四国の社屋

マーケットも縮小状態に向かいます。当地のメインプロジェクトであった四国横断高速道路高松道の建設も終了を迎え、需給バランスの不均衡は一層の競争激化が予想されます。

また、その一方で、経営収支のバランスを失う建機レンタル企業は機材の更新がままならず、満足なメンテナンスを施せないなどの状況に陥り、ユーザー離れを起こす可能性をも秘めております。

当社は、カナモトのレンタルビジネスにおける経営指標に準拠し、経営の効率化を推し進めていきます。ユーザーニーズを的確にとらえた品ぞろえと提案型営業の推進は、必ずや新規開拓、リピーターの増加を促進させるとともに、営業エリアは確実に広がりを見せると考えます。

機が熟せば必然的にドミナント化の必要性が増し、人的・資金的な面で無理のない拠点展開を進めていきたいと考えております。もちろん、香川県のみならず、愛媛県、徳島県、高知県への進出も、当社単独もしくはアライアンス関係の構築等、さまざまな

ビジネスシーンが想定されます。これらのビジネスチャンスを逃さぬよう、積極的に営業活動を進めていきたいと考えております。

—勝算の見込みは？

沼尾 あります。というよりは、成長余地は十分に見込めると考えます。県内外への進出について障壁となる要因はなにもない。

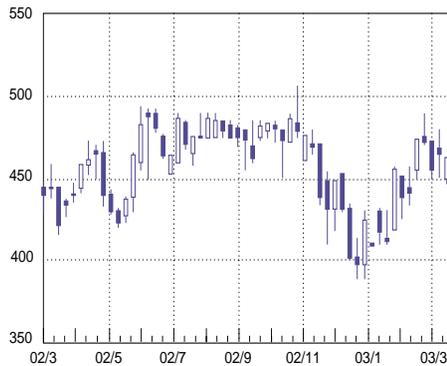
四国の建機レンタル市場を200億円と仮定し、そのトップシェアを目指すならば、極端に大規模な建設プロジェクトを頼りにしなくても、カナモトグループのノウハウとパワーに加え、懇意にしている建機メーカーや商社のサポートを併せ持つてすれば、必ず達成できるものと確信しております。

現在、次の戦略を練っている真っ最中ですが、「何を仕掛けてやろうか」とワクワクしています。ちょっとだけ、ヤンチャしてもいいですか、社長？



「僕はカナモトのフリーエージェント宣言第1号。頑張らなくてはい」と語る沼尾。管理本部経理部次長から一転して営業の第一線に復帰。上場スタッフとして培った幅広い知識には定評がある。社内外の人望も厚い。

● 株価チャート (週足)



● 株価および売買高 (東証分のみ、単位:円、出来高は千株)

	高値	安値	終値	出来高
2002年 2月	447	390	441	567
3月	459	416	440	557
4月	473	433	439	636
5月	494	420	483	869
6月	492	450	464	666
7月	490	458	486	437
8月	490	470	475	318
9月	485	455	482	363
10月	506	451	474	565
11月	480	411	448	321
12月	453	390	410	393
2003年 1月	457	411	439	233
2月	490	434	456	330
3月	494	447	484	327

会社概要 (2003年3月31日現在)

商号	株式会社 カナモト (英文 Kanamoto Co., Ltd.)
設立	1964年10月28日
資本金	85億9,673万円(払込済資本金)
上場取引所	東京証券取引所市場第一部 札幌証券取引所
営業拠点	139カ所
本社	札幌市中央区大通東3丁目1番地19
発行株数	30,253千株(発行済株式総数)
決算期	毎年10月31日(年1回)
証券コード	9678
従業員数	1,093名(役員・嘱託・臨時雇員を除く)

役員一覧 (2003年4月21日現在)

● 取締役

取締役 会長	● 金本 太中
代表取締役 社長	● 金本 寛中
代表取締役 副社長	● 鷲田 秀光
取締役 常務執行役員 経営企画部長	● 澤田 紳六
取締役 常務執行役員 経営統括部長	● 佐藤 幸夫
取締役 常務執行役員 経営企画部長	● 金本 栄中
取締役 常務執行役員 経営統括部長	● 卯辰 伸人
取締役 常務執行役員 経営企画部長	● 薩摩幸治郎
取締役 常務執行役員 経営統括部長	● 雑賀 忠夫
取締役 常務執行役員 経営企画部長	● 奥村 敏三
取締役 常務執行役員 経営統括部長	● 津田 憲澄
取締役 常務執行役員 経営企画部長	● 大西 清

● 執行役員

営業統括本部 付部長	● 野宮 秀樹
レンタル事業部 副部長	● 平田 政一
特品販売部 部長	● 成田 仁志
経営企画部 部長	● 金本 哲男
レンタル事業部 近畿中部地区担当部長	● 北方 敬一
事業開発部 部長	● 熊谷 浩
情報システム部 部長	● 金本 龍男
レンタル事業部 東北地区担当部長	● 麻野 裕一
債権管理課 課長	
債権管理課 課長	
債権管理課 課長	

バックナンバー

カナモトでは年4回、1月・4月・7月・10月に株主通信「Kanamoto Examiner」を発行しています。バックナンバーをご希望の方は、葉書に氏名・送付先をご記入のうえ下記までご連絡ください。本誌へのご意見・ご要望もお待ちしております。

〒060-0041 札幌市中央区大通東3丁目1番地19
株式会社カナモト 広報課



vol.20

2002年10月期中間決算号



vol.21

2002年10月期第3四半期号



vol.22

第38期事業報告

● 編集後記 ●

桜前線、着実に北上中です。今年は例年より少し早いようで、ここ札幌ではGWあたりに開花するようです。春とかお花見って、なんかウキウキしますよね。でも今は、中東の“前線”の方が気になります。自衛隊もお花見は自粛とか…早く平和が訪れますように。せっかくの桜も、愛でられぬまま散ってしまうと思うと寂しいですね。まるで不肖高山の大学受験の合否電報と一緒に。散らせてばかりだったからな(恥)。ところで、大学の合格発表もホームページに掲載されているようで、合格発表の胴上げも、“サクラ・・・”の電報も、春の恒例行事ではなくなってきたようです。世の中、変われば変わるものです。変わるといえば、企業の活性化は変革にありと唱える当社もまた然り。4月から新体制のスタートを切りました。ご期待くださいな。

(高山)



(東証一部・札証 証券コード: 9678)
〒060-0041 札幌市中央区大通東3丁目1番地19
Phone: (011)209-1600(大代表)
<http://www.kanamoto.co.jp>

株主の皆様へ

株券失効制度についてのお知らせ ~ 株券を喪失した場合の手続きが変更になります ~

株券を喪失(紛失・盗難・焼失など)された場合、喪失した株券を無効にして再発行を受けることができます。従来は、簡易裁判所に公示催告の申し立てを行い、除権判決を受けて再発行する取り扱いでしたが、平成14年商法改正(平成15年4月1日施行)により、株券は公示催告制度から除外され、新たに株券失効制度が創設されました。

新しい制度では、株券を喪失された方が、名義書換代理人(三菱信託銀行)にお申し出いただくと、喪失した株券は喪失登録簿に記載されます。その後、原則として記載された日の翌日から起算して1年経過後に喪失株券は無効となり、株券の再発行を受けることができます。

喪失登録申請に必要な書類など取り扱い手続きの詳細は、下記の三菱信託銀行証券代行部あてにご照会ください。

配当金の口座振込のご案内

配当金のお受け取りは、確実でお手数がかからない口座振込をおすすめします。三菱信託銀行証券代行部にご請求いただければ「配当金振込指定書」をお送りしますので、ご記入ご押印のうえ、同行あてにご返送ください。

Investor Information 株主メモ

決算日	毎年10月31日(年1回)	同事務取扱場所	東京都千代田区永田町2丁目11番1号 (〒100-8212)
株主総会	毎年1月中		三菱信託銀行株式会社証券代行部
同総会議決権行使株主確定日	毎年10月31日	郵便物送付先	東京都豊島区西池袋1丁目7番7号
利益配当金受領株主確定日	毎年10月31日	および電話照会先	(〒171-8508) 三菱信託銀行株式会社証券代行部
中間配当金受領株主確定日	毎年4月30日		電話(03)5391-1900(代表)
公告掲載新聞	日本経済新聞	同取次所	三菱信託銀行株式会社全国各支店
名義書換代理人	東京都千代田区永田町2丁目11番1号 (〒100-8212) 三菱信託銀行株式会社		