

令和8年度

## 和歌山県 地域中核企業創出プログラム

# 応募申請書

# サンプル

応募期限	2026年6月30日（火） 17:00 E-Mail 必着
応募方法	メール送付：ohbuchi@tanabeconsulting.co.jp 宛先：和歌山県地域中核企業創出プログラム運営事務局 担当：大淵 件名：「地域中核企業創出プログラム応募」
主催	和歌山県 企業振興課 （担当：竹内 辻本）
提出事項	「事前確認書」別紙 「応募申請書」本紙 1. 基本情報 2. 事業の競争優位性・独自性 3. 成長ビジョン 4. 経済的インパクト 5. 社会的インパクト 6. 現状の経営課題とDX・デジタル化への取り組み 7. 本プログラムへの動機と推進体制 ※任意の補足資料添付可

- ※ 各設問の記入欄は必要に応じて行数・サイズを変更してください。  
※ 任意の補足資料（企業パンフレット、取組事例等）を添付いただけます。その場合は、記入欄へ資料添付の旨をご記載ください。  
※ 提出後3営業日以内に受領確認の返信がない場合は、事務局までご連絡ください。

## 第1章 基本情報

会社名	株式会社和歌山ファインケミカル
代表者名	代表取締役社長 山本 健太郎
本社所在地	〒640-8341 和歌山県和歌山市 XXX 町 X 丁目 X 番 X 号
主たる事業内容	ファインケミカル製品（電子材料向け高純度溶剤・洗浄剤、医薬中間体、機能性コーティング剤）の製造・販売

### 業種（以下該当をチェック）

<input type="checkbox"/> 総合工事業 (06)	<input type="checkbox"/> 業務用機械器具製造業 (27)	<input type="checkbox"/> 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業 (53)
<input type="checkbox"/> 職別工事業（設備工事業を除く） (07)	<input type="checkbox"/> 電子部品・デバイス・電子回路製造業 (28)	<input type="checkbox"/> 機械器具卸売業 (54)
<input type="checkbox"/> 設備工事業 (08)	<input type="checkbox"/> 電気機械器具製造業 (29)	<input type="checkbox"/> その他の卸売業 (55)
<input type="checkbox"/> 食料品製造業 (09)	<input type="checkbox"/> 情報通信機械器具製造業 (30)	<input type="checkbox"/> 各種商品小売業 (56)
<input type="checkbox"/> 飲料・たばこ・飼料製造業 (10)	<input type="checkbox"/> 輸送用機械器具製造業 (31)	<input type="checkbox"/> 織物・衣服・身の回り品小売業 (57)
<input type="checkbox"/> 繊維工業 (11)	<input type="checkbox"/> その他の製造業 (32)	<input type="checkbox"/> 飲食料品小売業 (58)
<input type="checkbox"/> 木材・木製品製造業（家具を除く） (12)	<input type="checkbox"/> 通信業 (37)	<input type="checkbox"/> 機械器具小売業 (59)
<input type="checkbox"/> 家具・装備品製造業 (13)	<input type="checkbox"/> 放送業 (38)	<input type="checkbox"/> その他の小売業 (60)
<input type="checkbox"/> パルプ・紙・紙加工品製造業 (14)	<input type="checkbox"/> 情報サービス業 (39)	<input type="checkbox"/> 無店舗小売業 (61)
<input type="checkbox"/> 印刷・同関連業 (15)	<input type="checkbox"/> インターネット附随サービス業 (40)	<input type="checkbox"/> 専門サービス業（他に分類されないもの） (72)
<input checked="" type="checkbox"/> 化学工業 (16)	<input type="checkbox"/> 映像・音声・文字情報制作業 (41)	<input type="checkbox"/> 技術サービス業（他に分類されないもの） (74)
<input type="checkbox"/> 石油製品・石炭製品製造業 (17)	<input type="checkbox"/> 鉄道業 (42)	<input type="checkbox"/> 宿泊業 (75)
<input type="checkbox"/> プラスチック製品製造業（別掲を除く） (18)	<input type="checkbox"/> 道路旅客運送業 (43)	<input type="checkbox"/> その他の生活関連サービス業 (79)
<input type="checkbox"/> ゴム製品製造業 (19)	<input type="checkbox"/> 道路貨物運送業 (44)	<input type="checkbox"/> 医療業 (83)
<input type="checkbox"/> なめし革・同製品・毛皮製造業 (20)	<input type="checkbox"/> 水運業 (45)	<input type="checkbox"/> 社会保険・社会福祉・介護事業 (85)
<input type="checkbox"/> 窯業・土石製品製造業 (21)	<input type="checkbox"/> 航空運輸業 (46)	<input type="checkbox"/> 廃棄物処理業 (88)
<input type="checkbox"/> 鉄鋼業 (22)	<input type="checkbox"/> 倉庫業 (47)	<input type="checkbox"/> 自動車整備業 (89)
<input type="checkbox"/> 非鉄金属製造業 (23)	<input type="checkbox"/> 運輸に附帯するサービス業 (48)	<input type="checkbox"/> 機械等修理業（別掲を除く） (90)
<input type="checkbox"/> 金属製品製造業 (24)	<input type="checkbox"/> 各種商品卸売業 (50)	<input type="checkbox"/> その他のサービス業 (95)
<input type="checkbox"/> はん用機械器具製造業 (25)	<input type="checkbox"/> 繊維・衣服等卸売業 (51)	
<input type="checkbox"/> 生産用機械器具製造業 (26)	<input type="checkbox"/> 飲食料品卸売業 (52)	

※業種は日本標準産業分類中分類による

設立年月	西暦 1985 年 4 月 1 日
資本金	50,000,000 円

### 財務・組織データ（直近3期分）

※ 直近の決算期より遡って記入してください。

項目	直近期2年前	直近期1年前	直近期
売上高 (円)	2,650,000,000 円	2,840,000,000 円	3,020,000,000 円
営業利益 (円)	72,000,000 円	88,000,000 円	105,000,000 円
従業員数 （正職員・人）	68 人	72 人	75 人
従業員数 （パート・人）	12 人	14 人	15 人
平均年収の概算 (円) ※パート除く	5,800,000 円	6,000,000 円	6,200,000 円

※平均年収（給与支給総額÷就業時間換算による従業員数）  
・従業員数（パート・アルバイト等含む、役員は含めない）

※従業員数は就業時間換算として、パート・アルバイト等の給与は、給与支給総額に含めつつ、人数側も勤務時間に  
応じて0.5人や0.25人のように換算して計算を行う。

- ・「給与支給総額」給料、賞与、各種手当（残業手当、休日出勤手当、職務手当、地域手当、家族（扶養）手当、住宅  
手当）等、給与所得として課税対象となる経費

## 第2章 事業の競争優位性・独自性

<記載時のポイント>以下の観点などを参考に記載ください。

### (1) 自社の主力事業・市場ポジション

主要製品・サービス、主な顧客・販路、市場規模感、競合との違いを具体的にご記載ください。

### (2) 競争優位性・独自性の源泉

他社が模倣しにくい自社固有の強み（技術力・ブランド・顧客基盤・サプライチェーン等）と、それをどのように築いてきたかをご  
記載ください。

### (3) 価格決定力について

主力製品・サービスの価格をどの程度自社でコントロールできていますか。その根拠もあわせてご記載ください。

#### 【主要製品・サービス】

- ・電子材料向け高純度溶剤・精密洗浄剤シリーズ（売上構成比 約 55%）：半導体・FPD 製造工程向けに、純度  
99.999%以上を保証するグレードを安定供給。
- ・医薬中間体（売上構成比 約 25%）：国内大手製薬メーカー向けに、GMP 準拠の製造ラインで少量多品種対応を  
実現。
- ・機能性コーティング剤（売上構成比 約 20%）：自動車・建材メーカー向け防汚・撥水コーティング原料。

#### 【主な顧客】

- ・国内半導体メーカー5社（うち大手3社と長期供給契約）、国内製薬メーカー8社、自動車部品メーカー多数。
- ・県外売上比率は現時点で約70%（うち関東圏40%、東海圏20%、その他10%）。海外（台湾・韓国の半導体メーカ  
ー）向けは現在全体の約8%だが拡大中。

#### 【市場規模と競合との違い】

- ・国内ファインケミカル市場（電子材料用途）は約8,000億円規模。競合は大手化学メーカーの一部門として運営さ  
れるケースが多く、少量多品種・短納期対応での柔軟性に欠ける。
- ・当社は和歌山の石油化学コンビナートとの近接性を活かした原料調達力と、独自の精製・品質管理技術により、大  
手では対応しにくいニッチ高純度品領域で差別化を実現している。

#### 【競争優位性・独自性の源泉】

##### ① 独自精製技術（超高純度化プロセス）

創業以来40年以上かけて蓄積した独自の多段蒸留・精製技術により、汎用グレードでは達成困難な超高純度化を  
実現。この技術は特許取得済みのものを含め社内ナレッジとして蓄積されており、模倣は容易でない。

##### ② GMP 準拠の製造体制と品質保証力

医薬中間体向けに取得したGMP 認証を電子材料向けにも横展開。徹底した品質管理体制が顧客の品質監査を毎回ク  
リアしており、信頼関係の構築に貢献している。

##### ③ 顧客固有仕様への対応力（カスタマイズ力）

顧客の製造プロセスに合わせた品質規格・包装仕様・供給スケジュールへの柔軟対応が高い再購買率（既存顧客継続  
率98%以上）につながっている。

#### 【価格決定力について】

主力の高純度溶剤・洗浄剤については、代替品が限定的であること、かつ顧客の製造ラインに組み込まれた仕様品で  
あることから、価格はほぼ自社主導で設定できている。原料費高騰時においても、顧客との協議の上で価格改定交渉  
が受け入れられており、直近2期連続で売価改定（平均+3~5%）を実施することができた。

医薬中間体については、品質・納期・コンプライアンス対応の三拍子がそろった供給先として高い評価を受けてお  
り、価格競争に陥りにくい構造にある。

一方、機能性コーティング剤は大手との競合があり、価格決定力はやや限定的。今後は特定用途に特化した高付加価  
値品へのシフトを図る方針。

## 第3章 成長ビジョン

### (1) 2030年頃を目指す企業像（ビジョン）

定性（どんな会社でありたいか）・定量（売上・従業員数・拠点等）の両面でご記載ください。

#### 【定性】

「和歌山発・グローバルニッチトップのファインケミカルメーカー」として、次世代半導体・医薬品製造を支えるイ  
ンフラ企業となる。従業員一人ひとりが誇りを持てる高収益・高賃金の地域の雇用先モデルを目指す。

### 【定量】

- ・売上高：2030年度までに100億円達成（現在30億円→年平均成長率約20%を目標）
- ・営業利益率：現在3.5%→2030年に7%以上（高付加価値品へのシフトによる）
- ・従業員数：75人→120人（正職員100人以上）
- ・平均年収：620万円→800万円以上
- ・海外売上比率：現在8%→2030年に25%以上（台湾・韓国・東南アジア）
- ・拠点：現本社工場（和歌山市）＋関東物流拠点（新設予定）＋アジア現地法人（2028年目標）

### （2）100億宣言について

該当するものにを入れてください。

- 宣言済み（宣言時期： 年 月）
- 本プログラム期間中に宣言予定（想定時期：2026年9月頃）
- 検討中（現在の売上高： 億円 / 100億到達の想定時期： 年頃）
- 売上高がすでに100億円以上

### （3）今後の成長シナリオの概要

どのような事業領域・戦略・手段（M&A・新市場開拓・新製品開発・海外展開等）を通じて成長を実現しようとしていますか。現時点の構想で構いません。すでに100億円達成している場合は次のステージ目標に対してご記載ください。

#### 【シナリオ①：既存事業の深耕・高付加価値化（2026～2028年）】

電子材料向け高純度溶剤について、次世代半導体（2nm以下プロセス）対応グレードの開発に着手。現顧客の次世代ライン向けに先行採用を目指す。医薬中間体についてもGMP体制強化により新規製薬顧客の獲得を図る。

#### 【シナリオ②：海外市場開拓（2027～2030年）】

台湾・韓国の半導体メーカーへの直接取引を拡大し、現在8%の海外比率を25%まで引き上げる。エージェント経由から直接営業体制への移行を段階的に推進。東南アジア（マレーシア・タイ）の新興半導体クラスター向け販路開拓も検討中。

#### 【シナリオ③：M&A・提携による機能拡張（2028～2030年）】

製品ポートフォリオの早期拡充と技術補完のため、関東・東海の中小ファインケミカル企業やCMO（医薬品受託製造）企業とのM&A・資本提携を検討。売上高50～100億円規模の案件を想定している。

### （4）中期経営計画の有無

- あり（3年計画、現在1年目）  なし

「あり」の場合、主要な数値目標や成長戦略の方向性をご記載ください（任意）

主要数値目標：2026年度30億円→2027年度40億円→2028年度55億円を中計第1フェーズと設定。  
成長戦略の方向性は「高付加価値品へのシフト」「海外展開加速」「製造能力増強」の3本柱。

## 第4章 経済的インパクト

<記載時のポイント>以下の観点などを参考に記載ください。

#### （1）外貨獲得・県外取引について

現在の売上のうち和歌山県外からの売上比率はどの程度ですか。また今後3～5年で県外・海外の売上をどのように伸ばしていく計画ですか。

#### （2）雇用創出計画

今後3～5年で和歌山県内における正職員雇用をどの程度増加させる見込みですか。また、どのような職種・スキルの人材を採用していく予定ですか。

#### （3）賃金水準の向上方針

従業員の賃金水準（平均年収）を今後どのように引き上げていく方針ですか。具体的な数値目標や取り組み方針があればご記載ください。

#### （4）地域サプライチェーンへの波及効果

自社の成長が、県内の仕入先・外注先・関連企業等にどのような正の影響をもたらすと考えますか。

#### 【（1）外貨獲得・県外取引について】

現在の県外売上比率は約70%（約21億円）。主な獲得先は関東・東海の半導体メーカー・製薬メーカーであり、和歌山県外から安定的に売上を得ている。

今後3～5年の計画

- ・国内県外売上は年10～15%増を目標。関東・東海のみならず九州の半導体クラスター（熊本等）向け営業を強化。
- ・海外売上は現在の約2.4億円から2030年に25億円規模（全体の25%）へ拡大。台湾・韓国での直接取引先を現在の3社から10社以上へ拡大する方針。

#### 【（２）雇用創出計画】

現在 75 名（正職員）から 2030 年に 100 名以上を目標とし、5 年間で 25 名以上の純増を見込む。

採用予定職種

- ・研究開発職（有機合成・分析化学）：5 名（地元大学院卒を中心に採用強化）
- ・製造技術職：10 名（和歌山県内高専・工業高校卒を積極採用）
- ・品質保証・薬事職：5 名
- ・営業・海外事業職：5 名

県内雇用への貢献として、和歌山大学・近畿大学薬学部・和歌山工業高等専門学校との産学連携インターンを強化し、地元理系人材の定着を図る。

#### 【（３）賃金水準の向上方針】

現在の平均年収 620 万円（業界平均 560 万円比+11%）を 2030 年までに 800 万円以上へ引き上げることを目標とする。

具体的取り組み：

- ・利益率改善分の 50%以上を賃上げ原資に充当する方針を経営方針として明文化。
- ・年功序列から役割・成果連動型への賃金体系改革を 2026 年度中に実施予定。
- ・技能資格保有者・語学スキル保有者への手当新設により専門性の高い人材を処遇。
- ・直近 2 年連続でベースアップ（2024 年+4%、2025 年+5%）を実施済み。

#### 【（４）】地域サプライチェーンへの波及効果

当社の成長は、以下の形で県内経済に波及効果をもたらすと考える。

- ・原材料・副資材の県内調達増：和歌山石油化学コンビナート企業（出光興産・東燃化学等）からの原料購買が増加し、県内製造業全体の生産増につながる。
- ・物流・梱包業者への外注増：製品出荷量増大に伴い、県内の物流会社・容器メーカーへの発注が拡大する見通し。
- ・地元金融機関との融資取引拡大：設備投資資金として紀陽銀行・和歌山信用金庫からの借入を増やし、地域金融の活性化に貢献。
- ・協力工場・外注先への仕事創出：梱包・充填作業の一部を地元の障害者就労施設へ外注する取組を継続・拡大予定。

## 第 5 章 社会的インパクト

<記載時のポイント>以下の観点などを参考に記載ください。

#### （１）地域・社会課題への取り組み

現在、地域課題・環境課題・社会課題の解決に資する取り組みを行っていますか。具体的な内容とその成果・影響をご記載ください。

#### （２）多様な働き方・人材活躍推進

女性・シニア・外国人材・障がい者等の多様な人材の活躍推進、柔軟な働き方制度の導入など、取り組み状況をご記載ください。

#### （３）和歌山県の魅力・産業活力向上への貢献イメージ

自社の成長が、和歌山県の地域ブランド・産業競争力・若者の定着等にどのように貢献しようと考えますか。

#### 【（１）地域・社会課題への取り組み】

##### ① 廃液・廃溶剤のゼロエミッション化

製造工程で発生する廃溶剤を蒸留回収・再生し、再生品として顧客へ廉価提供するリサイクルビジネスを 2023 年より開始。廃液排出量を 2 年間で 35%削減達成。

##### ② 地域の化学教育支援

和歌山市内の高校・高専に毎年「化学産業見学会」を実施。年間 200 名程度の学生が工場見学・実験体験を行い、地元製造業への関心喚起・理系離れ防止に貢献。

##### ③ 有田川・加太海岸の環境保全活動

社員ボランティアによる年 2 回の清掃活動を継続。2024 年は 50 名が参加し、地域住民との共同活動として地元紙でも紹介された。

#### 【（２）多様な働き方・人材活躍推進】

- ・女性活躍：研究開発部門での女性比率を現在 25%から 30%超に引き上げることを目標。2024 年に女性研究員が主任（課長補佐相当）に初めて昇格。
- ・シニア活躍：定年再雇用制度を拡充し、65 歳以上の技術者 5 名が現役で品質管理・後進指導を担う。
- ・外国人材：現在ベトナム・中国籍の研究職 2 名が在籍。多言語マニュアルの整備とメンター制度で定着率 100%。

#### 【（３）和歌山県の魅力・産業活力向上への貢献イメージ】

当社が 100 億企業へ成長することで、以下の形で和歌山県のプレゼンス向上に貢献できると考える。

##### ① 和歌山=「先端ファインケミカル産地」としてのブランド形成

半導体・医薬分野の先端顧客への供給実績を積み重ねることで、和歌山県内の石油化学産業が単なる「装置産業」で

はなく「高度加工・高付加価値産業」として認知されることに貢献する。

② 理系高度人材の地元定着

大学院卒・高専卒の研究職採用を拡大することで、従来は県外へ流出していた理系人材が地元で活躍できる場を創出する。

③ 若者が誇れる「和歌山のものづくり」の体現

高賃金・働きがいのある職場として、若者が和歌山で就職・定住する選択肢の一つとなることで、地域の人口減少・若者流出の緩和に寄与する。

## 第6章 現状の経営課題とDX・デジタル化への取り組み

### 6-1. 経営上の主要課題

#### (1) 現在の経営上の主要課題（上位3つまで）

課題の内容・経営への影響・現在の対処状況をご記載ください。

##### 【課題①】 研究開発・製品開発リードタイムの長期化

次世代半導体向けグレード開発に取り組んでいるが、分析・評価の工程が人手とアナログ機器に依存しており、開発リードタイムが競合比で約1.5倍かかっている。経営への影響：顧客の設計仕込みタイミングへの対応遅れによる失注リスク。現在の対処：2025年度に新型分析装を1台導入済みだが、データ管理はまだExcel主体で非効率。

##### 【課題②】 製造原価管理の精度不足

製品別・ロット別の原価計算が月次集計ベースに留まり、リアルタイムでの収益把握ができていない。原材料費変動の価格転嫁タイミングが遅れ、マージンを圧迫するケースが散見される。現在の対処：経理担当者が手動でExcel集計しているが、人的ミスや遅延が発生している。

##### 【課題③】 海外取引に対応できる営業・貿易実務体制の未整備

海外売上拡大を目指しているが、英語対応・輸出入通関・現地規制対応ができる専門人材が社内にはいない。現在はすべて商社経由であり、直接取引による利益率向上・顧客関係強化が進まない状況。

#### (2) 上記課題を解決した際に実現したい姿

3～5年後の具体的な事業・組織・財務面での変化をご記載ください。

課題①解決後：研究開発リードタイムを現在の18ヶ月から12ヶ月以内に短縮。次世代半導体向け製品のサンプル提供時期を競合に先駆け実現し、主要顧客の次世代ライン向けの正式採用獲得。

課題②解決後：製品別・製造ライン別のリアルタイム原価把握を実現。値決め精度の向上と原料費変動への迅速な価格対応により、営業利益率を2026年度中に5%以上に改善。

課題③解決後：台湾・韓国の半導体メーカー3社以上と直接取引を開始し、海外売上比率を15%（約6億円）へ拡大。商社マージンの圧縮により粗利益率を2～3ポイント向上。

### 6-2. DX・デジタル化への取り組み

#### (1) デジタル化・DXの現状

現在、社内の業務や経営管理においてどの程度デジタルツール・システムを活用していますか。主な活用領域と活用ツール・システムをご記載ください。（例：生産管理、在庫管理、販売・顧客管理、財務・経理、人事・勤怠、社内コミュニケーション等）

- ・生産管理：自社開発の旧来型MES（製造実行システム）を使用。2008年導入で老朽化。データ連携も限定的。
- ・在庫管理：MESと連携した在庫台帳をExcelで補完管理。二重入力によるミス・タイムラグが発生。
- ・販売・顧客管理：CRM未導入。顧客情報・商談履歴は営業担当者個人のExcel・メールで属人的管理が課題。

#### (2) 現在感じているデジタル・IT面での課題

システムの老朽化・データ活用の遅れ・IT人材不足・コスト・業務プロセスの非効率など、具体的に記載ください。

- ・社内にシステム担当者が1名のみで、日常保守対応で手一杯。DX推進を主導できる人材がいない。
- ・製造現場のベテラン層を中心に、デジタルツール活用への抵抗感があり、全社的なDX推進が進みにくい状況。

#### (3) 今後取り組みたいDX・デジタル化の方向性

業務効率化・コスト削減にとどまらず、新たなビジネスモデルの創出・顧客価値向上・意思決定の高度化など、成長戦略との連動という観点も含めてご記載ください。

・ERP導入による基幹業務統合：生産・在庫・販売・会計をクラウドERPで一元化し、リアルタイム原価管理と経営ダッシュボードを実現する。製品別・顧客別の収益可視化により意思決定のスピードアップを図る。

## 第7章 本プログラムへの動機と推進体制

#### (1) 本プログラムに応募した動機・目的

なぜ今このプログラムに応募しようと思われましたか。経営者ご自身の言葉でお書きください。

当社は創業以来 40 年、「良いものを誠実に作る」という精神でやってきましたが、今の売上規模 30 億円では、将来にわたって社員・家族を守り、地域に貢献し続けることが難しいと感じています。

「100 億企業」という目標は、単なる売上数字の問題ではありません。その規模に達することで、研究開発への継続投資、優秀な人材の採用・育成、設備の更新、万一のリスクへの備えが初めて可能になると考えています。

一方で、私自身が「どう 100 億に向かって進むべきか」の道筋を明確に描けているかというと、正直まだ確信が持てていません。本プログラムの専門家の知見を借り、自社の「勝ち筋」を客観的に整理し、経営チーム全員が腹落ちした成長ロードマップを描くことが、今まさに必要なことだと判断し、応募を決断しました。

## (2) 代表者・経営者のコミットメント

代表者（または経営層）が本プログラムの支援に直接関与できる体制・時間的余裕はありますか。具体的な関与方法（月何回程度の会議参加等）もご記載ください。

（プログラム内容については、リーフレット、WEB サイト等をご確認ください）

代表取締役社長の山本自らが、本プログラムの全ての支援に主体的に参加します。具体的には、月 2 回程度のコンサルタントとの定例ミーティングに原則出席し、成長戦略策定の議論をリードします。また、プログラム期間中は毎月最低 4 時間を本プログラムの活動に充当することを確約します。

なお、日常業務の執行については副社長・各部門長に権限委譲を進めており、代表としての時間的余裕を確保できる体制を整えています。セミナー・成果発表会への参加も全て対応します。

## (3) 社内プロジェクト推進体制（経営者含め 3 名以上）

氏名	役職	所属	担当業務	プロジェクトでの役割
山本 健太郎	代表取締役社長	—	経営全般	最終責任者
中田 誠一	経営企画部長	経営企画部	戦略企画・IR	事務局・プロジェクト推進リーダー
浜田 由美子	研究開発部長	研究開発部	製品開発・技術管理	技術戦略・DX 推進担当
西川 剛	営業部長	営業部	国内外営業全般	市場戦略・海外展開担当
松下 正志	製造部長	製造部	製造・品質管理	製造効率化担当

## (4) 本プロジェクトの事務局（連絡窓口）

氏名	中田 誠一
役職	経営企画部長
メールアドレス	Nakata_XXX@wakayama-fc.co.jp
電話番号	073-422-XXXX（直通）／ 090-XXXX-XXXX（携帯）

以上