

## 安定した品質とデリバリー

台塑勝高科技(FORMOSA SUMCO TECHNOLOGY)は台湾プラスチックグループが47.6%、日本のSUMCO TECHXIV(旧コマツ電子金属)が50.5%出資して設立した合弁会社で、台湾で半導体ウェーハ事業を営む。

同社は半導体用の8インチと12インチのウェーハの製造、販売を事業の柱としている。日系の半導体ウェーハメーカーとして台湾と日本の発展に半導体事業を通じて貢献している。今回は台塑勝高科技(股)有限公司の渡部雅総経理にお話を伺った。



台塑勝高科技(股)有限公司  
渡部雅総経理

御社の概要についてお聞かせください。

当社は1995年11月に台湾プラスチックグループとSUMCO TECHXIV(旧コマツ電子金属)の合弁で設立し、8インチと12インチの半導体ウェーハの生産と販売を行っています。台塑勝高科技の親会社であるSUMCO TECHXIVの親会社が昨年、小松製作所からSUMCO(三菱マテリアルシリコンと住友金属工業シチックス事業本部の合併による会社)に変更となり、台塑勝高科技の親会社の社名もコマツ電子金属からSUMCO TECHXIVに変更となりました。当社の資本額は約60億75万台湾元(2006年12月末現在)、昨年度の売上高は約59億2,200万台湾元、経常利益は約20億3,700万台湾元です。

現在、従業員は計約920名で、工場のある雲林県に製造、生産技術、QA、生産管理、ユティリティ管理等の機能を持ち、約880名、台北事務所に総務、経理、購買、営業機能を持ち約30名、新竹事務所に営業、サービスサポート機能を持ち約10名という状況です。

設立当初から生産している8インチウェーハは月30万枚強を生産し、台湾市場で30%以上のシェアで業界トップです。主な顧客は台湾プラスチックグループの南亜、TSMC、UMCです。また昨年11月からサンプル出荷を始めた12インチウェーハは現

在月5万枚を生産しています。主な顧客は台湾プラスチックグループの華亜、華邦です。売り上げの割合は8インチが70%、12インチが30%程度です。設立当初から他の多くの半導体会社同様、工場を24時間稼働させています。

台湾進出のきっかけについてお聞かせください。

台湾進出のきっかけは、1990年代初めに台湾プラスチックグループが本格的に半導体ビジネスに参入したいという話があり、ドイツのワッカー(現在のシルトロニック)など数社候補のある中で、コマツ電子金属に白羽の矢が立ちました。

コマツ電子金属としても当時、半導体各社の8インチウェーハ導入が加速している状況を受けて、工場建設の投資に踏み切り、1995年8月に合弁契約書にサインをしました。

提携当初は主に3つの不安材料がございました。第一にコマツ電子金属にとって、最初の海外拠点進出であり、海外進出のノウハウが無かったこと。2つ目は当時、台湾ではシリコンウェーハビジネスが無く、多くの人が初心者で、教育に時間がかかること。3つ目に工場が海辺の埋立地であり、クリーンルームを必要とする製造現場で砂埃やNa汚染などの環境問題があることです。

## 日本企業から見た台湾

しかし台湾は非常に親和的で、日本的感覚で接しても違和感が無く、海外進出の不安は暫くして無くなりました。また台湾人の方々も勤勉で向上心があり、日本語と半導体の勉強を一生懸命してくれました。そして製造現場ですが、クリーンルームに外気を取り込む方法に工夫を加え環境問題を克服することが出来ました。

台湾の半導体事情、制度の特性についてお聞かせください。

台湾の半導体事情ですが、日本と比べるとですが、台湾企業が非常に積極的な事業展開をされていると思います。TSMC、UMCなどのファウンドリー（半導体受託生産会社）はその良い例で、非常にコスト競争力のあるビジネスモデルを打ち立てていると感じます。また、台湾政府として半導体ビジネスを非常に重視しており、税制面で5年間の法人税免税など、大変優遇されていると感じています。当社も12インチは始めたばかりで、まだその優遇に預かっているのは非常にありがたいことです。

御社のセールスポイントについてお聞かせください。

品質が安定し、デリバリーが顧客の納期どおりに出荷できている点です。市場クレームは年に数件あるかどうかです。最近ではサプライヤーのランキングをつける顧客が多くなっていますが、当社は常に上位にランクされています。こういうこともあってか、今年8月に台湾政府から外資優良企業賞受賞の内示を受け、11月1日には陳水扁總統から表彰していただきました。

またトヨタの改善活動に由来した生産の改善活動であるTPM(Total Product Management)活動を推進していて、毎年2回、殆どの社員が出席して、発表会を工場で行っています。成績優秀なグループには日本に行って、日本の生産現場を勉強し、反対に

親会社の日本からも優秀なグループには台湾に来てもらって、相互で勉強し、刺激しあっています。そうした活動の甲斐もあってか、昨年12月にはTPM優秀賞を取得することが出来ました。

最後に御社の今後の主な活動のポイントについてお聞かせください。

主に2つありまして、第一に昨年末に立ち上げた12インチウェーハ事業に注力し、いずれは台湾市場のトップシェアを狙いたいと考えております。元々、客先の認証を得るのに、1年近くはかかると考えていたのですが、半年近くで認証を得ることが出来ました。こうした状況から見ても、8インチから12インチへの移行が考えていた以上のスピードで進んでいると感じています。12インチ生産前の日本人駐在員は約10名でしたが、12インチ強化のために約40名の日本人が応援で台湾に来てくれています。現在は月5万枚の体制ですが、来年はじめまでには月10万枚規模に、そして来年秋までには37億800万台湾元を投資して、月16万枚の体制に強化したいと考えています。12インチの投資総額は約158億台湾元の見込みです。

次に昨年から準備を始めている株式上場です。今回の株式上場は資金調達というよりは、従業員にとって上場会社で働くというモチベーションを主な目的として動いています。既に上場の許認可は今年9月に下り、今年末までの正式上場を目指しています。

ありがとうございました。