



고객이 신뢰할만한 파트너로 성장함이 목표

프라멧 스테판 스텐스트루프(Stefan Steenstrup) 대표

프라멧은 지난 1951년 설립된 후 초경 인서트를 전문 생산, 공급하며 글로벌 브랜드로 성장해오다 1991년 세코에 인수되며 샌드빅 그룹의 일원이 됐다. 이를 계기로 품질과 성능이 더욱 개선되면서 브랜드 인지도 역시 더욱 상승했다. 한국에는 2년 전 KBM과의 파트너십을 맺고 처음 진출한 이후 중공업, 자동차, 금형 등을 대상으로 적극적인 영업활동을 전개해 기대 이상의 성장세를 보이고 있다. 최근 KBM 방문을 위해 한국을 찾은 프라멧의 스테판 스텐스트루프(Stefan Steenstrup) 대표를 만나봤다.

글/조영의 기자

지난 1951년 설립된 프라멧(PRAMET)은 회사설립 당시에는 내마모 부품을 위주로 생산을 하다가 2년 뒤 초경 인서트를 본격적으로 생산하기 시작하면서 절삭공구 시장에 뛰어들었다. 이후 자국뿐 아니라 주변 국가로 판매를 확대하며 동부 및 중부 유럽에서 가장 파워 있는 절삭공구 브랜드로 성장을 지속해왔다. 1991년에는 샌드빅 그룹의 일원인 세코와 인수되면서 세코의 기술력까지 더해져 절삭공구 원재료 및 제품제조 기술이 배가되어 품질 및 성능 면에서 큰 도약을 이뤘다. 현재는 전 세계 고객들에게 초경 인서트 분야의 프리미엄 브랜드로 인식되고 있다.

프라멧의 스테판 스텐스트루프(Stefan Steenstrup) 대표는 “프라멧은 그간 합리적인 가격으로 최고의 제품을 공급한다는 목표 아래 지속적인 품질 및 성능 향상과 함께 제품 생산과정에 소요되는 불필요한 비용을 줄이고 제조공정 개선을 통해 원가절감을 이루고자 노력해 왔다. 이런 노력은 고객의 생산비용 절감과 생산성 향상에 큰 보탬이 되어 왔다고 확신한다”고 말했다. 이어 “반대로 이 점은 프라멧이 세계적인 브랜드로 성장하는 원동력으로 작용하고 있기도 하다”고 덧붙였다.

현재 프라멧은 샌드빅 그룹 내에서 제품의 안정성과 일관성이 요구되는 미드-마켓(Mid-market)에 포지셔닝되어 시장에서 D사, M사, S사와 경쟁을 벌이고 있다.

한편 샌드빅 그룹은 지난 2013년 영국의 홀 메이킹 전문기업인 도머(Dormer)와 프라멧을 합병했다. 그 결과 밀링에 강점을 갖고 있는 프라멧의 제품 포트폴리오가 한층 더 강화됐을 뿐 아니라 시장의 관점에서 보면 프라멧은 체코를 포함한 동유럽이나 중부유럽에서, 도머는 서유럽과 미주지역에서 각각 시장 점유율이 높아 시장을 서로 보완하는 역할을 하고 있다. 스테판 스텐스트루프 대표는 “제품이나 시장 측면에서 여러 모로 시너지 효과가 큰 셈”이라고 말했다.

생산성 향상에 기여하는 프라멧의 대표제품들

프라멧은 밀링, 터닝, 드릴링 작업에 적합한 다양한 종류의 초경 인서트를 생산해 기계가공 전 애플리케이션을 커버하고 있으며, 이중에서도 특히 밀링 분야에서 강점을 갖고 있다. “프라멧 제품들은 대부분의 애플리케이션에서 매우 우수한 성능을 나타내고 있다”는 것이 스테판 스텐스트루프 대표의 설명. 프라멧의 대표제품이자 스테디셀러인 FORCE AD 밀링 라인과 ECON HN 라인이 좋은 예이다.

FORCE AD 밀링 라인은 모든 밀링작업에 적용이 가능하다. 3가지 인서트 크기와 다양한 코너 라디어스는 물론 모든 피삭재에 적용 가능한 칩 브레이커와 재종을 보유하고 있어 고객의 니즈에 맞게 선택해 사용하면 된다. 낮은 절삭부하로 높은 가공능을 기대할 수 있다. ECON HN 라인은 양면 6코너 인서트를 적용해 최대 12코너까지 사용 가능하므로 공구비용을 절약하고자 하는 경우 최적이다. 가공 깊이는 5mm로 기존 16코너 인서트의 3.3mm보다 깊다. 2종류의 인서트 크기와 함께 4가지 칩 브레이커와 10가지 재종이 공급되므로 FORCE AD 밀링 라인과 마찬가지로 고객이 니즈에 맞춰 사용하면 된다. 모든 페이스 밀링작업이 가능하며 고정밀 가공은 물론 우수한 면조도를 실현한다.

프라멧의 재종들은 최신 코팅기술을 접목해 뛰어난 성능과 긴 공구 수명을 제공하며, 또한 다양한 가공환경에 맞게 특화되어 개발, 공급된다는 특징이 있다.

터닝 제품으로는 T93시리즈가 있다. Al₂O₃ 코팅 위에 표면처리를 하여 안정적이고 긴 공구 수명을 보장한다. 또한 드릴 제품은 다양한 종류의 제품이 구비되어 있으며 가공 후 홀의 정도가 높고 마찬가지로 공구 수명이 길다는 장점이 있다.

항공 및 난삭재 가공 위한 신제품 집중 출시

스테판 스텐스트루프 대표는 “프라멧은 중공업과 철도산업에 강점을 갖고 있고 이 분야에서 폭넓은 제품군을 확보하고 있으나, 앞으로는 자동차와 최근 급성장 중인 항공시장을 겨냥한 신제품 출시에 좀더 집중할 생각”이라며 “이를 통해 산업 세그먼트별 제품 포트폴리오를 강화해 토틸 툴링 메이커로서의 위상도 더욱 강화하겠다”고 말했다.

이와 관련해 항공시장에서 수요가 많은 난삭재 가공 전용 재종 개발과 다수의 프로젝트를 진행 중이며, 최근 T6310 재종과 H07재종 개발을 완료했다. 전자는 인코넬과 같은 니켈계 내열합금에, 후자는 티타늄 합금에 각각 추천된다. “전용 재종 개발을 통해 수요산업의 발전경로와 궤를 같이 하고 있으며 경쟁기업과도 차별화를 이루고 있다”고 스테판 스텐스트루프 대표는 강조했다.

프라멧은 고객의 니즈에 빠르게 대응하기 위해 연 2회 신제품을 론칭하고 있다. 올해 상반기에는 밀링 커터와 단면 사각형 인서트를 새롭게 선보였다. 밀링 커터의 경우 R타입, S타입, O타입의 3가지 인서트를 하나의 홀더에 체결할 수 있도록 하여 작업자의 편의성을 향상시켰다. 현재까지는 2가지 타입 인서트만 가능했다는 점에서 기술 향상을 이룬 제품이다. 단면 사각형 인서트는 직각 밀링 가공용으로 피삭재의 표면조도 향상에 효과적이다. 전용 커터가 매우 스페셜하게 설계되어 칩 배출이 원활하고 가공중 진동이 감소해 안정적인 가공을 보장한다.

4차 산업혁명 시대를 대비한 연구개발도 활발히 진행 중이다. 프라멧은 고객이 보다 공구관리를 편하게 하도록 ‘프롤로그(Prologue)’라는 공구관리시스템을 개발, 출시했는데, 소형부터 대형까지 다양한 공구 사이즈에 맞춰 모델을 구비하고 있을 뿐 아니라 맞춤제작도 가능하다. 사용자는 시스템에 접속해 공구 입·출고를 자유롭게 할 수 있고, 공급자는 재고량을 파악해 입고 시점을 예측·공급할 수 있다는 이점을 제공한다. 또한 가공현장에서 쉽게 공구를 선택하고 해당정보를 취득할 수 있는 전용 앱도 개발, 운영하고 있으며 올 상반기 안으로 한국어가 추가될 예정이다.

스테판 스텐스트루프 대표는 “오는 9월 체코에 R&D센터가 새롭게 문을 연다. 이를 계기로 연구개발에 대한 투자를 더욱 확대해 고객의 요구를 반영하고 시장을 선도할 수 있는 신제품 개발과 기술력 향상에 더욱 노력할 것”이라고 말했다.

“한국은 공작기계 강국, 아주 중요한 시장”

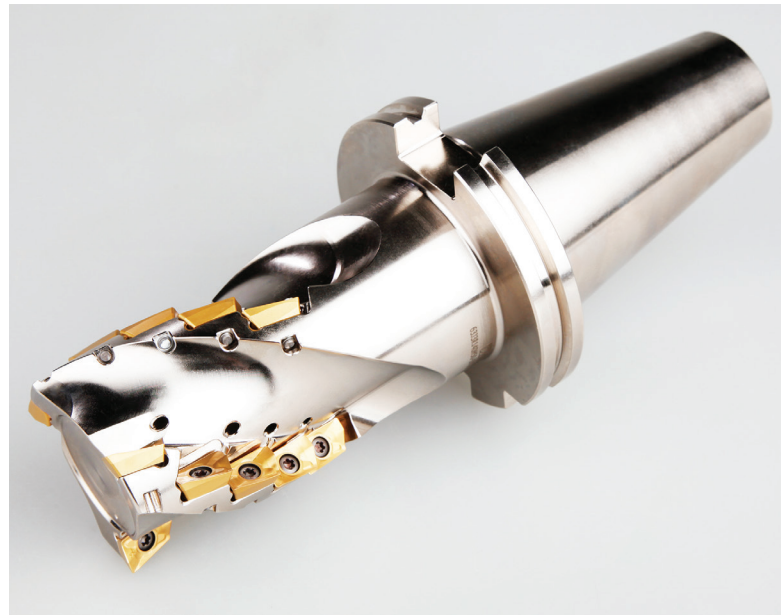
프라멧은 전 세계 고객들이 보다 손쉽게 자사 제품을 공급받을 수 있도록 가능한 많은 국가에 진출하는 것을 목표로 하고 있다. 이에 현재 약 100개국에 진출해 있고 이중 30개국에서 지사를 운영 중이다. 한국 진출 역시 같은 맥락에서 이뤄졌다.

스테판 스텐스트러프 대표는 “주력시장은 아무래도 본사가 위치해 있는 체코와 이탈리아고, 그 다음은 미국이다. 미국은 자동차는 물론 항공 시장이 매우 활성화되어 있어 매우 중요하다. 특히 도머는 항공시장에 최적화된 제품들을 많이 가지고 있어 시장 확대에도 유리하다”고 말했다. 이어 “아시아에서는 중국과 인도에 지사가 진출해 있고 시장 및 매출 규모도 큰 편이다. 한국은 진출한 지 2년이 조금 넘었음에도 단기간 동안 높은 성장률을 보여줘 본사에서 기대하는 바가 크다. 동남아 국가의 경우 아직까지는 셋업 단계라 보면 된다. 물론 아시아 국가들은 잠재력을 갖고 있기 때문에 앞으로 예의주시하게 될 것”이라고 덧붙였다.

프라멧은 2년 전 한국에 처음 진출했다. 그 배경에 대해 스텐스트러프 대표는 “한국은 산업 전반에서 고도화가 이뤄져 이에 맞는 솔루션을 필요로 할 것이고, 특히 한국에서 잘 발달되어 있는 난삭재나 중공업, 자동차, 기계 등은 프라멧이 가장 잘하고 또 집중하고 있는 분야이기 때문에 승산이 있을 것이라 판단했다. 그 당시 한국시장에 대한 이해가 높은 파트너가 필요했는데, KBM(대표 최문석)과 같은 훌륭한 파트너를 만나게 되어 현재 KBM의 영업 네트워크를 통해 우리 제품을 시장에 안정적으로 공급하고 있다. KBM과 같은 파트너를 만나게 된 것을 매우 기쁘게 생각한다”고 밝혔다.

이어 “한국은 세계 공작기계시장에서 5번째로 소비량이 많고 6번째로 생산량이 많은 국가인 만큼 시장규모도 크고 아주 중요한 시장이다. 한국시장은 강력한 자국 메이커들이 포진해 있고 시장 지배력이 높아 시장진입이 쉽지 않은 것은 사실이나, 한국의 주력산업인 자동차, 금형, 기계, 중공업 등에 최적화된 솔루션과 서비스를 제공함으로써 시장 확대를 꾀하고 있다”고 덧붙였다.

한편 프라멧은 한국 고객을 대상으로 ISO 터닝 인서트와 독자형 밀링 커터 등에 대한 프로모션을 진행해 브랜드 홍보는 물론 가능한 많은 고객들이 직접 제품을 사용해 볼 수 있는 기회를 제공하고 있다. 스텐판 스텐스트러프 대표는 “우리의 마케팅 전략은 대부분의 고객들이 프라멧을 품질이 높은 제품으로 인식하고 있기 때문에 최대의 서비스를 제공하는데 맞춰져 있다. 따라서 한국 파트너인 KBM의 엔지니어들이 고객의 현장에 직접 찾아가 제품 테스트를 실시하고 최적의 솔루션을 추천하는 등의 기술지원을 하고 있으며, 프로모션의 경우 한국시장의 특성에 맞춰 제공되는 서비스로 보면 된다”고 전했다.



헬리컬 AD 밀링 라인 제품

또한 프라멧은 2개월마다 소규모 기술세미나 및 교육을 진행하고 연 1회 전국의 엔드유저를 대상으로 한 대규모 세미나 개최를 병행할 계획을 갖고 있다.

최적의 솔루션 제공으로 고객과 동반성장

프라멧은 지난해 한국내 공작기계 소비량이 7.2% 감소한 가운데서도 연 초 예상했던 것보다 매출을 초과달성한 성과를 올렸다. 스텐판 스텐스트러프 대표는 “한국시장 진입 초기단계임에도 지난해 기대 이상의 성과를 달성했으며 현재까지 비교적 선전을 하고 있어 매우 고무적으로 생각한다. 앞으로 지속적인 성장을 위해 자동차, 금형, 중공업 순으로 시장에 진입해 점유율을 높여 나가겠다. 올해는 전년보다 2배 이상의 매출성장을 목표로 하고 있다”고 밝혔다.

이어 “올해 한국의 경제전망은 불투명한 편이다. 그래서 많은 어려움이 예상된다. 하지만 고객이 어려울수록 생산비용 절감의 요구가 높아지기 때문에 고객에게 다가갈 기회가 많아졌다는 것을 의미하기도 한다. 앞으로 고객의 가공환경에 맞는 최적의 가공 솔루션을 제공해 고객과 함께 성장하는 한 해를 만들어나가겠다”고 덧붙였다.

프라멧은 2020년까지 한국 미드마켓에서 1,000만달러의 매출실적을 달성하는 것을 목표로 세웠다.

마지막으로 스텐판 스텐스트러프 대표는 “한국시장에서 프라멧이 견고한 파트너, 신뢰할만한 브랜드로 자리매김할 수 있도록 앞으로 고객의 생산성 향상을 지원하고 보다 믿을 수 있는 가공 솔루션을 제공하는데 집중하겠다”고 포부를 밝혔다. **T**