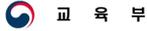


1.1 장 요약

모두를 위한 맞춤형 교육의 실현
디지털 기반 교육혁신 방안

2023. 2.



교사가 이끄는 교실혁명을 위한
디지털 기반 교육혁신
역량 강화 지원방안

2024. 4.



본 장에서는 2023년 이후 정부(교육부)가 추진한 주요 디지털 교육혁신 정책들을 살펴봅니다. 윤석열 정부 출범 이후 교육 분야의 디지털 전환이 가속화되면서, 교육부는 디지털 기반 교육혁신 추진방안, 에듀테크 진흥방안, AI 디지털 교과서 도입 등 굵직한 정책들을 발표했습니다. 이러한 정책들은 인공지능(AI)을 활용한 맞춤형 학습 구현, 디지털 교과서 보급, 학교와 민간 간 협력 거버넌스 구축 등을 핵심으로 하고 있습니다. 또한 정부는 에듀테크 산업 육성을 위해 규제 개선과 지원 방안을 모색하고 있으며, 에듀테크의 해외 진출(수출)까지 장려하고 있습니다.

1.2 디지털 기반 교육혁신 추진계획 (맞춤교육 실현)

2023년 1월 교육부 장관으로 취임한 이주호 부총리는 “모두를 위한 맞춤교육”을 기치로 내걸고, 공교육에 민간의 AI 기술을 적극 도입하는 디지털 기반 교육혁신을 강력히 추진하겠다고 발표했습니다.

2023년 2월에는 이러한 방향성을 구체화한

‘디지털 기반 교육혁신 추진계획’을 공개하여, 교사+AI 협력수업을 통해 학생 개개인에 맞춤형된 학습을 제공하는 미래 교육 비전을 제시하였습니다.

1 AI 기술 및 데이터 과학을 활용한 디지털교과서 개발

1.1 AI 디지털교과서 개발

- (개발 방향) AI 기술을 활용하여 해당 교과의 효과적인 학습을 돕는 것을 목적으로, 과목의 특성에 따라 다양한 기술을 적용하되 핵심적으로 적용되어야 하는 AI 기술은 지정
 - ※ 적용 가능 기술 : 지능형 튜터링 시스템(ITS), 메타버스, 확장현실(XR), 노코드 플랫폼, 대화형 AI, 음성인식, 필기인식 등
- (도입 과목) 수학, 영어, 정보 + α
 - ※ *수학: AI 튜터링으로 맞춤 학습 지원 / 영어: 음성인식 기술을 활용한 듣기 말하기 중심 교육 실현 / 정보: 교육과정 내에서 코딩 체험실습 제공* 등의 방향 검토
- (적용 학년) (25) 초·3·4, 중·1, 고·1 → (26) 초·5·6, 중·2 → (27) 초·3
 - ※ 현장의 혼란을 최소화하기 위해 3년간 AI 디지털교과서와 서책형 교과서를 병행하되, 운영 성과 및 현장 의견 등을 고려하여 28년 이후 전면 전환도 검토
- (개발 방식) 발행사별로 특색있는 AI 디지털교과서를 개발하되, 발행사는 여건에 따라 단독 또는 에듀테크 업체와 협업을 개발



2 추진 로드맵

구분	준비 (2023~2024년)	도입 (2025년)	확산 (2026년 이후)
2022 개정교육과정	적용 준비 지원	적용 (초·3·4, 중·1, 고·1)	적용 (26년 : 초·5·6, 중·2 → 27년 : 중·3)
AI 디지털 교과서	개발 가이드라인, 데이터 표준 제공	적용 (초·3·4, 중·1, 고·1 무분별관리사) / 수학, 영어, 정보 + α	적용 (26년 : 초·5·6, 중·2 → 27년 : 중·3) / 과목 추가
교원	TOUCH 교원 (23년 : 400명 → 24년 : 800명) / 대상 교원의 40% / 관리자 100% 48명	TOUCH 교원 1500명 / 대상 교원의 70%	TOUCH 교원 2000명(26년) / 대상 교원의 100%(26년)
디지털 인프라	디바이스 보급 점검 (23년 기준 151만대) / 유·무선망 점검	1인 1 디바이스 (초·3·4, 중·1, 고·1) / 모니터링 및 보안	1인 1 디바이스 (초·5·6, 중·2, 고·2)(26년 → 중·3)(27년) / 모니터링 및 보안
현장 파트너십	시범 시도교육청 (23년 : 7개 → 24년 : 17개) / 선도학교 (23년 : 300교 → 24년 : 700교)	17개 / 추가 확대	17개 / 추가 확대

- AI 디지털교과서 도입: 기존 교원이 AI 기반 디지털 교과서의 도움을 받아 수업을 진행함으로써, 한 명 한 명의 학생에게 최적화된 학습경로를 제공하도록 합니다.

- 이를 위해 교사의 **디지털 역량 강화** 연수가 병행되고, 현장에 AI 활용 선도 사례를 만들기 위해 **디지털 선도학교**를 지정·운영하기로 하였습니다.
- **디지털 선도학교 300개 운영:** 전국 시도교육청별로 디지털 혁신을 견인할 **300개 학교**를 선정하여 AI 활용 교육모형을 시범 운영합니다.
선도학교들은 다양한 에듀테크 솔루션을 수업에 도입하고 효과성과 모범 사례를 축적하는 역할을 맡습니다.
- **지역 단위 AI 학습플랫폼 구축:** 서울특별시교육청 등 일부 교육청은 민·관·학 협력으로 자체적인 **AI 디지털 교수학습 플랫폼** 구축 사업을 추진하고 있습니다.
이는 지역 사회와 기업, 대학이 함께 참여하여 플랫폼을 개발하고 운영함으로써, 향후 전국적으로 확산될 **공교육-에듀테크 협력 모델**을 마련하려는 시도입니다.

이러한 추진계획은 **공교육과 에듀테크 기업의 협업 거버넌스**를 강조하고 있으며, 미국, 영국 등에서도 공교육에서 민간 기술을 채택하는 사례가 늘고 있는 만큼, 국내에서도 다양한 협력과 연구를 통한 혁신 모델이 필요하다는 인식이 반영되었습니다.

1.3 AI 디지털 교과서 추진 및 디지털 콘텐츠 정책



2025년, 교실에서 마주할 인공지능(AI) 디지털교과서, 모두를 위한 맞춤 교육을 실현

- 2024년 인공지능(AI) 디지털교과서 검증심사 최종 결과 발표. 총 76종 합격
- 2025년 초·중·고 1, 고 1 대상 영어, 수학, 정보교과부터 학교에서 인공지능(AI) 디지털교과서 활용
- 교실에서 인공지능(AI) 디지털교과서가 원활히 활용될 수 있도록 교편의 역량 강화, 디지털 기반사범(인문과) 개편 등 충분한 준비

교육부(부총리 겸 교육부 장관 이수호)는 11월 29일(금), 2025년 도입되는 인공지능(AI) 디지털교과서에 대한 검증심사 결과와 함께 인공지능(AI) 디지털교과서 도입 이행안(로드맵)을 조정하여 발표한다.

【2025년 도입될 인공지능(AI) 디지털교과서 확정】

2024년 인공지능(AI) 디지털교과서 검증심사는 초등학교 3·4학년, 중학교 1학년, 고등학교 공통교과의 영어, 수학, 정보 교과에 대해 신청기간에 접수된 총 146종의 인공지능(AI) 디지털교과서를 대상으로 실시하였다.

검정심사에서는 전문가, 현장 교사 등으로 구성된 검증위원이 교과과정과 따라 효과적인 맞춤 학습이 가능하도록 내용을 구성하였는지 등의 내용심사와 기술적 완성도와 학습지원 기능이 적절하게 구현되었는지, 데이터의 개인정보 등은 안전하게 관리되는지 등의 기술심사를 통해 검정기준에 따라 면밀하게 검증하였다.

검정심사 결과, 12개 출판사에서 제작한 총 76종의 인공지능(AI) 디지털교과서가 최종 합격하였고, 향후 일선 학교의 신청 절차를 거쳐 2025년 1학기부터 교실에서 활용할 예정이다.

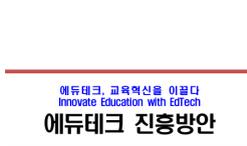
【교육현장의 의견을 고려한 인공지능(AI) 디지털교과서 도입】
< 인공지능(AI) 디지털교과서 도입 로드맵 조정(안) >

교과목	기존	변경	
초	영어 수학 정보	2025년 도입 → 2027년 도입 완료	동일
	사회(역사, 과학)	2026년 도입 → 2028년 도입 완료	2027년 도입 → 2028년 도입 완료
	국어 실과	2026년 도입 → 2028년 도입 완료	적용 제외
중	영어 수학 정보	2025년 도입 → 2027년 도입 완료	동일
	사회(한국사, 과학)	2027년 도입 → 2028년 도입 완료	2027년 도입 → 2028년 도입 완료
	국어 기술가정	2026년 도입 → 2028년 도입 완료	적용 제외
고	영어 수학 정보	2025년 도입 → 2027년 도입 완료	동일
	사회(한국사), 과학	2028년 도입	동일
	국어 실과	2028년 도입	적용 제외
특수	국어	2025년 초등 도입	2027년 중·2028년 고까지 확대
	수학	2026년 초등 도입	2027년 중·2028년 고까지 확대
	생활영어	2027년 도입	적용 제외
	정보통신	2028년 도입	적용 제외

- 교육부는 **AI 기반 디지털 교과서** 도입을 핵심 정책으로 추진하고 있습니다.
2023년 6월에는 **'AI 디지털 교과서 추진계획'**을 발표하여, **2025년부터 수학, 영어, 정보** 과목을 시작으로 AI 디지털 교과서를 단계적으로 도입한다고 밝혔습니다.
AI 디지털 교과서는 단순 전자책 형태를 넘어서 **지능형 튜터** 기능을 갖춘 교과서로 학생이 디지털 교과서를 통해 문제를 풀면 AI가 학습 데이터를 분석하여 맞춤형 피드백을 주고, 필요한 보충자료를 제시하는 등 학습을 도와줍니다.
교사는 AI 교과서로부터 제공받는 **학습분석 정보**를 참고하여 학생별로 맞춤 지도할 수 있게 됩니다.
- 이를 위해 교육부는 2023년 8월 **'AI 디지털 교과서 개발 가이드라인'**을 제시하여 민간 업체들이 교육 현장에 맞는 디지털 교과서를 개발할 수 있도록 표준을 마련했습니다.
또한 교육과정 개정과 연계한 디지털 교과서의 **검정 기준** 정비, 교과용 도서 관련 법령의 개정 등 제도적 준비도 병행하고 있습니다.
정부는 2024~2025년 동안 시범 운영을 거쳐 효과성을 검증하고, 2025년 신학기부터 일부 과목에 도입 후 점차 전 과목으로 확대할 계획을 가지고 있습니다.
- **디지털 콘텐츠** 측면에서도, 교육부와 시도교육청들은 학교 수업에 활용할 우수한 민간 에듀테크 콘텐츠를 발굴·보급하고 있습니다.
서울교육청은 **서울에듀센터**를 통해 AI 활용 수업자료, 에듀테크 도구 활용 가이드 등을 공유하고 있고, KERIS(한국교육학술정보원)는 **에듀테크 플랫폼**을 구축하여 학교와 기업을 연결하는 역할을 수행하고 있습니다.
정부는 **교육용 메타버스 콘텐츠, 가상현실(VR)·증강현실(AR) 교육자료, SW·코딩교육 콘텐츠** 등 미래교육에 필요한 디지털 콘텐츠 개발을 적극 지원하고, 이러한 콘텐츠들이 학교 수업과 방과후 활동에 활용되도록 장려하고 있습니다.

1.4 에듀테크 산업 진흥방안 및 지원 정책

2023년 하반기에는 에듀테크 기업 육성과 시장 활성화를 위한 정부의 **산업 진흥 정책**이 본격화되었습니다. 2023년 9월 18일 교육부는 관계부처 합동으로 **‘에듀테크 진흥방안’**을 발표하였는데, 이는 **경제부총리 주재 혁신성장 BIG3 추진회의** 및 **수출투자 대책회의**에서 논의된 과제 중 하나였습니다. 에듀테크 진흥방안의 주요 골자는 다음과 같습니다.



2023. 9.

관계부처 합동

IV. 추진 방향 : Innovate Education with EdTech

- “에듀테크 진흥”이란 단순히 교육에 기술을 도입하는 것을 넘어
 - 교육현장에 디지털 기술이 접목될 수 있는 **환경을 조성**하고,
 - 교육 주체들이 기술을 **적극적으로 활용**하도록 하며,
 - 공교육과 결합한 **에듀테크 산업 성장**을 지원하고,
 - 이를 통해 **디지털 기술 발전**을 더욱 가속화하며,
 - 공교육과 에듀테크 산업이 상생하는 생태계**를 조성하는 것
- 에듀테크를 통한 교육의 변화 모습

	현재	변화
교육 산업	개인 맞춤형 학습 서비스 중심 → 저효율 운영	학교 교육과 결합한 다양한 서비스 → 공교육 지원
교육 서비스	기술 간 결합 및 상호연계 부족	플랫폼, AI, AR/VR, 빅데이터 등 첨단 기술 적용, 기술 혁신을 선도
시장	국내 시장 위주	공교육과 결합하여 해외 시장 진출
교육부의 역할	직접 기술서비스 개발 제공 (100% 성공률 보장)	에듀테크 진흥 생태계 조성 위한 정책 지원 (민간 투자, 산업 생태 지원)
수요	서책 교과서를 활용한 강의식 수업	AI 디지털교과서, 다양한 에듀테크를 활용한 학생 맞춤형 수업 (온라인 수업, 개인화 학습 등)
학교 현장	교사 전담화	학습 디자인, 사회적응, 직업교육 → 다양한 에듀테크를 자유롭게 활용하는 융합형 교사 육성

V. 추진 과제

비전	모든 교사가 에듀테크를 활용하여 ‘학생 맞춤 교육’ 실현		
목표	·공교육과 에듀테크가 함께 발전하는 선순환 생태계 구축 ·학생 학부모의 부담을 이기려는 ‘ 사교육 ’이 공교육을 지원하는 에듀테크 산업 으로 전환하도록 지원		
추진 전략	학교 현장의 에듀테크 활용 활성화	공교육과 결합한 에듀테크 산업 육성	K-에듀테크 수출 활성화
세부 과제	·모든 교사들의 디지털 역량 강화 ·교사가 쉽게 활용할 수 있는 정보 교육, 구매 플랫폼 구축 ·디지털 진화적 교육 제도의 환경 조성	·공교육을 지원하는 에듀테크 개발 촉진 ·에듀테크 기업의 교육적 기술적 역량 강화 지원 ·중기 기반 에듀테크 활용 체계 구축	·디지털 교육 거점의 K-에듀테크 수출 지원 ·교육기관의 장려를 통한 에듀테크 수출 지원 ·에듀테크 수출 활성화를 위한 한부처 지원체계 구축
국가 차원의 에듀테크 지원 체계 구축			
·에듀테크 진흥의 법·제도적 기반 마련 ·에듀테크 표준 수립 및 공공데이터 개방 확대 ·안전한 디지털 교육 체계 확립 ·에듀테크 진흥 거버넌스 구축			

- **에듀테크 규제 개선:** 에듀테크 제품이 공교육에 원활히 들어올 수 있도록 관련 규제를 정비합니다. 학교 현장에서 새로운 디지털 교구나 소프트웨어를 도입할 때 걸림돌이 되는 절차를 간소화하고, **규제 샌드박스**를 통해 혁신 서비스의 시험 운영을 허용합니다. 또한 **학생 개인정보 보호와 학습데이터 활용**의 균형을 찾는 가이드라인을 제시하여, 에듀테크 기업들이 개인정보법 등의 규제를 준수하면서도 AI 학습모델 개발에 필요한 데이터를 활용할 수 있도록 지원합니다.
- **공공조달 및 예산 지원:** 정부와 교육청이 에듀테크 서비스를 구매하는 **공교육 수요를 확대**합니다. 예산을 확보하여 학교에 필요한 에듀테크 솔루션 (예: AI 학습 플랫폼, 디지털 콘텐츠)을 구매·도입하고, **정부 주도의 시범사업**을 통해 초기 시장을 만들어 줍니다. 또한 **교육분야 혁신조달** 제도를 도입하여, 우수 에듀테크 기업이 공공 입찰에서 기술평가를 통해 선정될 수 있는 기회를 제공했습니다. KISTI 보고서에 따르면, 정부의 교육 서비스 구매환경 개선과 공교육 빅데이터 개방, 민간 R&D 투자 촉진을 위한 세제 지원 등 **다양한 지원정책이 필요한 시점**으로 지적된 바 있으며 이러한 내용이 정책에 일부 반영되었습니다.
- **스타트업 육성 및 투자 연계:** 에듀테크 혁신 스타트업을 발굴하여 **사업화 자금 지원**과 **투자자 매칭**을 해주는 프로그램을 운영합니다.

에듀테크 액셀러레이팅 과정, 창업 경진대회 등을 통해 유망 기업을 선별하고, 한국교육정보진흥협회(KEFA) 등과 연계해 멘토링·네트워킹을 제공합니다.

정부 기술개발 사업에서도 에듀테크를 우선 지원 분야로 선정해 **R&D 자금**을 투입하고 있습니다.

- **K-에듀테크 해외 진출 지원:** 국내 에듀테크 기업들의 **수출 확대**를 위해 정부 차원의 지원단이 구성되고, **해외 교육시장 정보 데이터베이스 구축**, 해외 박람회 공동 참가, 해외 바이어 초청 설명회 등이 추진됩니다. 실제로 2023년 9월 **에듀테크 코리아 페어** 기간 중 해외 관계자를 초청하여 K-에듀테크를 홍보하는 등 노력이 이뤄졌습니다.

과거에는 국내 에듀테크 산업 육성과 수출 지원에 대한 **실질적 지원이 부족**하다는 지적이 있었으나 진흥방안 발표를 기점으로 정부의 적극적인 **해외진출 지원 의지**가 표명되었습니다.

1.5 정책 추진에 따른 영향과 전망

- 정부의 연이은 정책 발표로 **교육 현장과 산업계 모두 큰 변화**가 시작되었습니다. 공교육에서는 디지털 혁신이 가속화되며, 교사들은 새로운 교수법과 도구에 적응하기 위한 연수를 받고 있습니다. 2024년부터 일부 선도학교에서 AI 디지털 교과서와 다양한 에듀테크 도구를 활용한 시범수업이 이루어지고 있으며, 이에 대한 효과 분석이 진행 중입니다.
- 산업계에서는 정부 정책에 발맞춰 **B2G 사업 기회**가 늘어나고 있습니다. 많은 에듀테크 기업들이 공교육 시장에 자사 솔루션을 공급하기 위해 제품을 **교육과정에 맞게 현지화**하거나, **정부 사업 공모**에 참여하고 있습니다. 디지털 교과서 제작을 위해 출판사와 IT 기업의 컨소시엄이 구성되고, 시도교육청의 AI 학습플랫폼 구축 사업에 다수의 에듀테크 기업들이 참여하고 있습니다. 이는 **B2B/B2G 시장**에서 민간 기업들에게 새로운 성장 기회로 작용하고 있습니다.
- 한편, 정부의 강한 드라이브로 촉발된 **에듀테크 붐**에 대해 일각에서는 교육격차, 기술 의존 등의 부작용을 우려하는 목소리도 있습니다. 이에 따라 교육부는 **디지털 교육 격차 해소**(소외계층 학생들에게 기기 지원 등)와 **AI 윤리 교육**에도 힘쓰고 있습니다. 또한 **교원 단체**와의 소통을 통해 기술 도입으로 인한 교사 업무 부담을 최소화하고, 기술이 교사를 보완하는 **High-Touch와 High-Tech의 조화**를 이룬다는 철학을 강조하고 있습니다. 요약하자면 2023년 이후 정부 정책은 **교육혁신을 위한 기술 활용**을 대대적으로 촉진하고 있고, 이는 공교육 패러다임 변화를 이끌어내는 한편 에듀테크 산업에 새로운 활력을 불어넣고 있습니다. 다음 장에서는 이러한 정책 환경 속에서 에듀테크 산업의 시장 규모와 트렌드가 어떻게 변화하고 있는지 데이터를 통해 살펴보겠습니다.

2장: 에듀테크 산업 현황 및 시장 트렌드

2.1 장 요약

이 장에서는 **한국 에듀테크 산업의 현황과 시장 동향**을 객관적인 데이터로 분석합니다. 먼저 에듀테크의 개념 정의와 글로벌 시장 흐름을 간략히 짚고, 국내 시장 규모 및 성장률을 살펴봅니다.

코로나19 팬데믹 이후 폭발적으로 성장한 에듀테크 시장은, 2023년 들어 **성장 가치의 증명 단계**로 접어들었다는 평가를 받고 있습니다.

국내 에듀테크 기업 수와 매출 규모 추이를 통해 산업의 규모를 가늠해보고, 세부적으로 **콘텐츠, 솔루션, 서비스** 등 사업 유형별 현황도 분석합니다.

또한

AI, VR/AR, 학습데이터 분석 등 기술 트렌드가 시장에 미치는 영향과 **교육 수요자의 요구 변화** (예: 증거 기반 효과 입증 요구 증가)에 따른 산업 방향성을 살펴봅니다.

2.2 에듀테크의 개념과 글로벌 동향



- 에듀테크(EdTech)는 Education(교육)과 Technology(기술)의 합성어로, AI, 빅데이터, 클라우드, VR/AR 등 첨단 ICT 기술을 교육에 접목한 서비스를 의미합니다. 과거 이러닝(e-learning), 스마트러닝 등의 용어로 불리던 분야가 기술의 발전과 함께 보다 개인화되고 지능화된 교육으로 진화하면서 에듀테크로 통칭되고 있습니다.

표 3 세계 에듀테크 시장 규모 및 전망 (단위: 억 달러, %)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	CAGR
세계시장	1,271	1,630	2,270	2,680	2,969	3,290	3,645	4,040	16.3%

출처: Global EdTech Market to reach \$404B by 2025 - 16.3% CAGR, HolonIQ., 2020.08.06

표 4 국내 에듀테크 시장 규모 및 전망 (단위: 억 원, %)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	CAGR
국내시장	38,500	43,188	48,447	54,347	60,965	68,389	76,717	86,076	12.2%

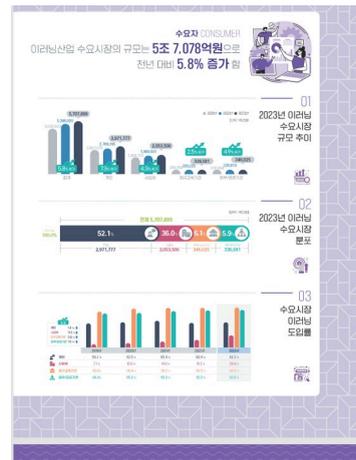
출처: 중소기업기술로드맵 2021-2023 서비스 플랫폼, 중소벤처기업부, 2021

- **글로벌 에듀테크 시장**은 코로나19를 계기로 폭발적 성장을 이루었으며, 이후에도 꾸준한 성장세가 예상됩니다. 글로벌 조사기관 HolonIQ에 따르면 세계 에듀테크 시장 규모는 2020년 약 2,270억 달러에서 2025년 4,040억 달러로 연평균 16.3% 성장할 것으로 전망 (I21) . 주요 선진국들은 국가 차원에서 에듀테크 전략을 수립하여 교실의 디지털화를 추진 중이며, 미국, 유럽, 아시아 각국에서 AI 튜터, MOOC, 교육용 플랫폼 등에 대한 투자가 활발합니다.
- 한편 **한국의 에듀테크 시장**도 정부 지원과 민간 혁신에 힘입어 빠르게 성장해왔습니다. 정보통신기획평가원(IITP)의 이러닝 산업 통계에 따르면, 2021년 국내 에듀테크 시장 규모는 약 **55.2억 달러(한화 약 6조원)** 수준이며 2025년에는 75.4억 달러(약 89조원)에 이를 것으로 전망됩니다. 이는 2021-2025년 동안 연평균 8.5%의 견조한 성장률을 보일 것이라는 의미입니다. 국내 시장의 성장 동력으로는 **비대면 교육 수요 증가, 정부의 디지털 교육 투자인프라 확대, 학부모의 높은 교육열에 따른 민간교육비 지출** 등이 꼽힙니다.

↑ **글로벌 vs 국내 에듀테크 시장 성장률 비교: 글로벌 16.3% vs 국내 12.2%**

한국 시장은 세계 평균보다는 다소 보수적 성장률을 보이지만, 절대 규모에서는 2025년 약 89조 원대로 상당한 시장을 형성할 전망입니다.

2.3 국내 에듀테크 기업 현황과 시장 규모



한국 에듀테크 산업은 수천 개의 기업들이 다양한 영역에서 활동하는 역동적인 생태계를 이루고 있습니다. 2023년 기준 국내 이러닝/에듀테크 관련 사업체 수는 총 2,506개로, 전년 대비 4.7% (113개) 증가하였습니다.

이는 매해 새로운 스타트업 창업과 기존 업체의 진입이 지속되고 있음을 보여줍니다. 기업들은 사업 유형에 따라 콘텐츠 제작, 솔루션 개발, 교육 서비스 제공 등으로 나눌 수 있는데, 2023년 현재 분포는 아래와 같습니다.



(단위: 개, %)

구분	2019년		2020년		2021년		2022년		2023년		전년대비 증감	
전체	1,811	100.0	1,905	100.0	2,113	100.0	2,393	100.0	2,506	100.0	113	4.7
콘텐츠	431	23.8	463	24.3	459	21.7	519	21.7	544	21.7	25	4.8
솔루션	253	14.0	279	14.6	314	14.9	356	14.9	405	16.2	49	13.8
서비스	1,127	62.2	1,163	61.0	1,340	63.4	1,518	63.4	1,557	62.1	39	2.6

- 2023년 이러닝 사업체의 겸비율은 44.0%(1,103개)로 나타났고, 타 사업부문에 대한 아웃소싱과 전문화된 기술과 서비스의 통합이 이루어지면서 겸업이 활발히 진행되는 것으로 조사됨

- **서비스형 사업체:** 1,557개 기업 (62.1%) – 온라인 교육이나 훈련 서비스를 직접 제공하는 기업들. 예) 온라인 강의 플랫폼, 화상과의 서비스, 기업교육 아웃소싱 등
- **콘텐츠형 사업체:** 544개 기업 (21.7%) – 교육 콘텐츠를 개발하거나 유통하는 기업들. 예) 디지털 교재 개발, 교육 영상/애니메이션 제작 등
- **솔루션형 사업체:** 405개 기업 (16.2%) – LMS 등 소프트웨어 솔루션이나 시스템을 개발하는 기업들. 예) 학교용 학습관리 시스템, 교육용 애플리케이션 개발사 등

서비스 분야 기업 수가 전체의 60% 이상을 차지해 가장 많으며, 솔루션 기업 수가 16% 정도로 가장 적습니다.

다만

증가율 측면에서는 솔루션 기업이 전년 대비 49개 늘어나 가장 큰 폭의 증가를 보이고 있는데 이는 최근 AI, 플랫폼 등 소프트웨어 중심의 스타트업 창업이 활발함을 시사합니다.

국내 에듀테크 시장 매출 규모도 지속 성장 중입니다.

2023년 국내

이러닝/에듀테크 산업 매출액은 약 5조 5,946억 원으로 집계되어, 2022년의 5조 3,508억 원에 비해 **4.6% 증가**하였습니다.

코로나19 초기의 폭발적 성장 이후 다소 성장률이 완만해졌지만 여전히 플러스 성장을 이어가고 있습니다. 사업 유형별 **매출 구성비**를 살펴보면 다음과 같습니다.

사업 유형	2023 매출액	매출 비중	주요 예시
서비스 사업체	4조 0천억 원 (추정)	74.6%	온라인 교육 서비스, 강의 제공 등
콘텐츠 사업체	9,393억 원	16.8%	디지털 교재 판매, 교육 콘텐츠 제작/유통
솔루션 사업체	4,790억 원	8.6%	LMS, 교육용 소프트웨어 판매/구축

위 표에서 알 수 있듯이, **교육 서비스형 기업들이 전체 매출의 3/4 이상**을 차지하고 있습니다.

대형 온라인 강의 플랫폼이나 에듀테크 기반 학원 서비스 등이 거둬들이는 수익이 크기 때문입니다.

콘텐츠 제작/유통 분야는 약 17%, **솔루션 소프트웨어** 분야는 9% 미만으로 아직 규모가 작습니다.

그러나 솔루션 분야 매출은 전년 대비 5.5% 증가하여 다른 분야에 비해 성장률이 높으며, 이는 학교, 기업 등에서 LMS나 AI 학습솔루션 도입이 서서히 늘어나고 있는 추세를 반영합니다.

2.4 에듀테크 시장 세분화 동향 (K-12, 성인교육 등)

국내 에듀테크 시장은 **교육 대상과 고객 유형**에 따라 더 세분화하여 볼 수 있습니다.

크게

K-12 학교교육 시장, 사교육(B2C) 시장, 성인 및 직무교육 시장으로 나뉘볼 수 있습니다.

분류	조사대상	조사범위
단체	사업체	종사자 수 5인 이상 전 업종(단, 정부 및 공공기관, 가사서비스업, 국제 및 외국기관 제외)
	정규교육기관	초·중·고·대학 전체 교육기관(원격대학교 제외)
	정부/공공기관	중앙정부, 교육청, 광역지방자치단체, 지자체, 정부출자/출연기관, 지방공사/공단 등
개인	개인	전국 만 3세 이상 60대(69세까지) 인터넷 이용자

대분류	전체	성별	
		남자	여자
전체	2,000	1,019	981
서울	270	132	138
인천/경기	430	220	210
대전/세종/충남/충북	329	173	156
부산/울산/경남	340	171	169
대구/경북/강원	321	166	155
광주/전라/제주	310	157	153

대분류	전체	연령대						
		3-9세	10대	20대	30대	40대	50대	60대
전체	2,000	114	215	302	311	352	383	323
서울	270	11	25	49	49	47	49	40
인천/경기	430	26	46	62	71	78	83	64
대전/세종/충남/충북	329	19	36	54	53	57	58	52
부산/울산/경남	340	19	37	48	51	59	66	60
대구/경북/강원	321	20	34	45	42	56	64	60
광주/전라/제주	310	19	37	44	45	55	63	47

- 공교육 시장 (K-12 학교 대상):** 전통적으로 공교육 분야에서는 정부와 교육청 주도로 학교 정보화 사업이 이뤄졌고, 민간 시장이 크지 않았습니다.
그러나 최근 **디지털 선도학교** 사업 등으로 학교가 민간 에듀테크 솔루션을 활용하는 사례가 늘면서, **B2G** 형태의 시장이 본격 형성되고 있습니다. 학교용 학습플랫폼, 학생용 태블릿 및 소프트웨어, 디지털 콘텐츠 라이브러리, 학사행정 지원시스템 등이 이에 해당합니다.
이 시장은 **정부 예산**에 의해 움직이는 특성이 있으며, **품질 검증과 안정성**이 중요시됩니다.
국내 기업으로는 시공미디어(스마트스쿨 솔루션), 아이스크림에듀(스마트클래스), 클라썸(Classsum, 대화형 수업 플랫폼) 등이 학교 대상 영업을 전개하고 있으며, 유통, 솔루션, IT 등 전 분야에서 에듀테크 분야로 산업영역을 확장하기 위한 시도가 지속되고 있습니다. 2023년부터는 앞서 언급한 정부의 지원으로 학교 현장에 **AI 튜터, 코딩교육 플랫폼, 메타버스 가상교실** 등의 도입 기회가 증가하면서 B2G 시장 규모가 확대되는 추세입니다.
- 사교육 B2C 시장 (유아·초중고 학생 및 학부모 대상):** 한국의 거대한 사교육 시장은 에듀테크 기업들에게 가장 큰 **B2C 기회**를 제공할 수 있을 것이라는 전망이 있습니다.
학부모들은 자녀의 성적 향상과 역량 개발을 위해 다양한 디지털 학습 서비스를 활용하고 있습니다.
예를 들어 **AI 수학 튜터 앱, 영어 회화 AI 튜터(PengTalk 등), 문제풀이 Q&A 앱(QANDA), 코딩 교육 플랫폼(코드닷오알지 등), 화상 과외 매칭 플랫폼(튜터링 등)** 등이 인기를 끌고 있습니다.
2022년 기준 초중고생 사교육비 지출은 사상 최대치를 기록하였고 그 중 **온라인·모바일 학습의 비중이 꾸준히 증가**하고 있습니다.
에듀테크를 활용한 자기주도 학습은 비용 효율성과 편의성 때문에 학부모들에게 매력적으로 다가가고 있으며, **AI를 통한 개인맞춤 학습효과**가 입소문을 타면서 수요가 늘고 있습니다.
다만 B2C 시장은 **경쟁이 매우 치열**하며, 마케팅 비용이 많이 들고 **콘텐츠 품질**에 대한 소비자 기대가 높아 꾸준한 혁신이 필요합니다.
- 성인 및 기업교육 시장 (B2C/B2B 혼합):** 대학생, 직장인, 일반 성인을 대상으로 한 **평생교육**과 **직무교육** 분야도 에듀테크가 빠르게 침투하고 있는 영역입니다.
기업교육(B2B) 측면에서는 대기업들을 중심으로 사내 교육포털, 이러닝 시스템이 오래전부터 도입되어 왔는데, 최근에는 이를 **클라우드 기반 SaaS형 러닝플랫폼**으로 전환하거나 AI 코칭을 도입하는 등 업그레이드 수요가 있습니다.
또한 중소기업이나 공공기관들도 전문 교육기관의 온라인 훈련 서비스를 구매(B2B)하는 사례가 많습니다. 개인 대상 성인교육(B2C)으로는 프로그래밍, 자격증, 외국어 등 **직무역량 향상**을 위한 온라인 강의 플랫폼(예: 팟스튜디오, 인프런)이 호황이고, 취미나 교양을 위한 클래스 플랫폼(클래스101 등)도 활성화되어 있습니다.
이 시장에서는 **구독형 모델과 온디맨드 콘텐츠** 제공이 일반적이지만 인공지능 강사를 표방한 방문형 교육시장도 일부 형성되고 있습니다.
에듀테크 기업 입장에서는 비교적 **규제가 적고 상업적 자유**가 큰 분야이지만, 동시에 **콘텐츠 경쟁력**과 **브랜드 신뢰**가 성패를 좌우하는 시장입니다.

이처럼 교육 분야별로 에듀테크 활용 양상이 다르지만, 공통적으로 **디지털 전환에 대한 긍정적 인식이 확산**되면서 전체 시장 파이는 지속적으로 커지고 있습니다.

특히

AI 기반 맞춤학습의 효용성이 입증될수록 공교육과 사교육의 경계에서 에듀테크의 역할이 중요해질 전망이다. 2023년은 “팽창한 에듀테크 시장의 **효과성**을 증명해야 하는 해”로 불렸는데 이는 다양한 분야에서 실제 학습효과 데이터와 성공 사례를 만들어 신뢰를 쌓는 과정이 진행 중임을 의미합니다.

2.5 기술 트렌드: AI, 데이터, XR이 이끄는 차세대 교육

- 에듀테크 산업의 트렌드는 곧 **기술 트렌드**와 맞물려 있으며, 현재 가장 주목되는 기술 흐름은 단연 인공지능(AI)입니다. 2022년 말 챗GPT를 시작으로 2023년 생성형 AI 열풍이 불면서, 교육 분야에서도 **대화형 AI 튜터, 에세이 첨삭 AI, 학습 Q&A 챗봇** 등의 등장이 가속화되었습니다. 한국에서도 많은 학생들이 ChatGPT 등을 활용해 과제를 하거나 모르는 것을 질문하는 모습을 보이고 있으며, 에듀테크 기업들은 이러한 거대언어모델(LLM)을 자사 서비스에 접목하기 위한 연구개발을 진행하고 있습니다. **(대형 AI모델의 API + UI 설계 정도만으로도 그럴듯한 에듀테크 솔루션을 개발할 수 있기 때문에 개발비용 및 자원에 대한 편차는 큰 편입니다..)** 교육용 AI 기술은 문제 추천, 개념 설명, 질의응답, 작문 피드백, 진로 상담까지 그 활용 범위가 넓어지고 있습니다.
- AI와 함께 **빅데이터 학습분석** 기술도 핵심 트렌드입니다. 학생들의 학습과정 데이터를 수집·분석하여 **학습패턴**을 파악하고, 성취도 예측이나 학습경로 추천을 제공하는 **러닝 애널리틱스**에 대한 수요가 커지고 있습니다. 교육부도 2025년까지 국가 수준의 **학습데이터 뱅크**를 구축하고, 연구자와 기업에 오픈할 계획을 세우고 있습니다. 데이터 표준화 작업의 일환으로 KERIS는 **학습데이터 사전(표준 메타데이터)** 개발을 진행하고 있는데, 이는 향후 여러 에듀테크 서비스의 데이터를 연계·통합하여 분석할 수 있는 기반이 될 것입니다.
- **XR(eXtended Reality) 기술**, 즉 VR/AR을 활용한 몰입형 교육도 꾸준히 성장 중인 분야입니다. KISTI에 따르면 **체험 기반 AR/VR 교육산업**은 글로벌 기준 2018년 18억 달러에서 2025년 126억 달러로 **폭발적 성장**이 예상됩니다. 국내에서도 메타버스 플랫폼에서 진행되는 가상현실 체험학습, AR로 구현된 과학 실험 교실, 직업체험 VR 콘텐츠 등이 개발되어 보급되고 있습니다. 예를 들어 한전공대 등에서는 **메타버스 캠퍼스**를 운영해 원격지의 학생들이 가상공간에서 실험실습을 경험하도록 하고, 일부 초등학교에서는 AR 앱으로 태양계 행성 학습을 진행하는 등 활용 사례가 나타나고 있습니다. 다만 XR 교육은 콘텐츠 개발 비용과 전문 장비의 보급 한계로 아직은 **시범적 단계**이며, 향후 기기 보급이 증가하고 콘텐츠 축적이 이루어지면 더 큰 파급력을 가질 것으로 보입니다.
- **교육용 로보틱스**도 흥미로운 분야입니다. AI 스피커나 소셜 로봇을 활용한 유아용 교육, 코딩 학습용 로봇 키트 등이 보급되고 있습니다. 2023년 기준 **에듀테크 로봇** 시장도 전 세계적으로 성장세이며, 특히 유아교육과 특수교육에서 로봇 활용 사례가 주목받고 있습니다. 한국에서도 **감정 인식 로봇**을 활용한 특수교육 실험, 농촌 지역 학교에 **원격이동 로봇**을 보내어 외국인 교사와 실시간 수업 연결 등의 시도가 있었습니다.
- 이와 같은 기술 트렌드 속에서 **에듀테크 기업들은 혁신을 서두르는 동시에 효과 검증에 집중**하고 있습니다. AI를 도입한 서비스라 해도 학습효과가 담보되지 않으면 시장과 정부의 외면을 받을 수 있기 때문에 과학적 근거(evidence)와 **레퍼런스 사례**를 만들기 위한 산학 협력 및 기업간 컨소시엄이 늘고 있습니다.

3장: 시장 세분화별 기회 분석 – B2C, B2B, B2G

3.1 장 요약

에듀테크 시장은 고객군에 따라 **B2C(개인 소비자 대상), B2B(기업·학교 등 기관 대상), B2G(정부·공공 대상)** 세 가지로 크게 분류할 수 있습니다.

각 세분 시장은 규모, 수익모델, 진입전략에서 차이를 보이며 에듀테크 기업에게 서로 다른 기회와 도전을 제공합니다.

본 장에서는 B2C, B2B, B2G 시장별 특성과 최신 동향을 분석하고, 각 분야에서 **유망한 사업 기회**를 도출합니다.

예를 들어 B2C 분야에서는

학부모 소비트렌드 변화와 개인 맞춤형 학습 수요에 주목하고, B2B 분야에서는 **기업들의 인재개발 투자와 학교의 민간 솔루션 도입 증가**를 살펴봅니다.

B2G 분야에서는

정부 예산 투자 방향과 공공 조달 기회를 중점적으로 분석합니다. 각 섹션별로 시장 기회를 요약하면 다음과 같습니다:

- **B2C:** 개인 및 가정 대상 시장으로, 사교육 비용 지출 증가 추세와 AI튜터에 대한 관심으로 **온라인 튜터링, 자기주도 학습앱** 등이 기회. 다만 경쟁 심하고 **브랜드 신뢰** 확보가 중요.
- **B2B:** 기업·학원·대학 대상 시장으로, **직무교육 플랫폼, 학원관리 솔루션, 대학 LMS** 등에서 기회. 장기 계약으로 안정적 수익 가능하지만 **영업 사이클**이 길고 커스터마이징 필요.
- **B2G:** 공공 교육기관 대상 시장으로 **학교 스마트 기기, 교육 서비스, 공교육용 플랫폼, 공무원 교육 시스템** 등에 기회. **정부 정책 방향**에 좌우되며, **낮은 진입장벽**(가격 경쟁력)과 공신력 있는 **레퍼런스**가 중요.

3.2 B2C 시장 (개인 소비자 대상) 기회

B2C 시장은 에듀테크 기업들에게 가장 접근성이 높으면서도 경쟁이 치열한 영역입니다.

주요 타겟은

학생 (유아부터 고등학생), 그리고 성인의 경우 **자기계발 학습자**입니다.

한국 학부모들은 세계적으로도 높은 사교육 열의를 가지고 있으며, 월평균 사교육비 지출이 상당합니다. 이러한 수요를 바탕으로 전통적으로

대형 학원, 과외시장이 발달해왔지만, 최근 10년간 인터넷과 모바일 기술의 발전으로 **온라인 사교육**이 급성장했습니다. 2020년대 들어서는 **AI와 빅데이터를 접목한 새로운 서비스**들이 속속 등장하여 학부모와 학생들의 눈길을 끌고 있습니다.

B2C 분야의 대표적인 기회 영역은 다음과 같습니다.

- **AI 학습코칭 앱:** 학생 스스로 공부할 때 시가 **개인 교사처럼** 틀린 문제를 분석해주고, 취약점을 보완해주는 앱들이 인기입니다. 예를 들어 산타토익(위드)은 토익 준비생에게 AI 맞춤 문제를 제공해 토익 공부 효율을 높였고, 칸다(QANDA)는 수학 문제를 사진으로 찍으면 풀이와 관련 개념을 AI가 제공하여 전세계 90개국 9천만 명 이상이 사용하는 앱으로 성장했습니다.
이러한 **AI 튜터형 서비스**는 과거 인간 과외 선생이 하던 일을 상당 부분 자동화하여 **저렴한 비용으로 대규모 서비스**가 가능하다는 장점으로 시장을 확대하고 있습니다.
- **실시간 화상교육 플랫폼:** 코로나 이후 **Zoom**과 같은 화상기술이 대중화되면서, 선생님과 학생을 온라인으로 연결하는 **튜터 매칭 플랫폼**이 자리잡았습니다.
예를 들어 **튜터링(tutoring), 쌤(Book사유)** 등의 서비스는 학생과 전문 튜터(원어민 회화 교사 등)를 1:1로 매칭하여 시간과 장소 제약 없이 수업을 진행합니다.
이는 오프라인 학원 대비 **시간공간 유연성**을 무기로 바쁜 현대인이나 지방 거주 학생들에게 호응을 얻고 있습니다. 향후 AI 아바타 튜터와 인간 튜터의 혼합 모델 등으로 진화할 가능성도 있습니다.
- **놀이·게임미피케이션 학습:** 유아 및 초등 저학년 대상의 에듀테크는 **재미 요소**가 중요합니다. 그래서 동화 속 캐릭터나 게임 미션을 통해 학습하도록 설계된 앱, 예를 들어 **터틀봇**(코딩로봇과 게임앱 연동)이나 **한글놀이 앱** 등이 지속적인 수요를 얻고 있습니다.
또한 **포켓몬GO**처럼 AR 기술을 접목한 체험형 학습이나, **메타버스 학습공간**에서 친구들과 함께 퀴즈를 푸는 형태 등 **엔터테인먼트+학습 결합** 서비스도 가능성이 큰 분야입니다.
B2C에서는 사용자 경험(UX)이 곧 학습 몰입도로 이어지기 때문에, **게임화(Gamification)** 전략이 성과를 내는 경우가 많습니다.
- **성인 대상 온라인 교육:** 성인 학습자 B2C 시장도 무시할 수 없습니다.
대표적으로 **IT 프로그래밍, 자격증, 취업스킬** 등의 강좌를 판매하는 플랫폼들이 호황입니다.
예를 들어 **패스트캠퍼스, 인프런**은 각각 **구독형 강의 서비스**와 **오픈 마켓플레이스** 모델로 성장하여 직장인들의 필수 앱이 되어가고 있습니다.
또한 **MOOC**(Massive Open Online Course) 열풍 이후 대학 강의를 무료 또는 저렴하게 들을 수 있는 플랫폼(EBS 이러닝, K-MOOC 등)도 성인 학습자들에게 기회가 됩니다.
이 시장의 고객들은 **자기계발 의지가 뚜렷**하고 콘텐츠 품질에 민감하므로, 전문성 있고 즉각 활용 가능한 콘텐츠를 지속적으로 공급하는 것이 중요합니다. 현재는 다양한 AI 기반의 서비스가 출시되면서 오프라인 교육에 대한 수요도 지속적으로 유지 혹은 성장세가 전망됩니다.

B2C 시장의 기회는 이처럼 다양하지만 **과제도** 존재합니다.

첫째는

마케팅과 고객 확보 비용이 크다는 점입니다.

개인 소비자를 일일이 끌어모으려면 광고, 프로모션, 바이럴마케팅에 상당한 자원이 들어가며, 경쟁 제품 대비 우위를 단기간에 설득시켜야 합니다.

둘째,

경쟁과 모방이 빠르게 일어나 차별화 유지가 어렵습니다.

인기있는 교육앱 아이디어는 곧바로 유사 서비스가 등장하기에,

콘텐츠 업데이트와 기능 혁신을 지속해야 합니다.

셋째,

신뢰 구축이 관건입니다.

교육은 보수적인 영역이라

브랜드 명성과 성과에 대한 입증 없이는 학부모 지갑을 열기 어렵습니다. 따라서 초기에는 무료 체험 등을 통해 효과를 체감하게 하고, 사용자 후기와 성적 향상 데이터 등을 축적하여 신뢰를 쌓는 전략이 요구됩니다.

3.3 B2B 시장 (기업·기관 대상) 기회

B2B 시장에서는 에듀테크 기업이 **기업, 학원, 대학, 기관** 등을 고객으로 삼아 교육 솔루션이나 콘텐츠를 제공하게 됩니다.

이 분야는 한 번 거래가 성사되면

대량 사용이나 **장기 계약**으로 이어질 가능성이 높아 **안정적 매출**을 올릴 수 있다는 장점이 있습니다.

그러나 동시에

의사결정 주기가 길고 구매 과정에 여러 이해관계자가 개입하므로, 진입 장벽이 존재합니다.

B2B 시장의 주요 세부 기회는 다음과 같습니다.

- **기업 직무교육**: 대기업이나 중견기업들은 연간 사내 교육예산을 배정하여 직원들의 역량 개발을 지원합니다. 과거에는 오프라인 연수나 이러한 콘텐츠 구매 형태가 일반적이었으나, 최근에는 러닝플랫폼(LMS)을 도입해 사내교육을 체계적으로 관리하고, 맞춤형 교육과정 추천이나 교육 이수 데이터 분석 등을 하길 원합니다. 이에 따라 기존의 LMS 기업들은 자사 솔루션에 **AI 코칭, 경력개발 경로 설계 기능** 등을 추가하고 있고, 스타트업들도 **러닝 경험 플랫폼(LXP)** 등을 내놓고 있습니다. 또한 **외부 교육 콘텐츠를 기업에 납품하는 형태**의 비즈니스도 큼니다. 예를 들어 어떤 기업이 신입사원 소프트스킬 교육을 원한다면, 해당 콘텐츠를 보유한 교육기업이 **라이선스**를 판매하거나 **맞춤 과정**을 제작해줄 수 있습니다. 향후에는 **XR 기반 안전훈련, 메타버스 가상연수** 등 실감형 기업교육 시장도 열릴 것으로 보입니다.
- **시설 교육기관(학원) 대상 솔루션**: 한국에는 수많은 학원, 교습소들이 존재하며, 이들도 점차 **운영의 디지털화**를 추진하고 있습니다. 이를 위한 **학원 관리 솔루션**(수강생 관리, 출결체크, 과제관리 등)과 **온라인 강의 플랫폼** 수요가 증가하고 있습니다. 예를 들어 **클래스123**이나 **아이스크림 스쿨** 등의 제품은 학원에서 학생 관리를 쉽게 하도록 돕습니다. 또 대형 프랜차이즈 학원들은 자체 온라인 러닝센터를 구축하기 위해 전문 기업과 협업하기도 합니다. 학원가는 **대면 수업 + 온라인 보조학습**의 혼합 모델로 진화 중이며, 에듀테크 기업들은 학원의 **디지털 전환 파트너**가 되는 기회를 잡을 수 있습니다. 다만 학원 시장은 영세업체도 많아 지출 여력이 제한적이므로, **가격 경쟁력과 눈에 보이는 효용**을 증명해야 판매가 이루어집니다.
- **대학교 및 교육기관**: 국내 대학들도 LMS, 이러닝 시스템을 오래전부터 활용해왔지만, **원격수업 상시화**와 **블렌디드 러닝** 확산으로 더욱 고도화된 솔루션을 도입하고 있습니다. 예를 들면 **실시간 화상강의 시스템과 LMS의 통합, 시험 부정행위 방지 AI프로क्टर, 학습 데이터 대시보드** 등이 대학에서 요구되는 기능입니다. 또한 대학들은 학생 역량개발을 위해 교내에 **코딩교육 센터, 창업교육 플랫폼** 등을 마련하는데, 이때 외부 에듀테크 서비스를 도입하거나 제휴할 기회가 있습니다.

직업훈련기관이나 공공 교육기관(인력개발원 등)도 비슷한 수요를 갖고 있습니다.

B2B로 대학이나 기관에 접근할 때는

공식 입찰을 통해 경쟁하는 경우가 많으므로, **제안서 준비와 컨설팅 영업력**이 중요합니다.

- **해외 B2B:** 국내 에듀테크 기업들이 해외로 진출하여 해외 학교나 기관을 고객으로 삼는 경우도 있습니다.

예를 들어 리이드(Riuid)는 자체 AI 튜터 솔루션을 일본, 두바이 등의 교육기업에

B2B2C 라이선싱하는 방식으로 성과를 냈습니다. Mathpresso(핀란드)도 일부 기능을 학교와 선생님들이 활용할 수 있도록 **B2B 서비스**를 운영합니다.

K-에듀테크에 관심 있는 국가(베트남, 인도네시아 등)에서는 한국 기업에 자국 교육기관용 플랫폼 구축을 의뢰하기도 합니다.

이처럼 해외 B2B는

로컬 파트너십과 현지화가 핵심이며, 정부의 수출지원 프로그램을 활용하면 보다 효과적으로 개척할 수 있습니다.

B2B 시장에서 에듀테크 기업이 유의해야 할 점은, **고객 맞춤형 대응**입니다.

기업/기관 고객들은 각자의 시스템 환경, 요구사항이 있기 때문에

제품의 커스터마이징이나 **추가 개발** 이슈가 빈번히 생깁니다.

이로 인해 프로젝트성 사업이 되는 경우도 많고, 투입 인력과 시간이 증가하여

수익성 관리가 중요합니다.

따라서 초기에

제품을 모듈화하고 **확장성** 있게 설계해두면 여러 고객에게 반복 활용하기 용이합니다.

또한 B2B에서는

신뢰성이 생명입니다.

고객의 중요한 데이터와 교육 프로세스를 맡는 만큼,

안정적인 운영, 기술지원, 보안 등을 철저히 해야 하며, 레퍼런스 고객의 만족도가 평판으로 연결됩니다.

마지막으로 영업사이클이 길기 때문에

꾸준한 관계 구축이 필요합니다.

관련 업계 전시회나 세미나, 협회 활동 등을 통해 고객 니즈를 파악하고 인맥을 형성하는 것이 장기적으로 도움이 됩니다.

3.4 B2G 시장 (정부·공공 대상) 기회

B2G(Government) 시장은 **교육부, 시도교육청, 교육지원청 등 정부 및 공공기관**을 상대로 하는 시장입니다.

넓게는 공립 초·중·고등학교와 국공립 대학 등 공공교육기관에 판매하는 것도 포함할 수 있습니다.

이 시장은

정부 정책과 예산 집행에 직접적인 영향을 받으며, 다른 분야에 비해 **절차와 기준**이 엄격합니다.

하지만 일단 진입하면

대규모 사용처를 확보할 수 있고, **정부 지원**이 안정적인 동안 지속적인 사업이 가능하다는 장점이 있습니다.

B2G 분야에서 최근 부각되는 기회들은 다음과 같습니다.

- **학술 용역:** B2G 시장에서는 기업이 필요로 하는 AI 교육 연구, 디지털 교육 트렌드 분석, 데이터 기반 인재 개발 연구 등이 학술 용역 기회로 이어질 수 있습니다. (AI 교육 효과 분석 연구, 디지털 학습 행동 데이터 연구, 교육 트렌드 등)

정부 및 공공기관에서는

에듀테크 효과 분석, 학습 데이터 연구 등 다양한 학술 용역을 발주하고 있으며, 이에 대한 수요는 지속적으로 증가하고 있는 상태입니다.

정부가 주도하는 이러한 연구 프로젝트는 대학, 연구소, 에듀테크 기업과 협력하여 진행되는 경우가 많으며, 이에 따라 에듀테크 기업들도 학술 용역 시장에 적극 참여할 수 있습니다.

성공적으로 프로젝트를 수행하면, 후속 연구 및 정부 정책 개발에도 지속적으로 관여할 수 있어 장기적인 기회 창출이 가능한 분야입니다.

- **AI 교육 프로그램 운영:** 정부는 AI 인재 양성을 목표로 공교육 내 AI 교육 프로그램을 지속적으로 확대하고 있습니다.

대표적인 사례로

디지털새싹, 교사 연수, 학교 연수, 디지털 배움터, 지자체의 정보화교육 프로그램이 있으며, 이를 통해 B2G 시장에서 AI 교육 및 연구 프로그램 운영 기회가 증가하고 있습니다.

초·중·고 및 대학을 대상으로 AI 교육과정을 개발하고 실행하는 것이 주요 사업 모델이 될 수 있습니다. 2025년부터 AI 디지털 교과서가 본격 도입됨에 따라, 학생들이 AI 개념을 쉽게 이해하고 실습할 수 있도록 돕는 다양한 교육 프로그램이 필요합니다.

또한

지역별 AI 인재 양성 프로그램도 정부가 적극 추진하는 분야입니다.

일부 대학과 협업하여 AI 창업 교육을 운영하거나, 지방자치단체와 협력하여 AI 실습 교육을 제공하는 방식이 고려될 수 있습니다. 이러한 교육 프로그램 운영은 공공 조달을 통해 계약이 이루어지며, 지속적인 사업 확장을 위한 중요한 기회가 될 수 있습니다.

- **에듀테크 솔루션 공급**: 정부는 **디지털 교과서 및 스마트 학습 솔루션 확대**를 적극적으로 추진하고 있으며, 이에 따라 공공 교육 시스템과 연계 가능한 **에듀테크 솔루션 공급 기회가 증가하고 있습니다.**

현재 교육부는

AI 기반 디지털 교과서 도입과 함께 맞춤형 학습 시스템을 구축하고 있으며, 이는 B2G 조달 시장에서 중요한 기회로 작용합니다.

예를 들어, 정부는 디지털 기반 학습 관리 시스템(LMS)을 적극 도입하고 있으며, AI 기반 학습 분석 솔루션, 실시간 성취도 평가 시스템, 디지털 콘텐츠 관리 시스템, **상용화되어 있는 일반 서비스(GPT, ZOOM, 미드저니, 미리캔버스 캔바 등)** 등이 주요 조달 대상이며, 이미 일부 기업에서 유통하고 있습니다.

이에 따라

AI 평가 솔루션을 직접개발하는 것 외에도 유통 및 공급하는 기업들에게도 시장이 확장될 가능성은 여전히 존재합니다.

정부가 추진하는 **디지털 교육 정책은 전국적으로 확대 적용되기 때문에, 한 번 공급 계약을 체결하면 장기적인 수익을 기대할 수 있으며, 성공적으로 솔루션을 납품한 기업들은 다른 지역의 조달 사업에서도 유리한 입지를 확보할 수 있습니다.**

- **에듀테크 관련 시설 위탁운영**: 공공기관, 교육청, 대학 및 연구기관에서는 **디지털 교육센터, AI 학습 연구소 등의 시설을 에듀테크 기업이 위탁 운영하는 형태가 확산되고 있습니다.**

최근 정부는

디지털 교육센터 설립을 적극 추진하고 있으며, AI 교육 및 디지털 학습 연구를 위한 물리적 공간을 조성하고 있습니다.

이러한 교육 시설은 AI 학습 실습, 온라인 강의 지원, AR/VR 기반 학습 공간 운영 등을 포함한

디지털 기반 교육 실험 공간으로 활용됩니다.

예를 들어,

AI 학습 연구소 운영은 정부 및 대학과 협력하여 AI 기반 교육 실험을 수행하고, 이를 통해 맞춤형 교육 프로그램을 개발할 수 있는 기회를 제공합니다.

AI 교육 연구소는 공공 교육 기관과 협력하여

신기술을 활용한 학습 환경을 실험하고, 최적의 교육 방안을 연구하는 공간으로 활용될 수 있습니다.

또한 대학 내 AI 교육 인프라를 활용하여

AI 기반 학습 실험, 맞춤형 교육 프로그램 개발, 교육 데이터 연구 등의 프로젝트를 운영할 수도 있습니다.

공공기관과 대학 연구소의 협력을 통해

에듀테크 기업이 새로운 기술을 테스트하고, 공교육 시장에서의 입지를 강화할 수 있는 기회가 제공됩니다.

이러한 시설 운영 사업은

정부의 교육 예산과 연계되어 안정적인 수익을 기대할 수 있으며, 성공적인 사례를 만들 경우 타 기관으로 확장할 수 있는 가능성이 높습니다.

- **스마트 스쿨 인프라 구축**: 정부의 **그린스마트 스쿨 사업** 등의 일환으로 전국 학교의 노후화된 교실을 디지털 기반으로 개조하는 프로젝트가 진행되고 있습니다.

여기에 따라오는 것이

스마트 기기 보급, 무선망 구축, 디지털 콘텐츠 플랫폼 도입입니다.

2023년부터 본격화된 이 사업은 수조원 규모로 추산되며, 관련 기기 제조사, 네트워크 업체 뿐만 아니라

교육용 소프트웨어 업체에게도 기회가 됩니다.

예를 들어 전자칠판, 교육용 태블릿, 콘텐츠 관리 소프트웨어 등이 각 학교에 들어가게 되는데, 많은 부분이 입찰을 통해 구매됩니다.

에듀테크 기업들은 이러한

조달시장에 참여하여 학교 단위의 장비·소프트웨어 공급권을 따낼 수 있습니다.

성공적으로 공급할 경우 다른 지역으로도 확산되는

파급효과가 크기 때문에 전략적으로 중요한 시장입니다.

- **공교육용 플랫폼 및 콘텐츠**: 교육부와 KERIS는 국가 단위의 **공공 학습플랫폼**을 운영하고 있는데, COVID-19 기간 동안 사용된 EBS 온라인클래스, KERIS의 사이버러닝 시스템 등이 그 예입니다.

앞으로 교육부는 이 플랫폼들을

차세대 통합 플랫폼으로 발전시킬 계획인데, 여기에는 민간 솔루션 연계가 고려되고 있습니다.

즉 공공 플랫폼이

허브 역할을 하고, 민간 에듀테크 서비스가 플러그인 형태로 붙어 학생·교사들이 활용하도록 하는 모델입니다.

이는 B2G와 B2B의 혼합 형태로서, 기업에게는

공공 에코시스템 파트너로 들어가는 기회가 될 수 있습니다.

또한 교육부는

표준 API와 교육 데이터 개방을 통해 민간개발자들이 공공 데이터를 활용한 앱을 만들 수 있게 지원하려고 합니다.

이런

오픈 이노베이션 전략 역시 기업들에 새로운 서비스 창출의 장이 될 전망입니다.

- **행정 및 평가 시스템:** 교육청과 학교는 학생선발, 성적관리, 교육행정 등 다양한 업무를 처리하는데, 이 영역의 **디지털 솔루션** 수요도 존재합니다.
예를 들면
AI 면접관을 활용한 대학 입시 면접, **학생부 전산관리 시스템 고도화**, **국가시험 온라인화 시스템** 등이 논의되고 있습니다.
기업 입장에서 이 영역은 상대적으로 전문적인 도메인이지만, 일단 진입하면 **독점적 지위**를 갖기 쉬운 분야입니다.
최근에는
교육평가에 AI 도구 활용 (예: 서술형 자동채점)이나 **학습자 상담에 챗봇 활용** 등 새로운 요구가 늘고 있어, 니치한 솔루션 기업들에게 문이 열리고 있습니다.
- **지역 교육사업 및 컨설팅:** 교육부뿐 아니라 각 지방자치단체나 시도교육청도 자체적인 **교육혁신 프로젝트**를 공모합니다.
예를 들어
스마트교육 시범지구, **AI 교육 선도 교육청** 등의 이름으로 예산을 투입하여 지역의 학교나 평생교육기관에 에듀테크를 적용하는 사업을 추진합니다.
이러한 사업에는 기획, 컨설팅, 실행을 담당할 민간 파트너가 필요한데, 에듀테크 기업들이 지역 단위 시범사업의 총괄 사업자로 참여할 수 있습니다.
이는 단순 제품 판매를 넘어서서
솔루션 + 컨설팅 패키지를 제공하는 형태로, 기업의 레퍼런스를 높이고 추후 다른 지역 확산 시 유리한 고지를 점할 수 있습니다.

B2G 시장에서의 성공 포인트는 **정보에 대한 접근성을 바탕으로 정부 정책의 방향을 정확히 읽고 준비하는 것**입니다.
매년 교육부 업무계획과 국정과제, 국회 예산안을 살펴보면 향후 투자될 분야를 예측할 수 있으며, 어떤 경로를 통해 공고가 날 것인지를 빠르게 판단하고 준비해야 합니다.
예를 들어 정부가
디지털 리터러시를 강조한다면 관련 교육 프로그램이나 측정도구 수요가 나올 것이고, **직업교육 강화**를 외치면 전문대학 지원사업 등을 통해 해당 솔루션이 필요해질 것이며, 이를 미리 준비한 기업은 사업 공고 시기에 맞춰 빠르게 제안해 경쟁에서 앞설 수 있습니다.
또한 B2G에서는 **인증과 기준 준수**가 필수입니다.
학교에 납품하려면 교육부의 인증이나 안전 규격을 충족해야 하고, 개인정보 보호, 보안 요구사항을 따라야 합니다. 이는 초기 진입장벽이지만, 역으로 기준을 만족시키면 **높은 신뢰의 증표**가 되어 다른 고객 확보에도 도움이 됩니다.
마지막으로 **정책 변화 리스크**를 관리해야 합니다.
정권 교체나 교육부 수장 변경 등에 따라 정책이 급변할 수 있기 때문입니다.
특정 사업에 의존도가 높은 경우, **대안 시장**을 개척하거나 제품을 다용도로 활용 가능하도록 하여 리스크를 줄일 필요가 있습니다.

3.5 시장 세분화별 기회 비교 정리

위에서 살펴본 B2C, B2B, B2G 세 시장의 특징과 기회를 표로 정리하면 다음과 같습니다:

구분	주요 고객	장점	유의점	유망 분야 예시
B2C	학생, 학부모, 성인 개인	- 거대한 내수 시장 (사교육 비 규모 큼) - 성공 시 빠른 확산, 브랜드화 가능	- 경쟁 과다, 마케팅 비용 높음 - 효과 입증 및 신뢰 구축 필요	AI튜터 앱, 교육게임, 온택트 과외, 성인 자기계발 e러닝
B2B	기업 HR부서, 학원 원장, 대학 등 기관	- 1건당 규모 큰 계약 (LTV 높음) - 재계약시 안정적 수익	- 의사결정자 공략 필요 (영업 사이클 길) - 고객 요구 맞춤형 대응, 유지보수 부담	기업용 러닝플랫폼, 학원관리SaaS, 대학 원격시험 시스템
B2G	교육부, 교육청, 학교, 교육기관, 공공기관	- 정부예산 통한 대규모 보급 - 레퍼런스로 활용 용이 (신뢰성 제고)	- 입찰경쟁 및 규격 충족 필수 - 정책변화에 영향 받음	학교 스마트단말, 공공 LMS, AI 기반 교육행정시스템, 입찰

에듀테크 기업은 자신의 주력 역량과 비즈니스 모델에 따라 위 시장들 중 **하나 혹은 복수**를 타겟으로 전략을 세울 수 있습니다.
초기 스타트업이라면 **진입장벽이 낮고 경쟁력 있는 분야에서 출발해 브랜드를 알린 뒤, 다른 영역으로 확장하는 사례가 많습니다. (진입에 대한 전략적 기획이 필요합니다.)**
반면 자본력 있고 레퍼런스가 있는 기업은 처음부터 B2G 입찰 사업을 노리기도 합니다.

중요한 것은 어느 시장이든
고객의 니즈를 정확히 파악하고, 그에 맞춘 제품/서비스 포지셔닝을 명확히 하는 것입니다.

💰 4장: 투자 동향 및 기술 개발 트렌드 – 에듀테크 기업 전략

4.1 장 요약

본 장에서는 에듀테크 산업에 대한 **투자 환경과 기술 개발 동향**을 조망합니다.
2020~2021년 팬데믹 기간 동안 에듀테크는 전 세계적으로 투자 열풍이 불면서 국내에서도 상당한 **벤처투자**가 이루어졌습니다.
2023년 이후 현재 투자시장은 거품이 가라앉고 **선별 투자**로 전환되는 추세로, **사업성 입증**이 중요한 키워드가 되었습니다.
이러한 환경에서 에듀테크 기업들은 어떤 **수익 모델**을 구축해야 할지, 어떤 **기술 개발**에 주력해야 할지 방향을 잡는 것이 필요합니다.
본 장에서는 국내외 주요 투자 사례와 기술 트렌드를 살펴보고, **에듀테크 기업이 활용할 수 있는 수익 모델과 비즈니스 전략**을 제시합니다.
또한 **성공적인 투자 유치**를 위해 기업들이 준비해야 할 요소도 함께 논의합니다.

4.2 에듀테크 분야 투자 현황

국내 에듀테크 투자 현황을 보면, 2010년대 중반까지는 비교적 소규모 투자가 간헐적으로 이루어졌으나, 2019년 이후 급격히 활성화되었습니다.

특히 2020년 코로나 충격으로

언택트 교육 수요가 폭증하면서, 다수의 **AI 기술을 보유한 스타트업**들이 높은 기업가치를 인정받았습니다.

하지만 2022년 하반기부터 거시경제 불확실성 증가로 **벤처투자가 위축**되면서, 에듀테크 분야도 예외없이 영향을 받았습니다.

무리한 확장 전략을 펴던 일부 기업들은 인력 구조조정이나 사업 축소를 단행하기도 했습니다.

투자자들은 이제

수익모델의 현실성, 현금흐름, 유료고객 증가율 등을 더욱 까다롭게 평가하고 있습니다.

그럼에도 교육은 **거대한 시장**이고 기술 혁신의 잠재력이 높아, **정부 펀드나 기업형 VC(CVC)**들은 전략적으로 에듀테크 투자를 지속하고 있습니다.

예컨대 통신사 KT는 디지털 인프라 사업과의 시너지를 위해 에듀테크 기업에 투자하고 있고, 출판기업들은 자체 디지털 전환을 위해 스타트업 인수합병(M&A)을 검토하고 있습니다.

또한 2023년 발표된 정부

에듀테크 중장기 발전계획에서 **민간투자 활성화**가 언급되면서, 정책금융기관(한국성장금융 등)이 에듀테크 전용 펀드를 조성할 가능성도 있습니다.

요약하면, 에듀테크 투자시장은 초기의 붐을 지나 **옥석 가리기 단계**에 들어섰고, **기술력과 시장성을 겸비한 기업**에 자금이 집중되는 추세입니다.

이는 궁극적으로 산업의 건전한 성장에 긍정적인 신호라 할 수 있습니다.

4.3 에듀테크 기업의 수익 모델 분석

교육 산업의 특성상, **지속가능한 수익 모델**을 만드는 일은 모든 에듀테크 기업의 과제입니다.

일반적인 IT 스타트업처럼 일정 기간

사용자 성장에 집중한 후 수익화를 꾀하는 전략이 통하기 어렵고, 초기에부터 매출 확보가 중요하다고 여겨집니다.

여러 기업들의 사례를 보면 다음과 같은

수익 모델 패턴이 나타납니다.

- **구독 모델(Subscription)**: 가장 보편적인 모델로, 월간 또는 연간 구독료를 받고 서비스를 제공합니다.
예를 들어 토픽별 강좌 플랫폼은 월 정액으로 모든 강좌를 무제한 수강하게 하거나, AI튜터 앱은 기본은 무료이되 고급 피드백이나 문 제은행 접근은 **프리미엄 구독자에게만 허용**하는 식입니다. 구독 모델은 **지속적 현금흐름**을 확보할 수 있고, 사용자가 한번 익숙해지면 해지율(churn)이 낮아 **롱런 고객**이 될 가능성이 높습니다.

다만 콘텐츠를 계속 업데이트하고 가치를 제공하지 않으면 구독을 유지하지 않으므로 **LTV 향상이** 관건입니다.

- **무료+광고 모델(Ad-supported):** 일부 B2C 앱은 **전면 무료**로 제공하고 사용자 트래픽을 기반으로 광고 수익을 올립니다. 교육 앱의 경우 학습 중간중간 배너나 동영상 광고를 노출하거나, 특정 브랜드와 제휴한 **스폰서 콘텐츠를** 제공하기도 합니다. 예를 들어 초등학생 대상 영단어 앱이 무료인데, 학습 완료 후 캐릭터 아이템을 받기 위해 광고 시청을 유도하는 방식입니다. 이 모델은 진입장벽이 낮아 사용자 확보에 유리하지만, 교육이라는 맥락에서 **과도한 광고는 거부감**을 줄 수 있으므로 밸런스가 필요합니다. 또한 광고 단가가 높지 않으면 수익 창출이 어려워 **대규모 유저 기반**이 필수입니다.
- **라이선스/납품 모델(B2B/B2G):** 기업이나 학교에 **소프트웨어/콘텐츠를 판매**하여 **라이선스 비용**이나 **일회성 사업비**를 받는 방식입니다. 예를 들어 학교 1곳당 LMS 사용료로 연 100만원, 기업 고객 대상 교육 콘텐츠 1과목당 500만원 등 계약을 맺는 것입니다. 이 모델은 건별 금액이 크고 초기에 현금 유입이 크나, 다음 해 재계약을 못 따내면 끝나는 **프로젝트성 위험**도 있습니다. 그래서 점차 **연단위 사용료**로 전환하거나 **유지보수비**를 별도로 받아 **Recurring revenue**를 만드는 추세입니다. 어쨌든 공공기관에 납품할 경우 **하드웨어 포함 일괄 공급** 계약이 될 수 있어, 하드웨어 마진까지 고려한 수익모델링을 해야 합니다.
- **커미션 중개 모델:** 플랫폼이 **양면시장**을 연결하고 중개 수수료를 받는 형태입니다. 대표적으로 과외 중개 플랫폼, 강사-수강생 매칭 플랫폼이 이에 속합니다. 예를 들어 튜터를 시간당 2만원에 매칭해주고 그 중 20%를 플랫폼이 취하는 식이거나 교육상품 마켓플레이스를 열어 강사가 자신의 강좌를 올리고 판매될 때마다 일정 %를 플랫폼이 가져가는 구조도 있습니다. 커미션 모델은 거래액에 비례하여 수익이 늘어나므로 **규모의 경제**가 중요하고, 거래 활성화를 위해 초기에 낮은 수수료나 무료 정책을 썼다가 점진적으로 수수료를 높이는 전략을 쓰기도 합니다. 다만 거래 안전장치, 환불정책, 품질관리 등 플랫폼 운영에 손이 많이 갑니다.
- **하드웨어 판매 + 콘텐츠 구독:** 에듀테크 디바이스 (예: 교육용 로봇, 태블릿)를 판매하면서, 그 기기에서 돌아가는 콘텐츠나 소프트웨어를 **별도 구독**시키는 혼합 모델입니다. 예를 들어 유아용 AI로봇을 20만원에 판매하고, 월 1만원의 동화 콘텐츠 구독을 유도하는 식입니다. 또는 전자칠판을 학교에 설치해주고 매년 소프트웨어 사용료를 받는 형태도 해당됩니다. 이 모델은 **초기 진입**을 기기 판매로 하고 **후속 수익**을 서비스로 창출한다는 점에서 안정적이지만, 하드웨어 제조/공급 역량이 필요하다는 점에서 진입장벽이 있습니다.
- **데이터/프리미엄 서비스 판매:** 사용자 기반을 충분히 모은 후, 축적한 **학습 데이터나 분석 리포트**를 유료화하는 모델도 있습니다. 예컨대 어떤 학습 플랫폼이 1만 명 학생의 학습 데이터를 모았다면, 이를 익명화하여 **교육 연구기관에 판매**하거나 **출판사에 인사이트 제공** 대가로 수익을 낼 수 있습니다. 다만 개인정보 이슈에 민감하므로 적절한 절차를 거쳐야 합니다. 또한 학생/학부모에게 **고급 기능**을 과금하는 경우도 있습니다. 기본적인 학습은 무료로 두되, **1:1 튜터 상담, 심화 문제풀이, 오프라인 모의고사 기회** 등 부가 혜택에 요금을 매기는 방식입니다.

에듀테크 기업들은 보통 위의 모델들을 **혼합**하여 사용합니다.

예를 들어 B2C에서 구독모델로 벌면서, B2B로 라이선스 판매도 병행하거나, 기본 무료+광고로 가다가 유료 구독 전환을 시도하는 등입니다.

중요한 것은 자기 서비스의

가치 제공 방식에 가장 부합하는 모델을 선택하는 것입니다.

그리고 시장/정책 변화에 따라 유연하게 수정할 수 있어야 합니다.

2023년 이후 현재 성공적으로 수익을 내고 있는 에듀테크 기업들의 공통점은 **일정 규모의 충성 사용자층 확보**와 **명확한 가치 제공**입니다.

가령 QANDA는 “모르는 문제 5초 내 답변”이라는 확실한 가치를 제공하며 광고+구독 혼합 모델로 매출을 올리고 있고, 아이스크림 에듀는 오랜 기간 쌓은 초등 콘텐츠를 구독형 학습지로 제공해 안정적인 현금흐름을 만들었습니다.

반면 많은 사용자를 모았지만 수익모델 전환에 실패한 사례도 있으므로(

서비스 폐쇄로 이어짐), **수익화 시점과 방법을 전략적으로** 선택하는 것이 얼마나 중요한지 알 수 있습니다.

4.4 기술 개발 트렌드와 기업 전략

기술 혁신은 에듀테크 기업의 경쟁력을 좌우하는 요인입니다. 빠르게 진화하는 기술을 선도적으로 적용하면 시장을 선점할 수 있지만, 검증되지 않은 기술에 무리하게 투자하면 위험이 될 수도 있습니다. 최근 몇 년간 부상한 기술 트렌드와 그에 대응하는 기업 전략을 살펴보면

다음과 같습니다.

- **AI 및 머신러닝 활용:** 앞서 언급했듯 AI는 현재 에듀테크 분야 최핵심 기술입니다.
기업들은 자체 **AI 연구팀**을 꾸리거나, 대학/연구소와 협업하여 **머신러닝 모델**을 개발하고 있습니다. 중소 규모 스타트업의 경우, 모든 AI 기술을 자체 개발하기보다는 **외부 AI 엔진**(예: GPT API)을 활용하여 서비스에 접목하는 전략을 취하기도 합니다. 핵심은 **"AI를 통해 대규모 사용자를 사람 없이 지원"**하거나 **"기존에 불가능했던 개인화 경험"**을 제공하는 것입니다.
다만 AI에 지나치게 의존할 경우 **설명 책임성, 오류 발생 시 대처** 등이 문제가 될 수 있으므로 전문가의 검수가 이루어지는 설계를 병행하는 것이 권장됩니다.
- **인터랙티브 멀티미디어 콘텐츠:** 과거 e러닝은 녹화된 동영상 강의 제공이 주류였지만, 이제는 **상호작용형 콘텐츠**가 대세입니다.
기업들은 HTML5 기반 또는 전용 앱 기반으로 **퀴즈, 시뮬레이션, 실습형 콘텐츠**를 개발합니다.
예를 들어 한 기업은 가상실험실 앱을 만들어 화학 실험을 직접 해보며 배우도록 했고, 또 다른 스타트업은 **코딩교육 플랫폼**에서 아이들이 블록코딩한 결과를 게임 형태로 즉시 실행해보게 합니다.
이러한 실시간 상호작용 기술은 **학습 몰입도와 참여도**를 높여주기 때문에 고객 만족도가 올라갑니다.
에듀테크 기업들은 자체 콘텐츠 개발팀을 두거나, **저작도구를 개발**해 교사나 강사가 쉽게 인터랙티브 콘텐츠를 만들도록 지원하기도 합니다.
- **모바일 최적화 및 접근성:** 한국은 학생 스마트폰 보유율이 매우 높아 (중고생 스마트폰 보유율 95% 이상) 사실상 모든 교육서비스가 **모바일 퍼스트**로 설계되어야 합니다.
기업들은 앱 개발에 집중하고 있으며, **UX/UI**를 학생 친화적으로 디자인하는 데 공을 들이고 있습니다.
또 **접근성(Accessibility)** 측면에서 장애 학생이나 소외계층도 이용할 수 있도록 자막, 음성안내, 오프라인 다운로드 기능 등을 넣고 있습니다.
최근에는 **저사양 기기나 느린 네트워크 환경**에서도 돌아가도록 앱 용량을 가볍게 하고 최적화를 하는 것도 기술 과제로 떠오르고 있습니다. 이는 해외 신형시장 진출에도 유용한 전략입니다.
- **데이터 보안과 프라이버시:** 교육 데이터는 민감한 개인정보를 포함하기에, 기술 개발시 **보안**이 중요한 이슈입니다.
기업들은 **클라우드 보안인증**을 획득하거나 정보보호관리체계(ISMS) 인증을 받아 신뢰를 주려고 노력합니다. 또한 학생들의 학습 데이터 이용에 대한 **동의 절차**를 명확히 하고, 익명화 기술, 데이터 암호화 등에 투자합니다.
이는 표면적으로 드러나지 않지만, B2B/B2G 사업에 필수적인 보이지 않는 경쟁력입니다.
- **확장성(Scalability):** 인기 있는 서비스는 짧은 기간에 사용자가 수십만~수백만으로 늘기도 하는데, 이에 대비한 **IT 인프라**와 아키텍처 설계가 중요합니다.

이처럼 기술 개발에서는 **사용자 경험 향상**과 **운영 효율성 제고** 두 측면을 모두 고려해야 합니다.

자원이 한정된 스타트업은 자신들의

핵심 역량 분야 기술에 집중하고, 나머지는 **외부 솔루션 활용**이나 **오픈소스 이용**으로 보완하는 현실적인 접근이 필요합니다.

예컨대 우리 서비스의 핵심이 AI 알고리즘이라면 UI 개발은 검증된 프레임워크를 쓰고, 결제 시스템 등은 외부 모듈을 붙이는 식으로 리소스를 분배합니다.

4.5 에듀테크 기업을 위한 전략 제언 (투자 및 기술)

- **투자 유치 전략:** 앞서 본 바와 같이, 투자자는 이제 에듀테크 기업의 **수익성과 지속가능성**을 중시하므로 **명확한 비즈니스 모델과 실적 지표**를 제시해야 합니다.
가능하다면 유료 전환율, LTV, CAC 등 핵심 지표를 관리하고 개선하여 보여주는 것이 좋습니다. 또한 **정부 정책과의 연계성**도 투자 포인트가 될 수 있습니다.
정부가 밀어주는 분야에 포진해 있거나, 공공사업 수주 실적이 있다면 향후 **안정적 성장 스토리**로 인식되어 우호적입니다.
해외진출 스토리도 매력적 포인트인데, 단순 계획이 아니라 실제로 해외 사용자 X만명을 확보했다든지 파트너 계약이 있다는 식의 **증거**가 있다면 신뢰도가 높습니다.
마지막으로 팀의 전문성 (특히 교육 분야 전문가와 기술 전문가의 조합)과 과거 성과도 강조 포인트입니다.
- **기술 개발 전략:** 에듀테크 기업은 기술기업인 동시에 **교육서비스 기업**입니다.
기술 자체에 집착하기보다는, 그것이 가져올 **교육적 효과**와 **사용자 만족**을 항상 염두에 두어야 합니다. 즉, **기술과 페다고지(교수법)의 접목**이 중요합니다.

이를 위해

교사, 교수, 교육공학 전문가와의 협업이 필요하며, 개발 프로세스에 교육 현장의 피드백을 반영하는 애자일한 접근이 바람직합니다.

또한 교육 특성상

B2B2C 형태(학교->학생, 회사->직원)의 사용이 많으므로, 관리자용 기능과 학습자용 기능을 모두 개발하며 **두 사용자군의 요구를 균형있게 반영**해야 합니다.

기술 우선순위는 한정된 리소스에서 효율을 따져 결정해야 하는데,

사용자들에게 핵심 가치를 주는 부분에 집중 투자하고 기타 부가 기능은 단계적으로 개발하거나 외부 솔루션 연계를 고려합니다. 예컨대 우리 핵심은 AI 문제추천이면 그 알고리즘 고도화에 엔지니어를 집중 배치하고, 부가기능인 커뮤니티나 배지시스템 등은 차후 도입으로 미루는 식입니다.

- **네트워크와 파트너십 전략:** 교육 분야에서는 혼자 모든 걸 할 수 없습니다. **콘텐츠 기업, 플랫폼 기업, 학교, 정부, 연구기관** 등 다양한 플레이어와 **협력 생태계**를 구축하는 것이 장기적 성장에 유리합니다. 스타트업은 협력을 통해 신뢰를 보완할 수 있고, 대기업은 스타트업과 협력하여 혁신을 수혈할 수 있습니다. 특히 정부 주관 파일럿 사업에 협력사로 참여하거나, 출판사와 공동 제품을 출시하거나, 통신사 패키지에 교육콘텐츠를 번들링하는 등 **Win-Win** 모델을 찾는 것이 중요합니다. 이러한 파트너십은 추가적인 사용자 유입과 매출채널 확보로 이어질 수 있습니다.

5장: 국내 주요 에듀테크 기업 및 스타트업 현황

5.1 장 요약

이 장에서는 **국내 에듀테크 업계의 플레이어들과 경쟁 구도**를 살펴봅니다.

에듀테크 산업은 전통 교육기업부터 스타트업, IT 대기업, 공공기관까지 다양한 주체들이 경쟁과 협력을 펼치는 무대입니다.

우리는 먼저 국내 에듀테크 기업들을 몇 가지 카테고리로 구분하여 주요 기업과 그 서비스들을 소개합니다.

이어서 기업들 간의

경쟁 양상 및 협력 사례를 알아보고, 국내 시장에서의 포지셔닝과 해외진출 현황도 정리합니다.

이를 통해 독자들은 현재

한국 에듀테크 산업 지형도를 파악하고, 어떤 기업들이 어떤 영역을 주도하고 있는지 이해할 수 있을 것입니다.

5.2 기업 유형별 주요 플레이어

1. **전통 교육기업의 디지털 전환 선도 업체:** 한국의 교육 출판사, 학원 등 전통 강자들이 일찍부터 에듀테크에 투자하여 주도권을 잡은 경우입니다. 대표적으로 **비상교육**은 학교 교과서와 참고서 출판으로 유명했으나, 일찍이 **스마트교육 플랫폼(비바샘)**과 **ICT 교실솔루션(스마트스쿨)**을 출시하며 학교 시장을 선점했습니다.

아이스크림에듀(구 대교의 스마트러닝 사업부)는 '**아이스크림 홀런'**이라는 초등학생 대상 태블릿 학습 서비스를 수십만 회원으로 키워냈습니다.

웅진씽크빅도 전통 학습지 회사에서 AI학습 앱과 **스마트 독서포널** 등을 개발하여 디지털 전환에 성공한 사례입니다.

이들 기업은

콘텐츠 자산과 학교 네트워크를 기반으로, 스타트업보다 유리한 고지를 갖고 시작했고 현재까지도 상당한 시장 점유율을 가지고 있습니다.

다만 기민한 혁신에서는 스타트업에 밀리는 면이 있어, 최근에는 유망 스타트업에 대한 투자 및 제휴를 활발히 하여

오픈 이노베이션을 추구하고 있습니다.

2. **에듀테크 스타트업(신생 기업) 그룹:** 2010년대 이후 등장하여 혁신 서비스를 선보인 스타트업들이 이 부류에 해당합니다. 국내 에듀테크 스타트업은 수백 개에 달하는데, 그 중 두각을 나타낸 주요 업체들은 다음과 같습니다:

- **뤼이드(Riiid)** – AI 튜터 기술 선도 기업. TOEIC 공부 앱 '산타'로 유명해졌고, 이후 AI 플랫폼을 해외 교육기업들에 제공하는 B2B 모델로 확장. SoftBank 투자
- **매스프레스(Mathpresso)** – 수학 문제풀이 앱 '칸다(QANDA)' 운영. 학생이 찍은 질문에 해설을 제공하는 서비스로 아시아 여러 나라에서 흥행, 누적 90 million 등록. 최근 AI 기반 교육검색엔진으로 발전 시도.

- **클래스팅(Classting)** - 학교 커뮤니티 플랫폼으로 시작, 현재 EdTech 플랫폼으로 진화. 20만 학급이 이용하는 서비스로 성장, 학습컨텐츠 마켓플레이스 등을 도입.
- **아몬드(AI 학습관리), StudyMax, 튜터링** 등 - 각각 AI학습분석, 영상기반 어학, 모바일 과외 등 틈새 분야에서 독자적 이용자 기반을 구축.
- **코드스테이츠, 엘리스** - 성인 대상 IT교육(코딩 부트캠프) 스타트업으로, 에듀테크의 범위를 확장. 수천 명 규모의 교육생 모집과 취업 연계로 주목.

스타트업들은 각자의 **전문화 영역**에서 혁신을 이루며, 빠른 실행력으로 시장을 개척해왔습니다.

이들의 강점은

기술력과 사용자 경험이며, 약점은 **브랜드 신뢰와 영업력** 부분이었는데, 점차 여러 성과와 투자를 통해 신뢰도도 향상되고 있습니다.

3. **IT 대기업 및 통신사:** 네이버, 카카오, KT 등 ICT 대기업들도 교육 분야에 관심을 갖고 진출해 있습니다. **네이버**는 자회사 웨일(Whale) 브라우저 기반으로 **스마트학교 플랫폼(웨일스페이스)**를 개발하여 교육청에 보급하고 있고, 자사 클라우드 및 AI 기술을 학교 시장에 적용 중입니다.

또한 네이버는

Papago 등 AI 기술을 활용한 어학 서비스, 기술커뮤니티(부스트캠프)를 운영하며 에듀테크 생태계와 연관을 맺고 있습니다.

카카오는 과거 카카오키즈 등으로 유아교육 앱을 운영했고, 현재는 카카오펀터프라이즈 측면에서 **교육용 AI 솔루션**을 정부 사업에 제안하기도 합니다.

KT와 **SK텔레콤**은 통신 인프라와 단말 보급 측면에서 교육사업에 참여하며, 앞서 언급했듯 KT는 에듀테크 스타트업 투자에도 적극적입니다.

대기업들의 참여는 기술과 자본 측면에서 업계에 긍정적이지만, 전통 교육콘텐츠나 서비스 운영 노하우에서는 부족함이 있어 주로 **중소 전문기업과의 협력** 형태로 진행됩니다.

4. **공공기관 및 비영리:** 한국교육학술정보원(KERIS), EBS, 시도교육청 산하기관 등 공공 주체들도 교육용 플랫폼과 콘텐츠를 공급하는 주요 플레이어입니다.

KERIS는 국가 교육 플랫폼(에듀넷 등)과 각종 교육정보시스템을 운영해왔고, 최근에는 민간 에듀테크와의 연계를 모색하고 있습니다.

EBS는 대한민국 공교육 보조 콘텐츠의 중심으로, 온라인 클래스, EBSi 등 대규모 사용자 서비스를 통해 디지털 교육을 지원합니다. EBS 역시 AI튜터(예: EBS Ai 팽톡 영어회화)나 수학 플랫폼을 도입하여 변화하는 중입니다.

공공기관들은

영리 목적은 아니지만, 민간 기업과 협력하여 공공 서비스를 개선하는 방향으로 움직이고 있어, 실질적으로 시장의 한 축을 담당합니다.

이상의 여러 유형의 기업들이 **경쟁과 협력의 관계**를 형성할 수 있으며, 현재는 **공공 플랫폼 + 민간 콘텐츠 제휴**의 형태로 융합되는 추세입니다.

또 대기업이 스타트업 솔루션을 탑재해 교육청 사업을 수주하는

컨소시엄 형태도 늘고 있어, 단순 이분법적 경쟁보다 **에코시스템적 경쟁**이 이루어지고 있습니다.

5.3 경쟁 구도와 협력 동향

국내 에듀테크 업계의 경쟁 구도를 몇 가지 측면에서 정리하면 다음과 같습니다:

- **콘텐츠 vs 플랫폼의 경쟁:** 교육 콘텐츠를 직접 제공하는 기업(예: 메가스터디의 온라인 강의, 웅진씽크빅의 학습지 앱)과 플랫폼/도구를 제공하는 기업(예: 클래스팅, 루이드)이 서로 다른 강점을 가지고 경쟁합니다. 콘텐츠 기업은 풍부한 저작물과 강사진으로 승부하지만 기술 혁신속도가 느릴 수 있고, 플랫폼 기업은 뛰어난 기술과 UX로 승부하지만 지속적인 콘텐츠 수급이 약할 수 있습니다. 최근에는 플랫폼 기업이 자체 콘텐츠를 만들거나 반대로 콘텐츠 기업이 플랫폼화를 추진하며 서로의 영역을 침투하는 경향이 있습니다.
- **사교육 대형 업체 vs 스타트업:** 초중고 대상 B2C 시장에서는 메가스터디, 대성마이맥 등 **기존 대형 온라인 교육업체**와 AI튜터 등 **신생 서비스**가 경쟁합니다. 일례로 메가스터디는 스타강사 강의 제공이라는 강점이 있고, 스타트업 산타토익(루이드)은 AI 맞춤형이라는 강점이 있는데, 결국 소비자는 **혼합해서 활용**하기도 합니다. 경쟁이라기보다 **보완적 공존** 양상이 나타나고 있으며, 심지어 일부 대형 학원은 스타트업 AI 솔루션을 부가서비스로 도입하여 학습효과를 높이기도 합니다.

니다.

이런 상호보완적 솔루션이 점차 늘고 있습니다.

- **국내 업체 vs 해외 글로벌 서비스:** 에듀테크 분야에서도 글로벌 빅테크 기업들이 영향력을 늘리고 있습니다.

Google의

Google Classroom, Microsoft의 **Teams**는 전 세계 학교에서 기본 협업툴로 쓰이고 있는데, 한국 국제학교나 대학에서도 도입된 곳이 있습니다.

Coursera, **Udemy** 같은 글로벌 MOOC/교육플랫폼도 한국 이용자를 확보하고 있습니다.

해당 글로벌 플랫폼의 콘텐츠 경쟁력은 국내 직업훈련이나 국비 교육과정에 비해서도 높은 경쟁력을 가지고 있음에도 불구하고 언어 장벽과 현지화의 어려움으로

K-12 공교육이나 **입시/취업** 등 로컬색 짙은 시장에는 아직 국내 업체들이 유리합니다.

한편 한국 업체들도 해외 진출을 활발히 하면서

해외 시장에서는 한국 vs 현지 vs 다른 글로벌 업체의 경쟁이 벌어지고 있습니다.

예를 들어 QANDA는 동남아에서 Photomath(미국 스타트업)와 경쟁하고 있고, 루이드는 일본에서 베네세(일본 교육기업)와 협업하면서 그 시장의 다른 AI 러닝툴들과 경쟁합니다.

현지 파트너십을 잘 맺는 기업이 해외에서 앞서 나가는 모습입니다.

- **에듀테크 vs 전통 교육업:** 어느 정도 에듀테크가 대중화되었지만, 여전히 전통적인 **오프라인 학원, 과외시장**은 건재합니다.

완전히 대체하기보다는

온오프 융합으로 가고 있습니다.

학원들도 자체 앱으로 숙제검사나 복습을 시키고, 반대로 에듀테크 업체들도 오프라인 센터를 내기도 합니다(예: 일부 코딩교육 스타트업은 체험형 오프라인 캠퍼스 운영).

따라서 교육 시장은

디지털과 아날로그가 섞여있는 복합 경쟁구도이며, 결국 학습효과와 만족도를 누가 높이느냐가 승패를 좌우할 것입니다.

협력 동향은 다음과 같습니다.

- **대기업-스타트업 협력:** KT-매스프레소 사례처럼, 대기업이 스타트업에 투자하거나 공동 사업을 하는 케이스가 늘고 있습니다.

네이버는 에듀테크 스타트업들과 작게는 자사 클라우드 인프라 제공 협약부터 크게는 공동 솔루션 개발까지 진행합니다.

이러한 협력은 스타트업에게는

확장 기회, 대기업에게는 **혁신 흡수** 기회입니다.

- **산학협력:** 에듀테크에서 **교육 효과** 입증은 매우 중요하기에, 기업들이 대학 연구소와 함께 임상실험이나 효과 연구를 수행합니다.

또는 대학의 기술을 이전받아 창업하는 경우도 있으며, 산학협력단을 통해 직접적으로 입찰이나 사업에 참여하기도 합니다.

- **업계 협회 및 연합:** 업계 단체를 중심으로 기업 간 정보 교류와 공동 대응이 이뤄지고 있습니다.

예컨대

표준 제정, 규제 완화 건의 등을 위해 연합전선을 펴기도 하고, 공동으로 해외전시회 한국관을 운영하여 **K-에듀테크** 홍보를 함께 하기도 합니다.

전반적으로 국내 에듀테크 산업은 **경쟁 속 협력**의 구도로 성숙되어 가고 있습니다.

교육이라는 큰 목표를 공유하기에, 경쟁자라기보다

파트너로 함께 시장을 키우는 분위기도 형성되고 있습니다.

이는 산업 발전에 긍정적이며, 최종적으로 사용자(학생과 교육자)에게 더 많은 선택지와 더 나은 품질의 서비스를 제공하게 될 것입니다.

🌟 6장: 성공 사례 분석 및 향후 유망 사업 기회

6.1 장 요약

마지막 장에서는 국내외 **최신 에듀테크 성공 사례**를 통해 얻을 수 있는 시사점을 짚어보고, 앞으로 **발전 가능성이 높은 사업 영역**을 제안합니다.

몇몇 선도적인 사례들은 에듀테크 활용이 교육 현장에 어떤 변화를 가져올 수 있는지 생생히 보여주며, 이러한 경험은 후발주자들에게 좋은 벤치마크가 됩니다.

본 장에서는 대표적인 스타트업의 글로벌 진출 성공, 공교육과 협력한 혁신 시범사례, 기술 도입으로 효과를 본 학교 현장 사례 등을 다룰 것입니다.

또한 이러한 사례들을 바탕으로,

AI 튜터/평가, 메타버스 교육, 평생학습 지원, 교육데이터 솔루션 등 향후 유망한 에듀테크 사업 기회를 분야

별로 제시합니다.

이는 새로운 창업 아이템을 모색하는 분들이나, 기존 기업이 사업 확장을 고민할 때 참고가 될 수 있을 것입니다.

6.2 에듀테크 성공 사례 분석

사례 1: AI 수학 학습앱 '칸다(QANDA)'의 글로벌 성장

Mathpresso사의 칸다는 2016년 한국에서 시작된 **AI 수학 질의응답 앱**으로, 학생들이 모르는 문제를 찍어서 올리면 **5초 내에 풀이와 해설**을 제공하는 서비스입니다.

초창기에는 한국 수험생들에게 큰 호응을 얻었고, 이를 기반으로 **다국어화**를 추진하여 일본, 베트남, 인도네시아 등 아시아 시장에 진출했습니다.

핵심 성공 요인은

이미지 인식과 검색 AI 기술로 방대한 문제 DB에서 유사문제를 찾아 정확한 풀이를 매칭하는 능력이었으며, 이로써 **교사 도움 없이도 즉각적 해답**을 얻고 공부를 이어갈 수 있다는 새 경험을 준 것입니다.

칸다는 해외 진출 시 현지 교육과정에 맞는 문제 데이터 확보와 해설 번역 등에 공을 들였고,

동남아 시장 1위 학습앱으로 자리잡았습니다.

현재 전 세계 등록사용자가 9천만 명을 돌파하고 매출도 연 170억 원 이상을 기록하며 흑자 전환을 노리고 있습니다.

칸다의 성공은

한국 스타트업도 글로벌 에듀테크 플랫폼으로 성장할 수 있음을 보여주었고, **사용자 UX 혁신 + 현지화 전략**의 중요성을 시사합니다.

또한 무료 Q&A 서비스로 시작했지만 이후 프리미엄 콘텐츠 판매, 광고 수익 등으로 수익모델을 다각화한 점도 참고할 만합니다.

사례 2: 공교육 협력 - '디지털 선도학교'의 변화

2023년 교육부 지정 **디지털 기반 교육혁신 선도학교** 중 한 곳인 A초등학교는 에듀테크 도입으로 학교 수업에 큰 변화를 경험한 사례입니다.

이 학교는 정부 지원을 받아 학급당 태블릿 20여 대와 대형 전자칠판, AI 수학학습 소프트웨어, 코딩교구 등을 갖추었습니다.

수학 시간에 교사 B씨는 AI 수학학습 앱을 활용하여 학생들 각자의 수준에 맞는 문제를 풀도록 한 결과 학습이 느린 학생들도 자신의 진도에 맞춰 개념설명을 추가로 듣고 충분히 연습할 수 있었고, 잘하는 학생은 더 도전적인 문제에 도전하며 **모든 학생의 참여도가 상승**했습니다.

교사는 대시보드를 통해 학생들의 이해도 현황을 실시간 파악하여, 필요할 경우 개별 지도를 제공했습니다.

영어 시간에는 EBS의 **AI 회화 연습 프로그램**을 도입해, 학생들이 태블릿 속 AI 캐릭터와 1:1로 영어 대화를 연습했습니다. 처음에는 쑥스러워하던 아이들이 시라서 실수해도 창피하지 않다는 점에 자신감을 얻어, 오히려 교사 앞에서 말할 때보다 더 적극적으로 영어를 말하게 되었습니다. 이렇듯 디지털 도구들은 **학습의 개별화와 몰입도**를 높였고, 교사들은 단순 강의보다 **코치 역할**에 집중할 수 있게 되었습니다. 학부모들의 만족도도 매우 높아졌는데, 학교 수업에서 부족했던 부분을 학교 안에서 해결하니 **사교육 의존도가 줄었다**는 반응이었습니다. A초등학교 사례는 **공교육+에듀테크 협력 모델**의 효과를 보여주며, 전국 다른 학교로의 확산 가능성을 높였습니다. 교육부 보고서에 따르면 이러한 선도학교들의 운영 성과를 분석한 결과 교사들의 디지털 활용 역량과 학생들의 자기주도 학습 능력 지표가 향상되었습니다.

이는

정책적 성공 사례로 기록되어, 2024년 이후 더 많은 학교에 에듀테크를 보급하는 근거가 되고 있습니다.

사례 3: 성인교육 - '패스트캠퍼스'의 직무교육 혁신

패스트캠퍼스는 2016년 설립된 성인 대상 실무교육 스타트업으로, 우리나라 **직무교육 시장의 디지털 혁신**을 이끈 사례입니다. 과거 직장인 교육은 오프라인 학원이나 회사 연수에 의존했으나, 패스트캠퍼스는 **온라인 플랫폼**을 통해 언제든 필요한 강의를 수강할 수 있도록 했습니다. 특히 **데이터 분석, 프로그래밍, 마케팅** 등 빠르게 변하는 분야의 최신 커리큘럼을 산업 전문가들과 협업하여 만들어 제공함으로써, 대학 교육에서 채워주지 못하는 **실무 지식 갈증**을 해소했습니다. 또한 수강생들의 편의를 위해 **구독형 수강권**을 도입, 필요한 강좌를 마음껏 듣게 하고 본인이 원하는 학습로드맵을 짤 수 있게 했습니다. 코로나 시기 비대면 전환과 맞물려 폭발적으로 성장한 패스트캠퍼스는, 현재 연 매출 수백억 원 규모로 성장했으며 대기업들과 **사내교육 파트너십**도 맺어 **B2B 사업**도 확장했습니다. 이는 국내에서 **평생교육 에듀테크**가 성공적으로 정착한 케이스로, 성인들의 자기계발 방식에 큰 변화를 주었습니다. 이 사례는 **교육대상 다변화** 측면에서, 에듀테크가 공교육/입시뿐 아니라 **성인 직업교육, 취미교육까지 영역을 넓혀** 충분한 시장을 창출할 수 있음을 보여줍니다.

이 밖에도 **튜터링**(AI매칭 영어회화 앱)의 중등 시장 진출 사례, **클래스TV**(학생 참여형 쌍방향 수업 플랫폼)의 지방교육청 채택 사례, **특수교육 VR 콘텐츠**의 장애 학생 사회성 향상 사례 등 다양한 성공담들이 있습니다.

공통적으로 이러한 사례들은:

- **사용자 관점 혁신**: 학습자나 교사가 체감할 수 있는 뚜렷한 이점(편의, 재미, 효율)을 제공했다.
- **기술과 교육의 절묘한 조화**: 기술만 앞세우지 않고 교육적 설계를 잘 녹여 효과를 냈다.

- **데이터에 기반한 개선:** 사용자 데이터와 피드백을 수집해 지속적으로 서비스 품질을 높였다.
- **적절한 파트너십:** 학교, 기업, 해외 파트너 등과 손잡아 신뢰와 시장 기회를 얻었다.

이러한 성공 패턴은 향후 에듀테크 사업 기회를 모색하는 데도 중요한 시사점을 줍니다.

6.3 향후 발전 가능성이 높은 에듀테크 사업 기회

마지막으로, 앞으로 발전 가능성이 높고 주목할 만한 에듀테크 사업 영역을 몇 가지 제시합니다. 이는 기술 발전 추이와 교육 현장의 니즈 변화, 그리고 정부 정책 방향을 종합적으로 고려한 것입니다:

- **개인 맞춤 AI 튜터 & 학습코디네이터:** AI 기술이 고도화됨에 따라, 특정 과목이나 영역에 국한되지 않고 **전과목 학습 비서**를 해주는 AI 튜터가 현실화될 전망입니다. 학생이 공부 계획을 세우면 AI가 관리하고, 모르는 건 설명해주며, 학습 진도를 점검해주는 종합 코치역입니다. 이러한 AI 코치는 **방대한 데이터와 연계**되어 진짜 사람 과외교사 수준의 피드백을 줄 수 있는 방향으로 발전할 것입니다. 현재 일부 기능은 구현되었으나 통합적으로 제공하는 서비스는 없기에, **AI 종합 멘토 플랫폼**은 블루오션입니다. 또한 이 AI를 교사가 활용하여 **수업 보조**로 쓰거나 학부모가 활용해 **가정학습 지도**에 활용하는 등 응용 범위가 넓습니다.
- **AI 활용 평가 및 시험관리:** 교육에서 평가와 시험은 중요한 요소인데, 여기는 아직 사람의 노동이 많이 듭니다. **AI 자동채점, AI 서술형 평가, 부정행위 감지** 등 기술의 발전 여지가 큼니다. 특히 대입 논술, 공무원시험 등 서술형 답안 채점에 AI를 도입하면 공정성과 효율을 높일 수 있습니다. 또한 온라인 시험이 늘어나면서 **시험 감독 AI나 신원 인증 기술**도 수요가 커질 것입니다. 이러한 **에듀테크 평가 솔루션**은 교육기관뿐 아니라 각종 자격시험, 기업 채용 등에도 적용 가능해 시장성이 높습니다.
- **메타버스 기반 실감형 교육:** 5G 확산과 디바이스 발전으로 **메타버스 교육**이 중장기적으로 유망합니다. 학생들이 가상 교실에서 아바타로 모여 토론하거나, 가상현실로 역사 현장, 우주, 해저 등을 탐험하며 배우는 학습은 몰입감 측면에서 현장체험 못지않은 효과를 낼 수 있습니다. 이미 몇몇 학교에서 시도되고 있으며, Z세대 학생들의 친숙함 덕분에 **학습 참여도 향상**에 도움이 된다는 결과가 있습니다. 앞으로 더 많은 과목에 메타버스 활용 가능성이 있고, 특히 **과학, 역사, 예술, 직업체험** 분야에서 유망합니다. 다만 현재는 콘텐츠 제작비가 높아 일회성 이벤트 수준인데, **콘텐츠를 플랫폼화해 공유**하거나 **툴을 제공해 교사가 직접 제작**할 수 있게 한다면 확산 속도가 빨라질 것입니다. **교육 메타버스 플랫폼**은 향후 글로벌 경쟁이 예상되므로, 지금부터 표준을 선점하는 전략이 필요합니다.
- **평생교육 및 역량인증 플랫폼:** 100세 시대, 직업 수명 단축 등으로 **성인들의 평생학습**이 필수화되고 있습니다. 그런데 학습을 해도 이를 ****눈에 보이는 성과(인증)****로 이어주는 체계는 아직 부족합니다. 향후 유망한 사업은 개인이 어떤 학습을 하든 (온라인 강좌, 도서 독학, 현장경험 등) 그것을 **스킬 단위로 인증**해주고 **포트폴리오로 관리**해주는 플랫폼입니다. 이는 블록체인 기반 **마이크로 크리덴셜** 형태로 발전할 가능성도 있습니다. 예를 들어 한 사람이 5개의 프로그래밍 언어를 독학했다면, 각각에 대한 검증 시험을 온라인으로 보고 인증을 NFT 형태로 발급받아 취업시 활용하는 식입니다. 현재 일부 MOOC 플랫폼이 유사한 인증서를 주지만, 더욱 통합적이고 신뢰받는 **국가/산업 표준 연계 플랫폼**이 나온다면 교육과 고용을 이어주는 중요한 역할을 할 것입니다. 에듀테크 기업 입장에서 다양한 학습 데이터와 연계하여 **AI 기반 커리어 코칭** 사업으로도 확장할 수 있는 영역입니다.
- **교육 데이터 뱅크 & 에듀테크 연구 컨설팅:** 에듀테크 활용이 늘면서 방대한 학습 데이터가 축적되고 있습니다. 이를 바탕으로 교육 효과를 높일 전략을 제시하는 **데이터 컨설팅 서비스**도 하나의 기회입니다. 예를 들어 학교나 교육청에 “우리 학생들은 어떤 개념에서 자주 틀리는가”, “어떤 교수법일 때 참여도가 높은가” 등을 데이터 분석으로 알려주고 솔루션을 추천해주는 것입니다. 기업 차원에서는 B2B 서비스로 **학습데이터 플랫폼**을 구축해 학교/학원/기업 등에서 데이터를 쉽게 시각화·분석하도록 도와줄 수 있습니다. 이는 단독 사업이라기보다 **에듀테크 제품의 부가 가치 서비스**로 붙여서 제공할 수 있을 것입니다. 정부가 추진하는 국가 학습데이터센터와 연계하면 공공협업 기회도 있을 것입니다.
- **특수교육 및 복지와의 접목:** 그간 일반교육 위주로 에듀테크가 발전해왔지만, **장애인 교육, 노인 교육, 다문화 교육** 등 특수 분야에 맞는 기술 활용도 충분히 유망합니다. 예를 들어 발달장애 학생의 **사회성 향상 VR 프로그램**, 다문화 가정 학부모를 위한 **다언어 AI 학습안** 내 앱, 치매 예방을 위한 **시니어 학습게임**, 농어촌 교육격차 해소를 위한 **원격 쌍방향 수업 시스템** 등이 사회적 가치와 시장성을 함께 가진 영역입니다. 이러한 분야는 정부 지원금 등을 활용하기도 좋고, 해외에도 공통 수요가 있어서 국제기구 프로젝트로 연계할 수도 있습니다. 사회문제 해결형 에듀테크는 ESG 경영을 중시하는 기업들의 파트너십 기회로도 이어질 수 있어 주목됩니다.

위에 나열한 기회 외에도, **챗봇 기반 학습상담, 에듀테크 기반 정신건강(SEL) 프로그램, 학부모를 위한 에듀테크(부모코칭), 교육용 IoT(예: 스마트책상)** 등 무궁무진한 가능성이 존재합니다. 핵심은 **현장의 니즈를 깊이 이해**하고, **기술과 접목했을 때 시너지가 큰 지점**을 찾는 것입니다. 그리고 한국은 ICT 인프라가 좋고 교육열이 높아 **새로운 에듀테크 실험을 해보기 좋은 환경**이므로, 다양한 파일럿이 계속 나오길 기대합니다.

결론 및 제언

이상으로 **최신 한국 에듀테크 산업 및 디지털 교육혁신 시장**에 대한 종합 분석을 마무리합니다.

2023년을 기점으로 한 정부의 강력한 정책 드라이브와 산업계의 빠른 혁신 덕분에, 한국의 에듀테크는

양적 성장과 질적 도약의 전환점에서 있습니다.

공교육과 사교육, 온라인과 오프라인의 경계가 허물어지면서, 학생들에게는 더 풍부한 학습 경험이 제공되고 있고, 교사들에게는 새로운 교수도구가, 그리고 성인들에게는 평생학습의 동반자가 생겨나고 있습니다.

그러나 동시에 **넘어야 할 과제**들도 있습니다.

기술 격차로 인한 교육격차를 방지하고, 에듀테크의 효과성을 객관적으로 검증하며, 개인정보 보호와 사이버보안에 만전을 기해야 합니다.

또한

현장 교원과의 소통, 학부모 인식 제고 등 **Change Management** 측면의 노력도 중요합니다.
산업 측면에서는 무수한 스타트업들이 생겨났다가 사라지는
추천전국시대가 이어지고 있는데, **지속가능한 비즈니스 모델 구축**과 **건강한 투자 환경 조성**이 절실합니다.

다양한 독자층을 위한 제언

- **에듀테크 창업자에게**: 교육은 단기간에 성과를 내기 어려운 분야이지만, 한번 신뢰를 얻으면 장기 고객을 확보할 수 있습니다.

교육적 전문성을 팀 내에 확보하고, 실제 사용자(학생, 교사)의 목소리를 가까이에서 듣는 것을 게을리하지 마십시오.

정부 지원사업도 좋지만 거기에만 의존하지 말고

시장 자체 수요를 개척해야 지속 가능합니다.

또한 네트워크를 적극 활용해

파트너십 기회를 잡고, 글로벌 진출은 초기부터 시야에 두길 권합니다. 한국 시장만 보기에 작을 수 있습니다.

- **기존 교육업 종사자(학원 원장 등)에게**: 에듀테크는 위협이 아니라 **활용해야 할 도구**입니다.

디지털 전환을 두려워하지 말고 작은 것부터 (예: 학습관리 앱 도입, 온라인 보충강의 제공 등) 시작해보십시오.

데이터를 남기는 것이 결국 서비스 품질 개선으로 이어질 수 있으며, 에듀테크 기업과 협력하면 상호 보완이 가능합니다.

핵심은 당신의

교육 전문성이고, 기술은 그것을 확장하는 수단임을 기억하세요.

- **학교 교원 및 교육행정자에게**: 정부 정책 방향이 빠르게 바뀌어 당혹스러울 수 있으나, 에듀테크의 효과를 경험해보면 분명 도움되는 부분이 있을 것입니다.

교사의 역할은 AI 시대에도 절대 대체되지 않으며 오히려 **코칭, 정서지원, 창의적 설계** 등 고차원 업무에 집중하게 될 것입니다.

그러니 열린 마음으로 새로운 도구를 익히고, 필요시 개선점을 적극 피드백하여 현장에 맞는 기술이 자리잡도록 함께 노력해주세요.

교육청과 학교 차원에서

교원 연수와 인프라 지원이 충분히 따라가야 함도 강조하고 싶습니다.

- **투자자 및 경영자에게**: 에듀테크는 사회적 가치와 비즈니스 기회가 공존하는 매력적인 분야입니다.

단기 수익보다는

중장기 성장성을 보고 인내심 있는 자본이 형성되길 바랍니다.

특히 이미 규모를 갖춘 기업들은 유망 스타트업에 대한 전략적 투자와 인수로

포트폴리오 다각화를 고려해볼 만합니다.

다양한 분야로의 확장이 반드시 필요하며, 글로벌 에듀테크 유니콘들은 대부분 다양한 서비스 라인업을 갖추고 있습니다.

한국 시장에서도 몇 년 내

유니콘 에듀테크가 나올 수 있도록 성장 마일스톤별로 지원이 이어지면 좋겠습니다.

끝으로 **교육은 인간에 대한 투자이자 미래를 위한 준비**입니다.

에듀테크는 그 과정을 더욱 효율적이고 풍부하게 만들어주는 도구일 뿐, 목적 그 자체는 아닙니다. 따라서 기술에 지나치게 함몰되지 말고,
기술로 인해 사람이 더 사람답게 학습하고 성장할 수 있는 환경을 만드는 것이 궁극적인 목표임을 잊지 말아야겠습니다.

한국 에듀테크 산업이 이러한 균형 감각을 가지고 발전해나간다면,

미래 교육의 글로벌 리더로 자리매김할 수 있을 것입니다.

업계와 현장의 모든 이들이 함께 협력하여

보다 나은 교육, 모두를 위한 맞춤교육이라는 비전을 현실로 이루어 나가길 기대합니다.

읽어주셔서 감사합니다. 🍌🍌🍌

김대운 드림