

2025년 7월  
Incross Industry Report

# 교육·자기개발 업종 리포트



04-1 시장 현황

## 2025년 교육 분야 내 AI 시장, 약 2조 6,431억 원 전망

2025년 교육 시장 내 AI 시장은 2조 6,431억 원 규모로 성장할 전망이며, 2033년에는 6조 8,785억 원을 예상

국내 에듀테크 시장 역시 AI가 중심이 되며, 초개인화·디지털 교과서·B2B/B2G 확장 등이 주요 트렌드가 되고 있음

패스트캠퍼스 내 주요 테크 카테고리별 수요 변화를 살펴보면, 최근 직무와 무관한 실무형 AI 교육 수요가 부상 중.

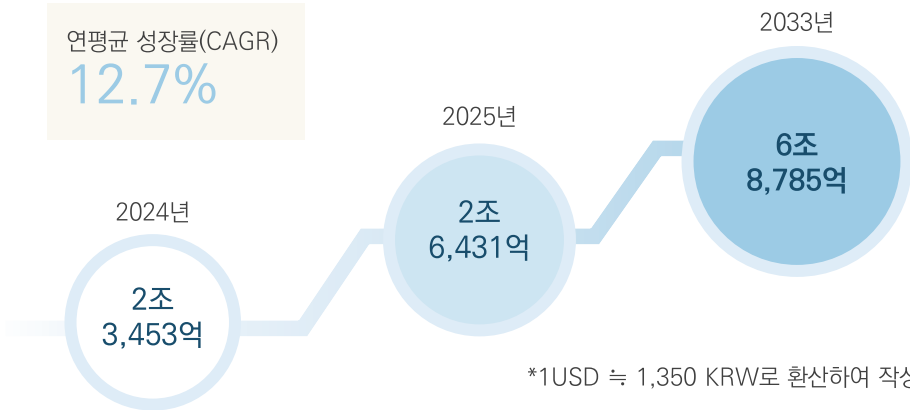
영상 및 상세페이지 제작 등과 같은 실용적 교육 니즈가 뚜렷하게 증가하며 교육 시장 내 새로운 변화를 이끌고 있음

출처: (상) Global Growth Insights(2025. 7)  
(하) 데이원컴퍼니(2025. 7)

### 2025년 교육 시장 내 AI '2조 6,431억 원' 전망... 국내 에듀테크에 주안점 역시 'AI'

| 교육 시장에서의 인공지능(AI) 시장 성장 전망\* (단위: 원)

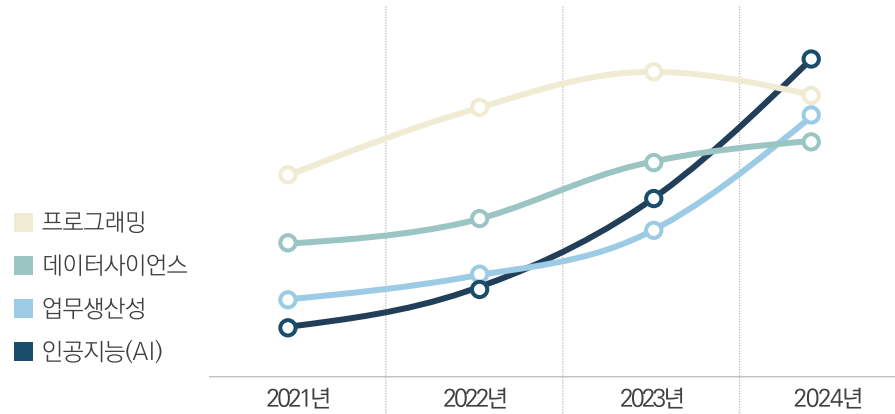
| 2025년 국내 에듀테크 주요 트렌드



글로벌 수출 확대  
B2B·B2G 확장  
초개인화  
글로벌 현지화  
디지털 교과서  
AI 상담 자동화

### 콘텐츠 셀러의 꿈? 직무와 무관한 실무형 AI 교육에 대한 니즈 증가

| 패스트캠퍼스 주요 테크 카테고리별 교육 수요 변화\*



2021년  
개발 붐과 함께 프로그래밍 강세

2022년  
프로그래밍/Tech 분야/웹·앱 직군의 감세 지속

2023년  
ChatGPT 등장과 함께 AI 관심도 상승

2024년 이후  
직무 무관 실무형 AI 강의 수요 급증

\*패스트캠퍼스 내 수요 흐름대로, 정확한 수치는 확인되지 않음

04-2 소비자 현황

## 스펙업보다 스킬업... 요즘 최고 관심 교육은 'AI'

2024년 하반기~2025년 상반기까지 자기계발 트렌드는 외부 기준에 맞춘 경쟁보다 개인의 가치와 성장을 우선하는 방향으로 전환 중. 토익 및 자격증과 같은 스펙보다 자신이 세운 목표에 대한 스킬업을 중심으로, 자아실현을 위한 자기주도적 학습과 꾸준한 운동, 건강한 모임 참여 등 일상 전반에서 자기효능감을 높이려는 흐름이 강화되고 있음

한편, AI 관련 교육 수요가 전년 대비 866% 급증하며, 학생 및 구직자·기업 학습자 전반에서 AI 학습 필요성에 대한 인식이 확대됨. Z세대의 68%는 “미래 직장 생활을 위해 AI 학습이 필요하다”고 응답했으며, 이는 직무 역량 확보를 위한 실용적 자기계발 니즈가 있음을 보여줌

출처: (하) Coursera(2025), 딜로이트

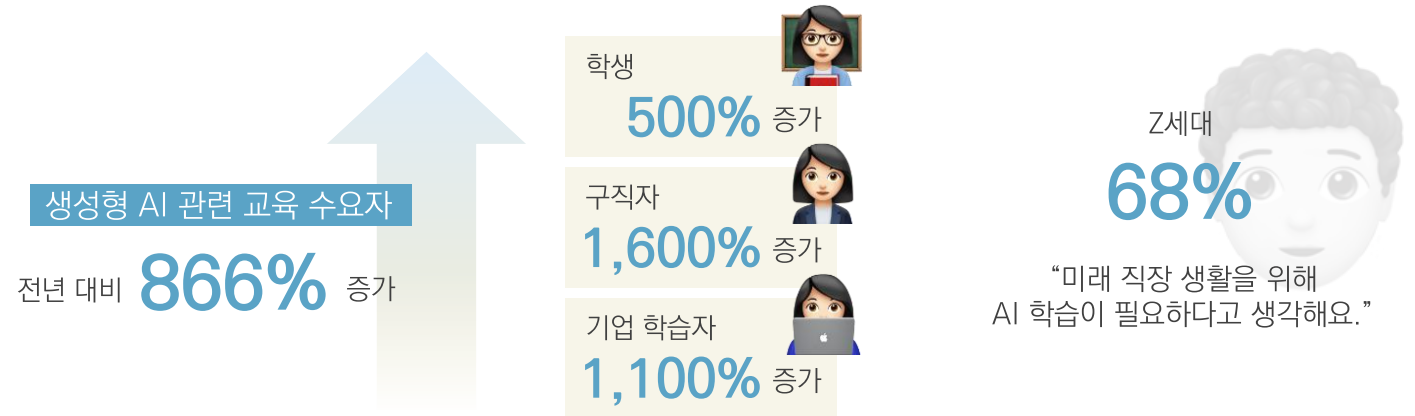
### 남들 기준 따라가는 스펙업보다 자기자신을 위한 스킬업하세요

| 2024년 하반기~2025년 상반기 자기계발 트렌드



### AI 관련 교육 수요자 866% 증가! Z세대, AI 교육이 필요하다는 인식 높아

| 생성형 AI 관련 교육 수요 증가율



04-3 트렌드

# #제3의 공간

스펙업에 지친 이들을 위한 공간  
“올해는 내면 자기계발에 힘쓰래요”

- 2025년 상반기 자기계발 흐름은 외적 성과 중심에서 감정 조절, 멘탈 회복 등 내면 회복을 중시하는 방향으로 전환되며, 집과 직장을 벗어난 '제3의 공간'이 주목받음
- 도파민 과노출, 감정 번아웃, 탈성장 피로, 무기력증 등으로부터 벗어나기 위한 치유형 공간에 대한 니즈가 증가하며, 자기 인식을 회복하고 안정감을 주는 커뮤니티 수요 확대. 책과 음악을 함께 즐기는 '리딩 리듬 파티', 사우나에서 심신을 회복하는 '사우나 소셜 클럽' 등 정서적 연결을 중심으로 한 힐링형 제3공간이 확산되는 추세

## 사람으로부터 힐링 받고 싶어요

| 제3의 공간의 정의

### 현대사회의 모임 치유제 제3의 공간

사회학자 레이 올든버그가 제시한 개념으로, 가정(제1의 공간)이나 직장(제2의 공간)과 달리 사람들이 자연스럽게 모여 교류하고 소통하는 공간을 의미. 현대사회가 갖는 고독감이나 소외감 문제를 해결하기 위한 방안으로 제시된 개념



추구하는 공간이 자극적인 공간에서 마음에 안정을 주는 공간으로 변화

## 자극에 노출된 나를 위해, 내면 스킬업

| 제3의 공간을 찾는 이유

 <b>도파민 과노출</b>	숯폼 등 짧고 강한 자극에 반복적으로 노출되며 의도적으로 도파민 디톡스를 하려는 움직임 확산
 <b>감정 노동과 번아웃</b>	번아웃을 겪는 등 정서 피로 증가. 자기 인식 및 회복, 성찰을 위한 니즈 증가
 <b>탈성장·탈경쟁 담론 확산</b>	무한 성장주의에서의 스킬업보다 비경쟁적, 비생산적 환경에서 '나에게 집중하는 시간' 희망
 <b>기후·질병에 따른 무기력증</b>	이상 기후, 펜데믹 등에 의한 무기력증이 확산되며 건강 및 내면 관리에 대한 필요성 제고
 <b>1인 가구 증가</b>	1인 가구·채택근무 확산 등으로 대면 기회 감소. 고요한 시간을 보내는 경우가 많아지면서, 사람을 만나되 정적인 모임에 대한 수요 증가

## 독서파티·사우나 등 안온함을 주는 모임에 대한 니즈 증가

| 책 읽는 파티 '리딩 리듬 파티'



### 리딩 리듬 파티 Reading Rhythm Party

뉴욕에서 시작된 지역 독서 커뮤니티. 참가자들은 책을 들고 모여, 따로 또 같이 독서. 같은 음악을 들으며 독서하기 때문에 마음의 양식을 채우면서도 소속감 형성

| 몸과 마음에 안식을 주는 '사우나 소셜 클럽'



### 사우나 소셜 클럽 Sauna Social Club

런던의 사우나 소셜 클럽. 소리와 향기, 촉각과 호흡까지 평소에 잘 쓰지 않는 감각을 활짝 열며 힐링. DJ 앰비언트 세션, 호흡법과 명상, 요가 프로그램 제공

출처: (좌) reading rhythms, (우)Sauna Social Club

04-3 트렌드

# #헬시피민

콘텐츠 도파민 말고 헬시피민 주세요  
건강한 습관으로 도파민 찾는 사람들

- 즉각적인 자극 대신 운동, 식단, 취미 등 건강한 활동을 통해 도파민을 얻으려는 ‘헬시피민(Healthy+Dopamine)’ 추구가 확산 중
- 루틴한 운동 습관과 균형 잡힌 식단 선호는 물론, 자극적이지 않지만 뇌에 긍정적인 경험을 주는 취향 기반 체험 수요도 증가
- 대표 사례로는 음악과 운동을 결합한 아침형 파티 ‘모닝 커피 레이브’, 매콤한 닭가슴살 간편식 ‘맛닭가슴살 엽떡맛’, 건강한 집밥 콘텐츠 등이 주목받으며, 즐겁고 지속 가능한 자기 관리 방식으로 자리잡는 추세

## 정크 도파민을 클린 도파민으로 바꾼다

| 헬시피민 정의

### 헬시피민이란?

Healthy + Dopamine의 합성어. 즉시 터지는 자극 대신, 지속 가능한 활동(운동·취미·균형 잡힌 식단 등)으로 뇌에 착한 도파민을 공급



### 건강한 운동 습관 니즈

러닝 등 운동 취미 증대 및  
꾸준한 건강 식단 선호



### + 자극/체험 추구

무료함에서 벗어날 수 있는  
자극이나 체험에 대한 니즈

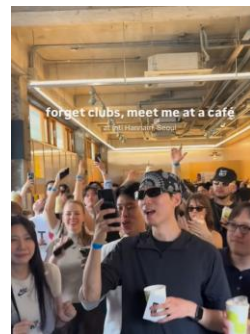
## 술 먹고 노는 스포츠 크루요? 그럼 건강에 안 좋잖아요

| 2025년 상반기에 확산된 ‘모닝 커피 레이브’

**운동 헬시피민**

### 모닝 커피 레이브 ☕

미국·호주 등 서양권에서 확산된 문화. 모닝 커피 레이브는 말 그대로 아침 일찍 카페나 특정 공간에 모여 술 대신 커피나 음료를 마시면서 음악에 맞춰 춤을 추는 파티 문화를 의미



### SMCC의 ‘모닝 커피 레이브’

- 데일리 커피밋업: 매일 9-11AM 인스타그램 내 스토리로 신청
- RAVE: 이벤트성으로 개최

출처: 서울모닝커피클럽 인스타그램

## “맛있게 자기 관리해요” ... 영양성분으로 헬시피하게, 맛으로는 도파민

| 하림의 맛닭가슴살 엽떡맛 출시 (7/25)

**식단 헬시피민**



### 하림 X 엽떡볶이 ‘맛닭가슴살 엽떡맛’

195kcal 의 엽떡맛 닭가슴살 출시  
엽떡 소스에 떡 첨가해 탄백질 섭취와 동시에  
자극적인 맛 즐길 수 있음

▶ 즐겁고 지속적인 다이어트에 도움



### 맛있게 먹는 건강 식단 레시피

연예인 중심의 지속 가능한  
건강 식단 레시피 유행

▶ 트렌디하면서도 요리 스킬업,  
건강한 식단 유지에 도움

출처: 보도자료 취합

04-3 트렌드

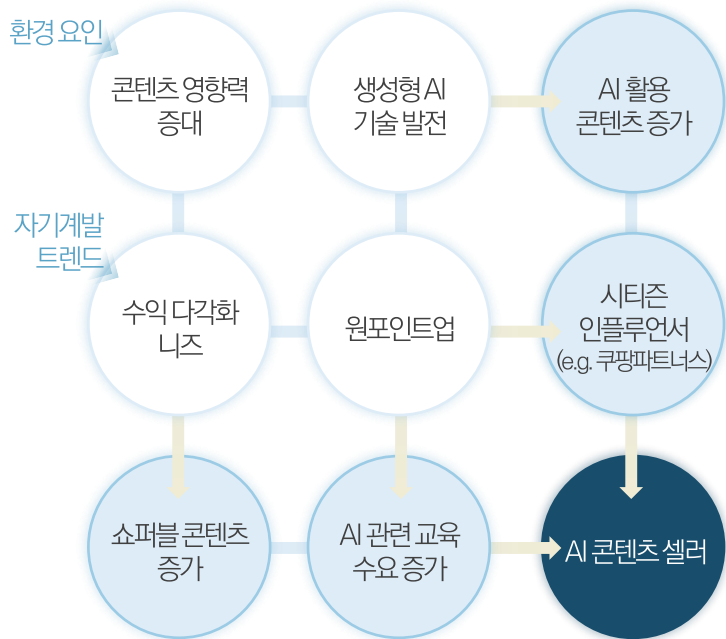
# #콘텐츠 셀러

AI 기반 실용 콘텐츠 제작자, 자기계발형 셀프 크리에이터가 뜬다

- 콘텐츠 영향력 증대 및 생성형 AI 기술 발전, 자기계발 트렌드인 수익 다각화와 원포인트업 현상이 맞물리며 실용 콘텐츠를 제작해 판매하는 '콘텐츠 셀러'가 주목받고 있음
- 특히 쿠팡파트너스 등 커머스 연계 플랫폼을 중심으로, 특정 카테고리에 특화된 계정을 운영하며 제품을 추천하고 수익을 얻는 시티즌 인플루언서 활동이 활발해지는 추세. 이와 함께 인포크링크, 링크트리, 리틀링 등 멀티링크 서비스도 콘텐츠 셀러의 수익화 도구로 자리잡으며, 누구나 셀프로 브랜딩하고 수익을 창출할 수 있는 환경이 조성되고 있음

## 원포인트업 트렌드와 AI 콘텐츠가 만나 'AI 콘텐츠 셀러'로

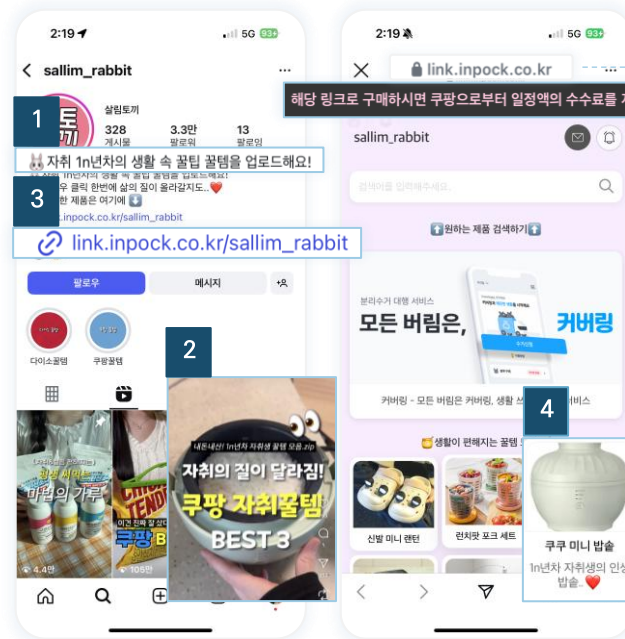
| 환경 및 트렌드 변화에 따른 '콘텐츠 셀러' 부상 그리드



출처: 인크로스데이터랩

## 추천 콘텐츠 만들어서 돈 벌어요 관심 카테고리 수익 다각화

| 쿠팡파트너스 활용한 콘텐츠 셀러 행태 분석



출처: salim\_rabbit 인스타그램

- 1 카테고리 특화된 계정 개설
- 2 추천 제품을 콘텐츠로 제작
- 3 추천 제품 링크 연결
- 4 멀티링크로 구매 수수료 수익

## 콘텐츠 셀러의 도구를 공개합니다! 누구나 가능

| 소셜미디어 내 멀티링크 삽입을 돕는 주요 서비스



**인포크링크**  
 • 무제한 멀티 링크 연결 및 링크 순서/숨김, 알림톡으로 링크 소식 전송 기능 등 제공  
 • 쿠팡 파트너스와 협업해 '소셜미디어 수익화 전략' 웨비나 진행 (5/20)



**링크트리**  
 • 글로벌 서비스로 세계적으로 활용 중  
 • 대표적인 바이오 링크 페이지 생성  
 • 단순 링크 모음 및 클릭 통계 지원  
 • 다양한 SNS 연동 지원



**리틀링**  
 • 한국어 UI/UX 지원  
 • 디자인 중심 올인원 프로필링크 구성  
 • 후원, 갤러리 등 비주업 기능 중심 제공  
 • 모든 기본 기능 무료 제공

출처: 각사 자료 취합

04-4 미디어

## 2025년 상반기 교육·자기계발 업종 광고비 분석

2025년 상반기 교육·자기계발 업종 배너 광고비는 406.5억 원으로, 전 분기 대비 14.2% 감소한 수준. 모바일 광고비가 263.1억 원, PC 광고비는 143.4억 원을 기록. 교육·자기계발 업종의 배너 광고비는 직전 분기 상승 이후 하락세

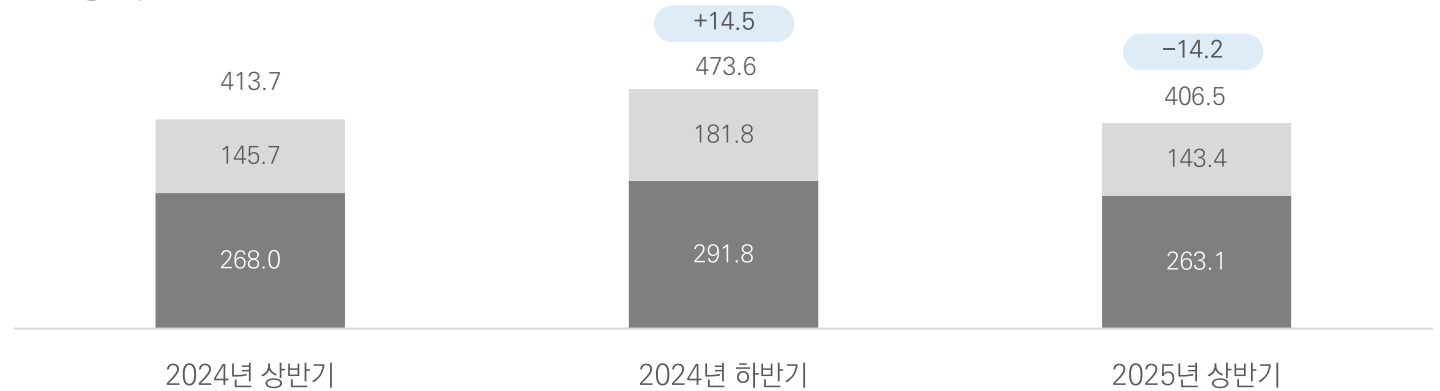
세부 분석 결과, 온라인 교육 > 사교육기관/학원 > 공공교육기관 순으로 광고비를 많이 지출한 것으로 나타남. 온라인 교육 광고비는 2025년 상반기 133.1억 원으로 전 분기보다 12.9% 감소. 사교육기관/학원 광고비는 114.2억 원으로 전 분기 대비 0.3% 증가. 공공교육기관 광고비는 104.8억 원으로 전 분기 대비 26.7% 감소

출처: 리서치애드  
2025년 상반기 기준 관련 업종 배너 광고(PC+MO) 광고비 분석  
\* 추정치로 실제와 다를 수 있음

### 국내 교육·자기계발 업종 반기별 디지털 광고비 (배너 광고)

■ 이전 분기 대비 광고비 증감률  
■ PC 광고비  
■ MO 광고비

(단위: 억 원 (막대 그래프), % (증감률))



### 국내 교육·자기계발 세부 업종 반기별 디지털 광고비 (배너 광고)

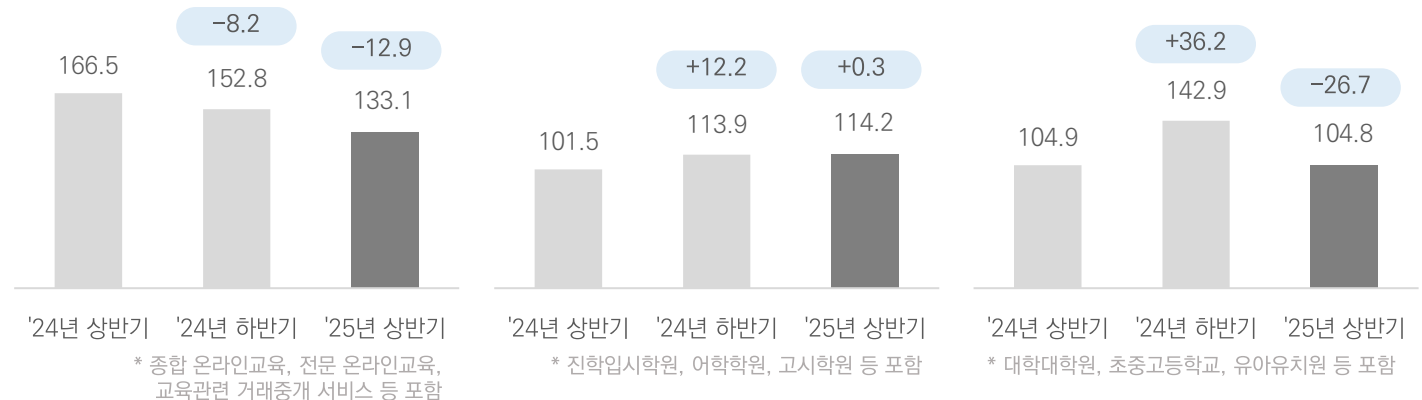
(단위: 억 원 (막대 그래프), % (증감률))

| 온라인 교육 광고비\*

| 사교육기관/학원 광고비\*

| 공공교육기관 광고비\*

■ 이전 분기 대비 광고비 증감률



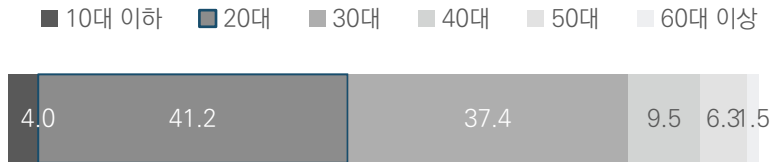
04-4 미디어

# #뉴닉

세상 소식을 매일 쉽고 재밌게

- 뉴스를 큐레이션, 스토리텔링으로 풀어낸 지식 정보 플랫폼으로 90만 뉴스레터 구독자와 130만 앱/웹 사용자 확보
- 유저의 약 80%가 MZ세대로 구매력이 높은 5년차 내외의 직장인 비율 높음
- 대표 뉴스레터인 뉴닉 데일리 등에 스토리텔링 형태로 노출하는 뉴스레터 광고 상품과 앱/웹 광고 상품 판매

## 메인 타깃 인구 통계



\* 상품소개서 기준

## 주요 상품 및 노출 지면 예시

뉴닉 앱 \*시간없슴(MO)



\*매일 주요 뉴스를 브리핑하는 구좌

뉴닉 데일리 스토리형(뉴스레터)



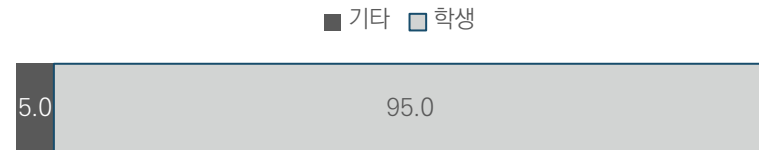
04-4 미디어

# #김급식

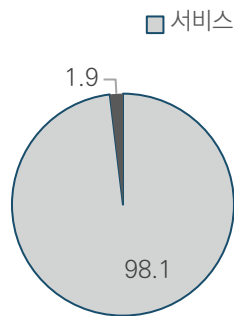
중·고등학생 학교 생활 필수 앱

- 전국 약 5,900개 중·고등학교의 급식, 시간표, 학사 일정을 제공하는 학교 생활 필수 앱
- 유저의 95% 이상이 중·고등학생으로 구성되어 있어 10대 타깃 광고 집행 가능
- 앱 내 다양한 위치에 있는 배너를 통해 광고 노출이 가능하며 학교, 학년, 성별, 지역 타기팅 가능

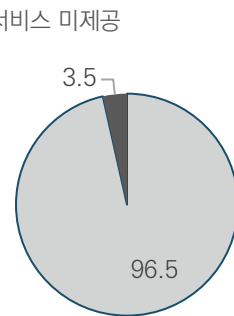
## 이용자 비율 및 서비스 제공 학교



### | 중학교



### | 고등학교



\* 상품소개서 기준

## 주요 상품 및 노출 지면 예시

### 팝업 배너(MO)



### 메인 배너(MO)



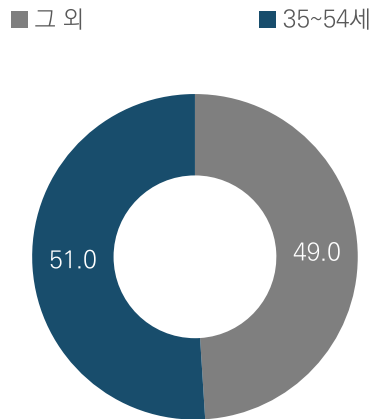
04-4 미디어

## #세상을바꾸는시간15분

내일을 바꾸는 배움

- 국내외 강력한 강연자 네트워크를 보유한 강연 콘텐츠 브랜드로, 274만 유튜브 구독자와 130만 SNS 구독자 확보
- 시청자의 약 51%가 35~54세로 구매력이 높은 세대 공략 가능
- 프리롤, 가상광고, 엔드크레딧 등을 통해 노출되는 콘텐츠 제작 협찬과 음성 CM, 가상광고 상품 판매 중

### 메인 타깃 인구 통계



### 주요 상품 및 노출 지면 예시

협찬 고지 예시(프리롤)



협찬 고지 예시(가상광고)



\* 상품소개서 기준

---

# E.O.D

리포트 문의 | 인크로스데이터랩 | [idl@incross.com](mailto:idl@incross.com)

※본 리포트의 2차 가공 및 무단 배포를 금합니다.

마인뉴스 구독하기

**incross**  **SK square**

© 2025 Incross - All rights reserved.

This document constitutes the exclusive property of Incross. Incross retains all copyrights and other rights over, without limitation, Incross' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Incross. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs and the needs of its affiliated companies as the case may be only for the purpose of evaluating the document for services of Incross. No other use is permitted.