

e러닝 대표주자 메가스터디 VS. YBM시사닷컴

오프라인 부럽지 않은 온라인 교육사이트

많은 인터넷 서비스가 그러하듯 e러닝은 지금의 호황을 맞이까지 크나큰 기대만큼이나 엄청난 좌절의 시기를 거쳐야 했다. e러닝이 태동하던 초창기의 열악한 환경과 질 낮은 서비스는 오프라인 학원에 비해 몇 배나 낮은 수강료에도 불구하고 학습자들로부터 외면을 받았다. 하지만 2000년 이후 폭발적으로 증가한 인터넷 인구와 획기적으로 개선된 기술, 포기할 줄 모르고 열의를 보여준 선두 업체들의 눈물겨운 노력은 'e러닝'을 본격적인 계도에 올려놓았다. 온라인 교육 산업을 이끄는 두 기업, 메가스터디와 YBM시사닷컴을 살펴본다.

글 / 김문영 객원기자



메가스터디

메가스터디(www.megastudy.net)는 원스톱(one-stop) 입시교육을 표방하는 대표적인 입시교육 전문사이트다. 2000년 7월 설립해 9월 온라인 학습사이트를 개설한 이래 최고의 매출과 실적을 자랑하는 온라인 입시교육 업체로 자리매김했다. 주요 사업은 온라인 입시강의로, 고등학생들을 대상으로 수능을 비롯한 대학입시와 관련된 전 영역의 강의를 동영상으로 서비스하고 있다. 2003년 매출을 기준으로 온라인 강의/교재판매 등 온라인 부문에서의 매출이 전체 매출의 90%에 육박할 정도로 온라인 비중이 높다.

2002년 4월에는 서울 목동에 오프라인 메가스터디 학원을 열어 오프라인 진출 발판을 마련했다. 현재 목동과 강남의 학원직영사업 외에 서초 등 6개 지역의 학원 프랜차이즈 사업, 교재 제작 사업 등 온라인 서비스와의 시너지 극대화를 위한 오프라인 기반사업 영역을 보유하고 있다.

YBM시사닷컴

영어교육의 대명사 YBM 시사영어를 온라인으로 만날 수 있다. YBM시사닷컴은 2000년 6월 (주)YBM시사의 인터넷 비즈니스 자회사로 출범했다. 40년 전통의 막강 브랜드 파워와 이미 검증된 풍부한 양질의 콘텐츠, 40년간 축적된 영어 교육 노하우를 인터넷으로 옮겼다. 개인 회원을 대상으로 동영상 영어강의를 제공하며 기업, 관공서 대상 교육도 실시하고 있다. 특수목적고 희망자를 대상으로 한 YBMTMK 사이트와 어린이 대상 YBMKIDS 사이트 등으로 교육영역을 확대했다.

인터넷 어학교육 사업을 시작한 이래 2003년까지 연평균 매출액 증가율 186%의 폭발적 성장세를 기록하고 있다. 또한 무선인터넷 콘텐츠 사업, 소프트웨어 로열티라이제이션 사업, 게임 퍼블리싱 사업 등으로 비즈니스 영역을 확장해 수익 다변화를 도모하고 있다.

공부는 사주에 타고나야 한다는 말이 있다. 그만큼 공부하는 그 자체로 힘들고 짜증나는 일이다. 공부하는 사람 스스로가 큰 흥미를 느껴 시작하는 경우가 아니라면 공부는 항상 힘들다. 전국민의 관심과 응원을 받아 가며 대학입시를 향해 달리는 수험생들, 치열한 생존경쟁의 틈바구니에서 살아남기 위해 울며 겨자 먹듯 영어 공부에 매달려야 하는 직장인들, 공부가 마냥 좋을 리 없다.

2000년 닷컴 열풍 속에서 관심과 기대를 모았던 e러닝은, 공부에 지친 사람들을 더욱 지치게 하는 존재에 불과했다. 광고는 요란했지만, e러닝의 실상이란 오프라인 학원 강의를 비디오 카메라로 찍어 동영상으로 볼 수 있도록 홈페이지에 올려놓은 것에 불과했다. 언제 어디서나, 학습자가 원할 때 공부할 수 있다는 사실은 매력적이었지만, 동영상은 속 시원히 재생되지 않았다. 조금 집중할 만하면 끊기는 동영상을 보며, 제아무리 굳게 마음을 다잡아도 도무지 집중할 수가 없었다.

초고속인터넷이 급속도로 보급되고 동영상 압축기술과 스트리밍 기술이 점점 발전해 재생 중 끊기는 현상은 줄어들었다. 하지만 문제는 그것만이 아니었다. 학원 강의를 동영상으로 옮겨왔을 뿐인 교육 콘텐츠는 사용자들을 사로잡지 못했다. 호기심에, 혹은 필요에 의해 e러닝에 비용을 투자한 사람들도 곧 인터넷으로 공부하기를 포기했다. 수험생들은 차라리 EBS 교육방송을 녹화해두고 보는 쪽을 택했다.

학원보다 더 재미있는 인터넷 학원

서른 살의 직장인 K씨는 학원에 대해 좋지 않은 기억을 가지고 있다. 그가 마지막으로 학원에 갔던 것은 대학 3학년 말, 취업을 앞두고 부랴부랴 토익 시험 준비

를 하면서였다. 당시 3개월 과정의 리스닝 강좌를 신청했던 K씨는 일주일도 채 못 가고 수강을 마감했다. 이유는 도저히 재미를 붙일 수가 없어서였다. 외국인 강사는 늘 알 수 없는 말을 떠들며 혼자 웃고 있었고 알아들을 수 없는 수업은 고역이었다. 수강을 망친 근본적 원인은, 자신의 형편없는 영어실력과 수준에 맞지 않는 강좌를 신청한 불찰에 있었지만, 학원과 강사를 탓하는 마음이 드는 것도 어쩔 수가 없었다. 꽤 이름 있는 학원 강의가 그 정도였으니 지방 이름 없는 학원들의 실상은 어떨 지, 눈에 보이는 듯했다.

그리고 2004년, 직장생활 6년차 K씨는 새삼 영어 공부를 시작했다. 경쟁에서 자꾸 도태되는 듯한 자신을 참기가 힘들어서 힘든 공부를 결심했고 학원에 대한 좋은 기억과 바쁜 시간 때문에 인터넷 교육사이트에 등록해 보기로 했다. 결과는 대 만족. 우선 물 흐르듯 자연스럽게 흐르는 동영상에 새삼 기술 발전을 실감했다. 자기 실력에 따라 듣고 싶은 강의를 선택해 들을 수 있고 미처 못 들은 부분은 돌려서 보면 된다. 영어 지문을 보면서 들을 수도 있고 방금 들은 문장을 따라 말해 보는 기능, 문장으로 입력해보는 기능 등 다양한 학습도구가 갖춰져 있다.

영어학원이든 입시학원이든 학원에서는 적어도 10명 내외의 수강생이 한 강좌를 듣는다. 한 명의 강사가 10여명의 학생들 개개인의 특성을 파악하고 진도를 맞춰줄 수 없다. 입시, 재수학원의 경우, 유명한 강사의 인기 강좌에는 몇 백 명의 수강생이 몰린다. 선생님이 자기 진도 상황은커녕 이름조차 기억 못 해도, 선생님 얼굴이 너무 멀어 안 보여도, 유명 강사의 강의를 듣는 것에 만족한다. 일대일 지도란 애초에 불가능한 구조이다. 그래서 과외교습이 성행하고 우리나라 연간 사교육비는

늘 기록을 갱신한다.

인터넷은 다르다. YBM시사닷컴의 정영삼 대표는 “공부하고자 하는 본인 의지만 있으면 오프라인 학원보다 훨씬 더 재미있게, 효율적으로 공부할 수 있는 것이 인터넷 학습사이트”라고 말한다. 실제로 강사를 대면하는 오프라인 학원보다 집중하기가 힘든 까닭에, 인터넷은 사용자를 머무르게 하기 위해 가능한 모든 수단을 강구한다. 다양한 그래픽, 사운드 효과는 물론이고 학습자 스스로 진도를 체크하고 부족한 부분을 찾아 보충할 수 있는 학습도구들을 제공한다. 아직 전체 사교육 시장에 비하면 턱없이 부족하지만, 인터넷 교육 시장의 가파른 상승세를 보이는 것은 당연한 결과다.

메가스터디 VS. YBM시사닷컴

메가스터디와 YBM시사닷컴은 교육 분야는 다르지만, 그 역사나 실적 면에서 어깨를 나란히 할 만한 대표적 e러닝 업체들이다. 두 회사의 탄생은 2000년 6, 7월로 닷컴 열풍과 함께 e러닝이 업계의 비상한 관심을 모으고 있을 때였다. 엔터테인먼트가 주도하고 있는 인터넷 콘텐츠 시장에서, 교육이라는 생산적 콘텐츠로 승부를 거는 분야이기 때문이다.

메가스터디(www.megastudy.net)는 온라인 입시교육 전문 업체다. 어마어마한 규모의 국내 사교육 시장에 뛰어든 인터넷 기업은 줄잡아 수십 여 곳에 이르렀지만 닷컴 거품이 꺼진 후 조정기를 거쳐 수년이 지난 지금, 메가스터디는 명실상부한 최고의 e러닝 업체로 자리잡았다. 2000년 말 1만9,000명에 불과했던 회원수가 2001년에는 7만4,000명으로, 2002년에는 24만2,000명으로, 2003년에는 53만2,000명으로, 2004년 9월 현재 75만5,000명으로 늘었다. 이에 따라 매출

〈표 1〉 메가스터디 VS. YBM시사닷컴 주요연혁

메가스터디

2000. 07	메가스터디(주) 법인 설립
2000. 09	www.megastudy.net 사이트 오픈/서비스 시작
2000. 10	회원수 1만명 돌파
2001. 02	한국통신 하이텔(주)와 콘텐츠 제공 계약 체결
2001. 03	국내 입시사이트 중 접속 순위 1위(알렉사 집계결과)
2001. 04	한국통신과 교육 콘텐츠 신디케이션 협정 체결
2001. 06	동영상 스트리밍 서비스 개시
2001. 08	회원수 5만 돌파
2001. 12	KTIC 및 우리기술 투자로부터 총 15억원 투자유치 완료
2002. 01	벤처 기업 인증
2002. 03	회원수 10만 돌파
2002. 04	목동 메가스터디학원(본사 직영) 오픈
2002. 05	고화질 동영상 [쌍쌍서비스] 업계 최초 도입
2002. 11	회원수 20만명 돌파
2003. 01	KT와 PDA용 콘텐츠 개발 및 서비스 사업제휴를 위한 양해각서 체결
2003. 02	통합 컨택센터 구축 완료
2003. 03	메가스터디(주) new CI 개발, 전면 적용
2003. 07	강남 메가스터디학원(본사 직영) 개원
2004. 01	회원수 60만명 돌파
2004. 02	멀티미디어 답변 솔루션 개발, 서비스 시작
2004. 05	뉴 쌍쌍 플레이어 개발/ 파워 강좌검색 서비스 개시
2004. 05	회원수 70만명 돌파
2004. 07. 21	코스닥 등록을 위한 예비심사 승인

YBM시사닷컴

2000. 06	(주)와이비엠닷컴 법인설립
2000. 06	재단법인 국제교류진흥회와 TOEIC 온라인접수 대행 실시
2000. 06	(주)YBM시사영어사와 Microsoft MOUS시험 독점운영권 계약
2000. 07	한국통신하이텔(주)와 영어사전 콘텐츠 공급 계약
2000. 08	(주)와이비엠시사닷컴으로 회사명 변경
2000. 10	한국능률협회 소비자 만족도 조사 교육 부문 1위 웹사이트
2000.12	교육청 '원격형태 평생교육시설' 지정
2001. 03	한국경제신문 '제1회 한경웹어워드' 교육포털 부문 최우수상
2001. 04	(주)새롬기술과 e4u School 강좌 공동 마케팅 계약
2001. 05	한국능률협회매니지먼트 선정 '대한민국 1위 웹사이트' 사이버교육 부문 네티즌 1위 인증
2001. 06	미국 Cognitive Arts Corp.와 콜롬비아대학 여학 프로그램 도입 계약
2001. 07	어학전문 인스턴트메신저 'e-sem' 프로그램 등록
2001. 07	미국 TLI社와 온라인영어교육 소프트웨어 LanguagePro 도입 계약
2001. 08	미국 EducationConnect社와 e4u Japan 수출 계약
2001. 10	미국 EducationConnect社와 온라인 TOEFL 프로그램 도입 계약
2002. 01	(주)한국전자북과 e-book용 영어사전 콘텐츠 공급 계약
2002. 02	(주)소니컴퓨터엔터테인먼트 '책 & 텍스트' 현지화 작업 계약
2002. 02	안철수연구소와 한영, 한일, 한중 현지화 작업 계약
2002. 03	한국경제신문 '제2회 한경웹어워드' 외국어 부문 최우수상 (2년 연속)
2002. 03	한국게임산업개발원 '현지어버전 제작지원 번역업체' 심사 1위
2002. 03	문화관광부 선정 우수 콘텐츠 시상
2002. 08	게임배급업 진출 기자간담회 개최
2002. 08	한국통신과 무선랜, 'Nespot' 콘텐츠 제공 계약
2002. 11	국립의료원 간호대학과 간호영어 콘텐츠 제작 계약
2002. 11	문화관광부 선정 이달의 최우수전자책(11일만에 확실하게 일본어 끝내기)
2003. 07	한국능률협회 '한국산업의인터넷파워' 온라인외국어교육 부문전문가, 네티즌 동시 1위 인증
2004. 01	(주)레인콤과 전자사전 공동사업 계약 체결
2004. 03	국세청과 온라인 교육 계약 체결

〈표 2〉 메가스터디 VS. YBM시사닷컴 주요 현황

구분	메가스터디	YBM시사닷컴
설립일	2000년 7월 12일	2000년 6월 7일
대표이사	손주은	정영삼
직원수	123명	133명
자본금	23억5천만원	34억원
사업 내용	온라인 입시강의	인터넷 어학교육, 소프트웨어 현지화, 게임 퍼블리싱
홈페이지	www.megastudy.net	www.ybmsisa.com
주요 주주	손주은, 우리기술투자, 한국기술투자 외	정영삼, (주)YBM시사, 민선식
2003년 매출액	459억7천만원	209억원
2004년 상반기		145억원
e러닝 매출비중	약 90%	약 80%

또한 수직 상승해 2000년에는 5억8,000만원에 불과했지만 2002년에는 200억원을 돌파했고 2003년에는 460억원을 기록했다.

메가스터디의 매출은 온라인 강의가 75%, 온라인 교재 판매가 14.6%를 차지해 온라인 부문의 매출비중이 90%에 달한다. 2002년에는 온라인과 오프라인의 연계 효과를 위해 오프라인 직영 학원을 열었고 이후 학원 프랜차이즈 사업을 전개하며 수익 다각화를 도모하고 있다.

YBM시사닷컴은 40년 전통의 영어교육 전문기업 YBM 시사영어사의 인터넷 버전이다. 일반인 영어학습 사이트 www.ybmsisa.com를 중심으로, 특수목적 대비생을 위한 www.ybmtmk.com, 어린이 영어교육 사이트 www.ybmkids.com 등을 운영하고 있다. 오랜 전통으로 쌓은 파워 브랜드, 방대한 교육 콘텐츠를 담은 데이터베이스를 기반으로 한 영어교육 분야 부동의 1위 업체다. 2003년말 랭킹닷컴의 트래픽 집계 결과, 온라인 외국어 교육부문에서 YBM시사닷컴의 점유율은 65.3%에 달해 다른 사이트들에 비해 압도적 우위를 보였다.

2001년 44억7,000만원이었던 매출은 2002년 120억6,000만원으로, 2003년에는 209억원으로 늘어 연평균 106%의 성장률을 보이고 있다. 온라인 관련 사업은 변동성 경비, 즉 시사영어사에 대한 저작권료 등이 차지하는 비중이 높지 않다는 것이 특징. 이 변동성 경비 비중이 고정성 경비에 비해 크지 않아 매출이 증가할수록 수익성이 확대되는 구조를 이루고 있다. 2001년 10억원이었던 영업이익이 2002년에는 29억5,000만원으로, 2003년에는 64억5,000만원으로 증가했다. 또 주력사업인 온라인 영어교육 외에 소프트

웨어 현지와, 게임 퍼블리싱 등 부가 사업을 통한 매출도 꾸준히 증가하고 있다.

스타 강사 집합소 '메가스터디'

현재 메가스터디는 2005학년도 수능 대비 특강을 비롯해 논술, 면접기술 강의, 고1, 2를 위한 내신강좌까지 총 800여 개의 강좌를 제공하고 있다. 강의 편수로 따지면 무려 1만1,000여 편에 달하는 방대한 분량이다. 지난 7월15일에는 200여 개의 여름방학 특강을 추가로 선보였다.

메가스터디가 업계최고의 실적을 자랑하는 이유는 무엇보다 우수한 강의 콘텐츠에서 찾을 수 있다. '손사담'으로 통하는 손주은 선생(사회탐구)을 비롯해 오프라인에서 명성을 얻은 스타 강사들의 강의 동영상은 최고의 인기 콘텐츠다. 수험생들에게 필요한 각종 정보와 입시 전략 등도 발빠르게 제공하고 있다. 급변하는 입시흐름을 포착, 실질적 입시전략을 제시하는 '메가스터디 입시설명회'는 매년 학부모와 수험생이 5,000명 이상 몰려들 정도로 주목받고 있다.

온라인 교육 서비스에 필요한 기술면에서의 경쟁력도 빠지지 않는다. 고화질 동영상 서비스뿐 아니라 최근에는 학생들의 질문에 대해 동영상 및 음성으로 답변하는 멀티미디어 답변 솔루션을 자체 개발해 온라인 학습과정에 현장감과 대면학습의 효과를 적극 구현해 내고 있다. 또 학습자 스스로 학습진단과 관리가 가능토록 한 학습관리시스템을 자체 개발해 제공하고 있다.

지난해부터 입시 강의뿐 아니라 대학 입시 지원에 필요한 각종 부가 서비스도 종합적으로 제공함으로써 입시 교육 사이트에서 한발 더 나아가 '입시 포털 사이트'를 지향하고 있다. 전국 대학의 입시

요강을 대학별, 학과별로 손쉽게 찾아볼 수 있는 입시요강 서비스, 매일매일 업데이트 되는 입시뉴스와 입시자료, 수험생들이 자신의 점수로 지원 가능한 대학을 검색해 볼 수 있는 지원가능 대학서비스, 각 대학의 입시요강에 맞춰 내신성적을 자동으로 산출해 주는 내신성적 산출 서비스 등을 무료로 제공한다.

'YBM 시사영어'만의 노하우

오프라인의 명성, 브랜드 파워를 온라인으로 옮겨왔다는 점에서는 메가스터디의 성공 요인과 비슷하다. 영어공부에 관심을 가진 사람이라면 누구나 알고 있는 YBM시사영어의 풍부하고 다양한 양질의 콘텐츠가 첫 번째 성공 요인이다. 2000년 43만명을 기록한 회원수가 2003년에는 172만명으로 수직 상승했다. 120만명 이상이 YBM시사닷컴이 제공하는 e4u 학습메일을 수신하고 있다.

양질의 콘텐츠를 온라인에 적절히 구현한 YBM시사닷컴의 강점은 '우수한 프로그램'이다. 20여명의 엔지니어들이 교육용 프로그램을 개발, 운영하고 있다. 한 달에 제작하는 강의만 해도 7~8개정도. 보통의 교육 사이트들이 2달에 1개꼴로 신규 프로그램을 내놓는 것과 비교해 절대 우위다.

YBM시사닷컴의 대표 서비스인 'e4u 사이버어학원' 코너는 김대균, 이준봉 등 국내 유명 강사들의 동영상 강좌로 큰 호응을 얻고 있다. 쌍방향 영어회화 강좌, 1:1 맞춤형 토익 등 멀티미디어를 활용한 강좌에도 중점을 두고 있다. 일본어, 중국어 등 프로그램들을 늘리는 데도 중점을 두고 있다.

취업 및 진학에 있어서 외국어 비중은 점점 증가하고 있다. 토익 점수대행으로

도 널리 알려진 YBM시사영어사는 YBM 시사닷컴을 통해 온라인 접수대행 사업을 진행하고 있다. 토익 뿐 아니라 JPT의 온라인 접수비중도 높아지는 추세이며 2002년 6월에는 MOUS 자격시험 독점 시행계약을 체결했다. 나스닥 증권거래사 시험과 방사선의학사시험 독점시행권을 확보하는 등 지속적으로 국제 공인자격증 수요에 대처해갈 계획이다.

포털사이트뿐만 아니라 휴대용 정보단말기, 이동통신 사업자를 중심으로 영어 관련 디지털콘텐츠를 지속적으로 공급할 계획이다. 현재 무료로 제공하고 있는 외국어사전 등 부가 콘텐츠의 유료화도 계획하고 있다. 11월에는 YBM시사영어사의 간판 콘텐츠에 속하는 월간 시사영어 연구를 웹진으로 선보일 계획이다. 어려운 단어를 손쉽게 찾아볼 수 있도록 사전을 연동한다. 단어의 뜻과 발음, 예문 뿐 아니라 그 단어가 토익, 토플 시험에 나오는 사례까지 망라한 사전은 YBM시사의 자랑이다.

사용자 요구보다 먼저 준비

e러닝 업체들에게는 갈수록 복잡해지고 다양해지는 사용자 요구에 맞춰 교육 콘텐츠를 변화시키는 것이 가장 큰 고민이다. YBM시사닷컴은 학습의 피로와 지루함을 덜고 집중할 수 있도록 엔터테인먼트와 에듀케이션이 효율적으로 결합해야 한다고 믿는다. '사용자들에게 지루하고 힘든 학습을 강요해서는 안 된다'고 믿으며 디지털 에듀테인먼트를 지향한다.

아이리버 MP3 플레이어의 교육용 콘텐츠를 제공하는 것은 디지털 에듀테인먼트 개념을 구현하는 작업 중 하나다. 비디오로 제작한 콘텐츠는 SICAF 커머셜 부문 1등을 차지할 만큼 심혈을 기울였다.

이 동영상은 일본 카툰네트워크, 홍콩 허치슨텔레콤 등에서도 모바일 콘텐츠로 사용하는 데 관심을 보이고 있다.

최근에는 'e知인'이라는 제목으로 영어 지식검색 서비스를 시작했다. 재미있는 학습을 위한 시도로서 시작한 이 서비스는 포털의 지식검색과 마찬가지로 사용자 스스로 영어에 관한 질문을 올리고 답변한다. 가끔 엉뚱하고 틀린 답변이 올라오기 때문에 YBM시사닷컴 담당자가 정정하는 글을 올린다.

메가스터디는 매년 조금씩 달라지는 입시환경에 맞춰 최상의 콘텐츠를 제공하는 데 주력한다. 명성 높은 강사진과 전문 연구원들은 학습자의 요구와 입시 시장의 변화를 분석해 매 시즌 200여개의 새로운 상품들을 개발해내고 있다. 온-오프라인 연계에서 나오는 시너지 효과도 메가스터디가 더욱 자신감을 갖는 이유다. 직영 및 가맹 학원들을 통해 시장 환경과 수요자의 행태 변화를 재빨리 감지하고 대응한다.

고객에 대한 더욱 밀착된 서비스를 제공하기 위해 시스템에도 만전을 기하고 있다. 2003년 1월에는 통합 컨택센터를 구축하고, 8월에는 CRM 시스템을 구축 완료함으로써 대고객 서비스에도 만전을 기하고 있다. 통합 컨택센터에서는 전화, 이메일, 게시판 등을 통해 들어오는 고객들의 문의에 대응하고 회원 개개인의 상담이력을 DB로 축적해 관리함으로써 일대일 맞춤서비스를 제공한다. 학습자의 관심과 구매행태를 분석함으로써 개개인의 조건과 요구에 맞는 서비스를 빠르게 제공하는 것도 CRM 도입 효과다.

향후 e러닝을 기반으로 수평적, 수직적으로 사업영역을 확대해 나갈 계획이다. 고3 수험생, 고1 및 고2 뿐만 아니라 초등

및 중등부, 대학생과 성인으로 타깃을 확대하는 한편 교육 문화 관련 콘텐츠, 유학, 어학 관련 자격증 콘텐츠 등을 확충할 계획이다. 아직은 부족한 B2B 교육 콘텐츠 판매사업과 출판 및 교육컨설팅 등도 개척해야 할 분야다.

차세대 킬러 콘텐츠 'e러닝'

시스코의 존 챔버스 회장은 일찍이 '차세대 정보통신의 킬러 애플리케이션은 인터넷 기반의 교육'이라고 지적했다. 그의 말을 입증이라도 하듯 인터넷 교육시장은 해마다 가파른 상승세를 이어왔다. 2002년 KIPA, KISDI는 국내 교육콘텐츠 시장이 2003년 6,660억원에서 2004년에는 1조1,570억원으로, 2005년에는 1조 6,960억원으로 성장할 것으로 전망했다.

2000년까지 제한된 네트워크 능력과 기존 교육을 지원하는 수준에 불과해 수익모델조차 모호했던 인터넷 교육시장은 2002~2003년에 걸쳐 네트워크 기술과 콘텐츠 제작도구의 현저한 발전에 힘입어 독자적 영역을 확보하는 기반을 갖추었다. 2004년에는 양질의 교육 콘텐츠를 저렴한 이용료로 제공할 수 있게 되면서 완전한 독자적 영역을 확보해가고 있다. 현재 인터넷 교육 시장을 이끌고 있는 두 주자의 짐은 무겁다. 여전히 e러닝 자체에 회의적 시각을 보내고 있는 잠재 사용자들을 하루 속히 수면 위로 끌어올리는 것이 이들 업체의 당면 과제다. 또한 이들의 주력 사업 아이템이 '교육'인 만큼, 교육 서비스의 질을 높이는 공적 의무도 외면할 수 없다. 지금까지 놀라운 성장세로 달려왔고 앞으로도 성장이 기대되지만 향후 얼마나 성실히, 적극적으로 주어진 과제에 매진하느냐에 따라 국내 e러닝 산업과 이들의 미래는 달라질 것이다. 