

2017 업종분석 리포트

2017 상반기 광고비분석 (PC DA / Mobile DA / 동영상)

2017.07

메조미디어 트렌드전략팀



교육 · 복지편

CONTENTS

01

— 광고비 현황

- 1-1. 디지털 광고비 현황 및 월별 광고비 추이
- 1-2. 매체별 광고비
- 1-3. 광고주별 광고비

02

— 17년 상반기 업종별 주요 이슈

광고비 분석 Data Source : **Research ad**

PC Display Ad.

- 매체 광고비 산출 시 단일 매체 기준

Mobile Display Ad.

- 매체 광고비 산출 시, 네트워크 플랫폼이 있는 경우 단일 매체가 아닌 플랫폼 기준으로 합산
- 페이스북 Mobile 버전 광고 비용 산출 제한

동영상 Ad.

- 대상 매체 :
유튜브, 페이스북, 네이버 tv캐스트, 다음 tv팟, 곰tv, 판도라tv, SBS, iMBC, KBS, 엠군, 풀빵닷컴
(광고주, 플랫폼 등 상세 분류 제공하지 않음)
- 수집 내용 :
프리롤 광고
(페이스북은 뉴스피드 內 동영상 Sponsor Ad)

01

—

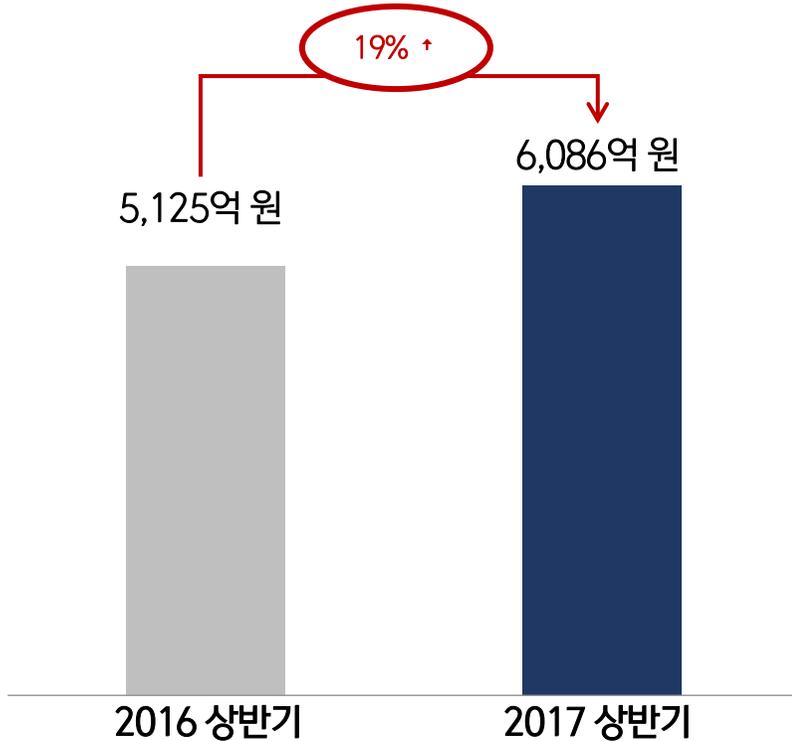
광고비 현황

1-1. 디지털 광고비 현황 및 월별 광고비 추이

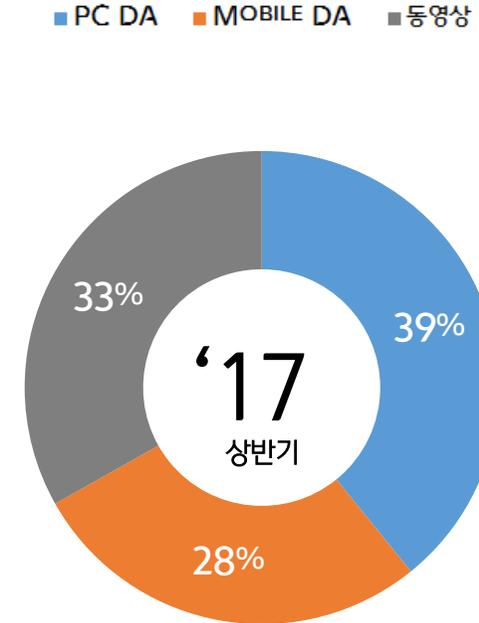
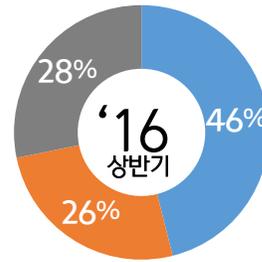
전년 동기 대비 19% 성장. PC DA 비중이 39%로 가장 높으나, 동영상 광고의 집행 비용 비중이 소폭 늘어남

디지털 총 광고비 (PC, Mobile DA 및 동영상)

전체 디지털 광고 비용 비교 ('16 vs. '17)



광고 유형별 집행 비용 비교 ('16 vs. '17)

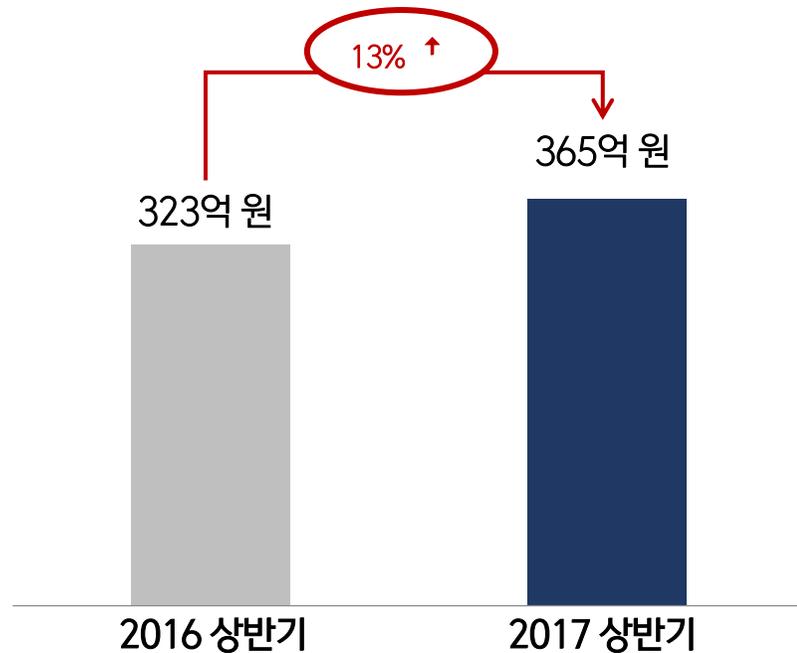


출처: Research AD 2016, 2017 데이터 기준

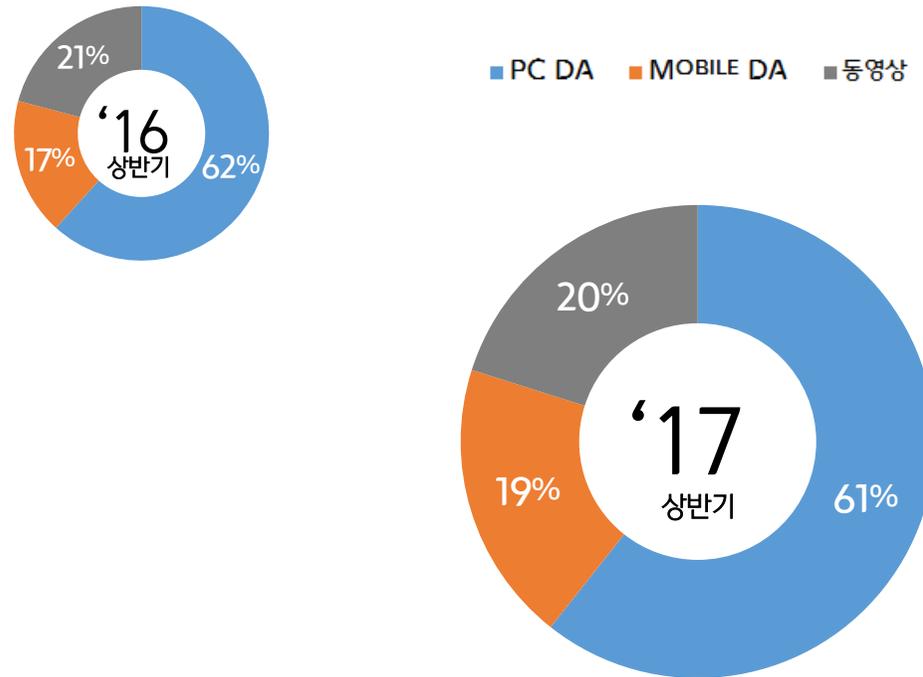
전년 동기 대비 13% 성장, 전년과 유사한 광고 유형별 비중 기록 (PC : 61%, Mobile : 19%, 동영상 20%)

교육 업종 디지털 총 광고비 (PC, Mobile DA 및 동영상)

전체 디지털 광고 비용 비교 ('16 vs. '17)



광고 유형별 집행 비용 비교 ('16 vs. '17)

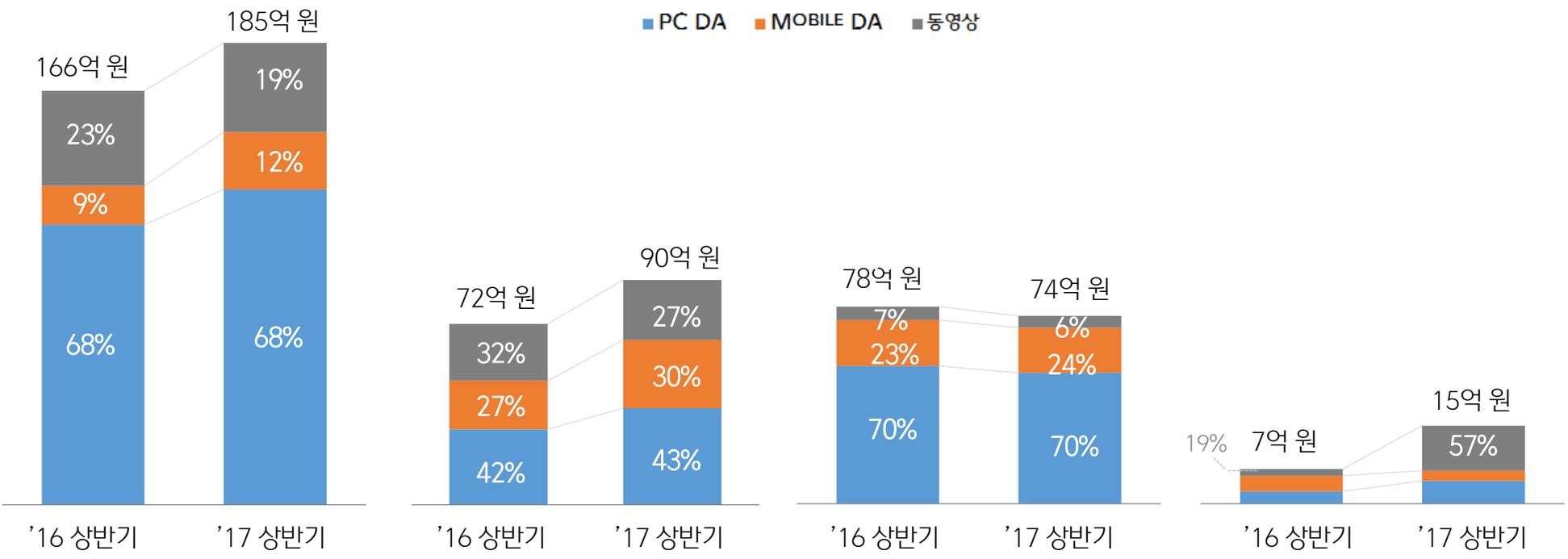


출처: Research AD 2016, 2017 데이터 기준

16년 대비 주요 교육 업종별 광고비는 주로 Mobile DA 중심으로 성장했으나, 여전히 PC DA 비중 높음
 광고비 집행 규모가 크지 않은 기타 업종(사회교육, 복지후생 기관 등)은 주로 동영상 중심으로 성장

교육 세부 업종별 디지털 총 광고비 (PC, Mobile DA 및 동영상)

교육 관련 웹 서비스 (온라인 교육)	사교육 기관	공공교육 기관	기타
-------------------------	--------	---------	----



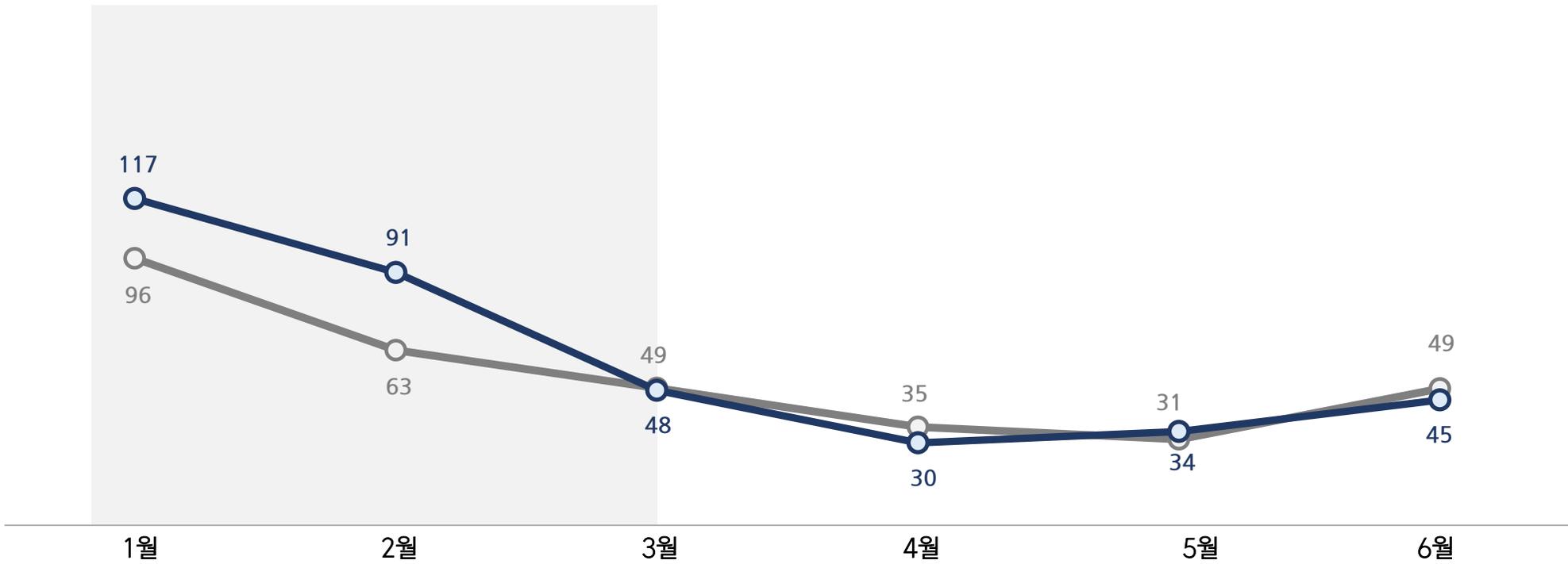
출처: Research AD 2016, 2017 데이터 기준

방학 및 신학기 등 사교육 수요 증가 시점을 맞춰 교육 업체들(이투스 교육, 사이버 대학 등)의 마케팅 투자 증가로 연초에 전년 대비 광고비 증가했으나, 3월 이후 전년과 유사 수준 유지

단위: 억 원

교육 업종 월별 총 집행 광고비 비교

○ 2016 ○ 2017



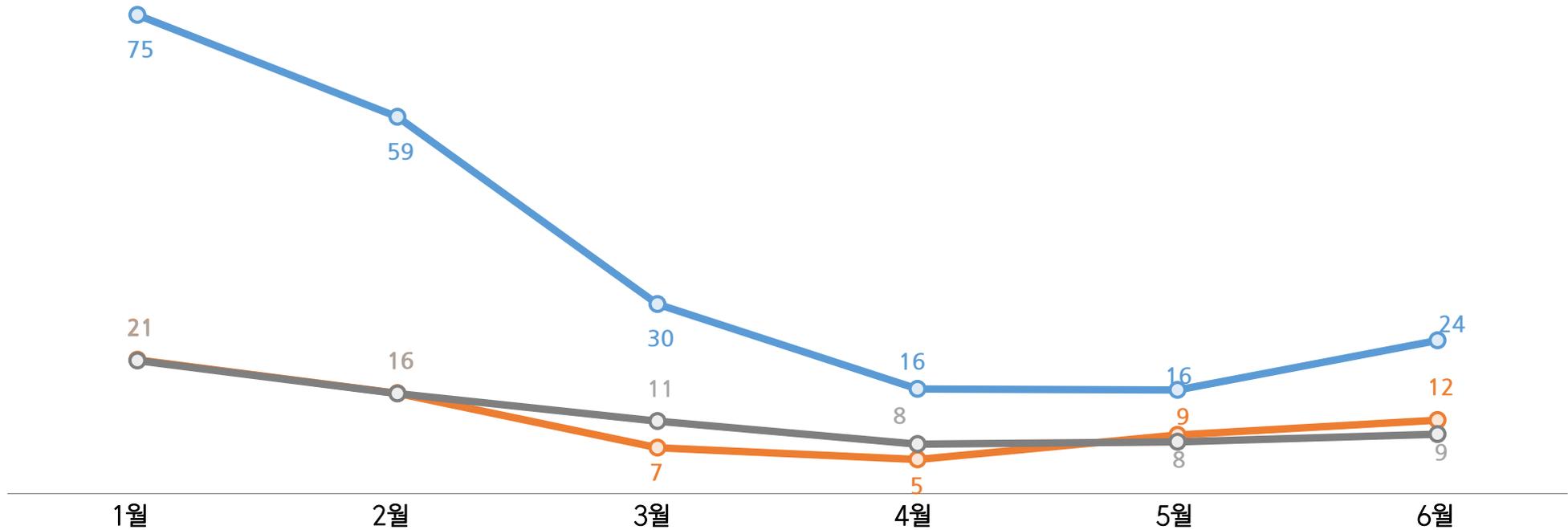
출처: Research AD 2016, 2017 데이터 기준

방학 및 신학기 맞아 연초에 급증한 PC DA 집행 비용이 3월 이후 감소
반면, 동영상과 Mobile DA 집행 비용 유사 수준 꾸준히 유지

단위: 억 원

교육 업종 2017년 월별 광고 형태별 집행 비용 비교

PC DA Mobile DA 동영상



출처: Research AD 2016, 2017 데이터 기준

01

—

광고비 현황

1-2. 매체별 광고비

PC DA는 네이버, 다음, 네이트 등 대형 포털사 비중이 지속적으로 높은 가운데, 유튜브 순위 급증 (16년 상반기 9위 → 17년 상반기 4위), 증가하는 글로벌 플랫폼의 영향력 방증

단위: 억 원

교육 업종 PC DA Top 10 매체별 광고비 비교



PC DA에 이어 Mobile DA에서도 네이버 비중 증가해 디지털 광고 주요 영역에서 네이버 영향력 강화
 아담과 캐시슬라이드는 광고비 감소 반면 MAN+, 카울리 등의 순위 상승

단위: 억 원

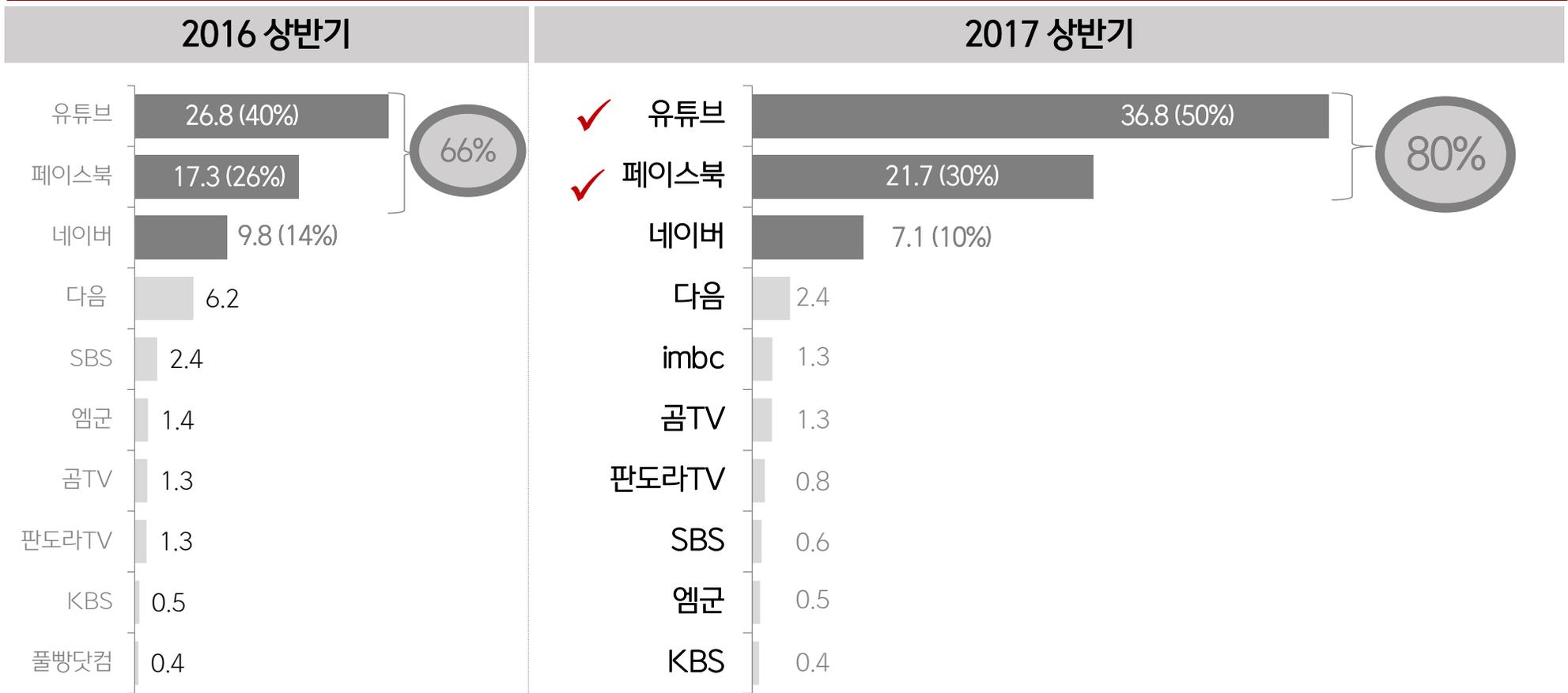
교육 업종 Mobile DA Top 10 매체/플랫폼별 광고비 비교



동영상 광고 중 유튜브, 페이스북 등 글로벌 플랫폼의 비중 상승세 뚜렷 (16년 66% → 17년 80%)

단위: 억 원

교육 업종 동영상 광고 Top 10 매체별 광고비 비교



01

—

광고비 현황

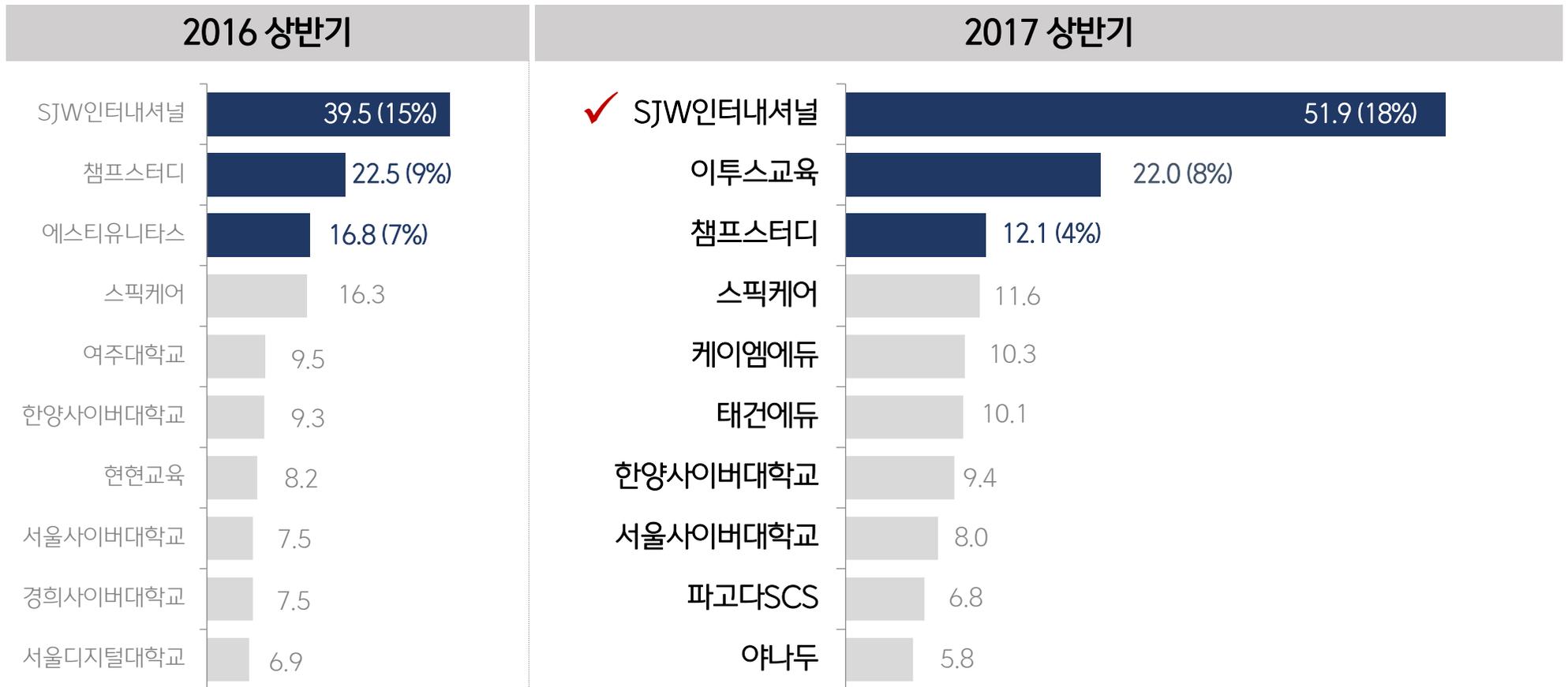
1-3. 광고주별 광고비

2016년에 이어 SJW인터내셔널(시원스쿨)이 가장 많은 PC/Mobile DA를 집행

이투스 교육이 디지털 광고에 집중적인 투자를 하면서 순위 증가 (16년 상반기12위 → 17년 상반기 2위)

단위: 억 원

교육 업종 Top 10 광고주별 광고비 비교 (PC DA / Mobile DA 총합)



SJW인터내셔널(시원스쿨)의 광고비 집행 규모 및 비중 증가

반면 작년 상반기 대비 에스티유티타스(영단기) 광고비 집행 규모 감소 (16년 상반기 3위 → 17년 상반기 17위)

단위: 억 원

교육 업종 PC DA Top 10 광고주별 광고비 비교



전년 동기 대비 이투스교육의 Mobile DA 광고 집행 금액 급증 (16년 상반기 8위 → 17년 상반기 1위)

단위: 억 원

교육 업종 Mobile DA Top 10 광고주별 광고비 비교



PC DA는 네이버, 다음, 네이트 같은 포털 중심,

Mobile DA의 경우 이투스, 한국항공직업학교는 카울리, 메가스터디는 인모비를 통한 집행 비중 높음

단위: 억 원

교육 업종 광고 형태별 Top 3 광고주 집행 매체

	PC DA		Mobile DA		
	네이버	38.2		네이버	3.2
	네이트	8.3		아담	1.8
	다음	3.4		캐시슬라이드	1.8
	다음	8.6		카울리	2.5
	네이버	5.0		아담	0.7
	유튜브	0.3		애드몹	0.3
	네이버	8.3		인모비	1.2
	네이트	1.0		네이버	0.7
	줌	0.6		와이더플래닛	0.7

02

—

17년 상반기 업종별 주요 이슈

2018년 디지털 교육 혁신(디지털 교과서, SW교육 의무화) 준비 활발

- 2018년 디지털 교과서 도입 및 SW/코딩 과목이 정규 교과 과정에 편입됨에 따라 관련 교육 기업 대응 가속화
- 오프라인 학원 업계의 디지털 관련 투자 및 서비스 출시 뚜렷한 가운데, IT 제조 및 완구 업계에서도 관련 제품 등장

2018년 디지털 교육 혁신 상세

• 디지털 교과서 도입



- 2018년 초등 3,4 / 중등 1학년 대상으로 전면 도입 계획 발표
 . 개발 사업자: 크레듀, SK, KT 등
- 디지털 환경 기반으로 멀티미디어 교육 장려

• SW 교육 의무화



- 2018년 부터 중/고등 교과 중 '정보' 과목 필수/일반 선택 전환
- 컴퓨팅 사고 기반으로 문제해결, 프로그래밍, 알고리즘 학습

교육 및 관련 업계 대응

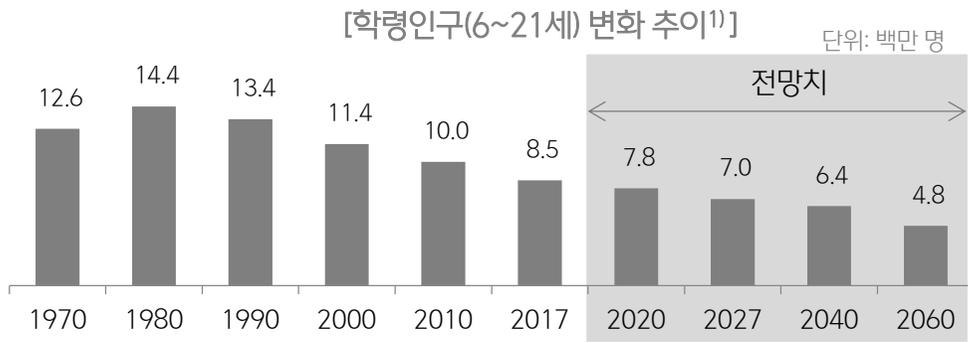
교육		<ul style="list-style-type: none"> • 초중고 전문 학원 G1230교육, 팡게임사와 온라인 교육 콘텐츠와 스마트앱 개발 계약 체결식 진행 (3월)
		<ul style="list-style-type: none"> • 수학/영재교육 전문 학원 CMS 에듀社, 오프라인 코딩 학원 사업 진출 (8월 예정) - 서초구 반포동에 코딩 교육 센터 개원
		<ul style="list-style-type: none"> • 방과후 컴퓨터 교육 전문 업체 Edu Partner 社, 초등 정규 과정에 코딩 과목 신설 (8월 예정)
IT		<ul style="list-style-type: none"> • IT 제조업체 infomark社, 코딩 교구 출시(6월) - 美 초등학교에서 사용하는 교구 및 교재* 수입 판매 및 국내 과정에 맞춰 재구성
기타		<ul style="list-style-type: none"> • 코딩 교육 도구 '레고 부스트' 공개 (1월) - 명령, 조건문 활용해 레고 이용해 로봇 제작 가능

교육 기업 간 M&A를 통해 사업 영역 확대

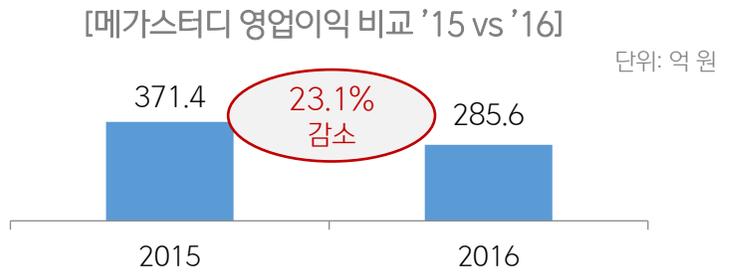
- 성인 및 영/유아 교육 시장 규모가 증가함에 따라 M&A를 통해 사업 다각화하려는 움직임 뚜렷
- 사업 영역 확대는 물론 미국 등 해외 진출의 방안으로 M&A 진행하는 경우도 존재

불안한 교육 업계의 미래

- 학령기 인구 급감



- 사교육 기업간 경쟁 심화로 수익성 악화
 - 광고, 판촉, 가격할인 등 마케팅 투자 증가



1) 통계청, <장래인구 추계>

생존을 위한 M&A

- 사업 다각화 추진 사례

megastudy 김영편입 지분을 확대해 경영권 확보 (4월)

- 중/고등 중심 사업 포트폴리오, 편입 및 성인 취업 시장으로 확대

KYO WON 교원 놀이교육기관 위즈 인수 (2월)

- 초등학생 중심의 학습지 사업에서 탈피해 유아 놀이학교 진출

- 해외 진출 사례

ST Unitas 美 교육 기업 프린스턴 리뷰 인수 (2월)

- 기존 영단기,공단기 등 국내 성인대상 오프라인 학원 운영
- 美 기업 프린스턴 리뷰 (대학/대학원 입시 전문 업체) 인수로 사업 영역 및 지역 확장
- 프린스턴 리뷰가 既 진출한 20여개 국가 동시 진출 효과

THANK YOU

T. +82.2.6484.3263
mezzo_report@cj.net

