

2025年日本Web制作業界・市場構造変革と技術動向に関する包括的調査レポート

エグゼクティブサマリー

2025年、日本のWeb制作業界は過去20年間で最もドラスティックな構造転換の只中にある。経済産業省が「DXレポート」で予見した「2025年の崖」が現実の経営課題として顕在化し、レガシーシステムの刷新とデジタルトランスフォーメーション（DX）への投資がピークを迎える一方で、生成AI（Generative AI）の実装による制作プロセスの根本的な破壊と再構築、そして改正障害者差別解消法に伴うWebアクセシビリティ対応の義務化など、技術的・法的な外圧が同時に業界を揺さぶっている。

本レポートは、2025年現在の市場環境をマクロ・ミクロの両視点から精緻に分析し、今後3年間（2026年～2028年）の需要予測、主流となる技術スタックの変遷、そしてWeb制作会社が生存をかけた取り組むべきビジネスモデルの転換について、15,000字規模のボリュームで網羅的に解説するものである。

調査の結果、明らかになったのは「Web制作」という定義の拡張と希薄化である。単なる情報発信媒体としてのWebサイト制作需要は、ノーコードツールやAIによる内製化により急速にコモディティ化し、市場価値を喪失しつつある。対照的に、企業経営の中核システムと連携し、ビジネス成果（売上、リード獲得、顧客エンゲージメント）を直接的に創出する「デジタルプロダクト開発」や「マーケティングプラットフォーム構築」への需要は爆発的に増加している。

市場は明確に二極化しており、高度な技術力とコンサルティング能力を持つ「戦略的パートナー」と、AIを活用して低価格・短納期を実現する「制作オペレーター」へと分断されている。この中間領域に留まる事業者は、深刻な労働力不足とコスト高騰の波に飲まれ、記録的な倒産件数の一因となっている。本稿では、この激動の市場を勝ち抜くための羅針盤を提示する。

第1章：2025年のマクロ経済環境とWeb制作市場の現在地

1.1 国内IT・デジタル市場の定量的評価と成長構造

2025年の日本経済は、円安の定着や物価上昇といった不安定要素を抱えながらも、企業のIT投資意欲は極めて旺盛である。IDC Japanの調査によれば、2025年の国内IT市場規模は前年比8.2%増の26兆6,412億円に達すると予測されている¹。この成長率は、成熟した日本経済において特筆すべき数値であり、全産業にわたるデジタル化の圧力がいかに強いかを示唆している。

特筆すべきは、この成長の内訳である。従来のハードウェア更新や保守運用といった「守りのIT予算」から、ビジネス変革や顧客体験（CX）向上を目的とした「攻めのIT予算」へのシフトが鮮明である。2023年から2028年にかけての年間平均成長率（CAGR）は6.3%で推移し、2028年には国内IT

市場全体で30兆2,176億円規模に到達すると見込まれている¹。

Web制作業界に直接的な影響を与える「デジタルマーケティング市場」および「インターネット広告市場」の動向も、この傾向を裏付けている。矢野経済研究所の調査によると、CRM(顧客関係管理)、MA(マーケティングオートメーション)、CDP(カスタマーデータプラットフォーム)を含むデジタルマーケティング市場は、2025年に4,190億円規模に達する見込みである²。これは、Webサイトが単なる「企業の顔」としての静的な存在から、顧客データを収集・分析し、パーソナライズされたコミュニケーションを行うための「マーケティングハブ」へと役割を進化させていることを意味する。

表1: 国内ITおよび関連市場の規模予測(単位: 億円)

市場セグメント	2024年(見込)	2025年(予測)	2028年(予測)	CAGR (2023-2028)	主要ドライバー
国内IT市場全体	246,221	266,412	302,176	6.3%	生成AI実装、クラウド移行、レガシー刷新 ¹
デジタルマーケティング	3,800	4,190	5,000超(推計)	-	CDP導入、Cookieレス対策、CX向上需要 ²
インターネット広告	35,840	38,955	45,000超(推計)	-	動画広告、AI活用型運用の拡大 ⁴
AIシステム市場	13,412	20,000超(推計)	41,873(2029)	30%超	業務自動化、生成AIエージェントの実用化 ⁵
ローコード/ノーコード	3,589	4,085	-	12.3%	内製化推進、DXの民主化 ⁶

1.2 「2025年の崖」の現実化とDX需要の質的变化

経済産業省が2018年に発表した「DXレポート」で警鐘を鳴らした「2025年の崖」問題は、2025年現在、まさに現実の経営リスクとして顕在化している。複雑化・老朽化・ブラックボックス化した既存システム(レガシーシステム)が残存した場合、2025年以降、年間最大12兆円の経済損失が生じるとされ

たこのシナリオに対し、日本企業はシステムの刷新を急ピッチで進めている⁸。

Web制作の現場において、この影響は「Webサイトと基幹システムの融合」という形で現れている。かつてWebサイト制作は広報・宣伝部門の管轄であり、基幹システムとは切り離された「飛び地」のプロジェクトであることが多かった。しかし、2025年の現在、DXの推進により以下の要件が標準化している。

1. リアルタイムデータ連携の必須化: ECサイトや会員サイトにおいて、在庫情報、顧客情報、購買履歴などが基幹システム(ERP)や営業支援システム(SFA)とAPIを通じてリアルタイムに同期されることが求められている。これにより、Web制作会社には、フロントエンドのデザイン能力だけでなく、複雑なAPI設計やバックエンド開発の知見が不可欠となっている⁹。
2. クラウドネイティブ・アーキテクチャへの移行: 従来のレンタルサーバーやオンプレミス環境から、AWS、Microsoft Azure、Google Cloudといったパブリッククラウドへの全面移行(クラウドマイグレーション)が加速している。特に、2023年以降は情報系システムだけでなく、基幹系システムのクラウド化(Lift & ShiftからCloud Nativeへ)が進んでおり、Web制作会社にもインフラ構築・運用の高度なスキルセット(IaC: Infrastructure as Codeなど)が要求されている¹¹。
3. セキュリティ基準の厳格化: サイバー攻撃の高度化や個人情報保護法の改正に伴い、Webサイトにおけるセキュリティ要件は極めて厳格になっている。WAF(Web Application Firewall)の導入や脆弱性診断の定期実施は当然の前提となり、制作会社には「Security by Design(設計段階からのセキュリティ確保)」の実践が求められている。

1.3 労働市場の逼迫と「人手不足倒産」の増加

業界を覆う最大の懸念材料は、構造的な労働力不足である。少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少に加え、IT人材の供給が需要に追いついていない。経済産業省の試算では、2025年時点で約43万人のIT人材が不足するとされており、特にAI、クラウド、セキュリティといった先端領域のエンジニア不足は深刻である¹³。

この労働力不足は、Web制作業界に「単価上昇」と「倒産増加」という二つの相反する現象をもたらしている。

- 外注費と人件費の高騰: 人材獲得競争の激化により、エンジニアやデザイナーの給与水準が上昇している。また、自社でリソースを確保できない制作会社がフリーランスや協力会社への外注を増やした結果、外注費が高騰し、利益率を圧迫している。特に、インボイス制度の定着により、免税事業者であったフリーランスへの発注コストや事務負担が増加したことも影響している¹⁴。
- 中小制作会社の淘汰: リソース不足により案件を受注できない、あるいは納期遅延や品質低下を引き起こし信用を失墜するケースが増加している。東京商工リサーチのデータによれば、2024年の情報通信業の倒産件数は425件と過去11年で最多を記録しており、その多くが販売不振や人手不足を原因とする中小・零細規模のソフトウェア開発・Web制作企業である¹⁶。

さらに、円安の進行がオフショア開発のコストメリットを減殺している点も見逃せない。かつてはベトナムやフィリピンなどが安価な開発リソースの供給源であったが、円安と現地の賃金上昇により、コスト差は縮小している。これにより、オフショア開発は「コスト削減」の手段から、「国内で調達できないリ

ソースの確保」へと目的を変えざるを得なくなっている¹⁸。

第2章：技術スタックの変遷と2025年のデファクトスタンダード

2025年のWeb制作における技術選定は、2020年代前半の「使いやすさ」重視から、「パフォーマンス(Core Web Vitals)」、「開発者体験(DX: Developer Experience)」、「コンポーネント指向」を重視する方向へ完全にシフトした。もはやWebサイトは「ページ」の集合体ではなく、「コンポーネント」の集合体として構築されるのが常識となっている。

2.1 フロントエンド：Reactエコシステムの覇権とNext.jsの一強体制

JavaScriptフレームワークのシェア争いにおいて、日本国内でもReactの優位性は揺るぎないものとなっている。2025年1月に公開された「State of JavaScript 2024」の結果が示す通り、Reactの利用率は圧倒的であり、そのメタフレームワークであるNext.jsが大規模開発における標準環境としての地位を確立している¹⁹。

Next.js (App Router) の標準化とRSCの普及

2023年に安定版となったNext.jsの「App Router」は、2025年には完全に主流の開発手法として定着した。React Server Components (RSC) を活用することで、クライアントサイドに送信するJavaScriptの量を劇的に削減し、First Contentful Paint (FCP) やTime to Interactive (TTI) といったパフォーマンス指標を大幅に改善できる点が評価されている。SEOと表示速度が直接的な収益(コンバージョンレート)に影響するECサイトやメディアサイトでは、Next.js以外の選択肢が検討されることすら稀になっている²⁰。

Vue.js / Nuxt.js のポジション

一方で、日本市場において歴史的に人気の高いVue.jsも依然として健在である。特にNuxt 3の安定化以降、中小規模のWeb制作会社や、既存のVue資産を持つ企業のシステム改修案件においては、Vue.jsが採用されるケースが多い。Reactに比べて学習曲線が緩やかであり、HTML/CSSに近い直感的な記述が可能であるため、デザイナー上がりのフロントエンドエンジニアが多い日本の制作現場では、人材確保の観点からあえてVue.jsを選択する戦略も合理的判断として機能している²²。

TypeScriptの完全なデファクト化

かつては「導入コストが高い」と敬遠されることもあったTypeScriptだが、2025年の現在、新規開発案件においてTypeScriptを採用しない理由はほぼ存在しないと言ってよい。型定義による開発時のエラー検知、エディタの補完機能による生産性向上、そして何より「仕様書代わり」となるコードの可読性は、人材の流動性が高い現代の開発現場において、品質担保の生命線となっている²⁴。

2.2 CMS市場の地殻変動：Headless CMSとWordPressの共存

コンテンツ管理システム(CMS)の領域では、「WordPress一強」の時代から、「適材適所」の時代へ

と移行が進んでいる。

WordPressの現状:絶対王者ながらもシェアは微減

W3Techsのデータによると、日本語WebサイトにおけるWordPressのシェアは依然として80%を超える圧倒的な数値を維持している²⁶。しかし、その利用実態は変化している。セキュリティ脆弱性への懸念や、表示速度の限界から、エンタープライズ企業を中心に「脱WordPress」あるいは「Headless WordPress化」の動きが見られる。APIを通じてコンテンツのみを配信し、フロントエンドはNext.js等で構築するHeadless構成を採用することで、WordPressの使い慣れた管理画面を維持しつつ、モダンなフロントエンドの恩恵を享受するハイブリッドな手法が一般化している²⁷。

国産Headless CMSの躍進

APIベースでコンテンツを管理するHeadless CMSは、マルチデバイス配信（Web、アプリ、スマートウォッチ、店舗サイネージ等）のニーズ拡大に伴い、急速に普及している。特に日本国内においては、国産の **microCMS** が大きなシェアを獲得している。日本企業特有の複雑な承認フローへの対応、日本語での充実したサポート、直感的なUIが評価され、上場企業のコーポレートサイトや大規模メディアでの採用実績が増加している²⁸。Contentfulなどの海外製Headless CMSと比較しても、コストパフォーマンスと導入のしやすさで優位に立っている。

表2: 2025年の主要CMS比較と選定基準

CMS種別	代表的なツール	特徴・メリット	2025年のトレンド・選定基準
モノリシックCMS	WordPress	圧倒的なシェア、豊富なプラグイン、低コスト	小規模～中規模サイト、ブログ機能主体のサイトでは依然主流。ただしセキュリティ対策費が増加傾向。
ヘッドレスCMS	microCMS, Contentful	フロントエンドの自由度高、高セキュリティ、マルチデバイス対応	エンタープライズ、会員サイト、アプリ連携が必要な案件で標準化。Next.jsとの組み合わせが鉄板。
ノーコードCMS	Studio, Webflow	開発工数ゼロ、デザイン自由度高、保守不要	LP、スタートアップの初期サイト、採用サイトで急増。制作会社にとっても利益率

			が高い選択肢。
ECプラットフォーム	Shopify	拡張性、エコシステム、OMO対応	EC構築の第一選択肢。Liquidによるカスタマイズから、Hydrogenを用いたヘッドレスコマースへ進化中。

2.3 インフラストラクチャ: サーバーレスとエッジコンピューティング

インフラ環境は、物理的なサーバー管理から解放される「サーバーレス」が当たり前となり、さらにユーザーに近い場所で処理を行う「エッジコンピューティング」の活用が進んでいる。

- **Vercel / Netlify**の浸透: フロントエンドエンジニア主導の開発において、インフラ構築の複雑さを隠蔽してくれるPaaSの採用が進んでいる。特にVercelはNext.jsとの親和性が極めて高く、デプロイ、プレビュー環境の自動生成、エッジ機能などがワンクリックで提供されるため、開発スピードを最優先するWeb制作現場での支持が厚い¹²。
- **AWS**の進化: 大規模システムや高度なセキュリティ要件が求められる案件では、依然としてAWSが主流である。ただし、EC2(仮想サーバー)を立てる構成は減少し、Fargate(コンテナ)やLambda(サーバーレス関数)を中心とした構成が標準となっている。また、AWS Amplifyなどのフロントエンド向けサービスの機能強化により、AWS上でのモダンなWeb開発も容易になっている³⁰。

2.4 ノーコード・ローコードの「実用化」フェーズ

2025年において、ノーコードツールは「プロトタイプ用」というレッテルを完全に払拭した。StudioやWebflowといったツールは、プロのデザイナーが満足できる表現力と、SEOやパフォーマンス面での実用性を兼ね備えるようになり、商用サイトの構築において有力な選択肢となっている³¹。

市場規模も拡大しており、ローコード・ノーコードプラットフォーム市場は2025年度に4,085億円(前年比113.8%)に達すると予測されている⁶。制作会社にとっても、スクラッチ開発では採算が合わない予算規模の案件を、ノーコードツールを活用することで高収益な案件に変えることができるため、積極的に導入が進んでいる。特に「Studio公認パートナー」のような認定制度を持つ制作会社が増加しており、ノーコード制作を専門とする部門を立ち上げる動きも活発である³³。

第3章: 生成AIによる制作プロセスの革命の変容

2025年のWeb制作業界における最大のトピックは、間違いなく生成AI(Generative AI)の実装である。2023年頃の「実験的な利用」から、2025年には「業務フローへの完全な統合」へとステージが移行している。AIを活用できない制作会社やクリエイターは、生産性と品質の両面で競争力を失い、市

場から退場を余儀なくされている。

3.1 コーディング支援: AIペアプログラミングの常態化

エンジニアリング領域におけるAIの浸透率は群を抜いている。GitHub Copilot、Cursor、Amazon Q DeveloperといったAIコーディングアシスタントの導入率は、日本の開発現場においても50%~60%に達していると推計される³⁴。

- 「書く」から「選ぶ・直す」へ: エンジニアの仕事は、ゼロからコードをタイプすることから、AIが生成したコードやロジックをレビューし、修正・統合することへと変化した。ボイラープレート(定型コード)、テストコード、ドキュメントの生成においてAIは人間を遥かに凌駕する速度と正確性を発揮しており、開発工数の30%~50%削減が現実のものとなっている³⁶。
- ジュニアエンジニアへの影響: AIの支援により、経験の浅いエンジニアでも一定レベルのコードを書くことが可能になった一方で、AIが生成したコードの潜在的なバグやセキュリティリスクを見抜く能力がなければ、実務で通用しなくなっている。教育コストの削減と、採用基準の高度化が同時に進行している³⁷。

3.2 デザインプロセスの変革: 生成と統合

デザイン領域においても、Midjourney、Adobe Firefly、Figma AI機能などが日常的に使用されている。

- 素材制作の自動化: Webサイトに使用するイメージ画像、アイコン、ダミーテキストの作成において、ストックフォトサイトを検索する時間は過去のものとなりつつある。AIにより、ブランドイメージに合致した独自のビジュアルを瞬時に生成・調整することが可能になった。特にAdobe Fireflyは著作権上の安全性を担保しているため、商用利用におけるデファクトスタンダードとなっている³⁸。
- UIデザインの効率化: Figmaに追加されたAI機能や、Vercelのv0のようなツールにより、テキストプロンプトや手書きのラフスケッチから、実用的なUIコンポーネントやワイヤーフレームを生成することが可能になった。これにより、デザイナーはレイアウトの微調整などの単純作業から解放され、UX設計やブランド体験の構築といった本質的な業務に集中できるようになっている⁴⁰。

3.3 コンテンツ制作とSEOの再定義

ChatGPTやClaude、GeminiといったLLM(大規模言語モデル)の活用により、Webライティングの工程も激変した。

- 記事作成の半自動化: 構成案の作成、タイトルの提案、本文のドラフト作成までをAIが担当し、人間の編集者がファクトチェックとトーン & マナーの調整を行うフローが定着している。これにより、オウンドメディアの運用コストが大幅に低下し、コンテンツマーケティングに取り組む企業が増加している。
- **SGE (Search Generative Experience)** への対応: Google検索におけるAIによる回答生成(SGE/AI Overviews)の導入により、従来のキーワード詰め込み型のSEOは通用しなくなっている。AIが学習・引用したくなるような、一次情報の価値が高いコンテンツ、権威性のあるコンテンツ(EEAT)の重要性が一層高まっており、Web制作会社にはテクニカルなSEOだけでなく、コン

テンツの質を高めるための編集力や企画力が求められている。

第4章：デザインとUI/UXのトレンド：アクセシビリティと没入感

2025年のWebデザインは、視覚的な美しさの追求に加え、「社会的責任としてのアクセシビリティ」と「没入感のある体験 (Immersive Experience)」という二つの軸で進化している。

4.1 Webアクセシビリティ対応の義務化と市場へのインパクト

2024年4月に施行された改正障害者差別解消法により、民間事業者による障害者への合理的配慮が法的義務となった。これに伴い、Webアクセシビリティ (JIS X 8341-3:2016 レベルAA準拠) への対応は、企業のコンプライアンス上の必須課題となっている⁴²。

- 対応状況と需要: 上場企業や公共性の高いサービスを提供する企業を中心に、既存Webサイトのアクセシビリティ診断、改修、リニューアルの需要が急増している。デジタル庁が2025年10月に策定する新たな「ウェブアクセシビリティ導入ガイドブック」もこの流れを後押ししており、制作会社にとっては新たな収益源となっている⁴⁴。
- 具体的な実装: 画像への適切な代替テキスト (alt属性) の設定、キーボード操作のみでのナビゲーション保証、十分なコントラスト比の確保、スクリーンリーダー対応などが標準的な要件となっている。アクセシビリティ対応はSEOの評価向上にも寄与するため、マーケティング観点からも推奨されている⁴⁶。

4.2 「モバイルオンリー」デザインの確立

スマートフォンの利用時間がPCを圧倒する中、Webデザインのアプローチは「PCサイトを作ってからスマホ対応する (レスポンシブ)」というモバイルファーストの概念を超え、「スマホでの体験を最優先し、PCは拡張版とする」モバイルオンリーのデザインへと進化している⁴⁸。

- UIの変化: 画面下部にナビゲーションを配置するアプリライクなボトムナビゲーション、親指での操作範囲 (サムゾーン) を意識したインタラクション設計、スワイプ操作を前提としたUIコンポーネントなどが一般的になっている⁵⁰。
- PWAの再評価: ネイティブアプリの開発コストを抑えつつ、プッシュ通知やオフライン動作といったアプリ的な体験を提供できるPWA (Progressive Web Apps) が、ECサイトやメディアサイトでのエンゲージメント向上施策として再注目されている⁵¹。

4.3 ビジュアルトレンド：Bento Gridsと空間デザイン

- **Bento Grids** (弁当箱グリッド): Appleのプロモーション資料やダッシュボードUIで採用された、情報を長方形のカードに分割して整理するレイアウト手法が流行している。レスポンシブ対応が容易で、情報の優先順位が明確になりやすいため、コーポレートサイトからポートフォリオまで幅広く採用されている。
- **没入感と3D表現**: デバイスの性能向上と通信速度 (5G) の普及を背景に、WebGLやThree.jsを用いたWebサイト内での3Dモデル表示、スクロールに連動したダイナミックなアニメーション (スクロールテリング) が、ブランドの世界観を表現する手段として定着している。特にApple Vision

Proなどの空間コンピューティングデバイスの影響を受け、奥行きや空間を感じさせるデザイン(Spatial Design)への関心が高まっている⁵²。

- クレイモーフィズムとガラスモーフィズム: 2022年頃から続くトレンドであるが、粘土のような質感の3D(クレイモーフィズム) やすりガラスのような質感(ガラスモーフィズム)は、メタバースやWeb3関連のサービスを中心に、先進性や親しみやすさを表現する手法として2025年も一定の支持を得ている⁵⁴。

第5章: Web制作会社のビジネスモデル転換と業界再編

市場環境の変化とAIの台頭は、Web制作会社のビジネスモデルに根本的な転換を迫っている。「労働集約型の受託制作」モデルは限界を迎え、新たな価値提供モデルへの移行が生死を分ける局面となっている。

5.1 「フロー型」から「ストック型」への移行

Webサイトを納品して対価を得る「フロー型」ビジネスは、競争激化による単価下落と、案件獲得の不安定さという構造的な問題を抱えている。これに対し、多くの制作会社が継続的な収益を得られる「ストック型(サブスクリプション型)」ビジネスへの転換を進めている⁵⁶。

- 保守・運用の高付加価値化: 単なるサーバー管理やドメイン更新代行ではなく、月次のアクセス解析レポート、SEO改善提案、コンテンツ更新代行、セキュリティ監視などをパッケージ化した高単価な保守プランが主流となっている。
- CMS/SaaSの提供: 自社で開発したCMSやマーケティングツールをSaaSとして提供し、月額利用料を得るモデルへ移行する企業も増えている。
- レベニューシェア: ECサイト構築などにおいて、初期費用を抑える代わりに、売上の一部を成果報酬として受け取るレベニューシェアモデルも、自信のある制作会社を中心に採用されている。

5.2 業界の二極化と「選ばれない会社」の淘汰

Web制作業界は、明確に二つのグループに分断されつつある³⁷。

1. 高付加価値・コンサルティング型:
 - 顧客の経営課題を理解し、DX戦略の立案から実行までを支援できる。
 - 高度な技術力(ヘッドレスCMS、大規模開発)とマーケティング力を持つ。
 - AIを活用して生産性を高めつつ、人間ならではの創造性や戦略立案にリソースを集中している。
 - 大手企業のプライム案件や、高単価な継続案件を獲得し、成長を続けている。
2. 低価格・制作工場型:
 - AIやノーコードツールを徹底的に活用し、テンプレートベースで極めて安価かつ短納期でWebサイトを提供する。
 - 「とりあえずHPが欲しい」という層や、予算の限られた小規模事業者をターゲットとする。
 - 徹底した効率化と薄利多売モデルで生存を図る。

淘汰される中間層:

このどちらにも振り切れない「中途半端な制作会社」が、最も危機的な状況にある。技術力も提案力も差別化できず、価格競争ではAIやノーコードに勝てない。こうした企業が、人手不足とコスト増に耐えきれず、倒産や廃業へと追い込まれている 59。

第6章：今後3年間の需要予測 (2026-2028)

2026年から2028年にかけてのWeb制作業界は、AIの完全な普及による「制作の民主化」と、企業のDX成熟度向上による「需要の高度化」が同時進行する。

6.1 成長分野と衰退分野の明暗

成長分野(需要拡大)

1. **BtoB企業のDX・商流デジタル化**: 製造業、卸売業、建設業など、これまでFAXや電話で行っていた受発注業務をWeb化する(BtoB EC、受発注システム)需要は、今後数年間で最大の成長分野となる。これはインボイス制度や電子帳簿保存法への対応とも連動しており、不可逆的な流れである⁹。
2. **SaaSインテグレーション**: 企業が導入した複数のSaaS(Salesforce, kintone, HubSpot, Shopifyなど)をAPIで連携させ、データフローを自動化する開発案件が増加する。ゼロからのスクラッチ開発よりも、既存サービスを組み合わせるインテグレーション能力が求められる⁶²。
3. **グローバルWebサイト統合**: 日本企業の海外展開加速に伴い、国ごとにバラバラだったWebサイトをグローバルで統一されたCMSやデザインシステムに統合する「ガバナンス強化」のプロジェクトが増加する。
4. **AIエージェント・UI開発**: チャットボットを超えた、自律的にタスクをこなすAIエージェントのインターフェース設計や、AIが生成したコンテンツを適切に表示・制御するフロントエンド開発が新たな市場となる⁶³。

衰退・縮小分野

1. **単純なコーポレートサイト(名刺代わりのHP)**: 採用や集客といった明確な目的を持たない静的なWebサイト制作は、ノーコードツールやAIによる内製化、あるいはGoogleマップやSNSアカウントへの代替が進み、制作会社への発注需要は消滅に向かう⁶⁰。
2. **情報ポータルサイト・キュレーションメディア**: 生成AI(SGE)がユーザーの質問に直接回答できるようになるため、SEO収益を目的とした質の低い情報集約型メディアはPVが激減し、存続が困難になる。
3. **テンプレート的なLP制作**: 構成、デザイン、コーディングのすべてがAIで自動化しやすい領域であり、単価の暴落と内製化が最も早く進む。

6.2 2028年に向けた技術トレンド予測

- **AIネイティブ開発の定着**: 2028年には、コードの80%以上がAIによって生成されることが当たり前となる。エンジニアの役割は「コーディング」から「AIへの指示出し(プロンプトエンジニアリング)」と「アーキテクチャ設計」、「品質保証」へと完全にシフトする。

- **Web Components / Micro Frontends:** 大規模なフロントエンド開発において、特定のフレームワーク(React等)への依存度を下げるため、Web標準技術であるWeb Componentsの採用や、機能をマイクロサービスのように分割して開発するマイクロフロントエンドアーキテクチャが一般化する⁶⁴。
- **物理世界との融合 (Spatial Web):** XRデバイスの普及により、Webブラウザの中だけで完結しない、現実空間に情報を重ね合わせるAR/MRコンテンツの制作需要が立ち上がり始める。

結論と提言

2025年の調査結果が示すのは、Web制作業界が「Webサイトを作る産業」から「デジタルビジネスを創出する産業」へと脱皮しようとしている姿である。この変革期において、Web制作会社および企業のWeb担当者が取るべき戦略的アクションを以下に提言する。

1. **AIを「脅威」ではなく「前提」とする:** AIによる効率化を拒むのではなく、全業務プロセスにAIを組み込み、人間が生み出すべき付加価値(戦略、共感、ブランドストーリー)にリソースを集中させること。AIを活用できない企業は、コスト競争力において太刀打ちできなくなる。
2. **技術的負債の解消とモダン化:** セキュリティリスクと運用コストの増大を招くレガシーな環境(古いPHP、メンテナンスされていないWordPressプラグイン等)から脱却し、Headless CMSやクラウドネイティブな構成へ移行すること。これは将来のビジネスアジリティを確保するための投資である。
3. **アクセシビリティへの本質的対応:** 法的義務だからという消極的な理由ではなく、高齢者や障害者を含むすべてのユーザーにサービスを届けるという「品質基準」としてアクセシビリティを捉え直すこと。これはESG経営の観点からも企業価値向上に直結する。
4. **パートナーシップの再定義:** 発注者と受注者という上下関係ではなく、ビジネスのゴールを共有し、共に成長するパートナーシップを築くこと。制作会社は「言われたものを作る」受託体質から、「成果をコミットする」提案型体質へと生まれ変わる必要がある。

2028年に向けて生き残るのは、変化を恐れず、テクノロジーの力を借りて顧客のビジネスを加速させることができるプレイヤーのみである。日本のWeb制作業界は今、再定義の時を迎えている。

参考文献

本レポートの作成にあたり、以下の調査資料およびデータを参照した。引用箇所は本文中のIDにて示した。

- IDC Japan: 国内IT市場予測、産業分野別動向¹
- 矢野経済研究所: デジタルマーケティング市場、インターネット広告市場調査²
- 総務省: 情報通信白書(令和7年版)⁵
- ミック経済研究所: ローコード/ノーコード開発市場動向⁶
- 経済産業省: DXレポート、デジタルガバナンス・コード⁸
- State of JavaScript 2024: フロントエンド技術動向¹⁹

- W3Techs / 各種技術ブログ: CMSシェア、技術スタック動向 ²⁶
- 帝国データバンク / 東京商工リサーチ: 企業倒産動向 ¹⁶
- 各社プレスリリース・技術ブログ: 生成AI活用事例、アクセシビリティ対応 ³⁶

引用文献

1. 2025年の国内IT市場は、前年比8.2%増の26兆6412億円 ～IDC ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.imagazine.co.jp/idc-j-japan-market-forcast2025/>
2. デジタルマーケティング市場は堅調に拡大、2025年は ... - マナミナ, 1月 16, 2026にアクセス、<https://manamina.valuesccg.com/articles/4383>
3. デジタルマーケティング市場に関する調査を実施(2025年 ..., 1月 16, 2026にアクセス、https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3872
4. インターネット広告市場に関する調査を実施(2025年), 1月 16, 2026にアクセス、https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3959
5. 1章 ICT市場の動向, 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r07/pdf/n2190000.pdf>
6. ローコード/ノーコードプラットフォームソリューション市場動向 ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://mic-r.co.jp/mr/03480/>
7. ノーコード」内製化と生成AI連携が追い風に: ITRが国内ローコード ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://atmarkit.itmedia.co.jp/ait/articles/2502/07/news084.html>
8. 「2025年の崖」とは？崖と言われる理由や対策について分かり ..., 1月 16, 2026にアクセス、https://blog.nijibox.jp/article/dx_2025/
9. 【生成AI】Web制作会社は今後なくなる？未来の市場規模と需要 ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://cp-strategy.jp/insights/1409>
10. 費用対効果が高いリード獲得施策20選 - 株式会社シスコム, 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.gohp.jp/blog/other-useful/5933/>
11. IDC Japan、国内クラウド市場予測を発表 - CodeZine, 1月 16, 2026にアクセス、<https://codezine.jp/news/detail/19639>
12. Webシステム開発の最新トレンドは？AI・DX・クラウドの最新動向 ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://kaopiz.com/ja-news-web-system-development-top-trends/>
13. ITエンジニアの年収と単価相場(職種別／契約形態別)2025年版, 1月 16, 2026にアクセス、https://note.com/hanamichi_humans/n/n7273ffa27324
14. 設備投資の目的に影響を及ぼす要因, 1月 16, 2026にアクセス、https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/tyousa_gttupou_2501.pdf
15. 放送・出版・コンテンツ制作業界のM&Aと事業承継の動向・2025年最新, 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.nihon-ma.co.jp/sector/broadcast.php>
16. 「情報通信業」の倒産 11年ぶり400件超 競合過多と収益悪化で中小 ..., 1月 16, 2026にアクセス、https://www.tsr-net.co.jp/data/detail/1200895_1527.html
17. Web制作会社はなくなる？4つの理由とWeb業界の現状, 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.gpol.co.jp/blog/290/>
18. 【2025年最新】オフショア開発単価の動向は？円安時代の賢い活用 ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://rabiloo.co.jp/blog/development-unit-price-2022>
19. 「State of JavaScript 2024」公開。フロントエンドライブラリ利用 ..., 1月 16, 2026にアクセス、https://www.publickey1.jp/blog/25/state_of_javascript_20241reactnextjs14000.ht

[ml](#)

20. 【年収858万円】JavaScriptエンジニア案件2025年9月最新 - PR TIMES, 1月 16, 2026にアクセス、[https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000061.000116595.html](https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000061.000116595.html)
21. 【2026年最新】JavaScriptフレームワーク比較 | React vs Vue開発者 ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://nextage-tech.com/blog/2025/08/22/post-1968/>
22. 【2025年最新】JavaScriptフレームワーク7選 | React・Vueなど ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://freelance-start.com/articles/1364>
23. 2025 年末までに、Vue.js がフロントエンド開発者に人気のフレーム ..., 1月 16, 2026にアクセス、
https://www.reddit.com/r/vuejs/comments/1oyzxpo/by_the_end_of_2025_why_vuejs_is_becoming_the/?tl=ja
24. 2025年版 スタートアップエンジニアが考えるWebアプリの技術選定, 1月 16, 2026にアクセス、https://zenn.dev/m_noto/articles/5e4c9f705f500b
25. Next.js×Supabase×Vercelでエンジニア的推し活 - Zenn, 1月 16, 2026にアクセス、
<https://zenn.dev/kibe/articles/04a9d0b73f9bf4>
26. 日本語を扱うCMSシェア 2025年10月版, 1月 16, 2026にアクセス、
<https://www.appleple.com/blog/cms/japanese-cms-share202510.html>
27. CMSの現状 - 2025年版市場動向と最新統計 | ミナミタカオ - note, 1月 16, 2026にアクセス、
https://note.com/minamitakao_web/n/n12bedf66e643
28. 2025年度 国内CMSシェア調査：国産CMSとDrupalの現在地, 1月 16, 2026にアクセス、
<https://www.studio-umi.jp/blog/829>
29. WordPressとmicroCMSの比較：2025年最新CMSの選び方ガイド, 1月 16, 2026にアクセス、
<https://mediassort.jp/development/wordpress%E3%81%A8microcms%E3%81%AE%E6%AF%94%E8%BC%83%E7%BC%9A2025%E5%B9%B4%E6%9C%80%E6%96%B0cms%E3%81%AE%E9%81%B8%E3%81%B3%E6%96%B9%E3%82%AC%E3%82%A4%E3%83%89/>
30. システム開発の最新トレンド【2025年版】クラウド時代の開発手法 ..., 1月 16, 2026にアクセス、
<https://sun-asterisk.com/service/development/topics/systemdev/4440/>
31. ノーコードWeb制作の最新トレンド調べてみた！【2025年4月】 - note, 1月 16, 2026にアクセス、
https://note.com/webflow_note/n/n2666f3c78923
32. 生成AIプログラミングの現在地 — ノーコードが変える「開発文化」..., 1月 16, 2026にアクセス、
https://www.science.co.jp/annotation_blog/43925/
33. 2025年版 中堅・中小向けノーコード/ローコード拡張の実践レポート, 1月 16, 2026にアクセス、
https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2025NLDcustom_rel1.pdf
34. もう迷わない！Web制作者が今すぐ学ぶべきAI入門2025, 1月 16, 2026にアクセス、
<https://itokoba.com/archives/12741>
35. 【2025年版】AI導入率を徹底比較！日本・アメリカ・ヨーロッパ, 1月 16, 2026にアクセス、
https://artvibes.co.jp/blog/250528-ai_rate_2025/
36. 【2025年最新】AI自動化によるWEB制作コスト削減の実証データ, 1月 16, 2026にアクセス、
<https://asurecoworks.com/news-002.html>
37. 【AI予想】2026年は「〇〇ユーザー」になれ！二極化の分かれ目で ..., 1月 16, 2026にアクセス、
<https://note.com/mbbs/n/nbddd16d33a0>
38. AI活用で「修正回数が減った」も6割超【日本デザイン調査】, 1月 16, 2026にアクセス、
<https://manamina.valuesccg.com/articles/4776>

39. 2025年のWebデザイントレンド: AIを活用したデザインが新常識に?, 1月 16, 2026にアクセス、<https://nokibou.jp/service/web/creative/20250527/>
40. AI×Webデザインで制作を効率化! ツール比較・導入フロー・リスク ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://ai-keiei.shift-ai.co.jp/webdesign-ai-introduction-guide/>
41. 【2025年版】AIデザインツール徹底解説 | 初心者～実務担当者が ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.serendec.co.jp/blog/ai-design-tools2025/>
42. WCAGとJIS X 8341-3を徹底解説! | Webアクセシビリティ ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://wcag-lab.jp/column/accessibility-guidelines-wcag-jisx8341-3/>
43. みんなの公共サイト運用ガイドライン(2024年版) - 総務省, 1月 16, 2026にアクセス、https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/b_free/guideline.html
44. ウェブアクセシビリティ導入ガイドブック - デジタル庁, 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.digital.go.jp/resources/introduction-to-web-accessibility-guidebook>
45. Webユーザビリティランキング2025<企業サイト(PC)編>発表1 ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.tribeck.jp/newsrelease/2024/20241210.html>
46. ウェブアクセシビリティとは? 考え方と規格、対応方法を解説!, 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.nplus-net.jp/knowledge/2025/20250430130000.html>
47. 【2025年最新】ウェブアクセシビリティJIS規格改正とISO更新への ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.connecty.co.jp/topics/dx/20251210162625.html>
48. 【2025年最新版】スマホアプリにおけるUXデザインの原則と実践 ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.fake.inc/blog/application-ux>
49. モバイルファーストは“当然”から“成果重視”へ。2025年のスマホ最適 ..., 1月 16, 2026にアクセス、https://attlabo.com/blog/design_and_ux/mobile_first_in_2025may/
50. モバイルファースト必須! モバイルユーザー中心設計で押さえる ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://stack-web.jp/media/creative/154/>
51. 2025年以降のウェブデザイン&UX/UI最新トレンド: 企業サイト ..., 1月 16, 2026にアクセス、
<https://untype.jp/blog/2025%E5%B9%B4%E4%BB%A5%E9%99%8D%E3%81%AE%E3%82%A6%E3%82%A7%E3%83%96%E3%83%87%E3%82%B6%E3%82%A4%E3%83%B3ux/ui%E6%9C%80%E6%96%B0%E3%83%88%E3%83%AC%E3%83%B3%E3%83%89%E4%BC%81%E6%A5%AD%E3%82%B5%E3%82%A4%E3%83%88%E9%81%8B%E7%94%A8%E3%81%AE%E9%87%8D%E8%A6%81%E3%83%9D%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%88%E3%81%A8%E3%83%AA%E3%82%B9%E3%82%AF%E5%9B%9E%E9%81%BF>
52. Webデザインの歴史～スキューモーフィズムからニューモーフ ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.sungrove.co.jp/web-history-skeuomorphism/>
53. [2025年版] Webデザイン・UIデザインの注目最新トレンド36 ... - BRIK, 1月 16, 2026にアクセス、<https://brik.co.jp/tips/438>
54. 【2025年】Web制作のトレンド23選 | 傾向や今後注目のデザインも ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://goleadgrid.com/blog/trend-design>
55. 2024年WEBデザインのトレンドについて | ブログ, 1月 16, 2026にアクセス、<https://creativelab.biz/blog/20240531-1536/>
56. 2026年版 | 日本のWEB広告トレンドを大予測! AIとプライバシーの ..., 1月 16, 2026にアクセス、
<https://sem-agency.co.jp/markelab/ad-info/2026-webadtrend-predetection/>
57. ディストリビューションビジネスとは? ~その解説とストック型 ..., 1月 16, 2026にアクセス

- ス、<https://d-pops-group.co.jp/column/distribution/>
58. WEB制作会社はなくなる？AI時代に生き残るWEB制作会社，1月 16，2026にアクセス、<https://encolors.co.jp/blog/webco-crisis/>
59. 全国企業「休廃業・解散」動向調査（2025年） - 帝国データバンク，1月 16，2026にアクセス、<https://www.tdb.co.jp/report/industry/20260109-kyuhaigyo25y/>
60. Web制作会社は本当になくなるのか？ AI時代の現実と未来，1月 16，2026にアクセス、<https://ardem.co.jp/archives/blog/web%E5%88%B6%E4%BD%9C%E4%BC%9A%E7%A4%BE%E3%81%AF%E6%9C%AC%E5%BD%93%E3%81%AB%E3%81%AA%E3%81%8F%E3%81%AA%E3%82%8B%E3%81%AE%E3%81%8B%E3%81%EF%BC%9Fa%E6%99%82%E4%BB%A3%E3%81%AE%E7%8F%BE%E5%AE%9F%E3%81%A8>
61. AIが予測するネットメディア業界 | 2030年市場規模推移と主要企業 ..., 1月 16，2026にアクセス、<https://service.xenobrain.jp/forecastresults/market-size/internet-media>
62. プレスリリース | デロイトトーマツ ミック経済研究所，1月 16，2026にアクセス、<https://mic-r.co.jp/pressrelease/>
63. 総務省 | 令和7年版 情報通信白書 | 市場概況，1月 16，2026にアクセス、<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r07/html/nd219100.html>
64. 2025年版 | 今どきのフロントエンド技術 &トレンドまるっと解説！，1月 16，2026にアクセス、<https://devworks.jp/blog/229>
65. 国内ITサービス市場予測を発表～AI活用の実践とユースケース拡大が ..., 1月 16，2026にアクセス、<https://my.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prJPJ53253625>
66. ICT市場の動向 - 総務省，1月 16，2026にアクセス、<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r07/pdf/n2110000.pdf>
67. 中堅・中小企業等向けDX推進の手引き2025（DXセレクション2025 ..., 1月 16，2026にアクセス、https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/investment/dx-chukenchushotebiki/dx-chukenchushotebiki_2025.pdf
68. 【2025年版】CMSのシェアランキング！世界・日本で人気のある ..., 1月 16，2026にアクセス、<https://www.sungrove.co.jp/cms-share/>
69. 【2025年最新】生成AIの活用事例14選 | ビジネスへの導入時に失敗 ..., 1月 16，2026にアクセス、<https://mirai-works.co.jp/business-pro/business-column/generative-ai-case-study>