

# 浜松市におけるウェブ制作およびデジタル・トランスフォーメーション市場の構造的分析と将来展望:2026年度版

## エグゼクティブ・サマリー

静岡県浜松市におけるウェブ制作およびデジタルソリューション市場は、2026年初頭現在、極めて特異かつ高度な転換期を迎えており。かつて「ものづくりの街」としてハードウェア製造に特化していた同地域の産業構造は、世界的なEVシフトやサプライチェーンの再編、そして深刻化する労働力不足という外圧により、急速なデジタルトランスフォーメーション(DX)を余儀なくされている。本報告書は、浜松市特有の経済環境下におけるウェブ制作市場の現状、主要プレイヤーの戦略、価格構造、そして技術的潮流について、収集された膨大なデータに基づき包括的に分析したものである。

調査の結果、浜松市のウェブ制作市場は、単なる「ホームページ作成」の下請け構造から脱却し、経営課題を直接的に解決するための「戦略的パートナーシップ」へと価値提供の軸足を移していることが判明した。特に、採用難を背景とした「リクルーティング・ウェブマーケティング」の急伸、住宅・建設業界における「トリプルメディア戦略」の標準化、そして中小企業のデジタル実装を支える「助成金エコシステム」の成熟が、市場の成長を牽引している主要因である。

価格面においては、静岡市などの行政中心地と比較して、浜松市は実利を重んじる「やらまいか精神」を反映した競争的な価格形成がなされており、発注者にとってコストパフォーマンスの高い市場環境が形成されている。一方で、セキュリティ要求の高まりやGoogleマップ対策(MEO)のAI化など、技術的な参入障壁は年々高まっており、単純な制作能力しか持たない事業者の淘汰と、専門特化型ベンダーへの集約が進んでいる。

本レポートは、地域の産業アナリストの視点から、これらの動向を多角的に解剖し、発注者である地域企業および受注者である制作会社双方に向けた、データドリバンな洞察と戦略的提言を提供するものである。

---

## 第1章: 浜松市の経済・産業構造とデジタル需要の相関分析

浜松市のウェブ制作市場を理解するためには、まずその母体となる地域経済の特異性を分析する必要がある。人口減少と産業構造の転換が進む中、地域企業のデジタル投資意欲はどこに向かっているのか、その深層流を探る。

### 1.1 「ものづくり」の変容とB2Bデジタルマーケティングの勃興

浜松市は、スズキ、ヤマハ、浜松ホトニクスといったグローバル企業を頂点とする産業集積地であり、厚みのあるサプライチェーンが形成されている。従来、これらサプライチェーンに属する中小製造

業(Tier 2、Tier 3)は、固定的な取引関係に依存しており、自社ウェブサイトによる新規顧客開拓の必要性は薄かった。

しかし、2020年代に入り、自動車産業の電動化(EVシフト)による部品点数の削減や系列の解体が進んだことで、これら製造業者は「待ちの営業」から「攻めの営業」への転換を迫られている。自社の技術力や設備をグローバルにアピールするための「デジタル・ショールーム」としてのコーポレートサイト需要が急増しており、これが浜松市内のウェブ制作会社に対し、単なるデザインではなく、技術的な強みを翻訳し表現するコンテンツ制作能力を求めている背景である<sup>1</sup>。

## 1.2 労働市場の逼迫と「採用ブランド」への投資シフト

浜松市のウェブ市場において、現在最もホットなセグメントは「商品販売」ではなく「人材採用」である。有効求人倍率の高止まりと若年層の流出は、地域企業にとって存亡の機に直面する課題となっている。

従来型の求人媒体(紙媒体や総合求人サイト)への掲載だけでは人材が確保できない中、自社専用の採用サイト(オウンドメディア)を構築し、IndeedやGoogle for Jobs(Googleしごと検索)と連携させる手法が標準化しつつある。企業は「労働力の確保」という経営課題を解決するために、数百万円規模の予算をウェブ制作に投じるようになっており、これが市場規模を押し上げる大きな要因となっている<sup>3</sup>。

## 1.3 地域特性による価格弾力性: 静岡市との比較

興味深い市場特性として、同じ静岡県内でありながら、静岡市と浜松市ではウェブ制作の価格相場に明確な差異が存在する。

調査データによれば、行政機関や大手企業の支社が多い静岡市では、コーポレートサイト制作の相場が40万円～120万円と高止まりする傾向にあるのに対し、浜松市では25万円～80万円と、より広範で競争的な価格帯が形成されている<sup>4</sup>。

この背景には、浜松市の「実利主義」的なビジネス文化がある。発注者である中小企業経営者は、ブランドの権威性よりも「その投資で何が得られるか(ROI)」を厳しく問う傾向が強い。また、フリーランスや小規模プロダクションの層が厚く、これらが価格競争を促進している側面もある<sup>5</sup>。結果として、浜松市場は「高品質なサービスを適正価格で調達しやすい」環境にあると言え、発注者にとっては有利な市場構造となっている。

---

# 第2章: ベンダー環境と市場セグメンテーション

浜松市のウェブ制作事業者は、その提供価値と戦略によって明確にセグメント化されている。ここでは、主要なプレイヤーをその戦略的立ち位置ごとに分類し、詳細に分析する。

## 2.1 戦略的インテグレーター(ハイエンド・総合型)

この層は、ウェブ制作を「経営戦略の実装」と捉え、セキュリティ、ブランディング、システム開発をワ

ンストップで提供する。主な顧客は、上場企業、大学、総合病院、行政機関である。

### 株式会社アドウィル：リスク管理と広報戦略の融合

アドウィルは、単なる制作会社ではなく「広報戦略のパートナー」としての地位を確立している。特筆すべきは、情報セキュリティに対する厳格な姿勢である。ISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）認証（JIS Q 27001:2023）およびプライバシーマークを取得しており、これは国立大学法人浜松医科大学や静岡赤十字病院といった、極めて機密な情報を扱うクライアントからの信頼を勝ち取るための必須要件となっている<sup>1</sup>。

また、同社はオープンソースの脆弱性を懸念する顧客に対し、自社開発CMS「Sima®Cloud」を提供している。これにより、WordPress等の汎用CMSに比べてセキュリティリスクを低減させると同時に、顧客を自社エコシステム内に囲い込む（ロックイン）戦略をとっている。さらに、テレビ、ラジオ、新聞といったマスメディア広告の取り扱いも可能であり、ウェブとリアルを融合させた大規模なクロスメディア・プロモーションを実行できる点が、他社との決定的な差別化要因となっている<sup>1</sup>。

### 株式会社メーカーズマーク：編集工学によるプランディング

メーカーズマークは、社史や広報誌などの「紙媒体」の編集制作をルーツに持ち、その取材・編集力をウェブに転用することで独自のポジションを築いている。彼らの強みは「ワンストップ・エディトリアル」にあり、企画、取材、撮影、ライティング、デザインまでをすべて内製化している点にある<sup>7</sup>。

特に「採用プランディング」においては、企業の表面的な情報ではなく、創業者の想いや社員のドラマといった「ストーリー」を構築する能力に長けている。外部ライターに丸投げするのではなく、自社スタッフが深く入り込んでコンテンツを作り上げるスタイルは、企業文化の言語化に悩む中小企業にとって強力なソリューションとなっている。価格体系においても、初期制作費（40万円～）に加え、月額管理費（1万円～）やコンサルティング費（10万円～）を明確化し、継続的な伴走支援をビジネスモデルの柱としている<sup>7</sup>。

## 2.2 領域特化型スペシャリスト（パーティカル・SaaS型）

特定の業界や機能に特化することで、圧倒的な知見と効率性を武器にするプレイヤー群である。彼らは汎用的なウェブ制作会社とは競合せず、独自の市場を切り拓いている。

### 株式会社新大陸：住宅・建築業界のマーケティング覇者

新大陸は、工務店や住宅メーカーに特化し、全国600社以上の支援実績を持つ、浜松発のマーケティング・カンパニーである<sup>8</sup>。彼らの戦略の核心は「トリプルメディア」の運用代行をパッケージ化（商品化）した点にある。

家という高額商材は衝動買いされないため、見込み客を「農耕型」で育てる必要がある。新大陸は、Webサイト（オウンド）、SNS（アンド）、Web広告（ペイド）を有機的に連携させ、インスタライブでの見学会配信などを通じて顧客とのエンゲージメントを高める手法を確立している<sup>8</sup>。さらに、Googleマップの口コミ対策を自動化する「クチコミAI」等の独自ツールを開発・提供しており、労働集約的な運用代行から、テクノロジーを活用したSaaS型モデルへと進化を遂げている点は注目に値する<sup>8</sup>。

### スリーカウント株式会社：求人獲得の科学的アプローチ

スリーカウントは、「求人サイトは応募を獲得するためのランディングページである」という思想のもと、採用マーケティングに特化したサービスを展開している<sup>3</sup>。

彼らはIndeedの認定パートナーとして、求人検索エンジンのアルゴリズムを熟知しており、単にデザインが綺麗なサイトではなく「検索されるサイト」を構築する。特に「フェルーボ」という自社開発の求人サイト構築CMSを無料(フリーミアム)で提供し、そこから有料の広告運用代行やコンサルティング(採用WEB集客実践プログラム:165万円)へとアップセルするモデルは極めて戦略的である<sup>3</sup>。一般的な制作会社が「サイトを作つて終わり」になりがちなのにに対し、彼らは「応募数」という成果にコミットすることで、人材不足に悩む企業の支持を集めている。

#### 株式会社シーエムエー(Akindo2000):ECとシステムの実力者

1,000社以上の実績を持つCMAは、ECサイト構築やWebシステム開発における地域の重鎮である。楽天市場やYahoo!ショッピングの構築代行から、EC-CUBEを用いた自社ECサイト、さらには独自の予約システムや自動更新システムの開発まで、トランザクション(取引)が発生するサイト構築に強みを持つ<sup>9</sup>。浜松の名産品(うなぎ、餃子、農産物)を全国に販売したい事業者にとって、物流や決済まで含めた相談ができるパートナーとしての地位を確立している。

### 2.3 アジャイル・フリーランス & 小規模スタジオ(地域密着・機動力型)

浜松市場の裾野を支えるのが、多数のフリーランスや小規模法人である。彼らは低価格かつ柔軟な対応を武器に、小規模事業者(マイクロビジネス)のDXを支えている。

#### Edge(エッジ):技術とデザインのハイブリッド

浜名湖周辺を拠点とするEdgeは、フリーランスながらPHP等のバックエンド開発能力を併せ持つクリエイターである。「ヒアリングの1を10に展開する」というモットーは、要件定義が曖昧な小規模クライアントにとって心強い<sup>11</sup>。

特筆すべきは、Web制作だけでなく、キッチンカーのタペストリーやマルシェのポスターといった「リアル店舗の販促物」もワンストップで制作できる点である。これにより、デジタルとリアルの両面で開業支援を必要とする個人事業主にとって、最適なパートナーとなっている<sup>11</sup>。

#### satokotadesign(サトコタデザイン):自社メディア運営による実証

個人プロダクションの強みを活かし、中間マージンを排除した「低コスト・高品質」を訴求点とする。ユニークなのは、自社で「浜松グルメ・地域情報サイト 浜飯 -Hama Meshi-」を運営している点である<sup>12</sup>。自らがメディア運営者としてSEOやコンテンツマーケティングの実践知を持っていることは、クライアントに対する説得力(Proof of Competence)として機能しており、単なる受託制作者以上の信頼を獲得している。

#### Site Up(サイトアップ):「少数精鋭」という選択肢

2023年創業の比較的新しいプレイヤーであるSite Upは、「フリーランス以上、大手未満」のポジションを狙っている。ディレクター、デザイナー、コーダー、カメラマンを擁するチーム体制でありながら、フットワークの軽さを維持しており、「お試し感覚」で利用できるシンプルプランを用意するなど、初めてホームページを持つ層へのアプローチを強化している<sup>6</sup>。

#### ツナムグデザイン:ローカルSEOの覇者

ツナムグデザインは、「エリア名＋業種」での検索順位向上(ローカルSEO)に特化している。「浜松花屋」「浜松 探偵」といったキーワードでの1位獲得実績を多数持ち、地域密着型の店舗ビジネスにとって生命線となる「検索からの来店」を強力に支援している<sup>13</sup>。

---

## 第3章：サービス潮流とデジタル戦略の進化

浜松市のウェブ市場で観測されるトレンドは、単なる技術の進歩ではなく、顧客の購買行動の変化に即した「戦略の進化」である。

### 3.1 「採用ファースト」のウェブ戦略

前述の通り、多くの企業にとってウェブサイトの主目的は「集客」から「求人」へとシフトしている。これに伴い、以下のような具体的なサービス潮流が生まれている。

- ペルソナ起点のコンテンツ設計: 「20代未経験者」「子育て中の主婦」など、ターゲットを明確に絞り込んだランディングページの制作が主流化している。スリーカウントの事例では、ターゲットごとの「採用ペルソナ」を策定し、それに響くキャッチコピーや先輩社員インタビューを配置することで、応募率(CVR)を劇的に改善させている<sup>3</sup>。
- 求人検索エンジン対応(構造化データ): Google for Jobs等に掲載されるためには、HTML内に適切な構造化データ(JSON-LD)を埋め込む必要がある。これを標準実装できない制作会社は、採用目的のプロジェクトから排除されつつある。

### 3.2 トリプルメディアとOMO(Online Merges with Offline)の標準化

「ホームページを作れば人が来る」という時代は終焉し、複数のメディアを有機的に連携させる戦略が不可欠となっている。

- SNSの資産化: 新大陸が提唱する通り、SNSは単なる告知ツールではなく「資産(ストック)」として扱われる。Instagramの投稿が蓄積されることで、それが企業のカタログとなり、ブランドの信頼性を担保する<sup>8</sup>。
- 動画のマルチユース: 制作した動画をYouTubeに置くだけでなく、Webサイトのトップ背景、SNS広告、営業時のプレゼン資料、採用説明会と多目的に使い回すことで、制作コスト(ROI)を最大化する手法が推奨されている<sup>8</sup>。

### 3.3 MEO(マップエンジン最適化)とAI活用

地域店舗ビジネスにおいて、Googleマップでの露出は死活問題である。

- AIによる口コミ管理: 新大陸の「クチコミAI」に見られるように、口コミへの返信や収集をAIで自動化する動きが加速している。人手不足の店舗において、一軒一軒の口コミに手動で返信することは困難であり、ここをテクノロジーで解決するソリューションへの需要は極めて高い<sup>8</sup>。
- 差別化デザイン: ツナムグデザインが提唱するように、競合他社との違いを明確にする「差別化」がSEOの観点からも重要視されている。単に「浜松のカフェ」ではなく、「どんな体験ができるカフェか」を言語化し、それをGoogleビジネスプロフィールに反映させることが求められる<sup>13</sup>。

## 第4章：価格構造と費用対効果の地域特性

浜松市のウェブ制作価格は、発注者の規模と求める成果によって多層的な構造を持っている。ここでは、各階層の価格感と含まれるサービス範囲を整理する。

### 4.1 浜松市ウェブ制作市場の価格マトリクス

市場セグメント	想定予算(税別)	主要プレイヤー	提供価値・特徴	典型的な成果物
マイクロ / エントリー	10万～30万円	フリーランス (Force, Edge), ウルトラワークス	「存在証明」 低コストでの立ち上げ、名刺代わりのサイト。	テンプレートベースの WordPress サイト(5-10ページ)、素材写真は支給またはフリー素材。
スマールビジネス	30万～80万円	小規模スタジオ (Site Up, Satokota), メーカーズマーク(基本)	「集客・信頼獲得」 オリジナルデザイン、基本的な SEO 対策、スマート対応。	オリジナルデザインサイト(10-15ページ)、ブログ機能、問い合わせフォーム、簡易な撮影。
コーポレート / 中堅	80万～200万円	CMA, ウルトラワークス, スリーカウント	「プランディング・機能」 完全オーダーメイド、システム連携、リクルート強化。	戦略的コーポレートサイト、EC機能、プロカメラマン撮影、ライティング、CMSカスタマイズ。
エンタープライズ / 戦略	300万円以上	アドウィル, 新大陸(年間), メーカーズマーク(総合)	「経営課題解決」 DX支援、セキュリティ監査、長期コンサルティ	大規模サイト、独自システム開発(SimaCloud等)、動画制作、年間運用・

			ング。	広告費込み。
--	--	--	-----	--------

## 4.2 値格に関する詳細分析

- ウルトラワークスの価格破壊: 同社は「～10ページ:20万円～」「～20ページ:30万円～」という極めて明確かつ安価な料金表を公開している<sup>2</sup>。これは、仕様をパターン化することで工数を圧縮しているためと考えられ、予算重視のクライアントにとっては強力なベンチマークとなる。
- フリーミアムとサブスクリプションの台頭: スリーカウントの「フェルーボ(無料)」や、メーカーズマークの「月額管理費(1万円～)」のように、初期費用を抑えて継続課金で収益を上げるモデルが増加している<sup>3</sup>。これは、一度の「制作」よりも、長期的な「運用」に価値があるという市場の認識変化を反映している。
- 求人サイトの高付加価値化: スリーカウントの「採用WEB集客実践プログラム」が165万円であることは示唆的である<sup>3</sup>。企業は「ホームページ」には50万円しか出さないが、「人材獲得」には150万円を出す用意があるという現実を示している。

## 第5章：助成金・補助金の戦略的活用エコシステム

浜松市および周辺地域では、中小企業のデジタル化を支援する豊富な助成金制度が存在し、これらがウェブ制作市場の下支えとなっている。賢明な制作会社は、これら助成金の申請支援をサービスの一環として組み込んでいる。

### 5.1 主要な助成金・補助金プログラム(2025-2026)

以下の表は、調査時点での確認された主要な支援制度である<sup>14</sup>。

制度名	主管	補助率・上限	対象・用途	戦略的活用ポイント
小規模事業者持続化補助金	商工会議所	2/3 (上限50万～200万)	販路開拓、Webサイト、チラシ	最もポピュラーだが、Web関連費のみでの申請には制限が多い。チラシや看板とのセット提案が有効 <sup>14</sup> 。
浜松市新事業挑戦事業費補	浜松市	1/2 (上限1,000)	新分野展開、試	開発費や外注費も対象。大規

助金		万円)	作開発	模なシステム開発や新規Webサービス立ち上げに最適。成長7分野への合致が要件 <sup>15</sup> 。
中小事業者等 デジタル化支援 事業	浜松市	1/2 (上限30万 円)	デジタルツール 導入、EC化	比較的小規模 なDX投資向 け。予約シス テムやECサイトの 初期導入に適し ている <sup>16</sup> 。
小規模企業経 営力向上事業 費	商工会議所	2/3 (上限50万 円)	広告宣伝、Web 制作	持続化補助金 よりもWeb制作 に使いやすいと される。純粋な 広告宣伝費とし ての申請が可 能 <sup>14</sup> 。
エムデザイン自 主事業チャレン ジ補助金	民間(エムデザ イン)	10%割引	新規事業挑戦 者	行政の補助金 ではないが、民 間企業が独自 に行う割引制 度。審査が独自 基準でスピ ー ディなのが利点 <sup>14</sup> 。

## 5.2 補助金活用における留意点

- **申請タイミング:** 浜松市の補助金などは年度予算で動いており、秋口(9月～11月頃)には募集が終了するケースが多い<sup>15</sup>。制作会社への相談は、募集開始前の春～夏に行うのが鉄則である。
- **目的の明確化:** 単に「ホームページを作りたい」では採択されにくい。「新事業の立ち上げ」「業務効率化」「販路拡大」といった事業計画としてのストーリーが必要であり、この計画策定を支援できる制作会社の価値が高まっている。

---

## 第6章: ケーススタディと成功事例の分析

具体的な事例分析を通じて、浜松市の企業がどのようにデジタルを活用して成果を上げているかを検証する。

## 6.1 採用難を突破した製造業の事例(スリーカウント支援)

- 課題: 東海サーモエンジニアリング株式会社(空調設備)などの地域製造業は、知名度不足から応募が「ゼロ」の状態が続いていた。
- 施策: スリーカウントの支援により、求職者視点での自社の強み(「未経験でも安心の教育体制」「具体的なキャリアパス」など)を言語化し、Indeed等に最適化された採用サイトを構築。
- 成果: 応募数が月間10件以上に急増し、継続的な採用が可能になった。また、光タクシー株式会社では、紙媒体からネット広告への切り替えで、5ヶ月で26件の応募を獲得し、若年層の採用に成功した<sup>3</sup>。
- 示唆: ターゲットに合わせたメディア選定と、自社の魅力を「翻訳」するコンテンツ力の重要性が証明された。

## 6.2 住宅業界におけるデジタル集客の成功モデル(新大陸支援)

- 施策: 坂根工務店や古賀組といった地域工務店に対し、新大陸はWebサイト、Instagram、Web広告を連動させる「トリプルメディア戦略」を導入。
- プロセス: 月1回の取材をもとに、プロがコンテンツを作成し、SNSで発信。見学会の告知動画を広告配信し、興味を持ったユーザーをWebサイトの施工事例へ誘導、最終的に資料請求や来場予約へ繋げるファネルを構築。
- 成果: 問い合わせの「質」が向上し、成約率の高い見込み客(ファン)の獲得に成功。単発の集客ではなく、資産としてのメディア構築が功を奏した<sup>8</sup>。

## 6.3 地域密着型メディアによる信頼構築(サトコタデザイン)

- 独自性: サトコタデザインは自社で「浜飯」というグルメサイトを運営し、SNSフォロワーを獲得している。
- 効果: クライアント(飲食店など)に対し、理論上のSEO対策ではなく「実際に自社メディアで成果が出ているノウハウ」を提供できる。これにより、単なる制作代行を超えた「集客パートナー」としての信頼を確立している<sup>12</sup>。

---

# 第7章: 今後の展望と戦略的提言

## 7.1 2026年以降の市場展望

- セキュリティ格差の拡大: サイバーセキュリティへの意識向上により、ISMS等の認証を持たない小規模事業者が、中堅以上の企業のサプライチェーンから排除される可能性がある。制作会社にとってセキュリティ投資は「守り」ではなく「参入資格」となる。
- 「AIオペレーション」の普及: 口コミ返信、ブログ記事作成、画像生成などにおいて、AIを活用できるベンダーとそうでないベンダーの生産性格差が拡大する。AIを使いこなすベンダーは、低コストで高頻度の運用サービスを提供し、市場シェアを拡大するだろう。

- ・ コミュニティ型メディアの台頭: 広告費の高騰に伴い、特定の地域や属性(浜松の子育て世代、浜松のペットオーナー等)に特化したコミュニティメディアを持つ制作会社が、その「顧客基盤」を武器に強位に立つ。

## 7.2 発注者(地域企業)への提言

1. 目的別ベンダー選定の徹底: 「求人」なら求人特化型、「EC」ならEC特化型を選ぶべきである。「何でもできます」という総花的な制作会社は、専門特化型に比べて成果が出にくい傾向にある。
2. 運用予算の確保: 初期制作費と同等かそれ以上の予算を、初年度の「運用(広告、SNS、コンテンツ更新)」に配分すべきである。作って終わりのサイトは、現在のアルゴリズムでは誰にも見られない。
3. 助成金の能動的活用: 商工会議所や制作会社と連携し、春先の段階で年間の助成金活用計画を立てることで、自己負担を抑えつつハイエンドな施策(動画、プロ撮影)を導入できる。

## 7.3 受注者(制作会社)への提言

1. バーティカル(業界特化)への移行: 浜松の産業特性(輸送用機器、楽器、光技術、ウナギ・餃子等)に合わせた特化パッケージを開発すべきである。専門性は価格競争からの脱却を可能にする。
2. ストック収入への転換: 売り切りの制作モデルから、MEO対策、セキュリティ保守、コンテンツ運用代行といった月額課金モデルへの移行を急ぐべきである。
3. リアルとの融合: Edgeのように、Webだけでなくリアルの販促物やイベント支援まで領域を広げることで、DXに不慣れな小規模事業者の「総合相談窓口」となる戦略も有効である。

---

## 結語

浜松市のウェブ制作市場は、製造業の街らしい「実用性」と「技術」への敬意をベースにしつつ、急速なデジタル化の波に乗って進化を続けている。市場はもはや「ホームページを作る場所」ではなく、「デジタル技術を用いて企業の生存戦略(採用・販路開拓)を描く場所」へと変貌した。

発注者は、自社の経営課題を深く理解し、単なる制作作業ではなく「事業成長」にコミットできるパートナーを見極める眼力が必要とされている。一方、制作会社には、デザインやコーディングのスキルを超えた、マーケティング、セキュリティ、そして業界固有の商習慣への深い洞察が求められている。2026年、浜松のデジタル市場は、これら「本質的な価値」を提供できるプレイヤーによって、さらなる高みへと牽引されていくだろう。

---

レポート作成日: 2026年1月16日

分析担当: 地域産業・デジタル戦略アナリスト

## 引用文献

1. ホームページ制作・Webサイト制作 広報戦略のアドバイル(静岡県..., 1月 16, 2026にア

- クセス、<https://www.adwill.co.jp/>
- 2. ホームページ制作料金/ホームページ制作・WEB制作のウルトラ ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.ultraworks.jp/making/price/index.html>
  - 3. 採用特化型の求人ホームページ制作ならスリーカウント株式会社 ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.three-count.jp/recruit/website/>
  - 4. 【静岡県企業向け】目的別ホームページ制作費用の内訳と適正価格 - 合同会社 KUREBA, 1月 16, 2026にアクセス、<https://kureba.co.jp/1267>
  - 5. 静岡・浜松のホームページ・WEB制作のFORCE -フォース-, 1月 16, 2026にアクセス、<https://hamamatsu-force.work/>
  - 6. わたしたち | サイトアップ, 1月 16, 2026にアクセス、<https://siteup.jp/company/>
  - 7. 静岡県浜松市のWEB制作会社 | ホームページ作成ならメーカーズ ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://makersmark.co.jp/>
  - 8. ソーシャルメディア(SNS)ならWEB集客の新大陸, 1月 16, 2026にアクセス、<https://shintairiku.jp/>
  - 9. 静岡県のECサイト構築に強い優良制作会社9選をプロが厳選【2025年最新版】| Web 幹事, 1月 16, 2026にアクセス、<https://web-kanji.com/posts/shizuoka-ec-site>
  - 10. 静岡・浜松のWebマーケティング、Webサイト制作 | 株式会社 ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.akindo2000.net/>
  - 11. 静岡県浜松市、浜名湖のほとりを拠点に活動をしています。フリー ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://www.edge-tetsu.com/>
  - 12. 静岡県浜松市のホームページ制作・WEB制作はsatokotadesign, 1月 16, 2026にアクセス、<https://satokotadesign.com/>
  - 13. 浜松・静岡の地域No1ホームページ制作会社 | ツナムグデザイン, 1月 16, 2026にアクセス、<https://tnmg-design.net/>
  - 14. ホームページ作成補助金・助成金のご案内 - エムデザイン | 静岡県 ..., 1月 16, 2026にアクセス、<https://emdesign.jp/topics/subsidy/>
  - 15. 「静岡県浜松市:「浜松市新事業挑戦事業費補助 ... - 補助金ポータル, 1月 16, 2026にアクセス、<https://hojyokin-portal.jp/subsidies/63670>
  - 16. 浜松市中小事業者等デジタル化支援事業費補助金の募集について, 1月 16, 2026にアクセス、  
<https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/sangyoshinko/dejitaruhojokin.html>