

# 2023年8月期 第3四半期決算説明資料

株式会社グッドパッチ（証券コード：7351）

2023年7月14日

- 01 事業内容
- 02 FY2023 3Q 業績ハイライト
- 03 FY2023 各事業の状況
- 04 FY2023 3Q TOPICS
- 05 FY2023 3Q 事業進捗
- 06 FY2023 成長戦略
- 07 APPENDIX

# 事業内容

会社名 株式会社グッドパッチ

設立 2011年9月

所在地 〒150-0032 東京都渋谷区鶯谷町3-3 VORT渋谷South 2階

従業員数 243名（正社員 2023年5月末日時点 連結）

経営陣

代表取締役社長 / CEO	土屋 尚史
取締役執行役員 / CFO	榎島 俊幸
社外取締役	小塚 裕史
社外取締役	佐藤 あすか
社外取締役	広木 大地
常勤監査役	佐竹 修
非常勤監査役	佐田 俊樹
非常勤監査役	須田 仁之

事業内容 UI/UXデザイン、ビジネスモデルデザイン、  
ブランド体験デザイン、組織デザイン、ソフトウェア開発

関係会社 Goodpatch GmbH<sup>※</sup>(100%)、株式会社スタジオディテイルズ (100%)、  
(持分比率) 株式会社Muture (40%)、株式会社エックスポイントワン (33%)

拠点 日本（東京、名古屋）

※2023年1月に事業を終了、2023年12月に清算を予定



VISION

ハートを揺さぶるデザインで  
世界を前進させる

Push the world forward  
with design that moves people's hearts

MISSION

デザインの力を証明する

Prove the power of design

# ユーザー体験（UX）の差別化が、ビジネスに大きく影響

## 日本におけるデザインの誤解

日本におけるデザインの認識は装飾、表層的なものであると誤解されているが、**本来のデザインとは、「計画・設計」**も含まれる

## デザイン経営の効果

ブランド力向上

+

イノベーション力向上

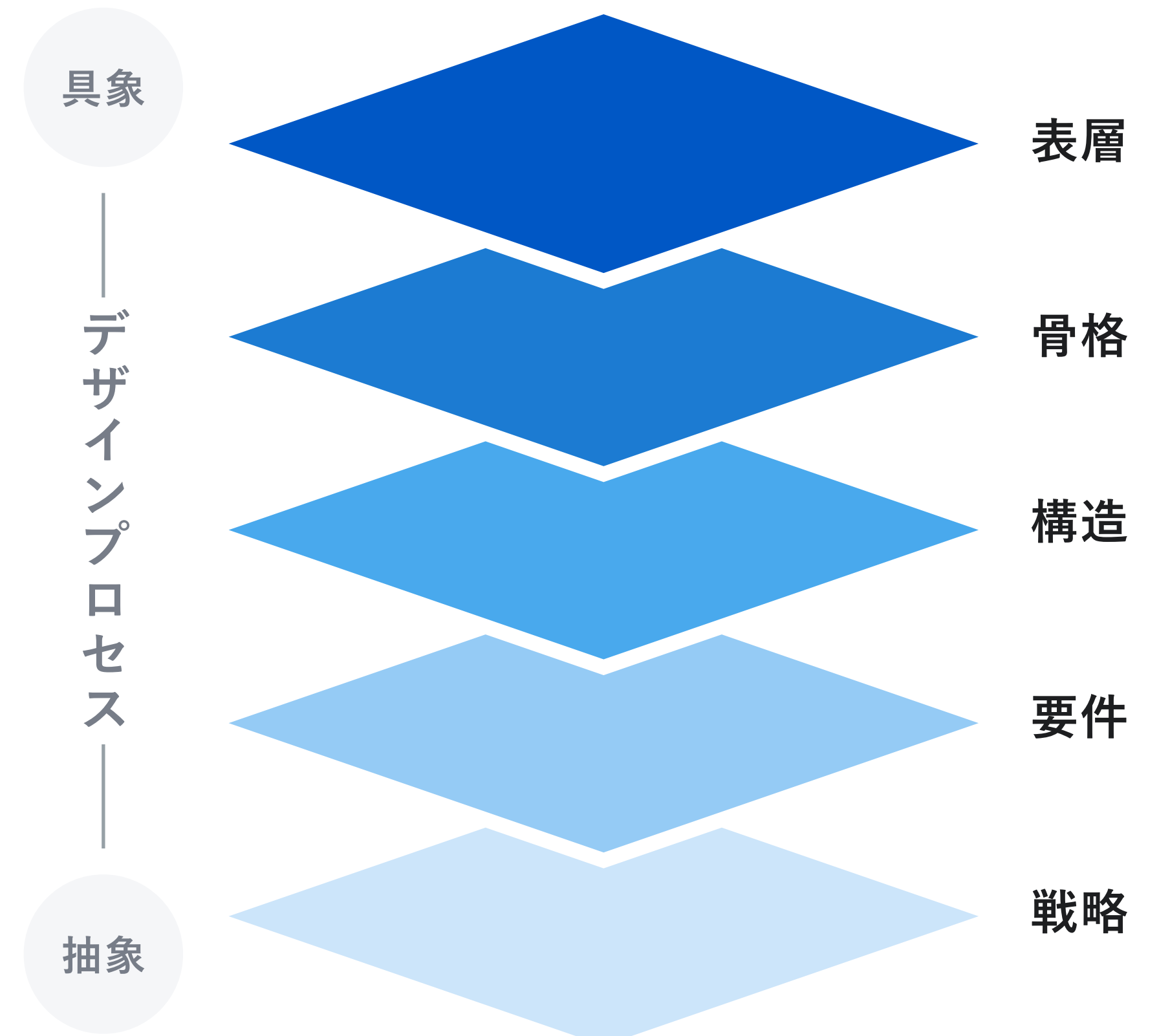
=

企業競争力の向上

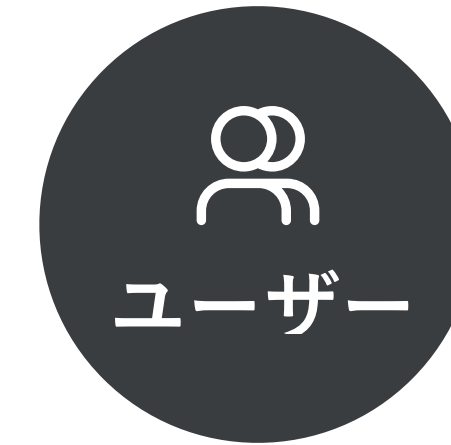
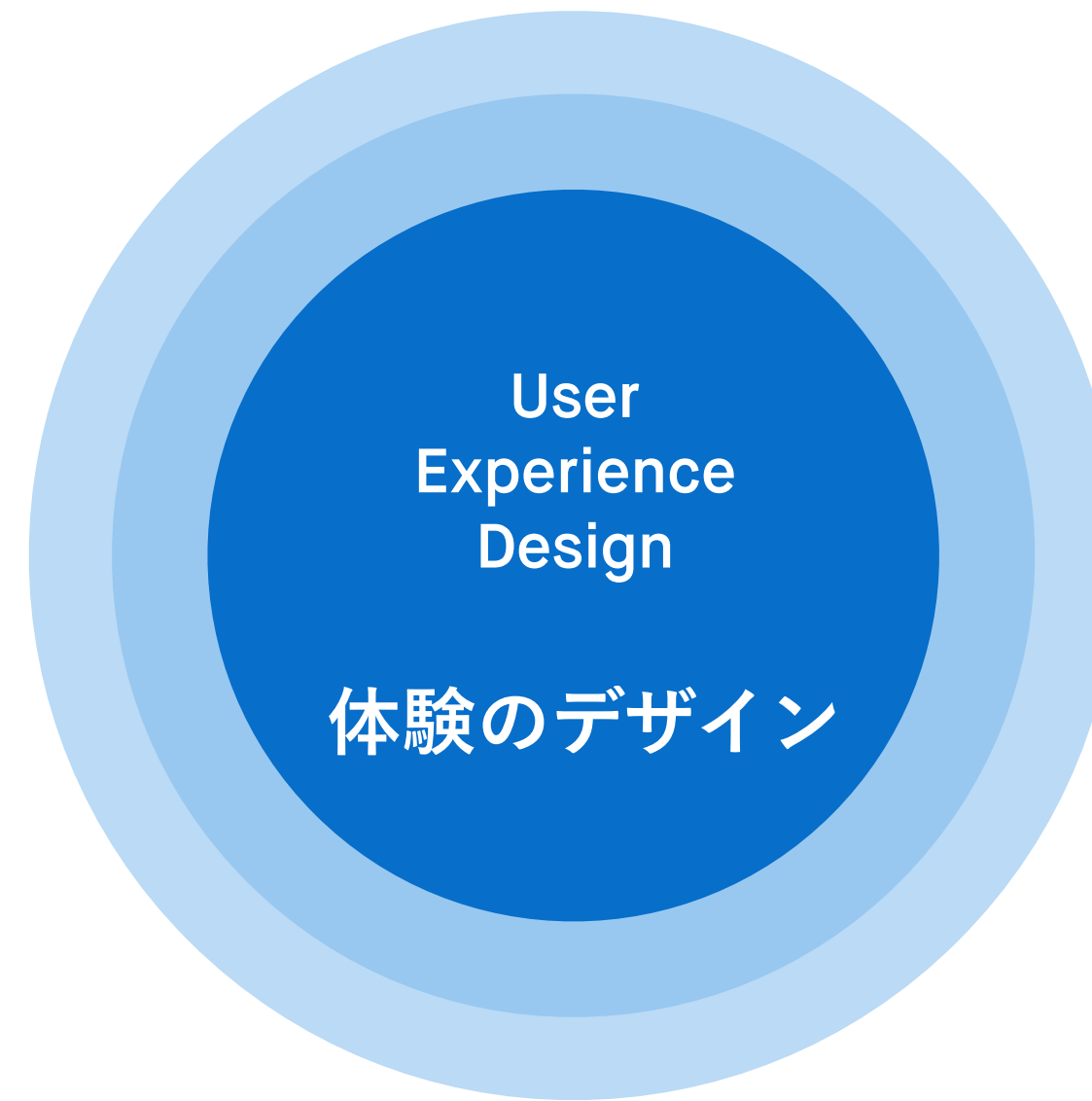
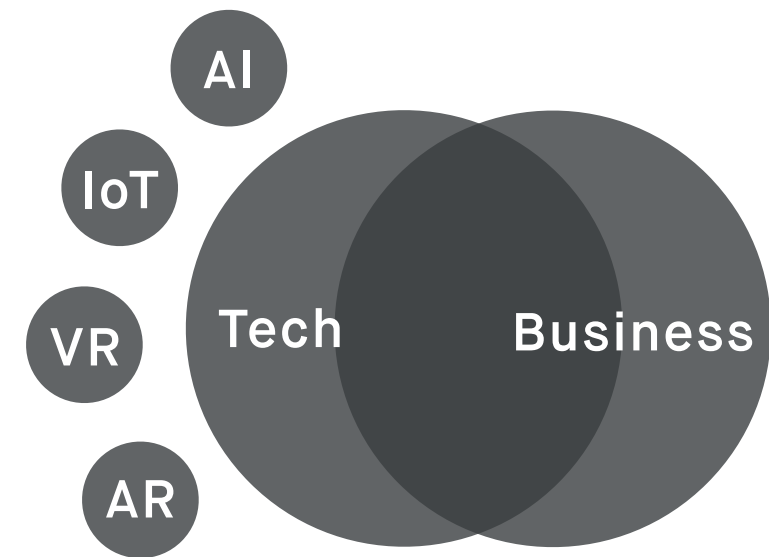
## デザイン経営を推し進める必要条件

1. 経営チームにデザイン責任者がいること
2. 事業戦略構築の最上流からデザインが関与すること

## デザインの5段階モデル



“The Elements of User Experience” を元にした、グッドパッチによる再解釈



### DXへの投資が本格化<sup>※1</sup>

- デジタル技術が実用フェーズ、ビジネスに活用
- ニューノーマルの対応に向けたデジタル化が加速
- 重要な経営課題と認識し、大半で予算が増額
- DX市場は2030年には3.8倍の5.2兆円（2020年比）

### ユーザー体験のデザイン

- スマートフォンの普及によって普遍的価値に
- SaaSなどサブスクリプションにはデザインが大きく影響

← DX投資が本格化し、新たなビジネスを創造する体験のデザインが必須に →



ユーザー企業とベンダー企業との新たな関係

ユーザー企業の事業を深く理解し、

**新たなビジネスモデル**をともに検討するビジネスパートナー<sup>※2</sup>

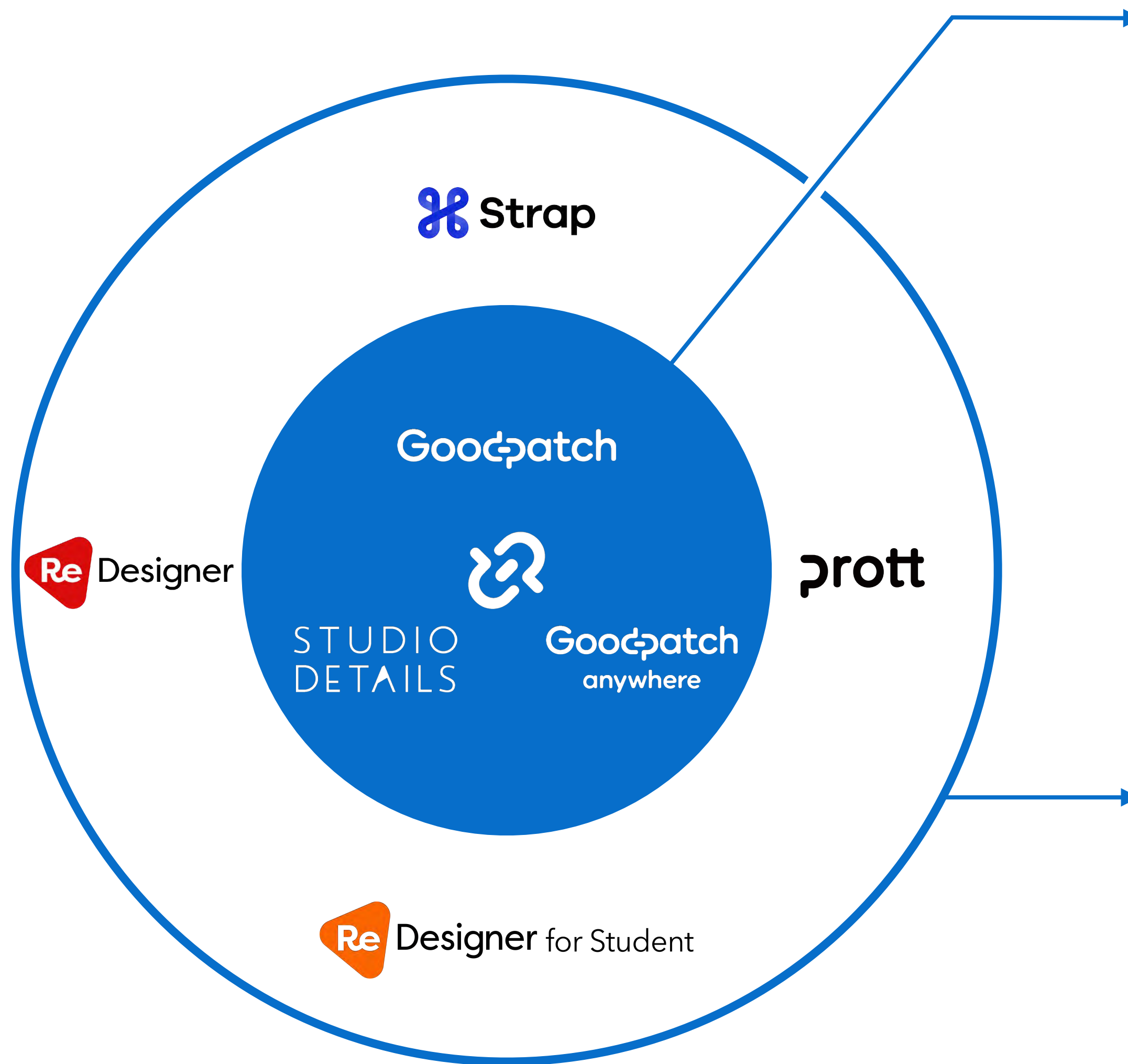
パートナー選定のポイント 1位 自社の業界、業務に精通（25.3%） 2位 課題解決力やビジネスデザイン、企画に優れている（24.4%）<sup>※1</sup>

※1 出典：富士通キメラ総研「2022 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 市場編/ベンダー戦略編」、※2 出典：経済産業省「DXレポート 2 中間取りまとめ」

# デザインのカでビジネスを前進させる グローバルデザインカンパニー

2011年9月に設立したグッドパッチは、  
デザインパートナー事業とデザインプラットフォーム事業、  
2つのビジネスを持つデザインカンパニー





事業セグメント1

## デザインパートナー事業

グッドパッチ：Web / iOS / Android / IoTなどのプロダクト開発の戦略策定、コンセプト設計、UI/UXデザイン、開発までをワンストップで提供。新規事業立ち上げや既存事業リニューアル、企業のデザイン戦略の立案やデザイン組織の構築も支援

スタジオディテイルズ（以下、ディテイルズ）：2021年12月に買収した名古屋発祥のデジタルブランディングファーム。Web、アプリ、グラフィック問わず、顧客企業のクリエイティブやブランディング戦略を支援

Goodpatch Anywhere<sup>※</sup>：登録した外部デザイナー人材により、フルリモートでUI/UXデザインプロジェクトを実施

事業セグメント2

## デザインプラットフォーム事業

デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」、デザイナーを目指す学生向けキャリア支援プラットフォーム「ReDesigner for Student」、オンラインホワイトボードツール「Strap」、プロトタイピングツール「Prott」、などの自社サービス・プロダクトを提供

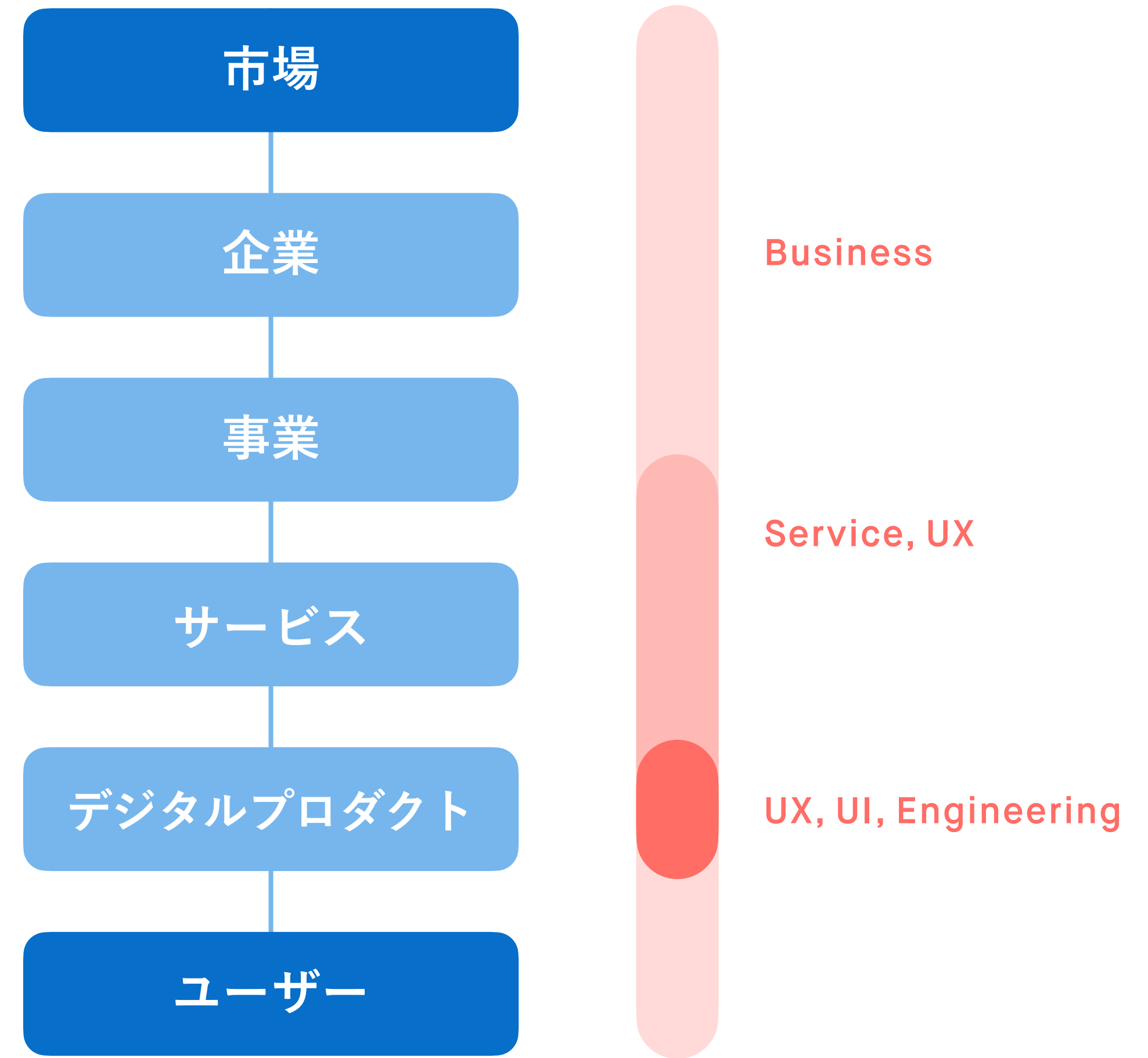
※FY2023よりGoodpatch Anywhereをデザインパートナー事業に区分を変更しております。

# 受託請負ではなく課題に並走するデザインパートナー

- 事業の最上流戦略レイヤーから関わりクライアントと共創しながらサービス全体をデザイン
- ユーザーが触れるデジタルプロダクトの開発まで並走
- 最低2名、平均3-4名のデザイナー（エンジニア含む）がプロジェクトに参画
- 顧客企業あたりの平均継続期間は10か月前後

## 請負ではなく主に準委任契約での仕事

- |                           |   |           |
|---------------------------|---|-----------|
| 準委任契約：コンサルティング同様、毎月売上計上   | → | 売上が安定しやすい |
| 請負契約：システム開発同様、納品時一括で売上を計上 | → | 売上が安定しにくい |



# Experience Design領域を主軸に、Brand Experience領域やBusiness Design領域まで幅広くデザイン支援を実施

## Experience Design

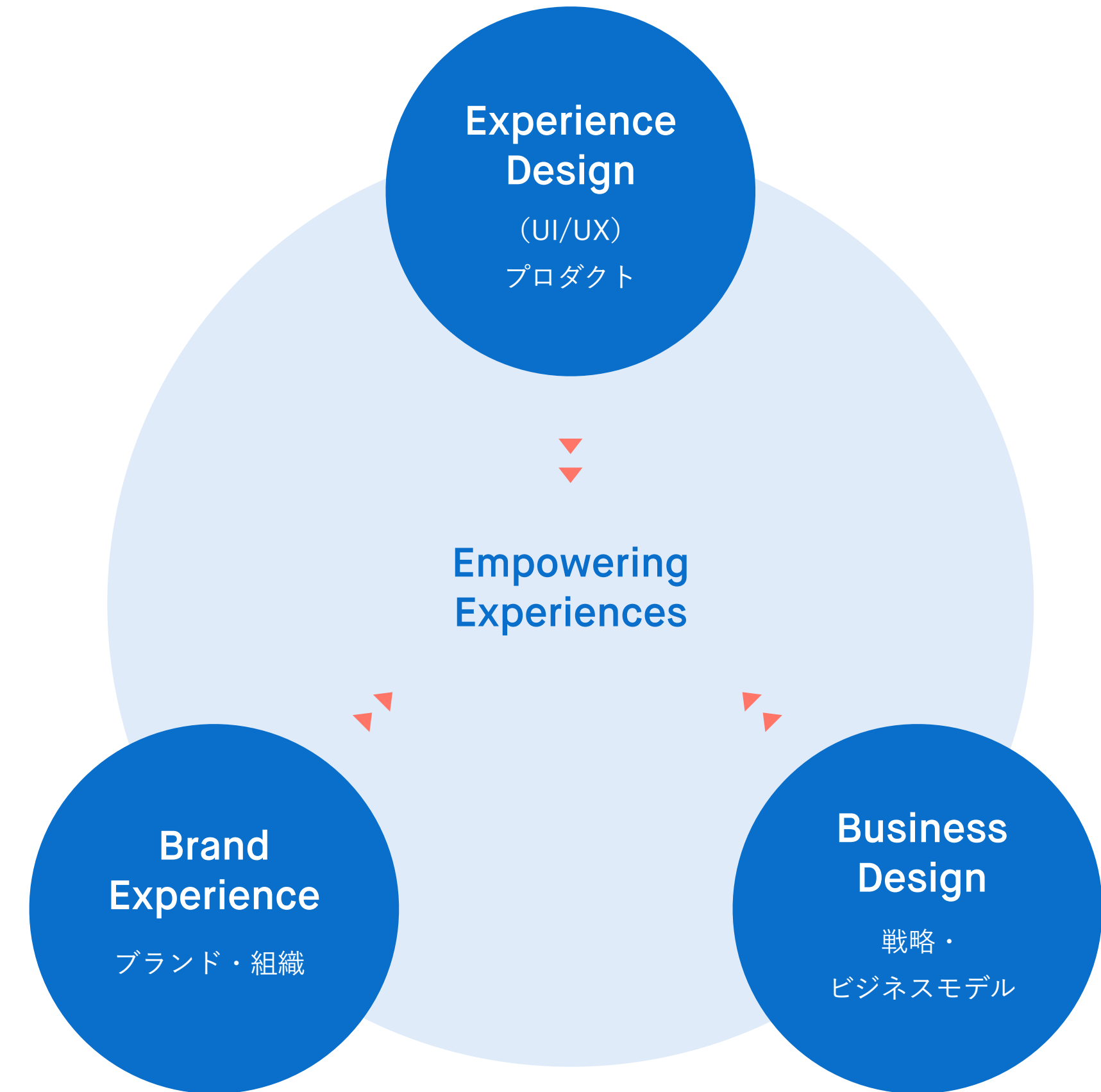
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）。ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現

## Brand Experience

顧客企業の経営ビジョン・ミッションを起点とした組織デザインやブランドイメージのデザイン。ブランドの発信者側のサービスに込める思いや提供価値をデザインし、強固なブランドの形成を支援

## Business Design

顧客企業のデジタルにとどまらないプロダクト全般における戦略・ビジネスモデルのデザイン。ユーザーがサービスを受け入れ、プロダクトやサービスを成長させていくための要件を定義し、その実現方法をデザイン



# BtoC,BtoB エンタープライズ企業からスタートアップまで幅広い顧客ラインアップ 9年連続計12回のグッドデザイン賞受賞（自社プロダクト、ディテイルズ含む）

## BtoC, BtoB エンタープライズ



※上記は過去に当社グループがデザイン支援を行った企業の一部です。

## スタートアップ

支援後10社が上場！FiNC, bitkeyには出資



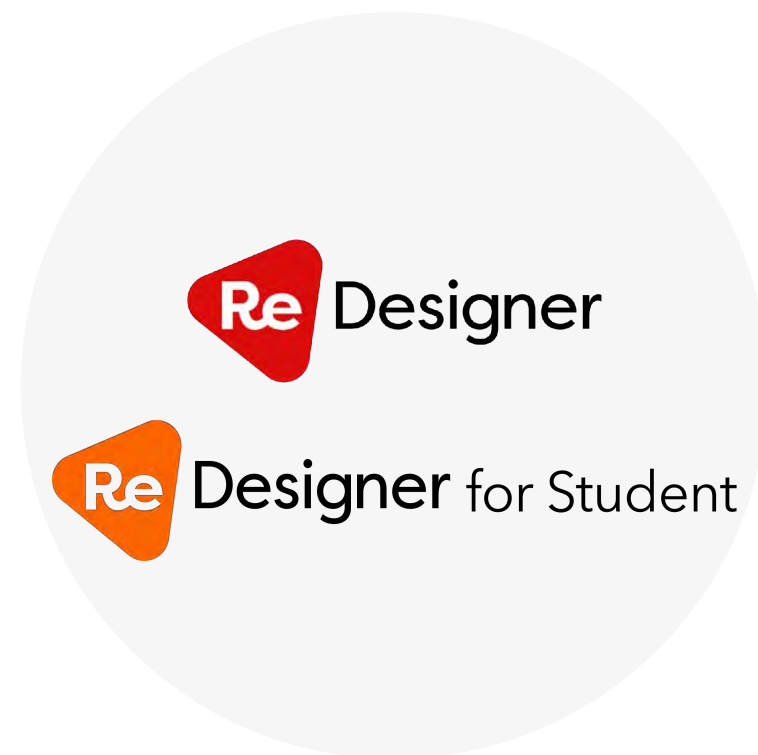
※上記は過去に当社グループがデザイン支援を行った企業の一部です。

# あらゆる産業・分野で広がるデザインのニーズ。各分野でのデザインノウハウを蓄積

※下記は過去に当社グループがデザイン支援を行った事例の一部です。許諾を得られたものについて企業ロゴを掲載しています。



# クライアントの課題の変化に合わせて多面的・長期的な支援が可能なソリューションを 自社事業として展開



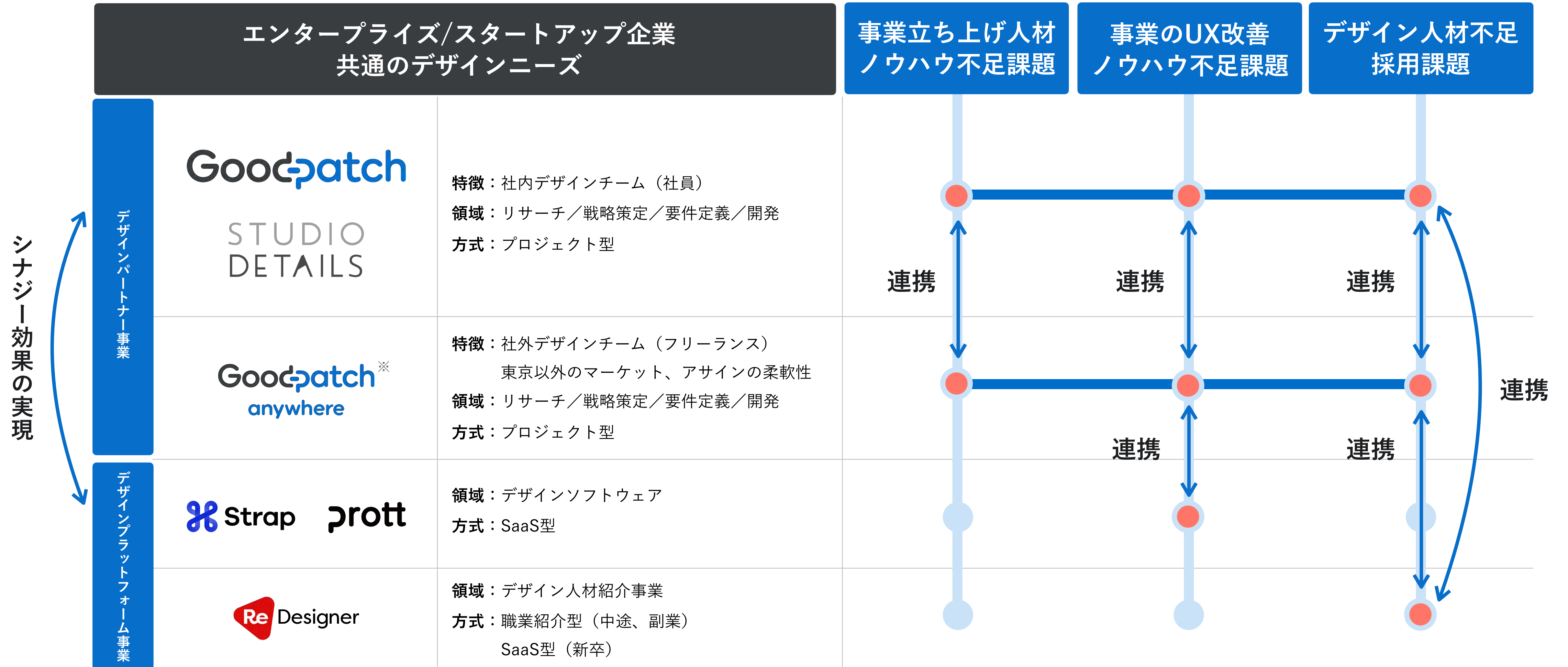
人材/HR SaaS

デザイナー特化型  
キャリア支援サービス



SaaS

オンラインホワイトボード/  
プロトタイピングツール



※ 従来、デザインプラットフォーム事業に区分していたGoodpatch Anywhereは、FY2023よりデザインパートナー事業に区分を変更しております。

# FY2023 3Qハイライト



## FY2023 3Q (3-5月) 業績ハイライト

売上高

前年同期比 (増減)

1,051 百万円

+10.6% (+100百万円)

進捗率

73.3%

営業利益

前年同期比 (増減)

145 百万円

+242.8% (+103百万円)

進捗率

87.8%

- 四半期の最高売上高を更新、営業利益は修正計画を上回り進捗し順調
- デザインパートナー事業にて継続プロジェクトが安定的に推移、**新規顧客の獲得も好調を維持**
- 例年稼働が低調になる3Qだが好調を継続、YoYで+242%の大幅な成長を達成

## FY2023 事業方針

## デザインパートナー事業

- ① プロジェクト獲得のための競争力を再構築
- ② 提供価値最大化のための組織施策
- ③ 成長のために業務提携やM&Aを継続検討

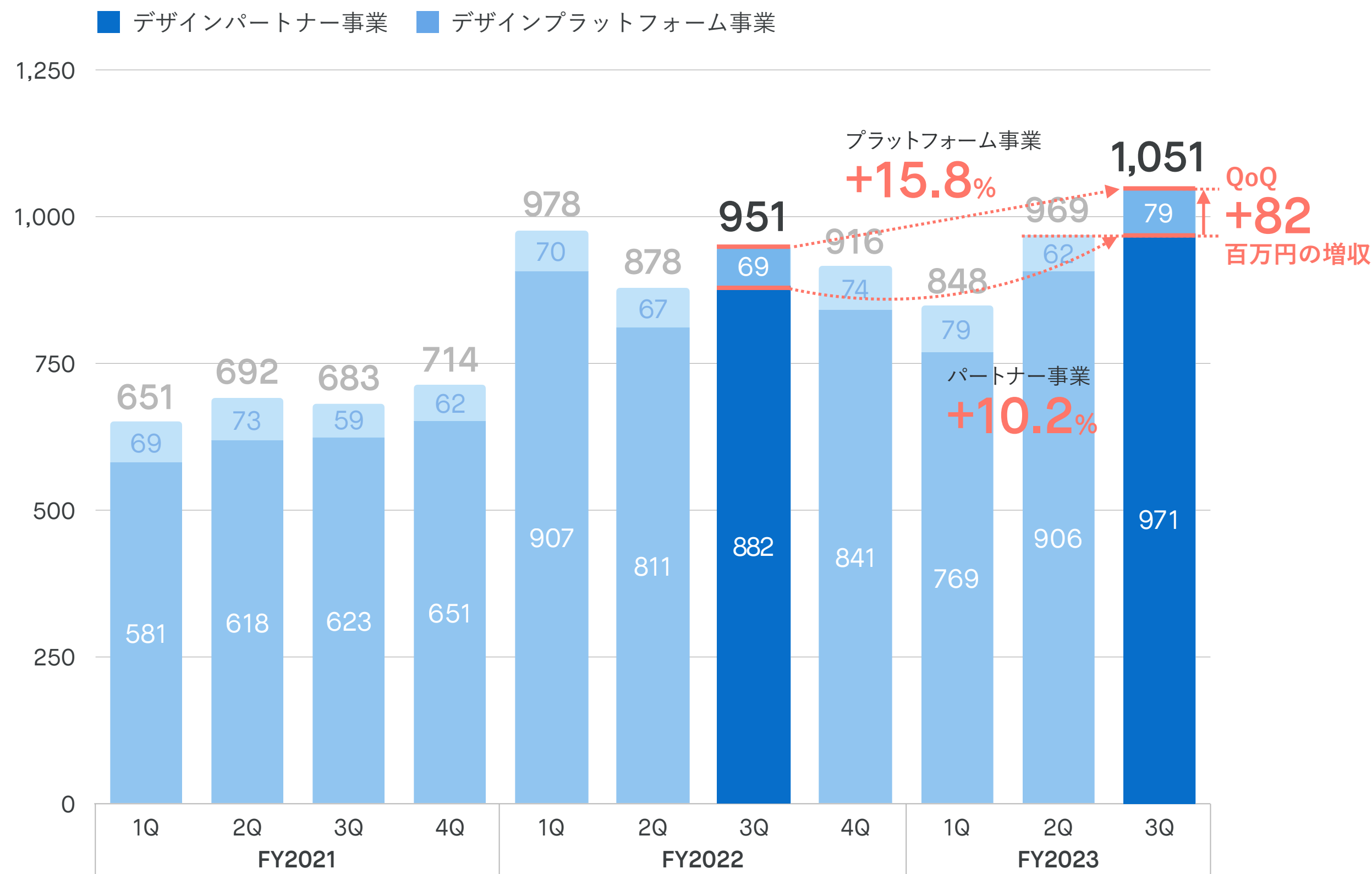
## デザインプラットフォーム事業

- ④ コア周辺の人材・ソフトウェア領域を深耕し成長

# 四半期売上高は過去最高、営業利益も高水準

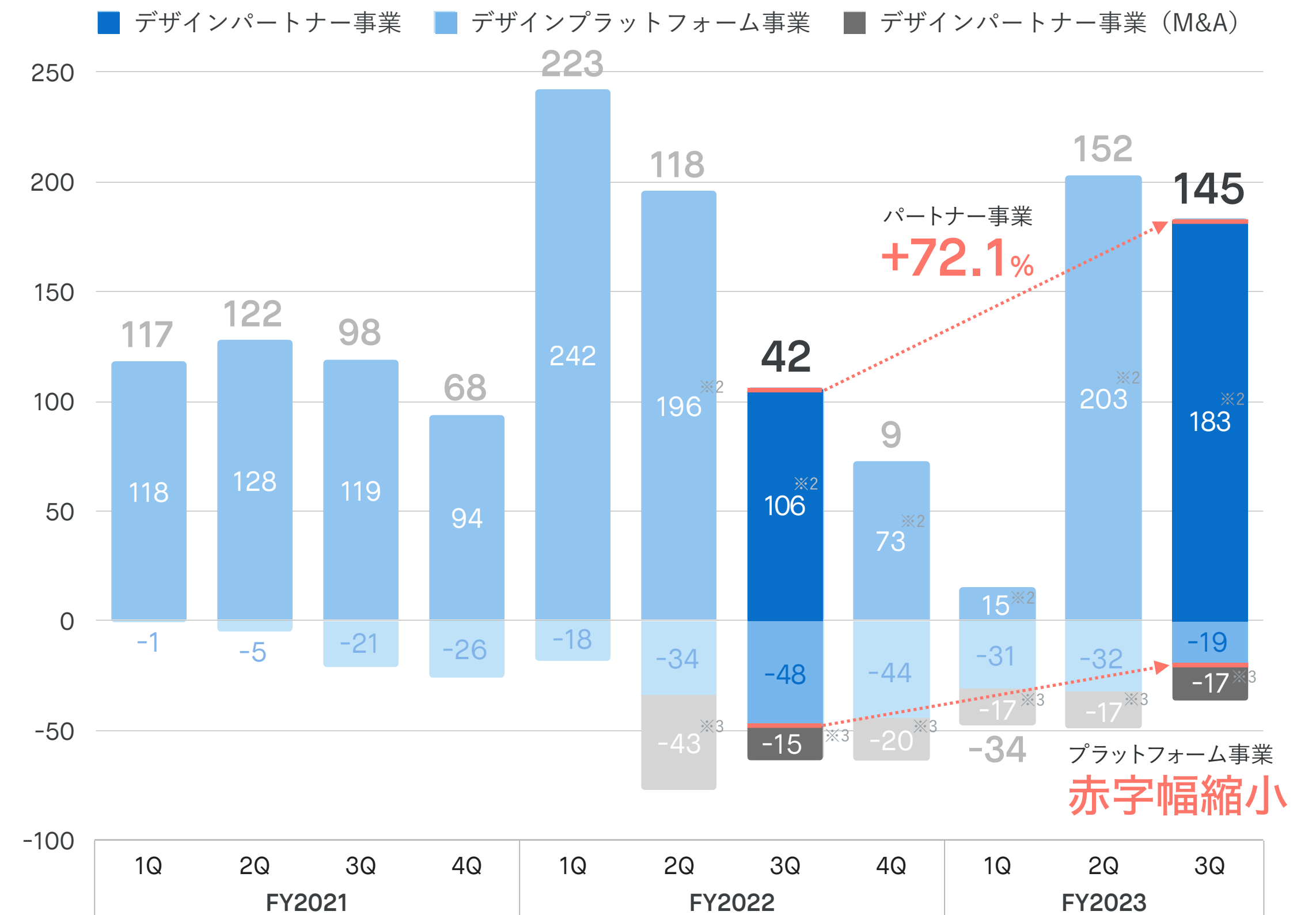
## プロジェクト継続・新規プロジェクト獲得が順調、デザイナー稼働も安定

売上高<sup>※1</sup> 単位：百万円



※1 FY2023よりGoodpatch Anywhereをデザインパートナー事業に組み込んでおります。そのため、過去の数値についても同様にデザインパートナー事業に含むものとしてグラフを調整しております。

営業利益<sup>※1</sup> 単位：百万円



※2 デザインパートナー事業の営業利益はM&A関連費用を除いております。  
 ※3 M&A関連費用として、FY2022では取得関連費用・のれん償却額等、FY2023 1Q、2Q、3Qではのれん償却額等を計上しております。

# 稼働の落ち込む傾向のある3Qにて、プロジェクトを積み上げ稼働が安定 営業利益についてもYoY3.4倍と大きく伸長

連結損益計算書（3-5月）

単位：百万円

	FY2022 3Q	FY2023 2Q	FY2023 3Q	YoY 増減率	QoQ 増減率
売上高	951	969	1,051	+10.6%	+8.5%
営業利益	42	152	145	+242.8%	-4.8%
営業利益率	4.5%	15.8%	13.8%	+9.4pt	-1.9pt
経常利益	42	155	139	+227.4%	-10.7%
当期純利益	10	111	88	+739.3%	-20.3%

- プロジェクトの継続獲得に注力し、  
3Qにおいてもデザイナー稼働が安定、  
売上高はQoQで+82百万円と前四半期を  
超える
- プロジェクト拡大により人件費、  
業務委託費を中心に費用面も連動し増加、  
また、営業外費用にて第三者割当増資  
費用8百万円を計上
- 営業利益はYoYで+103百万円と大きく  
向上、営業利益率も13.8%と高水準

## 累計実績においても売上高は前年度を上回る水準まで向上 営業利益のYoY増減率は依然マイナスであるが、減少幅は縮小

連結損益計算書（9-5月）

単位：百万円

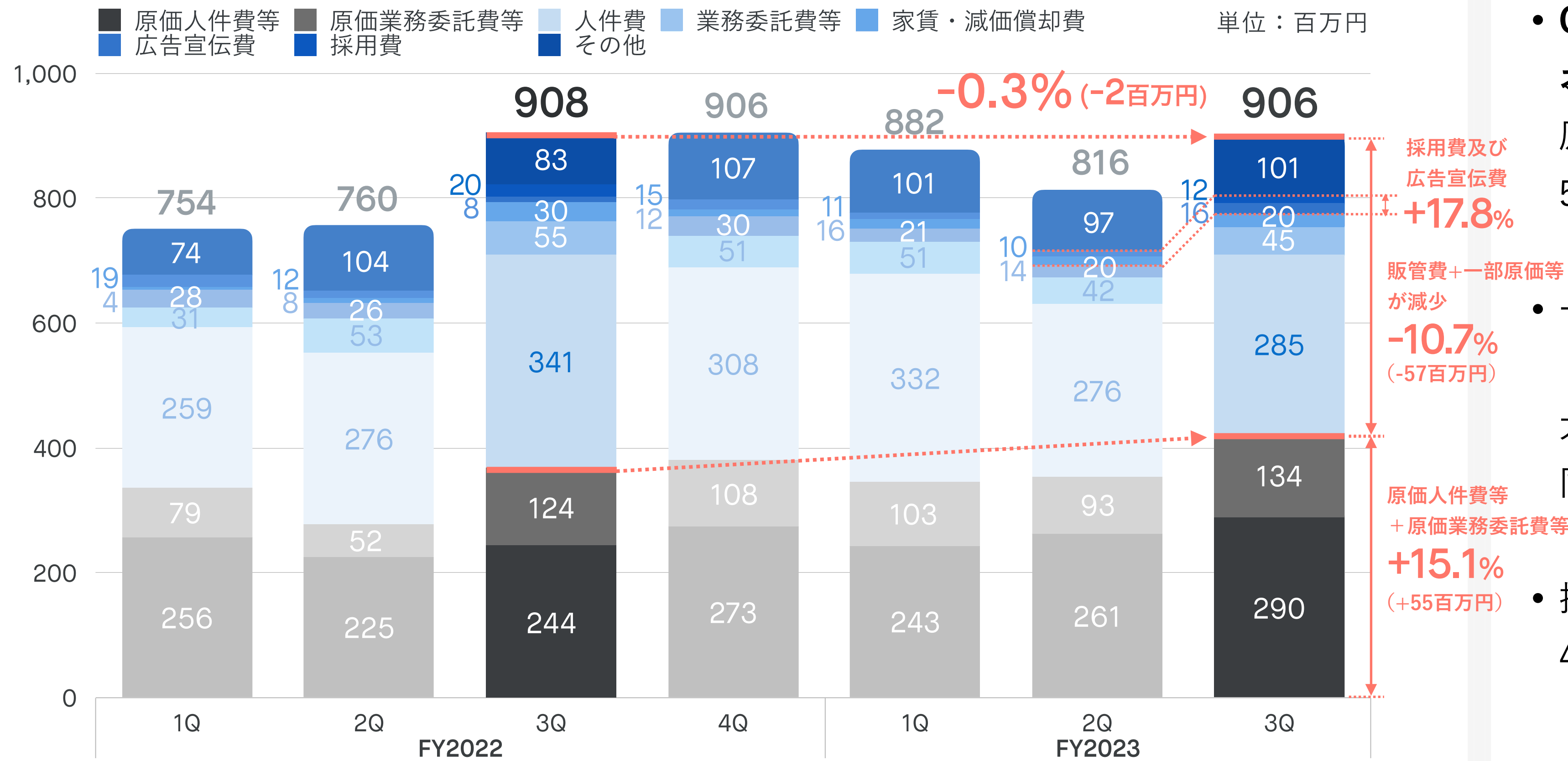
	FY2022 1-3Q	FY2023 1-3Q	YoY 増減率	通期 業績予想※	進捗率
売上高	2,808	2,869	+2.2%	3,914	73.3%
営業利益	384	264	-31.3%	301	87.8%
営業利益率	13.7%	9.2%	-4.5pt	7.7%	-
経常利益	383	262	-31.6%	305	86.1%
当期純利益	228	186	-18.3%	189	98.8%

※通期業績予想は2023年4月14日「通期連結業績予想の修正に関するお知らせ」にて公表したものです。

- 売上高は3Q好調につき、YoY増減率はプラスに転換（2Q末：-2.1%→3Q末：+2.2%）
- 業績は計画に沿って順調に進捗、特に利益面においては計画を上回って順調に推移

# 売上高の成長（YoY+10.6%）に対して、総費用はYoYで-0.3%と同水準を維持 原価の増加に対し販管費が縮小、利益効率が向上

費用構成の推移



※上記費用には営業外費用及び特別損失は含みません。

- Goodpatch Anywhereやディテイルズにおいてプロジェクト稼働が拡大、原価人件費等及び原価業務委託費等は55百万円増加

採用費及び  
広告宣伝費  
**+17.8%**

販管費+一部原価等  
が減少  
**-10.7%**  
(-57百万円)

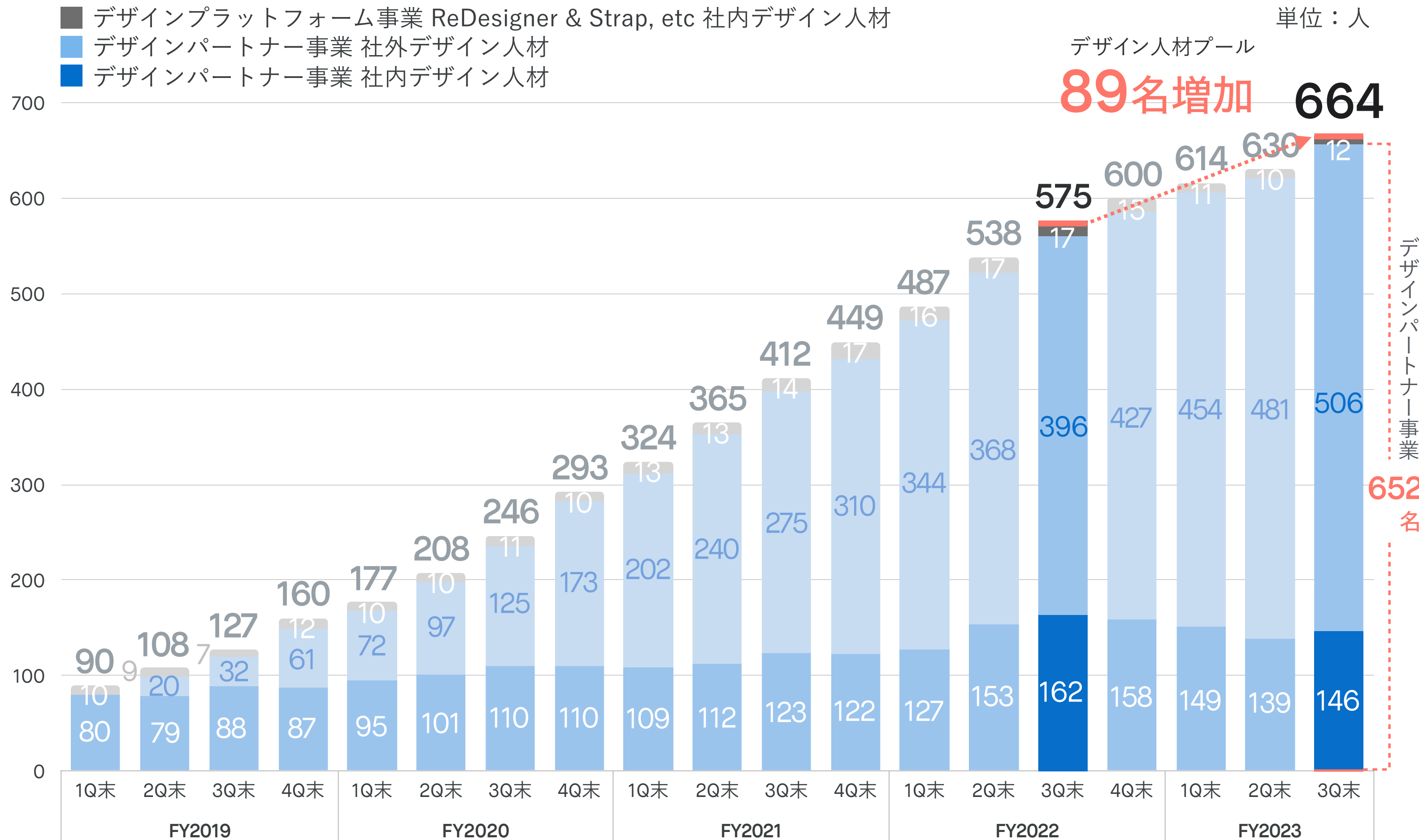
原価人件費等  
+原価業務委託費等が増加  
**+15.1%**  
(+55百万円)

- 一方、販管費及び一部原価等においてはドイツ子会社解散による効率化の影響が大きく57百万円の減少、総費用がYoYで同水準となる結果

- 採用費及び広告宣伝費はQoQ+17.8%、4百万円の増加にとどまる

# デザイン人材プールが成長、デザイン人材の積極採用へ徐々にシフト

デザイン人員数の推移



デザイナー人員数は社内外含め  
合計で664名、YoYで+89名

## デザインパートナー事業

- 社内デザイナー数はQoQでは+7名とし、徐々に採用強化する方針
- Goodpatch Anywhereでは継続的に拡大しQoQで+25名、総数は506名

## デザインプラットフォーム事業

- 自社プロダクトの開発にて+2名

## サイバーエージェントを割当先とする第三者割当増資を実行し、現預金が増加

連結貸借対照表

単位：百万円

	FY2023 2Q末	FY2023 3Q末	増減	主な理由
流動資産	3,149	3,681	531	第三者割当増資（499百万円）、利益計上、投資組合にLP出資
現金及び預金	2,654	3,143	488	同上
固定資産	812	850	38	投資組合にLP出資
総資産	3,961	4,531	570	第三者割当増資（499百万円）、利益計上
流動負債	477	481	3	
固定負債	166	142	-23	借入金返済
純資産	3,316	3,907	591	第三者割当増資（499百万円）、利益計上
自己資本比率	83.7%	86.2%	+2.5pt	

# 各事業の状況

デザインパートナー事業



# 上場以来初、3QにおけるQoQの売上成長が実現 プロジェクトの獲得は新規・継続ともに順調、デザイナー稼働が安定

セグメント全体<sup>※1</sup> FY2023 3Q (3-5月)

売上高

前期比 (増減)

971 百万円

+10.2% (+89百万円)

進捗率

+73.9%

営業利益<sup>※2</sup>

前期比 (増減)

183 百万円

+72.1% (+76百万円)

FY2023 事業方針

- 1 プロジェクト獲得のための競争力を再構築
- 2 提供価値最大化のための組織施策
- 3 成長のために業務提携やM&Aを継続検討

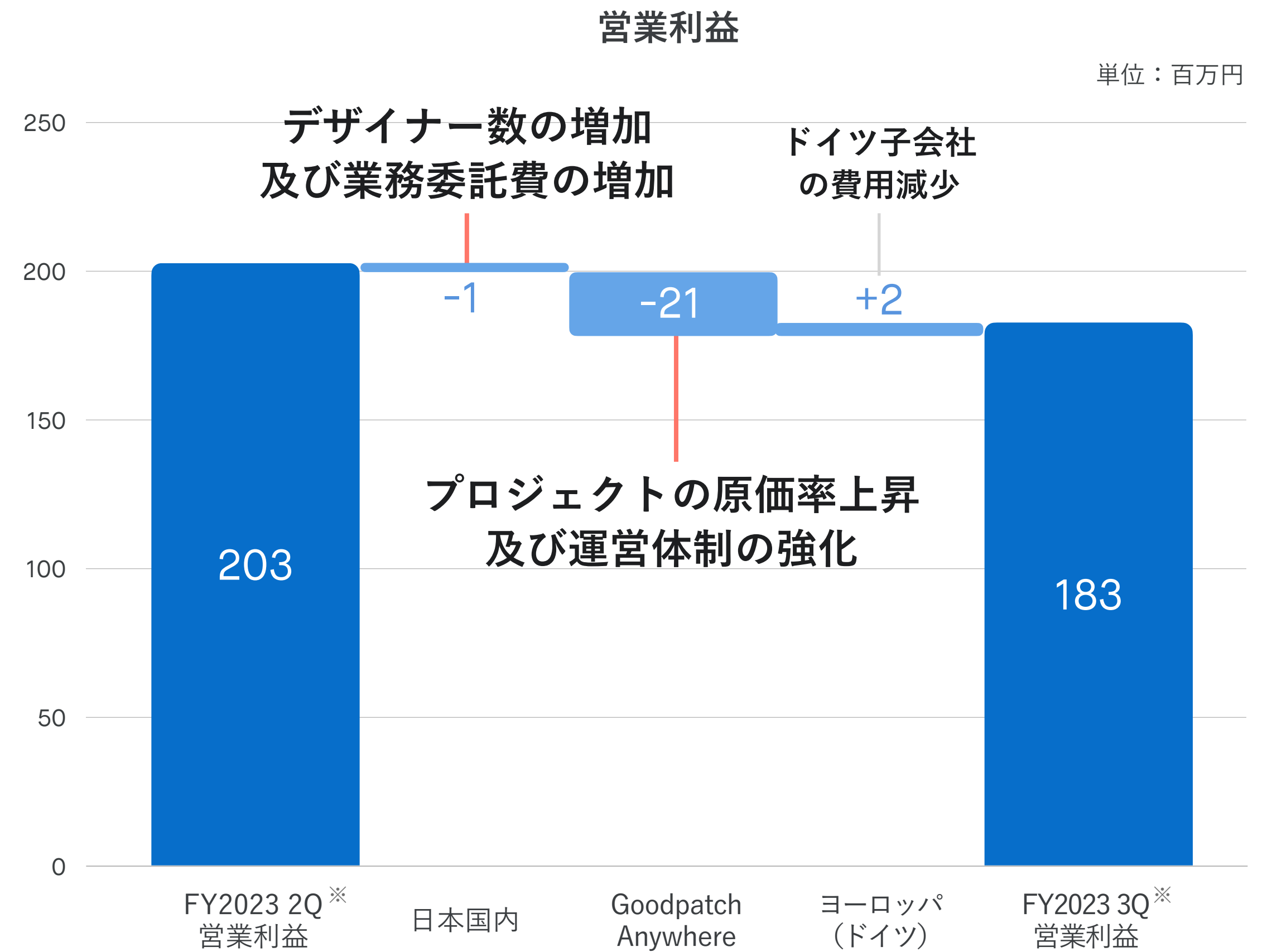
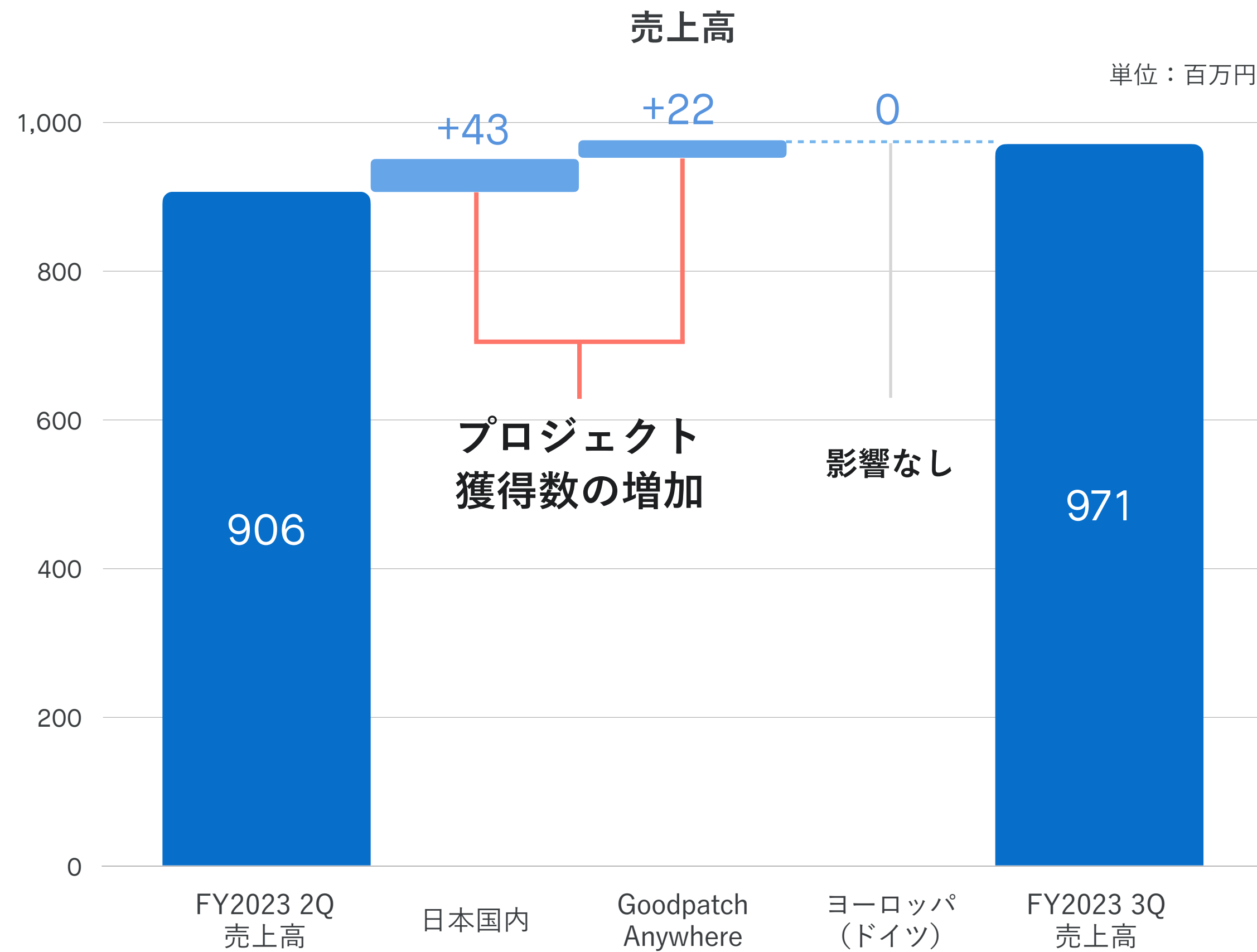
- プロジェクトの切り替わりが多い3Qにて**継続的な売上高成長が実現できたのは上場以来初**
- 正社員デザイン部門でプロジェクトの継続に注力し、正社員デザイナーの稼働状況が安定
- 正社員デザイン部門・Goodpatch Anywhere両面で新規プロジェクトの獲得に注力、結果、**利益も安定し営業利益率は18.8%<sup>※2</sup>と好調**

※1 FY2023よりGoodpatch Anywhereをデザインパートナー事業に区分を変更しております。また、過去実績についても同様に調整した数値で比較を実施しております。

※2 営業利益はのれん償却額等を除いております。

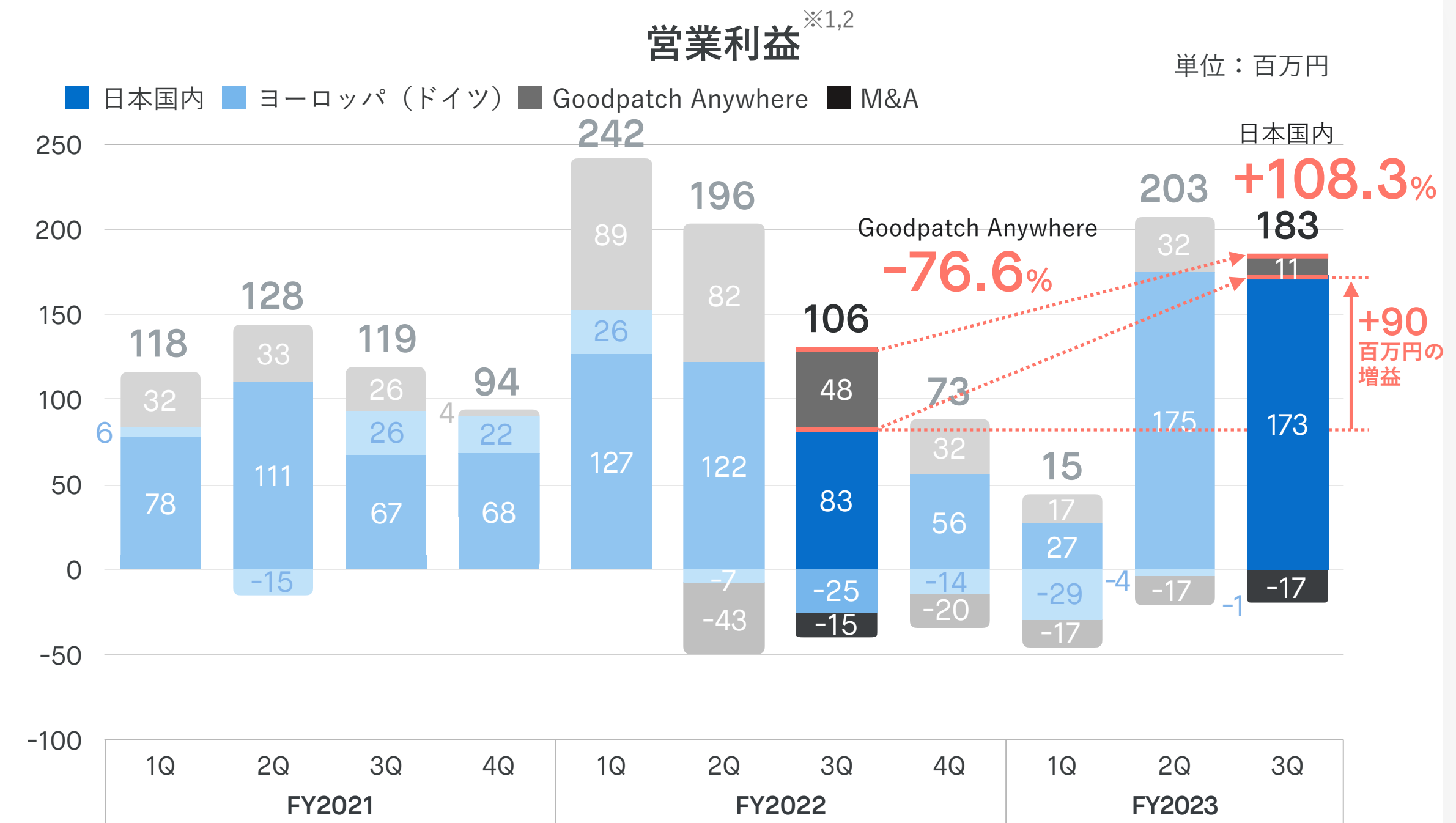
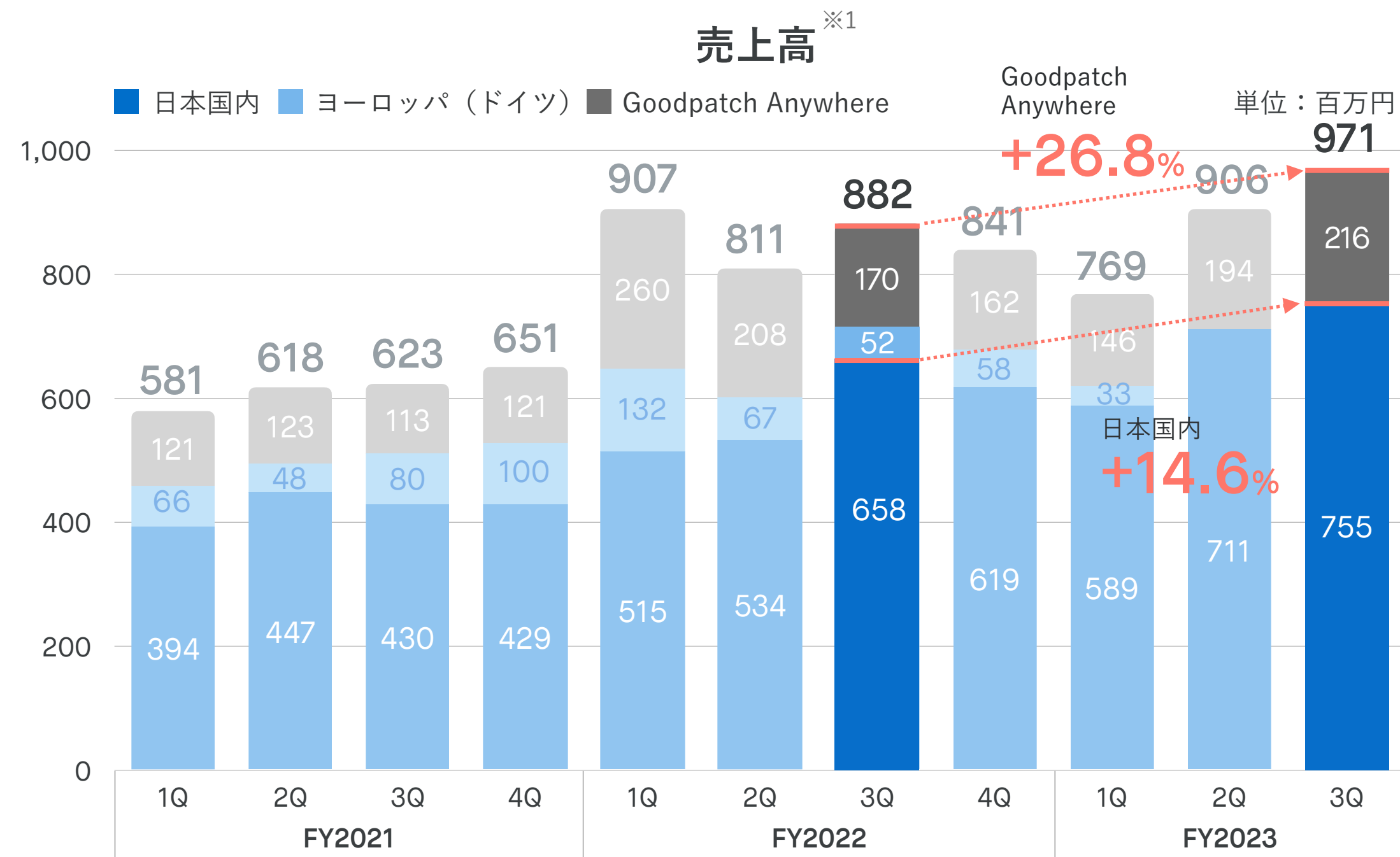
# プロジェクトの獲得増加により売上高が向上

## Goodpatch Anywhereにて今後を見据えた体制強化に着手



※ のれん償却額等を除いております。

# 3Qにて上場以来初めてのQoQの売上高成長を実現、営業利益も高水準

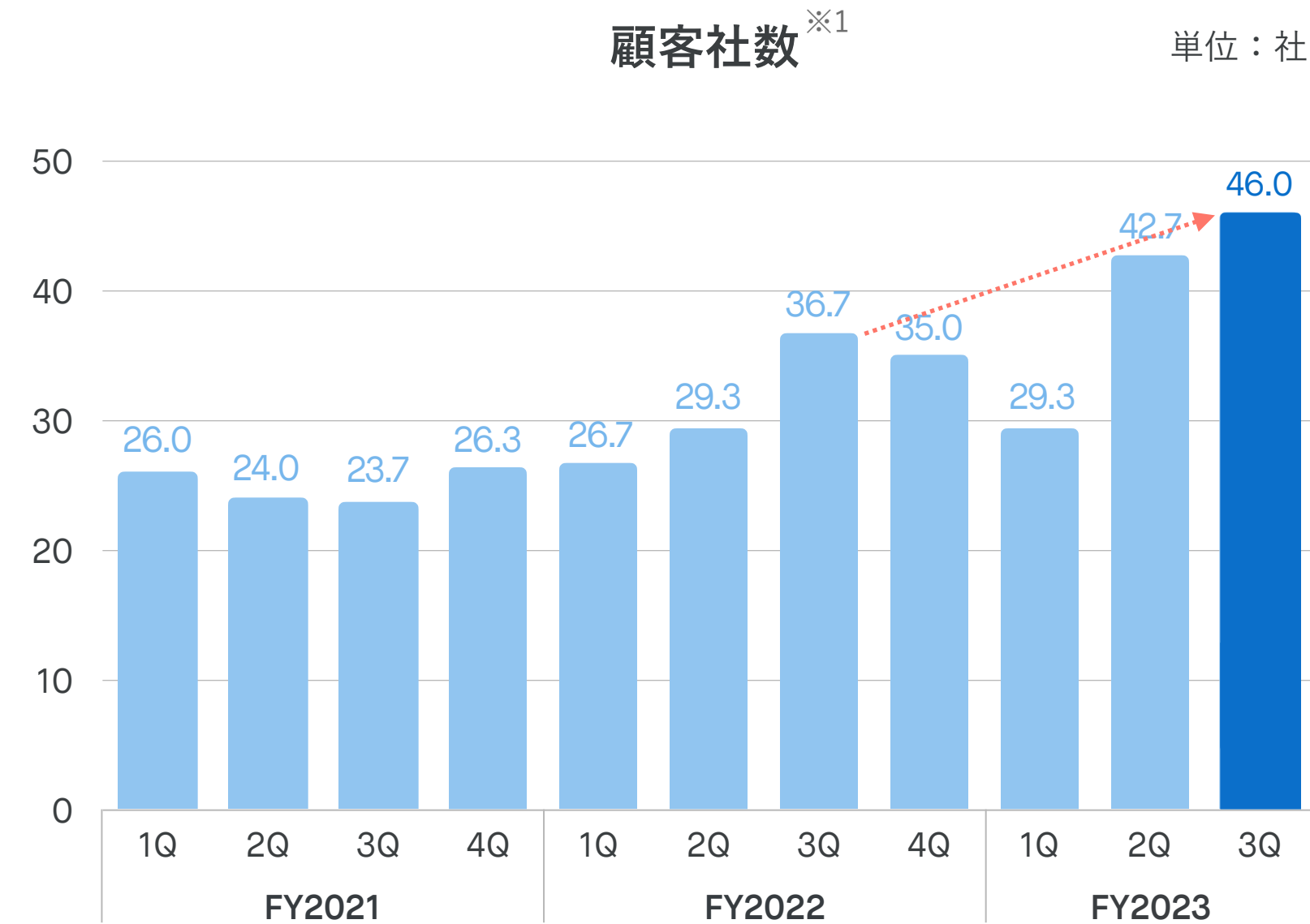
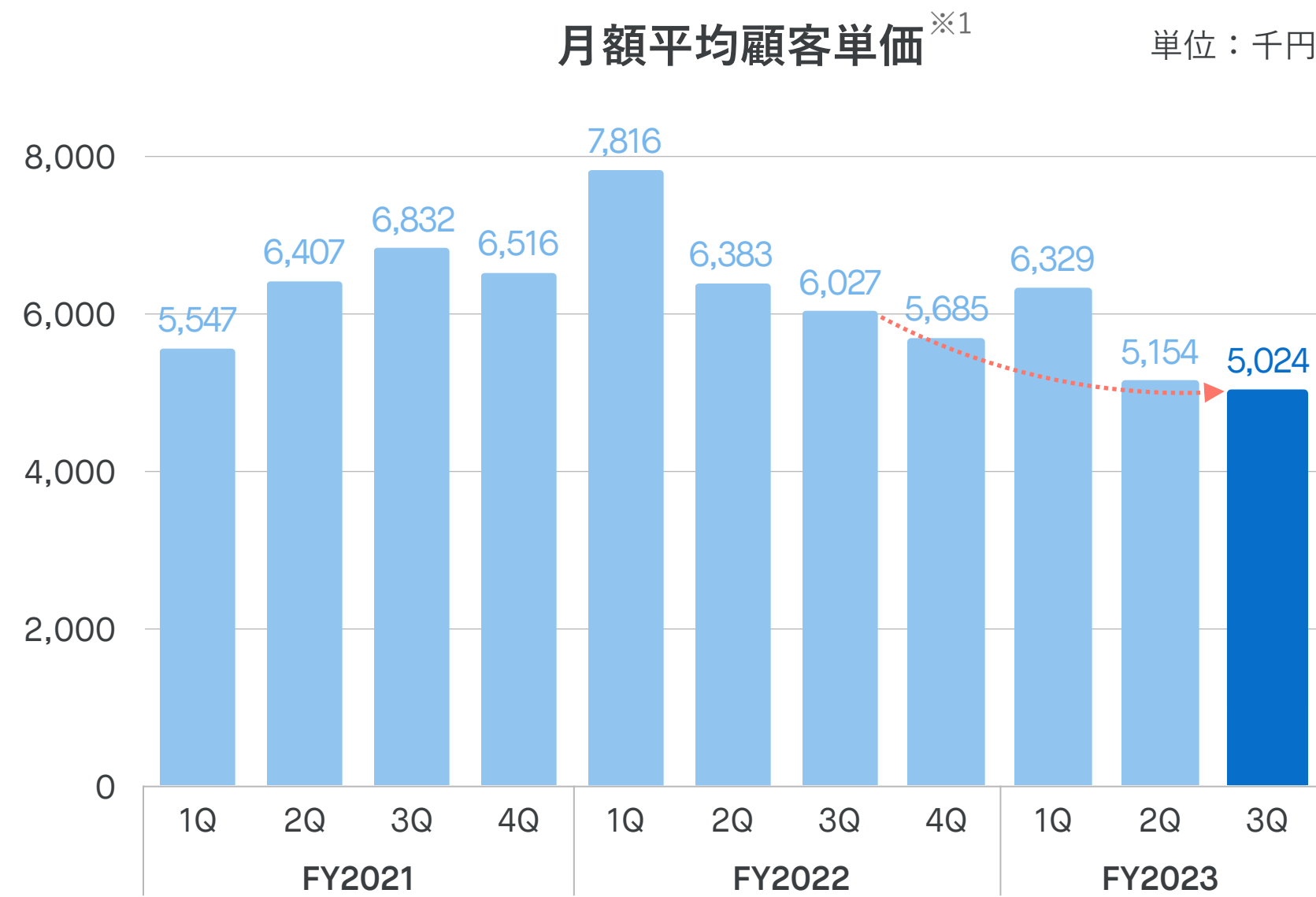


※1 FY2022 3Qよりディテイルズを合算した数値にて開示しております。また、Goodpatch Anywhereをデザインパートナー事業に区分を変更しております。過去実績についても同様に調整した数値で比較を実施しております。  
 ※2 営業利益はM&A関連費用を除いております。（M&A関連費用として、FY2022では取得関連費用・のれん償却額等、FY2023 1Q、2Q、3Qではのれん償却額等を計上しております。）

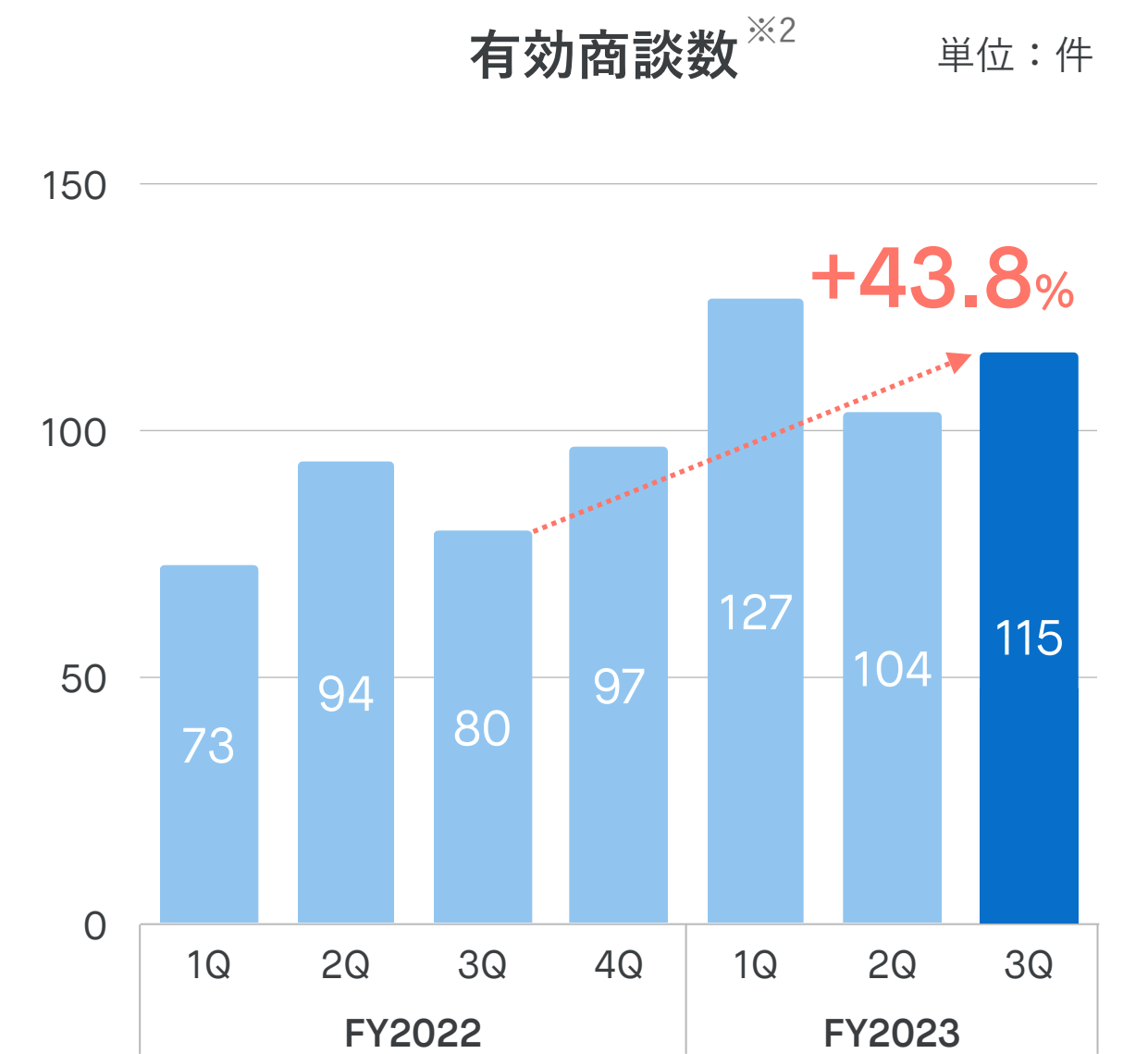
- 正社員デザイン部門（日本国内）にて継続プロジェクトの獲得が好調、また、ディテイルズでもプロジェクト数が増加し成長に貢献
- 正社員デザイン部門（日本国内）は過去最高の四半期売上を更新（M&Aによる増収効果除く）、安定した稼働が高収益体質を生み出す
- Goodpatch Anywhereにおいても新規獲得に注力し、過去最高水準の売上高を達成、一方、プロジェクト収益性の低下や中長期目線の組織強化により減益

# 新規プロジェクト獲得が好調に推移、顧客単価は微減、顧客社数は継続的に伸長

プロジェクト売上分解指標



売上先行指標

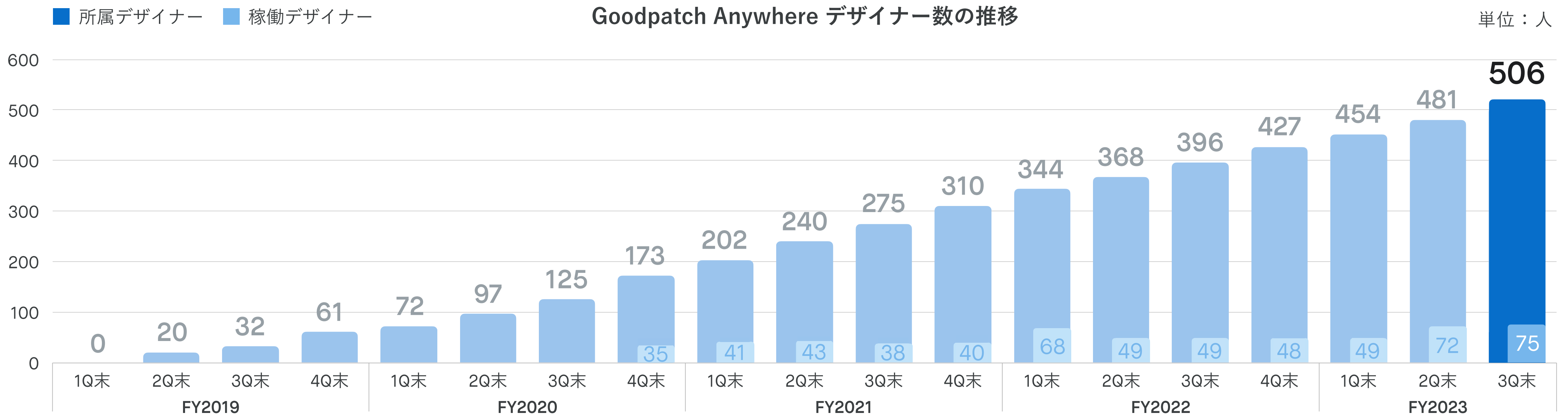


※1 FY2022 3Qよりディテイルズを合算した数値にて表示しております。なお、Goodpatch Anywhereは含めておりません。

※2 Goodpatch Anywhereを含み、ディテイルズを除く数値にて表示しております。

- ディテイルズのプロジェクト数増加により顧客単価はわずかな減少（全体では下げ止まり傾向）、一方、**新規プロジェクト増加によって顧客社数増となる**
- **有効商談数はQoQでも増加、YoYでは+43.8%と好調**、商談はGoodpatch Anywhereにも積極的に配分を実施

# 新規獲得の受け皿として積極的に活用、事業全体の拡大に貢献 稼働デザイナーは75名へ増加し、QoQで+3名



※Goodpatch Anywhereの品質管理を担当する社員デザイナーを含めております。

- プロジェクト獲得が進み、デザイナー需要が拡大、当四半期末において稼働デザイナーは75名に増加（QoQ+3名）
- 小規模案件の獲得が増加し、プロジェクトの原価率が上昇
- 今後の成長ボトルネックの解消のため、マネジメント機能やマーケティング機能を拡充、販管費の増加要因となる

# 各事業の状況

デザインプラットフォーム事業

# ReDesigner、Strapが四半期最高売上を更新、YoYにて売上高は+15.8%

## デザインプラットフォーム事業の営業赤字は縮小傾向

セグメント全体 FY2023 3Q (3-5月)

売上高	前期比 (増減)	進捗率
<b>+79</b> 百万円	<b>+15.8%</b> (+10百万円)	<b>+66.8%</b>

営業利益 <sup>※2</sup>	前期比 (増減)
<b>-19</b> 百万円	<b>-</b> (+28百万円)

FY2023 事業方針

コア周辺の人材・ソフトウェア領域を深耕し成長

ReDesigner：デザインに関連する人材市場にて領域を拡大

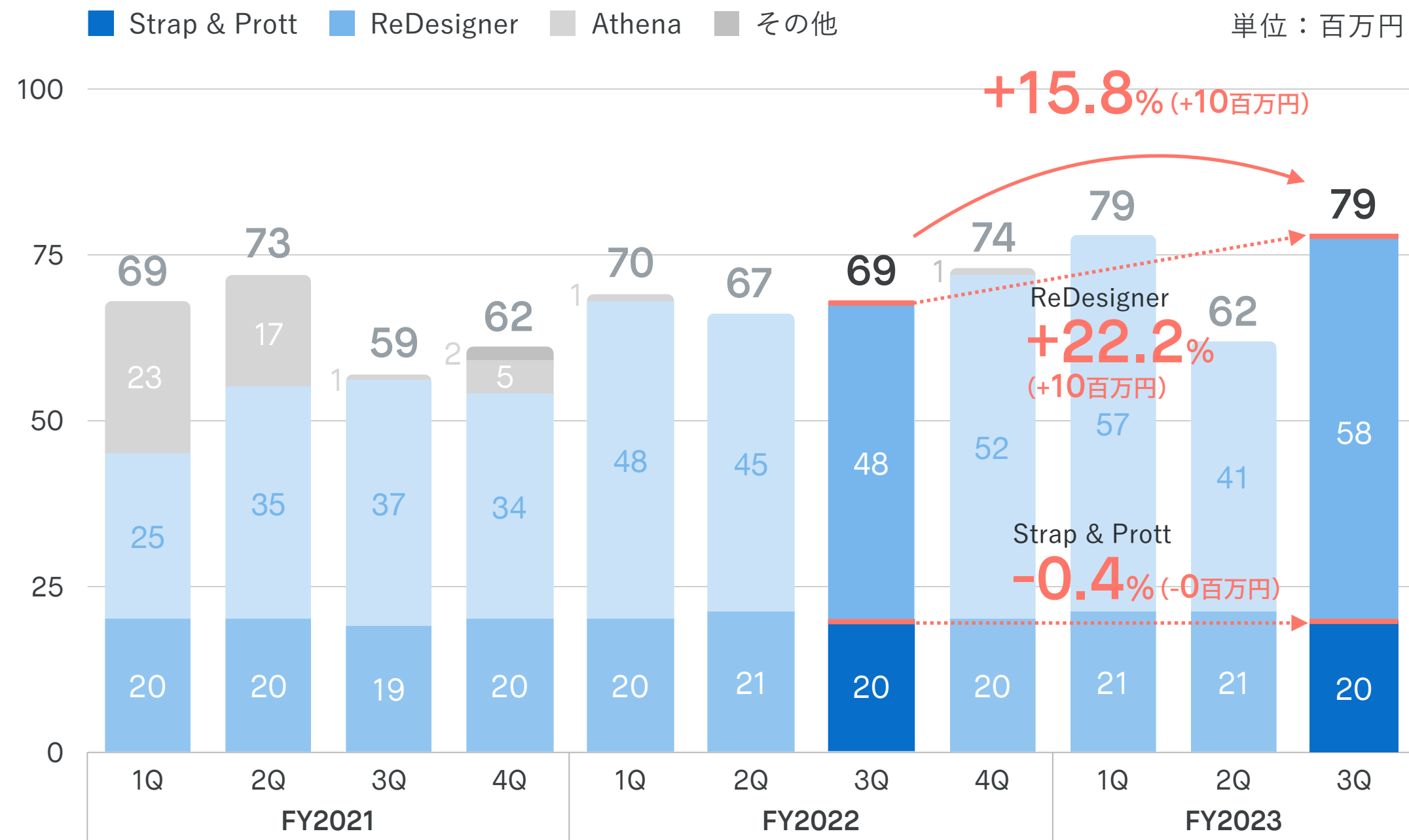
Strap：事業KPIの伸長、ユーザー企業の積み上げ

- ReDesignerが前四半期の遅れを取り戻し成長
- StrapとProttのプロダクトはほぼ横ばい、Strapの売上比率はおおむね2/3まで成長

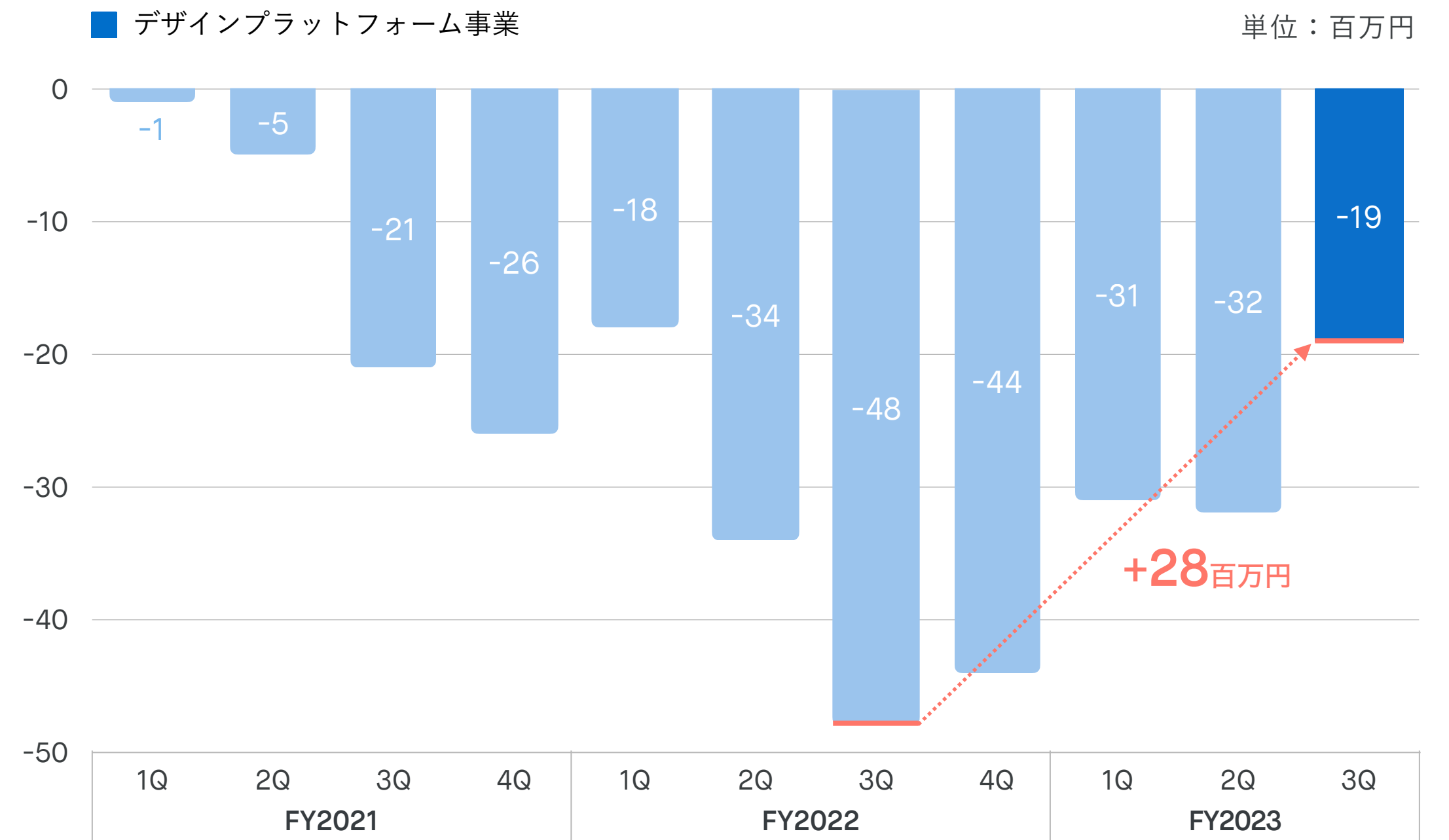
※FY2023よりGoodpatch Anywhereはデザインパートナー事業に区分を変更しております。また、過去実績についても同様に調整した数値で比較を実施しております。

# ReDesignerの中途人材紹介が回復、Strapも成長、事業売上高はYoYにて+15.8%

売上高



営業利益



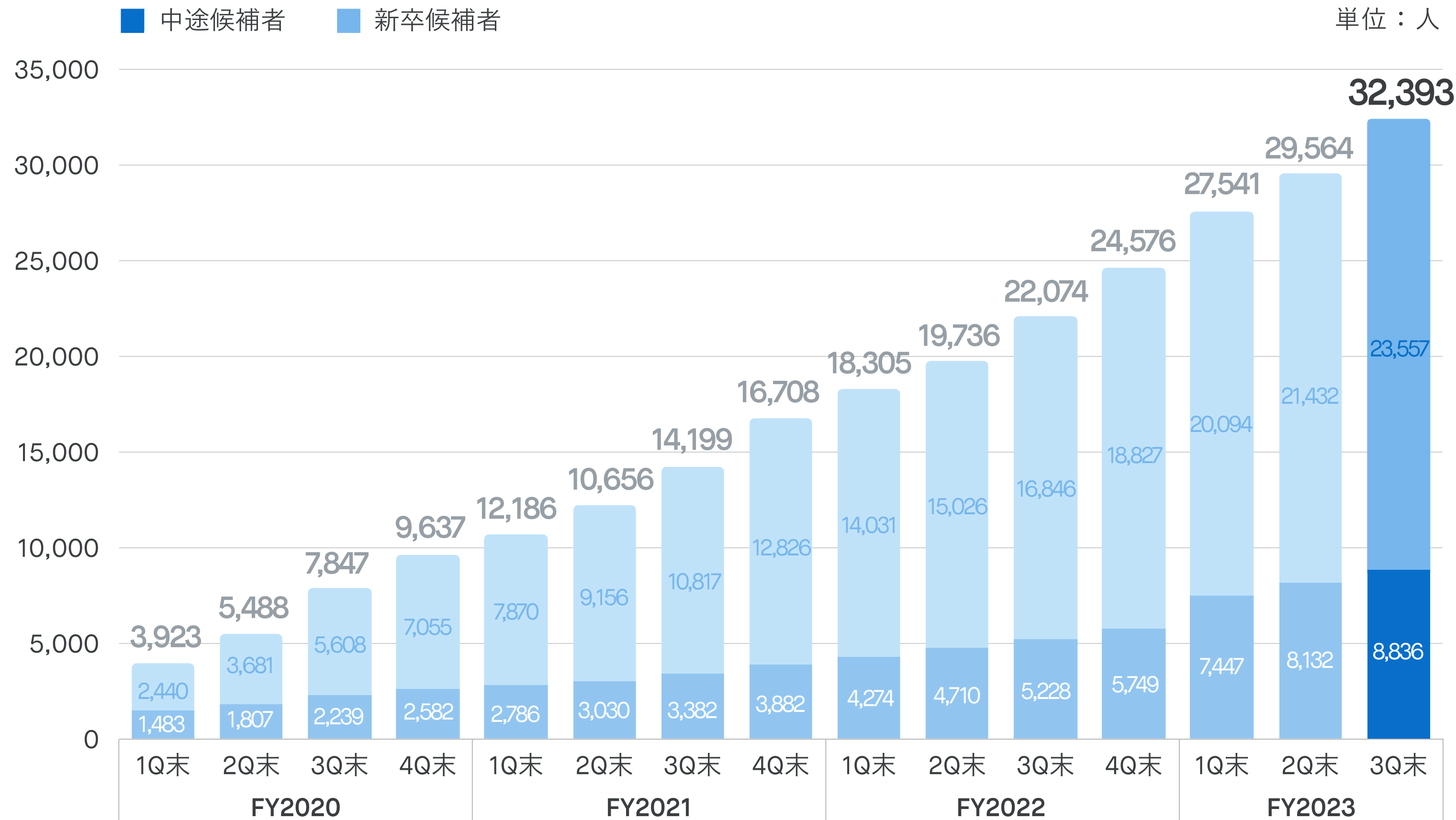
- ReDesignerが前四半期の遅れから回復、中途人材紹介が回復、新卒採用支援サービスも伸長
- StrapとProttの合計では売上高は横ばいとなるも、Strapは成長を継続

※FY2023よりGoodpatch Anywhereはデザインパートナー事業に区分を変更しております。また、過去実績についても同様に調整した数値で比較を実施しております。



# デザイナー採用プラットフォームの登録者数が増加、サービス全体としても黒字復帰

ReDesigner 累計登録者の推移



## 中途人材紹介サービス（転職支援サービス）

- 前四半期の進捗の遅れを取り戻し、急回復
- 中長期の事業成長を実現するためのダイレクトリクルーティングの機能を開発中

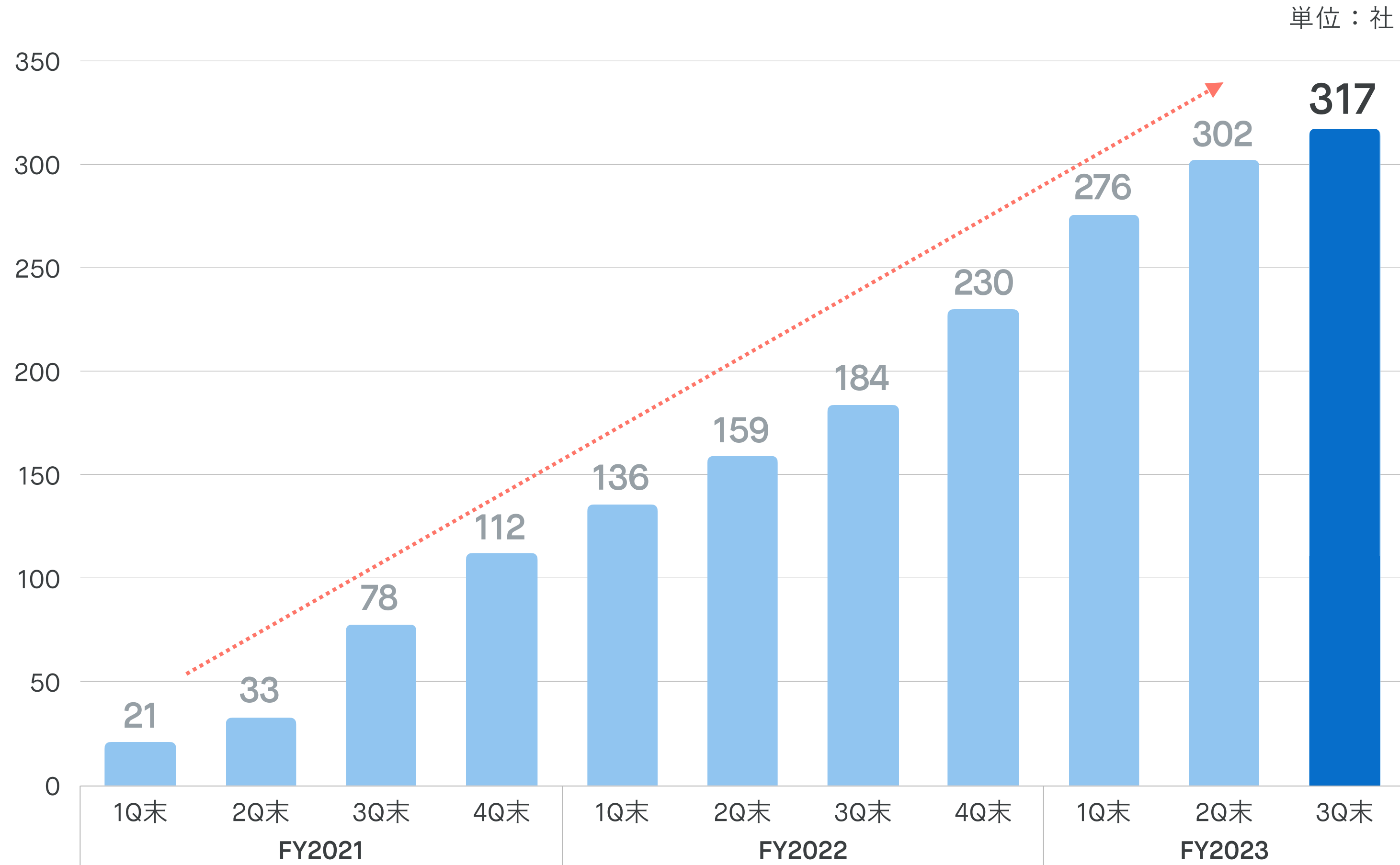
## 新卒人材紹介サービス

- 四半期売上の最高額を更新、累計契約社数100社を達成



# 契約企業数が継続的に拡大、今後は日本企業へ大規模導入を目指す

Strap 累計契約企業数の推移



## Strapの成長戦略

- 特定領域より導入加速へ：  
企業内の研修ニーズに活用してもらうため人事部門への訴求を強化、人事をステップに社内浸透へ
- 柔軟な開発方針：  
IPアドレス制限等のセキュリティ機能や組織管理機能を実装し、日本企業（大企業）の導入ハードルを越える



# FY2023 3Q TOPICS



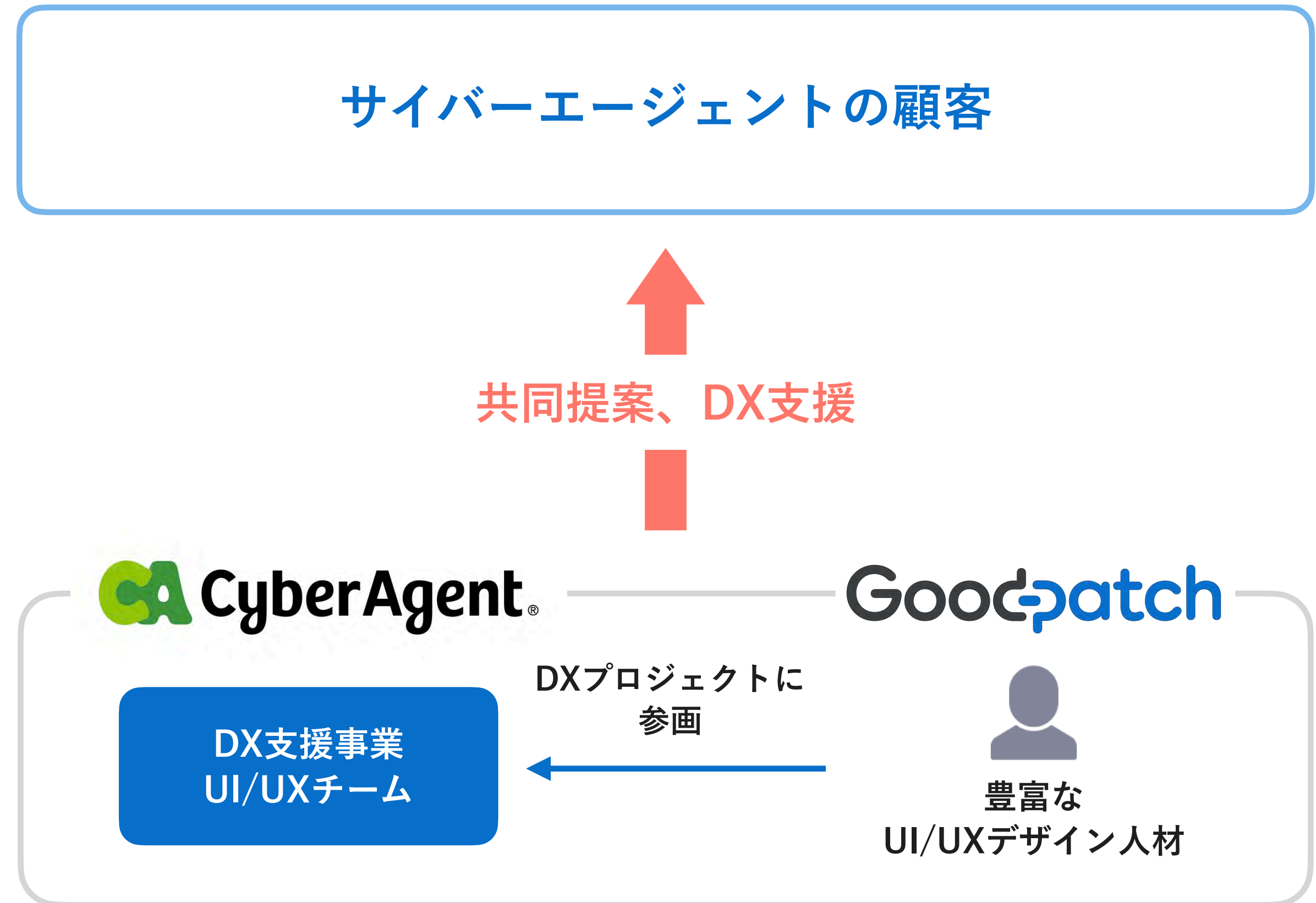
## 中長期的な成長基盤をつくるため、サイバーエージェントとの提携を実施

「消費者のニーズを捉え、効果的にデジタルの力を使うためにUI/UXをはじめとする『デザイン』の力が必要である」と一致  
デザインの力でDX支援事業を加速させるサイバーエージェントと、同社の顧客基盤を生かして、  
デザインの価値提供領域を広げるグッドパッチ、両社のニーズと強みが合致した、良好な補完関係が成立

サイバーエージェントのDX支援事業における案件に、グッドパッチのUI/UXデザイナーが参画  
両社の強みを生かした共同提案により、DXプロジェクト及び支援企業の拡大を目指す

具体的なステップ

- 1 UI/UXの専門性を持つグッドパッチのデザイン人材が、サイバーエージェントのDX支援事業に参画
- 2 両社の強みを活かした共同提案及び支援先の拡大による提携経由の売上成長
- 3 「デザイン組織」との連携による体制強化、さらなる連携を模索



## サイバーエージェントを引受先とする第三者割当増資を実施。資金調達によりデザイン人材の獲得を加速させ、企業価値の向上及び、デザインの価値提供領域の拡大を目指す

### 具体的なステップ

1 グッドパッチが8.55%の株式を新株発行、サイバーエージェントが引き受け約5億円を出資

2 資金は今後2年間においてデザイン人材への投資（採用費、人件費）に活用、積極的な採用を実施

3 デザインパートナー事業の規模拡大による中長期の成長を実現



### 資金使途

### 金額

1	正社員デザイナーの採用費及び人件費	約4億円
2	Goodpatch Anywhereのマネジメント人材の採用費及び人件費	約1億円

積極的に人材投資を推進し、中長期の成長を実現

# FY2023 事業進捗

# 修正事業計画に即した売上進捗

## 第4四半期以降に人材や組織強化のための積極投資を実行する計画

### FY2023 通期業績予想 (2023/4/14発表)

売上高

**3,914** 百万円 前年度比 (+5.1%)

内訳

デザインパートナー事業 前年度比 (+4.0%)  
**3,581** 百万円

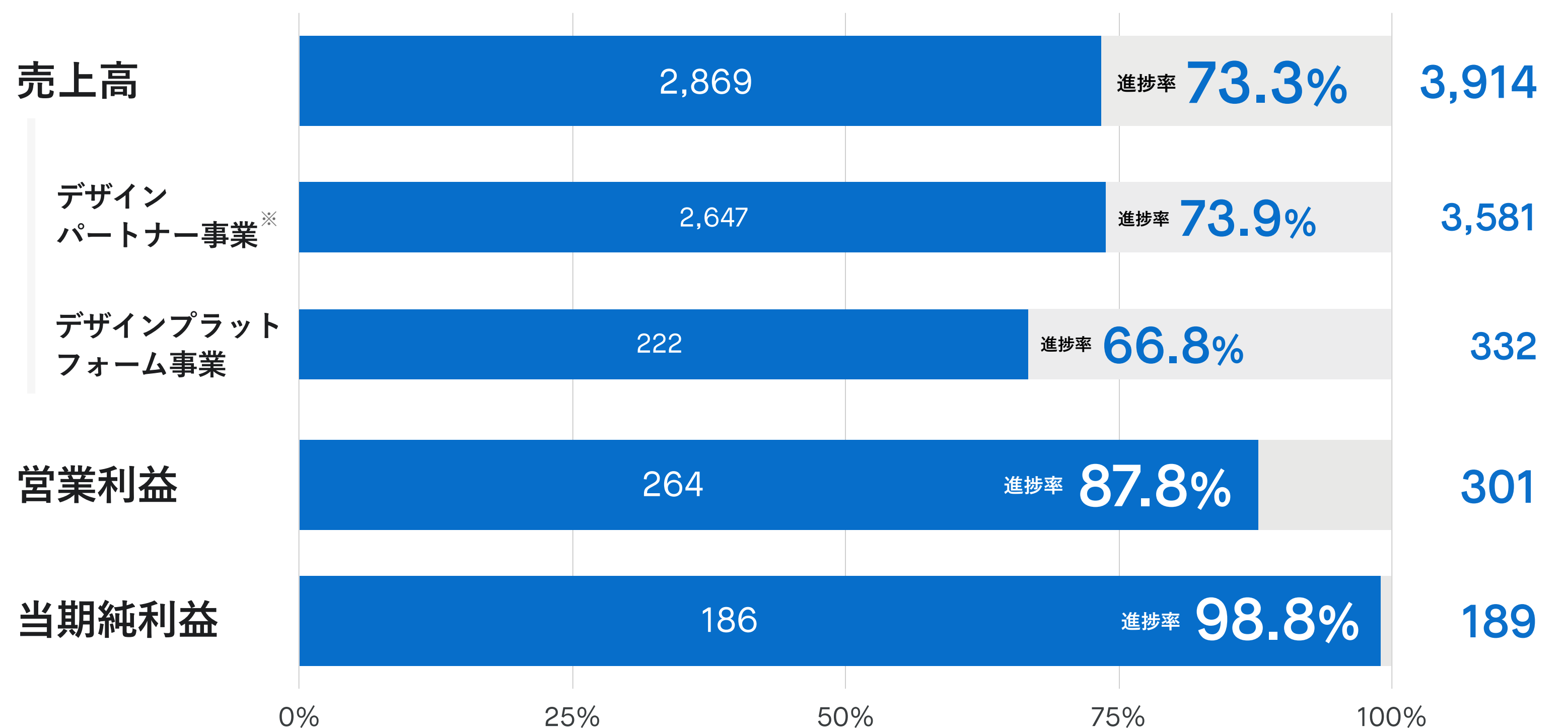
デザインプラットフォーム事業 前年度比 (+18.0%)  
**332** 百万円

営業利益 **301** 百万円 前年度比 (-23.6%)

当期純利益 **189** 百万円 前年度比 (+160.6%)

### FY2023 3Q終了時点の進捗状況

単位：百万円



※ FY2023よりGoodpatch Anywhereをデザインパートナー事業に区分を変更しております。



# FY2023 成長戦略

# デザイン力でビジネスを拡張

## デザインパートナー事業

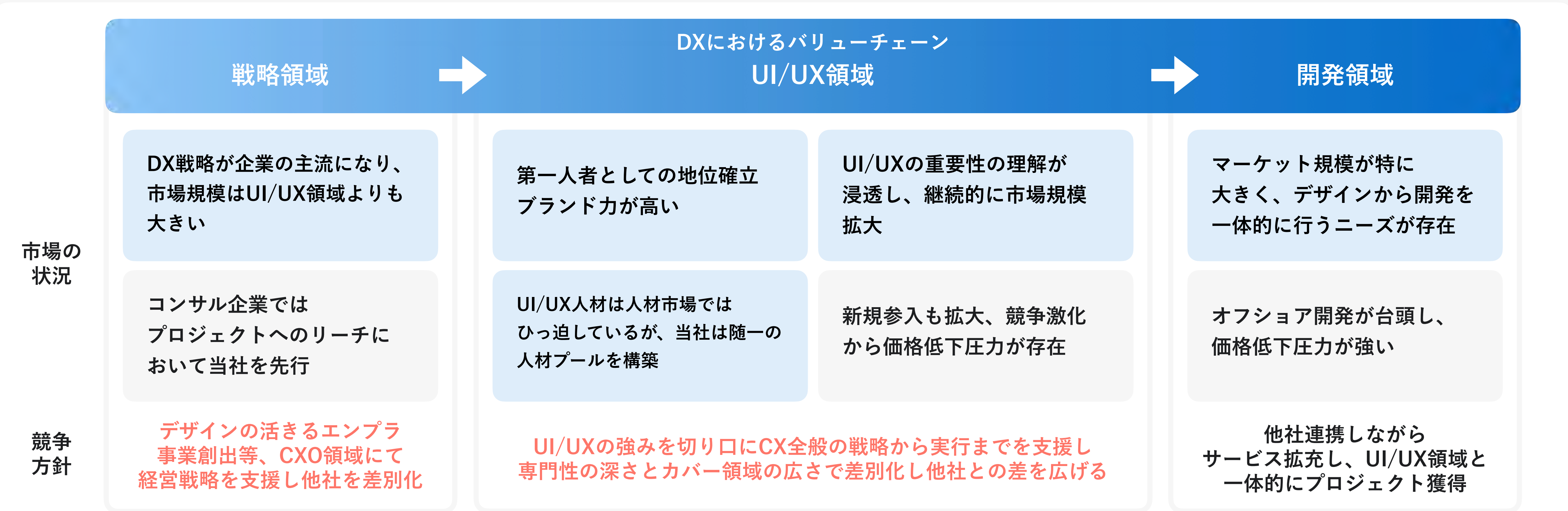
- 1 プロジェクト獲得のための競争力を再構築
- 2 提供価値最大化のための組織施策
- 3 成長のために業務提携やM&Aを継続検討

## デザインプラットフォーム事業

- 4 コア周辺の人材・ソフトウェア領域を深耕し成長

# マーケット環境：各領域における戦い方

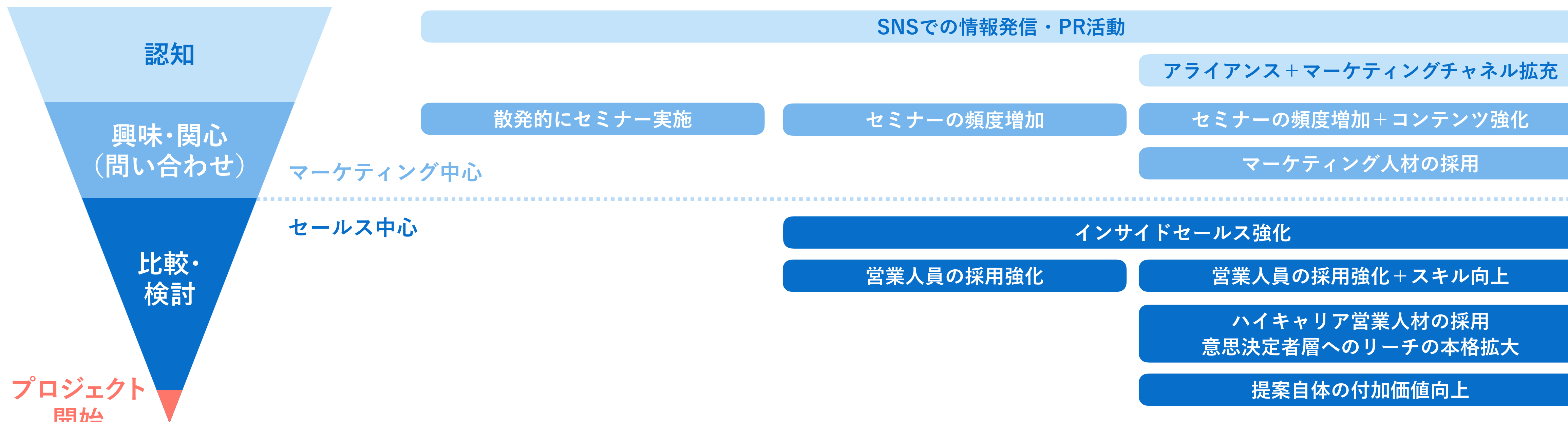
## UI/UX領域の優位性をさらに強化、戦略領域へ展開



UI/UXを切り口に新たなニーズの掘り起こしとソリューションの拡充でさらなる成長を目指す

# マーケティング・セールスにおける取り組み・行動の強化

マーケティング・セールス体制・予算	FY2021	FY2022	FY2023
マーケティング/インサイドセールス人員数 (人)	4	5	7
フィールドセールス人員数 (人)	7	9	10~11
広告宣伝費 (百万円)	13	18	36



課題であるマーケティング及びセールス分野への投資を継続  
リードの獲得、プロジェクト提案の増加、プロジェクト獲得数の向上を目指す

# 継続を強化し、LTVを拡大、顧客あたり売上の増加

## 日本国内のクライアントあたりの年間売上高の分布

(ディテイルズ除く) 単位：百万円

	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022
1億円以上	1	3	3	2
1億円未満 0.6億円以上	2	2	4	4
0.6億円未満 0.3億円以上	4	7	9	15
0.3億円以下	34	30	27	30
合計	41	42	43	51
平均売上単価	21.8	30.2	36.9	36.9

## FY2022の分析

- 大規模アカウントの開拓が進まなかったため、新規プロジェクト獲得を強化しボリュームゾーンは増加
- 全体として社数大きく伸長したが、**平均売上単価は伸び悩む結果**
- その原因は営業時やプロジェクト完了時の継続提案に対するアプローチ数の不足と分析

## FY2023の方針

- クライアントに価値を認識してもらい、長期的な関係値を築くことが重要
- プロジェクトの継続を強化する施策を実行**
- プロジェクト統括の役割に継続貢献を明文化
  - プロジェクト継続のため、行動計画を可視化し共有
  - プロジェクト中に営業と連携し、再契約やアップセルの機会を模索
  - 継続やアップセル達成を人事評価に組込

LTVを向上させることで、より確実に売上が積み上げ、事業成長を加速

# 段階的な組織成長策を実施、高度に融合したデザインリソースを有効活用できる体制へ



売上高（百万円）	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023計画	
デザインパートナー事業（日本国内） <sup>※1</sup>	1,327	1,701	2,056	2,537	Goodpatch Anywhereを活用した高効率な稼働
ディテイルズ	-	-	272		
Goodpatch Anywhere	354	480	802	975	デザインパートナー事業の売上高は12%成長を計画
合計	1,681	2,181	3,130	3,512	

※1 ヨーロッパ（ドイツ）を除いた数値です。 ※2 「報告セグメントの変更に関するお知らせ」にてGoodpatch Anywhereをデザインパートナー事業へ変更する旨の開示を行っております。

# バリューチェーンを下流までカバーしグループ体制を構築、DX領域で勝ち残る

## これまで

有力企業との事業提携（CTC等）や合併会社設立（丸井グループ）によって連携を拡大

## 今後

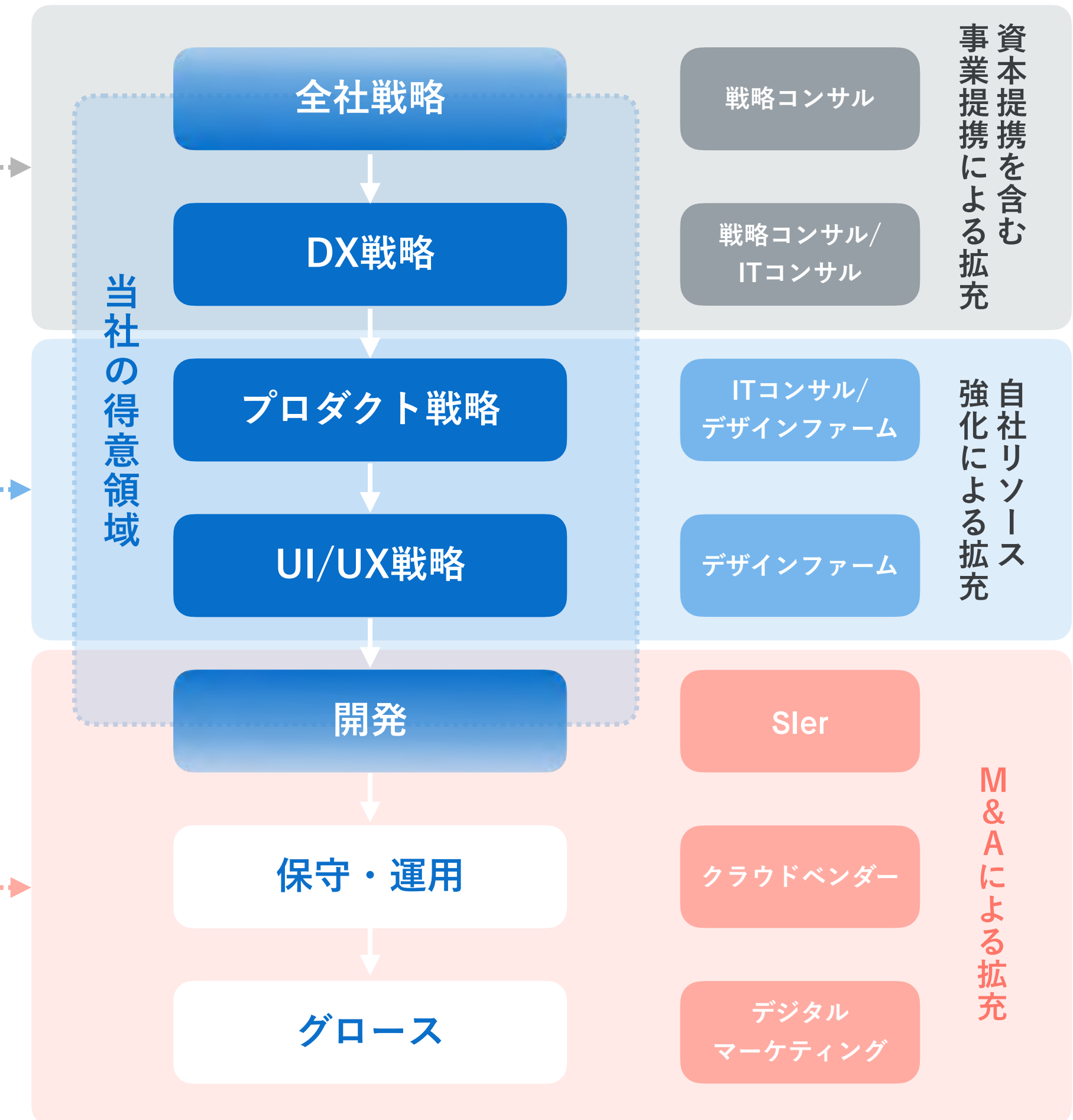
上流ゾーン：さらに有力企業との事業提携（プロジェクト獲得底上げ）

中流ゾーン：採用強化、人材育成

下流ゾーン：M&Aを活用し、ケイパビリティを拡充



**戦略からグロースまで一気通貫の体制構築**  
**長期に渡るクライアント支援を可能に**



# デザイン支援の周辺ニーズを継続的に喚起、本業とシナジーのあるビジネスとして成長

## ReDesignerの成長



デザイン人材採用のプラットフォーム  
デザイナーが、それぞれの成長フェーズで活躍できる場を提供



- デザイン人材のダイレクトリクルーティングのプラットフォームに進化
- オープンなプラットフォームとしてUI/UXを意識して開発実装
- 市場をさらに活性化し、成長角度を高める

## Strapの成長



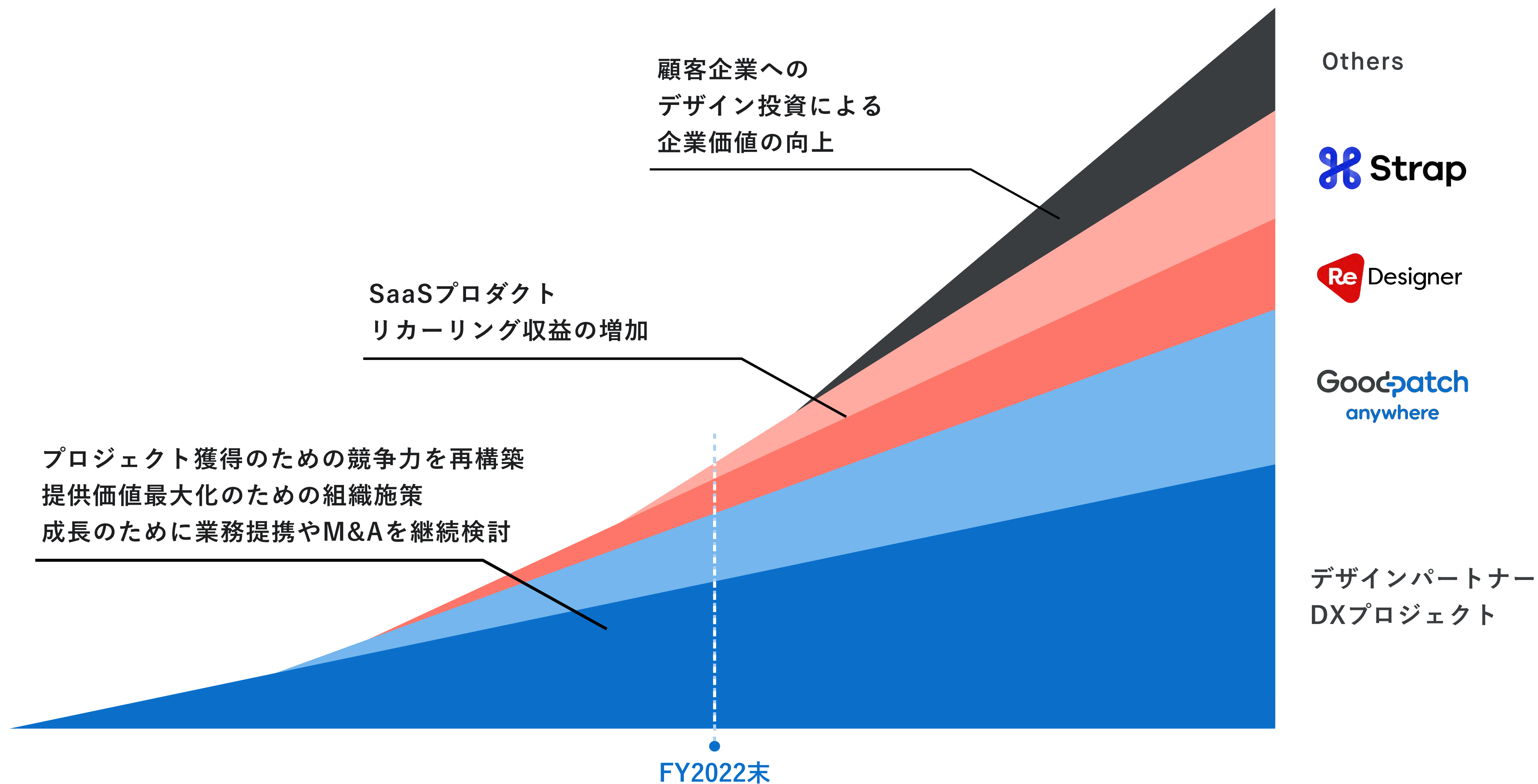
SaaS型のオンラインホワイトボードツール  
創造的思考とブラッシュアップのための最適ツールとして提供



- SaaSの事業KPIを意識しながらグロース
- Strapに集まった情報を再利用しやすくするための追加開発も検討



# デザインの可能性を拡張していく



# APPENDIX

## 経営陣の紹介



代表取締役社長 / CEO

### 土屋 尚史

Webディレクターを経て、サンフランシスコに  
渡りデザイン会社でスタートアップ支援に携わる。  
2011年9月に株式会社グッドパッチを設立



執行役員

### 大山 翼

映像制作会社・Web制作会社のプロデュース/ディレクションを  
経験後、ネットイヤーグループ・リクルートのディレクター業務  
に従事。2017年11月にグッドパッチに入社。2020年12月よりゼ  
ネラルマネージャーとして国内クライアントワーク部門である  
Design Divisonの事業責任者に就任、2023年3月よりDesign  
Division、Market Design Division管掌



取締役執行役員 / CFO

### 榎島 俊幸

マンツーマン英会話スクールのCFOとして東証マザーズ  
上場後、教育関連事業会社のCEO職等を経て、2019年2月  
にグッドパッチに入社。2019年9月より執行役員に、2020年  
11月より取締役執行役員CFOに就任。主な管掌領域は、  
経理・財務・IR・人事



ディテイルズ代表取締役社長

### 難波 謙太

英国美術大学グラフィックデザイン学科卒業。その後、ロンド  
ンを拠点に様々なグローバルプロジェクトを手掛ける。2018年  
よりグッドパッチのデザインディレクターとして携わり、2021  
年12月に株式会社スタジオディテイルズの取締役に就任。2023  
年1月よりスタジオディテイルズ代表取締役社長に就任

## 経営陣の紹介



社外取締役

### 小塚 裕史

京都大学卒業後、野村総合研究所に入社。その後、マッキンゼー・アンド・カンパニー、ベイカレント・コンサルティングなどを経て、2019年1月にデジタル・コネクトを設立し、代表取締役社長に就任。株式会社CINC社外取締役。2022年11月、グッドパッチ社外取締役に就任



社外取締役

### 広木 大地

筑波大学大学院を卒業後、株式会社ミクシィに入社。2019年6月より一般社団法人日本CTO協会理事を務め、2022年6月より株式会社レクターを創業、代表取締役に就任。朝日新聞社社外CTO。2022年11月、グッドパッチ社外取締役に就任。



社外取締役

### 佐藤 あすか

京都大学大学院修了後、アーサー・D・リトルに入社。その後、米国マサチューセッツ工科大学（MIT）修士課程、産業革新機構（現 株式会社INCJ）、JICキャピタルを経て、2021年8月よりINCJディレクター。Peach Aviation 株式会社、edotco Group Sdn Bhd 社外取締役。2022年11月、グッドパッチ社外取締役に就任

## 経営陣の紹介



常勤監査役

**佐竹 修**

兼松株式会社での長年の営業担当の後、同社内部監査室長、兼松コミュニケーションズの常勤監査役等を経て、2018年12月よりグッドパッチの常勤監査役に就任



非常勤監査役

**佐田 俊樹**

野村証券グループを経て、4年に渡って株式会社カヤックの監査役を務め、2014年12月マザーズ上場を経験。2016年7月よりグッドパッチの監査役に就任。複数社の監査役を務める



非常勤監査役

**須田 仁之**

早稲田大学商学部卒業後、社長秘書、事業立ち上げ、経営企画、事業企画を歴任。上場企業CFOを務める。現在は複数のベンチャー企業の役員・アドバイザーとして携わる

# なぜ今デザインが重要なのか

Why Design?

なぜ今デザインが重要なのか

デザイナーが共同設立した会社が大きく成長

Slack

Instagram

Airbnb

YouTube

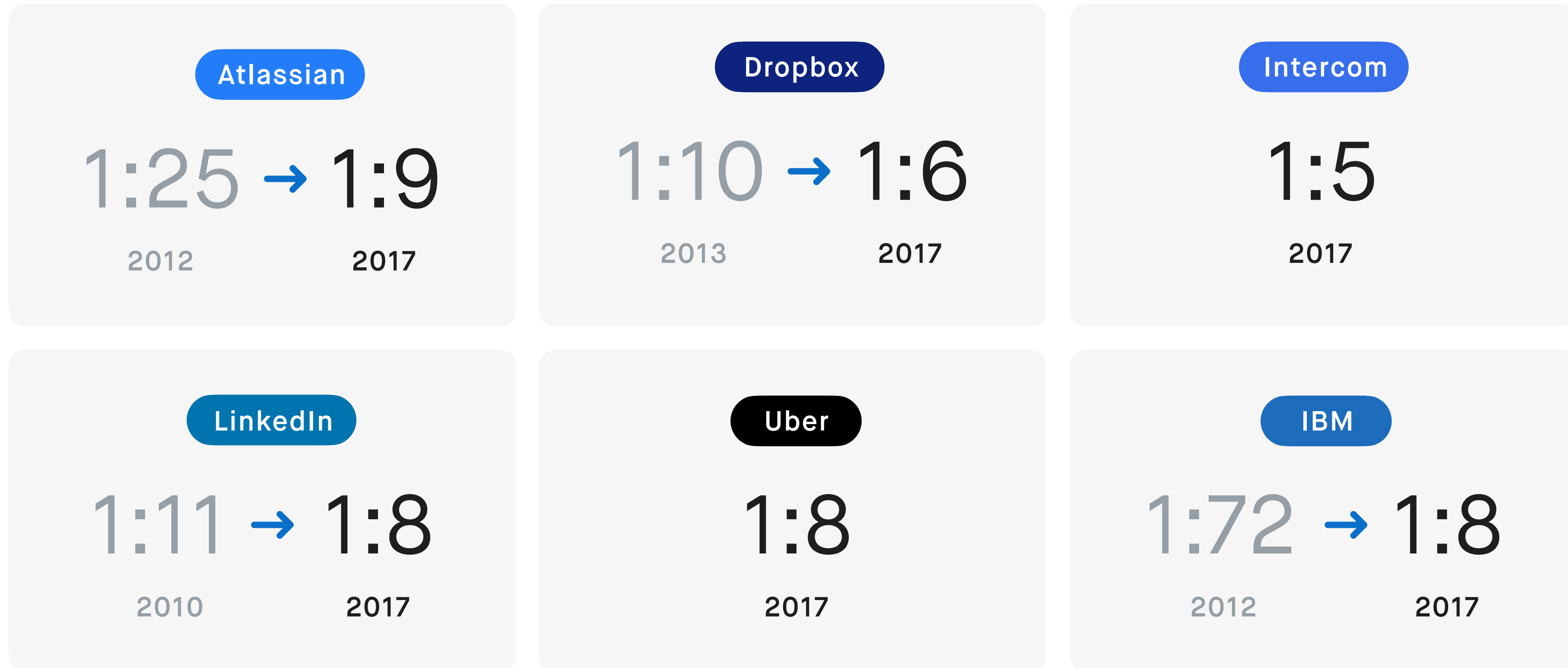
Twitter

Pinterest

これらの会社の共同創業者に**デザイナー**がいる

なぜ今デザインが重要なのか

## 海外企業のデザイナー：エンジニア比率の変化



**デザイナーの重要性がより増している**

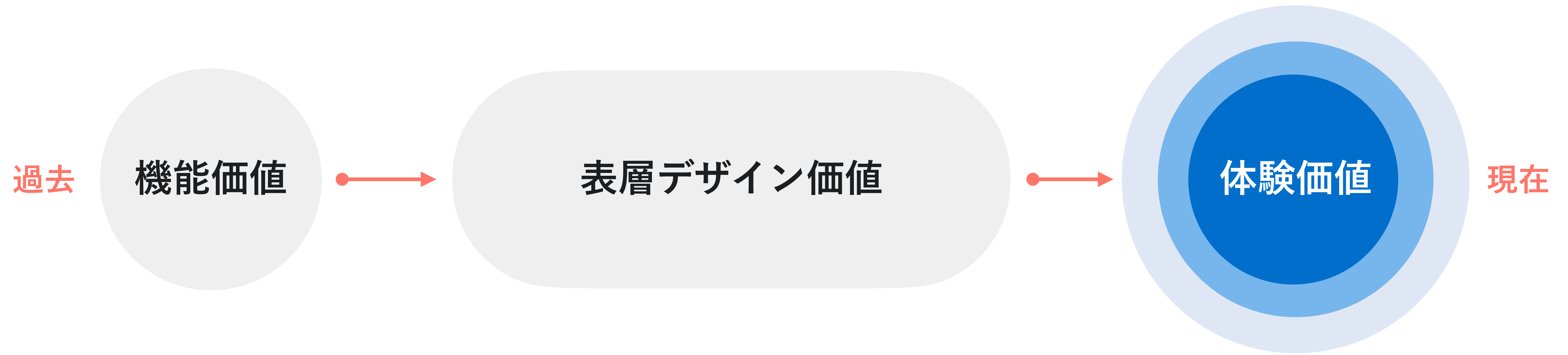
<https://techcrunch.com/2017/05/31/here-are-some-reasons-behind-techs-design-shortage/>

※デザイナー1名に対するエンジニアの人数を比で示しております。



なぜ今デザインが重要なのか

## 機能価値から体験価値へ



モノをつくれれば売れる時代は終わり、**コト（体験）**を売る時代になった

なぜ今デザインが重要なのか

## ユーザー体験のパラダイムシフト

### ユーザー体験（UX）の差別化が、 ビジネスに大きく影響する

ユーザーに最も近いデバイス

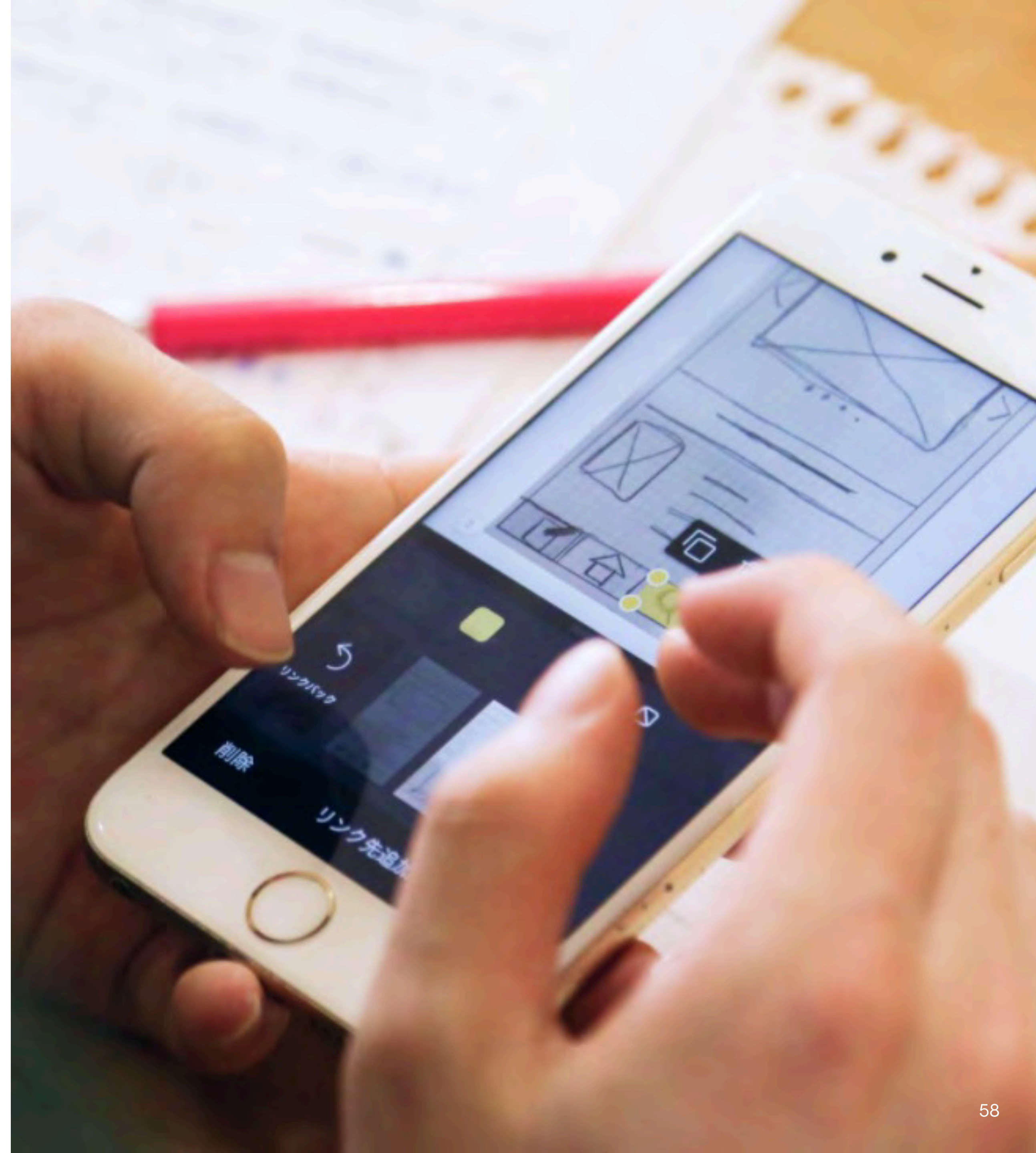
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

使っていて気持ちの良い**UIデザイン**

そして、あらゆる利用シーン

複雑化するユーザー体験全体をデザインする

**UXデザインの重要性の高まり**



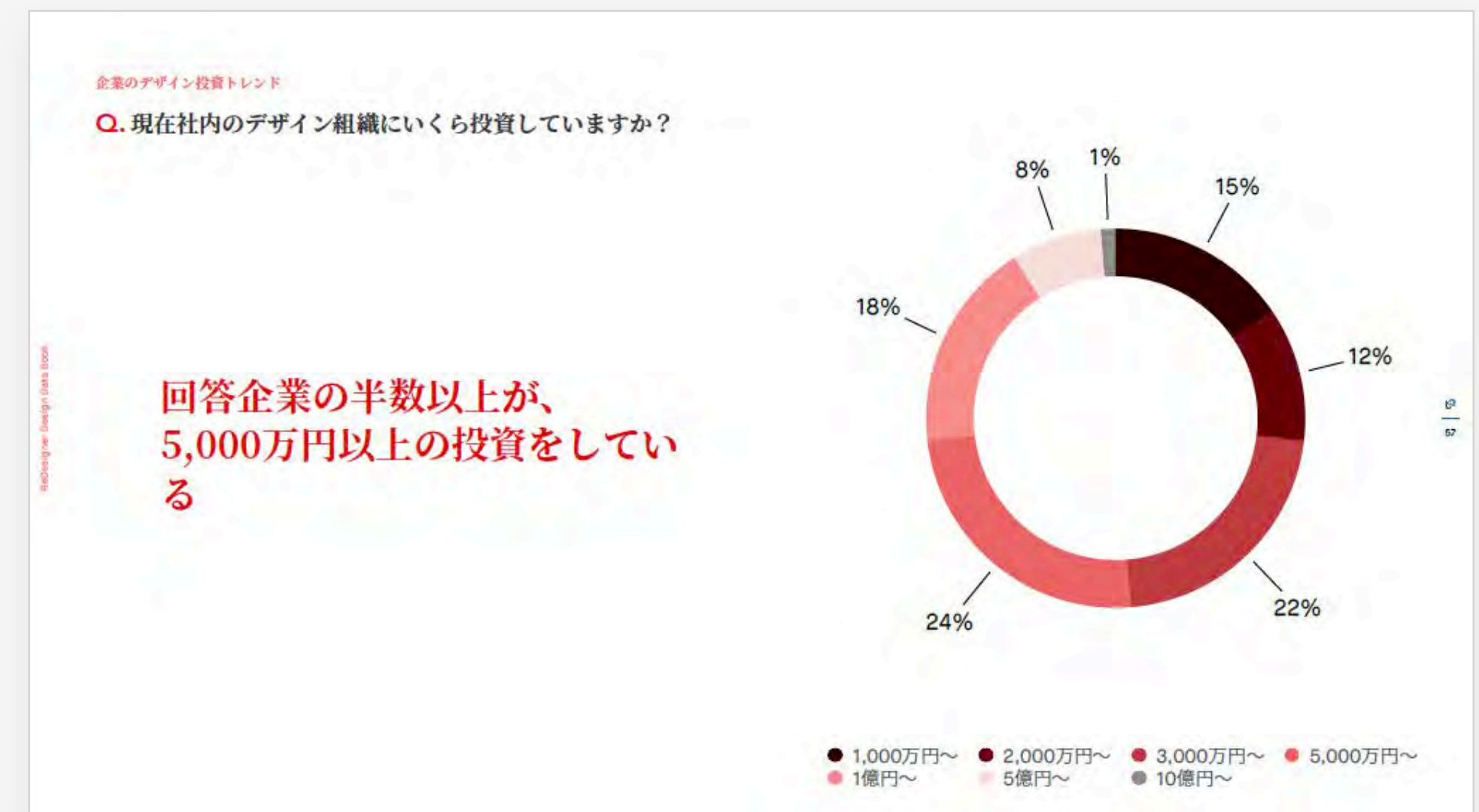
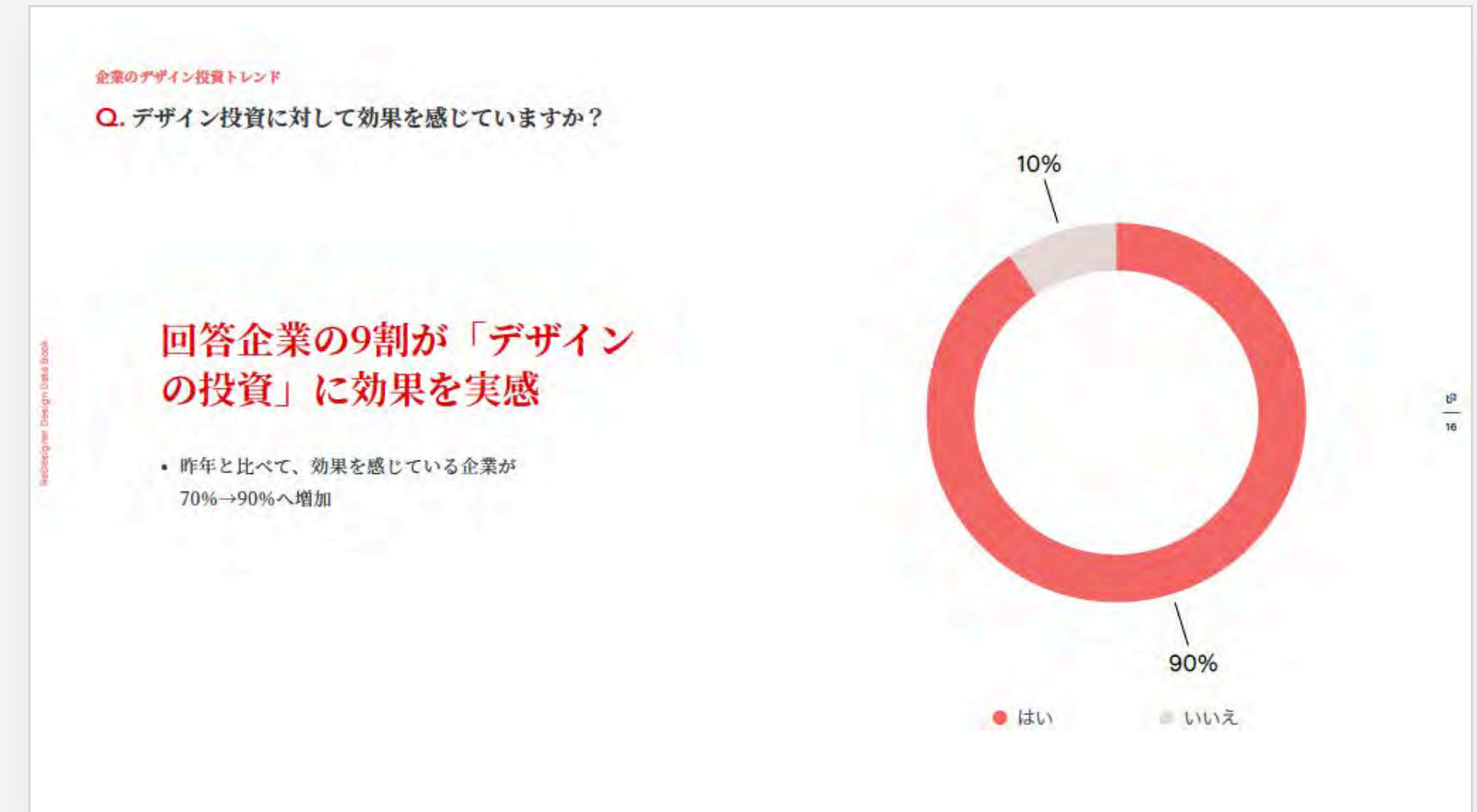
なぜ今デザインが重要なのか

## 企業のデザイン投資トレンド

### デザインに投資する企業、 また、企業のデザインへの投資額は増加傾向

2021年から2022年にかけて、デザインへの投資に効果を感じている企業が**70%から90%に増加**

デザイン組織に5,000万円以上投資する企業も**43%から51%に増加**  
デザインへの投資に積極的な企業は増加傾向



ReDesigner Design Data Book <https://lp.redesigner.jp/design-data-book>

なぜ今デザインが重要なのか

## 国内におけるデザイン経営の実践・事例化

2018/5

「デザイン経営」宣言

経産省

特許庁



2019/3

高度デザイン人材  
ガイドライン

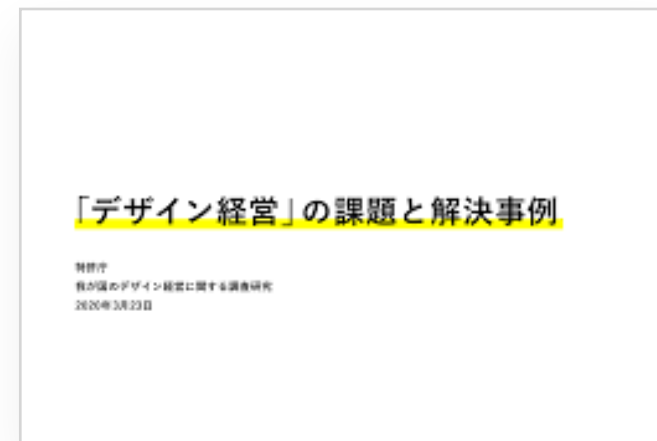
経産省



2020/3

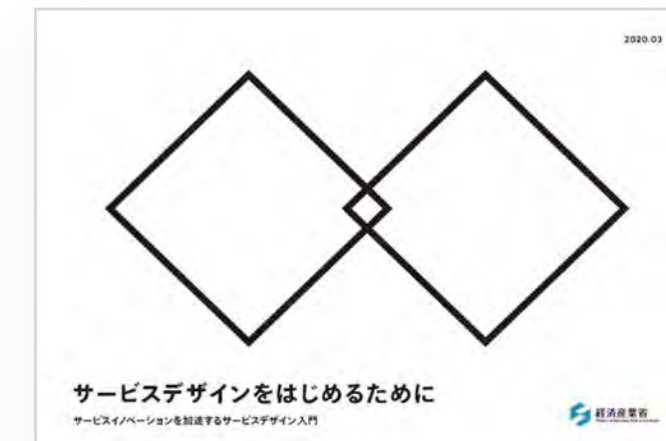
「デザイン経営」の  
課題と解決事例

特許庁



サービスデザインを  
はじめるために

経産省



2020/4

デザイン政策  
ハンドブック

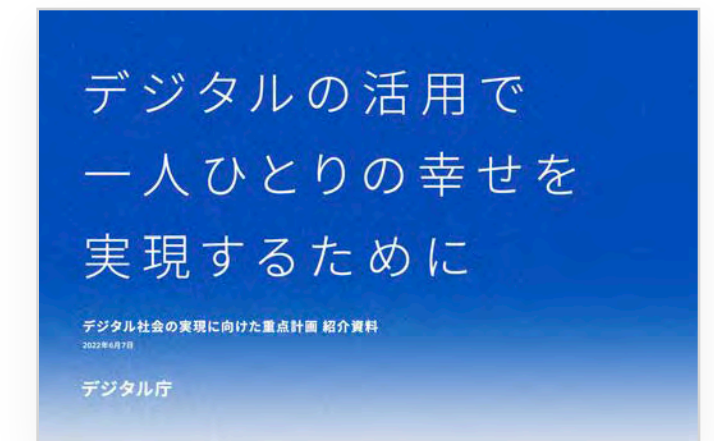
経産省



2022/6

デジタル社会の  
実現に向けた重点計画

デジタル庁



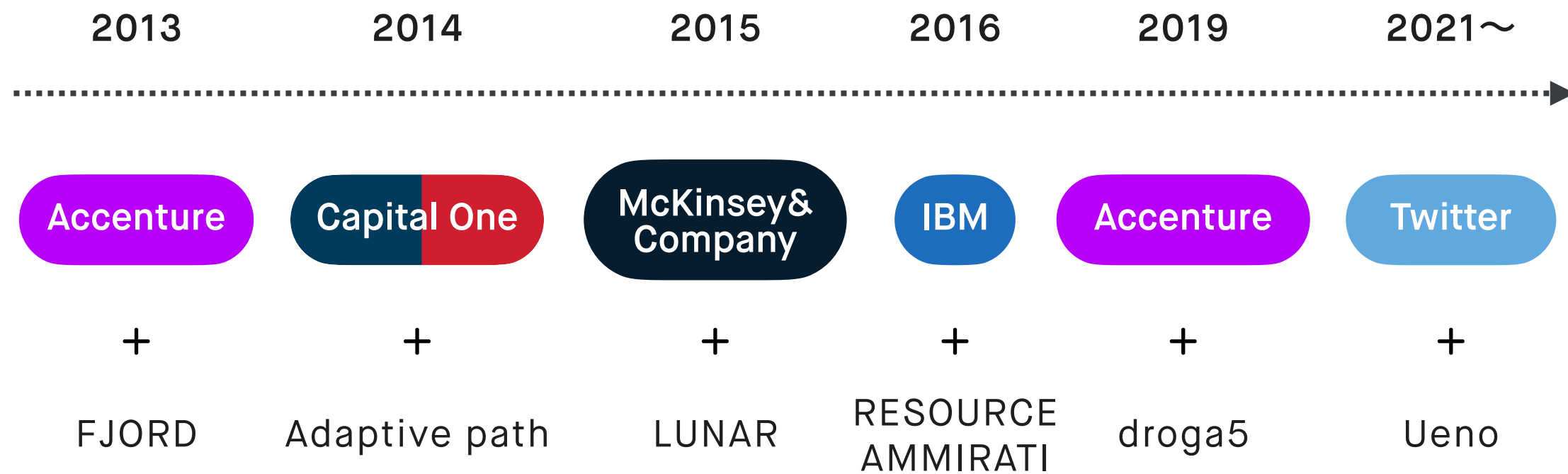
経済産業省・特許庁が発表した「デザイン経営」宣言をはじめ、国内ではデジタルを中心としたデザイン領域の重要性が増加

# 当社ビジネスを取り巻く環境

The Environment Surrounding Us

## DXとともに高まるデザインの需要

2010年代半ばからDXが本格化  
デジタル戦略における実行力を持つ人材獲得競争が開始



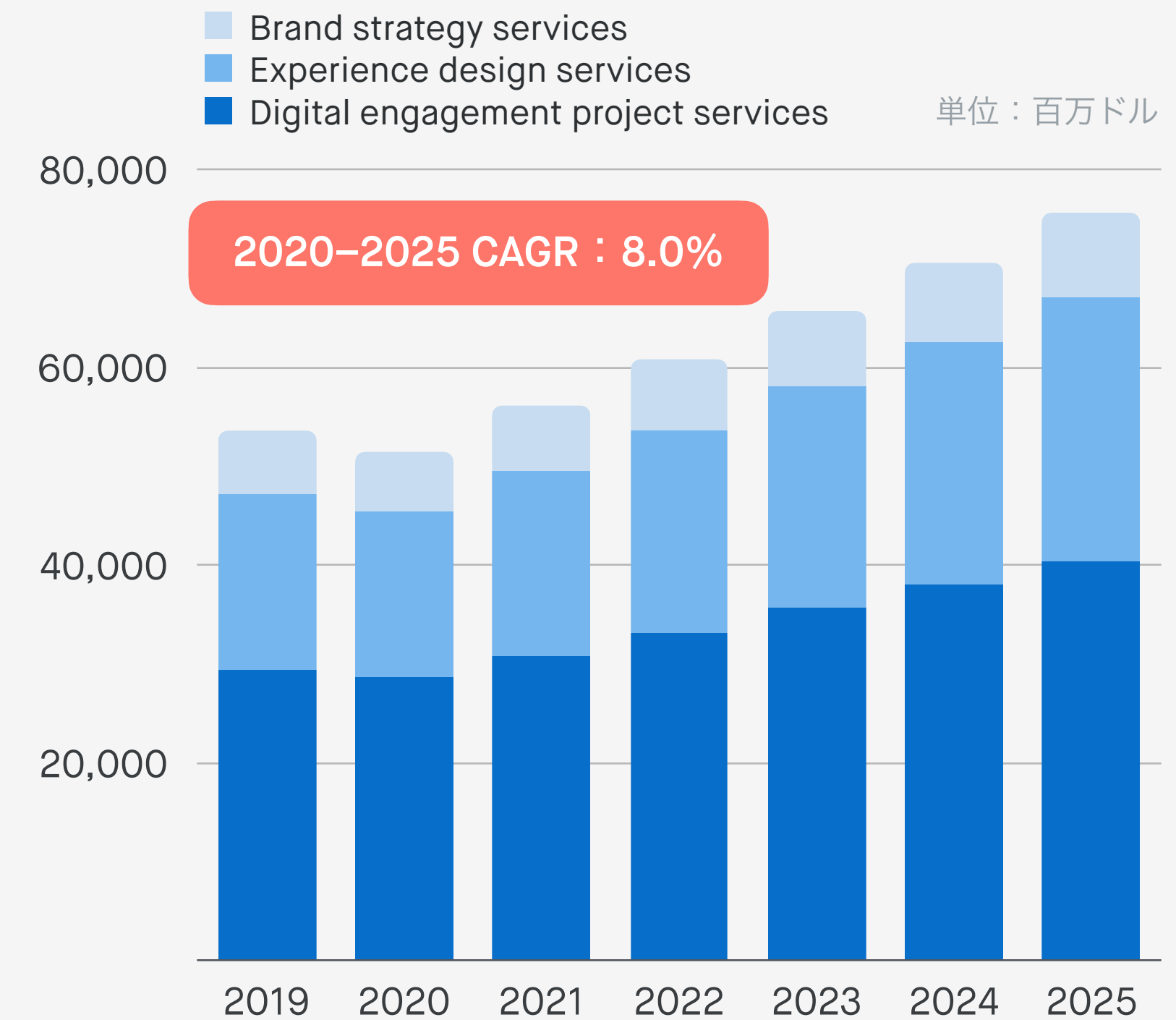
コンサル・金融機関が相次いでデザインファームを買収

2013年以降AccentureやDeloitteはグローバルで  
デジタルエージェンシーを30社以上買収している

John Maeda | Design in Tech Report <https://designintech.report/>  
Accenture Newsroom <https://newsroom.accenture.com/>

デジタル関連コンサルやUI/UX改善などを含む  
当社の属する市場がコロナウイルスを乗り越え成長

世界のデジタルエージェンシーサービス市場の推移

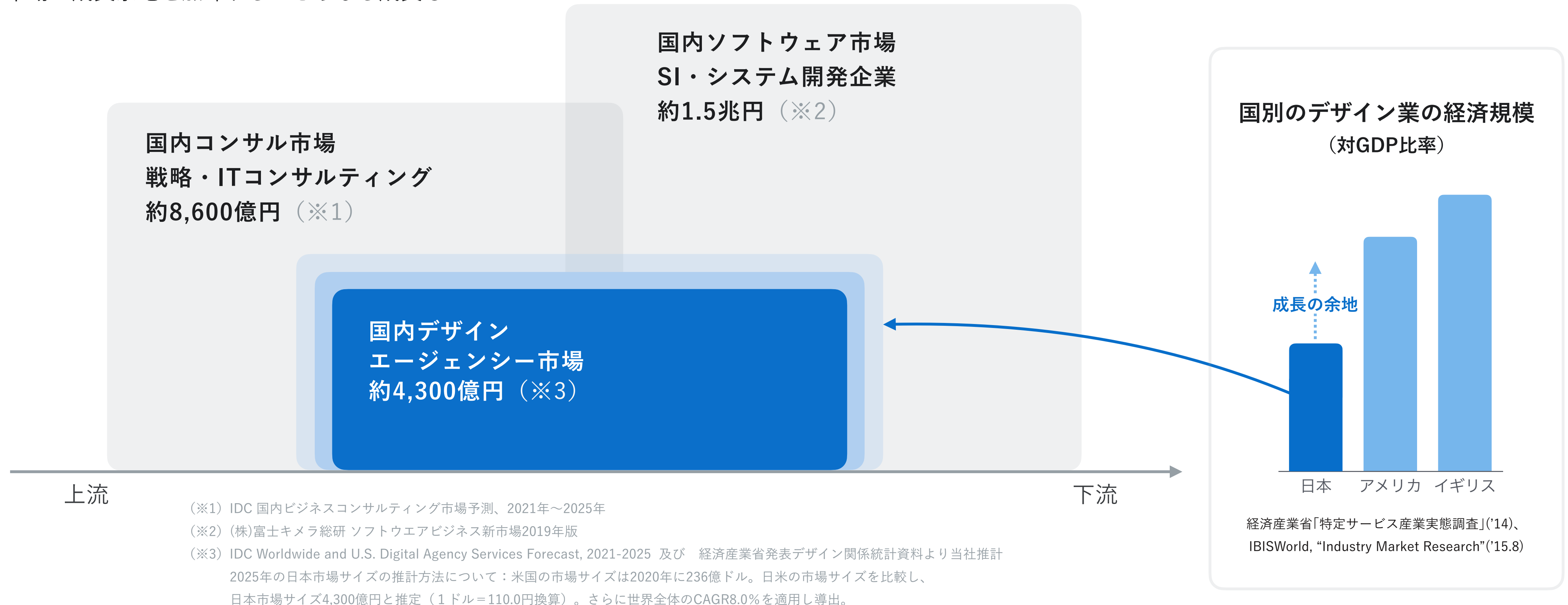


IDC Worldwide Digital Agency Services Forecast, 2021-2025

## 対象・関連市場の規模とポテンシャル

### 国内デザインエージェンシー市場は拡大

国内市場は現在4,300億円と推定（※3）、既存のコンサルやソフトウェア市場と重複  
2025年の市場サイズは2020年からCAGR8.0%として5年後6300億円規模と予測するが、  
日本市場の成長余地を加味するとさらなる成長も



# 当社の特徴と優位性

Company Strengths



## グッドパッチの競争優位性

- 1 デザイン領域における**圧倒的実績**と**ブランドバリュー**によるユニークなポジショニング
- 2 体系化された**デザインノウハウ**と**ナレッジ**の蓄積
- 3 社員・フリーランスともに、**希少性の高まるデザイン人材**が集結
- 4 デザインパートナー事業を軸とした**高効率**で**利益率の高い**ビジネスモデル

当社の特徴と優位性

## デザイン領域における圧倒的実績とブランドバリューによるユニークなポジショニング



SoftBank

UZABASE

CyberAgent

MIXI

PRTIMES



Lancers

RakSul

Unipos

ONE CAREER

bitkey

MUFG  
三菱UFJ銀行

助太刀

FiNC

ContractS

every

Shippio

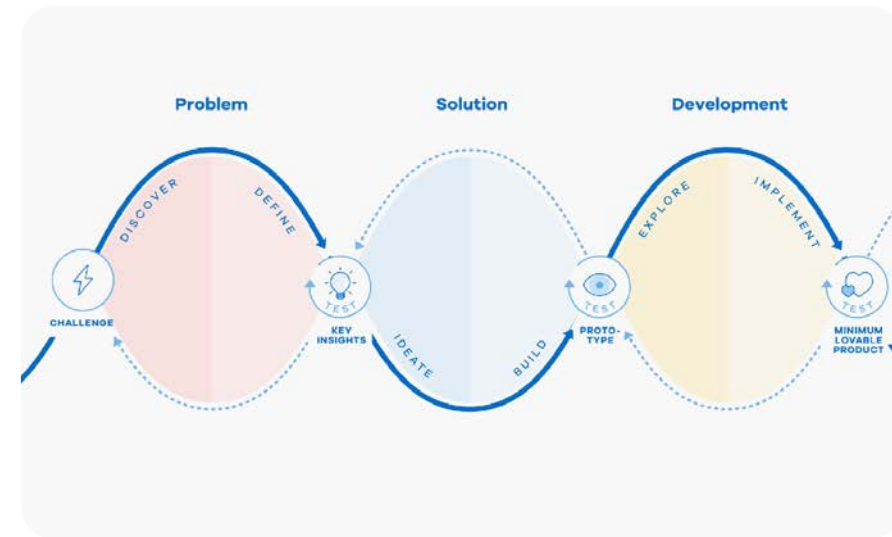
UI/UX領域を中心とした**圧倒的な実績とブランドバリュー**で  
DXの足がかりとなる新規事業創出やサービス改善を支援

※上記は過去に当社グループがデザイン支援を行った企業の一部です。

## 体系化されたデザインノウハウとナレッジの蓄積

### 体系化されたプロセス

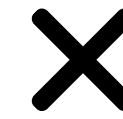
多くの実績から体系化されたプロセスと即戦力化する育成体制



体系化された  
デザインプロセス

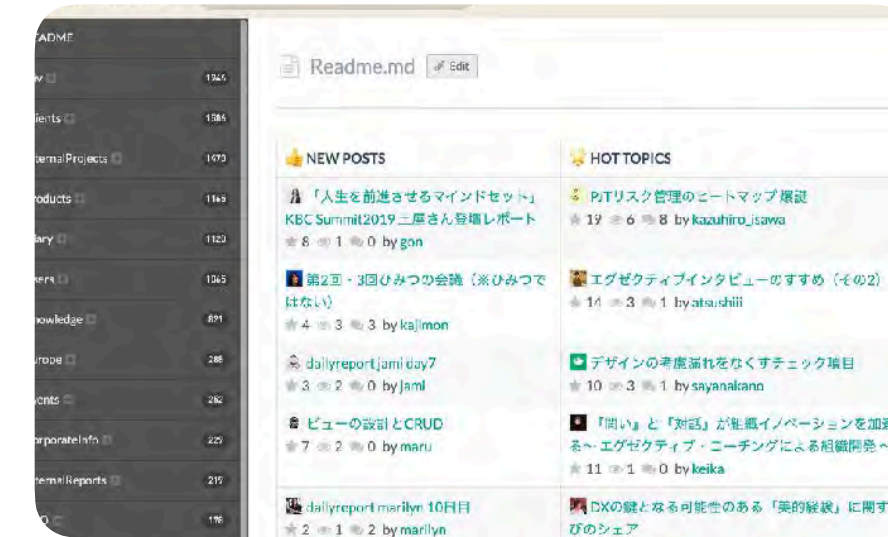


デザイナー育成のための  
社内研修



### ノウハウ資産が3万件以上

社内のナレッジを共有し独自ノウハウ資産が蓄積する仕組みを構築



常時ナレッジが投稿される  
社内ナレッジデータベース



プロジェクトの  
振り返りを全社で共有

デザイナーの属人性を下げ、**クオリティの再現性を上げる**仕組み

## 社員・フリーランスともに、希少性の高まるデザイン人材が集結

### マーケット の現状

- DXでデザイン人材は需要増。いかに優秀な人材を採用し、定着させるかがKSF**
- ➡ **需要 増**：DXの流れでデジタル領域のUI/UXデザイナーの市場価値の向上
  - ➡ **供給 少**：デザイナーにビジネスの根幹への理解と関与が求められる、美大では育成が難しい

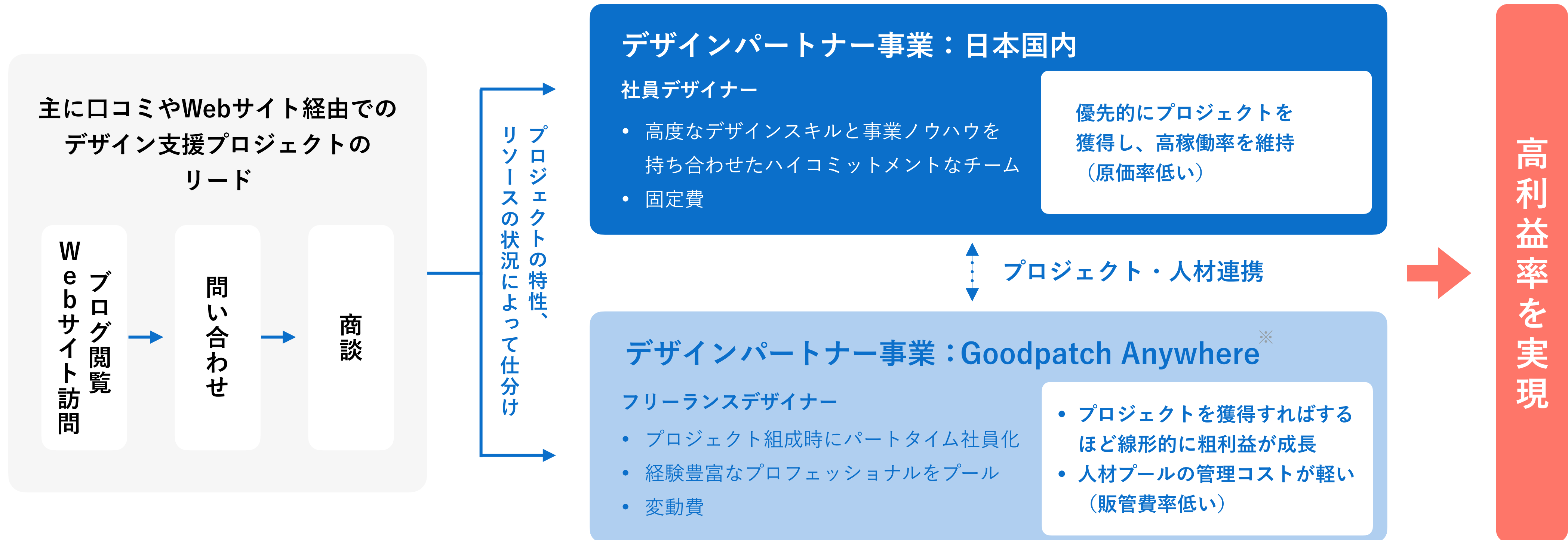
### Goodpatch

魅力のある仕事 (選ばれる)	事業戦略の最上流から 開発まで広く携われる	<ul style="list-style-type: none"><li>- 戦略立案からプロダクト開発まで見届けることができる</li><li>- クライアントワークに加え、自社事業など様々なキャリアパスを整備</li></ul>
豊富なデザイン人材プール (受け入れる)	事業開発からUIデザイン まで豊富な人材が集結	<ul style="list-style-type: none"><li>- 事業立ち上げやグロースのビジネス経験者がデザイナーに転身</li><li>- UI/UXを中心に、戦略、エンジニアなど様々な専門スキルをもった人材を採用</li><li>- 社員とGoodpatch Anywhereのメンバーが協働して、デザインプロジェクトを推進</li></ul>
デザイナーのマネジメント (定着させる)	デザイナー中心の 文化と仕組み	<ul style="list-style-type: none"><li>- デザイナー中心の組織カルチャーを確立</li><li>- デザイナーがプロジェクトのナレッジや振り返りをアウトプットする仕組み</li></ul>

UI/UXや事業創出に強いデザイン人材のプールが継続拡大  
日本国内デザイン会社<sup>※</sup>では**No.1のポジションでデザイン人材が集結**

※デジタル領域に主軸を置いたデザイン会社において

## デザインパートナー事業を軸とした高効率で利益率の高いビジネスモデル



デザインパートナー事業内でプロジェクトと人材が密接に連携

両事業が高度に連携したビジネスモデルで、**高利益率を実現**

※従来、デザインプラットフォーム事業に区分していた「Goodpatch Anywhere」は、2023年8月期よりデザインパートナー事業に区分を変更しております。

## デザインコンセプト "Reinspire"

2023年8月期で12期目に突入したグッドパッチには、デザインの力を証明する仲間が増えました。現在はフルリモートデザインチーム Goodpatch Anywhereに加えて、初のM&Aによりグループジョインしたスタジオディテイルズ、丸井グループとの共創から生まれた合弁会社 Mutureなど、さまざまなバックグラウンドの人々が集まっています。

これらの変化を経て、現在の私たちに必要なことを言語化したものが、デザインコンセプト"Reinspire"です。新しいコラボレーションから生まれるひらめきを解き放とう、というメッセージが込められています。

このグラフィックには、様々な色・形を持つ個が集まることで、新たな気づきを得られたり、刺激される = Reinspireされる体験を増やしていきたいという想いが込められています。



本資料及び本説明会におけるご説明に含まれる将来の予測及び将来の見通しに関する記述・言明は、現在当社の経営陣が入手している情報に基づいて行った判断・評価・事実認識・方針の策定等に基づいてなされもしくは算定されています。また、過去に確定し正確に認識された事実以外に、将来の予想及びその記述を行うために不可欠となる一定の前提（仮定）を用いてなされもしくは算定したものです。

将来の予測及び将来の見通しに関する記述・言明に本質的に内在する不確定性・不確実性及び今後の事業運営や国内外の経済、証券市場その他の状況変化等による変動可能性に照らし、現実の業績の数値、結果、パフォーマンス及び成果は、本資料及び本説明会におけるご説明に含まれる予想数値及び将来の見通しに関する記述・言明と異なる可能性があります。

# Goodpatch

Design to empower ♥