

2023年8月期 通期決算説明資料

株式会社グッドパッチ（証券コード：7351）

2023年10月13日

01 FY2023 通期業績ハイライト

02 FY2023 各事業の状況

03 成長戦略

04 FY2024 通期業績予想

05 APPENDIX

FY2023 通期業績ハイライト

FY2023 通期(9-8月)業績ハイライト

売上高

前年同期比(増減)

3,966 百万円

+6.5% (+241百万円)

業績予想

達成率

3,914 百万円

101.3%

営業利益

前年同期比(増減)

336 百万円

-14.6% (-57百万円)

業績予想

達成率

301 百万円

111.8%

売上トップライン成長へ回帰

- 売上高はYoY+6.5%、1Qの不振から回復し、2Q以降は二桁台の成長率に復帰
- 特に、下半期はYoY+15.0%と成長軌道へ回帰
- 3Q、4Qと連続で四半期最高売上を更新

2Q以降で収益性が改善

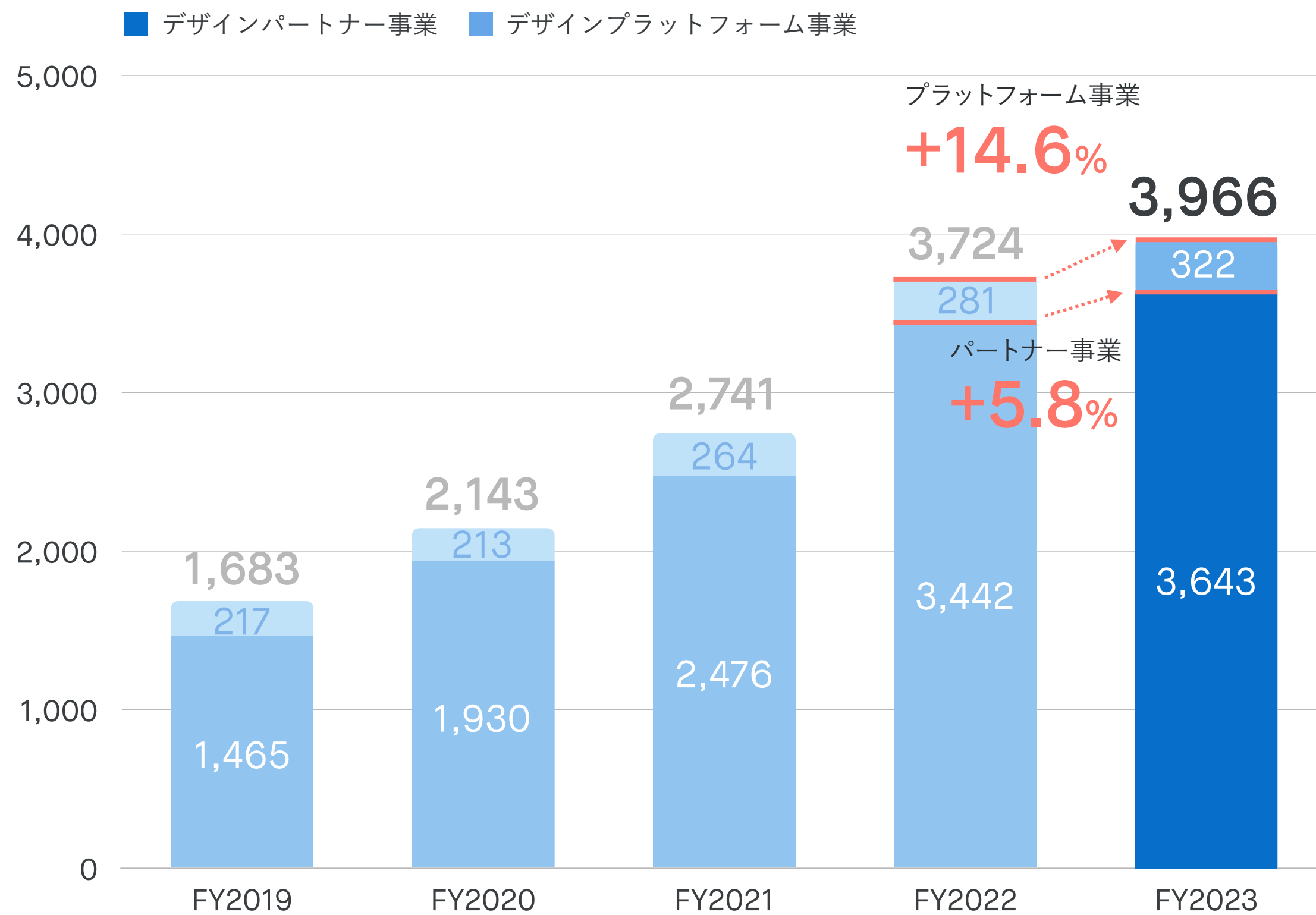
- YoYで-14.6%だが、業績予想を11%上回り着地
- 1Qは営業赤字を計上、ドイツ子会社閉鎖も影響したが、以降コスト負担解消
- 2Q以降、営業成績の回復とともに黒字回復

下期よりFY2024に向けた成長投資を実行

- 人材採用は期を通じて抑制する結果
- サイバーエージェントとの業務提携を実施し、成長に向けて準備
- 4Qは中長期成長のための基盤整備の投資実施

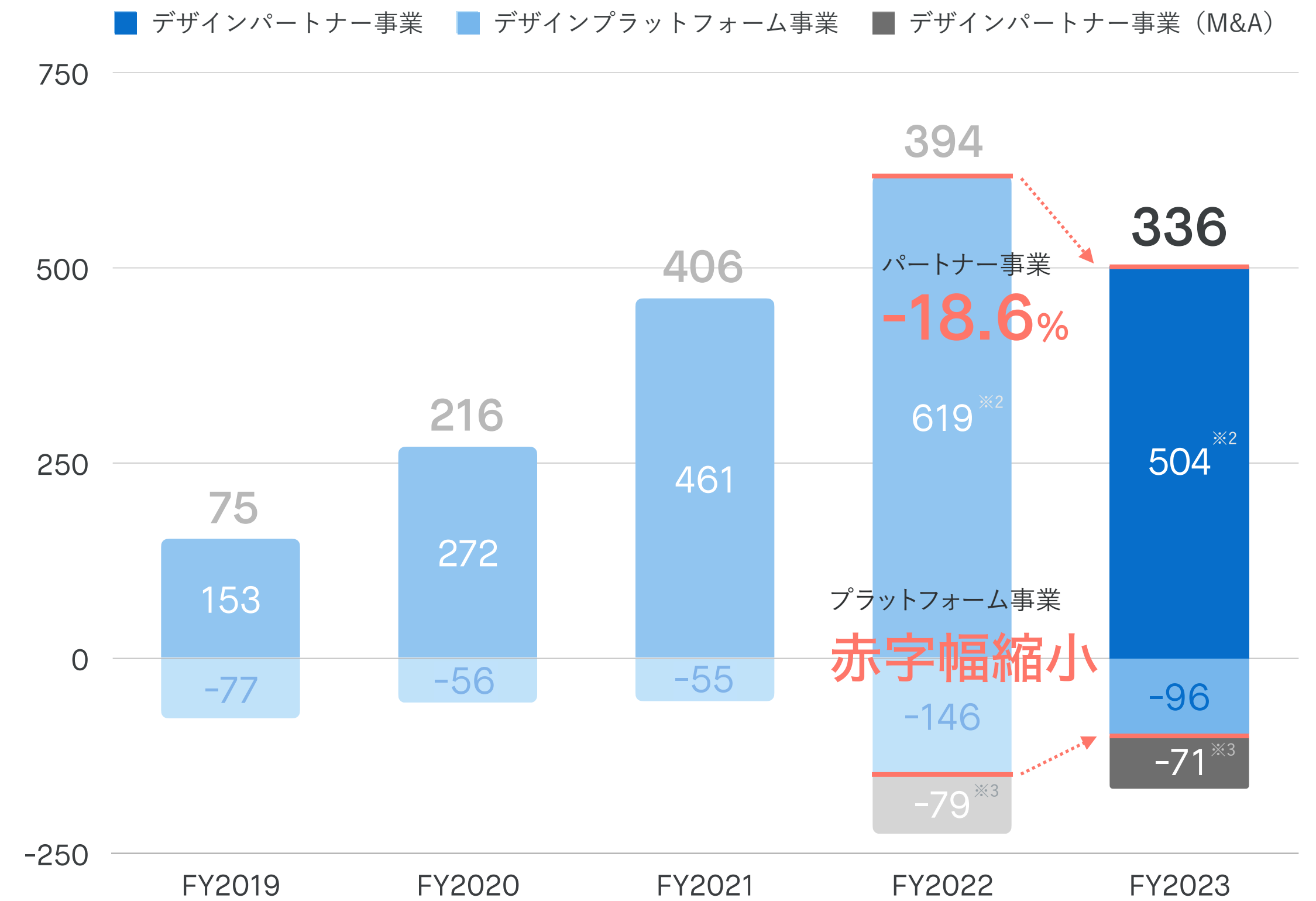
パートナー事業はYoYでは営業減益だったが、2Q以降売上高・営業利益ともに順調 プラットフォーム事業はReDesignerの成長により赤字幅が縮小

売上高^{※1} 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^{※1} 単位：百万円

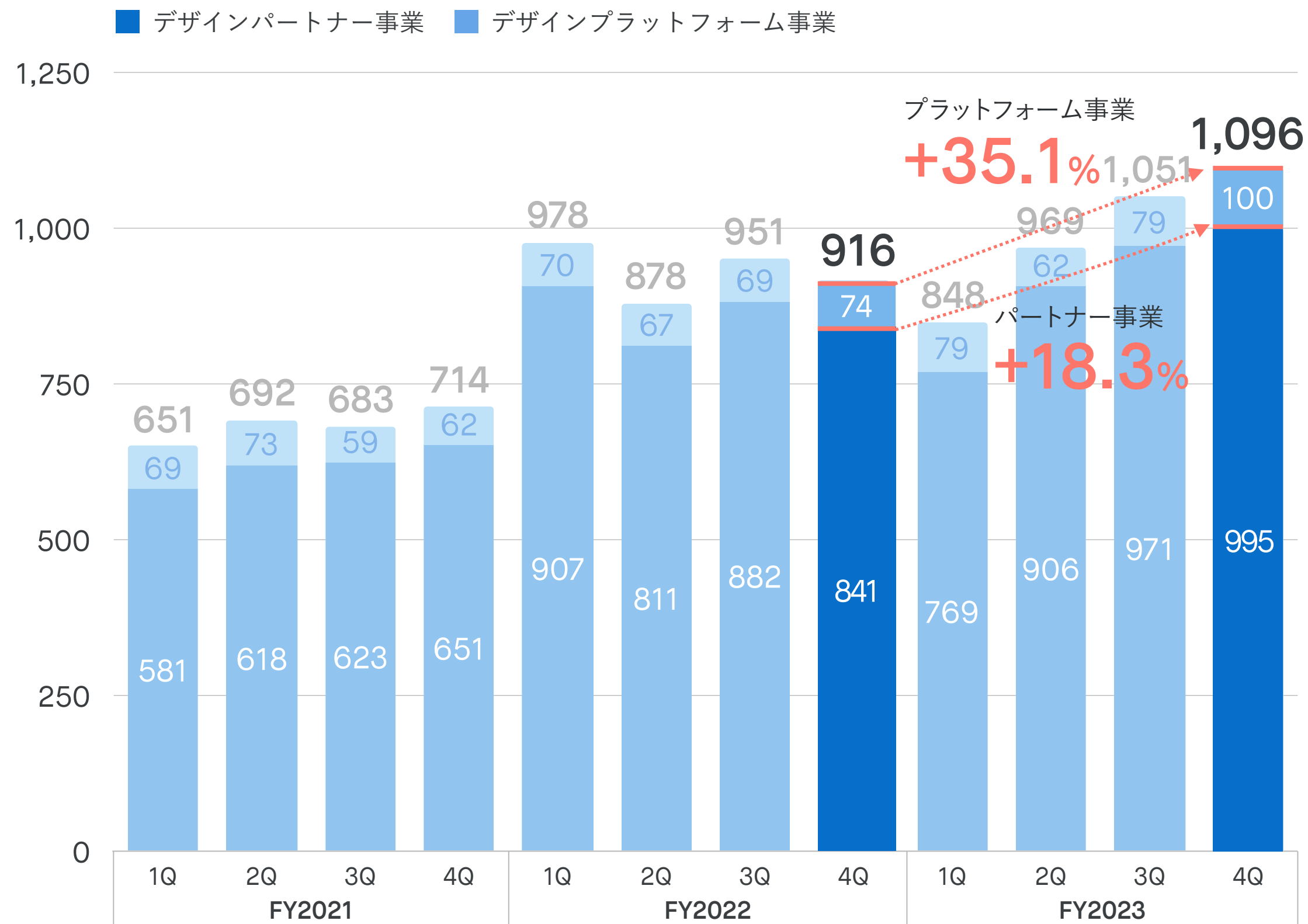


※2 デザインパートナー事業の営業利益はM&A関連費用を除いております。
※3 M&A関連費用として、FY2022では取得関連費用・のれん償却額等、FY2023ではのれん償却額等を計上しております。

3Qにつづき4Qも過去最高の四半期売上高を更新し力強く成長

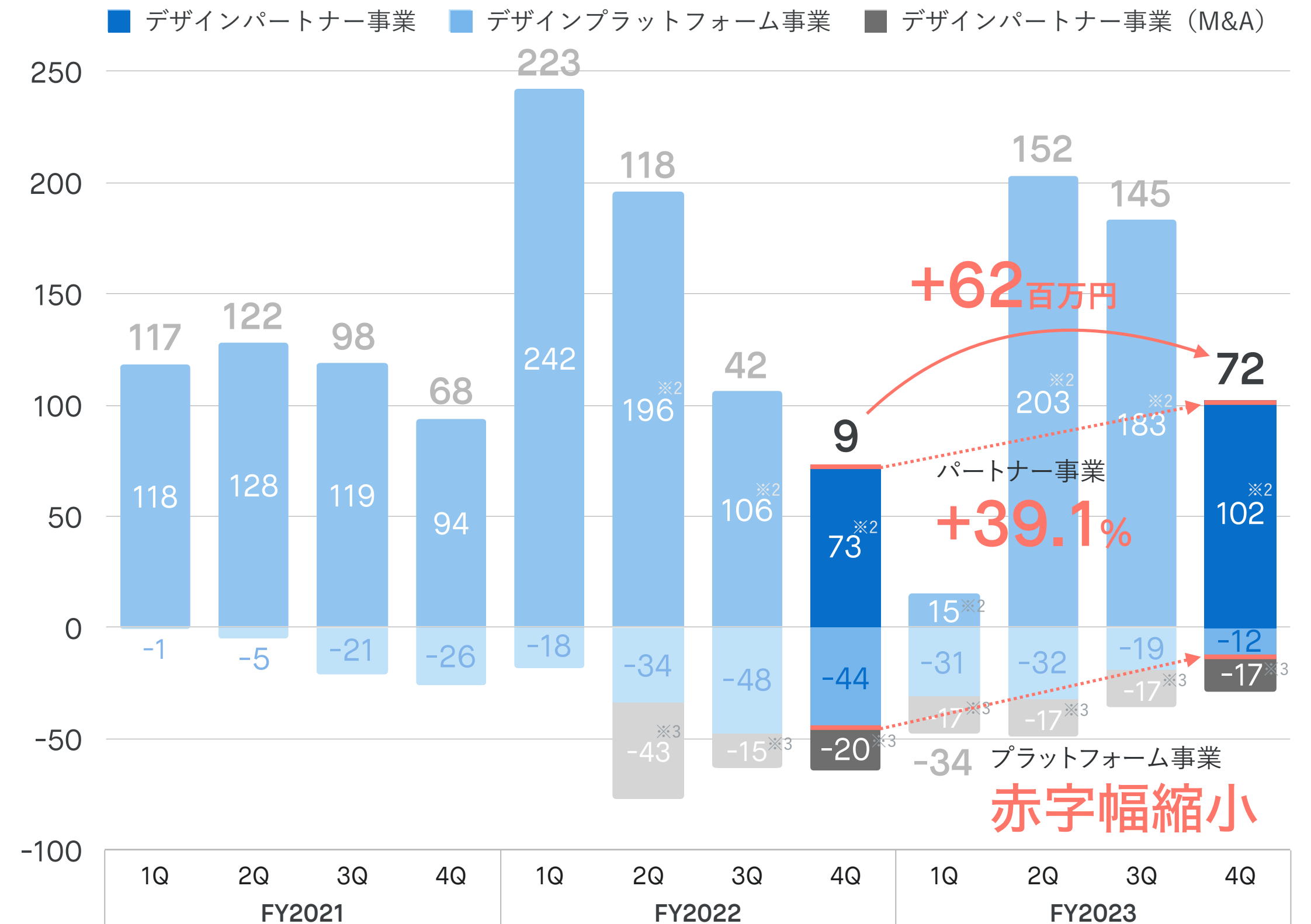
4Qにて成長投資（約75百万円強の費用投下）を実施も、営業利益は高水準

売上高^{※1} 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^{※1} 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ではのれん償却額等を計上しております。

4Qにて過去最高の四半期売上を更新、通期売上高はYoYでもプラス成長へ 特別利益の積み増しにより当期純利益は業績予想比+28.3%で着地

連結損益計算書（9-8月）

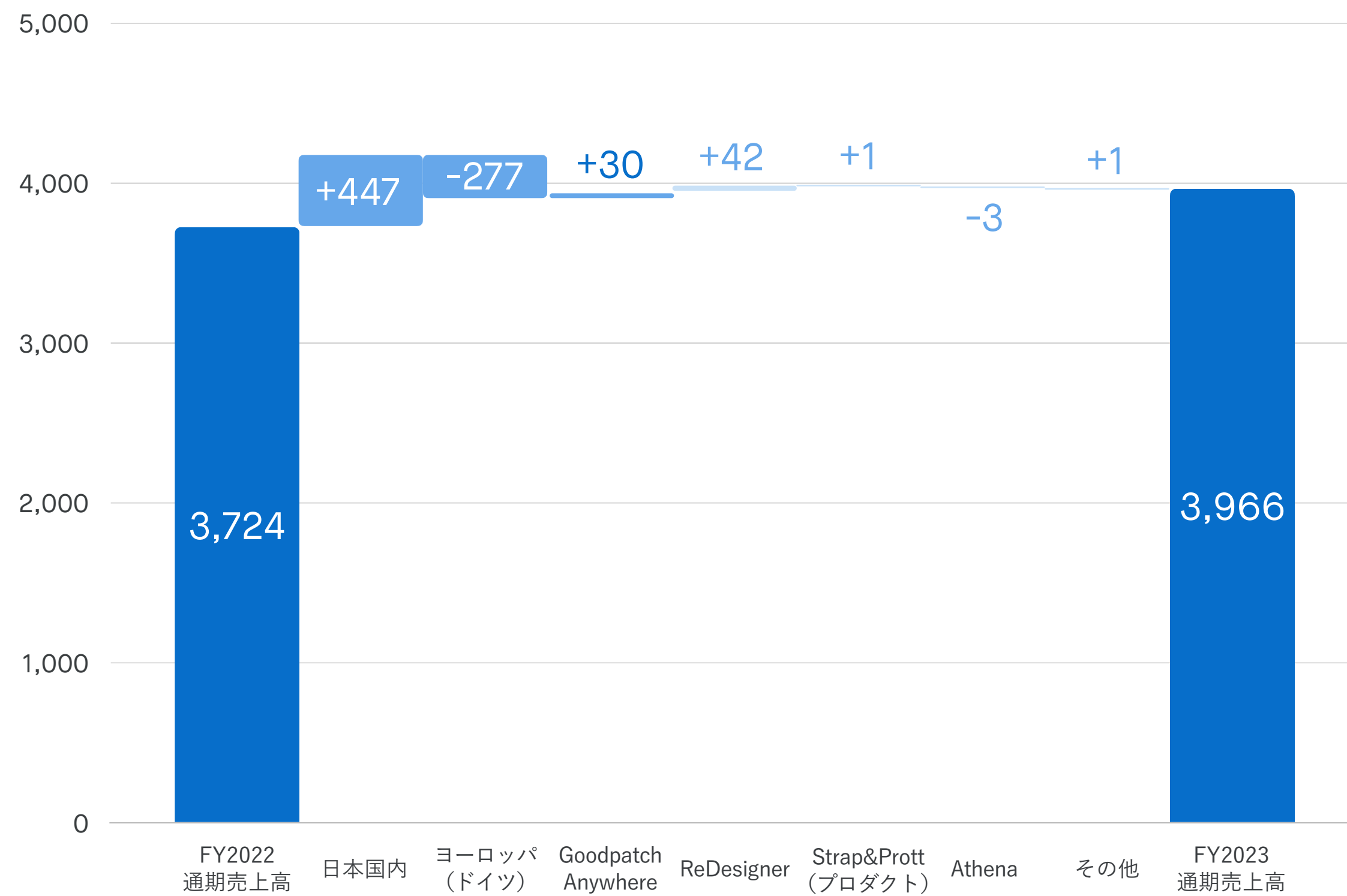
単位：百万円

	FY2022 4Q	FY2023 4Q	YoY 増減率	FY2022 1-4Q	FY2023 1-4Q	YoY 増減率	通期 業績予想	達成率
売上高	916	1,096	+19.7%	3,724	3,966	+6.5%	3,914	101.3%
営業利益	9	72	+676.3%	394	336	-14.6%	301	111.8%
営業利益率	1.0%	6.6%	+5.6pt	10.6%	8.5%	-2.1pt	7.7%	-
経常利益	11	74	+545.4%	395	336	-14.8%	305	110.4%
当期純利益	-156	55	-	72	242	+234.3%	189	128.3%

売上高は日本国内にて伸長、ドイツ子会社解散の影響を乗り越え成長に貢献 営業利益ではAnywhereの原価上昇や成長投資等が減益要因だが、今後徐々に改善へ

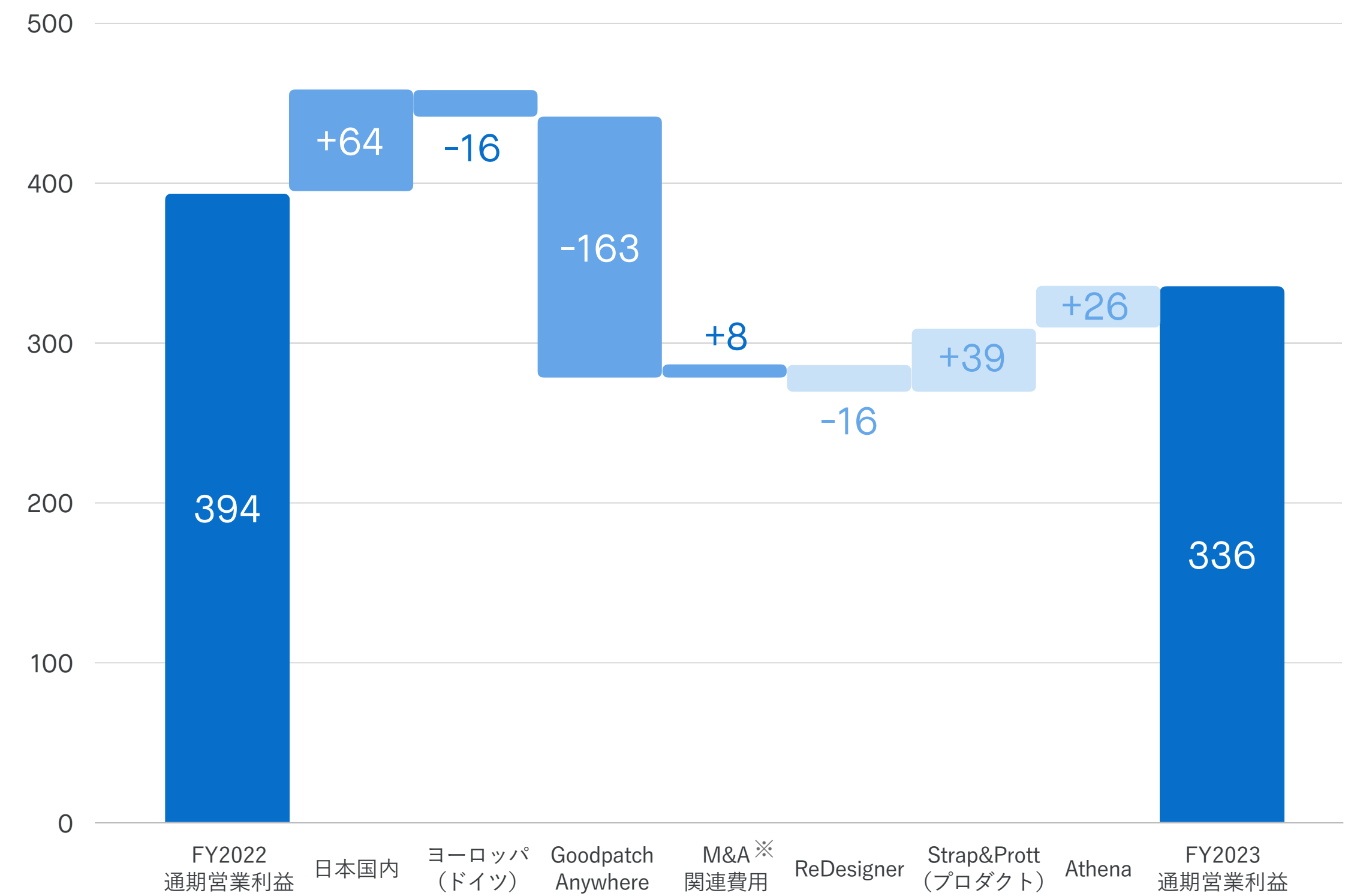
売上高

単位：百万円



営業利益

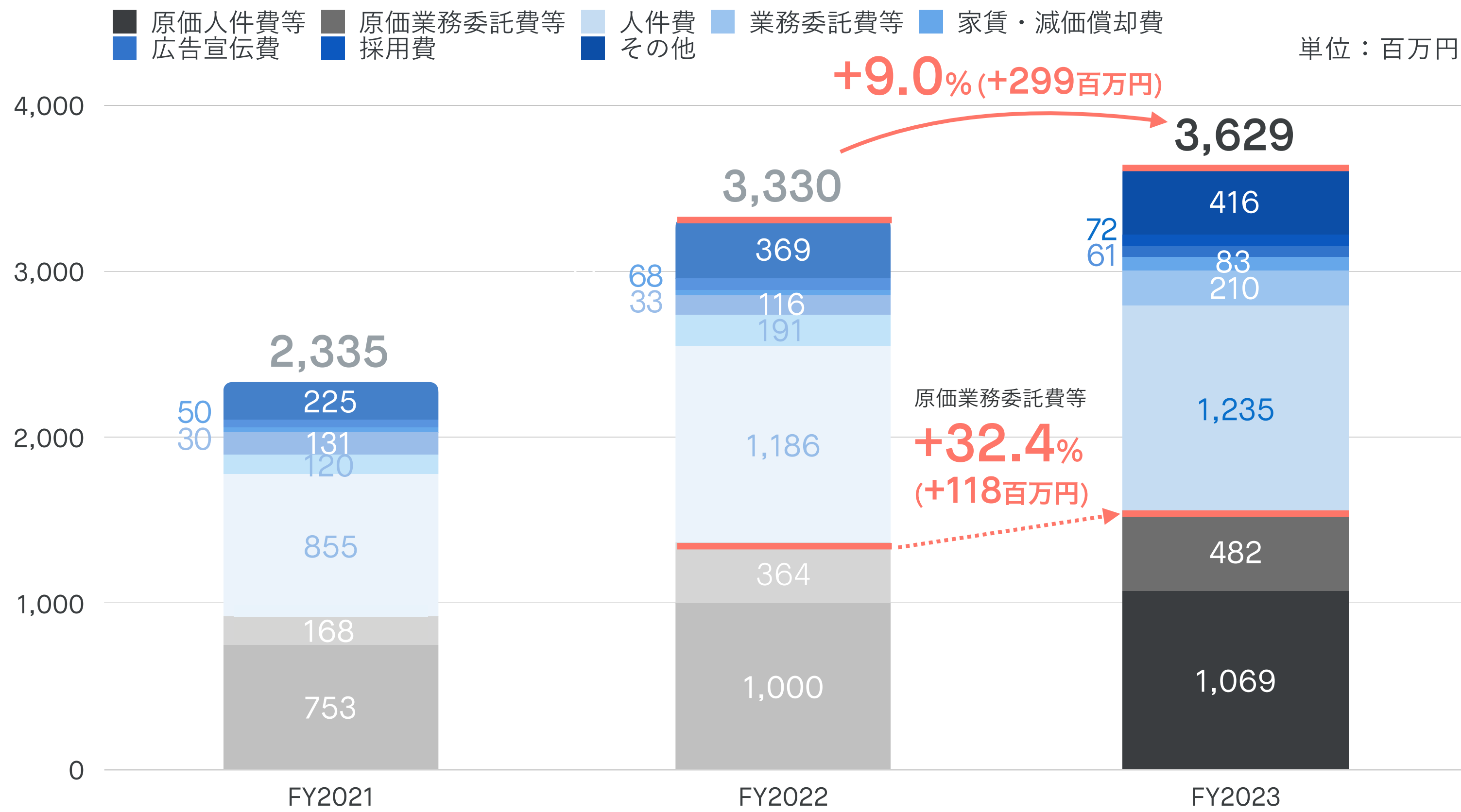
単位：百万円



※ M&A関連費用：M&A取得費用・のれん償却費等

年間総費用は+9.0%増加、4Qの成長投資を除けば売上成長に伴う変動費が主要因

費用構成の推移

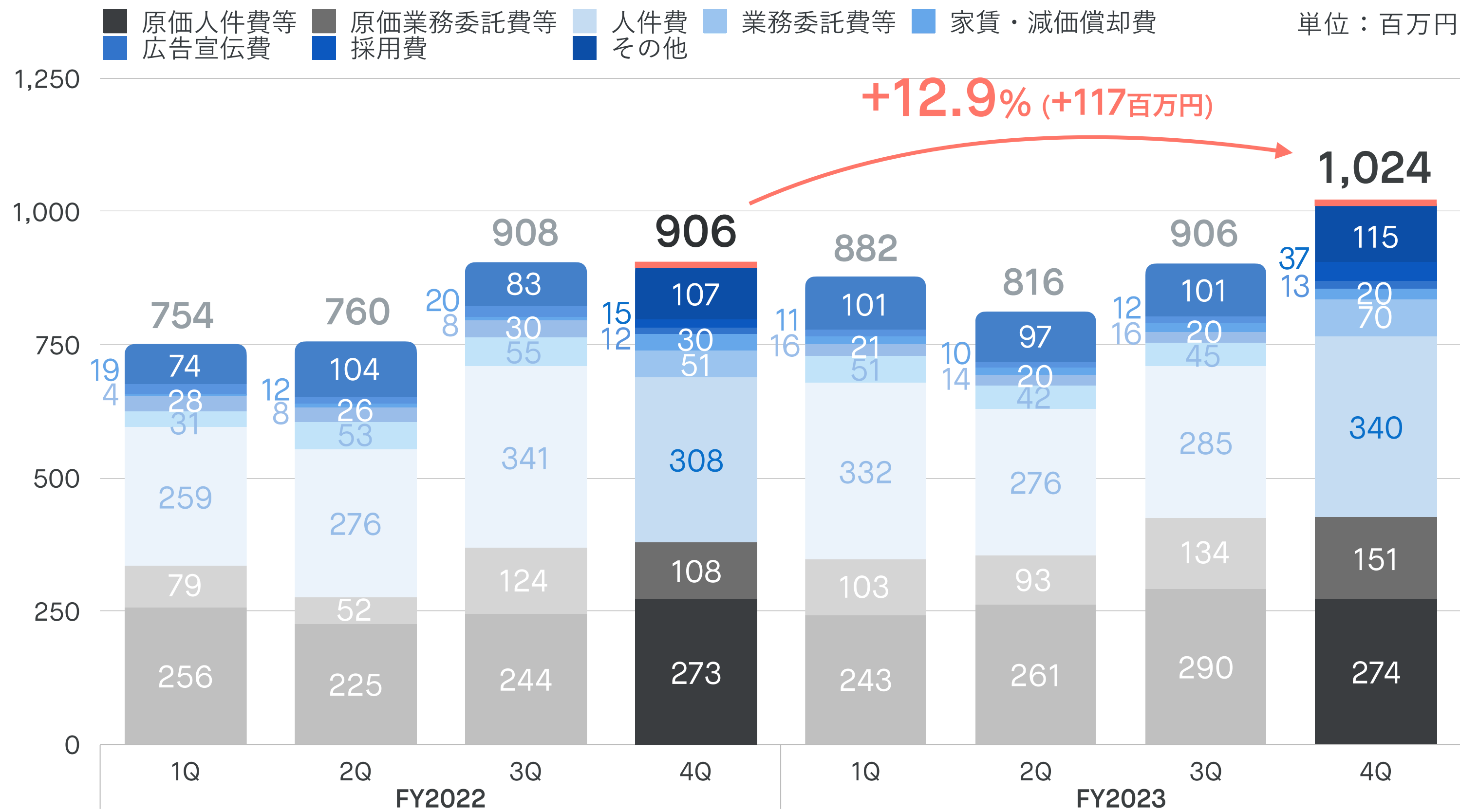


- 業務委託等（原価）は+32.4%
（+118百万円）と増加、Anywhereにおける業務委託契約者の増加及びディテイルズの成長に伴う制作案件の増加による
- 採用費は72百万円と顕著には増加していない、本格的な採用活動が実行されるのはFY2024にて
- 広告宣伝費は約80%増（+27百万円）、年額61百万円と増加。ウェビナー開催やリスティング広告への重点費用投下など広告施策の強化のため

※上記費用には営業外費用及び特別損失は含みません。

4Qの売上高成長に連動、総費用はYoY+12.9%と増加したものの 費用増加分の大半は成長のための先行投資として実施

費用構成の推移



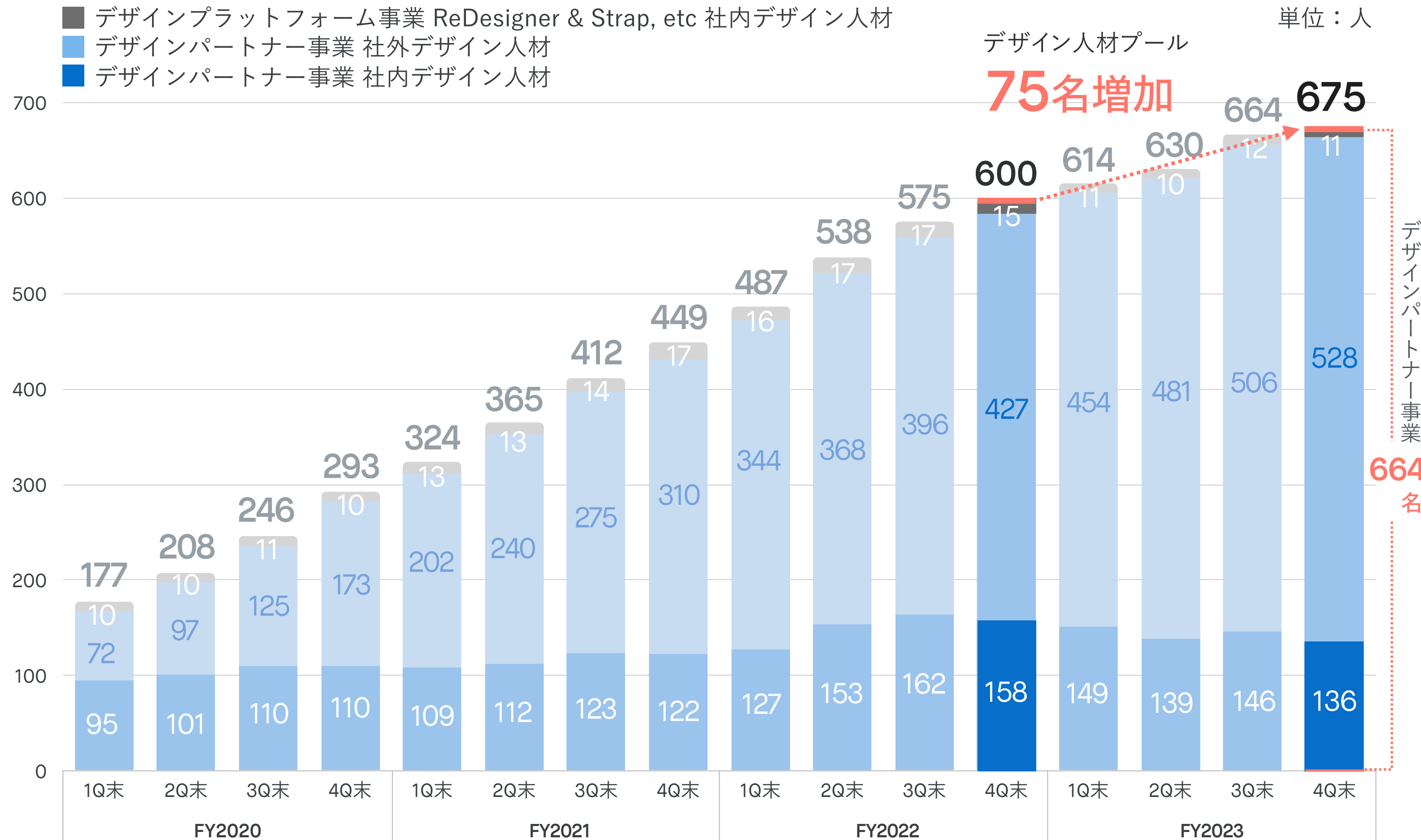
- 4Qにて75百万円強の投資を実施、FY2024以降の成長に貢献するもの、内訳は以下のとおり

業務改善投資	20百万円
人材採用投資	18百万円
人事関連投資 (制度設計変更・賞与等)	30百万円
その他設備投資等	7百万円

- デザイナー人員数の減少に伴い原価人件費が減少したものの、FY2024にて採用強化を進めるため増加に転じる見込み

デザイナー人員数が拡大、社内外含め合計で675名、YoYで+75名

デザイン人員数の推移



デザインパートナー事業

- 社内デザイナー数は136名
(QoQでは-10名)、4Qは入社が少なく下半期の退職者が集中したため
FY2024 1Qは10名以上の入社確定し、採用ペースアップへ
- Goodpatch Anywhereでは継続的に拡大しQoQで+22名、総数は528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-1名、一定規模のチーム体制を維持

サイバーエージェントを割当先とする第三者割当増資により自己資本が充実

連結貸借対照表

単位：百万円

	FY2022 4Q末	FY2023 4Q末	増減	主な理由
流動資産	3,312	3,828	516	第三者割当増資（499百万円）、利益計上
現金及び預金	2,910	3,273	363	同上
固定資産	857	872	14	
総資産	4,169	4,701	531	第三者割当増資（499百万円）、利益計上
流動負債	709	612	-97	
固定負債	251	119	-132	借入金返済
純資産	3,209	3,970	760	第三者割当増資（499百万円）、利益計上
自己資本比率	77.0%	84.4%	+7.4pt	

各事業の状況

デザインパートナー事業

ドイツ子会社の解散を乗り越えプラス成長で着地、今後の成長に向けて準備が進む

セグメント全体^{※1} FY2023 通期（9-8月）

売上高

3,643 百万円

前年同期比（増減）

+5.8% (+200百万円)

業績予想

3,581 百万円

達成率

101.7%

営業利益^{※2}

504 百万円

前年同期比（増減）

-18.6% (-115百万円)

※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。

2Qより黒字回復、成長路線へ

- 日本国内の売上高が順調に拡大
- ドイツ子会社減少分をカバーし、YoY+5.8%成長
- 業績推移も順当であったため、4Qにて積極投資を実施

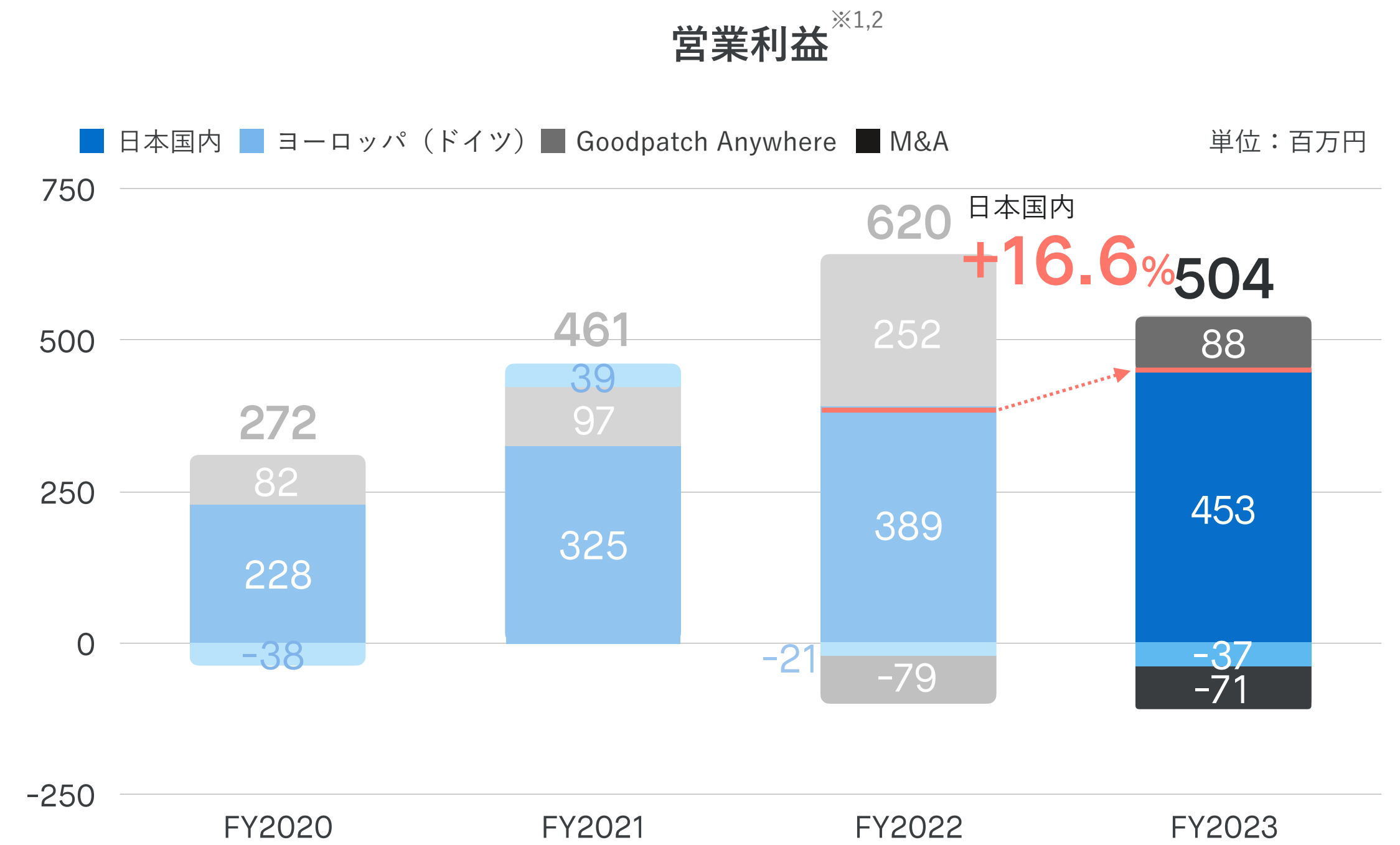
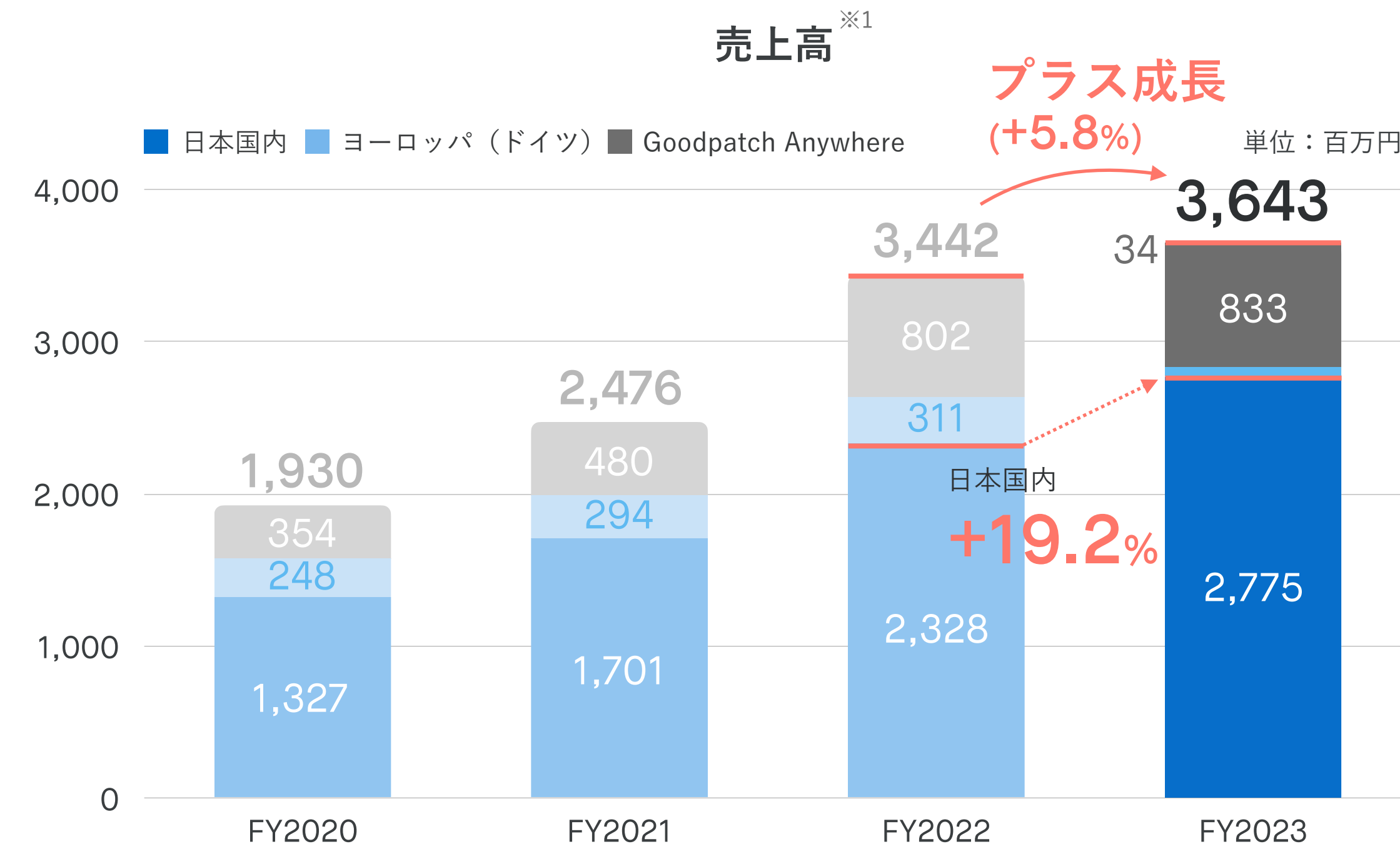
マーケティング&セールスの再構築

- 戦略領域のプロジェクトが拡大
- 体制拡充は計画通りに実行
- プロジェクトの継続を強化し、長期的な関係値を構築

プロジェクト提供体制の連携強化

- 正社員デザイナーの稼働安定
- 正社員デザイン部門におけるグッドパッチとディテイルズのシナジーが加速
- Anywhereは下期から成長、新規獲得の受け皿となり、人材プールを有効活用

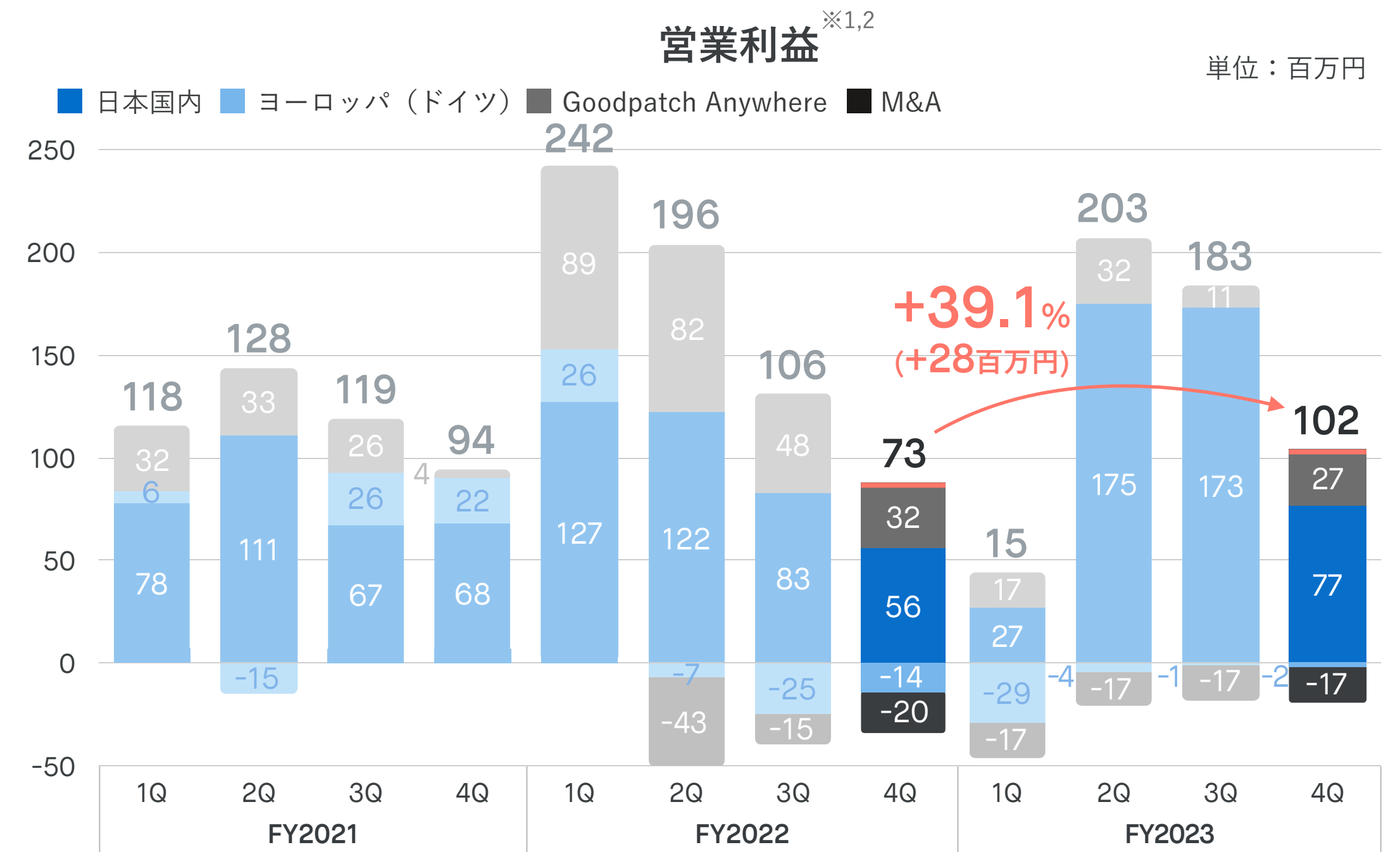
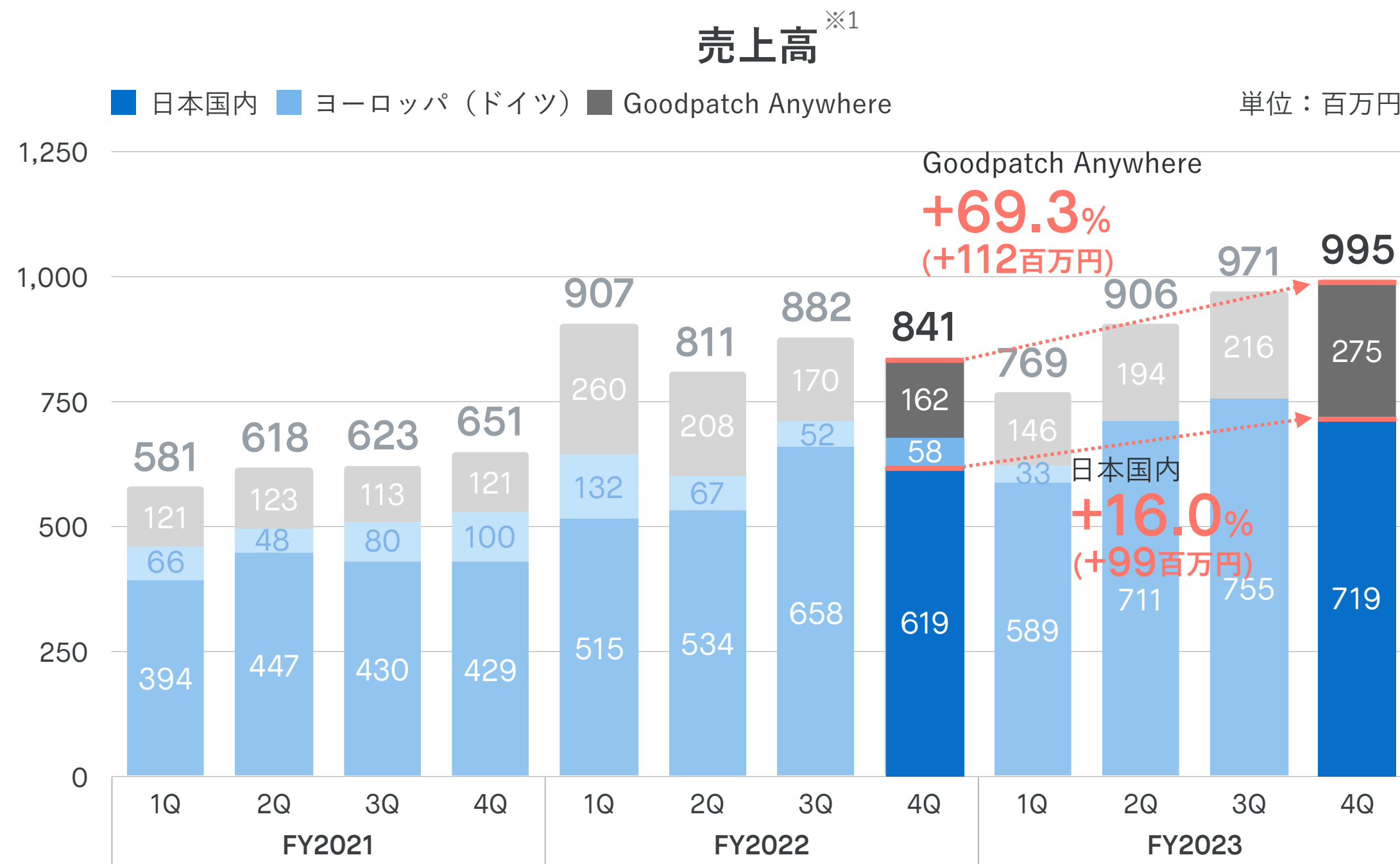
マーケティング・セールスの体制を再構築、ドイツ子会社の解散影響を乗り越え売上成長を実現



※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。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（グッドパッチ&ディテイルズ）についてはYoY+19.2%と成長路線へ復帰、またプロジェクト稼働が安定し、営業利益も+16.6%と順調
- Goodpatch Anywhereは売上高は微増となる一方、デザイナー原価率上昇及び組織体制強化に向けた投資実施により収益性が低下
FY2024にて売上高成長とともに収益性改善を図る

四半期売上高が10億円目前まで到達、営業利益はYoY+39.1%の成長



※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。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（グッドパッチ&ディテイルズ）では継続プロジェクトが順調に推移し、前四半期に次ぐ売上水準
- **Goodpatch Anywhereは過去最高売上高を更新**、QoQでは営業利益も回復傾向となった
- FY2024以降の組織成長を踏まえた投資（費用投下）を実行、QoQの利益減の主要因となった

マーケティング・セールス強化により、新規プロジェクトの獲得が回復、体制も安定

顧客あたりの年間売上高の分布

(Anywhere、ディテイルズ含む)

単位：社

	FY2021	FY2022	FY2023
1億円以上	3	5	6
0.6億円以上 1億円未満	8	5	6
0.3億円以上 0.6億円未満	13	22	20
0.3億円未満	68	110	119
合計	92	142	151

マーケティング・セールスにおける取り組み・行動の強化

- 戦略領域における有望なデザインプロジェクトを複数獲得
FY2024の戦略にてさらに拡大
- マーケティング・セールスの構造改革が進み、リード獲得、プロジェクト獲得数は増加
- 計画通り人員を獲得し、課題であったマーケティング・セールス体制を解決

継続プロジェクトの強化、LTVの最大化

- クライアントに価値を認識してもらい、長期的な関係値を構築
- プロジェクトの継続を強化し、0.6億円以上のプロジェクトが増加
- 引き続き、既存顧客の領域拡張、LTV最大化を目指し、プロジェクトの中・大規模化を目指す

デザインパートナー事業においてシナジーを生み出す事業連携が加速

デザインパートナー事業の拡大

FY2021
Goodpatch Anywhereが成長

FY2022
デザインパートナー事業とGoodpatch Anywhereの連携強化。ディテイルズがグループに参画

FY2023

デザインパートナー事業（日本国内&ディテイルズ）の売上高は9.4%成長、ディテイルズ含めた連携を強化し、シナジーが加速
Goodpatch Anywhereは上半期は計画未達となったが、下半期から新規プロジェクトを獲得し売上成長路線へ

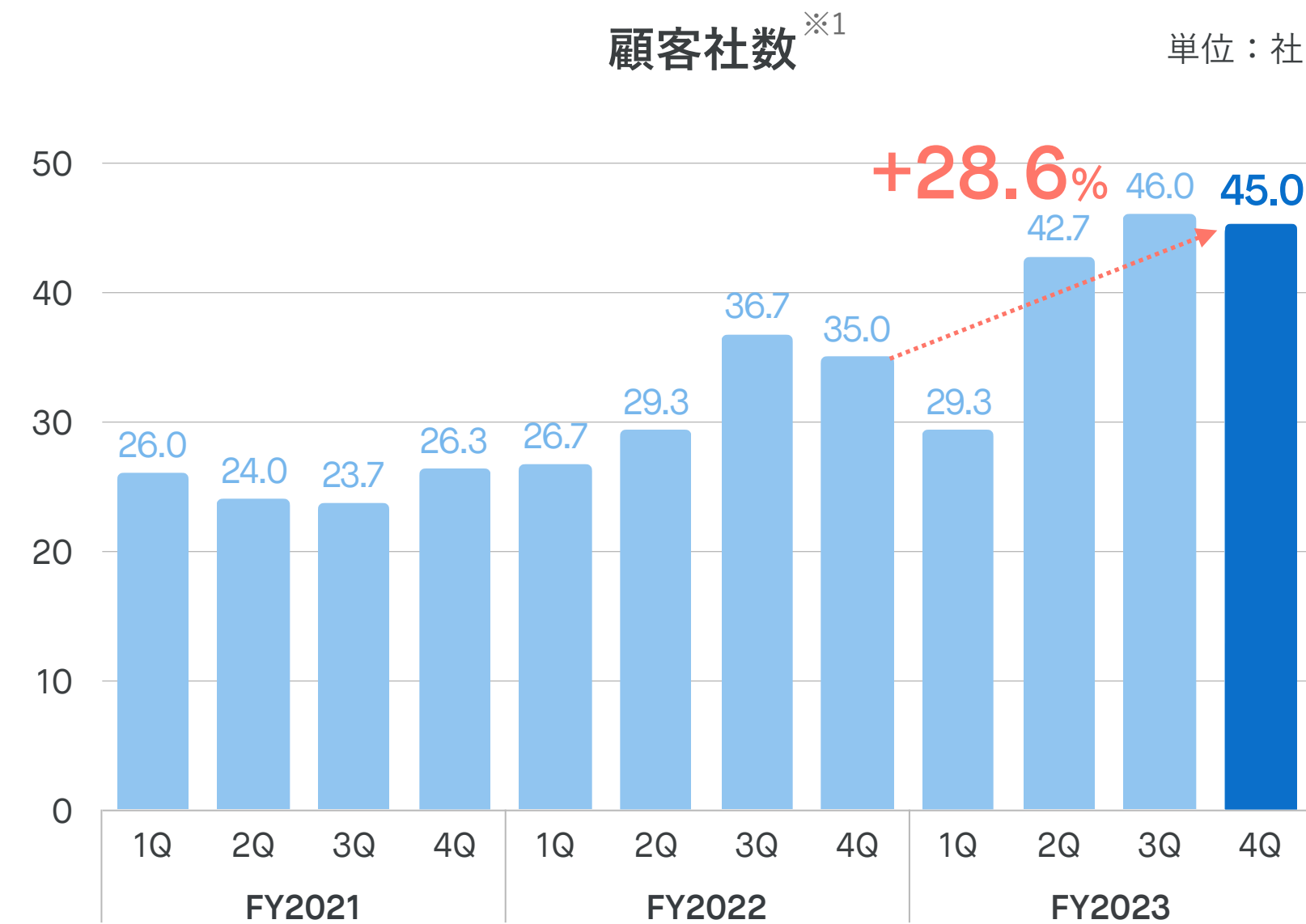
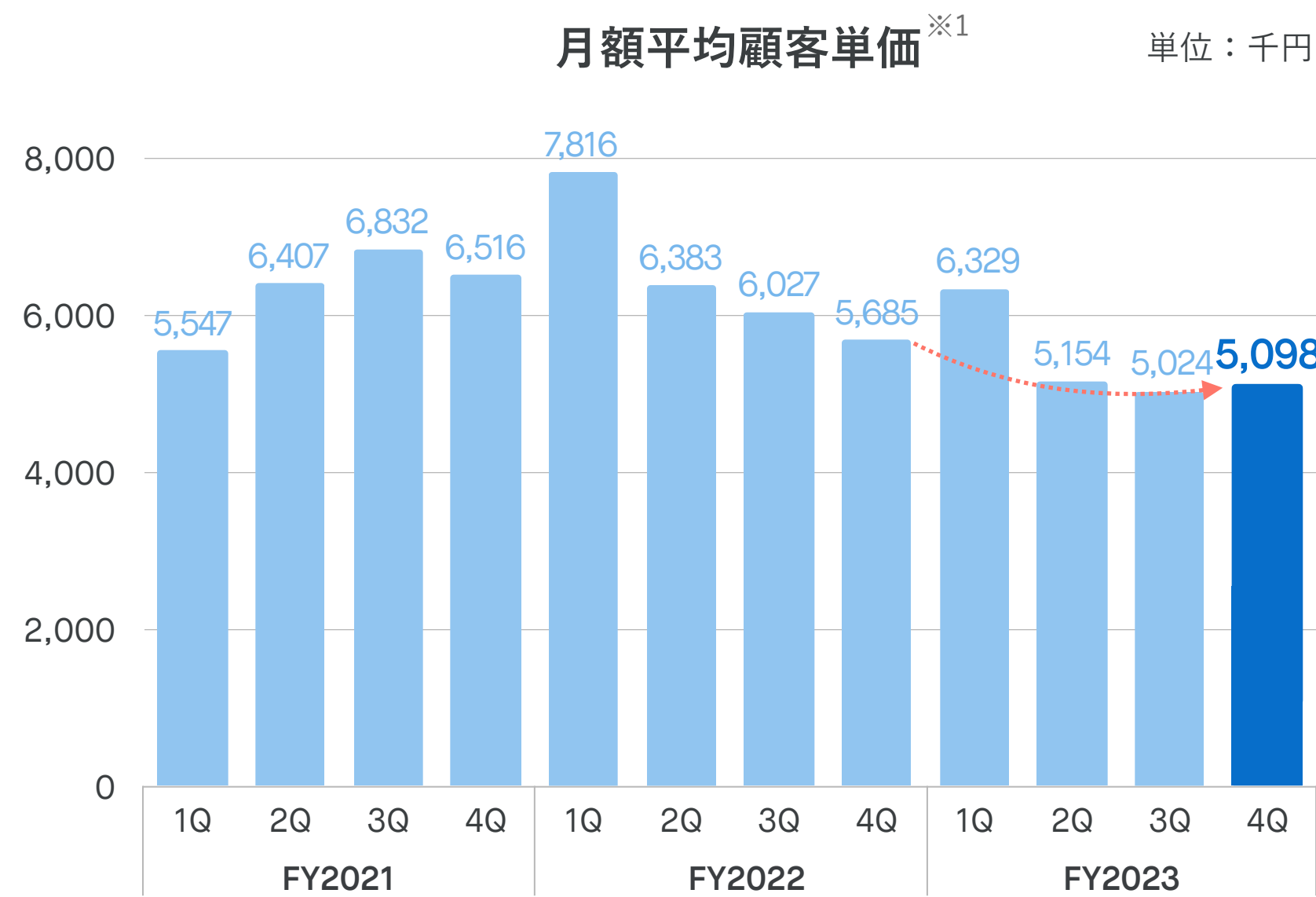
- M&AしたディテイルズをBX（ブランドエクスペリエンス）分野の中核に位置付け、その価値を最大化
- Goodpatch Anywhereを積極的にデザイナーリソースに組み込み、プロジェクトの運用を柔軟化
- フロントの営業、バックエンドの採用や人材開発部分を共通化し、三位一体の高効率な運用体制を構築

売上高（百万円）	FY2021	FY2022	FY2023 実績	FY2023 当初計画	進捗率
デザインパートナー事業（日本国内）※	1,701	2,056	2,775	2,537	109.4%
ディテイルズ	-	272			
Goodpatch Anywhere	480	802	833	975	85.4%
合計	2,181	3,130	3,609	3,512	102.8%

※ ヨーロッパ（ドイツ）を除いた数値です

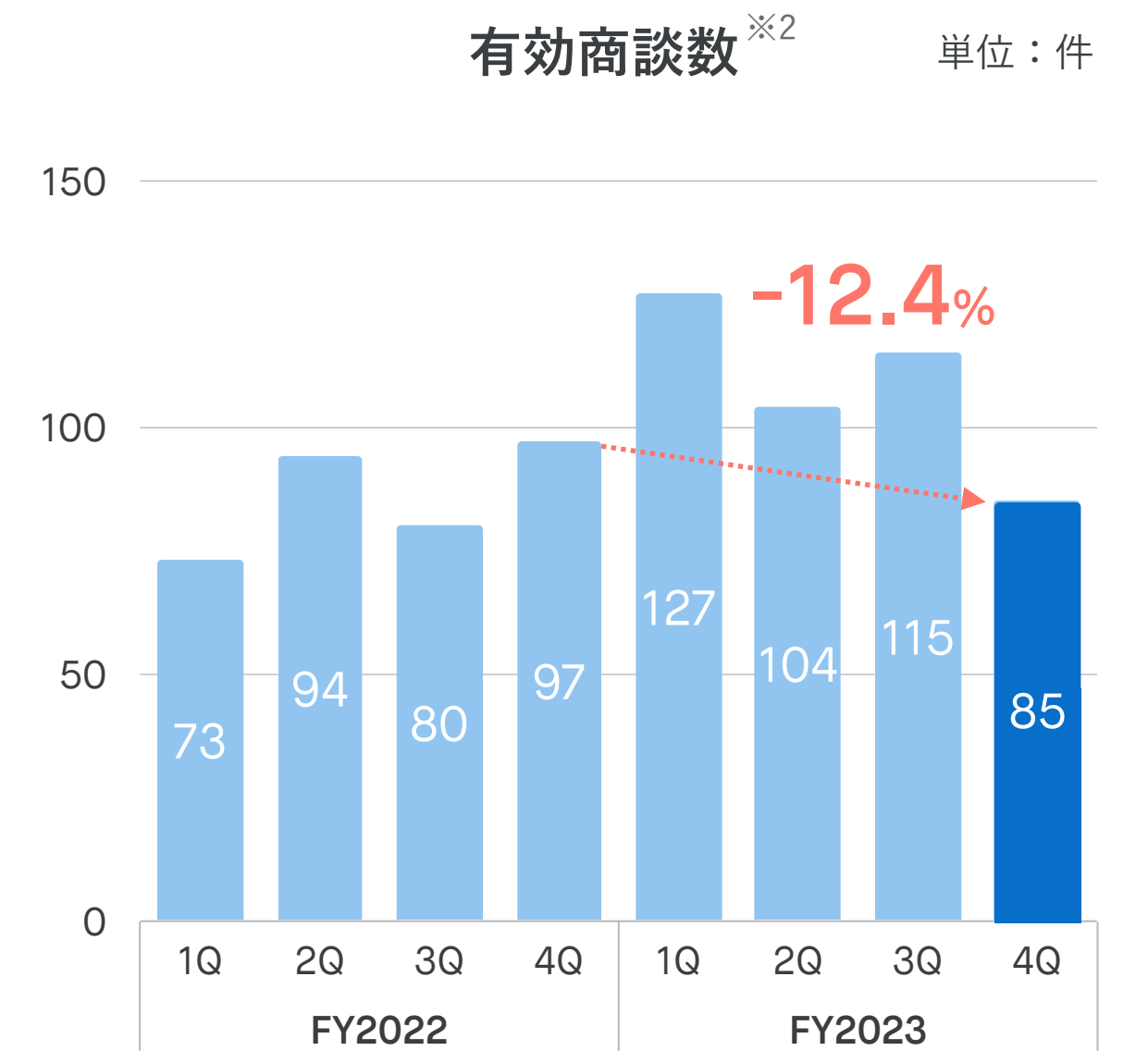
新規・継続ともにプロジェクト獲得が引き続き好調、顧客社数が伸長

プロジェクト売上分解指標



※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。

売上先行指標

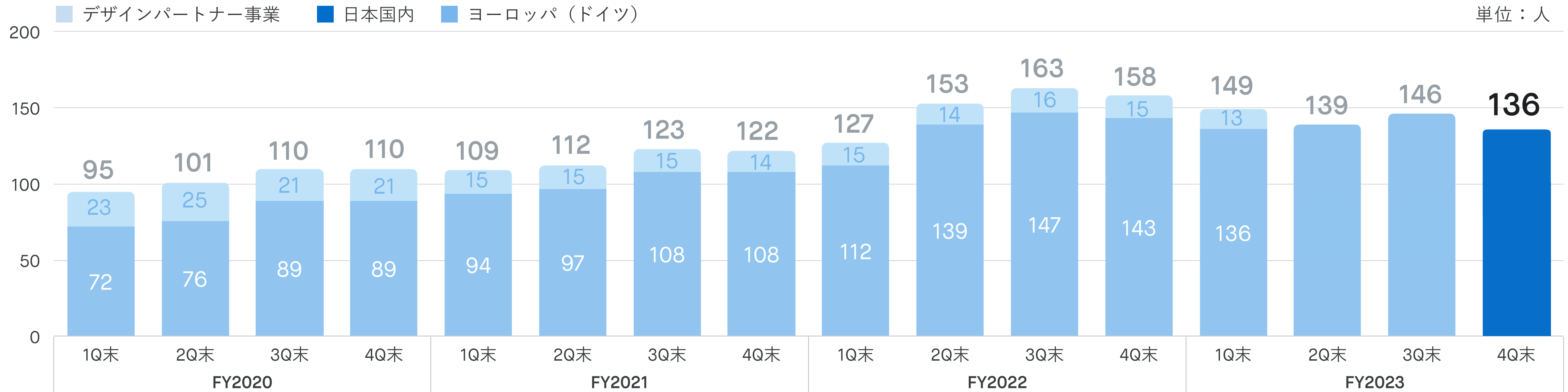


※2 Goodpatch Anywhereを含み、ディテイルズを除く数値にて表示しております。

- 新規と継続のプロジェクト獲得のバランスに大きな変動なく、顧客単価は500万円前後で安定
- YoYでは好調なプロジェクト獲得を反映し、**顧客社数がYoY+28.6%と大きく伸長**
- 有効商談数は減少となったが、プロジェクト獲得には悪影響見られず季節変動の範囲内と推測

正社員デザイン人材は136名となる、 採用強化によりFY2024 1Qよりデザイナー数が増加トレンドとなる見込み

デザインパートナー事業の社内デザイン人員数

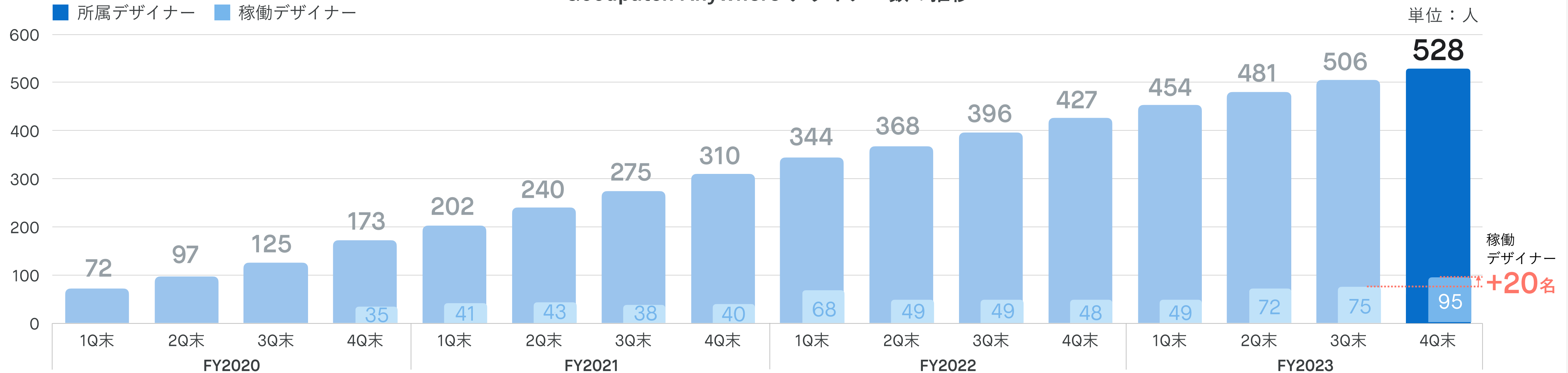


- 正社員のデザイン部門にて、下半期の退職者が4Qに集中したため、QoQで-10名となった
- 需要増に対応するため、3Q後半より採用強化施策を推進
- 入社実現までのタイムラグが発生したが、**FY2024 1Qにてデザイナーの入社が10名以上確定**、提供キャパシティ拡大へ

※FY2022 2Qより日本国内にディテイルズを合算した数値にて開示しております。

新規獲得の受け皿となり四半期売上高が過去最高を更新 稼働デザイナーはQoQで+20名と急増し、95名へ

Goodpatch Anywhere デザイナー数の推移



- 正社員のデザイン部門がキャパシティに達しており、新規プロジェクトを積極的に獲得、稼働デザイナー数が急増
- 人材プールは528名に拡大 (QoQ+22名)
- マネジメント機能向上には継続的に投資

各事業の状況

デザインプラットフォーム事業

売上高はYoYにて+14.6%、ReDesignerが牽引し成長、投資継続しながら赤字幅縮小

セグメント全体 FY2023 通期 (9-8月)

売上高

322 百万円

前年同期比 (増減)

+14.6% (+41百万円)

業績予想

332 百万円

達成率

97.2%

営業利益

-96 百万円

前年同期比 (増減)

- (+49百万円)

順調な事業成長

- 業績予想に対する進捗率97.2%
- ReDesignerにてわずかに未達だが赤字幅が49百万円縮小

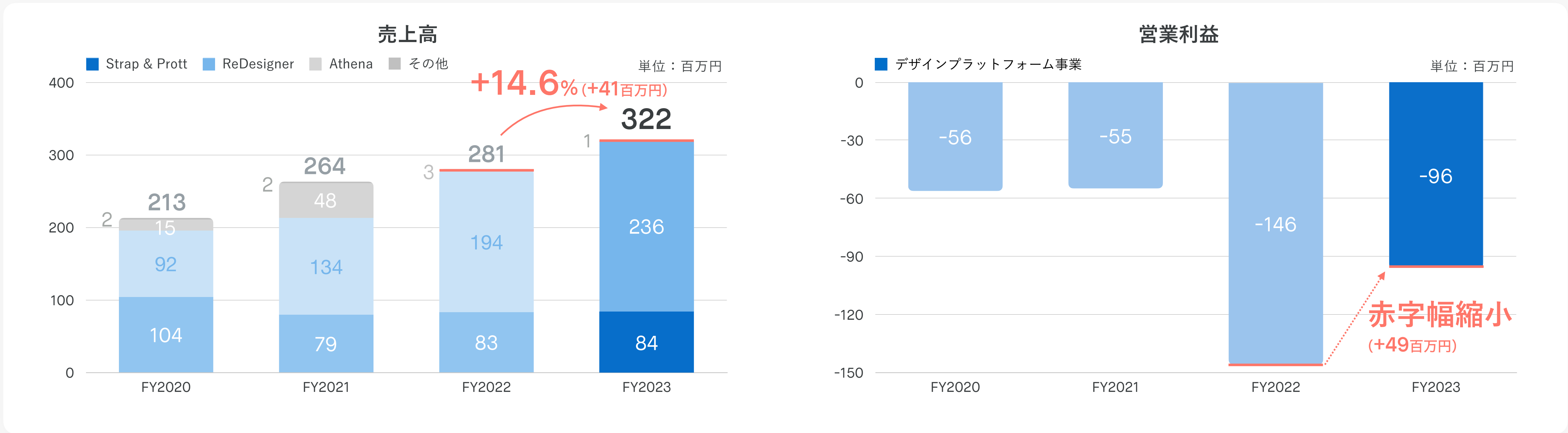
ReDesigner

- 中途向け・新卒向け共に4Qの売上高が過去最高を更新、FY2024のダイレクトリクルーティング開発に弾みをつける

Strap&Prott

- StrapのARRが約1.5倍に成長
- 基本機能を拡充、PMFに向かう準備完了

事業全体の売上高は、YoYにて+14.6%、ReDesignerが牽引し成長 Strapへの投資は継続しつつ、赤字幅が縮小

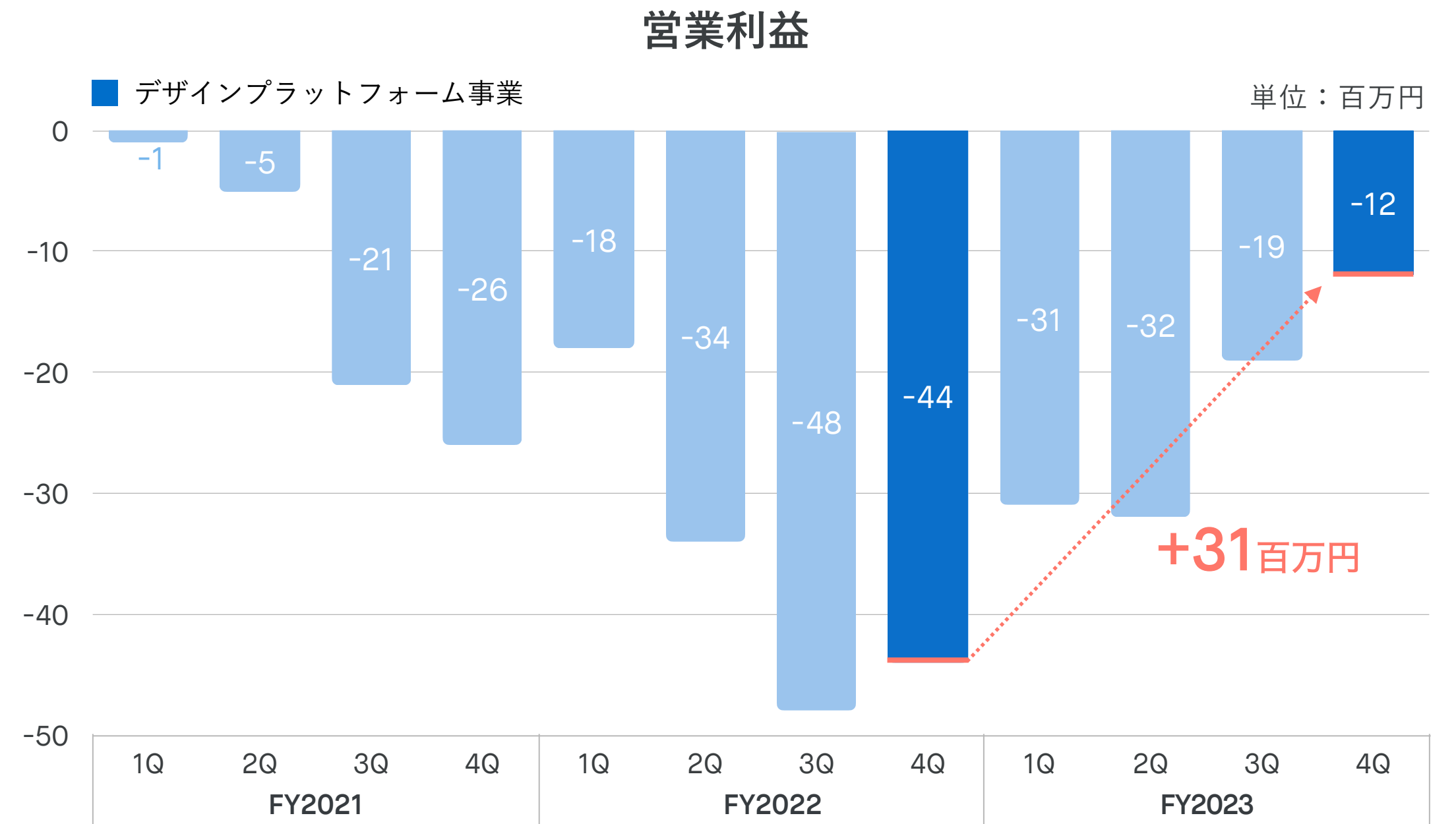
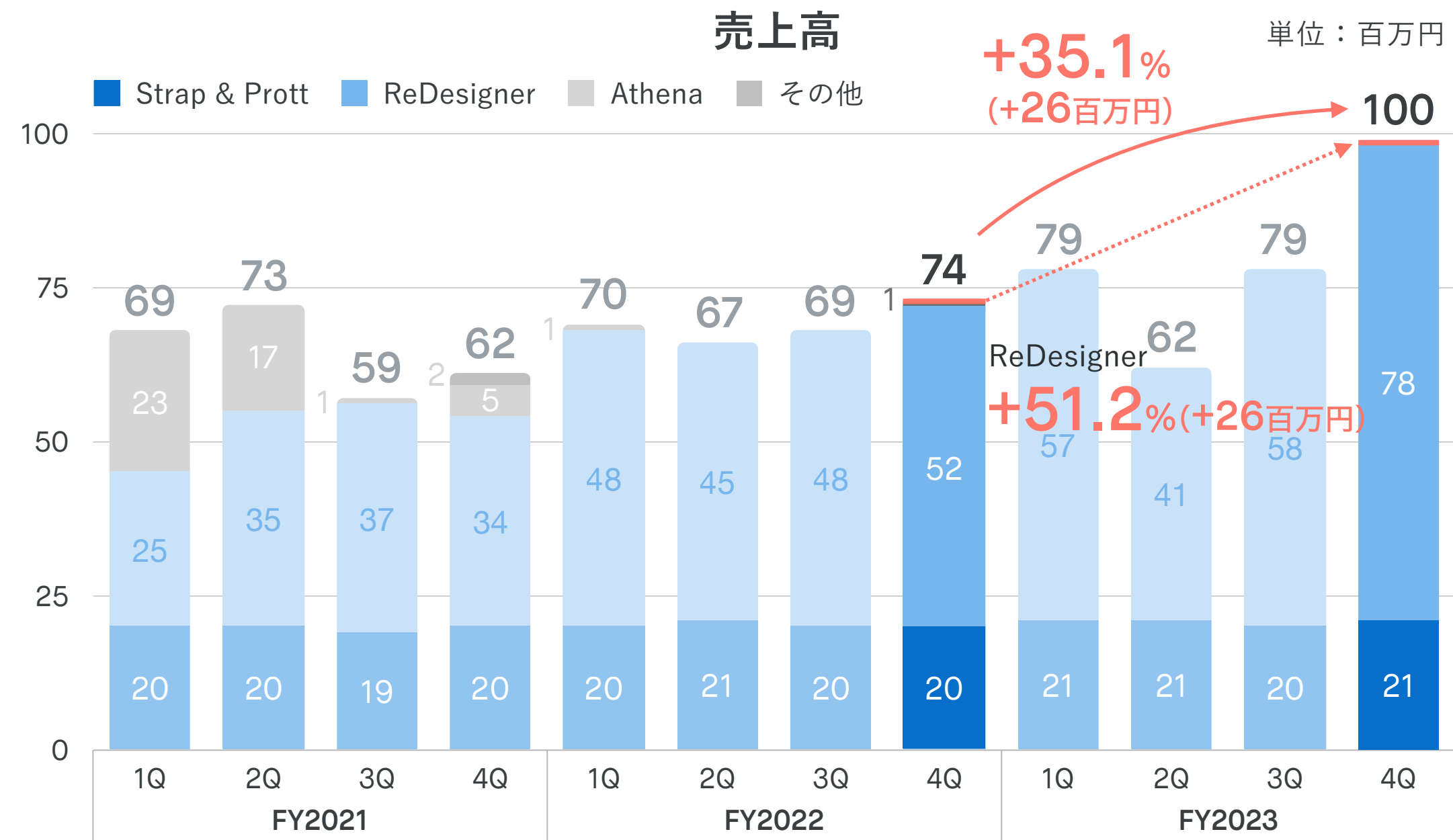


- ReDesignerが上期の遅れを挽回、下期は中途人材紹介を中心に回復
- StrapとProttの合計では売上は横ばいだが、Strap単体の売上高はYoYで約1.5倍となり開発投資とともに成長を継続

※FY2023よりGoodpatch Anywhereはデザインパートナー事業に移管されております。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。

四半期売上高が1億円を突破、YoYは35.1%成長

ReDesignerの中途人材紹介が拡大

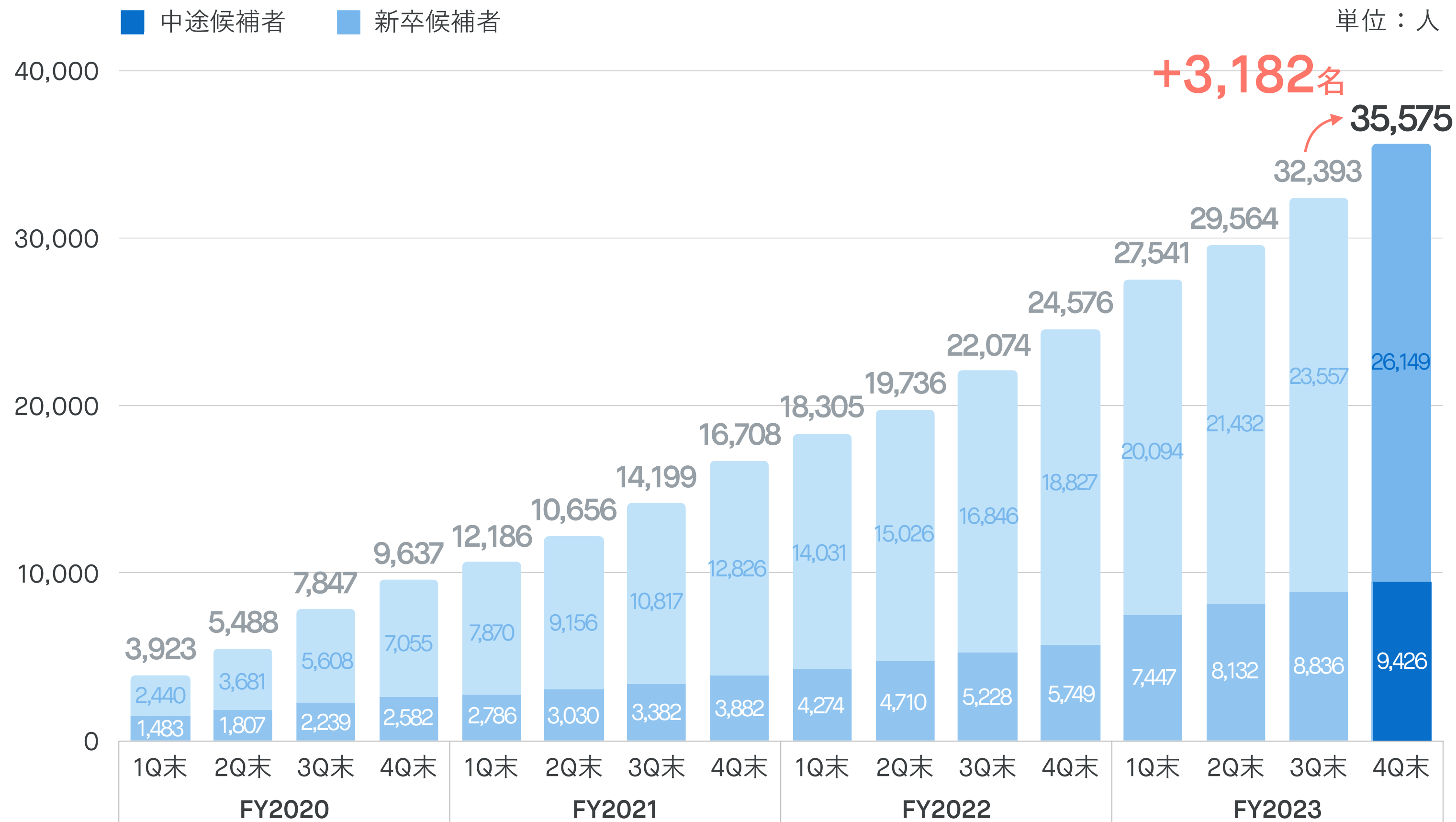


- ReDesignerにて中途人材紹介が拡大、新卒採用支援サービスも継続的に伸長
- Strap & Prottの売上は横ばいとなるも、Strapが売上高の7割を占めるまで成長

※FY2023よりGoodpatch Anywhereはデザインパートナー事業に移管されております。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。

中途・新卒ともに四半期の最高売上高を更新、人材関連サービスが着実に成長

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）

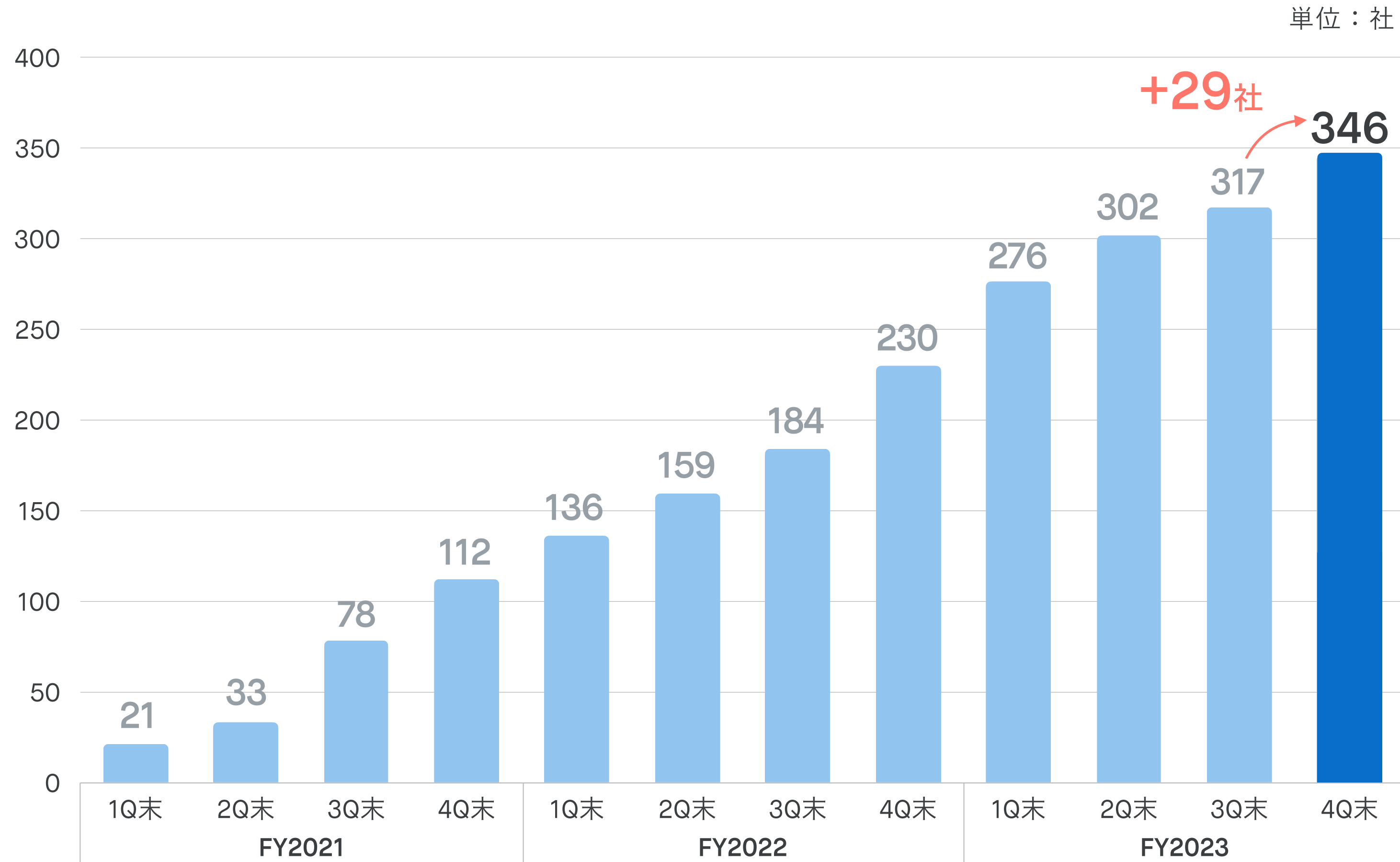
- 入社紹介決定数が過去最高、紹介平均年収も増加
- 累計取引企業数は760社を超え拡大
- 中長期の事業成長を企図しダイレクトリクルーティングの機能を開発中

新卒人材紹介サービス

- 採用イベントの提供が寄与し、3Qにつづき四半期売上の最高額を更新、累計契約社数120社に迫る

累計契約企業数が継続的に拡大し346社に

Strap 累計契約企業数の推移



Strapの成長戦略

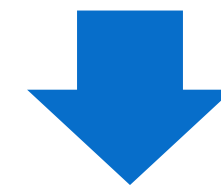
- 特定領域より導入加速：
DX推進、人的資本経営のニーズから企業変革の訴求を強化。経営企画室、DX推進部、人事部門をステップに社内浸透へ
- カスタマイズ研修で、全社導入を加速：
企業に合わせたカスタマイズ研修を提供。研修後、日常業務への浸透をツールで実現し企業変革を支援。社内浸透を促し、全社導入を加速

成長戦略

中長期の目指す方向性とFY2024成長戦略

社会/企業の課題に合わせて
デザインの「価値発揮領域」を拡大しなければならない

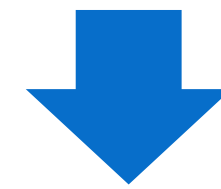
UI/UXを武器にソフトウェアをデザインする会社



顧客体験を起点に企業変革を前進させる
イノベーションを「デザイン」する会社に

中期戦略の方向性

企業変革やイノベーションを支援するには
より顧客企業との関わり方を深める必要がある



事業共創による深いパートナーシップ

事業共創を通じてパートナーシップを強めていく

ジョイントベンチャー型
パートナーシップ



事業提携型
パートナーシップ



M&A型
パートナーシップ



クライアント企業の企業変革と
自社の事業ポートフォリオの拡張と事業成長を両立させる

顧客の企業変革のために

顧客の企業変革のために

深い関係構築と提供ソリューション拡充が必要

中長期の成長を志向し、FY2024成長戦略を設定

デザインパートナー事業

- 1 有効商談獲得に向けたマーケティング強化
- 2 ロイヤルカスタマー獲得のための営業推進
- 3 提供ソリューションの拡張
- 4 バリューチェーン拡大、M&A戦略

デザインプラットフォーム事業

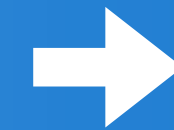
- 1 ReDesignerの成長
- 2 Strapの成長

事業成長を支える経営基盤

- 1 量と質を兼ね備えた人材戦略
- 2 デザインとサステナビリティ

マーケティング投資を拡大、有効商談数は20%成長を目指す

潜在顧客への認知拡大



見込み顧客への興味・関心

注力方針

アライアンスによる
新規案件の創出

事例発信の強化

ナーチャリング強化

取り組み
施策

- ・アライアンス経由の売上を拡大
- ・サイバーエージェントやCTCをモデルとした新たなアライアンス案件の獲得
- ・アライアンス経由の商談数目標
(FY2023 35件→FY2024 60件)

 CyberAgent®

 CTC
Challenging Tomorrow's Changes

- ・事例発信数の増加
- ・マーケティング/インサイド
セールス人員数の増強
(FY2023末 6人→FY2024末 11人)

- ・ハウスリスト（対象リード）
6,000件からの案件創出数
(FY2023 6件→FY2024 12件以上)
- ・ハウスリストへのアプローチ・
案件創出に向けた
インサイドセールス人員を増加

有効商談数：FY2023 436件→FY2024 517件
有効商談の獲得総数増加を目指す

年間売上高0.6億円以上の顧客社数を拡大へ、営業戦略方針に基づく施策実行

顧客あたりの年間売上高の分布

(Anywhere、ディテイルズ含む)

単位：社

	FY2021	FY2022	FY2023
1億円以上	3	5	6
0.6億円以上 1億円未満	8	5	6
0.3億円以上 0.6億円未満	13	22	20
0.3億円未満	68	110	119
合計	92	142	151

年間売上高0.6億円以上の顧客社数：FY2023 12社→FY2024 15社

意思決定者との接点を増やし、ロイヤルカスタマーを増加
プロジェクト品質の継続的改善とともに顧客単価の向上を図る

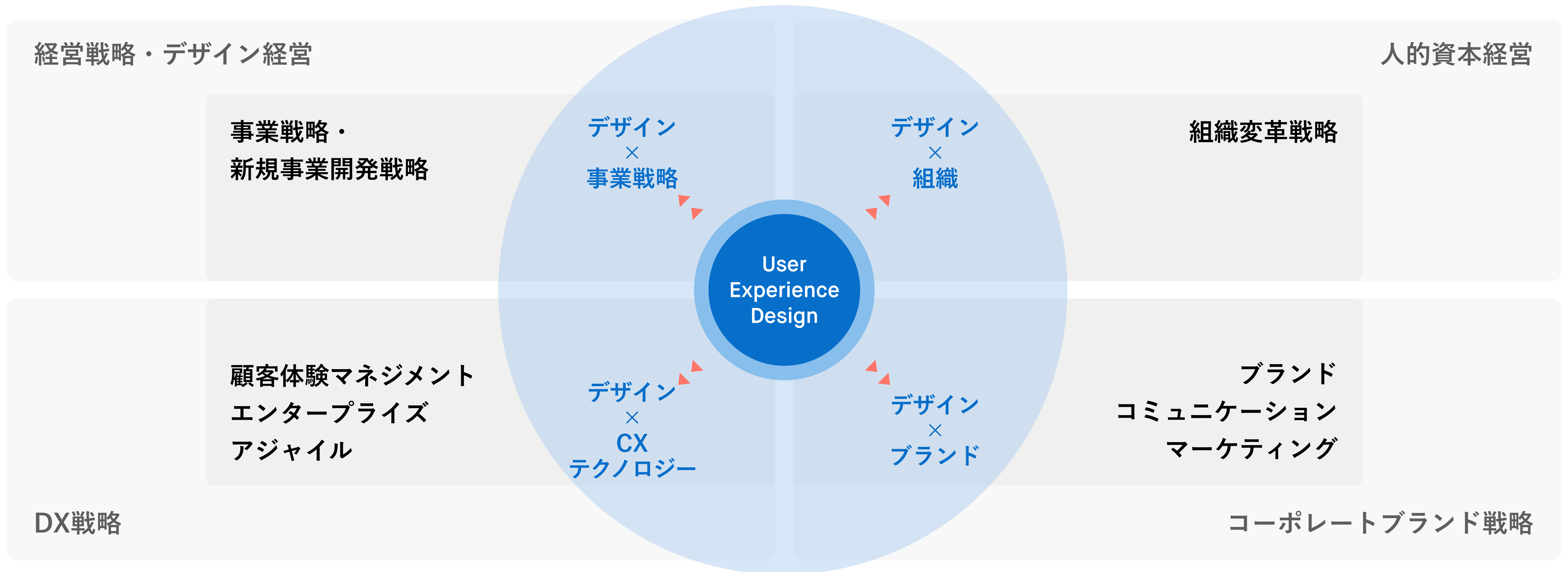
より深い関係を築くための営業戦略方針

- 広げる：ソリューション拡張
- のぼる：経営層へのアプローチできる案件を増やす
- 深める：顧客とより深い事業課題に入り込む深耕営業

営業状況のモニタリングと分析と改善

- マーケティング施策からの導入経路、受注傾向を可視化
- 商談ランクの設定及び商談ランク別決定率のモニタリング
- 顧客ニーズのトレンド把握や受注失注分析を実施し、デザイン組織へ共有
- セールス人員の行動量の可視化

エクスペリエンスデザインを軸に、4つの領域へソリューションを拡張させていく



4つの領域をもとに顧客課題に即したデザイン組織体制を作り、提供ソリューションを拡張

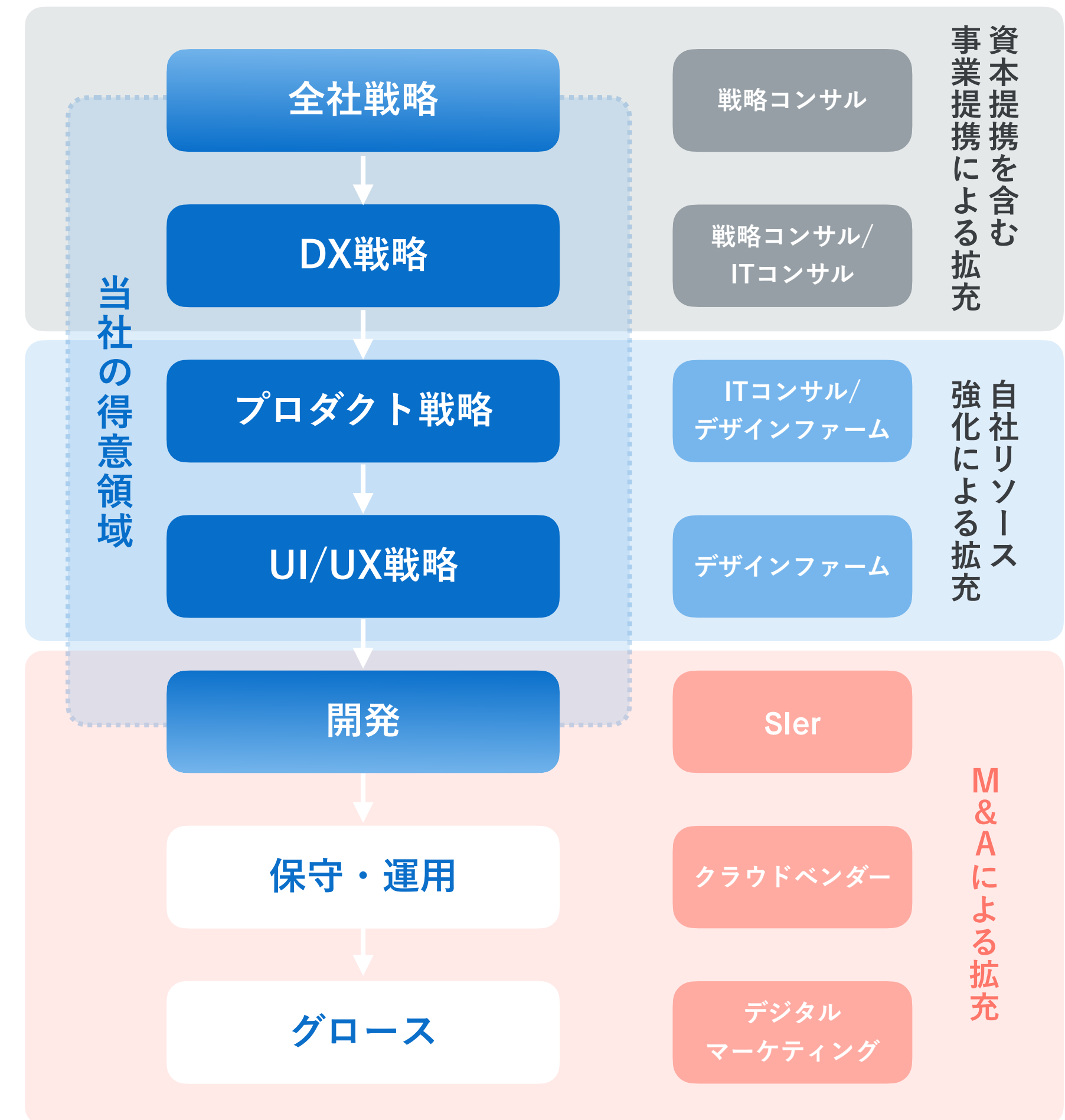
M&A推進を強化、バリューチェーンを拡大し、全方位のグループ体制を構築

経営戦略・DX領域・組織戦略への拡張

- 有力企業との業務提携（サイバーエージェント、CTC等）によって連携を拡大。企業の組織変革に貢献
- FY2023以前より取り組んでいた丸井グループとの合併会社（Muture）により、両者のアセットを活かした新たな事業価値の創造を実現

シナジーあるM&Aの実現

- バリューチェーンの下流領域において、M&Aを活用し、ケイパビリティを拡大、一気通貫の体制構築
- 当社グループのアセットを有効活用し、パートナー事業とシナジーがある領域へ新規参入



デザインプラットフォーム事業はさらに成長

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

新卒

中途



- 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
- ダイレクトリクルーティング機能の実装により市場をさらに活性化し、成長角度を高める
- スキルマップやポートフォリオ作成補助を開発実装

Strapの成長



オンラインコラボレーションのプラットフォーム
個人の創造的思考と組織の会議を変革するDXツールを提供



- SaaSの事業KPIを意識しながらグロース
- エンタープライズ領域への展開に向けた開発と営業強化
- DX推進、人的資本経営のニーズを研修ソリューションで支援

事業成長を実現するための人材採用と人材開発に1.8億円を投資

合計180百万円の人材投資

人材採用投資

採用費

147 百万円

人材開発投資

研修費・その他施策

32 百万円

人的資本投資 合計

180 百万円

アクション

人材採用

採用チャネル拡充
採用人員強化
社員カジュアル面談
(全員採用)
採用PR・ブランディング
採用戦略会議

人材開発

研修制度
ポテンシャルマネージャー制度
定期人事面談
評価制度
語学研修・書籍補助
人材開発会議

人事制度

モチベーションサーベイ
Geppo
総会(年2回)・表彰
リモートワーク・フルフレックス
事実婚・同性婚
ファミリーサポート休暇
相互尊重のカルチャー

求める成果

人材獲得アクション増加
適時採用実現
人材マッチング向上

キャリアアップ
スキルアップ
人材活性化
組織活性化

モチベーション向上
コミュニケーション改善
DE&I推進
健康経営推進

デザイン人材
の価値発揮

FY2024
目標とするKPI

デザイナー年間採用数

50 人

4Q末
正社員デザイナー数

265 人

年間退職率

14 %

ビジョン・ミッションを実現するための4つの重点テーマ(マテリアリティ)を検討 社会を前進させるデザインのパワーを、ステークホルダーとともに広めていく

Design for Talent

- 活躍機会の創出に向けた人材の採用と育成
- DE&I (ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン) の推進
- デザイナーの価値 (待遇) の向上



Design for Partner

- ビジネスパートナーとの共創
- 顧客価値の創造と変革



Design for Society

- 地球環境に配慮した取り組み
- コミュニティのエンパワーメント

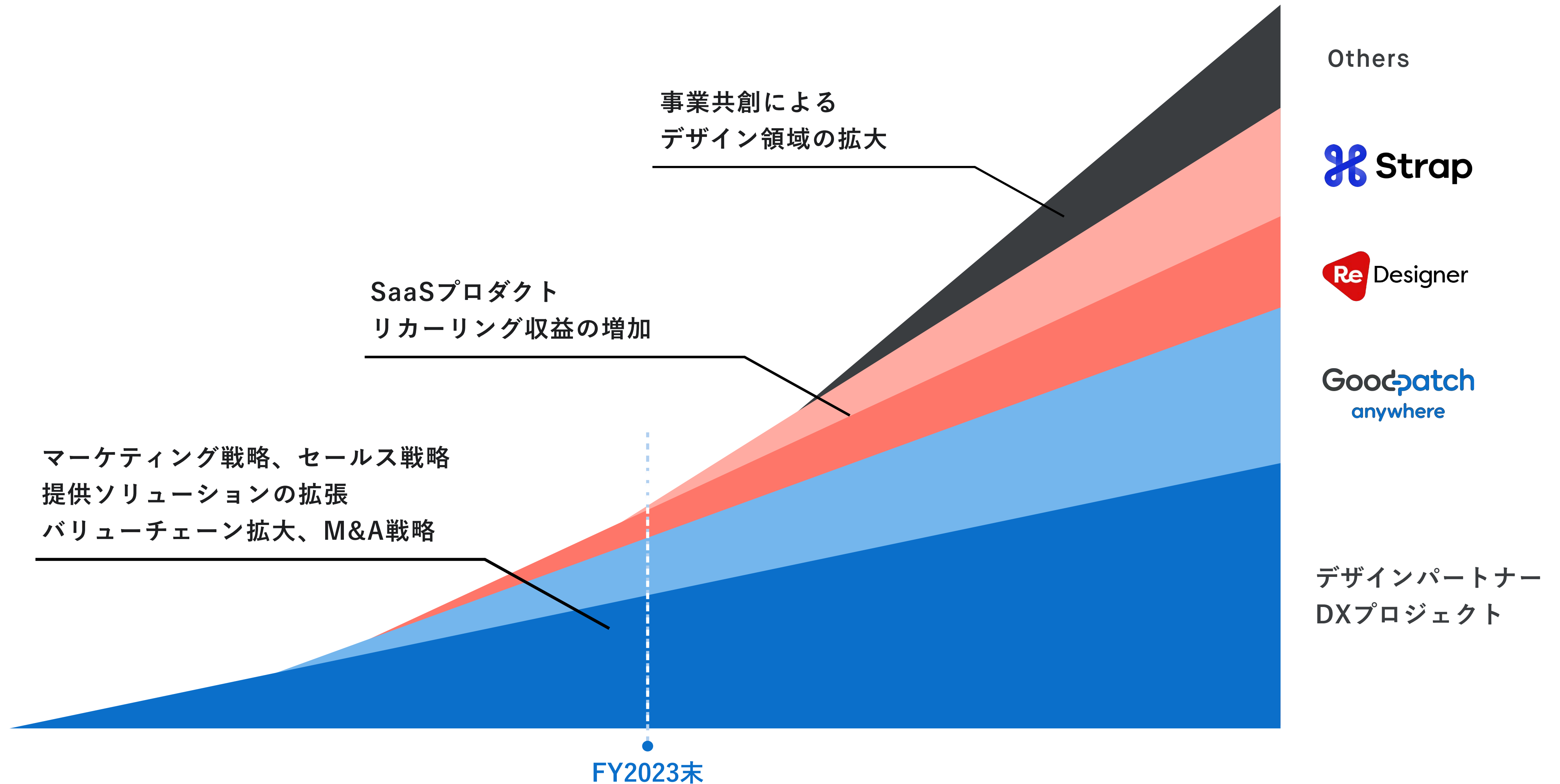


Design with Governance

- 従業員の安全衛生
- 健全なコーポレートガバナンス体制
- 企業倫理とコンプライアンス
- デザインの倫理と責任



デザインの可能性を拡張させ、早期に売上100億円以上を目指す



FY2024 通期業績予想

売上高はYoY+19.9%と成長を加速、DXのニーズを捉え、両事業が大きく成長 営業利益はYoY+20.4%、4億円台に到達、利益創出と中長期投資をバランス

FY2024 通期業績予想 (2023/10/13発表)

売上高

4,754 百万円 前年度比 (+19.9%)

内訳

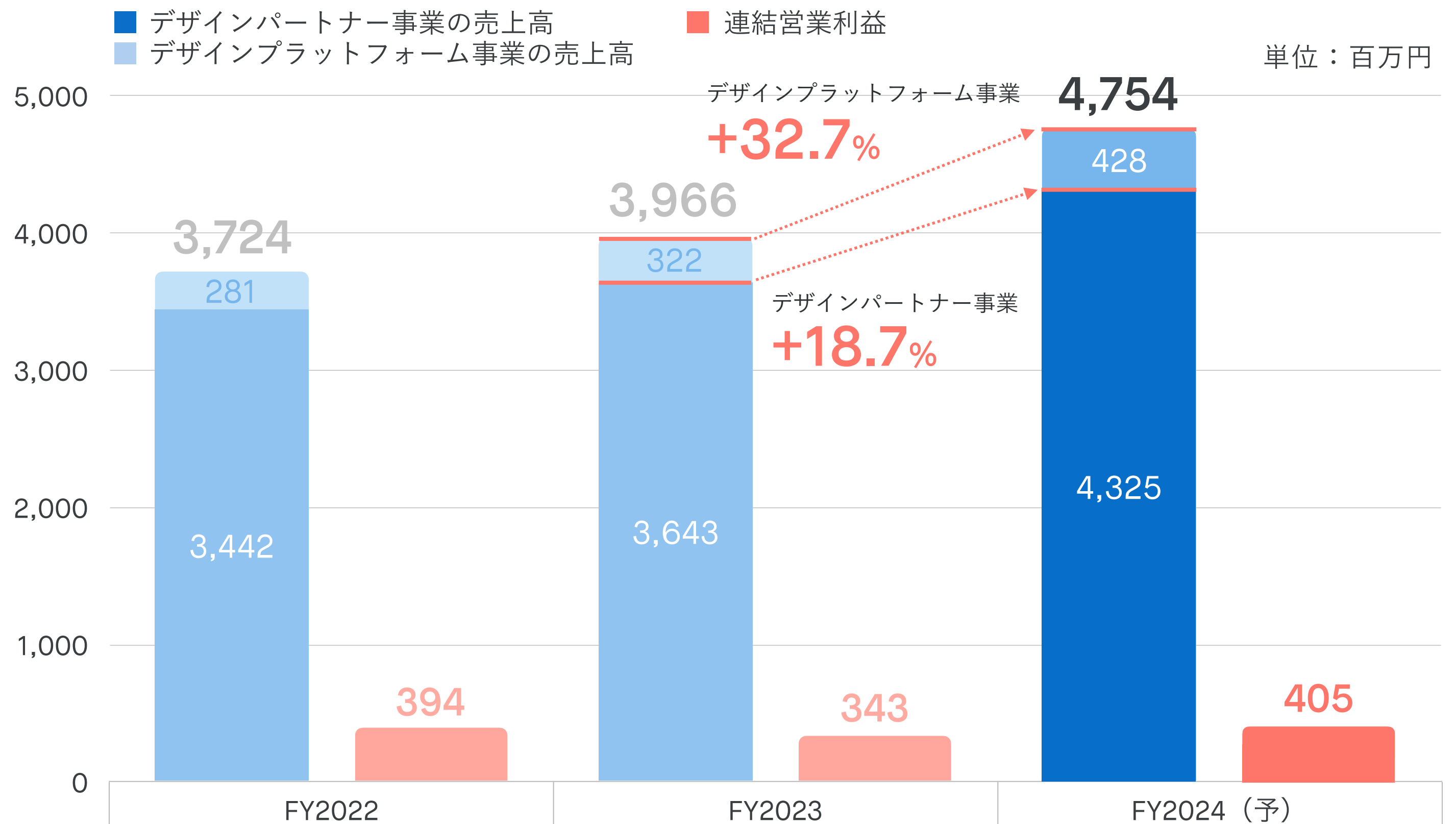
デザインパートナー事業 前年度比 (+18.7%)
4,325 百万円

デザインプラットフォーム事業 前年度比 (+32.7%)
428 百万円

営業利益 前年度比 (+20.4%)
405 百万円

当期純利益 前年度比 (+0.2%)
243 百万円

FY2024 連結業績予想



成長戦略の実行とともに、各KPIを伸長させ、事業成長を実現する

KPI ① 有効商談数・ロイヤルカスタマー数

FY2024 年間有効商談数

517 件 FY2023比
(+81件 +20.0%)

FY2024 年間売上0.6億円以上の顧客社数

15 社 FY2023 4Q比
(+3.0社 +25.0%)

※ スタジオディテイルズ除く

KPI ② 月額平均顧客単価・顧客社数

FY2024 4Q 月額平均顧客単価

5,400 千円 FY2023 4Q比
(+258千円 +5.0%)

FY2024 4Q 顧客社数

71 社 FY2023 4Q比
(+10.0社 +16.4%)

※ Goodpatch Anywhereを含む数値に合わせて目標数値を設定しております。

※ Goodpatch Anywhereを含めた顧客単価・顧客社数の過去実績を参考資料として通期業績予想の補足資料に記載しております。

KPI ③ デザイナー数

FY2024 4Q末 正社員デザイナー数

165 人 FY2023 4Q末比
(+29人 +21.3%)

FY2024 年間採用人数

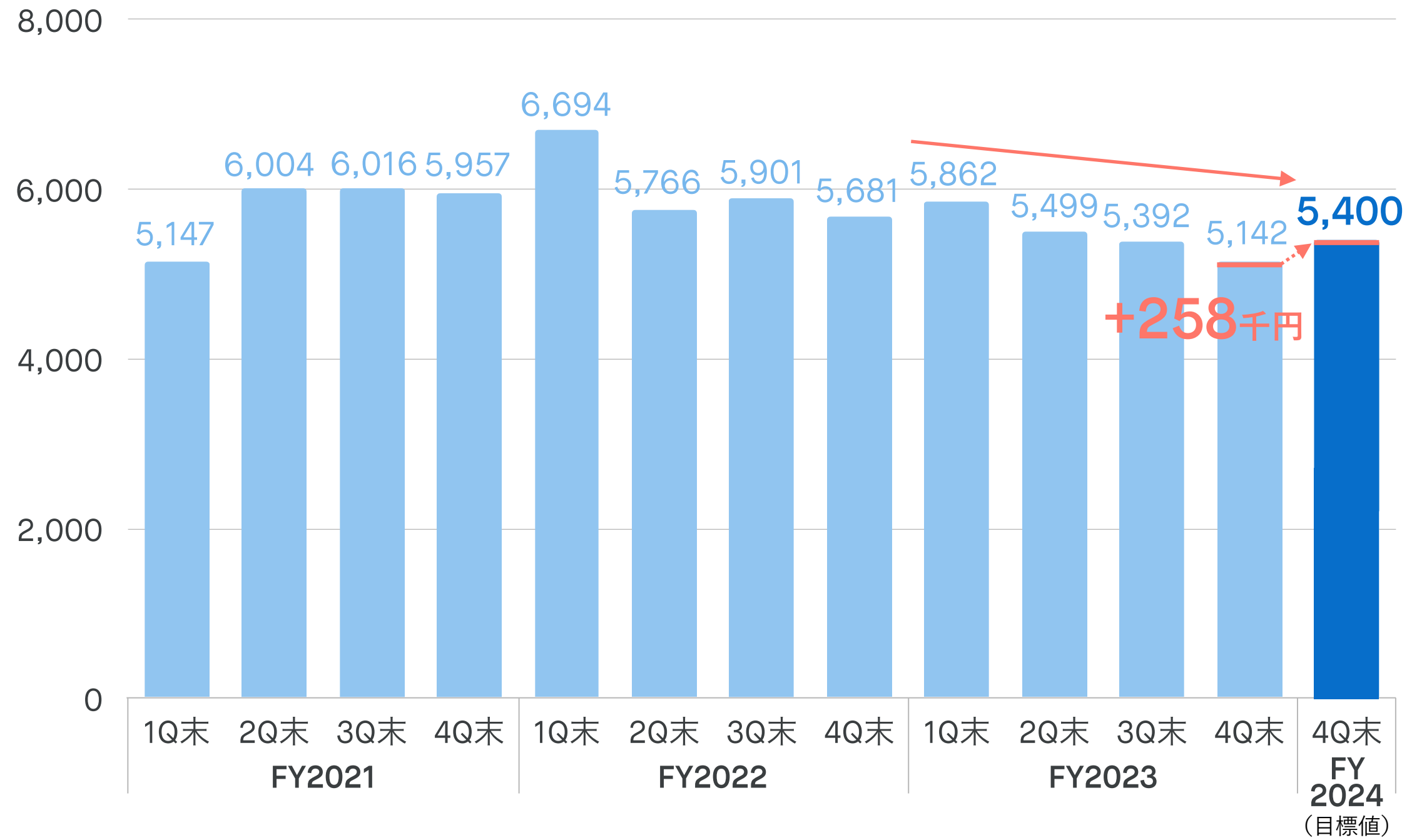
50 人 FY2023比
(+24人 +92.3%)

- デザインパートナー事業：成長ドライバーであるマーケティング・セールス・人材採用を中心にリソース（人材・資金）を積極投入、提供ソリューション領域を拡張しながら顧客との関係を強化、中長期視点でグループのバリューチェーンを構築し、事業全体の成長を実現する
- デザインプラットフォーム事業：ReDesignerはダイレクトリクルーティングサービスの実装を軸とした高成長を図る、また、Strapは新規顧客の獲得を加速させていく

Goodpatch Anywhereの再成長に伴い、平均顧客単価は減少、顧客社数は急増

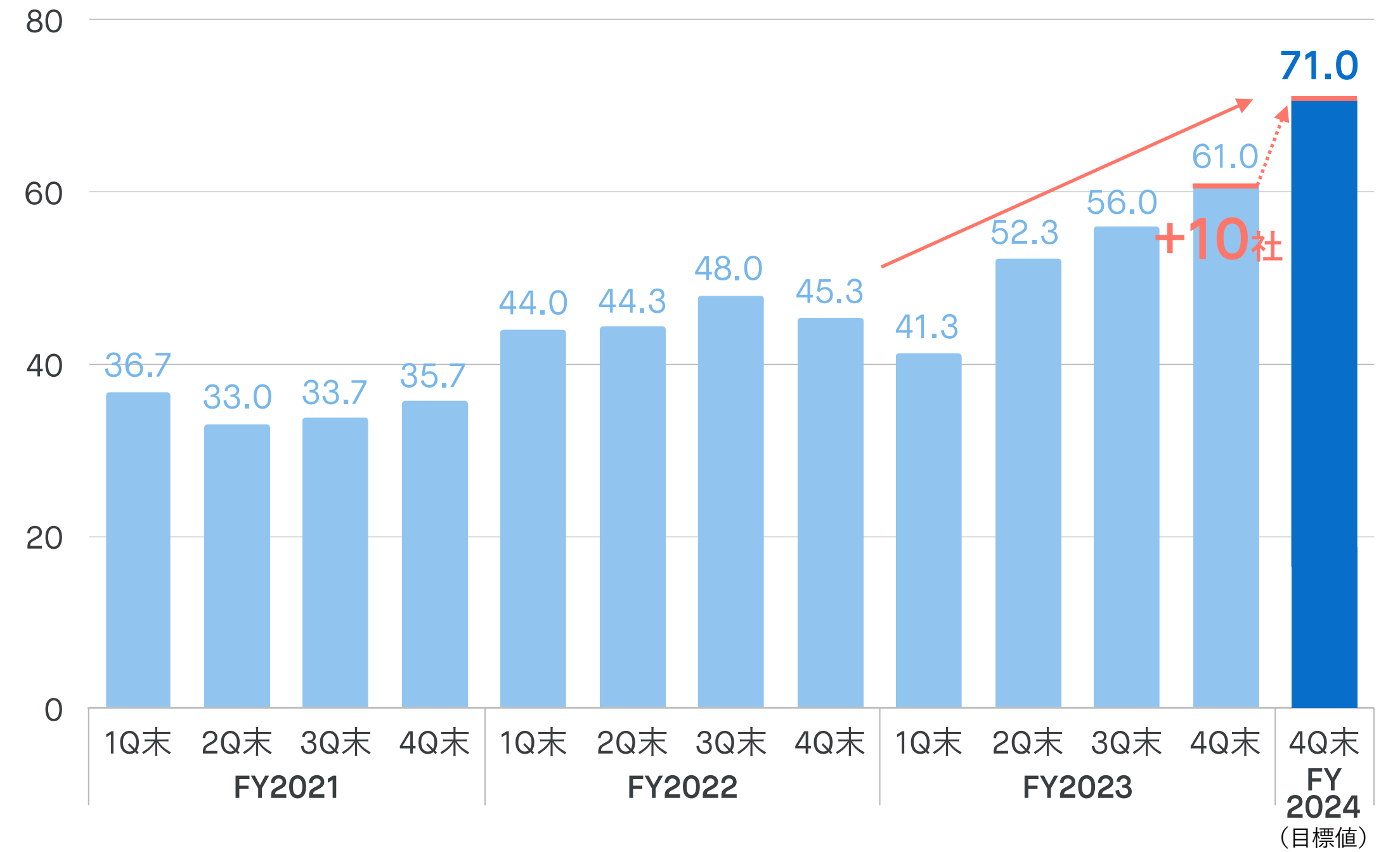
月額平均顧客単価

単位：千円



顧客社数

単位：社



- FY2023：Goodpatch Anywhereをデザインパートナー事業へ移管し、正社員デザイン組織と連携強化
- FY2024：顧客単価及び顧客社数はGoodpatch Anywhereを含めた数値にて開示予定
デザインパートナー事業内の複数の組織にまたがったプロジェクトでも名寄せし1社としてカウントする

APPENDIX

会社概要

会社概要

基本情報

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 236名（正社員 2023年8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	槇島 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 (持分比率) Goodpatch GmbH (100%)、株式会社スタジオディテイルズ (100%)、
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）



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

なぜ今デザインが重要なのか

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

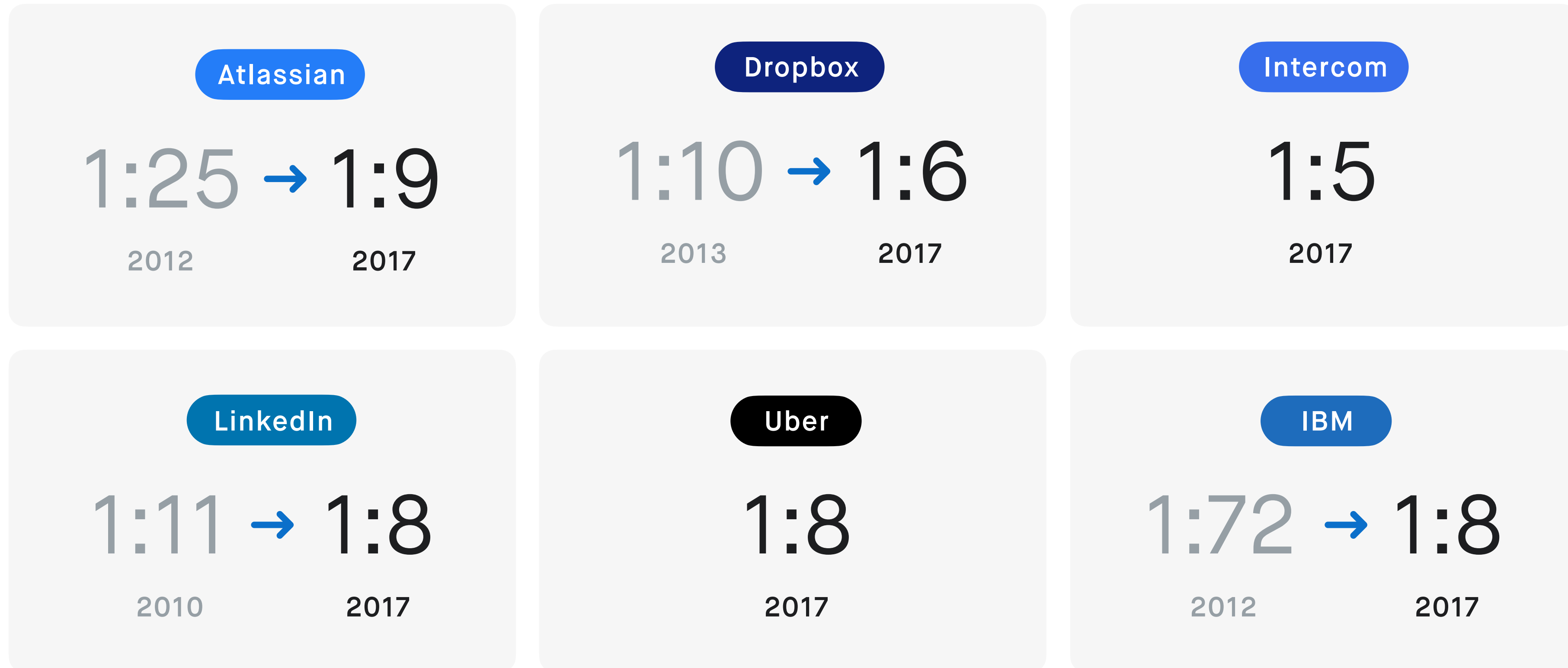
Twitter

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



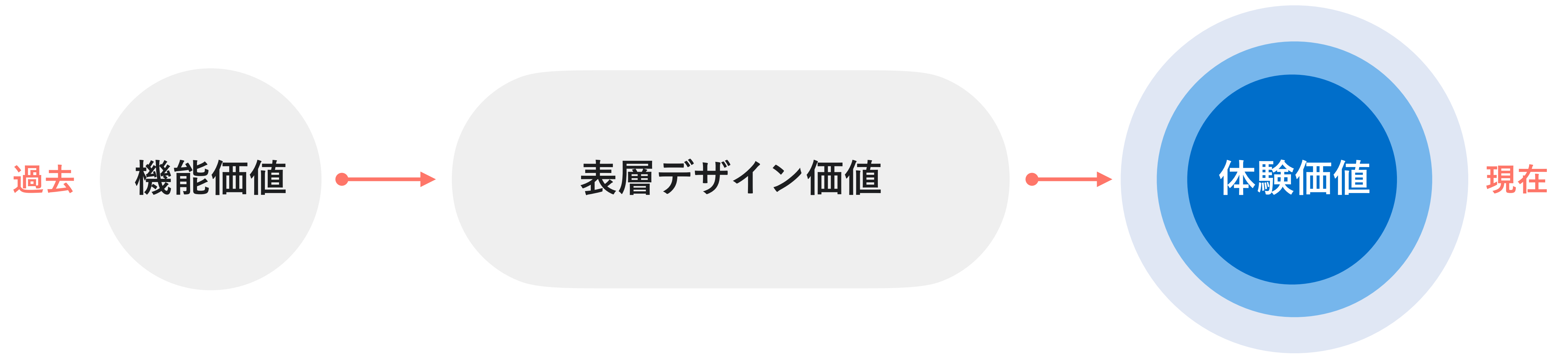
デザイナーの重要性がより増している

<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

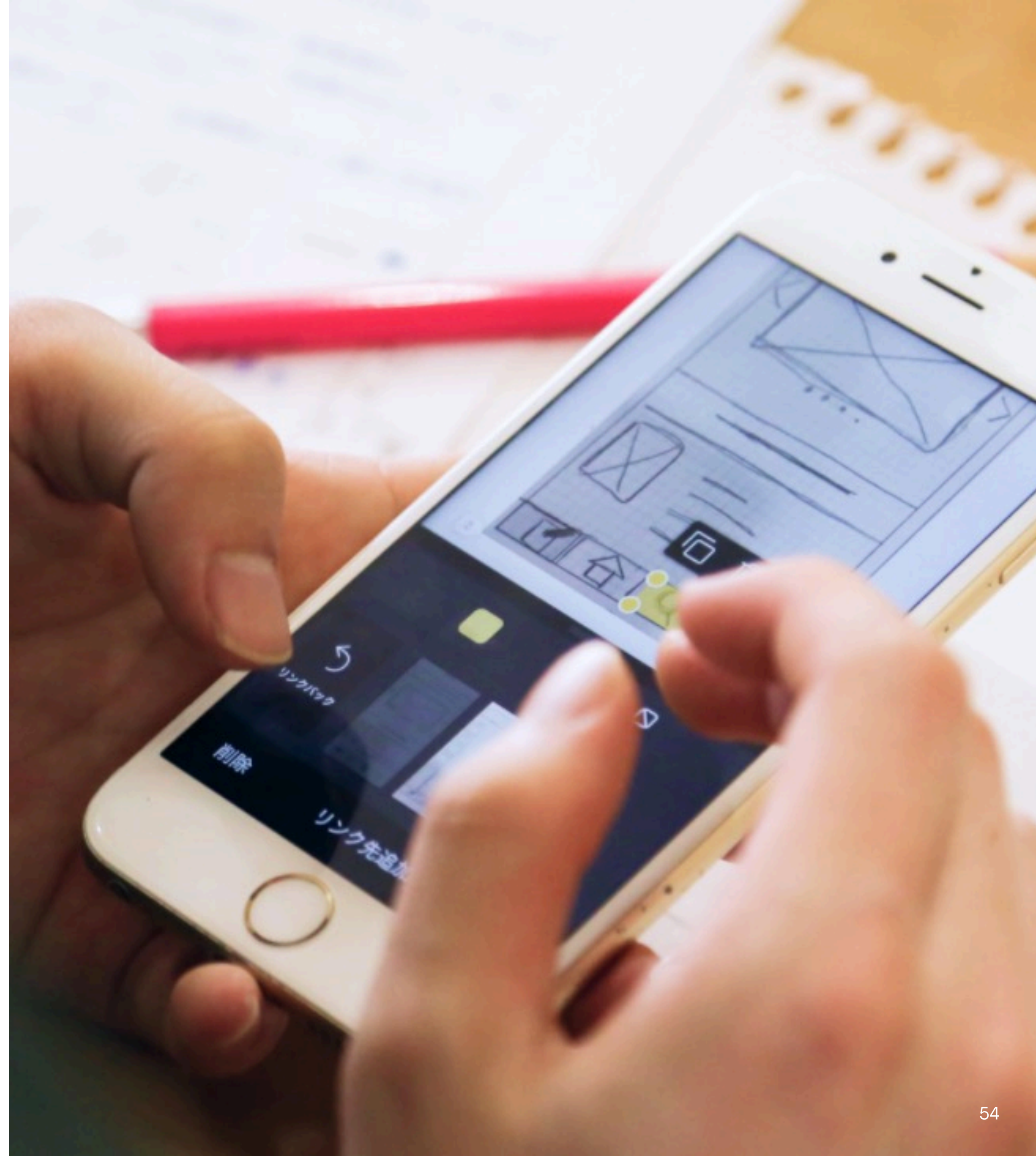
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

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



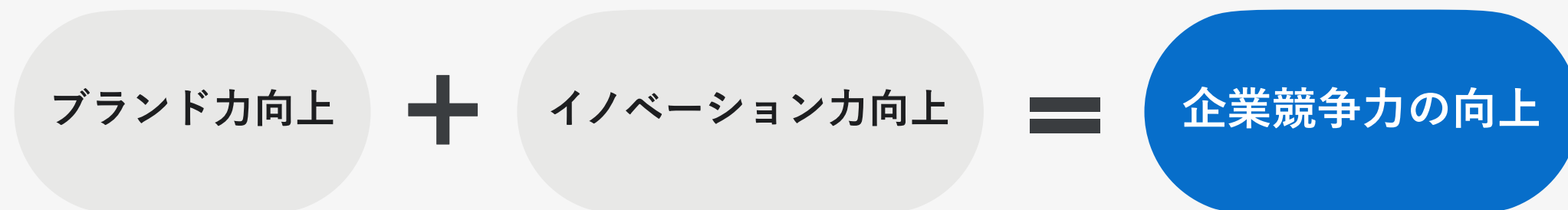
なぜ今デザインが重要なのか

デザインは企業の経営や戦略と密接に繋がる

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

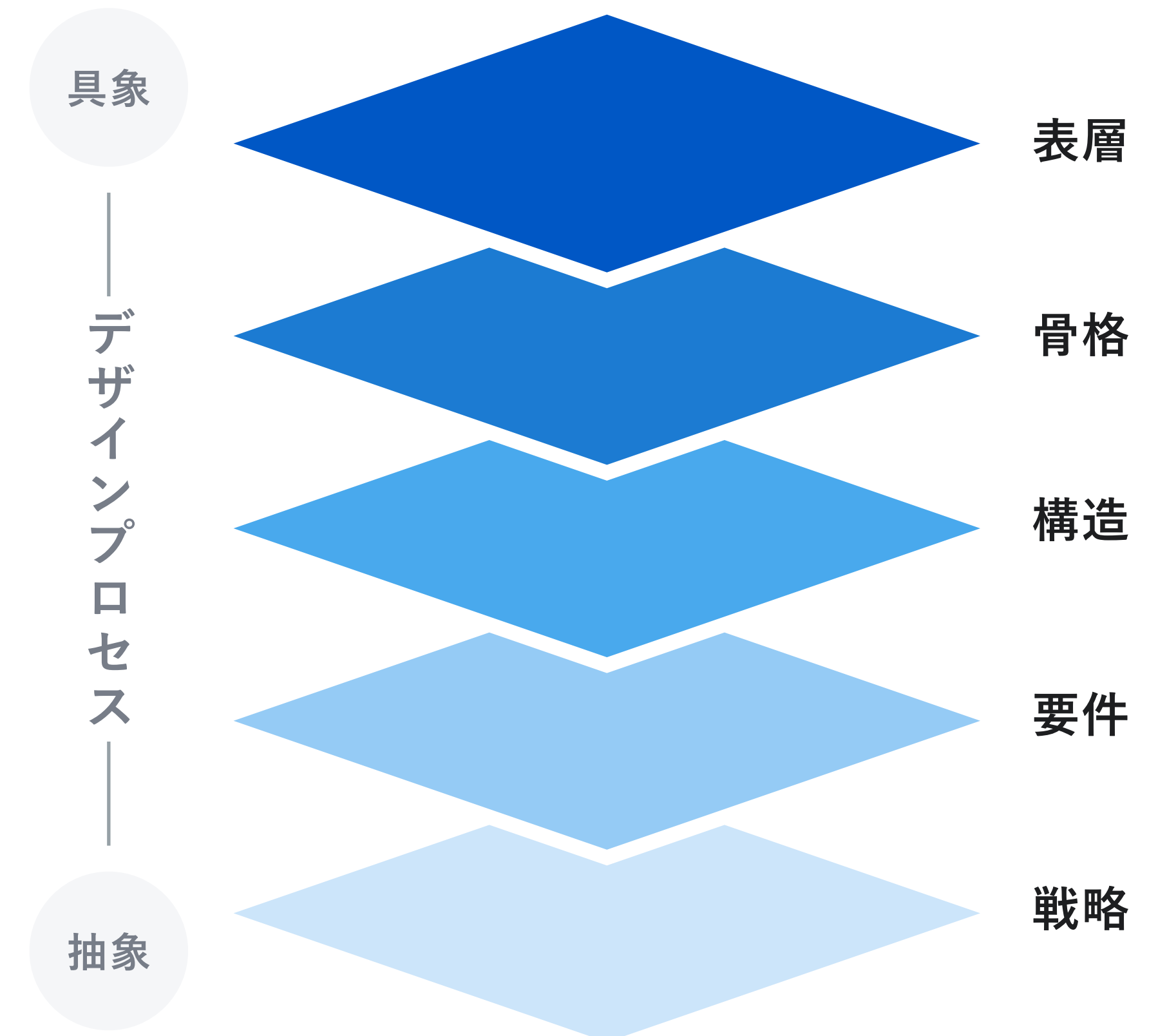
デザイン経営の効果



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

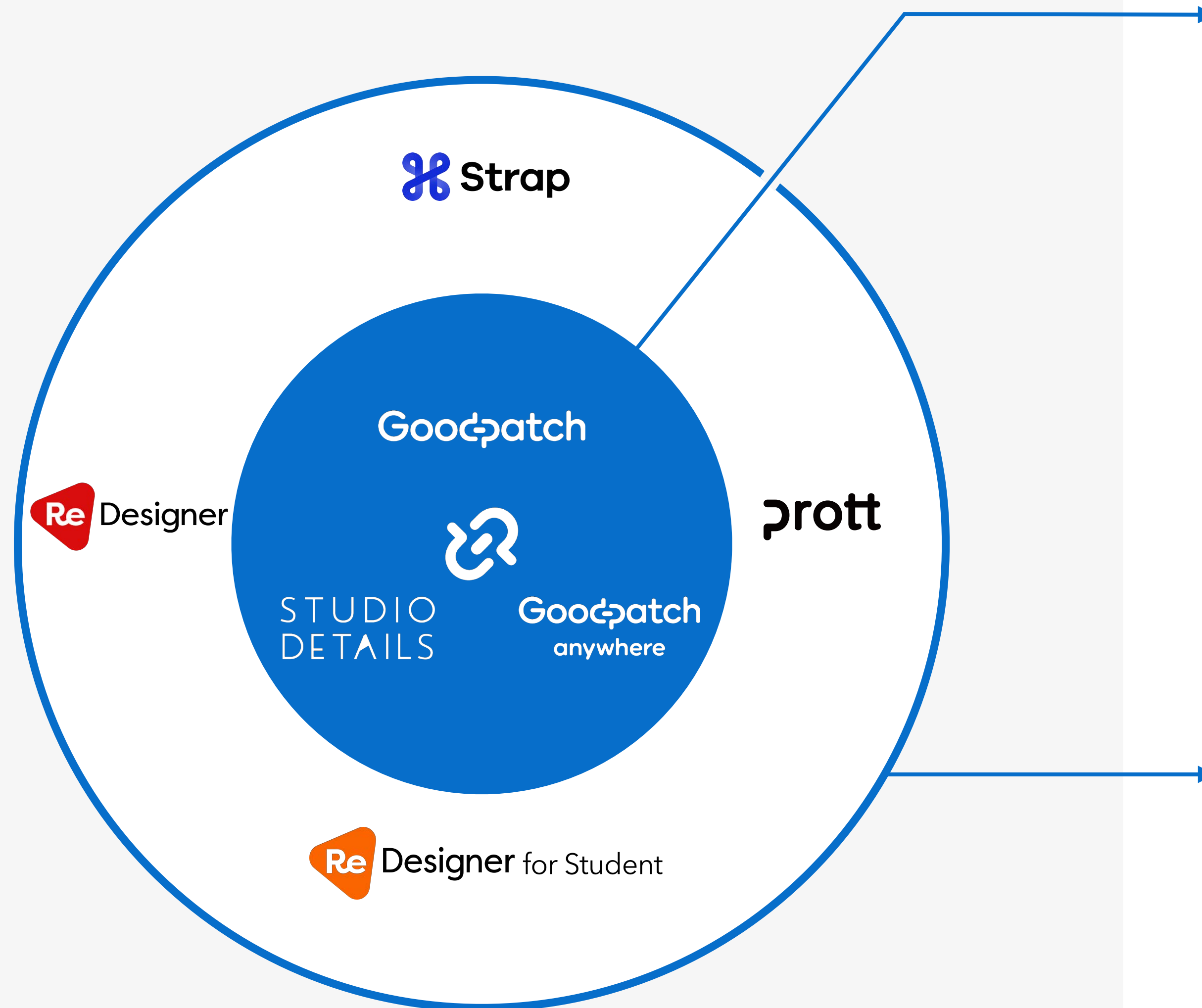
デザインの5段階モデル



“The Elements of User Experience” を元にした、Goodpatchによる再解釈

事業内容

2つの事業セグメント



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（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^{*}：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

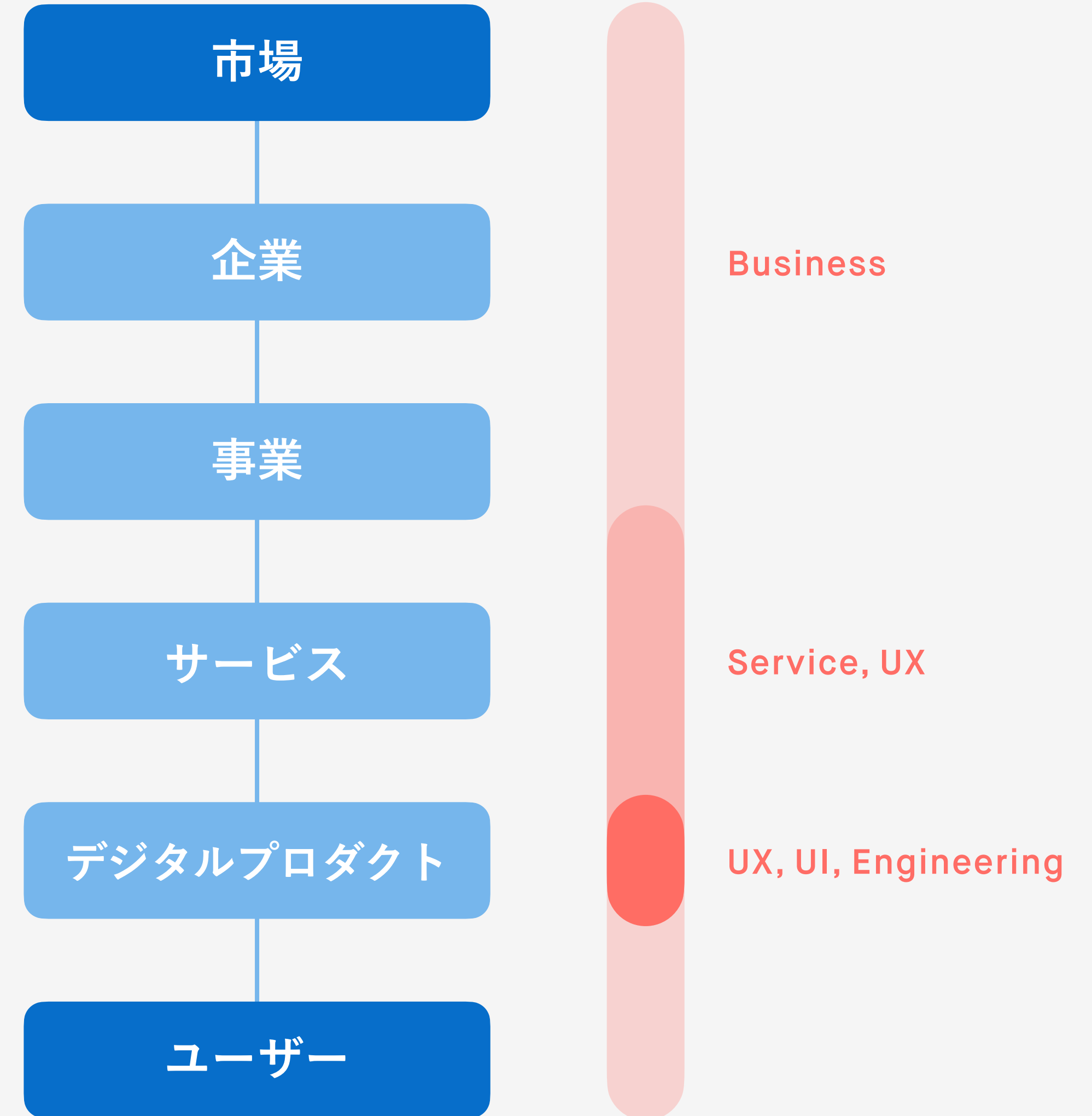
デザイナー特化型キャリア支援サービス「**ReDesigner**」、デザイナーを目指す学生向けキャリア支援プラットフォーム「**ReDesigner for Student**」、オンラインホワイトボードツール「**Strap**」、プロトタイピングツール「**Prott**」、などの自社サービス・プロダクトを提供

※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。

デザインパートナー事業

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8～10か月前後
※FY2021～2023の実績、1ヶ月以下の短期プロジェクト除く
- 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



デザインパートナー事業・デザイン領域

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

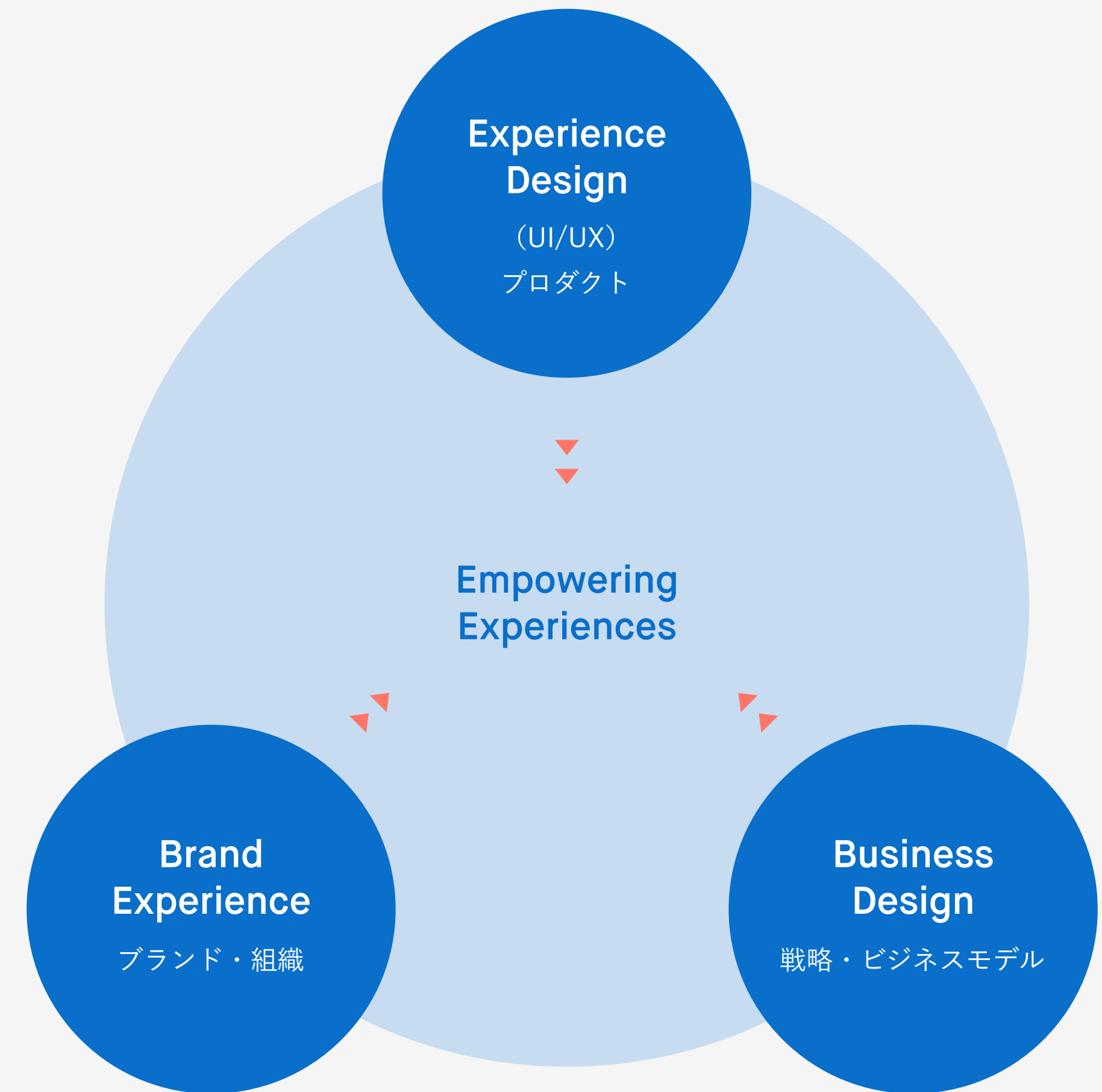
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）
ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現

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



デザインパートナー事業・豊富な実績（企業別）

支援後
12社が上場！
FiNC, bitkeyには出資

BtoC, BtoB エンタープライズ

スタートアップ



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ラインナップ
10年連続計13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）

※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。

デザインパートナー事業・豊富な実績（産業別）

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

直近の産業・分野

デザインニーズの広がり

以前の産業・分野

あらゆる産業で
デザインによる
課題解決ニーズが
高まっている

流通・D2C

セルフレジ
ECモール



金融・FinTech

独自通貨
ペイメントアプリ
キャッシュレス
FXサービス



to C サービス

サービスプラットフォーム
動画プラットフォーム
デジタルコンテンツ配信サービス



to B サービス

アドテクノロジー
ビッグデータ活用プラットフォーム
ブロックチェーン技術とIoT連動



食品・ヘルスケア

IoT（自販機）と健康アプリ



製造・メーカー

ビジネスプロセスイノベーション
新規事業立案



SaaS

人材サービス
マーケティング
契約マネジメント



IT・通信

データウェアハウス事業
新規事業リサーチ
デザイン人材開発



建設・不動産

新規事業立案
施設有効利用サービス
労働効率化サービス



物流・エネルギー

国際物流
エネルギー関連新サービス



モビリティ

新世代モビリティ、自動運転体験
コネクティッドカー
MaaS（シェアリングキックボード）
次世代地図サービス



医療・介護

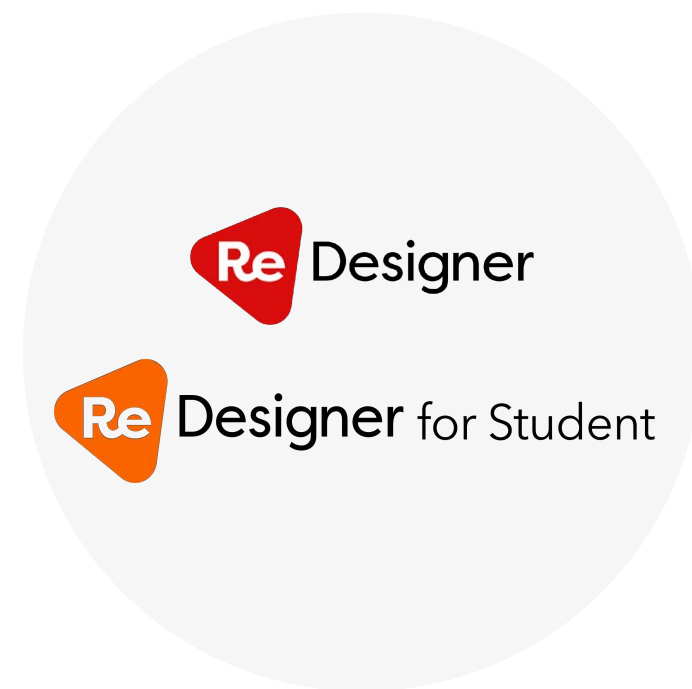
遺伝子解析サービス
企業ブランディング
遠隔医療サービス



※上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。

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



収益モデル

- 中途向けは、採用企業から採用成功に対する報酬が発生する成功報酬型モデル
- 新卒向けは、サービス利用企業に対する月額課金型モデル
- 一部収益はイベントやメディア掲載などオプションとして計上

SaaS型オンラインホワイトボードツール プロトタイピングツール



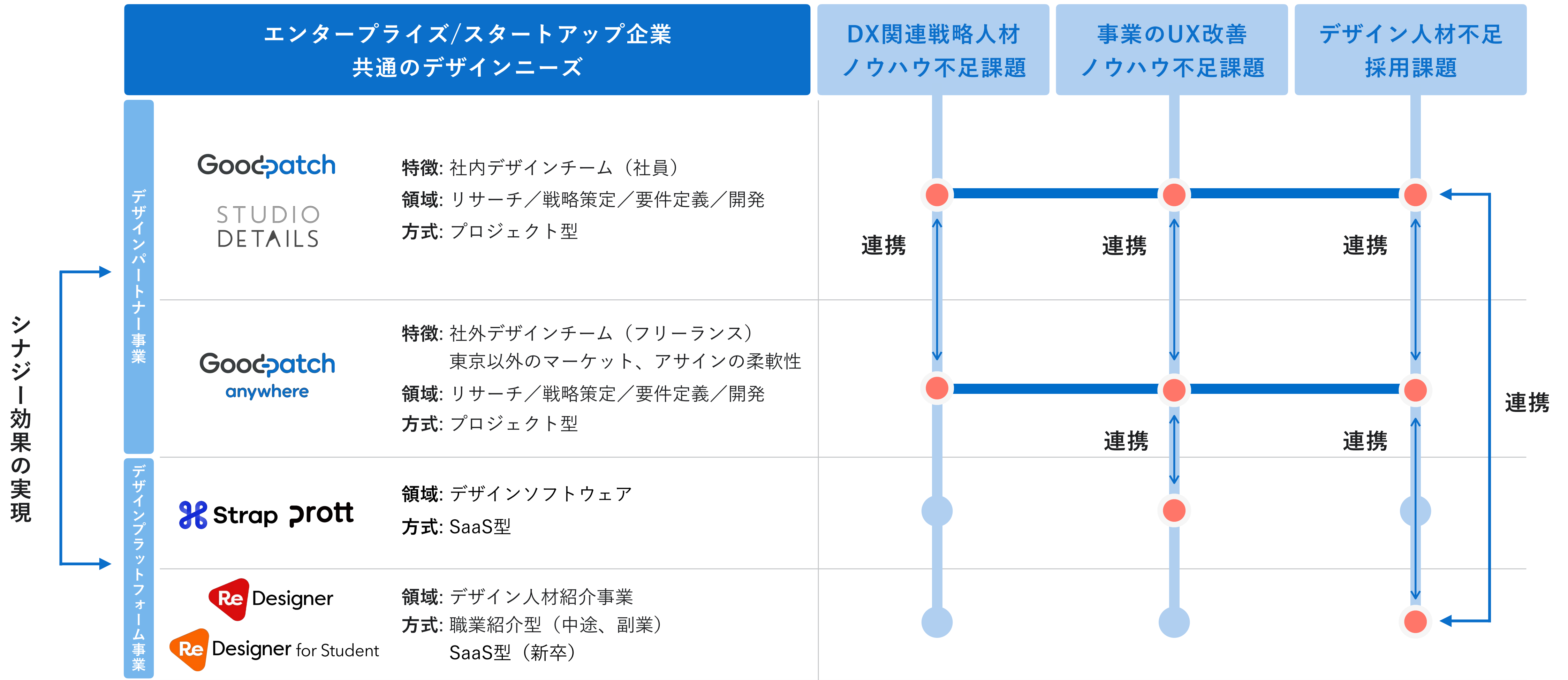
収益モデル

- ユーザー企業の組織サイズに合わせて様々なプランを提供
- 平均して1ユーザーにつき月額1,000円程度、1社あたり月額2万円強～を想定した月額課金型モデル

クライアントの課題の変化に合わせ

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

2つの事業で顧客の多様なデザインニーズを充足



※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。

特徴と優位性

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**柔軟性の高い**ビジネスモデル

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

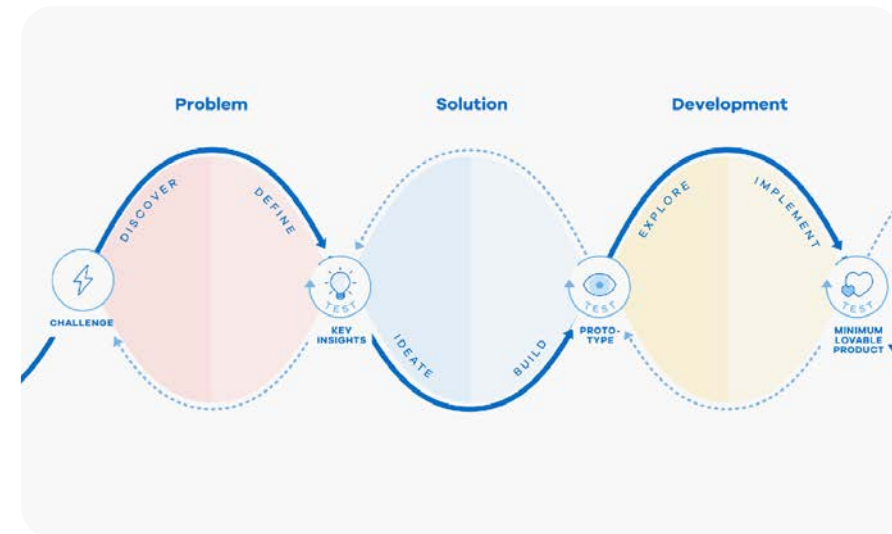
UI/UX領域を中心とした**圧倒的な実績**と**ブランドバリュー**で
DXの足がかりとなる新規事業創出やサービス改善を支援

※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

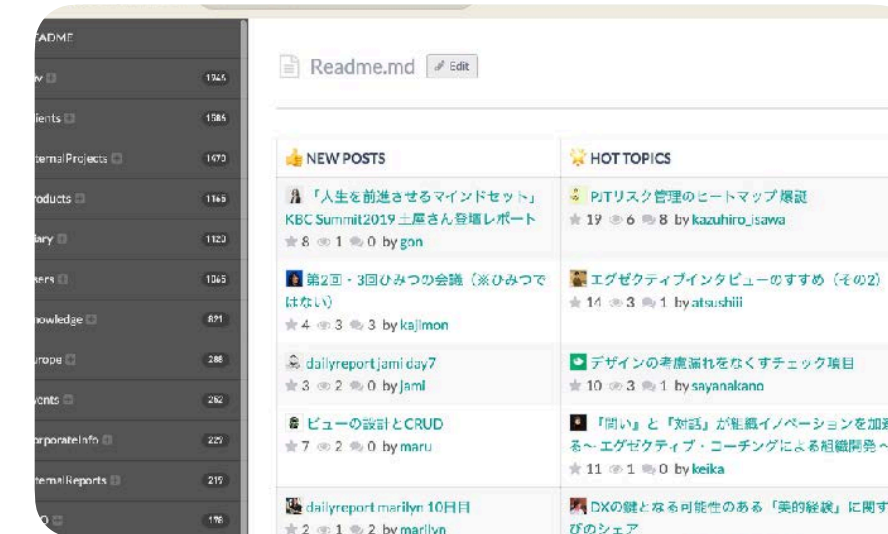


デザイナー育成のための
社内研修



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

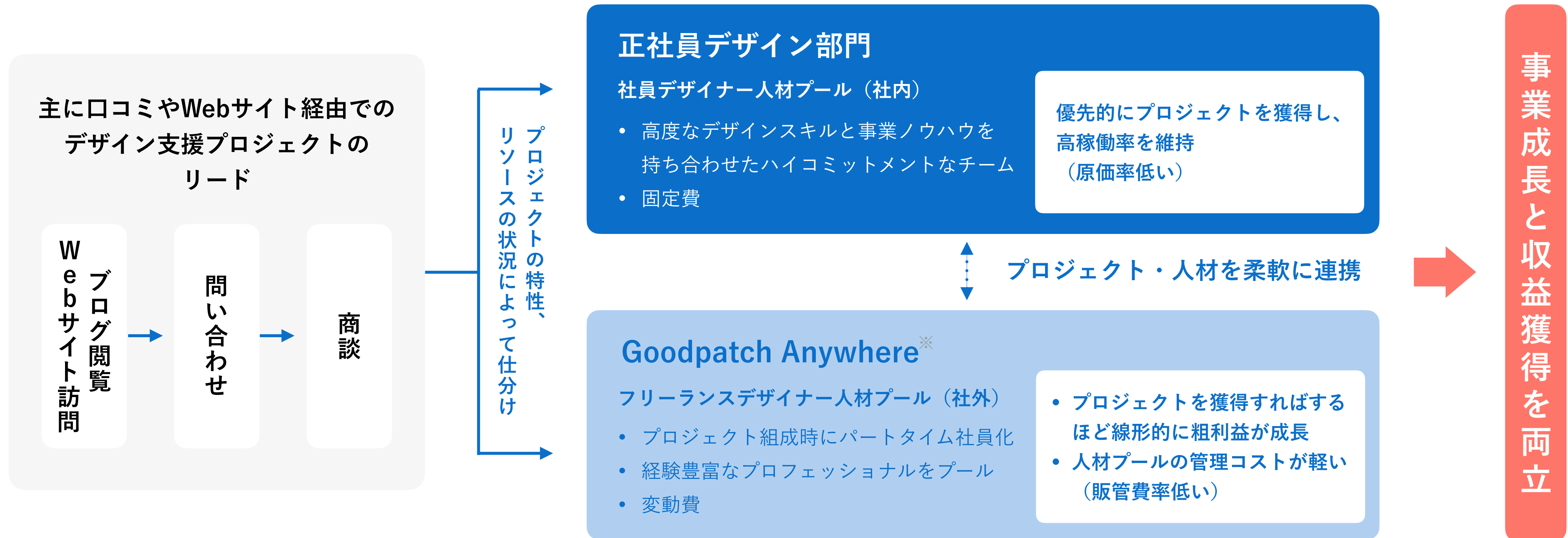
Goodpatch

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">- 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- 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
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">- 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- 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- 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
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">- デザイナー中心の組織カルチャーを確立- 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

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[※]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柔軟性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

社内外の人材プールが高度に連携したビジネスモデルで、**事業成長と収益獲得を両立**

※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。

当社ビジネスを取り巻く環境

高まるDXの需要

国内DX市場は2030年度に6兆円規模に拡大する見通し
 大手企業を中心にDX戦略の策定及び推進体制の構築が進み、
 DX施策に向けた投資が本格化

また、当社が提供するサービス領域がDXを導入する上で
 不足していることが調査でも判明

DXを導入する上で不足している人材（上位5項目）

N=612（マルチアンサー）

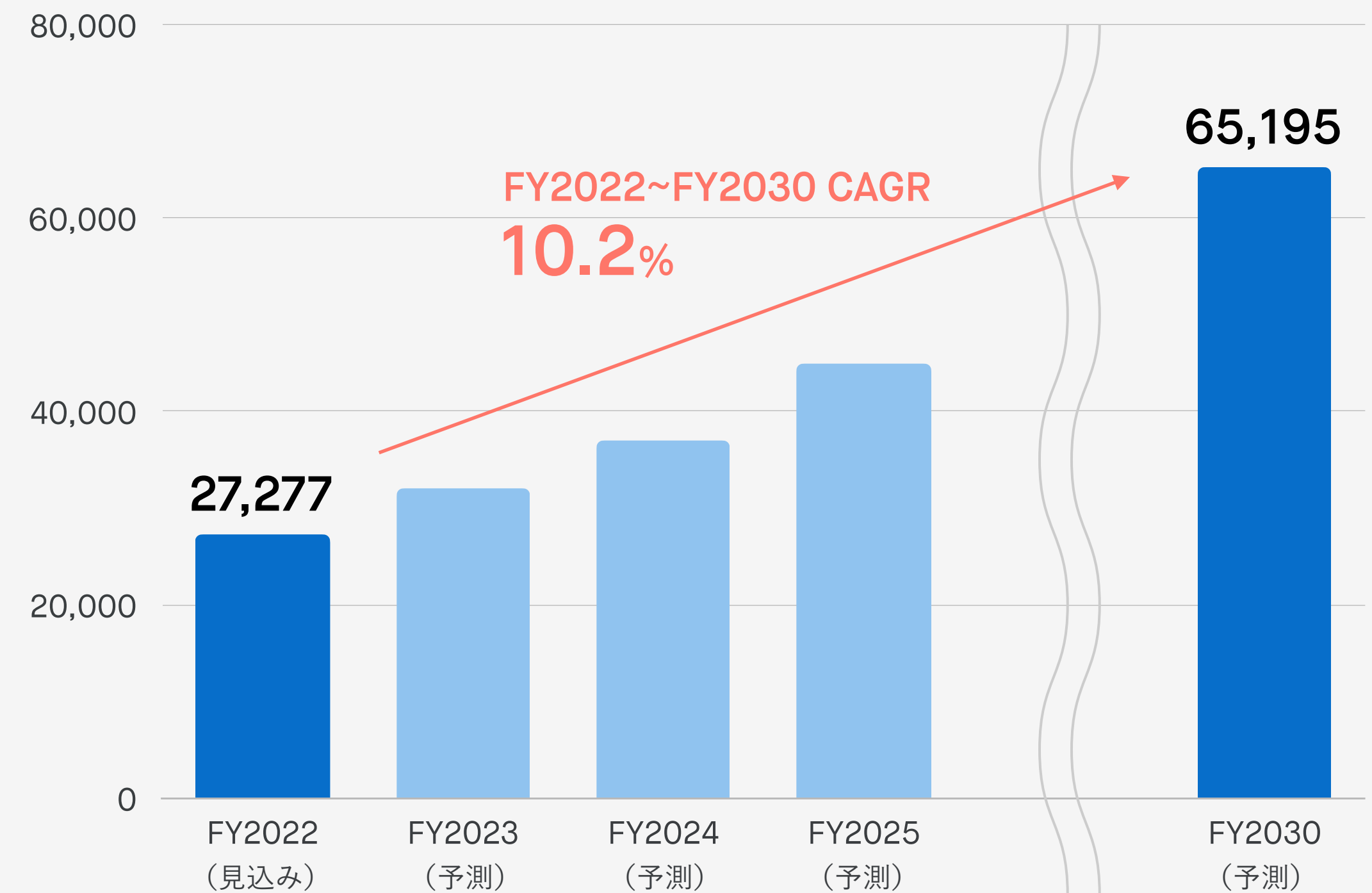
	回答率
DXの企画、推進、普及促進を行う人材	46.9%
エンジニア／プログラマ（社内SE）	36.9%
デジタルマーケティング	34.2%
データサイエンティスト	27.6%
ビジネス／サービスデザイナー （新規サービスの創出、設計を担う人材）	26.3%

DX推進に
 において当社が
 提供する人材

※ (株)富士キメラ総研 2023 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DX関連ソリューションベンダー41社のビジネス戦略や国内企業のDXの実施状況や推
 進体制、投資分野／予算、課題などを把握するために実施したユーザーアンケート調査

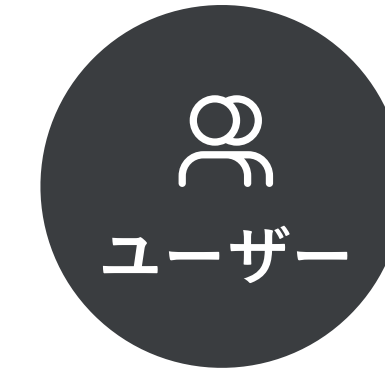
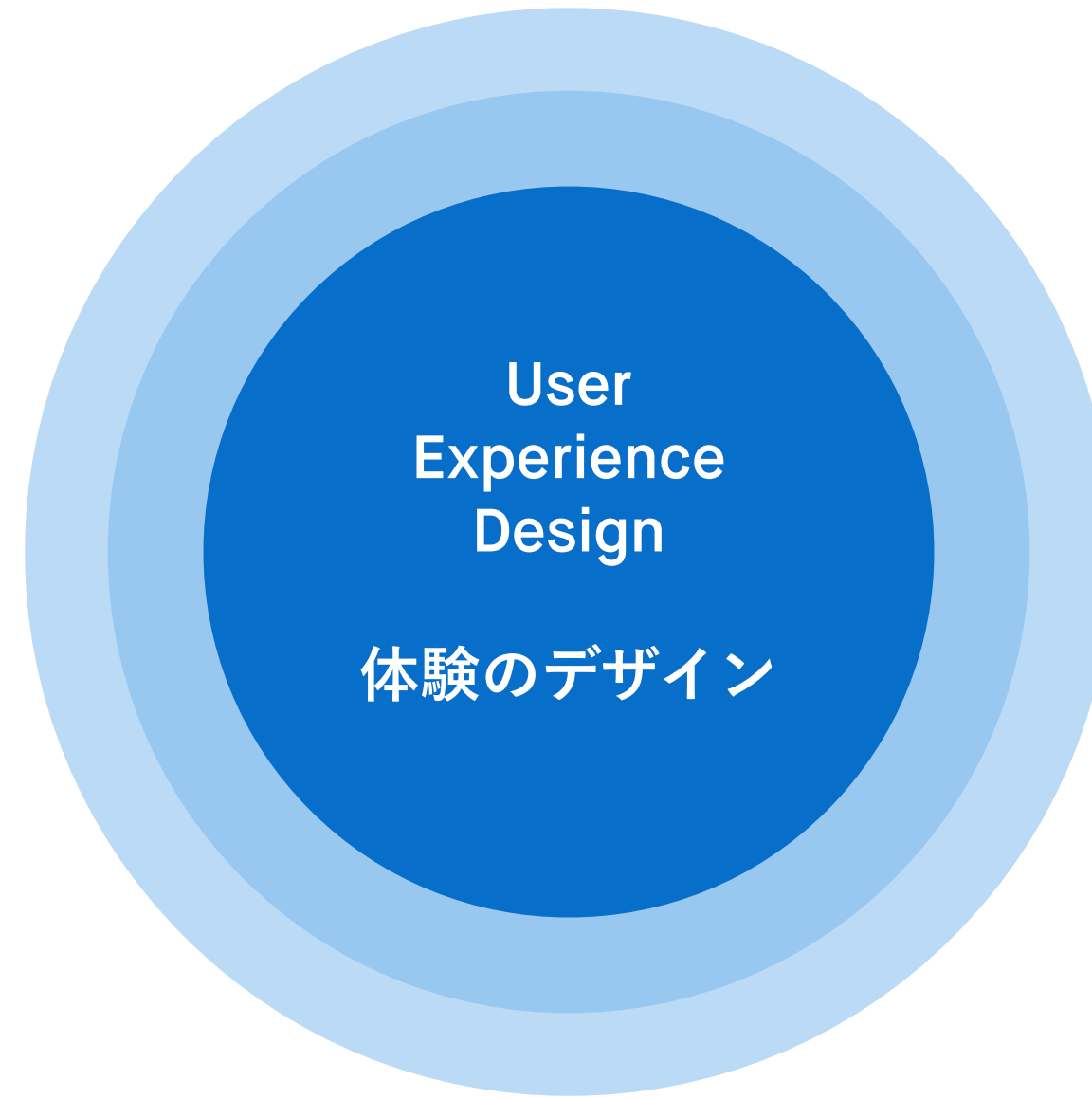
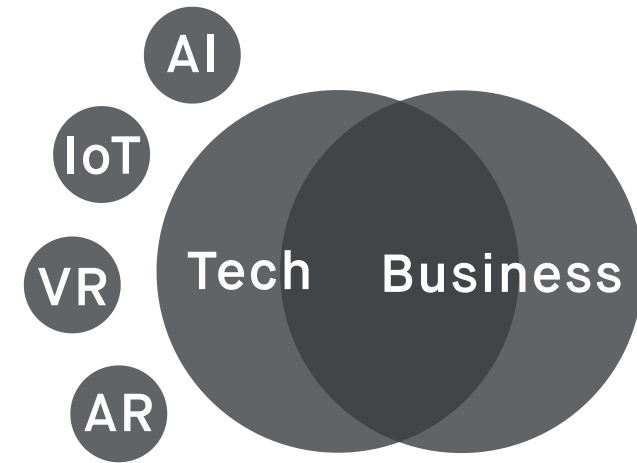
DX関連の国内市場規模

単位：億円



※ (株)富士キメラ総研 2023 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

DXにおける体験のデザインの立ち位置



DXへの投資が本格化 (※1)

- 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2023年には2.2倍の1.8兆円 (2019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 (※2)

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、ビジネスデザイン、企画に優れている (24.2%) (※1)

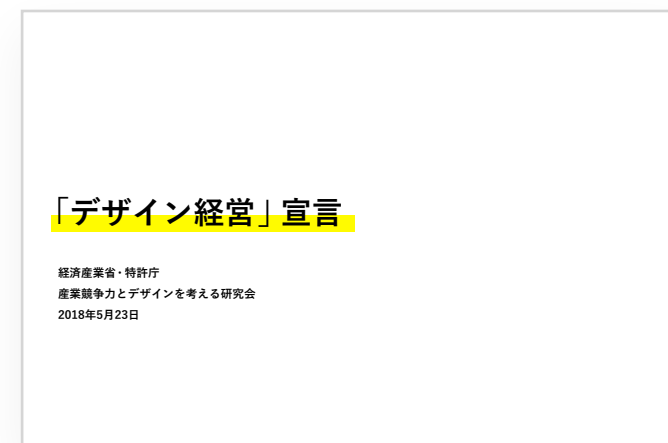
(※1) 出典：富士通キメラ総研「2020デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」、(※2) 出典：経済産業省「DXレポート2 中間取りまとめ」

政府によ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

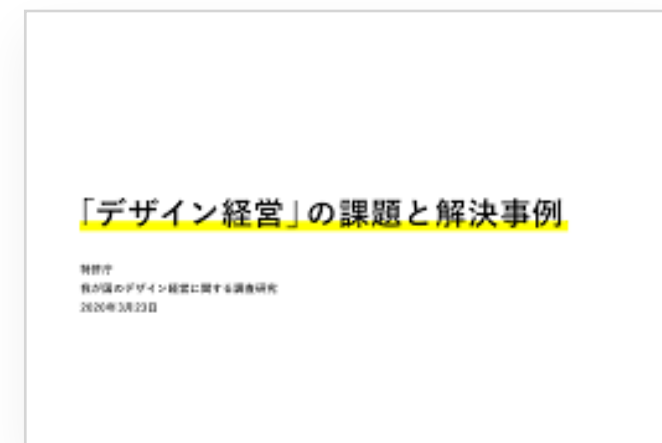
経産省



2020/3

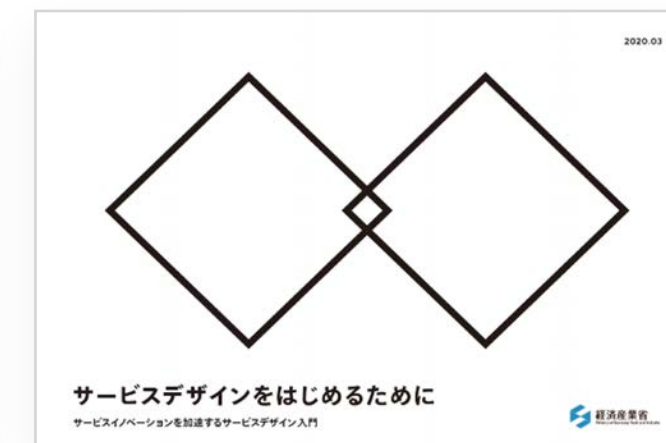
「デザイン経営」の
課題と解決事例

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

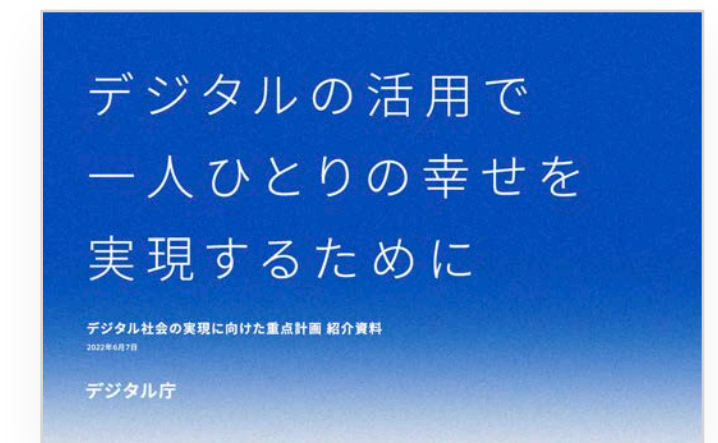
経産省



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

経営陣

執行メンバー



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サー/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

慶應義塾大学工学部卒、米国パデュー大学MBA修了後、
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、
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・法務・IR・IT・
人事



スタジオ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

社外取締役



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

監査役



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

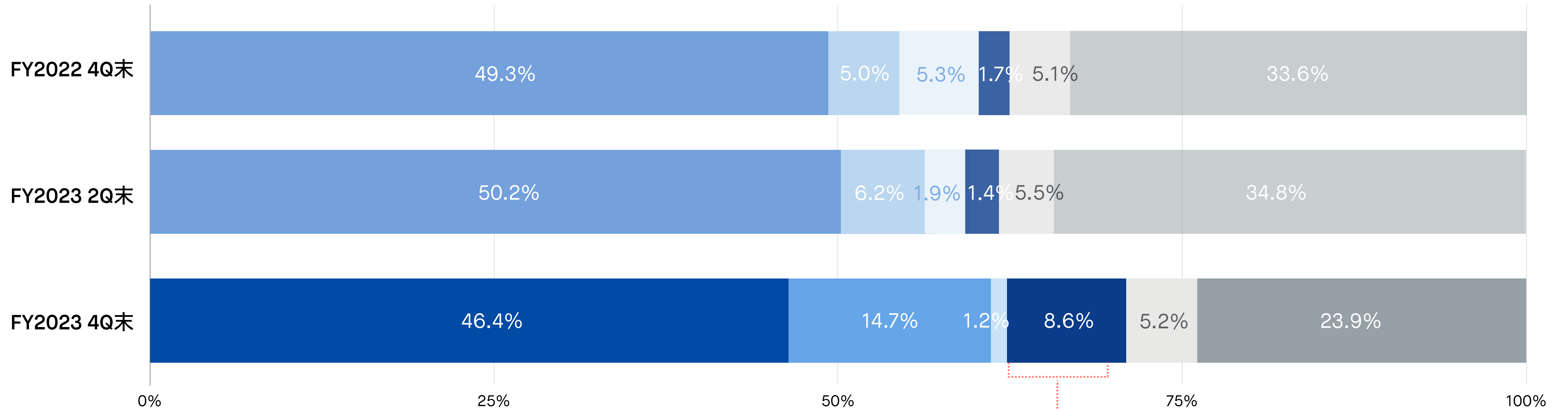
須田 仁之

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

株主構成

株式の割合

■ 役職員 ■ 証券会社 ■ 信託銀行・他金融 ■ 国内法人・その他法人 ■ 外国法人等 ■ 個人・その他



サイバーエージェント保有割合7.8%

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 ♥