

2026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）

2026年7月15日

- 01 FY2026 3Q 業績ハイライト
- 02 FY2026 3Q 各事業の状況
- 03 FY2026 3Q TOPICS
- 04 FY2026 3Q TOPICS - AI駆動デザイン・開発ソリューション
- 05 成長戦略
- 06 APPENDIX

FY2026 3Q 業績ハイライト

2026年方針

AI Driven Design Company

AIによる顧客体験変革を、デザインの力で再定義する時代へ

Topics

- 1 スポット案件の反動減と先行投資により、3Q単期は減収減益も累計で約7割の進捗
- 2 有効商談数・顧客社数が着実に増加し、パイプラインは拡大基調
- 3 「Agentic UX」領域支援が具現化し、AI駆動デザイン・開発ソリューションを提供開始

売上高はスポット案件の反動減と案件規模の縮小により減少
営業利益は売上減少に加え、人材・AI投資の継続により減益

売上高

前年比（増減）

1,269 百万円

-7.1 % (-96 百万円)

売上高は、プロジェクトの規模縮小や拡張案件の獲得が伸び悩んだことに加え、前年同期に受注したCM制作やサイトリニューアル等のスポット案件の終了及び縮小の影響により、前年同期比7.1%減少

営業利益

前年比（増減）

67 百万円

-62.6 % (-112 百万円)

営業利益は、売上高の減少に加え、人員体制の強化に伴う人件費の増加、イベント施策やAI活用推進等の先行投資を継続したことにより、前年同期比62.6%減少

営業利益率

前年比（増減）

5.3 %

-7.8 pt

KPIハイライト

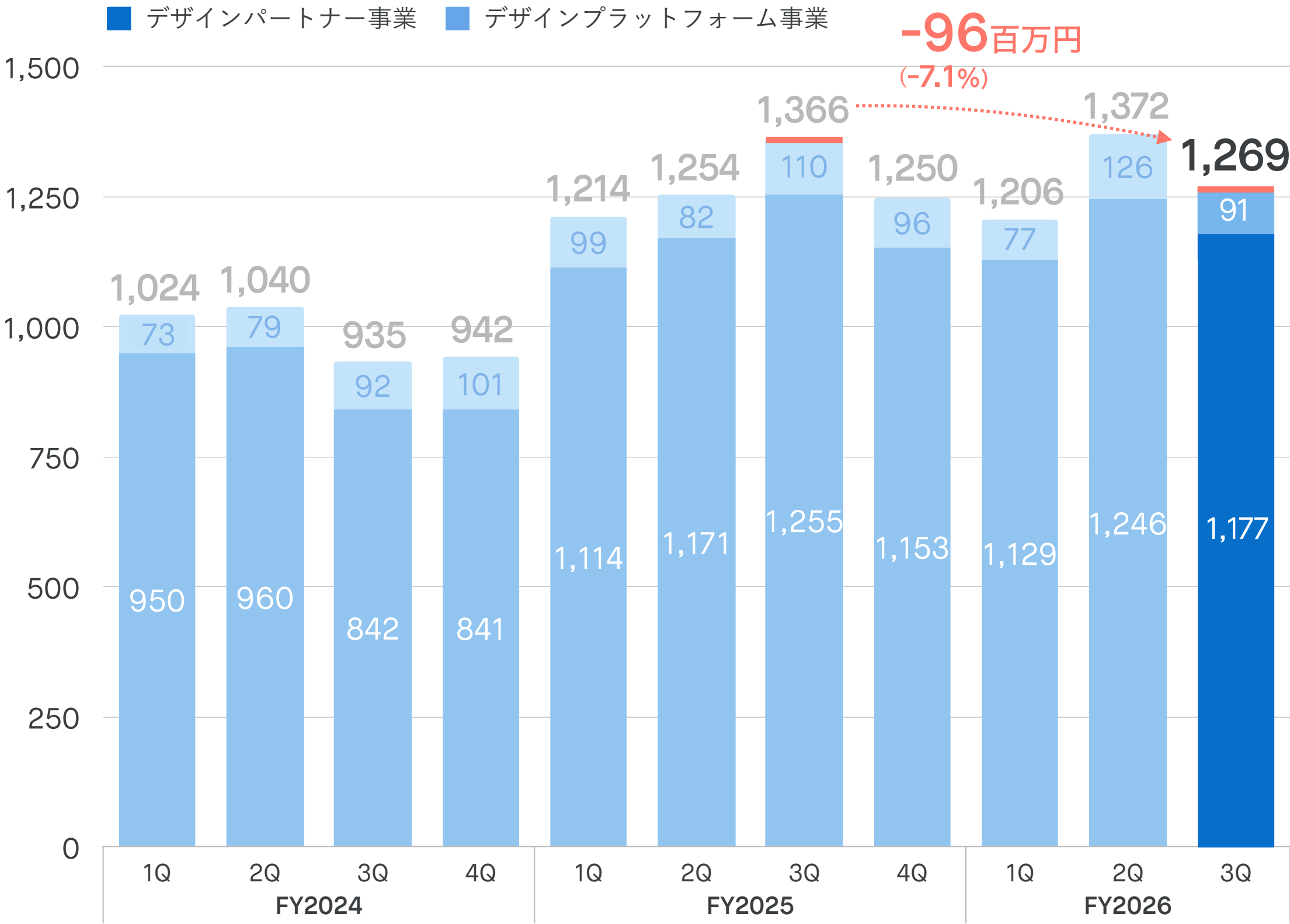
月額平均 顧客単価	5,821千円	前年比（増減） -7.9%（-501千円）	年間計画（平均） 6,100千円	月額平均顧客単価は、Goodpatch及びGoodpatch Anywhereでは前年並みを維持したものの、子会社のスタジオディテイルズにおける案件縮小により、前年同期比7.9%減少
顧客社数	64.7社	前年比（増減） +1.6%（+1.0社）	年間計画（平均） 66.0社	顧客社数は、営業体制の強化が奏功し、前年同期比1.6%増加となり、過去最高を更新
デザイナー数	168名	前年比（増減） +12.0%（+18名）	年間計画（4Q末） 180名	デザイナー数は、前年同期比18名増加。積極採用を継続し、UI/UXデザイナー13名に加え、開発案件の拡大に備え、PM・PdM等の各職種で5名を採用
有効商談数	167件	前年比（増減） +30.5%（+39件）	年間計画（合計） 579件	営業体制の再編及びマーケティング施策の強化により、有効商談数は前年同期比30.5%増加し、年間計画を上回るペースで進捗

売上高はスポット案件の縮小と季節性の受注減により、前年同期比で減少

営業利益は売上高の減少に伴い減益

売上高

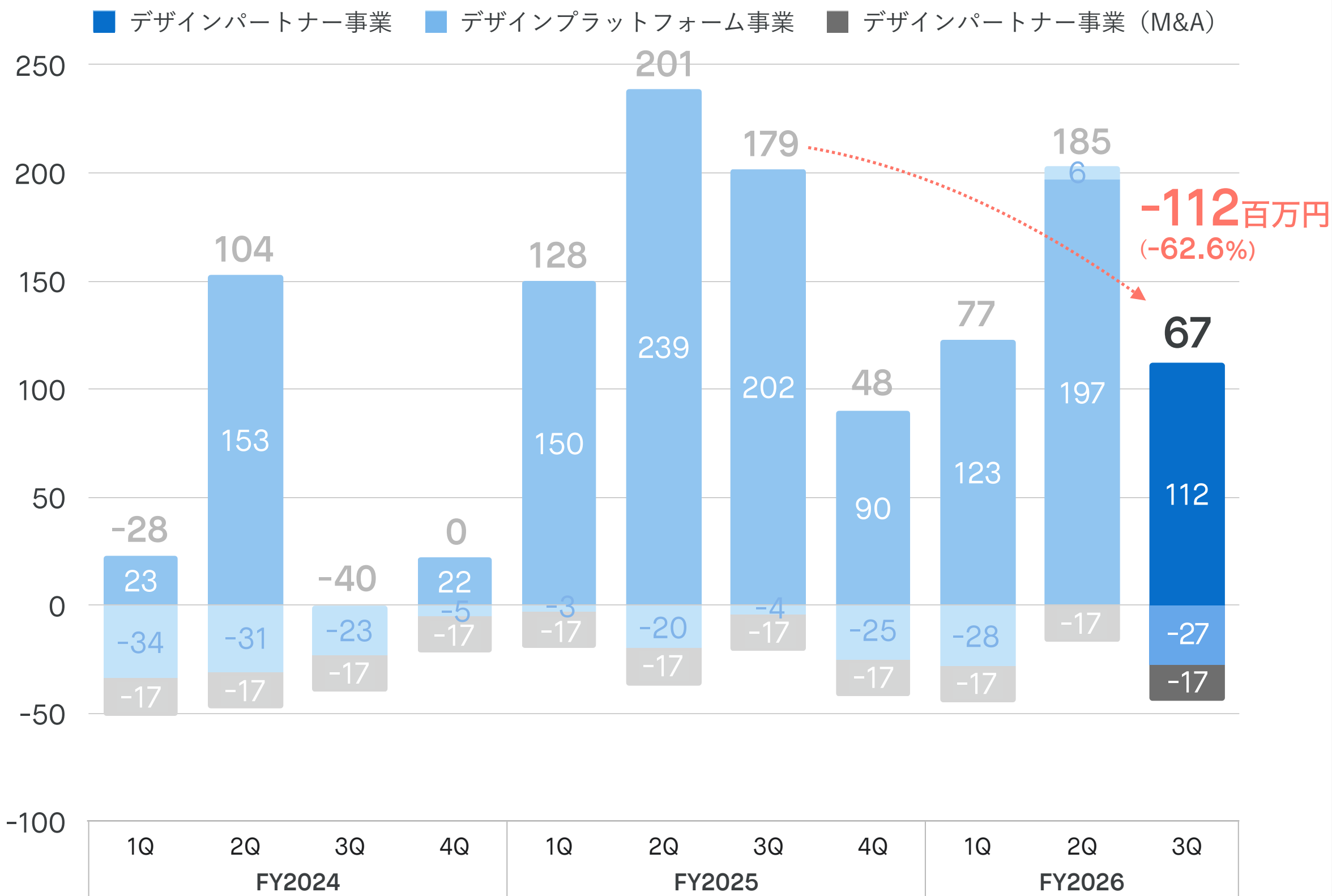
単位：百万円



※ 2026年8月期より「ピープルアンドデザイン」のセグメントを、デザインプラットフォーム事業からデザインパートナー事業へ変更しております。

営業利益

単位：百万円



※ 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。
※ M&A関連費用として、のれん償却額等を計上しております。

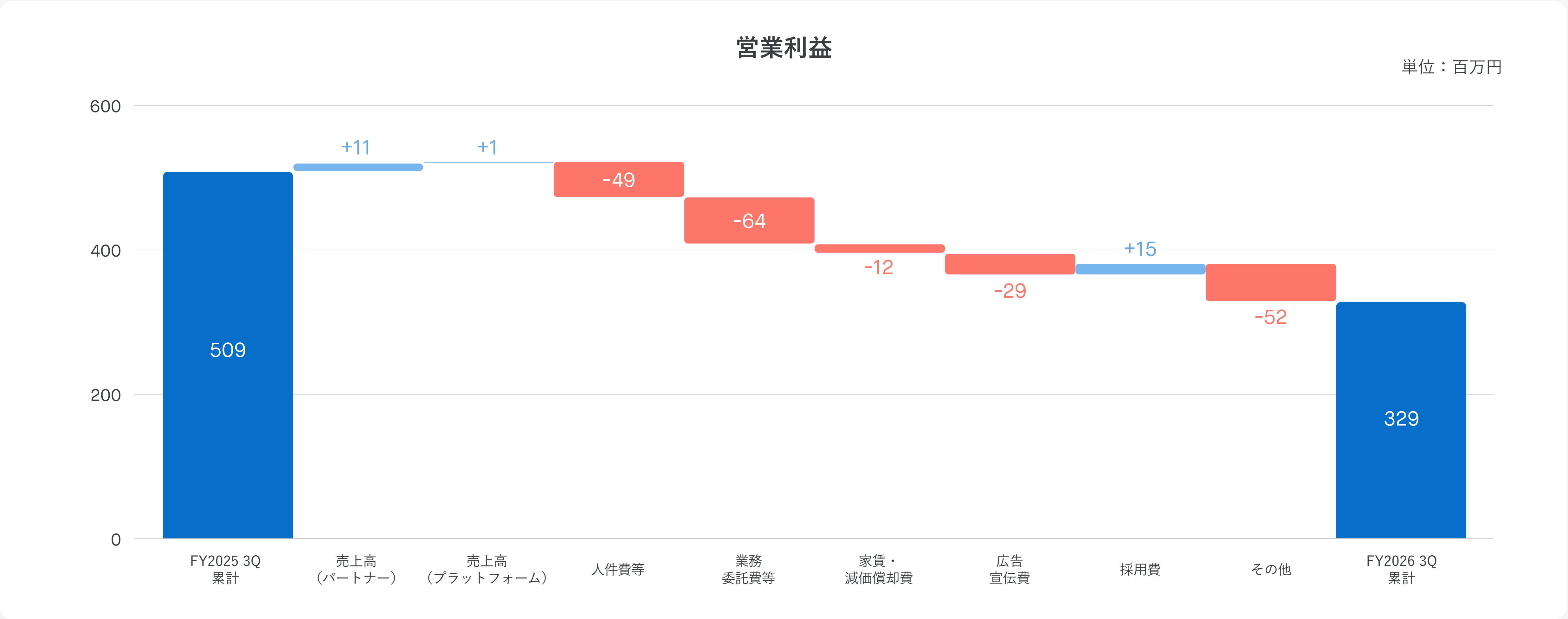
案件規模の縮小に伴う平均顧客単価の低下により、売上高は減少
投資及び新たなビジネス創出に向けたAI活用促進により、費用は増加

連結損益計算書

単位：百万円

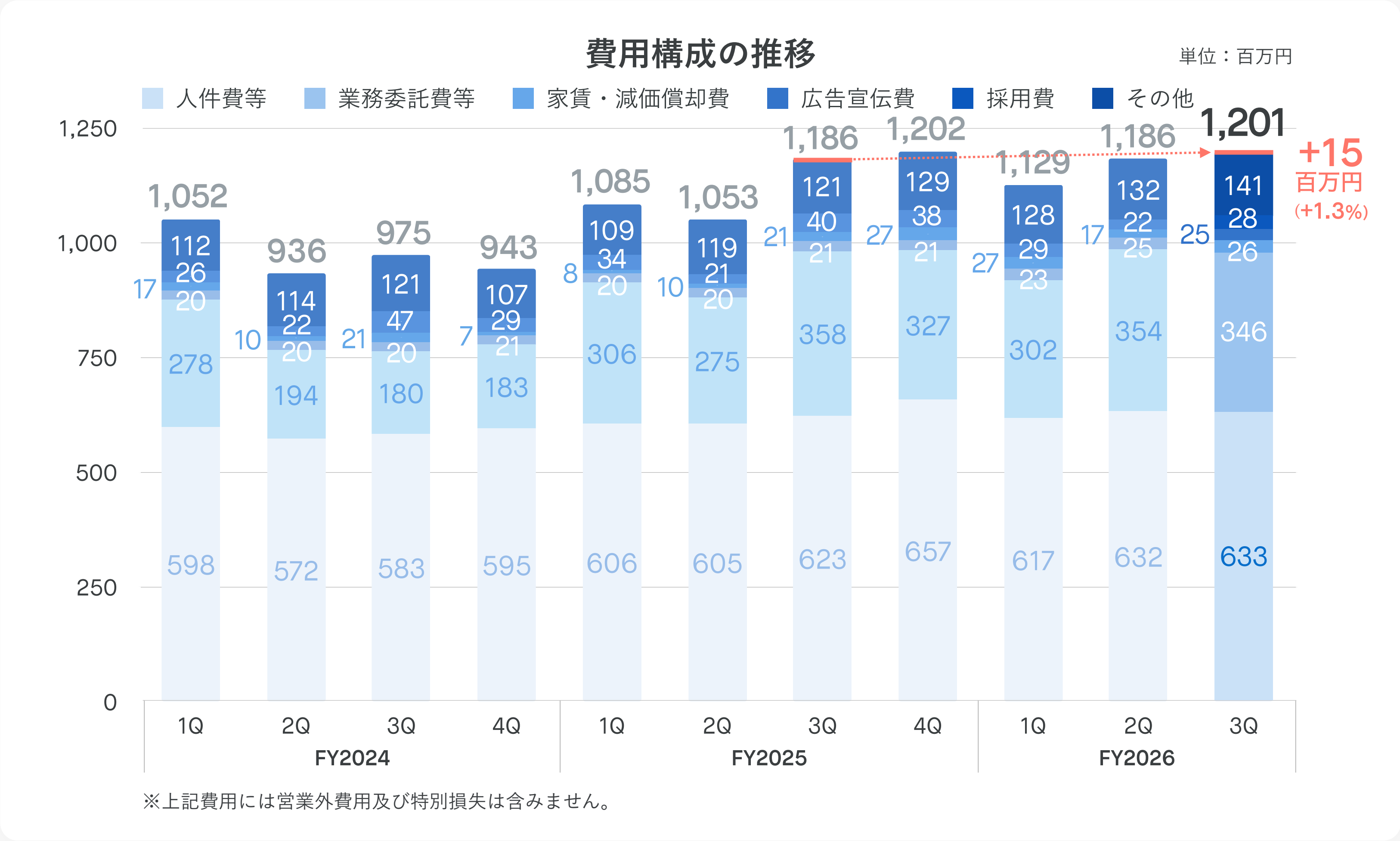
	FY2025 3Q	FY2026 3Q	YoY増減	FY2025 3Q 累計	FY2026 3Q 累計	YoY増減	通期業績予想	進捗率
売上高	1,366	1,269	-7.1%	3,835	3,847	+0.3%	5,600	68.7%
売上総利益	775	696	-10.1%	2,213	2,160	-2.4%	-	-
売上総利益率	56.7%	54.9%	-1.8pt	57.7%	56.2%	-1.6pt	-	-
販売費及び一般管理費	595	629	+5.7%	1,703	1,830	+7.4%	-	-
営業利益	179	67	-62.6%	509	329	-35.2%	560	58.9%
営業利益率	13.1%	5.3%	-7.8pt	13.3%	8.6%	-4.7pt	10.0%	-
経常利益	193	101	-47.8%	534	437	-18.1%	632	69.3%
当期純利益	132	68	-48.6%	364	284	-21.9%	409	69.5%

大型プロジェクトの継続や新規案件の獲得が寄与し、3Q累計で売上高は伸長 開発案件の業務委託費や先行投資に伴う費用増により、営業利益は減少



総費用は12億円と前年同期比1.3%増加

売上連動の外注費は減少したものの、人材・認知獲得・AI活用への投資が増加



人件費

組織体制の強化に伴い、デザイナー、営業及び管理部門の人員増（前年同期比+25名）により、人件費が増加

広告宣伝費

リード獲得数及び有効商談数の最大化を目的に、Web広告に加え、Japan IT Week出展等イベント施策を強化したことで増加

その他

全社AI活用の推進に伴うClaude Code等のAIツール利用拡大により、支払手数料が18百万円増加

売上高・経常利益・純利益は、計画に沿って進捗
営業利益は、先行投資により計画を下回るも、通期業績予想は据え置き

FY2026 通期業績予想

売上高

5,600 百万円 前年比 (+10.1%)

営業利益

560 百万円 前年比 (+0.5%)

経常利益

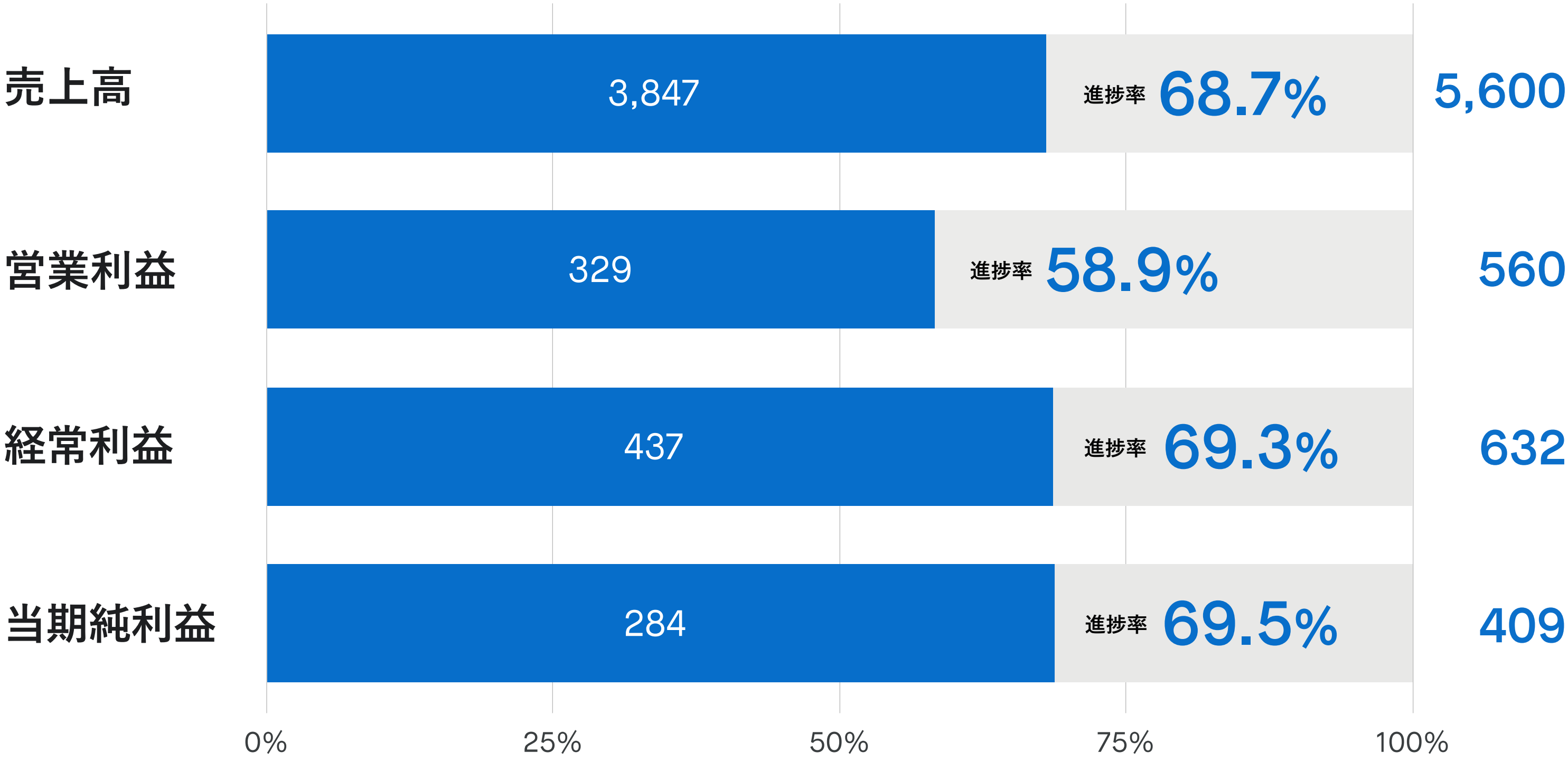
632 百万円 前年比 (+3.1%)

当期純利益

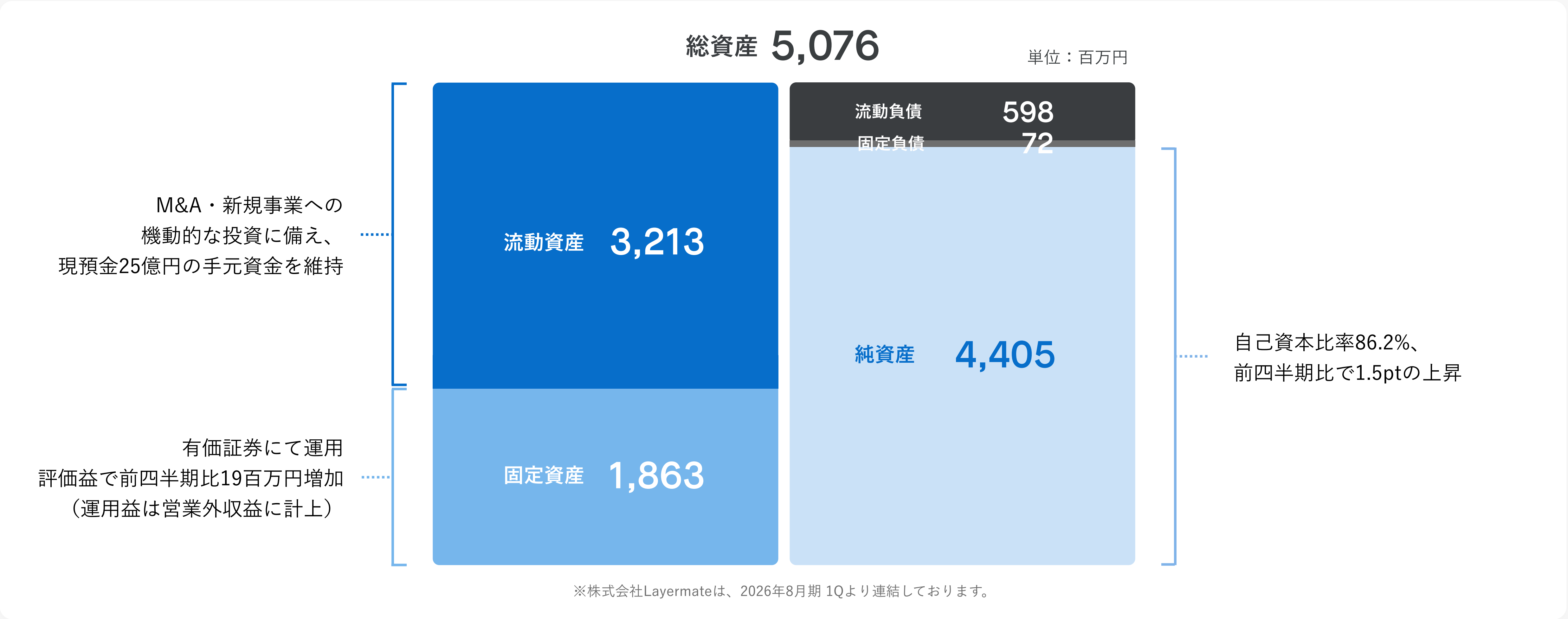
409 百万円 前年比 (+0.5%)

FY2026 3Q終了時点の進捗状況

単位：百万円



既存事業への投資を継続しつつ、成長投資に備えた手元資金を確保 自己資本比率は引き続き高水準を維持

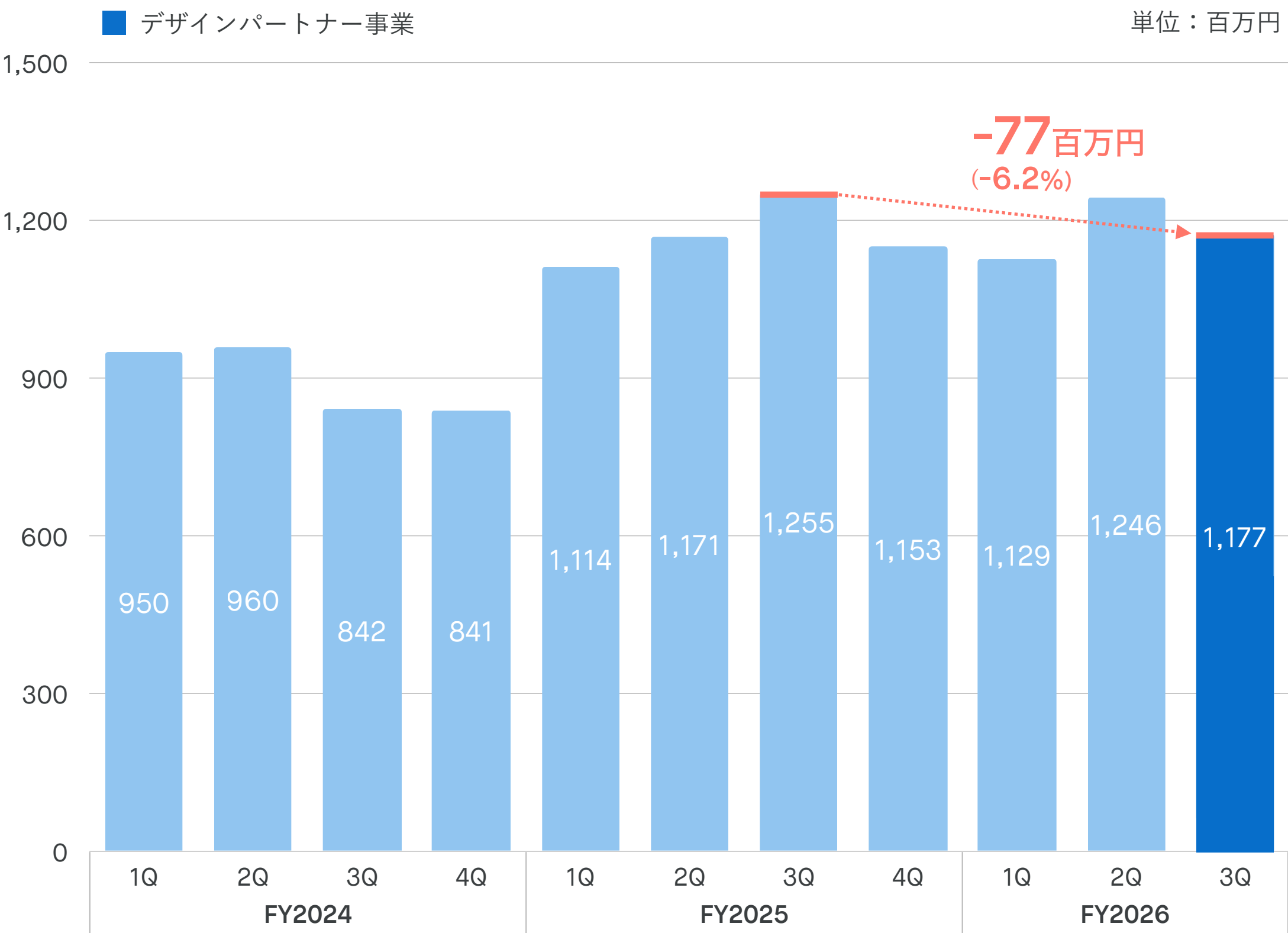


FY2026 3Q 各事業の状況

売上高は前年のスポット案件の終了・縮小に伴う反動減で減少

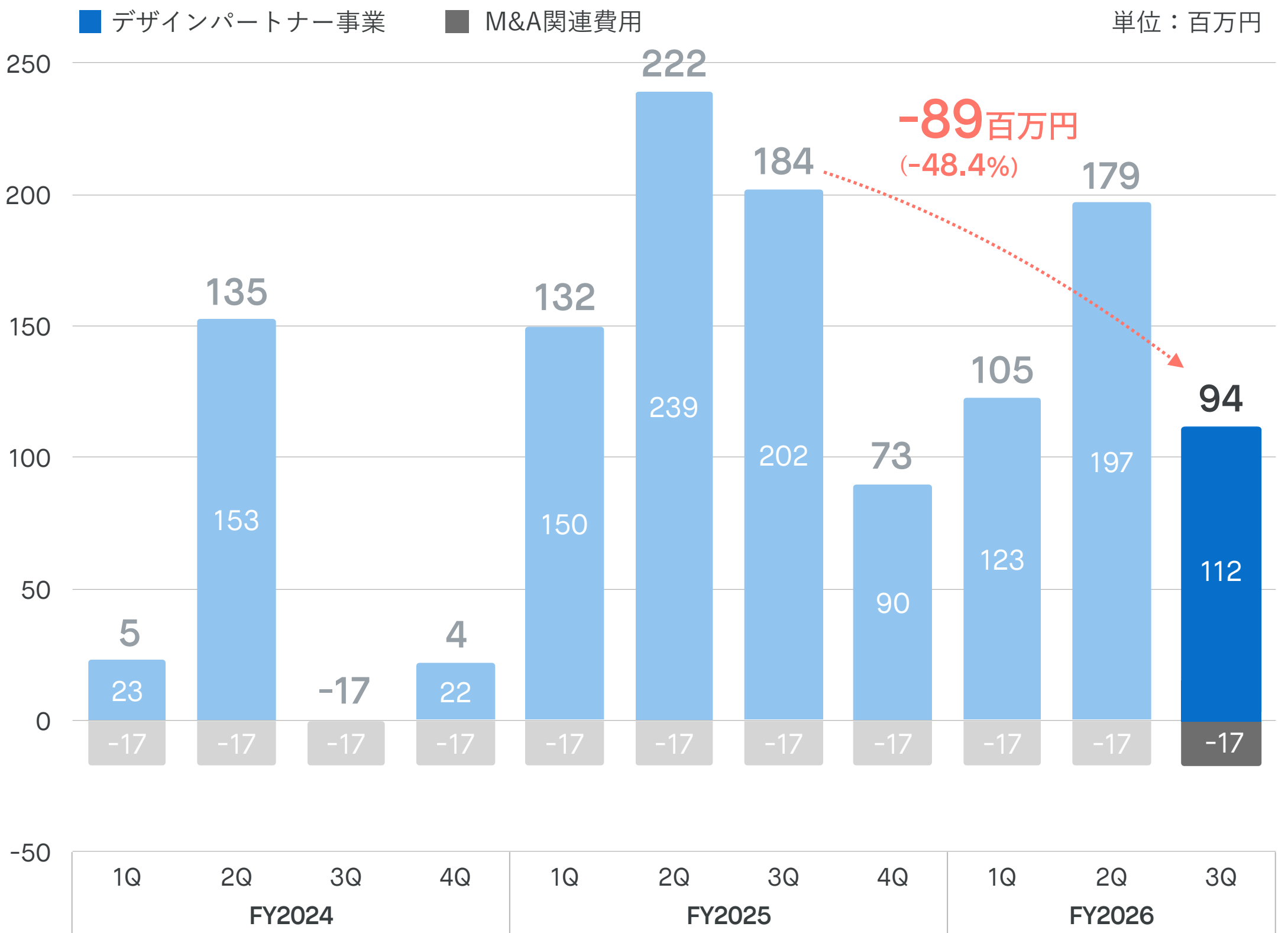
営業利益は人件費やAI活用推進に伴う支払手数料の増加を主因に減少

売上高



※ 2026年8月期より「ピープルアンドデザイン」のセグメントを、デザインプラットフォーム事業からデザインパートナー事業へ変更しております。

営業利益

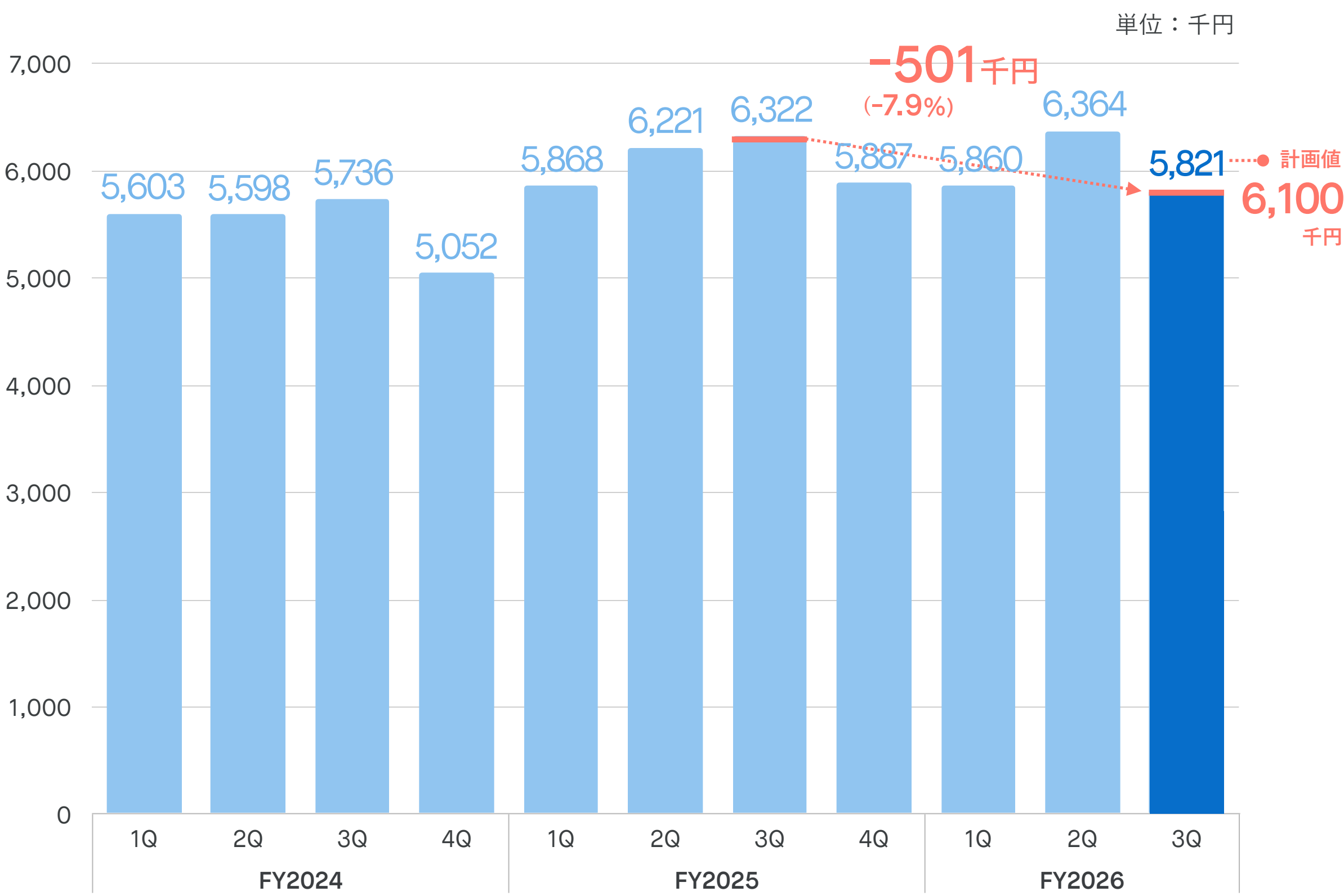


※ デザインパートナー事業の営業利益はM&A関連費用を除いております。
※ M&A関連費用として、のれん償却額等を計上しております。

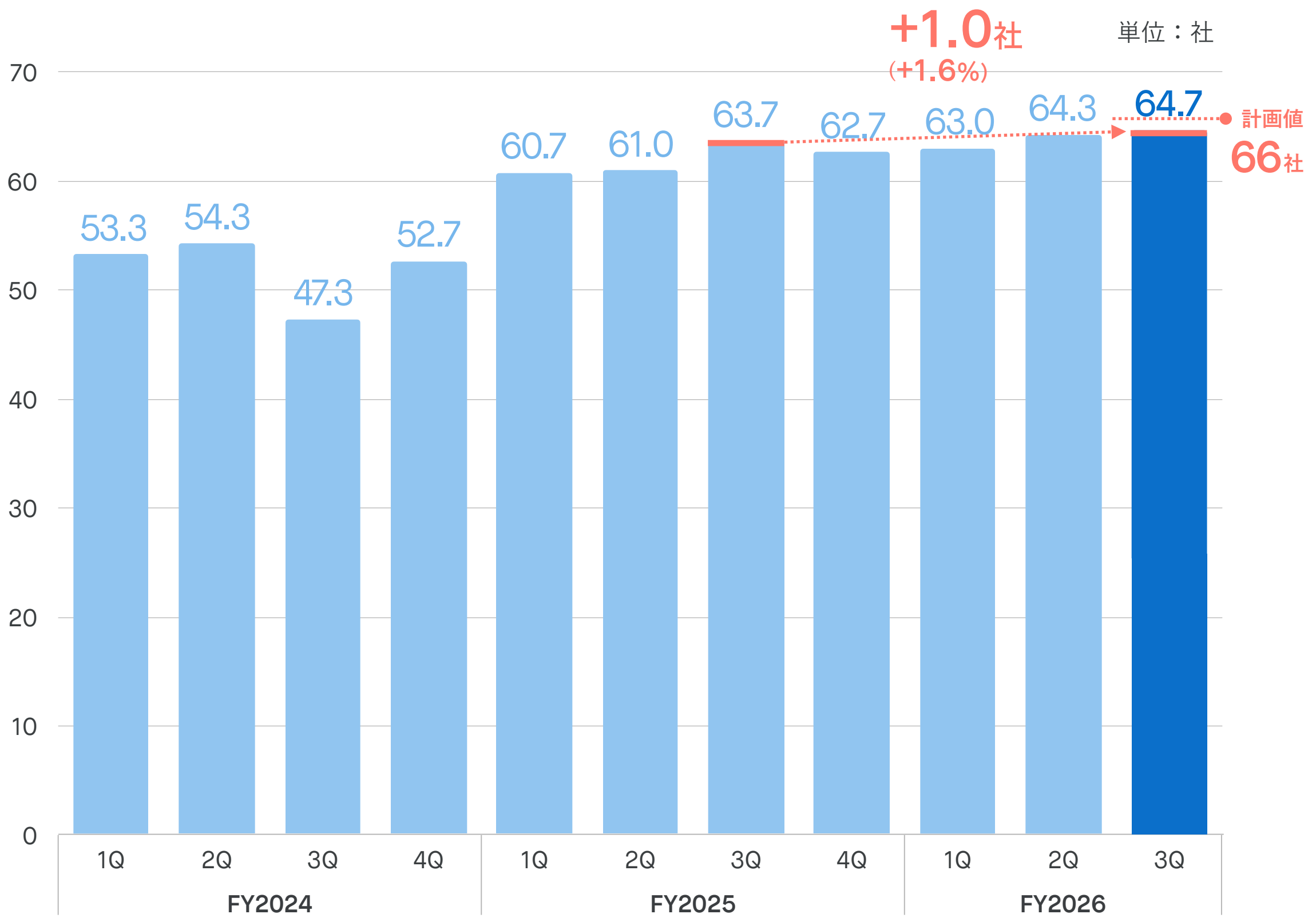
月額平均顧客単価は、案件規模縮小を受け前年同期比で減少

顧客社数は、営業体制の強化とマーケティング投資の効果により、YoYで成長

月額平均顧客単価



顧客社数

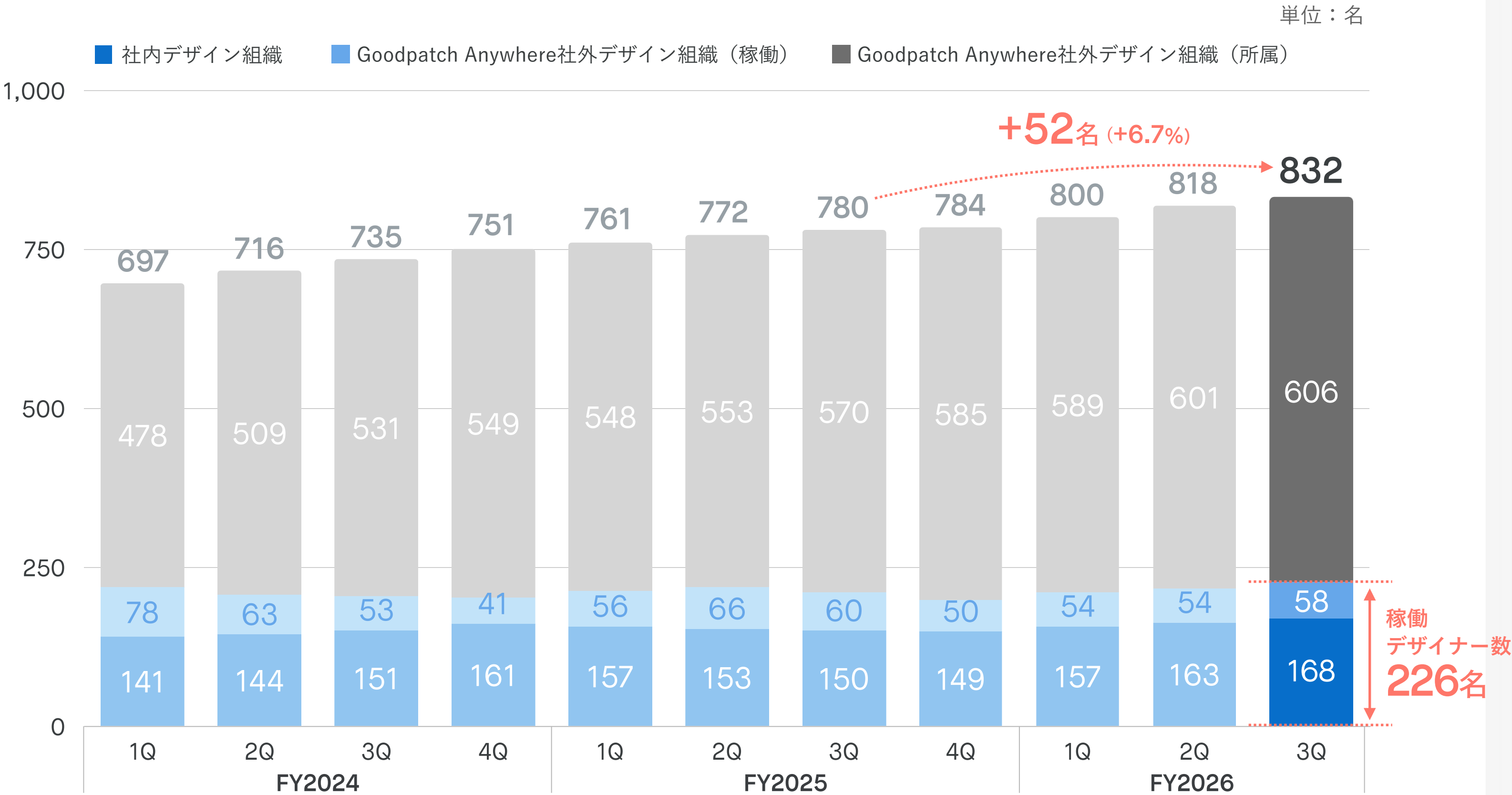


※ Goodpatch Anywhere、スタジオディテイルズを含む数値にて表示しております。

デザイン人材は832名と前年同期比で52名増加

デザイナー採用を継続するとともに、AI活用の全社浸透を推進

デザイン人員数の推移



稼働デザイナー数は226名と、
前四半期比 9 名増加

社内デザイン組織

社内デザイナーは、積極採用により前年同期比
18名増加。デザイナー採用を継続するとともに、
全社的なAI活用を推進し、品質・生産性の向上と
新規領域への拡張を図る

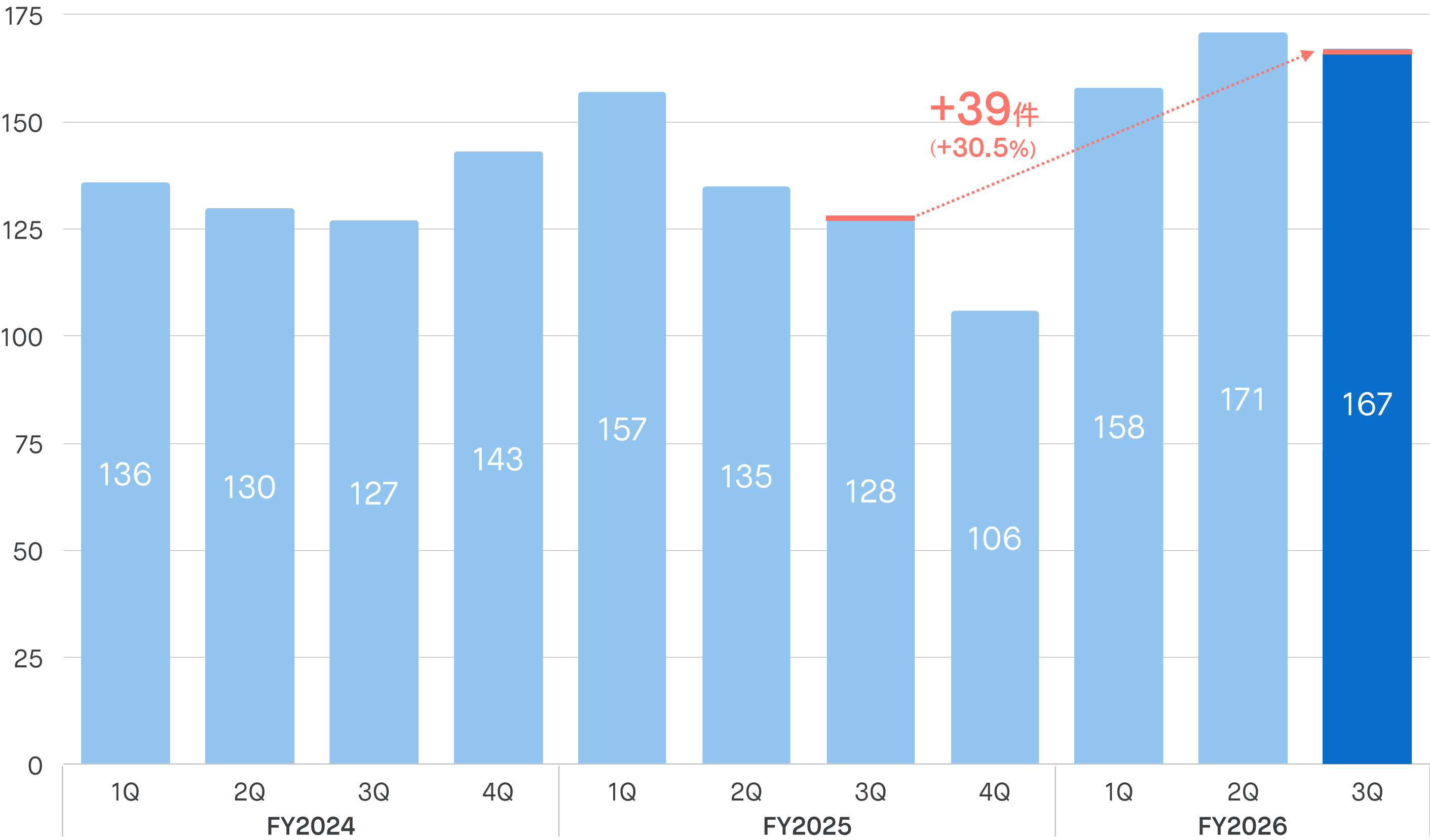
社外デザイン組織

社外デザイナー数は前年同期比34名増加。
一方、稼働デザイナー数は案件状況の影響により、
前年同期比 2 名減少

有効商談数は、前年同期比30.5%増加し、年間計画を上回るペースで推移

有効商談数

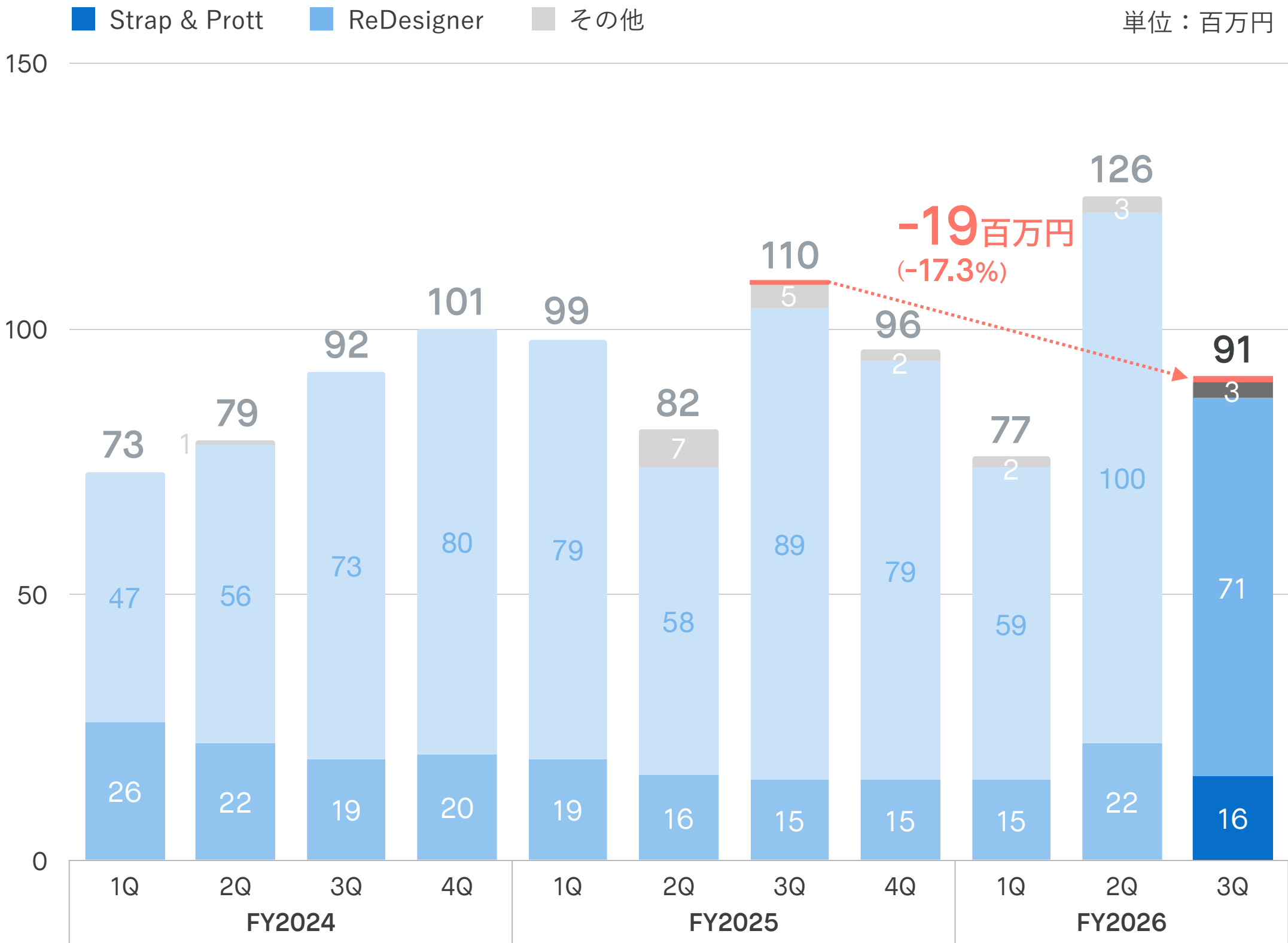
単位：件



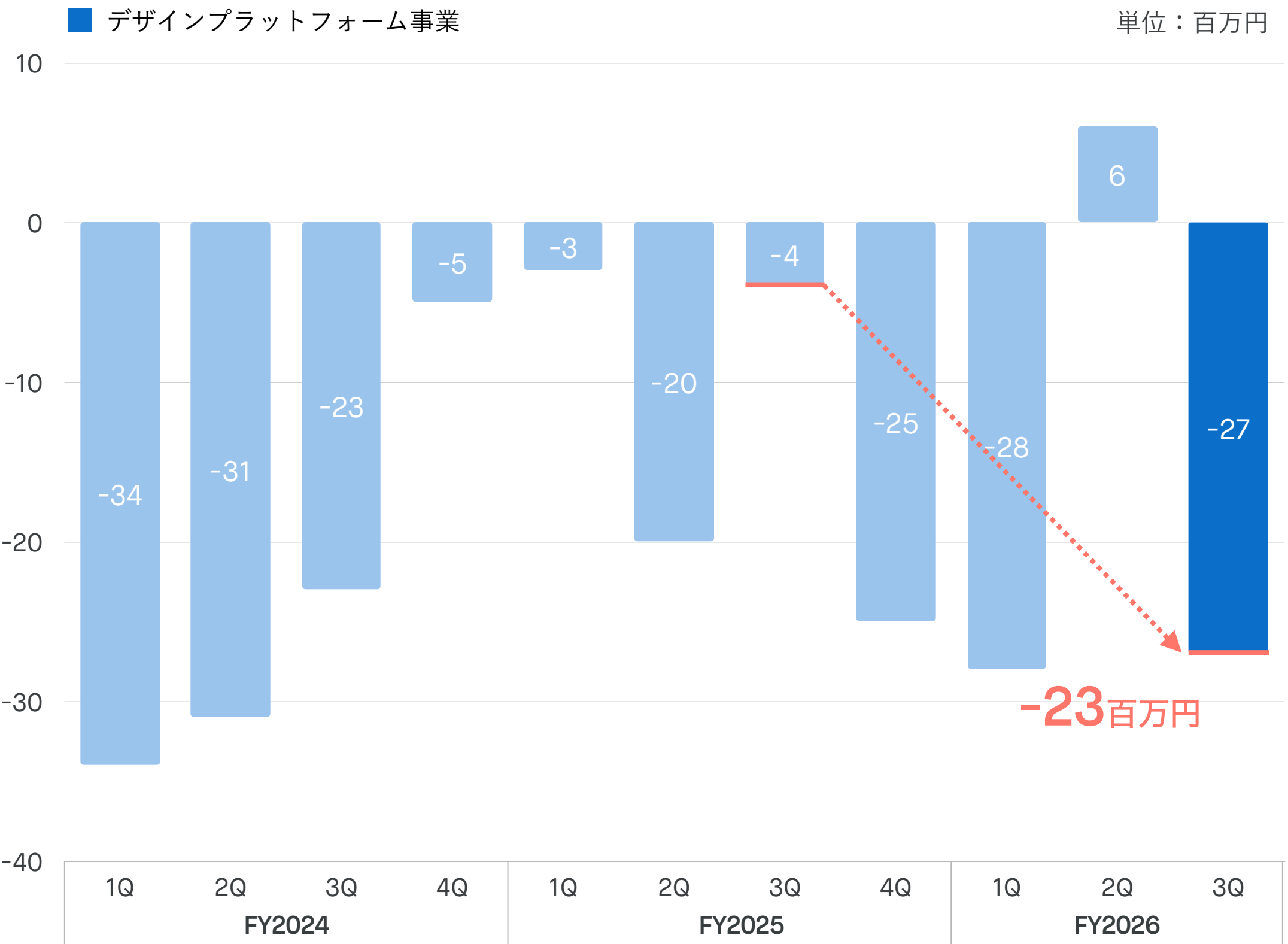
- 営業体制の再構築による組織運営の安定化に加え、イベント出展やアライアンス等のマーケティング施策が奏功し、自社サイト経由の流入も増加したことから、有効商談数は前年同期比で大幅に増加
- 休眠顧客の掘り起こしやアライアンス経由での紹介等、多面的なアプローチにより、有効商談数の創出を強化

売上高は、ReDesignerの人材紹介事業の一時的な落ち込みにより減少 営業利益は、売上高の減少を受け赤字幅が拡大

売上高



営業利益



※「Prott」は2024年8月31日をもってサービス提供を終了いたしました。
※ 2026年8月期より「ピープルアンドデザイン」のセグメントを、デザインプラットフォーム事業からデザインパートナー事業へ 変更しております。

FY2026 3Q TOPICS



ペット専門店ブランド「ペテモ」のスマホアプリ開発・店頭体験設計を一貫支援

課題

DX戦略の要として、ユーザー体験と店頭オペレーションを変革するアプリが求められていた

- DX戦略の要として、会員向けのスマホアプリを構想していたが技術的な知見やリソースがなかった
- 既存アプリの使いにくさや、会員登録に数日かかる手続きが、機会損失を生んでいた
- 機能起点ではなく、デジタルと店頭双方のユーザー体験を向上させ、現場運用を最適化する設計が必要だった

アプローチ



ユーザー視点のUI/UX設計と オンライン・オフライン一貫のプロモーション支援

- 実店舗視察とペットオーナーへのヒアリングから、「うちの子会員証」などユーザー視点のUI/UXを設計
- 約20名の店長の声を毎週反映し、現場運用の課題も解消するアプリを開発
- マニュアル・LP・店頭販促物まで、オンラインと店頭で一連の体験を設計したプロモーション支援



➡ アプリリリース約半年で50万DL、 会員登録は4倍以上に急増し 売上にも貢献

- リリース後10日で10万DL、約半年で50万超を達成
- 「ショッピング」カテゴリで一時1位、★4以上の高評価を維持（2026年6月15日時点）
- 会員登録は月平均4倍以上に増加し、会員売上も10～20%増で推移

※詳細は以下にて掲載しております。
<https://goodpatch.com/blog/2026-06-aeonpet>



寝具ブランド「YUAMI®」のインサイトリサーチによるマーケティング改善と組織変革

課題



プロダクトアウトの壁に直面し、顧客インサイト起点のマーケティング改善が求められていた

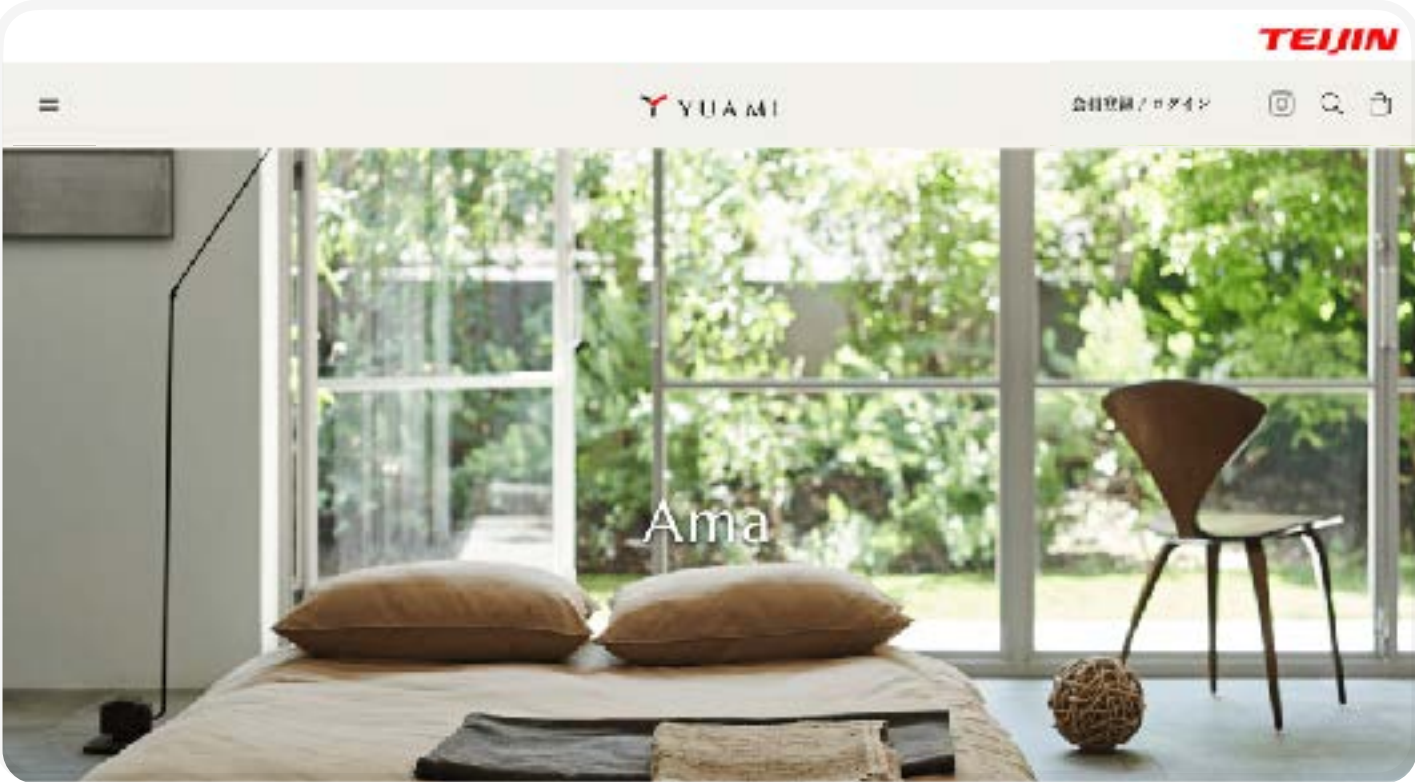
- 「良いものを作れば売れる」プロダクトアウト志向が強く、「誰に届けるか」という顧客像が不明確だった
- 顧客像が曖昧でブランドの強みを言語化できず、Web広告やサイト改善が効果的に機能していなかった
- 高価格帯かつ実店舗を持たず、表面的な顧客像を超えた深いインサイト把握が必要だった

アプローチ



定量分析と定性調査を組み合わせたインサイトリサーチによる顧客像の構造化と施策反映

- 顧客アンケート調査・購買データ分析とユーザーインタビューで、購入動機や価値観を可視化
- 顧客像を「アーキタイプ」（価値観をベースにしたグループ）で構造化しクリエイティブの指針や、マーケティング施策に反映
- ファン化につながる「価値構造モデル」やカスタマージャーニーマップを策定し、LPプロトタイプ制作まで一貫して支援



顧客の深層心理にある購入動機を可視化し、CVR・リピート率が1.5～2倍に向上

- アーキタイプに基づく広告・LP最適化で、CVR・リピート率がいずれも1.5～2倍に向上
- 顧客起点の意思決定基盤を構築し、広告制作の内製化やマーケティング方針の整理につながった
- インサイトを基に開発した商品が年間売上トップになるなど、持続的なブランド成長の道筋を確立

※画像出典：帝人アクシア株式会社「【公式】YUAMIオンラインストア | 湯浴みをする温泉寝具」 <https://www.yuami-shop.jp>

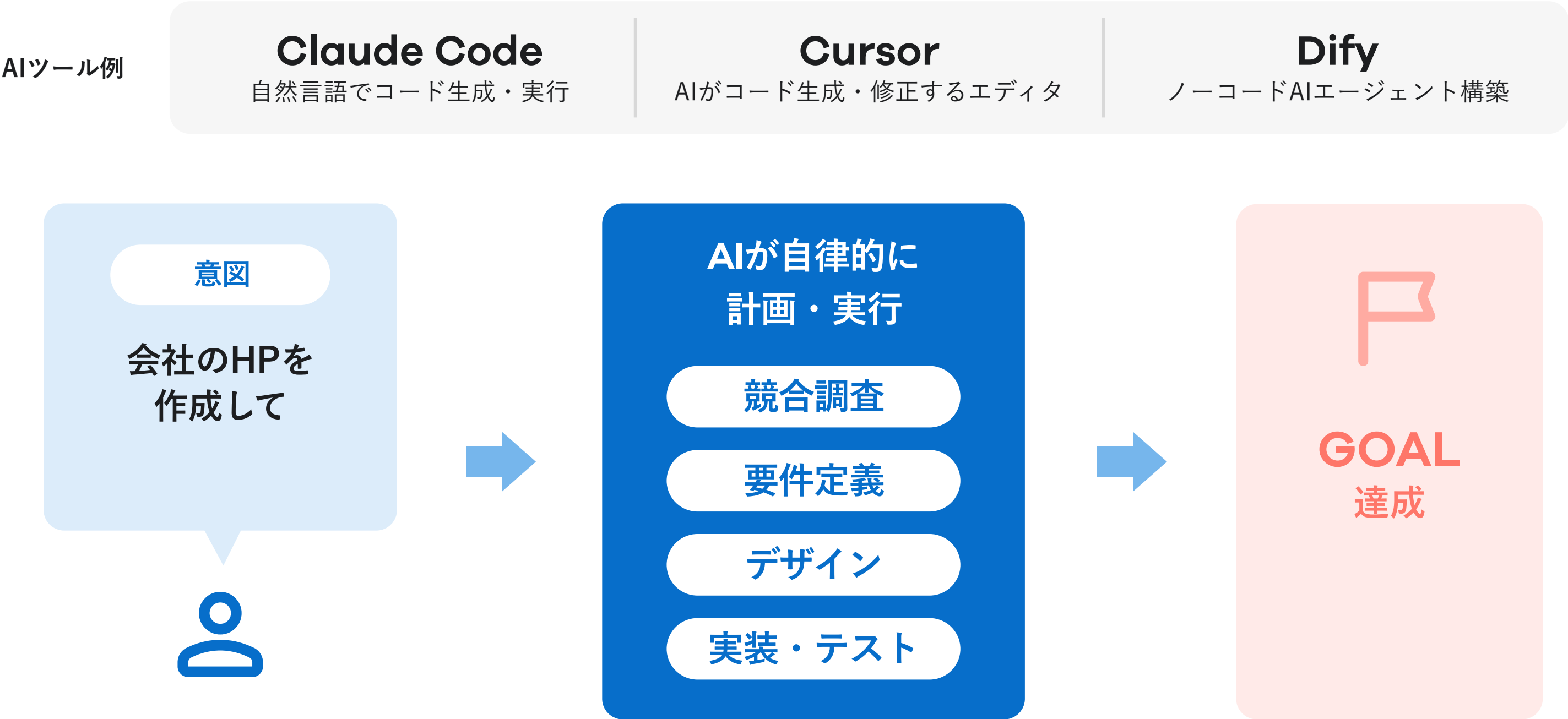
※詳細は以下にて掲載しております。
<https://goodpatch.com/work/yuami>

FY2026 3Q TOPICS

AI駆動デザイン・開発ソリューション

AIエージェントの普及により、「作る」は民主化されつつある

AIツールが「作る」を誰でも可能にする時代へ



企業の過半数がAIツールを導入

AIエージェント導入を戦略として推進・検討

66.7%^{※1}

AI活用企業のうち「業務への効果あり」

86.7%^{※2}

※1：BCG「From Potential to Profit: Closing the AI Impact Gap」（2025年1月15日）
※2：帝国データバンク「生成AIに関する企業の動向調査（2026年3月）」（2026年5月14日）

- 従来はPoCサイクルに**数週間**かかっていた開発が、AIエージェントの活用により**数日単位**へ短縮
- エンジニア不在でも自然言語の指示だけでプロトタイプが完成し、**開発プロセス全体のあり方が根本から変わりつつある**

AIツールを導入することと、組織が変わることは違う

AIツール導入も、成果創出が課題

AIで成果を創出している「先進企業」

5.0%^{※1}

「専門人材・ノウハウ不足」が課題

41.3%^{※2}

※1：BCG「The Widening AI Value Gap」（2025年9月30日）
※2：帝国データバンク「生成AIに関する企業の動向調査（2026年3月）」（2026年5月14日）

壁1 部分活用にとどまる

一部の部署・担当者だけがAIを活用し、
全社に広がらない

壁2 組織変革が進まない

ツールを入れても業務プロセスが
変わらなければ、本質的な変革にはならない

壁3 エンジニアだけでは限界がある

開発部門がAIを活用しても、デザイン・事業・
経営が連動しなければ、事業全体の成長
スピードは加速しない

壁4 AI活用への心理的ハードル

AIを導入しても、「使いこなせない」
「仕事を奪われる」という不安から現場への
定着は進まない

AIツールの導入は「変革の始まり」に過ぎない。
組織全体にAIを根付かせるには、**業務プロセスの再設計・職種横断の連携・体験づくり**の3つが不可欠

全社実践で蓄積した「デザイン×AI」の知見を、ソリューションとして提供開始

自社開発・導入によるAI実践プロダクト



Layermate AIデザインツール

FigmaのAI拡張プラグイン。自然言語の指示でUIデザインを自動生成し、デザイン工数を大幅に短縮





Strap オンラインホワイトツール

オンラインホワイトボードにAIエージェントが直接参加。要件整理・業務フロー図の自動生成を実現





HRmonyAI 採用AIエージェント

書類選考・面接評価をAIが自動化。
採用プロセス全体を効率化・標準化し、採用品質を向上



AI専門組織の設立と社内ナレッジの蓄積



Gp-AX Studioを設立。全社員がClaude Codeを活用し、アプリケーションの構築からサーバーデプロイまで実施。
組織全体でAIの実践知を蓄積

ナレッジ記事 **507件**

※2026年7月1日時点

社内での取り組み事例

事例1 Claude Code × GitHubで組織運営

コーディング経験のないデザイナーやバックオフィスのメンバーでも、Claude Codeを活用してアプリをデプロイできる体制を実現。生産性向上を「個人」から「組織」レベルへ

生産性向上を「個人」から「組織」レベルへ

15人のデザイナーが
Claude Code × GitHubで
組織運営をした結果

事例2 経営管理ダッシュボードの開発

非エンジニアの経営企画部門がClaude Codeを活用して経営ダッシュボードを開発。
経営情報の可視化と業務工数の大幅削減を同時に達成



AIを組織に根付かせ、AI駆動でのサービス開発を可能にする 3つの支援プラン

AIツールの選定・導入から実装・運用までを一貫して支援。支援終了後も、組織がAIを自走的に活用できる「AI駆動環境」の構築をゴールとする

Plan1 : Advisory

監修型支援

グッドパッチが監修・アドバイザーとして参画。
AI駆動環境の整備からツール選定・プロンプト設計まで
伴走し、自社チームがAIを使いこなせる状態を作る

Goal

AI駆動環境の整備
次フェーズの予算獲得

Plan2 : PoC Execution

PoC実行支援

1つの仮説に集中し、AI駆動でプロトタイプを実装。
経営会議に出せるデモを短期間で完成させ、Go/No-Go
判断の材料を揃え、次フェーズへの移行を支援

Goal

Go/No-Go判断の
材料を揃える

Plan3 : Product Development

本番実装支援

AI駆動と仕様駆動のハイブリッド体制で本番開発・
リリースまで支援。コンテキスト・Skill・MCP環境を
整備し、クライアントが自走できる体制を構築

Goal

本番デプロイ・
AI環境ごとナレッジ移管

全プランにグッドパッチ独自の専門ロール「**AI EXP (AI Experienced Professional)**」が参画。
プロンプト設計・エージェント構築・MCP環境整備を担い、**デザイナー・エンジニア・事業担当の職種横断**でAI活用をリードする

AI駆動環境の組織実装により、事業開発のスピードを高速化

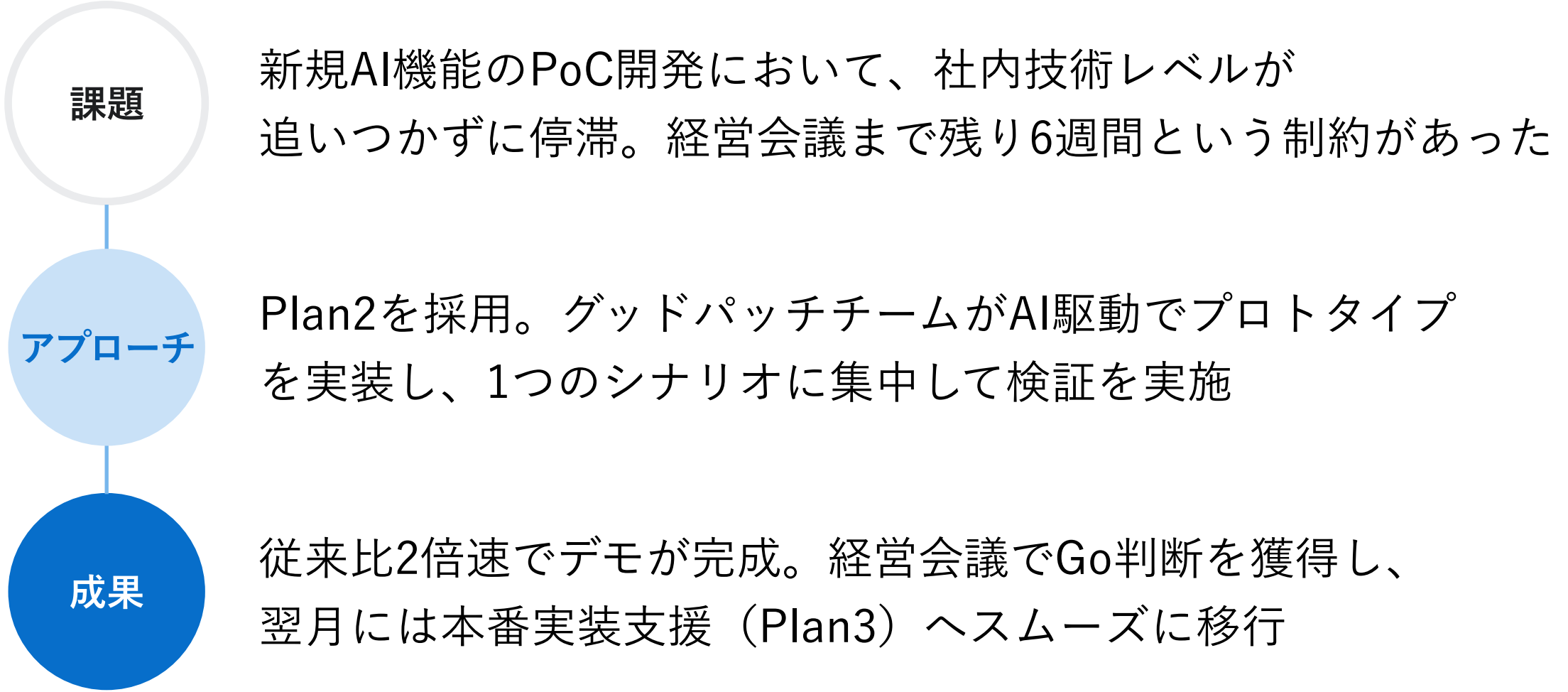
Plan2 PoC実行支援の進め方

単一の仮説に集中し、迅速に検証。デモ作成から判断資料まで最短で実施



PoC実行支援の事例と定量効果

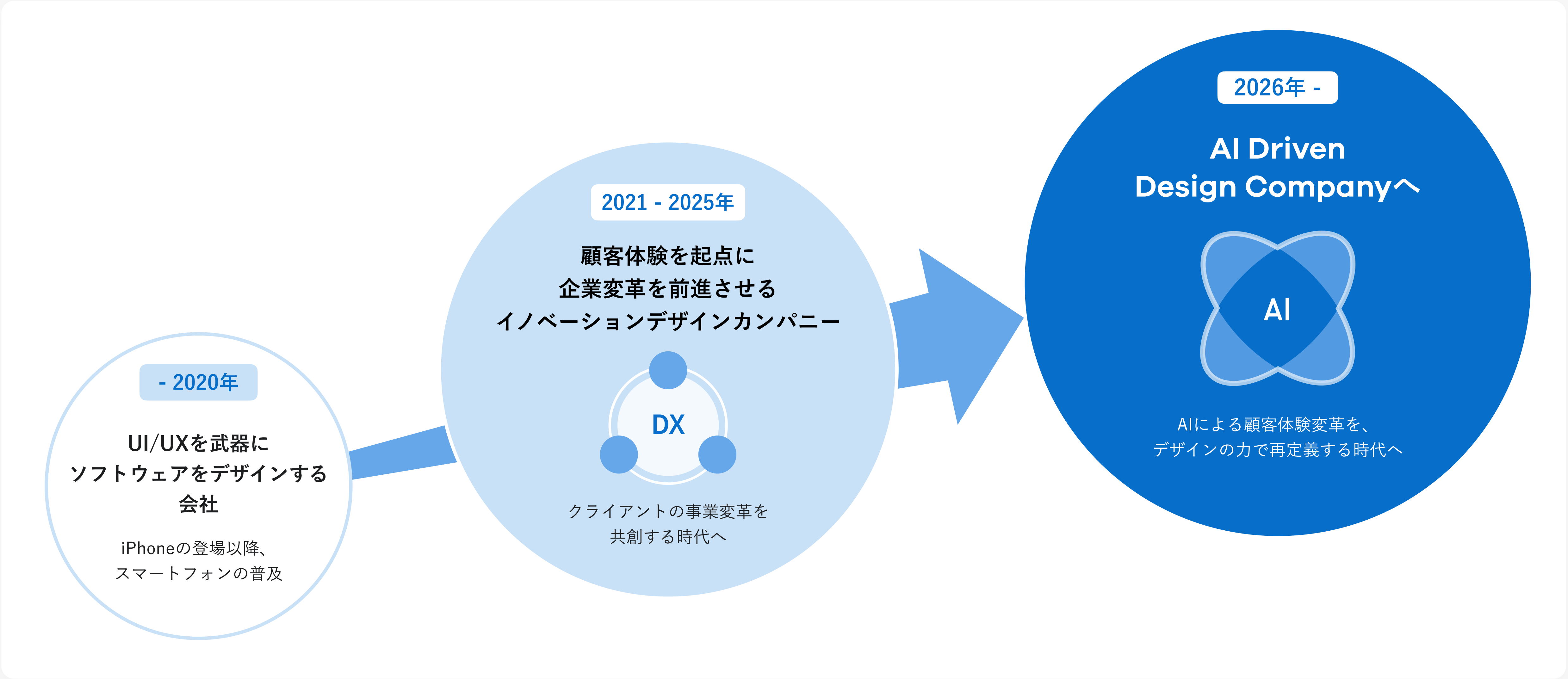
4週間でデモ作成から検証完遂。経営判断に必要な材料を備え、意思決定を加速



PoC実行支援の期間 全員フルコミット前提	従来比デモ完成速度	経営会議での「Go」獲得 翌月には次フェーズへ移行
4週	2倍	GO判断

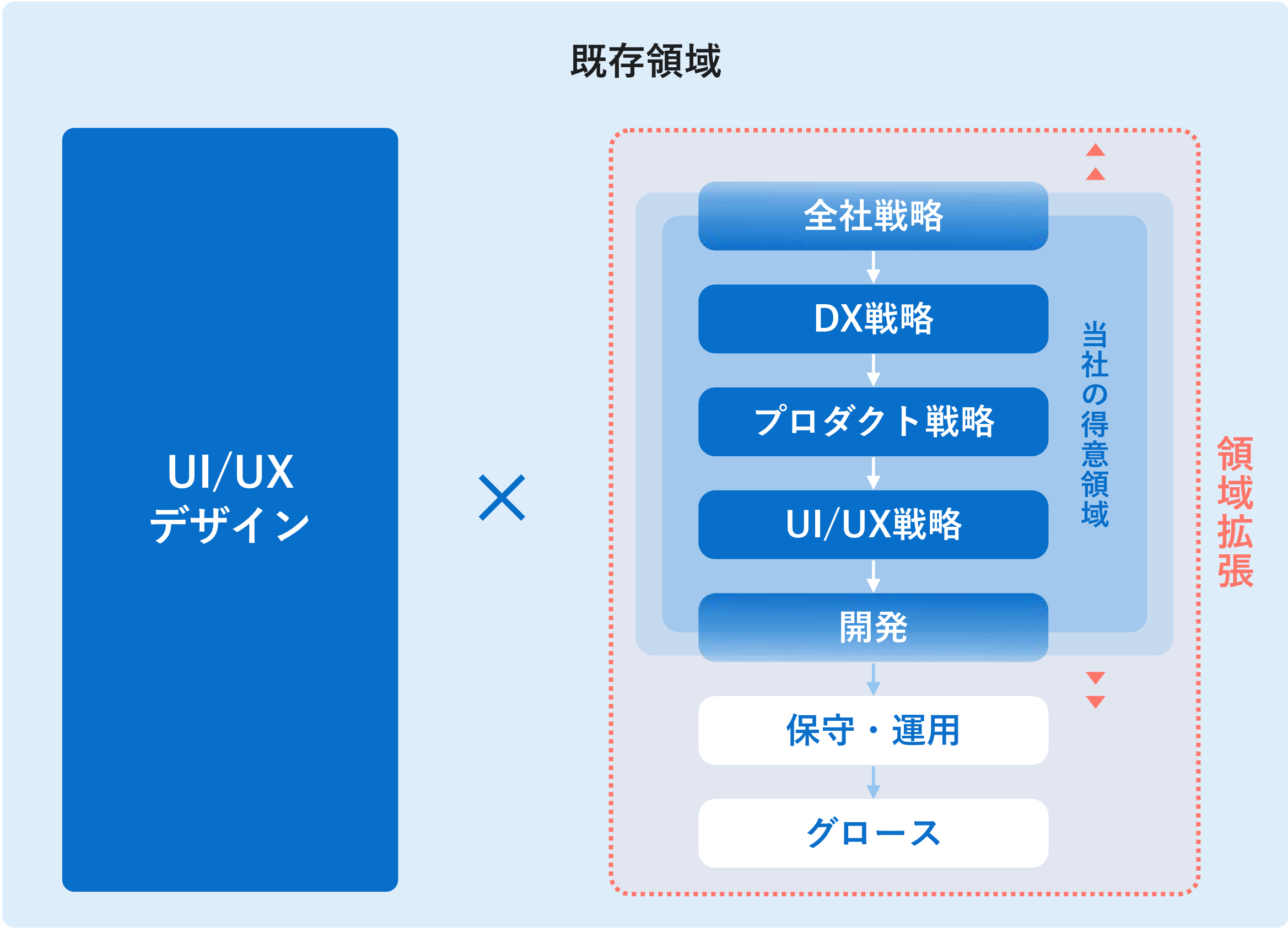
FY2026 成長戦略

デザイン×AIで変革を推進する「AI Driven Design Company」への進化



既存領域の拡張に加え「デザイン×AI」による価値創造を推進

グッドパッチのデザイン支援ソリューション



デザイン×AI

AI活用によるデザイン支援の拡張

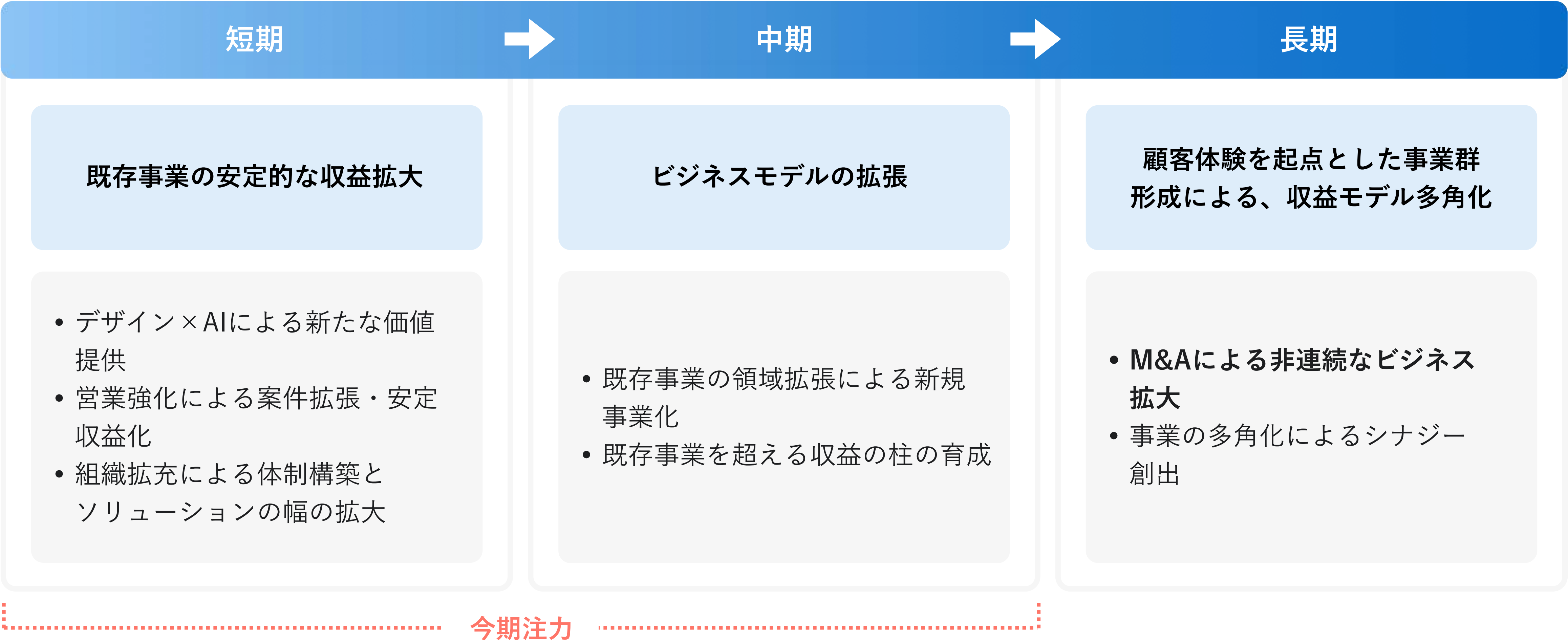
AIによる顧客体験の変化に適応し、企業変革に導くために、人材や組織風土・プロセスの同時変革が不可欠。企業変革に向けデザイン支援を拡張していく

自社プロダクトの開発・活用

自社のAIデザインツール「Layermate」や「HRmony AI」等のプロダクト開発を行い、自社でも積極活用を促進

 Layermate  HRmony AI

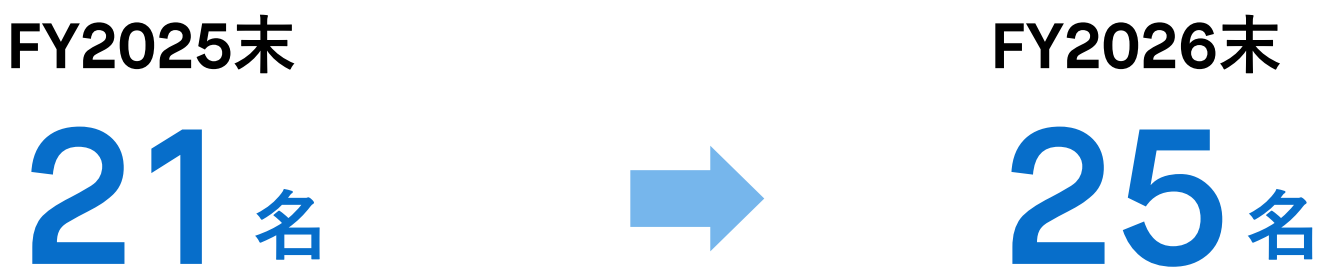
既存事業の安定収益化から、M&Aを活用したビジネスモデルの多角化へ



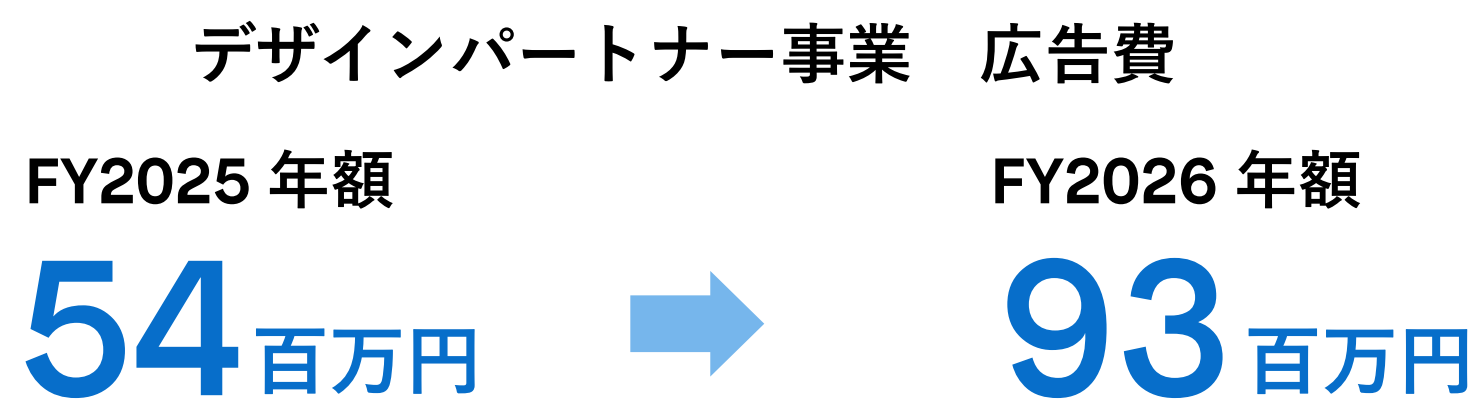
営業強化に引き続き投資、新規案件獲得と既存プロジェクトの拡張を推進する

有効商談数の最大化に向け、営業人員・マーケティング費用へ積極投資

マーケティング及びセールスを担当する営業部門の人材を継続的に強化



新規案件の獲得を目指し、広告費を増加させ、SEO対策やウェビナーの実施等、マーケティング活動を強化



既存案件の継続率向上と既存顧客からの拡張を図る

- 開発パートナーとの協業により大手顧客を開拓し、蓄積したノウハウを活かして新規開発案件を獲得
- 提案段階からデザイナーが参画し、事業課題に基づいたソリューション提案をすることで、追加プロジェクトを受注
- AI関連の実績を事例化してカンファレンス等で発信、認知向上を図りながら新サービス展開を加速

正社員デザイナーを積極採用しつつ、Anywhere人材を活用

社内デザイン組織（正社員）

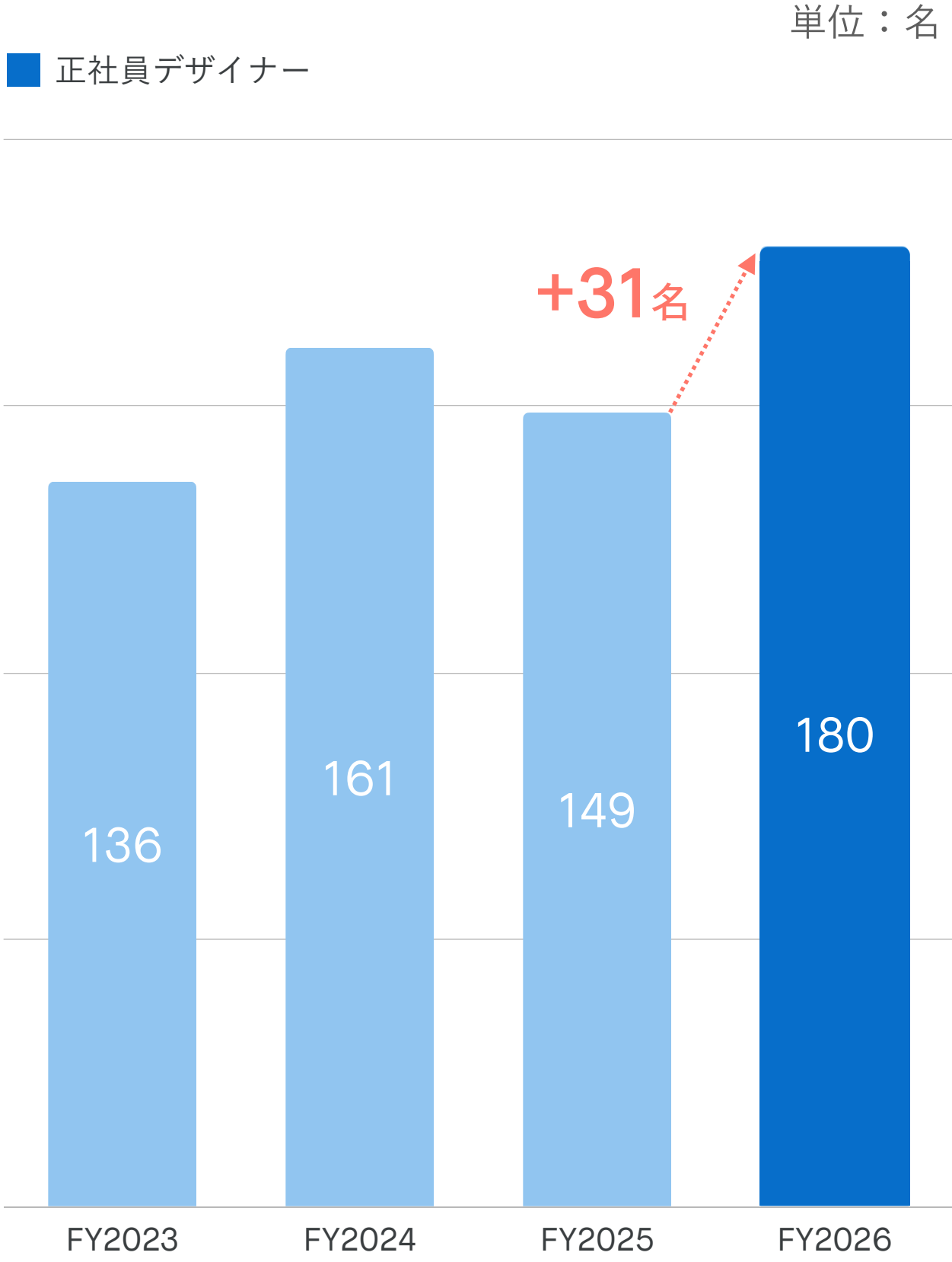
組織規模を拡大させ、開発等の大型案件の受注が可能な体制を強化

- 年間デザイナー採用数は47名を計画（YoYで+17名）、採用数>退職想定数で規模拡大
- デザイナー組織の規模を拡大し4Q末で180名（YoYで+31名）
- エンジニアやPdMといった職種の採用を進め、開発案件への対応をより強化

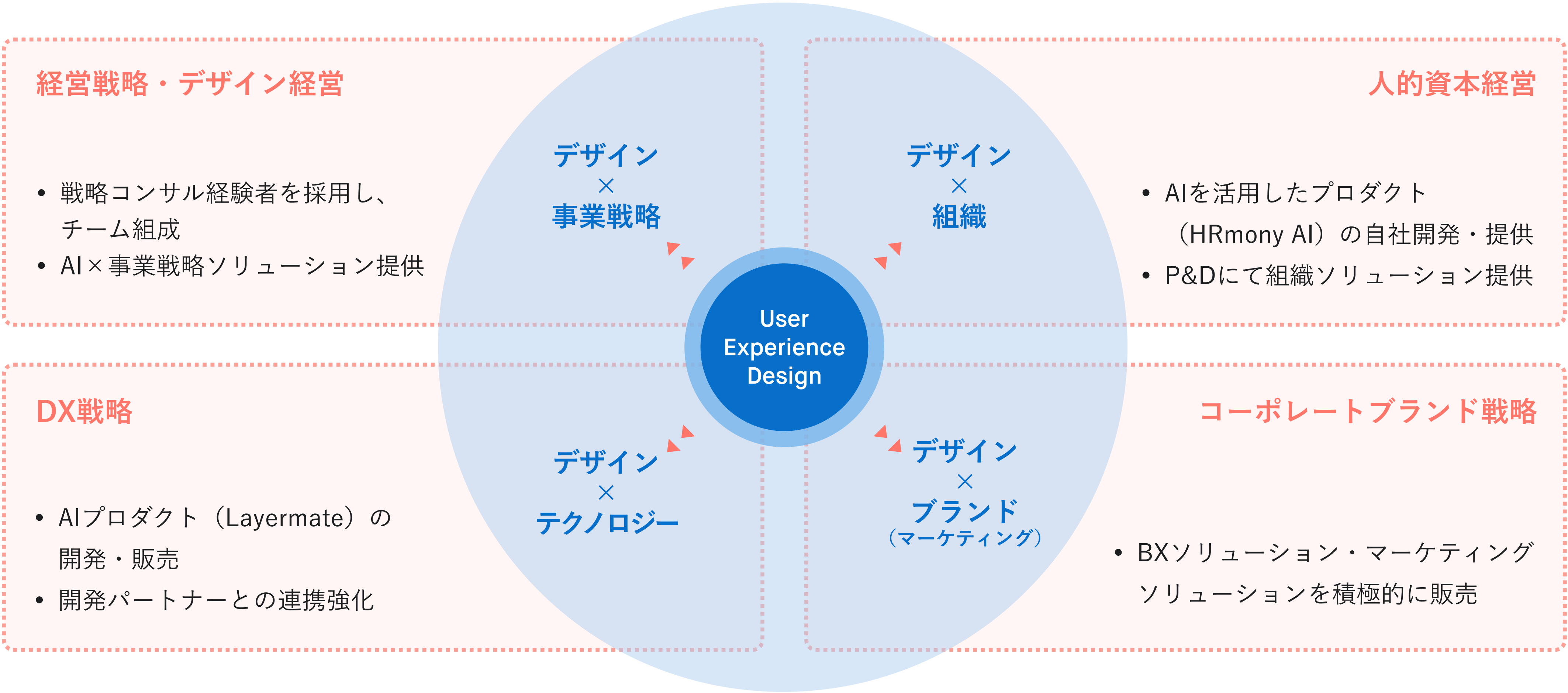
社外デザイン組織（Anywhere）

優秀なフリーランス人材の獲得と稼働率向上のための施策を実施

- AW稼働デザイナー数の向上 FY2025 4Q末 50名 → FY2026 4Q末 85名
- キャパシティ上限が柔軟に変動するため、急な需要変動への対策にもなる
- 柔軟な働き方を提供し、優秀な社外フリーランス人材を獲得する

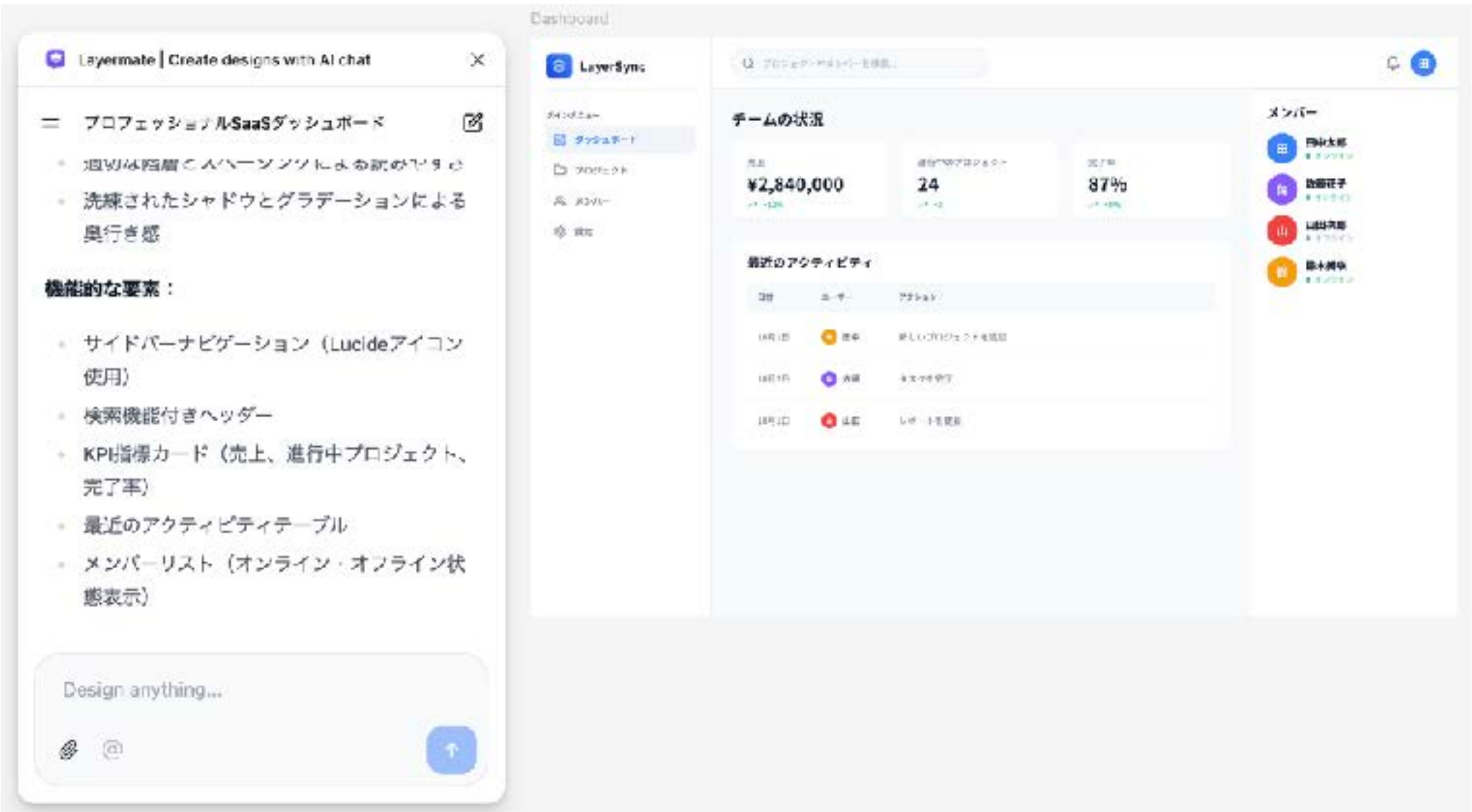


4 領域を拡張し、生成AI活用したAIプロダクト等、新たな価値創造を行っていく



AIデザインツールを提供する「Layermate」をM&A、子会社化

「Layermate」について



グローバルで活用されているクラウド型デザインプラットフォーム「Figma」のプラグインとして開発された、生成AIとの対話でUIデザインを自動生成することができる国産のAIデザインツール

※詳細は以下にて掲載しております。
https://goodpatch.com/news/2025-10_layermate-gp-ax

デザインプラットフォーム事業への展開

「Sparkle Design」※との機能連携等、グッドパッチが培った実践知を掛け合わせ、法人向けの機能開発やセキュリティを強化

デザインパートナー事業への展開

AI専門組織「Gp-AX Studio（Goodpatch AI Experience Studio）」を立ち上げ、グッドパッチグループとして「デザイン×AI」領域の事業基盤を強化



グッドパッチ 執行役員
石井 克尚



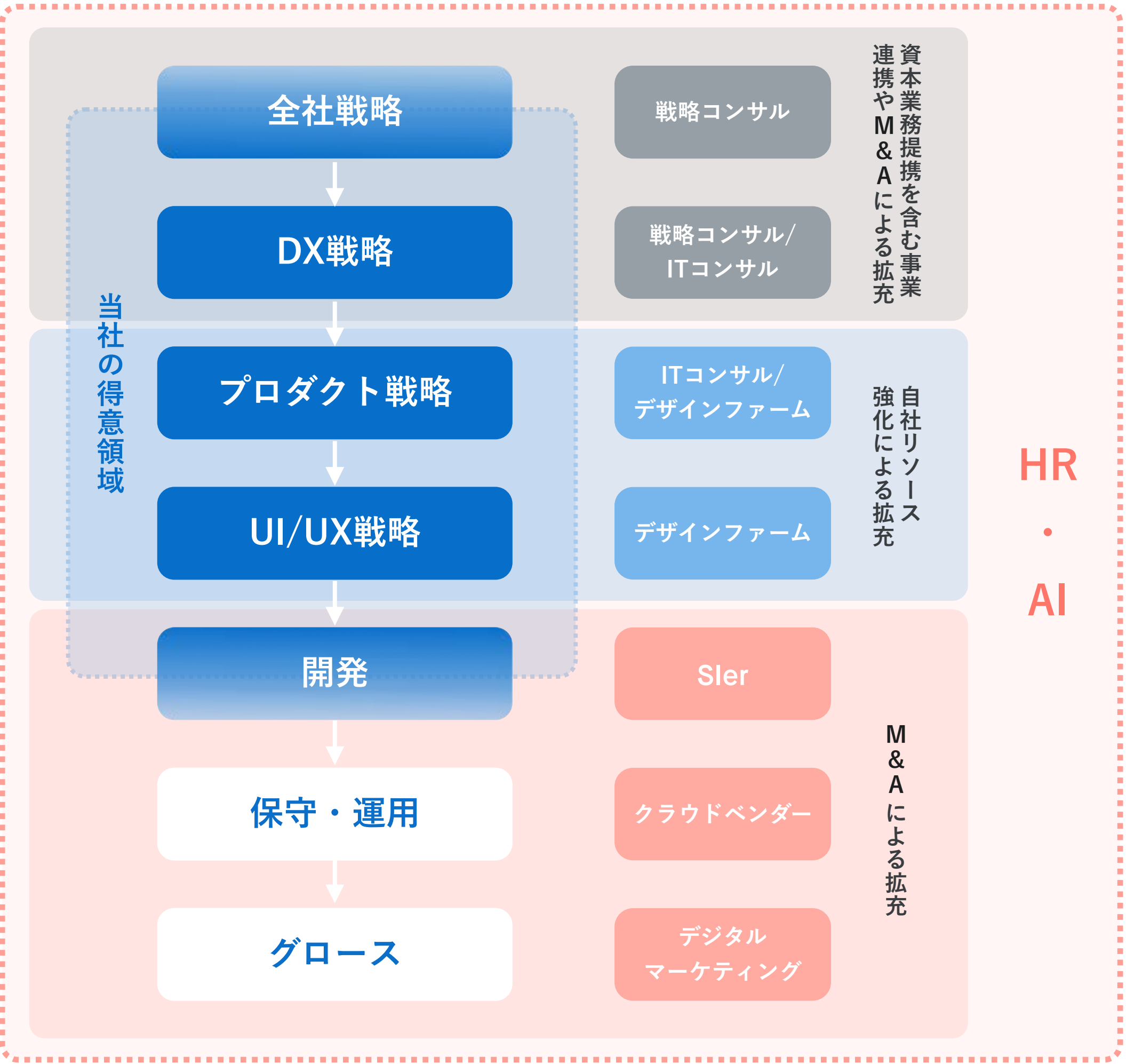
グッドパッチ Product Div.
事業責任者
大竹 智史



グッドパッチ PdM
Bei Le

※詳細は以下にて掲載しております。
https://goodpatch.com/news/2025-06_sparkle-design

バリューチェーンの拡充だけでなく、事業領域の拡張にもM&Aを活用



M&Aの方向性

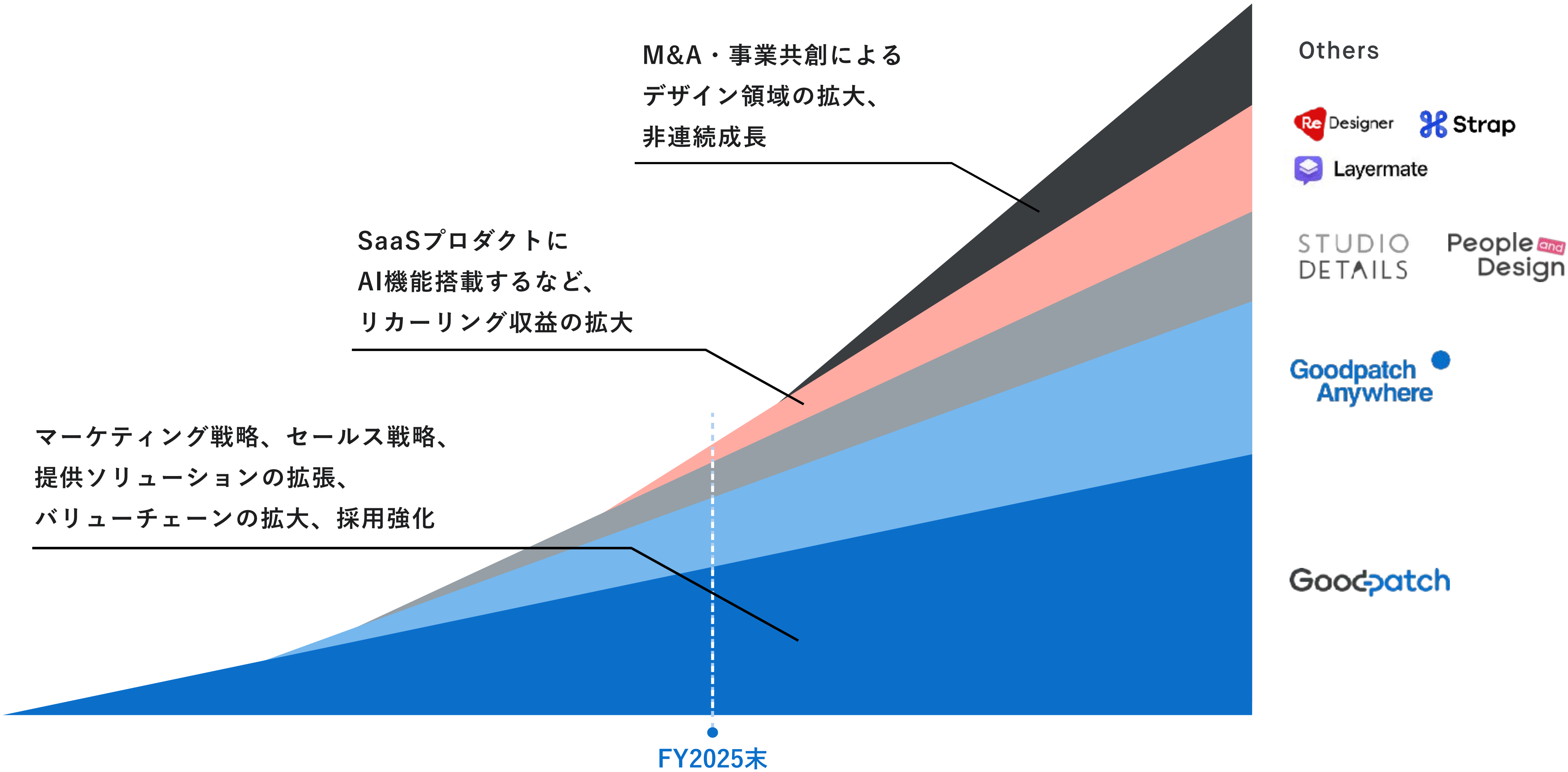
DXバリューチェーンの拡張

- 目的：既存のデザインパートナー事業のケイパビリティ強化
- 効果：グループとしての売上成長、案件の安定確保と競争優位の強化

新規事業への投資

- 目的：デザインの価値を広げる新規事業投資
- 効果：新たなプロダクト・ブランドの育成による成長ドライバーの獲得、中長期での企業価値向上（時価総額の押し上げ）

デザインの可能性を拡張させ、早期に時価総額200億円以上を目指す



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）を設定 社会を前進させるデザインの力を、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

4 質の高い教育をみんなに

5 ジェンダー平等を実現しよう

8 働きがいも経済成長も

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

9 産業と技術革新の基盤をつくろう

17 パートナリプで目標を達成しよう

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
- カーボンオフセットの実施
- ウェブアクセシビリティの向上

7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに

10 人や国の不平等をなくそう

13 気候変動に具体的な対策を

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

12 つくる責任つかう責任

16 平和と公正をすべての人に

APPENDIX

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	286名（2026年5月末日時点 連結）	
経営陣	代表取締役社長 / CEO	土屋 尚史
	社外取締役	広木 大地
	社外取締役	佐藤 あすか
	社外取締役	小塚 裕史
	常勤監査役	古倉 智子
	非常勤監査役	佐田 俊樹
	非常勤監査役	川口 真輝
事業内容	企業変革支援、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	株式会社スタジオディテイルズ、株式会社Muture 株式会社ピープルアンドデザイン、株式会社Layermate	

拠点 日本（東京、名古屋、大阪）



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

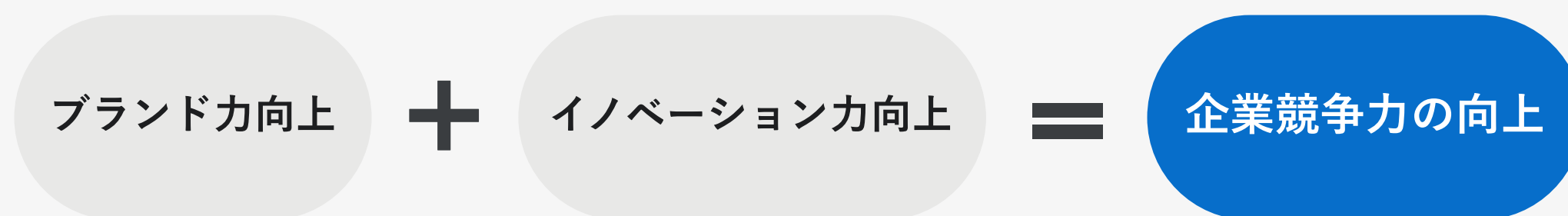
Prove the power of design

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

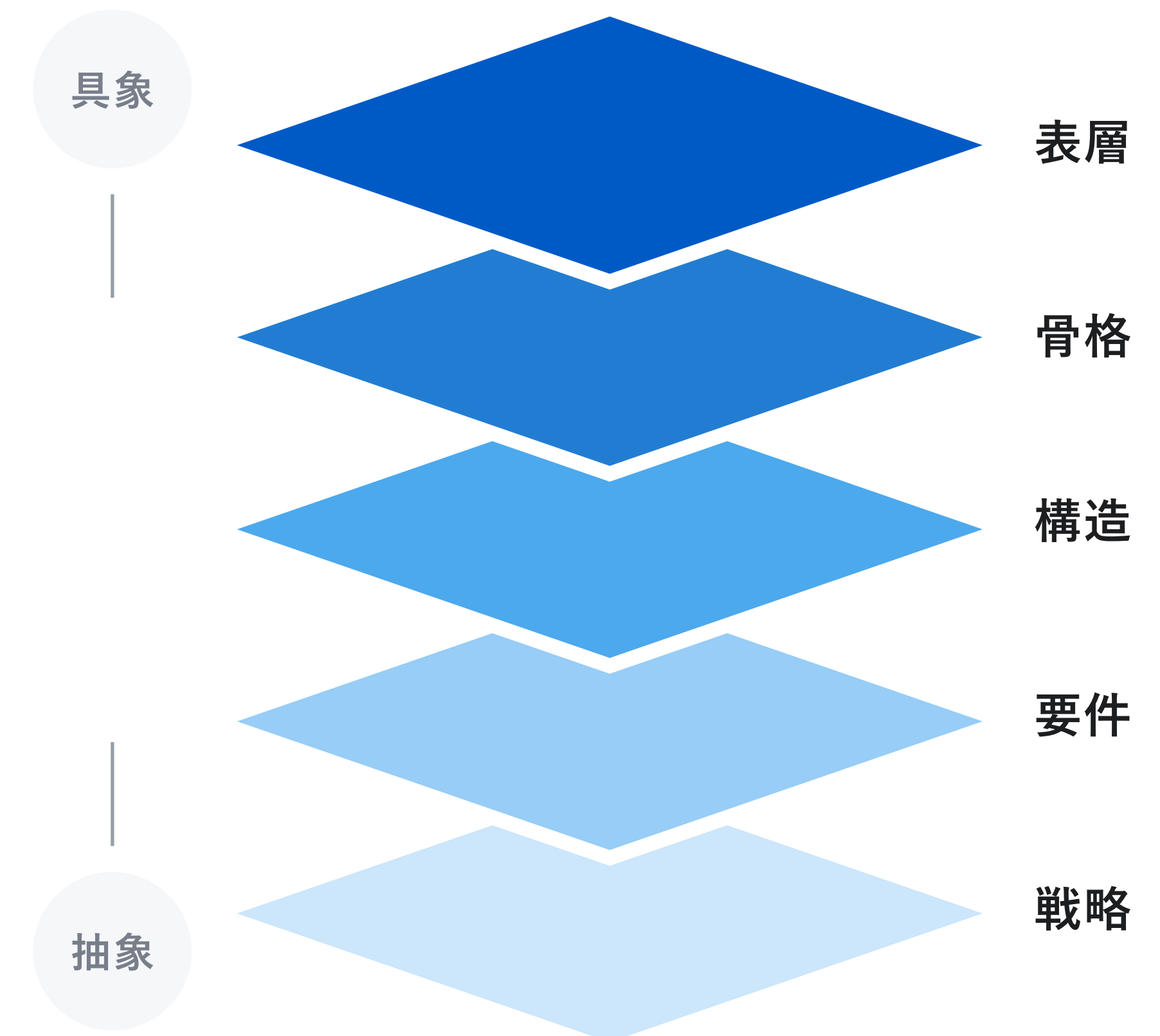
デザイン経営の効果



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” を基にした、Goodpatchによる再解釈

グッドパッチについて

AI Driven Design Company

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顧客体験を起点とした企業変革を前進させるデザインカンパニーです。

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

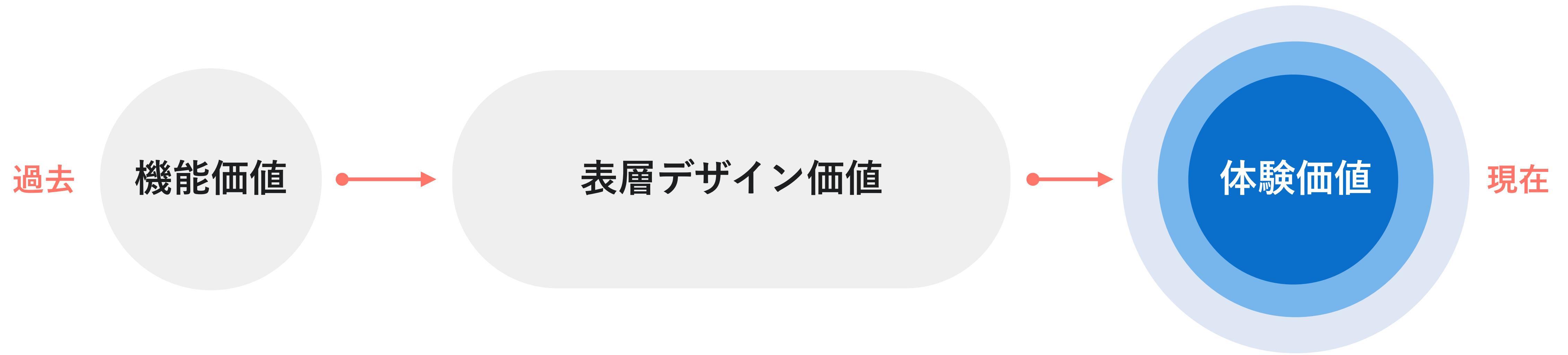
X(旧Twitter)

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

機能価値から体験価値へ



モノをつく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

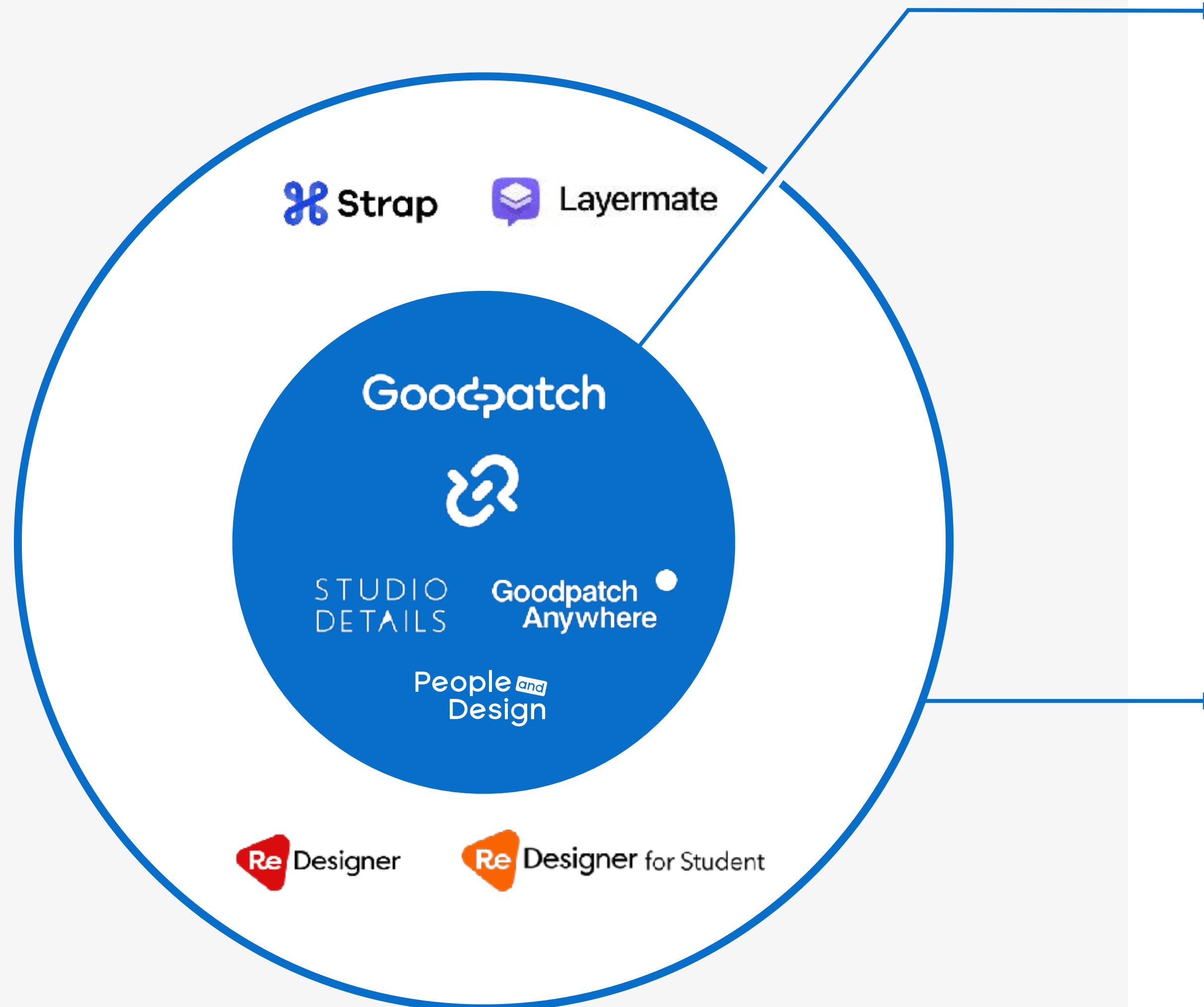
複雑化するユーザー体験全体をデザインする

UXデザインの重要性の高まり



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等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

ピープルアンドデザイン：HRコンサルティングサービスとAIソリューションを提供

事業セグメント 2

デザインプラットフォーム事業

自社サービス・プロダクトを提供

ReDesigner：デザイナー特化型キャリア支援サービス

ReDesigner for Student：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

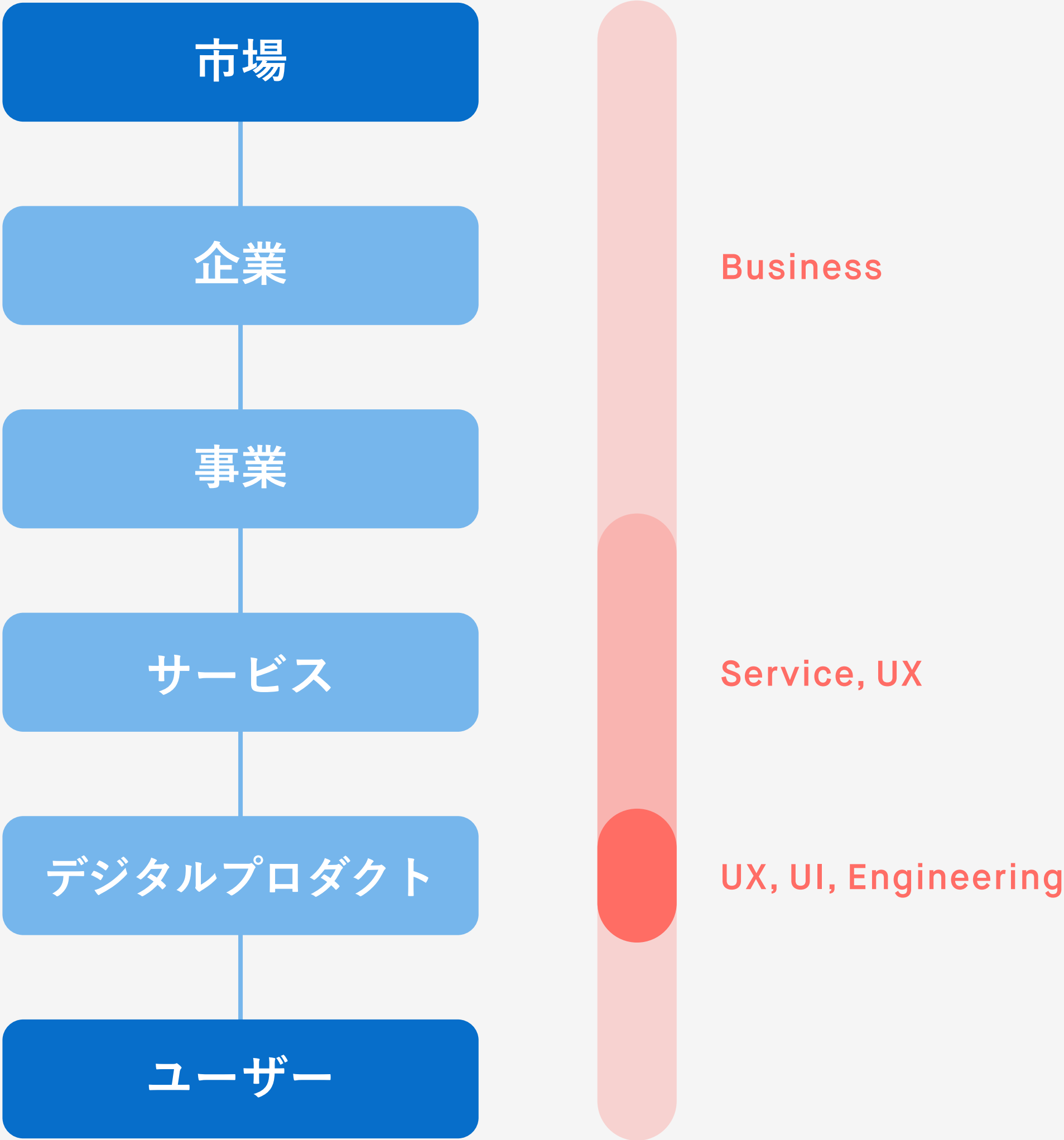
Strap：オンラインホワイトボードツール「Strap」

Layermate：UIデザインを自動生成する国産の AI デザインツール

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

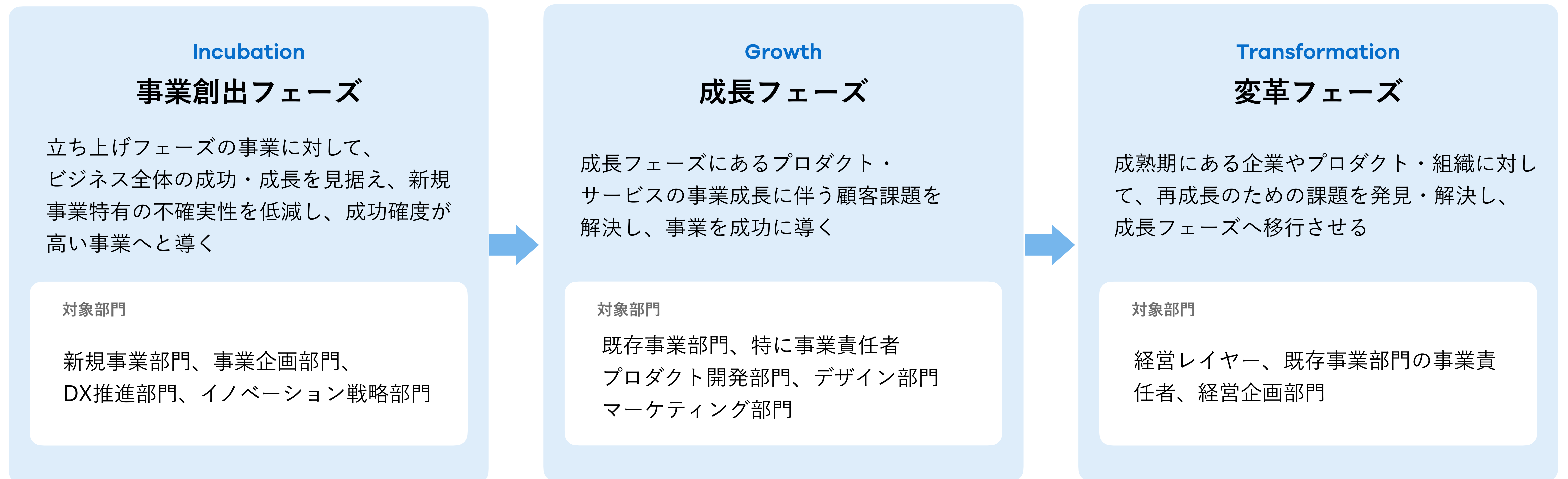
- 事業の最上流戦略レイヤーから関わりクライアントと共創しながらサービス全体をデザイン
- ユーザーが触れるデジタルプロダクトの開発まで並走
- 最低2名、平均3-4名のデザイナー（エンジニア含む）がプロジェクトに参画
- 顧客企業あたりの平均継続期間は8～10か月前後
※FY2021～2025の実績、1ヶ月以下の短期プロジェクト除く
- 請負ではなく主に準委任契約での仕事
 - 準委任契約：コンサルティング同様、毎月売上計上 → 売上が安定しやすい
 - 請負契約：システム開発同様、納品時一括で売上を計上 → 売上が安定しにくい



デザインパートナー事業の支援体制

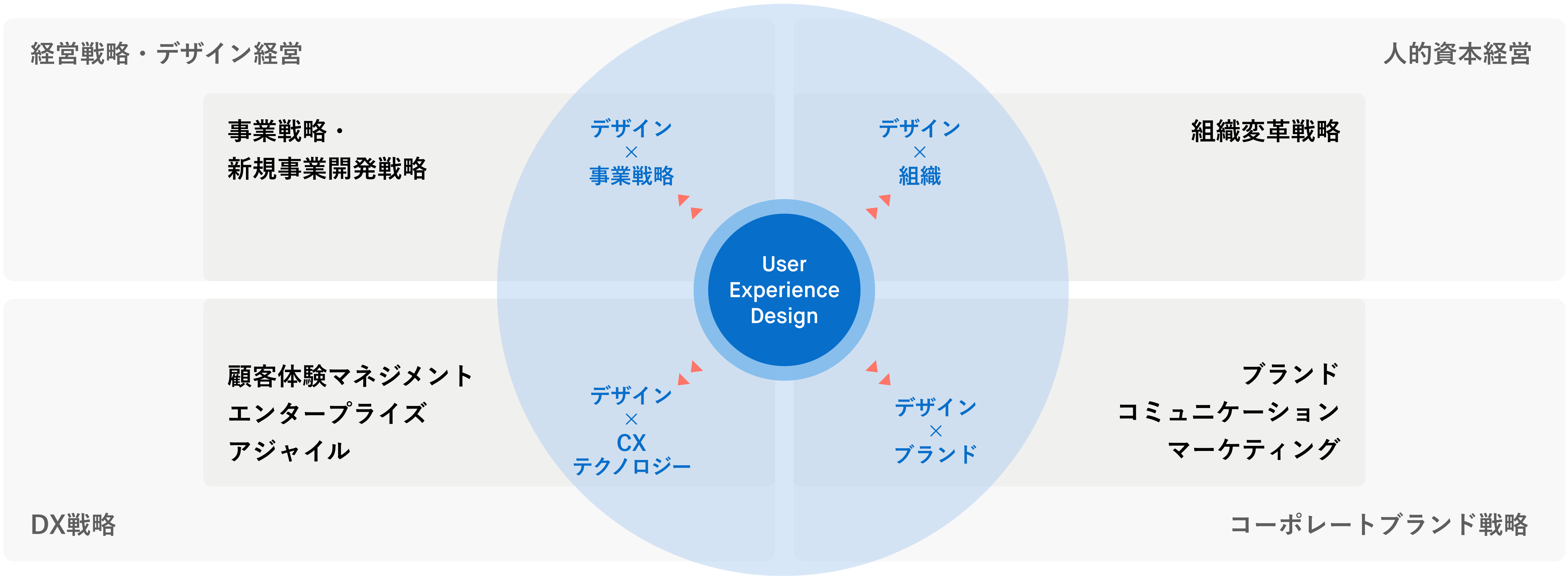
顧客の事業フェーズ毎の課題に寄り添い**事業と組織**の両面をデザインで支援

事業のグロースサイクルを意識し、顧客の状況に応じて適切なノウハウや人材の提供を行うため、
事業創出フェーズ(Incubation)、成長フェーズ(Growth)、変革フェーズ(Transformation)の3フェーズに合わせた価値提供を行う



デザインパートナー事業の重点領域

デジタル領域のUI/UXデザインに留まらず、エクスペリエンスデザインを軸に
顧客課題に即したデザイン組織体制を組成、チームで解決に取り組む



デザインパートナー事業・豊富な実績（企業別）

支援後
13社が上場！

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
12年連続計15回のグッドデザイン賞受賞（自社プロダクト、スタジオディテイルズを含む）

※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。受賞歴は昨年発表の実績です。

デザインパートナー事業・豊富な実績（産業別）



※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



収益モデル

- ユーザー個人・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数千円程度、1社あたり月額2万円強～を想定した月額課金型モデル

SaaS型
AIデザインツール

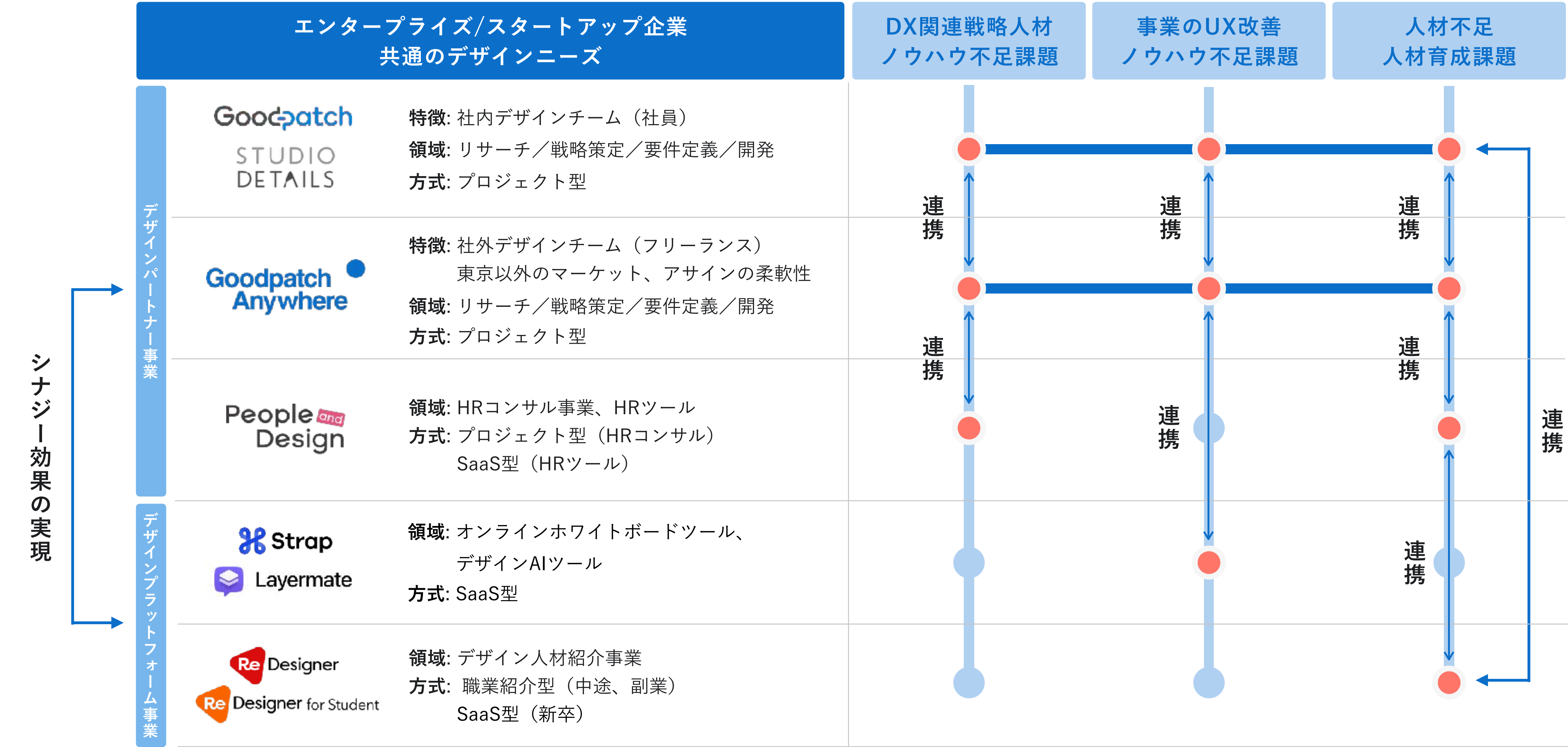


収益モデル

- ユーザー個人・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数千円からの月額課金型モデル

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



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実績とユニークなポジショニングで年間1,000件の商談を獲得

継続顧客も含め年間**1,000件**以上のエンタープライズ中心の商談接点



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。

特徴と優位性

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4万件以上

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

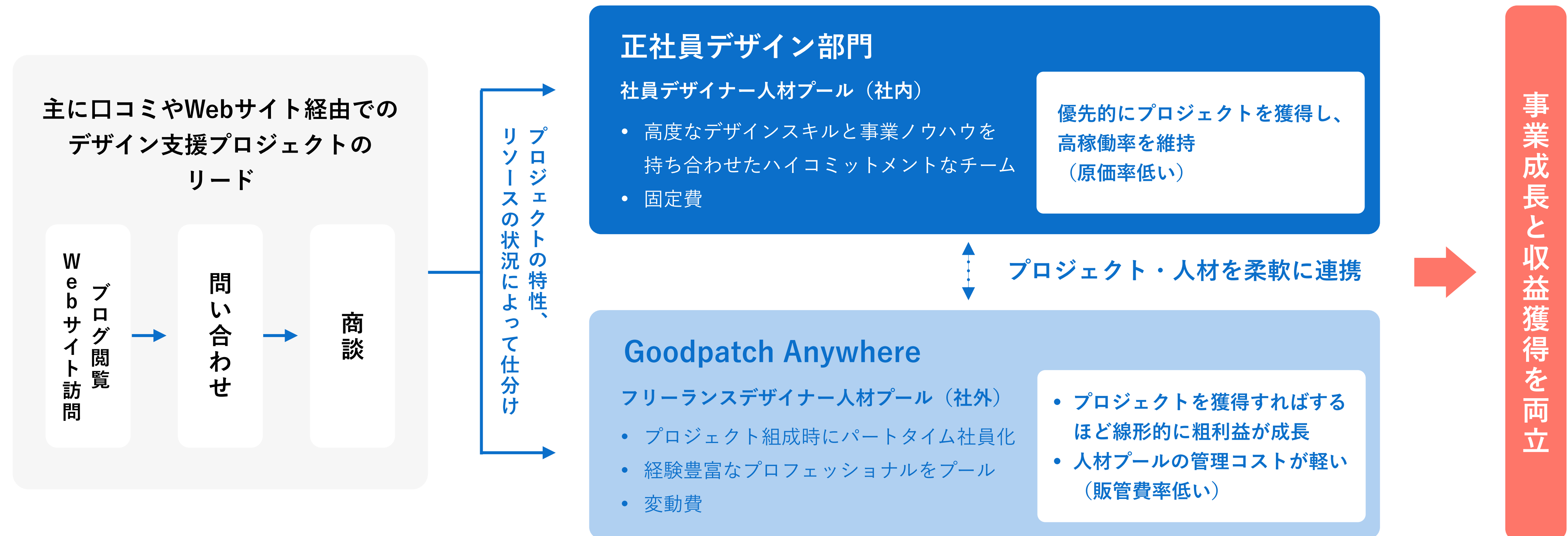
Goodpatch

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	- 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	- 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、エンジニア等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	- 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※では突出した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

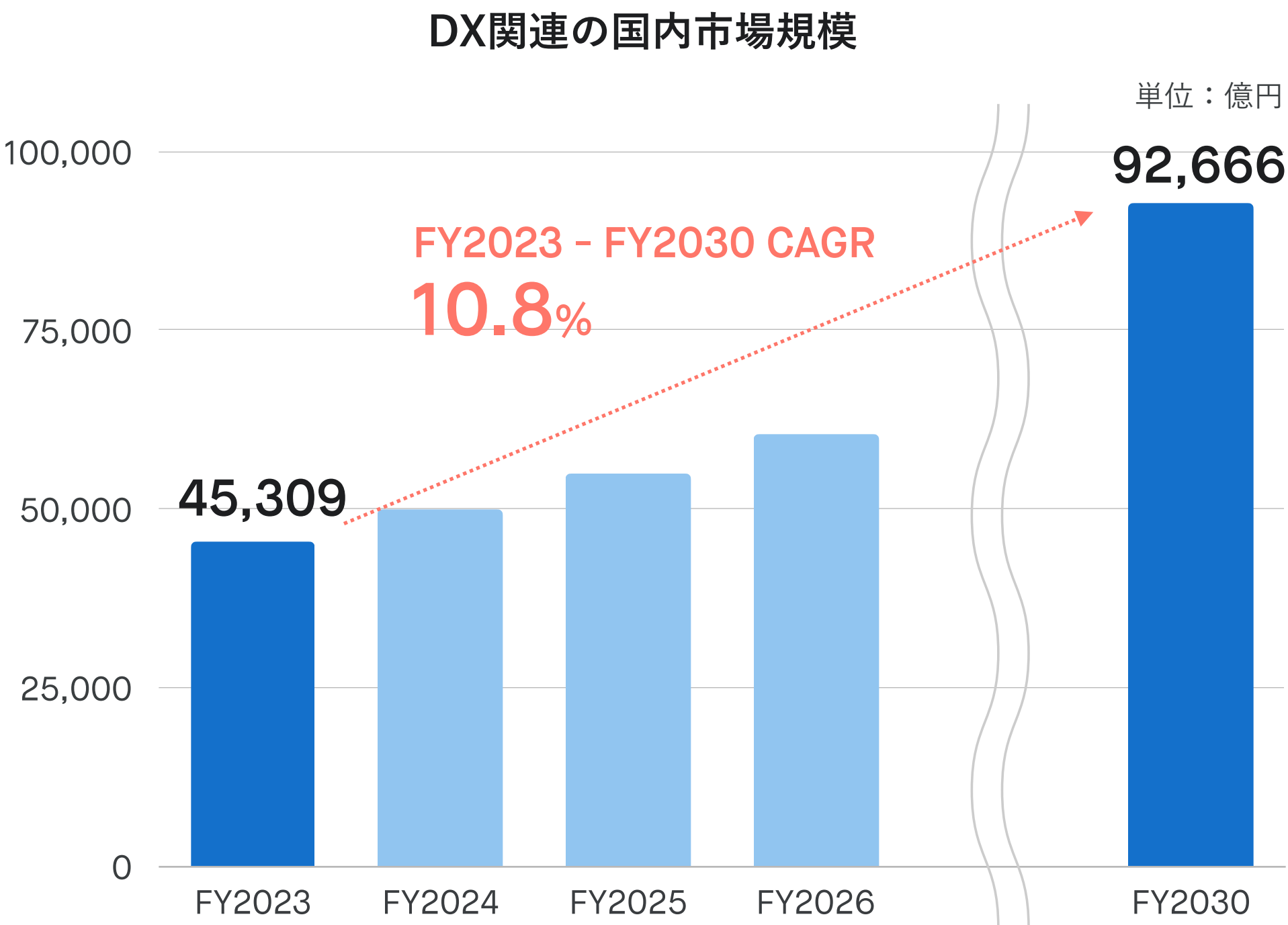


デザインパートナー事業内でプロジェクトと人材が密接に連携

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**

当社ビジネスを取り巻く環境

AIの普及によるDX市場の拡大を好機と捉え、当社は生産性向上と新たな価値提供を加速させる



(株)富士キメラ総研 2025 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

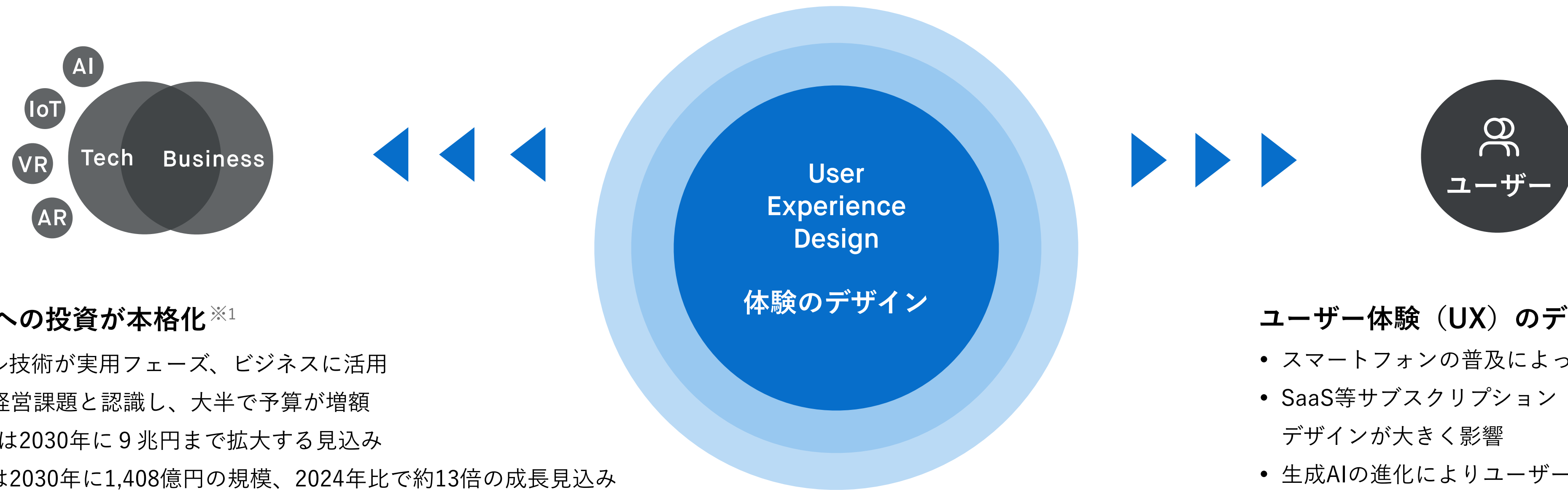
ユーザーの求めるDX人材像

DX人材タイプ	DX人材の役割
ビジネス アーキテクト	新規事業の創出や業務変革の実現によって、新たな顧客体験価値の提供や収益モデルの変革等を目的とし、実現に向け関係者をリードしながら推進する
データサイエン ティスト	新規事業の実現や業務変革の実現に向け自社及びユーザーデータを活用し、設計、実装、運用を担う
ソフトウェア エンジニア	デジタル技術を活用した製品・サービスを提供するためのシステムやソフトウェアの開発・運用を担う
サイバー セキュリティ	社内システムなどのデジタル環境におけるサイバーセキュリティリスクの影響を抑制する対策を行う
デザイナー	製品・サービスの方向性を顧客やビジネス等の多角的な視点で捉え、それにそった製品・サービスのありかたのデザインを担う

DX推進に
おいて当社が
カバーする領域

- 国内DX市場は2030年に 9 兆円規模に拡大する見通し
- DX市場は、AI技術の進化により新たな局面を迎えている
- AIを活用した業務効率化や新規事業創出のニーズが高まる中、より高度なDX戦略が求められている

DX・AIにおける体験のデザインの立ち位置



DX・AI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
- 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 9 兆円まで拡大する見込み
- AI市場は2030年に1,408億円の規模、2024年比で約13倍の成長見込み

ユーザー体験（UX）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等サブスクリプション（LTV）にはデザインが大きく影響
- 生成AIの進化によりユーザーの行動変容が加速

DX・AI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

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

※1 出典：（株）富士キメラ総研「2025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」、※2 出典：経済産業省「DXレポート2 中間取りまとめ」

国内におけるデザイン経営の実践・事例化



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のデザイン会社で
スタートアップ支援に携わる。
2011年9月、株式会社グッドパッチ設立
2021年12月、株式会社スタジオディテイルズ取締役
2022年4月、株式会社Muture取締役
2023年6月、株式会社丸井グループ執行役員CDXO
2024年9月、株式会社マルイユナイト取締役
2024年10月、株式会社ピープルアンドデザイン代表取締役社長
2025年10月、株式会社Layermate代表取締役
2026年6月、株式会社丸井グループ取締役 執行役員CDXO（非常勤）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、
複数社の社外取締役、取締役会オブザーバーを歴任。
株式会社IPモーション社外取締役、Silicon Catalyst Japan株式会社共同創業者。
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

筑波大学大学院を修了後、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。
株式会社朝日新聞社社外CTO、スパイダープラス株式会社
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

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。
株式会社デックステック代表取締役社長、
株式会社Blue Tiger Consulting代表取締役社長、
株式会社ビジョン・コンサルティング社外取締役。
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

古倉 智子

兼松株式会社にて長年、内部監査業務に従事。
2024年7月リリカラ株式会社 業務監理担当課長として入社。
2026年3月グッドパッチの常勤監査役に就任。
グループ会社のスタジオディティルズ、
ピープルアンドデザインの監査役を兼任



非常勤監査役

佐田 俊樹

野村證券グループを経て、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。
複数社の監査役を務める。株式会社ほぼ日 社外監査役、
2016年7月、グッドパッチ監査役に就任



非常勤監査役

川口 真輝

2012年12月に最高裁判所司法研修所修了、
弁護士法人Authense法律事務所入所。
2018年6月Authense法律事務所 プロボノ推進室長就任、
2020年1月Authense法律事務所 統括就任。
2023年11月、グッドパッチの監査役に就任

執行役員



執行役員 CHRO

井出 日彦

松下電器産業（現パナソニック ホールディングス）、
日産自動車、レノバを経て、2022年9月にグッドパッチ入社。
2023年3月、People Empowerment室長に、
2024年9月、執行役員CHROに就任。
主な管掌領域は、People Empowerment 室（人事・労務）。
グループ会社の株式会社ピープルアンドデザインの取締役を兼任



執行役員

石井 克尚

事業会社のエンジニアを経て、2014年グッドパッチ入社。
iOSデベロッパー、UIデザイナー、PdM、新規事業担当等を務め、
2024年ゼネラルマネージャー、2025年6月、執行役員に就任。
主な管掌領域は、デザインパートナー事業 Design Division・
Goodpatch Anywhere Division（デザイン領域）。
グループ会社の株式会社Layermate取締役を兼任



執行役員

富田 一行

GMOインターネットグループ グループ企業を経て、
2021年グッドパッチに入社。
インサイドセールス組織を立ち上げ、自社SaaSプロダクト「Strap」、
デザインパートナー事業のグロース領域やマーケティング部門を
率いた後、2025年6月執行役員に就任。
主な管掌領域は、Market Design Division
（デザインパートナー事業 セールス・マーケティング）



執行役員

坂口 友紀

大手信託銀行、リクルート（現 リクルートホールディングス）で
営業や新規事業開発に従事した後、スタートアップで
事業責任者を務め、2023年に社長室長としてグッドパッチに入社。
2025年6月、執行役員に就任。主な管掌領域は社長室
（新規事業開発等）・管理部。
グループ会社の株式会社スタジオディテイルズ、
株式会社ピープルアンドデザイン、株式会社Layermateの
取締役を兼任

FAQ

FAQ

Q. 何故今デザインなのでしょうか？

A. まず、日本ではデザインの認識に誤解があると思っています。日本におけるデザインとは「装飾・表層的」なものであると思われておりますが、**本来のデザインとは「計画・設計」も含まれ、創造的な手法も駆使しながら本質的な問題解決を図る**ものです。

現在はモノを作れば売れる時代は終わり、コト（体験）を売る時代となり、デザインによってユーザー体験（UX）を差別化することがビジネスに大きく影響する時代となりました。

デザイン経営[※]（デザインの力をブランドの構築やイノベーションの創出に活用する経営手法）という概念が官公庁からも出ている近年において、デザインを事業戦略構築の最上流から関与することがこれからより必要になると考えております。

Q. グッドパッチのデザインパートナー事業の強みは何でしょうか？

A. プロダクト開発はもちろんのこと新規事業の立ち上げなどの事業の上流戦略レイヤーから関わり、ブランド構築やデザイン組織の構築などの**あらゆる企業の課題をクライアントと並走しながら解決できるビジネスパートナーでもある**という所です。

※特許庁デザイン経営プロジェクトチームHPより

FAQ

Q. グッドパッチのデザイナーにはどのような職種の方がいますか？

A. グッドパッチのデザイナーの職種は多岐にわたり、例えばPdM（プロダクトマネジャー）、PM（プロジェクトマネージャー）、デザインリサーチャー、デザインストラテジスト、エンジニアやワークショップなどをアレンジするファシリテーターなどもあります。^{※1}

その経歴は事業会社のマーケター、事業開発、コンサルタント、エンジニア、Webデザイナー出身など多様です。社員インタビューも掲載しておりますので、よろしければそちらもご覧ください。^{※2}

Q. 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の具体的なシナジーの例を教えてください

A. デザインパートナー事業では、ReDesignerを通じて人材を募集し、採用チャネルを強化しています。さらに、ReDesignerで得たインハウスデザイナーの動向を社内でフィードバックし、マーケティング活動に役立てています。

デザインプラットフォーム事業では、デザイン支援を通じて得たデザインのノウハウ等のナレッジを社内で共有し、StrapのUI/UXの開発に活用しています。また、デザイン支援におけるワークショップでStrapを活用しています。

^{※1} 詳細はグッドパッチの募集要項一覧にて確認できます：<https://careers.goodpatch.com/> ^{※2} グッドパッチblogメンバーインタビュー：<https://goodpatch.com/blog/category/interview>

表紙デザインについて

デザインコンセプト “GEAR NEXT”

AIの急速な進化によって、デザインの在り方および、デザイナーに求められる役割を問い直す必要が出てきています。

これまでとは異なる変化、未来への進み方には、正解も近道もありません。

変化に柔軟に対応するためにも、これまでのグッドパッチを支えてきたメンバーの経験やスキル、カルチャーという重要な基盤を新たな視点で見直して、磨き直す必要があると考えています。

小さな挑戦や発見の積み重ねは、やがてギアのように噛み合い、大きなイノベーションを生み出すうねりになる——「GEAR NEXT」というコンセプトに込めたのは、パイオニアであり続けるためのグッドパッチの決意です。

AI時代におけるデザインの力を通じて、社会に新しい価値をもたらし、前向きな変化を創り出す。「次を創る、新たな一歩」として新しいスタートラインに立ち、未来の成長と革新を駆動していきます。



免責事項及び将来見通しに関する注意事項

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。

Good&patch

Design to empower♥