

Goodpatch

成長可能性に関する説明資料

株式会社 グッドパッチ 

東証マザーズ（証券コード：7351）



目次

- 1 会社概要
- 2 なぜ今デザインが重要なのか
- 3 事業内容
- 4 事業の成長
- 5 当社の特徴と優位性
- 6 成長戦略

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 東京都渋谷区鶯谷町3-3 VORT渋谷South 2階

従業員数 202名（2020年4月末日時点 連結）

代表取締役社長 / CEO 土屋 尚史

取締役 / Managing Director of Goodpatch GmbH 實方 ポリス

社外取締役 山口 拓己

経営陣 社外取締役 佐々木 智也

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

拠点 日本（東京）、ドイツ（ベルリン、ミュンヘン）



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

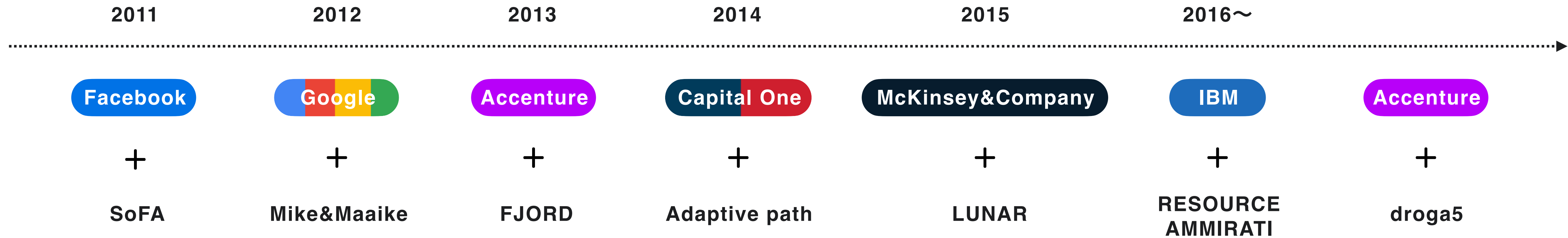
Prove the power of design

なぜ今デザインが重要なのか

Why design?

なぜ今デザインが重要なのか

デザイン会社の買収の活発化



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

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

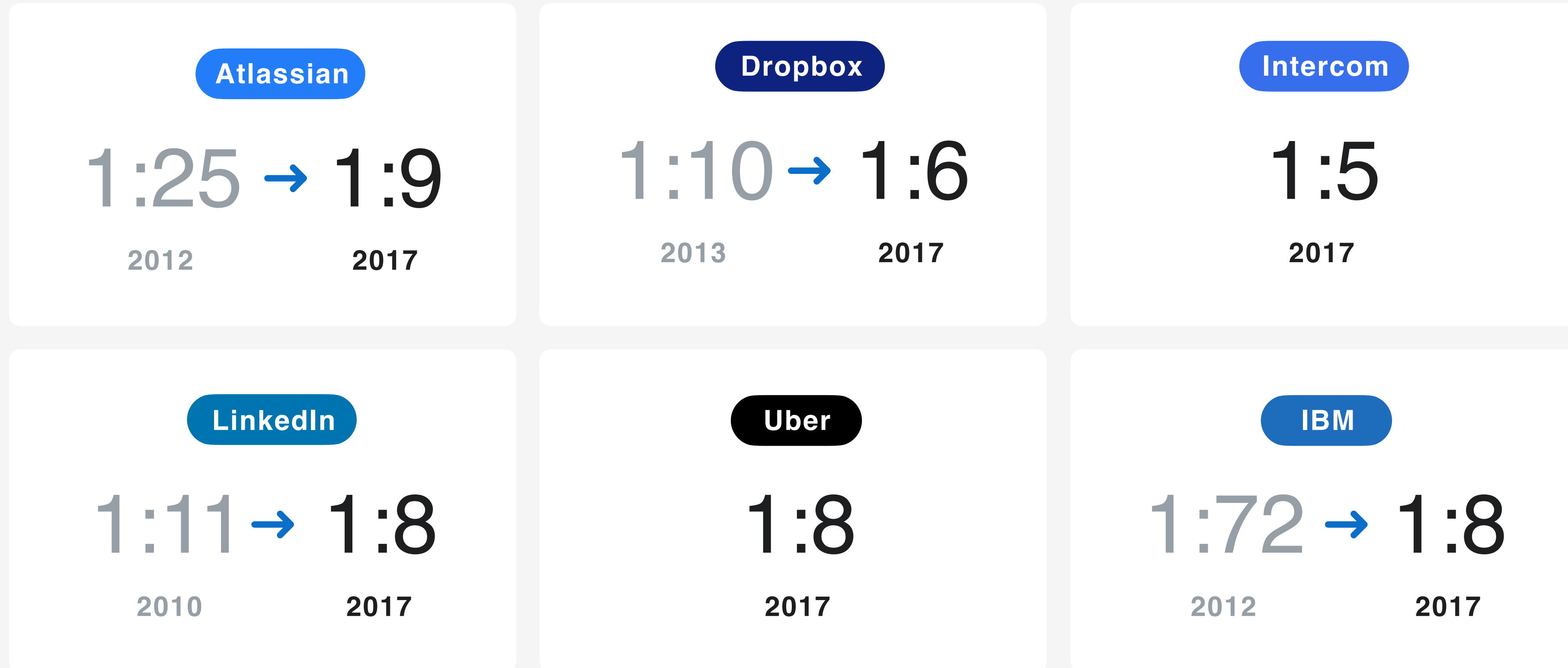
Twitter

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

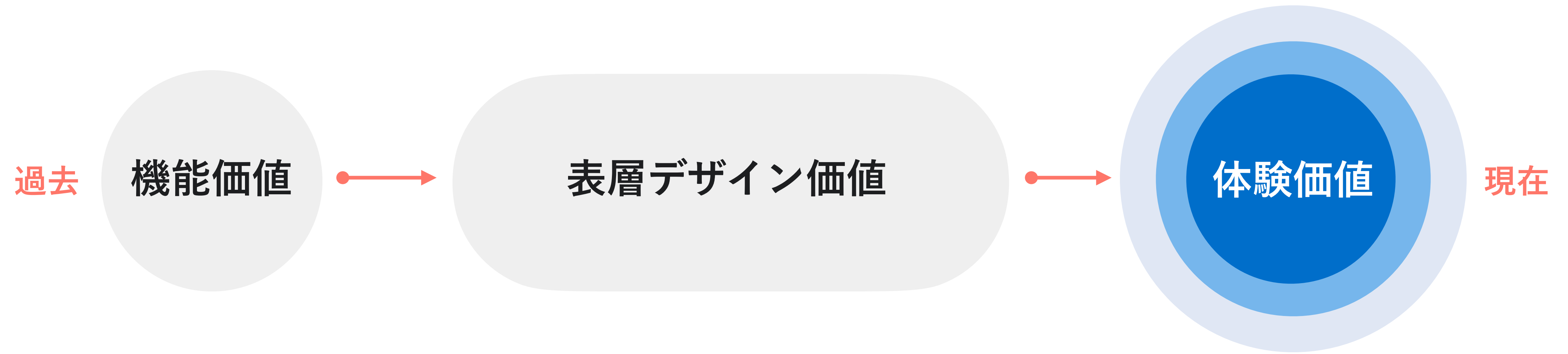
海外企業のデザイナー：エンジニア比率の変化



デザイナーの重要性がより増している

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

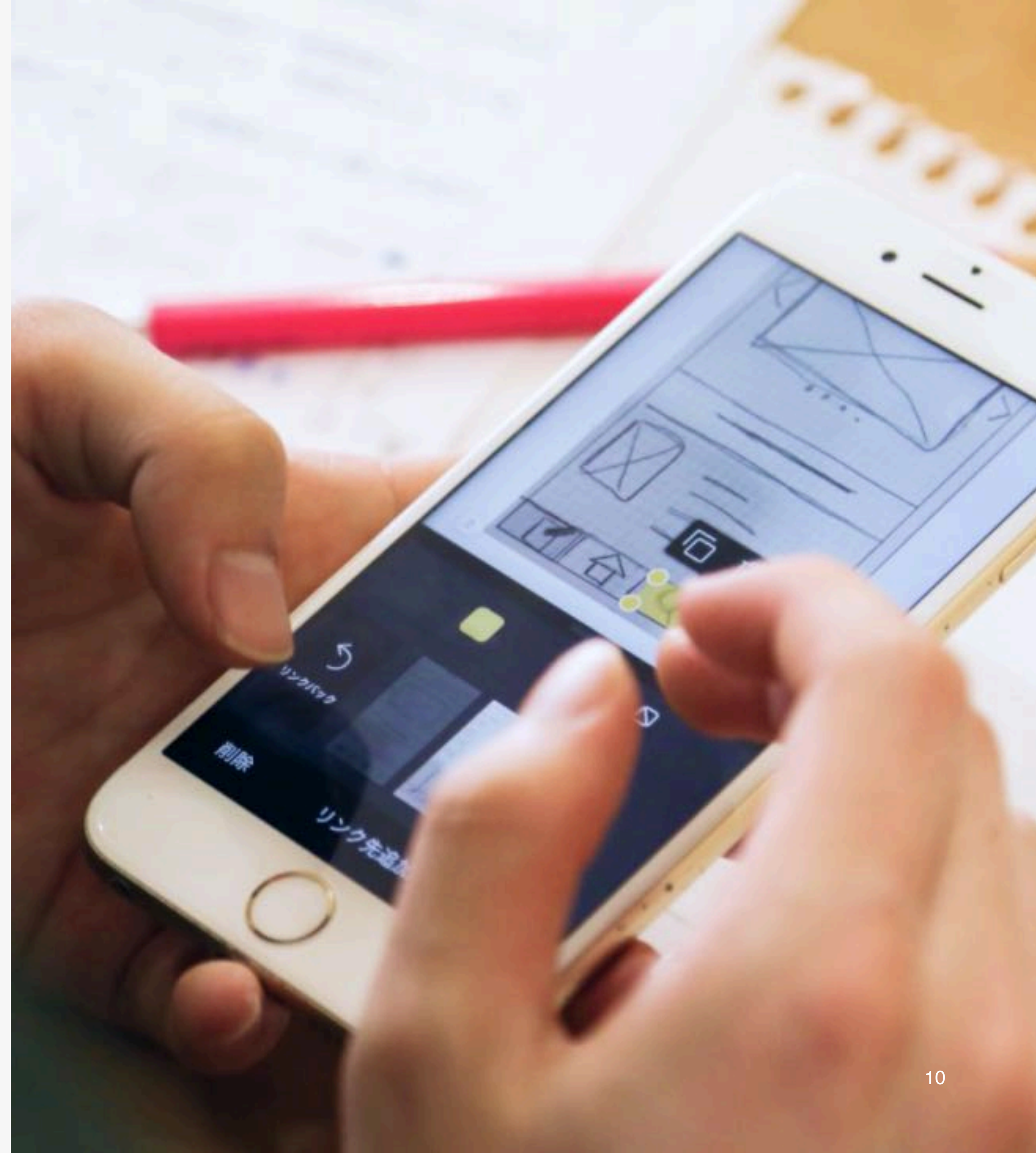
なぜ今デザインが重要なのか

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

デザインの価値のパラダイムシフト



タッチポイント

点のデザイン

対象

広告・ビジュアルのデザイン

指標

認知やコンバージョン



線のデザイン

対象

ユーザーが使い続けたいくなる体験のデザイン
プロダクト全体と価値の循環のデザイン

指標

エンゲージメント, リテンション, 解約率

SaaSなどサブスクリプションビジネスには
デザインが大きく影響

なぜ今デザインが重要なのか

多くの日本の企業の誤解

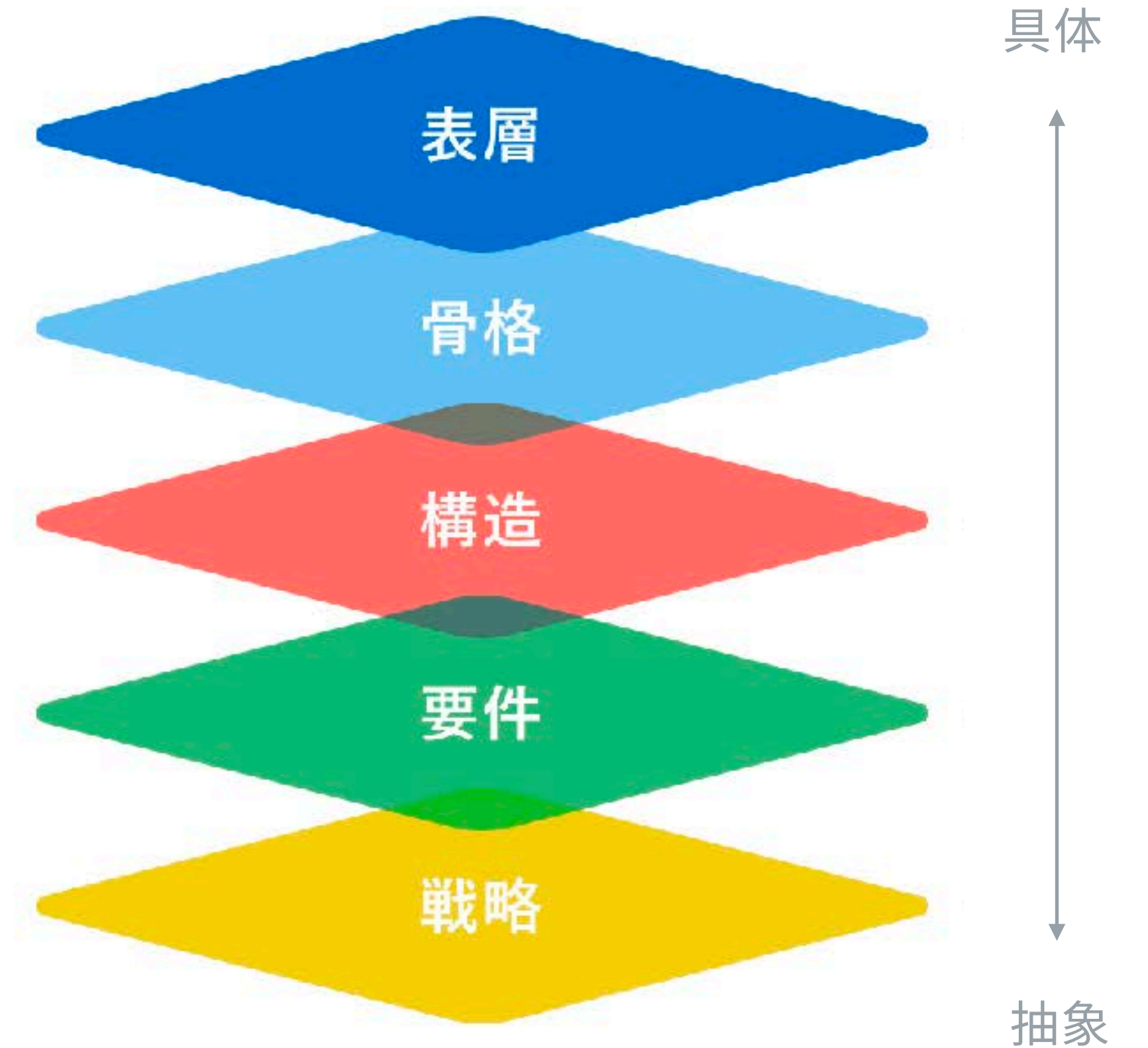
日本人のデザインに対する誤解

デザイン = 装飾 という 誤解



本来のデザインの認識

本来、デザインは
「計画・設計」も含まれる



なぜ今デザインが重要なのか

DX市場におけるUXデザインの重要性の向上

3.5 DX人材の育成・確保

- デジタル技術の進展の中で、DXを実行することのできる人材の育成と確保は各社にとって最重要事項である。ユーザ企業、ベンダー企業それぞれにおいて、**求められる人材スキルを整理し、必要な対応策**を講じていくことが必要。

【対応策】

(1) ユーザ企業において求められる人材

- CDO (Chief Digital Officer) : システム刷新をビジネス変革につなげて経営改革を牽引できるトップ人材
- デジタルアーキテクト (仮称) : 業務内容にも精通しつつITで何が出来るかを理解し、経営改革をITシステムに落とし込んで実現できる人材
- 各事業部門においてビジネス変革で求める要件を明確にできる人材
- ビジネス変革で求められる要件をもとに設計、開発できる人材
- AIの活用等ができる人材、データサイエンティスト

(2) ベンダー企業において求められる人材

- 受託開発への過度な依存から脱却し、自社の技術を活かして、アプリケーション提供型のビジネスの成長戦略を描き、実現できる人材
- 求められる要件の実現性を見極めた上で、新たな技術・手法を使った実装に落としこめる人材
- ユーザー起点でデザイン思考を活用し、UX (ユーザーエクスペリエンス) を設計し、要求としてまとめあげる人材**
- スピーディーに変化する最新のデジタル技術を詳しく理解し、業務内容にも精通するITエンジニア

(3) 人材確保・育成に向けた対応策

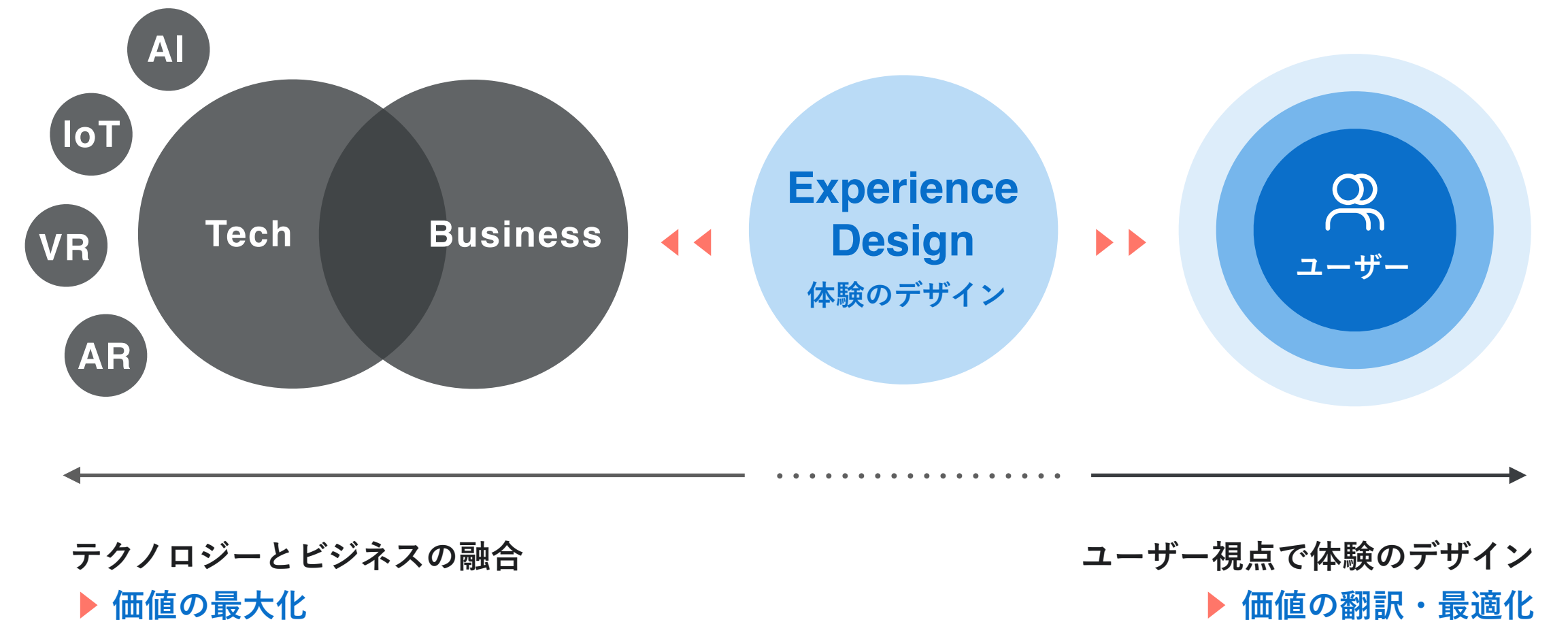
- アジャイル開発の実践そのものが、ユーザ企業の人材にとっては開発手法を学び、ベンダー企業の人材にとっては開発に従事しながら業務を知ることに伴い、ユーザ企業・ベンダー企業双方の人材育成にもなる。
- 新たに整備されたITエンジニアのスキル標準や情報処理技術者試験の活用により、上記のような求められるIT人材の能力の明確化や、学び直しによる人材育成が進められることを期待
- 大学を含めた産学連携で人材育成を進めることも有効である。企業にとっては、**自社のプロジェクトを大学とともに取り組むこと**により、AIやデータ活用のスキルを実践的に獲得できるとともに、大学にとっても企業の持つデータを活用できるため、研究ならぬに教育の良い教材となる。2018年度より、**第四次産業革命スキル習得講座認定制度**が運用されている。大学及び大学と連携した民間の講座も増えてきていることから、今後も産学の連携が促進されることが期待される。

37

経済産業省: DXレポート ~ITシステム「2025年の崖」克服とDXの本格的な展開

ベンダー企業において求められる人材

ユーザー起点でデザイン思考を活用し、**UXを設計し、要求としてまとめあげる人材**



DXにおけるデザインの重要性

通常ビジネス・テクノロジーと、ユーザーの間には**隔たりがある**。
技術革新は**ユーザー体験までデザインして初めて効果**が出る。

なぜ今デザインが重要なのか

企業が採用したいデザイナーの種類

日本企業でも

- UIデザイナー
- UXデザイナー
- サービスデザイナー

が企業から求められている



なぜ今デザインが重要なのか

経営にデザイナーの力が必要な時代に

2018年に経済産業省・特許庁から「デザイン経営」宣言が発表

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**

デザイン経営を押し進める必要条件

- 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

「デザイン経営」宣言

経済産業省・特許庁

産業競争力とデザインを考える研究会

2018年5月23日

「デザイン経営」のための具体的取組

- 1.デザイン責任者（CDO,CCO,CXO等）の経営チームへの参画
- 2.事業戦略・製品・サービス開発の最上流からデザインが参画
- 3.「デザイン経営」の推進組織の設置
- 4.デザイン手法による顧客の潜在ニーズの発見
- 5.アジャイル型開発プロセスの実施
- 6.採用および人材の育成
- 7.デザインの結果指標・プロセス指標の設計を工夫

参照：特許庁はデザイン経営を推進しています

https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/design_keiei.html

事業内容

Business information

グッドパッチについて

デザインの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です

グッドパッチのデザイン領域

Experience Design

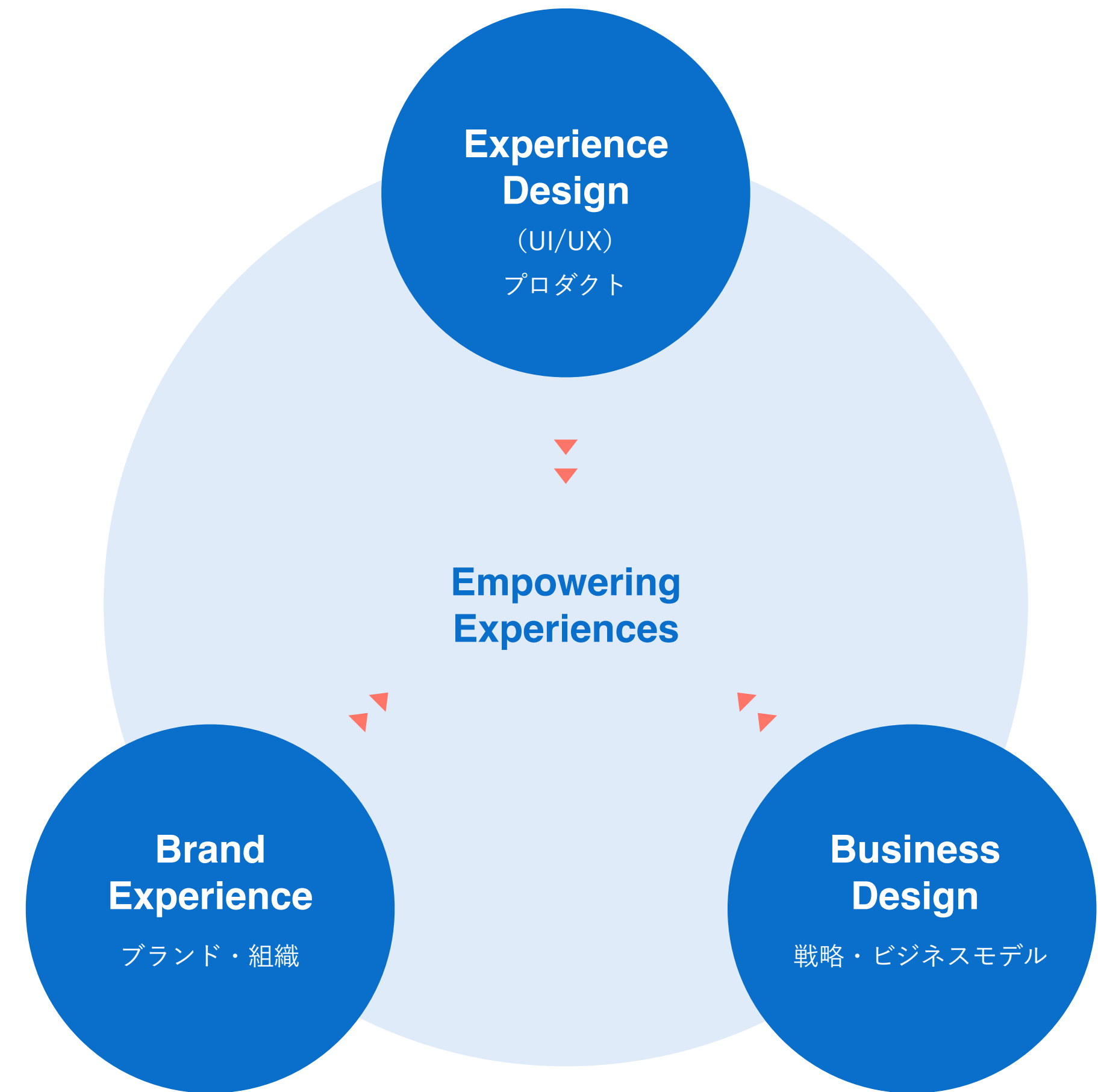
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）ユーザ視点でより使いやすいサービスを実現。

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します。

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。



2つの事業セグメント



デザインパートナー事業

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。デザイン組織の構築・採用支援も行います。



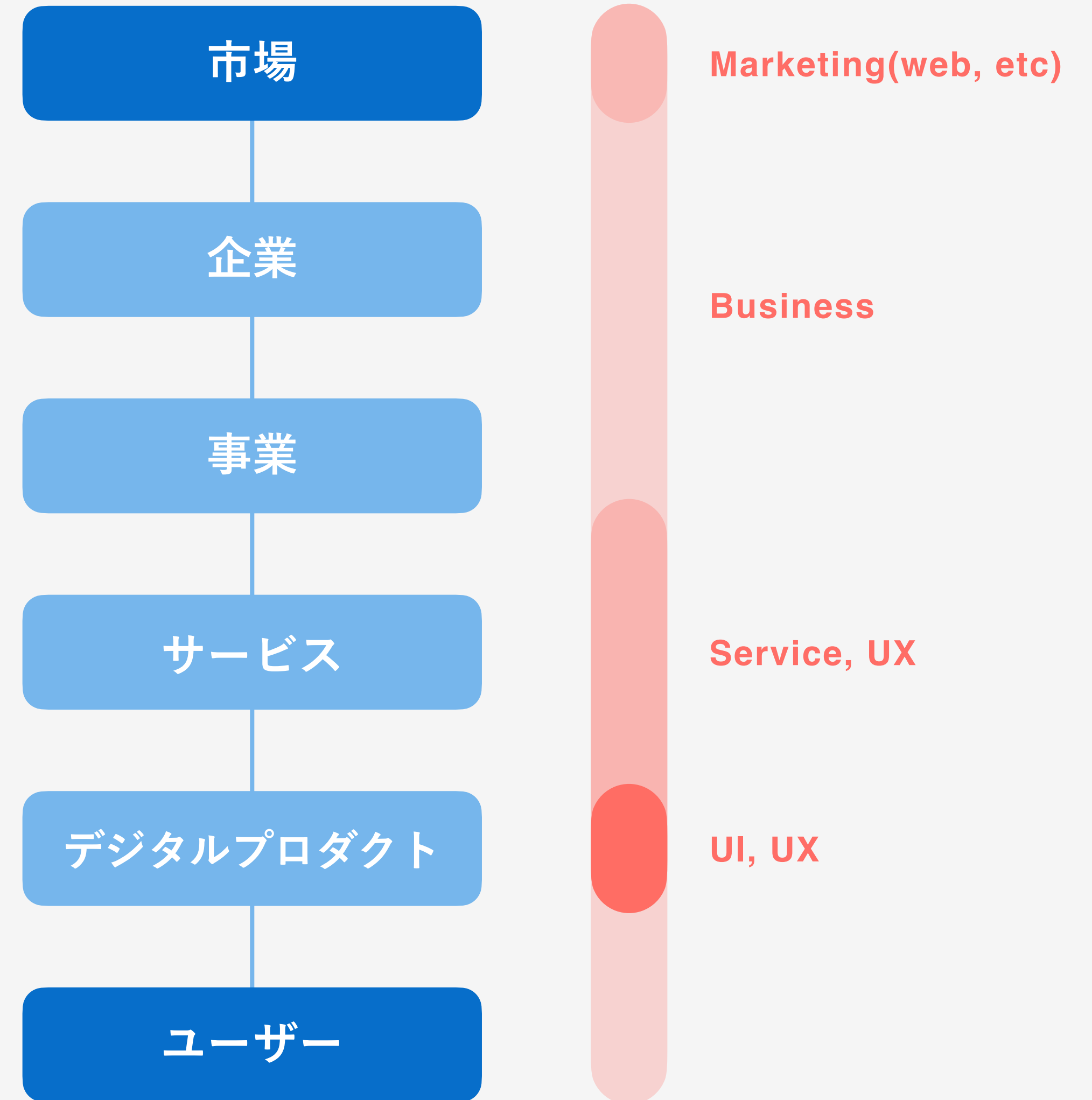
デザインプラットフォーム事業

プロトタイピングツール「Prott」、デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」、リモートワークチーム「Goodpatch Anywhere」、クラウドワークスペース「Strap」(現在はβ版のみリリース)などの自社プロダクト・サービスを提供しています。

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して
ユーザーが触れるデジタルプロダクトの
デザインまで行っています。
故に請負ではなく主に準委任契約での仕事。



事業内容（事例）

DXの大きな成功事例



UXデザイン / UIデザイン / 開発

リンクアンドモチベーション社のビジネスを大きく変革させたSaaSビジネスの立ち上げをサポート。DX事例としては大きな成功事例。リンクアンドモチベーション社の売上成長に貢献。

2018年グッドデザイン賞グッドデザインベスト100受賞

パートナー：株式会社リンクアンドモチベーション



事業内容（事例）

出前館

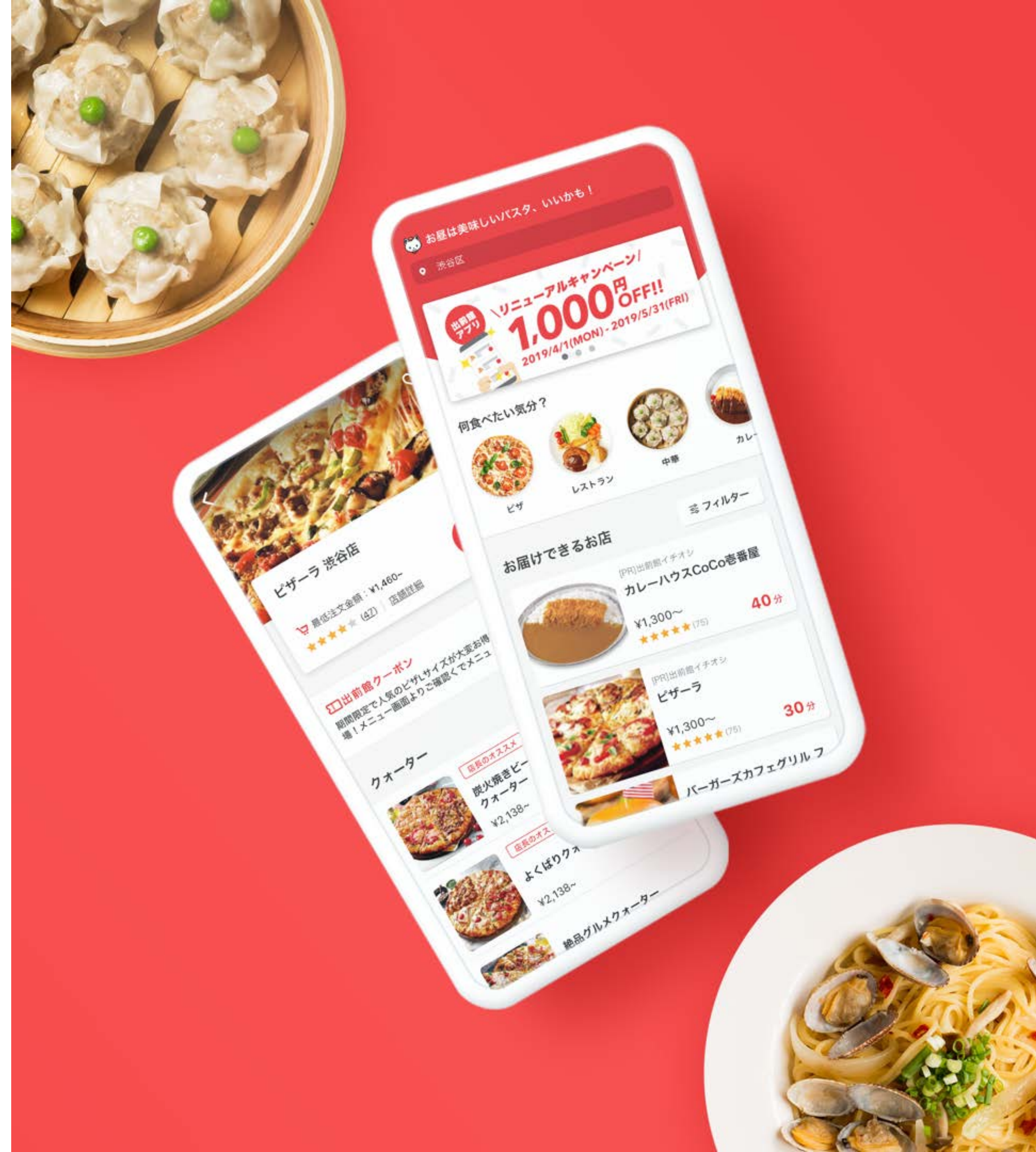


サービス企画、UI/UXデザイン、 キャラクターデザイン

2019年3月28日に実施した出前館アプリのフルリニューアルを担当。サービスコンセプト言語化、UI/UXデザイン、キャラクターデザイン、アニメーション作成をお手伝いさせていただきました。

iOS / Android

パートナー：株式会社出前館



事業内容（事例）

SPEEDA

S P E E D A

ユーザーリサーチ、事業戦略、 プロダクト戦略策定支援

SPEEDAの提供価値の明確化および事業のさらなる可能性を探索するユーザーリサーチを実施。加えて、SPEEDAと同じくB2B SaaS事業に属するFORCAS, INITIALの2プロダクトと、どうシナジーを生み出すかのビジョンを描く支援をさせていただきました。

パートナー：株式会社ユーザベース



あらゆる産業でビジネスを前進させた豊富な実績

BtoC, BtoB エンタープライズ



スタートアップ



支援後
6社が上場！
FiNC, bitkeyには出資

6年連続合計7個のグッドデザイン賞を受賞

(クライアントプロダクト含む)

デザインプラットフォーム事業

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



クラウドソーシング

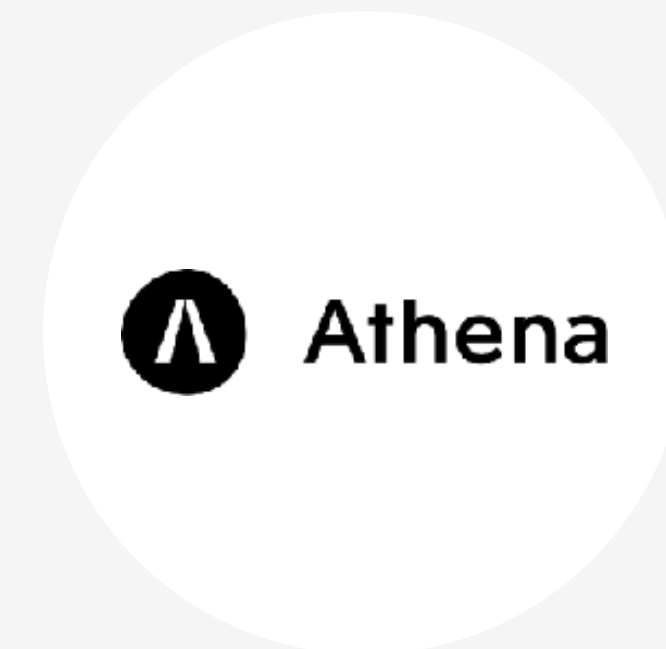
フルリモート
デザインチーム



SaaS

プロトタイピングツール
クラウドワークスペース

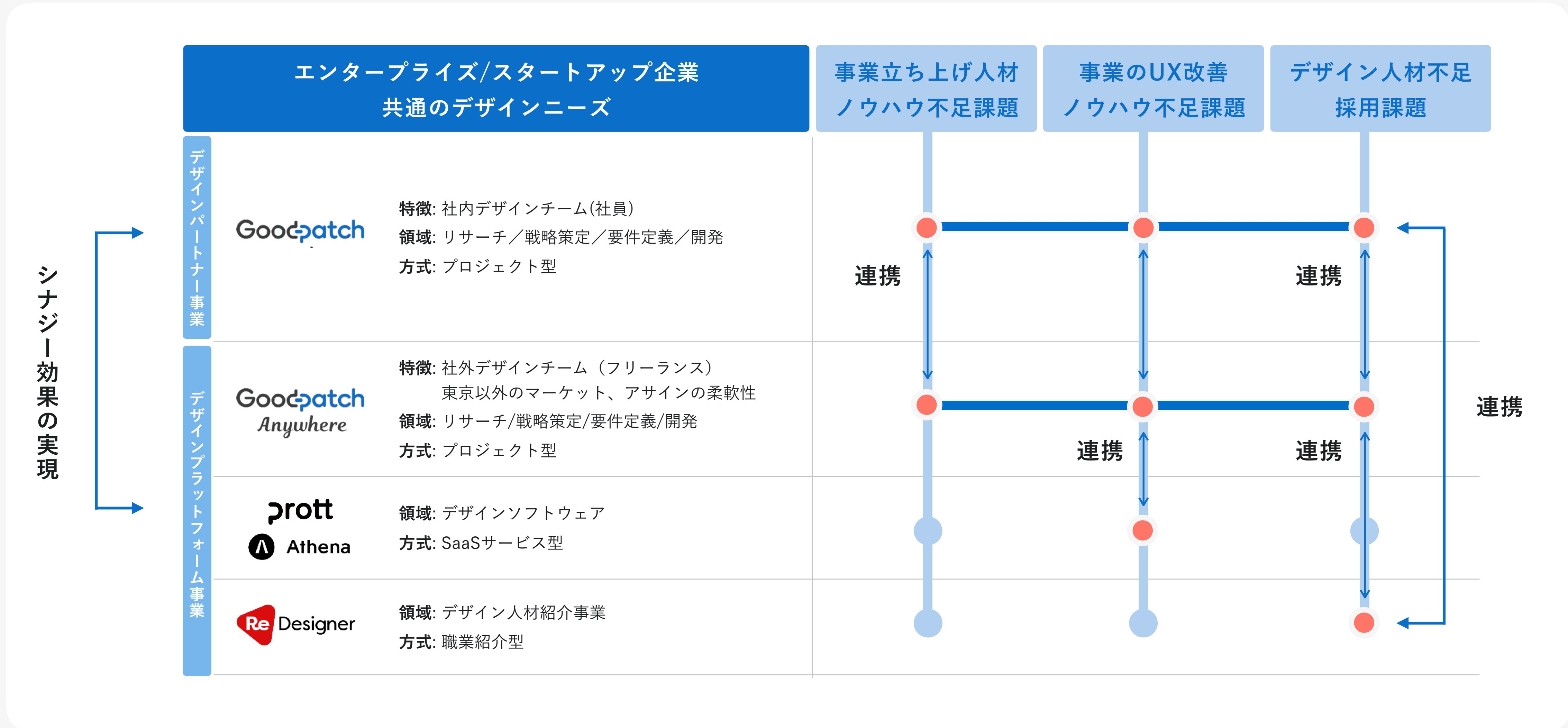
「Strap」は現在はβ版のみリリース



VR/AR

VR/XR
プロトタイピングサービス

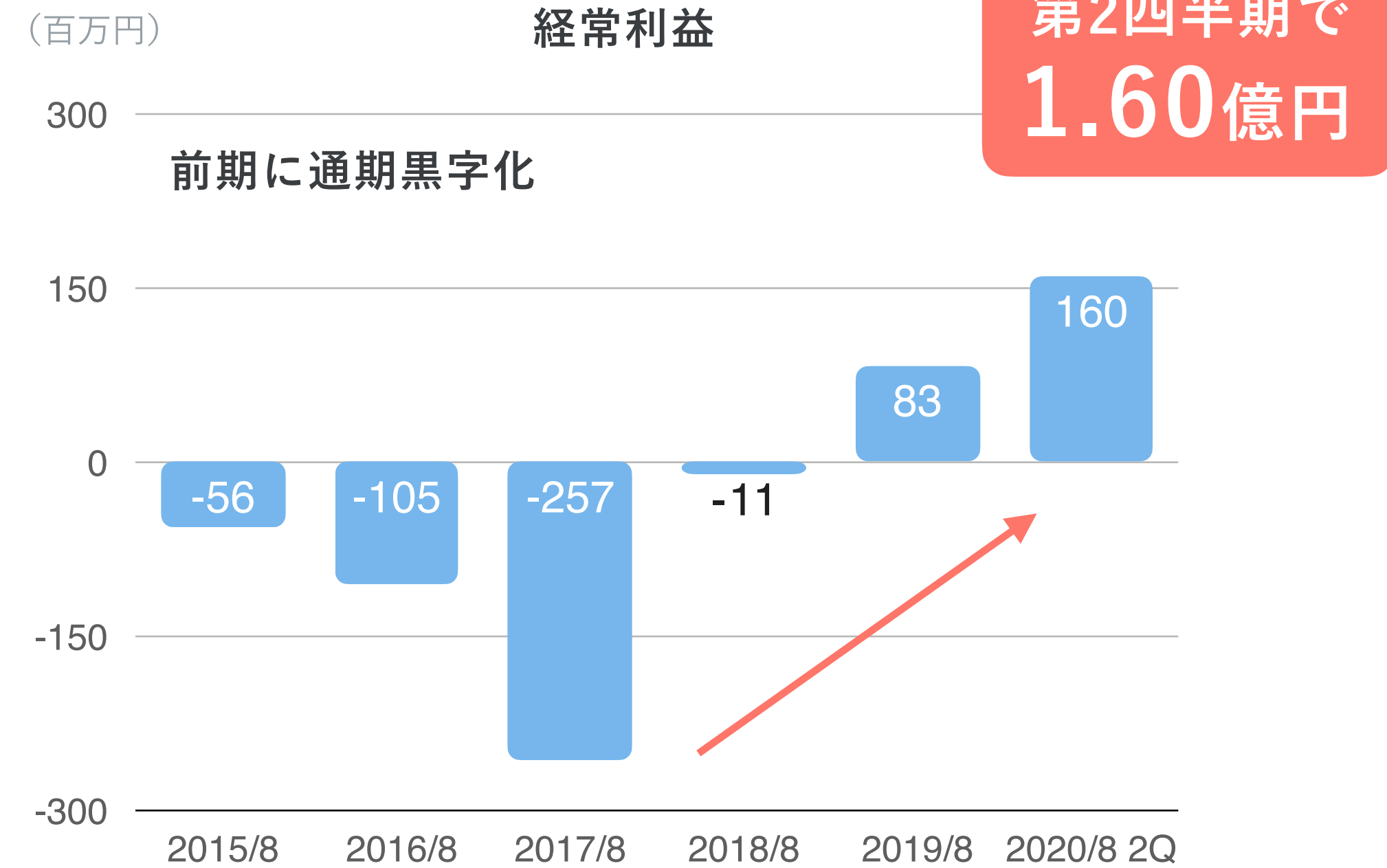
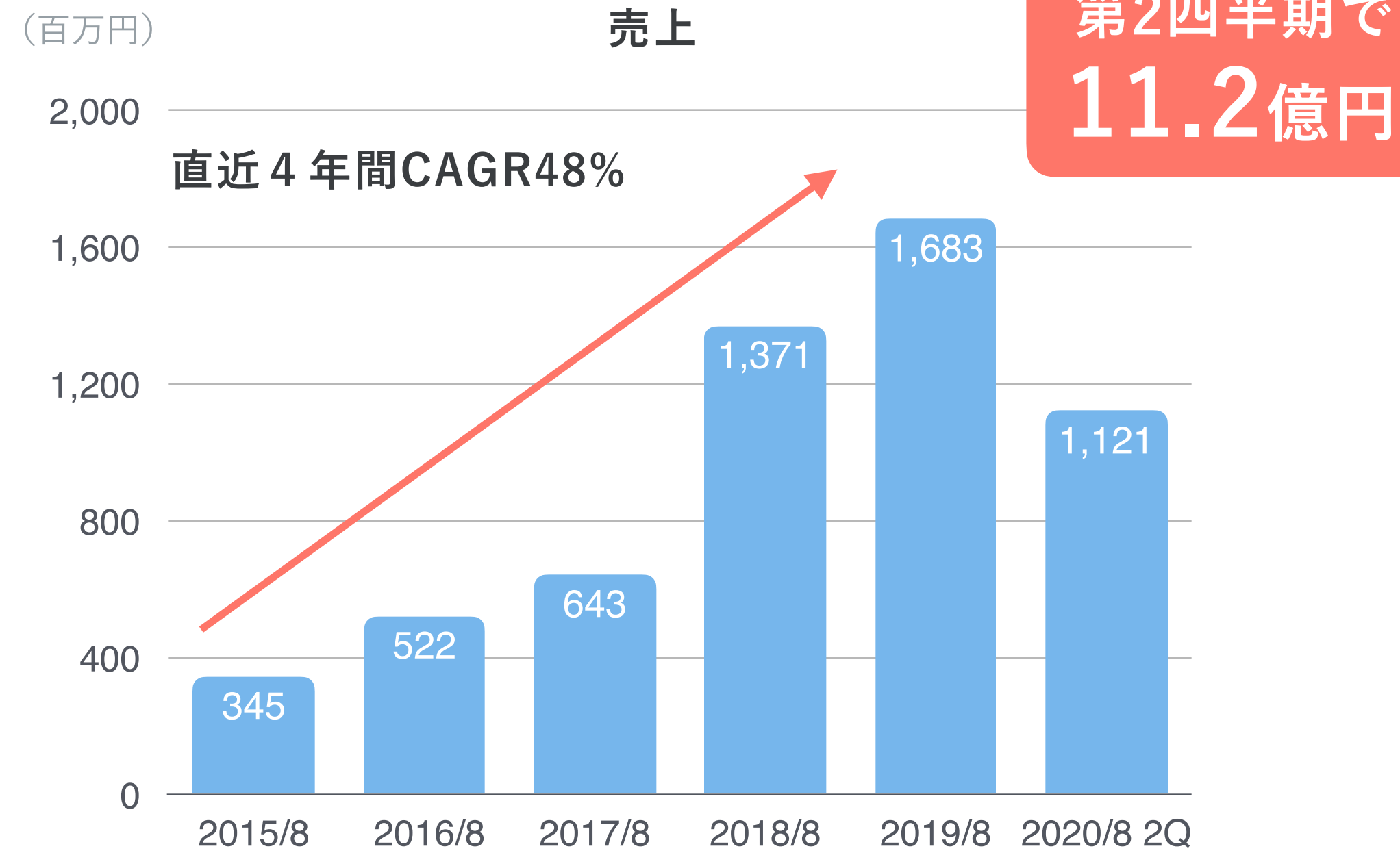
顧客の多様なデザインニーズを満たす2つの事業セグメント



事業の成長

Business growth

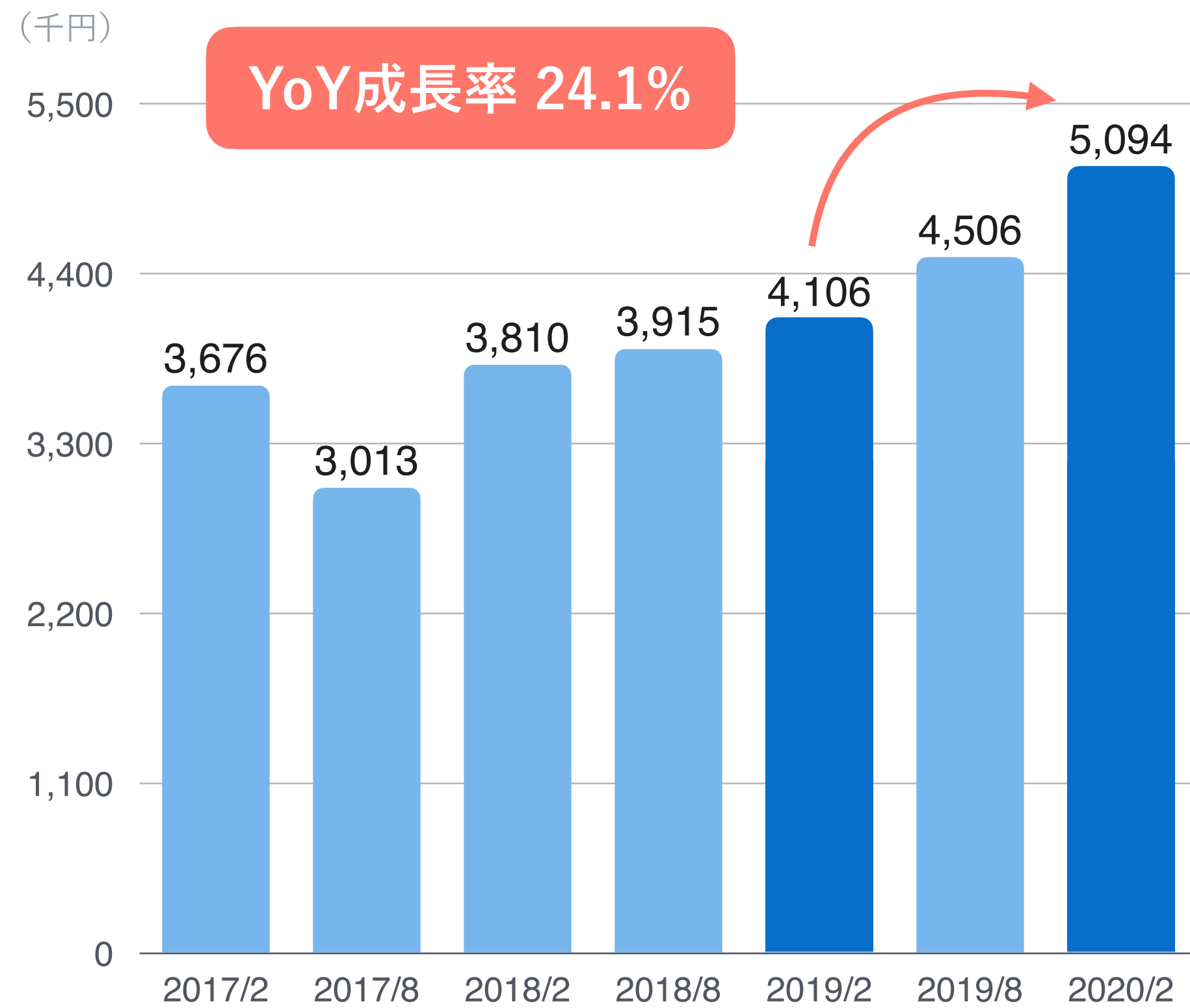
UI/UXデザインのリーディングカンパニーとして高い売上成長を実現



2020年8月期の売上高は第2四半期時点で**11.2億円**（直近4年間の**CAGR48%**）
経常利益は前期黒字化し第2四半期時点で前期比**約2倍**の**1.60億円**と大きく成長

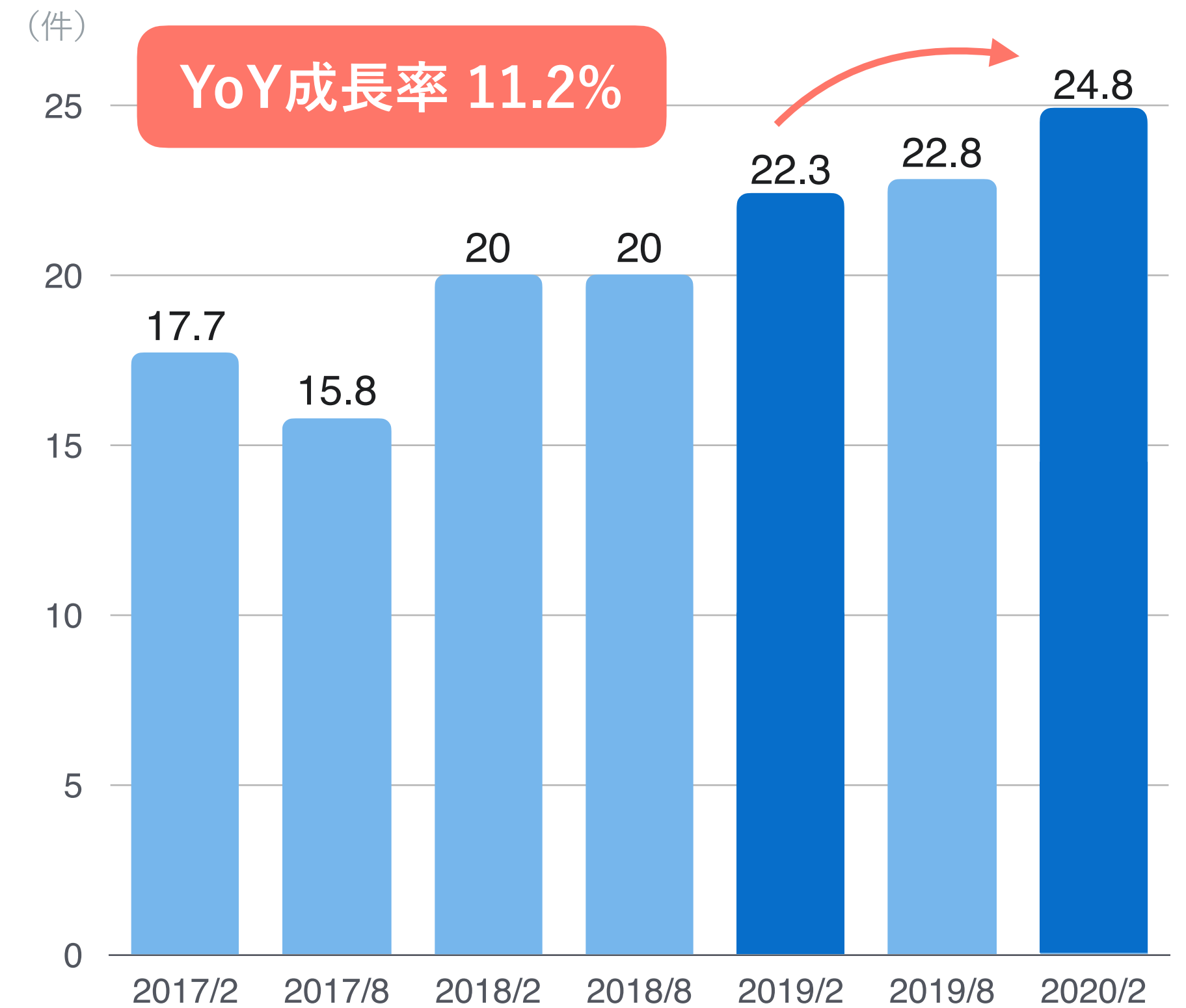
プロジェクト単価・プロジェクト数ともに年々増加

プロジェクトあたりの月次請求額平均



×

月平均プロジェクト数

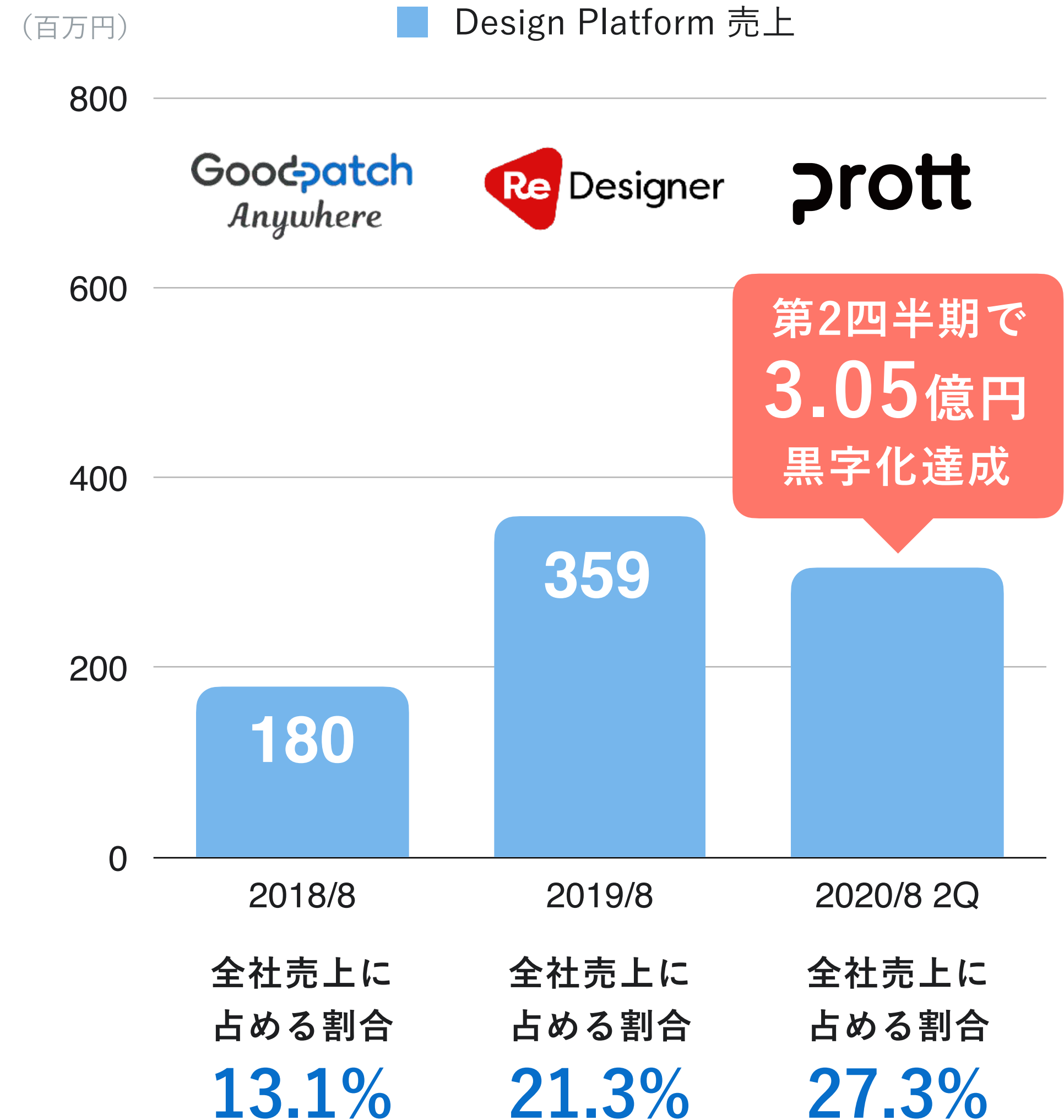


新規事業の着実な成長

ReDesigner, Anywhere
が伸長しCAGR 約100%

全社売上に占める比率も
27.3%に成長

第2四半期までで黒字化達成



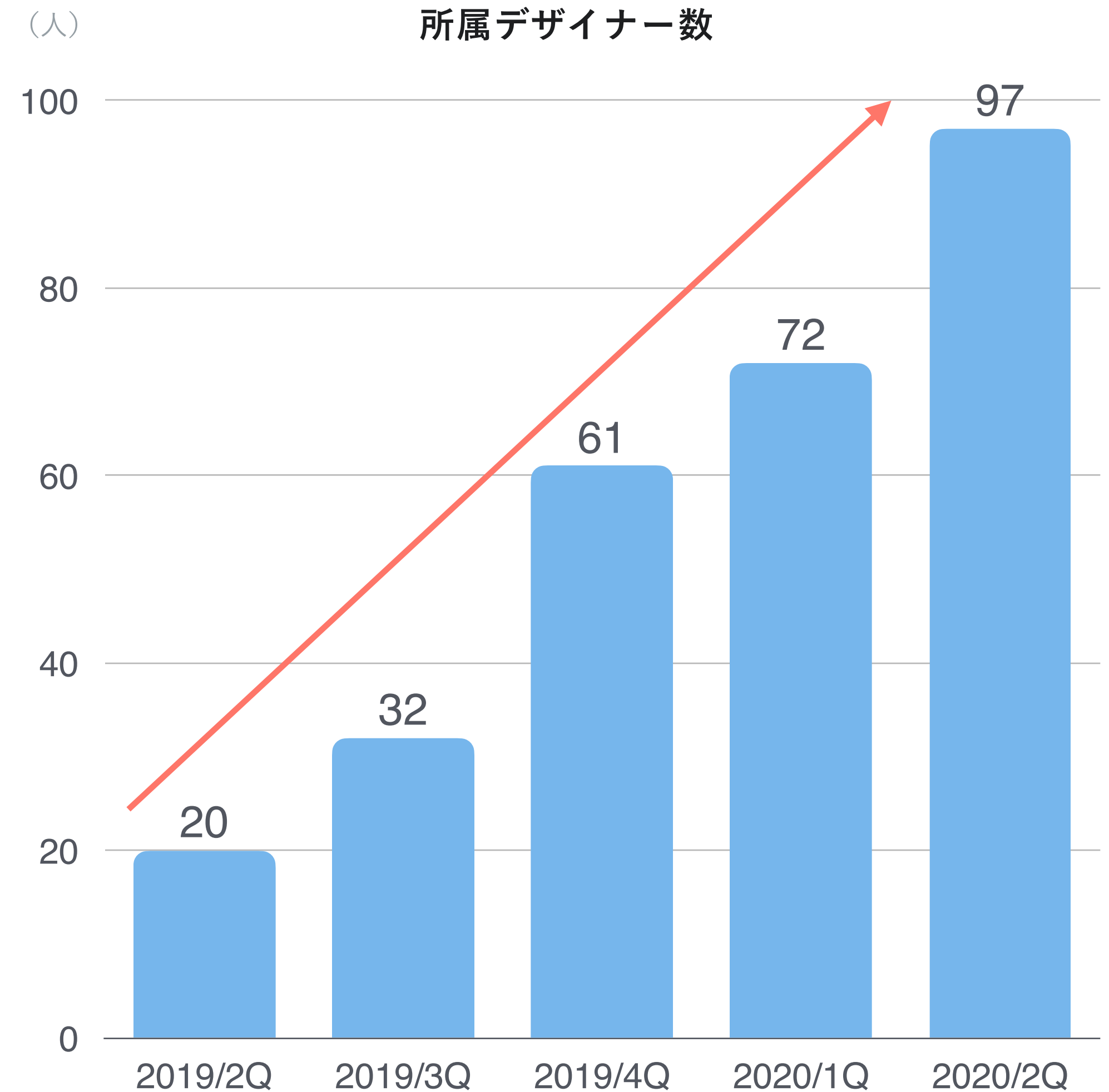
Goodpatch Anywhere事業

事業開始1年半で**100名**近くの
経験豊富なデザイナー人材が
Anywhereに所属

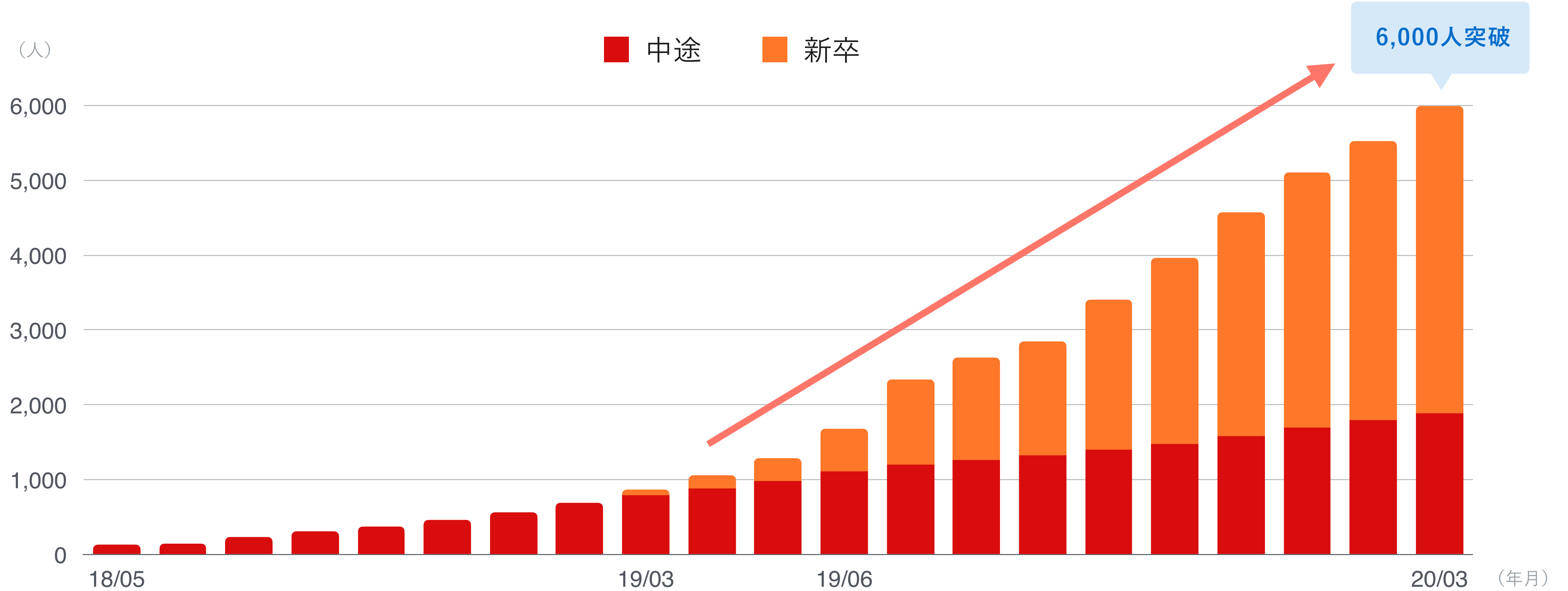
Goodpatch
Anywhere

特徴

通常の登録型クラウドソーシングとは違い、
技術スクリーニングをしてスキルの確かなデザイナー
を**厳選して採用**し、プロジェクトチームを組成。



ReDesigner登録者デザイナー数推移



事業開始約2年で中途・新卒合わせて**6,000名**を超えるデザイナーのデータベースに

当社の特徴と優位性

Company strengths

グッドパッチの競争優位性

- 1 成長性の高い市場で、**独自のポジショニング**により案件を獲得
- 2 戦略からプロダクト開発そして文化醸成まで**一気通貫**で支援
- 3 **体系化されたデザインノウハウとナレッジ**の蓄積
- 4 **経験値の豊富な専門性の高いデザイナー**の採用力

世界で12.2兆円のデジタルエージェンシー市場

● Project services

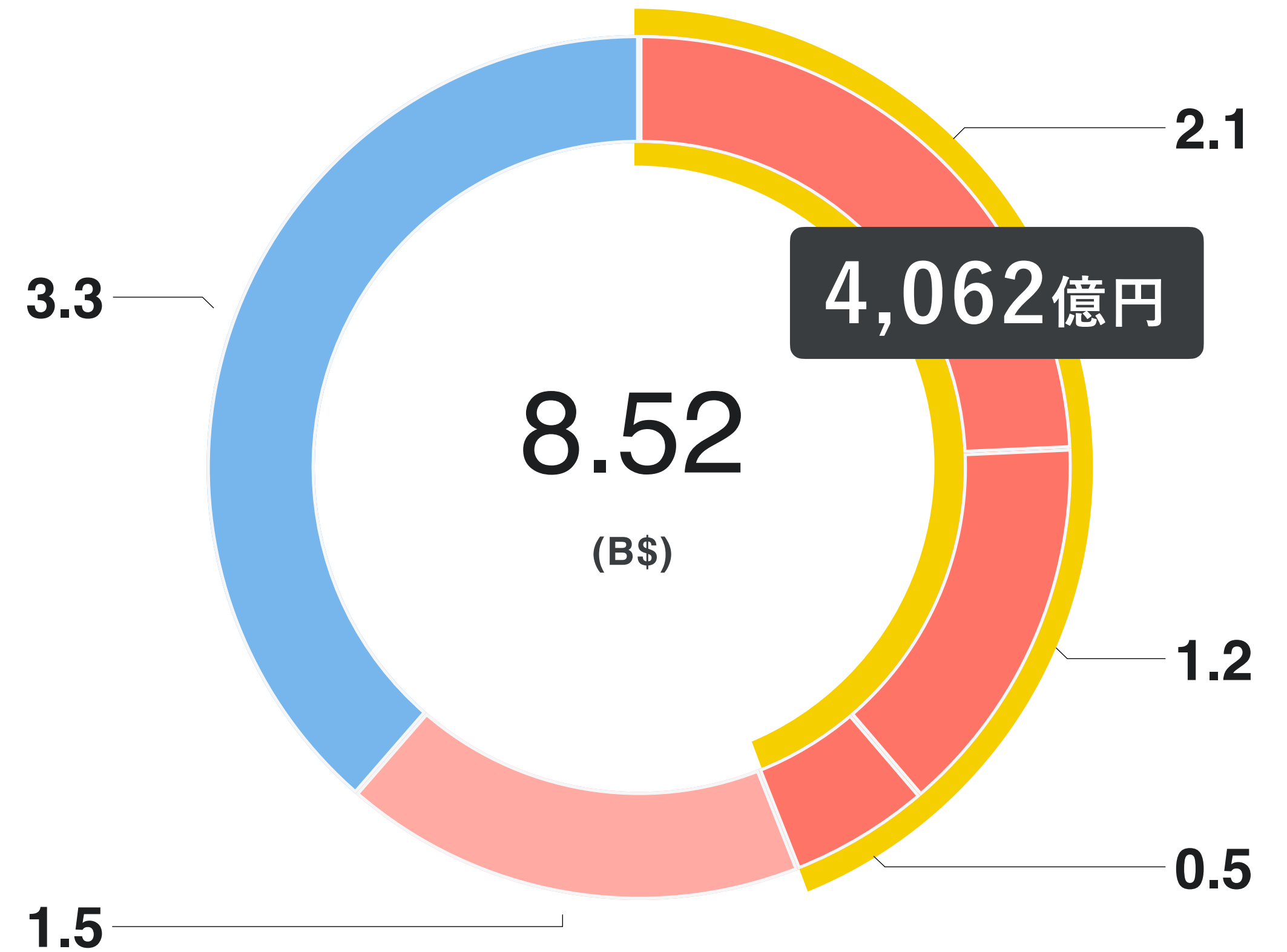
- Digital engagement project services
- Experience design services
- Brand Strategy services
- Marketing consulting services

当社事業領域

アドバイザー、デジタル戦略コンサルティング、実装・導入サービスなどを含む短期間の契約。事業変革や技術導入支援等。

● Managed services

技術管理などの長期間の契約。購買プラットフォームの管理、マーケティングBPOなどのプロセスのアウトソーシング等。



2018年のDigital Agencyの日本市場は約85億ドル≒9,246億円。グッドパッチの事業領域に該当するProject servicesの3領域合計は37.5億ドル≒4,062億円。(1USD=108.5JPY換算)

世界で12.2兆円のデジタルエージェンシー市場

2023年の日本での市場サイズは
5年で倍の8000億円規模に
(マーケットの成長率14.4%)

Experience design services

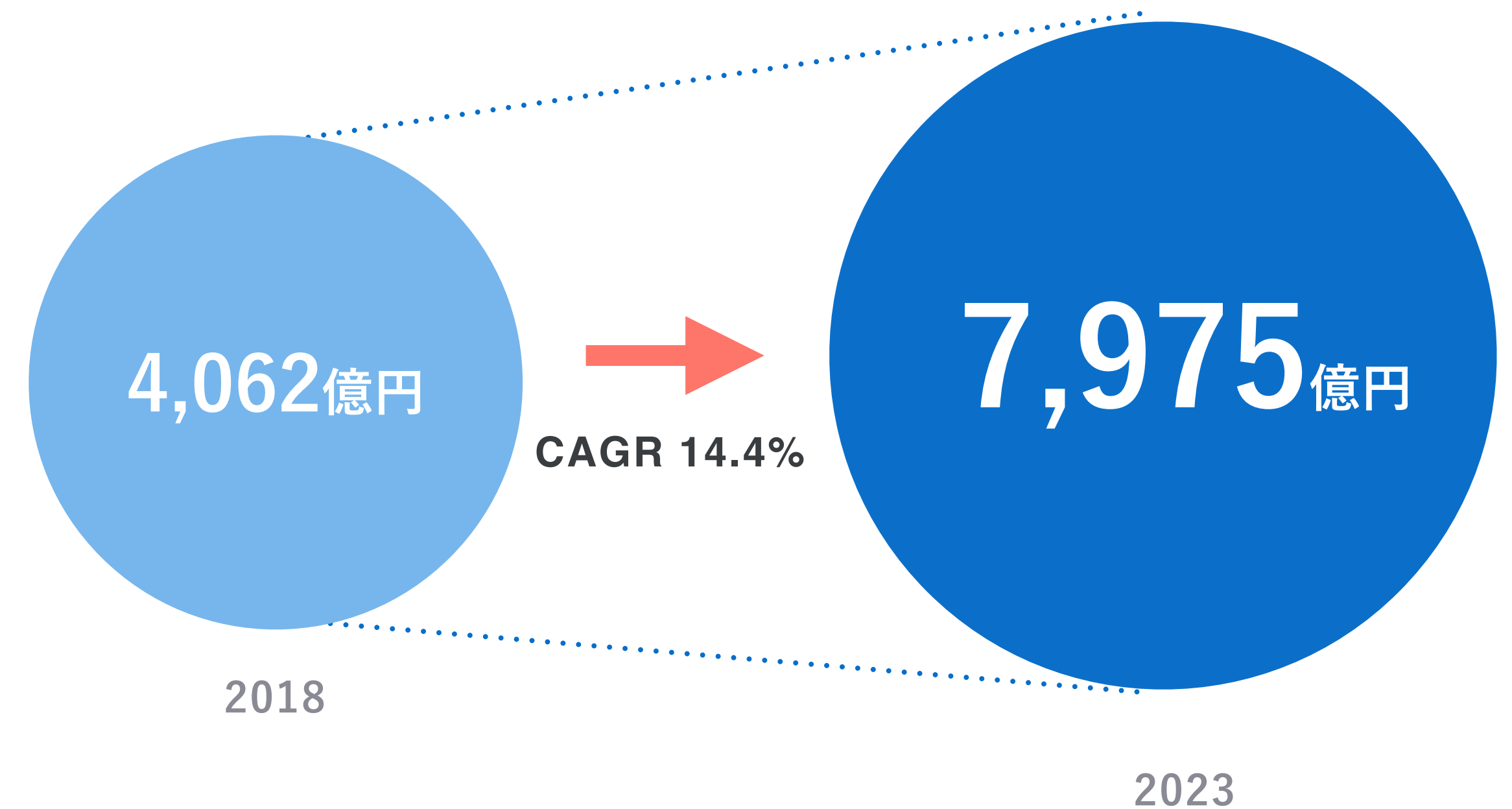
1,330億円 CAGR 15.4%

Brand strategy services

480億円 CAGR 12.9%

Digital engagement project services

2,240億円 CAGR 14.2%



参照：IDC Worldwide and U.S. Digital Agency Services Forecast, 2019-2023
及び 経済産業省発表デザイン関係統計資料 より当社推計

(注) 2023年の日本市場サイズの推計方法について：米国の市場サイズは2018年に226億ドル。日米の市場サイズを比較し、日本市場サイズ4062億円と推定(1ドル=108.5円換算)。さらに世界全体のCAGR14.4%を適用し導出。

独自のポジショニングにより広告費を掛けずに案件を獲得



UI/UX領域での**圧倒的な実績とブランドバリュー**で**広告費を掛けず**
口コミとクライアントからの指名問い合わせでリードを獲得

戦略からプロダクト開発まで一貫通貫で支援。コンサルやSIerと差別化



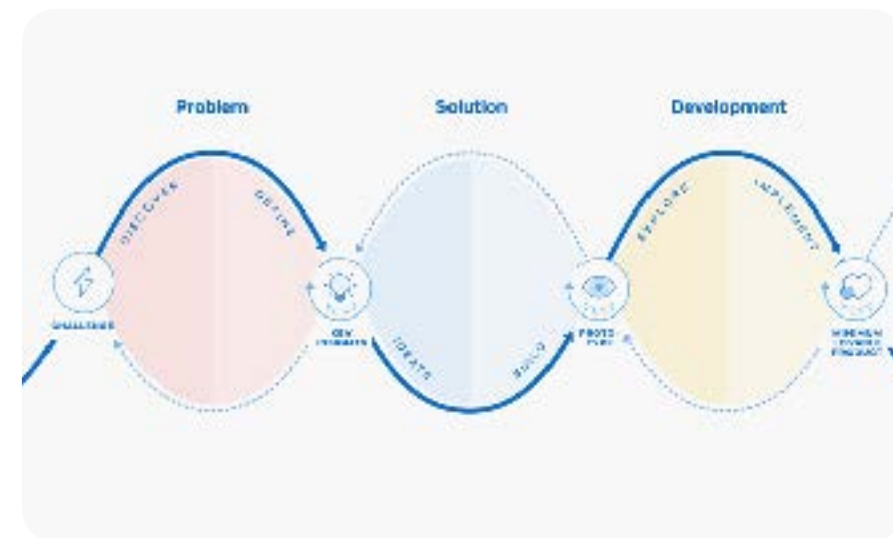
事業戦略とユーザーニーズをつなぐ一貫通貫したプロダクトデザイン

状況の変化に強く、新しい知見の発見／学習を重視した再現性を持った事業支援

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



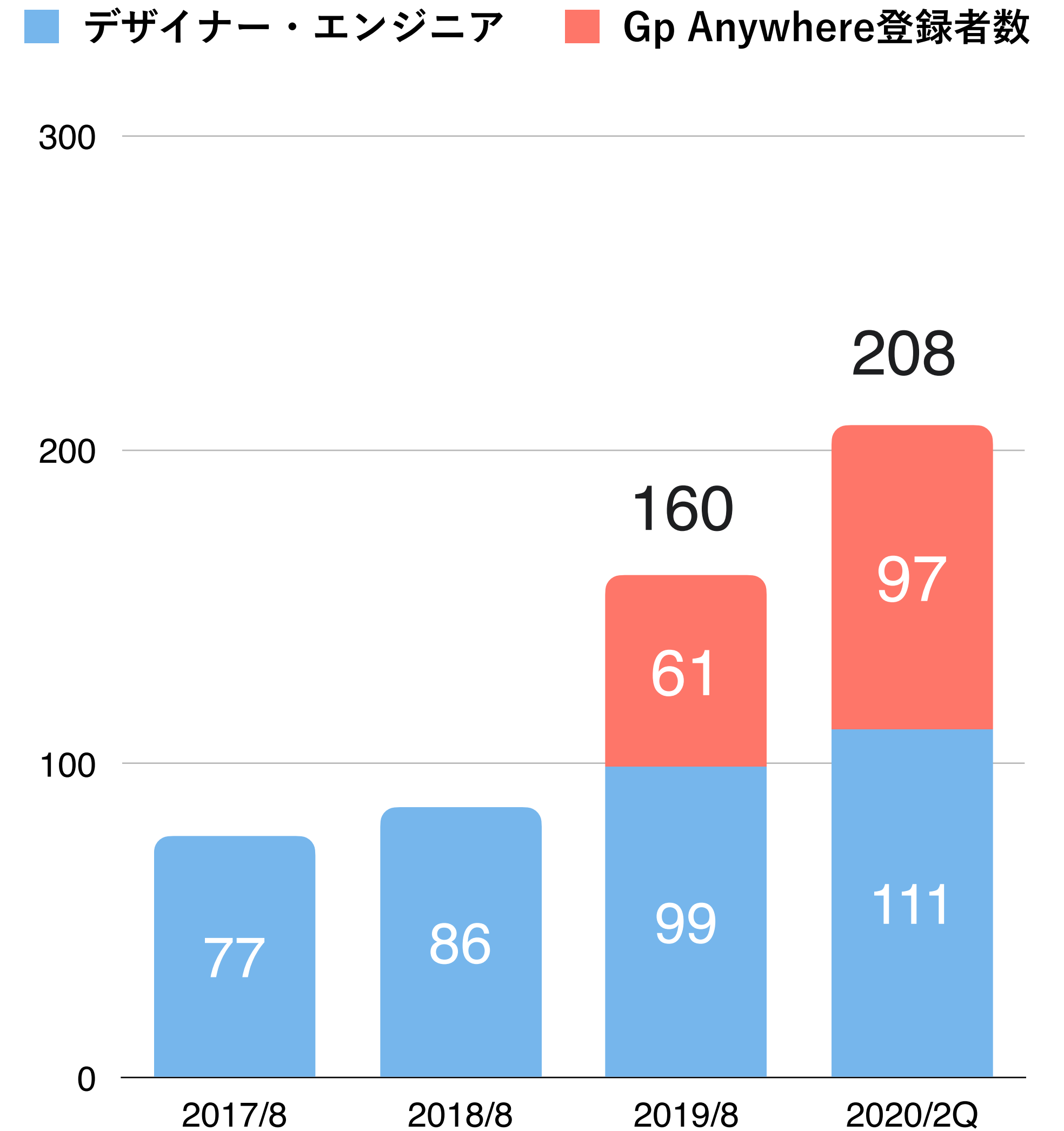
プロジェクトの
振り返りを全社で共有

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**

経験値の豊富な専門性の高いデザイナー・エンジニアの人材プール

スキル・経験値の高いデザイナー・エンジニアを100人以上抱える。

Anywhereでさらに採用は加速し人材プールは200人以上に。



なぜ獲得できるか：デザイン人材マーケットでのポジショニング

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、自社事業も運営している
確立されたプロセス (育成できる)	体系的な育成が可能で 採用の間口が広い	<ul style="list-style-type: none">- 社内に蓄積された3万件超のナレッジ- 独自に確立したデザインプロセス- 他業種出身者や若手を育成できる
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- マネジャーもデザイナー- ベストモチベーションカンパニーアワード2020 第8位受賞 (1568社中) ※

**デザイナーにとって他では得られない成長機会の多さと
働きやすい環境で採用難易度の高いデザイナーを安定的に獲得**

成長戦略

Growth Strategy

デザインのかでビジネスを拡張

デザインパートナー事業 プロジェクト単価と契約期間

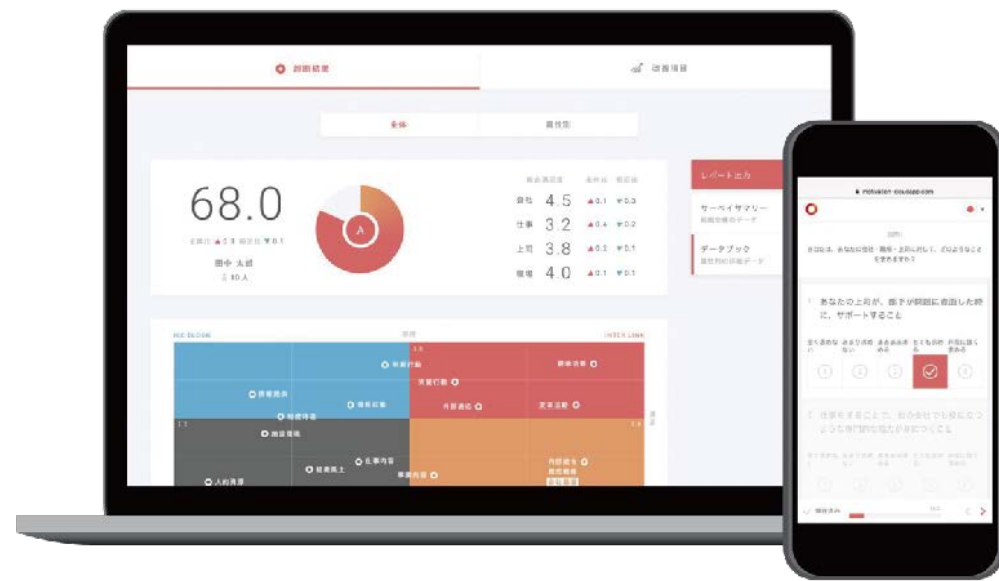
- 1 UI/UXデザインを武器に大型DXプロジェクトの獲得
- 2 デザイン領域の拡張とテクノロジーへの投資

デザインプラットフォーム事業 タレントプールとSaaS

- 3 リモートデザインチーム：デザインタレントプールの拡充
- 4 リモートコラボレーションツール：SaaS事業「Strap」への戦略投資

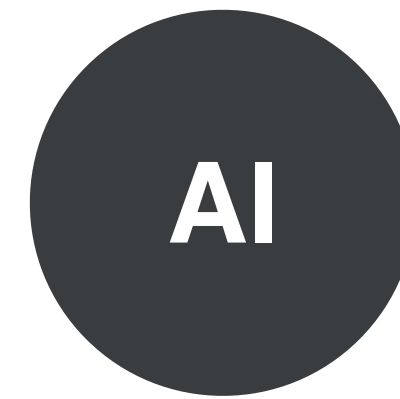
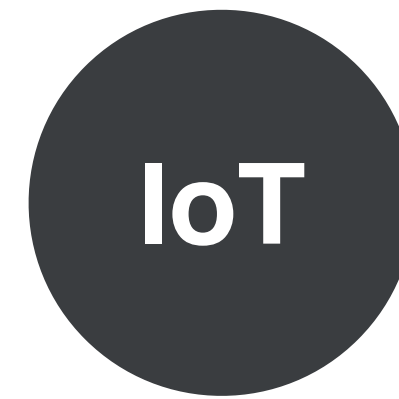
UI/UXデザインを武器にDXの実践事例の積み上げによる大型DXプロジェクトの獲得

弊社の関わった代表的なDX事例



ノウハウ
展開

新技術



ITシステム



大きな課題
人の生産性を下げる
ソフトウェアのUI

DX戦略
(プランニング)

UXデザイン
(体験設計)

UIデザイン
(ソフトウェア)



ユーザー視点



ユーザー

ユーザー体験の設計と人の生産性を下げるソフトウェアのUIデザインを改善し
顧客体験価値を向上させ、企業のDX推進及び企業価値の向上につなげる

デザイン領域の拡張。テクノロジーへの投資

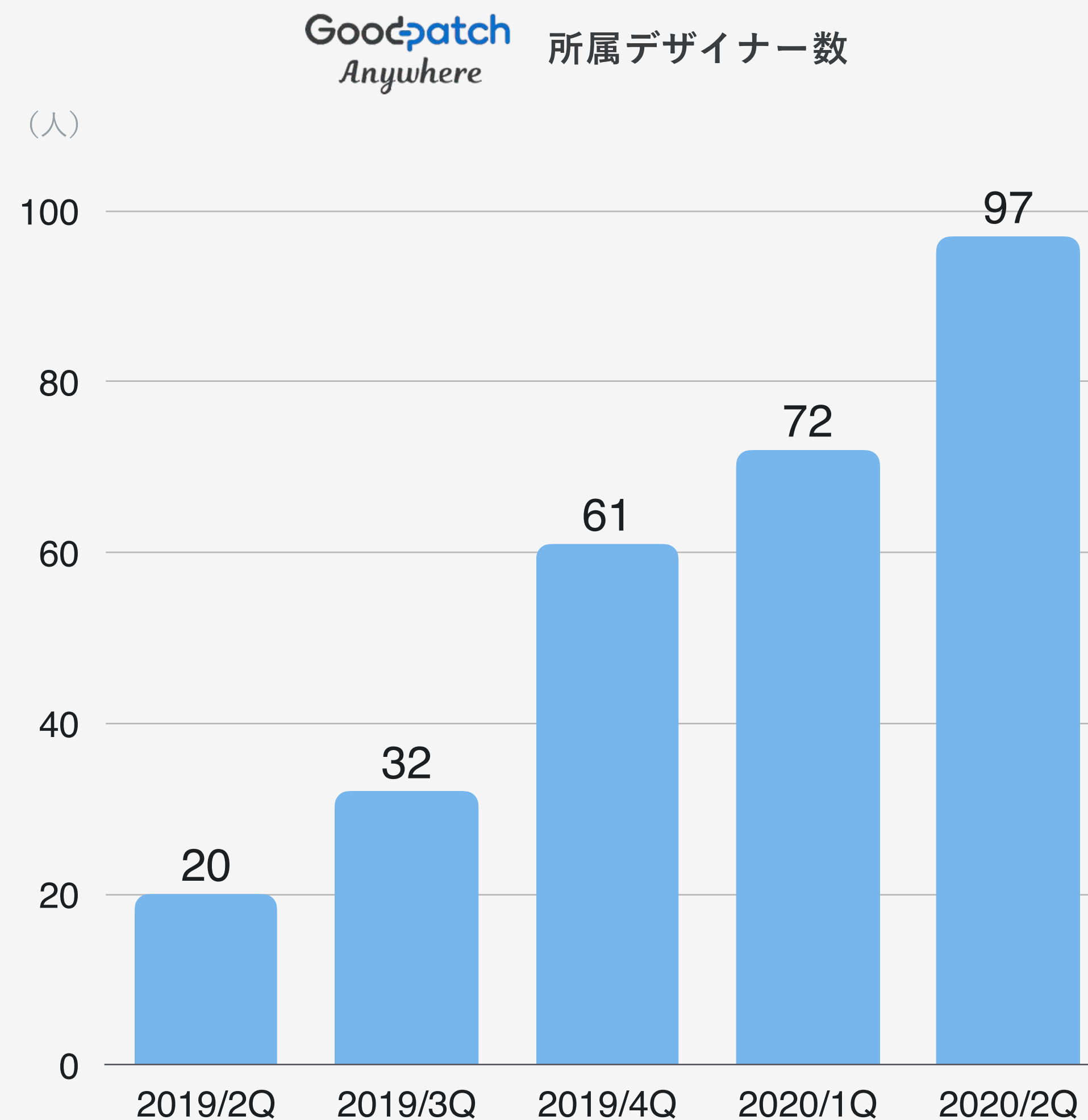


リソース拡充とケイパビリティの拡大で1社あたりの契約期間を伸ばしていく

リモートデザインチームタレントプールの拡充

- ・ リソースの拡充のハードルが低い
雇用に限定されない
- ・ 固定費がかからない
需要変動に対する対応の柔軟性
- ・ 不良リソースが発生しづらい
- ・ 働き方改革文脈との相性が良い

→ 高収益な事業モデル



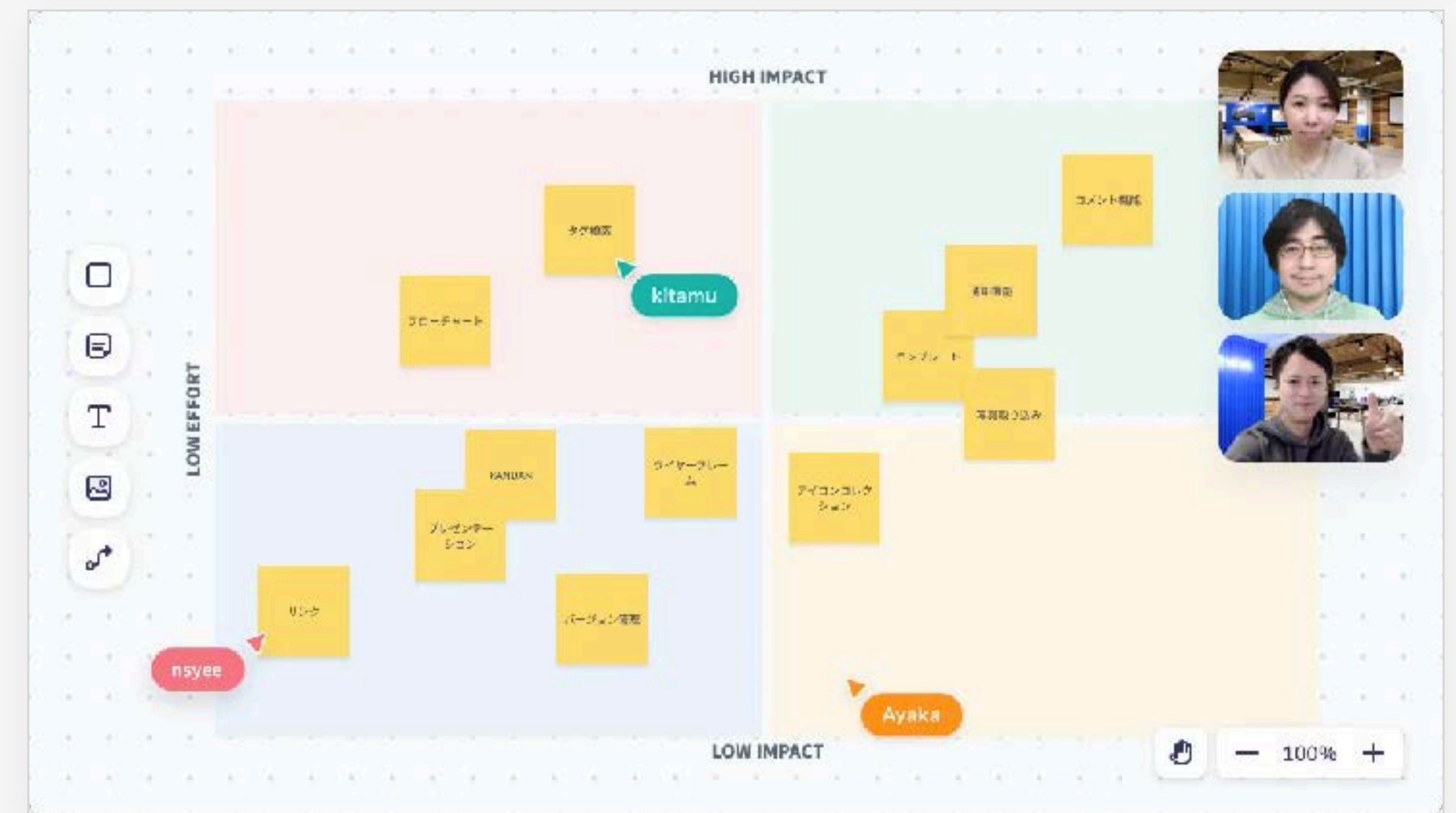
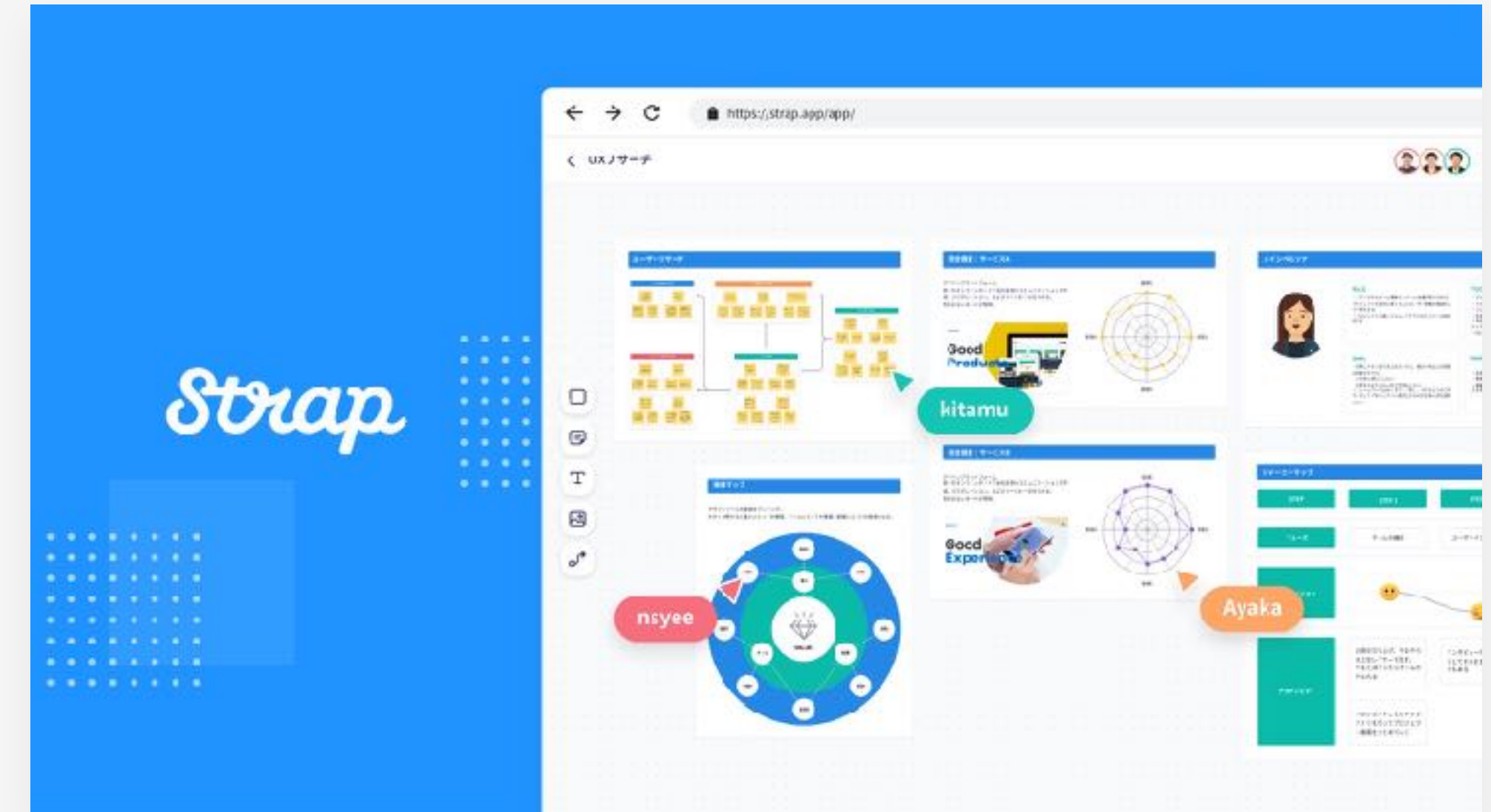
成長戦略（デザインプラットフォーム事業 Strap）

SaaS事業「Strap」への戦略投資

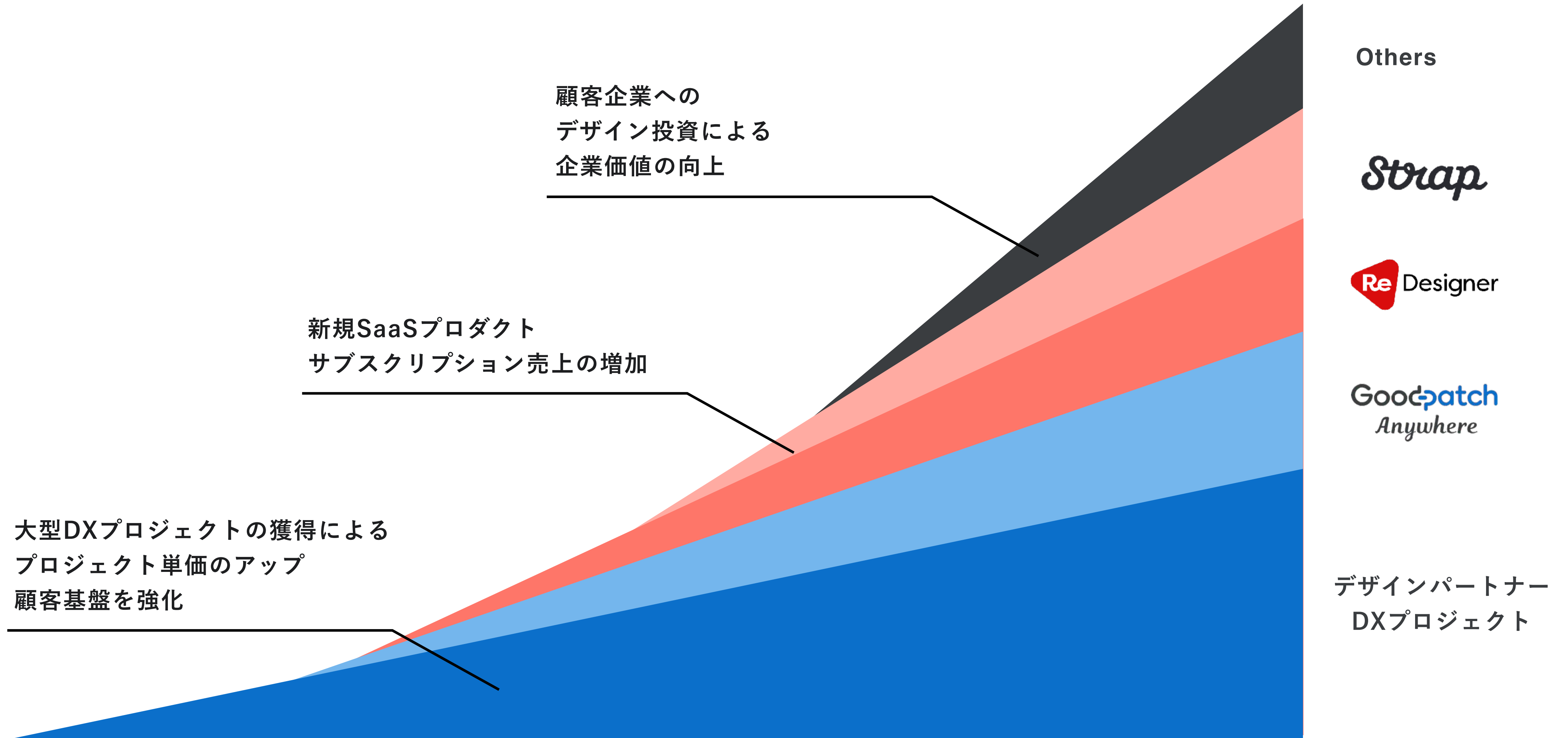
リモートコラボレーションの可能性を
広げるクラウドワークスペース

4月にリリースしたβ版の登録企業
数が5営業日で1800件以上の獲得

夏頃に正式版リリース予定



デザインの可能性を拡張していく



Appendix

経営成績 通期黒字化を達成し、さらに力強い売上成長を継続

	2018年8月期 (実績)	2019年8月期 (実績)	(成長率)	(百万円) 2020年8月期 (2Q実績)
売上高	1,371	1,683	22.8%	1,121
デザインパートナー事業	1,190	1,323	11.2%	816
デザインプラットフォーム事業	180	359	99.0%	305
売上原価	634	619	△2.3%	394
売上総利益	737	1,063	44.3%	727
粗利率	53.8%	63.2%	+9.4p	64.8%
販売費及び一般管理費	751	987	31.5%	567
販管費比率	54.8%	58.7%	+3.9p	50.6%
営業利益	△14	75	黒字転換	160
デザインパートナー事業	122	133	8.9%	129
デザインプラットフォーム事業	△137	△58	—	30
営業利益率	—	4.4%		14.3%
デザインパートナー事業	10.3%	10.1%	-0.2p	15.9%
デザインプラットフォーム事業	—	—	—	9.9%
経常利益	△11	83	黒字転換	160
税引前当期純利益	△21	83	黒字転換	150
当期純利益	△22	57	黒字転換	170

経営陣の紹介



代表取締役 / 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。



取締役/Managing Director of Goodpatch GmbH

Boris Jitsukata (實方 ボリス)

スイス ザンクトガレン大学院、慶應義塾大学大学院を経て2013年にグッドパッチにジョイン。2015年にGoodpatch GmbHを設立。取締役に就任。

経営陣の紹介



社外取締役

山口 拓己

東京理科大学を卒業後、数社を経て2006年に株式会社ベクトルに入社、取締役CFOに就任。2009年に株式会社PR TIMES代表取締役社長に就任。2020年よりグッドパッチ社外取締役を務める。



社外取締役

佐々木 智也

2008年デジタルガレージ上級執行役員就任。2012年DGインキュベーション取締役就任。投資先とデジタルガレージグループの事業連携をメインにインキュベーション事業を推進。



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。



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。



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。

各オフィスをまとめるグローバルリーダー達



執行役員 デザインパートナー事業

松岡 毅

ビジネスコンサル、ゲーム開発会社を経て2017年2月にグッドパッチにジョイン。デザインパートナー事業を担当。2018年9月より執行役員に就任。



執行役員 管理部管掌

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月より執行役員に就任。



執行役員 経営企画室長

柳沢 和徹

マーケティングリサーチ会社を経て2017年7月にグッドパッチに入社、経営企画室を担当。2019年9月より執行役員に就任。主な管轄領域は人事・広報・事業開発。



Div Lead

Samuel Huber

チューリッヒ大学、スタンフォード、ザンクト・ガレン、東京でデザインを学び、2017年にデザインストラテジストとしてグッドパッチにジョイン。現在ヨーロッパ全体のディビジョンリードを務める。



Studio Lead

Doro Schwartzmann

2017年にUXデザイナーとしてグッドパッチにジョイン。その後UXデザインリードを経験し、現在ベルリンのスタジオリードとして携わる。



Studio Lead

Matthias Flucke

2016年3月にグッドパッチにジョイン。デザインリードとオートモーティブエキスパートを歴任後、現在スタジオリードとしてマネジメントに携わる。

Work

MOTIVATION CLOUD

UX設計、UIデザイン、開発

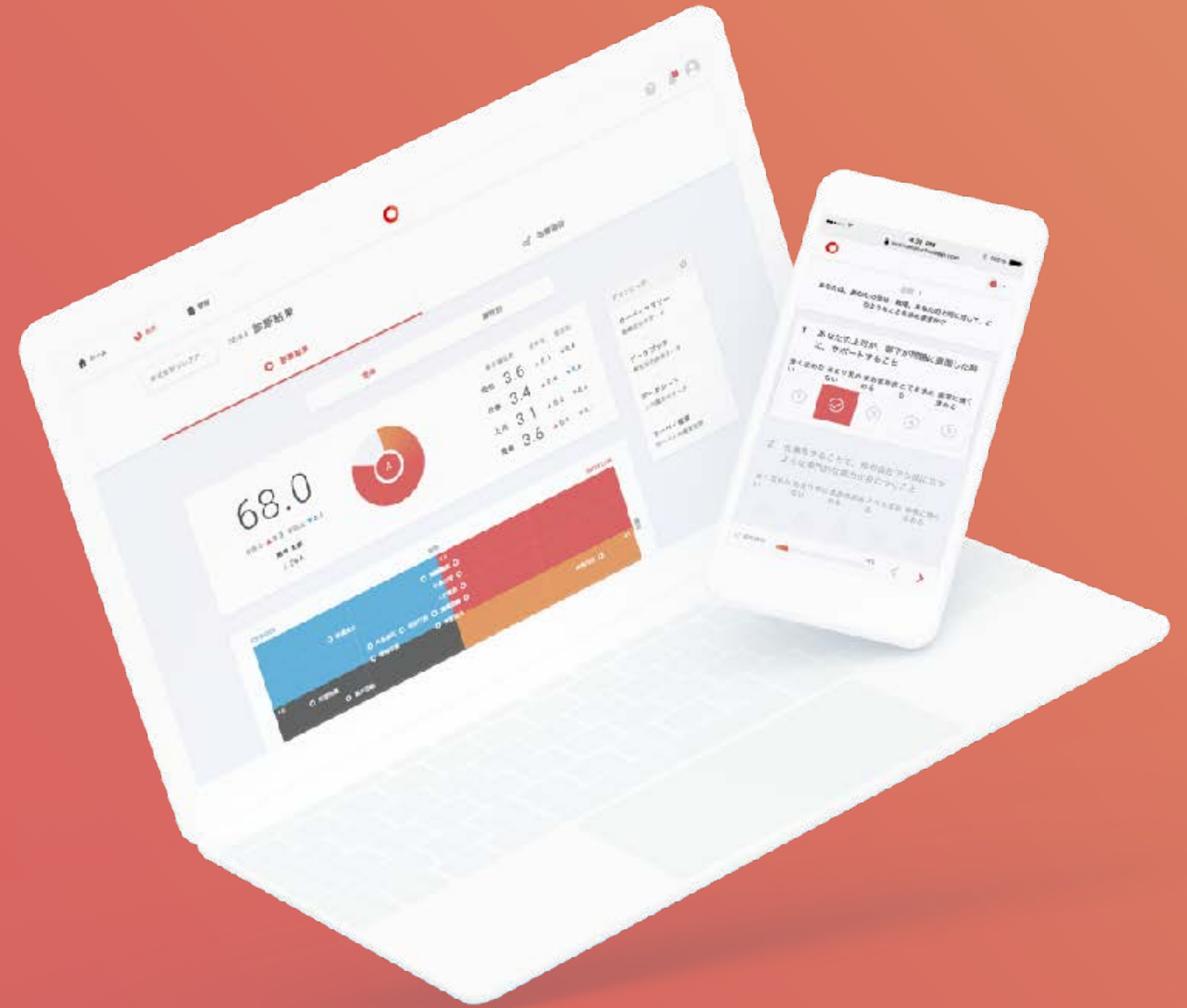
株式会社リンクアンドモチベーションが3,300社、79万人のデータや組織人事コンサルティングのノウハウをもとに開発した、組織の改善サイクルを加速させるサービス「モチベーションクラウド」。

「すべての組織を、これで変える」という想いをさらに広げるためのリニューアルプロジェクトにて、GoodpatchはUX・UIデザイン、開発までお手伝いさせていただきました。



web(PC/SP)

パートナー：株式会社リンクアンドモチベーション



HANDS LAB

戦略プランニング、UXデザイン (店舗/アプリ) UIデザイン

ハンズラボ株式会社が開発・導入した「東急ハンズ セミセルフレジ (お支払いのみセルフのレジ)」は、東急ハンズ内でレジの列が常に混み合っているという課題を解決し、お客さまのストレス緩和とコスト削減を達成するために導入されたプロダクトです。

店舗とユーザーの課題を同時に解決するために、店舗での体験のデザインまでトータルに設計させていただきました。



iPadアプリ

パートナー：株式会社 ハンズラボ、株式会社 東急ハンズ



助太刀

サービス設計、UI/UXデザイン、 サービスデザイン

建設現場で働くすべての人を支えるプラットフォームサービス「助太刀」。

Goodpatchは、急成長に伴い多角化・複雑化した助太刀アプリのリニューアルやグロースをお手伝いし、一貫性のあるユーザー体験の再設計、アプリのUI/UXデザイン、サービスロゴやサービスページのデザインなどを行いました。



iOS / Android / web(PC/SP)

パートナー：株式会社助太刀



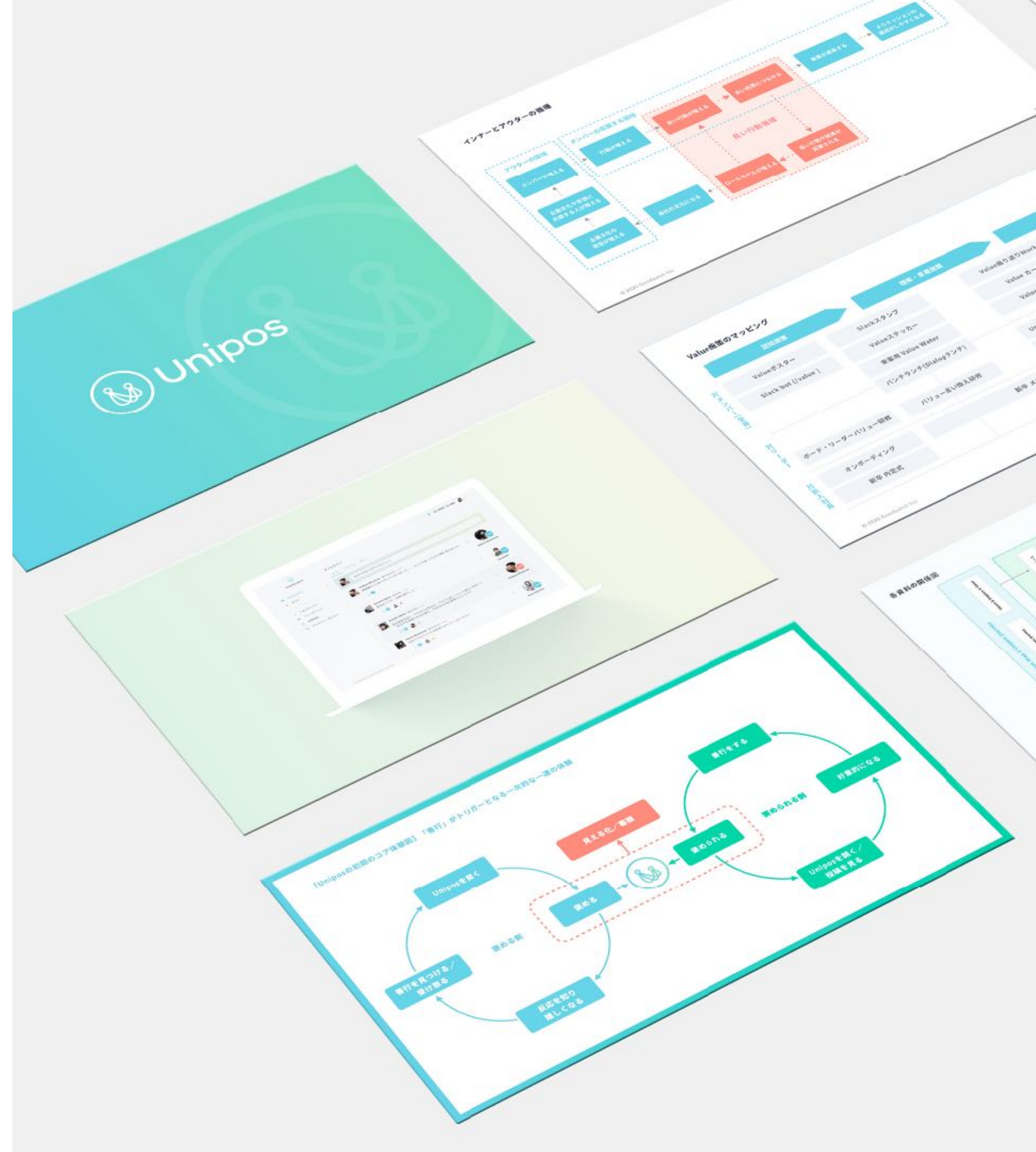
Unipos

β版プロダクト立ち上げ、 コーポレートブランディング

Fringe81株式会社の子会社であるUnipos株式会社が開発・運営するUniposは、従業員同士が少額のインセンティブ「ピアボーナス」と「感謝の言葉」をWeb上で送り合えるサービスです。従業員の貢献・活躍にスポットライトを当てることにより、組織課題を解決します。GoodpatchはUniposのデザインパートナーとして、2017年にコンセプト設計、体験定義、β版UIデザイン、2019年にドイツ進出時のサービスサイト作成から、その後2020年にバリュー浸透などのコーポレートブランディングをお手伝いしました。



パートナー：Unipos株式会社



RakSul

デザイン組織構築支援、 採用ブランディング支援

BtoB領域で様々な事業を展開するラクスル株式会社のデザインパートナーとして、「ラクスルらしさ」の言語化から採用ブランディング、デザイナーの指針の制定、プロダクト改善などを通じ、「ラクスルらしさ」を体現するためのデザイン組織の構築や、ブランドエクスペリエンス向上をサポートしました。



パートナー：ラクスル株式会社



Collaborative for Team

他職種と共創する

ラクスルデザイナーは異能・多能なメンバーと同じ目線で信頼し合いながらチームとして共創し続けます。

Value-driven for Service

事業の顧客価値を向上し続ける

ラクスルデザイナーは顧客に持続的に良いサービスを提供し続けられるように、顧客価値を向上し続けます。

Honest for Users

プロフェッショナルとしてユーザー体験を守る

ラクスルデザイナーはユーザーのために一貫した体験価値を提供し続けます。

FORCAS

ユーザーリサーチ、事業戦略、 プロダクト戦略策定支援

FORCAS（フォーカス）は、自社の顧客データ分析によって成約確度の高いアカウントを予測し、そのターゲットアカウントにリソースを集中するマーケティング手法「ABM」の実践をサポートするBtoB SaaSプロダクトです。※ ABM：Account Based Marketing
導入企業数も増加し成長を続けていくうえで、FORCASのさらなる可能性を探るためGoodpatchはFORCASのユーザーリサーチプロジェクトを実施。事業の提供価値の構造化ご支援、エンタープライズ強化に向けての価値整理、プロダクト開発指針の設計支援を共創させていただきました。

FORCAS

パートナー：株式会社FORCAS



Holmes

ミッションステートメント、 プロダクトタグラインの策定

Holmesは企業の契約に関わる業務全般を最適化する、日本で唯一の契約マネジメントシステムです。契約書の作成・承認・締結・管理のみならず、複数の契約から構成されるプロジェクト全体の進捗管理も含めた契約業務全体のマネジメントを通して、事業をドライブします。

GoodpatchはHolmesのブランディングデザインを支援させていただき、インナーに向けたミッションステートメント、プロダクトタグライン、営業ツール、ブランドへの想いを書き込むボードを共創させていただきました。



パートナー：株式会社Holmes



Shippio

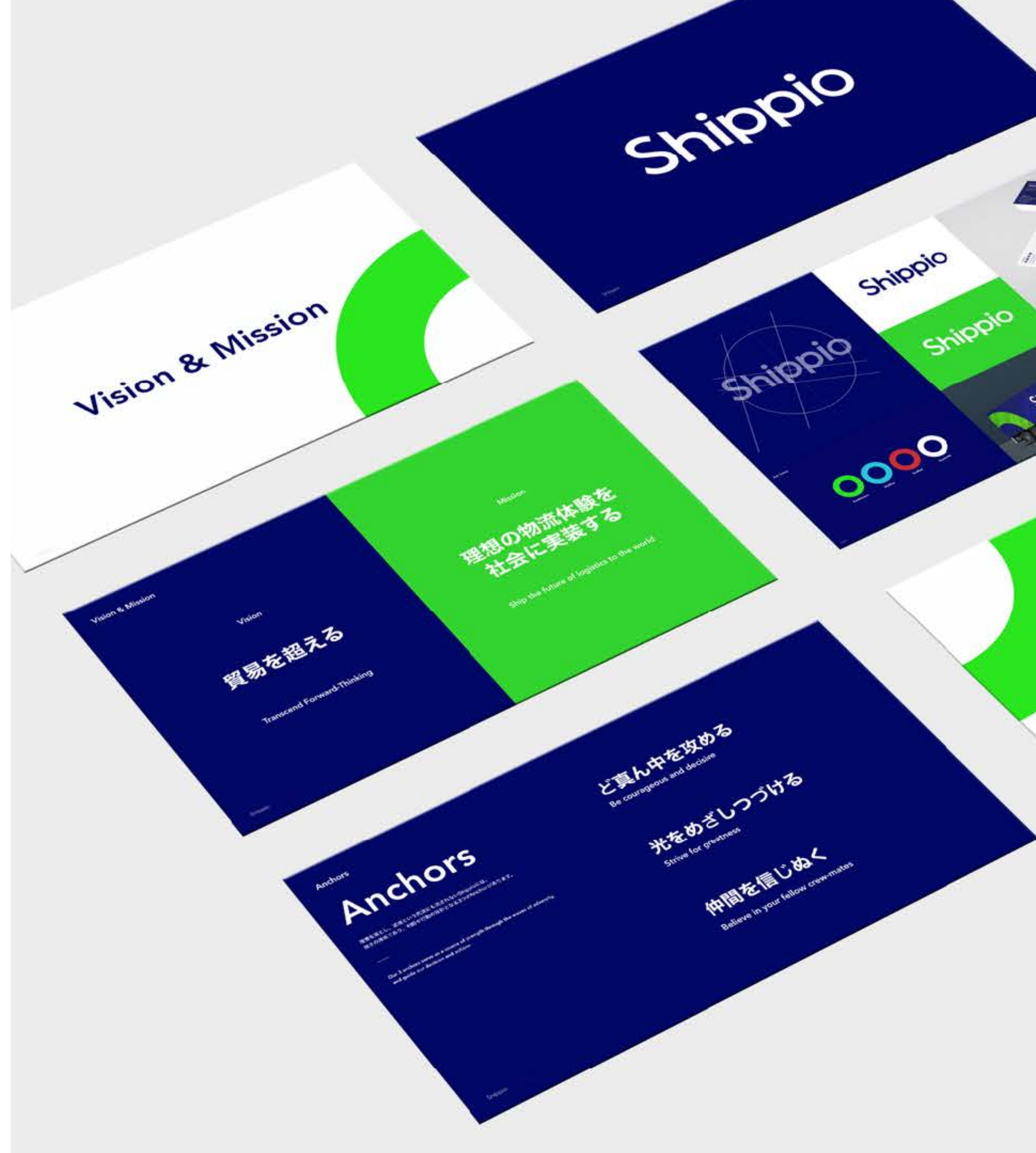
ビジョン・ミッション・バリュー策定、 ブランドアイデンティティ構築

国際物流・国際貿易のスタートアップShippioは、オンライン上で輸出入の発注、管理ができるソフトウェア開発とデジタルフォワーディング事業を行っています。

Goodpatchは組織の急速な成長の支えとなる強い企業の土台を作るためShippioのビジョン・ミッション・アンカーズ（バリュー）、ブランドステートメント、ブランドアイデンティティ、ロゴデザインを共創しShippioのブランドエクスペリエンス向上をお手伝いしました。

Shippio

パートナー：株式会社Shippio



沿革

2011年9月 千代田区で創業

2014年1月 プロトタイピングツール「Prot」をリリース

2014年5月 東京都渋谷区に本社移転

2015年5月 ドイツ・ベルリンに子会社「Goodpatch GmbH」を設立

2018年5月 デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」を開始

2018年8月 フルリモートデザインチーム「Goodpatch Anywhere」を開始

2019年6月 新卒デザイナー向けキャリア支援サービス「ReDesigner for Student」リリース

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

Goodpatch

Design to empower♥



表紙のデザインについて

Goodpatchが大切にしている価値観である“Why”を表す円形をモチーフに、青い薔薇を表現しました。

「夢叶う」という花言葉を持ち、私たちの一つの節目のシンボルとしています。

まだ小さなこの花を、さらに美しく強く咲かせるよう、私たちは前進し続けます。