

2021年8月期 第1四半期決算説明資料

株式会社グッドパッチ（証券コード：7351）

2021年1月14日



- 01 事業内容
- 02 FY2021 1Q 業績ハイライト
- 03 各事業の状況
- 04 FY2021 通期業績予想
- 05 FY2021 1Q TOPICS
- 06 FY2021 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 東京都渋谷区鶯谷町3-3 VORT渋谷South 2階

従業員数 174名（正社員 2020年11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 ボリス

取締役 松岡 毅

取締役 / CFO 榎島 俊幸

経営陣 社外取締役 山口 拓己

社外取締役 佐々木 智也

常勤監査役 佐竹 修

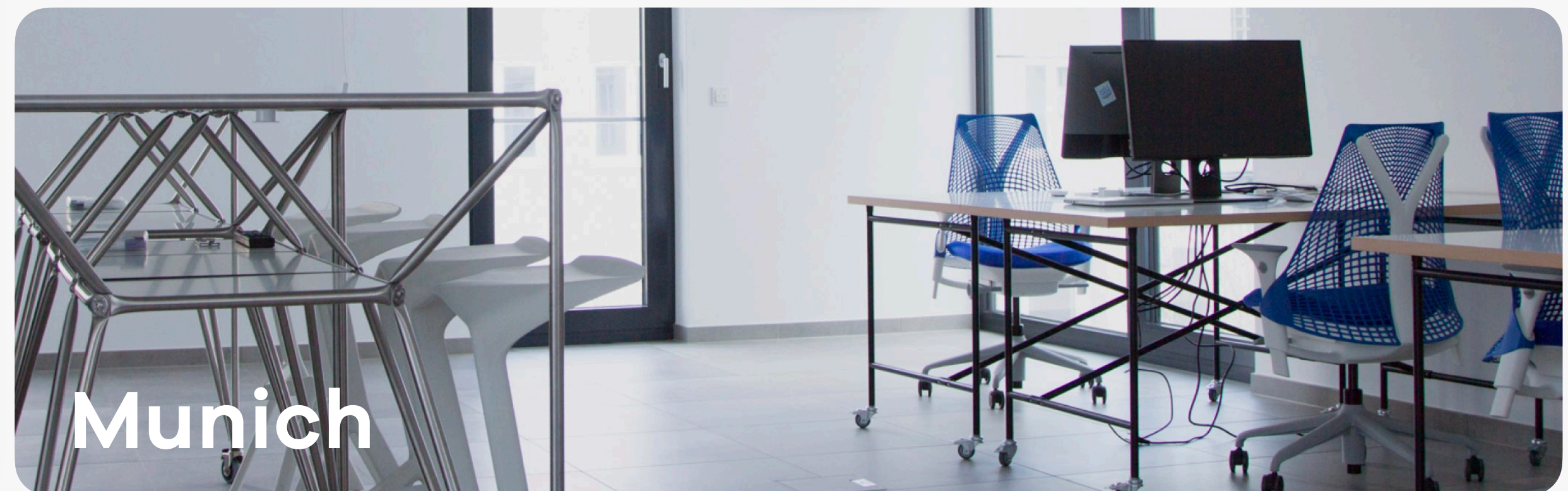
非常勤監査役 佐田 俊樹

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

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

+

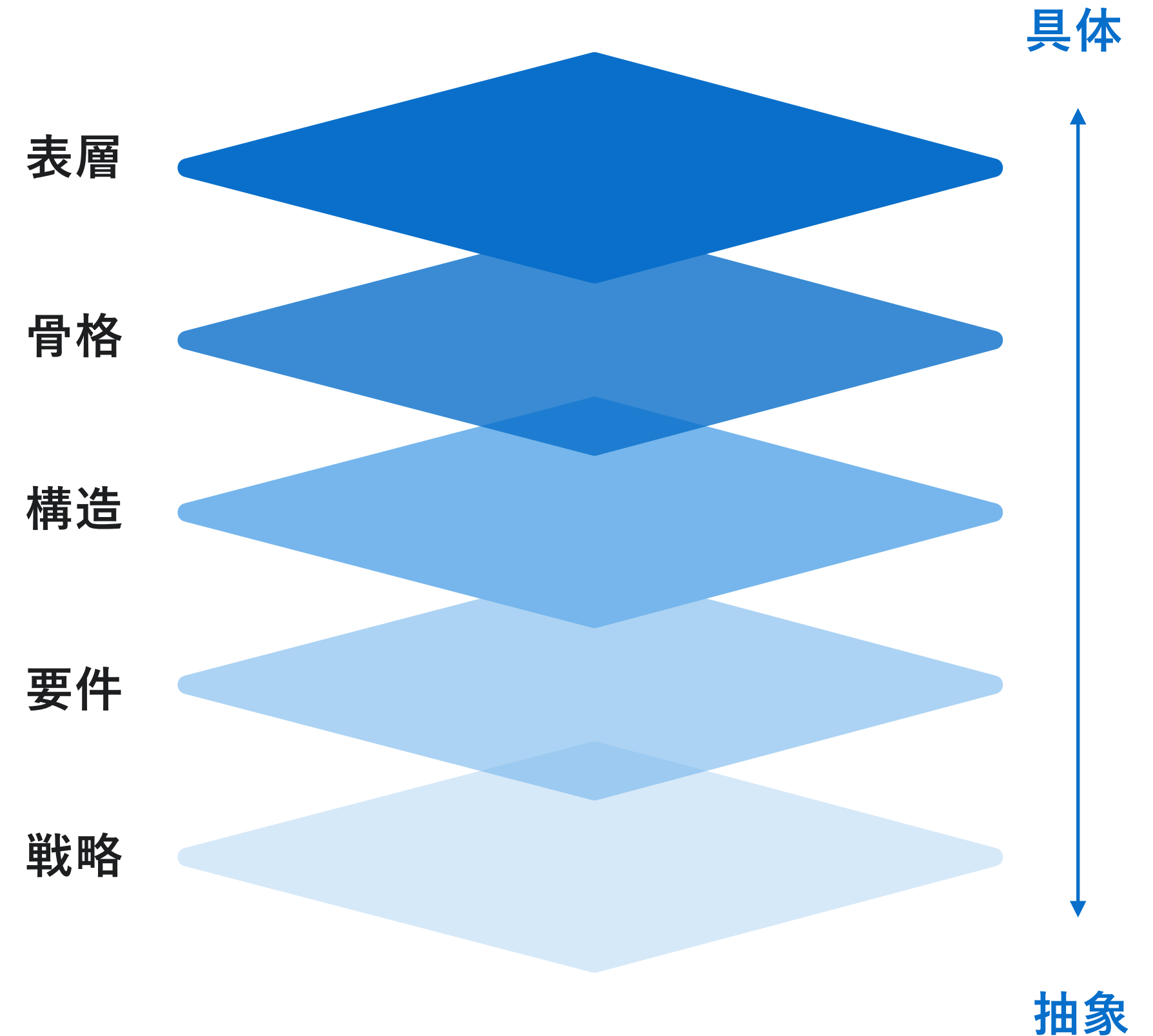
イノベーション力向上

=

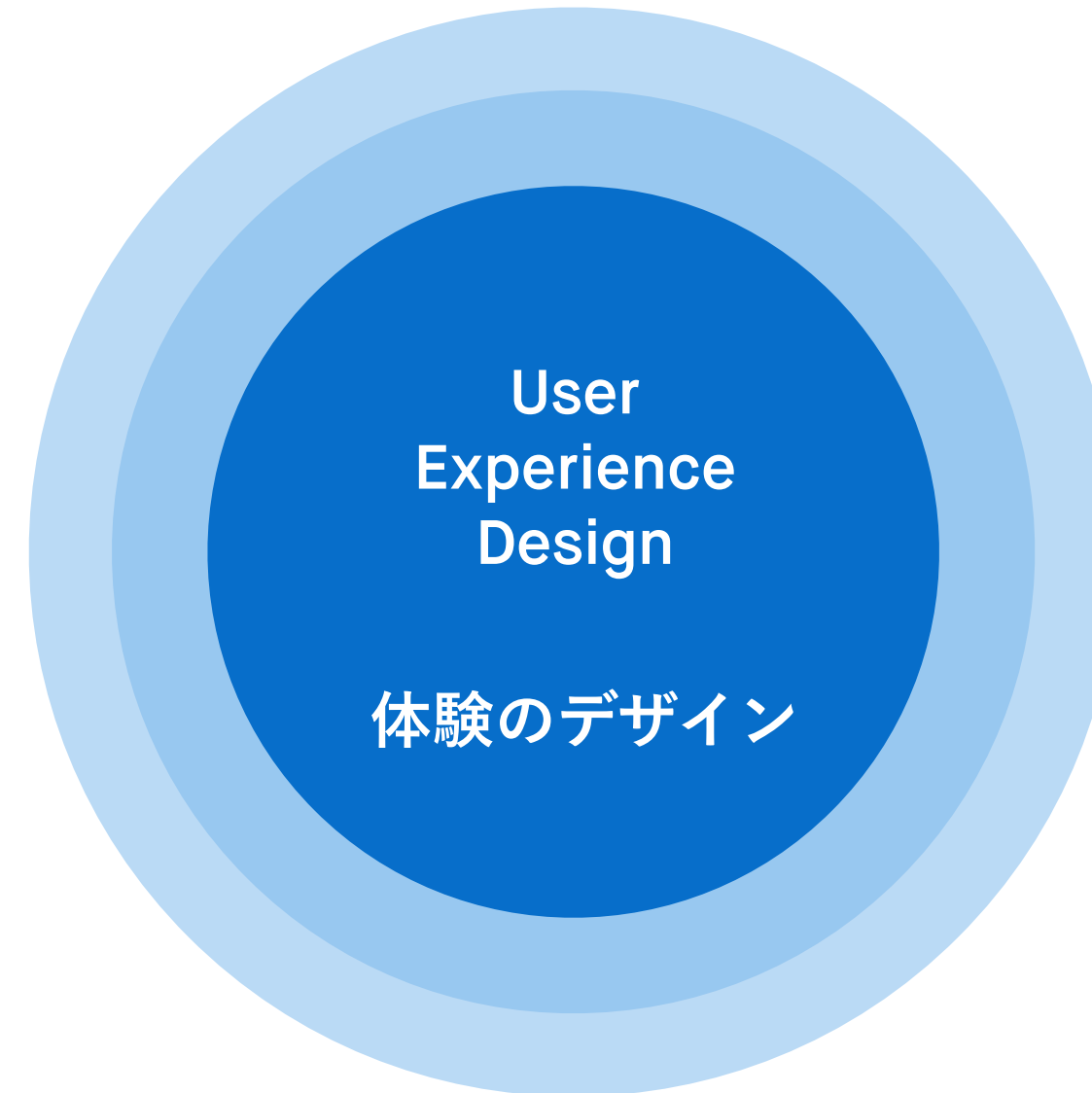
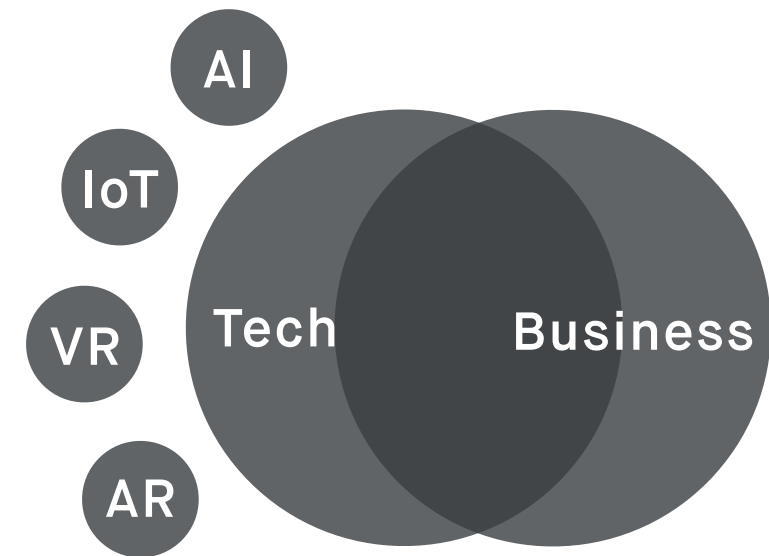
企業競争力の向上

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



ユーザーエクスペリエンスの要素 (Jesse James Garrett)



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、

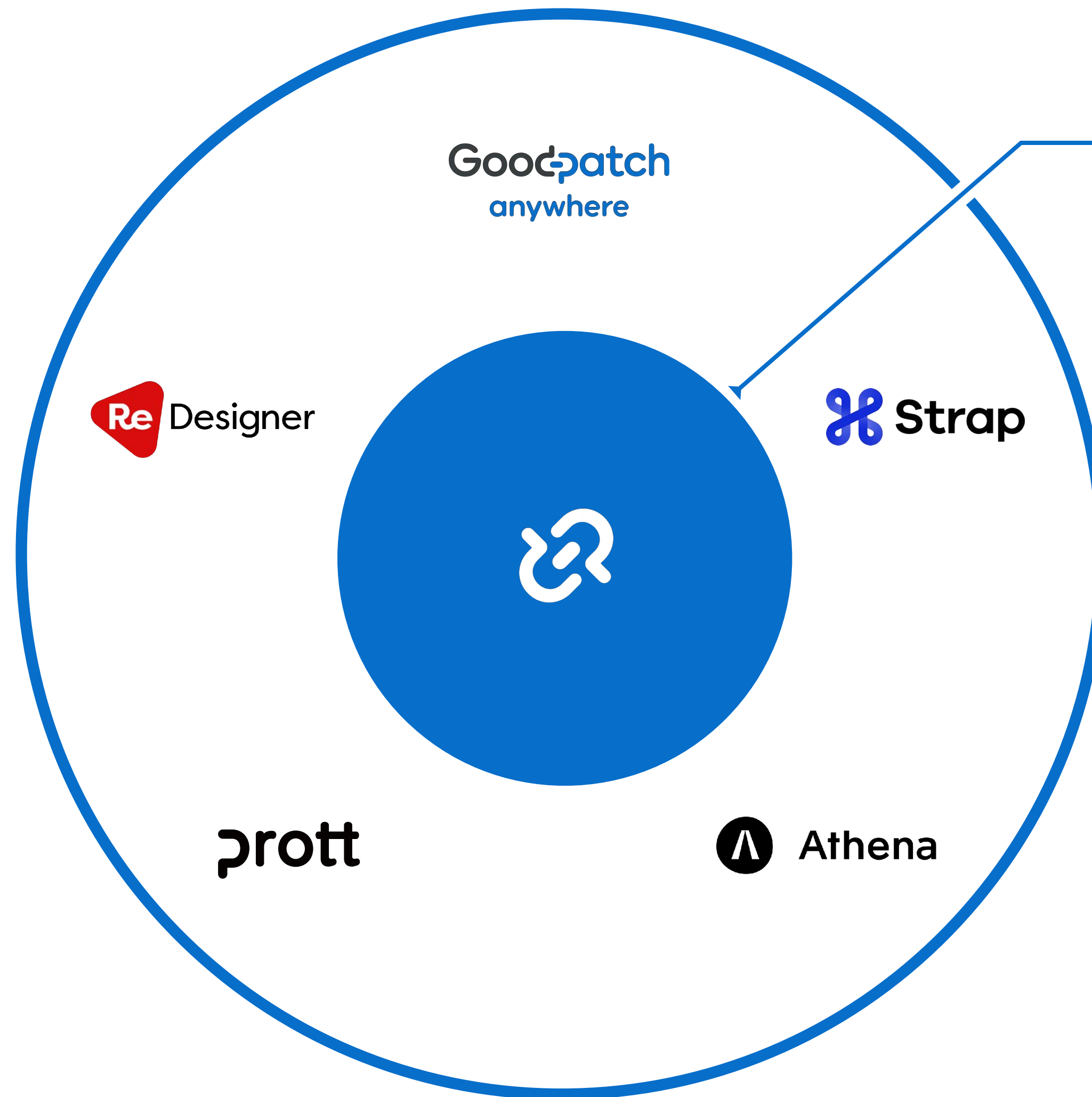
新たなビジネスモデルをともに検討するビジネスパートナー (※2)

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：富士通カメラ総研「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」

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

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支援も行う

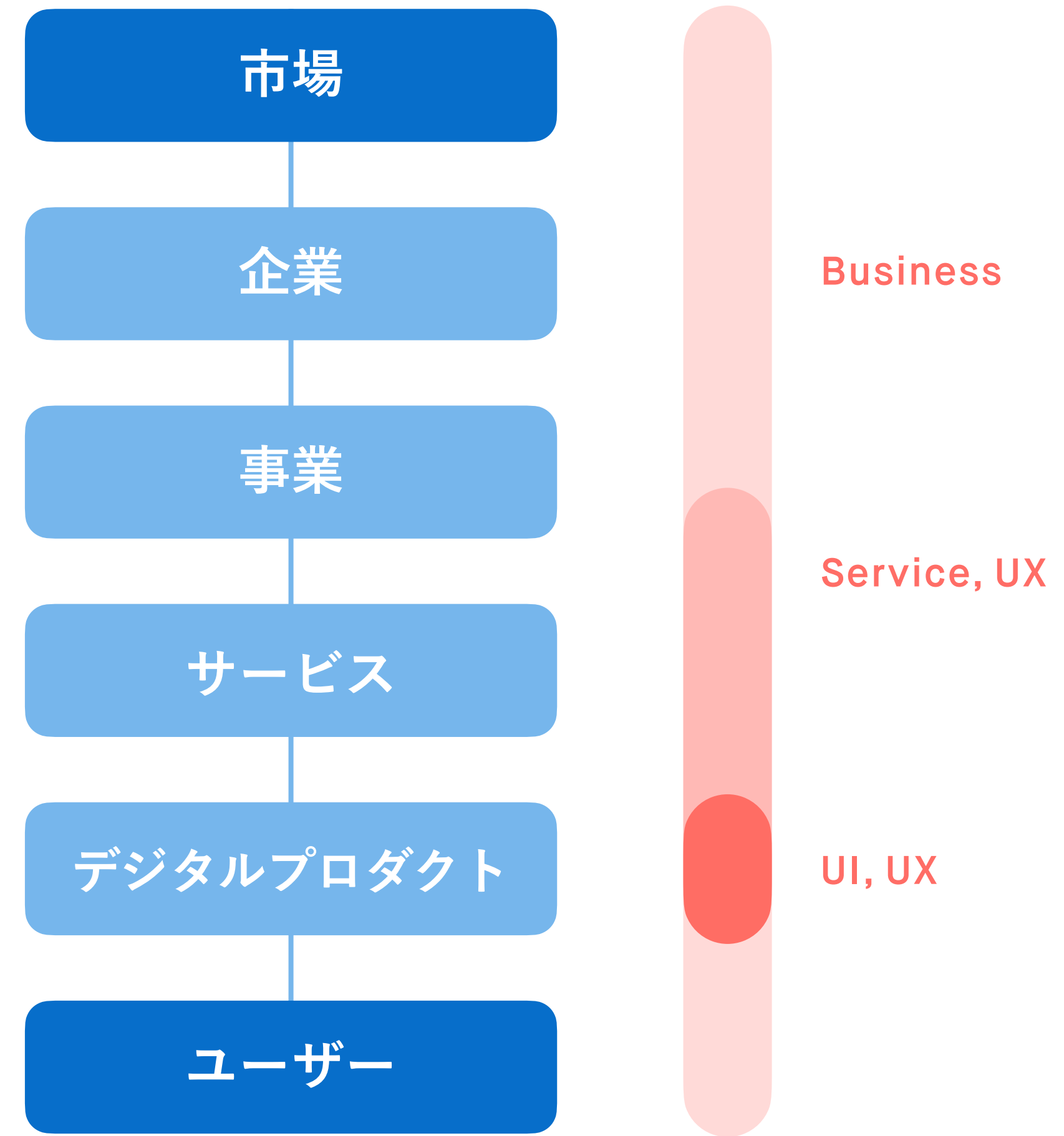
事業セグメント2

デザインプラットフォーム事業

フルリモートデザインチーム「Goodpatch Anywhere」、デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」、クラウドワークスペース「Strap」、プロトタイピングツール「Prott」、XRプロトタイピングサービス「Athena」、などの自社プロダクト・サービスを提供

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
- 故に請負ではなく主に準委任契約での仕事



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

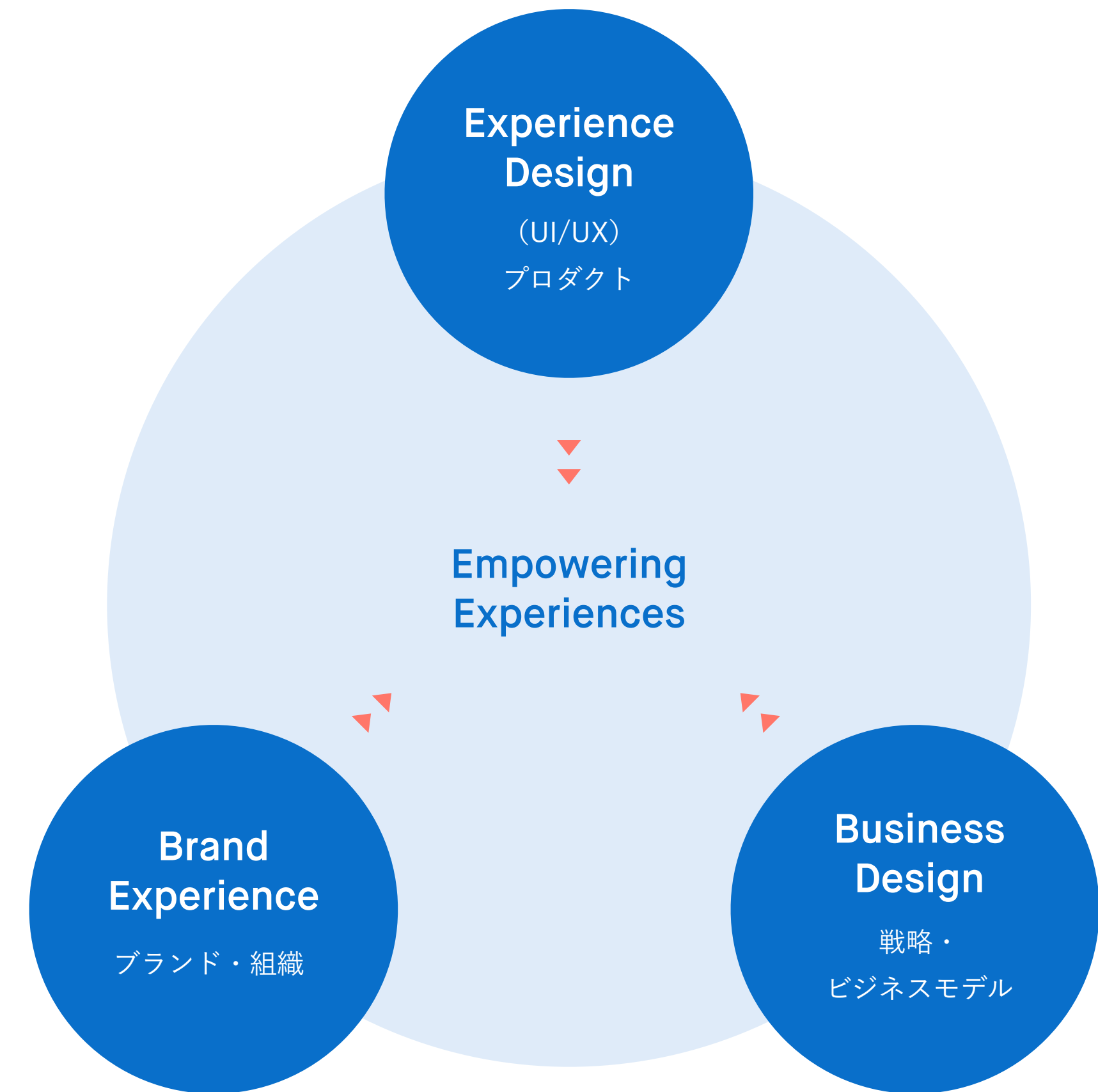
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）
 ユーザ視点でより使いやすいサービスを実現

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



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

7年連続計9回のグッドデザイン賞受賞

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8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

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



Goodpatch
anywhere

クラウドソーシング


フルリモート
デザインチーム



Re Designer

人材/HR SaaS

デザイナー特化型
キャリア支援サービス



prott
Strap

SaaS

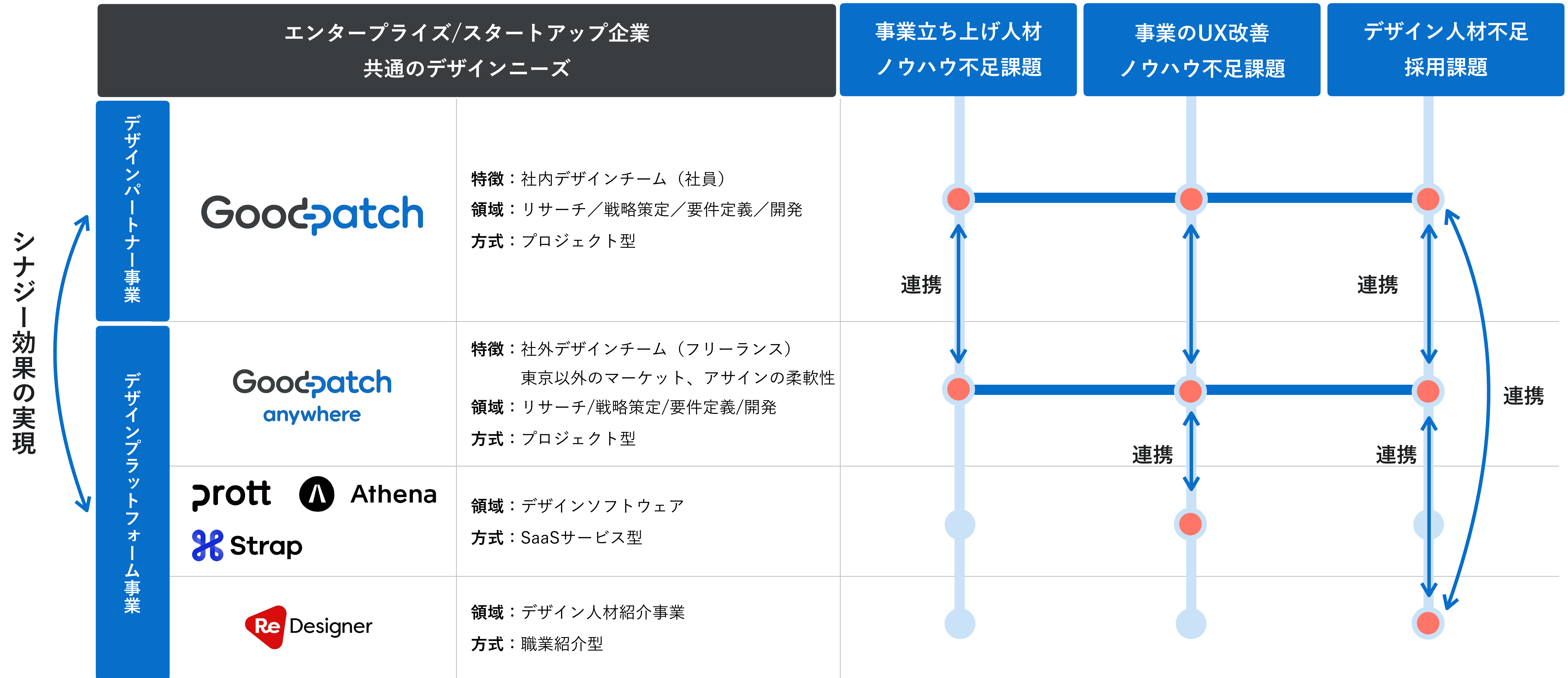
プロトタイピングツール
クラウドワークスペース



Athena

XR

XR
プロトタイピングサービス



FY2021 1Q 業績ハイライト

FY2021 通期業績ハイライト

売上高

前年同期比

651
(百万円)

+21.0%

進捗率

25.1%

営業利益

前年同期比

117
(百万円)

+50.3%

進捗率

39.5%

- 売上高はYoY+21.0%と力強い成長、業績予想比で約1/4の進捗と順調
- 営業利益はYoY+50.3%と収益力向上、業績予想比で約40%に到達
- 5-6月のコロナウイルスによる落ち込みから力強く回復、

好調だったFY2020 1Qを上回り、四半期の売上高・営業利益の記録更新

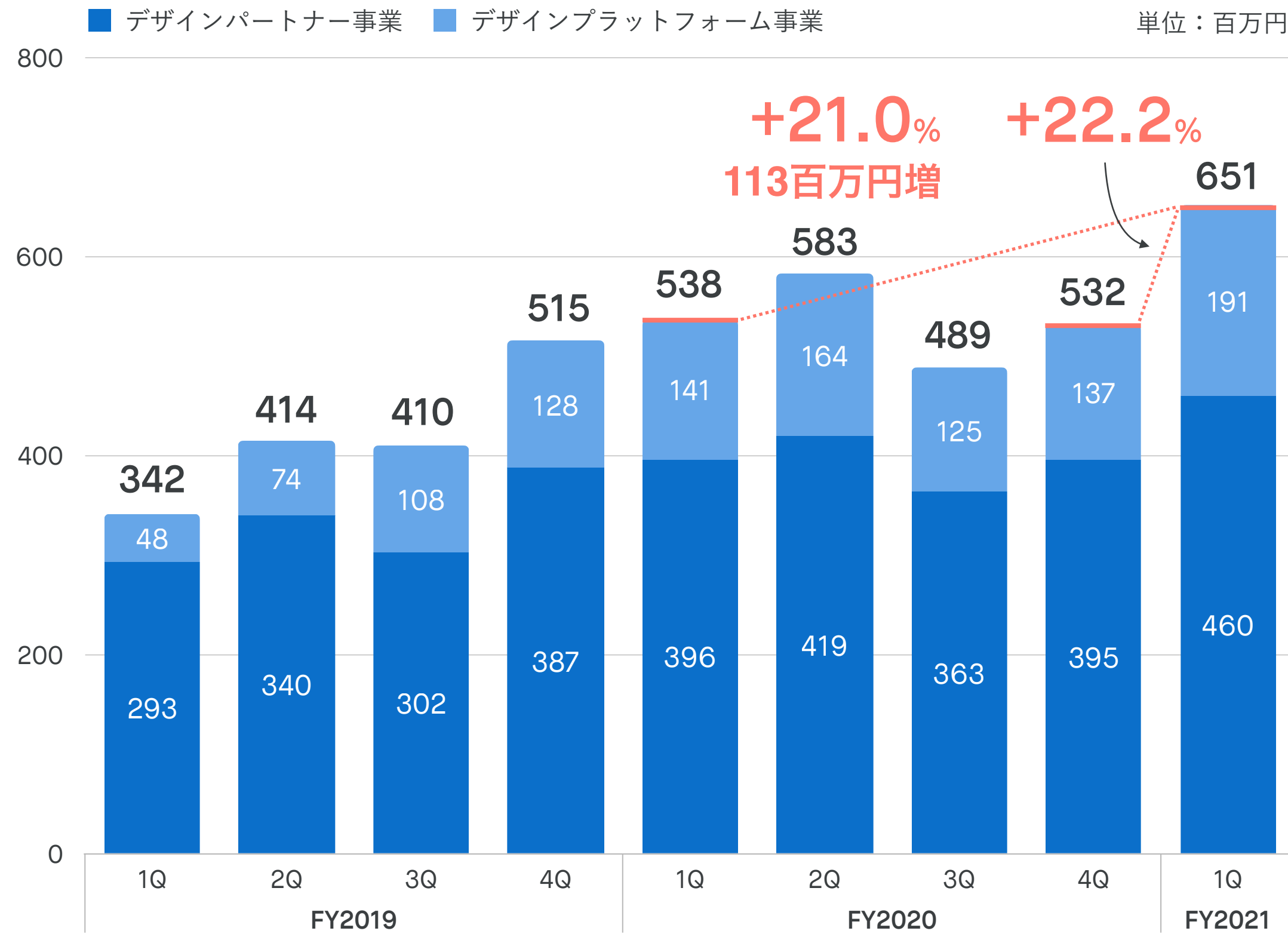
FY2021 事業方針

- 1 UI/UXデザインを武器に
大型DXプロジェクトの獲得
- 2 デザイン領域への拡張と
テクノロジーへの投資
- 3 フルリモートデザインチーム：
Goodpatch Anywhereの強化
- 4 リモートコラボレーションツール：
SaaS「Strap」の戦略的展開

売上高はYoY+21.0%、113百万円増加と順調に成長、
 営業利益はYoY+50.3%、39百万円増加と力強く成長、各事業が利益拡大に貢献

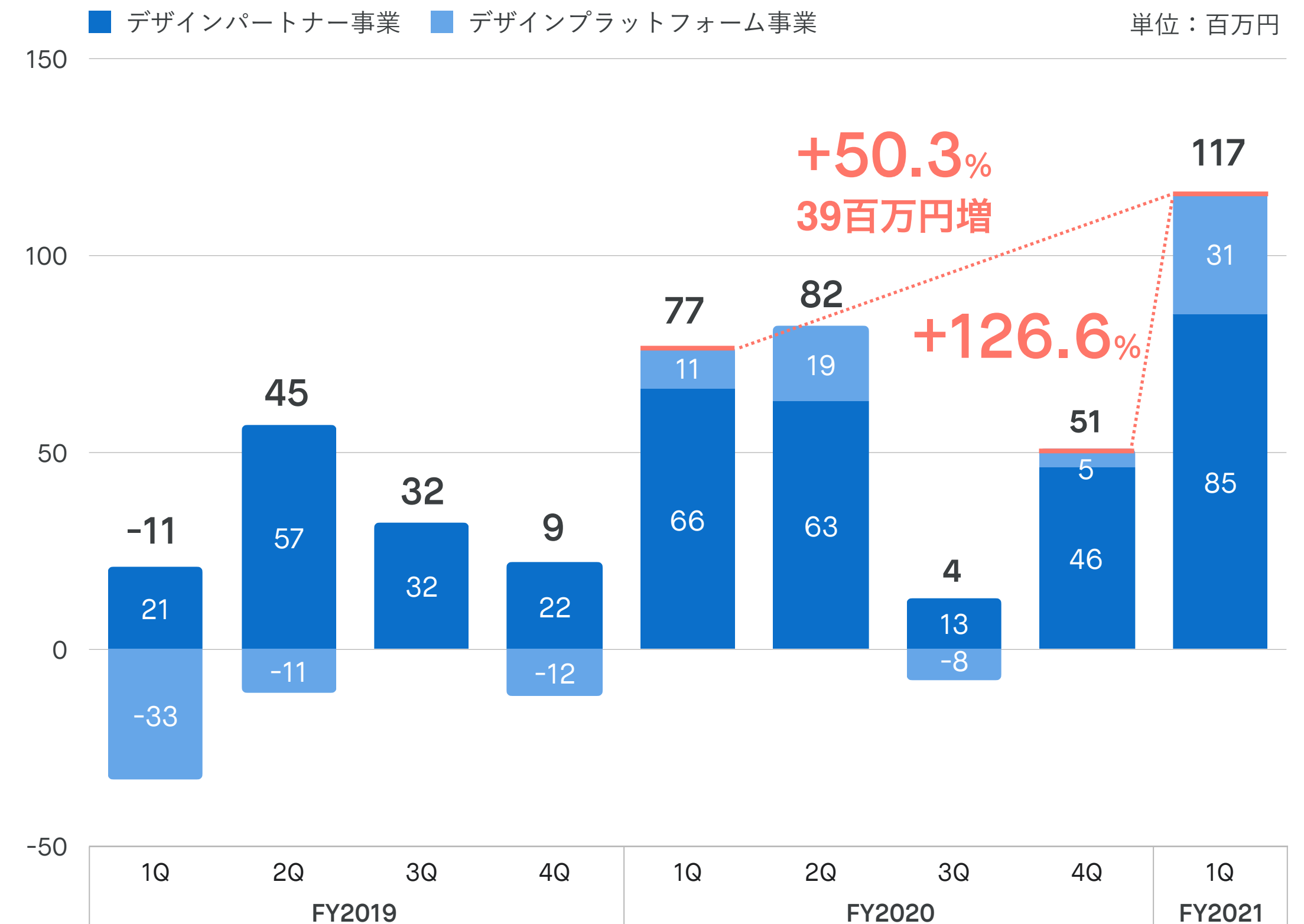
コロナウイルスの影響を受けた前四半期と比較すると売上高22.2%、営業利益126.6%の成長

売上高



※FY2019 1Q~4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

営業利益



業績好調だったFY2020 1Qを上回る業績、特に利益進捗率は40%前後で推移

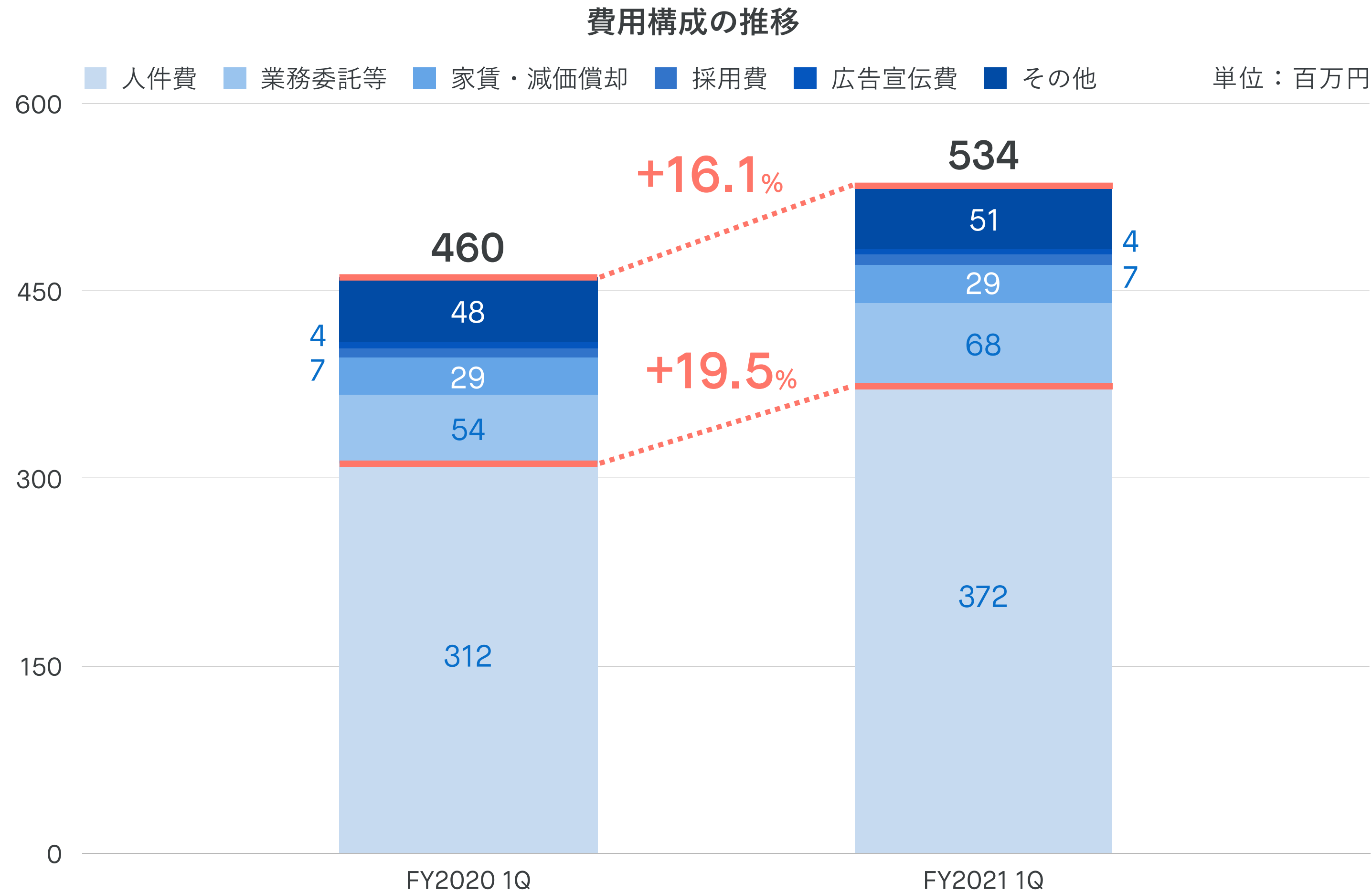
損益計算書

単位：百万円

	FY2020 1Q	FY2020 4Q	FY2021 1Q	YoY 増減率	QoQ 増減率	通期業績 予想	進捗率
売上高	538	532	651	+21.0%	+22.2%	2,591	25.1%
営業利益	77	51	117	<u>+50.3%</u>	+126.6%	296	39.5%
営業利益率	14.5%	9.7%	<u>18.0%</u>	+3.5pt	+8.3pt	11.4%	
経常利益	77	52	116	+51.0%	+122.3%	296	39.4%
当期純利益	65	49	97	+48.3%	+99.1%	227	43.0%

- コロナウイルスの影響を織り込み保守的な計画としたが、影響無く順調な事業推移となり、**堅調に売上高が成長**
- その結果、営業利益はデザインパートナー事業、デザインプラットフォーム事業ともに伸長し、**前年同期比+50.3%**と大きく成長
- 業績好調だった前年四半期を上回る結果、営業利益率も3.5pt改善し**18.0%**を達成

総費用は16.1%の伸びにとどまり、生産性向上そして利益拡大につながる

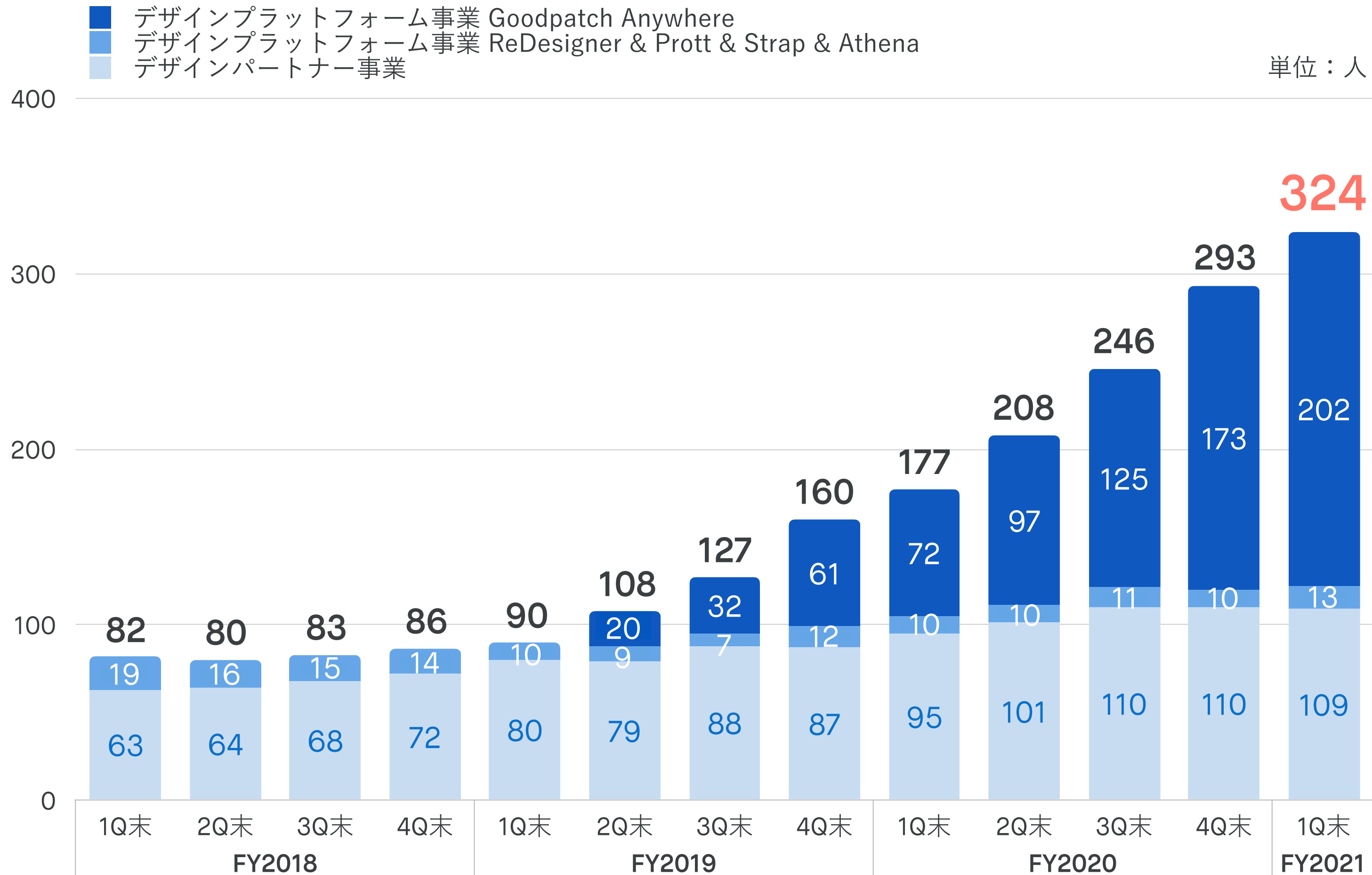


※上記費用には営業外費用および特別損失は含んでおりません。

- 人材への投資を継続し、人件費増加率は **19.5%** と他の費用より高く推移
- プロジェクトの増加に伴い、業務委託費が54→68百万円と増加
- それ以外の費用は総じて **大きな変動なし**
- 年間計画の総費用2,295百万円に対して **23.3%** の進捗と計画通り

デザイン人材プールは継続的に拡大、300人を超える国内最大のデザイン組織へ

デザイン人員数の推移



- デザインパートナー事業の直接雇用のデザイナーは前四半期比で1名減
日本にて**増加**するも、
ドイツにて**減少**
- プロダクトへの投資**のため
デザインプラットフォーム事業のデザイナー人材を増加
- Goodpatch Anywhereの登録デザイナー数は29名増加し、**200名**を超える

銀行借入の返済、資金効率の改善

純資産・自己資本比率は向上、健全な財務体質を維持

貸借対照表

単位：百万円

	FY2020	FY2021 1Q	増減	主な理由
流動資産	1,218	1,184	-34	
現金及び預金	939	848	-91	銀行借入の返済、 Goodpatch Design Fundの出資による減少
固定資産	292	321	+29	投資有価証券、繰延税金資産の増加
総資産	1,511	1,505	-5	
流動負債	381	294	-87	未払消費税、未払法人税等の減少
固定負債	191	174	-16	銀行借入の減少
純資産	938	1,036	+98	利益計上
自己資本比率	62.1%	68.8%	+6.7pt	

各事業の状況

コロナウイルスの影響から脱却し、YoYにて売上高は+15.9%

営業利益は+28.3%となり力強く成長、四半期における売上・営業利益の記録更新

セグメント全体 FY2021 1Q

売上高

前年同期比

460
(百万円)

+15.9%

営業利益

前年同期比

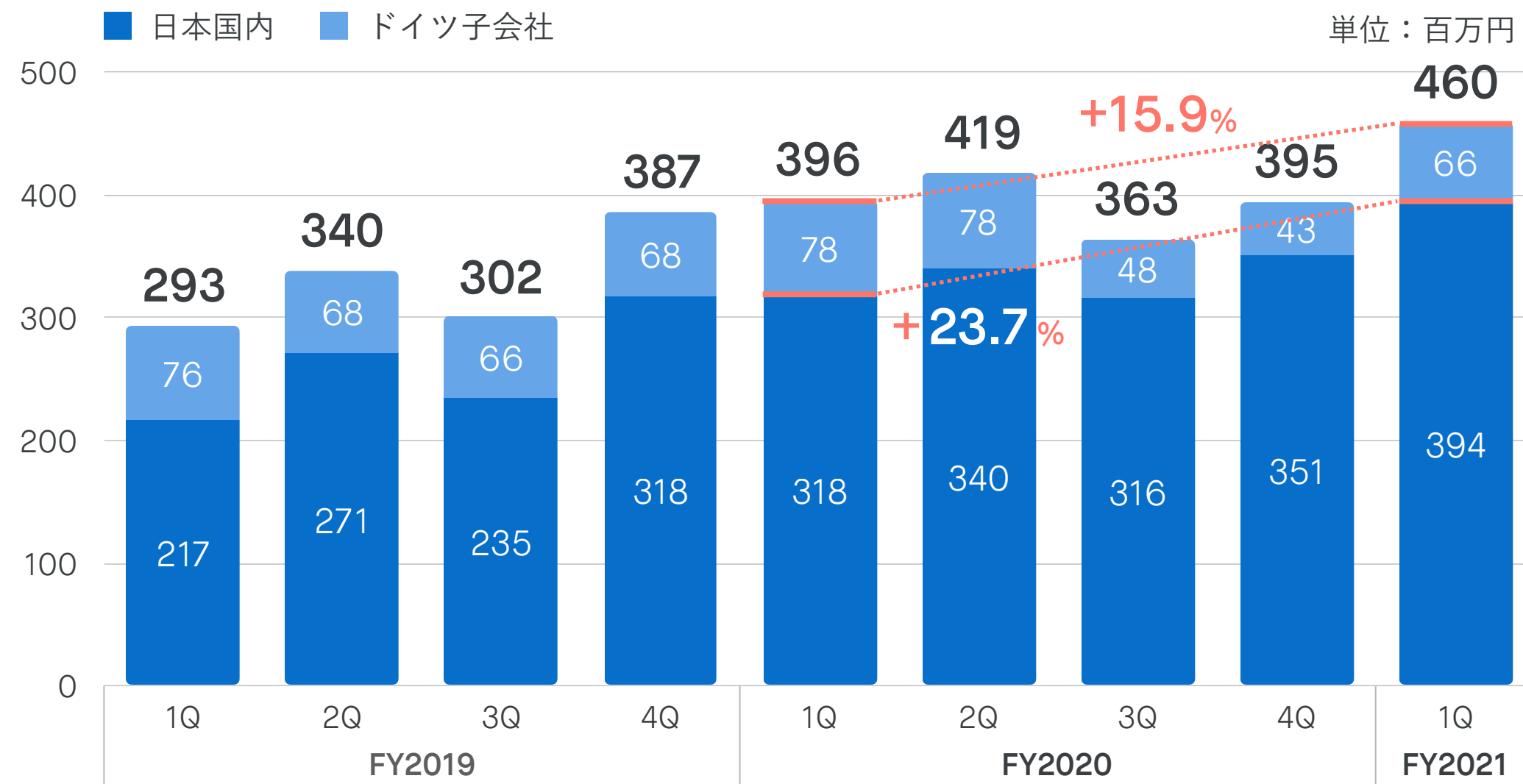
85
(百万円)

+28.3%

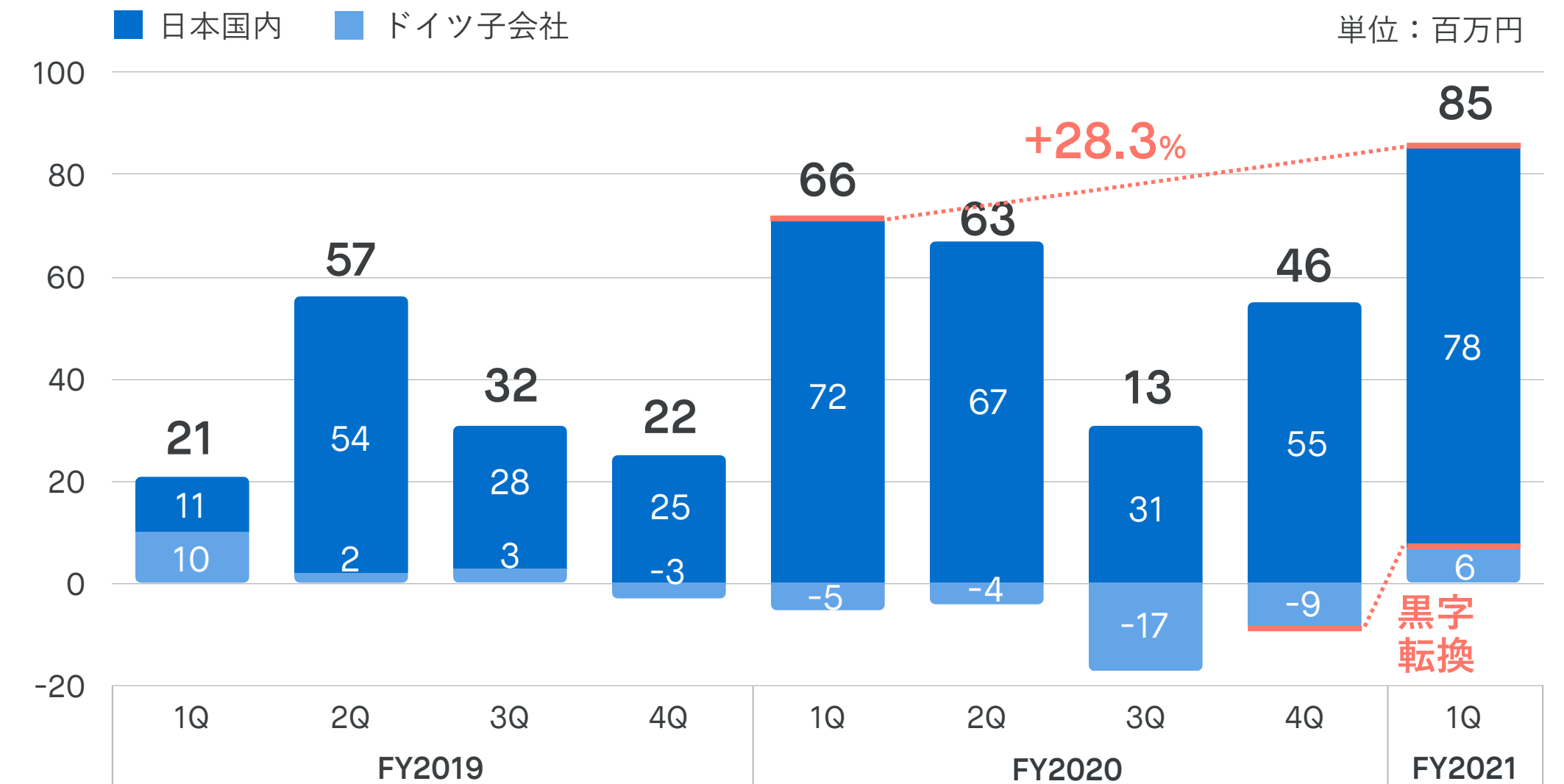
- 日本国内の問い合わせは前年比約5割増加と好調
IPOによる知名度向上も要因と思われる
- 前四半期半ばより継続的にプロジェクト件数が拡大し、
トップラインを牽引
- 黒字転換を実現したドイツ子会社が営業利益に大きく貢献
- 事業全体の人材の増加トレンドは一服だが、
主力の日本国内にて採用進む

四半期単位では最高益、事業全体でも約16%の売上高成長、 特に日本国内にてYoY+23.7%の高成長を達成

売上高



営業利益



- ・日本国内では、前四半期に急増した問い合わせの案件化が進み、各月でデザイナーがフル稼働状態に
- ・ドイツ子会社においては、プロジェクトの増加による稼働UPに加えて、労働時間短縮制度（Kurzarbeit）により非稼働分のコスト負担が軽減され、収益力が大きく高まる

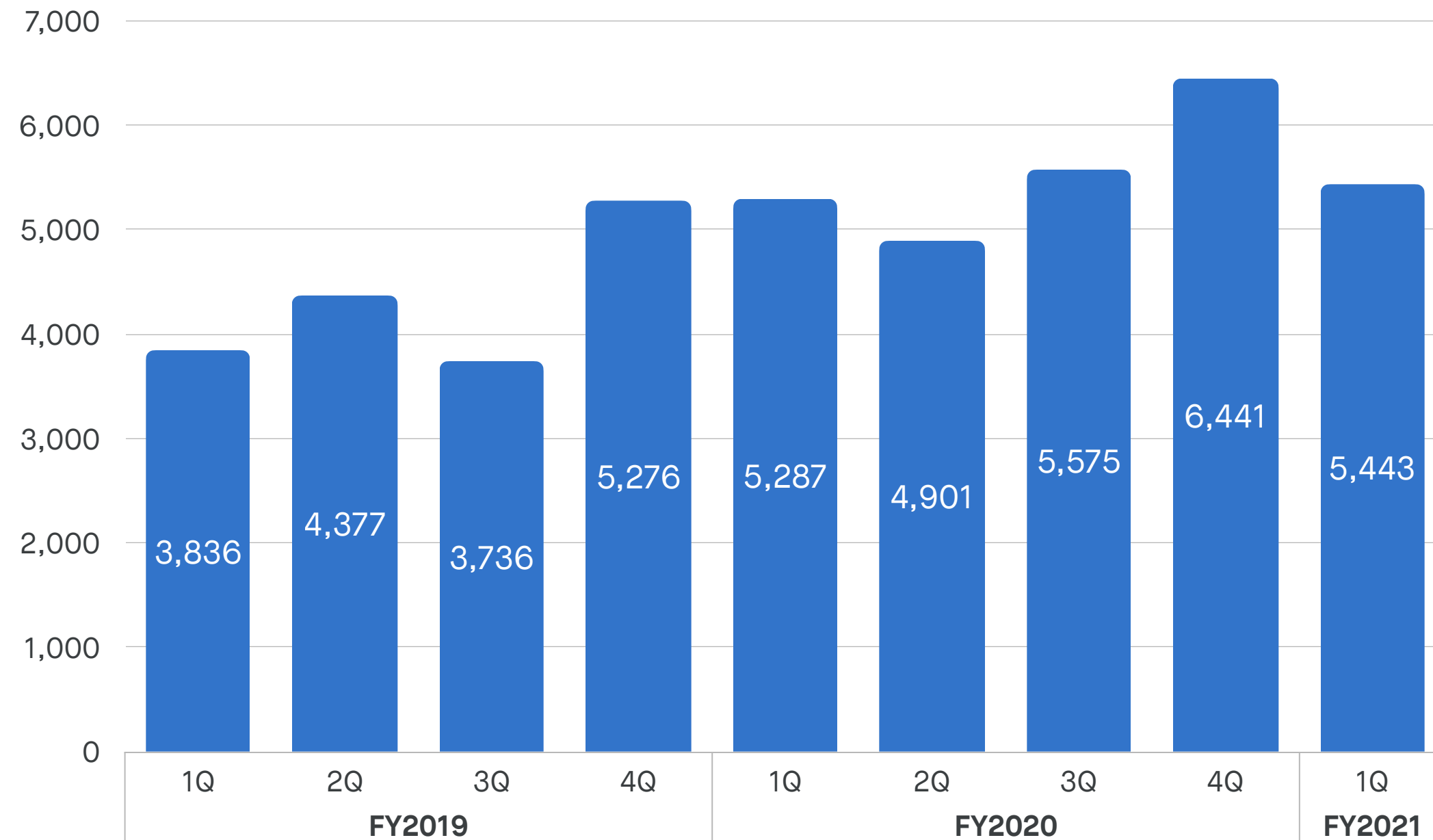
※FY2019 1Q~4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

プロジェクト月単価・件数の上昇トレンドが継続

コロナウイルスの影響から脱却し、プロジェクト月単価・プロジェクト件数が正常化

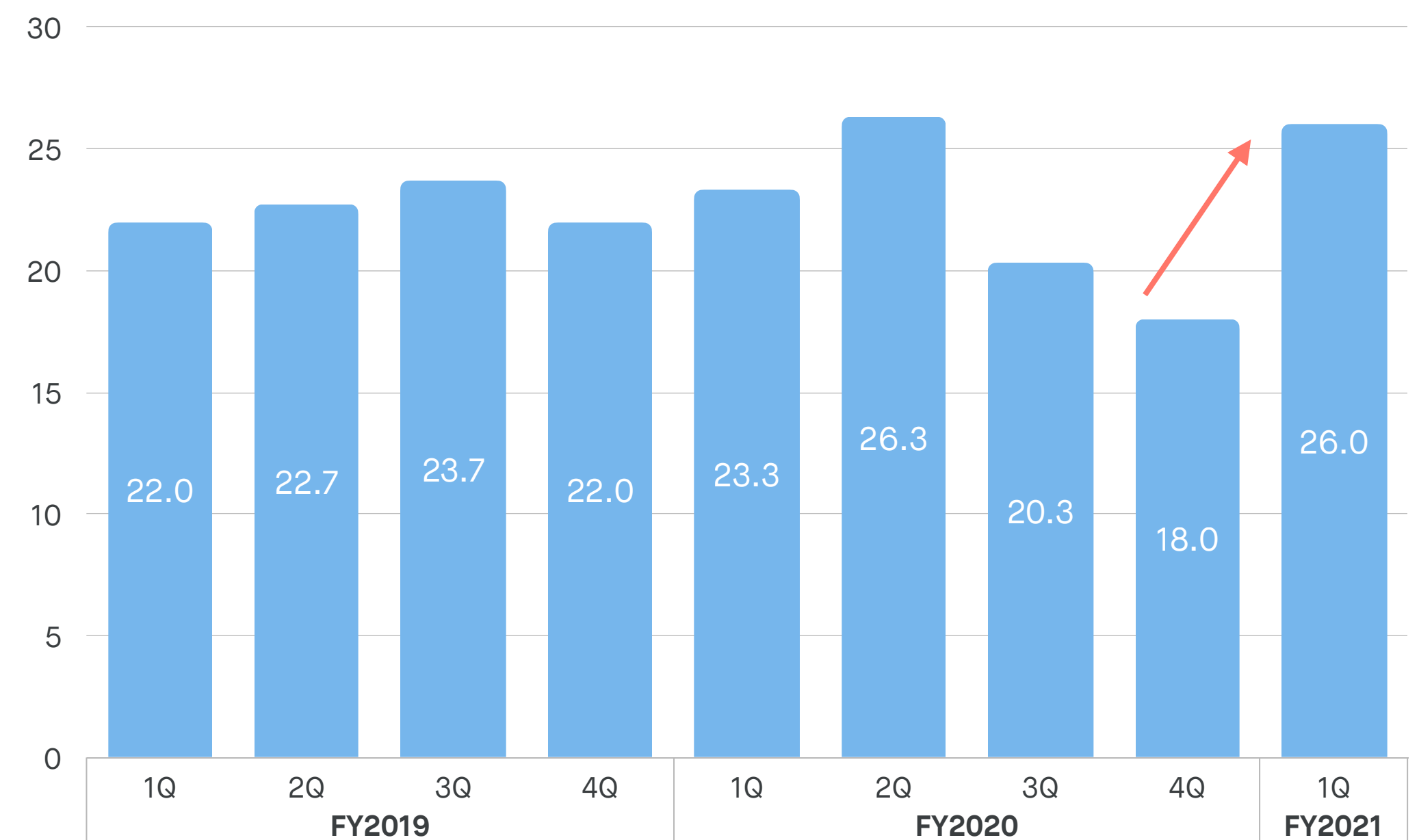
プロジェクト月単価

単位：千円



月平均プロジェクト件数

単位：件

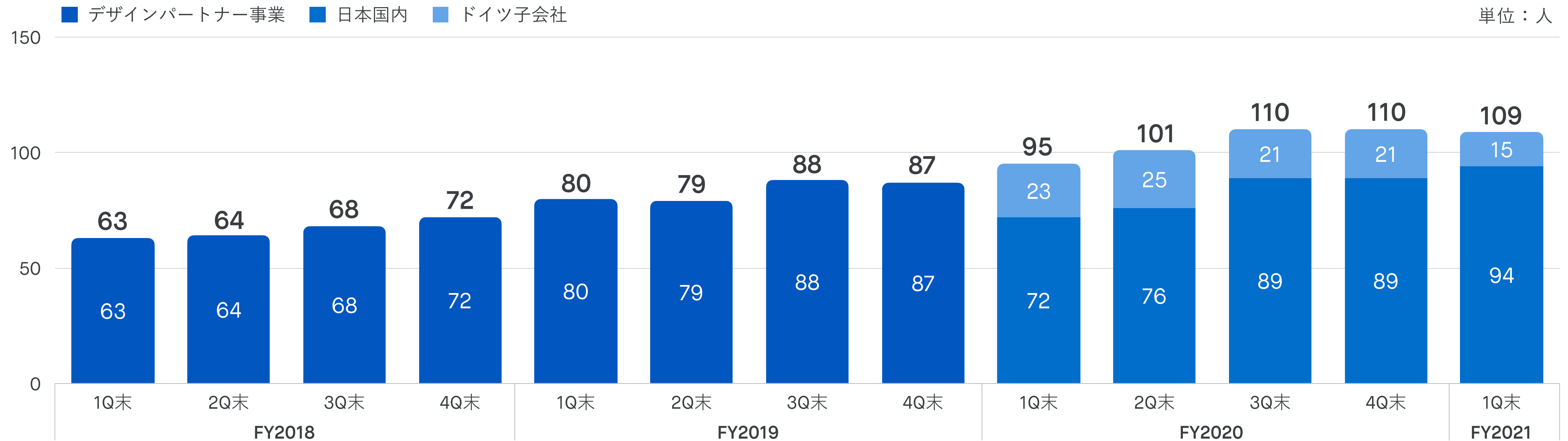


- 問い合わせの案件化が7月以降進行し、日本・ドイツ子会社のプロジェクト件数が急回復
- 大型～小型案件も含めて獲得が進んだため、プロジェクトの単価は低下するも、FY2020の上半期よりも高い水準を維持

前四半期比で1名減も、デザインタレントプールの拡大傾向続く

好調の日本国内において増加、余剰人員を抱えるドイツ子会社にて調整進む

デザインパートナー事業のデザイン人員数



- ・ 1Qにて日本国内での採用活動は概ね計画どおりの進捗（中途採用7名入社）
- ・ ドイツ子会社においてはコロナウイルスの影響を受け、プロジェクト待機者にて退職が進む、稼働率・費用効率は向上した
- ・ 今後はドイツ子会社も安定化し、事業全体で人材増加トレンドに回帰

※数値はデザインパートナー事業（日本・ドイツ）のデザイナー・エンジニア人数

コロナウイルスの影響から脱却、Goodpatch Anywhereを軸に YoYにて売上高は+35.3%・営業利益は約3倍となり、力強い成長を達成

セグメント全体 FY2021 1Q

売上高

前年同期比

191 (百万円) +35.3%

営業利益

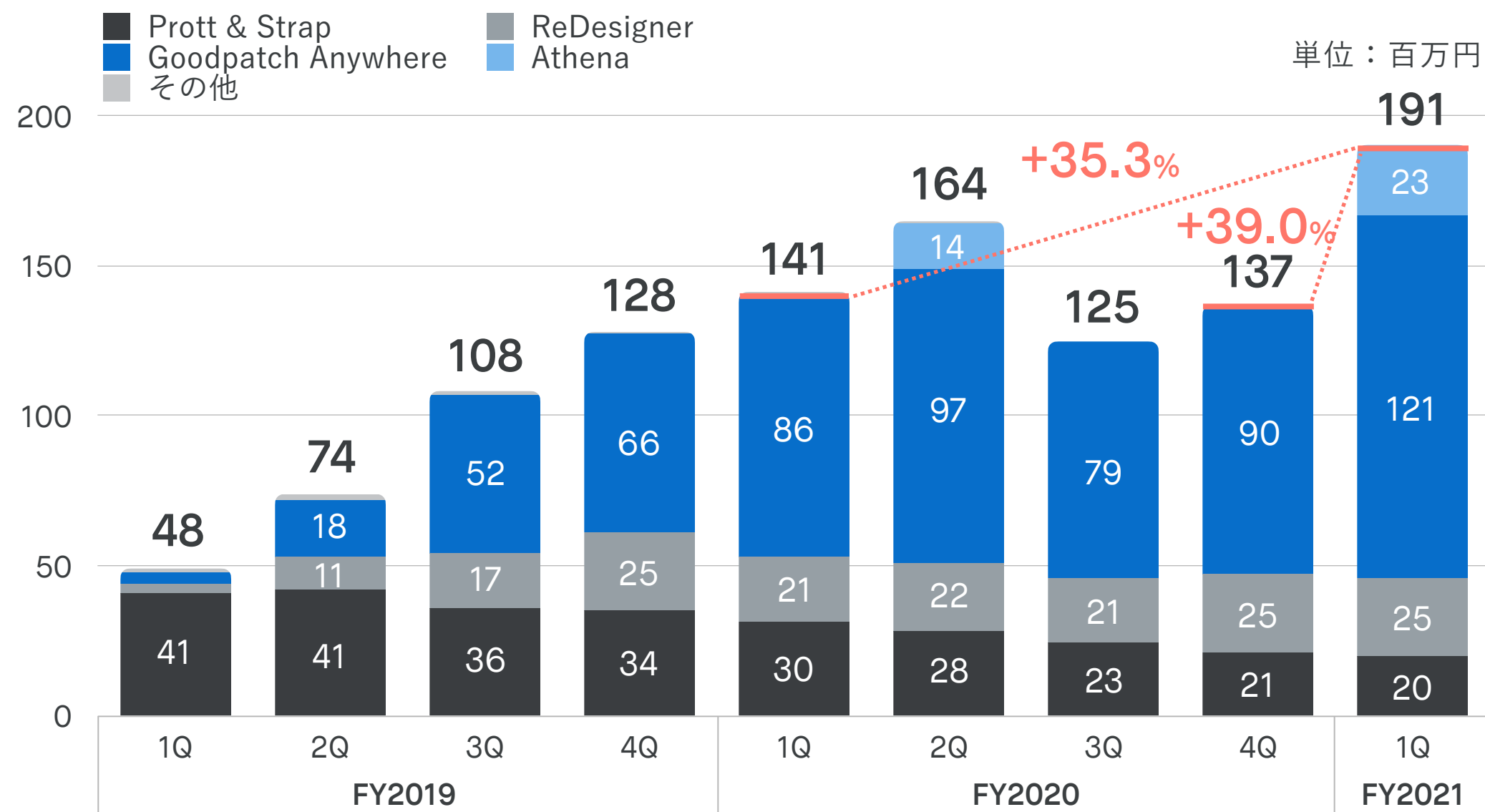
前年同期比

31 (百万円) +180.9%

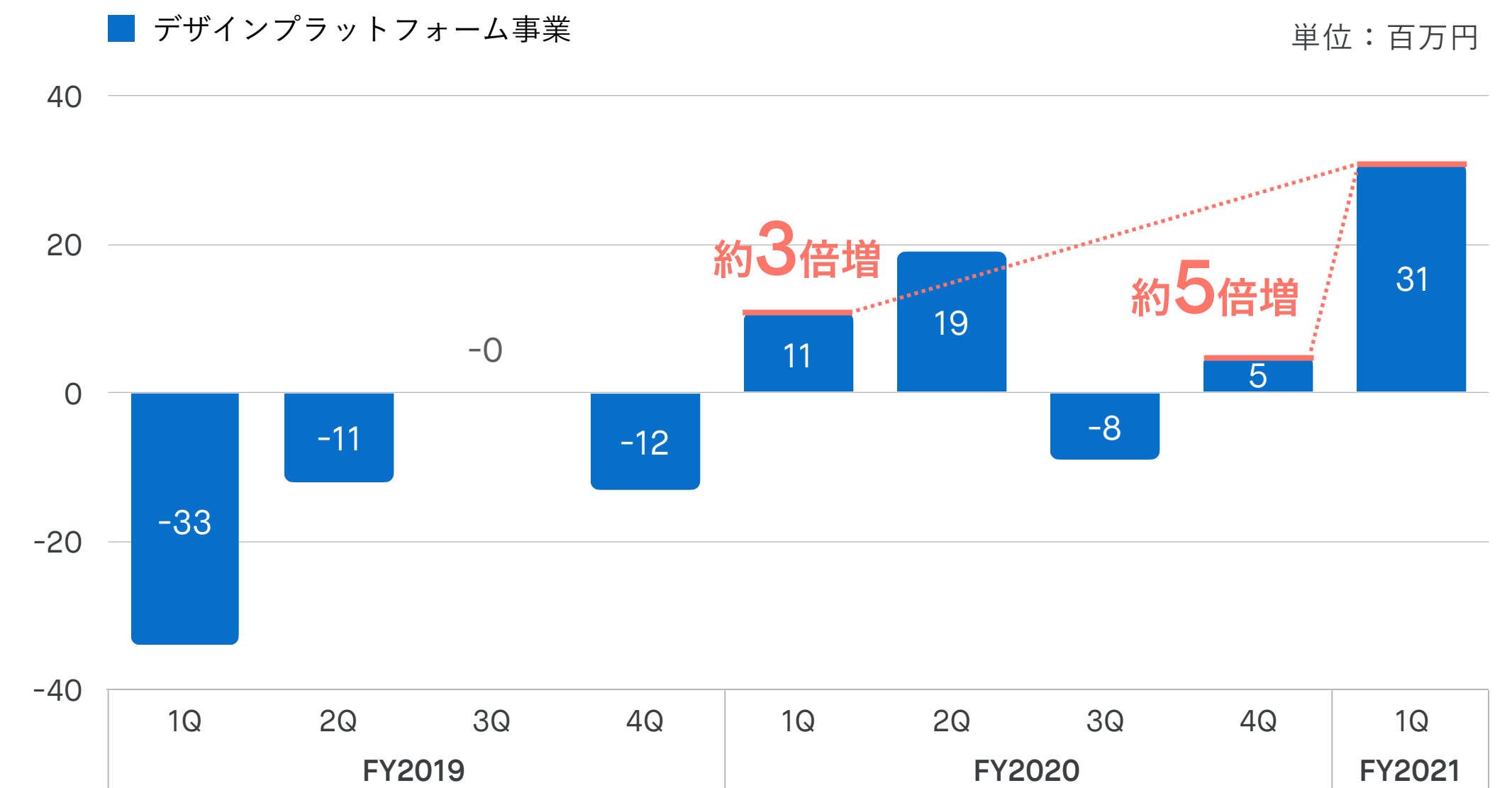
- Goodpatch Anywhereがトップラインの成長を牽引、案件数増加し利益拡大に大きく貢献
- ドイツ子会社にて**Athena**を利用したVR/ARデザイン案件をトヨタコネクティッド株式会社から受注セグメントの売上・営業利益に寄与
- 昨年度1年分の営業利益額26百万円を超える大幅な増収増益

当事業もコロナウイルスの影響から脱却し、四半期の売上・営業利益が急拡大 前四半期と比較すると、売上高は約4割成長、営業利益は5倍の31百万円に

売上高



営業利益



- Goodpatch Anywhereがトップラインの成長を牽引、今Qにて売上高が1億円を突破し、前四半期比で31百万円を積み上げる
- Strapのローンチによりプロダクト（ProttとStrapの合計）の売上減少が緩和
- ReDesignerは前四半期比横ばいだが計画を上回り順調に推移

※FY2019 1Q~4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

Goodpatch Anywhere

前年同期比39.6%の成長、
デザインプラットフォーム事業の成長を牽引

ReDesigner

前年同期比18.0%の成長、
コロナ禍から回復し、計画を上回り推移

Prott & Strap

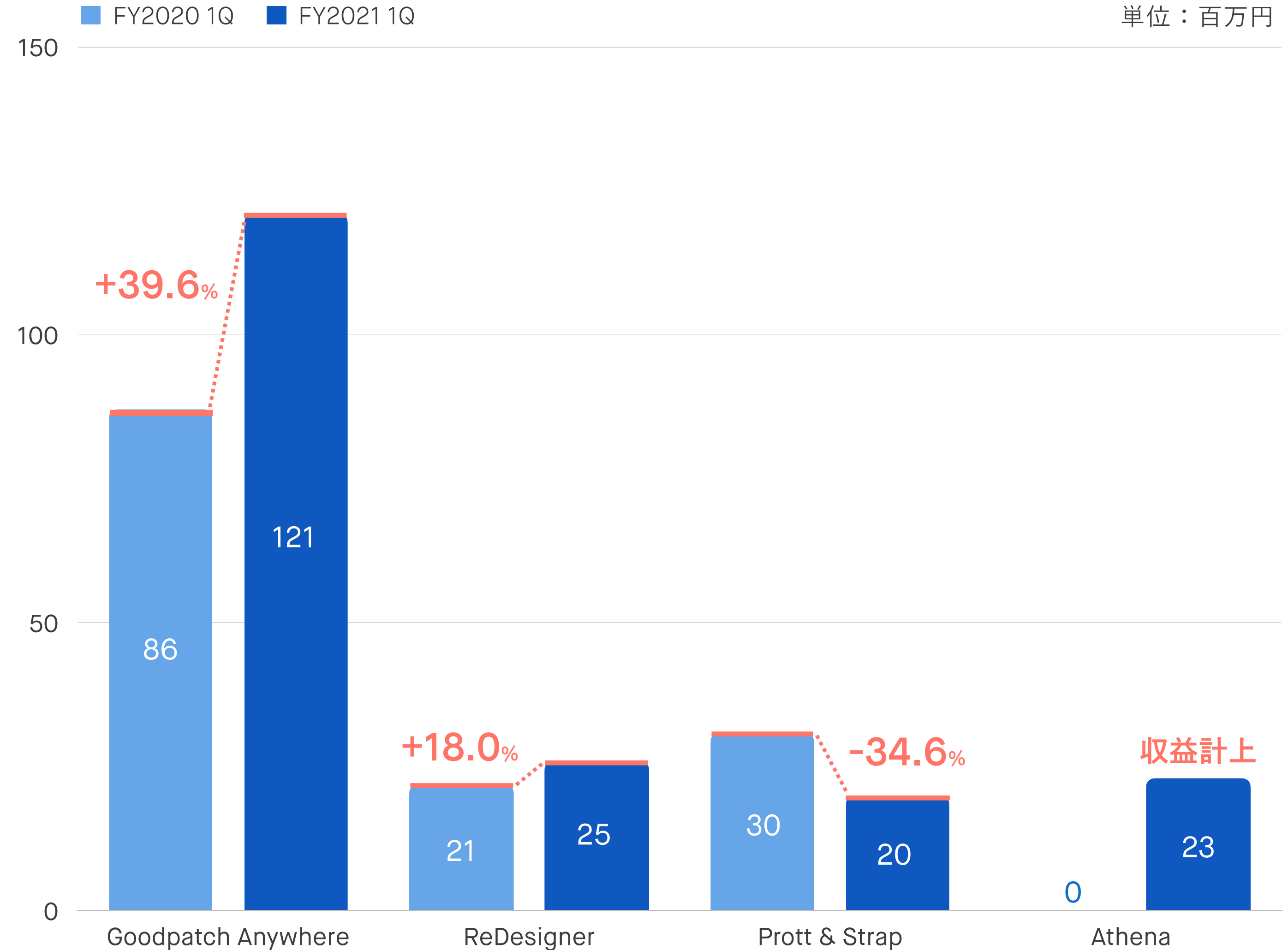
前年同期比34.6%の減少で踏みとどまる、
Strapの提供社数は21社と概ね計画通り

Athena

トヨタコネクティッド株式会社との
プロジェクト開始により収益計上

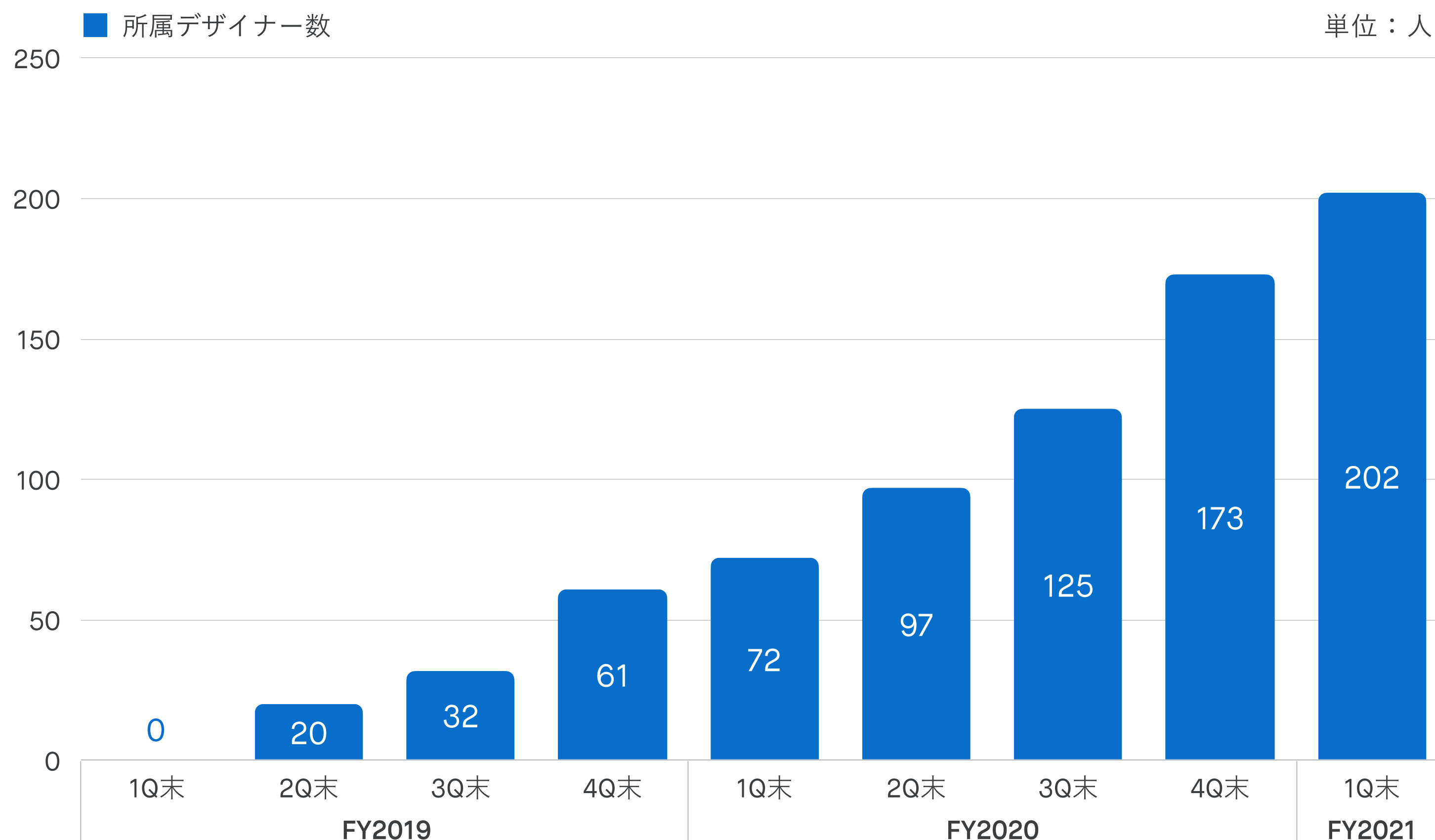
デザインプラットフォーム事業
各サービスの売上高推移

単位：百万円



Goodpatch Anywhereがトップラインの成長を牽引、プロジェクト数が増加し利益拡大に大きく貢献

Goodpatch Anywhere デザイナー数の推移



- 人材プール拡充が継続、順調に推移
- 直近の実稼働は41名前後で推移
- 前年同期比+39.6%の売上成長
- フレキシブルなリソースを活用したデザイン人材プラットフォームが利益拡大期に到達



BOOK☆WALKER



ASHINAGA

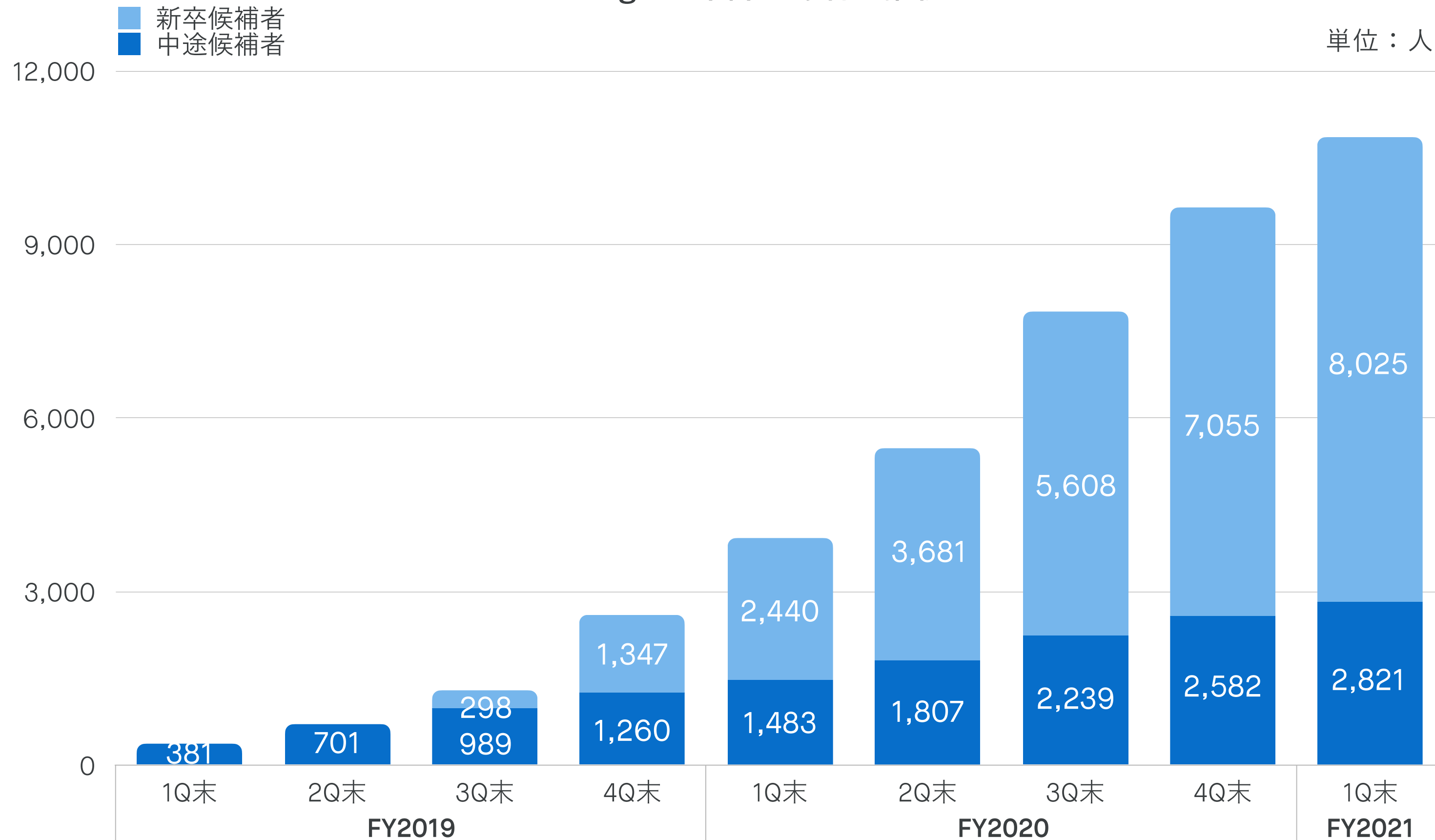
すべての遺児に教育の機会と心のケアを



SAKURA internet

ReDesignerの売上は前四半期比で横ばいだが、 計画を上回り順調に推移

ReDesigner 累計登録者の推移



- 前四半期からマーケットに動きが戻り、10月では単月最高売上、11月では過去最多の単月内定数を記録
- 累契約企業数は345社へ拡大



FY2021 通期業績予想

FY2021通期業績予想は維持

コロナウイルスの第2波・第3波による影響が未知数であるため、引き続き影響を加味した保守的な計画を継続

売上高

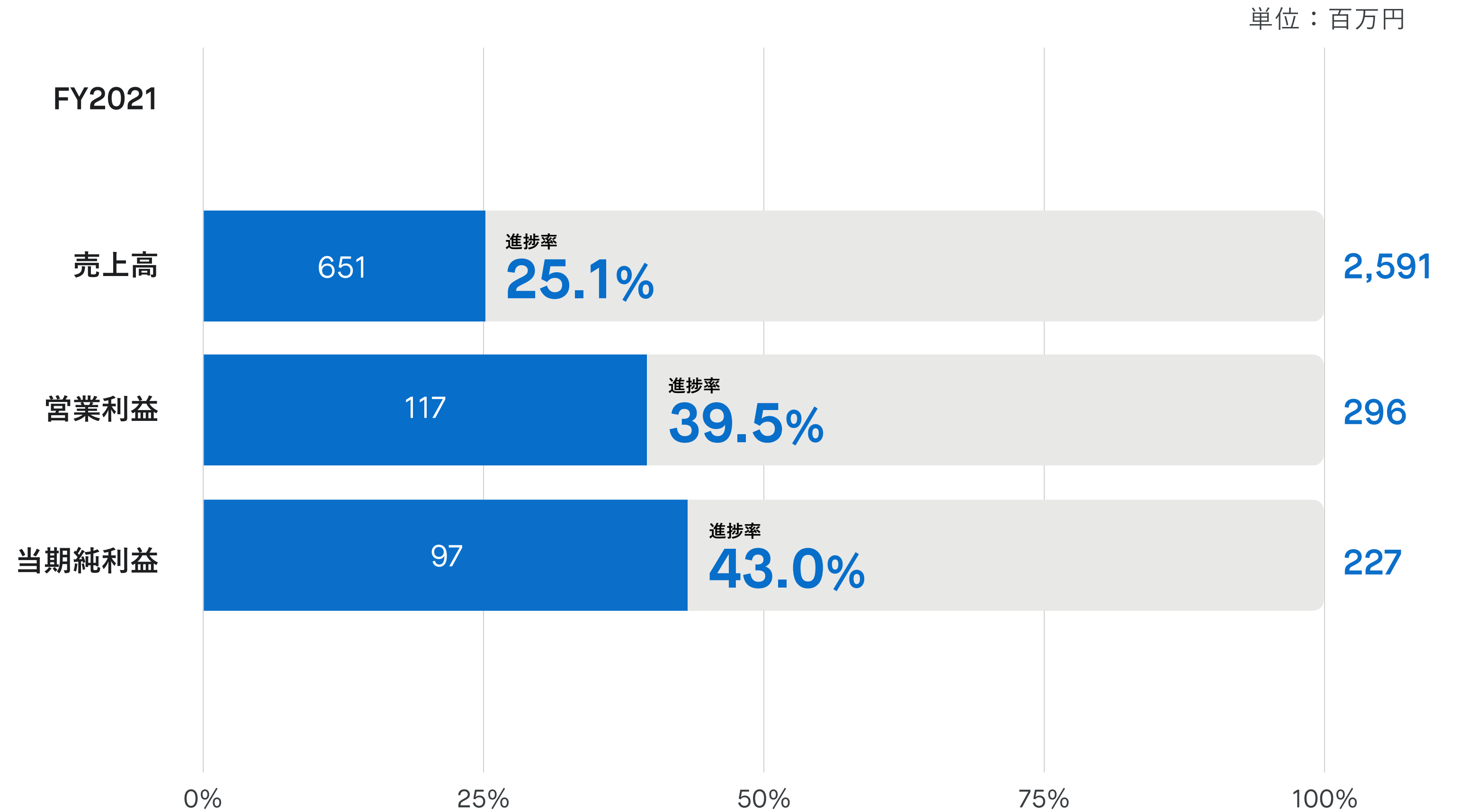
2,591 百万円 前年度比 (+20.9%)

営業利益

296 百万円 前年度比 (+36.7%)

親会社株主に帰属する当期純利益

227 百万円 前年度比 (+5.2%)

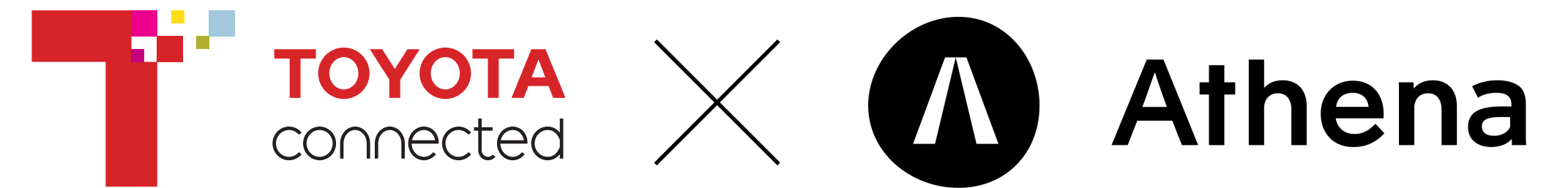


FY2021 1Q TOPICS

トヨタコネクティッド株式会社へ XR[※] (AR/VR) デザインプラットフォーム Athena (アテナ) を提供

- Athena (アテナ) とは：**
 コネクテッドカーの体験をデザイン、そしてテストするためのXR (Extended Reality) ツール
- トヨタコネクティッドの狙い：**
 従前のリアルテストでは試行回数が限られる欠点
 XRを応用し、より多くの条件でテストを実施
 高速プロトタイピングによって車両の完成度をより高める
- Athena (アテナ) 活用のメリット：**
 没入感のあるテクノロジーとUXデザインを組み合わせ、
 効率的にアイデアを検証する機会を拡大
 デザイナーはより手軽にリアルに近いユーザー体験のテストが可能

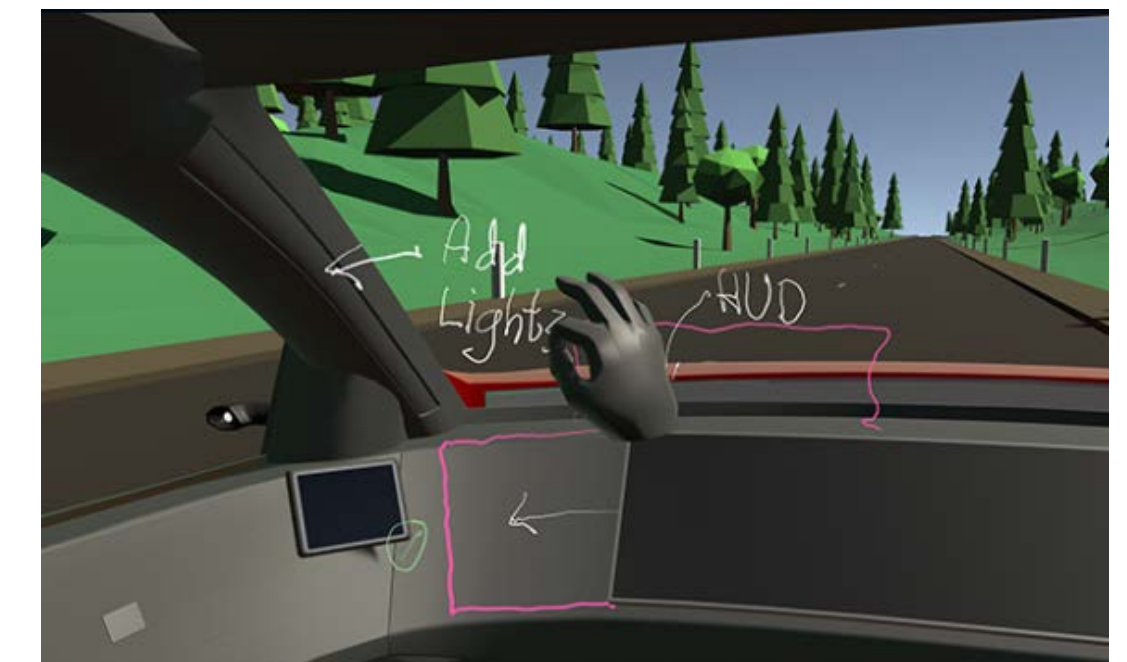
※XR (Extended Reality) とは、VRやAR等の現実世界と仮想世界を融合する技術です。



利用シーンの一例



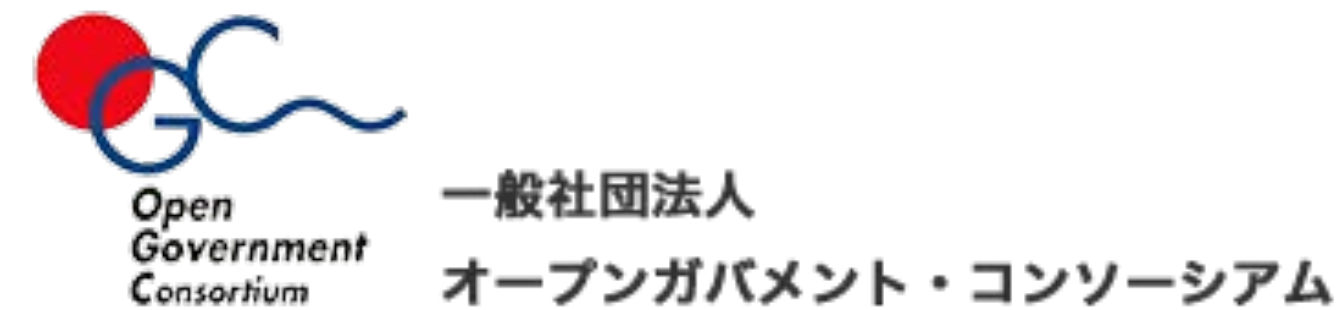
雪や氷に覆われた状態での運転など、
特定のカスタムシナリオを体験



VR内でのデザイン検証とフィードバック、
ドライバーと車のインタラクション

行政DXへの取り組みの一環として オープンガバメント・コンソーシアム(OGC)に参画、そして、新経済連盟にも加入

- これから行政が構築する新たなデジタルサービスに、国民のさらなる生産性向上や経済成長実現の可能性。政府も民間企業の積極活用を表明している
- 幅広い利用者をターゲットとした行政サービスには使いやすい利用者視点のUI/UXデザインが必要
- 国内唯一の上場デザイン会社として積極的に関与していく意志



UI/UXデザインを重視した行政のDX推進を目指し、行政のデジタルシフト推進支援を行う一般社団法人オープンガバメント・コンソーシアム(OGC)に参画し、UI/UXの分科会をつくり政府に提言を行う



楽天やサイバーエージェントをはじめとしたeビジネスのほか、先端テクノロジーを担う企業などが参画し、政策や諸制度の整備を通じて、新産業の創出と推進、日本経済のさらなる発展を目指す経済団体
グッドパッチは国内唯一の上場デザイン会社として、経済団体に参加するほかの企業とともに政府に対して行政DXを働きかける

デザインパートナー事業にて電通と協業プロジェクト「X Design Partner」を開始 デジタル領域の新事業・プロダクト開発を支援



新規事業やプロダクト開発では、開発フェーズとグロースフェーズが分離しがちであるため、リリース後のマーケティング戦略の実行までスムーズに行えないケースが散見される

本取り組みにより、プロダクトが世に受け入れられるというゴールに向かって、デザインとマーケティングが連動しながら顧客を成功に導く

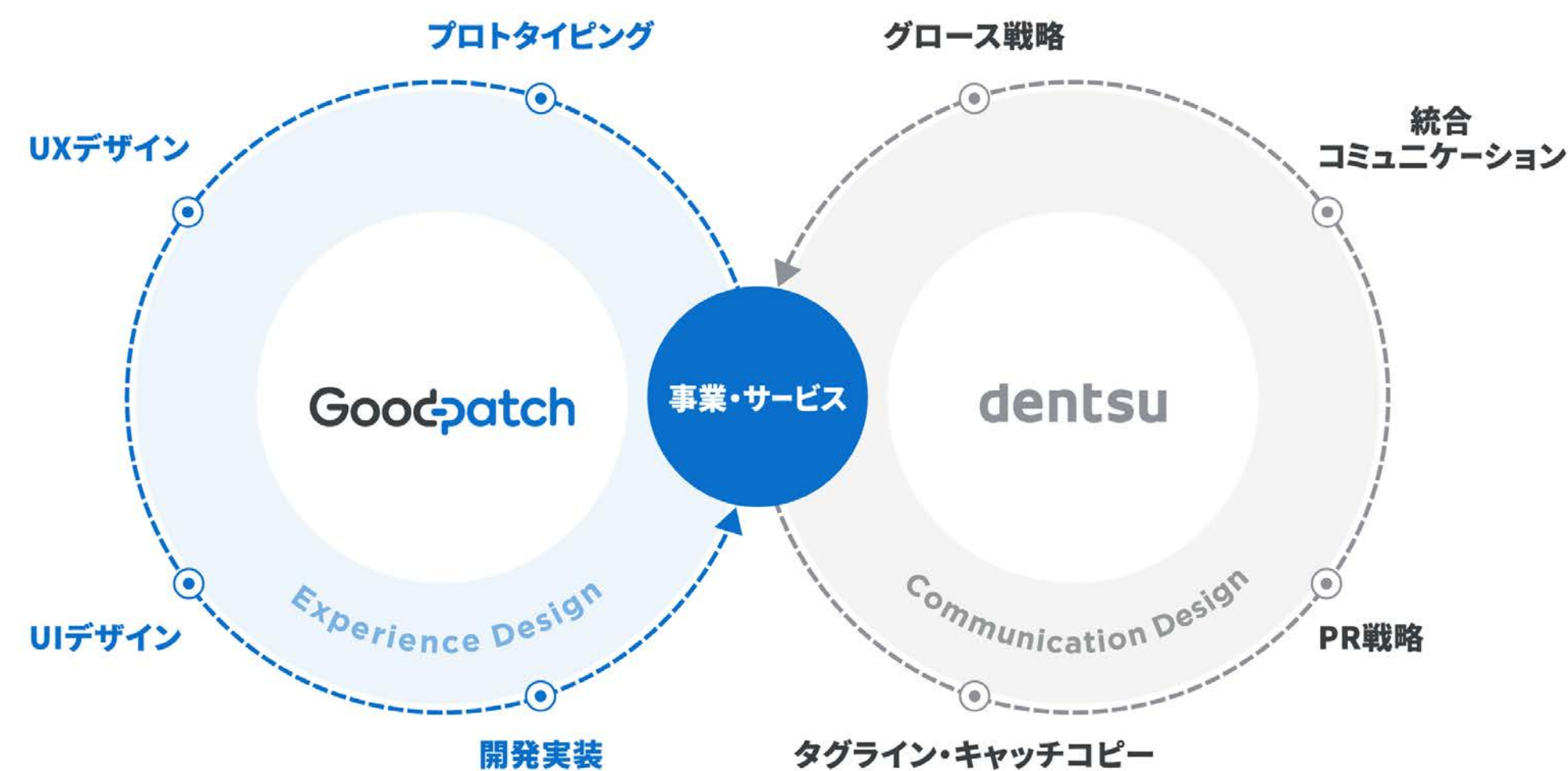
元リリース資料：2020/10/21
https://goodpatch.com/news/x_design_partner

グッドパッチの役割

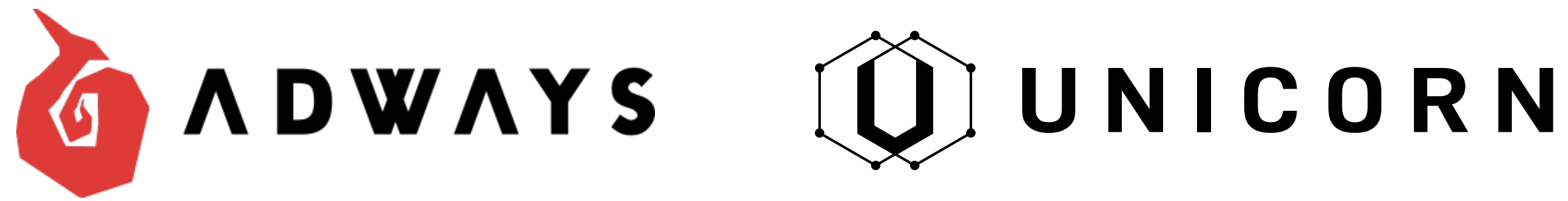
顧客体験を起点としたプロダクト/サービス戦略からUI/UXデザイン、開発を中心に担当する

電通の役割

マーケティング視点からタグライン/キャッチコピー開発、ブランディング、統合コミュニケーション、グロース戦略立案を行う



UNICORN株式会社



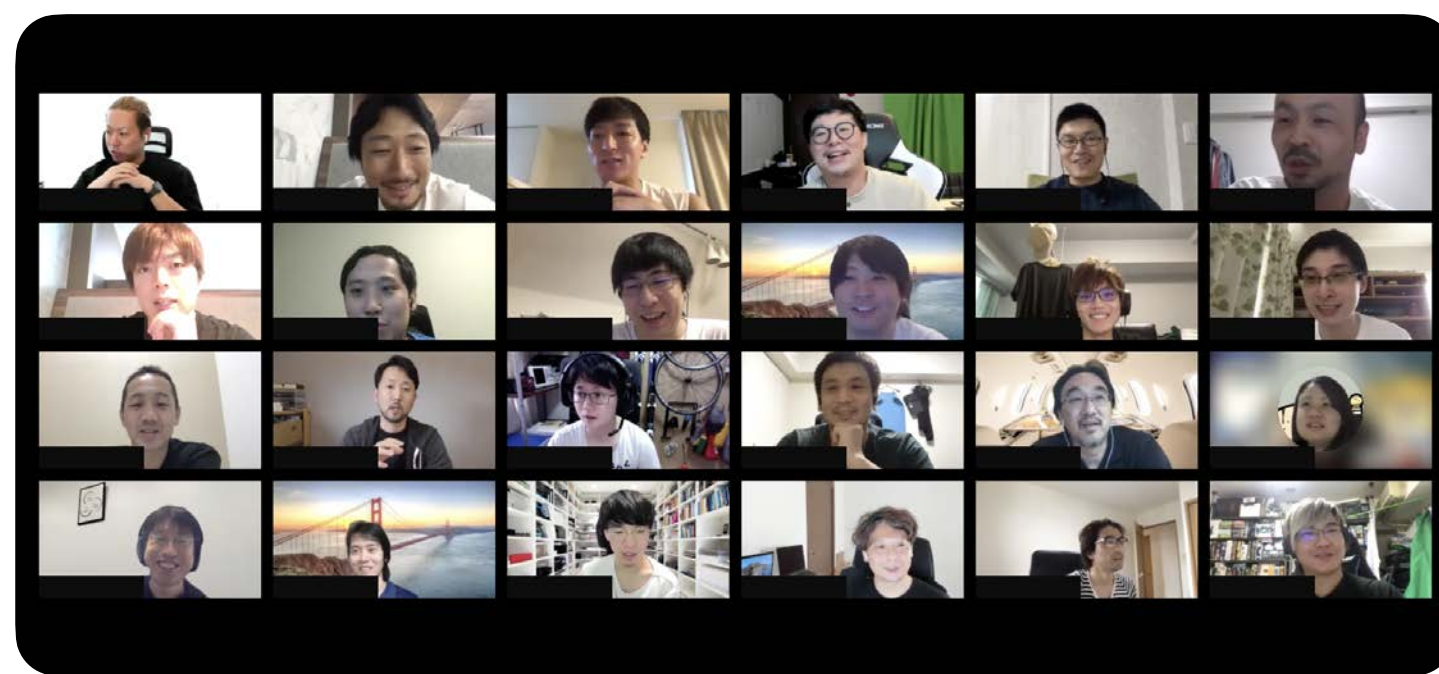
課題

- 事業拡大に伴い社員数が増加
- アウター/インナーそれぞれにおける共通言語をつくることでスケールしやすい土台を整えたい

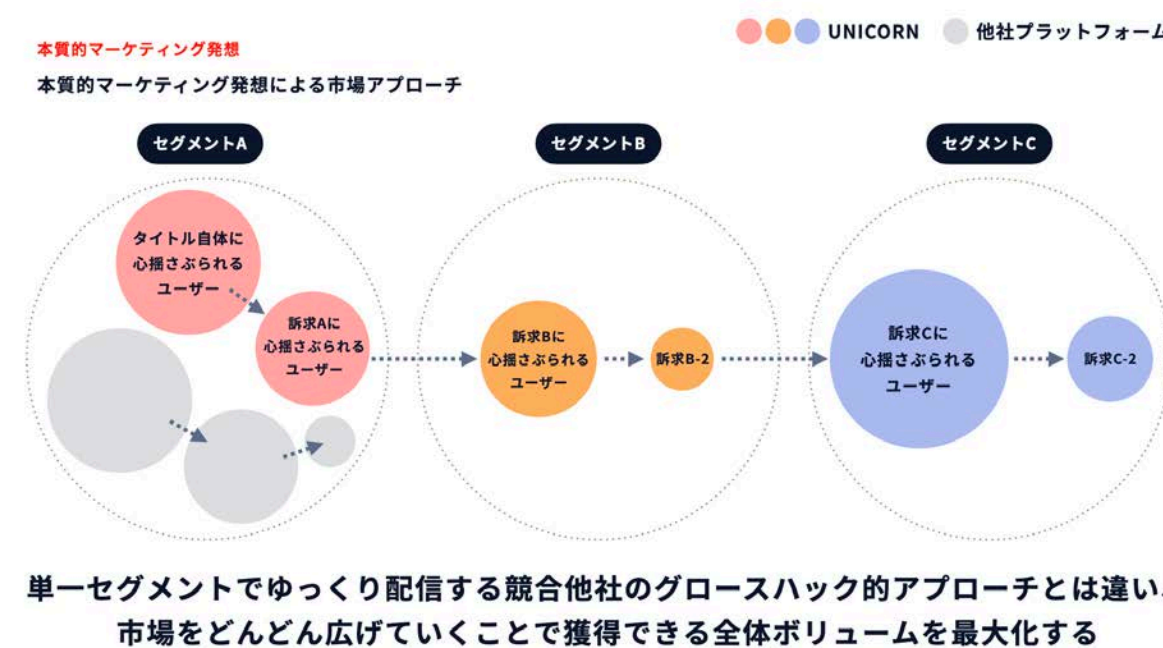
解決策

- 社内外へのインタビュー結果などを構造化、言語化、視覚化
- プロセスを通して社員の自社理解を促進
- 共通言語となるカルチャーデッキを作成

グッドパッチによるデザインの支援内容



経営者や社員、顧客へのインタビューを実施



企業の核となるエッセンスを抽出し、言語化、構造化、視覚化



事業戦略と組織文化を明文化

「Goodpatch Design Fund」※、 販促市場をデータによって革新するWEDに出資

Goodpatch
Design Fund

- スタートアップに対してデザイン支援を実施した後に8社が上場するなどデザイン支援の実績
- 累計5社に投資を実施し、ハンズオンでデザインによる事業成長を支援した経験の蓄積
- デザインを重視する有力成長企業とアライアンスを構築
- ファンド第2号出資案件として「株式会社WED」に出資

※「Goodpatch Design Fund」は、出資プロジェクトの呼称であり、子会社設立やファンドの組成を伴うものではありません。また個別案件における出資金額や比率は非公開となります。

新規投資先

W E D

既存投資先

FiNC

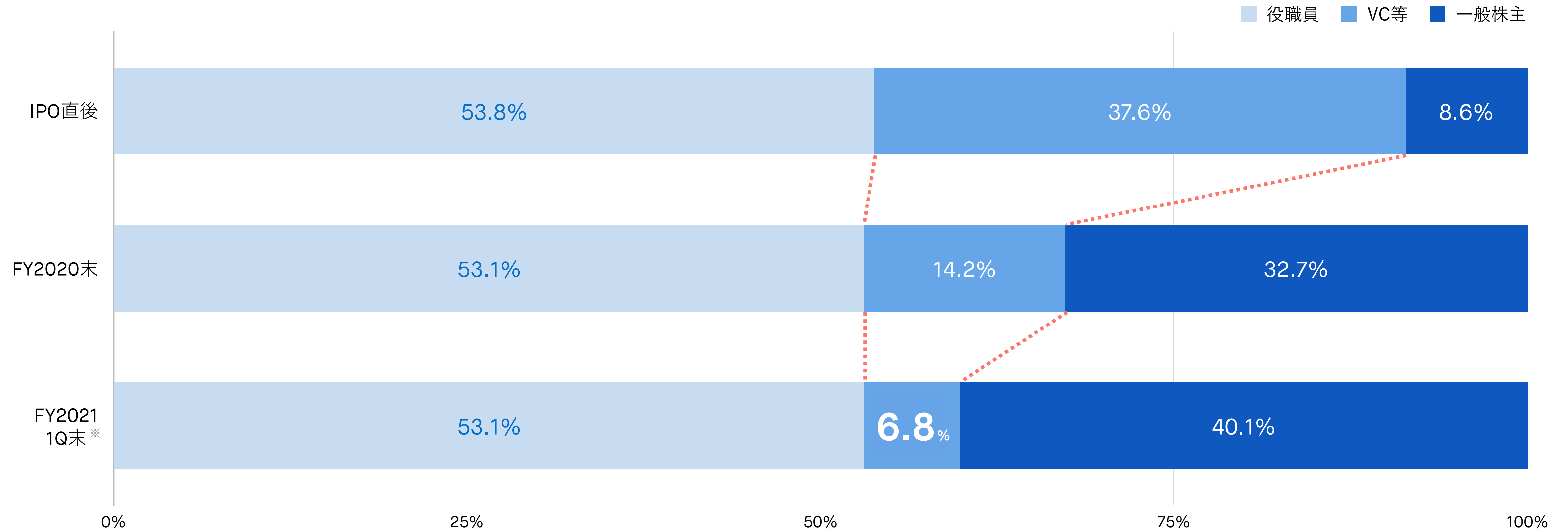
bitkey

小児科オンライン

400F
FOUR HUNDRED FRANC

VC株主のExitが進み、6.8%、63万株弱を残すのみ

株式の割合



※直近のVC株主の持ち分については、SBIインベスメント社については開示された大量保有報告書より、またSalesforce Ventures社、三井住友海上キャピタル社については、ともに株主でなくなった旨の連絡を受けたことを勘定し、推定した値となります。

FY2021 成長戦略

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

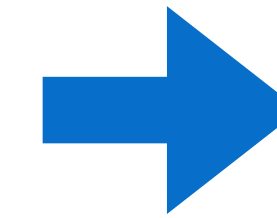
デザインプラットフォーム事業

タレントプールとSaaS

- 3 フルリモートデザインチーム：
Goodpatch Anywhereの強化
- 4 リモートコラボレーションツール：
SaaS「Strap」の戦略的展開

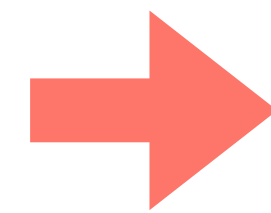
大企業のDX、デジタル庁などの行政のデジタル化のニーズの高まり UI/UXデザインを武器に大型DXプロジェクトの獲得

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、大企業・行政のDX推進及び企業価値の向上につなげる



プロジェクト単価は拡大へ

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

IoT

AI

レガシー

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



SUNTORY+ 思わず続けたい法人向け健康サービス

- 事業構想段階から、プロダクト開発・グロース・プロモーションまで一貫してサポート
- 2018年12月に開始し、20か月以上にわたり**長期継続**
- 飲料と自販機という既存チャネルに新開発のアプリを加え、
一連の体験を再構成しスムーズに接続
- デザイナー・エンジニアが最大で10名以上稼働した**大企業の大規模DXプロジェクト**
- 2020年度グッドデザイン賞受賞

サントリー+：グッドパッチによるデザインの支援内容



事業構想・戦略からデザイン支援
健康経営のアイデアの事業化に向けて併走



ブランドの思想を表現
ビジョン・ミッション・バリューの言語化



iOS/Androidアプリ開発、
サービスサイト開発、体験の具現化



プロモーションなどユーザー接点の体験に
至るまで一貫したサポートを提供

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

他社との事業連携やM&Aを視野に入れケイパビリティの拡大を加速



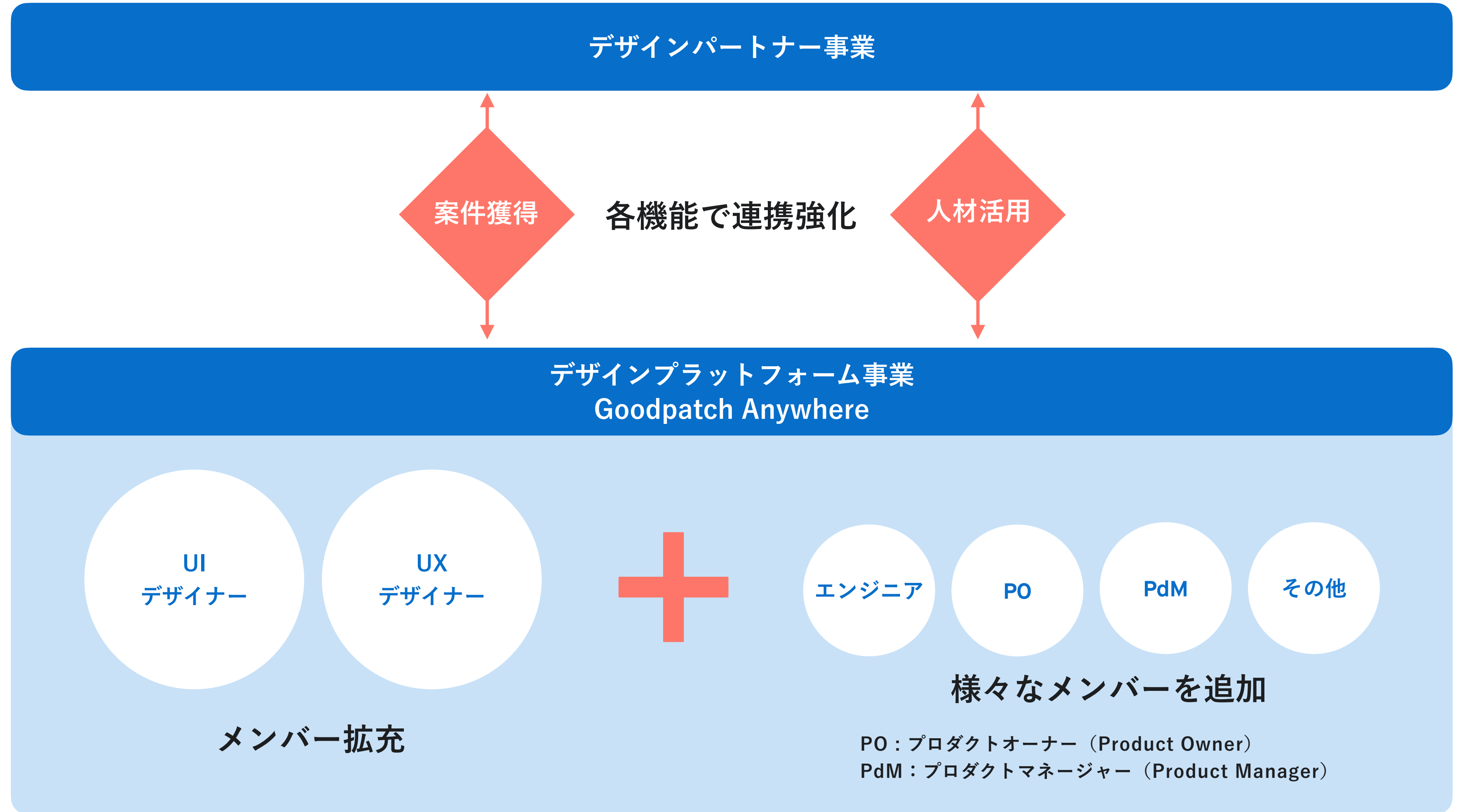
フルリモートデザインチームのリソースをさらに有効活用へ

1. 品質強化、効率化

プロジェクト獲得や管理において
デザインパートナー事業との
連携強化
⇒品質強化、効率化

2. 付加価値創造、 デザインROIの向上

多様なケイパビリティを持つ
メンバーを集めタレントプールの
拡充を継続
⇒付加価値創造、デザインROIの向上



Prottのリソースを有効に活用しながら開発を進め、2020年9月1日リリース実施 積み上げ型収益構造を作るための取り組みが始動



- 2020年4月23日 β 版リリース
- β 版は限定100社のトライアル実施、ユーザーの声を集め、これまで**100回を超えるアップデート**を実施
- 2020年9月1日時点で**8社が正式利用企業**として参加、デザイン支援プロジェクトにて積極利用FY2021の獲得目標は100社

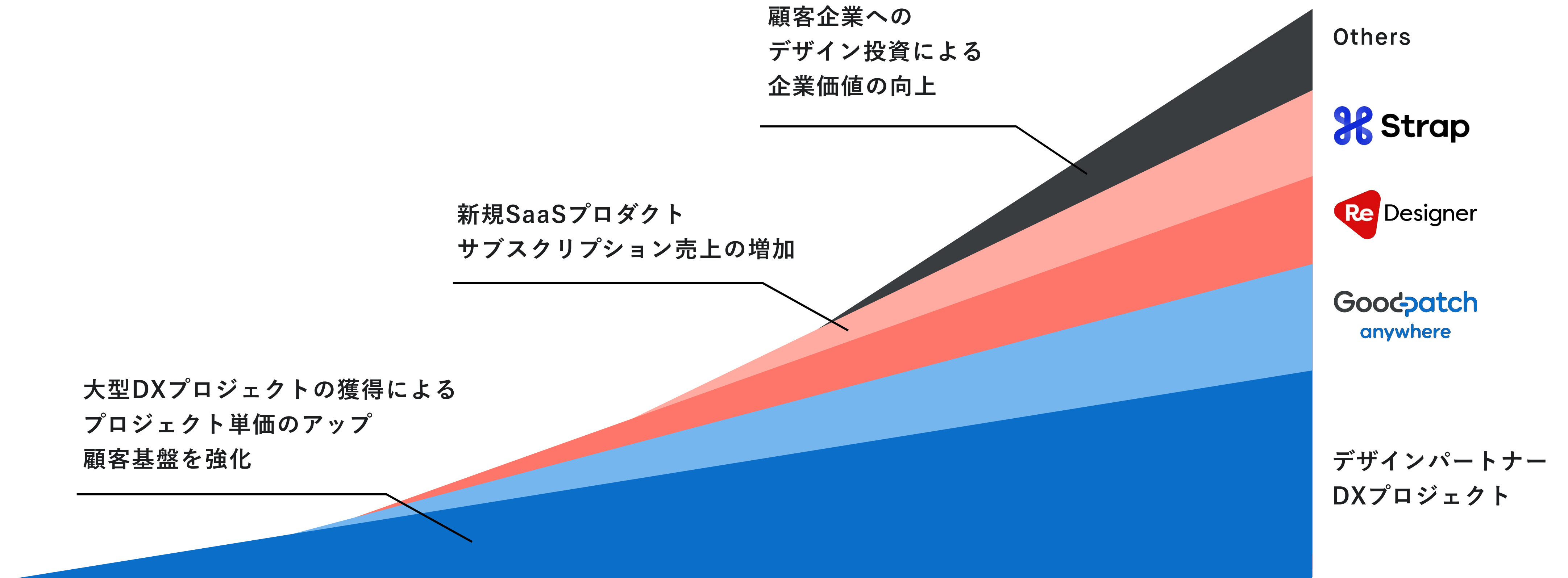


※正式利用企業の一部です

課金形態について

- ユーザー企業の組織サイズによってSmall、Medium、Largeの3つのプラン
- 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2万円強程度を想定した毎月課金型モデル

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。



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



取締役執行役員

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Goodpatchにジョイン。2018年9月より執行役員に、2020年11月より取締役執行役員に就任。主な管掌領域は、国内デザインパートナー事業とGoodpatch Anywhere。



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Goodpatchにジョイン。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。



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

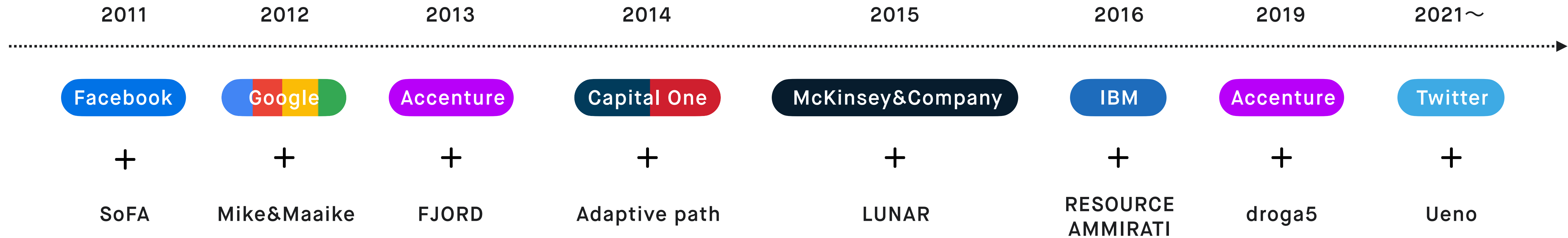
2016年3月にグッドパッチにジョイン。デザインリードとオートモーティブエキスパートを歴任後、現在スタジオリードとしてマネジメントに携わる。

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 (※1) (※2)

(※1) 出典：John Maeda | Design in Tech Report <https://designintech.report/>

(※2) 出典：Accenture Newsroom <https://newsroom.accenture.com/>

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

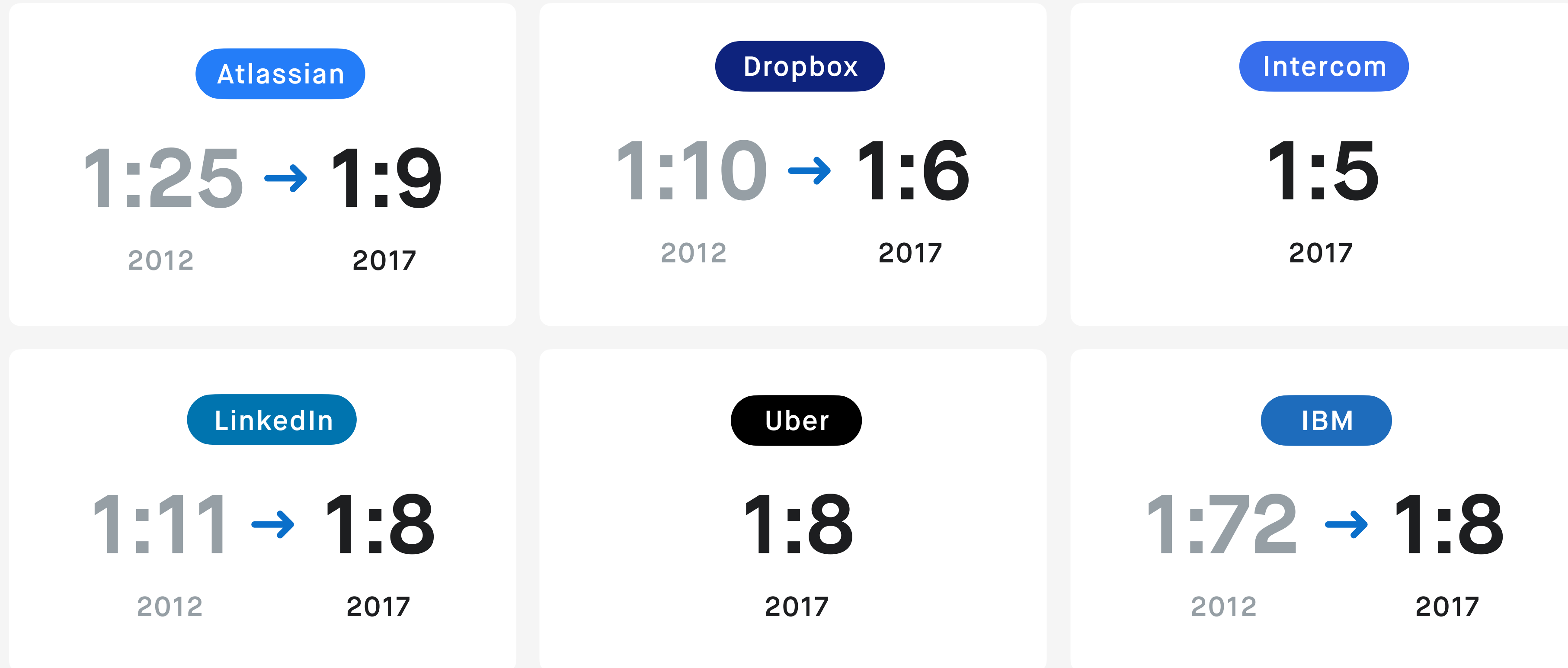
Twitter

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

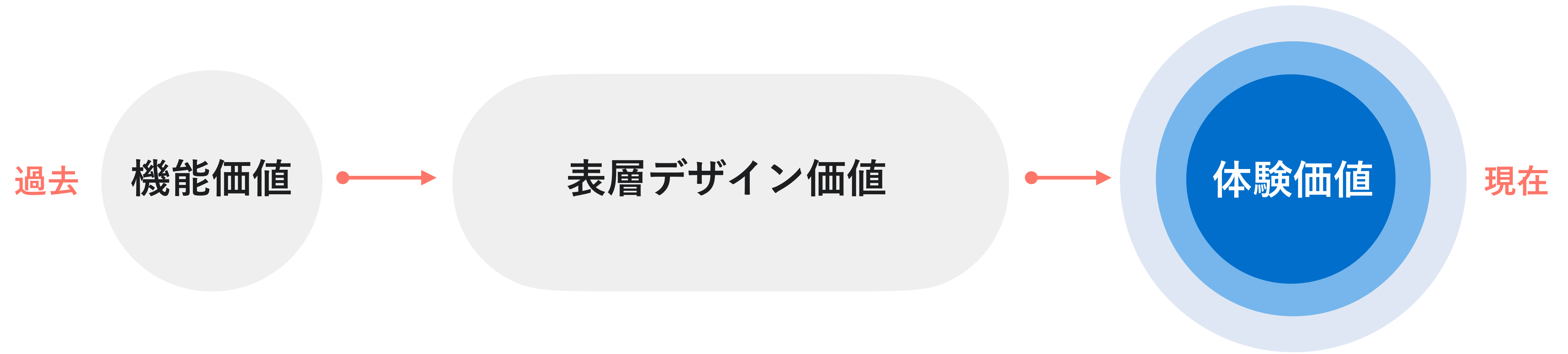
海外企業のデザイナー：エンジニア比率の変化



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

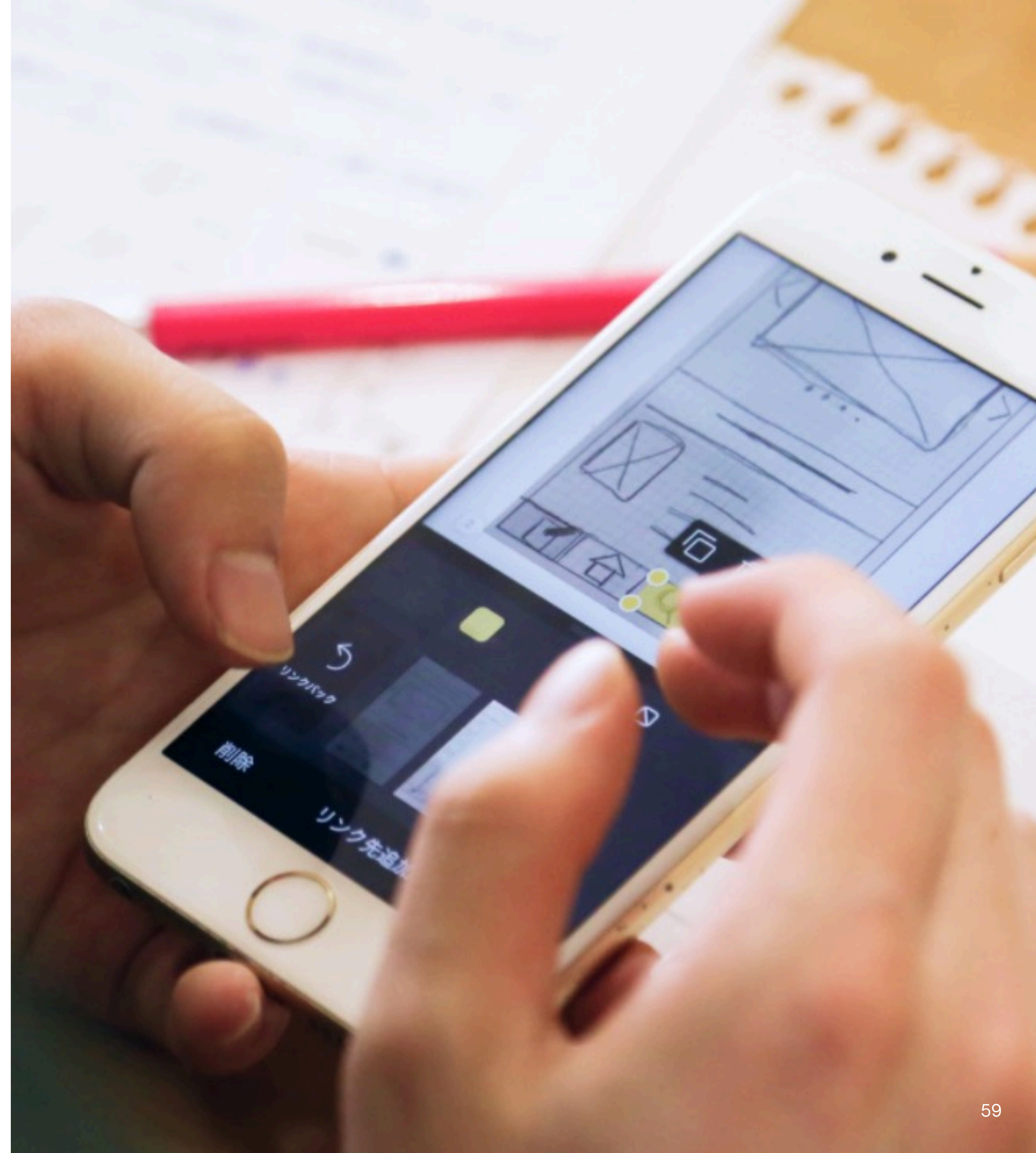
なぜ今デザインが重要なのか

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

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

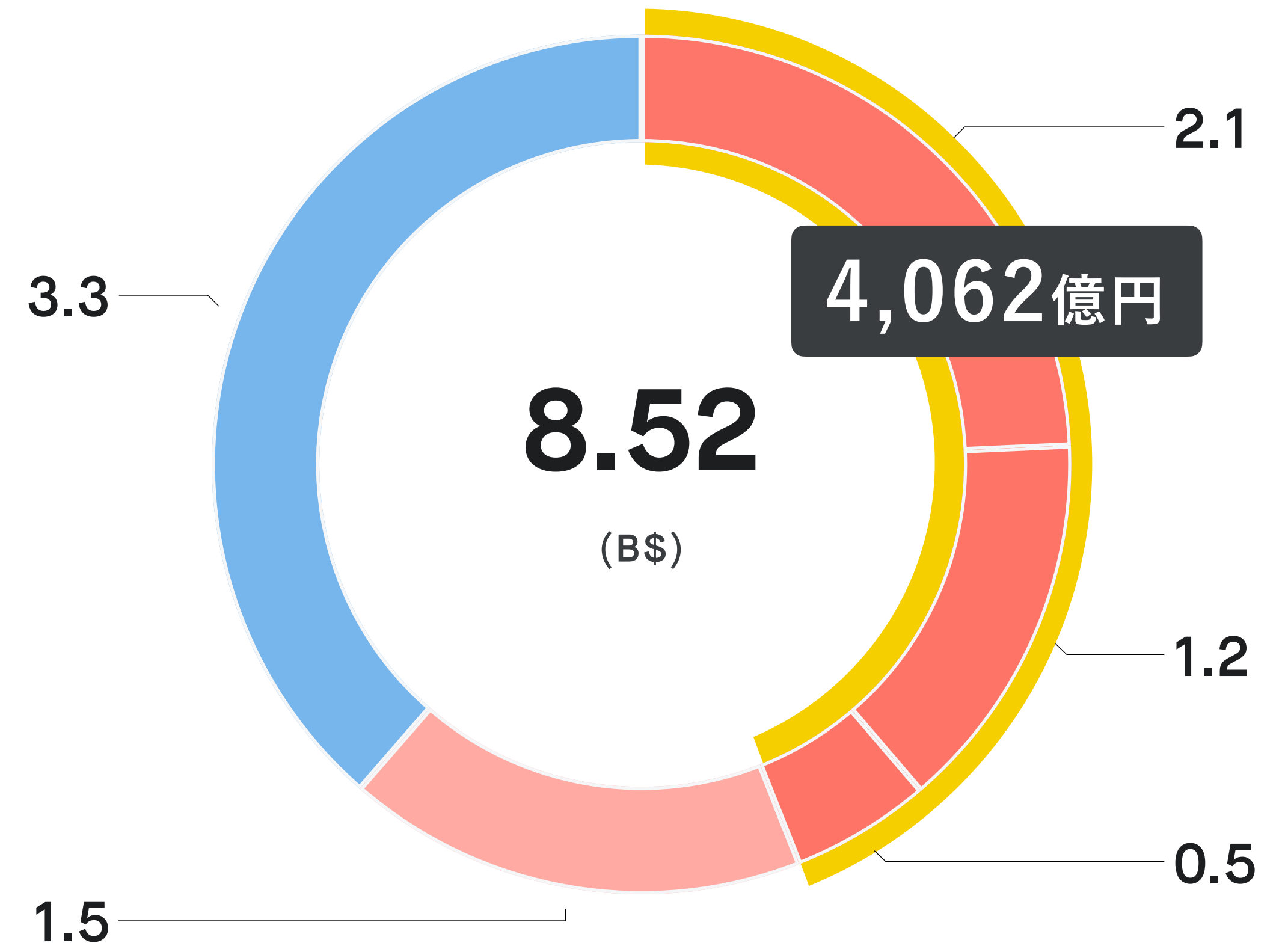
- Digital engagement project services
- Experience design services
- Brand Strategy services
- Marketing consulting services

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)

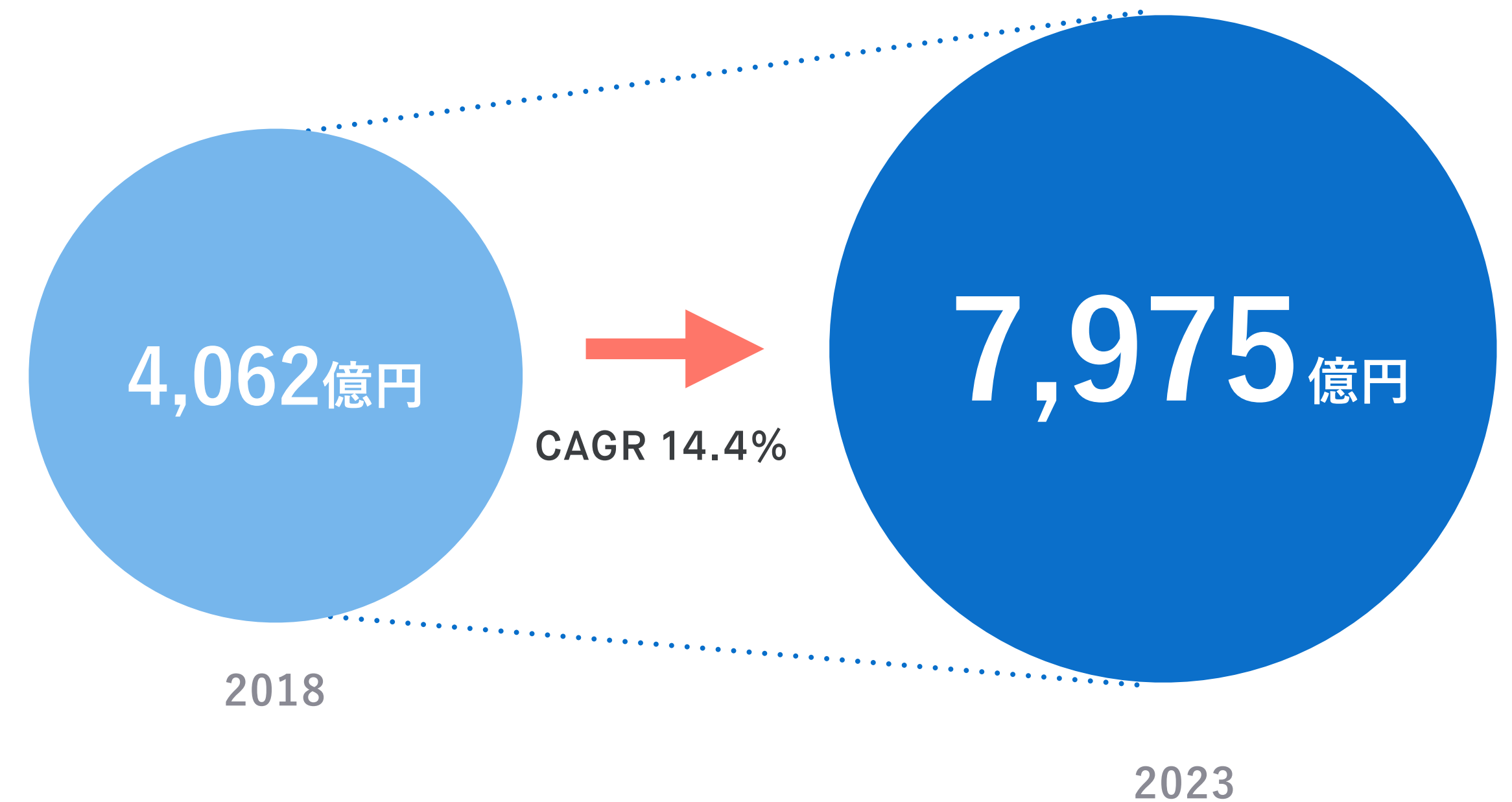
世界で12.2兆円のデジタルエージェンシー市場

2023年の日本での市場サイズは
5年で倍の8,000億円規模に
(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



SoftBank

UZABASE

CyberAgent®

mixi

PRTIMES



Lancers

RakSul



ONE CAREER

bitkey



助太刀

FiNC



every.tv

Shippio

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



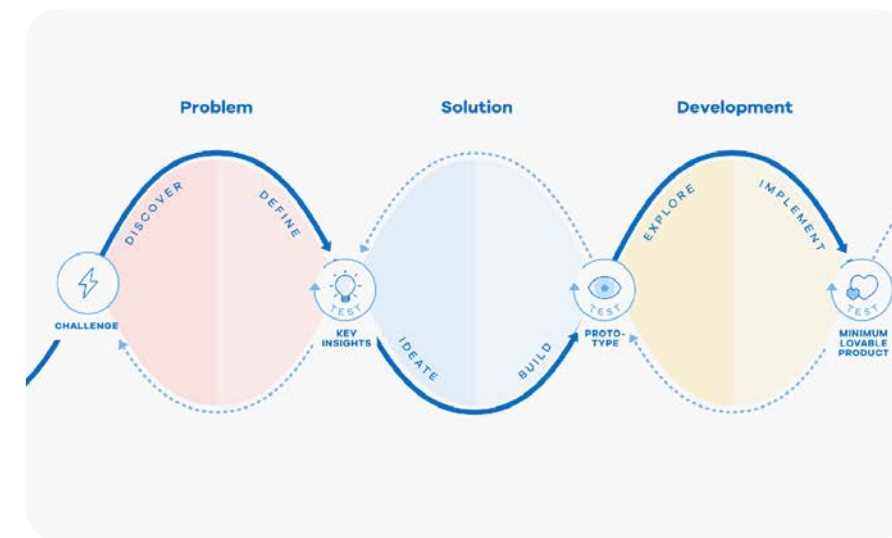
事業戦略とユーザーニーズをつなぐ一貫通貫したプロダクトデザイン

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

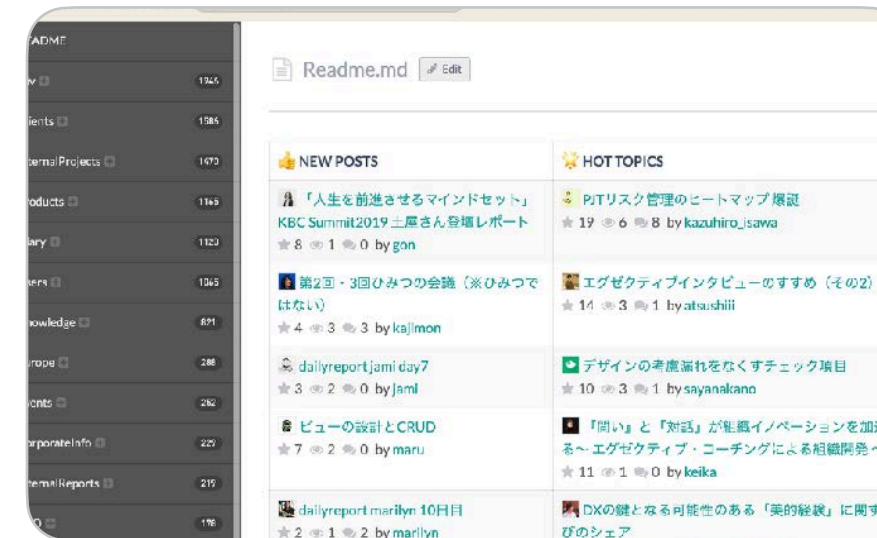


デザイナー育成のための
社内研修



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

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**

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 ♥