

2021年8月期 第2四半期決算説明資料

株式会社グッドパッチ（証券コード：7351）

2021年4月14日



- 01 事業内容
- 02 FY2021 2Q 業績ハイライト
- 03 各事業の状況
- 04 FY2021 通期業績予想
- 05 FY2021 2Q 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

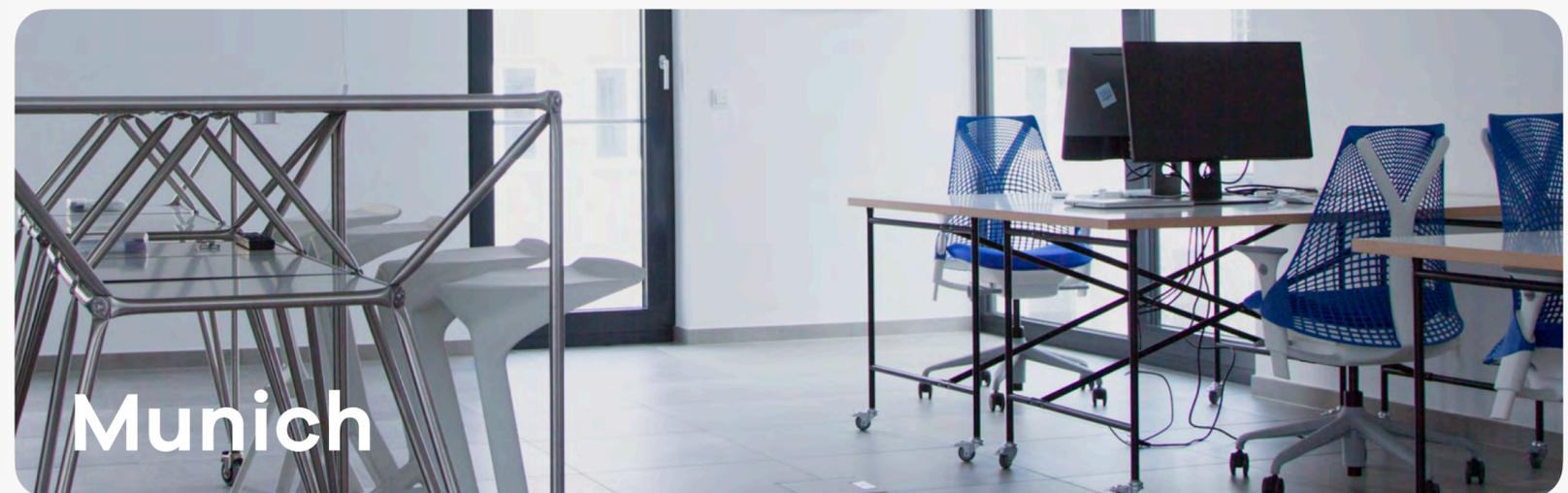
従業員数 180名（正社員 2021年2月末日時点 連結）

経営陣	代表取締役社長 / CEO	土屋 尚史
	取締役 / Managing Director of Goodpatch GmbH	實方 ボリス
	取締役執行役員	松岡 毅
	取締役執行役員 / CFO	槇島 俊幸
	社外取締役	山口 拓己
	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

+

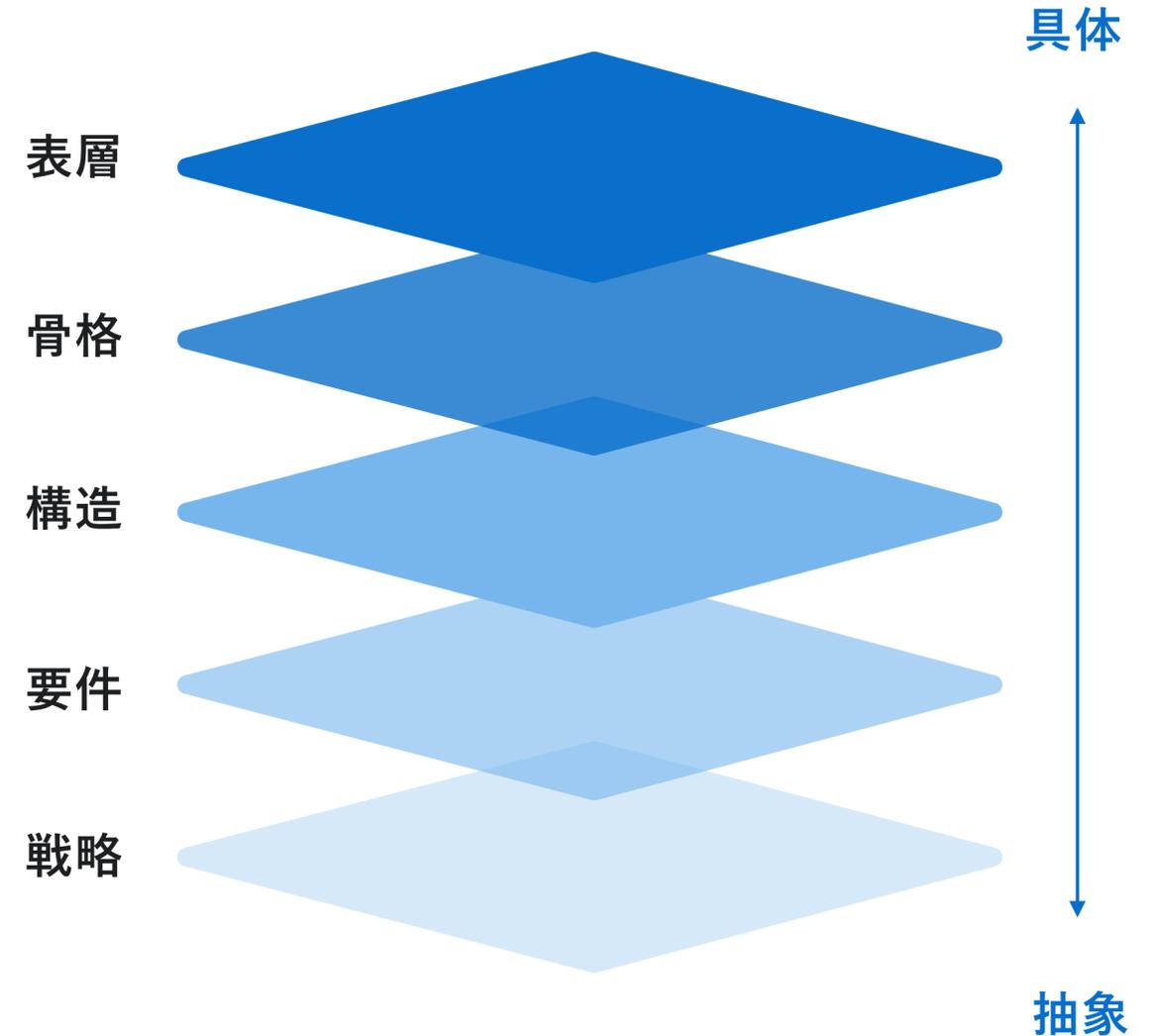
イノベーション力向上

=

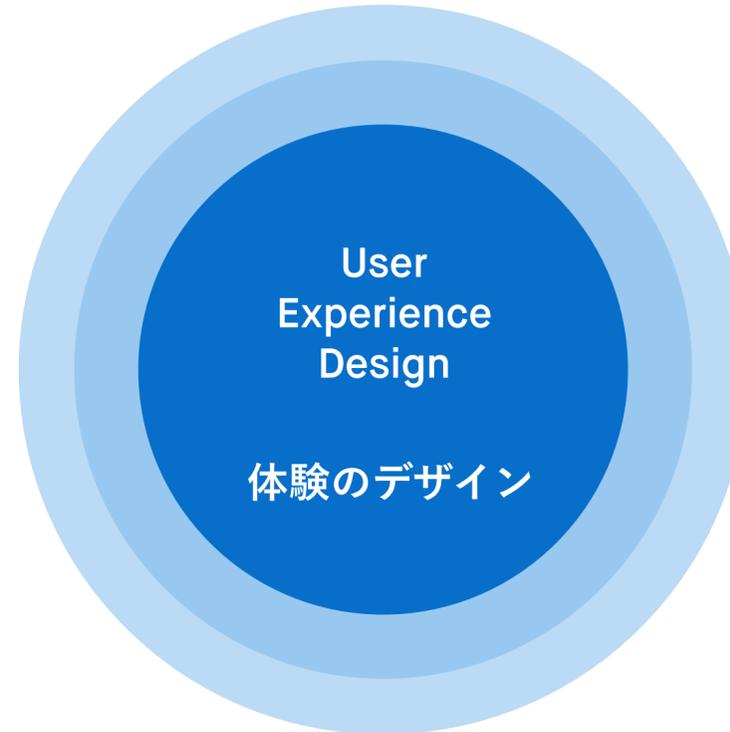
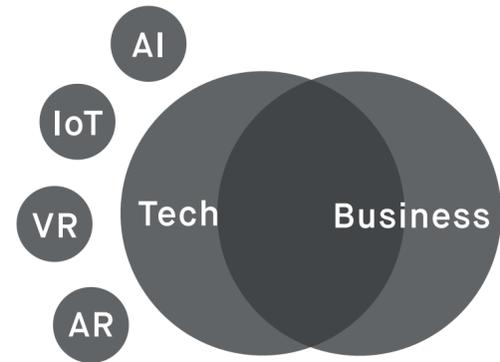
企業競争力の向上

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、

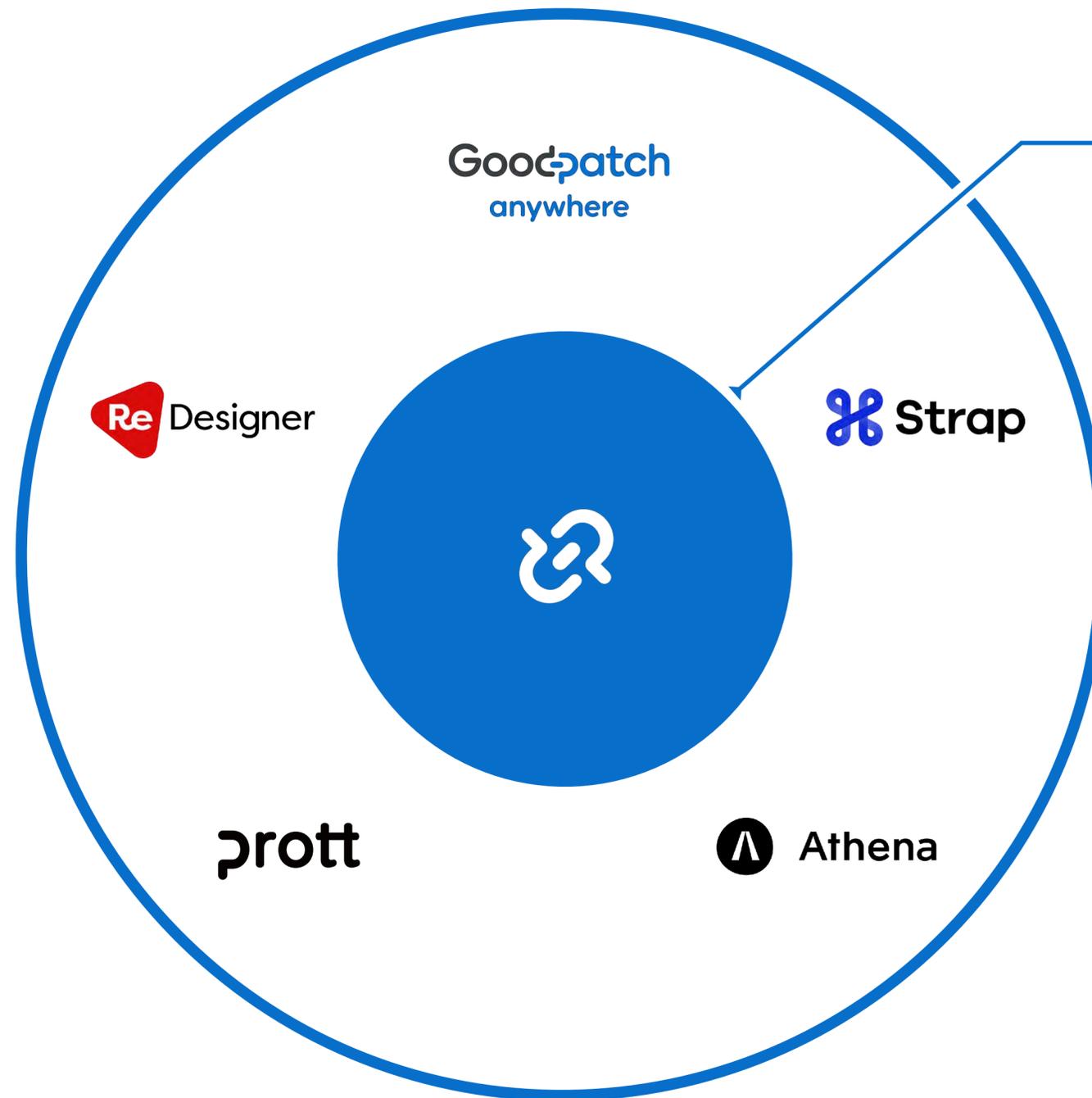
新たなビジネスモデルをともに検討するビジネスパートナー (※2)

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

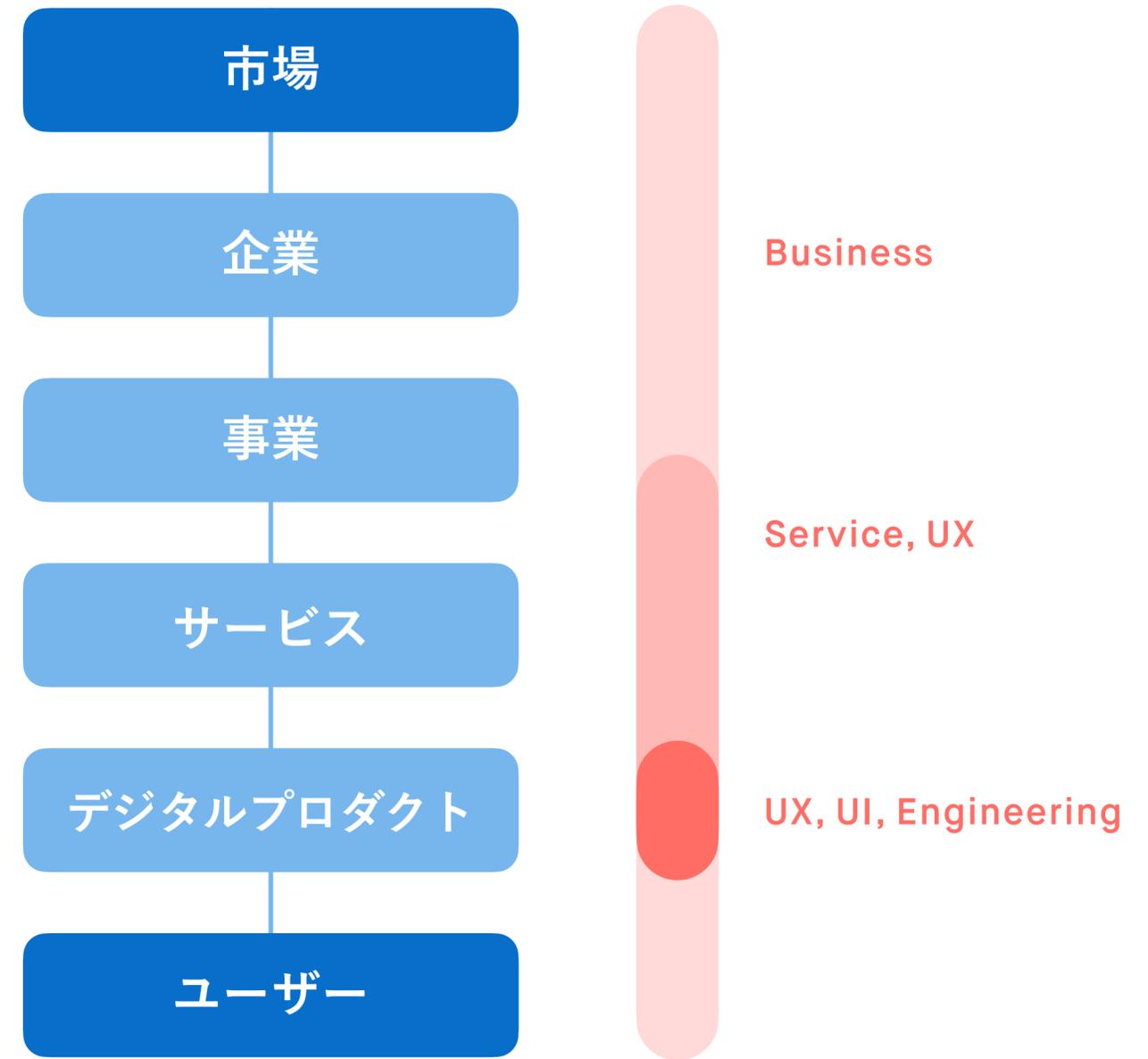
事業セグメント2

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

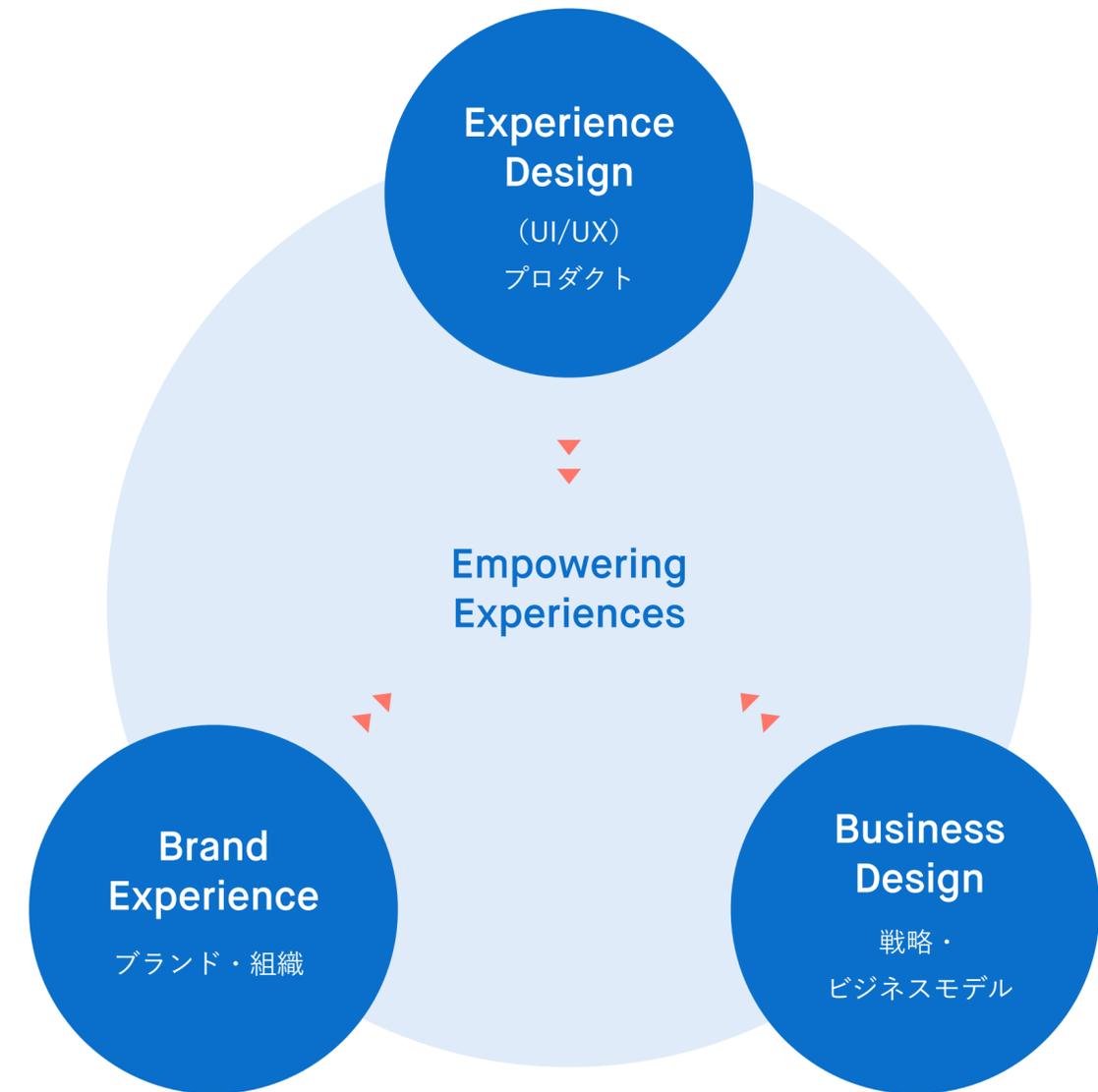
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）
ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現

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



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

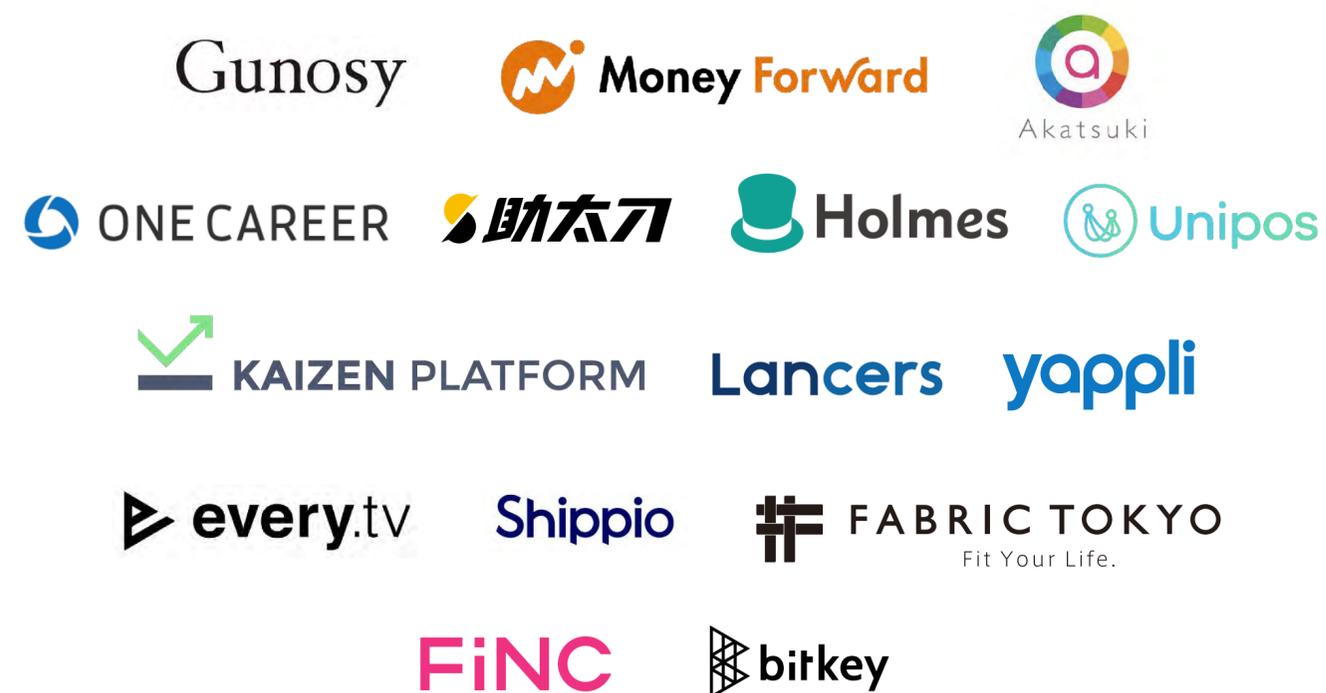
BtoC, BtoB エンタープライズ



※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

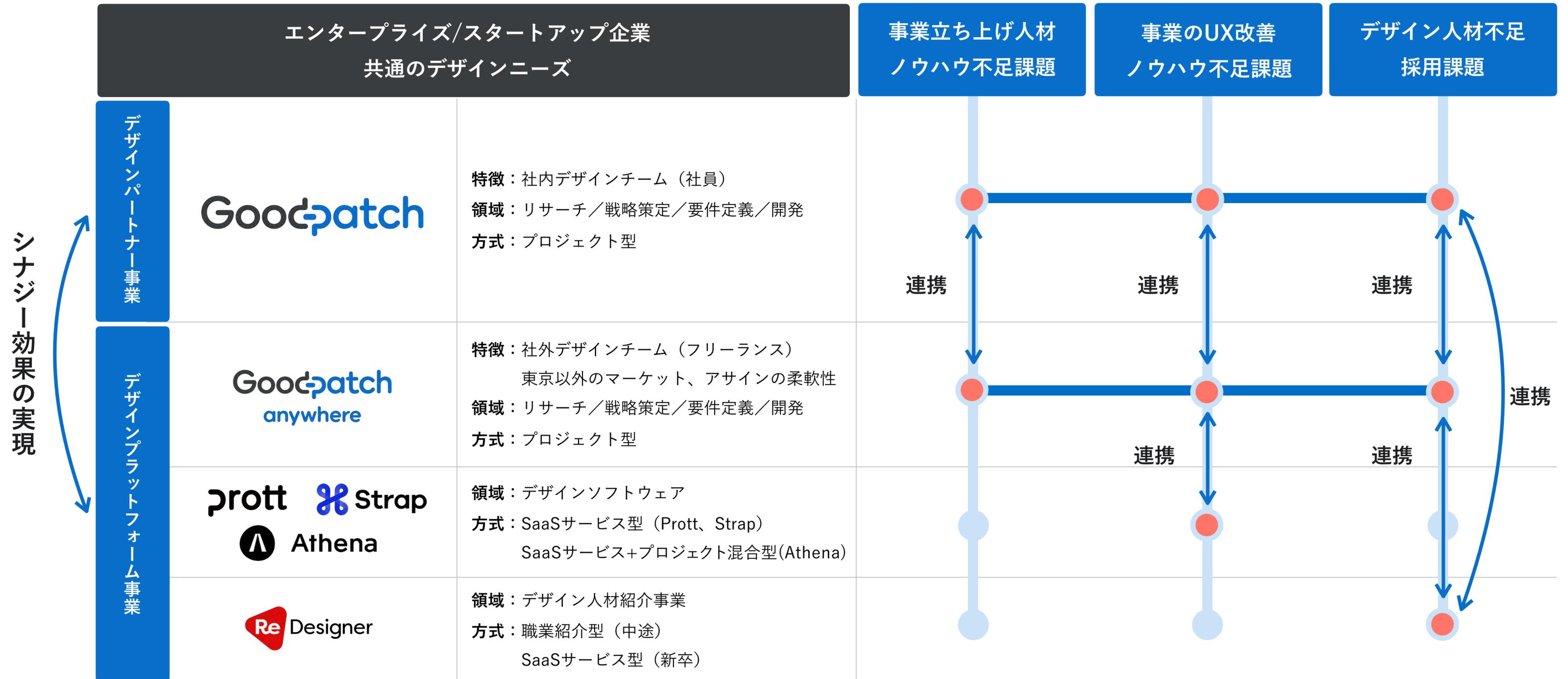
プロトタイピングツール
クラウドワークスペース



Athena

XR

XR
プロトタイピングサービス



FY2021 2Q 業績ハイライト

FY2021 第2四半期(12-2月)業績ハイライト

売上高

前年同期比(増減)

692 百万円

+18.7% (+109百万円)

進捗率

51.9%

営業利益

前年同期比(増減)

122 百万円

+49.5% (+40百万円)

進捗率

81.0%

- 売上高はYoY+18.7%、109百万円増加と力強い成長を継続、売上高進捗率は5割超に
- 営業利益はYoY+49.5%と前四半期に続いて高成長を記録、利益をさらに積み増し122百万円に到達

コロナウイルスの影響を乗り越え、YoYで大幅な増収・増益を達成

営業利益進捗率は81.0%に上昇

FY2021 事業方針

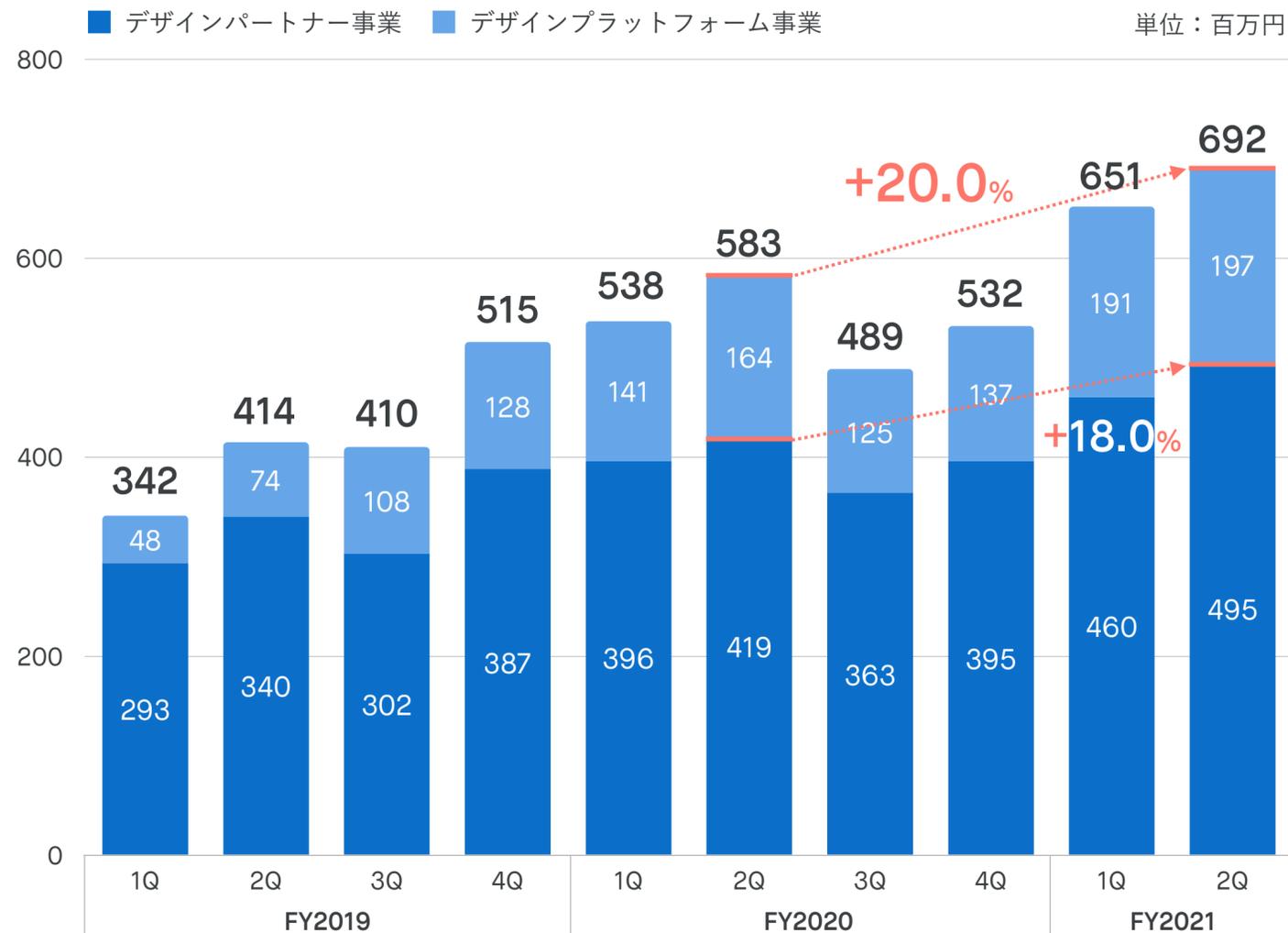
- 1 UI/UXデザインを武器に大型DXプロジェクトの獲得
- 2 デザイン領域への拡張とテクノロジーへの投資
- 3 フルリモートデザインチーム：Goodpatch Anywhereの強化
- 4 リモートコラボレーションツール：SaaS「Strap」の戦略的展開

デザインパートナー事業はYoYにて売上高+18.0%、営業利益+51.5%と大幅な利益成長を達成

デザインプラットフォーム事業はYoYにて売上高+20.0%、営業利益+43.6%と順調に拡大

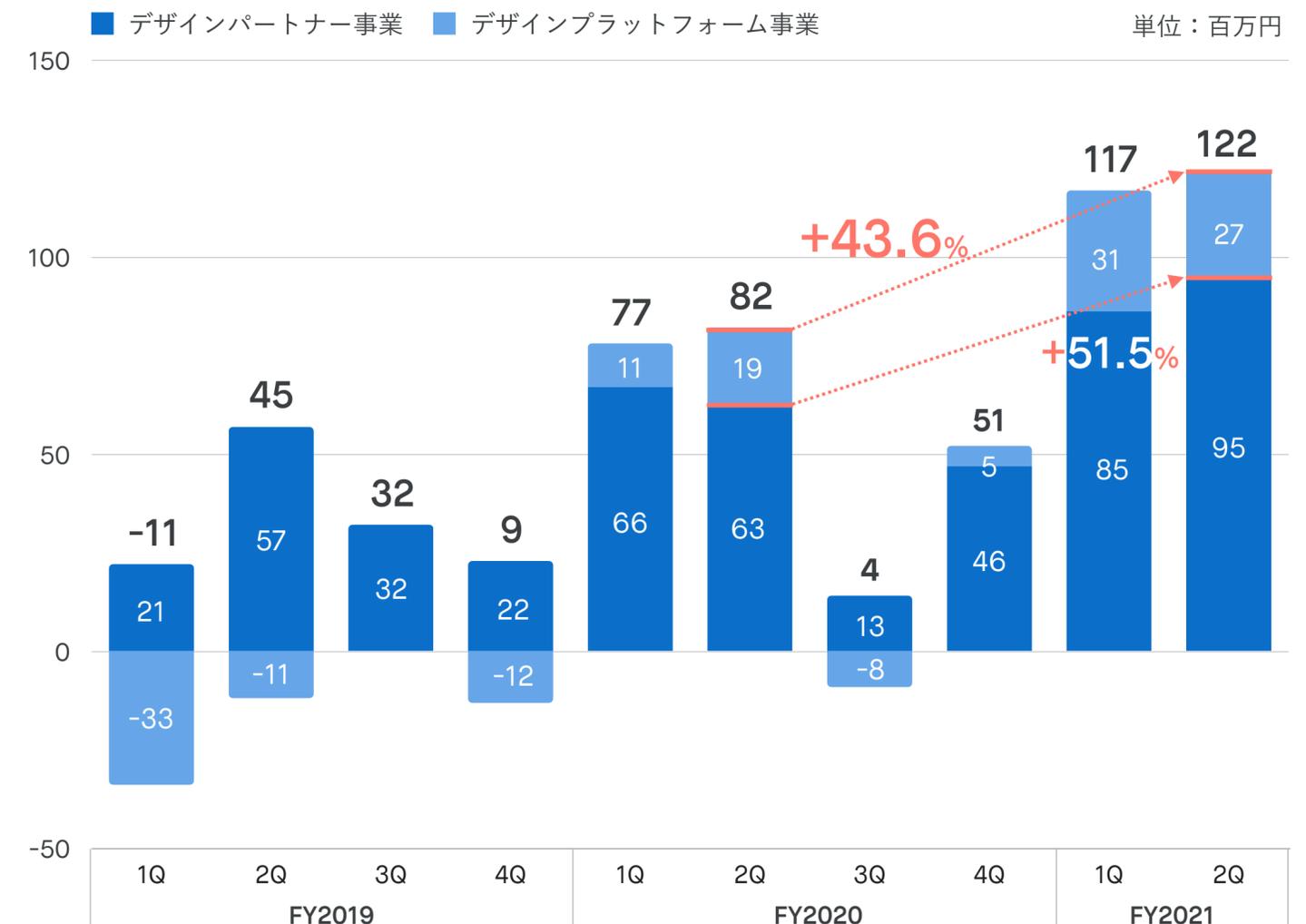
コロナウイルスの影響から脱却した前四半期よりさらなる成長を継続

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



好調な事業成績による収益改善の結果、利益項目は8割前後まで進捗

連結損益計算書（9-2月）

単位：百万円

	FY2020 1-2Q	FY2021 1-2Q	YoY 増減率	通期業績 予想	進捗率
売上高	1,121	1,343	+19.8%	2,591	51.9%
営業利益	160	239	+49.9%	296	81.0%
営業利益率	14.3%	17.9%	+ 3.6pt	11.4%	—
経常利益	160	230	+43.9%	296	78.0%
当期純利益	170	187	+10.2%	227	82.6%

- 好調な引き合いにより各事業が伸長、**売上高進捗率は過半へ**
- 当初のコロナウイルスの影響を加味した保守的な利益計画に対し、**収益構造は順調な改善**
- 利益項目は通期予想の**8割前後**に到達

1Qに引き続き力強い利益成長を達成、両事業が高水準の成長を記録

連結損益計算書（12-2月）

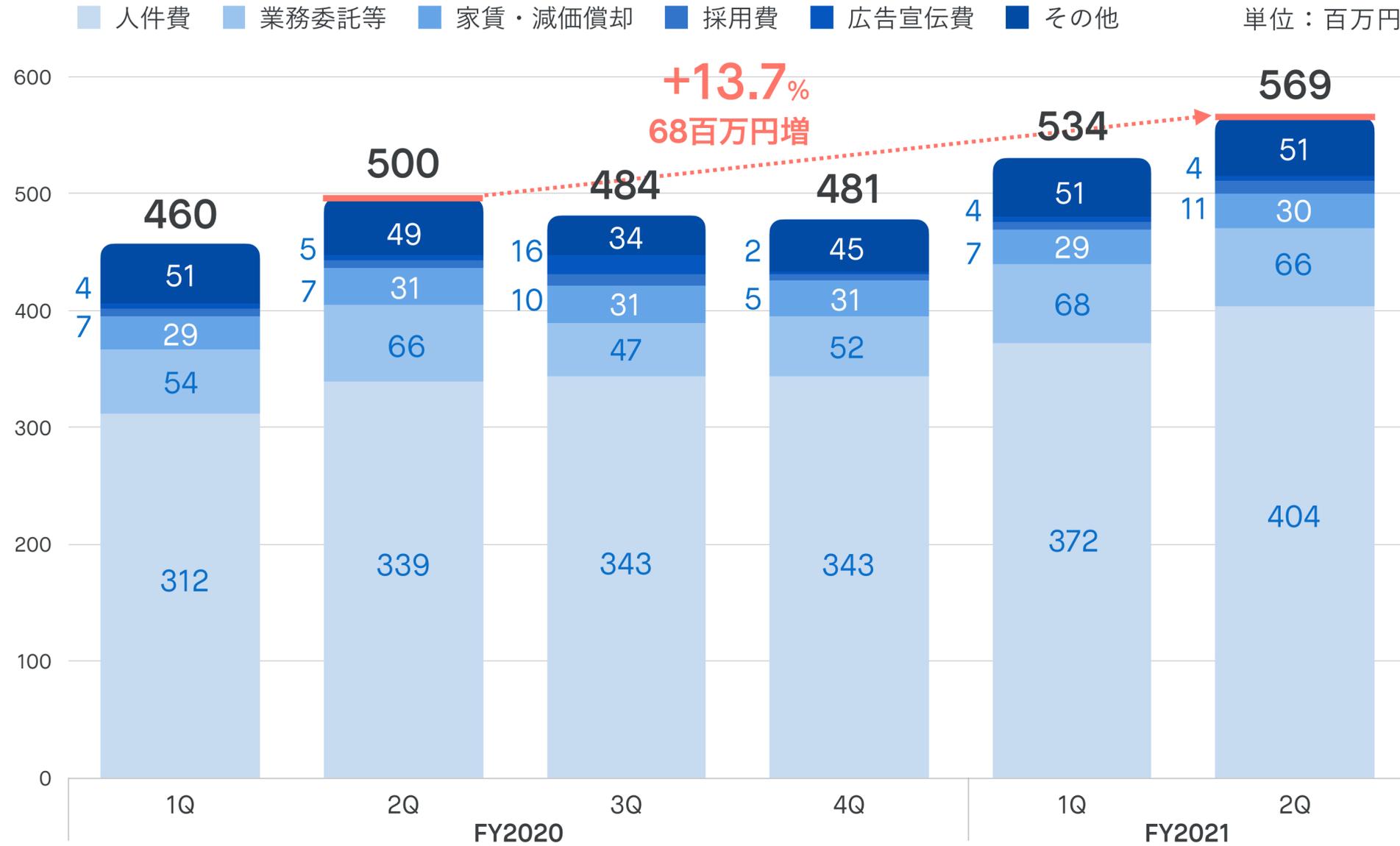
単位：百万円

	FY2020 2Q	FY2021 1Q	FY2021 2Q	YoY 増減率	QoQ 増減率
売上高	583	651	692	+18.7%	+6.3%
営業利益	82	117	122	+49.5%	+5.0%
営業利益率	14.1%	18.0%	<u>17.7%</u>	+3.7pt	-0.2pt
経常利益	83	116	114	+37.3%	-2.0%
当期純利益	104	97	89	-13.9%	-8.0%

- 1Qに引き続き好調な引き合いを受け、実績が積み上がり売上成長が継続
- 高収益構造のデザインパートナー事業の営業利益率がさらに改善した結果、営業利益においても前四半期比で増加
- FY2020 2Qにおいて繰延税金資産を初めて計上した結果、当期純利益が49百万円増加。当該影響を除くと実質的には前年同期比6割増（+34百万円）

営業総費用は13.7%の伸びにとどまり、費用構造の効率化が進む

費用構成の推移

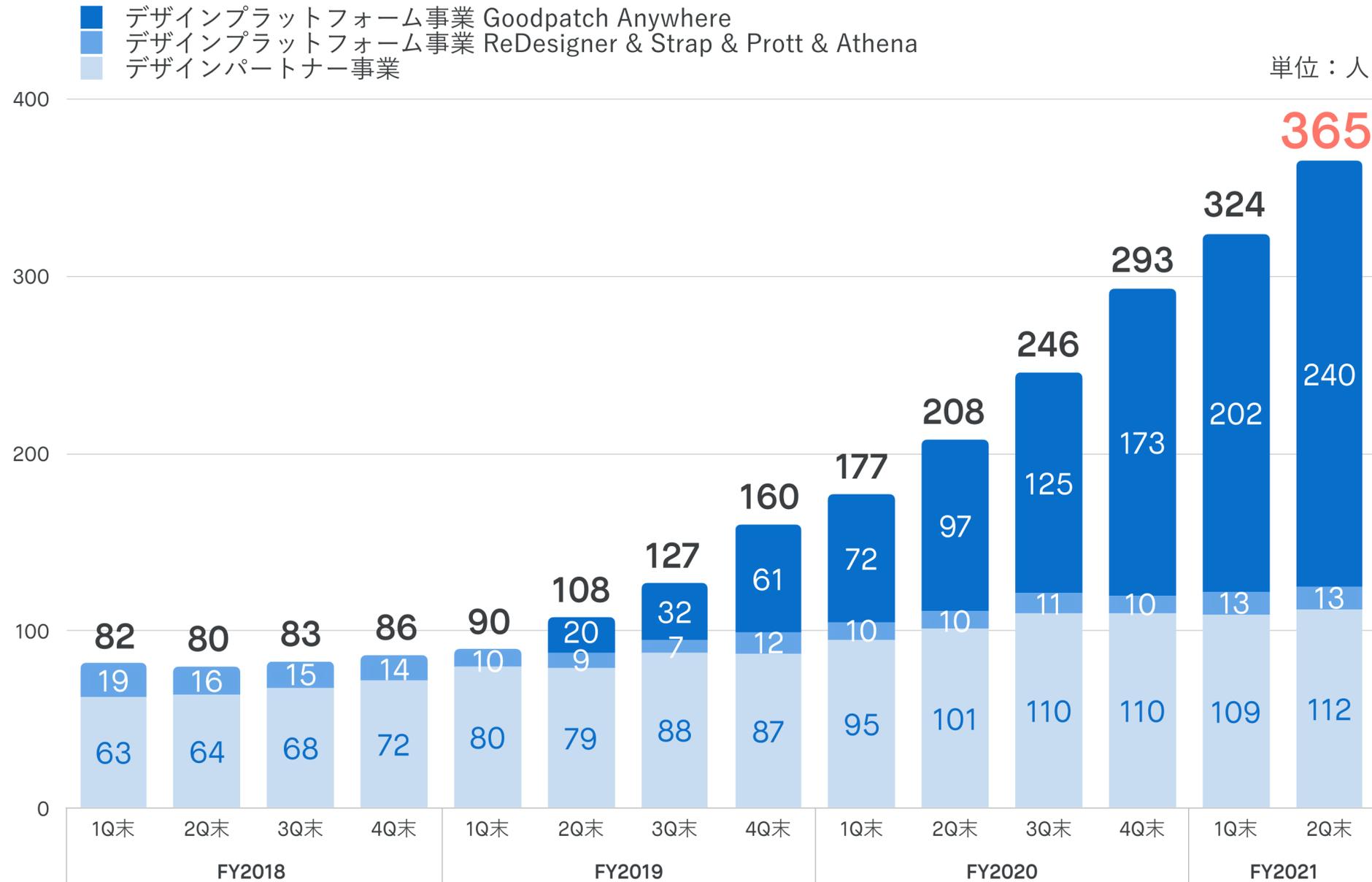


※上記費用には営業外費用および特別損失は含んでおりません。

- 人材への投資を継続し、人件費増加率は **YoY+19.2%** と他の費用より高く推移
- 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 **48.1%** の進捗と計画を下回る

国内最大級のデザイン組織が365名に拡大

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3名増加し112名に
ドイツ子会社は雇用調整フェーズを抜け安定
- Goodpatch Anywhereの登録デザイナー数は38名増加し、**240名**となる

資金調達により現金を積み増し、M&Aの準備を進行中、ネットキャッシュは約15.6億円に

連結貸借対照表

単位：百万円

	FY2021 1Q	FY2021 2Q	増減	主な理由
流動資産	1,184	2,372	+1,188	
現金及び預金	848	2,013	+1,165	MSワラントにより7.3億円増加（※）、 銀行借入により3億円の増加
固定資産	321	326	+4	
総資産	1,505	2,698	+1,192	
流動負債	294	434	+140	銀行借入の増加、未払法人税等の増加
固定負債	174	384	+210	銀行借入の増加
純資産	1,036	1,878	+842	利益計上、MSワラントによる増資
自己資本比率	68.8%	69.6%	+0.8pt	

※上記は2021年2月末日時点の数値です。MSワラントの行使進行によって、3月4日時点においてさらに5億円の資金調達が行われております。

各事業の状況

日本国内が特に盛況、セグメント全体の四半期売上高が5億円に迫る

YoYにて売上高+18.0%、営業利益+51.5%、四半期における売上・営業利益の記録を再更新

セグメント全体 FY2021 2Q

売上高

前年同期比（増減）

495 (百万円) **+18.0%** (+75百万円)

営業利益

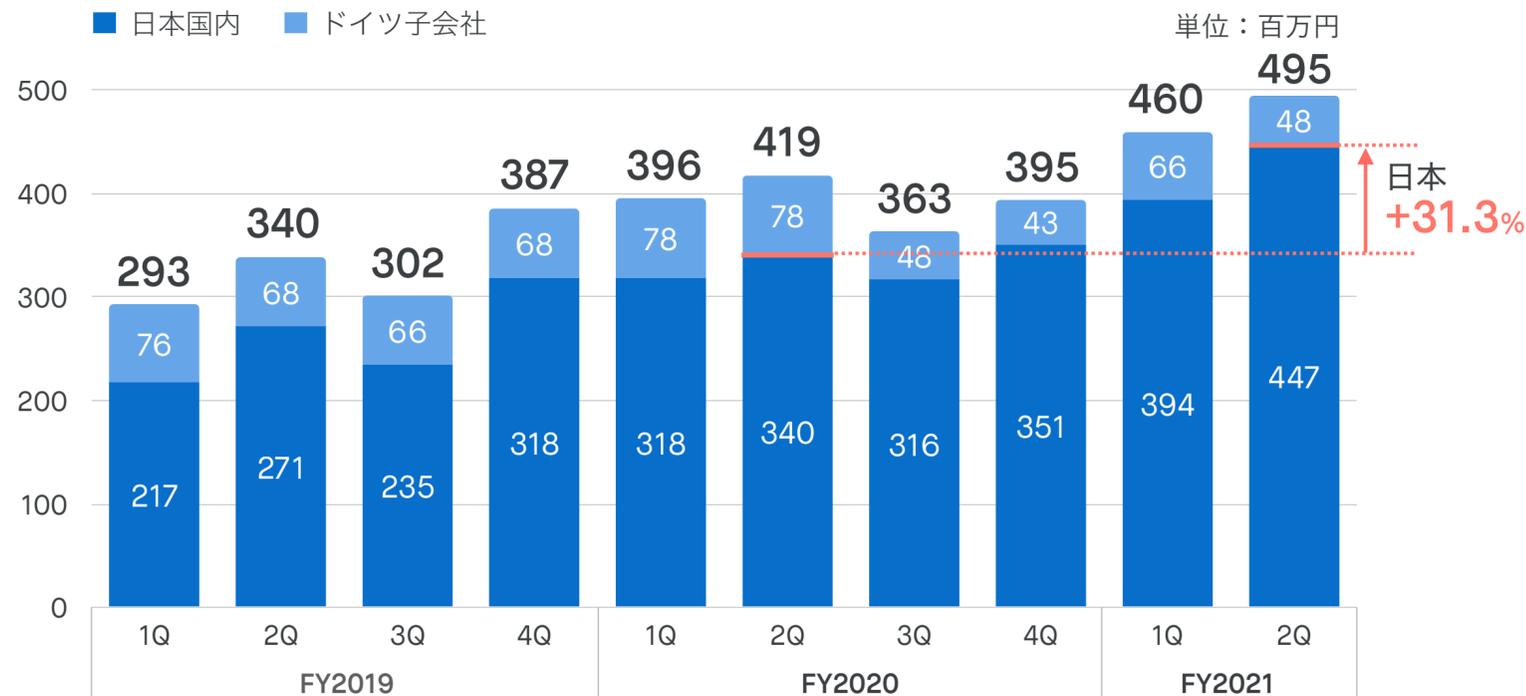
前年同期比（増減）

95 (百万円) **+51.5%** (+32百万円)

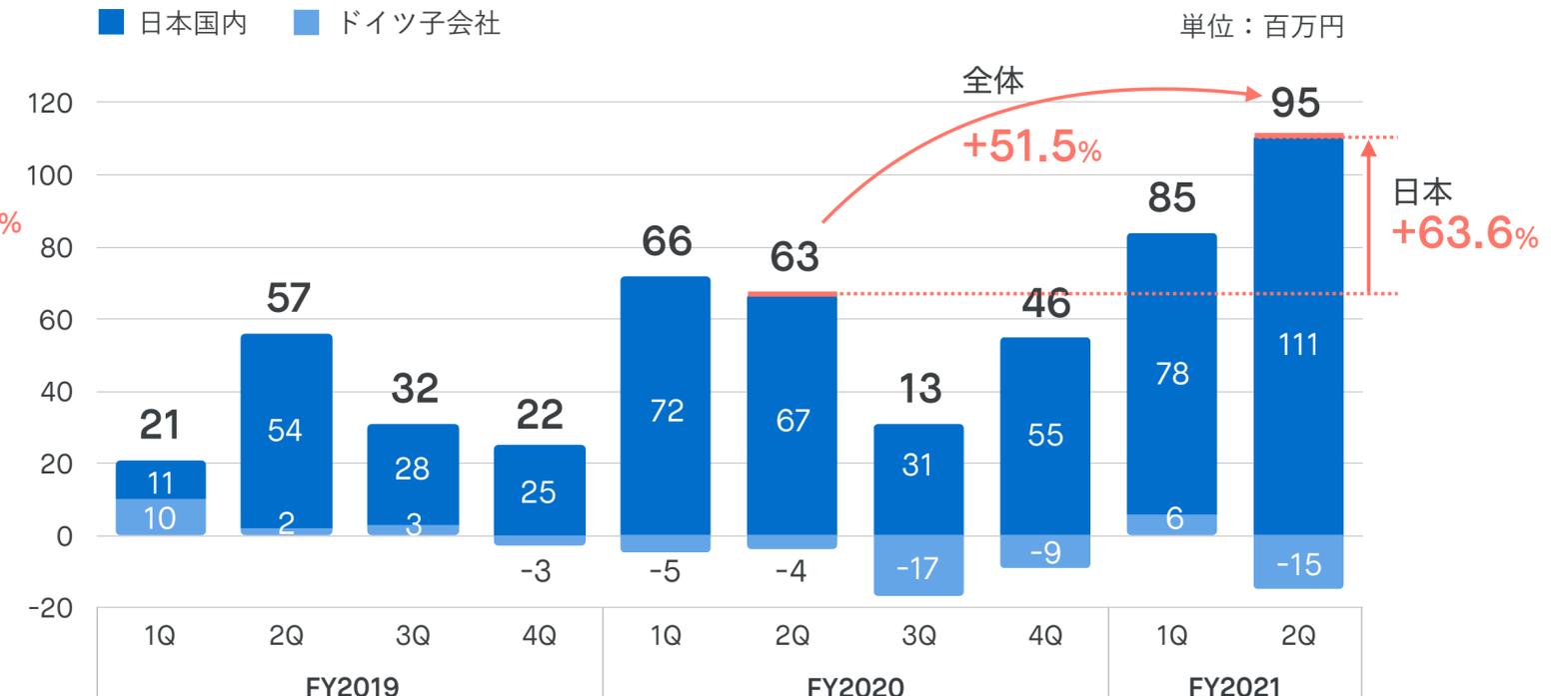
- 日本国内では問い合わせの上昇トレンドが継続、前年同期比約8割増で推移
DX需要の高まりを受け、デジタルデザインのトレンドが鮮明
- 日本国内で特に好調、四半期通じてフル稼働状態となった
- 1Q好調だったドイツ子会社ではコロナウイルスによるロックダウン環境下にて苦戦
- ドイツ子会社の人材が安定フェーズに入り、社内デザイン組織は再び増加トレンドに入る

ドイツ子会社は再ロックダウンの影響を受け赤字だが、日本国内にて収益拡大 特に、日本国内は売上高YoY+31.3%、営業利益YoY+63.6%を達成

売上高



営業利益



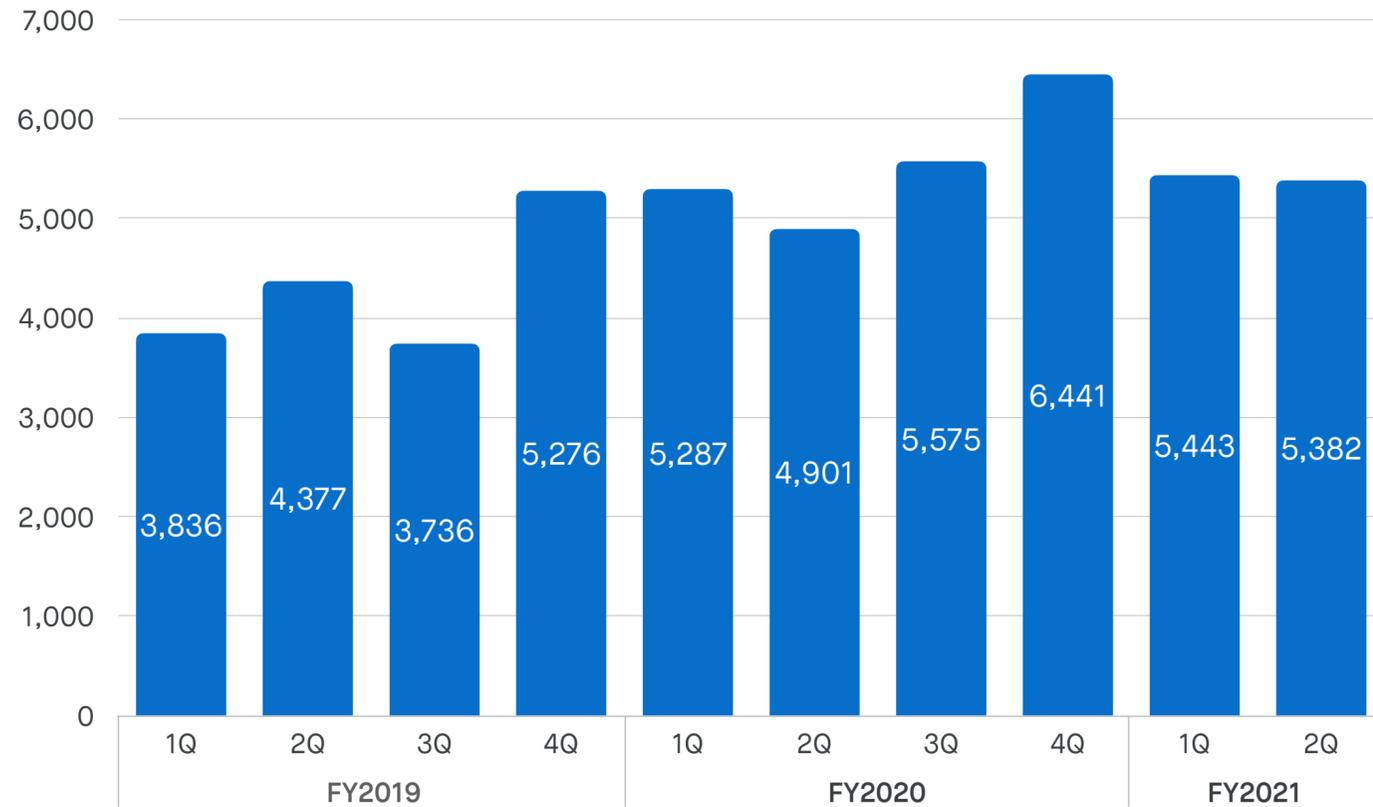
- 日本国内 : 問い合わせは恒常的に増加、案件化が進行、国内の営業利益率はさらに向上し24.8%に伸長
- ドイツ子会社 : コロナウイルスによる不安定な経済状況を受け、プロジェクトが小型化し赤字となる
労働時間短縮制度 (Kurzarbeit) の一時的コスト負担が発生し、8百万円程度引き下げられている

※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

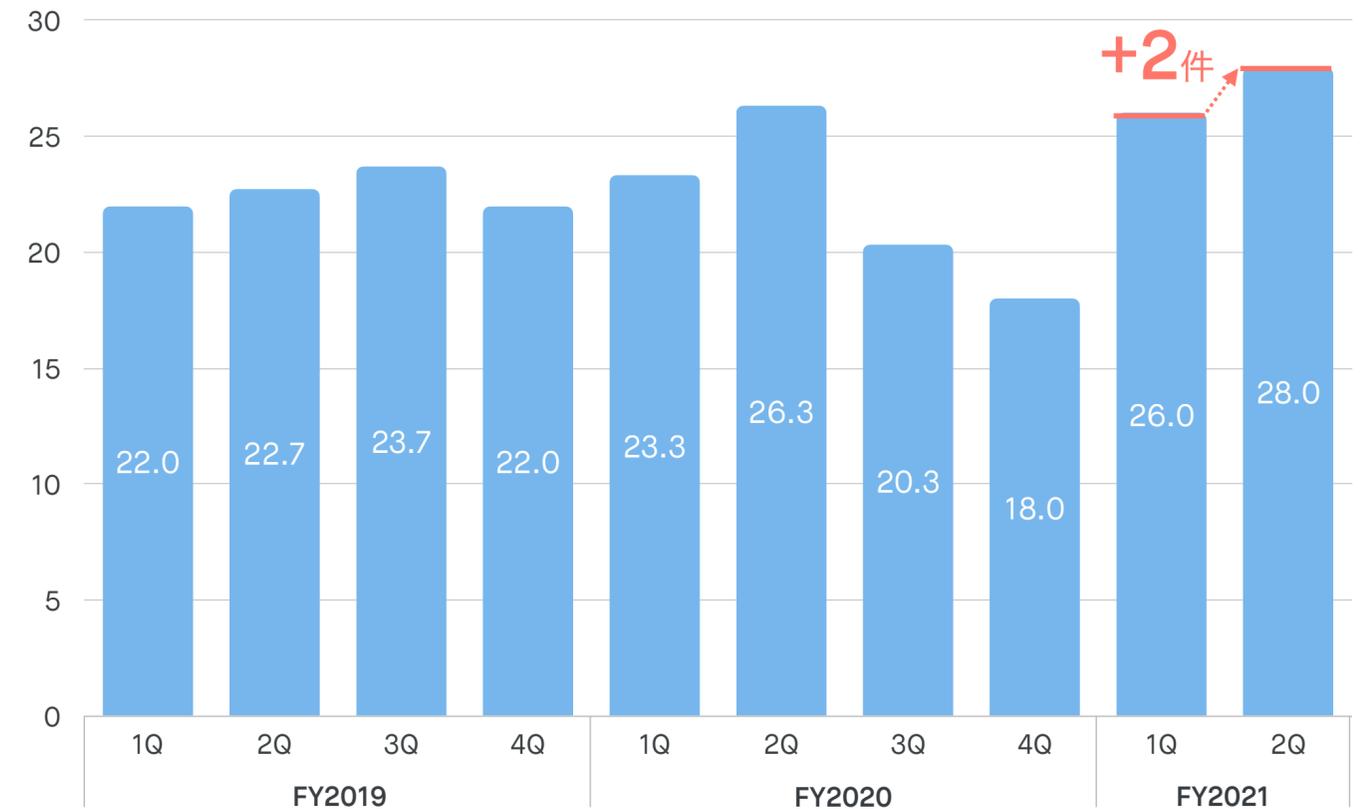
プロジェクト月単価

単位：千円



月平均プロジェクト件数

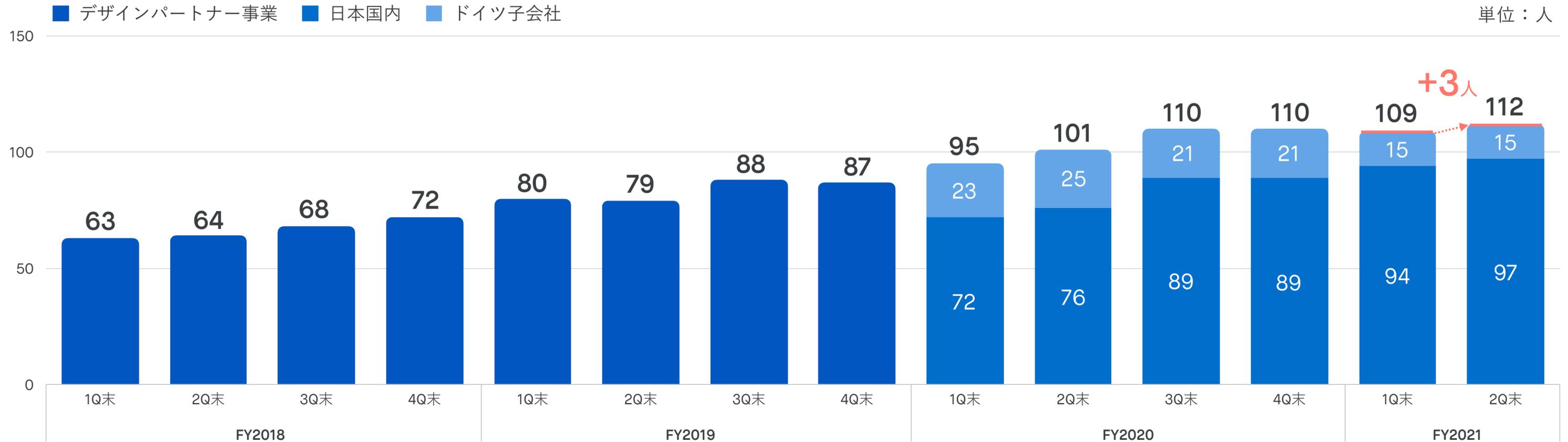
単位：件



- 日本国内において問い合わせの増加傾向が鮮明、前四半期よりさらに伸長し前年同期比約8割増に
- プロジェクト月単価はほぼ横ばいだが、日本国内では徐々に拡大傾向、ドイツ子会社ではロックダウンの影響を受け縮小

デザインタレントプールは継続的に拡大、総勢112名の体制に

デザインパートナー事業のデザイン人員数



- 日本国内での採用活動は概ね計画どおり進捗（2Q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によるロックダウンはあったが、余剰人員の調整は完了し、安定フェーズに
- 事業全体で人材増加トレンドに、4月の新卒入社デザイナーは8名、FY2021末には130名超の体制へ（退職率も想定通り提出日現在11%）

※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

Goodpatch Anywhereを軸に順調に拡大 YoYにて売上高+20.0%、営業利益+43.6%となり、力強い成長を達成

セグメント全体 FY2021 2Q

売上高

前年同期比（増減）

197 (百万円) +20.0% (+32百万円)

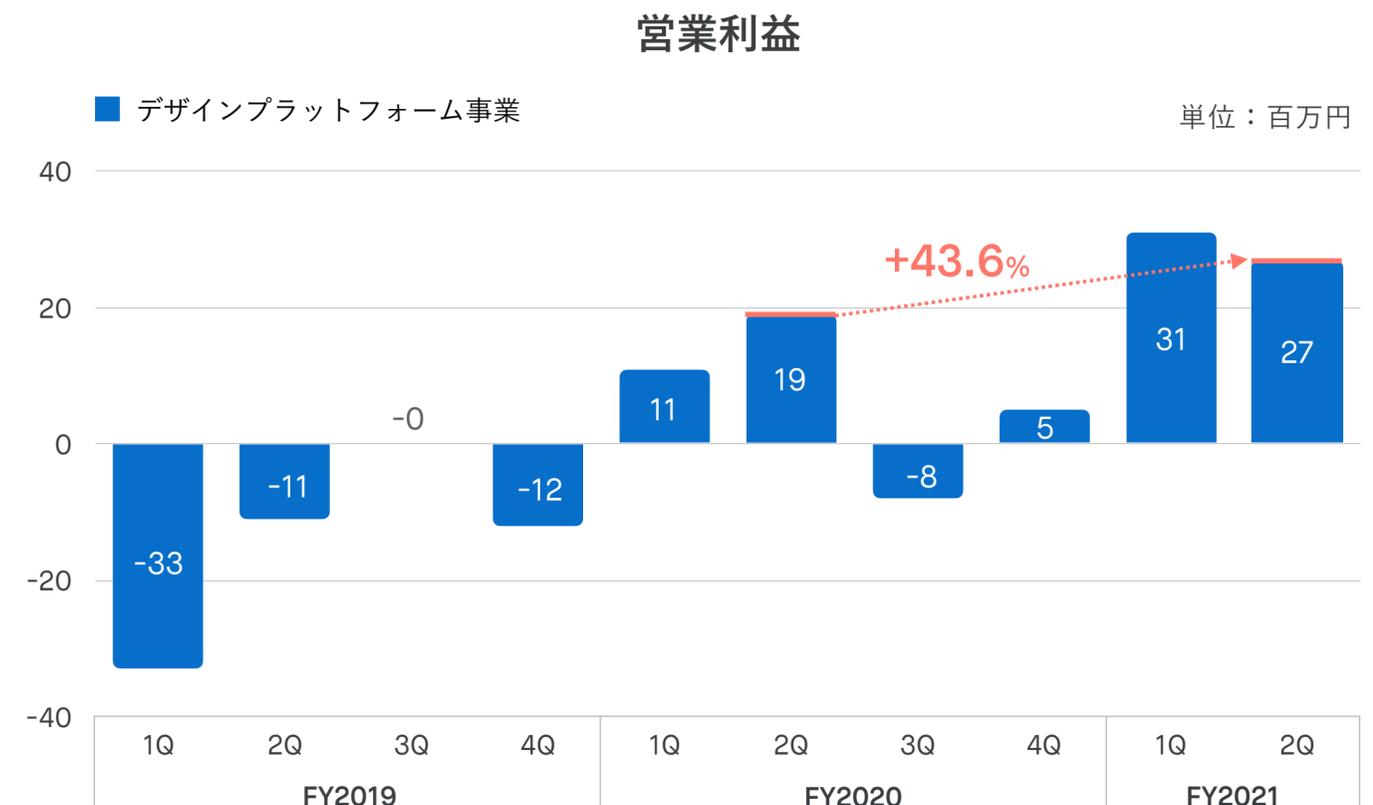
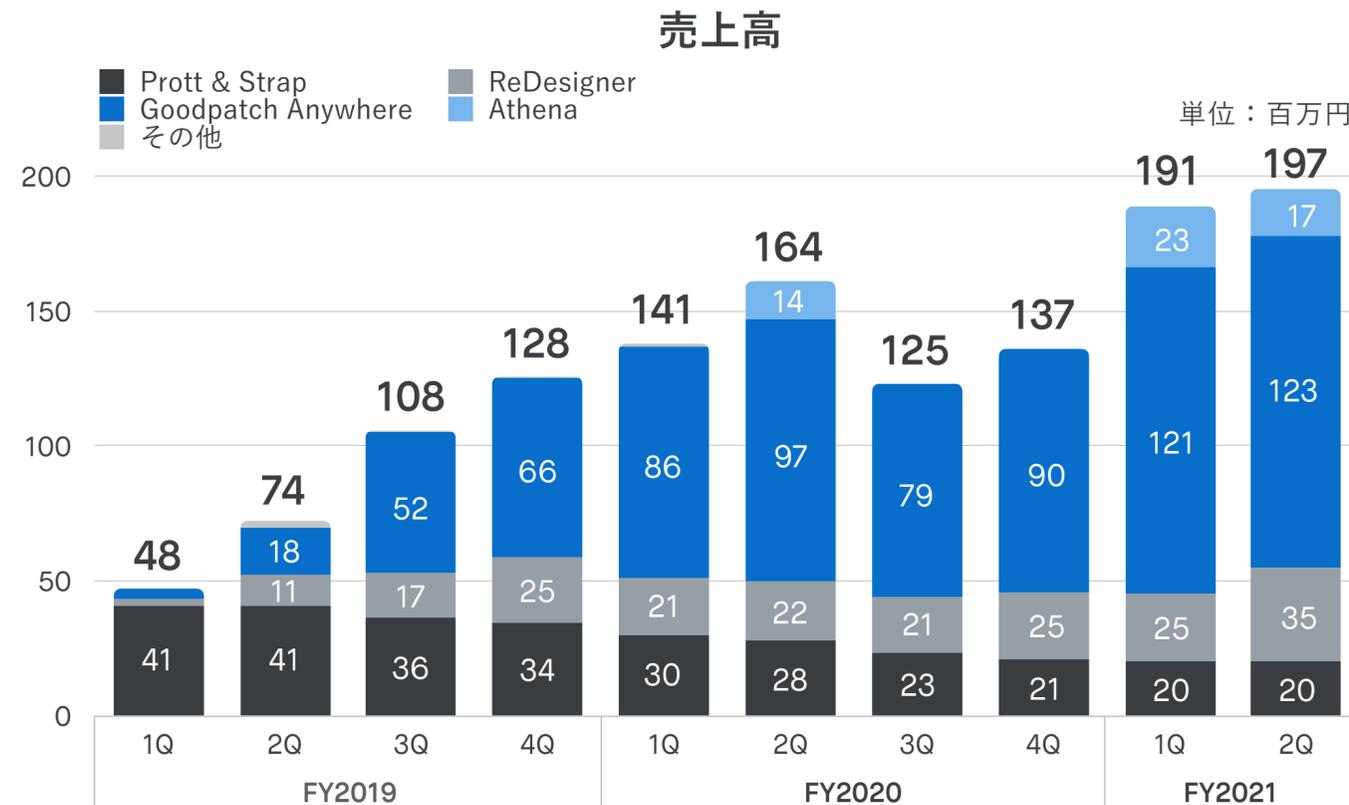
営業利益

前年同期比（増減）

27 (百万円) +43.6% (+8百万円)

- Goodpatch Anywhereが引き続き高水準で推移、問い合わせの共有化により、獲得基盤が充実
- ReDesignerが四半期で営業黒字を計上、セグメント利益に貢献
- ドイツ子会社のAthenaを利用したVR/ARデザイン案件は継続中
- 営業利益は前四半期を下回るものの、前年同期比では大幅な増収増益

Goodpatch AnywhereだけでなくReDesignerやAthenaが貢献し、売上規模が2億円に迫る 人材やソフトウェア等のデザイン周辺ビジネスの利益貢献も鮮明に



- Goodpatch Anywhereは前四半期比ほぼ横ばいながら、その高収益体質により当事業の利益の大部分に貢献
- ReDesignerは前年同期比+59.0%の高成長を記録、当四半期（12-2月）にて初の黒字計上
- Athenaもトヨタコネクティッドのプロジェクトが継続し前四半期につづき収益計上

※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

YoY+26.5%の成長、
デザインプラットフォーム事業の成長を牽引

ReDesigner

コロナ禍の落ち込みから回復軌道へ乗る
YoY約6割の成長、初の四半期黒字化

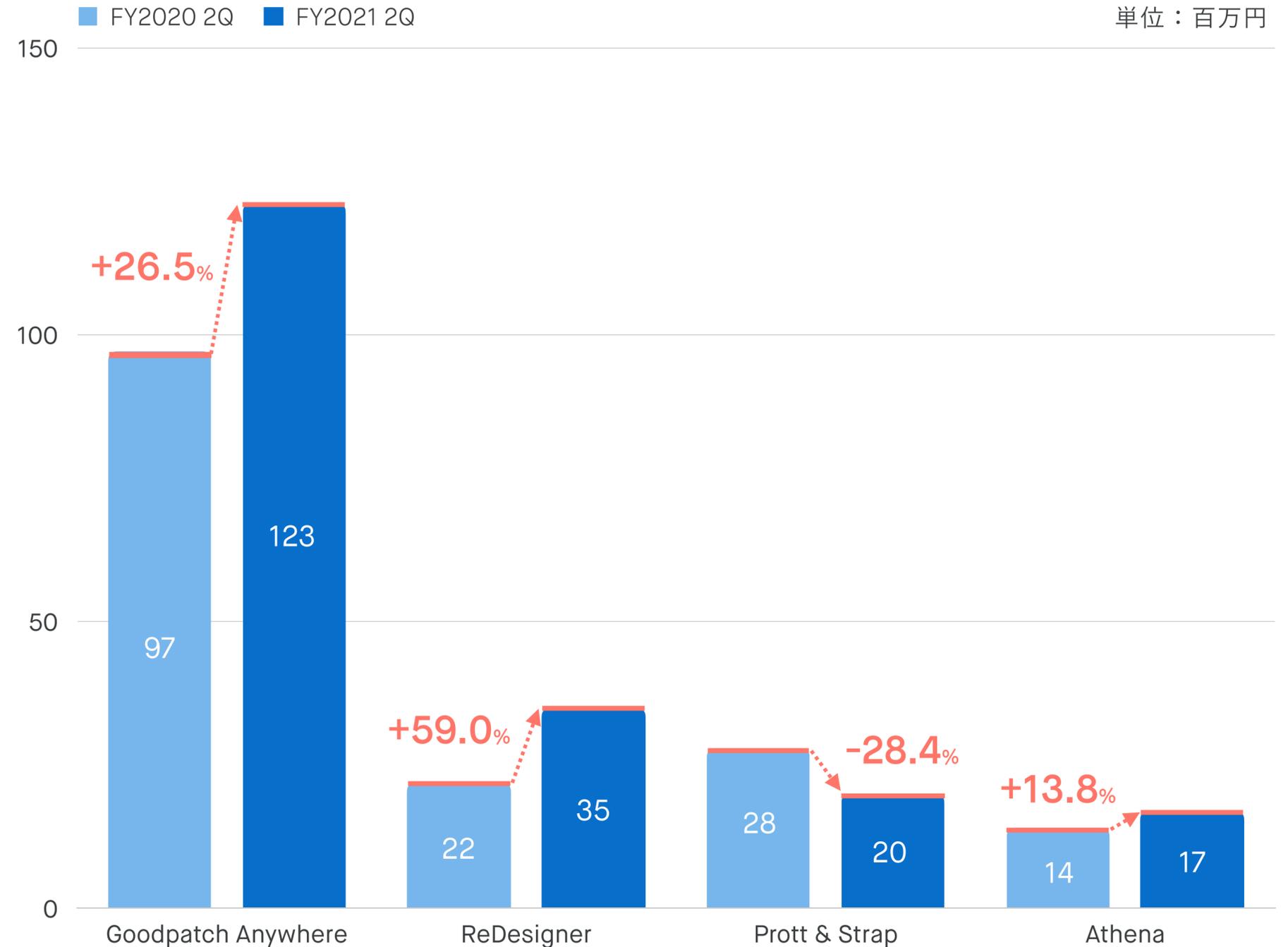
Prott & Strap

Strapの伸びによりYoY3割弱の減少に留まる
Strapの契約企業数は33社に増加

Athena

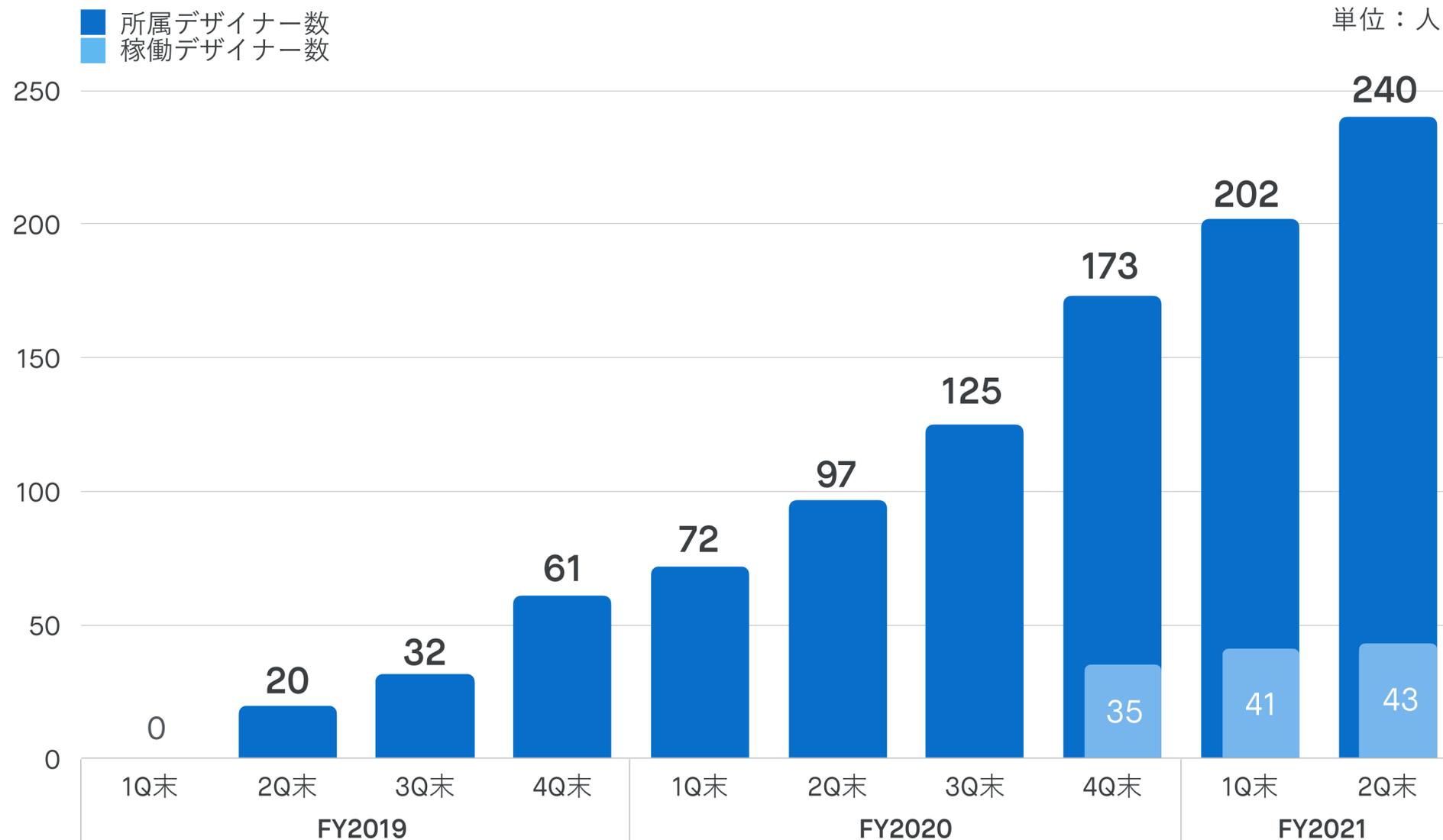
前四半期に引き続きトヨタコネクティッドとの
プロジェクト継続により利益計上

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



プロジェクト数は高水準で推移、人材プールは順調に拡大を継続 YoYでは売上高26.5%の伸長、人材プールの規模は倍以上に

Goodpatch Anywhere デザイナー数の推移



- 人材プール拡充が継続、デザイナーの母数増加は順調
- 2Q末の実稼働は43名前後で推移、今後は稼働デザイナー数を引き上げる取り組みも進める



BOOK☆WALKER



ASHINAGA

すべての選児に教育の機会と心のケアを

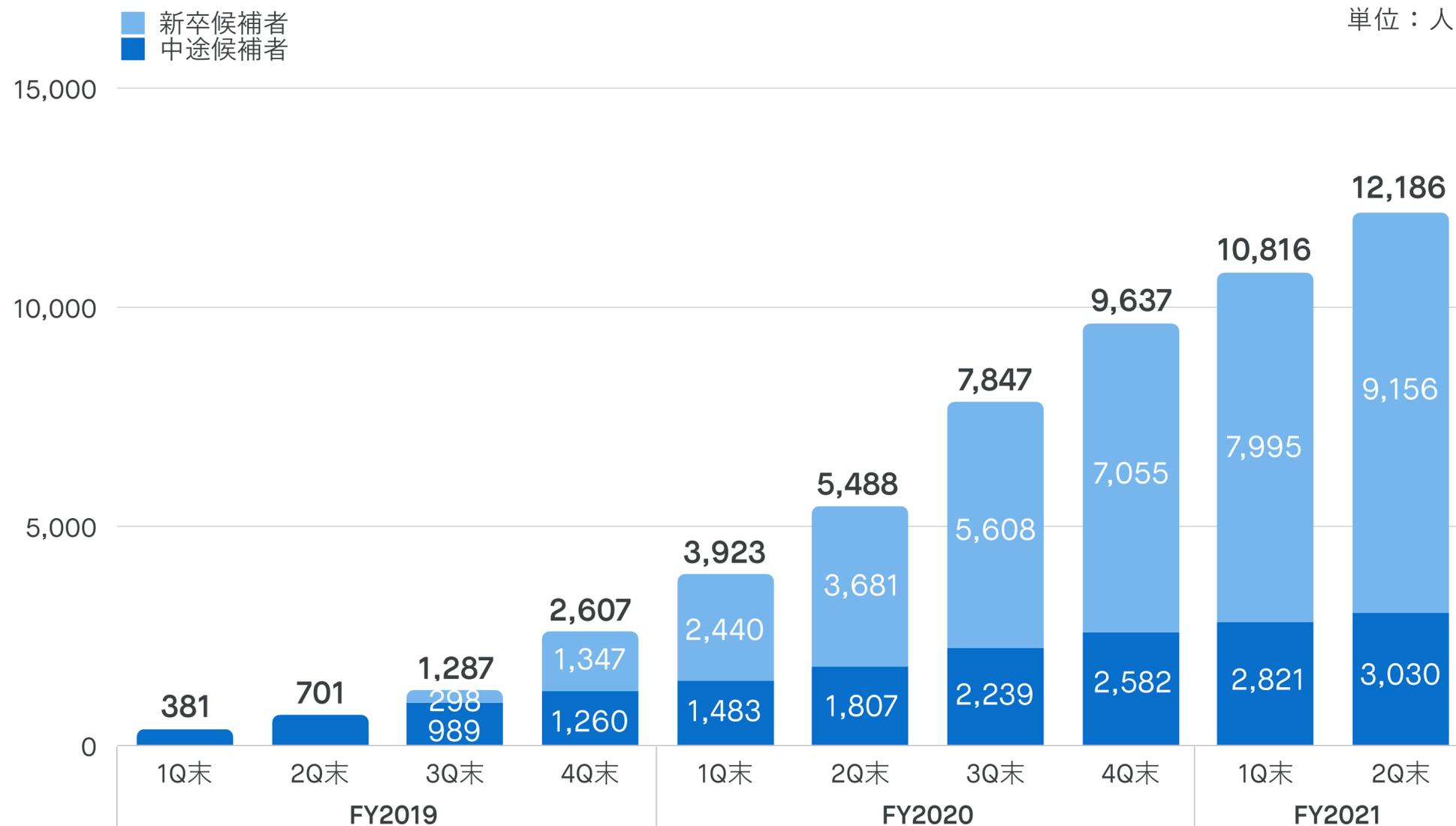


三井不動産
MITSUI FUDOSAN

当四半期で初の四半期営業黒字を達成

デザイン人材採用プラットフォームとして1万人を超える規模に成長

ReDesigner 累計登録者の推移



- 中途人材紹介サービスでは、内定数が好調に推移、リテナーやイベント売上も積み上げ収益構造を強化
- 中途人材紹介サービスの累計契約企業数は390社へ拡大
- SaaSの新卒サービスの契約企業数も30社を超える



FY2021 通期業績予想

順調な事業進捗だが通期業績予想は維持、下半期にて中長期視点の戦略投資を計画

売上高

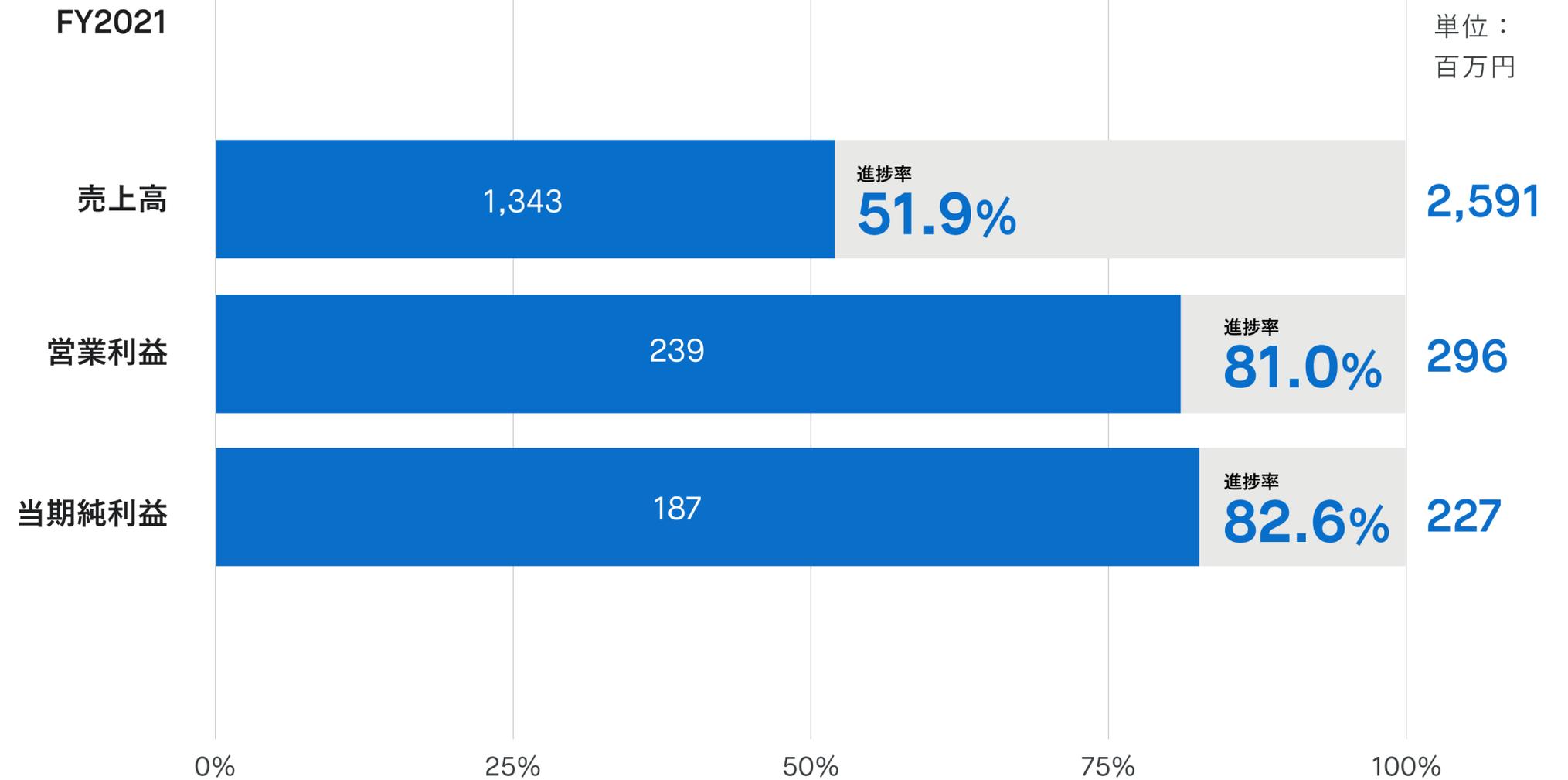
2,591 百万円 前年度比 (+20.9%)

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%)



好調な事業環境を受け、来期以降を見据えた積極的な戦略投資を実行

下半期の重点方針	主な追加投資項目/規模	効果発現のタイミング			投資/費用内容詳細
		FY21 2H	FY22	FY23	
1 デザインパートナー事業の事業機会・事業効率の最大化	効率化費用 15百万円	[FY21 2H - FY22]			分散した本社ロケーション（分室）を解約し統合するための費用等
2 Goodpatch Anywhereの体制を強化、提供能力の向上	人材関連費用 0-5百万円	[FY21 2H - FY22]			稼働人員を増強し事業キャパシティを広げるための人材採用・人件費等
3 中長期の事業成長を担う人材基盤を強化	人材関連費用 20-30百万円	[FY21 2H - FY22]			採用加速のため上期実績相当分に加えて費用追加、期末賞与の見込み費用等
4 中長期的に収益体質を強化するためのSaaS領域への投資を推進	新規事業関連費用 40-50百万円	[FY21 2H - FY22]			Strapの機能拡充およびマーケティング費用等、また新SaaSプロダクトの開発検討を前倒しして費用化
5 M&Aによる開発を中心としたケイパビリティの獲得	資金調達およびM&A関連費用 15-40百万円	[FY21 2H - FY22]			MSワラント後半部分の発行費用、M&A仲介手数料等、主に営業外費用かつ期中にM&Aを行う場合において発生

下半期の戦略投資総額
90-140百万円

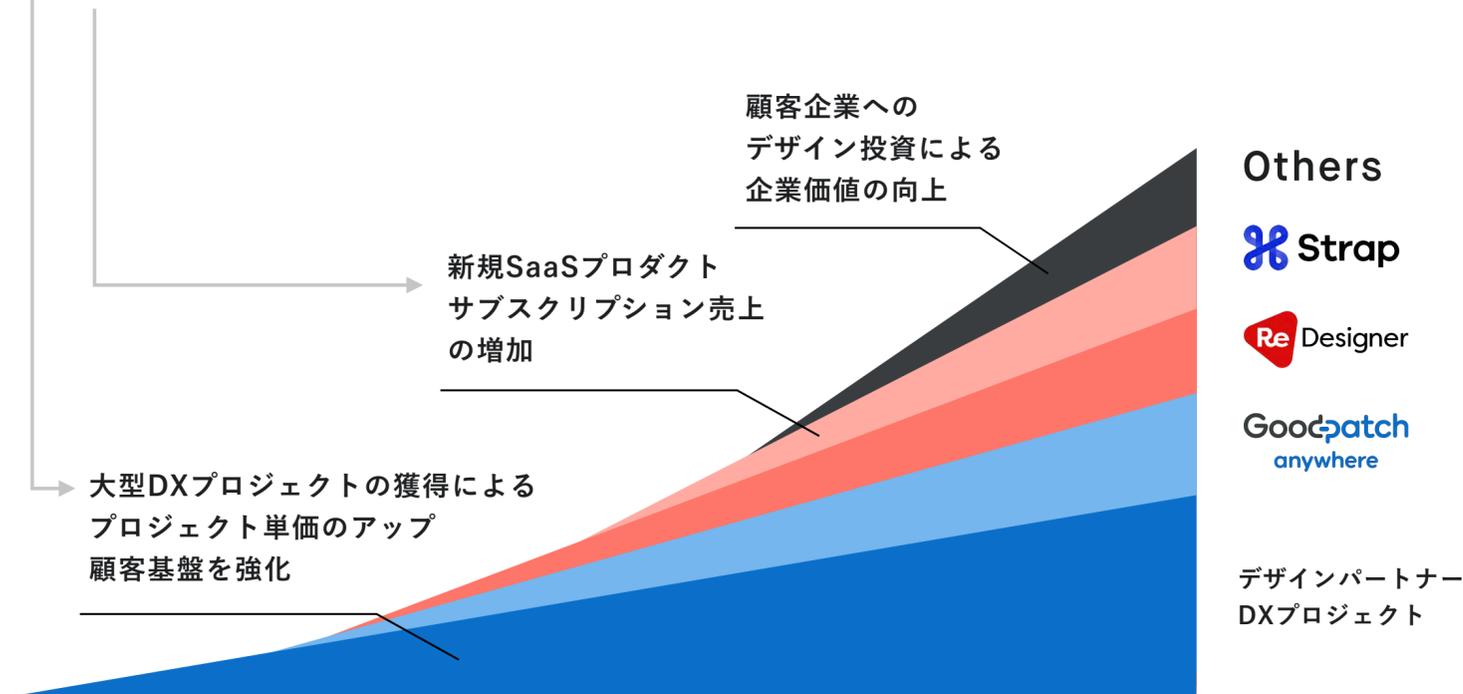
FY2021 2Q TOPICS

中長期にわたる成長を目指し、新株予約権型ファイナンスを実施

ファイナンスの目的

デザインの可能性を拡張していくための成長投資を実行

- ① デザイン人材の獲得
- ② M&Aを通じたケイパビリティの強化
- ③ SaaSサービスの拡充



- 前半部分は15営業日で行使完了、12.6億円の調達完了
- ファイナンス後半部分の概要：
発行済株式の約3%相当、総額7.5億円※の調達を予定
M&Aの実施を公表した場合に発動
- M&Aのターゲットのイメージ：
デザインから開発・運用・グロースへ一貫した提供体制を構築する
 1. SI・システム開発
 2. クラウドソリューションプロバイダー
 3. デジタルマーケティング
 4. デザイン

※発行決議日前日の終値3,420円にて新株予約権が行使された場合

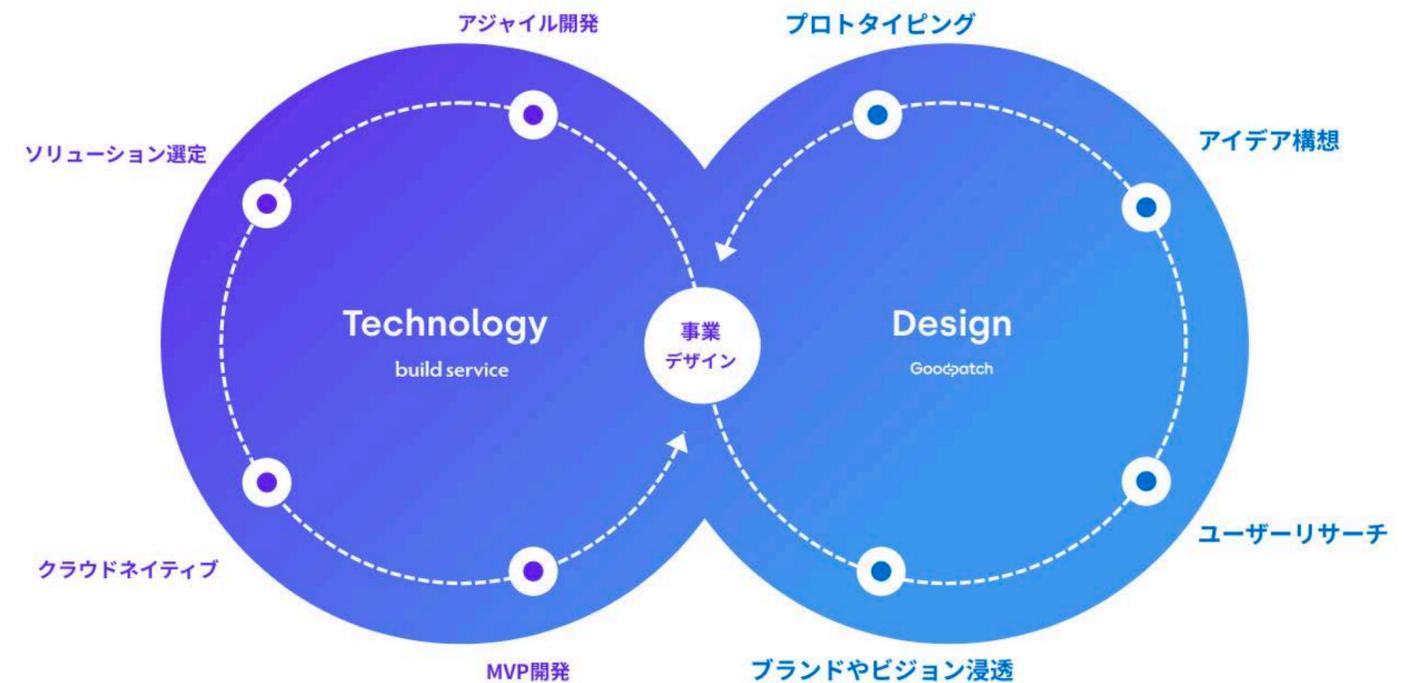
伊藤忠テクノソリューションズ株式会社 (CTC) とDX推進事業で協業



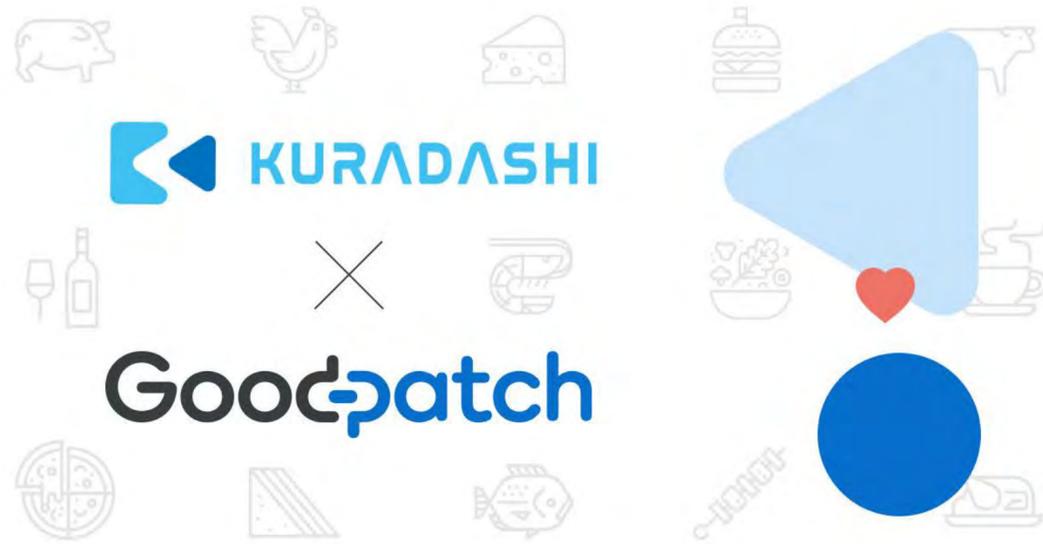
- 企業のDXを実現するための新しいビジネスを立ち上げる文化や組織作りにおいて協働
- グッドパッチの強みである顧客を起点とした製品やサービスのUI/UXデザインにCTCの技術コンサルティング力と開発力を掛け合わせたプログラムを提供開始

Transfer Starter

DXに着手する会社・事業の意義やビジョンの策定から、ビジョンを体現する製品やサービスのアイデア創出、プロトタイプ作成、上市に向けた開発準備、組織内外の巻き込み施策立案などを1.5か月で実施



デザインの中でSDGs[※]に取り組む



- フードロス・食品ロス削減に貢献する
「株式会社クラダシ」への無償支援が決定
- デザインプロジェクトでは、企業理念や提供価値の言語化などのBX（ブランドエクスペリエンス）デザインを3か月にわたって推進

SDGsを志す企業へデザインの力を。グッドパッチが、フードロス削減に取り組むクラダシと共同プロジェクト開始
<https://goodpatch.com/news/sdgs-kuradashi>

グッドパッチのスタンス

SDGsへの取り組みを促進し、持続可能な事業をデザインの中で前進させ、顧客の社会貢献を共創する

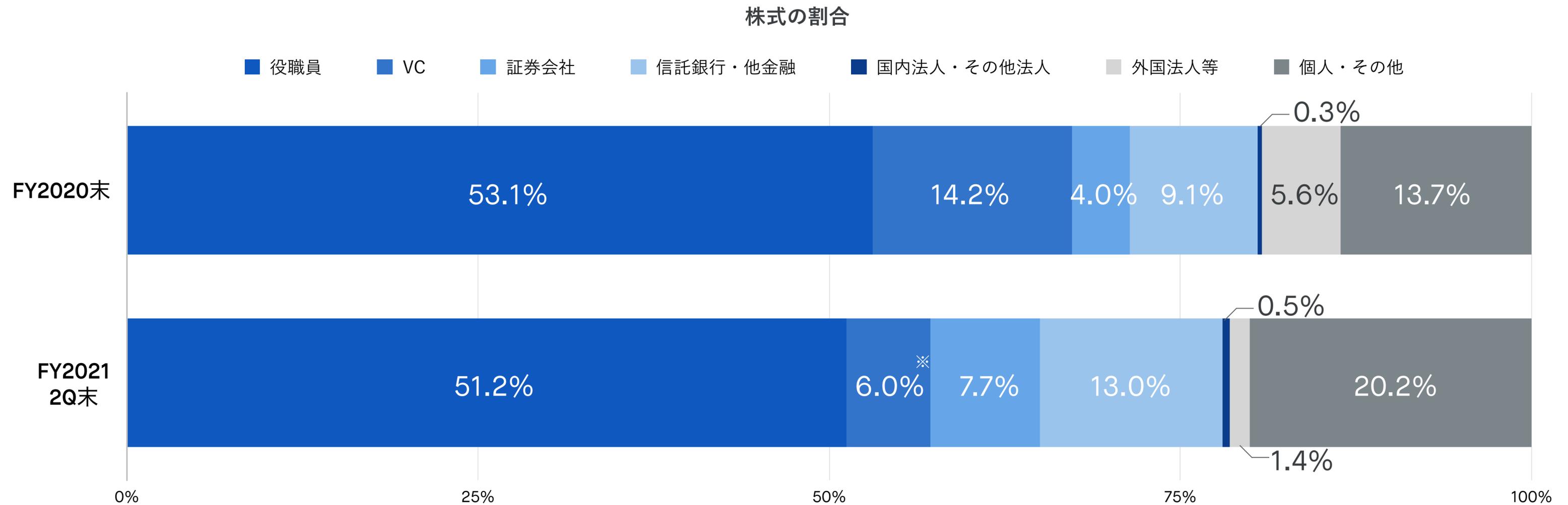
持続可能な社会の実現を目指す企業・団体・NPO法人に対してデザインの無償支援を行い、デザインによってSDGsの達成に貢献する



※SDGsとは、2015年に国連において採択された「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の頭文字をとったもので、国連加盟 193 か国が 2016 年から 2030年の 15 年間で達成するために掲げた 17 の大きな目標であります。

VC株主のEXITが進み、保有比率は約5.5%[※]を残すのみ

国内機関投資家の比率は13.0%、個人株主は20.2%へ



※直近のVC株主の持ち分について、3月29日付でSBIインベストメント社により開示された大量保有報告書を含めて算出しますと、VC株主の保有比率は約5.5%になります。

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

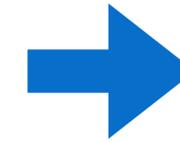
デザインプラットフォーム事業

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

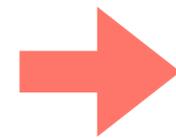
大企業のDX、デジタル庁などの行政のデジタル化のニーズの高まり UI/UXデザインを武器に大型DXプロジェクトの獲得

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推進およ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、2年以上にわたり**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支援の内容



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



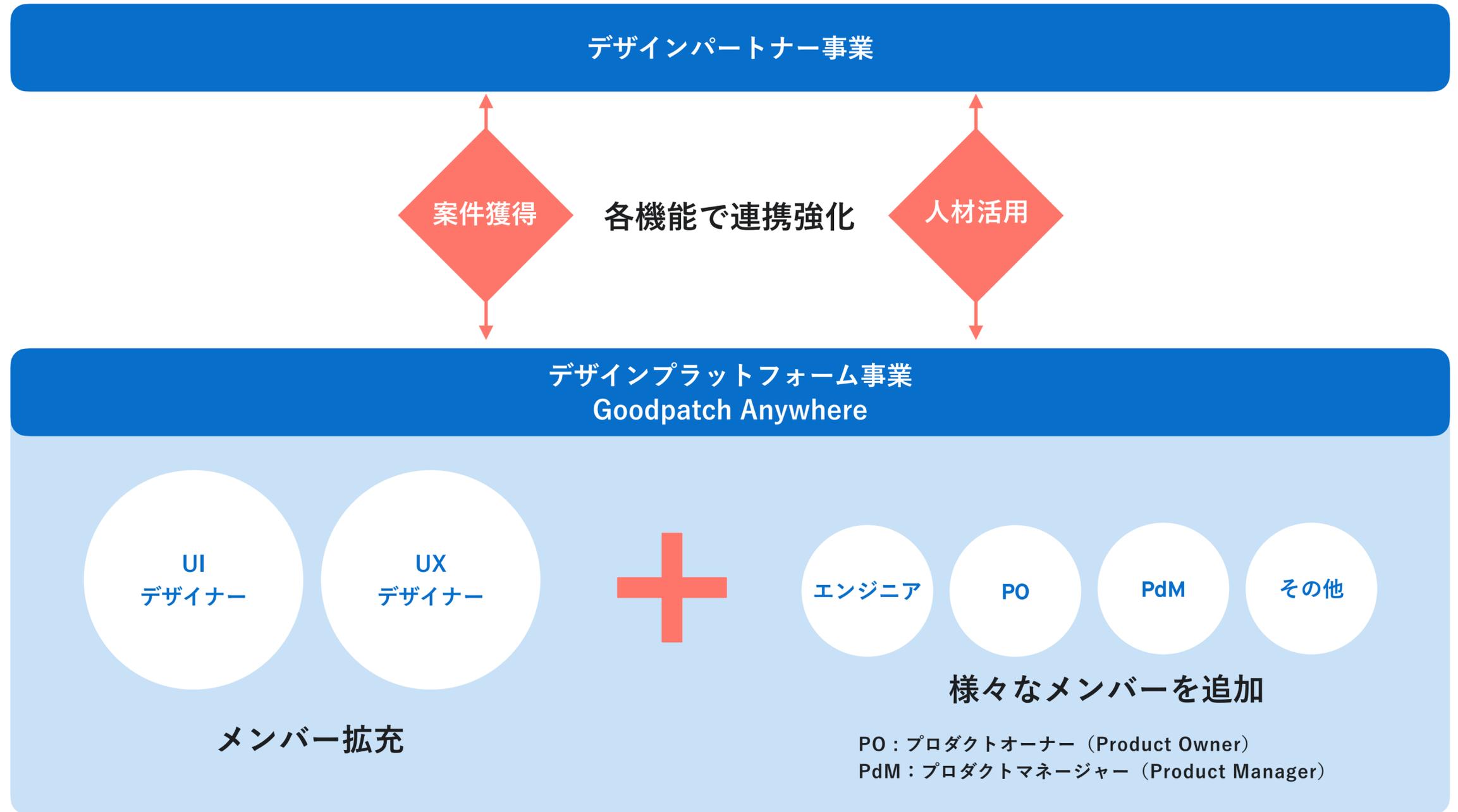
フルリモートデザインチームのリソースをさらに有効活用へ

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



2020年4月23日にβ版、9月1日に正式版をリリース



- FY2021 2Q末時点で**正式利用企業**として契約
デザイン支援プロジェクトで積極利用し、
FY2021の獲得目標は100社

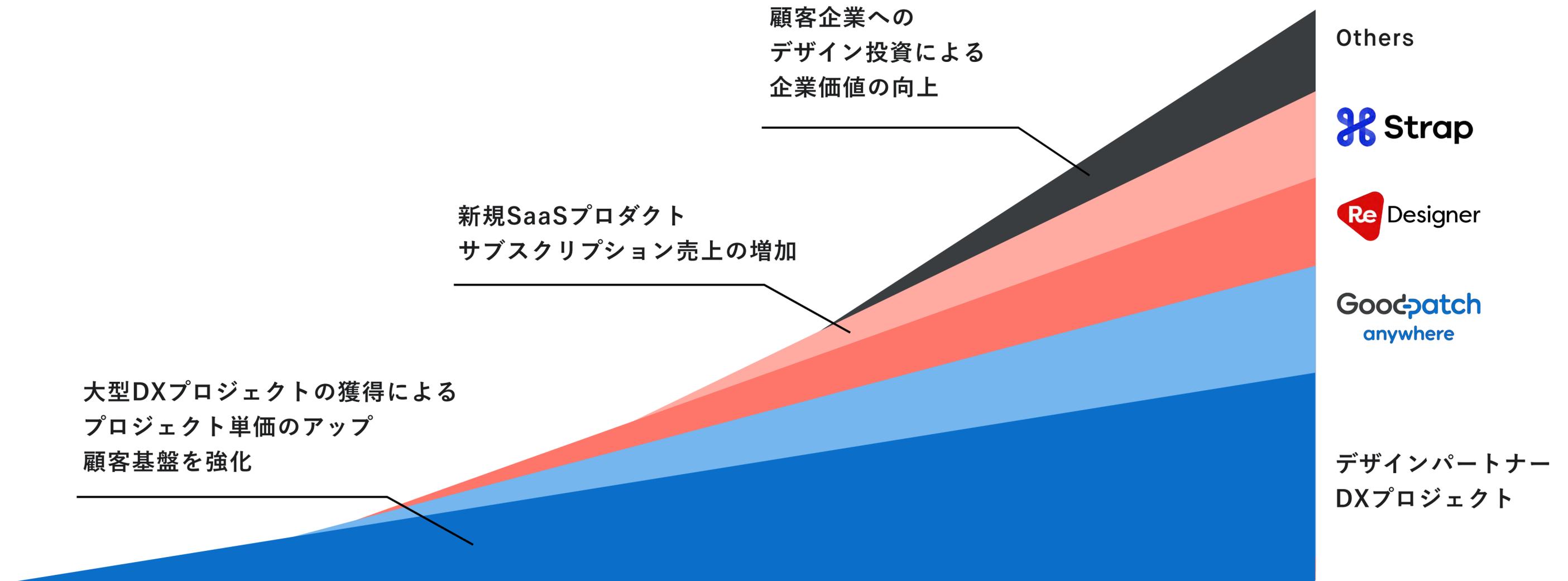


※正式利用企業の一部です

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



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

槇島 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。



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に務める。



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。

各オフィスをまとめるグローバルリーダー達



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。



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。



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

Matthias Flucke

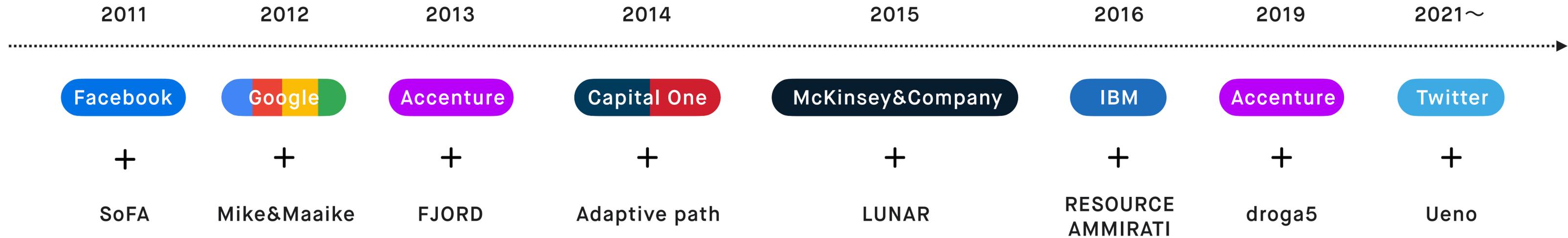
2016年3月にグッドパッチにジョイン。デザインリードとオートモーティブエキスパートを歴任後、現在スタジオリードとしてマネジメントに携わる。

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

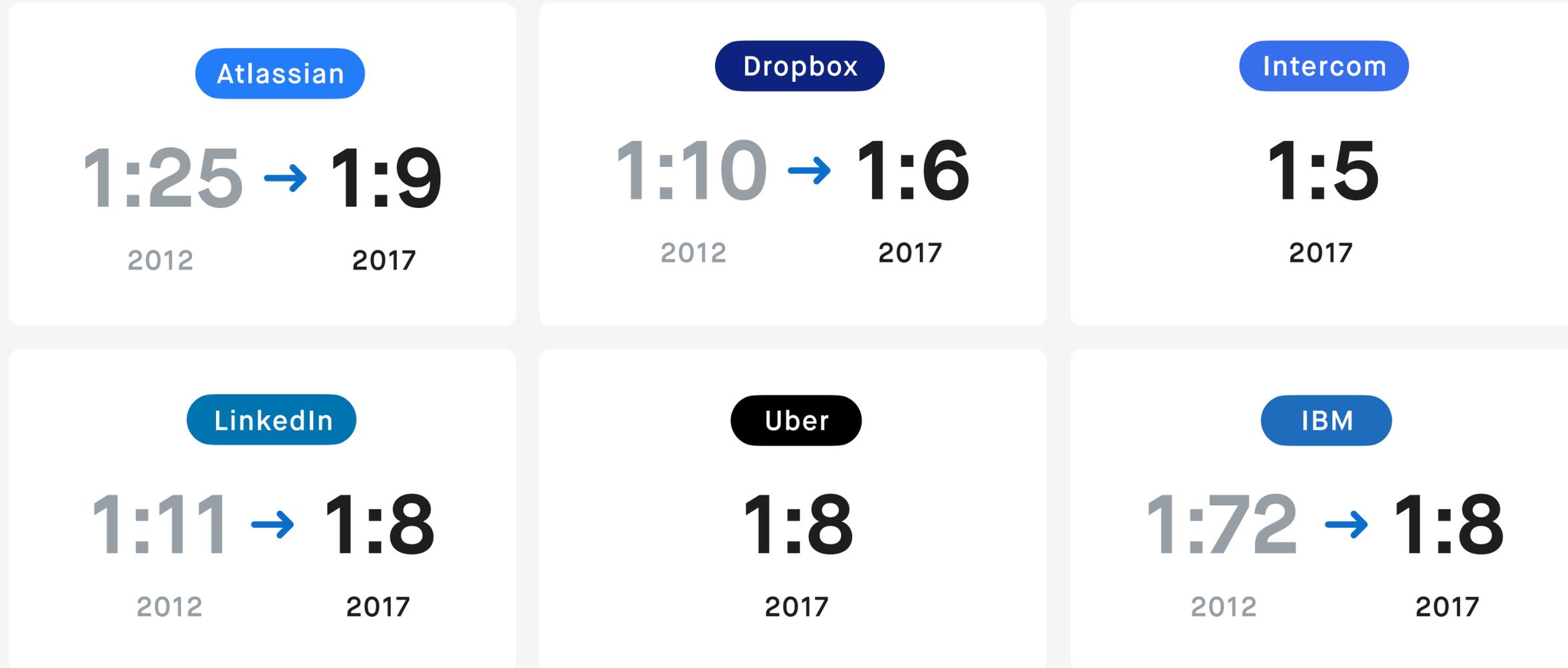
Twitter

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

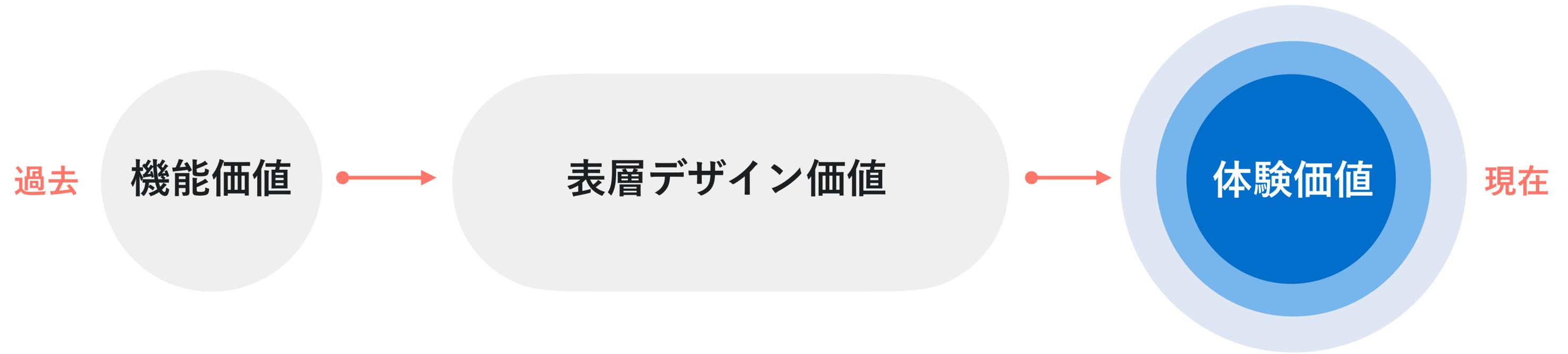
海外企業のデザイナー：エンジニア比率の変化



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

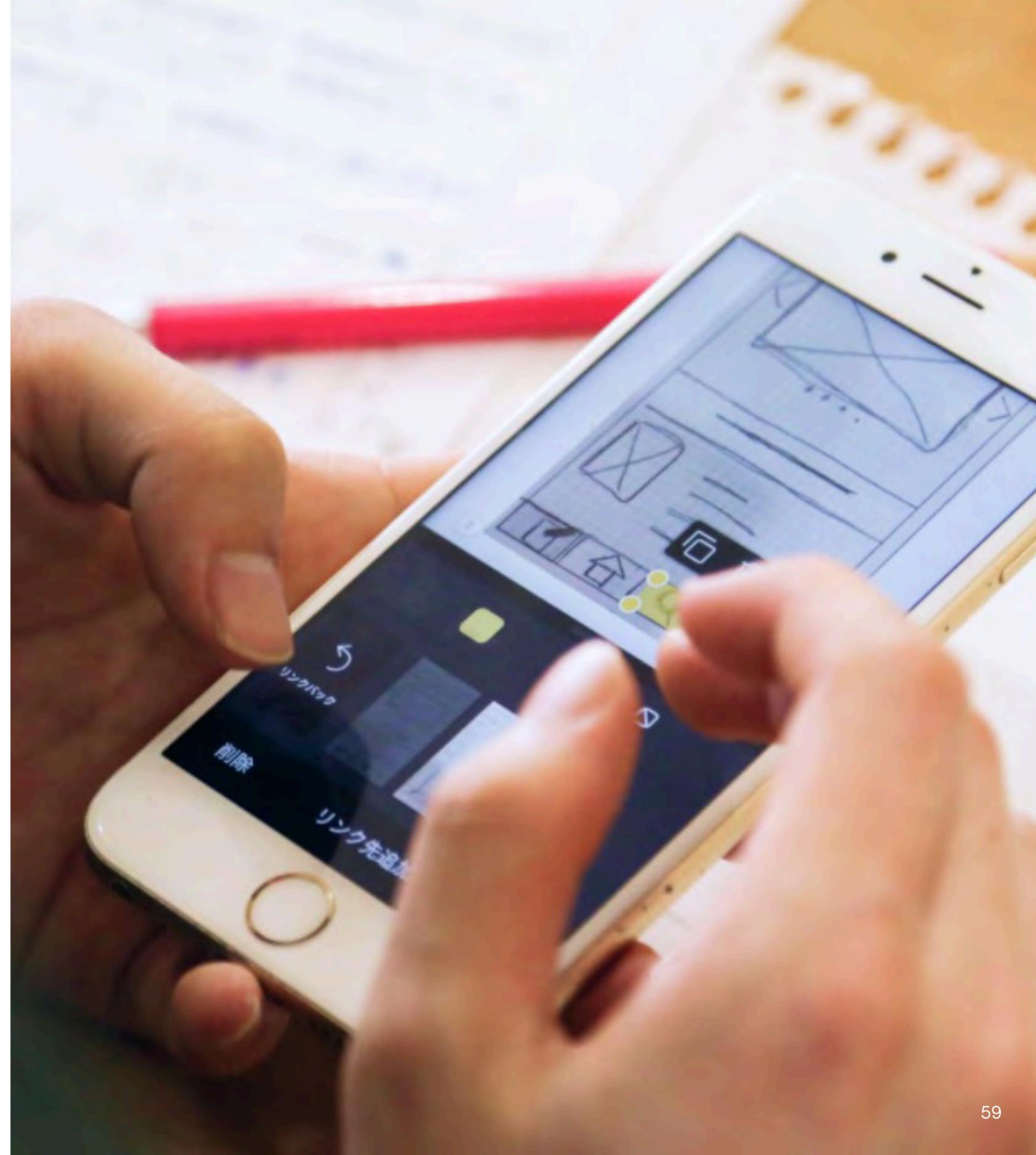
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

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

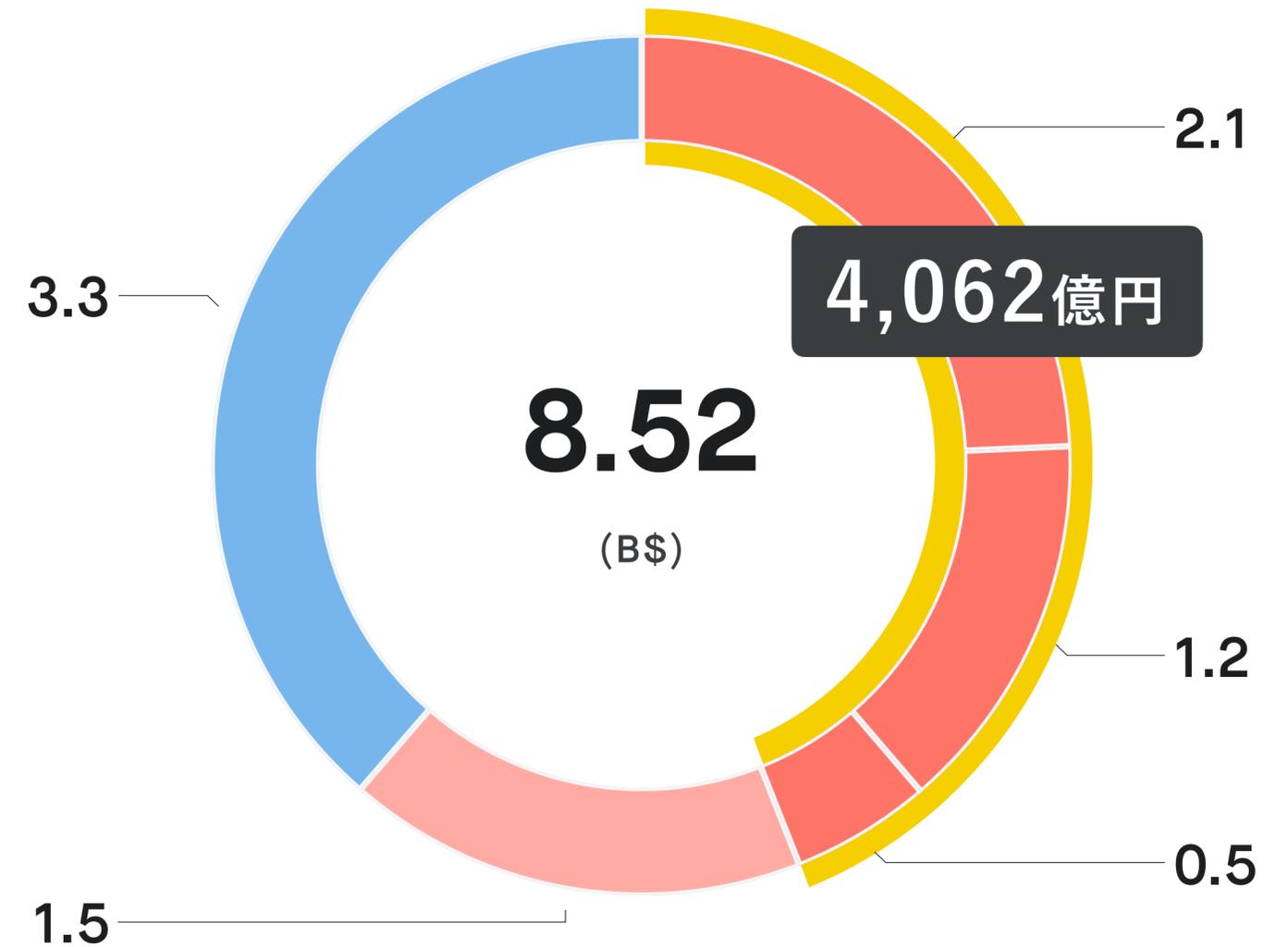
● Project services

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

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)

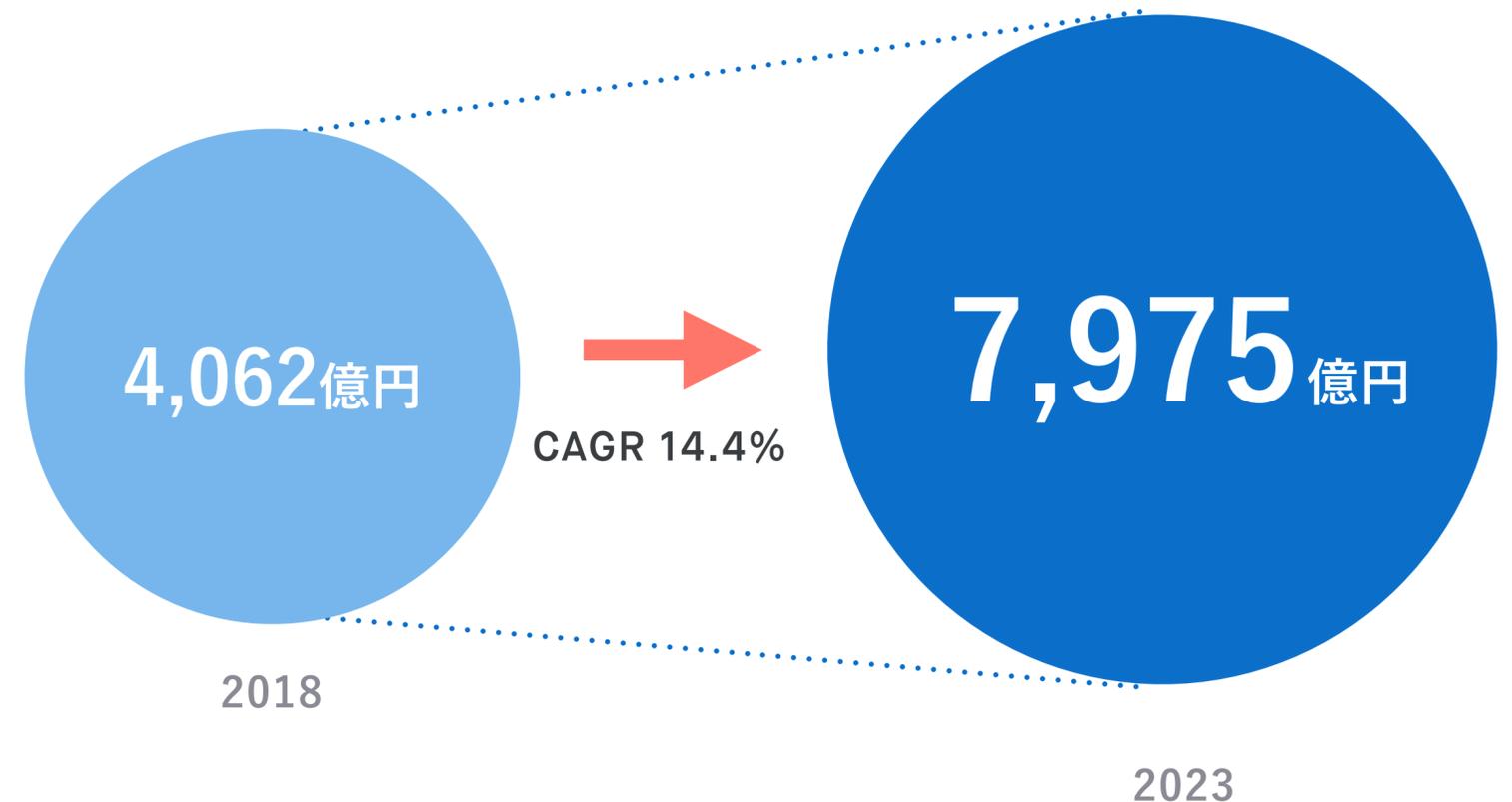
世界で12.2兆円のデジタルエージェンシー市場

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

Unipos

ONE CAREER

bitkey



助太刀

FiNC

Holmes

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

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。

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



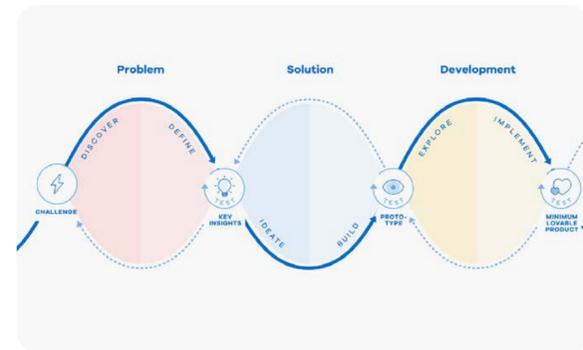
事業戦略とユーザーニーズをつなぐ一貫通貫したプロダクトデザイン

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 ♥