

2021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）

2021年7月15日



- 01 事業内容
- 02 FY2021 3Q 業績ハイライト
- 03 各事業の状況
- 04 FY2021 通期業績予想
- 05 FY2021 3Q 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

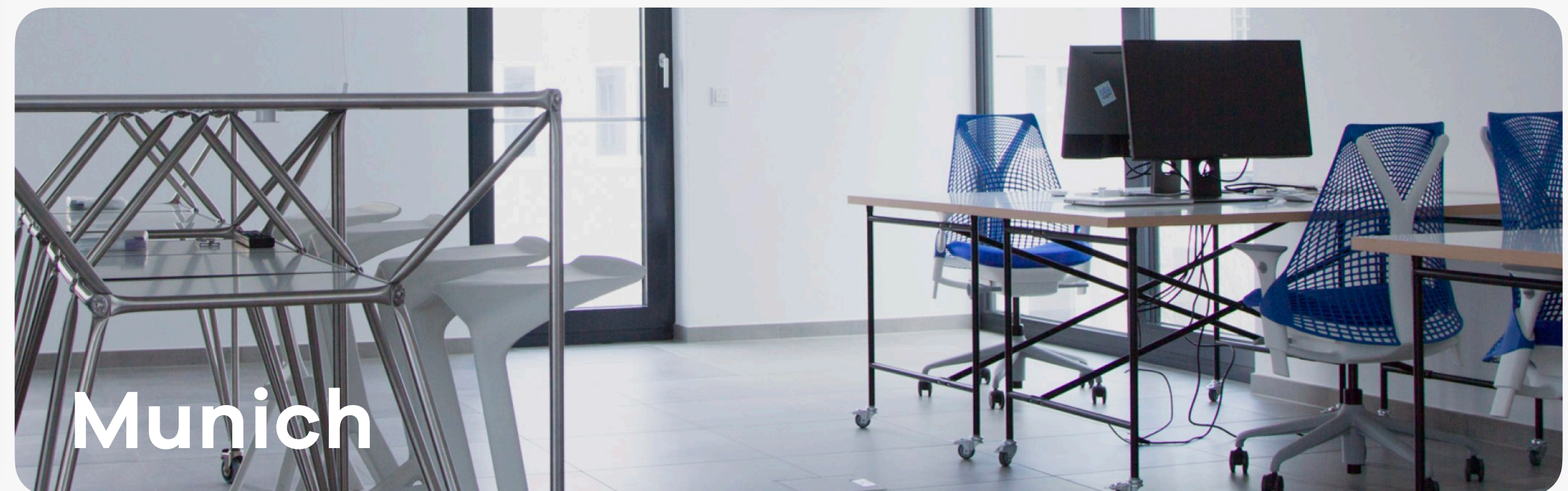
従業員数 189名（正社員 2021年5月末日時点 連結）

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	榎島 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

+

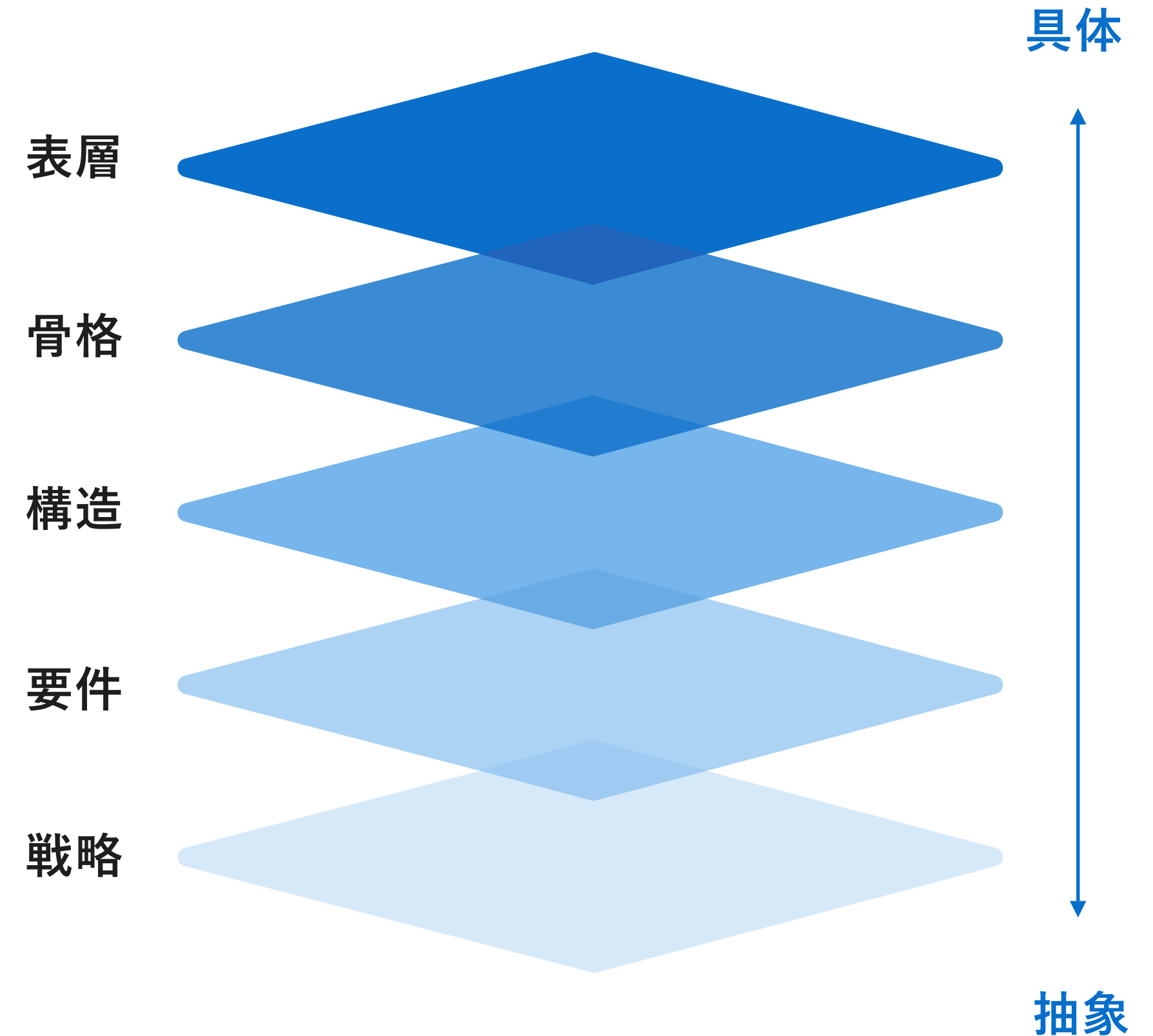
イノベーション力向上

=

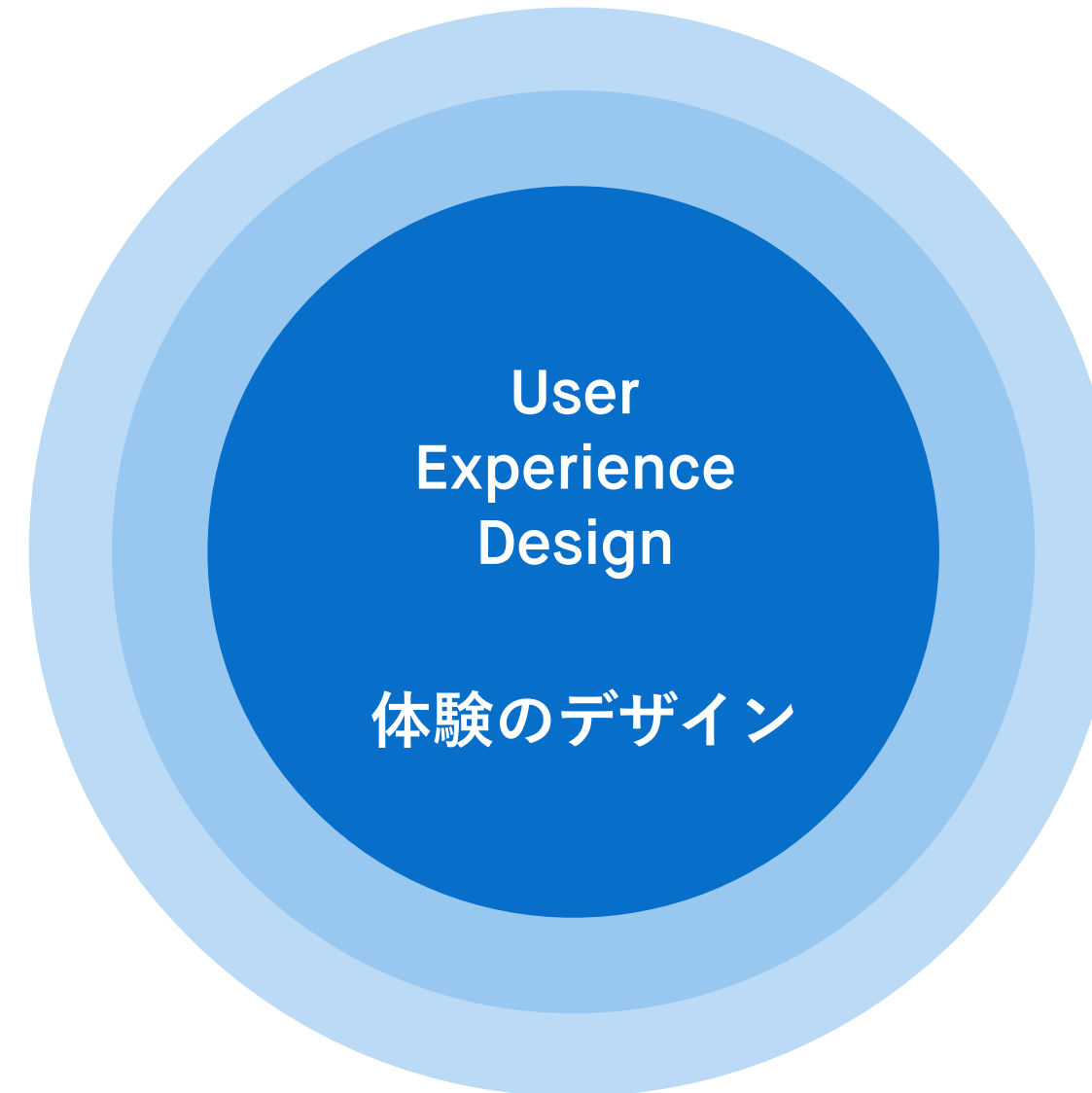
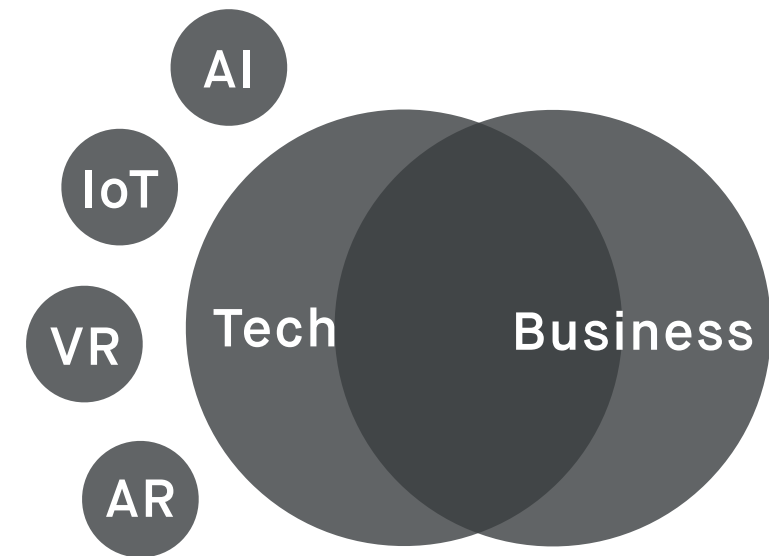
企業競争力の向上

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、

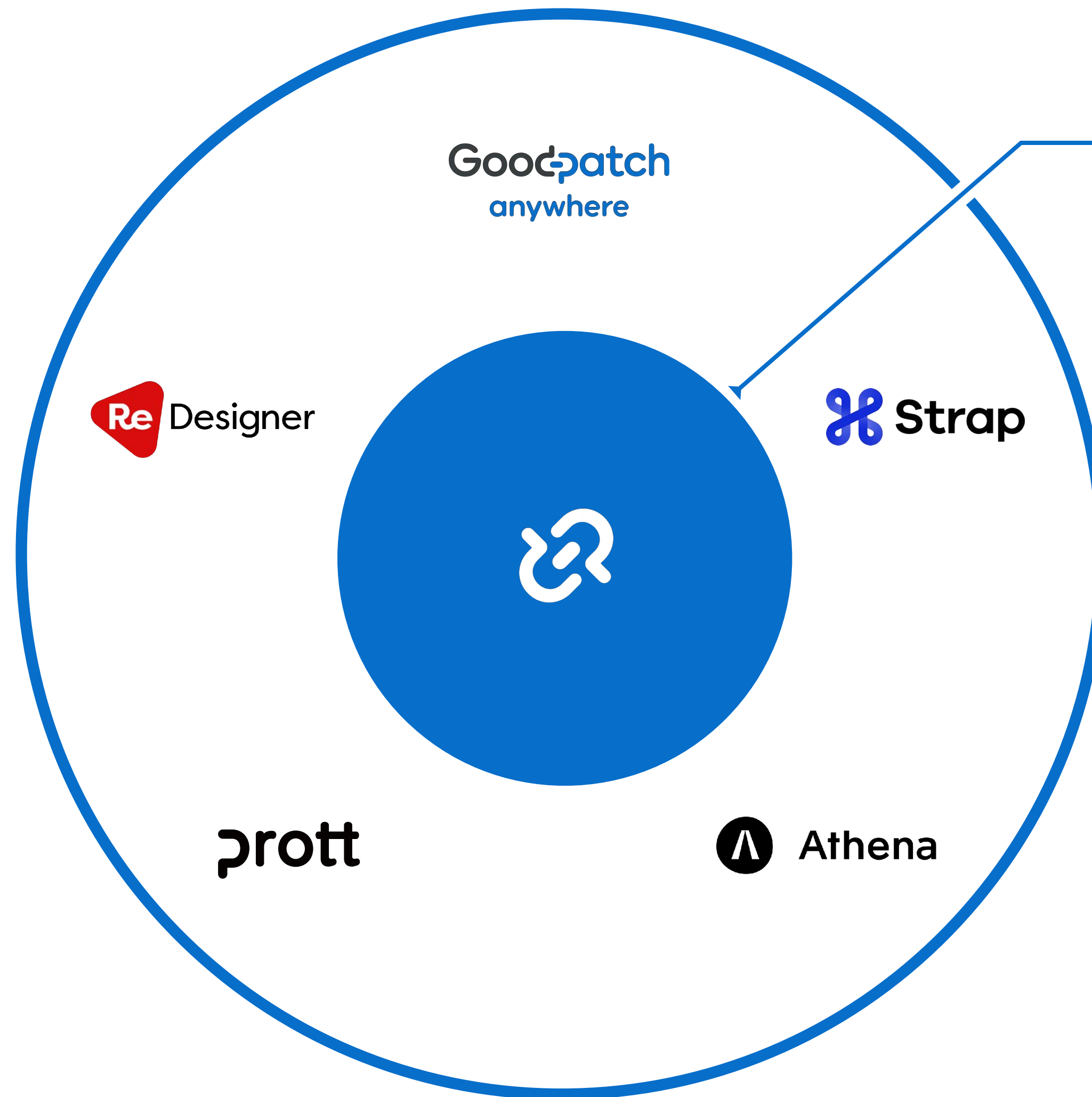
新たなビジネスモデルをともに検討するビジネスパートナー (※2)

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

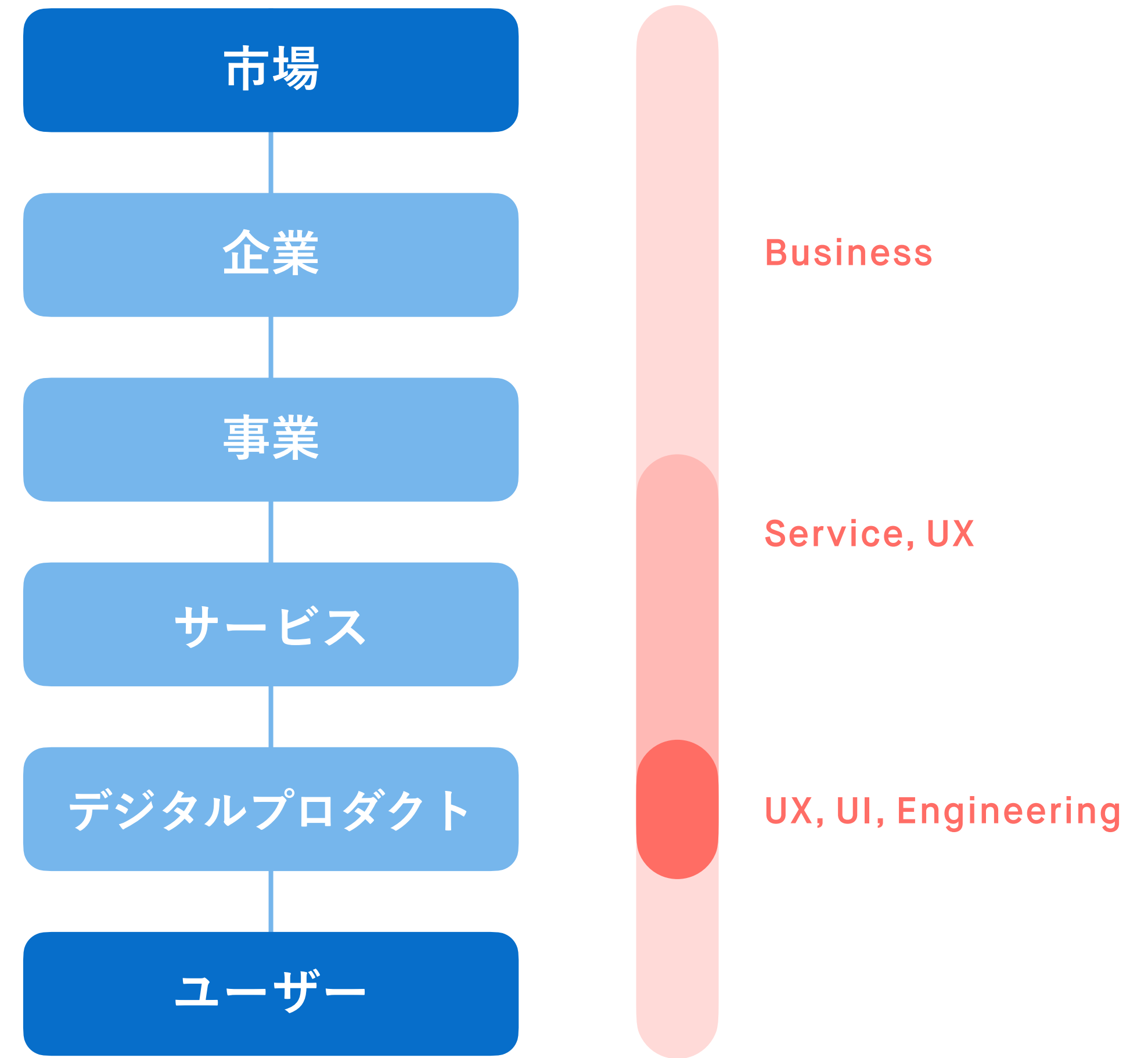
事業セグメント2

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
- 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



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

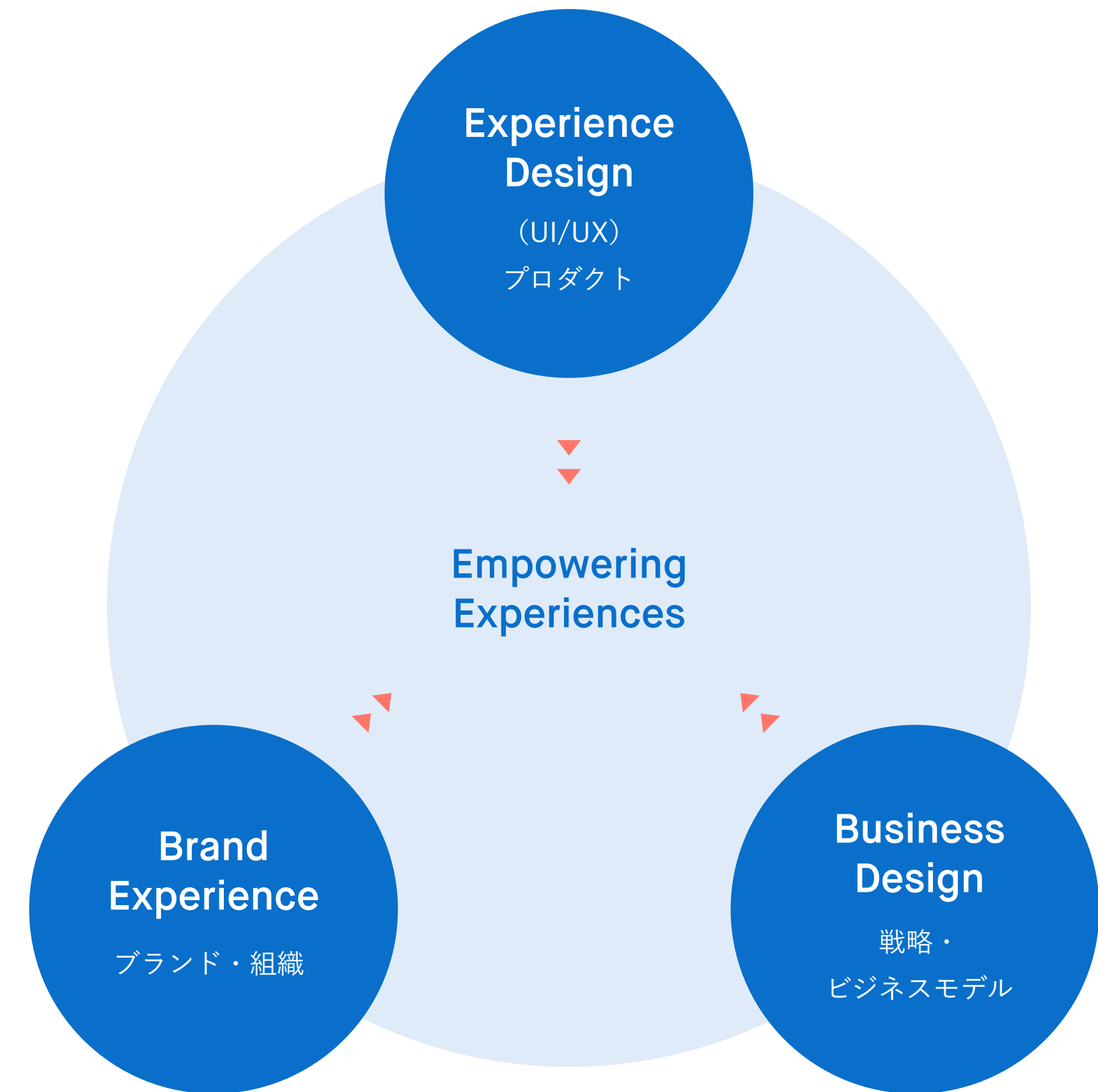
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）
ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現

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



Goodpatch
anywhere

クラウドソーシング

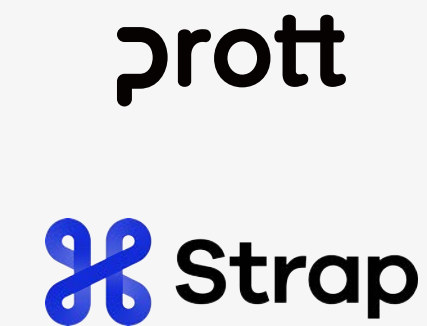
フルリモート
デザインチーム



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

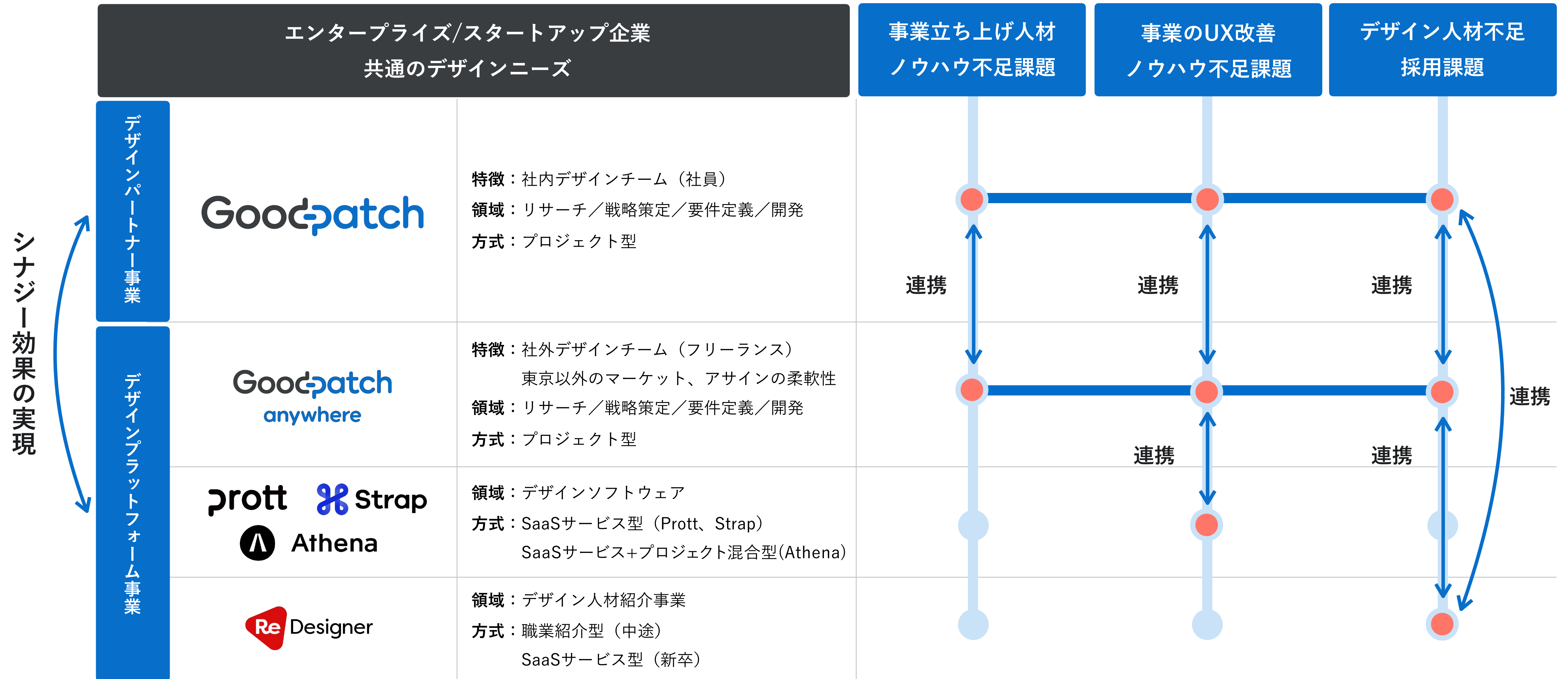
プロトタイピングツール
クラウドワークスペース



Athena

XR

XR
プロトタイピングサービス



FY2021 3Q 業績ハイライト

FY2021 第3四半期(3-5月)業績ハイライト

売上高

前年同期比(増減)

683 百万円 **+39.7%** (+194百万円) 進捗率 **78.2%**

営業利益

前年同期比(増減)

98 百万円 **+1,906.8%** (+93百万円) 進捗率 **114.3%**

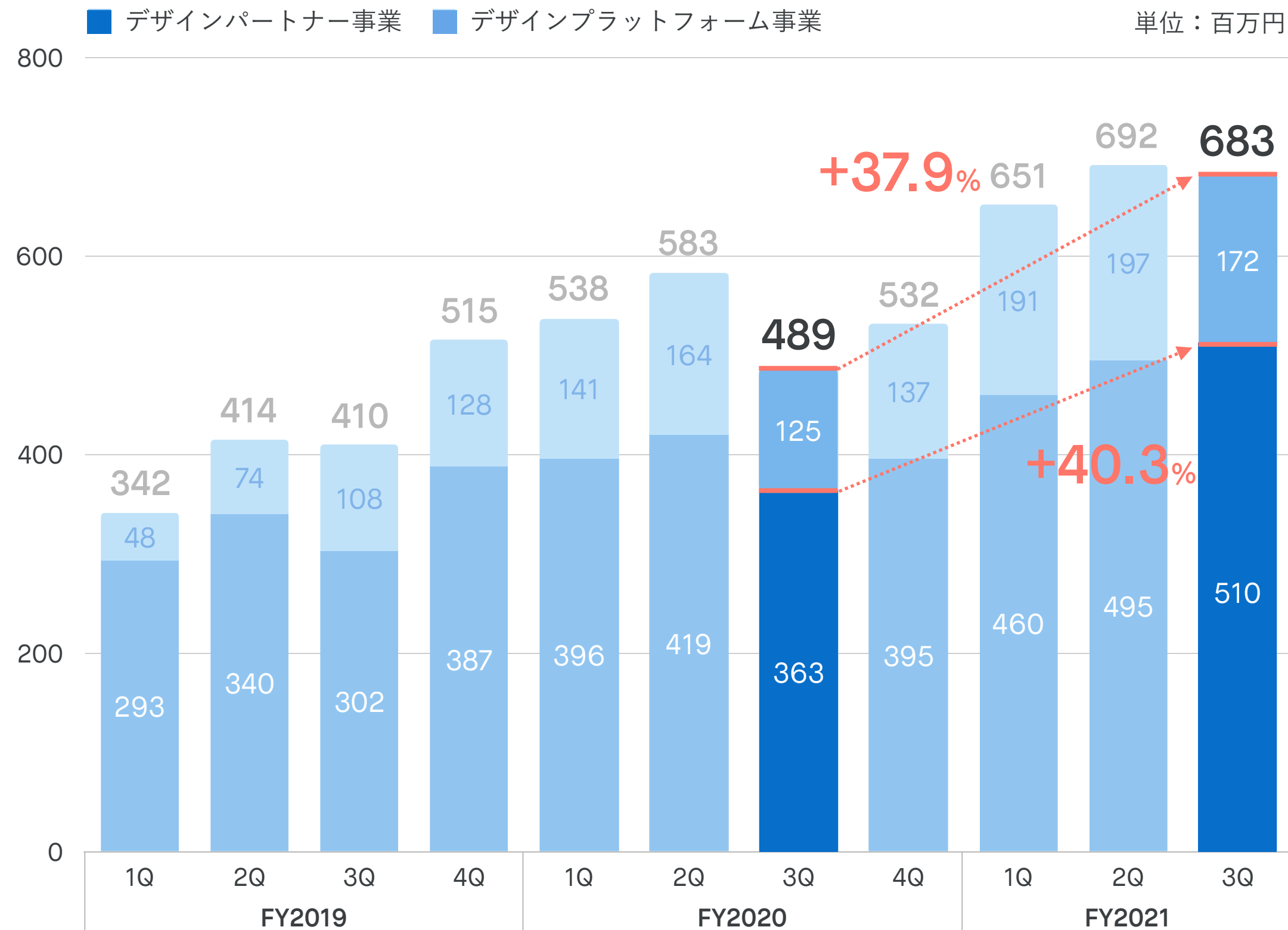
- 売上高は前年同期比+39.7%、194百万円増加。前四半期比では微減であるが、例年減速傾向(季節要因)のある3Qにおいても高成長を継続
- 営業利益は前年同期比20倍、コロナウイルスの影響が大きかった前年度とは異なり高稼働を維持、今年度は順調な利益成長を継続
- 追い風の事業環境とともに季節要因を乗り越え利益を積み増す
業績予想進捗率が100%を超える利益進捗を達成し、通期業績予想を上方修正

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

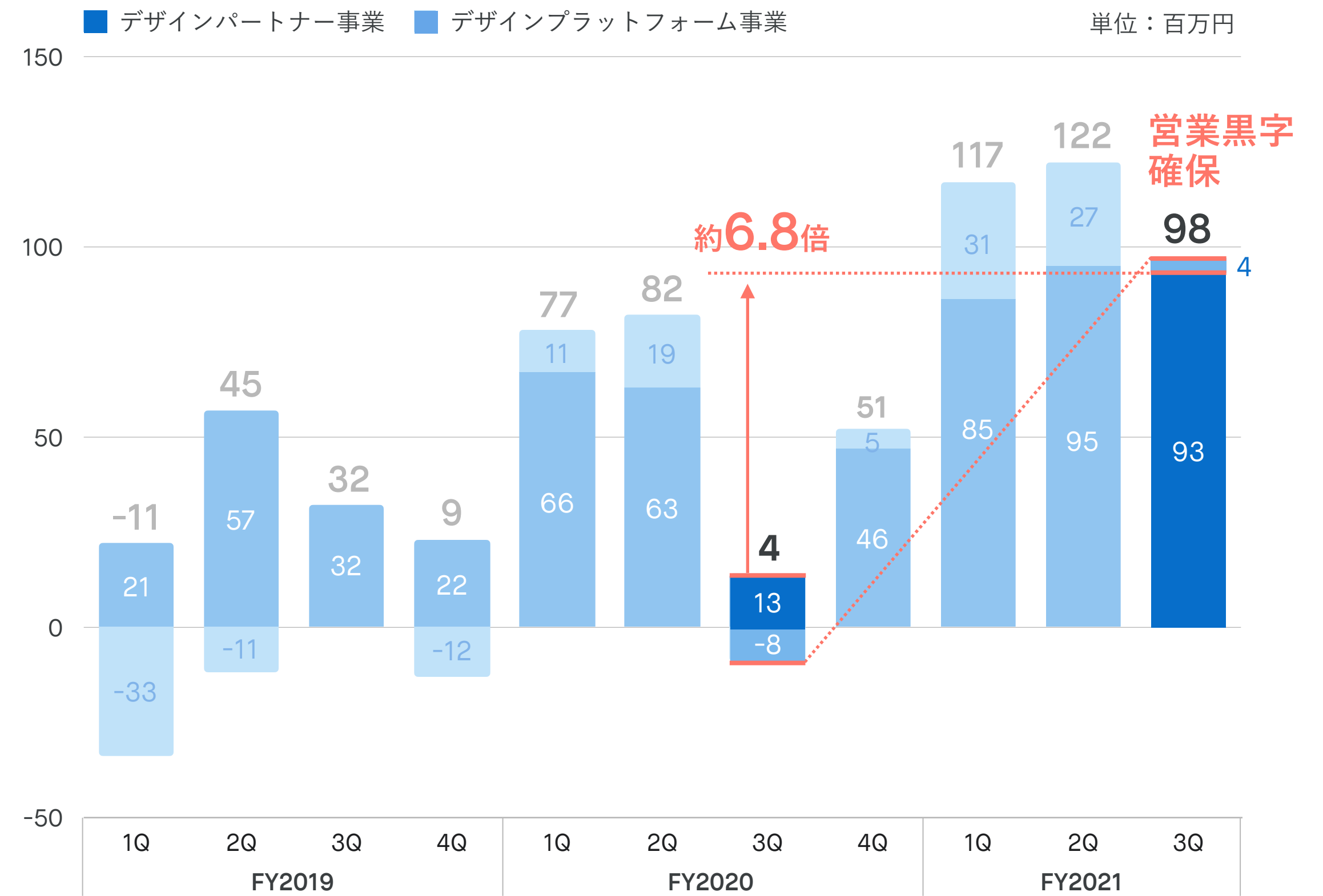
デザインパートナー事業はYoYにて売上高+40.3%、営業利益約6.8倍、3Q季節要因の影響少なく順調に拡大
 デザインプラットフォーム事業はYoYにて売上高+37.9%、営業黒字確保、投資と利益創出をバランスさせながら成長中

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



利益率も大幅に改善、YoYにて2倍以上の営業利益を計上し順調な事業進捗を継続

連結損益計算書（9-5月）

単位：百万円

	FY2020 1-3Q	FY2021 1-3Q	YoY 増減率	通期業績 予想	進捗率
売上高	1,610	2,026	+25.9%	2,591	78.2%
営業利益	164	338	+105.0%	296	114.3%
営業利益率	10.2%	<u>16.7%</u>	+6.4pt	11.4%	—
経常利益	159	328	+105.7%	296	110.8%
当期純利益	166	261	+56.7%	227	115.1%

- 好調なプロジェクトの引き合いにより成長を継続し、売上高成長はYoY+25.9%と順調
- 今年度はコロナウイルスによる影響から**完全に脱却**し、利益拡大を継続
- 3Qに想定した季節要因を最小限に留め、利益項目はすでに**通期予想を超過し、上方修正へ**

季節性の影響を受けやすい3Qにおいても、高水準の利益創出を実現

連結損益計算書（3-5月）

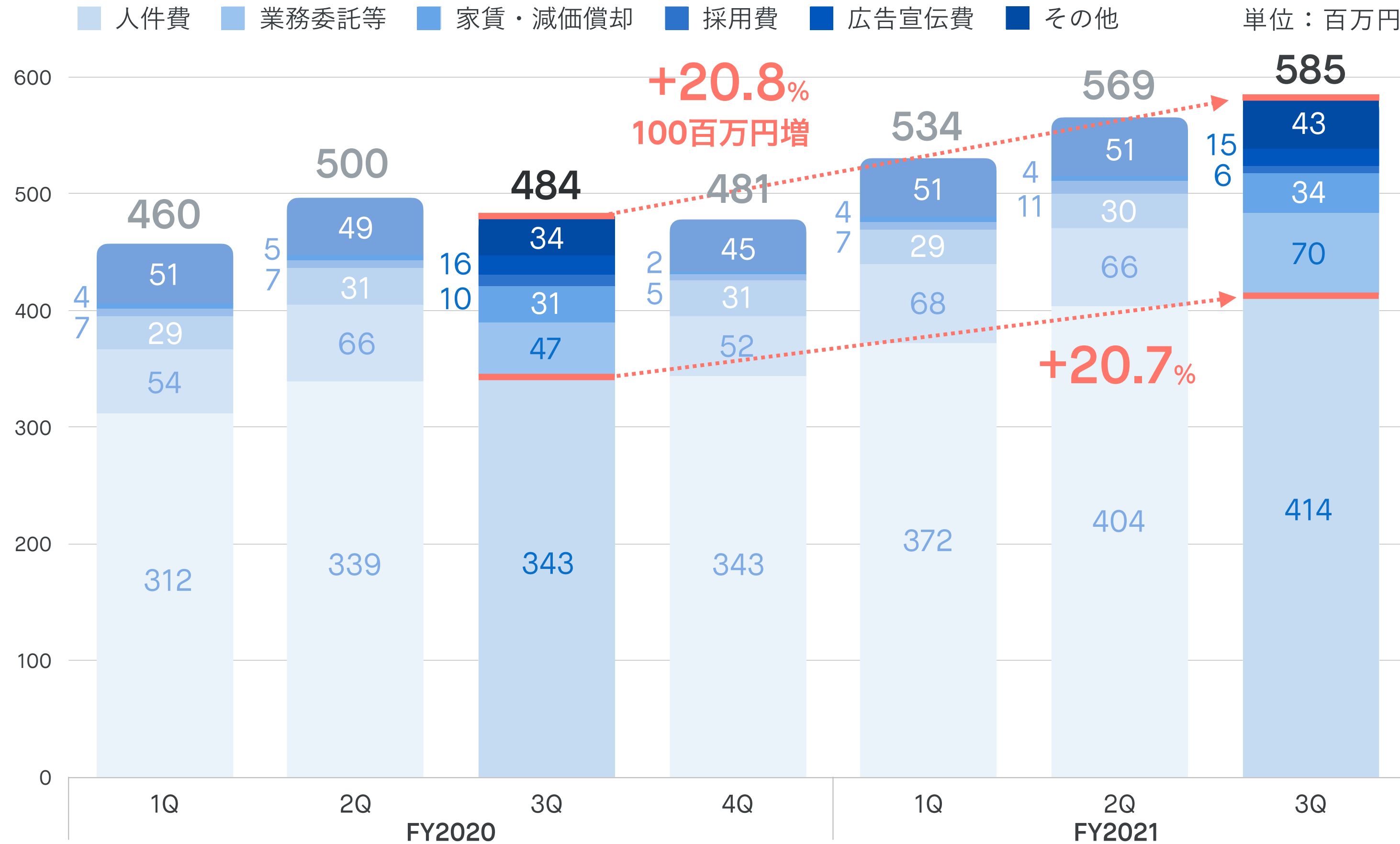
単位：百万円

	FY2020 3Q	FY2021 2Q	FY2021 3Q	YoY 増減率	QoQ 増減率
売上高	489	692	683	+39.7%	-1.3%
営業利益	4	122	98	+1,906.8%	-20.0%
営業利益率	1.0%	17.7%	<u>14.4%</u>	+13.4pt	-3.4pt
経常利益	-1	114	97	黒字転換	-15.1%
当期純利益	-3	89	73	黒字転換	-17.9%

- プロジェクトの入れ替わりが多く、**季節性の影響**を受ける3Qにもかかわらず、デザインパートナー事業が好調を維持
- デザインプラットフォーム事業の利益減少が影響し、QoQは減少
- コロナウイルスの影響を大きく受けた前年3Qとは事業環境が完全に異なり、YoYでは**大幅な黒字転換**へ

YoYにて営業総費用は20.8%の伸びにとどまり、コスト構造には大きな変化なし

費用構成の推移

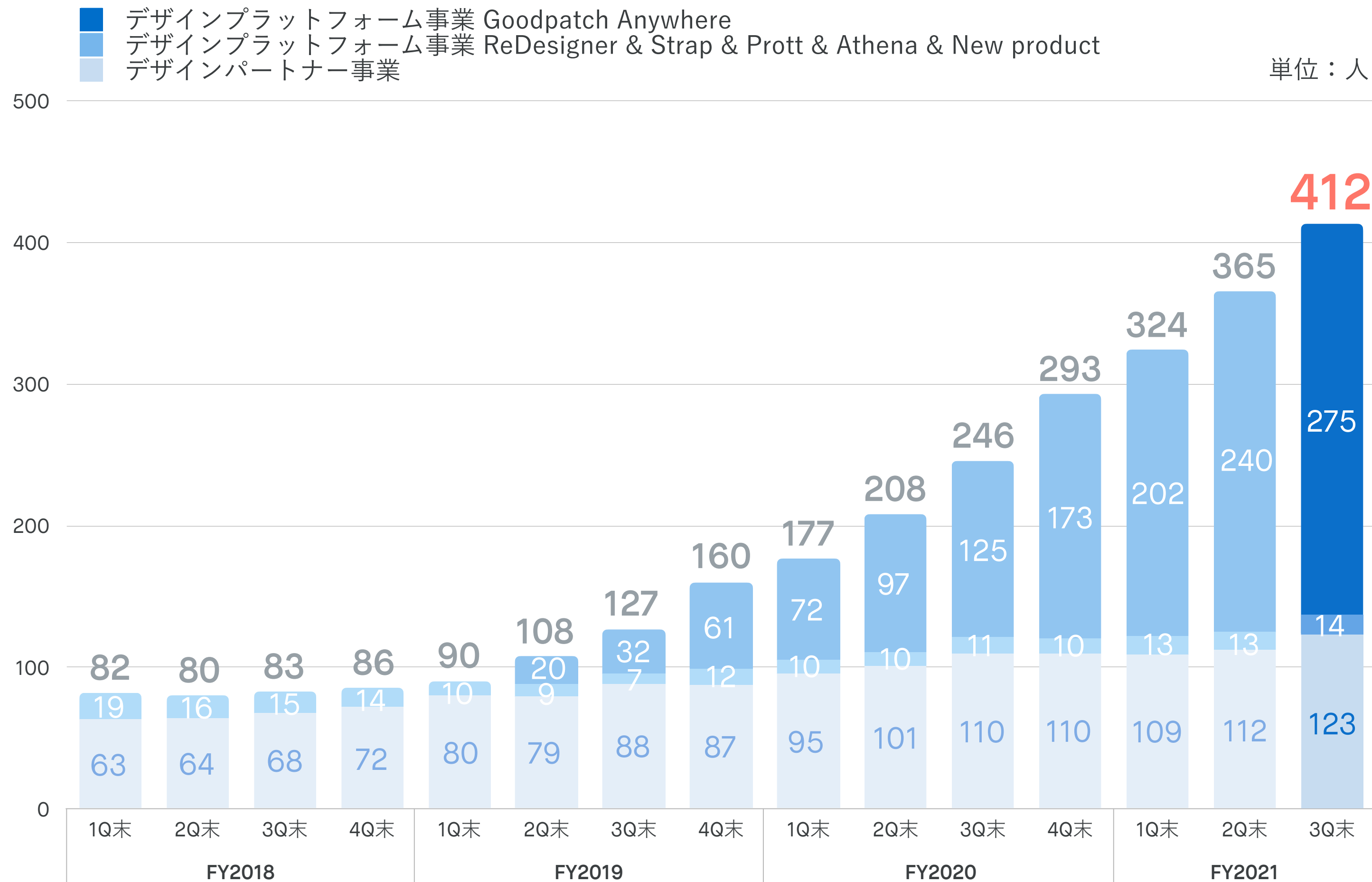


※上記費用には営業外費用および特別損失は含んでおりません。

- YoYにて人件費増加率は20.7%、採用活動を積極実施のため採用費が50.4%の伸び
- 年間計画の総費用2,295百万円に対して73.6%の進捗と計画を下回る
- 3Qにおける戦略的な費用投下は26百万円程度、費用は総じて大きな変動なし

グッドパッチのデザイン組織は400名を超え、さらに拡大へ

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11名増加し123名に増加
- 新プロダクトの開発のため1名社内異動（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）
- Goodpatch Anywhereの登録デザイナー数は35名増加し、**275名**となる

MSワラントの前半部分行使完了により現金を約5億円積み増し、M&Aの準備を進行中

連結貸借対照表

単位：百万円

	FY2021 2Q	FY2021 3Q	増減	主な理由
流動資産	2,372	2,936	+564	MSワラント（第6回号）による増資完了
現金及び預金	2,013	2,610	+597	MSワラント（第6回号）による増資完了
固定資産	326	312	-13	
総資産	2,698	3,249	+551	
流動負債	434	406	-28	
固定負債	384	352	-32	
純資産	1,878	2,489	+611	利益計上、MSワラント（第6回号）による増資
自己資本比率	69.6%	76.6%	+7.0pt	

各事業の状況

日本国内も好調を継続、ヨーロッパが急速に回復し収益貢献

四半期売上高が初めて5億円を超え、YoYにて売上高は+40.3%、営業利益は約6.8倍となる

セグメント全体 FY2021 3Q (3-5月)

売上高

前年同期比 (増減)

510 (百万円) +40.3% (+146百万円)

営業利益

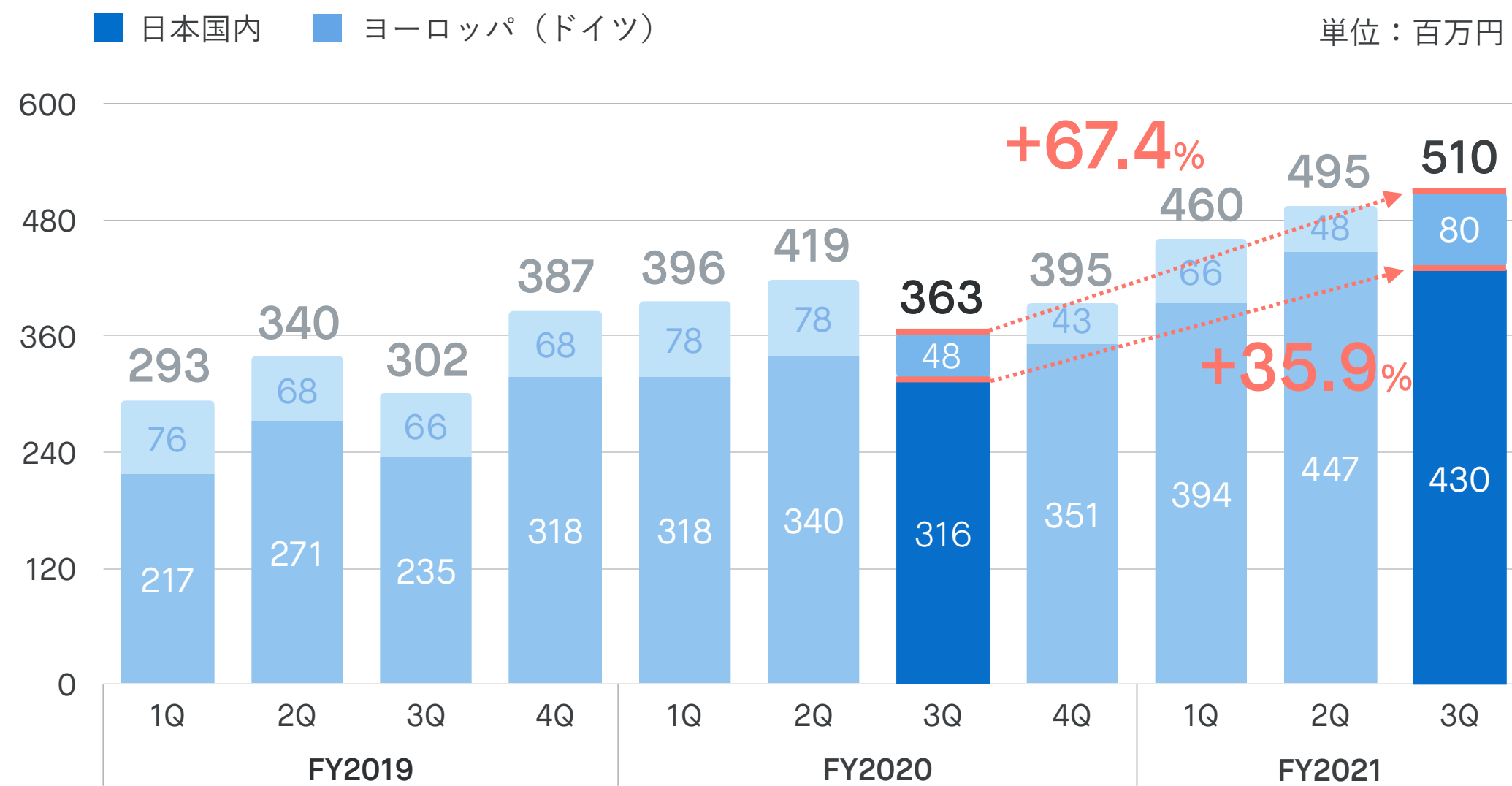
前年同期比 (増減)

93 (百万円) +578.3% (+79百万円)

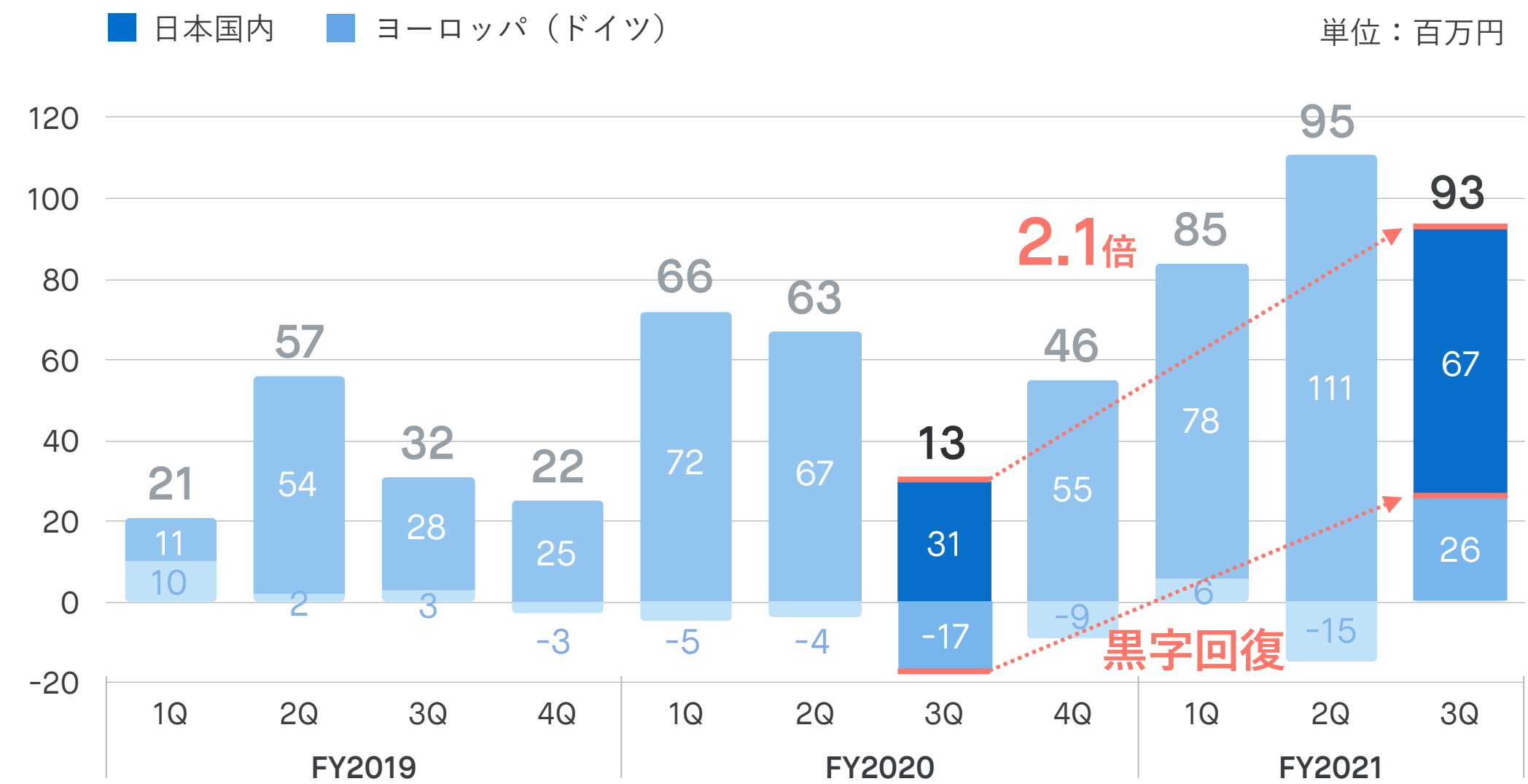
- 日本国内では問い合わせ数がさらに伸長、前年はコロナウイルスの影響が強かったためYoYで2.5倍、影響が無いQoQでも26%増
デジタルデザインはDXに欠かせない要素であると認識が強まる
- 日本国内では例年どおり3Qのプロジェクトの切り替わりに季節性の影響があるが収益性は維持、**好調を継続**
- ヨーロッパ（ドイツ）にて急速に回復し**過去最高の四半期売上**を記録、収益に貢献

事業全体では季節性の影響を受けやすい第3四半期でも売上を積み増し、利益堅調
特に、日本国内は営業利益 YoY2.1倍、ヨーロッパは黒字回復かつ四半期の利益が最大に

売上高



営業利益



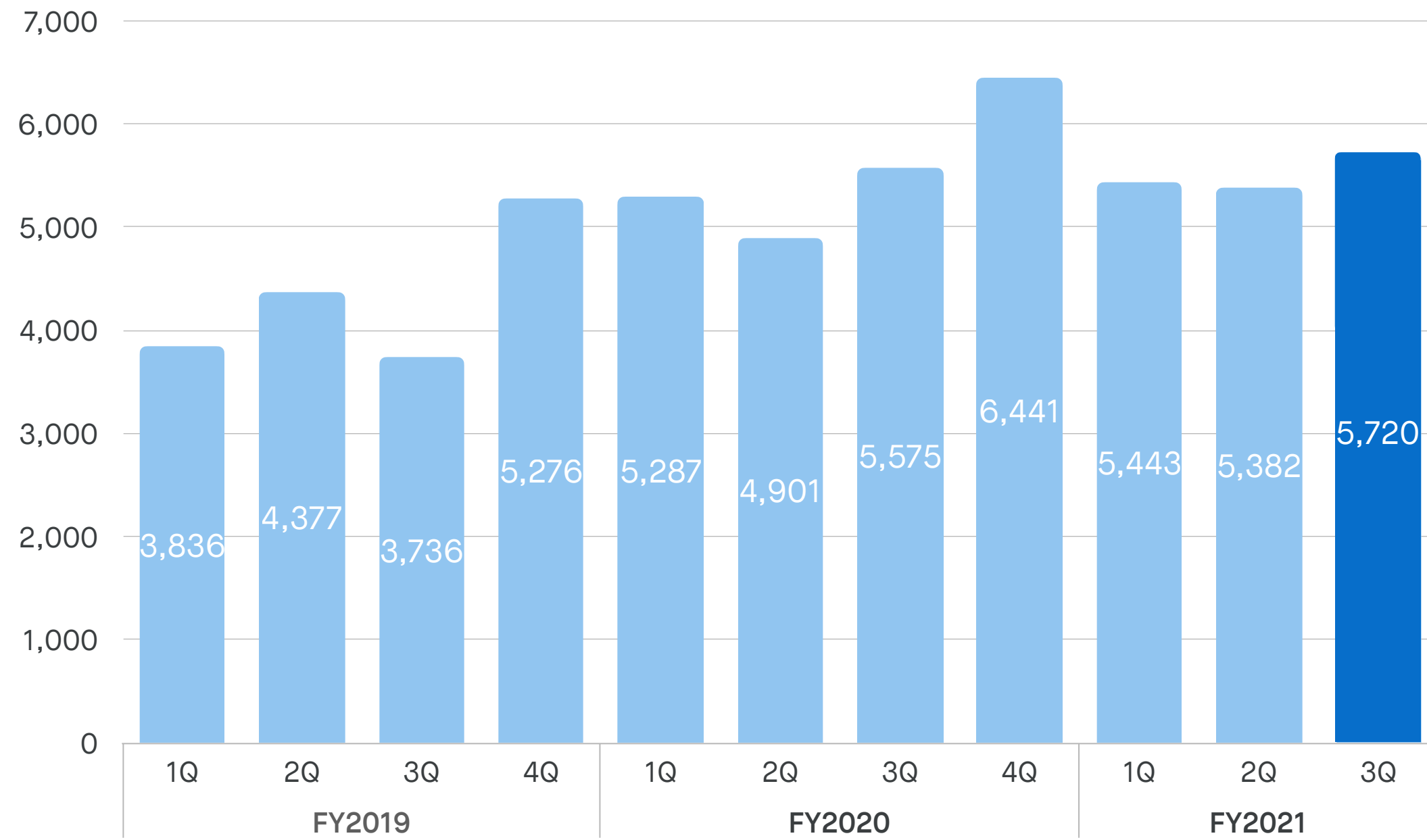
- 日本国内 : 問い合わせ数はYoYで2.5倍となる等、引き合いは好調
案件の入れ替わりに伴う稼働の低下による影響を受けるも、好調な引き合いを背景に先行受注に努めその影響を最小化
- ヨーロッパ (ドイツ) : コロナウイルスによる不安定な経済環境から急速に回復し、四半期で過去最高の利益額を更新
労働時間短縮制度の一時コスト負担軽減による戻し入れ利益4百万円、為替差益3百万円も寄与

※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

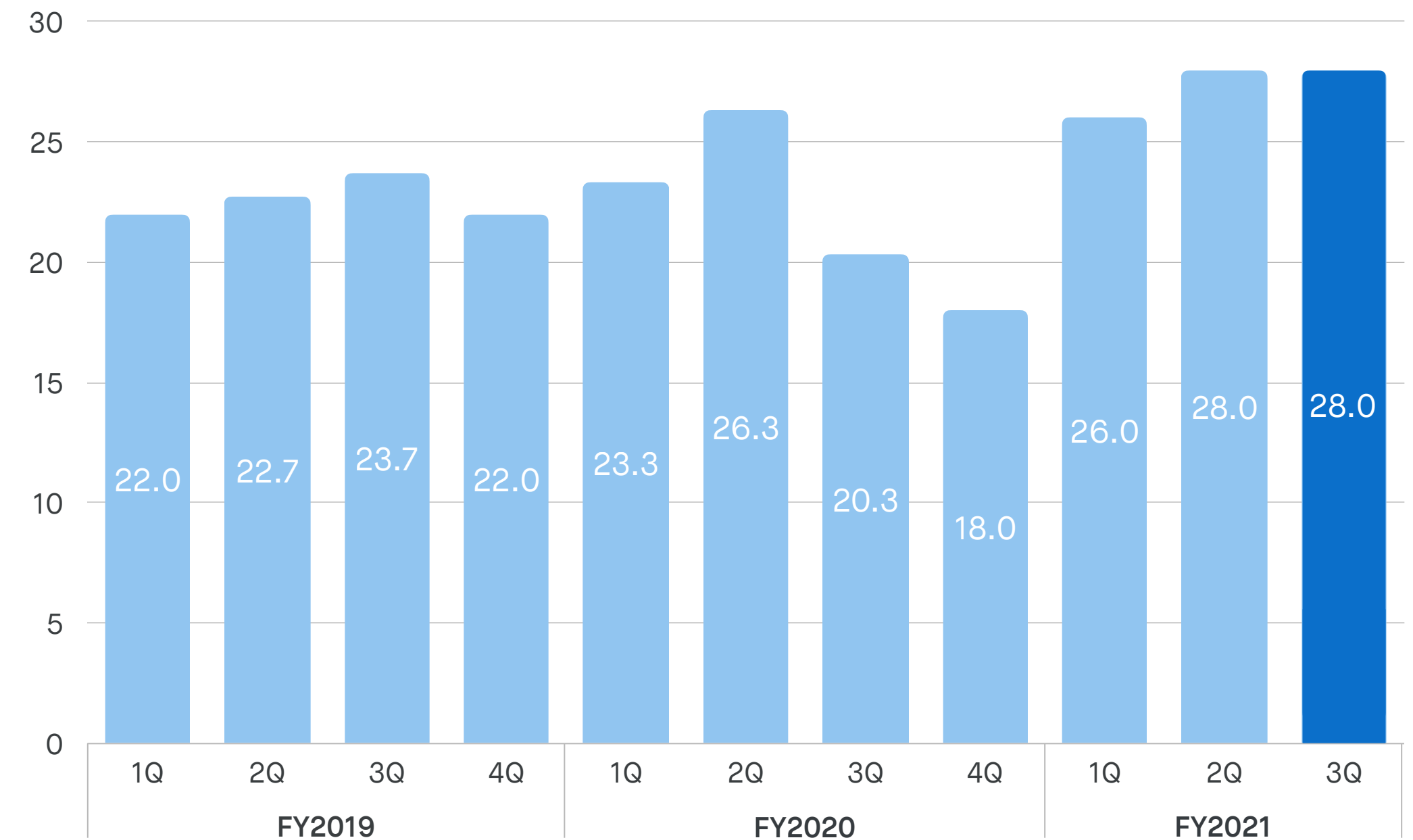
プロジェクト月単価

単位：千円



月平均プロジェクト件数

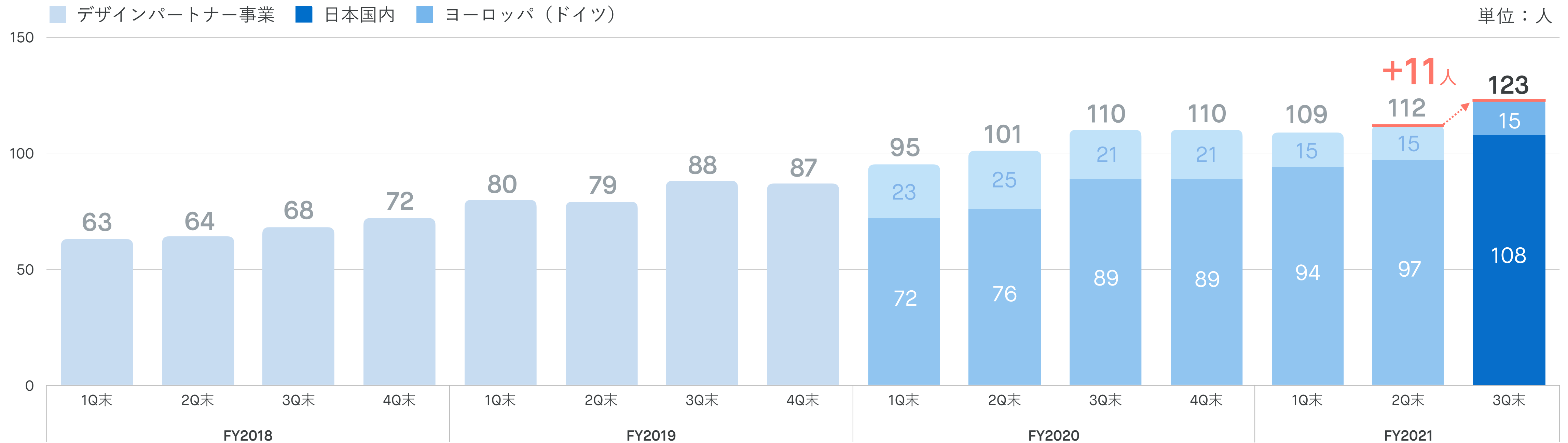
単位：件



- 日本国内は3Qにおけるプロジェクトの入れ替わりの影響あり、件数が前四半期比で微減するも、プロジェクト月単価は伸長
- ヨーロッパでは経済の回復が鮮明となり、案件の獲得が順調。件数とともにプロジェクト月単価も拡大

デザインタレントプールは総勢123名の体制に、拡大を継続

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引き続き概ね計画どおり進捗（3Qの中途採用8名、FY2021新卒採用8名入社）
- ヨーロッパにおいては入退社が均衡を保つが、今期中の組織拡大には課題あり、期末まで減少傾向続く
- FY2021末でも123名前後となり計画値（130名超）には届かない見込みだが、今後は日欧ともに増加トレンドとなる

※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

コロナ禍の前年同期比ではYoYにて売上高は+37.9%

Goodpatch Anywhere中心に利益を積み上げ営業黒字を確保、事業成長の加速へ積極姿勢を維持

セグメント全体 FY2021 3Q (3-5月)

売上高

前年同期比 (増減)

172 (百万円) +37.9% (+47百万円)

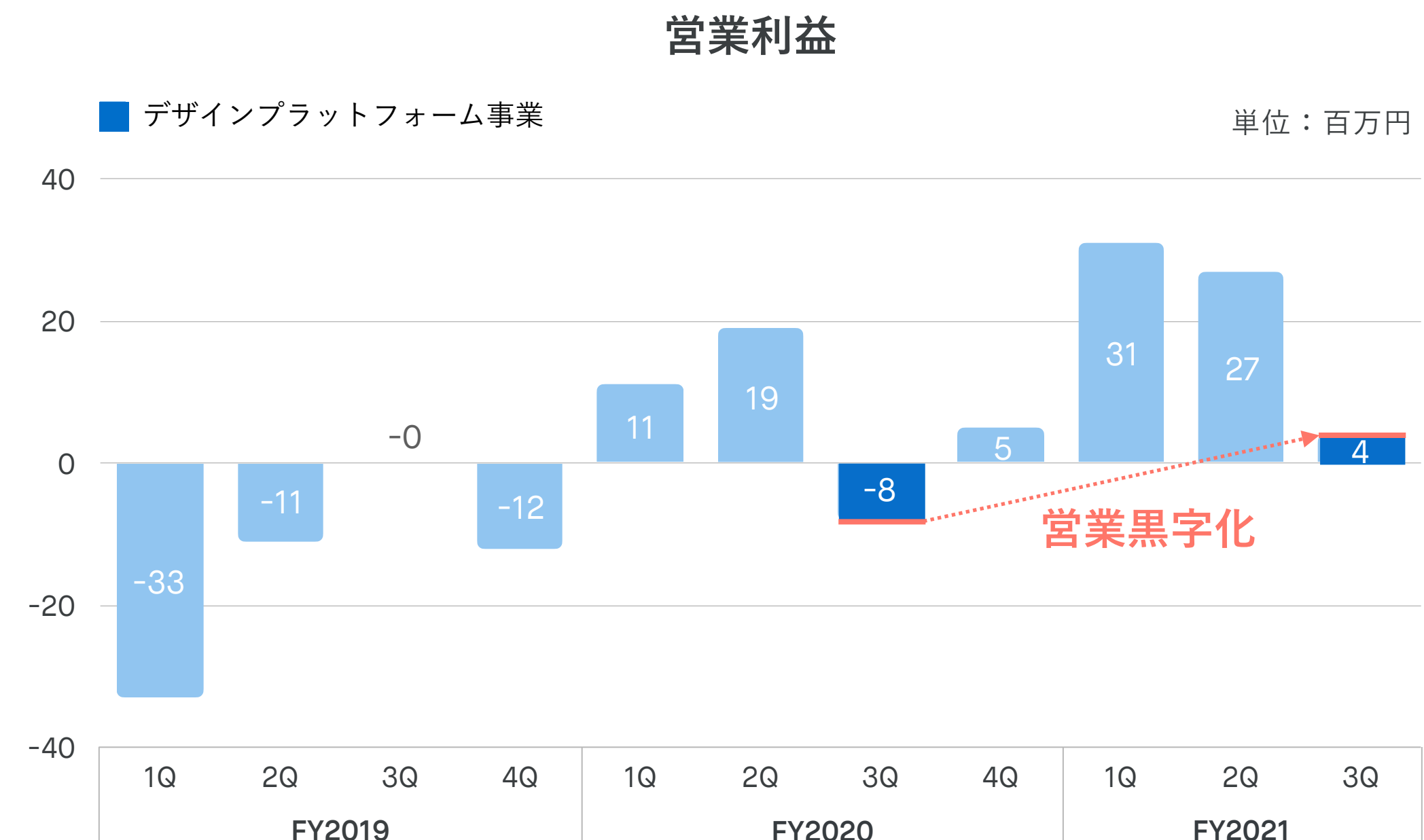
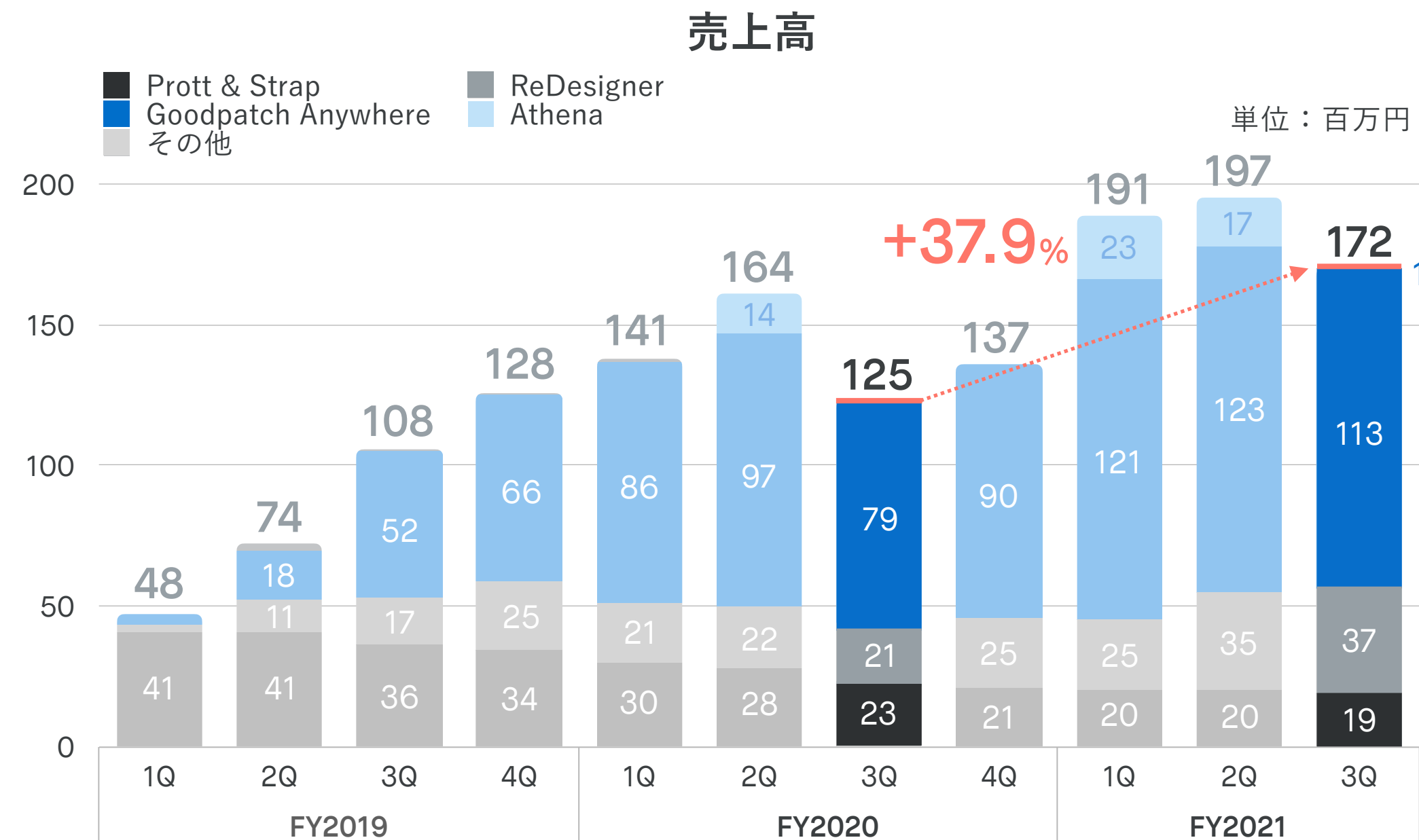
営業利益

前年同期比 (増減)

4 (百万円) 黒字転換 (+13百万円)

- Goodpatch Anywhereが引き続き高水準で推移するも、急成長を背景とする事業課題の克服が課題として明確化
- ReDesignerが順調に成長しYoYで売上高+73.3%の成長、2四半期連続で営業黒字、通期黒字化へあと半歩まで前進
- ドイツ子会社のAthena売上は縮小、サービスの規模が小さく業績が不安定
- 営業利益は前四半期を下回るものの、コロナ禍の前年同期比では大幅な収支改善

Goodpatch AnywhereおよびReDesignerが貢献し、YoYにて売上高+37.9%、 営業利益+13百万円の改善だが、QoQでは一時的要因無く減益



- Goodpatch Anywhereは利益の大部分に貢献、前2四半期比では減収減益。案件獲得とサービス提供体制の底上げに着手し、成長軌道に復帰を図る
- ReDesignerは前年同期比+73.3%の高成長、前四半期につづき黒字計上
- Athenaのプロジェクトは継続しているが、当四半期は売上がソフトウェアライセンスのみとなり金額縮小

※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+42.7%の成長、
今期はコロナウイルスの影響無く高成長を実現

ReDesigner

順調に成長軌道へ
YoY約7割の成長、2四半期連続で四半期黒字化

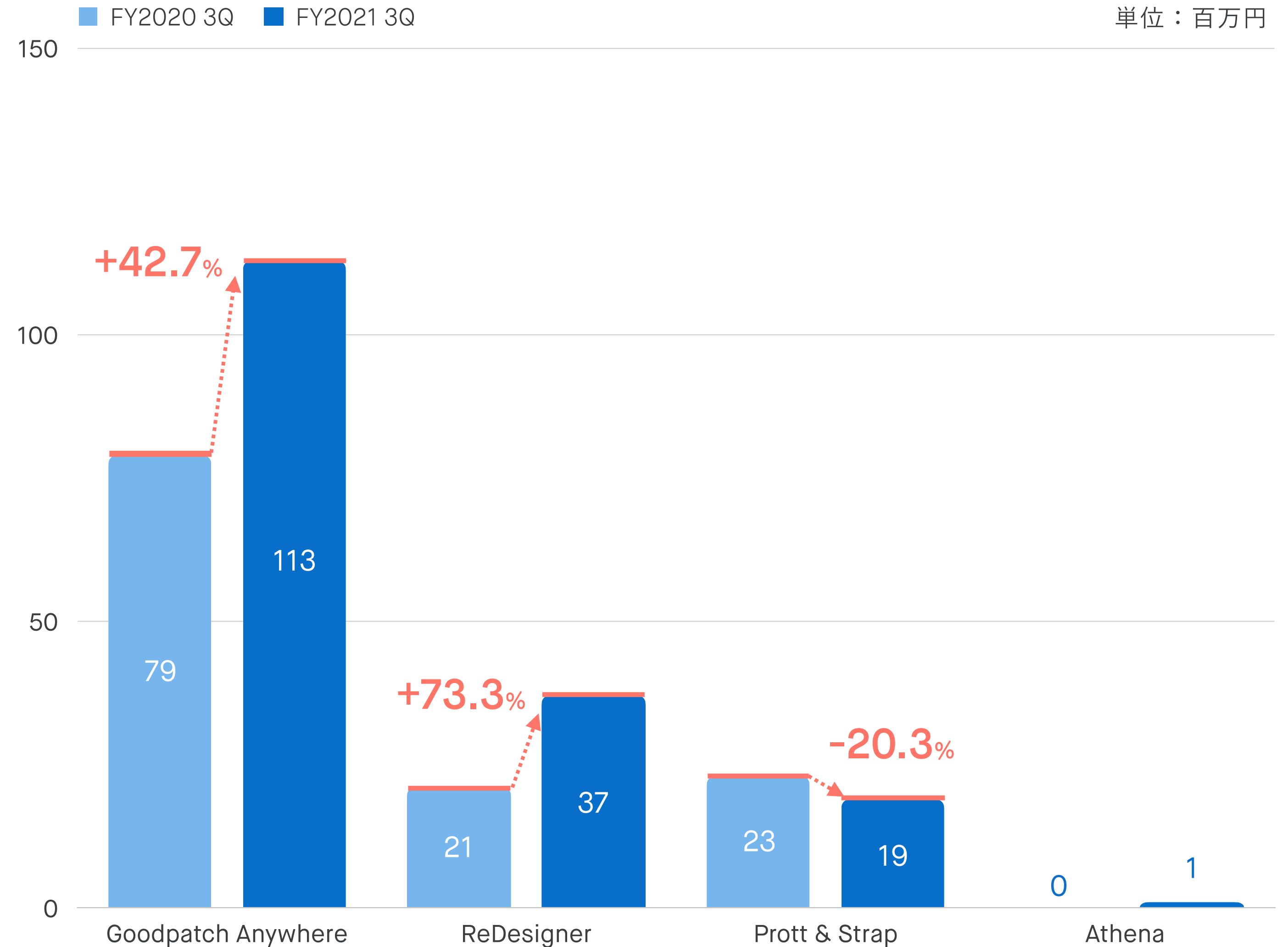
Prott & Strap

Prottの下降をStrapの成長でカバー、Strapの契約
企業数は78社に増加

Athena

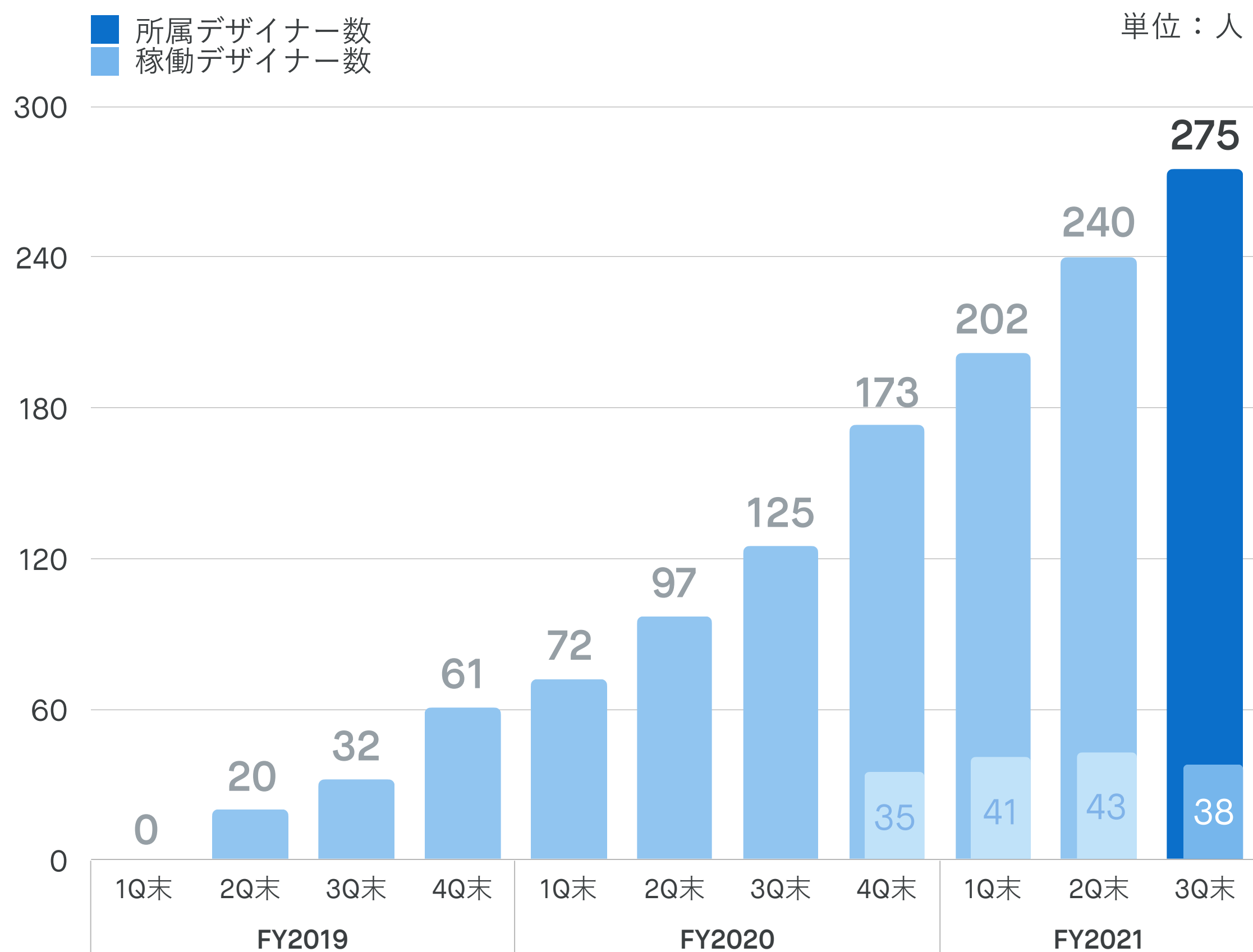
YoYではソフトウェアライセンス売上を認識し
増加

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



QoQにて35人の増加、YoYでは2.2倍と人材プールは順調に拡大を継続 一方、さらなる成長を目指し、課題の解決を第一優先事項として対応中

Goodpatch Anywhere デザイナー数の推移



- 自律型組織がオーガニックに成長し200名を超えても衰えないペースで拡大
案件受注ペースと人材活用ペースのバランスを欠く結果に
よって、プロジェクト獲得とサービス提供の両面から
適切なマネジメントを実施

プロジェクト獲得の強化：

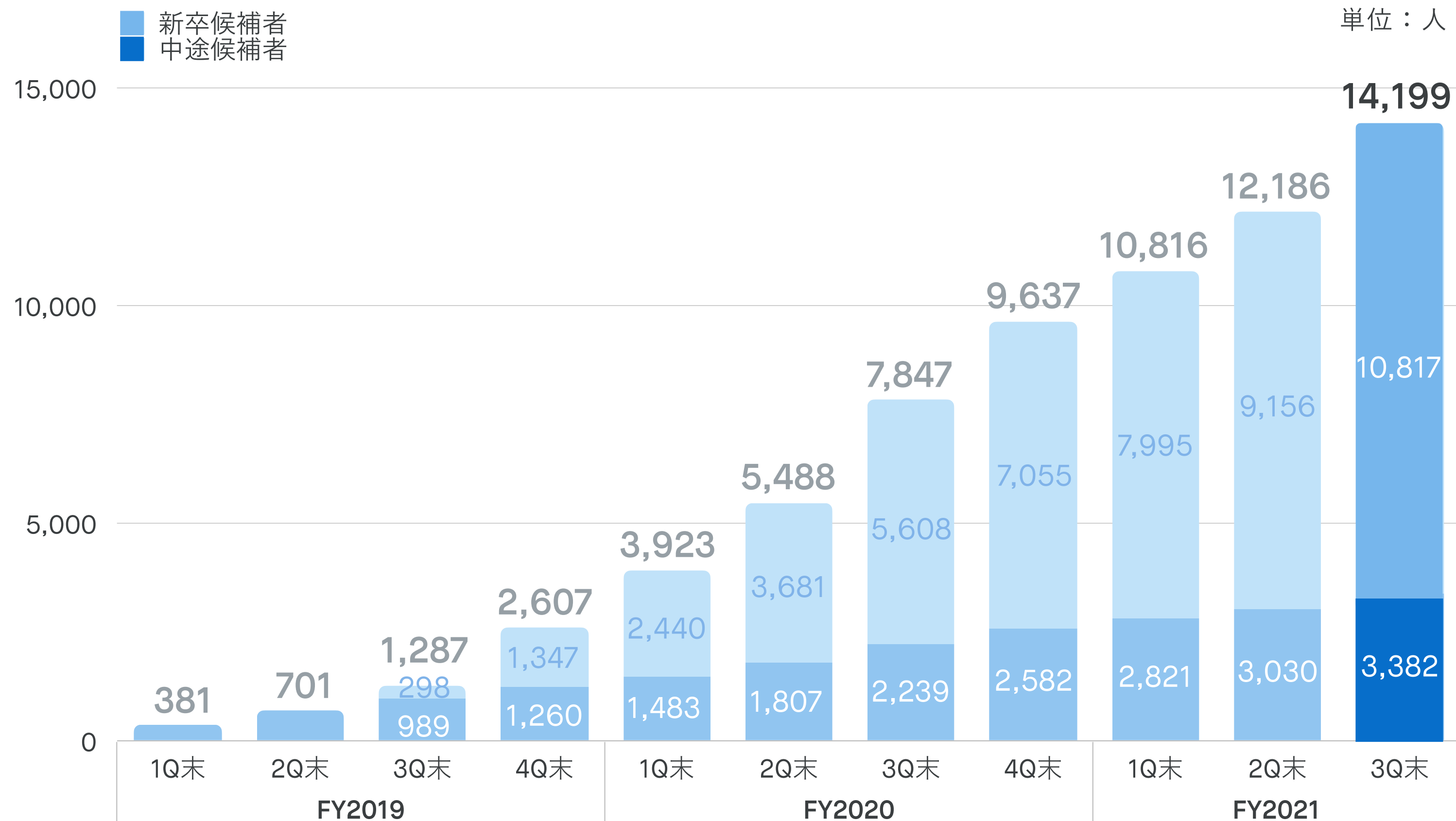
デザインパートナー事業とのリード共有に加え、獲得までのフローの連携をさらに強化、安定した受注獲得によりスムーズな稼働メンバーの確保へ

サービス提供の強化：

主要メンバーを正社員化し、マネジメント組織を強化。優れたデザイナーを案件に迎え入れ、稼働メンバー比率の引き上げを図るとともに、品質管理を強化

2四半期連続で営業黒字を達成、通期黒字化は目前 国内最大級のデザイン人材採用プラットフォームに成長

ReDesigner 累計登録者の推移



- 中途人材紹介サービスでは、リテナーやイベント売上も積み上げ、収益構造が安定
- 中途人材紹介サービスの累計契約企業数は435社へ、メーカー、IT、コンサルなどあらゆる業種へ拡大
- SaaSの新卒サービスの契約企業数も30社を超え、デジタルデザイン領域ではNo.1ポジションを獲得



FY2021 通期業績予想

好調な事業進捗により、利益項目の進捗率は3Q末にて115%[※]前後、当初計画はすでに超過4Qの戦略投資を踏まえながらも上方修正を実施

当初業績予想

売上高

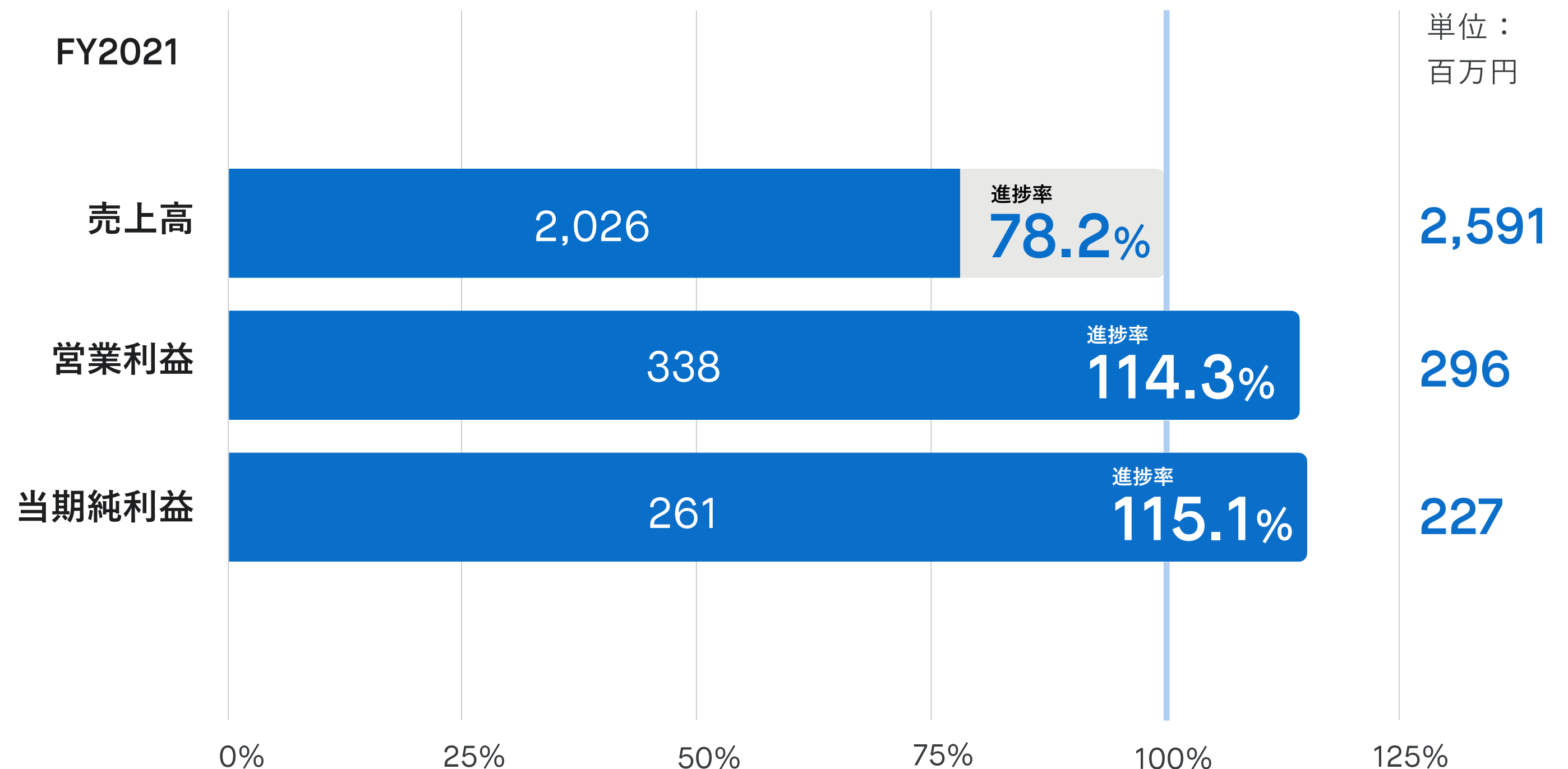
2,591 百万円 前年度比 (+20.9%)

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%)



※デザインパートナー事業において、問い合わせ数が大きく増加し、プロジェクト単価と件数が好調に推移。また人件費等のコスト効率が高い状態を維持し、収益の大部分に貢献

売上高は2,722百万円に、営業利益は378百万円に修正

修正業績予想（2021/7/15）

売上高

2,722 百万円 当初計画比 (+5.1%)

営業利益

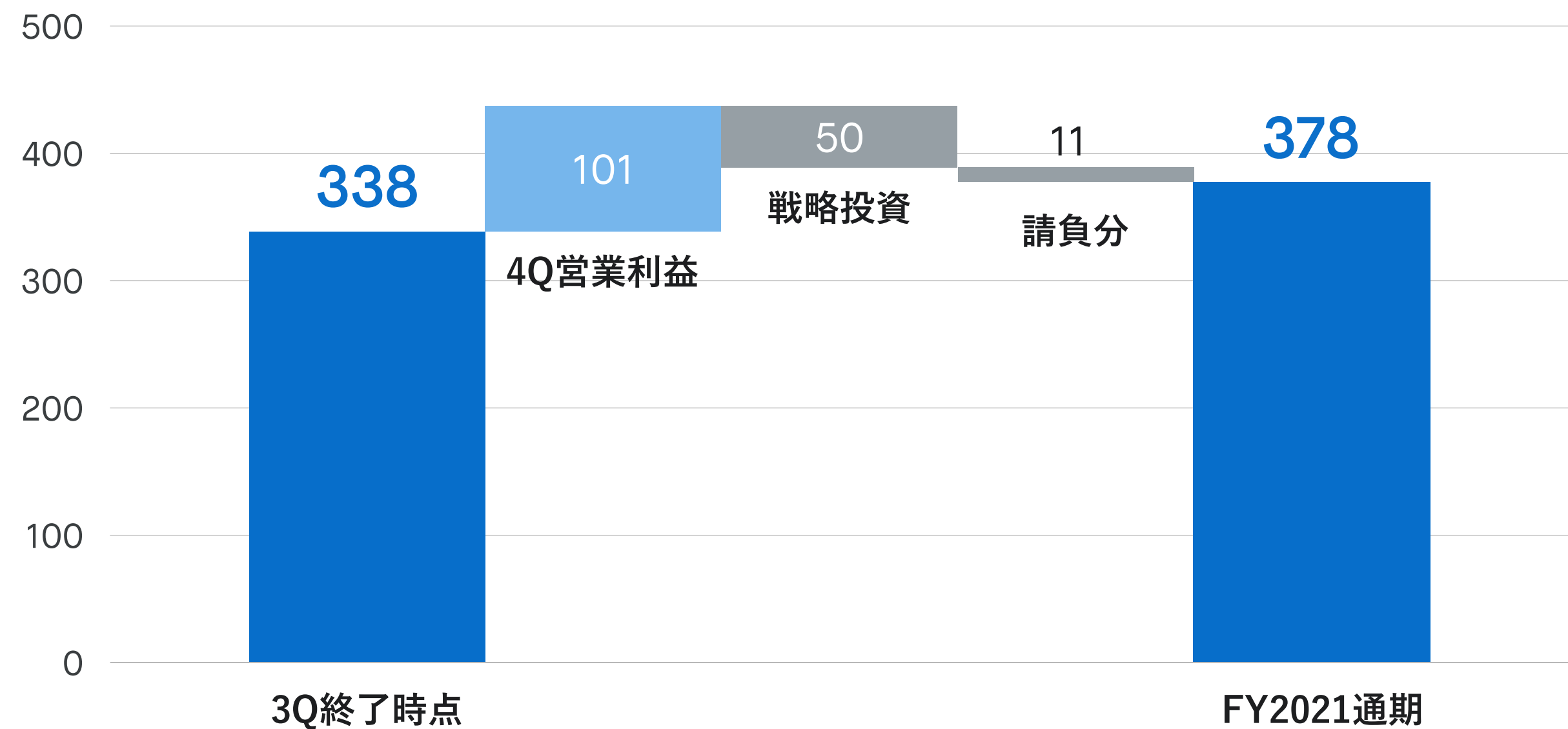
378 百万円 当初計画比 (+27.8%)

親会社株主に帰属する当期純利益

295 百万円 当初計画比 (+30.0%)

営業利益の着地見積

単位：百万円



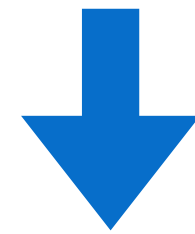
投資要素を除く4Qの営業利益は1億円強を見積るが、来期への戦略投資として約60百万円（うち10百万円は営業外）を4Qにて費用投下、かつ、一部デザイン支援契約が請負契約となり収益認識が来期に繰り延べられるため

FY2021 3Q TOPICS

行政のデジタル化推進のための先行的デザインプロジェクトを共同実施

政府ウェブサイトの標準化・統一化を目指した調査プロジェクトで、デザインガイドラインの作成・行政DX関連のロゴ策定などを支援

サービス利用者である国民視点では、求める情報の検索容易性、情報内容自体のわかりやすさ、情報を利活用する際の利便性等の観点から課題が存在



デザインとテクノロジーが高度に融合した行政デジタルサービスが必要



グッドパッチは、複数企業と共同で以下業務を推進

- デザイン原則の作成
- デザインガイドラインの作成
- 評価用ウェブサイトの構築・運用による検証
- 各府省ウェブサイトの調査（主に、UXと情報設計の観点からの調査）
- 行政DX関連のロゴ策定支援

ビジョン・ミッションの実現を通して、サステナブルな社会を構築することを目指します

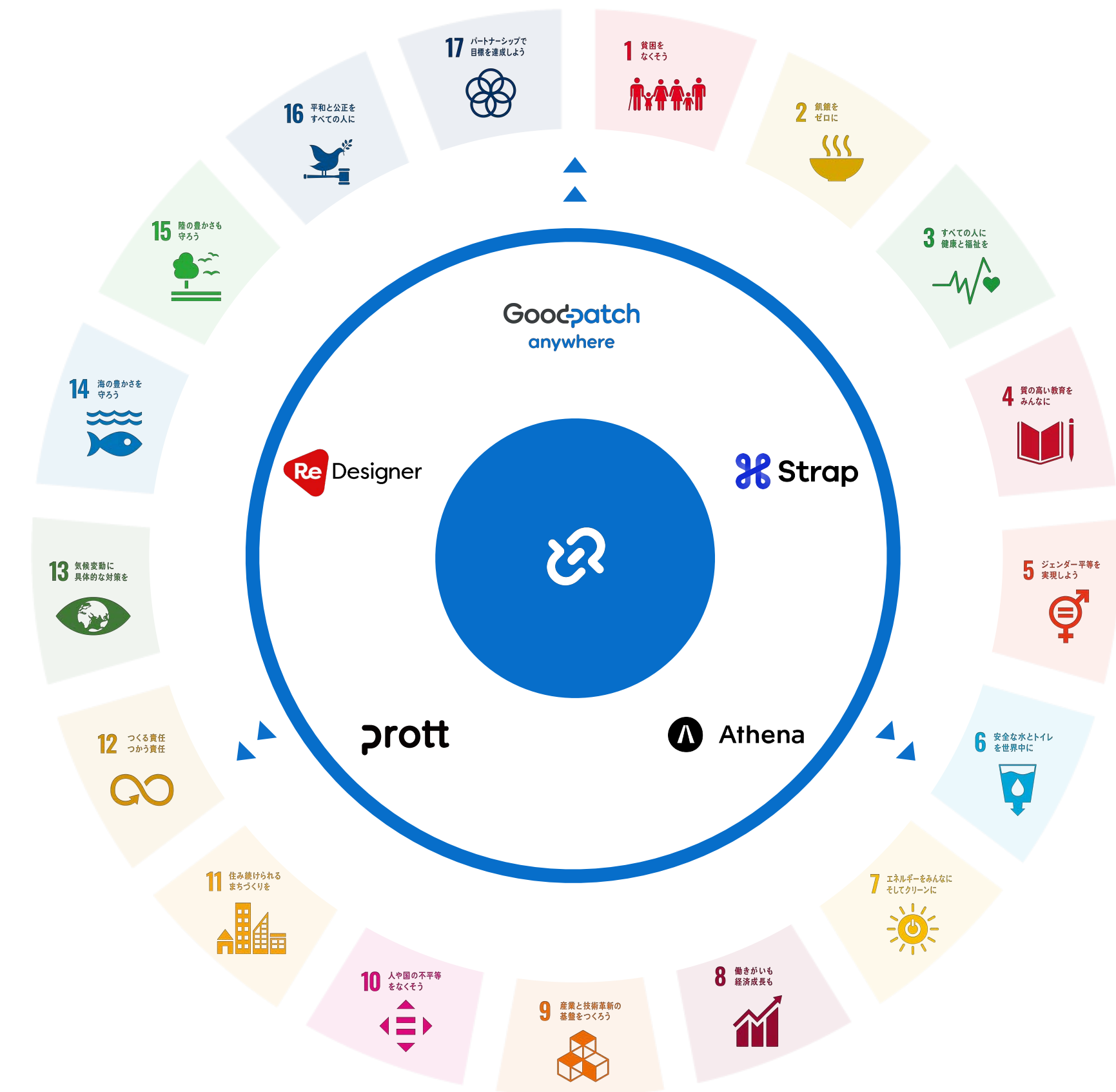
グッドパッチのスタンス

SDGsへの取り組みを促進し、持続可能な事業をデザインの手で前進させ、社会貢献の実現を共創する

- クライアントと社会が持続的に発展していくために、デザインソリューションを提供
- 人材育成や働き方改革の多様性の尊重等に配慮した企業活動を行うことにより社会課題の解決に貢献し、企業価値の持続的な向上を目指す

取り組み

- 1 クライアントの課題解決だけでなく、社会への影響も考慮した支援
- 2 自社事業（Goodpatch Anywhere、ReDesigner、Strap）の成長を通じて、社会のDX推進に貢献
- 3 クラダシ社への支援等、CSV(Creating Shared Value)経営を実践
- 4 ヨーロッパ（ドイツ）にて、ユーザー中心のデザインをさらに進化させた地球中心デザイン（Planet Centric Design）への取り組みを促進



※ 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。

非営利団体「あしなが育英会」へのデザイン支援をGoodpatch Anywhereが実施



”すべての遺児に教育の機会と心のケアを”という理念のもとに、国内外の、病気・災害・自死などにより親を亡くしたり、親が障がいを負っている、経済的に苦しい家庭の子どもたちを対象に、奨学金や心のケアプログラムなど物心両面で支援を行っている民間の非営利団体

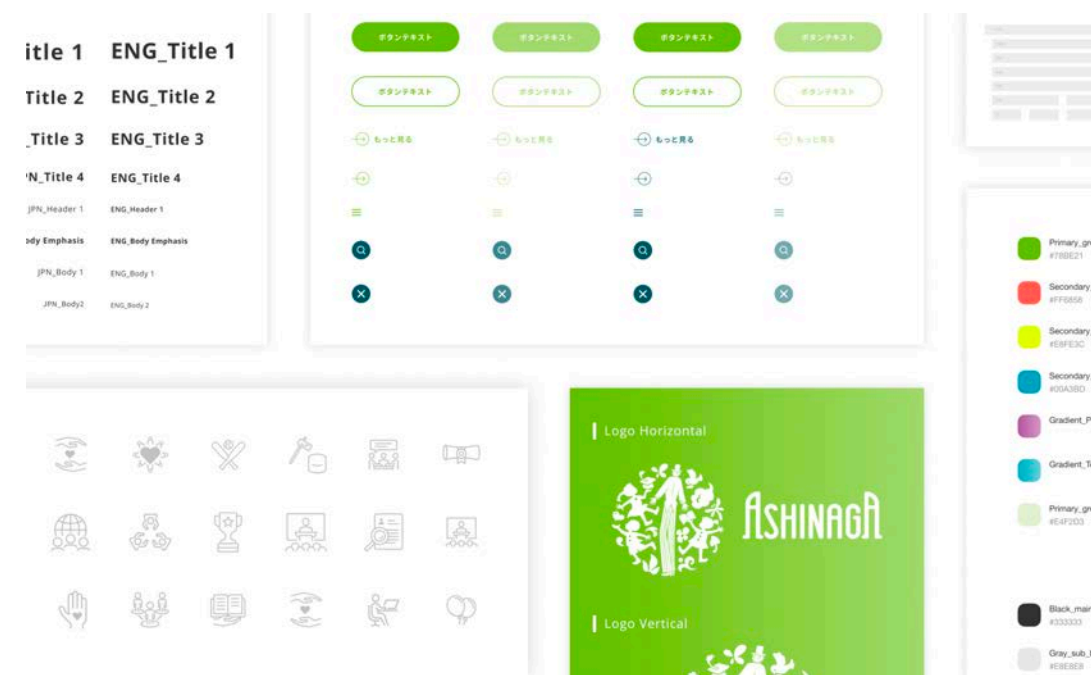
課題

- 情報発信や更新スピードを速め、デジタルマーケティング施策の活発化
- “日本のあしなが”から“世界のAshinaga”へ、今後さらにグローバルに支援活動を広げていくための国内外統一のブランディング

解決策

- 社内全体に向けて道筋を共有する資料を作成
- 多様性にあふれた環境の中で「One Ashinaga」を体現するサイトを構築

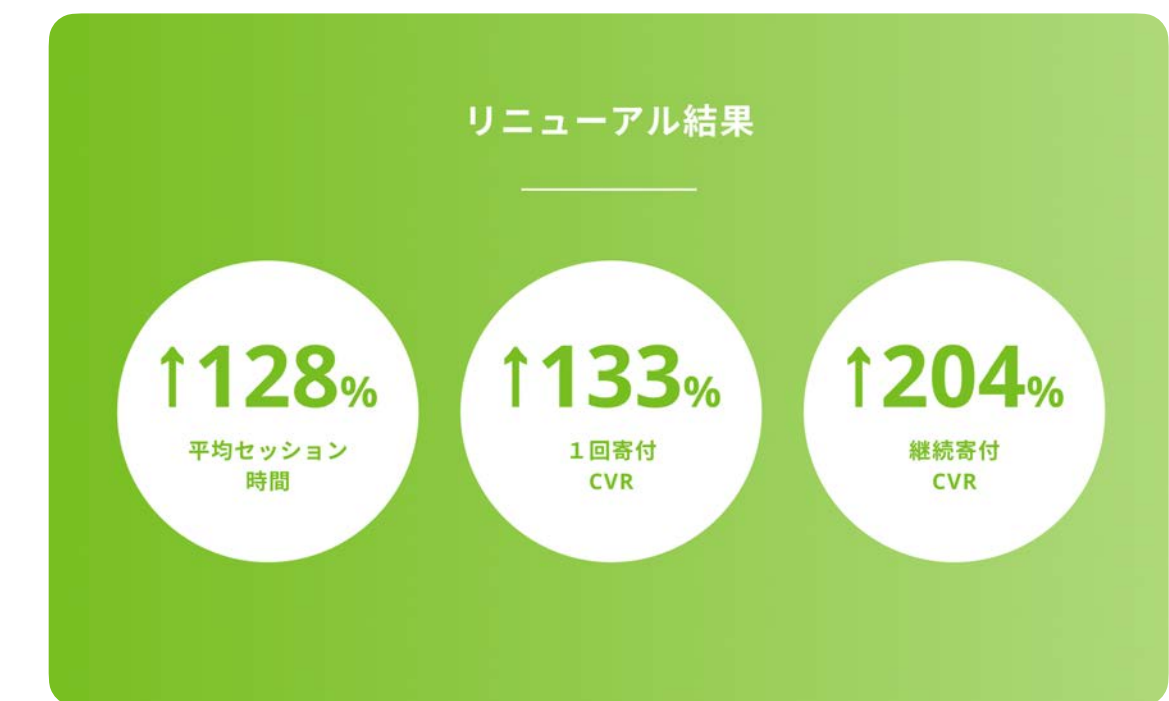
グッドパッチによるデザイン支援



迷った時に立ち返るモノサシとなる
“設計思想”の作成



企業の核となるエッセンスをもとに
サイトをリニューアル



オンライン寄付に関わる数値の向上

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

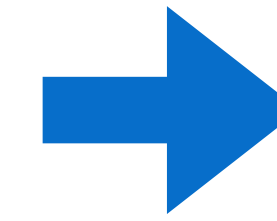
デザインプラットフォーム事業

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

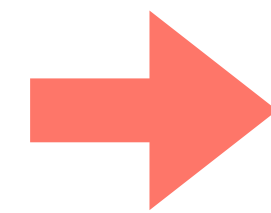
大企業のDX、デジタル庁などの行政のデジタル化のニーズの高まり UI/UXデザインを武器に大型DXプロジェクトの獲得

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



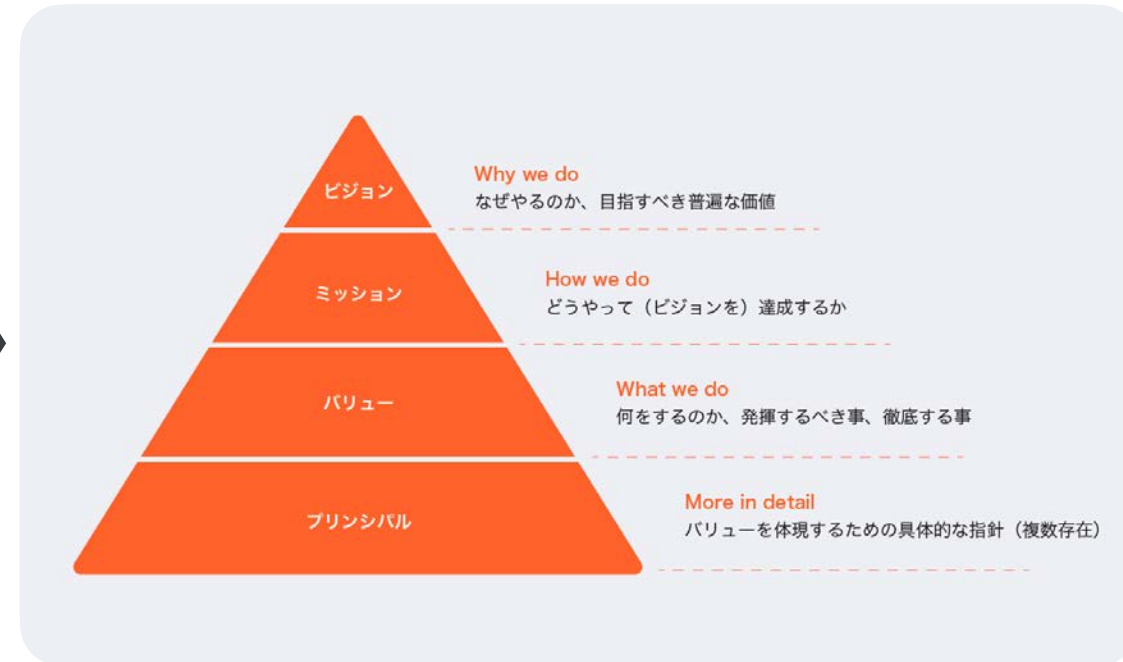
SUNTORY+ 思わず続けたい法人向け健康サービス

- 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



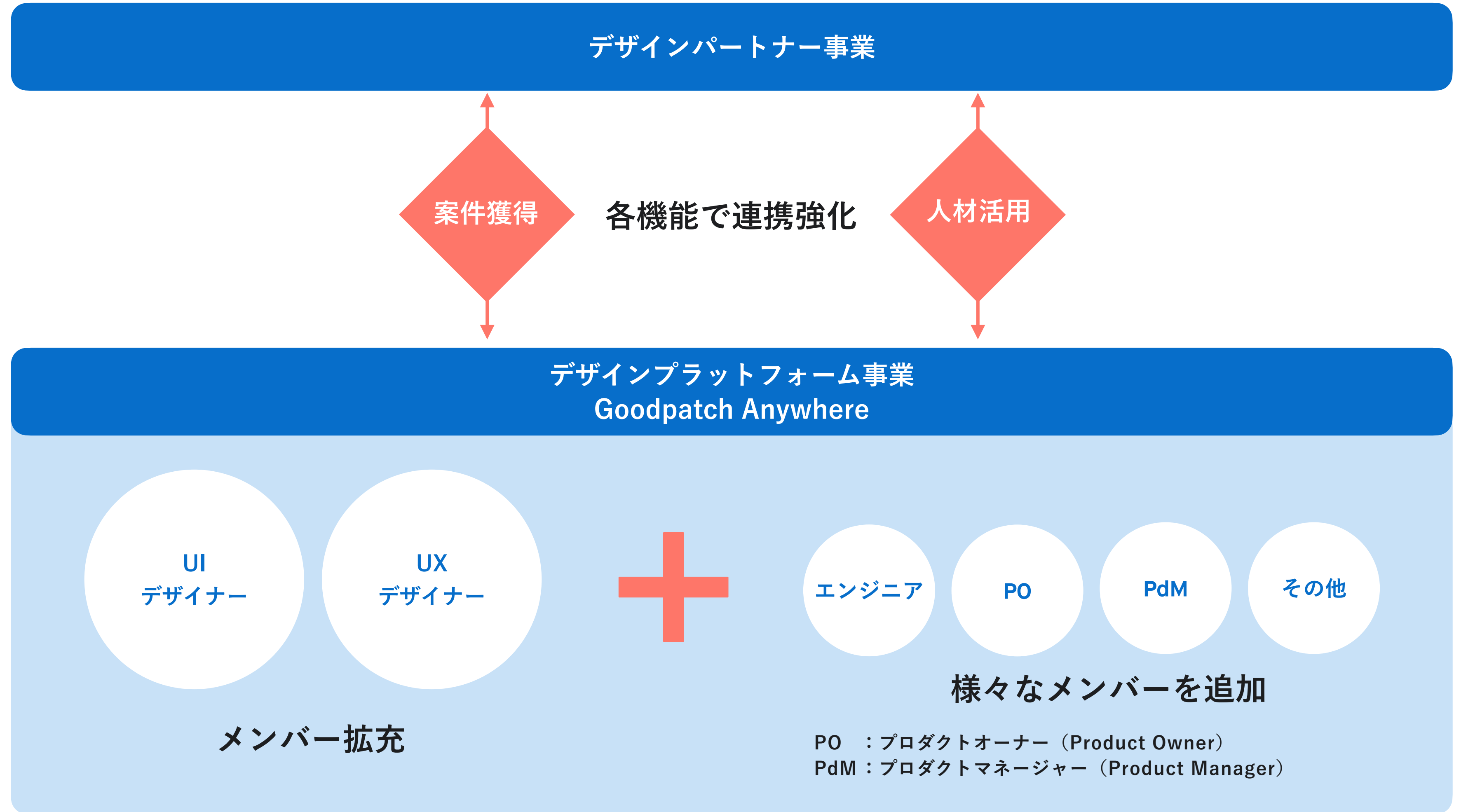
フルリモートデザインチームのリソースをさらに有効活用へ

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



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
- FY2021 3Q末時点で契約企業数は78社に増加、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

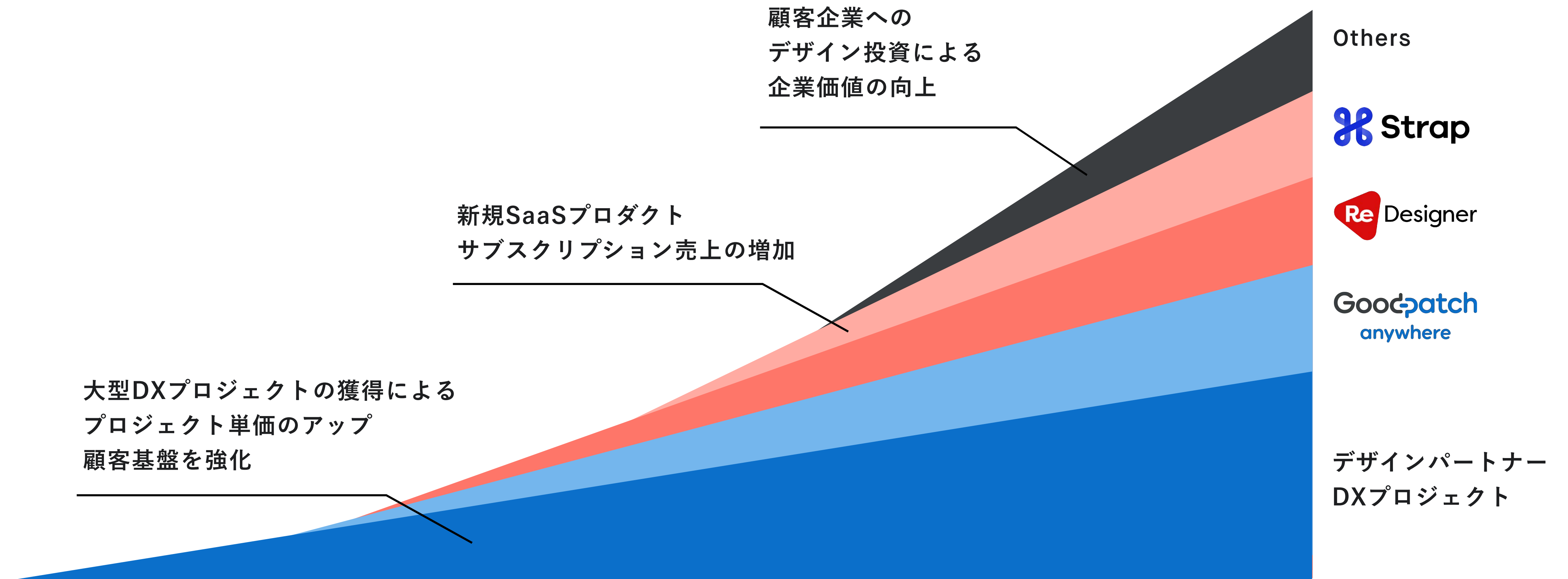


※正式利用企業の一部です

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

ウェブ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

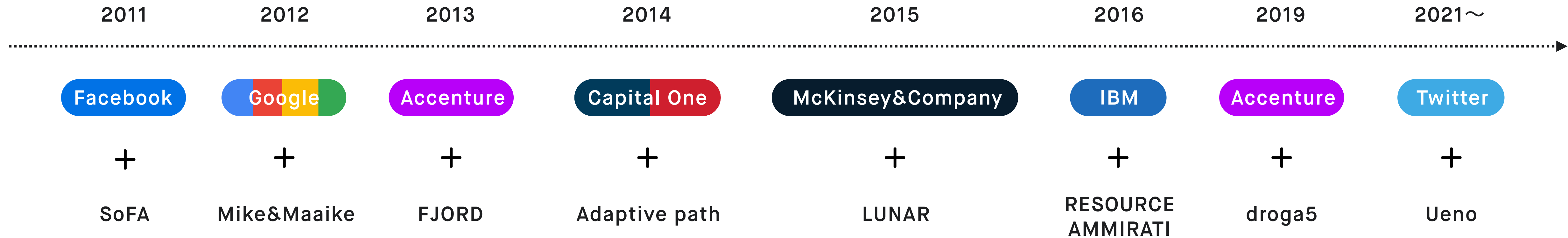
2016年3月にグッドパッチにジョイン。デザインリードとオートモーティブエキスパートを歴任後、現在スタジオリードとしてマネジメントに携わる。

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

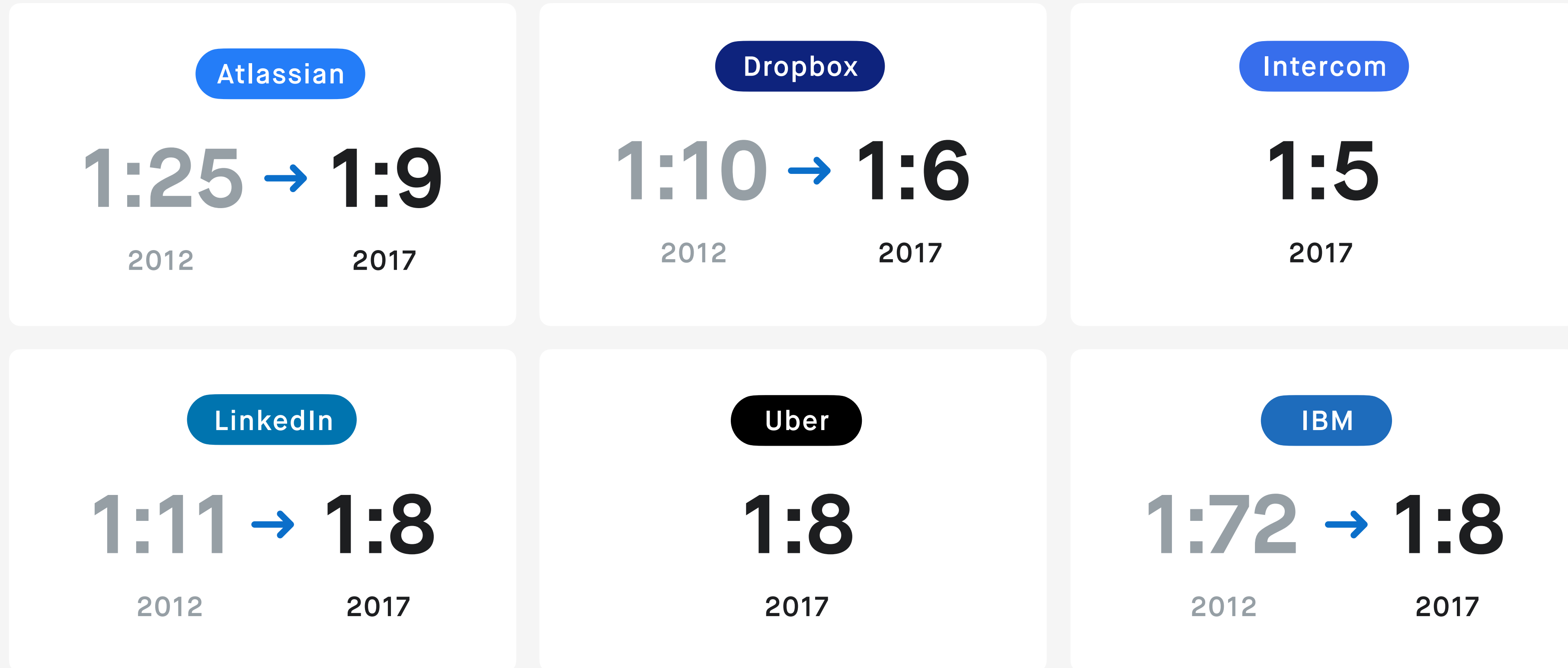
Twitter

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

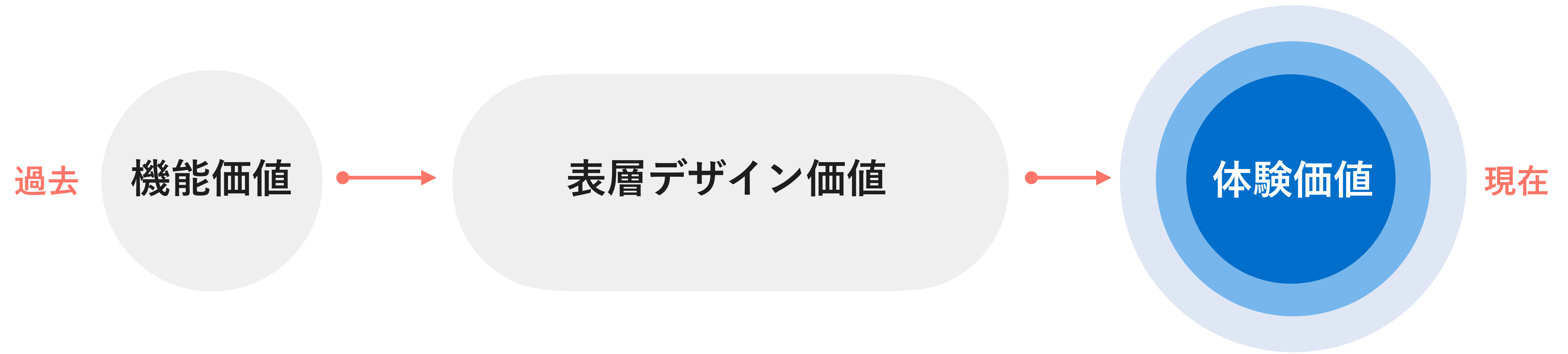
海外企業のデザイナー：エンジニア比率の変化



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

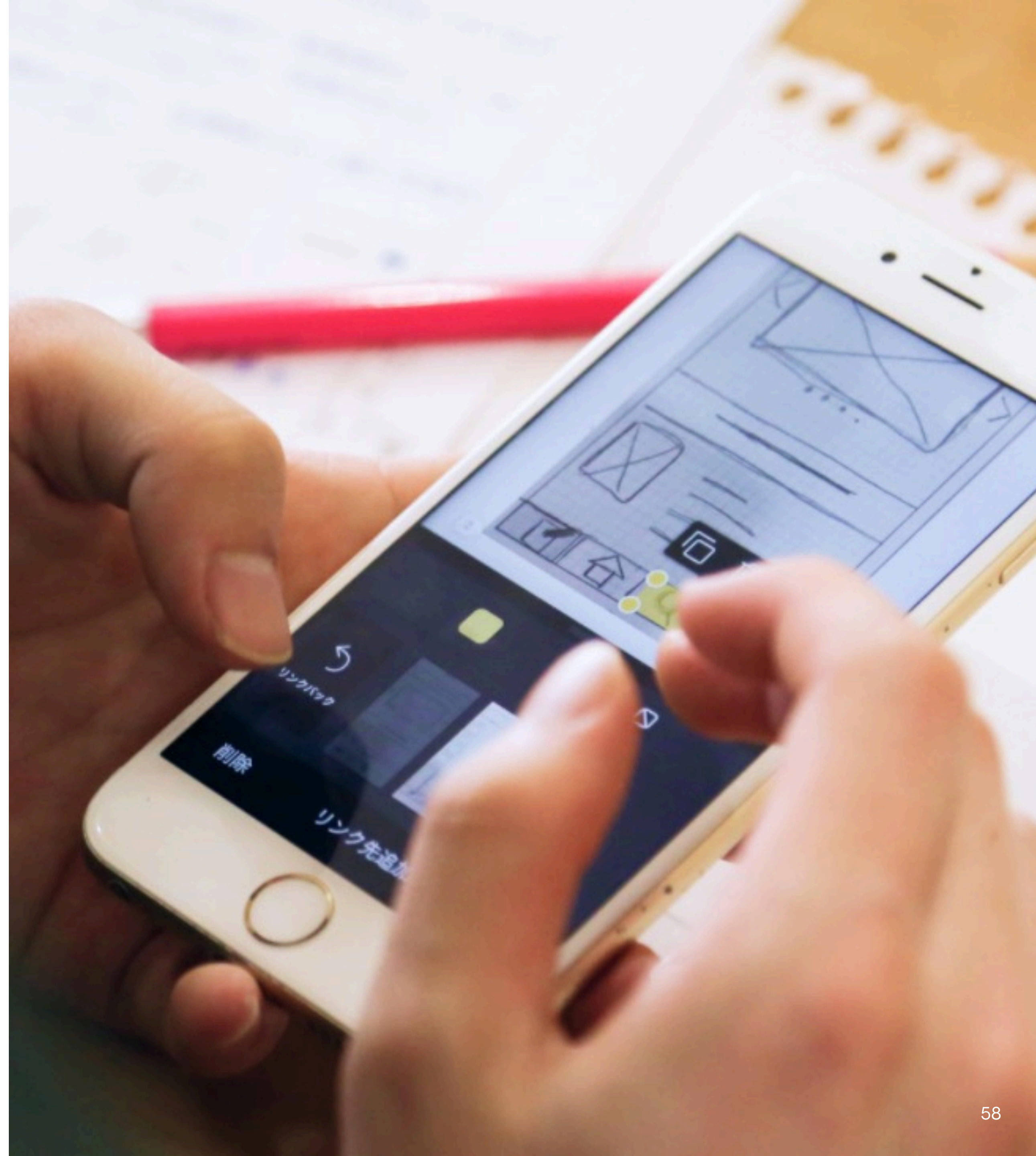
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

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

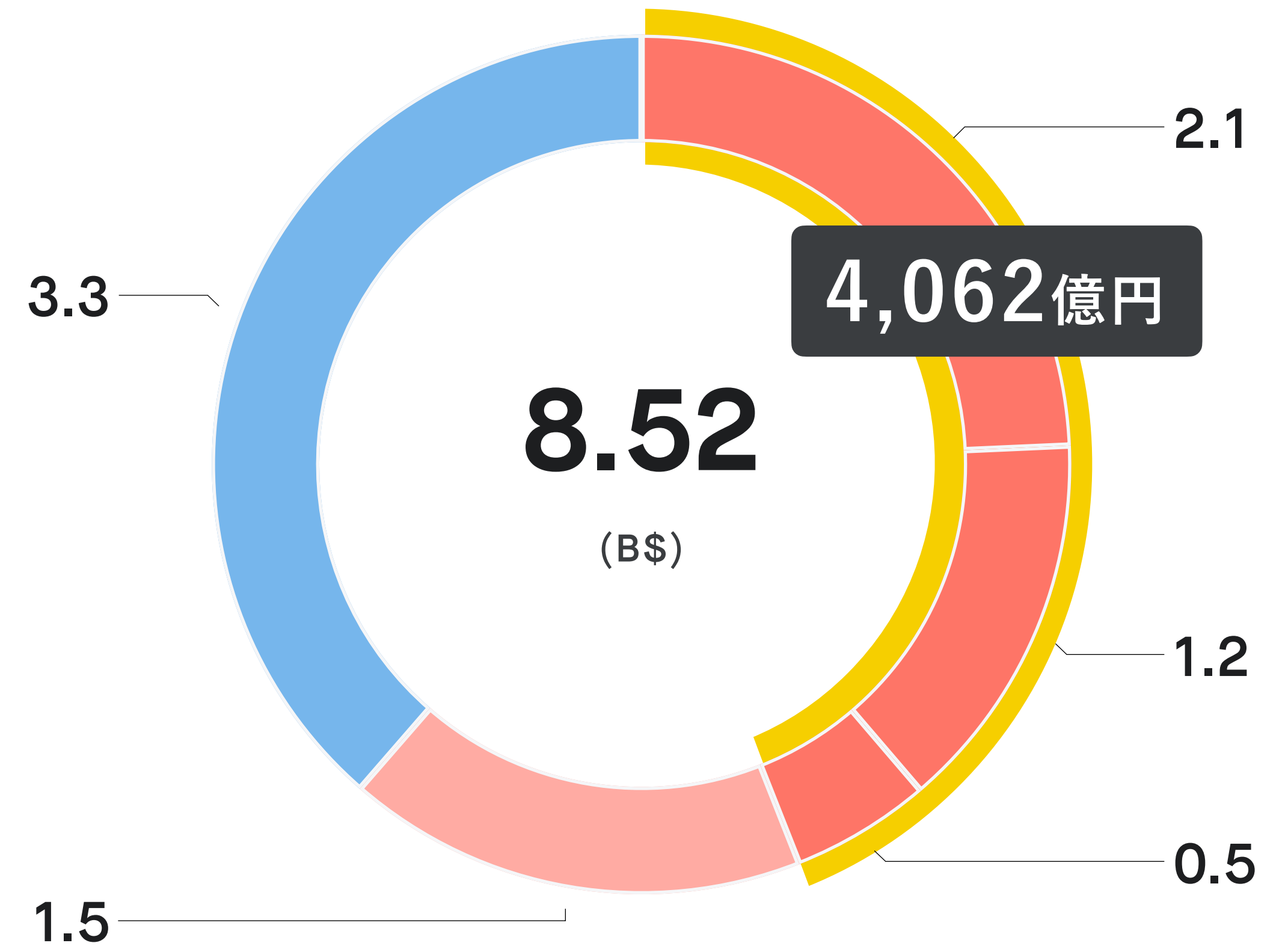
● Project services

- 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)

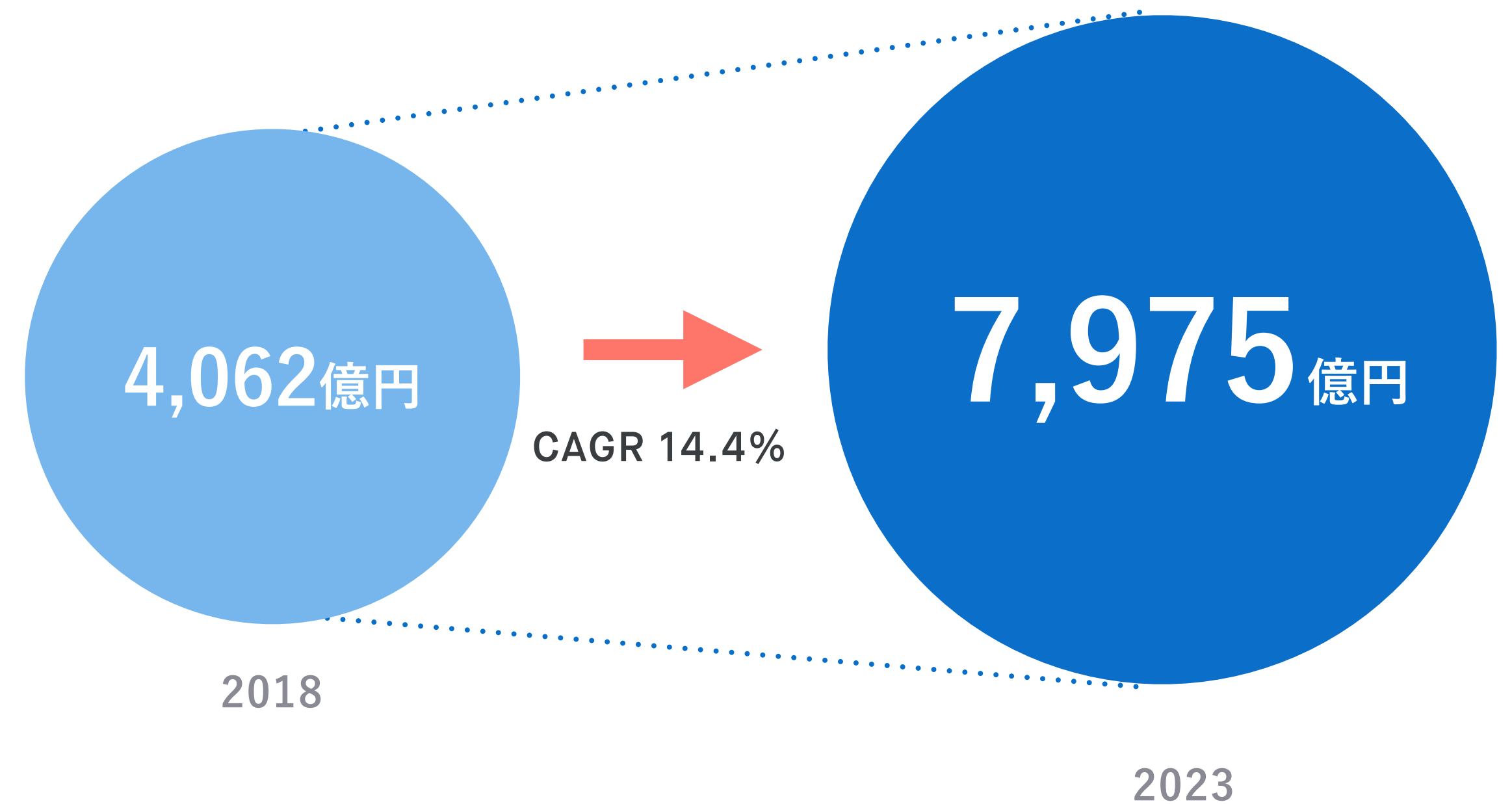
世界で12.2兆円のデジタルエージェンシー市場

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



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

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

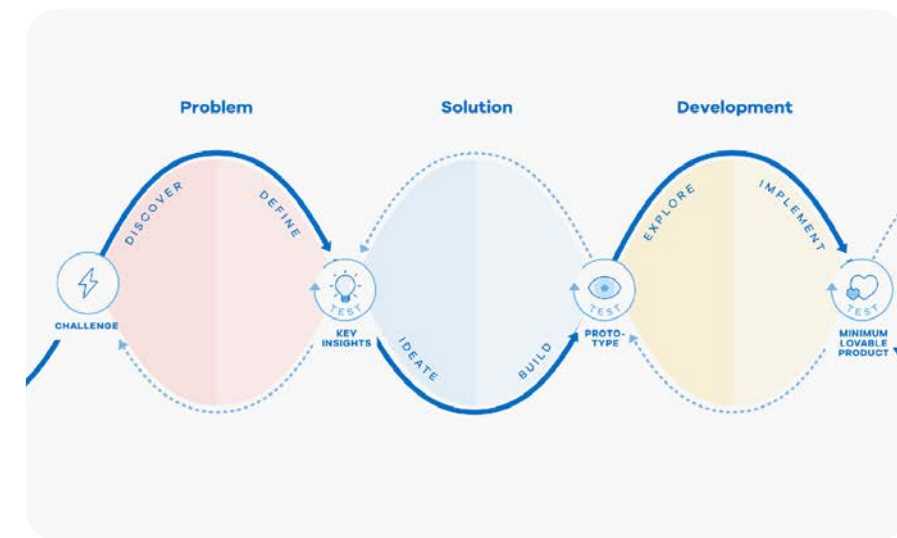


事業戦略とユーザーニーズをつなぐ一貫通貫したプロダクトデザイン
状況の変化に強く、新しい知見の発見／学習を重視した再現性を持った事業支援

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

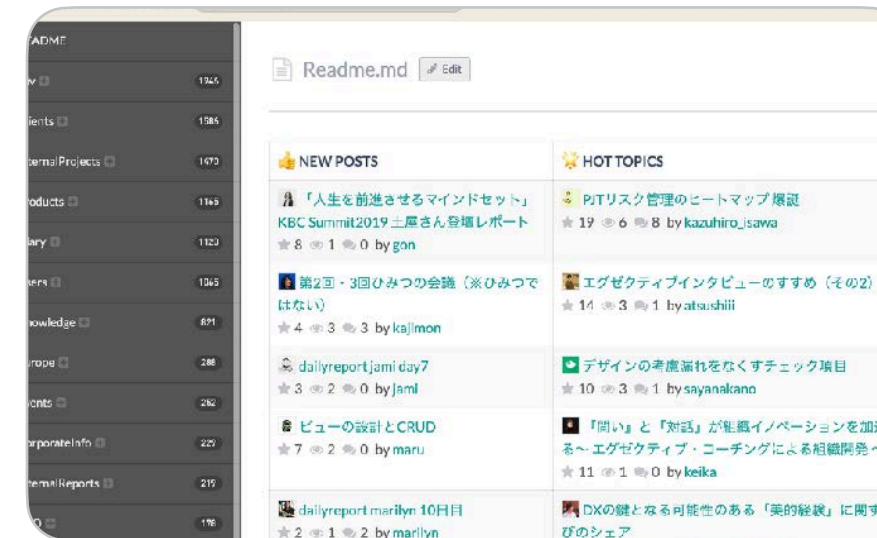


デザイナー育成のための
社内研修



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内外の経済、証券市場その他の状況変化等による変動可能性に照らし、現実の業績の数値、結果、パフォーマンス及び成果は、本資料及び本説明会におけるご説明に含まれる予想数値及び将来の見通しに関する記述・言明と異なる可能性があります。

Goodpatch

Design to empower ♥