

2022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）

2022年1月14日



- 01 事業内容
- 02 FY2022 1Q 業績ハイライト
- 03 各事業の状況
- 04 FY2022 1Q 事業進捗
- 05 FY2022 1Q TOPICS
- 06 FY2022 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

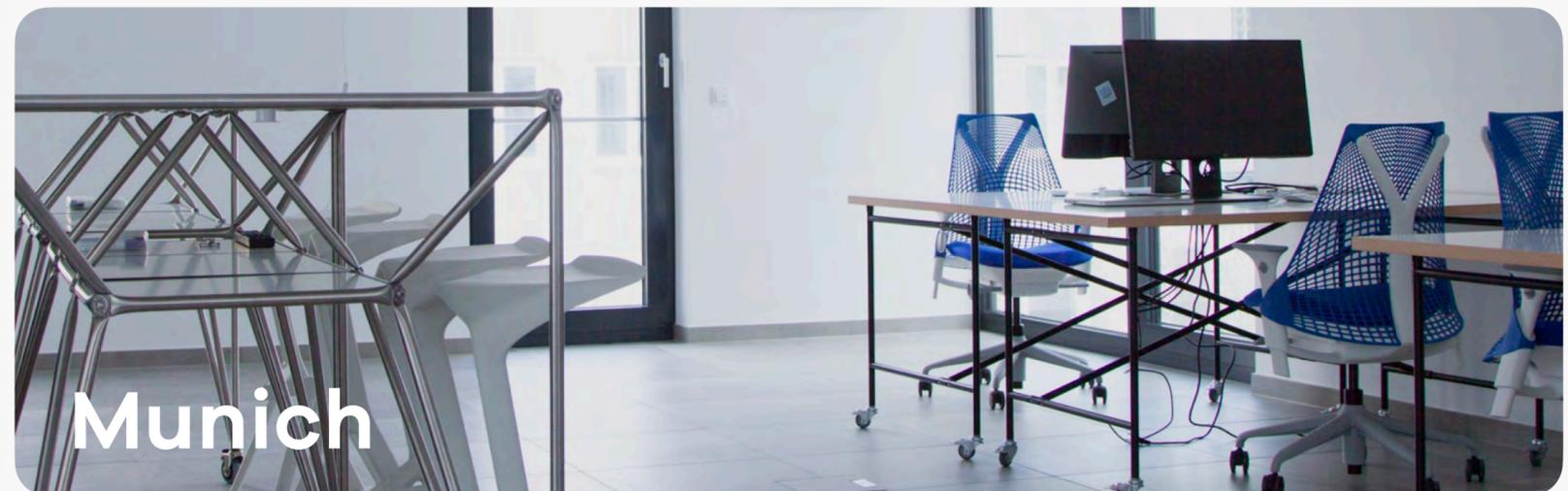
従業員数 204名（正社員 2021年11月末日時点 連結）

経営陣	代表取締役社長 / CEO	土屋 尚史
	取締役執行役員	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



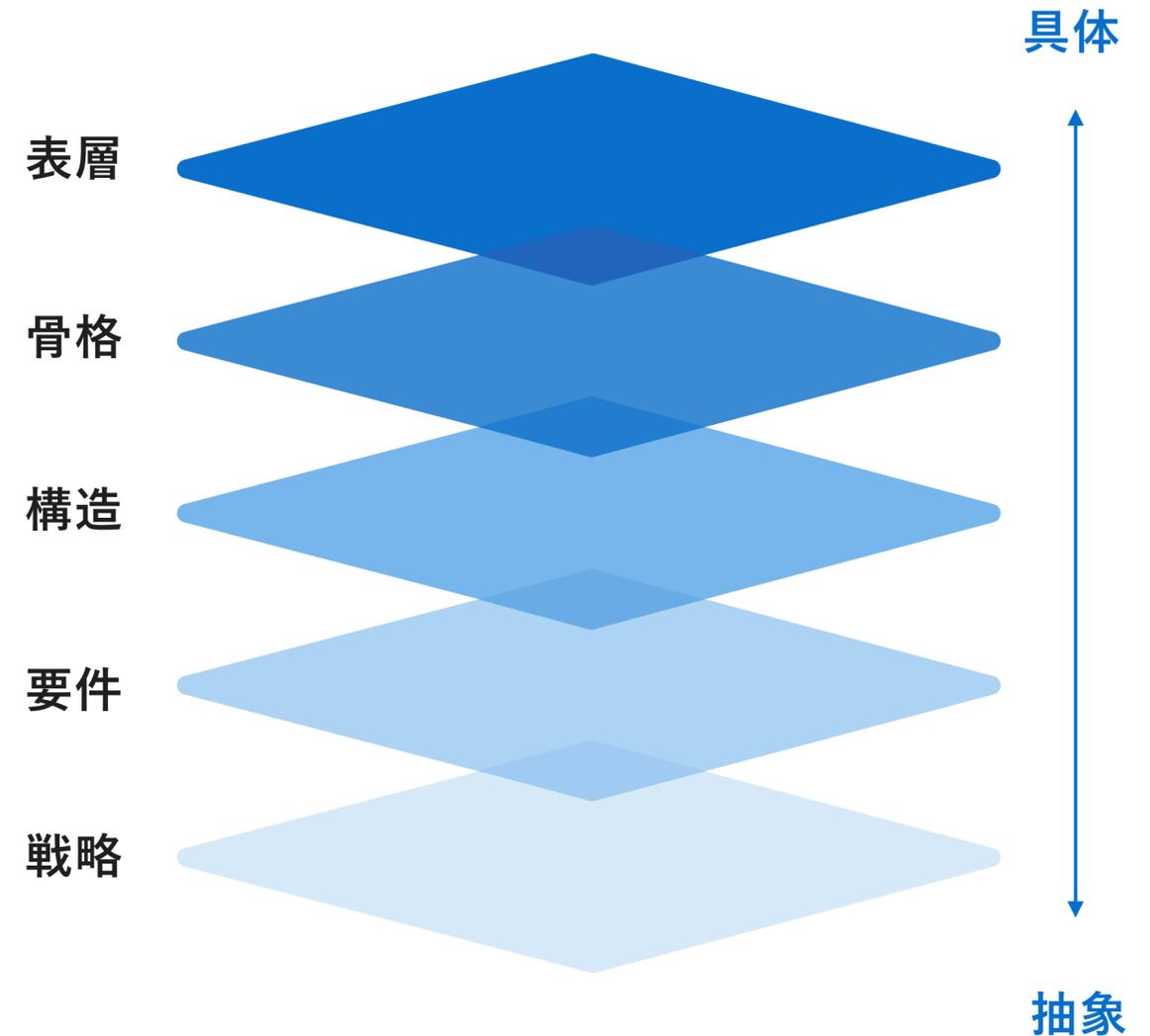
イノベーション力向上



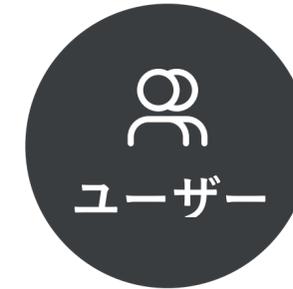
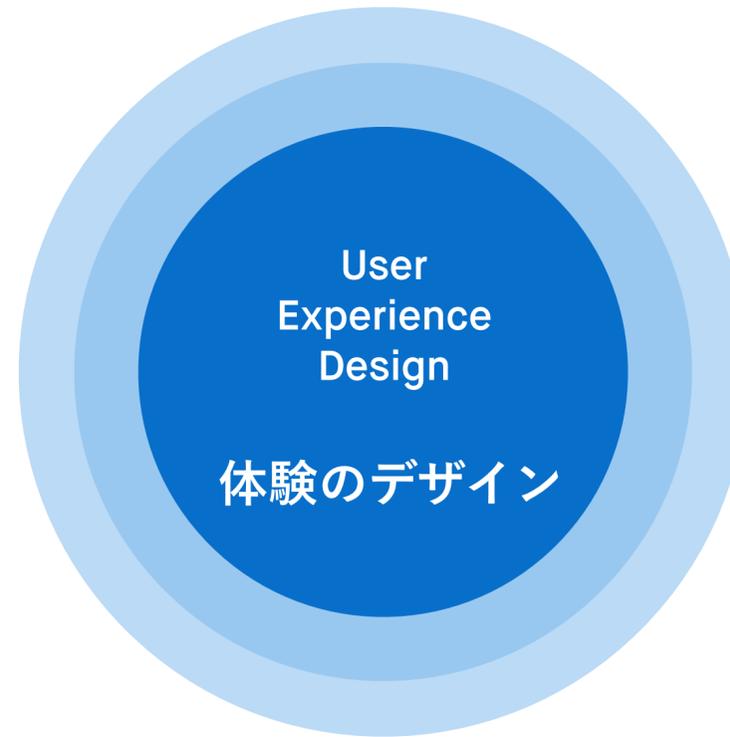
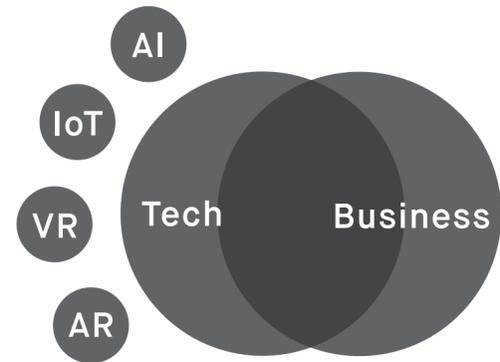
企業競争力の向上

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、

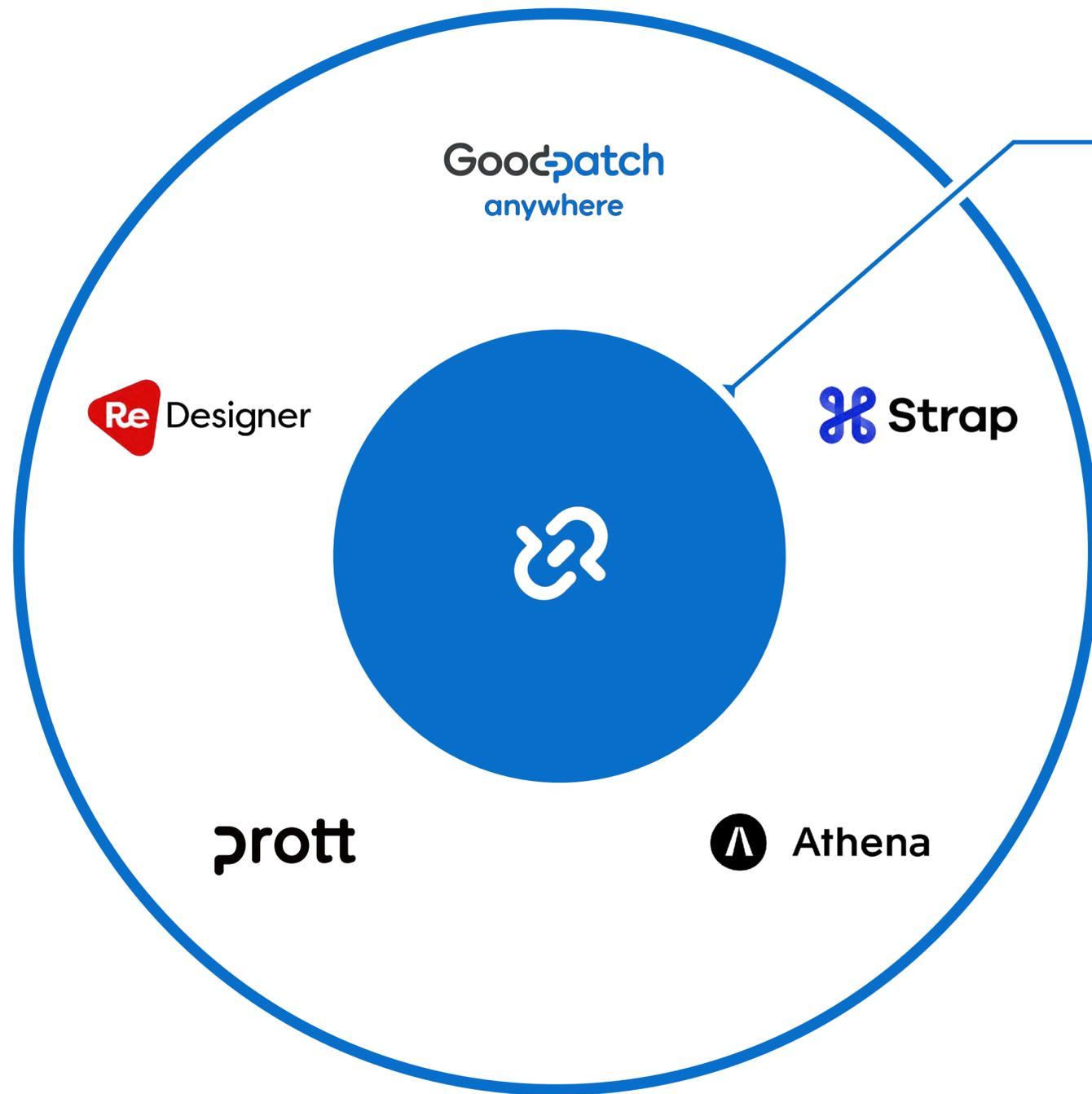
新たなビジネスモデルをともに検討するビジネスパートナー (※2)

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

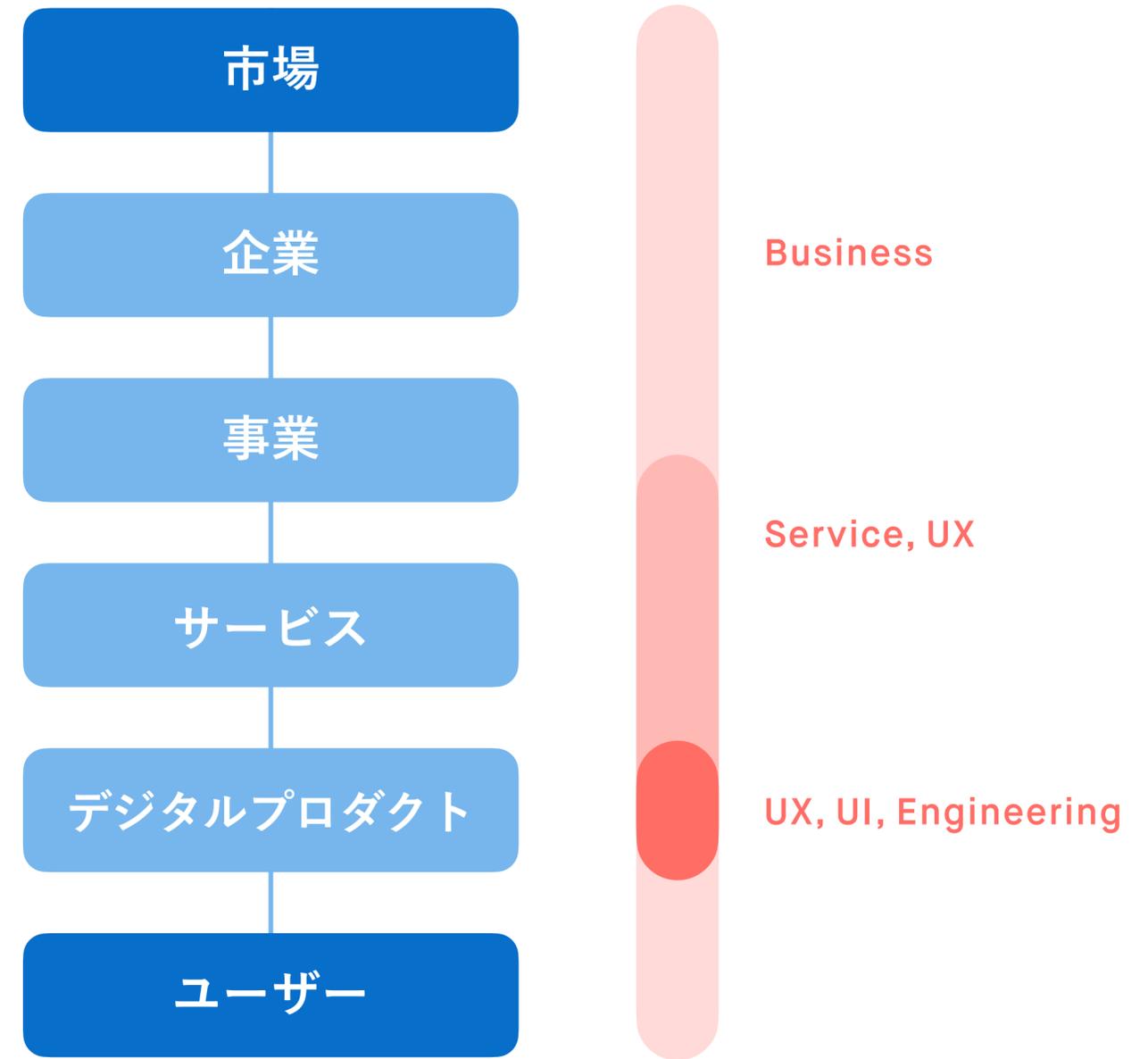
フルリモートデザインチーム「Goodpatch Anywhere」、デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」、クラウドワークスペース「Strap」、プロトタイピングツール「Prott」、XRプロトタイピングサービス「Athena」、などの自社プロダクト・サービスを提供

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

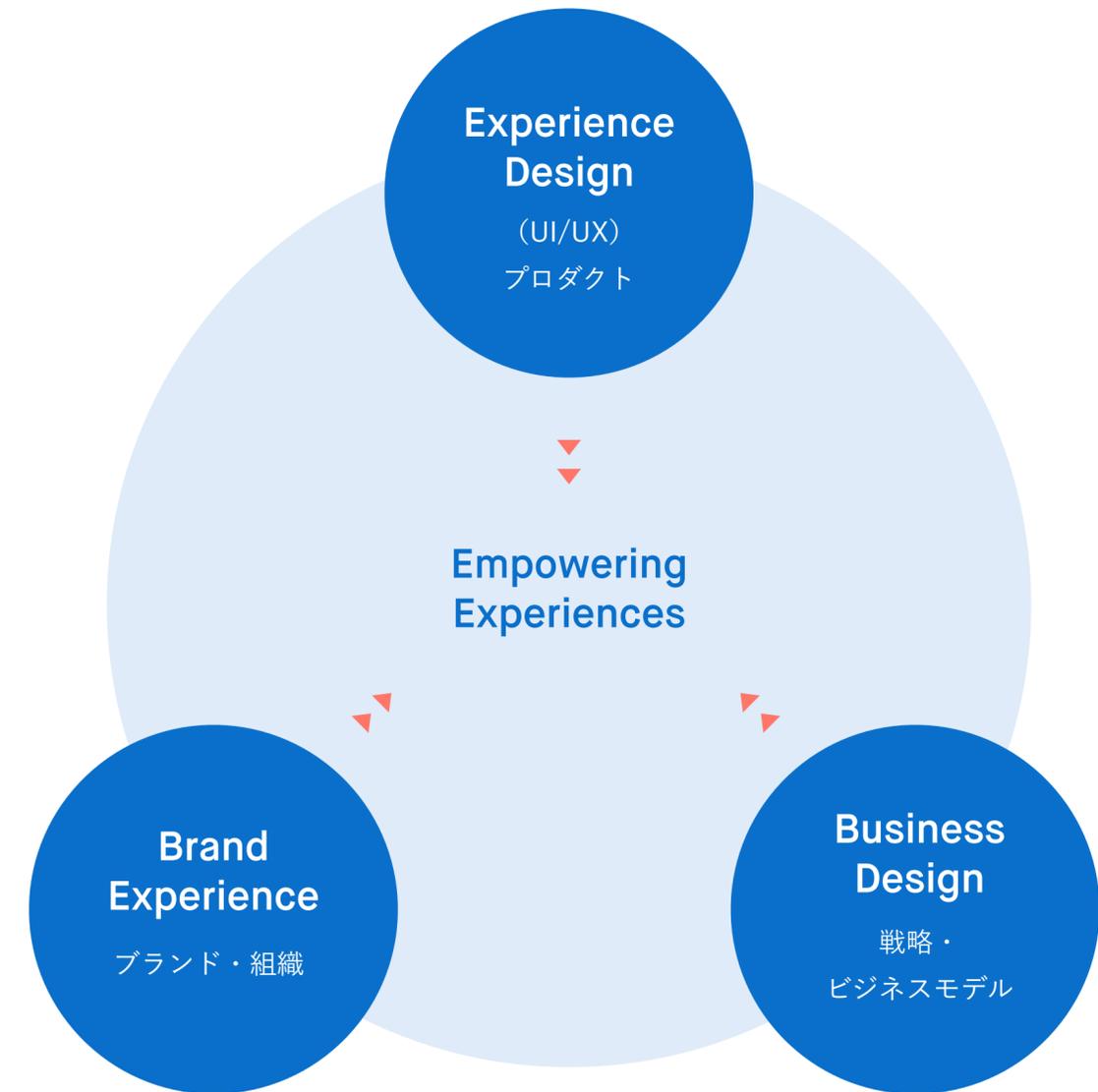
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）。ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現

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

8年連続計11回のグッドデザイン賞受賞（自社プロダクト含む）

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9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



Strap
prott

SaaS

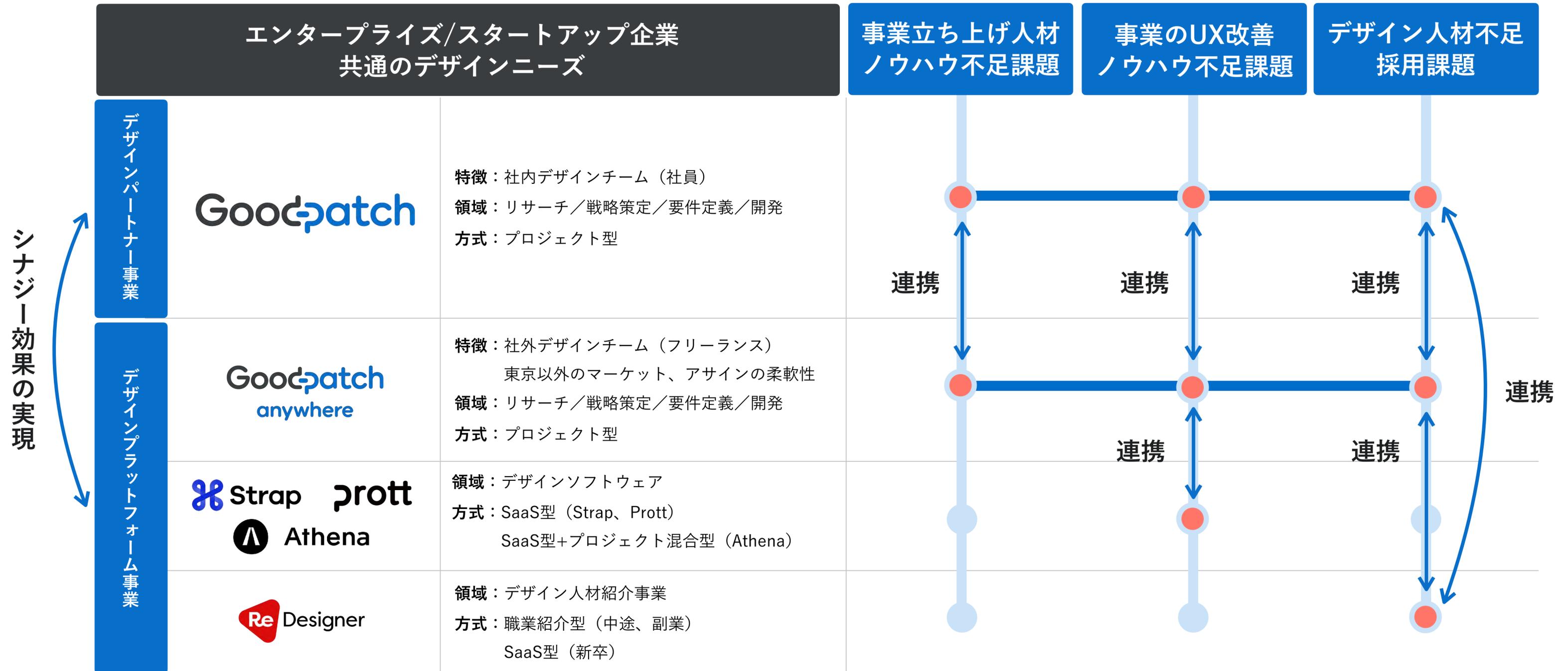
クラウドワークスペース
プロトタイピングツール



Athena

XR

XR
プロトタイピングサービス



FY2022 1Q 業績ハイライト

FY2022 1Q(9-11月)業績ハイライト

売上高

前年同期比（増減）

978
百万円+50.2%
(+327百万円)

進捗率

25.9%

営業利益

前年同期比（増減）

223
百万円+91.4%
(+106百万円)

進捗率

43.2%

- 売上高は前年同期比+50.2%、327百万円増加と高成長を記録。好調だった昨年の1Qから大きく飛躍し、約9.8億円へ成長
- 営業利益は前年同期比+91.4%、106百万円増加、営業利益率は22.9%を記録
通期業績予想の4割を超える進捗
- 益々高まるDXデザイン需要を捉え、売上高・営業利益が大きく上昇。高成長を掲げるFY2022にて幸先の良いスタート

FY2022 事業方針

デザインパートナー事業

- 1 デザイン組織の連続的成長
- 2 デザインバリューチェーンの拡張と深化
- 3 グローバル戦略の本格推進

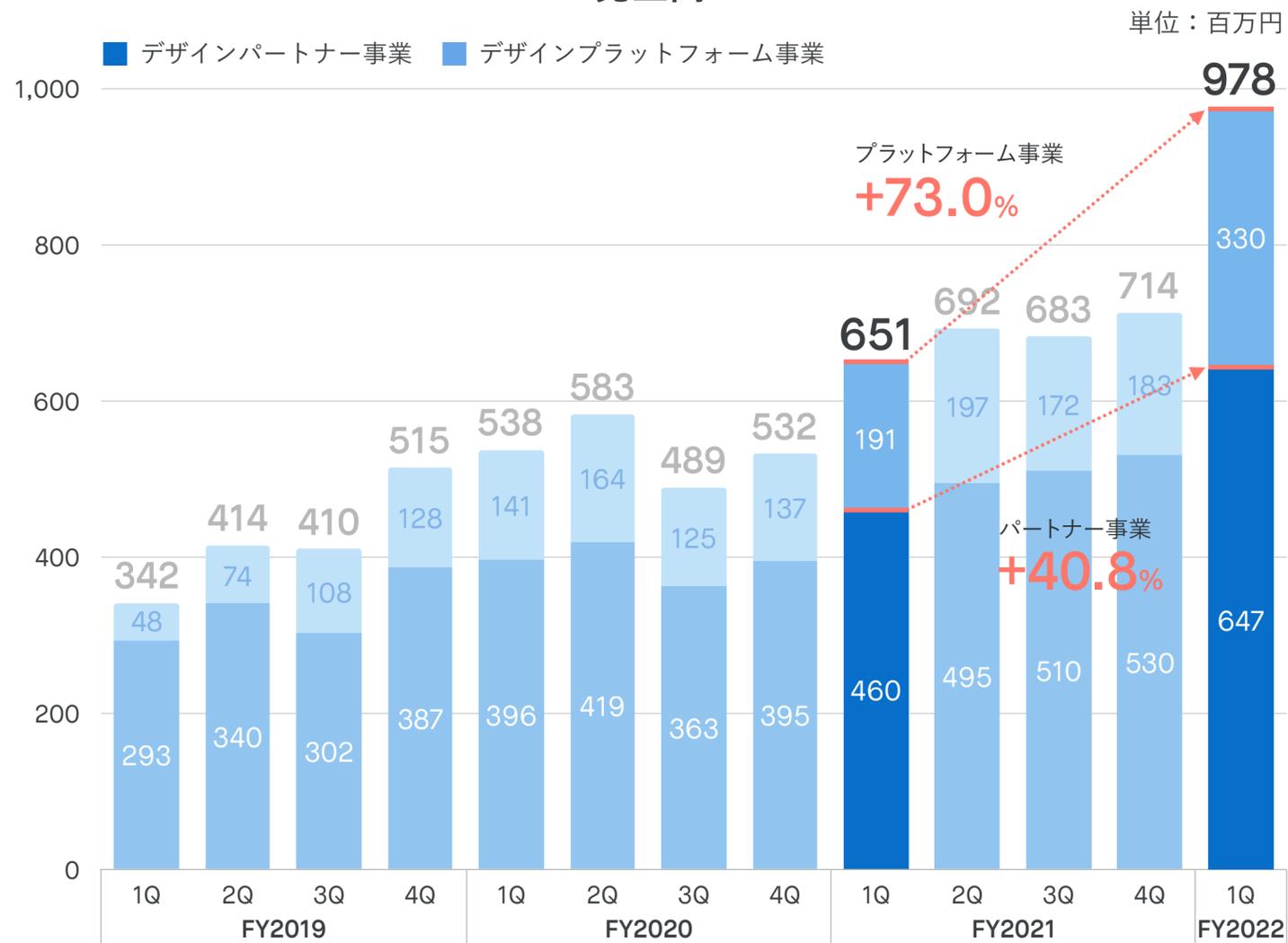
デザインプラットフォーム事業

- 4 Goodpatch Anywhereの強化
- 5 ReDesignerによるUI/UXデザイナー人材市場の創出
- 6 SaaS「Strap」の戦略的展開

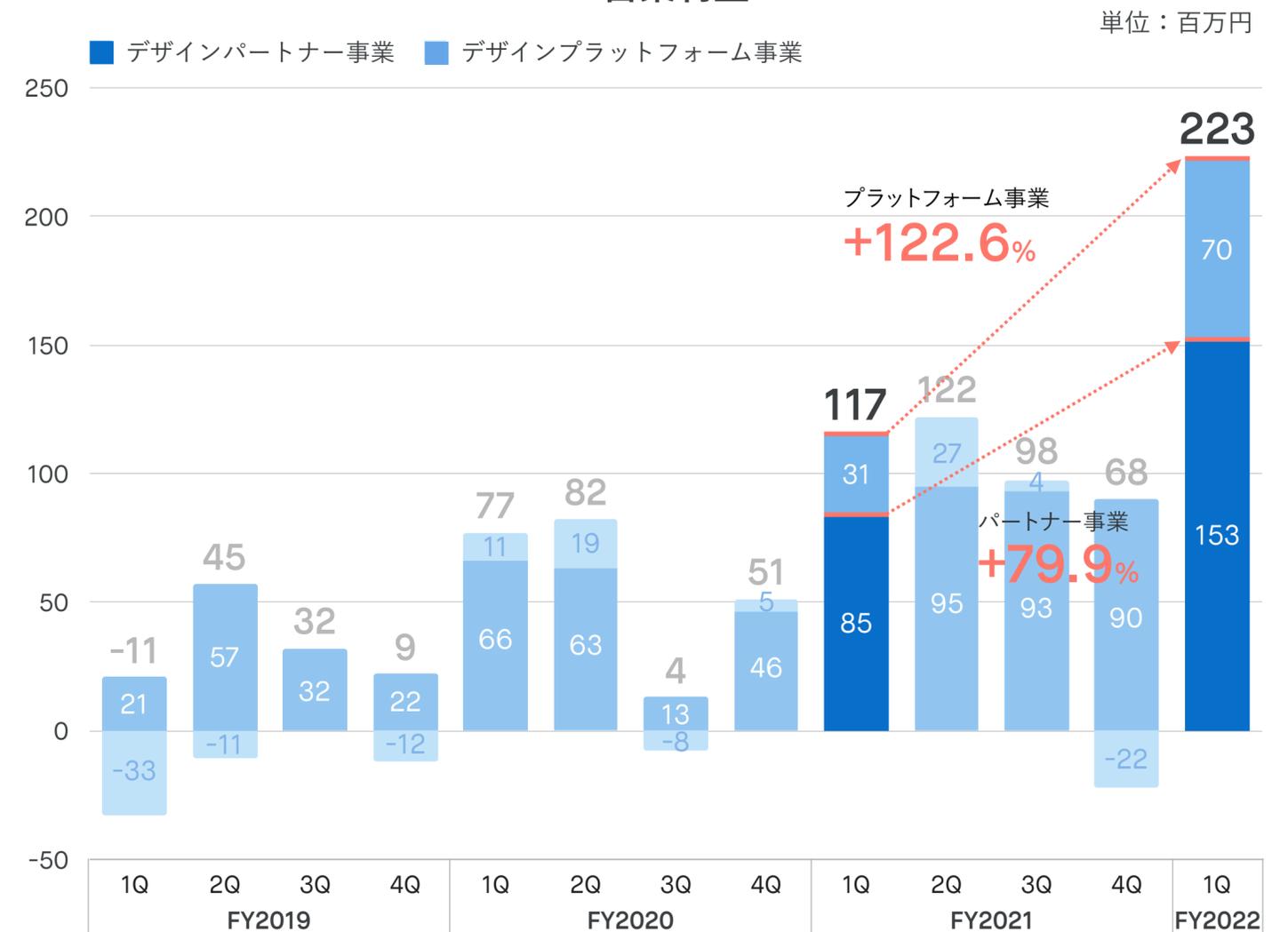
デザインパートナー事業はYoYにて売上高+40.8%、営業利益+79.9%

デザインプラットフォーム事業は組織施策が奏効、YoYで売上高+73.0%、営業利益2.2倍

売上高



営業利益



※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。

売上高YoY+50.2%、営業利益YoY+91.4%の成長、四半期の売上高は10億円に迫る QoQでは売上高+37.0%、営業利益3.3倍、四半期の営業利益率22.9%と急拡大

連結損益計算書（9-11月）

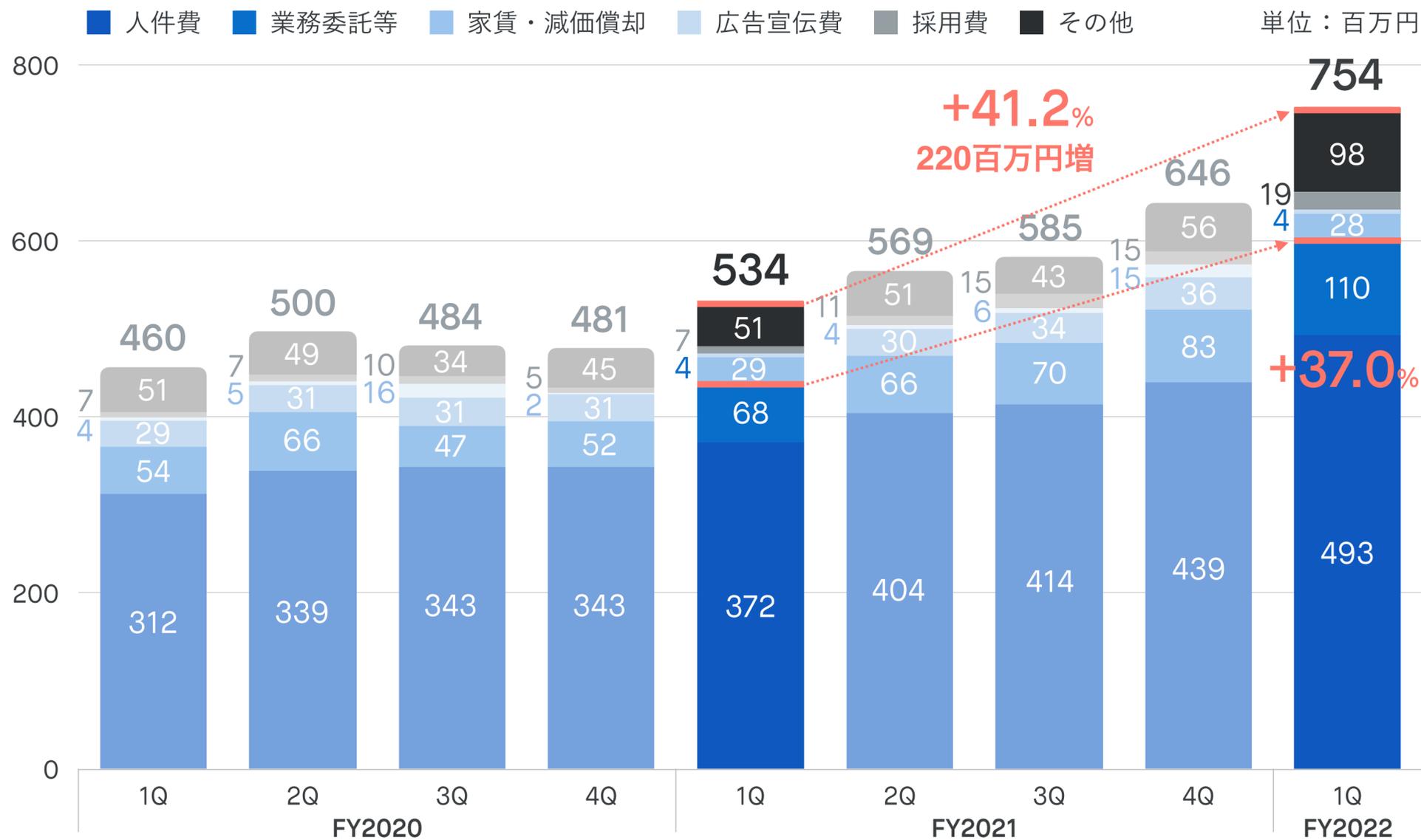
単位：百万円

	FY2021 1Q	FY2021 4Q	FY2022 1Q	YoY 増減率	QoQ 増減率	通期 業績予想	進捗率
売上高	651	714	978	+50.2%	+37.0%	3,778	25.9%
営業利益	117	68	223	+91.4%	+229.2%	518	43.2%
営業利益率	18.0%	9.5%	22.9%	+4.9pt	+13.4pt	13.7%	—
経常利益	116	65	225	+93.4%	+242.3%	486	46.3%
当期純利益	97	66	161	+65.0%	+142.4%	375	43.0%

- 両事業がともに一回り規模を拡大し、売上高は約9.8億円に成長、FY2021 4Qの請負契約のプロジェクト総額53百万円も貢献
- 費用面では人件費・採用費を中心に投下するものの、人材面以外の投資要素が売上成長に吸収されコスト効率が改善
- 両事業の成長、販管費効率の向上等により 営業利益率は20%を超え、営業利益は2.2億円に到達

人材投資（人件費・業務委託費・採用費）を加速させ、YoYでは+41.2%の増加

費用構成の推移

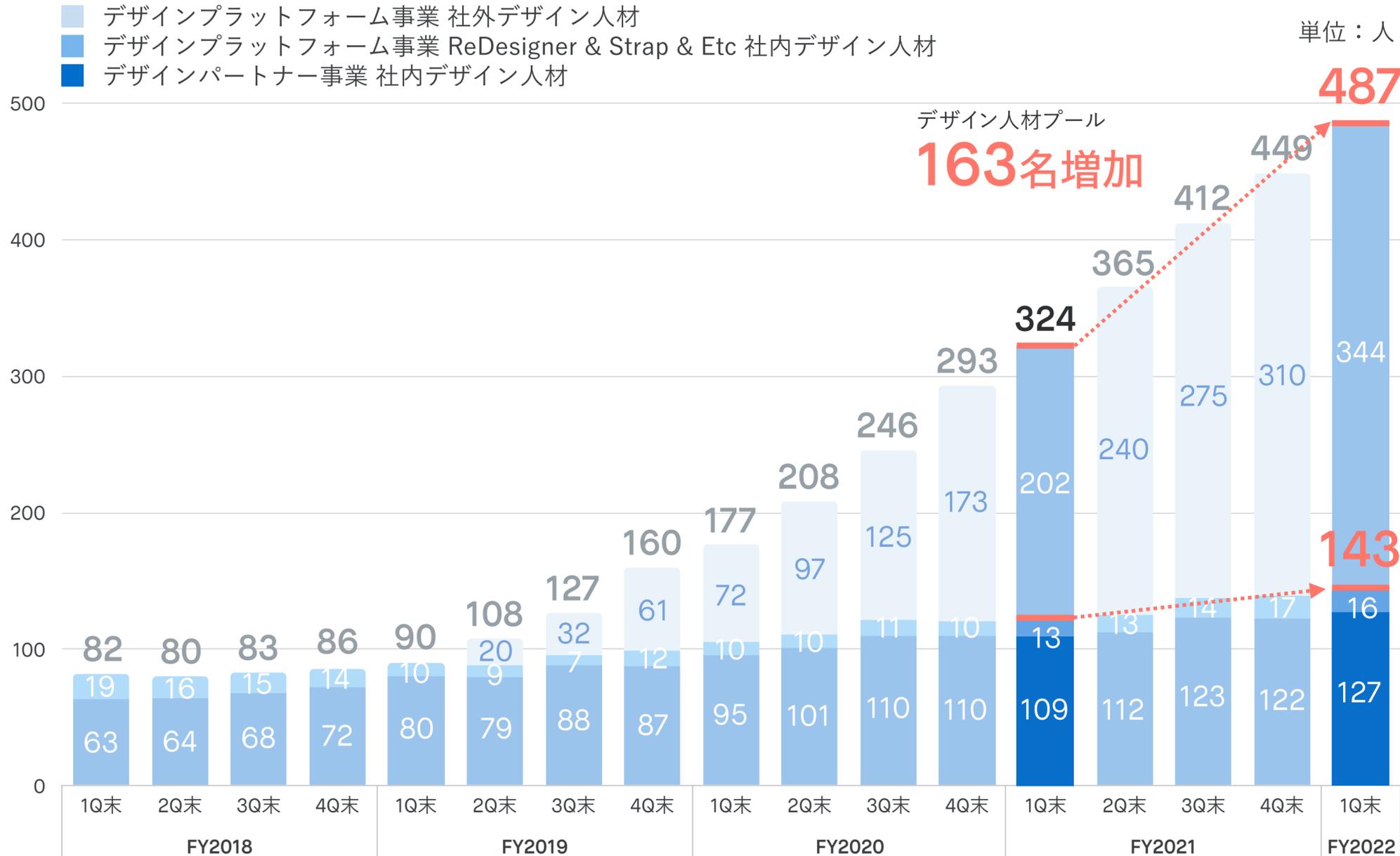


※上記費用には営業外費用および特別損失は含んでおりません。

- 人員増、プロジェクト稼働増のためプロジェクトに直接関連する人件費・業務委託費が増加、両者合わせてYoYでは+37.0%に
- 人材採用を加速するため、採用活動に注力。採用費は約20百万円に拡大
- トップラインの成長を支えるために積極的な費用投下を実施しつつも、営業費用の通期業績予想比では23.1%の進捗に留まった結果、利益率が向上

デザイン人材プールは継続的に成長、両事業のデザイナー数が堅調に増加

デザイン人員数の推移



- デザイン人材プールが拡大**487名**に
YoYでは+163名
- 直接雇用のデザイナー数は**143名**に
YoYで+21名、QoQでは+4名
中途人材を中心に採用活動は堅調
- Goodpatch Anywhereの
登録デザイナー数は34名増加

好調な事業進捗を受け、純資産が増加

連結貸借対照表

単位：百万円

	FY2021 4Q末	FY2022 1Q末	増減	主な理由
流動資産	3,136	3,199	+63	売上成長による売掛金の増加
現金及び預金	2,780	2,749	-30	借入金返済、 Goodpatch Design Fundの出資による減少
固定資産	303	300	-2	
総資産	3,439	3,500	+60	
流動負債	551	475	-75	前受金の解消
固定負債	317	282	-34	借入金返済
純資産	2,571	2,742	+171	利益計上
自己資本比率	74.8%	78.3%	+3.6pt	利益計上、借入金返済

各事業の状況

デザインパートナー事業

益々高まるDXの需要を捉え力強く伸長、YoYで売上高は+40.8%、営業利益は+79.9% 事業セグメントにおいて四半期で最高の売上・営業利益の記録を更新

セグメント全体 FY2022 1Q (9-11月)

売上高

前年同期比 (増減)

647 (百万円) **+40.8%** (+187百万円)

営業利益

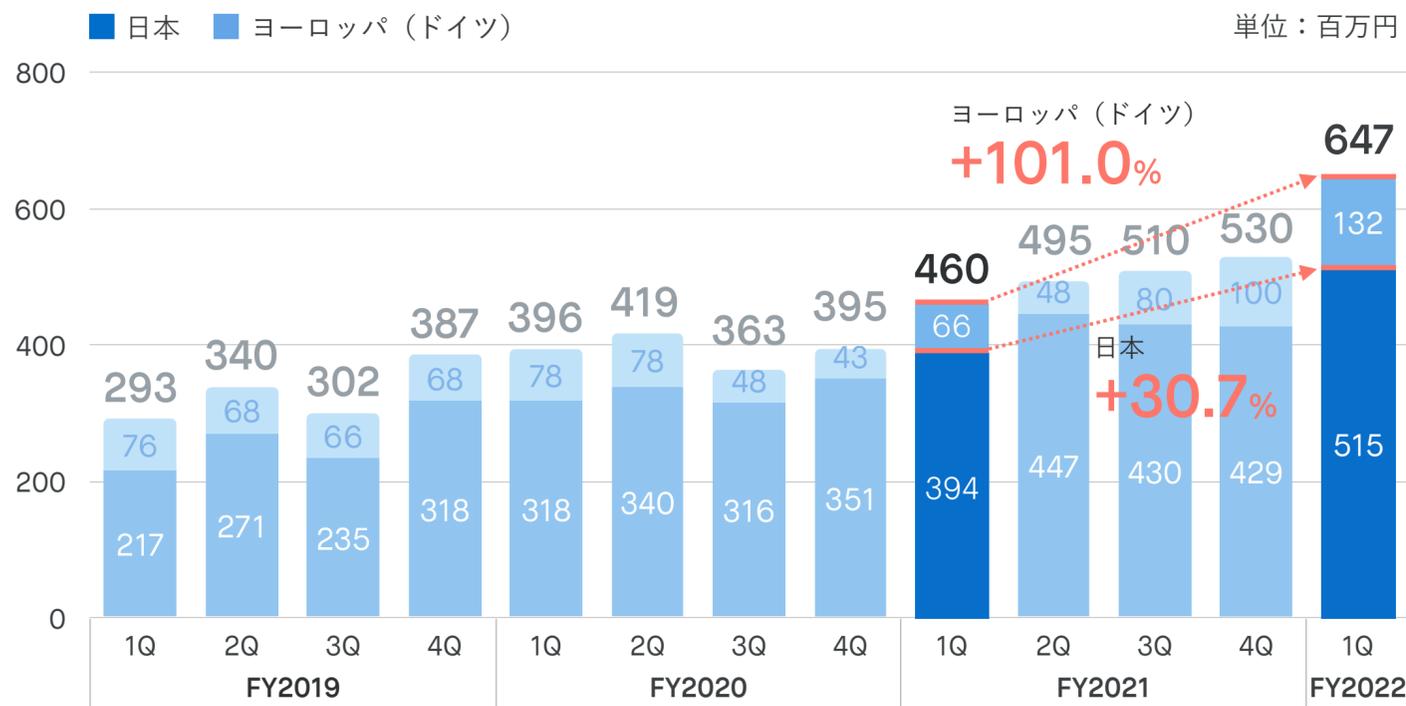
前年同期比 (増減)

153 (百万円) **+79.9%** (+68百万円)

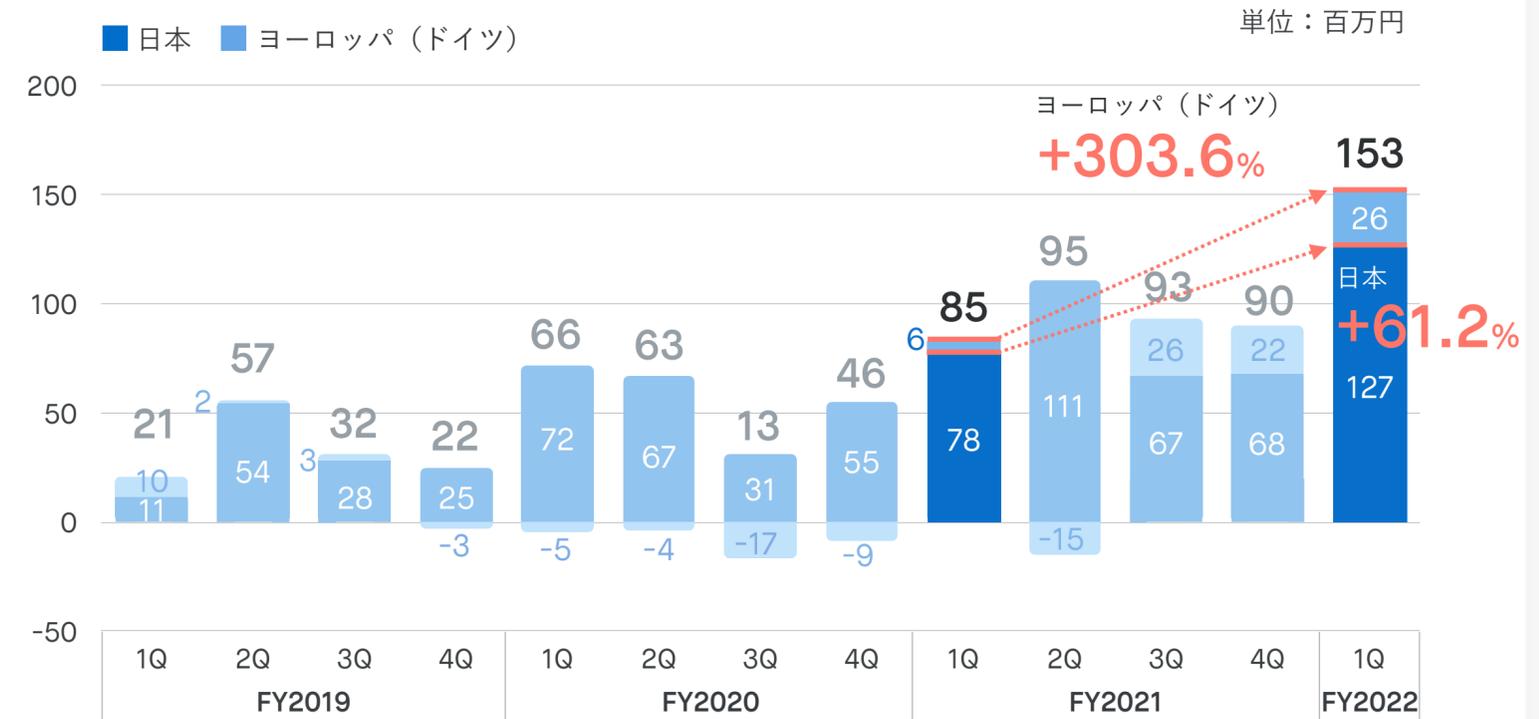
- 日本ではDX需要を捉え、顧客単価の向上が鮮明
顧客社数も順調に増加傾向
- 積極的に採用活動を推進し、デザイナー数が増加
QoQにて+5名
- ヨーロッパ（ドイツ）ではデザイナー数は依然横ばい
傾向だが、外部パートナーを活用し大きく売上高が伸長

日本・ヨーロッパ(ドイツ)共に四半期で過去最高の売上高を更新 営業利益はYoYで、日本+61.2%、ヨーロッパ(ドイツ)約4倍と大幅に増加

売上高



営業利益

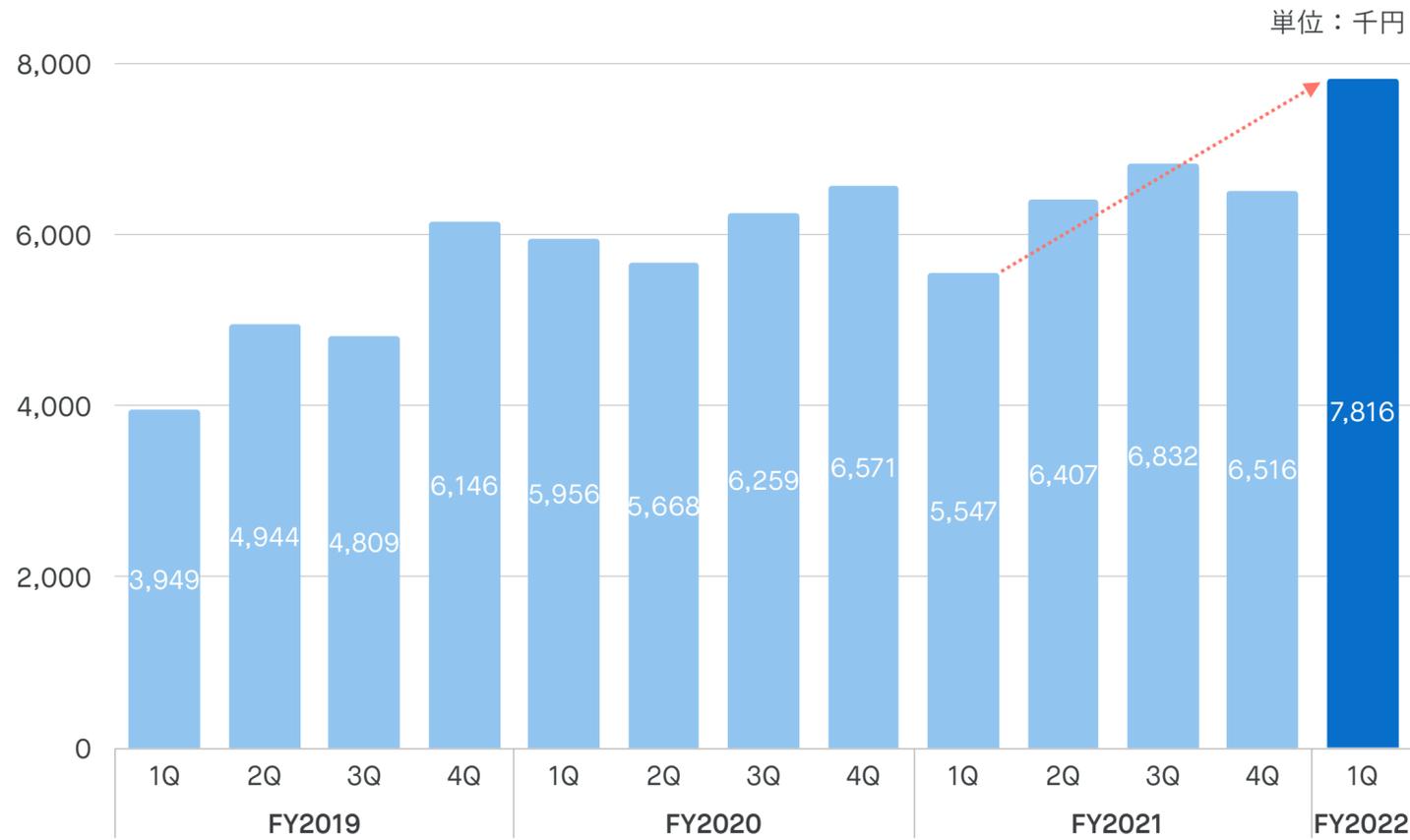


- 日本 : FY2021下半期に開始したプロジェクトも拡大し売上成長に貢献
FY2021より26百万円分の売上が当期へ繰越、その影響を差し引いても実質的に最高益を更新
- ヨーロッパ(ドイツ) : コロナウイルスの影響を受けずに売上拡大を継続。FY2021と異なり政府補助金等の特殊要因が無いものの最高益を更新

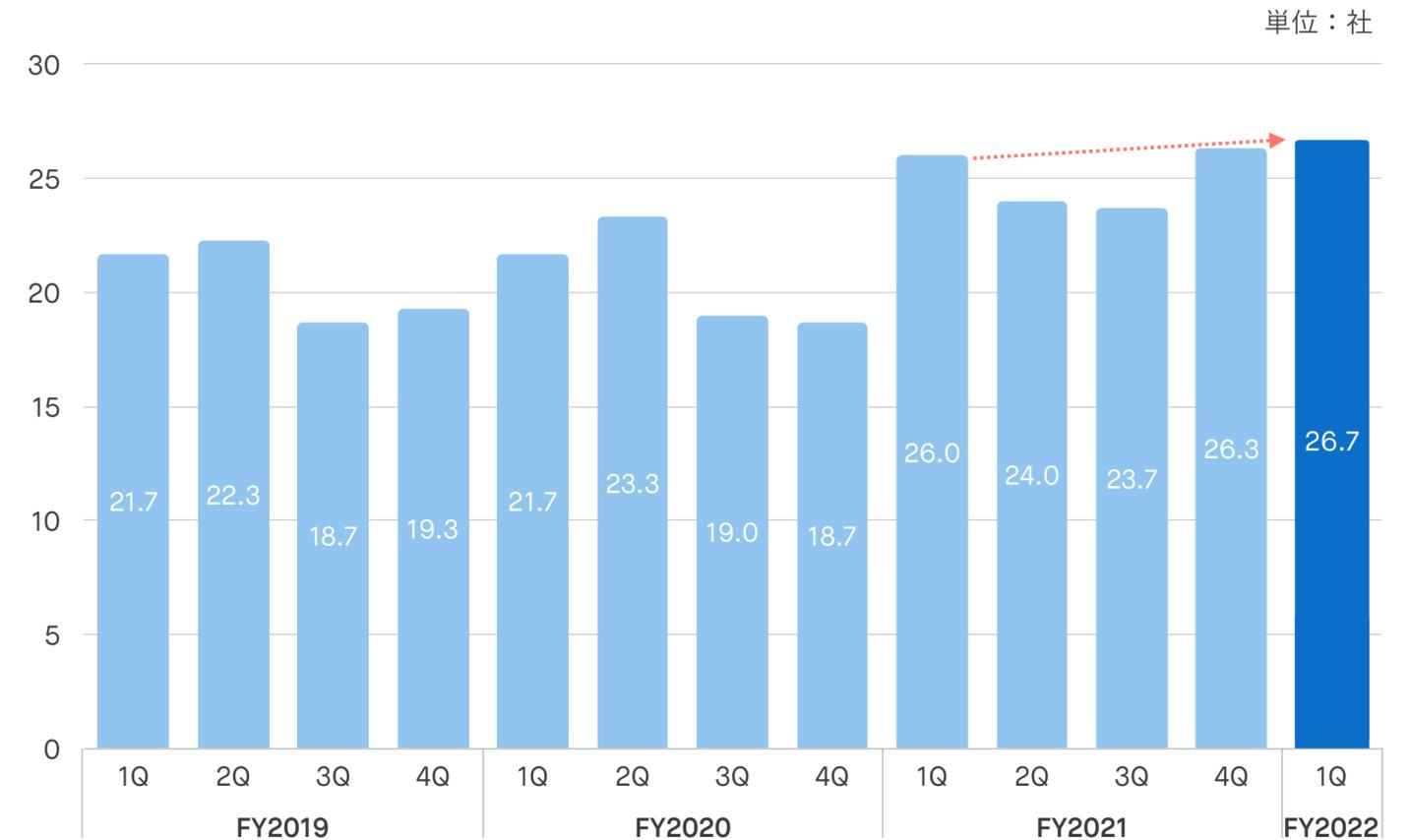
※FY2019 1Q-4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

月額平均顧客単価※の大型化傾向が鮮明、顧客社数※は緩やかな上昇のトレンド

月額平均顧客単価



顧客社数



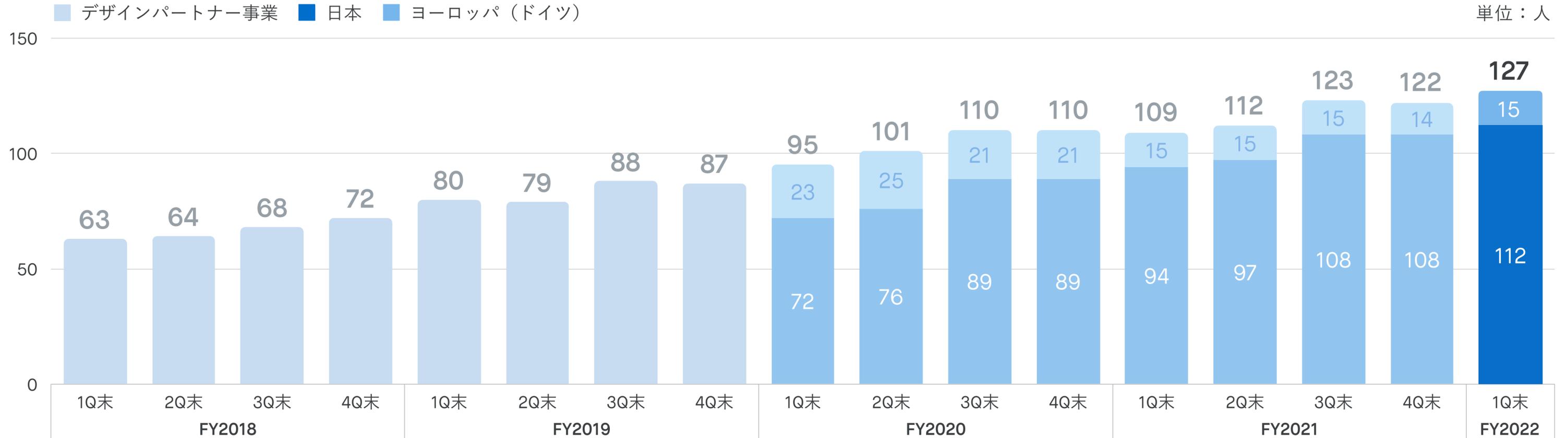
- 月額平均顧客単価はFY2021実績の6,326千円に対し、FY2022計画では18%増の7,460千円、FY2022 1Q終了時点で7,816千円と計画数値を超えて推移
- 顧客社数はFY2021実績の25.0社に対し、FY2022計画では15%増の28.8社。FY2022 1Q終了時点で26.7社で増加途上ではあるが想定の範囲内

※表示変更の理由

同一企業にて複数のプロジェクトが並行して実施されるケースが増加傾向にあり、企業単位での表示がより適切に事業実態を示すため（これまでの集計方法によるデータはAPPENDIXに掲載しております）

社内デザイン人材は11月末にて127名に成長、採用活動はFY2022計画どおり順調

デザインパートナー事業のデザイン人員数



- 日本でのデザイナー採用活動は計画通り順調。FY2022計画の中途採用31名に対し、7名入社済
- ヨーロッパ（ドイツ）でも+1名と順調、さらに採用を強化しFY2022末までに17名まで組織を拡大する計画

※数値はデザインパートナー事業（日本・ヨーロッパ（ドイツ））のデザイナー・エンジニア人数です。

各事業の状況

デザインプラットフォーム事業

Goodpatch Anywhereの組織施策が結実、YoYにて売上高+73.0%と急成長 営業利益は+122.6%と高収益体質を反映した結果に

セグメント全体 FY2022 1Q (9-11月)

売上高 前年同期比 (増減)

330 (百万円) **+73.0%** (+139百万円)

営業利益 前年同期比 (増減)

70 (百万円) **+122.6%** (+38百万円)

フルリモートデザインチーム：Goodpatch Anywhere

- FY2021下半期より実施した組織施策が事業成長につながる
- YoY、QoQにて2.1倍の売上高を獲得

人材：ReDesigner

- 企業側の高まるデザイナー採用ニーズを受け順調に拡大
- QoQにて40%以上の売上高成長を達成し、収益貢献

ソフトウェア、SaaS：Strap & Prott、Athena等

- Strap & ProttはQoQ売上高微増、Prottの減少をStrapの増加が上回る
- SaaSへの投資は中長期視点で推進中

Goodpatch Anywhere

YoY+114.1%の急拡大、プロジェクトリード獲得と組織体制構築をバランス
FY2022はさらに規模の大きなビジネスに成長

ReDesigner

YoY+87.5%の成長、デザイン人材市場の活況がを牽引。売上規模を拡大し、損益分岐点を大きく超過し黒字へ

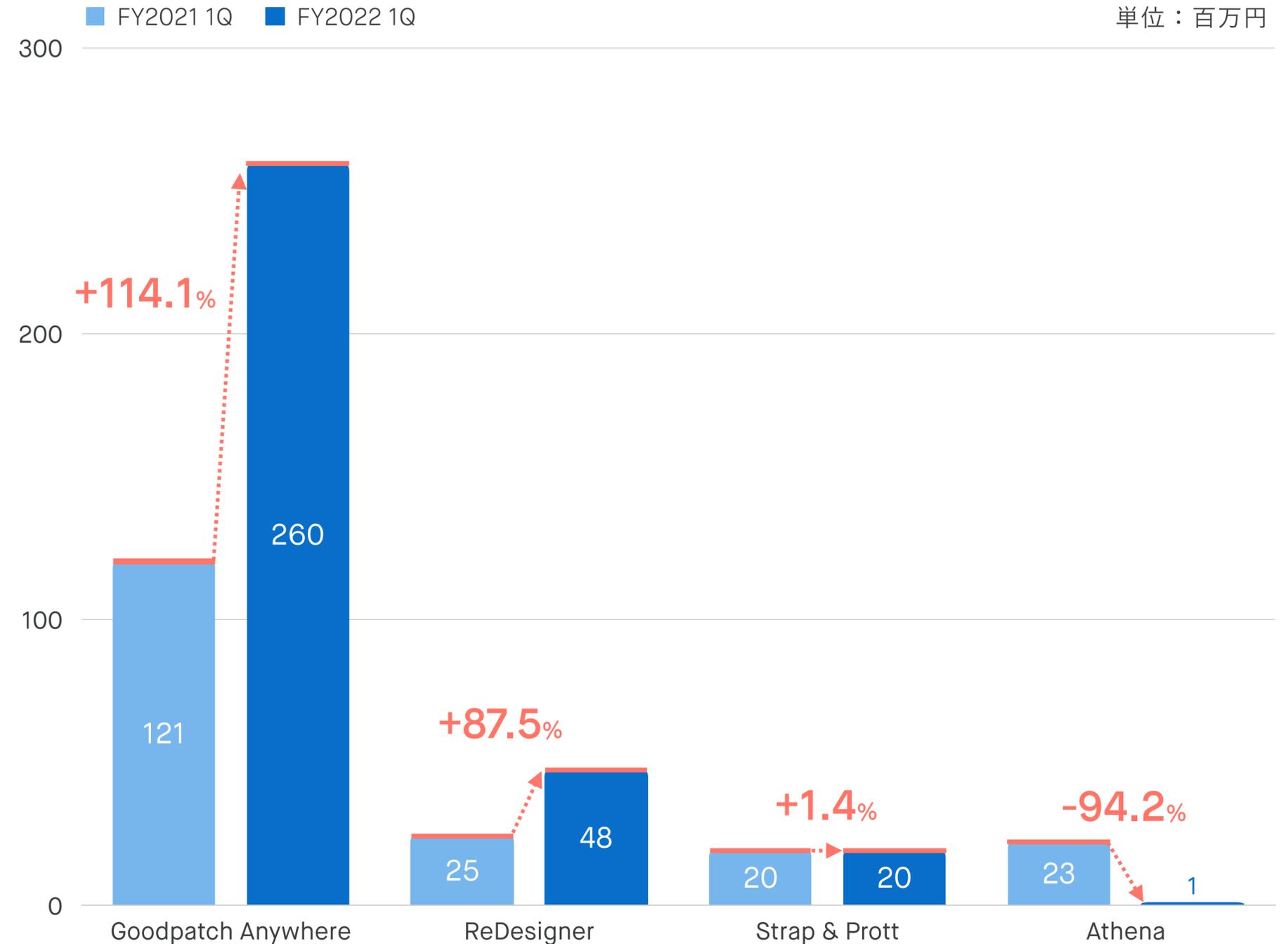
Strap & Prott

Strapの契約企業数は130社を超える
Prottの売上減少額をStrapの売上増加額が上回りYoYプラス着地

Athena

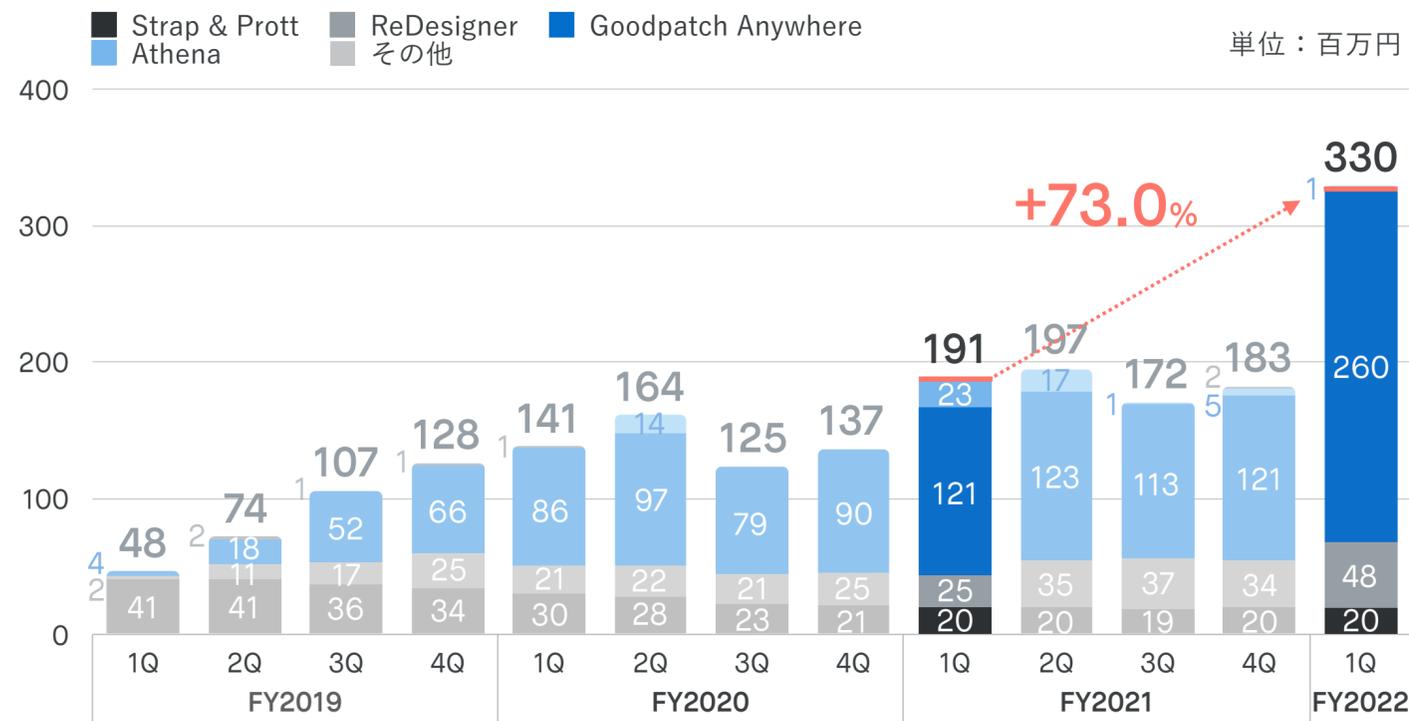
ライセンス売上のみ計上のため減少だが、デザインパートナー事業のXR関連案件にて稼働

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

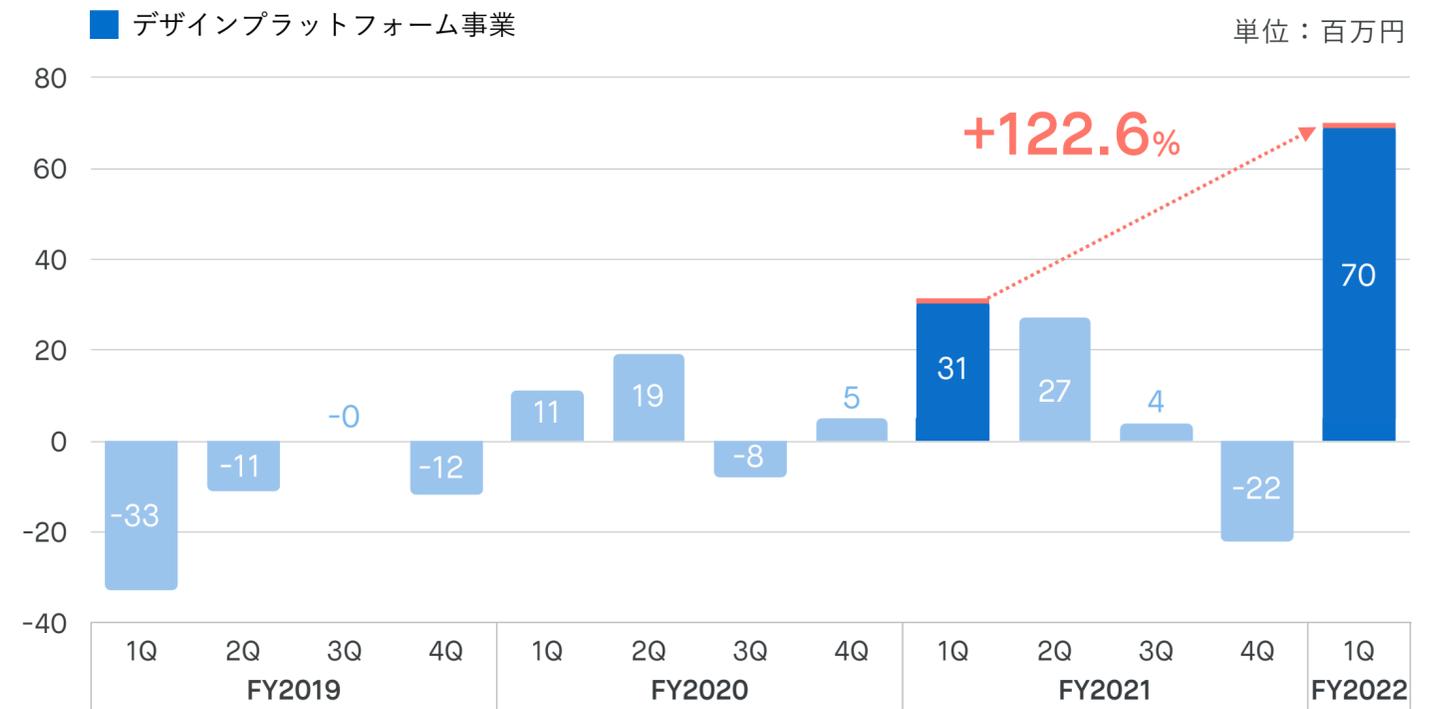


Goodpatch AnywhereおよびReDesignerが大きく成長し、YoYにて売上高+73.0% 高収益体質により20.0%を超える営業利益率を実現し、営業利益は2.2倍へ

売上高



営業利益



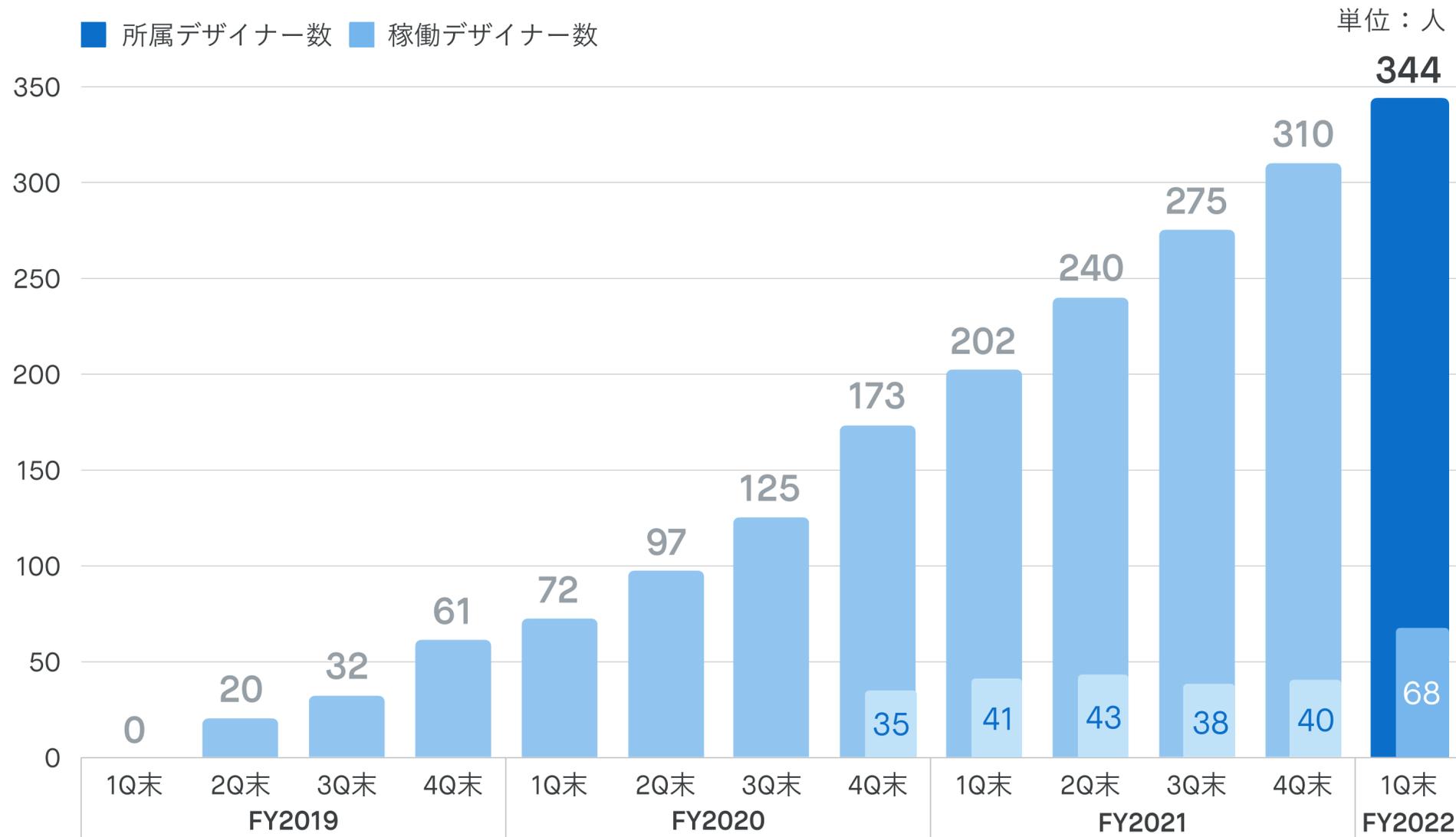
- Goodpatch Anywhereの組織体制構築が収益に貢献し、一回り大きな事業運営が可能となる。FY2021の請負契約の行政案件等の26百万円が期またぎで売上計上となったものの、成長の主要因はFY2021下半期にて行ったリード獲得の強化施策によるもの
- ReDesignerでは、デザイン人材ニーズが高まり企業からの引き合い増加、中途・新卒ともに活況を呈する

※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。

また、ReDesignerについてはFY2022より収益認識に関する会計基準等の適用により収益認識を変更しておりますが、変更の影響は軽微のためFY2021以前の数値について変更を加えておりません。

所属デザイナーはQoQにて34人の増加、一定のペースで人材プールの規模を拡大 稼働デザイナー数はQoQでは+70%、28名増加し、稼働率は約20%へ向上

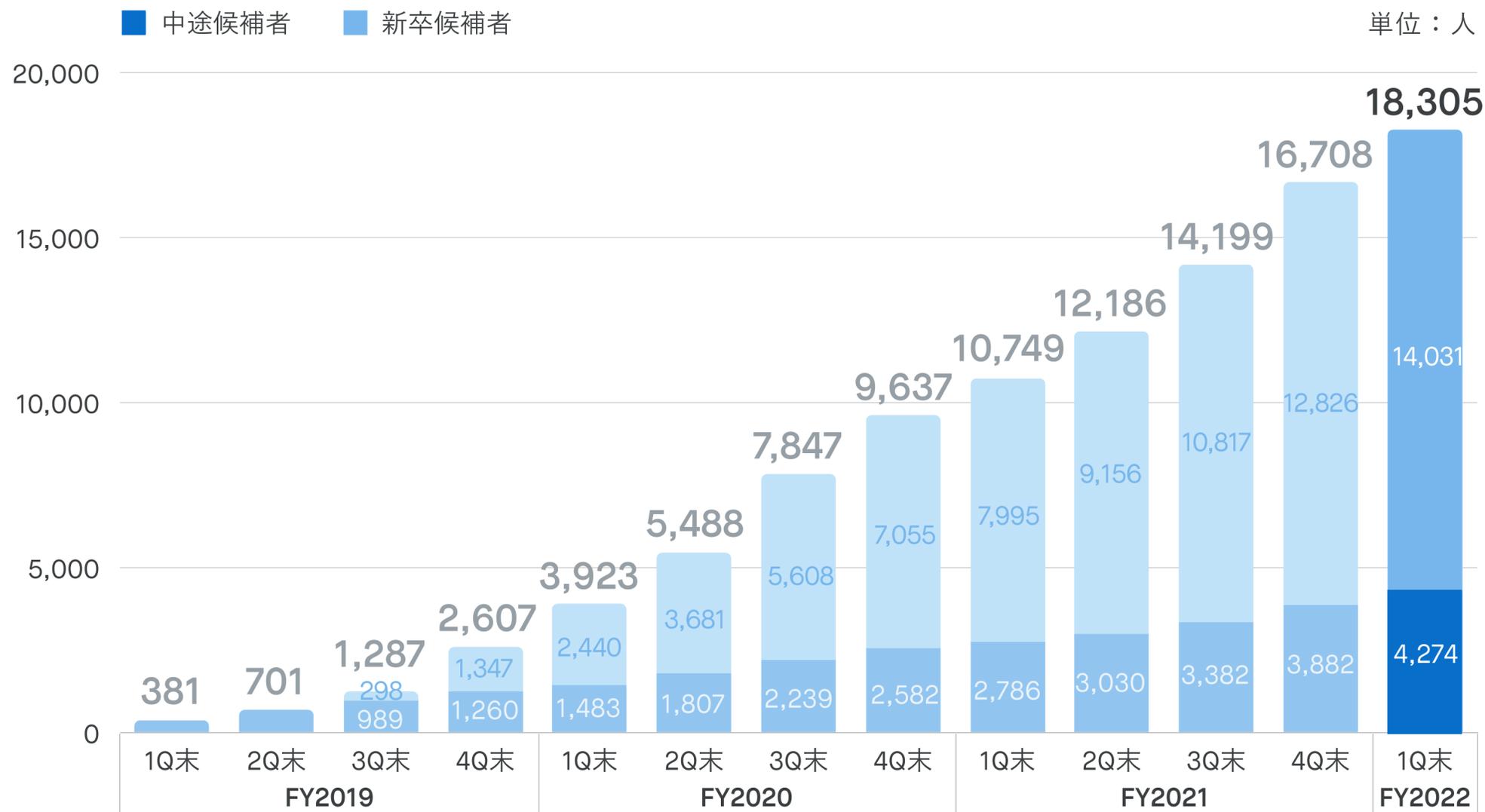
Goodpatch Anywhere デザイナー数の推移



- FY2021下半期より実施した
マネジメント体制およびリード獲得の
強化が成果につながる
- QoQでも稼働数を大きく拡大し
稼働率は約20%へ、弾力性の高い
”フリーランス”組織が成長に適応
- 元々固定費の小さいサービスが故に
収益性が大きく改善、営業利益率は
30%を超過

DX投資の活況を受け、数多くの企業から支持されるデザイン人材採用プラットフォームへ 1Q黒字計上し、順調なスタート

ReDesigner 累計登録者の推移



- 転職サービスの累計契約企業数は500社を超えて拡大中、求職者側も累計4,000名を突破し採用プラットフォームとしての付加価値が向上
- SaaSの新卒サービスの契約企業数は50社に到達、ユーザー数の増加とともにその集客力を活用した採用イベントが収益源に成長



TOSHIBA

ビザスク

FY2022 1Q 事業進捗

売上高は25%を超える進捗、プラットフォームは特に好調。営業利益はすでに4割超の進捗

FY2022 通期業績予想

売上高

3,778 百万円 (+37.8%)
前年度比

内訳

デザインパートナー事業

2,739 百万円 (+37.2%)
前年度比

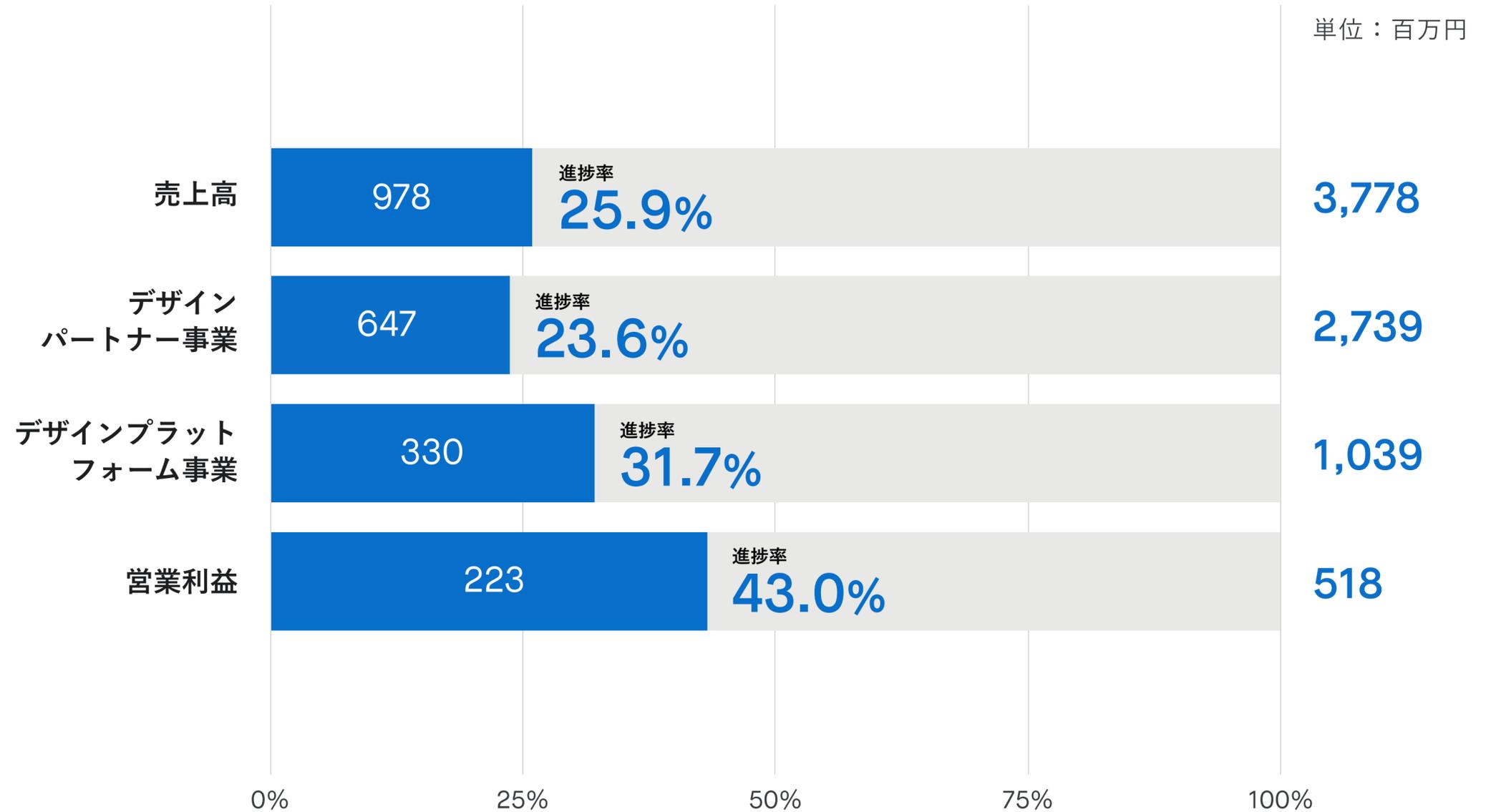
デザインプラットフォーム事業

1,039 百万円 (+39.5%)
前年度比

営業利益

518 百万円 (+27.6%)
前年度比

FY2022 1Q終了時点の進捗状況



FY2022 1Q TOPICS

株式会社スタジオディテイルズの株式を100%取得、グッドパッチグループへ参画

- MSワラントの調達資金を活用し、株式会社スタジオディテイルズ（ディテイルズ）の株式を100%取得
- 本件の開示によりMSワラントの後半部分「第7回新株予約権」が行使開始

STUDIO DETAILS

※FY2022 2QはBSのみを連結対象とし、3QよりPLを連結する予定です。

今後の当期業績の影響は現在精査中です。

今後、業績予想修正の必要性及び公表すべき事項が生じた場合には速やかに開示いたします。

契約締結日	2021年12月22日
株式取得実行日	2021年12月22日
取得価額	非公表
取得持分	100%
取得資金	手元現預金
当期業績への影響	精査中※

ハイスキルなデザイン人材を数多く抱え、質の高いブランドデザインで独自のポジションへ

1 独自のポジショニング

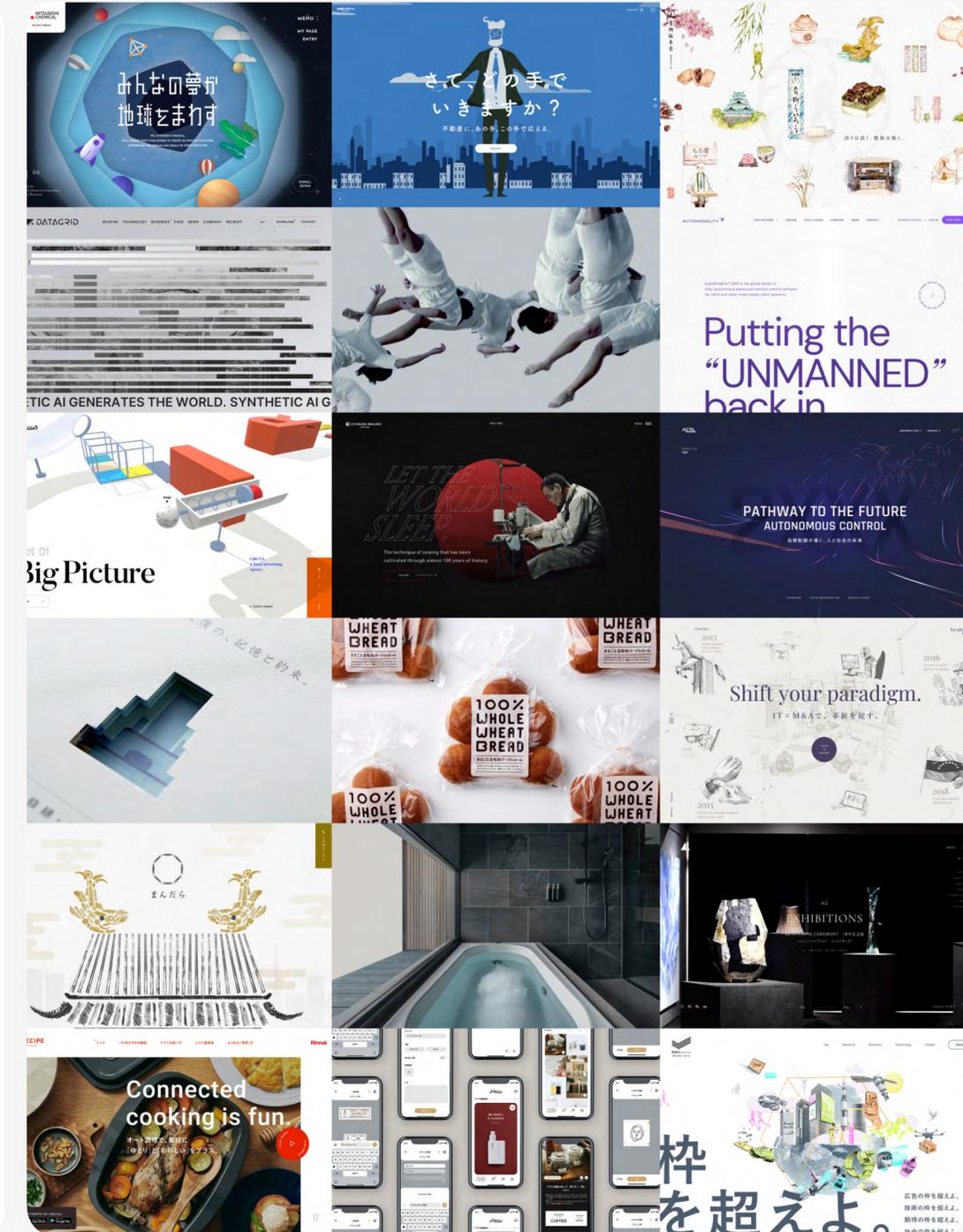
- いわゆる下請けの立場に留まらず、顧客の ブランディング戦略パートナー の立ち位置を確立
- 自社グループと連携パートナーのテクノロジーリソースをもとに、「Design×Tech」で勝負する稀有なポジション

2 蓄積された強力なリソース

- 創業来、多くの国内外アワードを受賞
優秀なスペシャリストが社員として、または外部パートナーとしてディテイルズに集結
- 多種多様な顧客課題に対し適切なチーム編成を可能とする、質の高いタレントプールを構築

3 多彩な顧客ポートフォリオ

- 日本のナショナルクライアント、成長企業、ベンチャー企業まで、幅広い業界を横断 100社超との継続取引
- 捻りを加えたクリエイティブ集団である持ち味を生かし、老舗企業のブランディングも得意



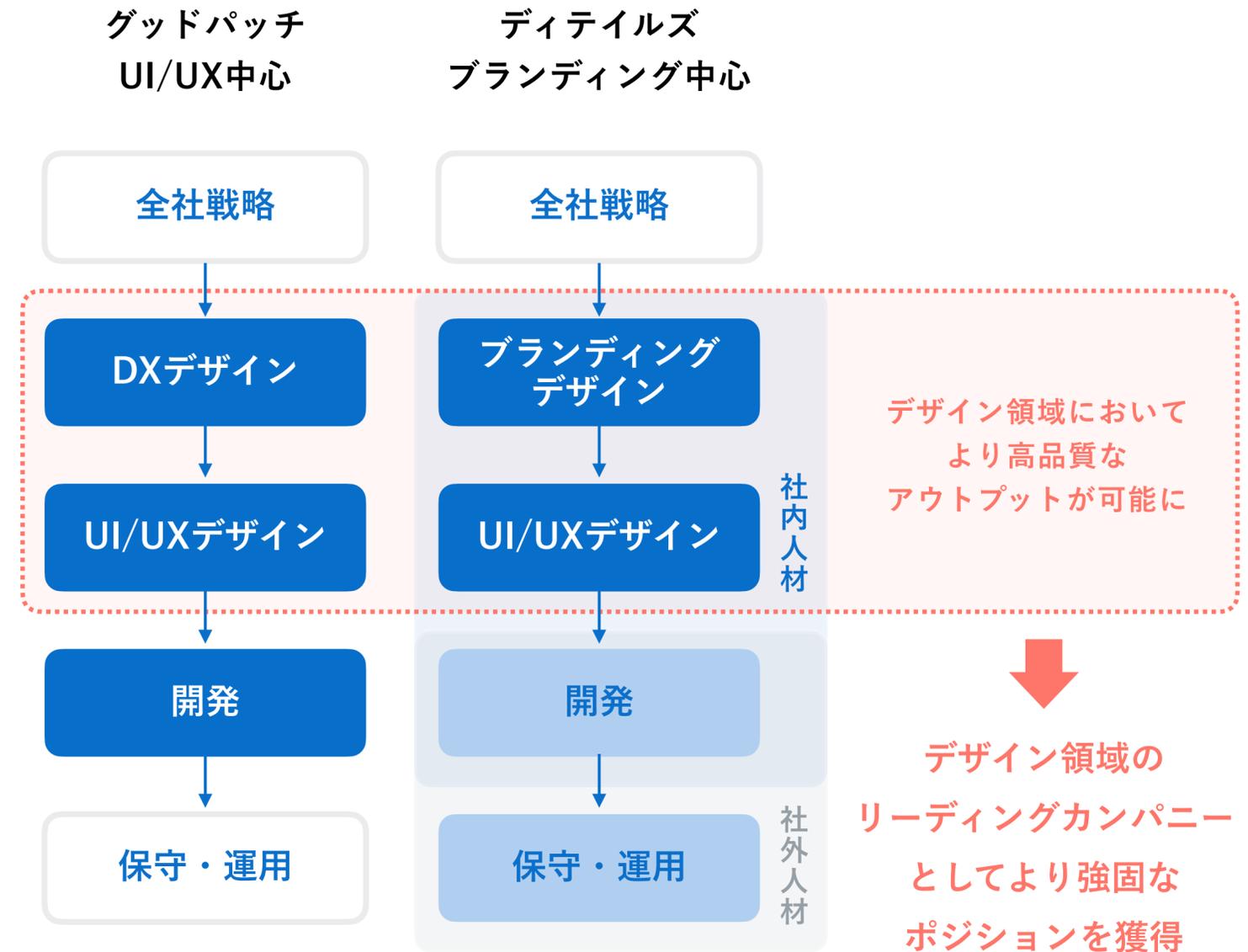
デザイン領域における総合力を高め、国内随一のデザインカンパニーのポジションを獲得する

STUDIO
DETAILS × Goodpatch

- 1 ブランディング領域のデザインを拡充
- 2 高まるDX需要の受け皿として協働
- 3 幅広いデザイン人材の獲得を加速

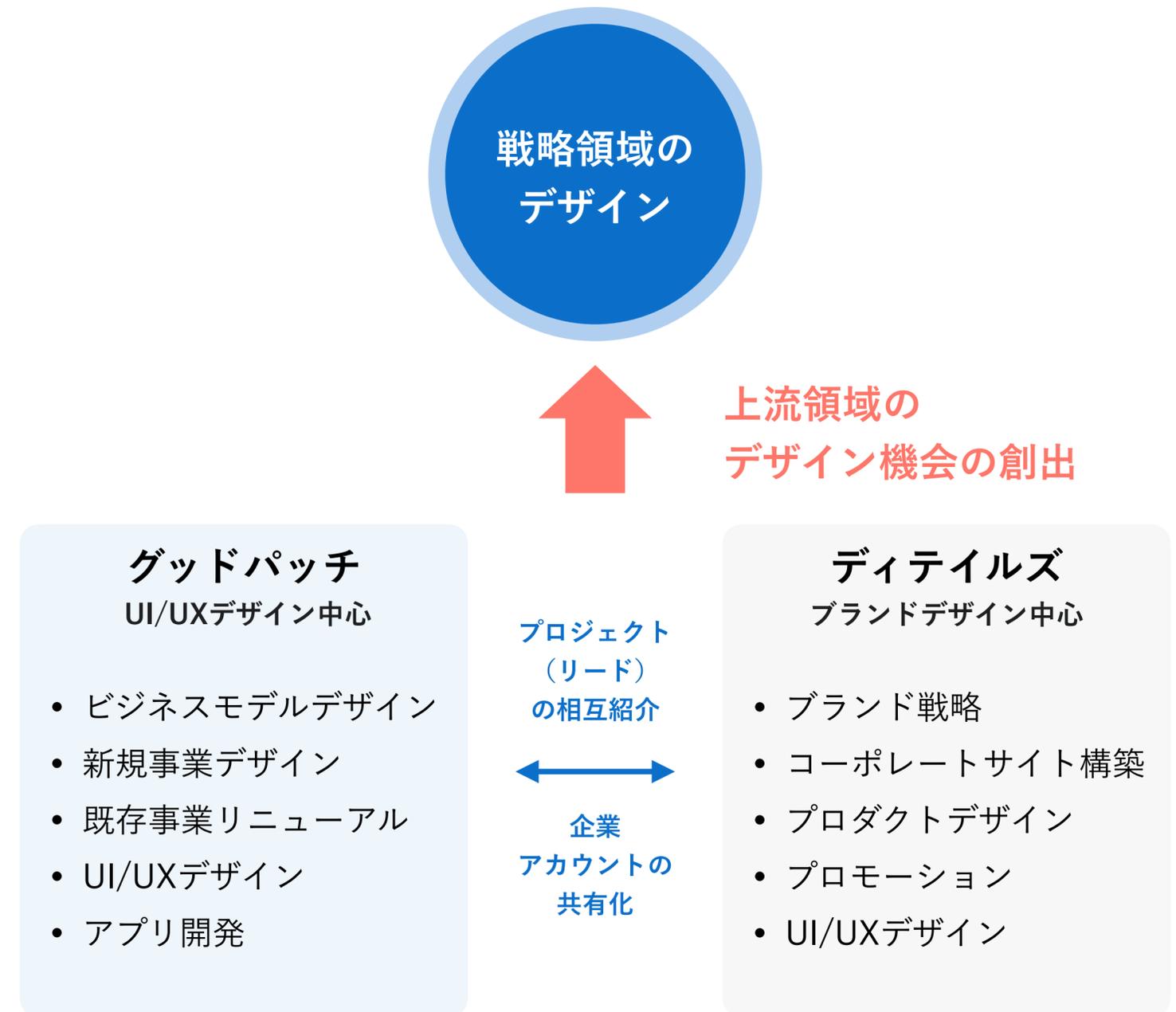
ブランディング領域のデザインを強化し、デジタルデザインにおいて他社の追従を許さない

- ディテイルズは表現力が強い、グラフィックで魅せる
アウトプットができるデザイン人材が豊富
- ディテイルズはパートナー人材を活用し、ブランド戦略をコアに、戦略領域からグロース（広告）領域まで幅広くカバー
- 当社は戦略領域からUXデザイン、UIデザイン、アプリ開発など、UI/UXが中心であり得意領域が異なる



互いにリードを創出し、グッドパッチグループとして上流領域でのプレゼンスを拡大

- 各々の領域から上流へ入り、付加価値の高い戦略領域のデザイン機会を協働で創出
- 互いにリードを共有し、最適なリソースへプロジェクトを配分
- 企業単位でアカウントを共有化、企業単位の単価向上



異なる強みを持つデザイン人材同士の融合、それぞれの能力強化及び機会提供

- ディテイルズのデザイン人材を加え、
当社のデザインパートナー事業のデザイン人材は
約20%拡大し、152名へ[※]
- それぞれの得意領域が異なり、
相互に刺激しながら人材の質が向上
- 今後の成長の鍵となる採用チャネルの拡張

※2021年11月末の人員数によります。

グッドパッチの人材
UI/UXデザイン中心

戦略デザイナー

UXデザイナー

UIデザイナー

エンジニア

127名

ディテイルズの人材
ブランドデザイン中心

プロデューサー

アート
ディレクター

グラフィック
デザイナー

エンジニア

25名

合計152名の体制へ

伊藤忠テクノソリューションズ株式会社 (CTC) との資本業務提携を発表 (2021年11月10日)



2021年3月より企業のDX推進支援事業において協業を開始、数々の協業実績を背景に、より強力な体制で顧客獲得を推進顧客の事業に本質を問うソリューションを実現する

CTCの強み：数多くのテクノロジーソリューションを抱える
CTCの技術コンサルティング力と開発力

当社の強み：顧客を起点とした製品やサービスの
UI/UXデザイン

資本業務提携について

1 業務提携の内容

- デザインおよびプロダクト開発の分野におけるサービスの共同開発
- 顧客に対する共同での営業およびサービスデリバリー活動
- 出向による両社組織間における人材交流

2 資本提携の内容

- CTCは、グッドパッチの普通株式を株式購入金額6千万円を上限に、市場買付の方法により取得（取得済み）

ベンチャービルダーサービスの提供を開始、グローバルビジネスの拡大を推進

日本とヨーロッパ（ドイツ）の両拠点よりエンタープライズ企業に向けた新規事業の立ち上げを支援

当社のベンチャービルディングへのアプローチ: Design Meets Sustainability

- サービスの提供過程においてクライアントのビジネスゴール、企業理念と共にSDGsを意識した考え方を組み合わせ、価値創造へ貢献
- 発掘（プロブレムソリューションフィット）、構築（プロダクトマーケットフィット）、スケール（ビジネスモデルフィット）の3フェーズを辿り、投資の理にかなうアイデアの策定やチーム招集を含め事業の立ち上げを強力にバックアップし、12ヶ月以内の市場参入を可能に
- FY2021には、Here Technologies社、日本特殊陶業株式会社といったグローバル企業クライアントへ向け、ベンチャービルダーサービスを先行提供

統括メンバーの増強および日本・ヨーロッパ（ドイツ）間協力体制の強化



Fenics GO社においてCOO就任経験のあるトーマス・エルムが、2021年12月1日付でGoodpatch Europeのマネージング・ディレクターに就任



ボリス・實方は2022年初頭より東京本社に拠点を移し、新たにグローバル部門を設立。引き続きグッドパッチのグローバルビジネスを統括

コーポレートベンチャービルディング(CVB)とは?

企業がスタートアップ設立の要領で新たに独立会社を立ち上げること。販売経路や知名度、知的財産など、企業の既存資産を活用しつつ、本業とは異なるビジネスモデルや事業でも展開可能。コーポレートベンチャーキャピタル(CVC)とは異なり、CVBは実施企業が直接的に会社を設立するもので、外部パートナー(例: グッドパッチ)の実務的な支援を受けながら事業を立ち上げる。スピンオフ会社のイノベティブな活力と遂行スピードを活かすことができ、企業がデジタル変革やグローバルなチャレンジに適応するために大いに役立つスキーム。アイデアの厳格な検証、卓越した遂行力や投資理論の適用などを通してリスクを軽減。現在主にアメリカや欧州で広がりを見せている新たな企業イノベーションの手法となっている。

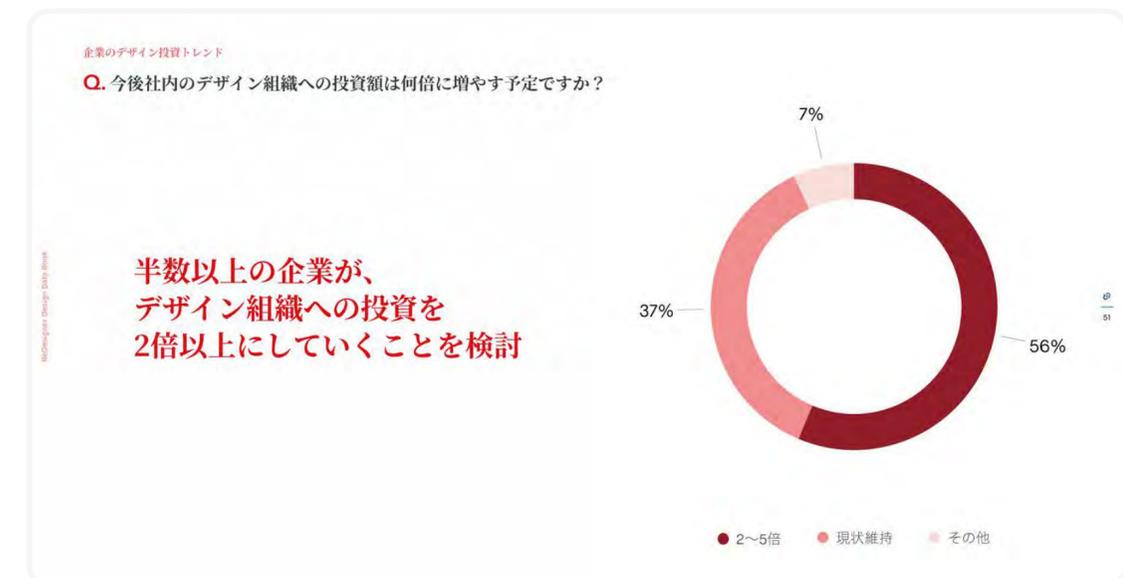
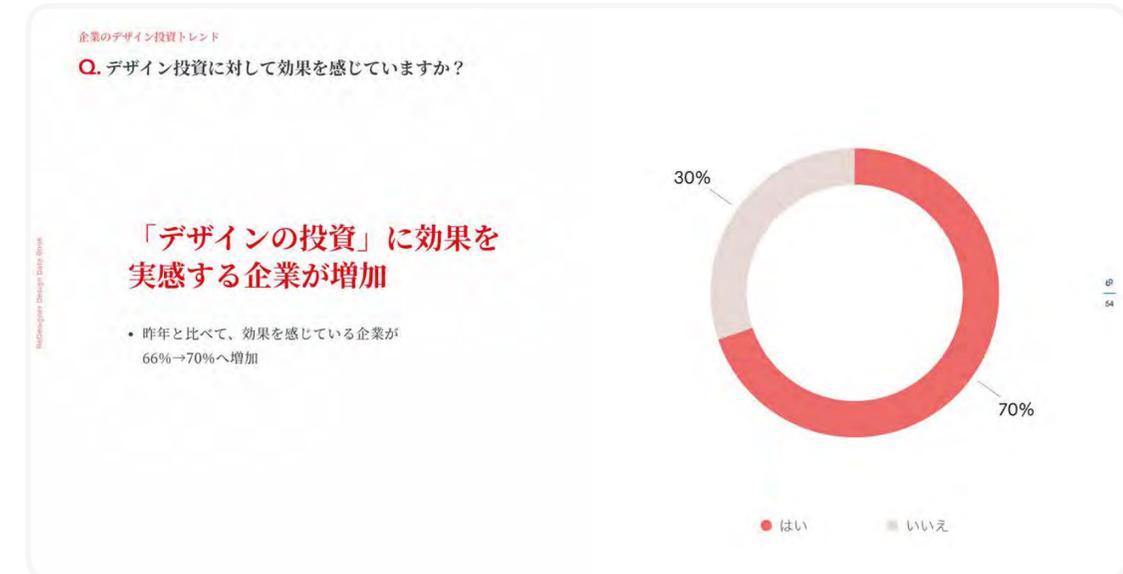
企業のデザイン投資トレンドはさらに加速 - ReDesigner Design Data Book 2021より -

コロナ禍においても企業の積極的なデザイン投資のスタンスが鮮明に

- 「デザインの投資」に効果を実感する企業が66%から70%へ増加
- 半数以上の企業がデザイン組織への投資を2倍以上にしていくことを検討

ReDesigner Design Data Book 2021とは？

ReDesignerではデザインの価値の変化の方向性をより解像度高く理解するため、企業のデザイン投資やデザイナー採用活動について毎年100社以上を対象にアンケートを実施



ReDesigner Design Data Book 2021 <https://lp.redesigner.jp/design-data-book-2021>

ブランドエクスペリエンスデザインの2事例を公開(詳細は当社Webサイトに掲載)



株式会社エブリー

「明るい変化の積み重なる暮らしを、誰にでも」をパーパスに、レシピ動画メディアDELISH KITCHEN、ファミリー向け動画メディアMAMADAYS、ニュース&エンタメ動画メディアTIMELINEなど、人々のライフスタイルを豊かにするサービスを展開する



当社は、大きくなっていくエブリー社内の意識統一として「エブリーらしさ」を言語化し、ロゴデザインなどを担当。対外発信の際に社会的視点を添えるためのパーパス策定もサポート

<https://goodpatch.com/work/every-brand-experience>



株式会社キュービック

ヒト起点のマーケティング×デザインで顧客のビジネスを前進。比較サイトを中心としたデジタルメディア事業を行っており、新しい価値を見つける総合比較サイト『your SELECT.』や初心者のためのFX比較サイト『エフプロ』などを運営する同社は、常にユーザーが求める情報は何かに向き合ったメディア作りを行う



当社はキュービック社内で使われる事業運営のフレームワーク「CUEM (キューム)」の概念整理と再構築をサポート

<https://goodpatch.com/work/cuebic>

企業が自らの壁を乗り越え**成長し、強いブランドを形成するためにはその土台や指針となる「パーパス・ミッション・バリュー」等の基本概念のデザインが欠かせない**

FY2022 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

- 1 デザイン組織の連続的成長
- 2 デザインバリューチェーンの拡張と深化
- 3 グローバル戦略の本格推進

デザインプラットフォーム事業

- 4 Goodpatch Anywhereの強化
- 5 ReDesignerによるUI/UXデザイナー人材市場の創出
- 6 SaaS「Strap」の戦略的展開

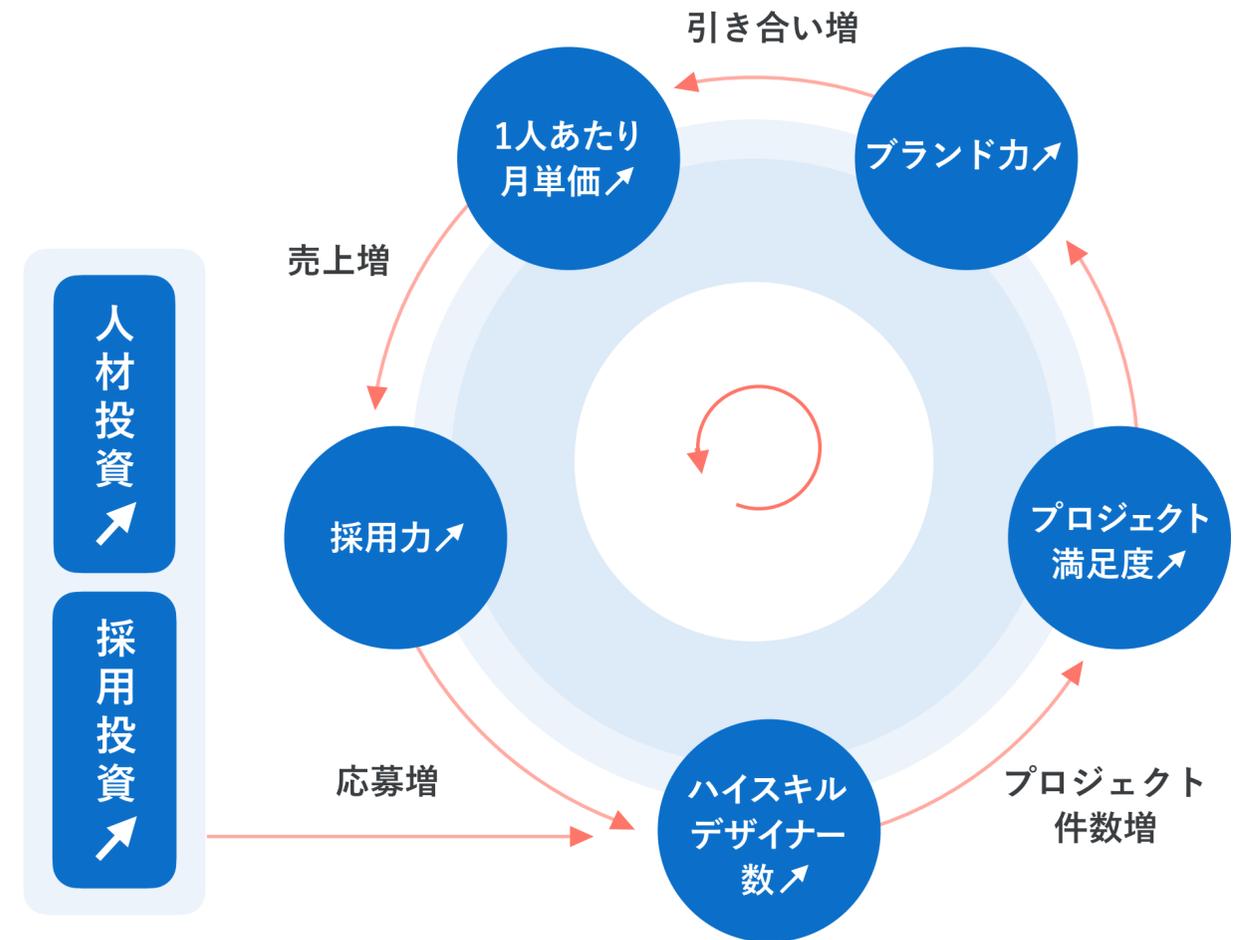
人材へ積極投資し、デザイン会社の枠を超えた組織体制の構築を推進

人材投資

- デザイナーの成長を促す人事制度構築
- 積極的にデザイナーに成長機会の提供
- 結果に対して報いる報酬制度
- FY2021 全社平均年間給与：約667万円（YoY+50万円）

採用投資

- デザイナー専門の採用組織を設置し、採用体制を強化
- 主流のSNSチャネルに加えて、人材紹介会社を積極活用
- 他業種からデザイナーへ転身する事例を公開
- ReDesigner経由での人材発掘



結果、売上規模が上がり、販管費効率も向上

利益率と利益額が増えていく好循環が成立

拡大するDXマーケットで勝ち残る、バリューチェーンを垂直および水平方向へ拡張

上流のコンサル領域へ垂直拡張

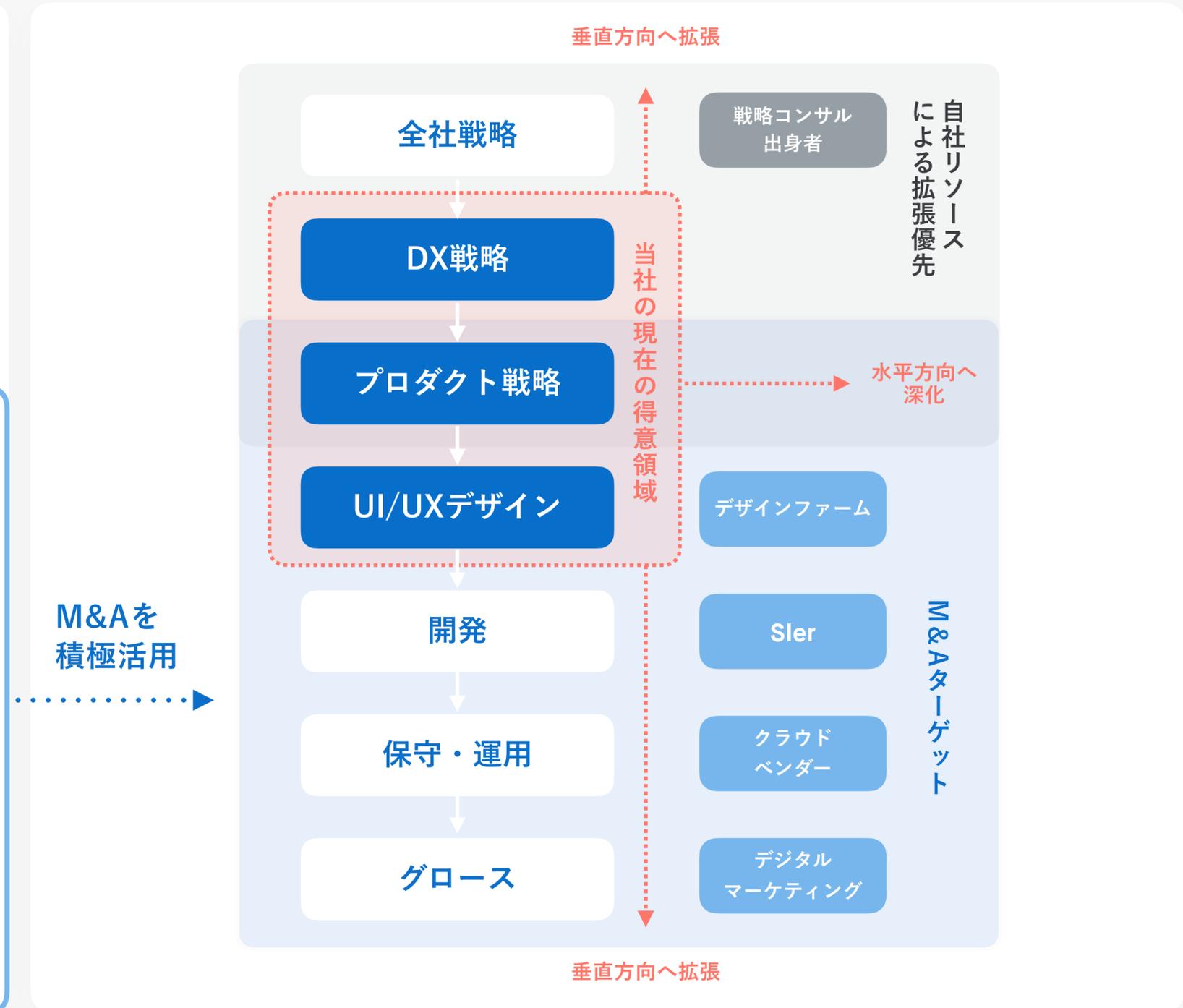
- 戦略コンサル出身者等を採用、より付加価値の高い上流の戦略領域へ
- 単価向上、より魅力的なプロジェクトの獲得

開発領域へ垂直拡張

- 一社あたりの期間を延ばす
- 従来の単価を高単価化

デザイン領域を水平深化

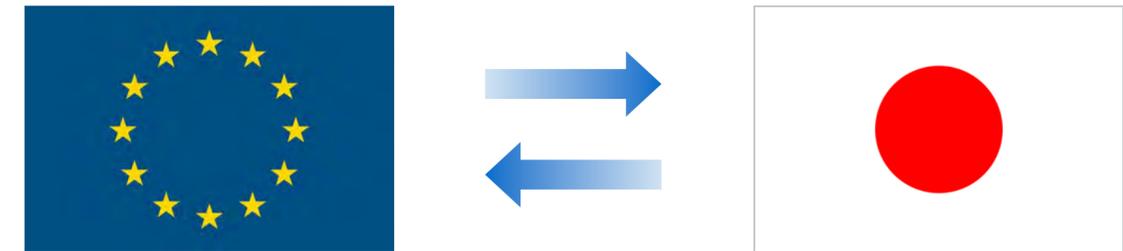
- デザイン人材規模を拡大し、提供能力を向上
- プロジェクト獲得の間口を広げ、より多くの顧客企業にリーチ



グローバルデザインカンパニーとしてのポジション獲得へ

- 日本とヨーロッパ（ドイツ）のシナジーを最大化
- グローバル展開に課題を持つ日本のエンタープライズ企業をターゲットにし、グローバル展開をサポート
- 同時にヨーロッパでのブランド価値を高め、EUマーケットの獲得を広げる

**2021年12月より当社（日本）に
グローバル部門を設置し、本格稼働**



コーポレートベンチャービルダーサービス（CVB）を
クロスボーダーで展開、すでに実績も積み上がる

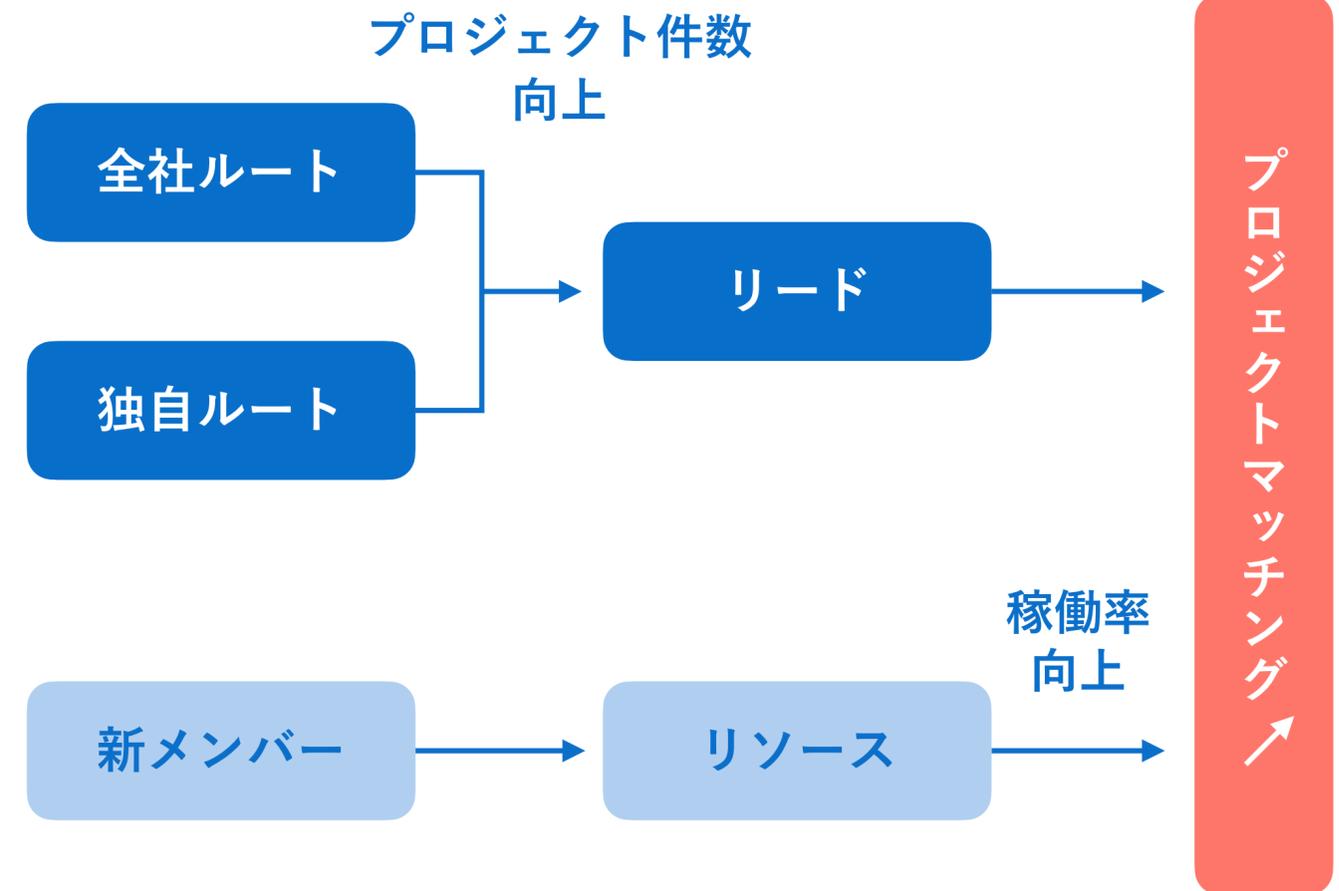
さらなる成長を目指し、プロジェクトの獲得力と提供力を強化

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
- 安定したプロジェクト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能力の強化

サービス提供能力の強化

- Goodpatch Anywhereメンバーの増加で事業規模を拡大しつつ、品質管理体制を強化することで安定的な事業展開を目指す



デザイナーのキャリア形成をスタートから半永久的に支援する仕組みの構築

国内最大級のデザイン人材プラットフォームとして成長

- FY2022より通期黒字化を見込む
- 中途サービスは400社以上の引き合い
- SaaSの新卒サービスも収益を拡大、利用企業数は40社超に到達

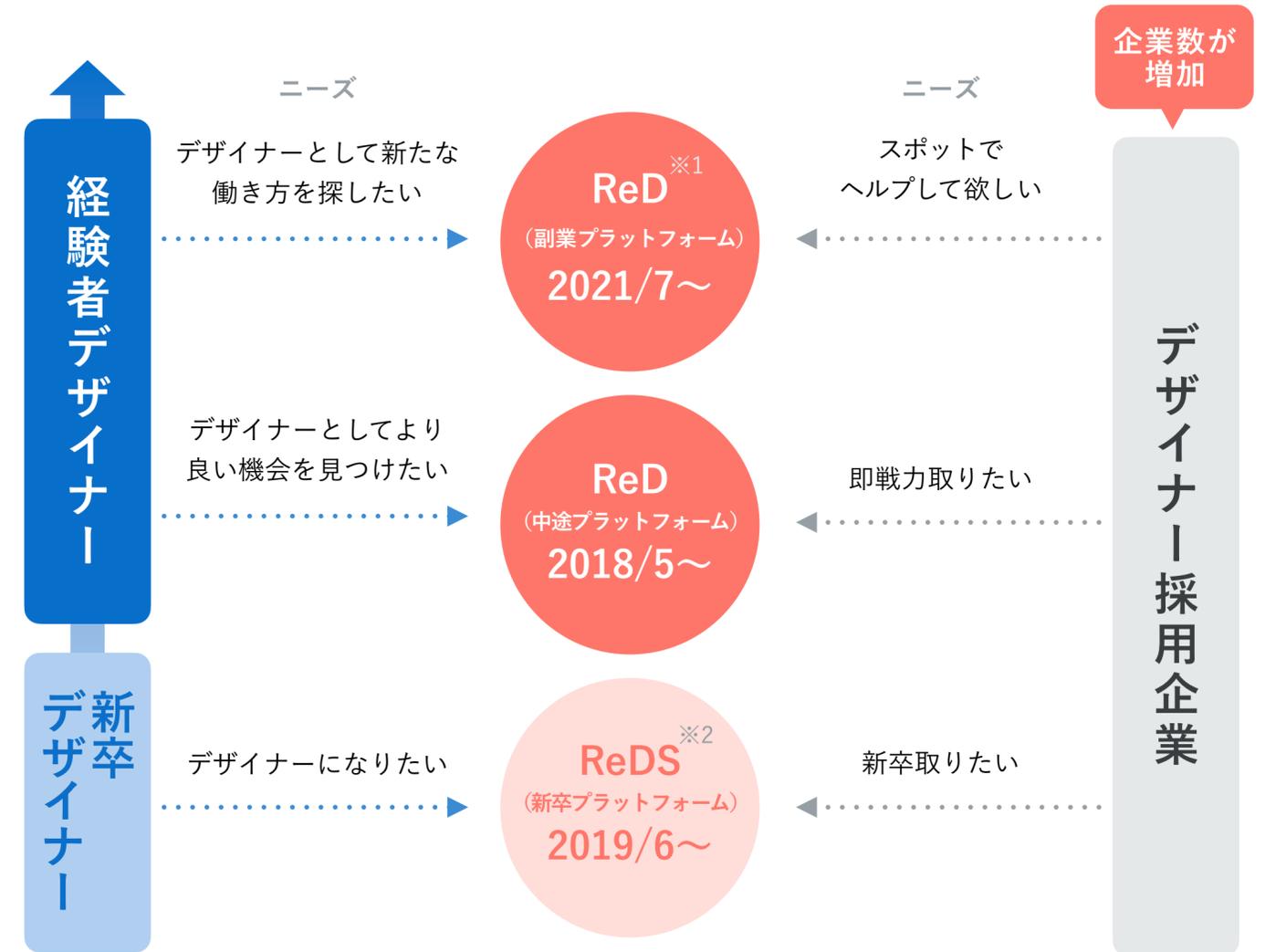
副業・フリーランスマッチングサービスを加速、ビジネス領域を拡大

- 2021年7月に副業・フリーランスデザイナーマッチングを開始

自社の新卒・中途採用のチャンネルとしても活用、全社の人材戦略へ貢献



※正式利用企業の一部です



採用プラットフォームをニーズに合わせて拡充

デザイナーと企業、両者のニーズを満たすことで市場を創出する

※1 ReD : ReDesigner、※2 ReDS : ReDesigner for Student

新たな事業の柱として、SaaSを中長期的に育成

事業初年度であるFY2021で掲げた100社導入を達成

- エンタープライズ利用が加速
- 造船、製造、小売、医療などITリテラシーに関わらず様々な業界でDXを推進

FY2022ではエンタープライズ向け全社導入を促進

- アップセル施策に向けて、全社研修/ワークショップ利用強化
- IPアドレス制限などのセキュリティ強化



※正式利用企業の一部です

デザインパートナー事業



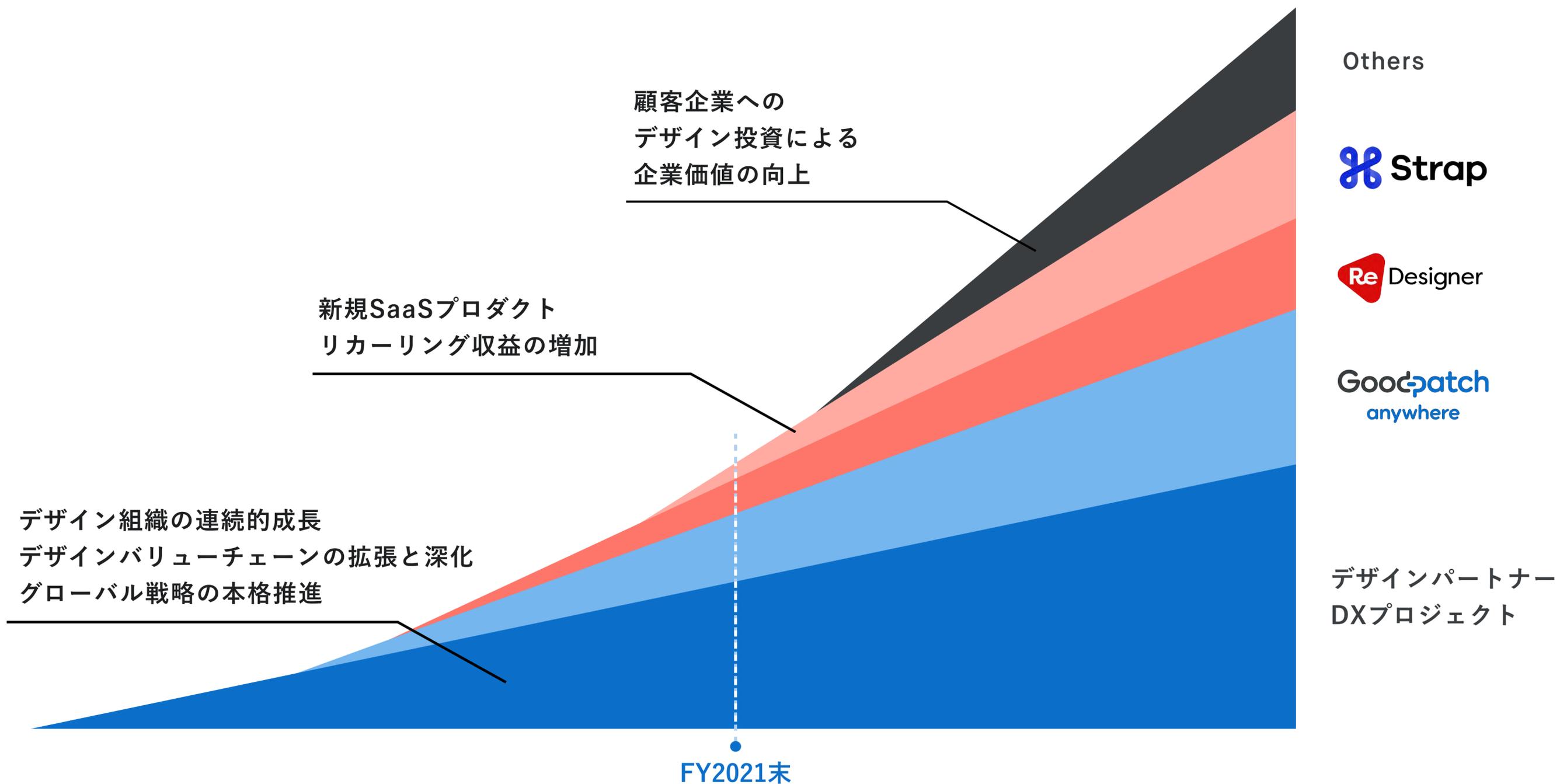
.....→
ノウハウの集約・
知見の転用

SaaS自社開発プロジェクト
(デザインプラットフォーム事業)



- リカーリング収益の増加
- 長期的な売上成長、安定的な利益体質の獲得が可能

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



取締役執行役員

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6月にグッドパッチにジョイン
2015年5月にGoodpatch GmbHを設立し、2015年11月より
取締役就任。主な管掌領域は、グローバル部門



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
グッドパッチに入社。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月にグッド
パッチに入社。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

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3月に株式会社ベクトルに入社、取締役CFOに就任。2009年5年に株式会社PR TIMES代表取締役社長に就任。2020年1月よりグッドパッチ社外取締役を務める



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。2015年11月よりグッドパッチの監査役に就任。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



Managing Director of Goodpatch GmbH

Thomas Elm

LSE、ザンクトガレン大学院を修了。金融取引所EUREXのプロダクト開発責任者、証券システム開発会社FenicsGOのCOOを経て、2021年10月グッドパッチにジョインし、2021年12月よりヨーロッパ事業の全体統括を担う



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5月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

株式会社スタジオディテイルズ（子会社）の経営陣



代表取締役社長

海部 洋

2009年1月に株式会社スタジオディテイルズを創業し、代表取締役兼クリエイティブディレクターに就任。事業開発からコンセプト開発、クリエイティブ/アートディレクションまで幅広い領域を手掛ける



取締役副社長

服部 友厚

2009年1月に株式会社スタジオディテイルズを創業し、取締役副社長に就任。グラフィック、Web、アプリ開発、プロダクトデザインなど幅広い領域を手掛ける

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

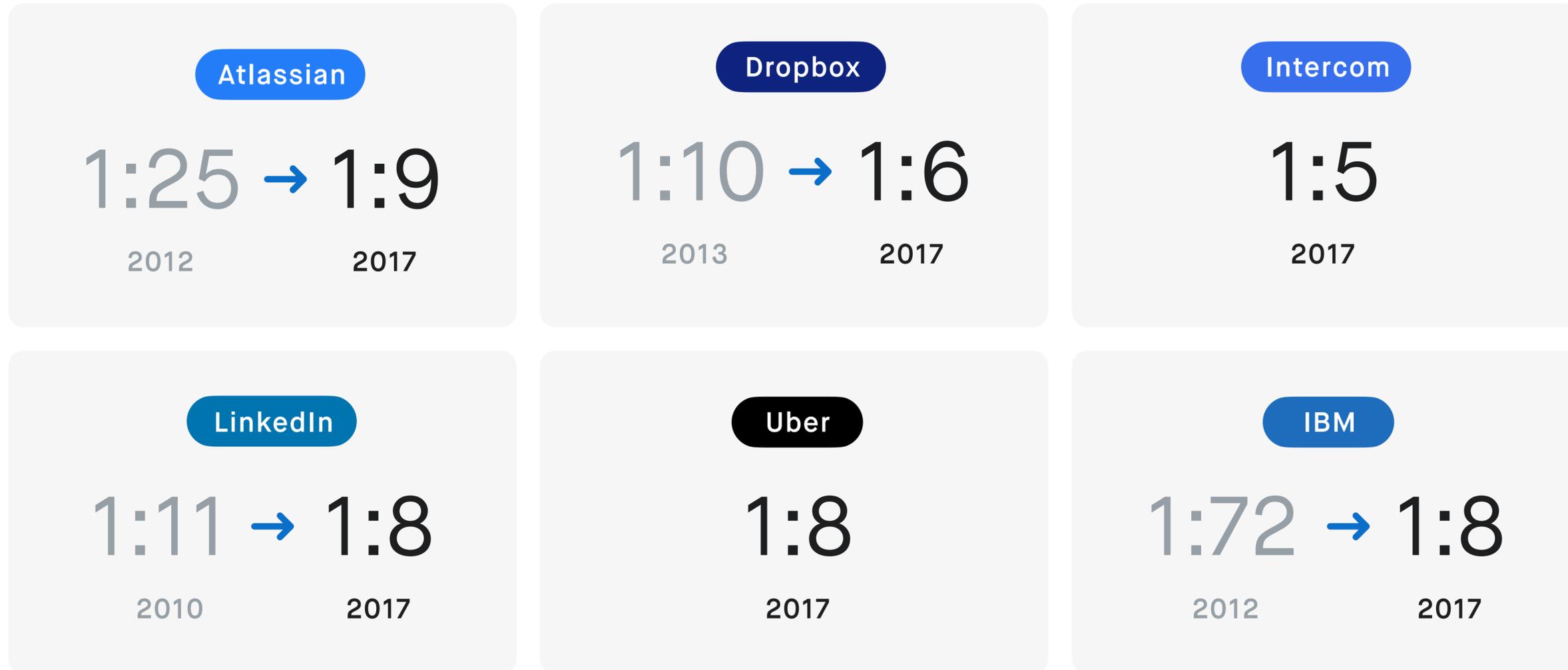
Twitter

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



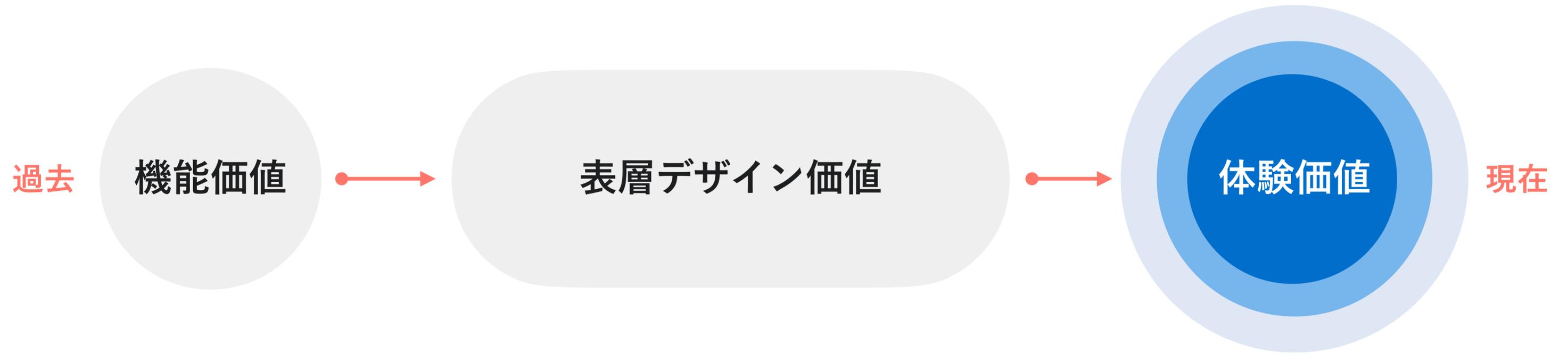
デザイナーの重要性がより増している

<https://techcrunch.com/2017/05/31/here-are-some-reasons-behind-techs-design-shortage/>

※デザイナー1名に対するエンジニアの人数を比で示しております。

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

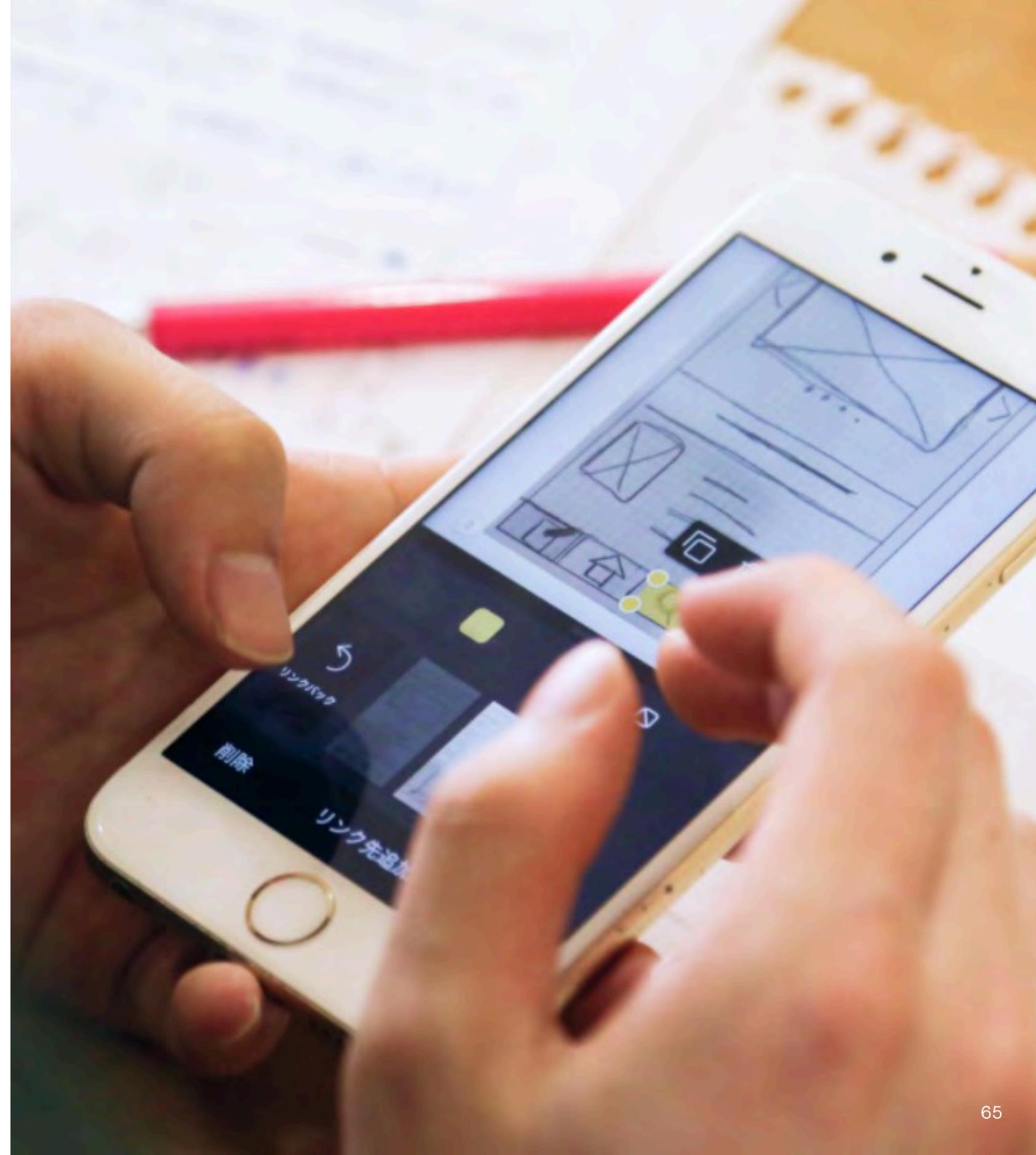
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

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



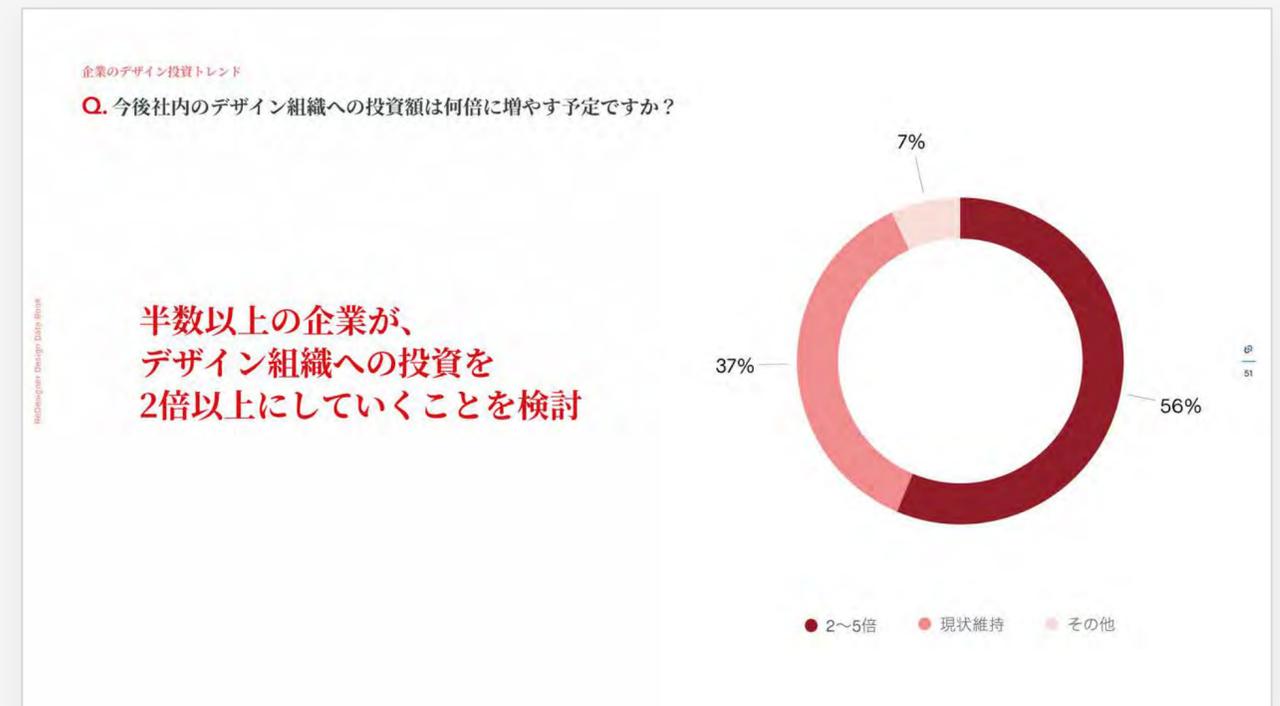
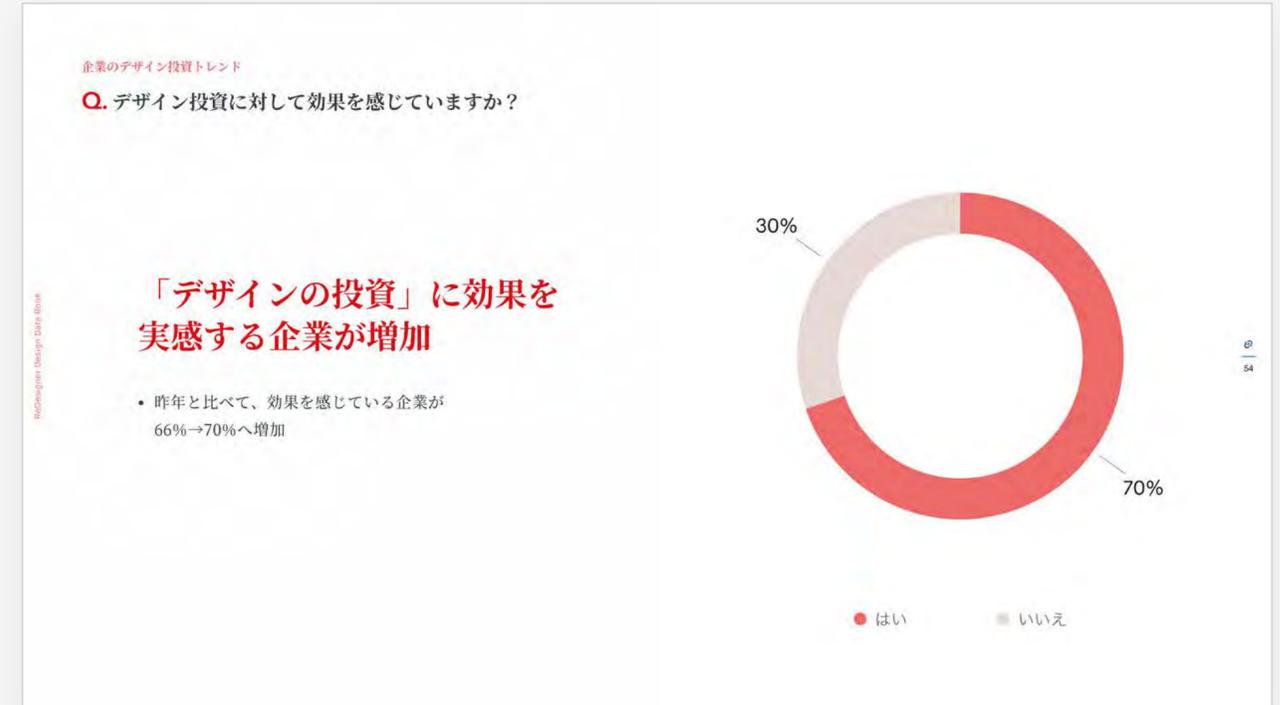
なぜ今デザインが重要なのか

企業のデザイン投資トレンド

デザインに投資する企業、 また、企業のデザインへの投資額は増加傾向

2020年から2021年にかけて、デザインへの投資に効果を感じている企業は**66%から70%に増加**

半数以上の企業がデザイン組織への投資を**2倍以上**にしていくことを検討
デザインへの投資に積極的な企業は増加傾向



ReDesigner Design Data Book 2021 <https://lp.redesigner.jp/design-data-book-2021>

なぜ今デザインが重要なのか

国内におけるデザイン経営の実践・事例化



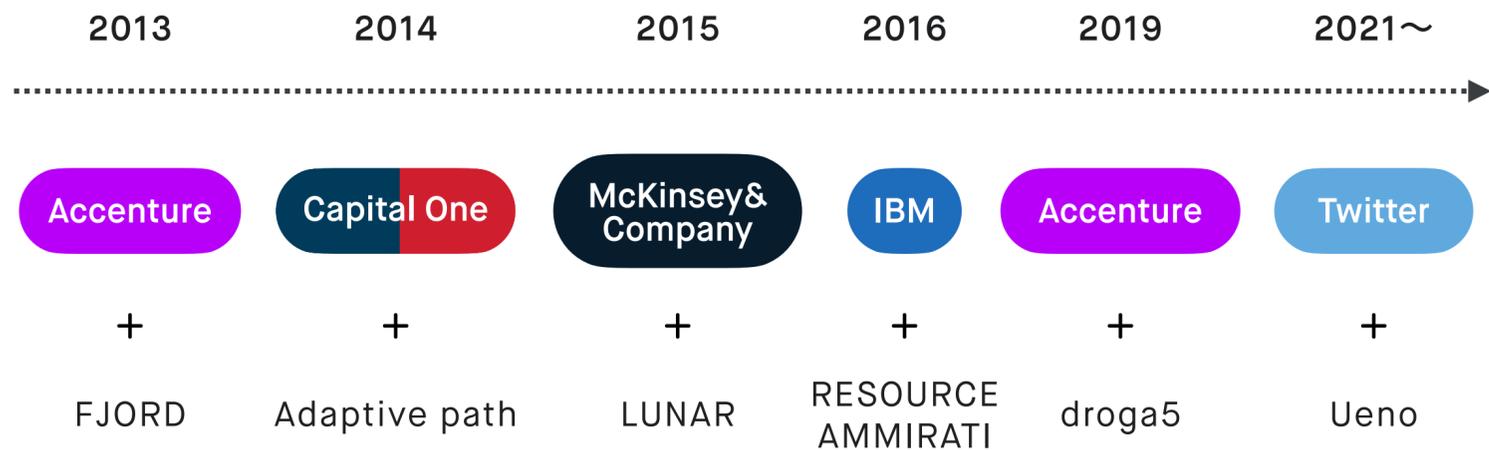
経済産業省・特許庁が発表した「デザイン経営」宣言をはじめ、国内ではデジタルを中心としたデザイン領域の重要性が増加

当社ビジネスを取り巻く環境

The Environment Surrounding Us

DXとともに高まるデザインの需要

2010年代半ばからDXが本格化
デジタル戦略における実行力を持つ人材獲得競争が開始



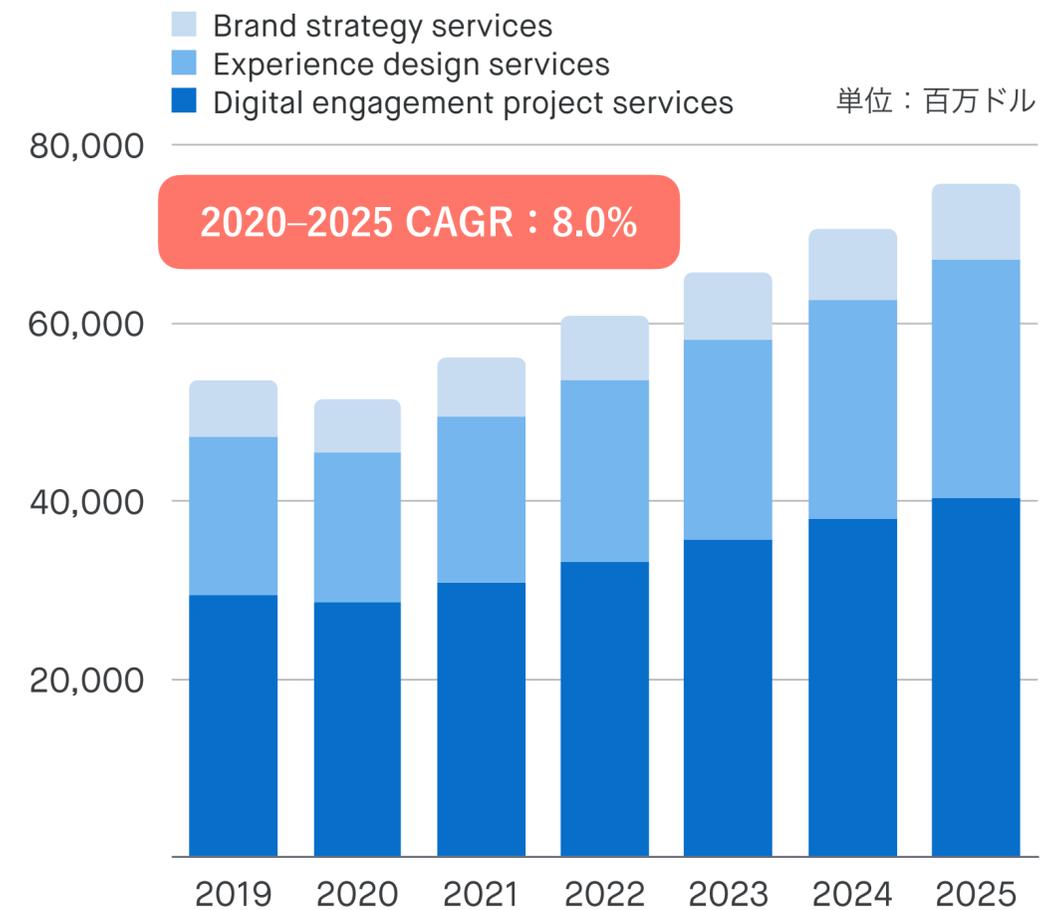
コンサル・金融機関が相次いでデザインファームを買収

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

John Maeda | Design in Tech Report <https://designintech.report/>
Accenture Newsroom <https://newsroom.accenture.com/>

デジタル関連コンサルやUI/UX改善などを含む
当社の属する市場がコロナウイルスを乗り越え成長

世界のデジタルエージェンシーサービス市場の推移

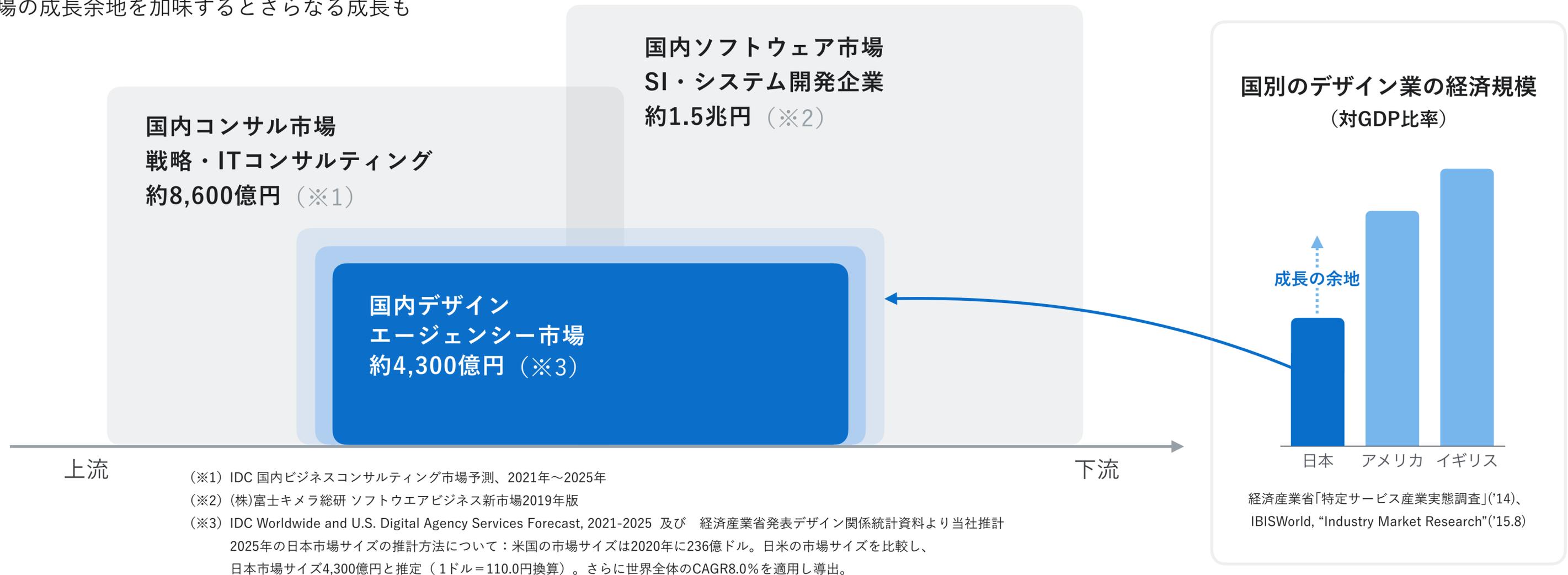


IDC Worldwide Digital Agency Services Forecast, 2021-2025

対象・関連市場の規模とポテンシャル

国内デザインエージェンシー市場は拡大

国内市場は現在4,300億円と推定（※3）、既存のコンサルやソフトウェア市場と重複
 2025年の市場サイズは5年で6,300億円規模（CAGR 8.0%）と予測するが、
 日本市場の成長余地を加味するとさらなる成長も



当社の特徴と優位性

Company Strengths

グッドパッチの競争優位性

- 1 独自のポジショニングで、デザイン領域で**圧倒的実績**と**ブランドバリュー**を発揮
- 2 **体系化されたデザインノウハウ**と**ナレッジ**の蓄積
- 3 **経験値の豊富な専門性の高いデザイナー**の採用力
- 4 **デザインパートナー事業**を軸とした**高効率**で**利益率の高い**ビジネスモデル

独自のポジショニングで、デザイン領域にて圧倒的実績とブランドバリューを発揮



SoftBank

UZABASE



mixi

PRTIMES



Lancers



FiNC



every

Shippio

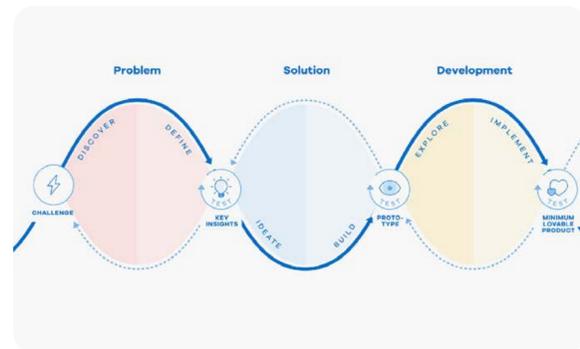
UI/UX領域での**圧倒的な実績とブランドバリュー**で**広告費を掛けず**
口コミとクライアントからの指名問い合わせでリードを獲得

※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。

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の採用力

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、自社事業など様々なキャリアパスを整備
幅広いバックグラウンドから採用 (受け入れる)	ビジネス経験の豊富なメンバーを デザイナーとして採用	<ul style="list-style-type: none"> - 事業立ち上げやグロースのビジネス経験者がデザイナーに転身 - UI/UXを中心に戦略、エンジニアなど様々な専門スキルを活用 - 総合大学を中心に、ポテンシャル採用を実施し育成
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を確立 - デザイナーがアウトプットにフォーカスできる1社専業体制

UI/UXや事業創出に強いデザイン組織がIPOを経て成長
日本国内デザイン会社[※]ではNo.1のポジションで採用活動を推進

※デジタル領域に主軸を置いたデザイン会社において

密接に連携するデザインパートナー事業とGoodpatch Anywhere



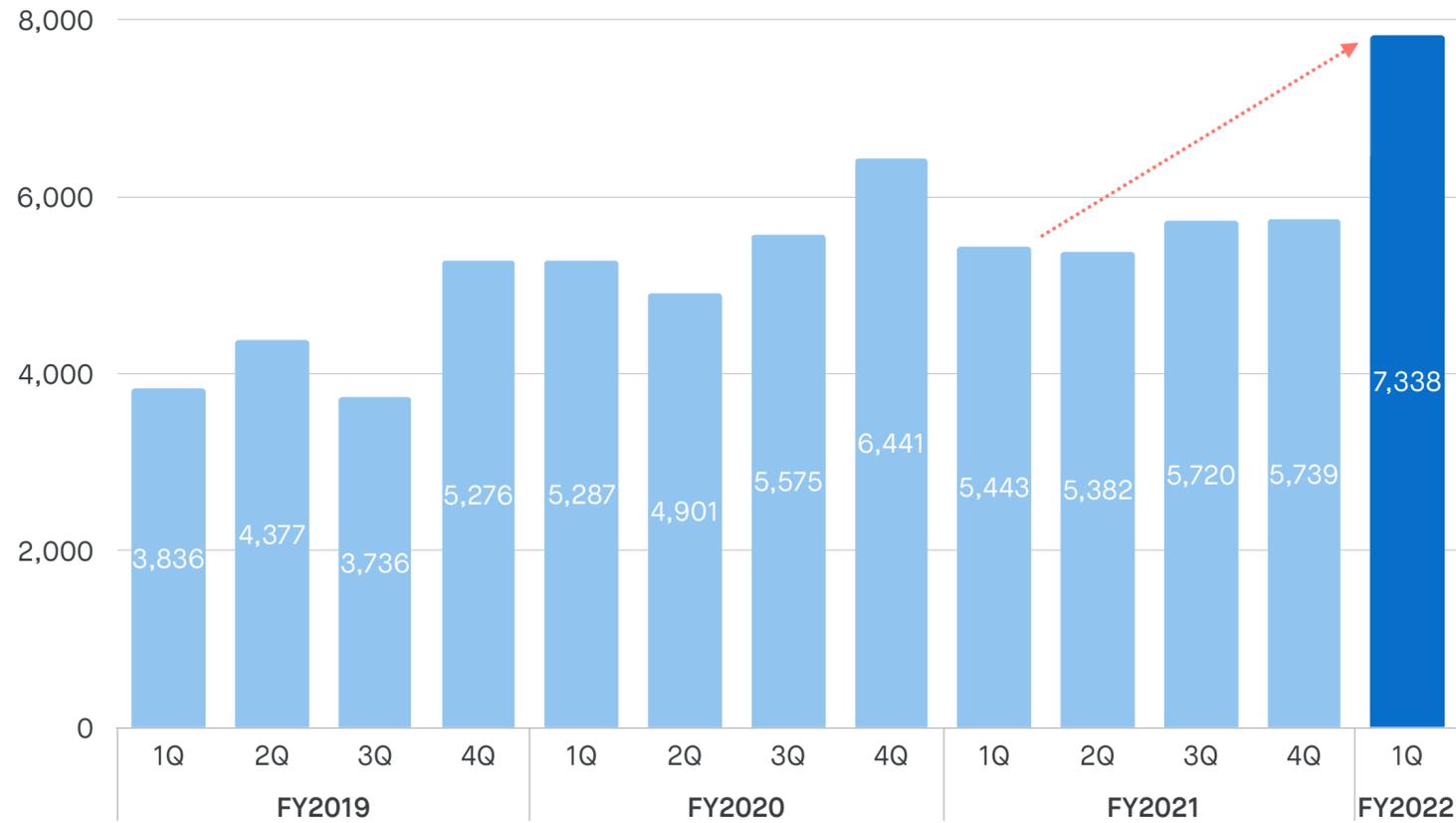
両事業が高度に連携したビジネスモデルで、高利益率を実現

参考数值

Reference Figures

プロジェクト月単価

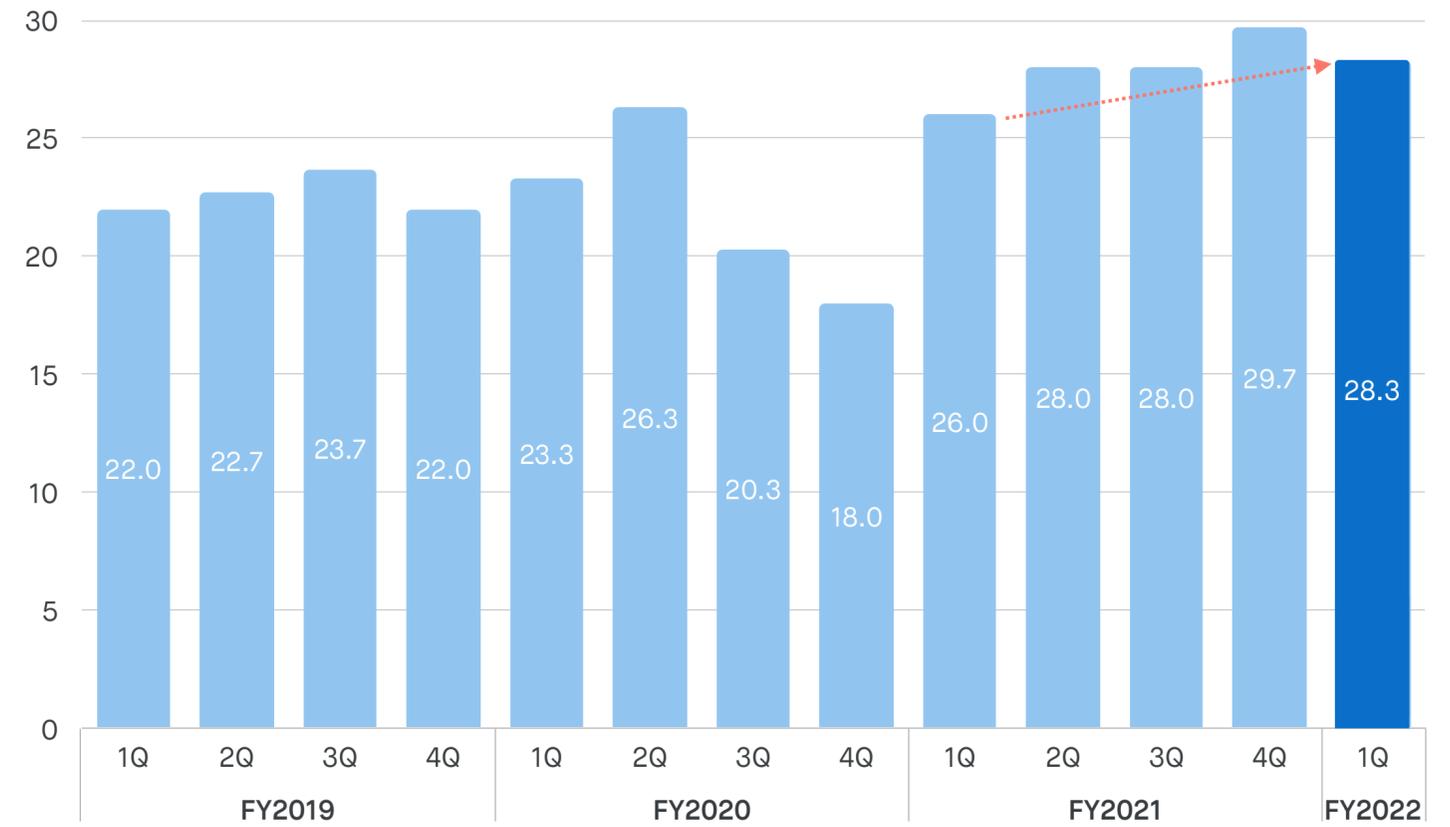
単位：千円



月平均プロジェクト単価 = (1か月に稼働したプロジェクトの総額 / 1か月に稼働したプロジェクト数) の3か月の平均値

月平均プロジェクト件数

単位：件



月平均プロジェクト件数 = 1か月に稼働したプロジェクト数の3か月の平均値

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

Goodpatch

Design to empower ♥