

2022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）

2022年7月15日



- 01 事業内容
- 02 FY2022 3Q 業績ハイライト
- 03 各事業の状況
- 04 FY2022 3Q 事業進捗
- 05 FY2022 3Q 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 〒150-0032 東京都渋谷区鶯谷町3-3 VORT渋谷South 2階

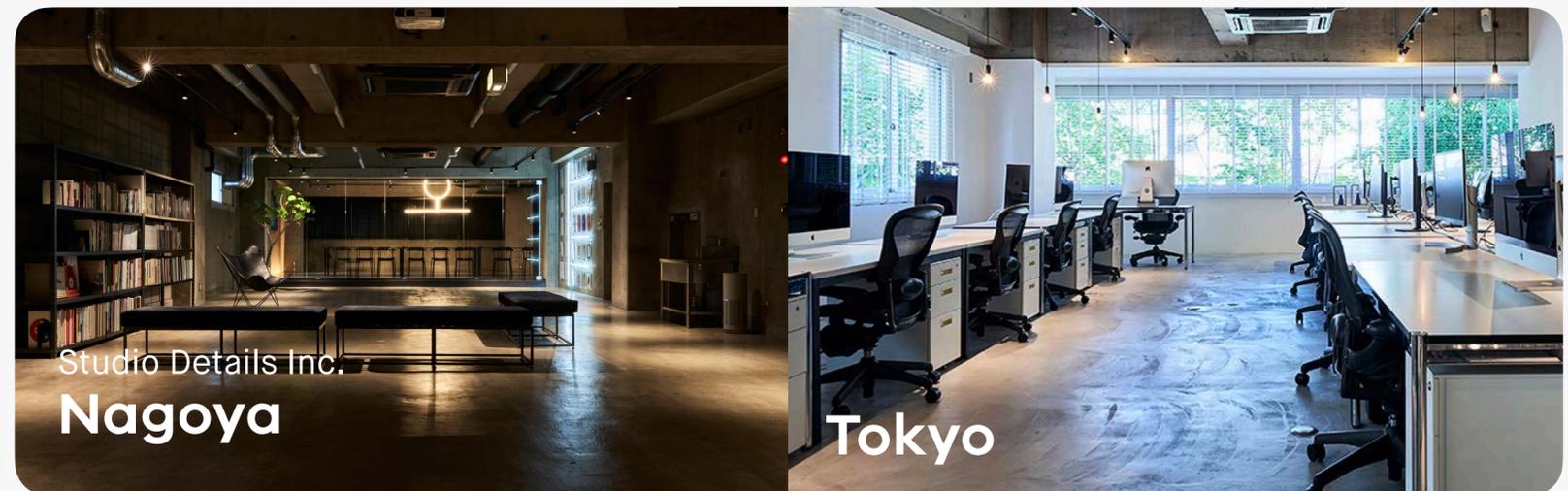
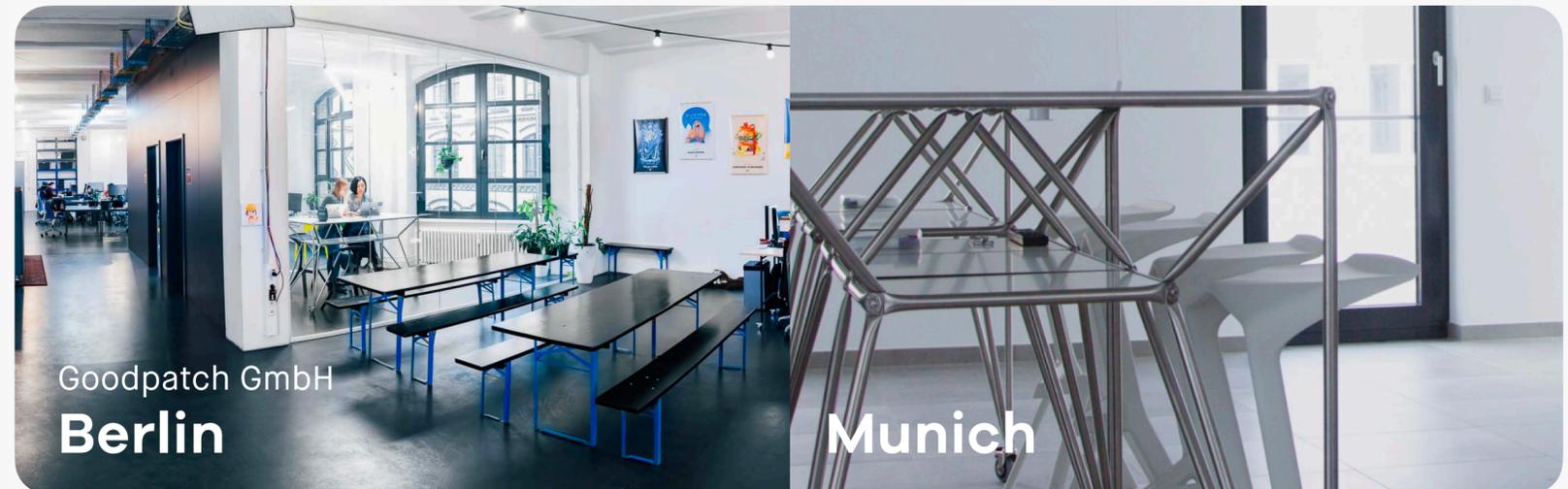
従業員数 262名（正社員 2022年5月末日時点 連結）

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	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 (持分比率) Goodpatch GmbH (100%)、株式会社スタジオディテイルズ (100%)、
株式会社Muture (40%)、株式会社エックスポイントワン (33%)

拠点 日本（東京、名古屋）、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

+

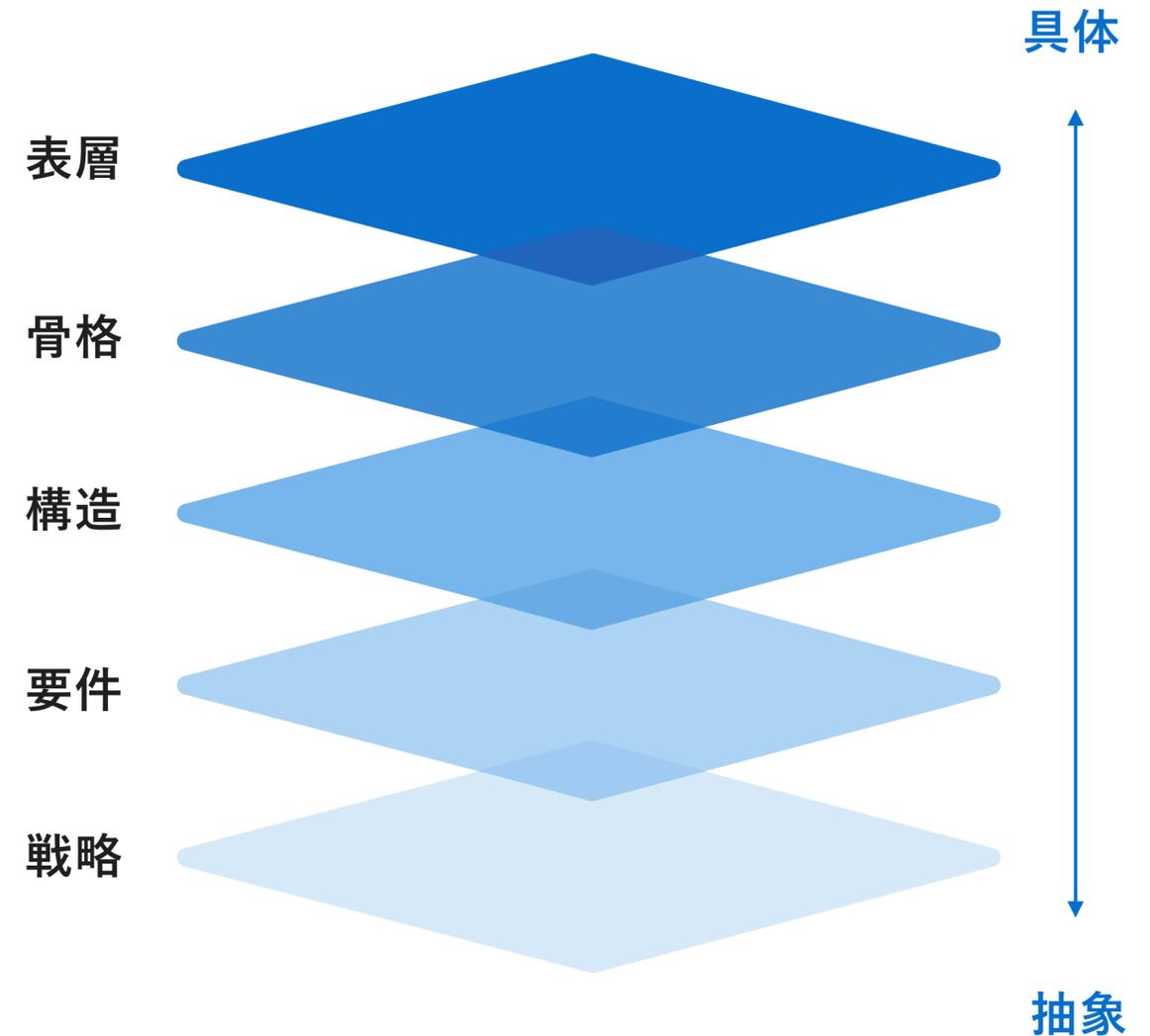
イノベーション力向上

=

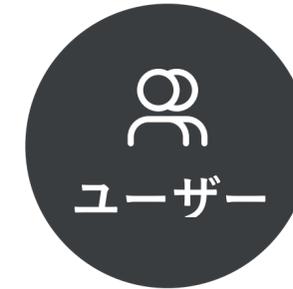
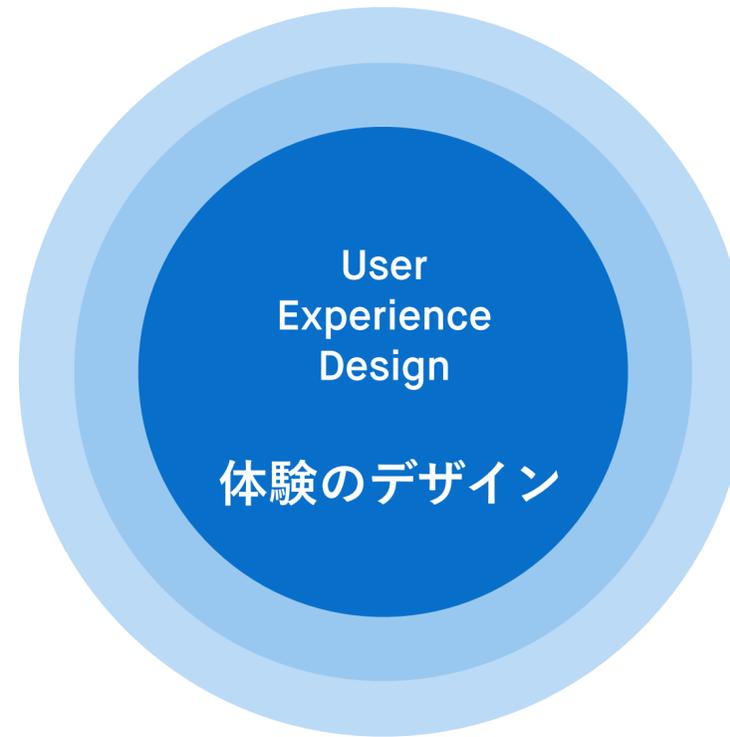
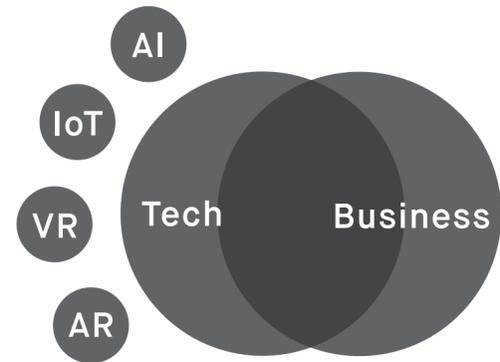
企業競争力の向上

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、

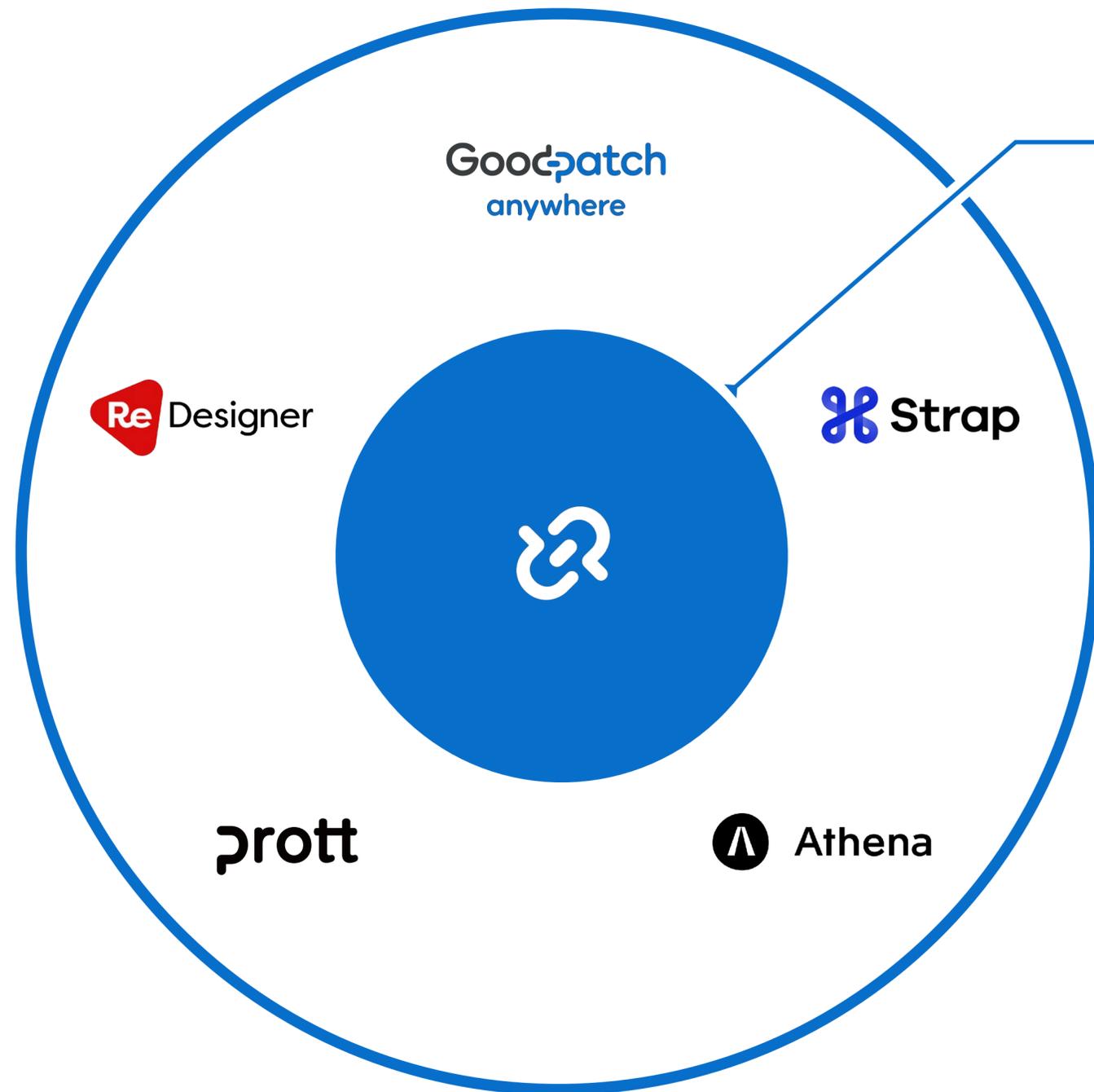
新たなビジネスモデルをともに検討するビジネスパートナー ※2

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：富士通キメラ総研「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
ブランディング支援、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

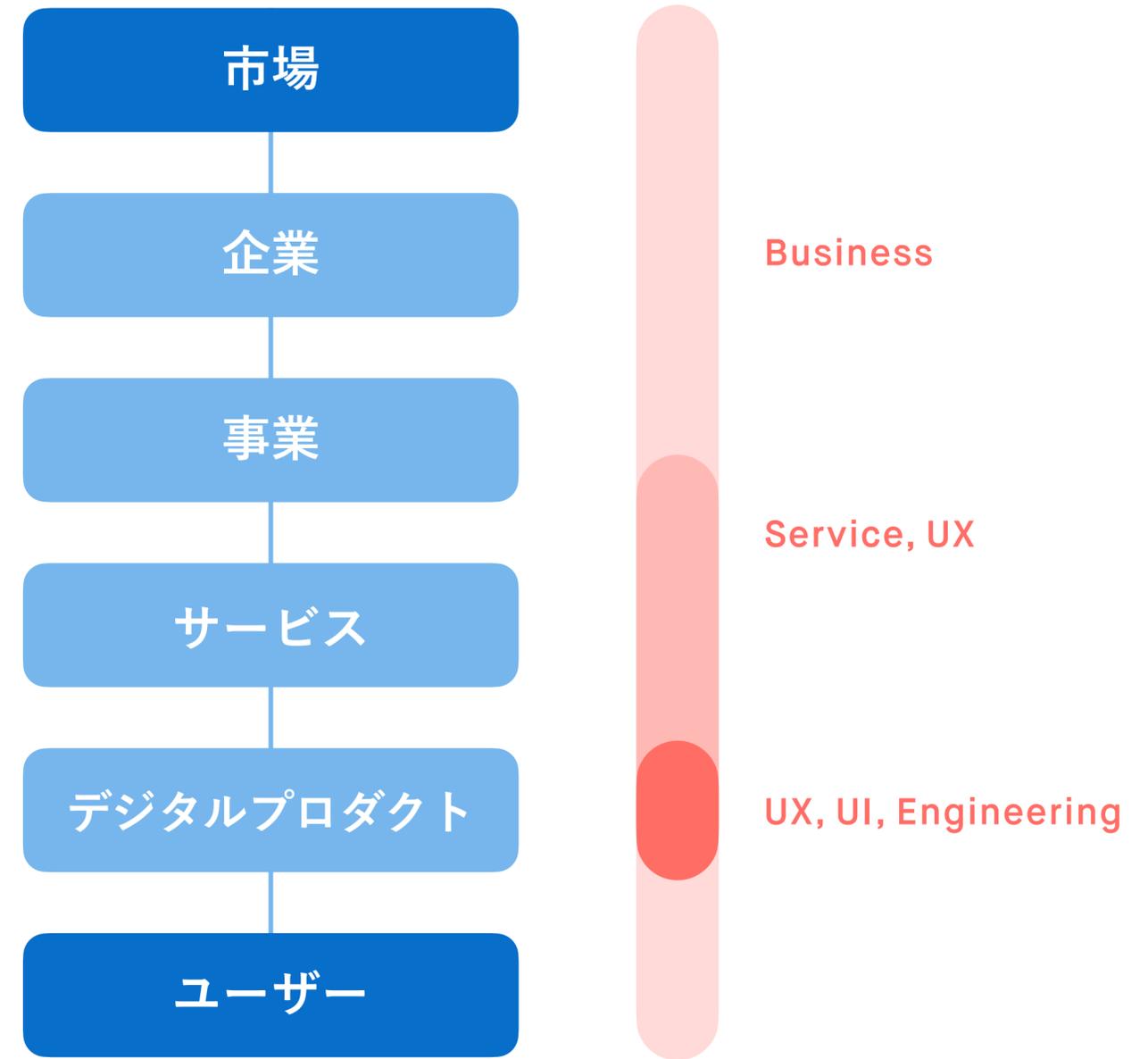
※Athenaは、2022年6月末をもってサービスの開発停止を決定したため、FY2023よりデザインプラットフォーム事業のサービスラインアップから除外されます。

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

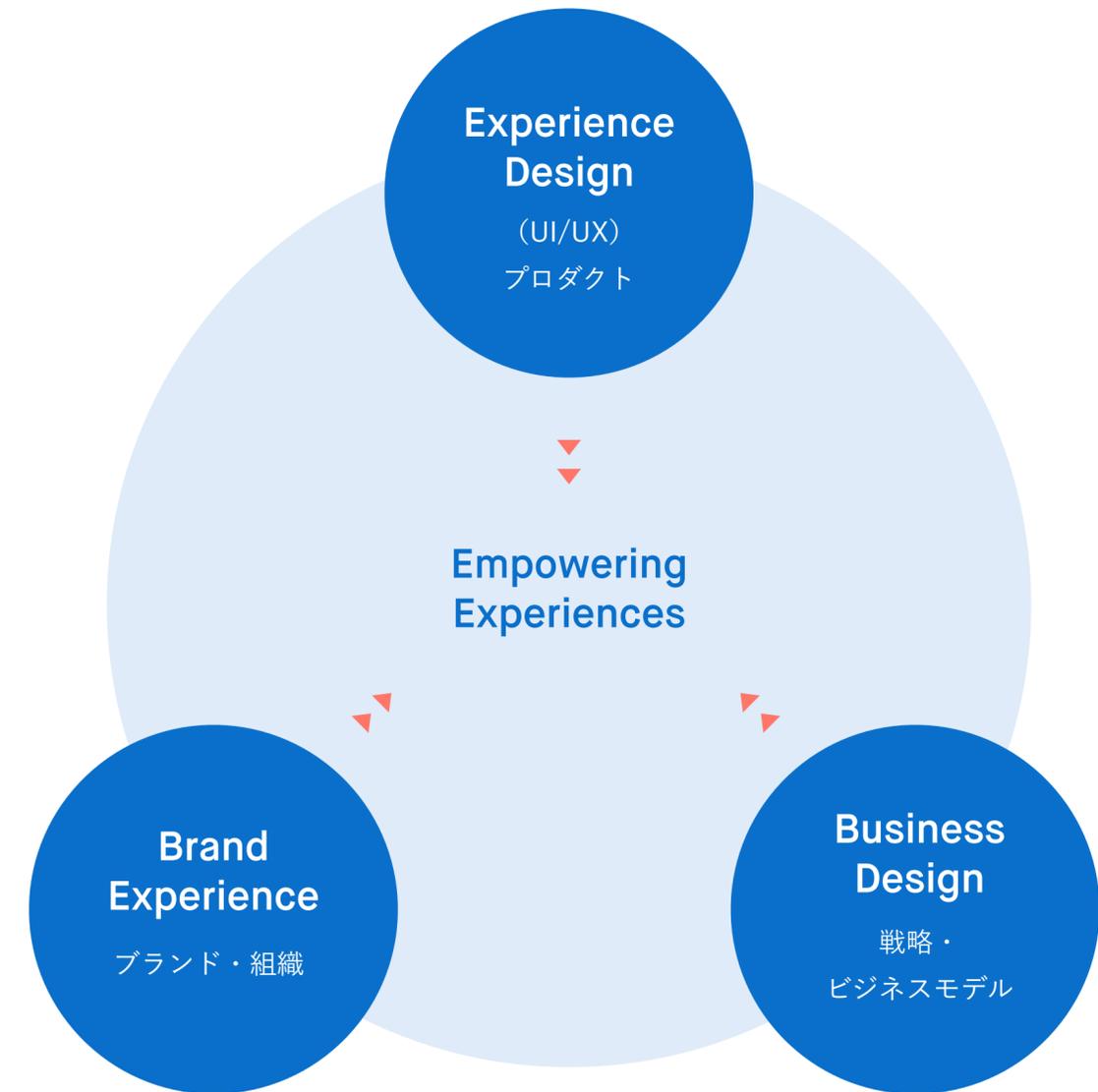
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）。ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現

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

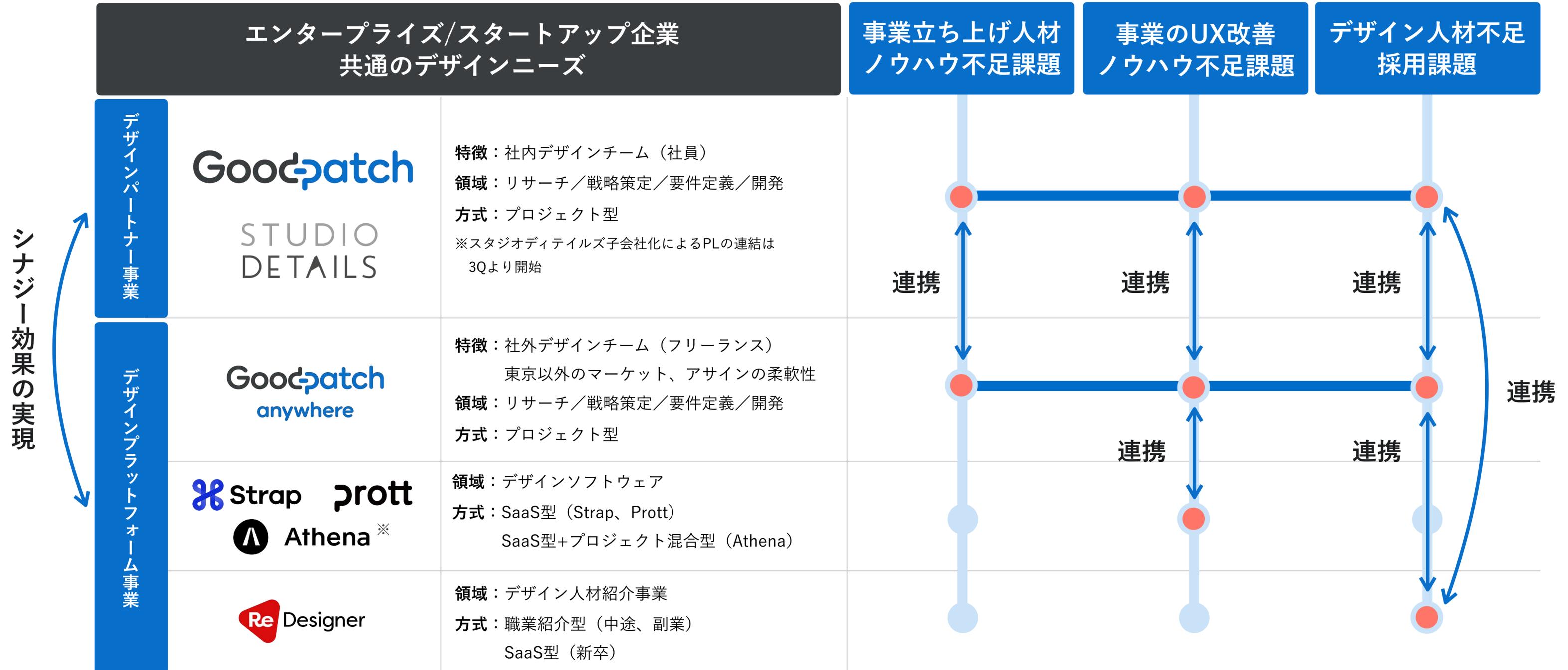


Athena[※]

XR

XR
プロトタイピングサービス

※Athenaは、2022年6月末をもってサービスの開発停止を決定したため、FY2023よりデザインプラットフォーム事業のサービスラインアップから除外されます。



※Athenaは、2022年6月末をもってサービスの開発停止を決定したため、FY2023よりデザインプラットフォーム事業のサービスラインアップから除外されます。

FY2022 3Q 業績ハイライト

FY2022 3Q(3-5月)業績ハイライト

売上高

前年同期比（増減）

951
百万円

+39.2% (+267百万円)

進捗率

74.3%

営業利益

前年同期比（増減）

42
百万円

-56.8% (-55百万円)

進捗率

74.3%

- スタジオディテイルズ（以下、ディテイルズ）のM&Aが売上高を押し上げ、YoYで売上高+39.2%、267百万円増加と伸長
- ディテイルズの売上高143百万円を除く既存事業の売上高は807百万円となり、YoYでは+18.2%の成長を確保
- 3Qにおけるプロジェクトの切り替わり増加に伴う稼働低下、及びヨーロッパ（ドイツ）の赤字拡大の影響を受け、営業利益は42百万円にとどまる

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

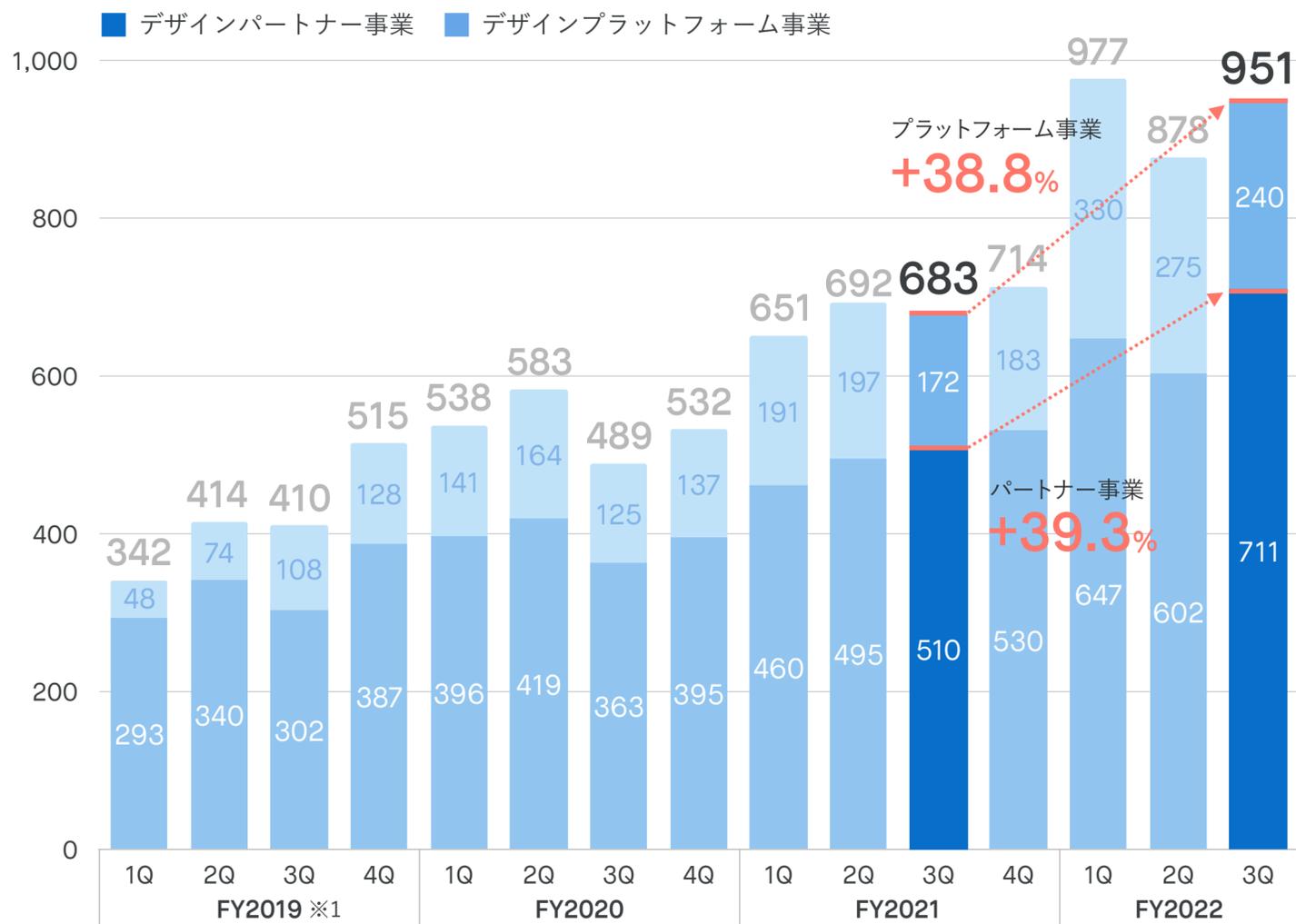
デザインプラットフォーム事業

- 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

パートナー事業はYoYにて売上高+39.3%、ディテイルズのM&Aによる積み増し プラットフォーム事業はYoYにて売上高+38.8%、投資を強化したため収支均衡状態へ

売上高

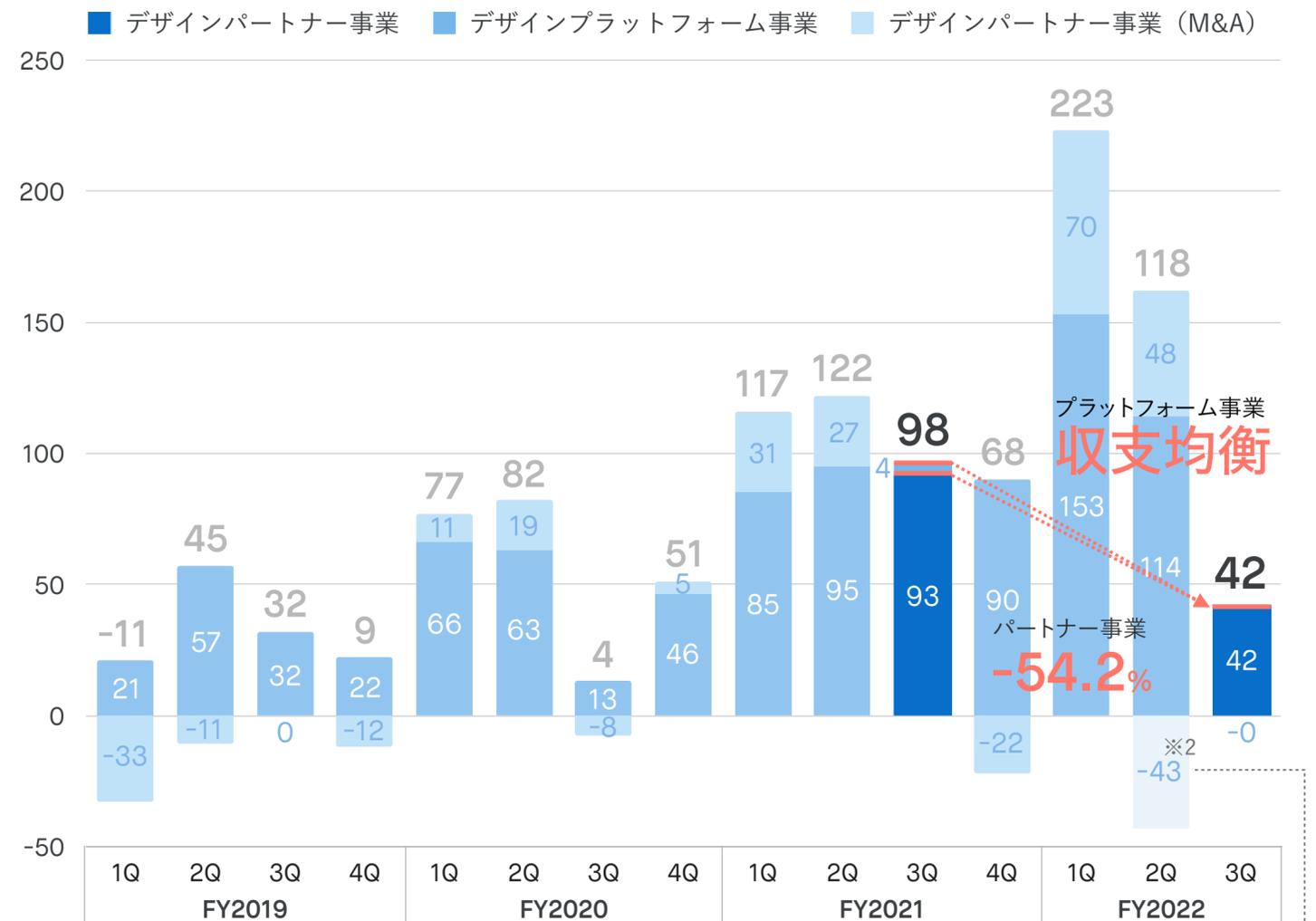
単位：百万円



※1 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

単位：百万円



※2 M&A取得費用として43百万円

M&Aにより売上高はYoY+39.2%と拡大するが、利益貢献は僅少

季節要因の影響やヨーロッパ（ドイツ）の苦戦を強く受け、営業利益はYoYで半減となる

連結損益計算書（3-5月）

単位：百万円

	FY2021 3Q	FY2022 2Q	FY2022 3Q	YoY 増減率	QoQ 増減率
売上高	683	878	951	+39.2%	8.3%
営業利益	98	118	42	-56.8%	-64.2%
営業利益率	14.4%	13.5%	4.5%	-9.9pt	-9.0pt
経常利益	97	115	42	-56.3%	-63.4%
当期純利益	73	57	10	-85.6%	-81.4%

- ディテイルズの売上高は**143百万円**となり、**事業規模の成長**を後押し。目下シナジー実現のため協働を進めているが、利益貢献は時間を要する見込み
ディテイルズを除く**既存事業の売上高は807百万円**。プロジェクトの入れ替えに伴う稼働低下の影響を受ける
- ヨーロッパ（ドイツ）では新規プロジェクトの獲得にて苦戦、獲得戦略の再構築を実施中
- 営業利益は42百万円となりYoY、QoQともに半減、当期純利益はヨーロッパ（ドイツ）の赤字によって減少幅大

売上高ではYoY+38.5%となるも、営業利益ではYoY+13.8%の成長にとどまる M&A関連の追加コストの影響を除く比較では、営業利益は30%以上の成長

連結損益計算書（9-5月）

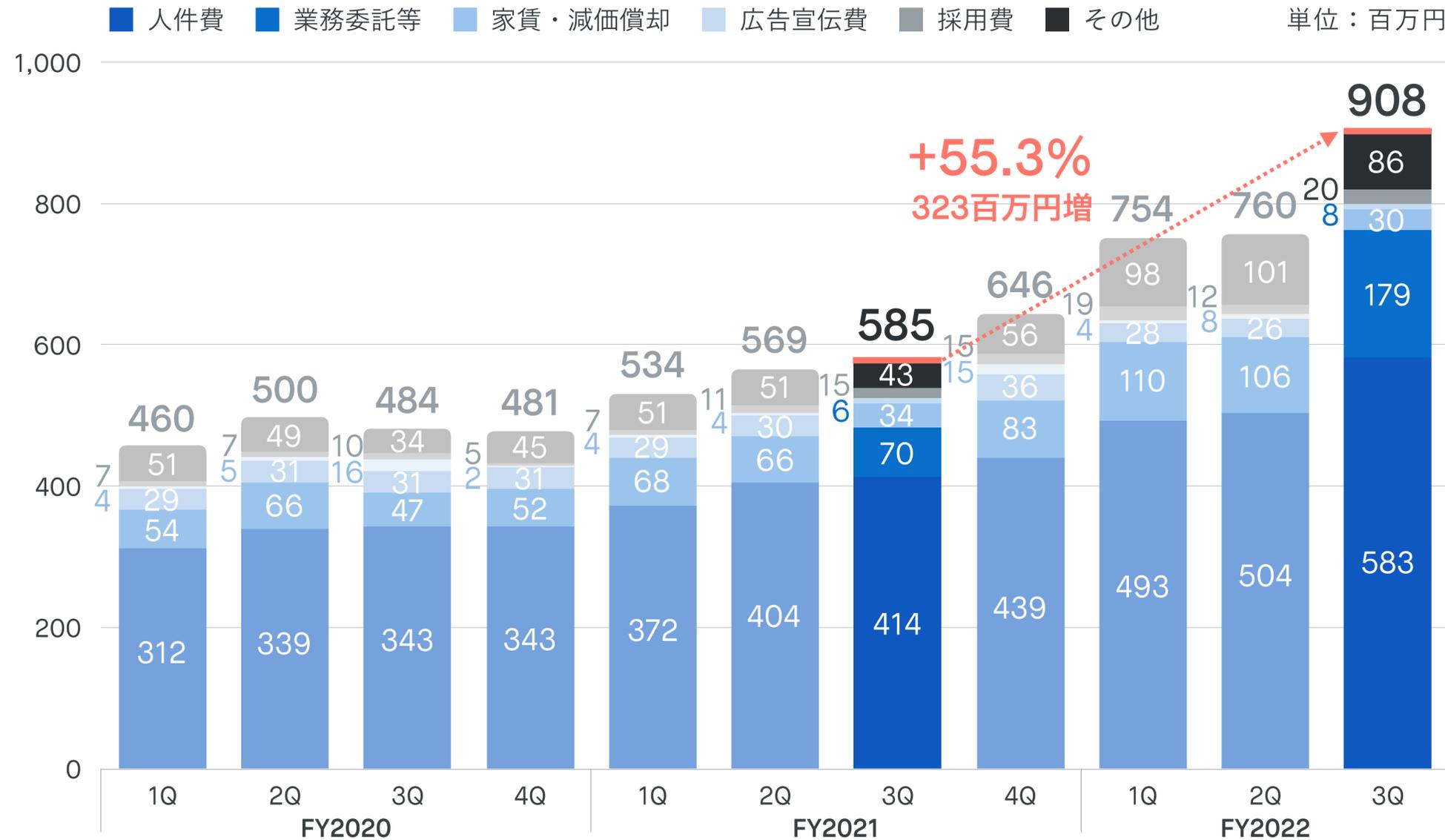
単位：百万円

	FY2021 1-3Q	FY2022 1-3Q	YoY 増減率	通期業績予想	進捗率
売上高	2,026	2,808	+38.5%	3,778	74.3%
営業利益	338	384	+13.8%	518	74.3%
営業利益率	16.7%	13.7%	-3.0pt	13.7%	-
経常利益	328	383	+17.0%	486	78.8%
当期純利益	261	228	-12.4%	375	61.0%

- ディテイルズは3Qより連結、M&Aを考慮しない場合、売上高は2,664百万円とYoYで+31.5%成長だが、3Qの季節要因並びにヨーロッパ（ドイツ）の減速が進捗に影響
- ディテイルズのM&A関連費用は2Qにて取得費用43百万円、PMI追加コストを含めると総額で約74百万円。M&Aを考慮しない場合、営業利益は442百万円となり30%以上の成長を達成
- 売上高及び営業利益における対業績予想進捗は約3/4、特に、M&A関連費用（取得費用、のれん償却）とヨーロッパ（ドイツ）の影響によって、当期純利益進捗は足踏み

総費用はディテイルズの連結により127百万円増加、YoYでは+55.3%の増加

費用構成の推移

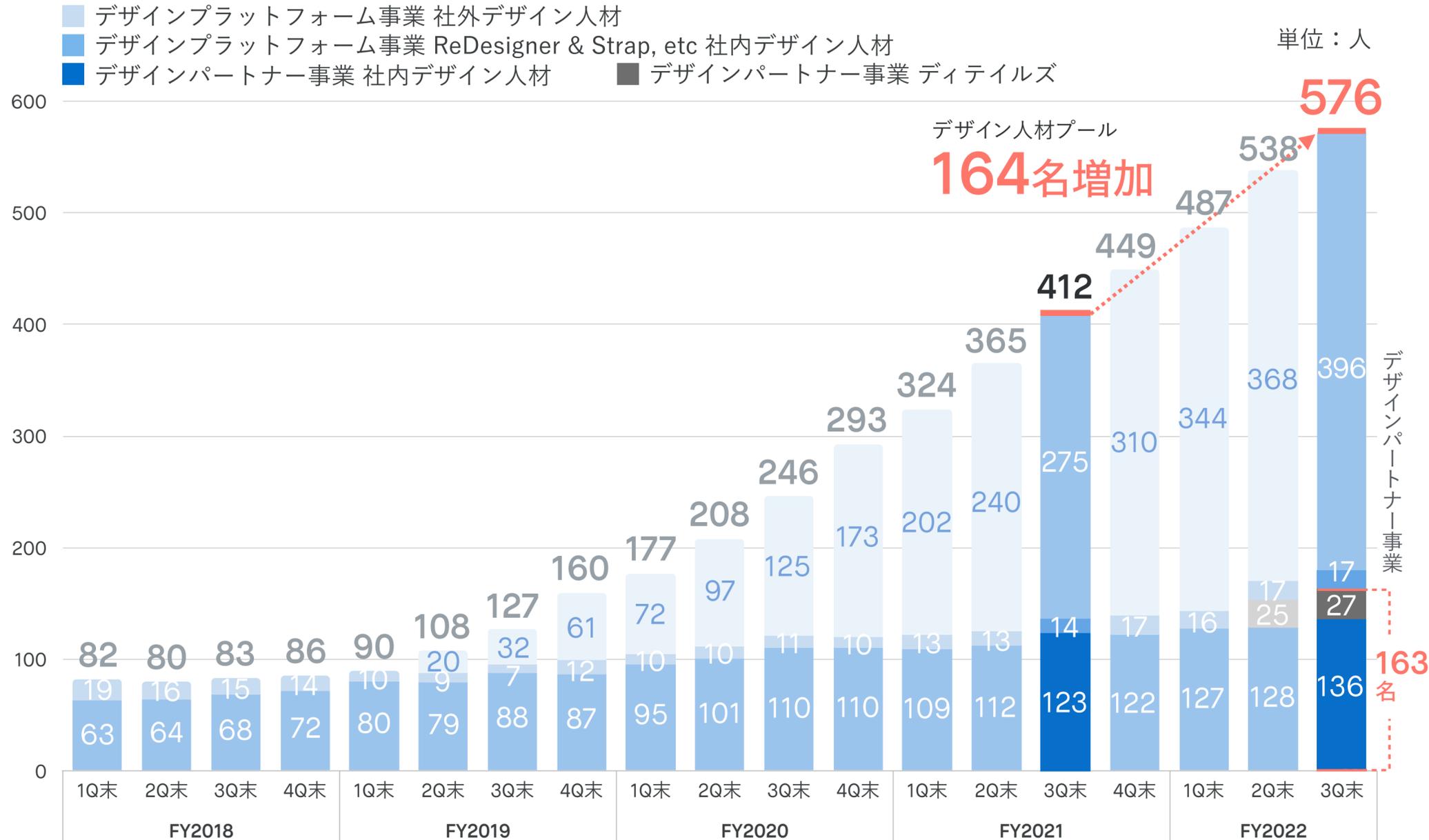


※上記費用には営業外費用及び特別損失は含みません。

- M&A関連では、2Qには取得費用の43百万円及びPMI関連費用7百万円、3Qにはのれん償却15百万円及びPMI関連費用8百万円を認識
- さらにディテイルズの費用127百万円の影響を差し引くと、QoQでは49百万円の総費用の増加
- そのうち人件費の増加が40百万円を占めるが、デザイン組織の拡大による人員増及び人員単価増、また ReDesigner、Strap等への成長投資による人件費増のため

デザイン人材プールは継続的に拡大、デザインキャパシティを増強

デザイン人員数の推移



- 人材プール全体ではYoYにて164名増加（+39.8%）し、人員数は576人となる
- デザインパートナー事業ではグッドパッチ、ディテイルズともに増加し、計163名へ
- Goodpatch Anywhereでは継続的に拡大しQoQで+28名、総数は400名に迫る

特段大きな変動なし、健全な財務状態を維持

連結貸借対照表

単位：百万円

	FY2022 2Q末	FY2022 3Q末	増減	主な理由
流動資産	3,280	3,287	+6	
現金及び預金	2,784	2,853	+68	営業CFの積み上がり
固定資産	953	978	+25	丸井グループとの合併会社への出資（40百万円）のれん6.0億円については10年償却で検討中
総資産	4,234	4,266	+32	
流動負債	584	645	+60	
固定負債	317	265	-51	借入金返済
純資産	3,332	3,355	+23	
自己資本比率	78.7%	78.6%	-0.1pt	変動なし

各事業の状況

デザインパートナー事業

ディテイルズを加え売上高はYoYで+39.3%と伸長するも

営業利益はYoYで-54.2%と半減、マーケティング活動やヨーロッパ事業にて課題

セグメント全体 FY2022 3Q (3-5月)

売上高

前年同期比 (増減)

711 百万円 **+39.3%** (+200百万円)

営業利益

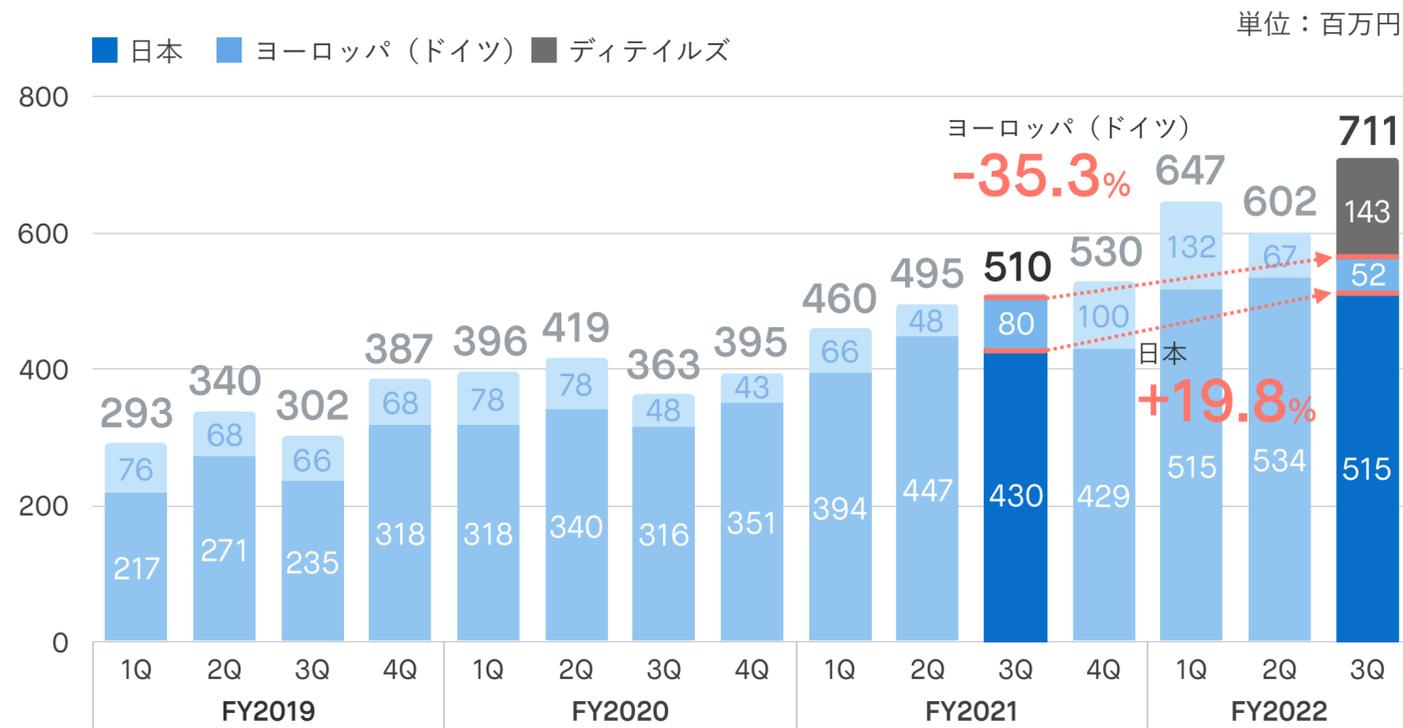
前年同期比 (増減)

42 百万円 **-54.2%** (-50百万円)

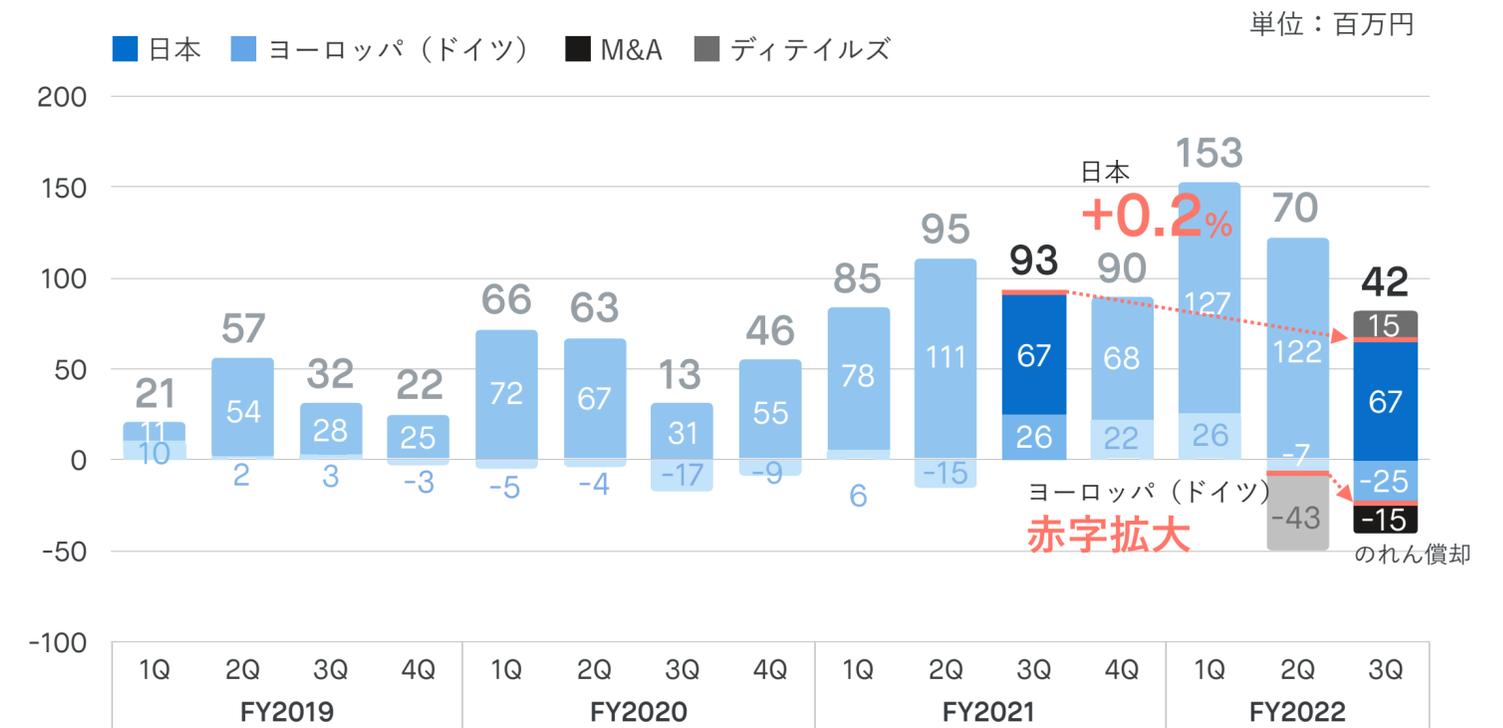
- ディテイルズを除く既存事業の売上高はYoY+11.2%の567百万円、営業利益は半減の42百万円となる。ディテイルズ単体は営業利益とほぼ同額ののれん償却で利益貢献は僅少
- 3Qのプロジェクト切り替わりに伴う稼働低下の影響が大きく、月額平均顧客単価や顧客社数が伸び悩む。プロジェクトの獲得が必要なタイミングであるが十分な新規リードを生み出すためのマーケティング活動に課題認識
- ヨーロッパ（ドイツ）はプロジェクトの獲得に苦戦し営業赤字が拡大（FY2022 2Q -7百万 → FY2022 3Q -25百万円）、営業利益への影響が大きい

3Qのプロジェクトの切り替わり、ヨーロッパ(ドイツ)での赤字拡大により、利益が伸び悩む

売上高



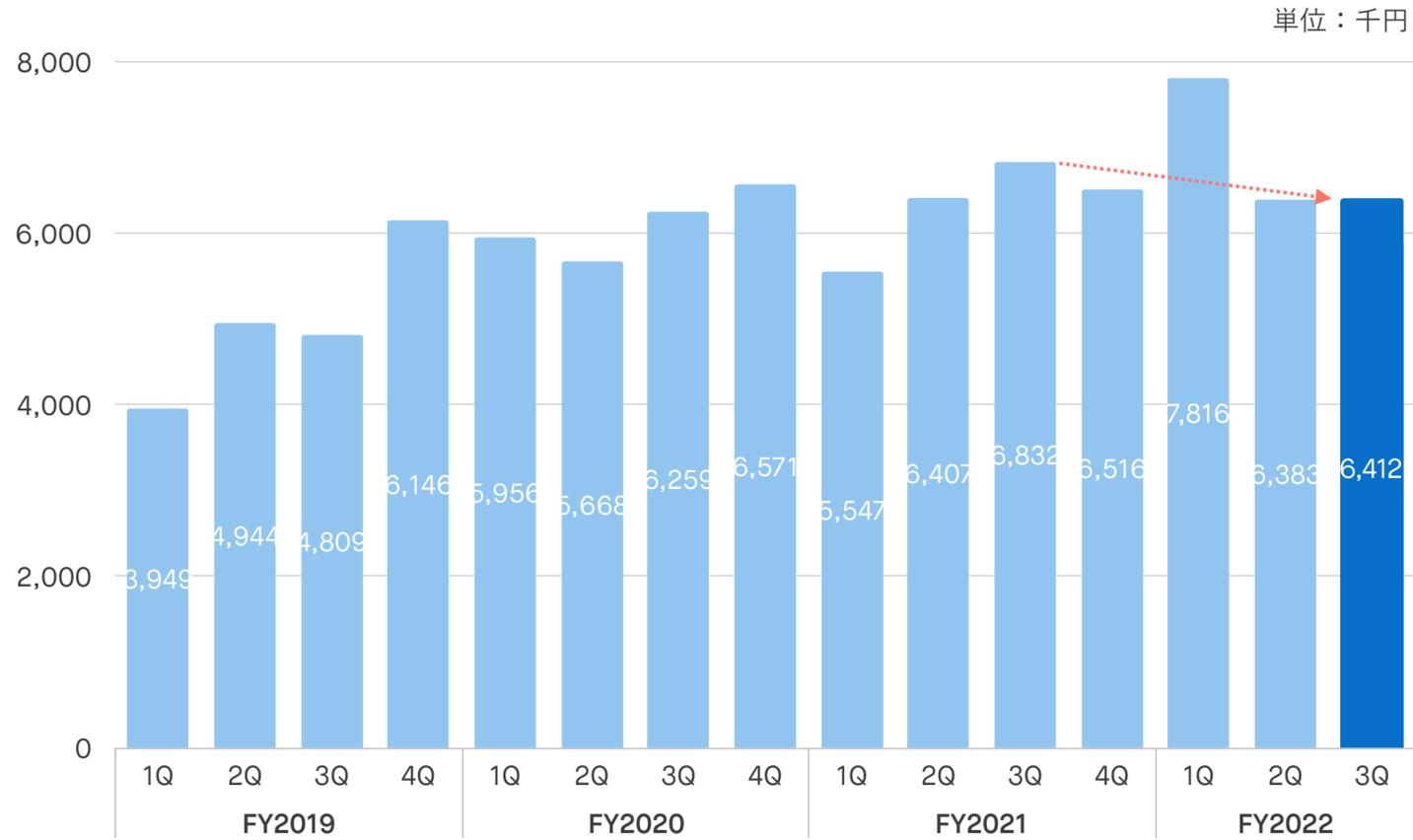
営業利益



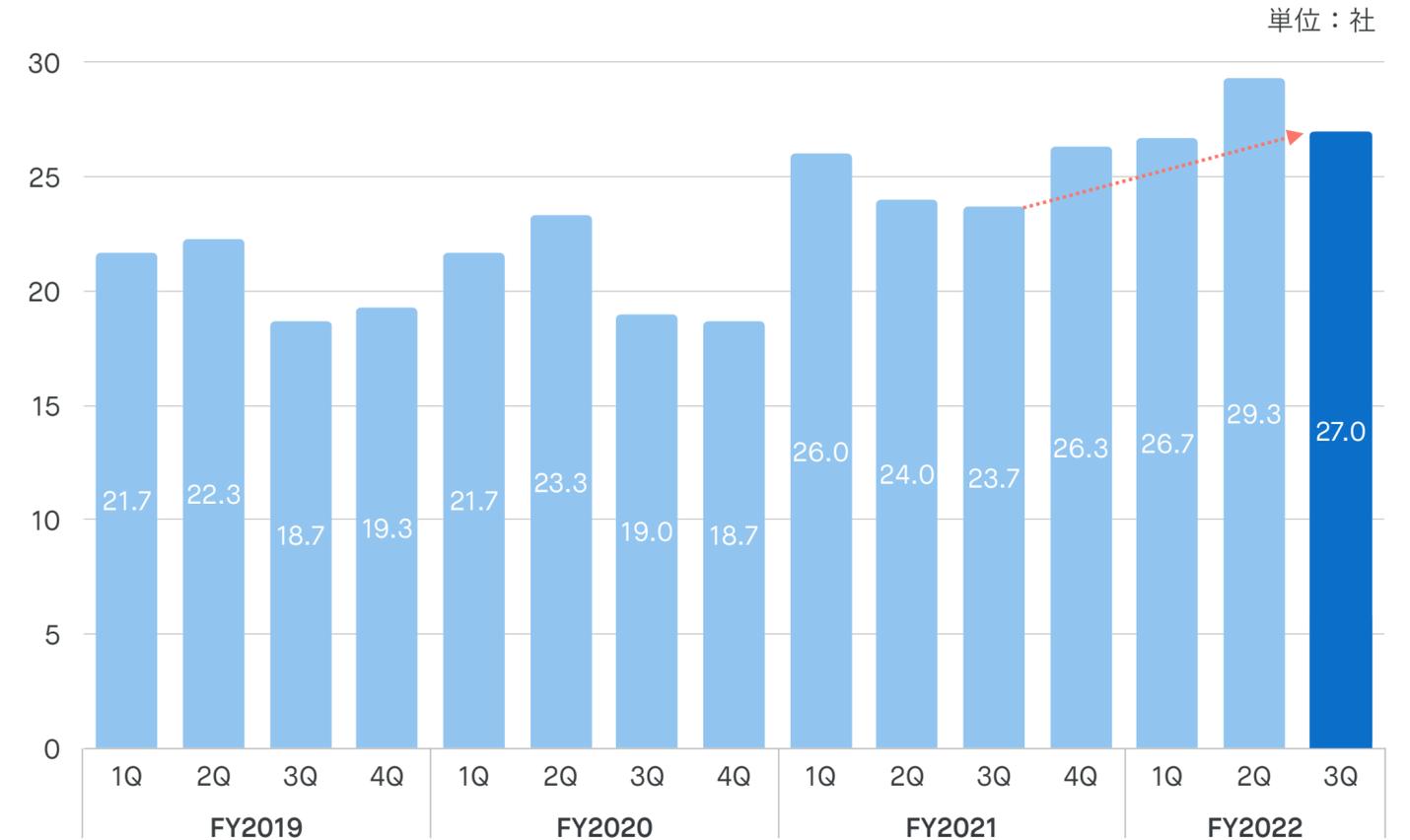
- 日本国内ではプロジェクトの切り替わりに応じた新規獲得が実現せず、**営業リードの獲得に課題**を認識
他のコンサル会社や開発会社がデザイン分野へ進出の動きを見せる中、**今後はマーケティング活動を強化**する方針
また、採用やグローバル戦略推進にてコスト先行中であり、日本国内での営業利益は昨年並みに押し下げられている状況
- ヨーロッパ(ドイツ)では新規獲得に苦戦中、足許では改善の兆しは見えるものの、**3Q終了時点では赤字幅が拡大**

プロジェクトの切り替わりの影響大きく、単価上昇に伸び悩み

月額平均顧客単価 ※



顧客社数 ※

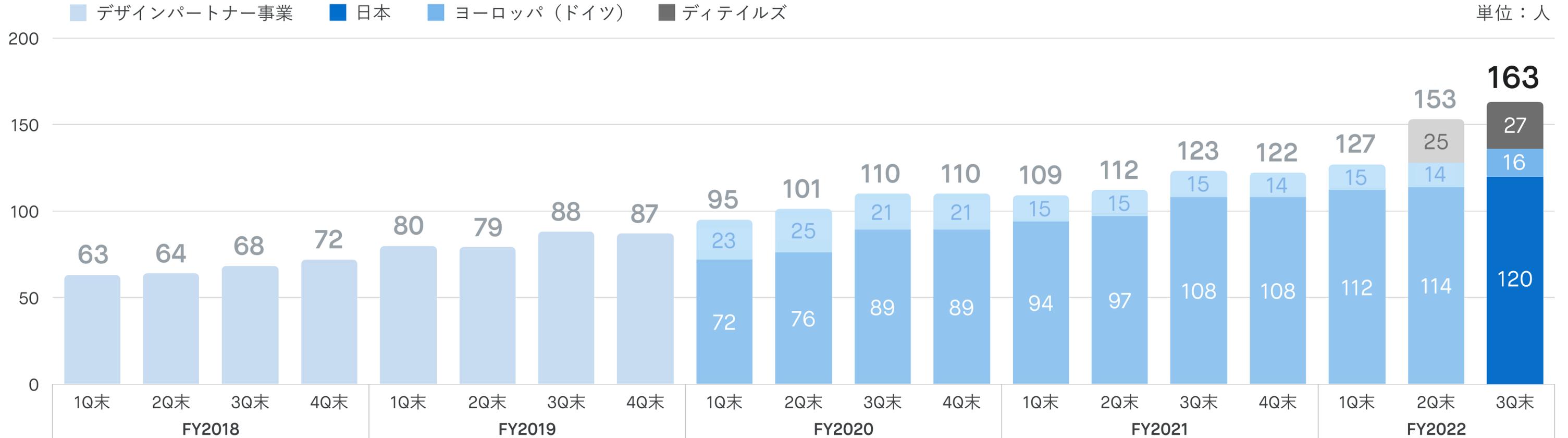


- 日本国内では709万円/月と**横ばいのトレンド**、プロジェクトの切り替わり多く、優良リードが不足、顧客単価アップが進捗せず
- ヨーロッパ（ドイツ）では339万円/月と**低い水準にとどまる**、プロジェクト獲得に注力
- 顧客社数は27.0社とYoYにて+14.1%増、日本市場中心にて拡大
- ディテイルズを加えた場合、全体は602万円/月・36.7社となる（ディテイルズ単体では489万円/月・9.7社）

※数値はディテイルズの数値を除いたものです。またFY2022 1Qより指標を変更しております。（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）

デザイナー採用は計画どおり推移、デザイナー数は5月末にて163名に成長

デザインパートナー事業のデザイン人員数



- グッドパッチのデザイナー数は136名と前四半期比+8名、4月入社の新卒採用は4名、**中途採用は計画どおり進捗**
- ディテイルズでは2名増加し、27名へ。グッドパッチ本体との連携強化を推進中

※数値はデザインパートナー事業（日本・ヨーロッパ（ドイツ）・ディテイルズ）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、ReDesignerが成長し、YoYにて売上高は+38.8% 営業利益はStrap等の新規投資を強化したことにより収支均衡(わずかに赤字)へ

セグメント全体 FY2022 3Q (3-5月)

売上高

前年同期比 (増減)

240 百万円 **+38.8%** (+67百万円)

営業利益

前年同期比 (増減)

-0 百万円 **-** (-5百万円)

フルリモートデザインチーム：Goodpatch Anywhere

- 3Qの季節要因に起因する新規プロジェクトリードの減少が影響
QoQでは減収となるも、利益貢献は大きい

人材：ReDesigner

- 継続的に企業側のデザイナー採用ニーズは強く、
中途向け人材紹介サービスが特に成長

ソフトウェア、SaaS：Strap&Prott、Athena等

- Strapは徐々に拡大、売上貢献は小さいが将来の柱へと投資継続
- Athenaは今後の売上獲得が困難と判断し開発中止を決定

Goodpatch Anywhere

継続プロジェクトを中心にYoYにて売上高+50%の成長、デザインパートナー事業に新規リードを優先配分した結果、QoQでは減収

ReDesigner

YoYにて売上高+26.7%の成長、中途人材紹介サービスにて紹介手数料率向上策による単価アップ効果が徐々に発現

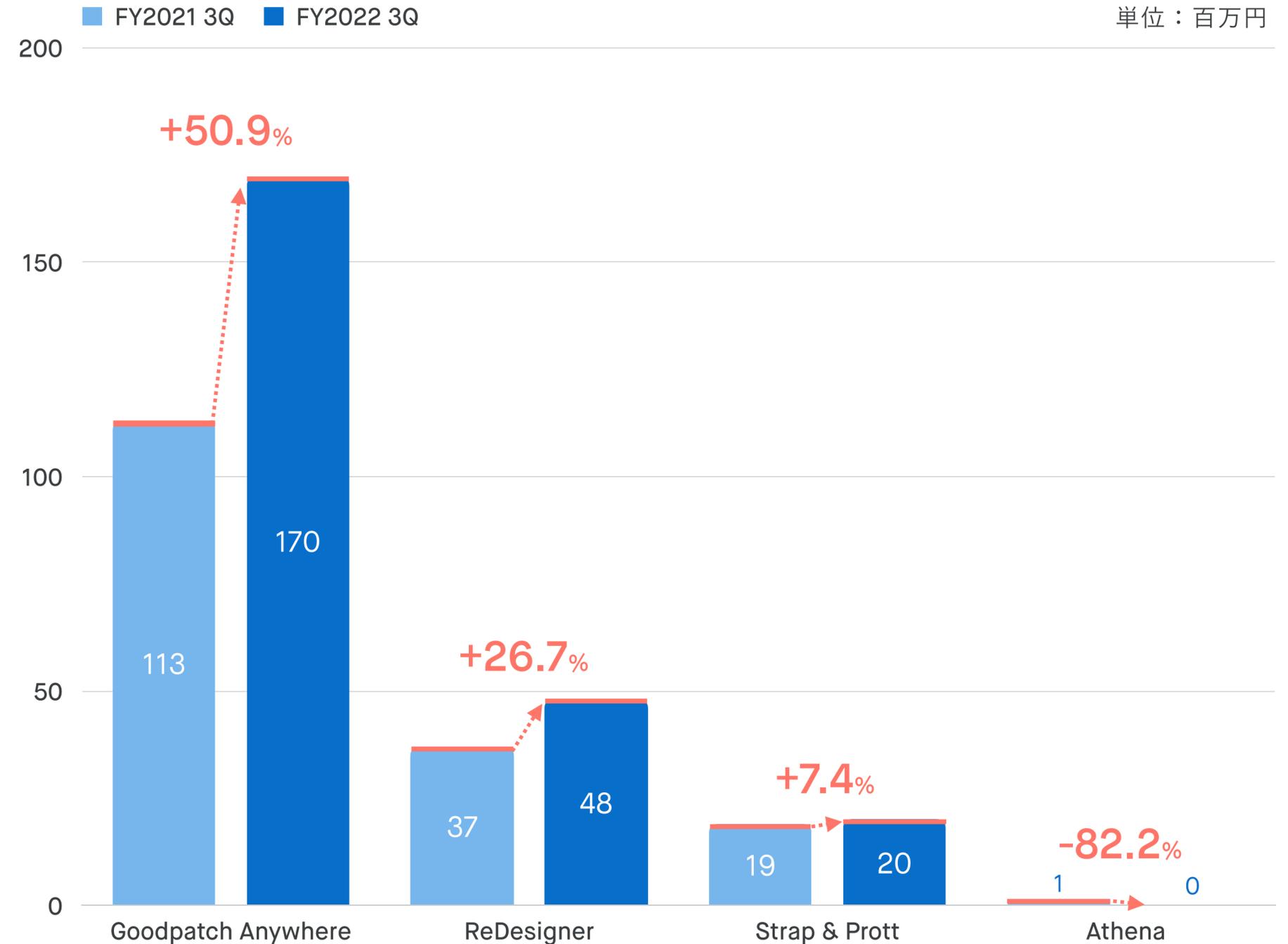
Strap & Prott

StrapとProttの売上高のうち、Strapの売上割合は約45%に上昇、契約企業数は180社を超過

Athena

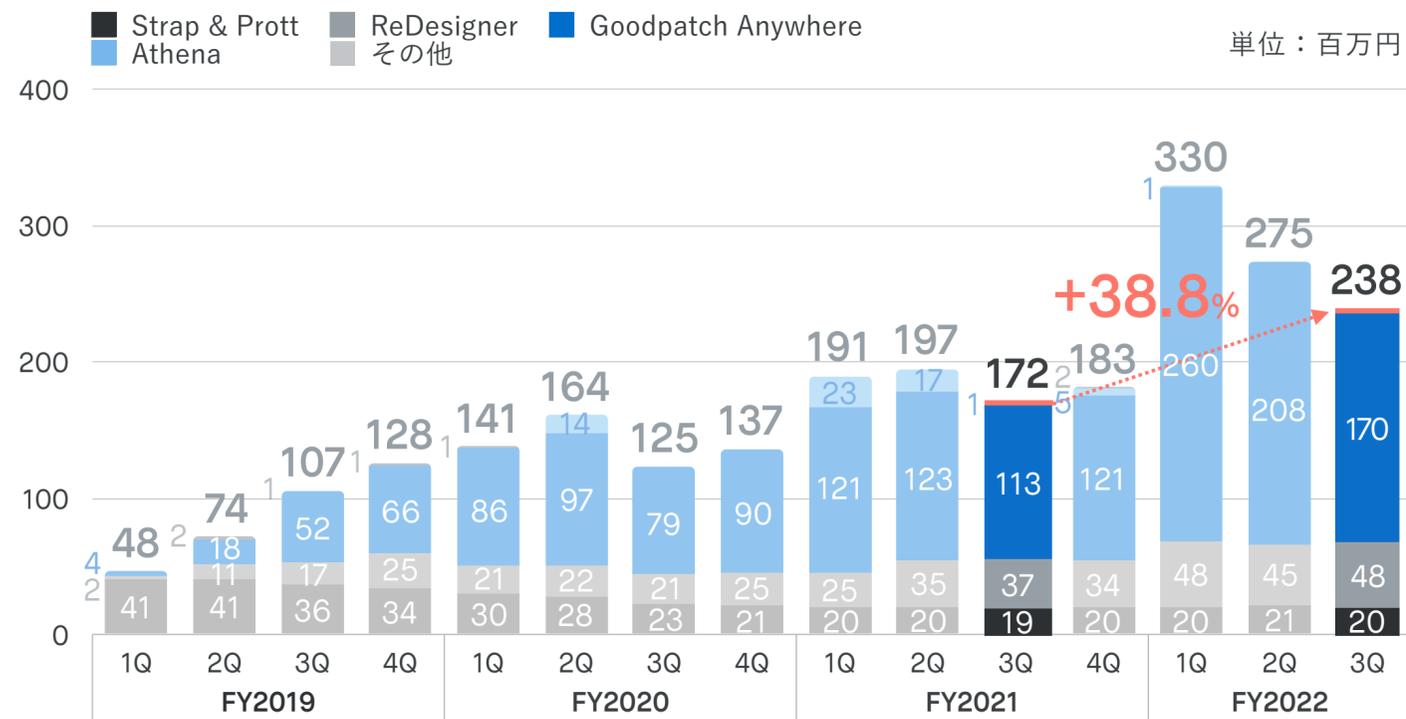
ライセンス料にて売上わずか、事業の収益化困難と判断し、今後の開発中止を決定、決定による業績への影響は軽微

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

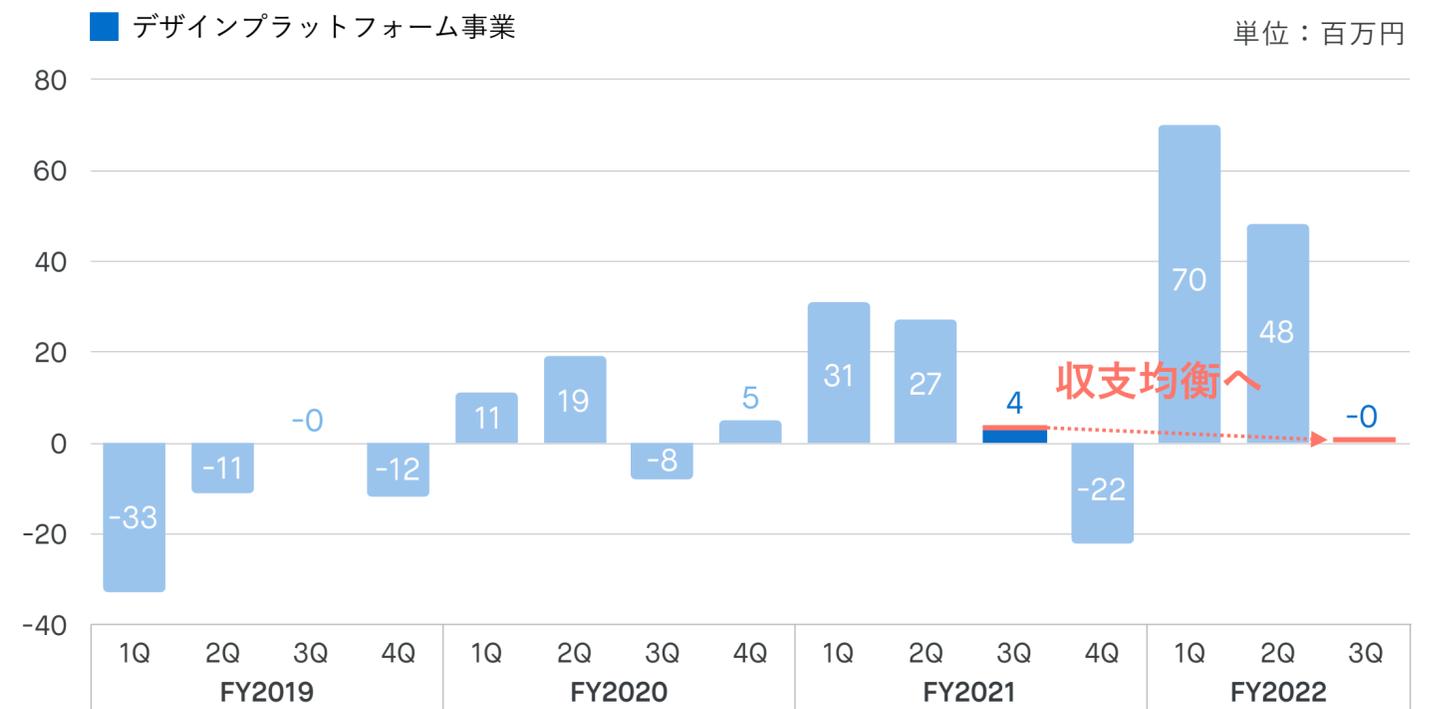


AnywhereはQoQで減収になるも、事業全体の売上高はYoYでは+38.8%で成長 SaaS領域への追加投資が影響し、営業利益はゼロで着地

売上高



営業利益



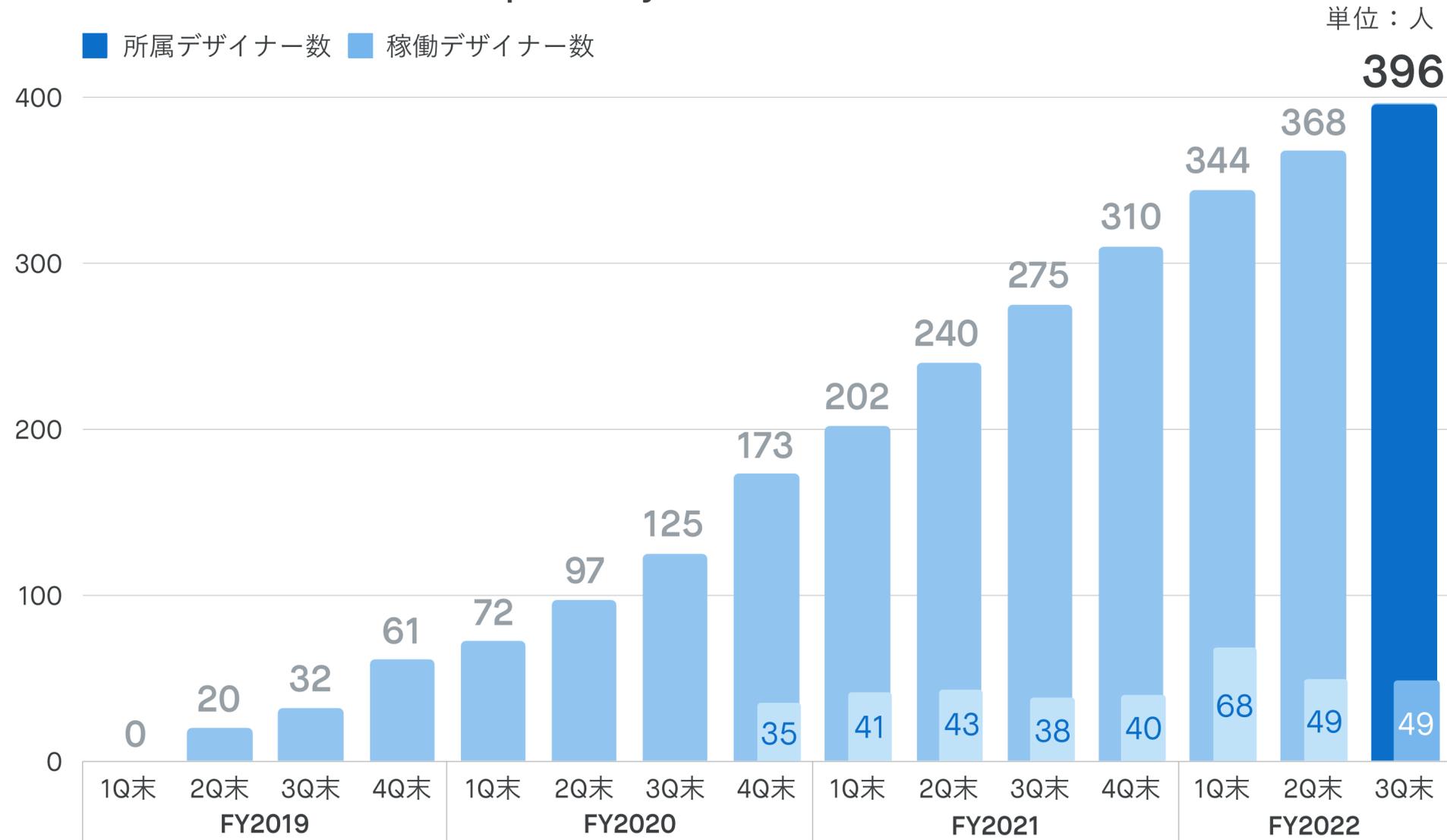
- Goodpatch Anywhereでは、**デザインパートナー事業における新規プロジェクト獲得を優先した結果、新規プロジェクトの開始数が減少**
- ReDesignerでは**企業側の強い採用需要**を受け、紹介手数料率アップを実施中、着実にトップラインを拡大し**黒字計上**
- SaaS領域での追加投資額は約25百万円、Strapの独自性強化のための追加開発を推進

※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28名増加し、400名に迫る規模へ継続的に拡大 稼働デザイナー数はQoQでは49名と横ばい

Goodpatch Anywhere デザイナー数の推移

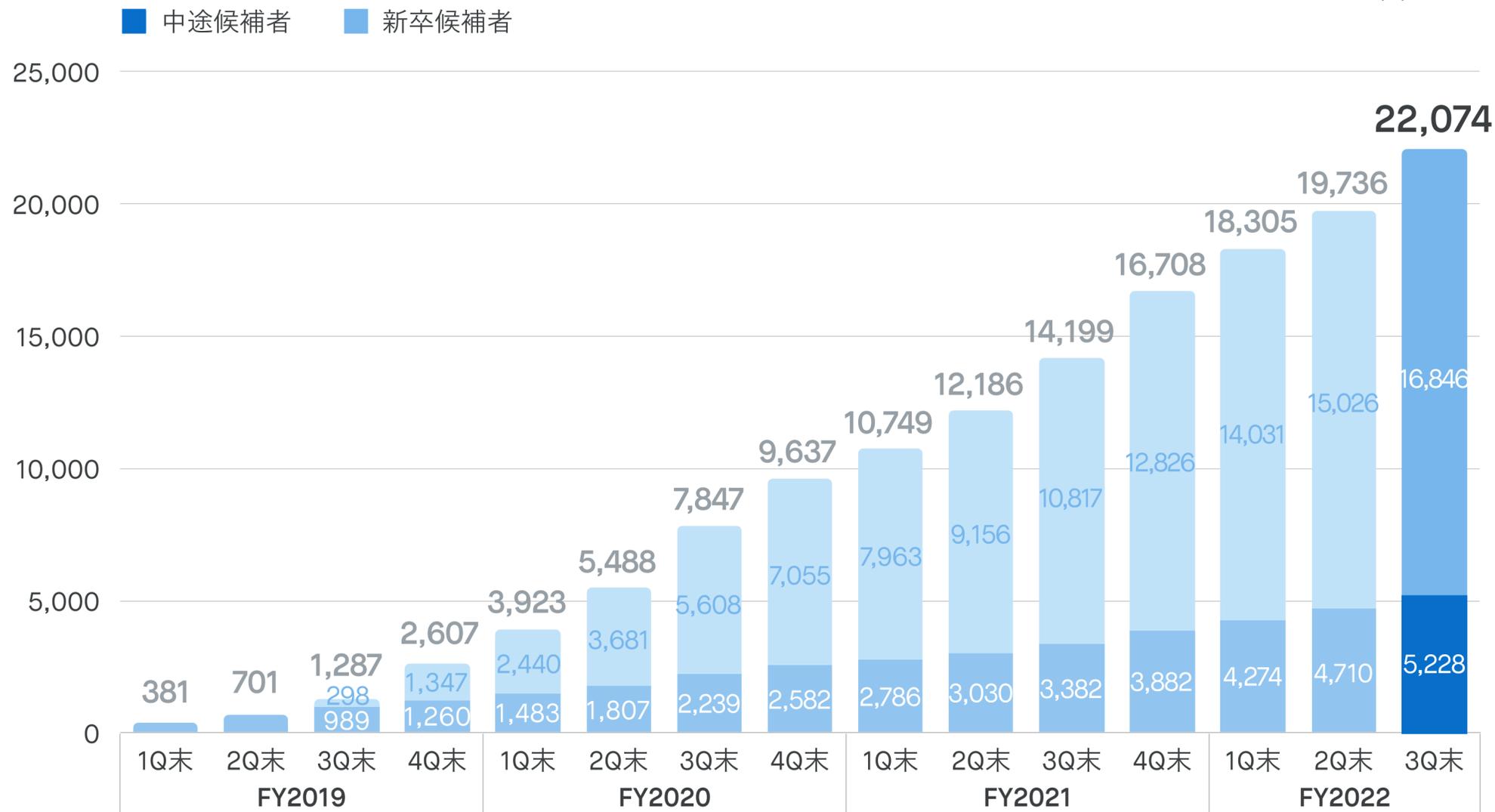


- 3Qは新規リード獲得がデザインパートナー事業中心に実施され、売上はQoQで減収となる
- 当サービスの成長はデザインパートナー事業の需給状況に依存するため、**新規リード獲得施策の強化に着手**
- 稼働デザイナー数はQoQ同数で維持、所属デザイナーは継続的にプールを拡大し、**400名に迫る規模へ拡大**

引き続き黒字計上、企業側の需要強く中途・新卒ともに新規顧客企業が増加 登録者も継続的に拡大し、UI/UXデザイナー採用における最大手のポジション獲得

ReDesigner 累計登録者の推移

単位：人



中途人材サービス（転職支援サービス）

企業側の需要が旺盛であり、
前四半期より紹介手数料の引き上げに着手
徐々に実績として発現

新卒人材サービス

月額課金型のサービスとして2019年8月より
開始、アクティブな顧客社数は40社を
超え着実に成長

Panasonic
CONNECT



弁護士ドットコム

FY2022 3Q 事業進捗

売上高、営業利益ともに74.3%の進捗率

M&Aの影響を織り込みつつも、概ね業績予想に沿った事業進捗

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

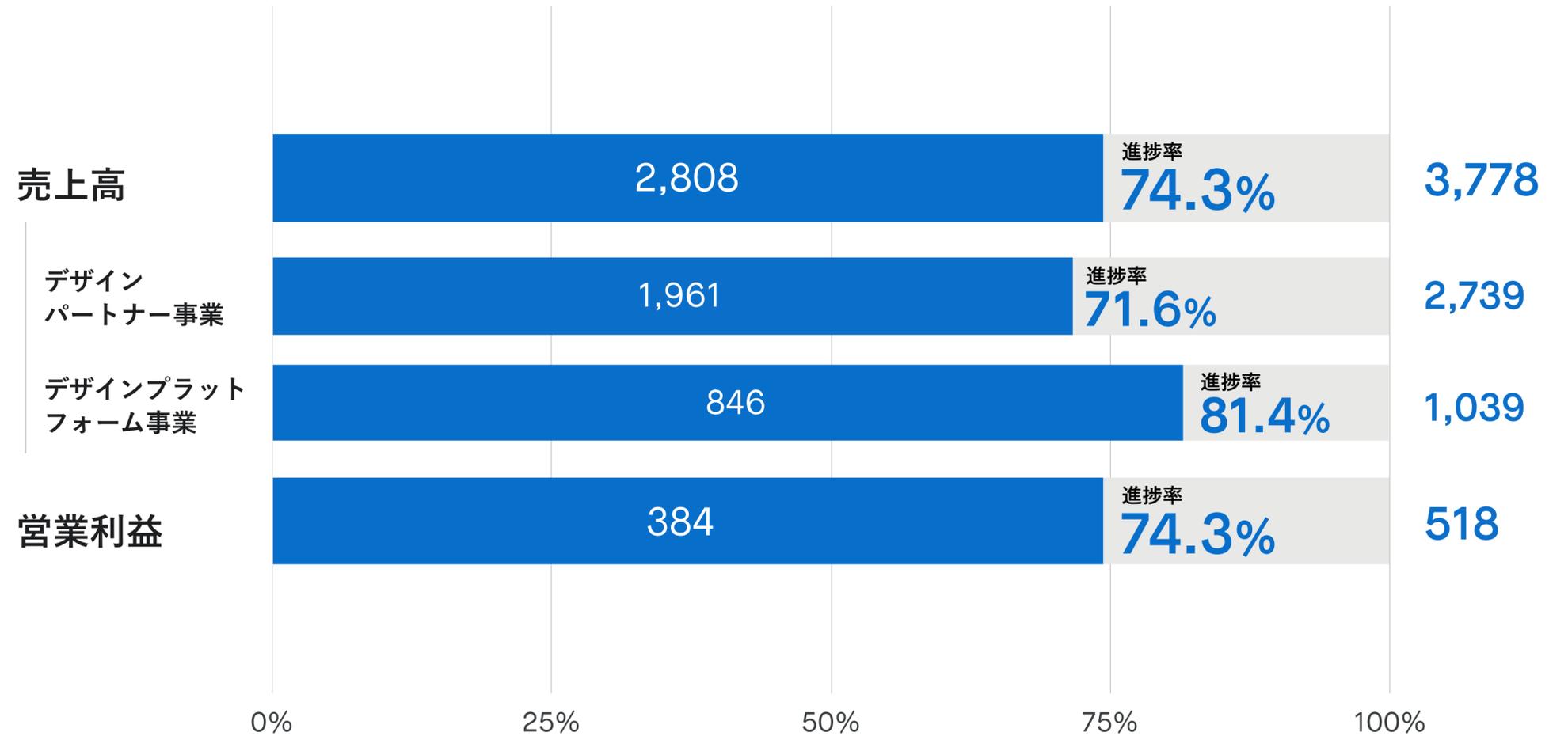
1,039 百万円 (+39.5%)
前年度比

営業利益

518 百万円 (+27.6%)
前年度比

FY2022 3Q終了時点の進捗状況

単位：百万円



FY2022 3Q TOPICS

株式会社丸井グループのLTV経営の基盤となるDXを戦略及び戦術面から支援



課題

- LTV（Life Time Value、顧客生涯価値）経営と社会的インパクト実現の基盤となるDXの推進
- DXに必要なデザイン／デジタル人材の採用及び育成
- デザイン／デジタル人材に対する知見が自社にない

解決策

- 10以上の部門からプレイヤー、マネージャー、ボードメンバーまで約30名にインタビューを実施し、解決すべき課題を特定
- 目指すビジョンを実現するための人材像や、人材がポテンシャルを発揮できる組織像を明示
- 組織変革の急先鋒であり、採用の受け皿となる新会社を共同出資で設立

Goodpatchによるデザイン支援の内容



プロジェクト始動でお互いの意識を合わせ、現状の課題をときほぐすためにリサーチを実施



課題を特定し、組織の構造的課題とビジョンを推進する上で欠かせない人材の概要を言語化



組織の特徴や目指すべき経営像に必要な人材を報告書にまとめ、獲得方法を検討・明示



Goodpatchのブランド/カルチャーとの化学反応により丸井グループと社会を変革する取り組みとして、合併会社を設立

リサーチを起点に企業の課題解決をデザインする「Insight Research(インサイトリサーチ)」を活用し、セルソース株式会社の営業戦略立案を支援

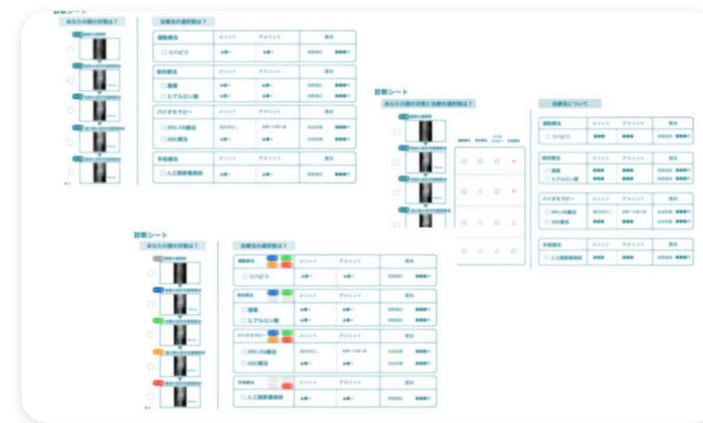
本質的なニーズ・課題を捉え、その背景となる状況・価値観・考え方への洞察を得て、事業の創出や改善、未来構想につながるアクションを導く



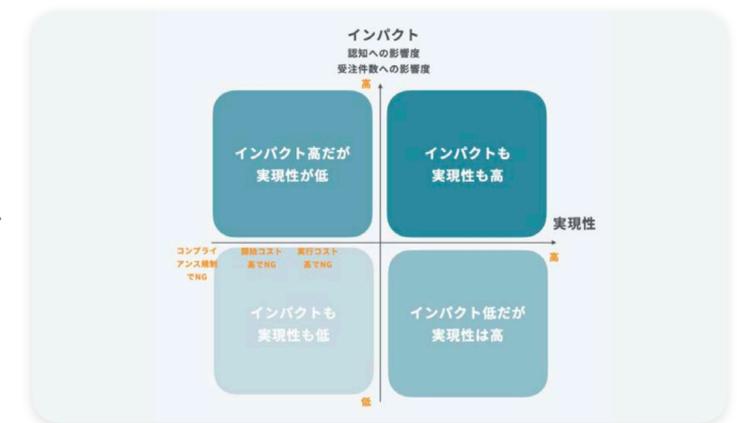
「人」を起点にした
新規事業創出・既存事業改善へ



医療現場のインサイト探索による施策検討がセルソースのサービス課題にフィット



既知の情報の分析とインタビューを実施し、患者の真のニーズを特定



インサイトからアイディエーションを実施し、営業戦略の立案、具体的なアクションを可視化

ディテイルズが強みであるブランディングとクリエイティブで力を発揮 株式会社BAKEのPRESS BUTTER SAND事例を公開

STUDIO
DETAILS

P R E S S
B U T T E R
S A N D.™

- ブランド誕生5周年記念に合わせ、PRESS BUTTER SAND ブランドサイトをフルリニューアル支援
- 既存のブランドから積み上げてきた世界観と、新たなブランド展開をかけ合わせ、Webならではのレイヤー感を追求し設計

ディテイルズによるデザイン支援の内容



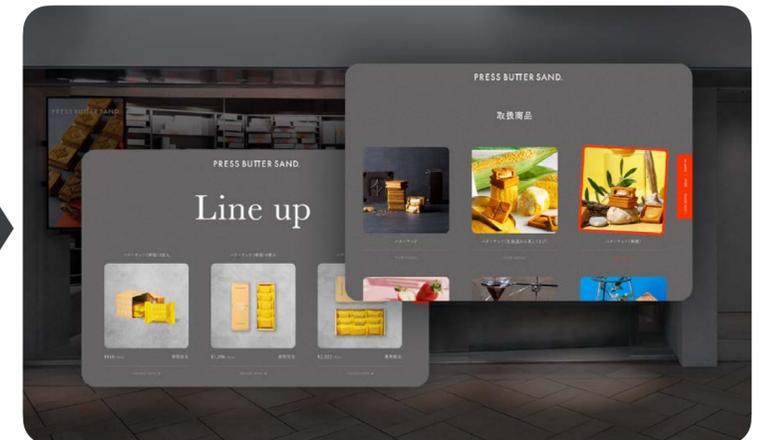
新たなブランド展開に合ったサイトへ刷新すべく、UI/UX改善、さらには更新性をより高めることがリニューアルのメイン課題



更新性の課題を解決しつつ、単に一枚画像を差し替えるのではなく、商品の特徴や味に合わせ、背景色などを自由に調整できるように



世界観が異なる複数のブランドを1つのサイトにまとめ、それぞれのブランドにあった世界観を表現



ビジュアルは洗練させ、機能面では、店舗や商品情報などBAKEでフレキシブルに更新し、実際の販売状況とのタイムラグが減少

FY2022 成長戦略

デザインのでビジネスを拡張

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

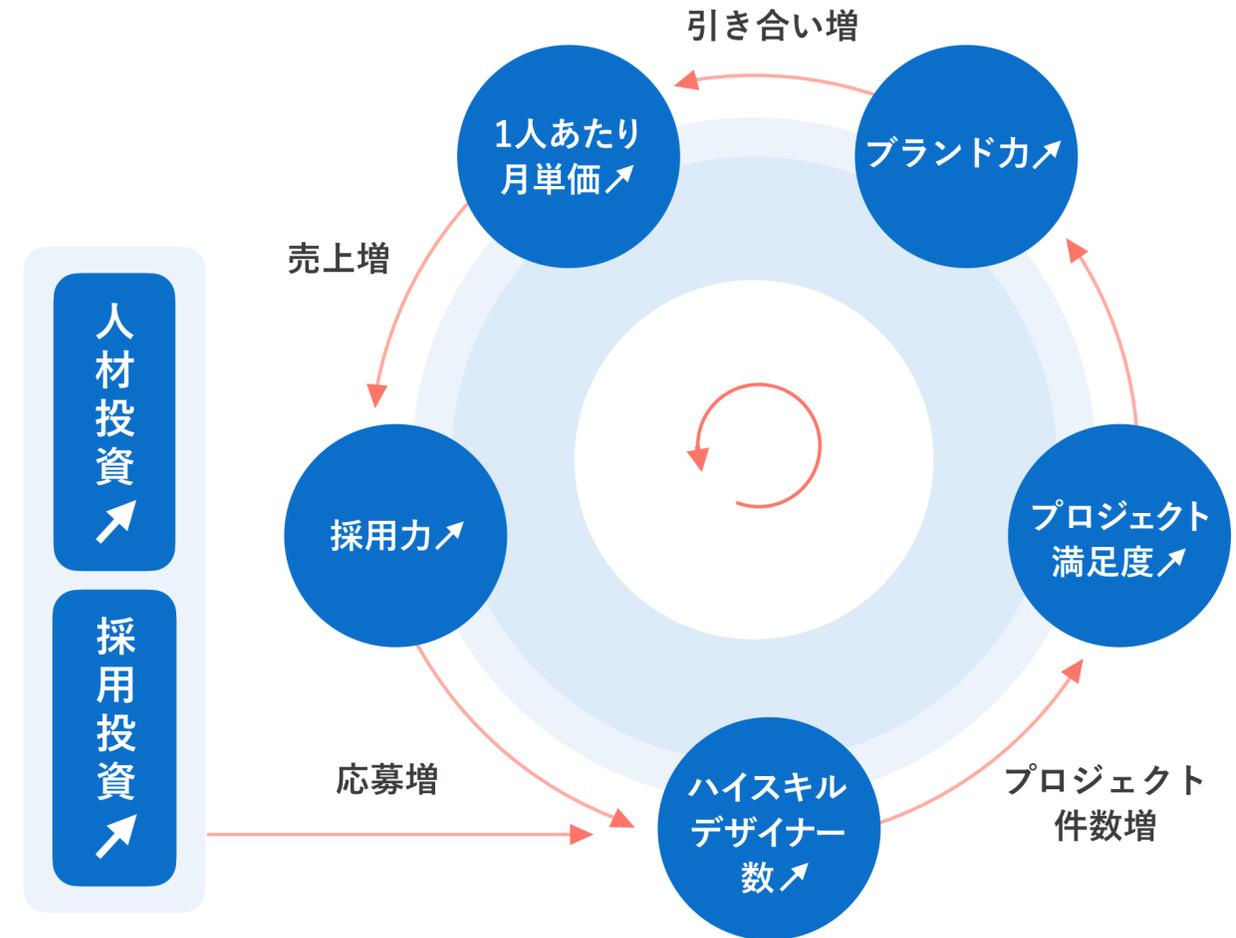
人材へ積極投資し、デザイン会社の枠を超えた組織体制の構築を推進

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及び水平方向へ拡張

上流のコンサル領域へ垂直拡張

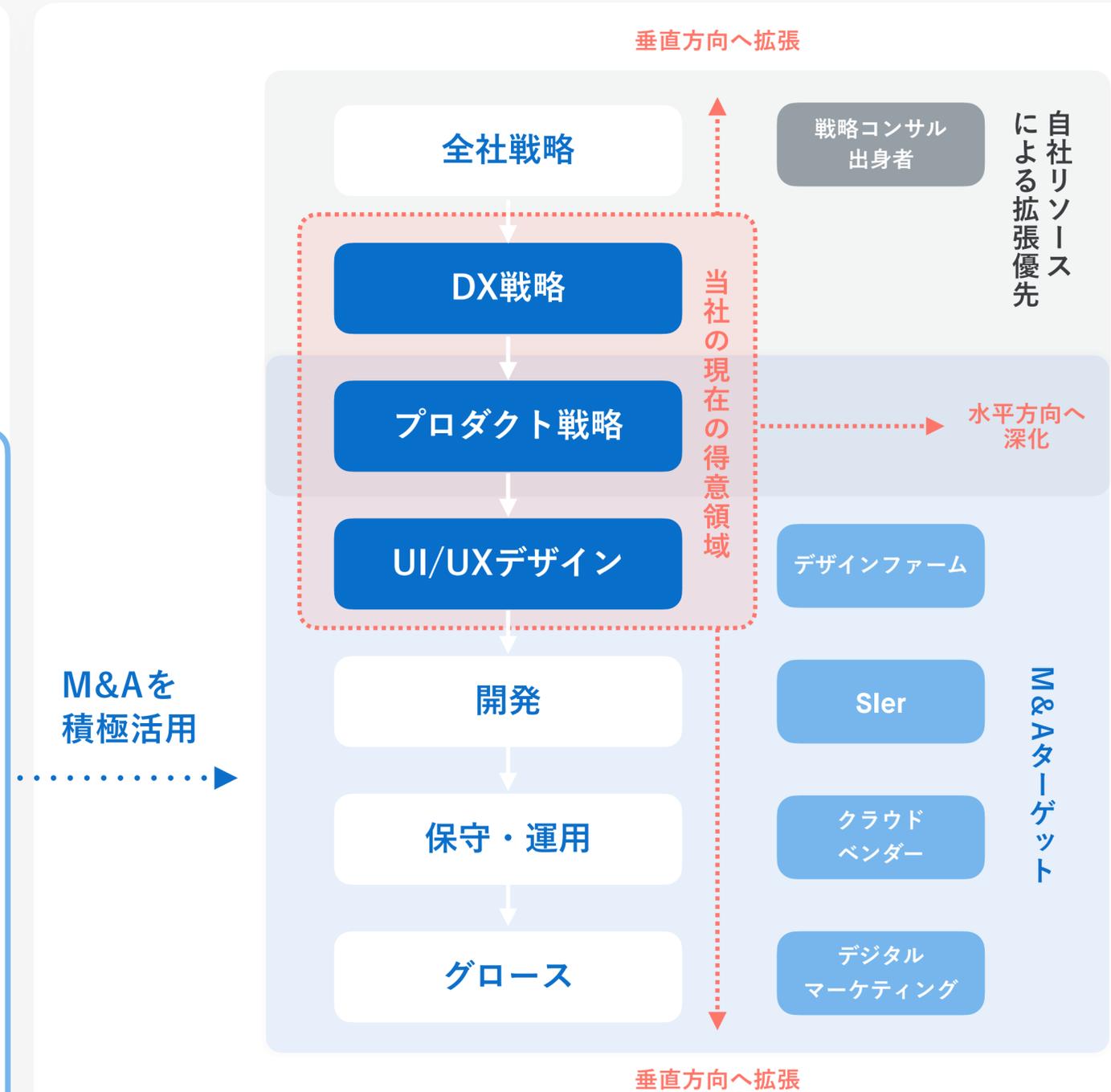
- 戦略コンサル出身者等を採用、より付加価値の高い上流の戦略領域へ
- 単価向上、より魅力的なプロジェクトの獲得

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

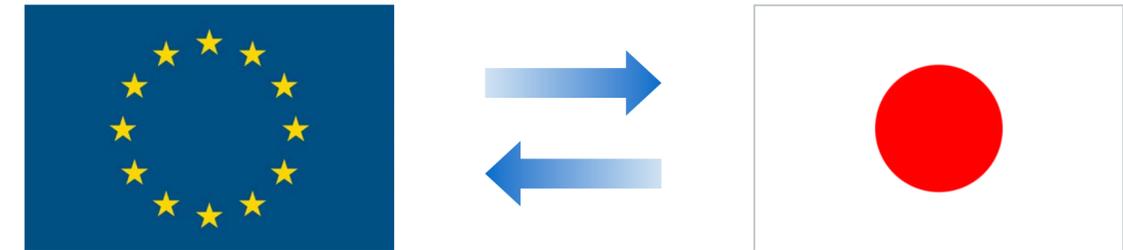
- デザイン人材規模を拡大し、提供能力を向上
- プロジェクト獲得の間口を広げ、より多くの顧客企業にリーチ



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

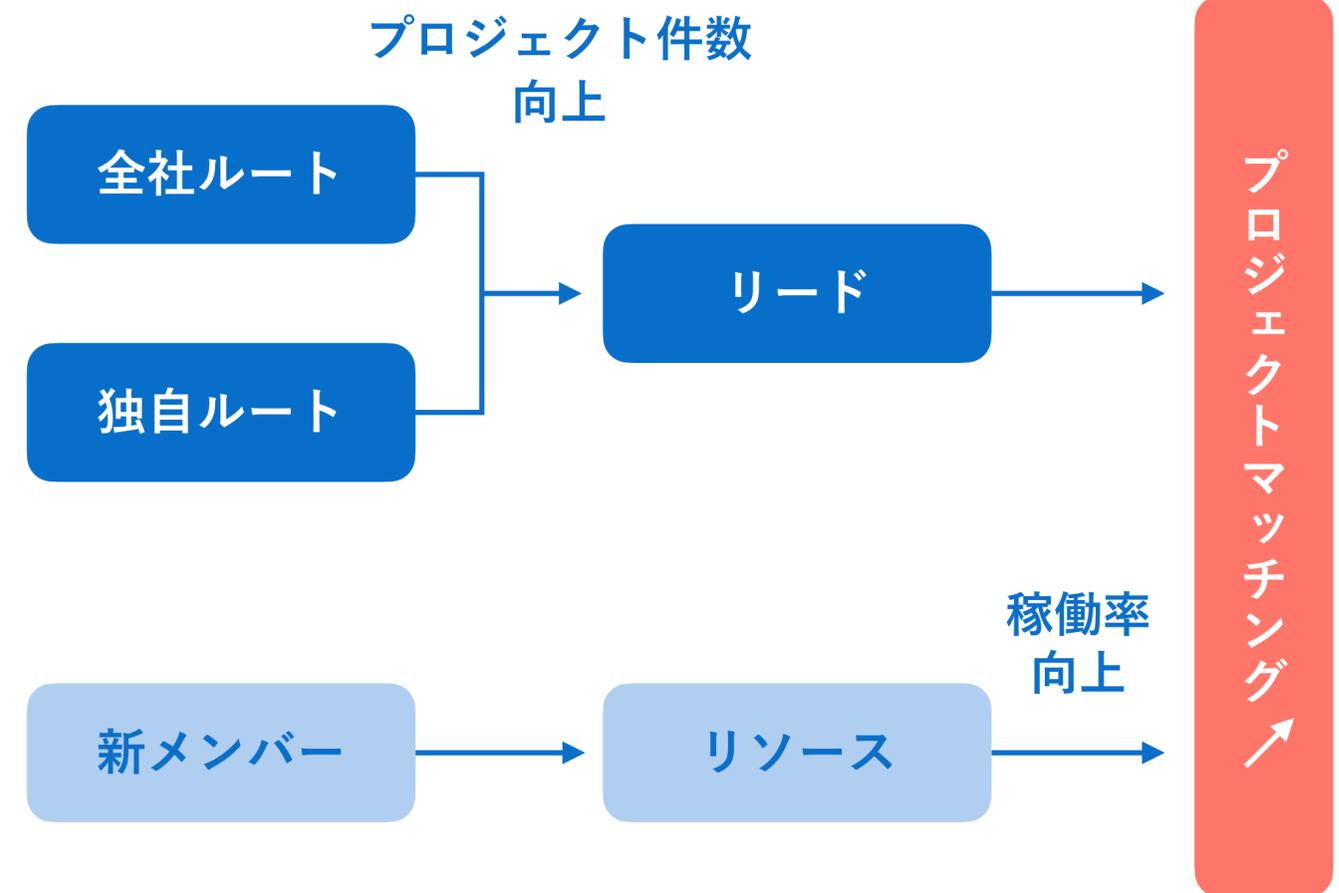
さらなる成長を目指し、プロジェクトの獲得力と提供力を強化

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

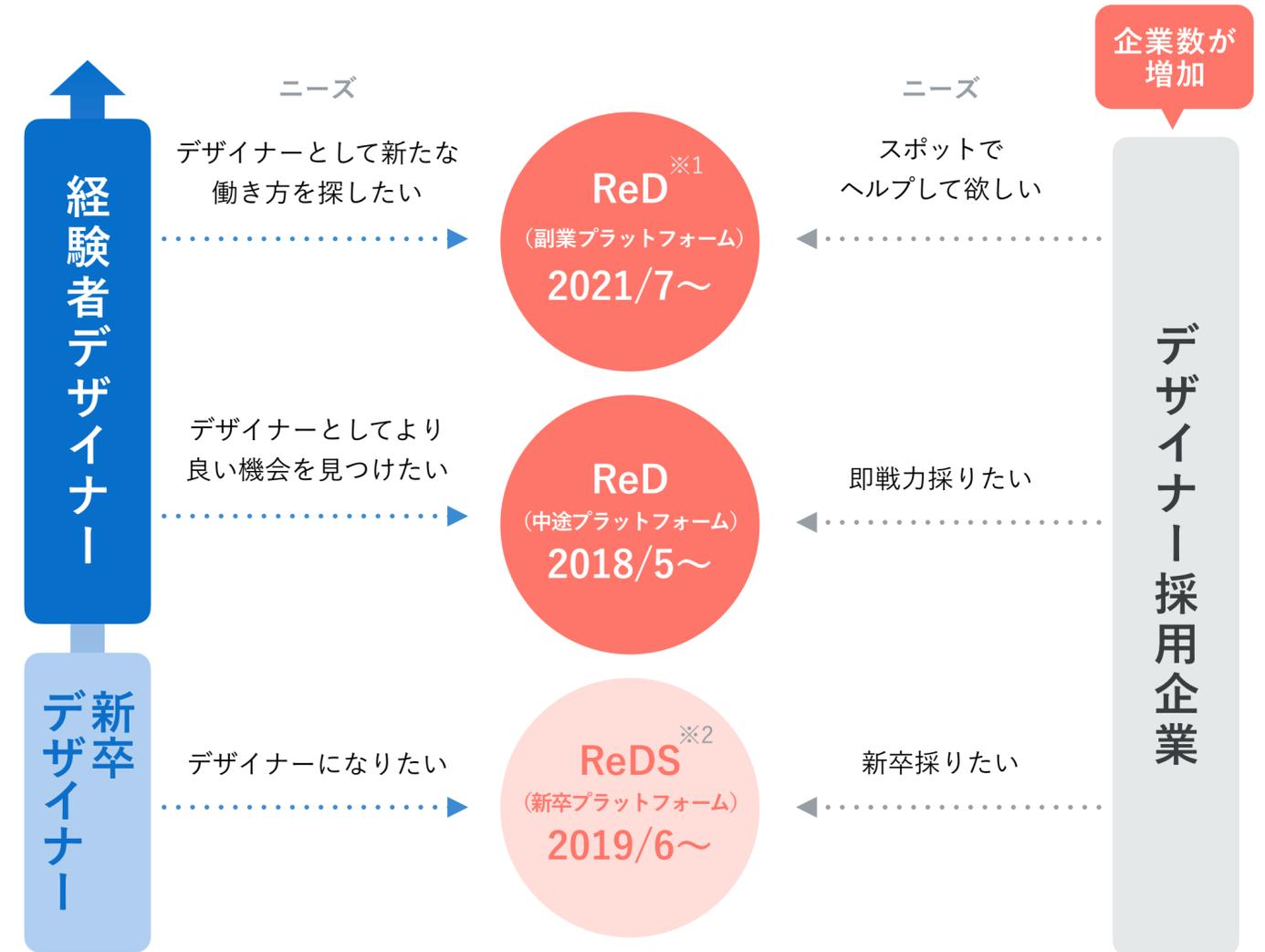
副業・フリーランスマッチングサービスを加速、ビジネス領域を拡大

- 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

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

Panasonic

meiji

AISIN

※正式利用企業の一部です。

デザインパートナー事業



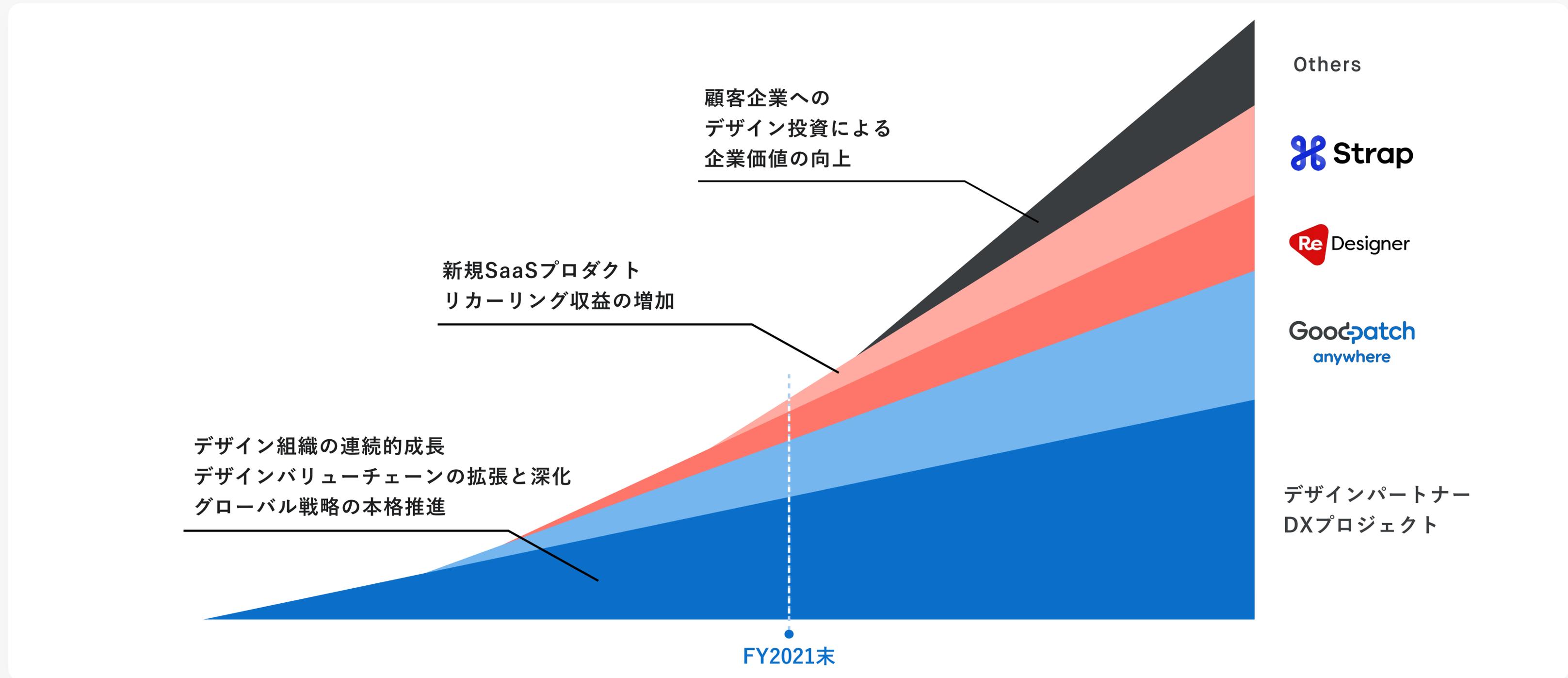
SaaS自社開発プロジェクト
(デザインプラットフォーム事業)



.....→
ノウハウの集約・
知見の転用

- 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入社。2015年5月にGoodpatch
GmbHを設立し、2015年11月より取締役に就任。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月グッドパッチに入社し、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入社。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入社。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

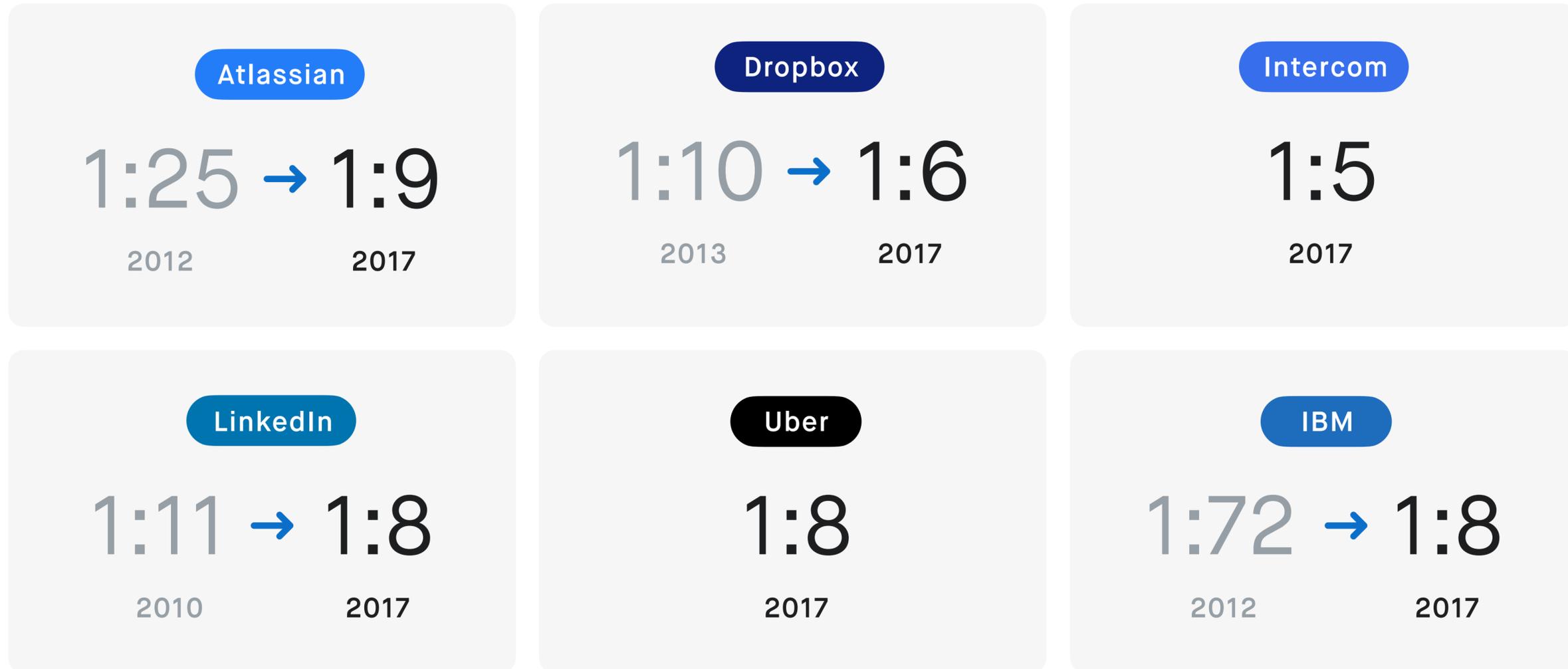
Twitter

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



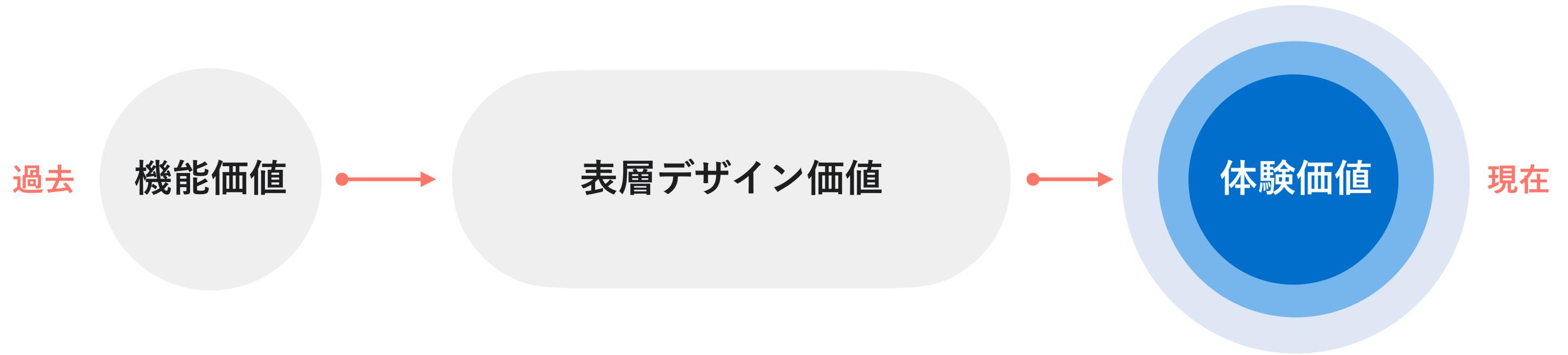
デザイナーの重要性がより増している

<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

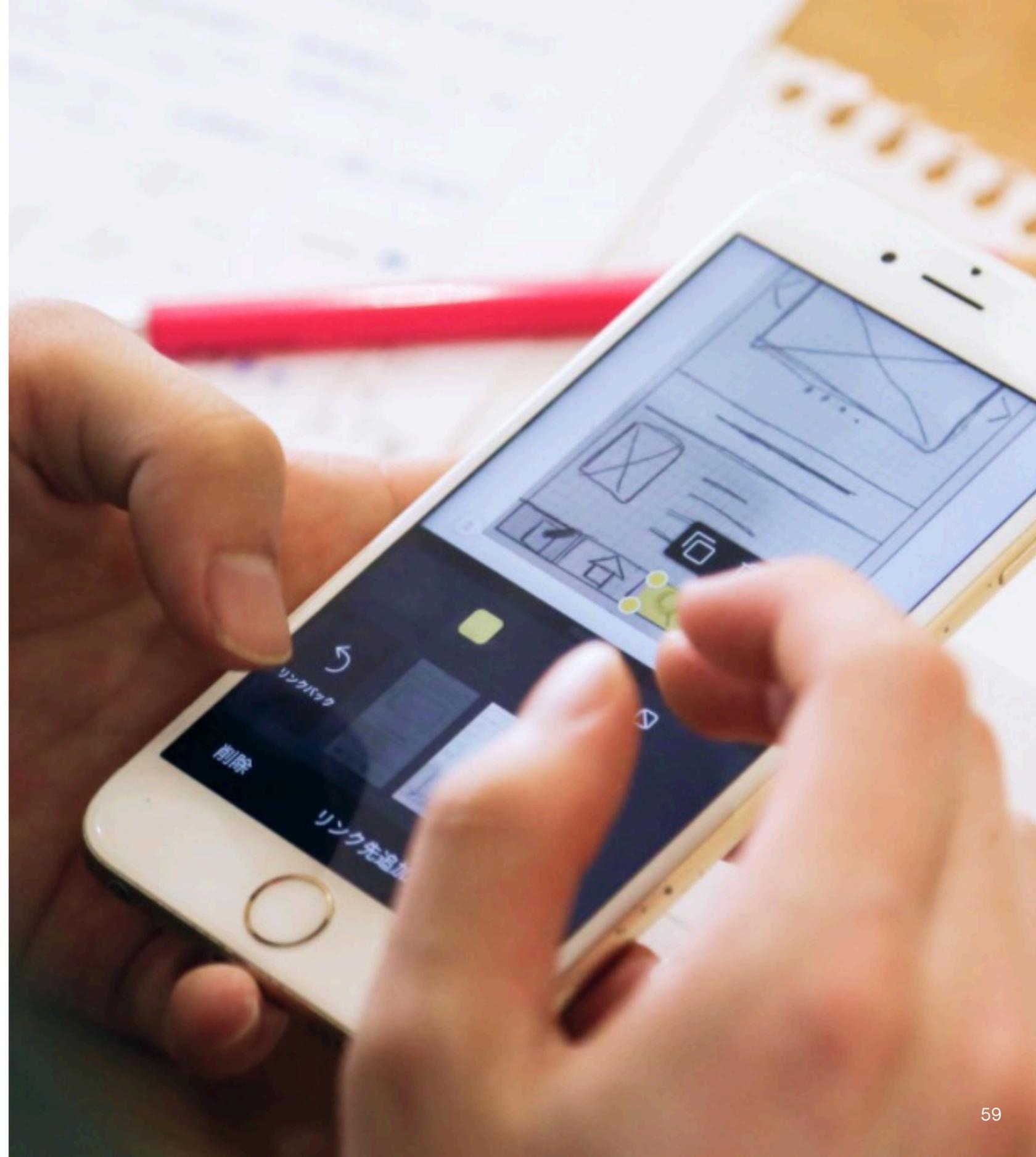
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

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



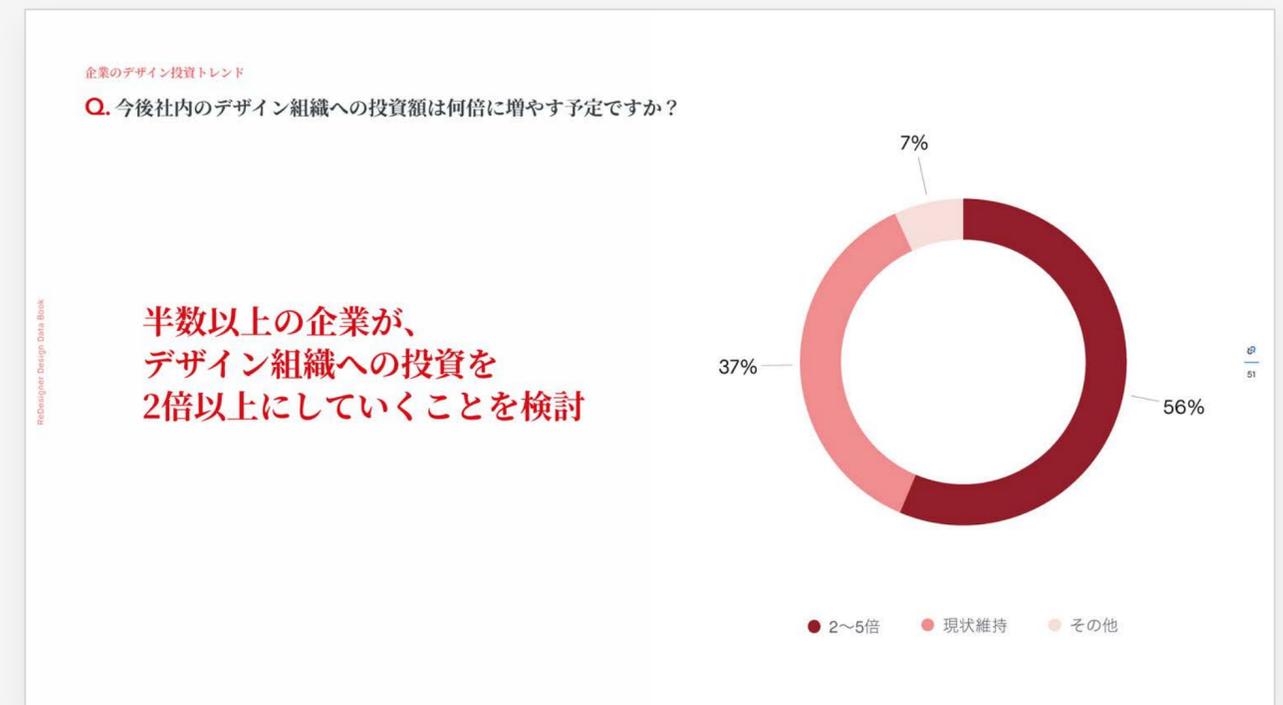
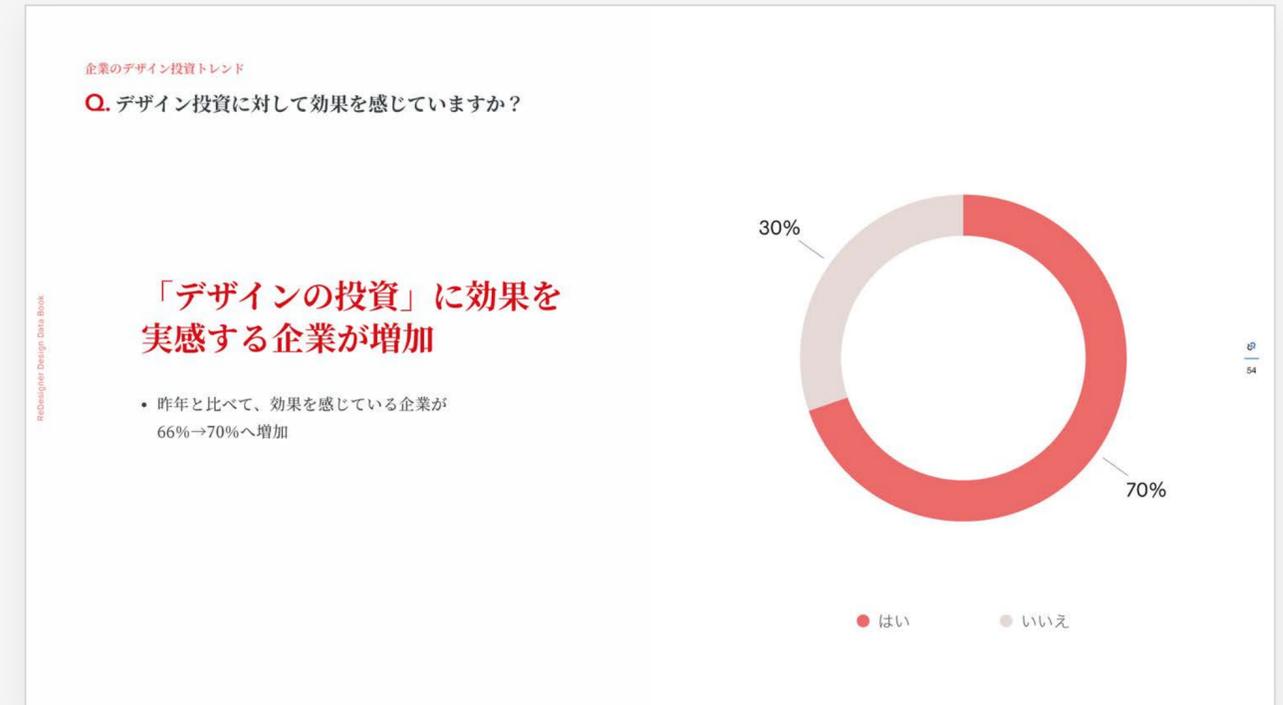
なぜ今デザインが重要なのか

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



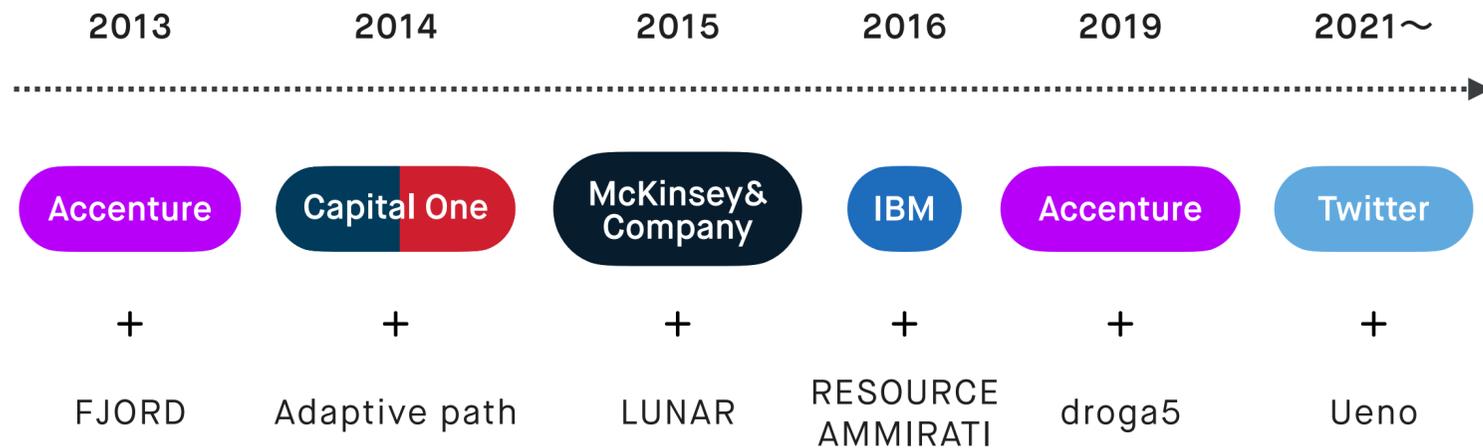
経済産業省・特許庁が発表した「デザイン経営」宣言をはじめ、国内ではデジタルを中心としたデザイン領域の重要性が増加

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



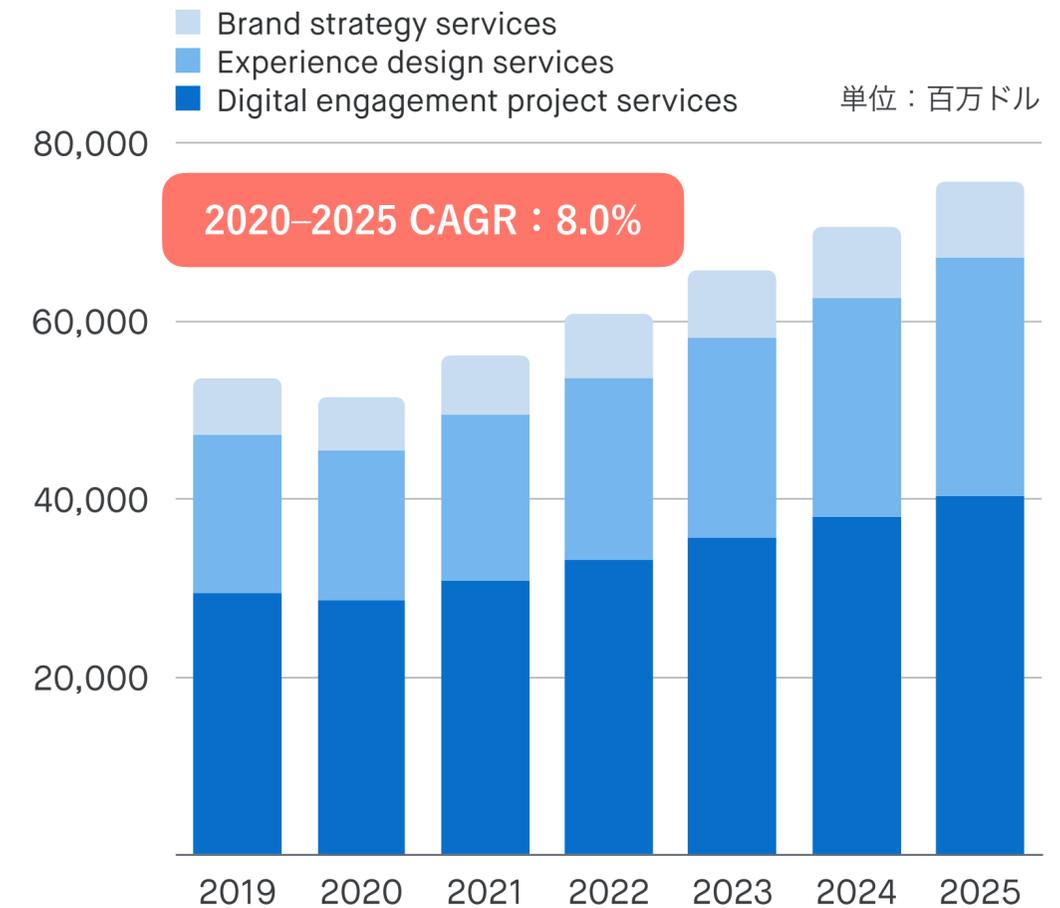
コンサル・金融機関が相次いでデザインファームを買収

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

CyberAgent

MIXI

PRTIMES



Lancers

RakSul

Unipos

ONE CAREER

bitkey



助太刀

FiNC

ContractS

every

Shippio

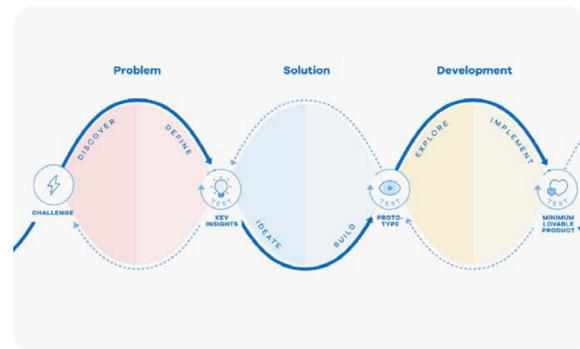
UI/UX領域での**圧倒的な実績とブランドバリュー**で**広告費を掛けず**
口コミとクライアントからの指名問い合わせでリードを獲得

※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

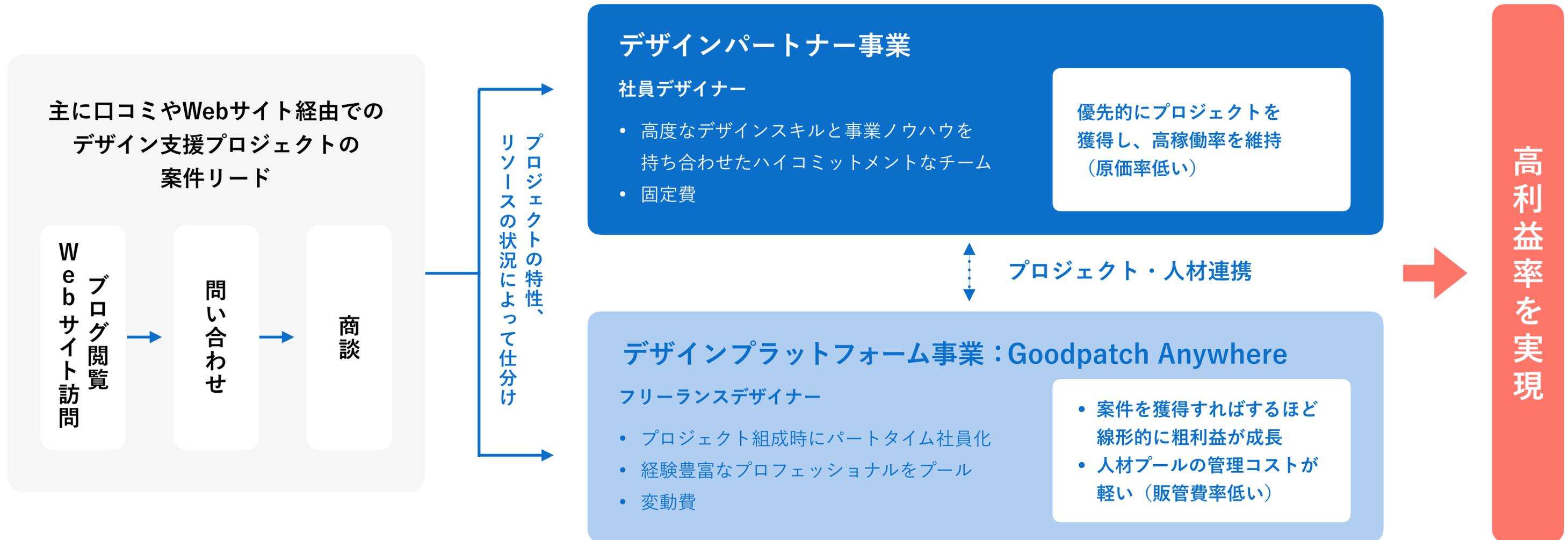
Goodpatch

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



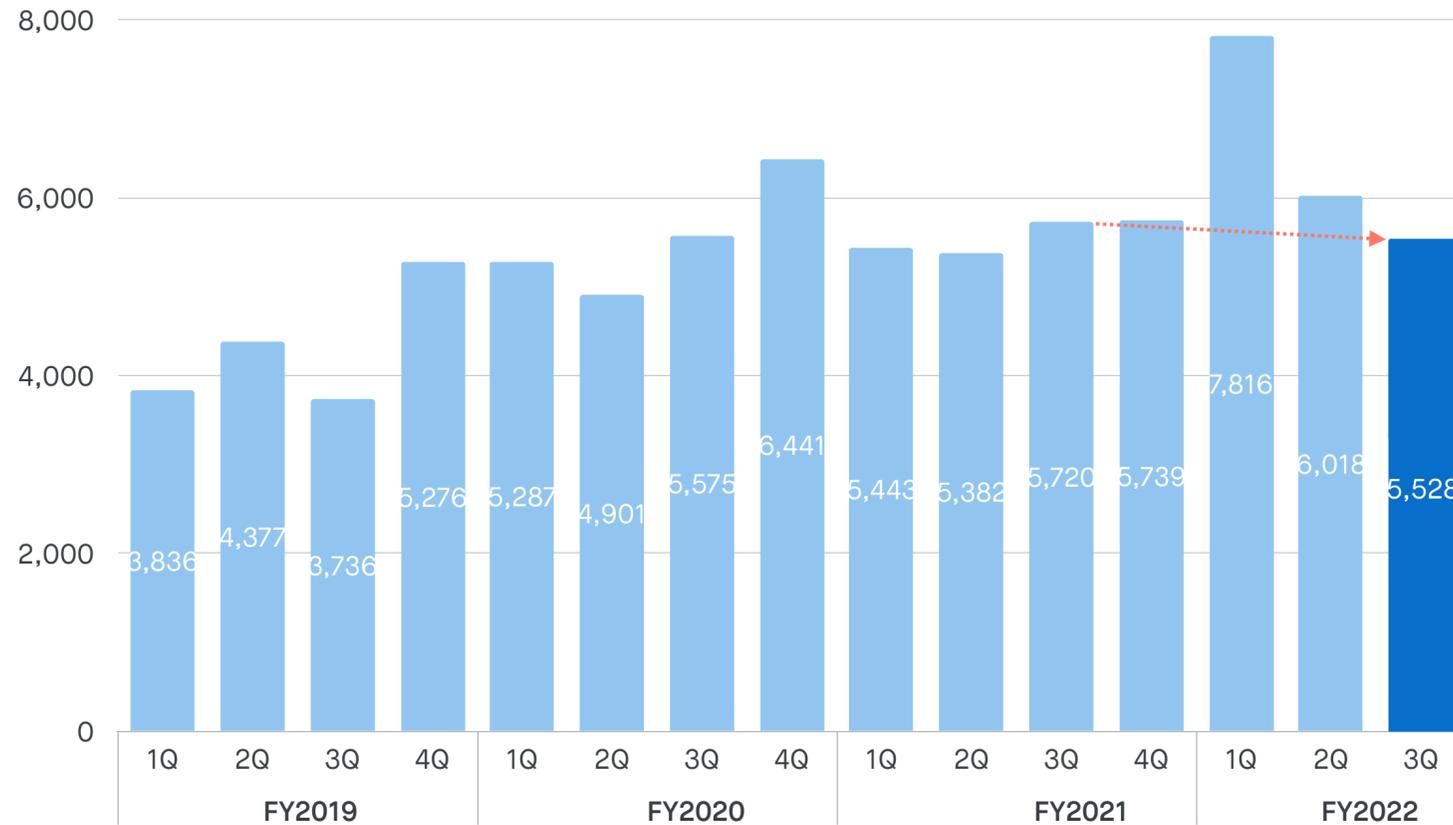
両事業が高度に連携したビジネスモデルで、高利益率を実現

参考数值

Reference Figures

プロジェクト月単価

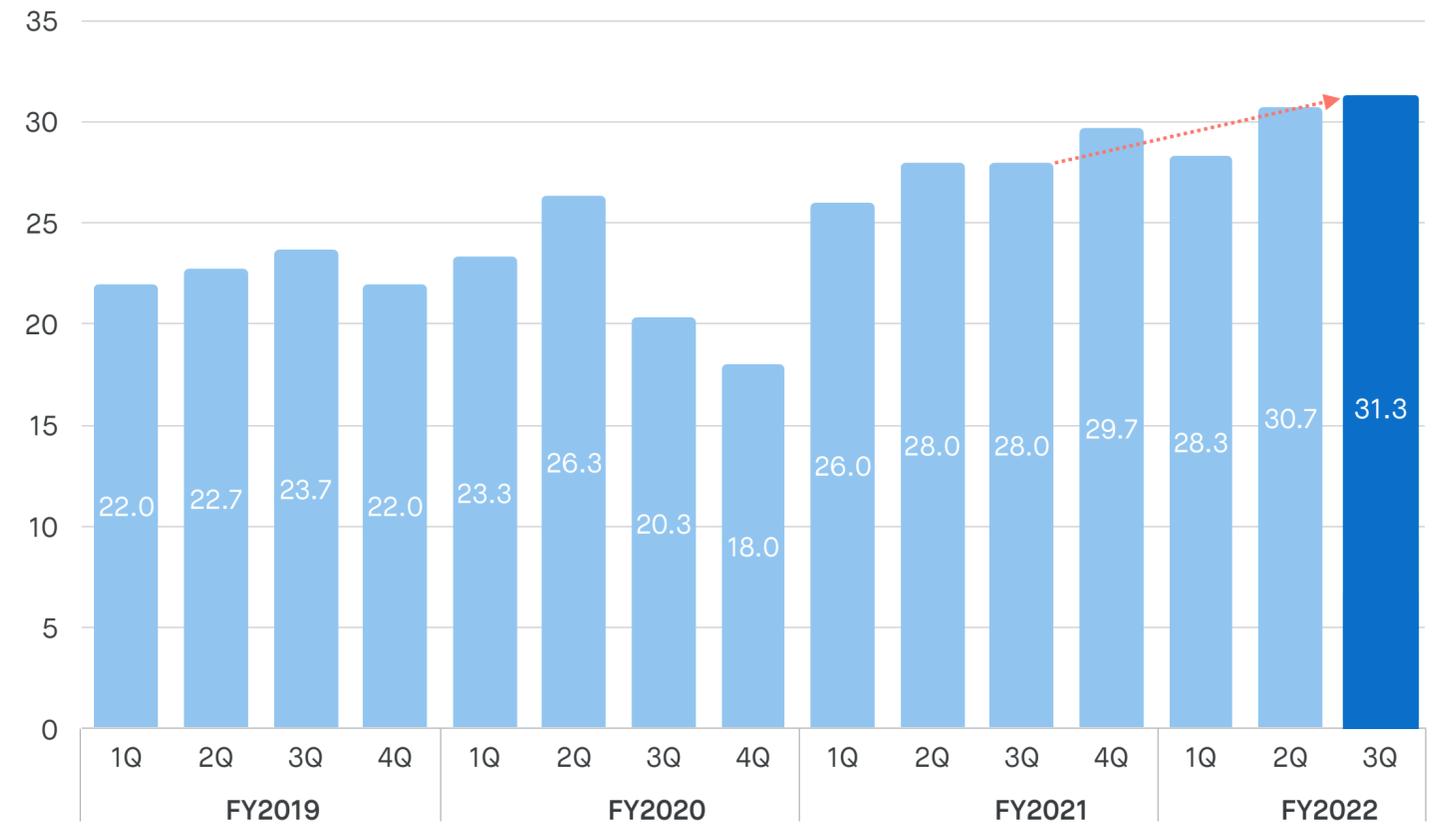
単位：千円



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

※プロジェクト月単価、月平均プロジェクト件数にディテイルズの数値は含めておりません。

本資料及び本説明会におけるご説明に含まれる将来の予測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 ♥