

事業計画及び 成長可能性に関する説明資料

株式会社グッドパッチ（証券コード：7351）

2022年11月28日

- 01 会社概要
- 02 なぜ今デザインが重要なのか
- 03 事業内容
- 04 当社ビジネスを取り巻く環境
- 05 当社の特徴と優位性
- 06 事業実績
- 07 成長戦略
- 08 認識するリスク
- 09 APPENDIX

会社概要

Company Overview

会社概要

基本情報

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

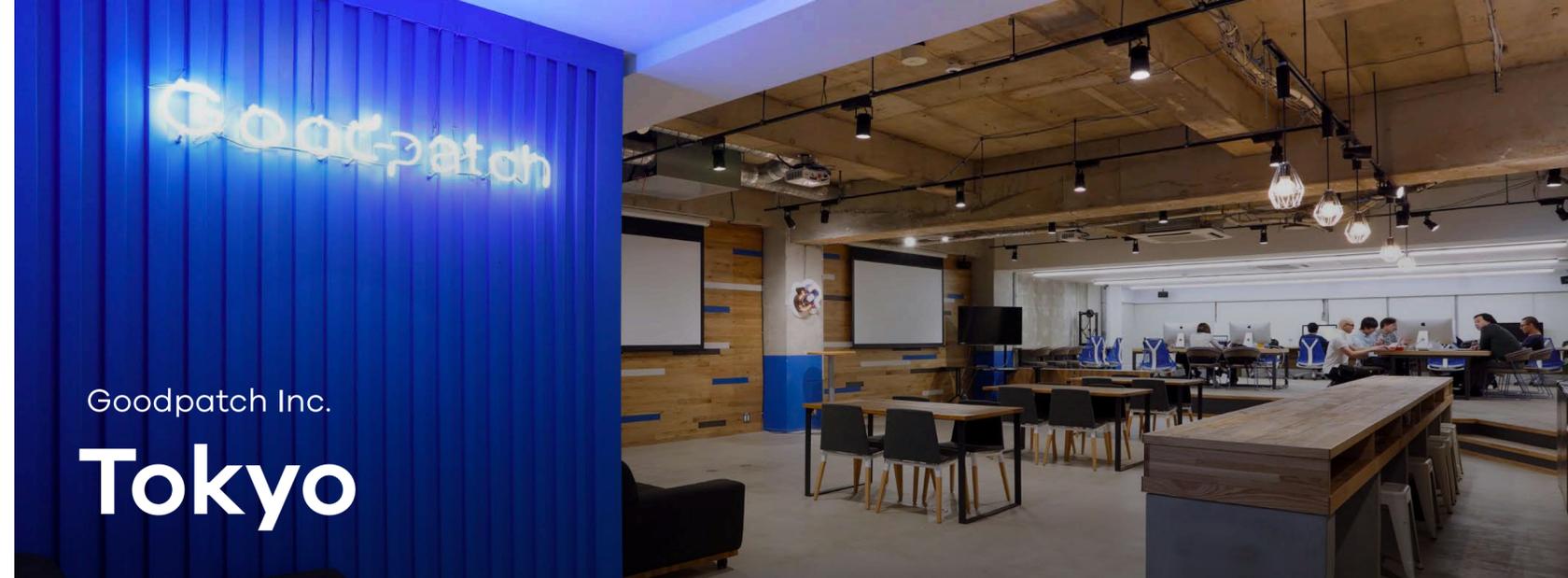
従業員数 251名（正社員 2022年8月末日時点 連結）

経営陣	代表取締役社長 / CEO	土屋 尚史
	取締役執行役員	松岡 毅
	取締役執行役員 / CFO	槇島 俊幸
	社外取締役	小塚 裕史
	社外取締役	佐藤 あすか
	社外取締役	広木 大地
	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 (100%)、株式会社スタジオディテイルズ (100%)、
(持分比率) 株式会社Muture (40%)、株式会社エックスポイントワン (33%)

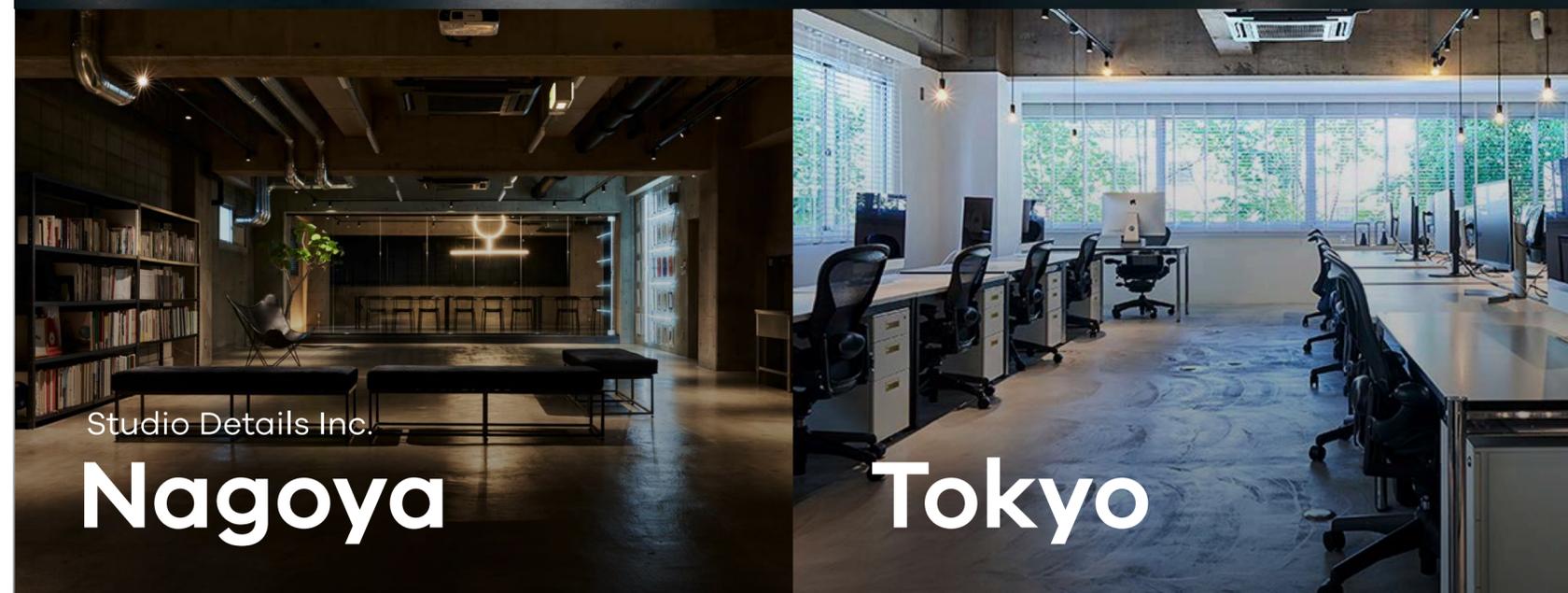
拠点 日本（東京、名古屋）、ドイツ（ベルリン）



Goodpatch Inc.
Tokyo



Goodpatch GmbH
Berlin



Studio Details Inc.
Nagoya

Tokyo

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

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

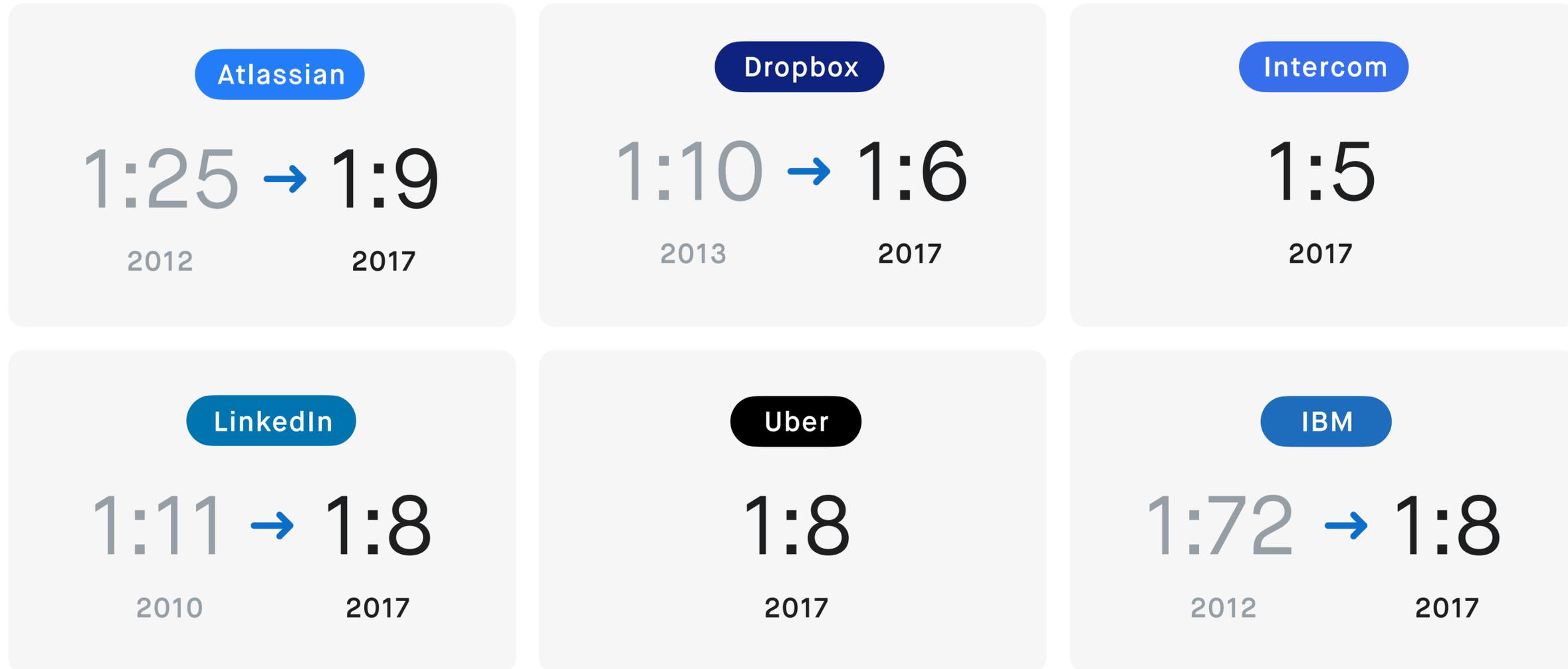
Twitter

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

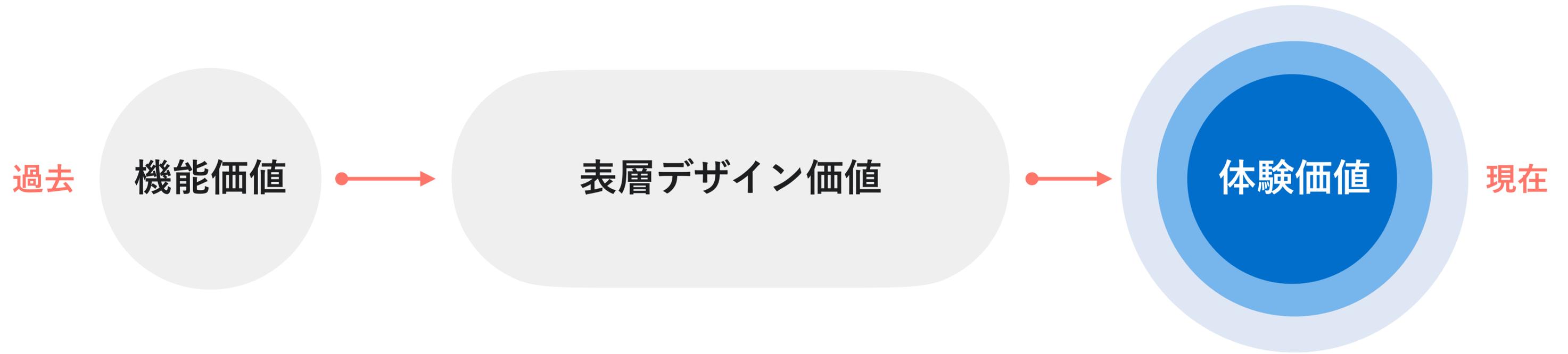


デザイナーの重要性がより増している

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

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

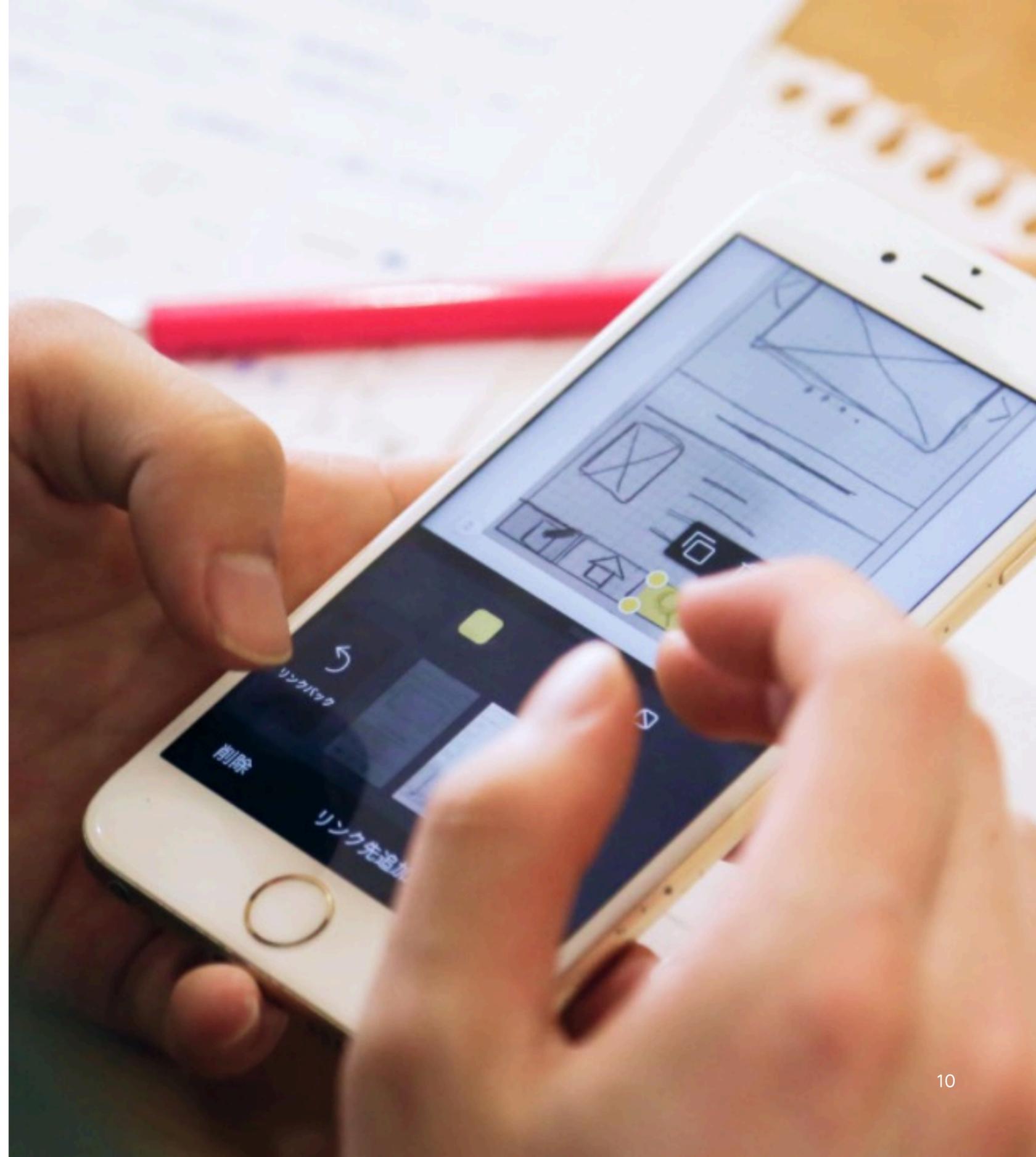
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

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



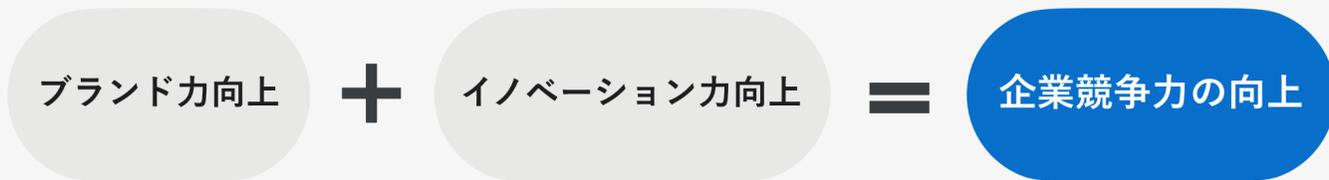
なぜ今デザインが重要なのか

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

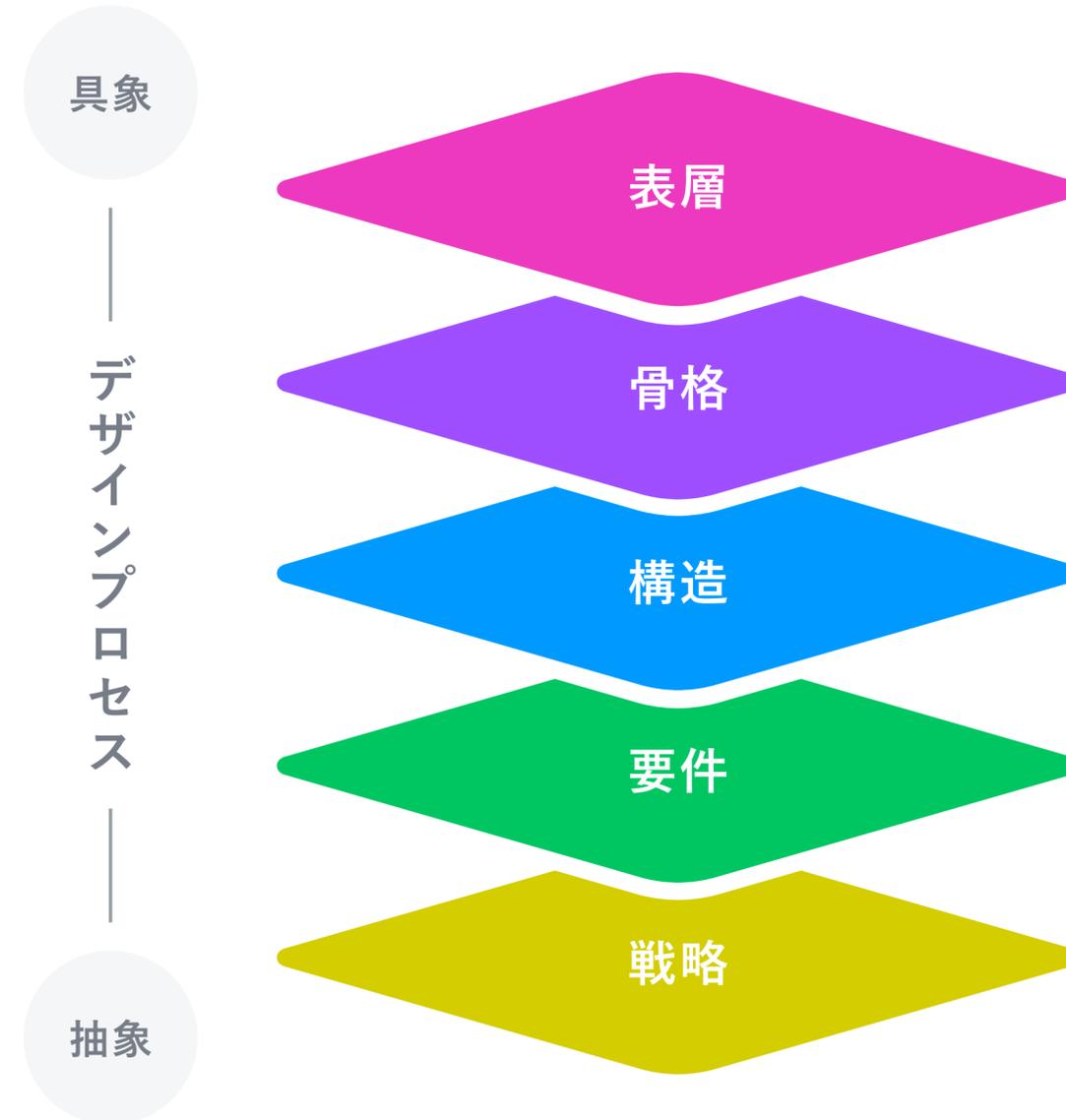
デザイン経営の効果



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

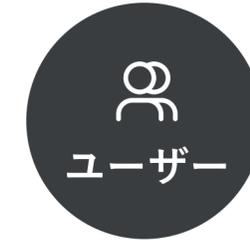
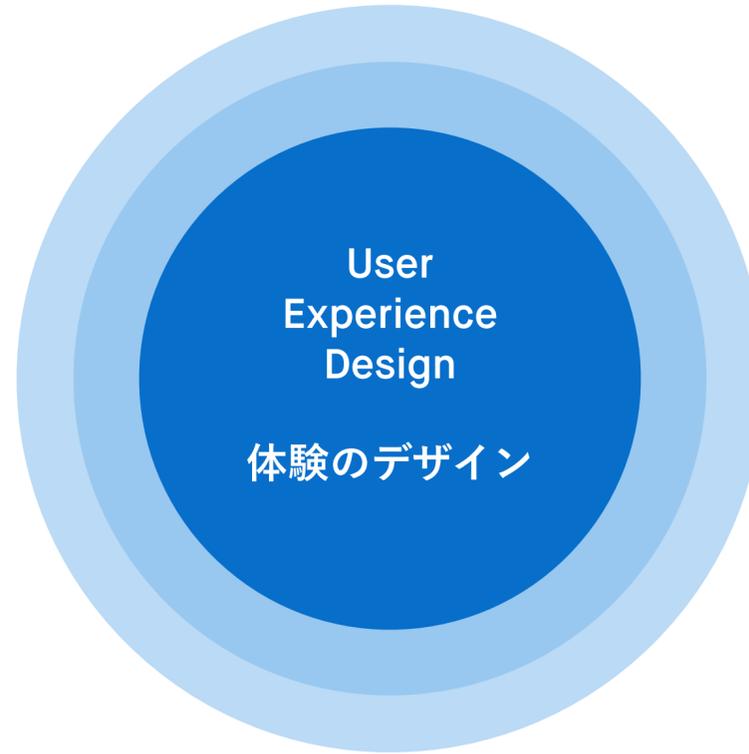
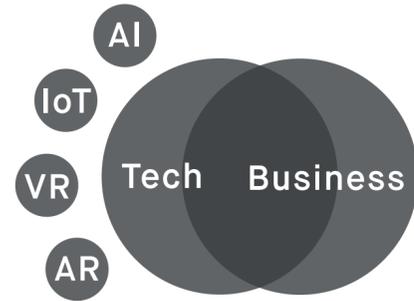
デザインの5段階モデル



“The Elements of User Experience” を元にした、Goodpatchによる再解釈

なぜ今デザインが重要なのか

なぜ今デザインが重要なのか・DXにおける体験のデザインの立ち位置



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」

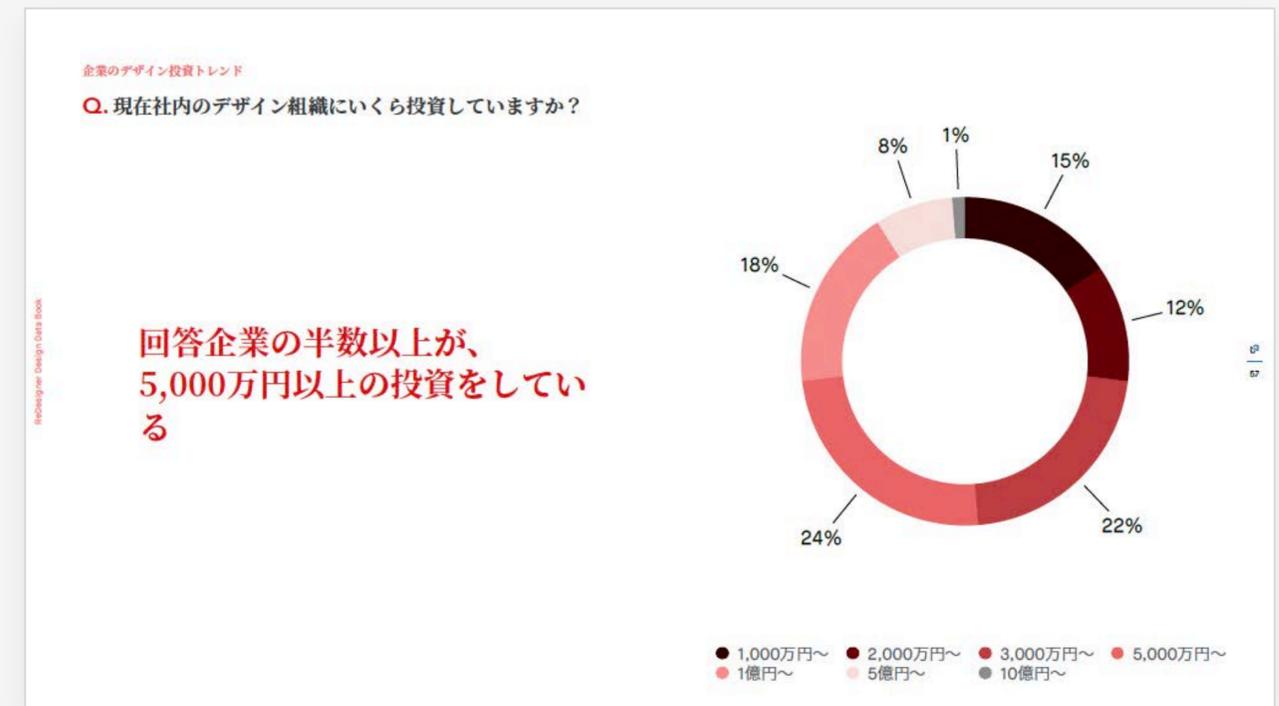
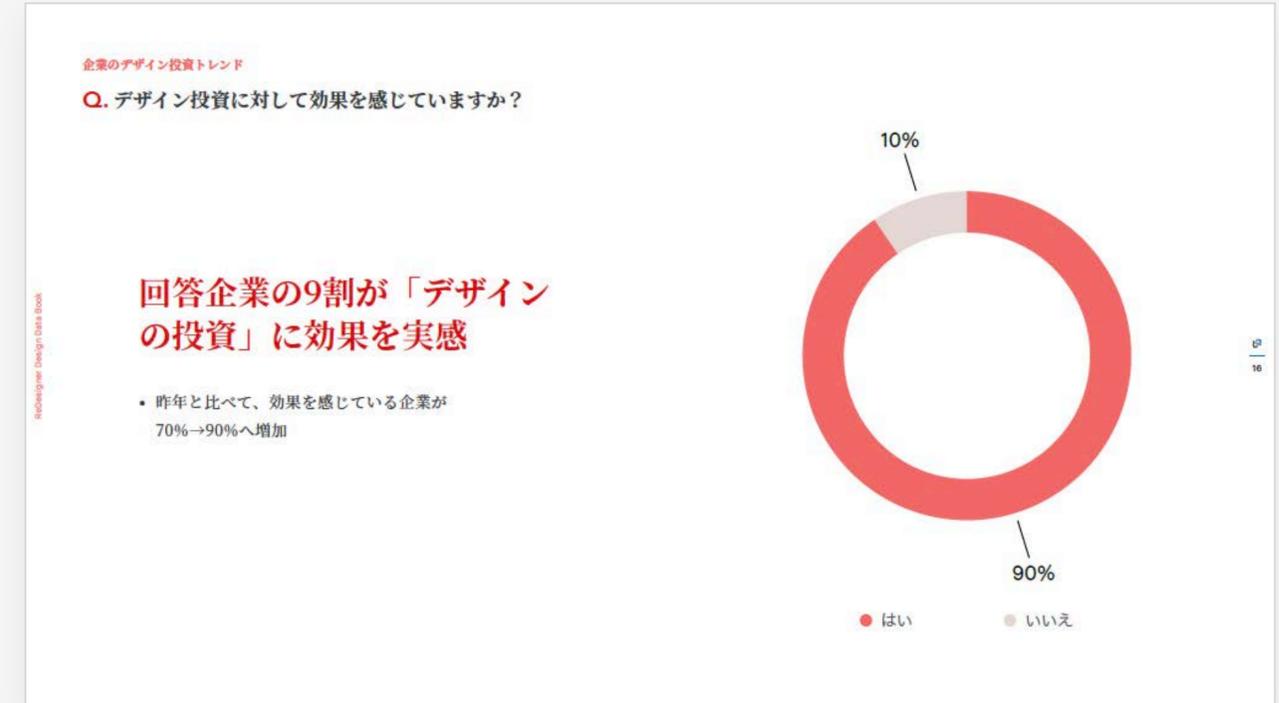
なぜ今デザインが重要なのか

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

2021年から2022年にかけて、デザインへの投資に効果を感じている企業が**70%から90%に増加**

デザイン組織に5,000万円以上投資する企業も**43%から51%に増加**
デザインへの投資に積極的な企業は増加傾向



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

2018/5

「デザイン経営」宣言

経産省 特許庁



2019/3

高度デザイン人材
ガイドライン

経産省



2020/3

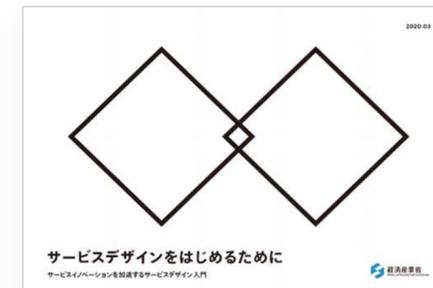
「デザイン経営」の
課題と解決事例

特許庁



サービスデザインを
はじめるために

経産省



2020/4

デザイン政策
ハンドブック

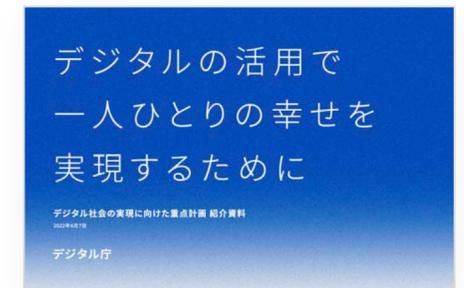
経産省



2022/6

デジタル社会の
実現に向けた重点計画

デジタル庁



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

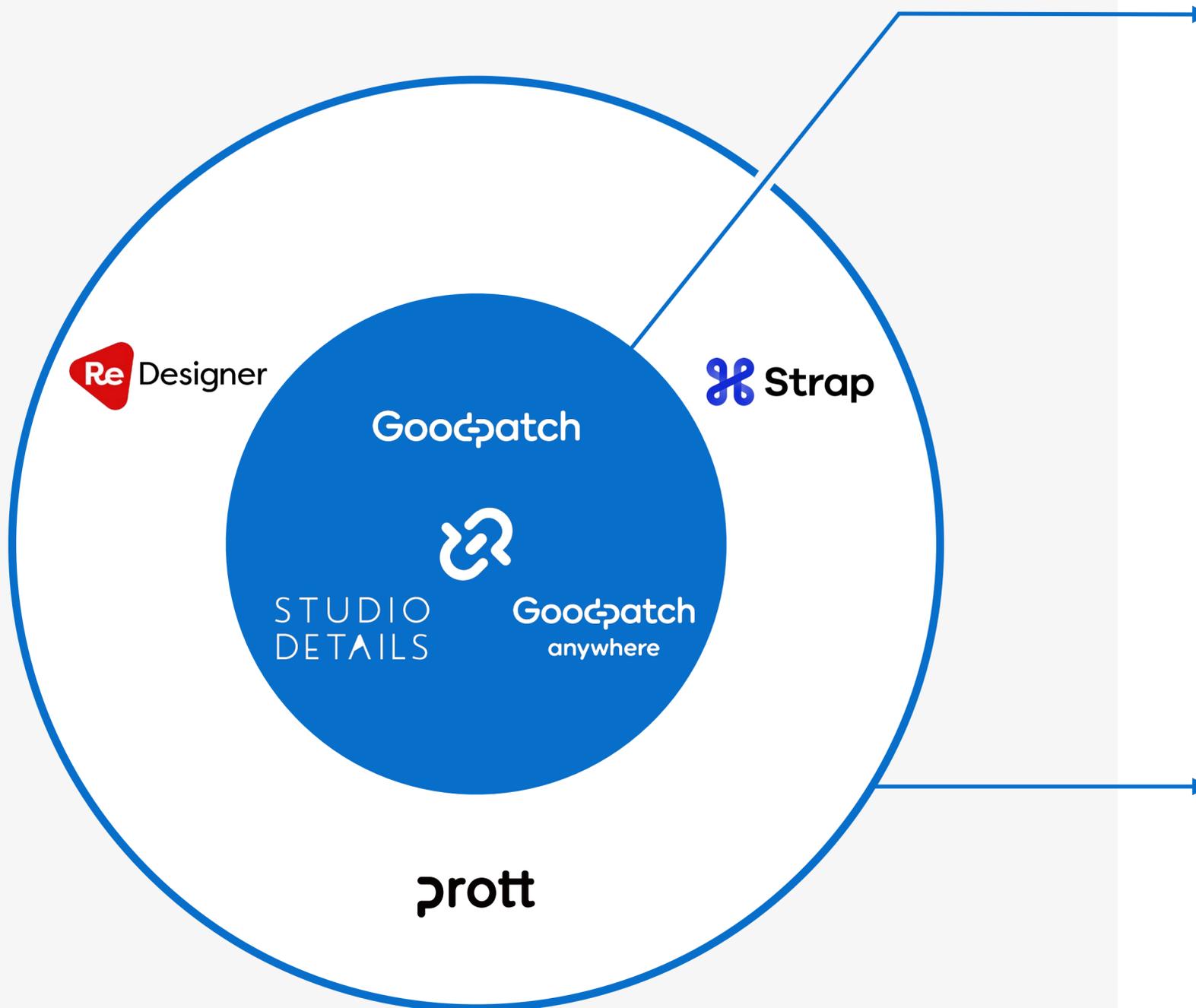
事業内容

Business Information

デザインの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です

2つの事業セグメント



事業セグメント1

デザインパートナー事業

Goodpatch : 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。新規事業立ち上げや既存事業リニューアル、企業のデザイン戦略の立案やデザイン組織の構築も支援

スタジオディテイルズ（以下、ディテイルズ） :

2021年12月に買収した名古屋発祥のデジタルブランディングファーム。Web、アプリ、グラフィック問わず、顧客企業のクリエイティブやブランディング戦略を支援

Goodpatch Anywhere[※] : 登録した外部デザイナー人材により、フルリモートでUI/UXデザインプロジェクトを実施

事業セグメント2

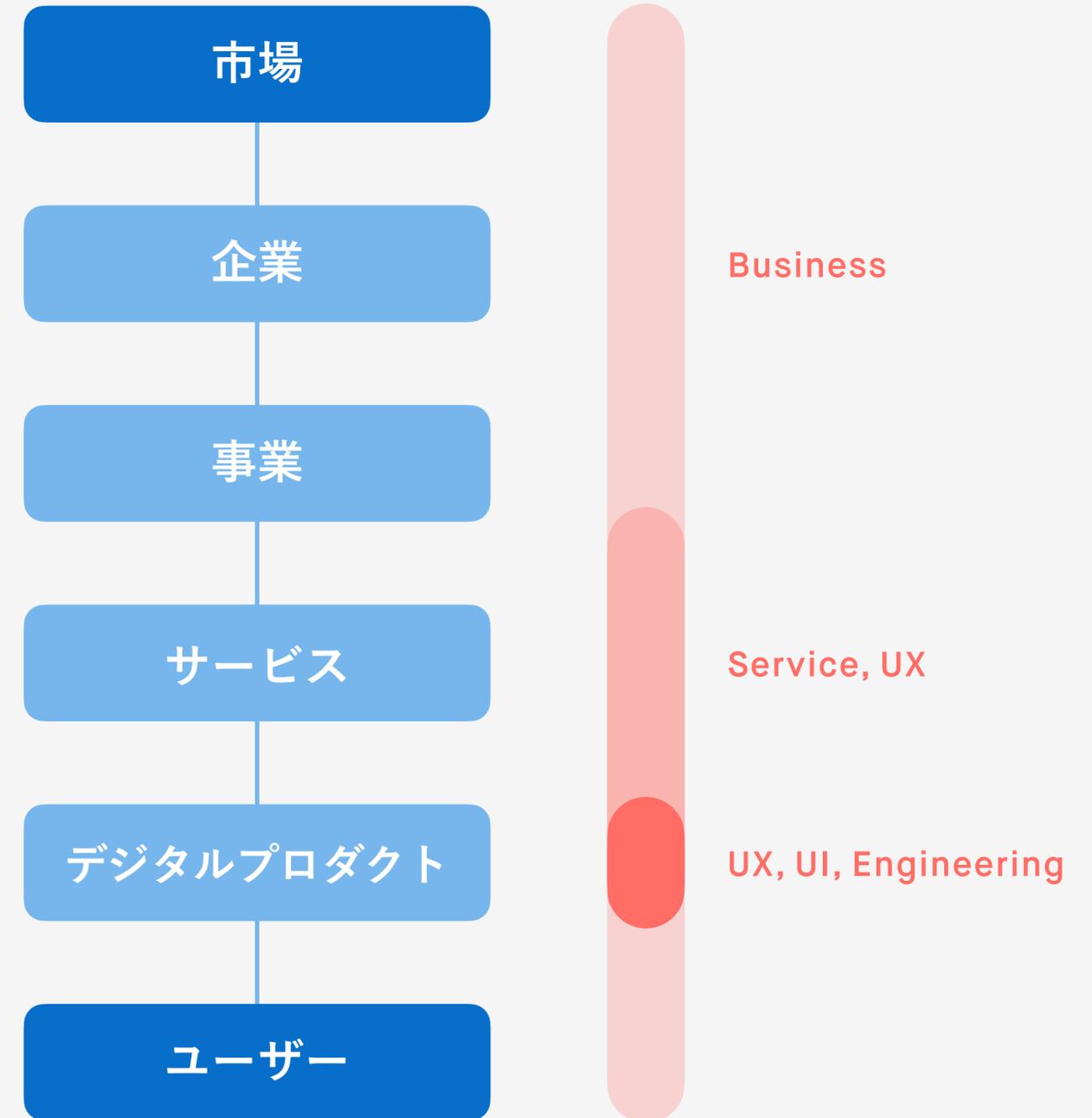
デザインプラットフォーム事業

デザイナー特化型キャリア支援サービス「**ReDesigner**」、オンラインホワイトボードツール「**Strap**」、プロトタイピングツール「**Prott**」、などの自社サービス・プロダクトを提供

デザインパートナー事業

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8~10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



メドレーのオンライン診療・服薬指導アプリ「CLINICS」のリニューアルを支援



- 将来あるべき姿を具体化し、目標から逆算してプロダクト構想策定支援・ユーザーリサーチ・UIデザイン・開発まで一気通貫でサポート
- オフラインでの通院体験に寄り添いアプリ上の機能を明確化し、オンライン体験を再構成

CLINICSアプリ：Goodpatchによるデザイン支援の内容



既存プロダクトと紐付けながら、将来あるべき姿を可視化するビジョンプロトタイプを設計

ユーザーの課題（インサイト）を抽出し、アプリ上の機能内容を明確化

リアルでの通院体験をオンライン向けに磨き上げ、UIをリデザイン

数年先を見据えたシステム構造を設計し、UIと開発を実装

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



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

株式会社Legaseedの新規事業開発（採用領域SaaS）を支援



課題

- 会社を支える新規事業を創出したい
- 既存事業のノウハウを取り入れた競争力の高い事業、プロダクトを作りたい
- ソフトウェアプロダクト開発について知見が少ない

解決策

- 経営者のビジョンを可視化し、新卒採用という事業領域における課題の把握
- 既存顧客インタビューからインサイト抽出、課題仮説の設定
- 事業のアイデアを創出し、事業コンセプトの策定とコンセプト検証
- ビジネスモデルと事業計画の策定

Goodpatchによるデザイン支援の内容

どの領域を対象とするのか？
Legaseedが新規事業に取り組む意義

はたらくを、しあわせに。

御社の強みが最も発揮される人事コンサル事業領域で
脱・労働集約型のデジタルプロダクトを作る



どの領域を対象とするのか？
領域の選定

デジタルプロダクトで
最初に取り組み領域

	設計	集客	魅了	判断
顕在的なニーズの強さ	△	○	○	△
潜在的なニーズの強さ	○	△	○	△
Legaseedの強みとの相性	○	○	○	△



事業アイデア：ストーリーA
コンセプト

学生の本音が見えてくる。
採用したい人にリソースを集中できる。



新規事業の第一歩として、創業者のビジョンを探り、対話を重ねて経営者の考えを可視化

リサーチやインタビューを通して、新卒採用を取り巻く企業のペインを把握

複数の事業アイデアを検証し、既存資産とのシナジーを生むビジネスモデルや事業計画を作成

他の事業とのシナジーを考慮したグロース戦略を策定し、「miryo+」をリリース

デジタルだけに留まらず、国内外で受賞実績を積み上げ、ブランドデザインの領域を拡大

グッドデザイン賞ベスト100

リンナイ 給湯暖房・ふろ給湯器リモコン
(ブランディング、プロダクト)



Red Dot Design Award

THE iF DESIGN AWARD グッドデザイン賞

リンナイ 無水調理鍋“Leggiero”
(ブランディング、プロダクト)



AICHI AD AWARDS 2022

(GOLD PRIZE etc.)

養老ミート (ブランディング、Web)



CSSDA (WOTD)

DATEGRID Inc.
CIRCUS Shanghai Inc.
KITAMURA MAKURA
PRESS BUTTER SAND
RARA



AWWWARDS (SOTD)

CIRCUS Shanghai Inc.



FWA (FOTD)

CIRCUS Shanghai Inc.
KITAMURA MAKURA
PRESS BUTTER SAND
RARA



AICHI AD AWARDS 2022



awwwards.



※上記は2021年9月から2022年8月までにディテイルズが受賞したアワードの一部です。

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

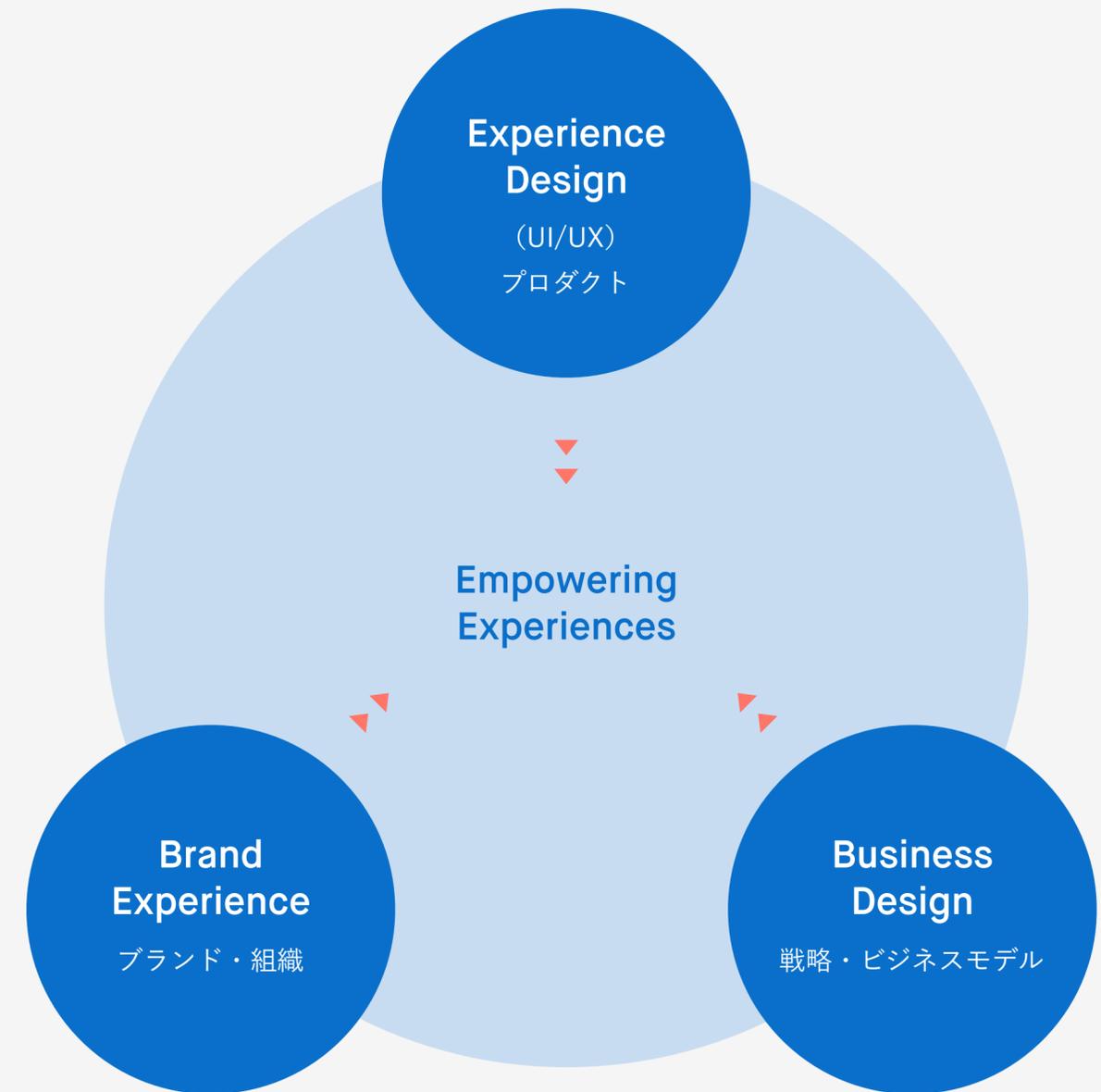
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）
ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現

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



デザインパートナー事業・豊富な実績（企業別）

支援後
9社が上場！
FiNC, bitkeyには出資

BtoC, BtoB エンタープライズ

スタートアップ



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ラインナップ
9年連続計12回のグッドデザイン賞受賞（自社プロダクト、ディテイルズ含む）

※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。

デザインパートナー事業・豊富な実績（産業別）

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

直近の産業・分野

デザインニーズの広がり

以前の産業・分野

あらゆる産業で
デザインによる
課題解決ニーズが
高まっている

流通・D2C

セルフレジ
ECモール



金融・FinTech

独自通貨
ペイメントアプリ
キャッシュレス
FXサービス



to C サービス

サービスプラットフォーム
動画プラットフォーム
デジタルコンテンツ配信サービス



to B サービス

アドテクノロジー
ビッグデータ活用プラットフォーム
ブロックチェーン技術とIoT連動



食品・ヘルスケア

IoT（自販機）と健康アプリ



製造・メーカー

ビジネスプロセスイノベーション
新規事業立案



IT・通信

データウェアハウス事業
新規事業リサーチ
デザイン人材開発



建設・不動産

新規事業立案
施設有効利用サービス
労働効率化サービス



物流・エネルギー

国際物流
エネルギー関連新サービス



モビリティ

新世代モビリティ、自動運転体験
コネクティッドカー
MaaS（シェアリングキックボード）
次世代地図サービス



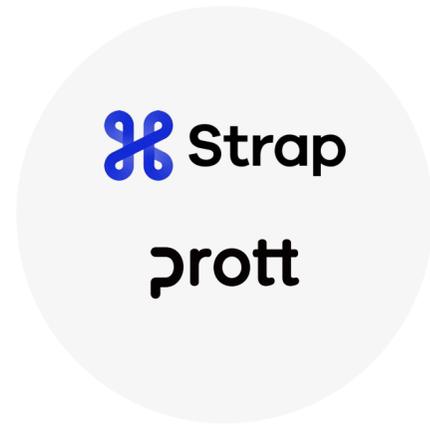
医療・介護

遺伝子解析サービス
企業ブランディング
遠隔医療サービス



※上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。

デザインプラットフォーム事業



SaaS型

オンラインホワイトボードツール プロトタイピングツール

収益モデル

- ユーザー企業の組織サイズに合わせて様々なプランを提供
- 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2万円強を想定した月額課金型モデル



デザイナー特化型 キャリア支援サービス

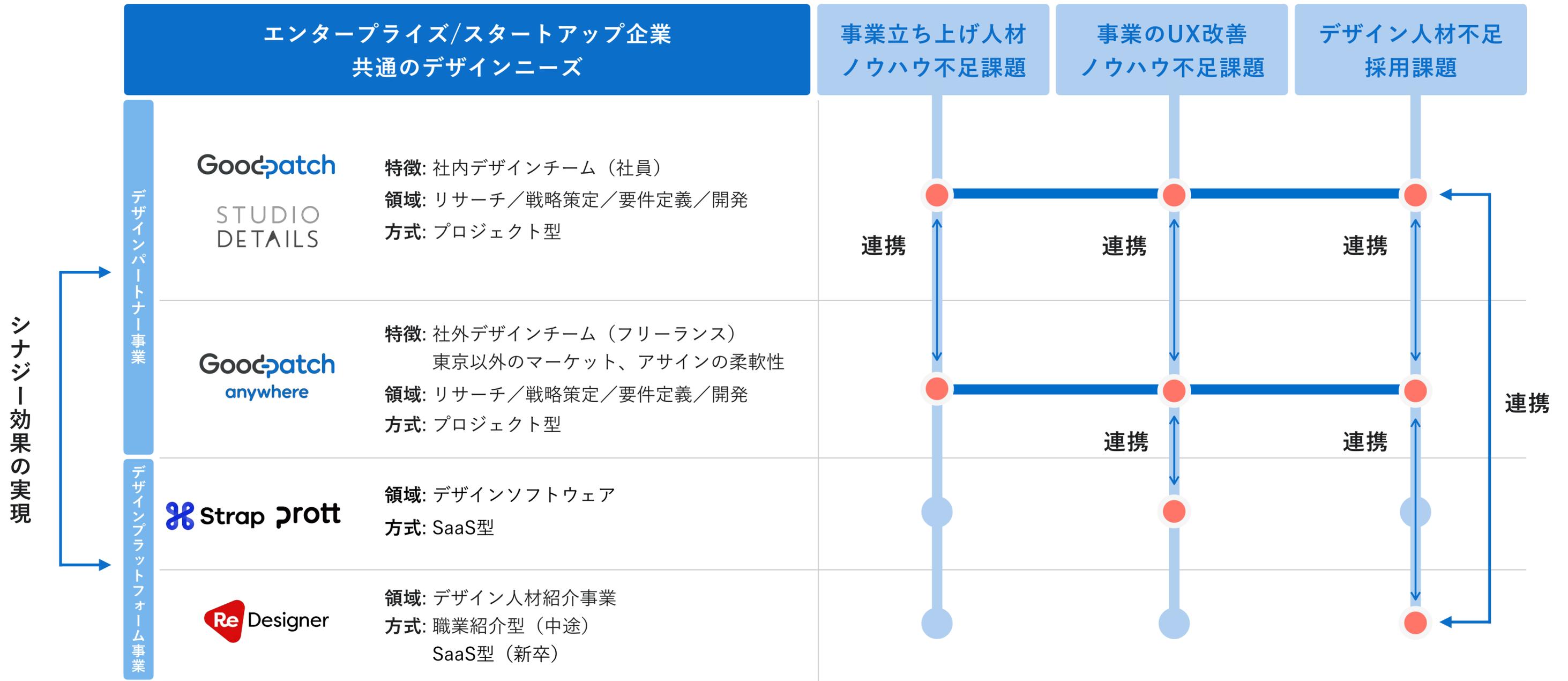
収益モデル

- 中途向けは、採用企業から採用成功に対する報酬が発生する成功報酬型モデル
- 新卒向けは、サービス利用企業に対する月額課金型モデル
- 一部収益はイベントやメディア掲載などオプションとして計上

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

顧客の多様なデザインニーズを満たす2つの事業



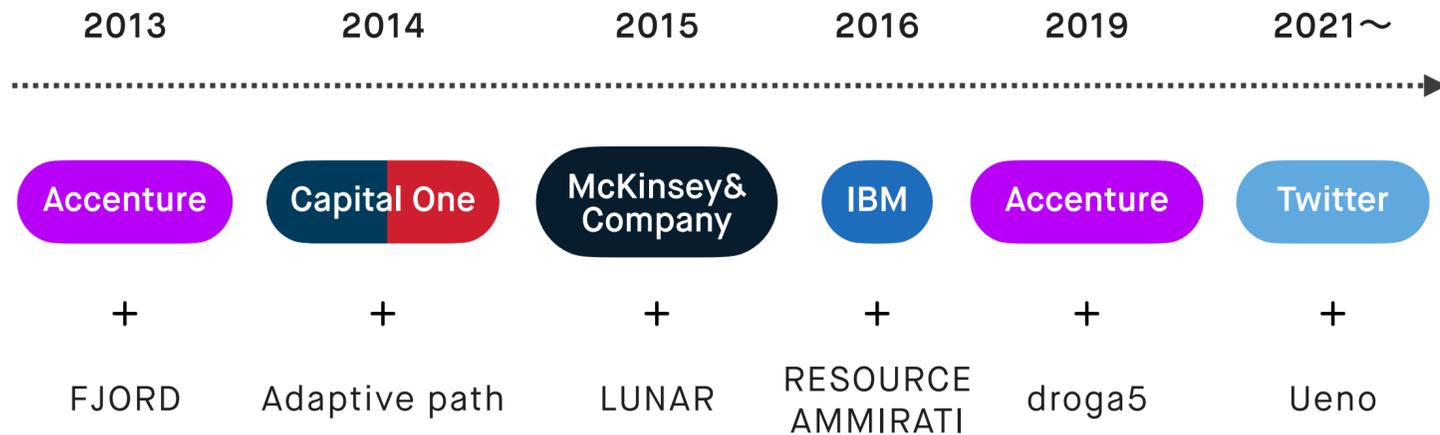
※従来、デザインプラットフォーム事業に区分していた「Goodpatch Anywhere」は、2023年8月期よりデザインパートナー事業に区分を変更しております。

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



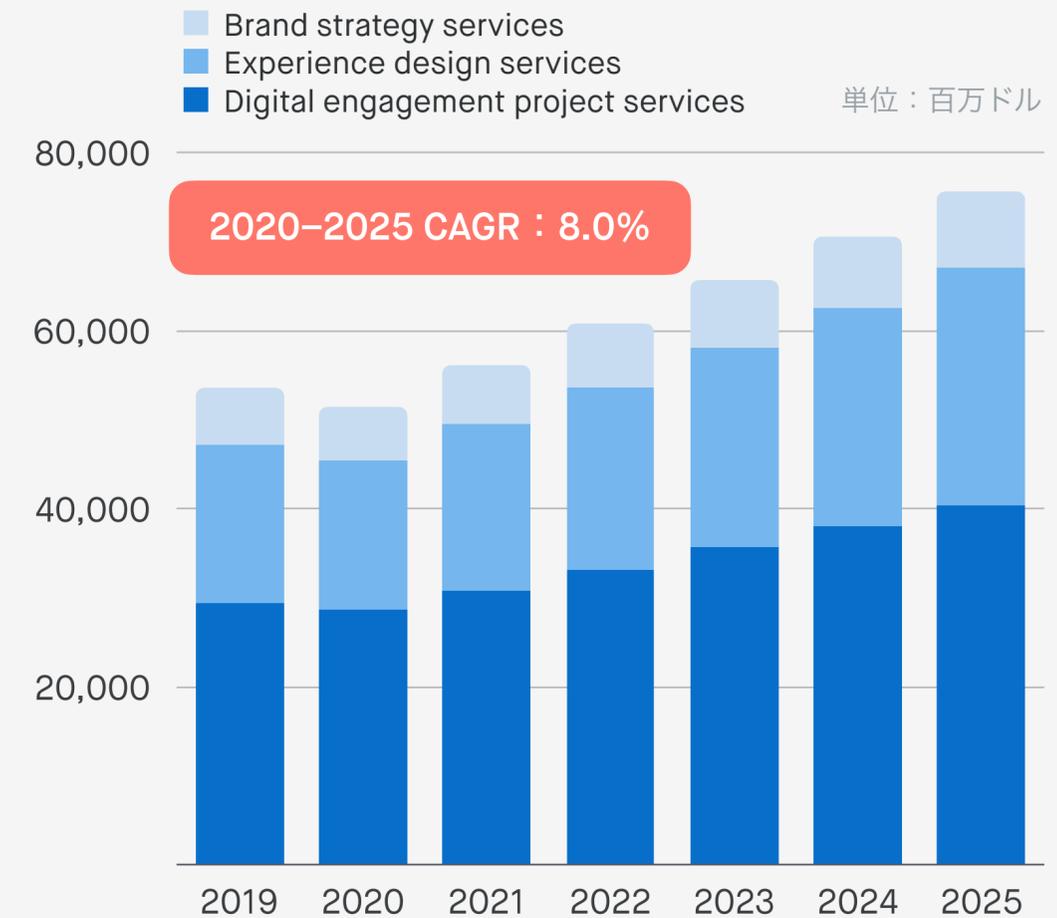
コンサル・金融機関が相次いでデザインファームを買収

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2020年からCAGR8.0%として5年後6300億円規模と予測するが、
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 デザイン領域における**圧倒的実績**と**ブランドバリュー**によるユニークなポジショニング
- ② 体系化された**デザインノウハウ**と**ナレッジ**の蓄積
- ③ 社員・フリーランスともに、**希少性の高まるデザイン人材**が集結
- 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

デザイン領域における圧倒的実績とブランドバリューによるユニークなポジショニング



SoftBank

UZABASE

CyberAgent

MIXI

PRTIMES



Lancers

RakSul

Unipos

ONE CAREER

bitkey

MUFG
三菱UFJ銀行

助太刀

FiNC

ContractS

every

Shippio

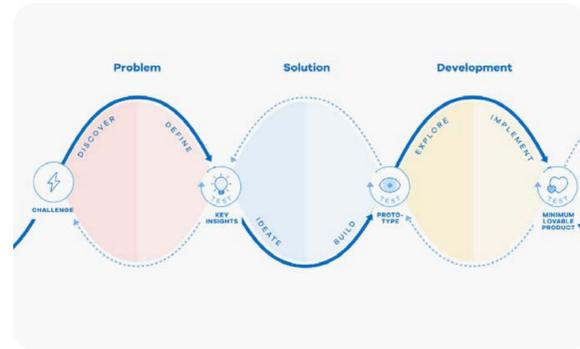
UI/UX領域を中心とした**圧倒的な実績とブランドバリュー**で
DXの足がかりとなる新規事業創出やサービス改善を支援

※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

社員・フリーランスともに、希少性の高まるデザイン人材が集結

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

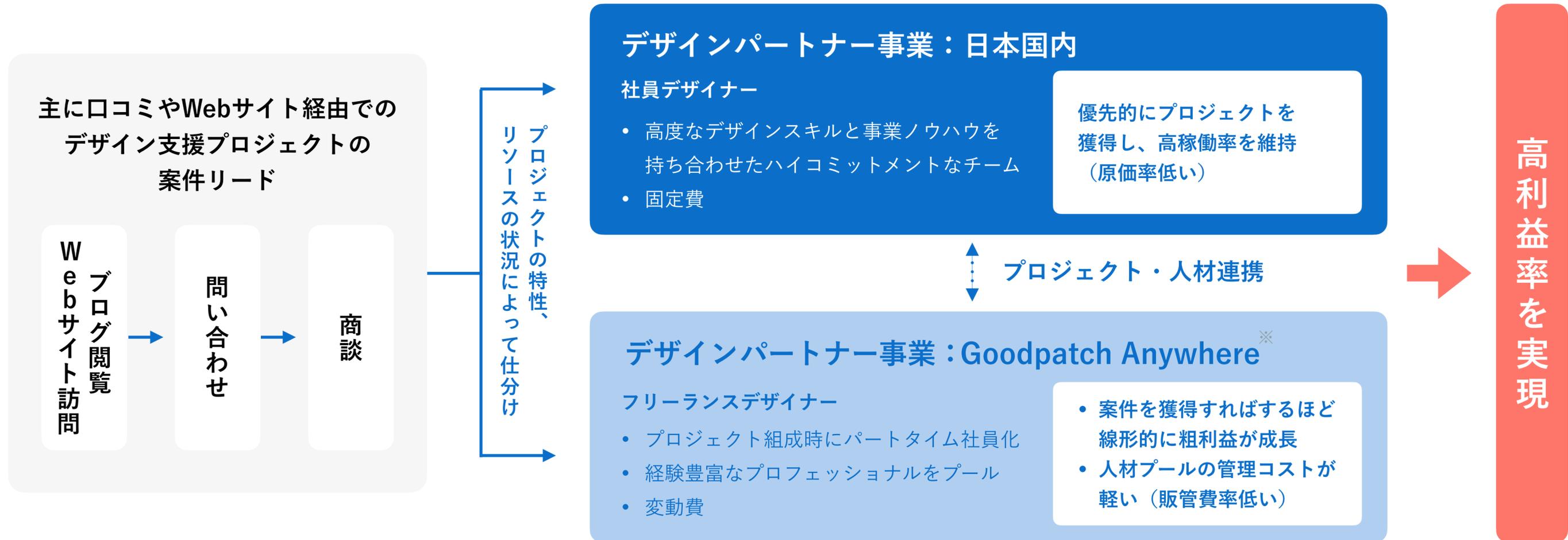
Goodpatch

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
豊富なデザイン人材プール (受け入れる)	事業開発からUIデザイン まで豊富な人材が集結	<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もった人材を採用- 社員とGoodpatch Anywhereのメンバーが協働して、デザインプロジェクトを推進
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- デザイナーがプロジェクトのナレッジや振り返りをアウトプットする仕組み

UI/UXや事業創出に強いデザイン人材のプールが継続拡大
日本国内デザイン会社[※]では**No.1のポジションでデザイン人材が集結**

※デジタル領域に主軸を置いたデザイン会社において

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



デザインパートナー事業内でプロジェクトと人材が密接に連携

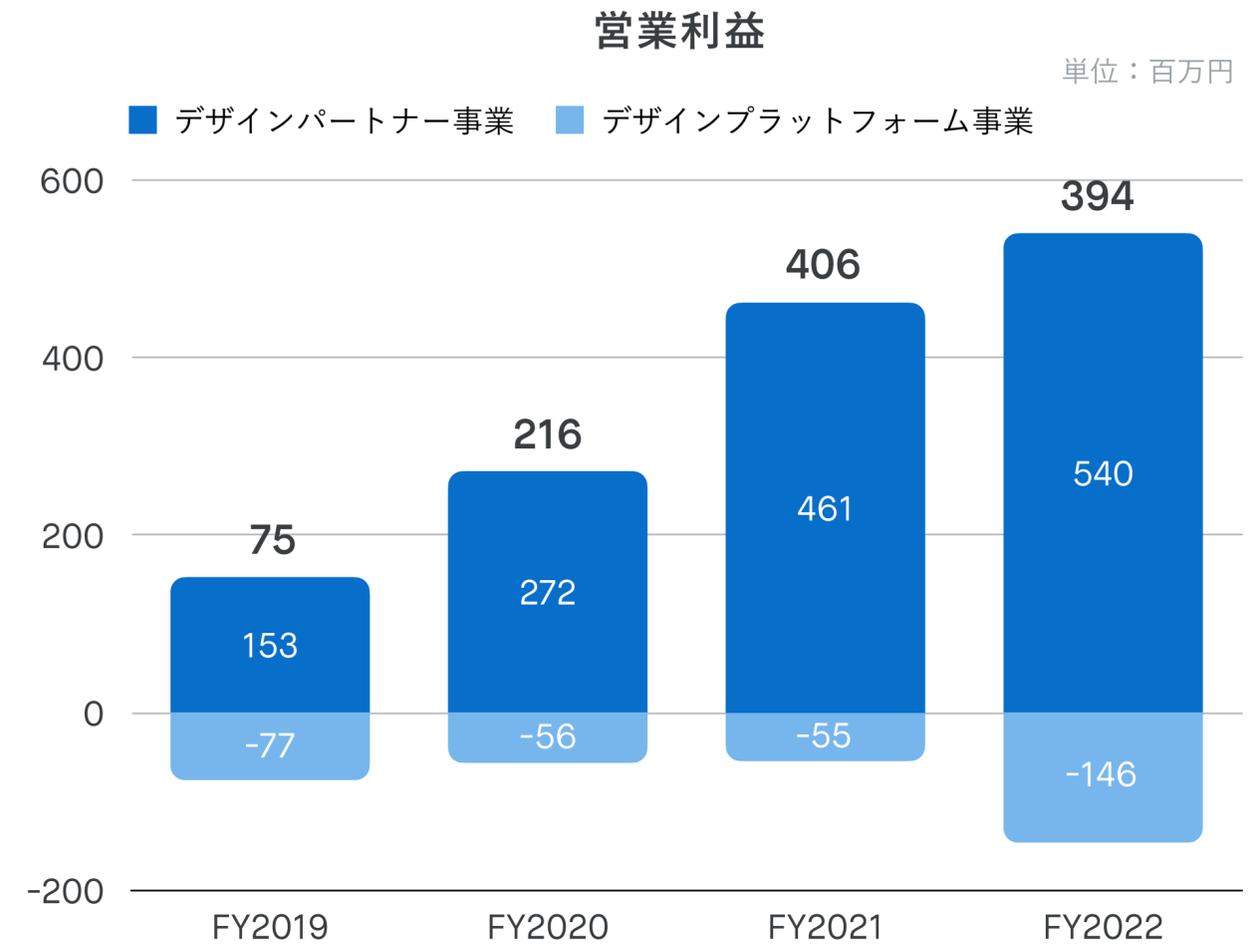
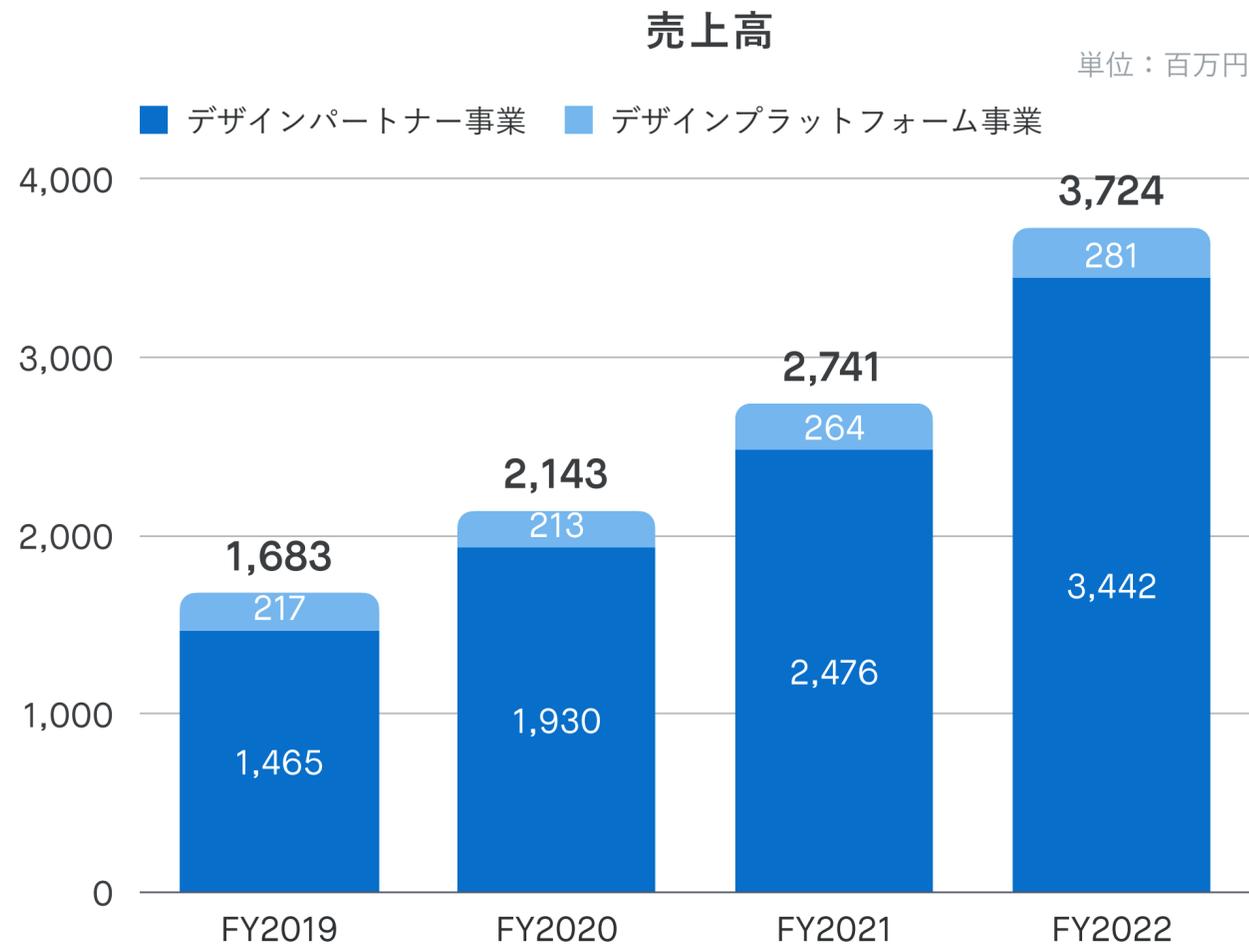
両事業が高度に連携したビジネスモデルで、**高利益率を実現**

※従来、デザインプラットフォーム事業に区分していた「Goodpatch Anywhere」は、2023年8月期よりデザインパートナー事業に区分を変更しております。

事業実績

Business Results

UI/UXデザインのリーディングカンパニーとして売上高は拡大。営業利益は横ばい

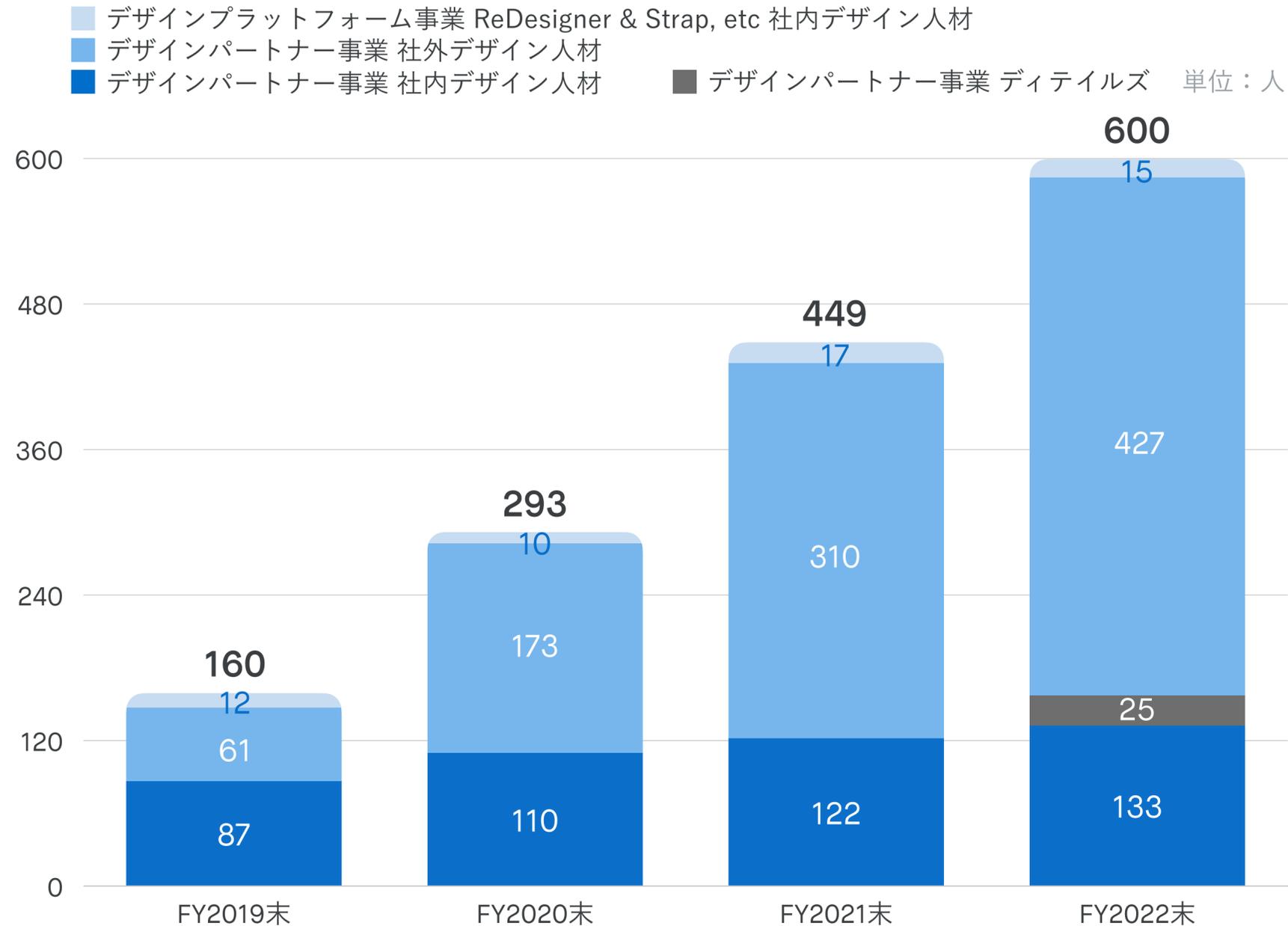


2022年8月期の売上高は37.2億円（3年間のCAGRは30.3%）
営業利益は前期比-3.0%と減少

※従来、デザインプラットフォーム事業に区分していた「Goodpatch Anywhere」は、2023年8月期よりデザインパートナー事業に区分を変更しております。当ページはFY2019から当該変更後のグラフを表示しております。

デザイン人材プールの拡大

デザイン人員数の推移



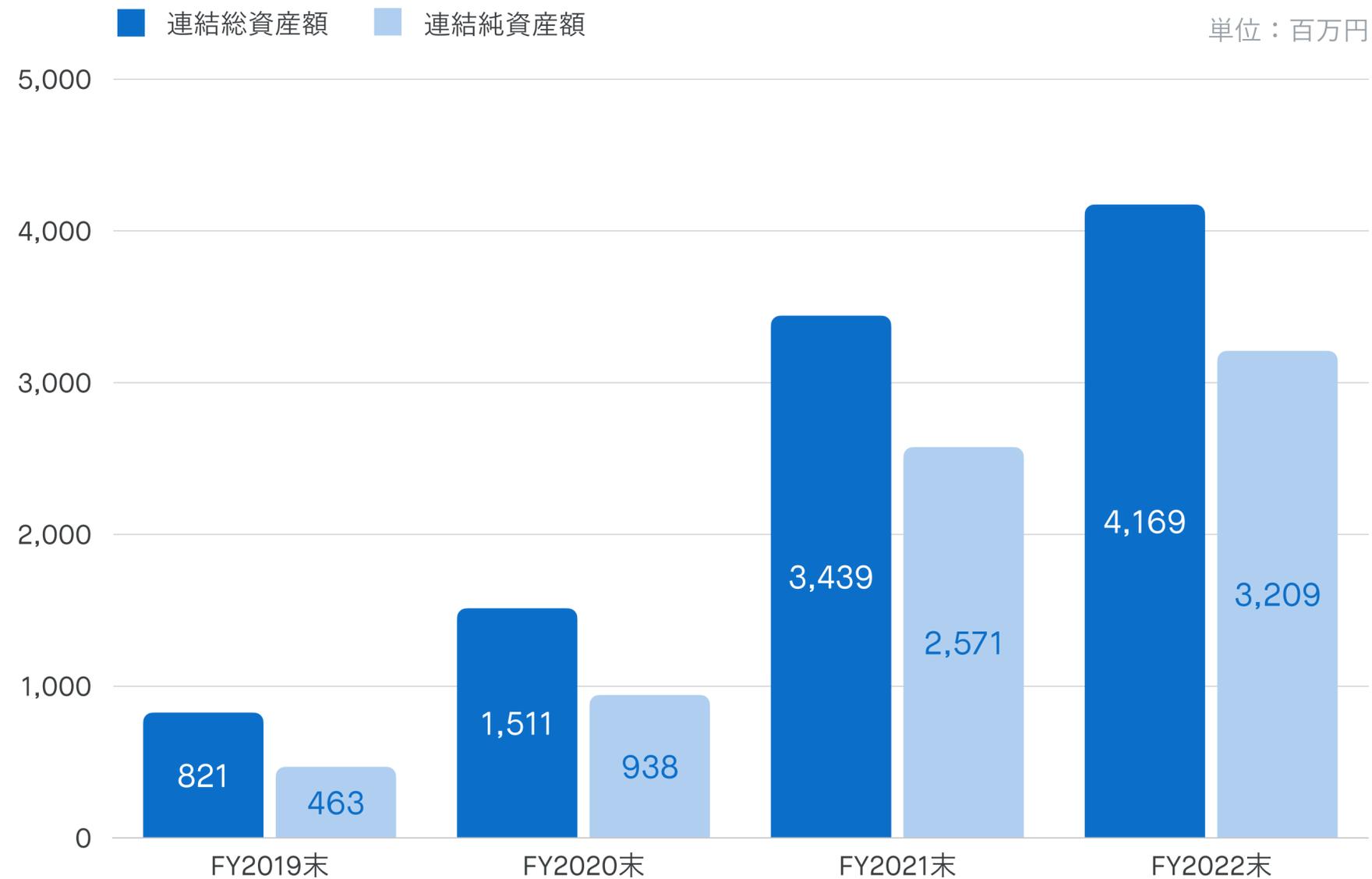
※従来、デザインプラットフォーム事業に区分していた「Goodpatch Anywhere」は、2023年8月期よりデザインパートナー事業に区分を変更しております。当ページはFY2019から当該変更後のグラフを表示しております。

国内最大級のデザイン組織が 600名に拡大

- ディテイルズのデザイナーが25名追加。
人材プール全体ではYoYにて151名の増加
- デザインパートナー事業の直接雇用の
デザイナーは133名へ
- Goodpatch Anywhereは継続的に拡大し
所属デザイナー数は427名へ

総資産額・純資産額の拡大

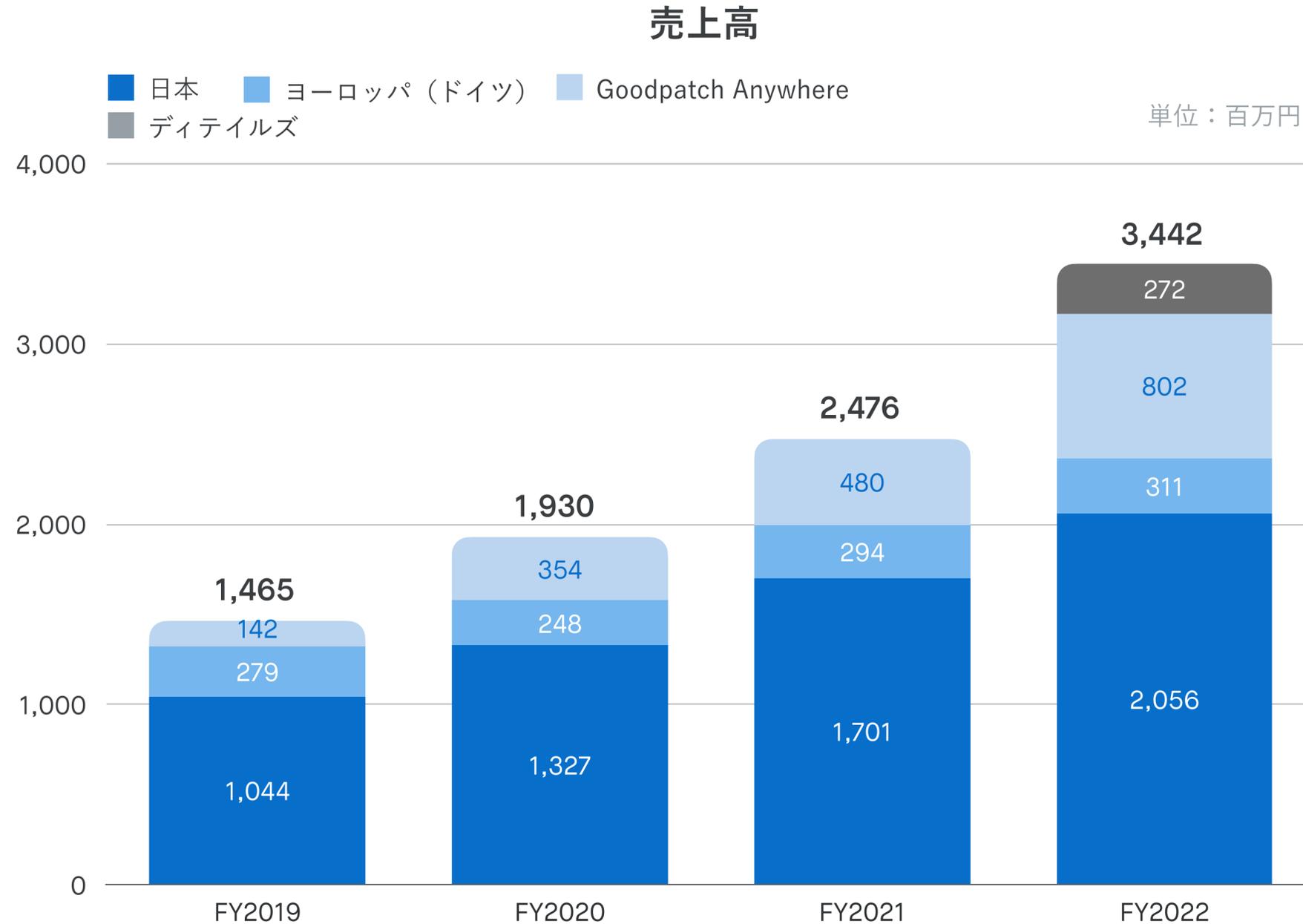
総資産額 / 純資産額



M&Aの実施のために資金調達を実現、のれん等を計上次のM&Aに向けて、準備を進行中

- MSワラント（第7回号）の行使が完了、現金及び預金は29.1億円へ
- FY2022末では自己資本比率が76.8%へ

M&Aも貢献し、高い売上高成長率を維持



※従来、デザインプラットフォーム事業に区分していた「Goodpatch Anywhere」は、2023年8月期よりデザインパートナー事業に区分を変更しております。当ページはFY2019から当該変更後のグラフを表示しております。

2022年8月期の売上高は 34.4億円

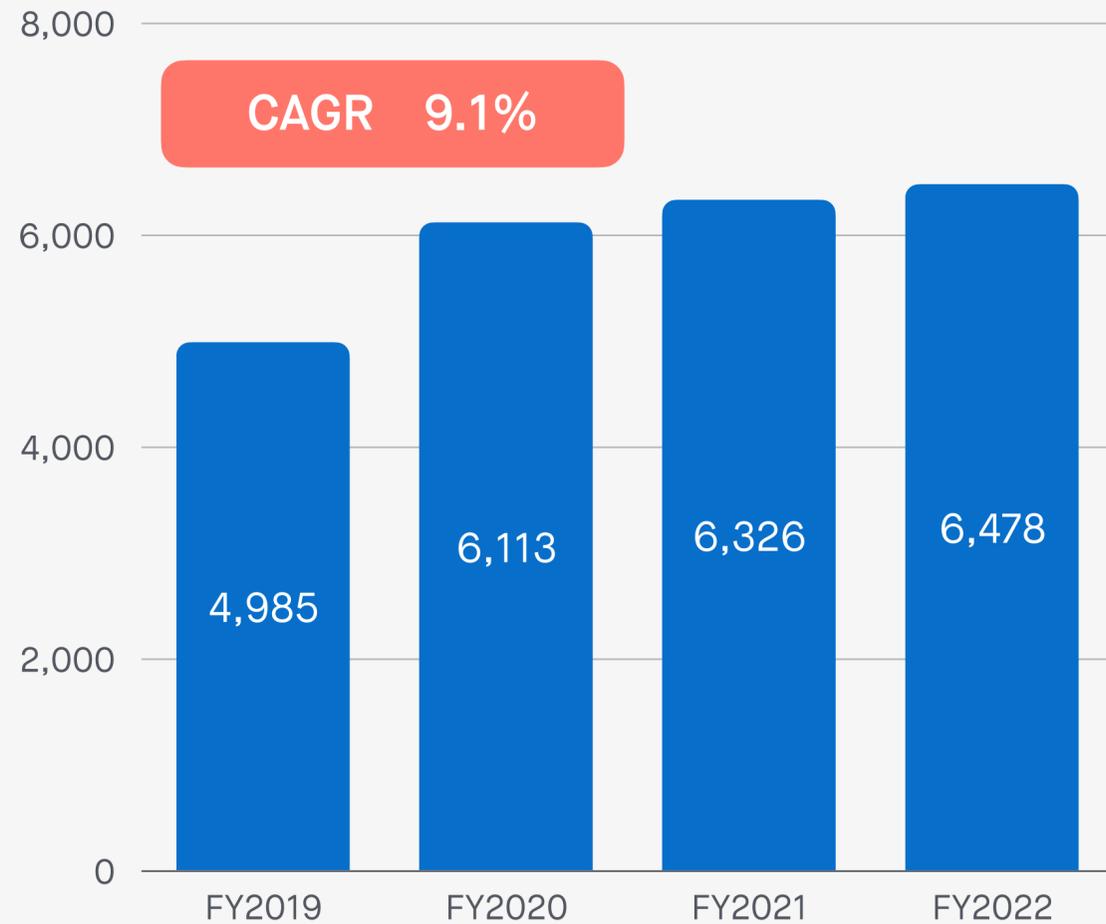
(3年間のCAGR 32.9%)

- 上半期は日本国内、ヨーロッパ（ドイツ）ともに業績が伸長するも下半期に減速
- グッドパッチ初のM&Aを実施
3QからディテイルズのPLを連結し、
売上高が拡大
- ヨーロッパ（ドイツ）は経済環境厳しく
FY2023に入り事業撤退を判断

月額平均顧客単価と顧客社数が伸長

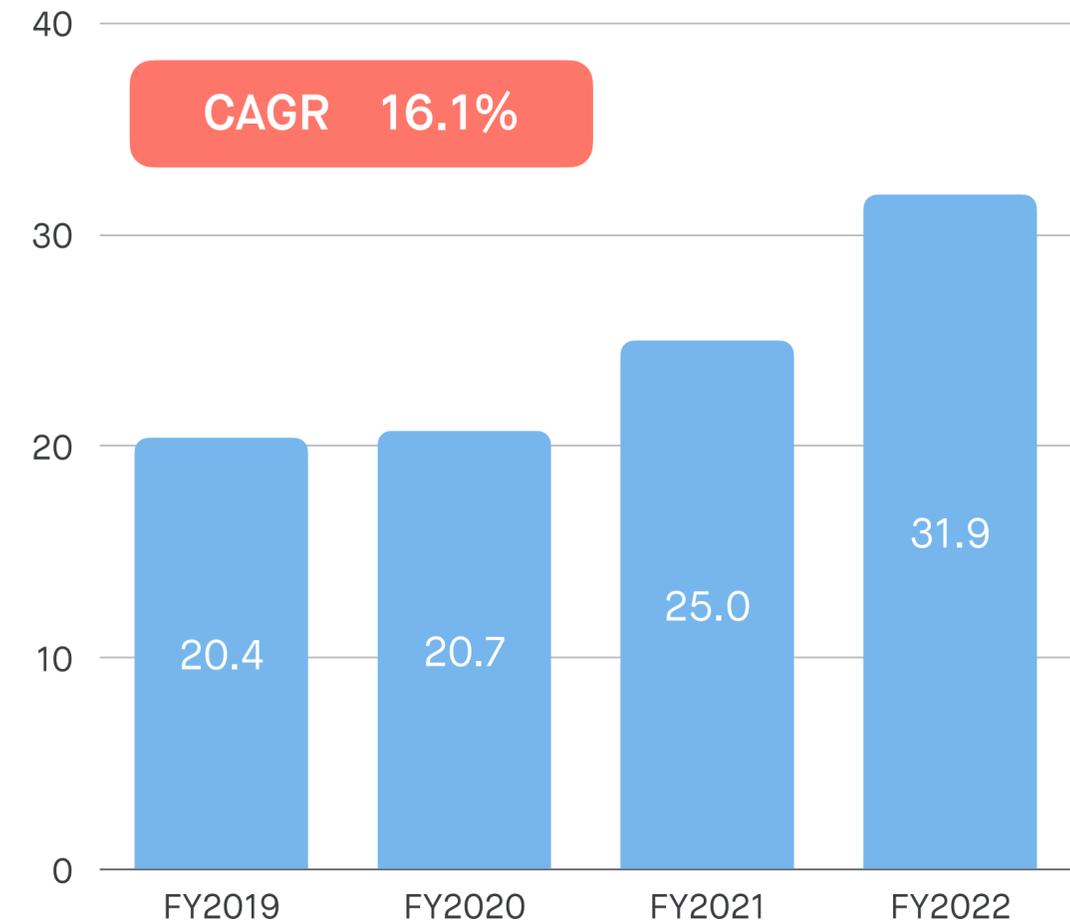
月額平均顧客単価

単位：千円



顧客社数

単位：件

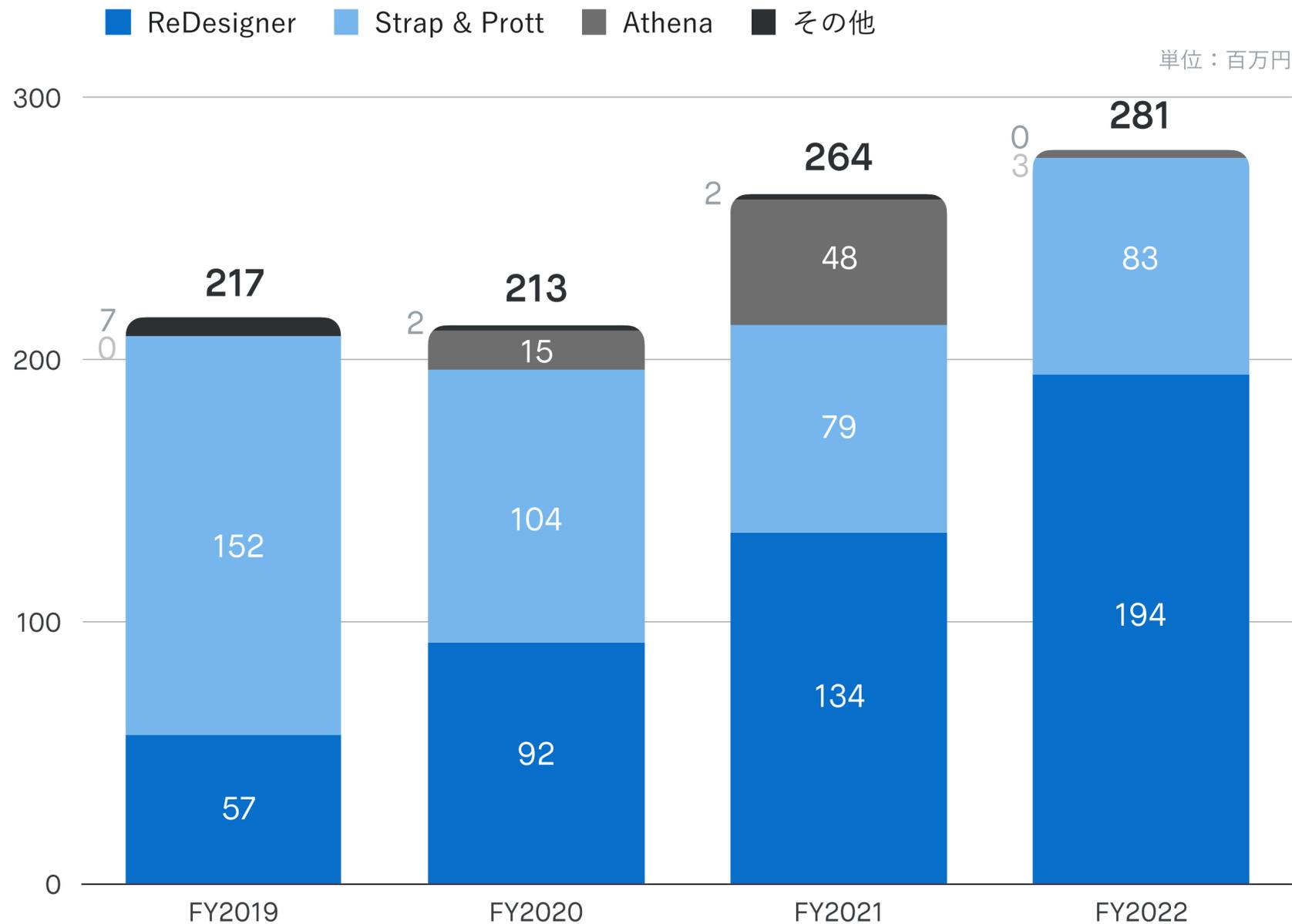


月額平均顧客単価
顧客社数

= (1か月にデザイン支援を提供した顧客社数の売上総額 ÷ 1か月にデザイン支援を提供した顧客社数) の1年間の平均値
= 1か月にデザイン支援を提供した顧客社数の1年間の平均値

ReDesignerを中心とした周辺事業が着実に成長

デザインプラットフォーム事業の売上



※従来、デザインプラットフォーム事業に区分していた「Goodpatch Anywhere」は、2023年8月期よりデザインパートナー事業に区分を変更しております。当ページはFY2019から当該変更後のグラフを表示しております。

2022年8月期の売上高は 2.8億円

(3年間のCAGR 9.0%)

- ReDesignerは旺盛な企業側の採用需要を受け止め、着実に成長
- FY2020よりStrapを開始以来、Strapの売上割合が徐々に上昇
契約企業数はFY2021末と比べて約2倍に積み上げ



成長戦略

Growth Strategy

デザインパートナー事業のFY2022 成長戦略に対する振り返り

① デザイン組織の連続的成長



- 平均年収は上がっているが、プロジェクト獲得力に課題が残る
- 十分なプロジェクト獲得を伴わない人材投資は利益の圧迫要素となる
- マーケティング・セールスの仕組みの強化が急務

② デザインバリューチェーンの拡張と深化



- スタジオディテイルズのM&Aによって、グッドパッチが持つブランドデザインの強みと融合し、ブランディング領域へ拡大
- より長期的に関係性を継続するためバリューチェーンの拡張路線は維持

③ グローバル戦略の本格推進



- 日本国内の大企業向けにグローバルマーケットへの進出を支援プログラムを打ち出すも、十分なニーズを捉えることができず
- ヨーロッパの経済状況の悪化によってドイツ子会社の解散を決定

デザインプラットフォーム事業のFY2022 成長戦略に対する振り返り

4 Goodpatch Anywhereの強化



- FY2021よりマネジメント体制の強化を推進しつつ、FY2022の滑り出しで大きく規模を拡大
- ビジネスモデルが収益性が高く一定程度スケーラブルなものとして確立

5 ReDesignerによるUI/UXデザイナー人材市場の創出



- デザイン人材の採用において企業からの強いニーズにより力強く成長、紹介手数料の引き上げを実現
- デザイン人材マーケットを拡張するリードポジションを獲得

6 SaaS「Strap」の戦略的展開



- Miro一強のオンラインホワイトボードツールのマーケットを日本発で切り拓く存在としては未だ投資フェーズであり、優れたUI/UXを意識し独自機能実装を進める

デザインのでビジネスを拡張

デザインパートナー事業

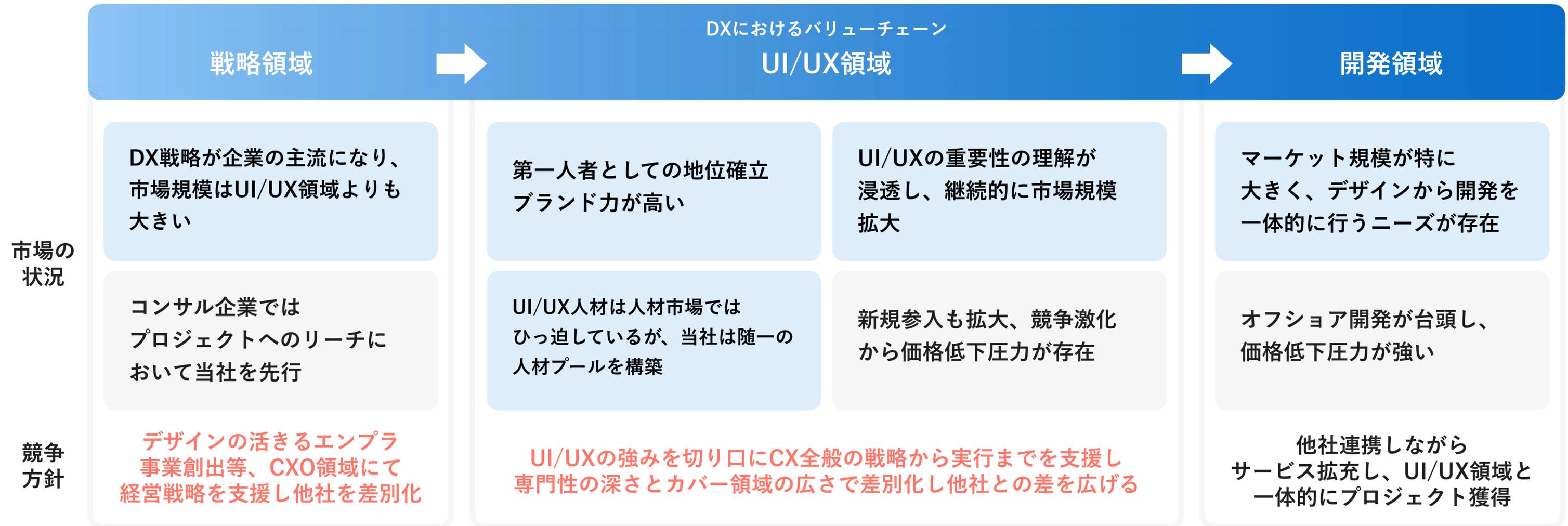
- 1 プロジェクト獲得のための競争力を再構築
- 2 提供価値最大化のための組織施策
- 3 成長のために業務提携やM&Aを継続検討

デザインプラットフォーム事業

- 4 コア周辺の人材・ソフトウェア領域を深耕し成長

マーケット環境：各領域における戦い方

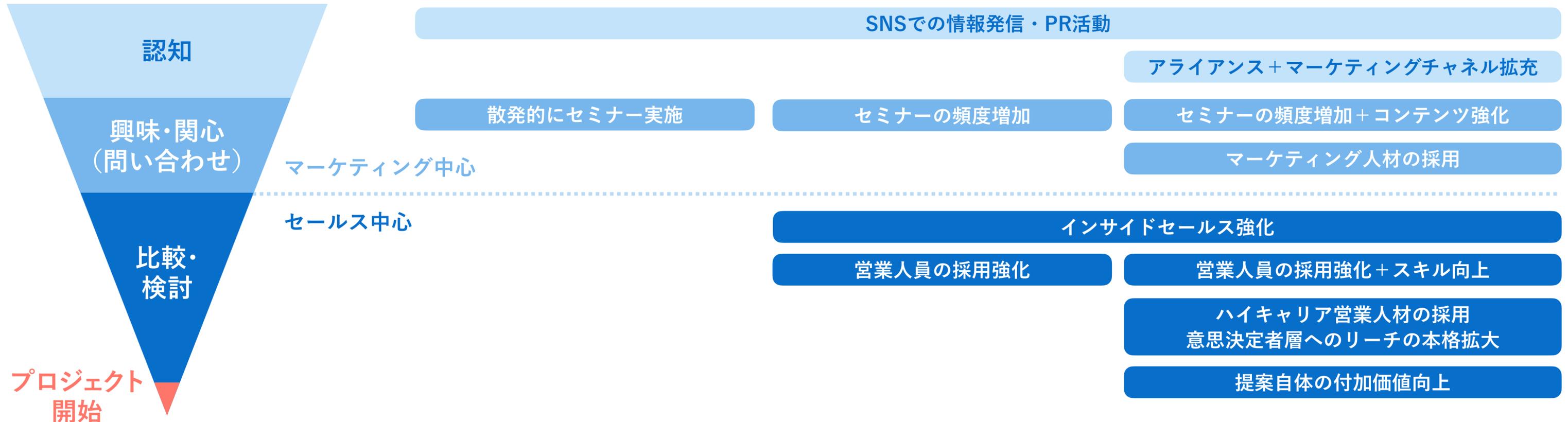
UI/UX領域の優位性をさらに強化、戦略領域へ展開



UI/UXを切り口に新たなニーズの掘り起こしとソリューションの拡充でさらなる成長を目指す

マーケティング・セールスにおける取り組み・行動の強化

マーケティング・セールス体制・予算	FY2021	FY2022	FY2023
マーケティング/インサイドセールス人員数 (人)	4	5	7
フィールドセールス人員数 (人)	7	9 (期中にて5名採用)	10~11
広告宣伝費 (百万円)	13	18	36



課題であるマーケティングおよびセールス分野への投資を継続
リードの獲得、プロジェクト提案の増加、プロジェクト獲得数の向上を目指す

継続を強化し、LTVを拡大、顧客あたり売上の増加

日本国内のクライアントあたりの年間売上高の分布

(ディテイルズ除く) 単位：百万円

	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022
1億円以上	1	3	3	2
1億円未満 0.6億円以上	2	2	4	4
0.6億円未満 0.3億円以上	4	7	9	15
0.3億円以下	34	30	27	30
合計	41	42	43	51
平均売上単価	21.8	30.2	36.9	36.9

FY2022の分析

- 大規模アカウントの開拓が進まなかったため、新規プロジェクト獲得を強化しボリュームゾーンは増加
- 全体として社数は大きく伸長したが、**平均売上単価は伸び悩む**結果
- その原因は営業時やプロジェクト完了時の継続提案に対するアプローチ数の不足と分析

FY2023の方針

クライアントに価値を認識してもらい、長期的な関係値を築くことが重要
プロジェクトの継続を強化する施策を実行

- プロジェクト統括の役割に継続貢献を明文化
- プロジェクトの継続のための行動を可視化し、共有
- プロジェクト進行中から再契約に向けて営業と連携、アップセルの機会を模索
- 継続やアップセル達成を人事評価に組込

LTVを向上させることで、より確実に売上を積み上げ、事業成長を加速

段階的な組織成長策を実施、高度に融合したデザインリソースを有効活用できる体制へ



売上高（百万円）	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023計画	
デザインパートナー事業 （日本国内） ^{※1}	1,327	1,701	2,056	2,537	Goodpatch Anywhere を活用した高効率な稼働 デザインパートナー事業 の売上高は12%成長を 計画
ディテイルズ	-	-	272		
Goodpatch Anywhere	354	480	802	975	
合計	1,681	2,181	3,130	3,512	

※1 ヨーロッパ（ドイツ）を除いた数値です。

※2 従来、デザインプラットフォーム事業に区分していた「Goodpatch Anywhere」は、2023年8月期よりデザインパートナー事業に区分を変更しております。

バリューチェーンを下流までカバーし グループ体制を構築、DX領域で勝ち残る

これまで

有力企業との事業提携（CTC等）や合併会社設立（丸井グループ）によって連携を拡大

今後

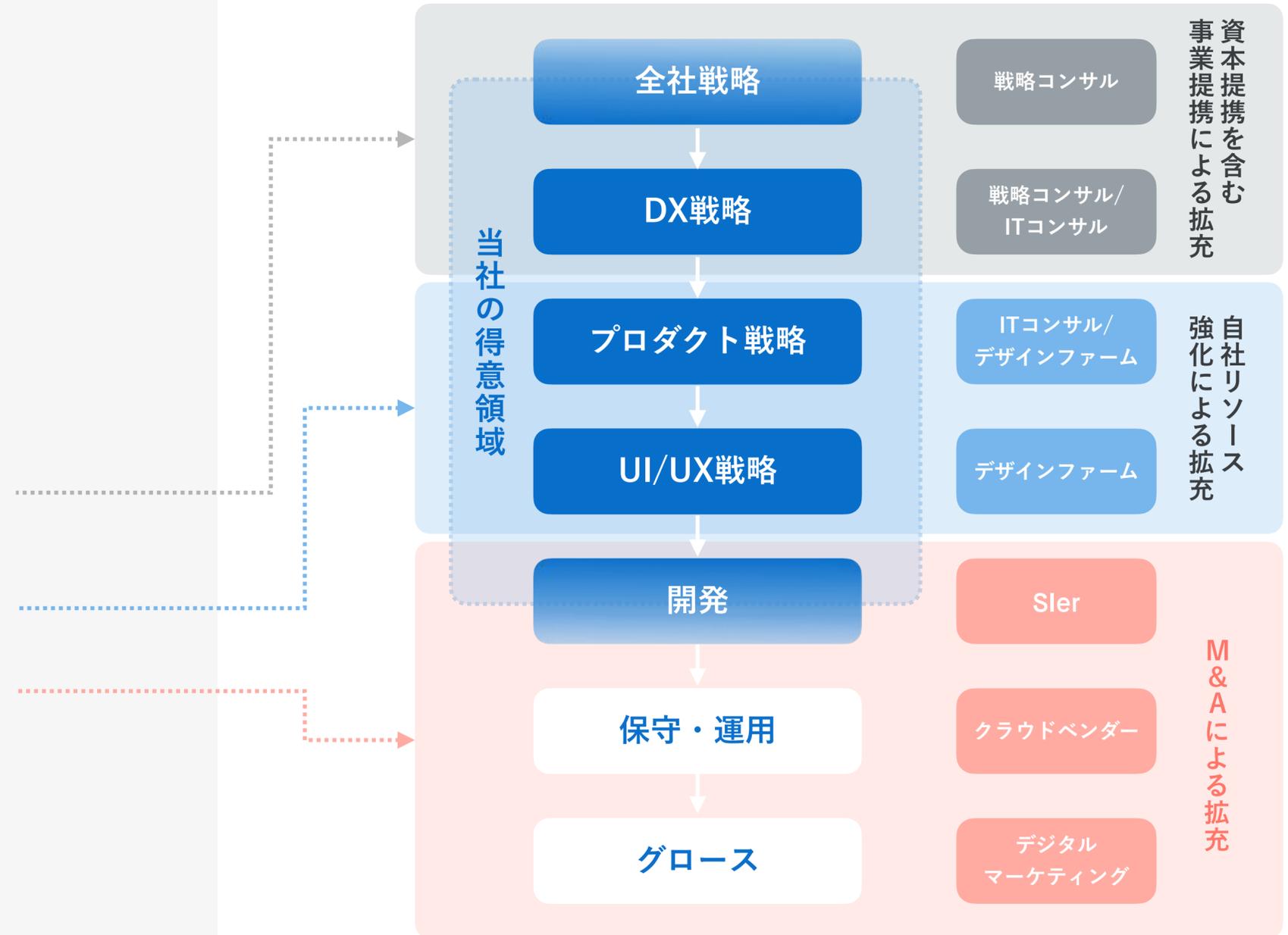
上流ゾーン：さらに有力企業との事業提携（プロジェクト獲得底上げ）

中流ゾーン：採用強化、人材育成

下流ゾーン：M&Aを活用し、ケイパビリティを拡充



戦略からグロースまで一気通貫の体制構築
長期に渡るクライアント支援を可能に



デザイン支援の周辺ニーズを継続的に喚起、本業とシナジーのあるビジネスとして成長

ReDesignerの成長



デザイン人材採用のプラットフォーム
デザイナーが、それぞれの成長フェーズで活躍できる場を提供



- デザイン人材のダイレクトリクルーティングのプラットフォームに進化
- オープンなプラットフォームとしてUI/UXを意識して開発実装
- 市場をさらに活性化し、成長確度を高める

Strapの成長

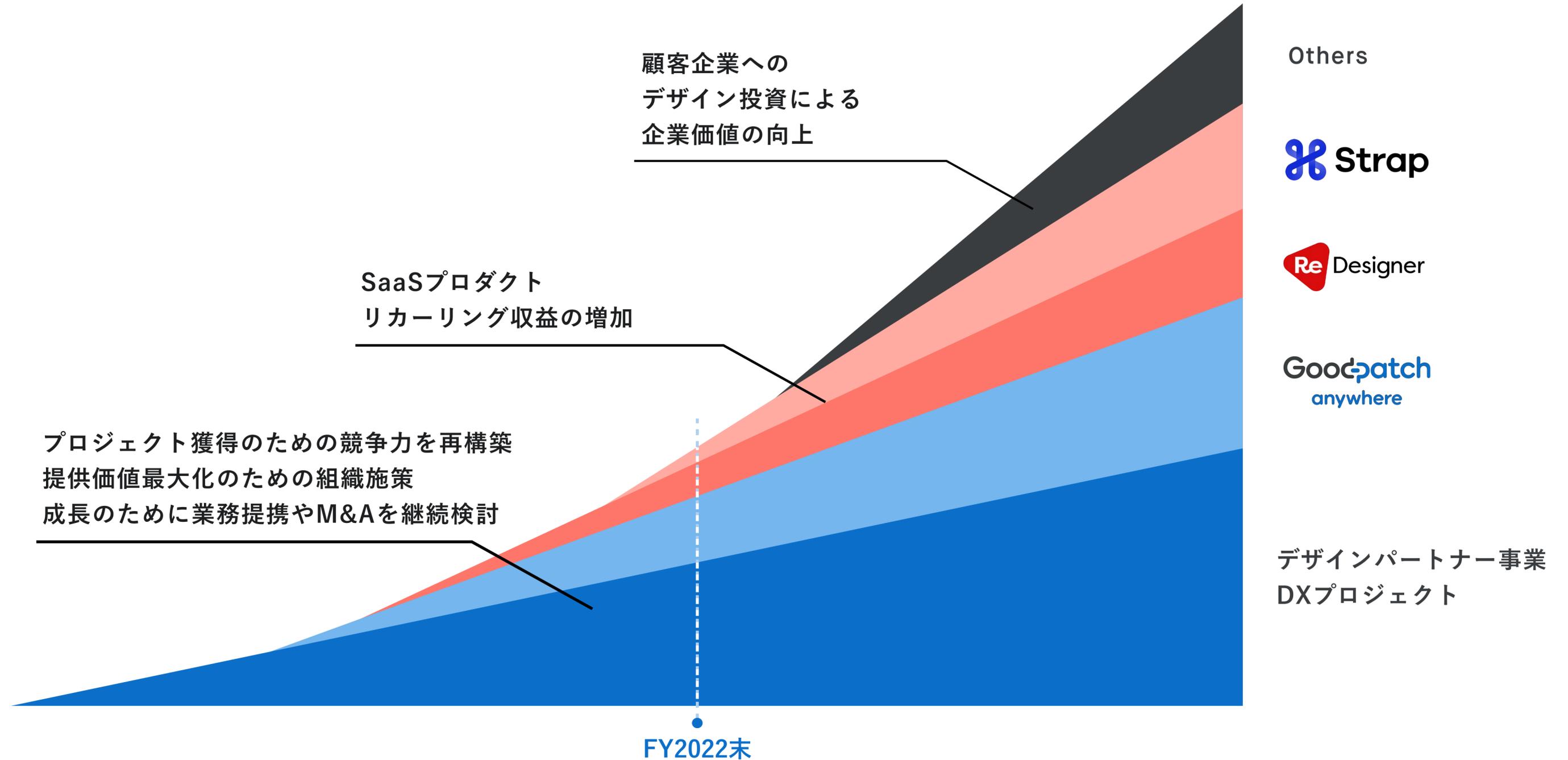


SaaS型のオンラインホワイトボードツール
創造的思考とブラッシュアップのための最適ツールとして提供



- セキュリティ面の強化
- ワークショップ利用を促進
- SaaSの事業KPIを意識しながらグロース
- Strapに集まった情報の再利用性を高めるために追加開発も検討

デザインの可能性を拡張していく



認識するリスク

Risk Information

事業遂行上の重要なリスクと対応方針

事業遂行上の重要なリスク

競合状況について

当社グループが属するUI/UXデザイン市場は、その市場の拡大とともに競合他社の参入が増加しており、一定の競争環境があるものと認識しておりますが、低価格で優れたデザインを提供する事業者が現れた場合、又は、大きな資本力で優秀な人材獲得を試みる事業者が現れた場合、プロジェクト獲得や人材獲得競争等、競合状況が激化する可能性があります。顕在化の可能性：中、時期：中長期、影響度：大

UI/UXデザイン市場の成長性について

当社グループは、デザインパートナー事業を中心にUI/UXデザイン市場に属しており、現時点においては企業のDXへの投資の一環で、UI/UXデザインに関する注目度が高まり、それにかかるデザイン投資も順調に拡大しておりますが、当社グループの想定を上回る景気悪化等により長期的に市況が低迷した場合は、当社グループの経営成績及び財政状態等に影響を及ぼす可能性があります。顕在化の可能性：中、時期：中長期、影響度：大

主要なリスクへの対応方針

当社グループは、UI/UXデザイン領域にフォーカスし、成長するUI/UXデザイン市場における新たなニーズに応えられるよう、デザイン組織のスキル及び規模の拡大を図りつつ差別化を図っております。また競合他社による市場への新規参入も活発になり、他社との競争が徐々に激化するため、当社グループは、UI/UXデザイン分野において培ったブランド力を活かし、マーケティング・セールスにおける取り組みや行動を強化し、エンタープライズ企業（大企業）の意思決定者層に対して、当社サービスの付加価値の理解を浸透させ、リードの獲得、プロジェクト提案の増加、プロジェクト獲得数の向上を目指してまいります。

当社グループは、企業がDXを成功させるために、急速に変化する顧客の環境を意識しながら柔軟な思考で最適なサービス設計を行うという、UI/UXに直結する要素が欠かせないと考え、デザインが企業の戦略遂行や新規事業開発等のビジネスに貢献することを周知し、当社のデザイン支援サービスへの認知を拡大しております。また、企業によるデザインへの投資が継続的に行われるために、「ReDesigner」を通して必要な人材をより多くの企業へ提供し、UI/UXデザインが企業内でも広く浸透し、UI/UXデザイン市場が安定的に成長できるように働きかけてまいります。

上記は、成長の実現や事業計画に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

事業遂行上の重要なリスクと対応方針

事業遂行上の重要なリスク

人材の確保・育成について

当社グループでは、当社の持続的な成長のために継続的に優秀なデザイナーとなりうる人材を確保し続けることが重要な要素であると認識しておりますが、当社の想定を超える人材市場の逼迫や何らかの組織的な要因により、計画的な採用・育成が想定の通りに行われない場合、また、退職による人材流出が想定より増加した場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

顕在化の可能性：中、時期：中長期、影響度：大

プロジェクト提供品質の管理について

デザインパートナー事業におけるプロジェクトでは、当社のデザイナーによるデザインプロセスの遂行状況やアプリやウェブページ等のデザイン品質の提供状況をスキルに定評のある上位職のデザイナーが確認しながら進める管理体制を採用し、プロジェクトの提供品質を確保しておりますが、上位デザイナーのリソース確保が十分に行われない場合、プロジェクトの提供品質にばらつきが生じ、顧客満足に影響を及ぼし、当社のブランドを棄損する可能性があります、その結果、当社グループの経営成績及び財政状態等に影響を及ぼす可能性があります。

顕在化の可能性：中、時期：中長期、影響度：大

主要なリスクへの対応方針

当社グループでは、既存事業の需要拡大を見据えた計画的なデザイナー人員の採用・育成を計画しております。デザインパートナー事業では人材・採用への投資額を増やし、新たな採用チャンネルを積極的に活用してまいります。また「ReDesigner」等の運営によりデザイナー人材の市場動向を一早く掴み、デザイナーにとってやりがいのある仕事やミッション、ビジョン、バリューに沿ったPRを実施し、当社の理解を促す等の人材確保に向けた取り組みを加速していきます。

当社グループでは、稼働中のプロジェクト品質及び上位デザイナーの監修リソース、その他デザイナーの稼働把握を目的に、管理役職者らを中心に、週次単位でのプロジェクトメンバーヒアリング、ヒアリング結果を基にプロジェクト状況の評価を全プロジェクト対象に実施しております。また、社内の品質評価だけでなく、顧客満足度をパートナー企業へヒアリングし、品質基準と顧客満足度の改善にも努めております。

上記は、成長の実現や事業計画に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

事業遂行上の重要なリスクと対応方針

事業遂行上の重要なリスク

情報漏洩とセキュリティについて

当社グループは、提供するサービスに関連して多数の顧客企業の機密情報や個人情報を取り扱っております。不正アクセス、コンピュータウィルスの侵入、情報セキュリティの欠陥等により重要な情報資産が外部に漏洩した場合には、当社の社会的信用の失墜、損害賠償請求の発生等により、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

顕在化の可能性：中、時期：不明、影響度：中

M&Aの実施について

当社グループは、M&Aによる戦略的投資を推進し、デザインパートナー事業のケイパビリティ強化をはじめとした既存事業の強化、事業間シナジーの強化、新規事業機会の創出等により成長を図りたいと考えております。しかし当社の想定を超える国内外の経済環境の変化やM&A後に当初の期待どおりに事業を展開できない等が発生する際には、当社グループがM&A後の経営、事業、資産等に対して十分なコントロールを行えない場合があります。そのため当社グループの業績に影響を与える可能性があります。

顕在化の可能性：中、時期：中期、影響度：中

主要なリスクへの対応方針

当社グループでは、情報資産を保護するため情報セキュリティ基本方針を定め、この方針に従って情報資産を適切に管理、保護しております。また従業員への教育、アクセス権限の設定、アクセスログの管理等、情報漏えいのリスク回避を図っております。

当社グループでは、「当社が持つデザイン領域での強みを拡大させる企業」、「デザイン領域と親和性の高い開発領域の企業」、「顧客サービス運用支援を行う企業」等、初期段階においては様々な切り口で幅広い企業を検討対象としておりますが、M&Aを実施する場合には、対象企業の峻別を図ってまいります。また、当該対象企業については外部機関を活用した十分な調査の実施、対象となる企業の財務内容や事業についてデューデリジェンス、買収メリット等を総合的に勘案し検討してまいります。

上記は、成長の実現や事業計画に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

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

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



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

経営陣の紹介



社外取締役

小塚 裕史

京都大学卒業後、野村総合研究所に入社。その後、マッキンゼー・アンド・カンパニー、ベイカレント・コンサルティングなどを経て、2019年1月にデジタル・コネクトを設立し、代表取締役社長に就任。株式会社CINC社外取締役。2022年11月、グッドパッチ社外取締役に就任



社外取締役

広木 大地

筑波大学大学院を卒業後、株式会社ミクシィに入社。2019年6月より一般社団法人日本CTO協会理事を務め、2022年6月より株式会社レクターを創業、代表取締役に就任。朝日新聞社社外CTO。2022年11月、グッドパッチ社外取締役に就任。



社外取締役

佐藤 あすか

京都大学大学院修了後、アーサー・D・リトルに入社。その後、米国マサチューセッツ工科大学（MIT）修士課程、産業革新機構（現 株式会社INCJ）、JICキャピタルを経て、2021年8月よりINCJディレクター。Peach Aviation 株式会社、edotco Group Sdn Bhd 社外取締役。2022年11月、グッドパッチ社外取締役に就任

経営陣の紹介



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

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

沿革

2011年9月	東京都千代田区で設立
2014年1月	プロトタイピングツール「Prott」をリリース
2014年5月	東京都渋谷区に本社移転
2015年5月	ドイツ・ベルリンに子会社「Goodpatch GmbH」を設立
2018年5月	デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」を開始
2018年8月	フルリモートデザインチーム「Goodpatch Anywhere」を開始
2019年6月	新卒デザイナー向けキャリア支援サービス「ReDesigner for Student」リリース
2020年6月	東京証券取引所マザーズに上場
2020年9月	クラウド型オンラインホワイトボードツール「Strap」リリース
2021年12月	株式会社スタジオディテイルズを子会社化
2022年4月	東京証券取引所の市場区分の見直しに伴い、東京証券取引所グロース市場に移行

表紙デザインについて

デザインコンセプト ”Reinspire”

2022年現在で12期目に突入したGoodpatchには、デザインの力を証明する仲間が増えました。現在はフルリモートデザインチーム Goodpatch Anywhereに加えて、初のM&Aによりグループジョインしたスタジオディテイルズ、丸井グループとの共創から生まれた合併会社 Mutureなど、さまざまなバックグラウンドの人々が集まっています。

これらの変化を経て、現在の私たちに必要なことを言語化したものが、デザインコンセプト”Reinspire”です。新しいコラボレーションから生まれるひらめきを解き放とう、というメッセージが込められています。

このグラフィックには、様々な色・形を持つ個が集まることで、新たな気づきを得られたり、刺激される = Reinspireされる体験を増やしていきたいという想いが込められています。



免責事項及び将来見通しに関する注意事項

本資料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を照らし、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。

なお、当資料のアップデートは今後、本決算後の2023年11月頃を目途として開示を行う予定です。2023年8月期業績予想につきましては、2022年10月14日にTDnetで開示しております「2022年8月期通期決算説明資料」をご参照ください。

Goodpatch

Design to empower ♥