

2023年8月期 第2四半期決算説明資料

株式会社グッドパッチ（証券コード：7351）

2023年4月14日

- 01 事業内容
- 02 FY2023 2Q 業績ハイライト
- 03 FY2023 各事業の状況
- 04 FY2023 2Q 事業進捗
- 05 FY2023 2Q TOPICS
- 06 FY2023 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 235名（正社員 2023年2月末日時点 連結）

経営陣

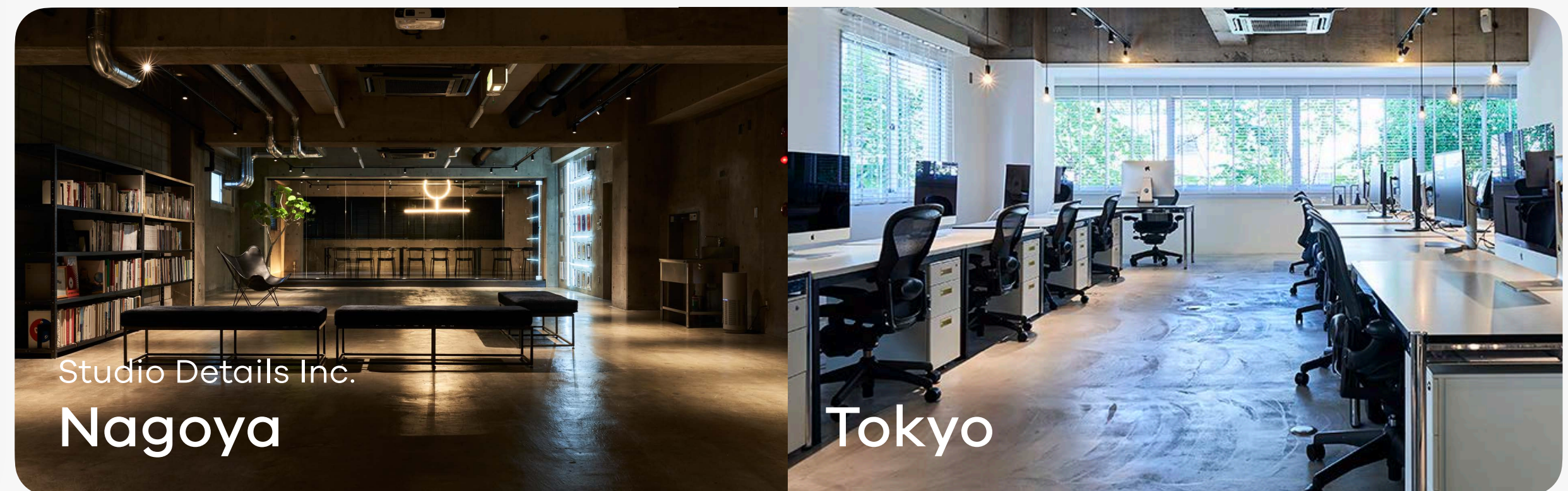
代表取締役社長 / CEO	土屋 尚史
取締役執行役員 / CFO	槇島 俊幸
社外取締役	小塚 裕史
社外取締役	佐藤 あすか
社外取締役	広木 大地
常勤監査役	佐竹 修
非常勤監査役	佐田 俊樹
非常勤監査役	須田 仁之

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 (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）[※]

※2023年1月に事業を終了、2023年12月に清算を予定



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

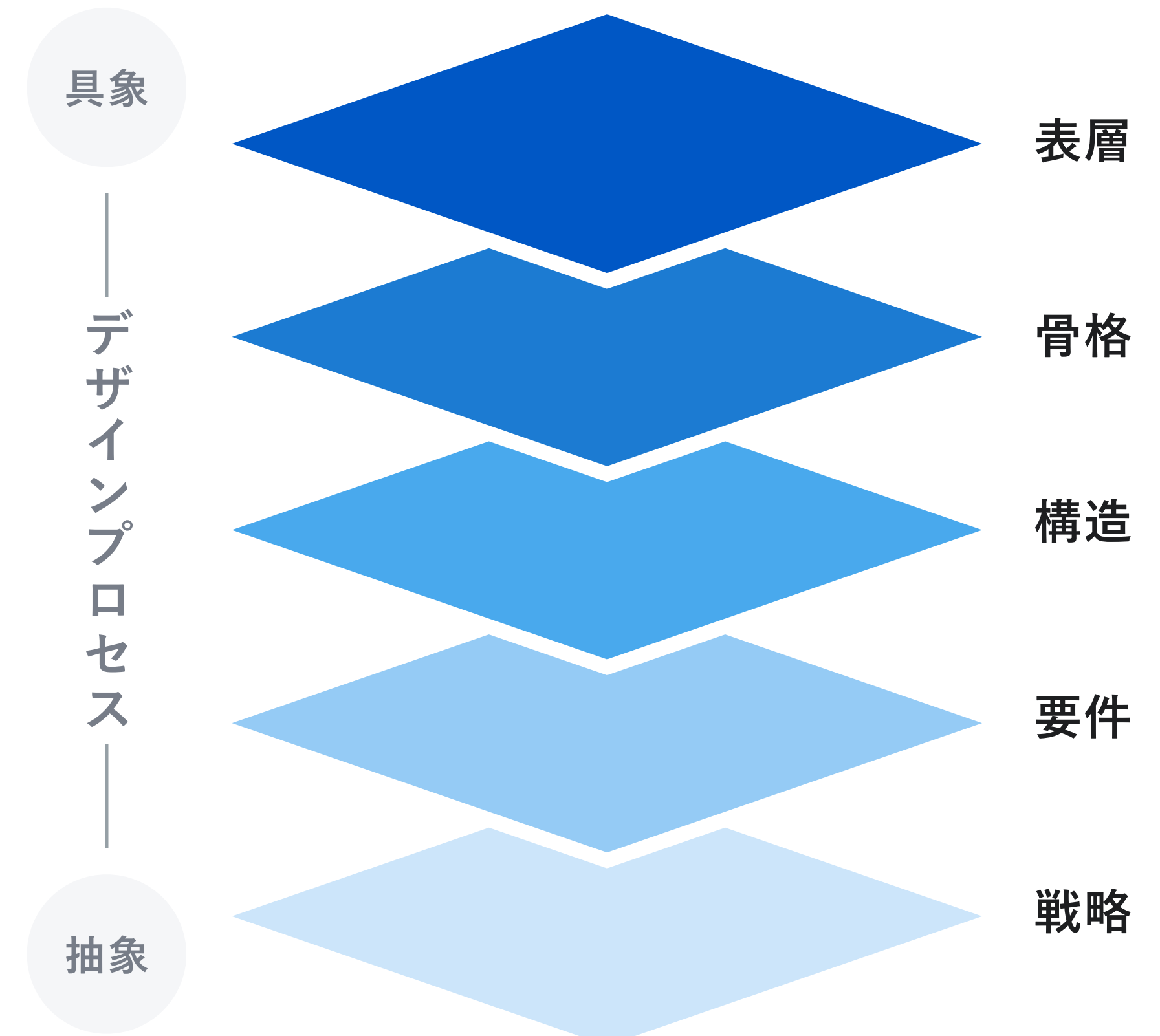
=

企業競争力の向上

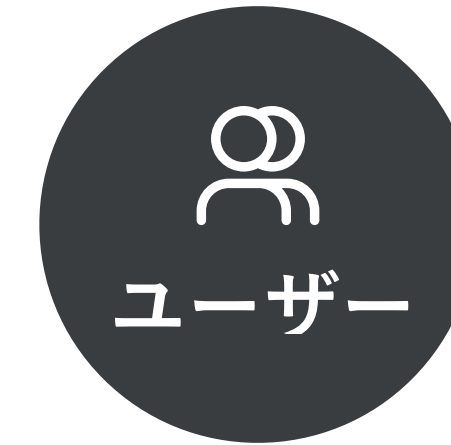
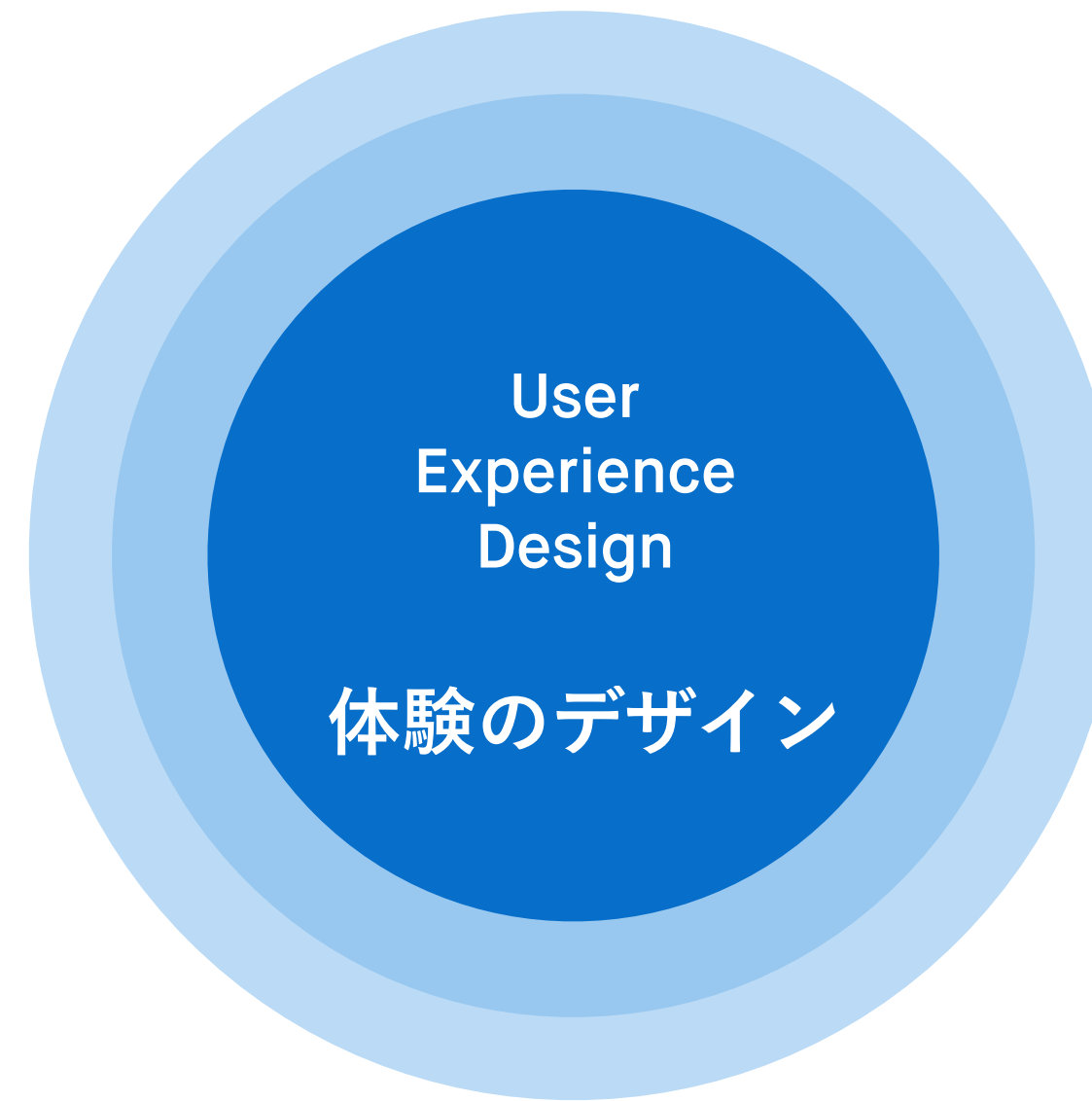
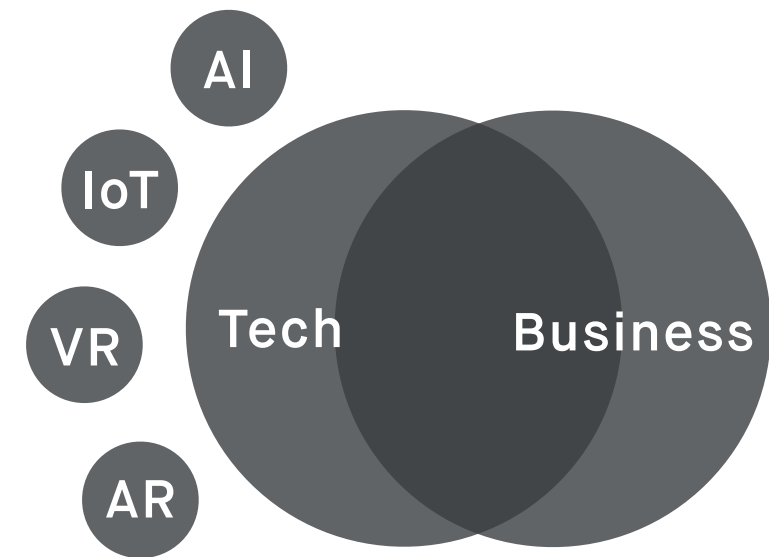
デザイン経営を推し進める必要条件

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

デザインの5段階モデル



“The Elements of User Experience” を元にした、グッドパッチによる再解釈



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2030年には3.8倍の5.2兆円（2020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、

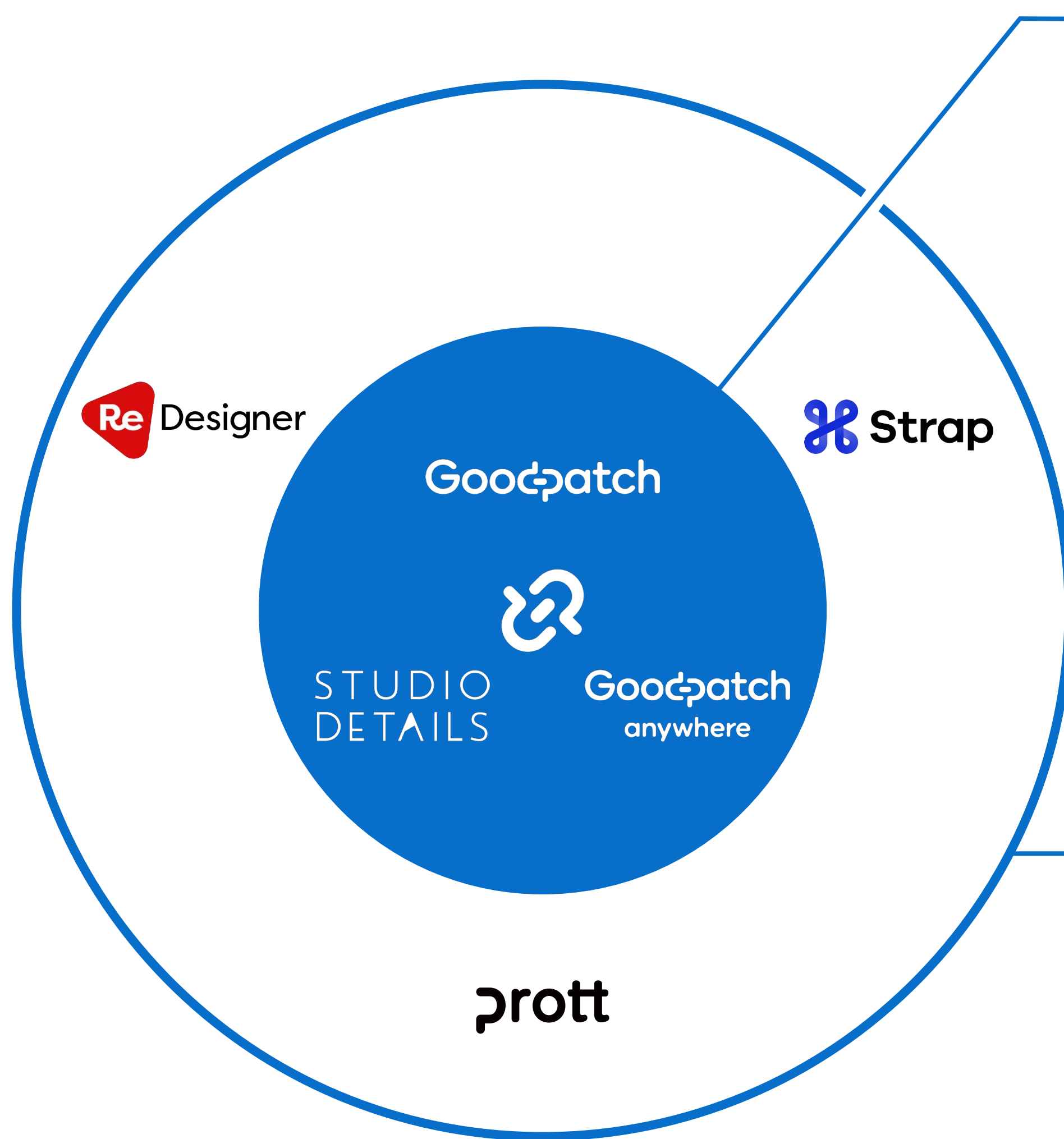
新たなビジネスモデルをともに検討するビジネスパートナー^{※2}

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 課題解決力やビジネスデザイン、企画に優れている（24.4%）^{※1}

※1 出典：富士通キメラ総研「2022 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 市場編/ベンダー戦略編」、※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

グッドパッチ：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

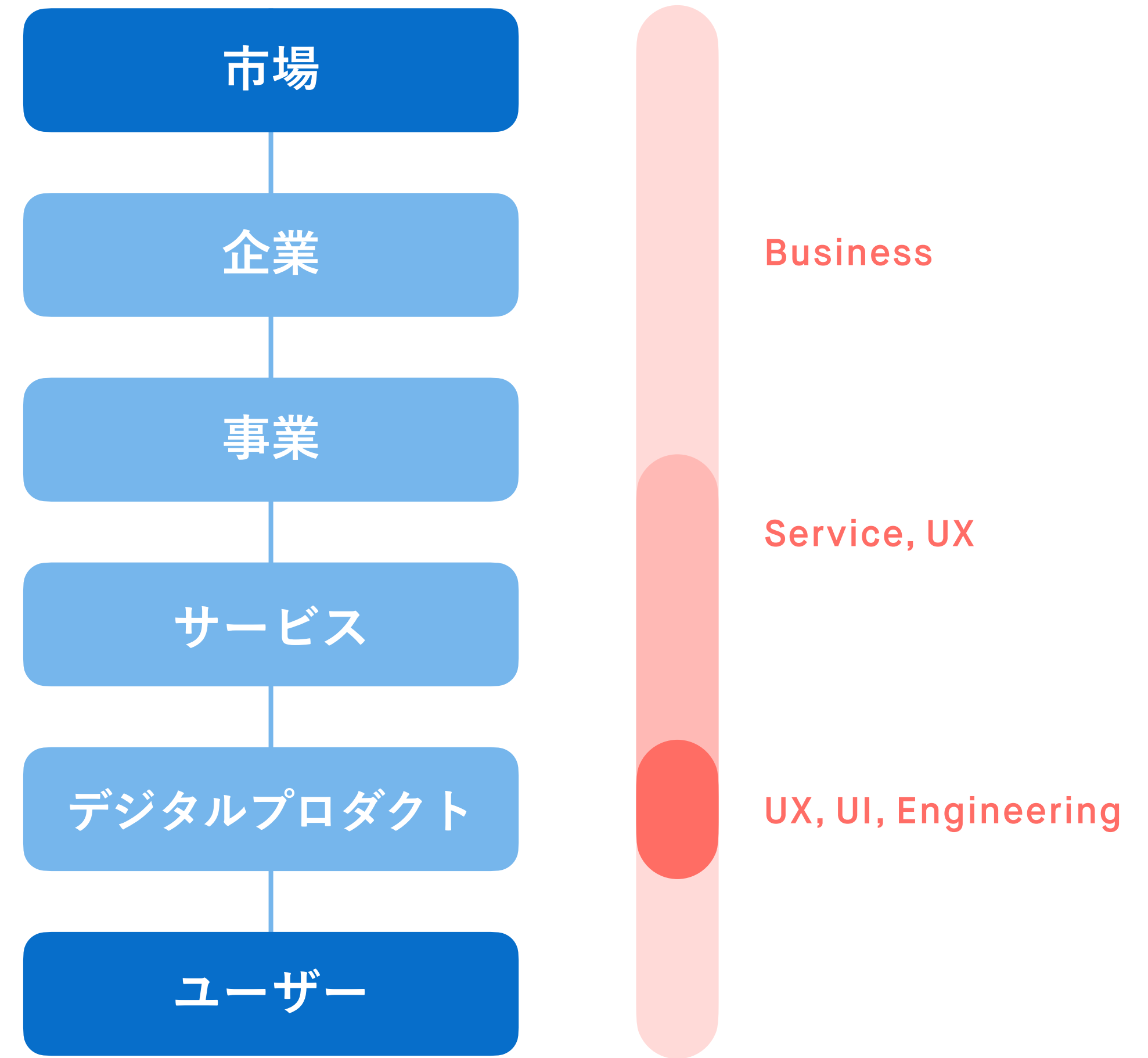
※FY2023よりGoodpatch Anywhereをデザインパートナー事業に区分を変更しております。

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

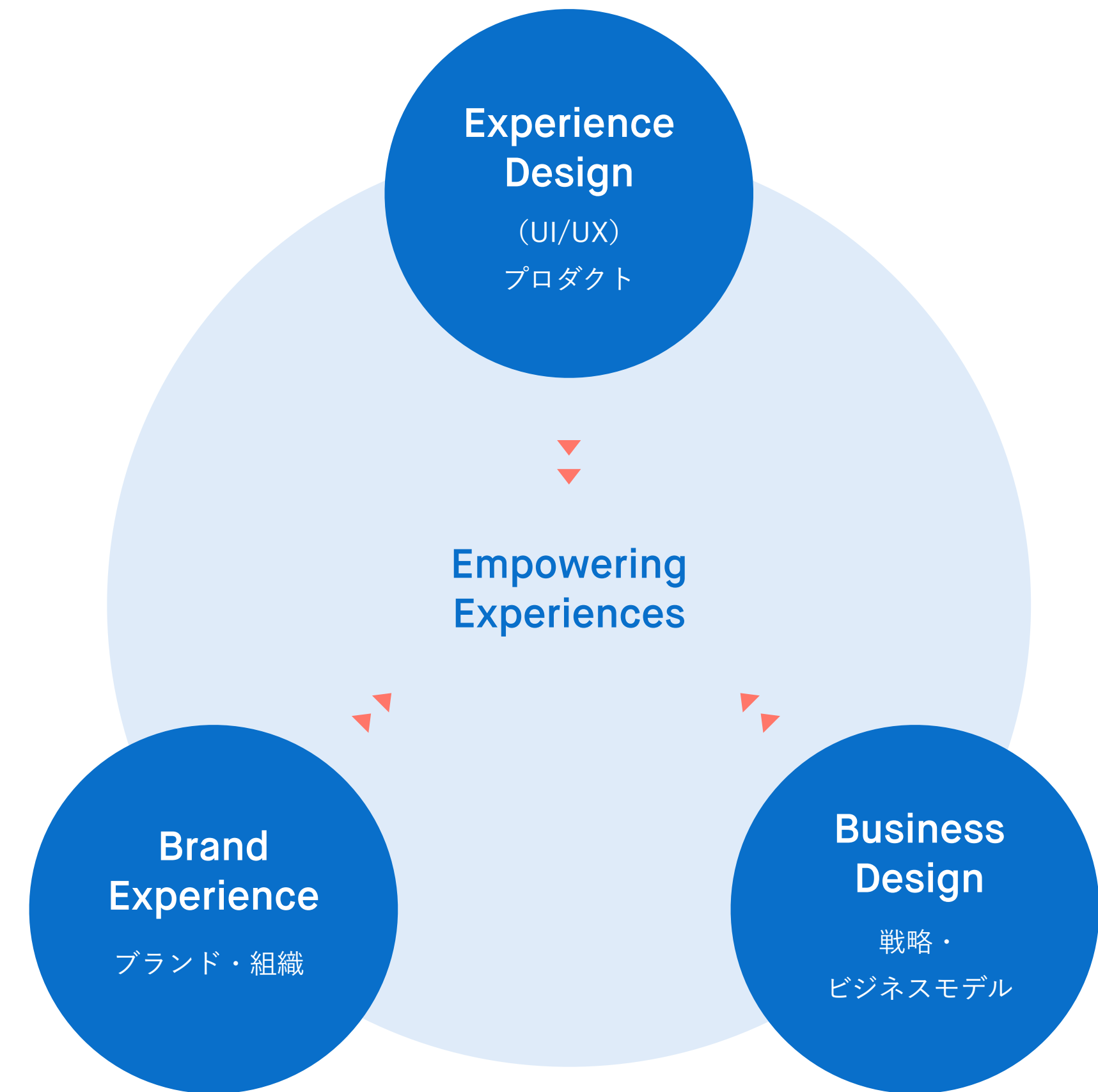
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）。ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現

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、プロダクトやサービス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 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）

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10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



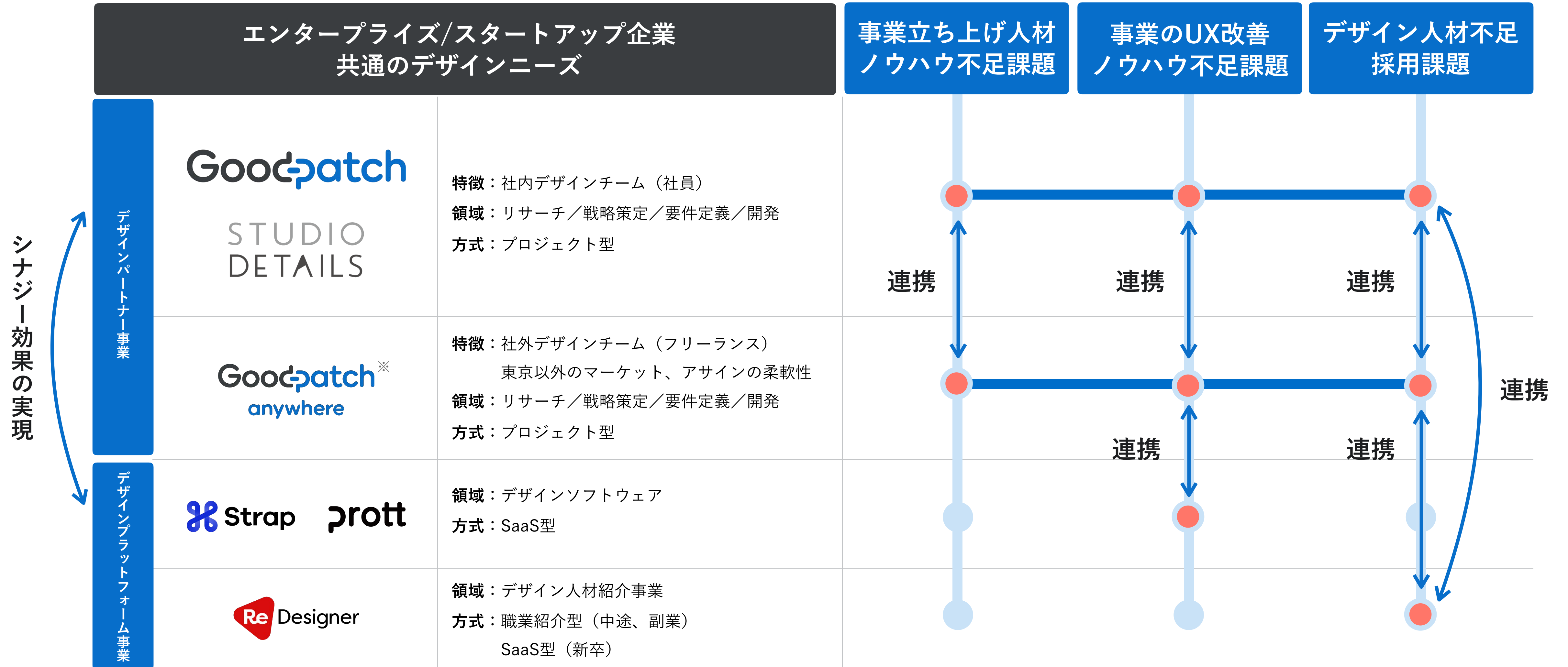
人材/HR SaaS

デザイナー特化型
キャリア支援サービス



SaaS

オンラインホワイトボード
プロトタイピングツール



※ 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、FY2023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。

FY2023 2Qハイライト

FY2023 2Q (12-2月) 業績ハイライト

売上高

前年同期比 (増減)

969 百万円

+10.3% (+90百万円)

進捗率

46.7%

営業利益

前年同期比 (増減)

152 百万円

+29.0% (+34百万円)

進捗率

45.8%

- 売上高はYoYで**プラス成長へ回帰**、前四半期から一転し黒字幅が大きく回復、**営業利益は152百万円と収益性が改善**、**当期純利益の進捗が先行し上方修正を実施**
- マーケティングセールスに注力、**プロジェクトの獲得が進み**、デザイナー稼働が大きく改善
- ドイツ子会社解散の影響がほぼ無くなり、計画どおり効率化が進捗
営業利益率も高水準 (15.8%) を達成

FY2023 事業方針

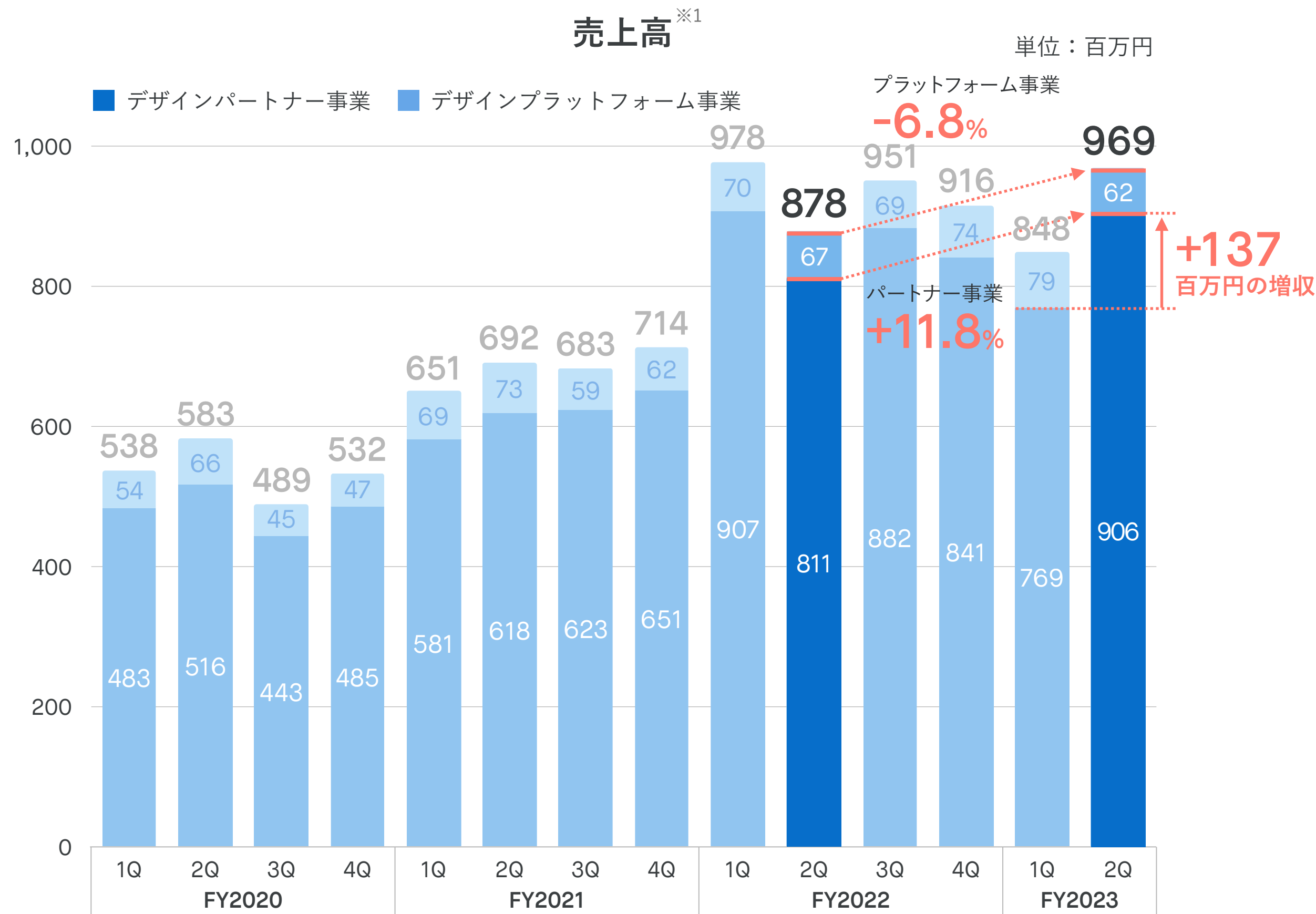
デザインパートナー事業

- 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

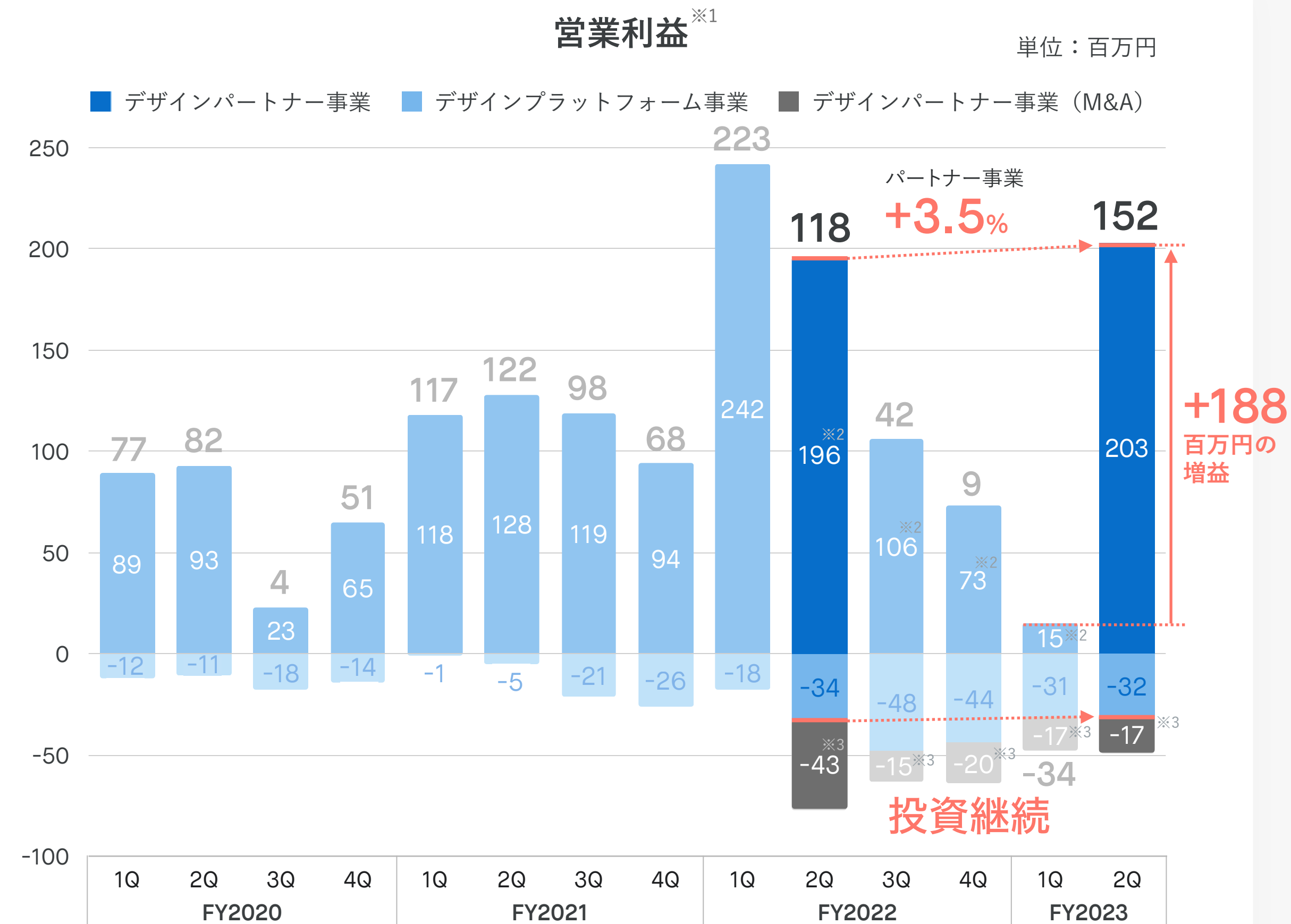
デザインプラットフォーム事業

- 4 コア周辺の人材・ソフトウェア領域を深耕し成長

パートナー事業はプロジェクト獲得が改善し回復鮮明、ドイツ子会社の解散影響も解消、QoQでは+188百万円と大きく増益。プラットフォーム事業は投資継続



※1 FY2023よりGoodpatch Anywhereをデザインパートナー事業に組み込んでおります。そのため、過去の数値についても同様にデザインパートナー事業に含むものとしてグラフを調整しております。



※2 デザインパートナー事業の営業利益はM&A関連費用を除いております。

※3 M&A関連費用として、FY2022では取得関連費用・のれん償却額等、FY2023 1Q、2Qではのれん償却額等を計上しております。

FY2023よりプロジェクト獲得が好調に推移した結果、デザイナー稼働が大幅に改善 売上高は昨年水準を超え、営業利益についてもYoY+29.0%と大きく伸長

連結損益計算書（12-2月）

単位：百万円

	FY2022 2Q	FY2023 1Q	FY2023 2Q	YoY 増減率	QoQ 増減率
売上高	878	848	969	10.3%	14.3%
営業利益	118	-34	152	29.0%	-
営業利益率	13.5%	-	15.8%	2.3pt	-
経常利益	115	-32	155	34.3%	-
当期純利益	57	-13	111	95.4%	-

- FY2023 1Q以降、プロジェクト獲得が積み上がり、デザイナー稼働が改善、売上高はQoQ+120百万円
- ドイツ子会社の費用影響が小さくなったことに伴い、費用負担は約60百万円の減少
- 営業利益はQoQ+186百万円と大幅改善し、営業利益率も15.8%と高水準

前四半期の影響大きく上半期の売上高はYoY-2.1%と減少だが、
当四半期にて状況は大きく好転し、営業利益は118百万円と黒字回復、業績予想を修正

連結損益計算書（9-2月）

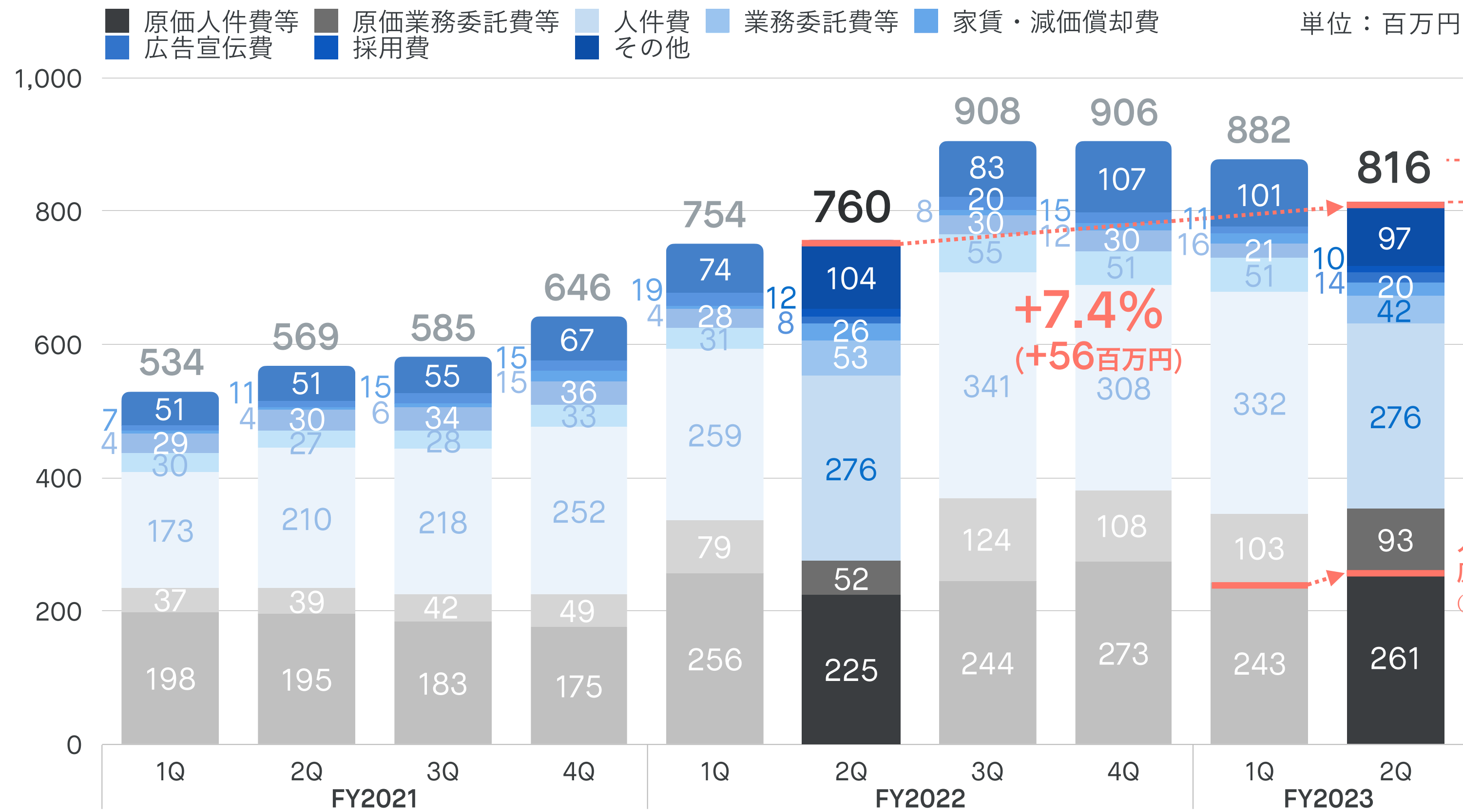
単位：百万円

	FY2022 1-2Q	FY2023 1-2Q	YoY 増減率	通期業績予想 (期初)	進捗率
売上高	1,857	1,818	-2.1%	3,892	46.7%
営業利益	342	118	-65.3%	259	45.8%
営業利益率	18.4%	6.5%	-11.9pt	6.7%	-
経常利益	341	123	-63.8%	260	47.5%
当期純利益	218	97	-55.1%	133	73.7%

- 売上高は上半期を通算するとYoYではマイナスとなったが、YoYの減少幅は縮小（1Q末：-13.3%→2Q末：-2.1%）
- 前四半期の営業赤字を吸収し、営業利益は黒字回復、通期業績予想進捗率は45.8%と計画に対して順調
- ドイツ子会社の清算手続きに伴う特別利益35百万円計上により、当期純利益は予想比先行し進捗、上方修正を実施

売上高の成長（YoY+10.3%）に対し、総費用はYoYで+7.4%の増加 ドイツ子会社の解散に伴い費用減、費用効率が改善し収益性が向上

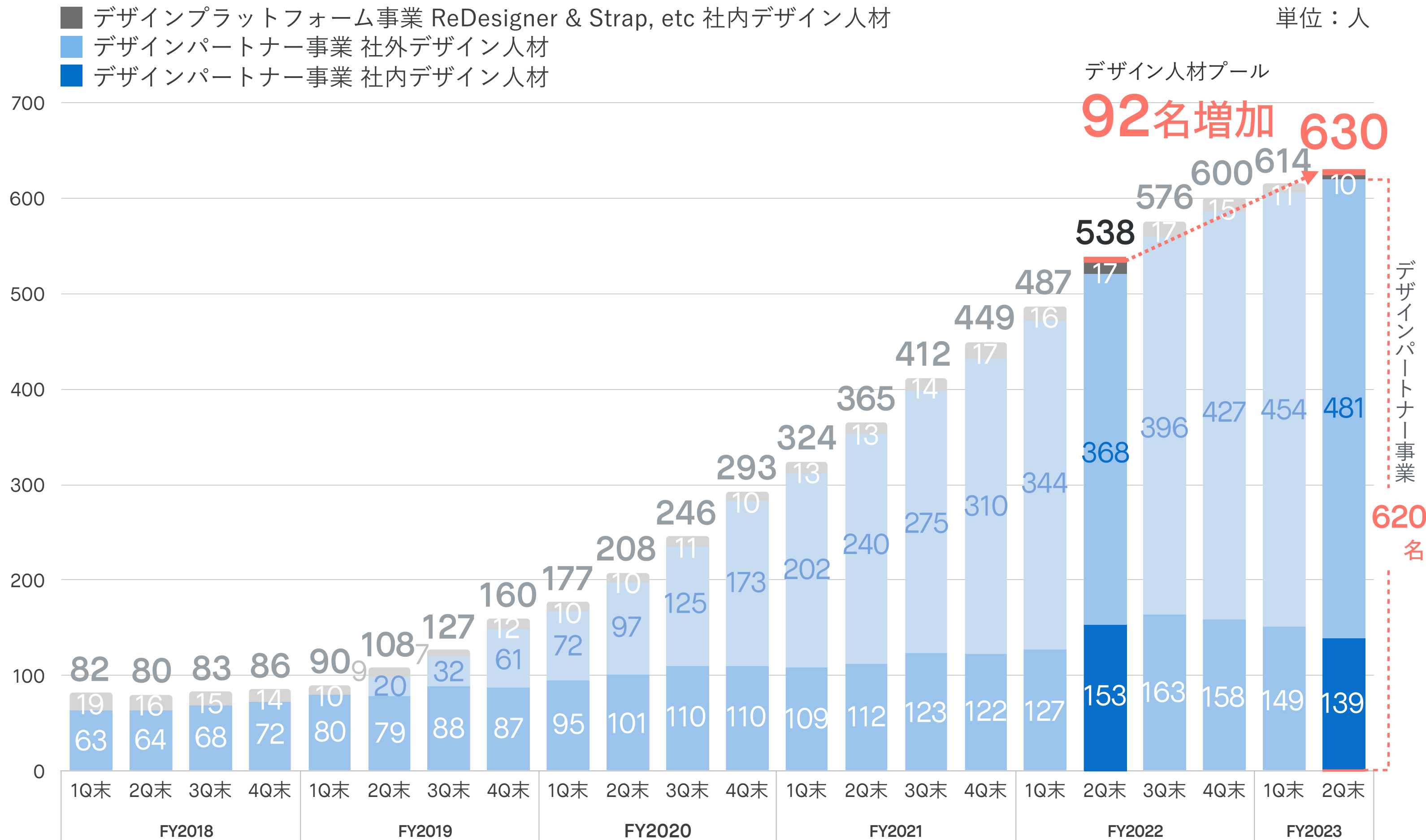
費用構成の推移



- デザイナー稼働率の改善により、費用効率が改善した結果、総費用中の原価比率が上昇
- ドイツ子会社の解散処理がおおむね完了し、費用負担が無い状態に（約60百万円/四半期）
- Goodpatch Anywhereを活用し、費用増を抑えながらデザインパートナー事業が成長

デザイン人材プールは継続的に成長、国内デザイン人材も積極採用へ徐々にシフト

デザイン人員数の推移



デザインパートナー事業

- デザイナー人員数は社内外含め合計で630名、YoYで+92名
- 当四半期からドイツ子会社の解散に伴い-13名、一方、国内における社内人材プールのデザイナー数はQoQでは+3名とし、今後は採用強化の方針
- Goodpatch Anywhereでは継続的に拡大し前四半期から+27名、総数は481名へ

デザインプラットフォーム事業

- 自社プロダクトの開発にて引き続き効率重視の体制

利益計上により、自己資本比率が向上

連結貸借対照表

単位：百万円

	FY2023 1Q末	FY2023 2Q末	増減	主な理由
流動資産	3,073	3,149	76	
現金及び預金	2,629	2,654	25	
固定資産	825	812	-13	
総資産	3,898	3,961	63	
流動負債	497	477	-19	
固定負債	198	166	-31	借入金返済
純資産	3,202	3,316	114	利益計上
自己資本比率	82.1%	83.7%	+1.6pt	

各事業の状況

デザインパートナー事業

YoYで売上高は+11.8%、95百万円増加し、成長軌道へ プロジェクトの獲得が順調、デザイナー稼働好調、利益貢献大きい

セグメント全体^{※1} FY2023 2Q (12-2月)

売上高

前期比 (増減)

906 百万円

+11.8% (+95百万円)

進捗率

+47.4%

営業利益^{※2}

前期比 (増減)

203 百万円

+3.5% (+6百万円)

進捗率

-

FY2023 事業方針

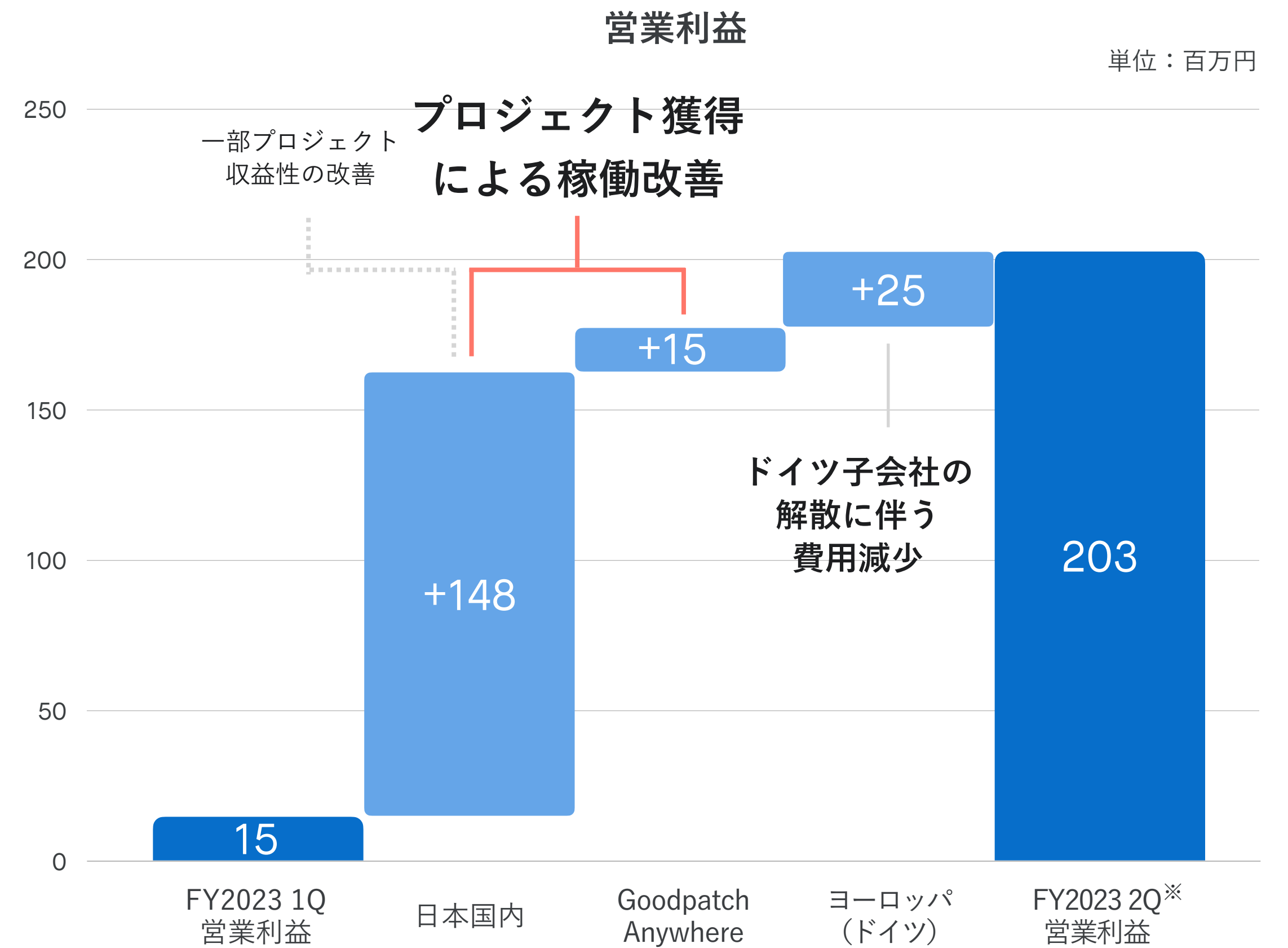
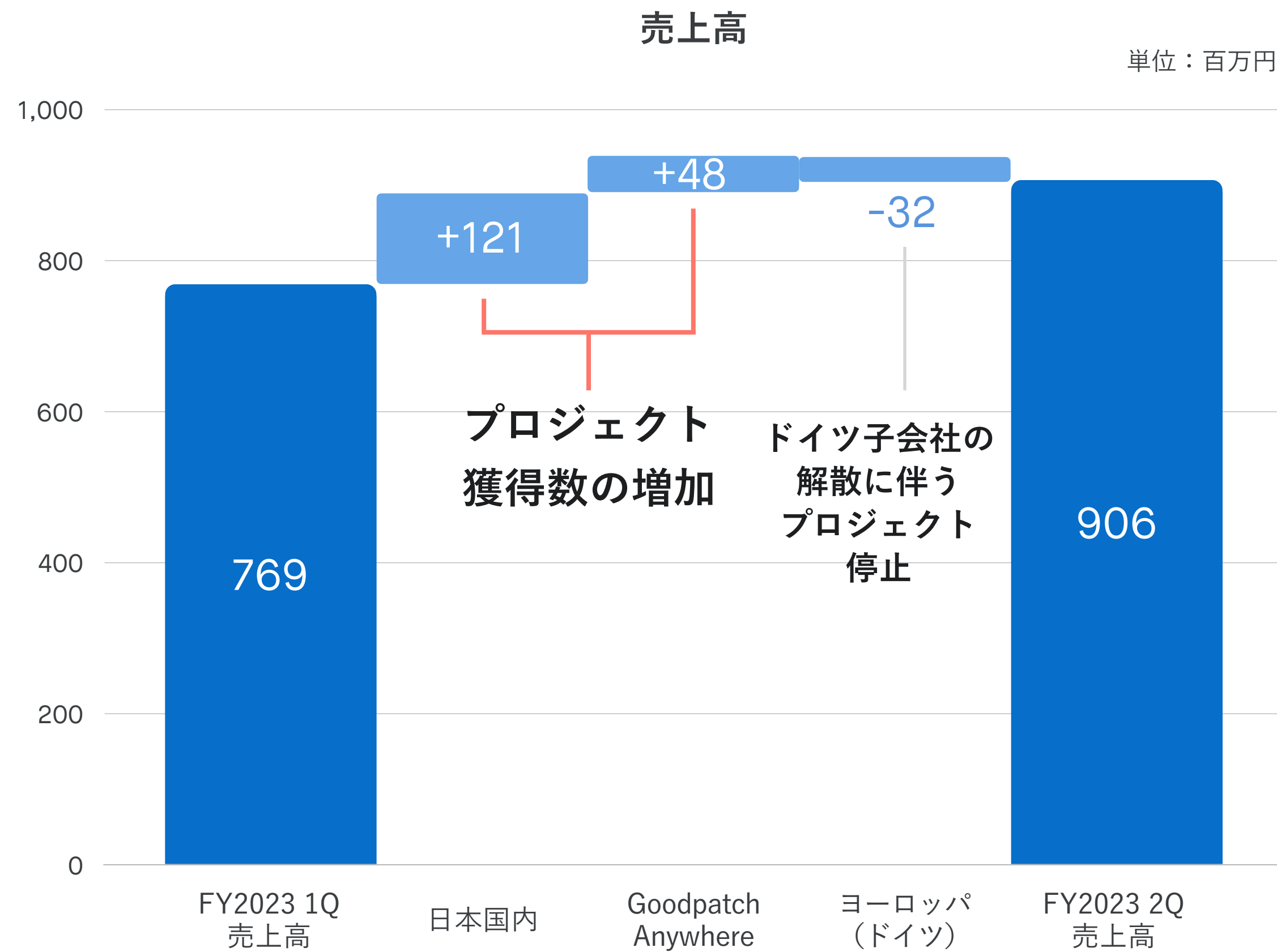
- 1 プロジェクト獲得のための競争力を再構築
- 2 提供価値最大化のための組織施策
- 3 成長のために業務提携やM&Aを継続検討

- マーケティングセールスへの改革が奏功、**新規プロジェクトの獲得が進む**
- 正社員デザイナーの稼働状況が前四半期から一転し大きく改善、また、ドイツ子会社の影響も一巡
- **営業利益もYoYでプラス成長、営業利益率も大幅に改善し22.5%に上昇**

※1 FY2023よりGoodpatch Anywhereをデザインパートナー事業に区分を変更しております。また、過去実績についても同様に調整した数値で比較を実施しております。

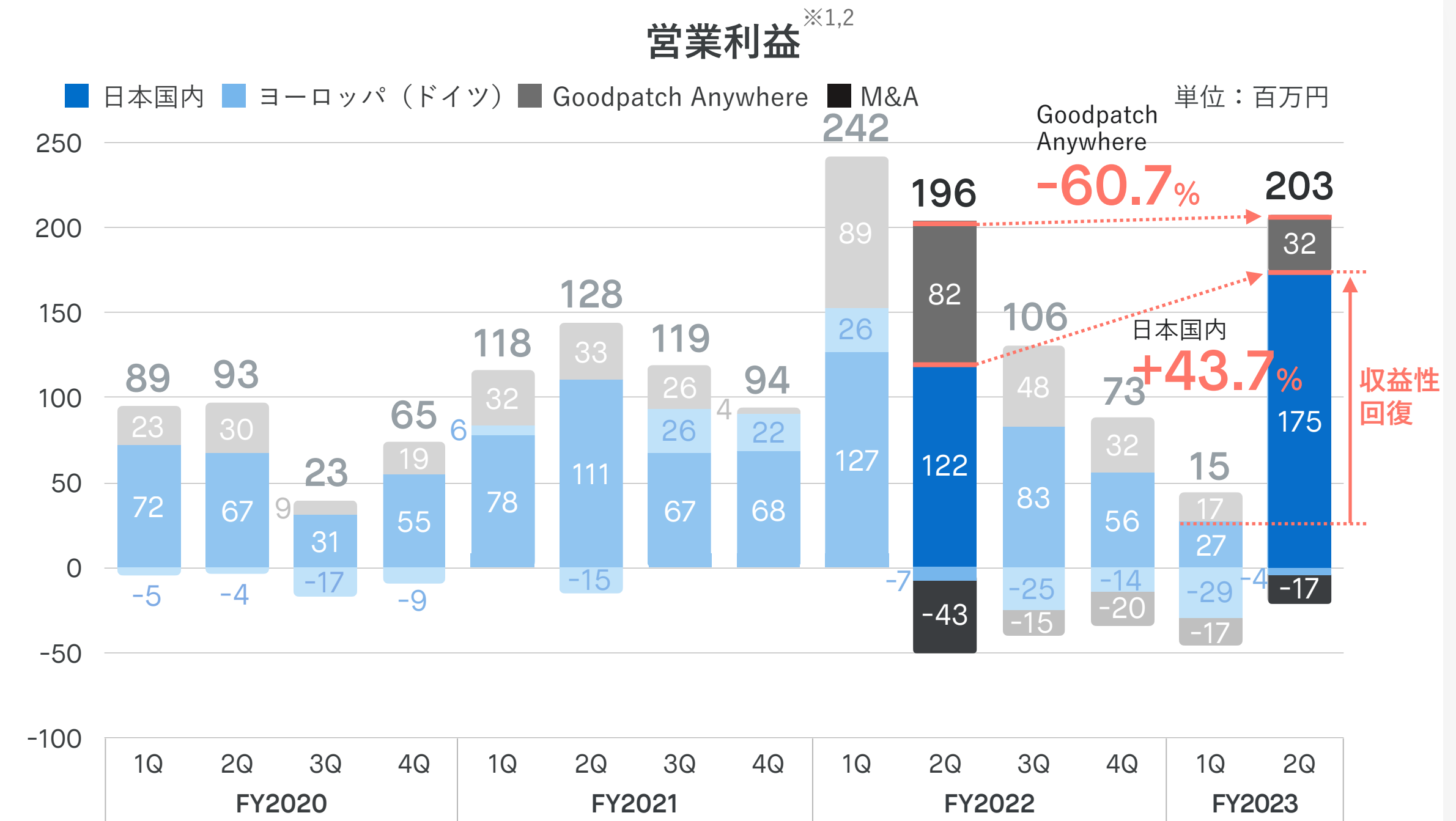
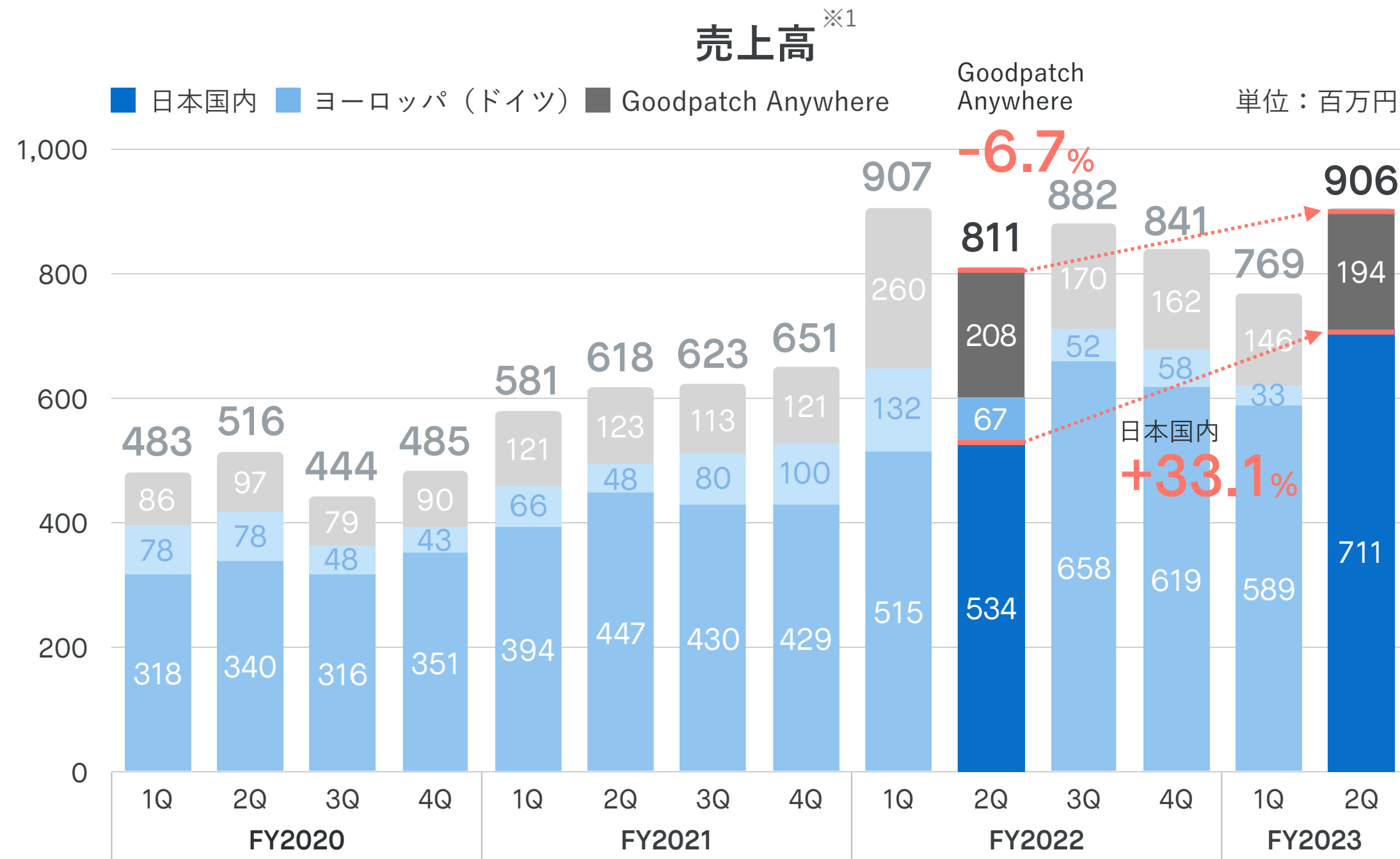
※2 営業利益はのれん償却額等を除いております。

プロジェクトの獲得増加が売上高及び営業利益の拡大に直結 プロジェクトの収益性改善やドイツ子会社の解散に伴う費用減少により利益体質へ



※ のれん償却額等を除いております。

プロジェクトの獲得増により業績のトレンドが大きく転換、特に日本国内での伸長著しい

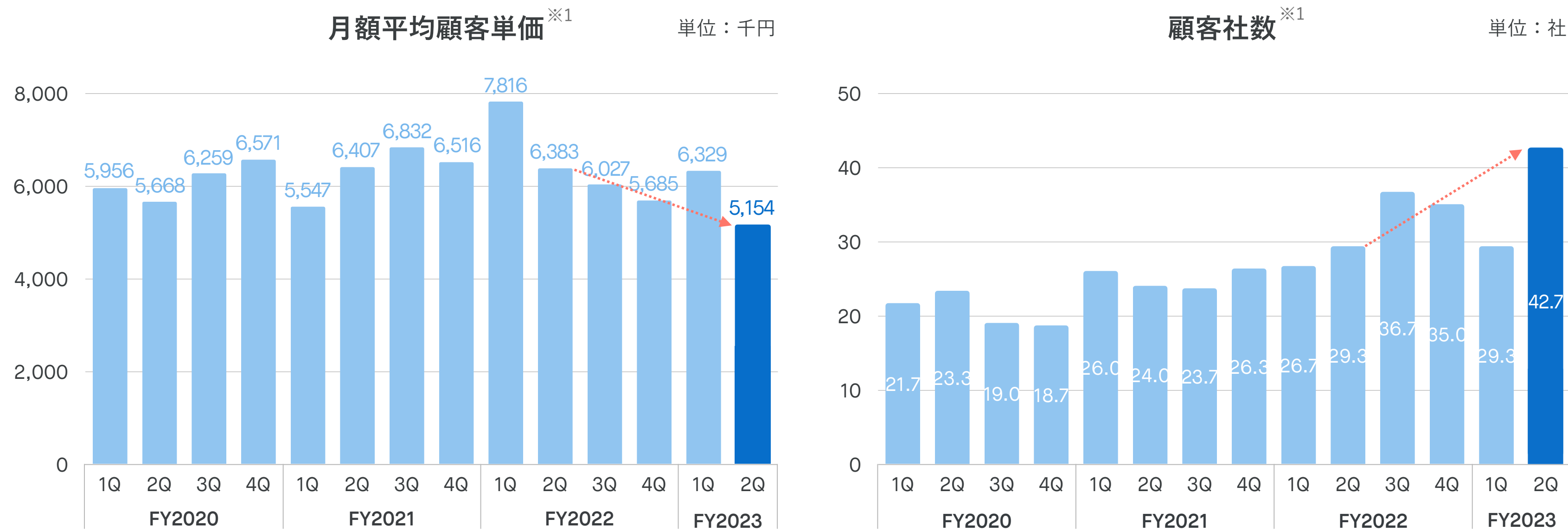


※1 FY2022 3Qよりディテイルズを合算した数値にて開示しております。また、Goodpatch Anywhereをデザインパートナー事業に区分を変更しております。過去実績についても同様に調整した数値で比較を実施しております。
 ※2 営業利益はM&A関連費用を除いております。（M&A関連費用として、FY2022では取得関連費用・のれん償却額等、FY2023 1Q、2Qではのれん償却額等を計上しております。）

- プロジェクトの獲得が好調、ヨーロッパ（ドイツ）の赤字要素がほぼ解消し収益性が回復、**利益成長のトレンドへ転換**
- 日本国内にてFY2023 3Qより連結したディテイルズが収益貢献、YoYで売上高+110百万円強上乘せしつつ組織融合が進行
- Goodpatch Anywhereとの連携を加速させ、正社員デザイン部門はプロジェクトキャパシティを拡大
- 両者間の共同プロジェクトでは主担当側に売上計上となるため、当四半期はAnywhereの稼働分利益の約10百万円分が正社員側へ移動

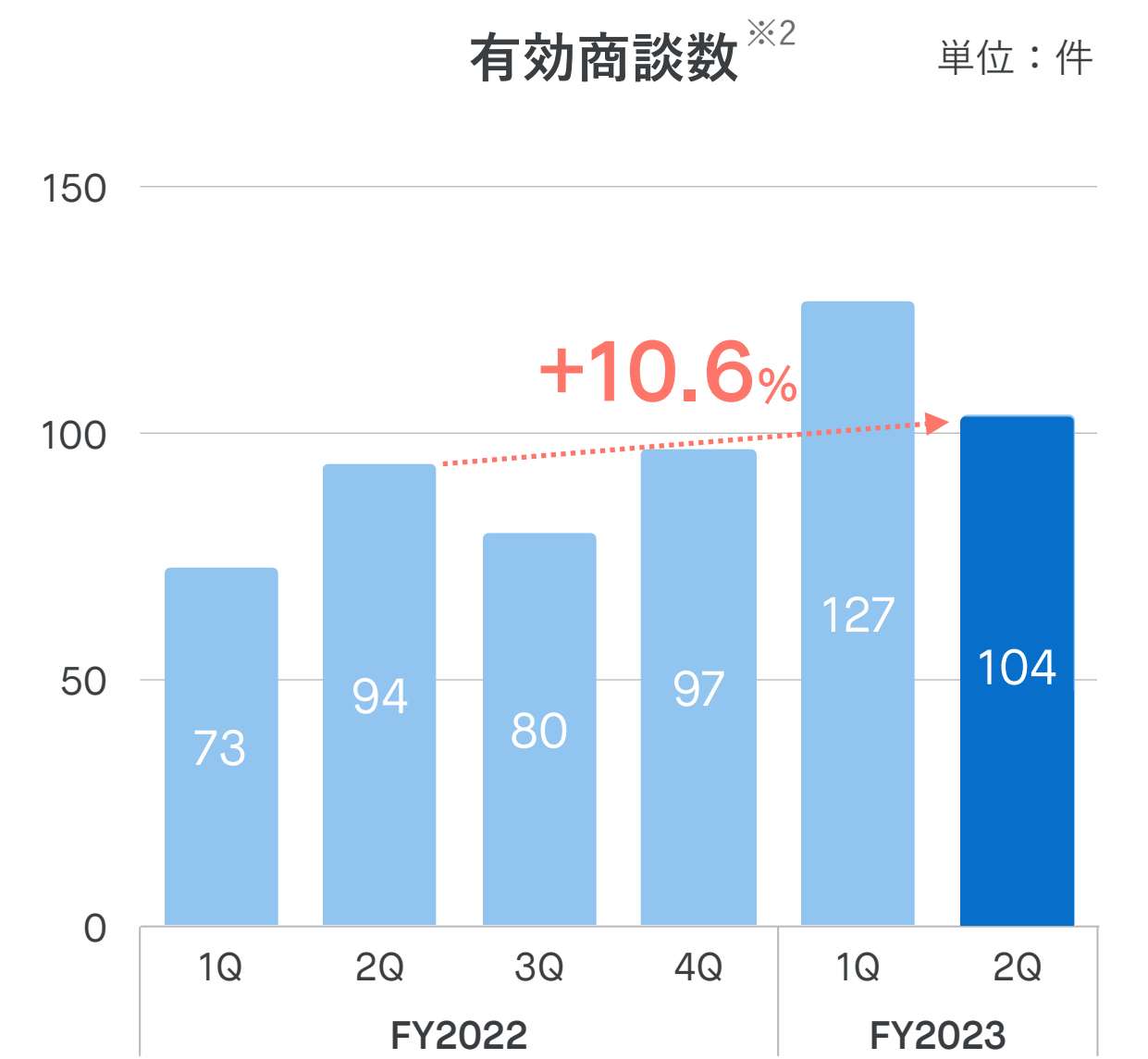
新規プロジェクト獲得が進み、顧客単価は減少傾向にあるが、顧客社数は大きく伸長

プロジェクト売上分解指標



※1 FY2022 3Qよりディテイルズを合算した数値にて表示しております。なお、Goodpatch Anywhereは含めておりません。

売上先行指標

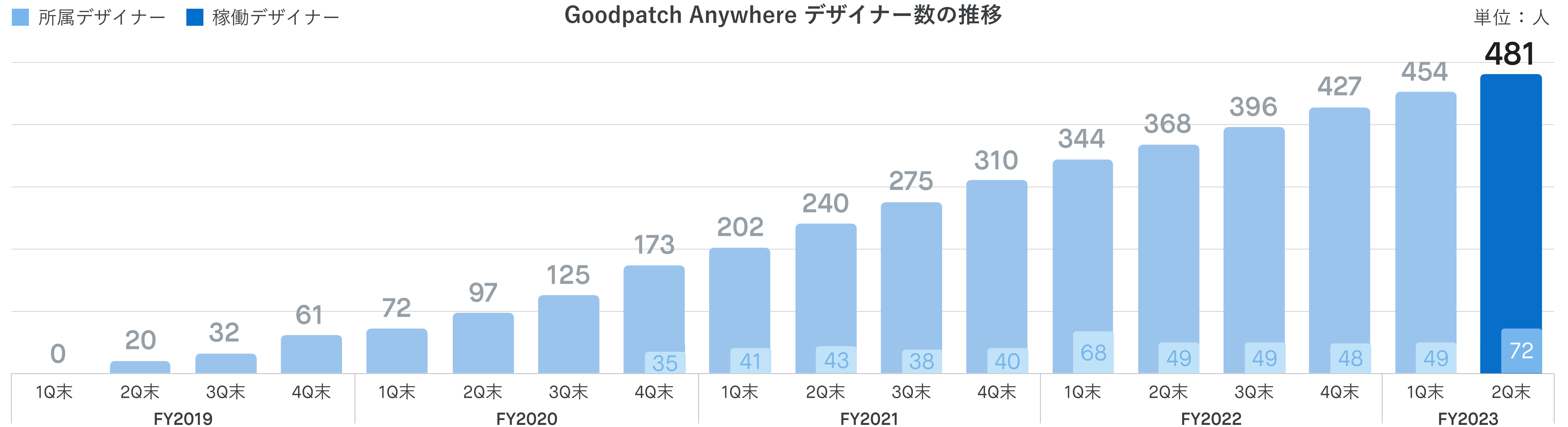


※2 Goodpatch Anywhereを含み、ディテイルズを除く数値にて表示しております。

- 平均顧客単価は新規プロジェクト対応により縮小傾向、かつM&Aの影響により単価と社数のバランスに変化（グッドパッチでは月額600万円前後、ディテイルズでは月額300万円前後となる）
- **正社員デザイン部門の継続獲得も順調に推移し、新規商談はGoodpatch Anywhereに積極的に配分を実施**
- 有効商談数はQoQでは減少となったものの、**増加トレンドの中での変動と認識、マーケティングには継続的に注力**

稼働デザイナーは72名と急増、QoQで+23名

人材プールは引き続き拡大し、所属デザイナーは481名へ



※Goodpatch Anywhereの品質管理を担当する社員デザイナーを含めております。

- プロジェクトの獲得が順調に進行、デザイナー活用が急回復、当四半期末において72名
- 正社員側のデザイナー稼働率が上限値近くで推移しており、Goodpatch Anywhere側でのプロジェクト獲得が進む
- プロジェクトキャパシティを拡大するために、正社員にて品質管理担当デザイナーの採用を強化

各事業の状況

デザインプラットフォーム事業

ReDesigner主力の中途人材紹介サービスにて遅れあり、プラットフォーム事業はYoYにて売上高は-6.8%、投資フェーズのため営業赤字計上

セグメント全体 FY2023 2Q (12-2月)

売上高

前期比 (増減)

+62 百万円

-6.8% (-4百万円)

進捗率

+40.0%

営業利益

前期比 (増減)

-32 百万円

- (+1百万円)

進捗率

-

FY2023 事業方針

コア周辺の人材・ソフトウェア領域を深耕し成長

ReDesigner：デザインに関連する人材市場にて領域を拡大

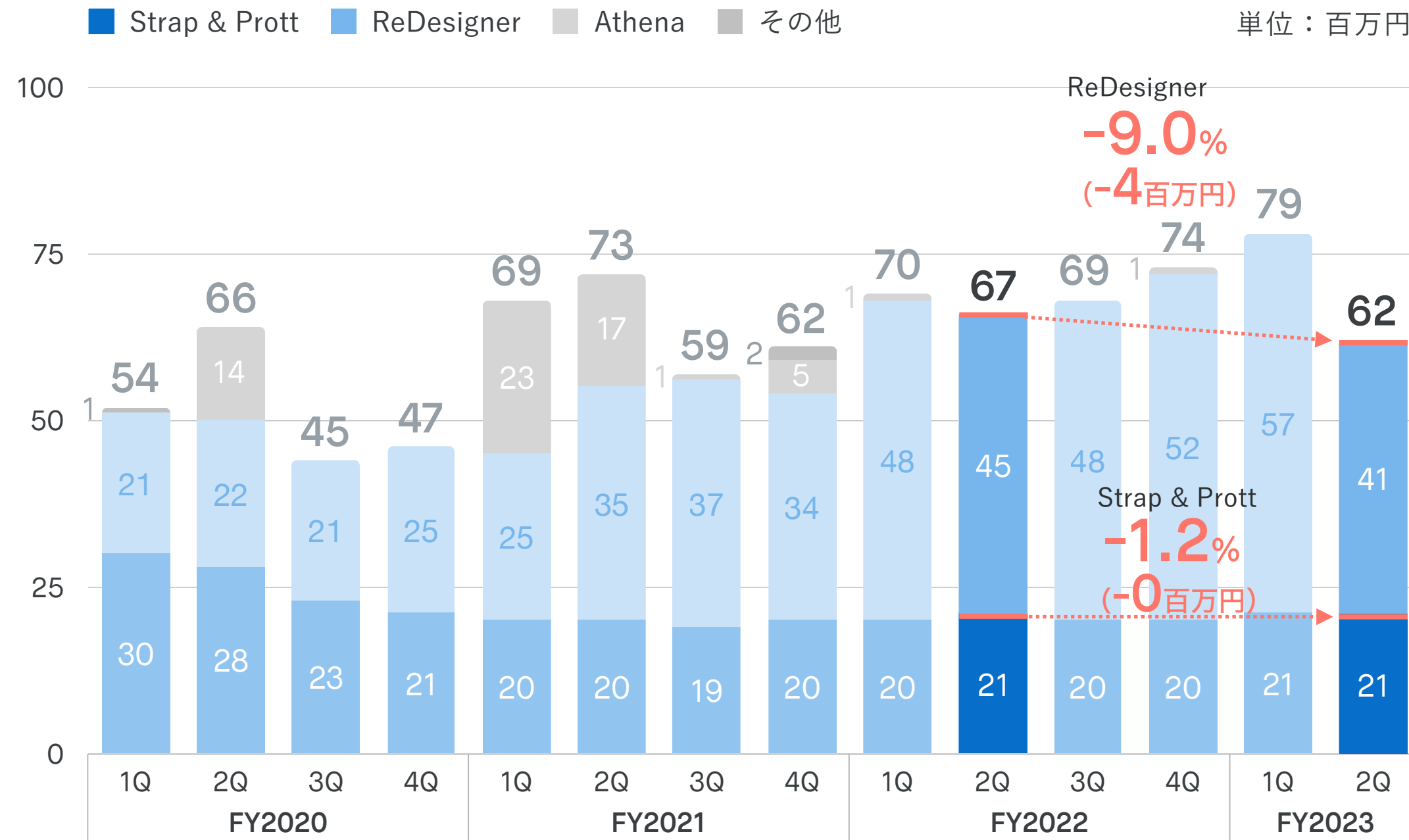
Strap：事業KPIの伸長、ユーザー企業の積み上げ

- ReDesignerにおいて中途人材紹介サービスの売上獲得に一部遅れが生じ、事業全体の売上高のYoY成長率がマイナスに
- StrapとProttの売上高はほぼ横這い、Strapの比率が徐々に高まる

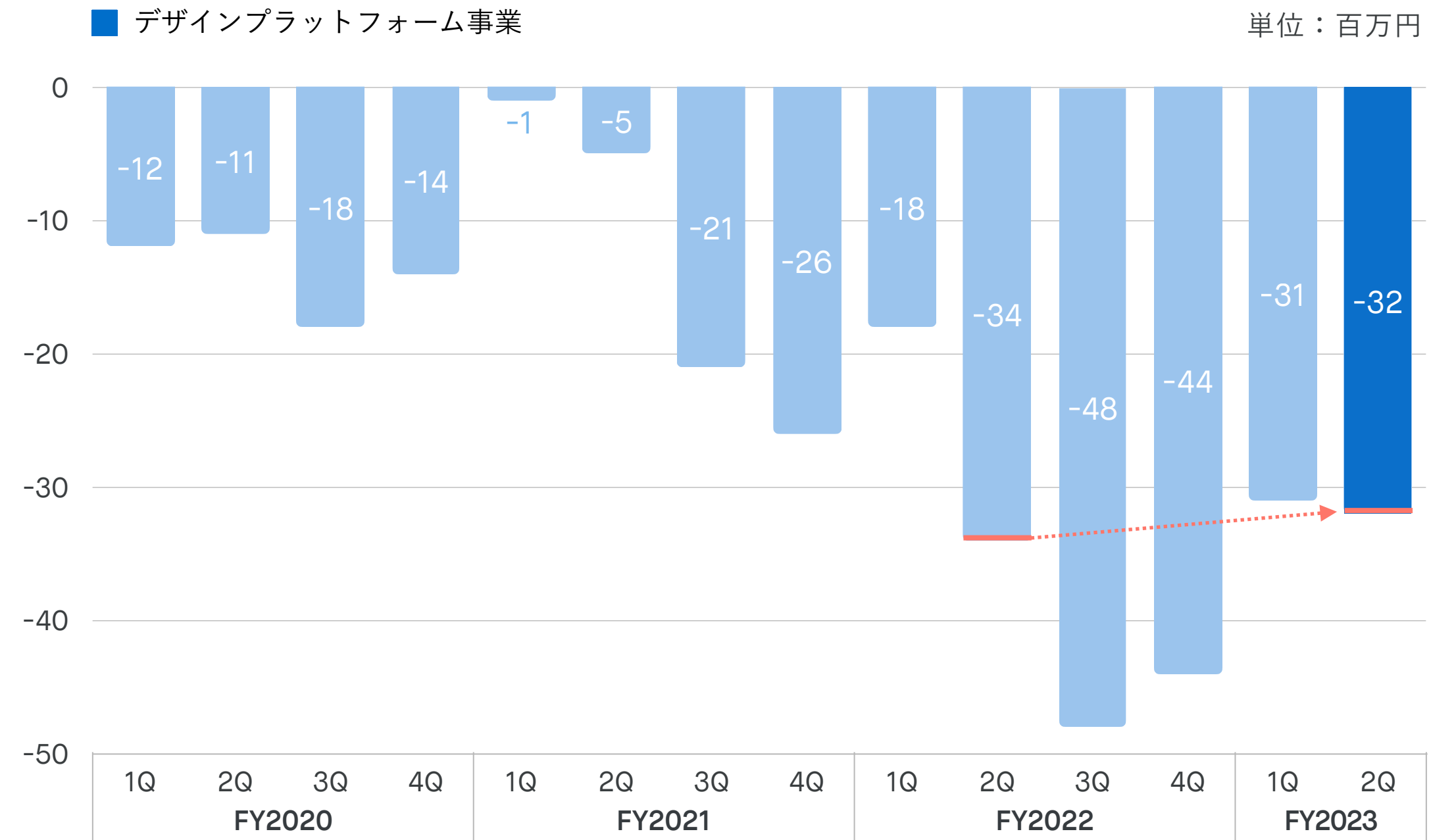
※FY2023よりGoodpatch Anywhereはデザインパートナー事業に区分を変更しております。また、過去実績についても同様に調整した数値で比較を実施しております。

ReDesignerの中途人材紹介で進捗に遅れ、事業全体の売上高はYoYにて-6.8%

売上高



営業利益

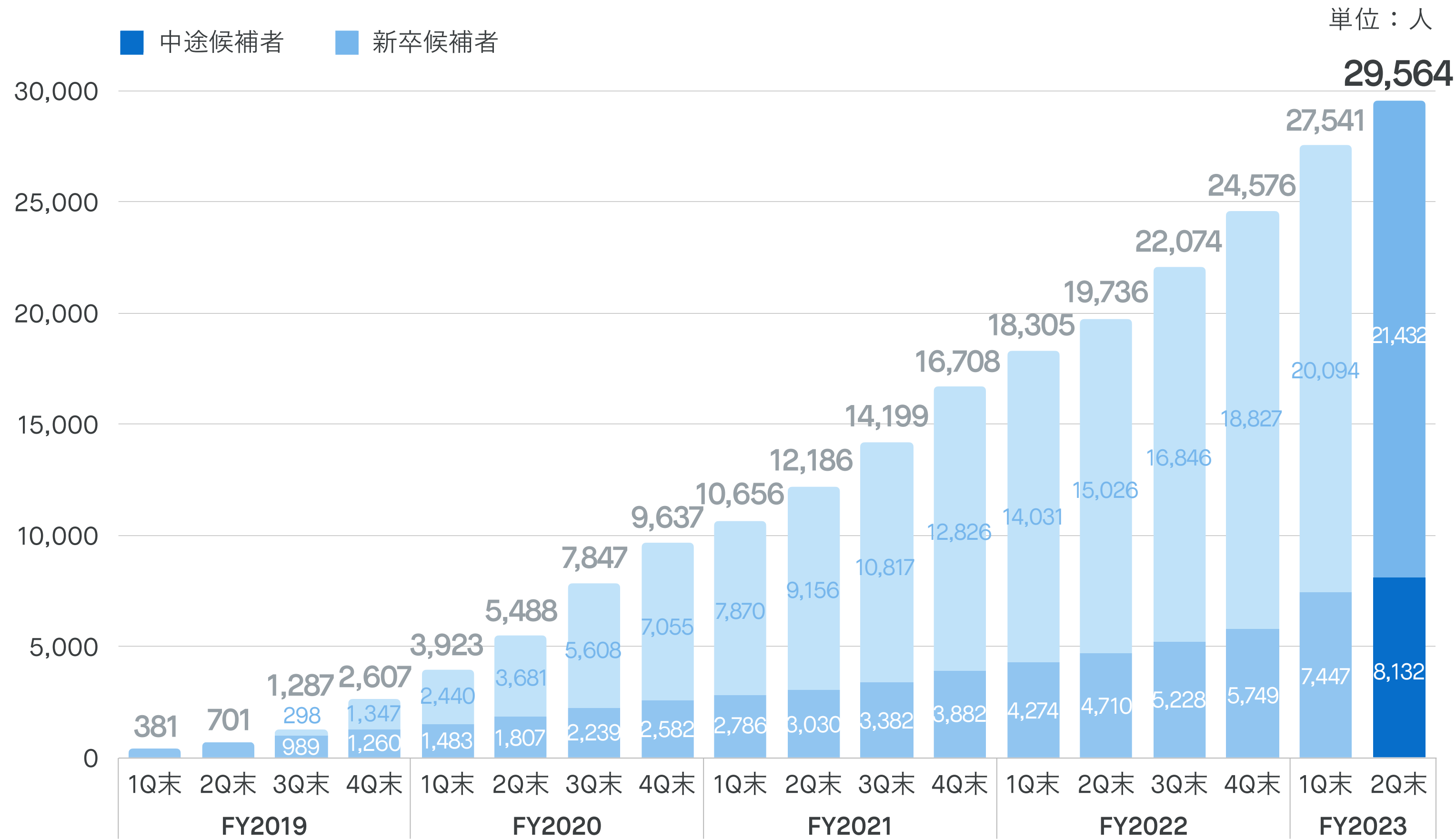


- ReDesignerでは入社数が想定を下回ったが、パイプラインは好調を維持、3Q以降の巻き返しの見込み
- StrapとProttの合計では売上は横ばい、Strapの成長投資を継続

※FY2023よりGoodpatch Anywhereはデザインパートナー事業に区分を変更しております。また、過去実績についても同様に調整した数値で比較を実施しております。

直近の進捗遅れはあるが、下半期にて巻き返しの見込み、順調に拡大を継続

ReDesigner 累計登録者の推移



中途人材紹介サービス（転職支援サービス）

- 求職者のエントリー数は落ち着いた傾向があるが、希少なデザイン人材のプールを拡大
- ダイレクトリクルーティングの機能開発を実装中

新卒人材紹介サービス

- 採用イベントを主催し、企業ネットワークを着実に拡大

DeNA

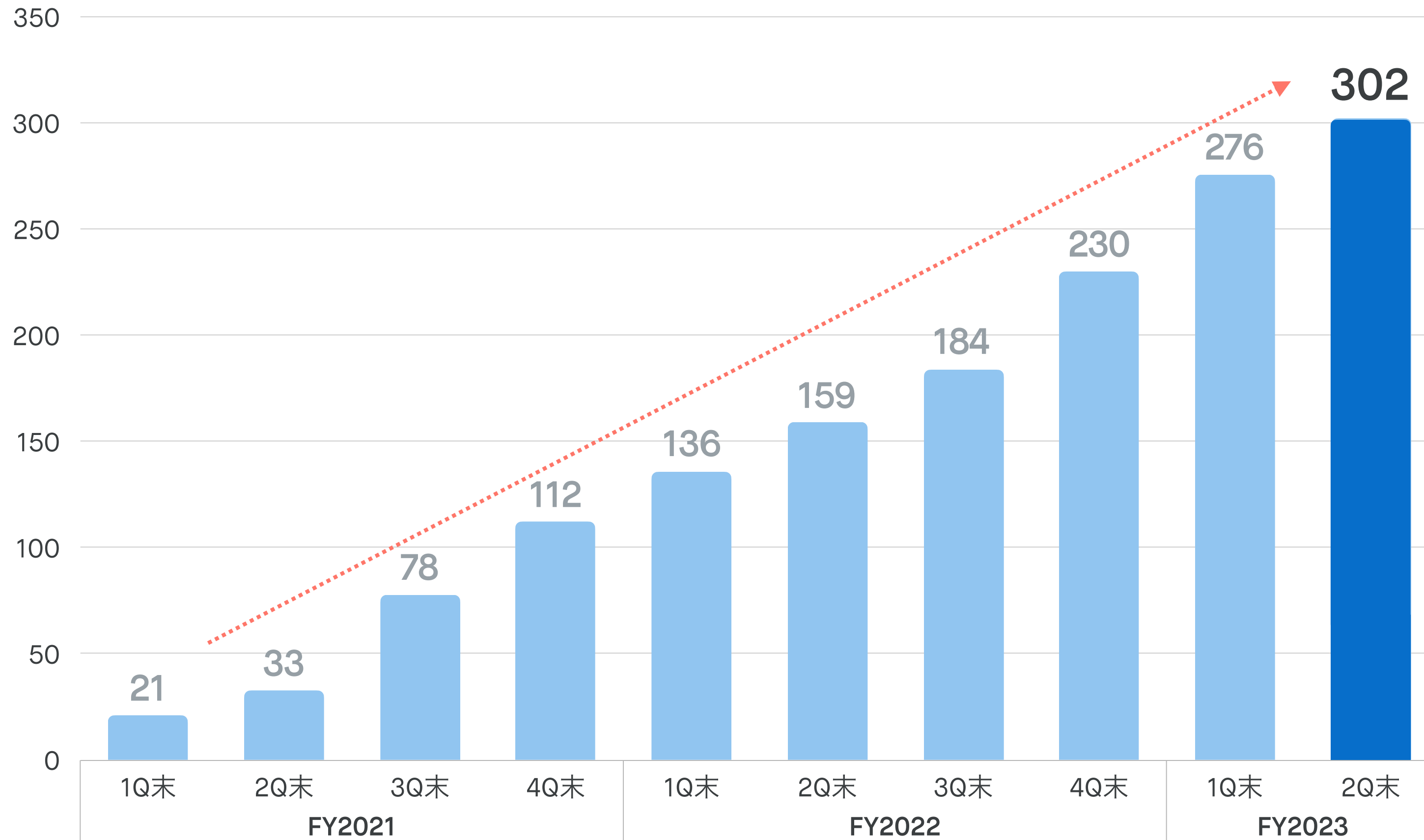
TSUKURUBA



契約企業数が増加、顧客の声を反映させ追加機能の実装を進める

Strap 累計契約企業数の推移

単位：社

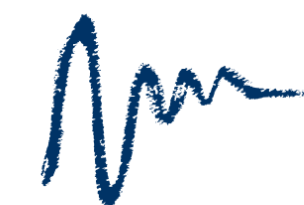


Strapの成長戦略

- 特定領域より導入加速へ：
企業内の研修ニーズに活用してもらうため人事部門への訴求を強化、人事をステップに社内浸透へ
- 柔軟な開発方針：
IPアドレス制限等のセキュリティ機能や組織管理機能を実装し、日本企業（大企業）の導入ハードルを越える

Panasonic

NTT docomo



M3 Career

FY2023 2Q TOPICS

株式会社レイヤードの変革フェーズにおける社内外へ向けたリブランディングを支援



ニーズ

- 事業戦略に沿った持続可能なブランド体験を設計したい
- 医療DX領域で、ブランド価値の向上及び企業認知度を上げたい
- トップダウンから脱却し、従業員が自分たちの言葉で事業意義を語れるようにしたい

解決策

- Purpose/Mission/Valuesなどのブランドコア策定
- ブランドネーミング（社名）を全社を巻き込みながら策定
- 企業ロゴとプロダクトロゴを一貫したストーリーでつなぐデザインシステムの開発
- 社内外へのブランドコミュニケーションの実装

グッドパッチによるデザイン支援の内容

医療をもっと、
わかりやすく。

生活者に、納得の医療を。
医療者に、持続可能性を。



Brand
Guideline

公式ブランドガイドライン
株式会社レイヤード

現状の課題を特定するため、ボードメンバーや社員にインタビューし、共通認識となるPurpose/Mission/Valuesを策定

社内を巻き込み、企業の思想を表現するワークショップを実施、ブランドネーミング（社名）の策定

ブランドを一貫性あるストーリーとして伝えるためにブランドストーリーを策定。コーポレートサイトやサービスWebサイトをリニューアル

持続可能なブランド体験を設計するために、ブランドの概念を体現するデザインシステムを開発し、ブランドガイドラインを作成

株式会社DUMSCOの婦人科がん治療サポートアプリ「ハカルテ」をリサーチから開発まで支援



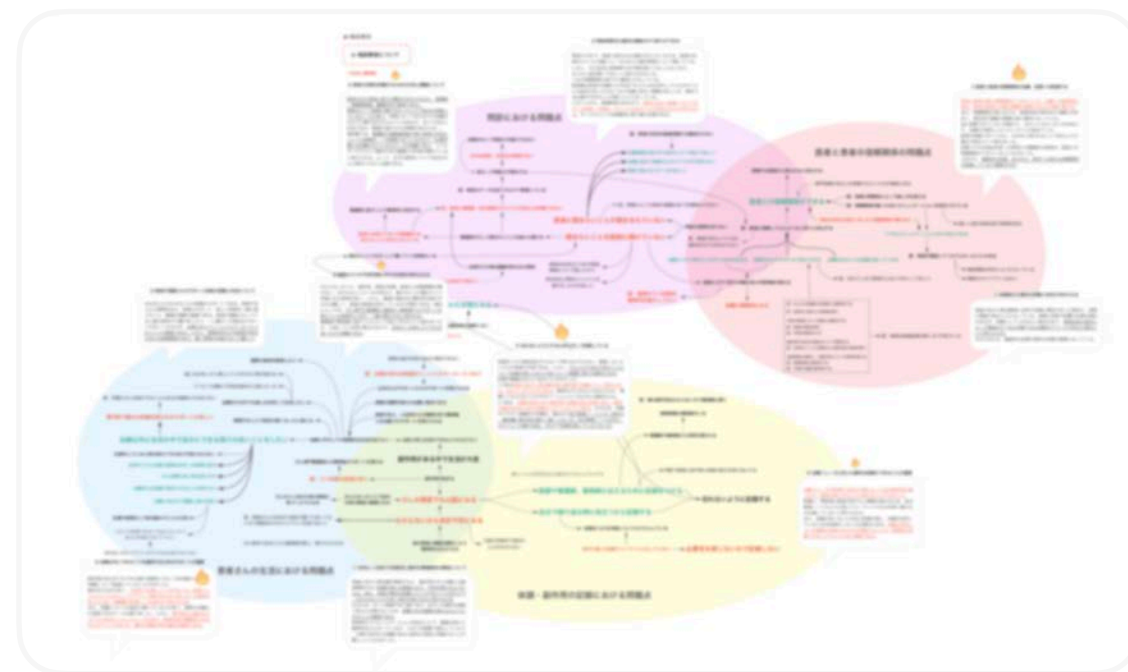
ニーズ

- 京大病院と共同開発しており、サービスの体験やデザインまでしっかり作りたい
- ユーザーが持つ課題を明らかにしたい
- 素早くMVP（Minimum Viable Product）をリリースして検証、改善を重ねたい

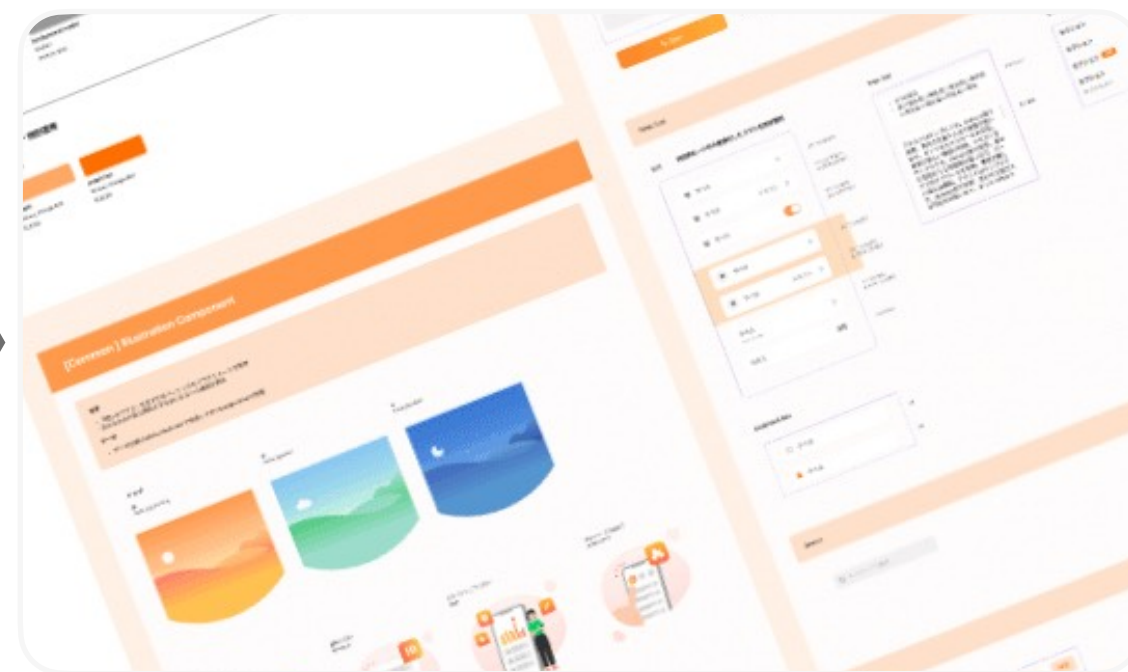
解決策

- ユーザーリサーチ～開発～リリース後改善までのMVP開発に一貫して並走
- 患者さん、医師へのインタビューなどリサーチを経てサービスコンセプトを設計
- ユーザーがサービスを使用する一連のユースケースを元に開発仕様書を作成し、スムーズに開発
- 医療現場でのアプリ導入設計や大規模研究に向けた準備を包括的に支援

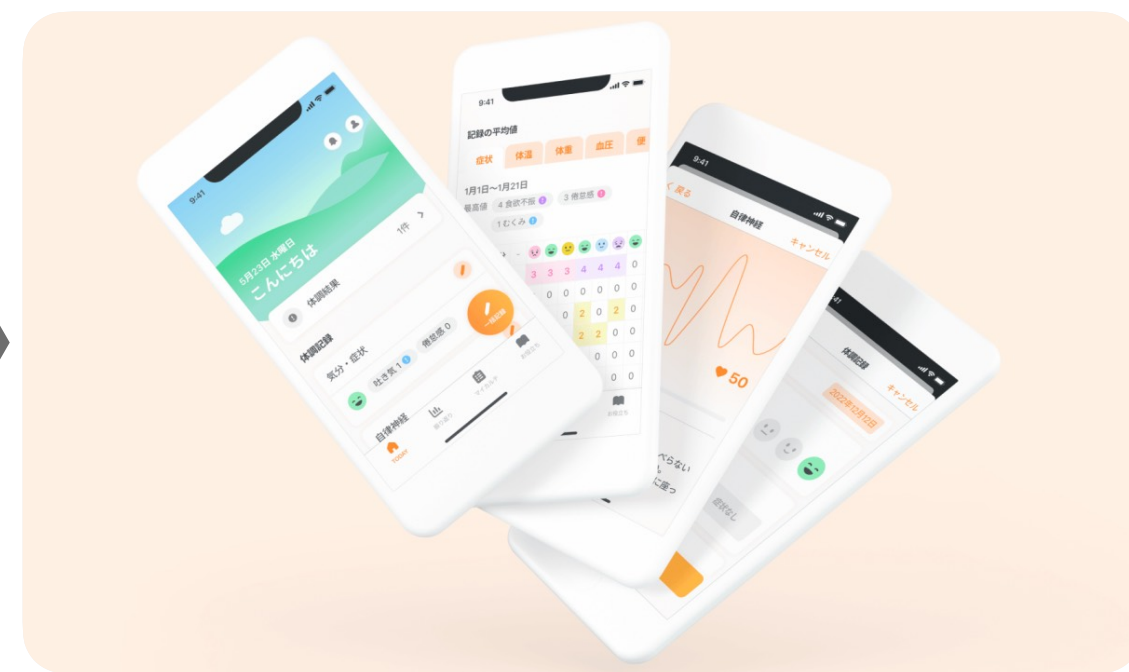
グッドパッチによるデザイン支援の内容



患者さんと医師の双方にインタビューを実施。インタビューから導き出された課題を構造化し、サービスコンセプトを提案



開発スピードを落とさずに独自性を作るためのUI/ビジュアルをデザイン。また今後エンジニアが開発しやすいガイドラインを策定



法的観点も踏まえながら、婦人科がん治療サポートアプリを開発。患者さんに使ってもらい、検証・改善を重ねることを目的に短期間でリリース



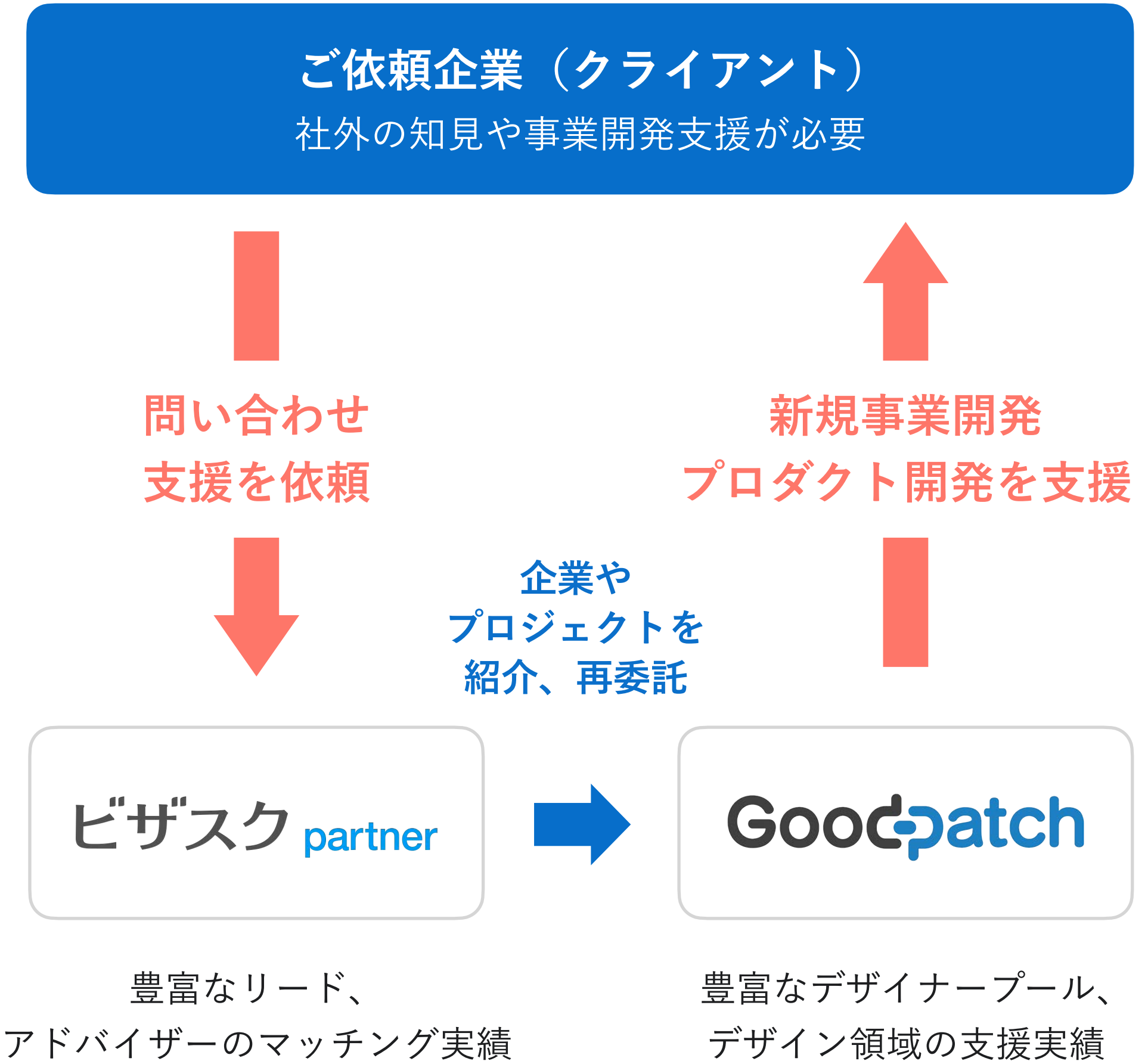
患者さんと医師が「ハカルテ」をスムーズに利用できるように、医療現場へのスムーズな導入を支援。またリリース後もUX/UI改善を実施

株式会社ビザスクとの業務提携を発表、新たなチャンネルで顧客獲得数の向上を目指す

ビザスク × Goodpatch

ビザスクの戦略パートナーとして業務提携を開始、「ビザスクpartner」のクライアント企業に対して、新規事業開発及びDX領域のプロダクトやサービスの実装を支援していく

- ビザスクpartnerの特徴：新規事業開発やDX推進といった企業の課題やニーズに応じて、ビザスク登録アドバイザーをマッチング
- グッドパッチの狙い：グッドパッチに所属する600名以上のデザイン・開発人材の中から顧客課題に最適化されたメンバーによる支援体制を提供し、新たな顧客獲得を目指す



FY2023 事業進捗

事業計画に沿って順調に進捗

特別利益計上のため当期純利益が先行し、上方修正を実施

FY2023 通期業績予想 (2022/10/14発表)

売上高

3,892 百万円 前年度比 (+4.5%)

内訳

デザインパートナー事業 前年度比 (+2.8%)
3,537 百万円

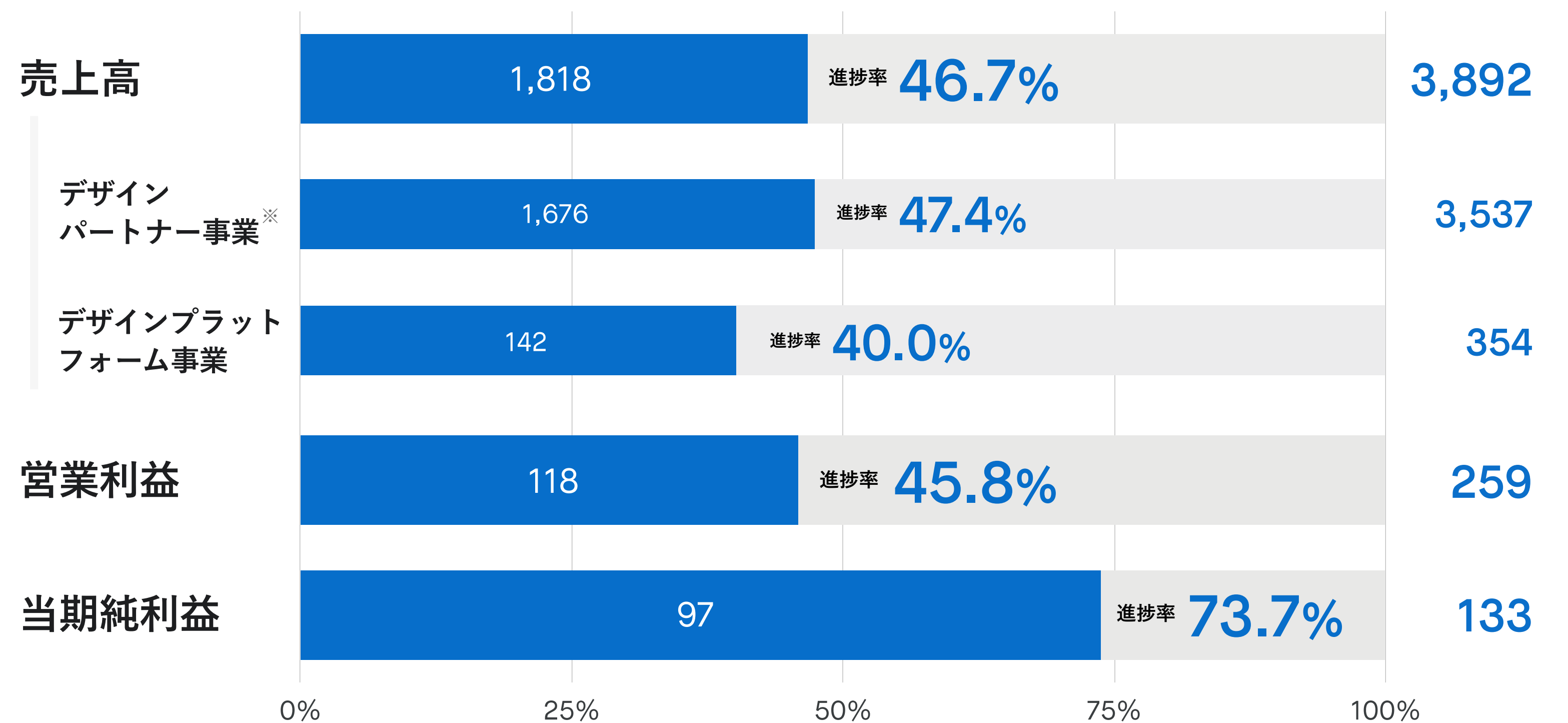
デザインプラットフォーム事業 前年度比 (+26.0%)
354 百万円

営業利益 前年度比 (-34.3%)
259 百万円

当期純利益 前年度比 (+83.4%)
133 百万円

FY2023 2Q終了時点の進捗状況

単位：百万円



※ FY2023よりGoodpatch Anywhereをデザインパートナー事業に区分を変更しております。

順調な事業進捗を反映し、営業利益についても42百万円増額

売上高

3Qについても順調に継続獲得が進捗する見込み、下半期は当初予想から大きな変動なく微増とするが、パートナー事業の好調な事業進捗を反映

(パートナー事業 当初：3,537百万円 → 修正：3,581百万円)
 (プラットフォーム事業 当初：354百万円 → 修正：332百万円)

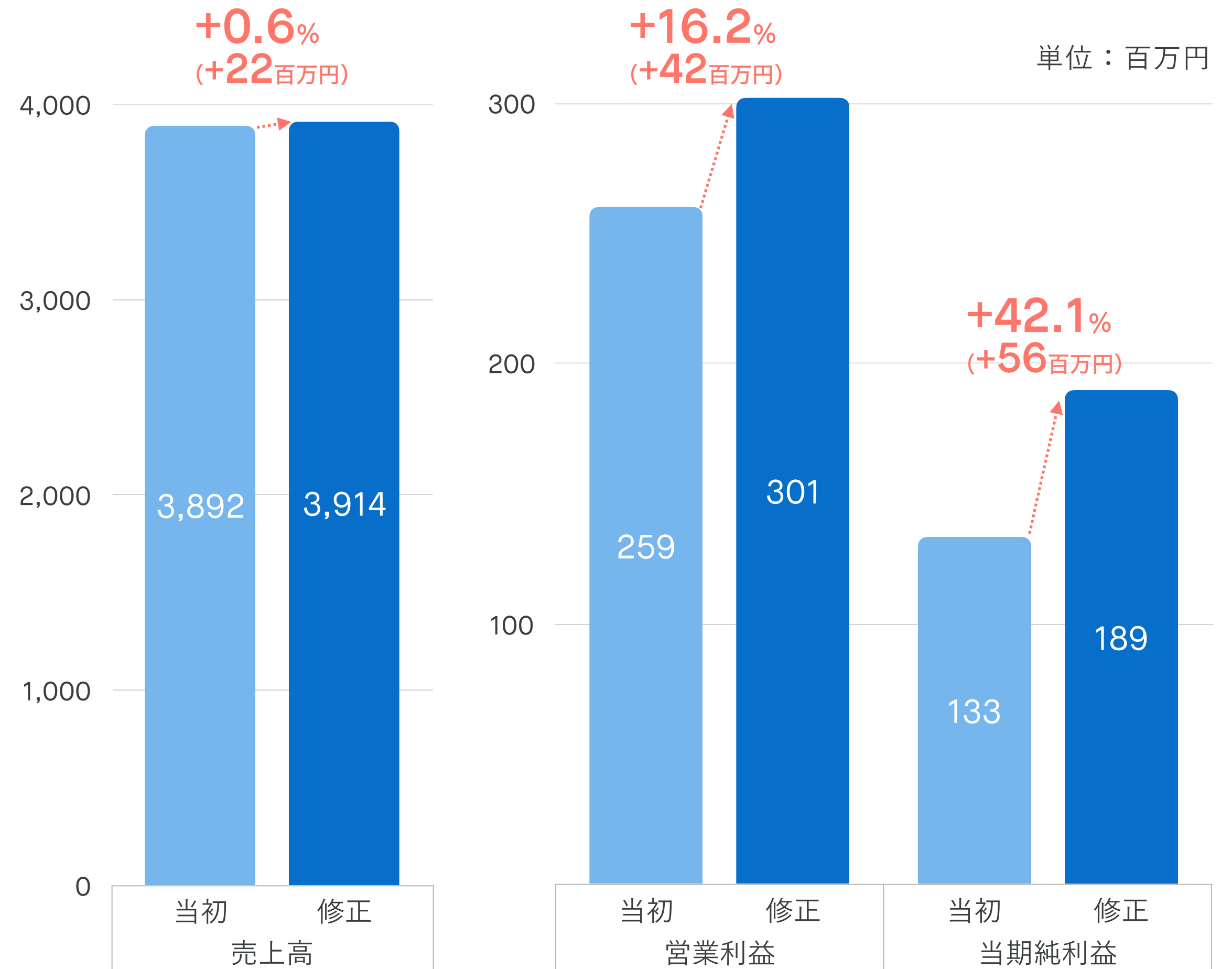
営業利益

パートナー事業の増収及び効率向上を背景に利益改善
 ドイツ子会社の解散に関連する費用も想定内に収まる見込み

当期純利益

ドイツ子会社の清算手続きに伴う特別利益35百万円計上により、30%の基準値を超える。一株あたり利益は41%増加へ
 (当初：15.93円 → 修正：22.52円)

各主要指標の前後比較



FY2023 成長戦略

デザイン力でビジネスを拡張

デザインパートナー事業

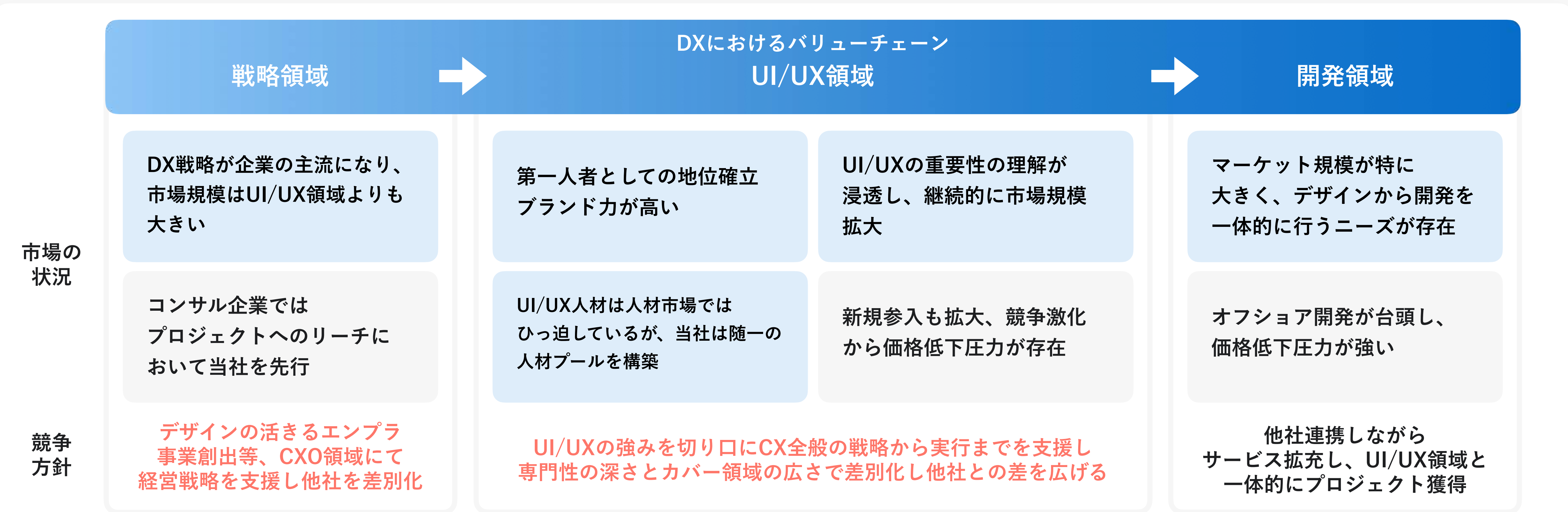
- 1 プロジェクト獲得のための競争力を再構築
- 2 提供価値最大化のための組織施策
- 3 成長のために業務提携やM&Aを継続検討

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

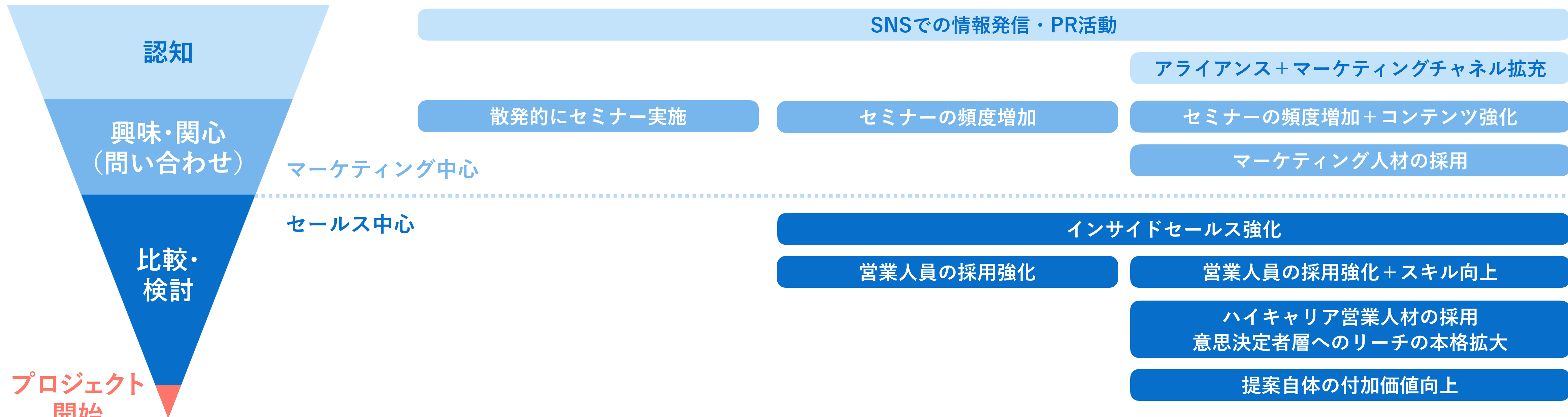
UI/UX領域の優位性をさらに強化、戦略領域へ展開



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	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及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、長期的な関係性を築くことが重要
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
- プロジェクト継続のため、行動計画を可視化し共有
- プロジェクト中に営業と連携し、再契約や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
ディテイルズ	-	-	272		
Goodpatch Anywhere	354	480	802	975	デザインパートナー事業の売上高は12%成長を計画
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 「報告セグメントの変更に関するお知らせ」にてGoodpatch Anywhereをデザインパートナー事業へ変更する旨の開示を行っております。

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

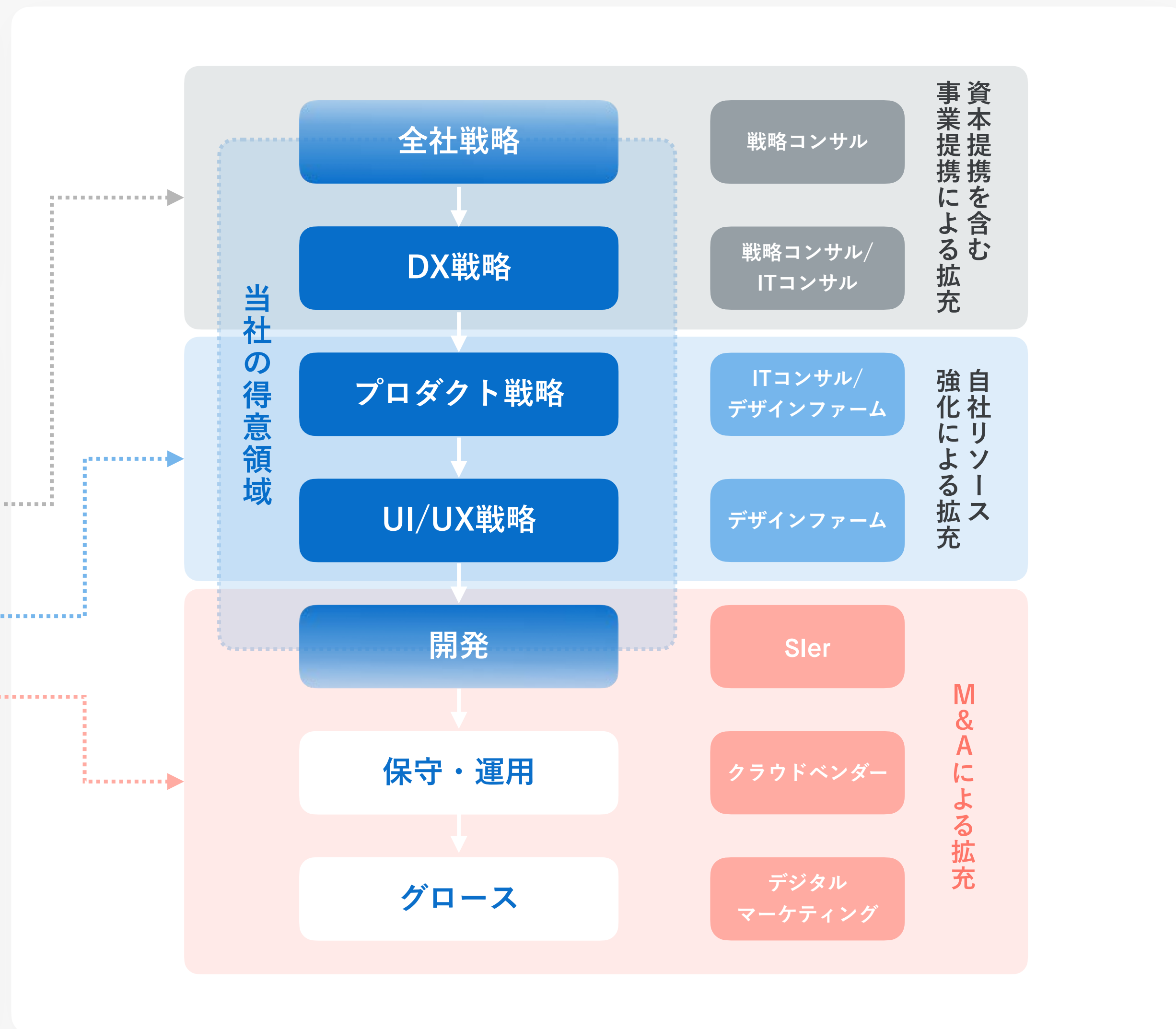
上流ゾーン：さらに有力企業との事業提携（プロジェクト獲得底上げ）

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貫通貫の体制構築
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、成長角度を高める

Strapの成長

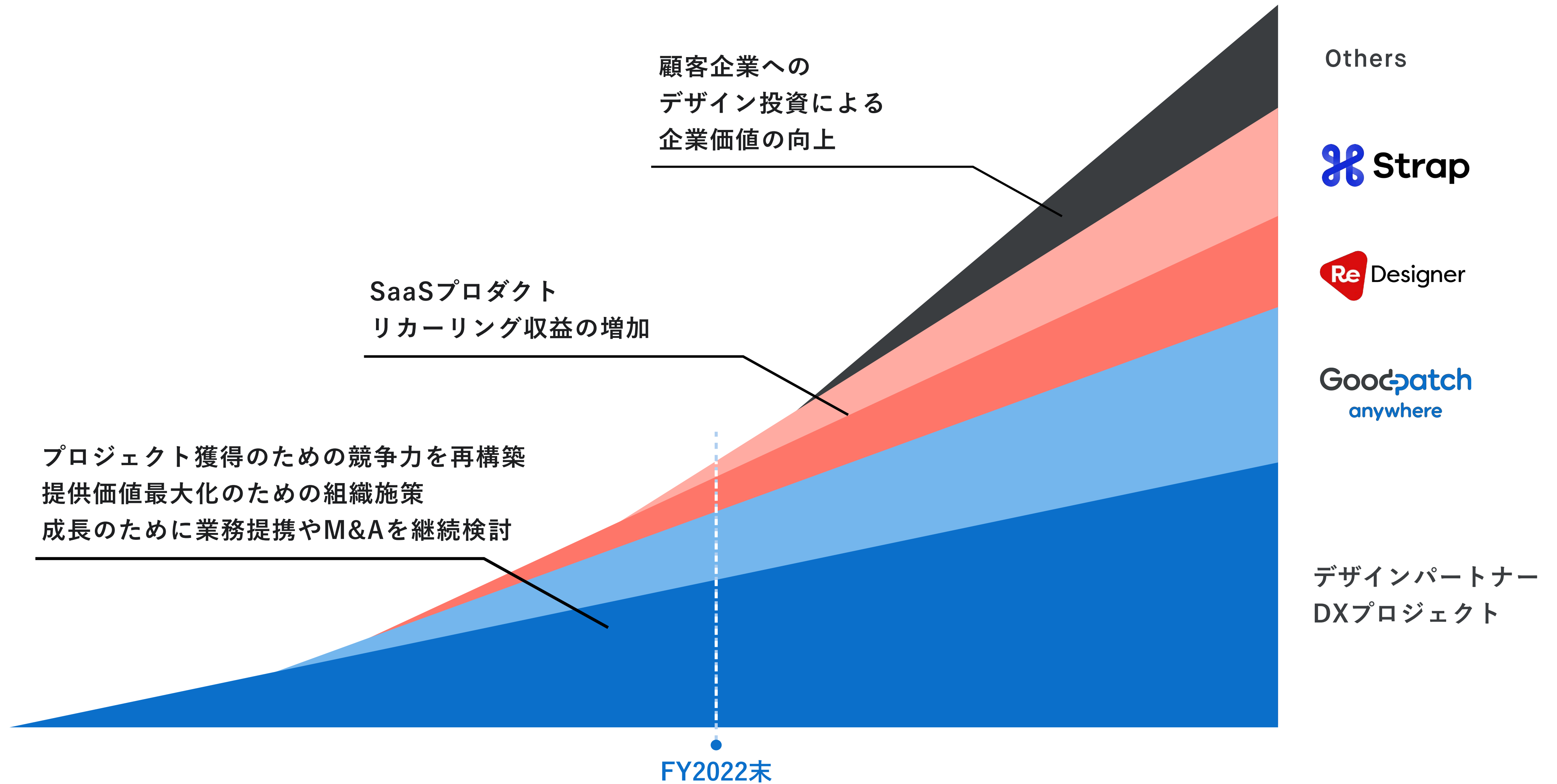


SaaS型のオンラインホワイトボードツール
創造的思考とブラッシュアップのための最適ツールとして提供



- SaaSの事業KPIを意識しながらグロース
- Strapに集まった情報を再利用しやすくするための追加開発も検討

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



執行役員

大山 翼

映像制作会社・Web制作会社のプロデュース/ディレクションを
経験後、ネットイヤーグループ・リクルートのディレクター業務
に従事。2017年11月にグッドパッチに入社。2020年12月よりゼ
ネラルマネージャーとして国内クライアントワーク部門である
Design Divisonの事業責任者に就任、2023年3月よりDesign
Division、Market Design Division管掌



取締役執行役員 / CFO

榎島 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・人事



ディテイルズ代表取締役社長

難波 謙太

英国美術大学グラフィックデザイン学科卒業。その後、ロンド
ンを拠点に様々なグローバルプロジェクトを手掛ける。2018年
よりグッドパッチのデザインディレクターとして携わり、2021
年12月に株式会社スタジオディテイルズの取締役に就任。2023
年1月よりスタジオディテイルズ代表取締役社長に就任

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



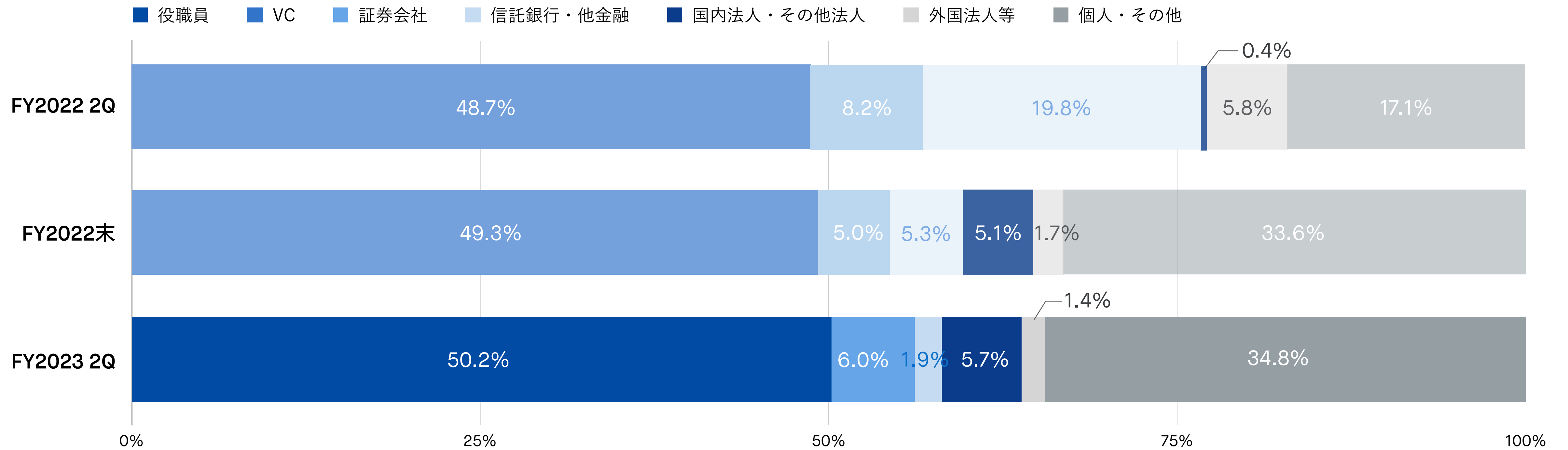
非常勤監査役

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

株式の状況

株式の割合



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

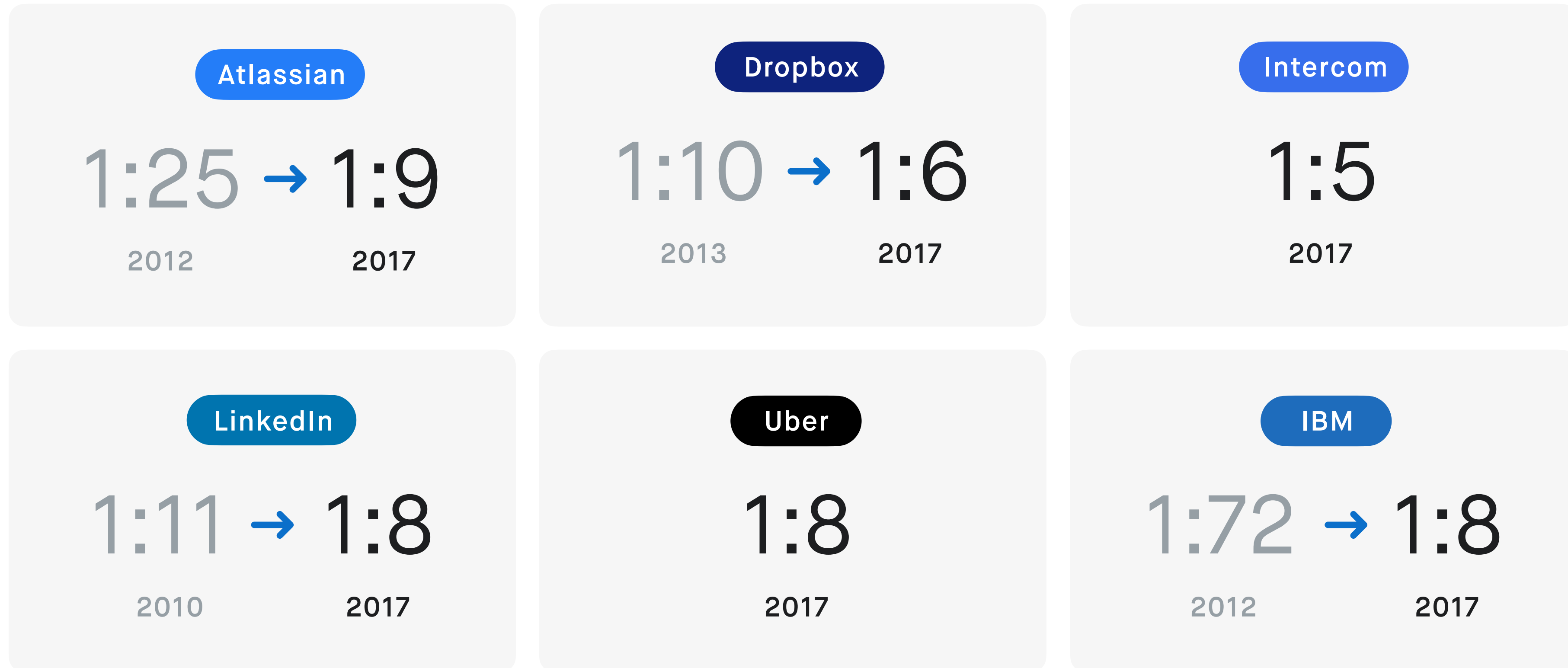
Twitter

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



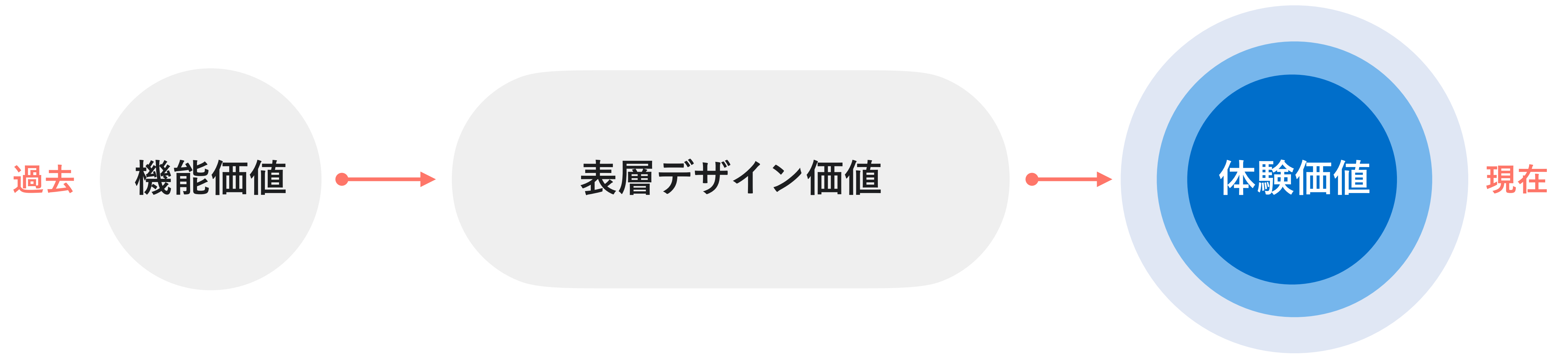
デザイナーの重要性がより増している

<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

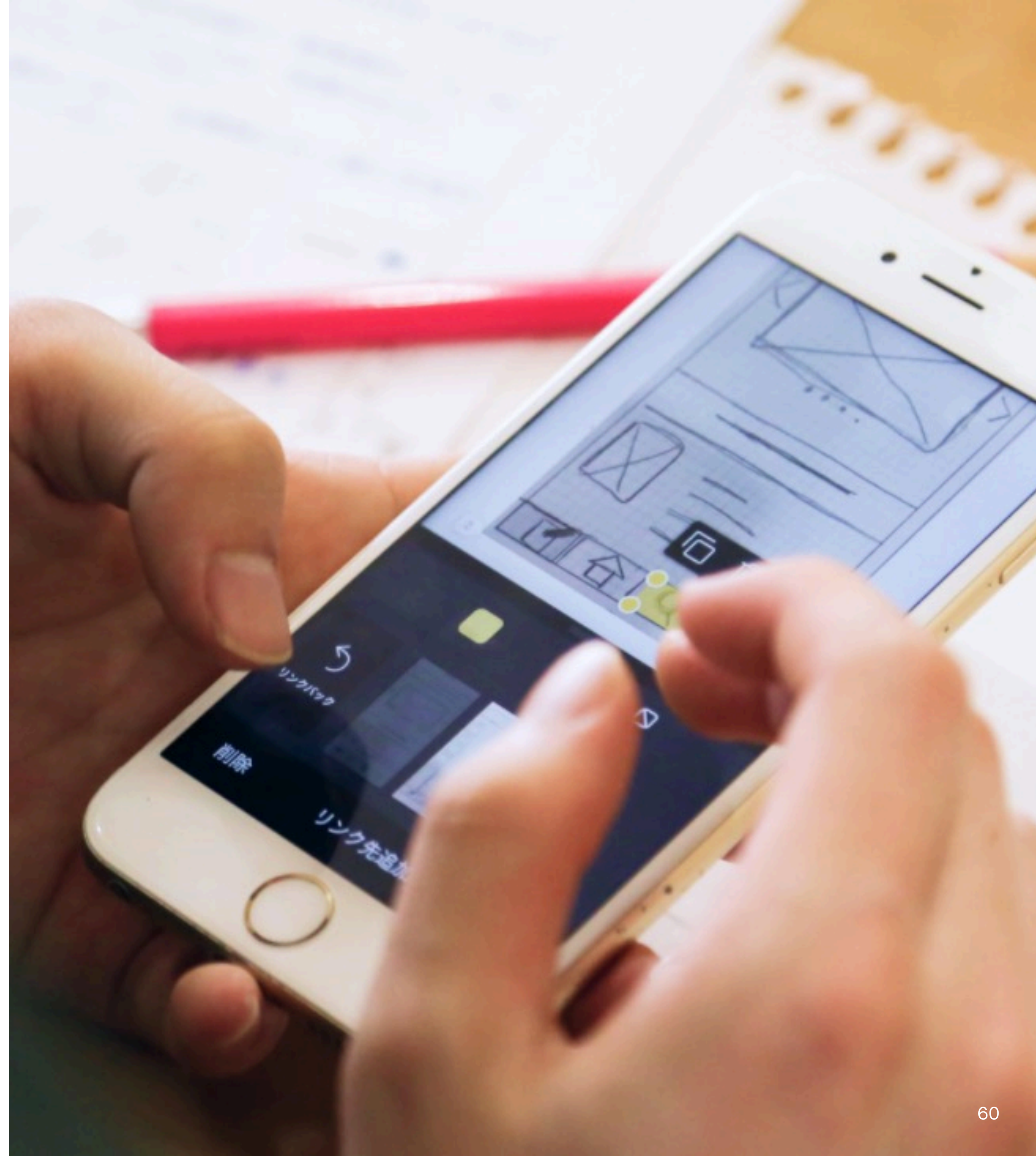
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

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



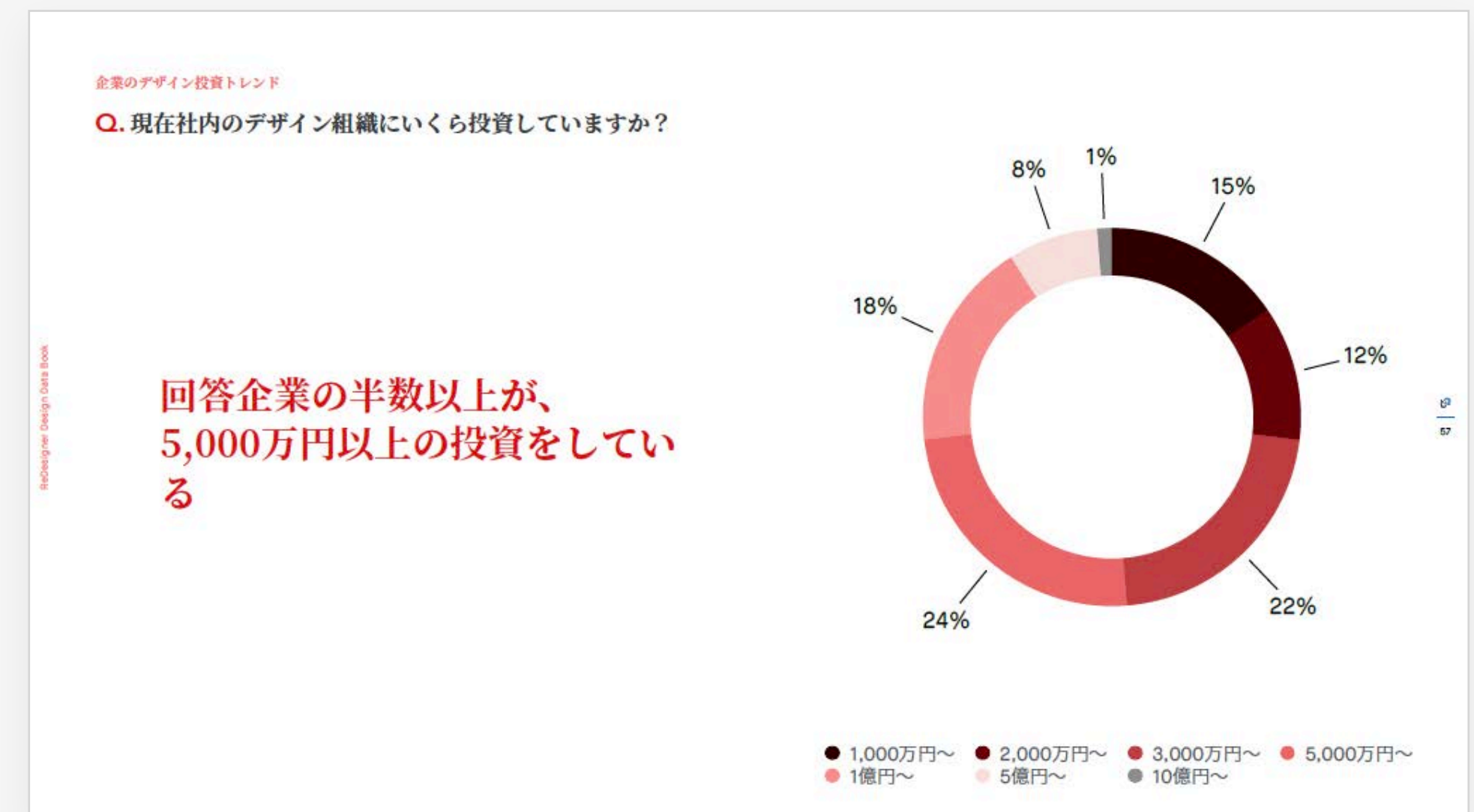
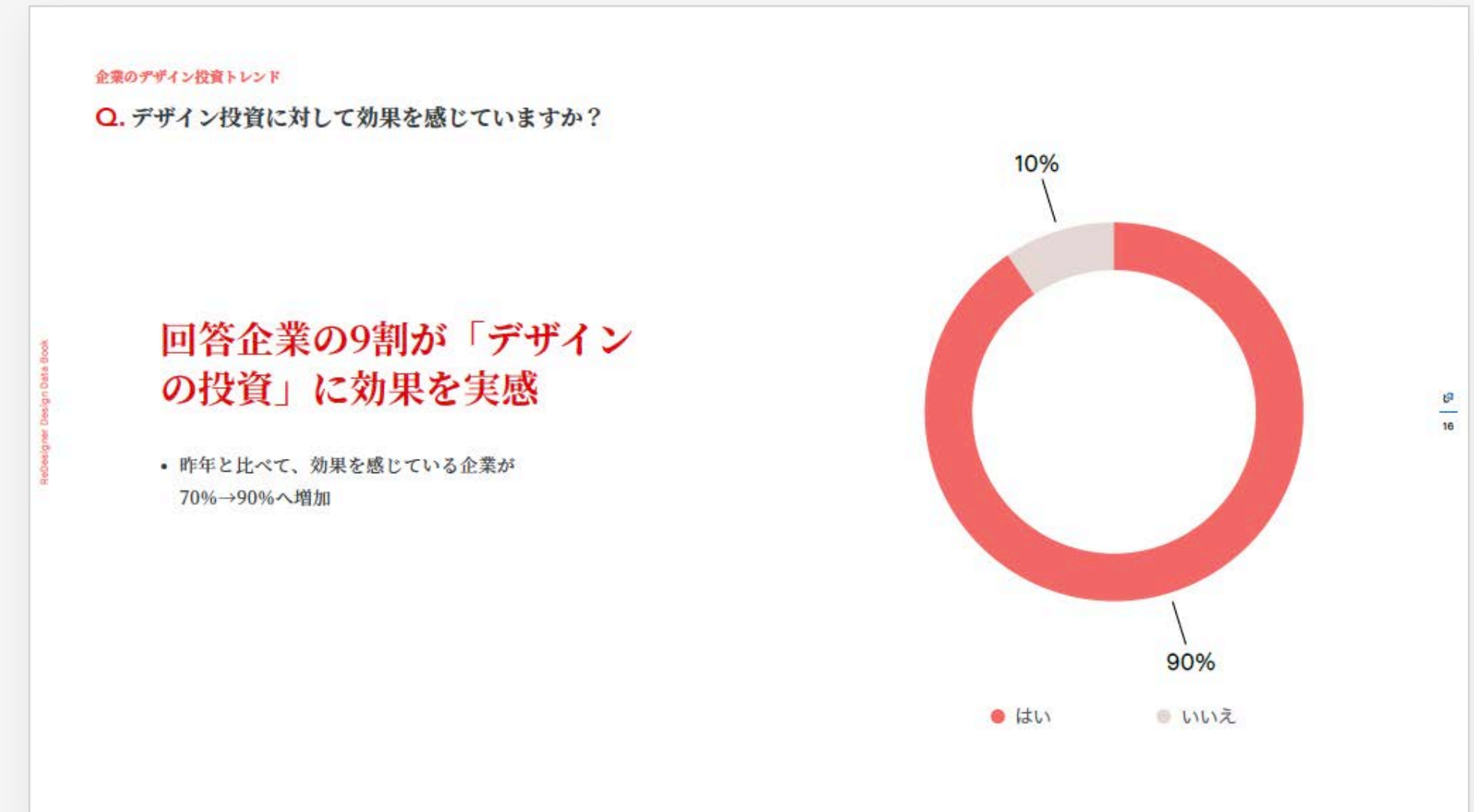
なぜ今デザインが重要なのか

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

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



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

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

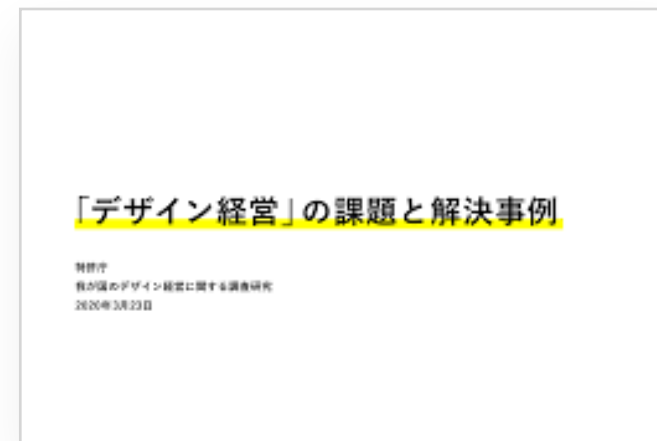
経産省



2020/3

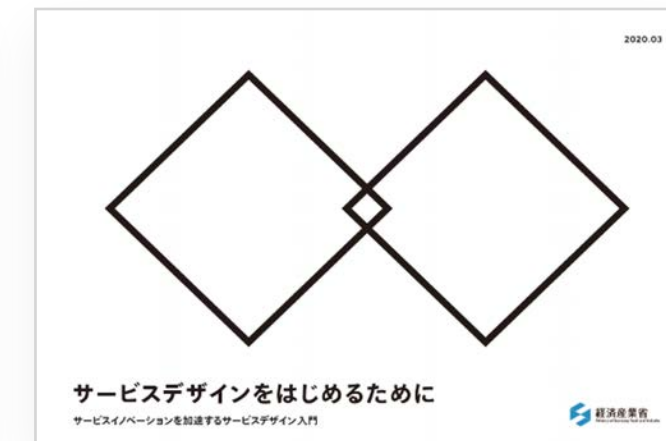
「デザイン経営」の
課題と解決事例

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

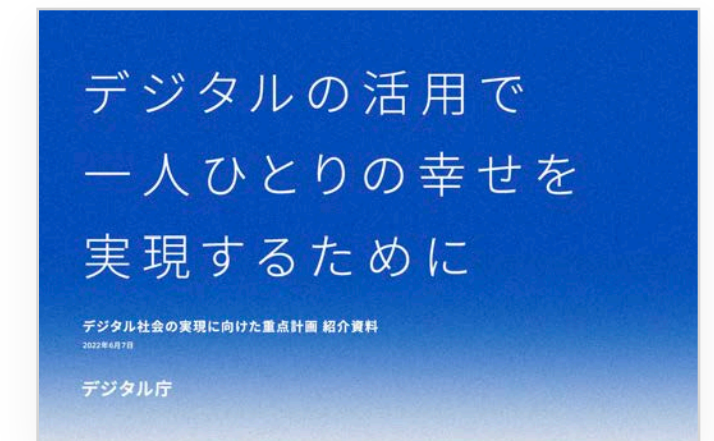
経産省



2022/6

デジタル社会の
実現に向けた重点計画

デジタル庁



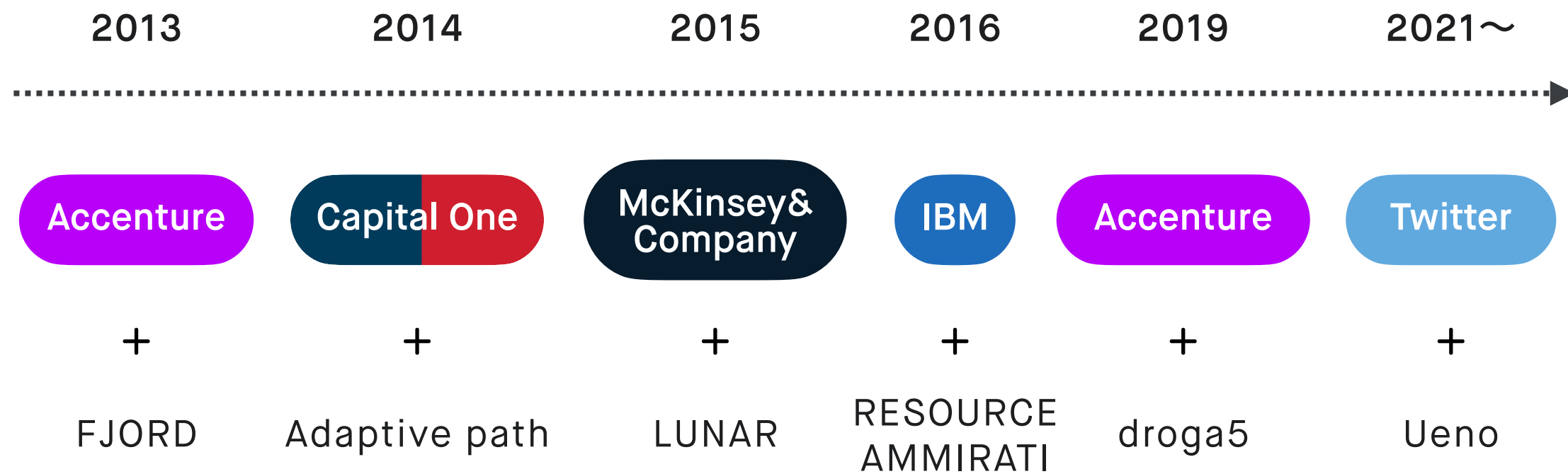
経済産業省・特許庁が発表した「デザイン経営」宣言をはじめ、国内ではデジタルを中心としたデザイン領域の重要性が増加

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

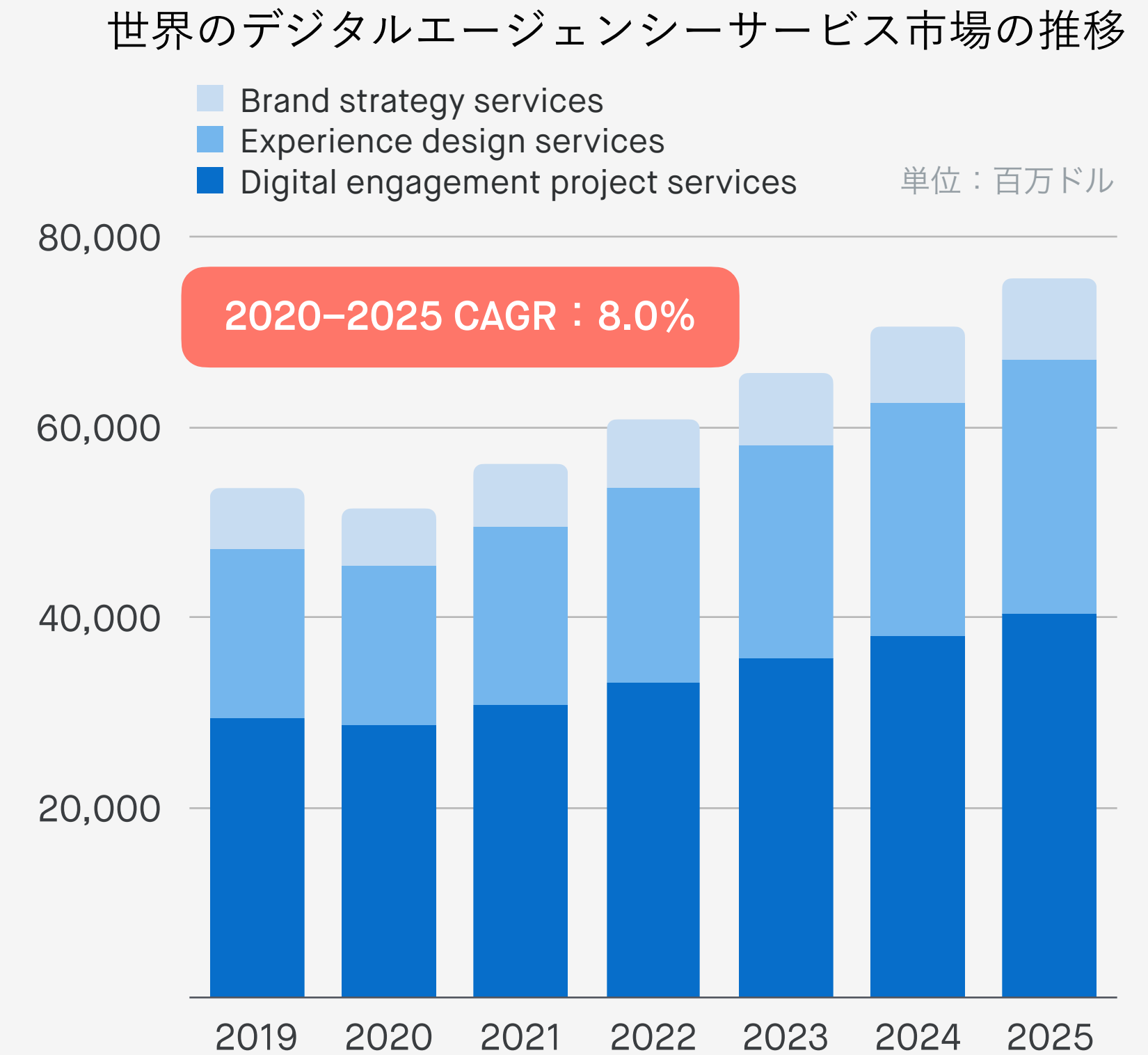


コンサル・金融機関が相次いでデザインファームを買収

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

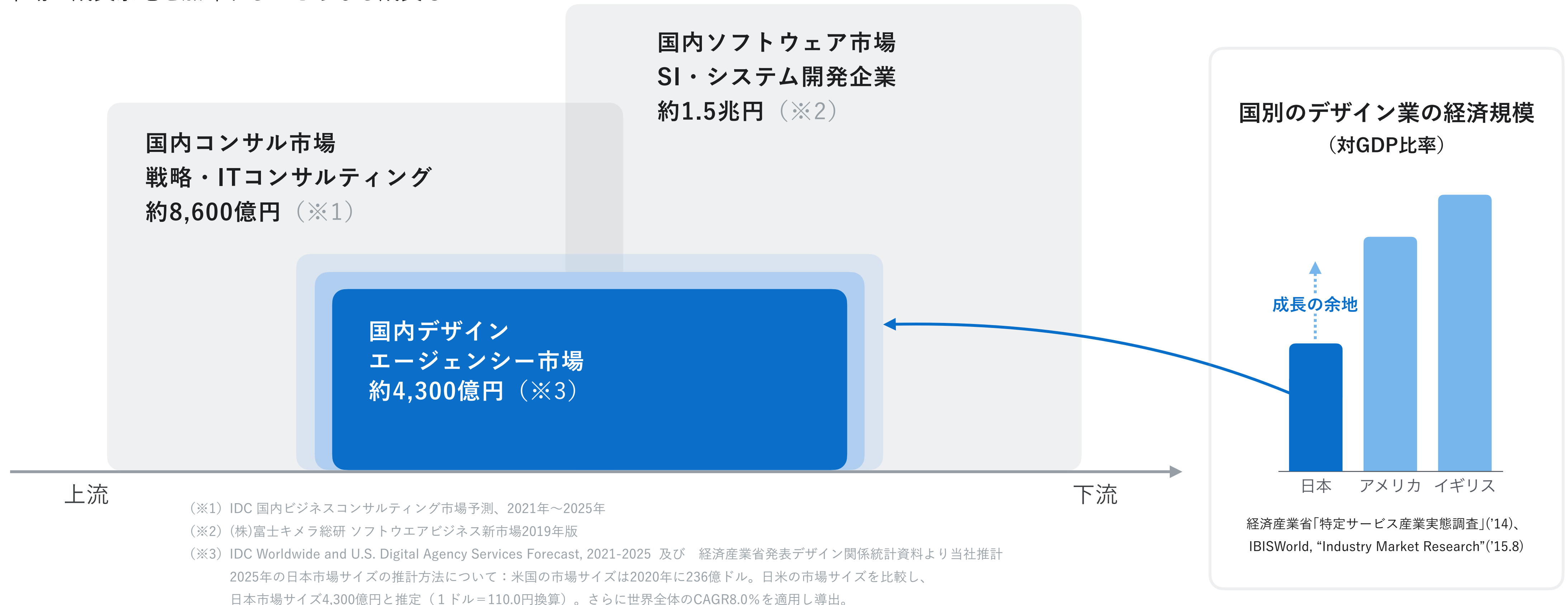


IDC Worldwide Digital Agency Services Forecast, 2021-2025

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

当社の特徴と優位性

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

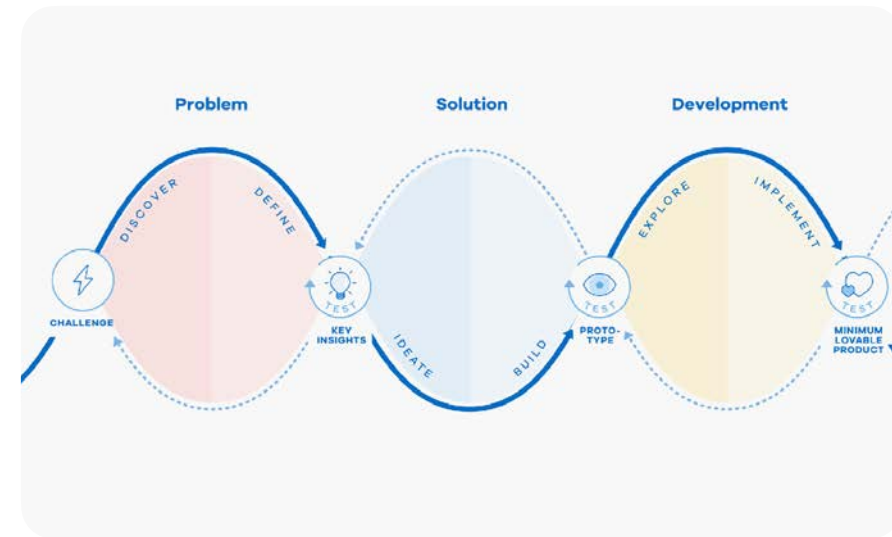
UI/UX領域を中心とした**圧倒的な実績**と**ブランドバリュー**で
DXの足がかりとなる新規事業創出やサービス改善を支援

※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

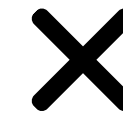
多くの実績から体系化されたプロセスと即戦力化する育成体制



体系化された
デザインプロセス

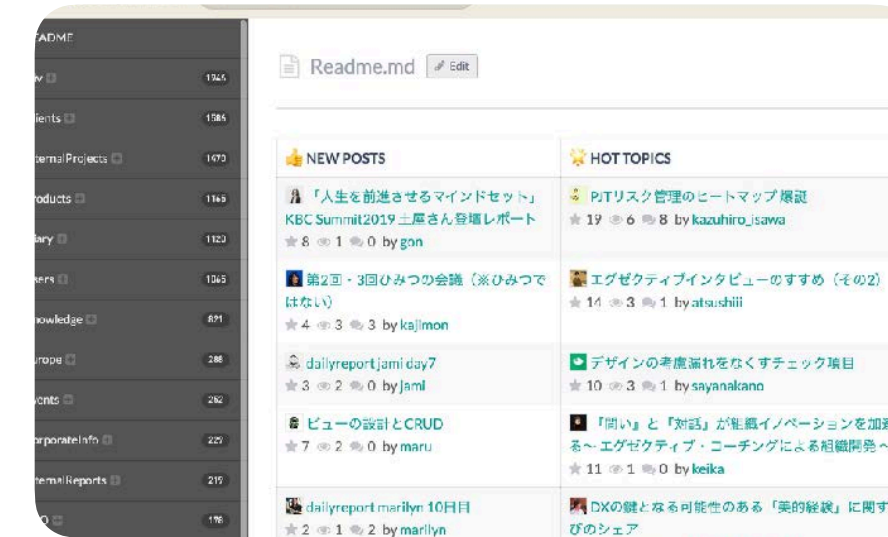


デザイナー育成のための
社内研修



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

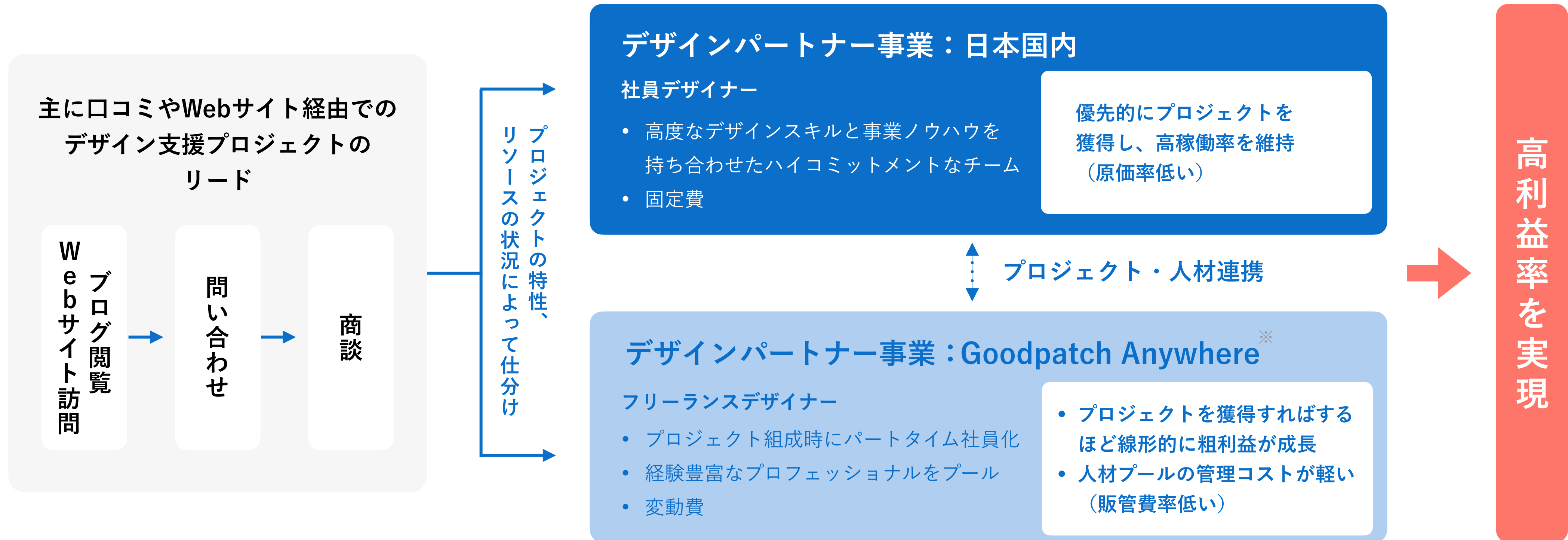
Goodpatch

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。

デザインコンセプト "Reinspire"

2023年8月期で12期目に突入したグッドパッチには、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弁会社 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。



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 ♥