

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）

2023年11月30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 事業の成長
- 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 236名（正社員 2023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 / 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	川口 真輝

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）



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

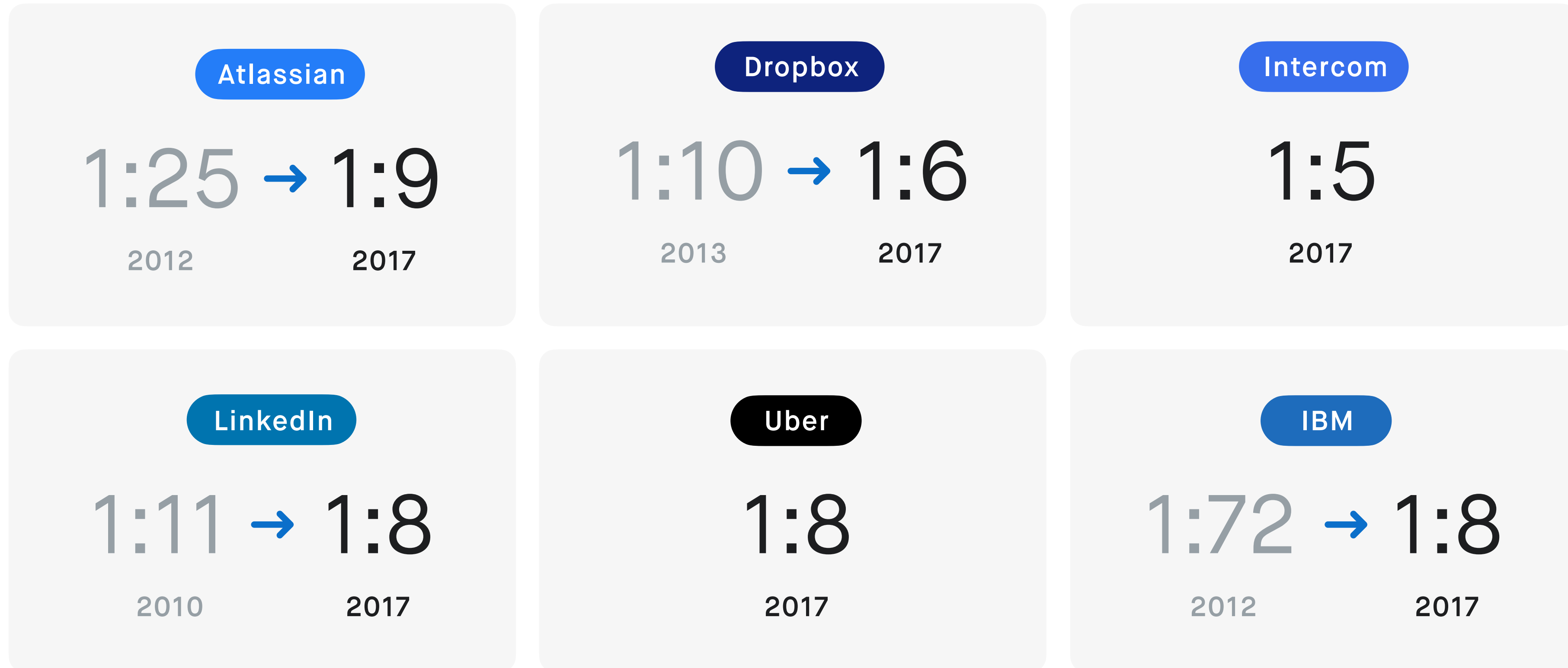
Twitter

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

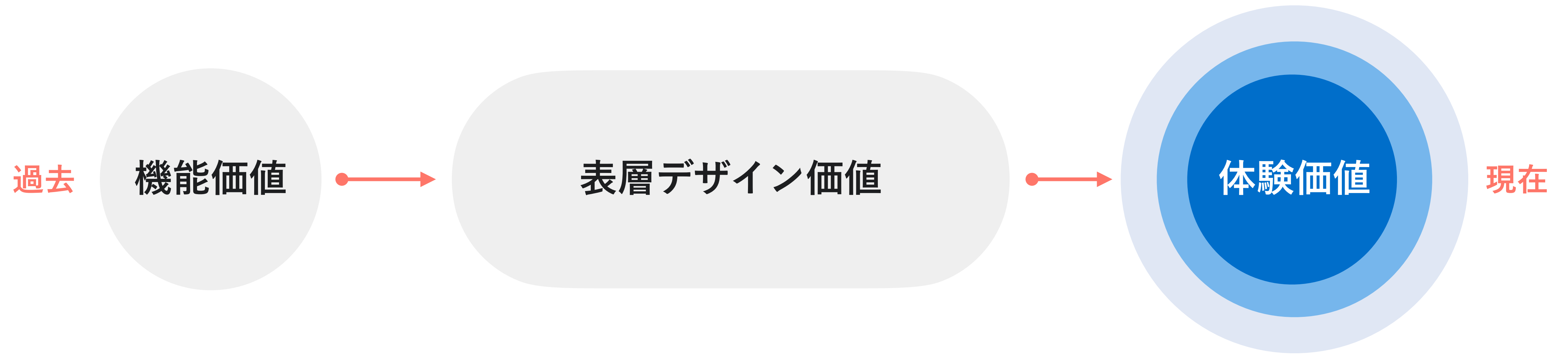


デザイナーの重要性がより増している

<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

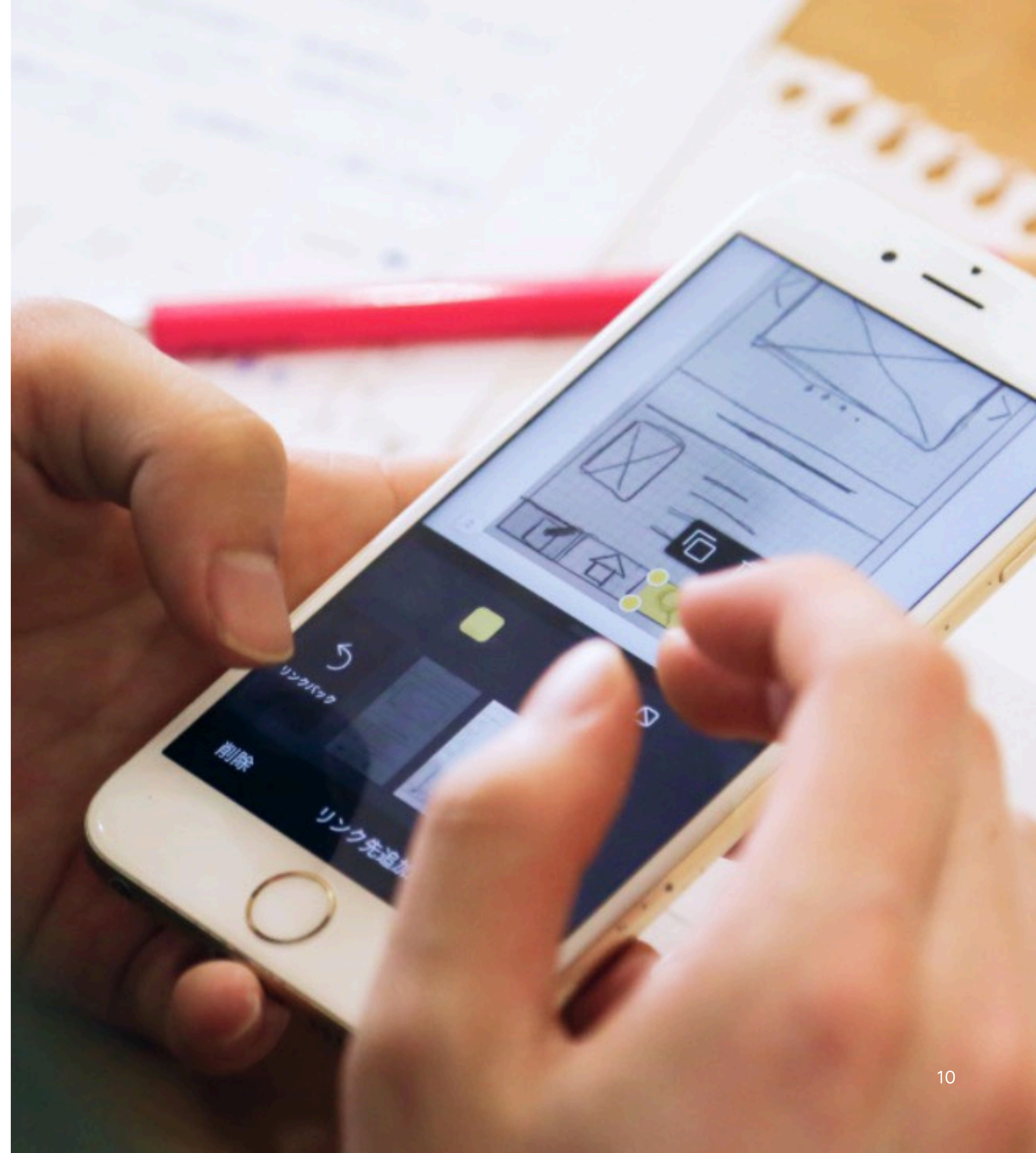
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

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



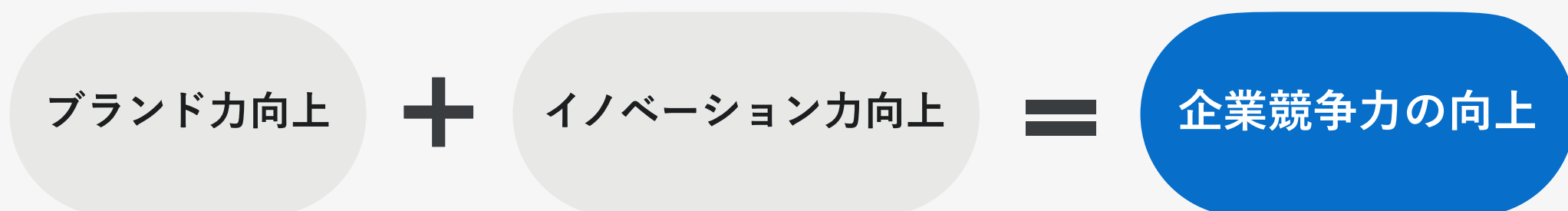
なぜ今デザインが重要なのか

デザインは企業の経営や戦略と密接に繋がる

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

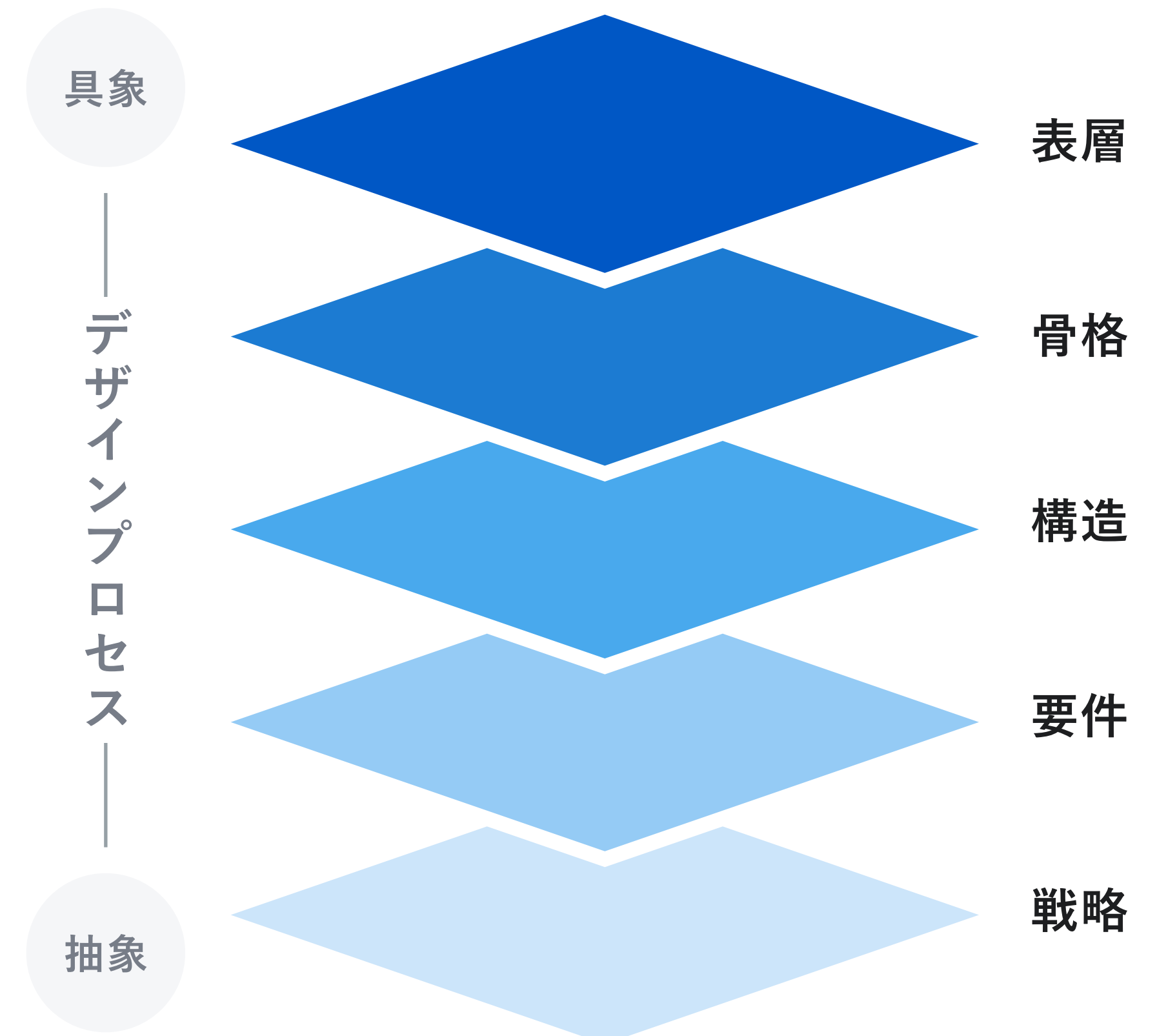
デザイン経営の効果



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

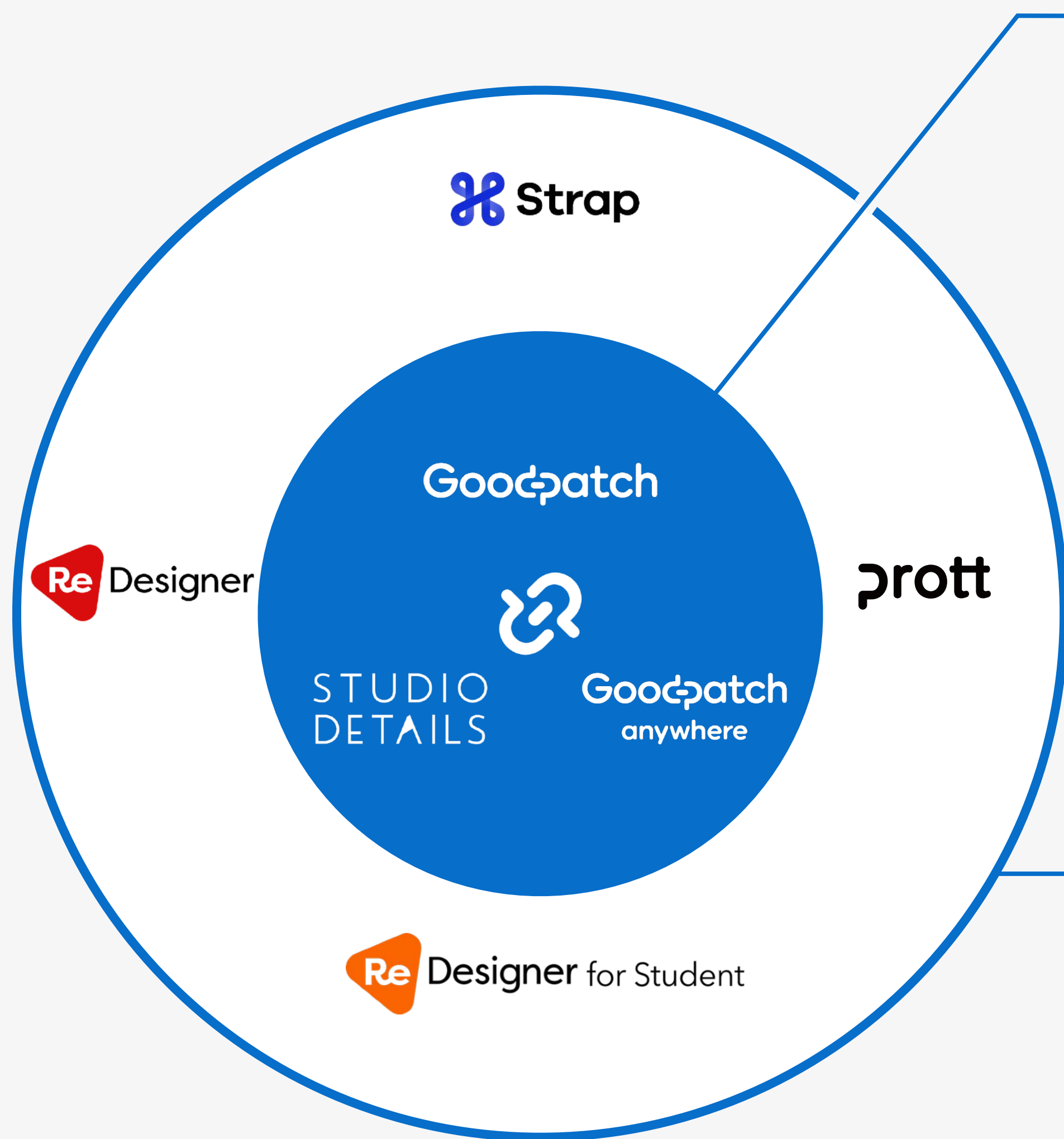


“The Elements of User Experience” を元にした、Goodpatchによる再解釈

事業内容

Business Information

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

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（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

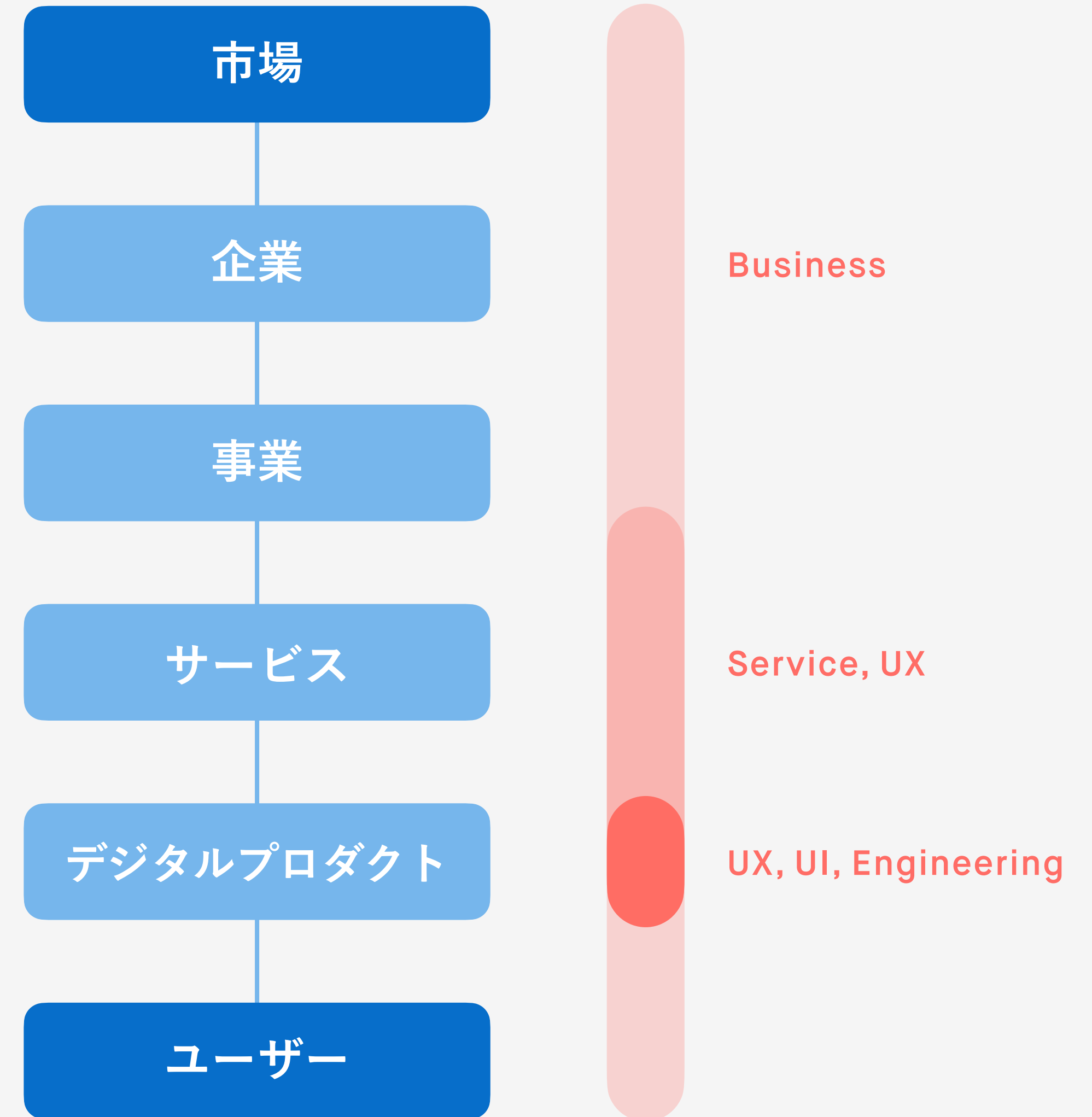
デザインプラットフォーム事業

デザイナー特化型キャリア支援サービス「**ReDesigner**」、デザイナーを目指す学生向けキャリア支援プラットフォーム「**ReDesigner for Student**」、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
※FY2021～2023の実績、1ヶ月以下の短期プロジェクト除く
- 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



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

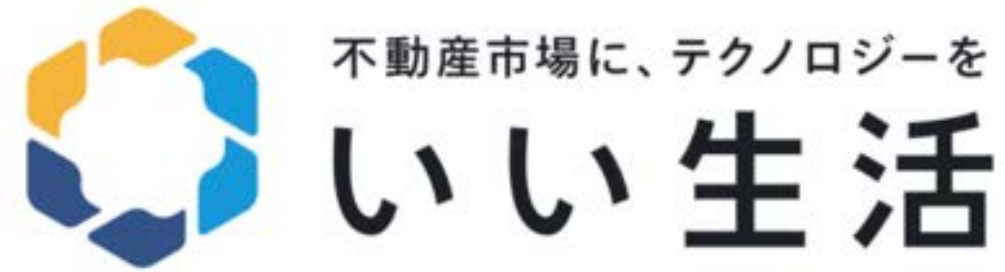
現状の課題を特定するため、ボードメンバーや社員にインタビューし、共通認識となるPurpose/Mission/Valuesを策定

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UIと開発を実装

株式会社いい生活の新たなフェーズに向けて、組織と事業のリブランディングを支援



ニーズ

- 企業の拠り所となるミッション・ビジョン・バリューをアップデートしたい
- 社員がこれまで以上に自社に愛着を持てるようなブランドが作りたい
- 接点を持つすべてのステークホルダーに、自社の価値観を知ってほしい

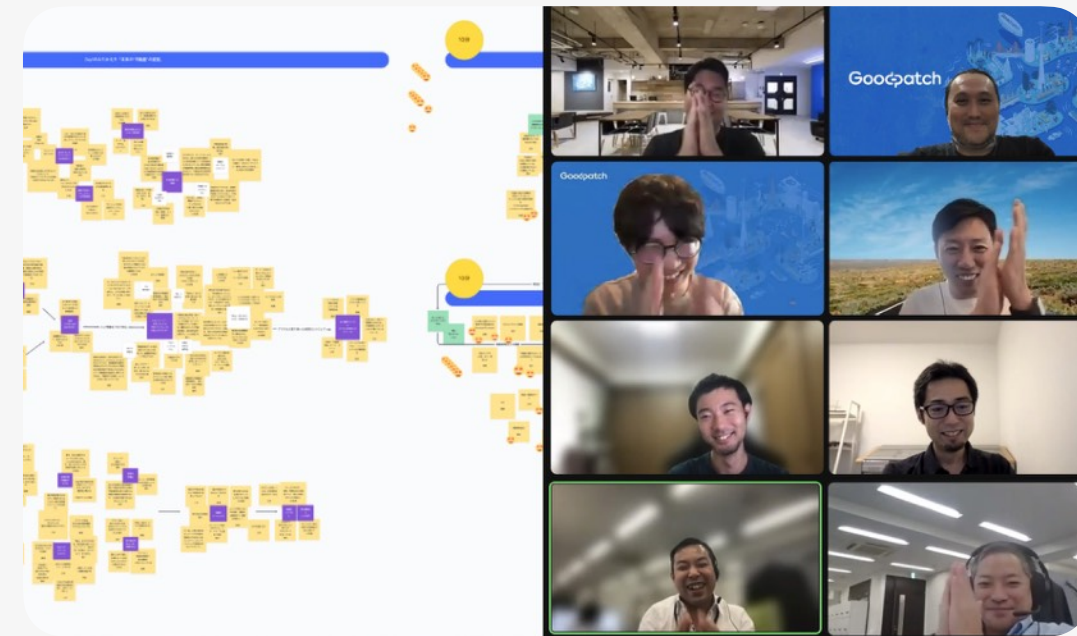
解決策

- 社員を巻き込み、企業理念を表現するミッション・ビジョン・バリューを策定、ロゴを刷新
- ブランドの世界観を感じるための社内イベントプロデュース、ブランドムービーを制作
- リブランディングを全社で進めるための社内報を設計し、Goodpatch抜きで組織文化を醸成し続ける社員エンゲージメントを向上

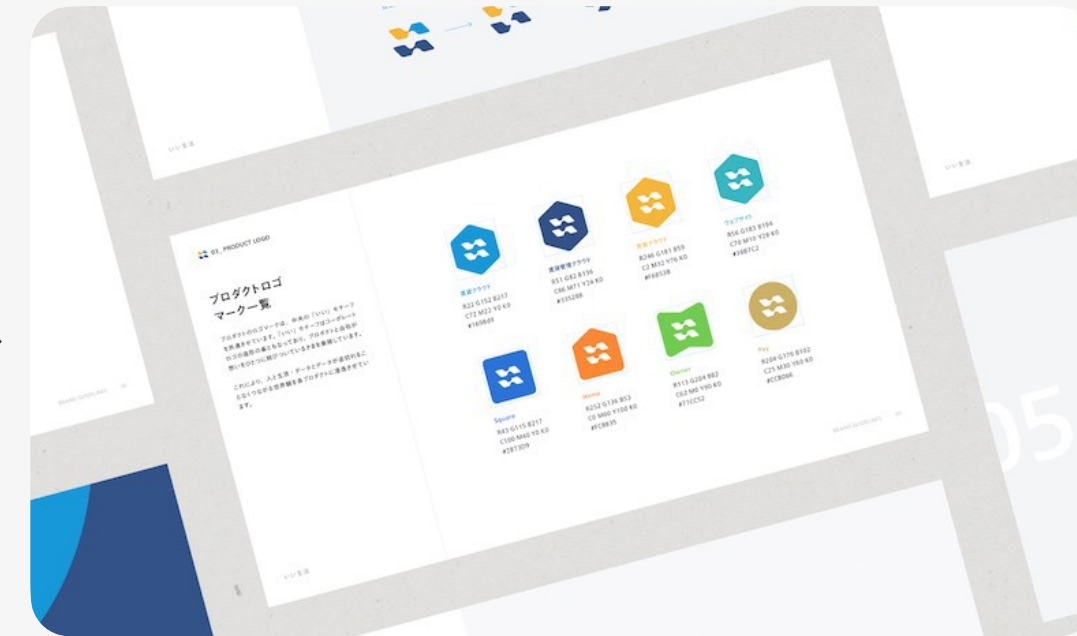
グッドパッチによるデザイン支援の内容



歴史と価値観を理解するために、エグゼクティブやコアメンバーにインタビューを実施



会社の未来を思考・志向するために、ワークショップを開催、次期事業戦略に落とし込む



組織の共通言語を可視化し、ブランドを受け継いでいくためのガイドラインを策定



新しいブランドの世界観をムービーで表現、社員エンゲージメントを高める社内イベントをプロデュース

株式会社jig.jpのグループ会社が運営する「ふわっち」のリブランディングを支援



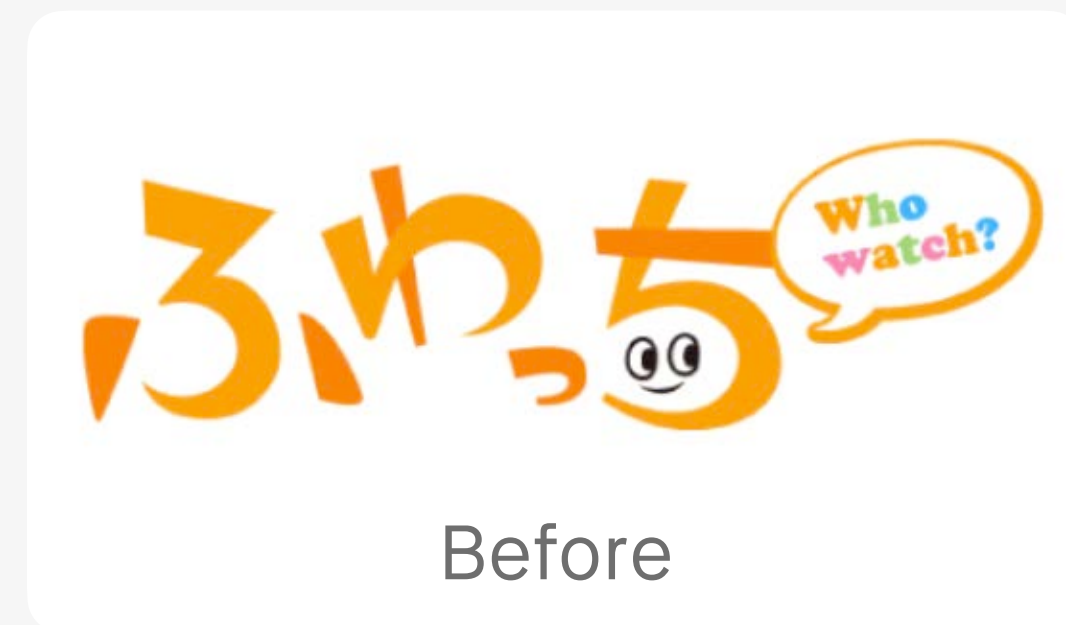
ニーズ

- サービスが急速に拡大していく中で、改めて「ふわっち」らしさの言語化
- サービスの価値や訴求ポイントを定義し、サービスロゴを一新したい
- リブランディングを通じて、これまで「ふわっち」を利用したことがない新規ユーザーにリーチを拡大したい

解決策

- ユーザーインタビューなどから「ふわっち」らしさを言語化、サービスコンセプトを策定
- サービスロゴに加え、アプリアイコンの一新、ブランドステイトメント作成、サウンドモーションロゴ作成を中心としたブランド展開を支援

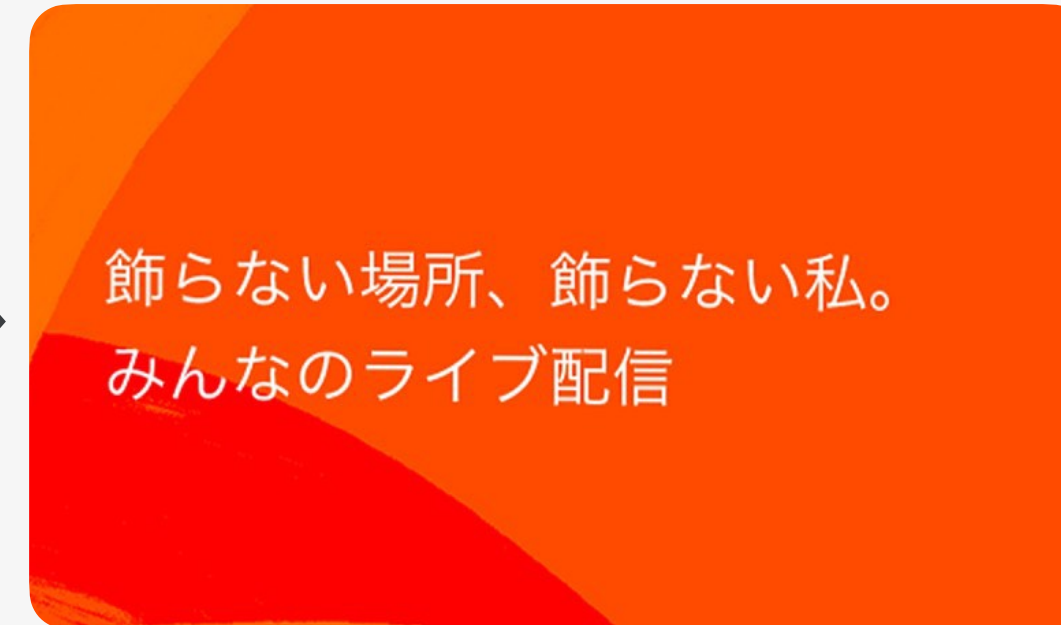
グッドパッチによるデザイン支援の内容



ロゴ・コンセプトを策定するため、現状の魅力を探るワーク・ユーザーインタビューなどを実施



これまでの「ふわっち」らしさを保つためにロゴ解剖し、1文字1文字にキャラクターを設定



ロゴ制作と並行で、サービスコンセプトのコピーを制作



コンセプトを策定から、ロゴ・アプリアイコン・ブランドコピー・モーションロゴに落とし込む

デザインパートナー事業・デザイン領域

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

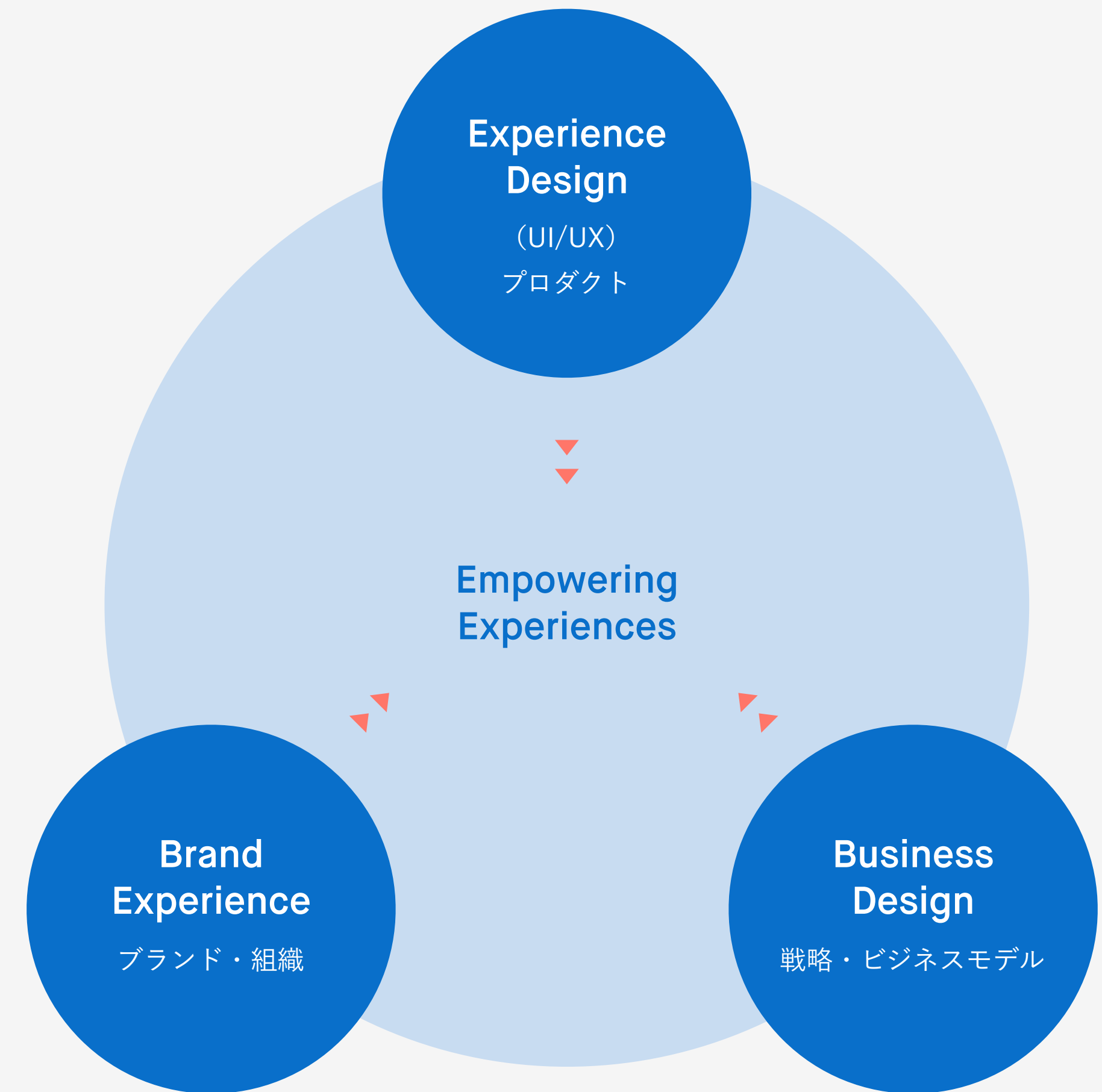
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）
ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現

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（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

流通・D2C

セルフレジ
ECモール



FABRIC TOKYO
Fit Your Life.

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



MUFG
三菱UFJ信託銀行

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



mae-can

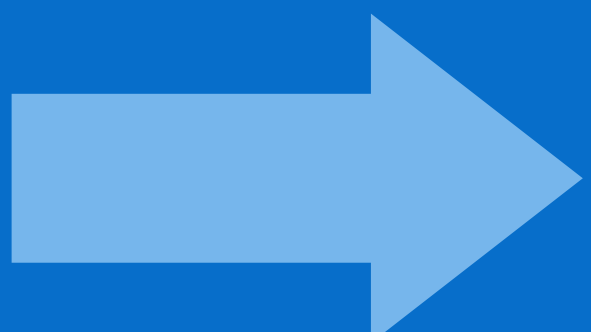
to B サービス

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



bitkey

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



食品・ヘルスケア

IoT（自販機）と健康アプリ



SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

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



NGK NTK +GF+
SPARK PLUGS TECHNICAL CERAMICS
NGK SPARK PLUG CO., LTD.

SaaS


人材サービス
マーケティング
契約マネジメント



UZABASE
Link and Motivation Group

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



SoftBank

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



助太刀

物流・エネルギー

国際物流
エネルギー関連新サービス



Shippio

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



TOYOTA connected DAIMLER

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

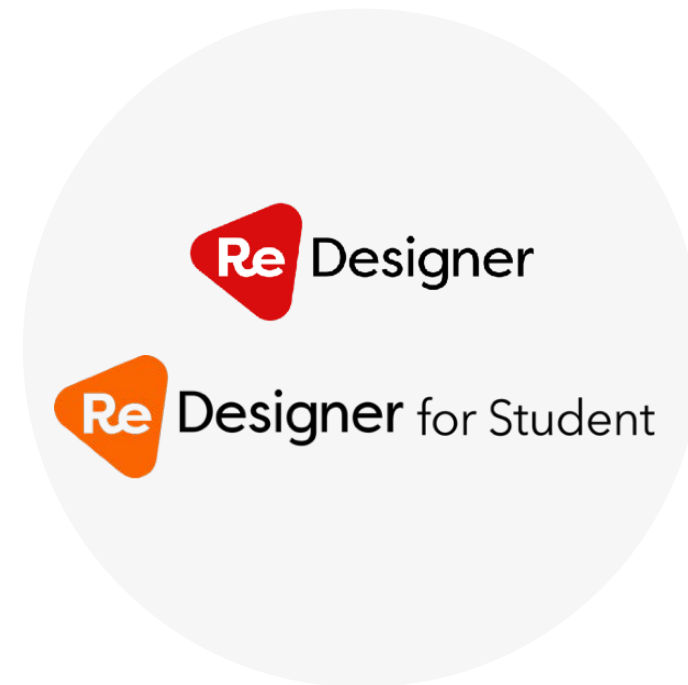


MEDLEY

※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

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

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



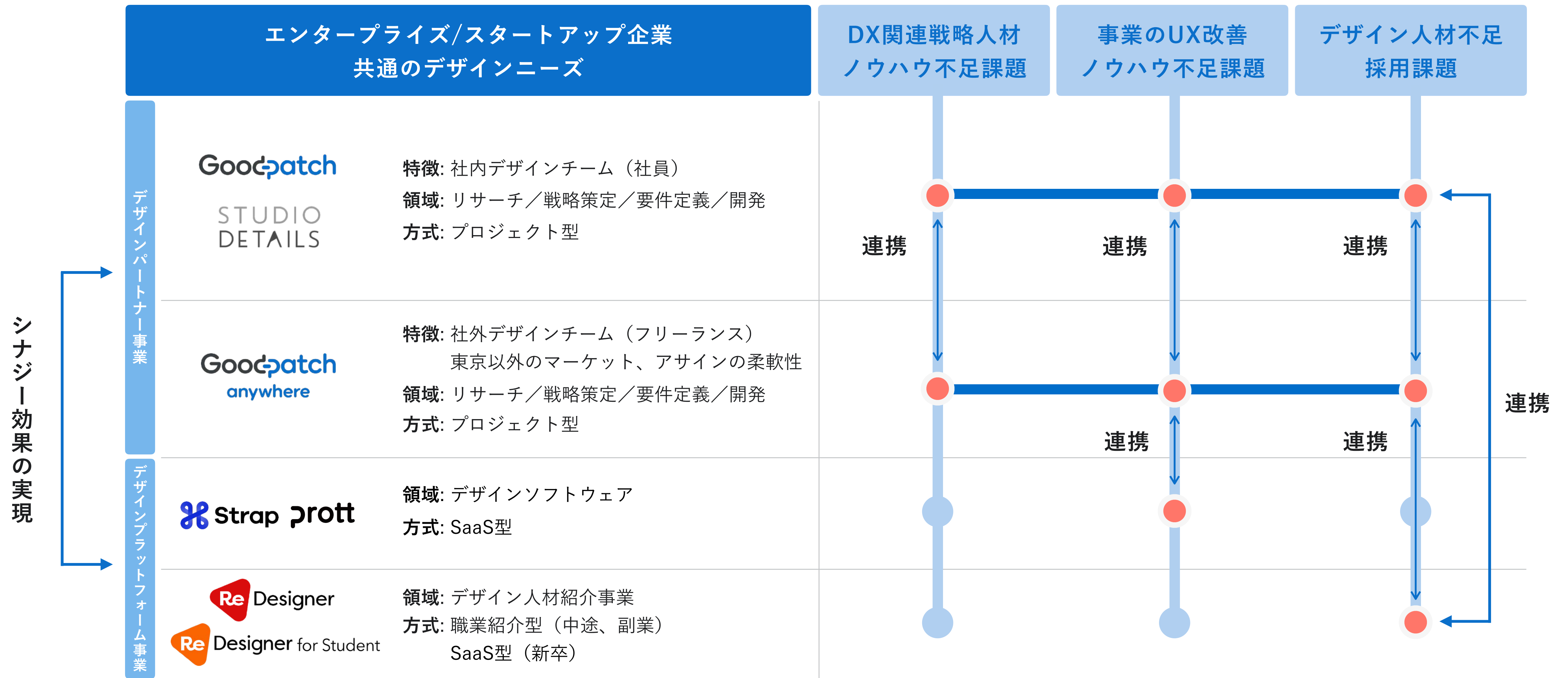
収益モデル

- 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

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

2つの事業で顧客の多様なデザインニーズを充足



※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

高まるDXの需要

国内DX市場は2030年度に6兆円規模に拡大する見通し
 大手企業を中心にDX戦略の策定及び推進体制の構築が進み、
 DX施策に向けた投資が本格化

また、当社が提供するサービス領域がDXを導入する上で
 不足していることが調査でも判明

DXを導入する上で不足している人材（上位5項目）

N=612（マルチアンサー）

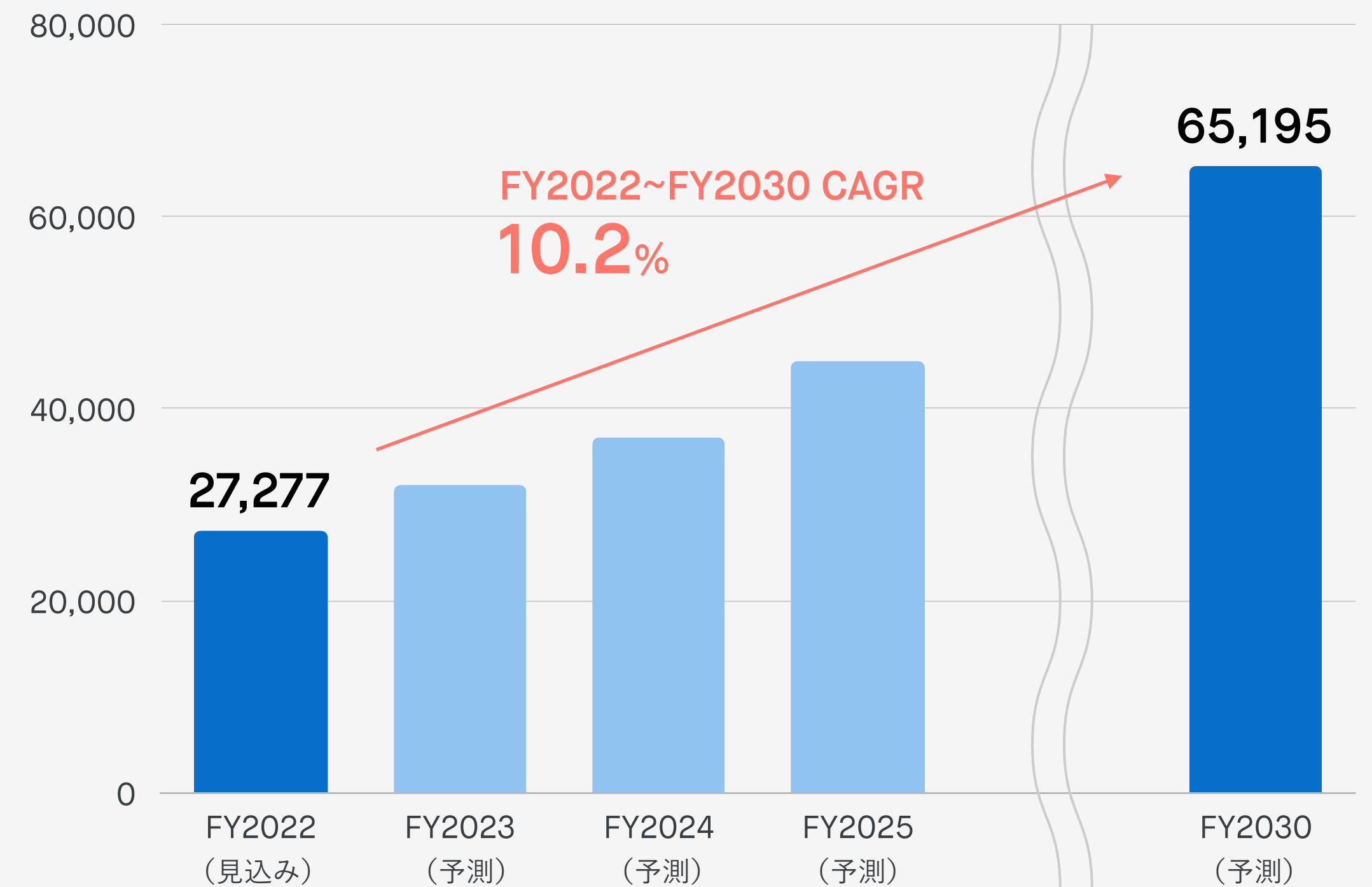
	回答率
DXの企画、推進、普及促進を行う人材	46.9%
エンジニア／プログラマ（社内SE）	36.9%
デジタルマーケティング	34.2%
データサイエンティスト	27.6%
ビジネス／サービスデザイナー （新規サービスの創出、設計を担う人材）	26.3%

DX推進に
 において当社が
 提供する人材

※ (株)富士キメラ総研 2023 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DX関連ソリューションベンダー41社のビジネス戦略や国内企業のDXの実施状況や推
 進体制、投資分野/予算、課題などを把握するために実施したユーザーアンケート調査

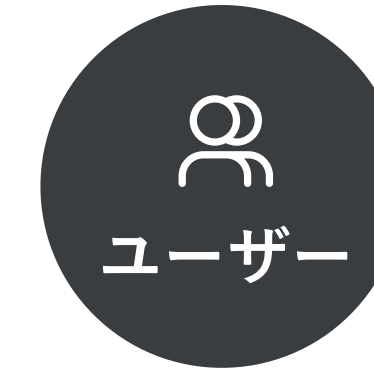
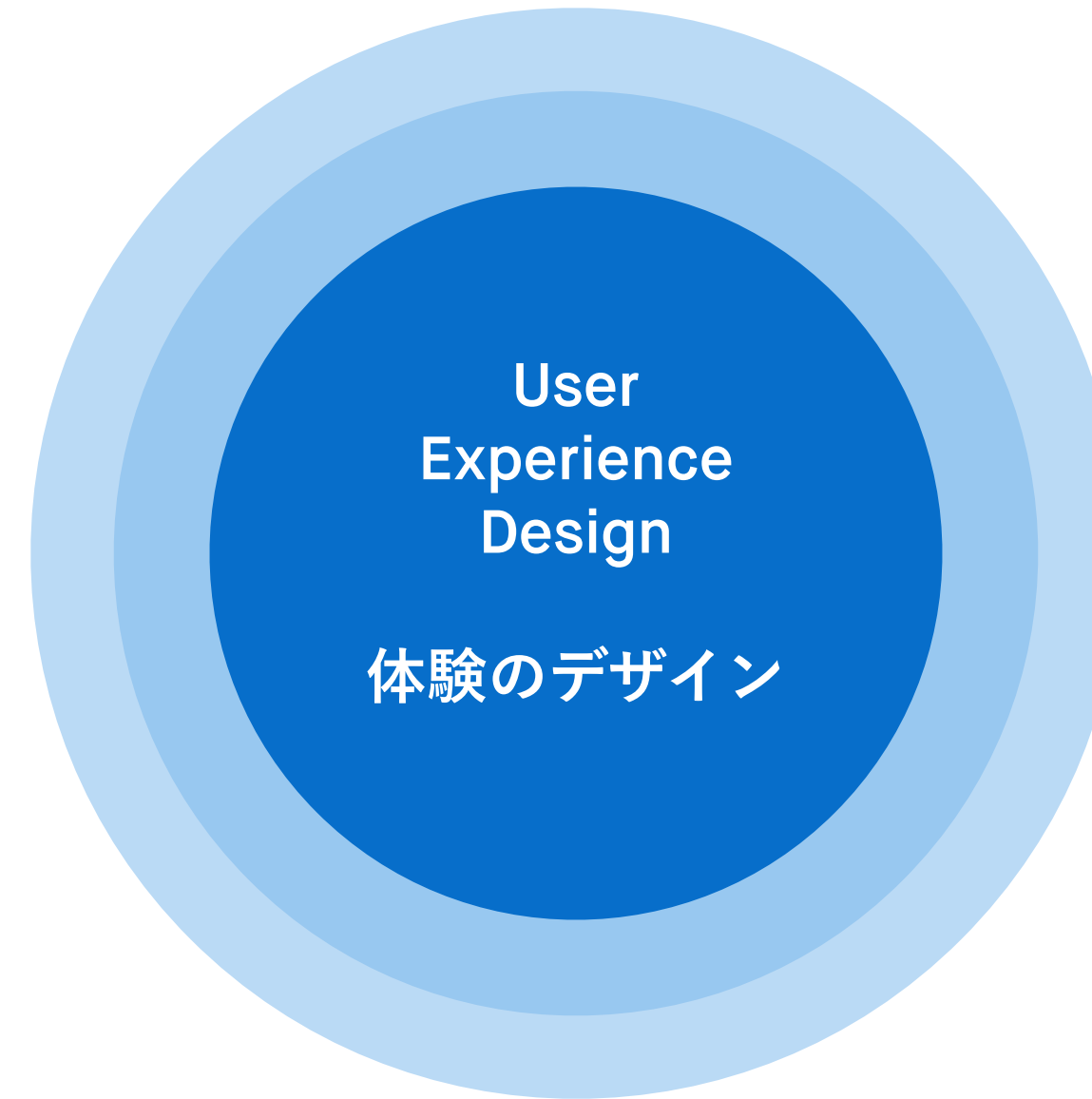
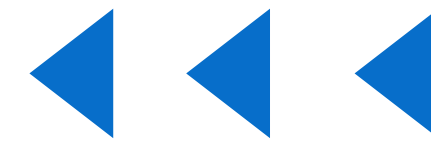
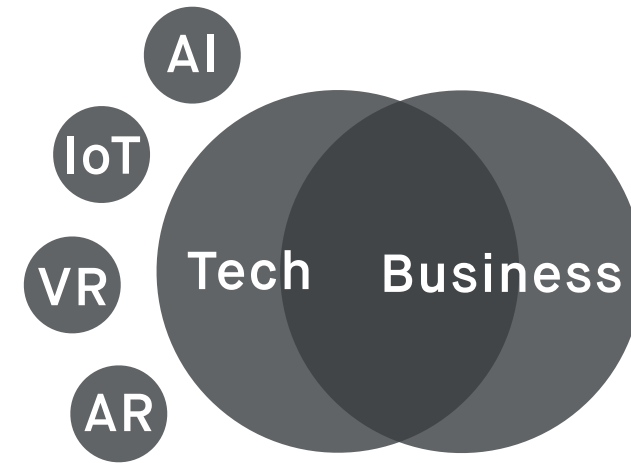
DX関連の国内市場規模

単位：億円



※ (株)富士キメラ総研 2023 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

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2030年には2.4倍の6.5兆円 (2022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」

政府によ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

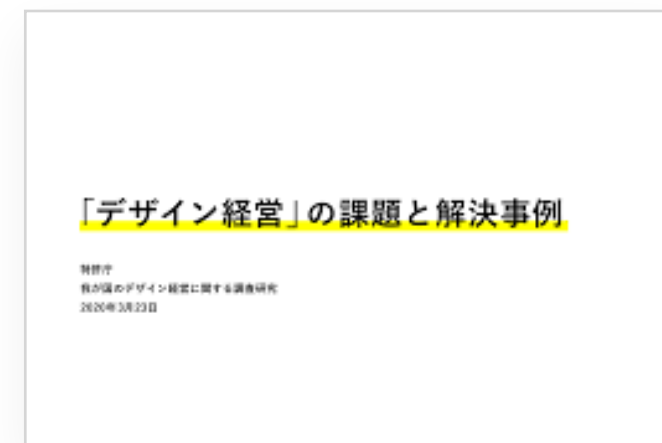
経産省



2020/3

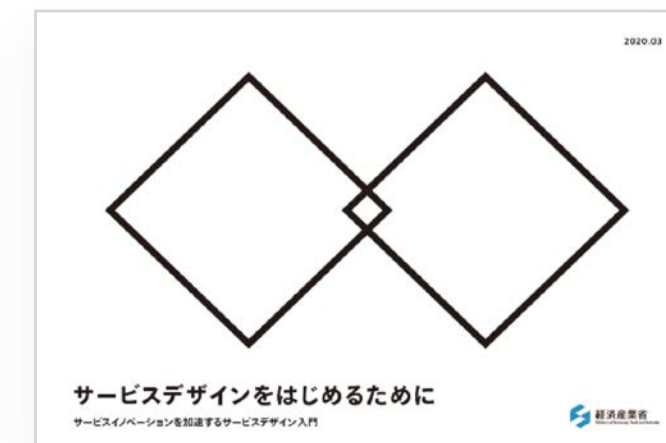
「デザイン経営」の
課題と解決事例

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

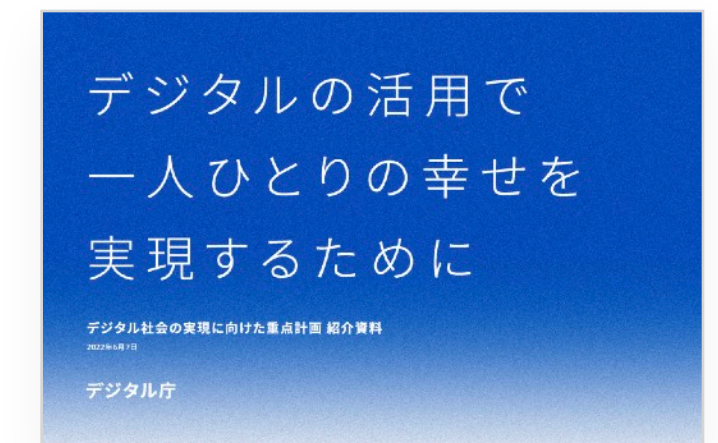
経産省



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**柔軟性の高い**ビジネスモデル

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

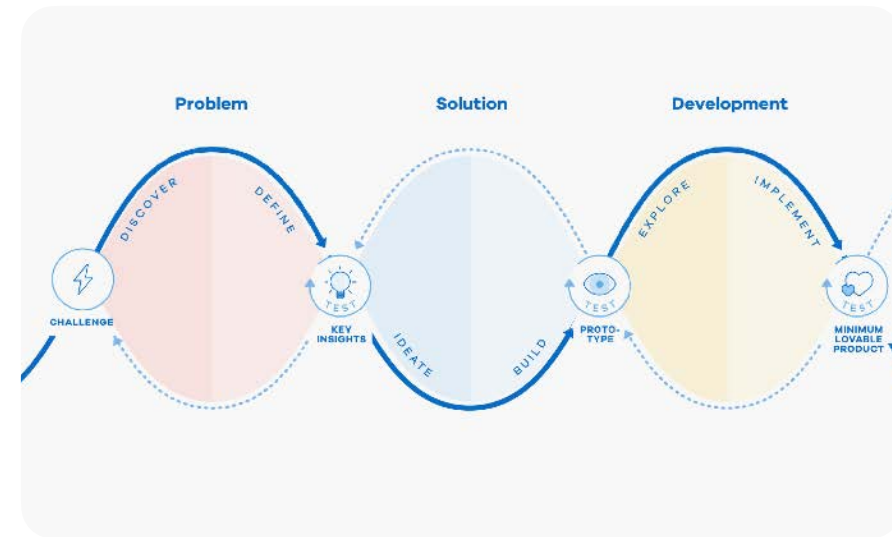
UI/UX領域を中心とした**圧倒的な実績とブランドバリュー**で
DXの足がかりとなる新規事業創出やサービス改善を支援

※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

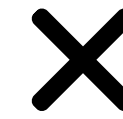
多くの実績から体系化されたプロセスと即戦力化する育成体制



体系化された
デザインプロセス

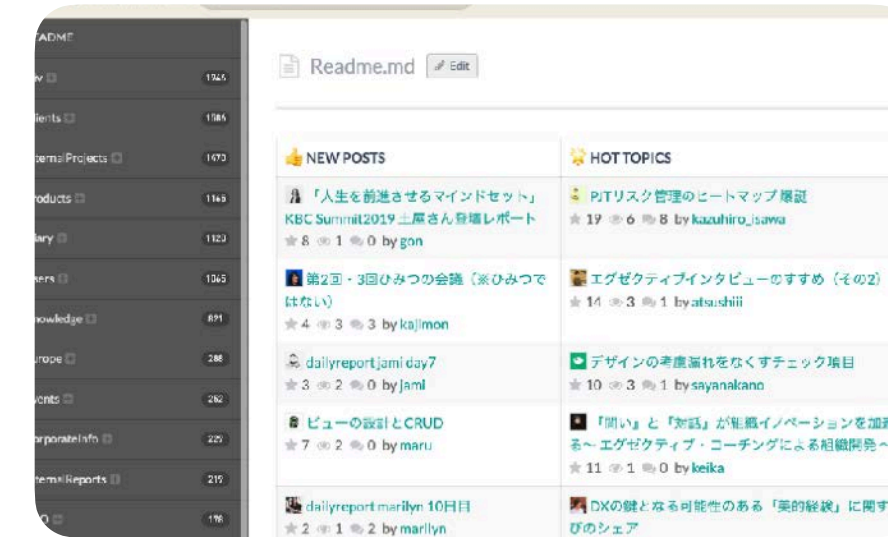


デザイナー育成のための
社内研修



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

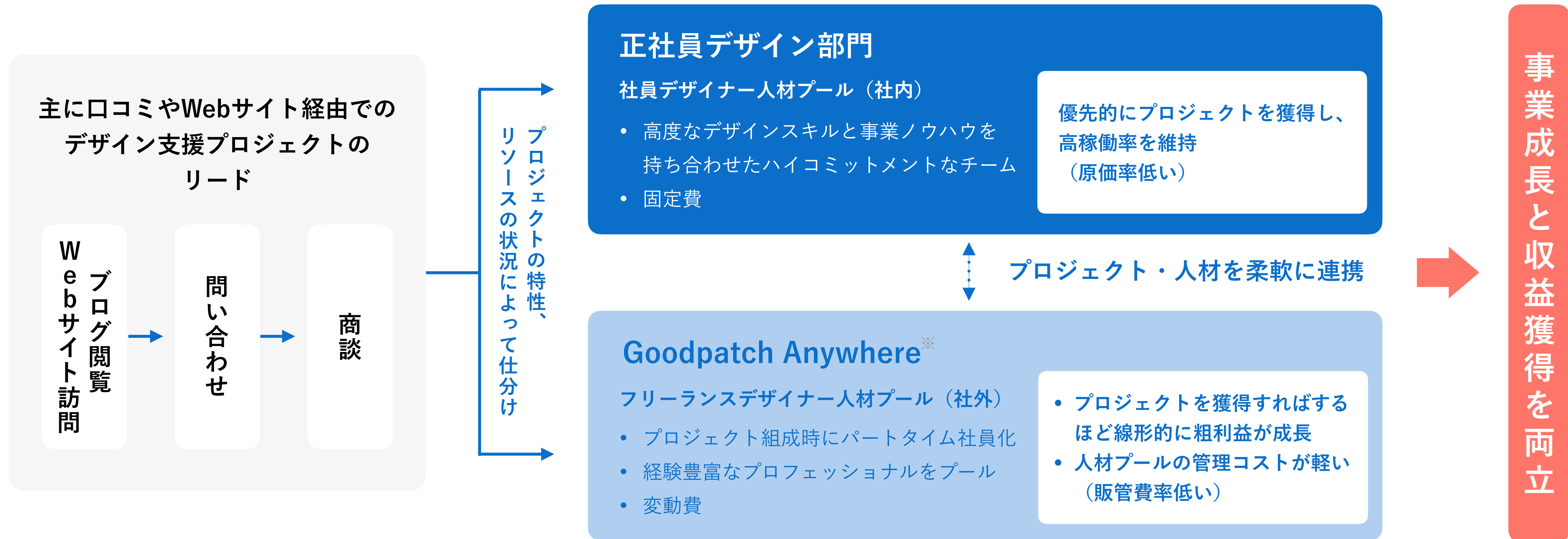
- DXでデザイン人材は需要増。いかに優秀な人材を採用し、定着させるかがKSF**
- ➡ **需要 増**：DXの流れでデジタル領域のUI/UXデザイナーの市場価値の向上
 - ➡ **供給 少**：デザイナーにビジネスの根幹への理解と関与が求められる、美大では育成が難しい

		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柔軟性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

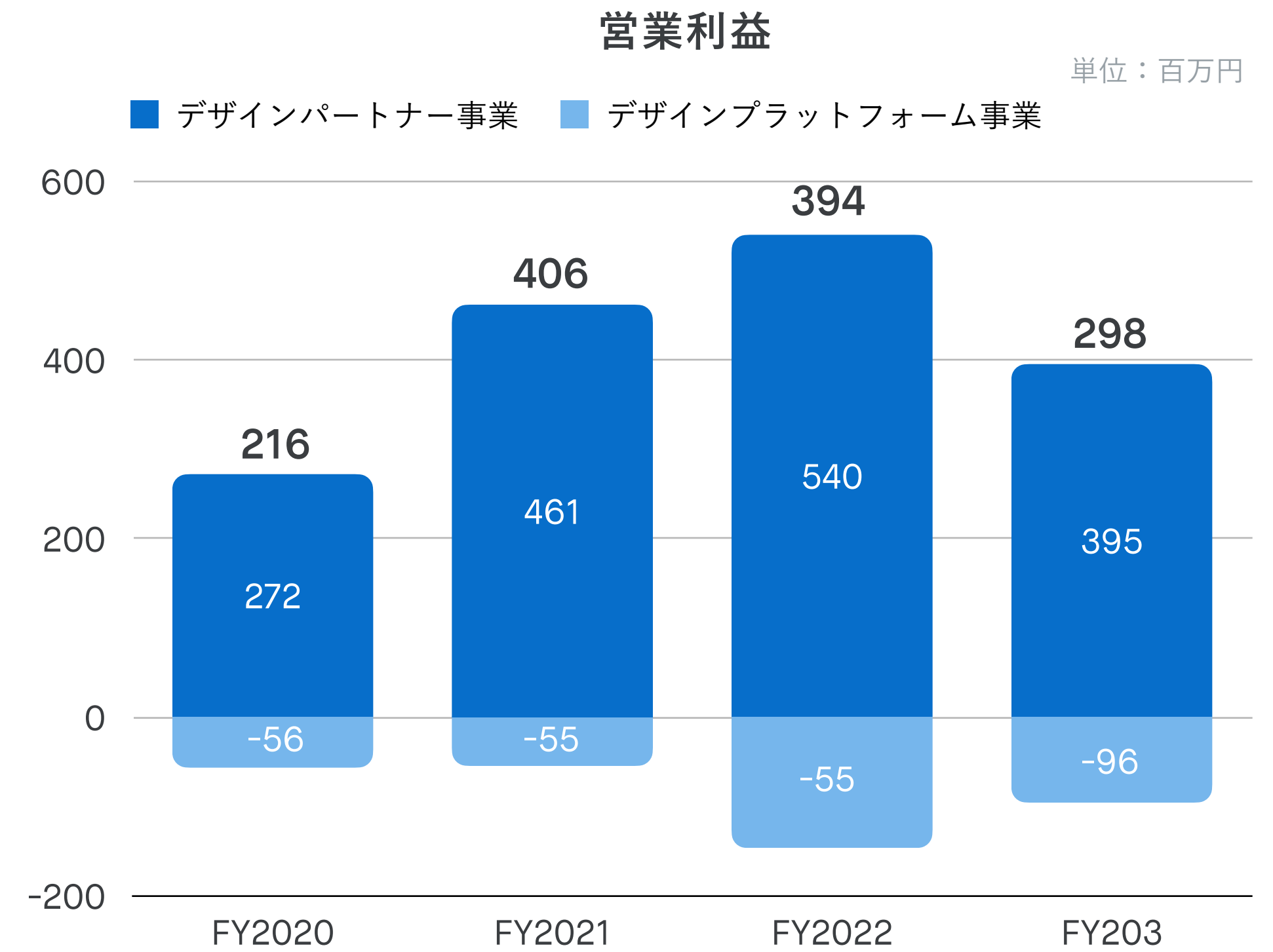
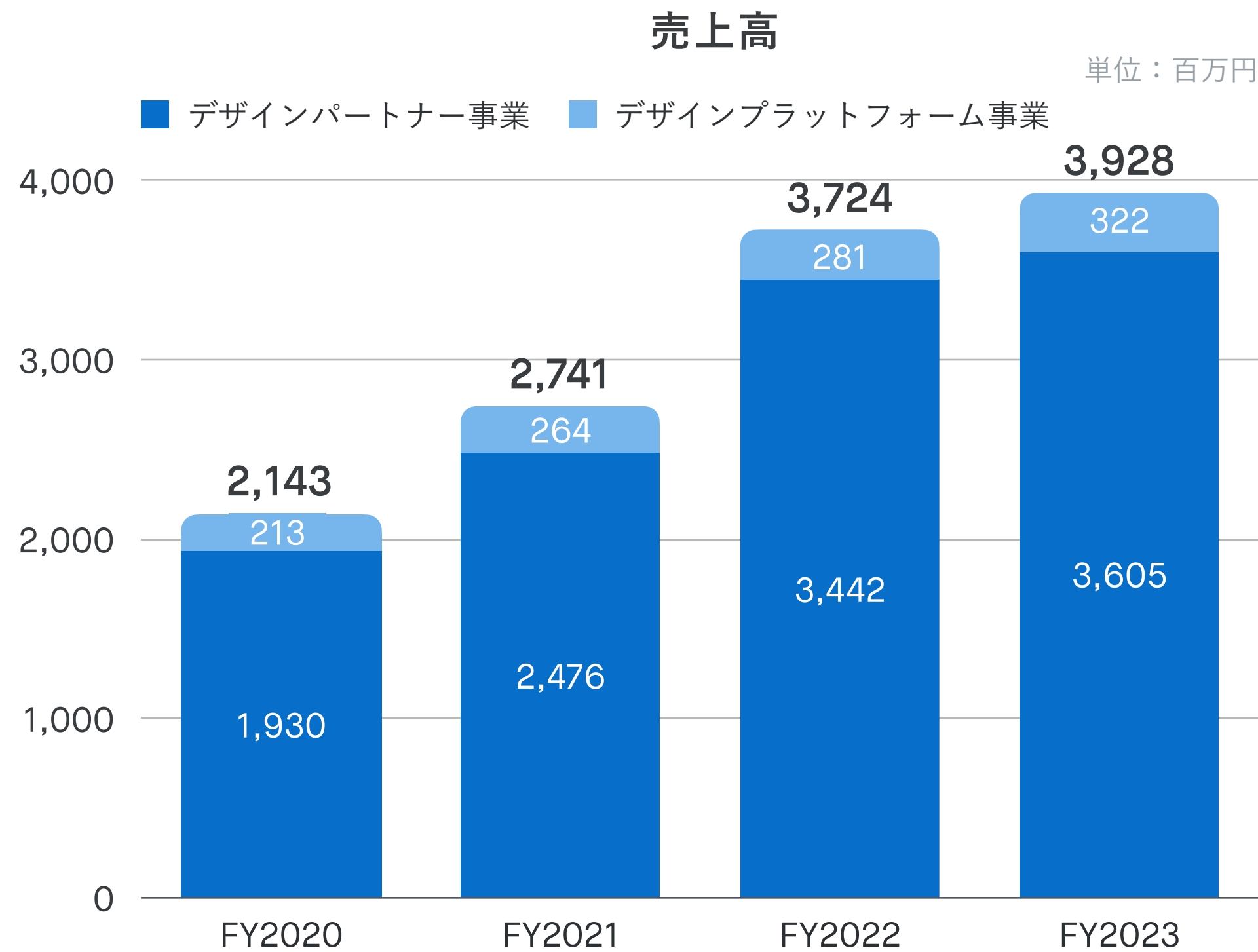
社内外の人材プールが高度に連携したビジネスモデルで、**事業成長と収益獲得を両立**

※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



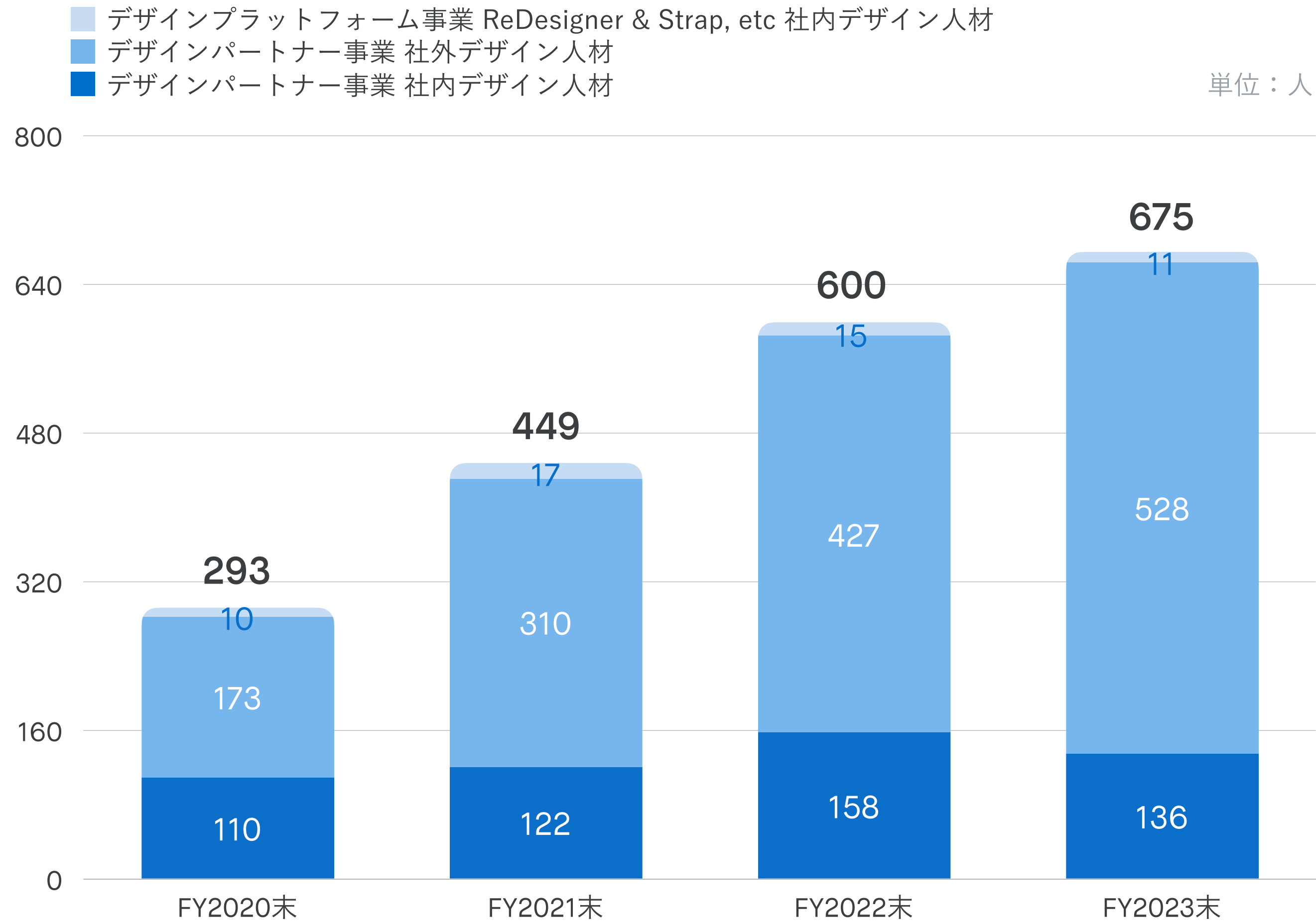
2023年8月期の売上高は**39.2億円**

営業利益はYoYでは減少したが、**成長投資を実施**

※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



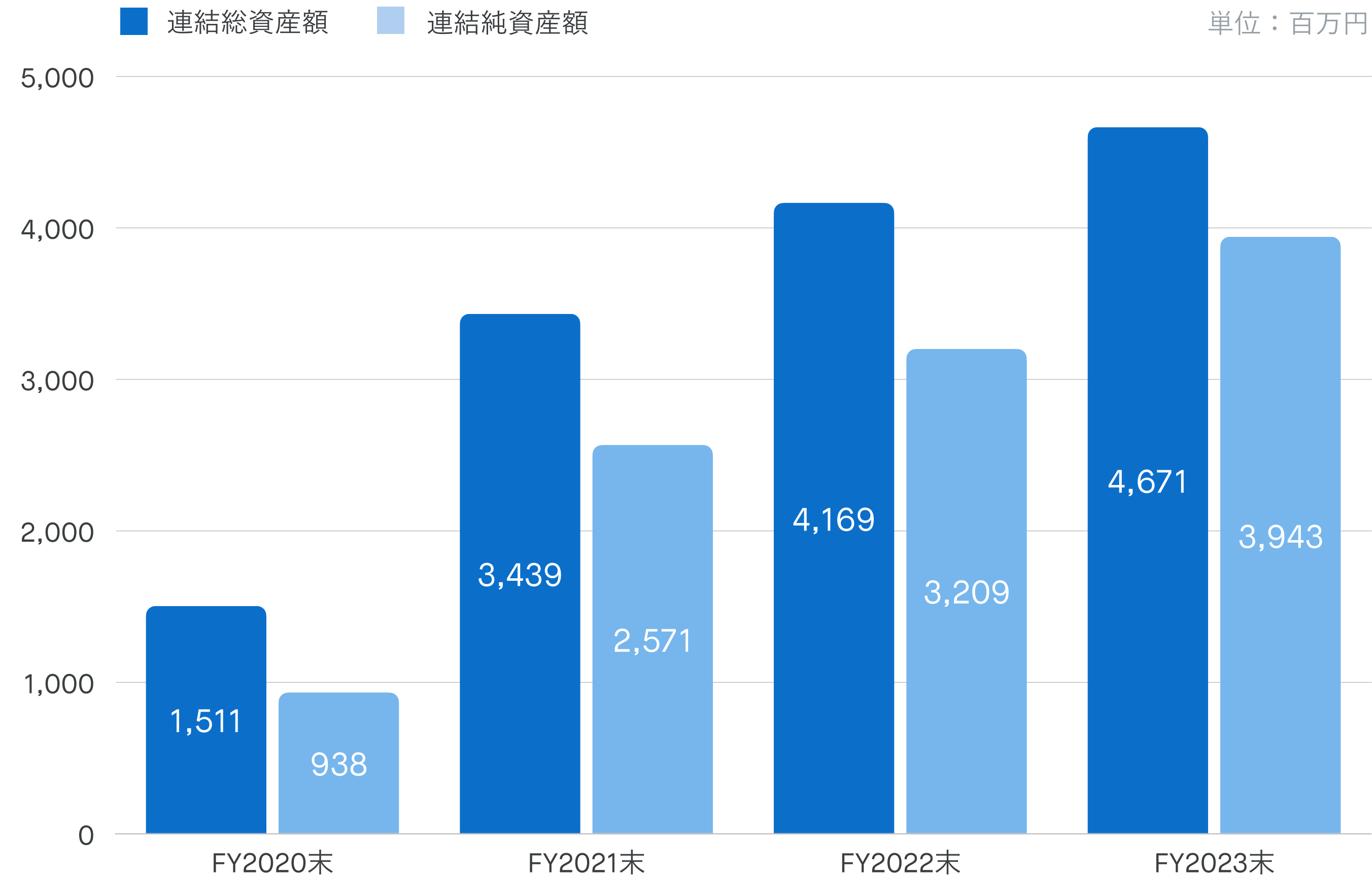
※従来、デザインプラットフォーム事業に区分していた「Goodpatch Anywhere」は、2023年8月期よりデザインパートナー事業に区分を変更しております。当ページはFY2019から当該変更後のグラフを表示しております。

国内最大級のデザイン組織が 675名に拡大

- デザイナー人員数が拡大、YoYで+75名
- デザインパートナー事業の直接雇用のデザイナーは136名へ
- Goodpatch Anywhereでは継続的に拡大し総数は528名へ

総資産額・純資産額の拡大

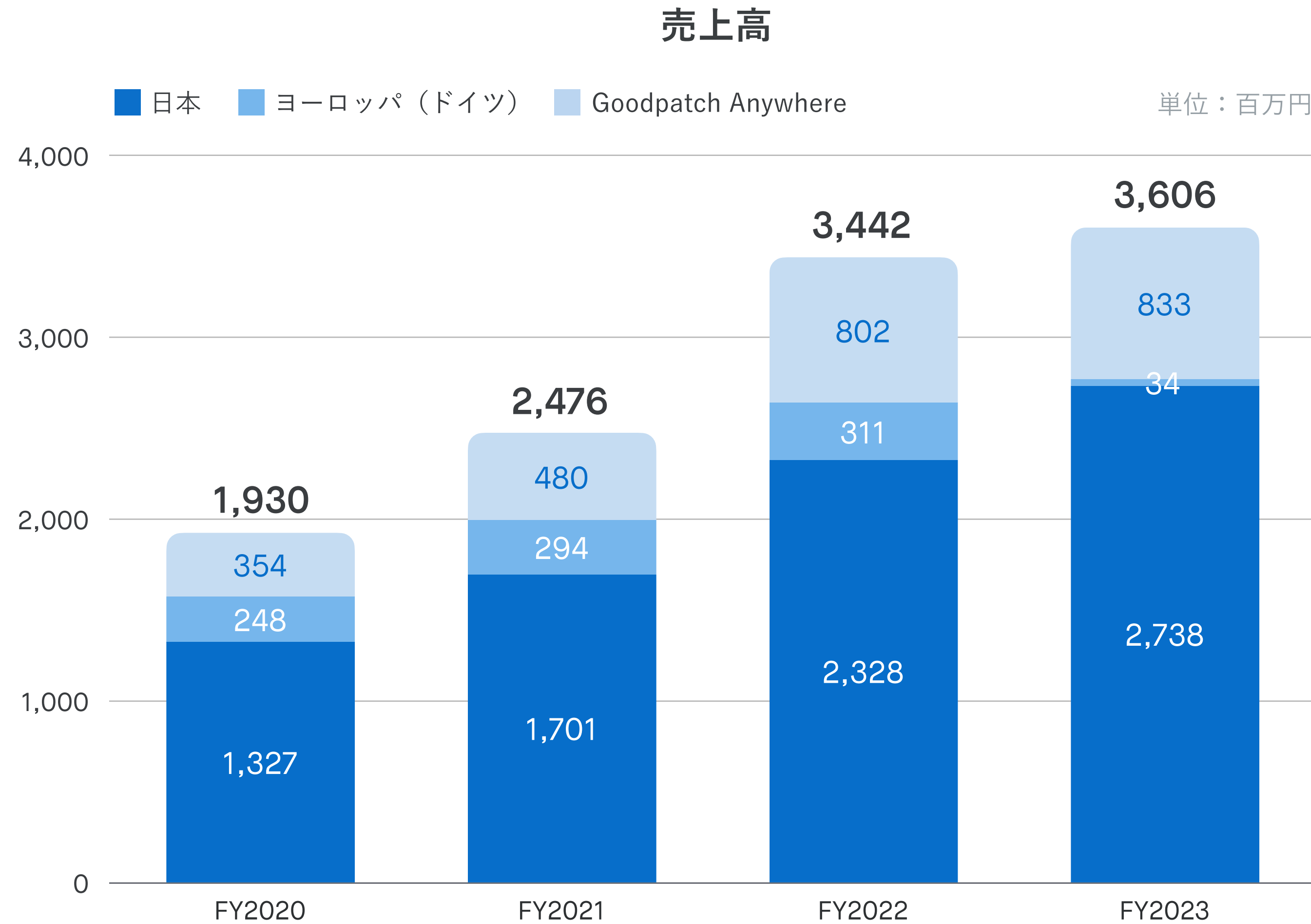
総資産額 / 純資産額



**サイバーエージェントを
割当先とする第三者割当増資
により自己資本が充実
次のM&Aに向けて、
準備を進行中**

- FY2023末では自己資本比率が84.4%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。

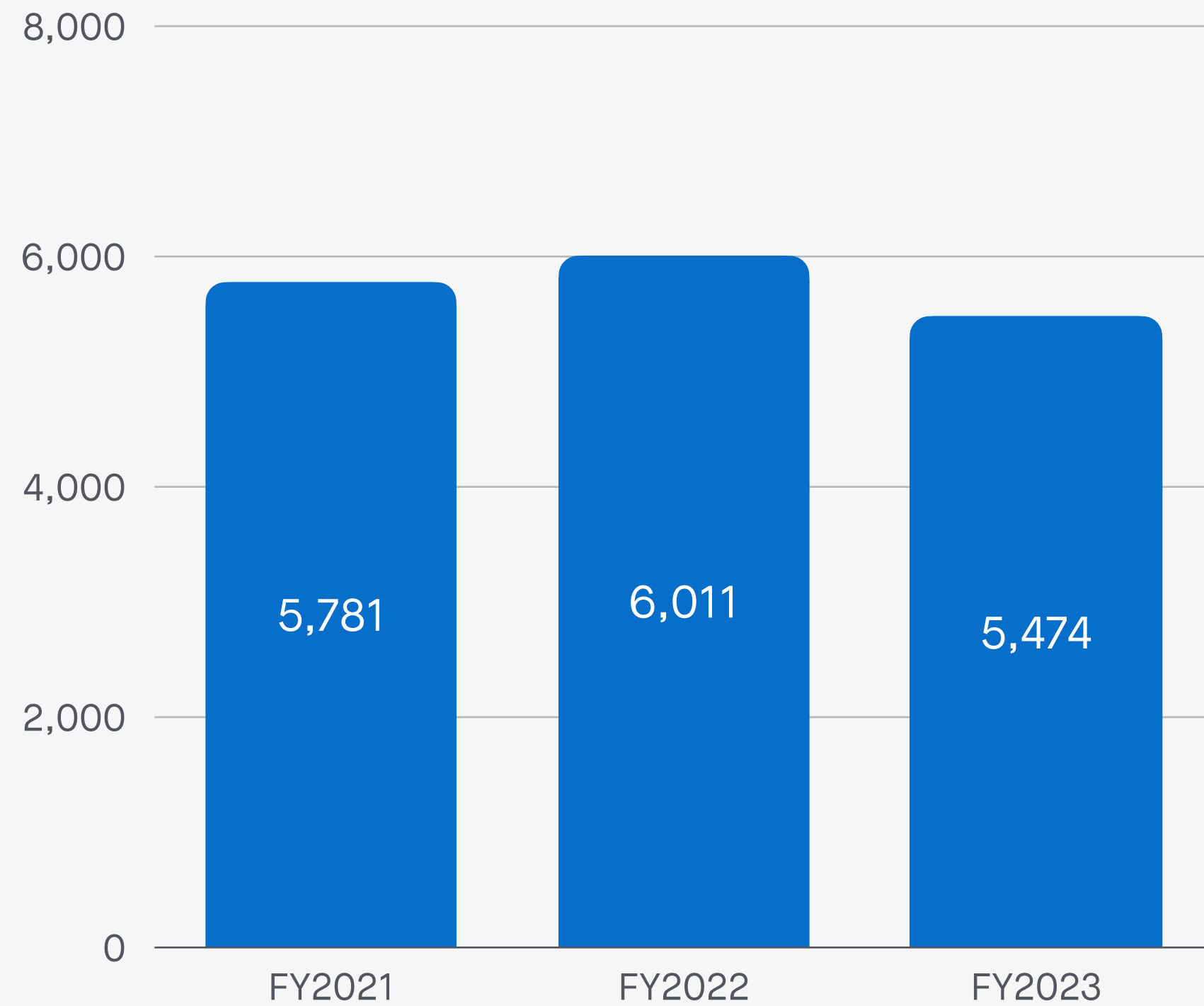
2023年8月期の売上高は 36.0億円

- ドイツ子会社の解散影響を乗り越え売上成長を実現
- 正社員デザイン部門（グッドパッチ&ディテイルズ）についてはYoY+17.6%の成長
- マーケティング・セールスを強化し、新規プロジェクトの獲得が回復

月額平均顧客単価と顧客社数が伸長

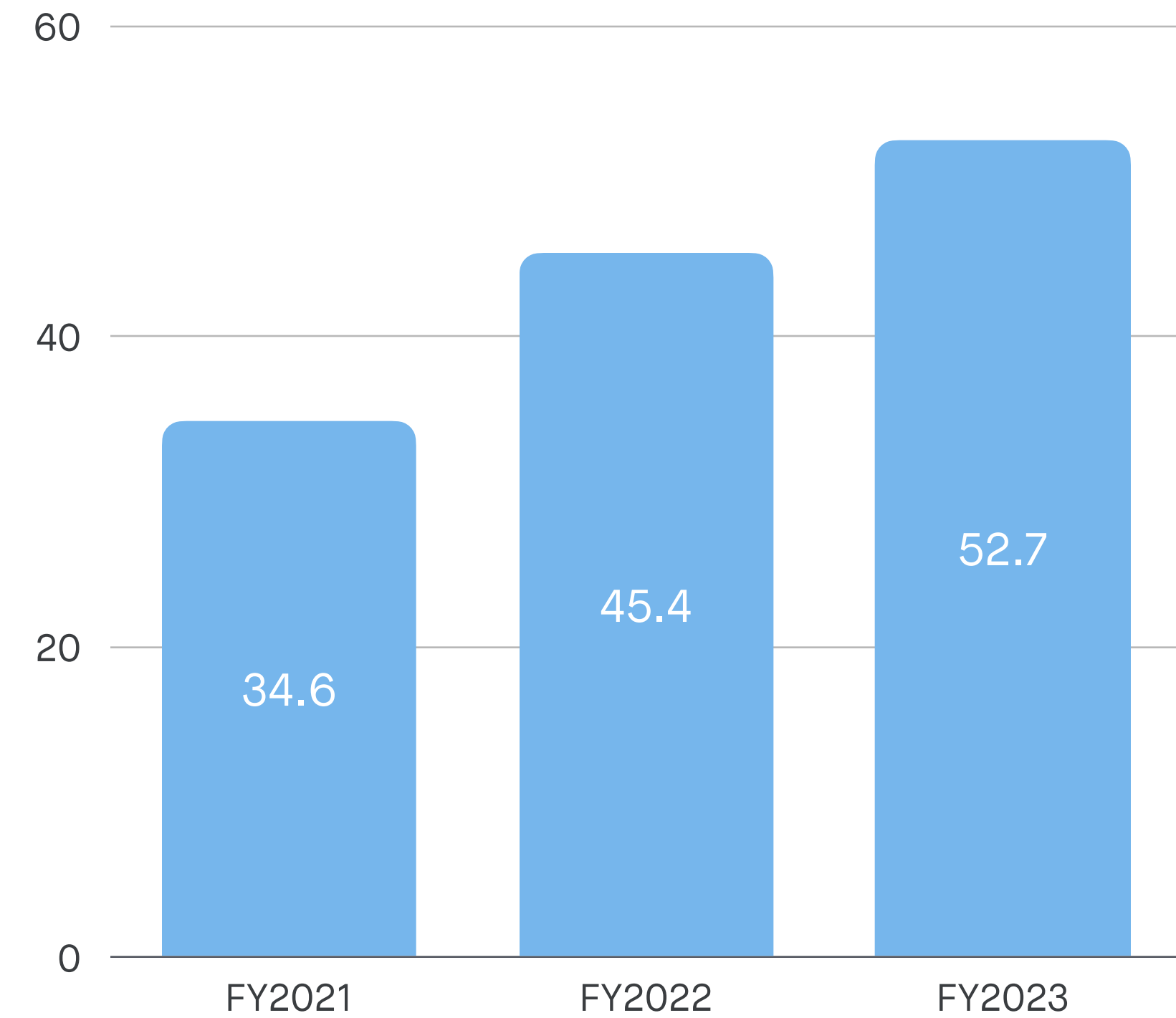
月額平均顧客単価

単位：千円



顧客社数

単位：件

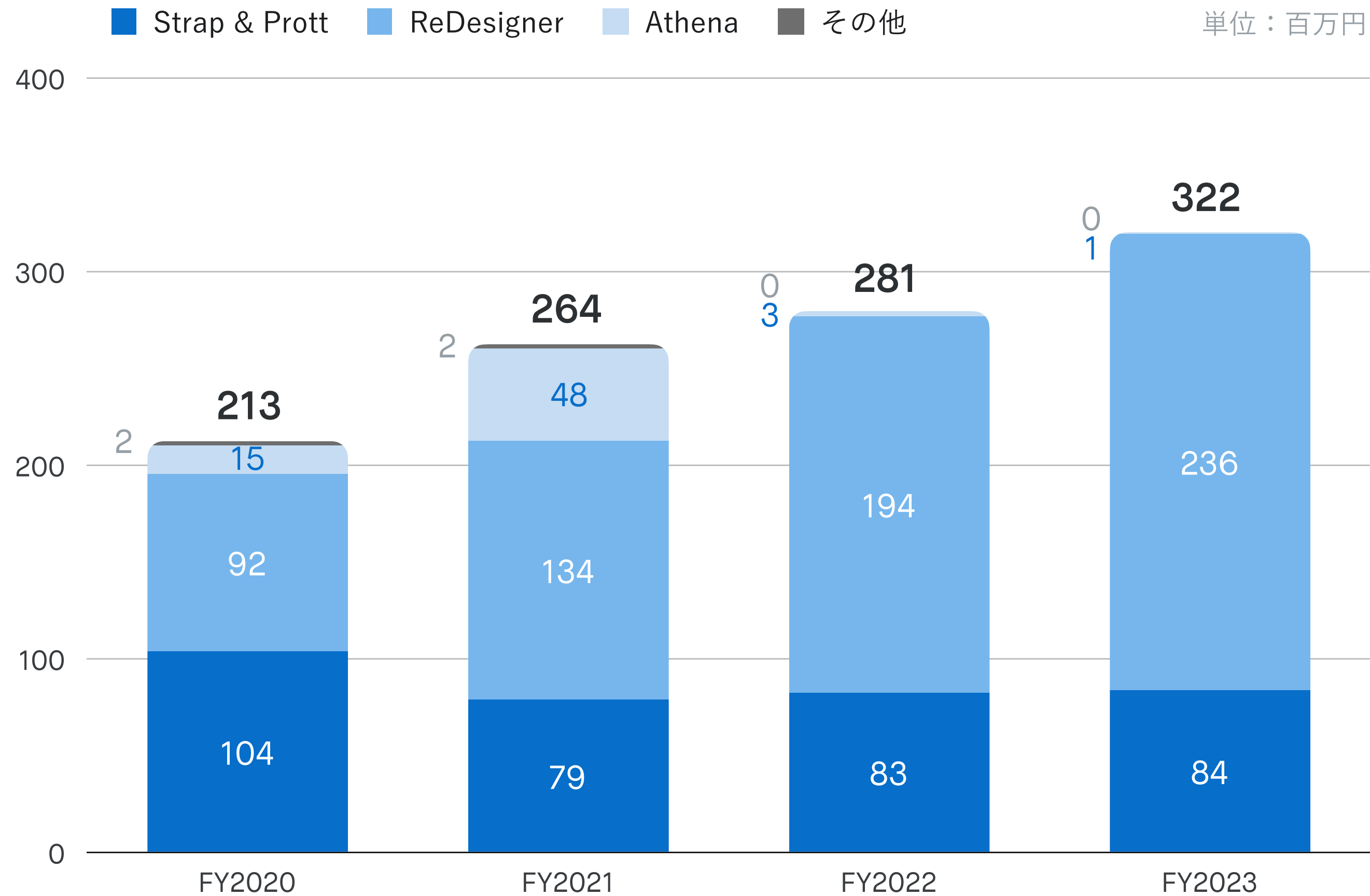


月額平均顧客単価 = (1か月にデザイン支援を提供した顧客社数の売上総額 ÷ 1か月にデザイン支援を提供した顧客社数) の1年間の平均値
顧客社数 = 1か月にデザイン支援を提供した顧客社数の1年間の平均値

※1 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。
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。

2023年8月期の売上高は 3.2億円

- ReDesignerは旺盛な企業側の採用需要を受け止め、着実に成長
- Strapの売上割合が徐々に上昇、売上高はYoYで約1.5倍となり開発投資とともに成長を継続



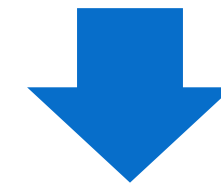
成長戦略

Growth Strategy

中長期の目指す方向性

社会/企業の課題に合わせて
デザインの「価値発揮領域」を拡大しなければならない

UI/UXを武器にソフトウェアをデザインする会社



顧客体験を起点に企業変革を前進させる
イノベーションを「デザイン」する会社に

中長期の目指す方向性

企業変革やイノベーションを支援するには
より顧客企業との関わり方を深める必要がある



事業共創による深いパートナーシップ

事業共創を通じてパートナーシップを強めていく

ジョイントベンチャー型
パートナーシップ



事業提携型
パートナーシップ



M&A型
パートナーシップ



クライアント企業の企業変革と
自社の事業ポートフォリオの拡張と事業成長を両立させる

顧客の企業変革のために

顧客の企業変革のために

深い関係構築と提供ソリューション拡充が必要

中長期の成長を志向し、FY2024成長戦略を設定

デザインパートナー事業

- 1 有効商談獲得に向けたマーケティング強化
- 2 ロイヤルカスタマー獲得のための営業推進
- 3 提供ソリューションの拡張
- 4 バリューチェーン拡大、M&A戦略

デザインプラットフォーム事業

- 1 ReDesignerの成長
- 2 Strapの成長

事業成長を支える経営基盤

- 1 量と質を兼ね備えた人材戦略
- 2 デザインとサステナビリティ

マーケティング投資を拡大、有効商談数は20%成長を目指す

潜在顧客への認知拡大



見込み顧客への興味・関心

注力方針

アライアンスによる
新規案件の創出

事例発信の強化

ナーチャリング強化

取り組み
施策

- ・アライアンス経由の売上を拡大
- ・サイバーエージェントやCTCをモデルとした新たなアライアンス案件の獲得
- ・アライアンス経由の商談数目標
(FY2023 35件→FY2024 60件)



- ・事例発信数の増加
- ・マーケティング/インサイド
セールス人員数の増強
(FY2023末 6人→FY2024末 11人)

- ・ハウスリスト（対象リード）
6,000件からの案件創出数
(FY2023 6件→FY2024 12件以上)
- ・ハウスリストへのアプローチ・
案件創出に向けた
インサイドセールス人員を増加

有効商談数：FY2023 436件 → FY2024 517件
有効商談の獲得総数増加を目指す

年間売上高0.6億円以上の顧客社数を拡大へ、営業戦略方針に基づく施策実行

顧客あたりの年間売上高の分布

(Anywhere、ディテイルズ含む)

単位：社

	FY2021	FY2022	FY2023
1億円以上	3	5	6
0.6億円以上 1億円未満	8	5	6
0.3億円以上 0.6億円未満	13	22	20
0.3億円未満	68	110	119
合計	92	142	151

年間売上高0.6億円以上の顧客社数：FY2023 12社→FY2024 15社

意思決定者との接点を増やし、ロイヤルカスタマーを増加
プロジェクト品質の継続的改善とともに顧客単価の向上を図る

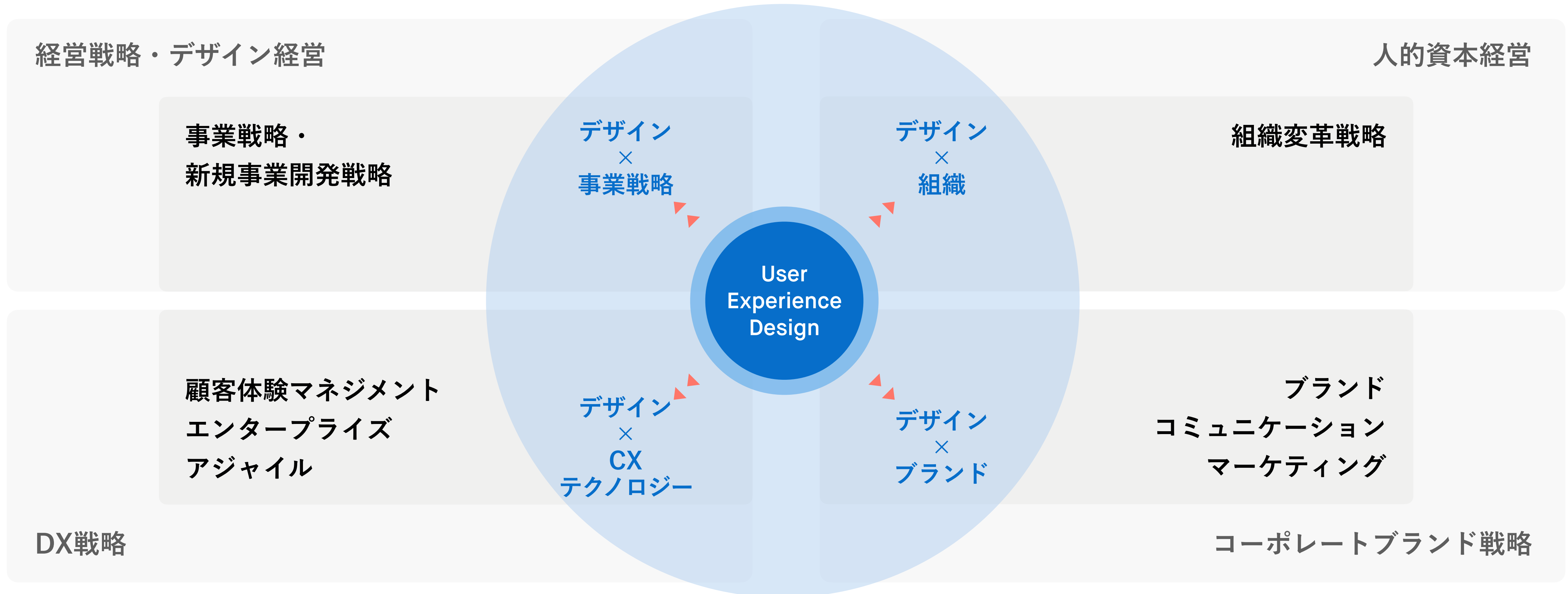
より深い関係を築くための営業戦略方針

- 広げる：ソリューション拡張
- のぼる：経営層へのアプローチできる案件を増やす
- 深める：顧客とより深い事業課題に入り込む深耕営業

営業状況のモニタリングと分析と改善

- マーケティング施策からの導入経路、受注傾向を可視化
- 商談ランクの設定及び商談ランク別決定率のモニタリング
- 顧客ニーズのトレンド把握や受注失注分析を実施し、デザイン組織へ共有
- セールス人員の行動量の可視化

エクスペリエンスデザインを軸に、4つの領域へソリューションを拡張させていく



4つの領域をもとに顧客課題に即したデザイン組織体制を作り、提供ソリューションを拡張

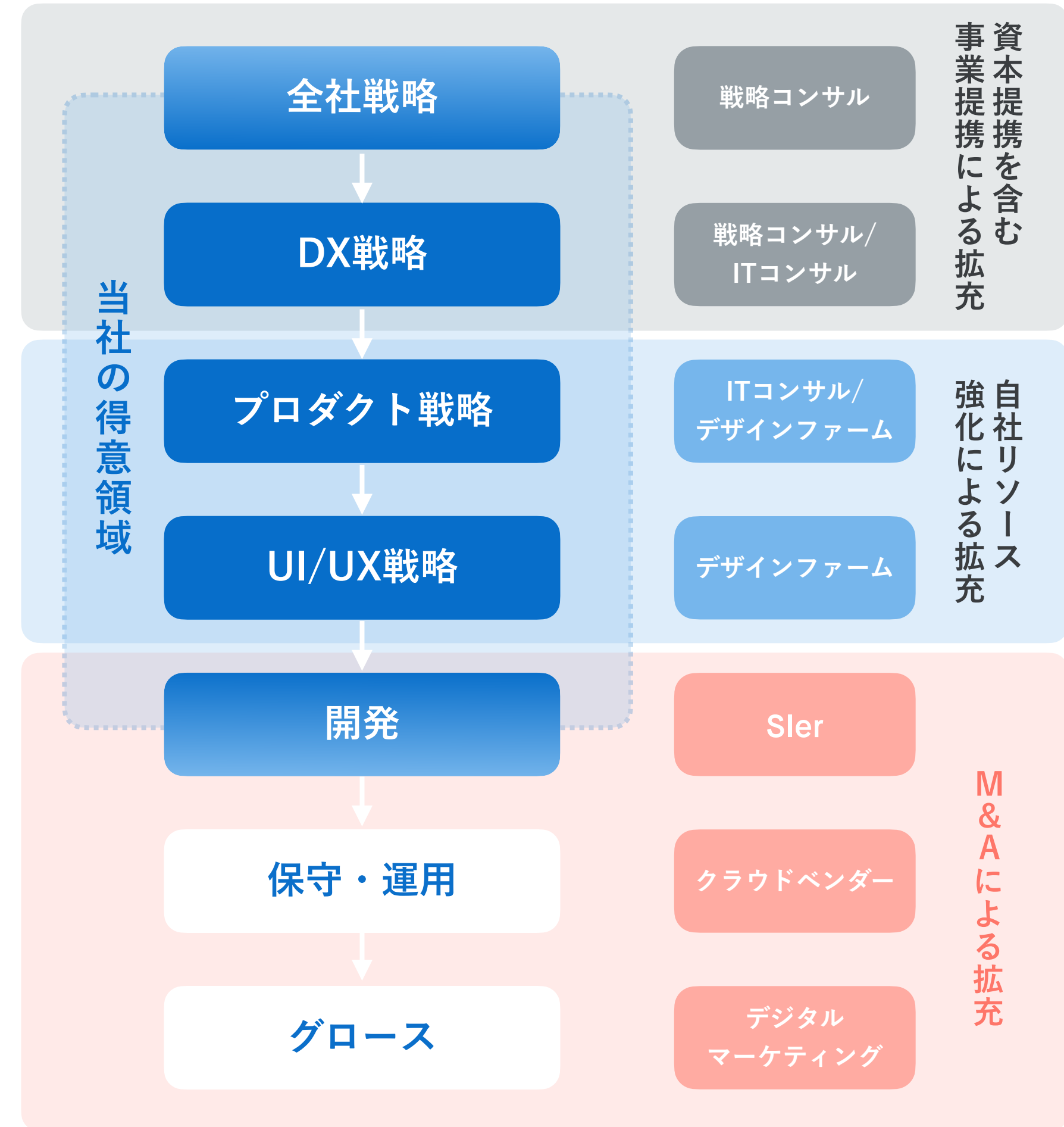
M&A推進を強化、バリューチェーンを拡大し、全方位のグループ体制を構築

経営戦略・DX領域・組織戦略への拡張

- 有力企業との業務提携（サイバーエージェント、CTC等）によって連携を拡大。企業の組織変革に貢献
- FY2023以前より取り組んでいた丸井グループとの合併会社（Muture）により、両者のアセットを活かした新たな事業価値の創造を実現

シナジーあるM&Aの実現

- バリューチェーンの下流領域において、M&Aを活用し、ケイパビリティを拡大、一気通貫の体制構築
- 当社グループのアセットを有効活用し、パートナー事業とシナジーがある領域へ新規参入



デザインプラットフォーム事業はさらに成長

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



- 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
- ダイレクトリクルーティング機能の実装により市場をさらに活性化し、成長角度を高める
- スキルマップやポートフォリオ作成補助を開発実装

Strapの成長

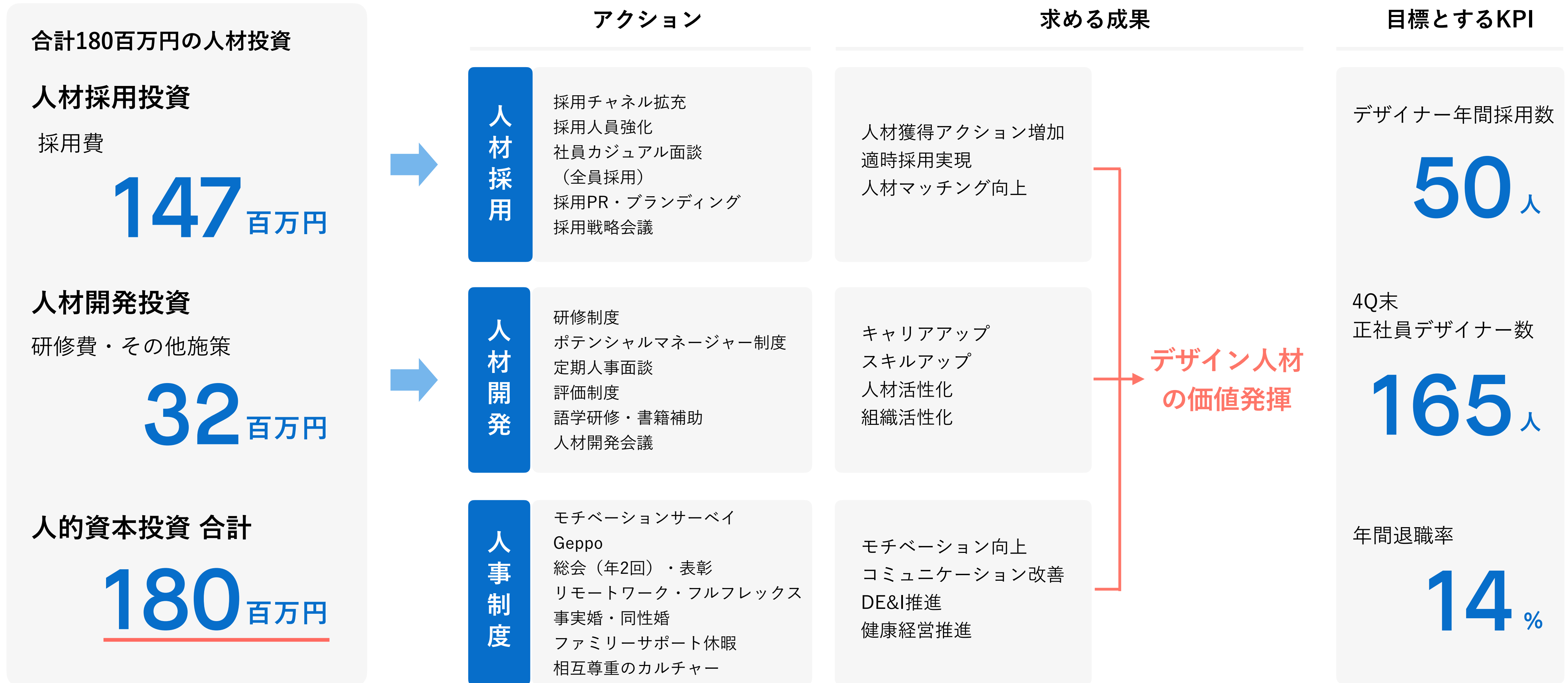


オンラインコラボレーションのプラットフォーム
個人の創造的思考と組織の会議を変革するDXツールを提供



- SaaSの事業KPIを意識しながらグロース
- エンタープライズ領域への展開に向けた開発と営業強化
- DX推進、人的資本経営のニーズを研修ソリューションで支援

事業成長を実現するための人材採用と人材開発に1.8億円を投資



ビジョン・ミッションを実現するための4つの重点テーマ（マテリアリティ）を検討 社会を前進させるデザインの力を、ステークホルダーとともに広めていく

Design for Talent

- デザイナーの採用およびキャリア開発
- DE&I（ダイバーシティ・エクイティ & インクルージョン）の推進
- デザイナーの価値（待遇）の向上



Design for Partner

- ビジネスパートナーとの共創
- 顧客価値の創造と変革



Design for Society

- 地球環境に配慮した取り組み
- コミュニティのエンパワーメント

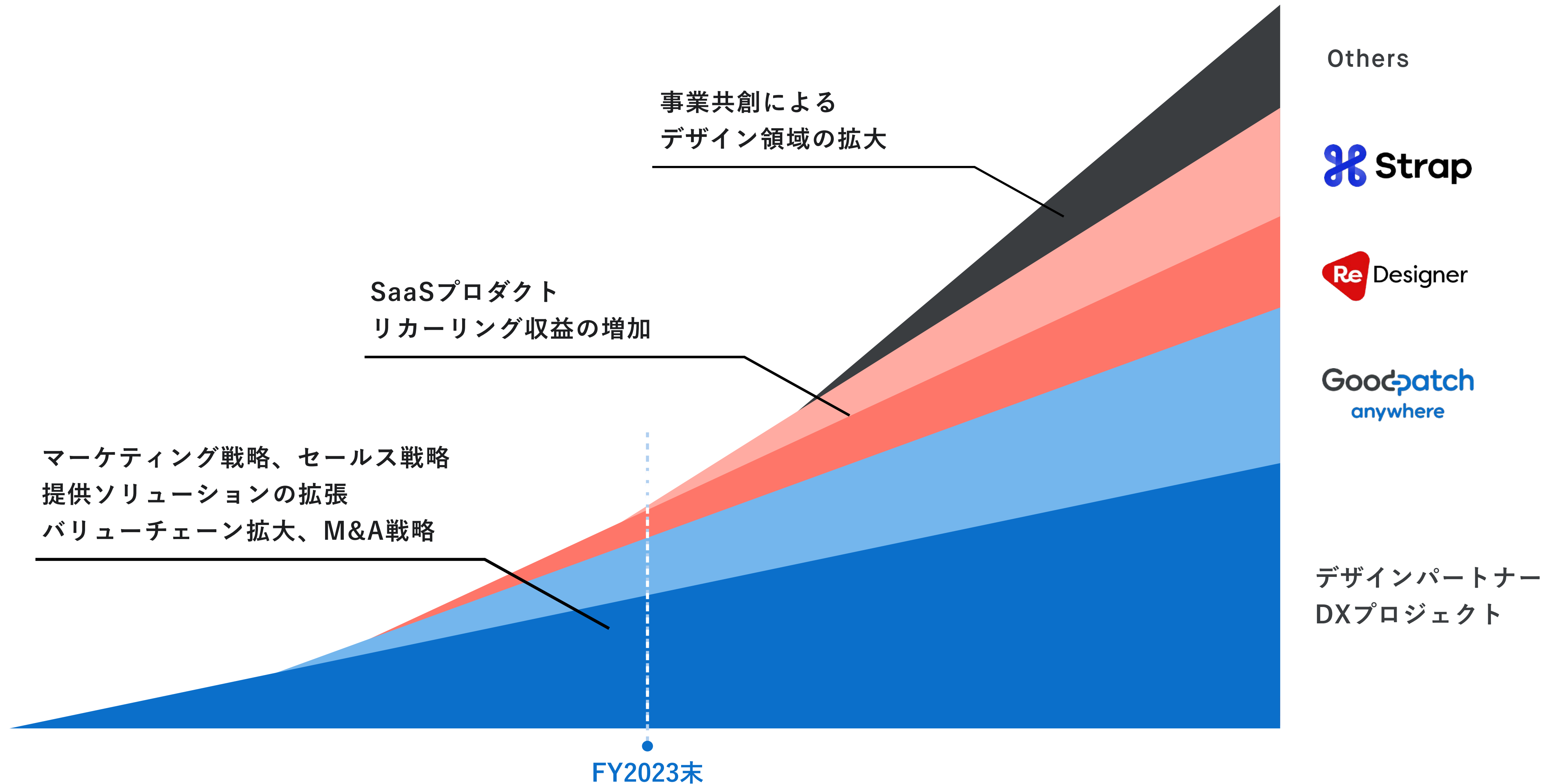


Design with Governance

- 従業員の安全衛生
- 健全なコーポレートガバナンス体制
- 企業倫理とコンプライアンス
- デザインの倫理と責任



デザインの可能性を拡張させ、早期に売上100億円以上を目指す



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DX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。今後、低価格で優れたサービスを提供する競合企業、又は大きな資本力で優秀な人材獲得を行う競合企業が現れた場合、プロジェクト獲得や人材獲得競争等の競合状況の激化により、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

DX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DX市場に属しております。DXは企業価値向上を実現する重要な経営課題の一つと位置付けられ、企業のDX戦略の策定及び推進体制の構築が進み、各部門や現場に合わせた具体的なDX施策に向けた本格的な投資に伴い、DX市場は拡大することが見込まれます。しかしながら、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、デザイン支援プロジェクトに対する問い合わせ減少やプロジェクトの終了又はプロジェクト稼働人数縮小に伴い品質が低下するなど、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

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。

主要なリスクへの対応方針

当社グループは、拡大するDX市場に向けて、積極的な広報活動に加え、マーケティング活動の強化を行ってまいりました。今後は継続的にマーケティングの実施体制をさらに拡充し、マーケティング活動の分析活動・効果検証による改善活動の実施、アライアンスによる新規案件の創出、事例発信の強化、ナーチャリングの強化等についても取り組み、さらなるプロジェクトの提案機会を獲得してまいります。

また成長するDX市場における新たなニーズ（戦略策定やマネタイズ設計、組織支援等）に応え、顧客企業の課題解決にさらに貢献していくためには、提供するソリューションの領域を拡張させ、幅広いサービス提供を可能にすることが重要と考えております。

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デザインに直結する要素が欠かせないと考えております。当社グループでは、UI/UXデザインにおける強みを活かし、特に大手企業のDX戦略の実行に際しデザインを活用し支援する活動を推進しております。プロジェクトの実施において、プロジェクトの課題解決を出発点とし、顧客企業の発展に貢献する取り組みやアイデアを積極的に提案し、プロジェクト関係者にとどまらず、顧客企業の経営層や意思決定者層も巻き込んで対話を進め、顧客企業と長期的な関係を築いてまいります。

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

デザイナー人材の確保と育成について

当社グループでは、当社の持続的な成長のためには、継続的に優秀なデザイナーとなりうる人材を確保し、かつ長期的に活躍してもらう仕組みを整備することが重要な要素であると認識しております。しかしながら、当社の想定を超える人材市場の逼迫や業務拡大・業務内容の変化のため、育成や採用が想定の通りに進まず、退職による人材流出が想定を上回った場合には、プロジェクト量の縮小やプロジェクト品質低下など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

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。当該推進については、対象企業の顧客、業績、財政状況、競争優位性、当社グループ事業とのシナジーやリスク分析結果等を十分に考慮した上で進めてまいりますが、M&A後に未認識債務の判明や偶発債務の発生等事前の調査で把握できなかった問題が生じること等が発生する際には、当社グループの経営成績及び財政状態等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：中長期、影響度：大

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。

主要なリスクへの対応方針

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。採用チャネルの拡充や採用人員の増加等のデザイン人材採用を強化するとともに、社内にてデザイナーとしてのスキル向上を図るための体系的なデザイン研修等を実施し人材開発を推進してまいります。また、従業員が自身の成長へ取り組めるよう、品質向上のためのナレッジ共有やeラーニング研修などの福利厚生等を整備し、全従業員の成長を促すように努めております。加えて、働き方や価値観の多様化に対応しDE&Iの推進や健康経営の推進を行い、副業制度等の人事制度の構築やフルフレックス制度、リモート勤務等の労働環境の整備を実施し、従業員の心身へのケア、労働生産性低下防止、人材流出の予防に努めております。

当社グループでは、「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、開発及びグロース領域に位置する企業を検討対象としており、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、当社グループのデザインノウハウ及びデザイン人材を活用し、中長期的視点で成長が見込まれる企業についても、併せて検討対象とすることといたします。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。

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

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、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：不明、影響度：中

技術革新について

当社グループは、インターネット関連技術に基づいて事業を展開しております。当該領域は技術革新のスピードや顧客ニーズの変化が極めて速く、それらに基づく新機能や新サービスの導入が相次いで行われる変化の激しい市場であります。このような環境の中で、当社グループは、最新技術の開発を率先して行っております。しかしながら、今後何らかの革新的な技術が開発され、当社グループの対応が遅れた場合や、そのような革新的な技術に対応するために多額のシステム開発費用が追加的に発生する場合には、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：中期、影響度：中

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。

主要なリスクへの対応方針

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。

最新技術に関する情報収集や試用、技術への深い理解をもつ有識者の採用を積極的に行っており、従業員がナレッジとして、情報集約したのち、全社へと公開・共有することで、技術革新のトレンドを収集、激しい環境変化への順応を実現しております。

APPENDIX

執行メンバー



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サー/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

慶應義塾大学工学部卒、米国パデュー大学MBA修了後、
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、
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・法務・IR・IT・
人事



スタジオ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

社外取締役



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

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



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。

監査役



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

川口 真輝

2012年12月に最高裁判所司法研修所修了、法律事務所オーセンス入所。2022年4月より第二東京弁護士会 常議員を務め、2023年04月より令和5年度日本弁護士連合会 代議員に就任。2023年11月よりグッドパッチの監査役に就任。

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（2022年10月に解散を決議）
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 ”MAKE A MARK.”

現在のGoodpatchに必要なことを言語化したものが、デザインコンセプト”MAKE A MARK.”です。IPOから3年が経ちますが、業績不振に苦しむ時期もメンバー1人1人が粘り強くミッション・ビジョンと向き合い続けることで、足元の業績回復が見え確かな成長路線に戻ってきました。

これまでの歩みとこの先の未来を見つめたとき、「私たちはこの先世界に何を残すのか？」という現状を問い直し、挑戦し続けることで世界に新しいビジネスインパクトを残すこと、つまり、**MAKE A MARK**

(=爪痕を残す) ことがデザインの力を証明してくれる、そんな思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2024年11月頃を目途として開示を行う予定です。2024年8月期業績予想につきましては、2023年10月13日にTDnetで開示しております「2023年8月期通期決算説明資料」をご参照ください。

Goodpatch

Design to empower ♥