

# 2024年8月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社グッドパッチ（証券コード：7351）

2024年1月12日

- 01 FY2024 1Q 業績ハイライト
- 02 FY2024 各事業の状況
- 03 FY2024 1Q TOPICS
- 04 FY2024 通期業績予想
- 05 FY2024 成長戦略
- 06 APPENDIX

# FY2024 1Q 業績ハイライト

## FY2024 1Q (9-11月) 業績ハイライト

売上高

前年同期比 (増減)

1,024 百万円

+20.7% (+175百万円)

進捗率

21.5%

営業利益

前年同期比 (増減)

-28 百万円

(+5百万円)

進捗率

-

## 売上高は前年同期比 (YoY) で20.7%成長

- YoYでは顧客社数が底上げされ、かつ継続獲得が好調に推移
- FY2023 4Qの有効商談数が不足し、プロジェクト新規獲得にて計画遅れが発生、今後解消の見込み

## 利益面はYoYプラスだが営業赤字

- 積極投資の一方、新規獲得がショートしたことで、デザイナー稼働が低下
- 制作プロジェクトの増加により業務委託費が増加、これによる一時的な収益性の低下あり

## 中長期方針

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

## FY2024 事業方針

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を実施

## 中長期の成長を見据え積極的な投資を実行

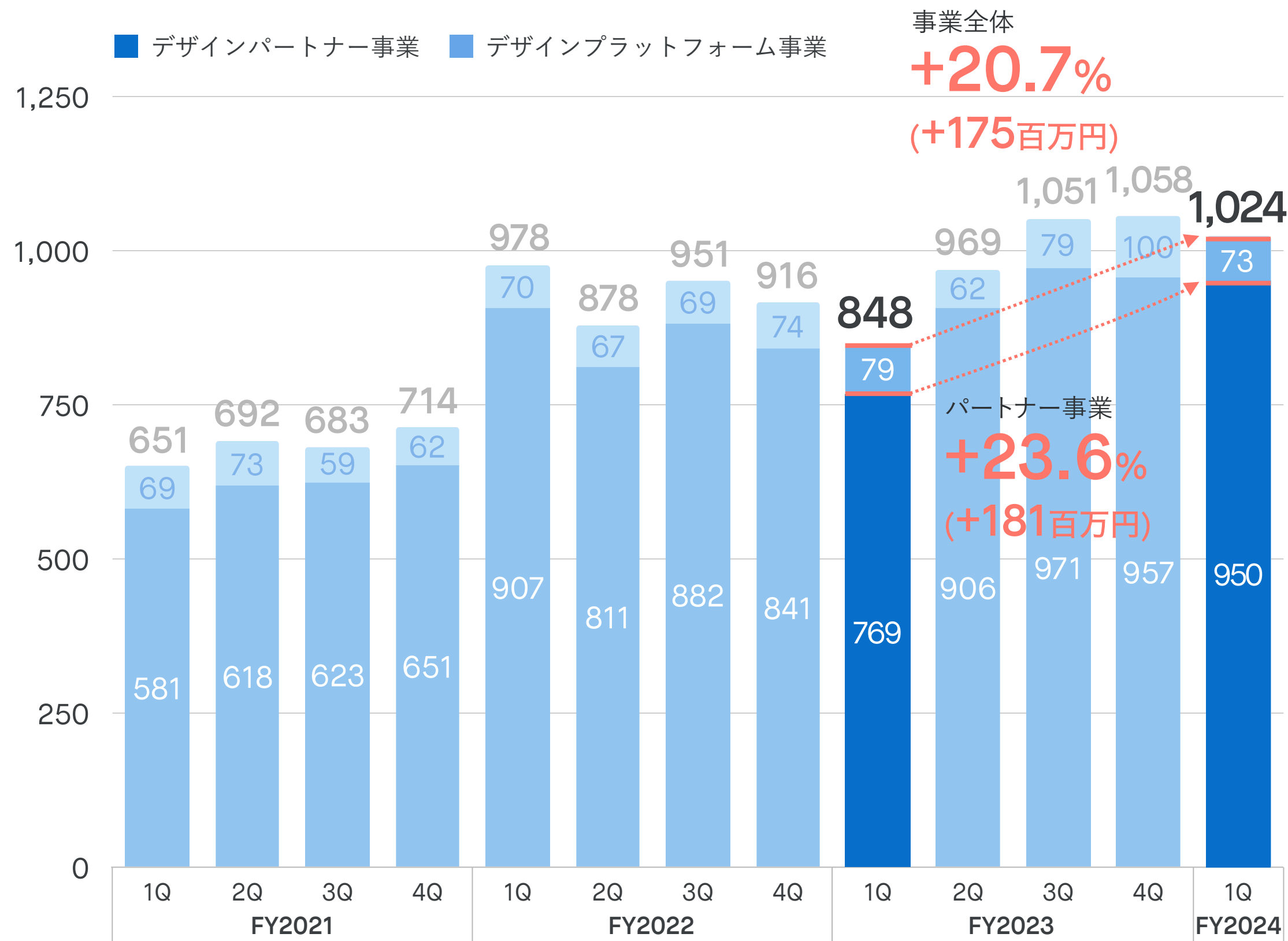
- デザイナー採用は計画通りに推移し順調、期初計画の年間50名採用を維持
- 採用活動とマーケティング活動を中心に積極投資を実行

# 売上高は前年同期比で+20.7%、175百万円の成長

## 営業利益においては先行投資及び一時的な収益性低下に伴い赤字となった

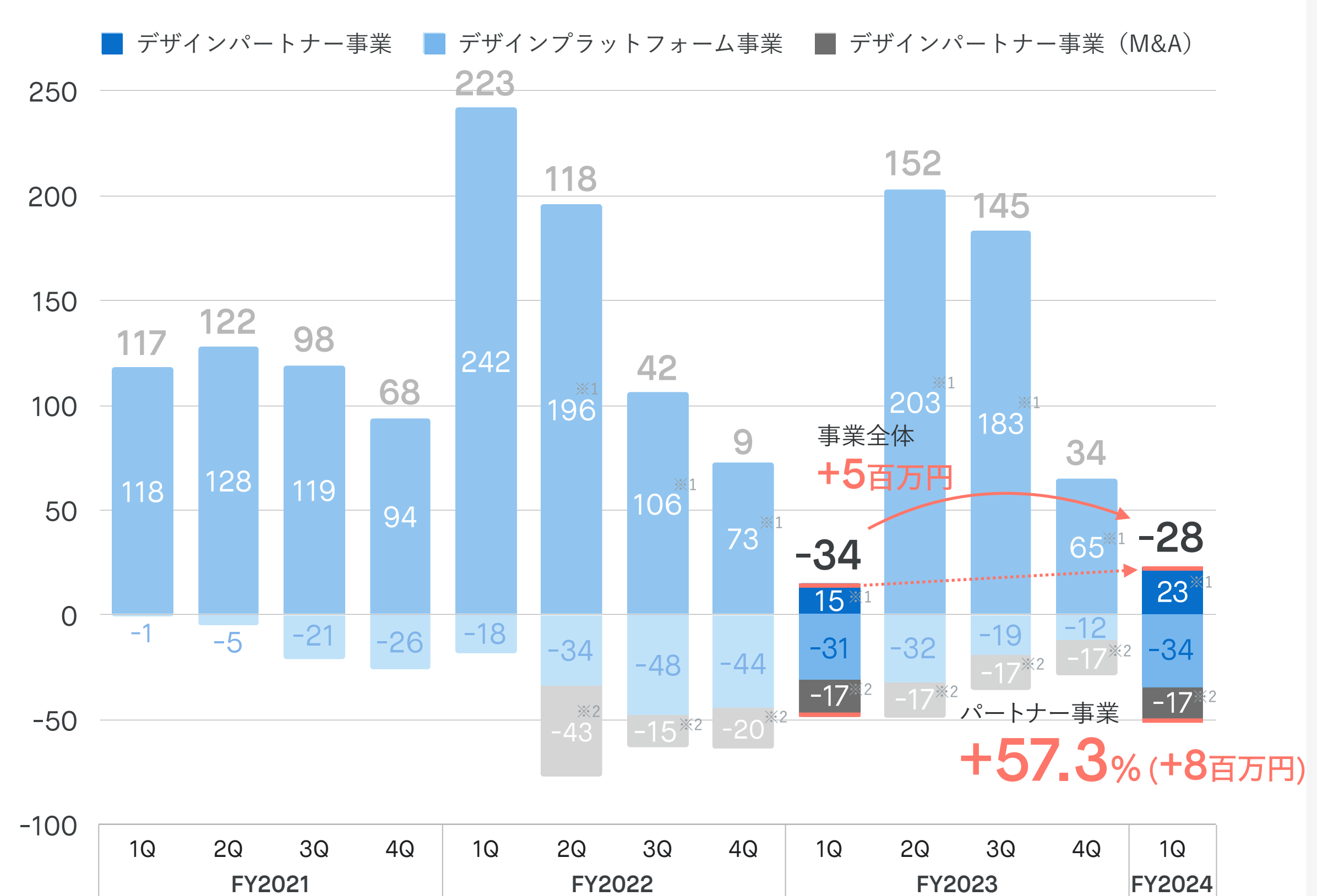
売上高

単位：百万円



営業利益

単位：百万円



※1 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。  
 ※2 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、FY2024ではのれん償却額等を計上しております。

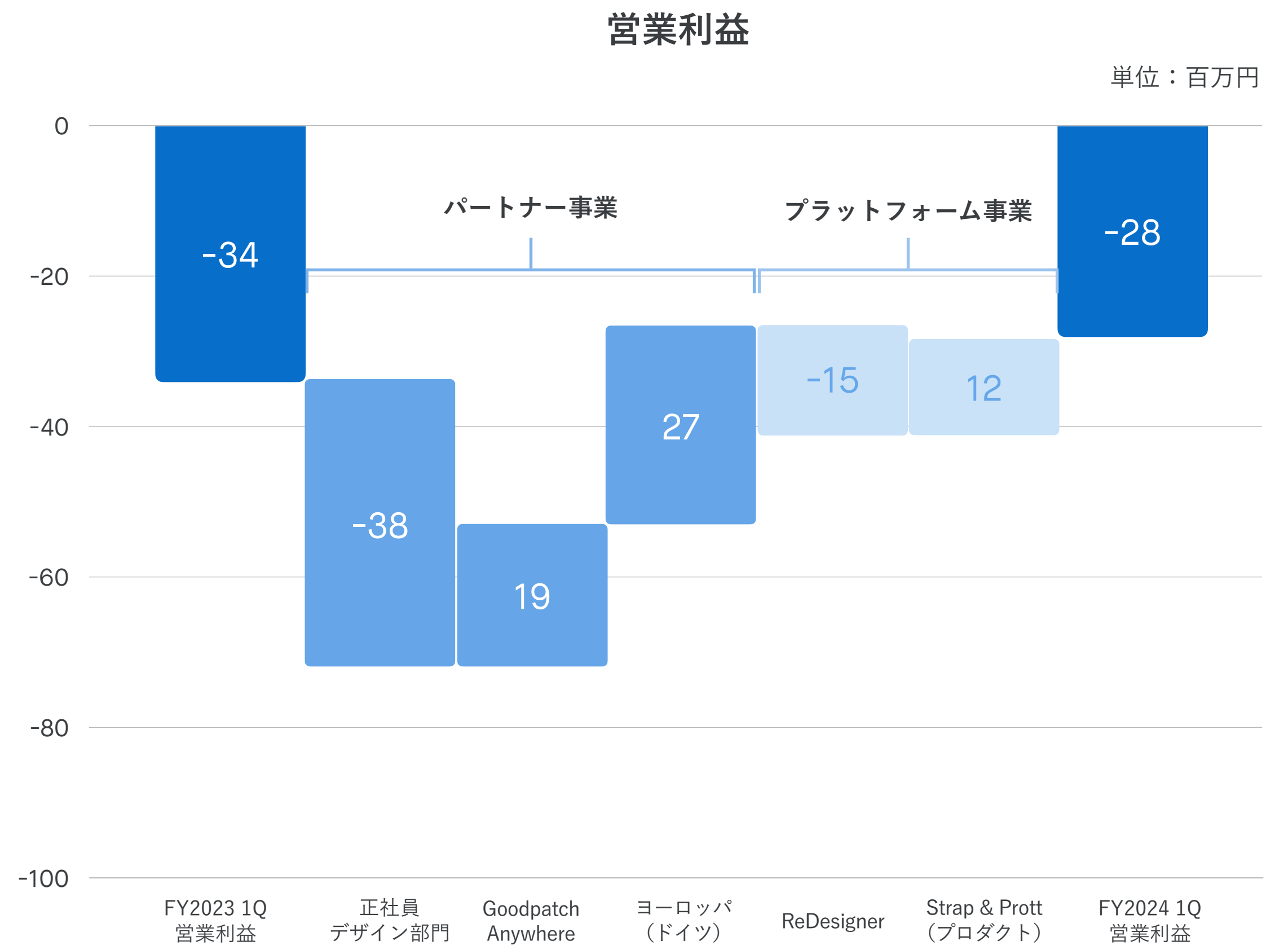
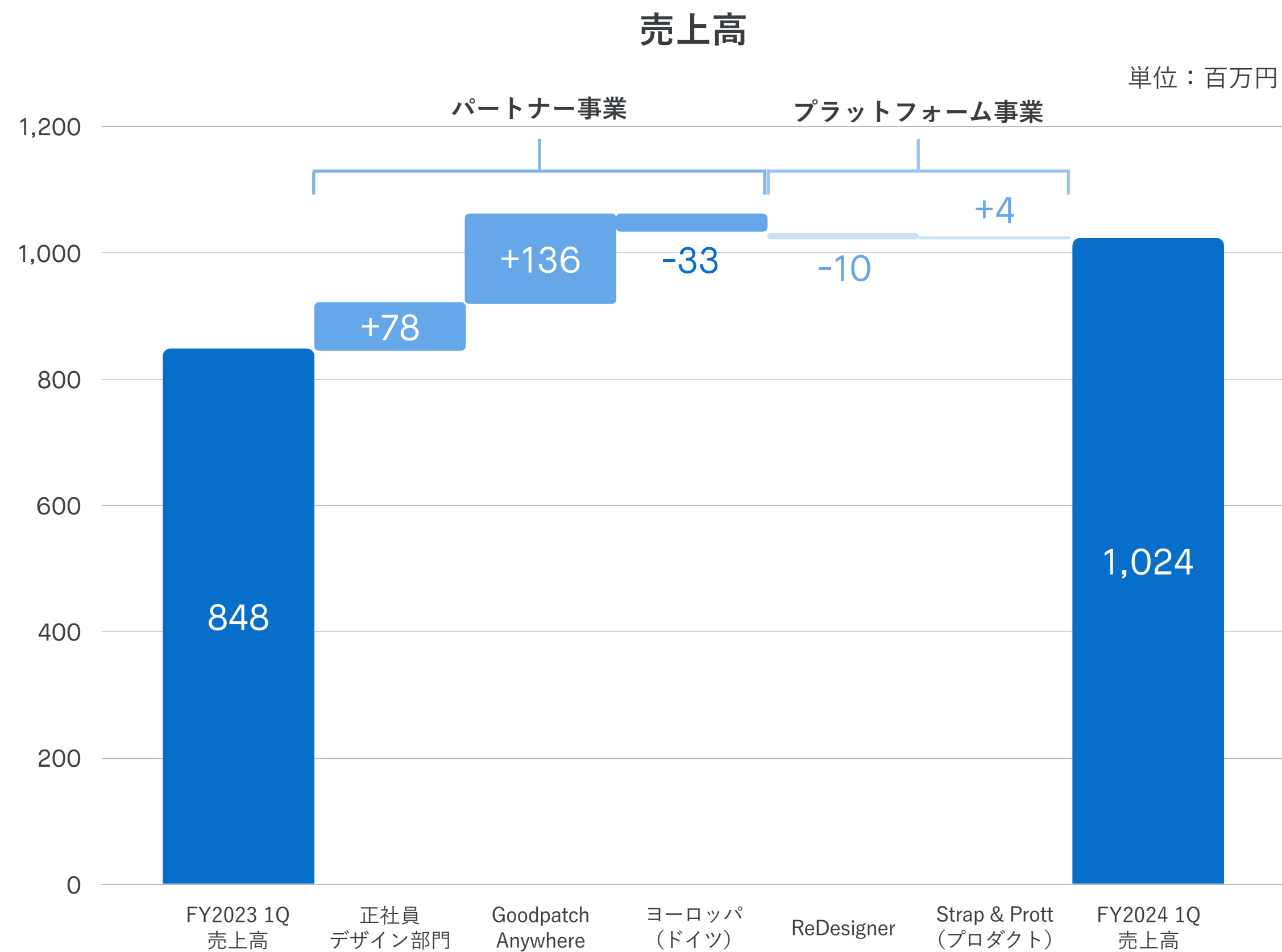
# 売上高の対業績予想進捗率は21.5%と想定内、2Q以降はペースアップ 利益面も売上高の伸長に応じて黒字拡大となる見込み

連結損益計算書（9-11月）

単位：百万円

	FY2023 1Q	FY2023 4Q	FY2024 1Q	YoY 増減率	QoQ 増減率	通期 業績予想	進捗率
売上高	848	1,058	1,024	+20.7%	-3.2%	4,754	21.5%
営業利益	-34	34	-28	-	-	405	-
営業利益率	-	3.3%	-	-	-	8.5%	-
経常利益	-34	36	-29	-	-	404	-
当期純利益	-13	29	-30	-	-	243	-

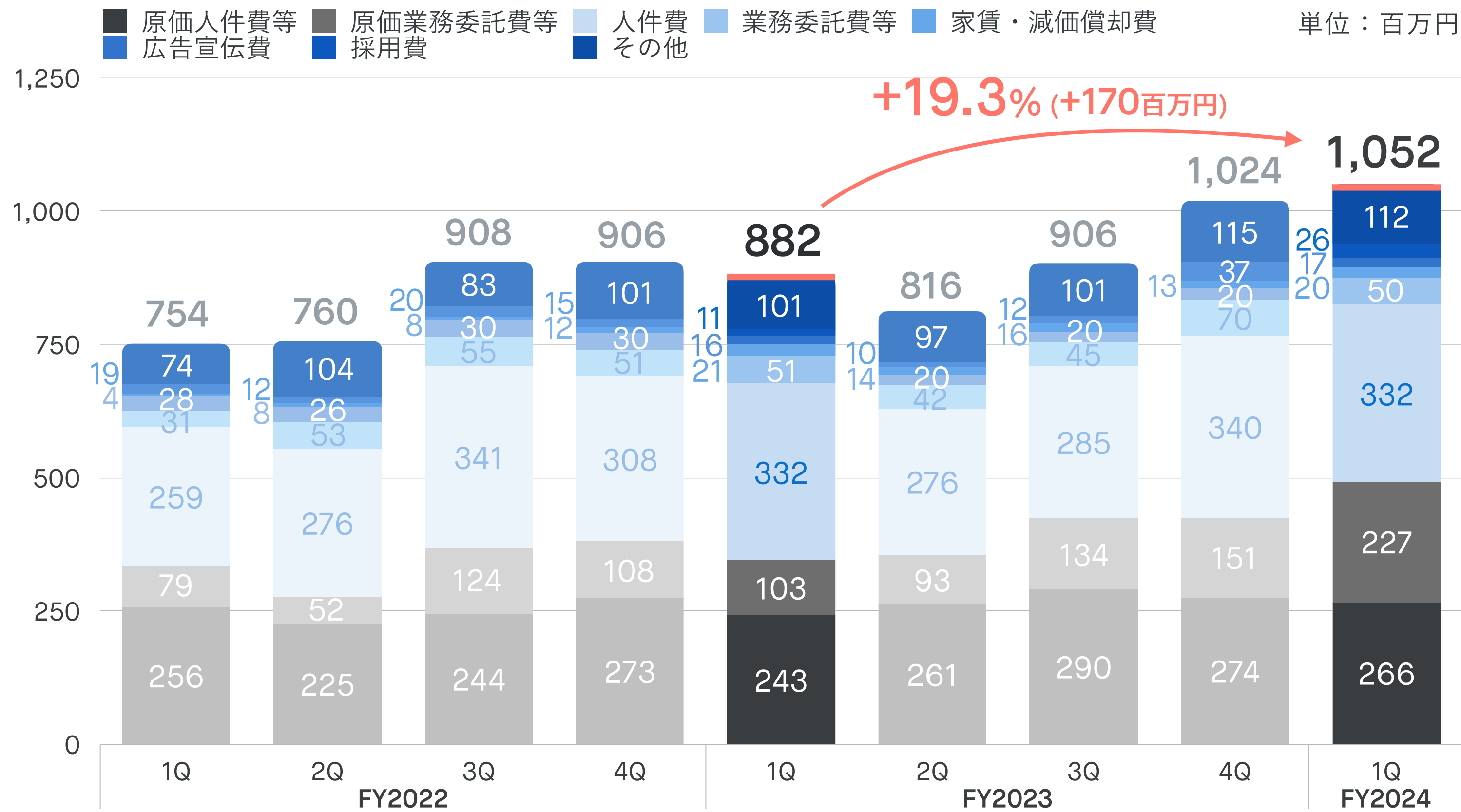
# Goodpatch Anywhereを中心にデザインパートナー事業にて売上高が伸長 デザイナー稼働率は昨対同水準のため上昇余地あり、ドイツ子会社赤字分は解消



# 総費用はYoY+19.3%、+170百万円と増加

## 主に制作関連プロジェクトの増加に伴う原価業務委託費が一時的に増加したため

費用構成の推移



- 主にスタジオディテイルズ（以下、ディテイルズ）の制作プロジェクト増加に伴い外部クリエイターの起用が増加、原価業務委託費は約2.2倍となった、今後は前四半期水準へ
- FY2024 1Qでは54百万円の投資を実施（費用投下）、中長期の成長に貢献するもの、人材獲得中心に強化継続

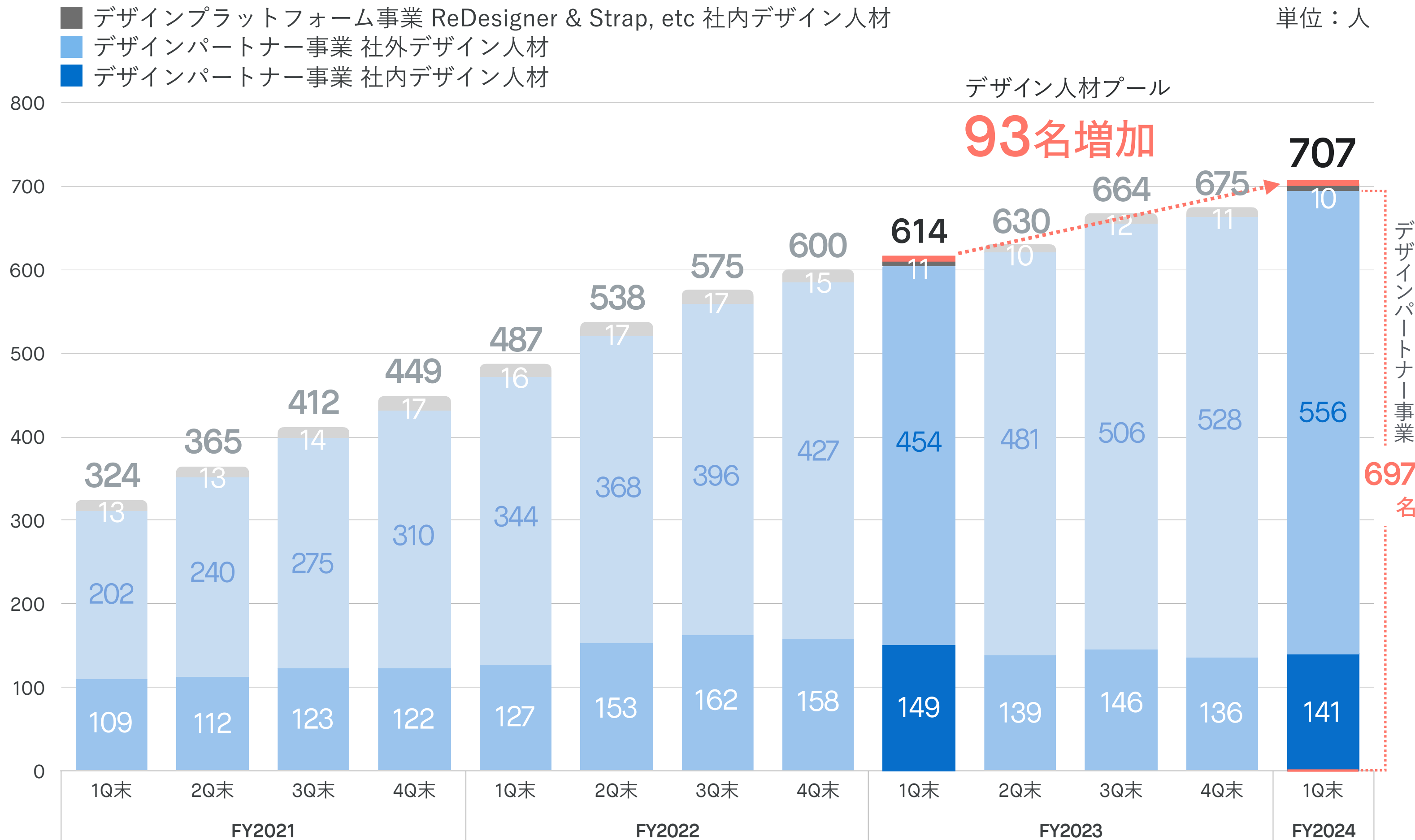
業務改善投資（改善対応人件費）	6百万円
人材採用投資（採用費）	26百万円
人材開発投資（研修費等）	5百万円
マーケティング投資（広告費）	17百万円

※上記費用には営業外費用及び特別損失は含みません。



# デザイナー人員数は引き続き拡大、社内外含め合計で707名、YoYで+93名

デザイン人員数の推移



## デザインパートナー事業

- 社内デザイナー数はQoQでは+5名、141名となった
- 入社人数は12名と採用数は計画に即して推移
- Goodpatch Anywhereでは継続的に拡大しQoQで+28名、総数は556名

## デザインプラットフォーム事業

- 概ね変動なし、一定規模のチーム体制を維持

## M&amp;A等の投資実行に向けてキャッシュリッチな財務状態を継続

連結貸借対照表

単位：百万円

	FY2023 4Q末	FY2024 1Q末	増減	主な理由
流動資産	3,799	3,582	-217	税金の支払、借入金返済等
現金及び預金	3,273	3,046	-227	同上
固定資産	871	878	7	
総資産	4,671	4,461	-210	
流動負債	608	443	-164	
固定負債	119	100	-18	借入金返済
純資産	3,943	3,916	-26	
自己資本比率	84.1%	87.4%	+3.3pt	

# 各事業の状況

デザインパートナー事業

# 売上高はYoYで23.6%と力強く伸長、特にGoodpatch Anywhereにて売上拡大、新規プロジェクトの獲得において遅れが生じたが、2Q以降解消しペースアップへ

## セグメント全体 FY2024 1Q (9-11月)

売上高

前年同期比 (増減)

950 百万円

+23.6% (+181百万円)

進捗率

22.0%

営業利益<sup>※</sup>

前年同期比 (増減)

23 百万円

+57.3% (+8百万円)

進捗率

—

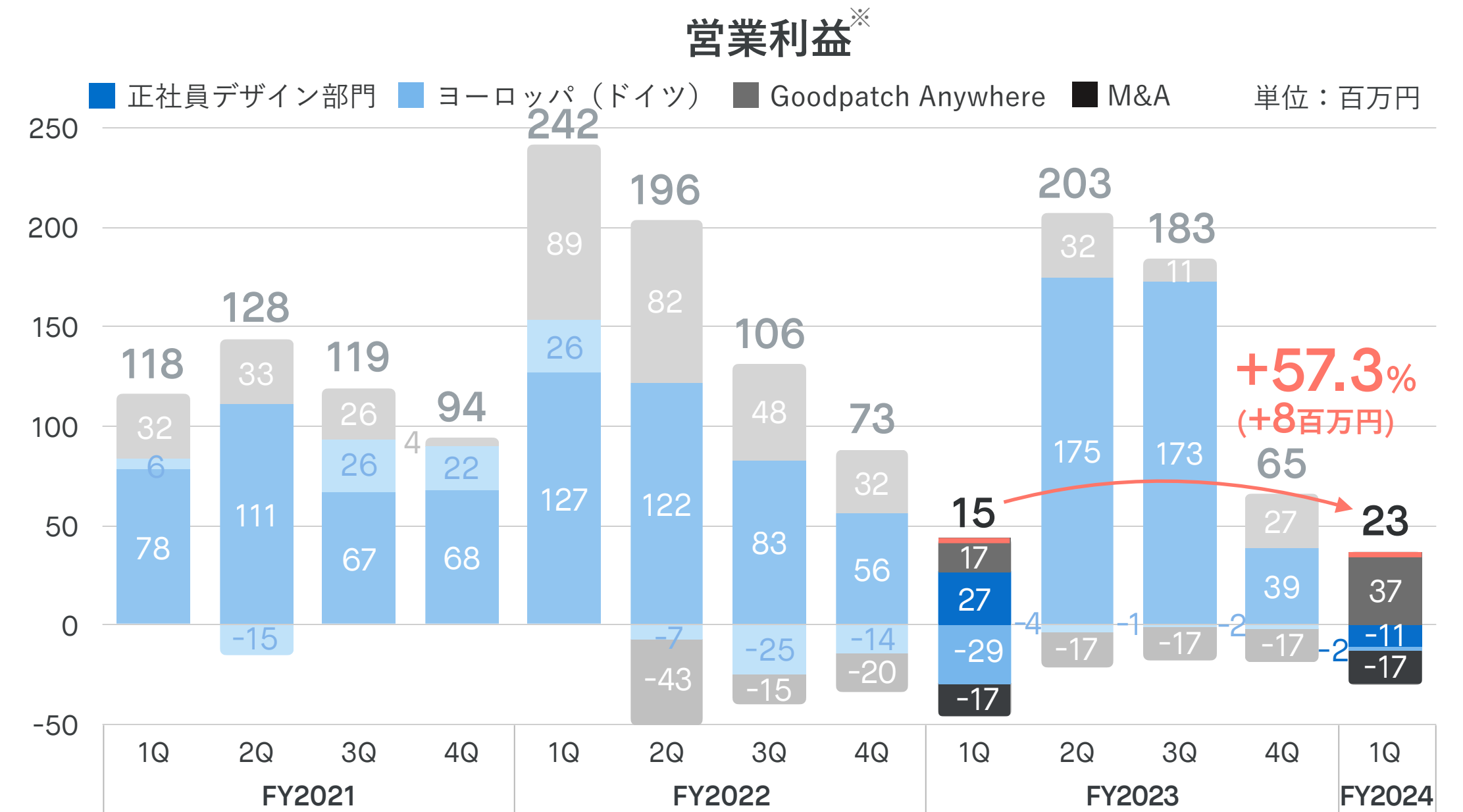
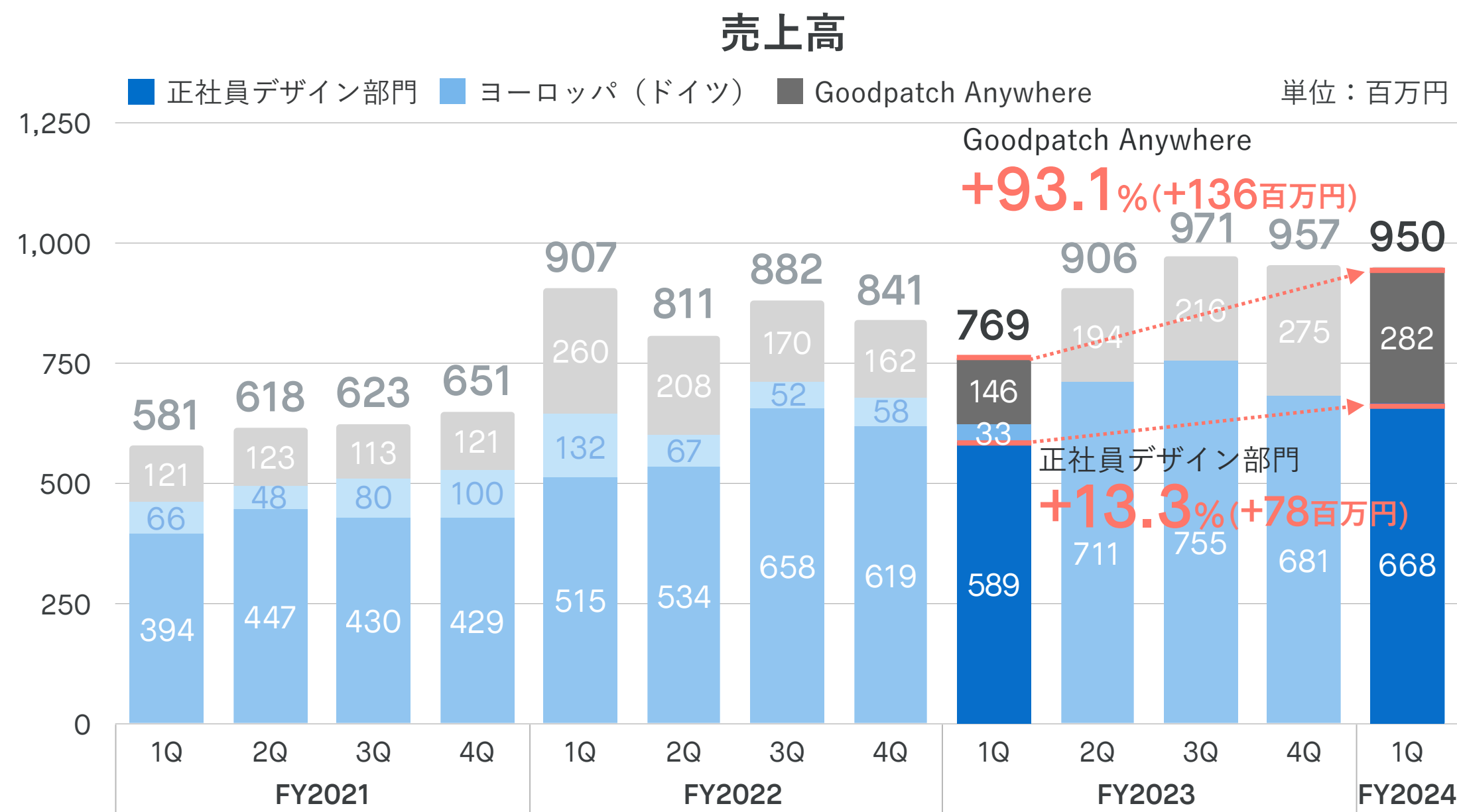
※ 営業利益はのれん償却額等を除いております。

## FY2024 事業方針

- 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

- 新規プロジェクトの獲得に遅れ生じる、既存プロジェクトの継続は好調だが、正社員デザイン人材の稼働が計画水準以下に低下
- 有効商談数が回復し、新規プロジェクトの獲得ペースは改善傾向、今後は計画通りのデザイナー稼働の見込み
- **Goodpatch Anywhereは継続的に拡大し、四半期の最高売上を更新**
- FY2024 事業方針に則り、中長期の成長を意識した事業投資を着実に推進

# 売上高・営業利益はYoY増額となったが、デザイナー稼働想定に届かず 利益進捗は遅れるも、今後は収益性が改善し利益増加トレンドへ



※ 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ではのれん償却額等を計上しております。）

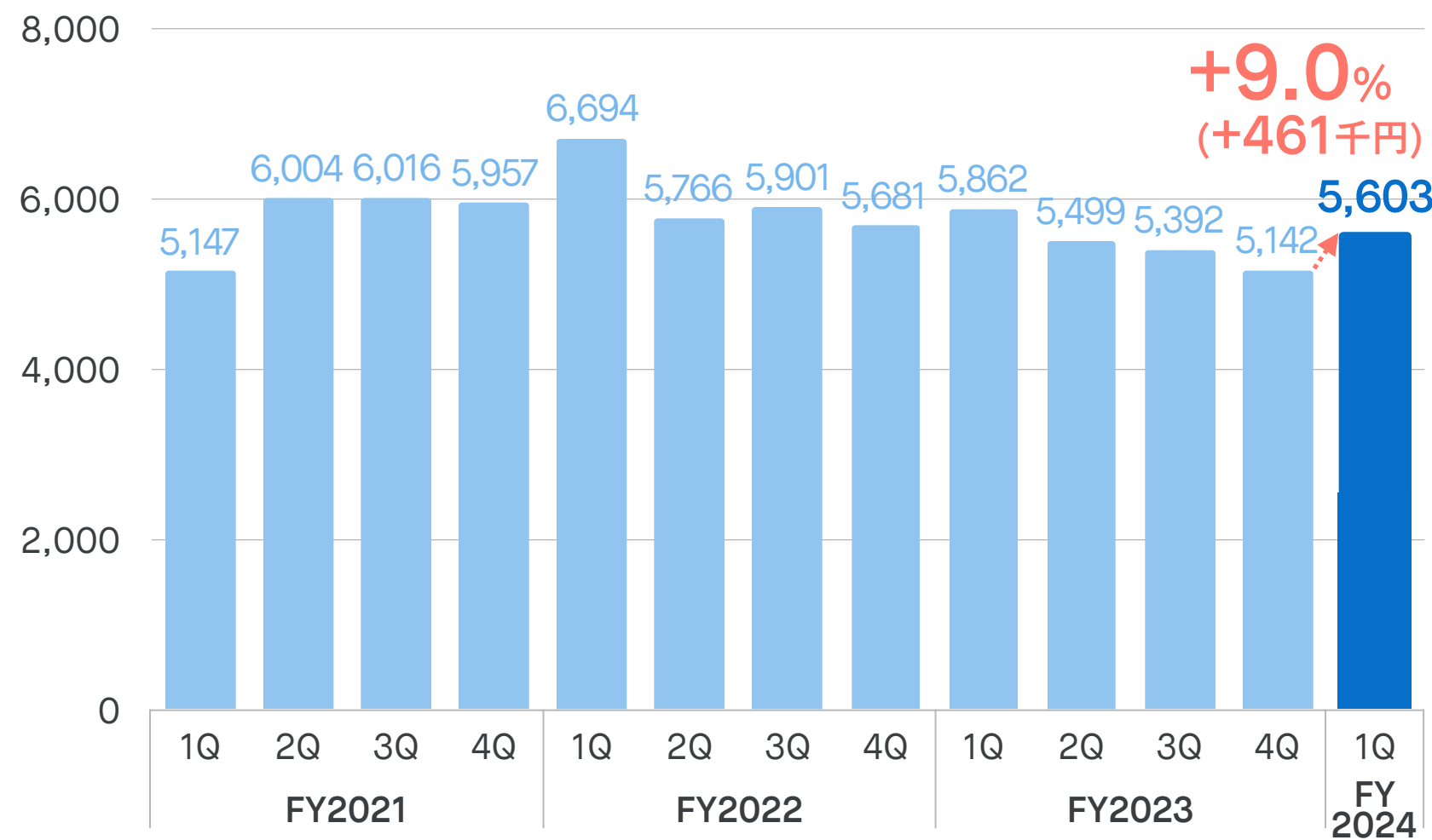
- 正社員デザイン部門（グッドパッチ&ディテイルズ）では積極採用の一方で、新規プロジェクトの獲得に苦戦稼働率が想定水準を下回り推移
- 外部専門人材を活用した制作プロジェクトが増加し、業務委託費が応じて増加、プロジェクトの収益性が一時的であるが悪化
- Goodpatch Anywhereでは過去最高売上高を更新し、利益額は改善

# 有効商談数が一転増加、プロジェクトの新規獲得が進捗中、2Q以降は顧客社数増加へ

プロジェクト売上分解指標

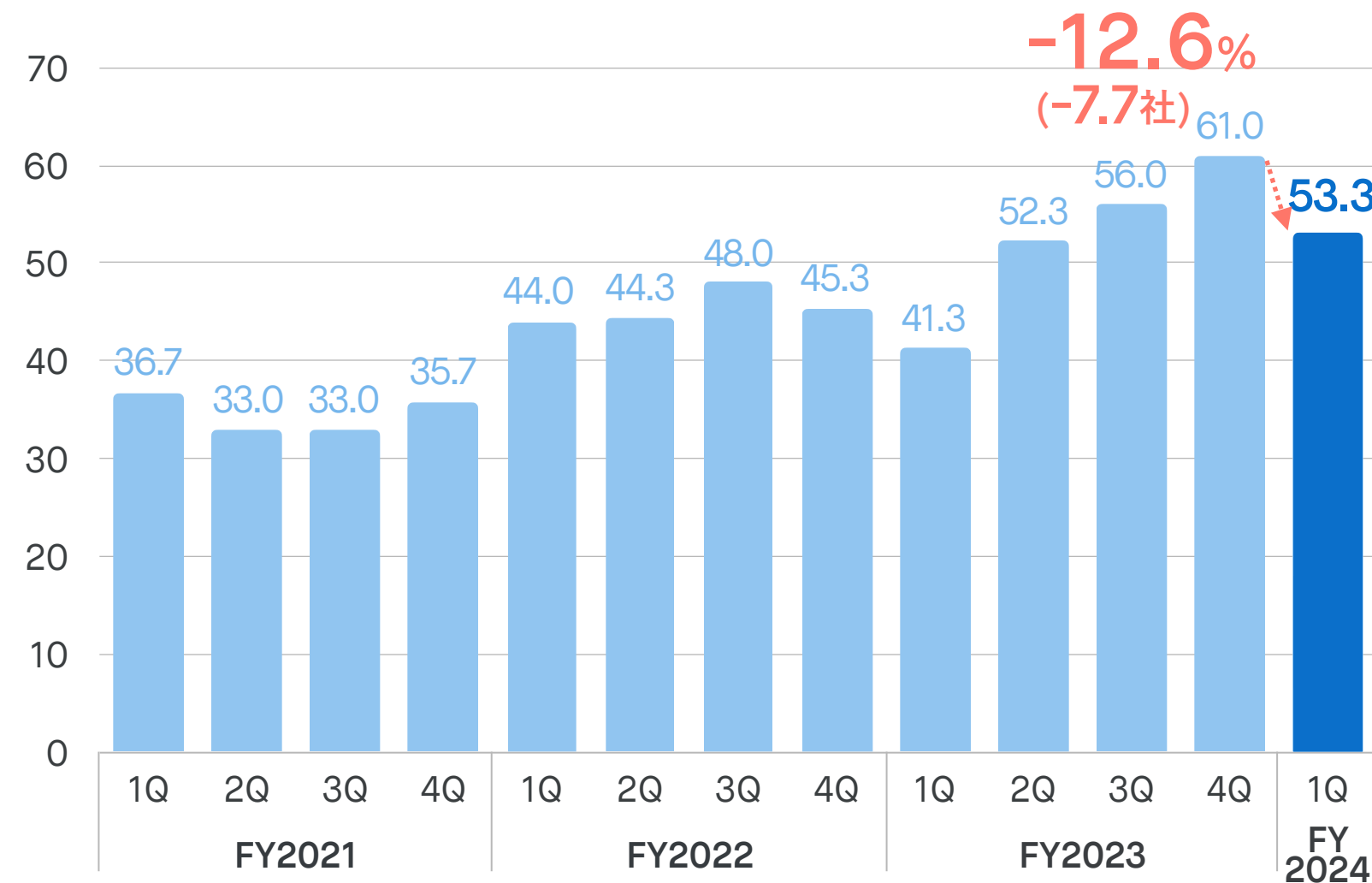
月額平均顧客単価

単位：千円



顧客社数

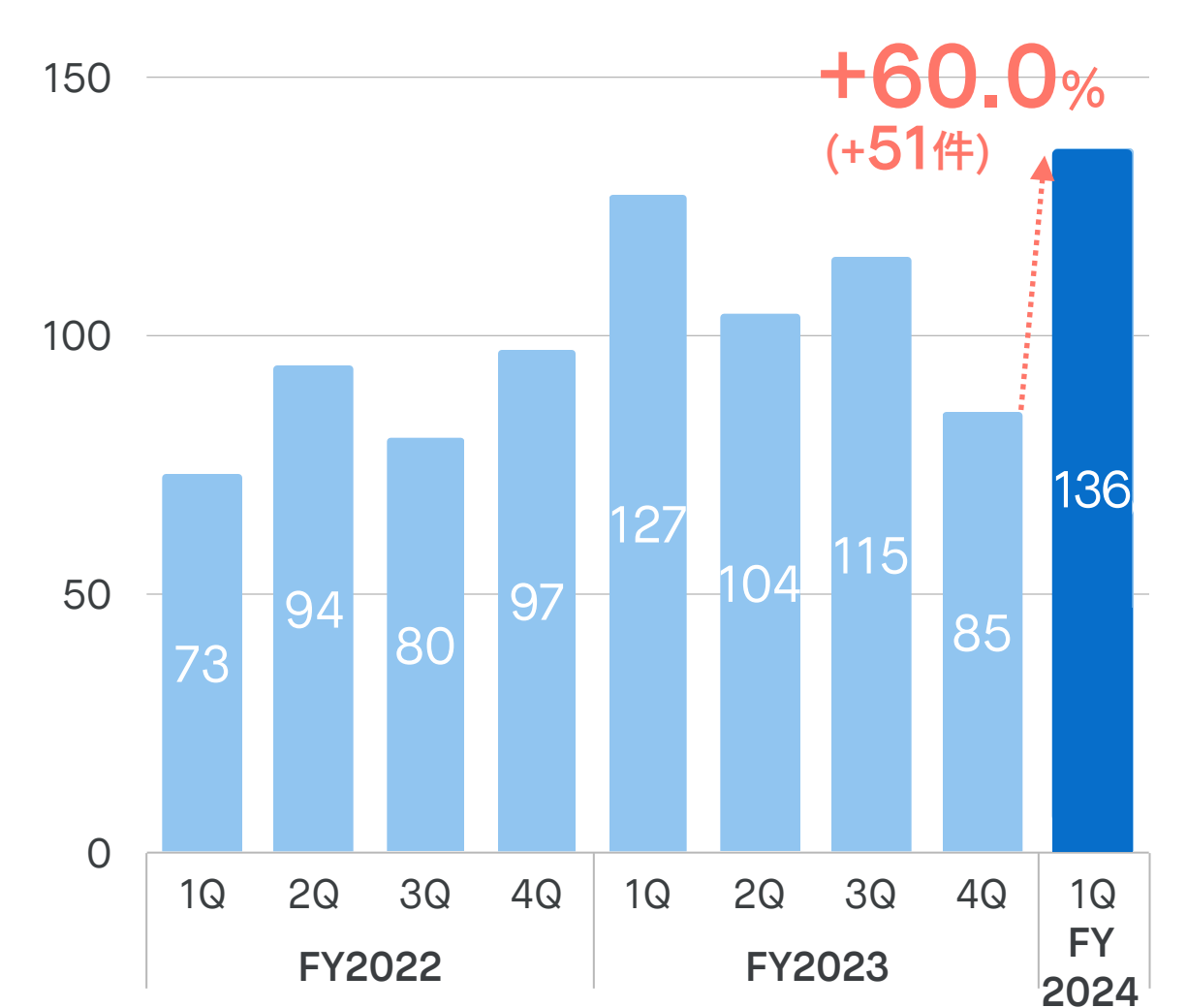
単位：社



売上先行指標

有効商談数<sup>※</sup>

単位：件

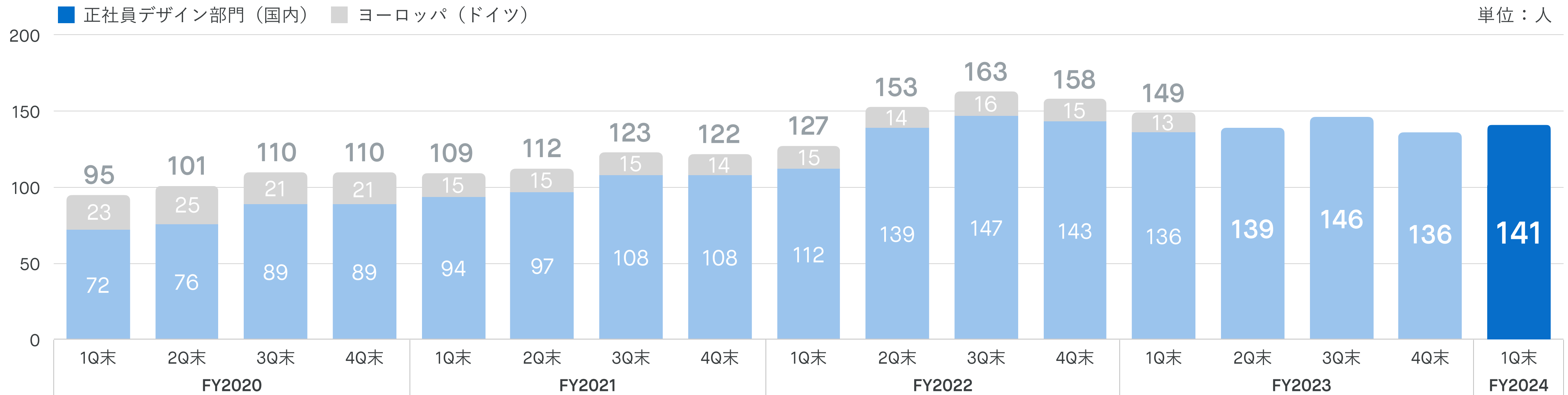


※ Goodpatch Anywhereを含み、ディテイルズを除く数値にて表示しております。

- 顧客単価はQoQで増加したが、売上規模の大きな制作プロジェクトが平均値を押し上げる、実質横這い
- 前四半期の有効商談の減速が新規獲得に影響、顧客社数が減少
- FY2024に入り有効商談数は増加、四半期最高数を更新、今後新規プロジェクトの獲得増につながる見込み**

# 正社員デザイン人材は141名、QoQで+5名 年間採用目標に即した人材獲得を実施

デザインパートナー事業の社内デザイン人員数

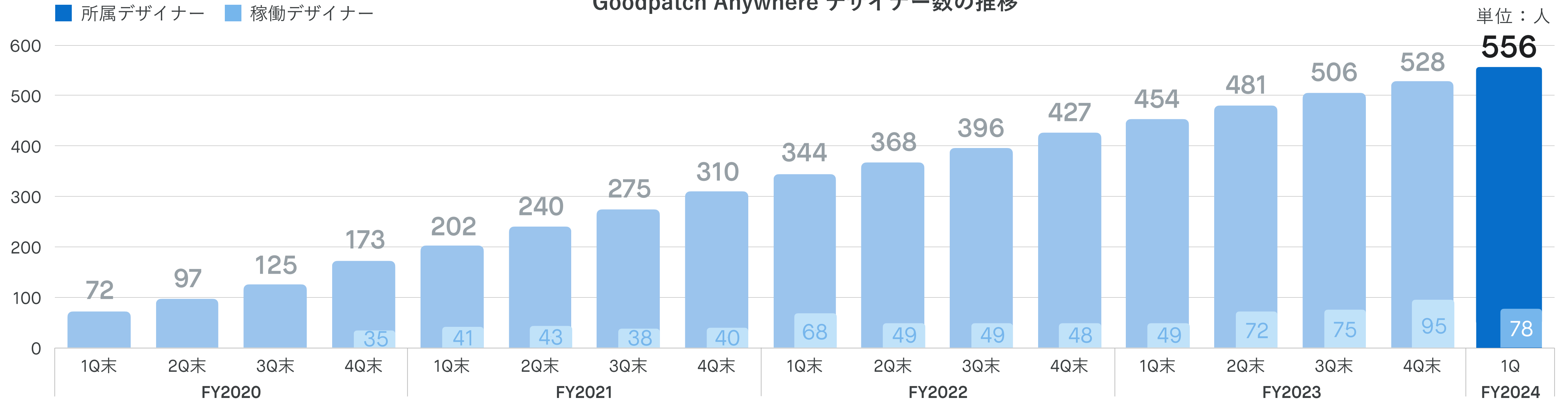


※ FY2022 2QよりディテイルズのM&Aに伴い、日本国内にディテイルズを合算した数値にて開示しております。

- 1Qでは新規採用12名、正社員デザイン人材の年間採用目標である50人のペースで推移
- 退職者は想定内で推移したため、FY2024末の正社員デザイン人材の目標数165人に向けて概ね順調

# 四半期売上高が過去最高を更新 稼働デザイナーはQoQで-17名と減少

Goodpatch Anywhere デザイナー数の推移



※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。

- 正社員デザイン部門側の稼働率向上のために、有効商談を正社員デザイン部門へ優先的に配分、その結果、新規プロジェクトの獲得が一服し、既存デザイナー優先でプロジェクト配分を実施、稼働デザイナー数は減少（QoQ-17名）
- 人材プールは継続的に拡大し、556名へ（QoQ+28名）



# 各事業の状況

デザインプラットフォーム事業

# 事業全体の売上高は、YoYにてマイナス ReDesignerの売上が縮小した分、赤字幅が拡大

セグメント全体 FY2024 1Q (9-11月)

売上高

前年同期比 (増減)

73 百万円

-7.2%

(-5百万円)

進捗率

17.2%

営業利益

前年同期比 (増減)

-34 百万円

-

(-2百万円)

進捗率

-

## FY2024 事業方針

### 1 ReDesignerの成長

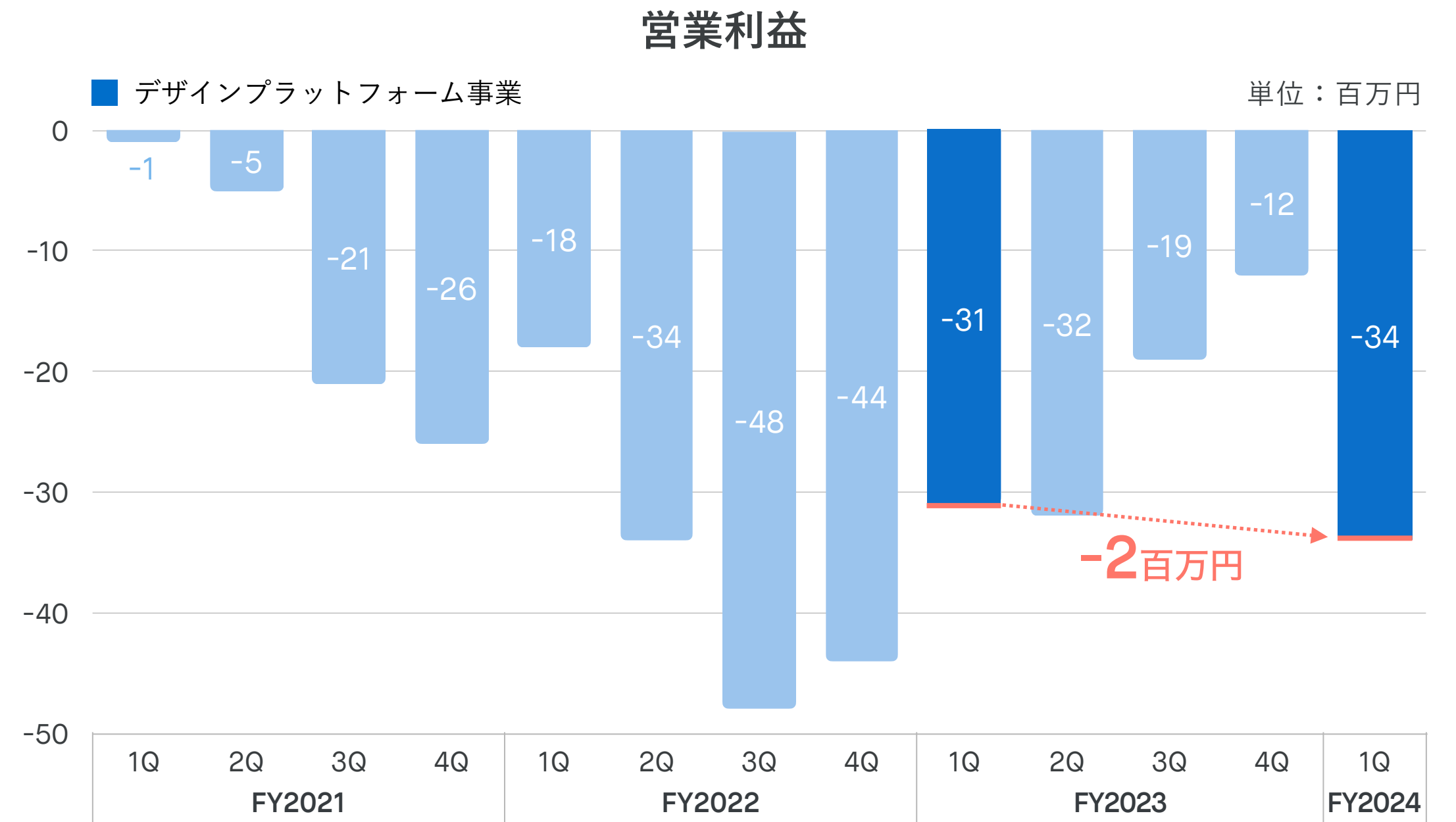
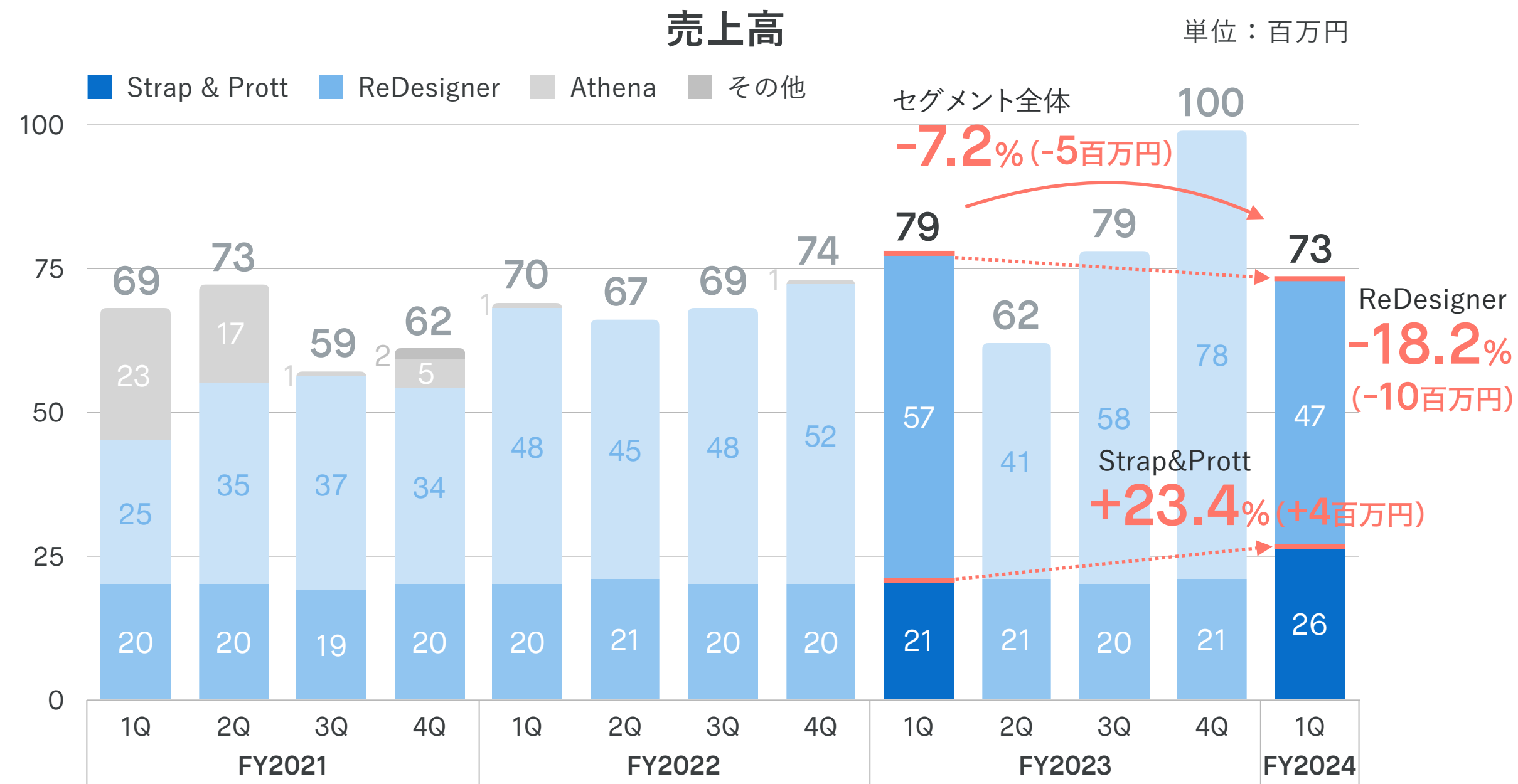
ダイレクトリクルーティング機能の実装により市場をさらに活性化し、成長を加速

### 2 Strapの成長

SaaSの事業KPIを意識しながら、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しグロース

- ReDesigner：中途向けサービスが伸び悩んだため、売上高はYoYでマイナスではあるが、FY2024 2Qにおけるダイレクトリクルーティングサービスの導入に向け積極的に投資実行
- Strap：研修と組み合わせたプラン導入が奏功し、売上規模の拡大へ弾み

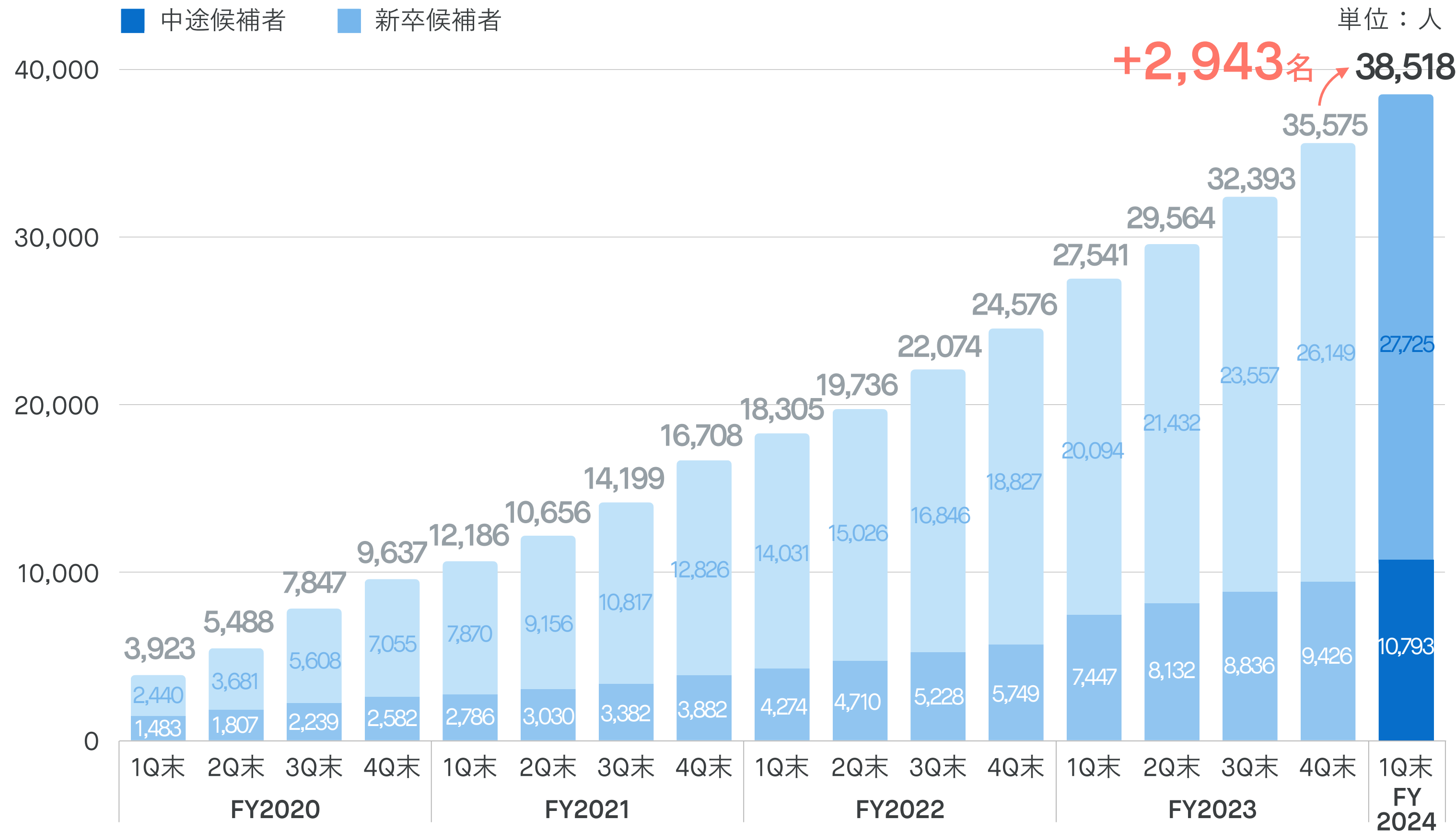
# 事業全体の売上高はYoYにて-7.2%、-5百万円 特に、ReDesignerの中途人材紹介において減速



- ReDesignerにて中途人材紹介サービスが減速
- Strapにて成長を継続、YoYで+23.4%成長、研修と組み合わせたサービス導入を実施し売上獲得

# 累計登録者数は継続的に増加、ダイレクトリクルーティングは2Q中にリリース予定

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）

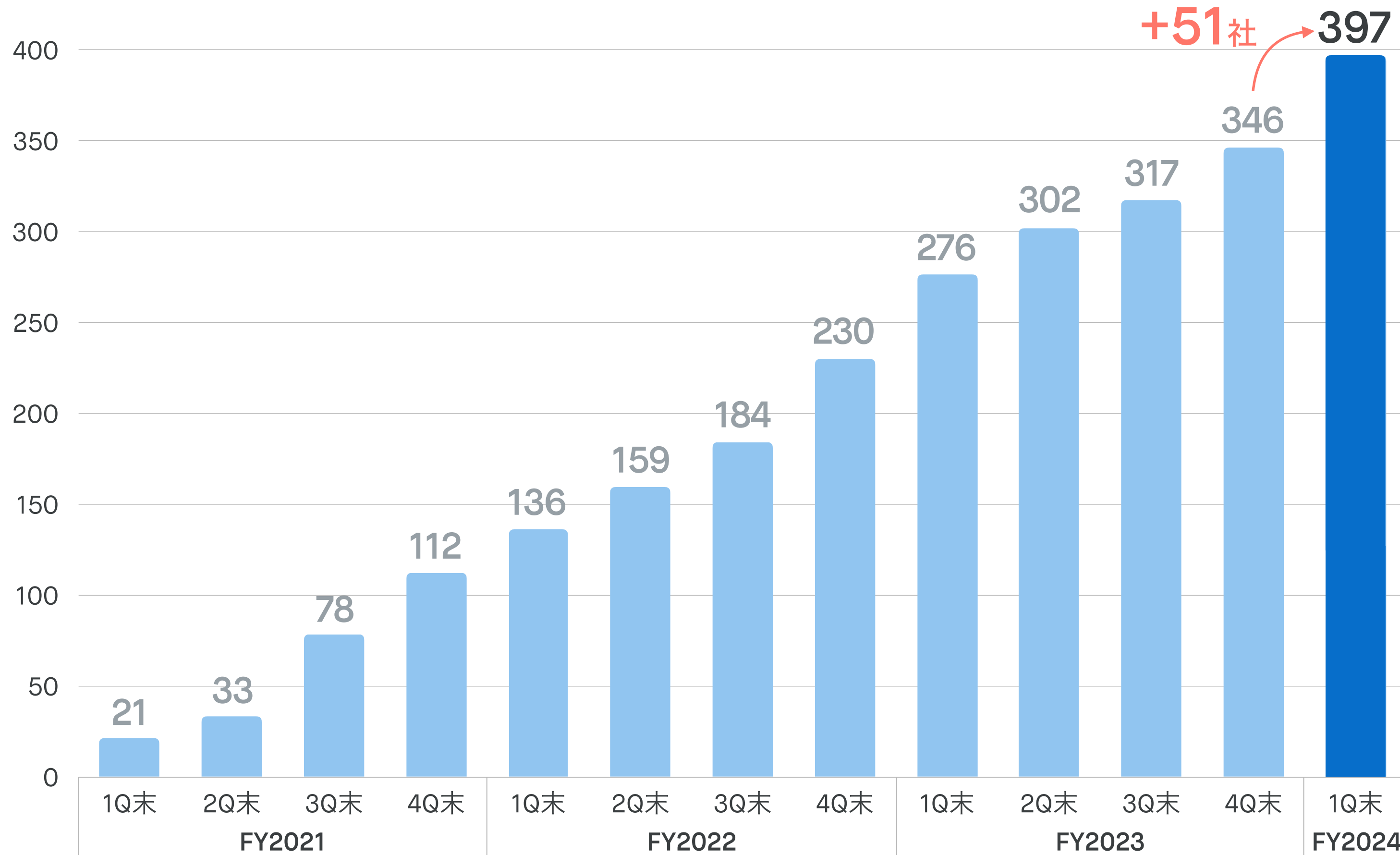
- 累計取引企業数は780社を超え拡大
- ダイレクトリクルーティングのサービスローンチを2Q期間中に実施予定

## 新卒人材紹介サービス

- 四半期売上の最高額を更新、累計契約社数130社に

# 累計契約企業数が継続的に拡大、400社に迫る

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：  
 企業内のプロセス汎用化や研修ニーズに対して経営企画や人事部門への訴求を強化。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
- 全社導入の加速：  
 企業のニーズにカスタマイズした研修ソリューションを提供し、日常業務への浸透を実現。全社導入をさらに加速させ、企業変革を支援

# FY2024 1Q TOPICS

# プロダクトマネジメントを支援する「Product Growth Partnerships」を提供開始



グッドパッチのUX領域に強みを持ったプロダクトマネージャー（PdM）がプロダクトの価値創出、プロダクトマネジメントの仕組み構築や内製化などを支援

※ 詳細はこちら：<https://goodpatch.com/news/2023-10-pgp>

## サービスの特徴

顧客体験を中心としたプロダクトマネジメント

ビジネス領域まで最適化させる  
プロダクトマーケティングマネジメント

プロダクトビジョン達成に向けた組織支援

自立駆動に向けた内製支援型のグロース戦略

# SBペイメントサービスのプロダクトと組織の課題を抽出し、顧客体験向上をプロデュース

## SB Payment Service

### ニーズ

- 顧客満足度向上のための具体的なアクションが知りたい
- システムを作りながら課題特定、改善していくアジャイルな開発ができる外部パートナーと組みたい

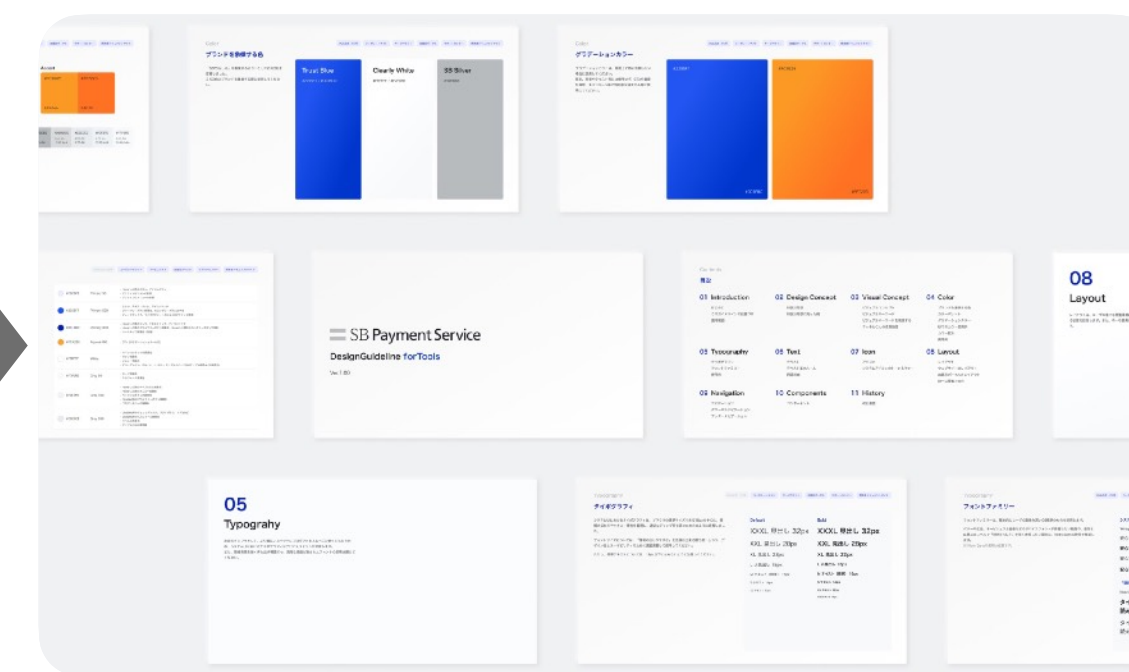
### 解決策

- 顧客や経営層へのインタビューから、現状の顧客体験の課題を抽出
- 顧客ペルソナ、カスタマージャーニーマップ作成を通して理想の顧客体験を設計
- 顧客体験向上に向けた各部門を横断したKPI策定、顧客満足度調査の再設計
- 顧客の定量/定性データをもとに、デザインの指針となるガイドラインを策定

## Goodpatchによるデザイン支援の内容

Ph.1

現状把握・課題抽出  
テーマ整理



現状の顧客体験を把握し課題を特定するため、加盟店さまやSBペイメントサービス社内の役員の皆さまにインタビューを実施

インタビュー内容を分析し、顧客満足度向上に向けた課題と体制を整え、サービスの改善に着手

ユーザー体験を軸にツールや導線を見直し、デザインを進める際の指針となる「デザインガイドライン」を策定

今後の展望に向けて、サポートサイトや開発者向けサイトのUIデザイン改善プロジェクトが進行、画面仕様書などの作成も支援



# 自己株式の取得を決定

資本効率の向上を通じた株主利益の向上、M&Aにおける活用を含めた将来の機動的な資本政策の遂行を可能とすること等を目的として自己株式の取得を決定

## 自己株式取得の概要

取得する株式の種類	普通株式
取得する株式の総数	200,000株（上限）※発行済株式総数に対する割合：2.18%
株式の取得価額の総額	1億円（上限）
取得する期間	2024年1月15日～2024年4月12日
取得方法	東京証券取引所における市場買付け

※詳細は、当社IRサイト（<https://goodpatch.com/ir>）の適時開示資料「自己株取得に係る事項の決定に関するお知らせ」をご確認ください。

# FY2024 通期業績予想

# 売上高の対業績予想進捗率は21.5%と想定内、2Q以降はペースが上昇 利益面も売上高の伸長に応じて黒字拡大となる見込み

## FY2024 通期業績予想 (2023/10/13発表)

売上高

**4,754** 百万円 前年度比 (+21.0%)

内訳

デザインパートナー事業

**4,325** 百万円 前年度比 (+20.0%)

デザインプラットフォーム事業

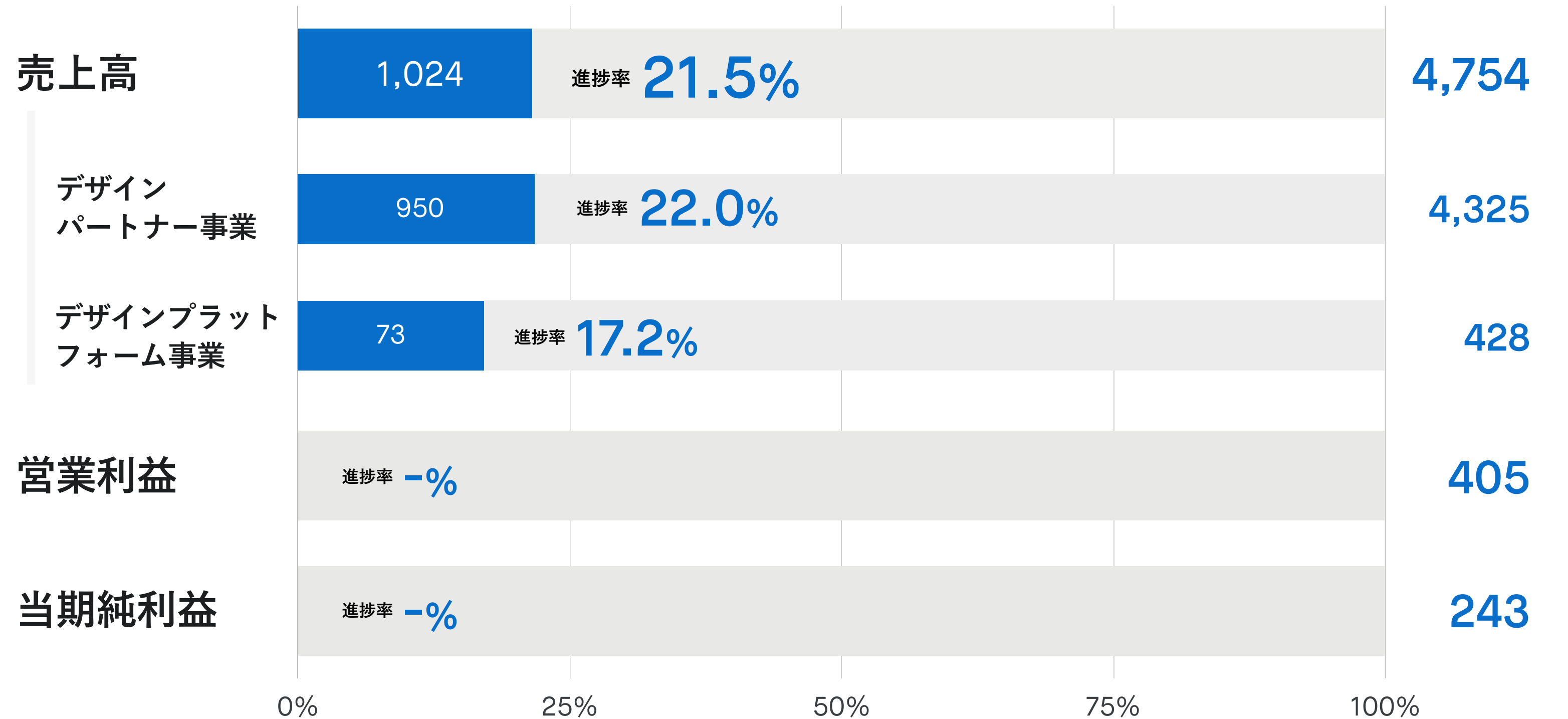
**428** 百万円 前年度比 (+32.7%)

営業利益 **405** 百万円 前年度比 (+35.6%)

当期純利益 **243** 百万円 前年度比 (+12.5%)

## FY2024 1Q終了時点の進捗状況

単位：百万円

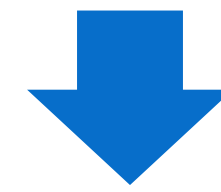


# 成長戦略

中長期の目指す方向性とFY2024成長戦略

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

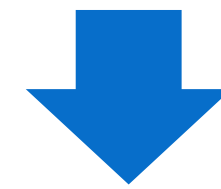
UI/UXを武器にソフトウェアをデザインする会社



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

## 中期戦略の方向性

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

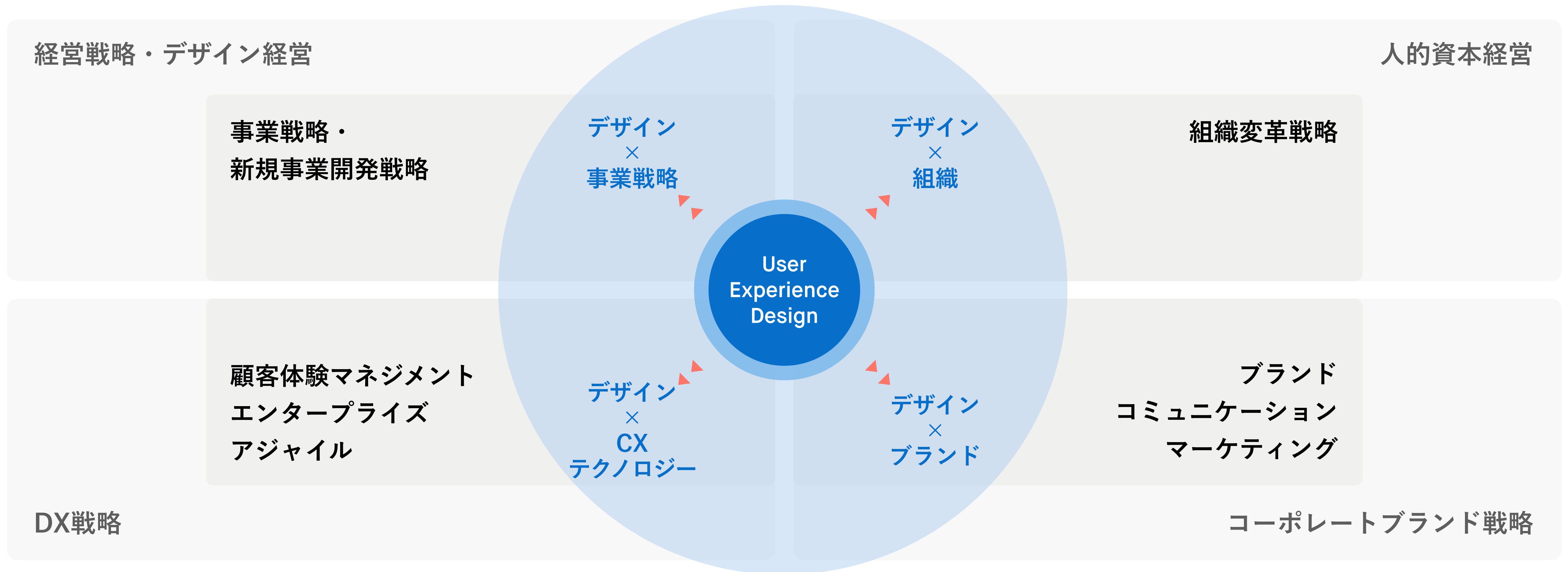
## より深い関係を築くための営業戦略方針

- 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

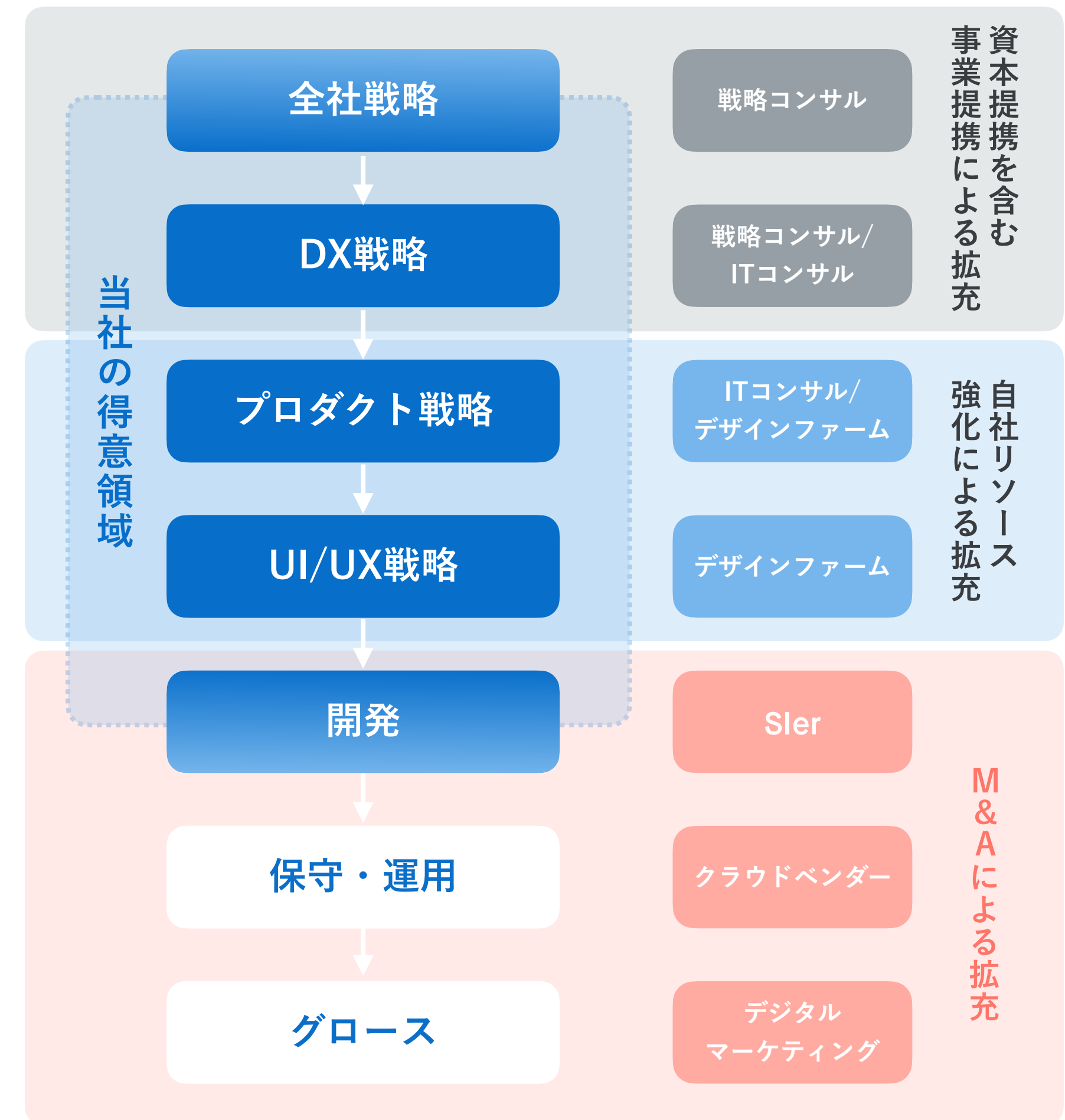
# M&A推進を強化、バリューチェーンを拡大し、全方位のグループ体制を構築

## 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

新卒

中途



- 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

合計180百万円の人材投資

人材採用投資

採用費

147 百万円

人材開発投資

研修費・その他施策

32 百万円

人的資本投資 合計

180 百万円

アクション

人材採用

採用チャネル拡充  
採用人員強化  
社員カジュアル面談  
(全員採用)  
採用PR・ブランディング  
採用戦略会議

人材開発

研修制度  
ポテンシャルマネージャー制度  
定期人事面談  
評価制度  
語学研修・書籍補助  
人材開発会議

人事制度

モチベーションサーベイ  
Geppo  
総会(年2回)・表彰  
リモートワーク・フルフレックス  
事実婚・同性婚  
ファミリーサポート休暇  
相互尊重のカルチャー

求める成果

人材獲得アクション増加  
適時採用実現  
人材マッチング向上

キャリアアップ  
スキルアップ  
人材活性化  
組織活性化

モチベーション向上  
コミュニケーション改善  
DE&I推進  
健康経営推進

デザイン人材  
の価値発揮

FY2024  
目標とするKPI

デザイナー年間採用数

50 人

4Q末  
正社員デザイナー数

165 人

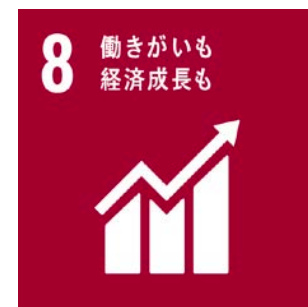
年間退職率

14 %

# 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パワーを、ステークホルダーとともに広めていく

## Design for Talent

- 活躍機会の創出に向けた人材の採用と育成
- 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



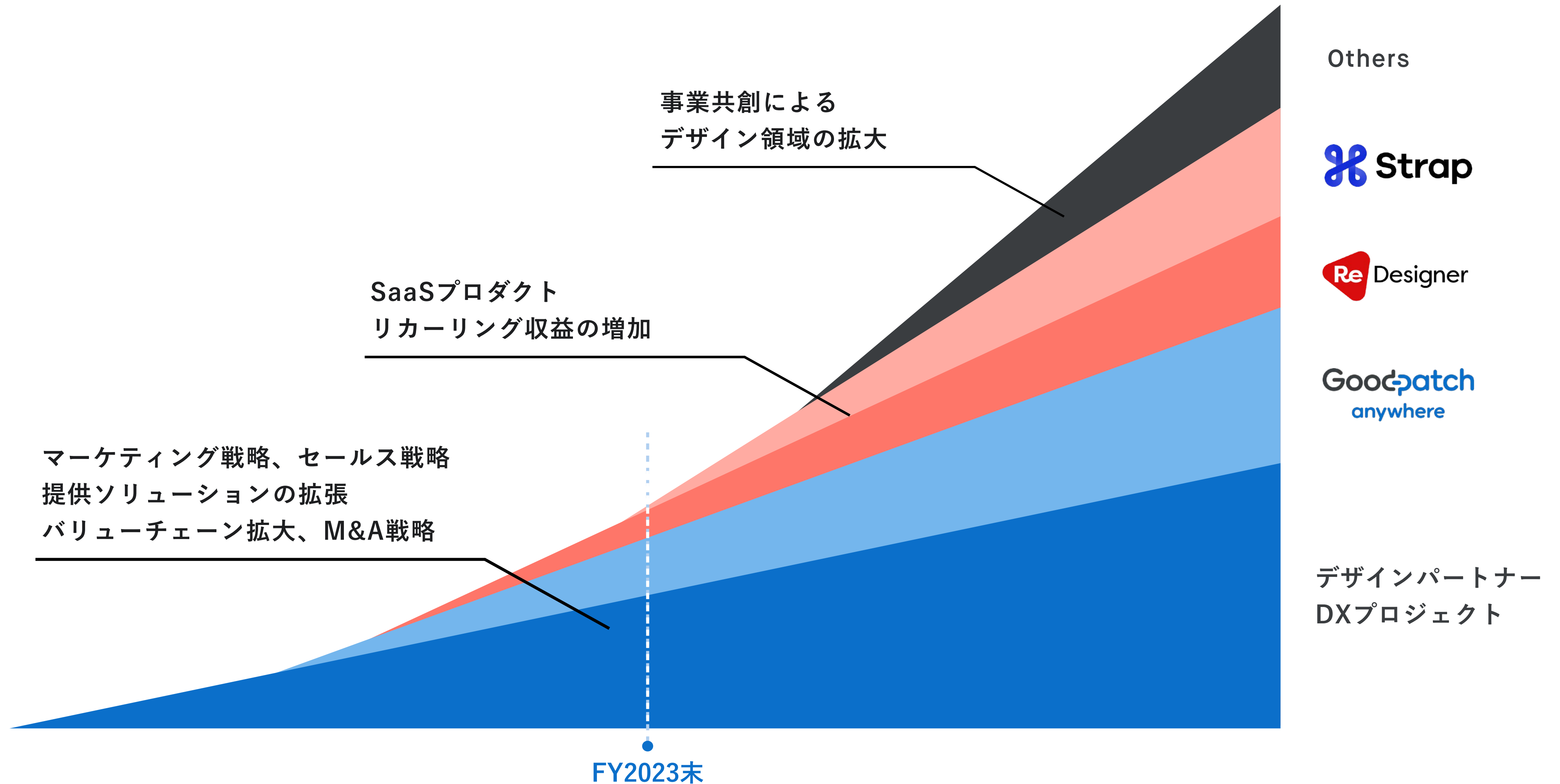
## Design with Governance

- 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



# APPENDIX

# 会社概要

## 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 240名（正社員 2023年11月末日時点 連結）

経営陣	代表取締役社長 / CEO	土屋 尚史
	取締役執行役員 / CFO	榎島 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 Goodpatch GmbH (100%)<sup>※</sup>、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）

※ 2023年1月に事業を終了、2024年1月現在、清算手続き中



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

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

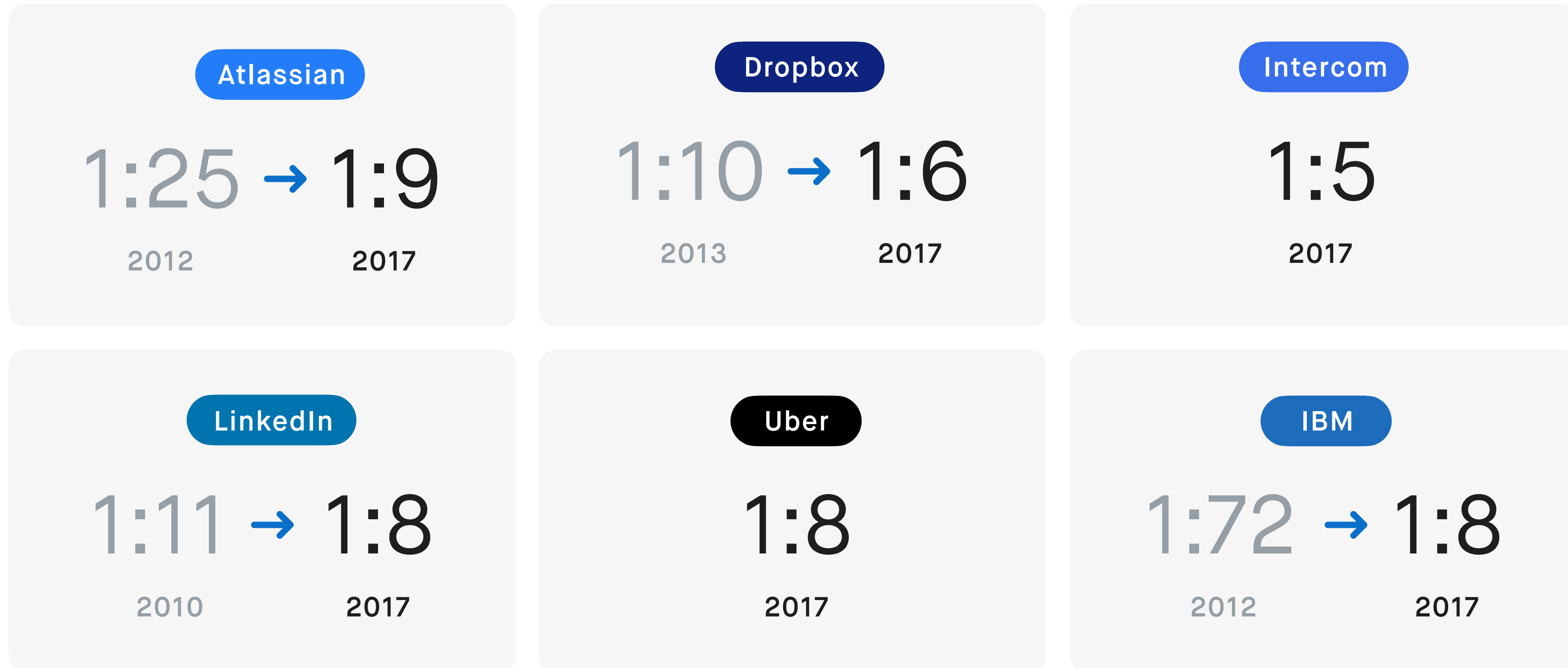
Twitter

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**

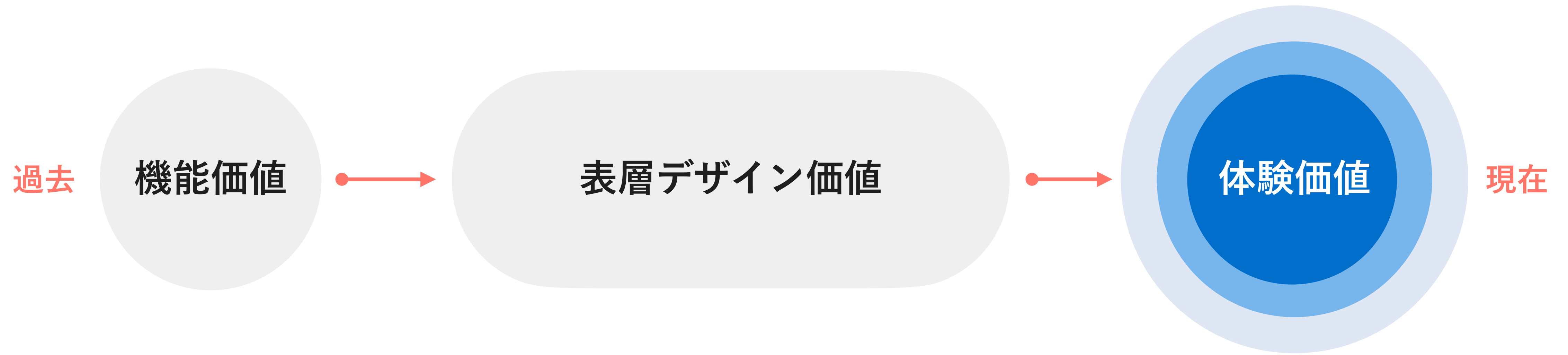
<https://techcrunch.com/2017/05/31/here-are-some-reasons-behind-techs-design-shortage/>

※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

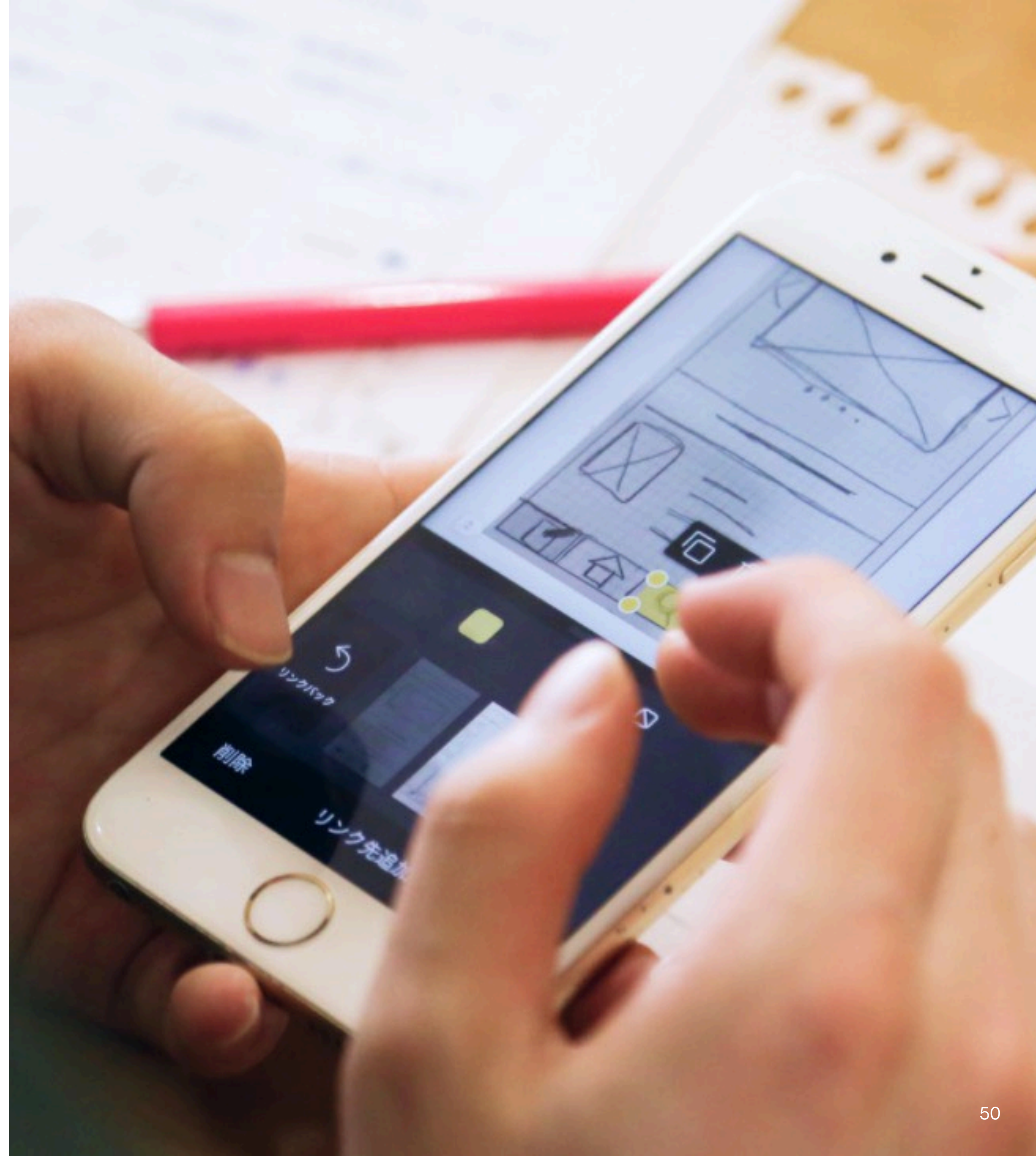
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

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**



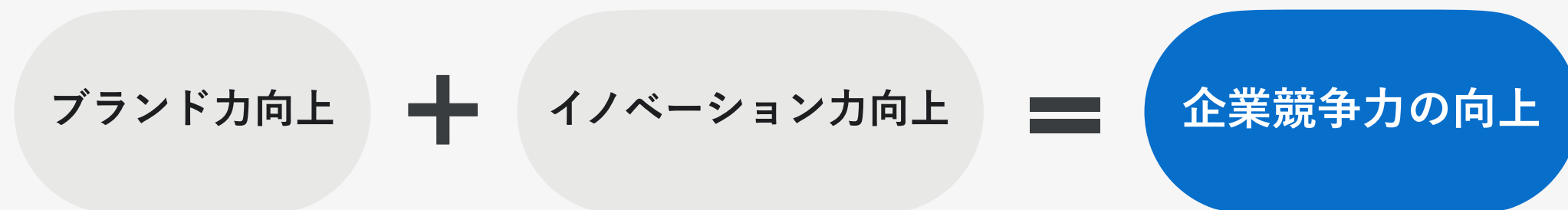
なぜ今デザインが重要なのか

## 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

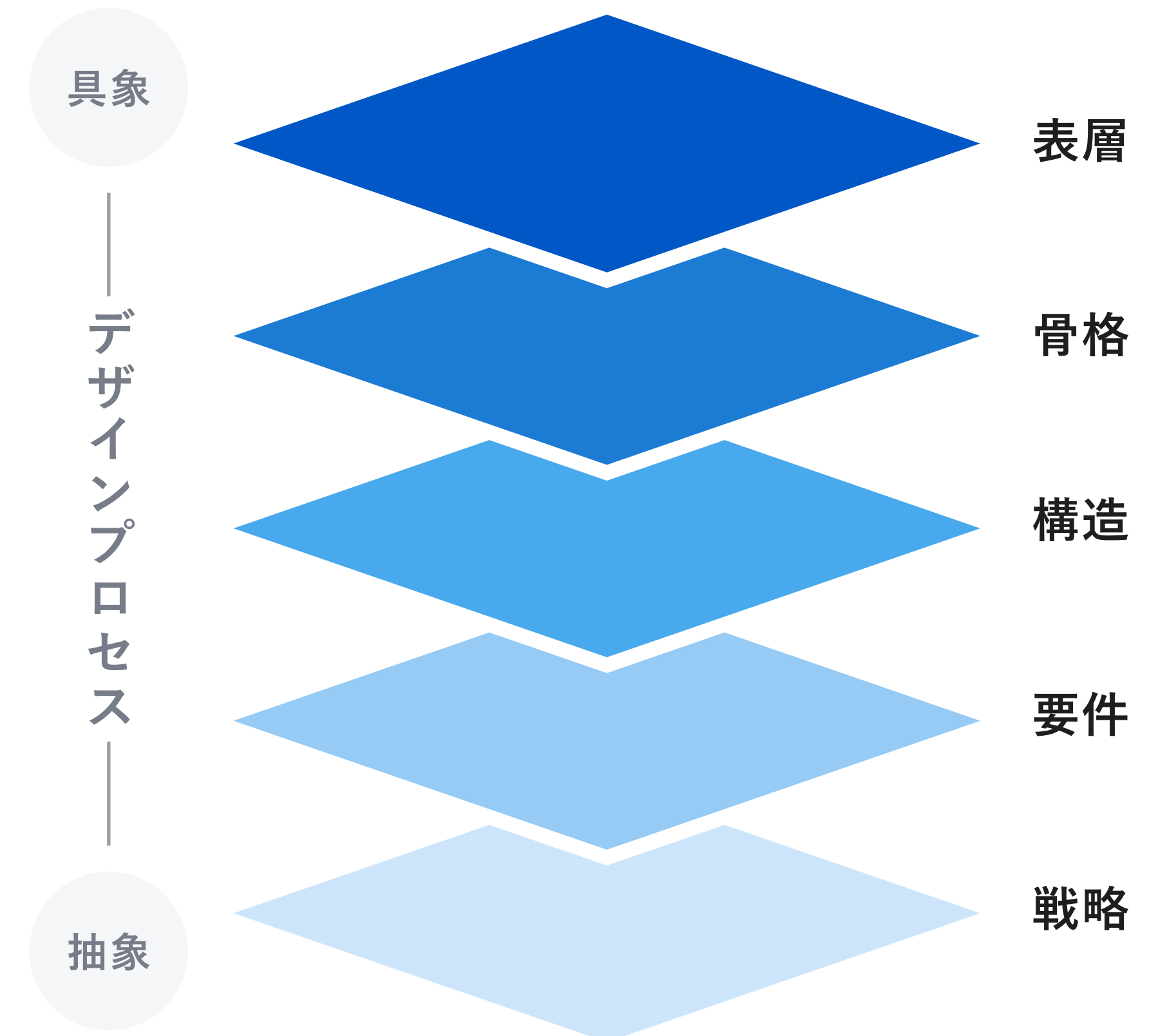
### デザイン経営の効果



### 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

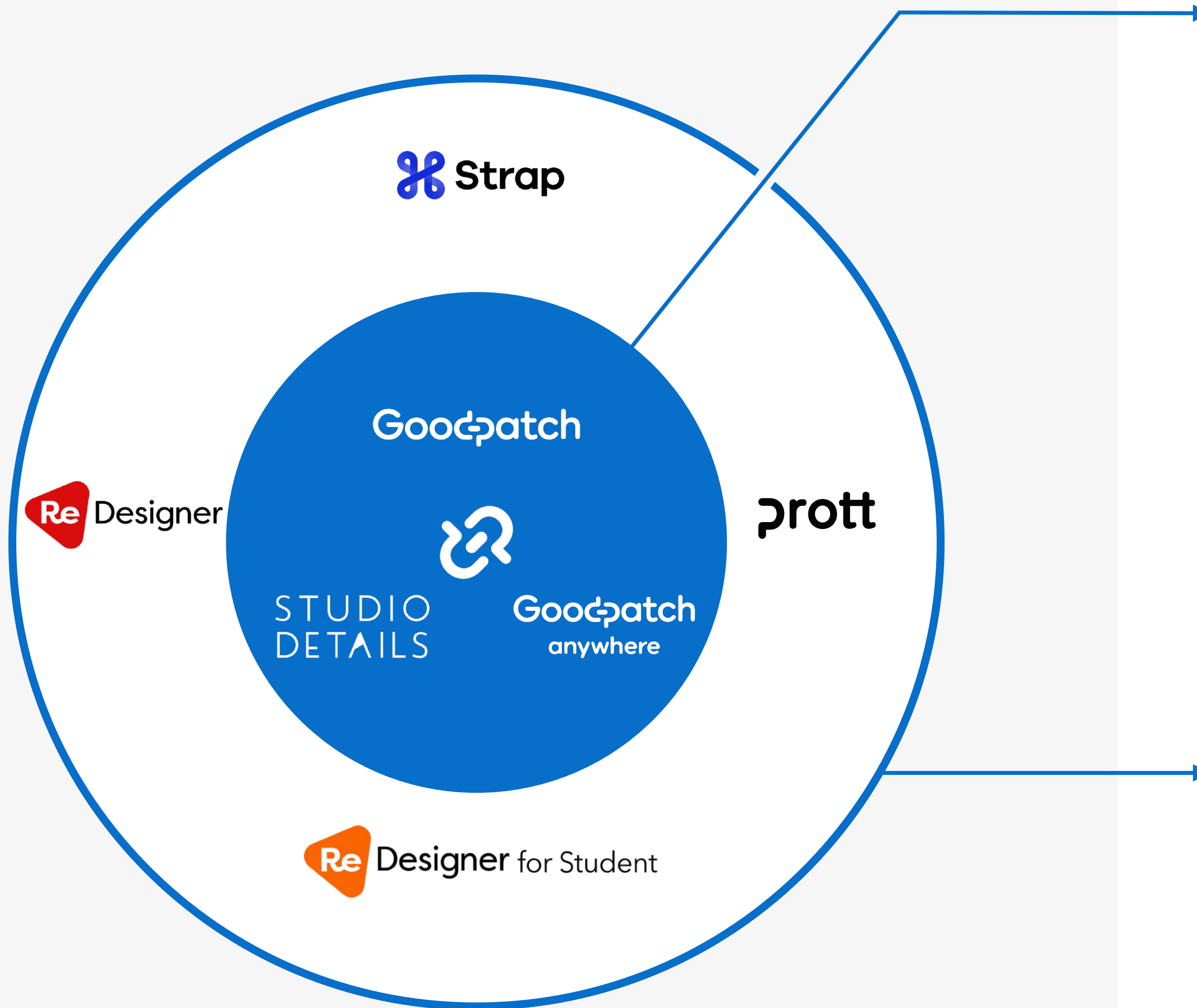
## デザインの5段階モデル



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

# 事業内容

## 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<sup>\*</sup>：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

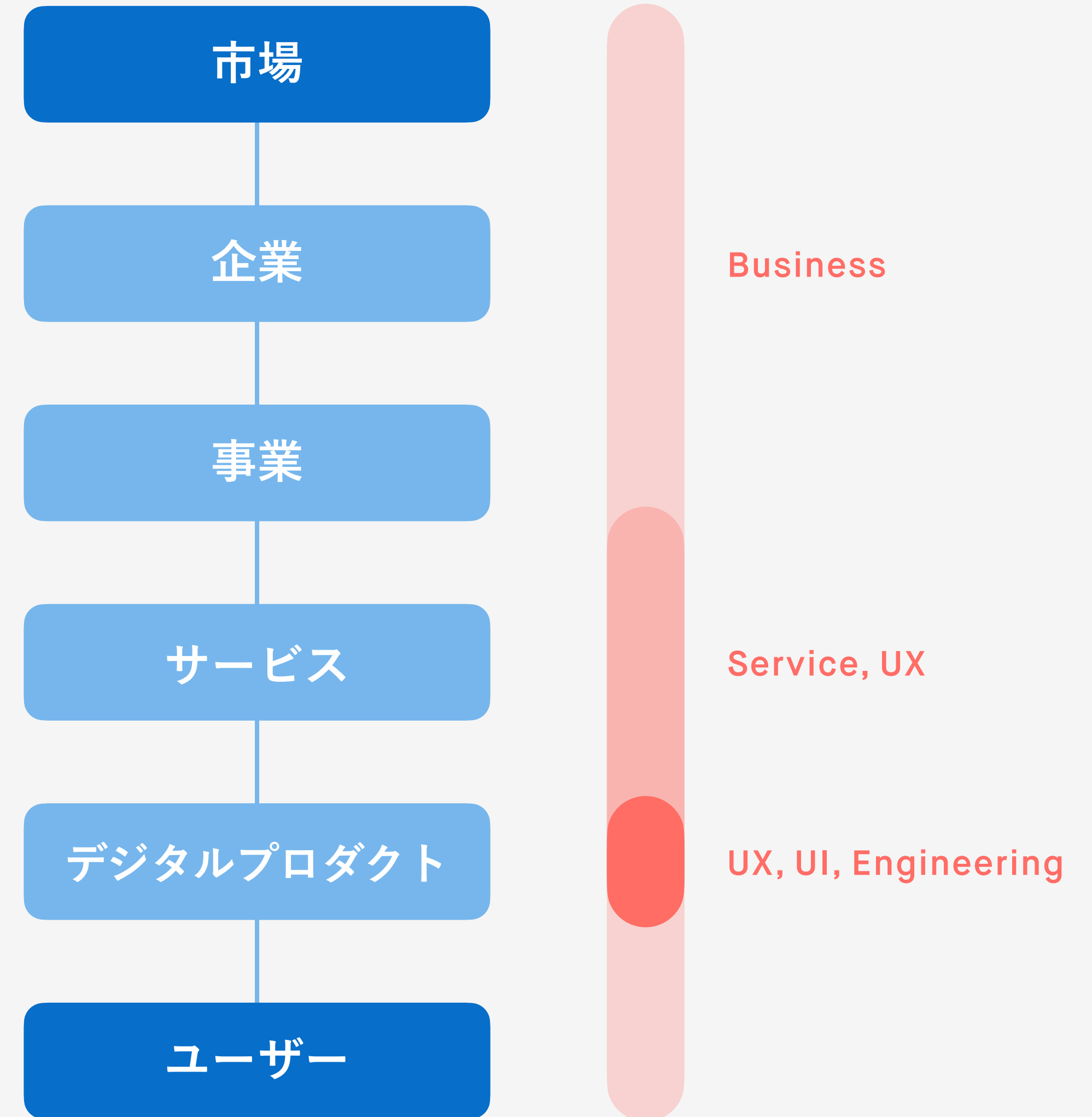
## デザインプラットフォーム事業

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



## 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

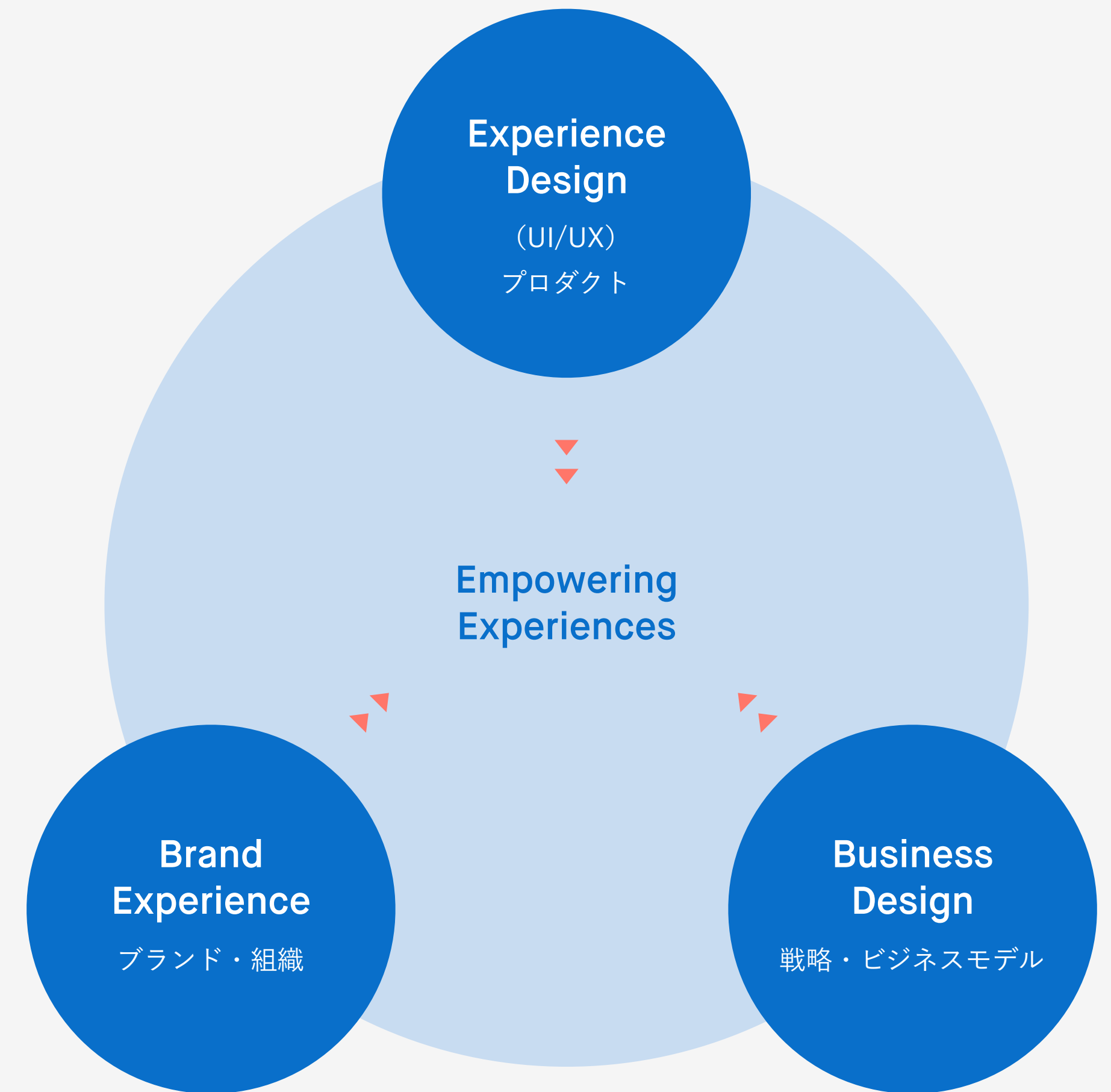
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）  
ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現

### 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（企業別）

支援後  
12社が上場！

### 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  
10年連続計13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



## SaaS

人材サービス  
マーケティング  
契約マネジメント



## 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

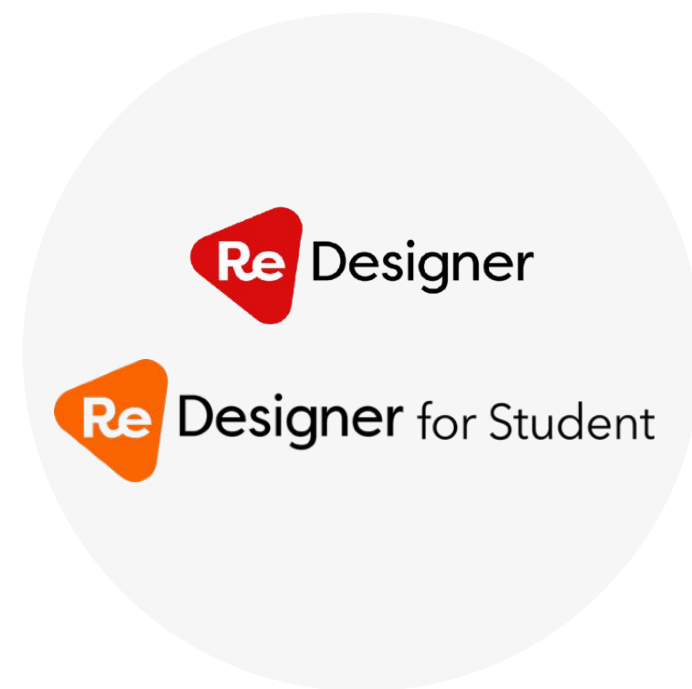
遺伝子解析サービス  
企業ブランディング  
遠隔医療サービス



※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

### 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



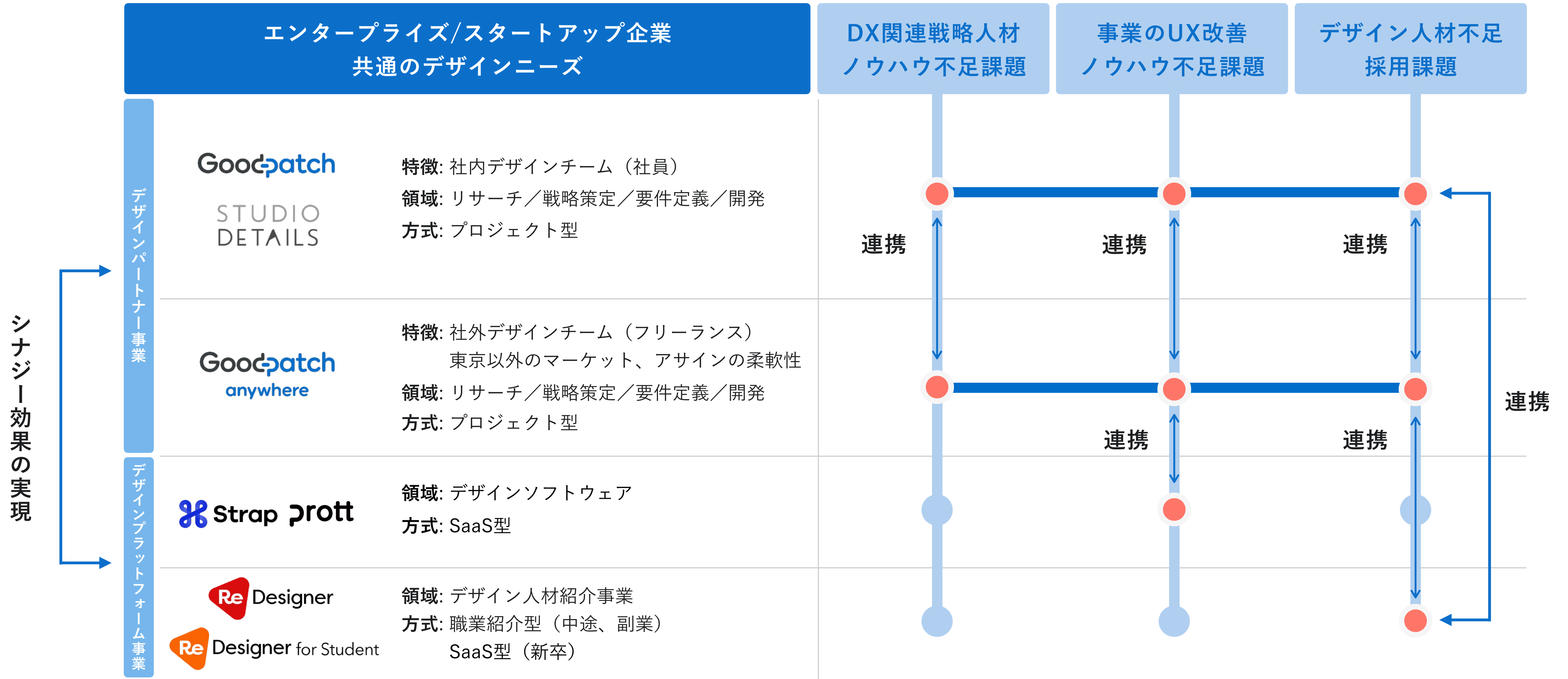
#### 収益モデル

- 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



# 特徴と優位性

## 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



Lancers



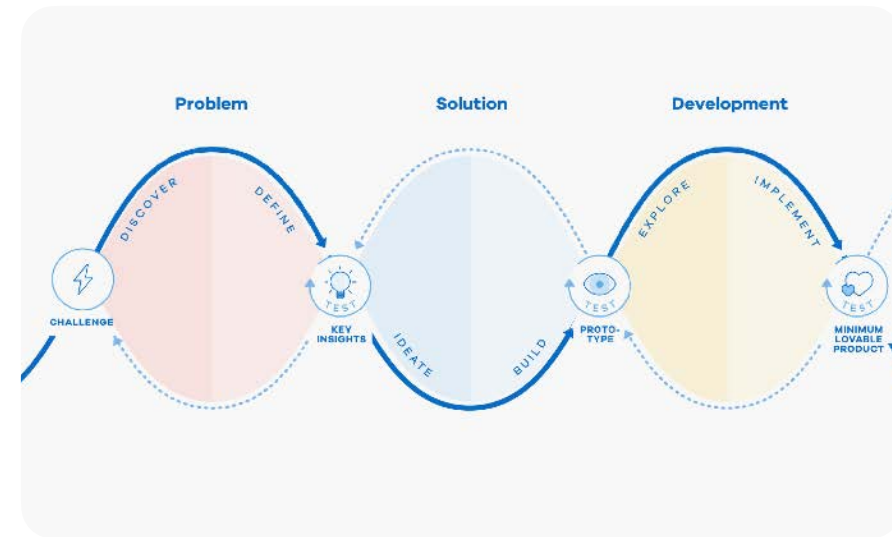
UI/UX領域を中心とした**圧倒的な実績**と**ブランドバリュー**で  
DXの足がかりとなる新規事業創出やサービス改善を支援

※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

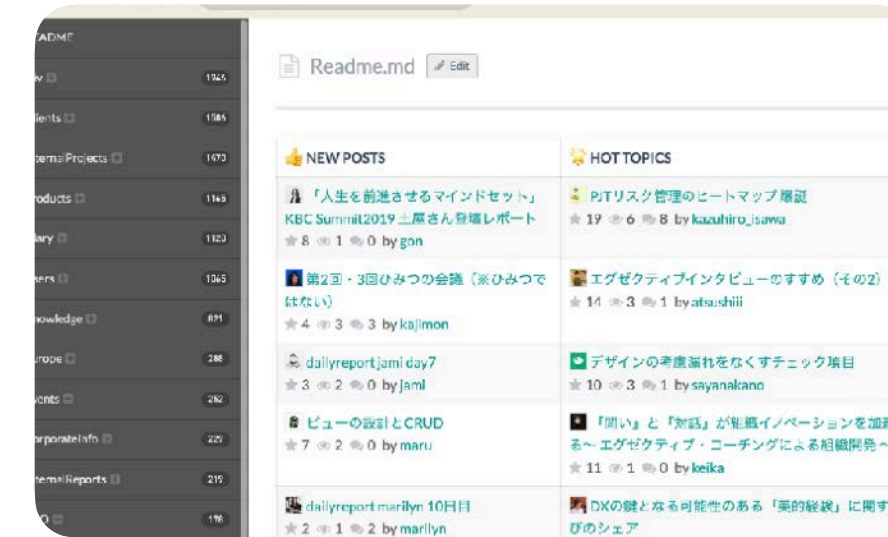


デザイナー育成のための  
社内研修



### 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

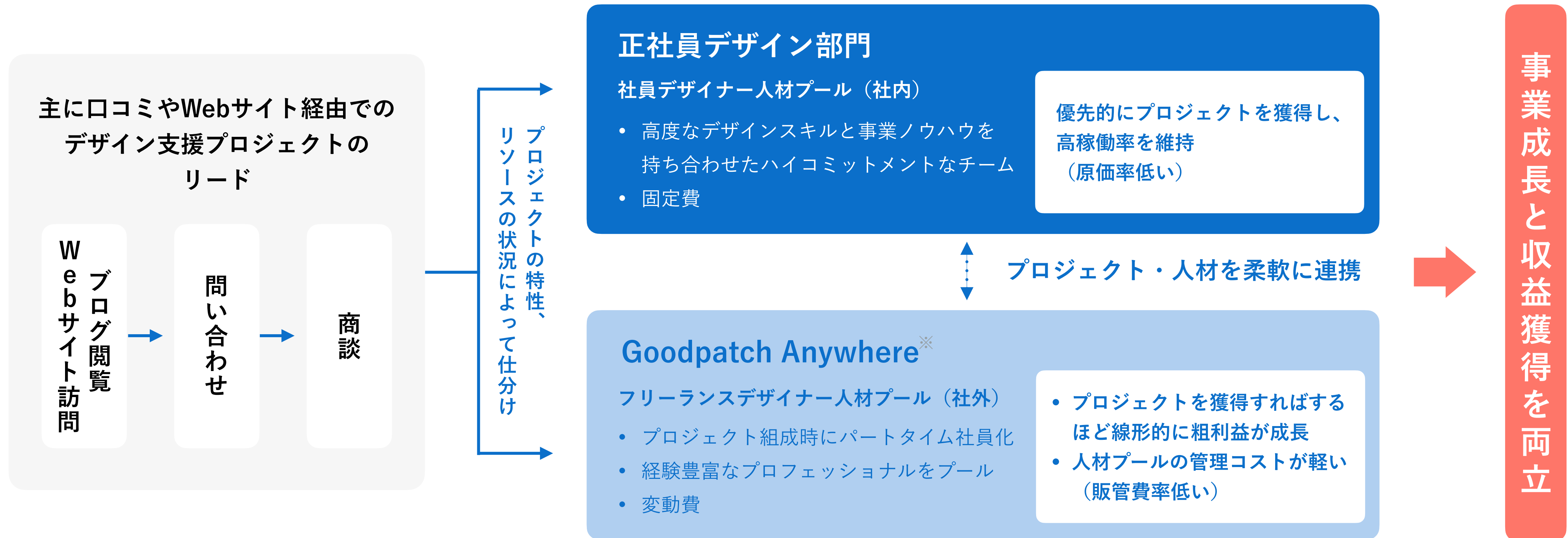
魅力のある仕事 (選ばれる)	事業戦略の最上流から 開発まで広く携われる	<ul style="list-style-type: none"><li>- 戦略立案からプロダクト開発まで見届けることができる</li><li>- クライアントワークに加え、自社事業など様々なキャリアパスを整備</li></ul>
豊富なデザイン人材プール (受け入れる)	事業開発からUIデザイン まで豊富な人材が集結	<ul style="list-style-type: none"><li>- 事業立ち上げやグロースのビジネス経験者がデザイナーに転身</li><li>- UI/UXを中心に、戦略、エンジニアなど様々な専門スキルをもった人材を採用</li><li>- 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</li></ul>
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"><li>- デザイナー中心の組織カルチャーを確立</li><li>- 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</li></ul>

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<sup>※</sup>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**

# 当社ビジネスを取り巻く環境

## 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）

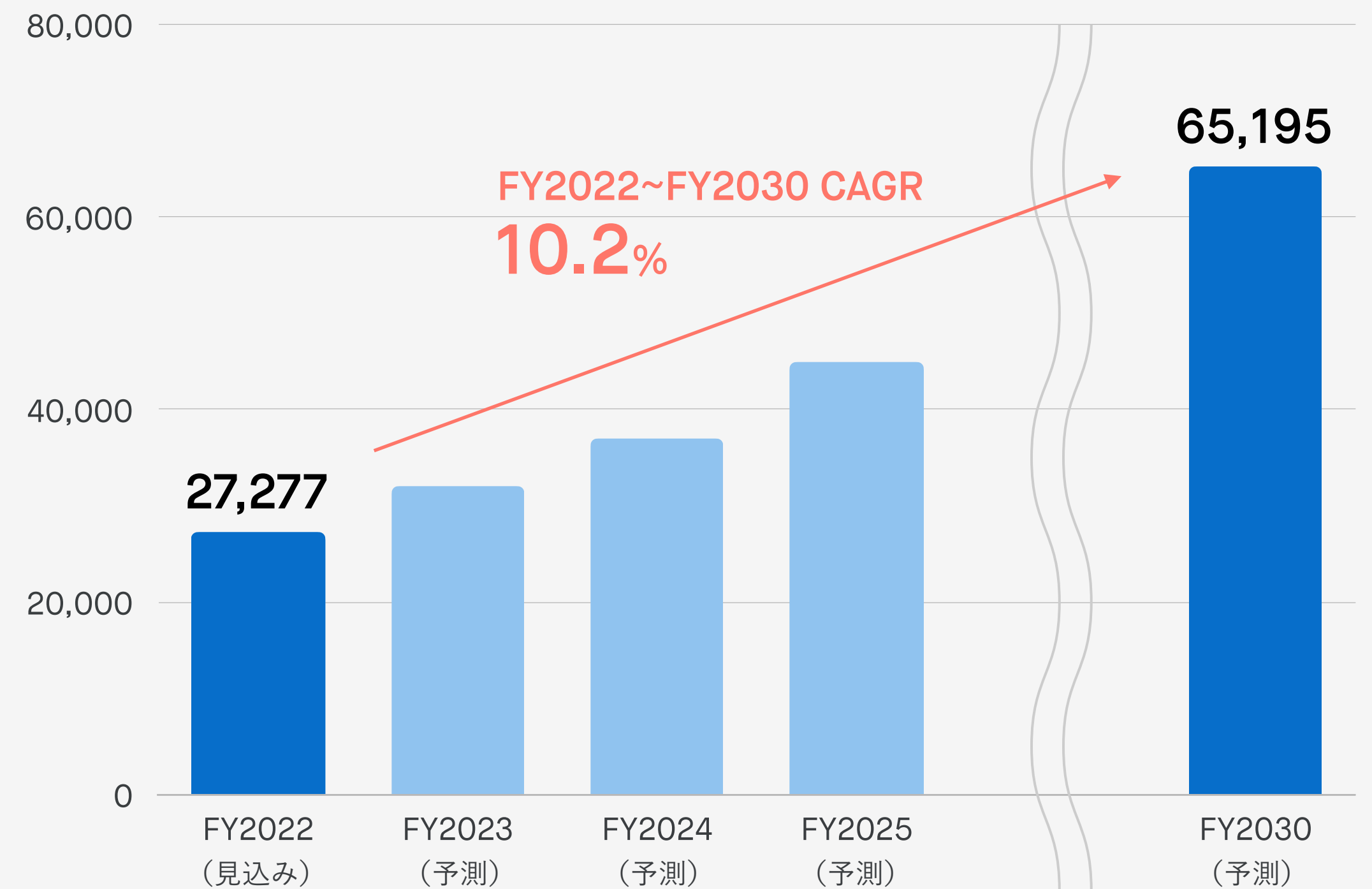
	回答率
DXの企画、推進、普及促進を行う人材	46.9%
エンジニア／プログラマ（社内SE）	36.9%
デジタルマーケティング	34.2%
データサイエンティスト	27.6%
ビジネス／サービスデザイナー （新規サービスの創出、設計を担う人材）	26.3%

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

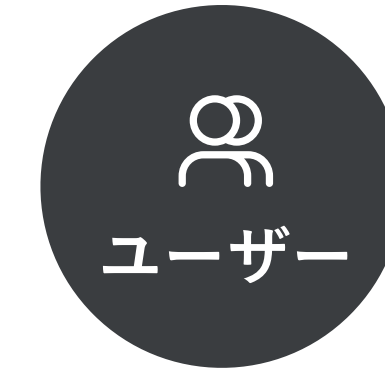
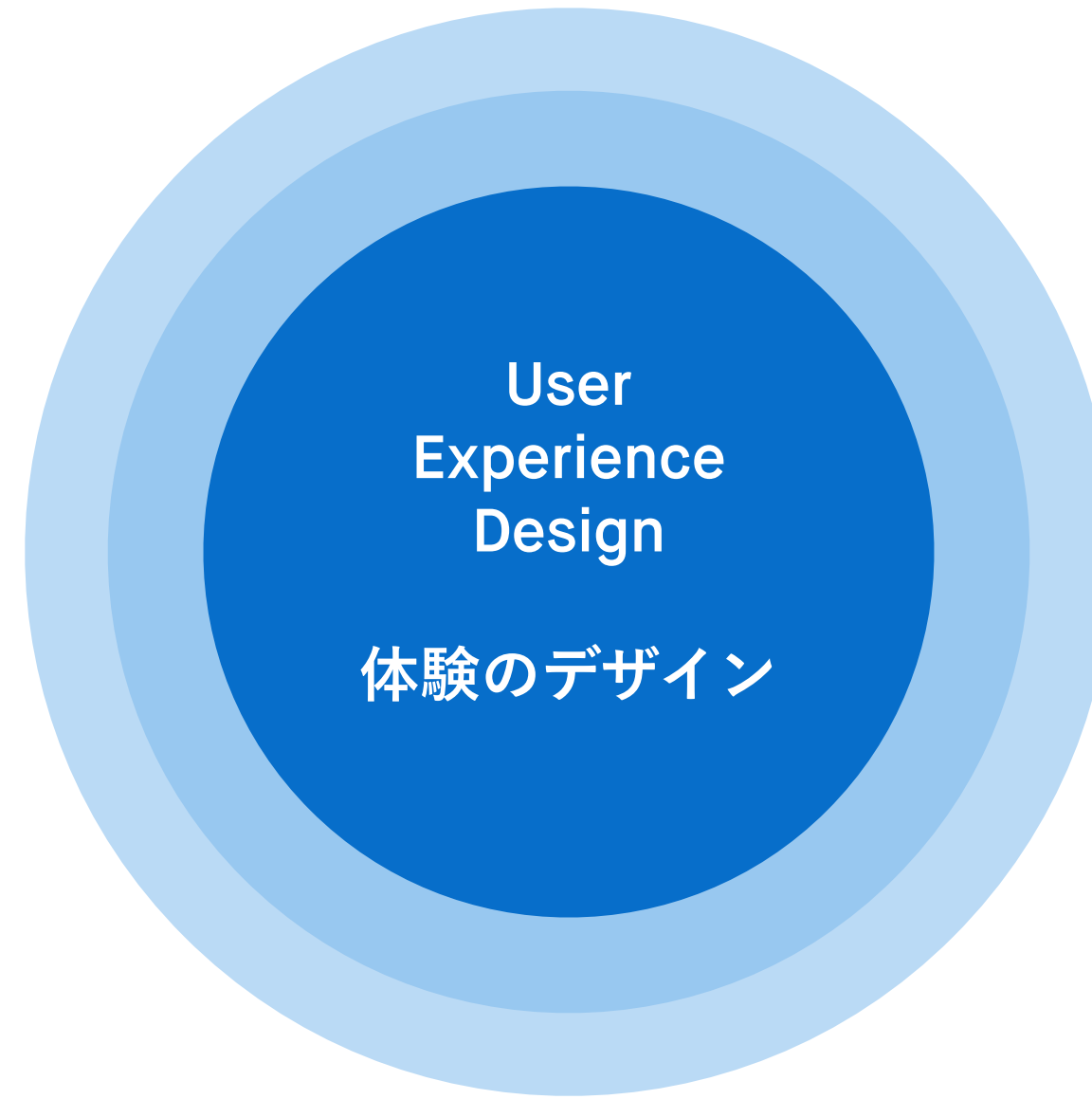
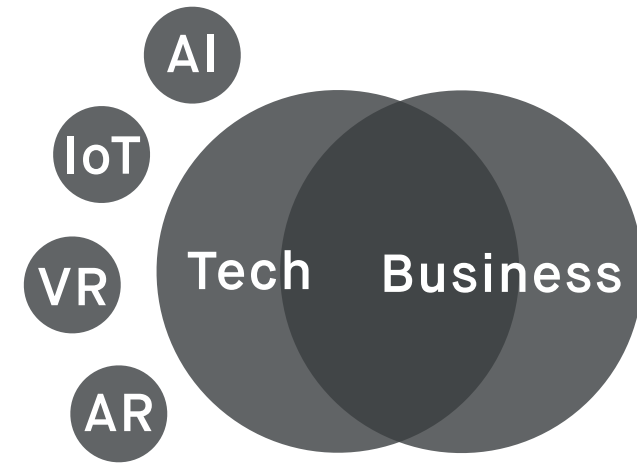
### DX関連の国内市場規模

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」

## 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

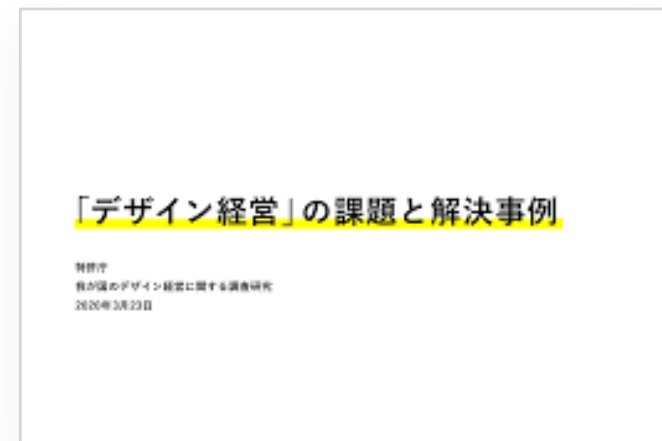
経産省



2020/3

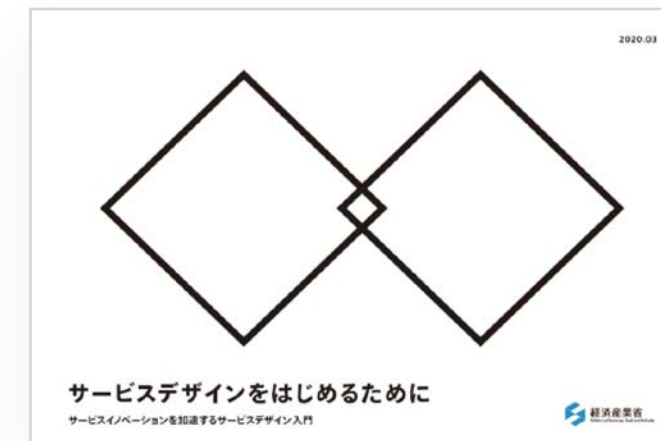
「デザイン経営」の  
課題と解決事例

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

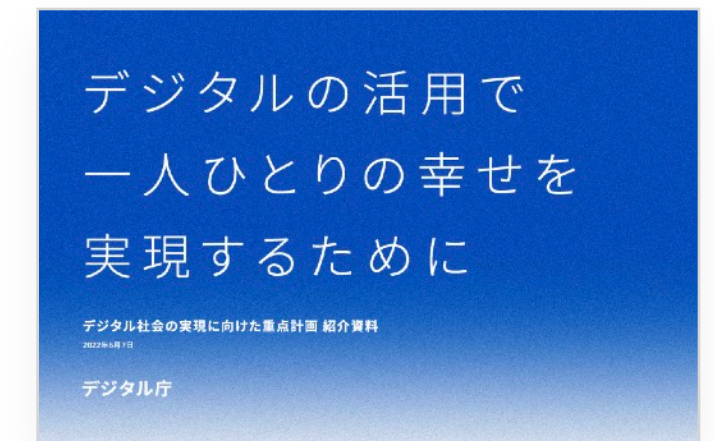
経産省



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

# 経営陣

## 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 Division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

### 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



## 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、弁護士法人Authense法律事務所入所。2018年6月Authense法律事務所プロボノ推進室長就任、2020年1月Authense法律事務所 統括就任。2023年11月よりグッドパッチの監査役に就任

## 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。



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 ♥