

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）

2024年11月28日

- 01 会社概要
- 02 事業内容
- 03 当社ビジネスを取り巻く環境
- 04 当社の特徴と優位性
- 05 事業の成長
- 06 成長戦略
- 07 認識するリスク
- 08 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 264名（正社員 2024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	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 企業変革支援、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 株式会社スタジオディテイルズ、株式会社Muture
株式会社ピープルアンドデザイン

拠点 日本（東京、名古屋）



Goodpatch Inc.
Tokyo



Studio Details Inc.
Nagoya



Studio Details Inc.
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

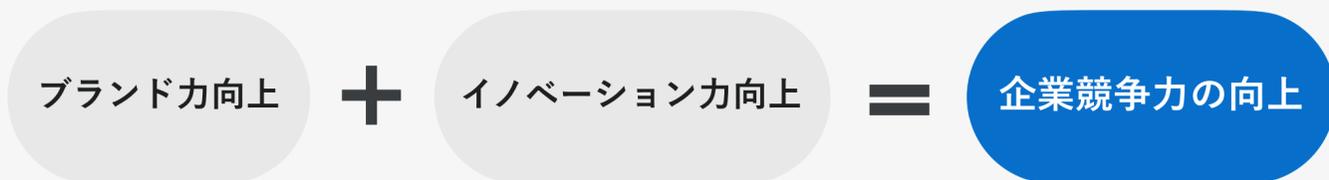
Prove the power of design

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

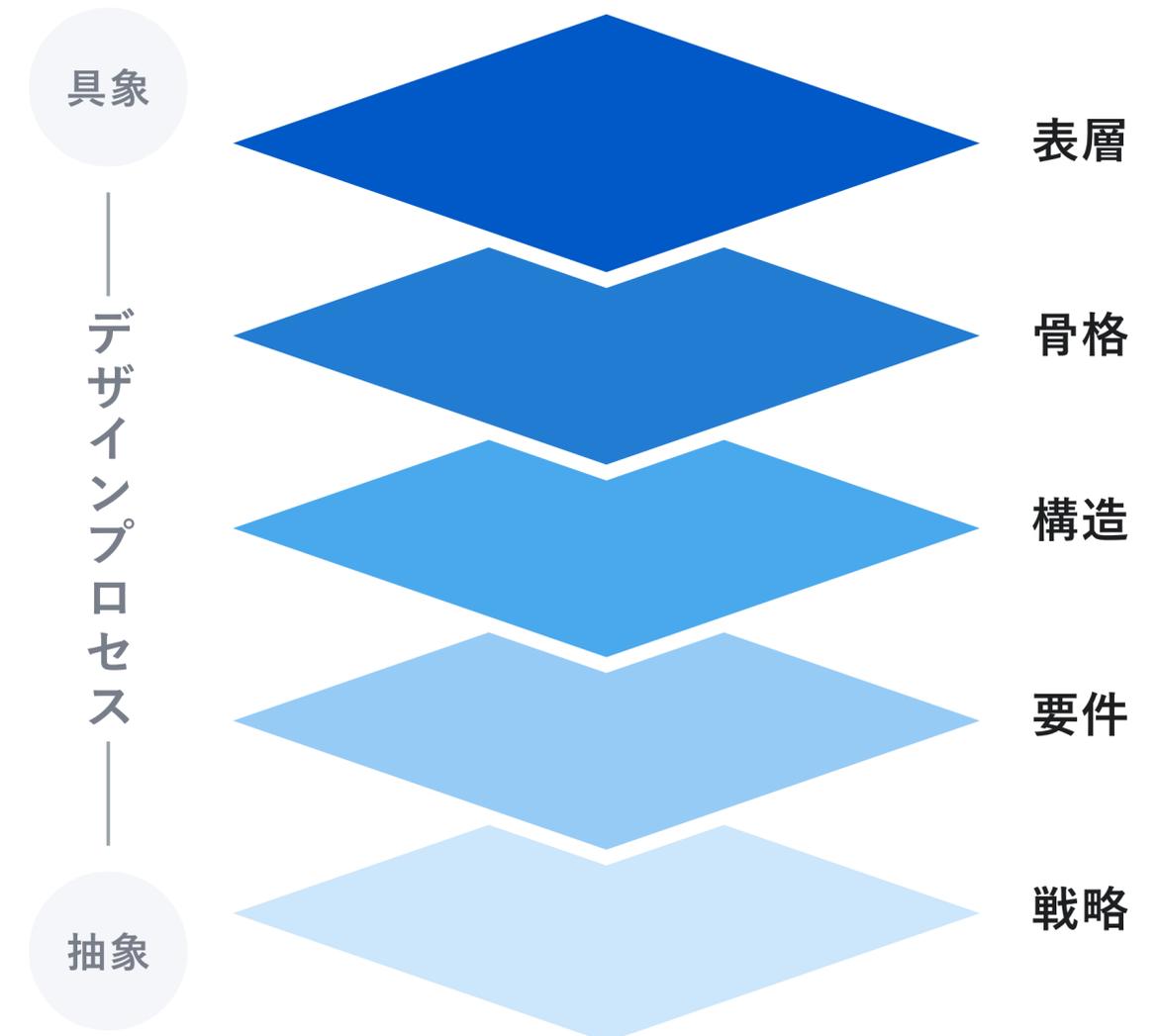
デザイン経営の効果



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

Goodpatchについて

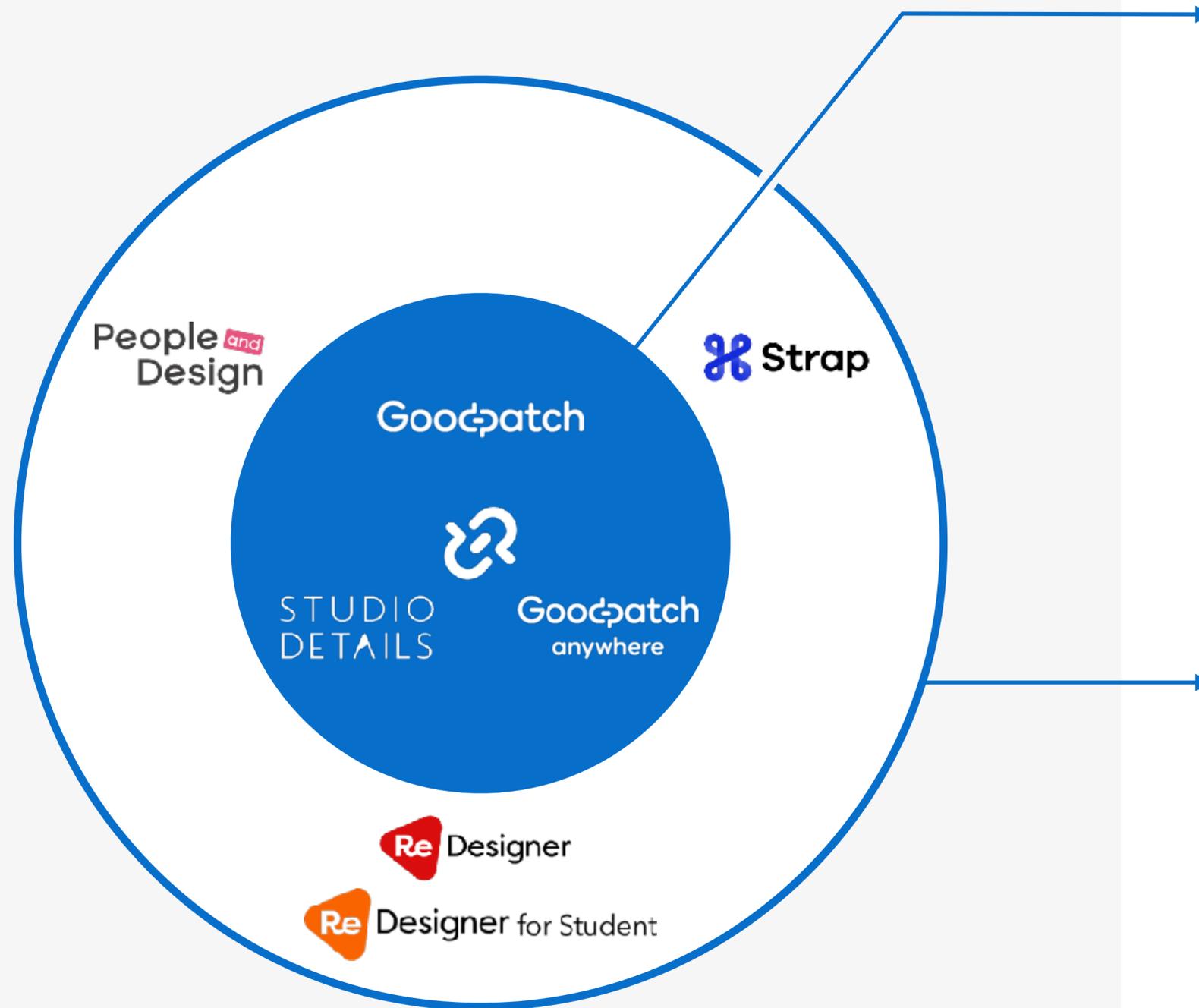
顧客体験を起点に企業変革を前進させる イノベーションデザインカンパニー

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顧客体験を起点とした企業変革を前進させるデザインカンパニーです。

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

自社サービス・プロダクトを提供

ReDesigner：デザイナー特化型キャリア支援サービス」、

ReDesigner for Student：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

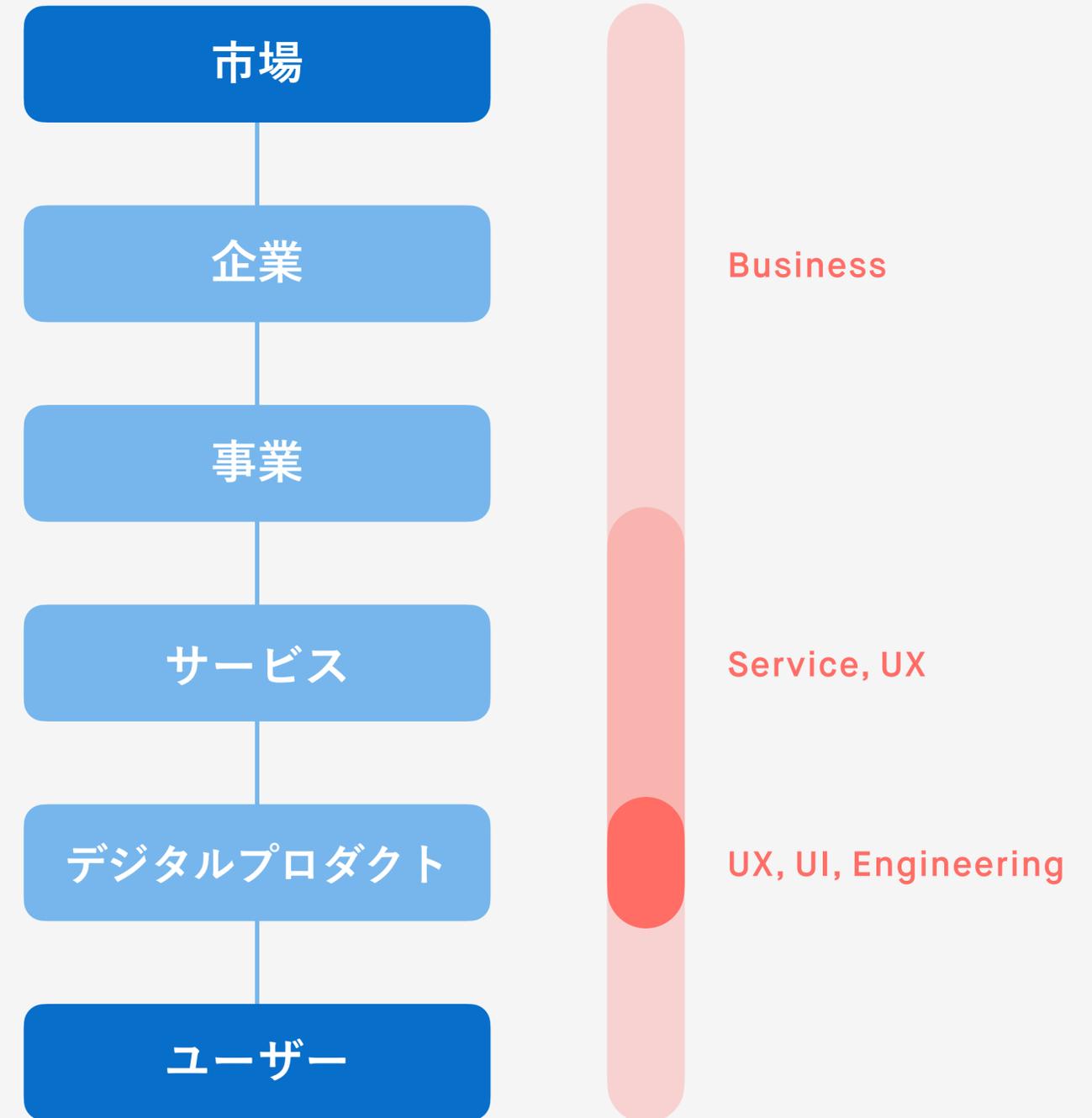
Strap：オンラインホワイトボードツール「Strap」

ピープルアンドデザイン：PeoplēXとの合併会社、HRコンサルティングサービスとHR SaaS エンployeeサクセスプラットフォーム「PeopleWork」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

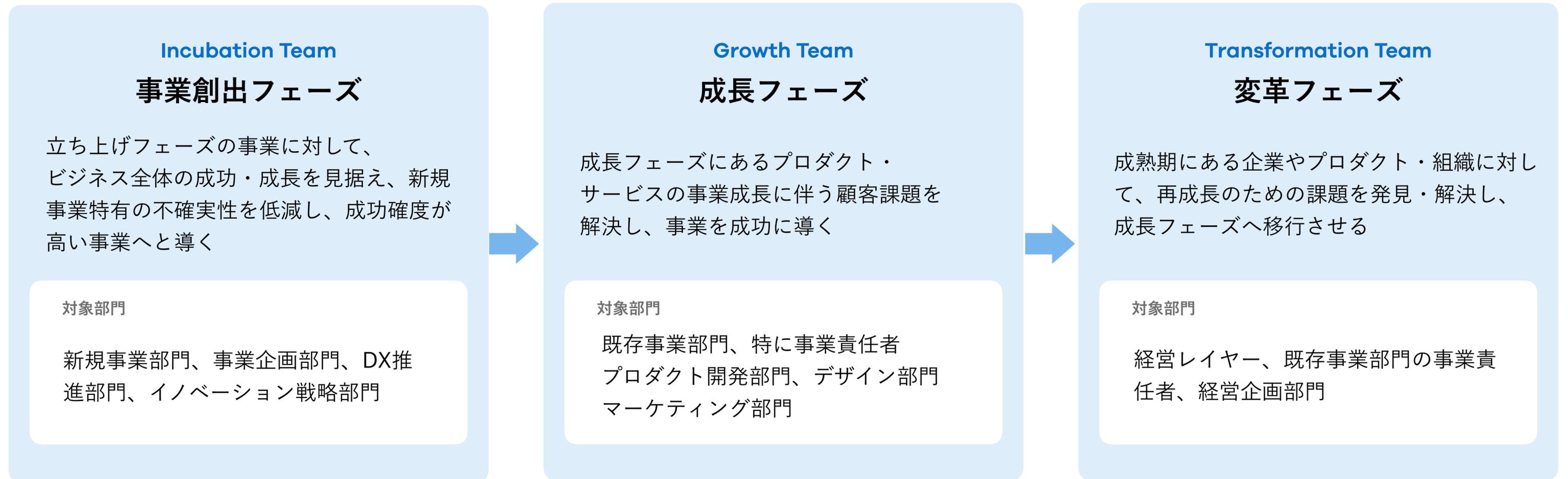
- 事業の最上流戦略レイヤーから関わりクライアントと共創しながらサービス全体をデザイン
- ユーザーが触れるデジタルプロダクトの開発まで並走
- 最低2名、平均3-4名のデザイナー（エンジニア含む）がプロジェクトに参画
- 顧客企業あたりの平均継続期間は8~10か月前後
- **請負ではなく主に準委任契約での仕事**
 - 準委任契約：コンサルティング同様、毎月売上計上 → 売上が安定しやすい
 - 請負契約：システム開発同様、納品時一括で売上を計上 → 売上が安定しにくい



デザインパートナー事業の支援体制

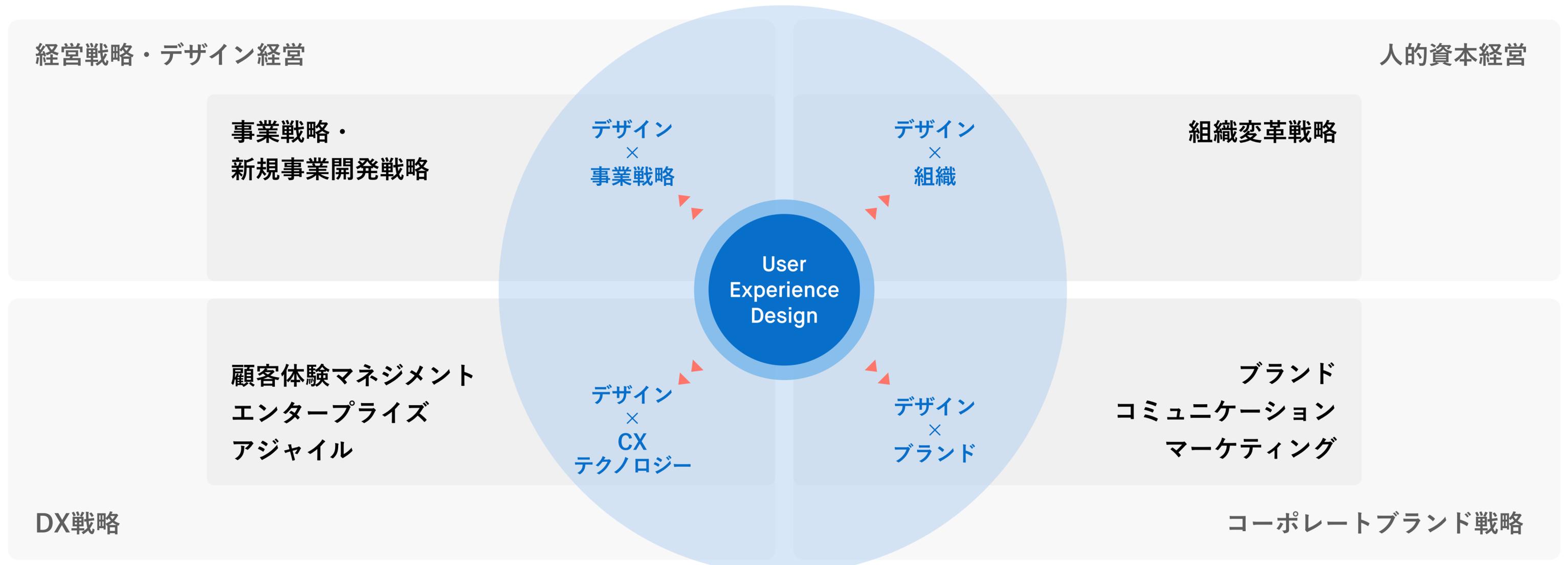
顧客の事業フェーズ毎の課題に寄り添い**事業と組織**の両面をデザインで支援

事業のグロースサイクルを意識し、顧客の状況に応じて適切なノウハウや人材の提供を行うため、事業創出フェーズ(Incubation)、成長フェーズ(Growth)、変革フェーズ(Transformation)の3チームのいずれかがプロジェクトオーナーとなり価値提供を行う



デザインパートナー事業の重点領域

デジタル領域のUI/UXデザインに留まらず、エクスペリエンスデザインを軸に
顧客課題に即したデザイン組織体制を組成、チームで解決に取り組む



デザインパートナー事業・豊富な実績（企業別）

これまで**1200**以上のプロジェクトを支援



エンタープライズ企業を中心に新規事業開発やプロダクト開発
UI/UX改善、ブランド開発、組織変革まで関わる

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



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



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



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



アイデア創出からグロースまで、ヘルスケアの新規事業開発を0から共創



SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

サントリー食品インターナショナル株式会社

「サントリープラス」は、従業員の健康行動習慣化をサポートするサービス。ヘルスケア領域への新規参入にあたり、事業アイデアの創出からプロダクト開発、グロースまでフルコミット。デジタルプロダクトを基点にありたい姿を具体化し、数年にわたる共創を通じて事業の可能性をひらきました。2020年度グッドデザイン賞受賞。

#サービスデザイン

#新規事業

#UX/UIデザイン

#開発

#App

PROBLEM

課題

- 新規事業としてデジタル領域を始めたいが知見がない
- 事業構想から伴走できるパートナー企業が必要
- UIデザイン領域への知見がない
- デジタルプロダクト開発の知見がない

APPROACH & OUTPUT

アプローチ & アウトプット

- 事業構想
- 共創チームの組成
- 思想を言語化したVision・Mission・Value策定
- プロトタイプを用いた価値検証
- UI/UXデザイン
- アジャイル開発

OUTCOME

プロジェクトの成果

サービスリリース2年で**200社以上の導入実績**。
プロダクト（サービス利用）の**ユーザー継続率1ヶ月後84%**を維持（一般的な健康アプリは平均約15%）
グッドデザイン賞、iF Design Awardを受賞
PO・PdMを育成し、外部ベンダーを使ってプロダクト開発・運営の自走が可能に。仕様書等のナレッジシェア。デジタルプロダクトの内製化支援

LTV経営の基盤となるDXを戦略及び戦術面から支援



株式会社丸井グループ

1931年に家具の月賦商として創業、小売と金融を一体化した独自のビジネスモデルで知られる丸井グループ。GoodpatchはLTV経営と、その先にある社会的インパクト実現の基盤となるDX推進を、戦略および戦術面から支援。本質的な課題解決策を模索する中で、丸井グループの内側から組織を変革する急先鋒となり、同時にデザイン／デジタル人材の採用受け皿の役割も担う「Muture」を丸井グループと共同出資で設立。現在もDX改革に伴走中。

#ビジネスデザイン

#組織改革

#DX戦略

#デザイン思考

PROBLEM

課題

- LTV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／デジタル人材を採用および育成
- デザイン／デジタル人材に対する知見が自社にない

APPROACH & OUTPUT

アプローチ & アウトプット

- 10事業部からプレイヤー、マネージャー、ボードメンバーまで30名にインタビュー
- インタビューから真の課題を特定
- 目指すビジョンを実現するための人材像を明示
- 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、採用の受け皿にもなる新会社を共同出資で設立

OUTCOME

プロジェクトの成果

共同出資の新会社「Muture」が、丸井グループの中核事業を担うプロダクトの開発チームに伴走
アジャイルなチームへの変革をリード
Goodpatchと「Muture」の協働チームが、丸井グループの経営層と連携。さまざまなDX組織変革を推進し、**これまで丸井グループが出会えなかった人材採用を実現**

事務的な「買い物」に楽しさを与える体験設計



koopdeli生活共同組合連合会

カタログやWeb上で注文を受けた食材や日用品を、玄関先まで配達する「食材宅配サービス」を提供するkoopdeli生活共同組合連合会。これまでニーズの高かった子育て世帯に加え、単身世帯や高齢者世帯、共働き世帯の増加やサービスの充実を背景に、若年層の取り込みとEC受注率の増加を目指す。「koopdeli宅配アプリ」のフルリニューアルに向けたUI/UXデザイン支援に始まり、LPや動画、チラシといったコンテンツの刷新も支援。組織が抱える課題やオペレーション上の問題の改善にも並走。

#UX/UIデザイン

#アプリケーションデザイン

PROBLEM

課題

- 紙注文がいまだに多くコスト削減のためアプリの利用率を高めることが急務
- 複雑なUIで「操作しづらい」というユーザーの声があった
- 「生協」の殻を破るようなデザインにしたいがわからない

APPROACH & OUTPUT

アプローチ & アウトプット

- ユーザー調査を基に買い物の楽しさを引き出すデザインへ
- 「注文商品を常に確認できるカート体験」といった他の宅配アプリにはないkoopdeliならではの購入体験を実現
- 職員同士で開発するような形でPD進行や品質管理を実施

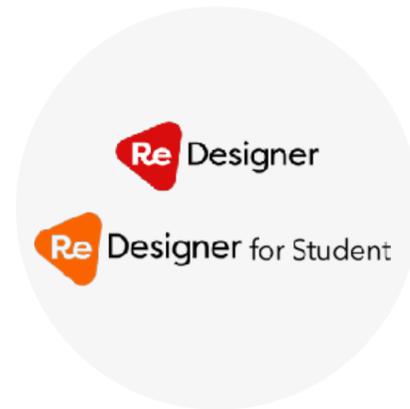
OUTCOME

プロジェクトの成果

アプリの他WebサイトのUI/UX改善より拡大し、新サービスのクリエイティブ全般も担当するなど
プロダクトからコミュニケーションデザインまで様々な領域を支援するプロジェクトに成長

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



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1千円程度、1社あたり月額2万円強～を想定した月額課金型モデル

HRコンサルティングサービス/ SaaS型HRツール



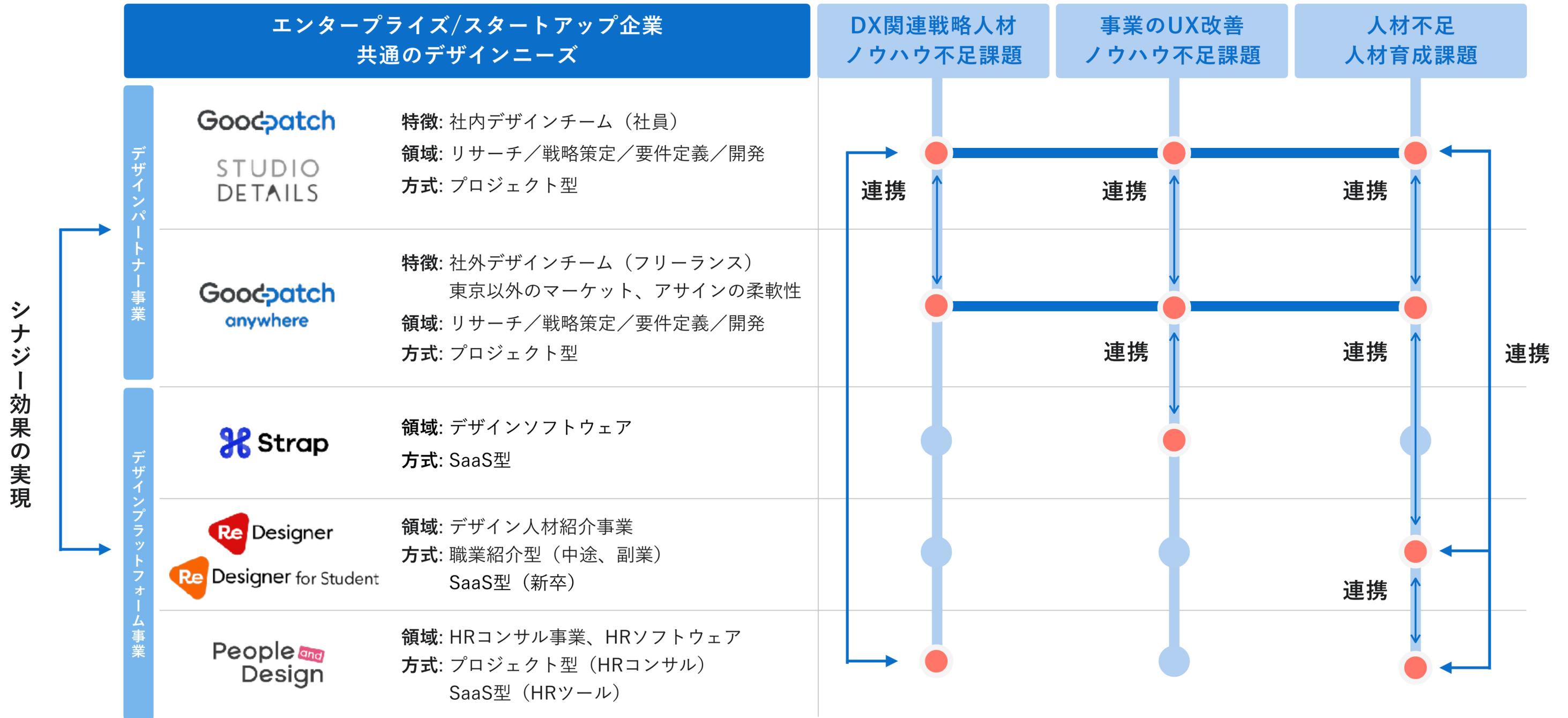
収益モデル

- HR戦略コンサルティングサービスは準委任型の月額継続報酬モデル
- HR SaaSは、ユーザー企業の導入に規模に合わせて変動、1ユーザーあたり数百円から千円程度の月額課金型モデル

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



当社ビジネスを取り巻く環境

The Environment Surrounding Us

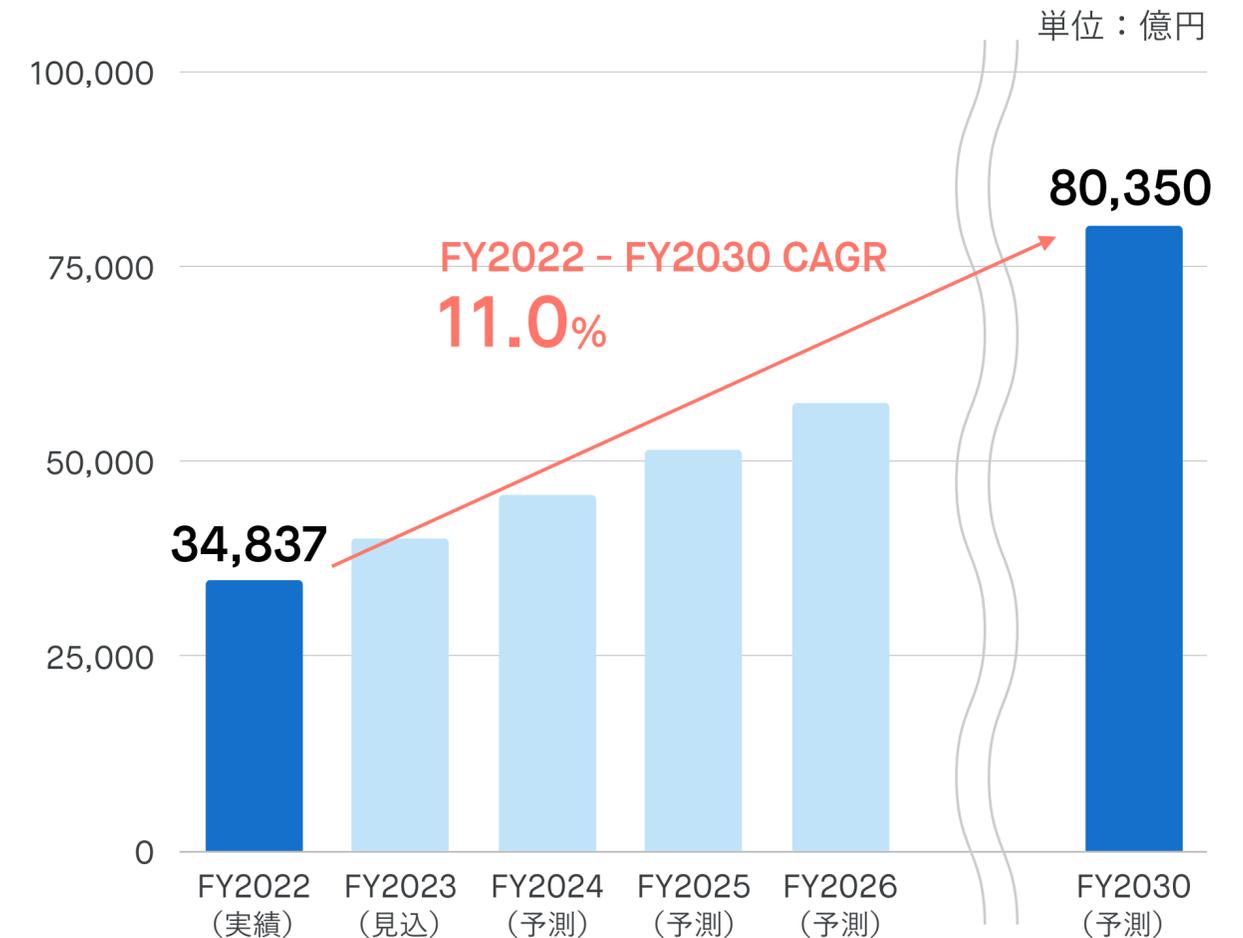
高まるDXの需要

ユーザーの求めるDX人材像

DX人材タイプ	DX人材の役割
ビジネス アーキテクト	新規事業の創出や業務変革の実現によって、新たな顧客体験価値の提供や収益モデルの変革などを目的とし、実現に向け関係者をリードしながら推進する
データ サイエンティスト	新規事業の実現や業務変革の実現に向け自社およびユーザーデータを活用し、設計、実装、運用を担う
ソフトウェア エンジニア	デジタル技術を活用した製品・サービスを提供するためのシステムやソフトウェアの開発・運用を担う
サイバー セキュリティ	社内システムなどのデジタル環境におけるサイバーセキュリティリスクの影響を抑制する対策を行う
デザイナー	製品・サービスの方向性を顧客やビジネスなどの多角的な視点で捉え、それにそった製品・サービスのありかたのデザインを担う

DX推進に
おいて当社が
カバーする領域

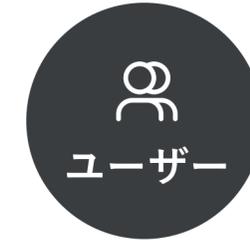
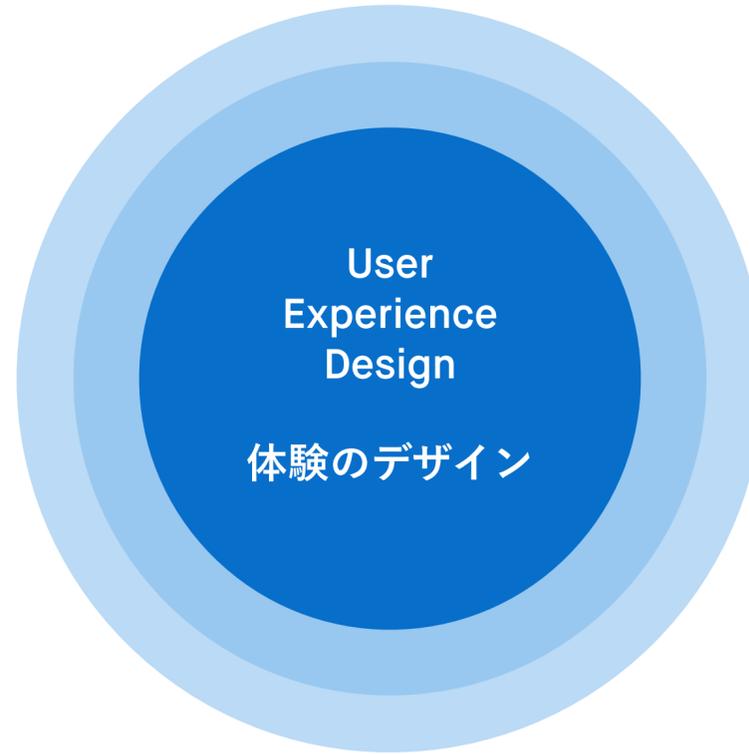
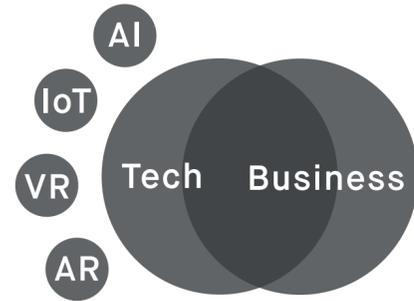
DX関連の国内市場規模



※(株)富士キメラ総研 2024 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

- 国内DX市場は2030年度に**8兆円規模**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
- 当社が提供するサービスはIT政策実施機関のIPAが策定したデジタルスキル標準にて分類された5タイプの内3タイプをカバーしており、特にユーザーが積極的に強化を図っているのがビジネスアーキテクトで、必要不可欠な人材との認識

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7.7倍の3.5兆円 (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 (27.3%) 2位 課題解決力、ビジネスデザイン、企画に優れている (26.8%) (※1)

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

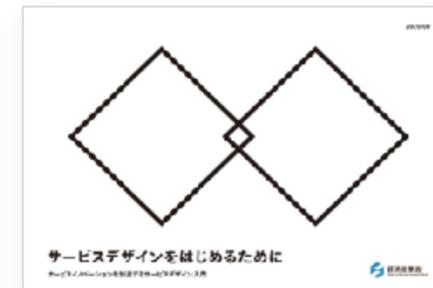
「デザイン経営」の
課題と解決事例

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

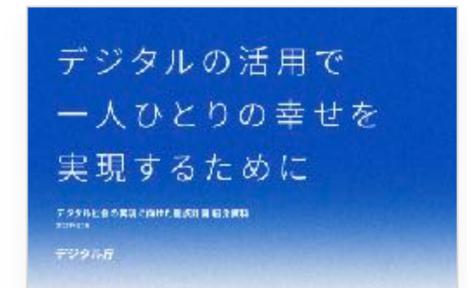
経産省



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**実績**とユニークなポジショニングで年間1000商談を獲得
- 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

デザイン領域における実績とユニークなポジショニングで年間1000件の商談を獲得

継続顧客も含め年間**1000件**以上のエンタープライズ中心の商談接点

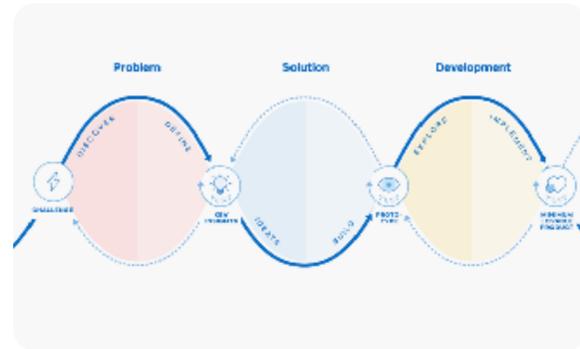


UI/UX領域を中心とした**圧倒的な実績**と**ブランドバリュー**で
DXの足がかりとなる新規事業創出やサービス改善を支援

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4万件以上

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

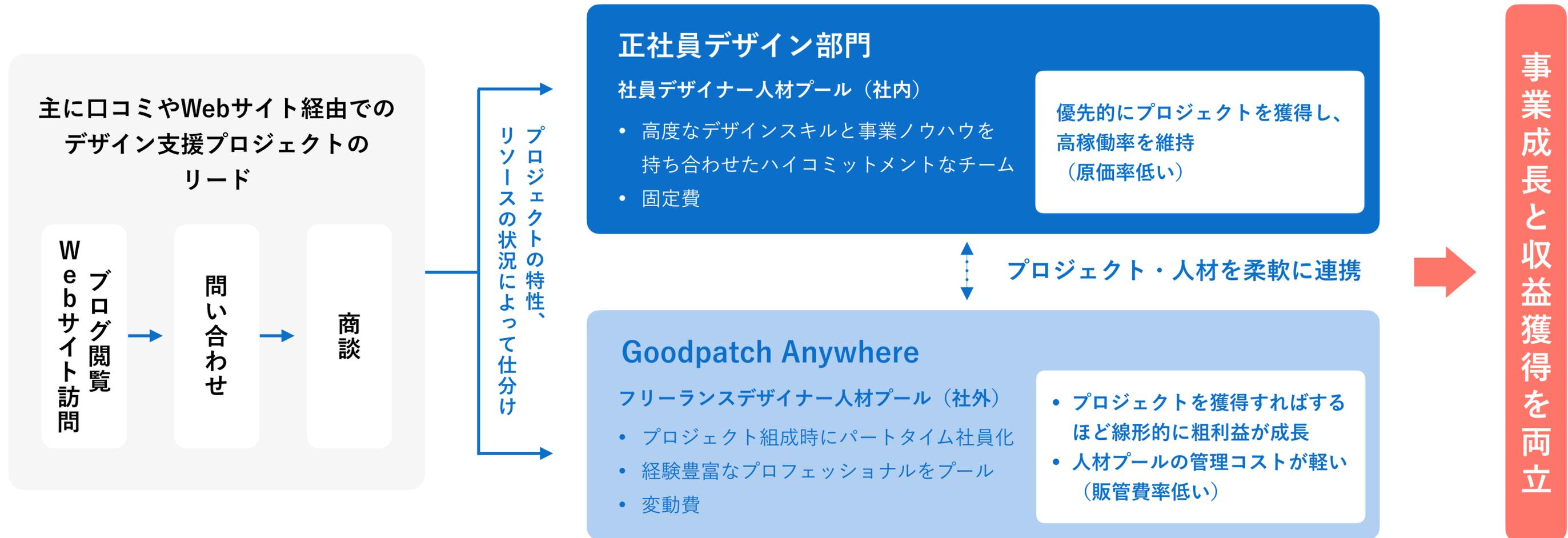
- DXでデザイン人材は需要増。いかに優秀な人材を採用し、定着させるかがKSF**
- ➡ **需要 増**：DXの流れでデジタル領域のUI/UXデザイナーの市場価値の向上
 - ➡ **供給 少**：デザイナーにビジネスの根幹への理解と関与が求められる、美大では育成が難しい

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**突出したポジションでデザイン人材が集結**

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



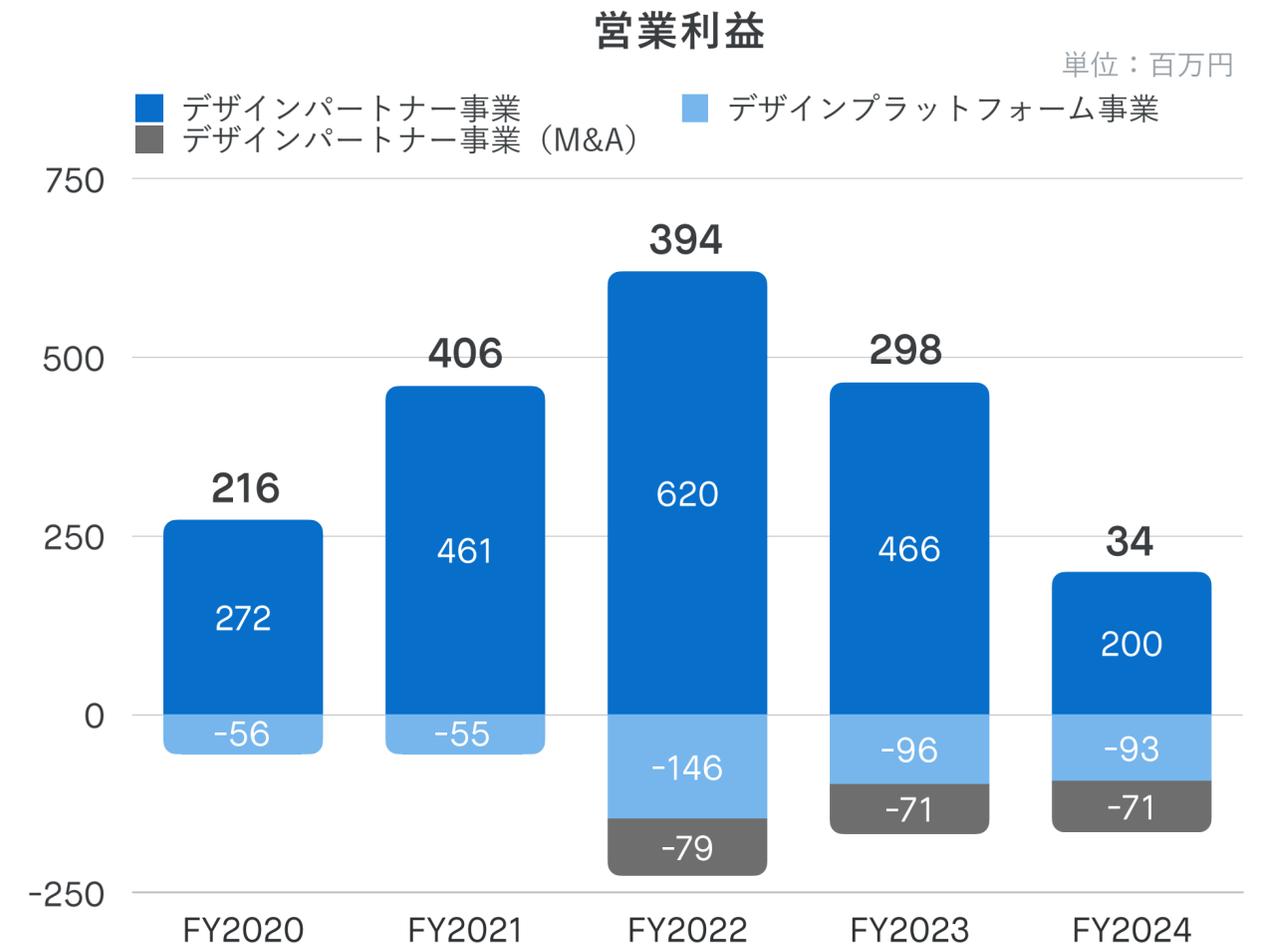
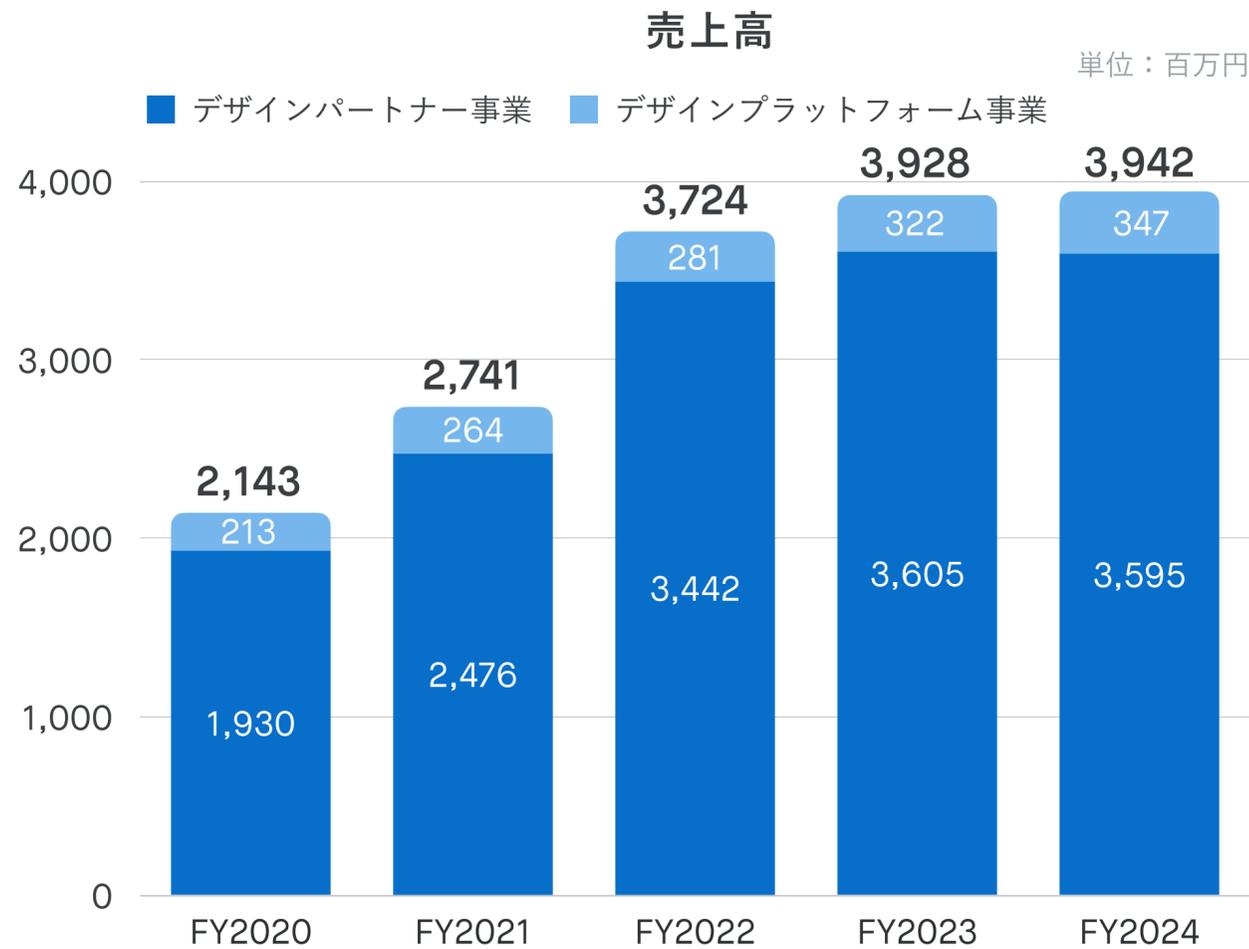
デザインパートナー事業内でプロジェクトと人材が密接に連携

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**

事業実績

Business Results

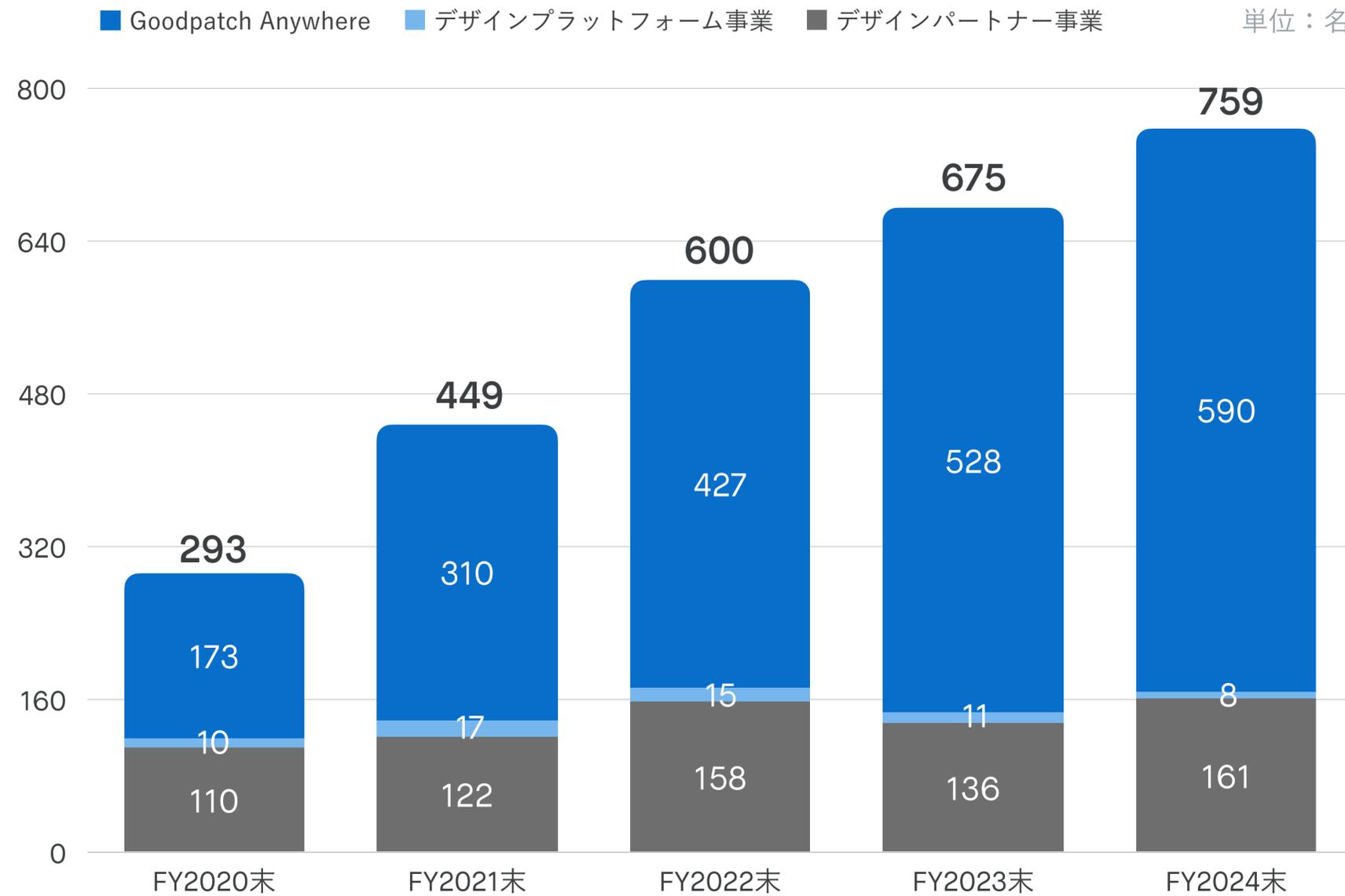
売上高がYoYにてほぼ横這い、稼働低下と採用投資の費用増により営業利益は縮小



2024年8月期の売上高は**39.4億円**（YoYでは微増にとどまる）
営業利益は前期比**-88.4%**と減少

デザイン人材プールの拡大

デザイン人員数の推移

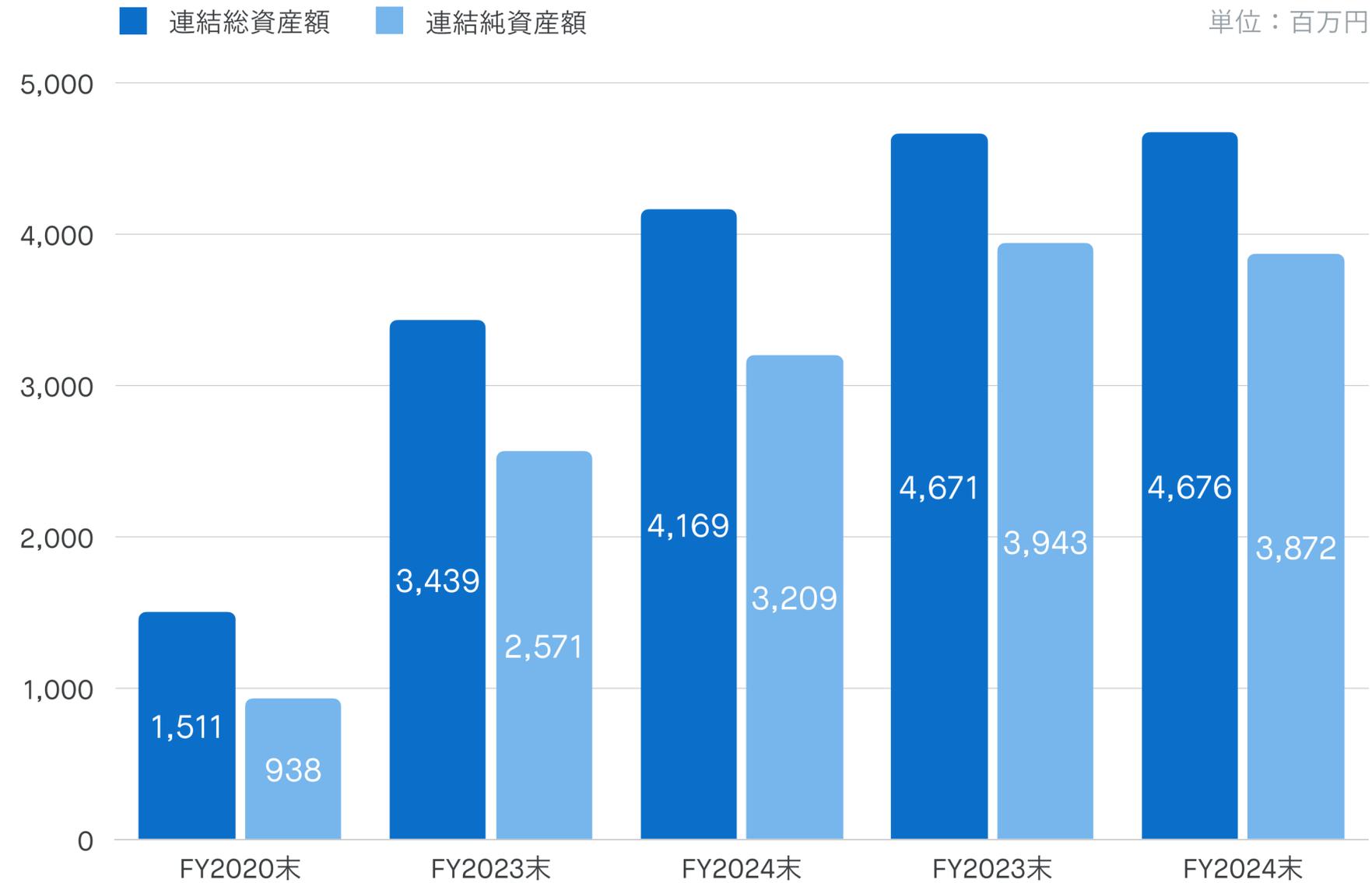


国内最大級のデザイン組織が 759名に拡大

- 正社員デザイナー数は161名でYoY +25名
- デザイン人材のリソース拡充のため、採用活動への積極的な投資の結果、46名を採用

総資産額・純資産額の拡大

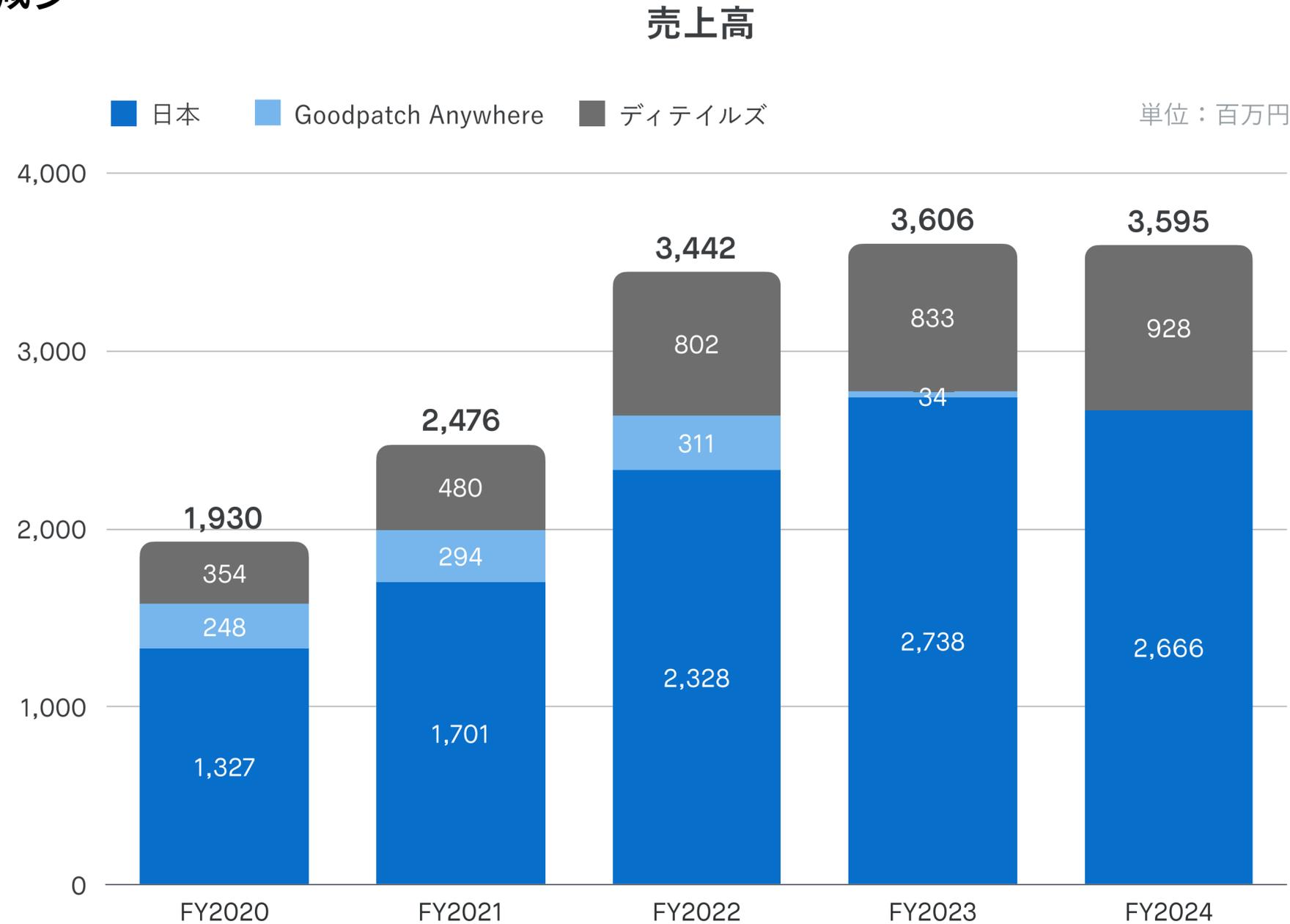
総資産額 / 純資産額



M&Aを見据え30億円以上の 実行資金を確保

- 自己資本比率82.3%と健全な財務状態を維持

売上高は横ばい、正社員デザイン部門の下半期の稼働低下により営業利益は減少

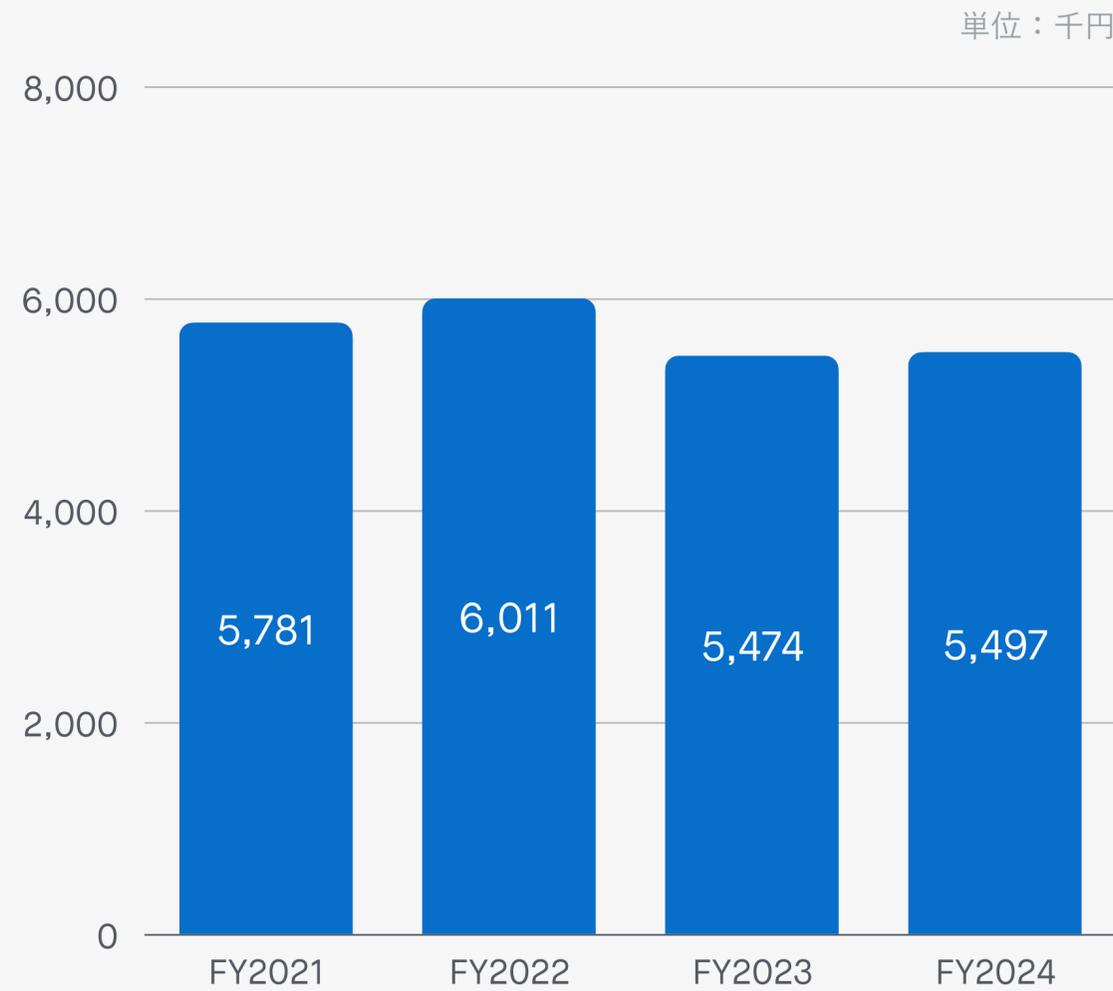


2024年8月期の売上高は35.9億円

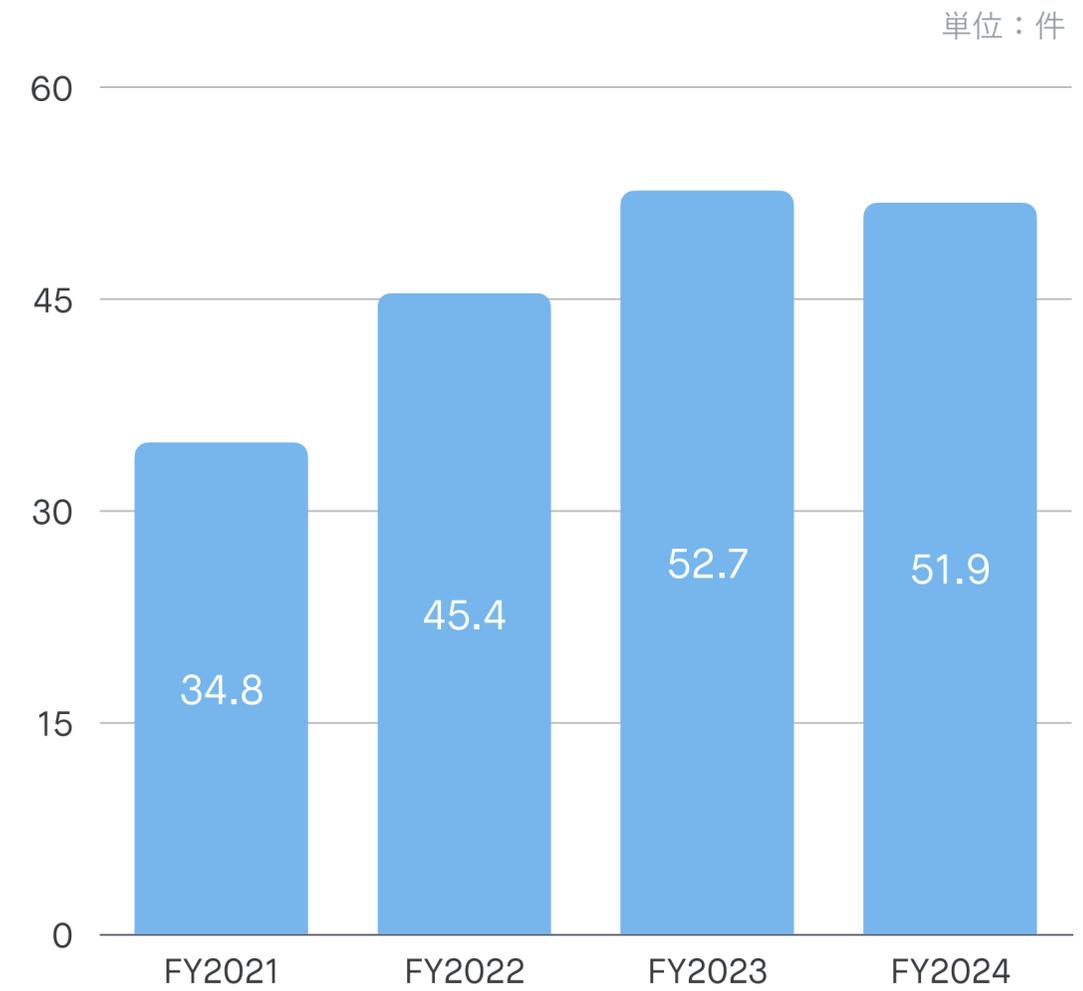
- 営業強化により新規獲得ペースを加速するも、3Qに失った継続プロジェクトの穴を埋めきれず、4月～7月は売上高がYoYでマイナス
- デザイナーの稼働は5月を底に緩やかに改善、8月は売上・利益共に前年同月を上回る

月額平均顧客単価および顧客社数はYoYでほぼ横ばい

月額平均顧客単価



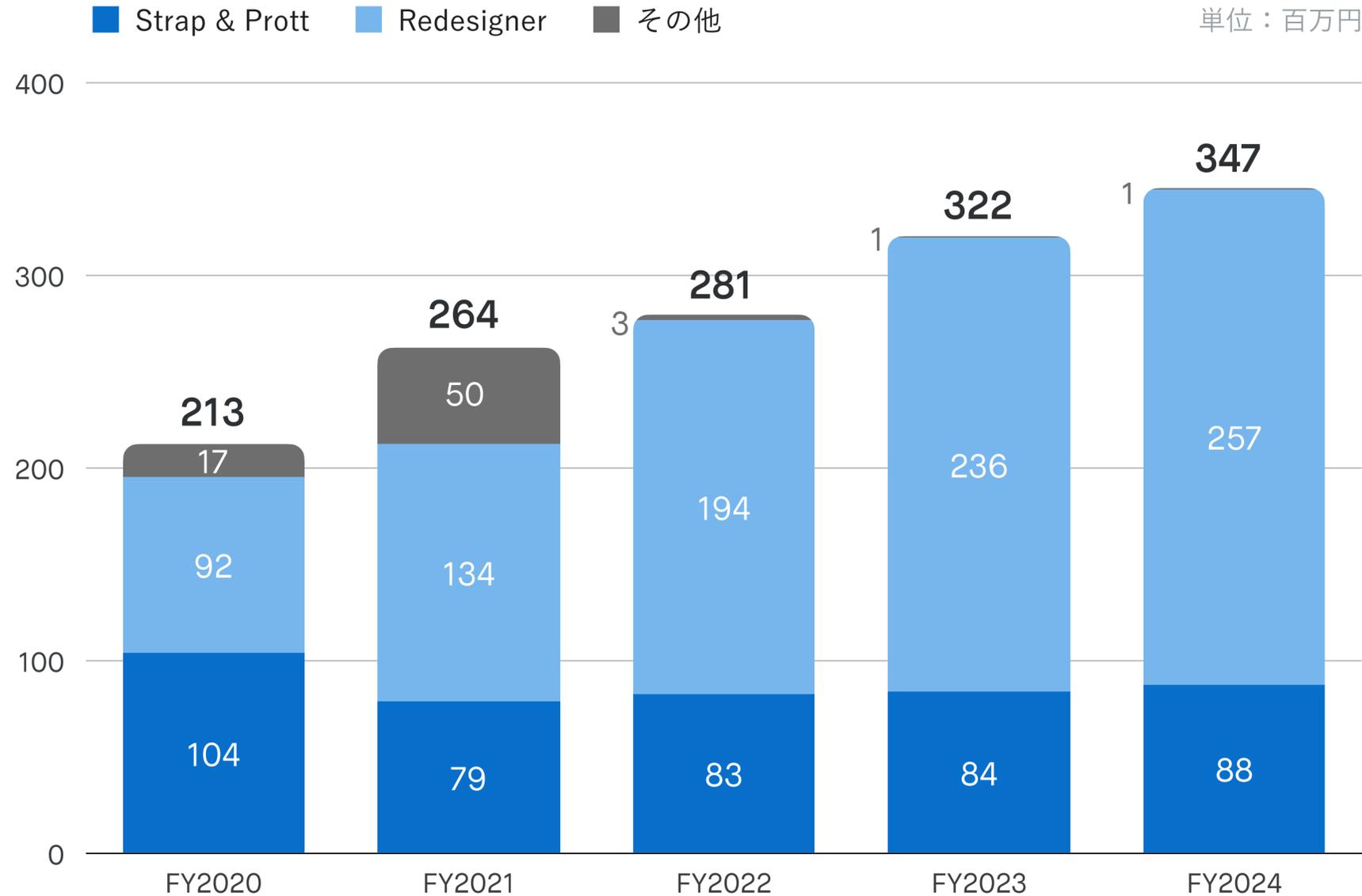
顧客社数



※Goodpatch Anywhere、ディテイルズを含む数値にて表示しております。

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



2024年8月期の売上高は 3.4億円

- ReDesignerは中途向けサービスはダイレクトリクルーティングと併存し、競争力を強化、新卒向けサービスは安定成長
- Strapはコンサルティングサービスを絡めた新価格体系で単価増を狙う、4Qにて最初の提供実績



※『Prott』は2024年8月31日をもってサービス提供を終了いたしました。

成長戦略

Mid-to-Long Term 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
イノベーションデザインカンパニーへ

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

FY2025 成長戦略

FY2025 Growth Strategy

営業強化に引き続き投資、人員拡充とソリューションの幅を広げ、継続率と単価を向上

有効商談数の最大化に向け、営業人員・マーケティング費用へ積極投資

マーケティング及びセールスを担当する営業部門の人材を継続的に強化

FY2024末

17名



FY2025末

22名

前年度比

(+68百万円)

新規案件の獲得を目指し、広告費を増加させ、SEO対策やウェビナーの実施など、マーケティング活動を強化

広告費 FY2024 年額

55百万円



FY2025 年額

76百万円 (+21百万円)

前年度比

FY2025

有効商談数目標

617件

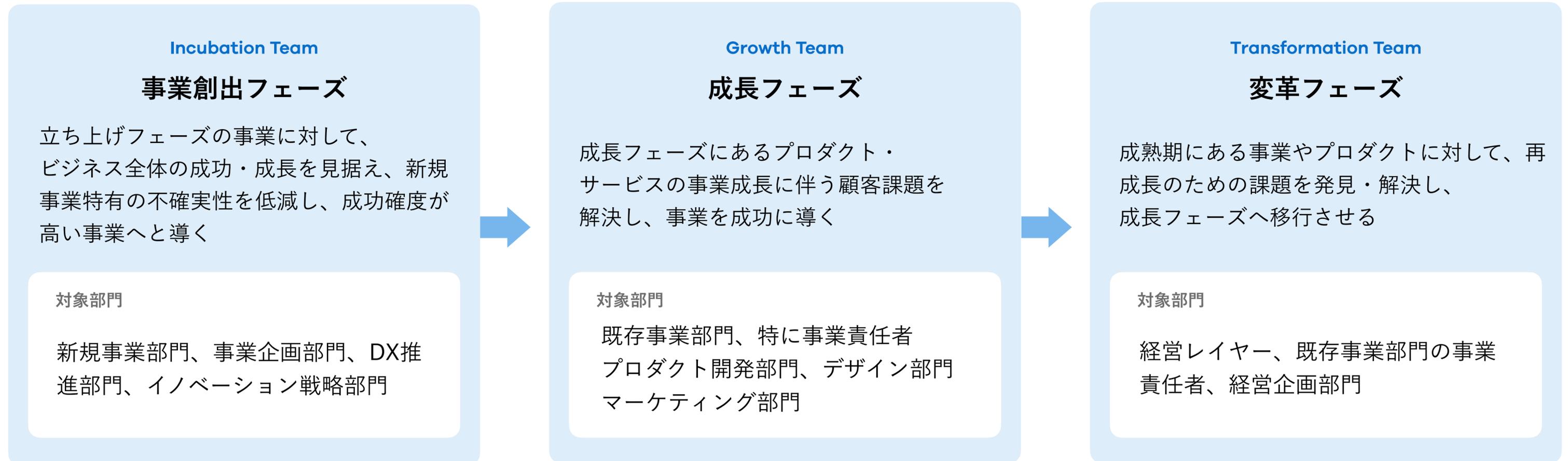
前年度比

(+82件 +15%)

既存案件の継続率向上と既存顧客からの拡張を図る

- デザイン組織内にプロデュースチームを新設し、顧客の事業課題に基づいた追加ソリューションや新サービス提案を増加させ、既存プロジェクトを拡張
- プロジェクト単価の向上を計るための提案力の強化や決裁権者同席のアポイント獲得の取り組みを強化
- 顧客の経営層と企業価値向上に向けた戦略的ディスカッションを行い、長期的なパートナーシップを築き、案件の継続と拡張の機会を創出

顧客のビジネスフェーズに分けたソリューション体制の構築



顧客の課題に寄り添ったデザイン支援を実践する

事業のグロースサイクルを意識し、顧客の状況に応じて適切なノウハウや人材の提供を行うため、事業創出フェーズ(Incubation)、成長フェーズ(Growth)、変革フェーズ(Transformation)の3チームのいずれかがプロジェクトオーナーとなり価値提供を行う

正社員デザイナーの採用は昨年度より抑え、Anywhere人材を活用

正社員デザイン組織

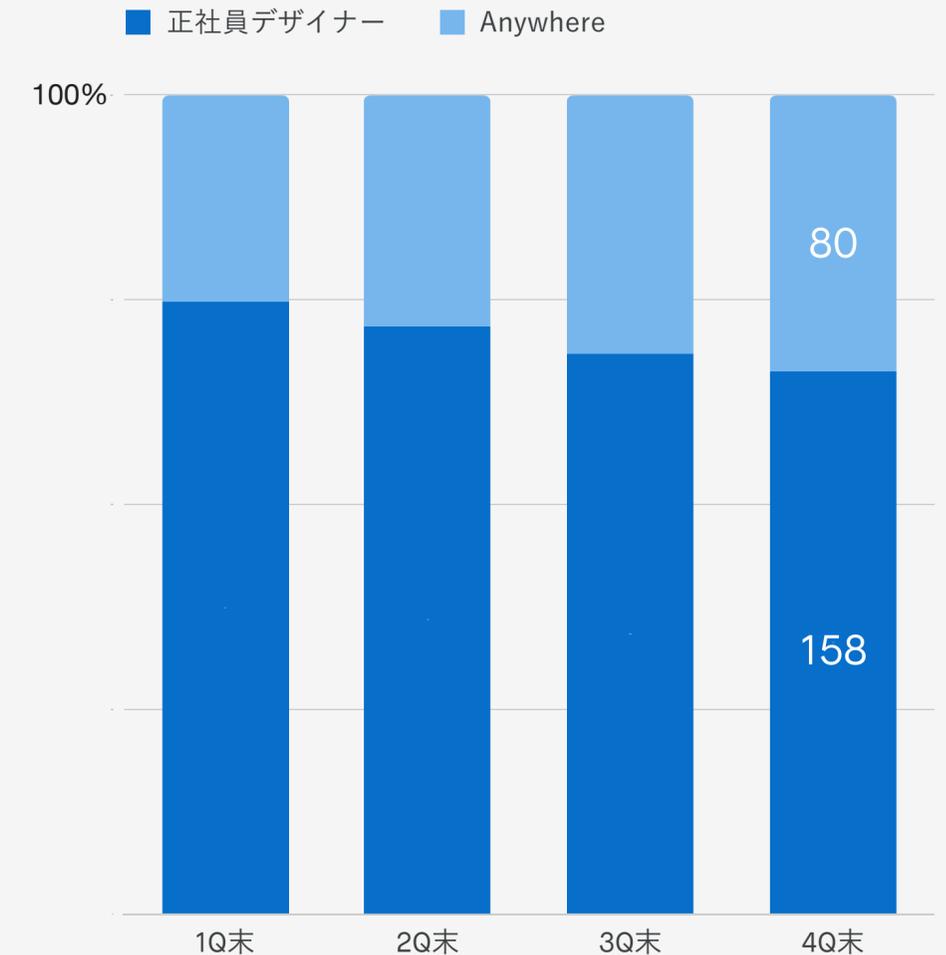
組織規模を維持し、内部稼働を向上させる

- 年間デザイナー採用数は31名を計画（YoYで-15名）、採用数と退職想定数をバランス
- デザイナー組織の規模を維持し4Q末で158名（YoYで-3名）
- 3Qの顧客の期の変わり目の変動に対しては前倒して継続獲得に取り組み、稼働の維持を図る
- また、稼働率を重要指標として評価制度にも組み込む

Anywhereデザイン組織（非正社員デザイン組織）

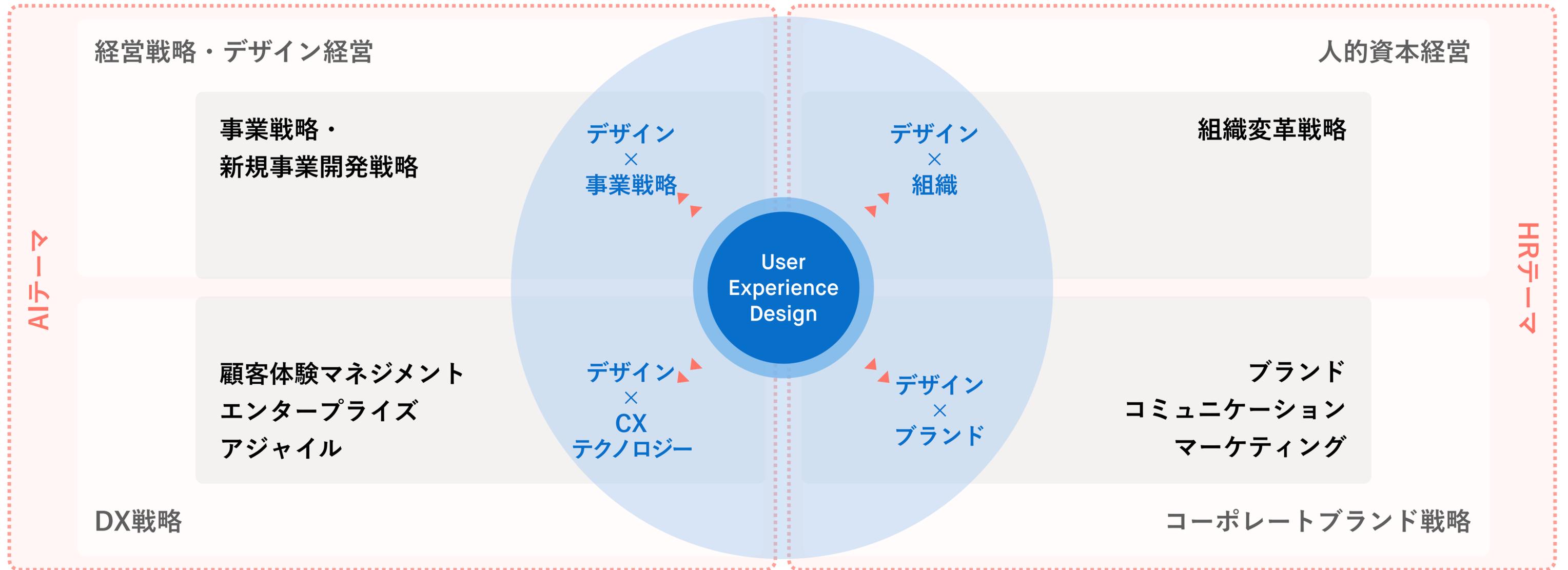
優秀なフリーランス人材の獲得と稼働率向上のための施策を実施

- AW稼働デザイナー数の向上 FY2024 4Q末 41名 → FY2025 4Q末 80名
- キャパシティ上限が柔軟に変動するため、急な需要変動への対策にもなる
- 柔軟な働き方を提供し、優秀な社外フリーランス人材を獲得する



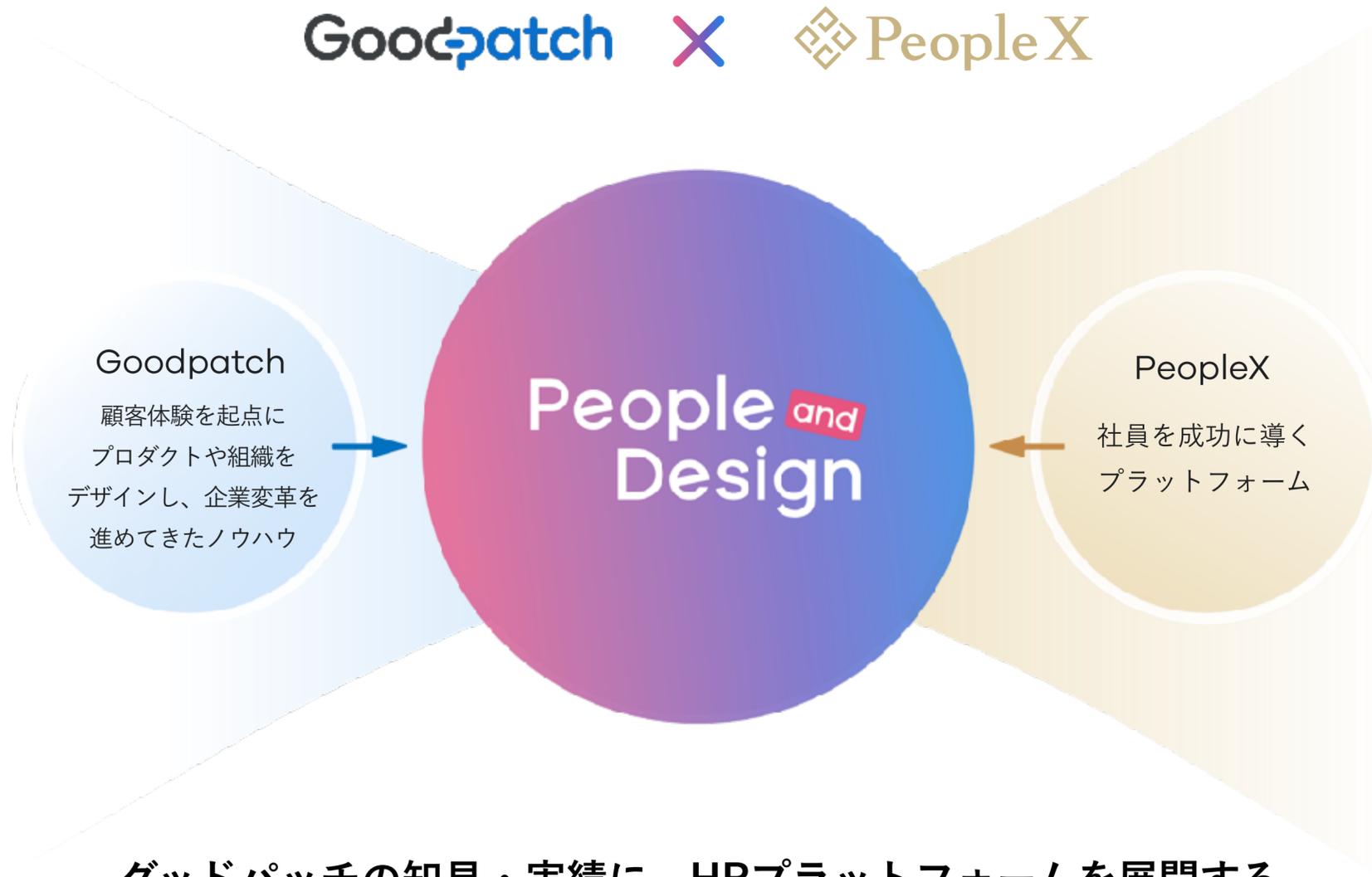
- Anywhereデザイナー = 変動費
- 正社員デザイナー = 固定費

HRとAIを4領域への拡張における重要テーマとして注力する



AIは経営戦略・DX戦略において、HRは人的資本経営・コーポレートブランドデザインにおいて
コアテーマとなるものとして設定

PeopleXと合併会社「ピープルアンドデザイン」を設立



グッドパッチの知見・実績に、HRプラットフォームを展開する
PeopleXの開発力・技術力を掛け合わせ、コンサルティングサービスとHR SaaSを提供

People and
Design

株式会社ピープルアンドデザイン

設立日	2024年10月1日
代表取締役	土屋 尚史
資本金	2,500万円
株主	株式会社グッドパッチ（51%）、 株式会社PeopleX（49%）
事業内容	People Experience（PX）を軸にしたHR コンサルティング、HR SaaS販売・導入支援
URL	https://pand.design/

※株式会社ピープルアンドデザインについてはプレスリリース（https://goodpatch.com/news/2024-10_peopleanddesign）をご確認ください

支援領域をHR（組織領域）へ拡張、今後はHRセグメントとしての事業拡大を目指す

Goodpatch グッドパッチはクライアントの事業支援と並行して組織変革支援、デジタル組織立ち上げ、VMV構築の支援など組織領域の支援を行ってきた

デザイン
パートナー事業の
バリューチェーン

HR領域における
デザイン
バリューチェーン



← デザイン組織に限らず幅広い組織課題にアプローチ →

← デザイン組織 →

People and Design

- HR戦略コンサルティング
- 採用戦略構築
- エンゲージメント向上支援

PEOPLEWORK • HR SaaS「PeopleWork」

Re Designer

- デザイナー人材紹介
- デザイナー採用プラットフォーム提供

HR領域の拡張のためにM&Aも積極的に検討

デザインの知見を活かしAI領域を開拓 「使われる」AIプロダクトを作るためには テクノロジーと体験の組み合わせが必要

AI領域で複数の事業立ち上げをリードした木村が参画



執行役員
デザインパートナー事業管掌
AIソリューション開発

木村 直樹

経歴

シグマクシスやデロイトトーマツコンサルティングにて人事制度設計や組織再編プロジェクト担当などを務めた後、エクサウィザーズにて、DX人材育成の新規事業の立ち上げを成功させ、直近では法人向け生成AIプロダクト事業責任者として初年度よりARR6.2億円を獲得、2024年10月にグッドパッチ入社

Algomatic社[※]と提携し、積極的なアクションを開始

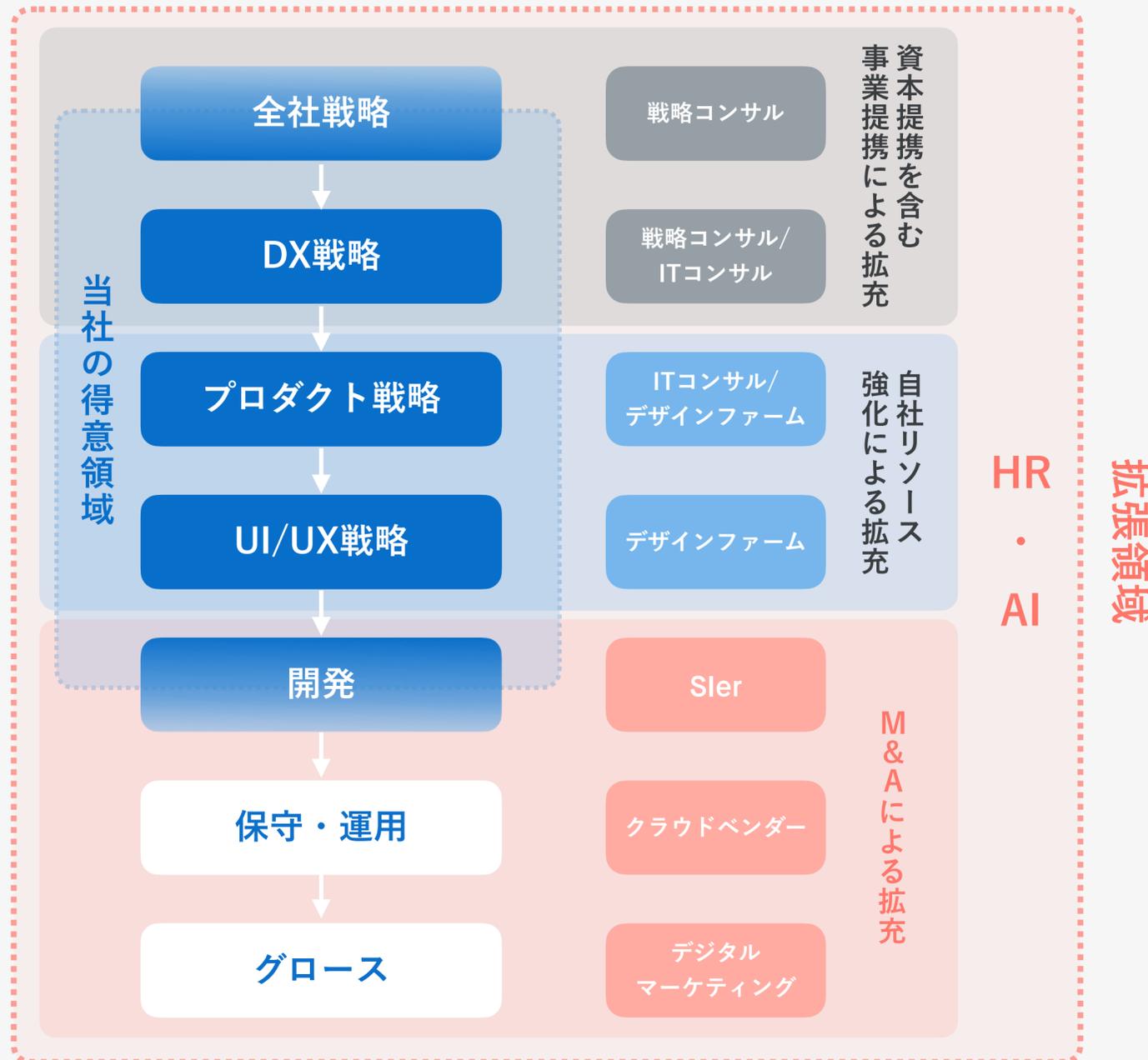


グッドパッチとAlgomatic社が協力して課題探索ワークショップ、仮説検証開発（PoC）、開発体制支援等を共同提供

課題解決の例

- プロダクト開発の初期段階での方向性の決定
- ユーザーのニーズに基づいたAI機能の組み込み
- データ基盤の設計や運用のノウハウ不足の解消

バリューチェーンの拡充だけでなく、 事業領域の拡張にもM&Aを活用



企業変革支援に必要なケイパビリティをM&Aによって獲得

- 基本M&A戦略としてはDXのバリューチェーン拡張
- それ以外の重点M&Aソーシング領域としてはHR領域、AI領域を中心にしながら、他にも可能性のある領域は飛び地でもM&Aの対象として見ていく

今後のM&Aへの活用のために自己株式取得を決定

- 自己株式の取得を決定
取得金額は1.5億円、自己株式をM&Aに活用するため

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）を設定 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

- 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
- カーボンオフセットの実施
- ウェブアクセシビリティの向上

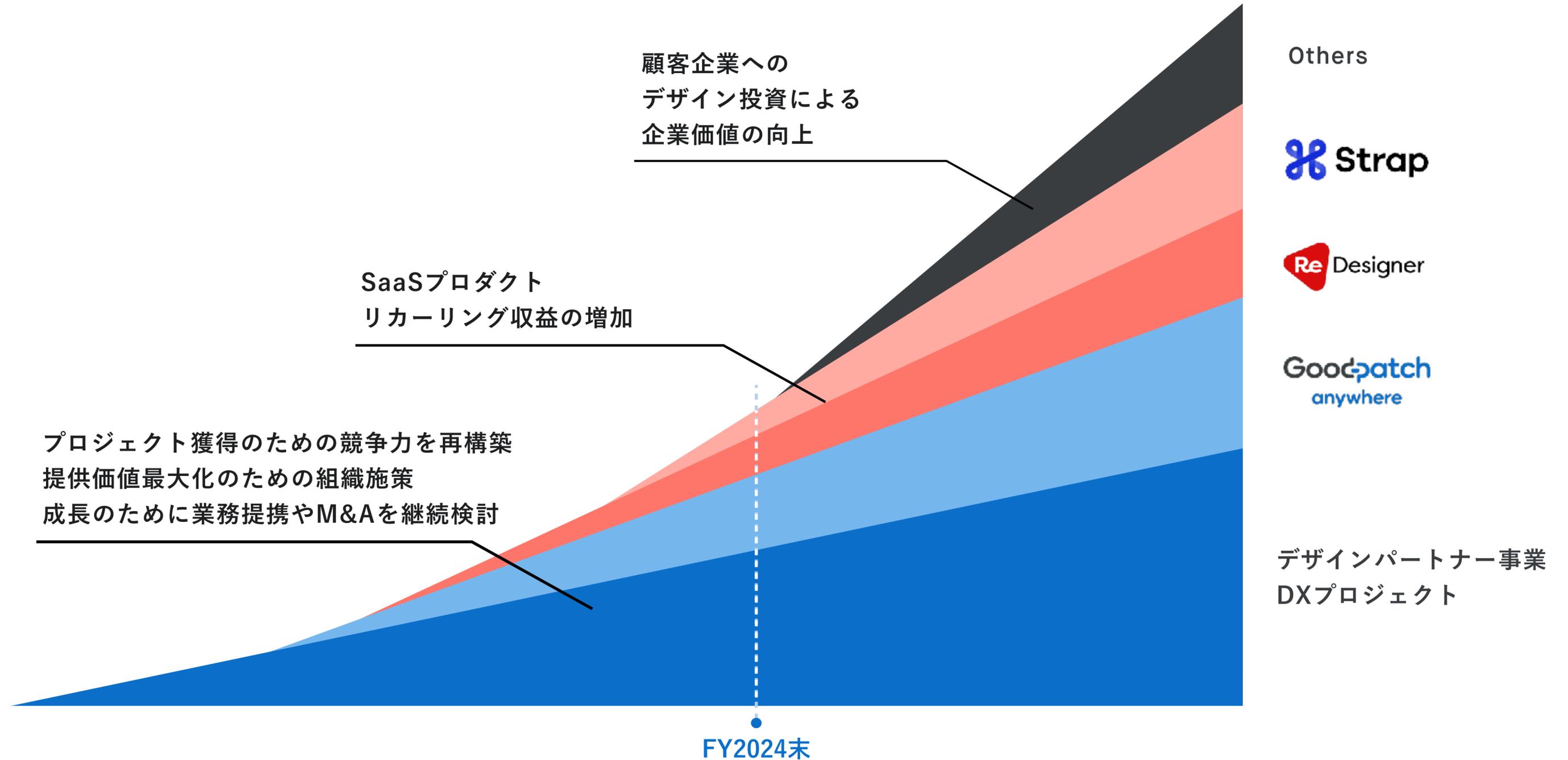


Design with Governance

- 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、引き続き早期に売上高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

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。

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

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

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。採用チャン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務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。

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

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

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。

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

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設立。2022年4月、株式会社丸井グループとの合併会社、株式会社Muture設立、取締役就任。2023年6月、株式会社丸井グループ執行役員CDXO就任。2024年9月、株式会社マルイユナイト取締役就任。2024年10月、株式会社PeopleXとの合併会社、株式会社ピープルアンドデザイン設立、代表取締役社長就任。



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・経営企画・IR・IT・総務。



執行役員 / CHRO

井出 日彦

松下電器産業（現パナソニックホールディングス）、日産自動車、レノバを経て、2022年9月にグッドパッチ入社。2023年3月よりPeople Empowerment室長に、2024年9月より執行役員CHROに就任。主な管掌領域は、People Empowerment 室（人事・労務）。



執行役員

木村 直樹

大学で起業を経験した後、三井住友ファイナンス&リースに入社。デロイトトーマツコンサルティング、エクサウィザーズなどを経て、2024年10月グッドパッチ執行役員に就任。主な管掌領域は、デザインパートナー事業。

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、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。

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 ”DRIVE 180° ”

デザインコンセプト「DRIVE 180°」には、
これからの道を切り拓くのは一人ひとりの意思であるという決意が
込められています。

グッドパッチは2024年6月で上場から4年が経過しましたが、
この数年間でデザインを取り巻く環境は大きく変化しています。
ビジネス環境の変化やITの進歩により、デザインやデザイナーに対する
評価や議論も変わってきています。コモディティ化し、AIに代替される
と予言される職種も増えている中、「デザイン」もその波に
飲み込まれる可能性があります。しかしながら、グッドパッチは
過去に何度も危機を乗り越えてきた会社です。

その度にたくさんの逆転劇がメンバーの意思によって生まれました。
そして、これからの道を切り拓く逆転劇も、きっとデザインの力を
信じる私たち自身の意思から始まると考えています。



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2025年11月頃を目途として開示を行う予定です。2025年8月期業績予想につきましては、2024年10月15日にTDnetで開示しております「2024年8月期通期決算説明資料」をご参照ください。

Goodpatch

Design to empower ♥