

2025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）

2025年1月14日

01 FY2025 1Q 業績ハイライト

02 FY2025 各事業の状況

03 FY2025 1Q TOPICS

04 成長戦略

05 APPENDIX

FY2025 1Q 業績ハイライト

売上高は約12.1億円と大きく成長 (YoY+18.5%)

営業利益も約1.3億円と高水準、年間計画の6割を超過し順調に推移

売上高

1,214 百万円

前年同期比 (増減)

+18.5% (+190百万円)

売上高は前年同期比で+18.5%、190百万円の増加と堅調な滑り出しとなった。

プロジェクトの獲得が進み、パートナー事業のデザイナー稼働が計画比プラスで進捗したため。

営業利益

+128 百万円

前年同期比 (増減)

- (+156百万円)

デザイナー稼働が好調に推移し、利益効率が向上、二桁を超える営業利益率 (10.6%)

となった。
利益面は計画比にて先行し進捗している状況。

FY2025 1Q（9-11月）KPIハイライト

月額平均
顧客単価

5,868 千円

前年同期比（増減）
+4.7% (+265千円)年間計画
5,200 千円

デザインを起点とした開発を含む大型プロジェクトを複数獲得したため月額平均顧客単価が向上した。また、既存顧客からの受注に加え、継続プロジェクトが安定したため、顧客社数も積み上がり、年間計画に近い水準に達した。

顧客社数

60.7 社

前年同期比（増減）
+13.8% (+7.4社)年間計画
60.0 社デザイナー数
FY2025 1Q末

157 名

前年同期比（増減）
+11.3% (+16名)年間計画
158 名

デザイナー数は計画通りに推移している。部門間異動により前四半期比で純減となったが、稼働率が高く収益に貢献した。

有効商談数
FY2025 1Q実績

157 件

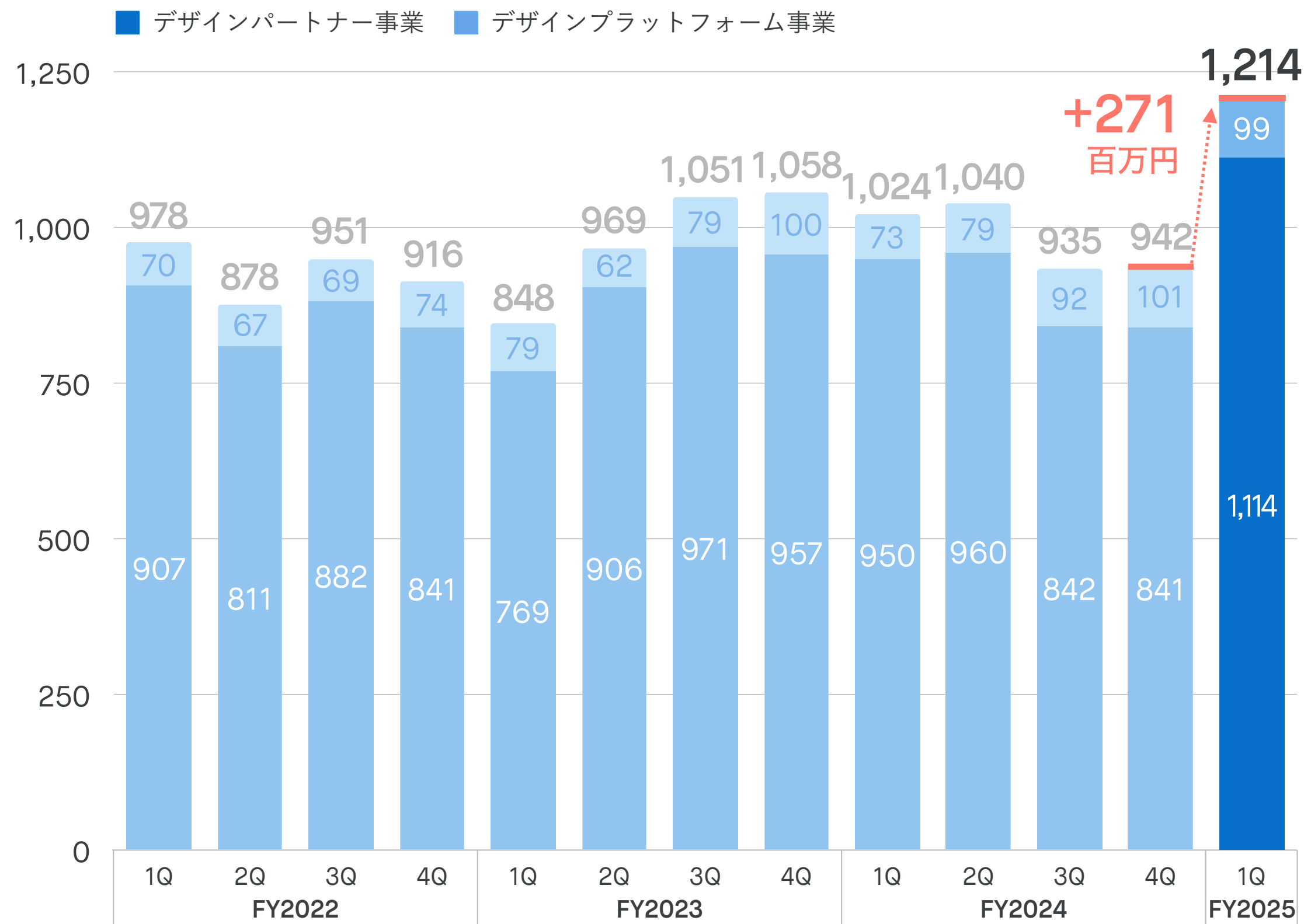
前年同期比（増減）
+15.4% (+21件)年間計画
617 件

年間計画の概ね1/4に到達、前年度と比較しても順調な増加ペース。既存顧客企業へのアプローチを強化した結果、有効商談数が増加した。

プロジェクト稼働が好転、売上高は前四半期から約2.7億円上乘せ これにより損益分岐点を大きく超過し、営業利益は約1.3億円の改善

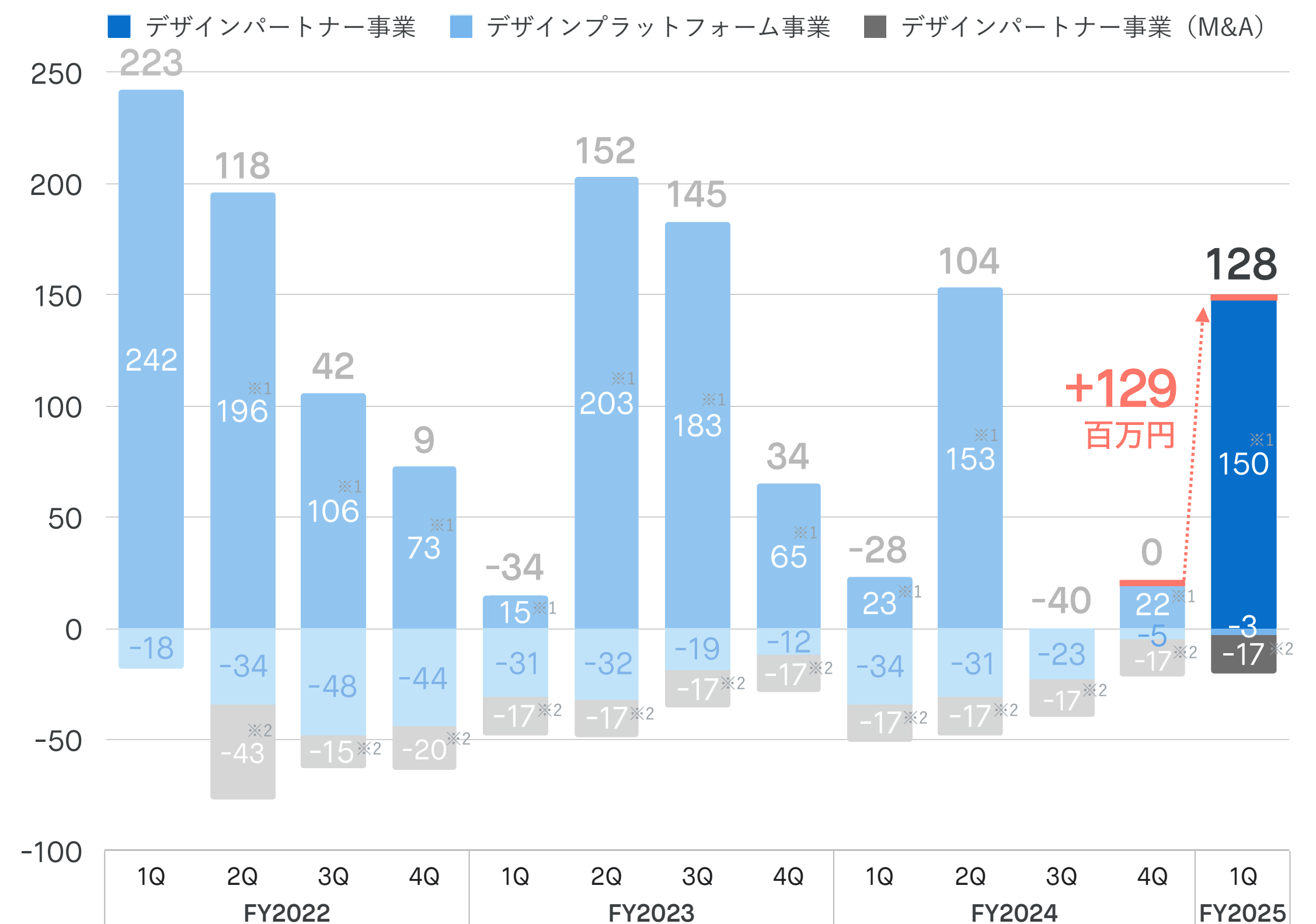
売上高

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からFY2025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安定し、デザイナー稼働率が改善 売上・利益ともに順調

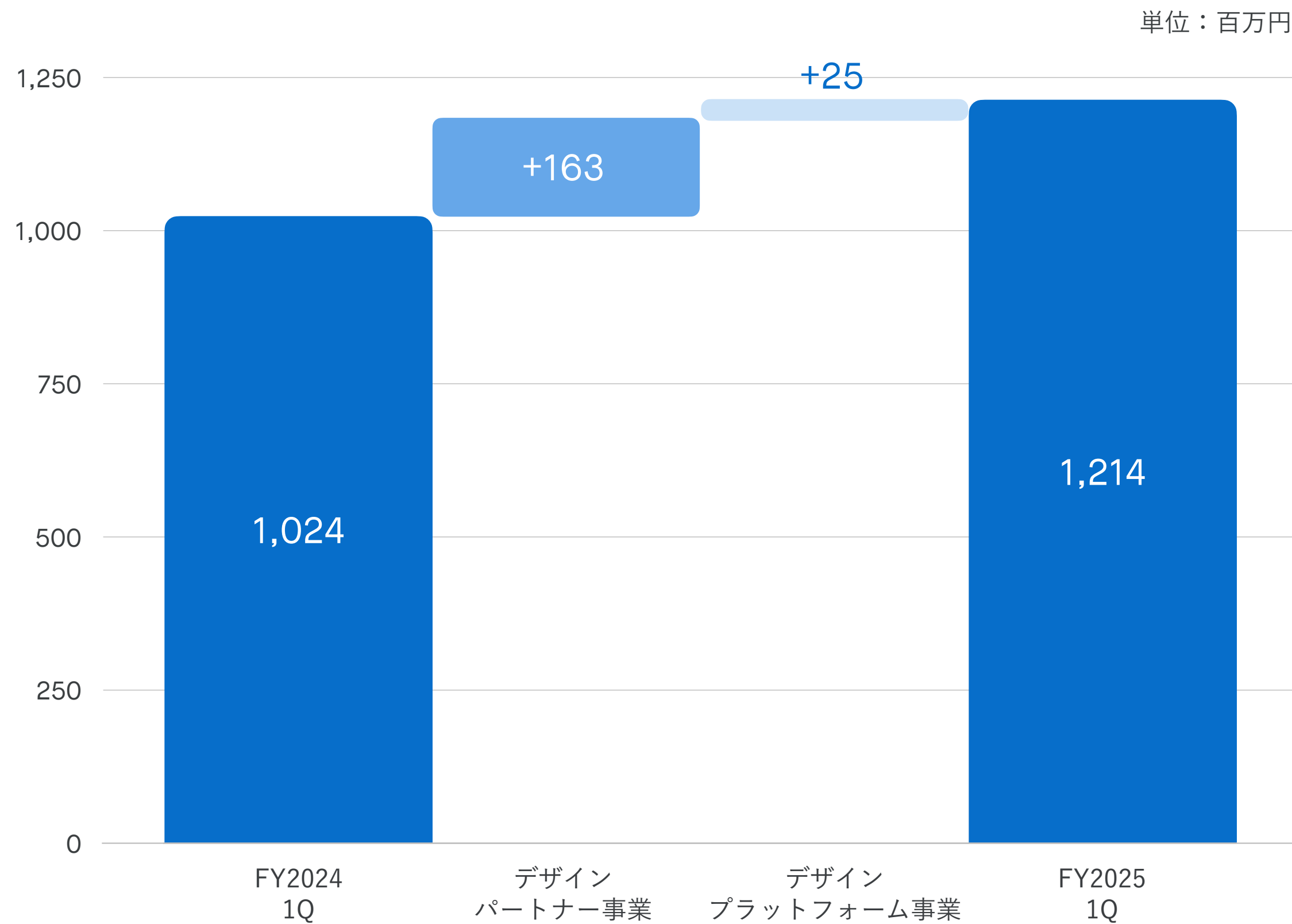
連結損益計算書（9-11月）

単位：百万円

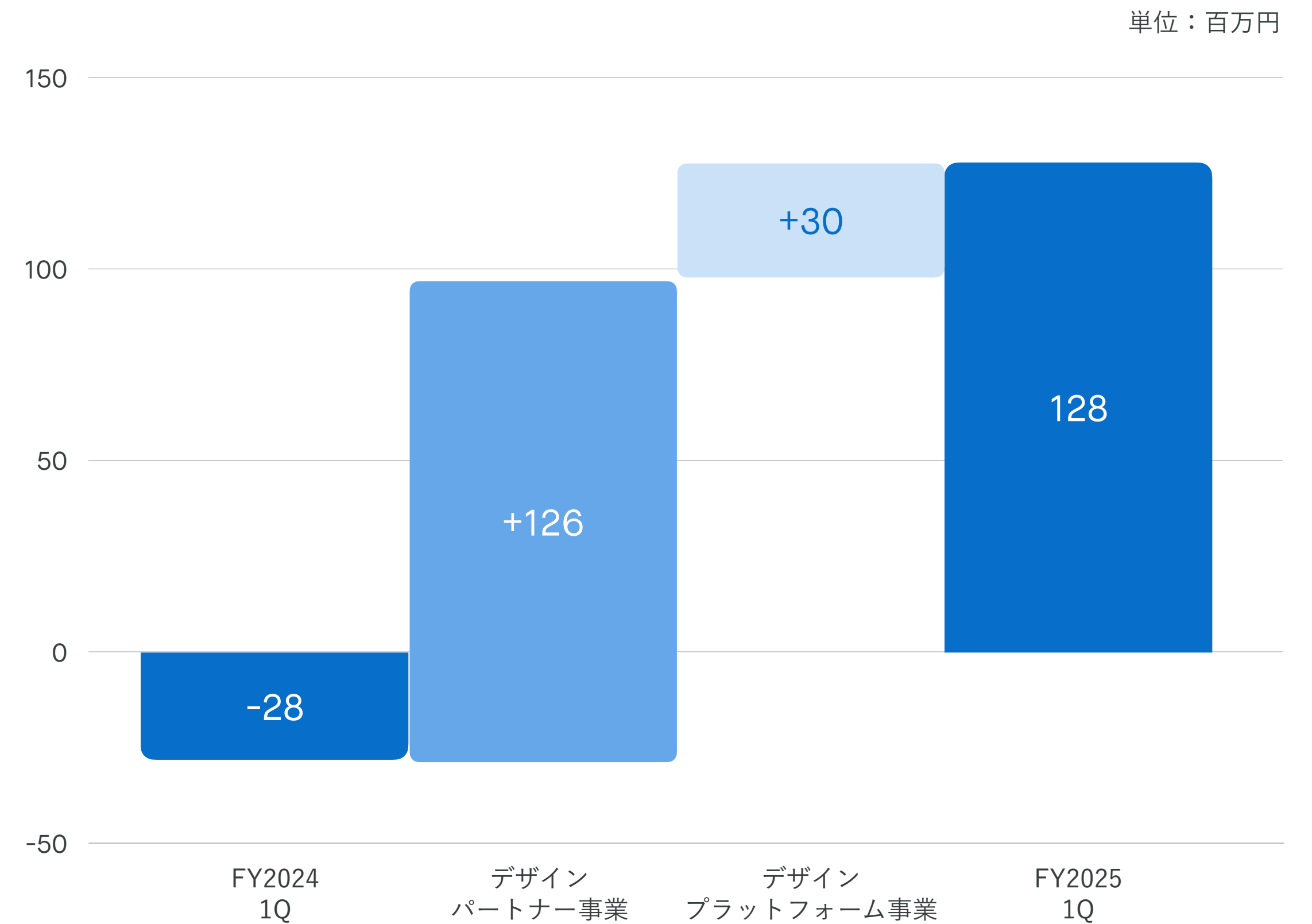
	FY2024 1Q	FY2024 4Q	FY2025 1Q	YoY 増減	QoQ 増減	通期業績予想	進捗率
売上高	1,024	942	1,214	+18.5%	+28.8%	4,380	27.7%
売上総利益	501	550	682	+36.2%	+24.1%	-	-
売上総利益率	48.9%	58.4%	56.2%	+7.3pt	-2.1pt	-	-
販売費及び一般管理費	529	551	553	+4.6%	+0.5%	-	-
営業利益	-28	0	128	-	-	204	63.1%
営業利益率	-2.8%	-0.1%	10.6%	+13.4pt	+10.7pt	4.7%	-
経常利益	-29	4	131	-	27.6倍	195	67.5%
当期純利益	-30	0	89	-	-	113	78.8%

パートナー事業は売上高・営業利益ともに大きく伸長 プラットフォーム事業の収益性の改善も全社の収益性向上に貢献

売上高



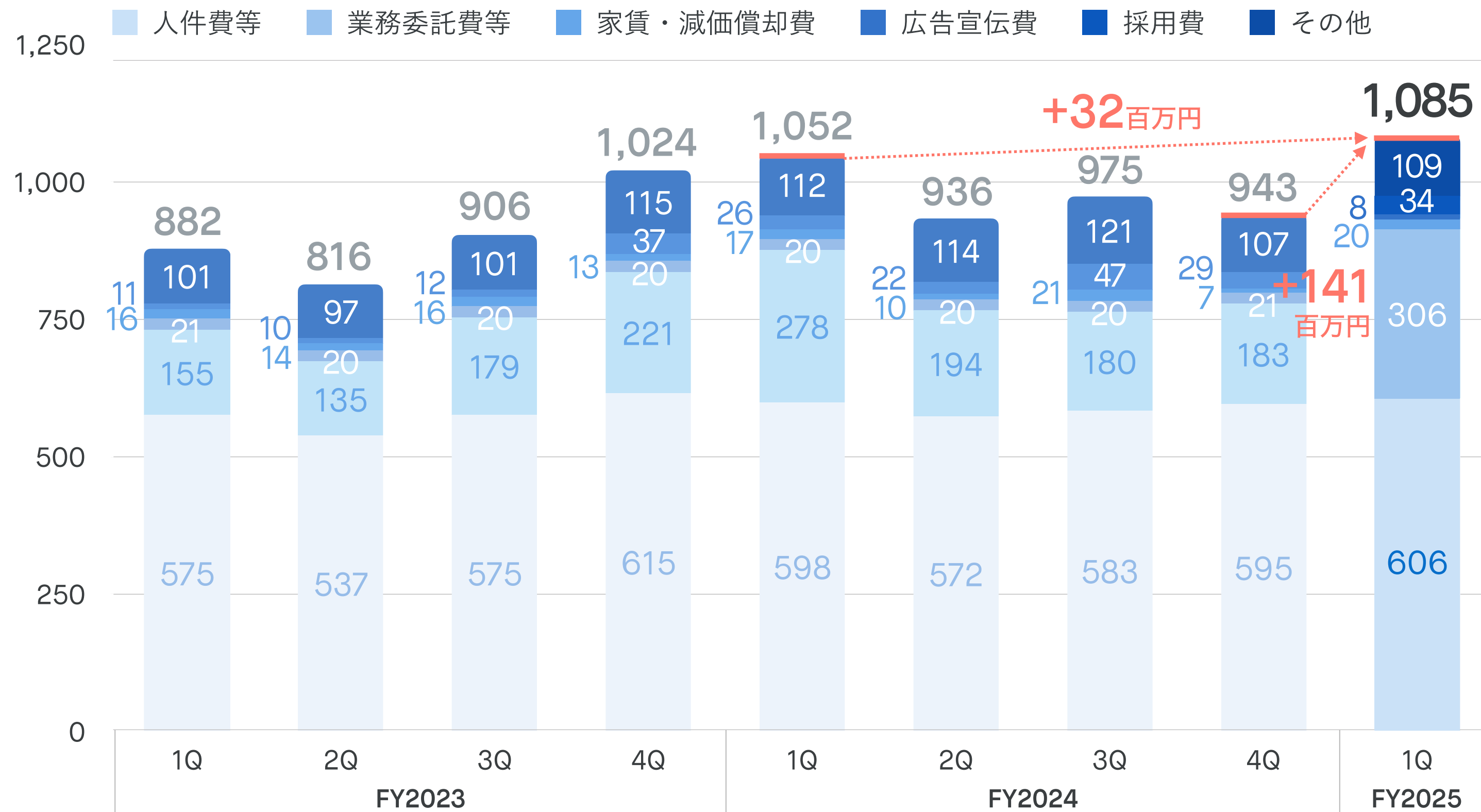
営業利益



総費用は10.9億円とYoYで3.1%増加、売上の成長(+1.9億円)に比して微増にとどまる 前四半期と比較すると1.4億円の増加となるが、順調な売上成長により費用増を吸収

費用構成の推移

単位：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。

- プロジェクト稼働を補助する
社外デザイン人材を積極活用したため、
業務委託費用が増加した。
- FY2024 1Qと同様、当四半期にも
制作プロジェクトに伴う
外部クリエイター費用が含まれるが、
売上高の成長に伴い費用効率が上昇し、
売上総利益率は56.2%とFY2024平均の
55.4%から上昇している。

順調な事業進捗、特に利益面においては進捗率が高い

下半期の業績見通しを慎重に精査する必要があるため当初計画を維持

FY2025 通期業績予想 (2024/10/15発表)

売上高

4,380 百万円 前年度比 (+11.1%)

営業利益

204 百万円 前年度比 (+約5.9倍)

経常利益

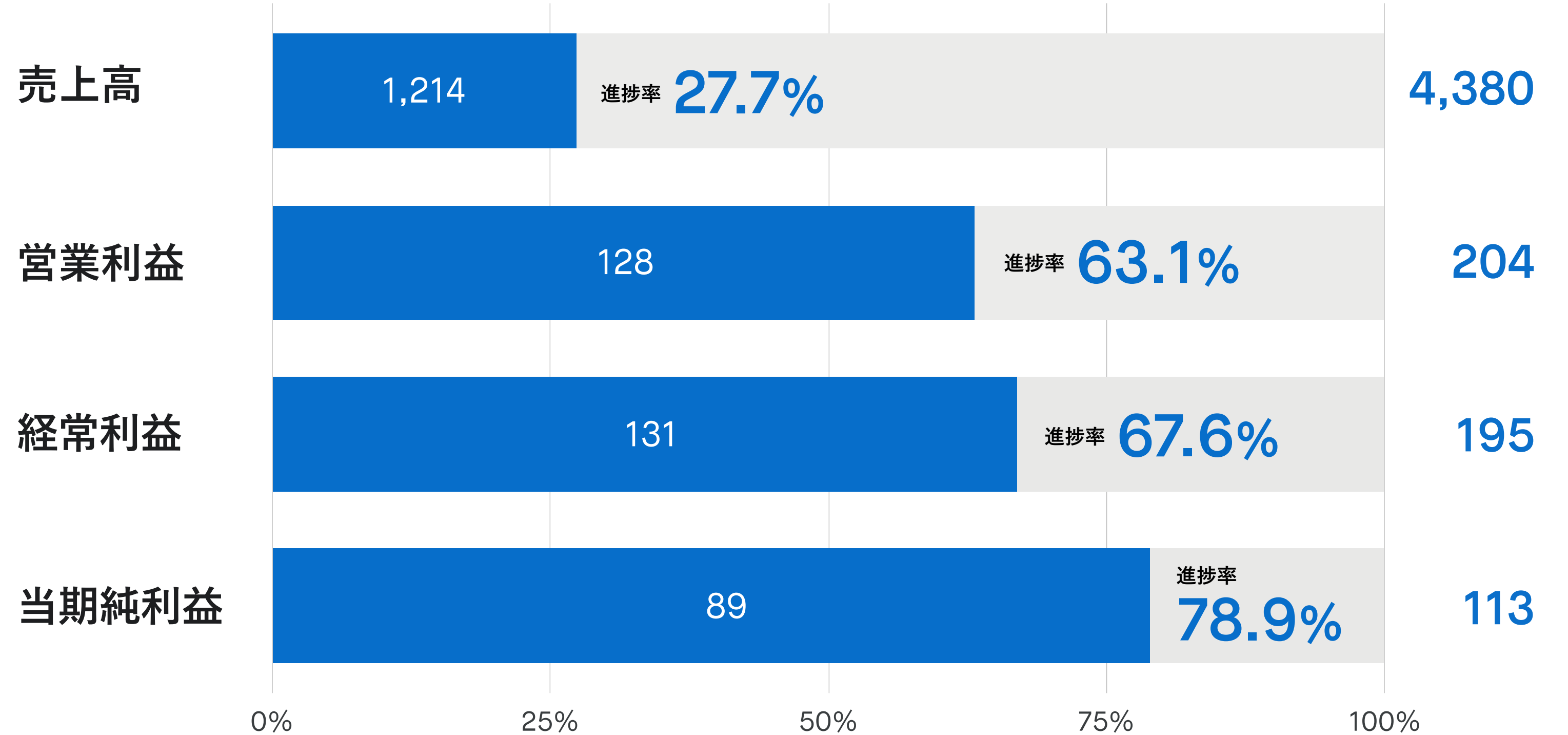
195 百万円 前年度比 (+約4.2倍)

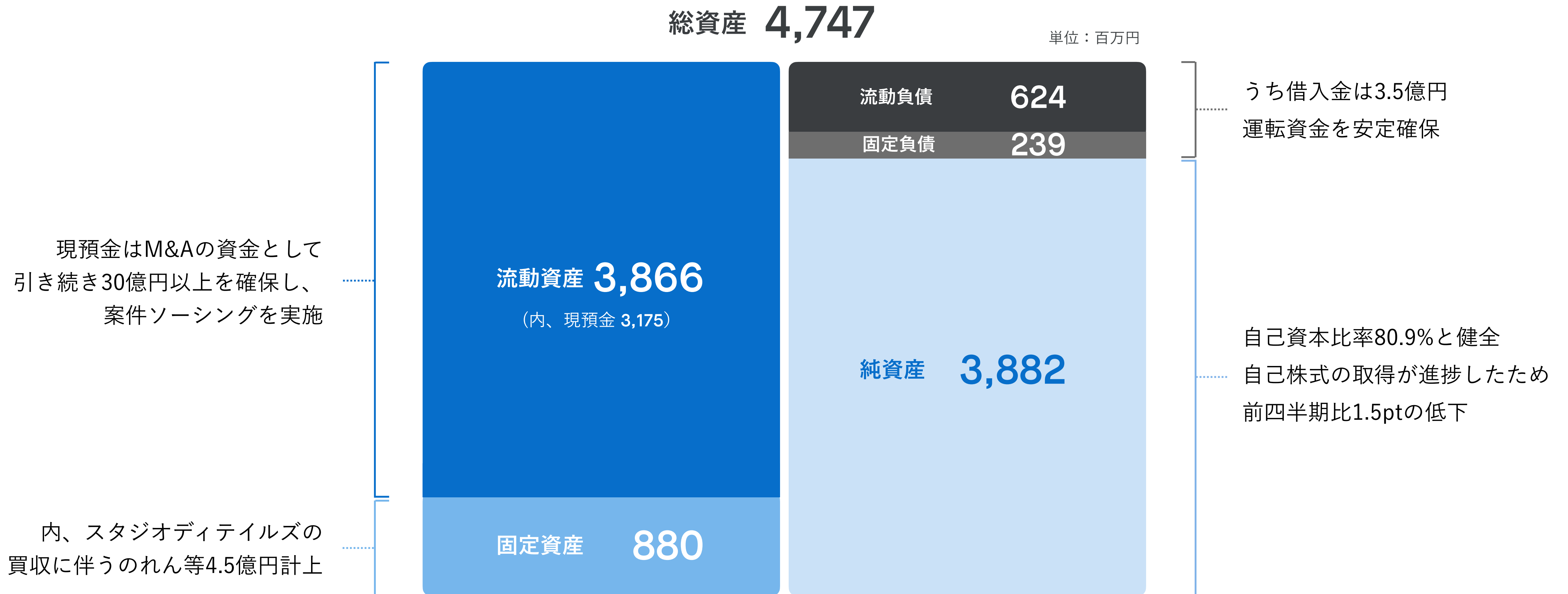
当期純利益

113 百万円 前年度比 (+約9.8倍)

FY2025 1Q終了時点の進捗状況

単位：百万円



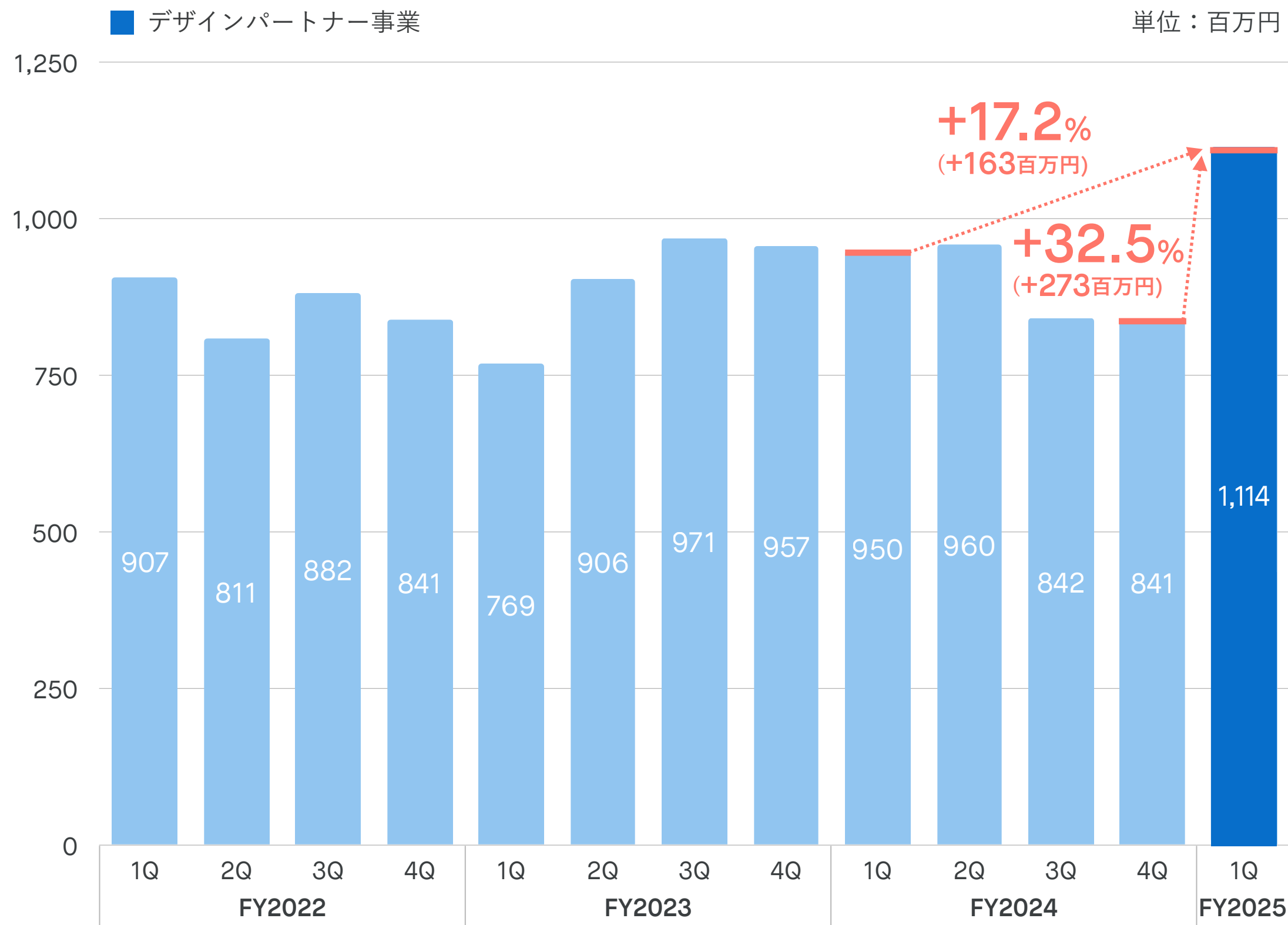
M&Aを見据え、自己株式の取得を実施[※]かつ現預金が厚い状態を維持

[※] 2024年10月15日付「自己株式取得に係る事項の決定に関するお知らせ」にて1.5億円の自己株式取得を行う旨を開示しております。
 なお、当該自己株式の取得につきましては、2024年12月20日にて完了しております。詳細は2024年12月23日付「自己株式の取得状況及び取得終了に関するお知らせ」をご参照ください。
[※] 株式会社ビーブルアンドデザインはFY2025 1Qにつきましては貸借対照表のみ連結しております。

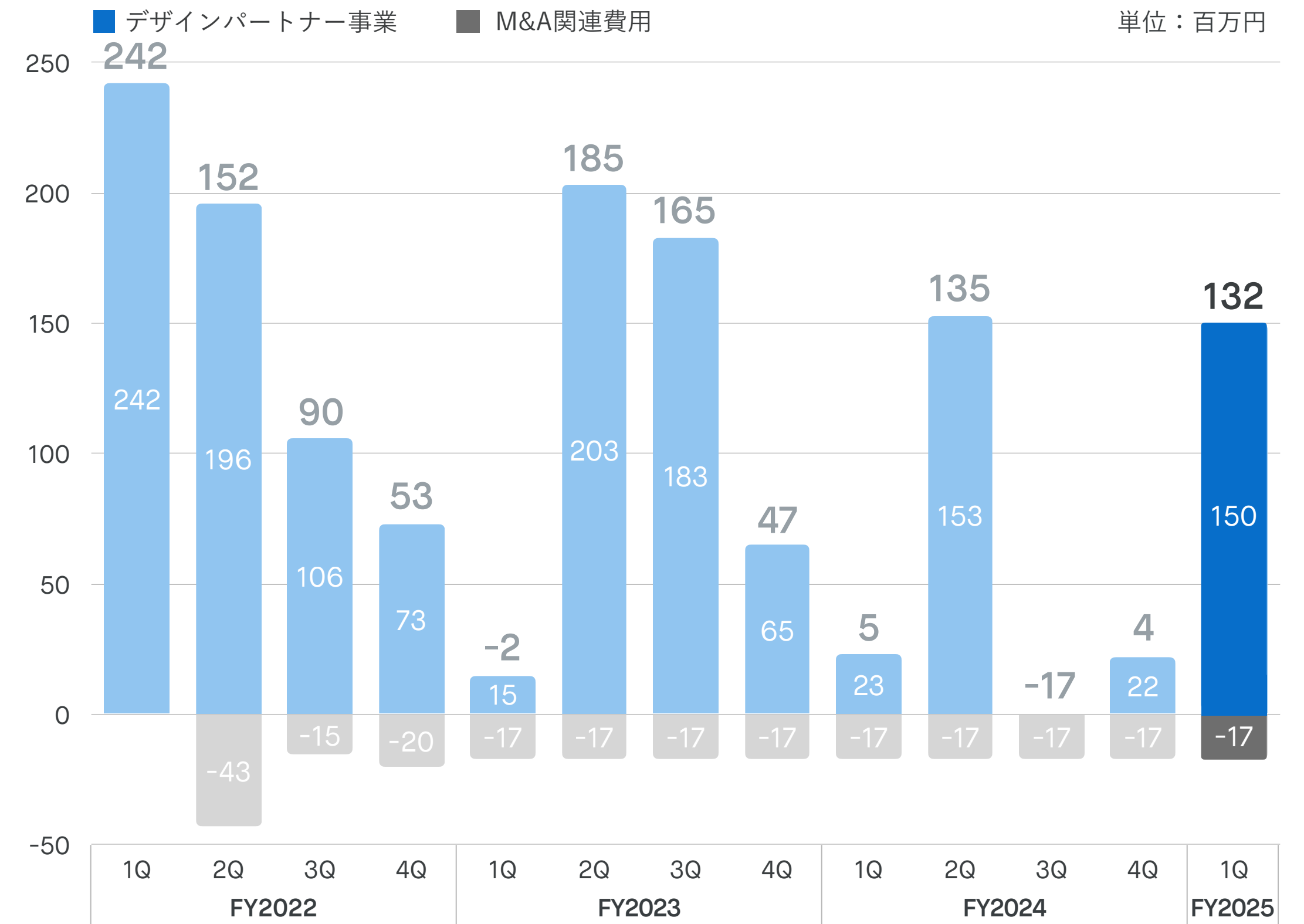
各事業の状況

好調なプロジェクト獲得によりデザイナー稼働率が高水準となり売上高が伸長 費用増（主に人件費、業務委託費）を吸収し、営業利益率が大きく改善

売上高



営業利益



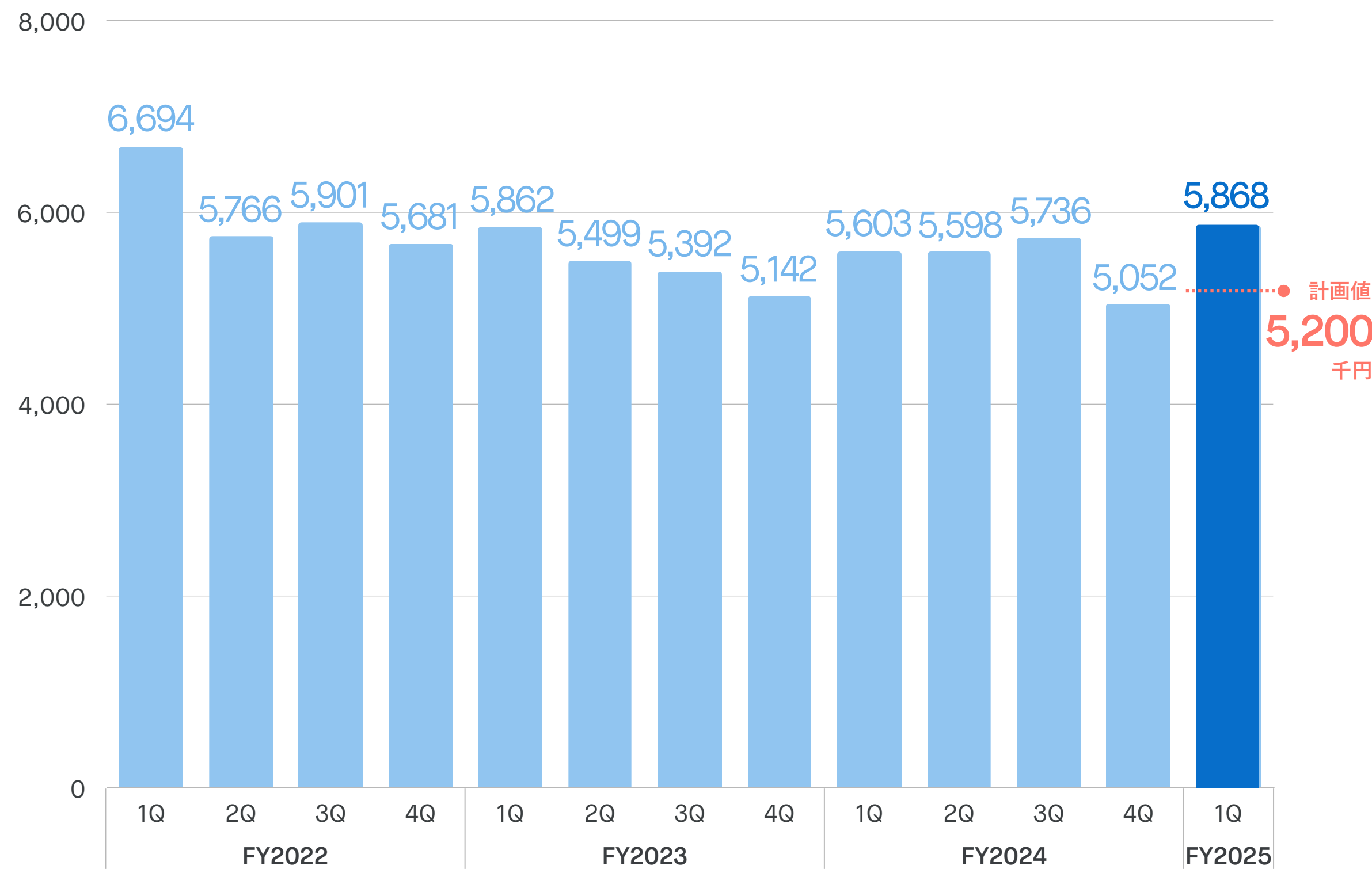
※ 営業利益はM&A関連費用を除いております。（M&A関連費用として、FY2022では取得関連費用・のれん償却額等、FY2023からFY2025ではのれん償却額等を計上しております。）

開発を含む大型プロジェクトを複数積み上げ、平均顧客単価が上昇 前年度下期に獲得した顧客のプロジェクト継続が順調、顧客社数も計画水準に

デザインパートナー事業 売上分解指標

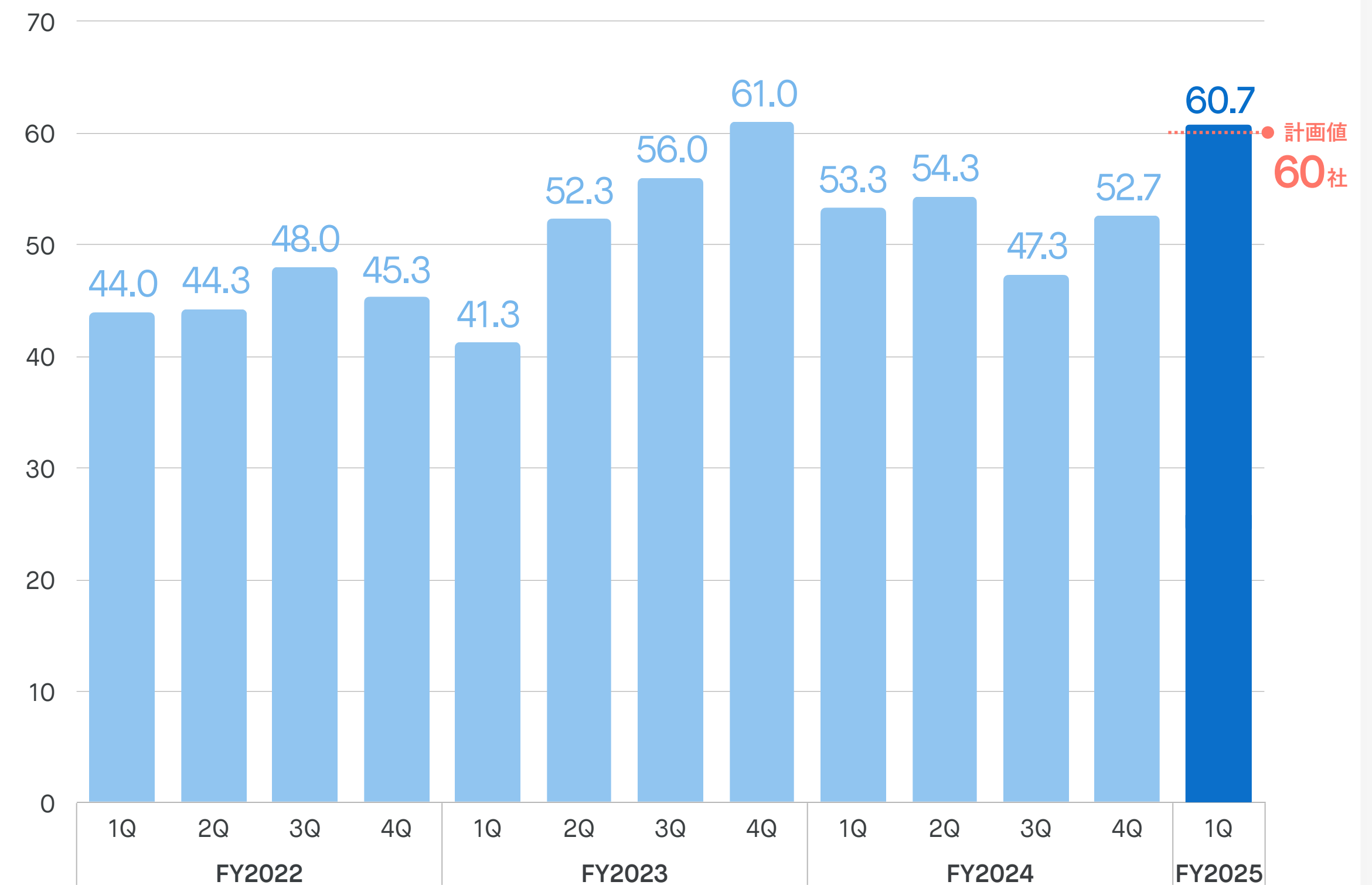
月額平均顧客単価

単位：千円



顧客社数

単位：社

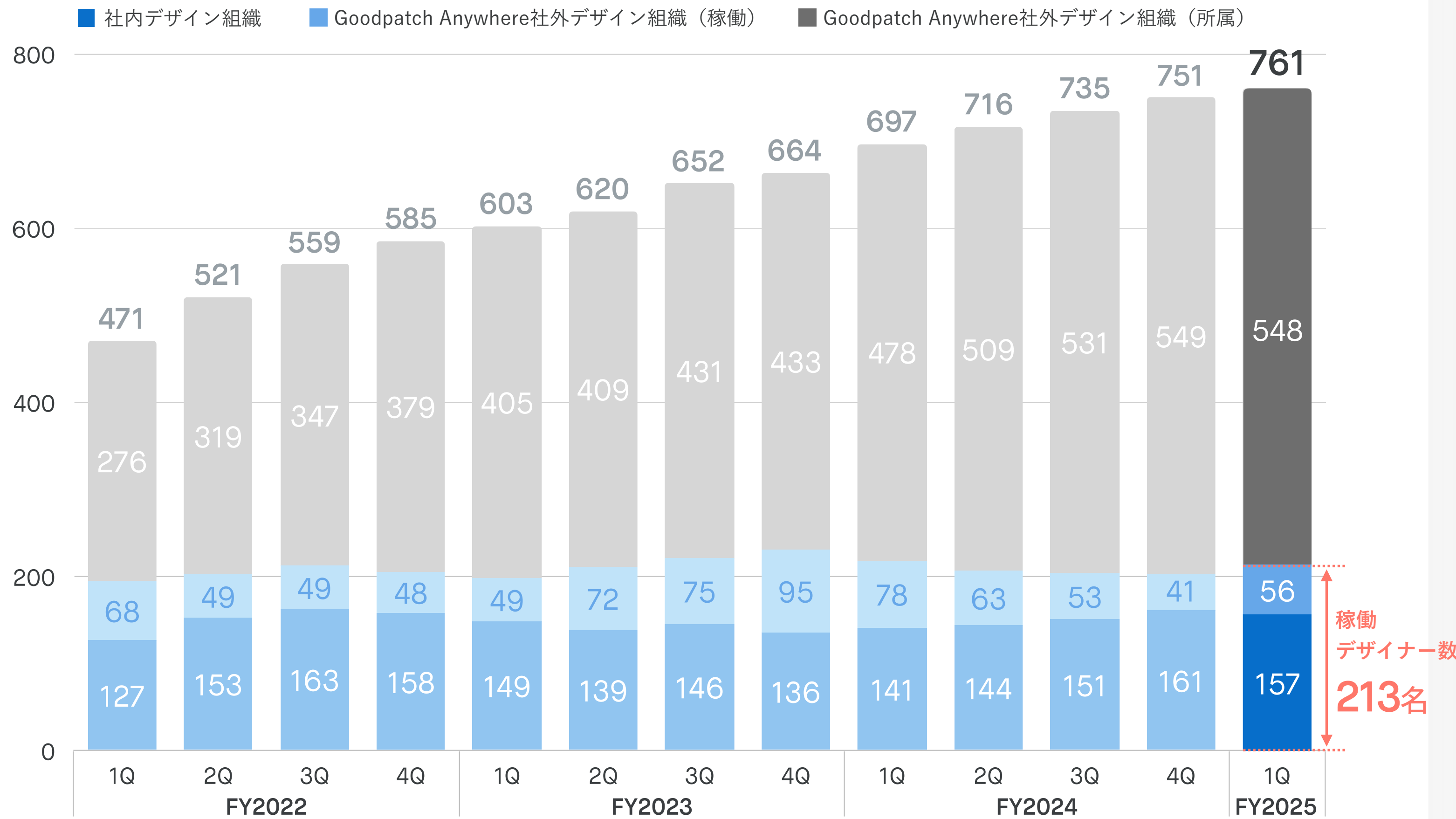


※ Goodpatch Anywhere、ディテイルズを含む数値にて表示しております。

稼働デザイナー数は213名、前四半期から一転し高稼働となる

デザイン人員数の推移

単位：名

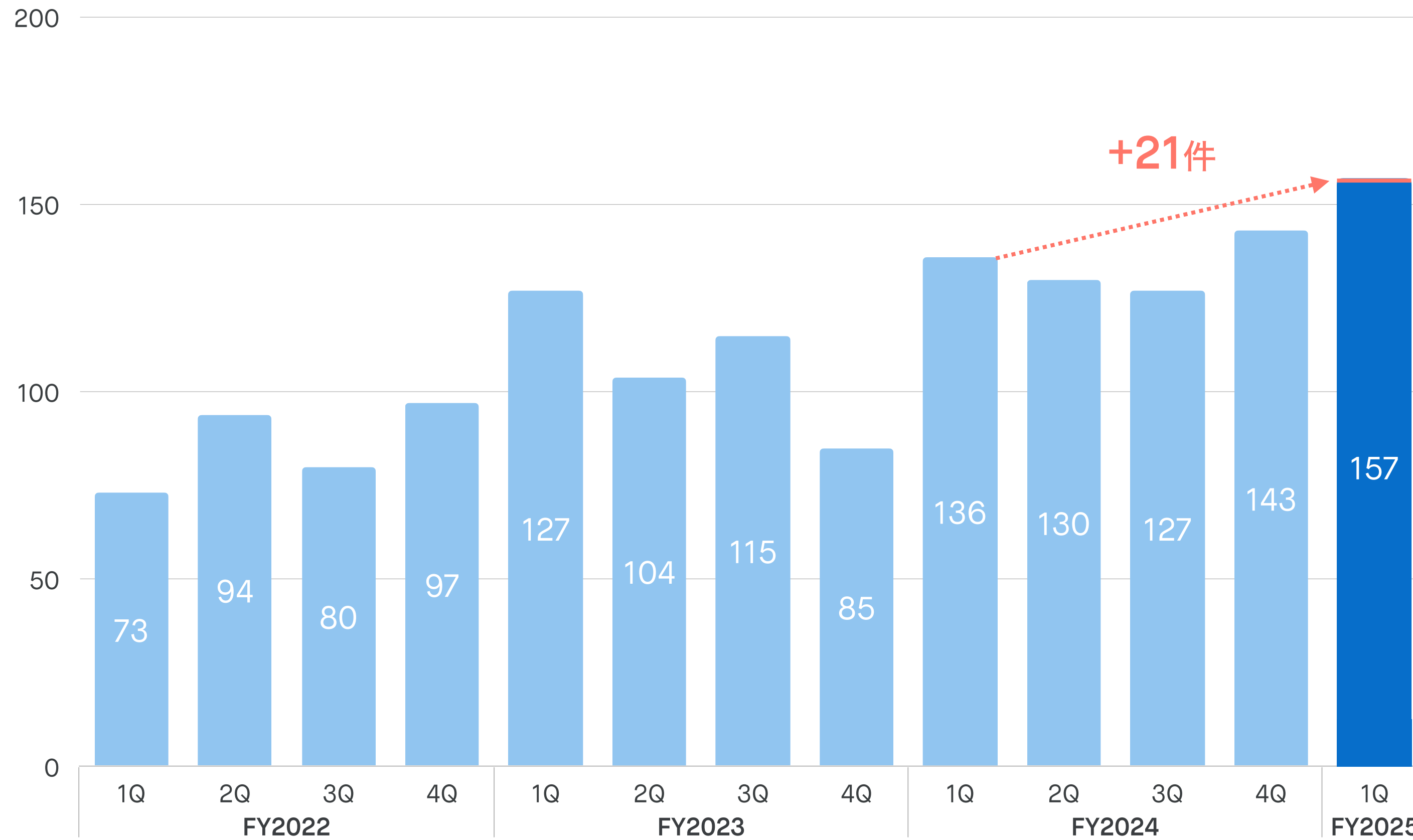


- 稼働デザイナー数は213名となり、前四半期から+11名と増加した。
- 社内デザイン組織では月を追うごとに稼働率が高まる状況となり、**11月にはほぼフル稼働**となっている。
なお、期初に積極的な部署間異動を実施したため、デザイナー数が減少した。
- 社外デザイン組織では**プロジェクト数の増加に伴い、稼働人数が回復傾向**に転じた。今後さらに多くのプロジェクトを運用するために社外デザイナーの稼働人員比率を引き上げる施策に着手した。

有効商談数はさらに伸長しYoYで+21件、157件になる

有効商談数

単位：件



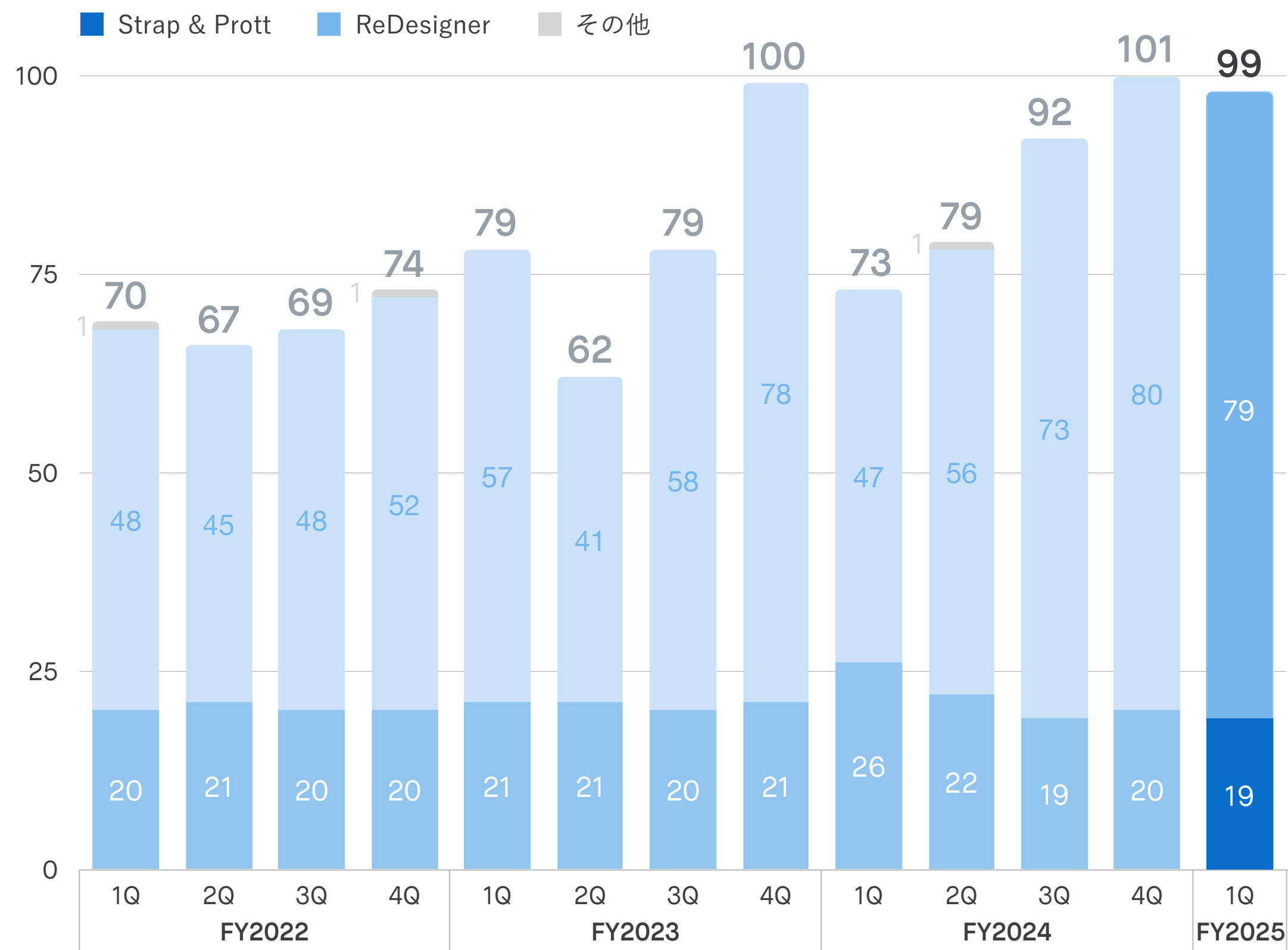
- 四半期単位で見ると変動があるが、新規案件獲得の先行指標となる有効商談数が継続的に増加している。
- 特に既存顧客に対して営業担当とデザイナーが連携し、プロジェクトを獲得する提案活動が結果につながっている。

ReDesignerが順調に成長、ダイレクトリクルーティングが好調

Strapは投資を抑制しつつ収支均衡を目指した結果、営業赤字が大幅減少

売上高

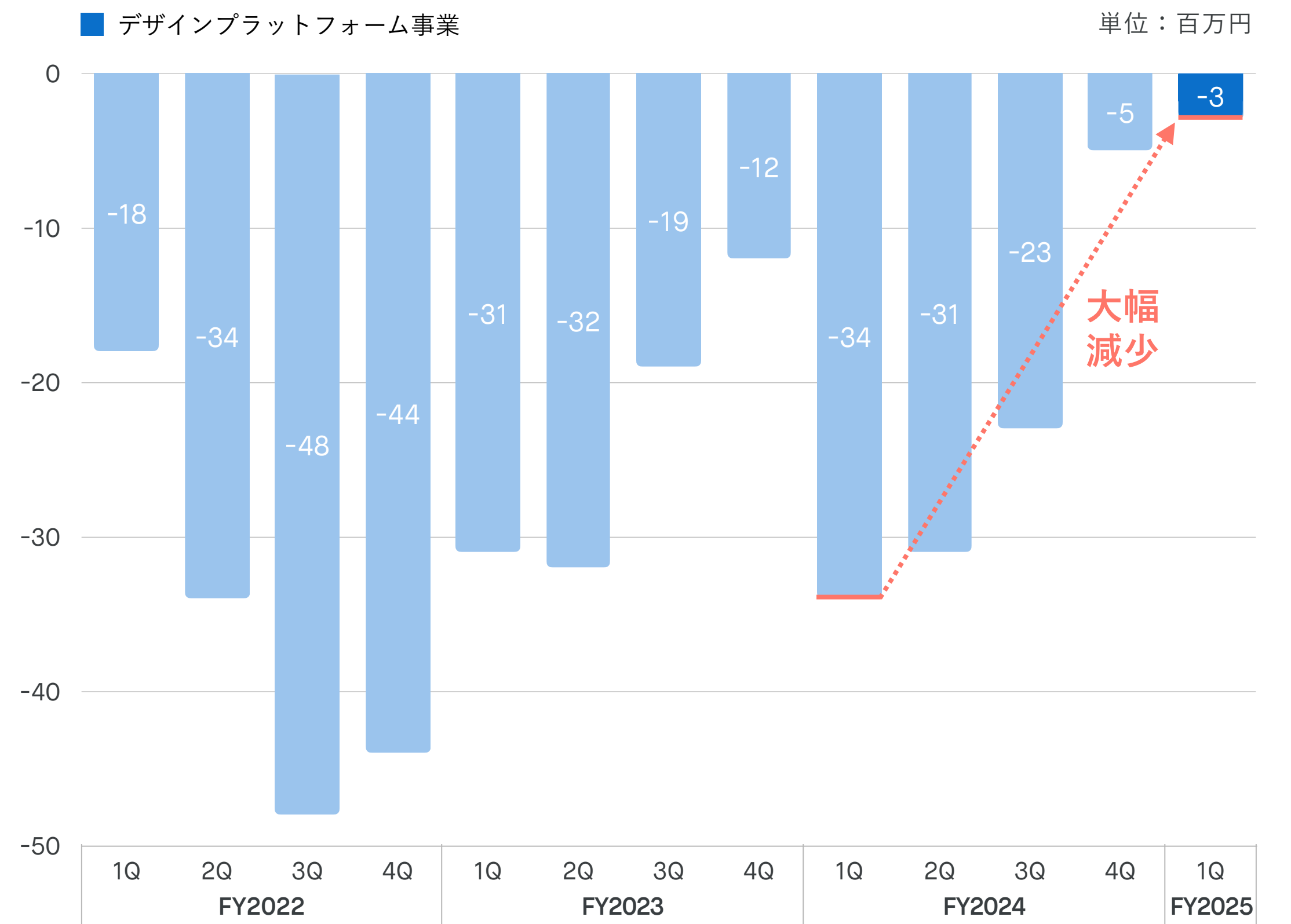
単位：百万円



※『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。

営業利益

単位：百万円



大幅減少

FY2025 1Q TOPICS



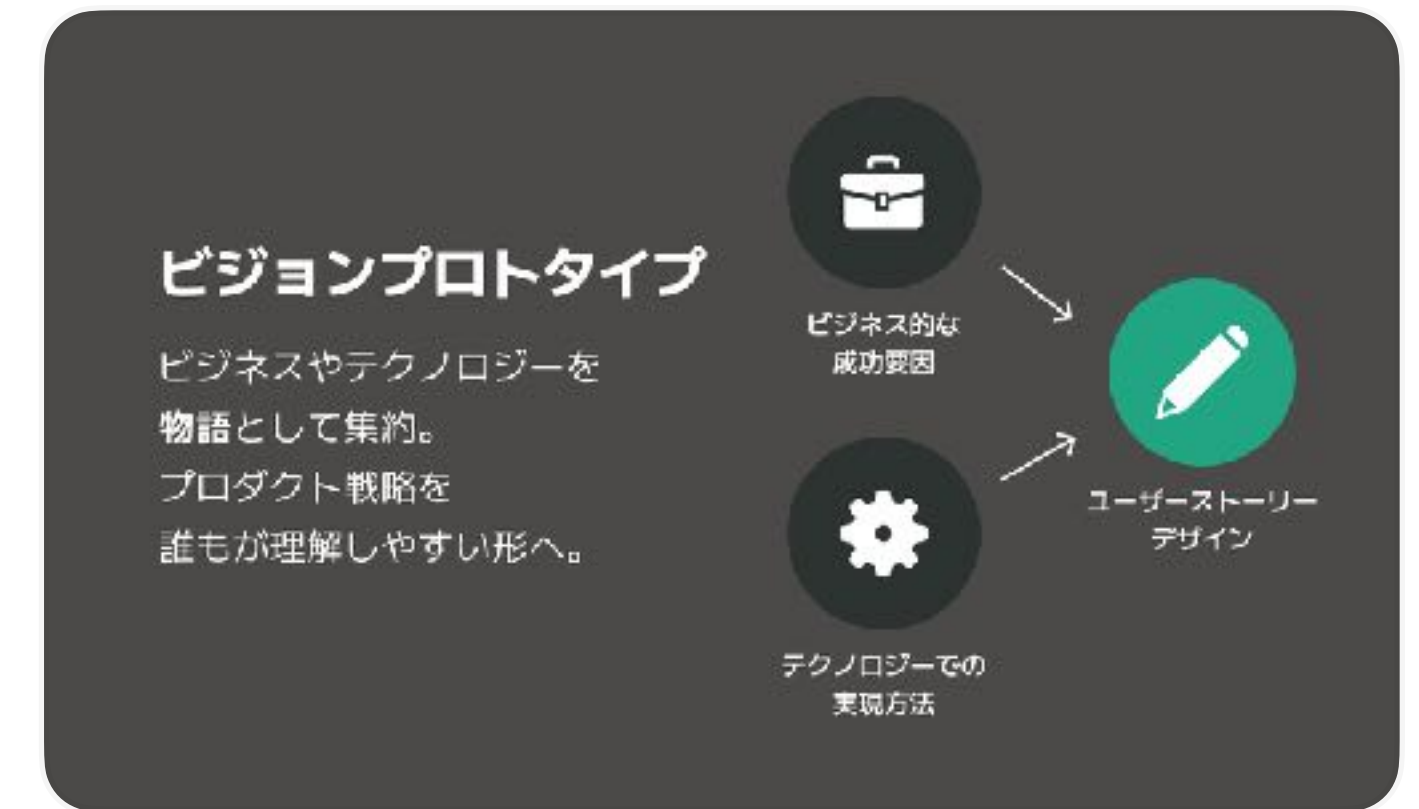
AIスタートアップのStockmarkは、既存サービスの価値再定義やビジョン共有の課題に直面 グッドパッチは市場調査とビジョンプロトタイプ作成を通じて、課題解決を支援

課題

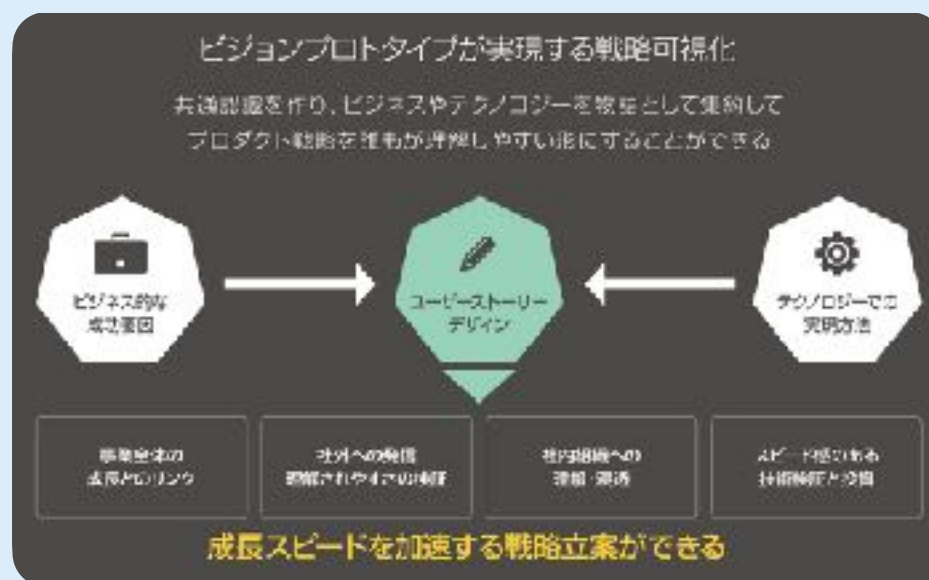


既存サービスが多機能化し、 プロダクトの方針検討が必要に

- 市場変化や技術進化に伴い事業戦略を再構築する必要性を感じていた
- 組織の急成長に伴い人員が増え、ビジョンの共通認識に課題を感じていた
- ChatGPTとの差別化と自社プロダクトの優位性の明確化が求められる



アプローチ



UXリサーチやAI市場ニーズの調査結果を分析し、 プロダクト戦略を策定

- プロダクトのビジョンプロトタイプを短期間で作成
- 社内コミュニケーションや販売戦略に使えるドキュメントを作成



将来の技術進化も踏まえた ビジョンプロトタイプが完成

- 成長スピードを加速させる戦略立案が可能に
- 目標到達までの「戦略ルート図」が社内コミュニケーションパスとして機能

※詳細は下記にて紹介しています

<https://goodpatch.com/work/stockmark>

FY2025 成長戦略

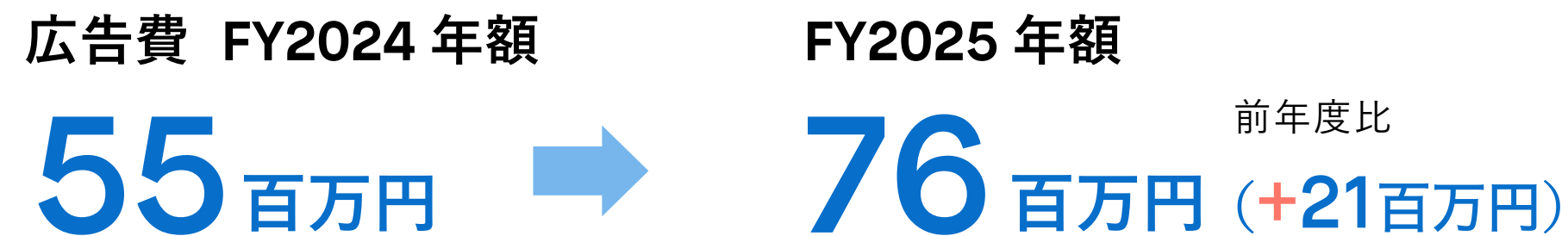
営業強化に引き続き投資、人員拡充とソリューションの幅を広げ、継続率と単価を向上

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



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



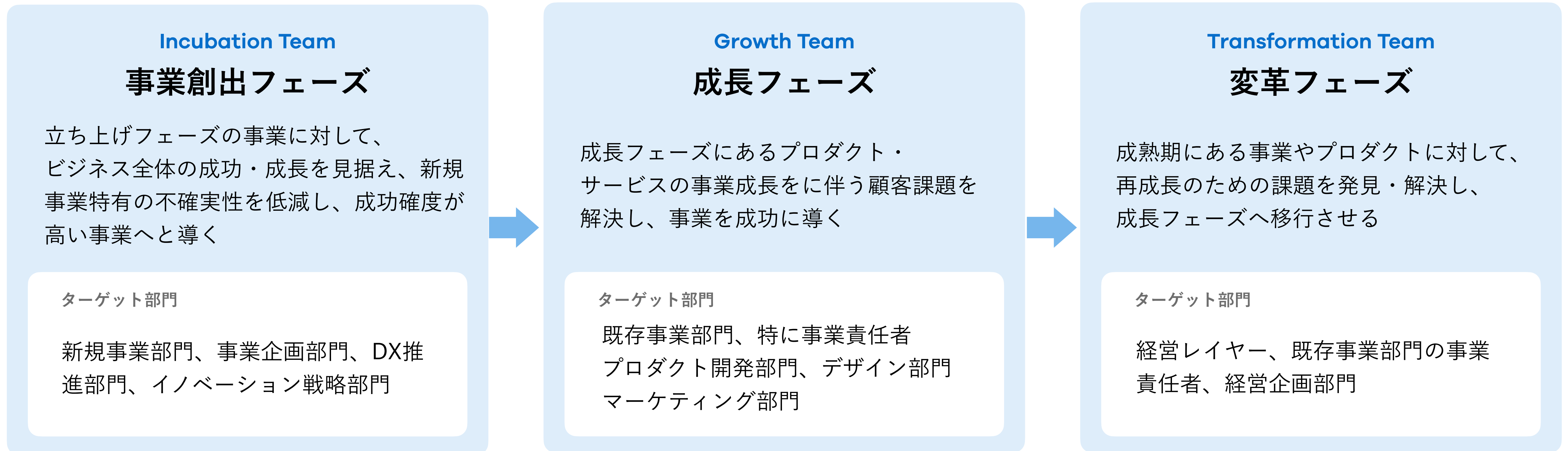
既存案件の継続率向上と既存顧客からの拡張を図る

- 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

社内デザイン組織（正社員デザイナー）

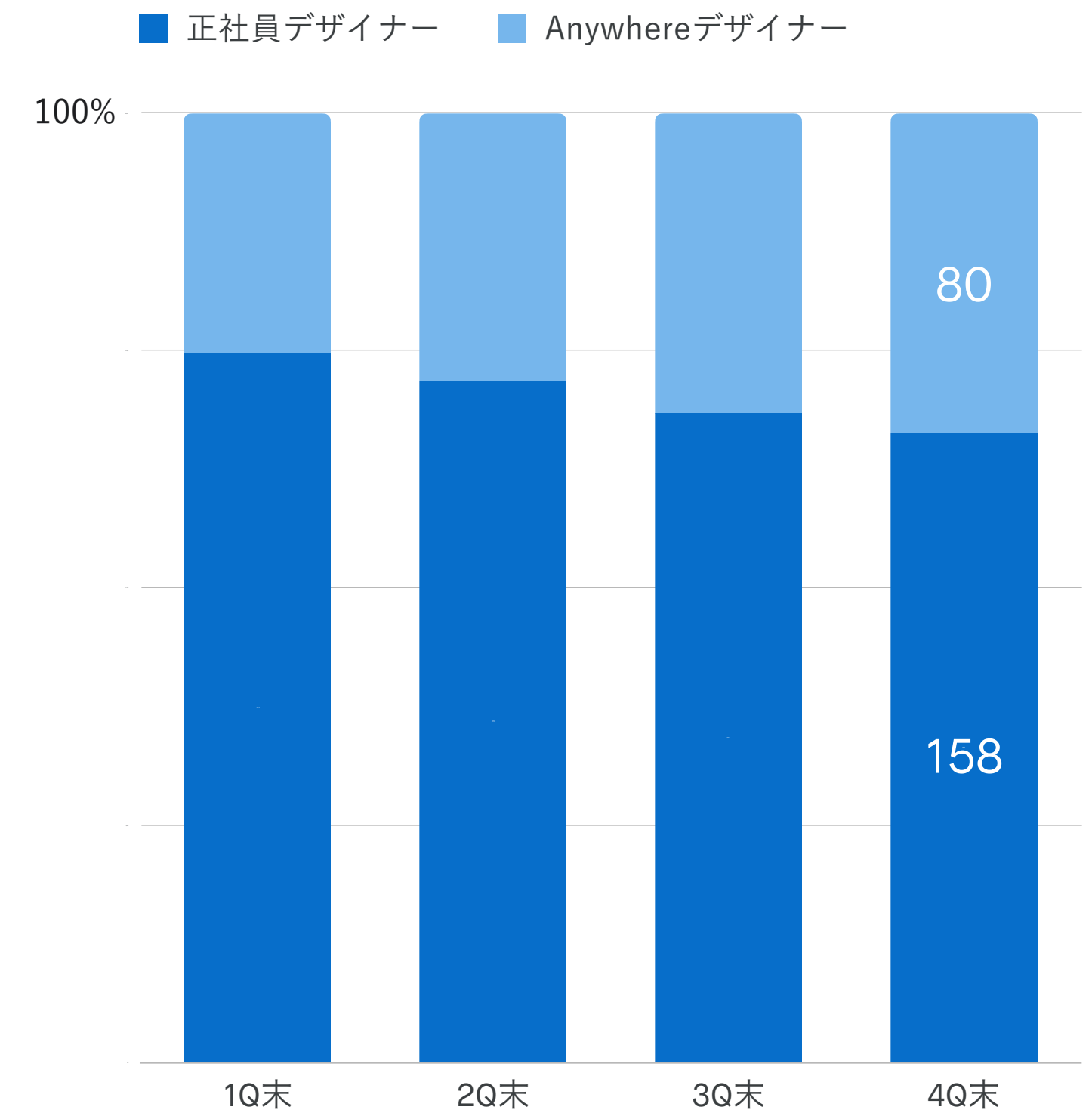
組織規模を維持し、内部稼働を向上させる

- 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、稼働の維持につとめる
- また、稼働率を重要指標として評価制度にも組み込む

社外デザイン組織（Goodpatch Anywhere所属 非正社員デザイナー）

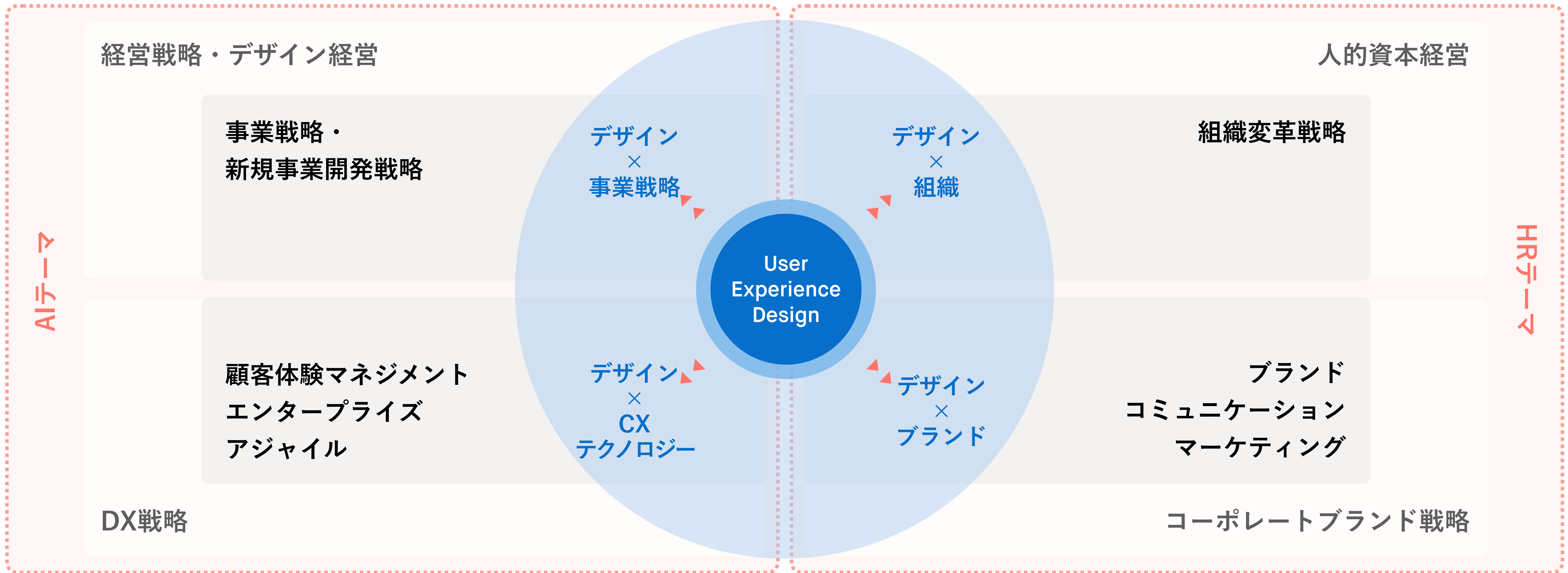
優秀なフリーランス人材の獲得と稼働率向上のための施策を実施

- Anywhere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



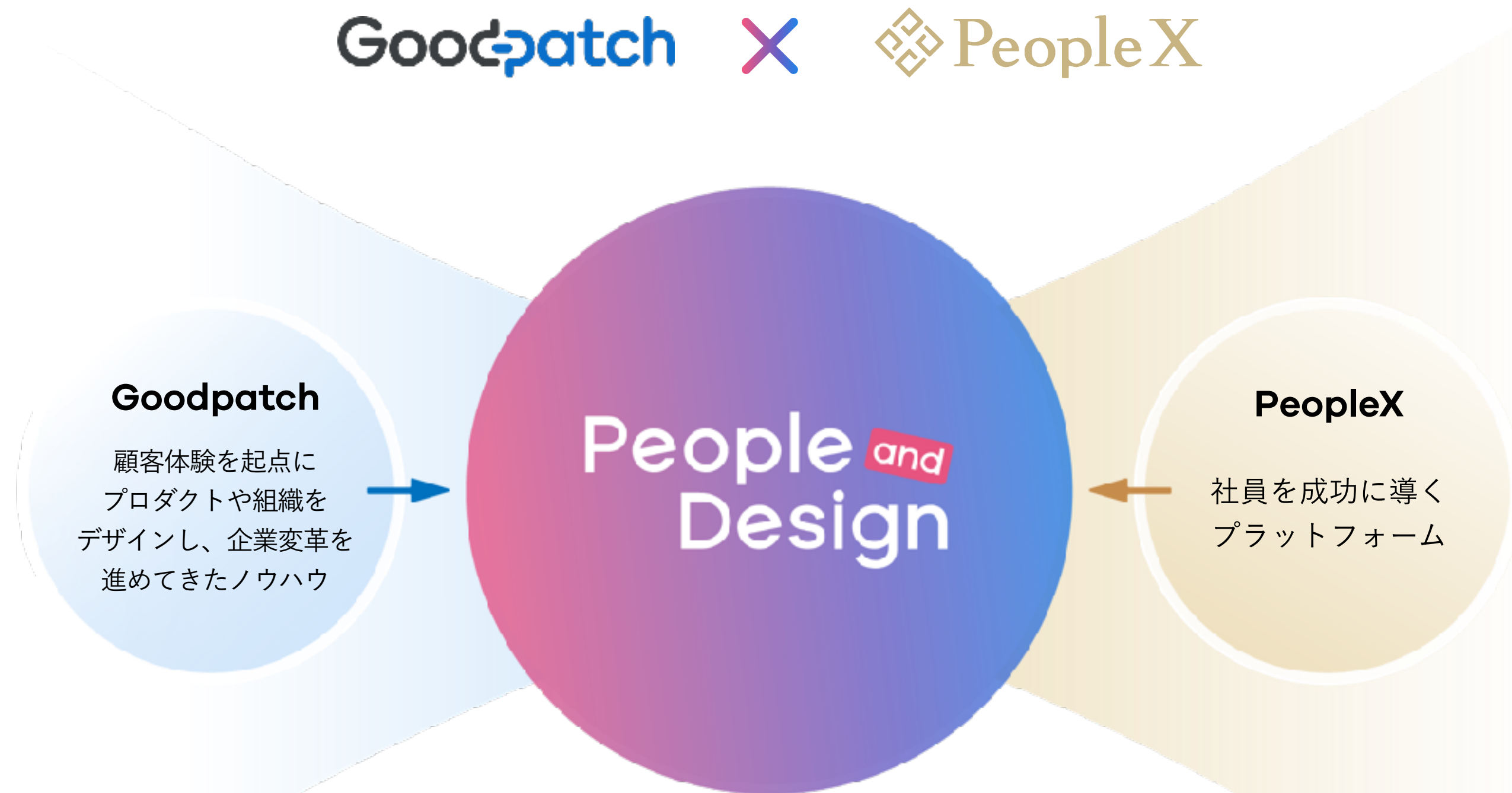
- 正社員デザイナー = 固定費
- Anywhereデザイナー = 変動費

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リリース記事（https://goodpatch.com/news/2024-10_peopleanddesign）をご確認ください

※株式会社ピープルアンドデザインはFY2025 1Qにつきましては貸借対照表のみ連結しております。

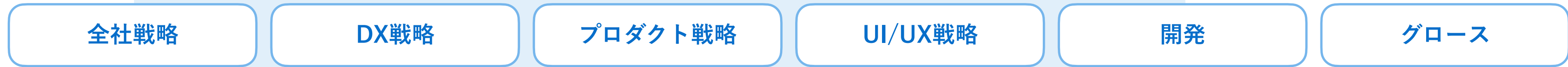
支援領域をHR(組織領域)へ拡張、今後はHRセグメントとしての事業拡大を目指す



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

当社の得意領域

デザイン
パートナー事業の
バリューチェーン

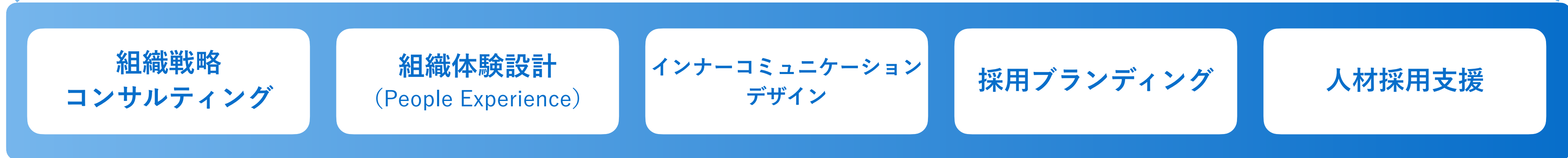


DX戦略を成功に導くためには
事業を担う人材への組織変革支援が不可欠



デザイン支援の領域をHR分野へ拡張

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 →



- 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」



← デザイン組織 →

- 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、株式会社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



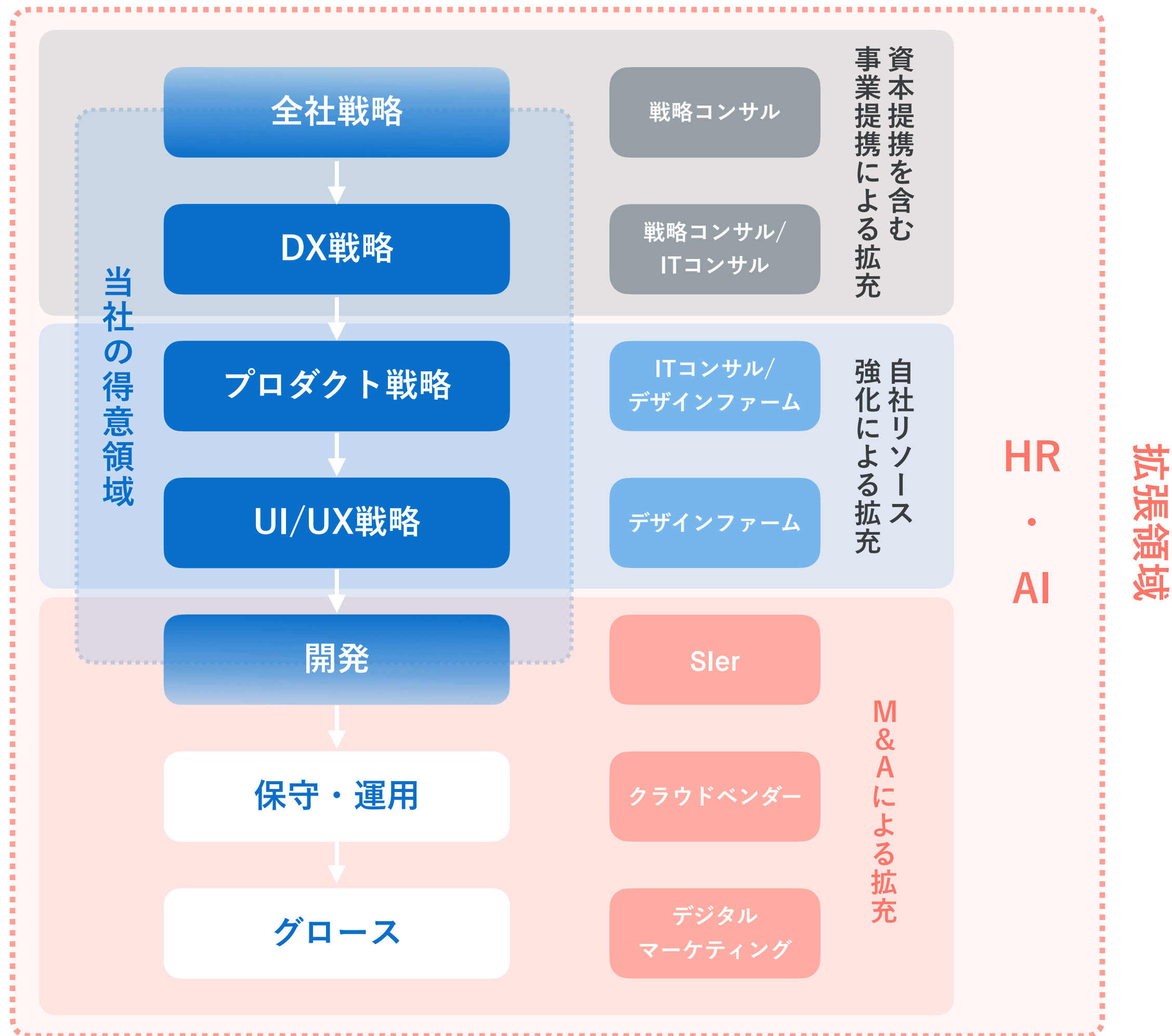
グッドパッチとAlgomatic社が協力して課題探索ワークショップ、仮説検証開発（PoC）、開発体制支援等を共同提供

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

※Algomatic社についてはリリース記事 (https://goodpatch.com/news/2024-10_gp-am) をご確認ください

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

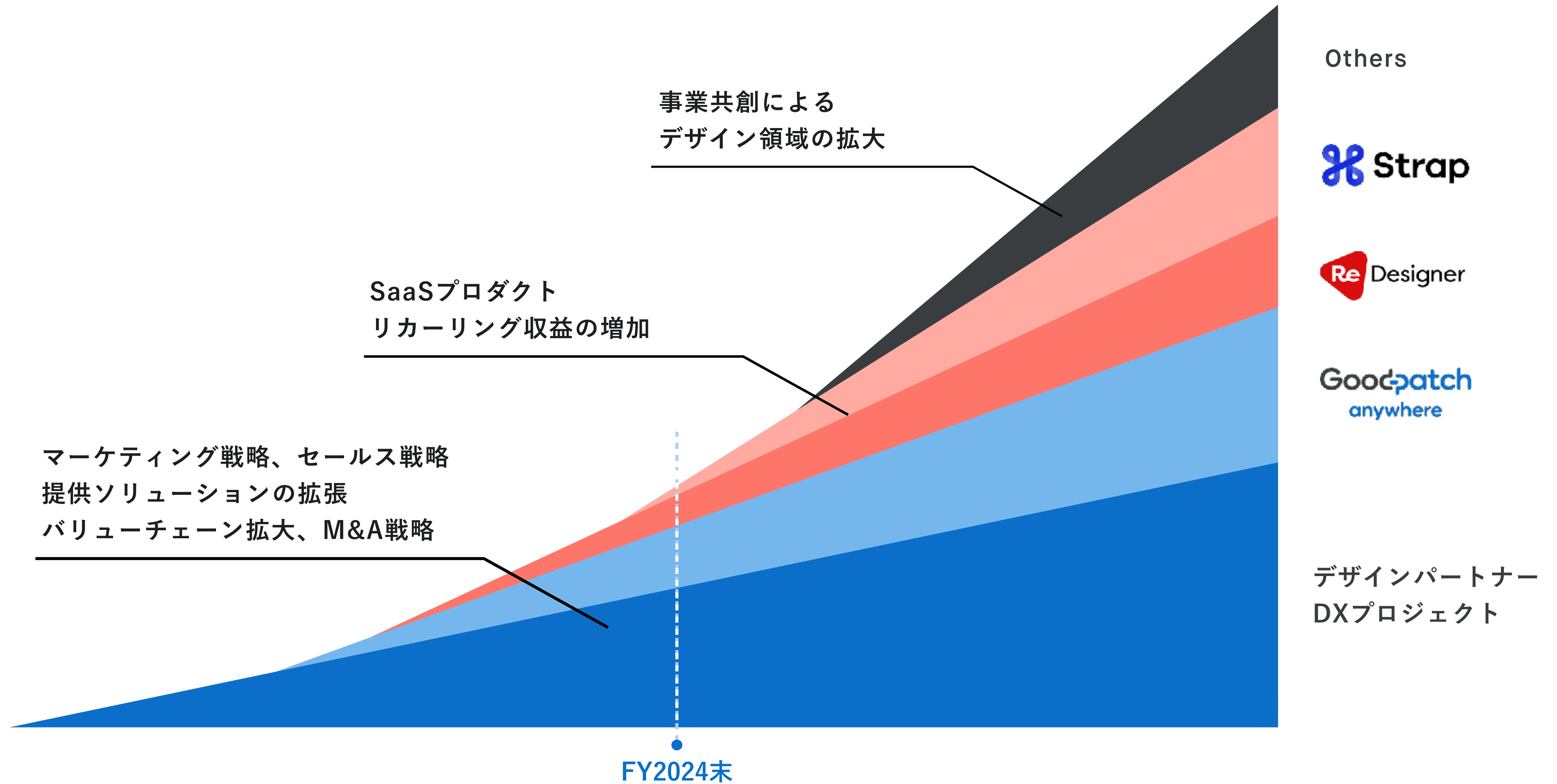
- 基本M&A戦略としてはDXのバリューチェーン拡張
- それ以外の重点M&Aソーシング領域としてはHR領域、AI領域を中心にしながら、他にも可能性のある領域は飛び地でもM&Aの対象として見ていく

今後のM&Aへの活用のために自己株式取得を実施[※]

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

※ 2024年10月15日付「自己株式取得に係る事項の決定に関するお知らせ」にて1.5億円の自己株式取得を行う旨を開示しております。なお、当該自己株式の取得につきましては、2024年12月20日にて完了しております。詳細は2024年12月23日付「自己株式の取得状況及び取得終了に関するお知らせ」をご参照ください。

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

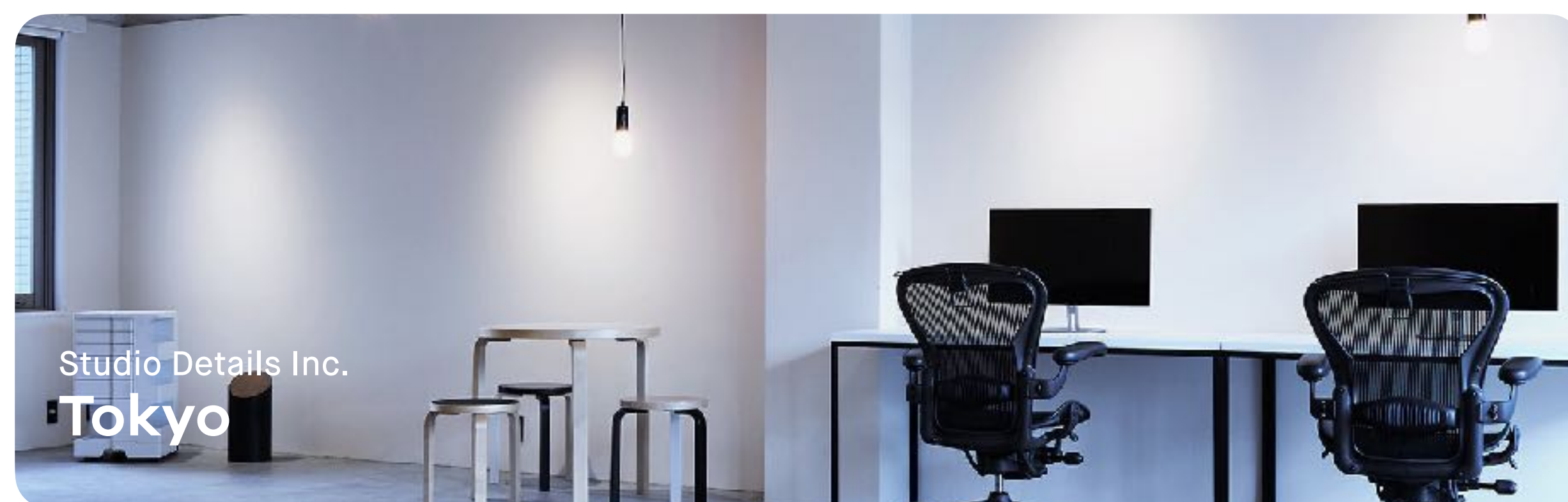
従業員数 267名（2024年11月末日時点 連結）

経営陣	代表取締役社長 / CEO	土屋 尚史
	取締役 / 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）



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

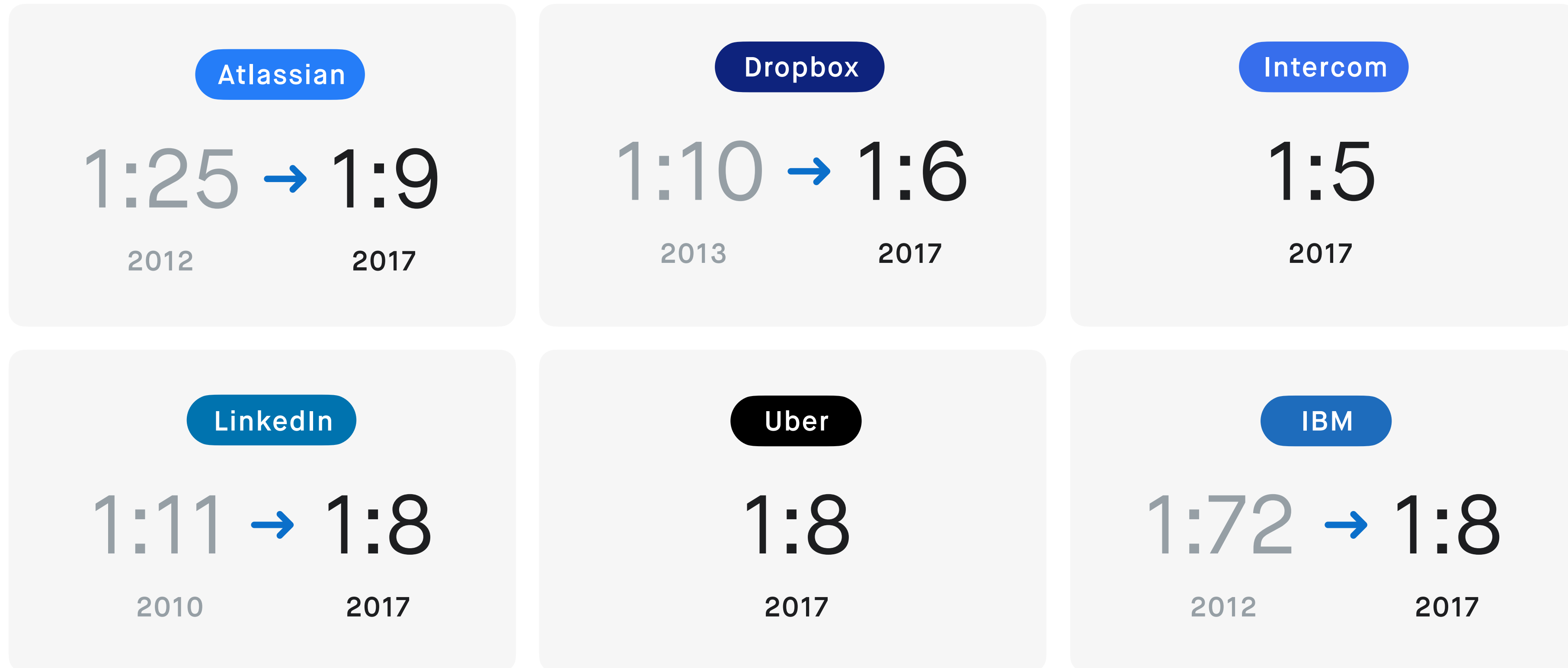
Twitter

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



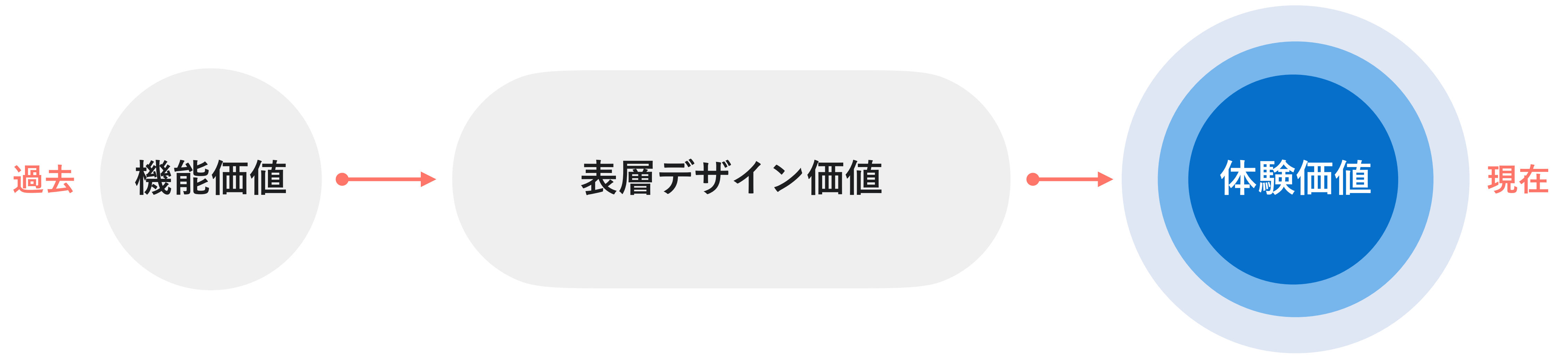
デザイナーの重要性がより増している

<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

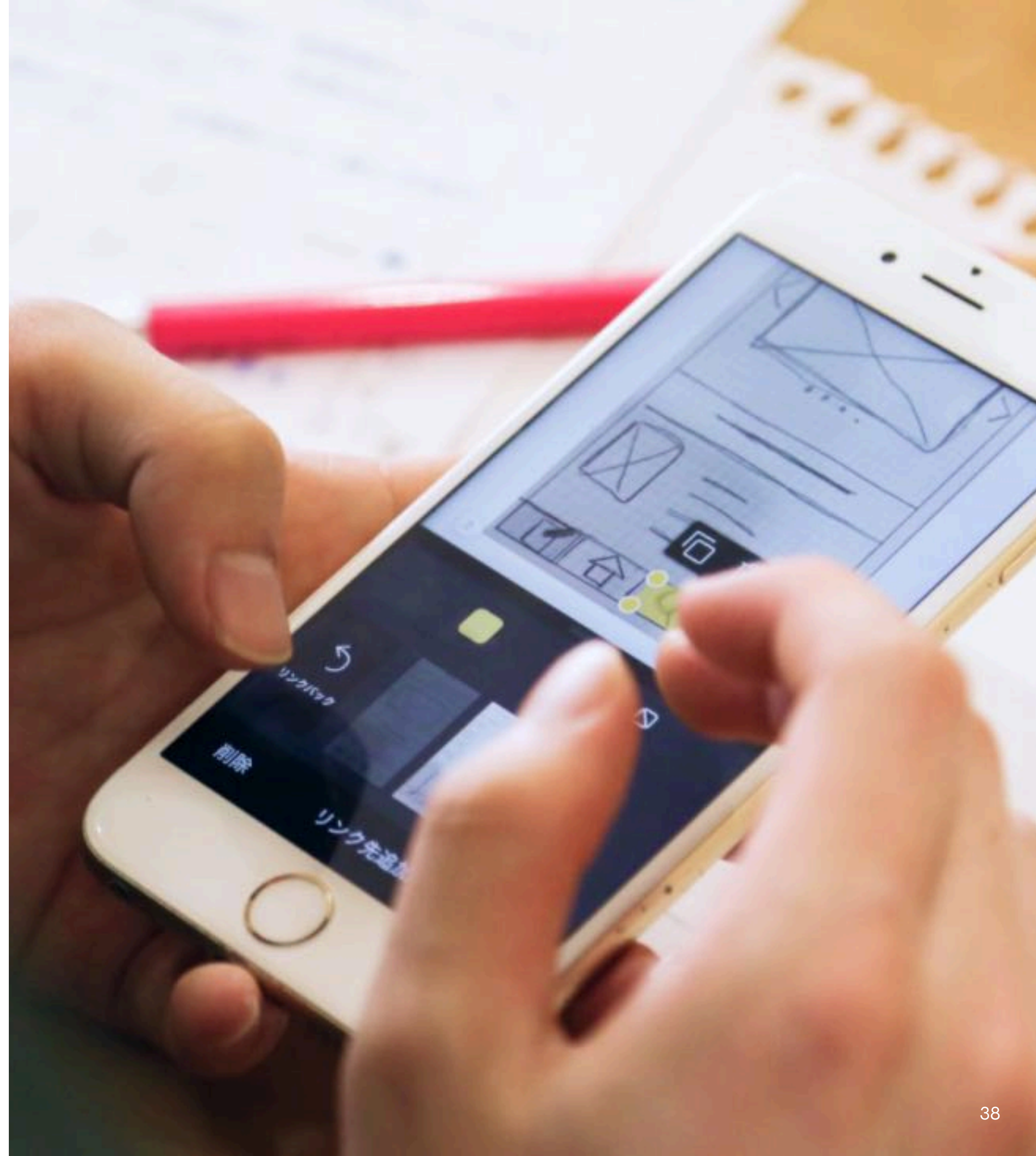
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

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



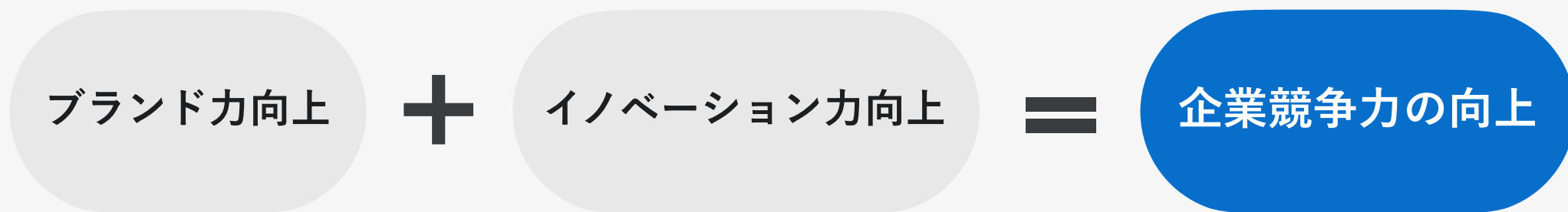
なぜ今デザインが重要なのか

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

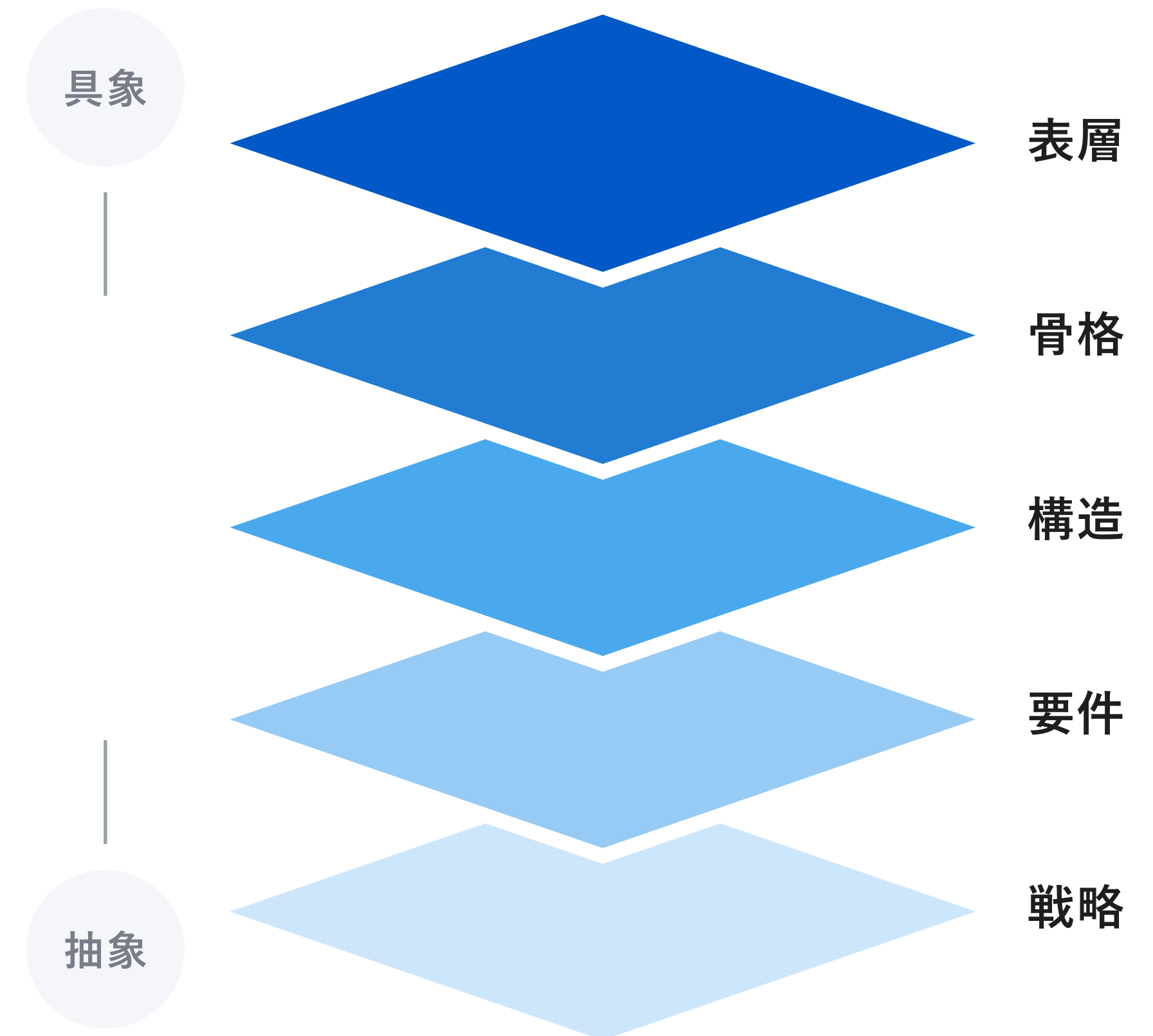
デザイン経営の効果



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

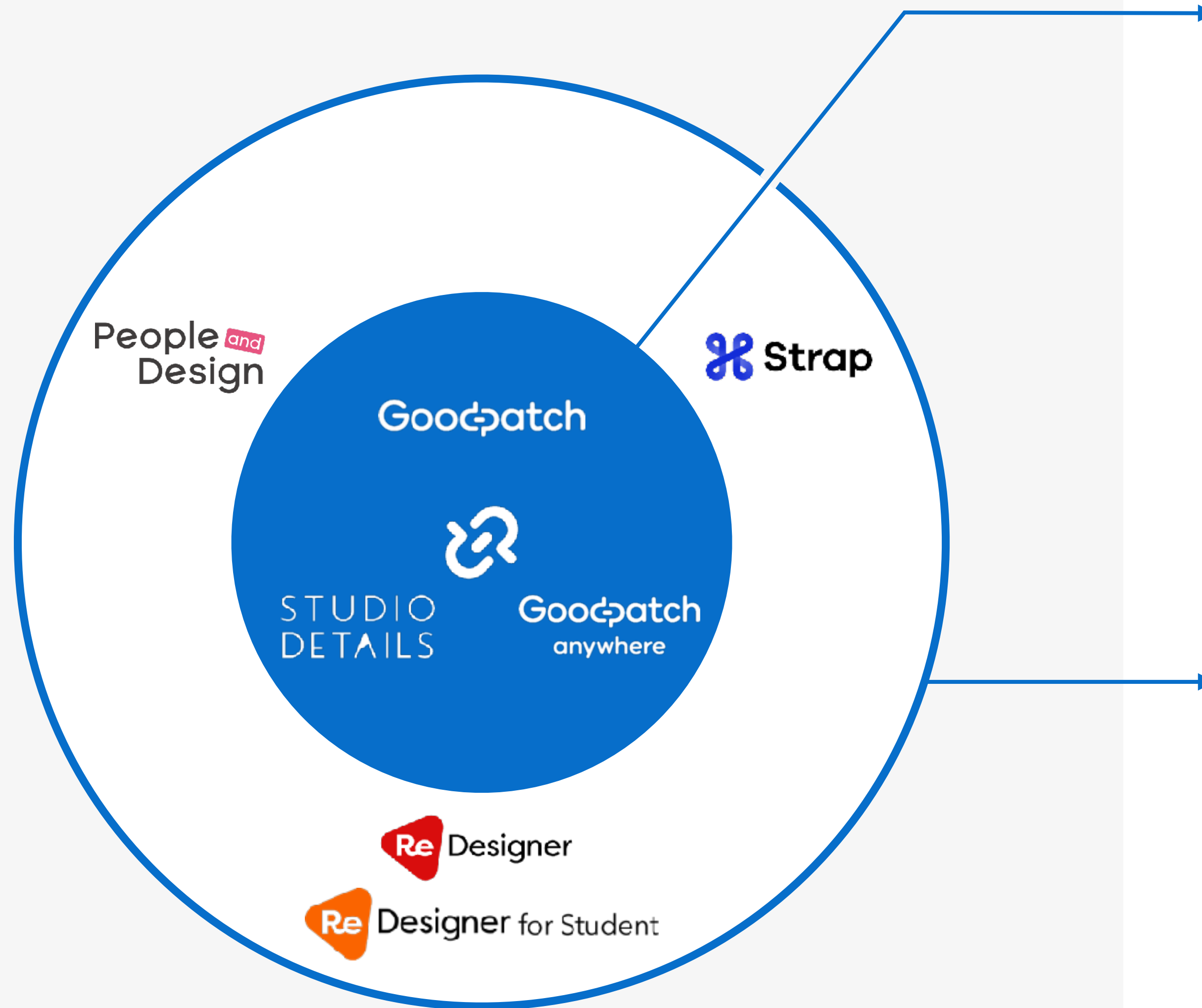
デザインの5段階モデル



“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：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

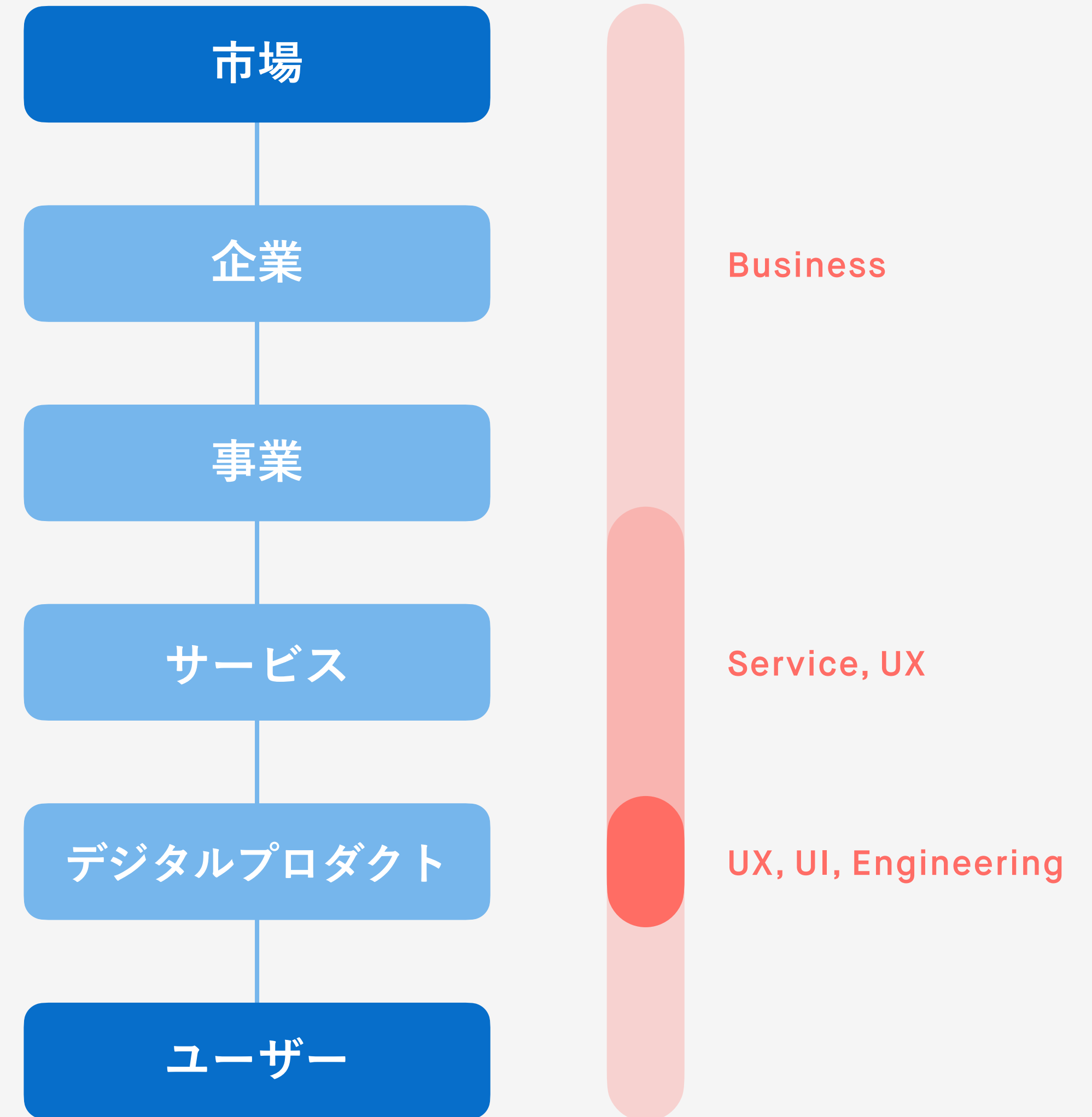
Strap：オンラインホワイトボードツール「Strap」

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
※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

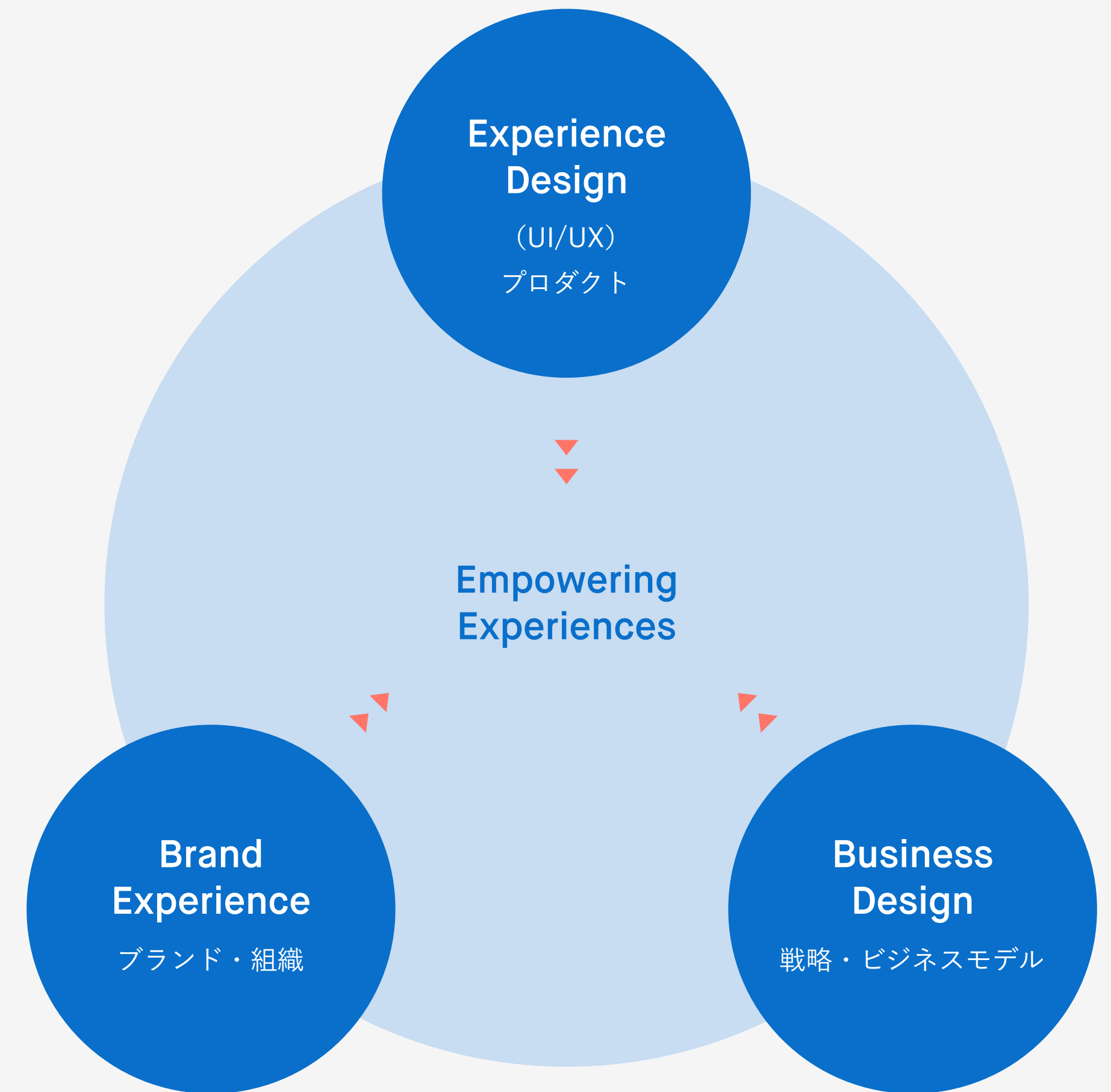
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）
ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現

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
11年連続計14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。

戦略からプロダクト開発まで一貫通貫で支援。コンサルやSIerと差別化



事業戦略とユーザーニーズをつなぐ一貫通貫したプロダクトデザイン
新しい知見の発見／学習を重視した再現性を持った事業支援

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

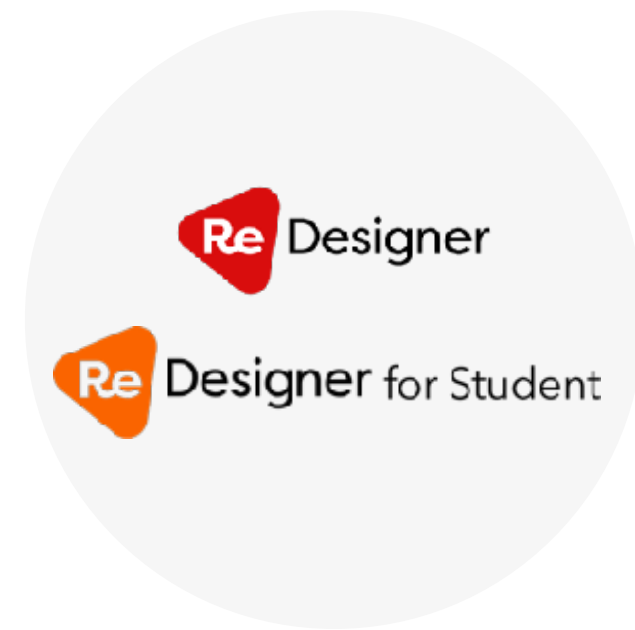
遺伝子解析サービス
企業ブランディング
遠隔医療サービス



※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



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



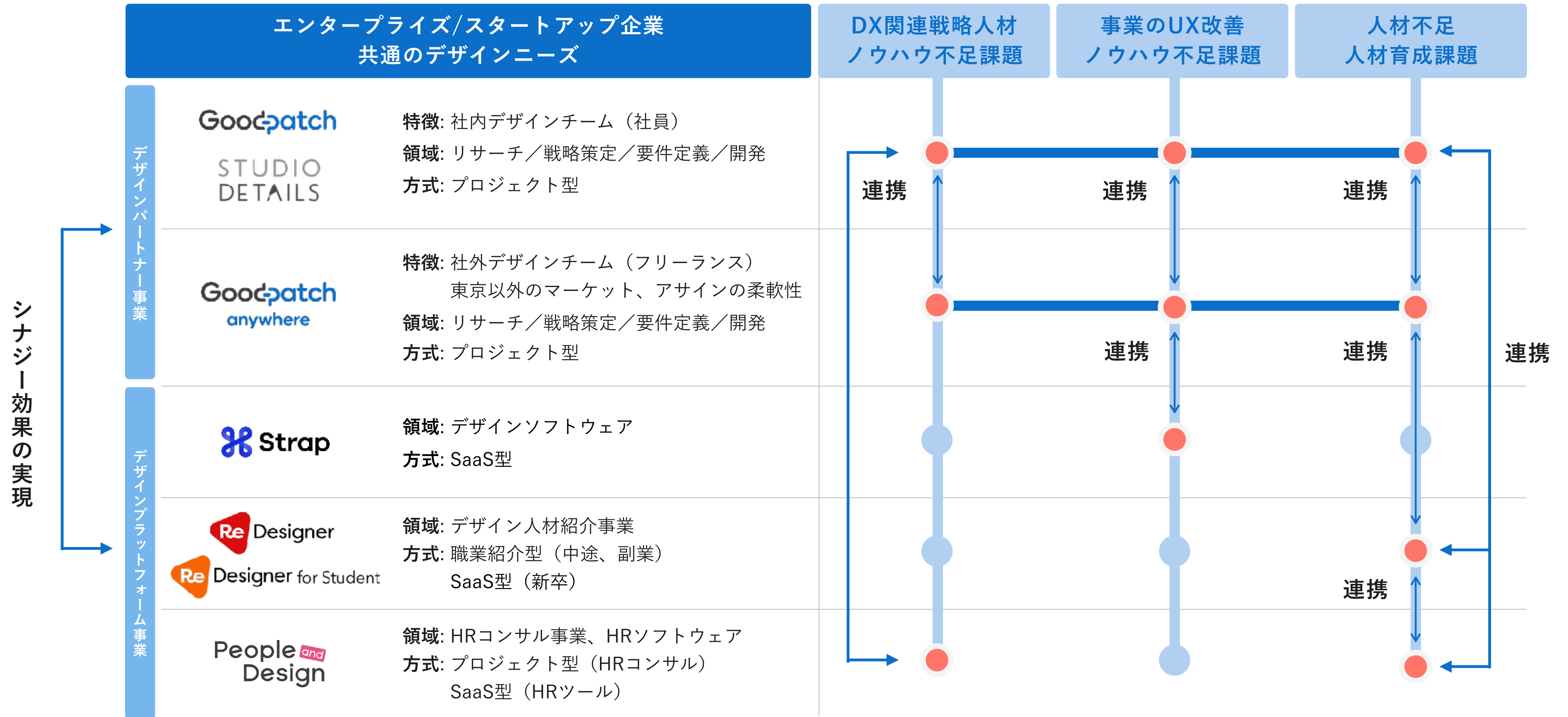
収益モデル

- 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



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

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



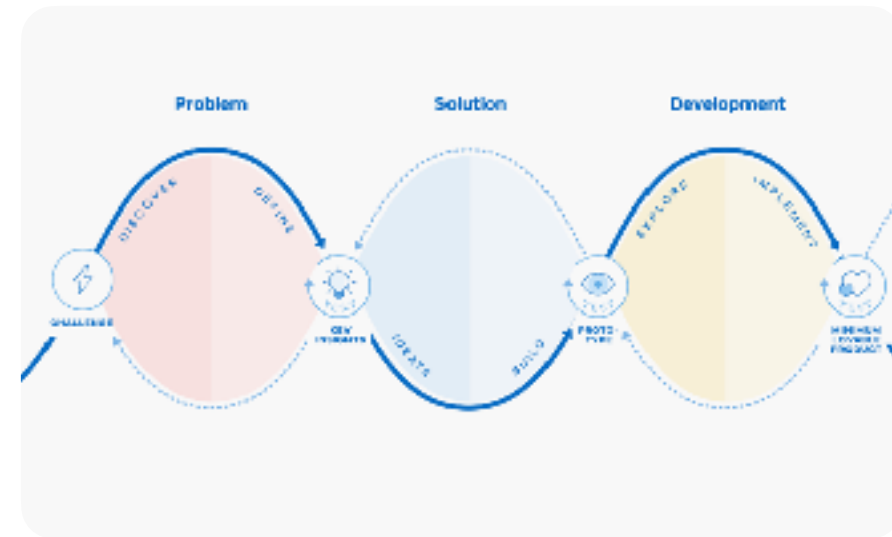
UI/UX領域を中心とした**圧倒的な実績**と**ブランドバリュー**で
DXの足がかりとなる新規事業創出やサービス改善を支援

※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

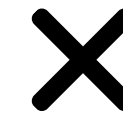
多くの実績から体系化されたプロセスと即戦力化する育成体制



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

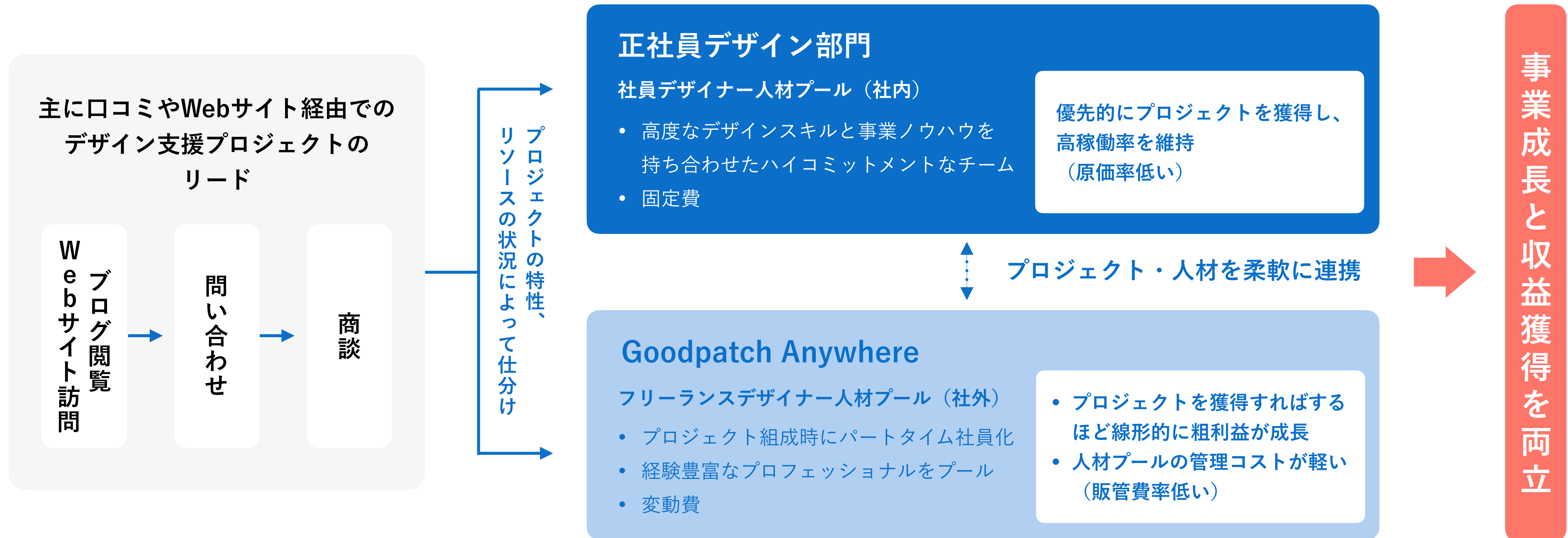
Goodpatch

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

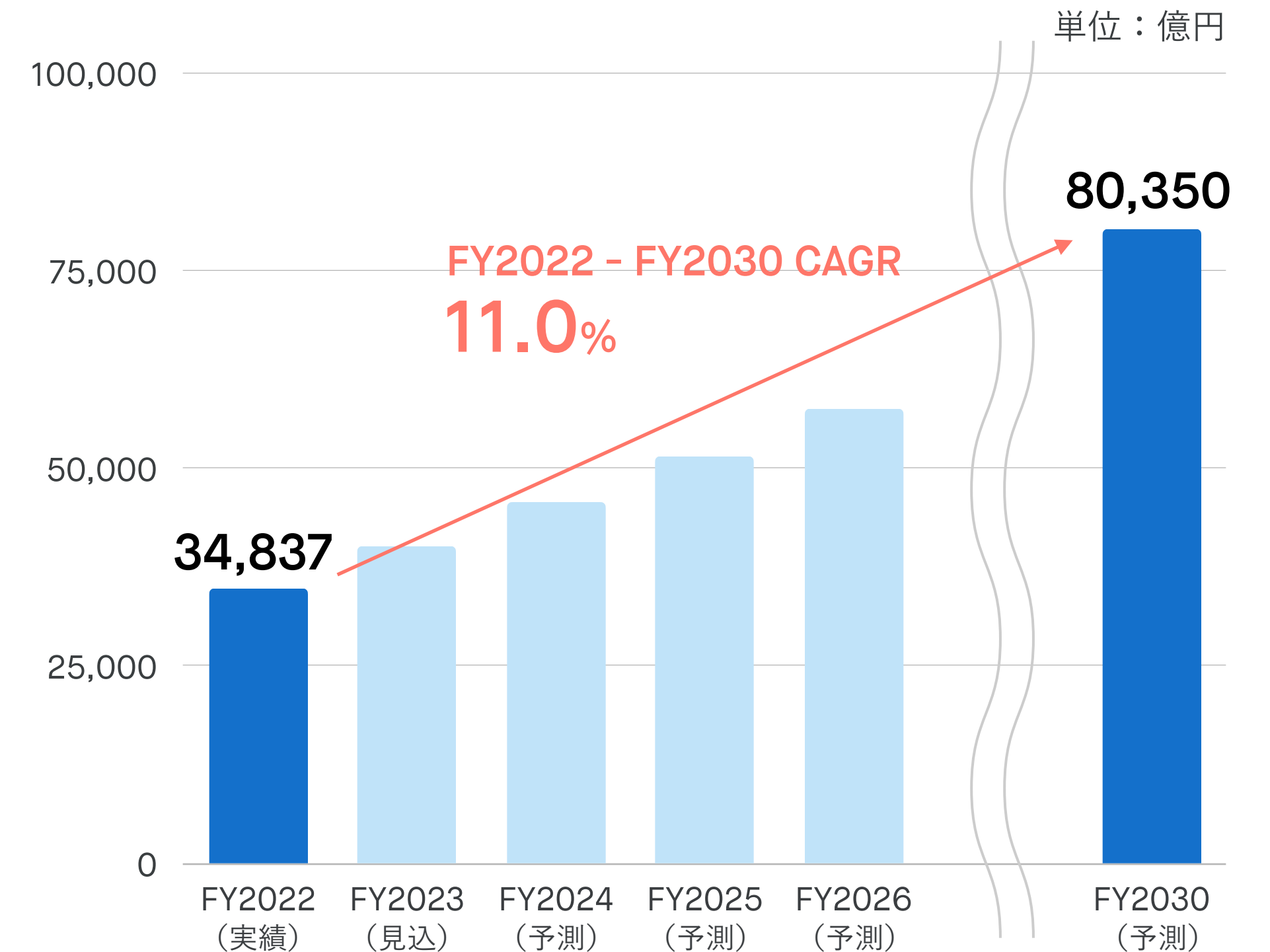
高まるDXの需要

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

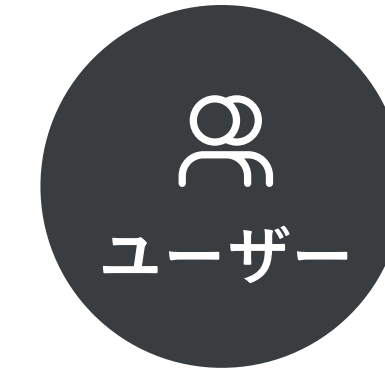
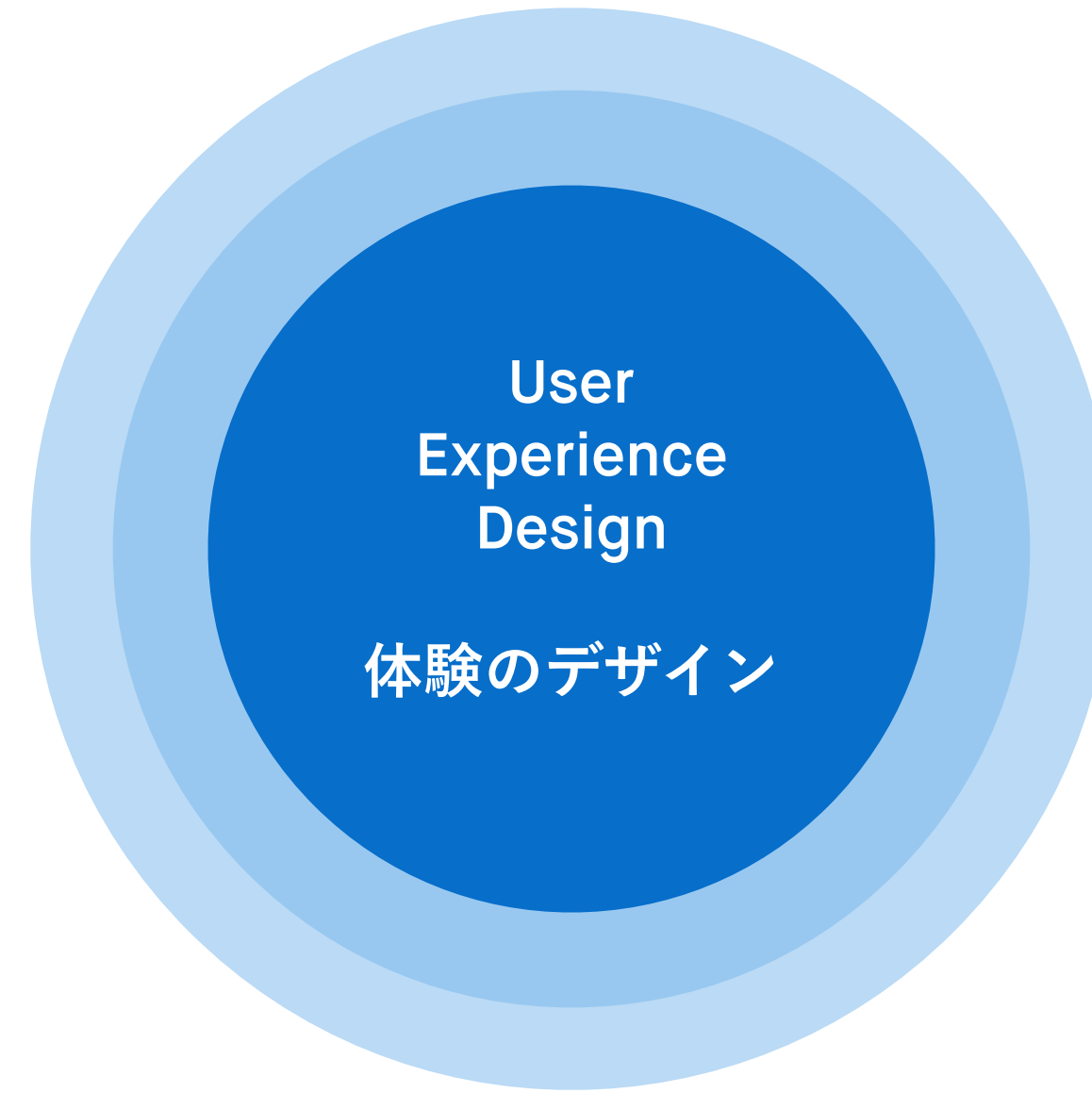
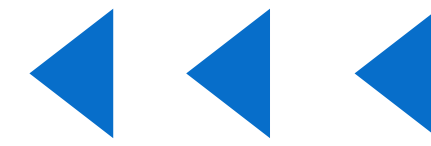
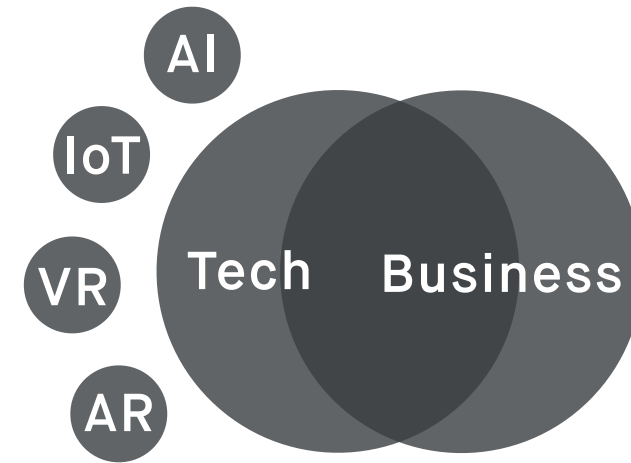
DX関連の国内市場規模



※(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)

(※1) 出典：富士通キメラ総研「2024デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」、(※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

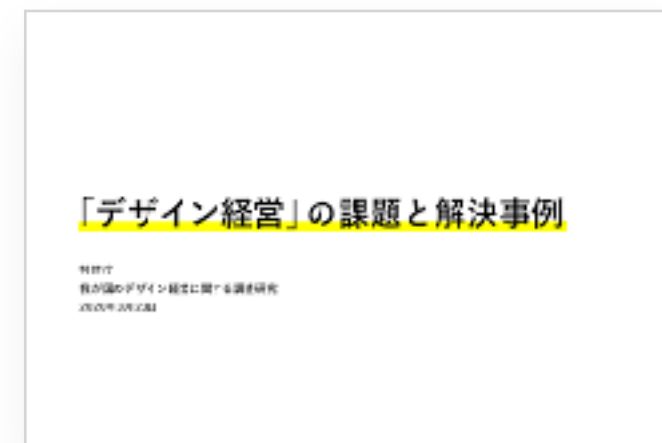
経産省



2020/3

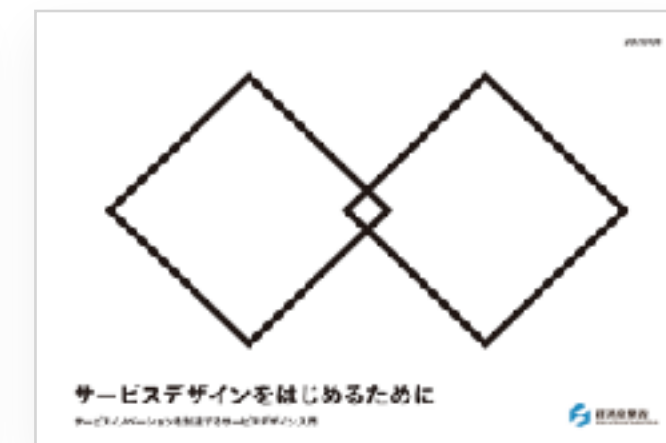
「デザイン経営」の
課題と解決事例

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



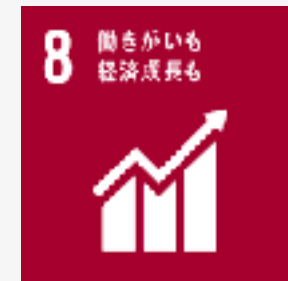
経済産業省・特許庁が発表した「デザイン経営」宣言をはじめ、国内ではデジタルを中心としたデザイン領域の重要性が増加

デザインとサステナビリティ

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



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 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、2020年11月より取締役執行役員 CFO、2024年12月より取締役CFOに就任。主な管掌領域は、管理部（経理・財務・経営企画・IR・IT・総務・法務）。



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。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

FAQ

FAQ

Q. 何故今デザインなのでしょう？

A. まず、日本ではデザインの認識に誤解があると思っています。日本におけるデザインとは「装飾・表層的」なものであると思われておりますが、**本来のデザインとは「計画・設計」も含まれ、創造的な手法も駆使しながら本質的な問題解決を図る**ものです。

現在はモノを作れば売れる時代は終わり、コト（体験）を売る時代となり、デザインによってユーザー体験（UX）を差別化することがビジネスに大きく影響する時代となりました。

デザイン経営^{*}（デザインの力をブランドの構築やイノベーションの創出に活用する経営手法）という概念が官公庁からも出ている近年において、デザインを事業戦略構築の最上流から関与することがこれからより必要になると考えております。

Q. グッドパッチのデザインパートナー事業の強みは何でしょうか？

A. プロダクト開発はもちろんのこと新規事業の立ち上げなどの事業の上流戦略レイヤーから関わり、ブランド構築やデザイン組織の構築などの**あらゆる企業の課題をクライアントと並走しながら解決できる**ビジネスパートナーでもあるという所です。

※特許庁デザイン経営プロジェクトチームHPより

FAQ

Q. グッドパッチのデザイナーにはどのような職種の方がいますか？

A. グッドパッチのデザイナーの職種は多岐にわたり、例えばPdM（プロダクトマネージャー）、PM（プロジェクトマネージャー）、デザインリサーチャー、デザインストラテジスト、エンジニアやワークショップなどをアレンジするファシリテーターなどもあります。^{※1}

その経歴は事業会社のマーケター、事業開発、コンサルタント、エンジニア、Webデザイナー出身など多様です。社員インタビューも掲載しておりますので、よろしければそちらもご覧ください。^{※2}

Q. 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の具体的なシナジーの例を教えてください

A. デザインパートナー事業では、ReDesignerを通じて人材を募集し、採用チャネルを強化しています。さらに、ReDesignerで得たインハウスデザイナーの動向を社内でフィードバックし、マーケティング活動に役立てています。

デザインプラットフォーム事業では、デザイン支援を通じて得たデザインのノウハウ等のナレッジを社内で共有し、StrapのUI/UXの開発に活用しています。また、デザイン支援におけるワークショップでStrapを活用しています。

(※1) 詳細はグッドパッチの募集要項一覧にて確認できます：<https://goodpatch.com/careers>

(※2) グッドパッチblogメンバーインタビュー：<https://goodpatch.com/blog/category/interview>

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.♥