

2021年8月期 通期決算説明資料

株式会社グッドパッチ（証券コード：7351）

2021年10月15日



- 01 事業内容
- 02 FY2021 通期業績ハイライト
- 03 FY2021 各事業の状況
- 04 FY2021 4Q TOPICS
- 05 FY2022 通期業績予想
- 06 FY2022 成長戦略
- 07 APPENDIX

事業内容

会社名 株式会社グッドパッチ

設立 2011年9月

所在地 東京都渋谷区鶯谷町3-3 VORT渋谷South 2階

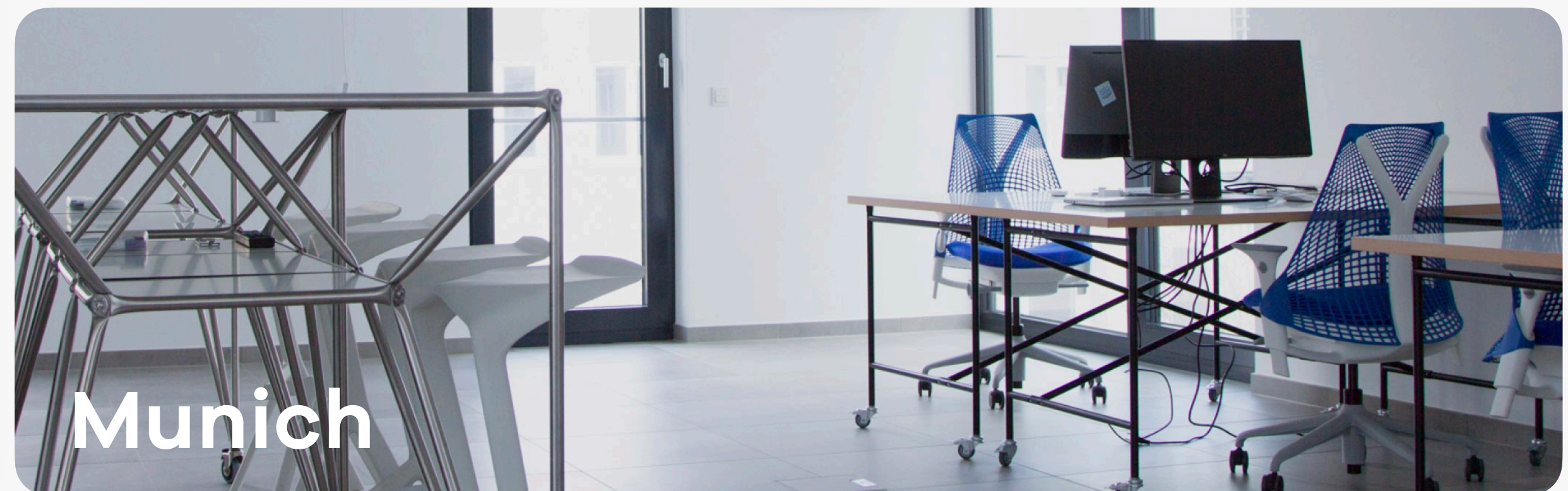
従業員数 195名（正社員 2021年8月末日時点 連結）

経営陣	代表取締役社長 / CEO	土屋 尚史
	取締役 / Managing Director of Goodpatch GmbH	實方 ボリス
	取締役執行役員	松岡 毅
	取締役執行役員 / CFO	槇島 俊幸
	社外取締役	山口 拓己
	常勤監査役	佐竹 修
	非常勤監査役	佐田 俊樹
	非常勤監査役	須田 仁之

事業内容 UI/UXデザイン、ビジネスモデルデザイン、
ブランド体験デザイン、組織デザイン、ソフトウェア開発

関係会社 Goodpatch GmbH

拠点 日本（東京）、ドイツ（ベルリン、ミュンヘン）



VISION

ハートを揺さぶるデザインで
世界を前進させる

Push the world forward
with design that moves people's hearts

MISSION

デザインの力を証明する

Prove the power of design

ユーザー体験（UX）の差別化が、ビジネスに大きく影響

日本におけるデザインの誤解

日本におけるデザインの認識は装飾、表層的なものであると誤解されているが、**本来のデザインとは、「計画・設計」**も含まれる

デザイン経営の効果

ブランド力向上



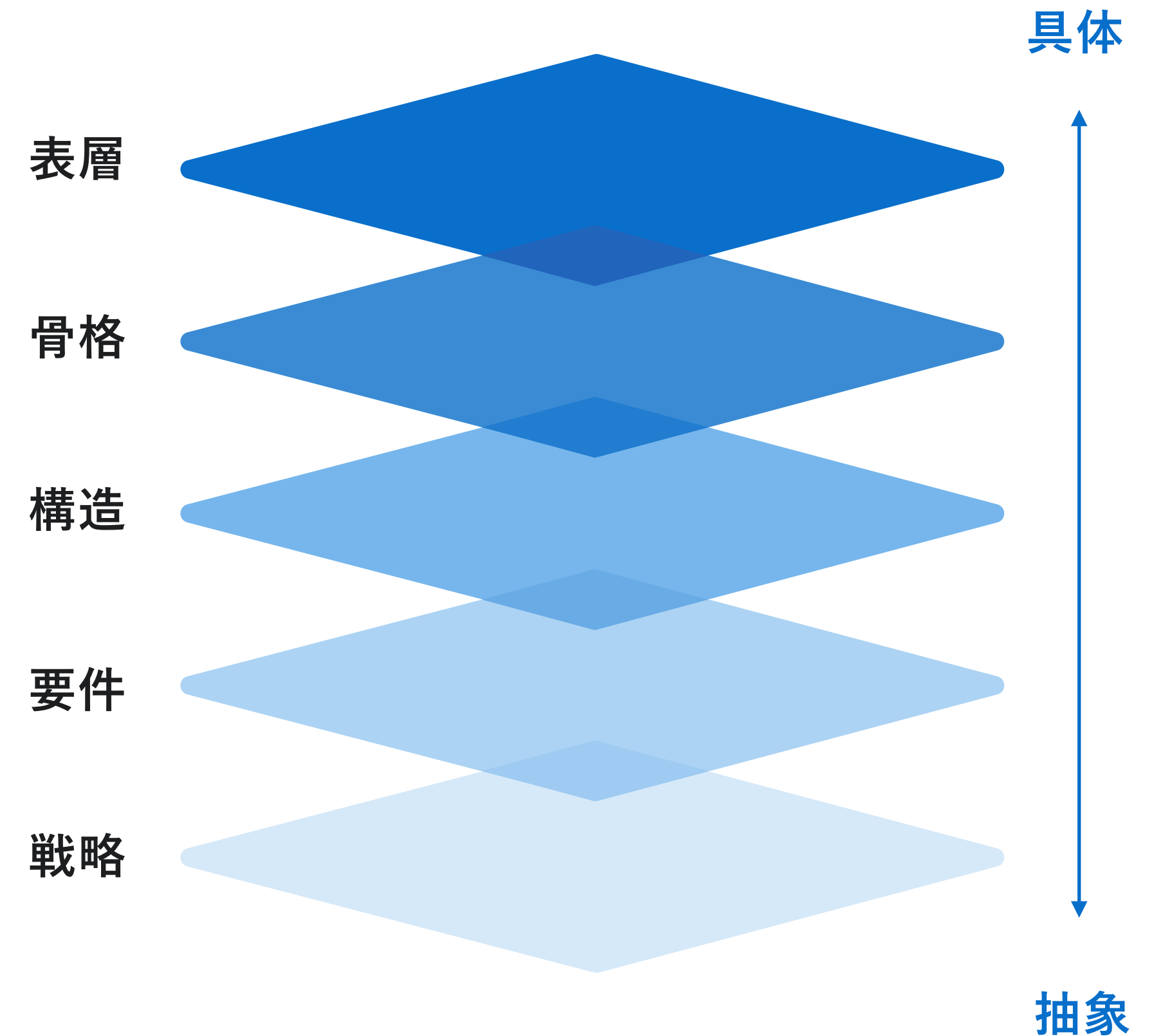
イノベーション力向上



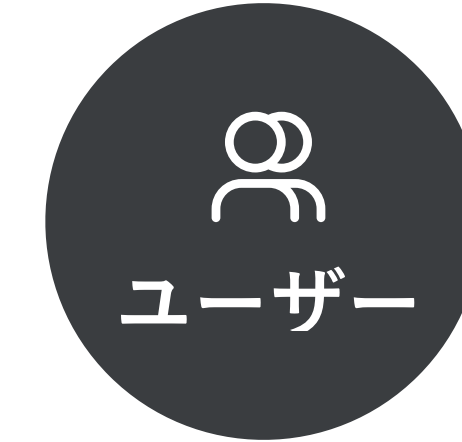
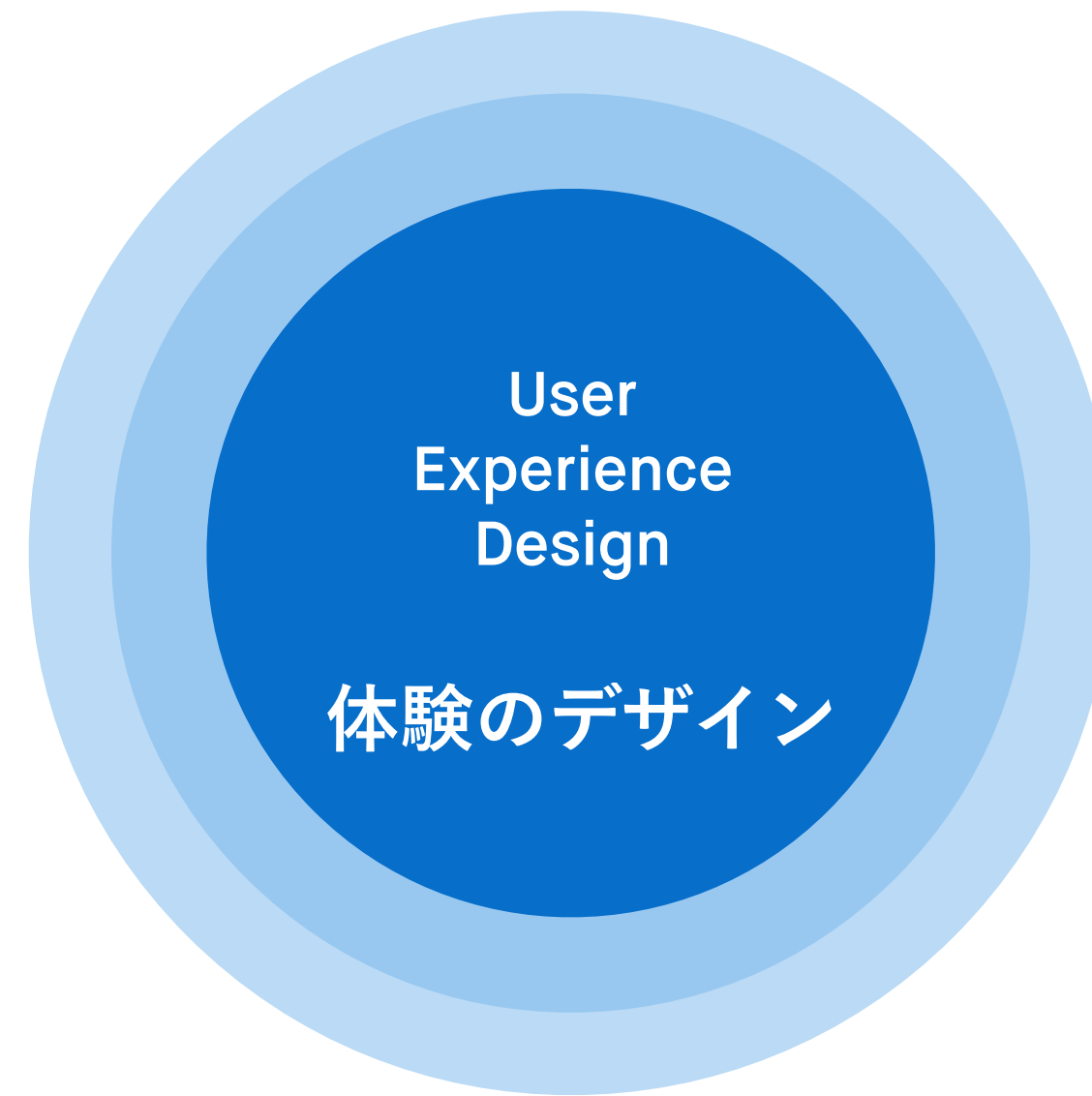
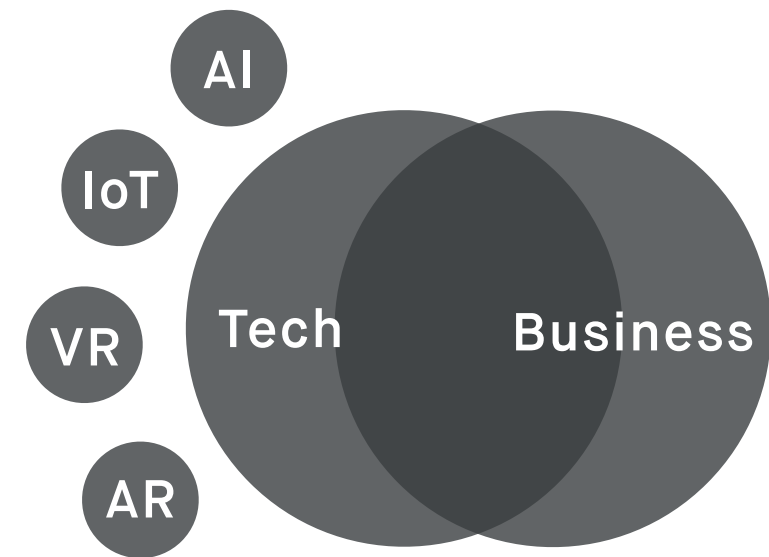
企業競争力の向上

デザイン経営を推し進める必要条件

1. 経営チームにデザイン責任者がいること
2. 事業戦略構築の最上流からデザインが関与すること



ユーザーエクスペリエンスの要素 (Jesse James Garrett)



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、

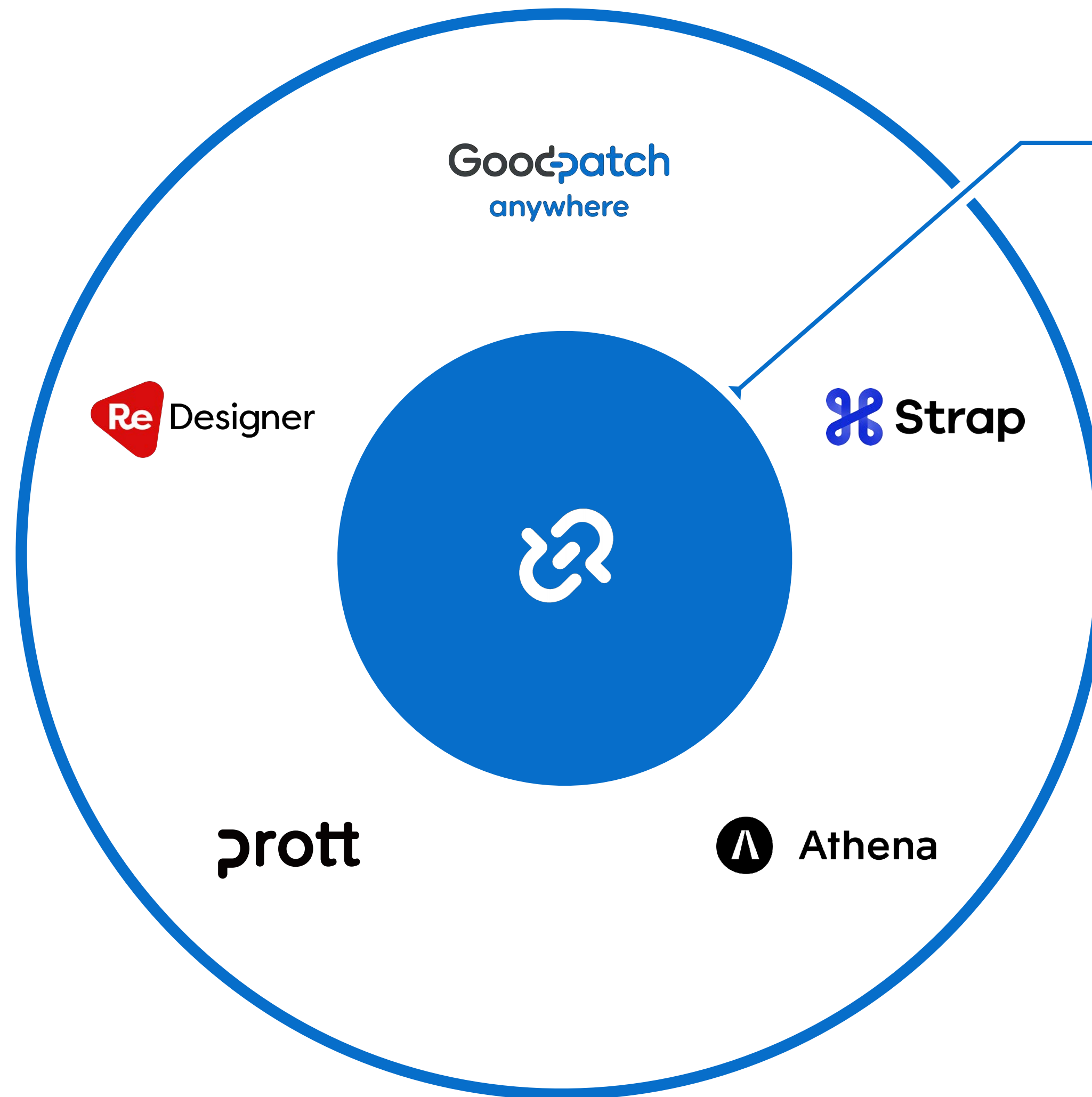
新たなビジネスモデルをともに検討するビジネスパートナー (※2)

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：富士通カメラ総研「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」

デザインのカでビジネスを前進させる グローバルデザインカンパニー

2011年9月に設立したグッドパッチは、
デザインパートナー事業とデザインプラットフォーム事業、
2つのビジネスを持つデザインカンパニー



事業セグメント 1

デザインパートナー事業

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
デザイン組織の構築支援も行う

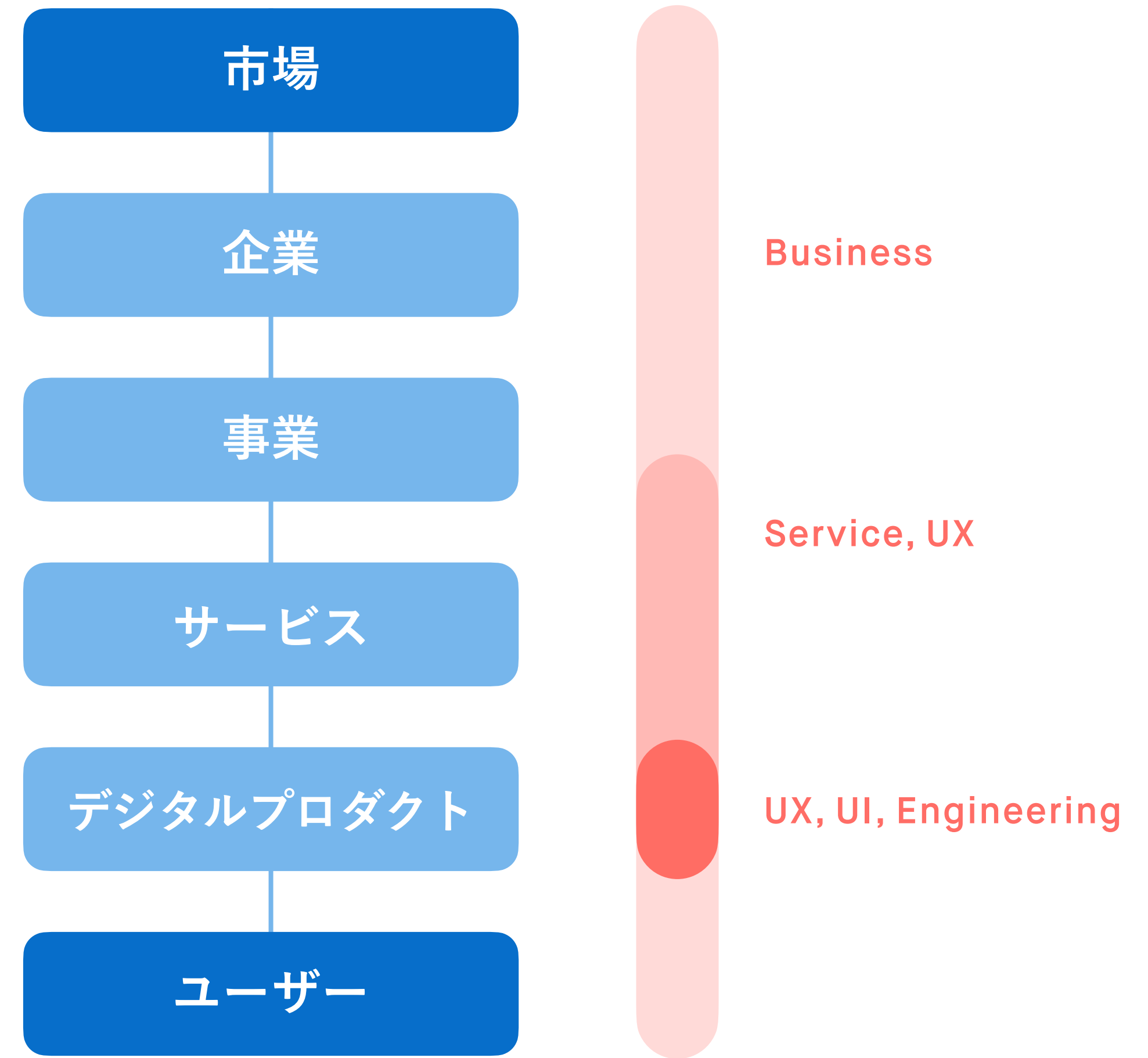
事業セグメント 2

デザインプラットフォーム事業

フルリモートデザインチーム「Goodpatch Anywhere」、デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」、クラウドワークスペース「Strap」、プロトタイピングツール「Prott」、XRプロトタイピングサービス「Athena」、などの自社プロダクト・サービスを提供

受託請負ではなく課題に並走するデザインパートナー

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



Experience Design領域を主軸に、Brand Experience領域やBusiness Design領域まで幅広くデザイン支援を実施

Experience Design

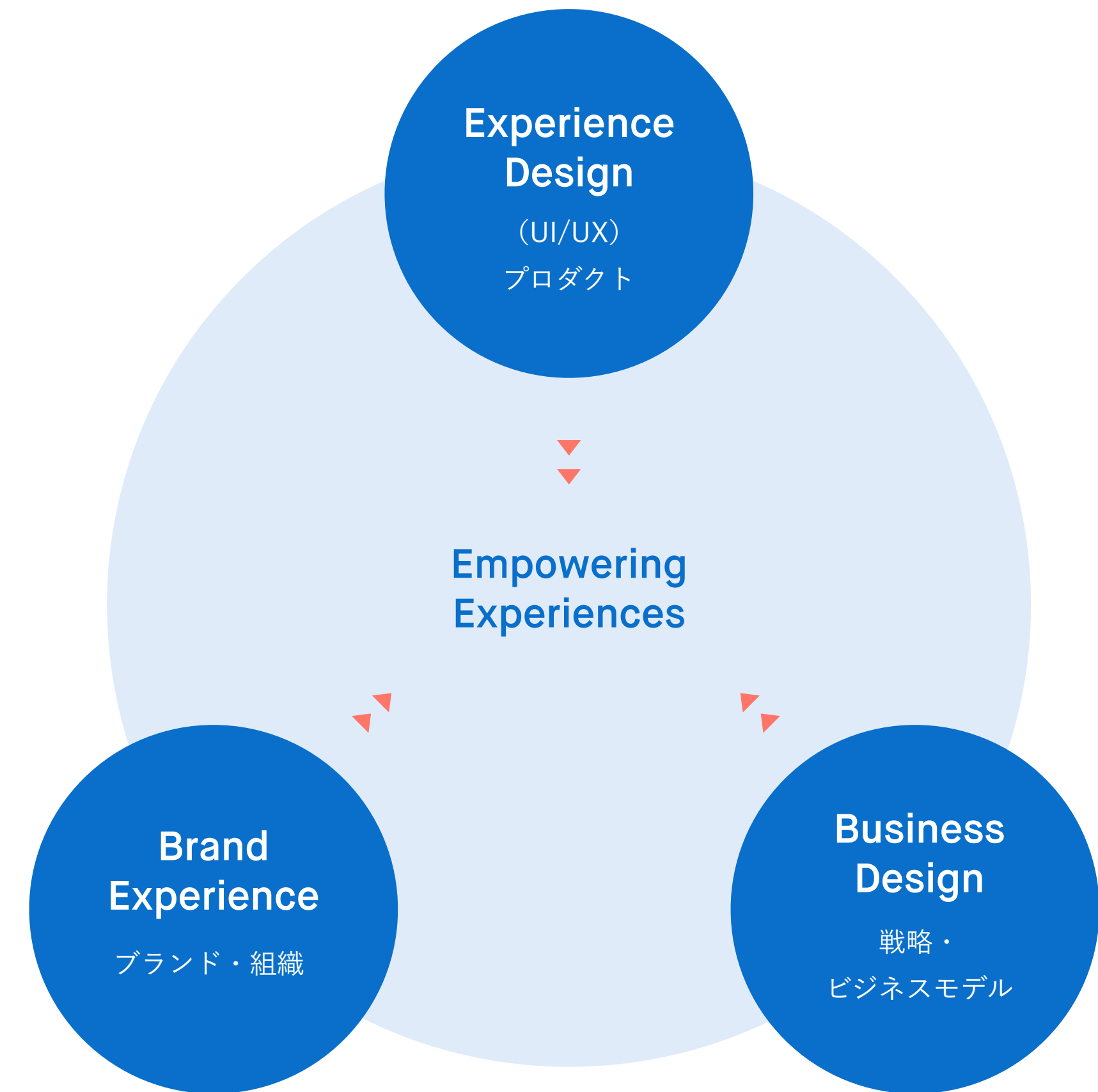
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）。ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現

Brand Experience

顧客企業の経営ビジョン・ミッションを起点とした組織デザインやブランドイメージのデザイン。ブランドの発信者側のサービスに込める思いや提供価値をデザインし、強固なブランドの形成を支援

Business Design

顧客企業のデジタルにとどまらないプロダクト全般における戦略・ビジネスモデルのデザイン。ユーザーがサービスを受け入れ、プロダクト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



企業人事向けサービスとして、「キャリアデータプラットフォーム」を活用して採用活動を支援する

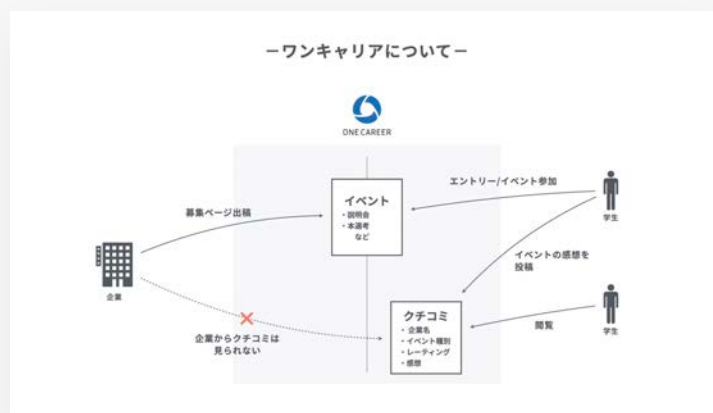
「ワンキャリアクラウドシリーズ」の採用計画機能の全体を支えるデザインの基盤とアプリケーションのUIデザインを支援

ONE CAREER CLOUD

1. 戦略

サービス・プロダクトの方向性を定める

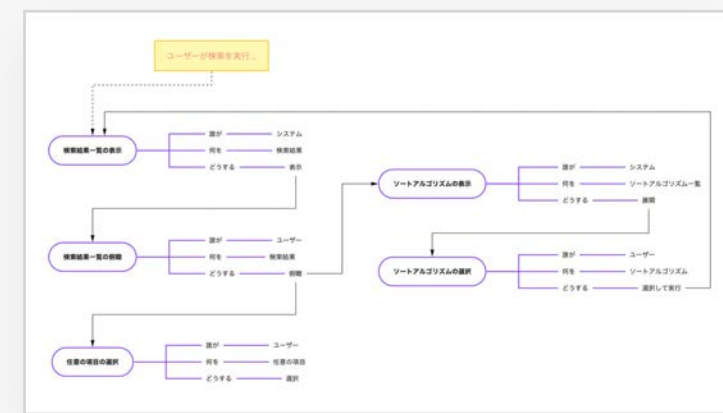
- ・ 企業、業務などの理解を深めるため顧客へヒアリングを実施
- ・ ターゲットとなる新卒採用担当の課題を抽出し、サービスのコンセプトを設計



2. 要件

情報の内容とターゲットを明確化

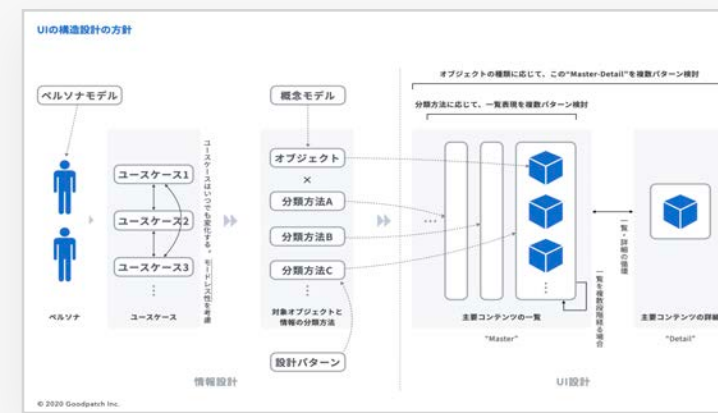
- ・ ユーザーの目的達成までのシナリオを設定し、構造化
- ・ 詳細機能やインタラクションと紐付けながらその全体像を分類機能を列挙し、それを元に機能を分解



3. 構造

ユーザーが理解しやすいサービスの情報構造をつくる

- ・ 必要な情報同士の関連性を明確にし、コンテンツをグルーピング
- ・ ユーザーとシステムの相互関係に関する機能的な側面を決定するインタラクションをデザイン



4. 骨格

適切なレイアウトをつくりインタラクションを検証

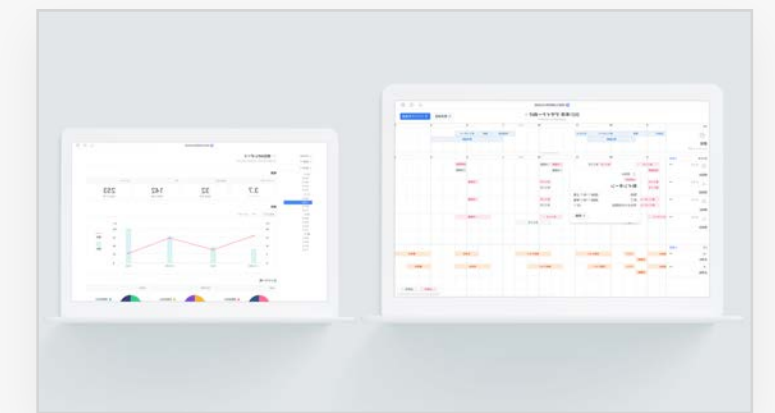
- ・ 要件段階で制作したシナリオと機能と、構造段階で制作した情報設計やデータ構造を元に、ワイヤーフレームを作成



5. 表層

ユーザーの普段の業務に溶け込むビジュアルデザインを完成

- ・ サービスがユーザーに与えたい印象を言語化
- ・ 実際に利用するであろうユーザー（主に企業の人事）の環境を考慮してビジュアルをデザイン



BtoC、BtoBエンタープライズ企業からスタートアップまで幅広い顧客ラインアップ

7年連続計9回のグッドデザイン賞受賞

BtoC, BtoB エンタープライズ



※上記は過去に当社グループがデザイン支援を行った企業の一部です。

スタートアップ

支援後9社が上場！FiNC, bitkeyには出資



※上記は過去に当社グループがデザイン支援を行った企業の一部です。

あらゆる産業・分野で広がるデザインのニーズ。各分野でのデザインノウハウを蓄積

※下記は過去に当社グループがデザイン支援を行った事例の一部です。許諾を得られたものについて企業ロゴを掲載しています。



クライアントの課題の変化に合わせて多面的・長期的な支援が可能なソリューションを 自社事業として展開



Goodpatch
anywhere

クラウドソーシング

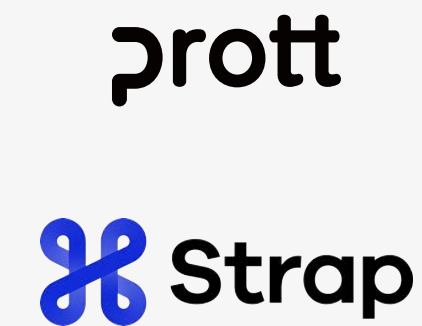
フルリモート
デザインチーム



Re Designer

人材/HR SaaS

デザイナー特化型
キャリア支援サービス



prott
Strap

SaaS

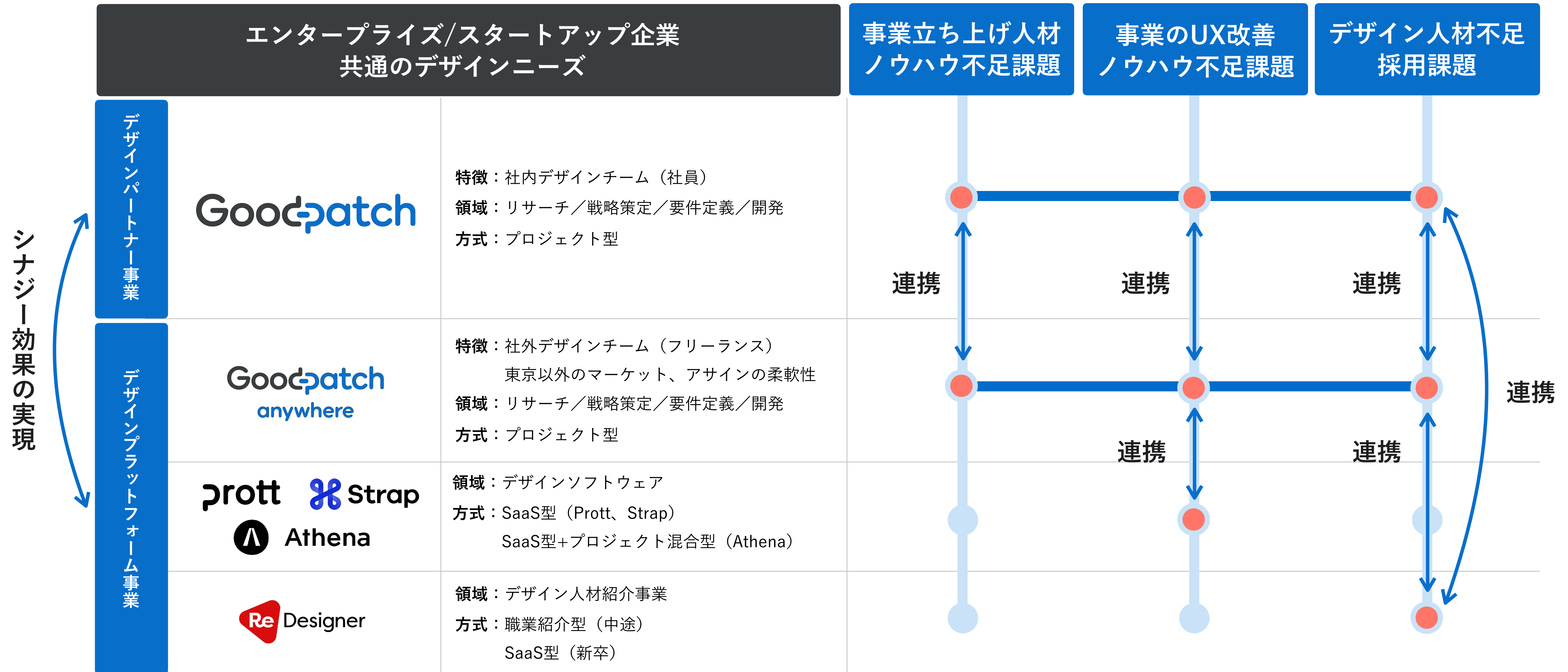
プロトタイピングツール
クラウドワークスペース



Athena

XR

XR
プロトタイピングサービス



FY2021 通期業績ハイライト

FY2021 通期(9-8月)業績ハイライト

売上高

前期比(増減)

2,741 百万円

+27.9% (+598百万円)

進捗率

100.7%

営業利益

前期比(増減)

406 百万円

+87.5% (+190百万円)

進捗率

107.5%

- 売上高は前期比+27.9%、598百万円増加。企業のDX投資の需要を捉えつつ、デザイン組織規模を拡大、高成長を継続
- 営業利益は+87.5%、190百万円増加、営業利益率も14.8%に向上。4億円を超える営業利益を達成
- **好調な事業環境の追い風を捉えつつ人材獲得を加速**

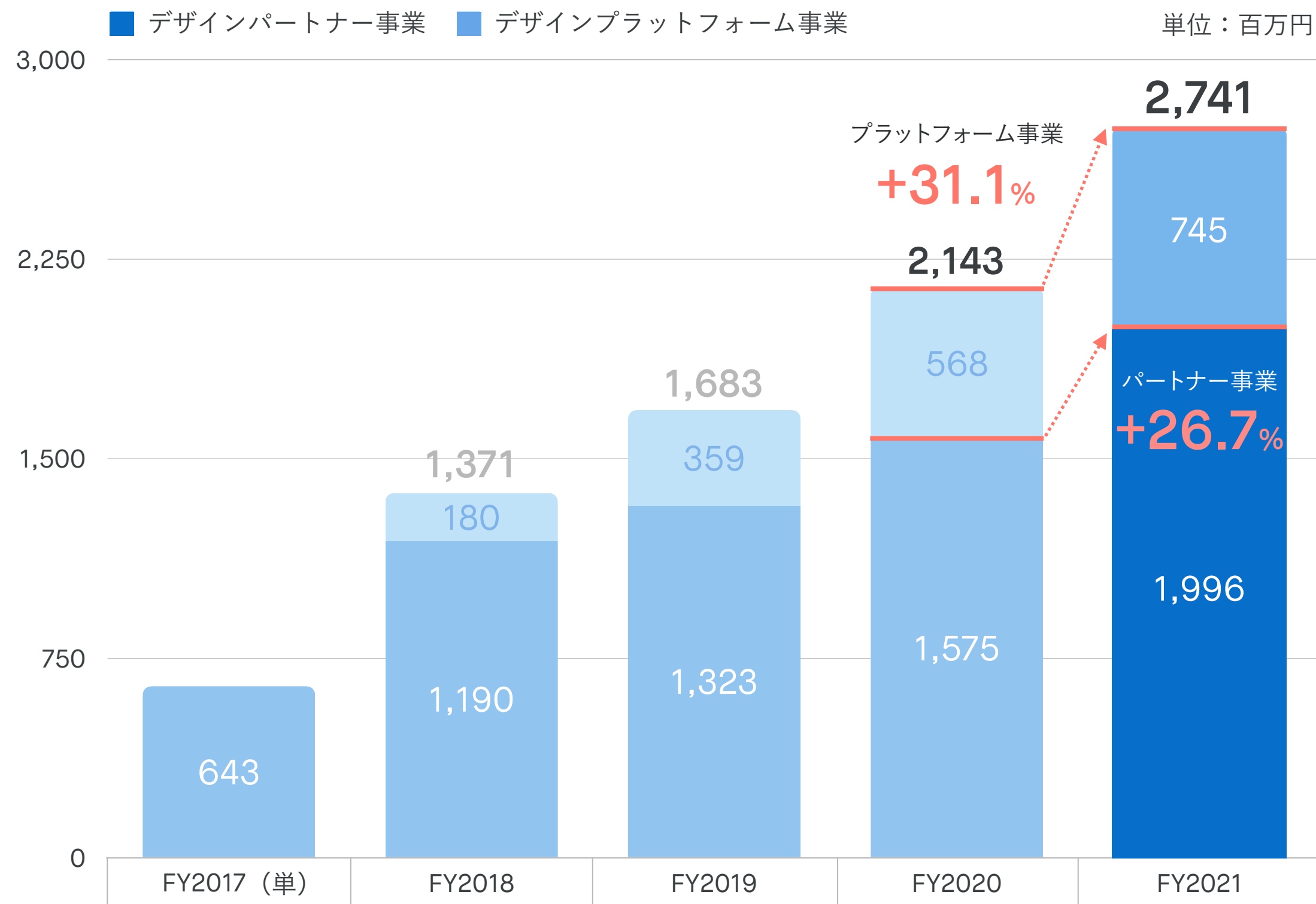
売上規模の拡大継続とともに利益創出が進み、修正業績予想を超える着地

FY2021 事業方針

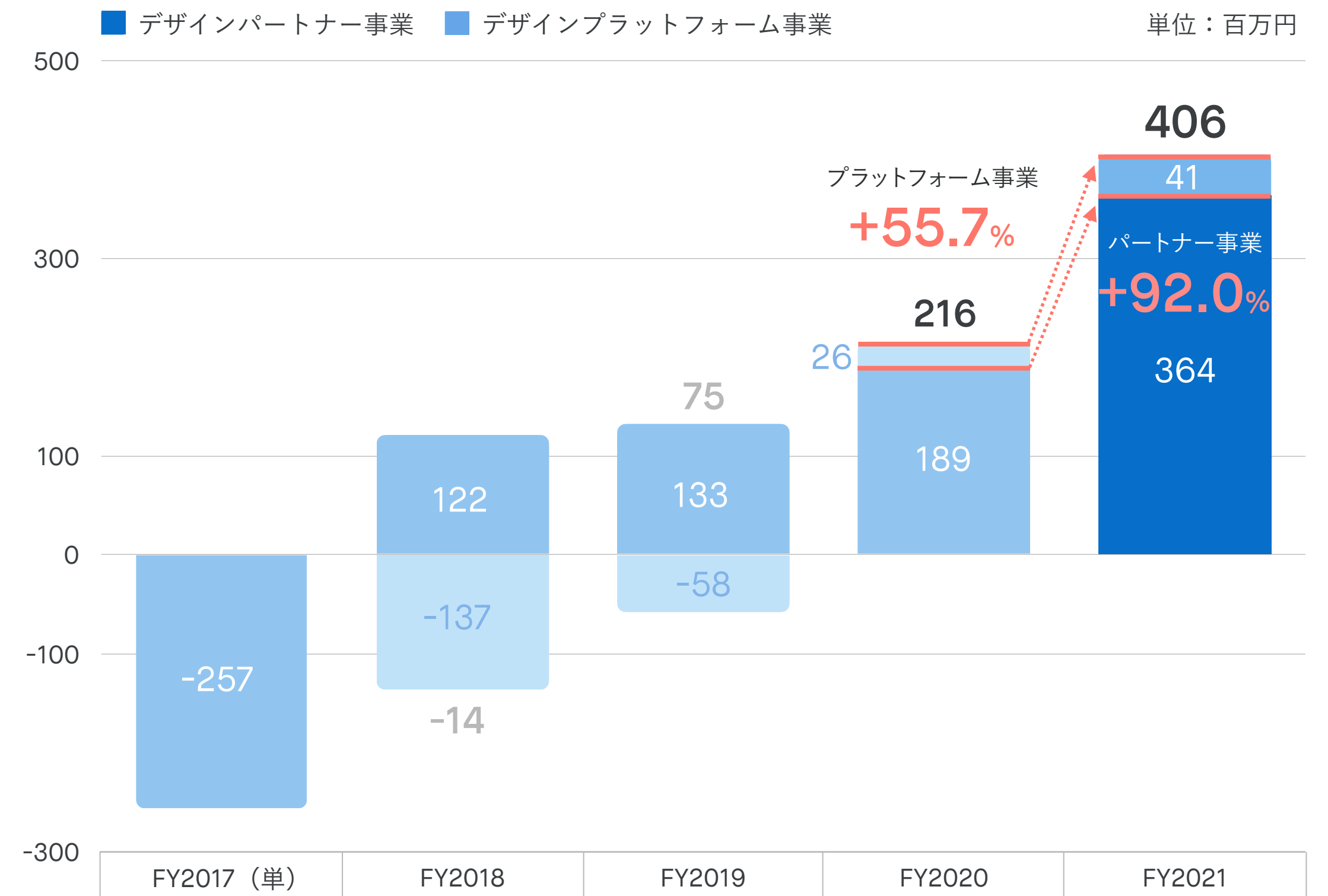
- 1 UI/UXデザインを武器に大型DXプロジェクトの獲得
- 2 デザイン領域への拡張とテクノロジーへの投資
- 3 フルリモートデザインチーム：Goodpatch Anywhereの強化
- 4 リモートコラボレーションツール：SaaS「Strap」の戦略的展開

デザインパートナー事業はYoY営業利益+92.0%、順調な売上成長に利益率も改善 デザインプラットフォーム事業は力強い成長を背景に中長期投資を進める

売上高



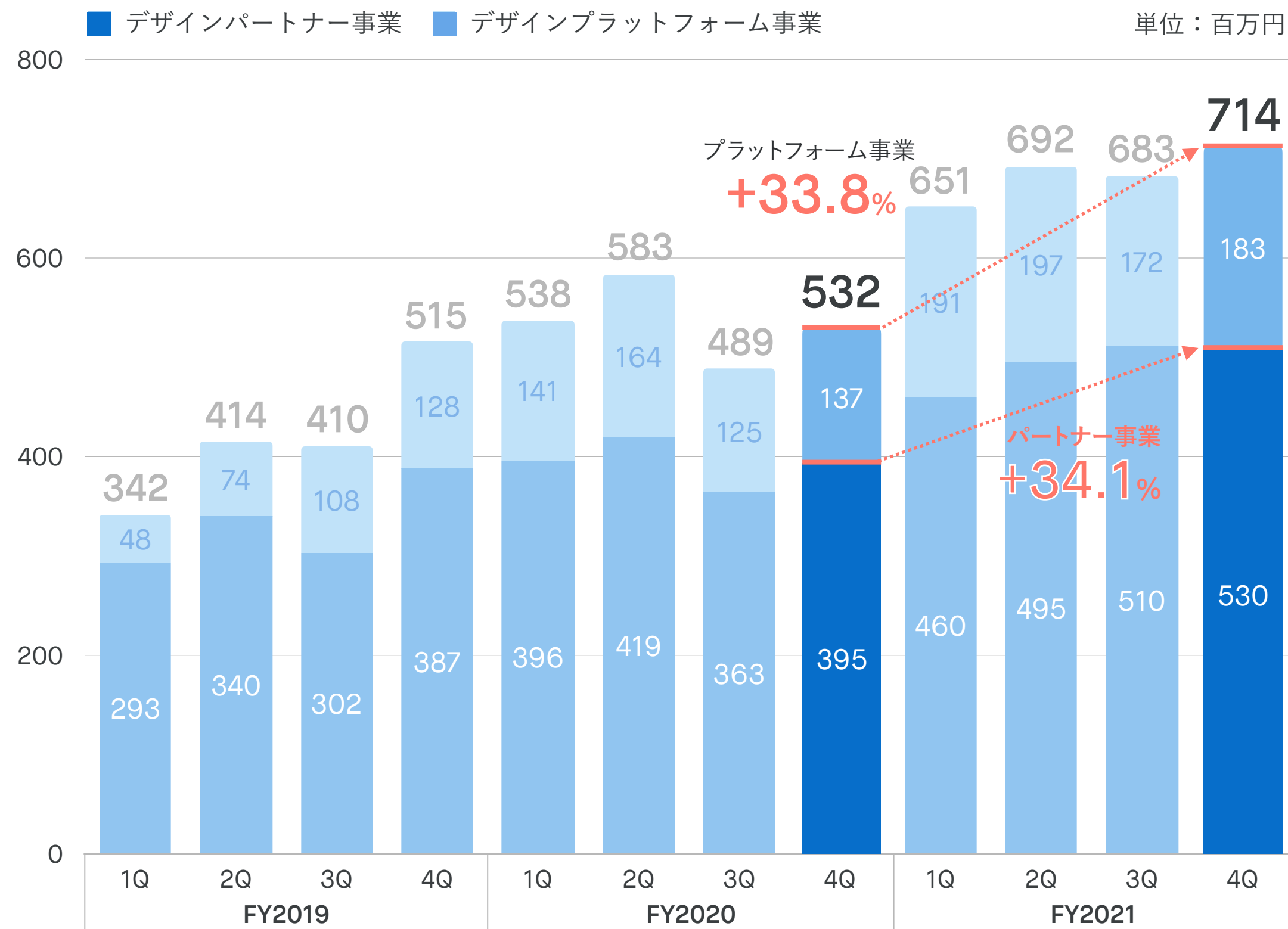
営業利益



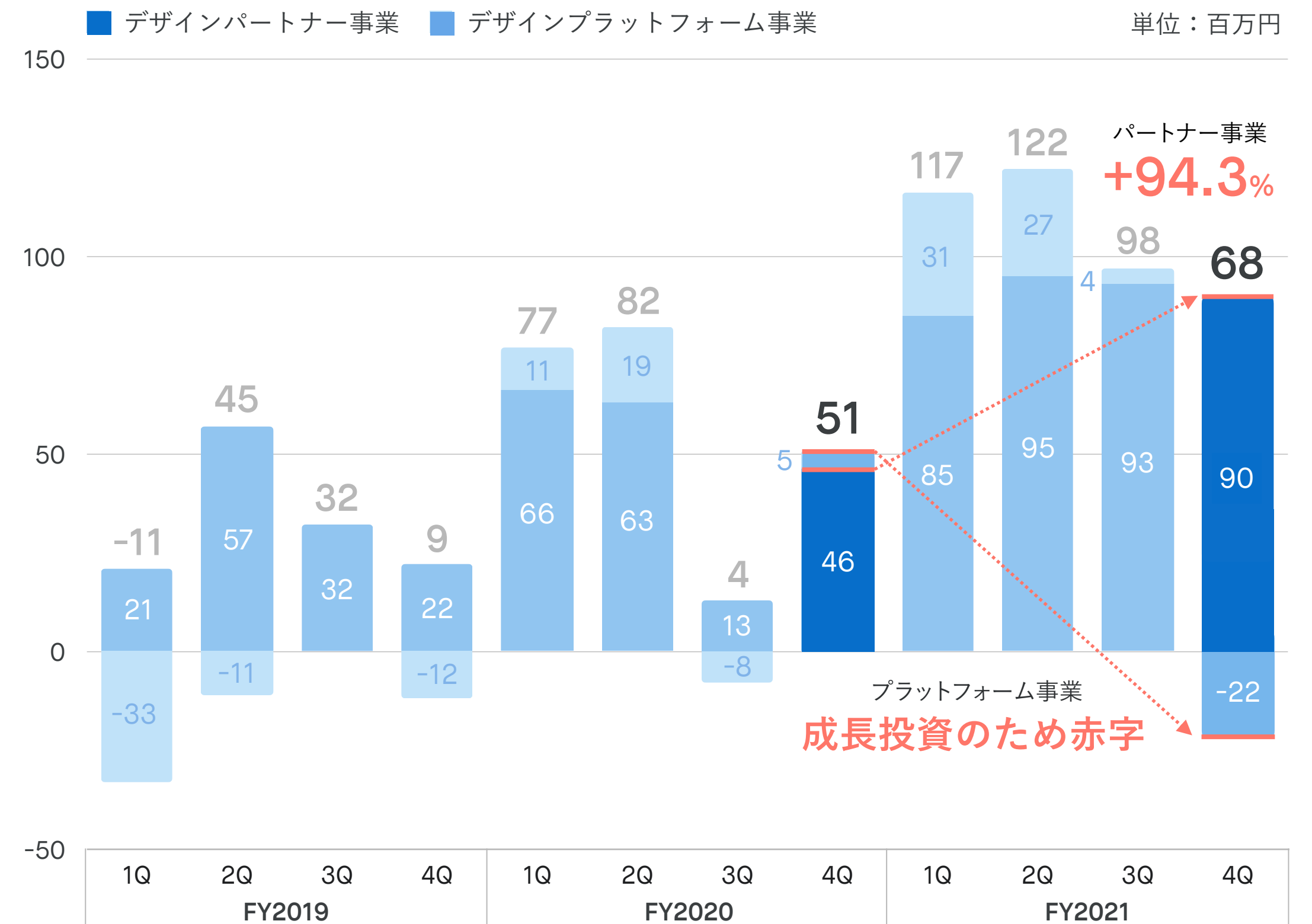
※FY2017の数値については、監査法人による監査を受けておりません。また、FY2017（単）は単体、以降は連結の数値となります。

デザインパートナー事業はYoYにて営業利益+94.3%、QoQも増収、利益を確保 デザインプラットフォーム事業も増収、中長期的な成長投資を進め赤字計上

売上高



営業利益



※FY2019 1Q-4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

順調なトップラインの拡大とともに、営業利益はYoYにて+87.5%の成長を達成 中長期の成長を見据えた投資を行いながらも、収益性の改善が進む

連結損益計算書（9-8月）

単位：百万円

	FY2020	FY2021	YoY 増減率	通期業績予想 (修正)	進捗率
売上高	2,143	2,741	+27.9%	2,722	100.7%
営業利益	216	<u>406</u>	<u>+87.5%</u>	378	107.5%
営業利益率	10.1%	<u>14.8%</u>	<u>+4.7pt</u>	13.9%	+0.9pt
経常利益	211	393	+85.8%	374	105.3%
当期純利益	215	327	+51.9%	295	111.1%

- DXへの投資拡大を受け、プロジェクトの引き合いが好調、売上高成長は27.9%と順調
- 昨年のコロナウイルスによる影響から**完全に脱却**し、利益拡大を継続、**営業利益率は14.8%**に上昇
- 期中に上方修正を実施、成長投資を継続しつつも**営業利益は4億円台に到達**

4Q単独では、売上高にてYoY+34.0%、営業利益にてYoY+31.7%の成長 成長投資を追加実施したため、前四半期比では利益マイナス

連結損益計算書（6-8月）

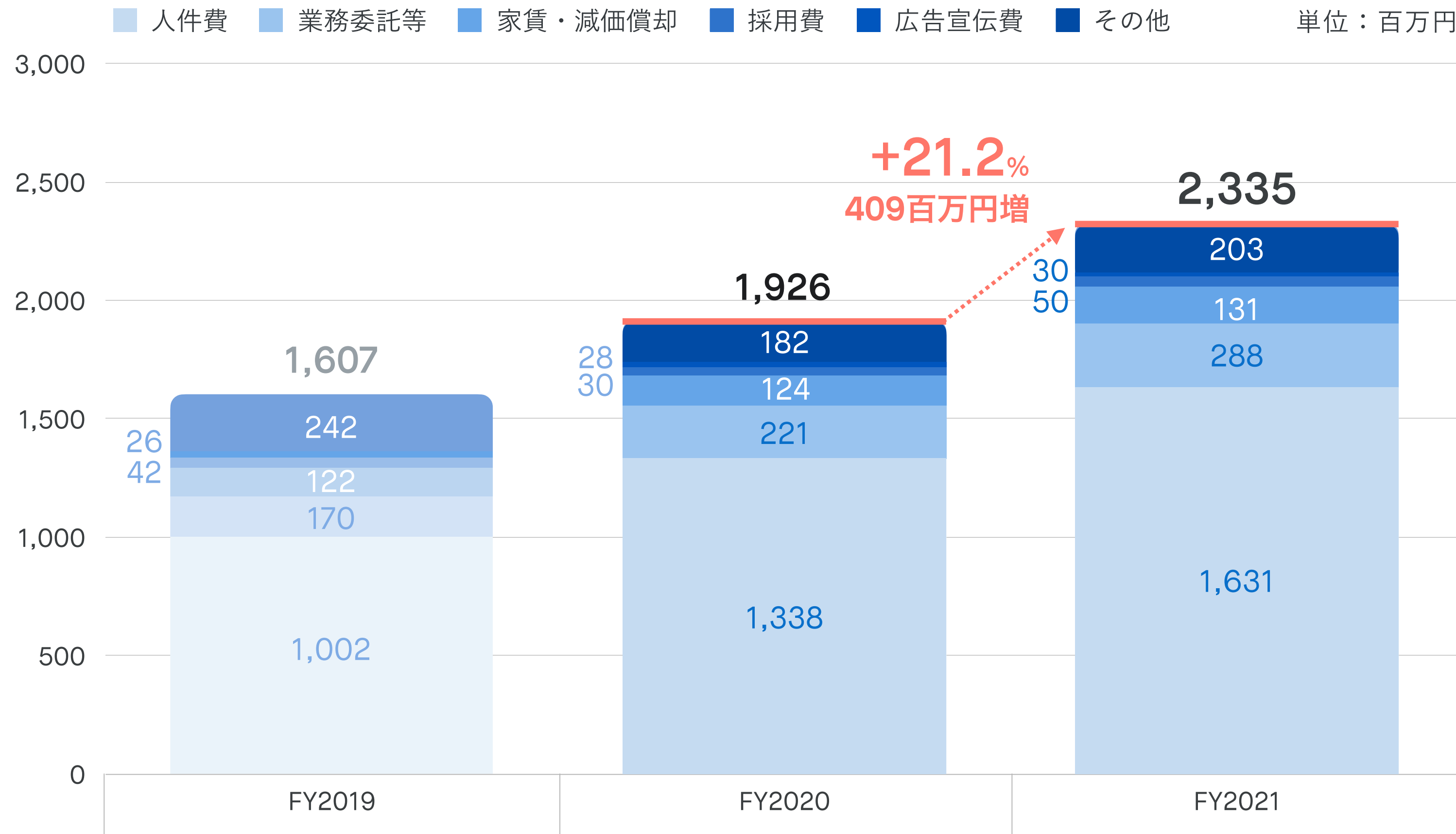
単位：百万円

	FY2020 4Q	FY2021 3Q	FY2021 4Q	YoY 増減率	QoQ 増減率
売上高	532	683	714	+34.0%	4.5%
営業利益	51	98	68	+31.7%	-30.8%
営業利益率	9.7%	14.4%	9.5%	-0.2pt	-4.9pt
経常利益	52	97	65	+25.6%	-32.1%
当期純利益	49	73	66	+35.6%	-9.8%

- 売上高はQoQで+4.5%だが、**請負契約のプロジェクト総額53百万円**がFY2022に繰越す。総じて順調な成長が続く
- 費用面では中長期的な投資（44百万円）の実施とともに賞与等のコストを加え、計50百万円を追加
- 中長期の成長を見据えながらも、**売上と費用をコントロール**しながら業績目標上に着地

YoYにて営業総費用は21.2%、409百万円の増加。コスト効率が向上

費用構成の推移

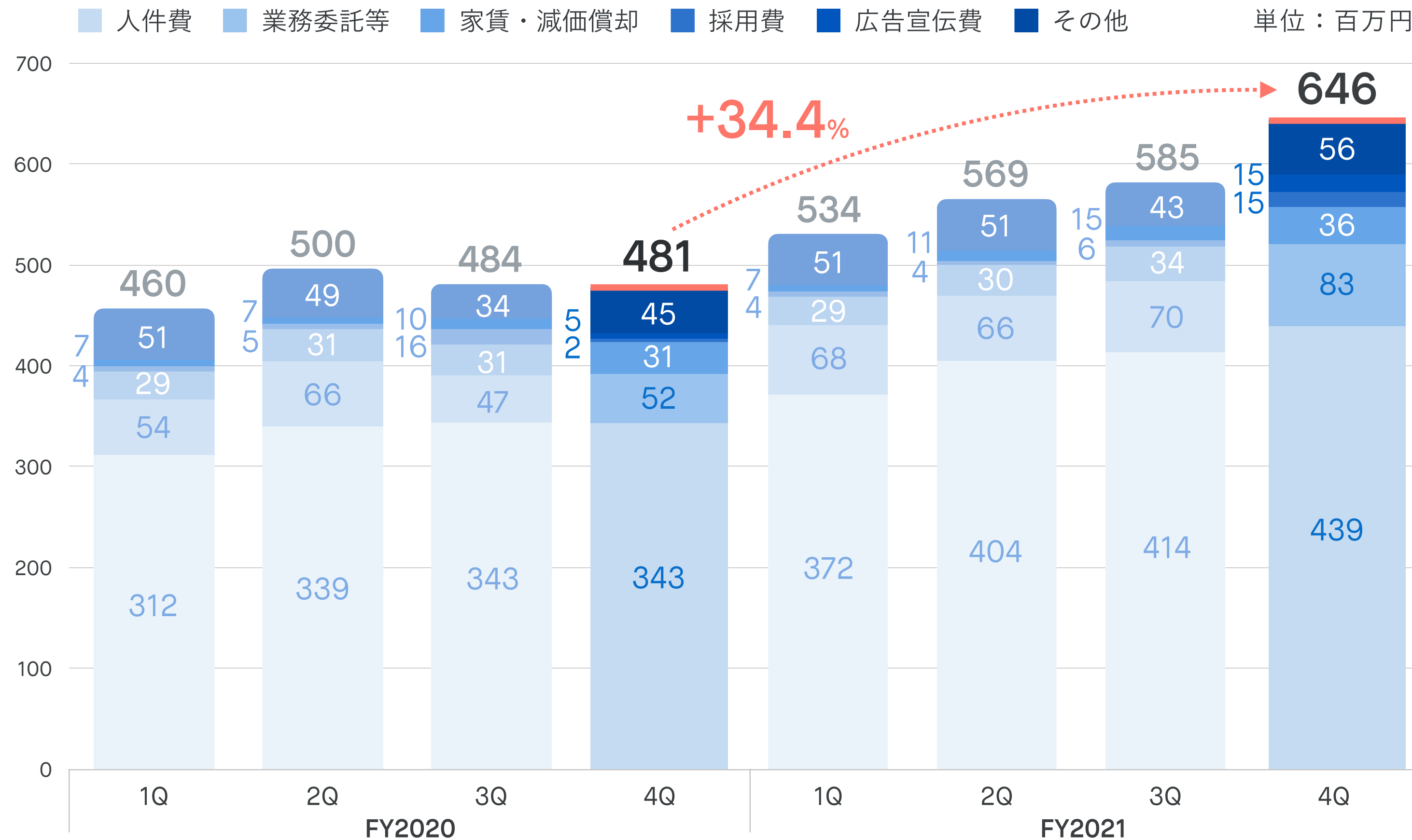


- YoYにて人件費増加率は21.9%、また、採用活動を積極実施の結果、採用費が63.4%の伸び
- プロジェクト需要に対応するため業務委託費用は30.4%の伸び
- 上記費用以外は売上の伸びに対して低く推移、修正年間計画の総費用2,349百万円に対して99.4%と営業利益率の改善につながる

※上記費用には営業外費用および特別損失は含んでおりません。

中長期の成長を見据えた戦略投資を進めたため、YoYでは+34.4%のコストアップ

費用構成の推移



※上記費用には営業外費用および特別損失は含んでおりません。

- YoYにて人件費は+28.0%、人員数+12.9%に比して高く、従業員の給与アップ進む

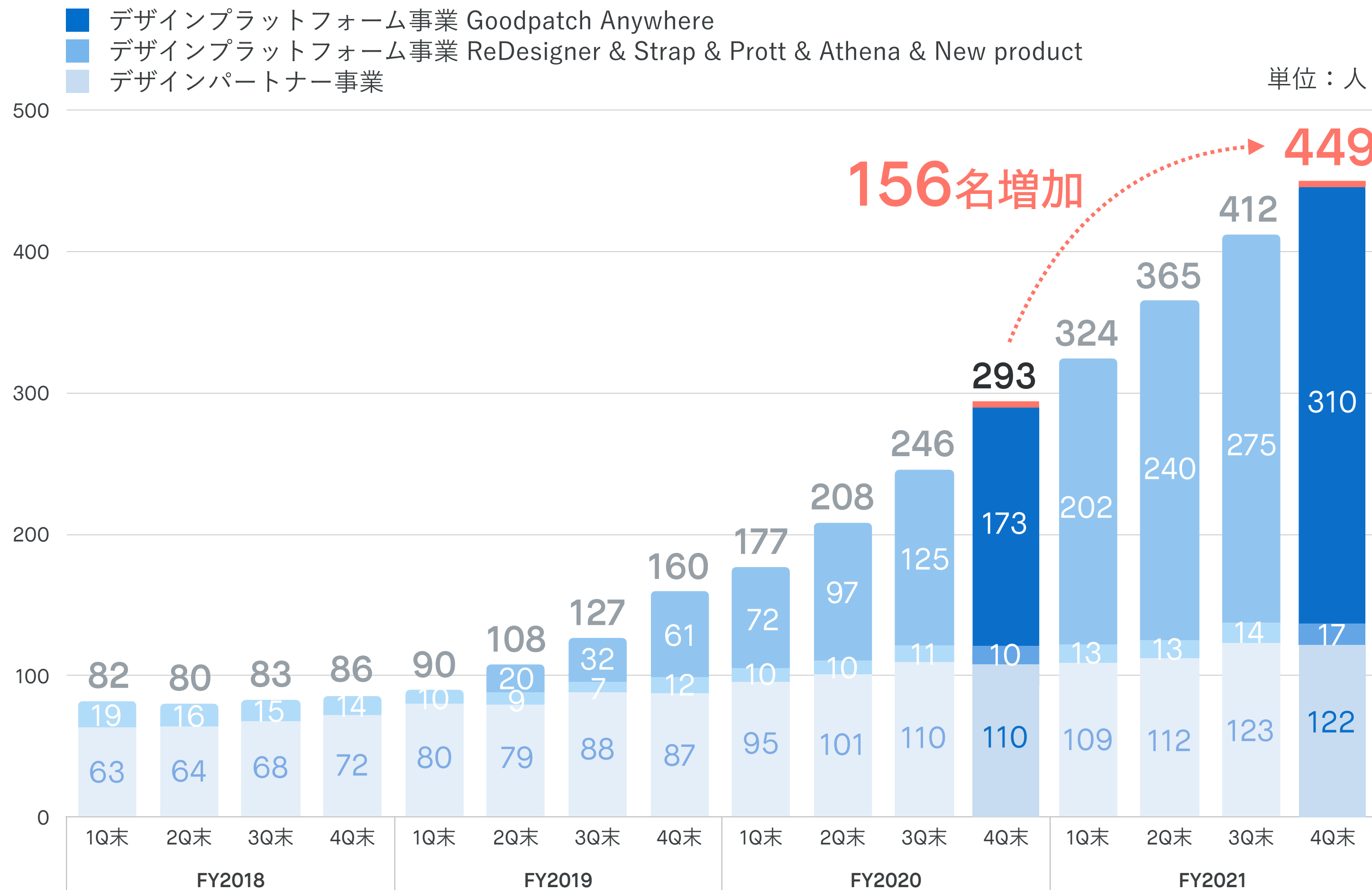
- 4Qにおける戦略投資は**44百万円**程度
(3Q終了時点想定は50百万円)に留まり、利益押し上げ

1. 施設改善費用 9百万円
2. Goodpatch Anywhereの主要メンバーの採用費 7百万円
3. 人材関連費用（採用費・研修費） 4百万円
4. SaaSへの投資 19百万円
5. ブランド広告費 5百万円
6. M&A関連費用は発生せず

- QoQでは売上成長とともに人件費および業務委託費が増加（計37百万円）

グッドパッチのデザイン組織はさらに成長、Goodpatch Anywhereが継続的に伸長

デザイン人員数の推移



- YoYではデザイン組織が**156名**増加し、全体では**449名**に拡大
- QoQではデザインパートナー事業の直接雇用のデザイナーは1名減、122名に一方、Goodpatch Anywhereの主要メンバーを増強し、デザインプラットフォーム事業の社内デザイン組織では3名増加
- Goodpatch Anywhereの登録デザイナー数は35名増加し、**300名を超える**体制となる

MSワラントの実施により現預金が27.8億円へ、M&Aを見据えた準備が進む

連結貸借対照表

単位：百万円

	FY2020 4Q末	FY2021 4Q末	増減	主な理由
流動資産	1,218	3,136	+1,917	利益計上、MSワラント（第6回号）による増資完了
現金及び預金	939	2,780	+1,840	利益計上、MSワラント（第6回号）による増資完了
固定資産	292	303	+10	
総資産	1,511	3,439	+1,928	
流動負債	381	551	+169	
固定負債	191	317	+126	
純資産	938	2,571	+1,632	利益計上、MSワラント（第6回号）による増資完了
自己資本比率	62.1%	74.8%	+12.7pt	

各事業の状況

デザインパートナー事業

世界的なDXの需要強く日本とヨーロッパともに伸長。売上高は20億円目前に迫る 収益性も改善し営業利益は約3.6億円、YoYにて+92%増加

セグメント全体 FY2021 通期（9-8月）

売上高

前期比（増減）

1,996 (百万円) +26.7% (+420百万円)

営業利益

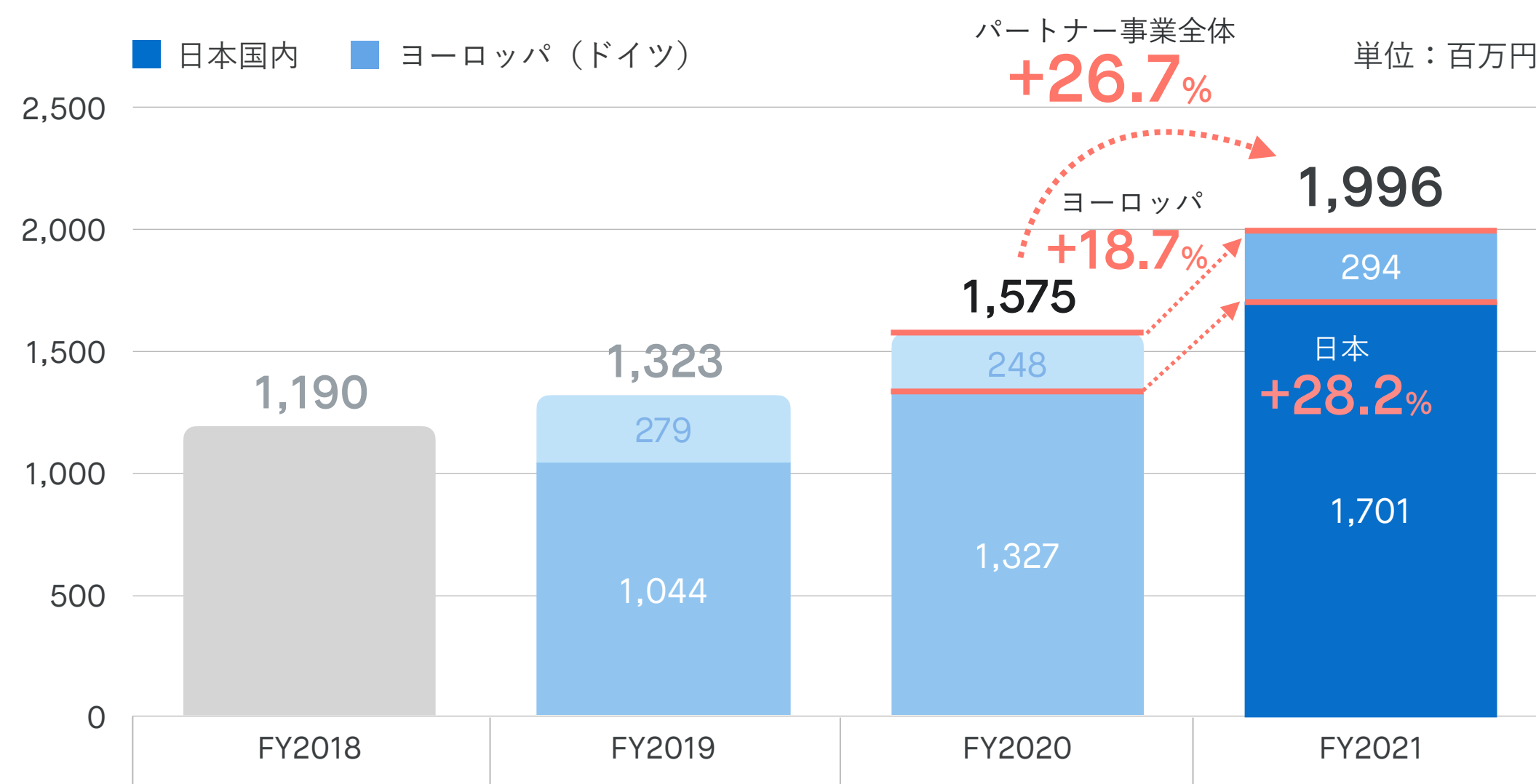
前期比（増減）

364 (百万円) +92.0% (+174百万円)

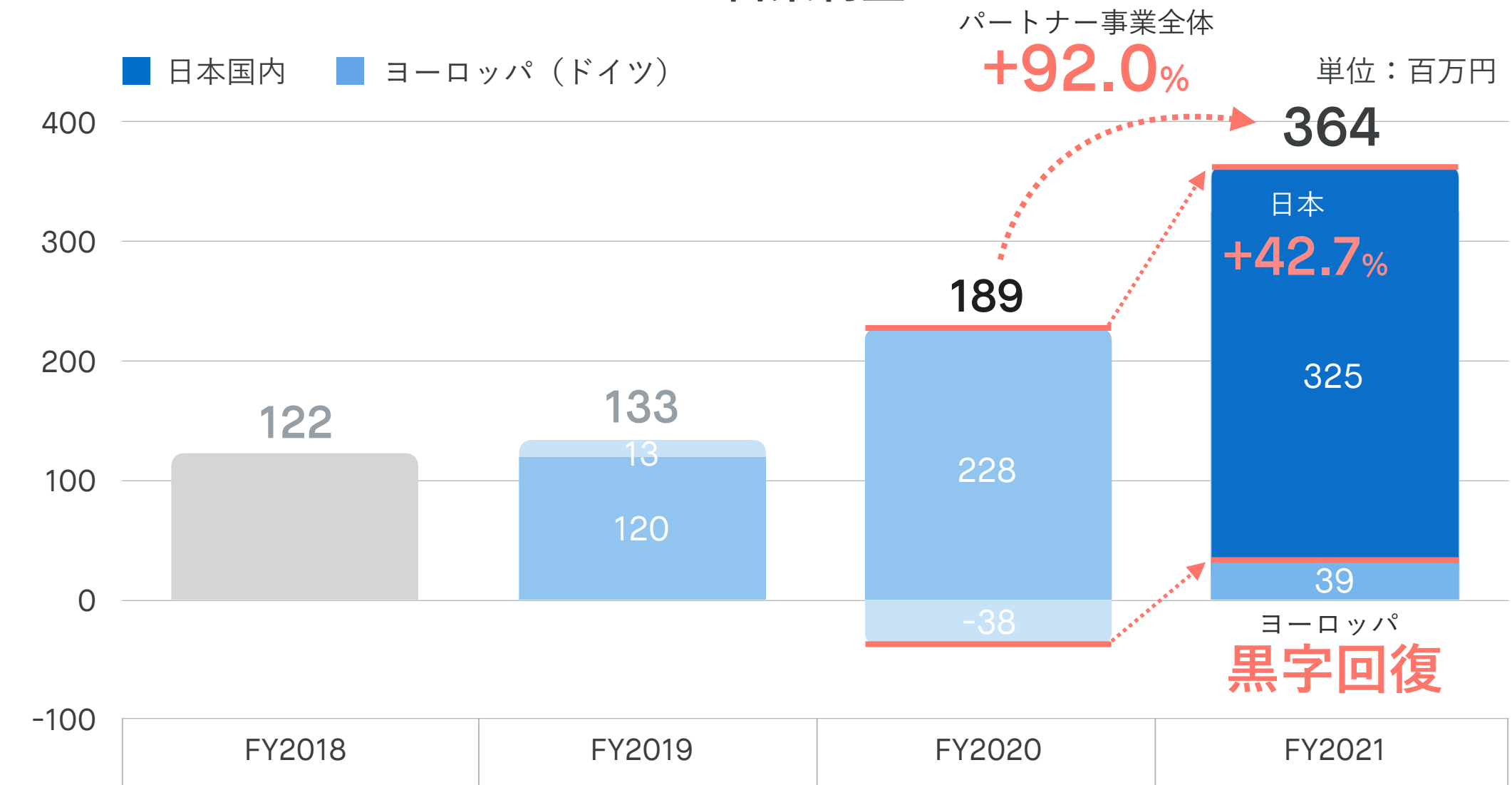
- 日本国内ではDX需要が高まる一方で、コロナウイルスの影響は限定的。問い合わせ数の増加、IPO後のブランド力の向上を実感しつつ、プロジェクト数を拡大
- 人材獲得については課題があるものの、組織強化が進む。サービス提供能力の向上の結果、売上規模が成長
- ヨーロッパ（ドイツ）でもコロナウイルスの影響から脱却し、下半期からプロジェクト獲得数大幅増加

DXの流れを受け、日本とヨーロッパともに好業績を記録し、順調な成長を継続 営業利益ではYoYにて日本は+42.7%、ヨーロッパはV字回復を果たす

売上高



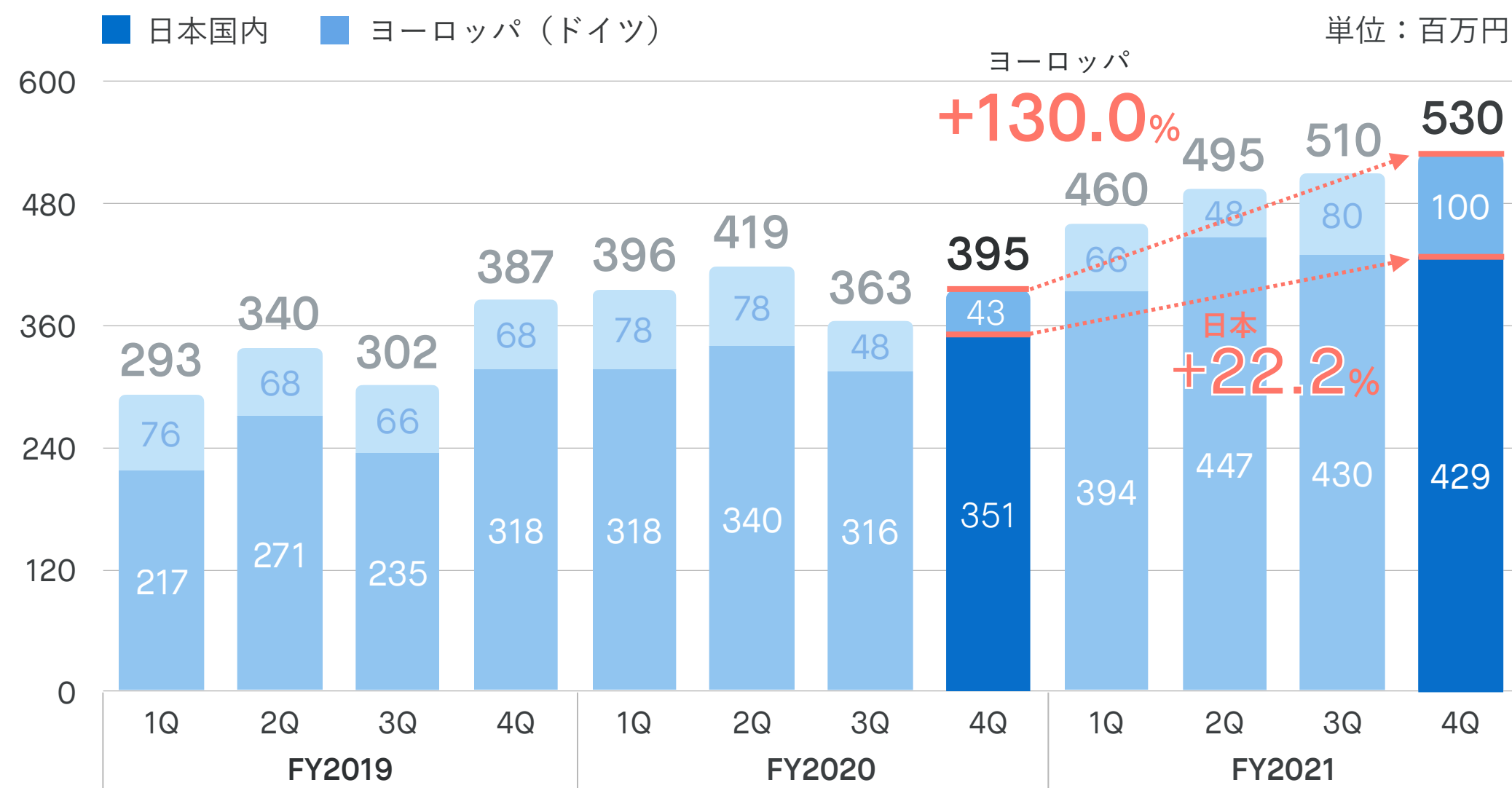
営業利益



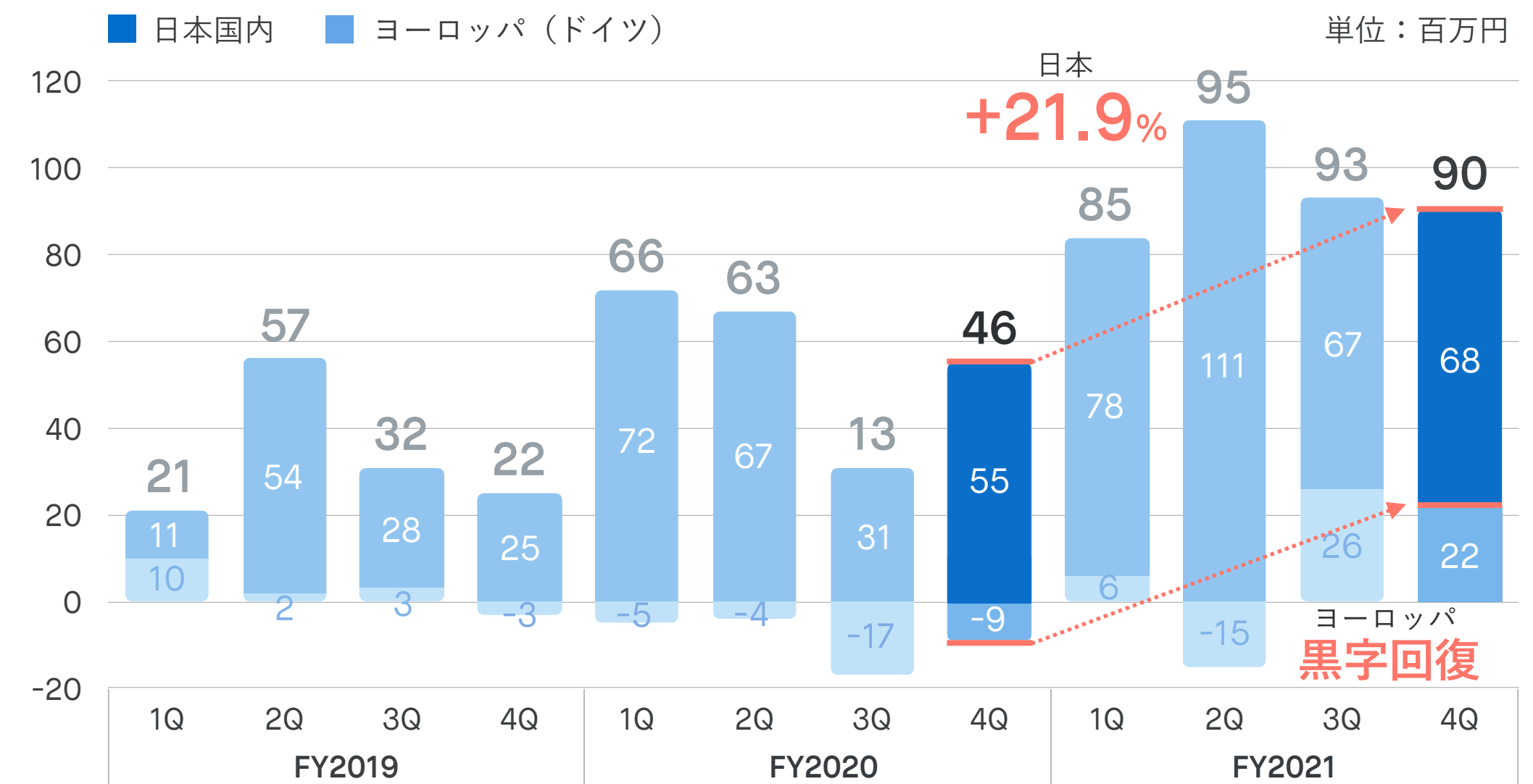
- 日本国内** : コロナウイルスによる緊急事態宣言が発令されるも、DXの流れが強く年間の問い合わせ数は大幅増加
 売上規模を拡大しつつ収益性を改善、**営業利益率は19.1%**（前年比で+1.9pt）に
- ヨーロッパ（ドイツ）** : 上半期はコロナウイルスの影響が残ったが、人員の効率化と売上拡大を同時に推進し、増収かつ黒字回復を達成

4Qの売上高はYoYでは日本+22.2%、ヨーロッパ2.3倍と特にヨーロッパにて躍進 日本では請負契約プロジェクトの収益認識がFY2022へ、前四半期程度の利益水準に着地

売上高



営業利益



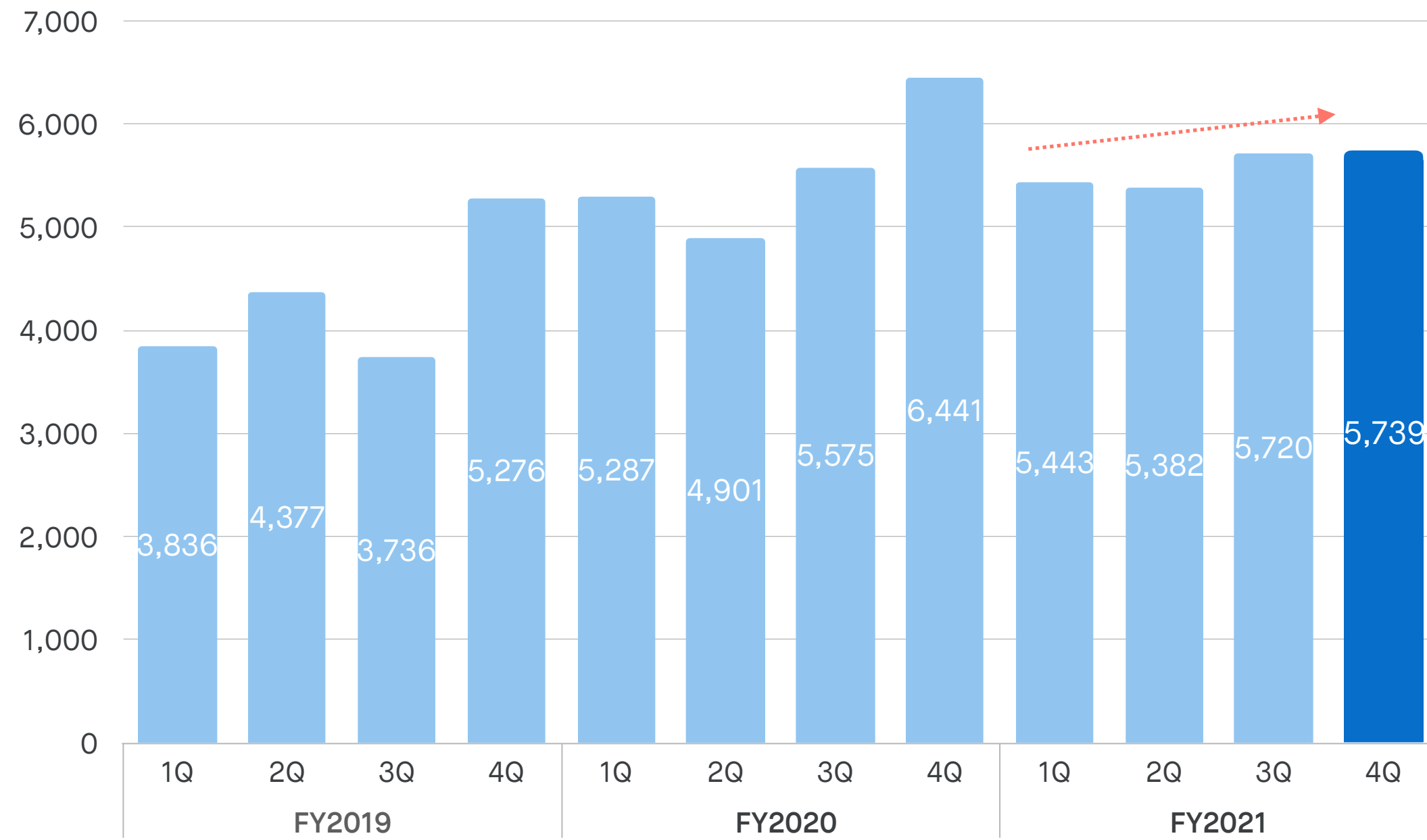
- 日本国内 : 3Qの大型プロジェクトの停止に伴い、新規プロジェクトを複数開始
また、請負契約プロジェクトによってFY2022の上期へ26百万円分の売上が繰越、実質的には2Qを超える売上規模へ拡大
- ヨーロッパ (ドイツ) : 不安定な経済環境から急速に回復し、順調に四半期の利益を確保
さらに労働時間短縮制度の一時コスト負担が軽減され、6.5百万円の戻し入れ利益も寄与

※FY2019 1Q-4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

プロジェクト月単価・件数の上昇トレンドが継続

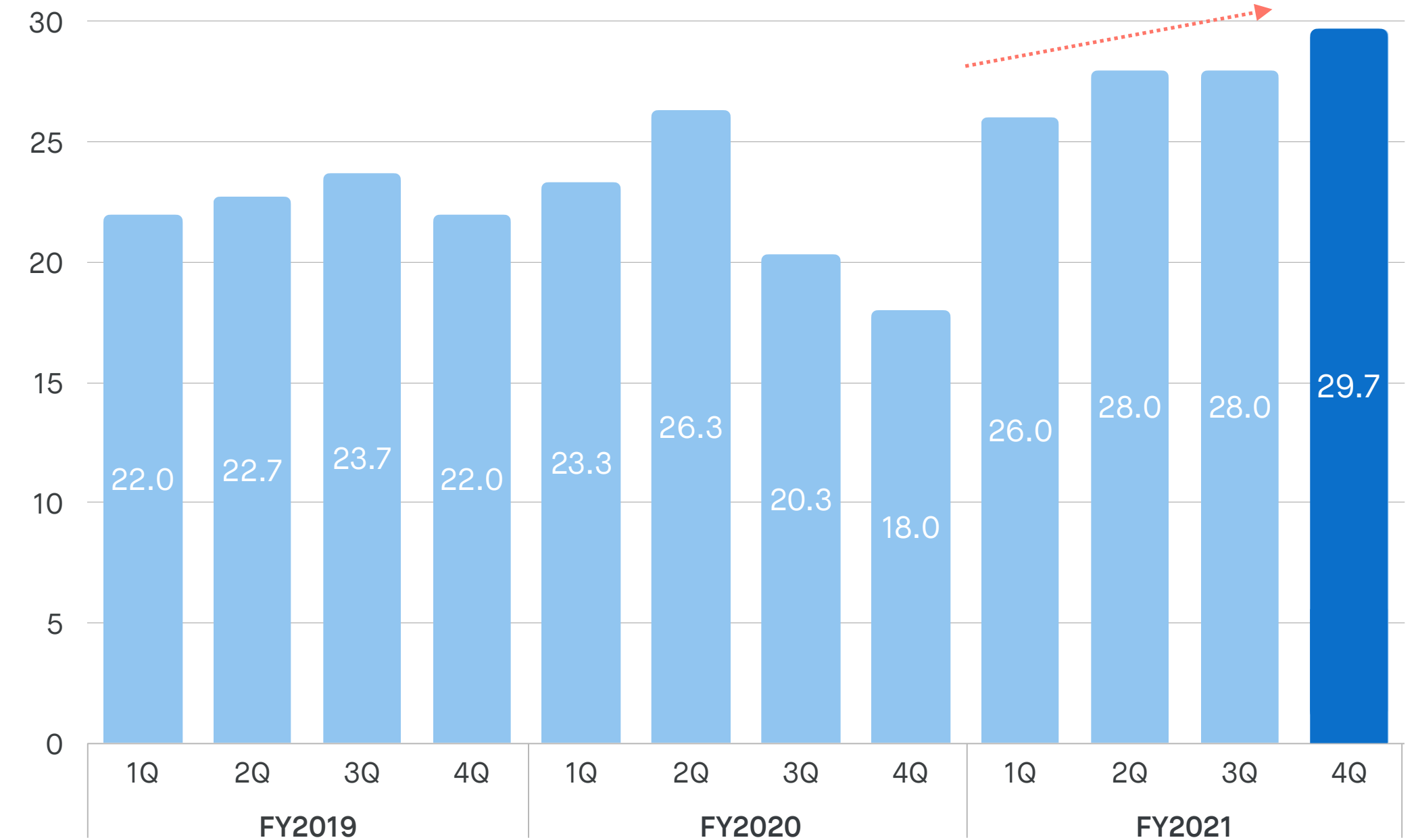
プロジェクト月単価

単位：千円



月平均プロジェクト件数

単位：件

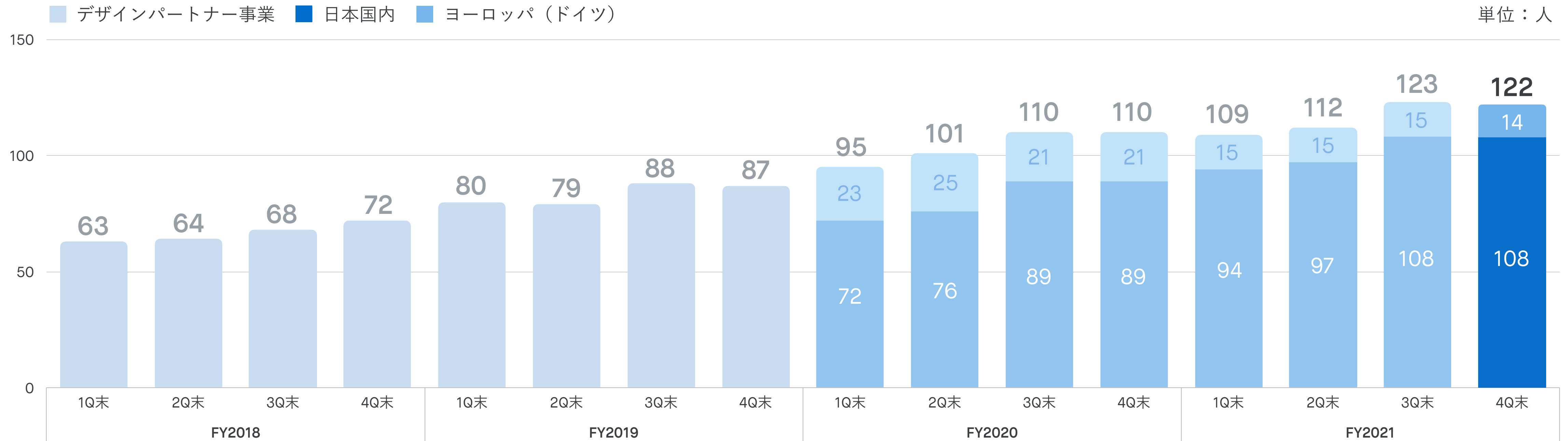


- 日本国内は3Qにおけるプロジェクトの入れ替わりの影響あり、4Qにて新規プロジェクト件数増
- ヨーロッパではプロジェクトの獲得が順調に推移し、特に下半期において件数とともにプロジェクト月単価も拡大

※請負契約のため当期に収益認識できないプロジェクトの場合、プロジェクト月単価はゼロ、月平均プロジェクト件数は1件とカウントしております。

デザインタレントプールは8月末にて総勢122名の体制に、今後も着実な拡大を継続

デザインパートナー事業のデザイン人員数



- 日本国内での採用活動は概ね計画どおり進捗（FY2021の中途採用27名、2021新卒採用8名入社）、退職率は14%と計画どおり
- ヨーロッパではコロナウイルスの影響から労働時間短縮制度の活用を進めた反動によって、退職数増加し組織が縮小

※数値はデザインパートナー事業（日本・ヨーロッパ）のデザイナー・エンジニア人数です。

各事業の状況

デザインプラットフォーム事業

セグメント全体ではYoYにて売上高+31.1%、営業利益+55.7%と順調に成長 中長期視点で投資を促進しながらデザインパートナー事業に並ぶ柱へ

セグメント全体 FY2021 通期（9-8月）

売上高

前期比（増減）

745 (百万円) +31.1% (+176百万円)

営業利益

前期比（増減）

41 (百万円) +55.7% (+14百万円)

フルリモートデザインチーム：Goodpatch Anywhere

- Goodpatch Anywhereを軸に当事業が成長、
運営体制を強化しながらフリーランス人材の獲得を推進

人材：ReDesigner

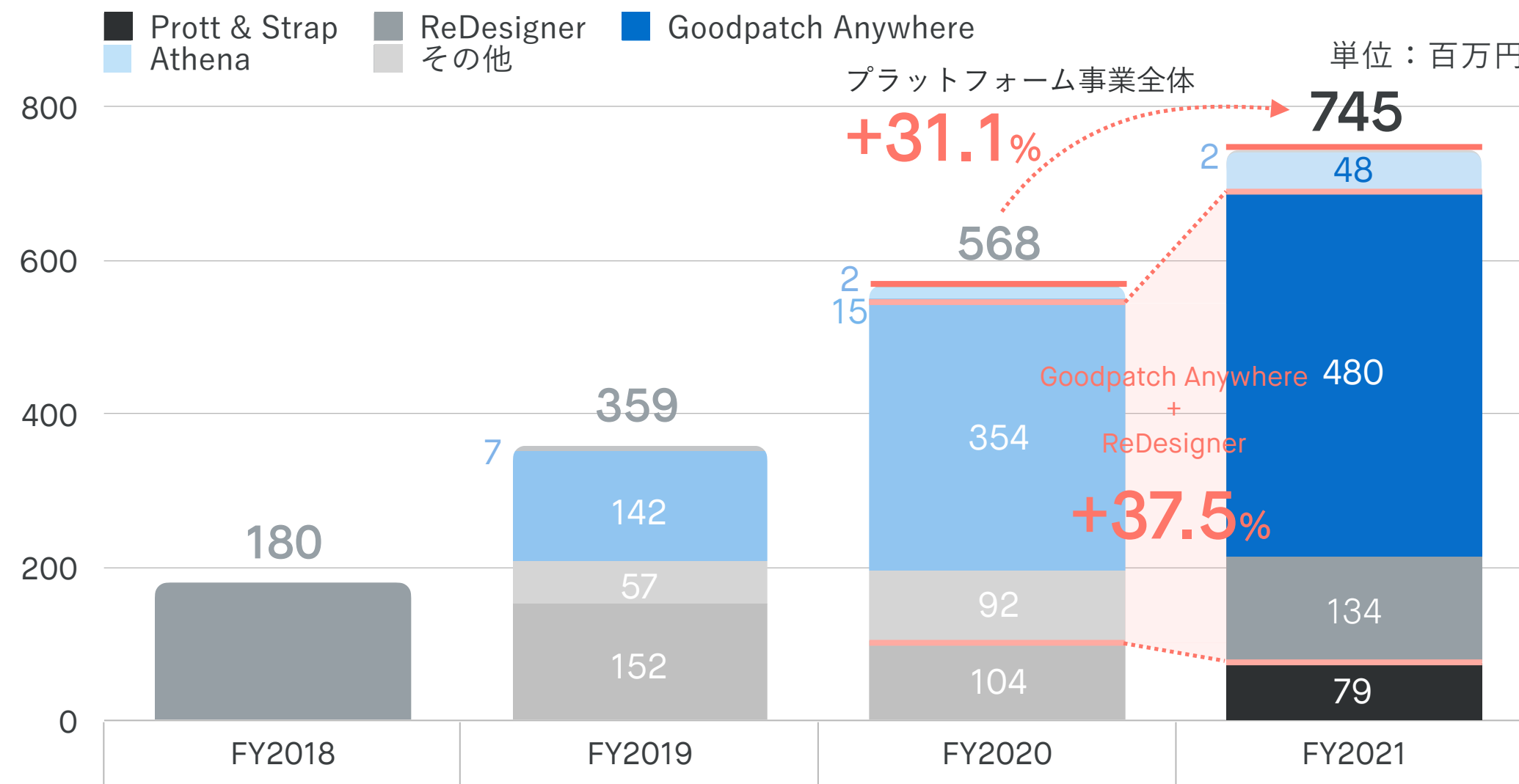
- ReDesignerはコロナ禍を抜け成長加速、**通期営業黒字化まで**
あとわずか、2Qおよび3Qは営業黒字を計上

ソフトウェア、SaaS：Prott&Strap、Athena等

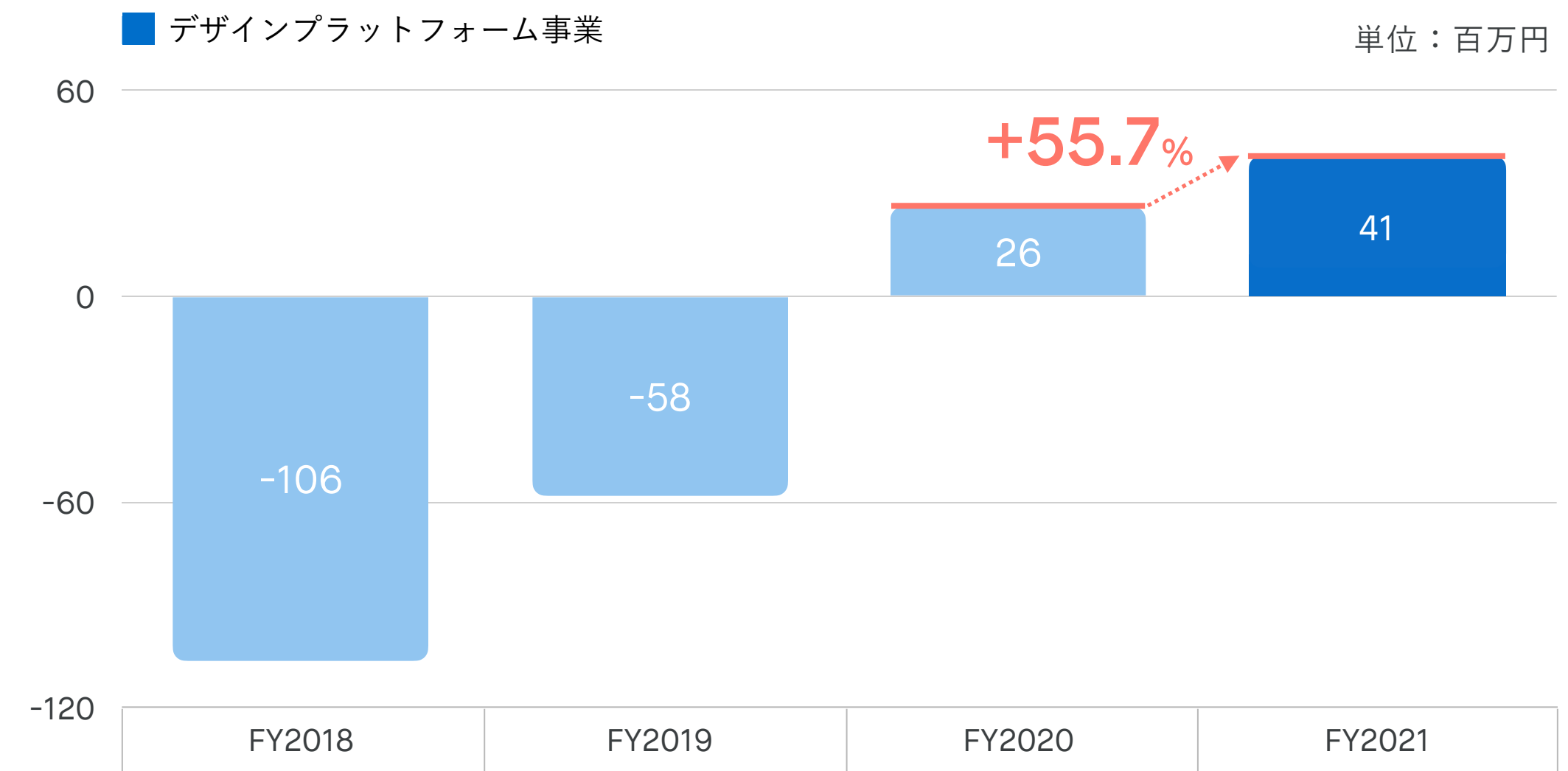
- Athenaは自動車大手に採用、営業利益に貢献
- SaaS投資は**中長期視点**で促進、開発リソースを投入

Goodpatch AnywhereおよびReDesignerが貢献し、YoYにて売上高+31.1%、営業利益+55.7%の成長。SaaS分野では中長期目線で育成のため投資を並行

売上高



営業利益



- **Goodpatch AnywhereとReDesignerが成長**（合算すると**+37.5%成長**）し、事業の売上成長に大きく貢献
- Athenaは規模こそ小さいが利益率が高く、営業利益に貢献
- プロダクトにおいてはStrapを新規リリースし、**ライフサイクルの端境期**。当初Prottの減少幅がStrapの成長よりも大きい状態だったが、下げ止まりの状態に

Goodpatch Anywhere

YoY+35.4%の成長、行政案件の実施など
可能性を拡大

プロジェクト獲得、稼働率の向上の課題に対応

ReDesigner

YoY+45.2%の成長、コロナ禍を抜け

デザイン人材市場を開拓し成長、
デザインパートナー事業とのシナジーも強化

Prott & Strap

Strapを2020年9月より正式リリース、
目標の企業顧客数100社に到達、
Prottは顧客維持に注力

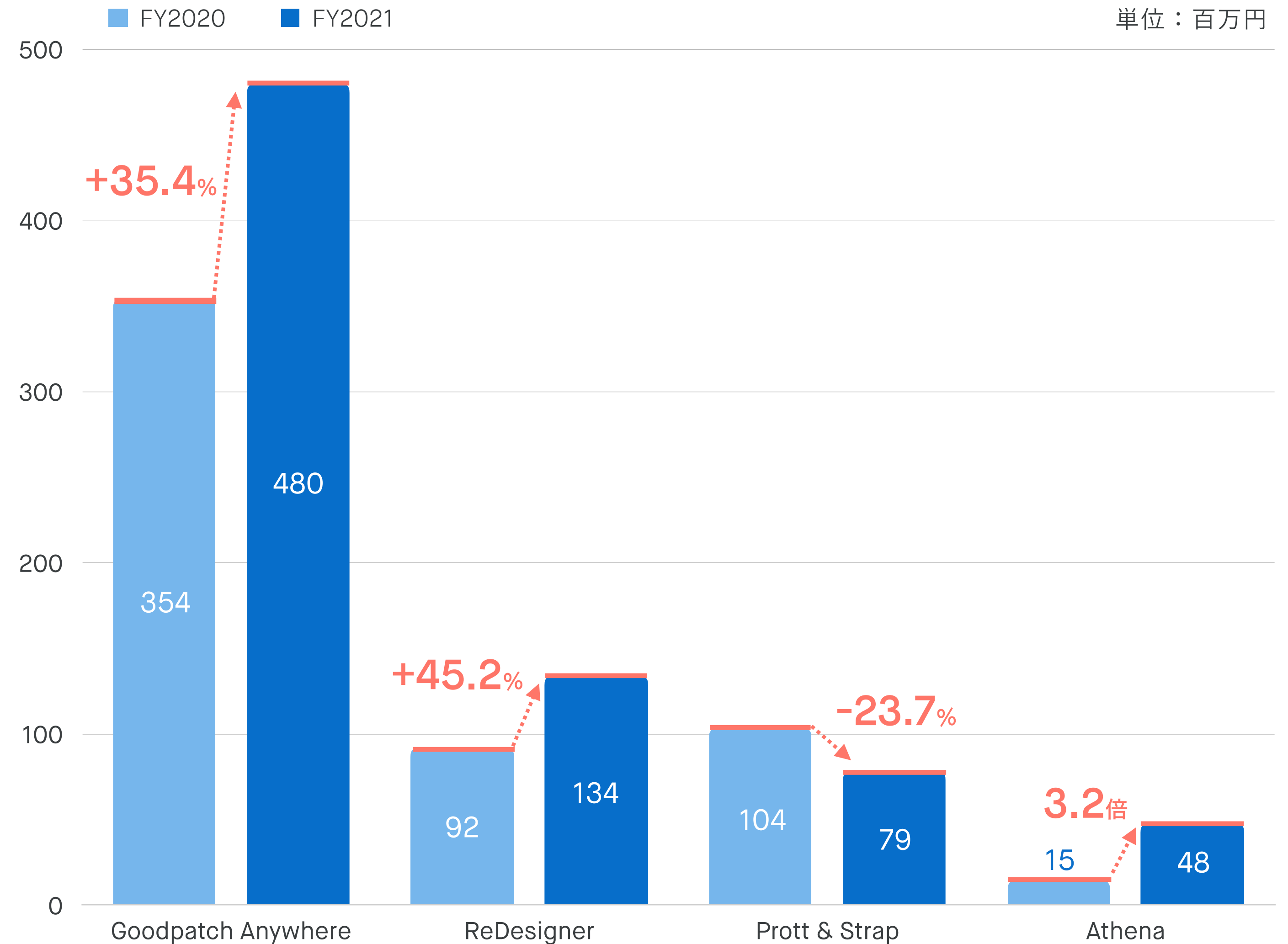
Athena

カスタマイズとソフトウェア売上を
組み合わせた高収益なモデル

年間を通じて大手自動車会社1社との案件が稼働

デザインプラットフォーム事業
各サービスの売上高推移

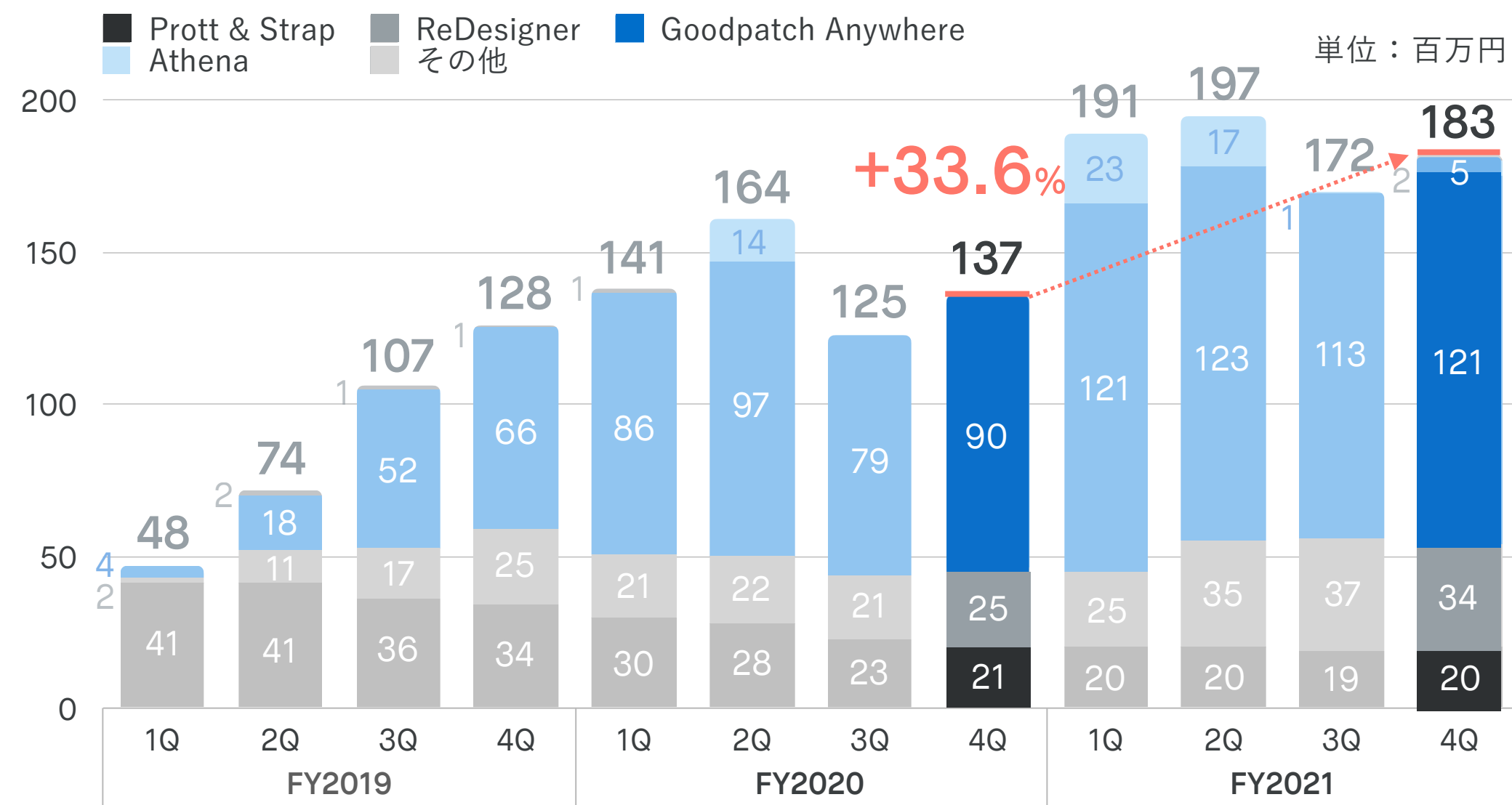
単位：百万円



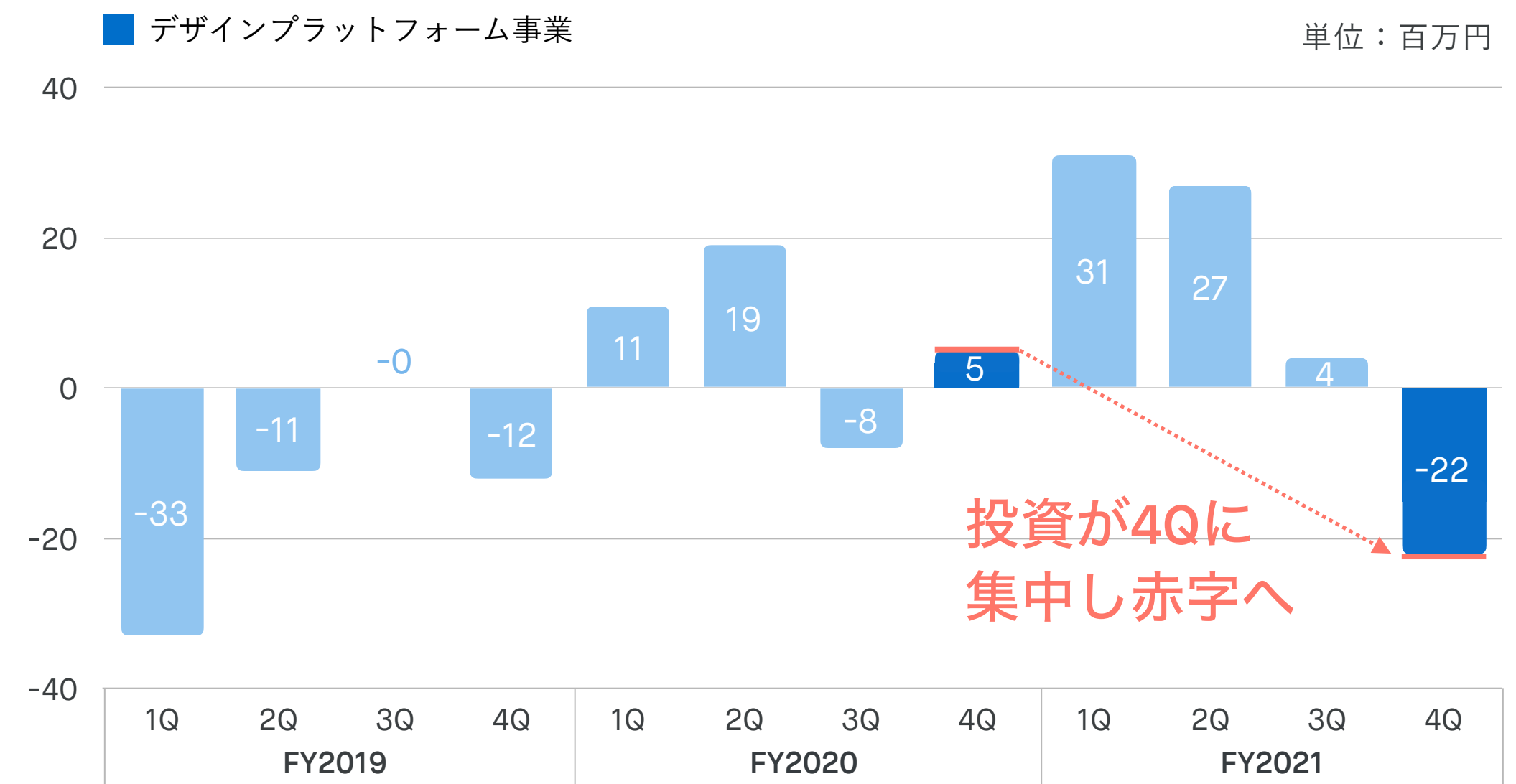
Goodpatch AnywhereおよびReDesignerが貢献しYoYにて売上高+33.6%

成長投資とGoodpatch Anywhereの一時的なプロジェクト採算性の低下で赤字計上

売上高



営業利益

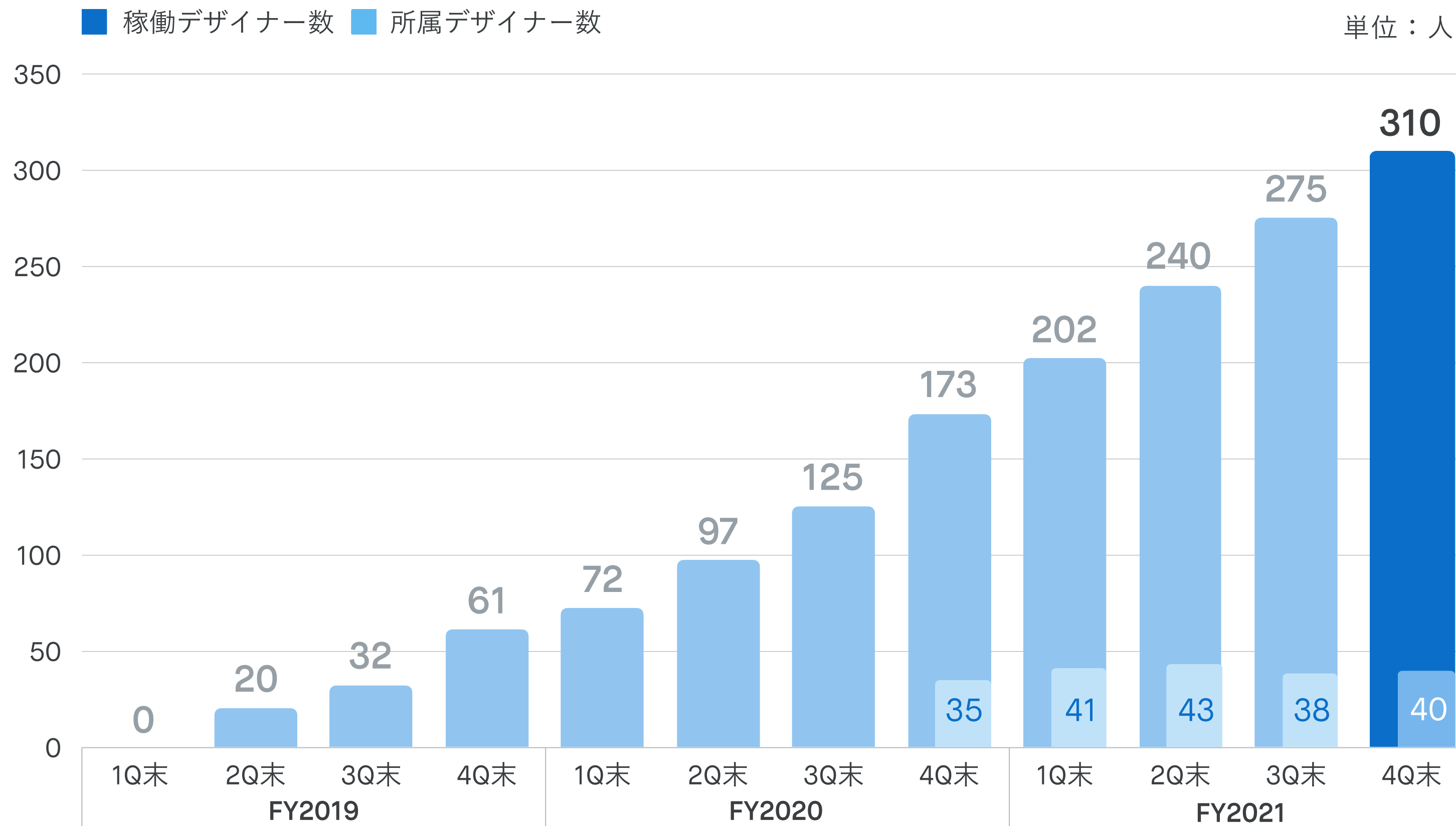


- 当事業の4Q成長投資は30百万円弱、Goodpatch Anywhere関連採用費、SaaSへの投資が中心
- Goodpatch Anywhereでは請負契約の行政案件も実施、実質的には四半期最高の稼働、FY2022に26百万円を繰越す
また、一部案件の採算性の悪化による一時的な要因あり

※FY2019 1Q-4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

所属デザイナーはQoQにて35人の増加、YoYにて1.8倍、一定のペースで組織規模を拡大、行政案件を実施するなどプロジェクト獲得の取り組みも強化

Goodpatch Anywhere デザイナー数の推移

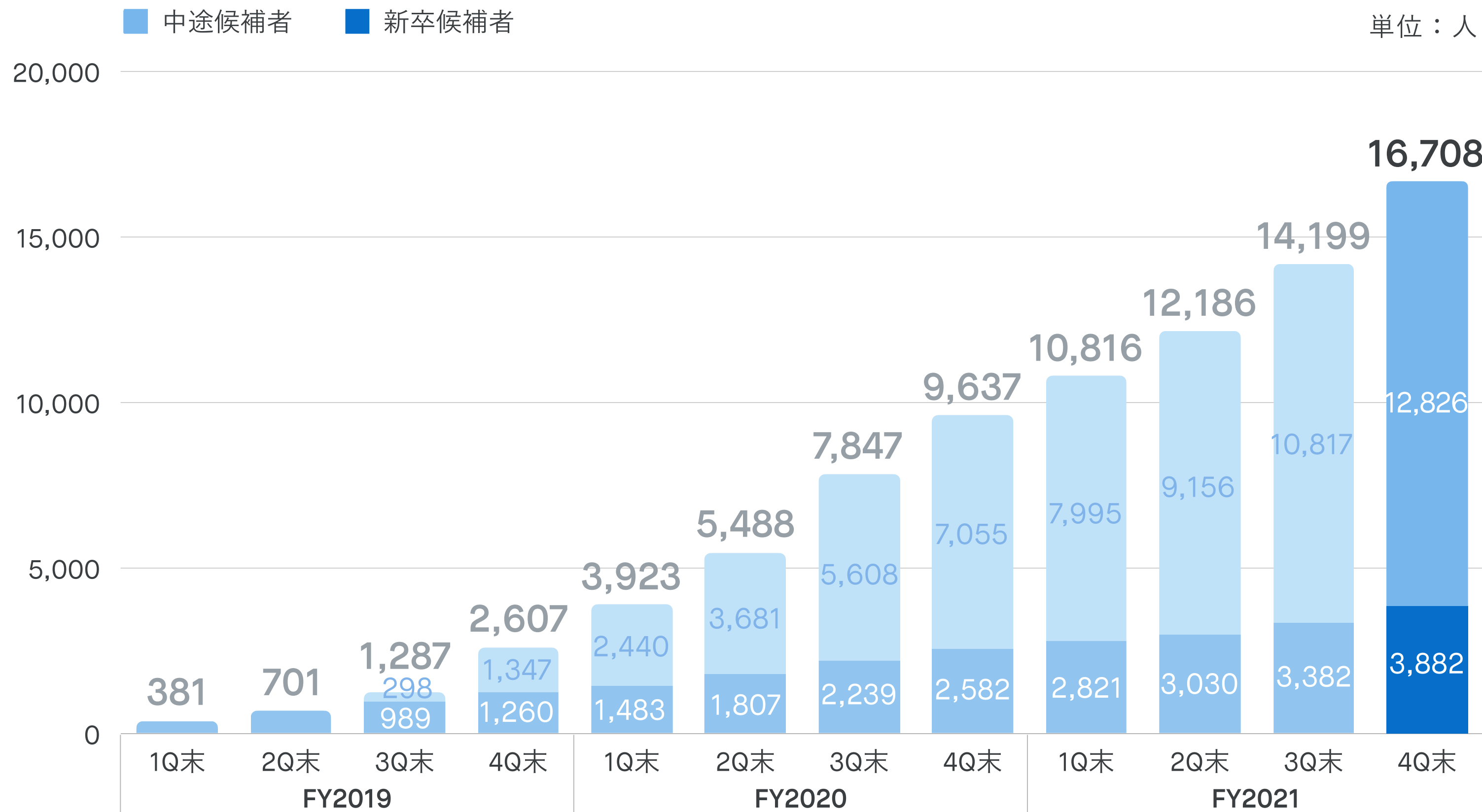


- 人材プールの拡大、プロジェクトの **キャパシティの拡大**は継続
- 稼働は40名へ、実稼働は高まっているが新メンバーの取り込みに課題感あり、**稼働率改善に着手**
- コアメンバーを正社員化し、今後 **プロジェクト獲得強化**も進める

国内最大級のデザイン人材採用プラットフォームに成長

デザインパートナー事業と中途採用におけるシナジーを徐々に実現

ReDesigner 累計登録者の推移



- 転職サービスではデザインパートナー事業と連携強化、累計契約企業数は**484社**へ、またリテナー契約も複数獲得
- SaaSの新卒サービスの契約企業数も40社を超え**デザイン領域ではNo.1**を快走
- 2021年7月よりフリーランス向けサービスを開始、転職サービスとのシナジー追求



FY2021 4Q TOPICS

「Goodpatch Design Fund」※ カメラレンタルのサブスク「GooPass(グーパス)」運営のカメラブへ投資

Goodpatch
Design Fund

- スタートアップに対してデザイン支援を実施した後に9社が上場するなどデザイン支援の実績
- デザインを重視する有力成長企業とアライアンスを構築
- ファンド第3号出資案件として「カメラブ株式会社」に出資
カメラブ社の「GooPass」はカメラ愛好家層へ深く突き刺さる革新的なサービス

※「Goodpatch Design Fund」は、出資プロジェクトの呼称であり、子会社設立やファンドの組成を伴うものではありません。また個別案件における出資金額や比率は非公開となります。

新規投資先

camelove, Inc.

既存投資先



東証市場再編によりグロース市場を選択

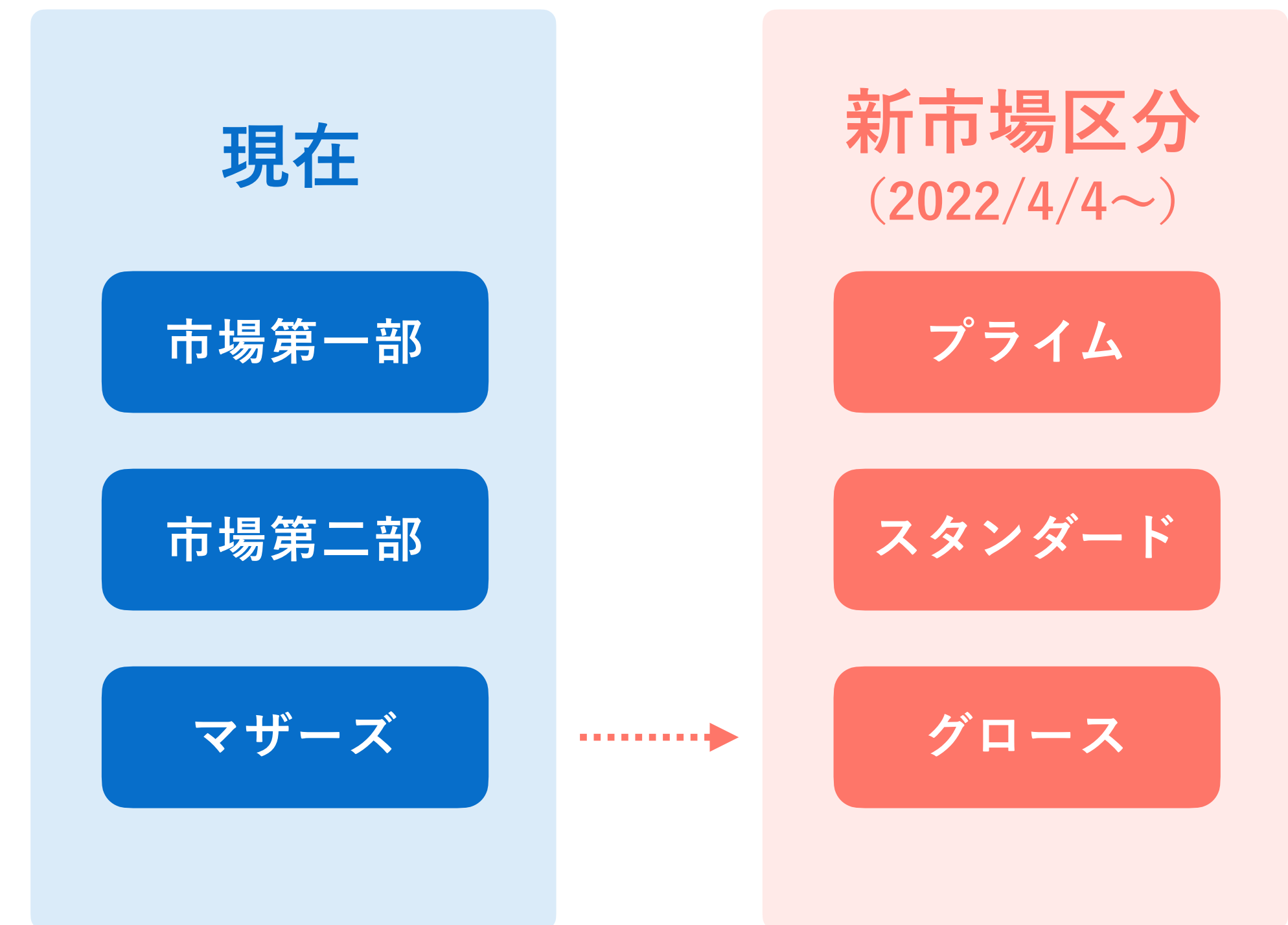
2020年マザーズ市場に新規上場した当社は
東証市場の再編に伴い「グロース市場」*を選択

今後も成長を継続し、プライム市場の要件に適合次第、
プライム市場に移行する方針

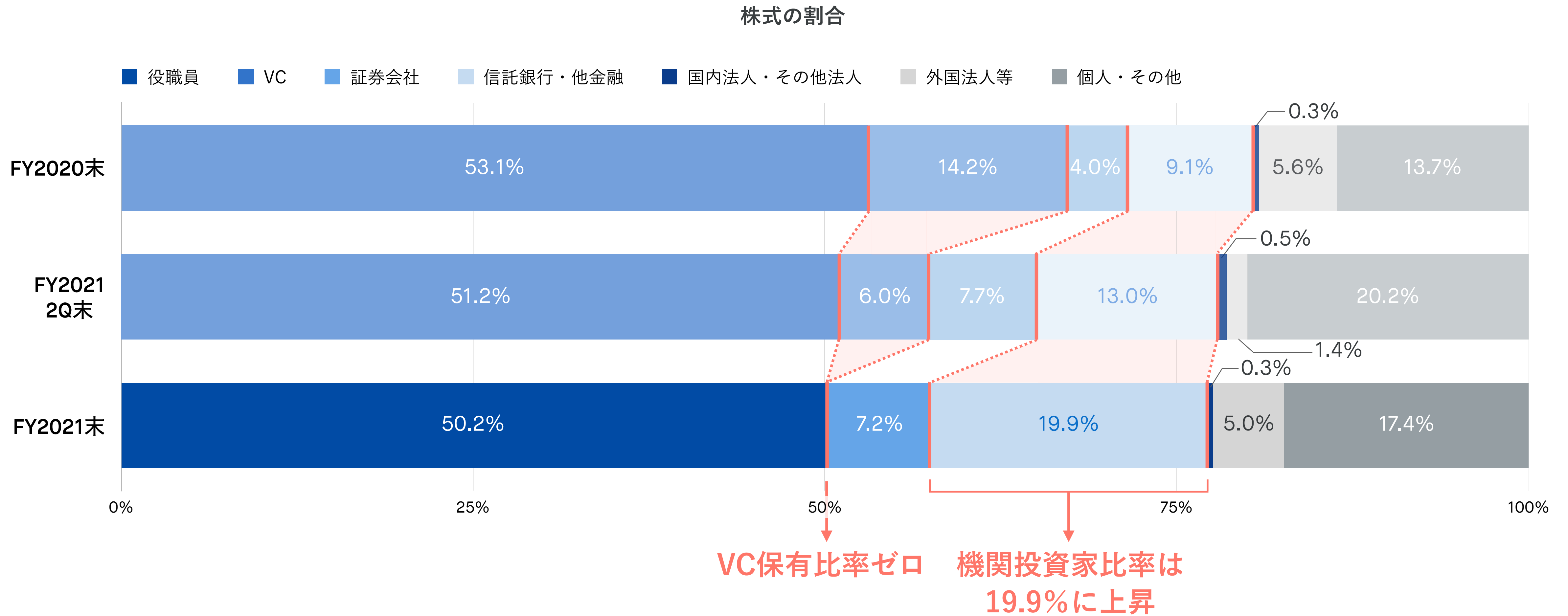
当社におけるプライム市場の上場基準適合の主な要件

- 年間売買代金
- コーポレート・ガバナンス・コードの適用
- 経営成績及び財政状態（利益額及び純資産額）

*グロース市場は高い成長性を示す企業向けの市場



VC株主のEXITが完了、保有比率ゼロ。国内機関投資家の比率は19.9%に上昇



FY2022 通期業績予想

売上高はYoY+37.8%と成長を加速、DXのニーズを捉え、両事業が大きく成長
 営業利益はYoY+27.6%、5億円台に到達、利益創出と中長期投資がバランス

売上高

3,778 百万円 前期比 (+37.8%)

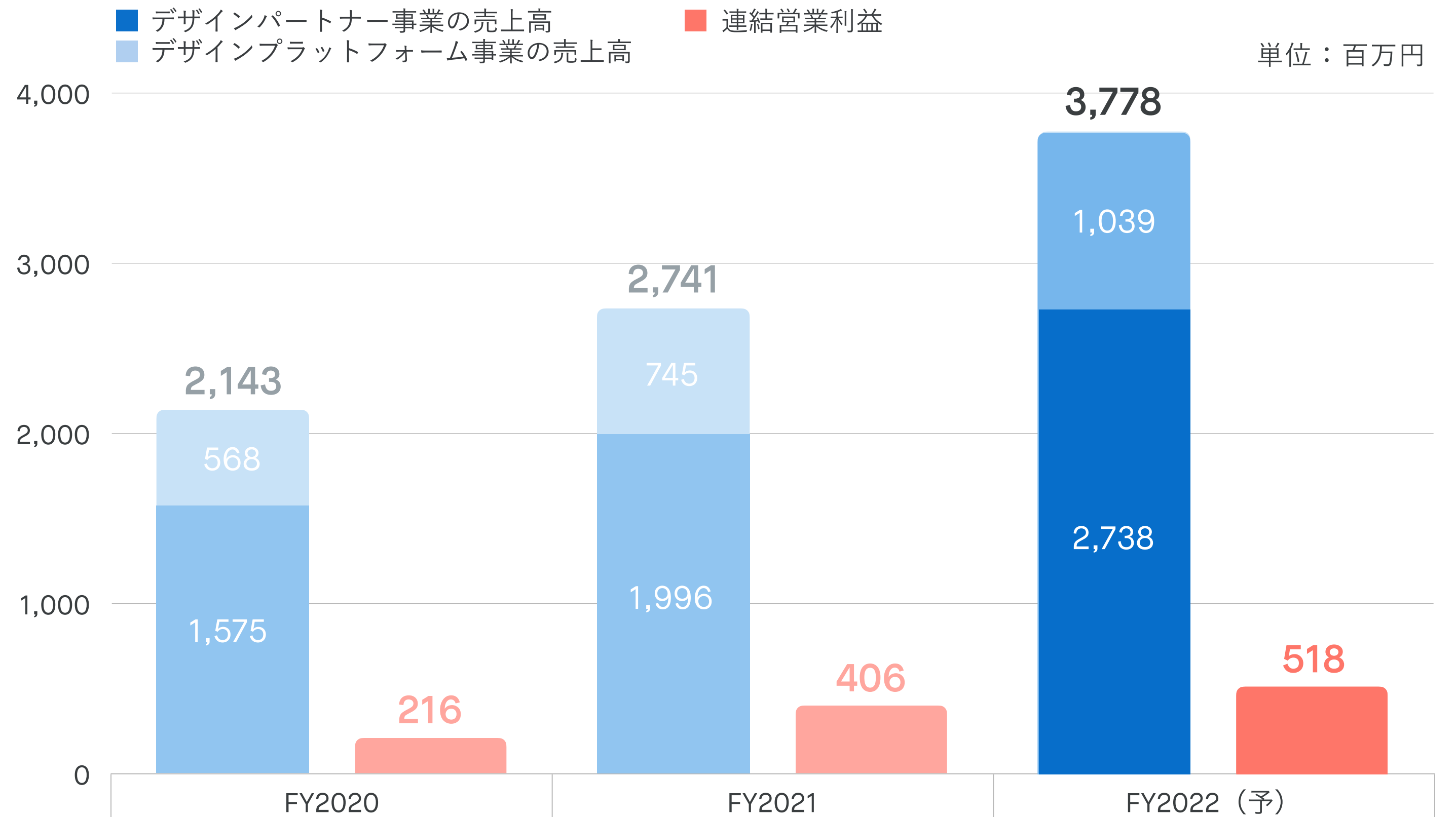
営業利益

518 百万円 前期比 (+27.6%)

親会社株主に帰属する当期純利益

375 百万円 前期比 (+14.5%)

FY2022連結業績予想



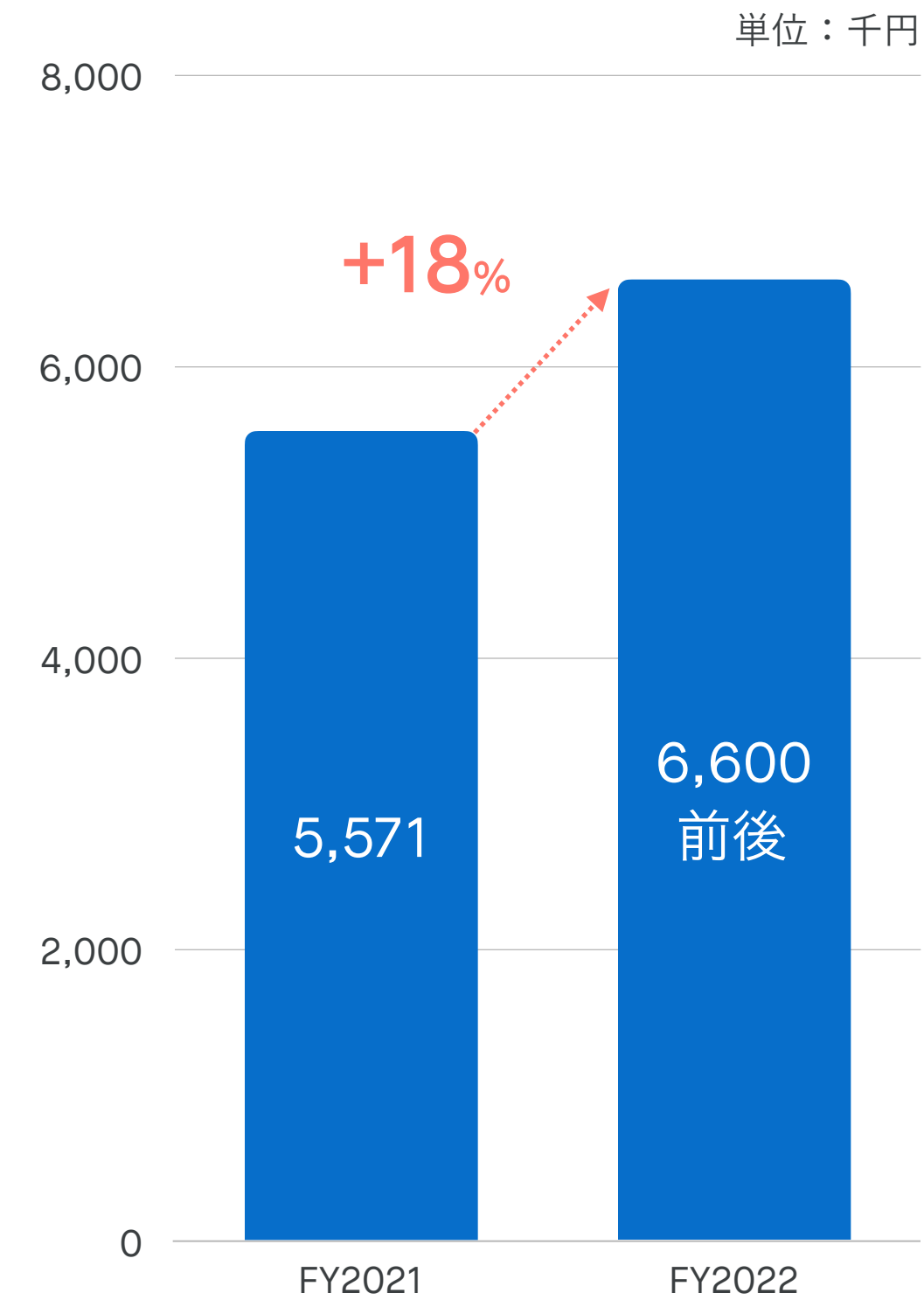
業績予想の前提について

デザインパートナー事業

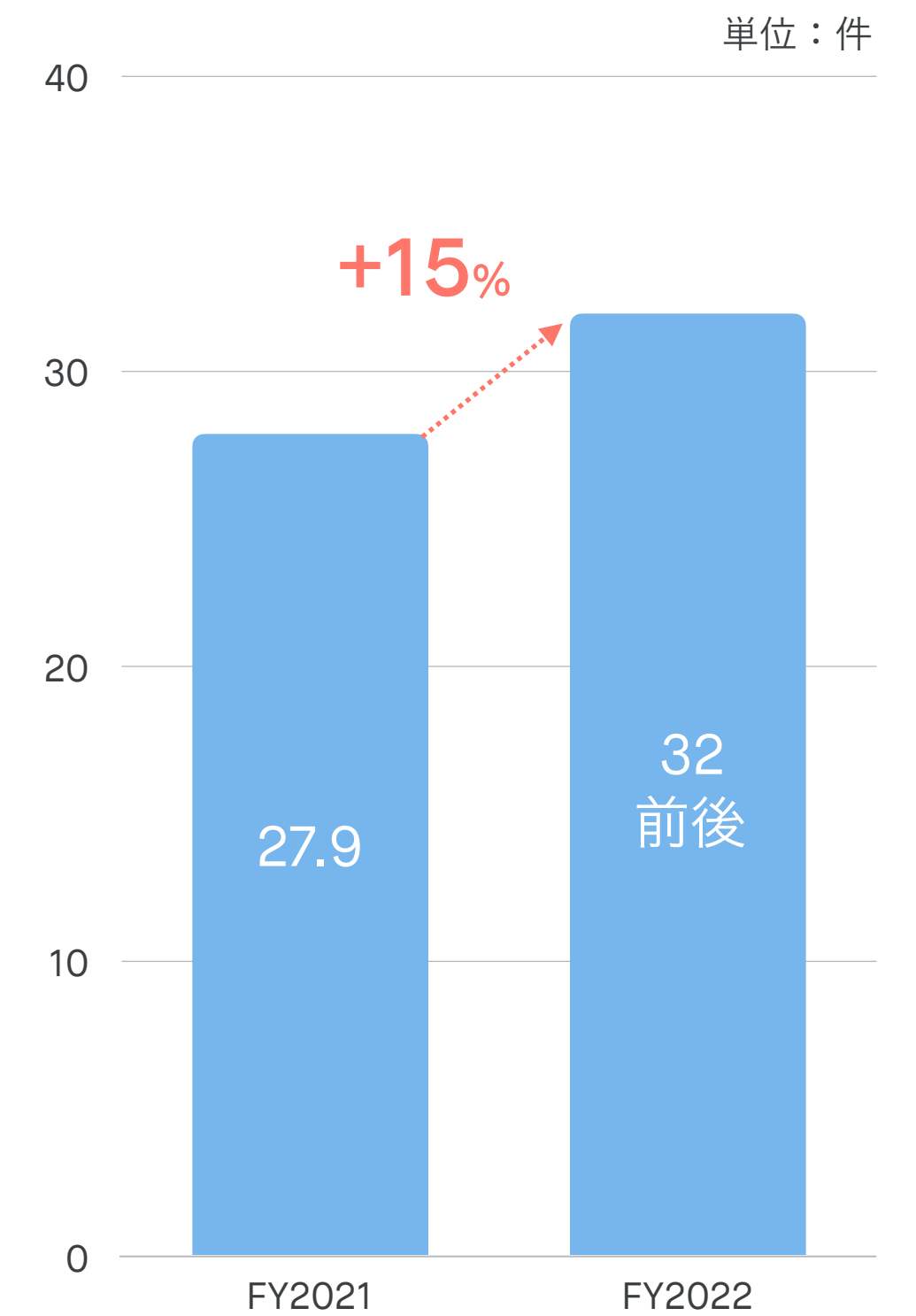
- 採用投資枠（採用費）として1.4億円を計上、FY2021実績の0.5億円に対し、最大約2.8倍の費用を投じて積極的に人材を獲得。デザインパートナー事業のデザイナー数は138名（FY2021末比+16名）へ成長し、プロジェクト規模を拡大へ
- 営業・マーケティング組織を強化し、プロジェクト獲得のための体制を強化。加えて、高付加価値領域を注力し、平均プロジェクト単価を18%向上
- 人材への積極投資は継続するも、事業効率を引き上げながら販管費増を吸収、利益成長に貢献

※本指標値の算出にあたり、プロジェクトあたりのデザイナー数が変化しないことを前提としています。実際にはプロジェクトに関わるデザイナー数の変動により、月単価と件数は大きく変動します。両指標の間には相互にトレードオフの関係があるためです。

プロジェクト月単価



月平均プロジェクト件数

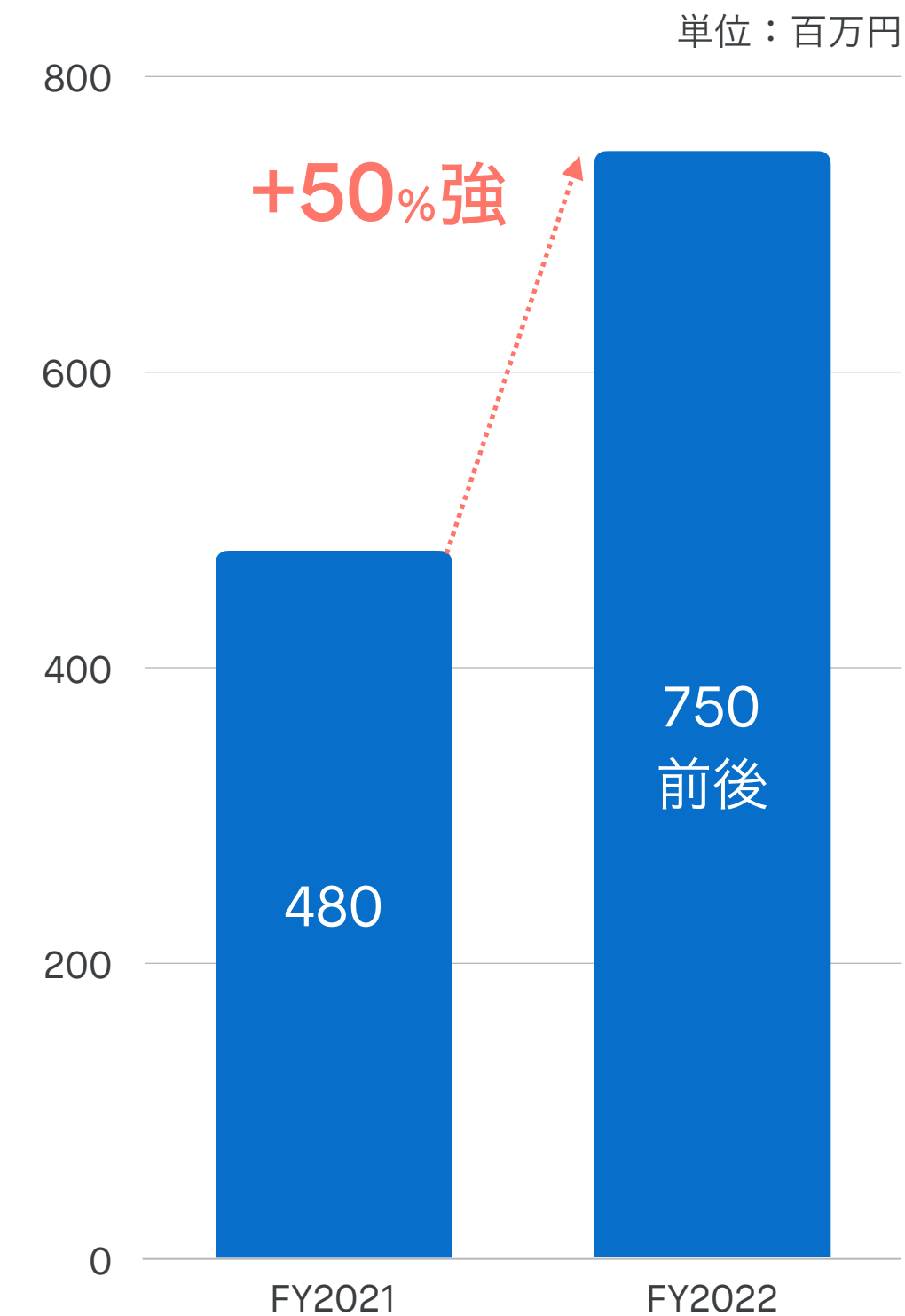


業績予想の前提について

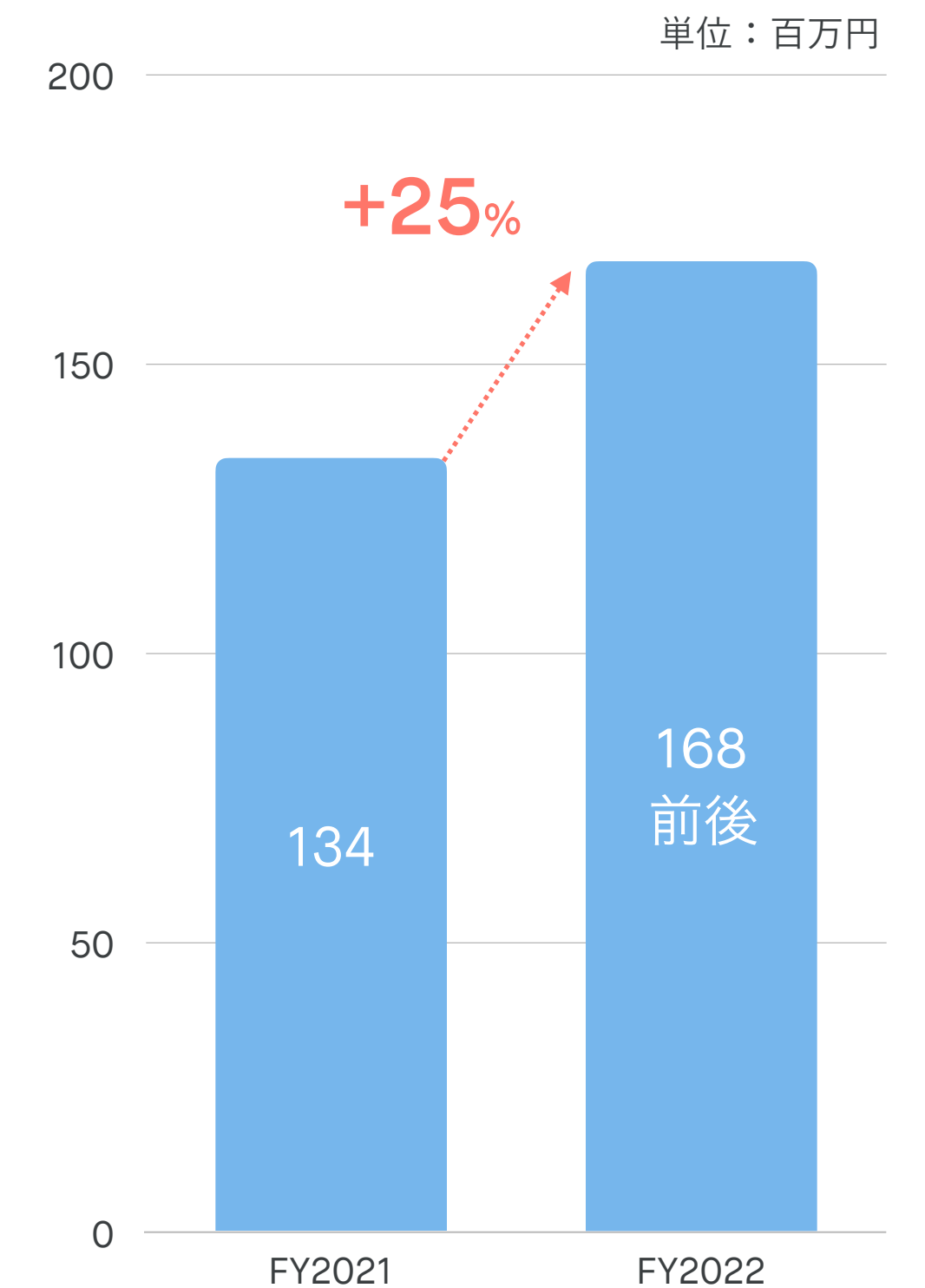
デザインプラットフォーム事業

- Goodpatch Anywhereが成長の軸、プロジェクト獲得を加速し YoY+50%強の成長を予測
- ReDesignerは順調に拡大、売上高+25%成長、1年を通じて黒字貢献を期待
- SaaS（Prott/Strap/その他）、売上は概ね横ばいで推移、追加開発へ費用投下、引き続き投資フェーズ
- したがって、売上高は大きく伸長するが、積極的な成長投資を行うため、利益への貢献は小さくなる見込み

Goodpatch Anywhere 売上高



ReDesigner 売上高



FY2022 成長戦略

デザインのかでビジネスを拡張

デザインパートナー事業

- 1 デザイン組織の連続的成長
- 2 デザインバリューチェーンの拡張と深化
- 3 グローバル戦略の本格推進

デザインプラットフォーム事業

- 4 Goodpatch Anywhereの強化
- 5 ReDesignerによるUI/UXデザイナー人材市場の創出
- 6 SaaS「Strap」の戦略的展開

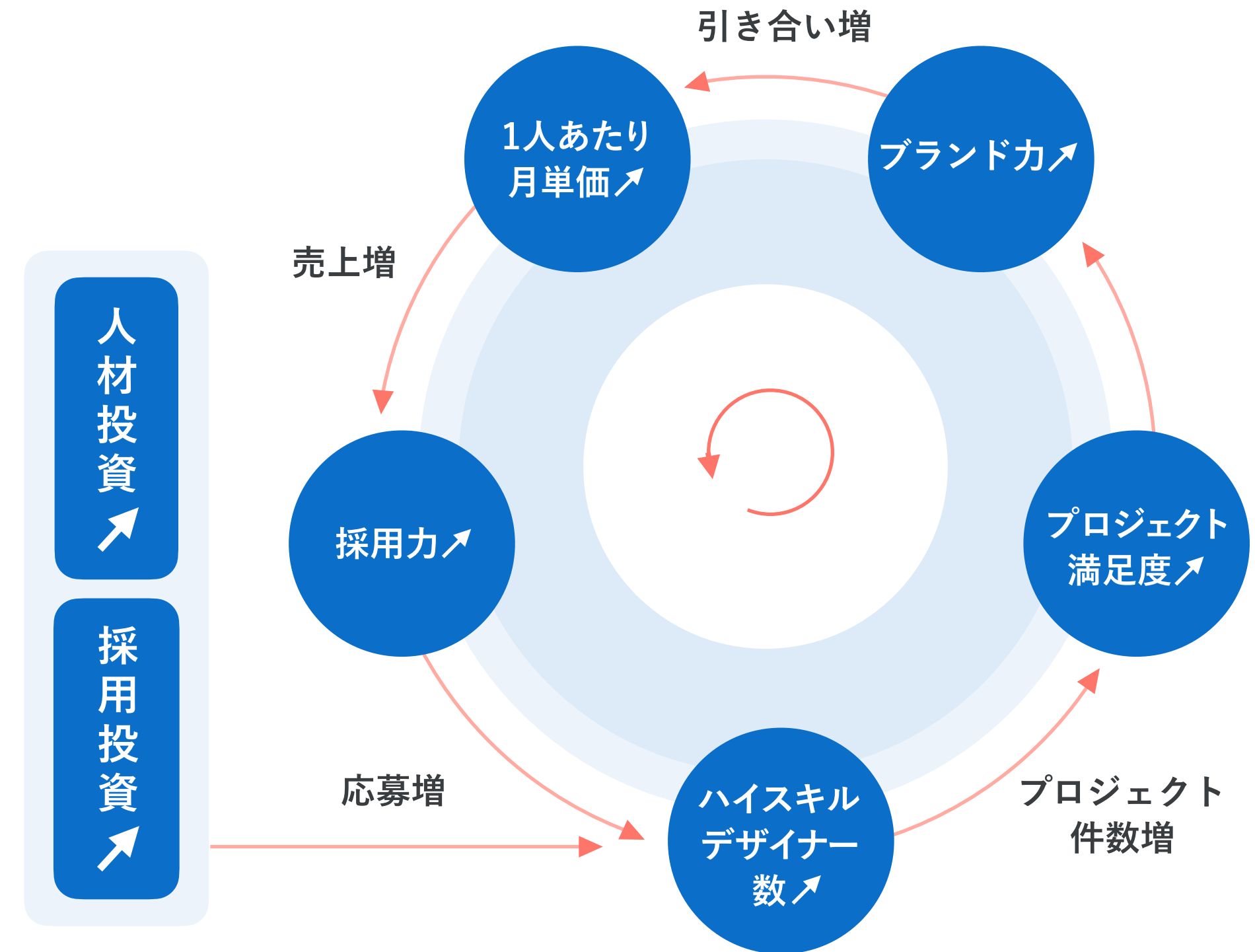
人材へ積極投資し、デザイン会社の枠を超えた組織体制の構築を推進

人材投資

- デザイナーの成長を促す人事制度構築
- 積極的にデザイナーに成長機会の提供
- 結果に対して報いる報酬制度
- FY2021 全社平均年間給与増：約667万円（YoY+50万円）

採用投資

- デザイナー専門の採用組織を設置し、採用体制を強化
- 主流のSNSチャネルに加えて、人材紹介会社を積極活用
- 他業種からデザイナーへ転身する事例を公開
- ReDesigner経由での人材発掘



結果、売上規模が上がり、販管費効率も向上

利益率 & 利益額が増えていく好循環が成立

拡大するDXマーケットで勝ち残る、バリューチェーンを垂直および水平方向へ拡張

上流のコンサル領域へ垂直拡張

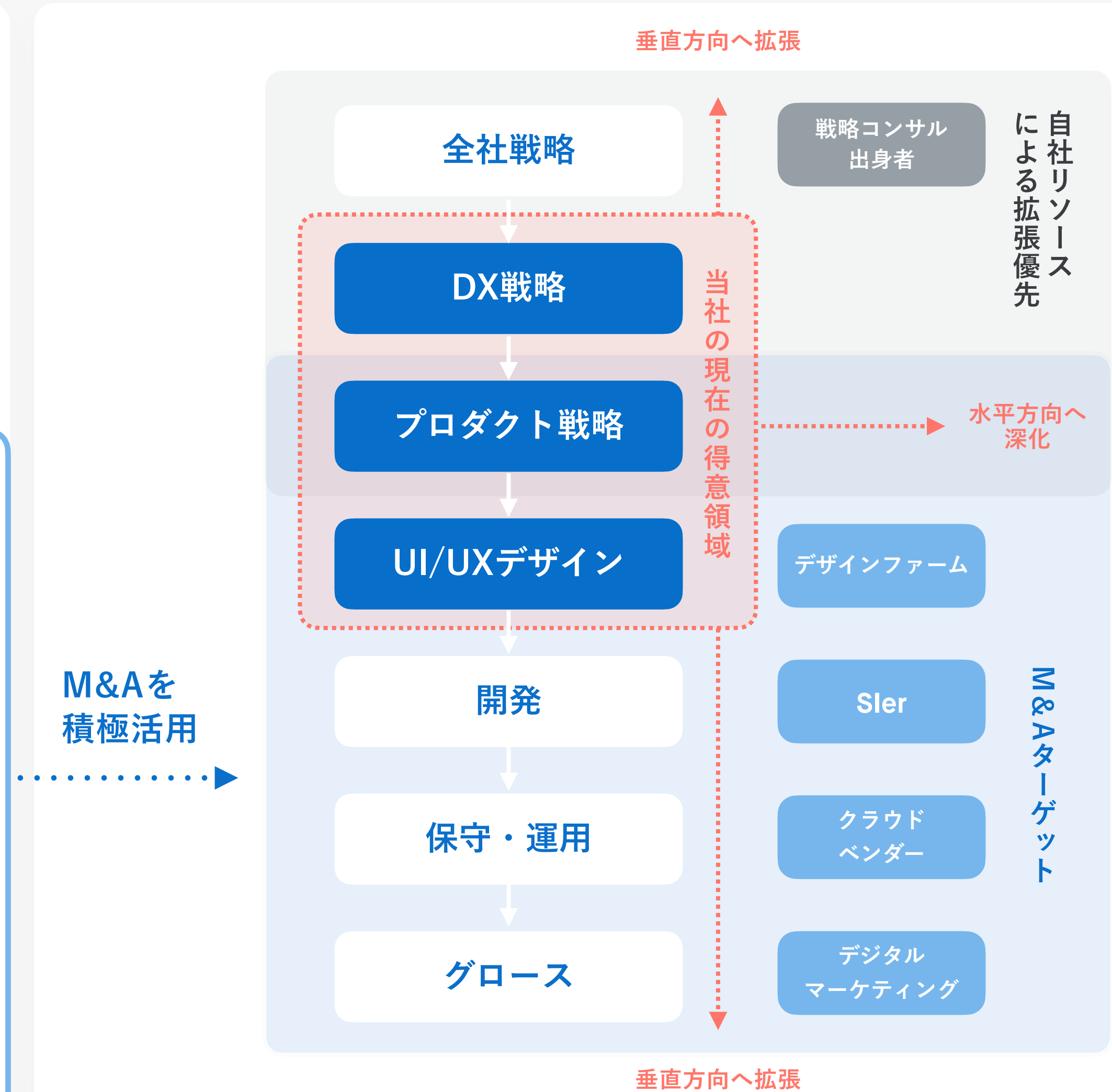
- 戦略コンサル出身者等を採用、より付加価値の高い上流の戦略領域へ
- 単価向上、より魅力的なプロジェクトの獲得

開発領域へ垂直拡張

- 一社あたりの期間を延ばす
- 従来の単価を高単価化

デザイン領域を水平深化

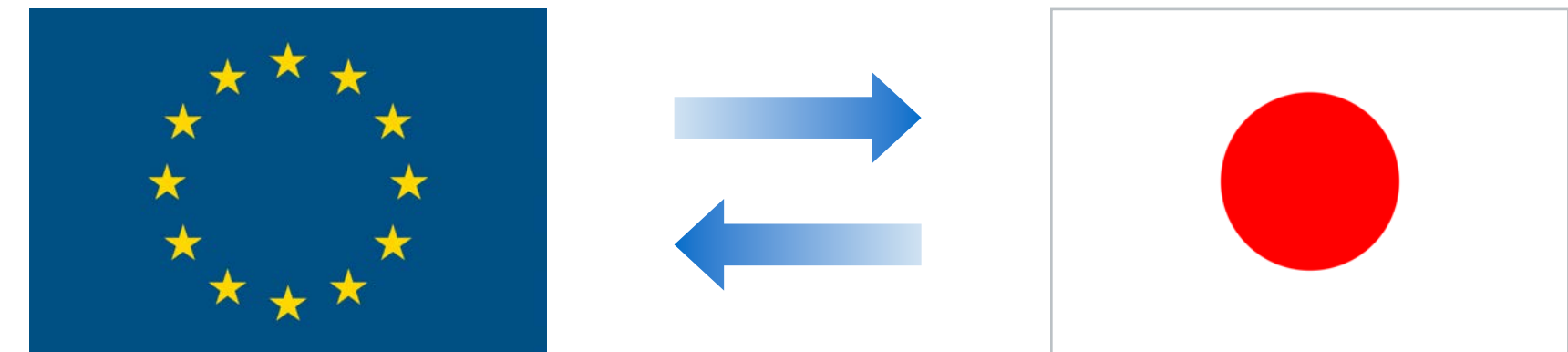
- デザイン人材規模を拡大し、提供能力を向上
- プロジェクト獲得の間口を広げ、より多くの顧客企業にリーチ



グローバルデザインカンパニーとしてのポジション獲得へ

- 日本とヨーロッパ（ドイツ）のシナジーを最大化
- 日本のグローバル展開に課題を持つエンタープライズ企業をターゲットにし、グローバル展開をサポート
- 同時にヨーロッパでのブランド価値を高め、EUマーケットの獲得を広げる

**2021年12月より当社（日本）に
グローバル戦略推進組織を設置し、
本格稼働**



**コーポレートベンチャービルダーサービス（CVB[※]）を
クロスボーダーで展開、すでに実績も積み上がる**

※CVBとは企業や企業グループがスタートアップ設立の要領で新たに独立会社を立ち上げること。
販売経路や知名度など、企業の既存資産を活用しつつ、本業とは異なるビジネスモデルや事業で展開する。

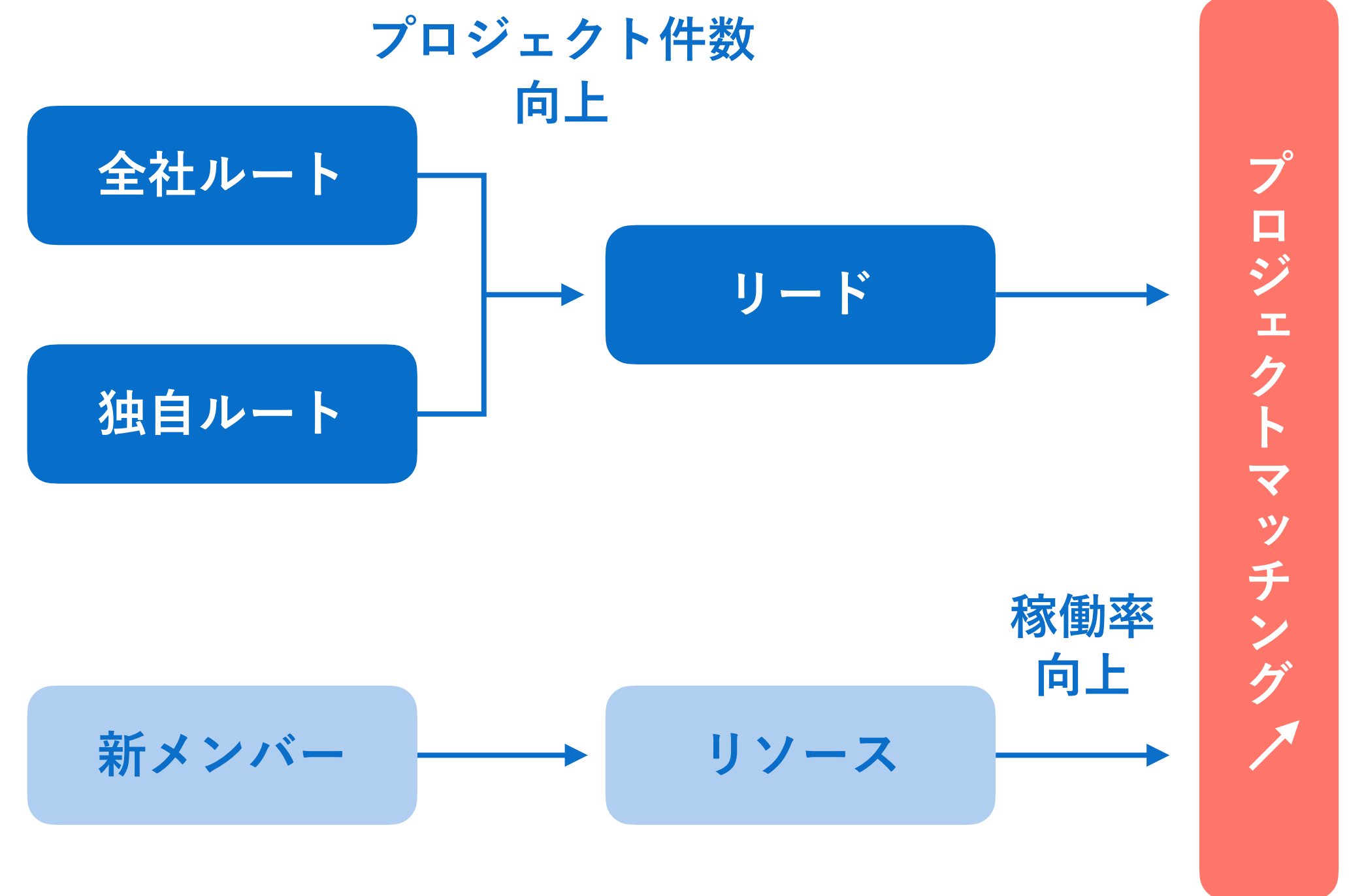
さらなる成長を目指し、プロジェクトの獲得力と提供力を強化

プロジェクト獲得の強化

- デザインパートナー事業とのリード共有に加え、獲得までのフローの連携をさらに強化
- 安定したプロジェクト獲得によりスムーズな稼働メンバーの確保へサービス提供能力の強化

サービス提供能力の強化

- Anywhereメンバーの増加で事業規模を拡大しつつ、品質管理体制を強化することで安定的な事業展開を目指す



デザイナーのキャリア形成をスタートから半永久的に支援する仕組みの構築

国内最大級のデザイン人材プラットフォームとして成長

- FY2022より通期黒字化を見込む
- 中途サービスは400社以上の引き合い
- SaaSの新卒サービスも収益を拡大、利用企業数は40社超に到達

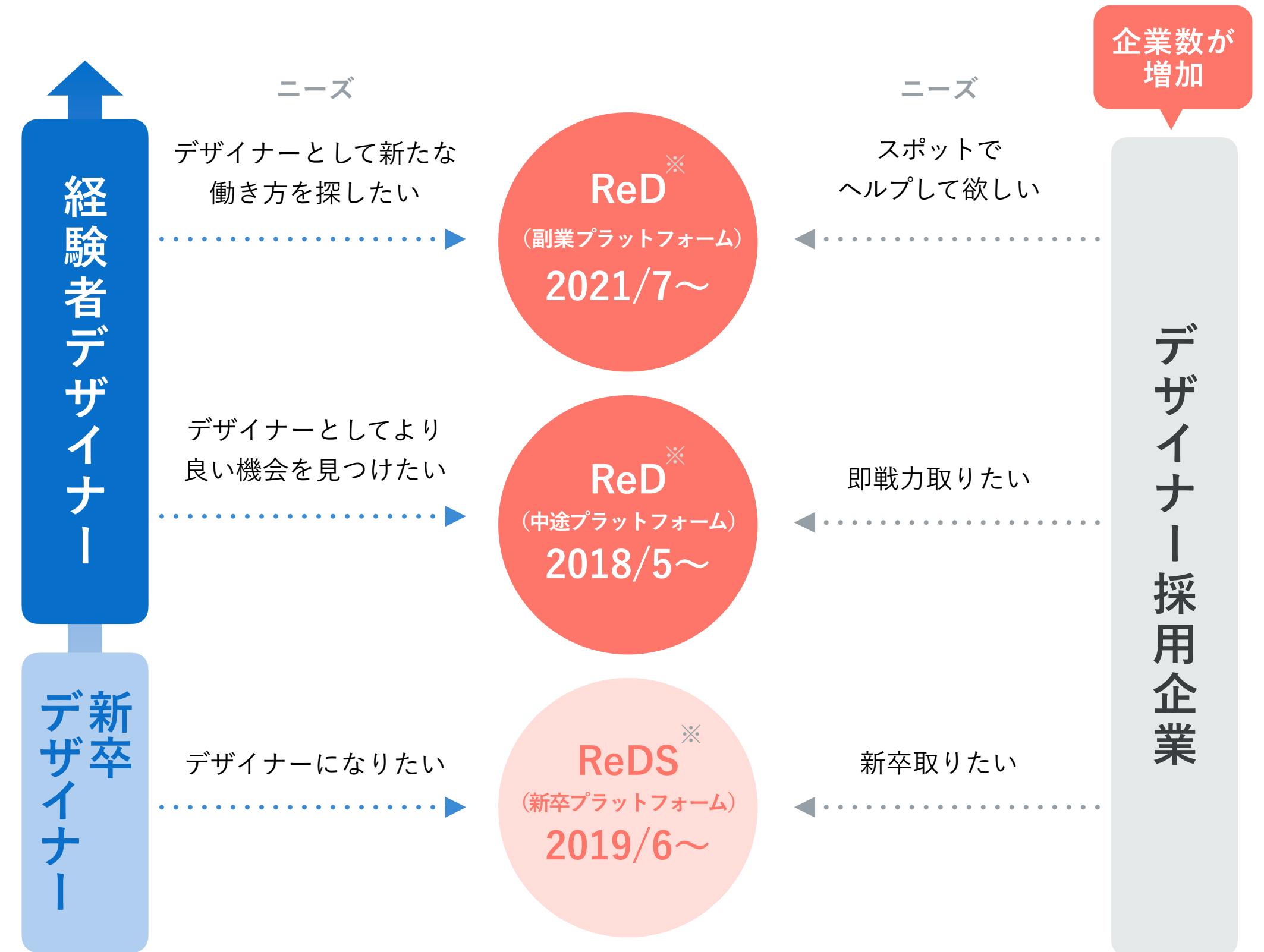
副業・フリーランスマッチングサービスを加速、ビジネス領域を拡大

- 2021年7月に副業・フリーランスデザイナーマッチングを開始

自社の新卒・中途採用のチャネルとしても活用、全社の人材戦略へ貢献



※正式利用企業の一部です



採用プラットフォームをニーズに合わせて拡充

デザイナーと企業、両者のニーズを満たすことで市場を創出する

※ReD : ReDesigner ※ReDS : ReDesigner for Student

新たな事業の柱として、SaaSを中長期的に育成

事業初年度であるFY2021で掲げた100社導入を達成

- エンタープライズ利用が加速
- 造船、製造、小売、医療などITリテラシーに関わらず様々な業界でDXを推進

FY2022ではエンタープライズ向け全社導入を促進

- アップセル施策に向けて、全社研修/ワークショップ利用強化
- IPアドレス制限などのセキュリティ強化



※正式利用企業の一部です

デザインパートナー事業



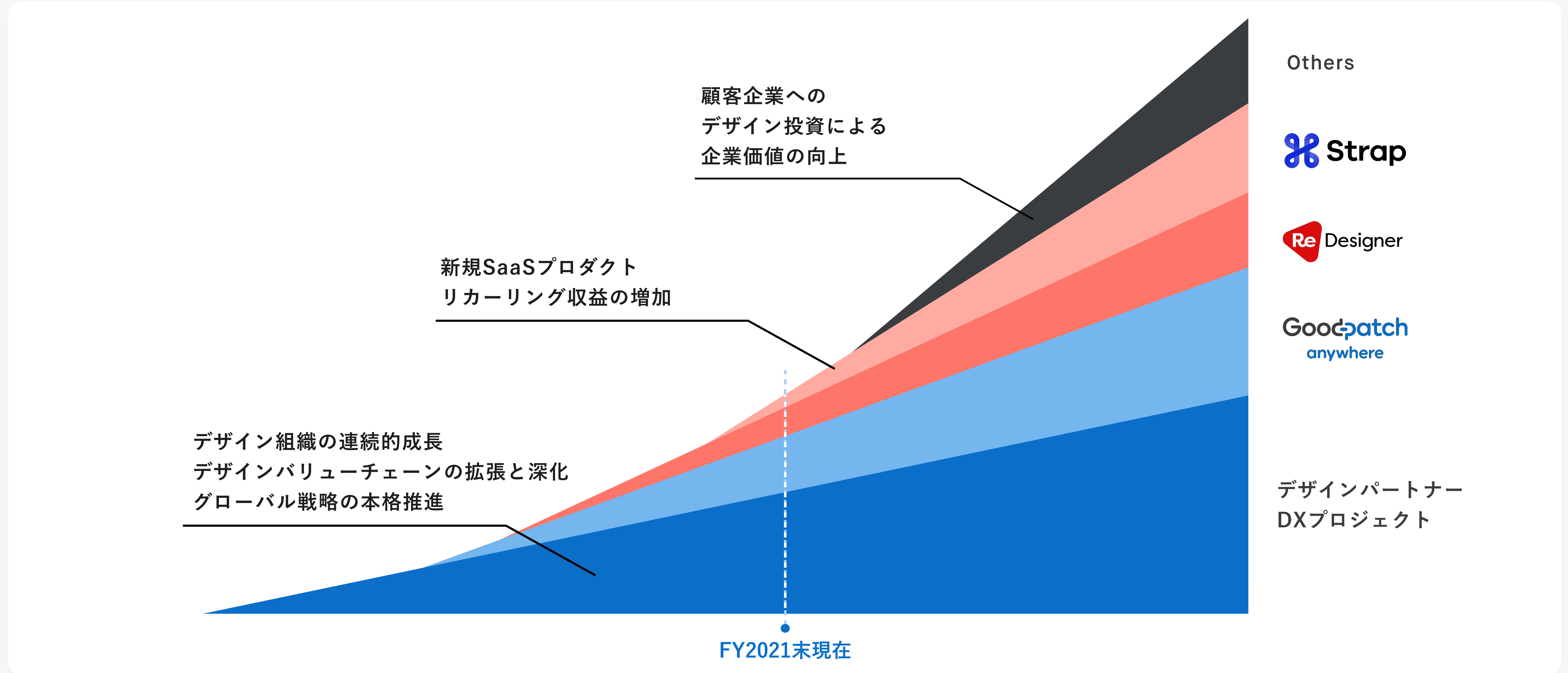
.....→
ノウハウの集約・
知見の転用

SaaS自社開発プロジェクト (デザインプラットフォーム事業)



- リカーリング収益の増加
- 長期的な売上成長、安定的な利益体質の獲得が可能

デザインの可能性を拡張していく



APPENDIX

経営陣の紹介



代表取締役社長 / CEO

土屋 尚史

Webディレクターを経て、サンフランシスコに
渡りデザイン会社でスタートアップ支援に携わる
2011年9月に株式会社グッドパッチを設立



取締役 / Managing Director of Goodpatch GmbH

Boris Jitsukata (實方 ボリス)

スイス ザンクトガレン大学院、慶應義塾大学大学院を経て
2013年にグッドパッチにジョイン
2015年にGoodpatch GmbHを設立。取締役に就任



取締役執行役員

松岡 毅

ビジネスコンサル、ゲーム開発会社を経て2017年2月に
グッドパッチに入社。2018年9月より執行役員に、
2020年11月より取締役執行役員に就任。主な管掌領域は、
国内デザインパートナー事業とGoodpatch Anywhere



取締役執行役員 / CFO

槇島 俊幸

マンツーマン英会話スクールのCFOとして東証マザーズ上場後、
教育関連事業会社のCEO職等を経て、2019年2月にグッド
パッチに入社。2019年9月より執行役員に、2020年11月より
取締役執行役員CFOに就任。主な管掌領域は、経理・財務・IR

経営陣の紹介



社外取締役

山口 拓己

東京理科大学を卒業後、数社を経て2006年に株式会社ベクトルに入社、取締役CFOに就任。2009年に株式会社PR TIMES代表取締役社長に就任。2020年よりグッドパッチ社外取締役を務める



常勤監査役

佐竹 修

兼松株式会社での長年の営業担当の後、同社内部監査室長、兼松コミュニケーションズの常勤監査役等を経て、2018年12月よりグッドパッチの常勤監査役に就任



非常勤監査役

佐田 俊樹

野村証券グループを経て、4年に渡って株式会社カヤックの監査役を務め、2014年12月マザーズ上場を経験。2016年7月よりグッドパッチの監査役に就任。複数社の監査役を務める



非常勤監査役

須田 仁之

早稲田大学商学部卒業後、社長秘書、事業立ち上げ、経営企画、事業企画を歴任。上場企業CFOを務める。現在は複数のベンチャー企業の役員・アドバイザーとして携わる

各オフィスをまとめるグローバルリーダー達



執行役員 経営企画室長

柳沢 和徹

マーケティングリサーチ会社を経て2017年7月にグッドパッチに入社、経営企画室を担当。2019年9月より執行役員に就任。主な管轄領域は人事・広報・事業開発



Managing Director of Goodpatch GmbH

Thomas Elm

LSE、ザンクトガレン大学院を修了。金融取引所EUREXのプロダクト開発責任者、証券システム開発会社FenicsGOのCOOを経て、2021年10月グッドパッチにジョイン。ヨーロッパ事業の全体統括を担う



Div Lead

Samuel Huber

チューリッヒ大学、スタンフォード、ザンクト・ガレン、東京でデザインを学び、2017年にデザインストラテジストとしてグッドパッチにジョイン。現在ヨーロッパ全体のディビジョンリードを務める



Studio Lead

Matthias Flucke

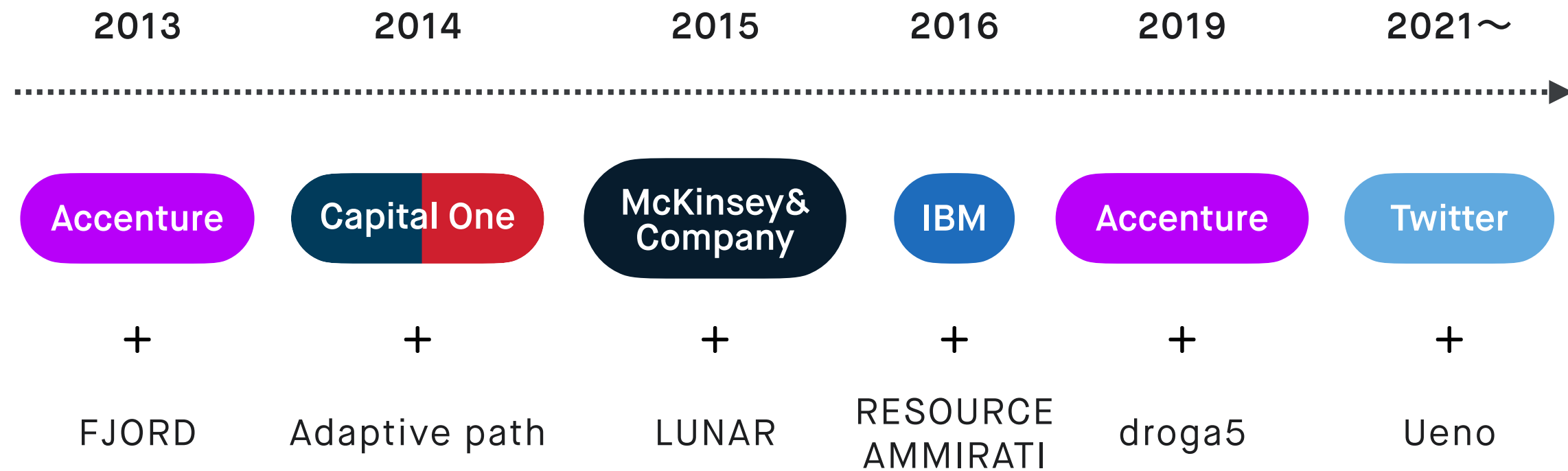
2016年3月にグッドパッチにジョイン。デザインリードとオートモーティブエキスパートを歴任後、現在スタジオリードとしてマネジメントに携わる

当社ビジネスを取り巻く環境

The Environment Surrounding Us

DXとともに高まるデザインの需要

2010年代半ばからDXが本格化
デジタル戦略における実行力を持つ人材獲得競争が開始



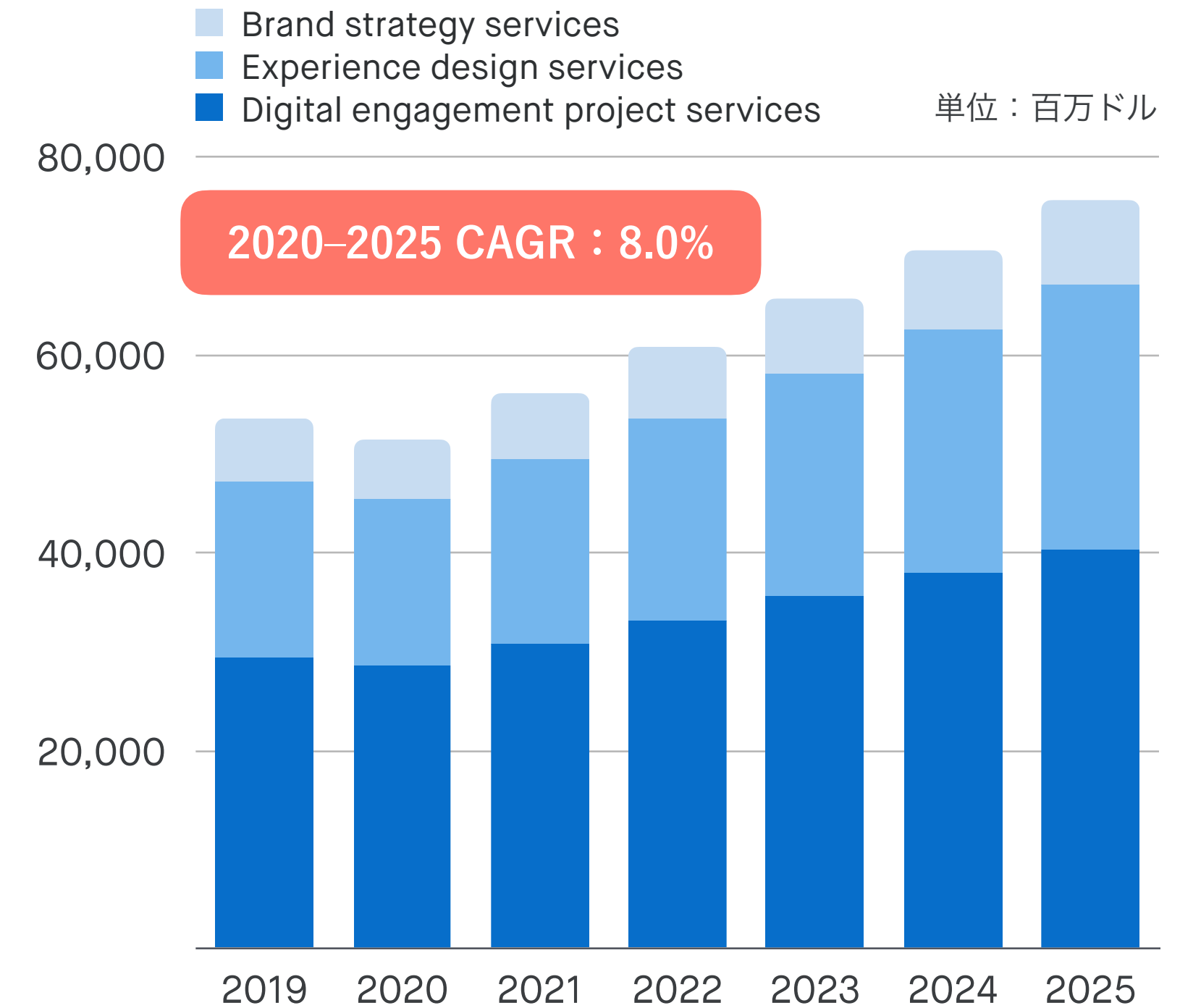
コンサル・金融機関が相次いでデザインファームを買収

2013年以降AccentureやDeloitteはグローバルでデジタルエージェンシーを30社以上買収している

John Maeda | Design in Tech Report <https://designintech.report/>
Accenture Newsroom <https://newsroom.accenture.com/>

デジタル関連コンサルやUI/UX改善などを含む
当社の属する市場がコロナウイルスを乗り越え成長

世界のデジタルエージェンシーサービス市場の推移



IDC Worldwide Digital Agency Services Forecast, 2021-2025

対象・関連市場の規模とポテンシャル

国内デザインエージェンシー市場は拡大

国内市場は現在4,300億円と推定（※3）、既存のコンサルやソフトウェア市場と重複
 2025年の市場サイズは5年で6,300億円規模（CAGR 8.0%）と予測するが、
 日本市場の成長余地を加味するとさらなる成長も



当社の特徴と優位性

Company Strengths

グッドパッチの競争優位性

- 1 独自のポジショニングで、デザイン領域で**圧倒的実績**と**ブランドバリュー**を発揮
- 2 体系化された**デザインノウハウ**と**ナレッジ**の蓄積
- 3 経験値の豊富な**専門性の高いデザイナー**の採用力
- 4 **デザインパートナー事業**を軸とした**高効率**で**利益率の高い**ビジネスモデル

独自のポジショニングで、デザイン領域にて圧倒的実績とブランドバリューを発揮



SoftBank

UZABASE



mixi

PR TIMES



Lancers



FiNC



Shippio

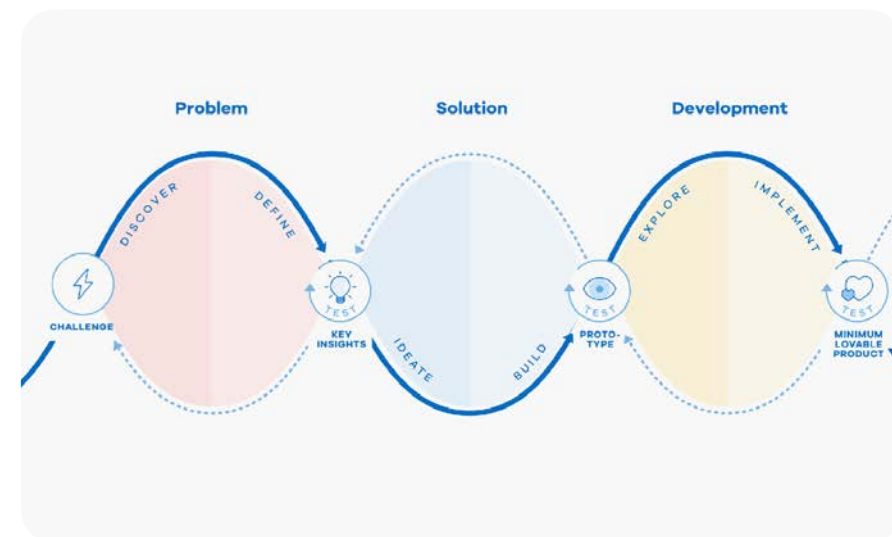
UI/UX領域での**圧倒的な実績とブランドバリュー**で**広告費を掛けず**
口コミとクライアントからの指名問い合わせでリードを獲得

※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

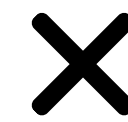
多くの実績から体系化されたプロセスと即戦力化する育成体制



体系化された
デザインプロセス

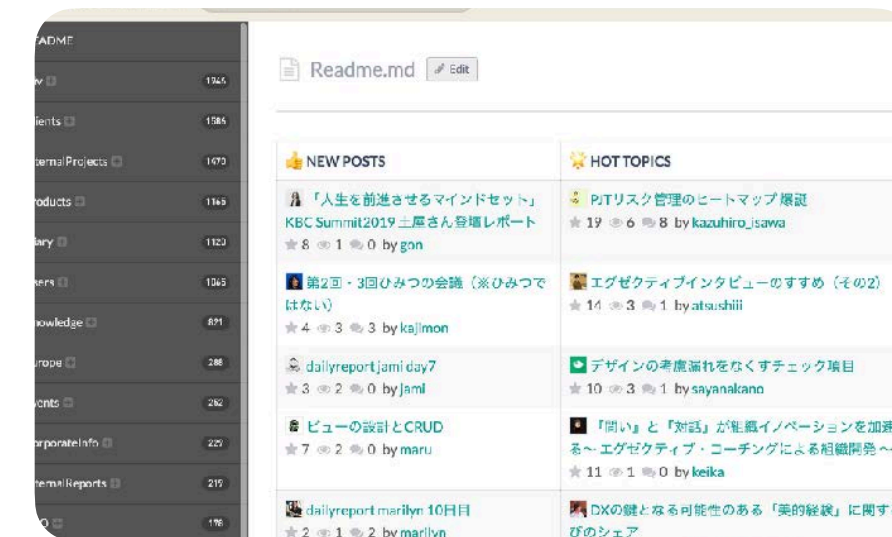


デザイナー育成のための
社内研修



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

経験値の豊富な専門性の高いデザイナーの採用力

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

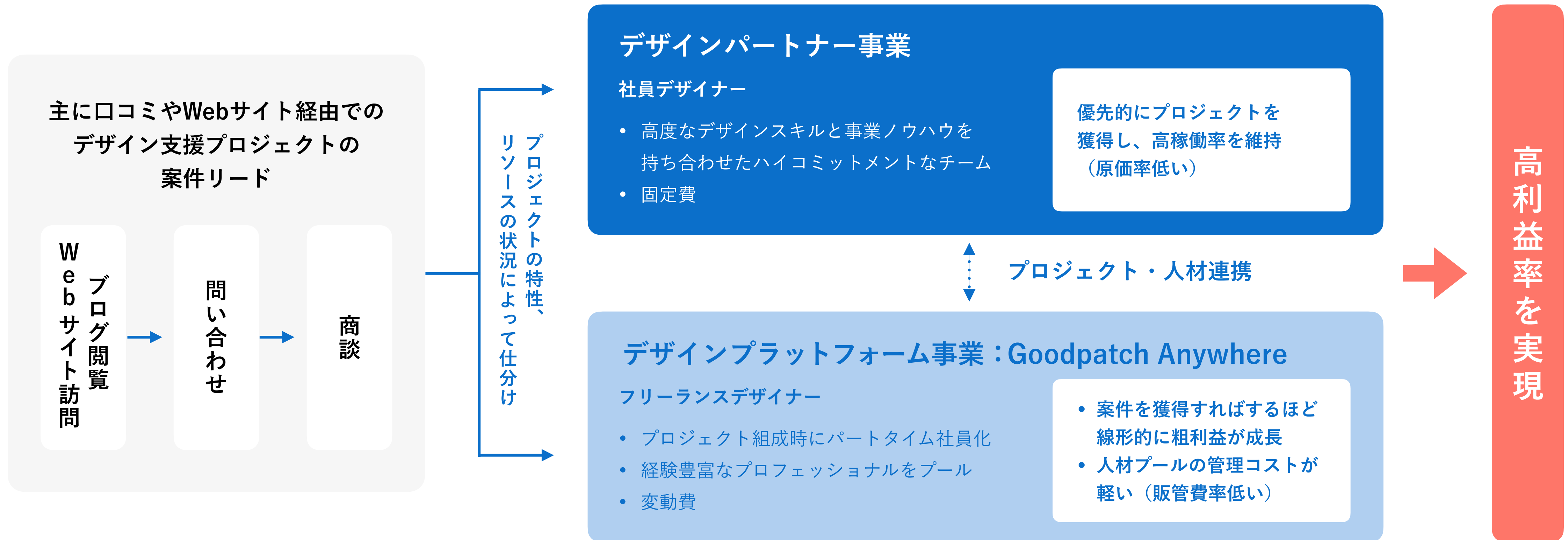
Goodpatch

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
幅広いバックグラウンドから採用 (受け入れる)	ビジネス経験の豊富なメンバーを デザイナーとして採用	<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活用 - 総合大学を中心に、ポテンシャル採用を実施し育成
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 - デザイナーがアウトプットにフォーカスできる1社専業体制

UI/UXや事業創出に強いデザイン組織がIPOを経て成長
日本国内デザイン会社[※]ではNo.1のポジションで採用活動を推進

※デジタル領域に主軸を置いたデザイン会社において

密接に連携するデザインパートナー事業とGoodpatch Anywhere



両事業が高度に連携したビジネスモデルで、高利益率を実現

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 ♥