

# 2026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）

2026年1月14日

- 01 FY2026 1Q 業績ハイライト
- 02 FY2026 1Q 各事業の状況
- 03 FY2026 1Q TOPICS
- 04 成長戦略
- 05 APPENDIX

# FY2026 1Q 業績ハイライト

売上高は概ね前年同期と同水準  
営業利益は事業拡大に向けた先行投資により、前年同期比で51百万円減少

売上高

前年比（増減）

1,206 百万円

-0.6% (-7 百万円)

売上高はYoY0.6%減と、前年同期と同水準。  
過去最高売上となった前年と同様の滑り出し。  
営業体制の強化を背景に、先行指標である有効商談数は過去最高を記録。加えて、既存の大型プロジェクトの継続および拡張も順調に進行している

営業利益

前年比（増減）

77 百万円

-39.9% (-51 百万円)

営業利益は、売上高の減少に加え、今後の売上拡大を見据えたマーケティング投資および営業体制の強化を実施したことにより、前年同期比で39.9%減少

# KPIハイライト

月額平均  
顧客単価

5,860千円

前年比（増減）  
-0.1%（-8千円）

年間計画（平均）  
6,100千円

月額平均顧客単価は、前年の大型プロジェクトによる一時的な影響を受けたものの、前年同期並みの水準で推移。大型案件およびエンタープライズ領域への取り組みは継続的に強化している

顧客社数

63.0社

前年比（増減）  
+3.8%（+2.3社）

年間計画（平均）  
66.0社

顧客社数については、営業体制の強化により前年同期比で増加

デザイナー数

157名

前年比（増減）  
0.0%（0名）

年間計画（4Q末）  
180名

デザイナー数は前年同期比で同水準を維持。なお、積極的な採用方針に変更はなく、PMやPdM、エンジニアなど開発案件に携わる職種の採用を強化し、大規模開発案件への対応を進める

有効商談数

158件

前年比（増減）  
+0.6%（+1件）

年間計画（合計）  
579件

前期の営業体制の再編と、今期の営業人員の追加採用による体制強化および積極的なマーケティング施策の推進により、有効商談数は過去最高を更新

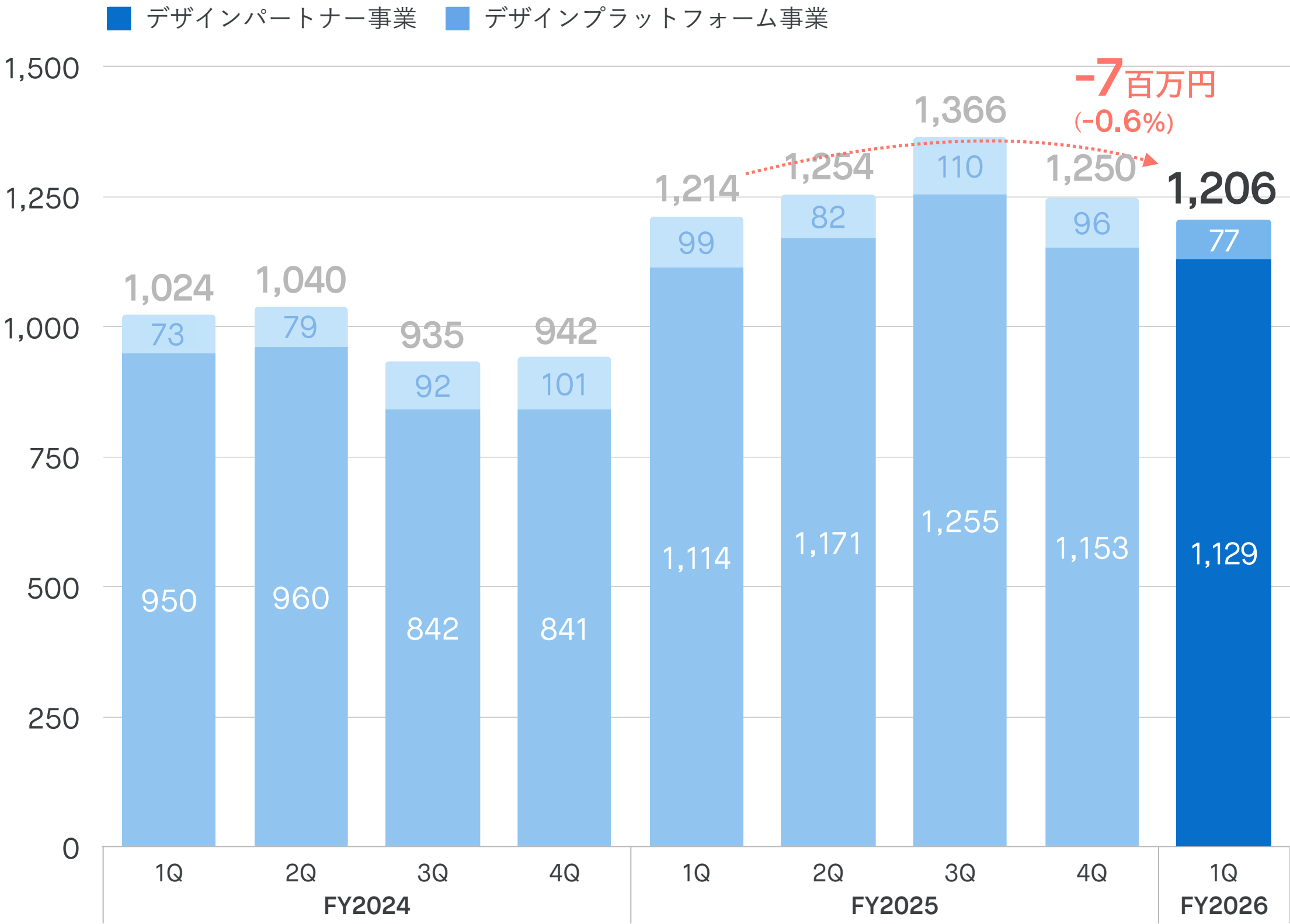


# パートナー事業の売上高は継続成長も、プラットフォーム事業は一時的に減少

## 営業利益は営業関連の先行投資により前年同期比で減少

売上高

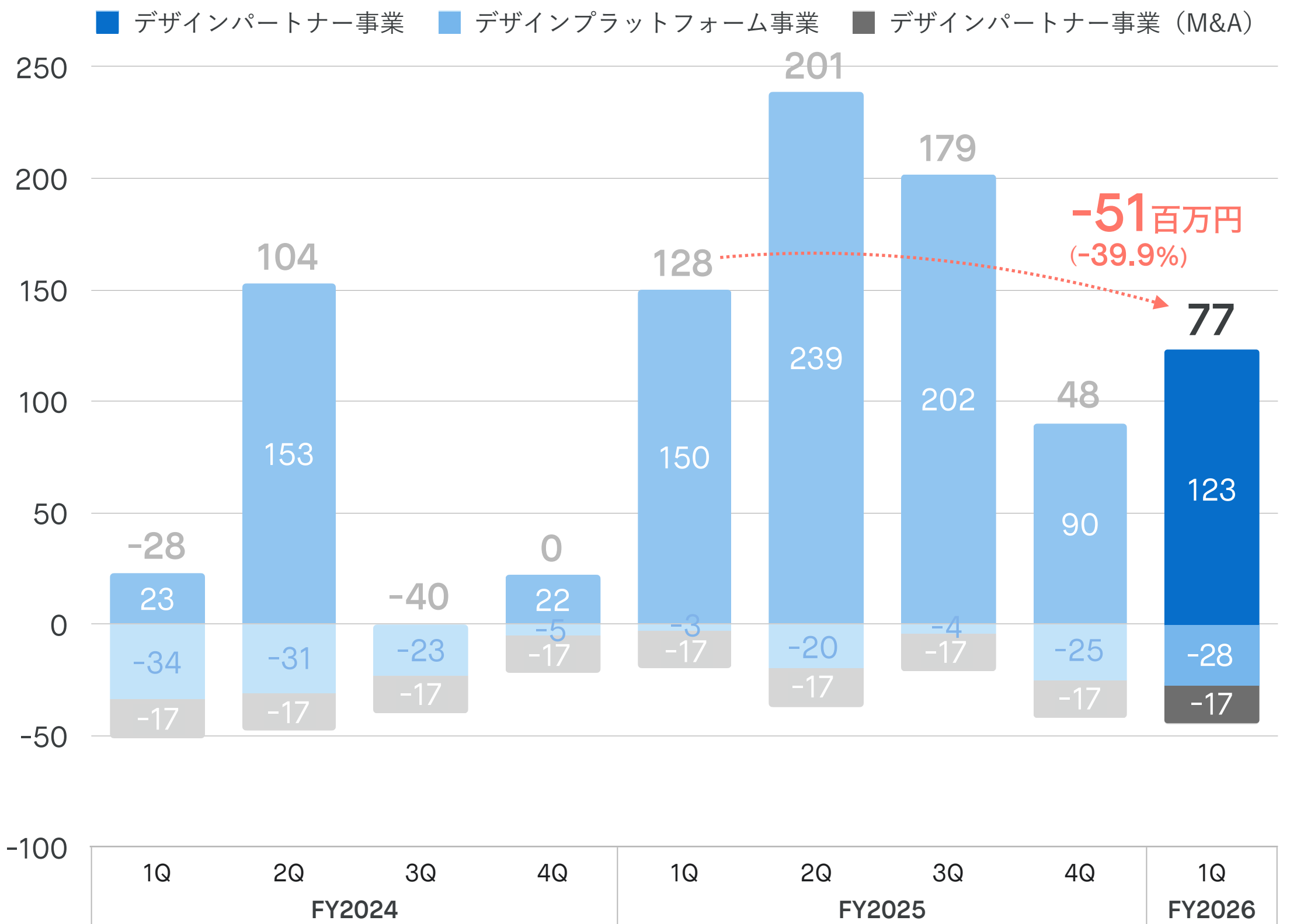
単位：百万円



※ 2026年8月期より「ピープルアンドデザイン」のセグメントを、デザインプラットフォーム事業からデザインパートナー事業へ変更しております。

営業利益

単位：百万円



※ 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。  
※ M&A関連費用として、のれん償却額等を計上しております。

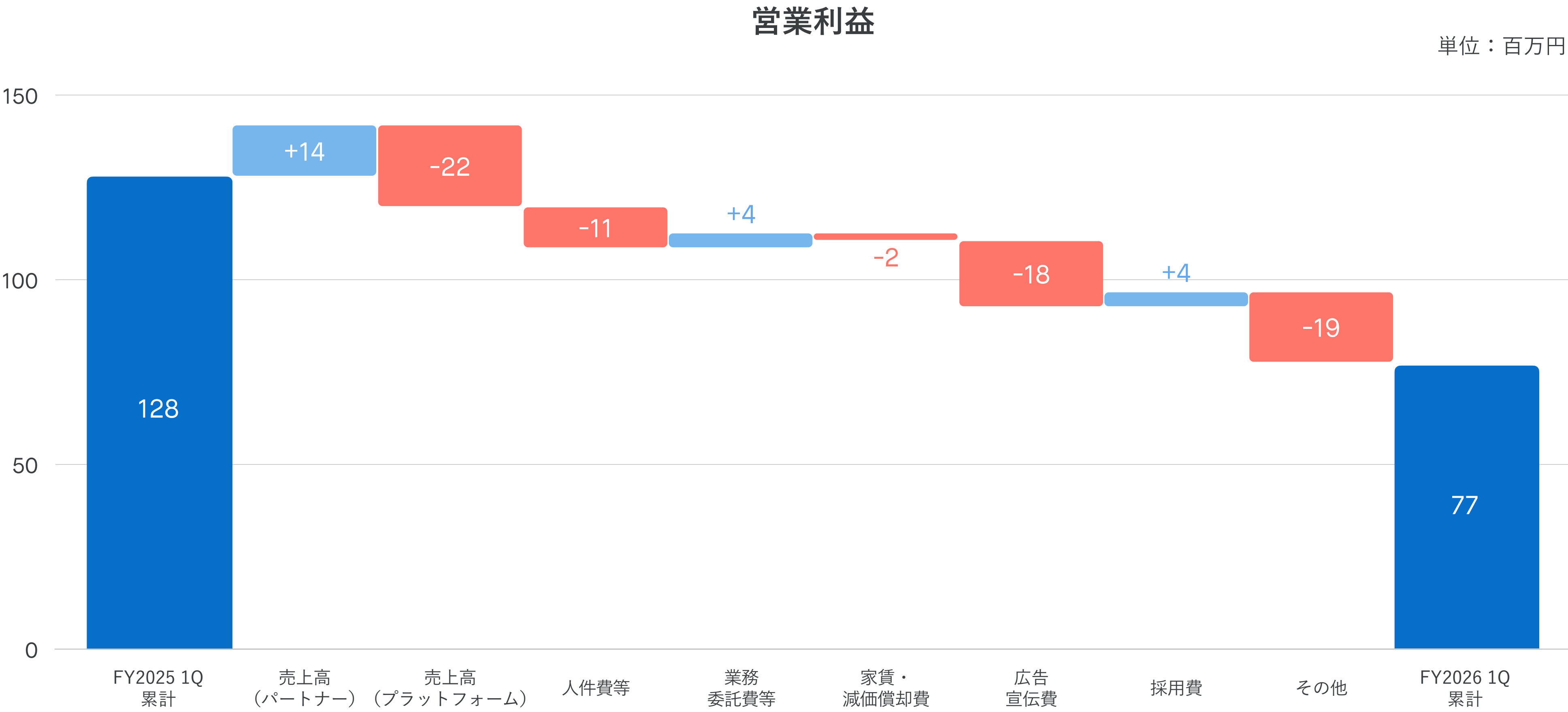
売上高の通期業績予想進捗率は21.5%と想定内、2Q以降はペースアップ  
利益面はQoQで改善、売上伸長に伴い利益拡大を見込み通期業績予想は据え置き

連結損益計算書

単位：百万円

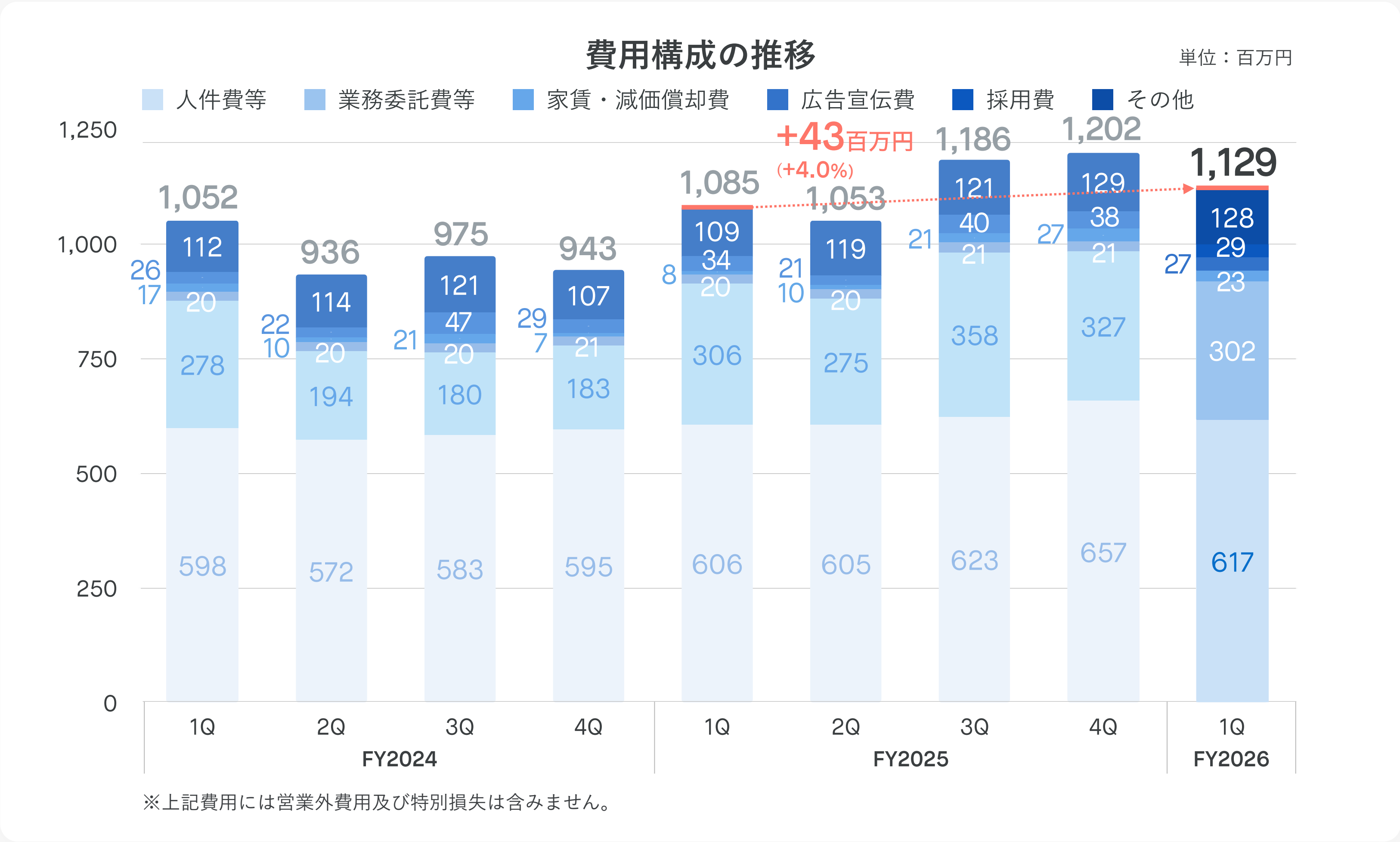
	FY2025 1Q	FY2025 4Q	FY2026 1Q	YoY増減	QoQ増減	通期業績予想	進捗率
売上高	1,214	1,250	1,206	-0.6%	-3.5%	5,600	21.5%
売上総利益	682	729	672	-1.5%	-7.8%	-	-
売上総利益率	56.2%	58.3%	55.7%	-0.5pt	-2.6pt	-	-
販売費及び一般管理費	553	681	595	+7.4%	-12.7%	-	-
営業利益	128	48	77	-39.9%	+60.9%	560	13.8%
営業利益率	10.6%	3.8%	6.4%	-4.2pt	+2.6pt	10.0%	-
経常利益	131	78	107	-18.6%	+36.3%	632	17.0%
当期純利益	89	42	60	-31.5%	+42.6%	409	14.9%

プラットフォーム事業の売上高は、ReDesigner影響で一時的に低下  
営業人材の増強やマーケティング費用の増加により、営業利益は減少





# 総費用は11.3億円、今後の売上拡大に向けた投資でYoYで4.0%増加 前四半期比では人件費や業務委託費を圧縮し、0.7億円の減少



## 広告宣伝費

- リード獲得および有効商談創出を目的として、マーケティング活動への投資を拡大。  
Web広告の拡充や展示会への出展、イベント協賛といった、オンライン・オフラインを組み合わせたマーケティング施策を強化。  
顧客接点拡大を通じて、パイプラインを拡充

## 人件費

- 積極的な人材確保を継続したことにより、人件費が増加
- 主に、事業成長を支える営業人員やマーケティング関連人材の採用・体制強化を進めており、今後の有効商談や案件創出に向けた基盤整備が進捗

# 売上高の通期業績予想進捗率は21.5%と、計画通りに進捗 利益の進捗も想定内のため、通期業績予想は据え置き

## FY2026 通期業績予想

売上高  
**5,600** 百万円 前年比 **(+10.1%)**

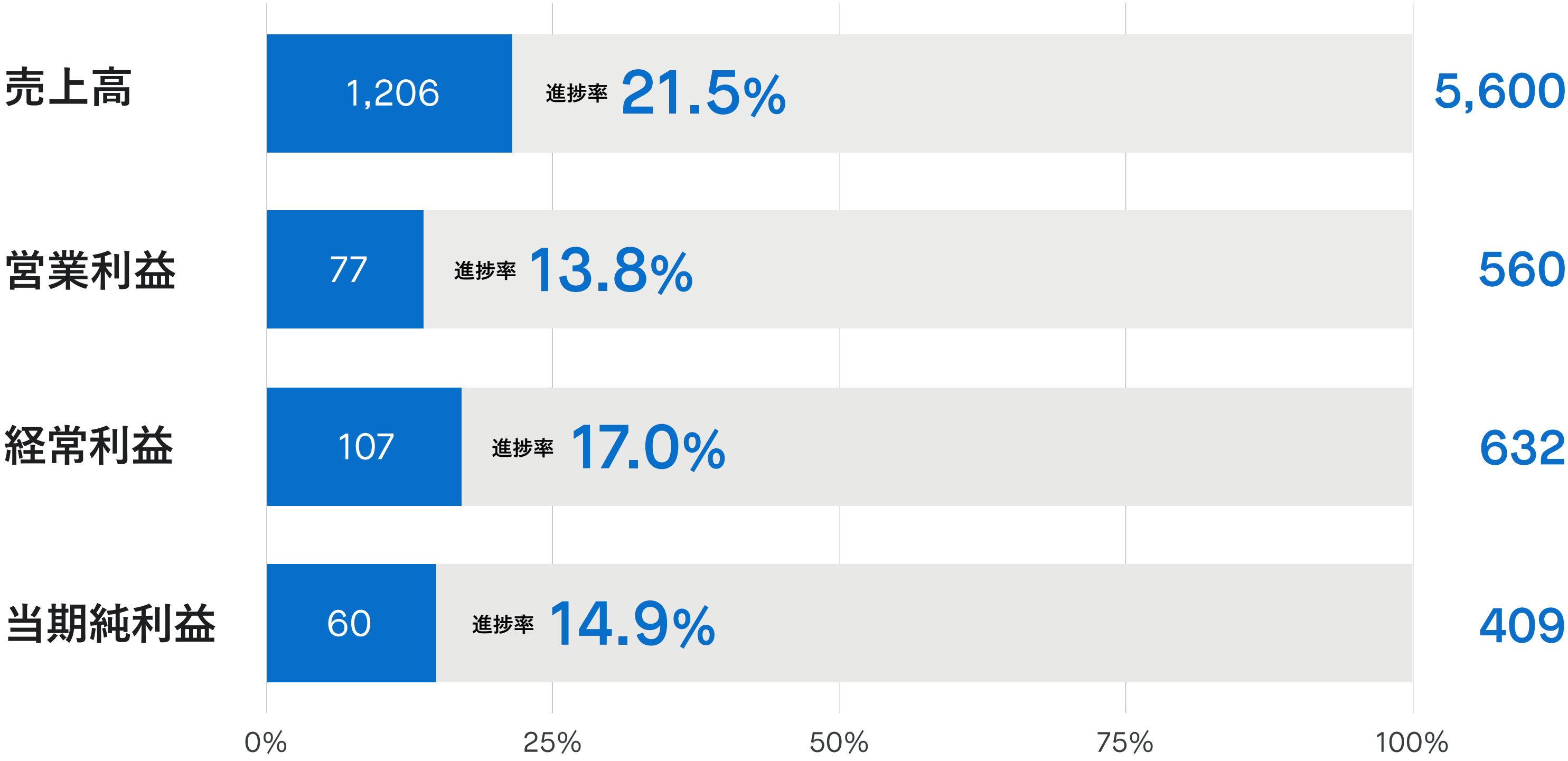
営業利益  
**560** 百万円 前年比 **(+0.5%)**

経常利益  
**632** 百万円 前年比 **(+3.1%)**

当期純利益  
**409** 百万円 前年比 **(+0.5%)**

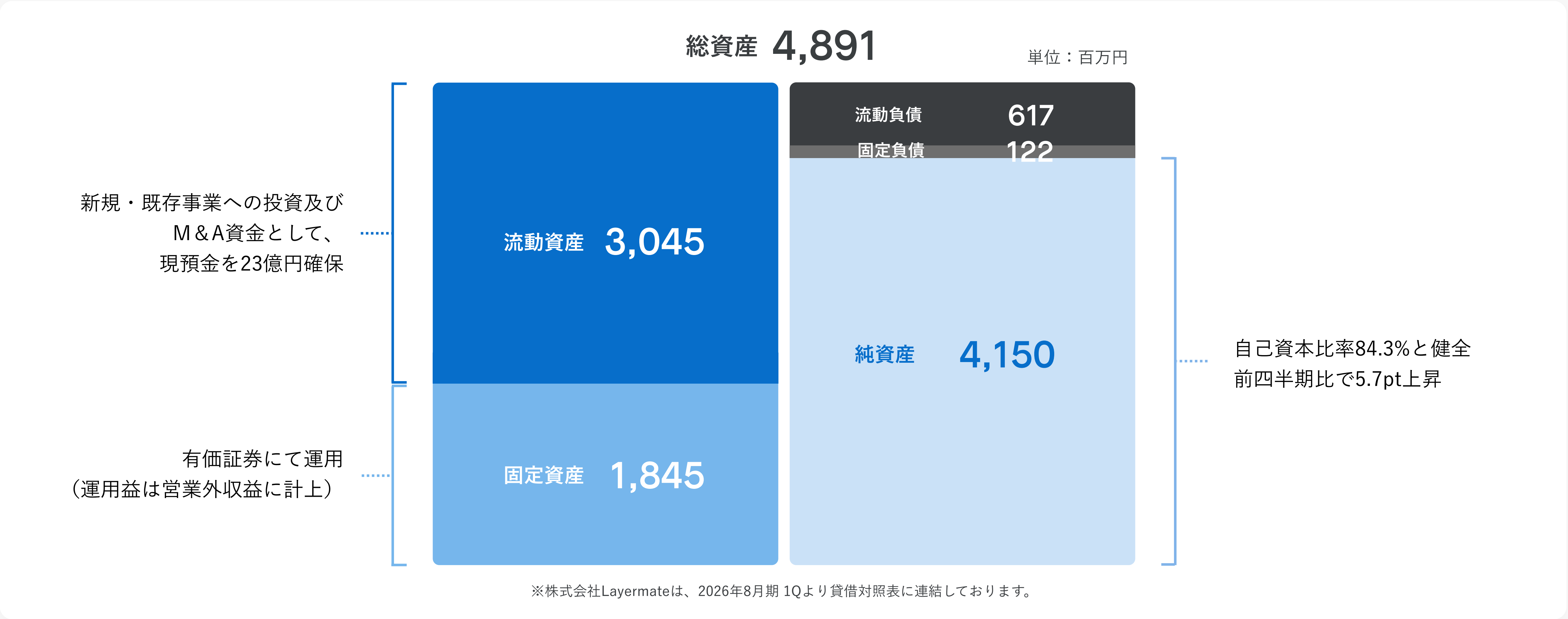
## FY2026 1Q終了時点の進捗状況

単位：百万円



# M&Aに備えて現預金を確保

## 自己資本比率は引き続き高い水準を維持

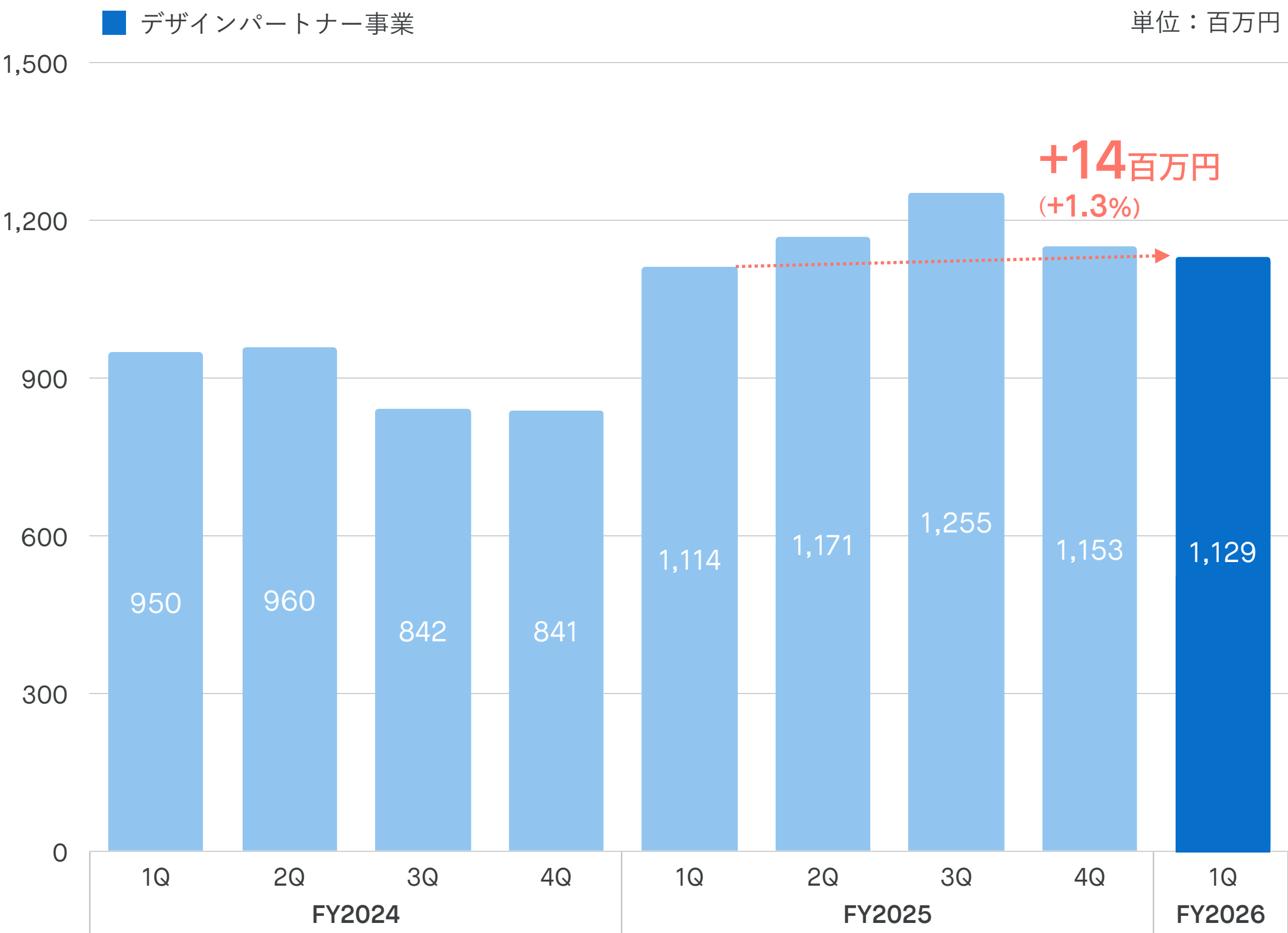


# FY2026 1Q 各事業の状況

# 生成AIプロダクト開発やブランディング案件の獲得で、売上高は1.3%成長

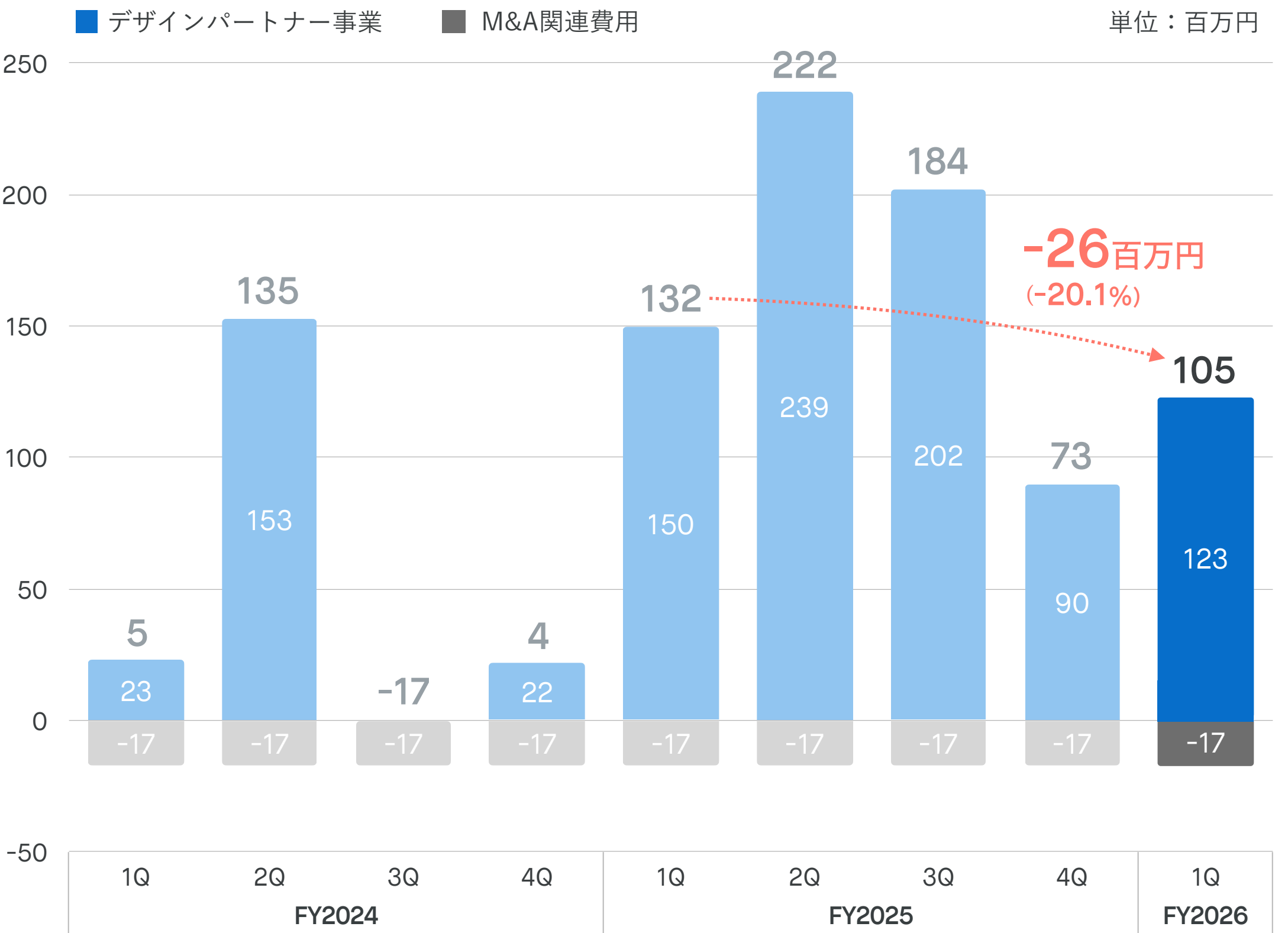
## デザイナー稼働好調も、成長投資により営業利益は一時減少

売上高



※ 2026年8月期より「ピープルアンドデザイン」のセグメントを、デザインプラットフォーム事業からデザインパートナー事業へ変更しております。

営業利益



※ 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。  
※ M&A関連費用として、のれん償却額等を計上しております。



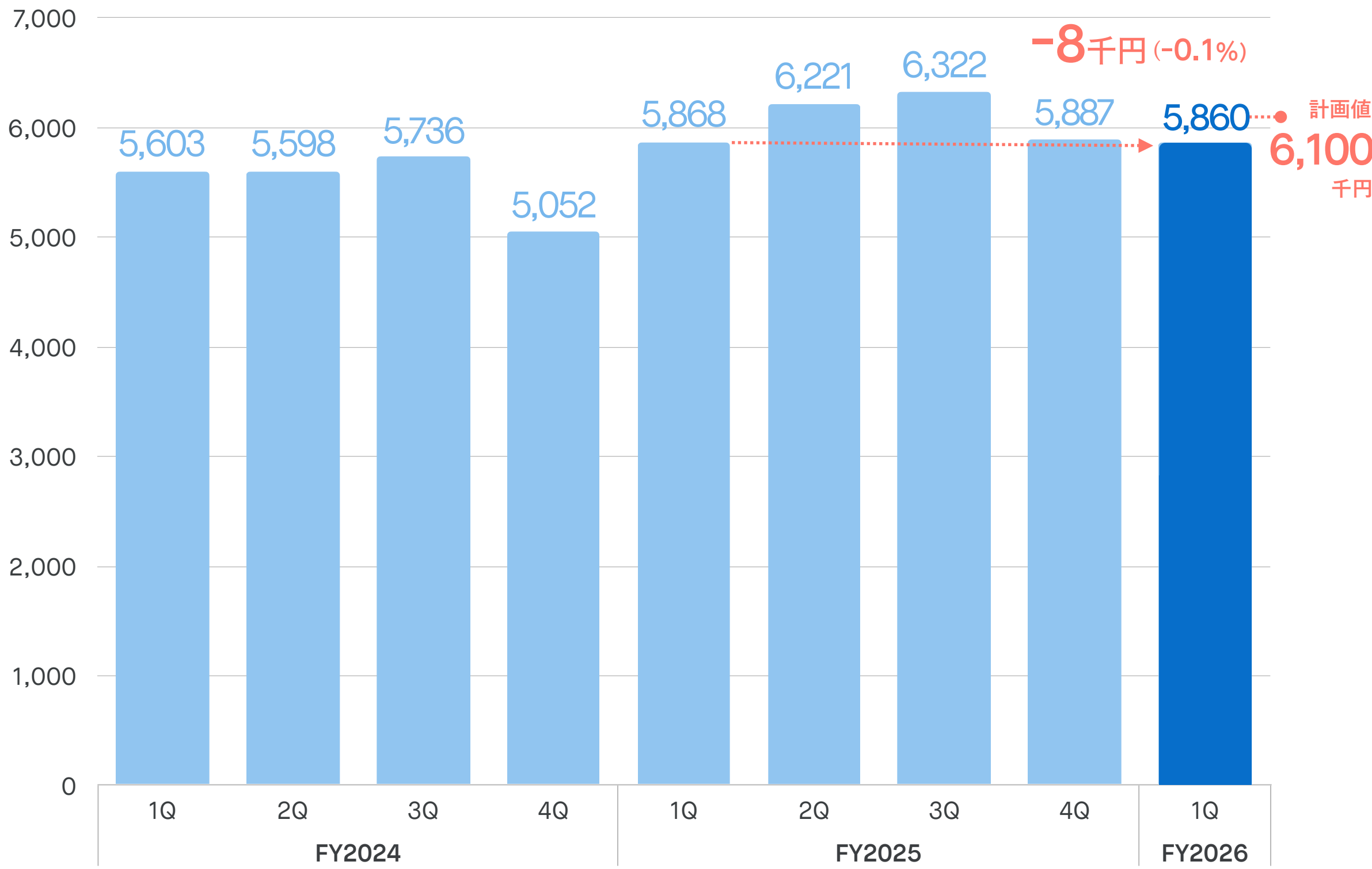
# 月額平均顧客単価は、概ね前年同期と同水準

## 前年に獲得したプロジェクト継続が順調、顧客社数は引き続き過去最高水準

デザインパートナー事業 売上分解指標

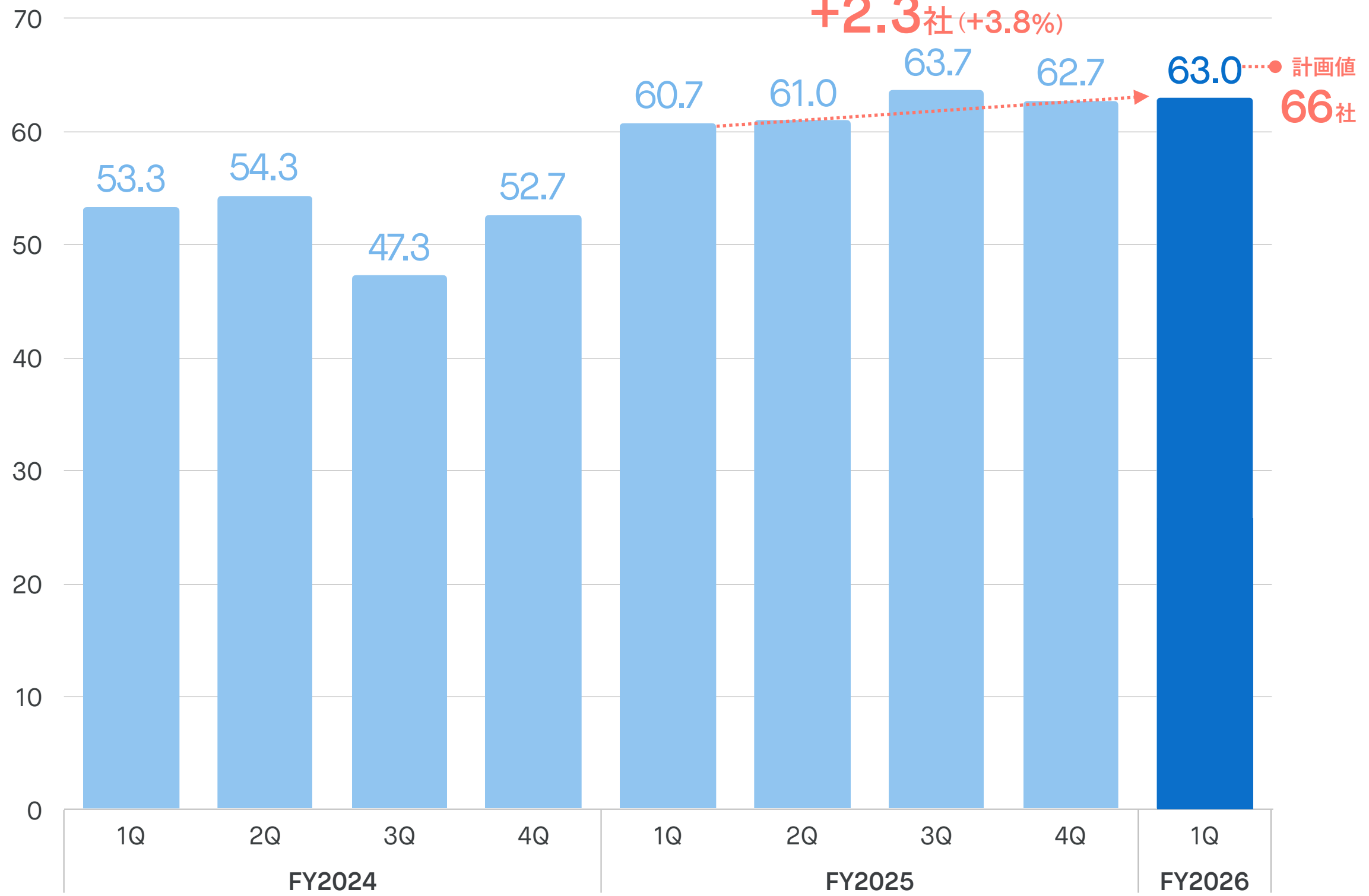
月額平均顧客単価

単位：千円



顧客社数

単位：社

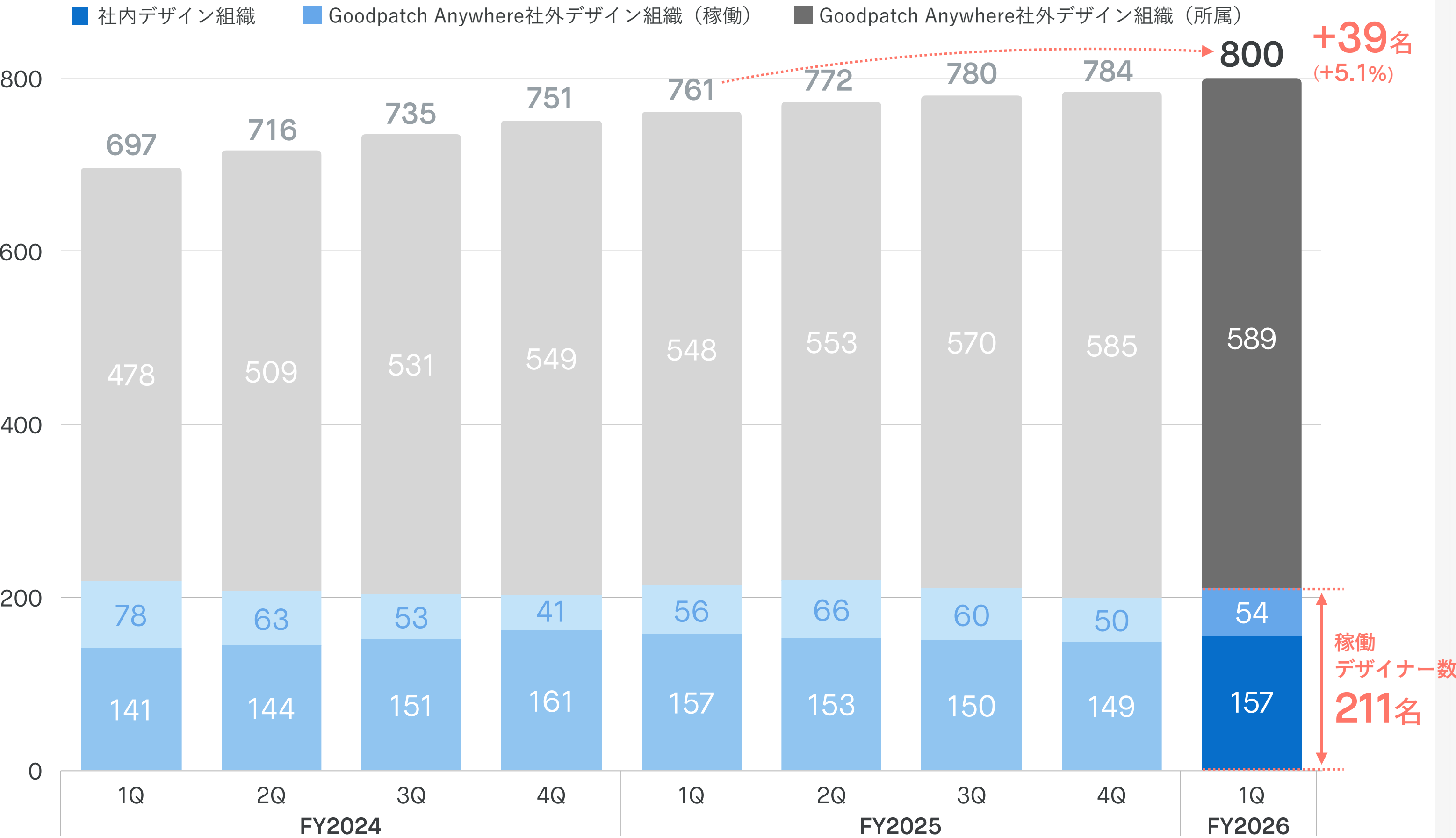


※ Goodpatch Anywhere、スタジオディテイルズを含む数値にて表示しております。

# 稼働デザイナー数は211名、前四半期から12名増加し高稼働

デザイン人員数の推移

単位：名



稼働デザイナー数は211名。  
前四半期から12名増加し、稼働率は上昇。  
足元でも積極的に採用を進めており、  
**2Qには過去最高の稼働デザイナー数を見込む**

## 社内デザイン組織

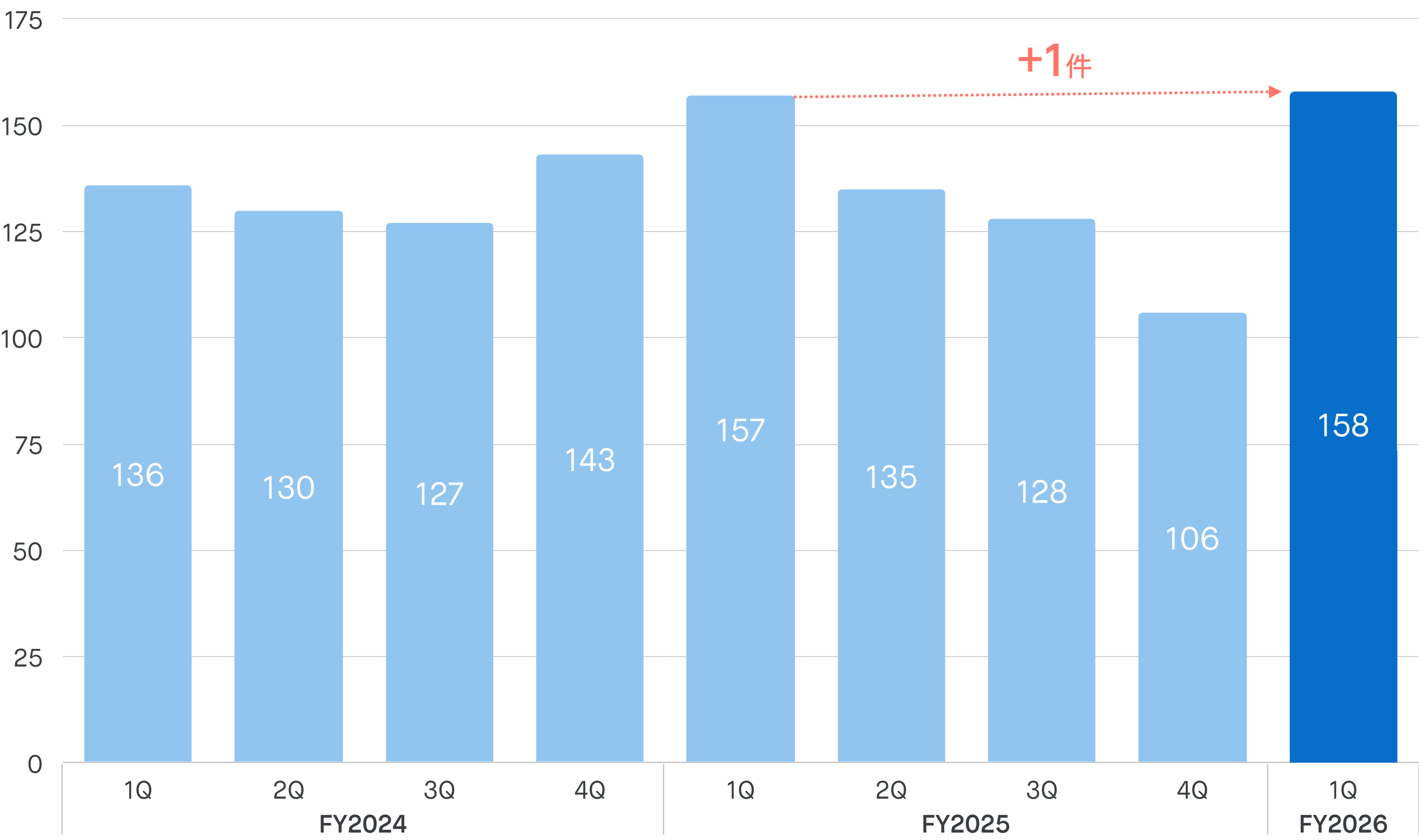
社内デザイナーは、積極的な採用活動により、  
前四半期から8名増加。  
順調なプロジェクト獲得を受け、2Qは160名規模  
まで拡大の見通し

## 社外デザイン組織

社外デザイナーは、前年同期比で39名増加。  
うち稼働デザイナーはプロジェクト数に応じた  
稼働調整でYoYで2名減少

# 有効商談数は体制強化とマーケティング投資で、過去最高を更新

有効商談数 単位：件

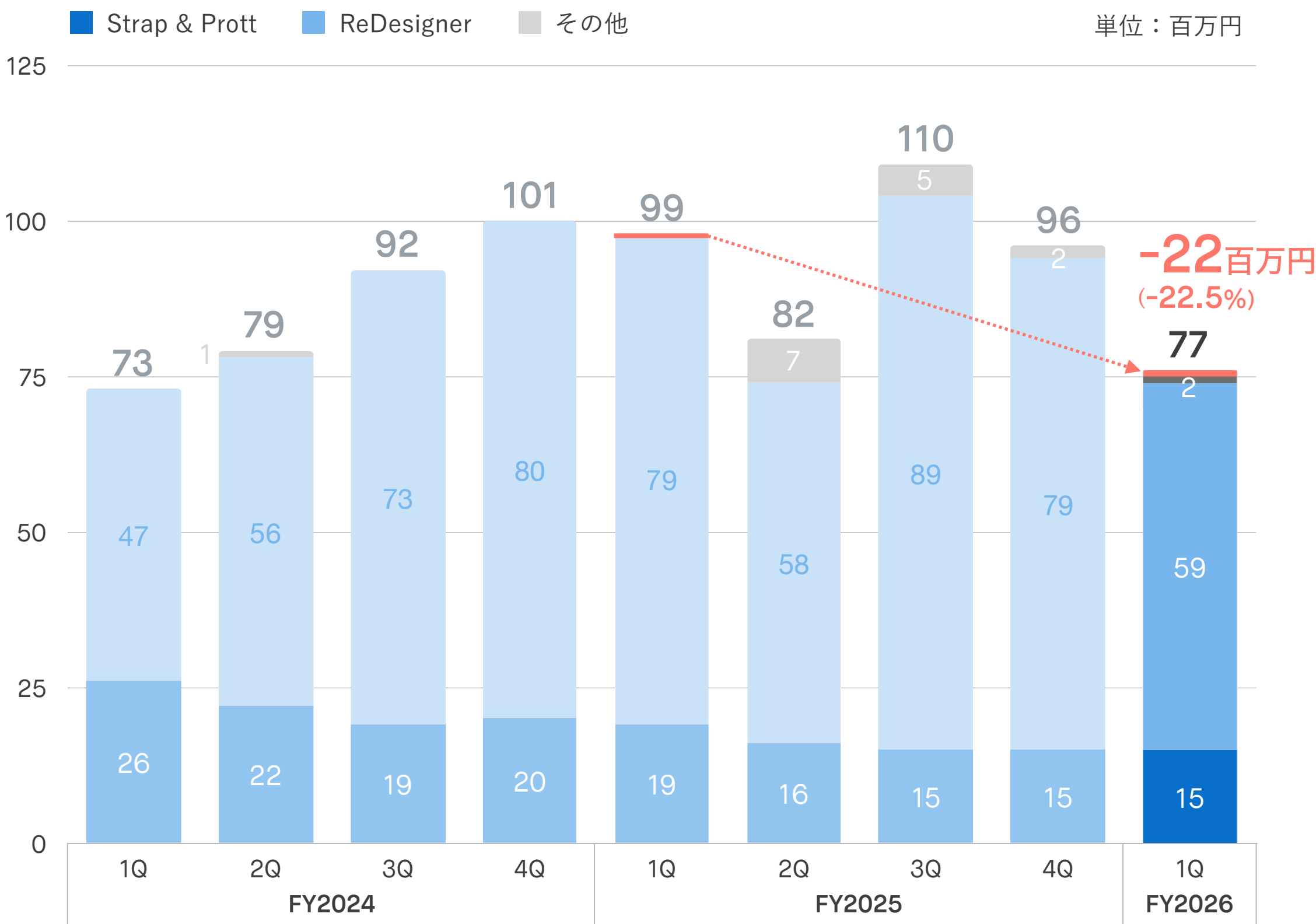


- 前期からの営業人員体制の再構築とウェビナーやイベント出展などの積極的なマーケティング施策展開により、**有効商談数は過去最高を記録**
- 今後は、休眠顧客の掘り起こしを進めるとともに、ABM※アプローチを活用したターゲット業界・企業の開拓を並行して推進し、有効商談数の拡大を図る

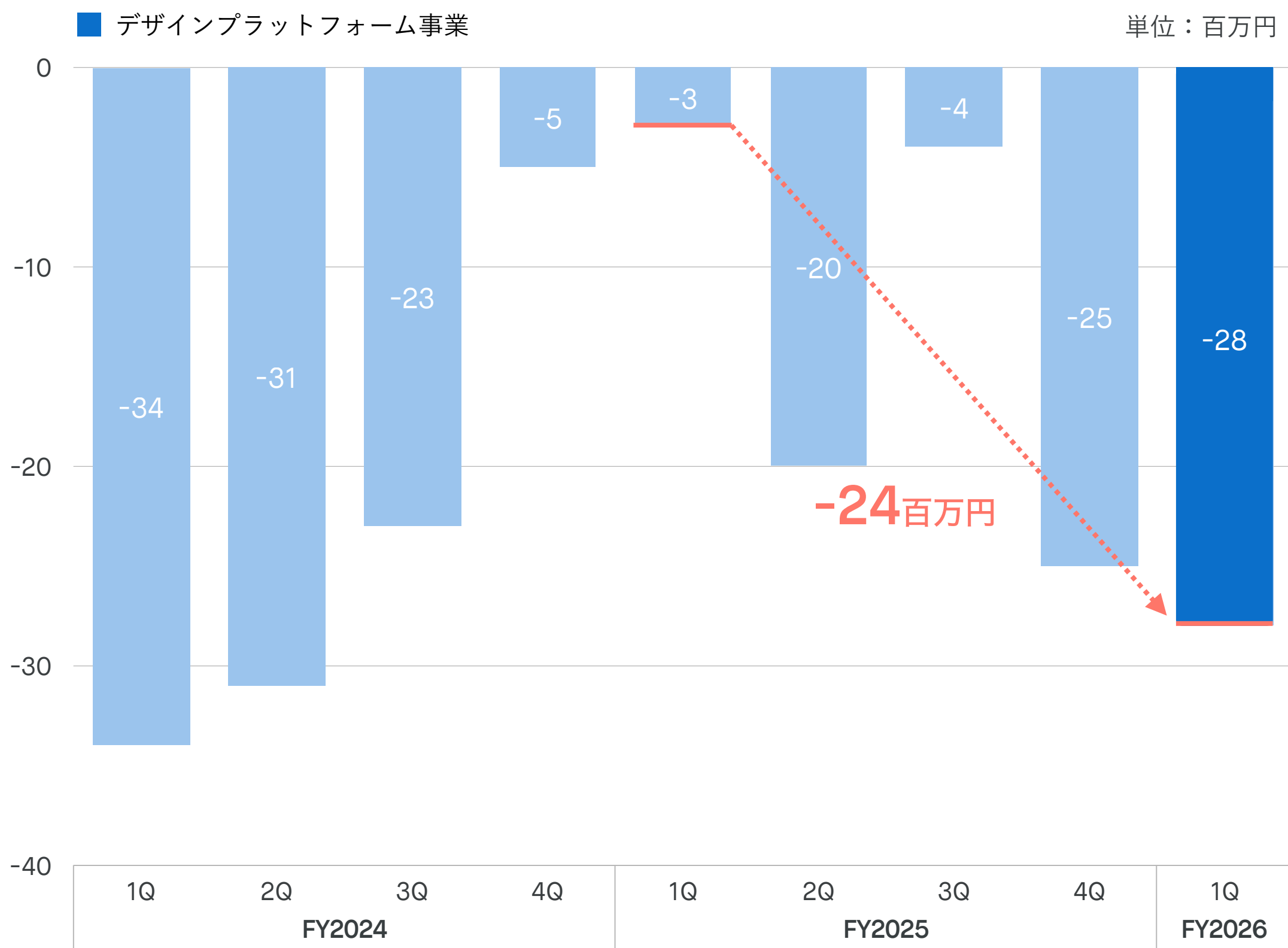
※ABM (Account Based Marketing) とは、特定の企業を戦略的に選定し、各企業に最適化したマーケティングおよび営業活動を展開する手法です。

# ReDesignerの売上高は、人材紹介事業の一時的な落ち込みにより減少 加えて、新規事業への継続投資もあり、営業利益はマイナス28百万円で着地

売上高



営業利益



※「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。  
※ 2026年8月期より「ピープルアンドデザイン」のセグメントを、デザインプラットフォーム事業からデザインパートナー事業へ 変更しております。

# FY2026 1Q TOPICS





# 人々がより創造的な仕事に集中できる世界を目指す、ソフトバンクの生成AIチャットサービスsatto workspaceのUI/UXデザインを支援

## 課題

ユーザーの声や、そこから洞察されるユーザーの課題を生成AIプロダクトに適した形で反映したかった

- ユーザーの声を広く聞いていたものの、その声をどう解釈し、プロダクトにどう生かすかの最適解を模索していた
- ユーザーフィードバックを反映して、部分的な機能改善を繰り返していた
- 従来のプロダクト開発の延長ではなく、生成AIに適したUI設計・表現を模索していく必要があった



## アプローチ



ユーザーへの提供価値を明確にし、「価値を届けるため」のプロダクト開発体制にシフト

- ユーザーリサーチの基本に立ち返り、ユーザーの課題と求めている価値を丁寧に紐解いた
- 機能単体などの局所的な改善ではなく、「ユーザーに価値を届けるため」に企画からUI/UXデザイン、開発までを1チームで行える体制に

➡ **カンファレンスで注目を集め、多くの企業から問い合わせを獲得**

- 顧客価値に軸をおいた開発体制で、約3ヶ月で意思決定からベータ版リリースへ
- 「SoftBank World 2025」でプロダクト情報を公開し、注目を集めた

※ 詳細は以下にて掲載しております。  
<https://goodpatch.com/blog/2025-06-softbank-satto-1>

※ sattoはソフトバンク株式会社の登録商標です。※ 画面は2025年7月16日時点の開発中のものです。今後、仕様やデザインは変更となる場合があります。



# テレビ東京から独立した佐久間宣行氏のオフィシャルHPを、制作・公開。 テレビ東京コミュニケーションズ企画・制作のYouTube番組でその模様を配信

## 背景



### 課題解決と「デザインの力」の啓蒙の両立を目指したタイアップ企画

- ・ テレビプロデューサー・佐久間氏は独立後も連絡先を非公開にしていたため、テレビ東京へ問い合わせが寄せられていた
- ・ グッドパッチは、幅広い層の認知獲得と、デザインによる本質的な課題解決・価値創造の力を啓蒙したかった
- ・ HP制作プロセスをテレビ東京コミュニケーションズとグッドパッチのタイアップ企画としてYouTube番組「佐久間さん、HP作らせてください」で公開

## アプローチ



### 生成AIを前提とした制作プロセスの実装と、佐久間氏の「Why」の遊び心を盛り込んだ表現

- ・ ノーコードツールおよび生成AIを活用し、「作って、壊して、また試す」のサイクルを高速で回すAI前提のプロセスで制作
- ・ 佐久間氏の本質的な仕事に対する姿勢や思い(=Why)、空気感をWebを通じて体験できる仕掛けを施す
- ・ 佐久間氏の活動が網羅的にわかる「アーカイブ」等のコンテンツを、エンターテインメント性と遊び心を盛り込んで設計



## 「ハートを揺さぶるデザイン」による 課題解決とエンゲージメントの創出

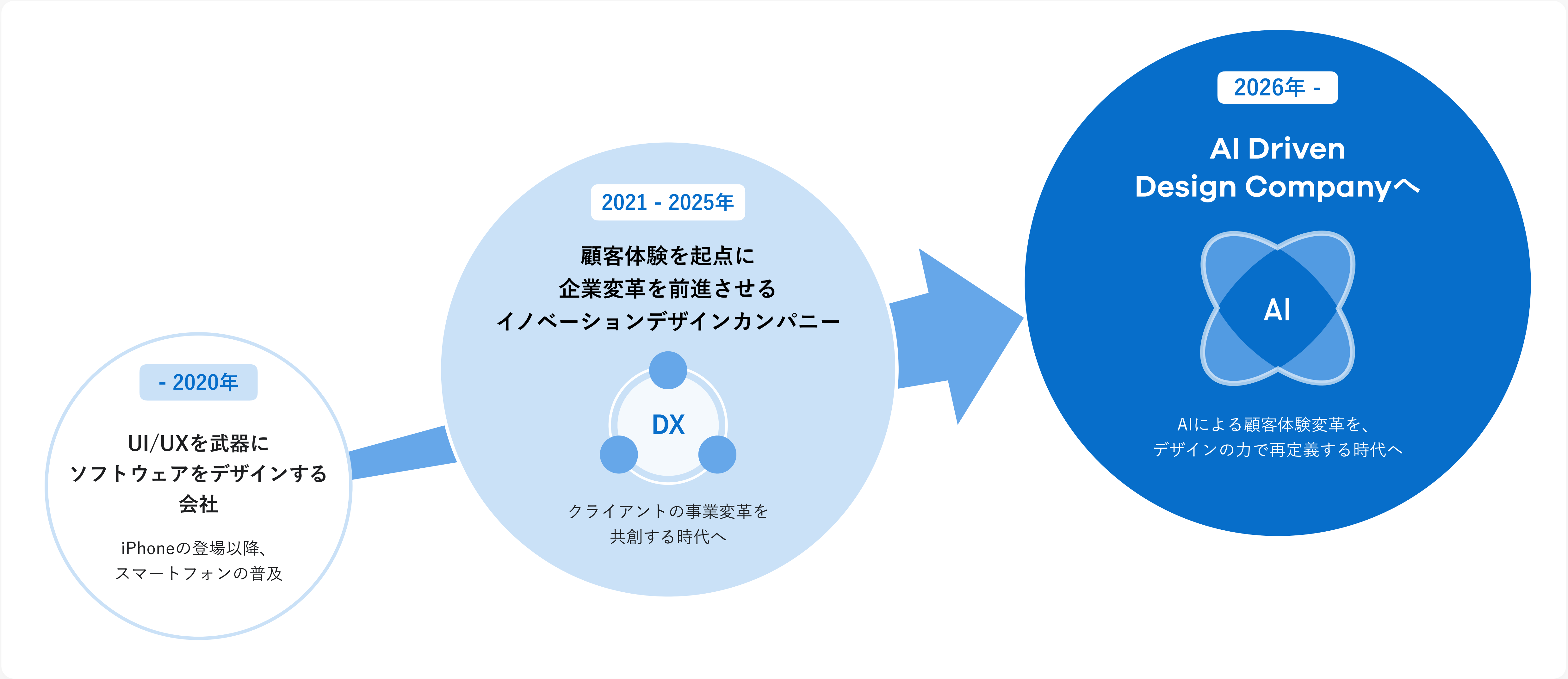
- ・ エンターテインメント性とHPのクオリティに高い評価  
公開後の実績（2025年12月18日～2026年1月8日）  
HP：57万PV、YouTube：43万回再生
- ・ 関係者における課題解決だけでなく、佐久間氏本人の「ハートを揺さぶる」様子が注目を集め、広い層へのデザインの力の啓蒙につながる

※ 詳細は以下にて掲載しております。  
[https://goodpatch.com/news/2025-12\\_nob-sakuma\\_hp](https://goodpatch.com/news/2025-12_nob-sakuma_hp)

# FY2026 成長戦略

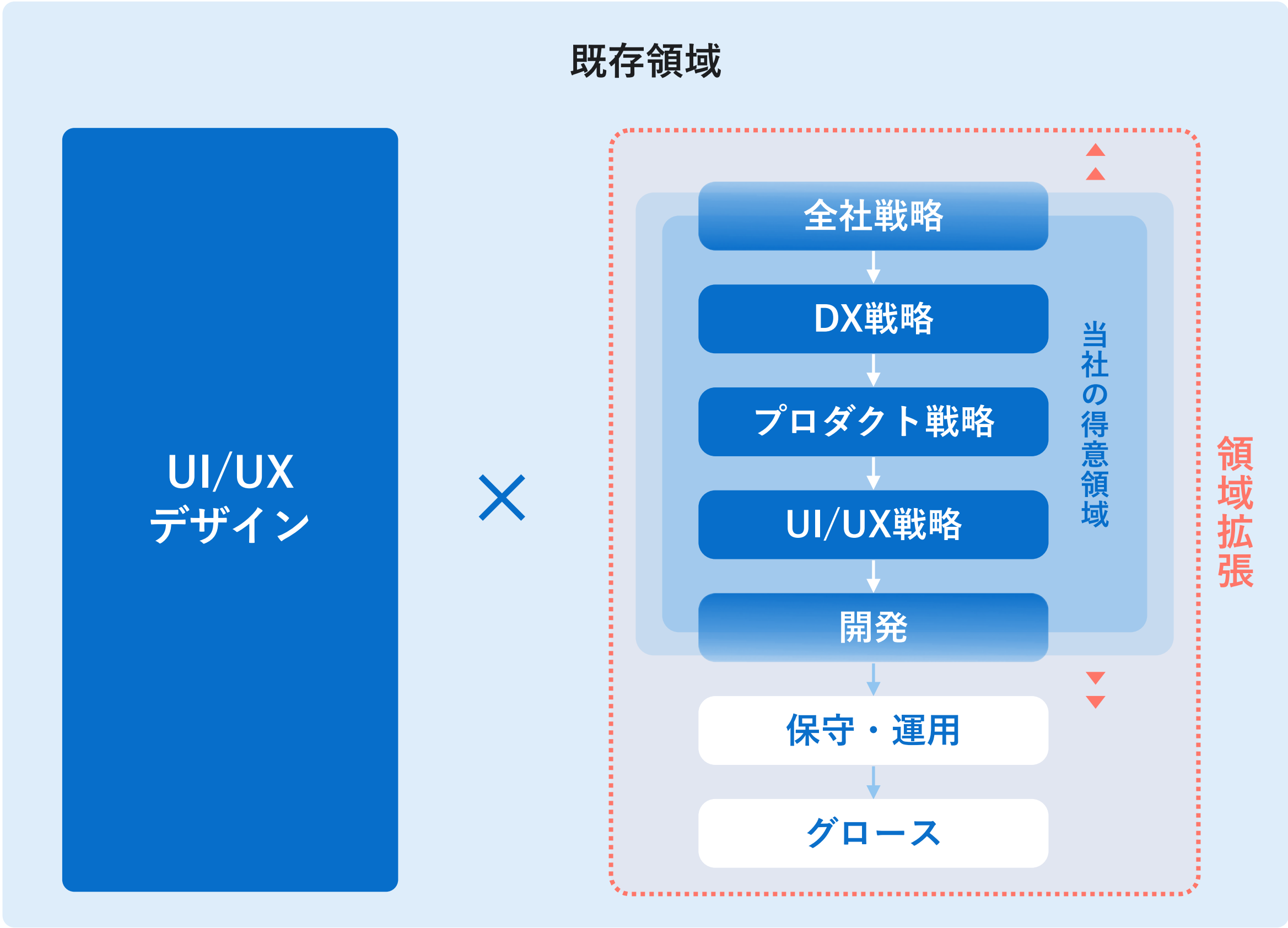


# デザイン×AIで変革を推進する「AI Driven Design Company」への進化



# 既存領域の拡張に加え「デザイン×AI」による価値創造を推進

## グッドパッチのデザイン支援ソリューション



## デザイン×AI

### AI活用によるデザイン支援の拡張

AIによる顧客体験の変化に適応し、企業変革に導くために、人材や組織風土・プロセスの同時変革が不可欠。企業変革に向けデザイン支援を拡張していく

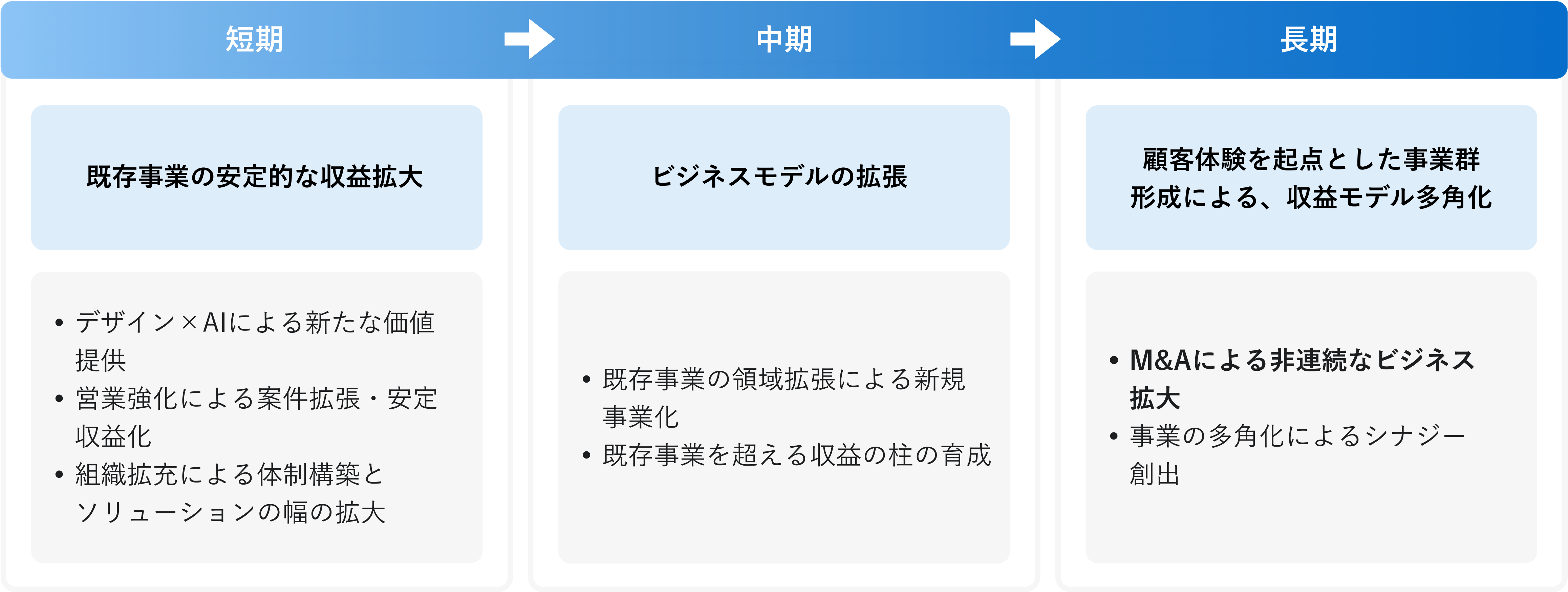
### 自社プロダクトの開発・活用

自社のAIデザインツール「Layermate」や「HRmony AI」等のプロダクト開発を行い、自社でも積極活用を促進





# 既存事業の安定収益化から、M&Aを活用したビジネスモデルの多角化へ

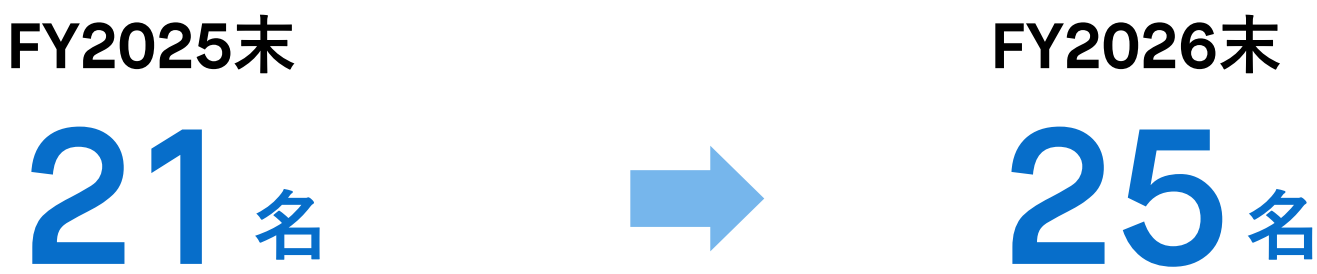


今期注力

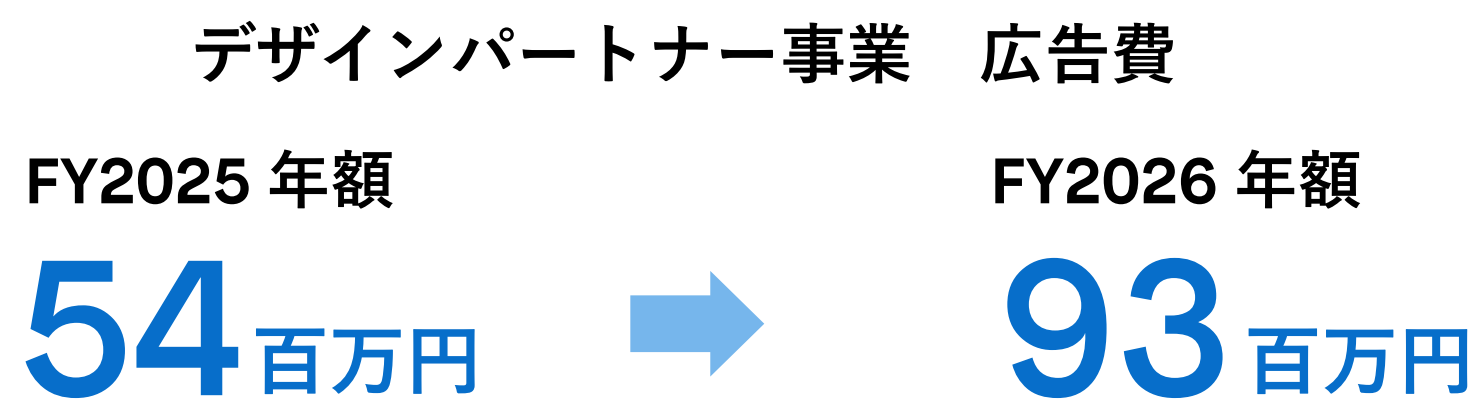
# 営業強化に引き続き投資、新規案件獲得と既存プロジェクトの拡張を推進する

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等、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

- 開発パートナーとの協業により大手顧客を開拓し、蓄積したノウハウを活かして新規開発案件を獲得
- 提案段階からデザイナーが参画し、事業課題に基づいたソリューション提案をすることで、追加プロジェクトを受注
- AI関連の実績を事例化してカンファレンス等で発信、認知向上を図りながら新サービス展開を加速

# 正社員デザイナーを積極採用しつつ、Anywhere人材を活用

## 社内デザイン組織（正社員）

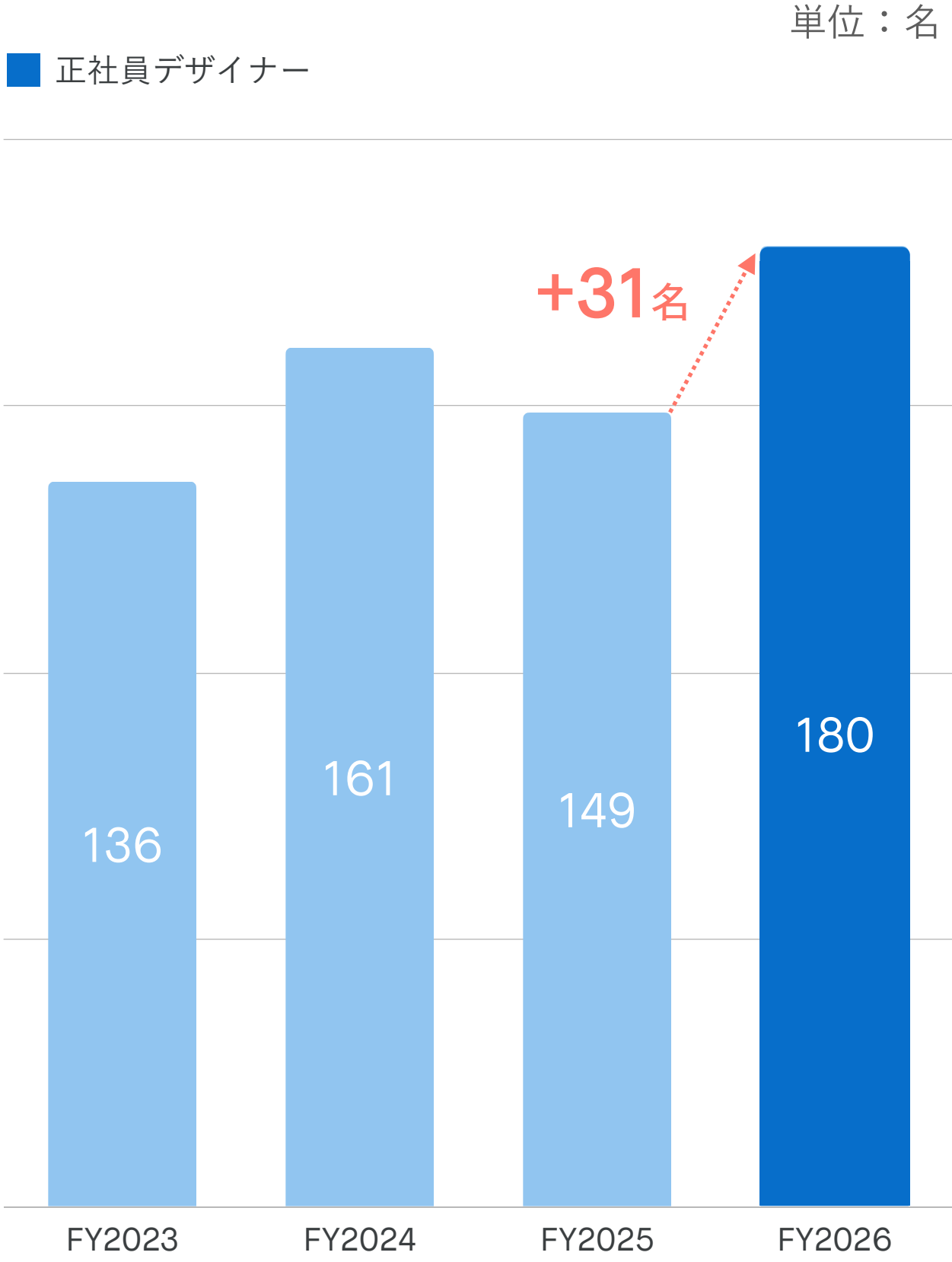
### 組織規模を拡大させ、開発等の大型案件の受注が可能な体制を強化

- 年間デザイナー採用数は47名を計画（YoYで+17名）、採用数>退職想定数で規模拡大
- デザイナー組織の規模を拡大し4Q末で180名（YoYで+31名）
- エンジニアやPdMといった職種の採用を進め、開発案件への対応をより強化

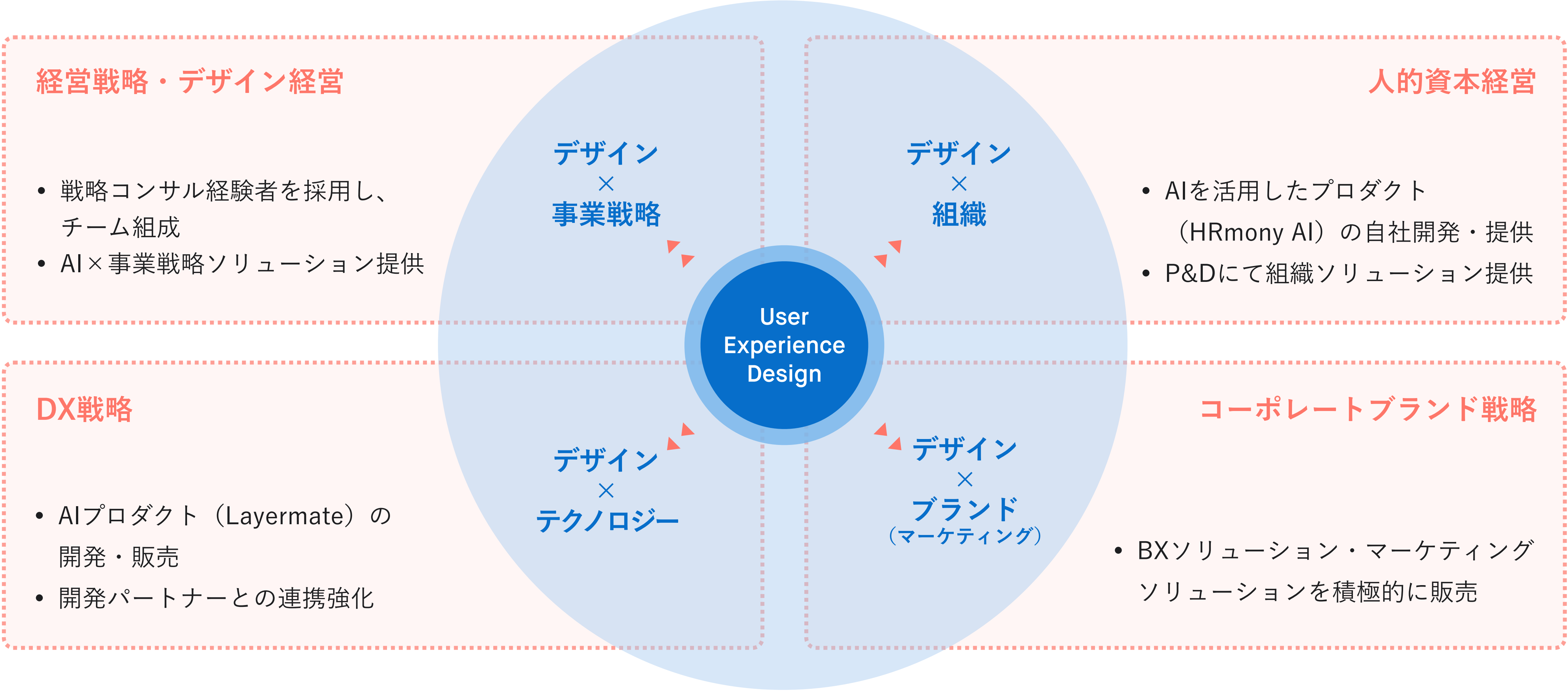
## 社外デザイン組織（Anywhere）

### 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 FY2025 4Q末 50名 → FY2026 4Q末 85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



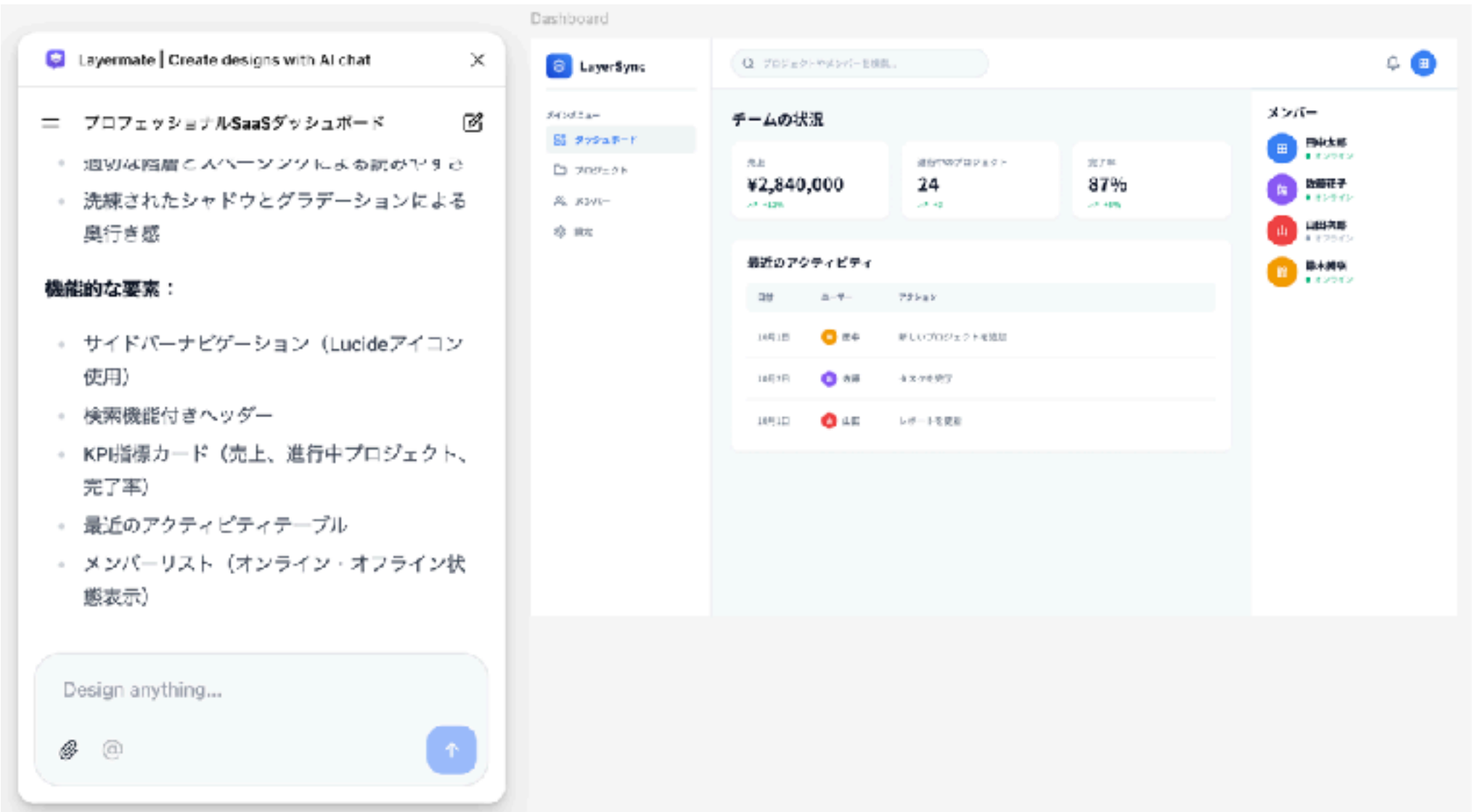
# 4 領域を拡張し、生成AI活用したAIプロダクト等、新たな価値創造を行っていく





# AIデザインツールを提供する「Layermate」をM&A、子会社化

## 「Layermate」について



グローバルで活用されているクラウド型デザインプラットフォーム「Figma」のプラグインとして開発された、生成AIとの対話でUIデザインを自動生成することができる国産のAIデザインツール

※詳細は以下にて掲載しております。  
[https://goodpatch.com/news/2025-10\\_layermate-gp-ax](https://goodpatch.com/news/2025-10_layermate-gp-ax)

## デザインプラットフォーム事業への展開

「Sparkle Design」※との機能連携等、グッドパッチが培った実践知を掛け合わせ、法人向けの機能開発やセキュリティを強化

## デザインパートナー事業への展開

AI専門組織「Gp-AX Studio（Goodpatch AI Experience Studio）」を立ち上げ、グッドパッチグループとして「デザイン×AI」領域の事業基盤を強化



グッドパッチ 執行役員  
石井 克尚



グッドパッチ Product Div.  
事業責任者  
大竹 智史

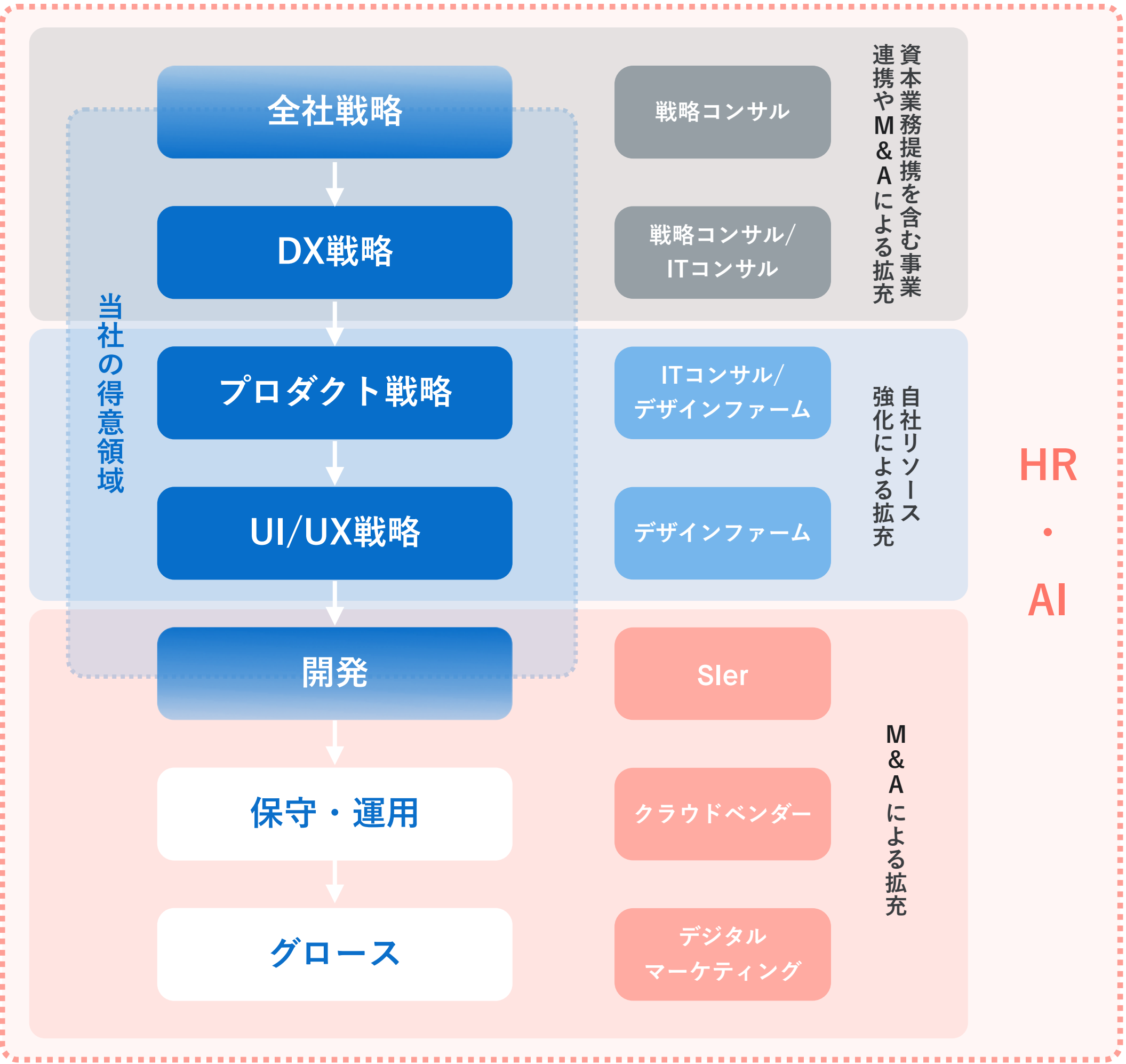


グッドパッチ PdM  
Bei Le

※詳細は以下にて掲載しております。  
[https://goodpatch.com/news/2025-06\\_sparkle-design](https://goodpatch.com/news/2025-06_sparkle-design)



# 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



## M&Aの方向性

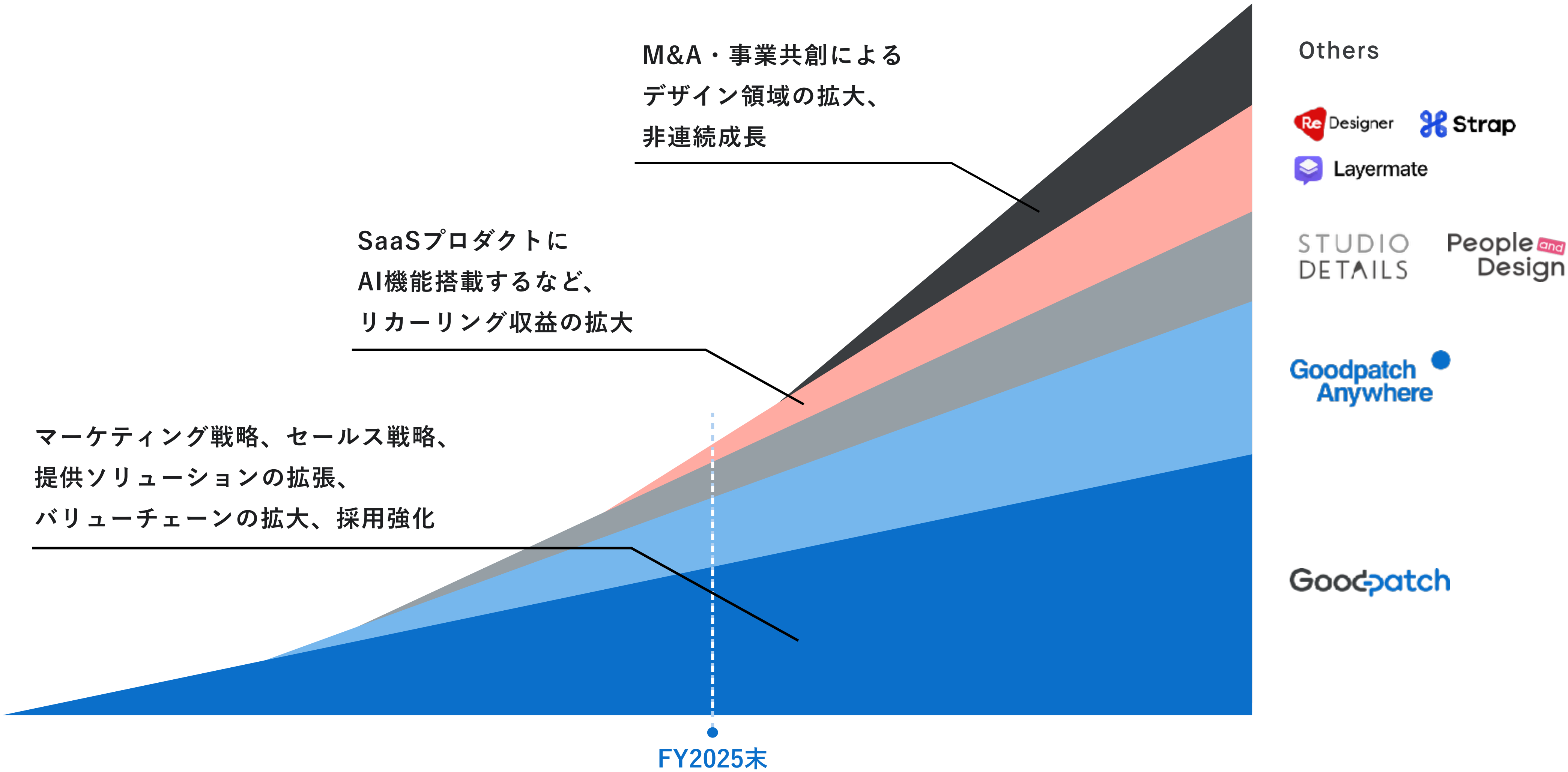
### DXバリューチェーンの拡張

- 目的：既存のデザインパートナー事業のクイパビリティ強化
- 効果：グループとしての売上成長、案件の安定確保と競争優位の強化

### 新規事業への投資

- 目的：デザインの価値を広げる新規事業投資
- 効果：新たなプロダクト・ブランドの育成による成長  
ドライバーの獲得、中長期での企業価値向上（時価総額の押し上げ）

# デザインの可能性を拡張させ、早期に時価総額200億円以上を目指す



# 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

4 質の高い教育をみんなに

5 ジェンダー平等を実現しよう

8 働きがいも経済成長も

### 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

9 産業と技術革新の基盤をつくろう

17 パートナリプで目標を達成しよう

### 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

7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに

10 人や国の不平等をなくそう

13 気候変動に具体的な対策を

### 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

12 つくる責任つかう責任

16 平和と公正をすべての人に

# APPENDIX

# 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	270名（2025年11月末日時点 連結）	
経営陣	代表取締役社長 / CEO	土屋 尚史
	社外取締役	広木 大地
	社外取締役	佐藤 あすか
	社外取締役	小塚 裕史
	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、株式会社Layermate	

拠点 日本（東京、名古屋、大阪）





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

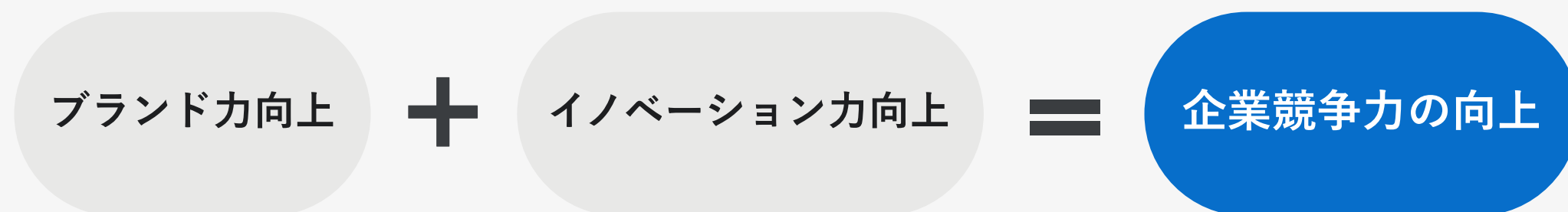
Prove the power of design

## 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

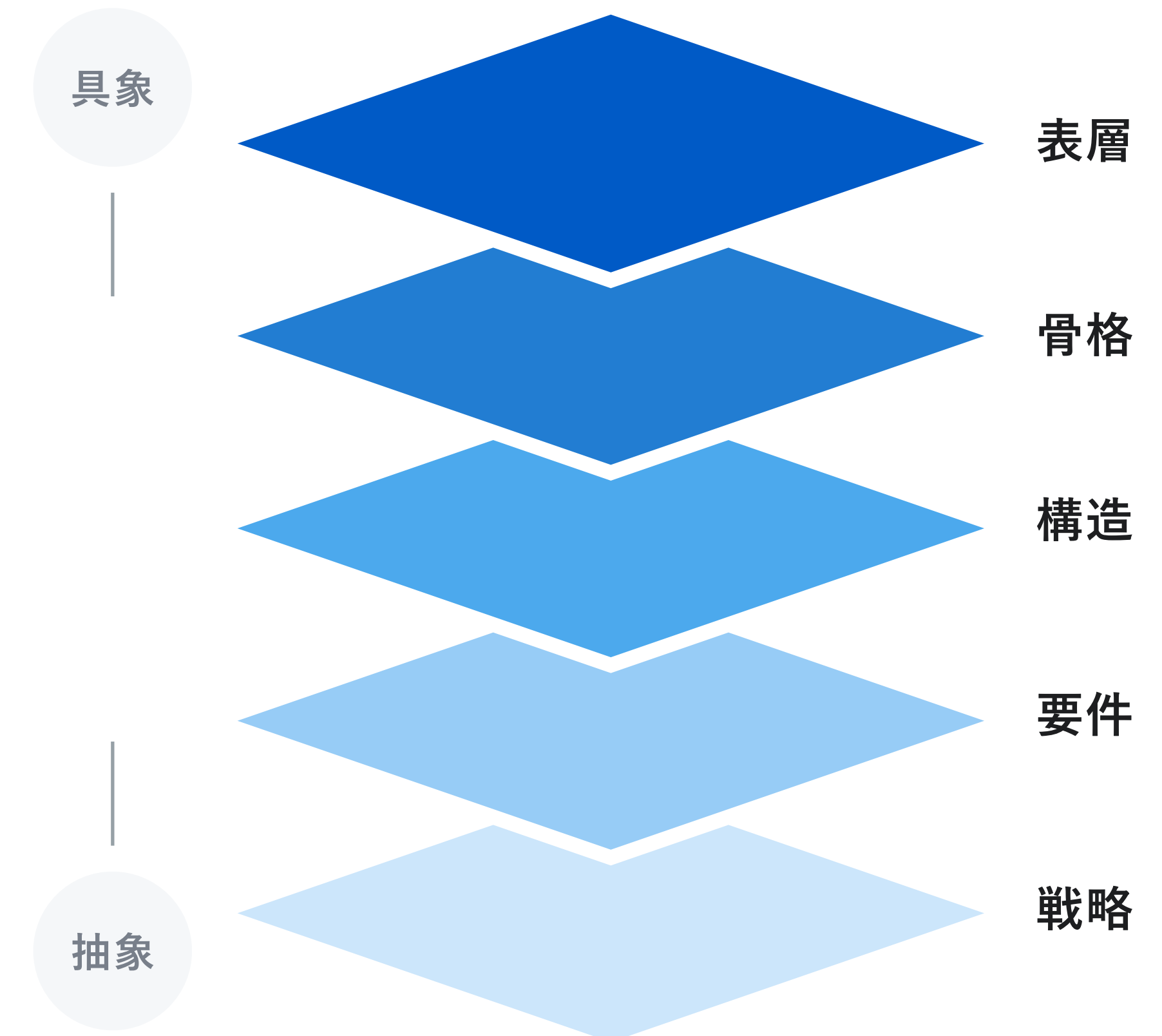
### デザイン経営の効果



### 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” を基にした、Goodpatchによる再解釈

## グッドパッチについて

# AI Driven Design Company

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。

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

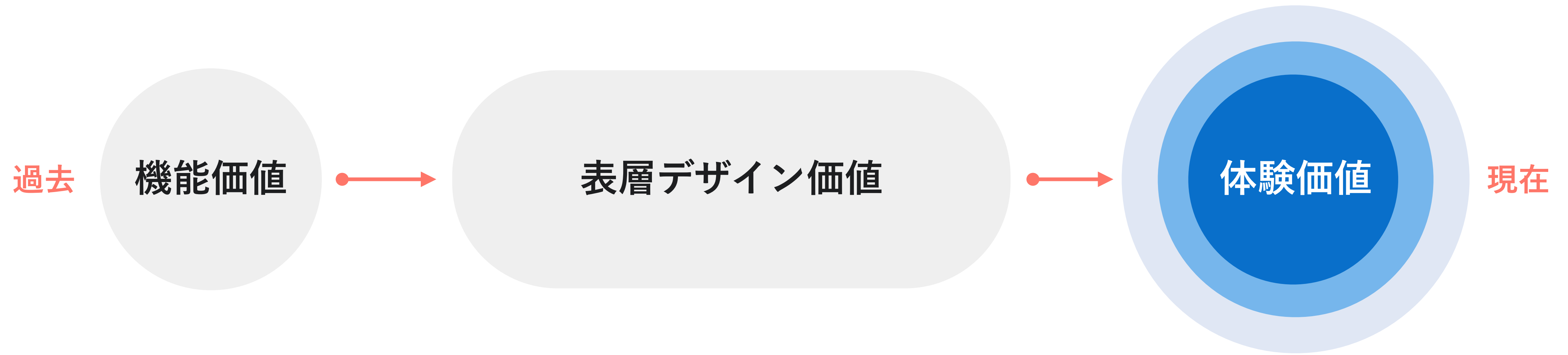
X(旧Twitter)

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

## 機能価値から体験価値へ



モノをつく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

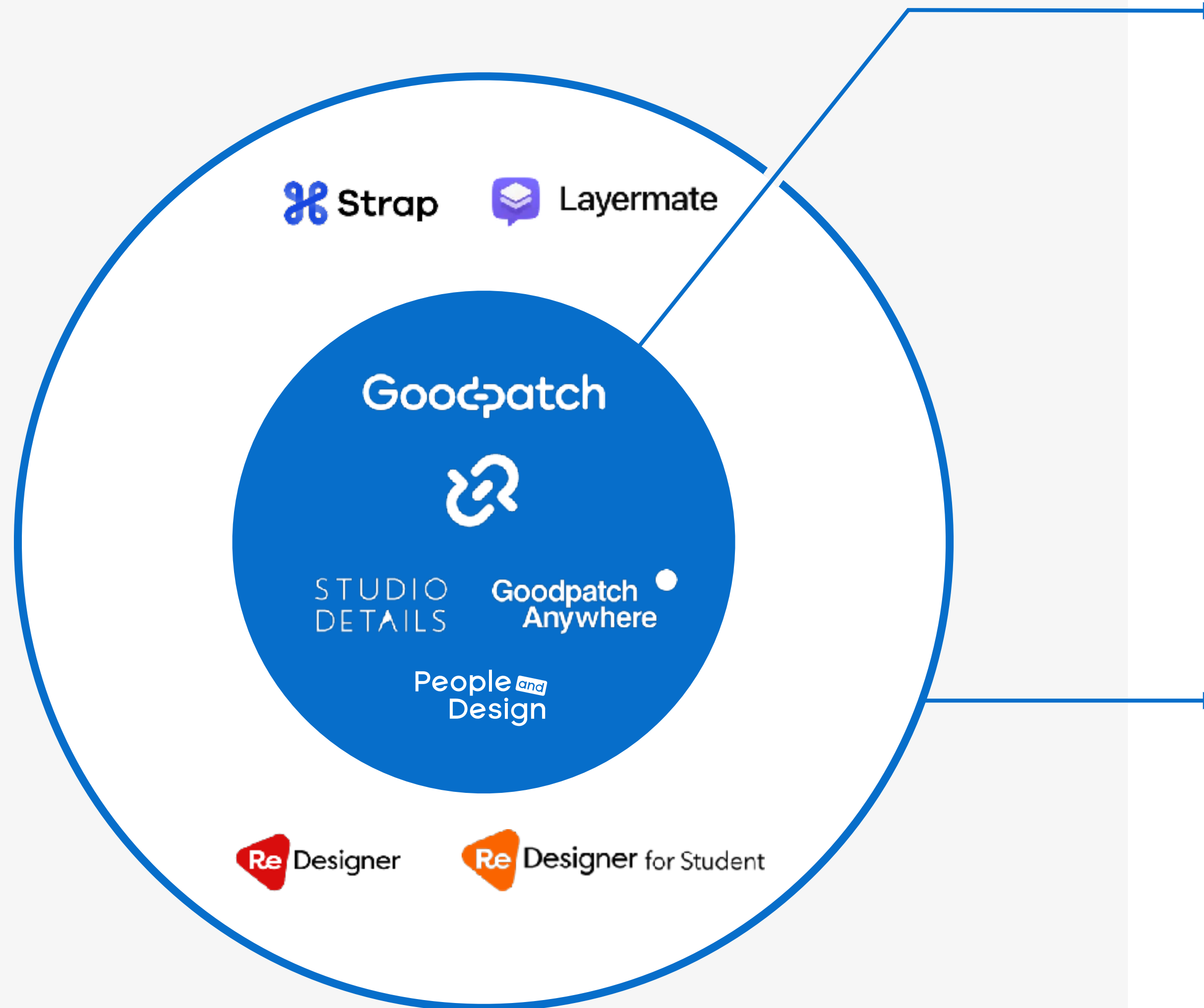
**UXデザインの重要性の高まり**



# 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等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

**ピープルアンドデザイン**：HRコンサルティングサービスとAIソリューションを提供

### 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

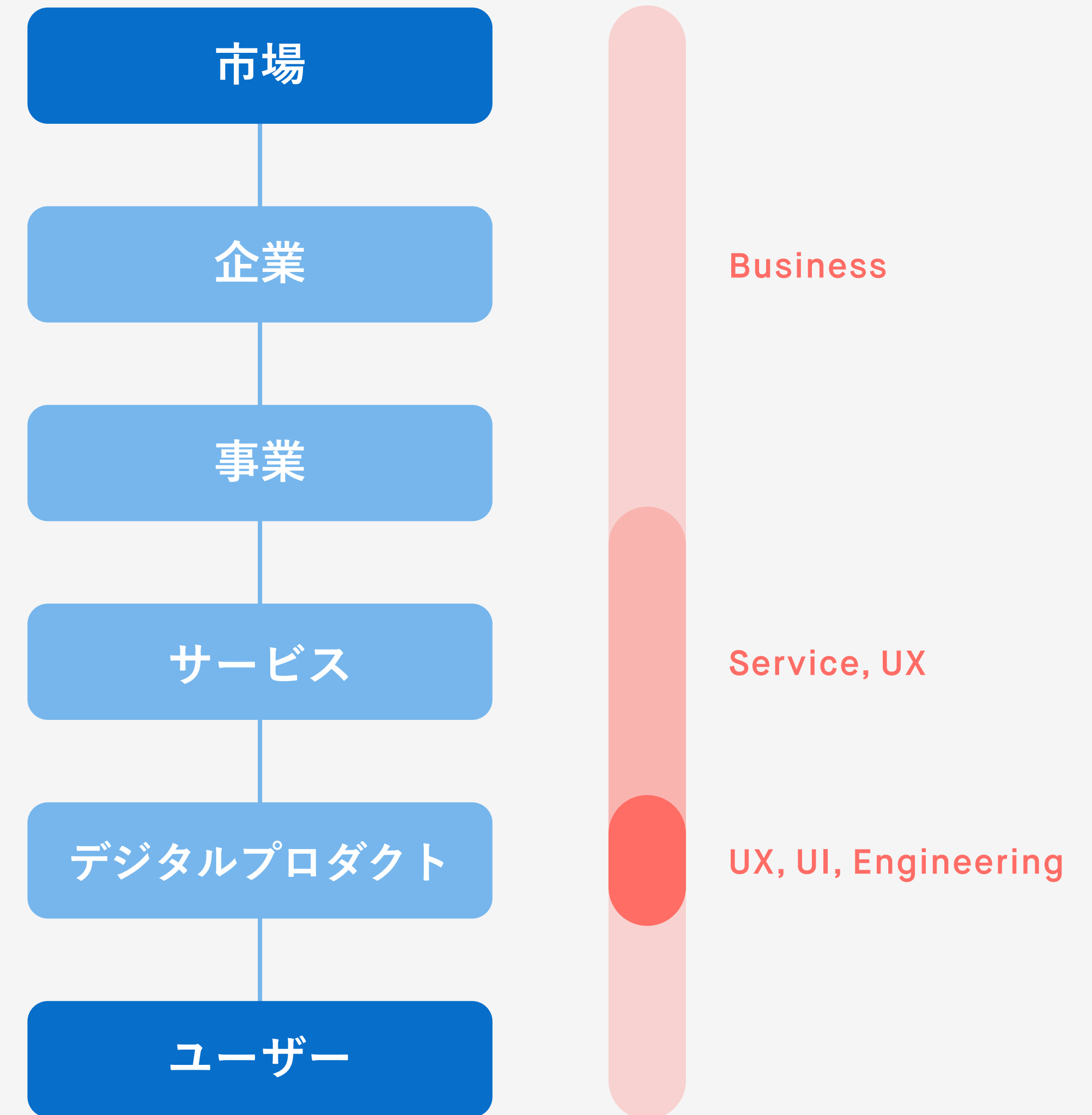
**Strap**：オンラインホワイトボードツール「Strap」

**Layermate**：UIデザインを自動生成する国産の AI デザインツール

## 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

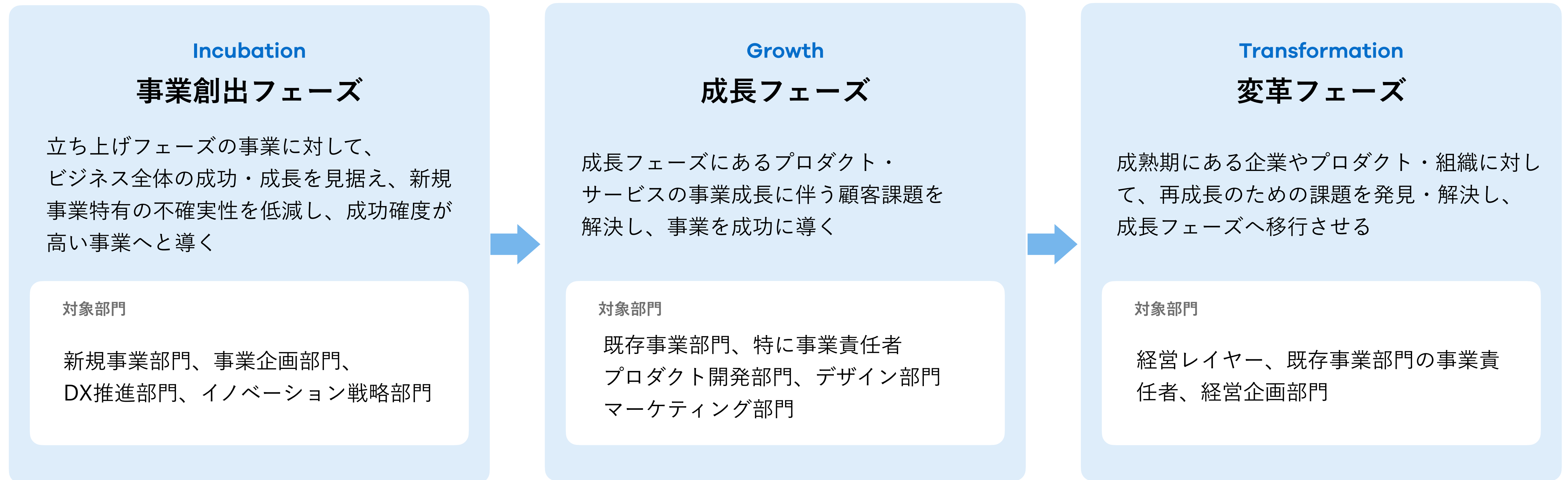
- 事業の最上流戦略レイヤーから関わりクライアントと共創しながらサービス全体をデザイン
- ユーザーが触れるデジタルプロダクトの開発まで並走
- 最低2名、平均3-4名のデザイナー（エンジニア含む）がプロジェクトに参画
- 顧客企業あたりの平均継続期間は8～10か月前後  
※FY2021～2025の実績、1ヶ月以下の短期プロジェクト除く
- 請負ではなく主に準委任契約での仕事  
準委任契約：コンサルティング同様、毎月売上計上 → 売上が安定しやすい  
請負契約：システム開発同様、納品時一括で売上を計上 → 売上が安定しにくい



## 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

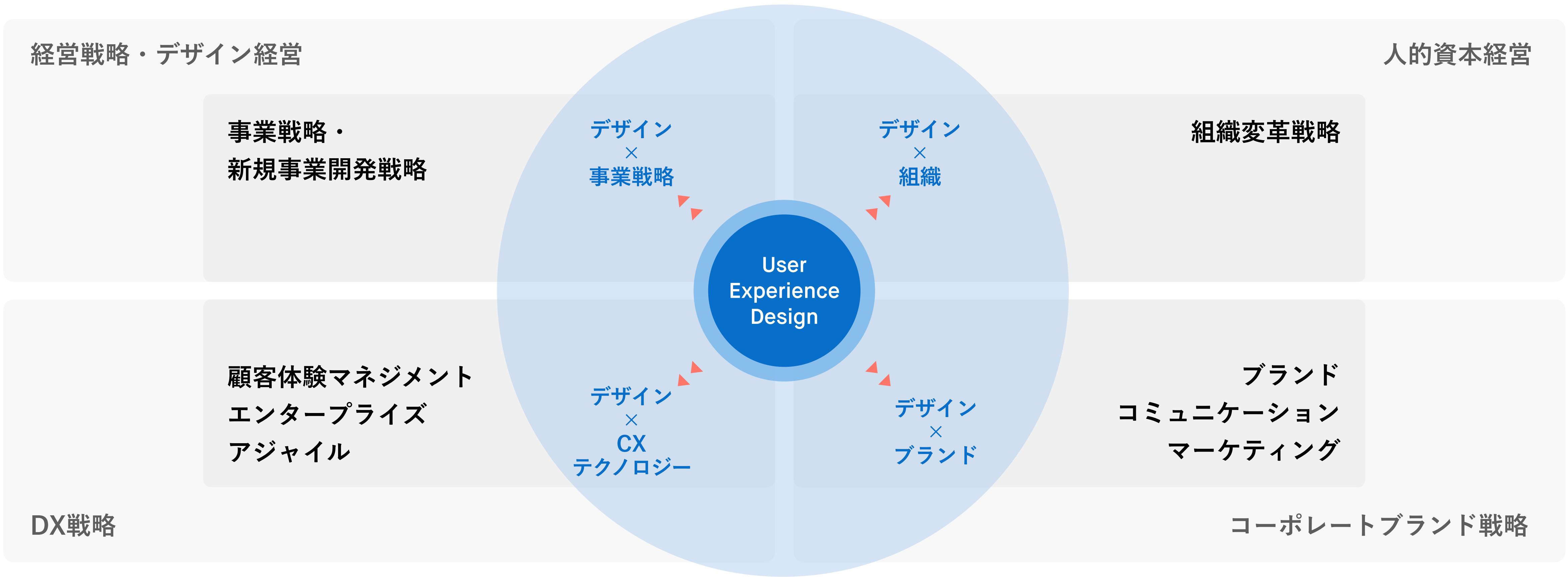
事業のグロースサイクルを意識し、顧客の状況に応じて適切なノウハウや人材の提供を行うため、  
事業創出フェーズ(Incubation)、成長フェーズ(Growth)、変革フェーズ(Transformation)の3フェーズに合わせた価値提供を行う





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）

支援後  
13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  
12年連続計15回のグッドデザイン賞受賞（自社プロダクト、スタジオディテイルズを含む）

※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。受賞歴は昨年発表の実績です。

デザインパートナー事業・豊富な実績（産業別）



※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

- ユーザー個人・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数千円程度、1社あたり月額2万円強～を想定した月額課金型モデル

SaaS型  
AIデザインツール



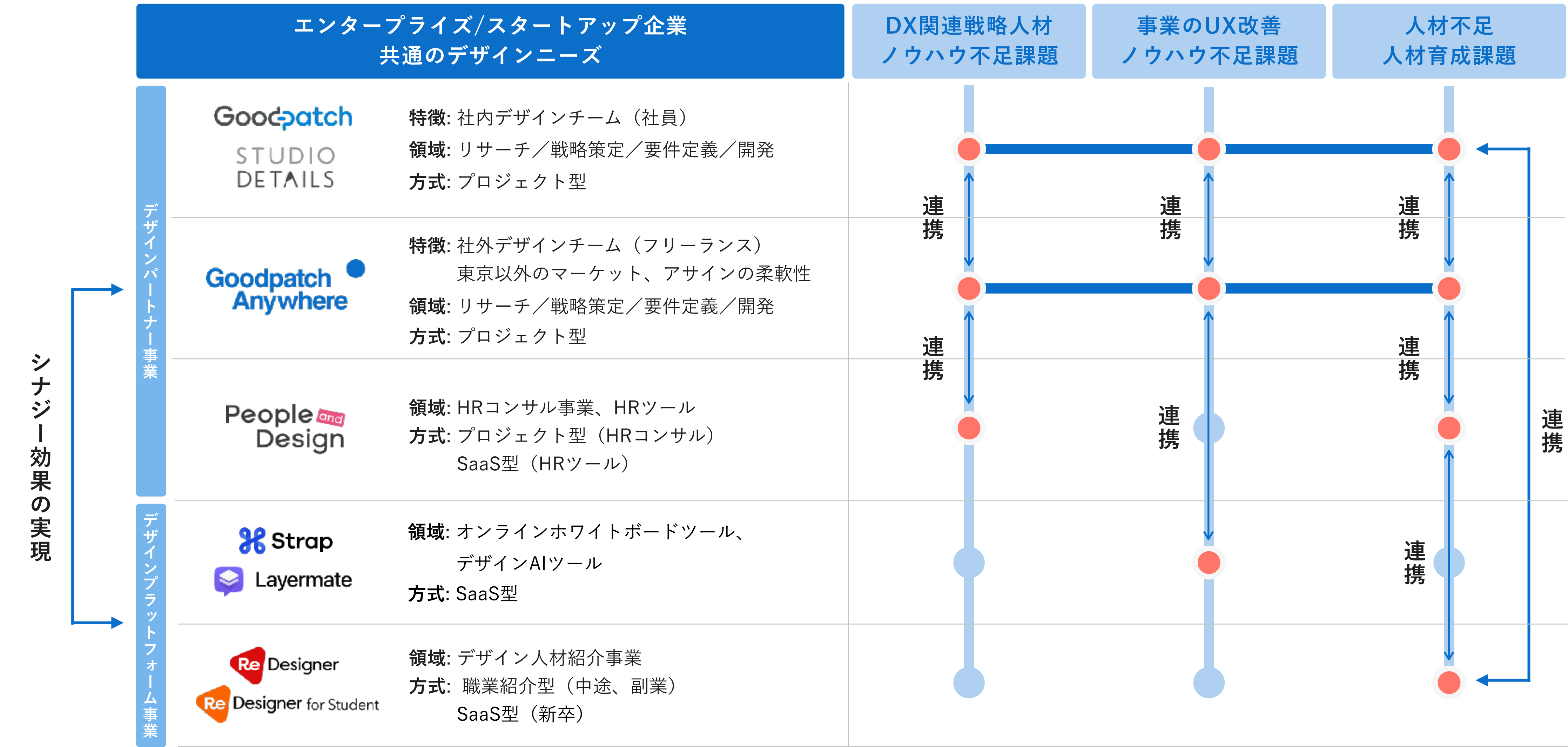
収益モデル

- ユーザー個人・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数千円から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実績とユニークなポジショニングで年間1,000件の商談を獲得

継続顧客も含め年間**1,000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

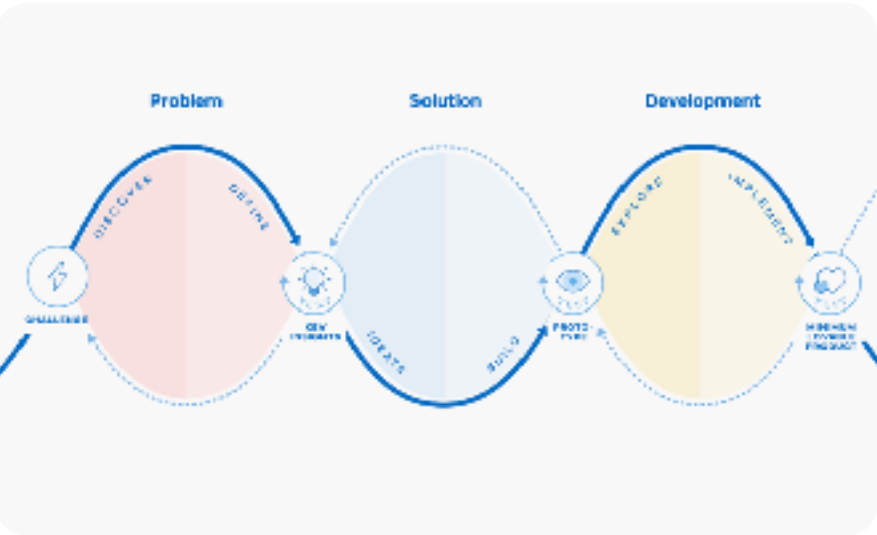
※上記は過去に当社グループがデザイン支援を行った企業の一部です。

特徴と優位性

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

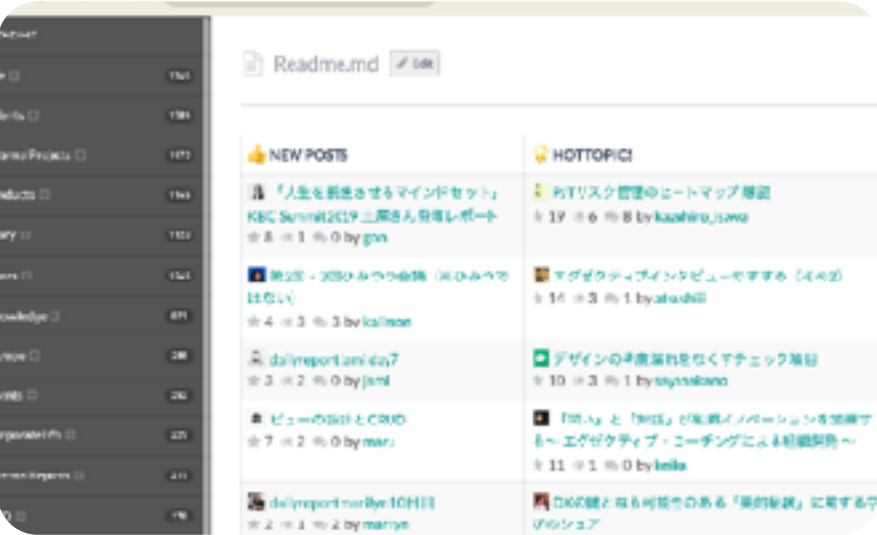


デザイナー育成のための  
社内研修

×

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	<div>- 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</div> <div>- 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</div>
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	<div>- 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</div> <div>- UI/UXを中心に、戦略、エンジニア等様々な専門スキルをもった人材を採用</div> <div>- 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</div>
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	<div>- デザイナー中心の組織カルチャーを確立</div> <div>- 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</div>

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

※デジタル領域に主軸を置いたデザイン会社において

デザインパートナー事業を軸とした高効率で柔軟性の高いビジネスモデル

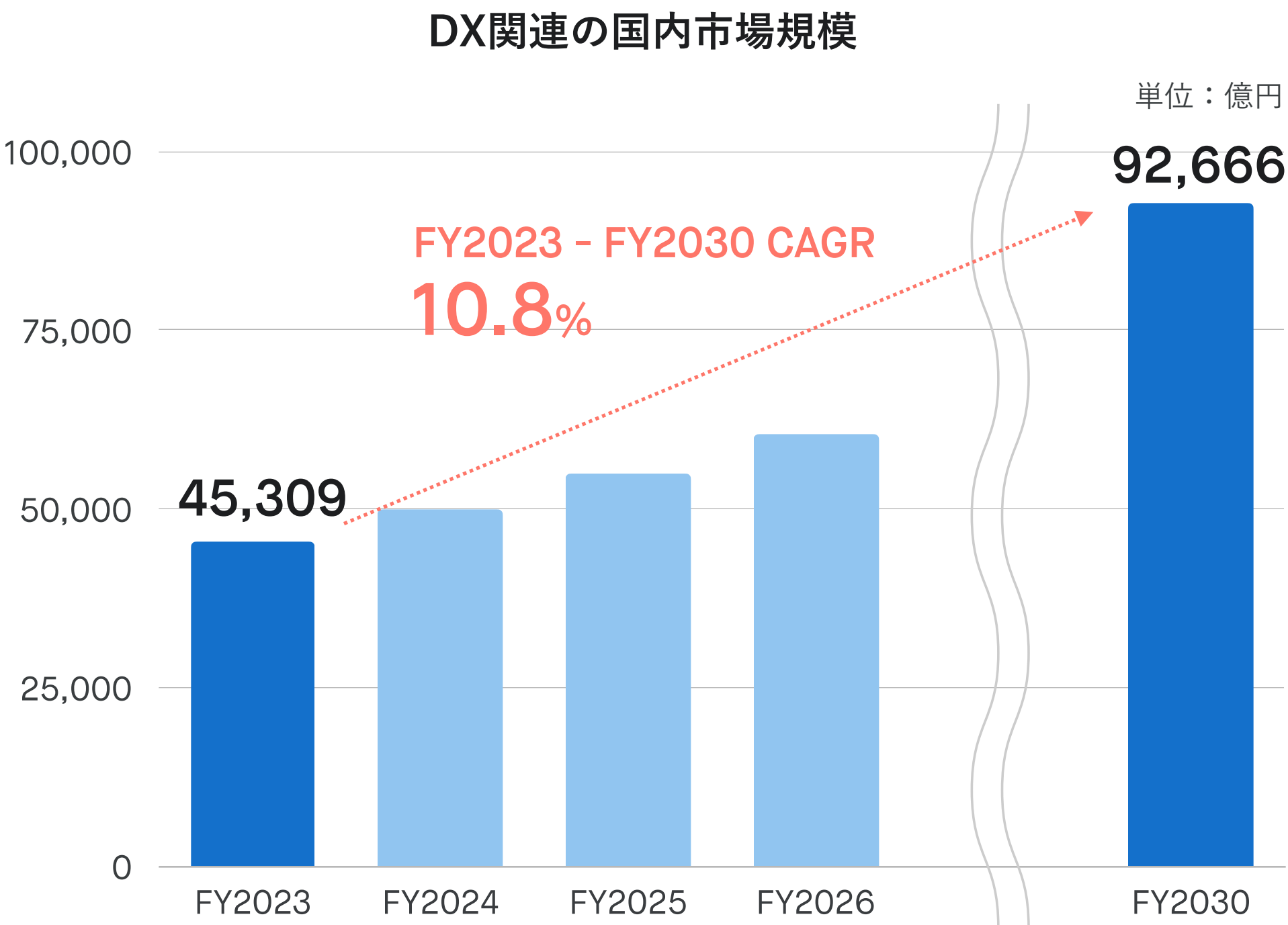


デザインパートナー事業内でプロジェクトと人材が密接に連携

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

# 当社ビジネスを取り巻く環境

AIの普及によるDX市場の拡大を好機と捉え、当社は生産性向上と新たな価値提供を加速させる



(株)富士キメラ総研 2025 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

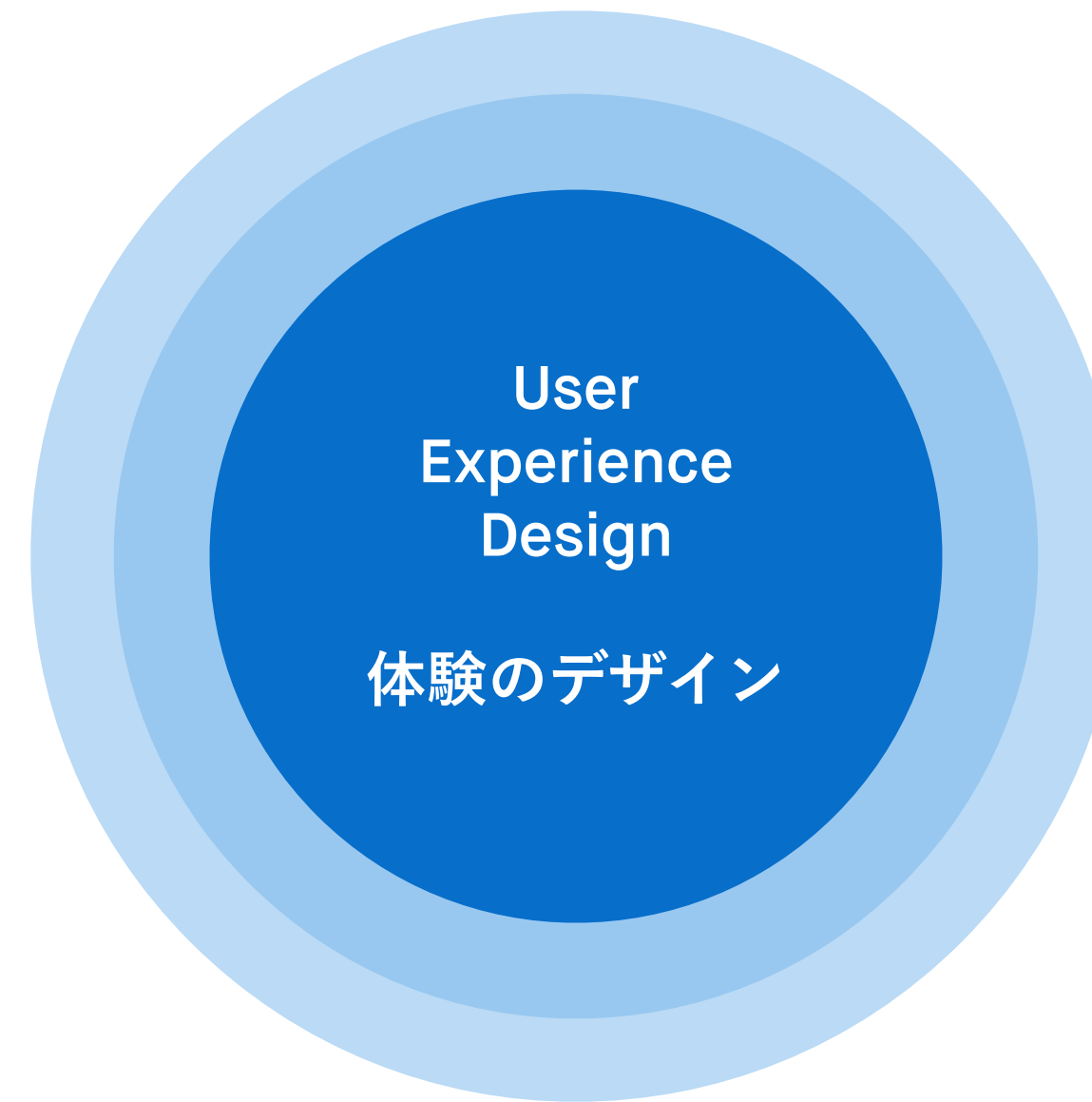
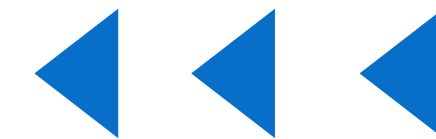
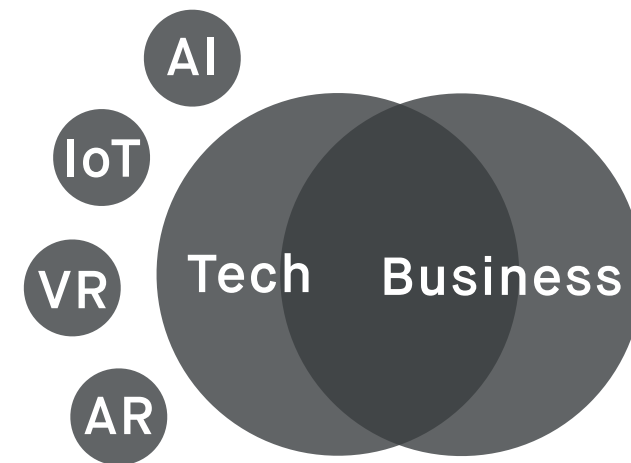
ユーザーの求めるDX人材像

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等を目的とし、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及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等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

- 国内DX市場は2030年に 9 兆円規模に拡大する見通し
- DX市場は、AI技術の進化により新たな局面を迎えている
- AIを活用した業務効率化や新規事業創出のニーズが高まる中、より高度なDX戦略が求められている

## DXにおける体験のデザインの立ち位置

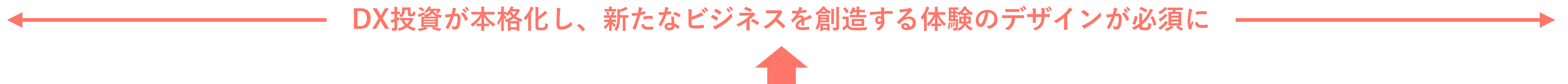


### DXへの投資が本格化 ※1

- デジタル技術が実用フェーズ、ビジネスに活用
- ニューノーマルの対応に向けたデジタル化が加速
- 重要な経営課題と認識し、大半で予算が増額
- DX市場は2030年に 9 兆円まで拡大する見込み

### 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等サブスクリプションにはデザインが大きく影響



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

※1 出典：（株）富士キメラ総研「2025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」、※2 出典：経済産業省「DXレポート2 中間取りまとめ」



国内におけるデザイン経営の実践・事例化



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、サンフランシスコのデザイン会社で  
スタートアップ支援に携わる。  
2011年9月、株式会社グッドパッチ設立。  
2021年12月、株式会社スタジオディテイルズ取締役、  
2022年4月、株式会社Muture取締役、  
2023年6月、株式会社丸井グループ執行役員CDXO、  
2024年9月、株式会社マルイユナイト取締役、  
2024年10月、株式会社ピープルアンドデザイン代表取締役社長、  
2025年10月、株式会社Layermate代表取締役に就任



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、  
複数社の社外取締役に務める。  
株式会社IPモーション 社外取締役。  
2022年11月にグッドパッチ社外取締役に就任。  
2025年7月にSilicon Catalyst Japan株式会社 取締役、  
2025年10月にSilicon Catalyst Japan Capital株式会社 代表取締役



社外取締役

### 広木 大地

筑波大学大学院を修了後、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。  
株式会社朝日新聞社社外CTO、スパイダープラス株式会社  
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

### 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・  
コンサルティング等を経て、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。  
株式会社デックステック代表取締役社長、  
株式会社Blue Tiger Consulting代表取締役社長。  
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**

兼松株式会社において長年営業を担当した後、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、グッドパッチの常勤監査役に就任。  
グッドパッチグループの株式会社スタジオディテイルズ、株式会社ピープルアンドデザインの監査役を兼任



非常勤監査役

**佐田 俊樹**

野村證券グループを経て、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。複数社の監査役を務める。株式会社ほぼ日 社外監査役、株式会社パリティホールディングス 社外取締役（監査等委員）。2016年7月、グッドパッチ監査役に就任



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、グッドパッチの監査役に就任

## 執行役員



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、People Empowerment室長に、2024年9月、  
執行役員CHROに就任。主な管掌領域は、  
People Empowerment 室（人事・労務）。グループ会社の  
株式会社ピープルアンドデザインの取締役を兼任



執行役員

### 石井 克尚

事業会社のエンジニアを経て、2014年グッドパッチ入社。  
iOSデベロッパー、UIデザイナー、PdM、新規事業担当等を  
務め、2024年ゼネラルマネージャー、2025年6月、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 Design  
Division・Goodpatch Anywhere Division（デザイン領域）。  
グループ会社の株式会社Layermate取締役を兼任



執行役員

### 富田 一行

GMOインターネットグループ グループ企業を経て、  
2021年グッドパッチに入社。インサイドセールス組織を  
立ち上げ、自社SaaSプロダクト「Strap」、  
デザインパートナー事業のグロース領域やマーケティング  
部門を率いた後、2025年6月執行役員に就任。  
主な管掌領域は、Market Design Division  
（デザインパートナー事業 セールス・マーケティング）



執行役員

### 坂口 友紀

大手信託銀行、リクルート（現 リクルートホールディングス）  
で営業や新規事業開発に従事した後、スタートアップで  
事業責任者を務め、2023年に社長室長としてグッドパッチに  
入社。2025年6月、執行役員に就任。主な管掌領域は社長室  
（新規事業開発等）・管理部。  
グループ会社の株式会社スタジオディテイルズ、株式会社  
ピープルアンドデザイン、株式会社Layermateの取締役を兼任



# FAQ

## FAQ

### Q. 何故今デザインなのでしょうか？

**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**<sup>※</sup>（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。<sup>※1</sup>

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。<sup>※2</sup>

## 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://careers.goodpatch.com/> ※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 “GEAR NEXT”

AIの急速な進化によって、デザインの在り方および、デザイナーに求められる役割を問い直す必要が出てきています。

これまでとは異なる変化、未来への進み方には、正解も近道もありません。

変化に柔軟に対応するためにも、これまでのグッドパッチを支えてきたメンバーの経験やスキル、カルチャーという重要な基盤を新たな視点で見直して、磨き直す必要があると考えています。

小さな挑戦や発見の積み重ねは、やがてギアのように噛み合い、大きなイノベーションを生み出すうねりになる——「GEAR NEXT」というコンセプトに込めたのは、パイオニアであり続けるためのグッドパッチの決意です。

AI時代におけるデザインの力を通じて、社会に新しい価値をもたらし、前向きな変化を創り出す。「次を創る、新たな一歩」として新しいスタートラインに立ち、未来の成長と革新を駆動していきます。





## 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。

# Good&patch

Design to empower♥