

2020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)

2020年10月15日



- 01 事業内容
- 02 FY2020 業績ハイライト
- 03 各事業の状況
- 04 FY2021 通期業績予想
- 05 FY2021 成長戦略
- 06 TOPICS
- 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 170名（正社員 2020年8月末日時点 連結）

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

社外取締役 山口 拓己

経営陣 社外取締役 佐々木 智也

常勤監査役 佐竹 修

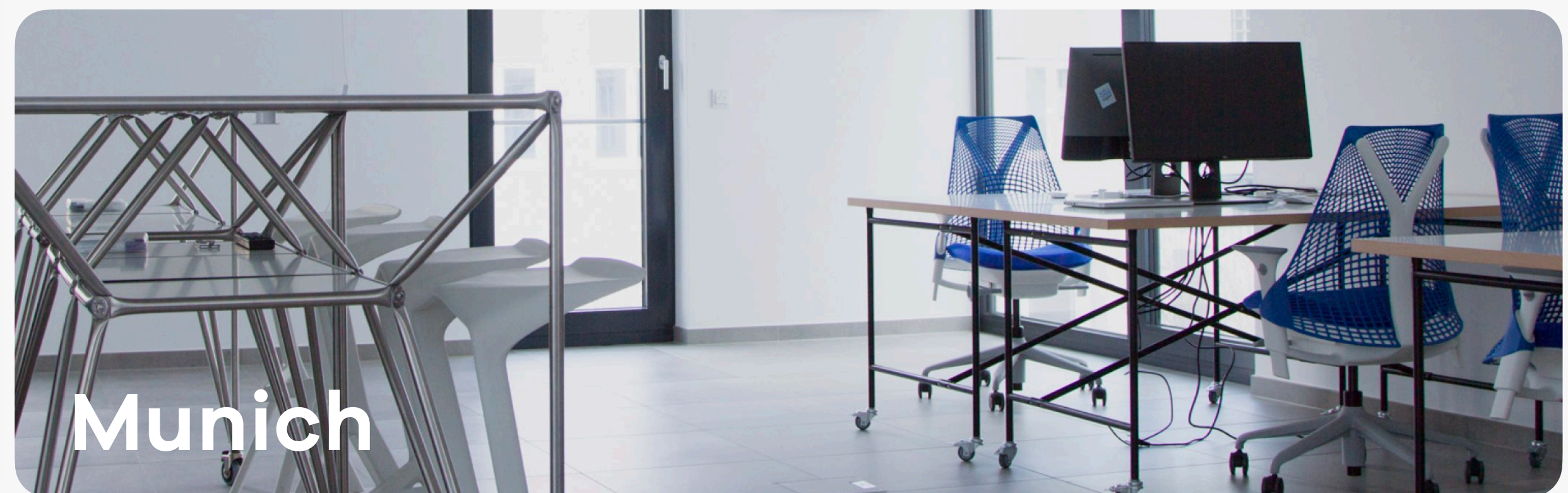
非常勤監査役 佐田 俊樹

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

+

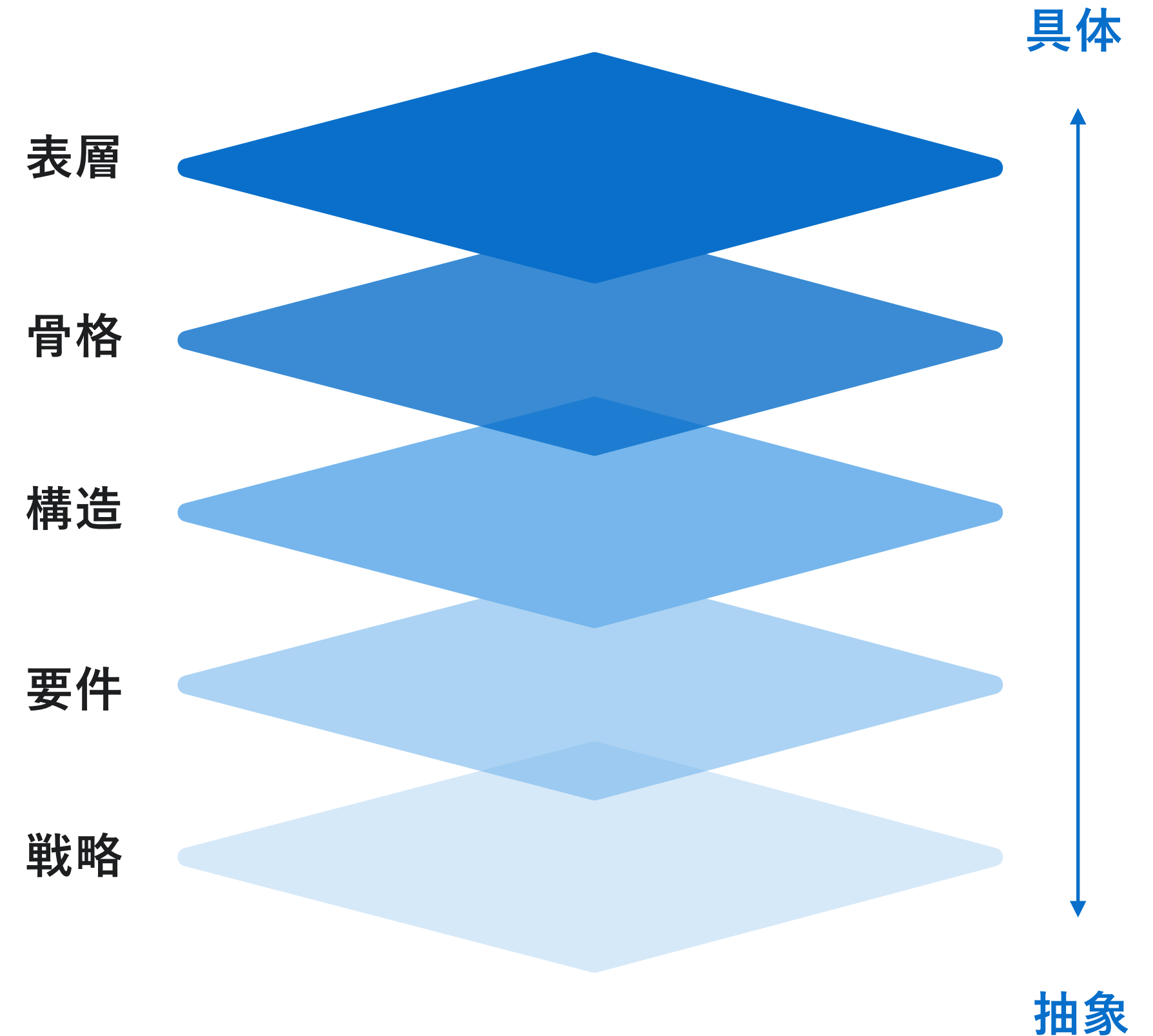
イノベーション力向上

=

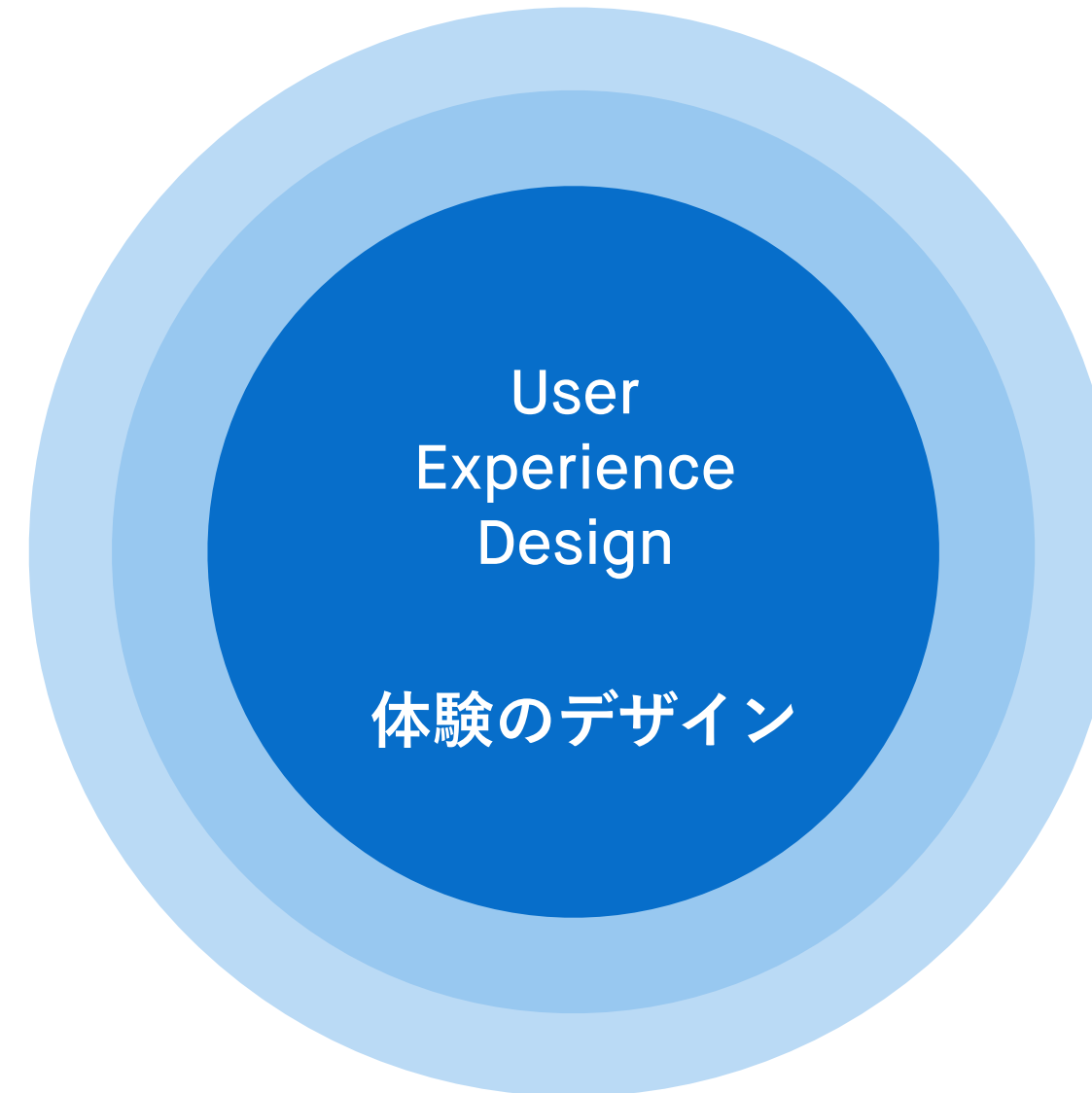
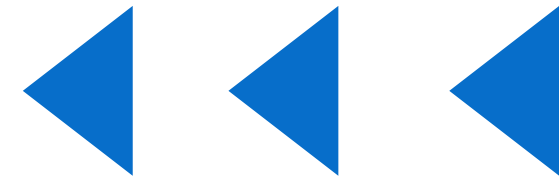
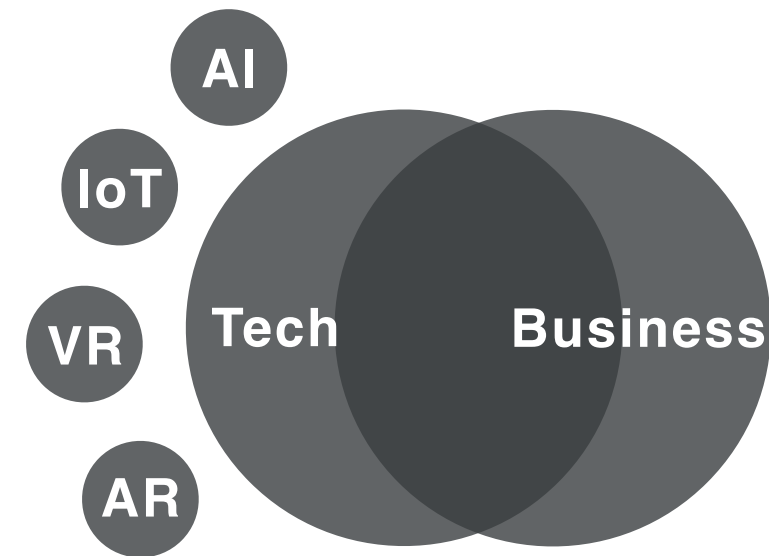
企業競争力の向上

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、間を埋める体験のデザインが必須に →



ベンダー企業において求められる人材

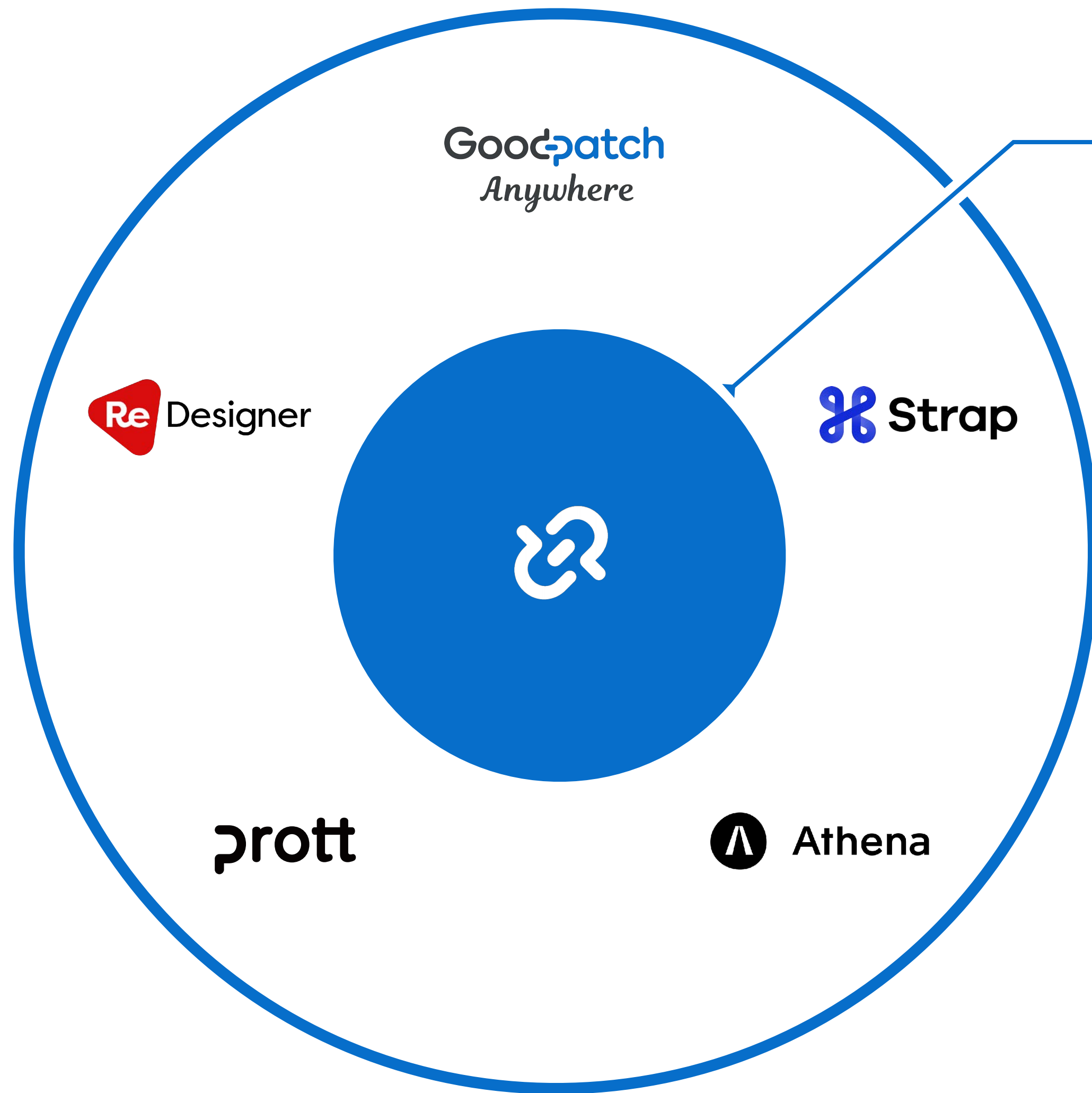
ユーザー起点でデザイン思考を活用し、UXを設計し、要求としてまとめあげる人材 (※2)

パートナー選定のポイント 1位 自社の業界、業務に精通 (25.3%) 2位 課題解決力、ビジネスデザイン、企画に優れている (24.2%) (※1)

(※1) 出典：富士通キメラ総研「2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」、(※2) 出典：経済産業省「DXレポート」

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

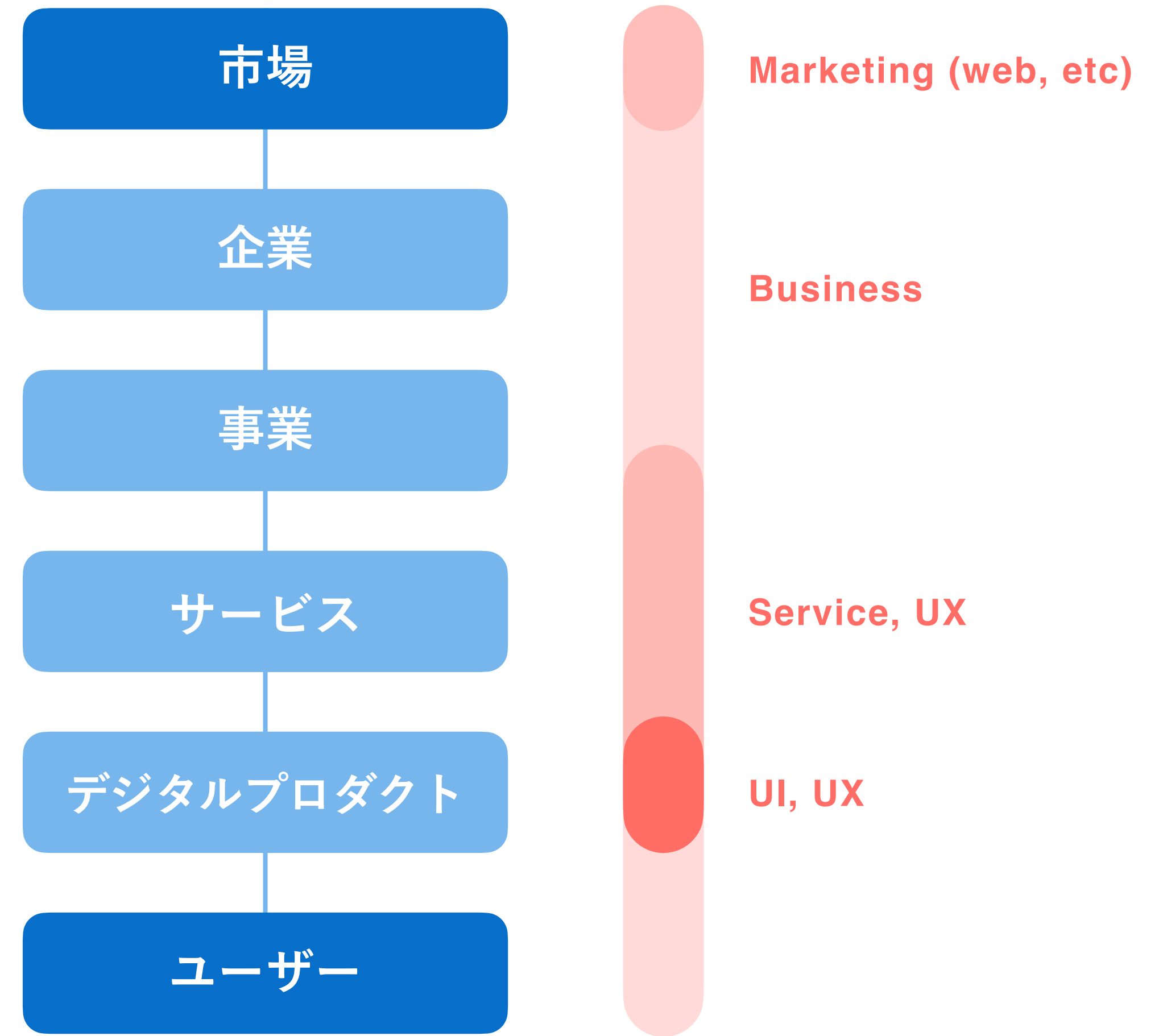
事業セグメント2

デザインプラットフォーム事業

リモートワークチーム「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」(2020年9月1日に正式リリース)、プロトタイピングツール「Prott」、VR/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
- 故に請負ではなく主に準委任契約での仕事



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

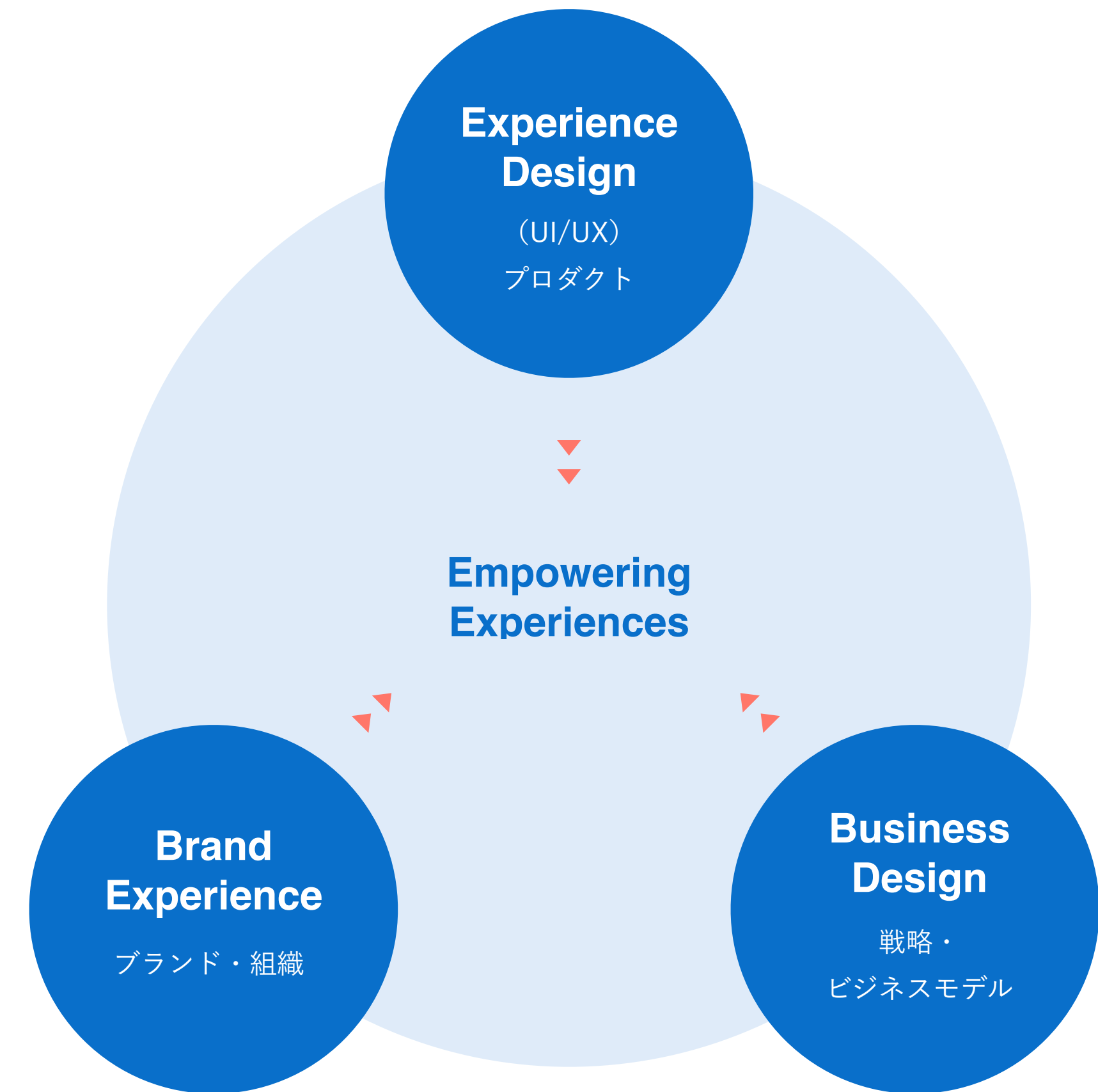
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）
 ユーザ視点でより使いやすいサービスを実現

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

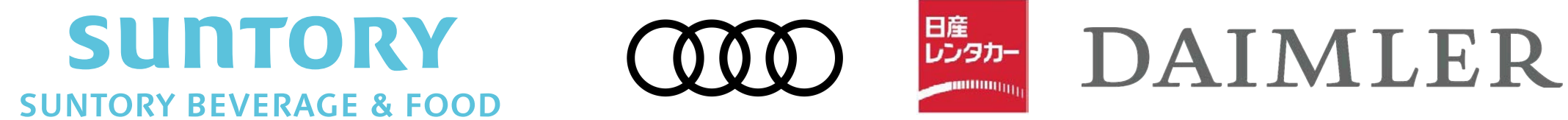
顧客企業のデジタルにとどまらないプロダクト全般における戦略・ビジネスモデルのデザイン。ユーザーがサービスを受け入れ、プロダクトを成長させていくための要件を定義し、その実現方法をデザイン



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6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

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

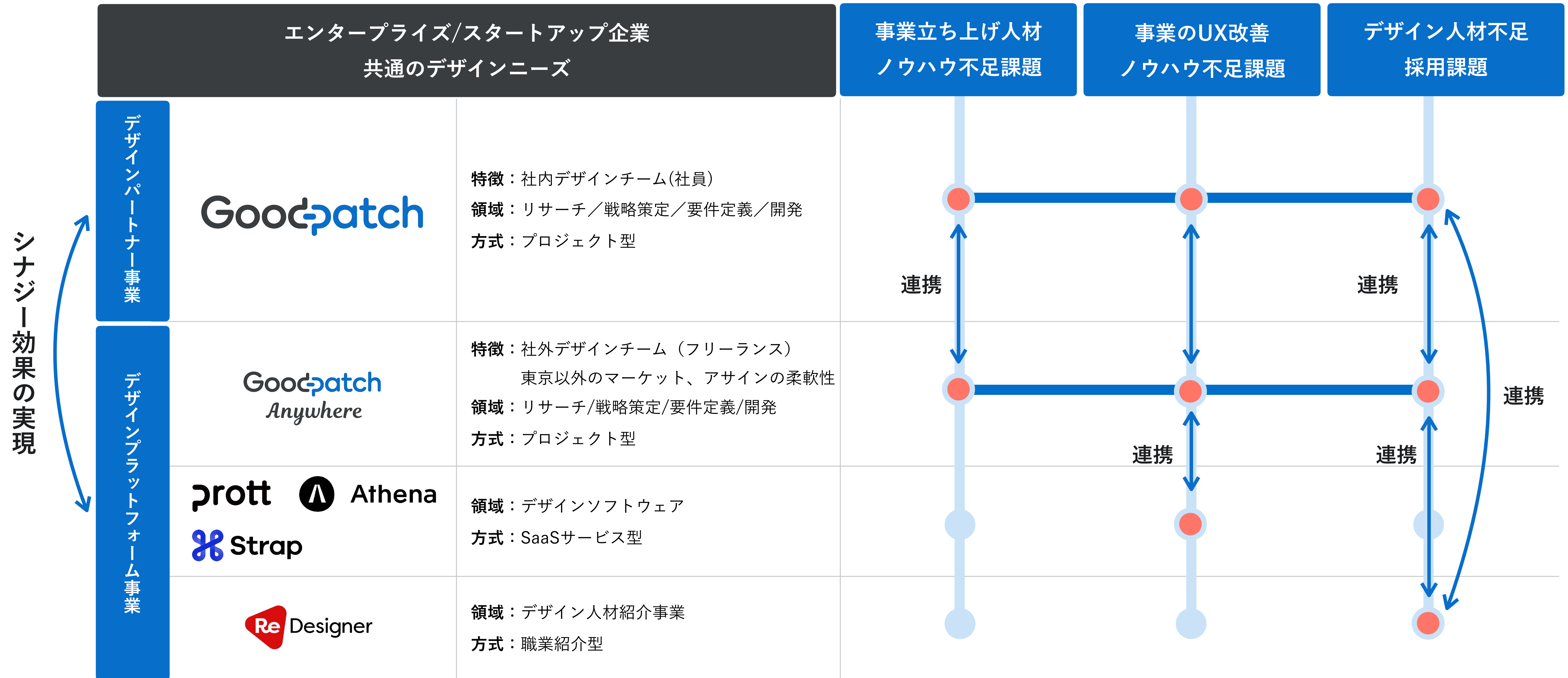
「Strap」は2020年9月1日に正式リリース



Athena

VR/AR

VR/XR
プロトタイピングサービス



FY2020 業績ハイライト

FY2020 通期業績ハイライト

売上高

前年同期比

2,143 (百万円) +27.3%

営業利益

前年同期比

216 (百万円) +187.3%

- 業績予想に対して95.8%で着地、コロナウイルスの影響を3Q後半から4Q前半にかけて認識するも、4Q後半には脱却
- 特にドイツのデザインパートナー事業、デザインプラットフォーム事業の人材サービスにて影響大
- 営業利益目標は計画値達成、前年比約2.9倍に拡大、収益性が大きく向上

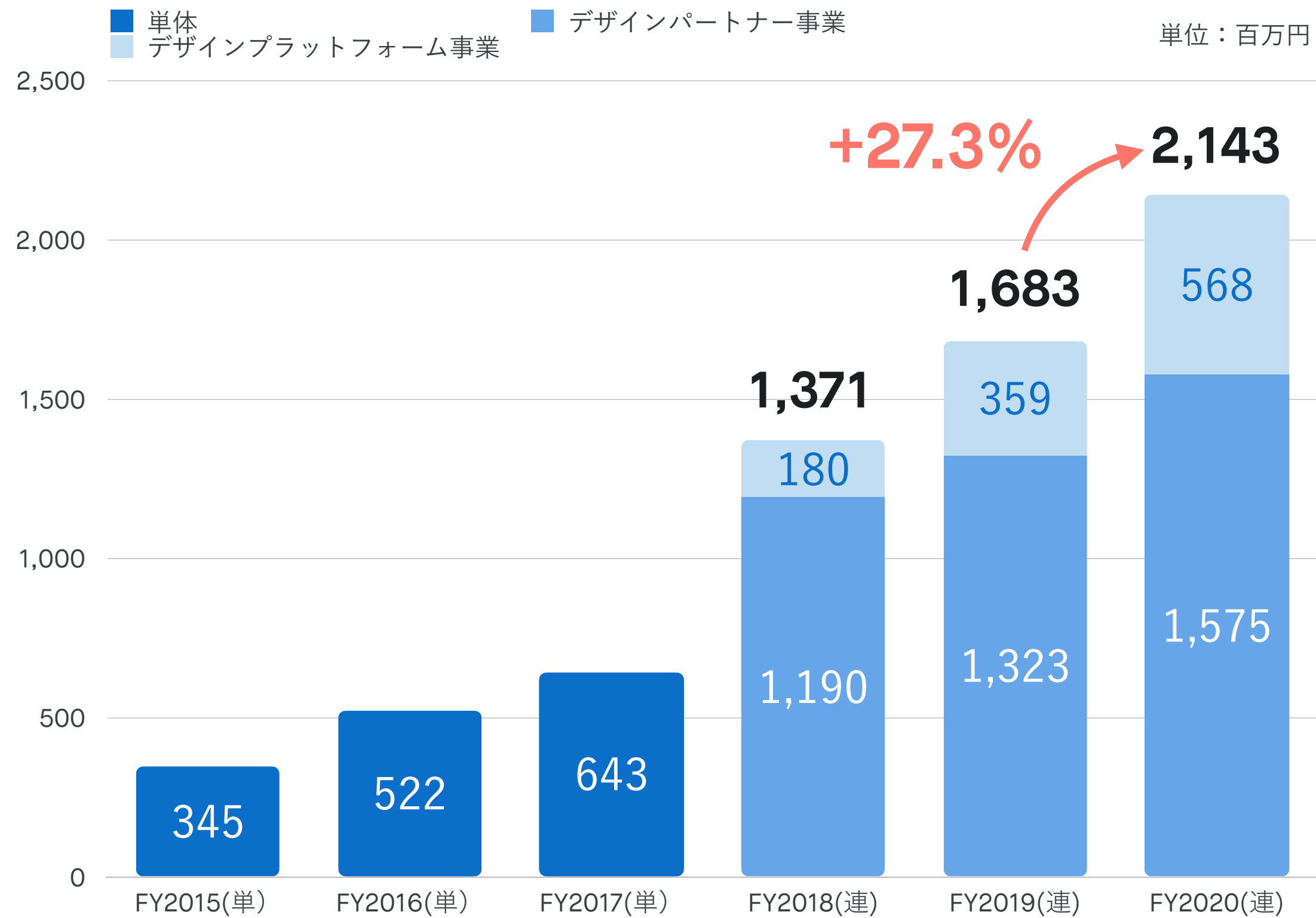
FY2020事業方針

- 1 UI/UX領域におけるブランド力を活用し、DXプロジェクト獲得を推進
- 2 経験豊富で専門性の高いデザイナー・エンジニアの採用を強化
- 3 Goodpatch Anywhere、ReDesignerを軸としたデザインプラットフォーム事業の確立

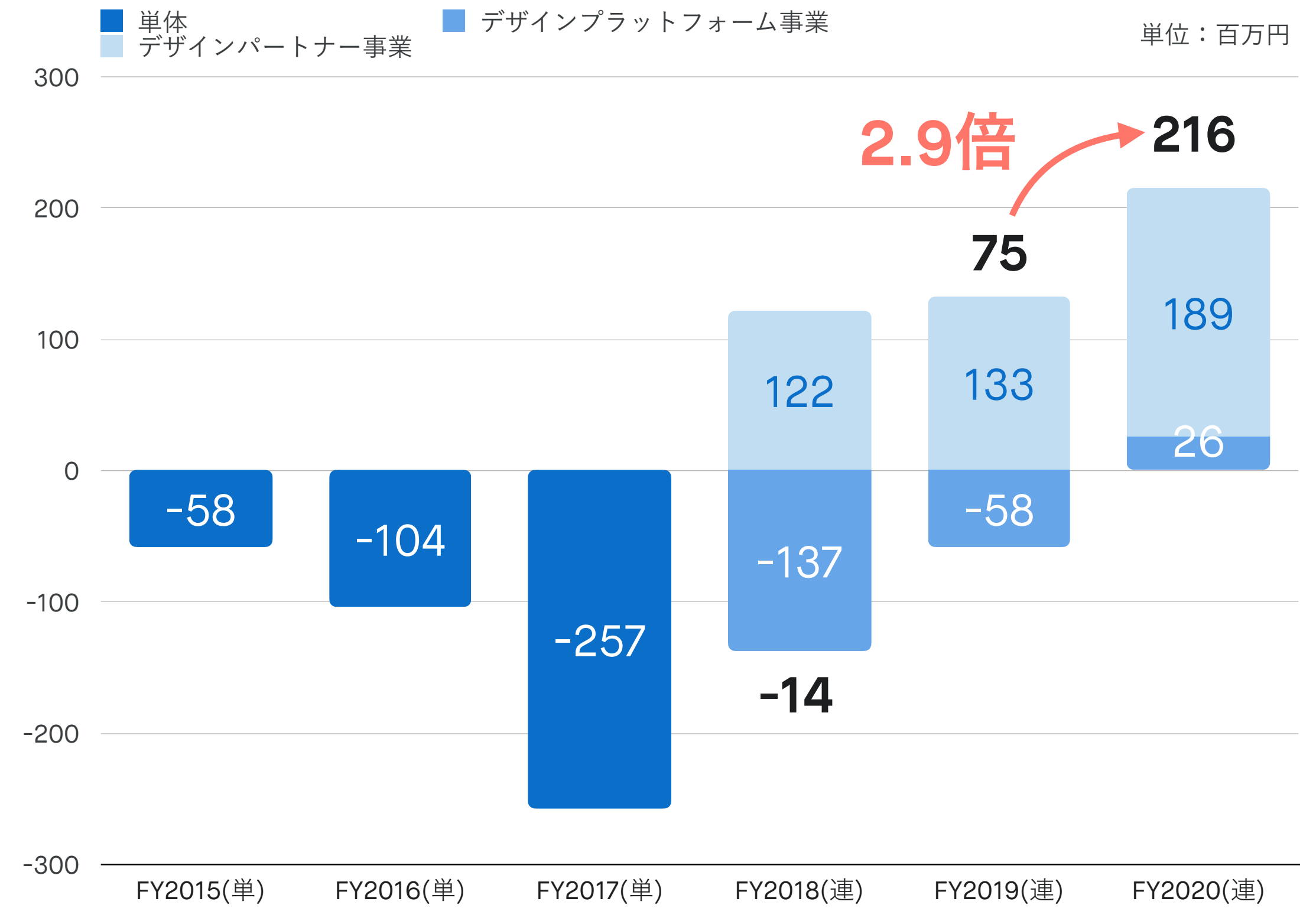
売上高は前期比27.3%の成長、営業利益は約2.9倍に 各事業がコロナウイルスの影響を乗り越え、利益成長に貢献

デザインパートナー事業は営業利益+42.2%、デザインプラットフォーム事業は営業黒字化

売上高



営業利益



※FY2015-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。

コロナウイルスの影響を乗り越え、売上高・利益の高成長を達成

損益計算書

単位：百万円

	FY2019	FY2020	増減額	増減率
売上高	1,683	2,143	+460	+27.3%
営業利益	75	216	+141	+187.3%
営業利益率	4.5%	10.1%	+5.6pt	
経常利益	83	211	+128	+153.3%
当期純利益	57	215	+158	+275.9%

- 売上高は、3Qから4Qにかけてコロナウイルスの影響を受け未達となったが、

前期比27.3%の成長

- 特にドイツのデザインパートナー事業、デザインプラットフォーム事業の人材サービス（ReDesigner）にて影響が大きい

- 営業利益率は、

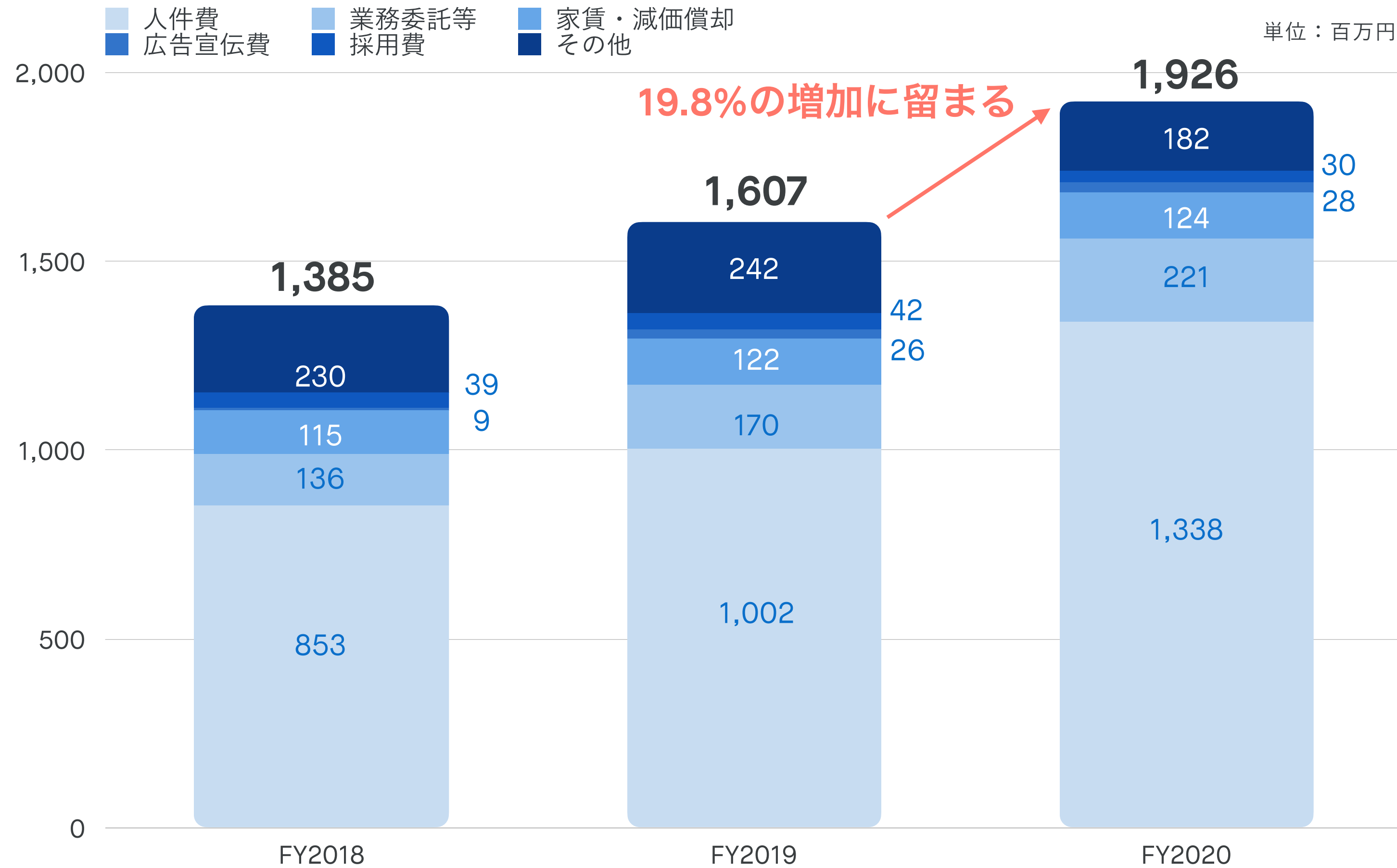
5.6pt改善し、10%を超えた

収益性の改善が進む

- 当期純利益は、繰延税金資産の認識により

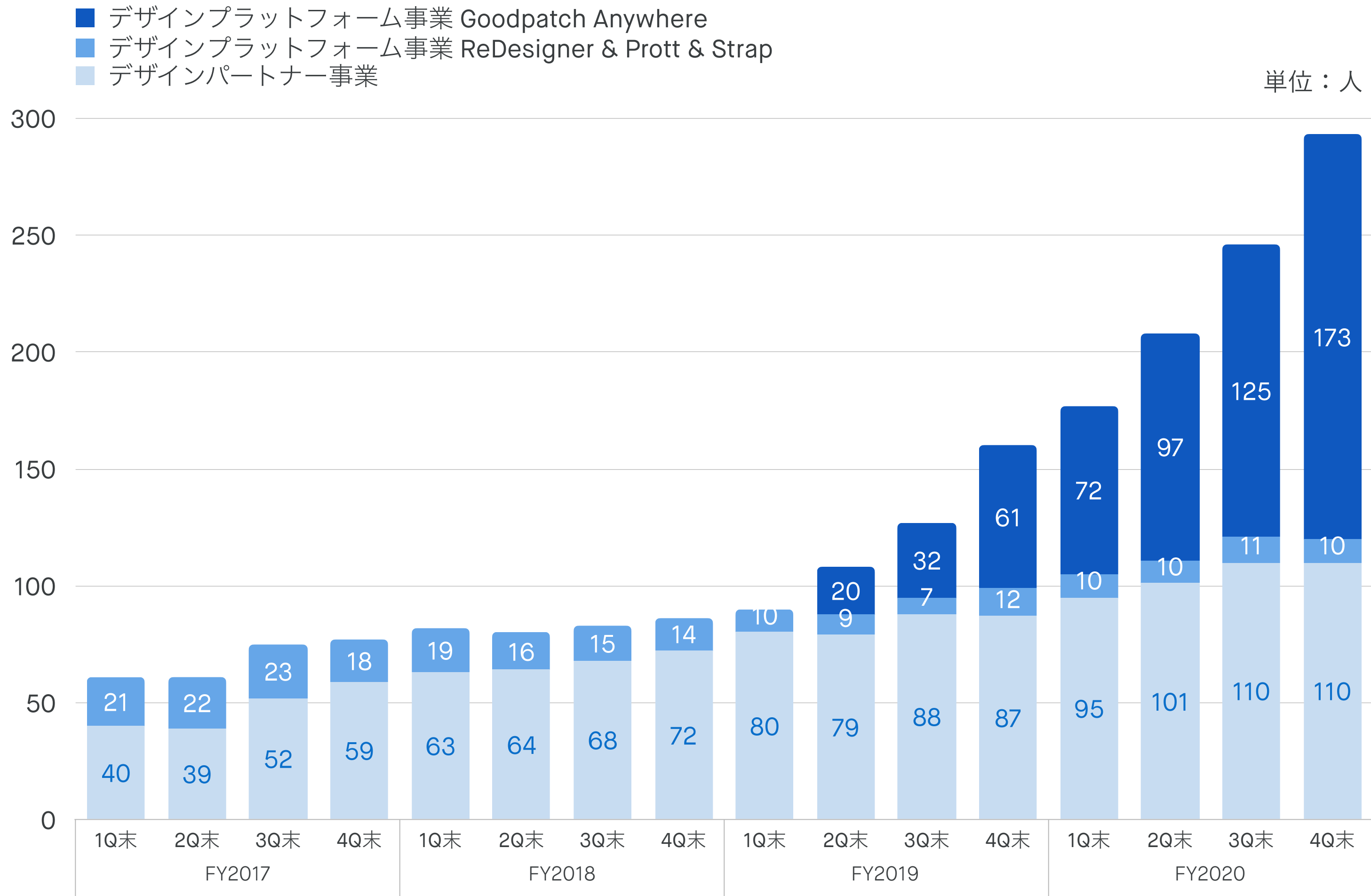
大きく伸長

総費用は20%弱の増加に留め、利益拡大に貢献



- 多くを人件費が占める構造
人材への投資を強化し、人件費は34%増加
- 人件費以外の費用は、588百万円となり前期比で減少だが、実質的に横ばいでコントロール
- IPO関連費用は営業外費用として、約7百万円計上だが、販管費にも準備関連費用が約22百万円程度含まれる

事業拡大の重要KPIであるデザイナー数が引き続き堅調に推移



- 直接雇用のデザイナーは前四半期と同数
- Goodpatch Anywhereの登録デザイナー数は大幅に増加し、173名に伸長

IPO、利益計上を経て、現預金・純資産・自己資本比率Up

貸借対照表

単位：百万円

	FY2019	FY2020	増減	主な理由
流動資産	721	1,218	+496	営業CFの改善、銀行借入の増加、IPOによる増資
現金及び預金	508	939	+431	営業CFの改善、銀行借入の増加、IPOによる増資
固定資産	99	292	+192	使用権資産、投資有価証券、繰延税金資産の増加
総資産	821	1,511	+689	
流動負債	320	381	+61	
固定負債	37	191	+153	銀行借入の増加、リース債務の認識
純資産	463	938	+475	利益計上、IPOによる増資
自己資本比率	56.4%	62.1%	+5.7pt	

各事業の状況

コロナウイルスの影響は3Qから4Q前半にかけて認識するも、 売上高は19%の成長、営業利益は42%を超える高成長を確保

セグメント全体 FY2020 4Q累計

売上高

前年同期比

1,575 (百万円)

+19.0%

営業利益

前年同期比

189 (百万円)

+42.2%

問い合わせ数は常に昨年同月数を大きく上回る状況

3-5月上旬にかけて一時的に減少したが、
6月から急拡大し、4Qでは前年比2.7倍と高水準
その結果、8月は受注が積みあがる

コロナウイルスの影響

日本

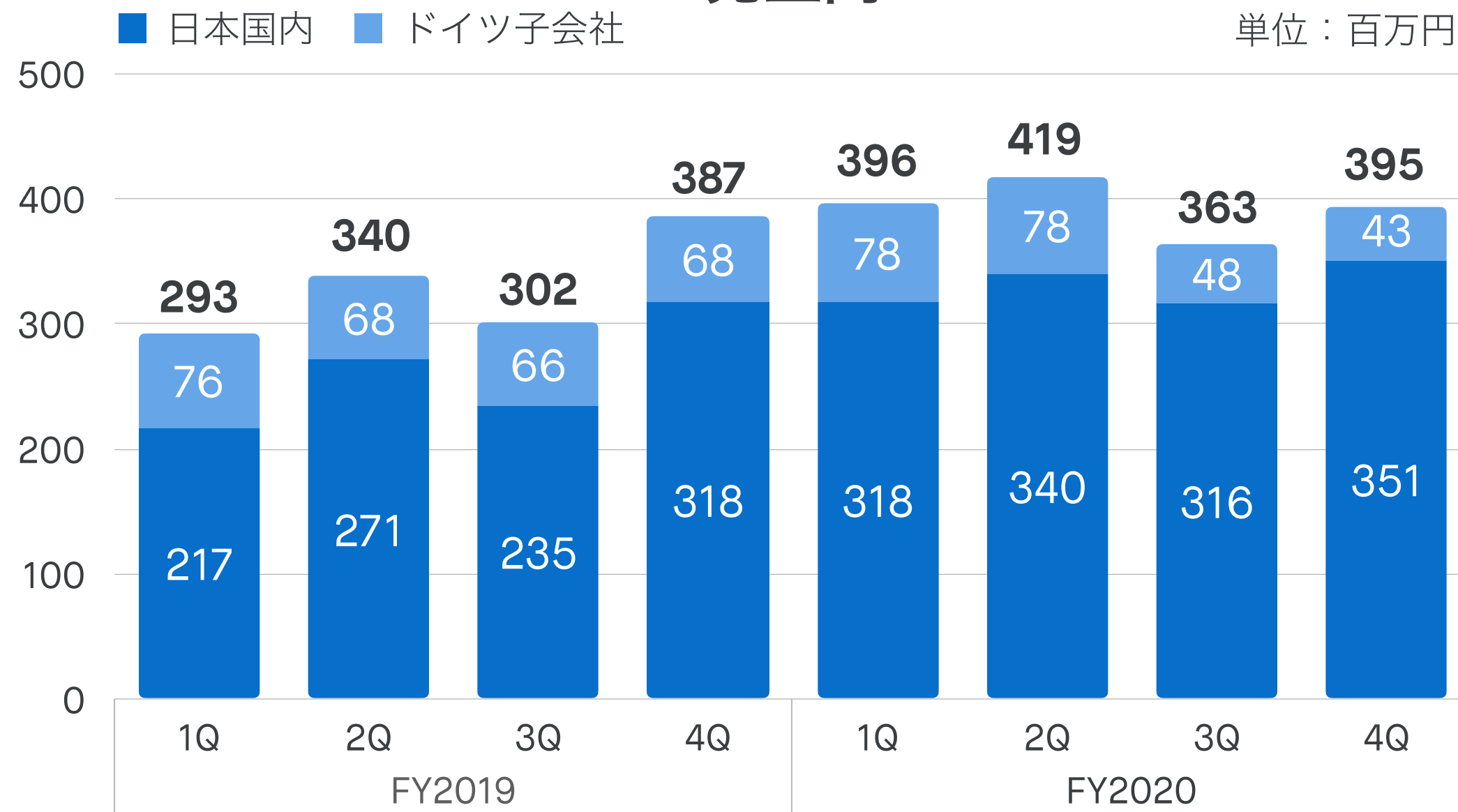
- ワークショップの減少は6月までみられたが、徐々に回復
8月に遅れを取り戻す
- 案件開始の遅れは7月下旬まで影響、7月後半から8月は受注が相次ぐ

海外

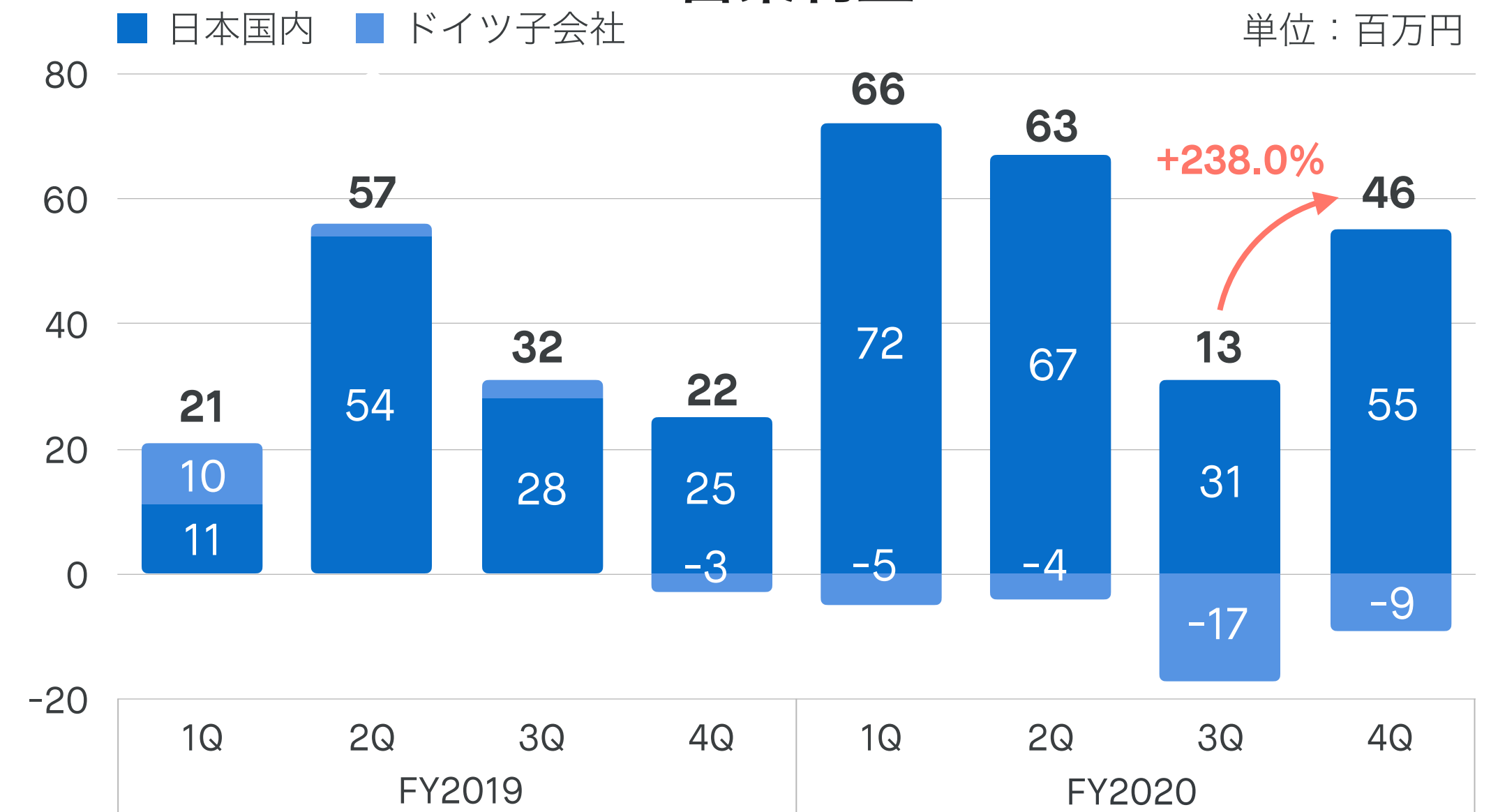
- ドイツ子会社のロックダウンは6月まで強く影響
7月から徐々に回復しつつある

上半期は好調、コロナウイルスの影響を受け3Q後半より落ち込んだが、4Q半ばより回復
 特に8月は受注増え日本側は順調、ドイツも業績が回復しつつある状況（3Qから4Qにかけて、営業利益が約3.4倍に）

売上高



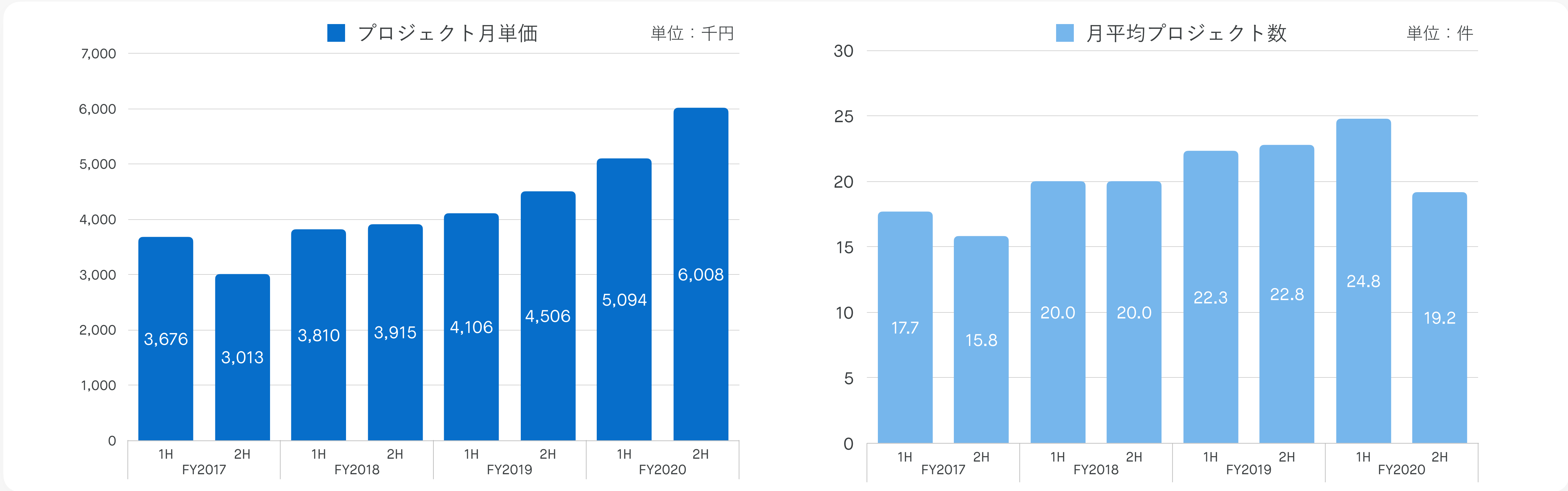
営業利益



- ・日本：毎第3四半期（3-5月）は顧客企業の決算期末と重なり、プロジェクトの入れ替わり時期のため減速する傾向
- ・ドイツ：ドイツ政府による労働時間短縮補助制度（Kurzarbeit）を利用し、利益へのマイナスインパクトを低減

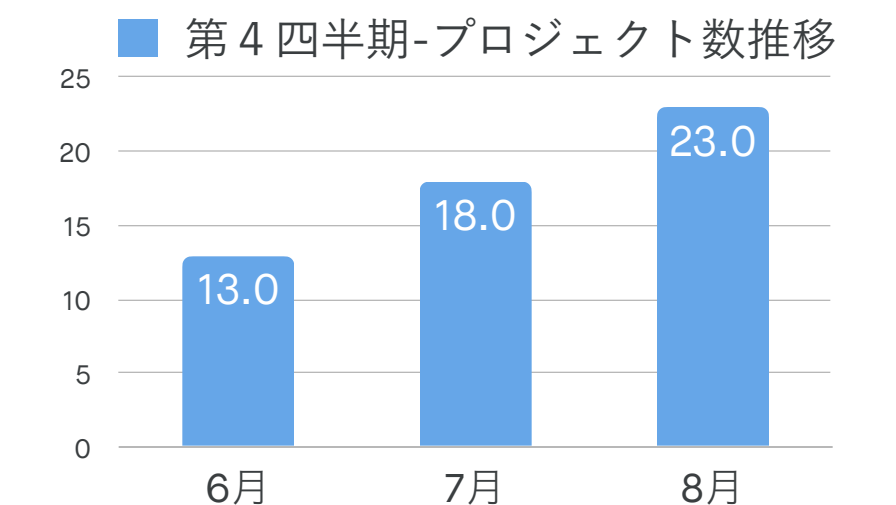
※FY2019 1Q~4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

案件の大型化が進み、プロジェクト月単価は大きく上昇

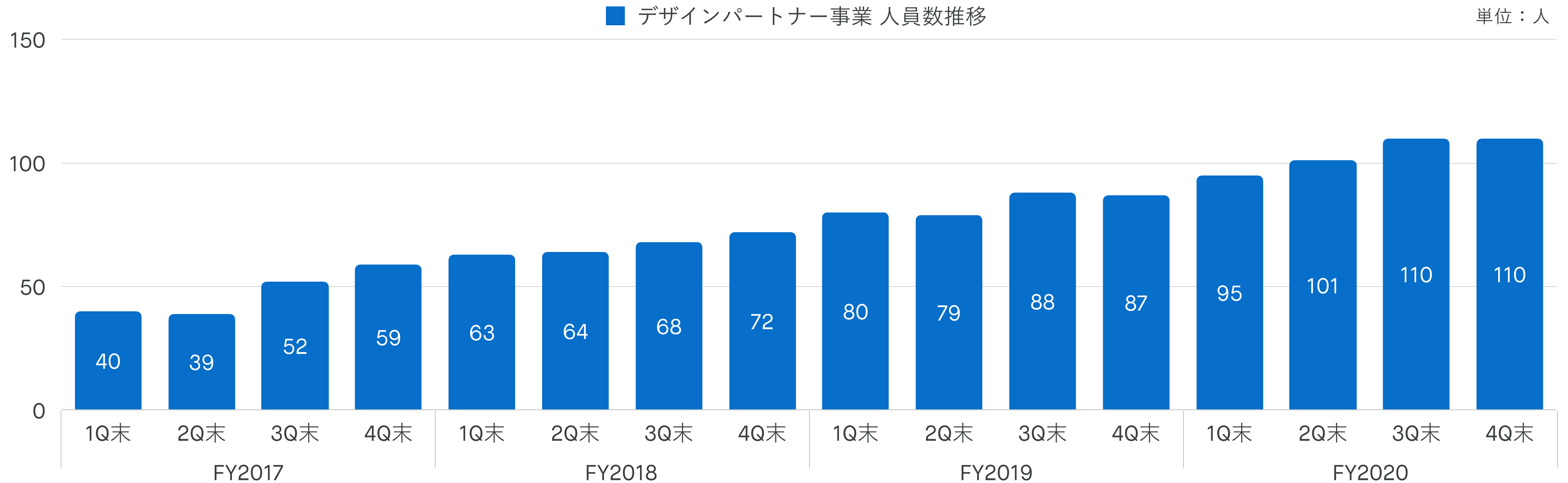


- ・4Q半ばまで日本国内の小型案件の終了とコロナウイルスの影響を大きく受けた
- ・ドイツ子会社のプロジェクト数減少により、月平均プロジェクト数は減少
- ・**大企業DXの大型案件にリソースを投下し、単価は大きく上昇**
 FY2020 3Q-単価：5,575千円、件数：20.3件 FY2020 4Q-単価：6,441千円、件数：18.0

コロナの影響を受けた
プロジェクト件数は
6月以降で急回復



デザインタレントプールが順調に拡大



- FY2020は新卒10名、中途29名を採用
- ドイツではコロナウイルスの影響で、プロジェクト待機が続き退職者が増加傾向だが、大きな影響なし
- FY2019は31%だった離職率は今期通算で11%に低下、昨年と採用数は同数だが人数は順調に増加

※数値はデザインパートナー事業（日本・ドイツ）のデザイナー・エンジニア人数

事業セグメントで通期黒字化を達成

特にGoodpatch Anywhereにおいて計画を大きく上回る成長

セグメント全体 FY2020 4Q累計

売上高

前年同期比

568 (百万円)

+58.1%

営業利益

前年同期比

26 (百万円)

黒字化

- セグメント全体の売上高は

前年同期+58.1%

- 営業利益は通期業績予想で、-4百万円の計画に対し

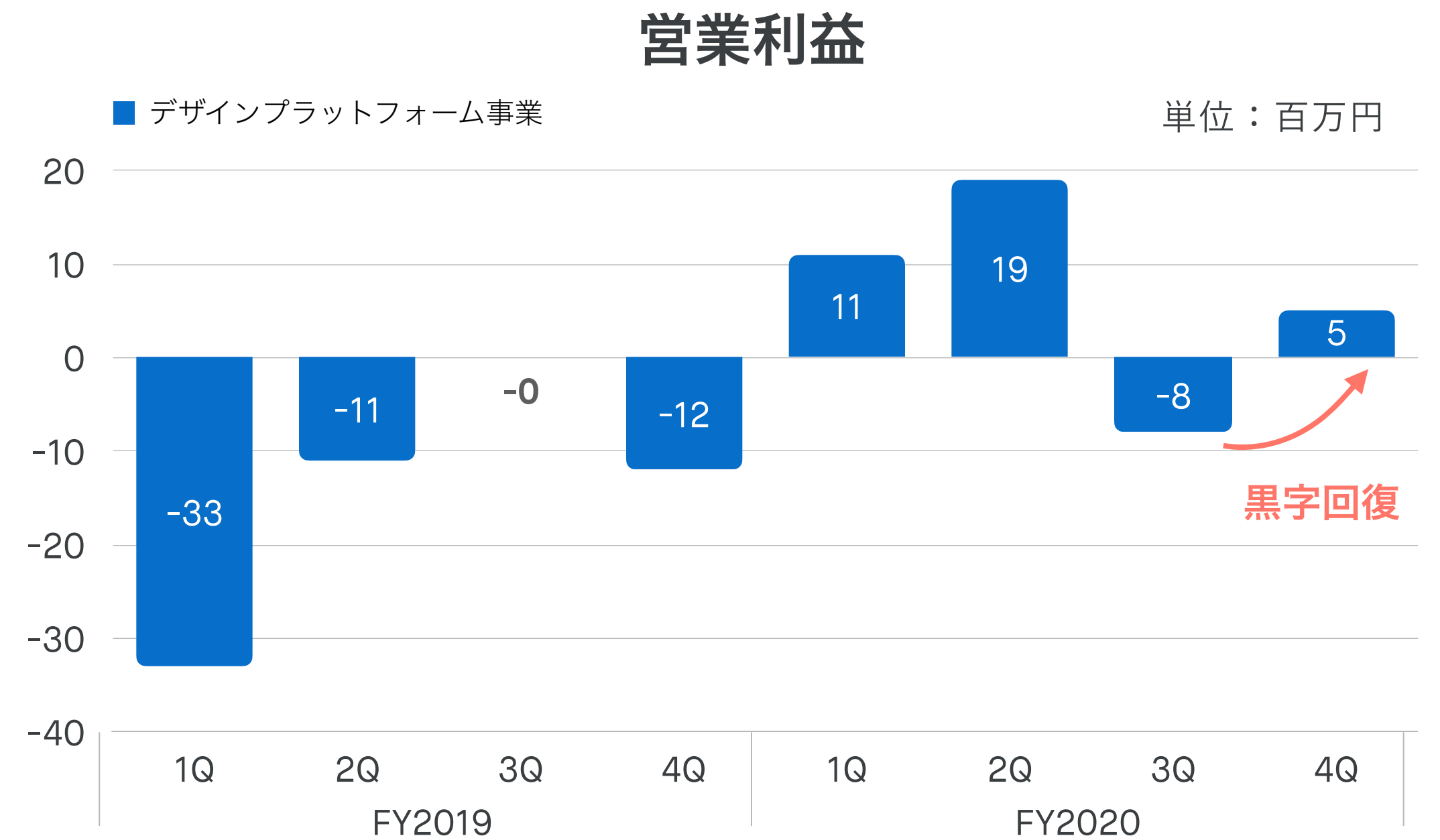
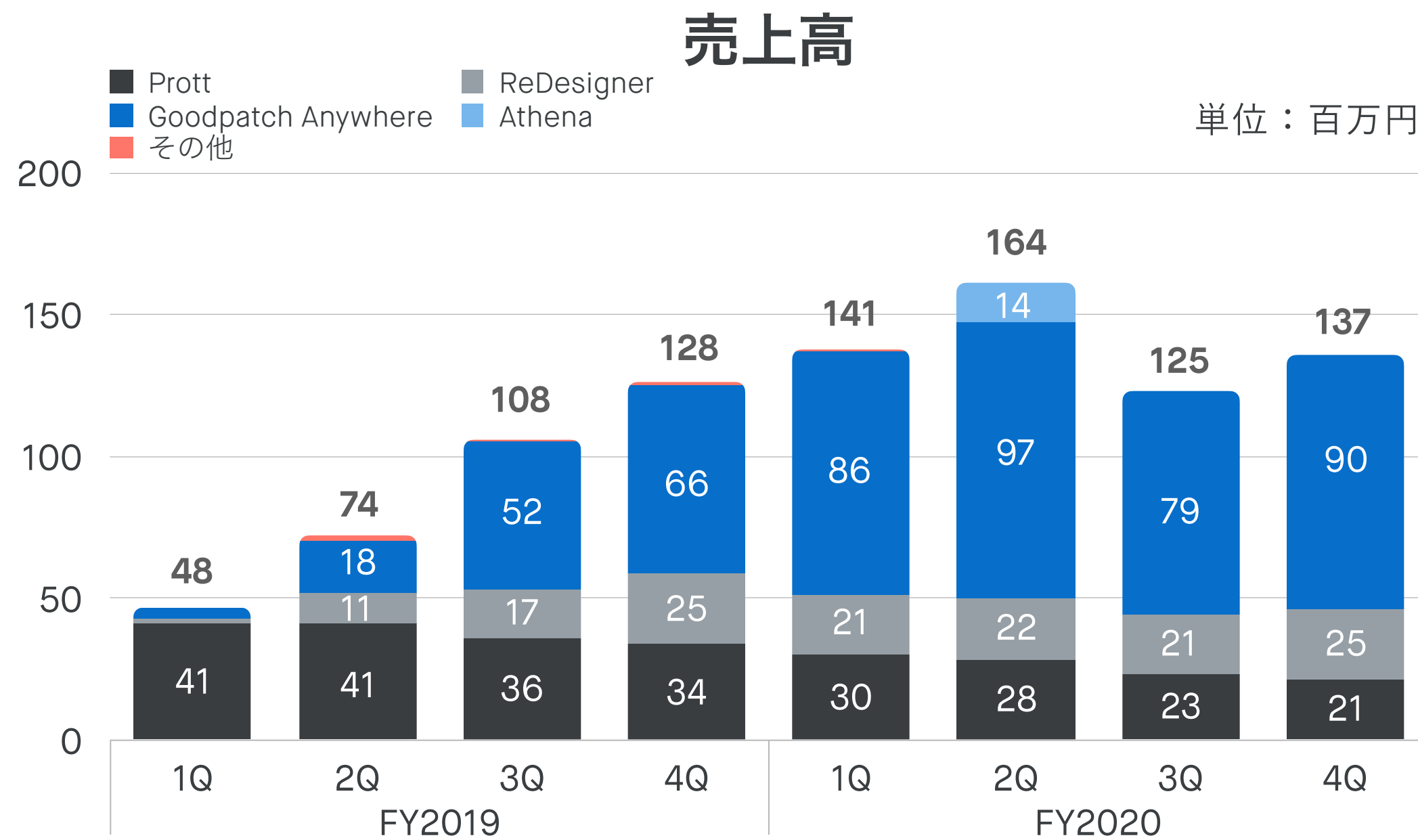
26百万円の黒字で着地

- Goodpatch Anywhereは**前期比149.5%の成長**

コロナウイルスの影響

- クラウドソーシングGoodpatch Anywhereでは一部新規案件の開始に遅れが生じたが、7月後半よりプロジェクトの獲得が進んだ
- 人材サービスReDesignerにおいては需要の減退があり、事業成長が想定を下回ったが、4Q半ばより回復傾向

3Qよりコロナウイルスの影響を認識するが、 4QにてGoodpatch Anywhereが牽引し、セグメント全体では黒字回復



- Goodpatch Anywhereは一部プロジェクトの遅れがあったものの、7月後半より受注増加
- ReDesignerはコロナの影響を受け、4Qから徐々に回復傾向
- Prottは売上の減少傾向が続くが、リソースをStrapに集中投下し2020年9月1日に正式リリース

※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。

Goodpatch Anywhere

149.5%の成長、
デザインプラットフォーム事業の成長に
大きく貢献

ReDesigner

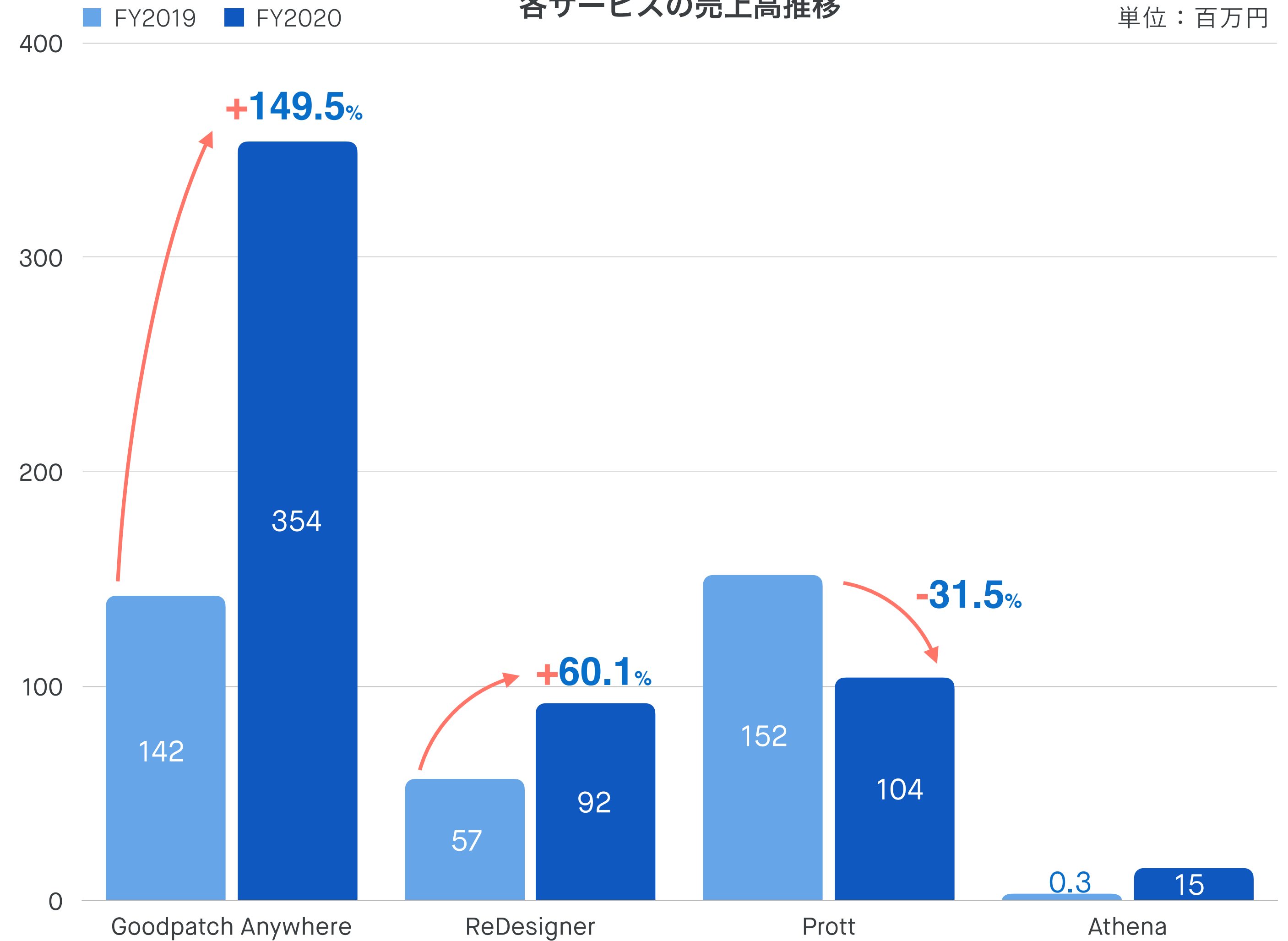
コロナ禍でも60%以上の売上成長を達成
下半期は計画未達だったが、4Qから回復
傾向

Prott

約30%の減少で踏みとどまる
既存アカウントの維持に注力

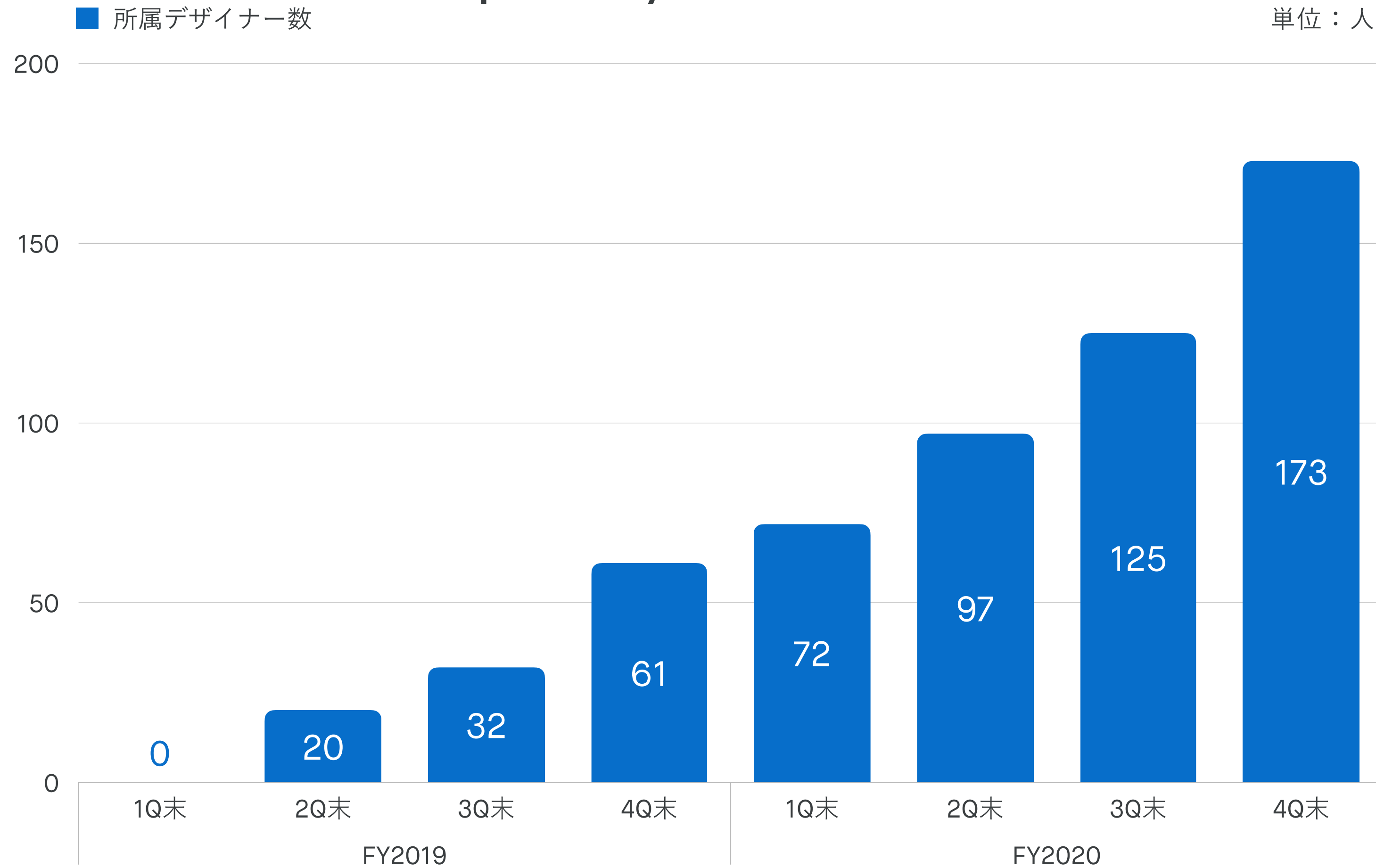
デザインプラットフォーム事業
各サービスの売上高推移

単位：百万円

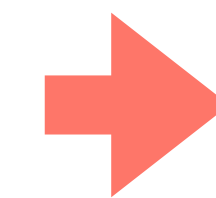


リモートデザインチームタレントプールがさらに拡充

Goodpatch Anywhere デザイナー数の推移

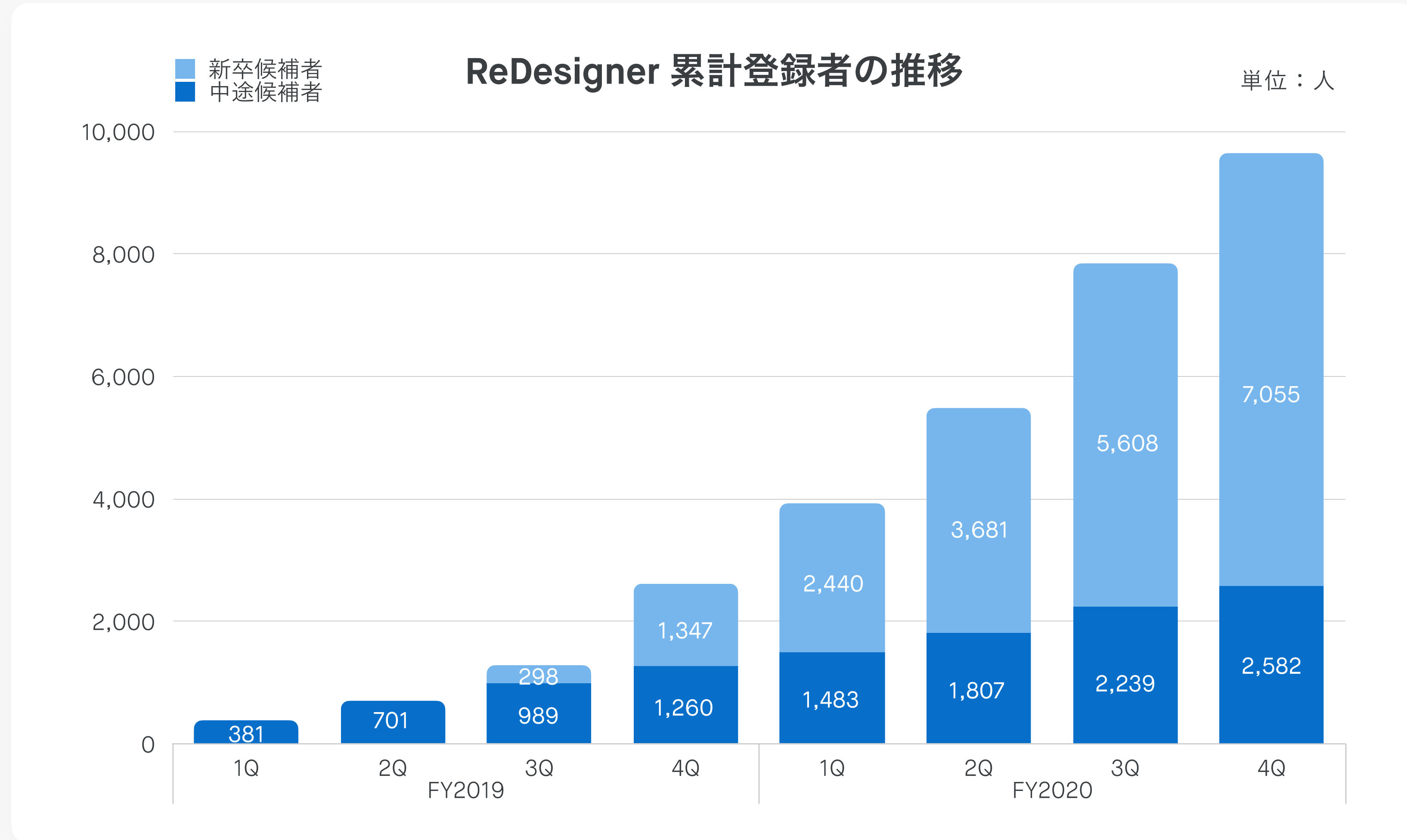


- コロナウイルスの影響によりプロジェクト開始に遅れは見られたが、**人材プール拡充は遅れなし**
- 直近の実稼働は30名前後で推移、実プロジェクト数に比例
- 当初よりリモートワークを軸に展開し、**最小限の固定費**でマネジメント



高収益な事業モデル

人材紹介サービスはコロナウイルスの影響を大きく受けたが、 4Q後半より回復の動き



- 4Qからマーケットに動きが戻り、赤字幅が縮小
- 人材プールはコロナ禍でも継続的に拡大
- 累計契約企業数は**300社を超え、採用ネットワークが拡大中**

FY2021 通期業績予想

売上高

2,591 百万円 (+20.9%)

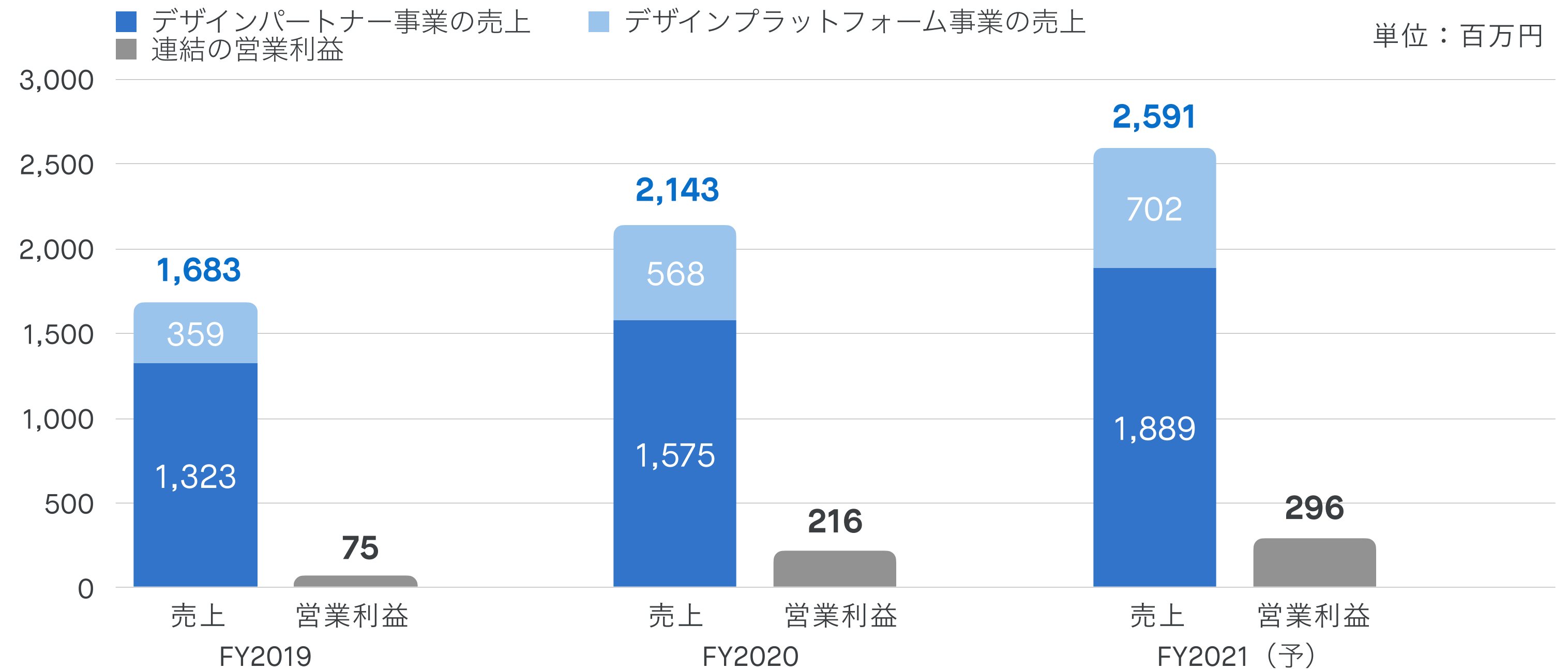
営業利益

296 百万円 (+36.7%)

親会社株主に帰属する当期純利益

227 百万円 (+5.2%) (※)

(※) FY2020においては、繰延税金資産を初めて計上した結果、税金費用が56.5百万円減少し、当期純利益が同額増加した。
しかし、FY2021においては、繰延税金資産の一部取崩によって、税金費用が20百万円増加し、当期純利益が同額減少する見込み。



- 全社：上半期はコロナの影響を加味し、保守的に計画を策定（特にドイツ子会社）
- デザインパートナー事業：DX需要の高まりを受け、多様なプロジェクトにデザイン支援を拡大し売上を拡大、社内デザイン人材獲得は積極的に実施（中途30名、新卒10名程度を計画）
- デザインプラットフォーム事業：Goodpatch Anywhereを中心に事業規模を拡大、ReDesignerは黒字化、Prottは遜減

FY2021 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

プロジェクト単価と契約期間

- 1 UI/UXデザインを武器に
大型DXプロジェクトの獲得
- 2 デザイン領域の拡張と
テクノロジーへの投資

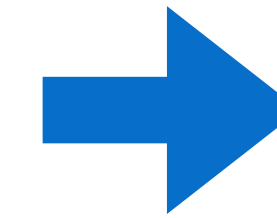
デザインプラットフォーム事業

タレントプールとSaaS

- 3 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

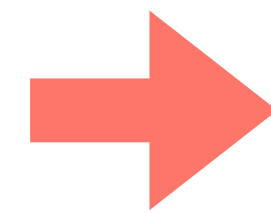
大企業のDX、デジタル庁などの行政のデジタル化のニーズの高まり UI/UXデザインを武器に大型DXプロジェクトの獲得

ユーザー体験の設計と人の生産性を下げるソフトウェアのUIデザインを改善し
顧客体験価値を向上させ、大企業・行政のDX推進及び企業価値の向上につなげる



プロジェクト単価は拡大へ

弊社の関わった代表的な DX事例



ノウハウ展開

新技術

ITシステム

IoT

AI

レガシー

大きな課題

人の生産性を下げる
ソフトウェアのUI

DX戦略
(プランニング)

UXデザイン
(体験設計)

UIデザイン
(ソフトウェア)



ユーザー



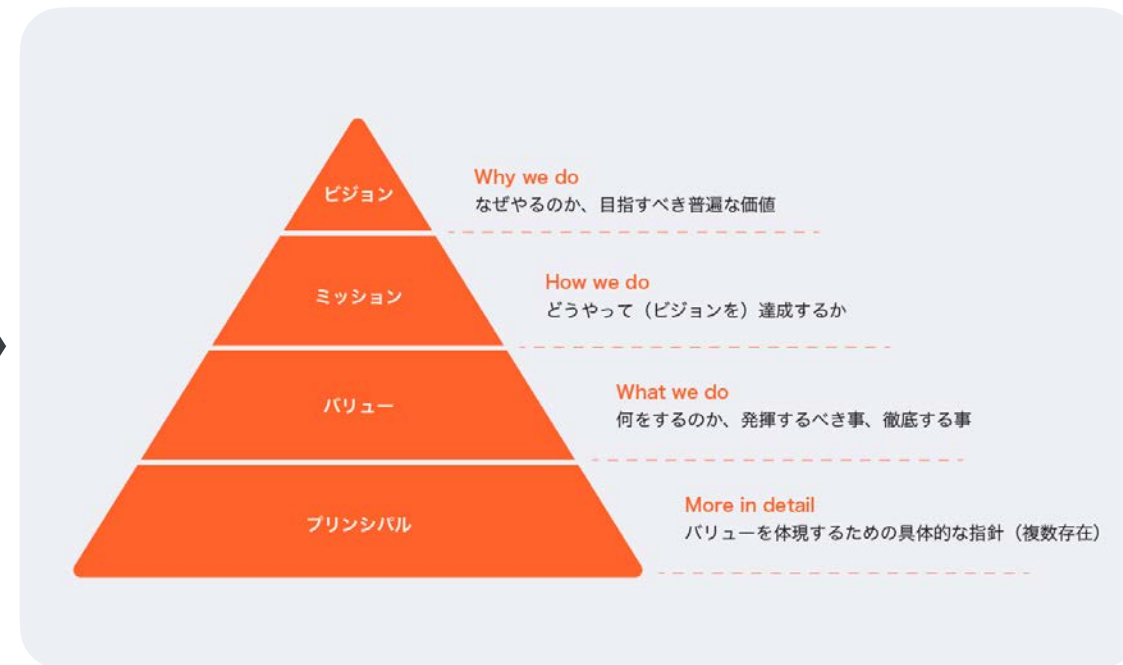
SUNTORY+ 思わず続けたい法人向け健康サービス

- 事業構想段階から、プロダクト開発・グロース・プロモーションまで一貫してサポート
- 2018年12月に開始し、20か月以上にわたり**長期継続**
- 飲料と自販機という既存チャネルに新開発のアプリを加え、
一連の体験を再構成しスムーズに接続
- デザイナー・エンジニアが最大で10名以上稼働した**大企業の大規模DXプロジェクト**
- 2020年度グッドデザイン賞受賞

サントリー+：グッドパッチによるデザインの支援内容



事業構想・戦略からデザイン支援
健康経営のアイデアの事業化に向けて併走



ブランドの思想を表現
ビジョン・ミッション・バリューの言語化



iOS/Androidアプリ開発、
サービスサイト開発、体験の具現化



プロモーションなどユーザー接点の体験に
至るまで一貫したサポートを提供

リソース拡充とケイパビリティの拡大で「1社あたりの契約期間」を伸ばしていく

他社との事業連携やM&Aを視野に入れケイパビリティの拡大を加速



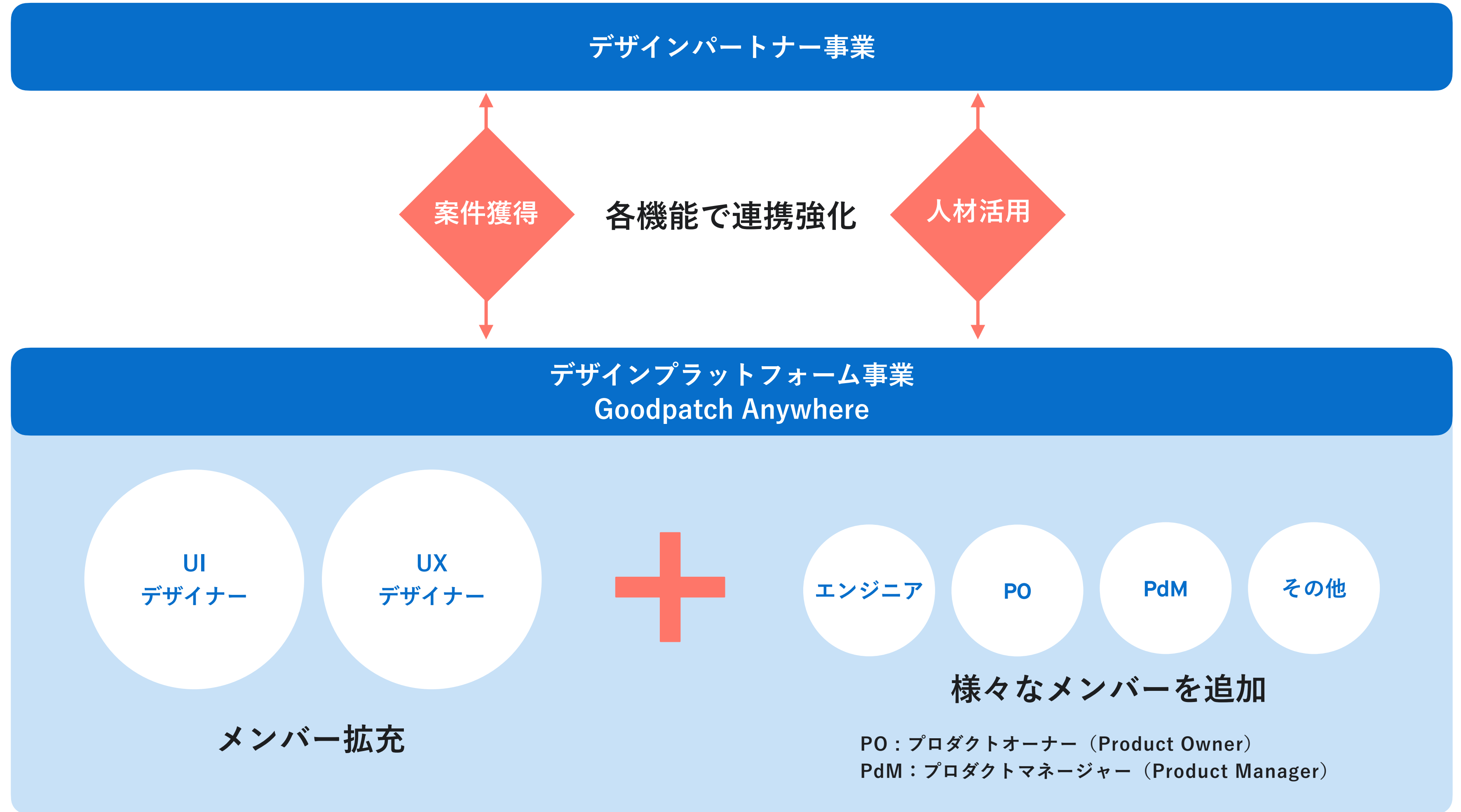
リモートデザインチームのリソースをさらに有効活用へ

1. 品質強化、効率化

プロジェクト獲得や管理において
デザインパートナー事業との
連携強化
⇒品質強化、効率化

2. 付加価値創造、 デザインROIの向上

多様なケイパビリティを持つ
メンバーを集めタレントプールの
拡充を継続
⇒付加価値創造、デザインROIの向上



Prottのリソースを有効に活用しながら開発を進め、2020年9月1日リリース実施 積み上げ型収益構造を作るための取り組みが始動



- 2020年4月23日 β 版リリース
- β 版は限定100社のトライアル実施、ユーザーの声を集め、これまで**100回を超えるアップデート**を実施
- 2020年9月1日時点で**8社が正式利用企業**として参加、デザイン支援プロジェクトにて積極利用FY2021の獲得目標は100社

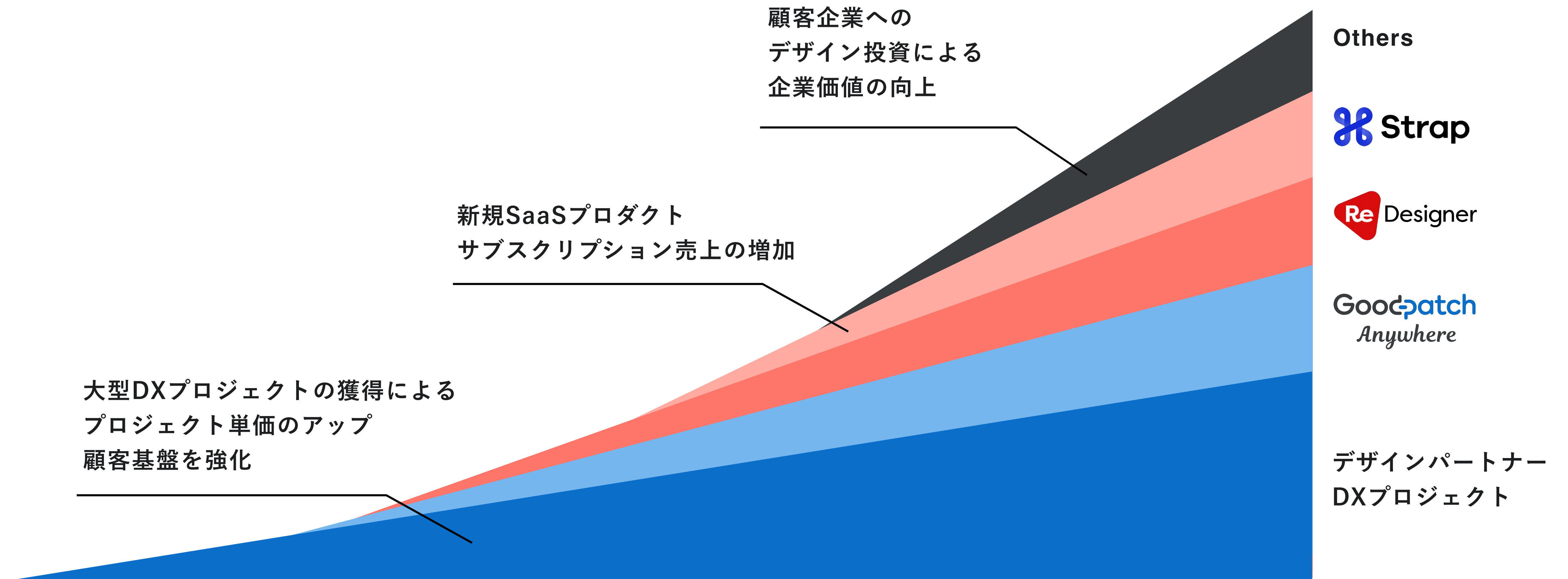


※正式利用企業の一部です

課金形態について

- ユーザー企業の組織サイズによってSmall、Medium、Largeの3つのプラン
- 平均して1ユーザーにつき月額1,000円程度、1社あたり月額2万円強程度を想定した毎月課金型モデル

デザインの可能性を拡張していく



TOPICS

デザインの力で企業のESG投資を促進 グッドパッチがデザインの無償支援を開始

各企業のESG投資を促進し持続可能な事業を
デザインの力で前進させ、社会貢献の実現の共創

- ESG投資を念頭に置いた事業の無償支援を通じて、
社会の一員としての役割と責務を果たす
- 企業のESG事業にグッドパッチがデザイン支援を行うことによって、
その事業が世界を前進させる存在となる



※ 「ESG」とは、環境（Environment）、社会（Social）、ガバナンス（Governance）の頭文字を取ったものです。

今日、企業の長期的な成長のためには、ESGが示す3つの観点が必要だという考え方が世界的に広まってきています。

投資の意思決定において、従来型の財務情報だけを重視するだけでなく、ESGも考慮に入れる手法は「ESG投資」と呼ばれています。

デザインによる企業価値向上を後押しする 「Goodpatch Design Fund」[※]を開始

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6社が上場するなどデザイン支援の実績
- 累計4社に投資を実施し、ハンズオンでデザインによる事業成長を支援した経験の蓄積
- 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1号出資案件として「株式会社400F」に出資を決定

※「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



既存投資先

FiNC



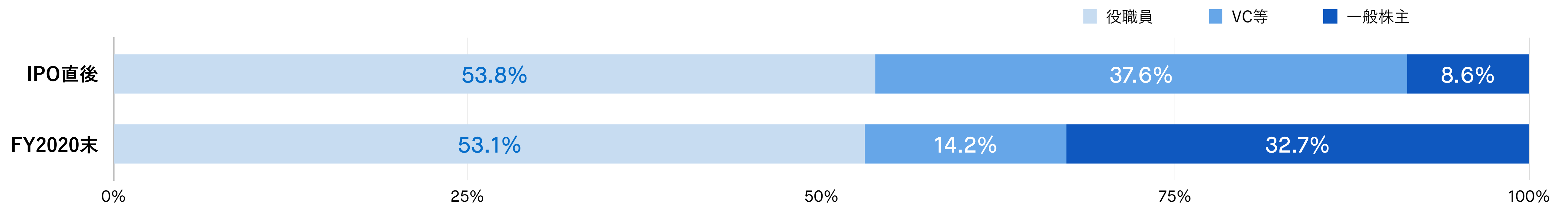
VC等株主の減少、一般株主の増加（機関・個人）

IPO直後（2020年6月30日）

株主名	所有株主数	持ち株比率
土屋 尚史	3,000,040	41.8%
DG Lab 1号投資事業有限責任組合	792,920	11.1%
株式会社DGベンチャーズ	713,640	9.9%
株式会社ブルーローズ	618,160	8.6%
Fintechビジネスイノベーション投資事業有限責任組合	594,320	8.3%
SALESFORCE VENTURES LLC	207,900	2.9%
MSIVC2016V投資事業有限責任組合	178,280	2.5%
SMBCベンチャーキャピタル2号投資事業有限責任組合	109,420	1.5%
その他VC等	98,780	1.4%
役職員等	241,200	3.4%
一般株主	618,600	8.6%
合計株式数	7,173,260	100.0%

FY2020末（2020年8月31日）

株主名	所有株主数	持ち株比率
土屋 尚史	3,000,040	41.3%
株式会社ブルーローズ	618,160	8.5%
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	440,800	6.1%
株式会社DGベンチャーズ	356,840	4.9%
Fintechビジネスイノベーション投資事業有限責任組合	310,320	4.3%
SALESFORCE VENTURES LLC	207,900	2.9%
NOMURA PB NOMINEES LIMITED OMINIBUS-MARGIN (CASHPB)	188,300	2.6%
野村信託銀行株式会社（投信口）	137,300	1.9%
MSIVC2016V投資事業有限責任組合	107,580	1.5%
役職員等	241,200	3.4%
上位10位以下株主	1,831,720	25.2%
合計株式数	7,272,160	100.0%



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。

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。



社外取締役

佐々木 智也

2008年デジタルガレージ上級執行役員就任。2012年DGインキュベーション取締役就任。投資先とデジタルガレージグループの事業連携をメインにインキュベーション事業を推進。



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。



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。



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 デザインパートナー事業

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。管掌領域は、国内デザインパートナー事業と Goodpatch Anywhere。2018年9月より執行役員に就任。



執行役員 管理部管掌

榎島 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月より執行役員に就任。



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。



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

Doro Schwartzmann

2017年にUXデザイナーとしてグッドパッチにジョイン。その後UXデザインリードを経験し、現在ベルリンのスタジオリードとして携わる。



Studio Lead

Matthias Flucke

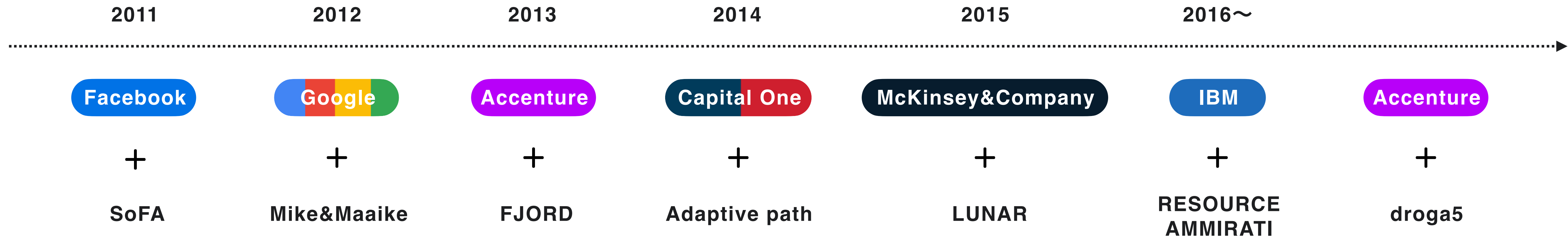
2016年3月にグッドパッチにジョイン。デザインリードとオートモーティブエキスパートを歴任後、現在スタジオリードとしてマネジメントに携わる。

なぜ今デザインが重要なのか

Why design?

なぜ今デザインが重要なのか

デザイン会社の買収の活発化



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 (※1) (※2)

(※1) 出典：John Maeda | Design in Tech Report <https://designintech.report/>、

(※2) 出典：Accenture Newsroom <https://newsroom.accenture.com/>

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

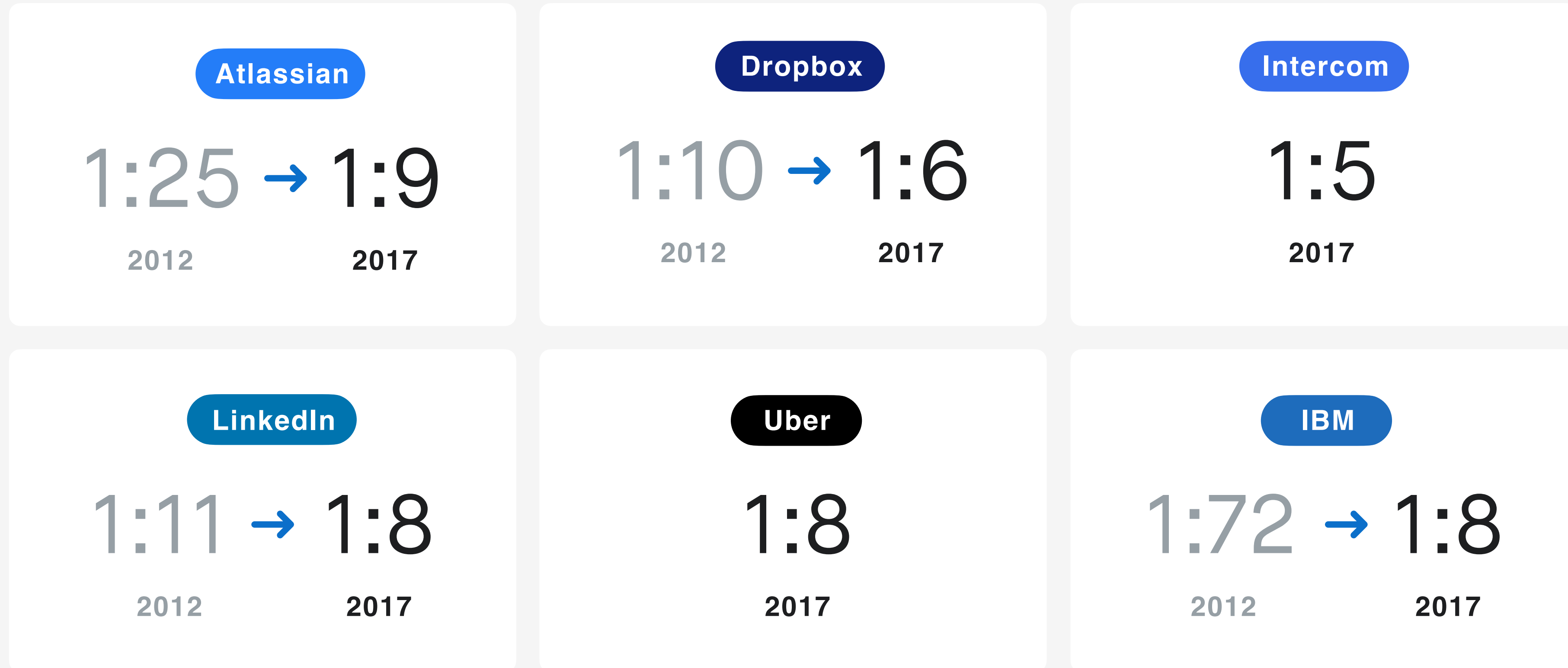
Twitter

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

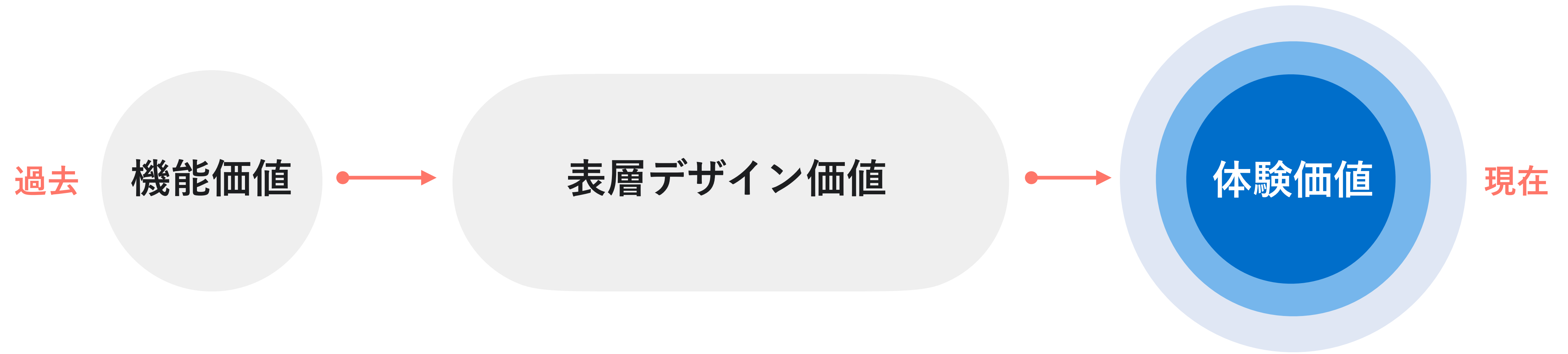
海外企業のデザイナー：エンジニア比率の変化



デザイナーの重要性がより増している

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

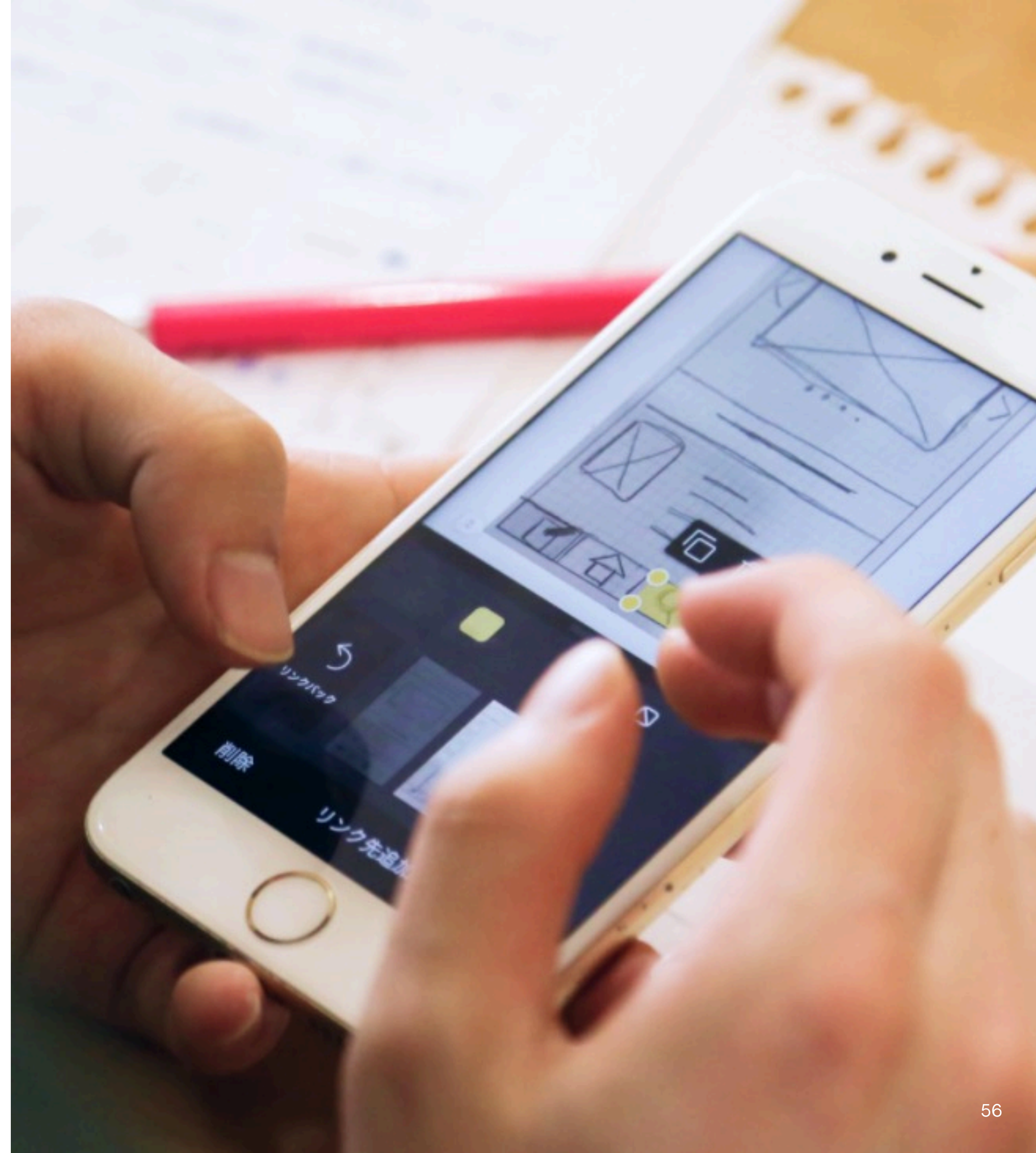
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

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

デザインの価値のパラダイムシフト



タッチポイント

点のデザイン

対象

広告・ビジュアルのデザイン

指標

認知やコンバージョン



線のデザイン

対象

ユーザーが使い続けたいくなる体験のデザイン
プロダクト全体と価値の循環のデザイン

指標

エンゲージメント, リテンション, 解約率

SaaSなどサブスクリプションビジネスには
デザインが大きく影響

当社の特徴と優位性

Company strengths

グッドパッチの競争優位性

- 1 成長性の高い市場で、**独自のポジショニング**により案件を獲得
- 2 戦略からプロダクト開発そして文化醸成まで**一気通貫**で支援
- 3 **体系化されたデザインノウハウとナレッジ**の蓄積
- 4 **経験値の豊富な専門性の高いデザイナー**の採用力

世界で12.2兆円のデジタルエージェンシー市場

● Project services

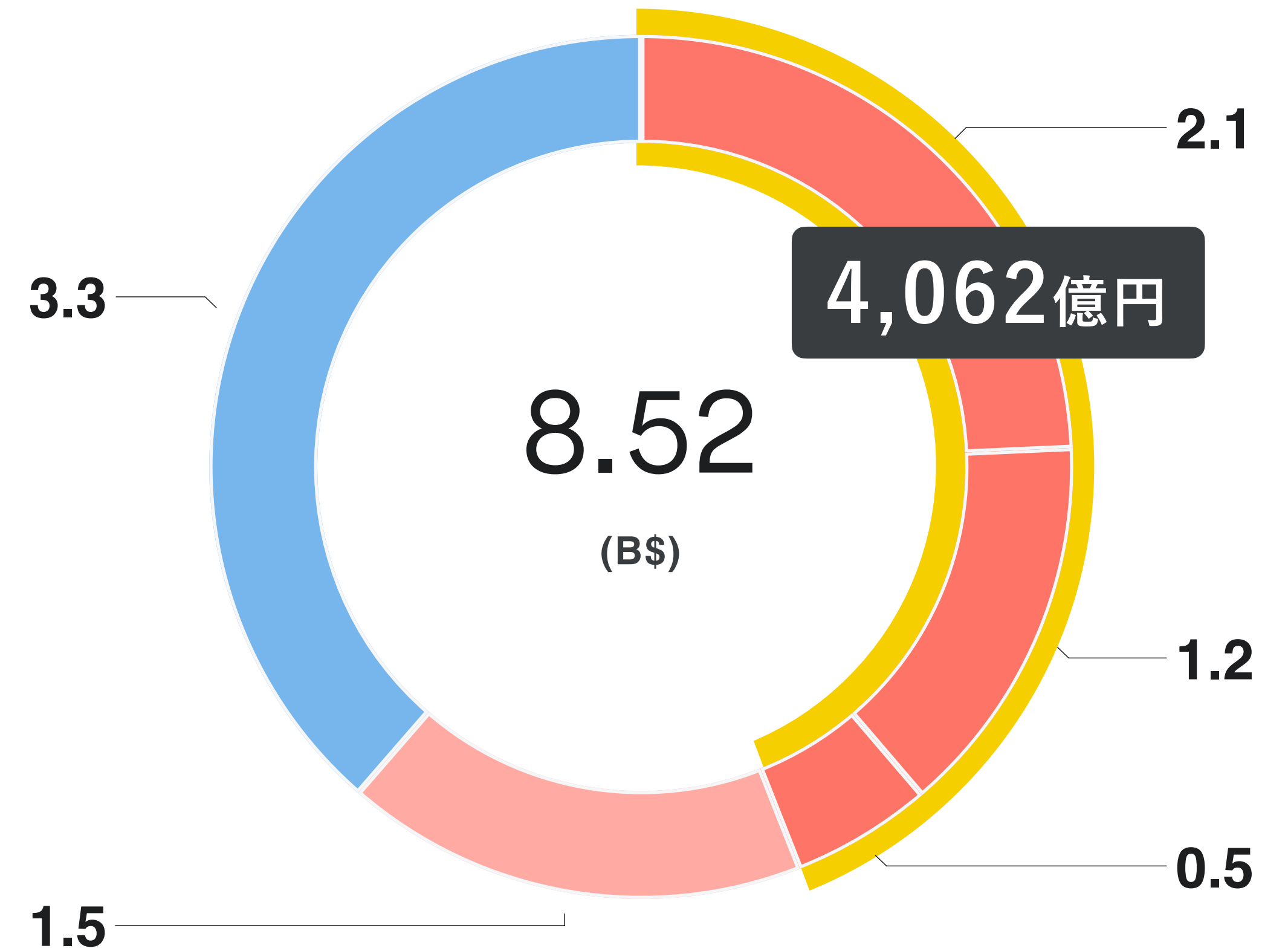
- Digital engagement project services
- Experience design services
- Brand Strategy services
- Marketing consulting services

当社事業領域

アドバイザー、デジタル戦略コンサルティング、実装・導入サービスなどを含む短期間の契約、事業変革や技術導入支援等

● Managed services

技術管理などの長期間の契約。購買プラットフォームの管理、マーケティングBPOなどのプロセスのアウトソーシング等



2018年のDigital Agencyの日本市場は約85億ドル≒9,246億円。グッドパッチの事業領域に該当するProject servicesの3領域合計は37.5億ドル≒4,062億円。(1USD=108.5JPY換算)

世界で12.2兆円のデジタルエージェンシー市場

2023年の日本での市場サイズは
5年で倍の8,000億円規模に
(マーケットの成長率14.4%)

Experience design services

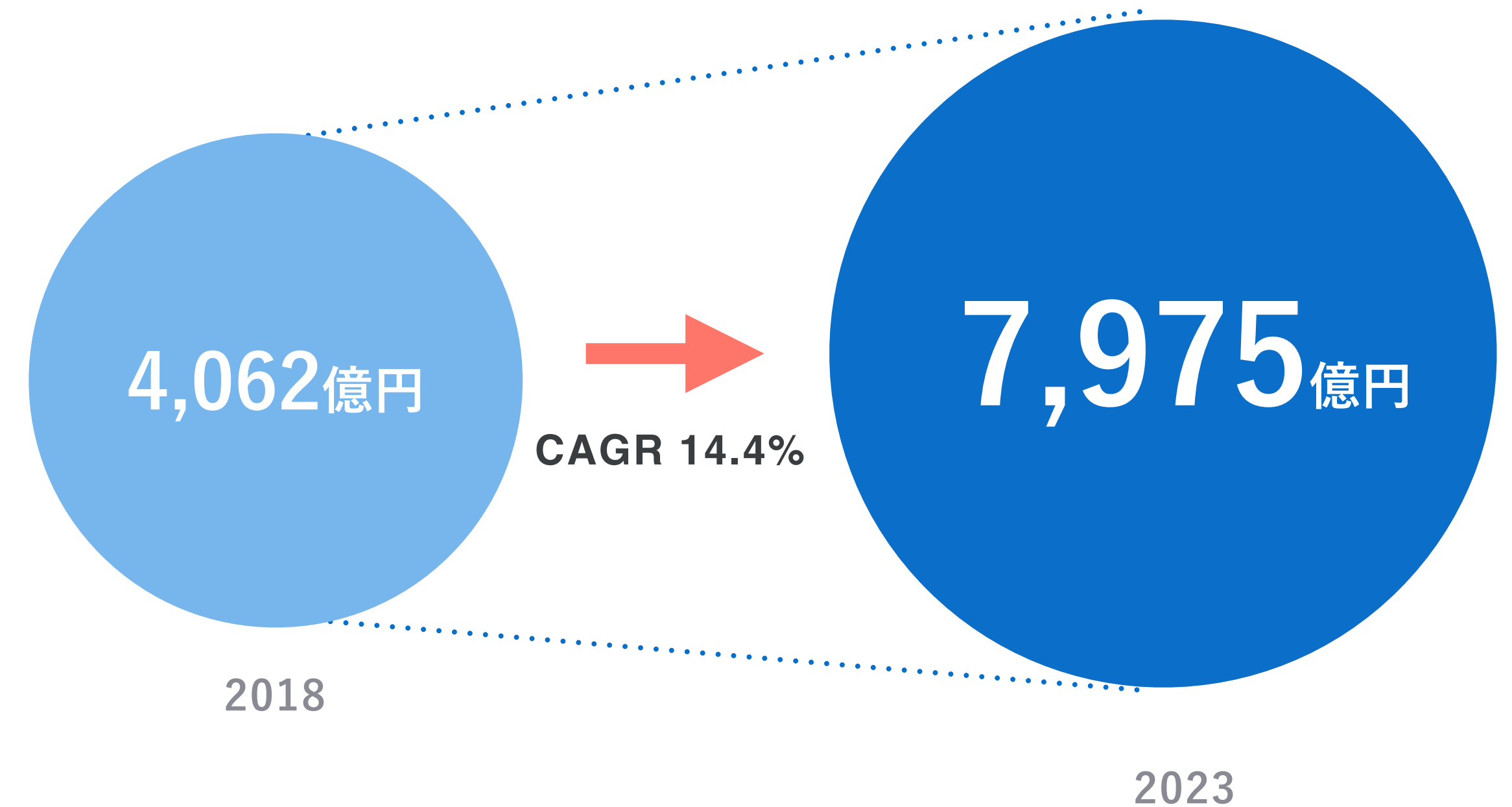
1,330億円 CAGR 15.4%

Brand strategy services

480億円 CAGR 12.9%

Digital engagement project services

2,240億円 CAGR 14.2%



参照：IDC Worldwide and U.S. Digital Agency Services Forecast, 2019-2023
及び 経済産業省発表デザイン関係統計資料 より当社推計

(注) 2023年の日本市場サイズの推計方法について：米国の市場サイズは2018年に226億ドル。日米の市場サイズを比較し、日本市場サイズ4062億円と推定(1ドル=108.5円換算)。さらに世界全体のCAGR14.4%を適用し導出。

独自のポジショニングにより広告費を掛けずに案件を獲得



SoftBank

UZABASE

CyberAgent®

mixi

PRTIMES



Lancers

RakSul



ONE CAREER

bitkey



助太刀

FiNC



every.tv

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

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



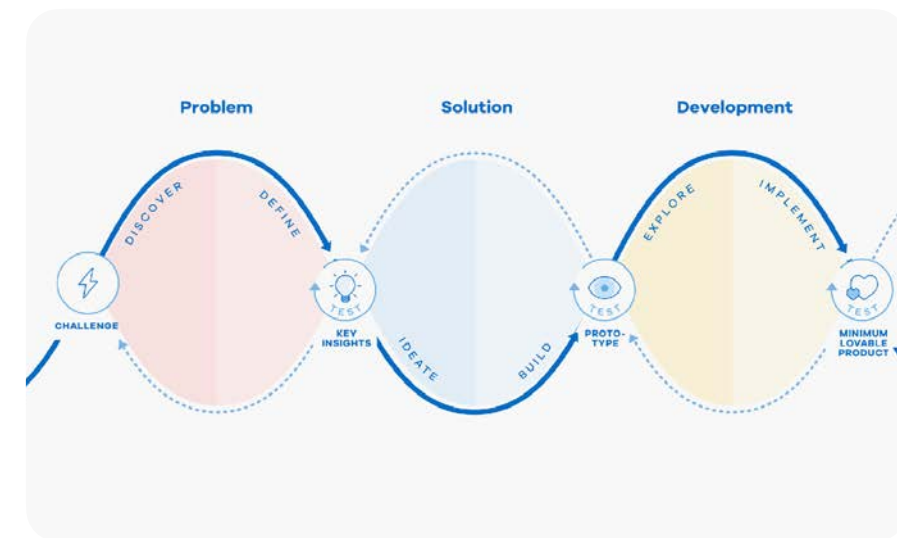
事業戦略とユーザーニーズをつなぐ一貫通貫したプロダクトデザイン

状況の変化に強く、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

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

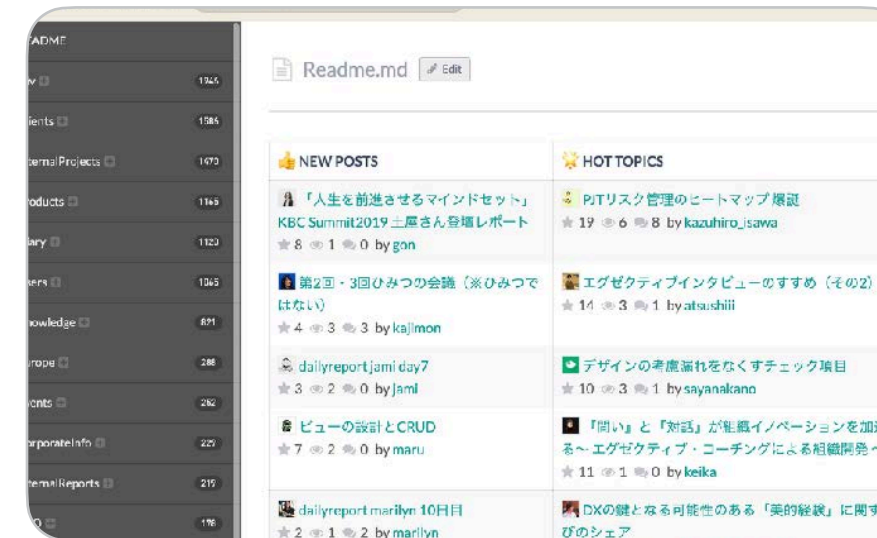


デザイナー育成のための
社内研修



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

なぜ獲得できるか：デザイン人材マーケットでのポジショニング

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、自社事業も運営している
確立されたプロセス (育成できる)	体系的な育成が可能で 採用の間口が広い	<ul style="list-style-type: none">- 社内に蓄積された3万件超のナレッジ- 独自に確立したデザインプロセス- 他業種出身者や若手を育成できる
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- マネジャーもデザイナー- ベストモチベーションカンパニーアワード2020 第8位受賞 (1568社中) ※

**デザイナーにとって他では得られない成長機会の多さと
働きやすい環境で採用難易度の高いデザイナーを安定的に獲得**

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

Goodpatch

Design to empower ♥