

2026年8月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社 グッドパッチ（証券コード：7351）

2026年4月14日

- 01 FY2026 2Q 業績ハイライト
- 02 FY2026 2Q 各事業の状況
- 03 FY2026 2Q TOPICS
- 04 FY2026 2Q TOPICS - Agentic UX領域支援
- 05 成長戦略
- 06 APPENDIX

FY2026 2Q 業績ハイライト

2026年方針

AI Driven Design Company

AIによる顧客体験変革を、デザインの力で再定義する時代へ

Topics

- ① 既存案件の拡張が順調に推移し、**2Qの売上高は四半期ベースで過去最高を更新**
- ② 営業体制の補強やマーケティング投資により、**有効商談数は過去最高を記録**
- ③ AIエージェント時代に求められる **「Agentic UX」領域へ支援を拡張**

売上高は前年同期比で1.1億円増加し、四半期ベースで過去最高を更新 営業利益は前年同期比で減少したものの、期初計画通りに進捗

売上高

1,372 百万円

前年比（増減）

+9.4% (+117百万円)

売上高は前年同期比9.4%増加。

大型プロジェクトの継続・拡張や新規案件の獲得に加え、AI関連案件も増加したことが増収に寄与

営業利益

185 百万円

前年比（増減）

-7.9% (-15百万円)

営業利益は、営業人員の強化や社内組織体制の拡充に伴う人件費の増加と、採用や認知拡大を目的とした業務委託費、マーケティング施策の実施により、前年同期比7.9%減少

営業利益率

13.5%

前年比（増減）

-2.5 pt

KPIハイライト

月額平均
顧客単価

6,364 千円

前年比（増減）

+2.3% (+143千円)

年間計画（平均）

6,100 千円

月額平均顧客単価は、案件の継続受注・スケールアップが順調に推移したことにより、前年同期比2.3%増となり、**年間計画を上回って進捗**。エンタープライズ領域への取り組みや開発案件への注力が寄与

顧客社数

64.3 社

前年比（増減）

+5.5% (+3.3社)

年間計画（平均）

66.0 社

顧客社数は、営業体制の補強により、前年同期比で5.5%増となり、**過去最高を更新**

デザイナー数

163 名

前年比（増減）

+6.5% (+10名)

年間計画（4Q末）

180 名

デザイナー数は前年同期比で10名増加。新規プロジェクトの獲得に対応し、積極的な採用方針のもと、デザイナーに加え、開発案件に携わるエンジニアやPM、PdMの採用を進め、**高水準で推移**

有効商談数

171 件

前年比（増減）

+26.7% (+36件)

年間計画（合計）

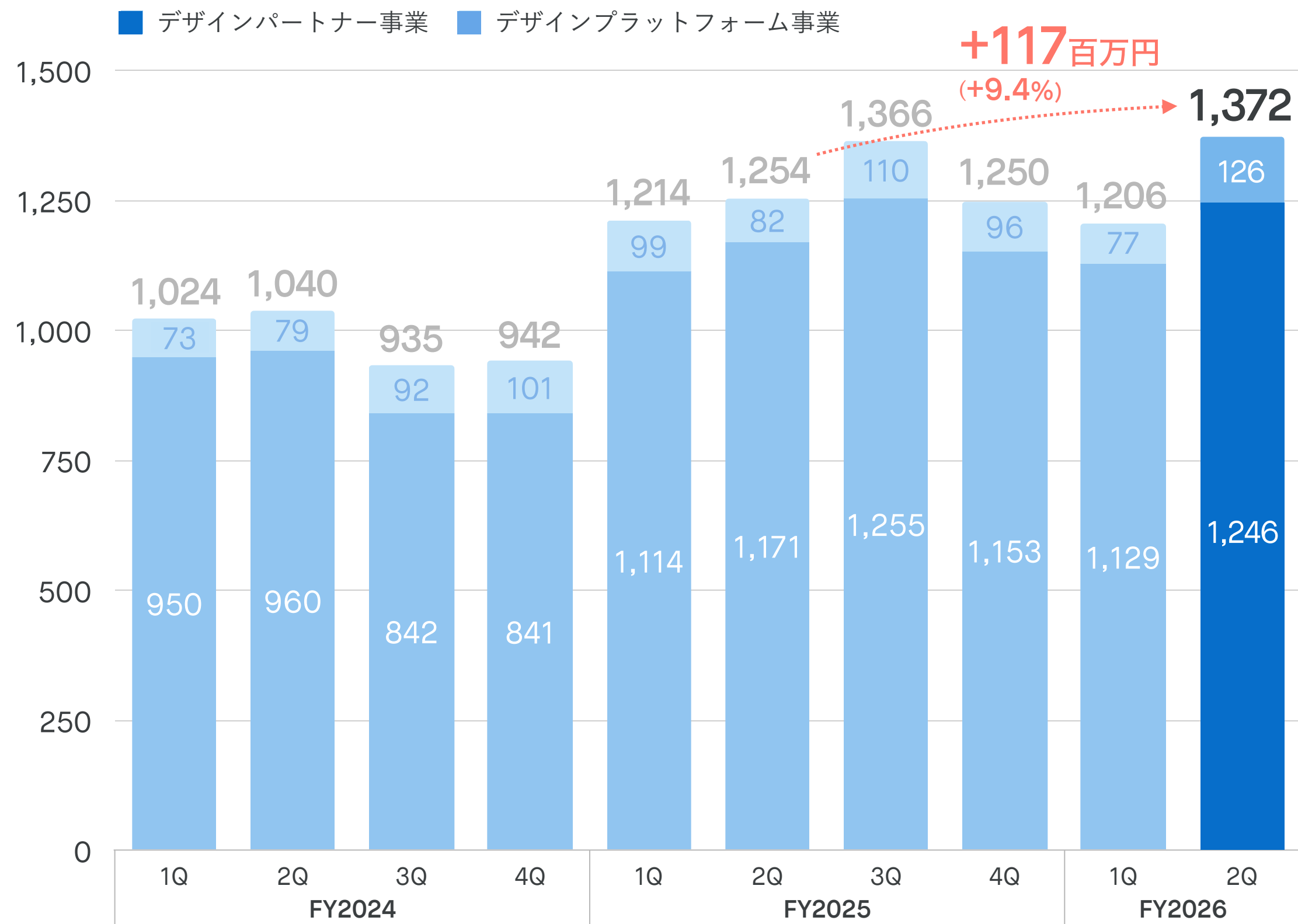
579 件

前期末からの営業体制の再編及び今期の営業人員の追加採用により、足元の体制は安定化している。合わせて、既存顧客の案件拡張やマーケティング施策により、**有効商談数は前年同期比26.7%増加**

売上高は大型プロジェクトの継続・拡張により、順調に推移 営業利益は既存・新規事業への投資により前年同期比で減少

売上高

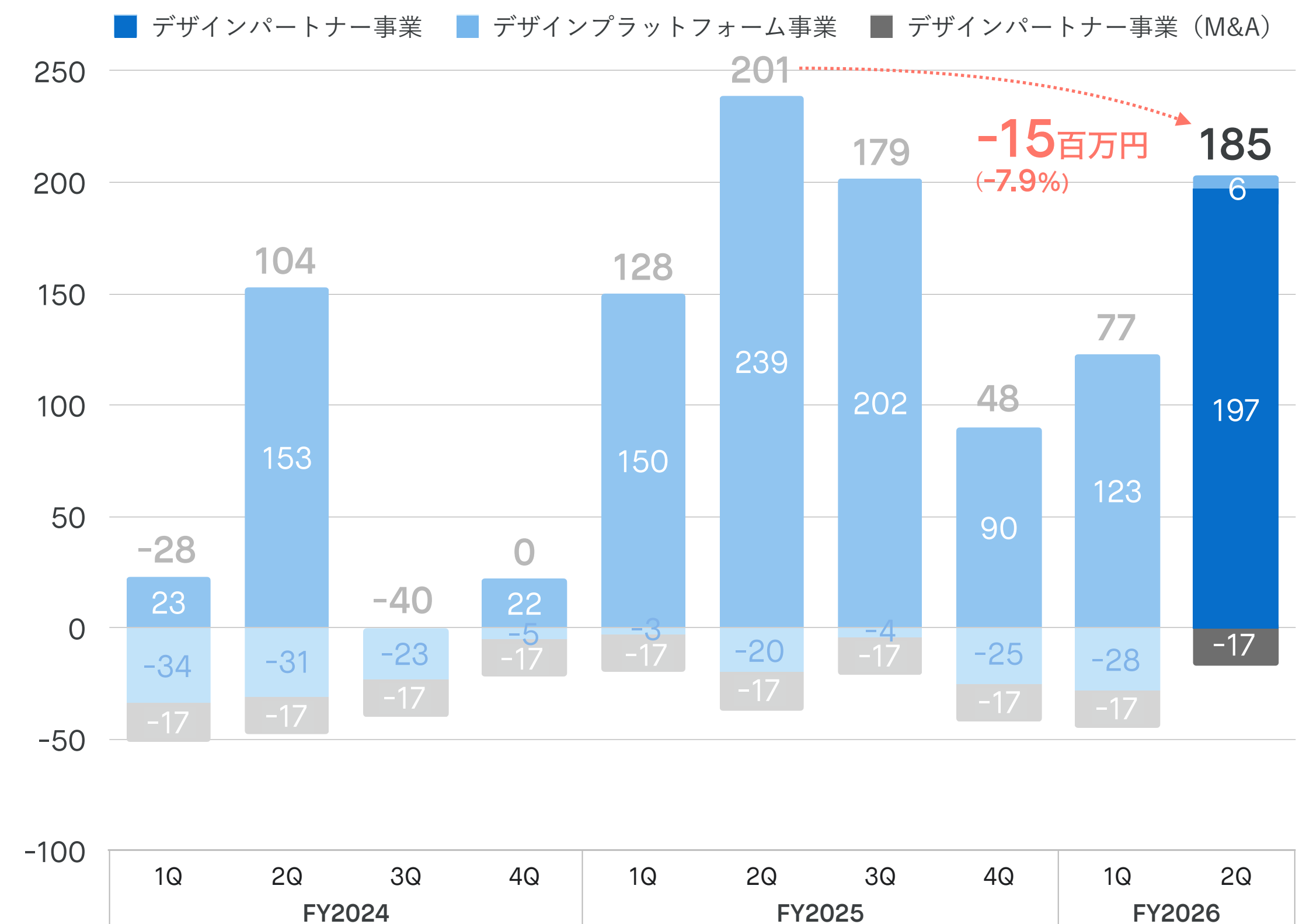
単位：百万円



※ 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。

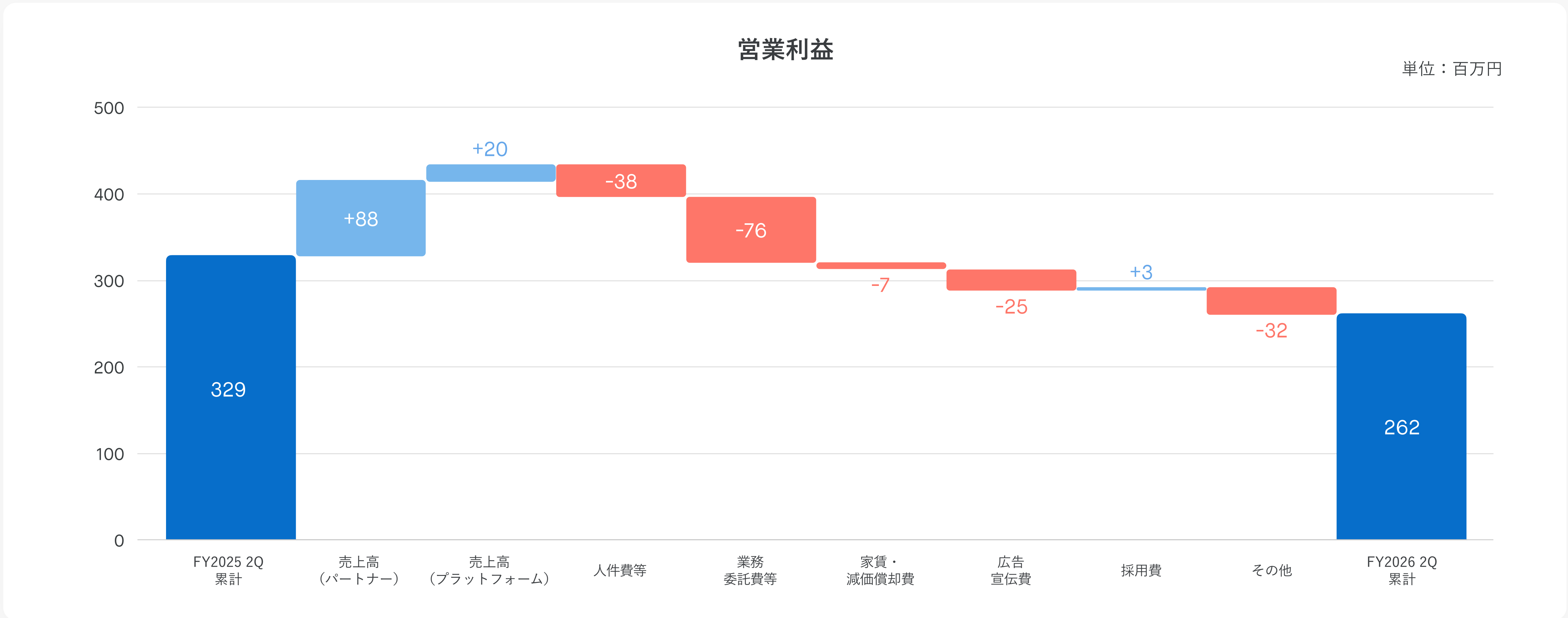
売上高は月額平均顧客単価と顧客社数がともに伸長し、前年同期比9.4%増加 投資に伴い費用が増加するも、期初計画通り進捗し通期業績予想は据え置き

連結損益計算書

単位：百万円

	FY2025 2Q	FY2026 2Q	YoY増減	FY2025 2Q 累計	FY2026 2Q 累計	YoY増減	通期業績予想	進捗率
売上高	1,254	1,372	+9.4%	2,468	2,578	+4.4%	5,600	46.0%
売上総利益	755	791	+4.8%	1,437	1,463	+1.8%	-	-
売上総利益率	60.2%	57.7%	-2.5pt	58.2%	56.8%	-1.5pt	-	-
販売費及び一般管理費	554	605	+9.3%	1,108	1,200	+8.4%	-	-
営業利益	201	185	-7.9%	329	262	-20.4%	560	46.9%
営業利益率	16.0%	13.5%	-2.5pt	13.4%	10.2%	-3.2pt	10.0%	-
経常利益	208	229	+9.9%	340	336	-1.1%	632	53.3%
当期純利益	142	155	+8.7%	231	216	-6.7%	409	52.9%

デザインパートナー事業の案件拡大とReDesignerの回復を背景に、売上高は伸長採用・認知拡大に係る業務委託費や人材、マーケティング投資により営業利益減少

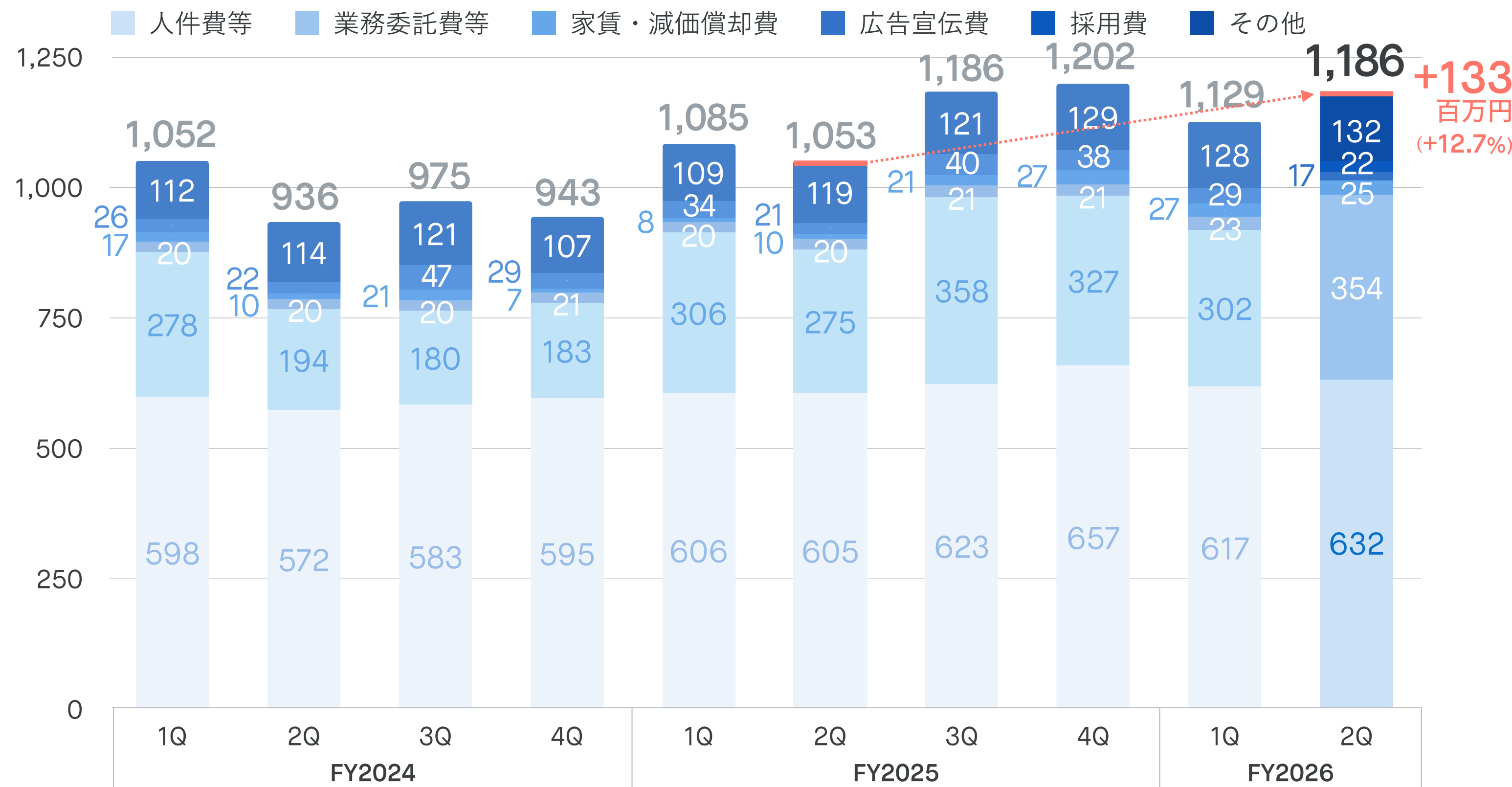


総費用は11.8億円となり、前年同期比12.7%増加

開発案件に伴う業務委託費に加え、成長投資としての人件費や広告宣伝費が増加

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。

広告宣伝費

リード獲得数や有効商談数の最大化を目的に、Web広告の強化やウェビナーを実施

人件費

積極的な採用活動により、デザイナー、営業人員及び新規事業の人員を拡充した結果、人件費が増加

業務委託費

開発案件の増加に伴う、開発パートナー及び社外デザイナー人材の積極的な活用、採用・認知拡大に向けた施策で費用が増加

売上高及び各段階利益は、計画に沿って進捗

現時点では期初業績予想通りの着地見込みであり、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

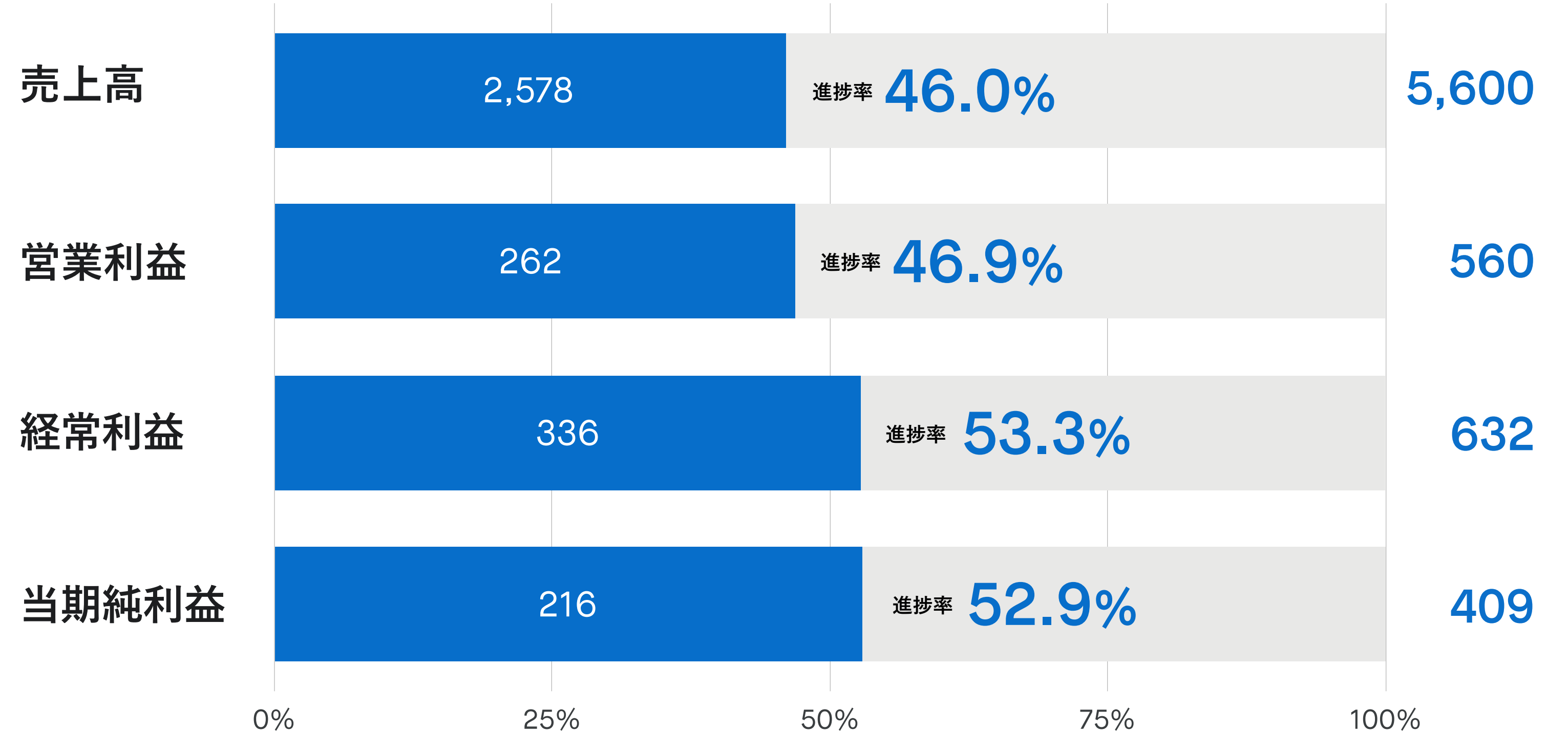
632 百万円 前年比 (+3.1%)

当期純利益

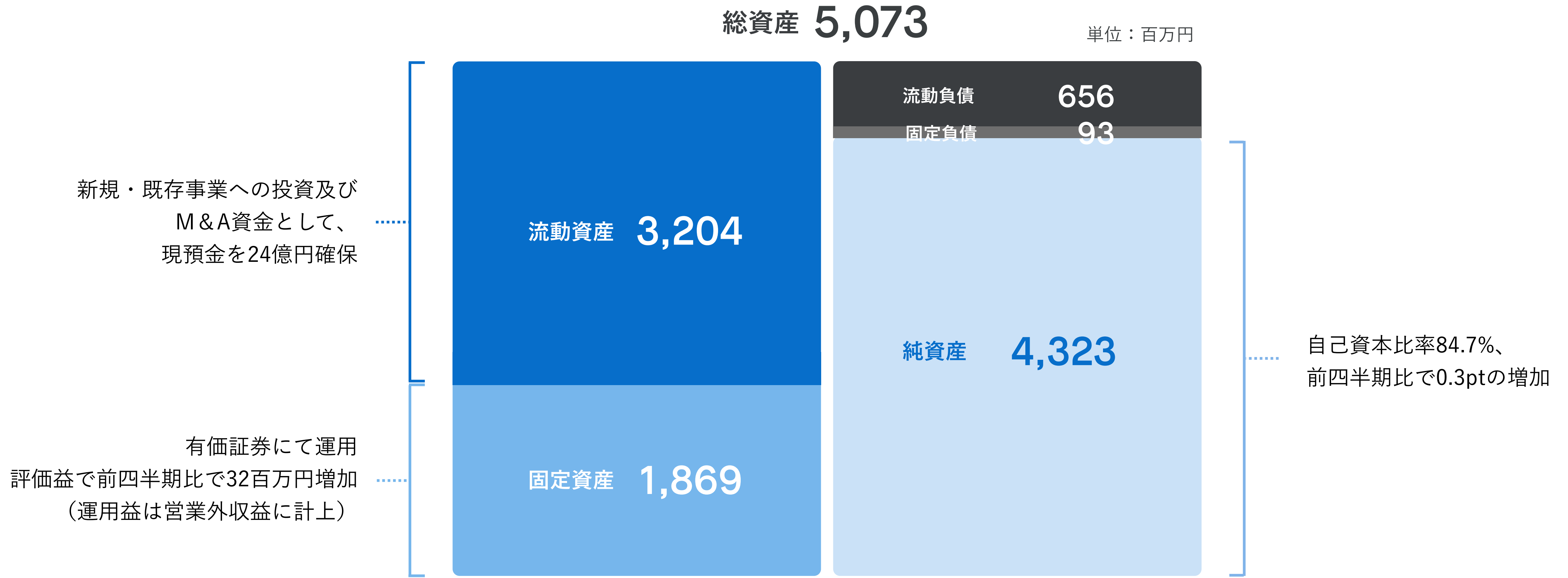
409 百万円 前年比 (+0.5%)

FY2026 2Q終了時点の進捗状況

単位：百万円



M&Aや事業投資に備え、現金及び現金同等物で手元資金を確保 自己資本比率は引き続き高い水準を維持

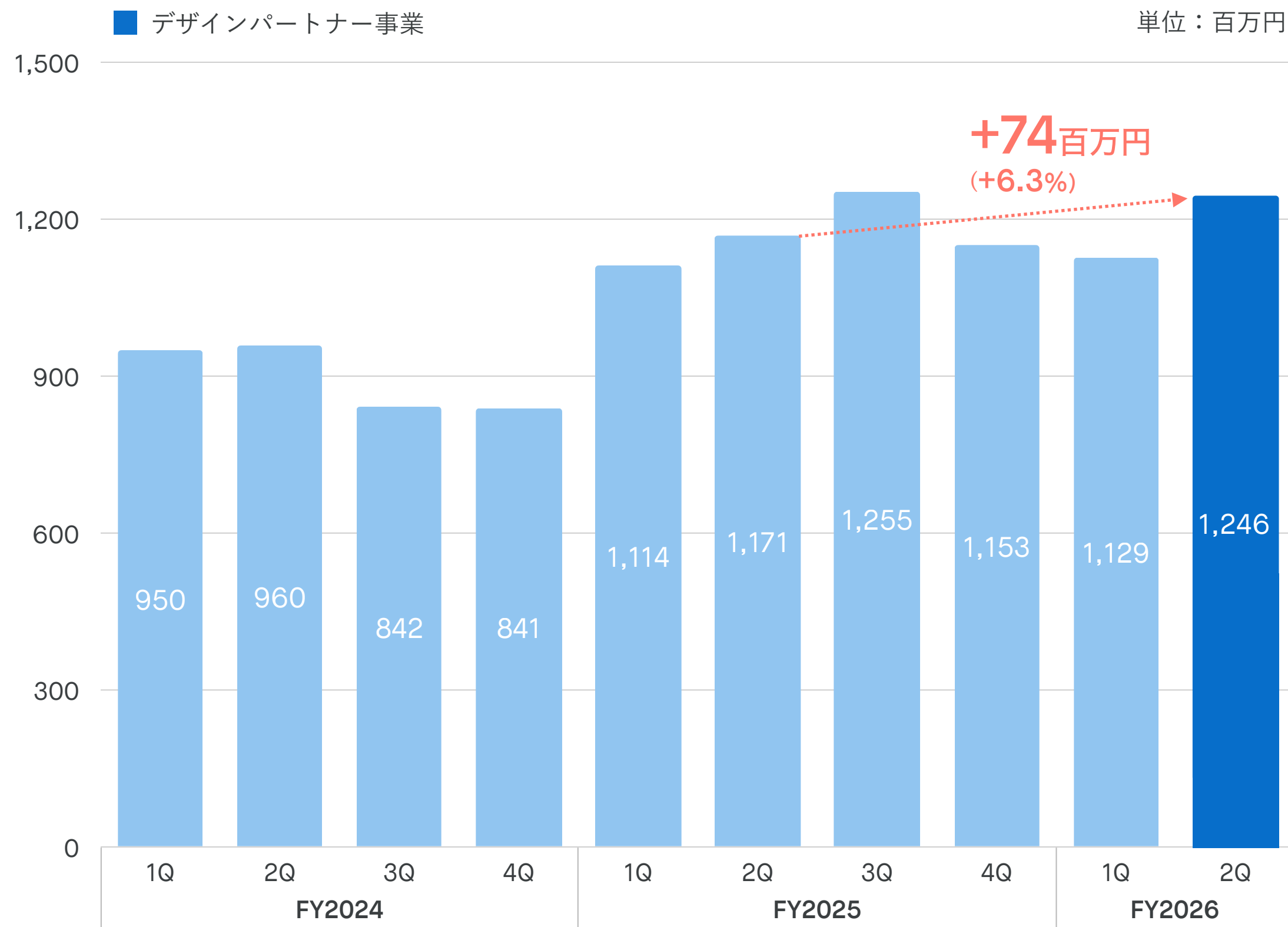


※株式会社Layermateは、2026年8月期 1Qより連結しております。

FY2026 2Q 各事業の状況

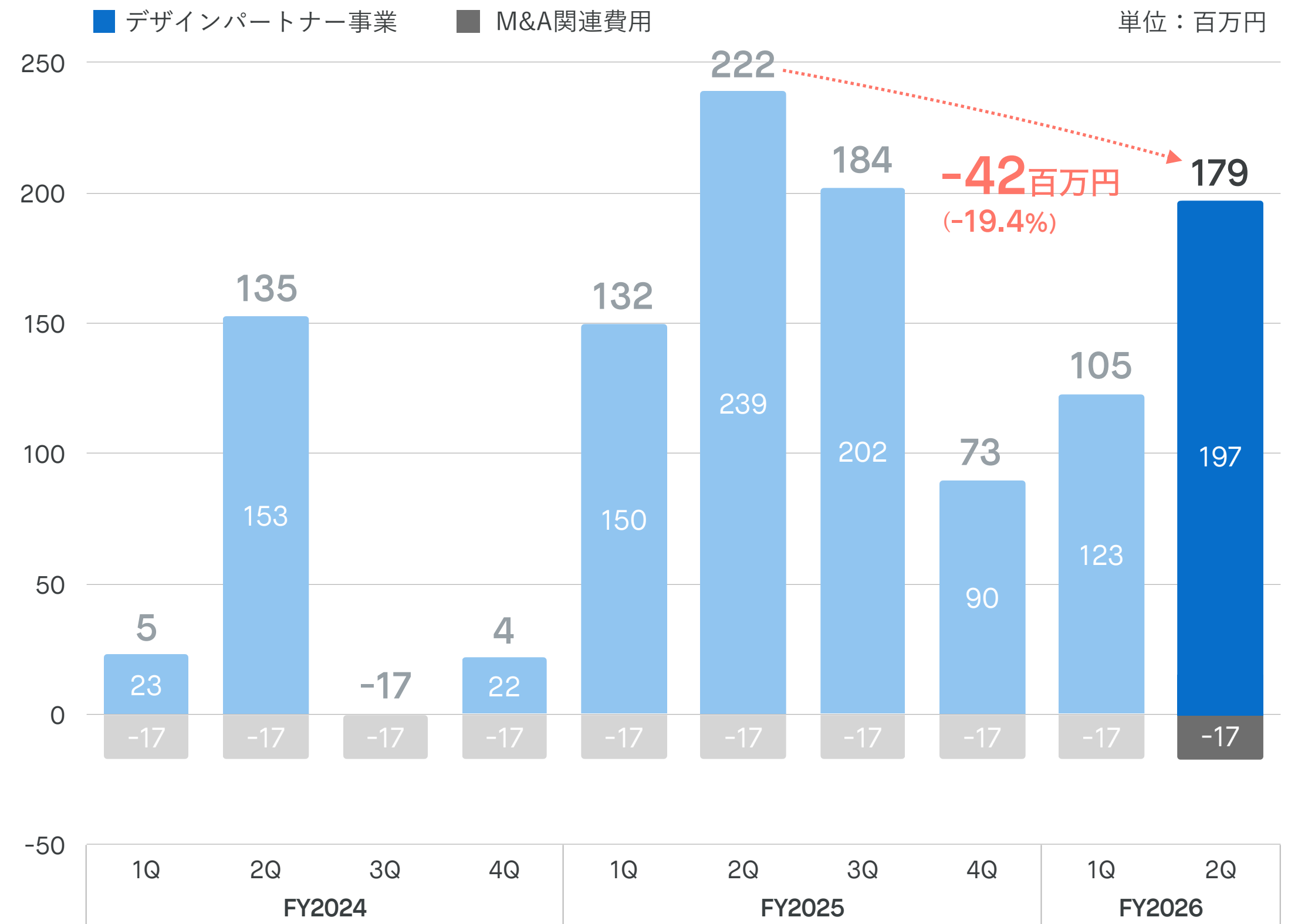
売上高はデザイナーの稼働率向上と既存顧客からの新規案件受注で伸長 営業利益は人件費やマーケティング施策等の成長投資の増加により減少

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

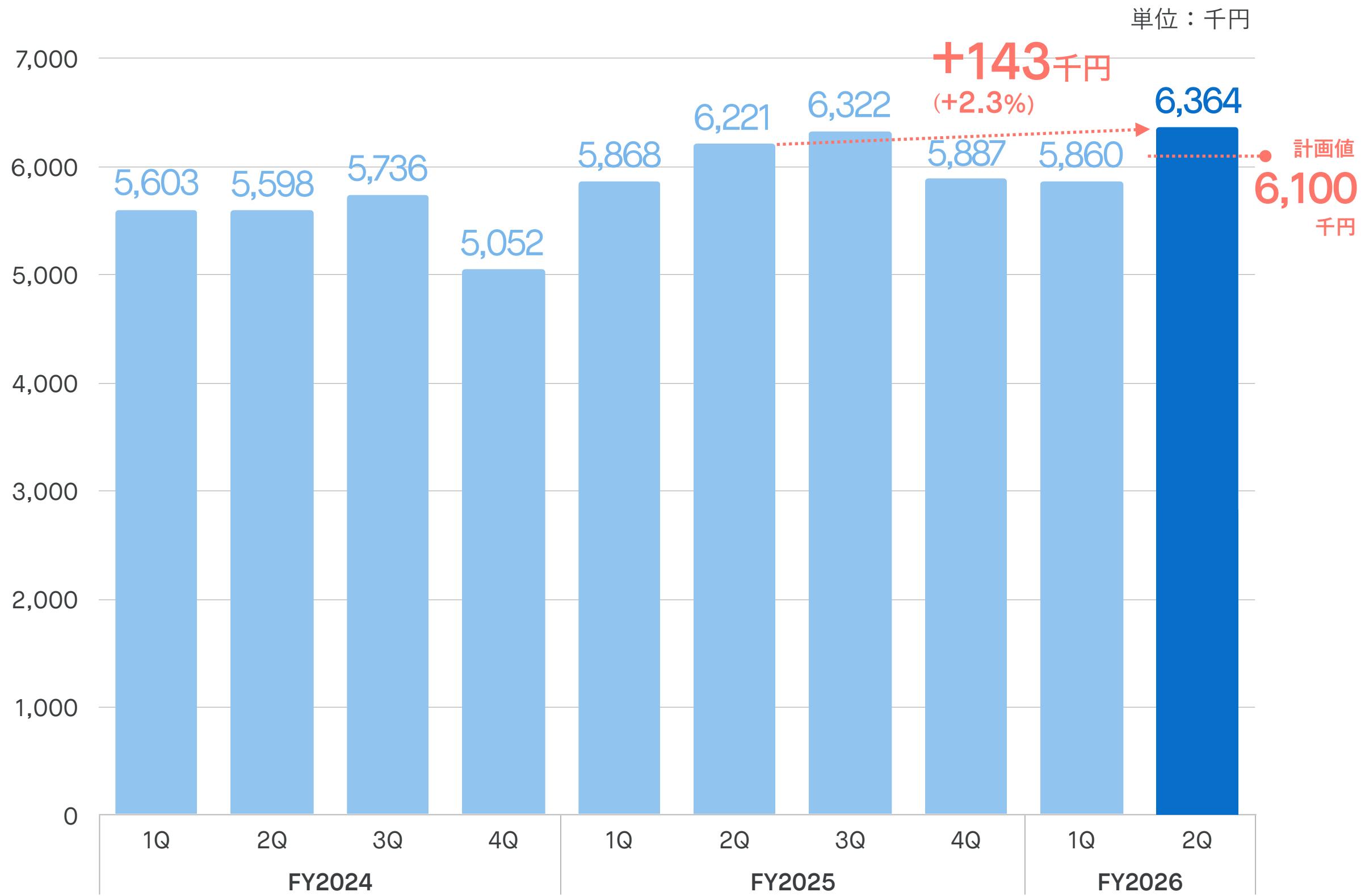


※ デザインパートナー事業の営業利益はM&A関連費用を除いております。
※ M&A関連費用として、のれん償却額等を計上しております。

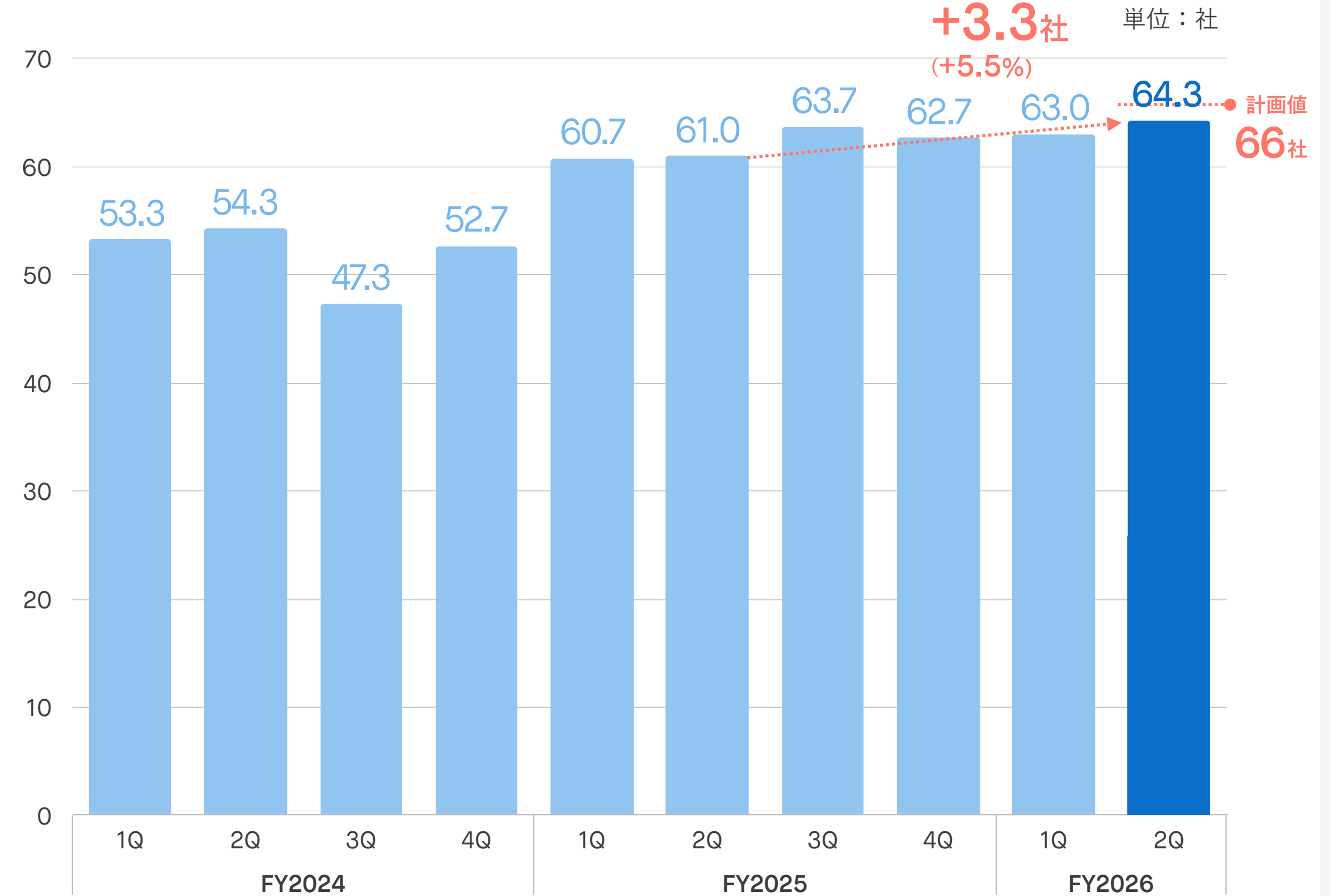
月額平均顧客単価はプロジェクトの大型化により前年同期比2.3%増加

顧客社数は営業体制の強化とマーケティング施策が奏功し、過去最高を更新

月額平均顧客単価



顧客社数

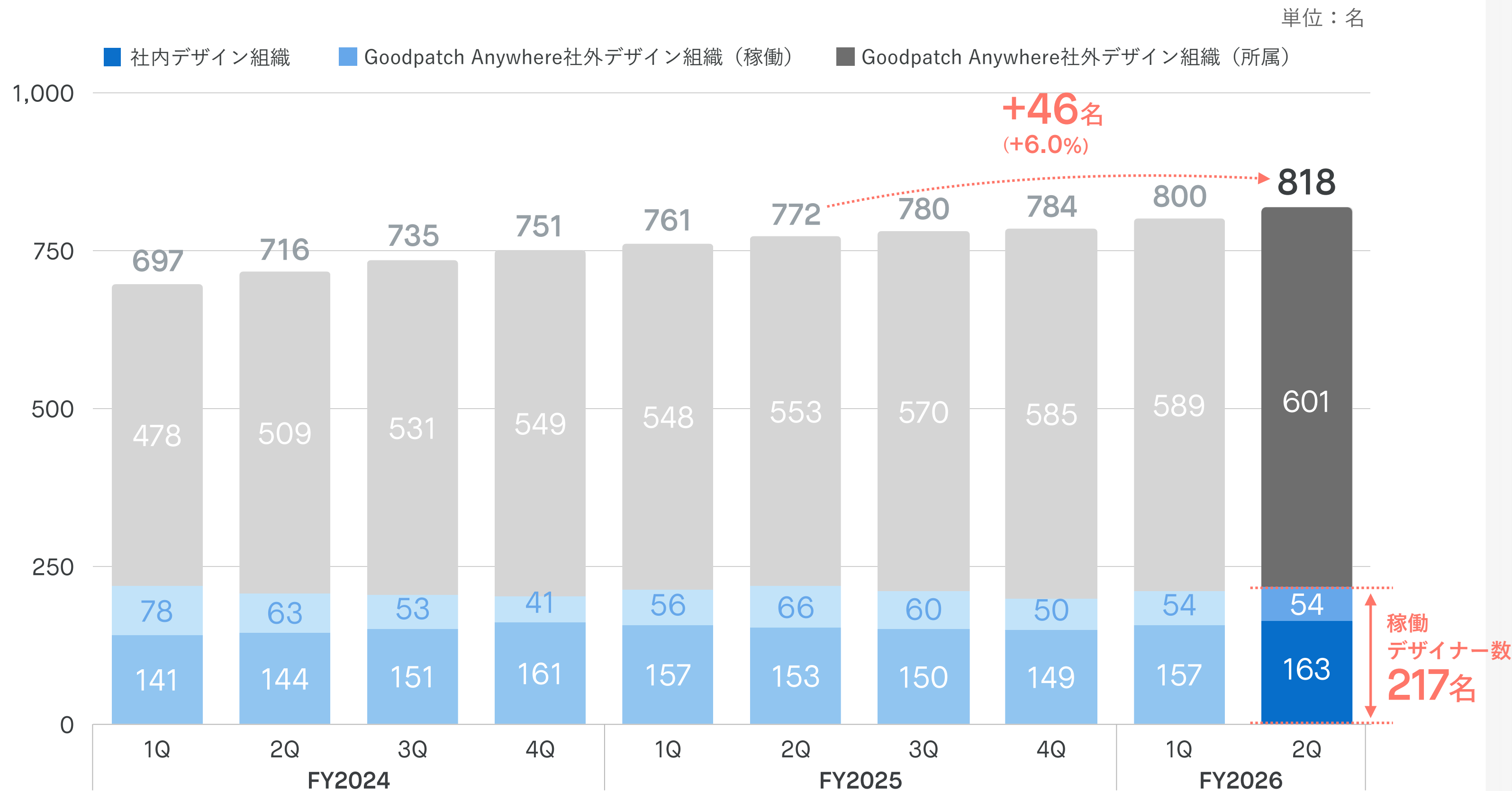


※ Goodpatch Anywhere、スタジオディテイルズを含む数値にて表示しております。

デザイン人材は818名と前年同期比で46名増加

稼働デザイナーは217名と稼働率向上によりデザインパートナー事業の売上は拡大

デザイン人員数の推移



稼働デザイナー数は217名

前四半期から6名増加し、売上は伸長

社内デザイン組織

社内デザイナーは積極的な採用により、前四半期から6名増加し高水準を維持。プロジェクトの継続・獲得がともに順調に進み、安定的な運営体制を構築している

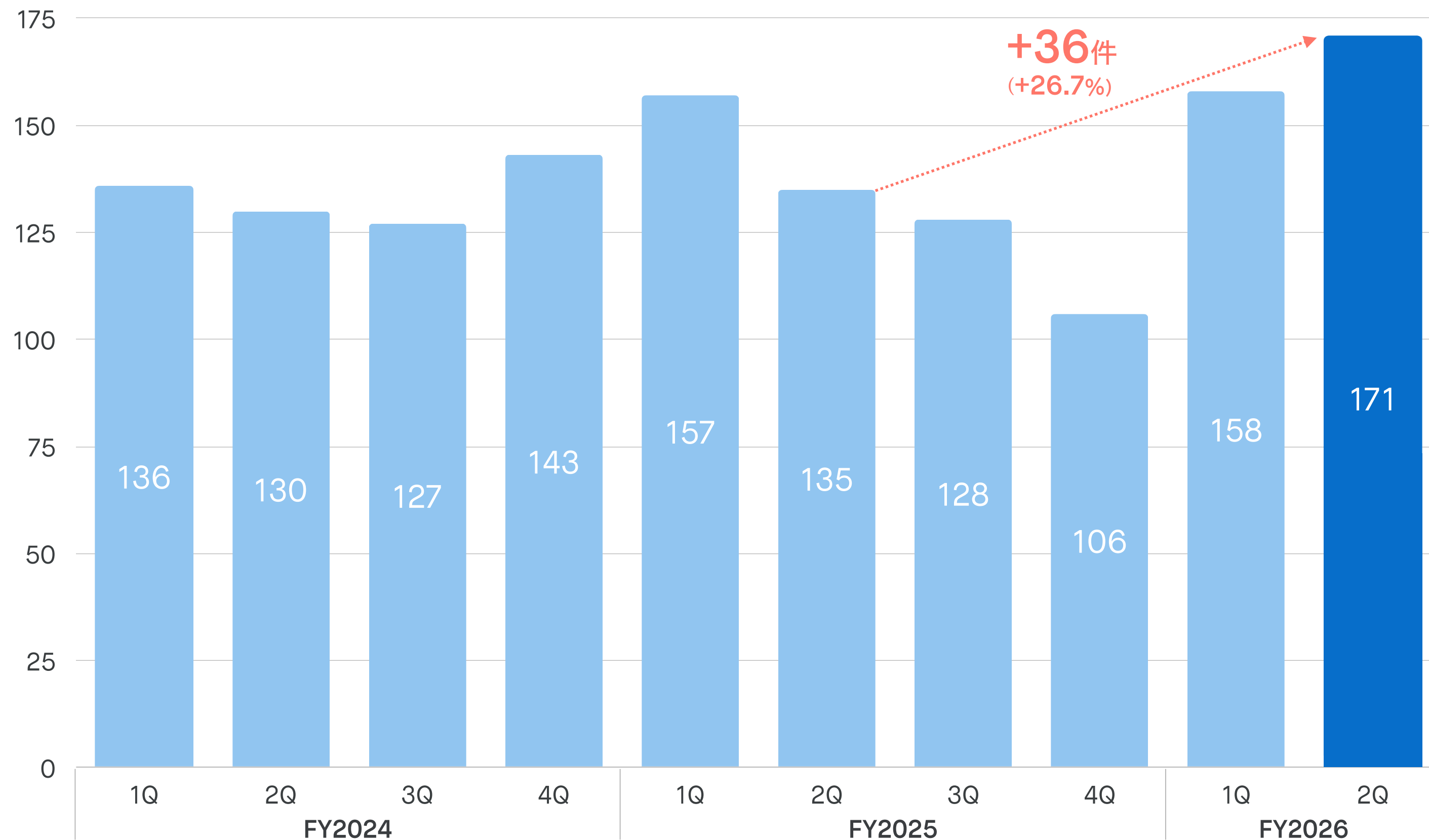
社外デザイン組織

社外デザイナーは前年同期比で36名増加。一方、社外稼働デザイナー数は前年同期比で12名減少したが、1人あたりの稼働時間は増加し、稼働率は改善

有効商談数は体制を再構築したFY2025 4Qより、右肩上がりで推移

有効商談数

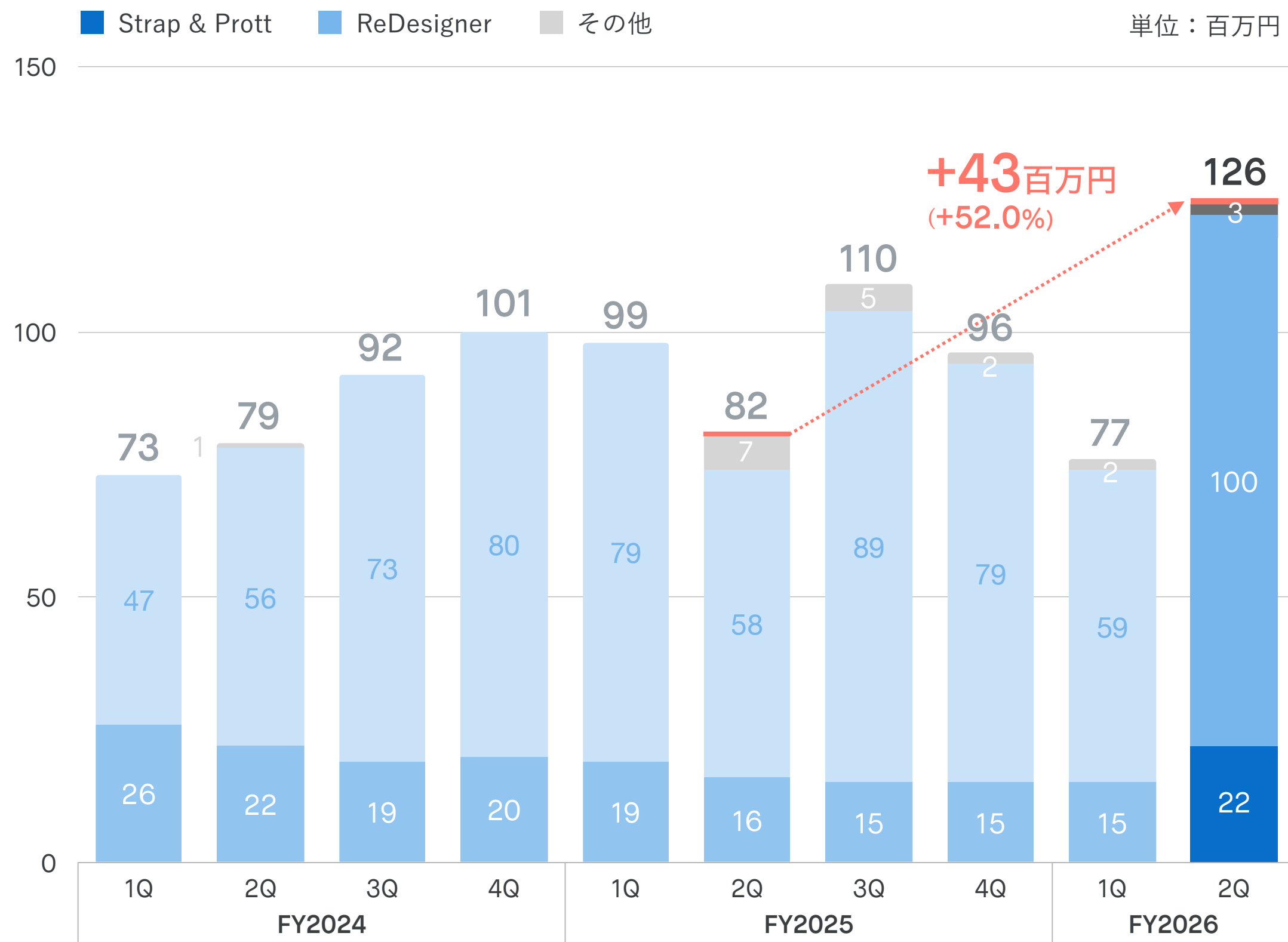
単位：件



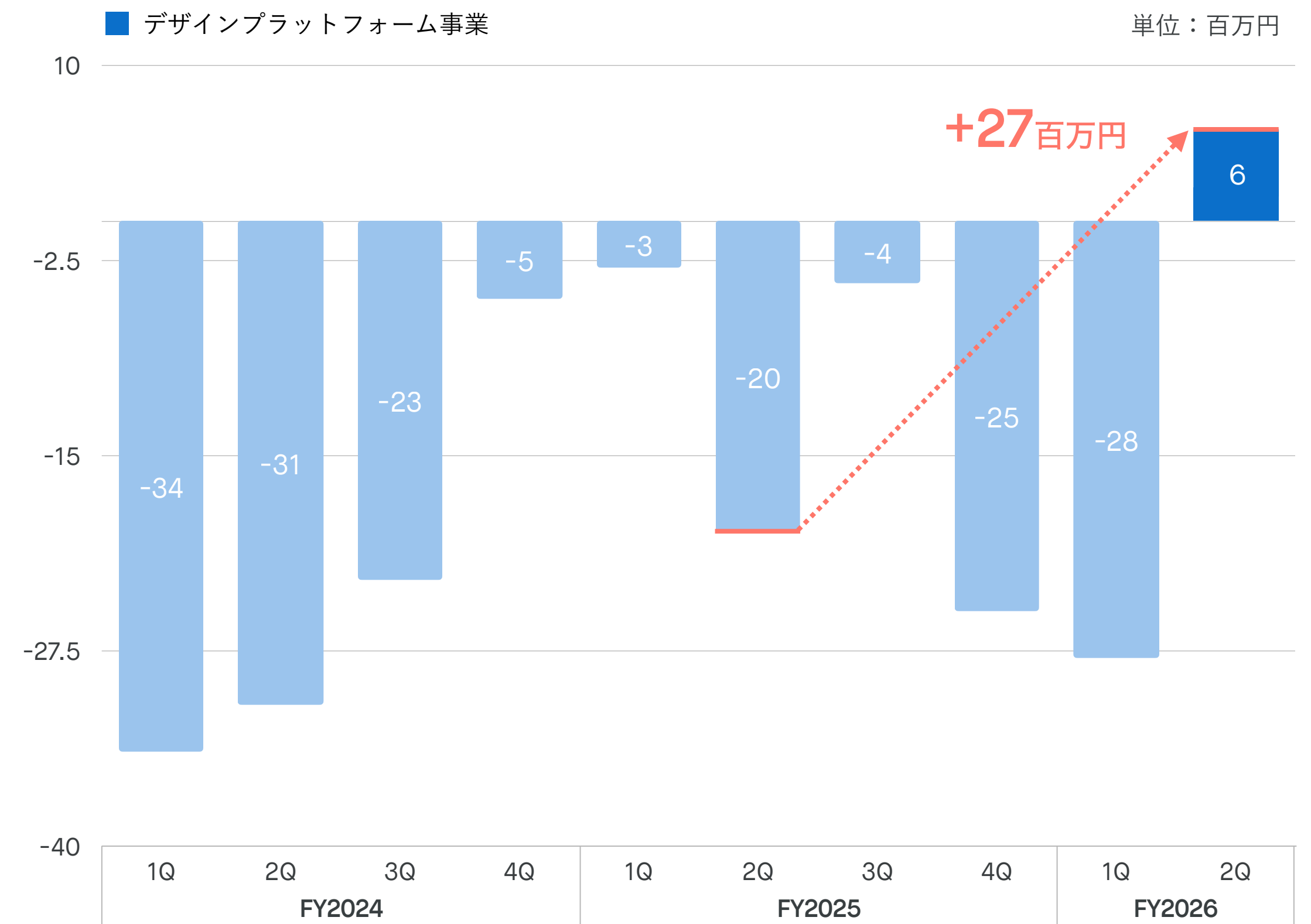
- 前期末からの営業体制の再構築により組織運営が安定化。
加えて、イベント出展やウェビナー、アライアンス等のマーケティング施策が奏功し、**有効商談数は順調に増加**
- 休眠顧客の掘り起こしやアライアンス企業との連携等、複合的なアプローチにより有効商談の創出を加速

ReDesignerの回復とStrapのAIソリューションの拡張により増収 営業利益は売上増加に伴い黒字へ転換

売上高



営業利益



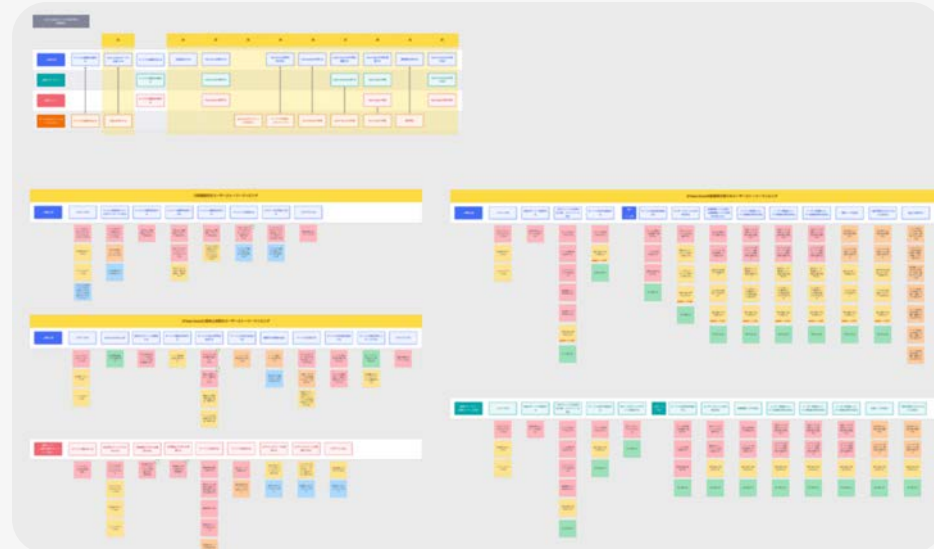
※「Prott」は2024年8月31日をもってサービス提供を終了いたしました。
 ※2026年8月期より「ピープルアンドデザイン」のセグメントを、デザインプラットフォーム事業からデザインパートナー事業へ変更しております。

FY2026 2Q TOPICS



組織成長を促すソリューション「TEAMUS」の開発からUI/UXデザインまでを一貫支援

課題

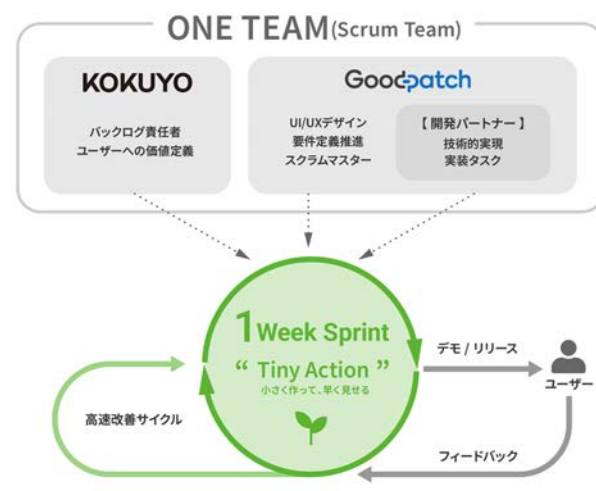


エンタープライズ品質の産品を、不確実性の高い環境下で迅速に立ち上げる必要があった

- 多くの企業に導入されるエンタープライズ向け産品として、初期リリースから高い品質と信頼性が求められていた
- 限られた期間とリソースでMVP（Minimum Viable Product）機能の高度な開発が必要だった
- 不確実な状況下でも共に最適解を考え、スピーディーに開発・改善を回せる体制構築が必要だった

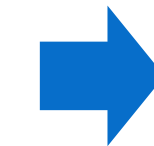
アプローチ

TEAMUSのスクラム体制図



ユーザー体験を起点にしたMVP開発と受発注を超えたスクラム体制による共創開発

- 「よいチームとは何か」を問いから定義し、サーベイ結果を"自分ごと化"させるUX設計で、体験品質を担保
- 工数と優先度を可視化することで厳密なスコープ管理を徹底し、限られたリソースの中でMVPの機能を厳選
- 3社によるスクラムチームを組成し、「Tiny Action（小さく作って早く見せる）」をバリューに高速で開発・改善を推進



期待を超える体験品質と計画通りのローンチを両立し、自走する開発体制を確立

- ユーザーがチームの特徴を自分ごとと捉え行動につなげる体験を実現し、高い満足度を獲得
- 困難な開発要件を乗り越え、当初の事業計画通り2025年4月に正式にリリース
- デザインとエンジニアリングがシームレスに連携し、自律的に改善を繰り返す開発体制を構築

※詳細は以下にて掲載しております。
<https://goodpatch.com/work/kokuyo>



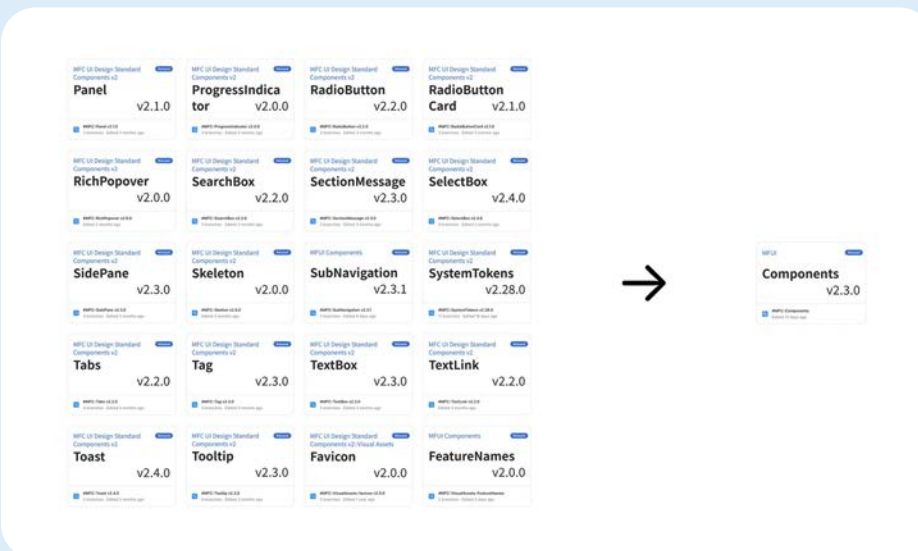
プロダクトのUI標準化を支えるデザインシステム「MFUI」の浸透・運用支援

課題

サービス拡大に伴いプロダクト間のUIにバラつきが生じ、デザインの標準化が求められていた

- 40以上のBtoBプロダクトが独自に開発され・成長する中で、UIの一貫性が失われユーザー体験に差が生まれていた
- デザインシステム「MFUI (Money Forward UI)」を構築し標準化に着手していたものの、全社への浸透や運用の定着に課題を抱えていた
- 事業のさらなる拡大を見据え、MFUIをスケーラブルに機能させる仕組みと判断軸の確立が求められていた

アプローチ



MFUIのビジョン再定義と、ライブラリ・ドキュメントの構造改革

- MFUIが目指す姿をビジョンとして明文化し、「利用→運用→浸透」のグロースサイクルを定義
- MFUIの浸透度調査を通じてプロダクト間のUIのバラつきの実態を可視化し、優先すべき改善施策を特定
- 現場が標準に最短でたどり着けるよう、Figmaライブラリの統合とドキュメントのNotion移行による情報設計の刷新を実行



「感覚値の運用」からの脱却と、データと仕組みで成長するインフラの実装

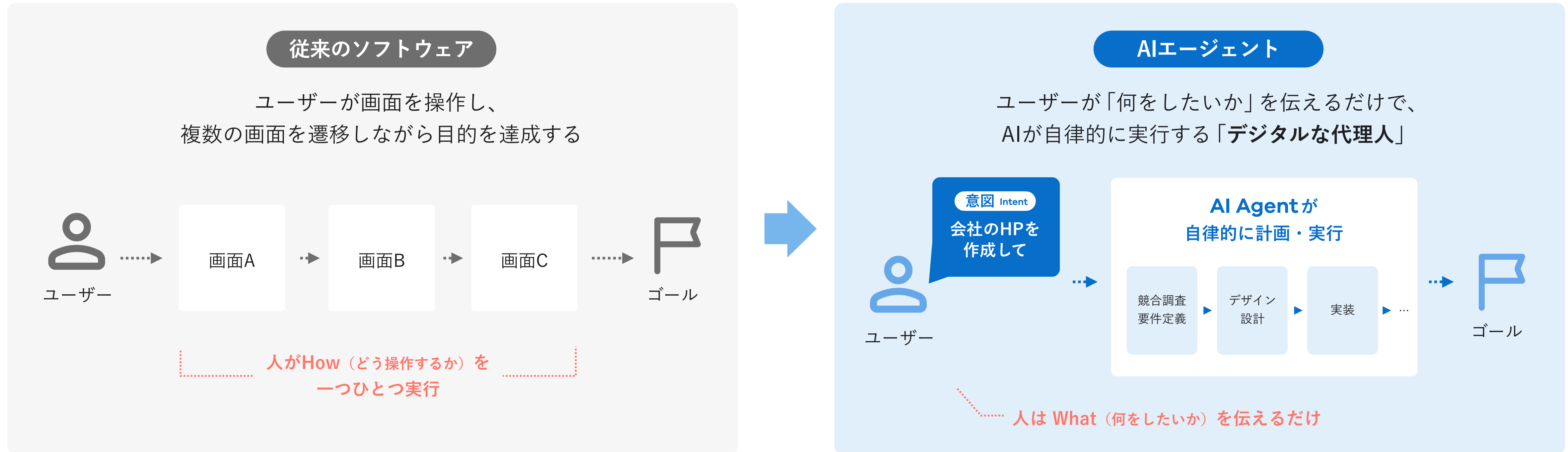
- MFUIがプロダクト横断で実用的に機能するデザイン基盤へと進化
- グロースサイクルの定着により、チームが自律的に改善を回せる状態を実現
- 「作って終わり」ではなく「育て続ける」という運用思想が定着し、デザインシステムの持続的な成長基盤を確立

※詳細は以下にて掲載しております。
<https://goodpatch.com/blog/2026-02-mfui>

FY2026 2Q TOPICS

Agentic UX領域支援

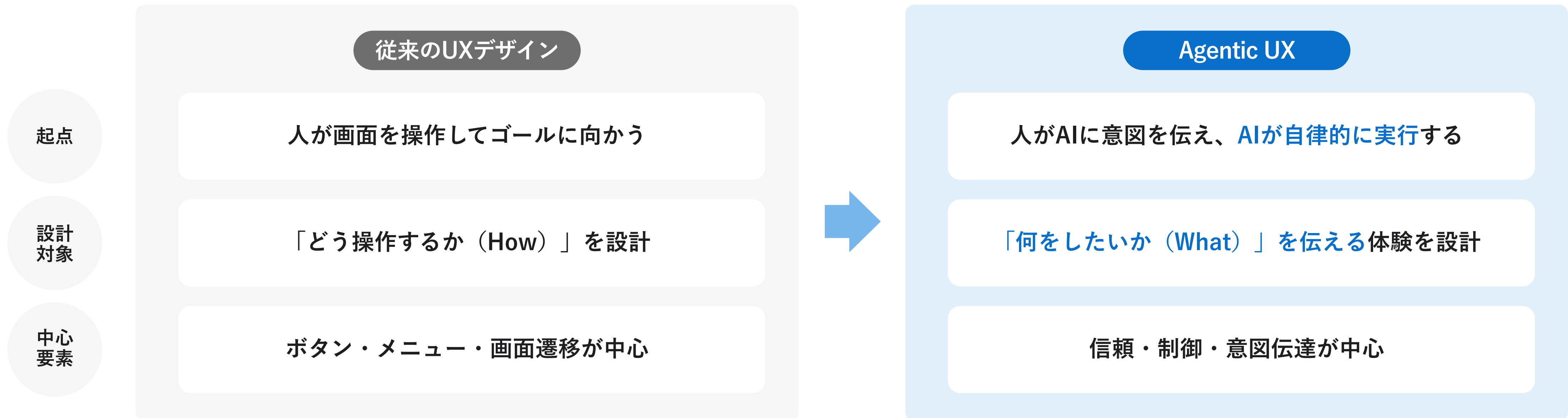
AIエージェントとは、何をしたいかを伝えるだけで目的を達成するAI



従来のソフトウェアはユーザーが画面を操作して目的を達成するが、AIエージェントはユーザーが「何をしたいか」という意図を伝えれば、AIが自律的に計画を立てツールを使い、複数のステップを実行して目的を達成する。

AIエージェント時代の新たなUX領域「Agentic UX」

デザインの重心がUXからAgentic UXへ移行



従来のUI/UXデザインは「人が操作する画面」を設計してきたが、Agentic UXでは、設計の対象が変わる。

Agentic UXは、AIエージェントの「**振る舞い**」と「**環境**」を設計し、ユーザーの意図をAIが正しく受け取りゴール達成をスムーズにする新しい体験設計の領域

AIエージェント導入の失敗は「技術」ではなく「体験」の問題

AIの現状

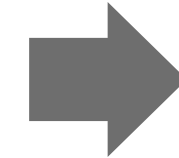
市場は急速に拡大

- 企業の約8割がAIエージェント導入済み^{※1}
- アプリ組込率は5%→40%へ急伸^{※2}



導入現場は深刻な課題

- パイロットの95%が失敗^{※3}
- プロジェクトの40%超が中止見込み^{※4}
- 本番運用に到達した割合はわずか11%^{※5}



問題の本質は「体験の壁」

AI技術は急速に進化しているが、多くの導入プロジェクトが頓挫する原因は**技術的な限界ではない**

1 使われない 何ができるか不明

2 信じきれない 判断根拠が不透明

3 手作業に戻る 制御感がなく不安

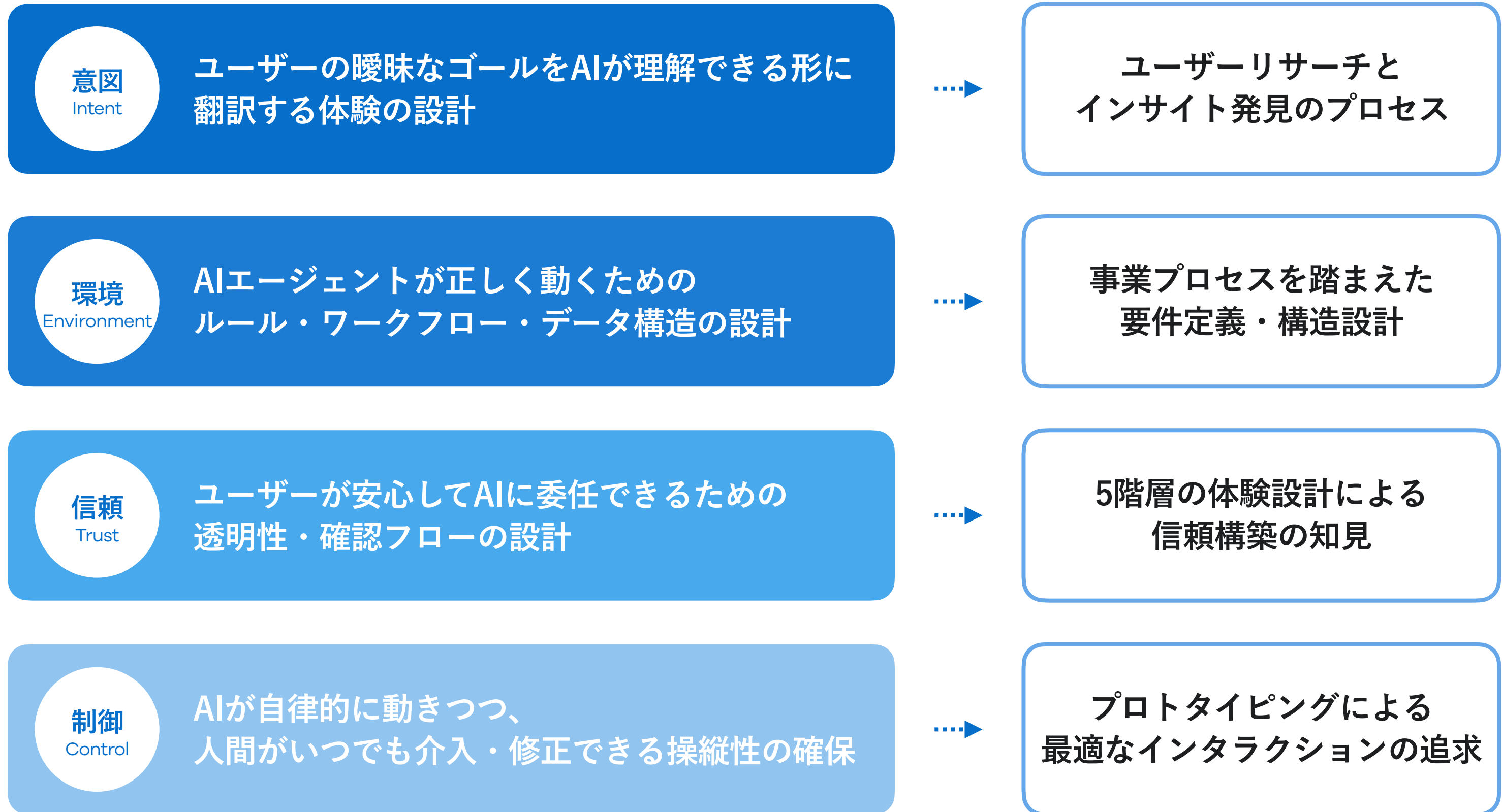
これはまさに「**体験設計**」の課題 = グッドパッチが**15年間**解き続けてきた領域

※1 : PwC 2025 U.S. AI Leadership Survey、※2 : Gartner (2025.8)、※3 : MIT NANDA "The GenAI Divide" (2025)、※4 : Gartner (2025.6)、※5 : PwC / IDC (2025)

15年間の体験設計の実績・実践知が、AIエージェント時代の中核課題に直結する

Agentic UXの設計観点※

グッドパッチの強み

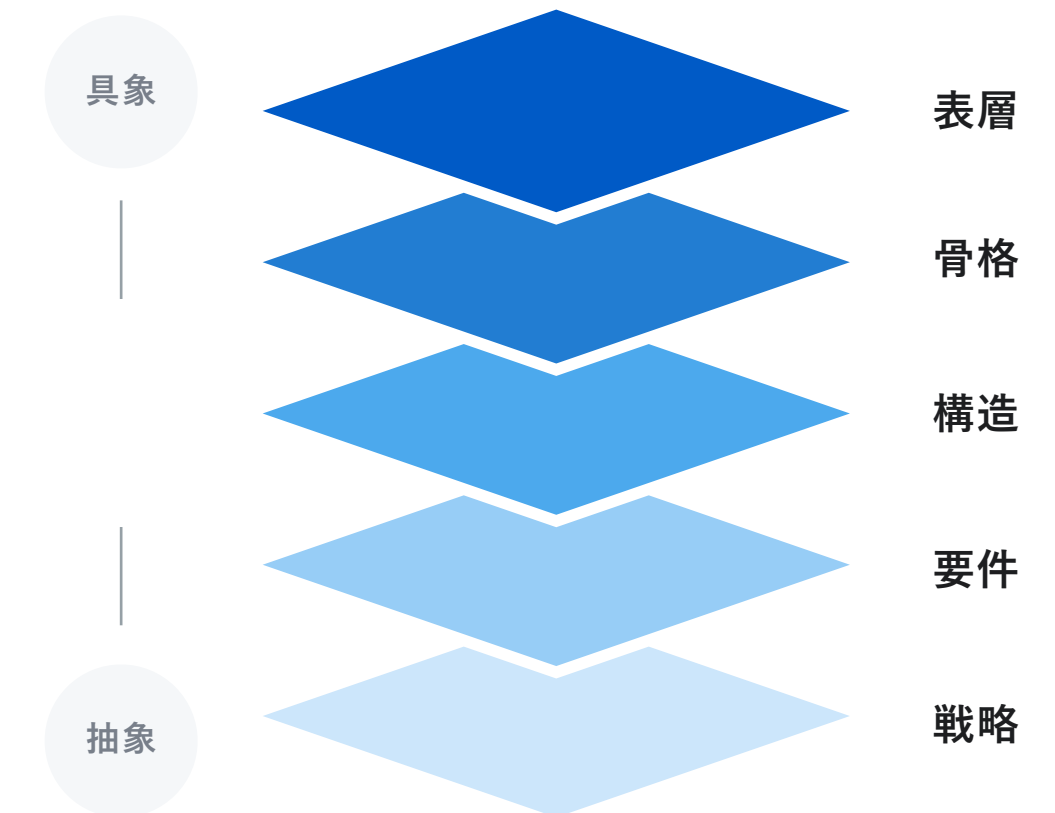


※ 4観点は「Agentic UX is the new black」(Alex Slakas) を基にした、Goodpatchによる再解釈

当社が培ってきた「体験設計」とは

単に画面の見た目を整えるデザインではなくユーザーがサービスを通じて感じる体験を、
 戦略→要件→構造→骨格→表層の5階層で設計。

ユーザーの課題や行動を深くリサーチし、
 プロトタイピングを繰り返しながら事業戦略からUI設計まで
 一気通貫で支援してきた。



※「The Elements of User Experience」を基にした、Goodpatchによる再解釈

デザイン×AIの実践知を武器に、クライアントのプロダクトや業務システムをエージェンティックに変革する領域へ支援を拡張

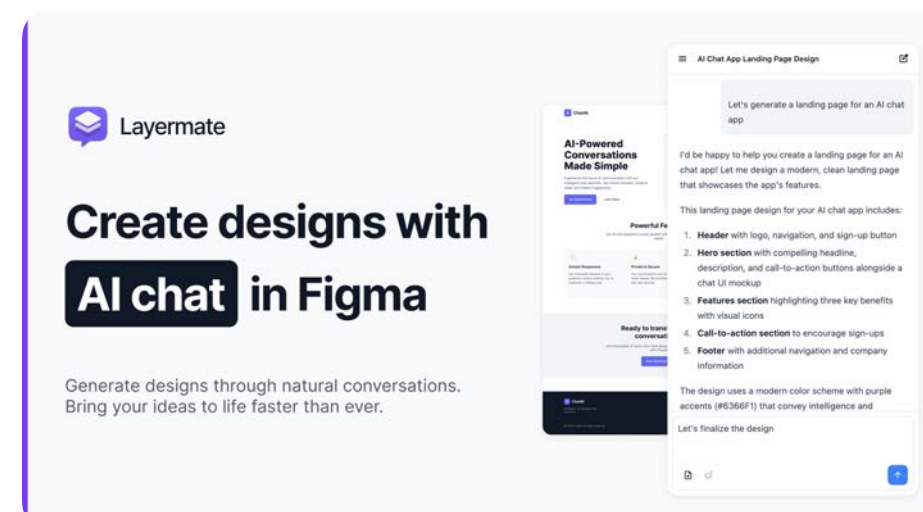
1 AI専門組織の設立

Gp-AX Studio (Goodpatch AI Experience Studio) を設立し、「デザイン×AI」領域の事業基盤を強化



2 自社プロダクトでの実践

AIデザインツール「Layermate」をM&Aにより子会社化。自社でもAgentic UXを実践し、プロダクト開発を推進



3 社内での体感と実践知の蓄積

全社員にAIエージェント (Claude Code) を活用したアプリケーションの構築からサーバーデプロイまでを義務化。エンドユーザーが感じる不安や摩擦を組織全体で体感し、クライアント支援に活かす

2026年3月 (1ヵ月間) の取り組み

アプリ構築

217件



参加者

185名



ナレッジ記事

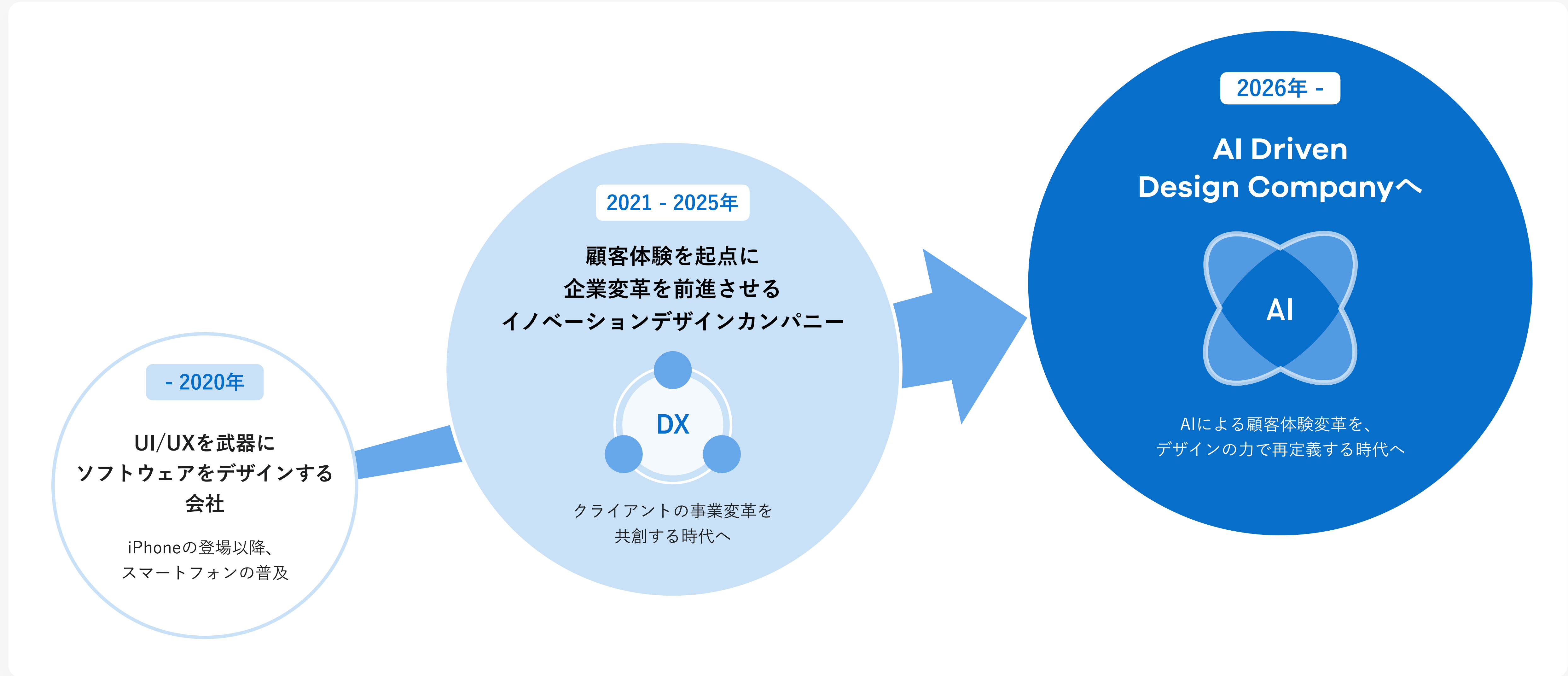
295件



技術だけでは「使われるプロダクト」にはならない。 **AIの価値を届けるのは、技術ではなくデザインのカ**

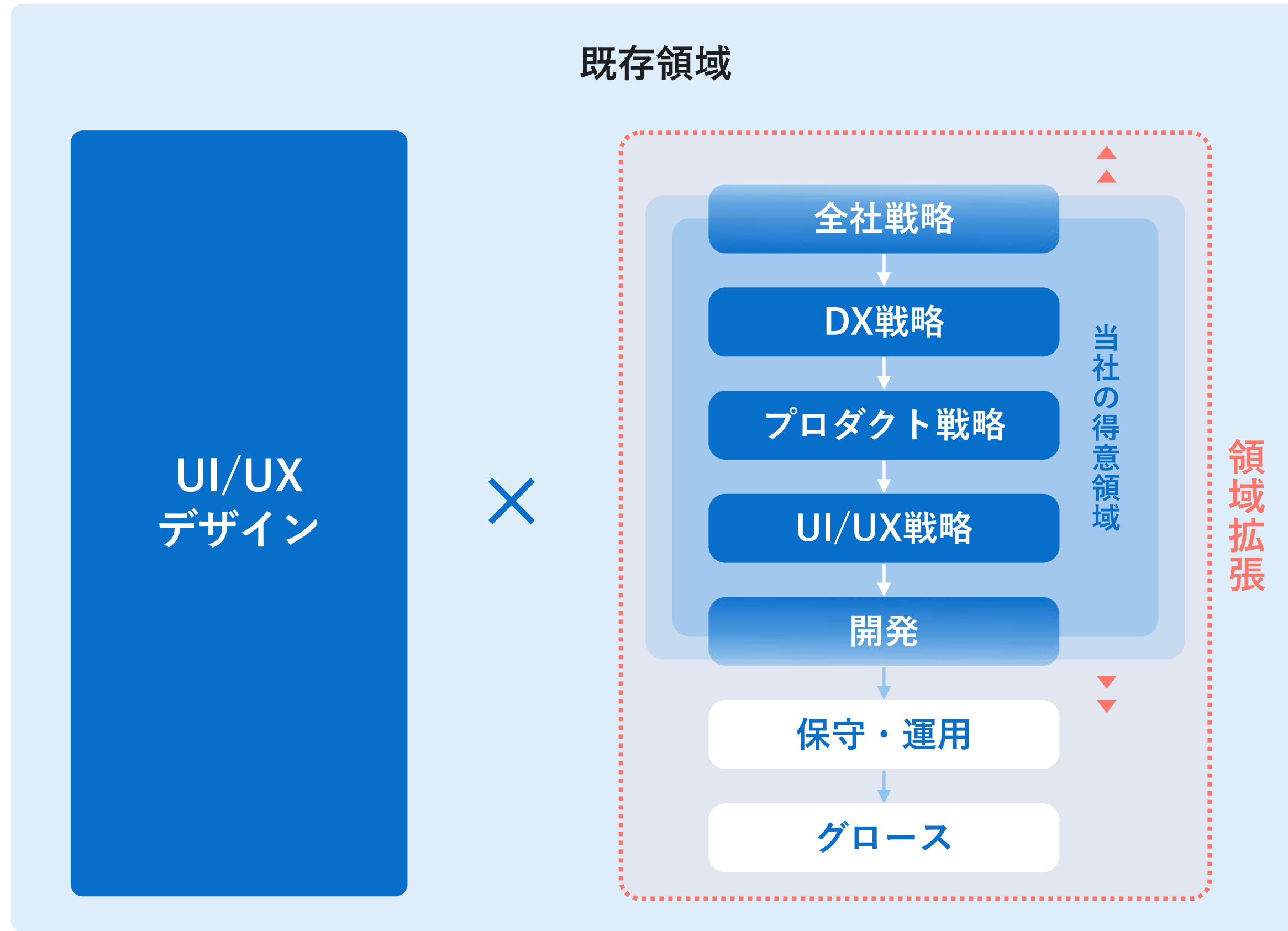
FY2026 成長戦略

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

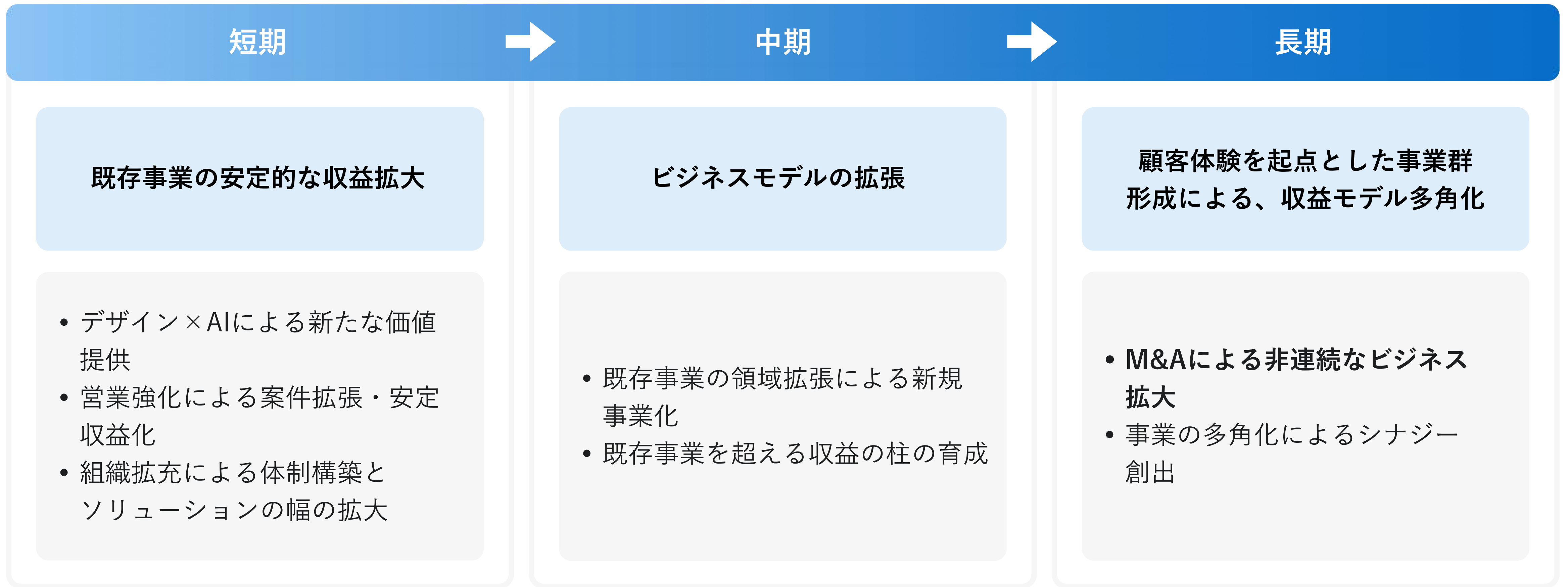
AIによる顧客体験の変化に適応し、企業変革に導くために、人材や組織風土・プロセスの同時変革が不可欠。企業変革に向けデザイン支援を拡張していく

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

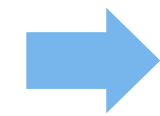
営業強化に引き続き投資、新規案件獲得と既存プロジェクトの拡張を推進する

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

FY2025末

21名



FY2026末

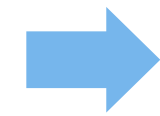
25名

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

デザインパートナー事業 広告費

FY2025 年額

54百万円



FY2026 年額

93百万円

FY2026
有効商談数目標

579件

前年比

(+53件 +10.1%)

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）

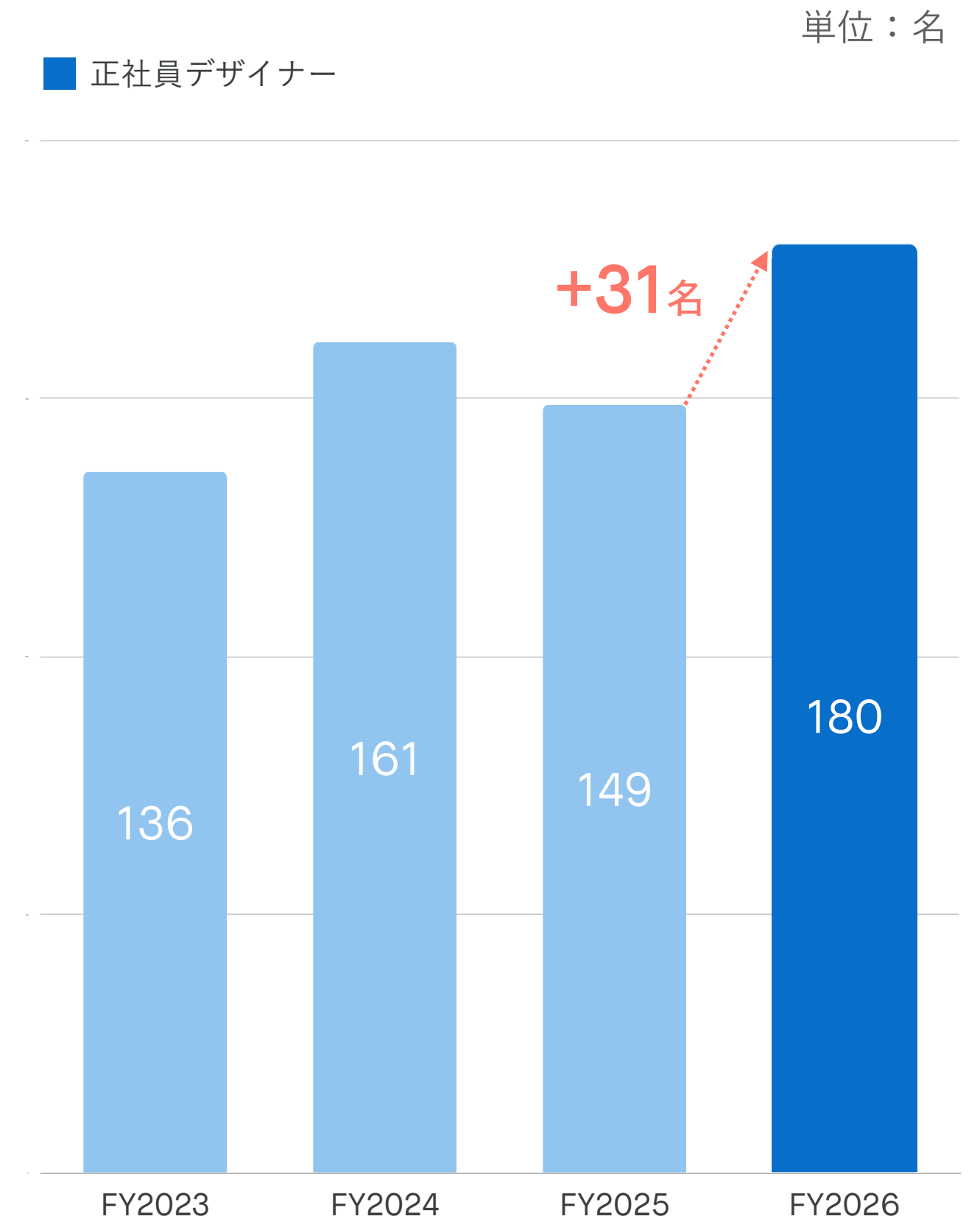
組織規模を拡大させ、開発等の大型案件の受注が可能な体制を強化

- 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といった職種を採用を進め、開発案件への対応をより強化

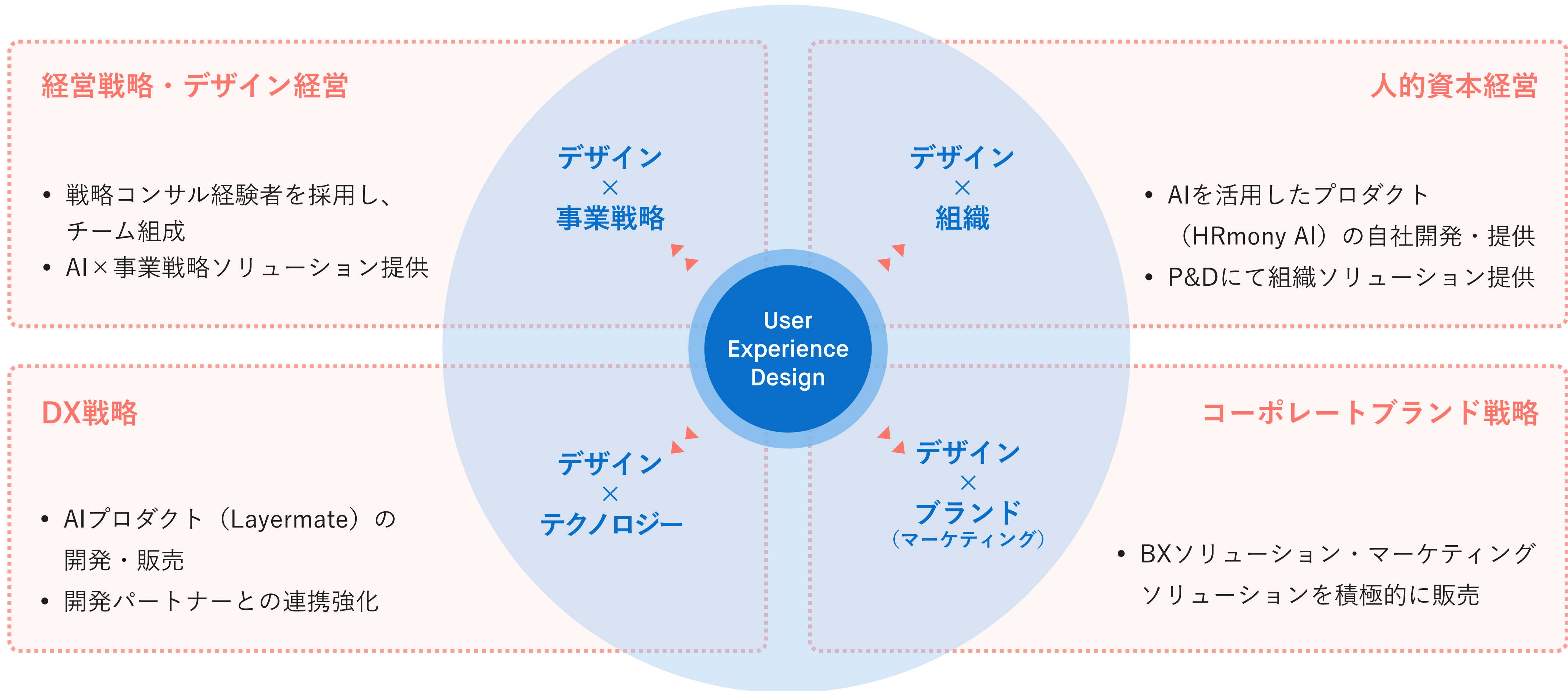
社外デザイン組織（Anywhere）

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

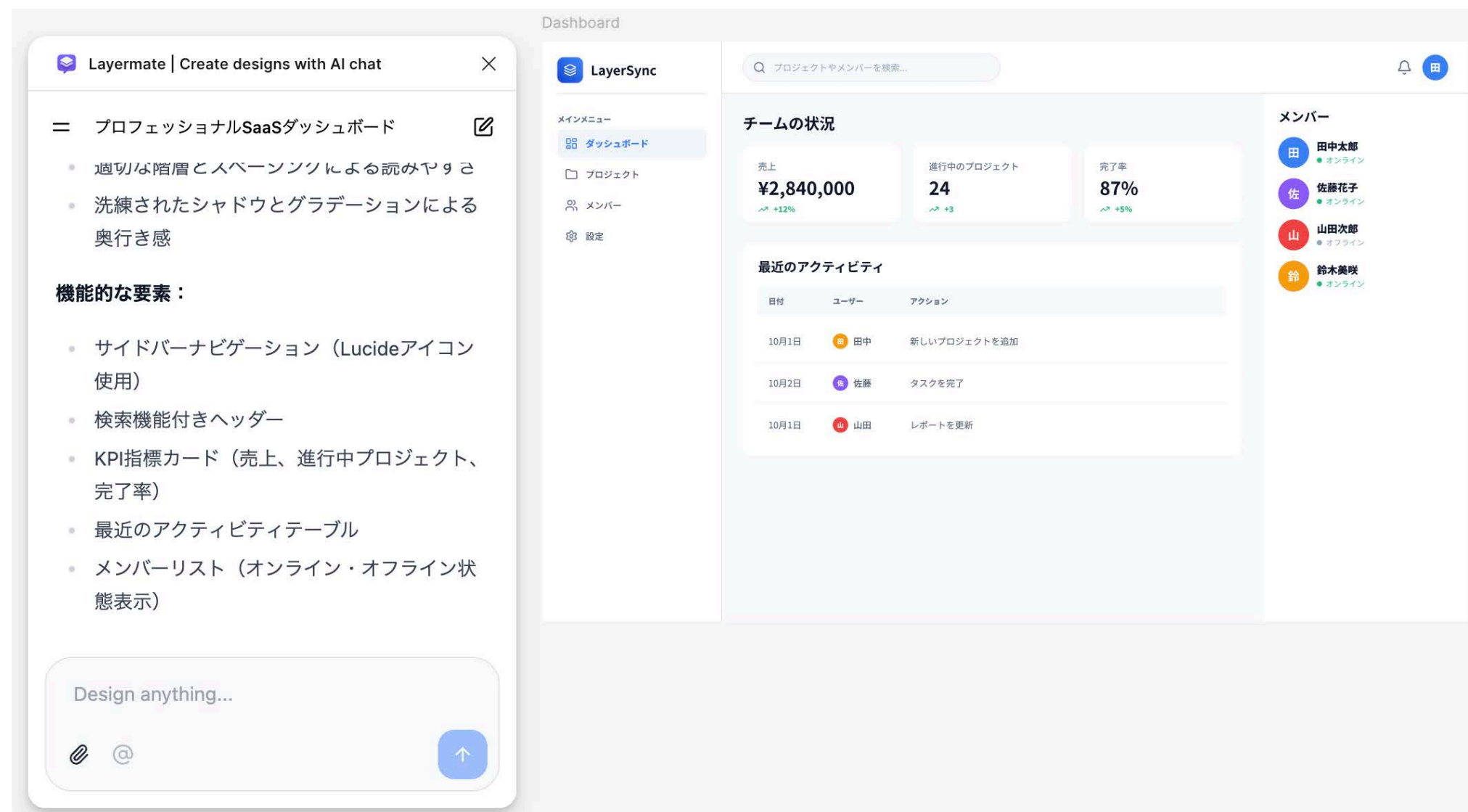


4 領域を拡張し、生成AI活用したAIプロダクト等、新たな価値創造を行っていく



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

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



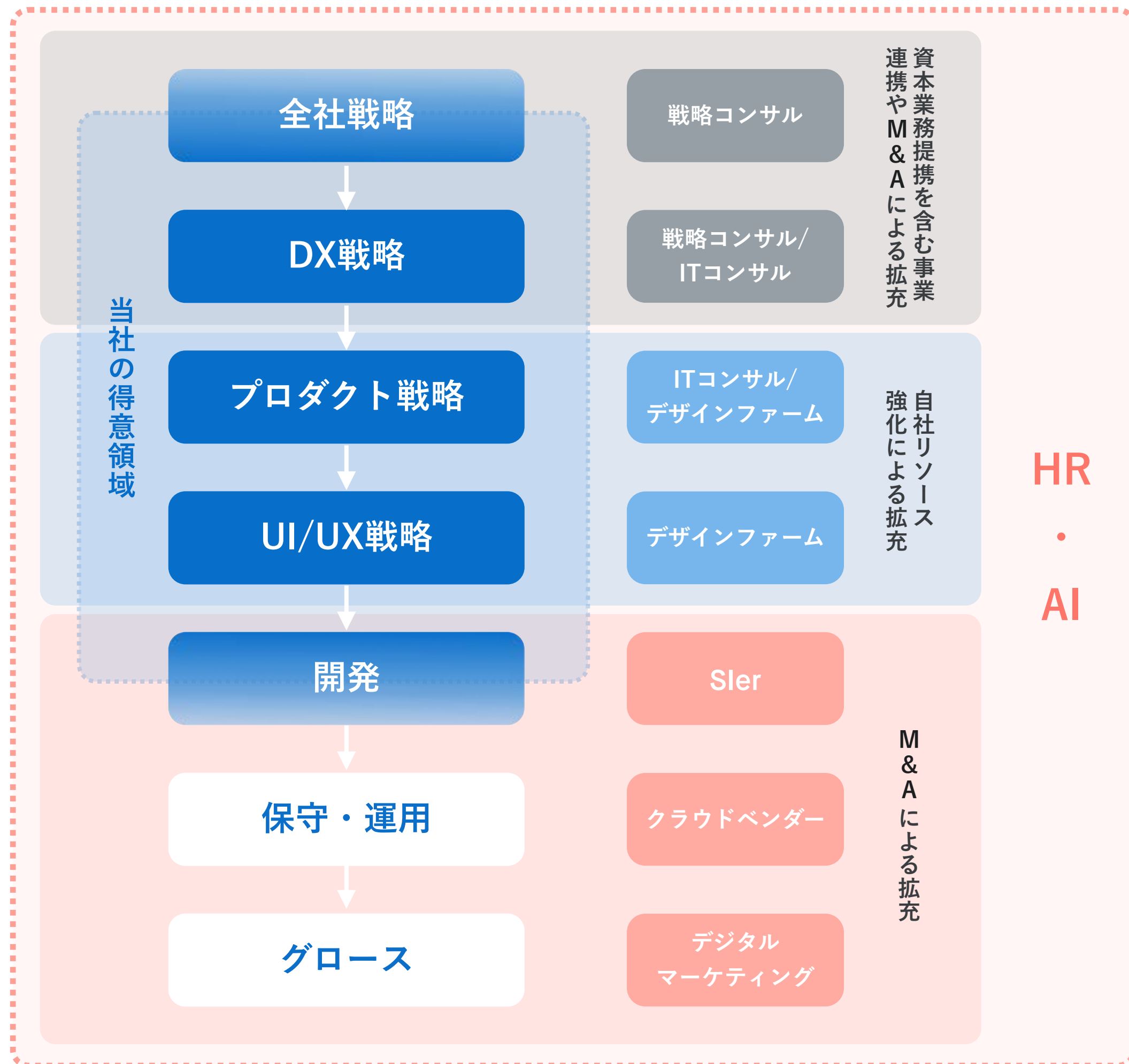
グッドパッチ Product Div.
事業責任者
大竹 智史



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

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

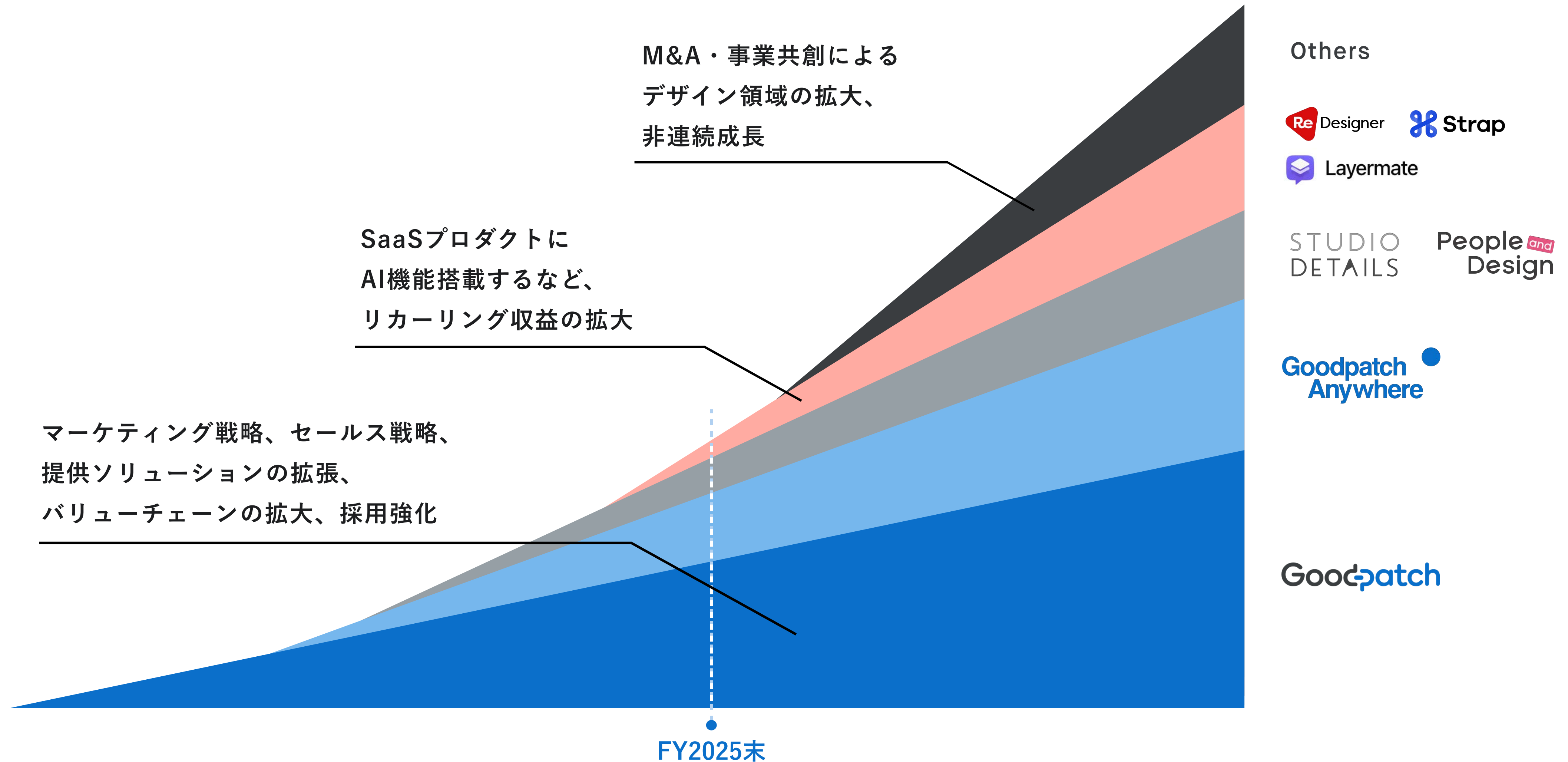
DXバリューチェーンの拡張

- 目的：既存のデザインパートナー事業のケイパビリティ強化
- 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）

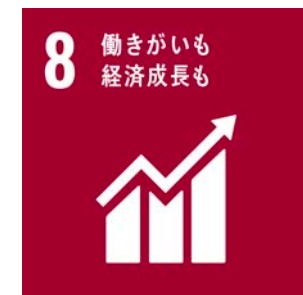
デザインの可能性を拡張させ、早期に時価総額200億円以上を目指す



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パワーを、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



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

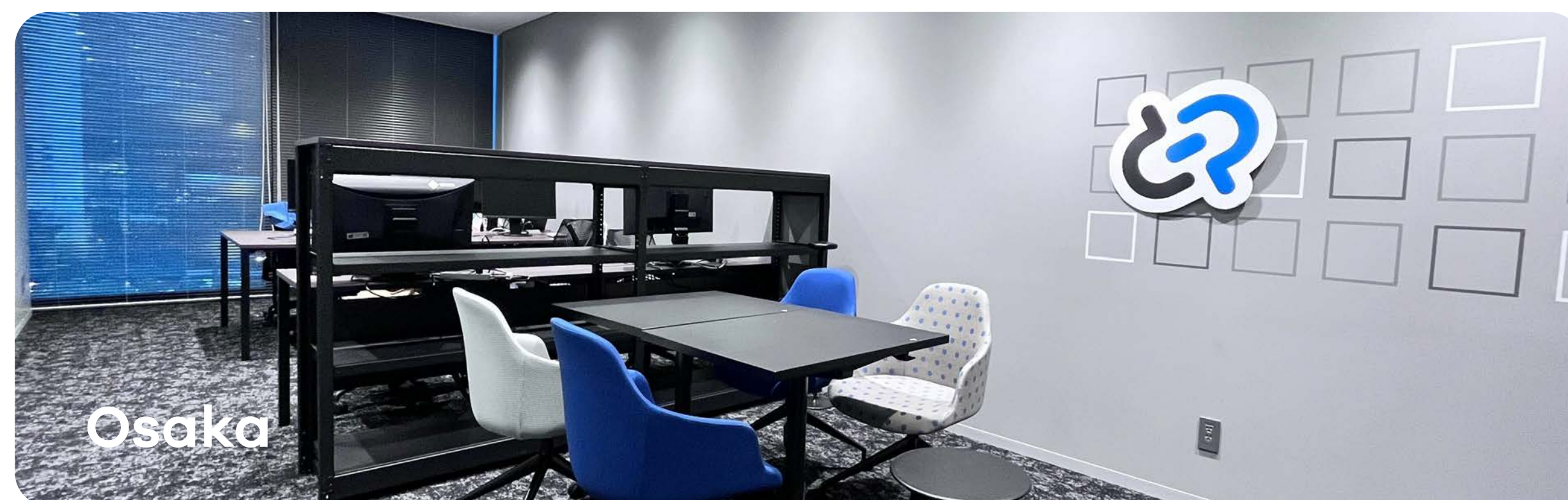
従業員数 280名（2026年2月末日時点 連結）

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	古倉 智子
	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

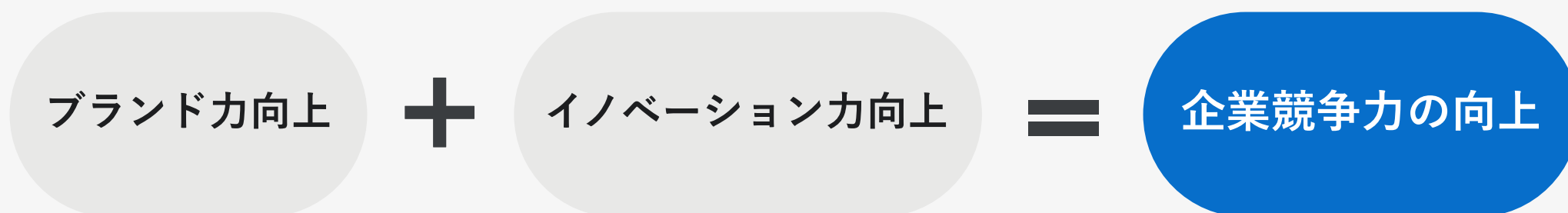
Prove the power of design

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

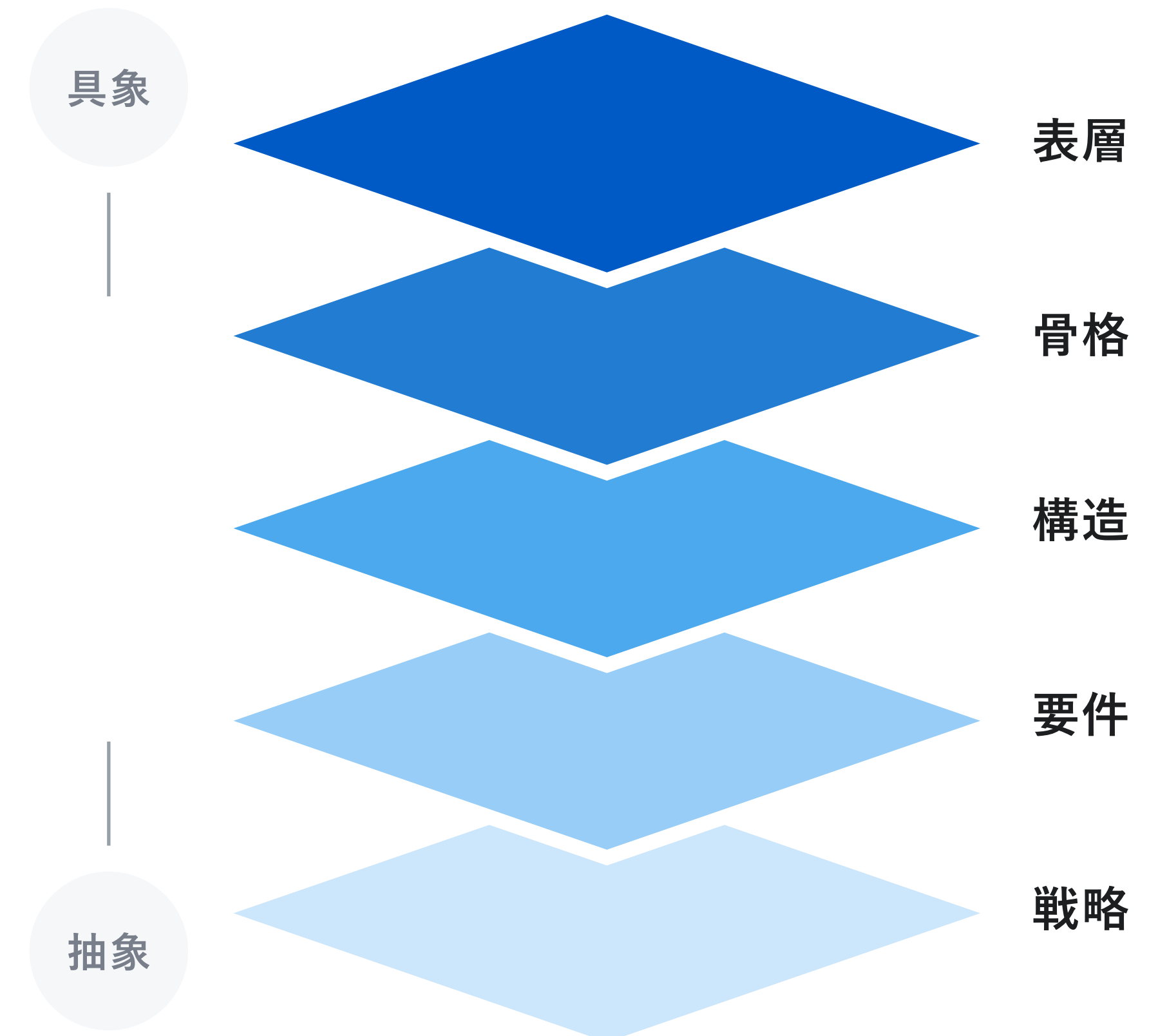
デザイン経営の効果



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

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

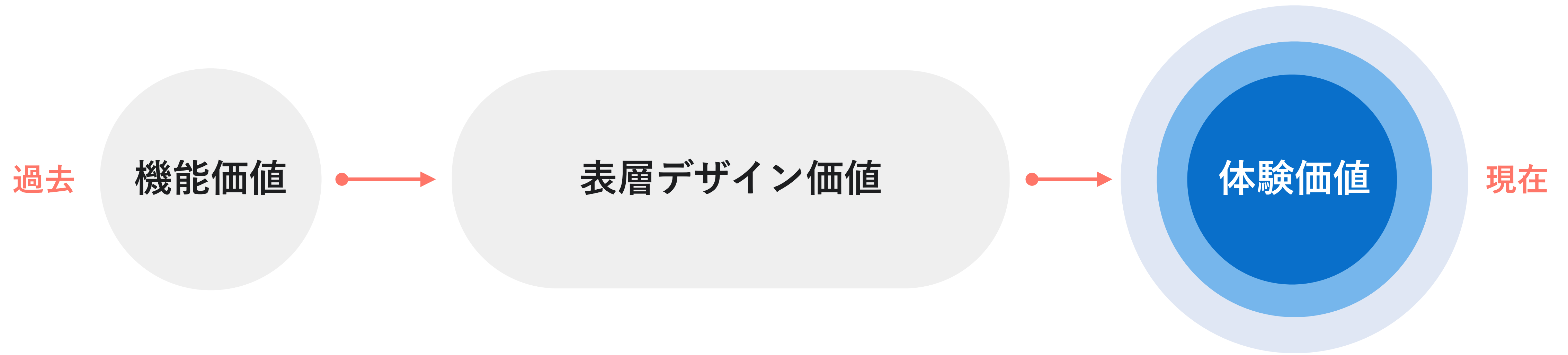
X(旧Twitter)

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

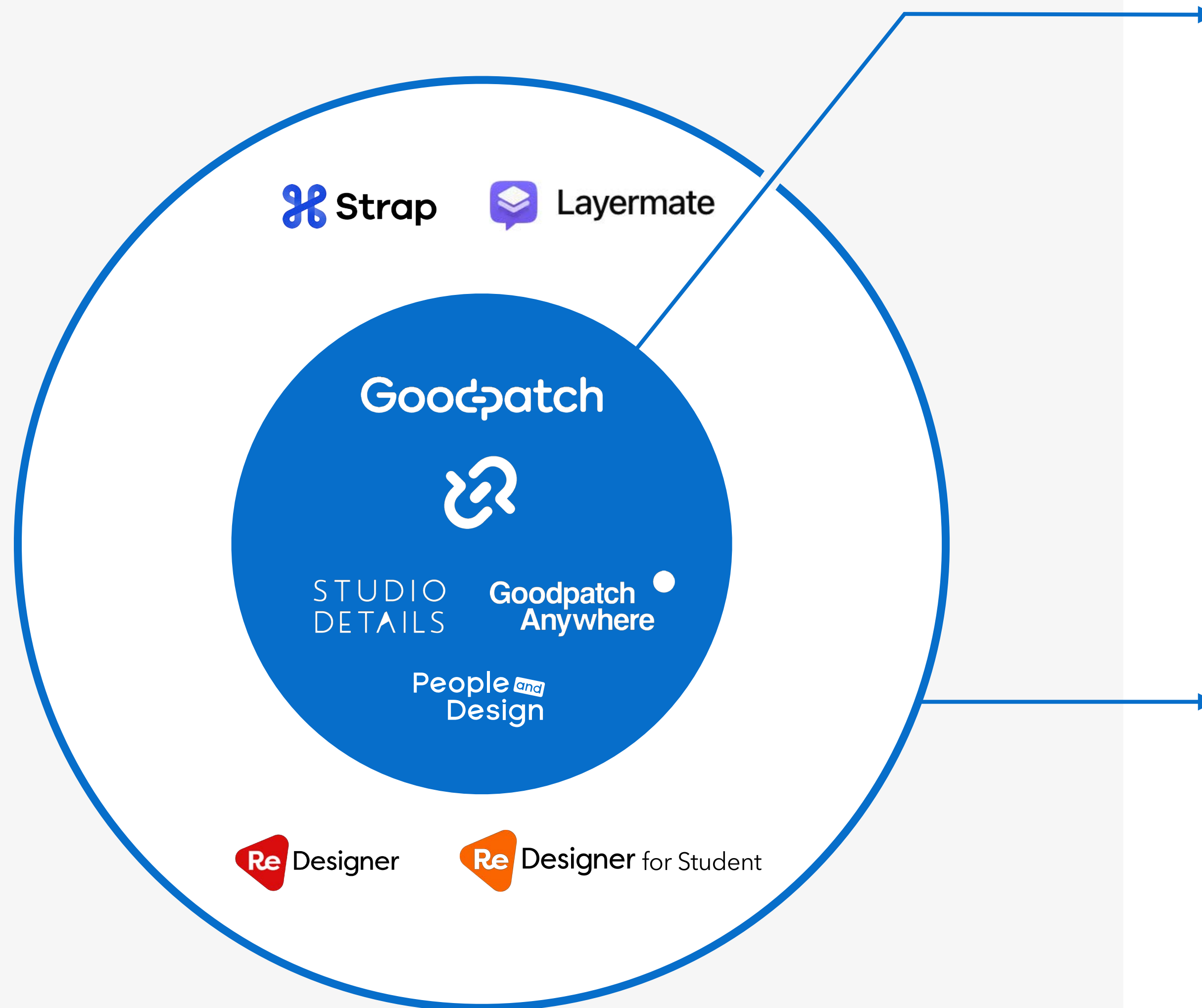
複雑化するユーザー体験全体をデザインする

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

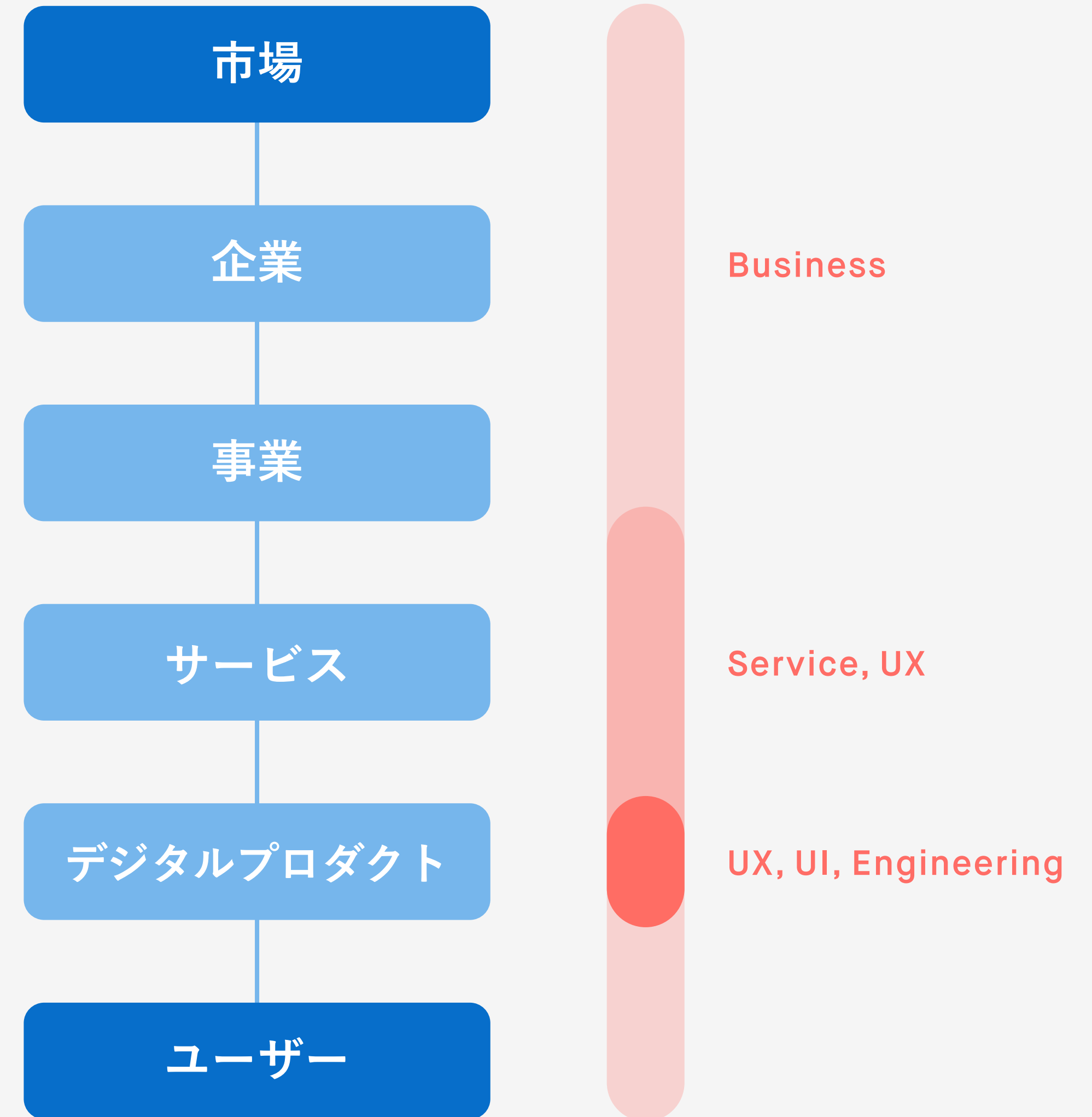
Strap：オンラインホワイトボードツール「Strap」

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

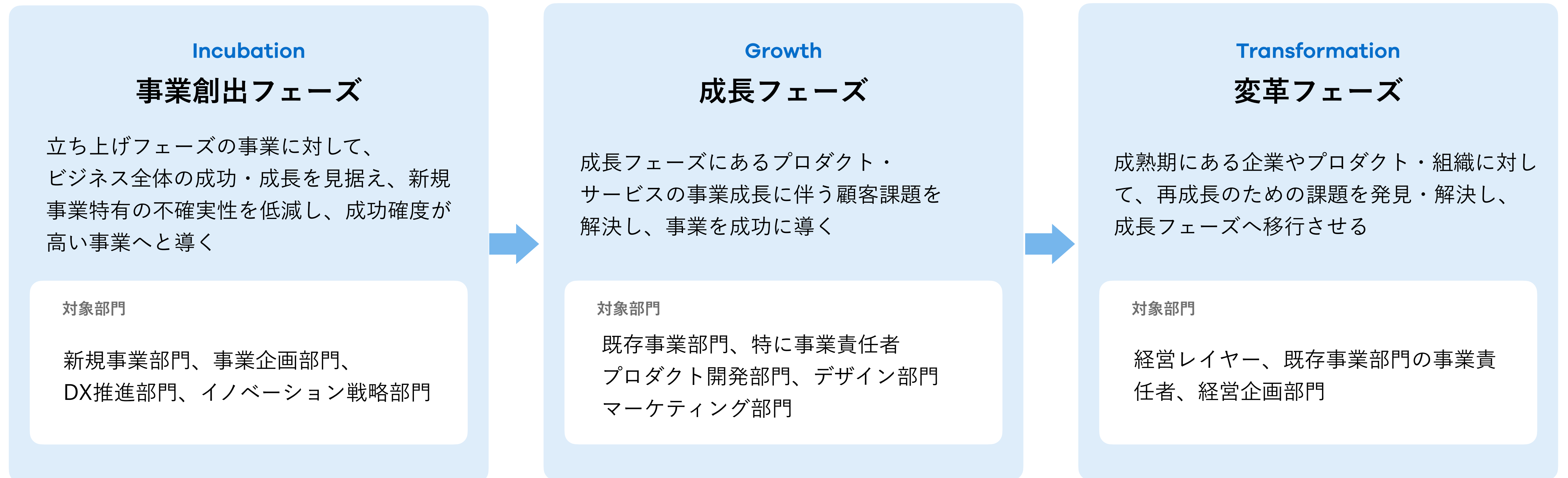
- 事業の最上流戦略レイヤーから関わりクライアントと共創しながらサービス全体をデザイン
- ユーザーが触れるデジタルプロダクトの開発まで並走
- 最低2名、平均3-4名のデザイナー（エンジニア含む）がプロジェクトに参画
- 顧客企業あたりの平均継続期間は8～10か月前後
※FY2021～2025の実績、1ヶ月以下の短期プロジェクト除く
- 請負ではなく主に準委任契約での仕事
準委任契約：コンサルティング同様、毎月売上計上 → 売上が安定しやすい
請負契約：システム開発同様、納品時一括で売上を計上 → 売上が安定しにくい



デザインパートナー事業の支援体制

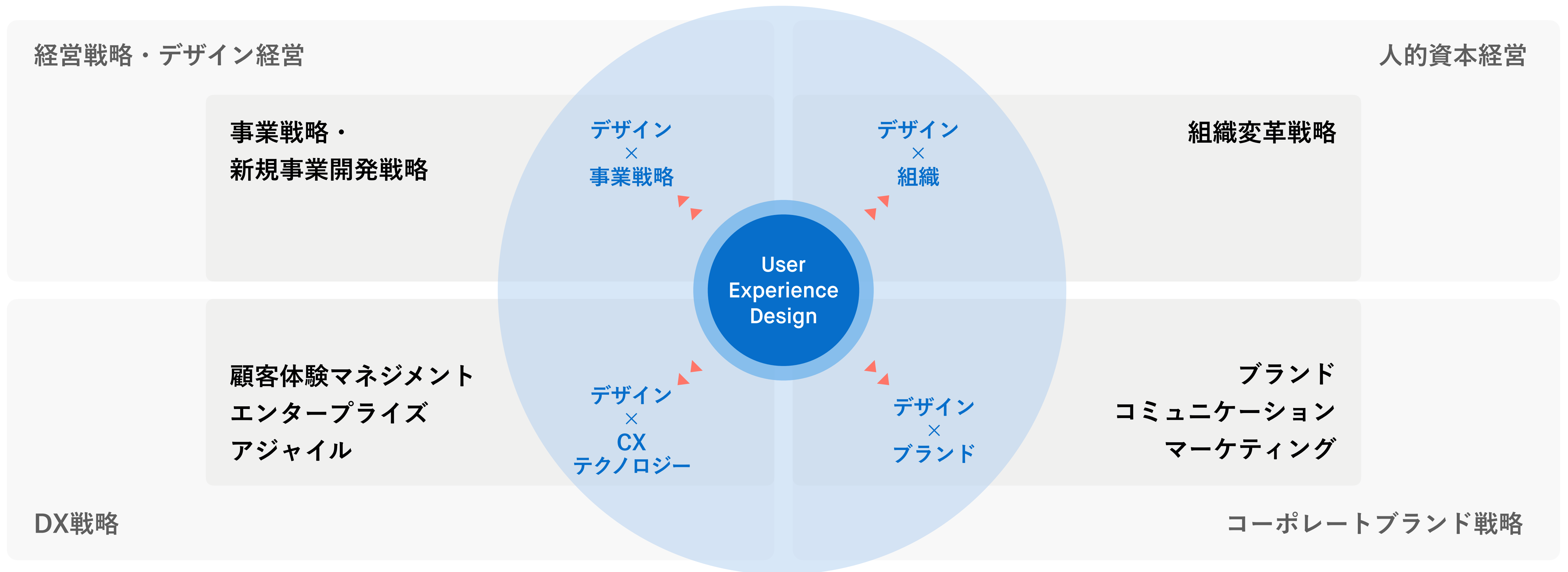
顧客の事業フェーズ毎の課題に寄り添い**事業と組織**の両面をデザインで支援

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）

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

以前の産業・分野

デザインニーズの広がり

直近の産業・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




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



SaaS・AI

人材サービス
マーケティング
生成AIプロダクト




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

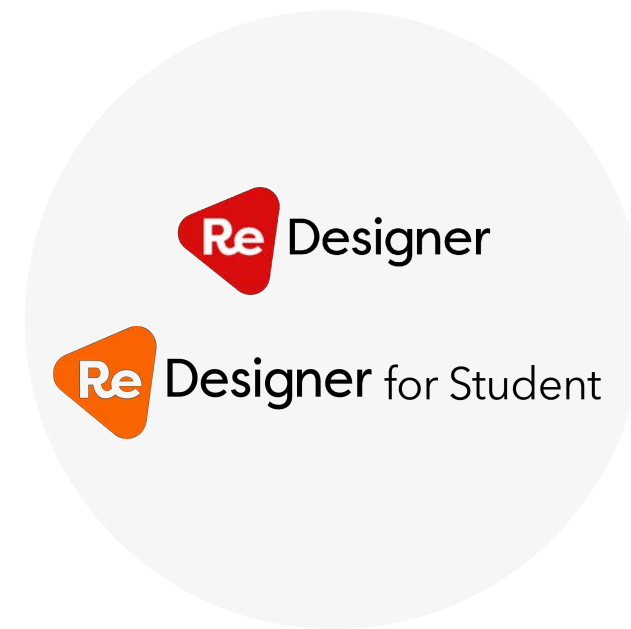
遺伝子解析サービス
企業ブランディング
遠隔医療サービス



※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



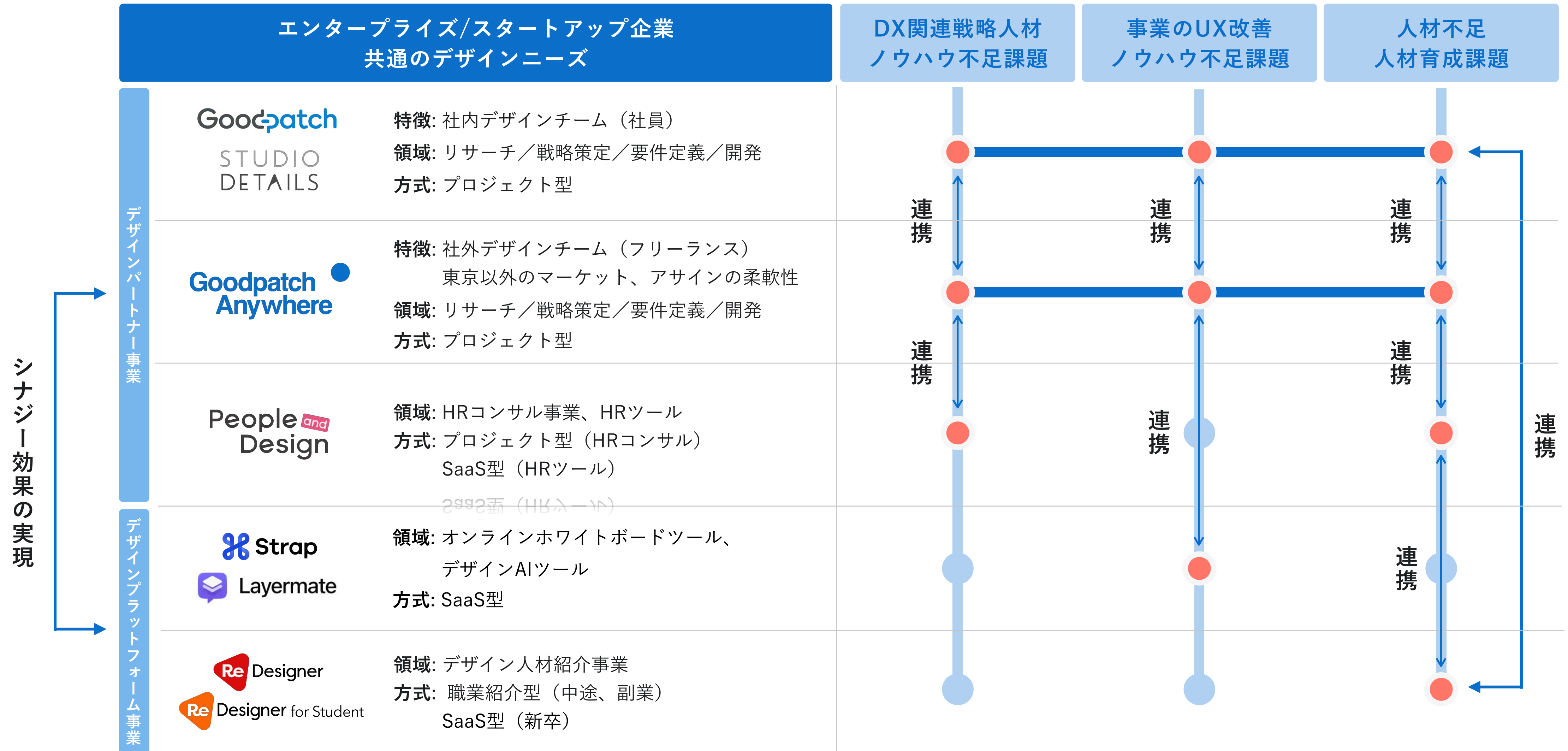
収益モデル

- 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



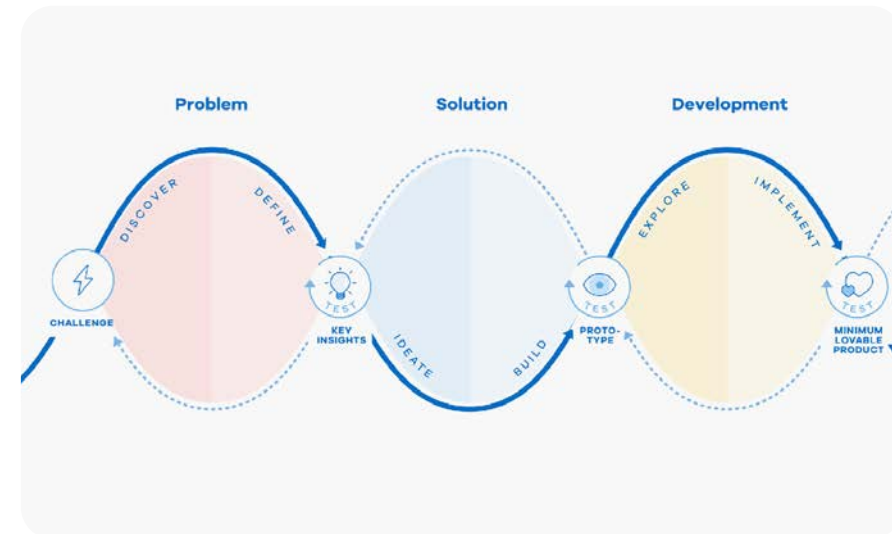
UI/UX領域を中心とした**圧倒的な実績**と**ブランドバリュー**で
DXの足がかりとなる新規事業創出やサービス改善を支援

※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。

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

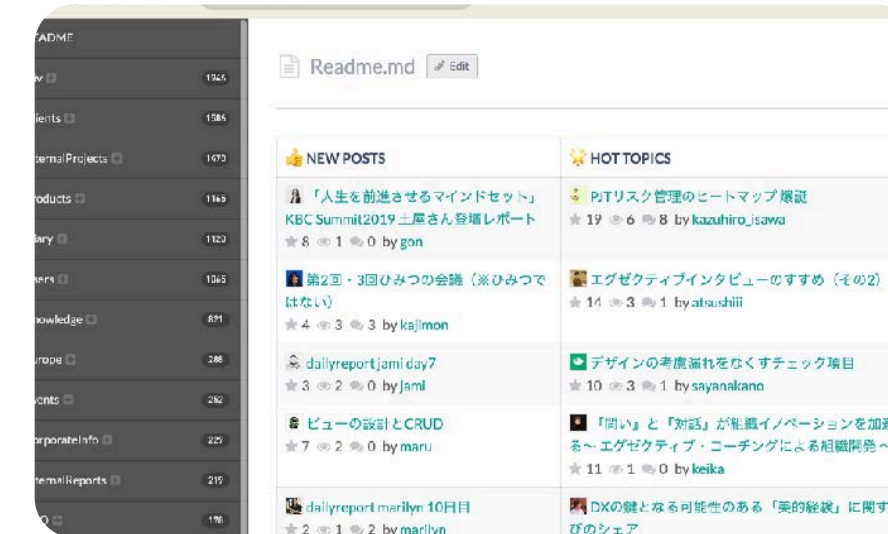


デザイナー育成のための
社内研修



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

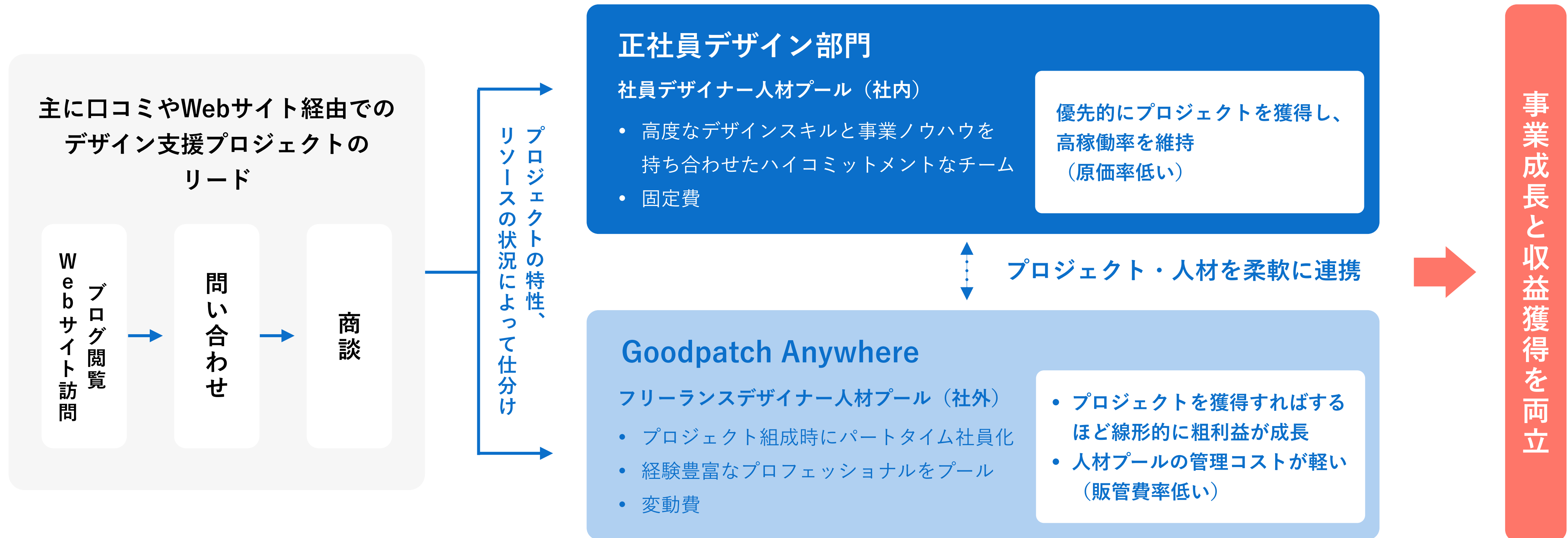
Goodpatch

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、エンジニア等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



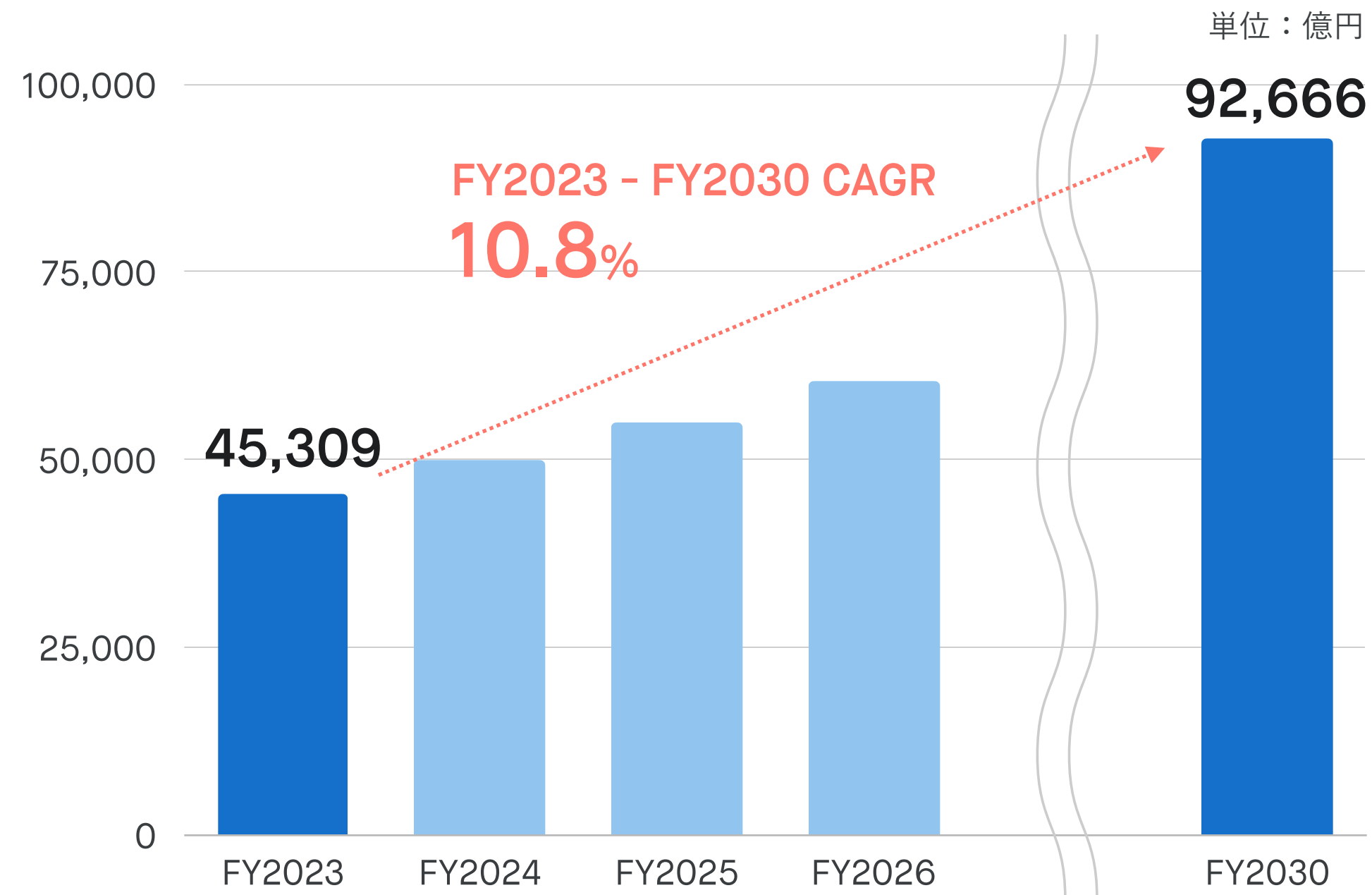
デザインパートナー事業内でプロジェクトと人材が密接に連携

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

DX関連の国内市場規模



(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

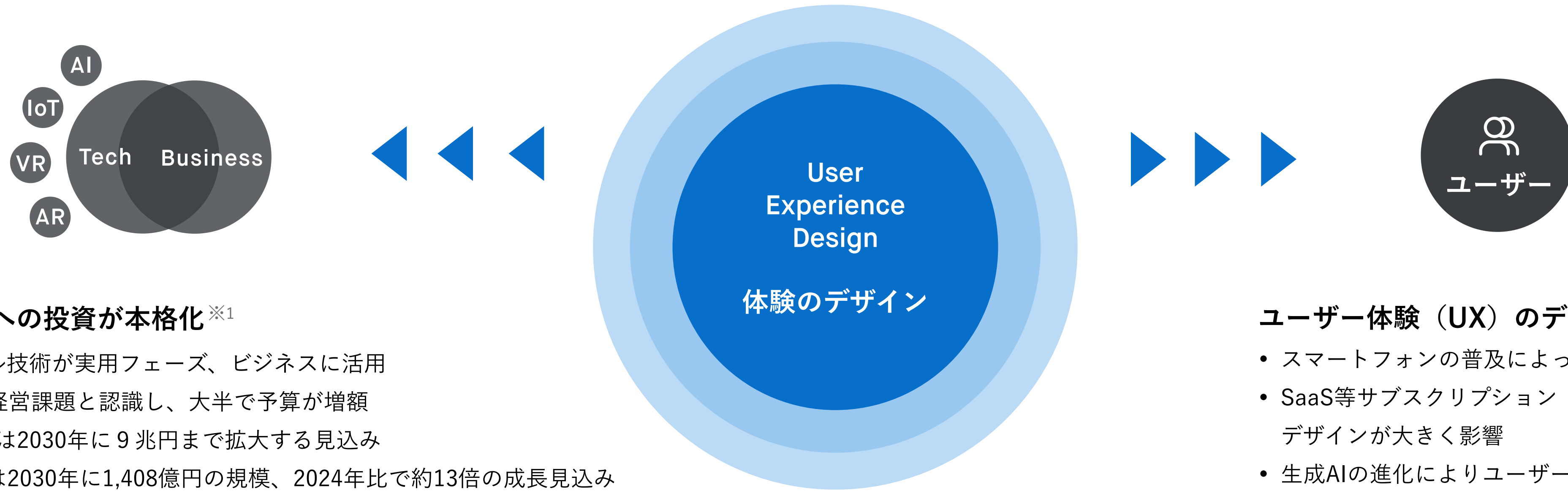
ユーザーの求めるDX人材像

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・AIにおける体験のデザインの立ち位置



DX・AI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

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

古倉 智子

兼松株式会社にて長年、内部監査業務に従事。
2024年7月リリカラ株式会社 業務監理担当課長として入社。
2026年3月グッドパッチの常勤監査役に就任。
グループ会社のスタジオディティルズ、
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。
複数社の監査役を務める。株式会社ほぼ日 社外監査役、
株式会社パリミキホールディングス 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「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

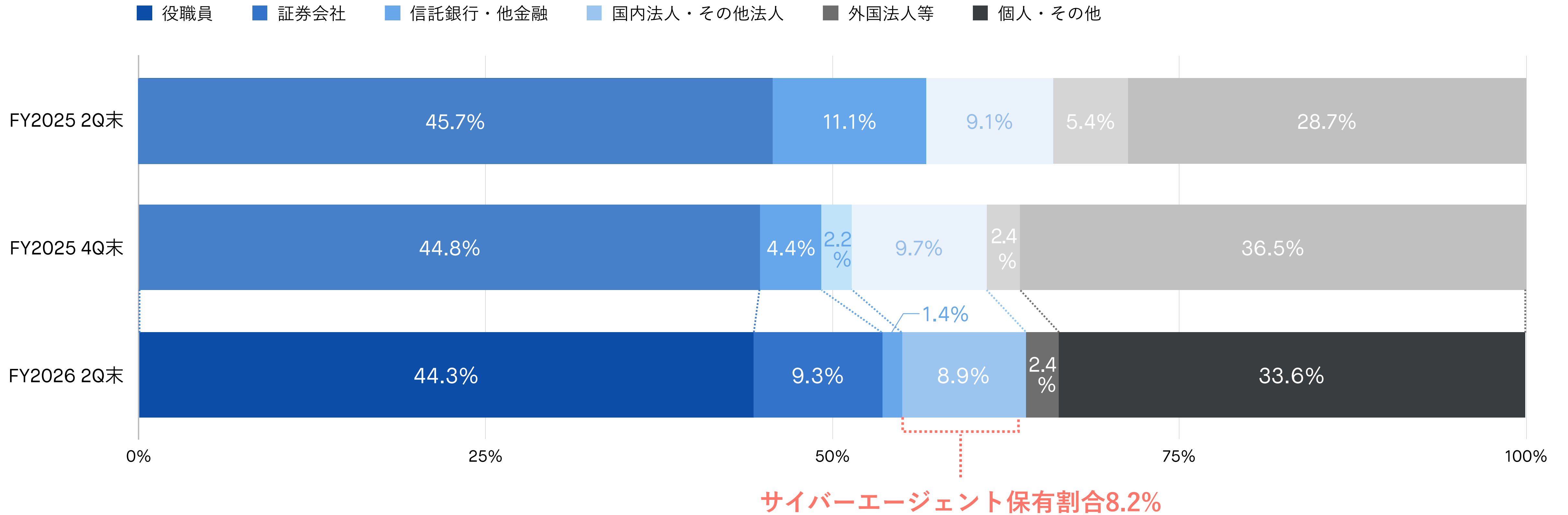
坂口 友紀

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

株主構成

株式の割合



※ 発行済株式数（自己株式己を除く）に占める割合を算定しております。

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://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。

Goodpatch

Design to empower ♥