

事業計画及び 成長可能性に関する説明資料

株式会社 グッドパッチ（証券コード：7351）

2025年11月27日

- 01 会社概要
- 02 事業内容
- 03 当社ビジネスを取り巻く環境
- 04 当社の特徴と優位性
- 05 事業実績
- 06 成長戦略
- 07 認識するリスク
- 08 APPENDIX

会社概要

Company Overview

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	262名（正社員 2025年8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）	



Tokyo



Nagoya



Osaka

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

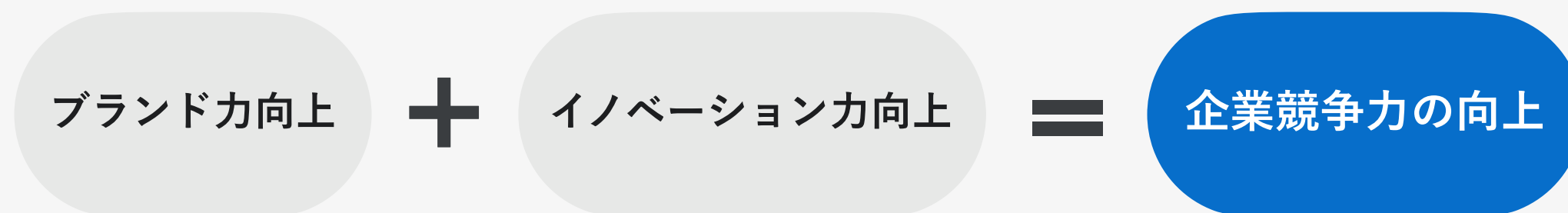
Prove the power of design

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

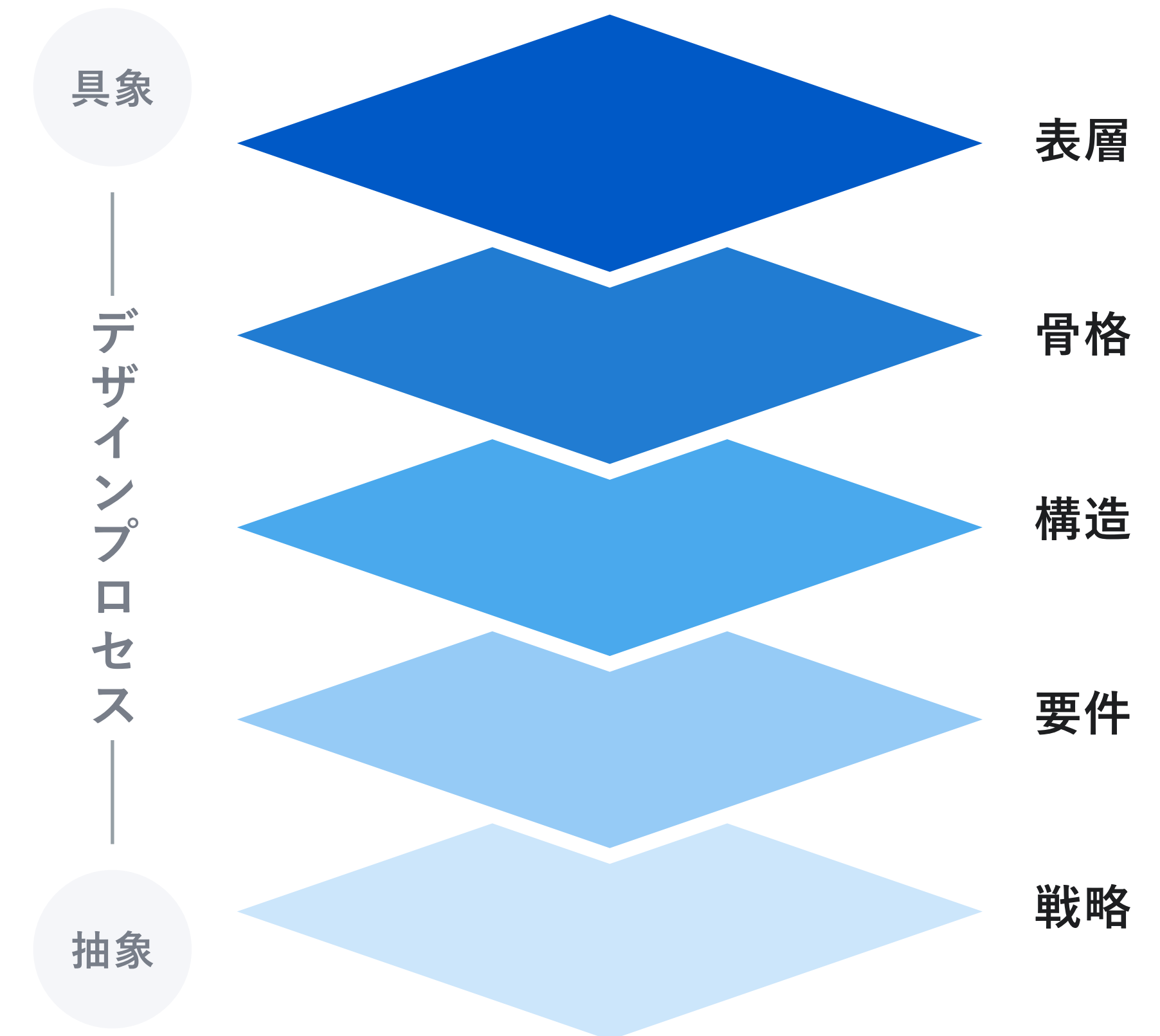
デザイン経営の効果



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” を元にした、Goodpatchによる再解釈

グッドパッチについて

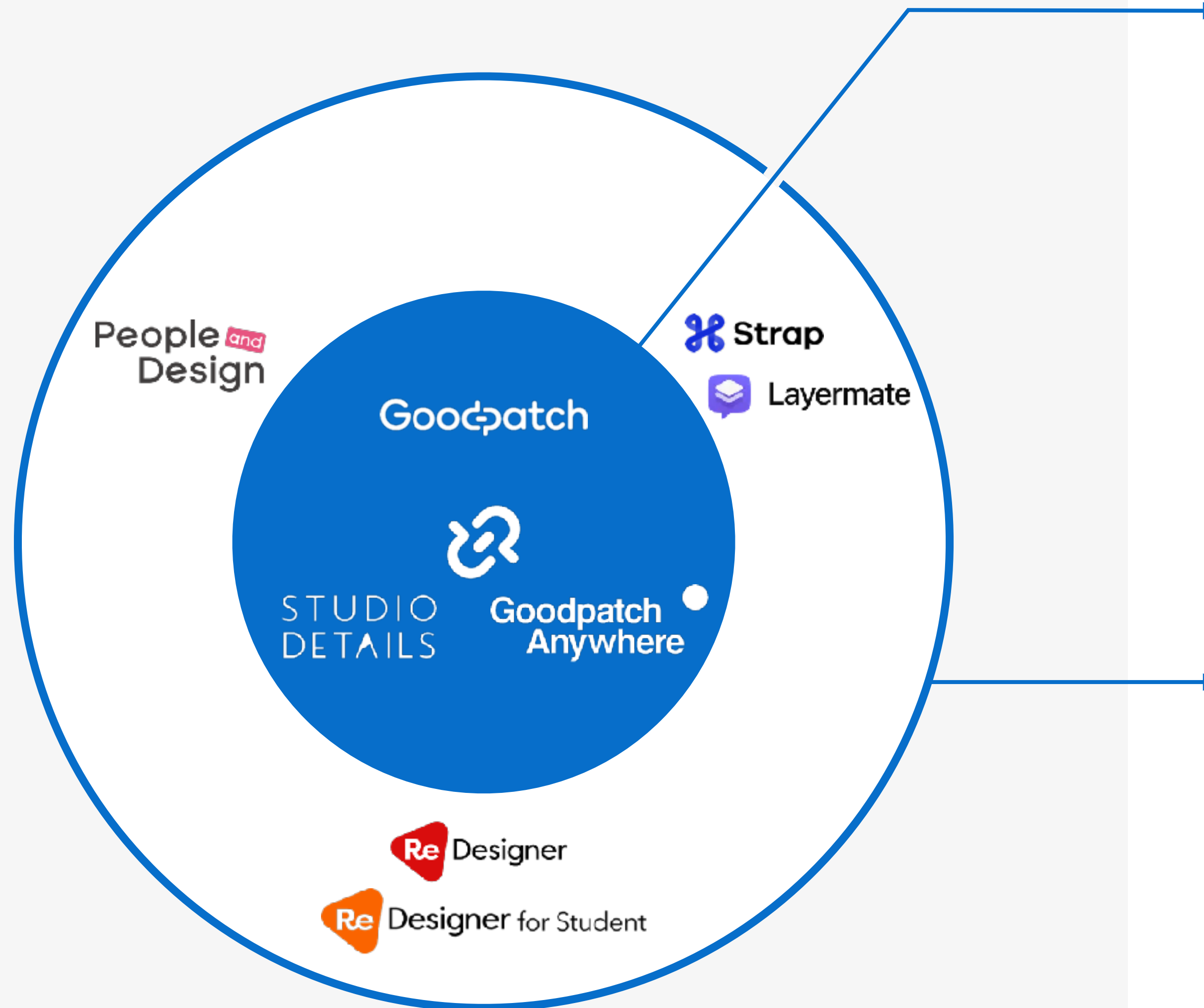
AI Driven Design Company

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。

事業内容

Business Information

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

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

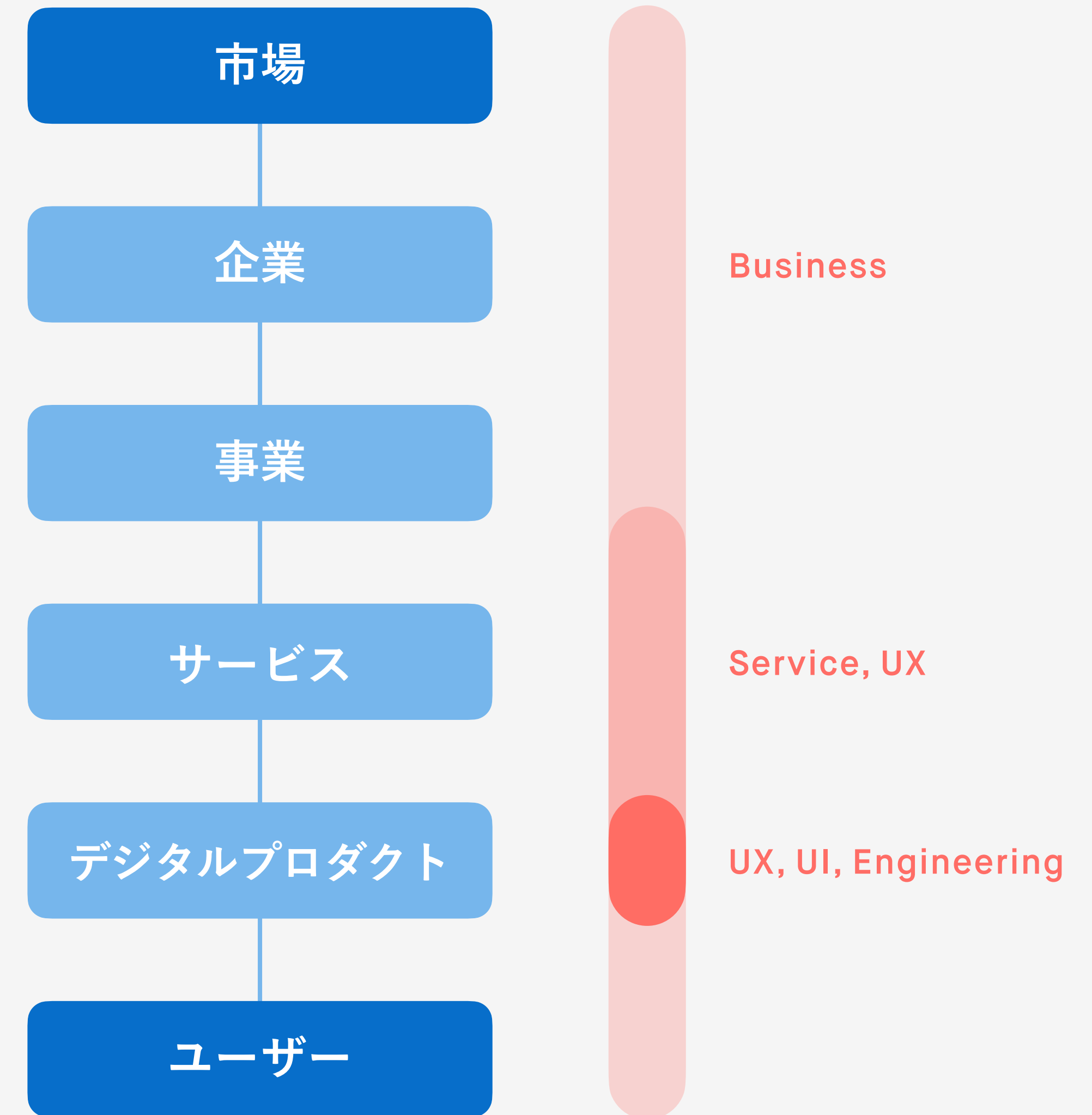
ピープルアンドデザイン：HRコンサルティングサービスとAIソリューションを提供

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

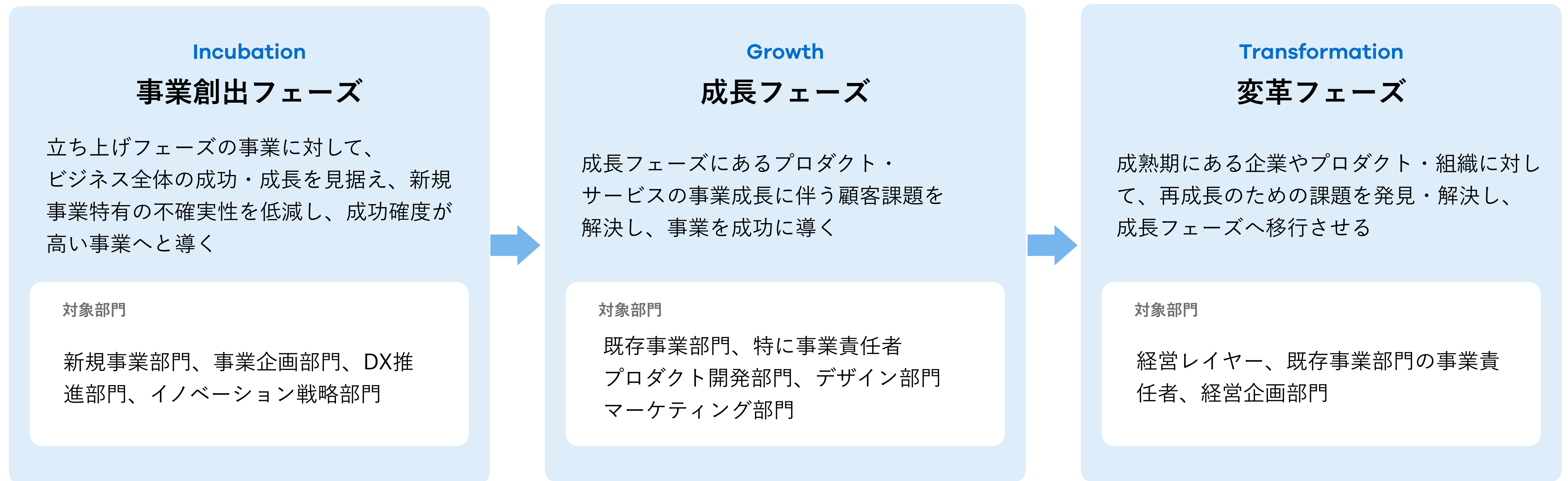
- 事業の最上流戦略レイヤーから関わりクライアントと共創しながらサービス全体をデザイン
- ユーザーが触れるデジタルプロダクトの開発まで並走
- 最低2名、平均3-4名のデザイナー（エンジニア含む）がプロジェクトに参画
- 顧客企業あたりの平均継続期間は8～10か月前後
※FY2021～2025の実績、1ヶ月以下の短期プロジェクト除く
- 請負ではなく主に準委任契約での仕事
準委任契約：コンサルティング同様、毎月売上計上 → 売上が安定しやすい
請負契約：システム開発同様、納品時一括で売上を計上 → 売上が安定しにくい



デザインパートナー事業の支援体制

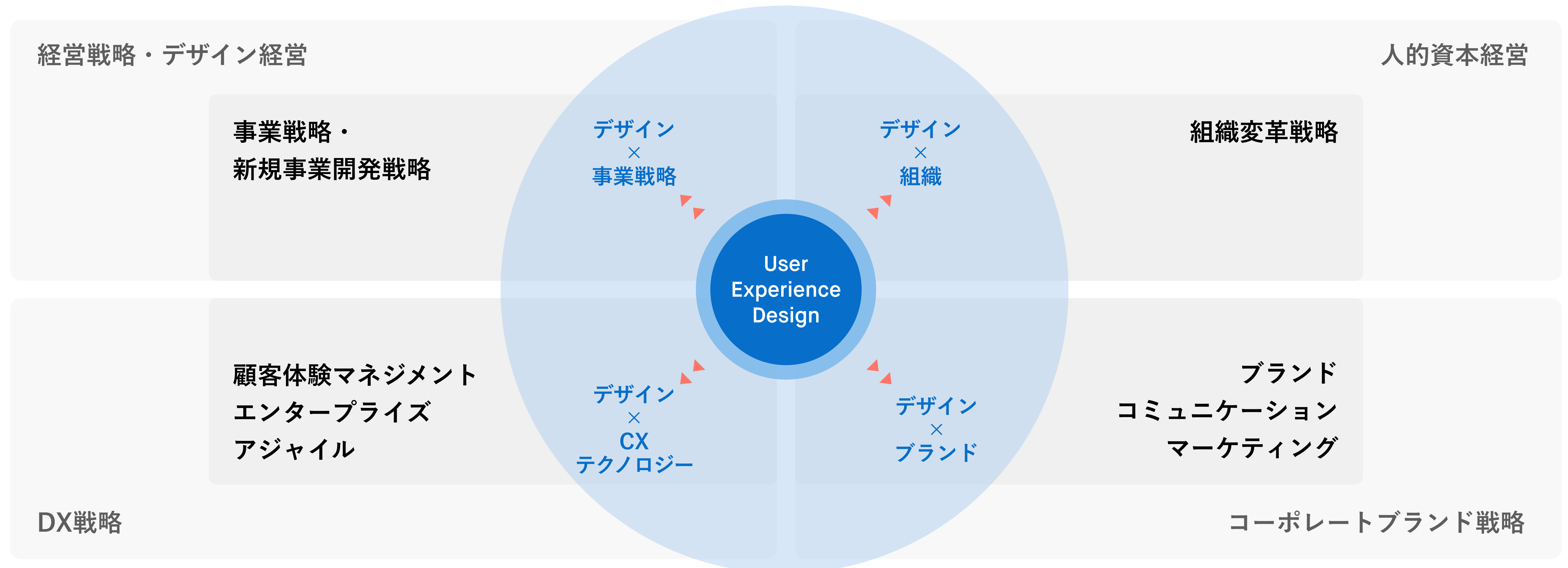
顧客の事業フェーズ毎の課題に寄り添い**事業と組織**の両面をデザインで支援

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）

これまで **2,000** 以上のプロジェクトを支援

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



エンタープライズ企業を中心に新規事業開発やプロダクト開発
UI/UX改善、ブランド開発、組織変革まで関わる

デザインパートナー事業・豊富な実績（産業別）





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

課題



既存サービスが多機能化し、
プロダクトの方針検討が必要に

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

アプローチ



UXリサーチやAI市場ニーズの調査結果を
分析し、プロダクト戦略を策定

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

将来の技術進化も踏まえた
ビジョンプロトタイプが完成

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

※ 詳細は下記にて紹介しています
<https://goodpatch.com/work/stockmark>



地上波テレビCM取引の新サービス「スグリー」の企画からリリース・改善まで、一貫して支援

課題



地上波テレビ広告市場の活性化とプロダクト開発知見

- デジタル広告市場の活性化を図るため、運用性改善をはじめとした広告商品としてのアップデートが必要だった
- 伝統的な商流をデジタル体験として設計するにあたり、ユーザーインサイトや具体的なアプローチに関する知見が求められていた
- テレビCMの民主化のために、初めてテレビ広告を扱うユーザーにも分かりやすく伝えるUI/UX設計が必要だった

アプローチ



ユーザー視点でのデジタル化とUI/UX再設計の取り組み

- ペルソナの設計を行い、プロダクトの根本的な目的から再設計することで、テレビ広告の取り扱い経験がない事業者でも使いやすいユーザー体験を構築
- 専門用語に頼らないUI/UX設計により、専門性が高いテレビ広告の商材を直感的に理解できる「迷わせないUI」を構築
- 市場ニーズに合わせた段階的な機能拡張と継続的なUI/UX改善

業界初のテレビCM取引オンライン化 短期間での市場浸透を実現

- 地上波テレビ広告の発注からレポート確認まで、すべてオンラインで実現できるサービスを開発
- リリース半年で約2,000アカウントを突破、業界の構造変革と新たな市場創出を実現

※ 詳細は下記にて紹介しています
https://goodpatch.com/work/ntv_sgr



語学学習アプリ「シャドテン」のビジネス・プロダクトのオペレーションをアップデート

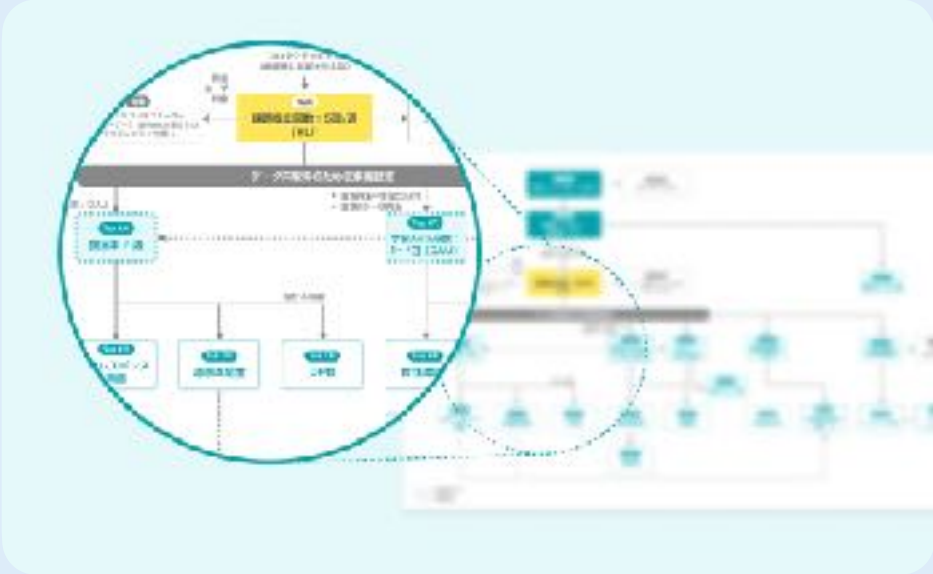
課題



更なる成長に耐えうるプロダクト・ビジネスオペレーションの構築

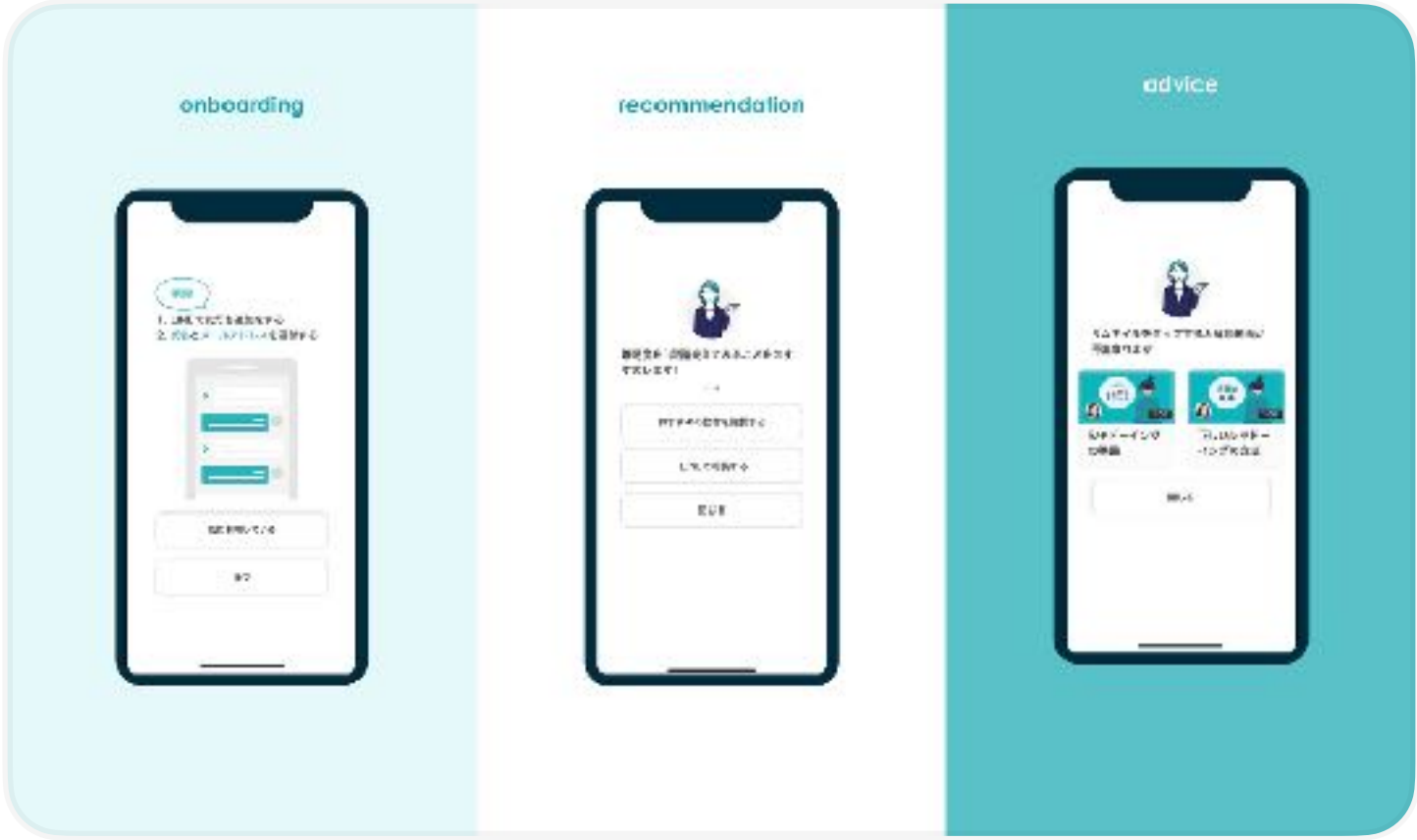
- データの深掘りによりユーザーへの更なる価値向上を実施して、有料会員転換率向上や継続利用拡大が期待できる成長余地があった
- ユーザー満足度をさらに引き上げるために、ユーザー理解を深め施策の企画・効果検証するオペレーションを整備する必要があった

アプローチ



有料会員転換率や継続率の向上に向けた取り組みをサポート

- PdMとPMMがプロジェクトに参画し、ユーザーのトライアル期間中の行動について、UXリサーチとデータ分析・目標数値設計・ダッシュボード化のサポートを行う
- サービス全体の顧客タッチポイントのプロセス・オペレーションの洗い出し・改善案を策定・実行する



- 顧客体験向上に向け、データドリブンな意思決定をするための改善サイクルを構築
- UXデザイン観点から、ユーザーが実際にアプリ内での体験を最大限に活用できる施策を導入

※ 詳細は下記にて紹介しています
<https://goodpatch.com/work/progrit>

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 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

HRコンサルティングサービス/ SaaS型HRツール



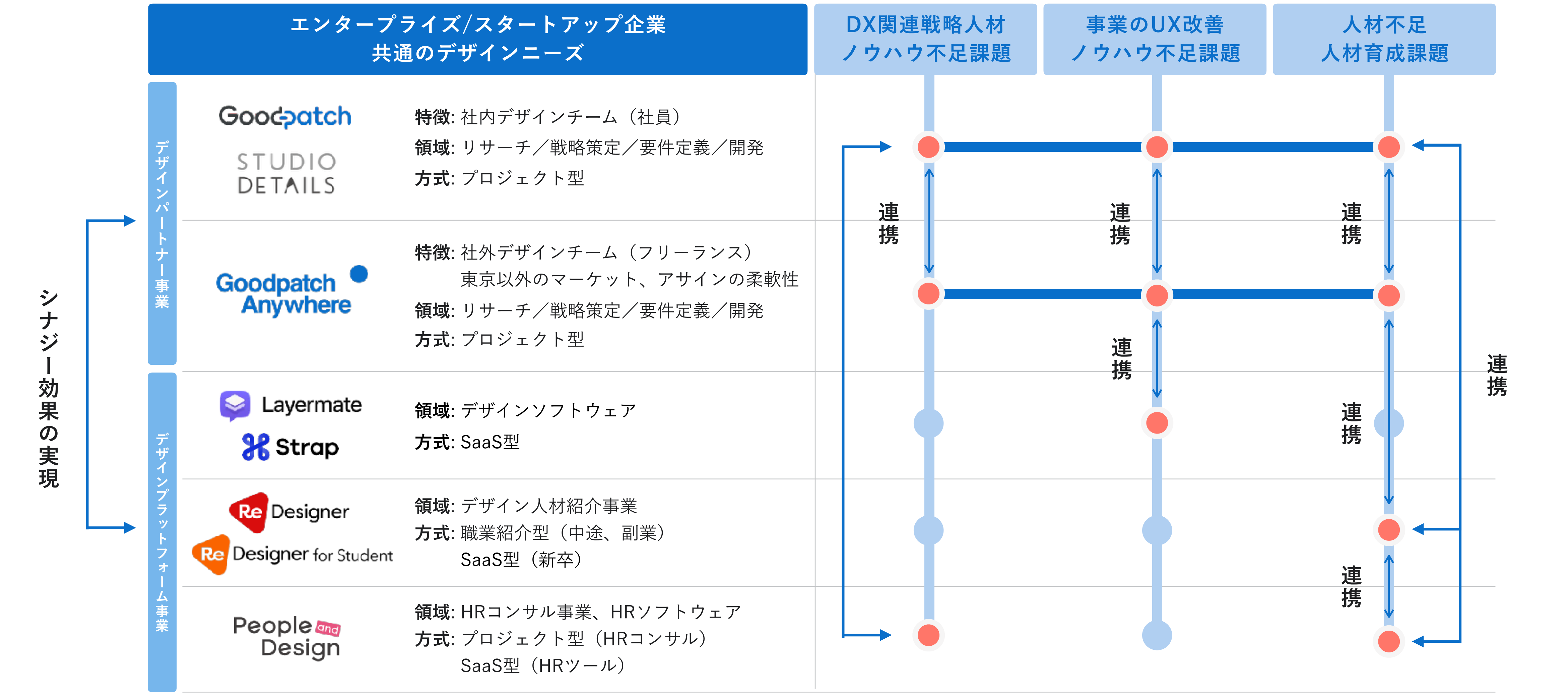
収益モデル

- HR戦略コンサルティングサービスは準委任型の月額継続報酬モデル
- HR SaaSは、ユーザー企業の導入に規模に合わせて変動、1ユーザーあたり数百円から千円程度の月額課金型モデル

クライアントの課題の変化に合わせ

多面的・長期的な支援が可能なソリューションを自社事業として展開

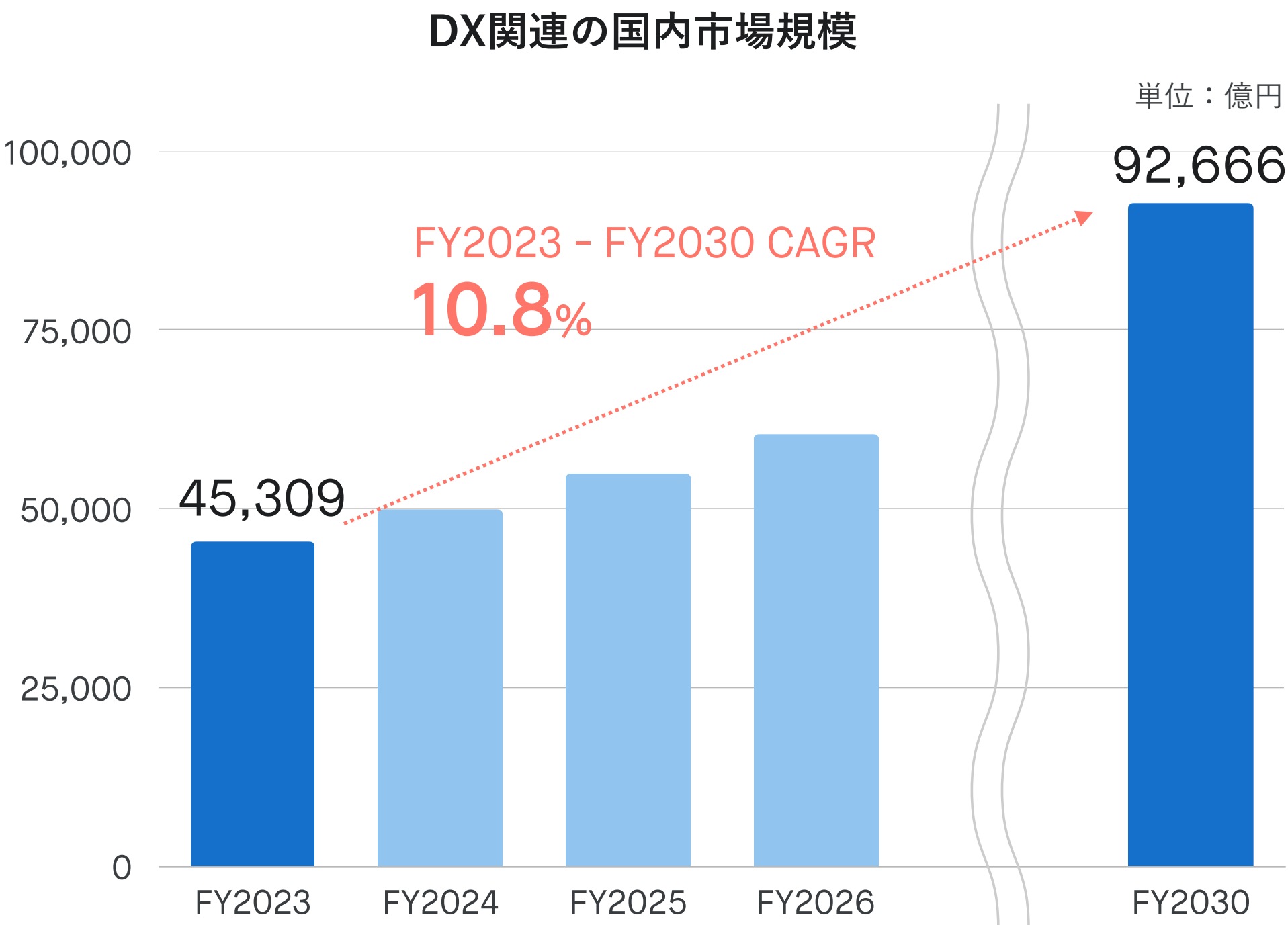
2つの事業で顧客の多様なデザインニーズを充足



当社ビジネスを取り巻く環境

The Environment Surrounding Us

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

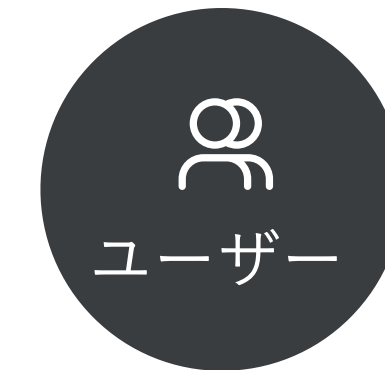
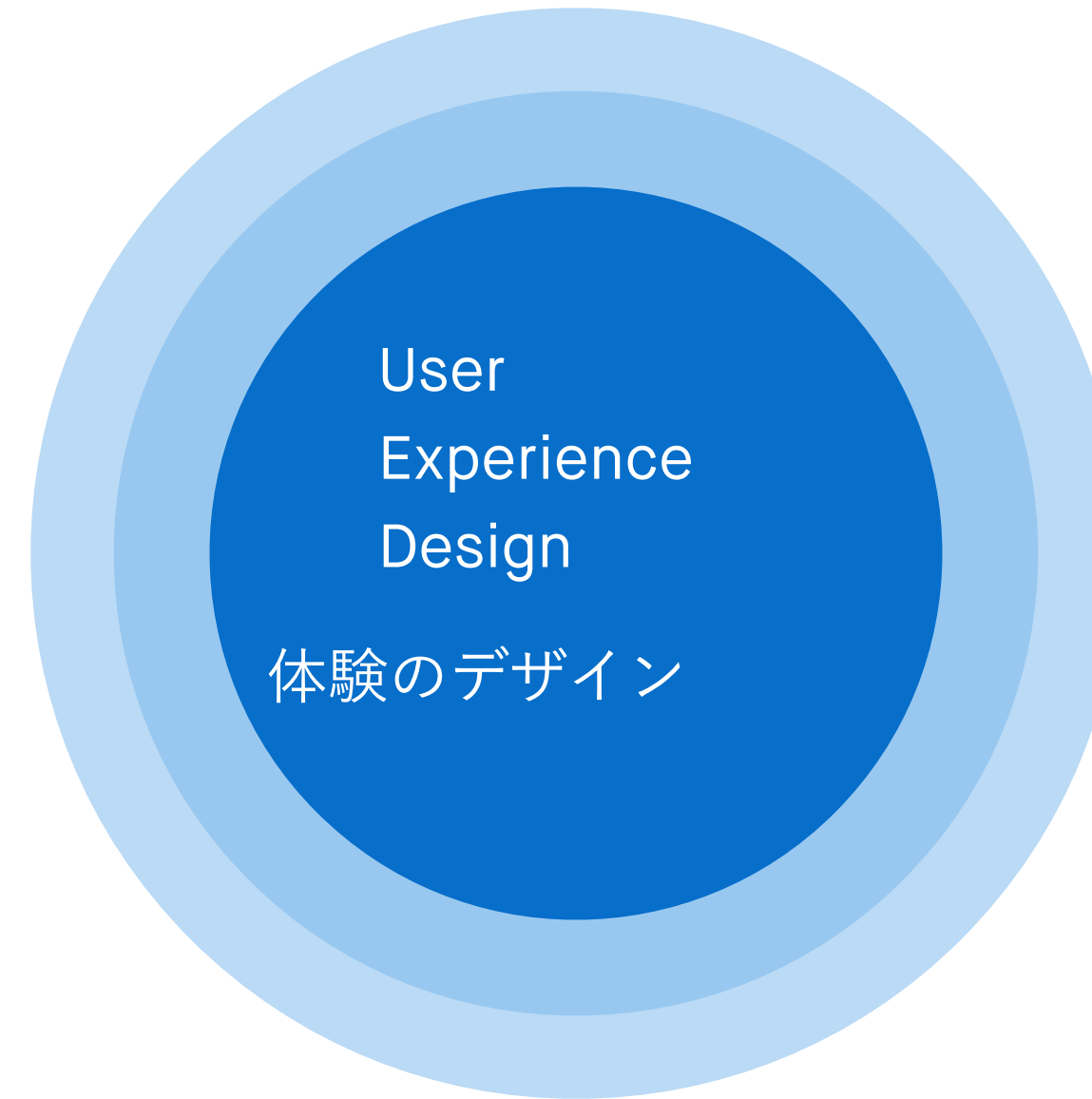
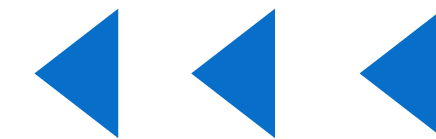
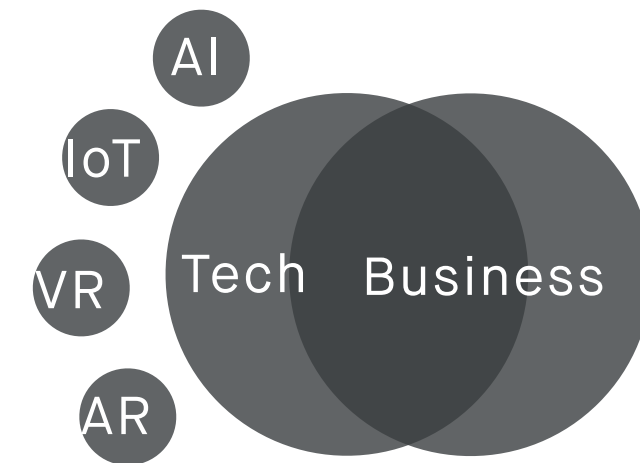
ユーザーの求めるDX人材像

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

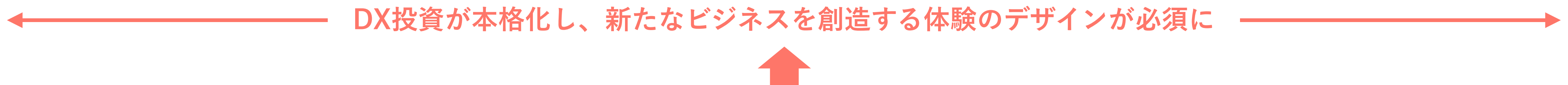


DXへの投資が本格化 ※1

- 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



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

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

当社の特徴と優位性

Company Strengths

グッドパッチの競争優位性

- 1 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
- 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

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

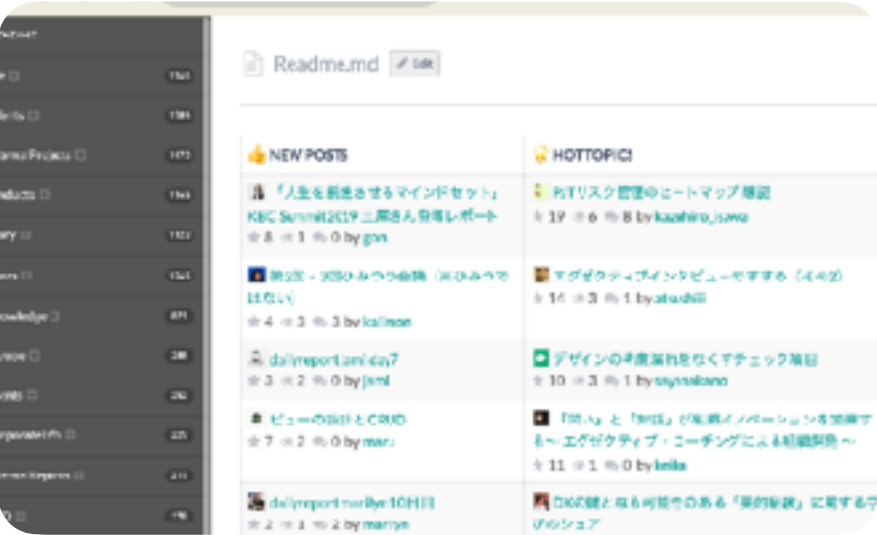


デザイナー育成のための
社内研修

×

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
- ➡

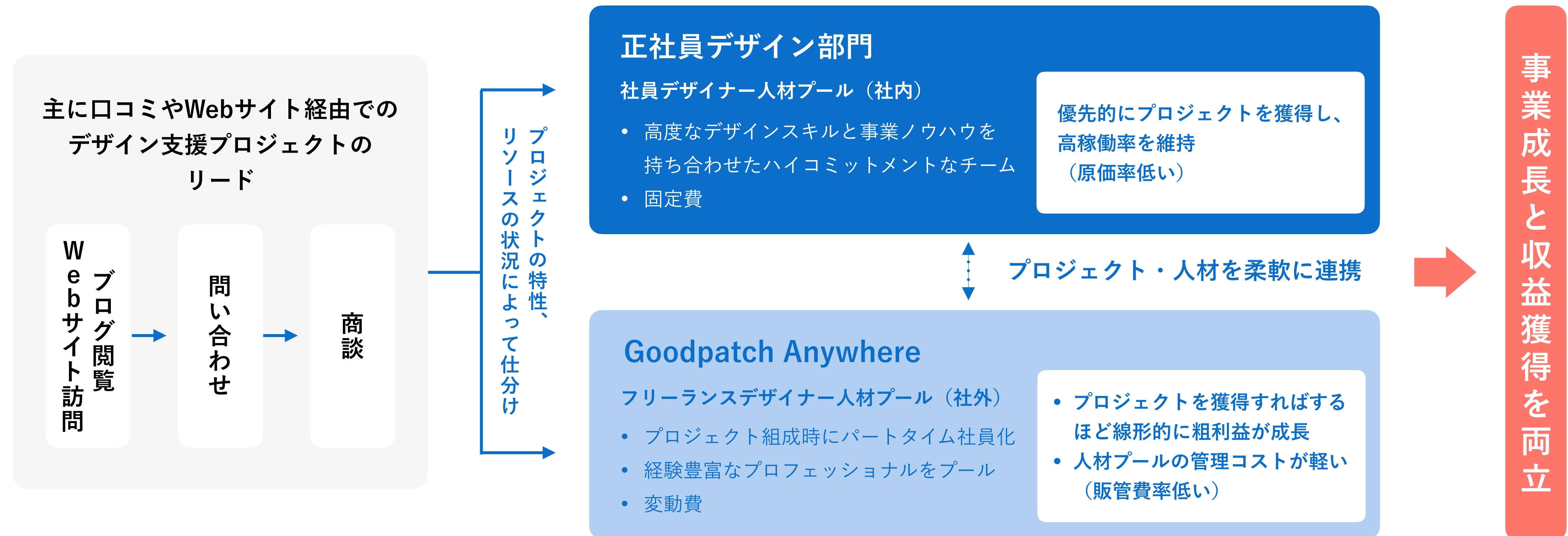
供給 少：デザイナーにビジネスの根幹への理解と関与が求められる、美大では育成が難しい

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、エンジニアなど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



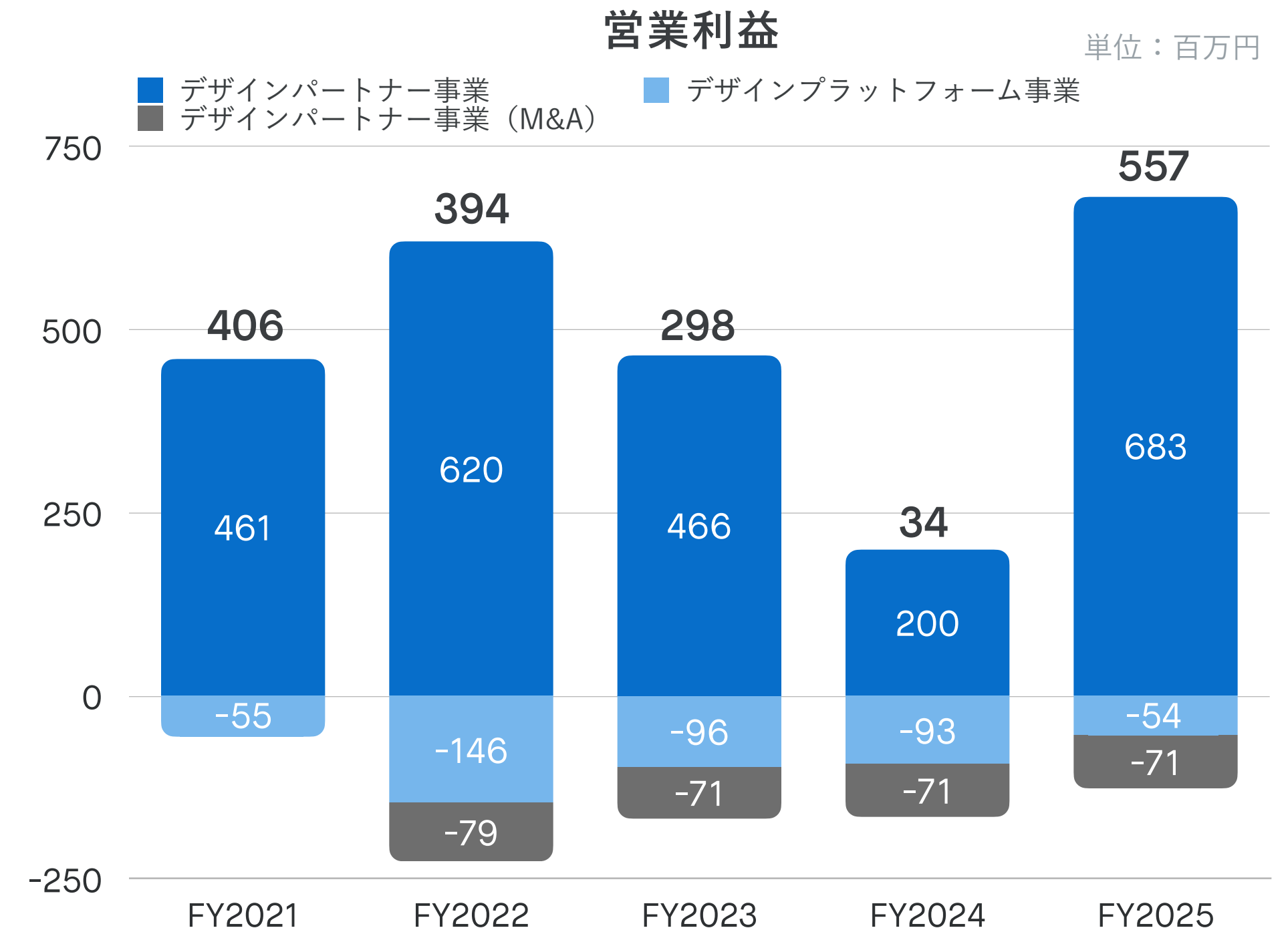
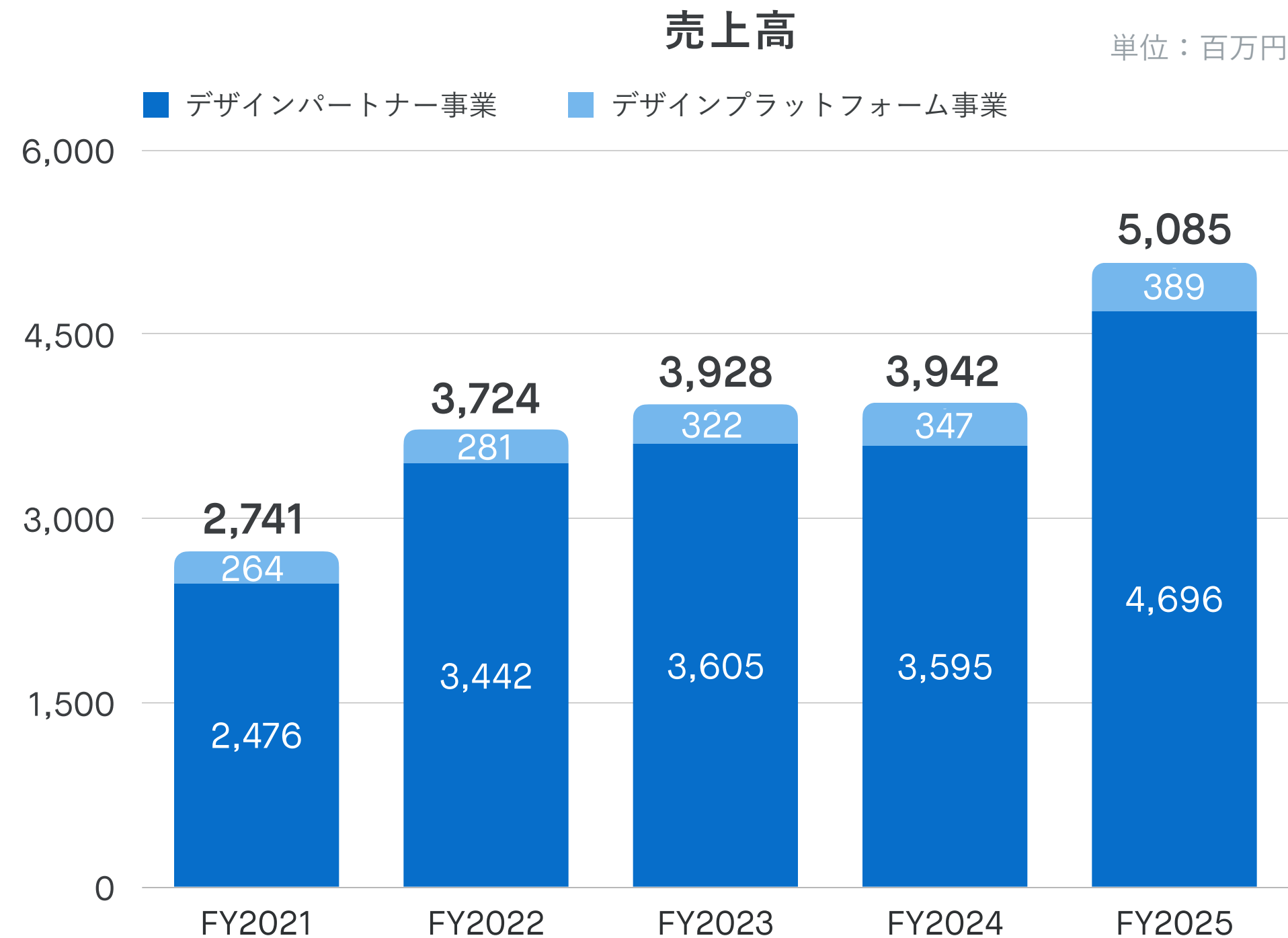
デザインパートナー事業内でプロジェクトと人材が密接に連携

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**

事業実績

Business Results

大型プロジェクトの獲得・継続により、売上高は前年比で11.4億円増加 売上拡大が営業利益を押し上げ、前年比で5.2億円増と大幅に改善

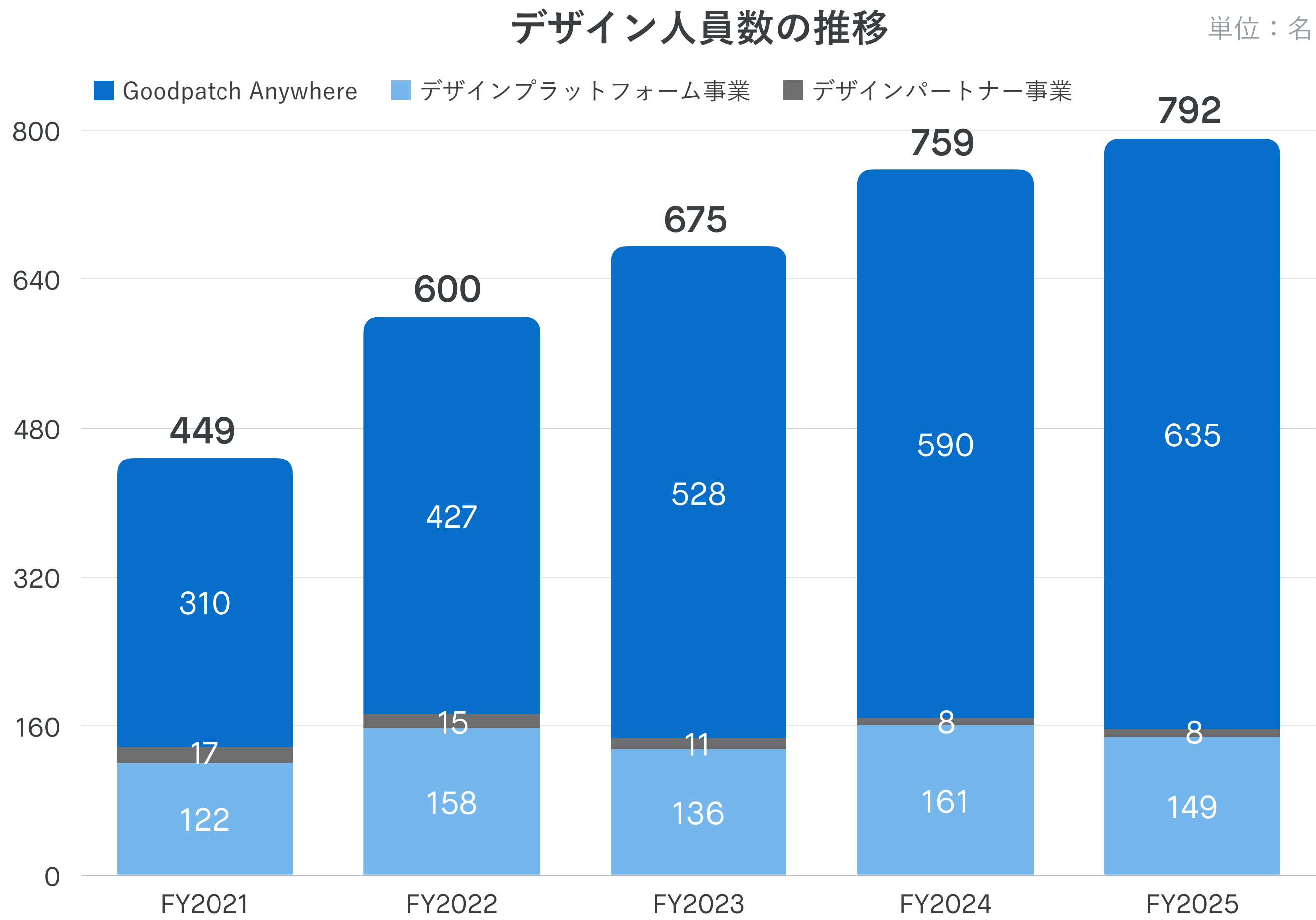


※ デザインパートナー事業の営業利益はM&A関連費用を除いております。

※ M&A関連費用として、FY2022では取得関連費用・のれん償却額等、FY2023からFY2025ではのれん償却額等を計上しております。

2025年8月期の売上高は**50.8億円**（YoYでは29%成長）
営業利益は**5.5億円**（YoYでは15.1倍）

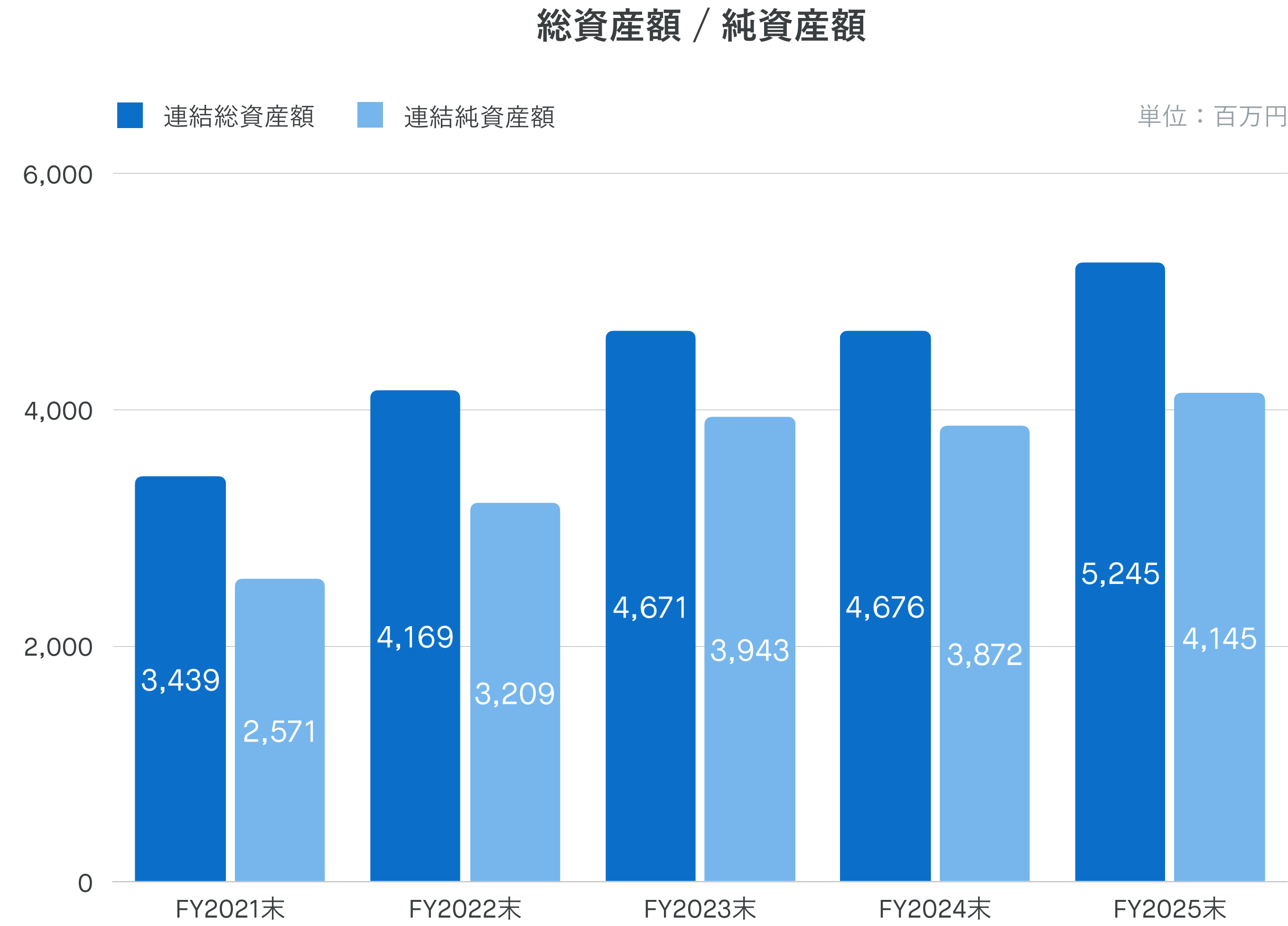
デザイン人材プールが継続的に拡大



デザイン人材が792名と
前年比で33名増加

- デザイン人材の拡充に向けて、積極的に採用を進めた結果、今期は31名を採用
- 離職者はあるものの、稼働率は高く、生産性の高い状態を維持
- 下半期は積極的に採用を実施し、2026年8月期には人員を着実に拡充し、安定的な稼働状況を維持

総資産・純資産ともに継続増加



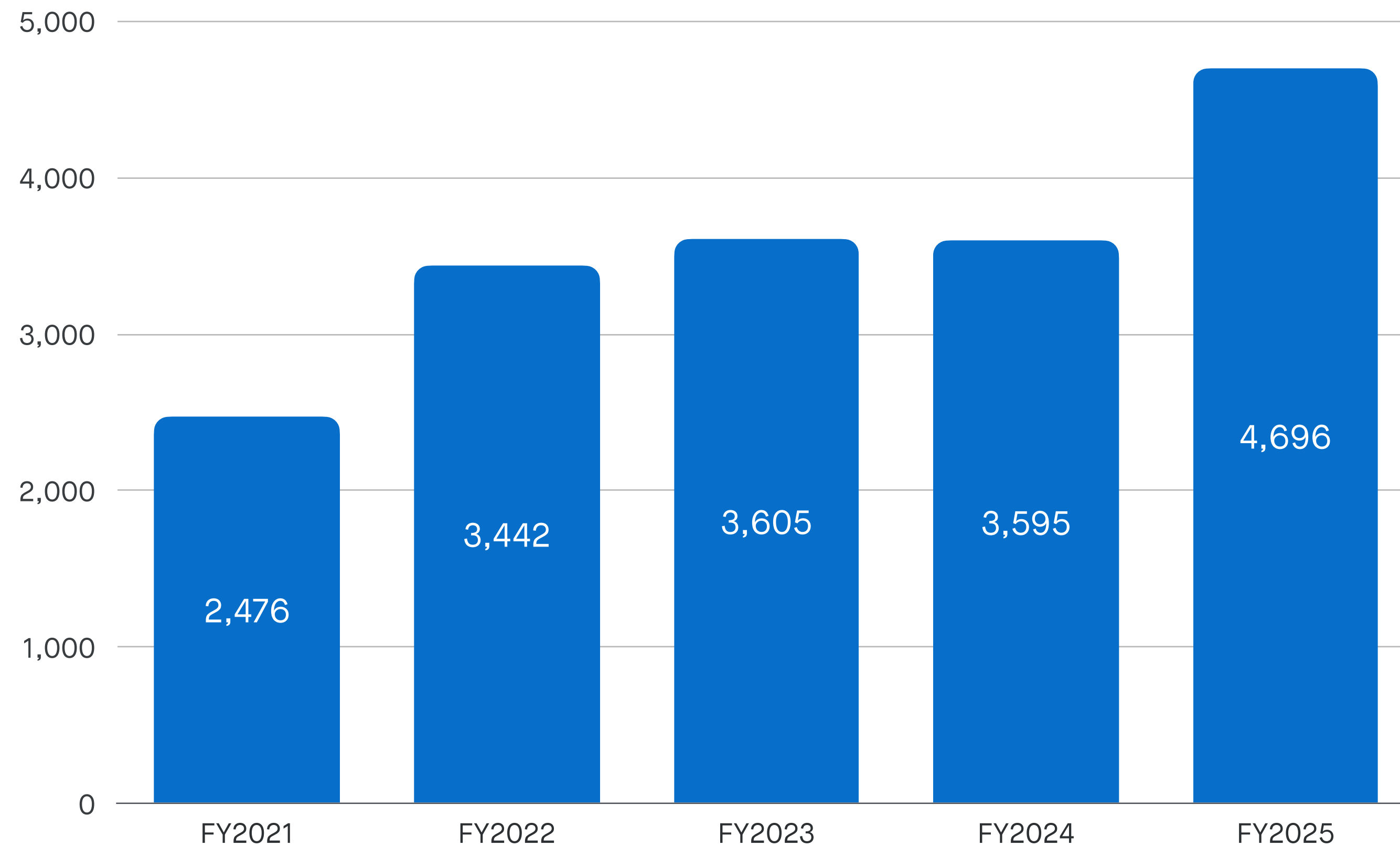
M&Aの資金として27億円の
現預金を確保

- 自己資本比率78.6%と健全な財務状態を維持
- 今期末より、当社初の配当を実施

売上高は過去最高を更新

デザインパートナー事業の売上高

単位：百万円

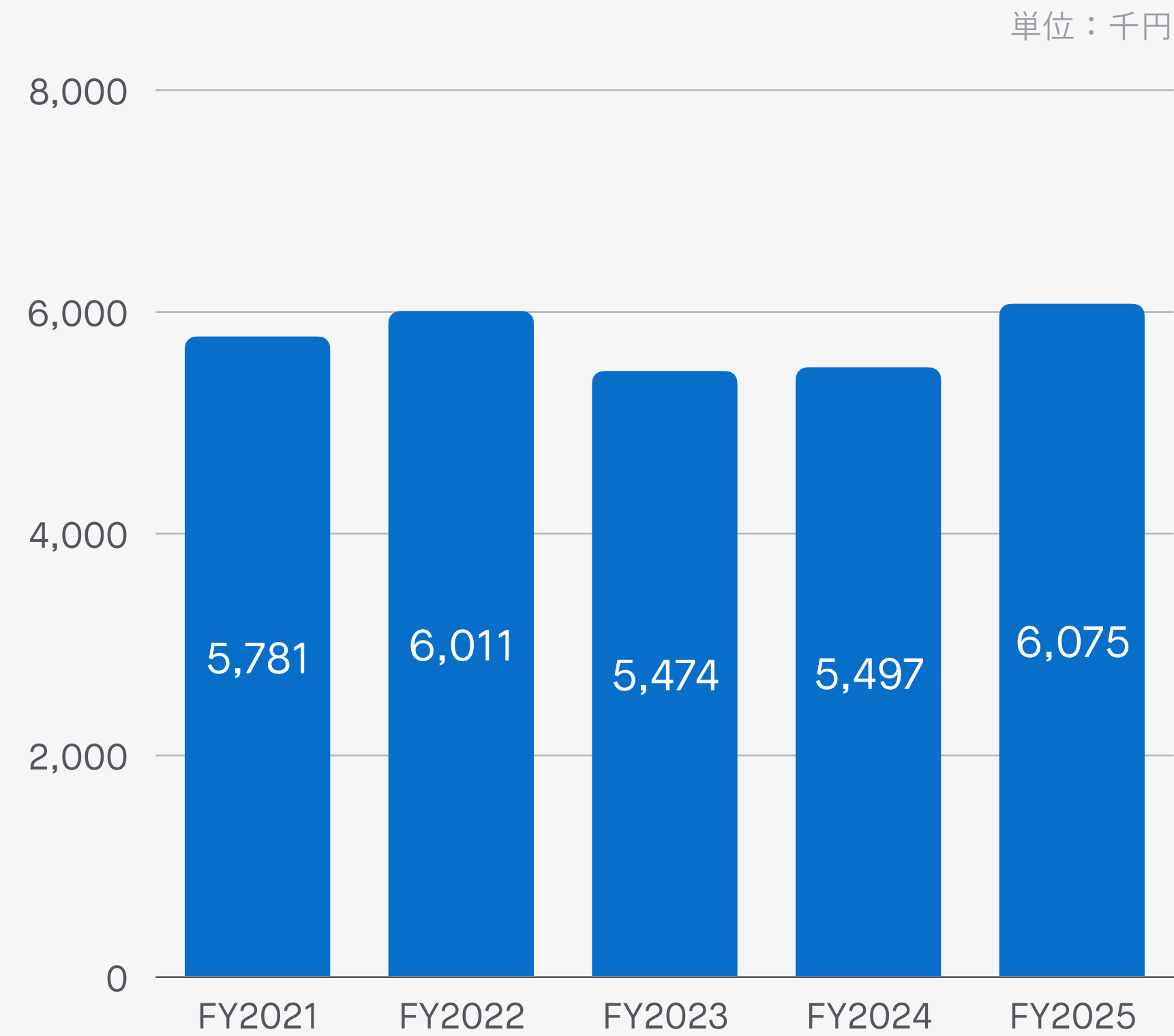


2025年8月期の売上高は 46.9億円

- 受注数の増加、新規プロジェクトの獲得と大型プロジェクトの継続が進展し、全体の売上を牽引
- 季節性の影響を受けやすい第3四半期においても、安定的に売上を確保
- 売上拡大が営業利益を押し上げ、利益が前年比で大幅に改善

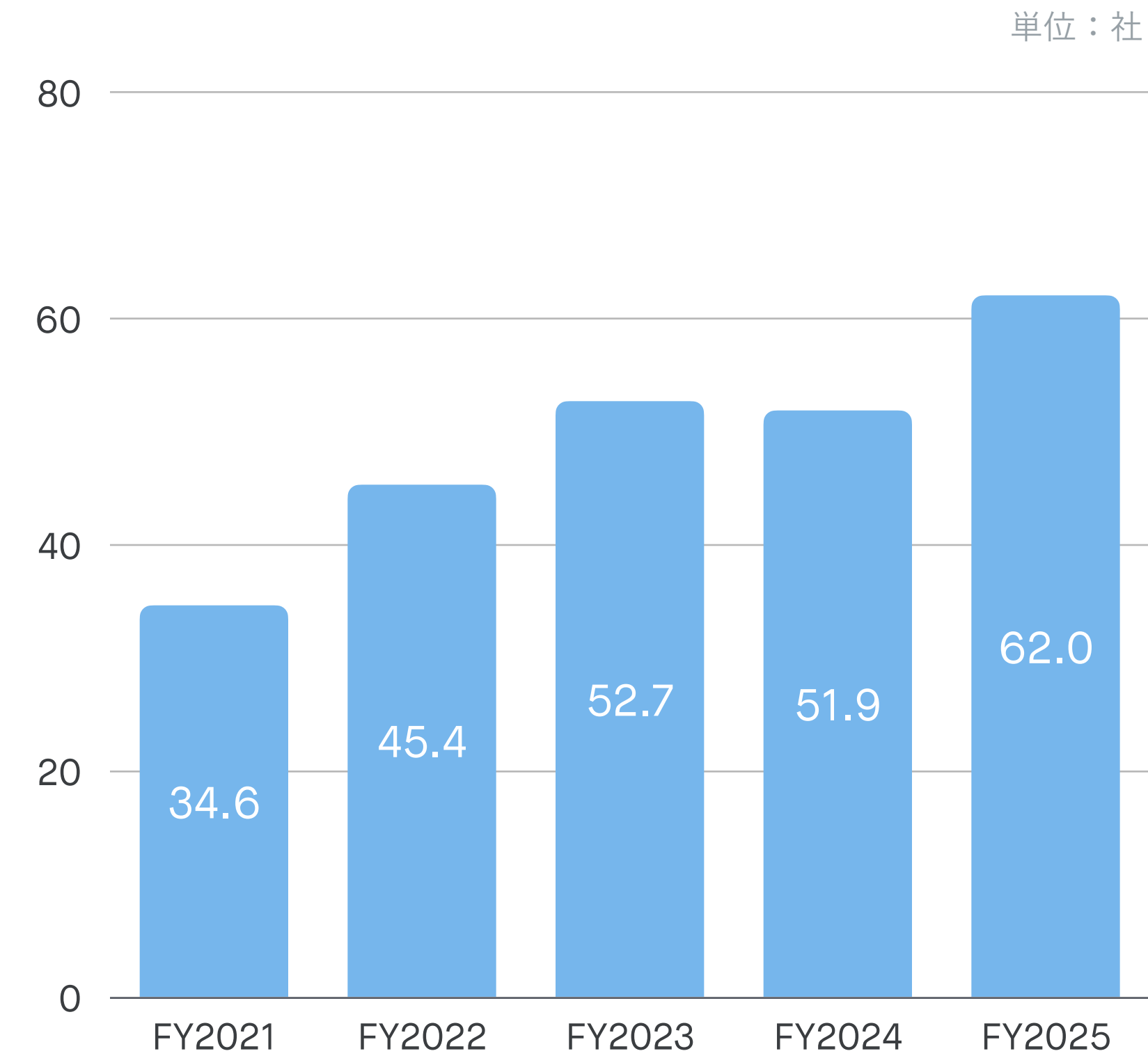
月額平均顧客単価は大型プロジェクト獲得により伸長
顧客社数は、受注率の改善により前年比で10社増加

月額平均顧客単価



×

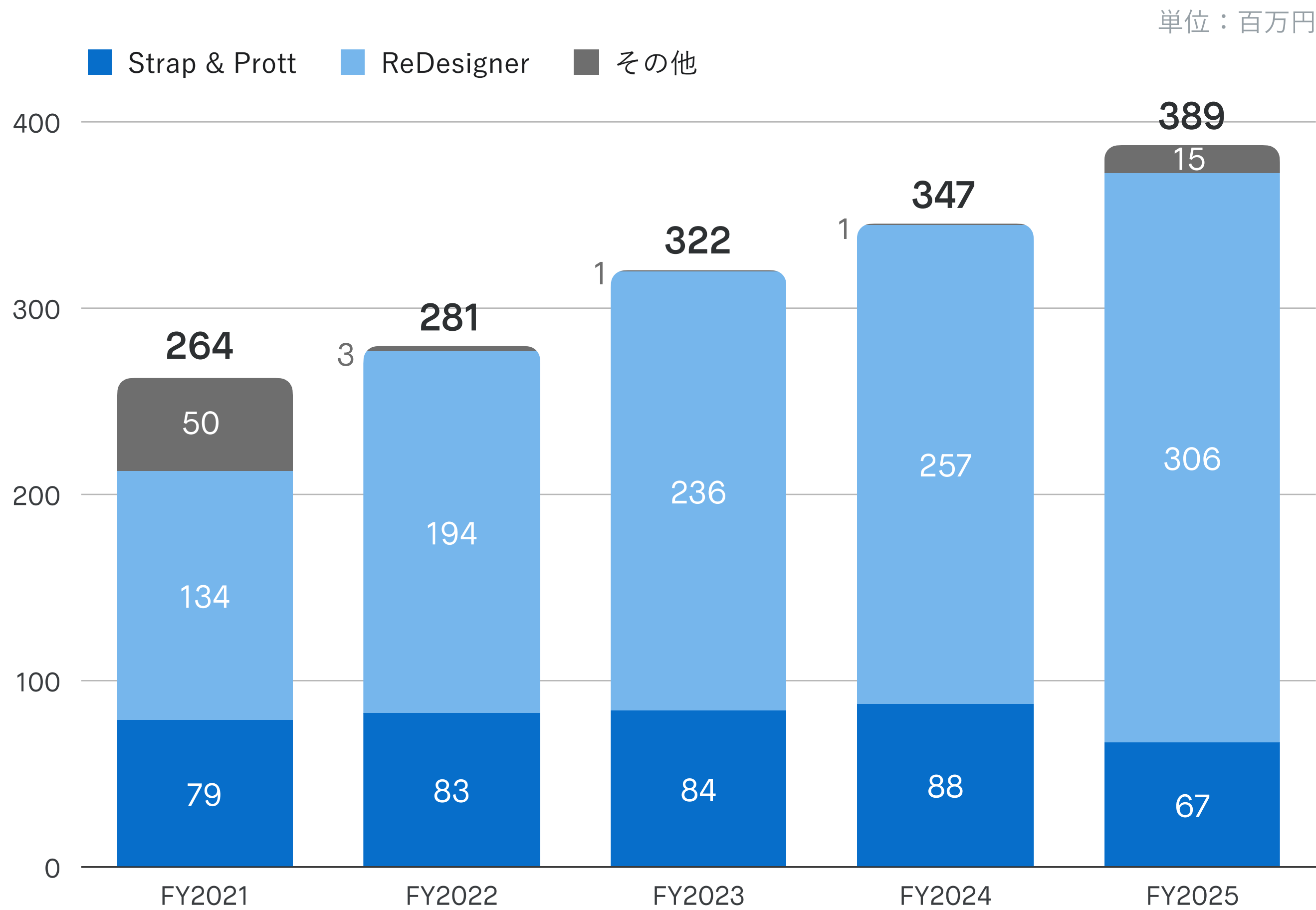
顧客社数



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

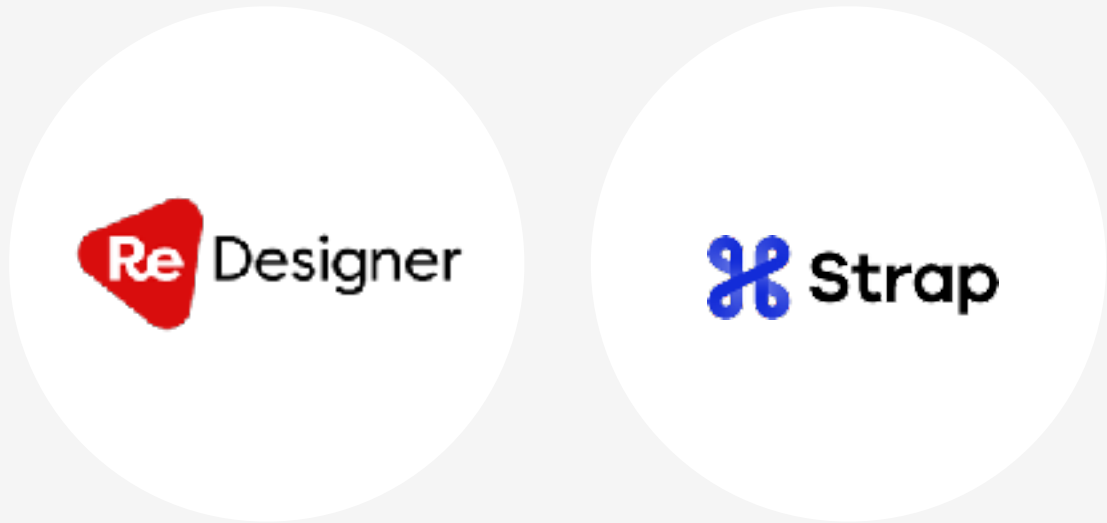
ReDesignerの伸長が、売上を牽引

デザインプラットフォーム事業の売上高



2025年8月期の売上高は
3.8億円

- ReDesignerにおいては、ダイレクトリクルーティングが順調に推進し、前年比12%増加

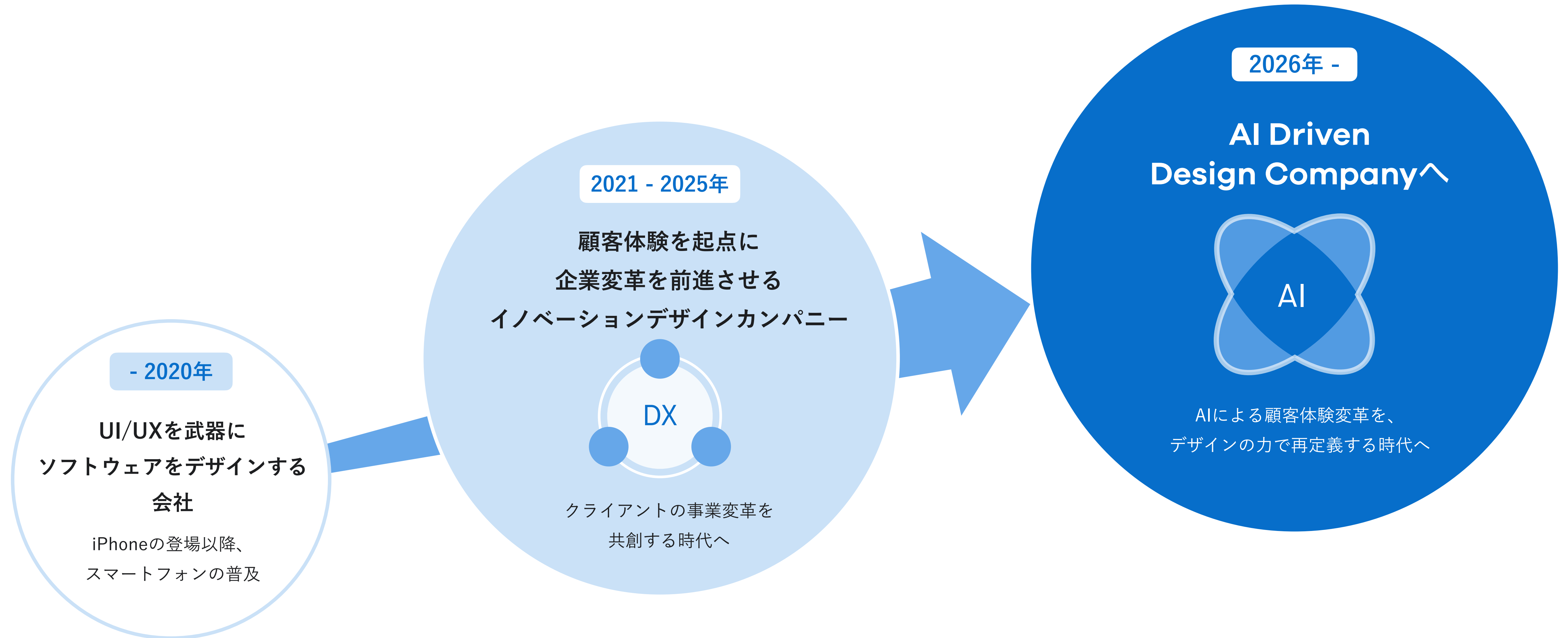


※『Prott』は2024年8月31日をもってサービス提供を終了いたしました。

成長戦略

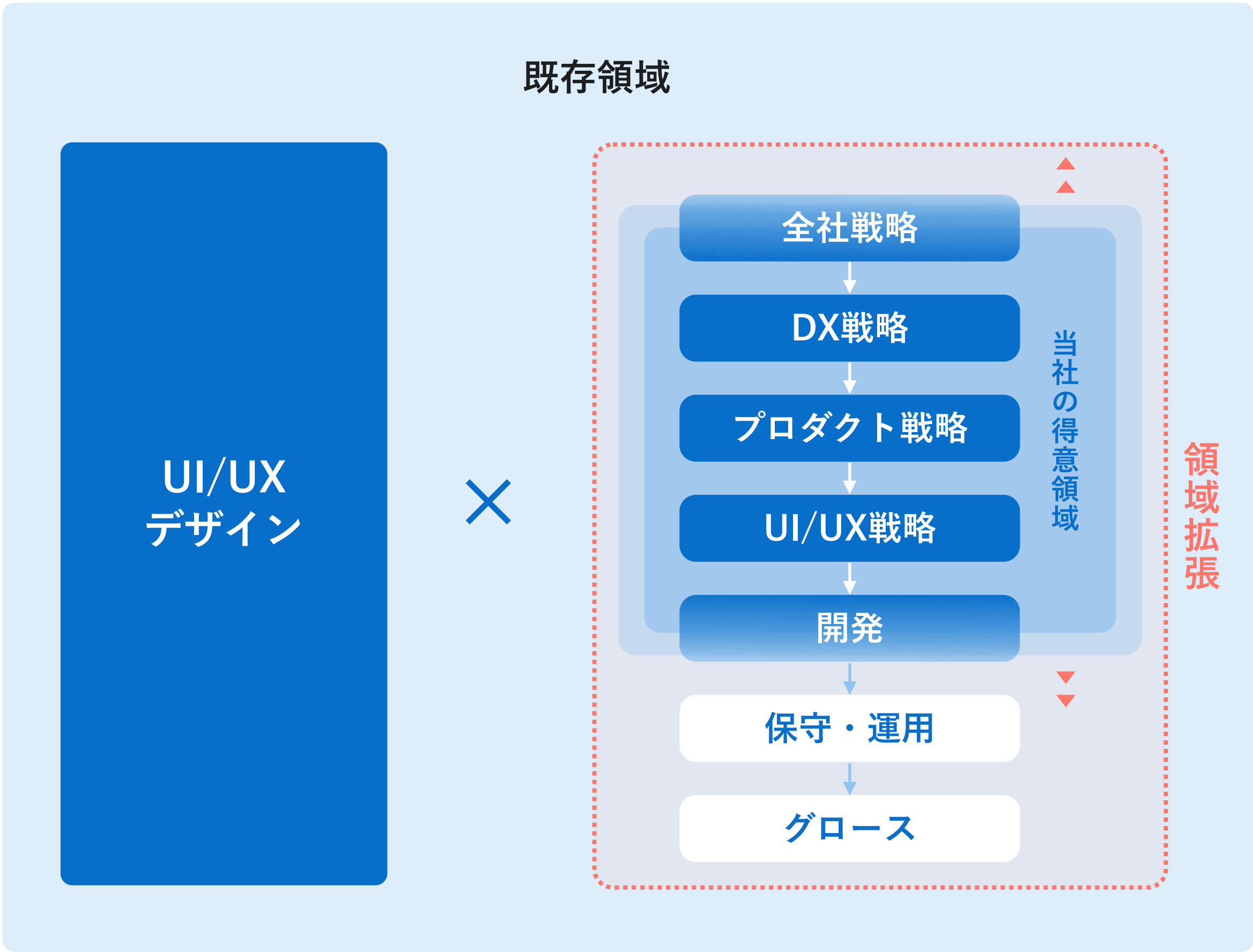
Mid-to-Long Term Growth Strategy

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

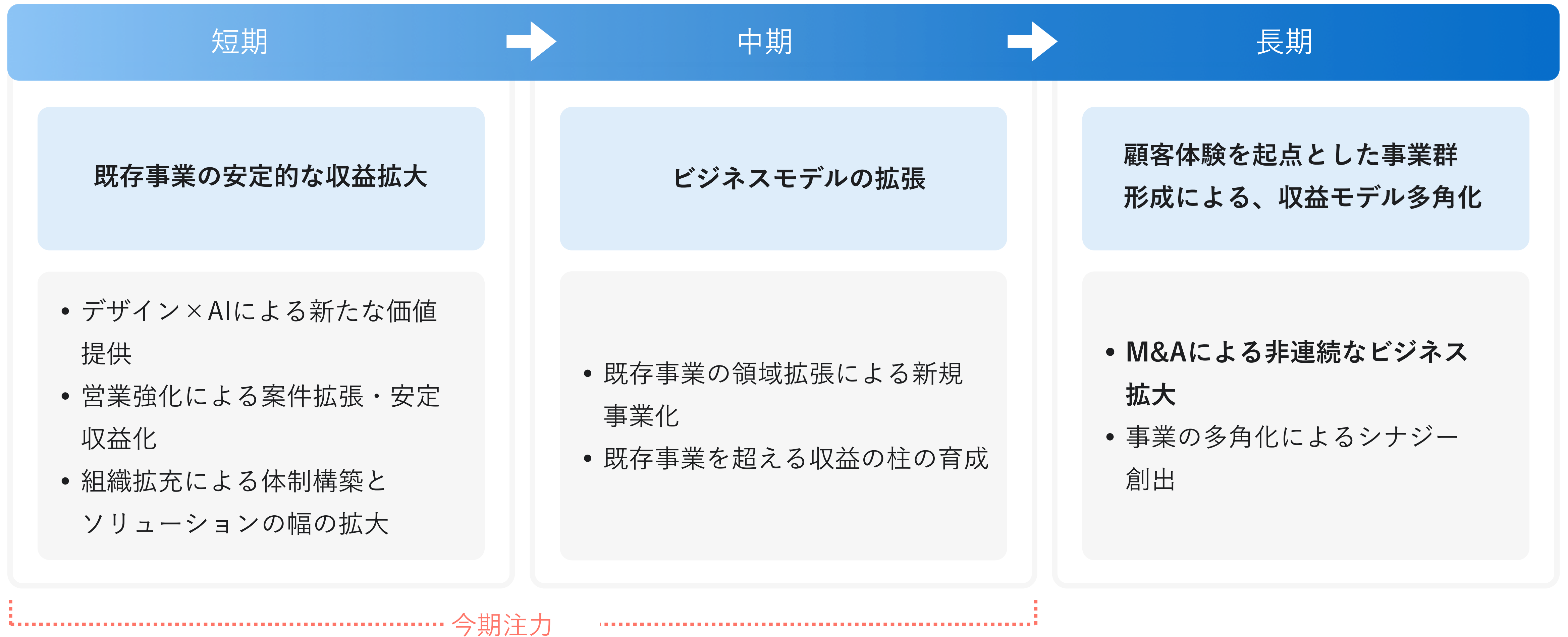
AIによる顧客体験の変化に適応し、企業変革に導くために、人材や組織風土・プロセスの同時変革が不可欠。企業変革に向けデザイン支援を拡張していく

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



FY2026 成長戦略

FY2026 Growth Strategy

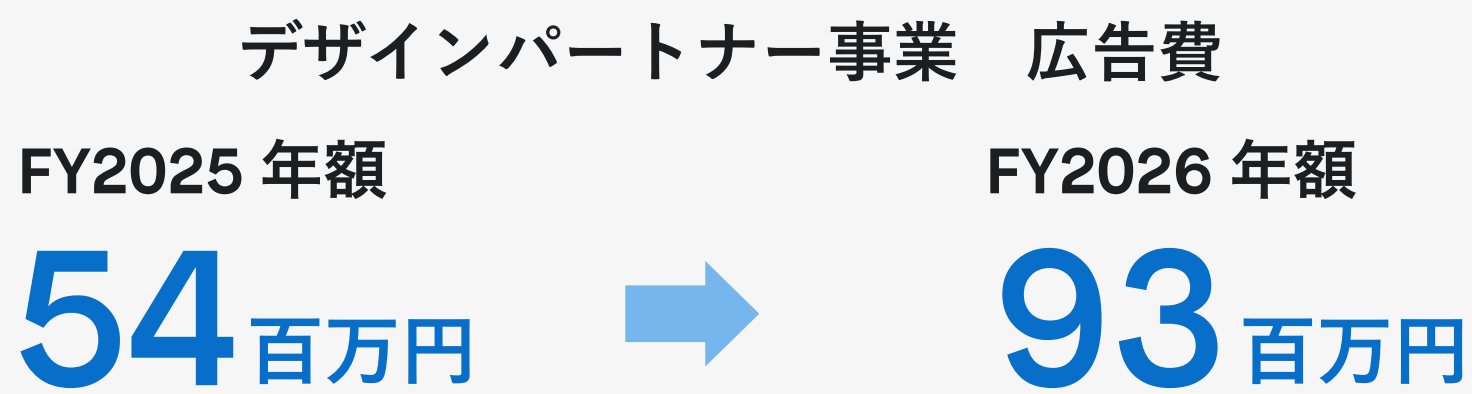
営業強化に引き続き投資、
新規案件獲得と既存プロジェクトの拡張を推進する

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



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

正社員デザイナーの採用は昨年度より抑え、Anywhere人材を活用

社内デザイン組織（正社員）

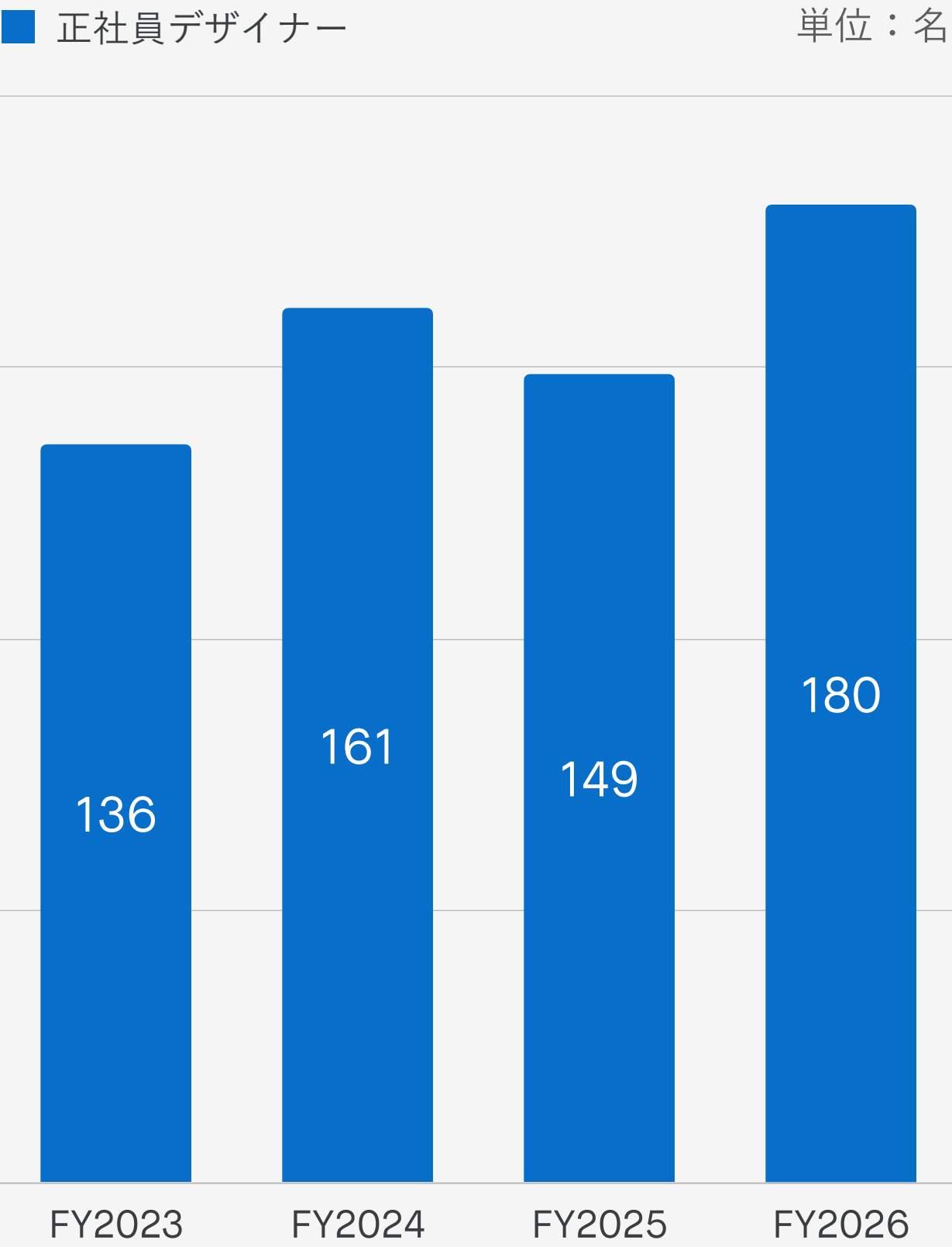
組織規模を拡大させ、開発等の大型案件の受注が可能な体制を強化

- 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）
- 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

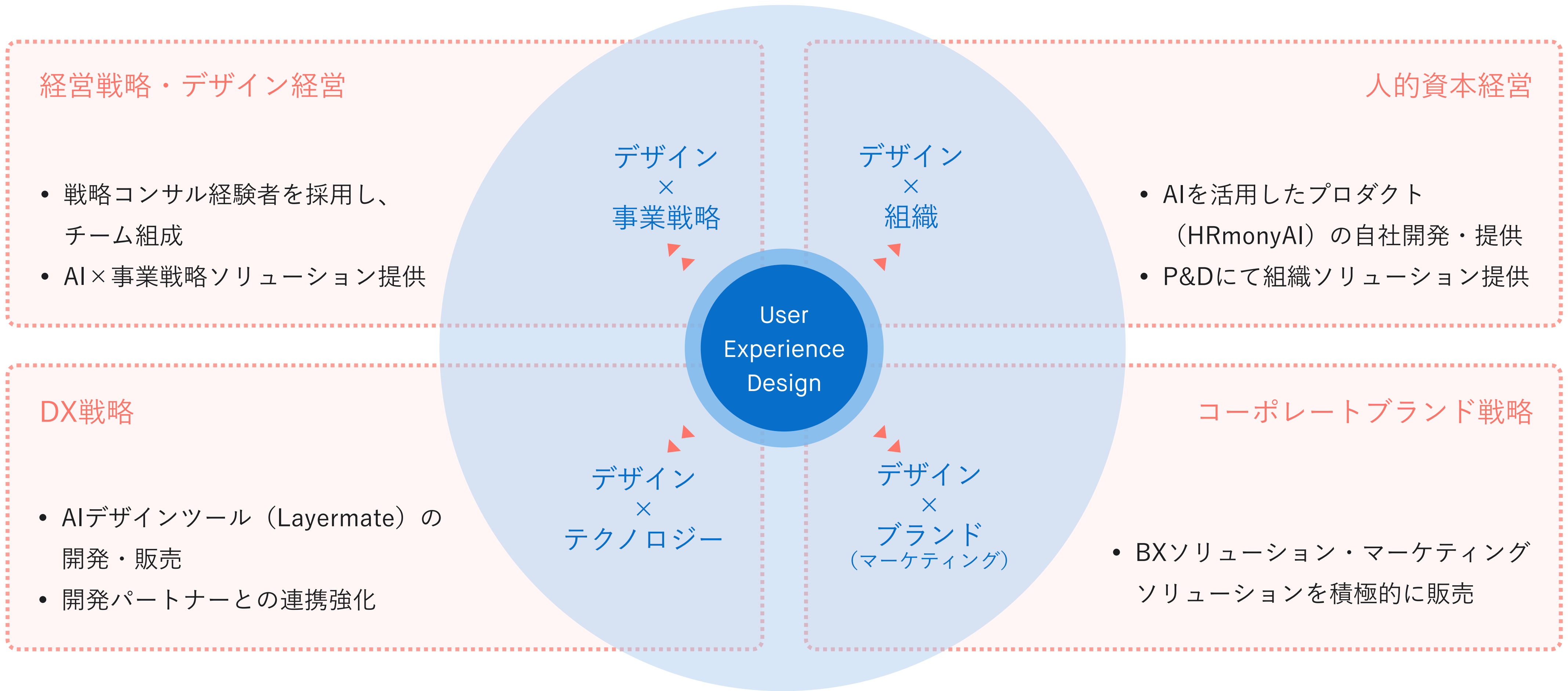
社外デザイン組織（Anywhere）

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

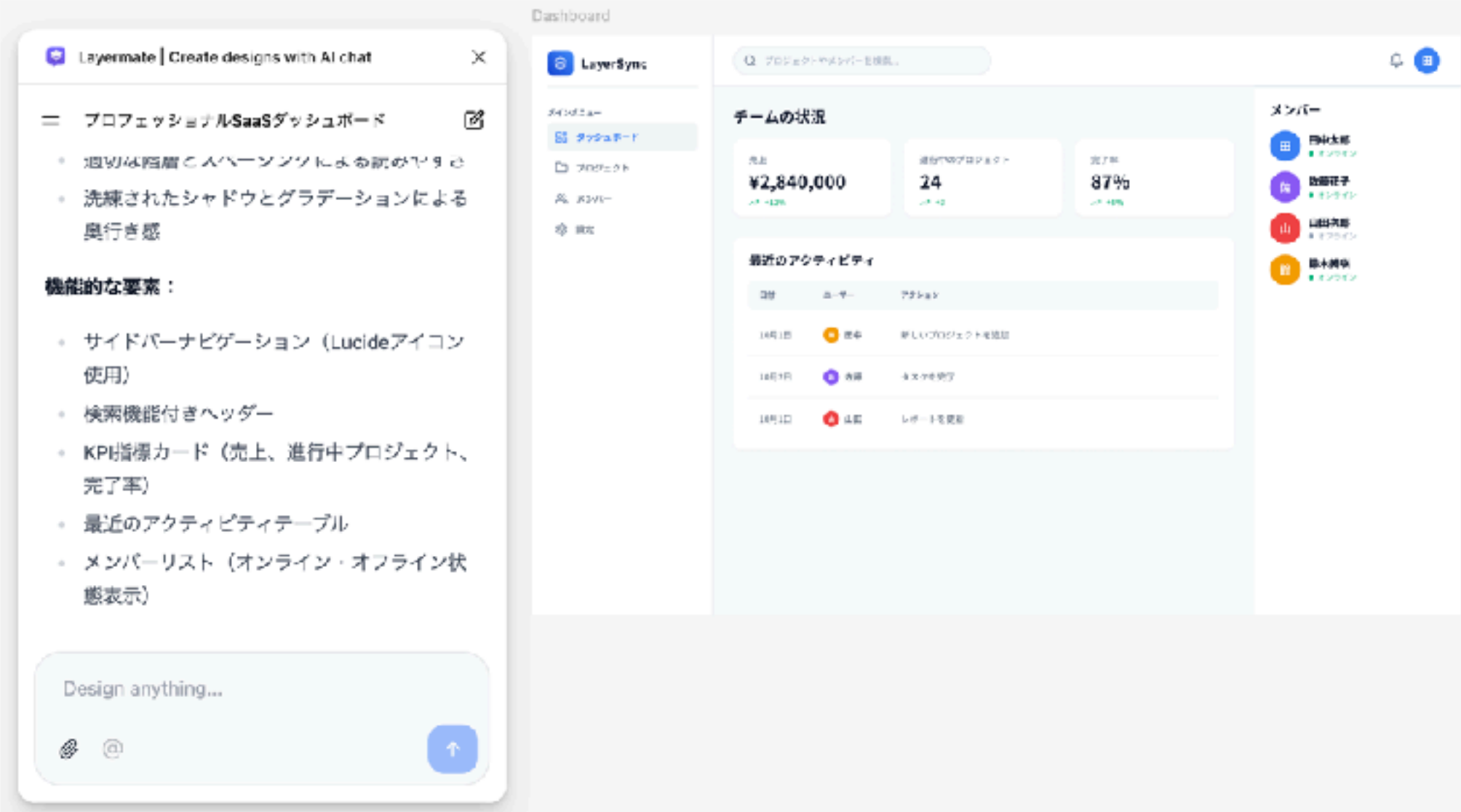


4 領域を拡張し、生成AI活用したAIプロダクト等、新たな価値創造を行っていく



AIデザインツールを提供する「Layermate」をM&A

「Layermate」※1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

※1.詳細はこちらに掲載しております。 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」※2 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

※2.詳細はこちら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

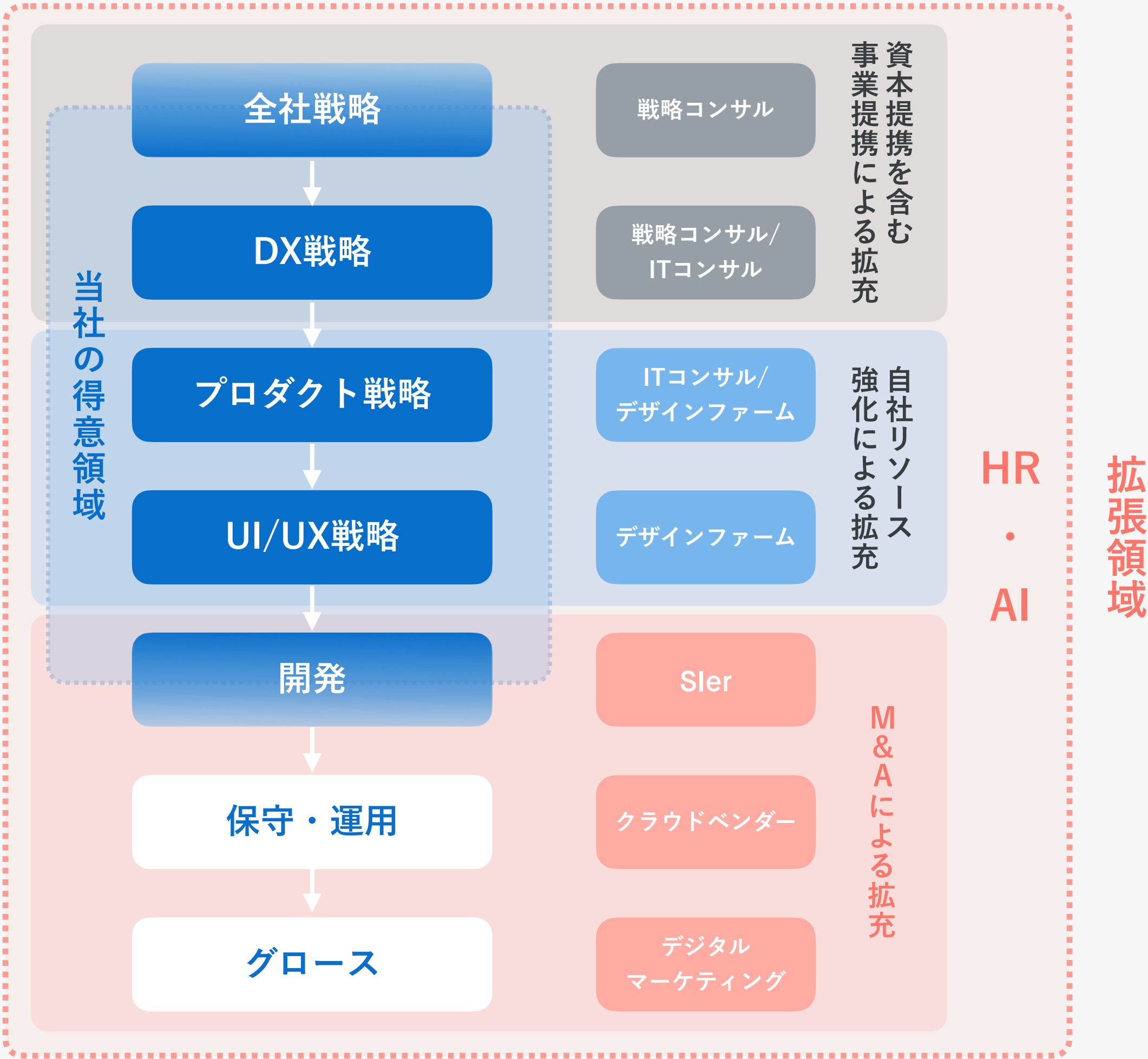
M&Aの方向性

DXバリューチェーンの拡張

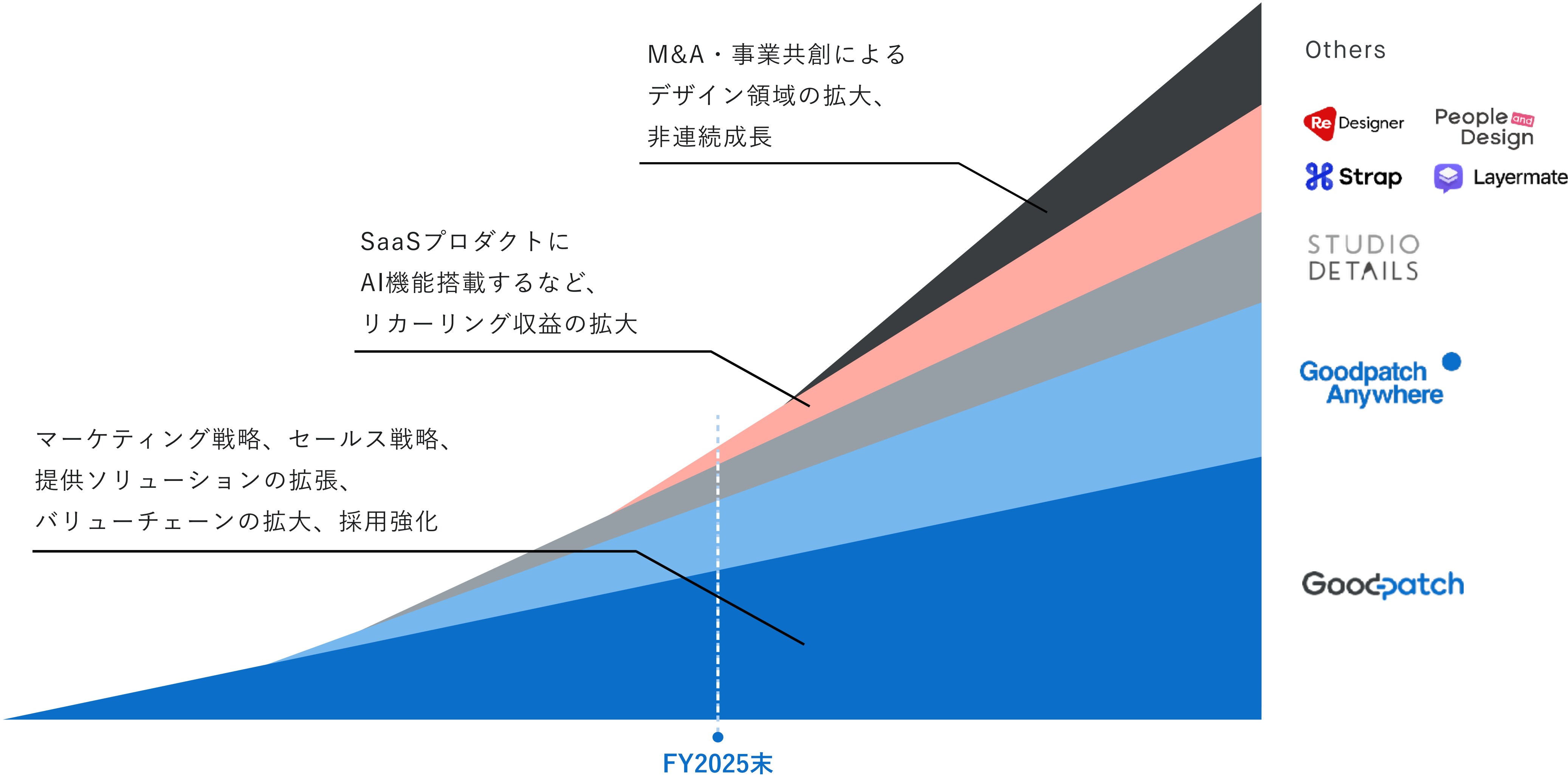
- 目的：既存のデザインパートナー事業のケイパビリティ強化
- 効果：グループとしての売上成長、案件の安定確保と競争優位の強化

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）



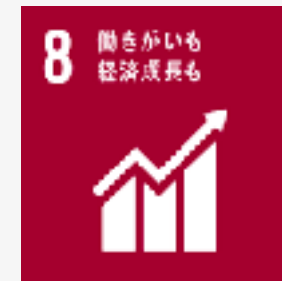
デザインの可能性を拡張させ、早期に時価総額200億円以上を目指す



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力を、ステークホルダーとともに広めていく

Design for Talent

- 活躍機会の創出に向けた人材の採用と育成
- DE&I（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン）の推進
- デザイナーの価値（待遇）の向上



Design for Partner

- ビジネスパートナーとの共創
- 顧客価値の創造と変革



Design for Society

- 地球環境に配慮した取り組み
- コミュニティのエンパワーメント
- カーボンオフセットの実施
- ウェブアクセシビリティの向上



Design with Governance

- 従業員の安全衛生
- 健全なコーポレートガバナンス体制
- 企業倫理とコンプライアンス
- デザインの倫理と責任



認識するリスク

Risk Information

事業遂行上の重要なリスクと対応方針

競合状況について

リスクの内容と顕在化した際の影響

当社グループが属するデジタルトランスフォーメーション（DX）市場は、その市場の拡大とともに競合他社の参入が増加しており、一定の競争環境があるものと認識しております。今後、低価格で優れたサービスを提供する競合企業、又は大きな資本力で優秀な人材獲得を行う競合企業が現れた場合、プロジェクト獲得や人材獲得競争等の競合状況の激化により、当社グループの経営成績及び財政状態等に影響を及ぼす可能性があります。

リスクへの対応策

当社グループは、拡大するDX市場に向けて、積極的な広報活動に加え、マーケティング活動の強化を行ってまいりました。今後は継続的にマーケティングの実施体制をさらに拡充し、マーケティング活動の分析活動・効果検証による改善活動の実施、アライアンスによる新規案件の創出、事例発信の強化、ナーチャリングの強化等についても取り組み、さらなるプロジェクトの提案機会を獲得してまいります。また成長するDX市場における新たなニーズ（戦略策定やマネタイズ設計、組織支援等）に応え、顧客企業の課題解決にさらに貢献していくためには、提供するソリューションの領域を拡張させ、幅広いサービス提供を可能にすることが重要と考えております。そのため、当社グループでは、UXデザイン領域を軸に「デザイン×事業戦略」、「デザイン×組織」、「デザイン×CXテクノロジー」、「デザイン×ブランド」に事業領域を拡げ、各領域に適した内部組織を設計し、高品質なソリューション提供による競争力の強化を目指してまいります。

DX市場の成長性について

リスクの内容と顕在化した際の影響

当社グループは、デザインパートナー事業を中心にDX市場に属しております。デジタルトランスフォーメーション（DX）は企業価値向上を実現する重要な経営課題の一つと位置付けられ、企業のDX戦略の策定及び推進体制の構築が進み、各部門や現場に合わせた具体的なDX施策に向けた本格的な投資に伴い、DX市場は拡大することが見込まれます。しかしながら、当社グループの想定を上回る景気悪化等により長期的に市況が低迷した場合は、デザイン支援プロジェクトに対する問い合わせ減少やプロジェクトの終了又はプロジェクト稼働人数縮小に伴い品質が低下するなど、当社グループの経営成績及び財政状態等に影響を及ぼす可能性があります。

リスクへの対応策

当社グループは、企業がDXを成功させるために、急速に変化する顧客の環境を意識しながら柔軟な思考で最適なサービス設計を行うという、UI/UXデザインに直結する要素が欠かせないと考えております。当社グループでは、UI/UXデザインにおける強みを活かし、特に大手企業のDX戦略の実行に際しデザインを活用し支援する活動を推進しております。プロジェクトの実施において、プロジェクトの課題解決を出発点とし、顧客企業の発展に貢献する取り組みやアイデアを積極的に提案し、プロジェクト関係者にとどまらず、顧客企業の経営層や意思決定者層も巻き込んで対話を進め、顧客企業と長期的な関係を築いてまいります。

上記は、成長の実現や事業計画に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

事業遂行上の重要なリスクと対応方針

デザイナー人材の確保と育成について

リスクの内容と顕在化した際の影響

当社グループでは、当社の持続的な成長のためには、継続的に優秀なデザイナーとなりうる人材を確保し、かつ長期的に活躍してもらう仕組みを整備することが重要な要素であると認識しております。しかしながら、当社の想定を超える人材市場の逼迫や業務拡大・業務内容の変化のため、育成や採用が想定通りに進まず、適正な人材配置がなされない場合、退職による人材流出が想定を上回った場合には、プロジェクト量の縮小やプロジェクト品質低下など当社グループの経営成績及び財政状態等に影響を及ぼす可能性があります。また労務環境が悪化した場合には、従業員の心身の健康が保てなくなり、労働生産性の低下や人材流出につながる可能性があります。

リスクへの対応策

既存事業の需要拡大を見据えた計画的なデザイナー人員の採用・育成を計画しております。「ReDesigner」等の運営によりデザイナー人材の市場動向を迅速に把握することや、採用チャネルの拡充や採用人員の増加等のデザイン人材採用を強化するとともに、社内にてデザイナーとしてのスキル向上を図るための体系的なデザイン研修等を実施し人材開発を推進してまいります。また、従業員が自身の成長へ取り組めるよう、品質向上のためのナレッジ共有やeラーニング研修などの福利厚生等を整備し、ジュニアメンバーを含む全従業員の成長を促すように努めております。加えて、働き方や価値観の多様化に対応しDE&Iの推進や健康経営の推進を行い、副業制度等の人事制度の構築やフルフレックス制度、リモート勤務等の労務環境の整備を実施し、従業員の心身へのケア、労働生産性低下防止、人材流出の予防に努めております。

M&Aの実施について

リスクの内容と顕在化した際の影響

当社グループは、M&Aによる戦略的投資を推進し、デザインパートナー事業のケイパビリティ強化（強みの拡大）をはじめとした既存事業の強化、事業間シナジーの強化、新規事業機会の創出等により成長を図りたいと考えております。当該推進については、対象企業の顧客、業績、財政状況、競争優位性、当社グループ事業とのシナジーやリスク分析結果等を十分に考慮した上で進めてまいります。しかしながら、M&A後に未認識債務の判明や偶発債務の発生等事前の調査で把握できなかった問題が生じること等が発生する際には、当社グループの経営成績及び財政状態等に影響を与える可能性があります。

リスクへの対応策

当社グループでは、「デザイン領域と親和性の高い開発領域の企業」、「顧客サービス運用支援を行う企業」等、開発及びグロース領域に位置する企業を検討対象としており、M&Aを実施する場合には財務・事業・法務・人材等の観点から慎重に選定します。また、当社グループのデザインノウハウ及びデザイン人材を活用し、中長期的視点で成長が見込まれる企業についても、併せて検討対象とすることといたします。また当該対象企業については外部機関を活用した十分な調査の実施、対象となる企業の財務内容や事業についてデューデリジェンス、買収メリット等を総合的に勘案し検討してまいります。

上記は、成長の実現や事業計画に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

事業遂行上の重要なリスクと対応方針

プロジェクト提供品質の管理について

リスクの内容と顕在化した際の影響

デザインパートナー事業におけるプロジェクト推進にあたっては、当社のデザイナーによるデザインプロセスの遂行状況やアプリやウェブページ等のデザイン品質の提供状況をスキルに定評のあるリードデザイナーが確認しながら進める管理体制を採用し、プロジェクトの提供品質を確保しております。しかしながら、リードデザイナーのリソース確保が十分に行われない場合、プロジェクトの提供品質にばらつきが生じ、顧客満足に影響を及ぼし、当社のブランドを棄損する可能性があります。その結果、当社グループの経営成績及び財政状態等に影響を及ぼす可能性があります。

リスクへの対応策

稼働中のプロジェクト品質及びリードデザイナーの監修リソース、その他デザイナーの稼働把握を目的に、管理役職者らを中心に、週次単位でのプロジェクトメンバーヒアリング、ヒアリング結果を基にプロジェクト状況の評価を全プロジェクト対象に実施しております。また、社内の品質評価だけでなく、顧客満足度を直接相手にヒアリングし、品質基準と顧客満足度の改善に努めております。

技術革新について

リスクの内容と顕在化した際の影響

当社グループは、インターネット関連技術に基づいて事業を展開しております。当該領域は技術革新のスピードや顧客ニーズの変化が極めて速く、それらに基づく新機能や新サービスの導入が相次いで行われる変化の激しい市場であります。このような環境の中で、当社グループは、最新技術の開発を率先して行っております。しかしながら、今後AI技術など、何らかの革新的な技術が開発され、当社グループの対応が遅れた場合や、そのような革新的な技術に対応するために多額のシステム開発費用が追加的に発生する場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

リスクへの対応策

最新技術に関する情報収集や試用、技術への深い理解をもつ有識者の採用を積極的に行っているほか、AI技術の活用を積極的に取り組んでおり、従業員がナレッジとして、情報集約したのち、全社へと公開・共有することで、技術革新のトレンドを収集、激しい環境変化への順応を実現しております。

上記は、成長の実現や事業計画に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

APPENDIX

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。



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

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

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

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

沿革

2011年9月	東京都千代田区で設立
2014年1月	プロトタイピングツール「Prott」をリリース
2014年5月	東京都渋谷区に本社移転
2015年5月	ドイツ・ベルリンに子会社「Goodpatch GmbH」を設立
2018年5月	デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」を開始
2018年8月	フルリモートデザインチーム「Goodpatch Anywhere」を開始
2019年6月	新卒デザイナー向けキャリア支援サービス「ReDesigner for Student」リリース
2020年6月	東京証券取引所マザーズに上場
2020年9月	クラウド型オンラインホワイトボードツール「Strap」リリース
2021年12月	株式会社スタジオディテイルズを子会社化
2022年4月	東京証券取引所の市場区分の見直しに伴い、東京証券取引所グロース市場に移行
2024年8月	プロトタイピングツール「Prott」サービスを終了
2024年10月	株式会社ピープルアンドデザインを設立
2025年10月	株式会社Layermateを子会社化

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を照らし、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。

なお、当資料のアップデートは今後、本決算後の2026年11月頃を目途として開示を行う予定です。2026年8月期業績予想につきましては、2025年10月15日にTDnetで開示しております「2025年8月期通期決算説明資料」をご参照ください。

Good&patch

Design to empower♥