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）

2026年11月27日

© 2026 Goodpatch Inc.

Design to envision

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

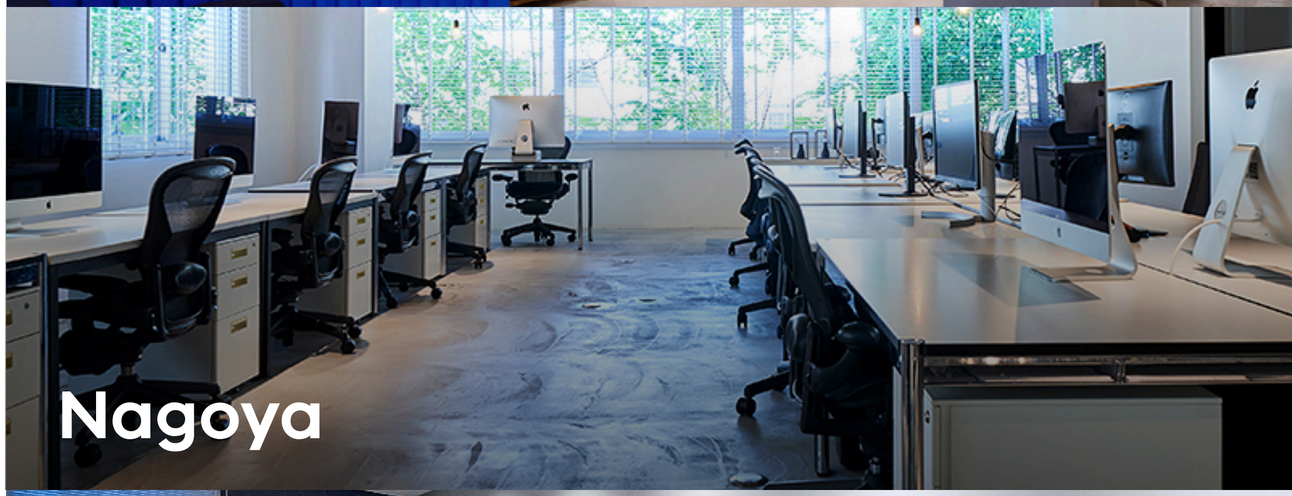
Company Overview

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	281名（2026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　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、株式会社Band
拠点	日本（東京、名古屋、大阪）







© 2026 Goodpatch Inc.

ビジョンとミッション

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

© 2026 Goodpatch Inc.

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

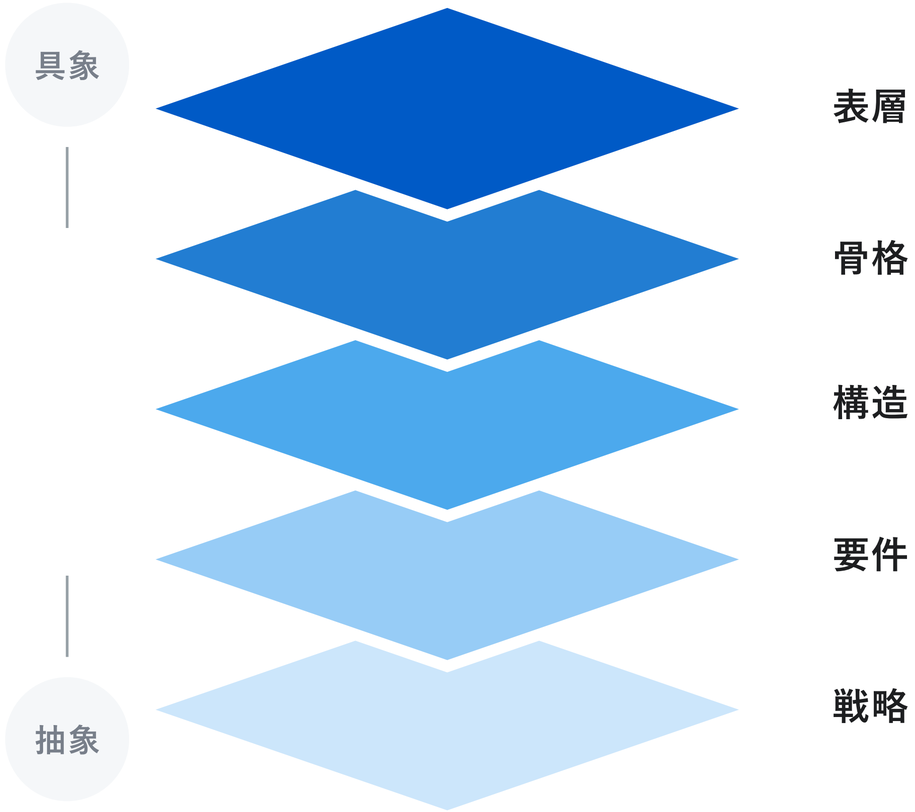
デザイン経営の効果

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

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

© 2026 Goodpatch Inc.

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。

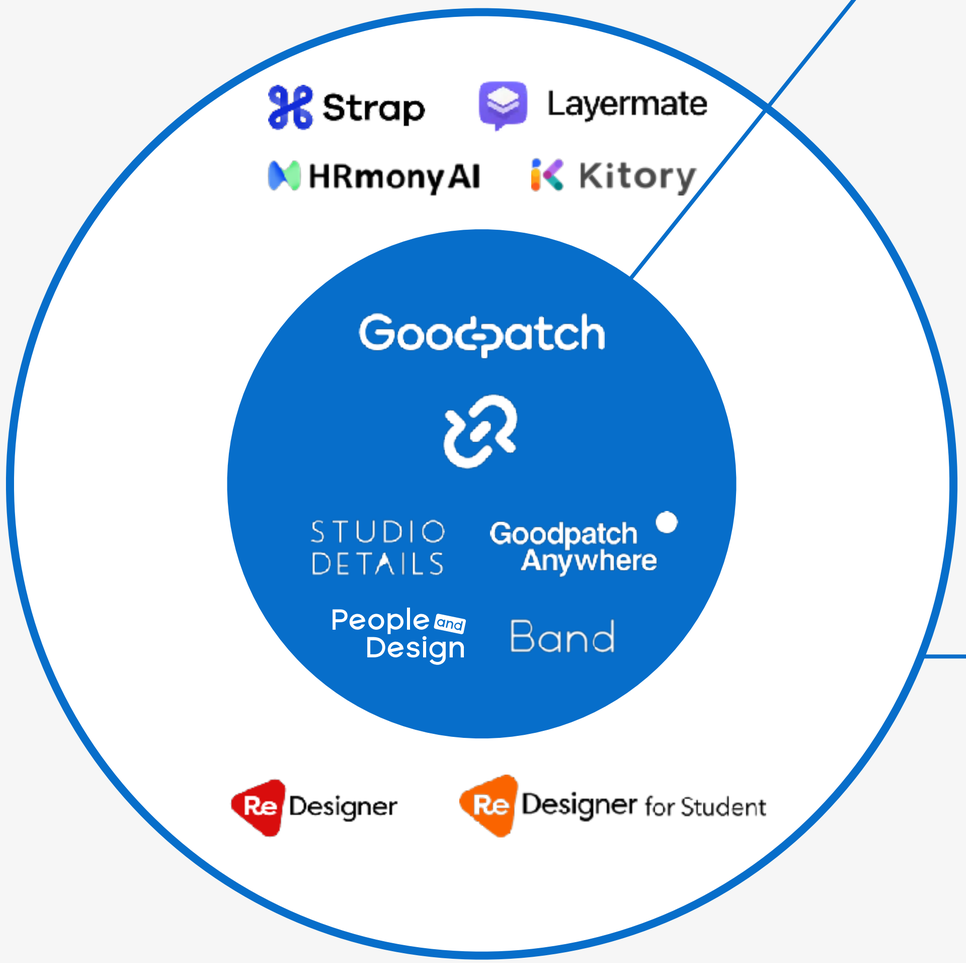
© 2026 Goodpatch Inc.

事業内容

Business Information

事業内容

2つの事業セグメント



※売上高構成比は、2026年8月期通期の売上高を基に算出しております。

売上高構成比
92.2%

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

Band：2026年9月に買収。ソフトウェアの企画・開発・運営およびコンサルティングを支援

売上高構成比
7.8%

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

HRmony AI：採用業務を効率化・標準化するAIエージェントサービス

Kitory：AI駆動の業務アプリ構築プラットフォーム

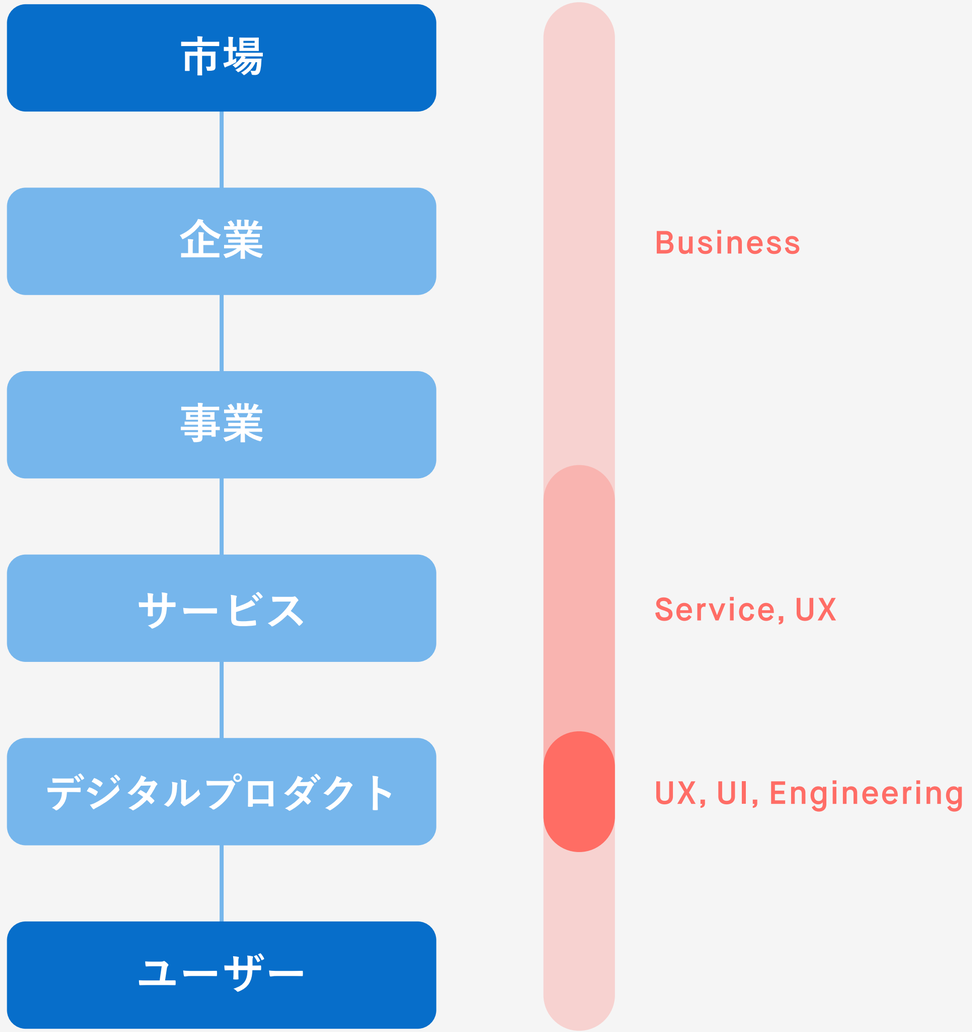
© 2026 Goodpatch Inc.

事業内容

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12か月前後
  ※FY2022~2026の実績、1か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**



© 2026 Goodpatch Inc.

事業内容

デザインパートナー事業の支援フェーズ

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

Incubation
事業創出フェーズ

立ち上げフェーズの事業に対して、
ビジネス全体の成功・成長を見据え、新規事業特有の不確実性を低減し、成功確度が高い事業へと導く

対象部門

新規事業部門、事業企画部門、
DX推進部門、イノベーション戦略部門

Growth
成長フェーズ

成長フェーズにあるプロダクト・サービスの事業成長に伴う顧客課題を解決し、
事業を成功に導く

対象部門

既存事業部門、特に事業責任者
プロダクト開発部門、デザイン部門
マーケティング部門

Transformation
変革フェーズ

成熟期にある企業やプロダクト・組織に対して、再成長のための課題を発見・解決し、
成長フェーズへ移行させる

対象部門

経営レイヤー、既存事業部門の事業責任者、経営企画部門

© 2026 Goodpatch Inc.

事業内容

デザインパートナー事業の重点領域

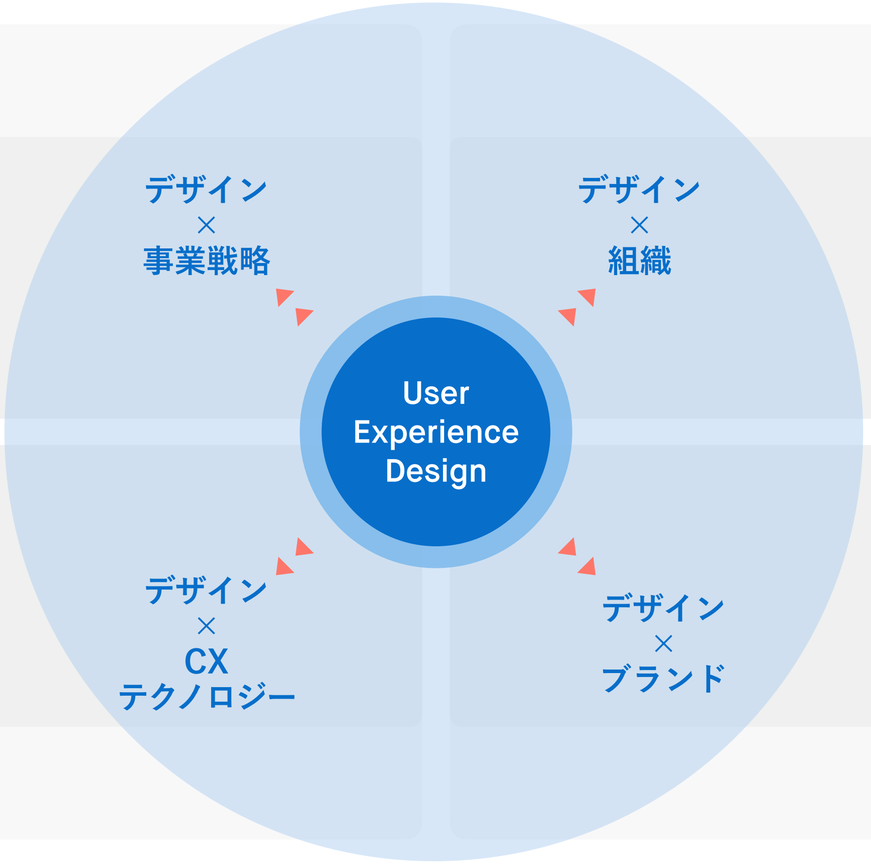
デジタル領域のUI/UXデザインに留まらず、エクスペリエンスデザインを軸に
顧客課題に即したデザイン組織体制を組成、チームで解決に取り組む

経営戦略・デザイン経営

人的資本経営

事業戦略・
新規事業開発戦略

組織変革戦略



顧客体験マネジメント
エンタープライズ
アジャイル

ブランド
コミュニケーション
マーケティング

DX戦略

コーポレートブランド戦略

© 2026 Goodpatch Inc.

事業内容

デザインパートナー事業・豊富な実績（企業別）

支援後
14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。

© 2026 Goodpatch Inc.

事業内容

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

流通・D2C
セルフレジ
ECモール

FABRIC TOKYO
Fit Your Life.

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

MUFG
三菱UFJ信託銀行

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

Demaecan

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

bitkey

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

食品・ヘルスケア
IoT（自販機）と健康アプリ

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

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

NGK SPARK PLUG CO., LTD.
+GF+

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

SoftBank

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

助太刀

SaaS・AI
人材サービス
マーケティング
生成AIプロダクト

JAPAN AI

物流・エネルギー
国際物流
エネルギー関連新サービス

Shippio

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

TOYOTA connected
DAIMLER

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

MEDLEY

※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。

© 2026 Goodpatch Inc.

satto

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

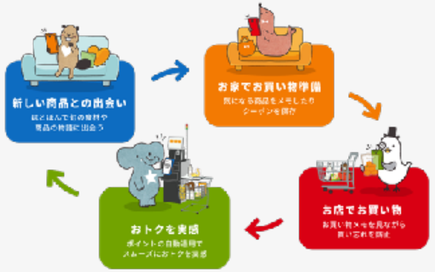
※ 詳細は以下にて掲載しております。
https://goodpatch.com/blog/2025-06-softbank-satto-1

※ 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。

© 2026 Goodpatch Inc.

イトーヨーカドー・ヨーク公式アプリ×Webマガジン、リテールメディアのトータルデザイン

課題



購買前後での継続的な顧客接点の構築が求められていた

- 構想を理解し、ユーザー体験の設計から開発・実装まで、一気通貫で伴走できるパートナーを探していた
- クーポン利用をよりスムーズにし、レジ前の体験と現場オペレーションを改善したかった
- 店舗の外でも商品の魅力を双方向に届けられるプラットフォームを目指していた

アプローチ



「お買い物循環」をコンセプトに、アプリをリテールメディアとして設計

- 「お買い物循環」を軸に、クーポンからWebマガジン『はとぽん.jp』まで、購買前後の継続的な接点を設計
- アプリバーコードの提示でポイントクーポンが自動適用される仕組みを実装
- ハーフモーダルなどより穏やかな遷移方式を採用し、最小フォントサイズを明文化



アプリ会員の月間お買上金額9%向上 ダウンロード数50万件突破

- リニューアル後、アプリ会員の月間お買上金額が9%向上
- リリース初日にダウンロード数が50万件を突破し、旧アプリからスムーズに移行が進んだ
- レジ前の待機時間や混雑の緩和につながり、現場からは「オペレーションが楽になった」との声

※ 詳細は以下に掲載しております。
https://goodpatch.com/ja/work/itoyokado
https://goodpatch.com/blog/2026-07-itoyokado

© 2026 Goodpatch Inc.

AI活用の体験設計・開発・品質安定化を支える3つのソリューション

課題1

**AI機能を実装しても、
ユーザーに使われていない**

Agentic UX

AIエージェントの体験設計

ユーザーの意図をAIが正しく汲み取り、
使われ続けるAIエージェントの体験を設計する

支援内容

- 意図伝達・体験コンセプト設計
- AIの振る舞い・環境を設計
- 信頼・制御の検証と改善

課題2

**AI活用が部分的で、
組織的な推進に至っていない**

AI駆動デザイン・開発

構想から本番実装まで伴走

AI駆動環境の整備で開発を高速化し、
支援後も組織が自走できる状態をつくる

支援内容

- 監修・AI駆動環境の整備
- PoC実行・Go/No-Go判断支援
- 本番実装・ナレッジ移管

課題3

**AIの出力品質がばらつき、
自社らしいデザインを保てない**

デザインハーネス

出力品質と一貫性を担保

暗黙知の判断基準をAIが参照できる形にし、
誰でも自社らしいデザインをつくれる環境に

支援内容

- 現状診断・暗黙知の言語化
- デザインハーネス構築
- 業務実装、保守・運用

© 2026 Goodpatch Inc.

事業内容

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

Re Designer

Re Designer for Student

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

Strap

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

Layermate

HRmonyAI

Kitory

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、1企業につき月額数万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

© 2026 Goodpatch Inc.

2つの事業で顧客の多様なデザインニーズを充足

エンタープライズ/スタートアップ企業
共通のデザインニーズ

DX関連戦略人材
ノウハウ不足課題

事業のUX改善
ノウハウ不足課題

人材不足
人材育成課題

シナジー効果の実現

デザインパートナー事業

Goodpatch / STUDIO DETAILS

特徴: 社内デザインチーム（社員）
領域: リサーチ／戦略策定／要件定義／開発
方式: プロジェクト型

Goodpatch Anywhere

特徴: 社外デザインチーム（フリーランス）
東京以外のマーケット、アサインの柔軟性
領域: リサーチ／戦略策定／要件定義／開発
方式: プロジェクト型

People and Design

領域: HRコンサル事業、HRツール
方式: プロジェクト型（HRコンサル）、 SaaS型（HRツール）

Band

領域: AI駆動のシステム開発支援、
EC開発・運用支援（Shopify中心）
方式: プロジェクト型

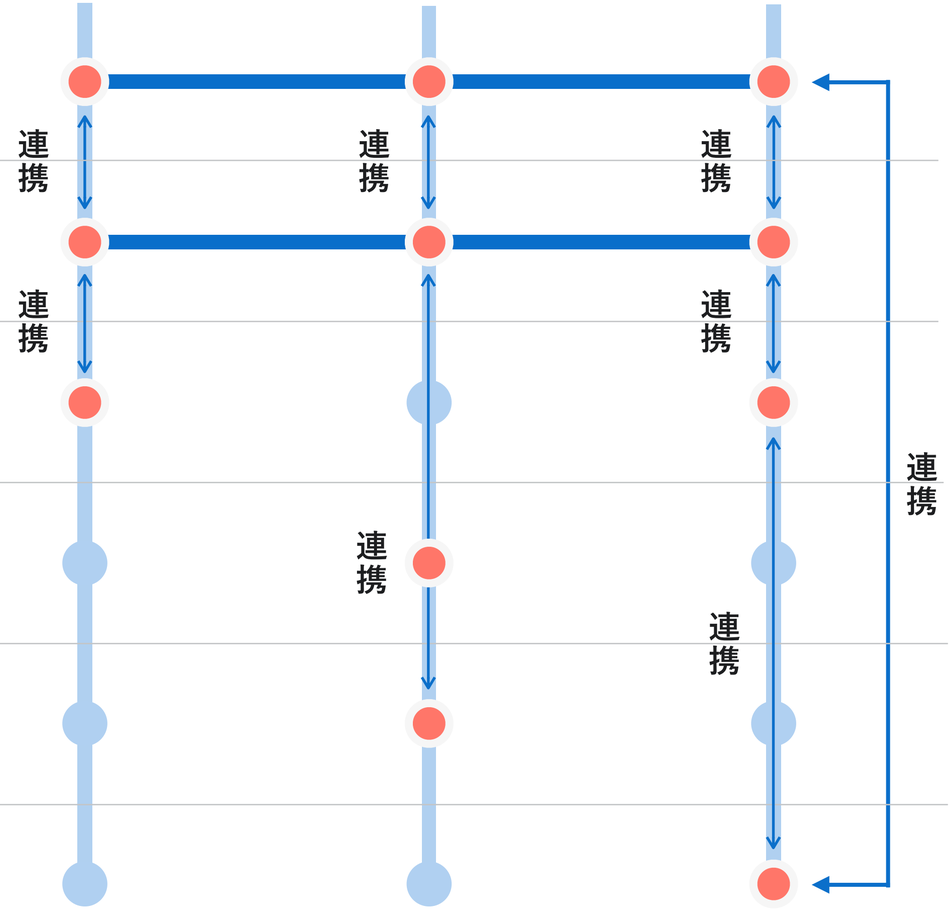
デザインプラットフォーム事業

Strap / Layermate / HRmonyAI / Kitory

領域: オンラインホワイトボードツール、
デザインAIツール
方式: SaaS型

Re Designer / Re Designer for Student

領域: デザイン人材紹介事業
方式: 職業紹介型（中途、副業）、SaaS型（新卒）



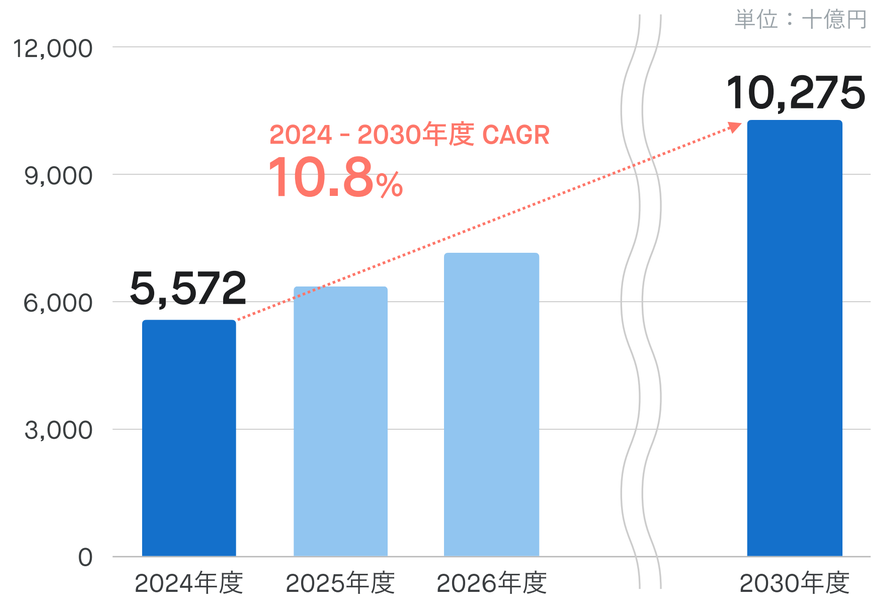
© 2026 Goodpatch Inc.

当社ビジネスを取り巻く環境

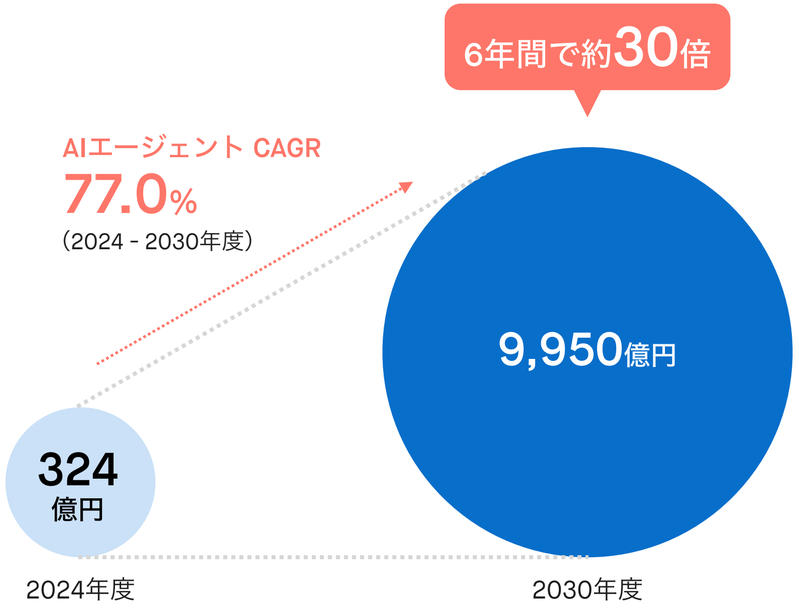
The Environment Surrounding Us

DX市場とAIエージェント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（投資金額）



DX市場の中で拡大するAIエージェント市場



※2030年度のDX市場10兆2,757億円の約１割に相当

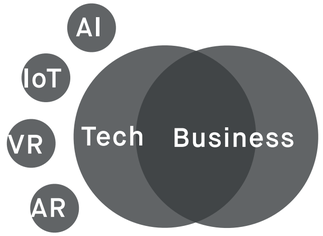
出典：（株）富士キメラ総研「業種別IT投資動向／DX市場の将来展望 2026年版 DX投資編」

- 国内DX市場は2030年度に10兆円規模に拡大する見通し
- うち**AIエージェント市場は6年間で30倍にまで拡大**する見込み
- 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

© 2026 Goodpatch Inc.

当社ビジネスを取り巻く環境

DX・AIにおける体験のデザインの立ち位置



User
Experience
Design

体験のデザイン



DX・AI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
- 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10兆円まで拡大する見込み
- うちAIエージェント市場は2030年に、2024年比で約30倍に成長の見込み

ユーザー体験（UX）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（LTV）には
  デザインが大きく影響
- 生成AIの進化によりユーザーの行動変容が加速

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「業種別IT投資動向／DX市場の将来展望 2026年版 DX投資編」、※2 出典：経済産業省「DXレポート2 中間取りまとめ 」

© 2026 Goodpatch Inc.

当社ビジネスを取り巻く環境

国内におけるデザイン経営の実践・事例化

2018/5
「デザイン経営」宣言
経産省 特許庁



2019/3
高度デザイン人材
ガイドライン
経産省



2020/3
「デザイン経営」の
課題と解決事例
特許庁



2020/3
サービスデザインを
はじめるために
経産省



2020/4
デザイン政策
ハンドブック
経産省



2022/6
デジタル社会の
実現に向けた重点計画
デジタル庁



2024/3
デザイン白書
経産省



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

© 2026 Goodpatch Inc.

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. 人材の厚みと、社員・フリーランス双方を活用した柔軟な体制
4. 自社プロダクトやAIプロダクト支援を通じたAIの実践知

© 2026 Goodpatch Inc.

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

SoftBank　UZABASE　CyberAgent　MIXI　PRTIMES

Demaecan　Lancers　Unipos　ONE CAREER　bitkey

MUFG 三菱UFJ銀行　助太刀　RAKSUL　ContractS　every　Shippio　JAPAN AI

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。

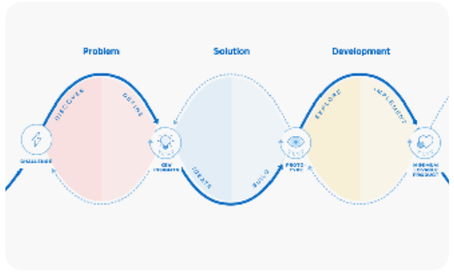
© 2026 Goodpatch Inc.

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

© 2026 Goodpatch Inc.

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**	- 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**	- 事業立ち上げやグロースのビジネス経験者がデザイナーに転身 - UI/UXを中心に、戦略、エンジニアなど様々な専門スキルをもった人材を採用 - 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**	- 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

© 2026 Goodpatch Inc.

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

© 2026 Goodpatch Inc.

特徴と優位性

全社実践で蓄積した「デザイン×AI」をソリューションとして提供

自社開発・導入によるAI実践プロダクト

Layermate　AIデザインツール

FigmaのAI拡張プラグイン。自然言語の指示でUIデザインを自動生成し、デザイン工数を大幅に短縮



Strap　オンラインホワイトボードツール

オンラインホワイトボードにAIエージェントが直接参加。要件整理・業務フロー図の自動生成を実現



Kitory　AI駆動開発プラットフォーム

チャットで要件を伝えるだけで、データ管理・業務フロー・画面を自動で構築。インフラ構築・運用は不要で、文章・音声・画像の読み取りにも対応



AI専門組織の設立と社内ナレッジの蓄積



Goodpatch AX（AI Experience Studio）を設立。
全社員がClaude Codeを活用したアプリ開発からサーバーデプロイまで実施し、組織全体でAIの実践知を蓄積

ナレッジ記事 549件　※2026年10月2日時点

社内での取り組み事例

事例1　Claude Code×GitHubで組織運営

コーディング経験のないデザイナーやバックオフィスのメンバーでも、Claude Codeを活用してアプリをデプロイできる体制を実現。生産性向上を「個人」から「組織」レベルへ

事例2　経営管理ダッシュボードの開発

非エンジニアの経営企画部門がClaude Codeを活用して経営ダッシュボードを開発。経営情報の可視化と業務工数の大幅削減を同時に達成

© 2026 Goodpatch Inc.

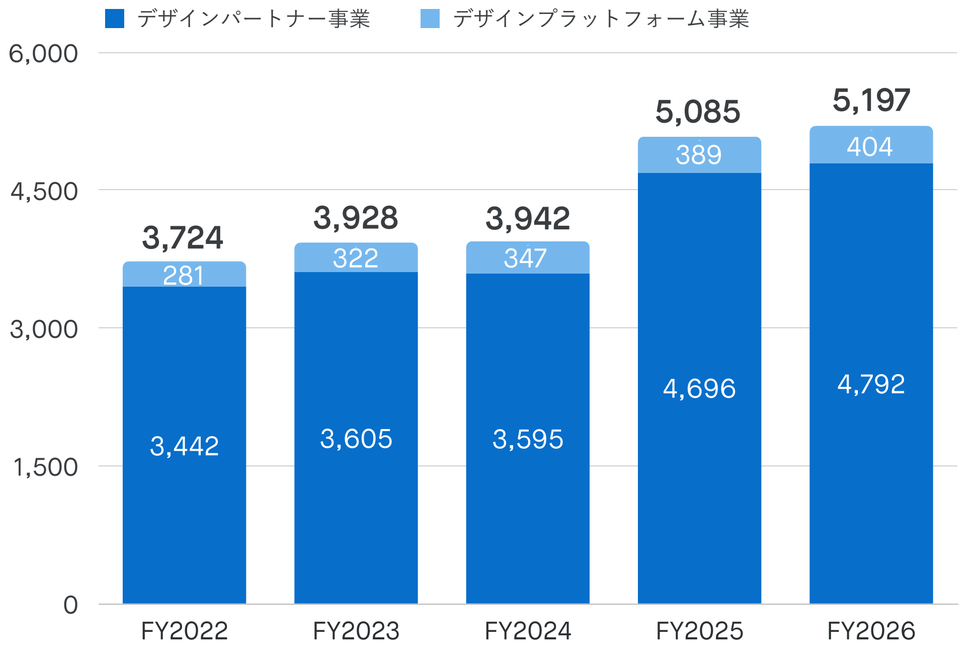
事業実績

Business Results

有効商談数の増加と顧客社数の拡大により、売上高は前年比で1.1億円増加
営業利益は一部の大型案件の縮小と営業体制やAIへの投資により、前年比で1.1億円下回る

売上高

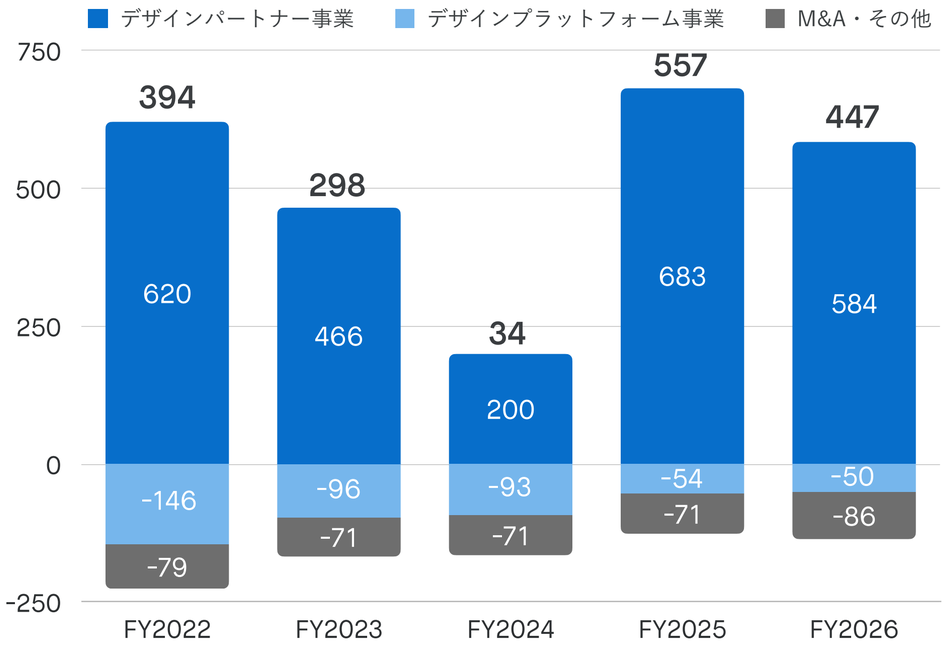
単位：百万円



※ 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

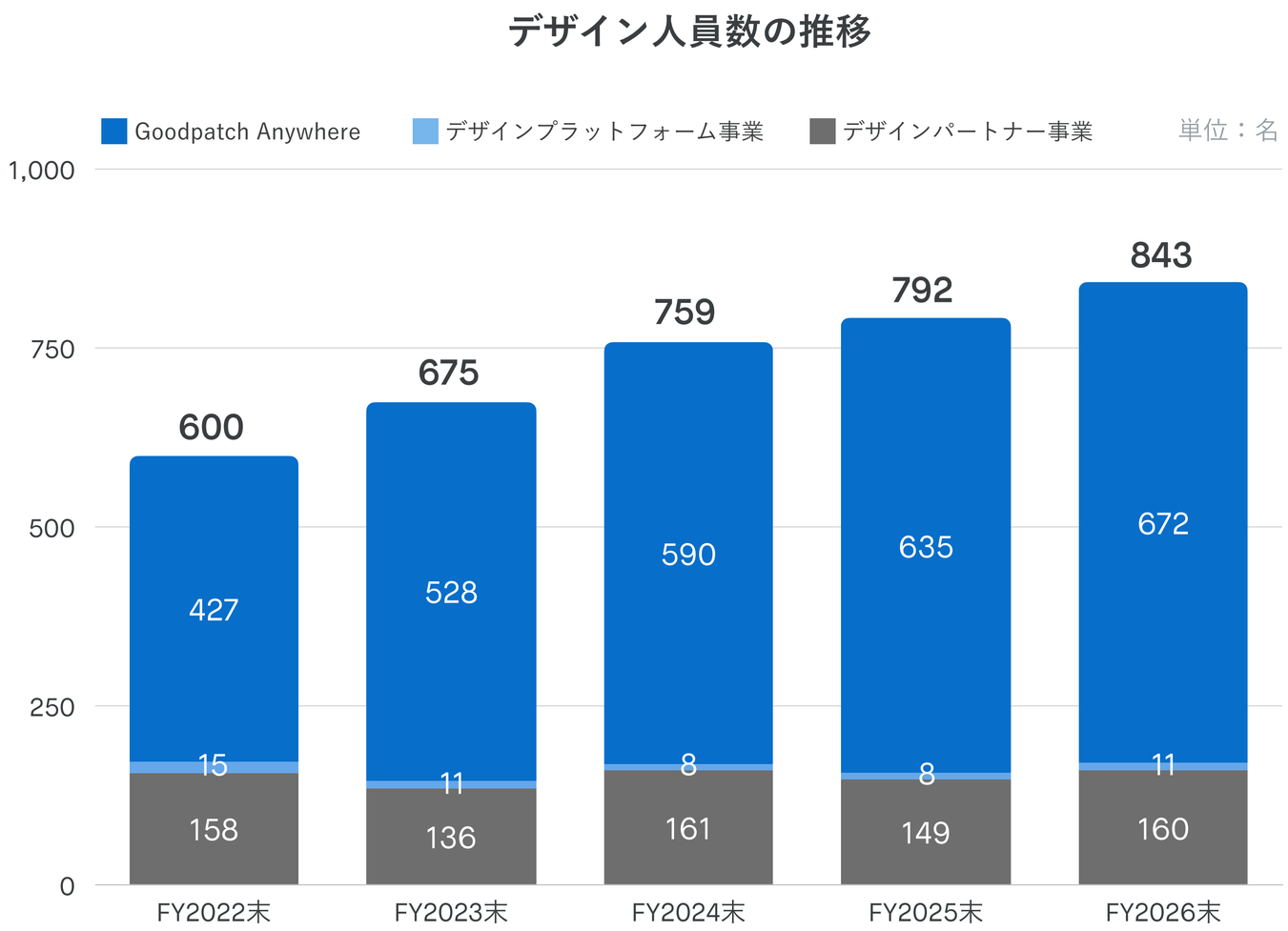


※ デザインパートナー事業、デザインプラットフォーム事業の営業利益はM&A関連費用を除いております。
※ M&A関連費用として、のれん償却額等を計上しております。
※ その他には、セグメント間取引の消去による調整額を計上しております。

2026年8月期の売上高は51.9億円（YoYでは2%成長）
営業利益は4.4億円（YoYでは▲19.8%）

© 2026 Goodpatch Inc.

デザイン人材プールが継続的に拡大

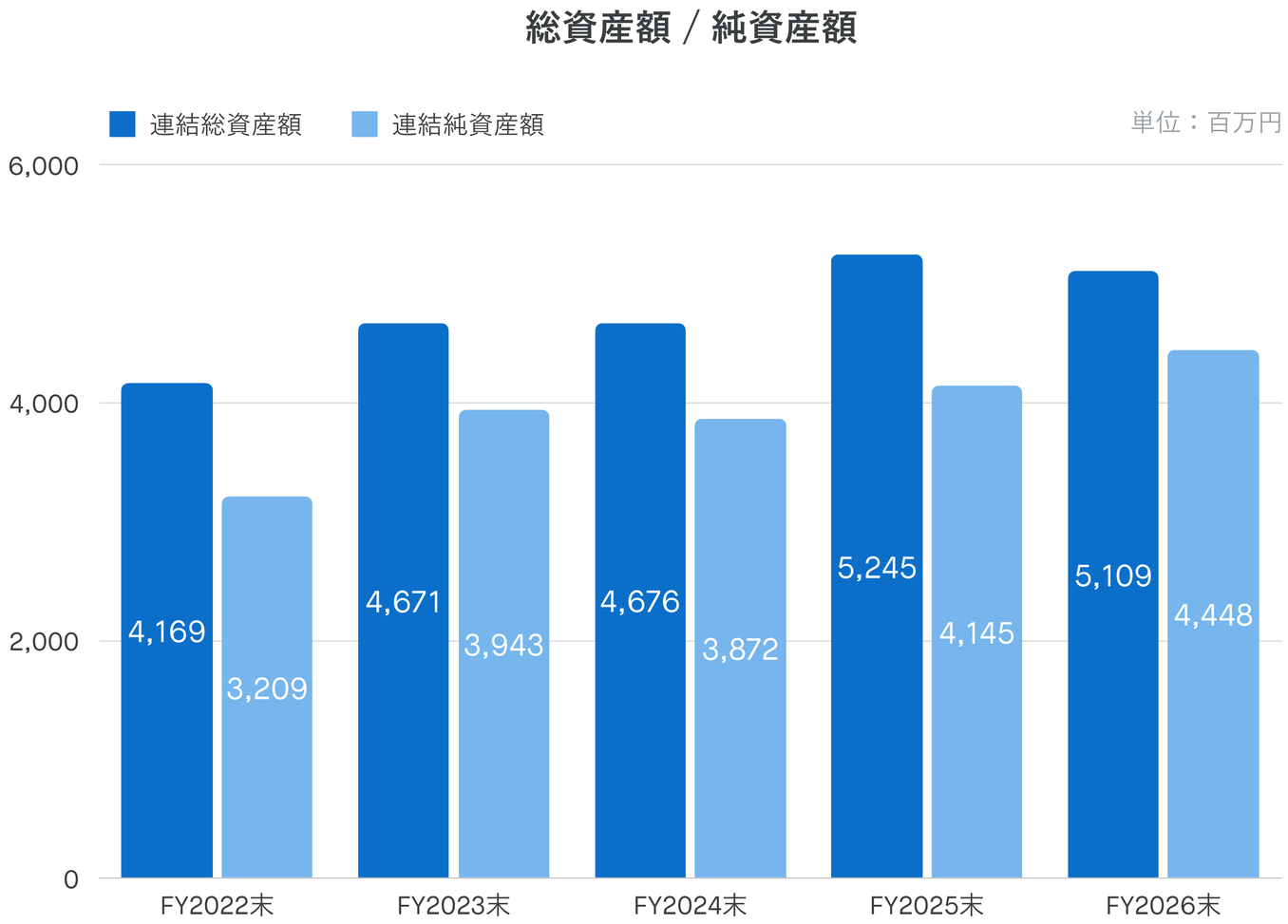


デザイン人材が843名と前年比で51名増加

- デザイン人材の採用を継続。今期は55名を採用。前年を上回る体制へ拡大
- 業績に連動した採用計画の見直しにより下期は採用を抑制
- FY2027は採用の継続に加え、人材の定着率向上とAI活用による一人当たりの生産性向上を両輪で推進

© 2026 Goodpatch Inc.

総資産・純資産の拡大

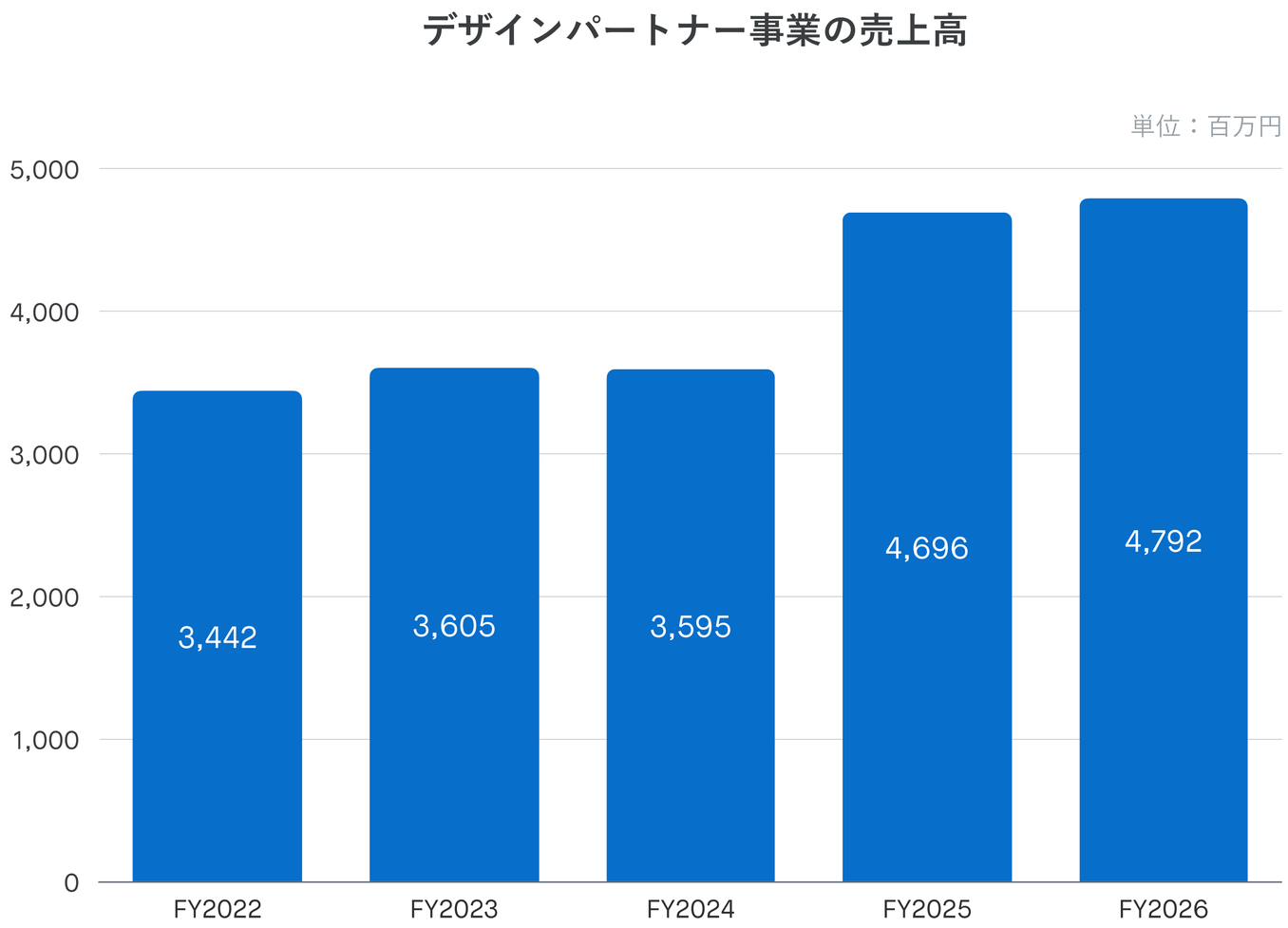


M&Aの資金として25億円の現預金を確保

- 自己資本比率86.4%と健全な財務状態を維持
- 成長投資を最優先としつつ、配当や自己株式の取得などの株主還元を実施

© 2026 Goodpatch Inc.

売上高は過去最高を更新



2026年8月期の売上高は
47.9億円

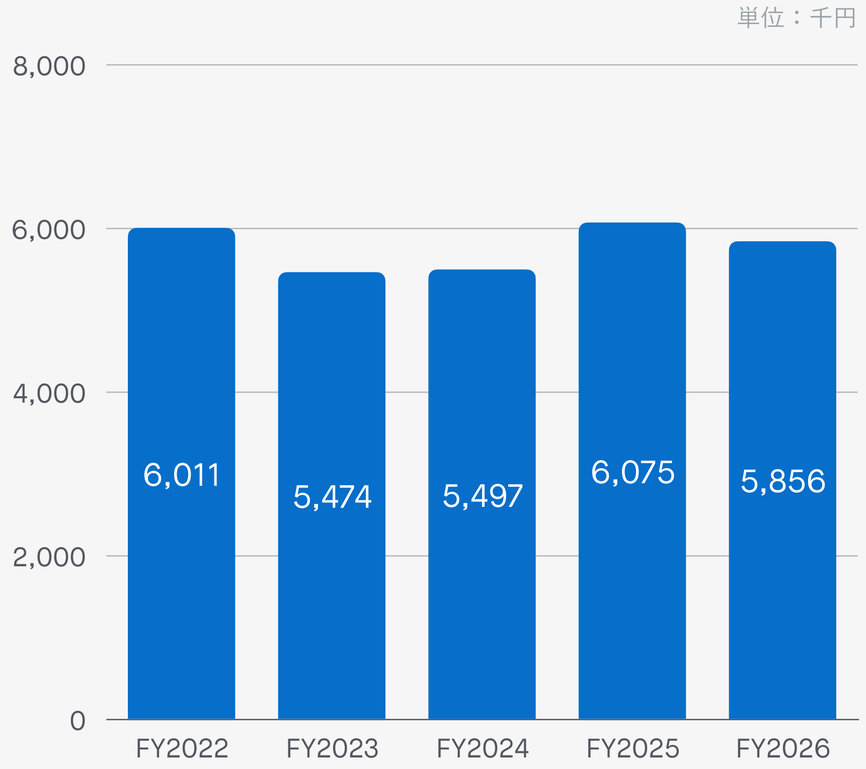
- 一部の大型案件の縮小・終了影響を、顧客企業との関係深化による既存案件の継続・拡張でカバーし売上高は伸長

- 営業利益は子会社の案件縮小と営業体制・AIへの投資により前年比で減少

© 2026 Goodpatch Inc.

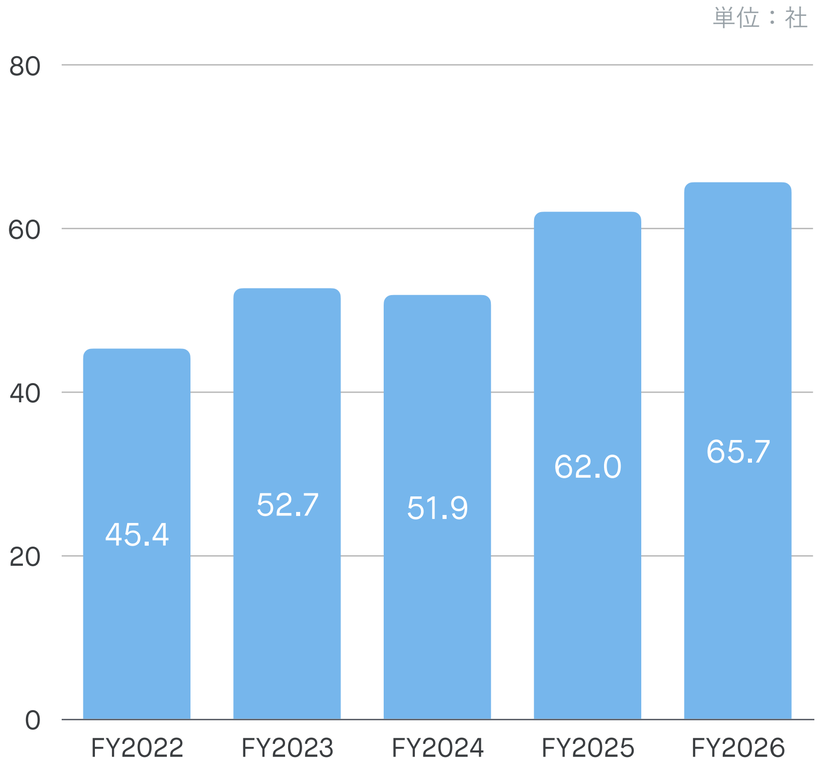
月額平均顧客単価は一部の大型案件終了により減少
顧客社数は、過去最高を記録

月額平均顧客単価



×

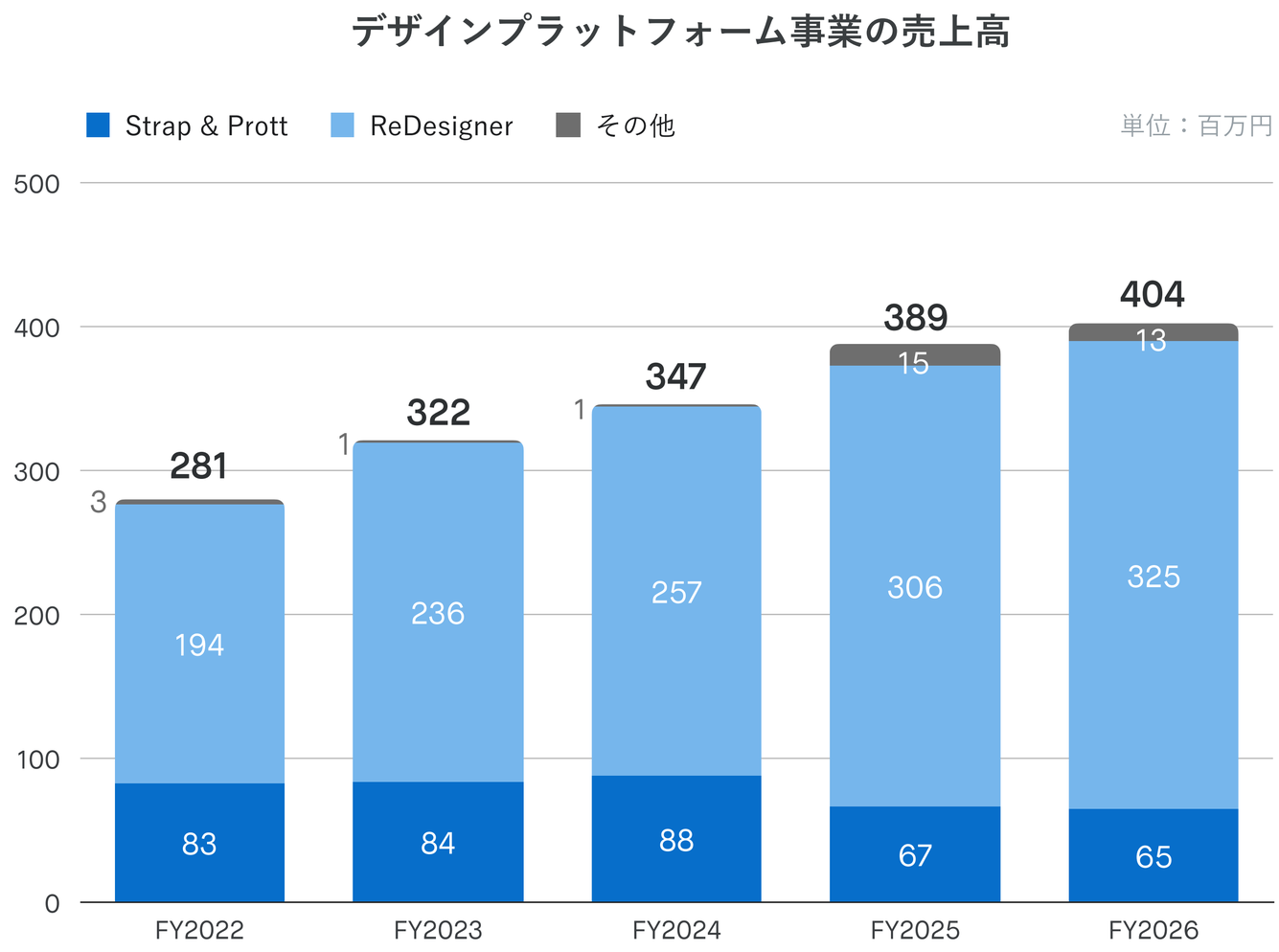
顧客社数



※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。

© 2026 Goodpatch Inc.

ReDesignerの伸長が、売上を牽引



2026年8月期の売上高は
4.0億円

- ReDesignerのダイレクトリクルーティングが順調に成長し、売上高は前年比3.9%増加
- M&A費用を含む営業利益は、のれん償却により前年比で減少

※「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 Goodpatch Inc.

事業実績・期初計画KPIとの比較

商談数・営業人員は計画達成も、月額平均顧客単価とデザイナー数は計画に届かず

FY2026 全社KPI	期初計画	実績	差異	評価	要因	今後の取り組み
売上KPI（月額平均顧客単価 × 顧客社数）						
月額平均顧客単価（千円）	6,100	5,856	-244 96.0%	未達	スタジオディテイルズの一部の大型案件の終了・縮小により未達	開発など高付加価値案件の内製化・拡張と、人月から価値ベースへの契約転換により単価回復を図る
顧客社数（社）	66.0	65.7	-0.3 99.5%	未達	既存顧客の継続と有効商談数の増加で、過去最高。年間平均は概ね計画通りに着地	有効商談数の増加に伴う新規顧客の獲得と、関係構築による既存顧客の継続で顧客社数の伸長を図る
営業・マーケティングKPI						
有効商談数（件）	579	648	69 111.9%	達成	営業体制の再構築、Web広告の強化、イベント出展、アライアンス紹介、休眠顧客の掘り起こしが奏功	営業体制の強化とマーケティング投資に加え、提供ソリューションの拡張により更なる有効商談を創出
営業人員（名）※	25	28	3 112.0%	達成	前期末からの採用強化により、計画を上回る体制を構築	営業体制の強化と営業・デザイナー一体の提案体制へ投資を継続
デザインパートナー事業 広告費（百万円）	93	74	-18 80.2%	抑制	広告費は計画比で抑制。掘り起こしや紹介により有効商談数は計画超と有効商談の獲得単価は改善	獲得単価を意識した配分へ見直す
人材KPI						
デザイナー数（名）※	180	160	-20 88.9%	未達	業績に連動した採用計画の見直しにより計画未達。AIを活用できることを採用要件に追加	定着率の向上とAI活用による一人当たり生産性向上を両輪で推進
Anywhere稼働デザイナー数（名）※	85	61	-24 71.8%	未達	業績に連動したアサイン調整により計画未達	有効商談数増加に伴う案件増により、稼働人数の増加を目指す

※ 営業人員、デザイナー数およびAnywhere稼働デザイナー数は、4Q末時点の数値です。

© 2026 Goodpatch Inc.

成長投資とのバランスを図りながら、自己株式取得と配当を通じて株主還元を拡充

自己株式取得

取得理由

資本効率の向上及び機動的な資本政策の遂行を可能とするため

取得し得る株式の総数

250,000株（上限）

発行済株式総数（自己株式を除く）の2.86%

取得価額の総額

100百万円（上限）

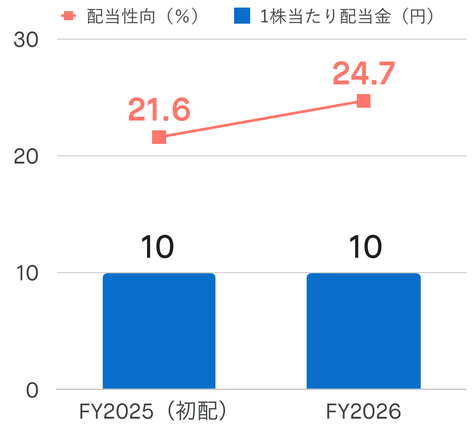
東京証券取引所における市場買付

取得期間

2026年8月17日～2027年8月16日（1年間）

株主還元方針・配当

基準日	2026年8月31日
1株当たり配当金（期末）	10円
配当性向	24.7%



- 成長投資と株主還元のバランスを重視した資本配分を実施
- 安定的かつ継続的な利益還元を基本方針とする
- 配当性向は**20～30%程度**を目安とする
- 配当に加え、自己株式取得等も含め機動的かつ適切に判断する

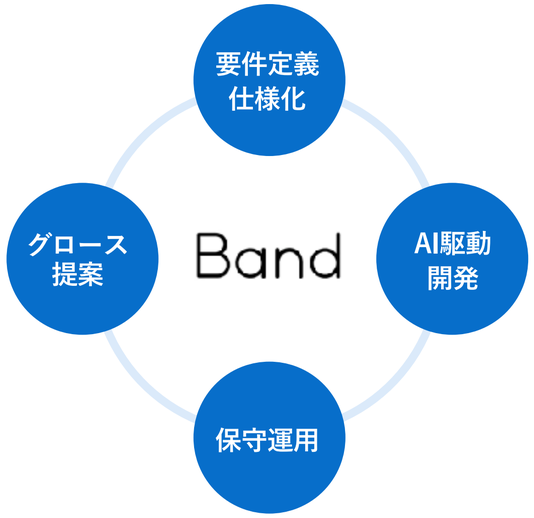
成長投資を最優先としつつ、自己資本比率86.4%の財務基盤を背景に、機動的な株主還元を継続する

© 2026 Goodpatch Inc.

AI駆動開発を手がける「Band」をM&A、子会社化

「Band」の事業モデルと提供サービス

月額の伴走契約を中心に、クライアントの開発チームとして要件定義からグロースまで担う**開発パートナー事業**を展開



開発パートナーとして
一気通貫で伴走

開発業務委託費・保守運用費
（月額・スポット）

クライアント

- CEO
- 事業責任者
- プロダクト責任者

企業種別

- 上場企業
- スタートアップ
- D2Cブランド

開発・運用をBandに委ね、
事業の意思決定に集中

提供サービス

- AI駆動型のシステム開発支援
- EC開発・運用支援（Shopify中心）
- デジタルマーケティング制作支援
- 要件定義～保守運用まで一貫支援

支援実績

asoview!
Linc' well

M&Aの目的

デザインと実装の補完により、AI駆動開発の支援体制を強化

- 当社の体験設計・UI/UXデザインとBandの実装・開発・運用は相互補完関係にあり、AIを活用した開発においても高い親和性
- AI駆動でプロダクト開発を継続できる環境と知見を、顧客企業に残す支援を実現

今後のシナジー

デザイン×AI駆動開発

デザインから実装までをグループ内で完結できる体制を構築する

事業横断での展開

Bandの開発事業を推進しつつ、当社顧客基盤へ開発サービスをクロスセルする

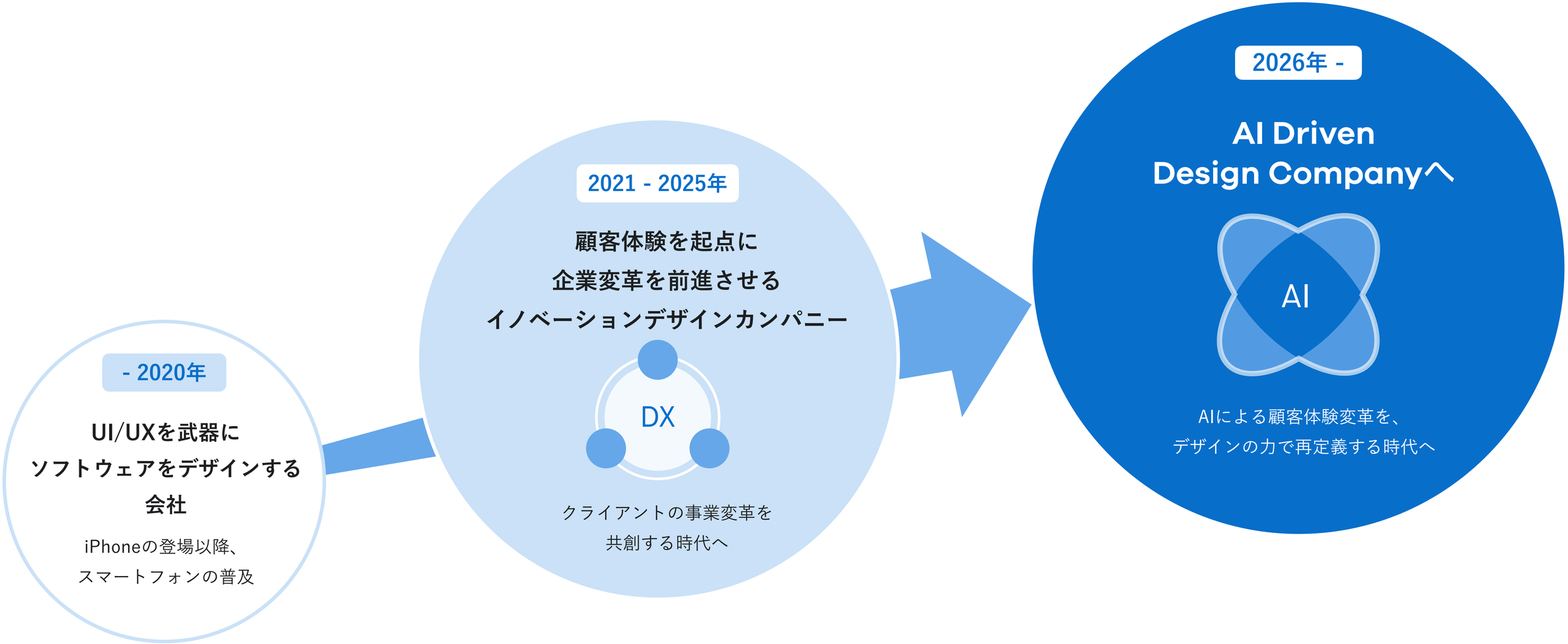
※ 詳細は以下にて掲載しております。
https://goodpatch.com/ja/news/20260902_band

© 2026 Goodpatch Inc.

成長戦略

Mid-to-Long Term Growth Strategy

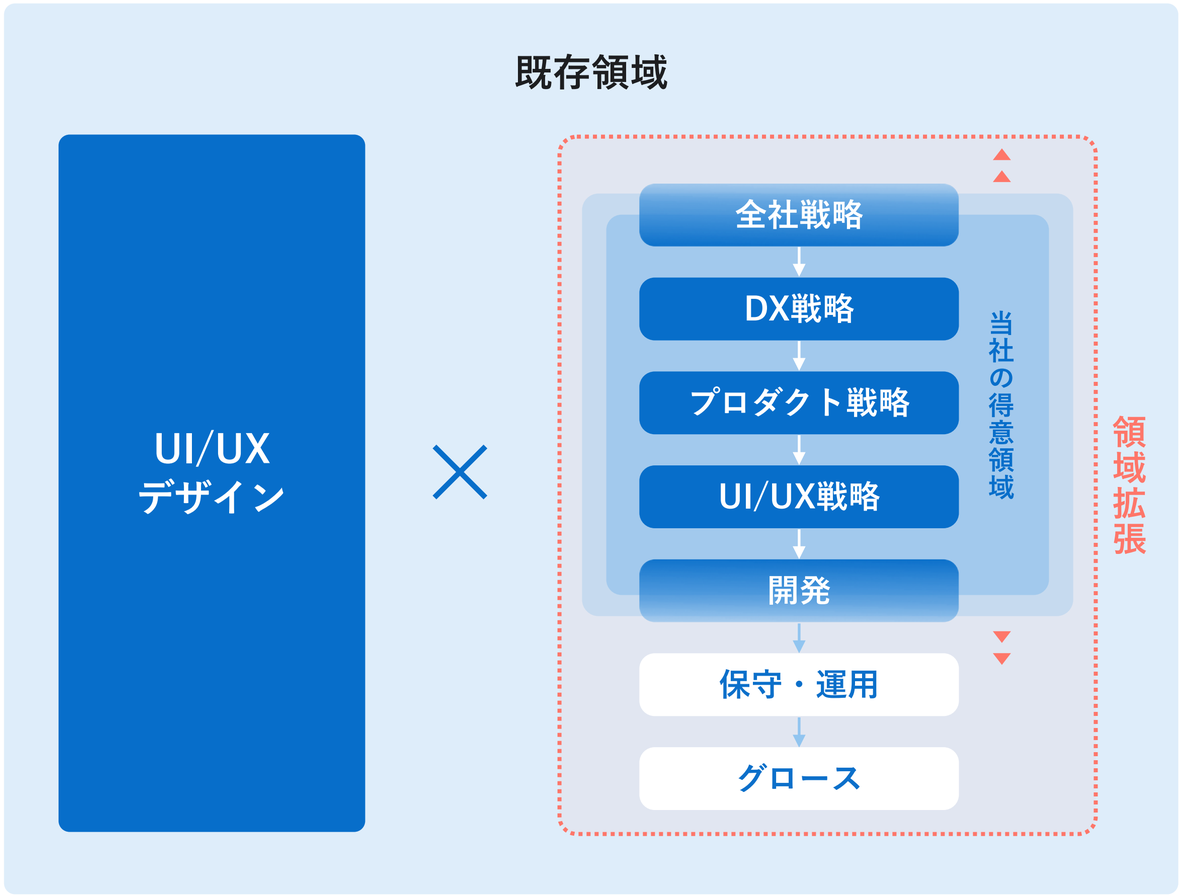
デザイン×AIで変革を推進する「AI Driven Design Company」への進化



© 2026 Goodpatch Inc.

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」「Kitory」等のプロダクト開発を行い、
自社でも積極活用を促進

Layermate
HRmony AI
Kitory

© 2026 Goodpatch Inc.

時価総額200億円を目指しつつ、FY2030に上場維持基準100億円を必達のラインとして設定

FY2027 成長投資の年

工数ベースから価値ベースへ

提供価値で価格を決める
AIの生産性が利益に変わる

- 営業、人材、AI、新規事業に投資
- 売上57.5億円、営業利益5.0億円
- 粗利の増加分を成長投資へ

FY2028 - 29 回収と拡大

プロジェクト単位から企業単位へ

AIなどの新ニーズを入口に、
一社の中で支援テーマを広げ、継続取引につなげる

- 投資の成果が粗利率とストック売上に現れる
- 営業利益率が二桁へ
- M&Aで提供価値を、資本提携で顧客接点を広げる

FY2030 到達、そして次へ

フローからストック型の売上へ

AI運用伴走・プロダクト利用料・SaaSを積み上げる

- 売上75億円前後、営業利益11億円程度
- 営業利益率15%前後
- 時価総額100億円（必達）
- 2030年以降に200億円以上

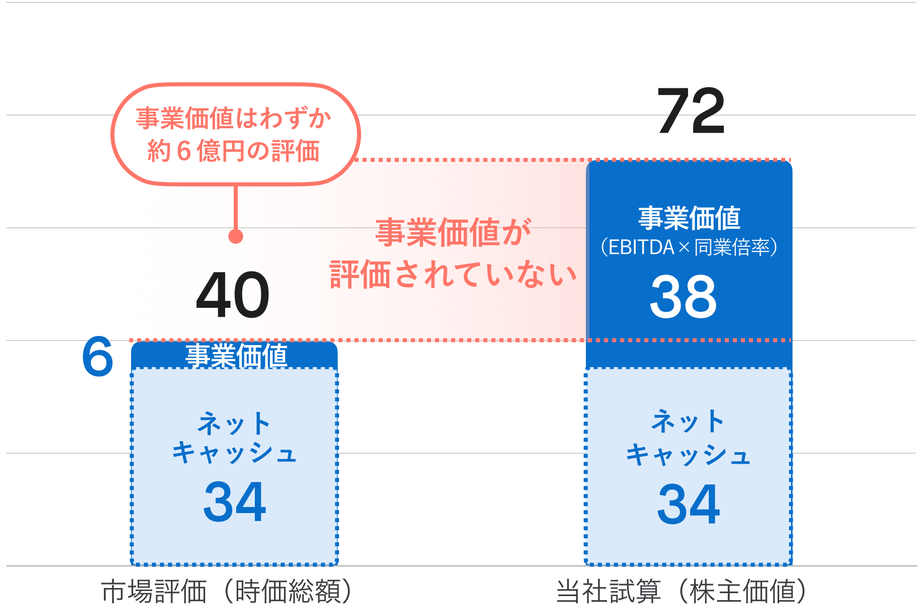
※FY2027の売上高、営業利益は2026年10月15日公表の業績予想です。FY2028～29は方向性、FY2030は目標水準を示したものであり、業績予想ではありません。

© 2026 Goodpatch Inc.

時価総額40億円はネットキャッシュとほぼ同水準。当社は株主価値を約72億円と試算

市場評価と当社の試算
（FY2026末）

単位：億円



※時価総額＝2026年8月末終値460円×発行済株式数（自己株式を除く）8,699,172株。
ネットキャッシュは2026年8月末時点の数値です。
本頁は当社の認識を示すものであり、株価を予想・保証するものではありません。

ネットキャッシュ　約34億円

株主価値の土台

現預金約25億円 ＋ 流動性の高い投資有価証券約10億円 － 借入金・リース債務。
成長投資・M&A・株主還元の原資となるもの。時価総額40億円は
このキャッシュ分とほぼ同じで、事業がほとんど評価されていない

事業価値　約38億円

利益を生む事業の価値

FY2026実績の当社EBITDA × 同業6社のEV/EBITDA倍率。
利益を生む事業の価値は、保有するキャッシュに上乗せされるものと当社は考える。
ネットキャッシュを加えた株主価値の参考試算は、約72億円

企業価値の向上に向けた取り組み

- 成長投資・M&Aを通じて、収益性の改善と継続的な利益成長を追求する
- 投資機会と財務状況を踏まえ、成長投資と株主還元の最適なバランスを図る
- KPIや投資成果の開示を通じて、資本市場との対話を深め、資本コストの低減を目指す

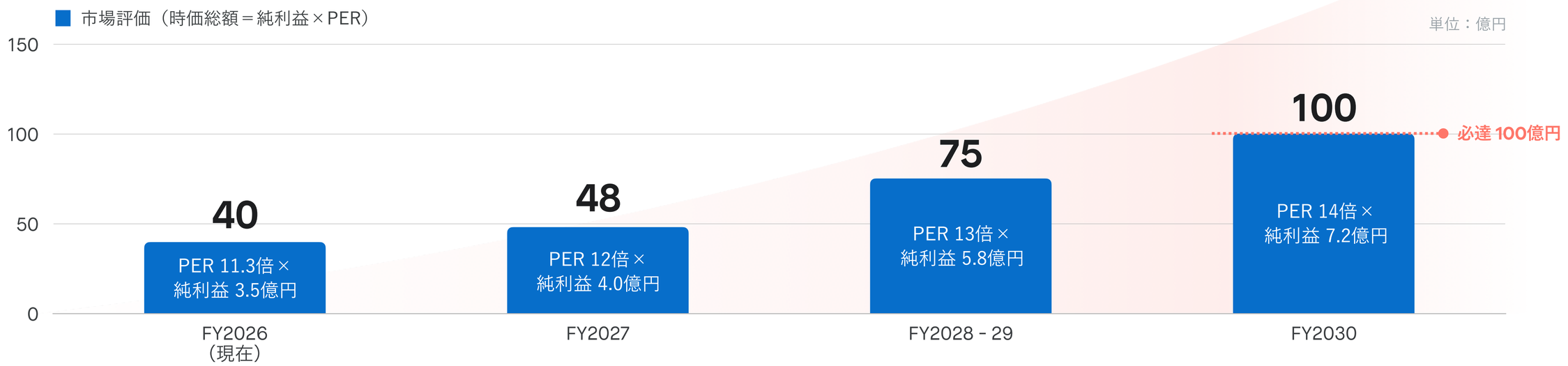
© 2026 Goodpatch Inc.

時価総額100億円は上場維持基準。達成に向けて必要な水準を純利益×PERで逆算する

FY2030に時価総額100億円を達成するための逆算シナリオ

（業績予想ではありません）

FY2030以降に
時価総額
200億円以上を目指す

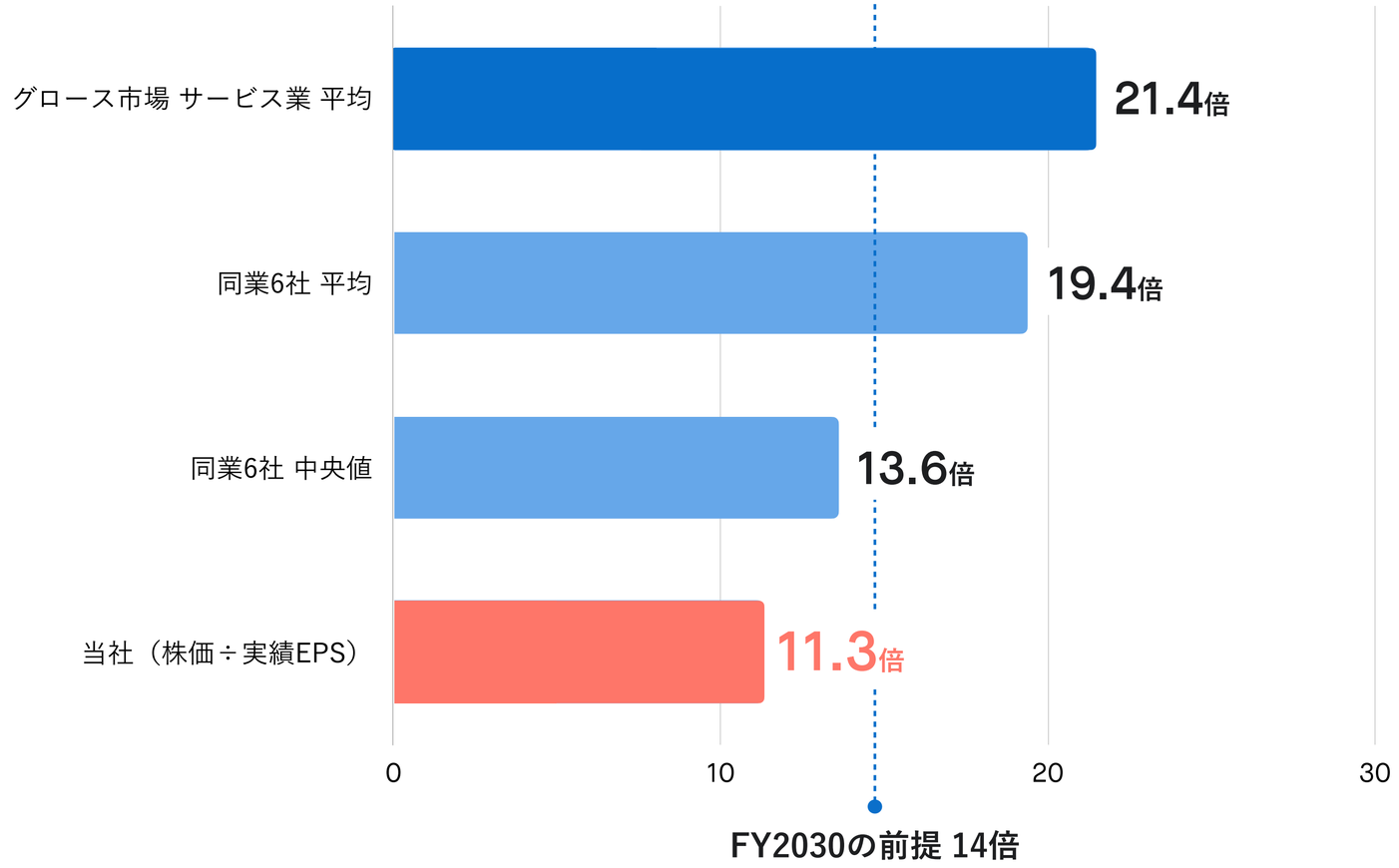


市場評価	40億円	48億円	75億円	100億円
PER	11.3倍	12倍	13倍	14倍
純利益	3.5億円 （営業利益 4.4億円）	4.0億円 （営業利益 5.0億円）	5.8億円 （営業利益 8.9億円）	7.2億円 （営業利益 11.0億円）

※時価総額（FY2026）＝2026年8月末日終値460円×8,699,172株（自己株式を除く）＝4,001百万円。PER＝時価総額÷当期純利益（4,001÷353百万円=11.3倍）。
※なお、PERは同業上場企業の水準（p45参照）を参考に設定したものであり、将来の株価を予想するものではありません。また、FY2028以降の数値は中長期的な到達イメージを示したものであり、業績予想ではありません。

© 2026 Goodpatch Inc.

当社のPERは同業他社と比較し相対的に低く、上昇余地があると認識。収益の安定化と成長性を示し、市場評価の向上を目指す



※株価は、2026年8月31日終値、EPSは各社直近通期の実績。
グロース市場サービス業は、JPX規模別・業種別PER（単純平均）を使用しています。当社にて算出した数値です。

同業6社とPERの前提

- デザイン・DX支援・コンサルティングを主要事業とする国内上場企業で、直近期が黒字の6社
- PERは各社の直近通期の実績EPSベース、株価は同一日（2026年8月31日終値）

FY2030シナリオのPERの前提

- FY2030の前提とするPER14倍は、同業6社の平均と中央値の間の水準である
- ストック型売上の拡大で収益の安定性を高め、成長戦略の進捗を継続的に発信することで、利益成長と企業価値の向上を目指す

© 2026 Goodpatch Inc.

FY2027 成長戦略

FY2027 Growth Strategy

FY2027は成長投資の年。
AIによって広がった事業機会に投資し、時価総額100億円への土台をつくる

DX市場は6年で1.8倍に成長見込み。うちAIエージェント市場は**6年で30倍**

投資 1
営業
営業を31名へ。デザイナーと一体の提案体制で、需要の入口を広げる

投資 2
人材
ビルダー型人材とAIで一人の対応領域を広げ、一人が生む価値を高める

投資 3
AI
AI駆動のデリバリーと価値ベースの値付けで、AI商材から続く売上をつくる

投資 4
新規事業
HRmony AI・Kitory・デザインハーネスに集中し、ストック型の売上を育てる

成長投資

約3.0億円

粗利の増加分を、
成長投資に振り向ける

＋ 非連続の成長

M&Aと**資本提携**の両輪で、提供価値と顧客接点を広げる

※成長投資＝FY26からの販管費の増加額（2026年10月15日公表の業績予想ベース）。

FY2027から追加する参考KPI

- **一人当たり売上高**
  一人が生む価値が上がっているか
- **一人当たり営業利益**
  投資が利益に変わっているか
- **新規事業売上高**
  新しい収益の柱が育っているか

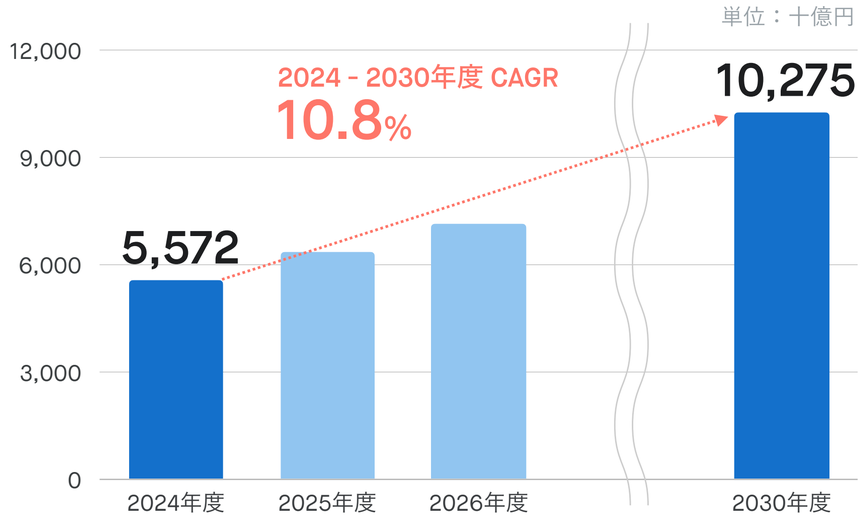
株主価値

- 時価総額 約40億円に対し、
  当社の試算では**約72億円**
- **FY2030までに時価総額100億円を必達、**
  200億円以上を目指す
- 成長投資を最優先に配分。PBR1倍を下回る局面では**自己株式を機動的に取得**

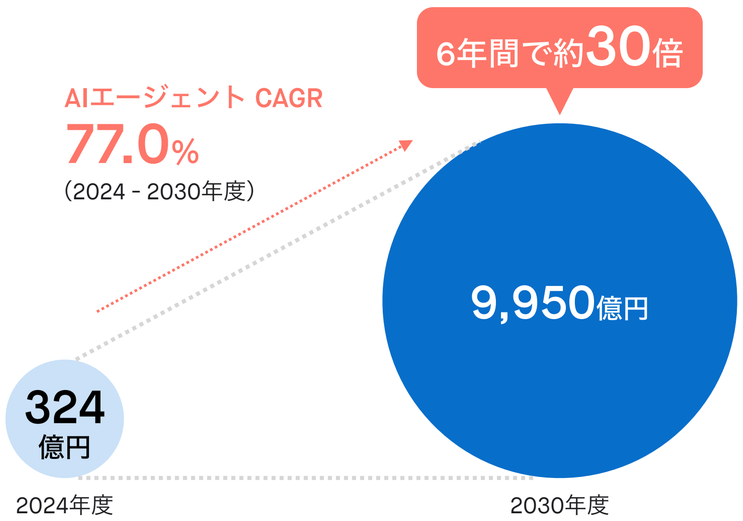
© 2026 Goodpatch Inc.

AIの普及により、デザインへの需要は上流の戦略から下流の開発・運用、AIプロダクトへと広がっている

DX関連の国内市場規模（投資金額）



DX市場の中で拡大するAIエージェント市場



※2030年度のDX市場10兆2,757億円の約１割に相当

出典：（株）富士キメラ総研「業種別IT投資動向／DX市場の将来展望 2026年版 DX投資編」

顧客の課題は「UI/UXの設計」から「AIを事業と業務に定着させる」へ。広がる需要に、当社はこう応える

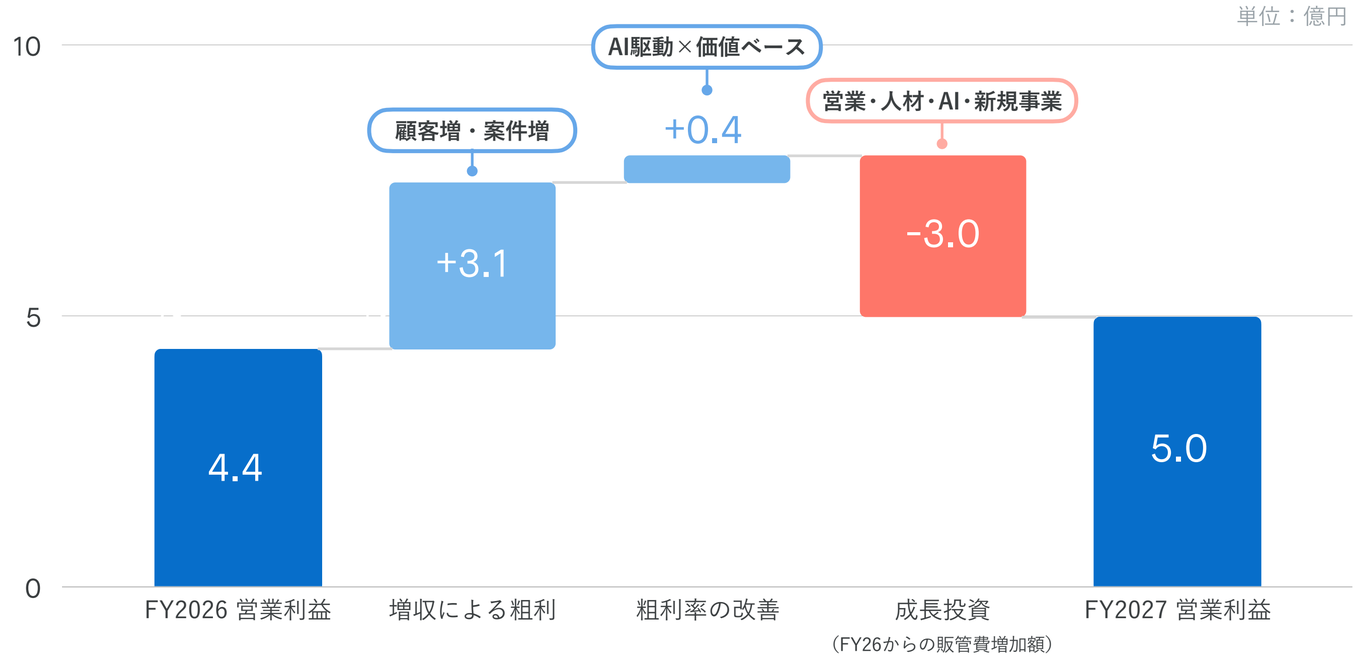
AIプロダクトを「使われる体験」にしたい	設計から開発まで、AIで速く一気通貫で進めたい	デザインの判断基準をAIに組み込みたい	AIを導入したが、現場に定着しない
▼	▼	▼	▼
AIプロダクトUX（Agentic UX）	**AI駆動開発・デザイン**	**デザインハーネス**	**AI活用研修・運用伴走**

© 2026 Goodpatch Inc.

粗利の増加で生まれた原資を、成長投資に振り向ける

営業利益の増減

（FY2026実績・FY2027予想）



売上高

57.5億円（+10.6%）

営業利益

5.0億円（+11.9%）

売上総利益率

57.0%（+0.7pt）

※FY2026は実績、FY2027は2026年10月15日公表の業績予想。増減の内訳は概算となります。

なぜ今、投資するのか

AIの普及に伴い、企業には新たなビジネスの創出が求められている。

当社は事業創出に先行して取り組み、自社のビジネスモデルを変革するとともに、顧客への新たな価値提供を推進する

投資の方針

投資先ごとに狙いと回収の時期を持ち、四半期ごとに進捗を確認する。

成果の出ている投資先に資源を集中し、見込みの立たないものは見直す

© 2026 Goodpatch Inc.

営業、人材、AI、新規事業の4つに集中して投資する

投資先	何に投資するか	捉える機会	成果を測るKPI
① 営業	• 営業・マーケティング人員（28名→31名） • マーケティング施策への投資	• AI関連の相談・引き合いの増加 • 既存顧客における新たな案件テーマ	有効商談数／顧客社数
② 人材	• ビルダー型人材の採用・育成 • 人材定着の施策 • AI基盤の構築・AIスキル活用	• AI人材等、従来獲得が難しかった人材の採用	正社員デザイナー数 一人当たり売上高・ 一人当たり営業利益
③ AI	• AI駆動のデリバリー体制の強化 • AIソリューション・プロダクトの開発	• AIプロダクトのUX設計 • AIの業務定着支援 • AIデザイン基盤整備の需要	月額平均顧客単価 一人当たり営業利益
④ 新規事業	• HRmony AI・Kitory・デザインハーネスに集中	• AI×採用 • AI×現場	新規事業売上高

※営業人員はFY2027期末の計画。KPIの定義は「主要KPIと参考KPI」の頁をご参照ください。

© 2026 Goodpatch Inc.

主要KPIは継続し、3つの参考KPIを加える。
「一人が生む価値」と「新しい収益の柱」で成長を測る

取り組みとKPIの対応

	主要KPI（継続）				参考KPI（FY2027から追加）		
	有効商談数	顧客社数	月額平均顧客単価	正社員デザイナー数	一人当たり売上高	一人当たり営業利益	新規事業売上高
投資1 営業	○	○					
投資2 人材				○	○	○	
投資3 AI			○		○	○	
投資4 新規事業							○
M&A・資本提携		○					○

※主要KPI（有効商談数・顧客社数・月額平均顧客単価・正社員デザイナー数）の定義は前年までの開示と同様です。参考KPIについては、FY2027より参考値として開示いたします。

参考KPIの定義（FY2027から追加）

参考KPI	定義・見方
一人当たり売上高 FY2026 実績 19.5 → FY2027 予想 20.0 百万円	• 売上高÷在籍人数（四半期末平均、役員・監査役・休職者を除く）の年換算。全社の値 • 見方：一人が生む価値が上がっているか
一人当たり営業利益 FY2026 実績 1.6 → FY2027 予想 1.7 百万円	• 営業利益÷在籍人数（同上）の年換算。成長投資約3.0億円を含んだ後の値 • 見方：投資が利益に変わっているか（投資の年は横ばいを維持）
新規事業売上高 FY2026 実績 100 → FY2027 予想 204 百万円	• Kitory・デザインハーネス・HRmony AI・ピープルアンドデザイン・Marketing・Layermateなどの売上の合計。選択と集中により事業の見直しが発生する可能性あり • 見方：ストック型の新しい柱が育っているか

※新規事業の売上高は、当社の管理会計に基づき集計しております。

© 2026 Goodpatch Inc.

営業への投資を継続し、顧客の潜在課題を捉えて取引を拡張する

営業・マーケティング人員・広告費へ継続して投資する

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

FY2026末		FY2027末（計画）
28名	➡	31名

AI関連の実績を事例化し、ウェビナー・カンファレンス・SEOでの発信を強化。新しいニーズを持つ顧客との接点を増やす

広告費	FY2026 年額		FY2027 年額（計画）
	74百万円	➡	82百万円

FY2027有効商談数（参考） 717件 前年比 (+69件 +10.6%)

顧客の潜在ニーズを捉え、提案で応える

1 関係を深め、ニーズを掘り起こす

顧客も気づいていない課題を捉え、新たなソリューション・ビジネスを提案し、新規取引を創出、継続・拡張する

2 AIで提案の質と速度を上げる

リサーチ・構成案・プロトタイプを提案段階で示し、素早く応える

3 開発・運用まで一体で提案

AI駆動開発を前提に、設計から開発・運用までを提案する

© 2026 Goodpatch Inc.

AI駆動のデリバリーとビルダー型人材で一人が担える範囲を広げ、増員に頼らず一人当たりの生産性を高める

人数より、一人が生む価値で測る

正社員
デザイナー人数 **171名**（前年比 +11名 +6.9%）

増員は需要が伸びるAI・上流と新規事業に充て、
成果は一人当たり売上高・営業利益で示す

ビルダー型人材の採用・育成

UI/UXに加え、戦略・開発・AIのスキルを持つ人材を採用・育成

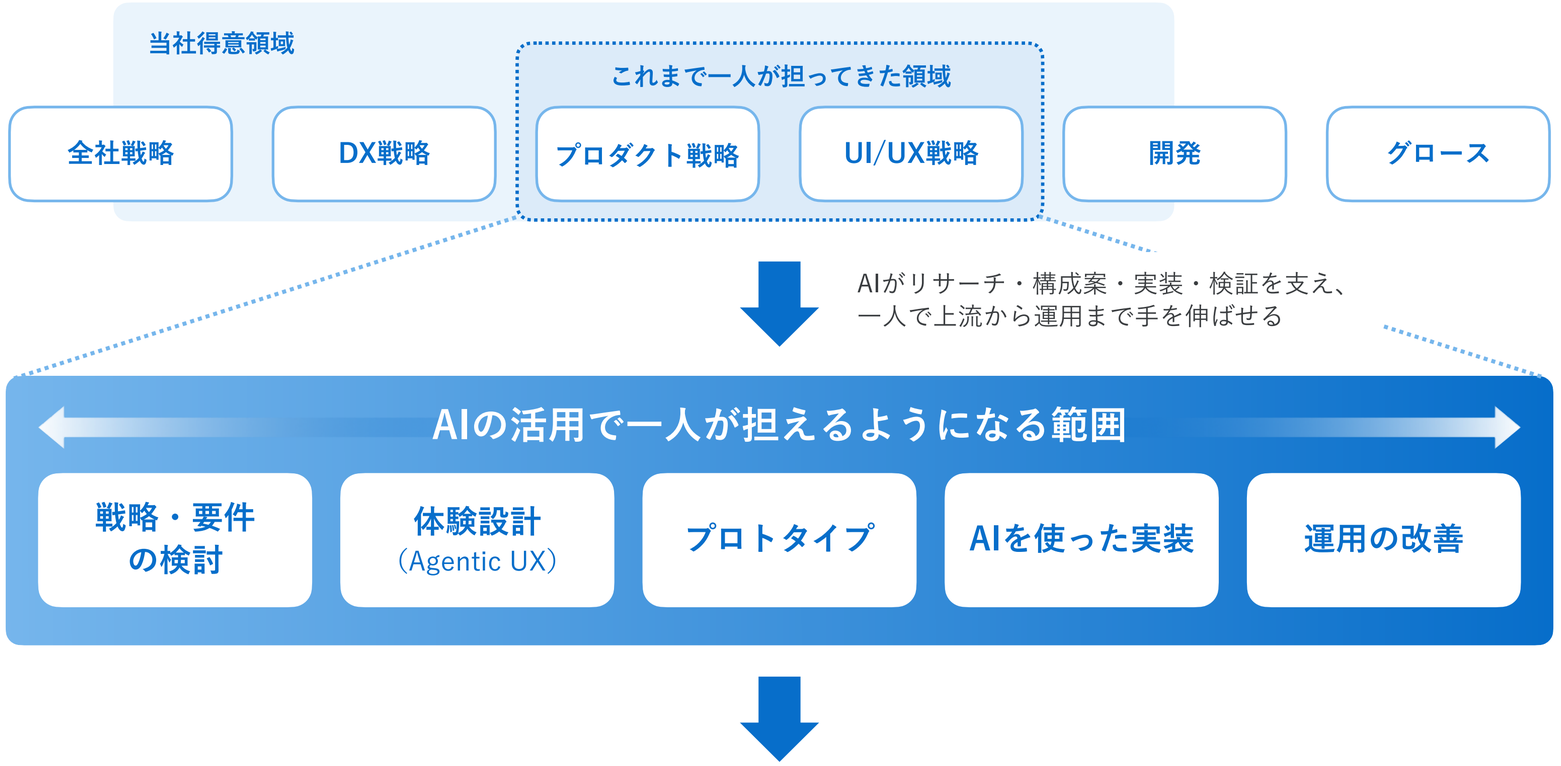
人材の定着

サーベイと定期面談で従業員の声を把握し、メンター制度や社内ローテーションでキャリア形成を支援する

AI基盤の構築・AIスキル活用

AIがリサーチ・構成案・実装・検証を支える基盤を整え、
標準化できる工程はAIに任せて人は企画と体験設計に集中

デザインパートナー事業のバリューチェーン



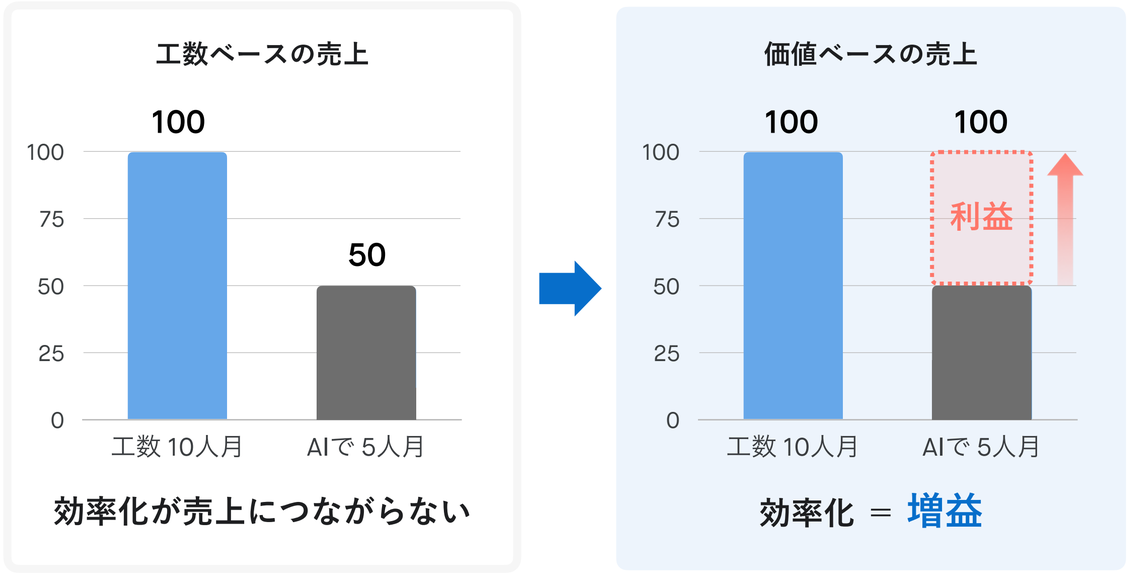
一人が生む価値が広がり、粗利率が上がる

© 2026 Goodpatch Inc.

AIによる生産性向上を利益に変え、AI商材でストック型の売上をつくる

利益の出し方を変える

工数ベースから価値ベースへ。
契約は月額の継続契約のまま、価格の根拠を工数から提供価値へ移す



※模式図。数値は例示。

売上の構成を変える

研修を入口に基盤整備・伴走へとつなぎ、月額で続くストック型の売上を積み上げる

- AI活用研修・ワークショップ　入口（単発・フロー）
- AIプロダクトUX　当社の中核（プロジェクト型）
- AI×デザイン基盤整備　保守・チューニングで続く
- AI運用伴走　月額で続く売上の源泉

フロー売上（入口・中核）
ワークショップ・研修は単発の入口。
ここから伴走・基盤整備につなぐ

ストック売上
伴走・保守の月額、プロダクト
利用料。提案なしに翌月も続く売上

FY2027の進め方

- 新しい見積の型を新規案件から順次適用する
- 基盤整備は保守運用まで一体で提供する
- 案件の中で提供してきたソリューションを、利用料＋コンサルのプロダクトとして提供を始める

紐づくKPI

主要KPI 月額平均顧客単価
5,856千円 ➡ 6,000千円（+2.5%）

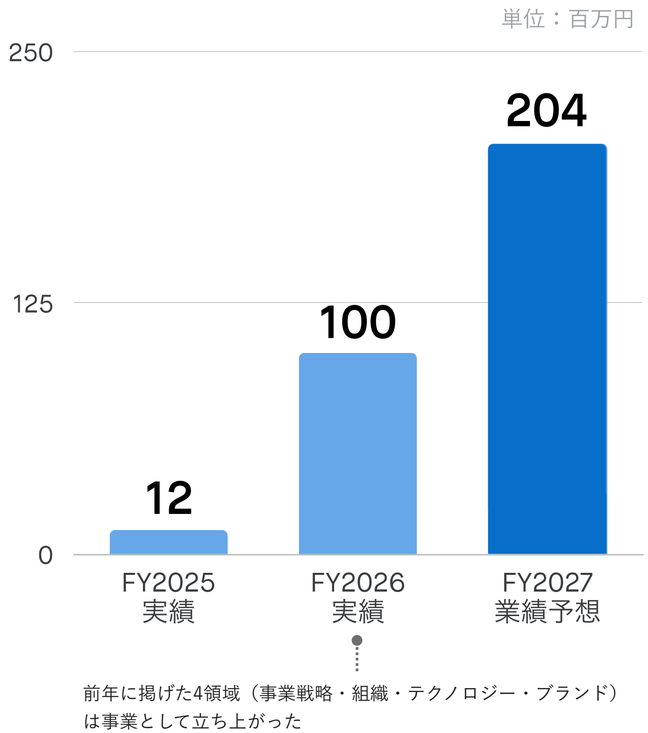
参考KPI 一人当たり売上高（年換算）
19.5百万円 ➡ 20.0百万円（+2.3%）

参考KPI 一人当たり営業利益（年換算）
1.6百万円 ➡ 1.7百万円（+3.4%）

© 2026 Goodpatch Inc.

デザイン×AIの新規事業に集中投資し、ストック型売上の比率を高める

新規事業の売上高



前年に掲げた4領域（事業戦略・組織・テクノロジー・ブランド）は事業として立ち上がった

事業	方針	FY2027の投資	売上の型
Kitory 現場業務のAIアプリ基盤	集中投資	物流・建設など、デザインがまだ届いていない現場にAIで入る	月額SaaS
デザインハーネス AI×デザイン基盤	集中投資	デザインの判断基準をAIに組み込む基盤を、案件とプロダクトの両輪で提供。プロダクトはFY2027上期にリリース予定	利用料＋コンサル
HRmony AI 面接インテリジェンス	集中投資	エンタープライズの月額契約を積み上げる	月額SaaS
People and Design ／マーケティング	投資回収	前年に立ち上げた組織・ブランド領域の事業を収益化し、投資を回収する段階へ	コンサル・プロジェクト
Layermate	効率運営	継続利用を保ち、法人向け機能に絞って開発する	SaaS

投資の回し方 小さく検証する ▶ 契約社数・ユニットエコノミクスで判断 ▶ 伸びる事業に人と資金を集中 ▶ 次の事業へ再投資

※事業別の利益は開示しておりません。なお、新規事業の売上高は、当社の管理会計に基づき集計しております。

© 2026 Goodpatch Inc.

M&Aで提供価値を、資本提携で顧客接点を広げる

獲得するケイパビリティ

バリューチェーン上流
全社戦略・DX戦略

バリューチェーン下流
グロース・運用・保守

事業領域の拡張（既存）
HR・AI領域

事業領域の拡張（新規市場）
その他の新規領域

M&A

提供価値の拡張

ケイパビリティを取り込む

成長を加速

Goodpatch

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

資本提携

顧客接点の拡張

案件獲得の入口を増やす

広がる顧客接点

資本提携先との関係
顧客基盤・課題の共有

リード獲得
共同提案・紹介

新たな顧客層
通常営業で届かない顧客

収益化
受注・継続拡張

広げる価値 × 広がる顧客接点で、グループ全体の成長を加速

※M&Aの実績：2025年10月にAIデザインツールを提供する「株式会社Layermate」、2026年9月にAI駆動開発を手掛ける「株式会社Band」を子会社化いたしました。
資本提携は株式の値上がりではなく、提携を通じた案件売上で回収する営業投資と位置づけ、定期的に投資効果を検証しております。

© 2026 Goodpatch Inc.

成長投資を最優先に配分し、PBRが1倍を下回る局面では自己株式を機動的に取得する

優先順位	用途	主な使途	判断の基準
1	成長投資	営業、人材、AI、新規事業（Kitory・HRmony AI等）	投資対効果を定量的に示せ、FY2030の利益水準に貢献するもの
2	M&A・資本提携	バリューチェーン・事業領域の拡張（提供価値）、顧客基盤の獲得	提供価値の拡大と顧客の獲得に資し、財務基盤を毀損しないもの
3	株主還元	安定的な配当の継続、自己株式の取得	資本効率と株価水準（PBR）を踏まえて判断

配当

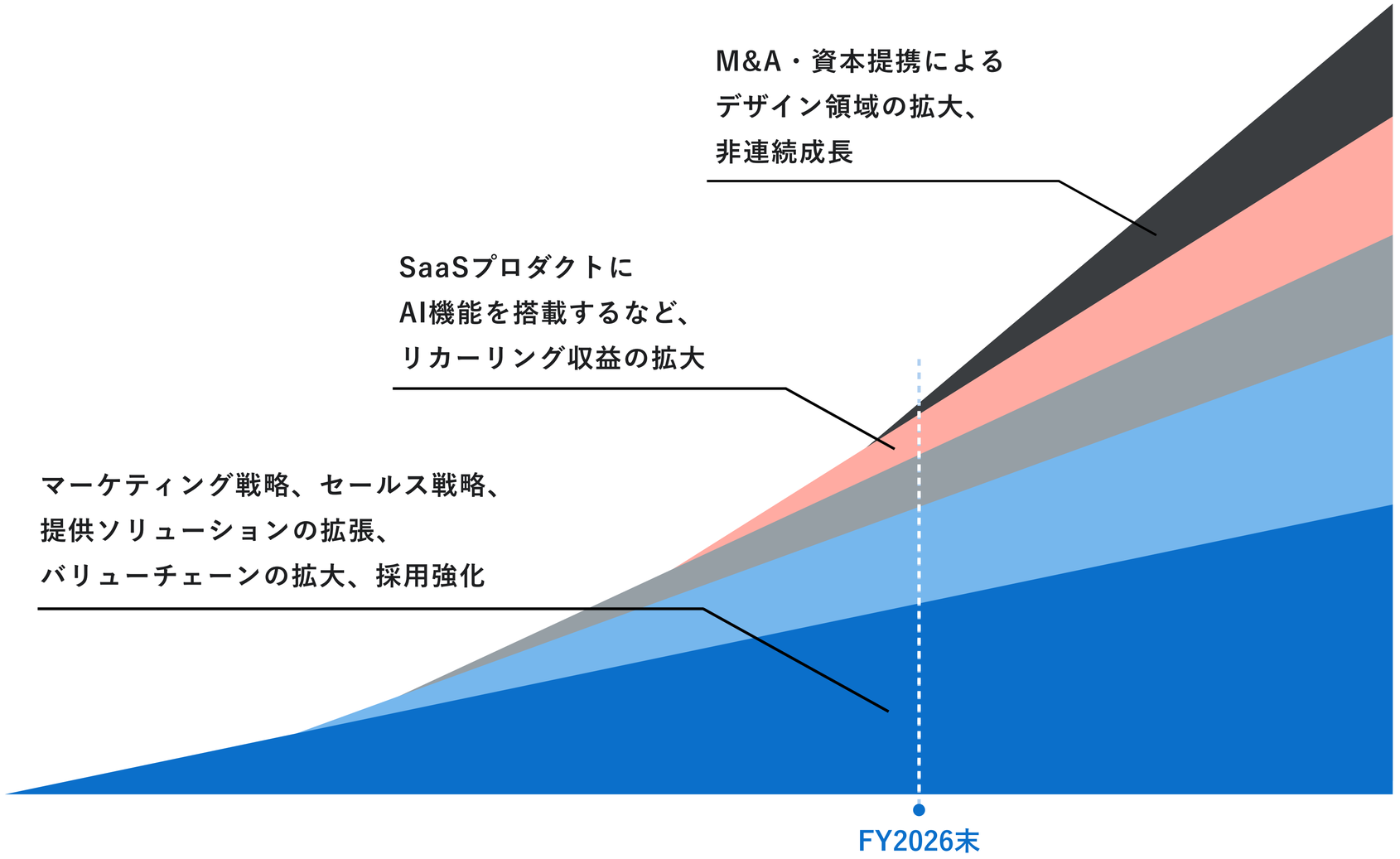
配当性向は20〜30%程度を目安とし、継続する。業績の進捗に応じて見直しを検討する

自己株式の取得

2026年に1億円の取得を決定。PBRが1倍を下回る局面では、資本効率の観点から機動的に実施する

© 2026 Goodpatch Inc.

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



Others

Designer　Strap　Kitory

Layermate　HRmony AI

STUDIO DETAILS　People and Design　Band

Goodpatch Anywhere

Goodpatch

© 2026 Goodpatch Inc.

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



© 2026 Goodpatch Inc.

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。

© 2026 Goodpatch Inc.

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、育成や採用が想定の通りに進まず、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。

© 2026 Goodpatch Inc.

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や、成果物の契約不適合等により顧客企業から損害賠償請求を受ける可能性があり、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。加えて、契約締結にあたっては法務担当者による契約審査を実施し、損害賠償額の上限設定等により損失の低減を図っております。

技術革新（AI技術を含む）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。特に近年は生成AIをはじめとするAI技術が急速に進展しており、デザイン制作の自動化や効率化、顧客企業におけるデザイン業務の内製化が進む可能性があります。
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、AI技術等の普及により、デザイン支援プロジェクトに対する需要の減少や受注単価の低下が生じた場合、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。また、「AI Driven Design Company」として、AIを前提とした業務遂行が可能な人材の採用及び既存社員のリスキリング、AIを活用したデリバリー体制の強化に取り組んでいるほか、「AI駆動デザイン＆開発」や「デザインハーネス」構築支援といったAIを活用したソリューションの提供、オンラインホワイトボードツール「Strap」、AIデザインツール「Layermate」、採用業務を支援するAIエージェントサービス「HRmony AI」、AIを活用した業務アプリケーション構築基盤「Kitory」等のAIプロダクトの展開を通じて、AI技術の進展を事業機会として取り込む取組みを進めております。

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。

© 2026 Goodpatch Inc.

APPENDIX

取締役



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
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
2026年6月、株式会社丸井グループ取締役 執行役員CDXO（非常勤）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

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、取締役会オブザーバーを歴任。
株式会社IPモーション社外取締役、
Silicon Catalyst Japan株式会社取締役（Managing Partner）、
Silicon Catalyst Japan Capital株式会社代表取締役。
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・
コンサルティングなどを経て、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。
株式会社ビジョン・コンサルティング社外取締役。
2022年11月、グッドパッチ社外取締役に就任

© 2026 Goodpatch Inc.

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イルズ、
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

シカゴ大学にてMBA取得、米国公認会計士。
野村證券グループにて企業調査、インベストメント・
バンキング、資産運用、ベンチャー投資および監査業務に従事。
2011年3月、株式会社カヤック社外監査役に就任し、
2014年12月の東証マザーズ上場を経験。複数社の監査役を務める。
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

© 2026 Goodpatch Inc.

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 Department（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・事業開発本部・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、
株式会社Mutureの社外取締役を兼任

© 2026 Goodpatch Inc.

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
2026年9月	株式会社Bandを子会社化

© 2026 Goodpatch Inc.

表紙デザインについて

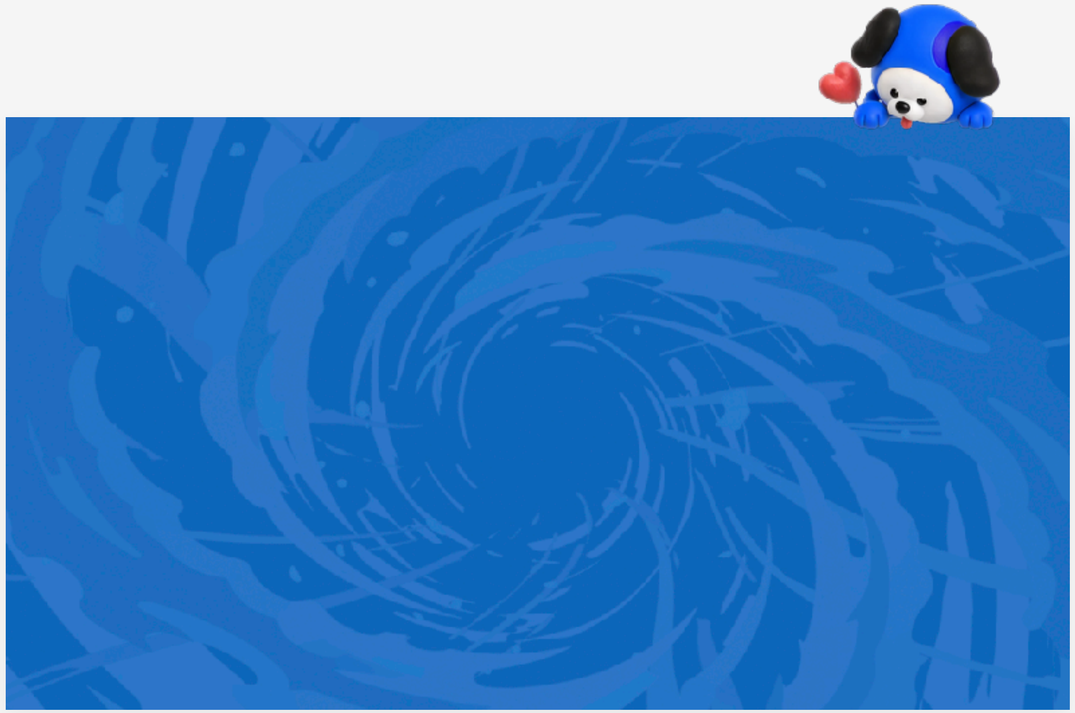
デザインコンセプト “Charge, Chaos”

AI時代は一言で表現するなら「Chaos（カオス）」。

私たちが、カオスに向き合う姿勢として選んだ言葉は「Charge」です。
Chargeは一般的には「充填・補給」などの意味を持ちますが、
サーフィンの世界では「巨大な波に怯まずに挑む」という意味を
持ちます。

世界の前提がAIによって塗り替えられていく時代に、変化の最前線で、
カオスを力に変える。
そして、人間にしかできないデザインの力を証明する。

創業15周年の節目を、まだ見ぬ未来にChargeしていく出発点として
表現したコンセプトです。



© 2026 Goodpatch Inc.

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

当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。

将来の予想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2027年11月頃を目途として開示を行う予定です。
2027年8月期業績予想につきましては、2026年10月15日にTDnetで開示しております「2026年8月期 通期決算説明資料」をご参照ください。

© 2026 Goodpatch Inc.

Goodpatch

Design to envision

