

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

グッドパッチ

7351 東証グロース市場

企業情報はこちら >>>

2025 年 9 月 8 日 (月)

執筆：客員アナリスト

星 匠

FISCO Ltd. Analyst **Hoshi Takumi**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 事業内容	01
2. 2025 年 8 月期第 3 四半期の業績概要	01
3. 株主還元	01
■ 会社概要	02
1. 企業理念・パーパス	02
2. 会社概要	03
3. 沿革	05
■ 事業概要	06
1. マーケット	06
2. 競争優位性	07
3. 成長戦略	08
4. デザイン×AI の事例	10
5. サステナビリティ	10
■ 業績動向	11
1. 2024 年 8 月期の業績概要	11
2. 事業セグメント別動向	12
3. 財務状況と経営指標	14
■ 今後の見通し	16
■ 株主還元策	17

要約

DX をデザインの側面から支援し、 戦略立案からプロダクト開発まで一貫した支援体制が強み

1. 事業内容

グッドパッチ <7351> は、「ハートを揺さぶるデザインで世界を前進させる」というビジョンと「デザインの力を証明する」ミッションのもと、問題の本質を深く掘り下げ、ユーザー中心の体験を創造する「デザイン」の事業を展開している。スマートフォンの普及や経済産業省が提唱する「デザイン経営」により UI/UX デザインの重要性が高まるなか、同社は顧客企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）をデザインの側面から支援するデザインパートナー事業を展開している。戦略立案から企画・設計・開発に至るまで一貫した支援を行い、顧客企業のビジネスフェーズに応じた最適なソリューションを提案・実行している。また、デザイナー人材紹介サービスの「ReDesigner」やオンラインホワイトボードツール「Strap」を提供するデザインプラットフォーム事業も手掛けている。体系化されたデザインノウハウとデザイン人材の集結を強みとし、変化する市場ニーズに応えている。

2. 2025 年 8 月期第 3 四半期累計の業績概要

2025 年 8 月期第 3 四半期累計業績は、売上高が前年同期比 27.8% 増の 3,835 百万円、営業利益は同 1,339.7% 増の 509 百万円と、大幅な増収増益となった。例年、第 3 四半期は季節要因により売上が落ち込む傾向にあるが、特に 3 月は単月で 5 億円を超え、着実に売上を積み上げることができた。主な要因は、デザインパートナー事業において大型プロジェクトが継続し、開発パートナーの活用による顧客単価の上昇が売上を大きくけん引したことにある。パートナー企業のニーズに寄り添いながら伴走することで、高付加価値な提案・サービスの提供を実現。また、カンファレンスやイベントへの出展や登壇等の情報発信にも注力し、商談獲得活動を強化している。さらに、デザインプラットフォーム事業も「ReDesigner」の成長などが寄与し、営業損失を大幅に縮小した。これにより、稼働低下が抑制され、費用増加を上回る売上拡大が利益創出につながった。

3. 株主還元

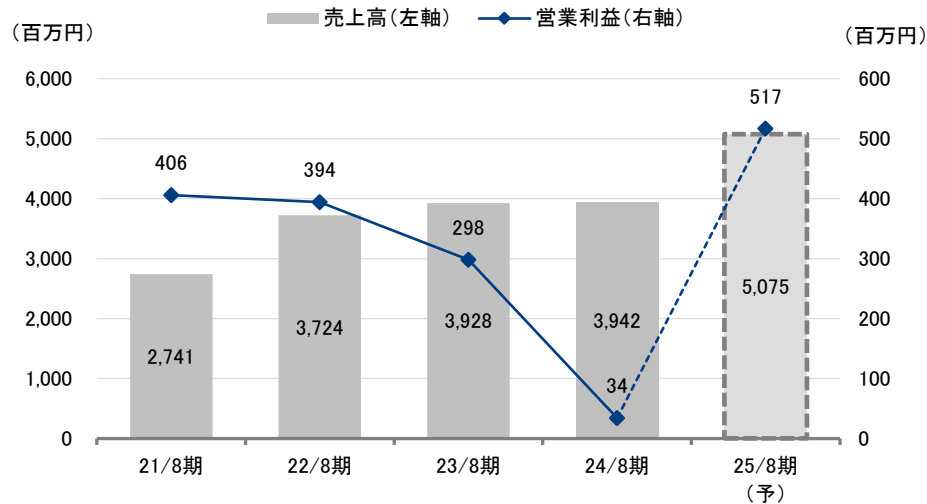
2025 年 8 月期より、初配として 1 株当たり 10.0 円の配当を実施する方針である。配当性向の目安は 20 ～ 30% 程度を想定している。同社は創業以来配当を実施してこなかったが、株主への利益還元を経営の重要な課題と認識しており、今後も安定的かつ継続的な利益還元を実施する方針である。株主還元については、配当に加えて自己株式取得なども含め、機動的かつ適切に判断するとしている。

Key Points

- ・ 問題の本質を深く掘り下げ、ユーザー中心の体験を創造する「デザイン」の事業を展開
- ・ 2025 年 8 月期第 3 四半期累計業績は大型プロジェクト継続で大幅増収増益
- ・ 2025 年 8 月期より、初配として 1 株当たり 10.0 円の配当を実施する方針

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

UI/UX デザイン支援を通じて、 ビジネスにおける「デザイン」の価値を世に広めるために事業を展開

1. 企業理念・パーパス

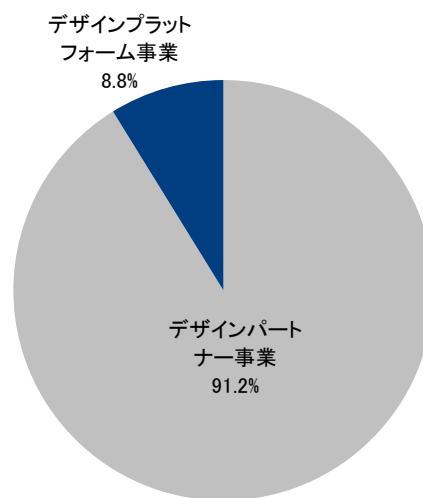
同社は、「ハートを揺さぶるデザインで世界を前進させる」というビジョンのもと、「デザインの力を証明する」というミッションを掲げ、「デザイン」を通じて人々の生活がより便利に、より暮らしやすくなることを目指して事業活動を行うデザインカンパニーである。「デザイン」を「0 から 1 を生み出す新たな価値創造」と位置づけ、その本来の価値を認知させることを重視している。「デザイン」の本質的な考え方を活用し、顧客のスマートフォンや SaaS アプリケーションなどのデジタルプロダクトにおける戦略立案・企画・設計・開発を UI/UX デザイン※支援として提供している。優良な「デザイン」で構成されたサービスはユーザーの生活に溶け込むと同時に、サービスを提供する顧客にとっても有力なビジネス機会の提供につながるとの考えのもと、UI/UX デザイン支援を通じてビジネスにおける「デザイン」の価値を世に広めるために事業を展開している。

※ UI（User Interface/ ユーザーインターフェース）とは「ユーザーが PC やスマートフォン等のデバイスとやり取りをする際の入力や表示方法などの仕組み」を意味する。また、UX（User Experience/ ユーザーエクスペリエンス）は「サービスなどによって得られるユーザー体験」のことを指す。UI と UX を複合的に連関させデザインするという意味を込めて当社では「UI/UX デザイン」と称している。

2. 会社概要

同社は、「デザイン」の本質的な考え方のもと、ビジョン・ミッションを達成するために、Web サイトやアプリケーション、ブランドのデザイン支援を行うデザインパートナー事業と、自社で構築したデザイン人材プールを活用したデザイナー採用支援サービスや自社開発の SaaS プロダクトを提供するデザインプラットフォーム事業の 2 つの事業を展開している。

売上高の構成比 (2024年8月期)



出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

(1) デザインパートナー事業

デザインパートナー事業は、顧客の持つ本質的な価値を発見し、顧客のユーザーに価値が適切に伝わるように戦略やブランディング、ビジネスプロセスなどを踏まえてデザインを実装している。UX デザイナーと UI デザイナーが中心となり、顧客のプロジェクトチームと一体となって、デザインプロジェクトをリードしている。顧客に対し、Web・スマートフォンサービスなどのデジタルプロダクト、ブランドに関わる様々なデザインについて、Experience Design (UI/UX) 領域、Brand Experience 領域、Business Design 領域の 3 つの領域をカバーしたデザイン支援をおもに準委任契約にて提供している。

Experience Design (UI/UX) 領域 (プロダクト) では、スマートフォンや SaaS アプリケーションなどのデジタルプロダクトにおいて、ユーザー視点でより使いやすいサービスを実現する UI/UX デザイン (戦略立案・企画・設計・開発) を支援している。Brand Experience 領域 (ブランド・組織) では、顧客の経営ビジョン・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をデザインし、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、強固なブランド形成を支援している。Business Design 領域 (戦略・ビジネスモデル) では、顧客のデジタル以外のプロダクト全般における戦略・ビジネスモデルをデザインし、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、実現方法のデザインを支援している。

会社概要

各領域は部分的に相互に重なり合うため、領域をまたいだサービス提供も特徴の 1 つである。Business Design 領域から Experience Design (UI/UX) 領域または、Brand Experience 領域へサービスを連続的に提供することによって、顧客の戦略の策定からプロダクト開発まで一気通貫で支援することもできる。顧客にとっては、プロダクト開発だけでなく、基盤となる組織文化の変革を推進できるなど、より本質的な課題の解決を実行することが可能となる。

(2) デザインプラットフォーム事業

デザインプラットフォーム事業は、デザインパートナー事業の UI/UX デザイン支援を様々な側面からサポートするサービスを提供している。デザインが有効に活用され、プロダクトとして世の中にリリースされるまでのプロセスを、人材(デザイナー採用支援サービス「ReDesigner」)とソフトウェア(デザイン IT ツール「Strap」)の点からサポートするためのプラットフォームとして展開している。

「ReDesigner」は、2018 年にリリースしたデザイナーに特化した人材紹介サービスである。デザイン会社である同社が人材紹介を行うことで、デザイナーの就業現場において発生しがちなスキルやマインドセットなどのミスマッチを防ぎ、企業側とデザイナー側両面のニーズを満たしたサービスが提供できる。デザイナーの採用を検討している企業は、企業の求めるデザイナーのスキルなど、デザイナーについて知りたい情報を網羅した求人票を同社とともに作成する。デザインに対する理解度が高い同社のキャリアアドバイザーが、転職を希望するデザイナーの悩みや希望を聞くことで適切な情報を提供している。同社がデザイナーと企業の間に入ることで、相互のニーズをより深く理解し、デザイナー及び企業双方にとってのマッチングの最適化を図っている。また、2021 年 7 月には副業・フリーランスマッチングサービスをリリースし、ビジネス領域の拡大を図るほか、2024 年 1 月にはダイレクトリクルーティング機能の提供を開始し、企業が直接デザイナーにアプローチできる新たな手段を提供している。

「Strap」は、2020 年 9 月にリリースしたオンラインホワイトボードツールである。複数のユーザーがリアルタイムで図解やテキスト情報を共同編集することができ、作業及びコミュニケーションの効率化を実現する。リモートワークが社会に普及し、非対面でのプロジェクトの推進が必要とされるなか、ホワイトボードを見ながらチーム全員で情報を共有し作業するようなコラボレーション(協働)空間をオンラインで実現する。

会社概要

3. 沿革

同社は、創業者の土屋 尚史（つちや なおふみ）代表取締役 CEO が 2011 年 9 月に（株）グッドパッチを東京都千代田区で創業し、UI/UX デザイン支援を開始した。2018 年 8 月には、遠隔地からインターネットを通じてプロジェクトに参加し、顧客に UI/UX デザイン支援を提供するフルリモートのデザインチーム「Goodpatch Anywhere」を始めた。2020 年 6 月に東京証券取引所マザーズ（現 グロース市場）に上場。デザインプラットフォーム事業では、2018 年 5 月にデザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」を開始し、2020 年 9 月にオンラインホワイトボードツール「Strap」をリリースした。「ReDesigner」については、2021 年 7 月に副業・フリーランス向けマッチング事業も始めている。

沿革

年月	主な沿革
2011 年 9 月	企業の UI/UX のデザイン支援を目的として、東京都千代田区において（株）グッドパッチを資本金 5,000 千円で設立。UI/UX デザイン支援を開始
2014 年 1 月	プロトタイピングツール「Prot」をリリース（2024 年 8 月に提供及び開発を終了）
2014 年 5 月	東京都渋谷区に本社移転
2015 年 5 月	ヨーロッパ市場への事業展開を図るためドイツ・ベルリンに子会社 Goodpatch GmbH を設立し、ベルリンスタジオを開設（現 連結子会社。2022 年 10 月解散決議、清算手続き中）
2015 年 9 月	「Prot」が公益財団法人日本デザイン振興会主催のグッドデザイン賞を受賞
2017 年 9 月	Goodpatch GmbH にて VR/AR を活用したデザインツール「Athena」の開発を開始（2022 年 6 月に提供及び開発を終了）
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	遠隔地からインターネットを通じてプロジェクトに参加し、顧客に UI/UX デザイン支援を提供するフルリモートのデザインチーム「Goodpatch Anywhere」を開始
2018 年 8 月	Goodpatch GmbH、ミュンヘンスタジオを開設（2022 年 9 月に閉鎖）
2019 年 6 月	キャリア支援プラットフォーム「ReDesigner for Student」をリリース
2020 年 6 月	東京証券取引所（以下、東証）マザーズに上場
2020 年 9 月	オンラインホワイトボードツール「Strap」をリリース
2021 年 7 月	デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」の副業・フリーランス向けマッチング事業を開始
2021 年 12 月	（株）スタジオディテイルズを子会社化（現 連結子会社）
2022 年 4 月	東京証券取引所の市場区分の見直しに伴い、東証グロース市場に移行

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

■ 事業概要

デザイン領域における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を有する

1. マーケット

デジタルトランスフォーメーション（DX）は、企業が激しいビジネス環境の変化に対応するため、データとデジタル技術を活用し、製品、サービス、ビジネスモデルを根本的に変革するとともに、業務、組織、プロセス、企業文化・風土までも変革し、競争優位性を確立する取り組みである。経済産業省も、新たなデジタル技術を活用した新規参入によるビジネスの枠組みの変化が進むなかで、企業に自己変革を求めている。DX は企業価値向上及び社会課題解決のための重要な経営課題として認識されている。特に、LINE、Uber、X（旧 Twitter）、Instagram のような優れた UI/UX を実装したアプリケーションを投入した企業が大きく成長した事例は多く、既存企業にとってもデジタル領域への対応は喫緊の課題となっている。

国内の DX 市場は急速な拡大が見込まれており、（株）富士キメラ総研の調査によると、2022 年の 3 兆 4,837 億円から、2030 年度には 8 兆 350 億円にまで成長すると予測されており、年平均成長率は 11.0% に達する見込みである。主な要因は、大手企業を中心に DX 戦略の策定と推進体制の構築が進み、各部門や現場での具体的な DX 施策への投資が本格化していることによる。本格的な DX 投資においては、新たなビジネスを創造するための「体験のデザイン」が必須の要素とされている。

デジタルデバイスの普及は「デザイン」のあり方を大きく変化させ、PC 画面の Web デザインからスマートフォンのアプリデザインへと領域が広がり、直感的な UI と、ユーザーの利用シーンやライフスタイルを考慮した UX のデザインが、サービス継続利用のために不可欠となっている。日本においても、経済産業省は 2018 年に、デザインを経営資源として活用しブランド力とイノベーション力を高める「デザイン経営」の推進を提言しており、政府機関もデザインの重要性を啓発するハンドブックを公開している。情報処理推進機構（IPA）が定めるデジタルスキル標準では、DX 推進に必要な人材タイプとして「ビジネスアーキテクト」「ソフトウェアエンジニア」「デザイナー」が挙げられており、特に「ビジネスアーキテクト」は新規事業創出や業務変革をリードするうえで不可欠な存在とされている。

事業概要

2. 競争優位性

同社の競争優位性としては、(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が挙げられる。

- (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は、DX の足掛かりとなる新規事業創出やサービス改善について、大手顧客に多くの実績があるうえ、スタートアップ企業のうち、同社が支援した企業の中から 13 社が上場に至っている。医療・介護、IT・通信、モビリティ、金融・FinTech、建設・不動産、製造・メーカー、食品・ヘルスケアなど、幅広い産業・分野において対応し、各分野でのデザインノウハウを蓄積しており、11 年連続で合計 14 回ものグッドデザイン賞を受賞している。
- (2) 体系化されたデザインノウハウとナレッジの蓄積は、デザイナーの属人性を低減し、提供するデザインの品質再現性を高めるための体系的な仕組みを構築している。具体的には、デザイナー育成のための社内研修、体系化されたデザインプロセス、プロジェクトの振り返りの全社共有、常時ナレッジが投稿される社内ナレッジデータベースが存在し、4 万件以上の独自ノウハウ資産が蓄積されている。
- (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は、DX の進展によりデジタル領域の UI/UX デザイナーの市場価値が高まる一方で、ビジネスの根幹への理解と関与が求められるため、デザイナーの供給は不足しているなか、同社は、事業開発から UI デザインまで幅広い領域に携われる魅力的な仕事、デザイナー中心の組織文化と仕組みを通じて、優秀なデザイン人材を惹きつけている。事業会社の marketer、事業開発、コンサルタント、エンジニア、Web デザイナー出身者など、多様な経歴を持つデザイナーが在籍している。社員デザイナーと Goodpatch Anywhere に所属するフリーランスデザイナーの両方を活用することで、柔軟な人材プールを形成しており、国内デザイン会社のなかでも突出したポジションにある。
- (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では、プロジェクトと人材を柔軟に連携させることで、高効率かつ柔軟性の高いビジネスモデルを実現している。正社員デザイン部門は、高度なデザインスキルと事業ノウハウを持つハイコミットメントなチームであり、優先的にプロジェクトを獲得し高稼働率を維持している。Goodpatch Anywhere は、プロジェクト組成時にパートタイム社員化する経験豊富なプロフェッショナルをプールしており、プロジェクト獲得数に応じて粗利益が線形的に成長し、人材プールの管理コストが低く抑えられる特徴がある。

3. 成長戦略

同社は、2025 年 8 月期における成長戦略を既存事業領域と新規事業領域、全社領域それぞれにおいて策定した。戦略を具現化することで、デザインの力をさらに社会に広め、持続的な企業価値の向上を目指している。定量的には売上高 100 億円以上を早期達成するほか、中期的には時価総額 200 億円以上を目指す考えである。

(1) 既存事業領域

既存事業である「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」の成長を加速させるため、営業強化投資、ソリューション体制構築、Goodpatch Anywhere の稼働向上を推進する。

営業強化投資は、新規案件獲得のため、広告宣伝費を前期の年間 5,500 万円から 2025 年 8 月期には 7,600 万円に増額し、SEO 対策やウェビナー実施などのマーケティング活動を強化する。有効商談数の最大化を目指し、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も強化し、前期末 17 名から 2025 年 8 月期末には 22 名に増加する計画である。また、既存案件の継続率向上と既存顧客からの拡張を図るため、プロジェクト単価向上に向けた提案力を強化し、顧客企業の経営層や意思決定層との戦略的ディスカッションを通じて、長期的なパートナーシップを築き、案件の継続と拡張の機会を創出する。デザイン組織内にプロデュースチームを新設し、顧客の事業課題に基づいた追加ソリューションや新サービス提案を増加させ、既存プロジェクトの拡張を図る構えである。

ソリューション体制構築としては、顧客企業の課題解決に貢献するため、提供ソリューションの領域を拡張し、幅広いサービス提供を可能にすることを目指している。顧客のビジネスフェーズに合わせたソリューション体制を構築し、最適なノウハウや人材を提供している。具体的には、「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 つの専門チームを編成し、価値提供を行う。事業創出フェーズで、立ち上げフェーズの新規事業の不確実性を低減し、成功へと導き、成長フェーズでは、成長フェーズのプロダクト・サービスの事業成長に伴う課題を解決し、変革フェーズにおいては、成熟期にある事業やプロダクトの再成長のための課題を発見・解決し、成長フェーズへの移行を支援する。

Goodpatch Anywhere の稼働向上については、正社員デザイナーの採用を抑制する一方、Goodpatch Anywhere 人材の活用を進める方針である。正社員デザイン部門は、規模維持と稼働率向上を目指し、年間デザイナー採用数は 31 名を計画（前期比 15 名減）し、採用数と退職想定数のバランスを図ることで、デザイナー組織の規模を 2025 年 8 月期末で 158 名（同 3 名減）を目指す。一方、Goodpatch Anywhere のデザイナーは、前期末の 41 名から 2025 年 8 月期末に 80 名に増加させることを目指し、急激な需要変動に柔軟に対応するうえ、優秀なフリーランス人材の確保を図る。

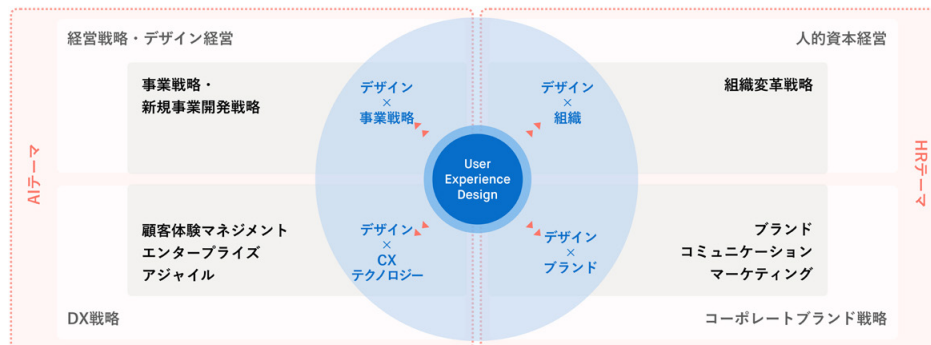
(2) 新規事業領域

新規事業領域として、AI 領域と HR 領域に注力する。AI は経営戦略・デザイン経営、DX 戦略において、HR は人的資本経営、コーポレートブランドデザインにおいてコアテーマとして設定した。HR 領域では、HR 戦略コンサルティング、採用戦略構築、デザイナー人材紹介、デザイナー採用プラットフォーム提供、エンゲージメント向上支援、HR SaaS などが含まれる。

グッドパッチ | 2025 年 9 月 8 日 (月)
7351 東証グロース市場 | <https://goodpatch.com/ir>

事業概要

新規事業領域・HR・AI を拡張領域として強化



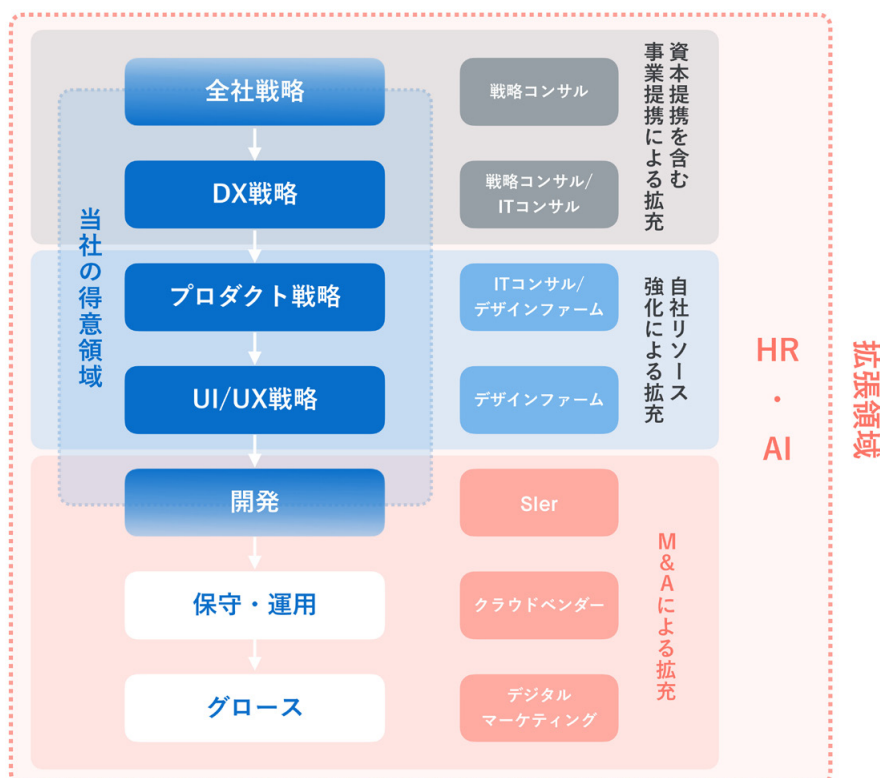
AIは経営戦略・DX戦略において、HRは人的資本経営・コーポレートブランドデザインにおいて
コアテーマとなるものとして設定

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(3) 全社領域

全社領域としては、企業変革支援に必要なケイパビリティを獲得するため、M&A を戦略的に推進する。DX バリューチェーン（戦略領域→UI/UX 領域→開発領域→グロース領域）の拡張を意識し、デザイン領域と親和性の高い開発領域の企業や顧客サービス運用支援を行う企業などを検討対象としている。M&A への活用を目的として、150 百万円の自己株式の取得を実施している。

全社領域



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業概要

4. デザイン × AI の事例

ソフトバンク<9434>のAIエージェント「satto」の開発において、同社は単なるデザイン請負ではなく、UI/UXの戦略策定から、ユーザーリサーチ、プロダクトの方向性決定に至るまで、深く関与した。「satto」は、「仕事はみんなでサッと、済ませよう」というコンセプトのもと、デスクワークの効率化とパーソナルな支援を目指す革新的なツールである。従来のAIツールとは異なり、複雑なプロンプト入力なしで直感的に操作できる点が特徴である。同社のUIデザイナーは、「satto」全体の一貫した体験の向上とデザイン統括を担った。AIの生成結果に対する「正解」がユーザーによって異なるという課題に対し、ユーザーの期待や満足度に応じたUI/UX設計を支援した。同社のUXデザイナーは、潜在的なユーザーへのリサーチを行い、ユーザーの声やインサイトをもとにプロダクトの方針を策定した。「satto」が単なる業務効率化ツールにとどまらず、人々の創造性や自己効力感を高める「エンパワーメント」を支援するAIとなることを目指して開発に貢献した。

5. サステナビリティ

同社は、「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」ことをサステナビリティの方針としている。4つのテーマを戦略課題（マテリアリティ）として位置付け、長期的な価値創造と目指す社会の実現を支えている。

(1) Design for Talent（人的資本経営の推進）

同社は、「人が成長する会社」を目指し、従業員の育成環境向上と活躍機会の提供を推進している。具体的な取り組みとしては、従業員のスキル向上を目的としたeラーニング研修や語学研修の提供、及び当事業年度から導入された「資格取得支援金制度」などがある。多様性を重視し、性別・国籍・宗教・学歴などにとらわれず、様々な視点を持つメンバーを受け入れる環境づくりにも注力している。これには、事実婚や同性パートナーを対象とした社内制度や福利厚生充実、フルリモートワークを選択できる勤務地選択制度、ファミリーサポート休暇の整備などが含まれる。これらの制度を通じて、従業員一人ひとりが最適な環境で仕事に取り組み、ともに成長できることを目指している。また、デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」を通じて、デザイナー転職者の賃金向上に貢献し、デザイナーの価値向上を図っている。2024年8月期末現在、全社員の育児休業取得率は81.8%であり、うち男性は75.0%、女性は100.0%だった。

(2) Design for Society（社会課題解決への貢献）

デザインの力を活用し、環境問題、少子高齢化、人口問題などの社会課題解決への貢献を目指している。環境に配慮した経営として、業務フローのクラウド化を通じたペーパーレス化を推進しており、当事業年度からはカーボンオフセットを導入している。デザインパートナー事業では、アプリケーション開発を通じたビジネスのペーパーレス化推進や、人口減少の課題を抱える地方自治体への支援など、持続可能な社会の実現に貢献している。さらに、ウェブアクセシビリティ方針を公開し、改善を進めるとともに、その知見をデザインパートナー事業にも生かしている。デザインコミュニティの発展にも貢献しており、ビジネスパートナーのメディア企業と「Design Leader Impact Award」を共催し、デザインリーダーのロールモデルを社会に提示する試みも実施している。

事業概要

(3) Design for Partner (パートナーとの共創)

ビジネスパートナーが企業変革を進め、イノベーションを生み出し続けられる社会を作ることを目指している。これを実現するために、ビジネスパートナーとの深い関係構築が不可欠であると認識しており、提供ソリューションの拡充を通じて、パートナーとの共創を推進している。顧客体験を起点とした共創を通じて、事業やサービスの成長だけでなく、社会全体のイノベーション実現をデザインの力で広げることを目指している。レベニューシェア型の事業開発や MBA プログラム講座の共同開発など、共創による新たな取り組みも推進している。

(4) Design with Governance (サステナビリティの推進体制)

企業価値向上のため、コーポレート・ガバナンスの強化を重要な課題と認識しており、経営の透明性・効率性向上、内部統制の仕組み、コンプライアンス体制の充実を図っている。サステナビリティの推進体制として、代表取締役社長を中心としたプロジェクトチームが議論と各種取り組みを推進している。取締役会は、サステナビリティ全般に関するリスクと機会の監督に対する責任と権限を有しており、経営会議での審議を経て報告を受け、対応方針や実行計画の審議・監督を実施している。また、グループ全体のリスク管理と法令・定款の遵守を徹底するため、リスクマネジメント委員会を設置し、取締役 CFO を最高責任者として重要リスクの特定と対策を講じている。これにより、迅速で合理的な意思決定と業務執行の効率化を実現する社内体制の構築に取り組んでいる。

業績動向

売上高は堅調に推移したが、単価下落が響き、大幅減益で着地

1. 2024 年 8 月期の業績概要

2024 年 8 月期の業績は、売上高で前期比 0.4% 増の 3,942 百万円、営業利益で同 88.4% 減の 34 百万円、経常利益で同 84.4% 減の 46 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 94.7% 減の 11 百万円となった。主な増収要因としては、デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」において、契約企業数、採用決定者数が増加したほか、ダイレトリクルーティング機能の提供開始などが貢献した。一方、大幅減益については、第 3 四半期から第 4 四半期にかけて、デザインパートナー事業において、主要プロジェクトの継続停止が発生、新規プロジェクト獲得を強化するも、プロジェクトの単価が低下し、採算性が低下した。

業績動向

2024 年 8 月期業績

(単位：百万円)

	23/8 期		24/8 期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	3,928	-	3,942	-	14	0.4%
売上原価	1,656	42.2%	1,759	44.6%	103	6.2%
売上総利益	2,272	57.8%	2,183	55.4%	-88	-3.9%
販管費	1,973	50.2%	2,148	54.5%	175	8.9%
営業利益	298	7.6%	34	0.9%	-264	-88.4%
経常利益	299	7.6%	46	1.2%	-252	-84.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	216	5.5%	11	0.3%	-204	-94.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業セグメント別動向

(1) デザインパートナー事業

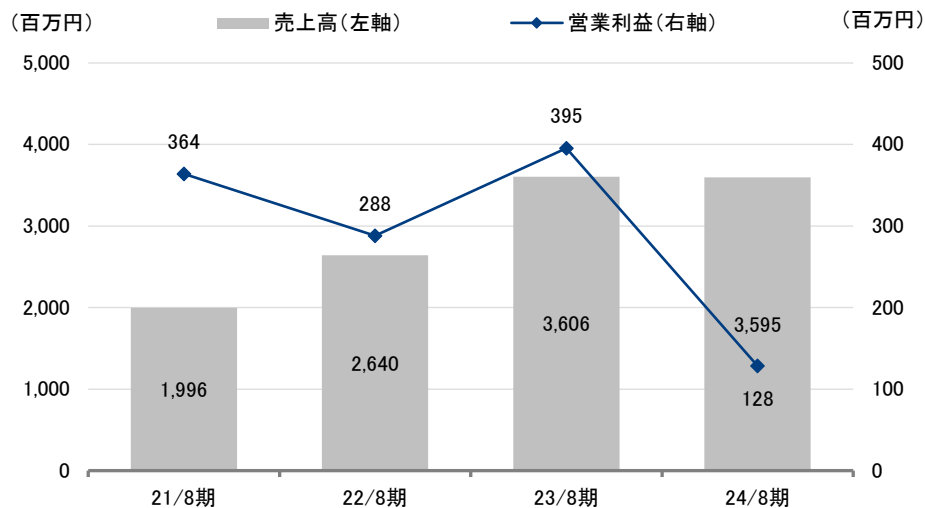
デザインパートナー事業の売上高は前期比 0.3% 減の 3,595 百万円、営業利益は同 67.5% 減の 128 百万円となった。大幅減益の主な要因は、第 3 四半期から第 4 四半期にかけて発生した正社員デザイン部門のデザイナーの稼働率低下による。通期で採用活動を継続したことで、正社員デザイナー数が同 18.4% 増の 161 名に増加した。

事業の KPI は、プロジェクトを提供した顧客社数は同 1.5% 減の 51.9 社と微減だったが、月額平均顧客単価は同 0.4% 増の 5,497 千円とわずかに増加した。フルリモートのデザインチーム「Goodpatch Anywhere」の所属デザイナー数は同 11.7% 増の 590 名と増加したものの、稼働デザイナー数は同 56.8% 減の 41 名と大幅に減少した。年間売上高 60 百万円以上のロイヤルカスタマー数は目標 15 社に対し 13 社にとどまったのは、新規商談獲得にリソースを集中したため、既存顧客への深耕営業に十分なリソースを割けなかったことが背景にある。プロジェクト獲得の先行指標である有効商談数は増加傾向にあり、広告費を減らしても新規商談を生み出せる体制が構築できていることから、2025 年 8 月期以降の業績にはポジティブな影響をもたらすと見込まれる。

グッドパッチ | 2025 年 9 月 8 日 (月)
7351 東証グロース市場 | <https://goodpatch.com/ir>

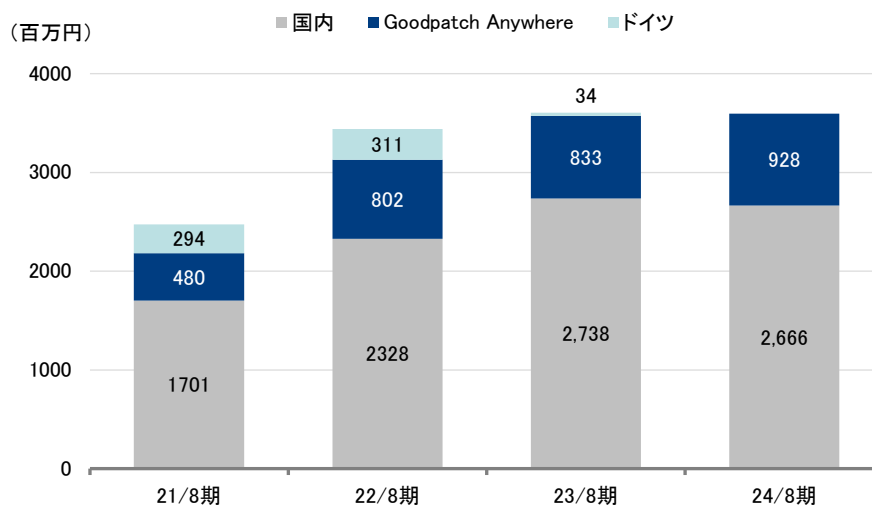
業績動向

デザインパートナー事業



出所：決算短信よりフィスコ作成

デザインパートナー事業の売上高内訳

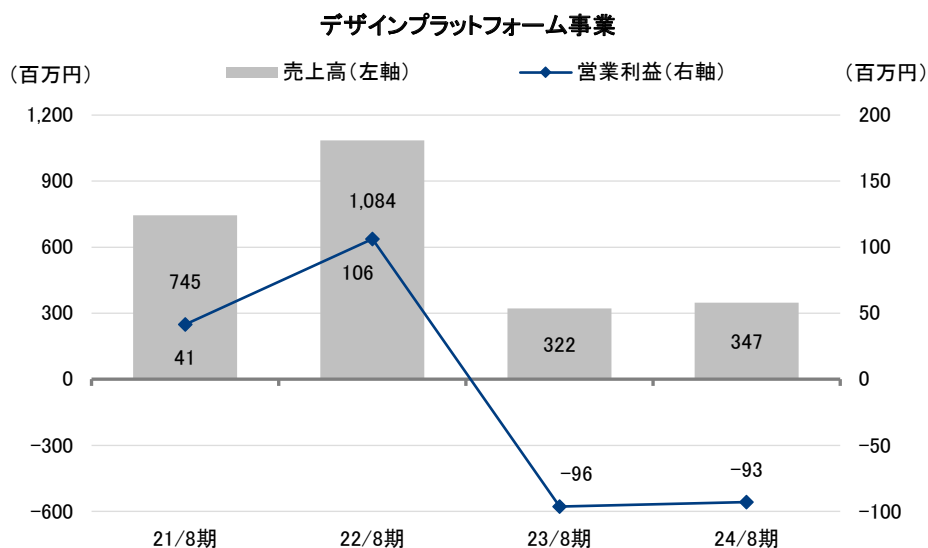


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

(2) デザインプラットフォーム事業

デザインプラットフォーム事業の売上高は、前期比 7.6% 増の 347 百万円、営業損失は 93 百万円（前期は 96 百万円の営業損失）となった。デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」が堅調な成長を示し、営業損失の縮小に寄与した。



出所：決算短信よりフィスコ作成

3. 財務状況と経営指標

2024 年 8 月期末の資産合計は前期末比 4 百万円増加の 4,676 百万円となった。主な増減要因は、流動資産で未収還付法人税等が 48 百万円増加し、前払費用が 30 百万円増加した一方、売掛金及び契約資産が 27 百万円減少したことで、同 39 百万円増加の 3,839 百万円となった。現金及び預金は 1 百万円増加し、3,275 百万円であった。固定資産は、のれん償却によるのれんの 63 百万円減少、繰延税金資産の 20 百万円減少があった一方で、投資有価証券が 56 百万円増加したことで、同 35 百万円減少の 836 百万円となった。

負債合計は前期末比 75 百万円増加の 803 百万円となった。主な増減要因は、流動負債では未払法人税等が 73 百万円減少し、未払金が 47 百万円減少、未払費用が 22 百万円減少した一方、1 年内返済予定の長期借入金 が 55 百万円増加したことにより、同 75 百万円減少の 533 百万円となった。固定負債は主に長期借入金 が 152 百万円増加したことにより、同 150 百万円増加の 270 百万円となった。有利子負債は 401 百万円である。

純資産合計は同 71 百万円減少の 3,872 百万円となった。これは主に自己株式の取得で 99 百万円減少があった一方で、親会社株主に帰属する当期純利益の計上 11 百万円増加による利益剰余金の増加があったためである。

グッドパッチ | 2025 年 9 月 8 日 (月)
7351 東証グロース市場 | <https://goodpatch.com/ir>

業績動向

キャッシュ・フローの状況では、当連結会計年度末の現金及び現金同等物は 3,275 百万円と潤沢である。営業活動によるキャッシュ・フローは 57 百万円の支出となり、前期の 78 百万円の収入からマイナスに転じた。これは主に法人税等の支払額や未払金の減少が要因である。投資活動によるキャッシュ・フローは 58 百万円の支出で、投資有価証券の取得や有形固定資産の取得によるものである。財務活動によるキャッシュ・フローは 116 百万円の収入となり、長期借入れによる収入が主な要因である。

経営指標については、自己資本比率が前期末比 1.8 ポイント低下の 82.3% と健全な財務状況を維持している。収益性については、当期純利益の大幅な減少を受けて、ROA は 5.8 ポイント低下の 1.0%、ROE は 5.8 ポイント低下の 0.3% といずれも大幅に減少した。流動性については、流動比率が 719.9% と十分な流動性を確保しており、財務の健全性は良好であると評価される。

連結貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	21/8 期	22/8 期	23/8 期	24/8 期	増減
流動資産	3,136	3,312	3,799	3,839	39
現金及び預金	2,780	2,910	3,273	3,275	1
売上債権	285	348	455	427	-27
棚卸資産	23	1	11	2	-8
固定資産	303	857	871	836	-35
有形固定資産	118	59	46	47	1
無形固定資産	2	611	539	467	-71
投資その他の資産	182	186	285	321	35
資産合計	3,439	4,169	4,671	4,676	4
流動負債	551	709	608	533	-75
仕入債務	24	47	71	63	-8
短期借入金 (1 年内返済予定の長期借入金含む)	113	125	106	162	55
固定負債	317	251	119	270	150
長期借入金・社債	271	192	86	238	152
負債合計	868	960	727	803	-75
(有利子負債)	384	318	192	401	208
純資産合計	2,571	3,209	3,943	3,872	-71
利益剰余金	106	186	402	414	11
自己株式	0	0	0	0	0
負債純資産合計	3,439	4,169	4,671	4,676	4
流動比率	569.1%	467.0%	624.5%	719.9%	95.4pp
自己資本比率	74.7%	76.8%	84.1%	82.3%	-1.8pp
< 収益性 >					
ROA (総資産経常利益率)	15.9%	10.4%	6.8%	1.0%	-5.8pp
ROE (自己資本当期純利益率)	18.7%	2.5%	6.1%	0.3%	-5.8pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

大型プロジェクトの継続により、既に通期予想業績を上回って推移

2025 年 8 月期の通期連結業績は、売上高で前期比 28.7% 増の 5,075 百万円、営業利益で同 1,397.4% 増の 517 百万円、経常利益で同 1,105.6% 増の 563 百万円、純利益で同 3,073.8% 増の 366 百万円と、増収増益の見通しだ。

進捗状況として、2025 年 8 月期第 3 四半期累計業績は、売上高で前年同期比 27.8% 増の 3,835 百万円、営業利益で同 1,339.7% 増の 509 百万円、経常利益で同 1,174.4% 増の 534 百万円、純利益で同 3,175.6% 増の 364 百万円で、通期予想の進捗率は、売上高は 75.6%、営業利益は 98.5%、経常利益は 94.9%、純利益は 99.5% と、既に通期予想を上回って推移している状況である。

第 3 四半期の売上高は前年同期比 46.1% 増の 1,366 百万円と、大幅な伸びに加え、過去最高の四半期売上高を示した。営業利益も 179 百万円と好調に推移しており、前年同期の営業赤字から一転して営業利益率は 13.1% に大きく改善している。足元の好調な業績は、デザインパートナー事業の大型プロジェクトの継続と、開発パートナーを活用した顧客単価の上昇が主因で、顧客社数は同 34.5% 増の 63.7 社、月額平均顧客単価は同 10.2% 増の 6,322 千円と高水準を維持している。デザインプラットフォーム事業も堅調に推移し、営業損失も大幅に縮小している。「ReDesigner」は、人材紹介やダイレクトリクルーティング機能の提供が登録者数と契約社数の増加に貢献し、「Strap」は、投資にメリハリをつけることで、収益性の改善につながった。

2025 年 8 月期業績見通し

(単位：百万円)

	24/8 期		25/8 期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	3,942	-	5,075	-	1,132	28.7%
営業利益	34	0.9%	517	10.2%	482	1,397.4%
経常利益	46	1.2%	563	11.1%	516	1,105.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	11	0.3%	366	7.2%	354	3,073.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 株主還元策

通期で 10.0 円の配当を開始する計画

同社は 2025 年 8 月期より 1 株当たり 10.0 円の初配を実施する予定である。これまでは、成長過程にあることを踏まえ、必要な内部留保を継続しつつ、事業拡大に向けた投資に充当することで企業価値の向上を図ることが、株主の皆様に対する最大の利益還元につながると考え、創業以来無配を継続してきた。しかしながら、当社では成長投資を行いつつ、健全な財務体質を維持し、投資と株主還元のバランスを適切に図ることが可能であると判断し、当社として初となる剰余金の配当を実施する方針を決定した。今後の配当については、配当性向 20%-30% 程度を目安とすることを基本方針とする。株主還元は今後も配当に加え、自己株式取得等も含めて機動的かつ適切に判断する方針である。同社は将来の M&A への活用を見据え、2024 年 12 月に 1.5 億円の自己株式取得を完了している。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp