

株式会社ランディックス

事業計画及び 成長可能性に関する事項

2022/6/28

東証グロース：証券コード 2981

Landix

Grande

sumuzu

唯一無二の豊かさを創造する

1. ビジネスモデルと競争力の源泉
2. 市場環境と市場の優位性
3. 22/3期までの業績サマリ
4. 事業計画
5. リスク情報

1. ビジネスモデルと競争力の源泉

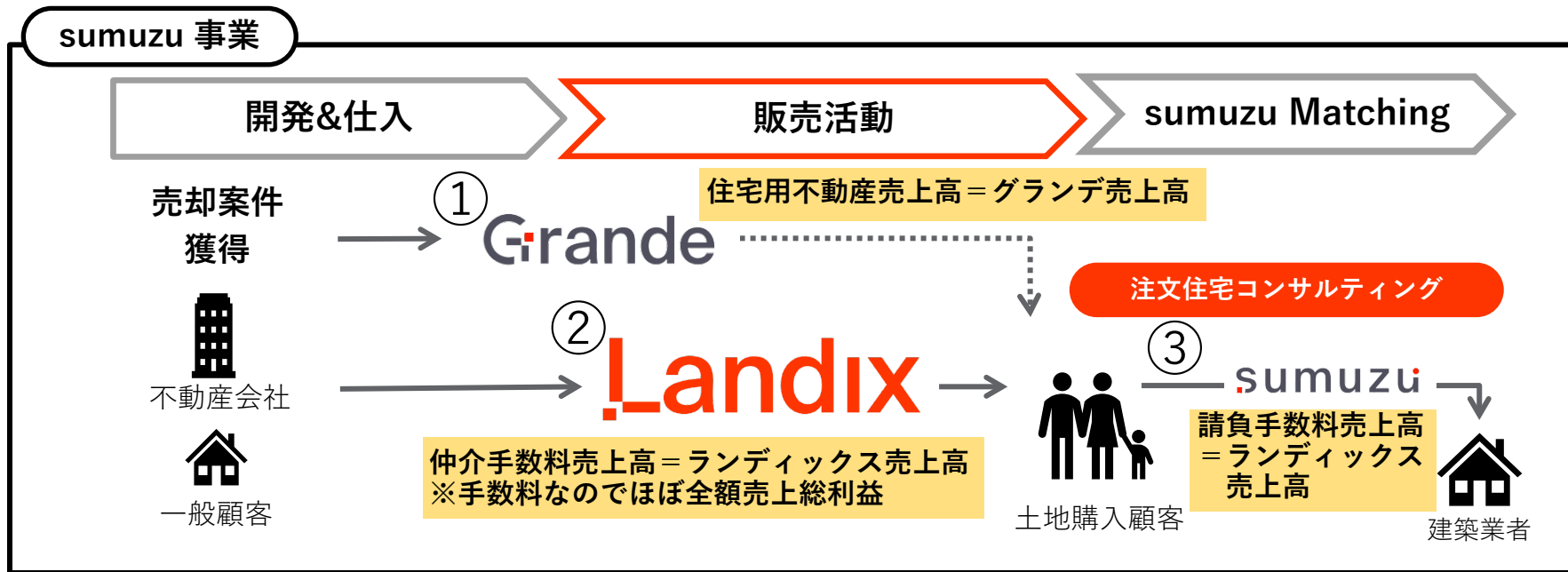
Landix

Grande

sumuzu

事業ビジネスモデル概観～他社にはない一気通貫のサービス

富裕層お客様向けの「理想の家づくり」を当社の一気通貫のサービスでサポート



④ 収益事業

収益用不動産売上高 = グランデ売上高

富裕層向け
収益用不動産
事業強化

↓

既存顧客のリポートにより効率的な販売を実施。
22/3期より本格化し、既存事業との強力なシナジーを發揮。

競合優位性

強固な財務基盤
による安定した仕入

自己資本比率

44.2%*注

顧客データ活用による
効率的な販売活動

土地平均保有期間

2.92ヵ月*注

建物完成までサポート
高い顧客満足度向上

口コミ・紹介リピート成約

26.3%*注

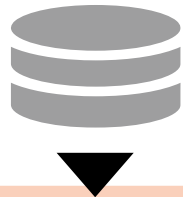
*注 22/3期通期実績となります。土地平均保有期間については、特殊事情を除く当社の主力住宅用土地について集計しており、財務指標として算出される平均在庫期間とは異なります。

① Grande の強みー他社にはない優良不動産の仕入の実現

当社グループ独自の富裕層ネットワークに仕入担当と販売担当は併存
仕入・販売で最短での在庫期間、半年後の売上を裏付ける仕入の積み上げを実現

注文住宅用地の平均在庫期間

顧客データの活用



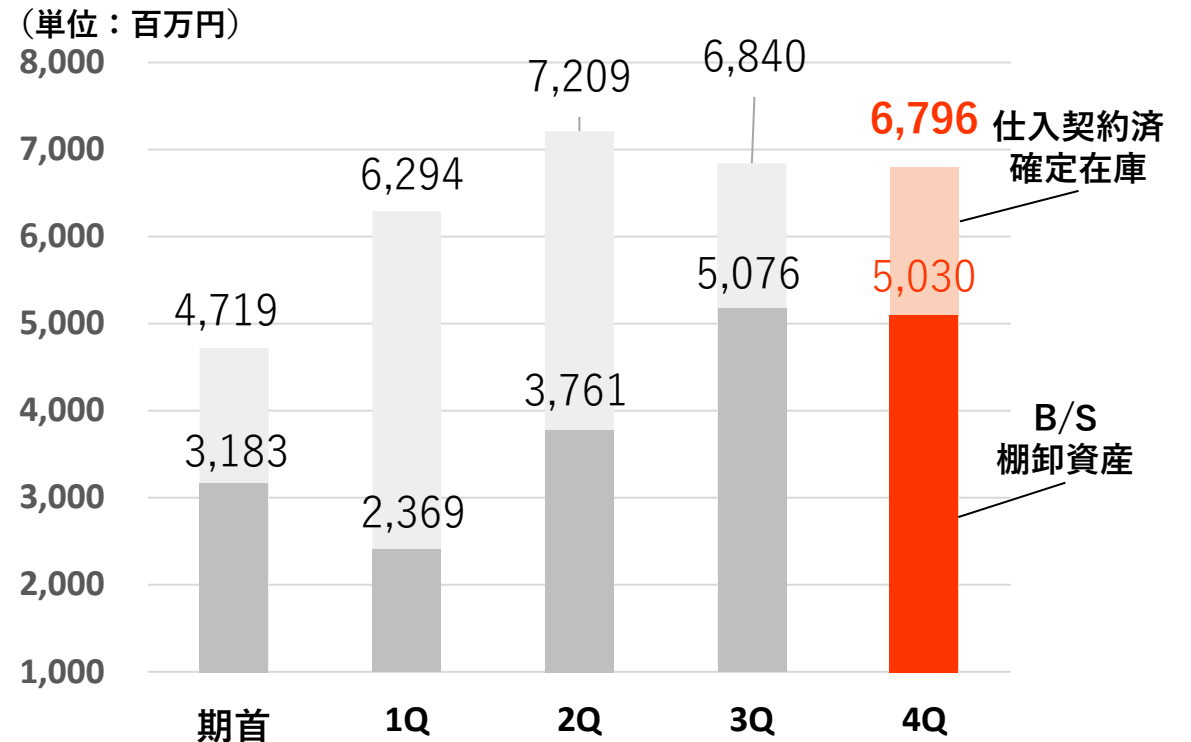
お客様ニーズにストレートに対応
＝販売部門と仕入部門の連携

22/3期 通期実績

2.92ヵ月

* 在庫保有期間については当社主力の土地売買について実績値平均を記載しており、一部販売用不動産であっても、特殊事情を含む物件については除外しております。

棚卸資産と確定在庫の合計推移 (22/3期実績)



* 確定在庫は、期末時点で契約済かつ未決済（棚卸在庫計上前）の物件を算出しております。仕入原価での算定を行っており、売上高で計上される物件の販売額とは異なります。

② Landix の強みー他社にない富裕層ネットワークに基づく仲介

Landix

多くの富裕層のお客様が支持、リピーターに

富裕層顧客の特長と当社の優位性

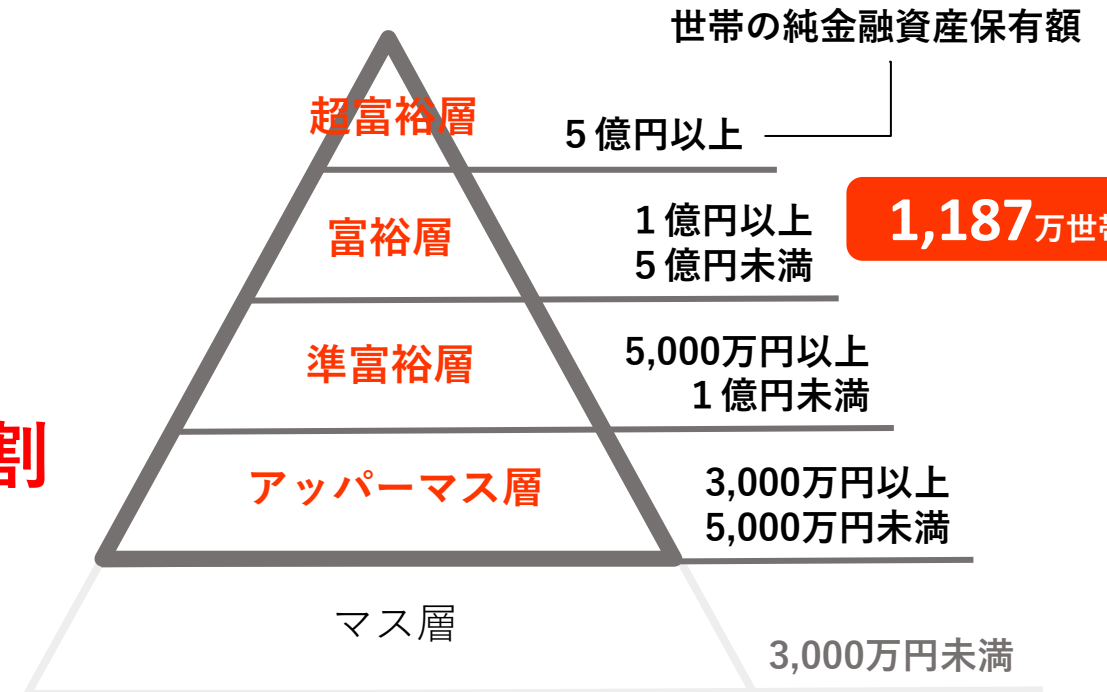
顧客獲得ハードルが高い

▶ 創業以来蓄積した厚い顧客層

紹介リピートが生まれやすい

▶ 満足度の高いサービスで
成約案件のうち紹介リピートが3割

純金融資産保有額階層※の
「アップーマス層」以上が当社のターゲット



注文住宅ノウハウを凝縮した 施主様向けコンサルティング

建築会社の選定をサポート

お客様のご要望から、コスパ・デザイン性・資産価値等のさまざまな視点から最適な建築会社選びをサポートします。

スキルのある設計士を厳選してご紹介

建築会社の中でも特にスキルのある設計士を特定してお客様の担当としてご紹介いたします。

建築会社との円滑なコミュニケーション サポート

事業者とお客様間のミスコミュニケーションを防ぎ、注文住宅建築体験を安心・安全で価値あるものにしていきます。



③ sumuzu Matching の強みー利用者のメリット

【一般利用者のメリット】

- ①匿名性が保ったままコンペ実施可能！
→大量の営業電話の心配なし
- ②ご自宅にいながらいつでも住宅プランの検討が可能
- ③完全無料で利用可能



一般利用者

①気に入った土地でプロジェクト発信



④③の中から
3社を選択-コンペ実行-プラン提案

sumuzu
Matching

【建築事業者のメリット】

- ①大幅な広告費の削減が期待できる→成約時の成果報酬型
- ② 購入意欲のある顧客との接触機会が増大する
→効率的な営業活動が可能



建築事業者

②新規プロジェクト開始連絡が
システムにより全建築事業者へ通知



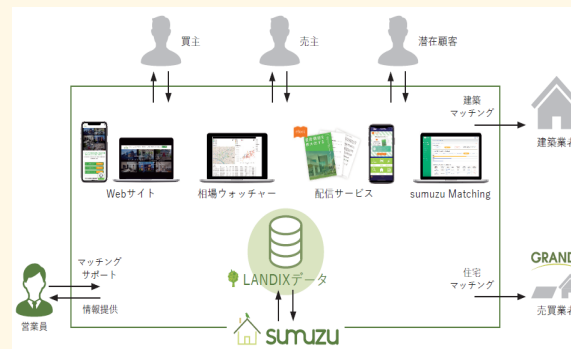
③建築事業者が参加表明

【運営母体である当社のメリット】

- ①sumuzuサイトの累計顧客数の増大
→アプローチする顧客母数の獲得
- ②建築請負紹介料の獲得
- ③建築事業者との関係構築を強化
→従来のリアルな場面での営業活動に寄与

【事業の展望】

透明性の高い情報提供による効率的な営業活動



- 営業担当者とコンタクトせずにスピーディーな意思決定
- 労働集約型営業ではない体制の構築
- 高い収益性の実現

④ 収益事業の強みーお客様需要に合わせた当社ならではの収益用不動産提供 **Landix**

高付加価値な住宅が提供可能な当社ならではの
高付加価値収益用物件の提供が可能

注文住宅販売



購入目的

お客様ご自身が住む

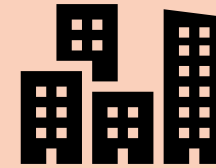
仕入から販売
までの期間

約3カ月程度

利益率

注文住宅に比べ収益用物件のほうが高い

収益用物件販売



お客様の資産運用のため

約1年程度

安定資産である優良な土地に値段が大きく下がらない高付加価値の収益用建物を建てたいという
既存の富裕層のお客様需要に応じて23年3月期より本格スタート（売上高全体の2割程度に成長見通し）

継続的成長のための具体的な施策

既存事業の強化を収益拡大の柱としながら不動産DXを推進

【不動産DX】 sumuzu Matching

- ▶ 専門人材強化と顧客データベースの構築による収益力強化

IT人材およびマッチング人材の拡充を行いプラットフォームの集客力向上によって顧客データベース構築を加速させることで

- 建築マッチングの成約率の向上による収益力加速
- 販売効率化による物件保有期間の短縮と広告費削減を推進します。

- ▶ 専門人材採用実施
- ▶ 平均在庫保有期間は現状水準維持

収益用不動産売買

- ▶ **クロスセル**による既存事業とのシナジーの最大活用

22/3期より本格化した収益物件販売に特化した人材登用を強化するとともに、住宅用不動産販売により蓄積し続けている既存顧客へ向けた収益用不動産販売を強化します。

- ▶ 収益用販売に特化した人材採用実施
- ▶ 23/3期は連結売上高の2割程度に収益用不動産販売が拡大

不動産売買・仲介

- ▶ 既存事業強化

新卒採用強化と教育研修の体系化

新卒採用人数を増加、かつ研修制度の体系化により若手人材の定着と早期育成を推進し、会社全体の営業力のボトムアップを行います。

- ▶ 新卒採用を人数を増やして実施

商品デザイン強化

顧客ニーズに対応し、かつ当社のデザインノウハウを反映させた商品ラインナップをシリーズ化し拡大展開することで商品付加価値を増大させます。

- ▶ 当社CIを刷新

2. 市場環境と市場の優位性

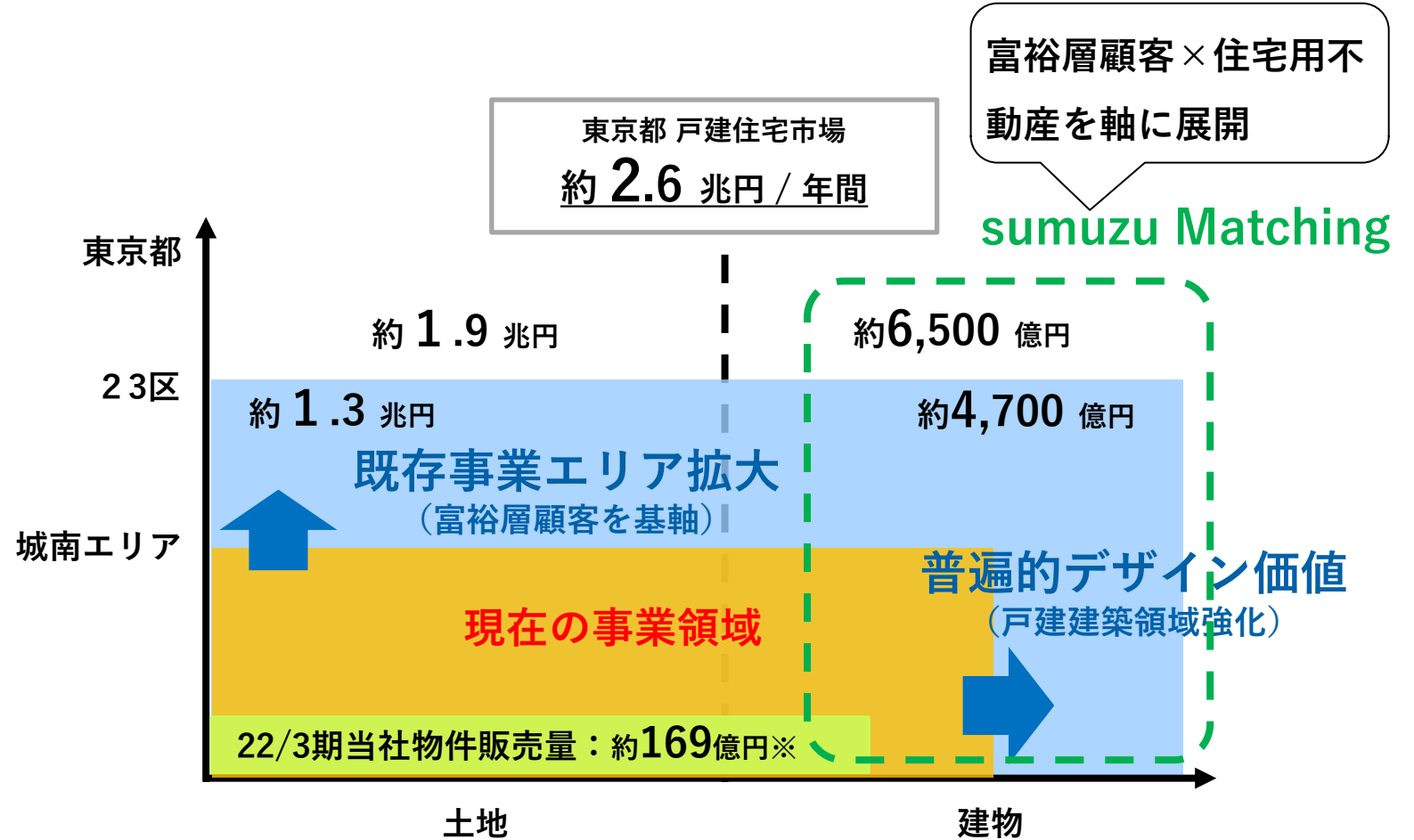
Landix

Grande

sumuzu

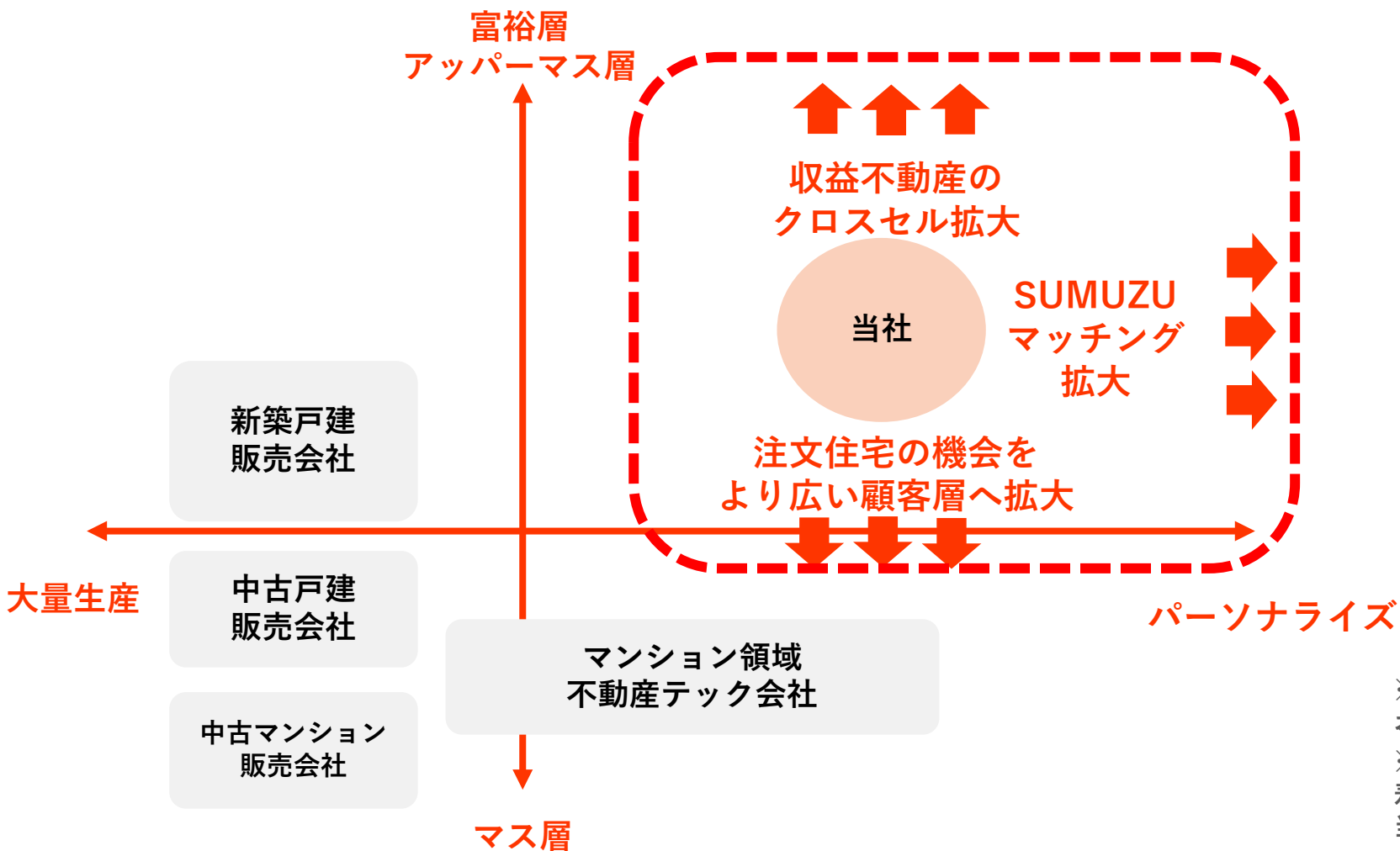
当社事業の市場規模と中長期的事業領域

東京都内だけでも
当社の拡大余地は
非常に大きい



※当社が手数料として売上高計上する際に基礎となる取扱不動産販売額の総額では2022年3月期は約169億円相当となります。

- ・戸建住宅用土地の市場規模算定については、2020年、2019年度建築着工統計調査（国土交通省）16表と国交省取引価格データベース2018年～2021年の地域ごとの成約価格、および2019年度フラット35土地付注文住宅融資利用者の主要指標を参考に算出。
- ・戸建住宅用建物については、2020年、2019年度建築着工統計調査（国土交通省）32表および、一部の建物建築費については当社推定値により算出。
- ・中期的な事業領域のイメージとして説明をしており、当社では3年程度を中期的な事業スパンとして想定しております。
- ・sumuzu Matchingは注文建築を行う消費者と建築請負事業者のマッチングを行うプラットフォーム事業であり、施工金額の3%程度が当社の収益となります。そのため、戸建て事業における建築市場を対象領域として想定しております。



住宅の大量生産から
パーソナライズへ
当社を通じお客様の
資産価値向上に貢献

※事業主体については当社の認識による分類によって
おります。

※不動産の販売価格は各商品種別によって相当程度の
差がありますが、ポジショニングイメージのために、
当社が市場において捉えている価格の最頻値を想定し、
ポジショニングマップ作成しております。

3. 22/3期までの業績サマリ

Landix

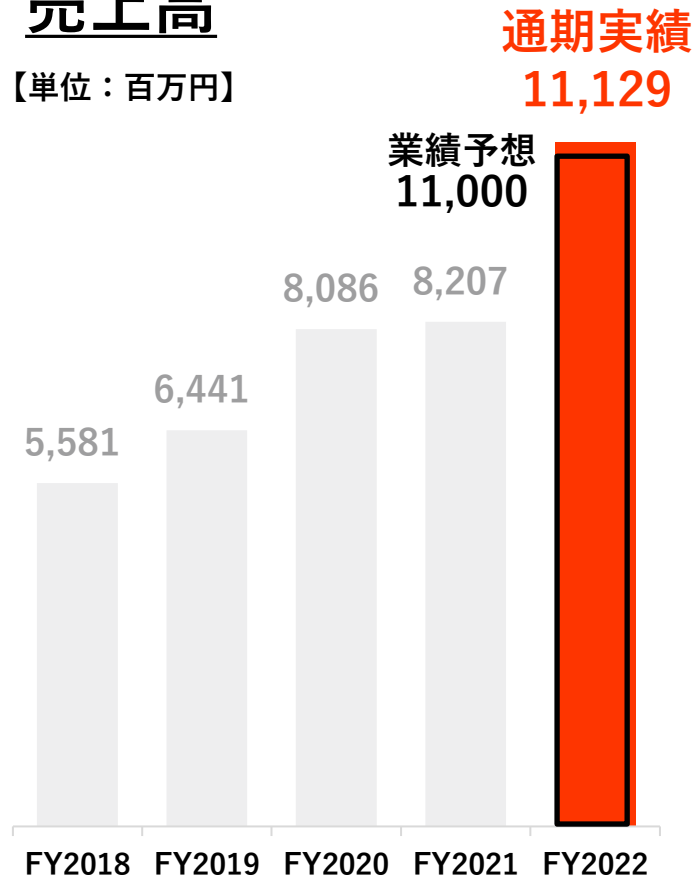
Grande

sumuzu

2019/3期からの3期間売上高、利益ともにCAGR（年平均成長率）で約120%、過去最高を達成

売上高

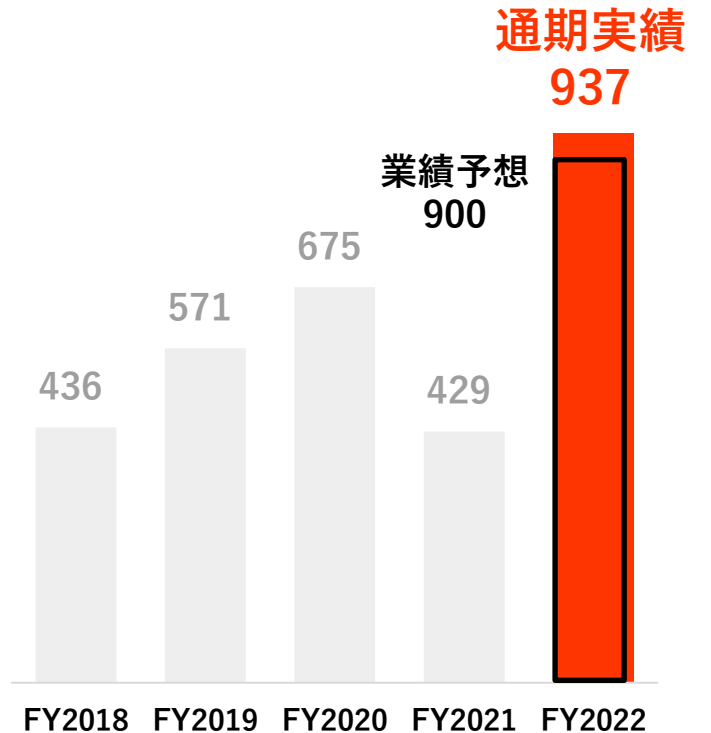
【単位：百万円】



営業利益

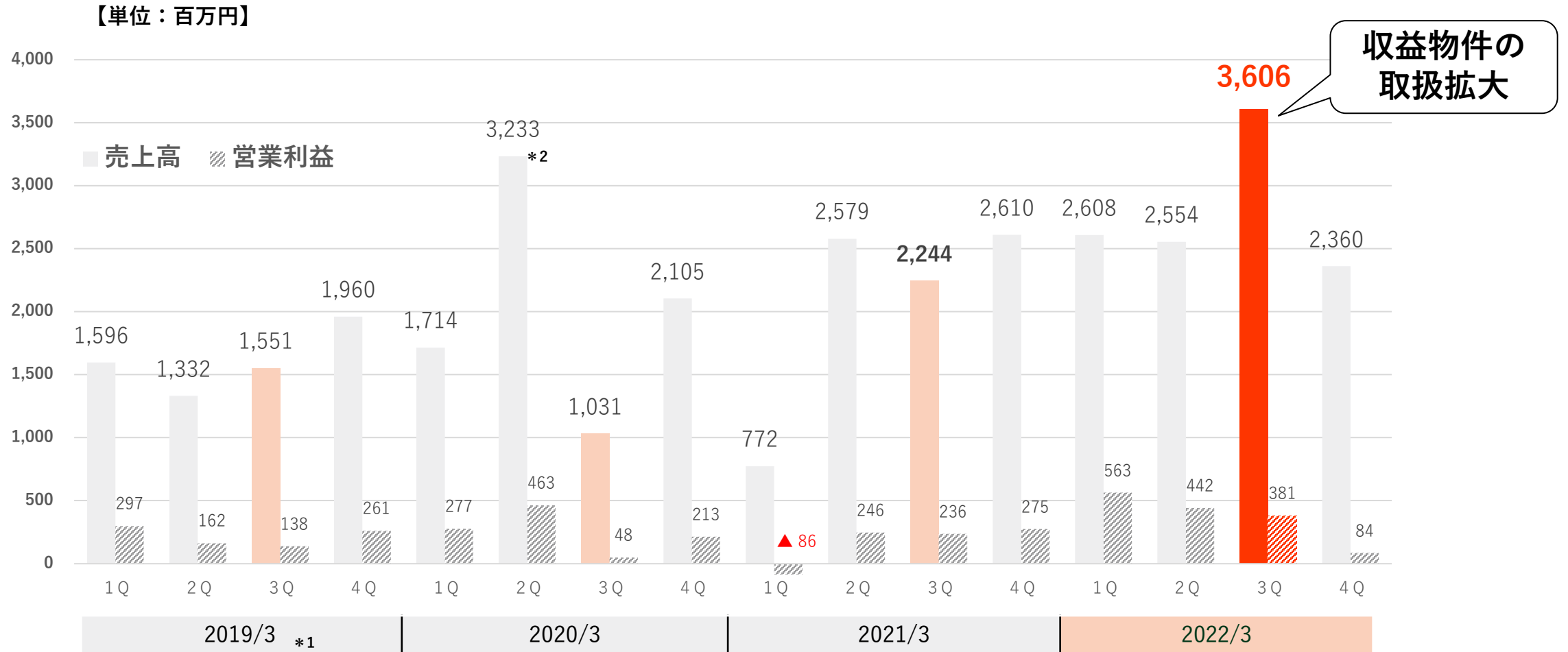


当期純利益



四半期業績推移（連結 売上高・営業利益）

4Qでは利益率が低下。来期在庫へ高利益物件を確保し翌期以降の収益力を確保。



*1 2019/3期1Q以前の数値については、監査導入前の数値が含まれます。

*2 2020/3期2Qは消費税増税前の駆け込み需要のため特殊な結果となりました。

22/3期連結 通期業績進捗

売上・利益ともに**過去最高**となった

売上高

11,129百万円

前期比

+2,921百万円増
(35.6%増)

営業利益

1,471百万円

前期比

+799百万円増
(118.9%増)

当期純利益

937百万円

前期比

+507百万円増
(118.2%増)

通期経営指標

在庫保有期間が短縮 + 利益率の大幅改善

平均在庫保有期間 (土地)

2.92 か月

前期実績 3.9か月

確定在庫

6,796 百万円

前期末時点 4,719百万円

経常利益率 (/売上高)

12.8%

前期実績 7.8%

自己資本比率

44.2%

前期末時点 53.4%

収益物件の寄与 + コロナ禍の住宅ニーズ取込みにより **営業利益率** (/売上高) **13.2%** (前期7.8%)

【単位：百万円】

	22/3期 通期実績	前期 通期実績	前期比		業績予想 対比
売上高	11,129	8,207	+2,921	35.6%増	101.2%
営業利益	1,471	672	+799	118.9%増	102.9%
経常利益	1,419	639	+779	122.0%増	101.4%
当期純利益	937	429	+507	118.2%増	104.1%

連結 財政状態 B/S (2022年3月期)

負債増加の要因は棚卸資産の増加（短期借入）＋本社屋・固定資産取得（長期借入）による。

【単位：百万円】

	22/3期末	21/3期末	増減額	増減率
総資産	12,768	9,021	+3,747	+41.5%
流動資産	9,770	6,945	+2,825	+40.7%
うち棚卸資産	5,030	3,183	+1,847	+58.0%
固定資産	2,997	2,075	+922	+44.4%
負債	7,120	4,201	+2,919	+69.5%
純資産	5,648 自己資本比率44.2%	4,820 自己資本比率53.4%	+828	+17.2%

前期末と比較し大幅な在庫増加となった。(①)

本社取得(②)と長期保有の収益用不動産(③)を取得。

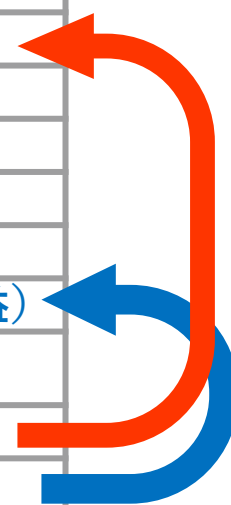
①については短期借入、②③については長期借入によって資金取得を行っているため、負債が増加した。

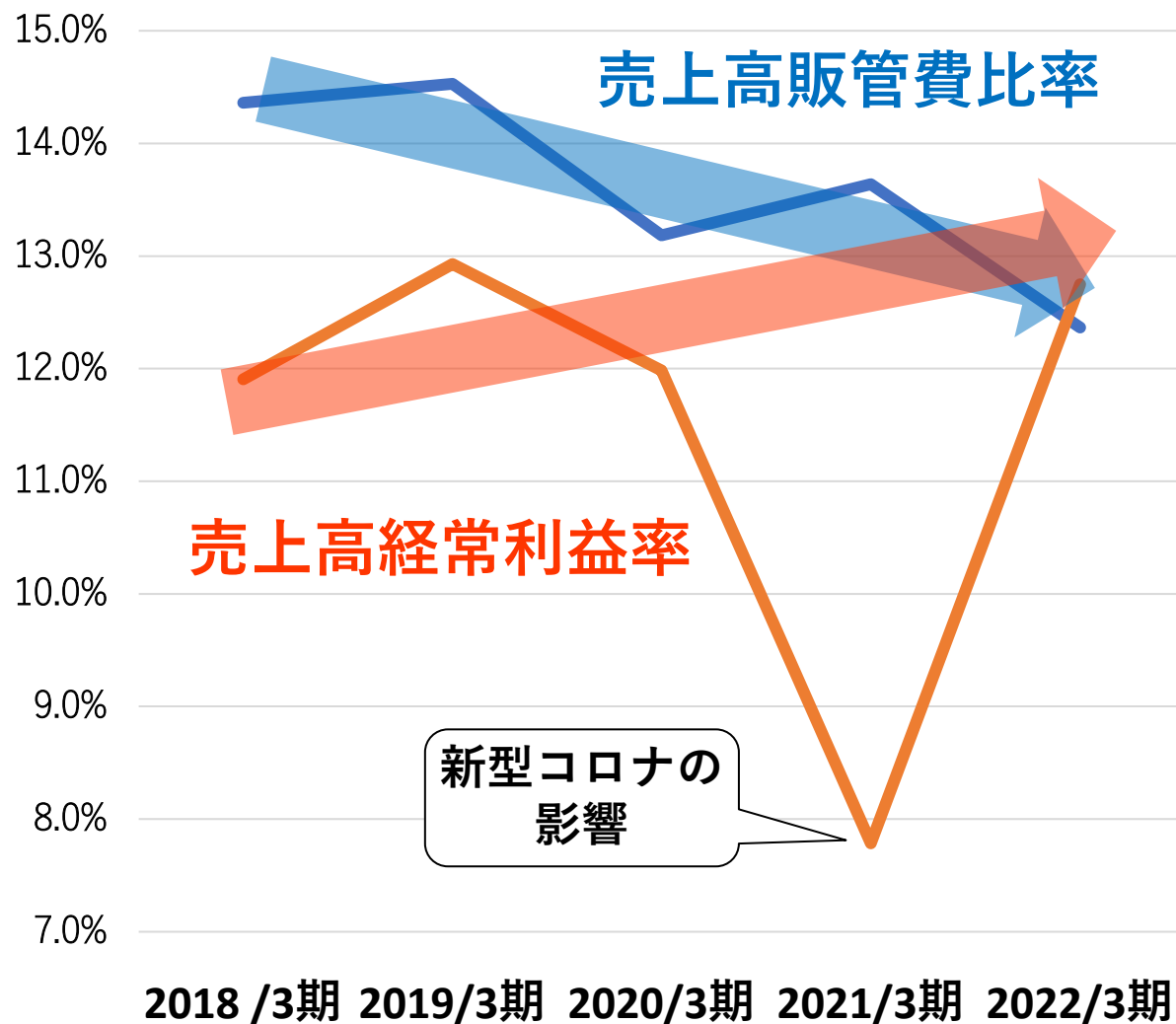
22/3期 通期 連結C/S

在庫の大幅増加により営業CFがマイナス。（現預金および自己資本比率は安全圏を維持）
在庫は短期借入による調達 + **固定資産取得**で財務CFが大となった。

【単位：百万円】

	22/3期 通期実績	各キャッシュフローの内訳	
営業活動によるCF	▲ 332	1,431	税前当期純利益
		▲1,635	棚卸資産の増加（販売用不動産）
		▲16	未払金の増加
		▲56	利息の支払額（主に棚卸資産借入）
		▲176	法人税等の支払額
	120	その他の増減 計	
投資活動によるCF	▲ 876	▲881	有形+無形固定資産の取得（本社+保有収益）
		5	その他の増減 計
財務活動によるCF	2,071	1,325	短期借入の増加（棚卸資産増加に伴う）
		1,183	長期借入の増加（本社取得と保有収益の資金）
		▲327	長期借入の返済
		▲112	配当金の支払
		2	その他の増減 計
22/3期CF (現金同等物の増減)	862		





売上高拡大の一方、
固定費拡大を抑制し
売上高販管費比率が低下

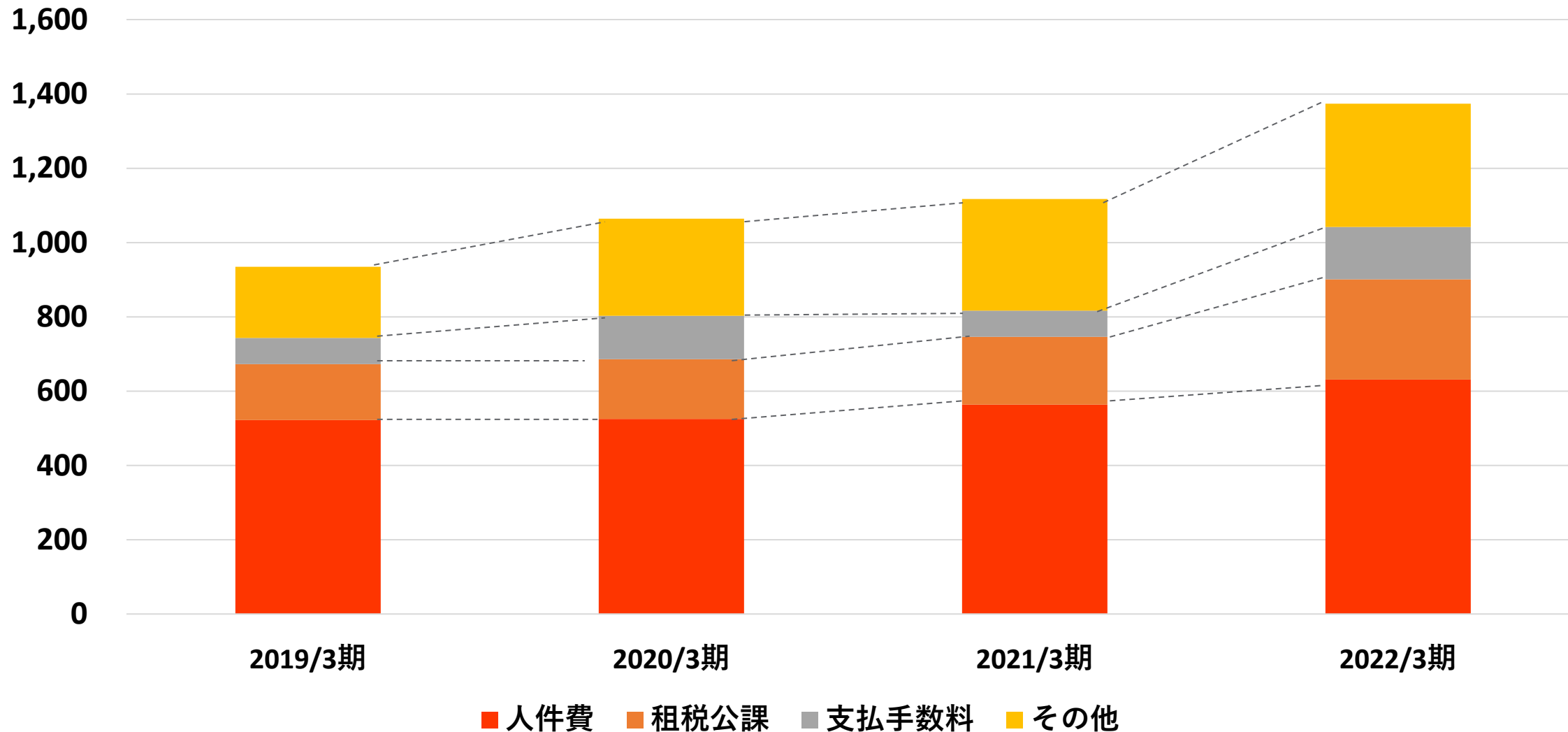


拡大期にあたる
2023/3期については
先行投資をしつつも
規模拡大を目指す

連結 販管費内訳の推移

人件費は比較的安定的に推移。租税公課は売上高拡大に合わせて拡大

【単位：百万円】

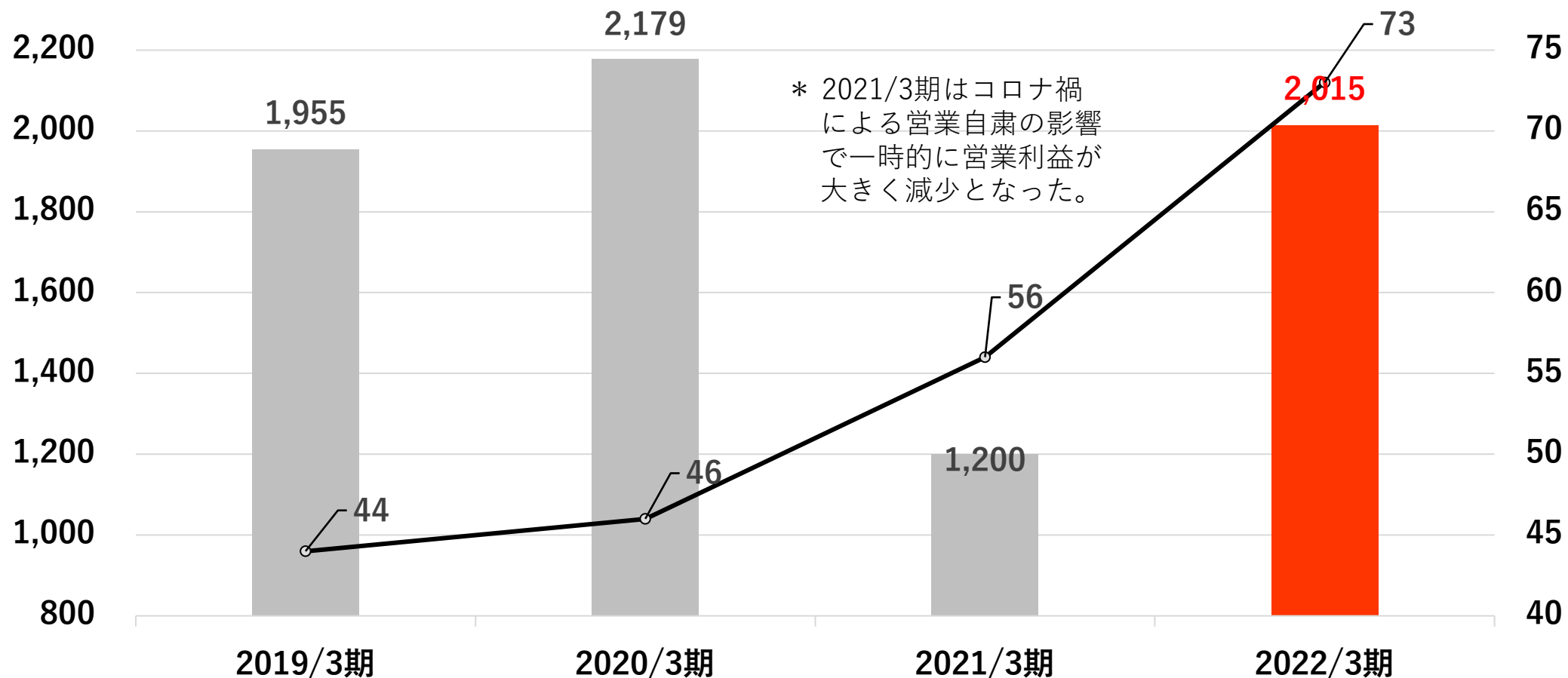


従業員一人当たり営業利益（連結）

従業員一人当たり営業利益2,000万円を目安に組織規模を拡大していく方針を維持

【単位：万円】

【単位：人】



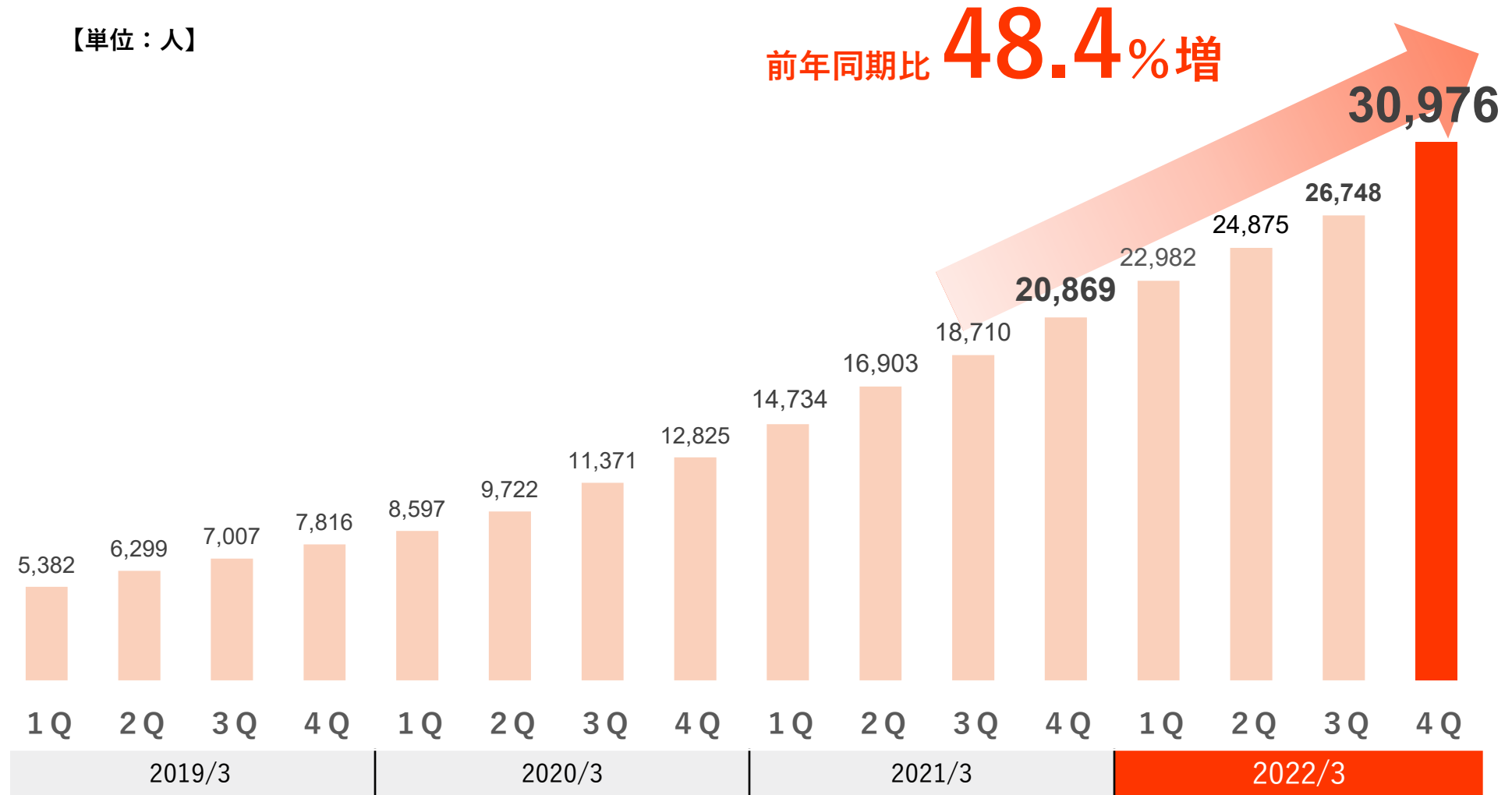
* 2021/3期はコロナ禍による営業自粛の影響で一時的に営業利益が大きく減少となった。

■ 営業利益/1人 ○ 従業員数

累計顧客データストック数推移

顧客情報を獲得し販売における顧客ニーズの把握に寄与

【単位：人】



5. 事業計画

Landix

Grande

sumuzu

相続件数の増加と少子化による人口減

超高齢化社会へ向けて日本全体としては人口減に本格的に拍車がかかる。資産価値の高い城南地区の住宅街においては他のエリアよりも安定したニーズがあると考えられるが、不動産マーケットは過熱。相続は今後も大きな不動産ビジネスのファクターである。

テクノロジー活用による業界テック化

他業界同様、オールドな不動産ビジネスにおいてもテクノロジー導入は加速する見込み。高度な専門知識を持ったエンジニア、マーケターなど人材の獲得がしにくくなっており、この傾向は継続する。

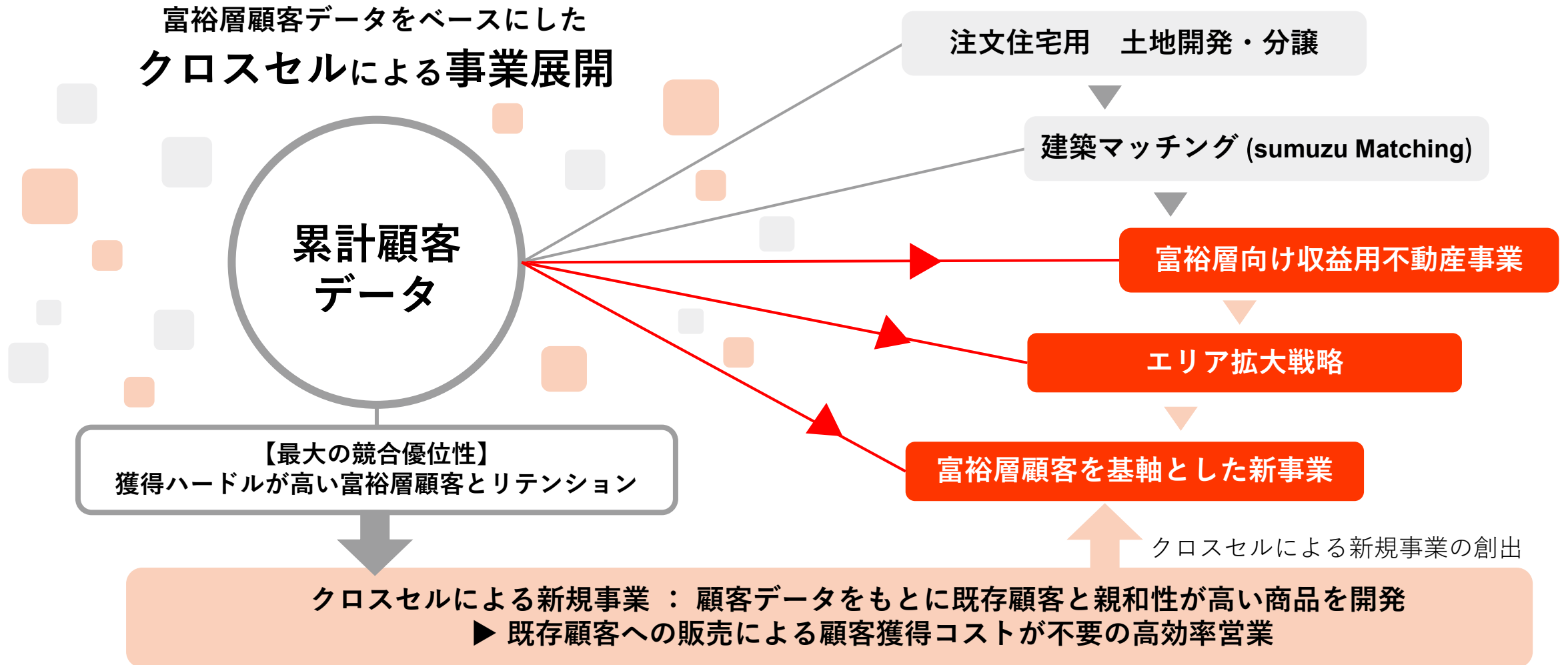
生活における住宅の重要度の高まり

コロナ禍をきっかけとし、住宅が持つ役割は「住む」と同時に「仕事」「趣味」の現場となり人生において最も重要な場となった。「個」の価値感が重視される時代において画一的な住宅では対応できず、よりパーソナライズされた住空間の提供が事業者のミッションとなる。

金利上昇リスクに対する対応

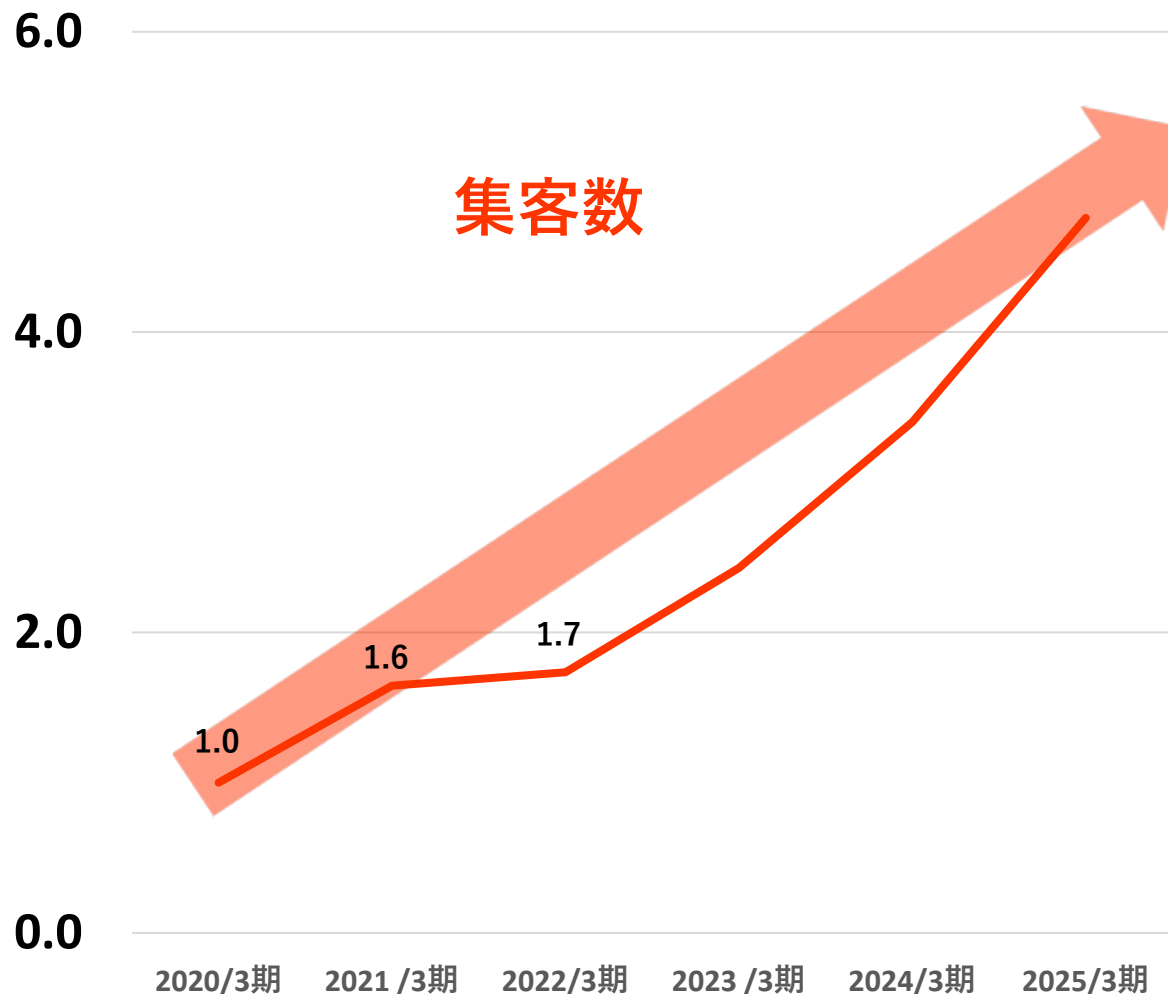
不動産マーケットにおける金利動向は消費者の購買意欲をはじめ販売・仕入両面に大きな影響を及ぼす。世界的なインフレリスクその他の経済リスクが存在し、金利動向については先行きが読めない状況であり、機動的な対応が必要。

外部環境の追い風を受けて顧客基盤をもとに「唯一無二の豊かさ」を創造・提供▶次の成長段階へ



基本戦略：引き続き優良物件仕入強化により売上高拡大加速

集客数見込み推移イメージ



ネット集客強化
人員強化・エリア拡大

集客数拡大

収益物件の併売促進
請負手数料の拡大

売上総利益率向上

規模拡大を実現

※FY2020の集客数を1とする。2020/3期～2022/3期は実績値

1. エリア拡大および人員強化

文京区・杉並区・中野区エリアへ進出
進出に合わせた人材採用・育成システム構築

2. 収益事業によるクロスセル戦略

収益事業による売上比率30%までを目安に仕入体制の強化

3. 自社メディア改良およびsumuzu強化による収益力の強化

- ①メディア改良で集客力強化・プレミアムクラブ活用によるリピート・紹介率向上
- ②インサイドセールス強化による効率的な営業
- ③建築マッチングサービスによる請負紹介手数料拡大

4. 既存事業にシナジーのある新規事業およびM&A

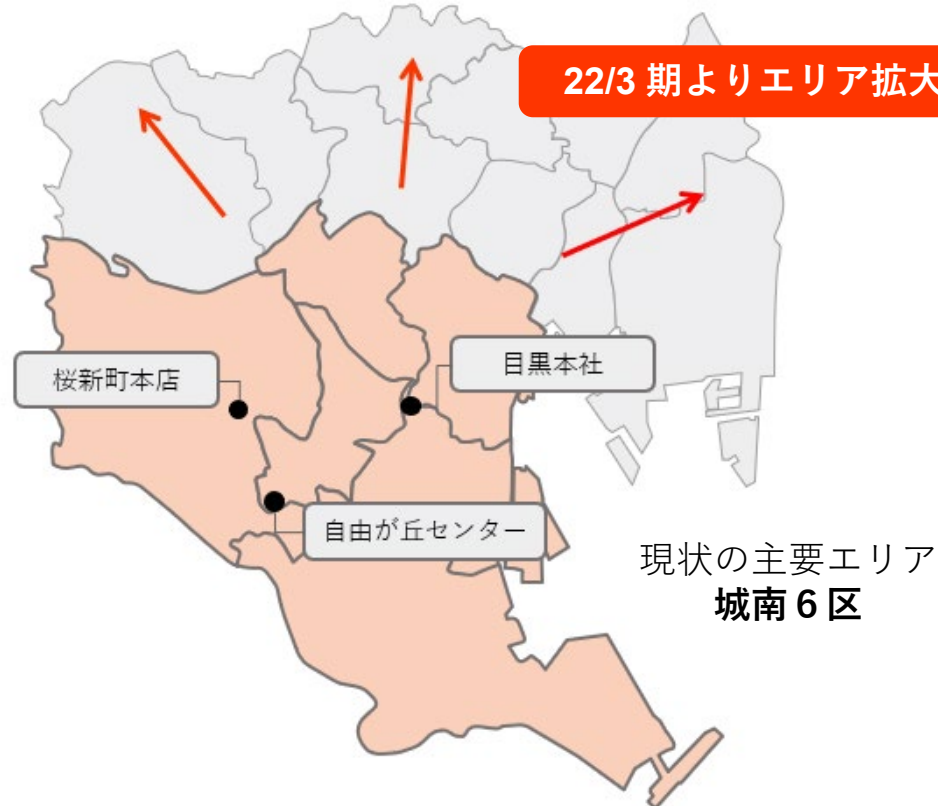
新たな付加価値でお客さまに「唯一無二の豊かさ」を提供

1. エリア拡大と人材強化

当社の富裕層顧客を対象とした不動産ビジネスノウハウを展開

**従来のターゲットである「城南6区」以外への進出
いよいよエリア拡大のスタート**

まずは文京区・杉並区・中野区への進出



1. 城南同様に富裕層顧客の獲得

▶ 創業以来蓄積した厚い顧客層

2. 良質な戸建マーケットの開拓

▶ 満足度の高いサービスで
成約案件のうち紹介リピートが3割



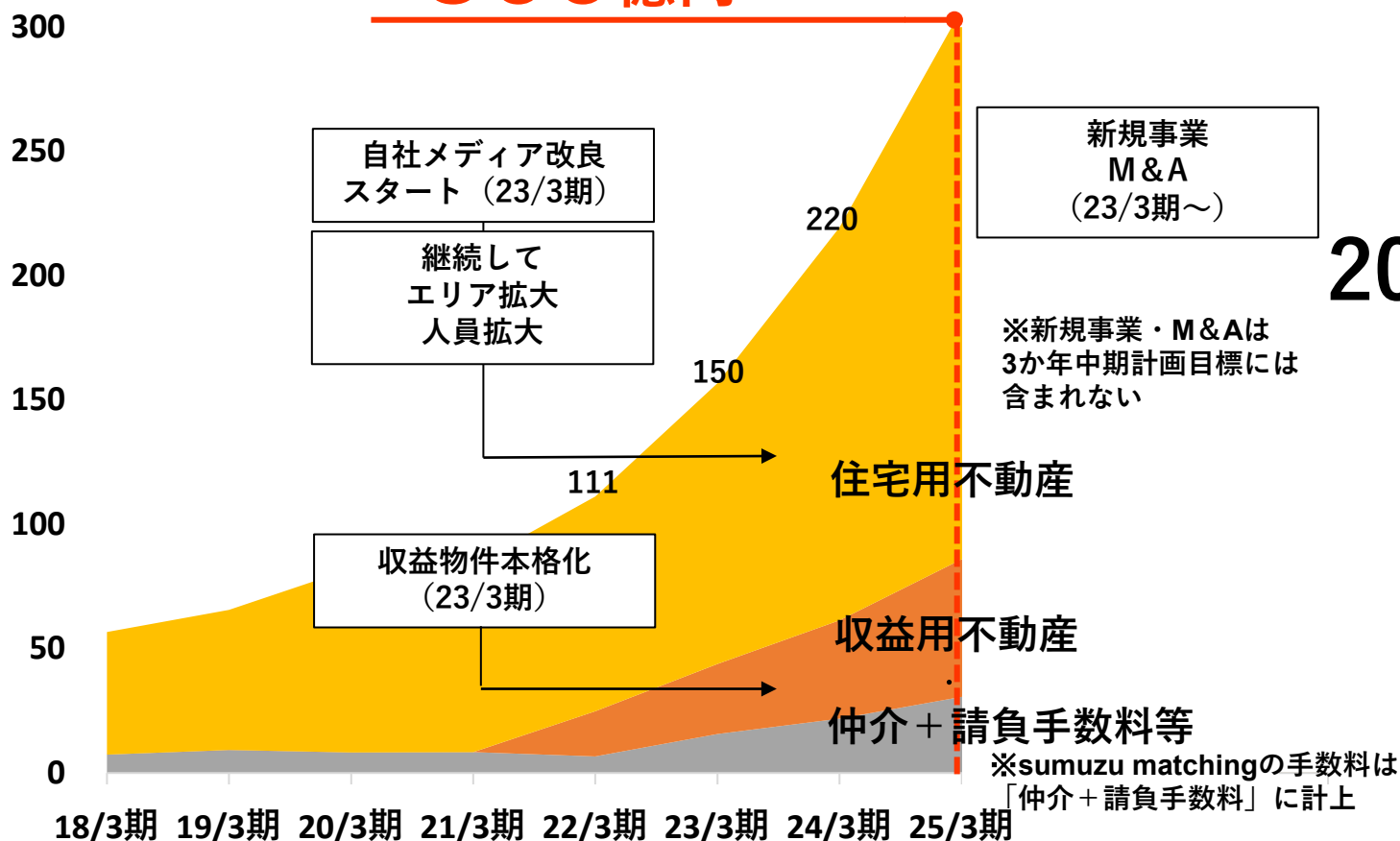
**進出に合わせた人材採用・
育成システム構築**

1. 規模拡大に合わせた人員強化

連結売上高見込みの内訳イメージ（新規事業を除く）

【単位：億円】

3カ年中期目標
300億円



グランデによる自社仕入強化による優良物件拡大



2025/3期 売上高**300**億円

経常利益**10%**超
を目指す

規模拡大を目指し
人員強化

22/3期末現在73名、25/3期で従業員**150**名（役員除く）

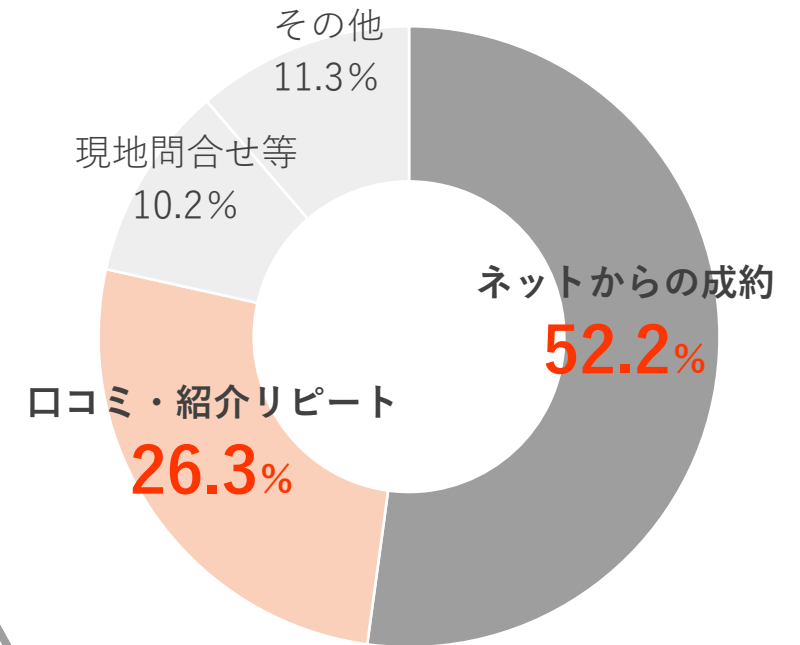
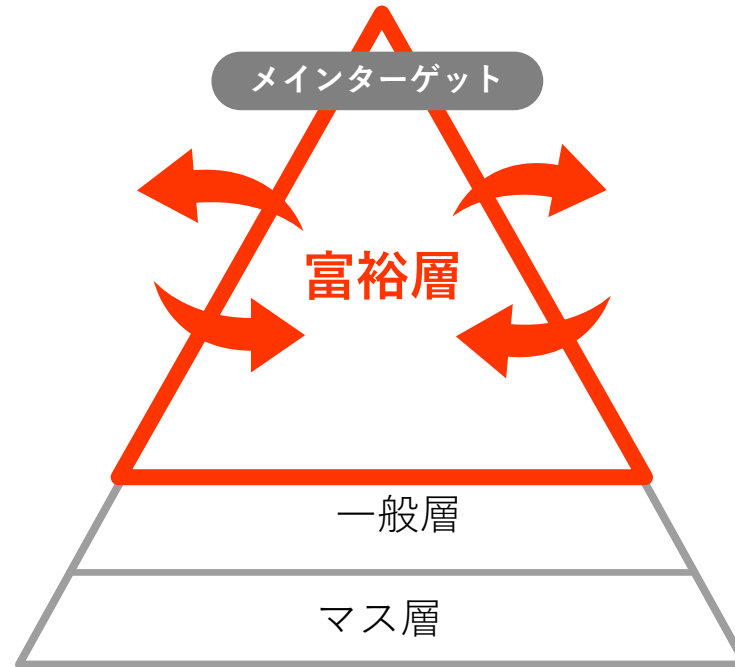
1.規模拡大に合わせた人員強化

セグメント別売上高	2022/3期		2023/3期	2024/3期	2025/3期
	実績 (百万円)	前年同期比 (%)	計画値 (百万円)	予測値 (百万円)	予測値 (百万円)
SUMUZU					
仲介・販売手数料	596	98.5	14,880	21,880	29,880
不動産販売	10,459	139.3			
その他	19	56.1			
賃料	52	96.0	120	120	120
その他	1	79.8	—	—	—
売上高	11,129	135.6	15,000	22,000	30,000
社員数（人、役員除く）	73	130.4	—	—	150

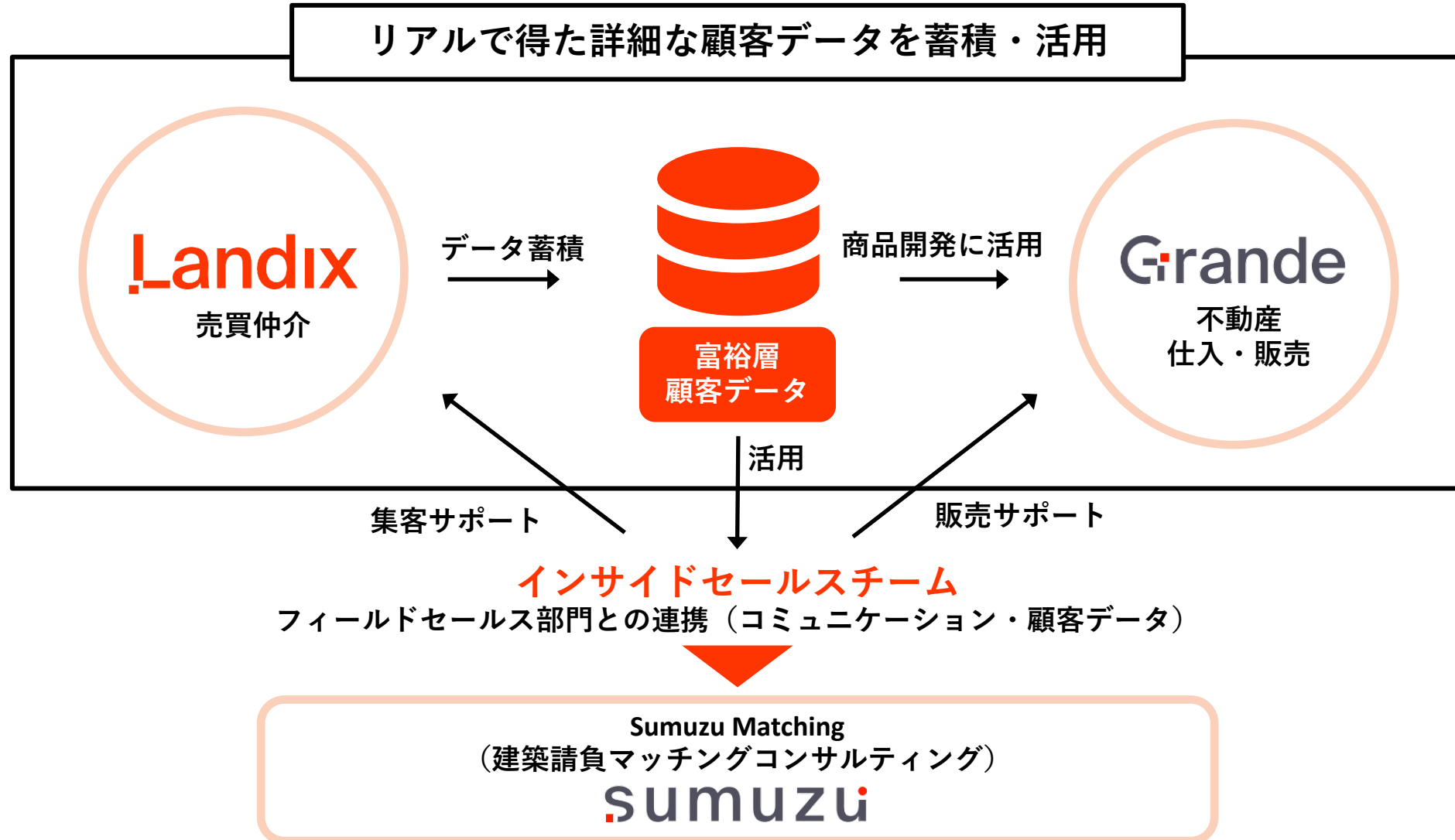
3. ①メディア改良で集客力強化・プレミアムクラブ活用による リピート・紹介率向上

リテンション顧客＋インターネット成約が**全体の78.5%**

富裕層顧客が主要ターゲット
不動産ビジネスの“ストック化”による効率的営業活動を展開
富裕層顧客からのリピート・紹介が強み

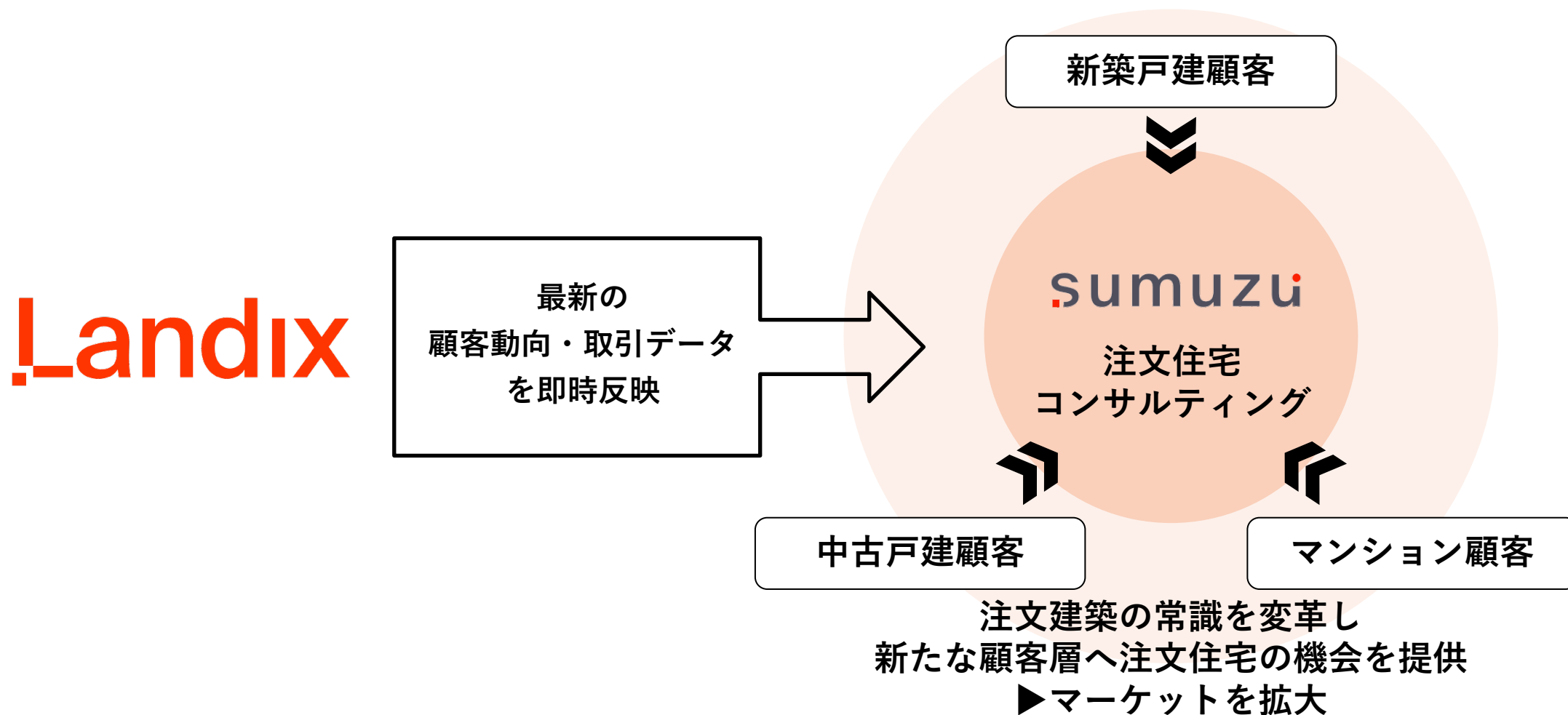


3. ②インサイドセールス強化による効率的な営業



3. ③建築マッチングサービスによる請負紹介手数料拡大

デザイン性+コスパで「注文住宅が選択肢に無かった顧客層」へリーチ



中長期ビジョンの実現に向けて通過点であるFY2025年の事業目標を策定

中長期 当社ビジョン

住宅の大量生産から
パーソナライズへ
当社を通じお客様の
資産価値向上に貢献
規模拡大を実現

2025年当社事業目標

業績数値

売上高 300億円、
経常利益10%超を目指す

財務指標

自己資本比率 30%を確保
棚卸資産保有期間 4か月以内

新規事業への展開

M&A、社内ベンチャー投資による
新たな収益源の確保

(現時点においては具体的案件は未定)

2023/3期 連結業績予想

売上高で+34.8%の成長と経常利益率10%ラインを確保

【単位：百万円】

	23/3期 通期 見通し	22/3期 通期実績	前期比	
			増減額	増減率
売上高	15,000	11,129	+3,870	34.8%増
営業利益	1,550	1,471	+78	5.3%増
経常利益	1,500	1,419	+80	5.7%増
当期純利益	970	937	+32	3.5%増

人員増強による採用・教育、
および広告コスト等が見込まれるが

売上総利益率の高い収益物件等を
継続して仕入・販売を行い

売上高150億円に対して
22/3期と同等の利益水準である
経常利益率10%超を目指す

業績予想および経営指標の推移

引き続き経常利益率10%以上を目標水準として継続的成長を目指す

経営指標	2020/3期 (実績)	2021/3期 (実績)	2022/3期 (前回開示予想)	2022/3期 (実績)	2023/3期 業績予想
売上高 (百万円)	8,086	8,207	10,000	11,129	15,000
経常利益 (百万円)	969	639	1,050	1,419	1,500
経常利益率(%)	12.0	7.8	10.5	12.8	10.0
従業員1人あたり 営業利益 (百万円)	21.7	12.0	—	20.1	—
自己資本比率(%)	54.9	53.4	—	44.2	—

5. リスク情報

Landix

Grande

sumuzu

項目	主要なリスク	可能性/時期	当該リスクへの対応策
瑕疵担保責任について	当社グループが売主となる場合、販売した物件に重大な瑕疵があるとされた場合には、その直接的な原因が当社グループ以外の責任によるものであっても、当社グループは売主として瑕疵担保責任を負うことがあります。その結果、補償工事費の増加や当社グループの信用力低下により、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。	低/長期	当社グループが売主となる新築住宅については、瑕疵保険に加入しています。また、社内のコンプライアンス体制を整備し、顧問弁護士と連携とすることで、予期せぬ解除の請求や損害賠償請求を受けることのないよう努めています。
新型コロナウイルスの影響による景気変動	景気の急激な変化は、当社グループが扱う不動産に対する顧客の購入意欲に影響を及ぼす可能性があります。現在、新型コロナウイルスの拡大により、景気の後退に至っていますが、今後も、様々な外的要因により、景気の下振れによる不況に陥った場合、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。	低/短期	現在既にリモートワークの導入が可能になり、緊急事態宣言等による当社事業運営への影響は大きくないと判断していますが、引き続き社員による活動の生産性が減少しないよう注視していきます。
個人情報の管理について	当社グループは、各事業において、見込顧客情報及び取引顧客情報等、当社グループ事業を通して取得した個人情報を保有しており、個人情報の保護に関する法律等による規制を受けています。これらの個人情報については、個人情報を有する当社グループの各社にて細心の注意を払って管理していますが、万が一、外部漏洩等の事態が発生した場合、損害賠償や社会的信用の失墜等により、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。	中/長期	引き続き、現状運用しておりますプライバシーポリシー等の社内規定に沿って個人情報を管理し、また、従業員に対する個人情報の取り扱いに関する教育を行い、個人情報の適切な取り扱いに努めます。
減損会計の適用について	当社グループが所有する固定資産において、急激な経済情勢の変化や金融情勢の悪化等により事業の恒常的なキャッシュ・フローの将来にわたる収益性の著しい低下や保有資産の時価の著しい下落が認識された場合、減損会計を適用することで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。	中/長期	引き続き、自己資本比率および現金保有率を保ち、情勢の悪化に備えます。
その他のリスク	その他リスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。		

会 社 名	株式会社 ランディックス
設 立	2001年 2月
本 社 所 在 地	東京都 目黒区下目黒 一丁目 2番 14号
資 本 金	488 百万円
代 表 取 締 役	岡田 和也
従 業 員 (連 結)	73名 (役員除く 2022年3月末時点)
事 業 拠 点	桜新町本店・自由が丘センター 自由が丘サテライトオフィス (2021年3月よりOPEN) 目黒本社 (2022年1月よりOPEN)
連 結 子 会 社	株式会社グランデ

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものに過ぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証を行っておりません。

次回の更新は2023年6月を目安としております。

【IR情報開示責任者】

取締役

佐藤 晴朗

当社IR情報：<https://landix.jp/ir>