

2023年3月期 第3四半期

決算説明資料

(2022/4/1 - 2022/12/31)

株式会社ランディックス

東証グロース : 証券コード 2981

Landix

Grande

sumuzu

1 決算サマリ

業績予想に対する3Q時点進捗で営業利益87%。
今期および中期計画達成に必要な在庫水準を確保。
▶業績予想は据え置き。

2 トピックス

株主優待により株主還元を強化。不動産業界初の手数料割引チケット発行。
来期以降の成長にむけたエリア拡大が順調に推移。
▶中期計画達成に向けて引き続き事業拡大。

3 当社事業の 成長性

安定した住宅用不動産市場に軸足を置き、蓄積した顧客層
(実績4.3万件)を最大限に生かした効率的な営業活動を行う。
▶中期計画の25/3期売上高300億円は既存事業の成長により達成可能。

1. 決算サマリ

連結業績進捗

業績予想に対して順調な進捗となっているが、利益ベースで対前期比でマイナス。
(前期は3Qまでに高利益案件偏重。)

売上高

10,462 百万円

前期比
+1,693百万円
(+19.3%)

営業利益

1,345 百万円

前期比
▲42百万円
(▲3.0%)

当期純利益

841 百万円

前期比
▲44百万円
(▲5.1%)

経営指標

販売力のベースとなる在庫積増しが順調。
かつ平均在庫期間が良好な水準。
(経常利益参考：22/3期通期12.8% 21/3期通期7.8%)

平均在庫保有期間 (土地)

3.82 か月

前期通期実績 2.92か月

確定在庫

9,142 百万円

前期末時点 6,796百万円

経常利益率 (/売上高)

12.3%

前期3Q実績 15.4%

自己資本比率

44.3%

前期末時点 44.2%

連結 P/L (2023年3月期 3Q)

年間の業績予測に対して順調なペース。

今期3Q累計で、経常利益率が12.3%であり、当社の利益目標目線の10%を上回る。
 22/3期3Q時点では、高利益物件が複数利益寄与したことで経常利益率15.4%と特に高水準。

	23/3期 3Q実績	売上高 利益率	業績 進捗	前期 3Q実績	前年同期比		前期通期 実績
売上高	10,462	-	69.8%	8,768	+1,693	+19.3%	11,129
営業利益	1,345	12.9%	86.8%	1,387	▲42	▲3.0%	1,471
経常利益	1,286	12.3%	85.8%	1,353	▲66	▲4.9%	1,419
当期純利益	841	8.0%	86.7%	885	▲44	▲5.1%	937

【単位：百万円】

連結 B/S (2023年3月期 3Q)

安定した財務状況を維持。

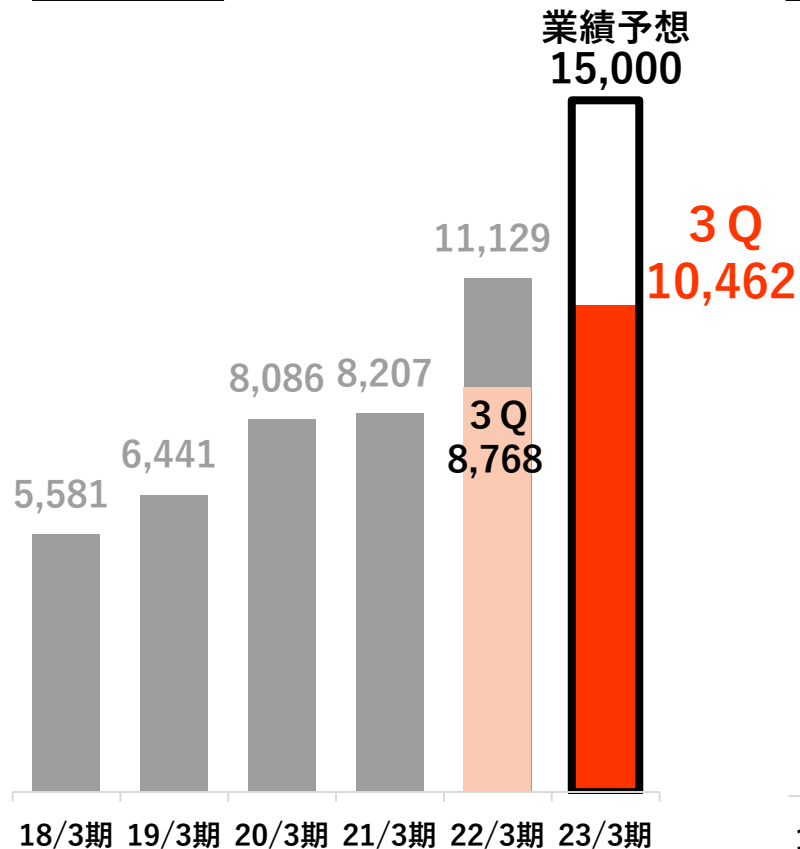
	23/3期 3Q末	22/3期末	増減額	増減率
総資産	14,281	12,768	+1,512	+11.8%
流動資産	11,222	9,770	+1,452	+14.9%
うち棚卸資産	5,964	5,030	+933	+18.6%
固定資産	3,058	2,997	+60	+2.0%
負債	7,947	7,120	+826	+11.6%
純資産	6,333 自己資本比率44.3%	5,648 自己資本比率44.2%	+561	+12.1%

【単位：百万円】

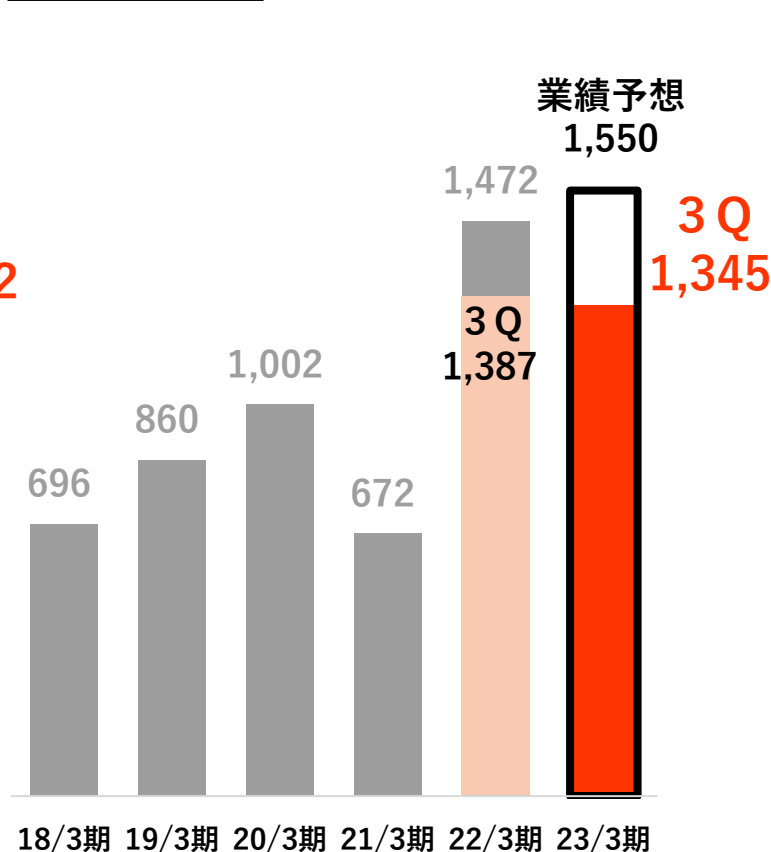
年度業績推移（連結売上高・営業利益・当期純利益）

業績予想に対して3Q累計営業利益が87%と順調な進捗。

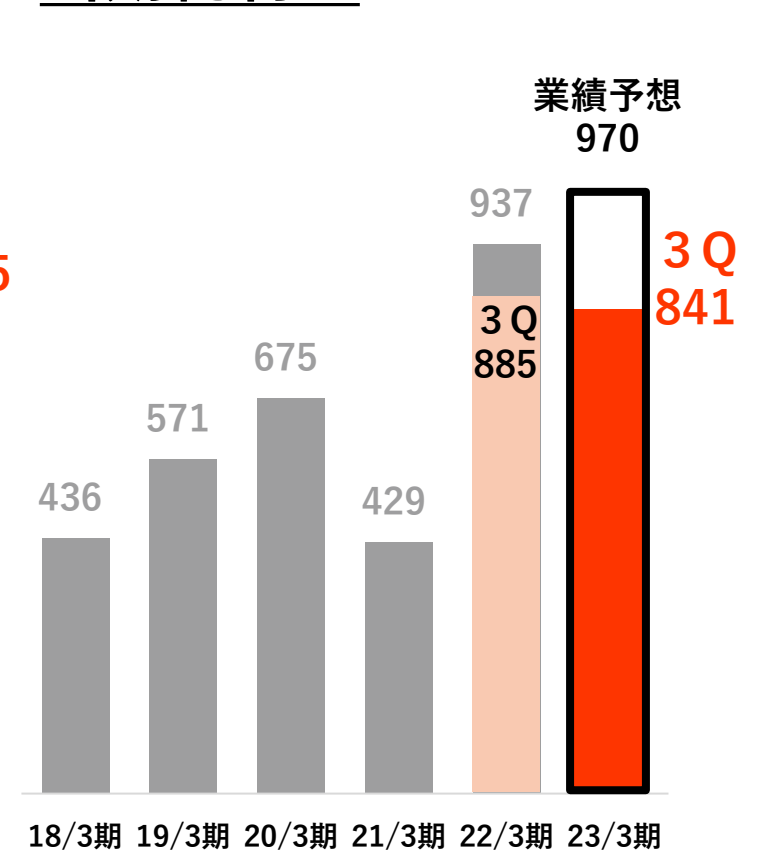
売上高



営業利益



当期純利益



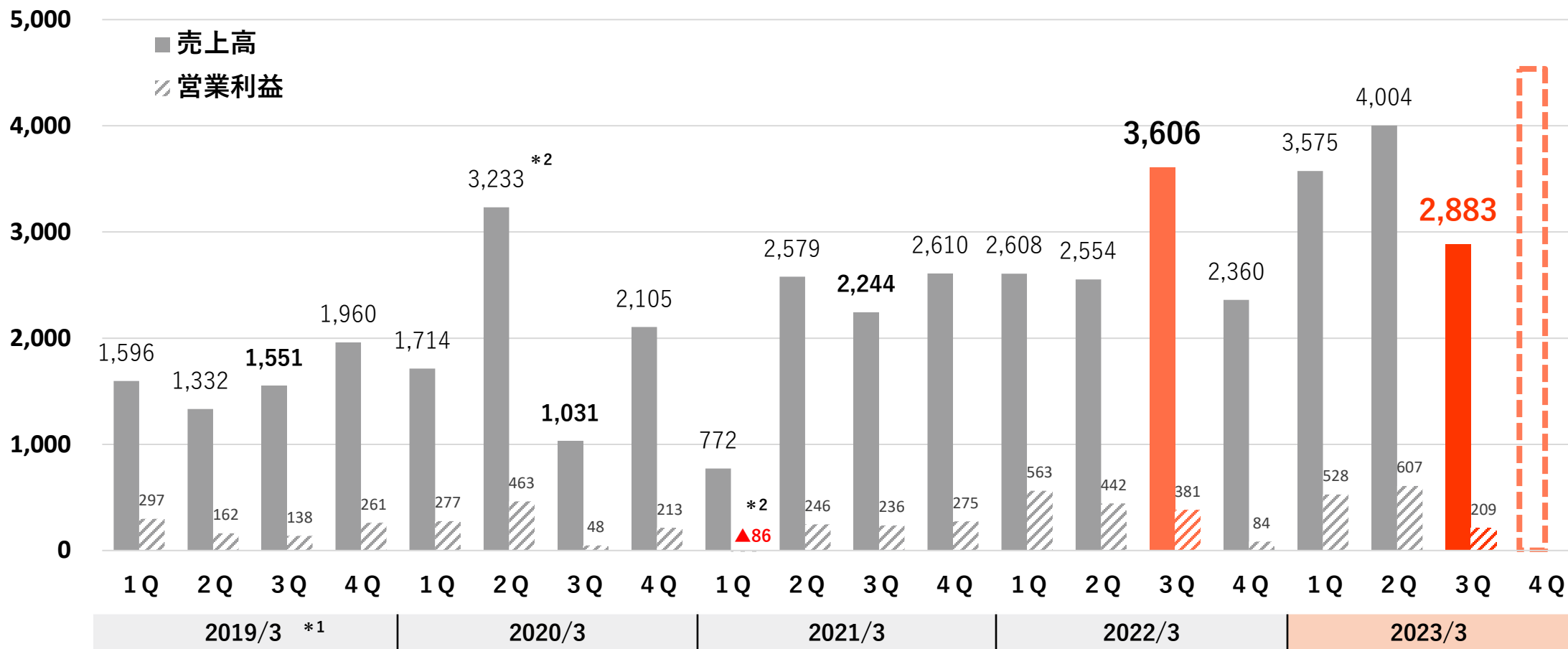
【単位：百万円】

*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 2021/3期1Qはコロナ禍の外出自粛により特殊な結果となりました。

四半期業績推移（連結 売上高・営業利益）

4 Qに販売予定の収益不動産（次項参照）を加味し販売在庫を調整。



*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 2021/3期 1Qはコロナ禍の外出自粛により特殊な結果となりました。

【単位：百万円】

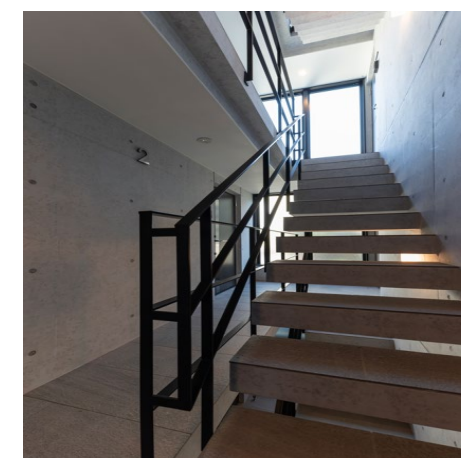
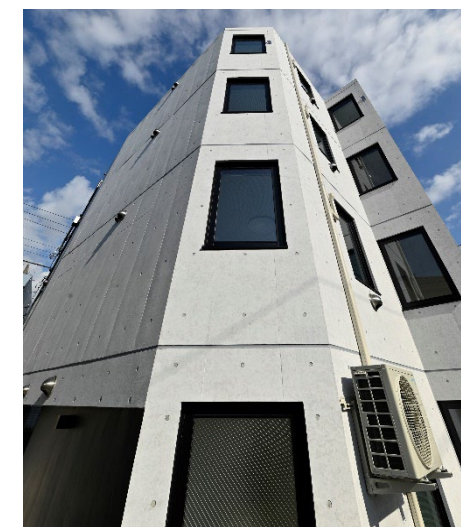
個人向け収益用不動産事業の強化を推進

4 Qに3件の収益用不動産の引き渡しを予定。今期、順調に実績を蓄積。

住宅の購入後、相続・税金対策等で収益用不動産を購入したいというニーズが多い背景により、2022年3月期から本格的に取り扱いを強化した収益用不動産の開発・販売事業。

今後も当社事業エリア・ターゲット顧客と親和性の高い収益用不動産の取り扱いを継続して行い、お客様の資産価値向上に貢献していく。

	2Q決算 開示時点	3Q決算開示 時点 (今回)	4Q開示時点 (見込み)
引渡し完了 (売上計上)	6件	9件 (3Qで+3件)	12件 (4Qで+3件)



※当社デザインの収益物件一例（世田谷区）

連結業績予想（2023年3月期通期）

3Q時点で業績予想に対して売上高70%、営業利益で87%の進捗。

人材採用や来期在庫の調整を加味し、売上・利益ともに当初の業績予測を据え置く。

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

【単位：百万円】

2023年3月期の配当予想

配当は2Q開示済の65円（前期+10円）

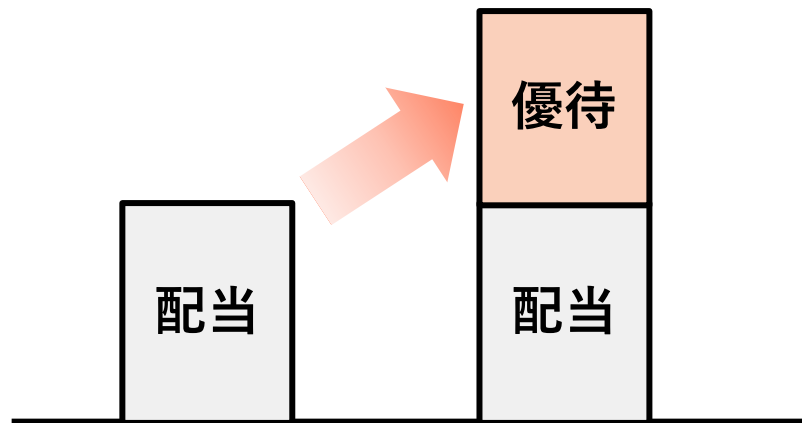
さらに株主還元強化の一環として株主優待を導入決定。（2023/3/31を権利確定日とする）

	配当額 (1株あたり)	増配額 (対前期比)
// 今回決定	65円	+10円 および株主優待導入 (詳細12~13頁)
// 2Q時点予想	65円	+10円
2023/3期 期初予想	60円	+ 5円
2022/3期 実績	55円	+15円
2021/3期 実績	40円	▲10円
2020/3期 実績	50円	東証マザーズ上場年度

※2020/3期は45円の普通配当と5円の記念配当の合算。

株主優待導入にあたっての株主様のメリット

株主優待ポイント導入による総合利回り向上



想定株価	ピーク※総合利回り
2,500円	4.88%
3,000円	4.07%
3,500円	3.48%

※ピーク総合利回りは7単元保有株主様

不動産業界初・独自の仲介手数料割引チケット



Landix

優良な不動産を多数販売

←
リード顧客獲得

プレミアム優待倶楽部
PORTAL会員

株式会社ウィルズの株主優待サービス導入企業の株主が利用可能な会員クラブ

他社株主であってもWILLsCoinとの交換により
当社の仲介手数料割引チケットを取得可能

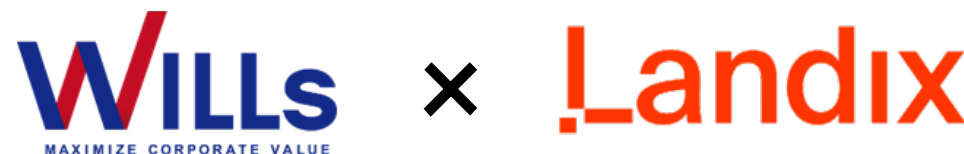
優待ポイント付与により総合利回りを向上させ株主還元を強化。

【株主優待制度の対象となる株主様】

- ①2023年3月以降、毎年3月末日時点で当社株主名簿に記載された株主様。
- ②当社株式を300株以上保有の株主様。

「プレミアム優待倶楽部」による株主優待ポイント

保有株式数	優待ポイント数
300～399株	6,000ポイント
400～499株	10,000ポイント
500～599株	20,000ポイント
600～699株	30,000ポイント
700～1,999株	40,000ポイント
2,000～49,999株	50,000ポイント
50,000株以上	100,000ポイント



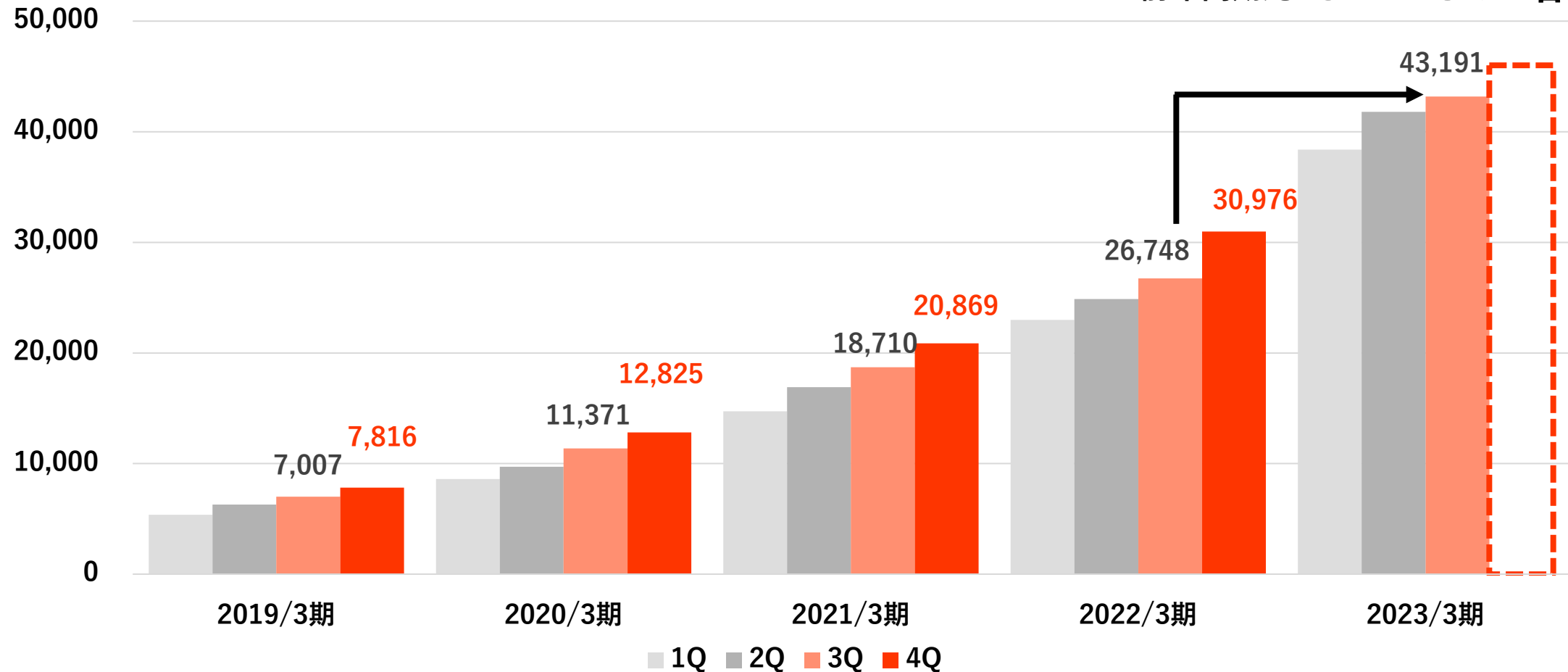
2. 事業の状況

顧客データ蓄積の進捗状況

四半期ごとの累計顧客データストック数推移

【単位：人】

前年同期比 **61.5%増**

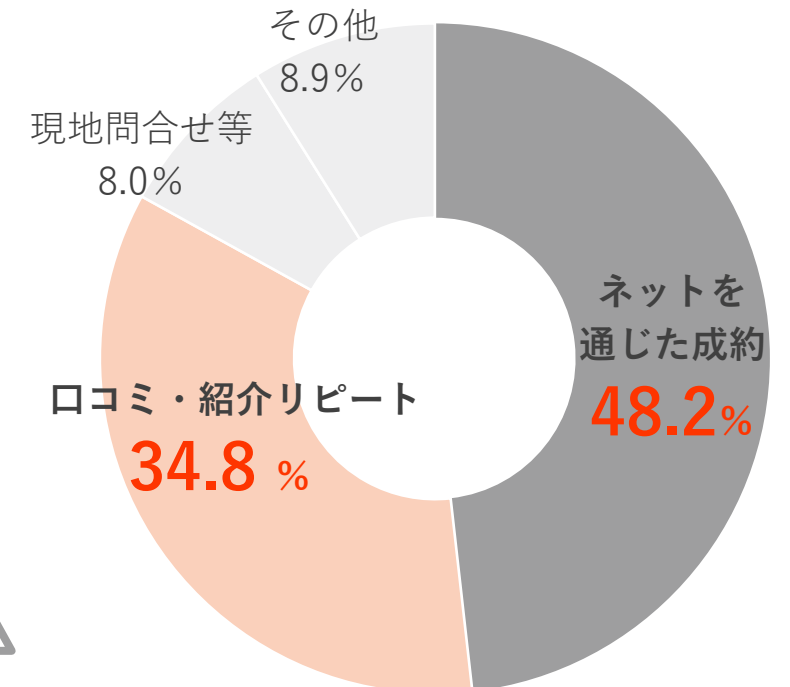
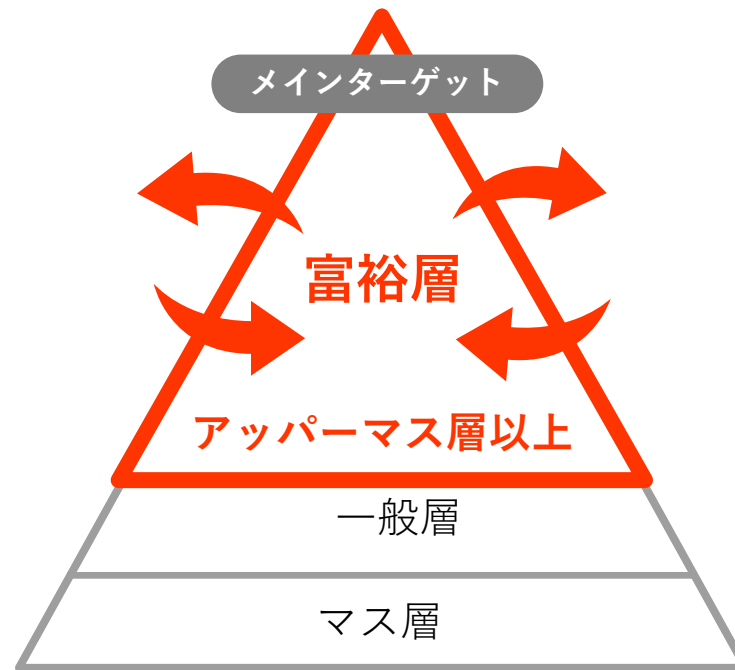


※ 自社・外部ポータルサイトからの反響や現地看板広告によるお問合せ、顧客・関係会社からのご紹介などにより集客したお客様情報を顧客管理システムに登録しており、そのデータを基に算出している。

創業以来蓄積された顧客層

紹介・リピート取引と既存顧客サポートで安定した集客数・成約率を実現

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
全成約の30%以上にもなるリピート・紹介取引の蓄積が強み

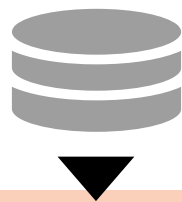


在庫回転の早さと在庫の積増し状況

販売力のベースとなる在庫について、今期の業績達成および中期計画達成可能な水準を確保。

注文住宅用地の平均在庫期間

顧客データの活用



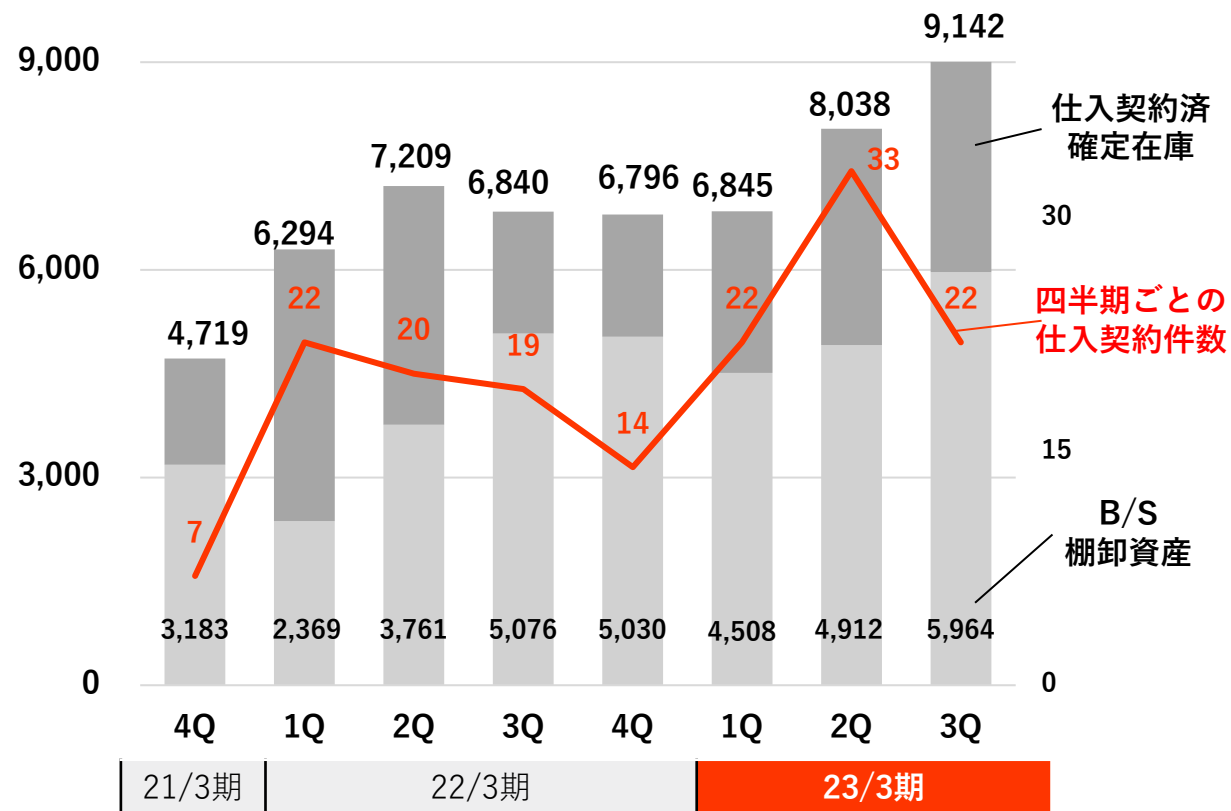
お客様ニーズにストレートに対応
=販売部門と仕入部門の連携

23/3期 3Q実績

3.82ヵ月

確保済の商品在庫と四半期毎の仕入件数

【単位：百万円】



*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。

*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。

エリア拡大と既存エリアの現状

城南エリアから、さらなる富裕層エリアへの拡大を進める

売上高における前年同期との比較

3Q時点で昨年同期実績を上回る進捗となっている。
都下23区においてはエリア拡大を継続方針とする。

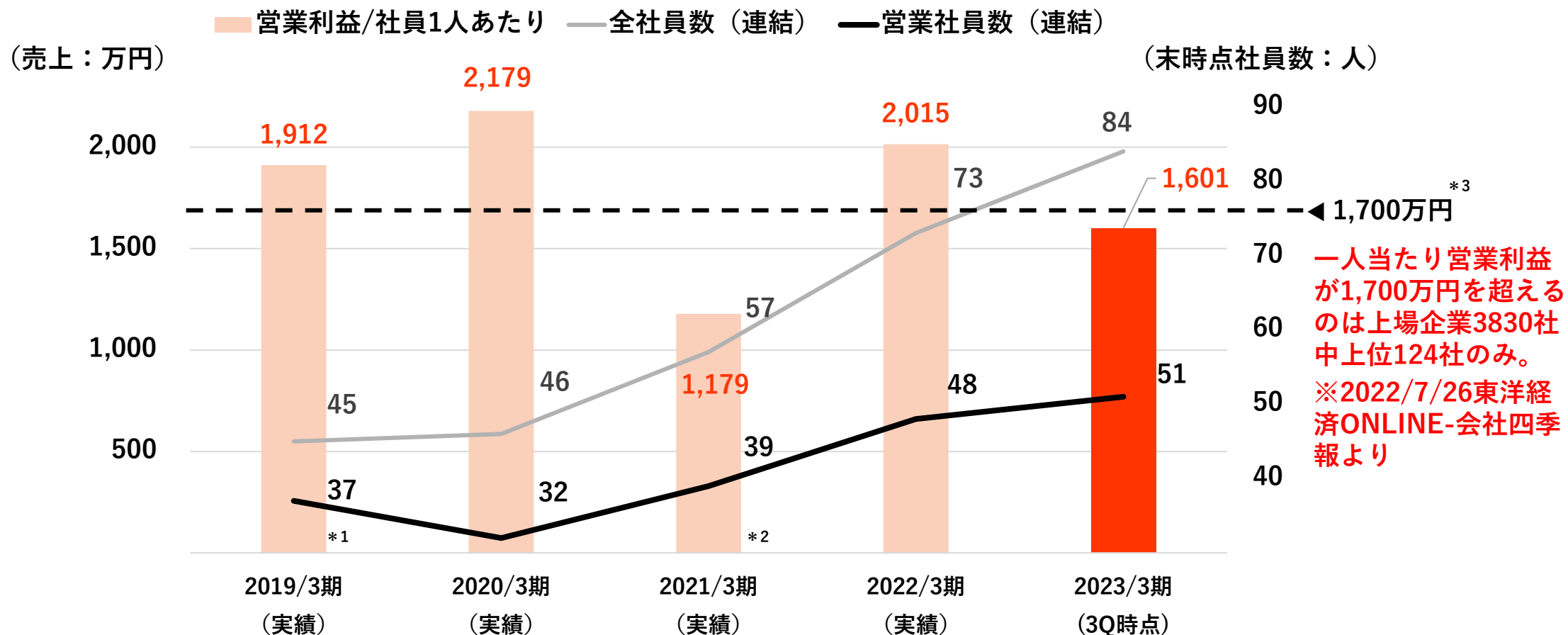
エリア拡大の中でも、文京区・杉並区・中野区・豊島区を次のステージの主力エリアとして取り扱いを増やしている。

	今期実績 (3Q末)	前期実績 (3Q末)	増減率
城南エリア(6区) を除く23区	20.6億円	10.3億円	+99.64%
城南エリア	78.4億円	72.5億円	+8.14%



通期業績KPI（営業社員数と営業利益/社員1人あたり）

今期営業利益15.5億円、期末社員90名▶営業利益1700万円/社員1人を想定。



*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 2021/3期1Qはコロナ禍の外出自粛により特殊な結果となりました。

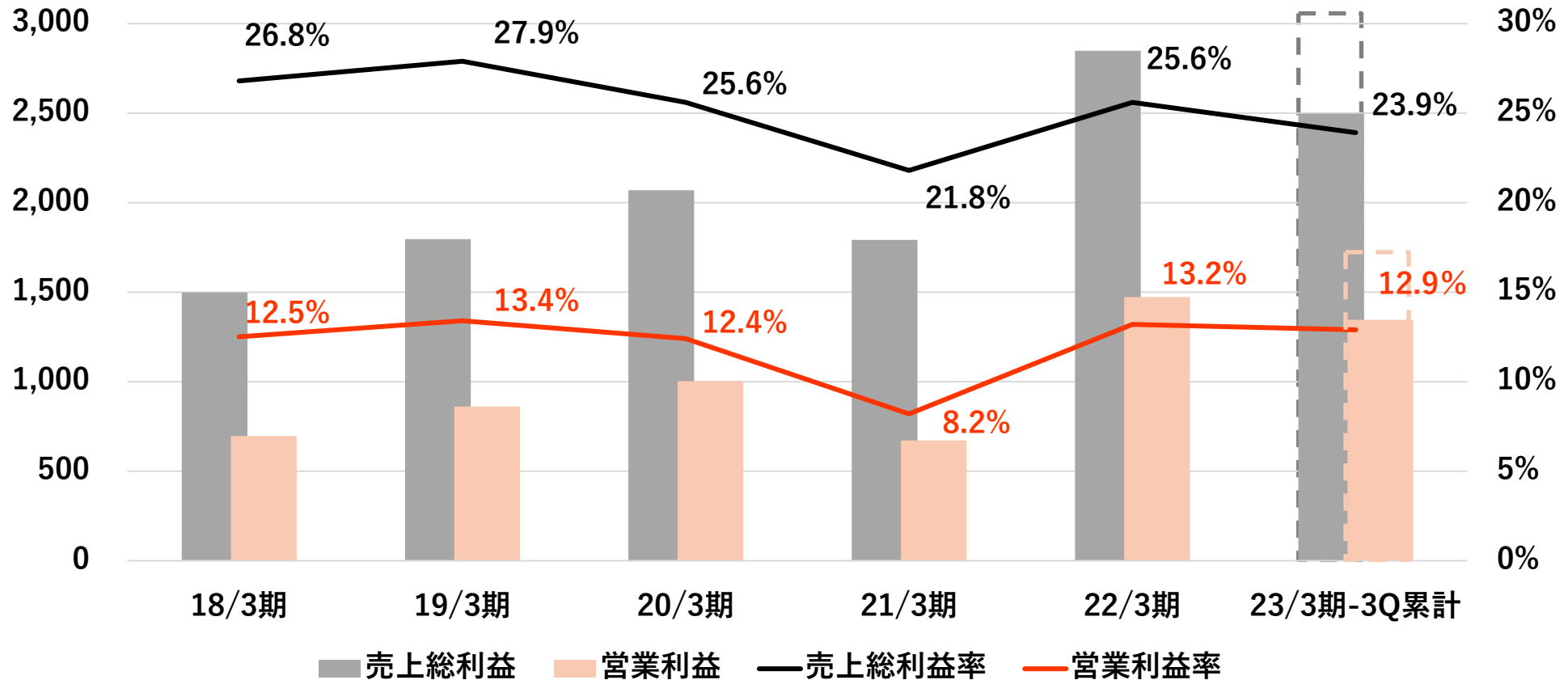
*3 東洋経済ONLINE：https://toyokeizai.net/articles/-/605885?page=4

年度業績推移（売上総利益率と営業利益率）

営業利益率10%を確保しつつ、中期目標である25/3期の売上高300億円を目指す。

（利益額：百万円）

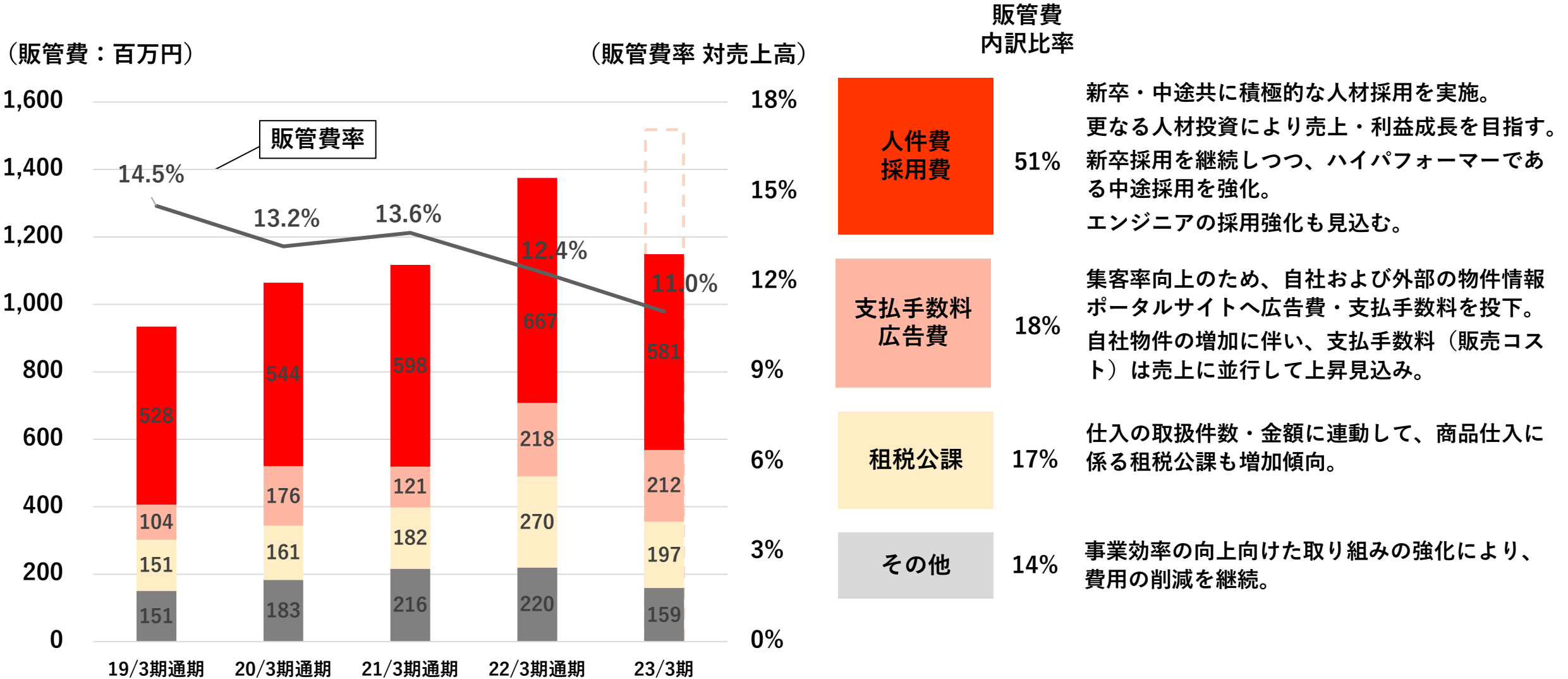
（利益率：対売上高）



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。
2021/3期1Qはコロナ禍の外出自粛により特殊な結果となりました。

販管費と売上高販管費率の推移

積極採用は継続的に行っていく予定。



販管費内訳比率は2023/3期3Q累計で算出しております。

3. 当社の事業および成長性

富裕層顧客をメインに東京の城南エリアの住宅用の土地・戸建に特化。



収益事業

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発揮。

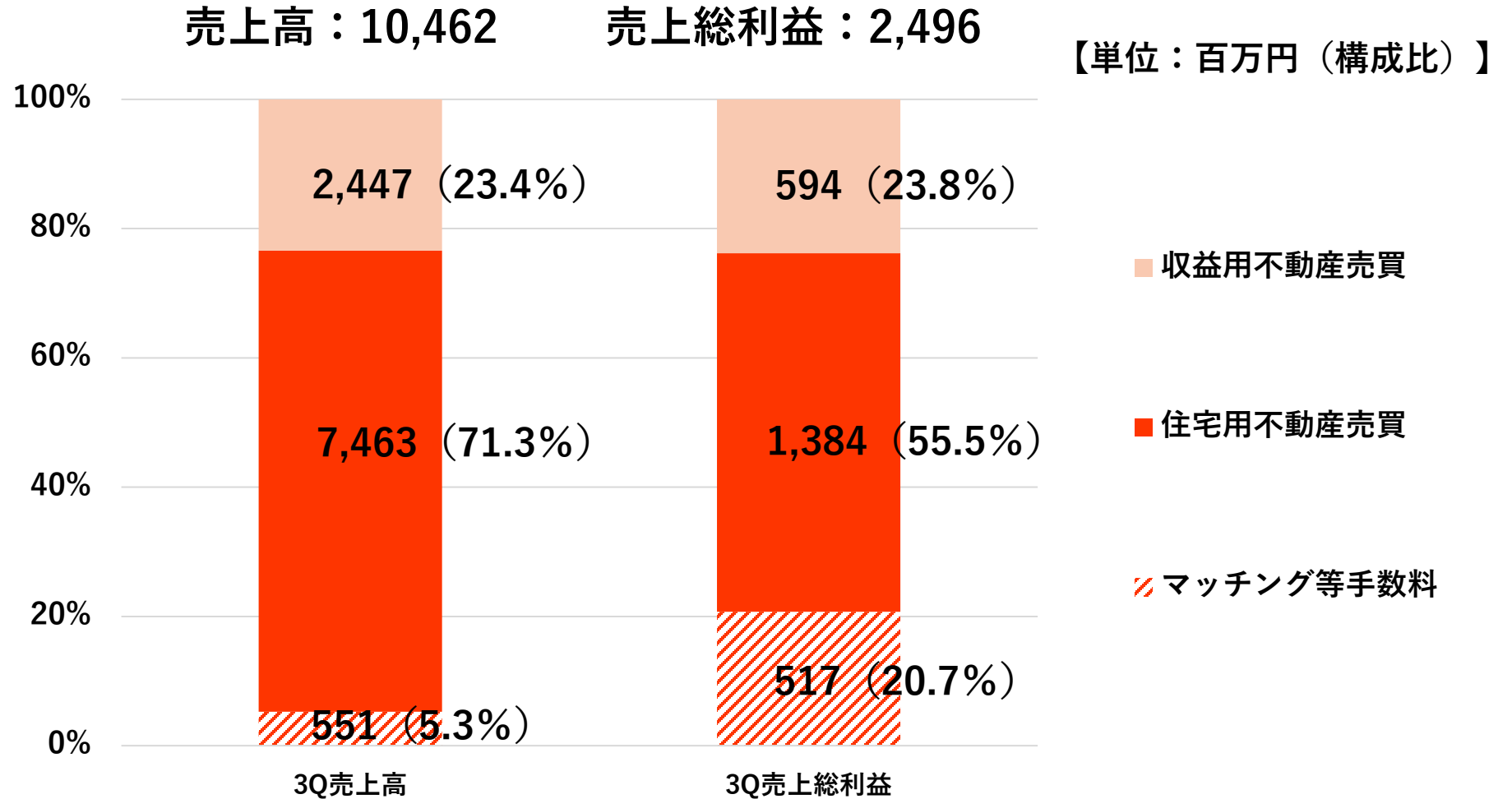
競争優位

<p>強固な財務基盤 による安定した仕入</p> <p>自己資本比率</p> <p>44.3%*注</p>	<p>顧客データ活用による 効率的な販売活動</p> <p>土地平均保有期間</p> <p>3.82ヵ月*注</p>	<p>建物完成までサポート 高い顧客満足度向上</p> <p>口コミ・紹介リピート成約</p> <p>34.8%*注</p>
--	---	---

*注 23/3期第3四半期実績となります。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。

23/3期 3Q累計の売上分類別の売上高と売上総利益の構成

マッチング等の手数料収入が利益の2割程度を構成し安定した業績を実現



*マッチング等手数料は、不動産流通における仲介手数料および建築マッチングによる収益ならびに賃料収入から構成されております。

富裕層顧客という特殊な顧客層をターゲットとすることで高い営業効率を実現

顧客獲得ハードルが高い

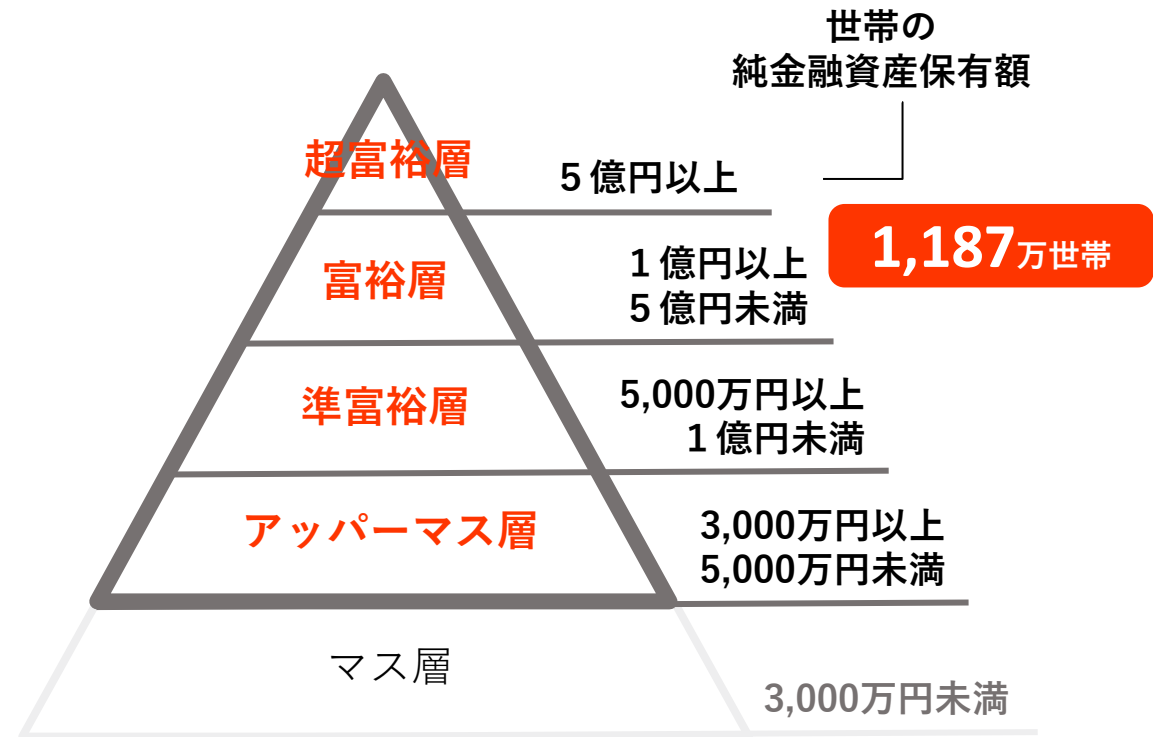
▶ 競合他社が摸倣困難

不動産の複数回取引が発生

▶ 高い営業効率を実現

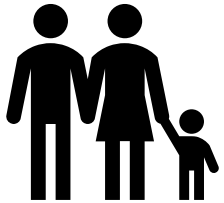
紹介・リピートが生まれやすい

▶ 高い集客力と成約率



ブラックボックスを無くし、高いサービスの提供によって顧客満足を加速

ほとんどのお客様は
注文住宅は初めてで
分からないことだらけ



土地購入顧客
(注文者)

- 専門用語が難しい！
- 建築会社ごとの特徴は？
- 完成までの期間は？
- 見積金額は妥当なの？

sumuzu

sumuzu Matchingを利用することで実現できること

パーソナライズ

お客様1組ごとの希望を汲み取り、建築事業者だけでなく、建築士レベルでピンポイントでご紹介。

コストダウン

各社で異なる見積り様式を統一し、お客様の要望に寄り添ったセカンドオピニオンの提供により、建築コストの無駄を削減。

コミュニケーションサポート

難しい専門用語をお客様に分かりやすく解説し、お客様と建築家のミスコミュニケーションを無くす。

入居後の生活にも豊かさを

住宅設備保障やアートのサブスクサービス提供など、理想のお住まいが完成した後も、丁寧なサポートにより豊かな暮らしを提供。

当社事業の成長を加速させる 顧客データ獲得 ▶ 収益力向上 の事業基盤構築



成約顧客を中心とした限定会員クラブ

新規顧客の紹介、リピート取引に対する特典付与、富裕層向け情報提供等により顧客との関係値向上



当社特長であるリピート・紹介取引の増加

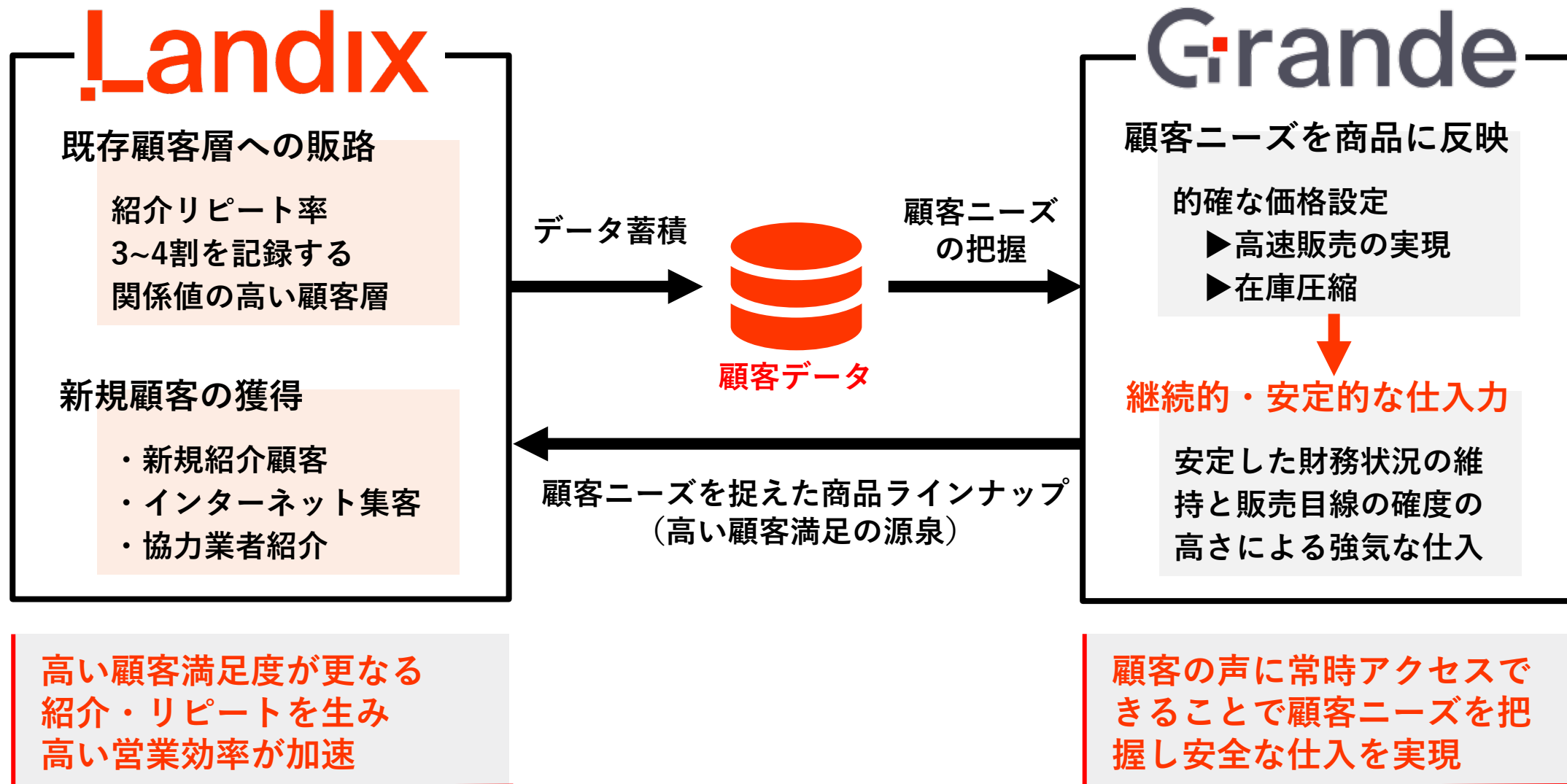
富裕層顧客の特長であるリピート・紹介の増加によりさらに安定した収益モデルの実現に貢献



富裕層を対象とした新規事業の販路確保

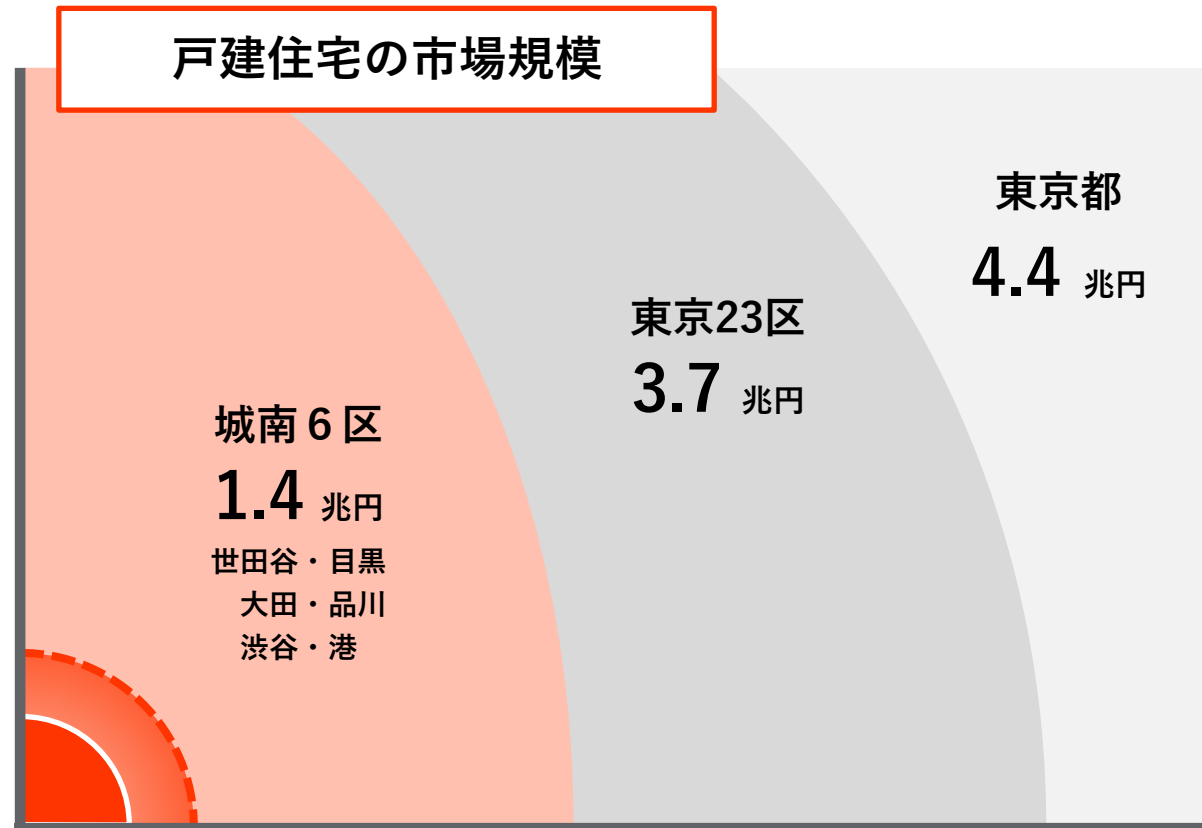
優良な富裕層顧客データストック蓄積により既存事業との強力なシナジーを実現

①データ活用による顧客ニーズ把握力 ②既存の顧客層 が模倣困難性を確立



巨大な戸建住宅（注文＋建売＋中古）売買の市場

城南エリアでの戸建売買シェア2%獲得を中期目標に事業拡大を行う。



注文住宅・建売・中古戸建住宅の売買市場において、当社主力エリアである城南6区および東京23区には巨大な市場が存在する。

(現状)当社の城南6区に対する
市場シェア 約 1.1%
売上高：150億円(今期業績予想)



市場シェア 約 2.0%
売上高：300億円 (中期計画目標)

*1ランディックスのシェア率は2023年3月期通期計画の連結売上高を基に算出。

*2当社では「城南エリア」を世田谷区、目黒区、大田区、品川区、渋谷区、港区の6区を対象として定義している。

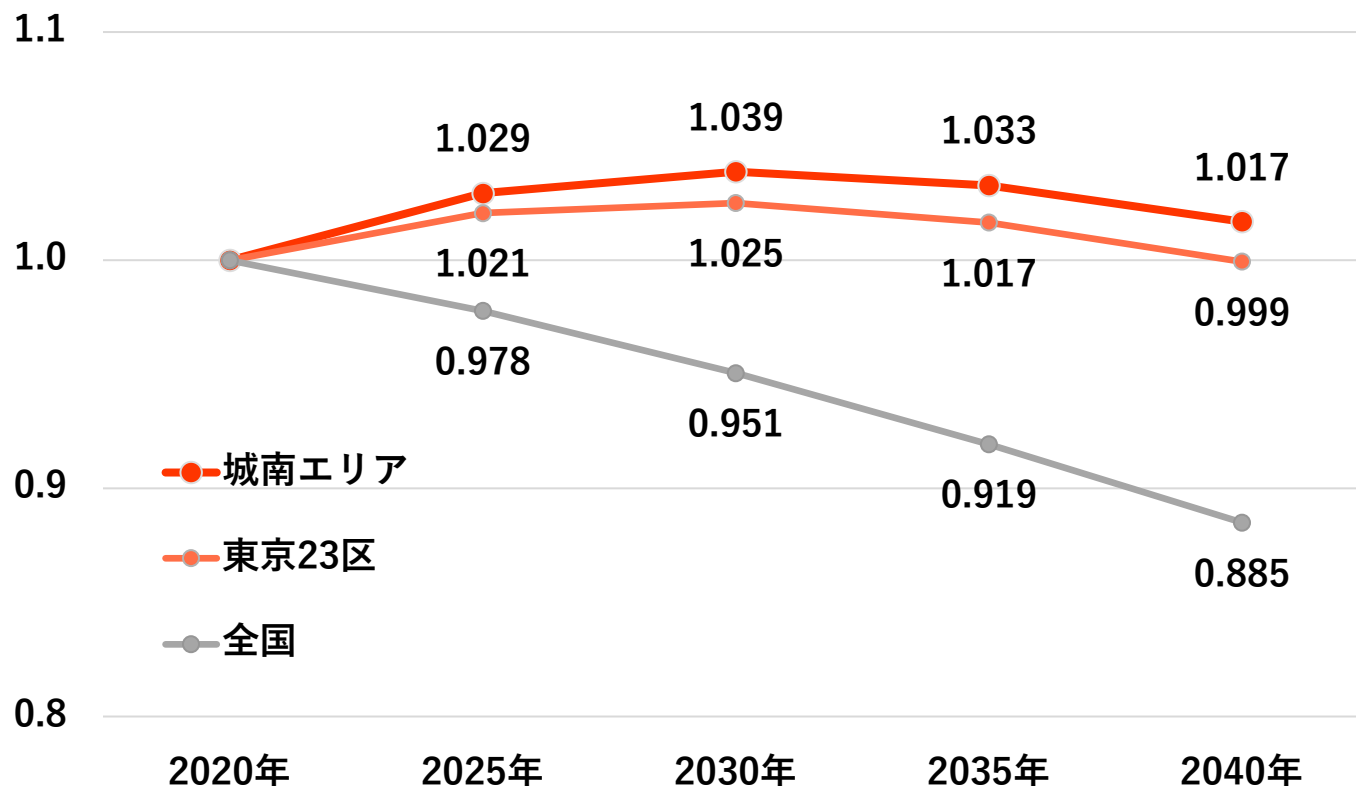
*3出典：国土交通省「不動産取引件数・面積」「(2)注文住宅の建築費(首都圏)」、e-Stat政府統計の総合窓口「表15 都道府県別、工事別、利用関係別/戸数・件数、床面積」、東日本不動産流通機構「表26戸建住宅(中古・新築)の区市町村別成約状況[2021年度]」「表27土地(100~200㎡)の区市町村別成約状況」

*4主に取引件数×平均単価を計算式として算出している。注文住宅に関しては建築費用と土地部分の取引金額を個別で算出し合算している。

安定した市場環境（人口動態について）

当社の事業エリアである城南エリアおよび東京23区においては
住宅用不動産市場に関しては安定した市場環境が継続するものと考えられる。

【日本の地域別人口の推移（2020年を1とした場合の指数）】



■2020年の地域別人口を基準として
5年毎の将来人口推定指数を算出。

■城南エリアおよび東京23区では
2030年まで人口は増加する。

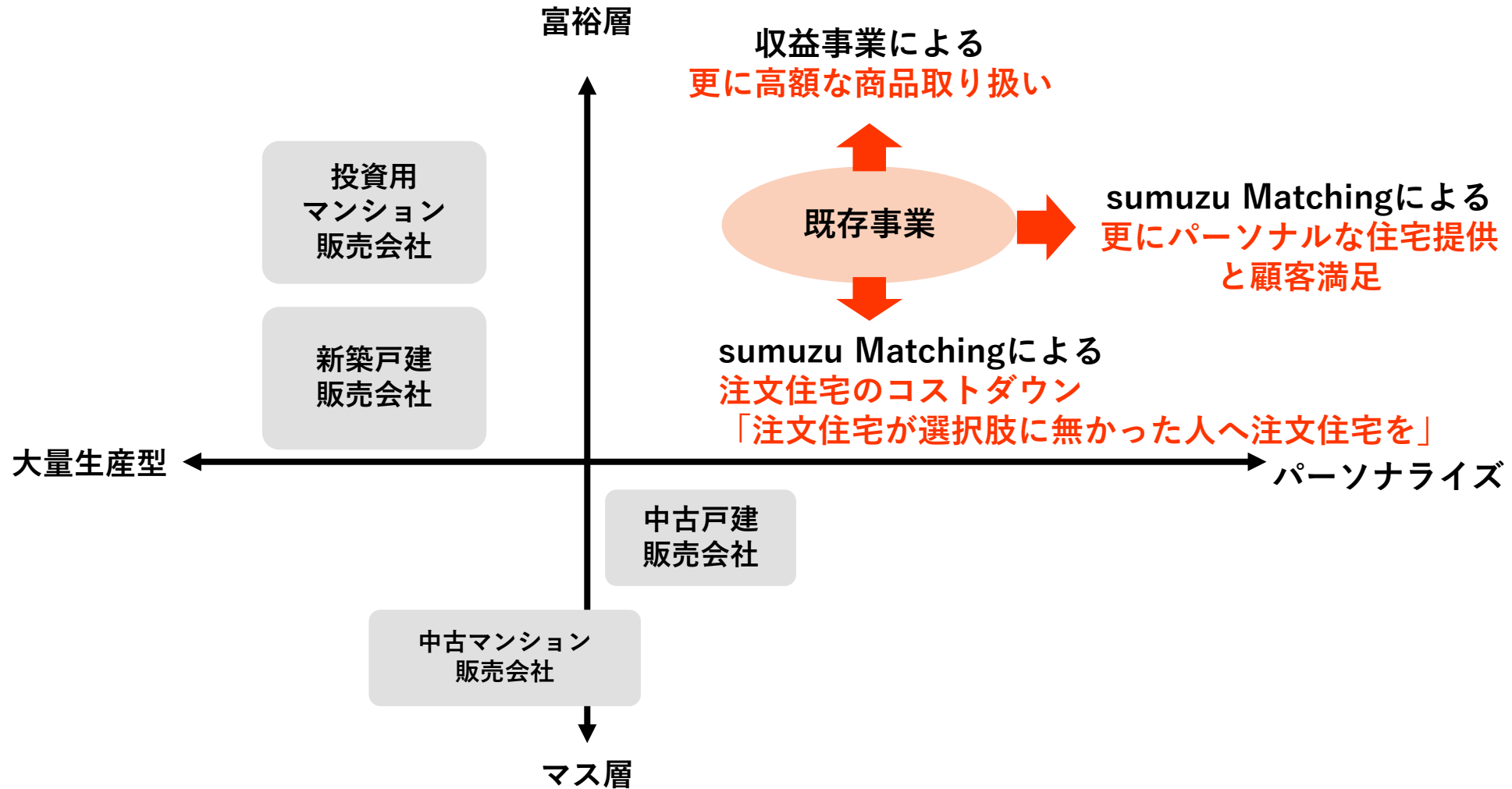
(参考：基準年2020年時点の人口)

全国 : 約1億2,530万人
東京23区 : 約920万人
城南エリア : 約290万人

・ 国立社会保障・人口問題研究所「結果表1 総人口および指数（平成27（2015）年=100とした場合）（Excel）」
・ 東京都総務局統計部「将来の区市町村、男女、年齢（5歳階級）別人口 CSV」を基に算出。
・ 城南エリアは世田谷区、目黒区、大田区、品川区、渋谷区、港区を指します。

当社事業のポジショニングと事業領域の拡大

既存事業ノウハウを生かし、より広い顧客層へ事業領域を拡大していく。



※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、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。

よくある当社事業に対するご質問①

カテゴリー	投資家様からのよくあるご質問	当社からの回答
経営課題	非常に高い成長を中期計画で発表しているが、今のビジネスモデルで25/3期に300億円は達成できるのか？	東京エリアの不動産市場は巨大であり、営業人員の増強により、中期計画ターゲットの売上高300億円・経常利益率10%は達成可能と考えています。
	今の経営上の課題は何か？	採用・育成の強化と離職率低下による生産性向上により、組織規模拡大と生産性の維持が重要だと捉えています。加えて、スムーズマッチング事業をはじめとしたDX、新規事業に取り組むことで、300億円の先でドライブできる事業を作ることが重要です。
	新しく収益事業を始めたが、どのくらいの規模で成長させるつもりか？	売上・利益ともに全体の30%程度を想定しています。
事業内容	成長のドライバーは何か？	売上・利益の多くを占める当社独自の物件情報と顧客層が大きな強みです。そのため、開示している確定在庫量と顧客データ数が成長ドライバーです。
	成約顧客における外国人の比率はどの程度か？	当社は住宅用不動産を扱っており、外国人の方の成約数は大きな割合ではなく、非開示としております。業績上大きなインパクトには至っておりません。
市況	インフレや円安の影響で資材コストが上がっているが、どの程度影響が出ているか？	当社では建売住宅の開発・販売は全体のうち概ね10%程度であり、かつ顧客層が高額帯であるため、建築費のコスト増が急激な売上減やコスト増とはならず、業績に大きな影響を与えてはおりません。

よくある当社事業に対するご質問②

カテゴリー	投資家様からのよくあるご質問	当社からの回答
市況	金利上昇の懸念があるが、これによる顧客の購入意欲の減退が業績の悪化に大きな影響を及ぼさないか？	今後の金利上昇によって不動産市況への影響は一定程度あると考えております。一方、当社の主な取扱いは住宅用不動産であり、住宅ローンに関しての金利上昇は限定的と考えております。また、当社のターゲット顧客は高所得者が多く、不動産市況全体に比して、影響は軽微に留まると想定しています。
	金利上昇の懸念がありますが、これによる資金調達コストが増加することによる金利負担、または資金調達自体の難易度の上昇による業績の停滞は見込まれないのか？	当社は自己資本比率および現金保有比率が高水準であるため、政策金利等の変動が直ちに当社の仕入能力が毀損することは想定しておりません。しかし、住宅用不動産仕入の資金調達の多くを短期借入で賄っている他、収益用不動産仕入については長期金利が影響を及ぼすことが想定されるため、融資環境については留意が必要であると考えております。
営業活動	不動産の仕入が重要だと思うが、仕入の競争環境はどのようなものか？	当社の事業エリアは日本でも有数の不動産激戦区であり、仕入環境は厳しく、今後もその状況が続くと考えられます。
	仕入の強みはどのようなものか？	創業以来の既存顧客からの紹介・リピート取引を起点にした安定的な仕入ルート、およびデータ活用による顧客ニーズの把握による販売速度の速さが当社の仕入力の源泉です。
	採用を強化しているとのことだが、どの程度のボリュームで人材採用をすすめているのか？	毎年10~15名程度の新卒採用を行っております営業人員に関しては毎年10~20%増程度を想定しております。

新たな取組み：中国語自社サイトのオープン

日本在住の中華系の方々とその方々から紹介された現地の中華系の方々向けに情報をより広く公開していきます。

日本在住の中華系富裕層のお客様とその方々から紹介された現地の中華系のお客様に向けて、中国語（簡体字）版のランディングページ（導入用ホームページ）を開設いたしました。

現在、日本の不動産は円安により、さらに魅力的な投資対象となっており、東京エリアの不動産の価値は国際的にも高く評価されております。今回の取り組みをきっかけとしてより広い顧客層をリード顧客として取り込み、より広い顧客層への自社商品のリーチを目的としております。

当社の経験豊かな中国語に堪能なスタッフが直接お客様対応させていただきます。

当社の「唯一無二の豊かさを提供する」サービスを言語の壁を越えて中華系のみならずにも体験いただきたいと思います。

[プレスリリース記事\(2022年12月6日\)はこちら](#)



独家房源信息和近半世纪的资深经验

Landix以世田谷区、目黒区、港区、涩谷区、品川区、大田区等有极高人气并居住环境舒适的都心、城南地区深耕开展房地产开发投资销售业务。本公司在城南地区占比市场极大份额，拥有年销售额130亿日元的记录，将为您介绍最适合您的投资房地产。

提前预约服务

只需输入您的要求，我们将优先介绍符合您需求的楼盘。好的房地产消纵即逝。欢迎随时预约我们。



新たな取り組み：アートのサブスクリプションサービスを展開

Landix

お客様にとって唯一無二の「家」だけでなく
付随する価値ある唯一無二の「モノ」についても目線を広げて提供

Art Technologies株式会社との業務提携

絵画などアートをレンタルしながら、定額購入ができる新しいアートの導入プラン「アートプレオプション」を提供します。

近年、日本国内でも注目を浴びつつある資産「アート」。

アートは、生活空間を彩り豊かな時間を過ごすことができるだけでなく、資産としての価値があり、節税効果が見込めます。そのため、当社のお客様である富裕層顧客に喜ばれるサービスです。

お客様の豊かな暮らしと資産価値向上を目指して、サービス提供していくことで、お客様との更なる関係性を構築していきます。

今後もお客様の豊かな生活の実現を目指し、新事業・新サービスの拡充を図っていきます。

[プレスリリース記事\(2022年7月12日\)はこちら](#)

Art
TECHNOLOGIES

Landix



新たな取組み：富裕層顧客に対するペットサービスを展開

お客様にとって唯一無二の「家」だけでなく
付随する価値ある唯一無二の「モノ」についても目線を拡げて提供

PETciergeとの業務提携

ペットシェルジュでは、ペットを愛している多くの飼い主様が欲しい情報をリアルタイムで取得できるサービスを提供します。

年々ペットを飼う家庭が増加している中で、特に当社事業エリアで暮らす富裕層顧客に親和性のあるサービスです。

住宅を購入した後、新生活をスタートしたお客様にとって、更なる豊かさの向上に貢献します。

それにより、当社とお客様との深い信頼関係を築き、当社が目指すクロスセルの実現を推進していきます。

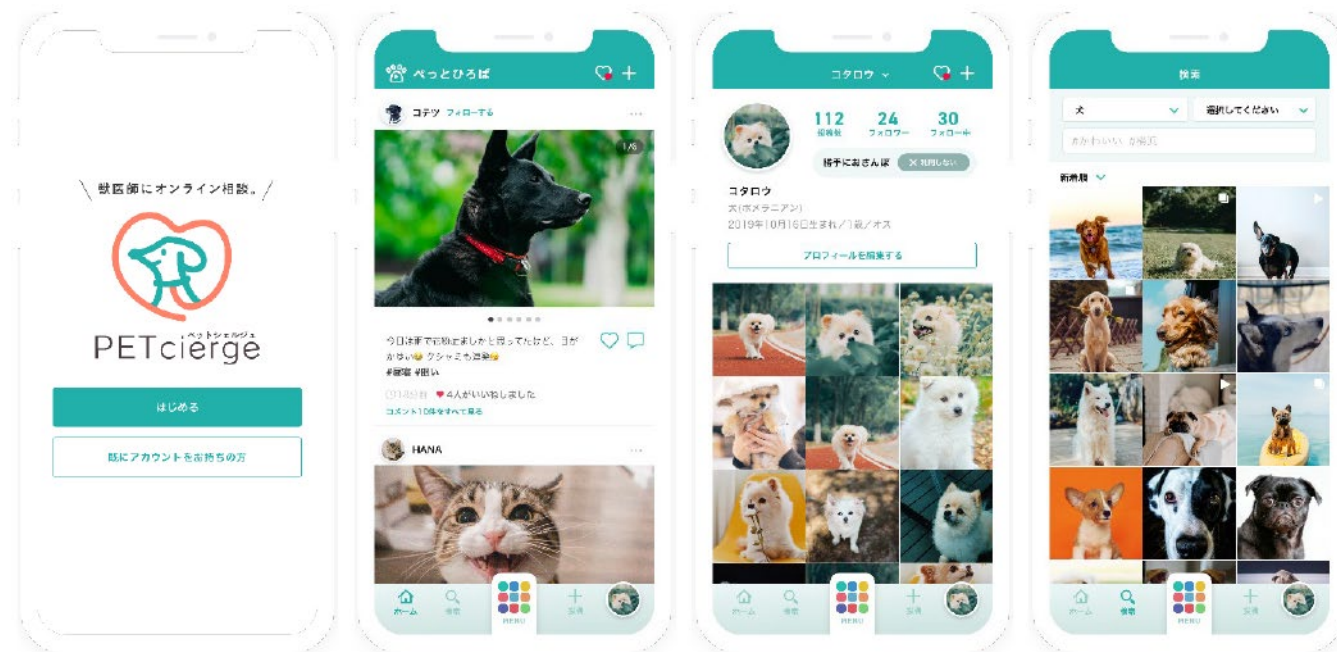
■ペットが主役のSNS『ぺっとひろば』

ペットの種類によって近所に住むお友達の検索機能もあり、すぐに仲間同士のコミュニティが作れます。

■オンライン相談『いますぐ獣医師オンライン』

ペットとの生活の中で出てきた疑問を獣医師に相談できるサービスです。

■手作りのごはんをペットの種類やライフステージで検索可能です。欲しいレシピを見つけることができます。



[プレスリリース記事\(2022年7月21日\)はこちら](#)

3 力年中期経営計画

(2023/3期～2025/3期)

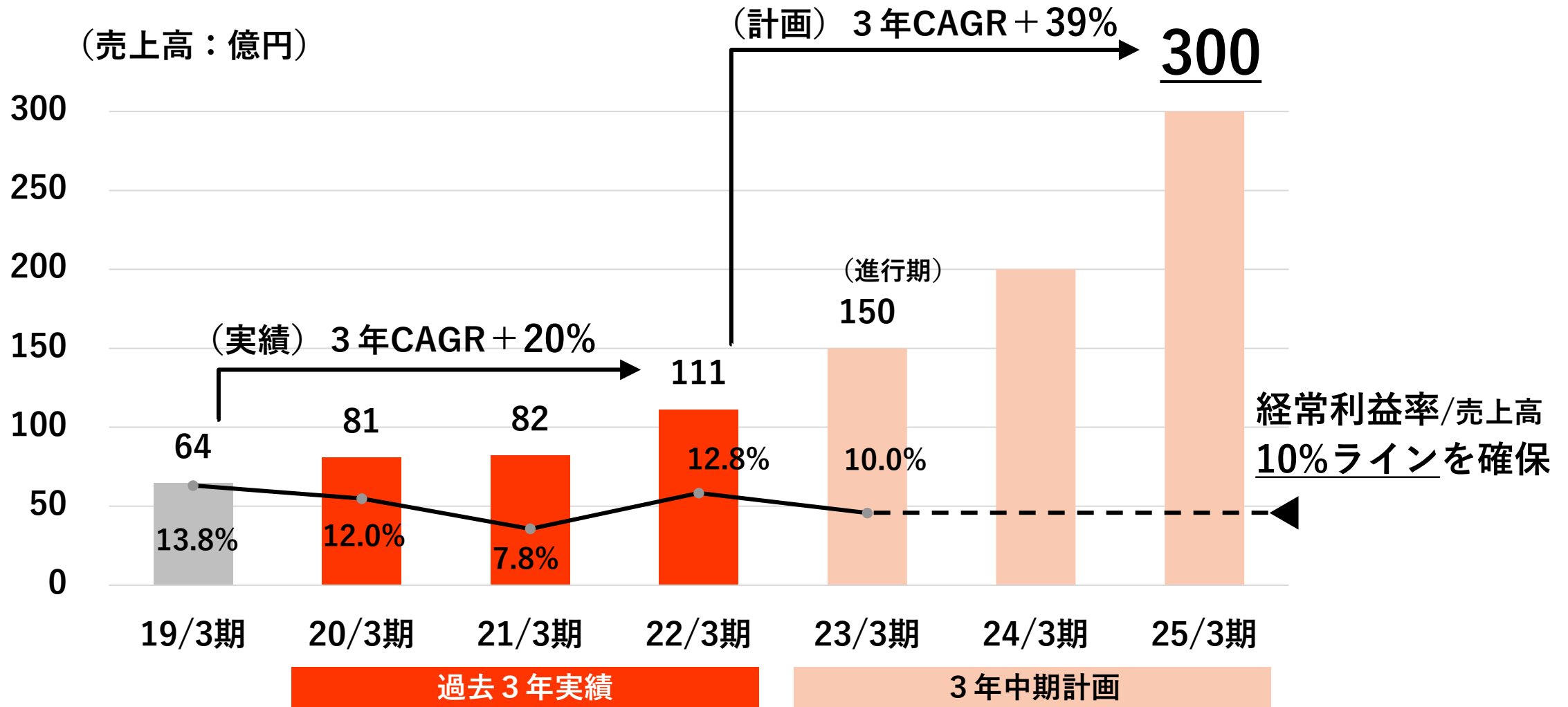
Landix

Grande

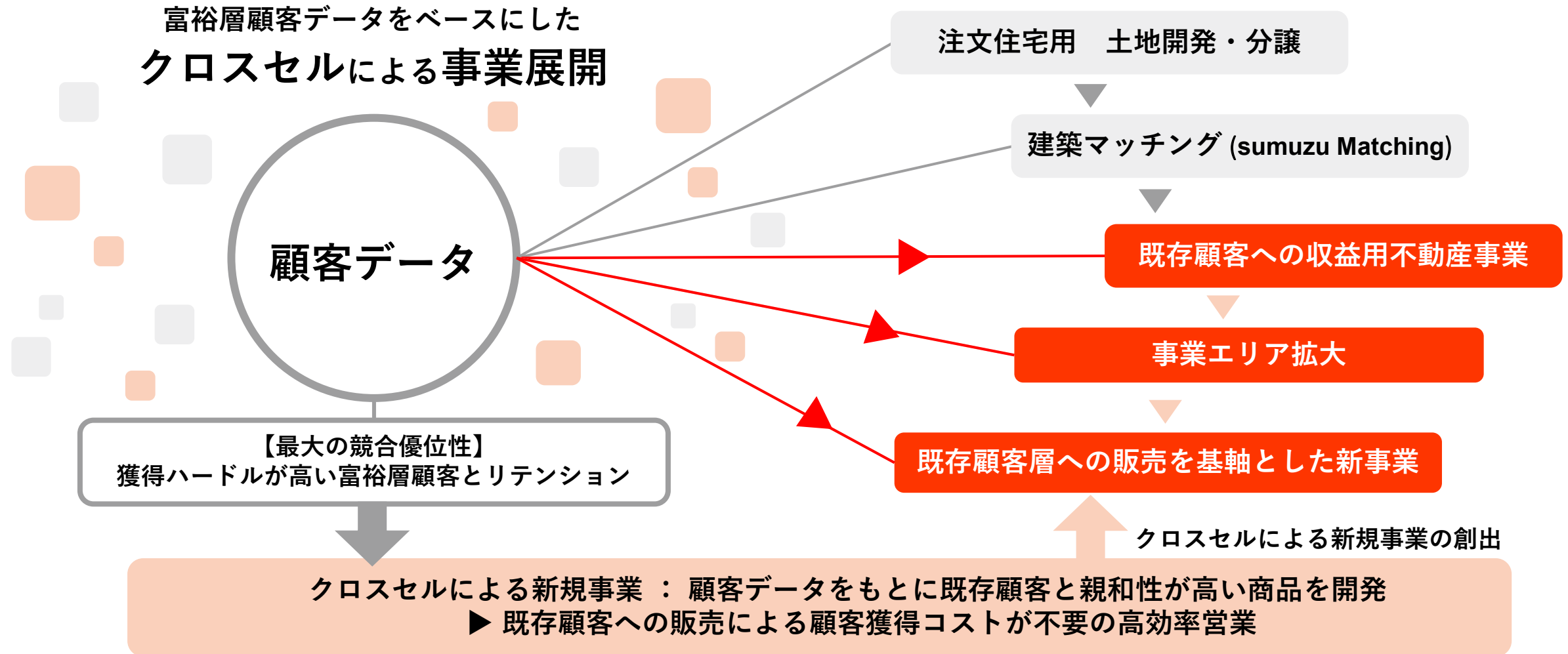
sumuzu

3カ年中期計画の数値目標と成長イメージ

25/3期に売上高300億円、経常利益率10%ラインを維持。

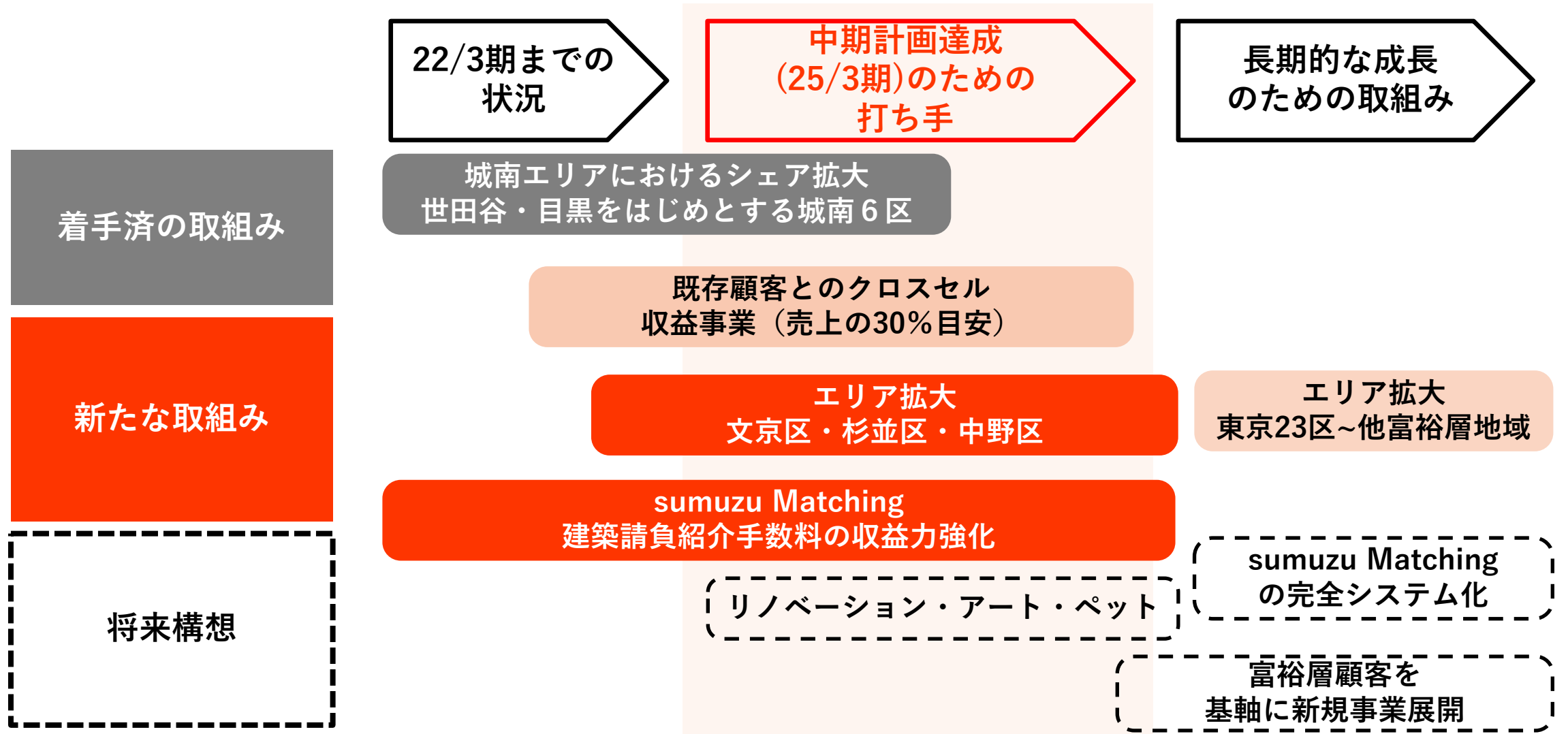


既存の顧客基盤を活かし300億円の先を見据え事業展開を行う。



中期計画達成のための具体的な打ち手と長期の展望

建築マッチングによる収益性アップとエリア拡大、収益事業の強化で中期目標を達成する。



営業ノウハウを水平展開することで営業効率を落とさずにエリア拡大

当社主力商品の戸建住宅が多く、かつ顧客層が同一である富裕層のファミリー層が多い文京区・杉並区・中野区・豊島区が拡大ターゲット。

中長期的な事業基盤構築のためにエリア拡大



1.同様の営業手法により展開可能

▶営業効率を維持しながら新エリアへ

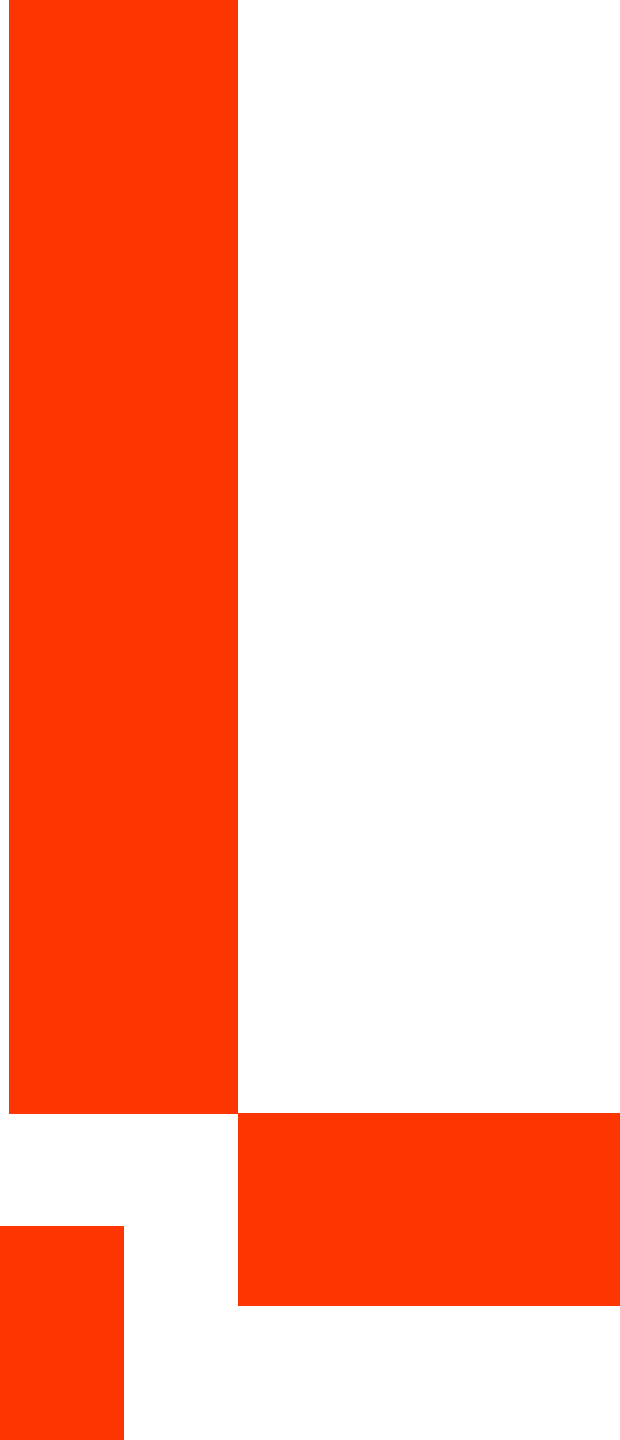
2.強みのある物件種別で展開可能

▶営業ノウハウを最大限に活用する



既存エリアでのシェア拡大と
新エリアへの進出を両立
進出にあわせた人材採用
育成体制の強化が重要

参考情報



「喜び」「感動」の輪を広げ、より魅力的な社会を実現。

For Society

地域活性やスポーツ振興にも力を入れ、「世田谷246ハーフマラソン」への協賛を行っております。また、2020年よりコロナの影響で困難な状況にある子どもたちのため、支援団体への寄付を開始。継続的にサポートを行います。



For City

不動産を通じて**より美しい街並みづくり**を行い、生活する方々に喜びと感動を提供していきます。

デザイン性と資産価値、地域の美観を向上させるサービス開発を行い、豊かな社会づくりに貢献します。



For Customers & Business Partners

お客様とビジネスパートナーの皆様安心してお取引いただけるよう、**透明性の高い情報の提供**を行っていきます。あらゆる分野でIT化が進む中、建築マッチングにおいて**お客様とパートナーの皆様の架け橋となるサービス**を提供し、新たな不動産ビジネスの形を追求します。



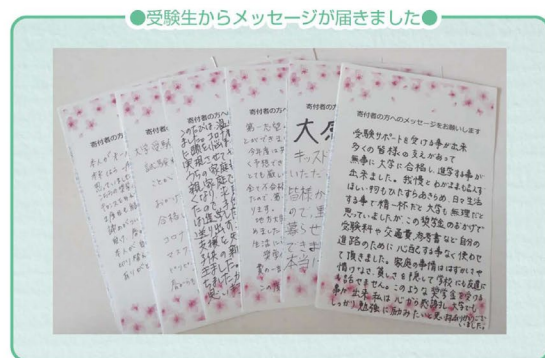
こどものための奨学金



新型コロナウイルスの感染拡大に伴う経済状況の不振に鑑み、2020年より「認定NPO法人キッズドア基金」へ参画しております。

経済的に困難な状況にある子供・学生を対象に支援募金を継続しております。

■ 受験生からの写真・メッセージ



多くの学生様・保護者様から塾代や教材費などの受験費用に充てることができたとお礼のメッセージをいただいております。

引き続き日本の未来を担う子供たちへ支援を行い、社会に貢献していきたいと考えております。

▶ 当社支援先リンク：[認定NPO法人キッズドア基金](#)

地域への貢献

**SETAGAYA 246
HALF
MARATHON 17th**

OFFLINE ハーフマラソン (21.0975km) タイムトライアル (800m・1600m) 2022.11.13 SUN ENTRY 7.1 FRI - 7.31 SUN	ONLINE オンラインハーフマラソン (21.0975km) 2022.11.5 SAT - 11.12 SAT ENTRY 9.1 THU - 9.30 FRI
--	--

いま、ここから、つなぐみらい。



都立駒沢公園をスタートし、多摩川河川敷を走る大型のマラソン大会です。

今年度も2022年に続きは新型コロナウイルス感染対策を講じたうえで開催される予定です。

当社グループでは、事業活動として豊かな住環境開発や、暮らしの提供を行って参りましたが、引き続き関係性の深いエリアと関わっていくことで、地域の活性化を図っていきたいと考えております。



代表取締役社長 岡田 和也

広告代理店、城南リハウス株式会社での経験を経て、2002年に当社設立。



専務取締役 古室 健

住友不動産販売株式会社にて25年経験を経て、2013年に当社入社。子会社グランデ代表を兼任。



取締役 佐藤 晴朗

スターバックスコーヒージャパン株式会社をはじめとする企業にて、人事、財務、IR等幅広い領域における知見を持つ。



社外取締役 西村 弘之

アクセンチュア株式会社で幅広いコンサルティングを経験し、新規事業や業務改善における深い見識を持つ。



常勤監査役 諫山 祐美

新日本監査法人を経て、MRT株式会社の常勤監査役。現在は同社非常勤監査役を兼任。(公認会計士)



執行役員 鈴木 善暁

株式会社GA technologiesほか不動産事業会社における営業開発、業務効率化を幅広く経験し2022年より当社へ参画。一級建築士。



執行役員 松村 隆平

住友電気工業株式会社での法人営業を経て2015年より当社入社。経営企画室長兼IPO準備室長を経て、2021年より執行役員。統計調査士・IPOプロフェッショナル。



社外監査役 岡本 弘

みずほ証券株式会社でのアナリスト経験を、監査役監査や株主との対話(エンゲージメント)に生かす。



社外監査役 堀内 雅生

株式会社USEN-NEXT HD常勤監査役や株式会社サイバーエージェント社外取締役等を兼任。(税理士)

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)	84名 (役員除く 2022年12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

唯一無二の豊かさを創造する

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いません。

【IR責任者】

執行役員経営企画部長 松村隆平

IR情報 : <https://landix.jp/ir>

お問い合わせ : <https://landix.jp/contact>