

2024年3月期 第3四半期

# 決算説明資料

( 2023/4/1 – 2023/12/31 )

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**

唯一無二の豊かさを創造する

# コア事業のビジネスモデル概観（不動産売買＋注文住宅マッチング）

土地購入から建築事業者選定、竣工まで一気通貫で顧客に寄り添う

仕入

販売

フォローアップ

不動産売却情報



金融機関



自社顧客  
(成約・紹介)



不動産業者

その他  
一般顧客

Landix

仲介・販売

Grande

仕入・開発  
(自社物件)

販売仲介取引

主力は住宅用不動産



個人買主（富裕層）

①

②



顧客データ  
(既存顧客)

仲介取引データから顧客ニーズを把握し

①適切な顧客へ物件紹介

②購入ニーズの高い物件を特定し仕入

住宅購入顧客へのクロスセル戦略

■顧客と建築会社の建築マッチング

sumuzu



個人顧客



建築会社

■自社開発による投資用レジデンス販売



個人顧客



収益用不動産  
の販売

■富裕層顧客の豊かな暮らし  
を追求する関連サービスの提供

## 住宅購入顧客に長期的に寄り添いLTVを高める事業展開を行う



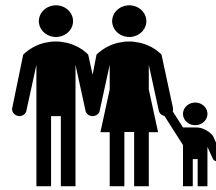
### 住宅用不動産売買事業 (創業以来の基軸事業)

城南エリアの戸建住宅を中心に扱う。  
注文住宅用の土地売買、自社デザインの完成戸建の売買も含め、自社で仕入れ・自社で販売を行う。成約顧客のうち紹介・リピート比率が高く、売上比率約70%の当社のメイン事業。



### 収益用不動産売買事業 (顧客ニーズから生まれた拡大事業)

個人の富裕層（当社の住宅事業顧客へのクロスセル）をメインターゲットとして、5～10億円程度の1棟収益物件の自社開発・販売を行う。中古の1棟物件の仕入・リノベーション販売も組み合わせ、売上のうち約20～30%を目安に拡大していく。



コアとなる  
全事業で  
顧客が共通



### 不動産売買仲介事業 (不動産売買に係る手数料事業)

自社物件の販売および、市場で販売されている自社物件以外の物件の売買仲介を行い、成約時に手数料を得る。自社物件を多く保有していることから同業他社に比べて集客力が高く、景気の下落・上昇の両局面で安定した業績が期待できる。



### 建築マッチング事業 (独自ノウハウを活かした成長事業)

注文住宅を建築希望の顧客に対して最適な建築事業者（メーカー、設計事務所、工務店等）をマッチングし、顧客からではなく建築事業者から手数料を得る。独自サービス「sumuzu Matching」を展開し、住宅事業における高い顧客満足の源泉。

## 1 業績結果

昨対比で売上は伸長したが、土地価格高騰と資材高により利益水準が低下

- ▶ 主力の東京城南エリアに注力し業績回復を目指す
- ▶ 販売が好調なデザインレジデンス収益物件の仕入を継続的に行う

## 2 事業環境

東京・城南地域の住宅用地の在庫回転期間は良好な水準を維持

- ▶ 当社の仕入・販売の優位性のあるエリアでの取引は安定している状況

## 3 在庫状況

収益用不動産の売行きが良好かつ在庫残高が増加

- ▶ 独自のレジデンスデザインノウハウによって収益性の高い物件開発が実現している

# 1. 決算概要と業績予想

# 決算数値と経営指標サマリ (2024年3月期3Q累計)

■資材・人件費高により住宅建築コストが増大し、顧客の購買意欲が減退したことで販売環境が悪化  
■昨対比で売上高は+6.7%と伸長したものの、土地価格の高騰により原価が圧迫され利益水準が低下  
対策：

- ▶利益水準が良好かつ在庫回転が速いメイン(東京城南)エリアに注力することで業績回復を目指す
- ▶強みのあるデザインレジデンスに特化し収益物件開発を行うことで安定的な収益獲得を実現する

売上高	11,169 百万円	前期比 +706百万円 (+6.8%)	平均在庫保有期間 (土地)	4.60 か月	確定在庫	15,586 百万円
営業利益	651 百万円	前期比 ▲694百万円 (▲51.6%)	前期通期実績	3.78か月	前期末時点	9,612百万円
当期純利益	404 百万円	前期比 ▲436百万円 (▲51.9%)	経常利益率 (/売上高)	5.2 %	自己資本比率	42.7 %
			前期3Q実績	12.3%	前期末時点	47.1%

# 在庫回転の早さと在庫の積増し状況

## 優位性のある東京城南エリアの住宅用地販売が良好な水準を牽引

### 注文住宅用地の平均在庫期間

顧客データの活用



お客様ニーズにダイレクトに対応  
=販売部門と仕入部門の連携

24/3期 3Q実績  
4.60ヵ月

棚卸資産となっている期間（仕入決済～販売決済で算定）

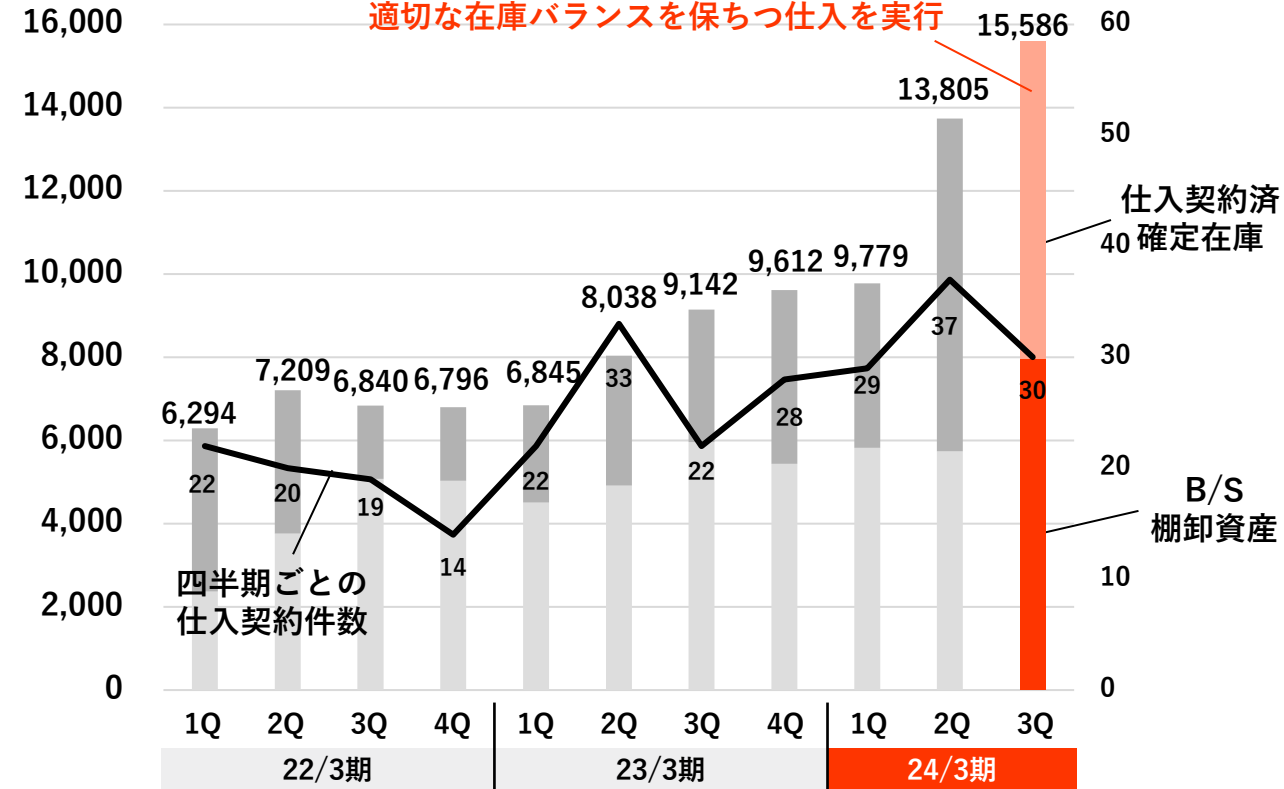
\*在庫保有期間については当社主力の土地売買について実績値平均を記載しており、一部販売用不動産であっても、特殊事情を含む物件については除外しております。

### 確保済の商品在庫と四半期毎の仕入件数

【単位：百万円】

今期4Qで3件の収益物件の販売が確定

適切な在庫バランスを保ちつつ仕入を実行



\*確定在庫は、期末時点で契約済かつ未決済（棚卸資産計上前）の物件を算出しています。B/Sの棚卸資産を基準に算定しているため、仕入契約済確定在庫についても仕入原価での算定を行っており、物件の販売額とは異なります。建築前の建物原価は見込数値を使用しています。



## リリース以降、全件『完成と同時に販売完了』となり高単価・高利益を実現

シリーズ物件は全てが建物完成前に販売契約が成立し、投資家（購入者）の方々より高い評価を得ています。東京の城南エリアの顧客ニーズに関するデータを蓄積し、共通項として検出されたデザインを体系化したことで、安定した賃借人付けが実現しており、その結果高い利回りでの稼働が実現しています。

当社では「普遍的な価値をもつリセールバリュー（再度の販売）の高い不動産」という開発の基本理念を持っており、投資用不動産においては保有期間中の収益性と将来的な売却益の両面で投資家の皆様に貢献できる物件開発を行っています。

[プレスリリース記事\(2023年3月28日\)はこちら](#)

### 過去に販売が終了した物件の一部抜粋：

					
東急世田谷線 沿線 世田谷三丁目	JR山手線 沿線 大塚三丁目	東急田園都市線 沿線 用賀二丁目	東急目黒線 沿線 目黒本町六丁目	東急東横線 沿線 田園調布一丁目	東急世田谷線 沿線 若林一丁目
駅至近	駅徒歩7分	駅徒歩5分	駅徒歩8分	駅徒歩9分	駅至近
ミドルサイズ	スモールサイズ	スモールサイズ	メガサイズ	ミドルサイズ	ミドルサイズ
13戸/三種高度地域	13戸/三種高度地域	11戸/二種高度地域	21戸/二種高度地域	11戸/三種高度地域	14戸/二種高度地域

# 連結 P/L (2024年3月期 3Q)

売上は前期比で+6.7%だが利益水準が悪化し営業利益で▲51.6%となった

業績予想達成率は前回修正後の業績予想に対する達成率を表記しています

【単位：百万円】

	23/3期 3Q実績	24/3期 3Q実績	売上高 利益率	業績予想 達成率	前期比	
売上高	10,462	11,169	-	62.1%	+706	+6.8%
営業利益	1,345	651	5.8%	46.5%	▲694	▲51.6%
経常利益	1,286	583	5.2%	44.9%	▲703	▲54.7%
当期純利益	841	404	3.6%	46.5%	▲436	▲51.9%

# 連結 B/S (2024年3月期 3Q末)

## 安定した財務体質を維持

【単位：百万円】

	23/3期末	24/3期 3Q末	増減額	増減率
総資産	13,896	15,845	+1,948	+14.0%
流動資産	10,946	12,921	+1,974	+18.0%
うち棚卸資産	5,438	7,949	+2,511	+46.2%
固定資産	2,949	2,924	▲25	▲0.9%
負債	7,353	9,085	+1,731	+23.5%
純資産	6,542 自己資本比率47.1%	6,760 自己資本比率42.7%	+217	+3.3%

# 連結業績の通期予想と実績（2024年3月期）

4 Qの利益計画として予定されている収益物件の販売契約3件が締結済

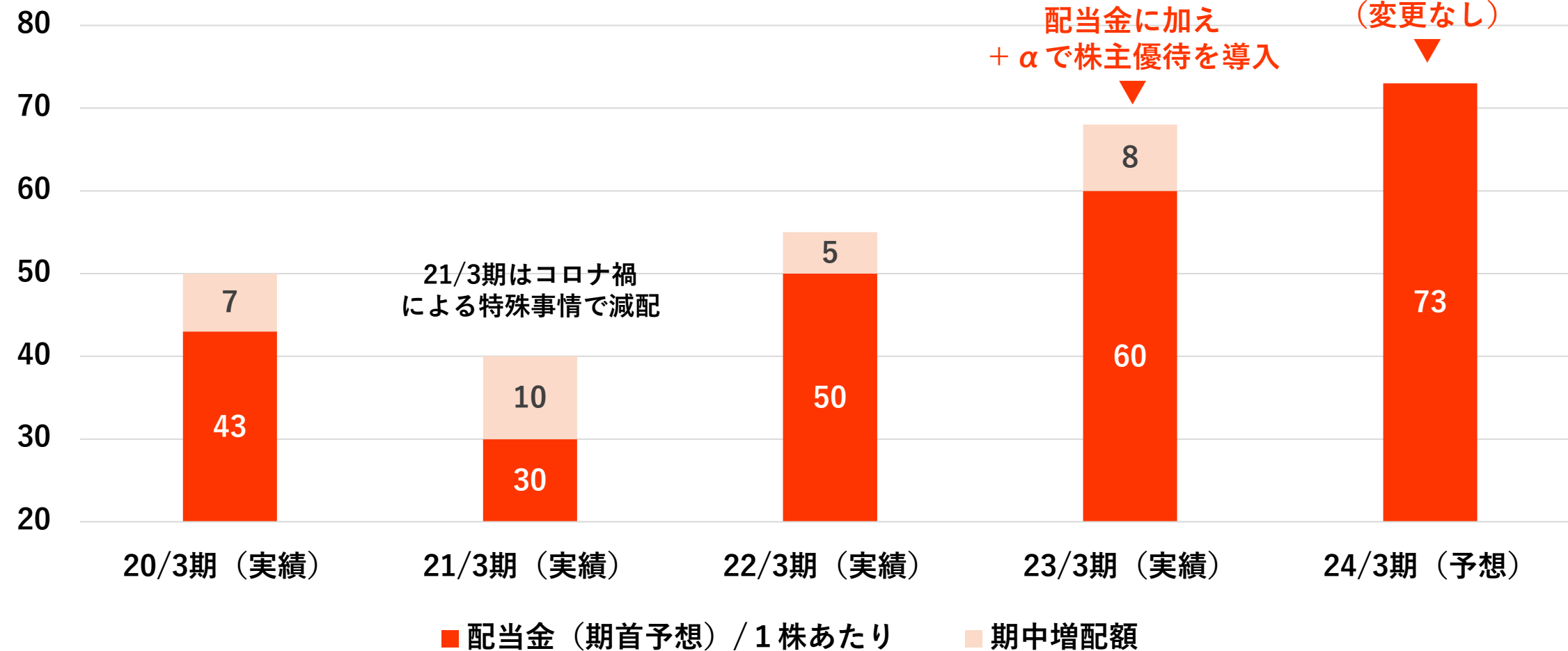
【単位：百万円】

	3 Q累計実績		修正通期予想	
	実績	業績予想進捗	予想	前期比
売上高	11,169	62.1%	18,000	+19.9%
営業利益	651	46.5%	1,400	▲16.8%
経常利益	583	44.9%	1,300	▲18.9%
親会社に帰属する 当期純利益	404	46.5%	870	▲17.2%
当期純利益/1株あたり	142.92円		307.67	▲17.2%
配当金/1株あたり		通期計画を 据置き	73円	+ 5円 (+7.4%)
(参考) 配当性向			23.7%	-

# 株主還元の実績と方針

継続的増配を方針としており当初予想から配当額の変更はしない

【単位：円】



## 2. 事業の状況

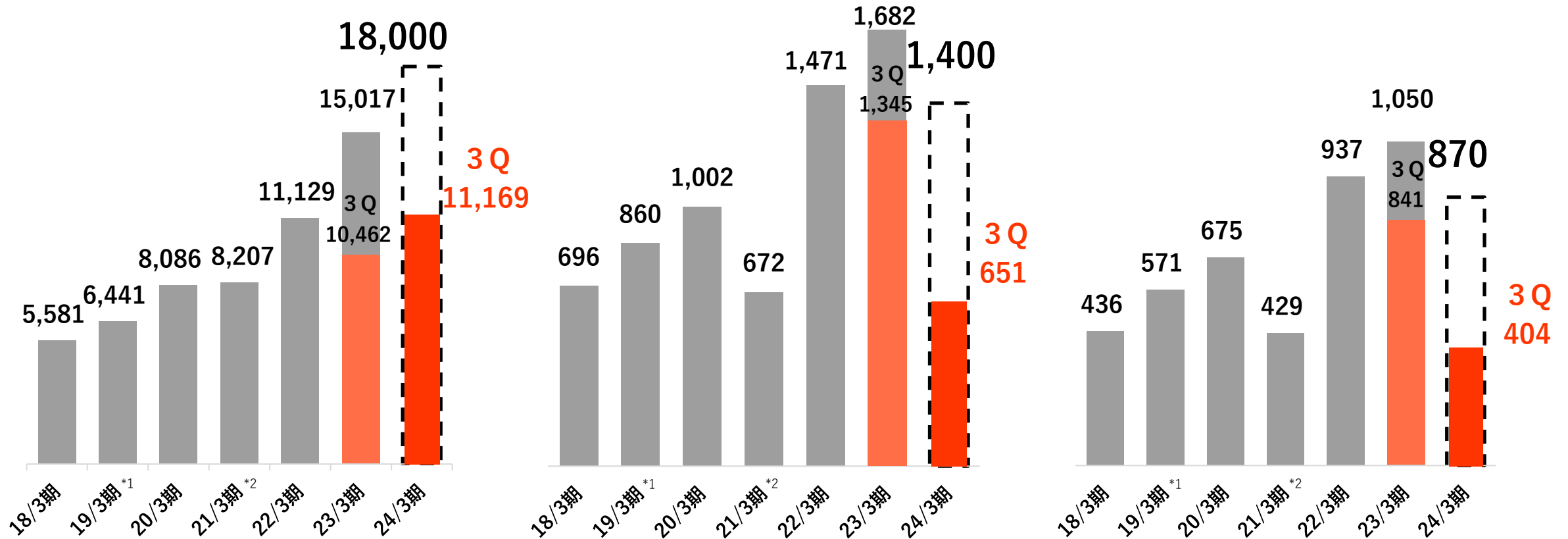
# 年度業績推移（連結売上高・営業利益・当期純利益）

## 売上高

## 営業利益

## 当期純利益

【単位：百万円】



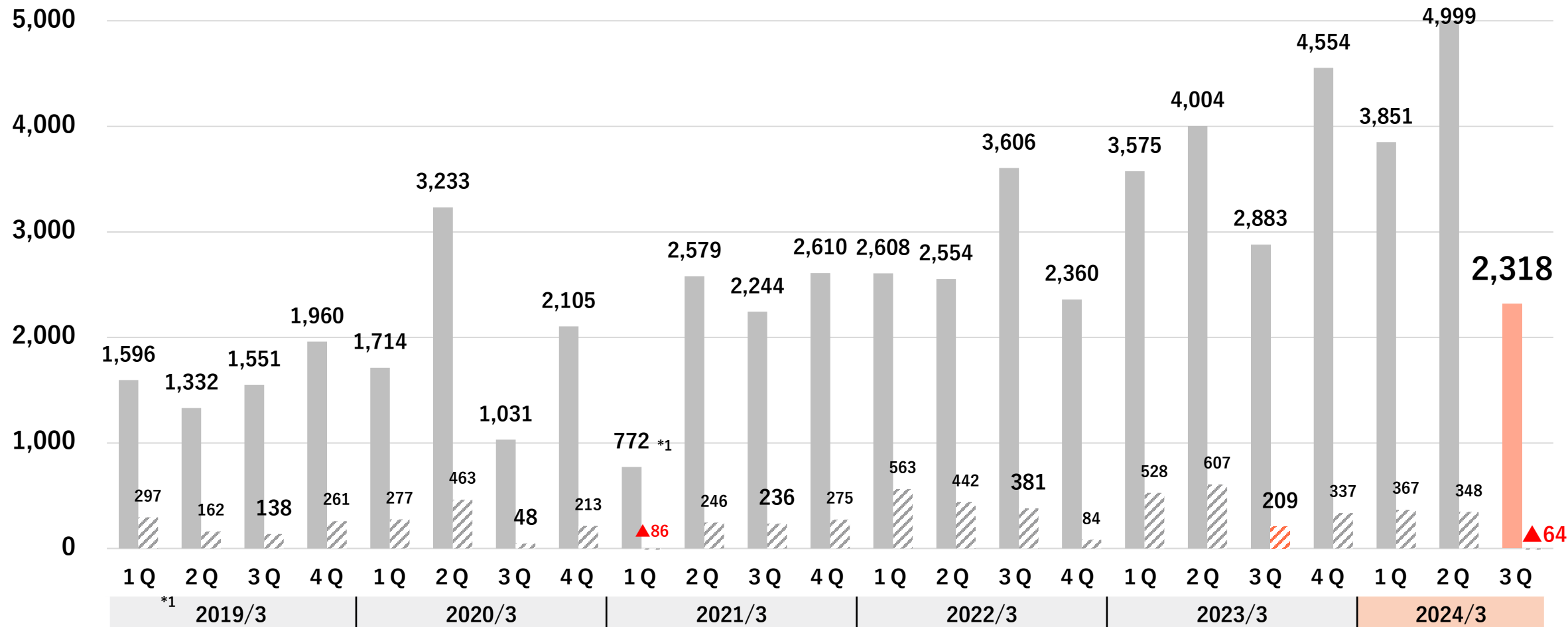
\*1 2019/3期 1Q以前の数値については、監査導入前の数値が含まれます。

\*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）

## 建築資材高による需要減退により売上が落ち込んだ

【単位：百万円】



\*1 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。

\*2 営業利益率は対売上高比率を算定しています。



# 累計顧客データ数の推移

## マッチング精度向上のため、管理データの統合・スクリーニングを実施

【単位：人】

50,000

40,000

30,000

20,000

10,000

0

当社の顧客データは、過去に成約した顧客、物件の問い合わせ等により情報を取得した顧客、当社の会員サイトにご登録いただいた顧客情報をベースとしている。

顧客データベースの精度向上を目的とし、同一世帯の重複、無効な連絡先、他社での成約顧客データ等を対象としてスクリーニングを行った結果、管理データ数が変更（減少）となった。

2019/3期

2020/3期

2021/3期

2022/3期

2023/3期

2024/3期

7,816

12,825

20,869

30,976

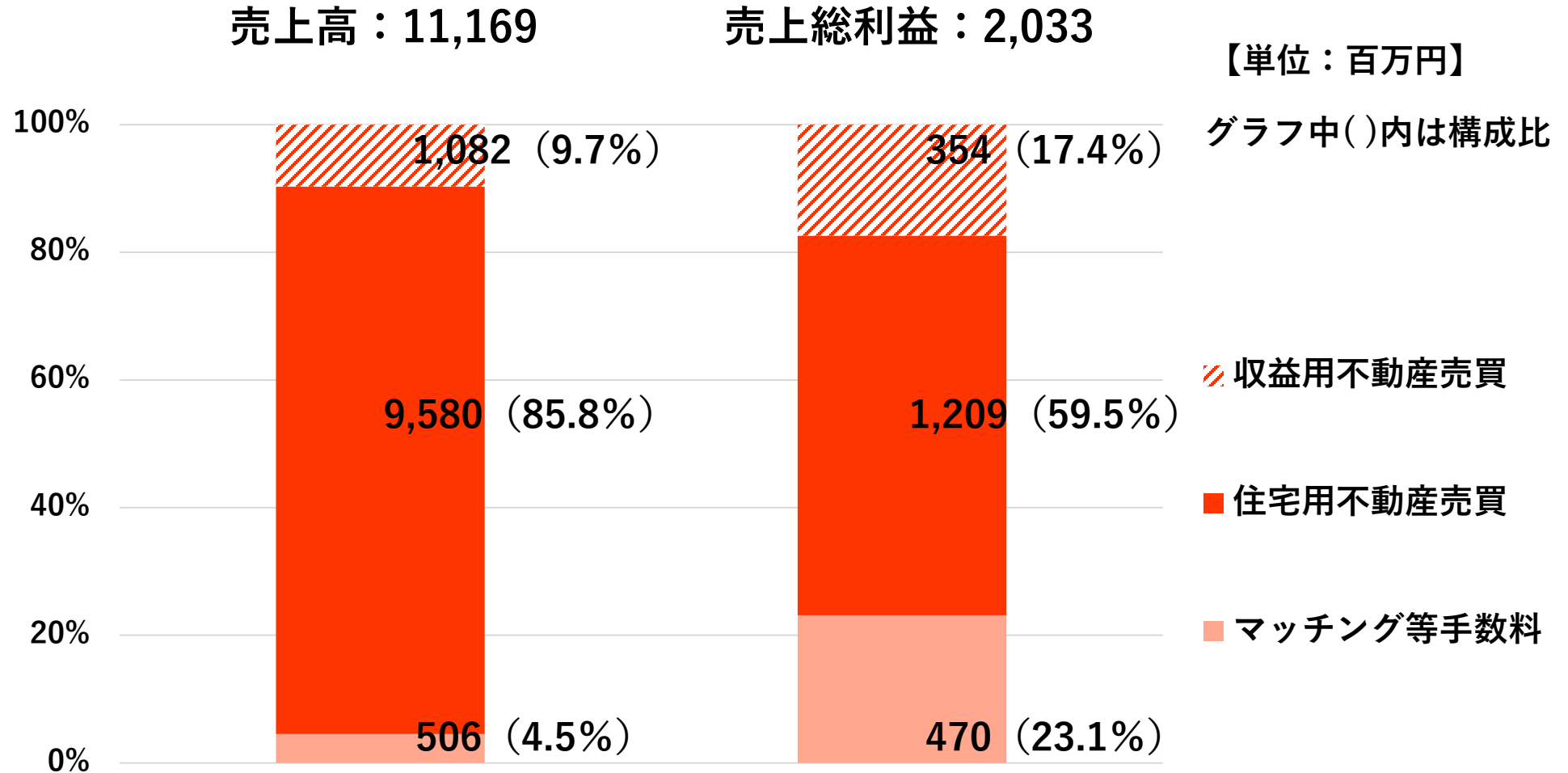
44,457

3Q末時点

39,648

# 24/3期 3Q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総利益の2割以上を構成する



\*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。

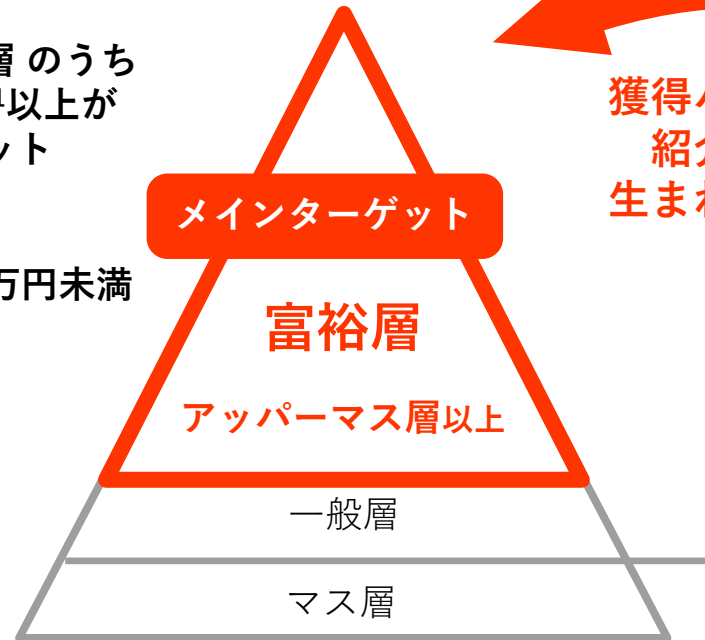
## 成約顧客のうち30%程度を口コミ・紹介リピート顧客が占める

### 富裕層顧客がメインターゲット

- ▶ 満足度の高い取引を実現することで一人の顧客から複数回の取引が発生（当社顧客の特性）
- ▶ 一般的には“フロー型”である不動産ビジネスを“ストック型”へ転換している（当社事業の特性）

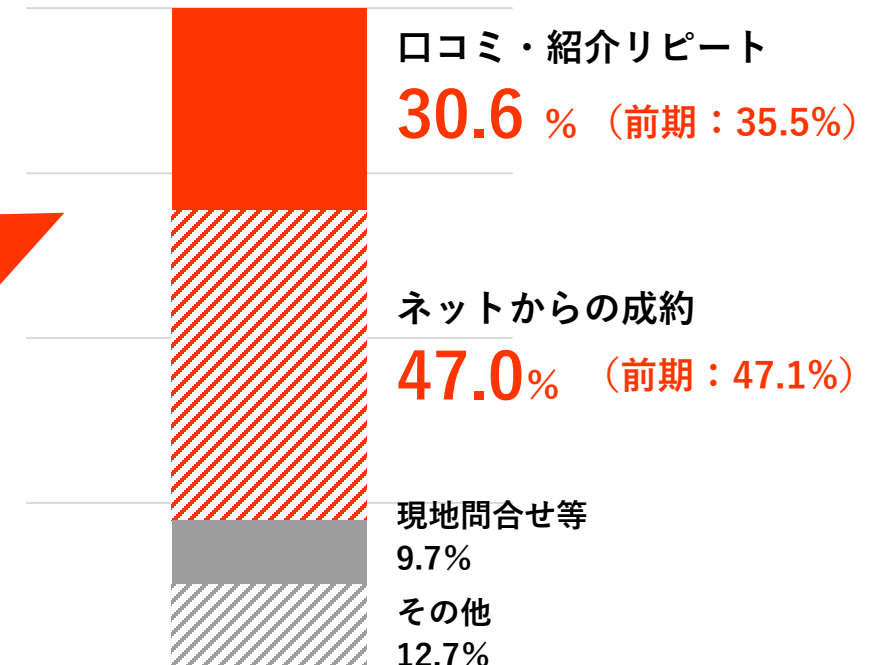
富裕層イメージ：  
純金融資産保有額階層のうち  
「アップーマス層」\*1以上が  
当社のメインターゲット

アップーマス層：  
3,000万円以上5,000万円未満



獲得ハードルは高いが  
紹介・リピートが  
生まれやすい顧客特性

### 成約顧客における集客経路\*2



\*1 当社では、株式会社野村総合研究所が示している金融資産による階層分類を参考にメイン顧客イメージをとらえております。（[https://www.nri.com/jp/news/newsrelease/1st/2020/cc/1221\\_1](https://www.nri.com/jp/news/newsrelease/1st/2020/cc/1221_1)）

\*2 グラフは24/3期3Q実績となります。

## 当社の主力エリアの城南6区で取引量が増加

高額物件・富裕層エリア特化型で事業を行ってきた強みを生かし、新エリアにおいても既存エリアの「勝ちパターン」を横展開していく。一方、進行期4Q~来期にむけては主力の城南エリアのシェア向上により業績回復を目指す。

(24/3期における不動産販売における売上高より)

	23/3実績 (3Q末)	24/3実績 (3Q末)	増加率
城南エリア を除く23区	19.4億円	13.6億円	▲29.7%
城南エリア (6区*)	78.4億円	91.1億円	+16.2%



文京区、杉並区、豊島区、中野区が「戸建+富裕層顧客」という当社成功パターンを横展開できるターゲットエリア。

\* 城南6区は世田谷区、目黒区、大田区、品川区、渋谷区、港区を指します。

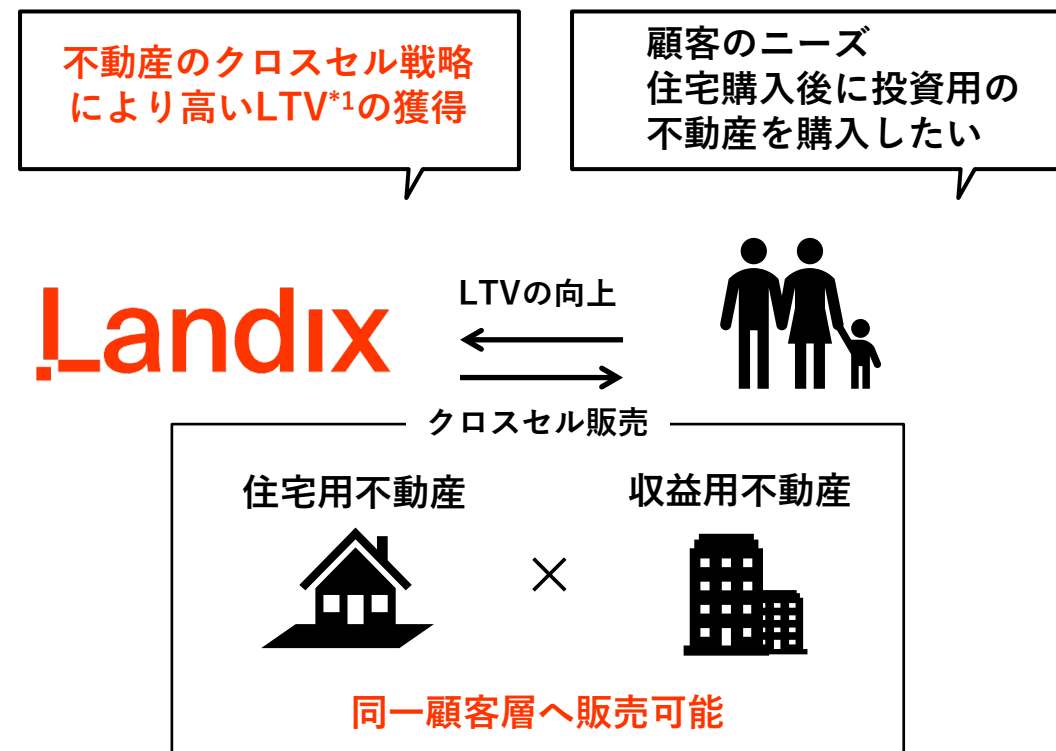
## メインの住宅用不動産の顧客層に、収益用不動産購入の強いニーズ有り

多くのエリアおよび不動産事業者において、収益用不動産を購入する顧客層と、住宅用不動産を購入する顧客層は大きく異なります。

一方、当社においては、メイン事業である住宅領域で集客または成約した顧客がそのまま収益用不動産の見込み顧客と捉えることができます。従来より顧客のニーズとして収益用不動産の取り扱いを求める声がありました。

また、住宅購入における選定から成約までの間で、当社と強い関係が構築されている場合は、成約後のコミュニケーションも取りやすい傾向にあります。

	収益商品の 販売件数	収益用不動産の 販売金額	不動産販売収入 における構成比
24/3期の 3Q累計実績	4件 <sup>*2</sup>	11.8億円	11.2%

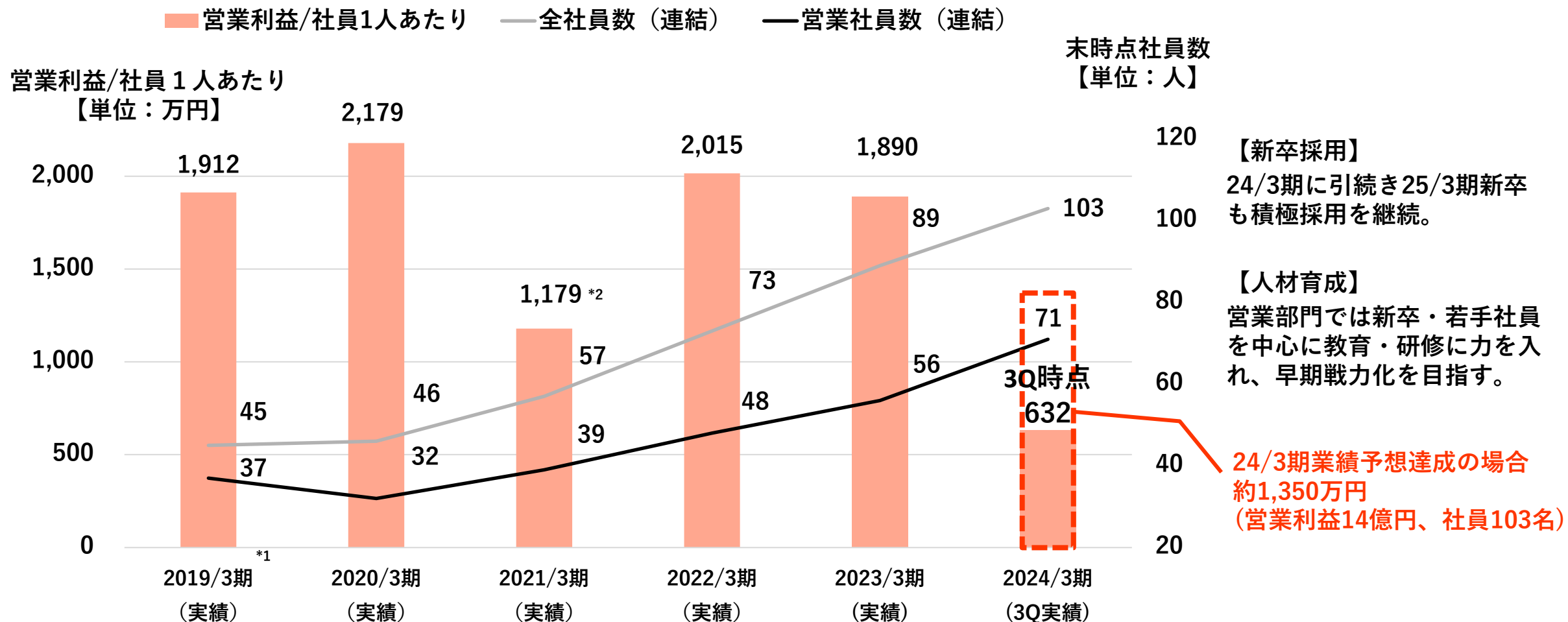


\*1 LTVはLife Time Value (ライフ タイム バリュウ) の意で、特定の企業との取引引きを始めてから終わりまでの期間 (顧客ライフサイクル) 内にどれだけの利益をもたらすのかの一般的な考え方であり、一般的にロイヤルティーの高い顧客や顧客との関係値が高いほどLTVが大きいと考えられています。

\*2 収益商品のうち一件は固定資産の売却による収益を含めて記載しており、固定資産の売却による利益は特別利益として計上されています。

# 業績KPI実績推移（営業社員数と営業利益/社員1人あたり）

## 新卒・若手の育成と即戦力となる中途社員採用により営業力強化を図る



\*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>

# 事業および業績に対する想定質問①

カテゴリー	投資家様からの想定質問	当社からの回答
経営課題	今の経営上の課題は何か？	採用を継続的に行いつつ、On-JT・Off-JT両面で若手教育に注力することで、組織規模拡大と生産性の維持・向上を図り、収益力を維持していくこと。当社は組織規模の拡大フェーズにあり、若手人材の比率が一定程度高い水準で推移することが想定されることから、業績向上のためには入社後の早期戦力化が重要なポイントとなる。建築マッチング事業をはじめとしたDX強化、今後の収益の柱となる新規事業に取り組む等、売上高300億円の達成後の長期的成長を描くことが重要となる。
	現状の成長、売上のドライバーは何か？	当社では、売上の大部分が不動産売買によって構成されています。そのため、営業社員の数と、販売可能な商品（確定在庫）の量が増加することで、売上・利益の成長につながる。また、顧客ニーズに合った物件の仕入が行えることで早い販売サイクルが実現することから、累計顧客データ数が営業効率の面では重要と考えている。
計画	中期経営計画の売上高300億円、経常利益30億円達成の見込みはどう考えているか？	必要在庫という観点では積みあがっているため、現段階では修正しないが、年度末の業績の状況次第で見直す可能性がある。方針が固まった段階で速やかに開示を行う。
	収益用不動産事業について、どのくらいの規模で成長させるつもりか？	売上で全体の20%~30%程度を上限としているが、状況に合わせて仕入量を調整していく。

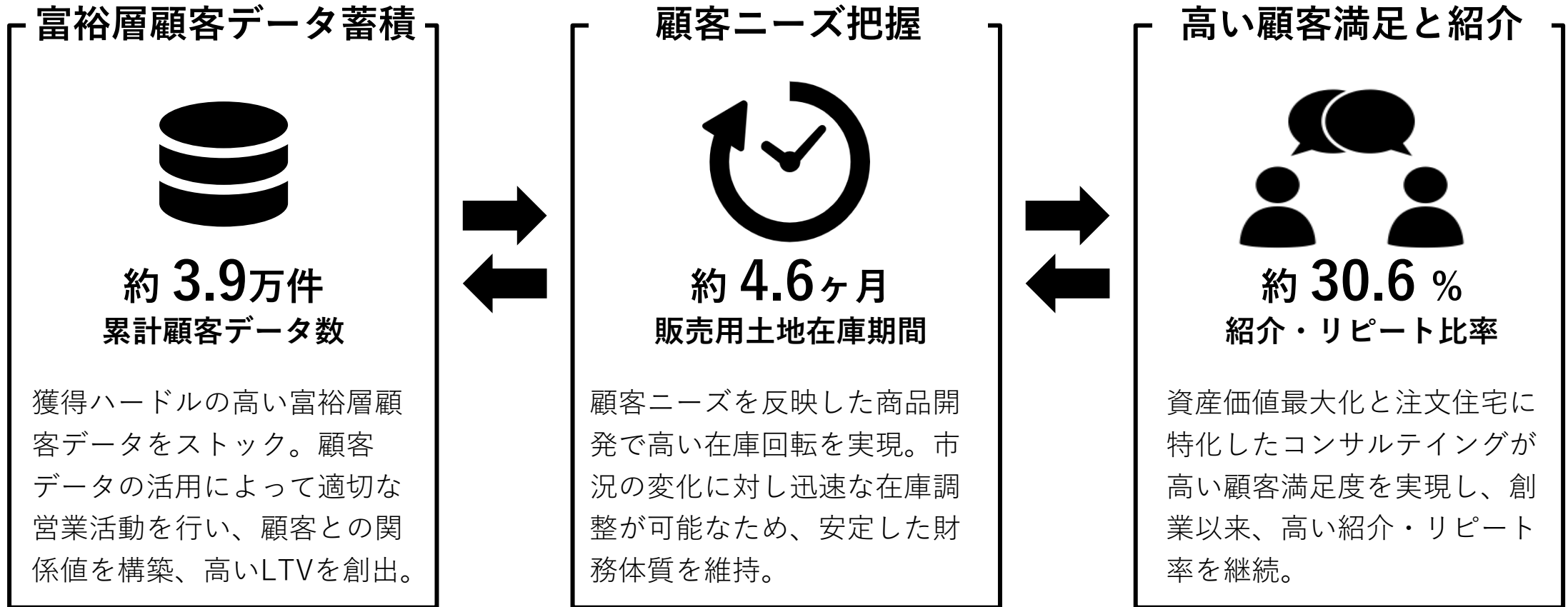
# 事業および業績に対する想定質問②

カテゴリー	投資家様からの想定質問	当社からの回答
市況	金利や不動産相場が上昇傾向にあるがこの傾向は続くか？	金利や不動産相場について現段階で予測することは難しいが、資材高・人件費の高騰は今後も継続すると見込んでおり、仕入・販売価格については慎重に決定する必要があると認識している。
業績	エリア拡大戦略および新規エリアでの状況はどのような状況か？	エリア拡大は継続していく方針である一方、従来のメインエリアである城南エリアの方が利益率が安定する傾向にある。現状をふまえ、メインエリアの取引量を継続的に向上させ、取引シェアの拡大を目指していく方に重点を置いていく。
	確定在庫が大幅に増えたが、なぜか？	当期の第2四半期において複数件の収益用不動産用地（自社開発案件であり今後建物を新たに建築）の仕入契約を行ったため、将来的に建築する建物原価見合いも在庫額として見積をおこなっているため、確定在庫が増加した。（※B/S上の棚卸資産は現時点で実際に当社として保有している分であるため、内容が異なる。）また、当第3四半期においては一部エリアにおいて販売ペースが鈍化したため、棚卸在庫が膨らんでいる。
	平均在庫保有期間が延びているがこれについてどう捉えているか？また、仕入活動へ影響はあるか？	平均在庫期間4.6か月は回転として良好な水準。当社の仕入融資条件への影響は現状無い。



# 3. 当社事業の成長性

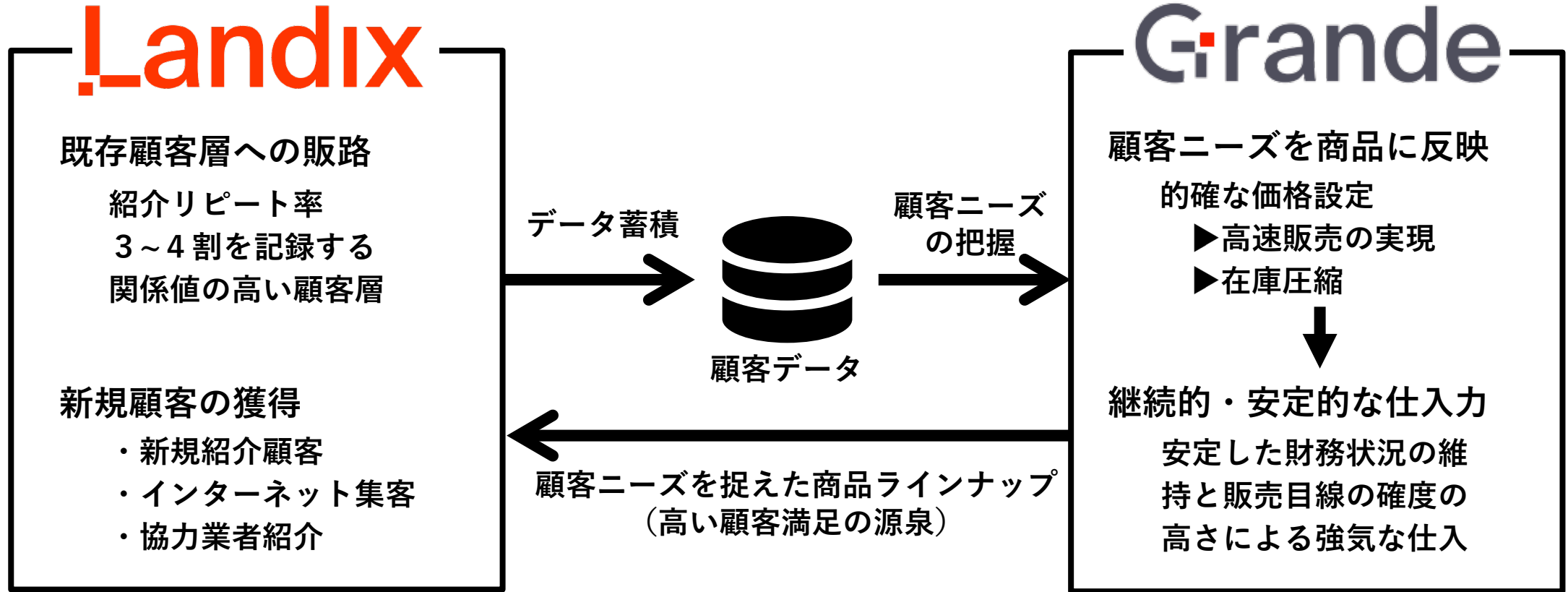
## 獲得ハードルの高い富裕層の顧客データの蓄積が競争力の源泉



\*上記の数字はすべて2024/3期3Qの実績をもとにした概算数値となります。

# 顧客データによる顧客ニーズの把握と仕入・販売のサイクル

顧客データ活用によって顧客ニーズを把握し良質な自社物件の仕入を行う



高い顧客満足度が更なる  
紹介・リピートを生み  
高い営業効率が加速

顧客の声を常に把握する  
ことで顧客ニーズを把握し  
安全な仕入を実現

## サービス利用者・建築事業者・当社の三方win-winモデル



サービス利用者の声  
(注文住宅建築希望者)

- 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？

### サービス利用者メリット

#### パーソナライズ

お客様1組ごとの希望をヒアリングし、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、お客様と建築家のコミュニケーションを無くす。

#### 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。

#### 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。

### 当社メリット

- ✓ 建築請負紹介料の獲得
- ✓ 顧客満足度向上による紹介・リピートの増加
- ✓ 顧客データとノウハウの更なる蓄積

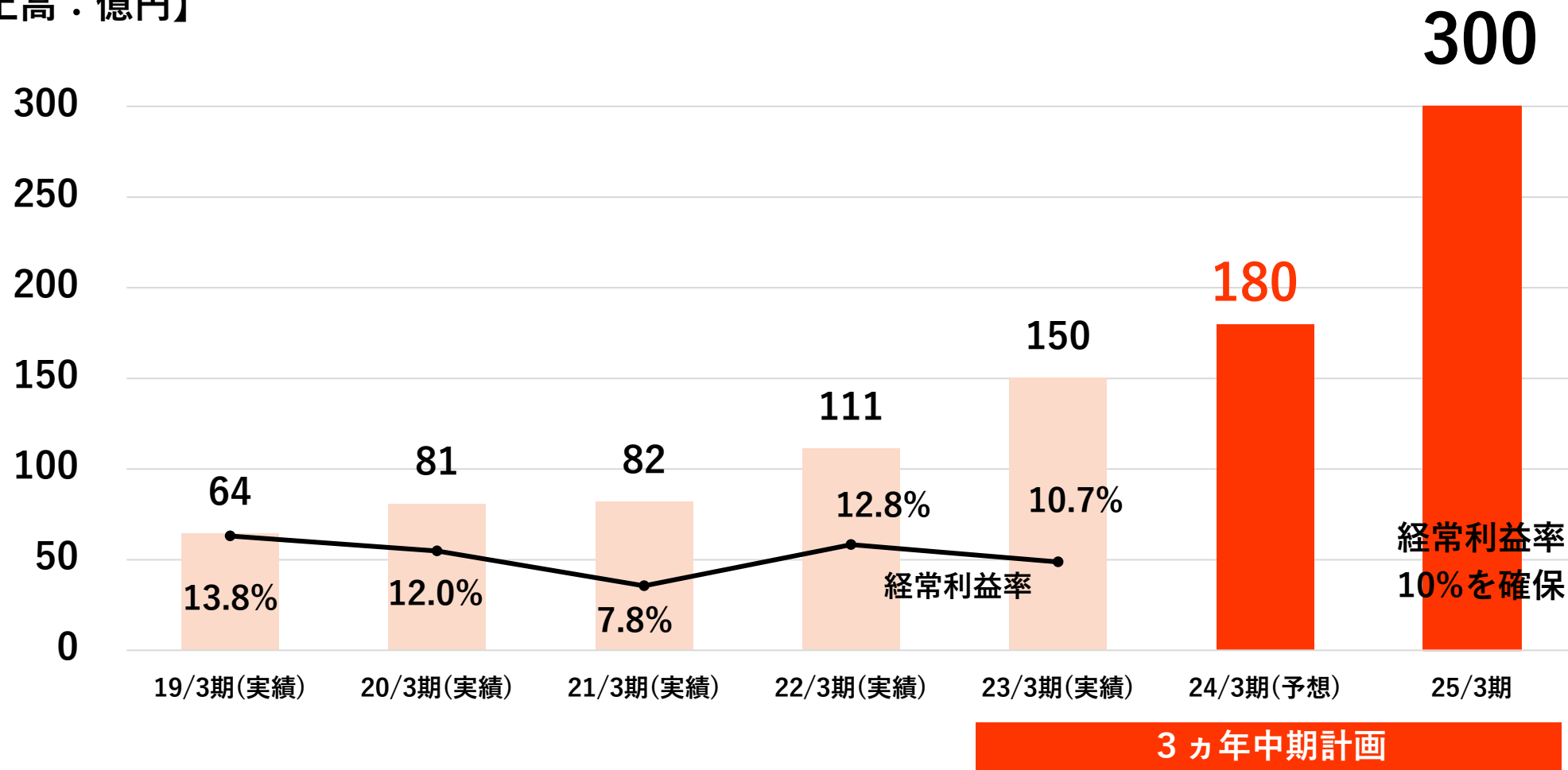
### 建築事業者 メリット

- ✓ 見込み顧客の紹介により集客コストが削減
- ✓ 初期検討段階での営業工数の削減

# 3 年中期計画の数値目標と成長イメージ

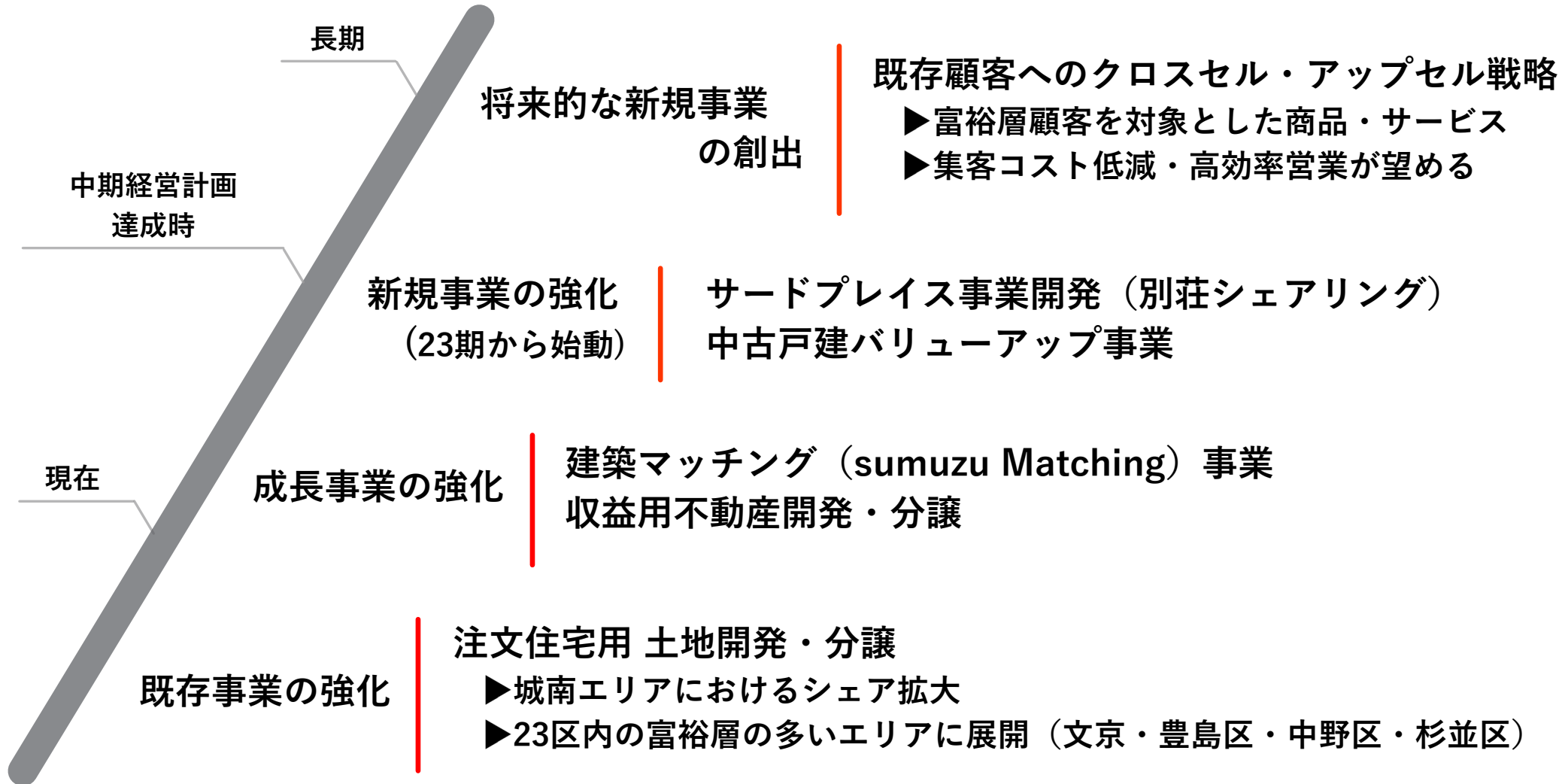
中期目標については今後の市況状況を勘案し判断する

【売上高：億円】



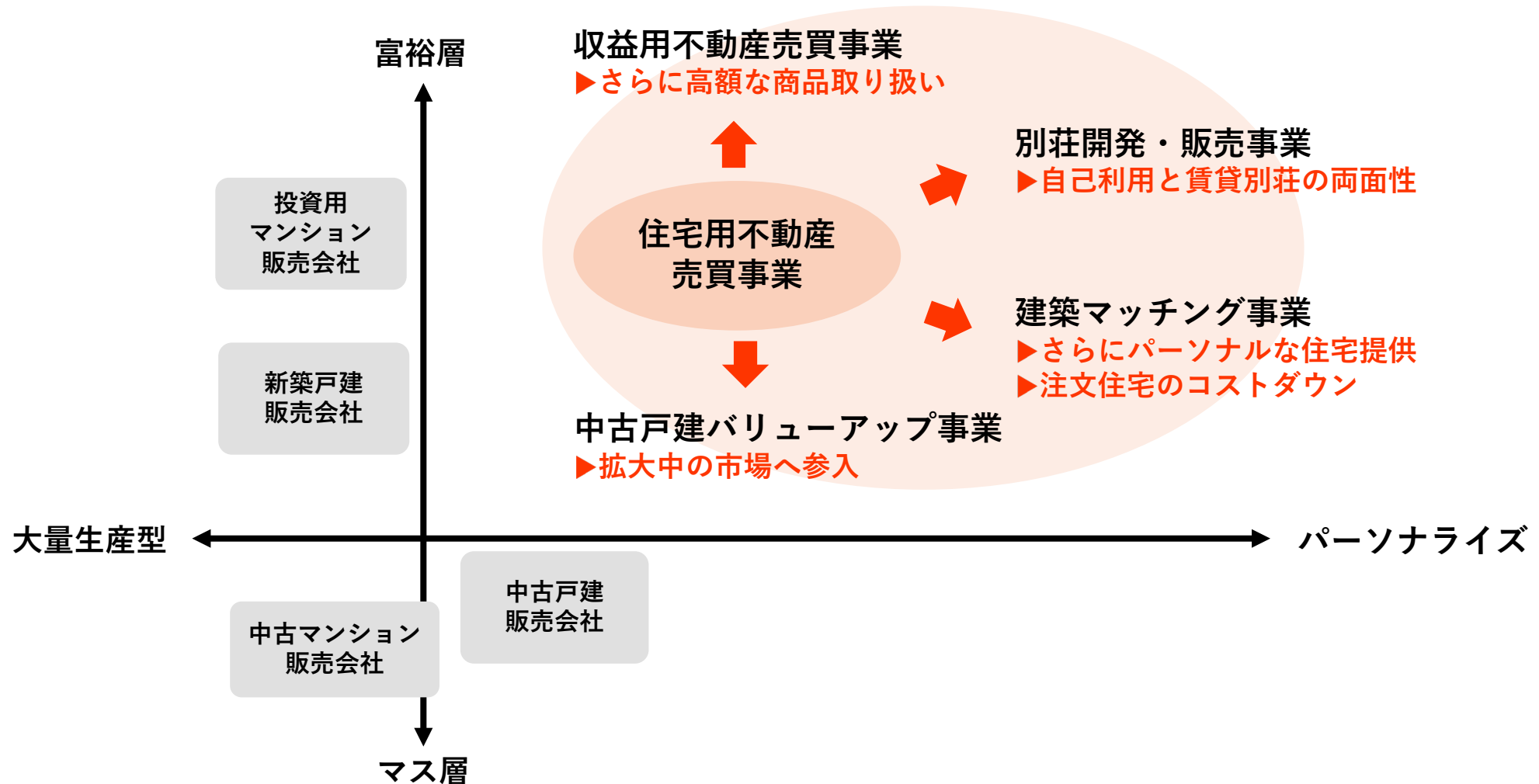
2021/3期1Qはコロナ禍の外出自粛により特殊な結果となりました。

## 富裕層顧客データを活用した事業成長により中長期的な成長を見据える



# 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。

## 成長する中古戸建市場において顧客ニーズを捉えた価値ある中古住宅を提供する

近年、日本における中古市場は継続的に拡大を続けています。東京都心～城南エリアでは中古戸建販売のトッププレイヤーは存在おらず、中古戸建には「割安感がある」「完成物件であることの安心感がある」「すぐ住める」といった利点があります。

顧客データを分析し、かつ創業以来の注文住宅ノウハウを活用することで、顧客ニーズに適合した中古戸建の高いバリューアップを行うことで高い付加価値を創造していきます。

顧客ニーズを把握  
バリューアップ施工に反映

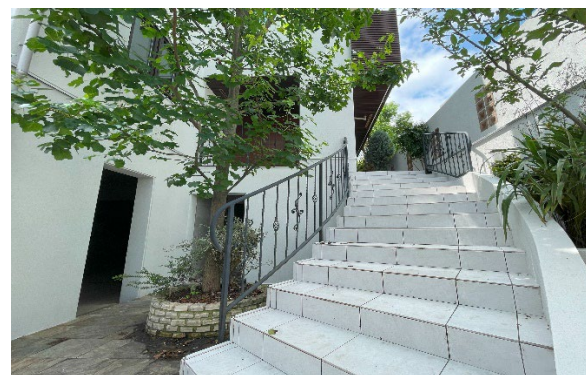


バリューアップ効果の高い住宅をデータに基づき選別  
▶仕入価格の改善（優位性）

満足度の高い  
中古住宅の取得



すぐ住める・割安・オリジナリティなど中古住宅ならではの利点と時代に適合する住み心地・デザインを両立







## 外観・内観の完成イメージを視覚化し、購入意思決定につなげる

更地の販売現場に設置されているQRコードをスマホで読み取ることで、建築イメージをモニター上に出現させ、外観・内観の完成イメージを見ることができます。

当社では、竣工前の段階でAR技術の活用によって販売完了した成功実績があります。

外観や内観、インテリアといった総合的なイメージを醸成することで、顧客にとって「現実感」や「生活感」を感じ、安全・安心かつスピーディーな意思決定につながります。

今後の建物プラン企画付き土地の販売に向けてAR技術活用を強化していきます。

### ①AR起動（現況）



### ②外観映像



### ③内観映像



## 日本在住または現地の中華系の方に不動産物件情報をより広く公開

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）を開設しています。

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。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た取り組みです。

当社の経験豊かな中国語に堪能なスタッフによるお客様対応により、「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さまにも体験いただくと考えおります。

▶ ニュースリリース：

[中国語（簡体字）版ランディングページを開設](#)



### 独家房源信息和近半世纪的资深经验

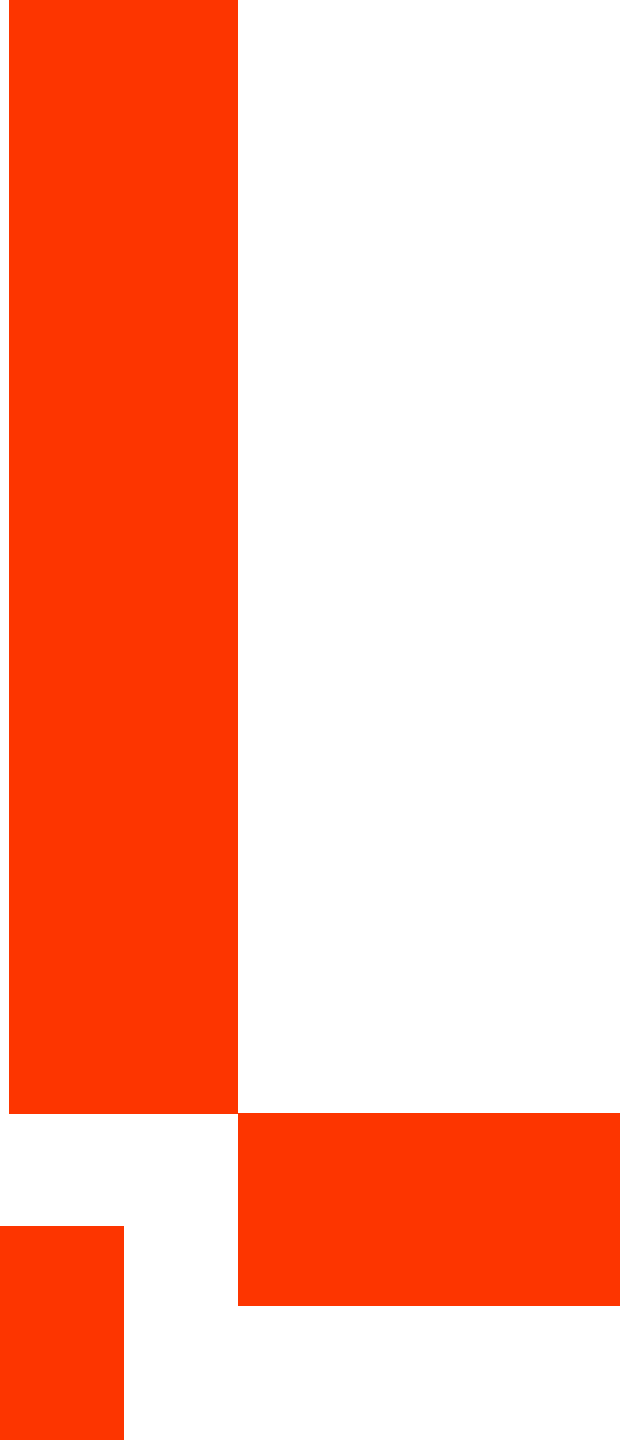
Landix以世田谷区、目黒区、港区、涩谷区、品川区、大田区等有极高人气并居住环境舒适的都心，城南地区深耕开展房地产开发投资销售业务。本公司在城南地区占比市场极大份额，拥有年销售额130亿日元的记录，将为您介绍最适合您的投资房地产。

### 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。好的房地产消息即逝。欢迎随时预约我们。



# 参考情報



## トルコ・シリアでの被災者支援

## 2023年4月より支援を継続しています



2023年2月にはトルコ・シリア地域で発生した大地震により甚大な被害を受けたことで、被災者の数は約1,300万人に上ります。現在でも食料品や衛生用品が不足しており、多くの方が困難な状況下にあります。

当社では2023年4月からREALsを通じて、食料や生活用品の提供、心のケアなどによる被災者支援を行っていくことを決定いたしました。

引き続き、国内外で困難な立場にある方の支援を行い、社会貢献に努めてまいります。

▶当社支援先リンク：  
[認定法人REALs \(Reach Alternatives\)](#)



最新の支援状況：2023年12月には当社の支援金から、震源地であるカフラマンマラシュ県のうち特に冬に冷え込む山間部の63世帯(235人)の被災者の方にヒーターを配布しました。コンテナやテントで被災生活となっている人々が多く支援が必要な状況です。

協賛頂いた当社のお客様には詳細な活動報告書を送付させて頂いております。

## 地域への貢献

2017年からスポンサー企業として大会を支援しています

**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。



駒沢公園をスタートし、多摩川河川敷を走るハーフマラソンです。

例年、箱根駅伝を目指す選手も多く出場しています。

今年度開催退会についても、無事開催（2023/11/12）されました。当社では、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。

## 株式会社ウィルズとの業務提携による優待ポイント付与により株主還元を強化

### 【株主優待制度の内容】

#### ①ランディックス・プレミアム優待クラブ

対象の株主様に特設サイトに掲載されている  
約5,000種類の商品からお好みの商品を選べる  
優待ポイントを進呈いたします。

#### ②共通株主優待コイン「WILLsCoin」と交換

他のプレミアム優待倶楽部導入企業の優待ポイント  
との合算が可能です。また、「WILLsCoin」で当社の  
不動産購入割引チケットへの交換もご利用できます。

- ▶特設サイト：[ランディックス・プレミアム優待倶楽部サイト](#)
- ▶共通優待コイン：[プレミアム優待倶楽部PORTALサイト](#)

### 保有株数ごとの優待ポイント付与数

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

\* 対象となる株主様  
・ 2023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  
・ 当社株式を300株以上保有の株主様



**代表取締役 岡田 和也**

新卒で広告代理店に入社し、営業・マーケティングを経験した後、大手不動産仲介会社において不動産売買営業を行い、トップセールスを達成。

不動産業界のサービス水準に対する課題意識や平成バブル期の経験を経て不動産事業での独立を志し、2001年に当社を創業。不動産分野に限らない幅広いネットワークと知見をもとに、ランディックスグループを牽引。



**専務取締役 古室 健**

新卒で大手不動産仲介会社に入社し、一貫して東京エリアの不動産売買に従事。

不動産取引における広範な実務・多店舗支店を統括する組織マネジメント経験の後、2013年より当社入社。新店舗の運営や新規収益事業の立ち上げに貢献。営業部門を統括し、2021年より当社子会社であるグランデの代表取締役を兼任。



**取締役 松村 隆平**

新卒で大手の電機工業メーカーに入社し、自動車メーカー向けの素材・部品営業を経験の後、建設コンサルティング会社を経て2015年に当社入社、営業部に配属。

上場準備スタート時に経営企画室に異動しIPO及び組織強化に尽力。2021年に執行役員に就任、2023年より取締役。コーポレート部門を統括。MBA、統計調査士、宅建士。



**社外取締役 西村 弘之**

新卒でアーサー・アンダーセン・アンドカンパニー（現アクセンチュア株式会社）に入社し、幅広い業界におけるコンサルティングを経験、各業界に幅広い知見と人脈を持つ。

2019年に当社社外取締役に就任、当社の上場準備時から組織体制の構築、新規事業立上げに大きく貢献。





**常勤監査役 諫山 祐美**

新日本監査法人(現 EY新日本有限責任監査法人)国際部に入所後、海外資本企業を含む国内企業の会計監査に従事し、2011年よりMRT 株式会社に参画、同社常勤監査役。

現在は同社非常勤監査役を兼任。2021年より当社に参画。会計、内部統制、コンプライアンス等多方面の知見を持つ。公認会計士。



**社外監査役 岡本 弘**

新光証券(現 みずほ証券)で企業投資調査部長として事業会社、機関投資家、各種セミナーをカバー、新光投信(現アセットマネジメントONE)では議決権行使業務等の実務経験を持つ。

2017年より当社に参画。株主との対話・各ステークホルダーとのエンゲージメントに関する幅広い経験から、ガバナンス、情報開示、投資家コミュニケーションに知見を持つ。日本証券アナリスト協会検定会員。



**社外監査役 堀内 雅生**

インテリジェンス、サイバーエージェント、U-NEXTでIPOを経験。現在、USEN-NEXT HD常勤監査役、サイバーエージェント社外取締役等を兼任。2018年より当社に参画。

スタートアップから大手企業までの広範かつ複数業種の経営参画経験から、多面的な視点でのリスクの検討、コンプライアンスの向上に知見を持つ。税理士、MBA。



**執行役員 鈴木 善暁**

建築家のアトリエにて住宅の設計、不動産コンサルティング会社にて土地活用の実務経験のち、不動産テック企業で不動産売買仲介を経験し、2021年より当社参画。

建築業界と不動産業界を行き来して得たノウハウと営業実務経験を活かして新規事業の推進を行う。一級建築士。

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）	103名（2023年12月末時点 ※役員除く）
事業拠点	目黒本社 目黒支店 桜新町支店 自由が丘支店
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検証を行っていません。

**【IR責任者】**

コーポレート部門管掌取締役 松村隆平

IR情報 : <https://landix.jp/ir>

お問い合わせ : <https://landix.jp/contact>