

2026/ 3 期～2028/ 3 期

第 2 次中期経営計画

株式会社ランディックス
(東証グロース : 証券コード 2981)

Landix

1. ビジョンと成長戦略
2. 株価形成と株主還元
3. ビジネスモデルと事業KPI
4. 投資参考情報

トッププレイヤーTOKYO

“世界の中の東京”における富裕層向け不動産の第一想起企業へ

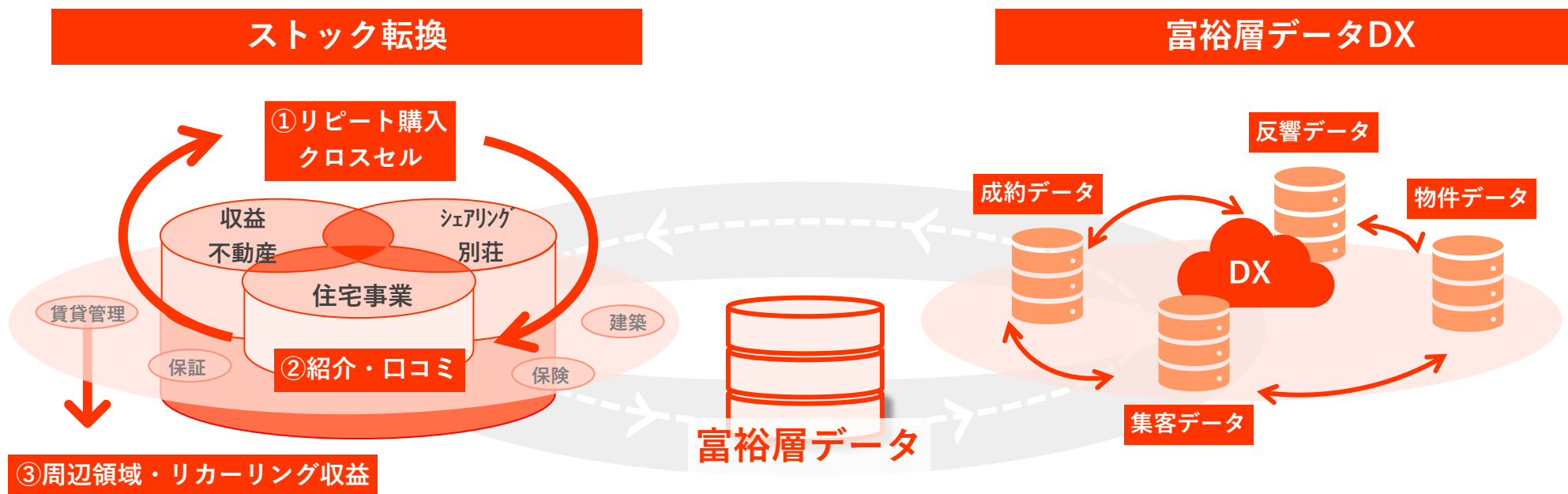
「ストック転換」

多段階クロスセルと事業ポートフォリオ変革による
“不動産事業のストック化”

×

「富裕層データDX」

富裕層データ×不動産リアルノウハウによる
“稼ぎ力の超強化”



ストック収益への転換・拡大

フロー型から、成長確度・収益安定性が高い事業構造へ転換・拡大する

- リピート・クロスセル
- 紹介
(既存客・パートナー)
- 富裕層の求める周辺領域・リカーリング収益

ストックデータの活用

DXで4つの強みを最大化し、高効率に顧客のニーズに沿った提案を行う

- 仕入力
- 販売力
- 集客力
- 商品付加価値

飛躍的な成長に向けて、28/3期 売上高350億円にコミットする

Landix

第1次中期経営計画 23/3月期～25/3月期

ストック×DXの仕込み完了

高い成長率で収益拡大

- 売上高111億円→202億円と3年間で2倍の売上規模に成長、利益水準10%維持

富裕層顧客のデータストック拡大

- 3年間で顧客データ数1.4万件増

自宅/実需の次段階ニーズとなる 収益用不動産も好調

- ほぼ全物件が竣工前に販売契約確定状態
- デザインの意匠(知的財産)権取得

3次ニーズに対応する別荘 第1号案件(Mt.Fuji)に着手

2024年11月に建設会社を設立

- 建築案件を子会社で請負い、原価圧縮

第2次中期経営計画 26/3月期～28/3月期

ストック×DXの両輪で成長

ストック転換

- 人的資本経営の実践によって、コンサルタントの人員と質を確保し、富裕層顧客のストック増加・LTV向上を推進
- リピート購入・クロスセルや既存顧客からの紹介獲得で、高効率な営業活動を展開
- 周辺事業のM&A、既存事業以上のストック性と成長性が期待できる事業育成

富裕層データDX

- 物件/反響/集客/成約データと不動産リアルノウハウを掛け合わせて、ニーズミート率の高い仕入れ・開発を実施
在庫保有期間の維持・圧縮→在庫リスク低減
- 不動産取引だからこそ獲得できる情報(富裕層データ)の2次活用による新たな収益モデルの開発

第3次中期経営計画 以降 飛躍的成長

知名度獲得による事業深化

事業深化とブランド認知獲得

- 社名・ブランド認知獲得で仕入力・販売力の成長により既存事業の成長力速度を加速
- 新規事業開発、M&Aによる周辺事業と1～2次中期計画で育てた各事業の収益力強化

経営資源充実とグループ力強化

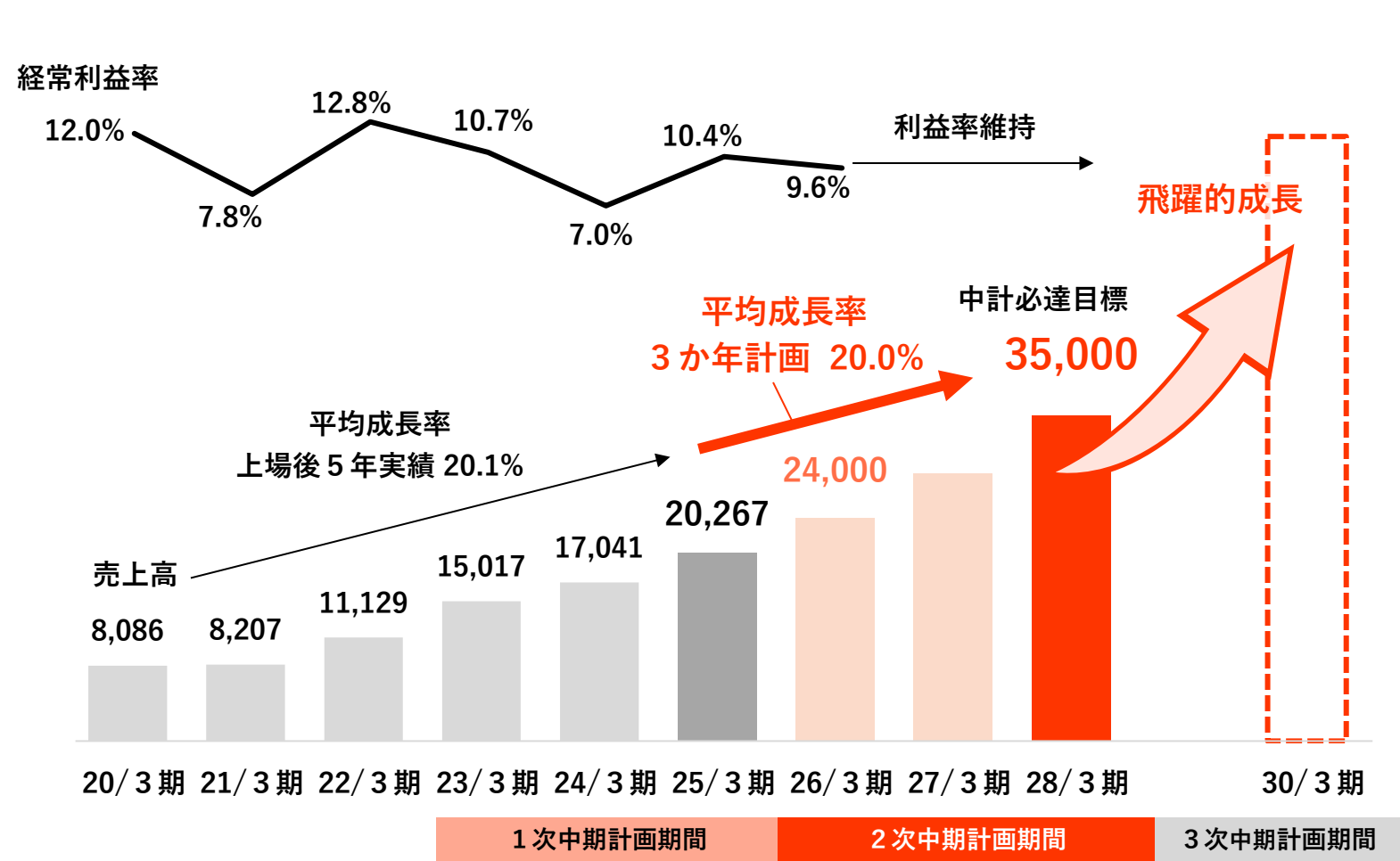
- 若手社員～中堅社員の抜擢やM&A等により優秀な人材獲得、各事業のドライブを継続
- プライム上場やグループ会社の増加に伴うホールディングス化、組織で戦える企業体へ

事業領域探索

- 既存事業とのシナジーを活用した成長領域(不動産に留まらない)への進出と拡大マーケット事業への参入

過去5年の成長実績スピード継続で売上高350億円を達成

“ストック転換”＋“富裕層データDX”で安定的な年20%成長を必達する3年間



第2次中期経営計画
28/3期目標値

売上高	350億円
経常利益率	10%
ROE 自己資本利益率	15%以上
PER 株価収益率	15倍

企業価値を継続的に向上させるため、3つの視点を重視する

1

キャピタルゲイン

「EPSの成長」 × 「PERの向上」 による超過リターン

- 毎年20%のEPS成長とPER向上の掛け算で、株価を向上させる

2

インカムゲイン

株主還元の充実による安定リターン

- 累進配当と株主優待の充実によって、インカムゲイン・投資利回りを高め続ける

3

ROE 自己資本利益率

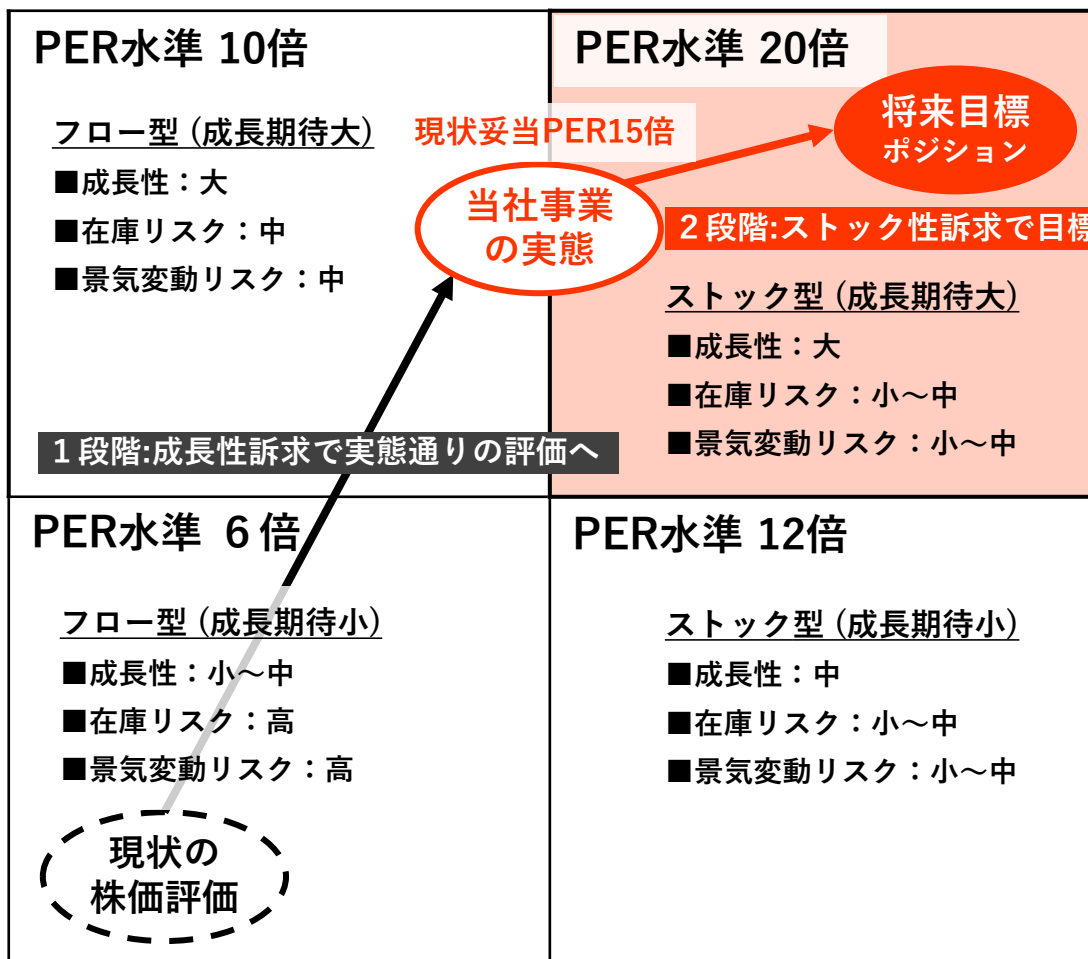
株主資本コストを上回るROEを継続し、企業価値創出

- $ROE > \text{株主資本コスト}$ ・・・投資家の期待を上回るリターンを生み出し続ける

1. キャピタルゲイン：当社が考える適正PERグループ

28/3期までの3年以内に「PER15倍」到達、「フロー型不動産業者」からの脱却

不動産業種マッピング（成長性×ストック性）



PER向上ポテンシャル

結論 現状の妥当PERは15倍（早期到達目標）

市場は“ストック性”と“成長性”を高く評価する

当社は、高い成長性・その裏付けとなるストック型ビジネスを実績として有しており、今後も継続成長・ストック型ビジネス強化を計画している。IRを継続的に強化し、28/3期までのPER15倍を目標に企業価値向上を目指す。

第2段階 スtock性の訴求

- 既存事業の特徴として、紹介・リピート成約が30%以上を占め、ビジネスモデルとしてのストック要素が強く、他のフロー型不動産事業者と一線を画することの理解を得る。
- 富裕層顧客との継続的な取引による事業成長&事業開発とともにストック性を拡大していく。
- 関連事業の展開によって、リカーリング収益基盤を強化

第1段階 成長性の訴求

- 市場とのコミュニケーション量を大幅に増やすことで当社株の取引の出来高を創出。適正な株価形成を促進。
- 上場後5期間で売上高20%以上の連続成長実績（CAGR）。
- 28/3期までの3年間においても20%以上の事業成長を継続する。

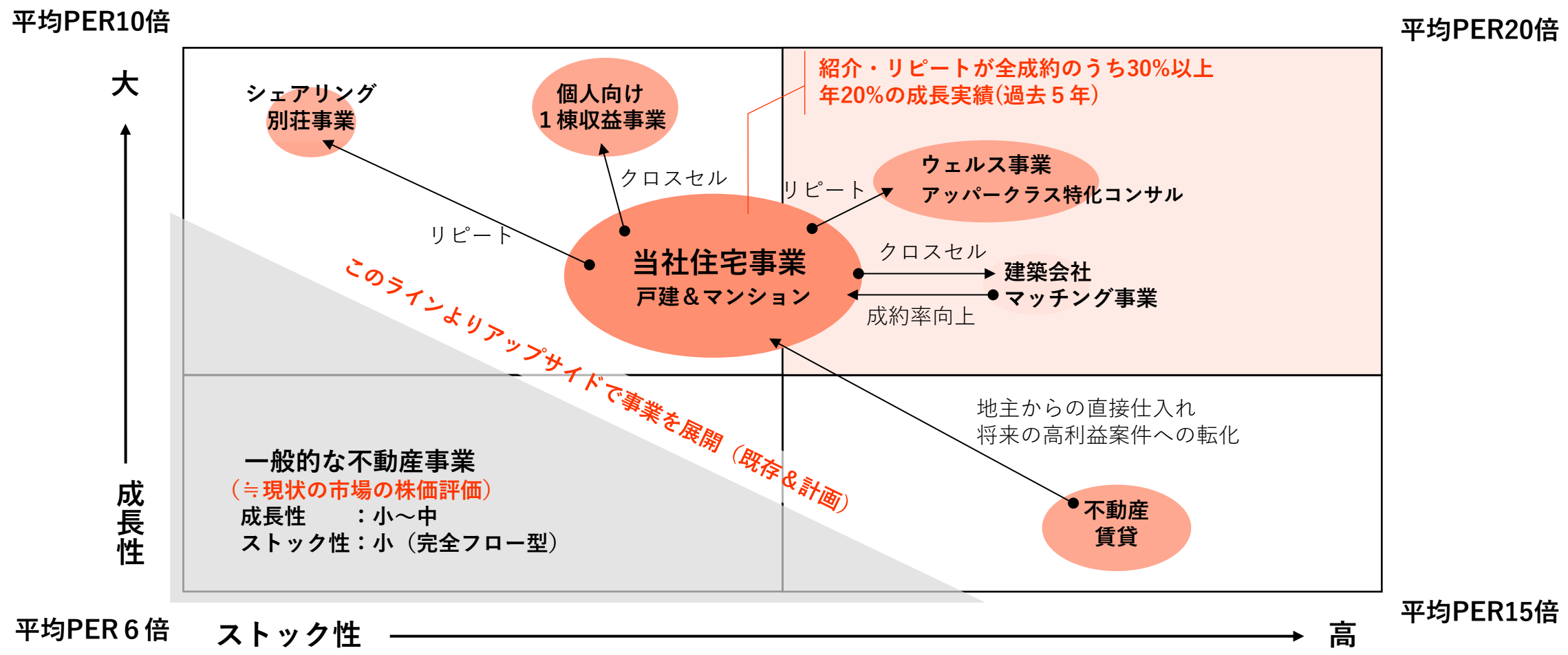
目標
↑
実態

実態
↑
現状

1. キャピタルゲイン：既存事業の「成長性」と「ストック性」

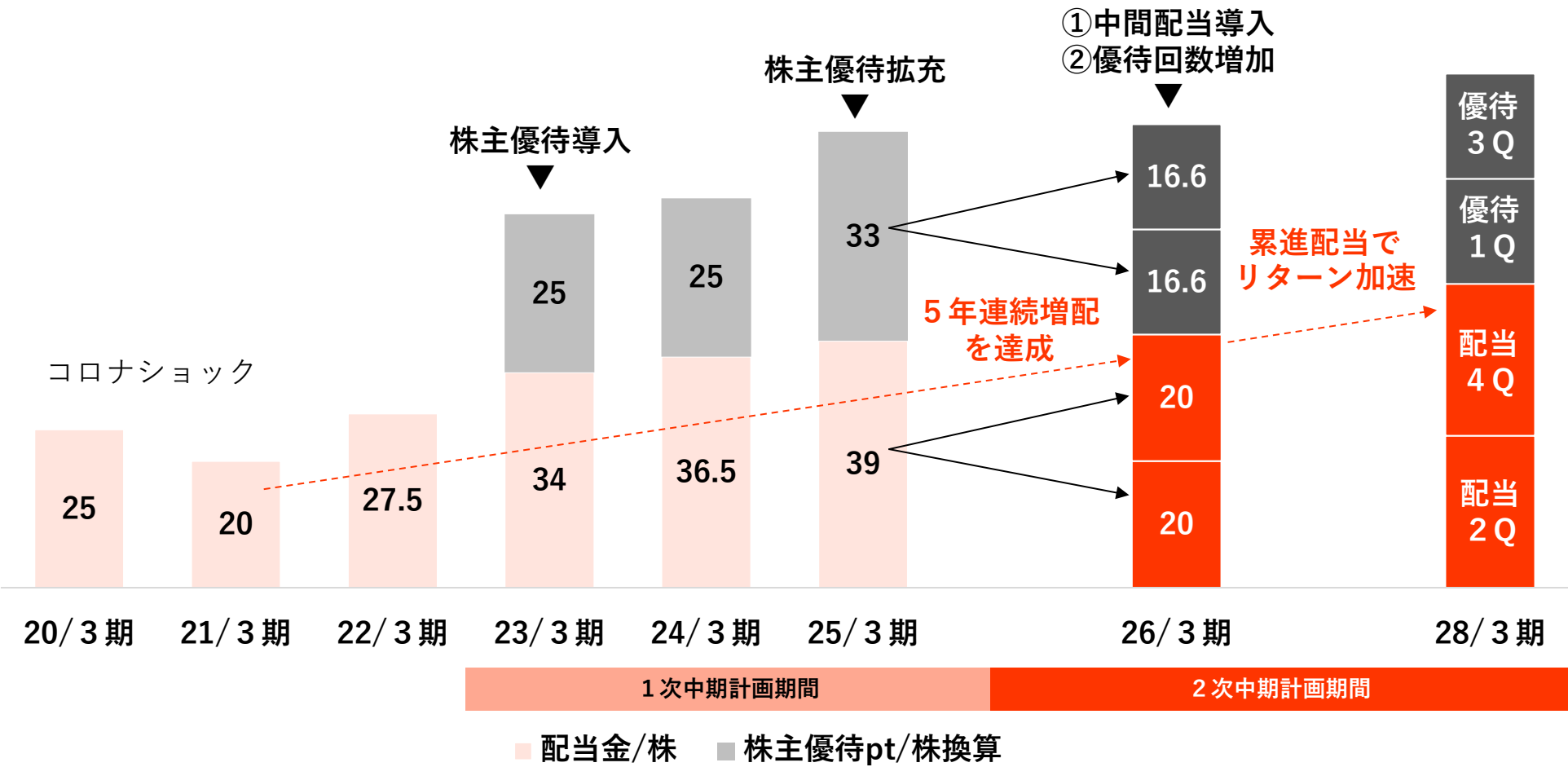
Landix

既存事業(実態)に十分な成長性とストック性(=継続性の高い収益力)がある



2. インカムゲイン：リターンの安定 & 加速(累進配当＋優待)

3 か月ごとに株主優待と配当が交互に到来、増配実績を積み重ねていく



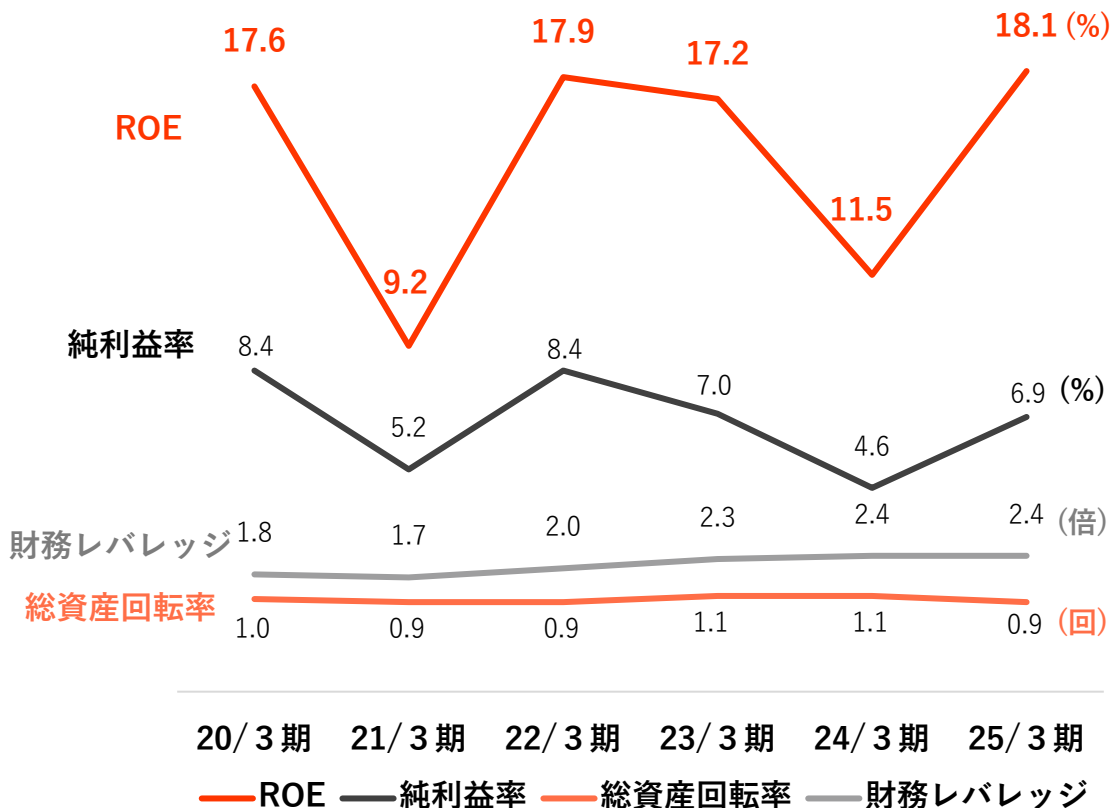
・ 2025年6月30日を基準日として株式を2分割する予定でありますが、過年度の配当・優待ポイントについて比較しやすくするため、2分割換算した前提で表示しています。
(例：24/3期の配当金は73円/株ですが、2分割した場合の36.5円/株として表示)
・ グラフは、25/3期末基準で600株（分割後は同投資額であれば1,200株換算）保有前提で算出しており、株主優待のポイント利回りが最大の保有株数前提となります。
・ 24/3期までは15,000/年ポイント付与（実績）、25/3期からは20,000/年ポイント付与（予定）、1ポイント1円換算にて表示しています。

3. ROE：財務レバレッジと総資産回転率の最適化で高ROE継続 Landix

財務レバレッジは安全圏内で上昇余地あり、総資産回転率は継続的に安定する見込み

ROE デュポン分解

$$\text{ROE} = \text{純利益率} \times \text{財務レバレッジ} \times \text{総資産回転率}$$



・総資産回転率・財務レバレッジは決算短信の掲載値を使って計算しております。

純利益率

当期純利益率6.5%(中期目標の経常10%水準)を維持

成果主義の組織運営と評価制度を連動させ、積極的な人材教育を継続。建築会社マッチングを強化することで、「売上（人員）拡大」と「利益水準維持」を両立する。ビジネスモデルのストック性を強化し、利益率向上を狙う。

財務レバレッジ

安全圏水域のまま財務レバレッジ上昇余地あり

事業収益による内部留保の増加＋銀行借入によって、3か年の売上高20%成長に必要な在庫確保は可能。現状の事業状態であれば、自己資本比率30%程度までの借入増加は安全圏内であると考えられるため、財務レバレッジ増加によるROE向上余力は大きい。
(※25/3期末の自己資本比率38.2%)

総資産回転率

速い在庫回転を改善し最小のB/Sで筋肉質に戦う

コア事業である住宅用地販売において5か月以内の在庫保有期間を維持・圧縮し、かつ収益用不動産は売上構成比30%以内にコントロールする。これにより、最小のB/Sサイズで目標売上を達成し、在庫リスクを最低限に抑えることで安定性を確保する。

中期的な市場環境に対する当社の優位性と取り組み

富裕層顧客との関係のストック・安定取引が強み、インバウンドニーズにも勝機

日本の不動産取引のメガトレンド

- ① 不動産価格の上昇
- ② 金利の上昇
- ③ 高齢化社会における大相続時代の本格化
- ④ 価値が維持/上昇するエリアと下落エリアの二極化
- ⑤ 日本の不動産に対するインバウンド資金流入
- ⑥ 人件費の高騰による企業の販管費上昇
- ⑦ 建築・職人コストの高騰による商品原価上昇

トレンドに対する当社事業の優位性

顧客特性

- 資産性の高い物件であれば、富裕層は資金力が豊富であるため積極的に購入。
- 相続発生時に不動産取引が発生する機会が多く、実需・投資用を取り扱える総合力により相続ニーズの取り込みに強み。
- 顧客一人あたりの取引回数が多いという特殊性、かつ創業以来の顧客ストックにより安定した紹介案件取得により営業コスト圧縮。

地域特性

- 東京のブランドエリアにて、実需・投資ともに「一等地」に対象物件をポジショニング。取引データ活用による「目利き力」が強み。
- 大型住宅を好むインバウンド層に城南エリアの戸建住宅の需要が高い。資産性の高い土地に対する投資意欲にも対応。

トレンドに対する当社事業の取り組み

課題として注力 三か年の組織

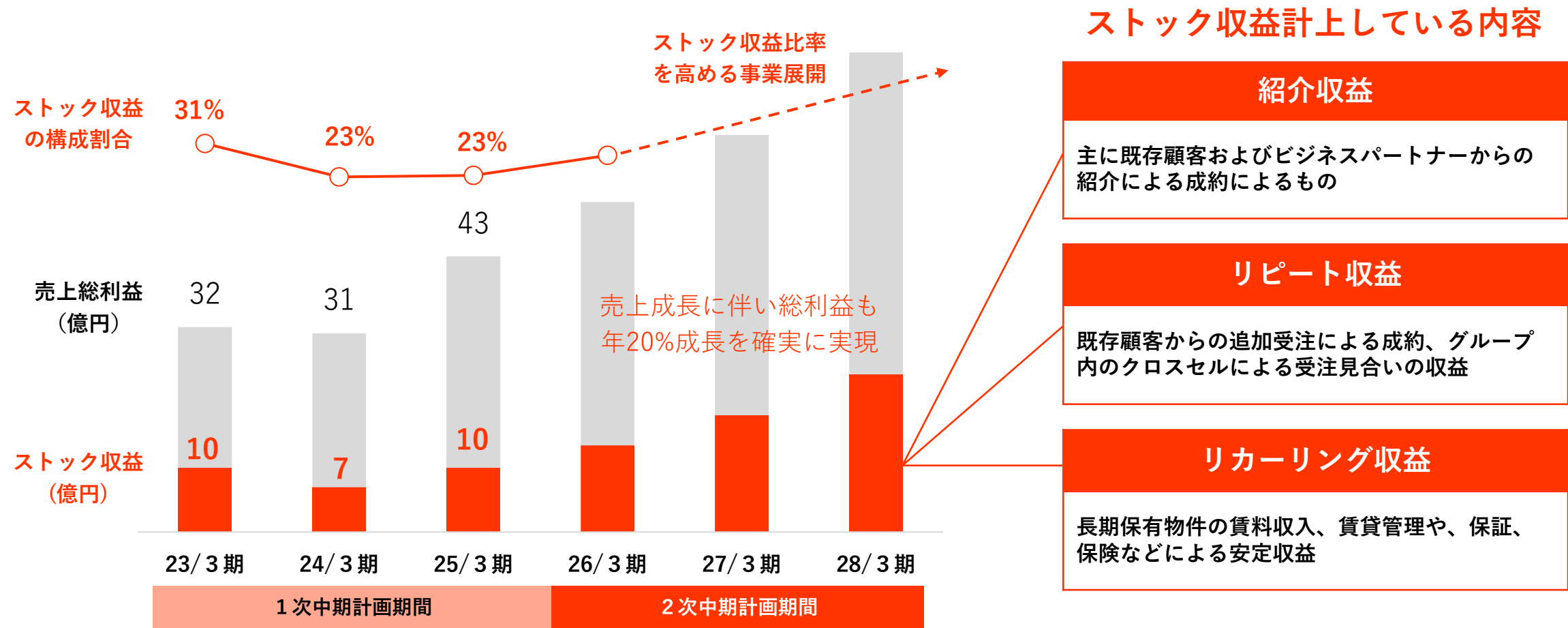
- 不動産ビジネスのストック化、DX推進を加速させることで「1人当たりの営業利益」水準を維持していく。
- 自社グループでの建設機能の獲得による原価圧縮。建築会社マッチングモデルの収益事業への転用による在庫保有期間の圧縮により財務負担を軽減し成長速度を維持（むしろ加速）。

中期的な市場環境に対する当社の取り組み・打ち手

		更なる成長に向けた取り組みテーマ	具体的な打ち手
二次中計における重点取り組み	ストック転換	■ 紹介・リピート成約によるストック収益比率の維持 ■ クロスセル戦略加速による収益力強化 ■ 次期事業成長ステップにおける収益の柱の構築（非連続成長の“種”育成）	■ 建築会社マッチングによる顧客とのリテンション強化 ■ インサイドセールスの体制強化による成約CVR向上 ■ 富裕層の3段階ニーズにライフサポート型コンサルティングで対応（23頁） ■ M&Aによる周辺事業獲得と多角化により、富裕層の求める周辺事業のラインナップ強化
	富裕層データDX	■ 住宅事業の在庫保有期間の圧縮による在庫リスク低減 ■ 富裕層領域における成功モデルを流用した、新領域での事業開発 ■ 不動産取引だからこそ獲得できる情報（富裕層データ）の2次活用による新たな収益モデルの開発	■ 反響顧客データとリアル取引データに仕入情報データを掛け合わせ、ニーズミート率の高い仕入れ体制構築（24頁） ■ デザイン&設計の「成功モデル」のマス層展開 ■ 営業手法が横展開可能な地域への事業エリア拡大（39頁） ■ 顧客データ蓄積のリッチ化により事業開発の土台を整備し、AI等の先進技術を積極的に既存事業に融合
一次中計より継続課題	モデル仕組化	■ 大型物件（収益物件）の在庫保有期間の圧縮によるリスク低減 ■ 販売状況が好調な個人向け1棟収益用不動産販売の拡大 ■ 商品開発における付加価値の向上（＝粗利率の向上）と、インフレ耐性獲得（原価率低減）	■ 建築会社マッチングモデルの収益事業への転用 ■ オフバランスでの自社設計商品開発&販売強化 ■ シリーズ物件（レジデンスシリーズ）の認知度拡大（30頁） ■ 建設機能の内製化（資材・人件費の自社発注&分離発注）による原価圧縮、建設の収益力拡大（38頁）

当社のストック収益の推移と将来見込み

ストック型比率を増やして、収益安定性・成長の確実性を強化する



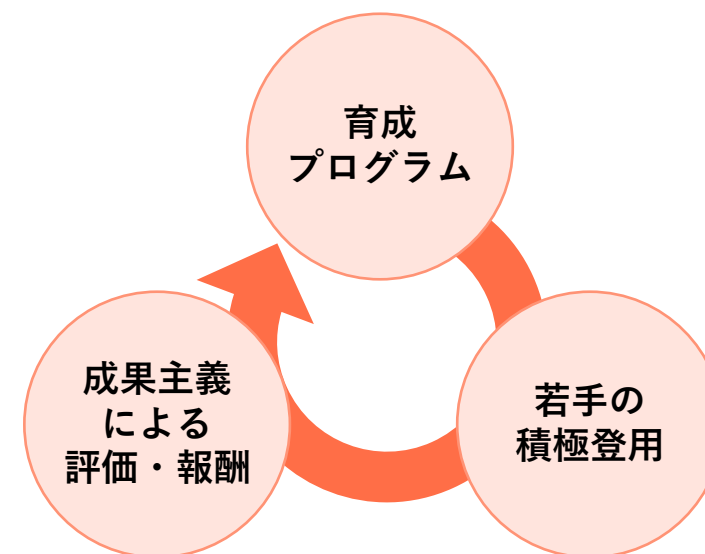
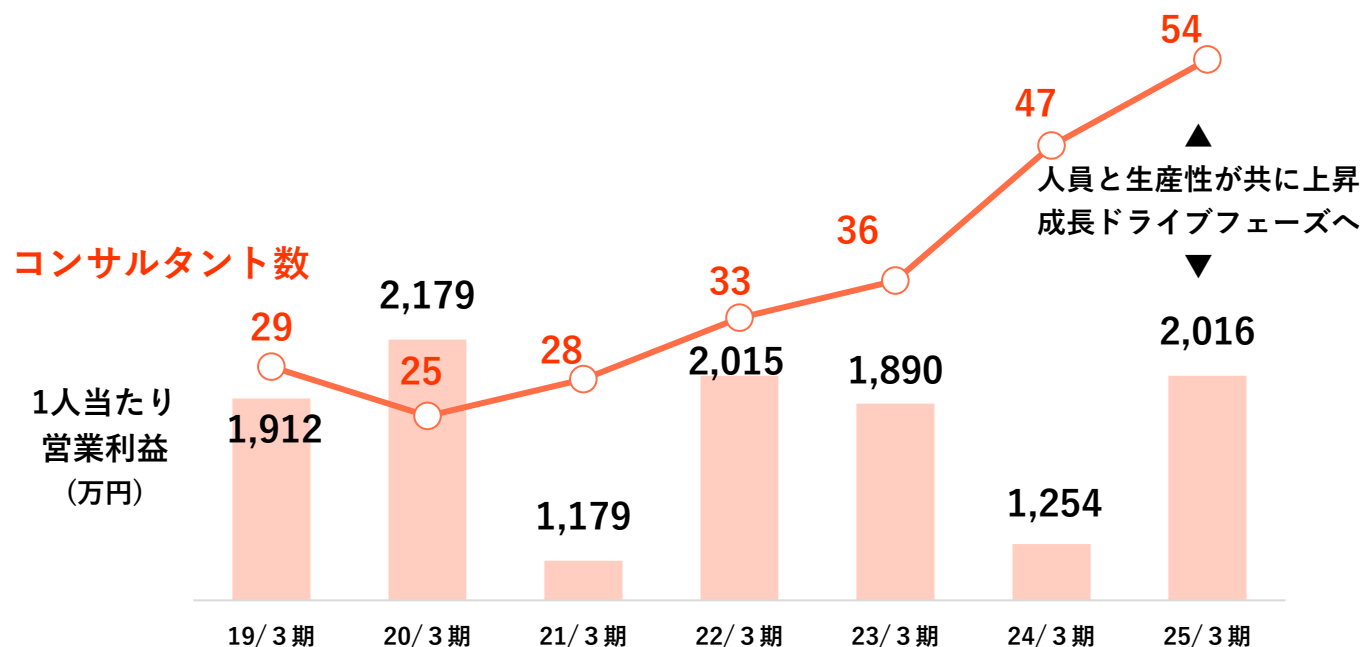
人員増と営業効率の維持向上を両立する▶「採用＝収益力強化」体制の構築

コンサルタント育成の取り組み

- (現状の強み) 会社＆商品の集客力が高く、新人の実践機会が多い環境
- (現状の成果) コンサルタント数増加＆一人当たり営業利益が高水準
- (今後の課題) インサイドセールス、営業DX加速により安定性を強化

当社の人的資本強化の取り組み

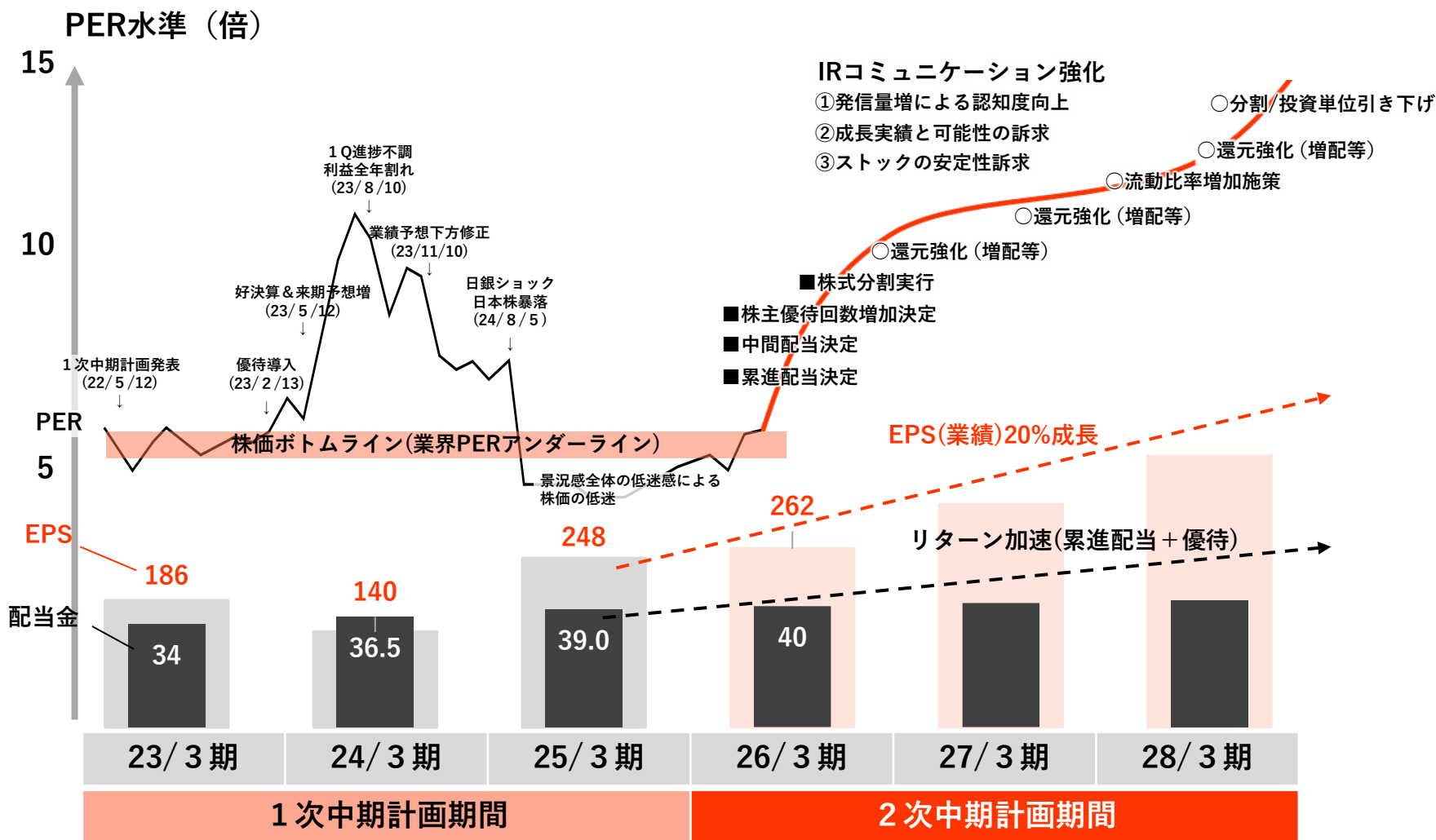
- ① 理念・ビジョン浸透：会社×個人のベクトル統合研修
- ② 評価・賞賛：成果主義の組織運営と評価制度の連動
- ③ 労働環境整備：人間関係の和を重視したトップによる教育



1. ビジョンと成長戦略
- 2. 株価形成と株主還元**
3. ビジネスモデルと事業KPI
4. 投資参考情報

株価向上 & 資本政策の概要について

在庫 & 景気変動リスク変動が大きい“フロー型不動産業者”認識からの脱却



株価およびIR活動へのコミット

前提	EPSの向上 ■ 毎年20%の事業成長（EPS増加）を株価向上のボトムラインとし、PER上昇によって更なるアップサイドを狙うIR活動を実施する。
1	株主還元 ■ 累進配当を基本として、計画を上回る場合は機動的に増配を実施していく
2	コミュニケーション ■ 事業の安定性(ストック性理解+事業成長実績)理解による期待値変革を目指し露出を大幅に増加させる
3	流動性向上 ■ 上記1と2の達成による出来高の増加と、流動比率の増加を目的とした資本政策を実施

・PER実績グラフは、説明の便宜上、細かな変動をシンプルにまとめ、変化をわかりやすくするために修正を加えております。実態と同様のイメージにしておりますが、厳密な形/数値を表示するものではありません。

株式分割（2分割）を決定

投資単位金額を引き下げ、出来高を高めることで適正な株価形成を促す

■ 適正な株価形成の実現に向けて、流動性を高め売買出来高を増加させることへの打ち手

分割方法等

2分割

基準日公告日：2025年6月13日
基準日：2025年6月30日
効力発生日：2025年7月1日

既存保有株式

分割後も保有資産の価値は変わらない

分割前	3,000円/株	
分割後	1,500 円/株	1,500 円/株

新規取得株式

10万円台から投資が可能となり投資負担を軽減

	株価/株	最低売買金額 (100株あたり)
分割前	3,000 円	30 万円
分割後	1,500 円	15 万円

・ 2025年6月23日の終値を参考株価として、投資単位100株をふまえ投資金額を想定しています。

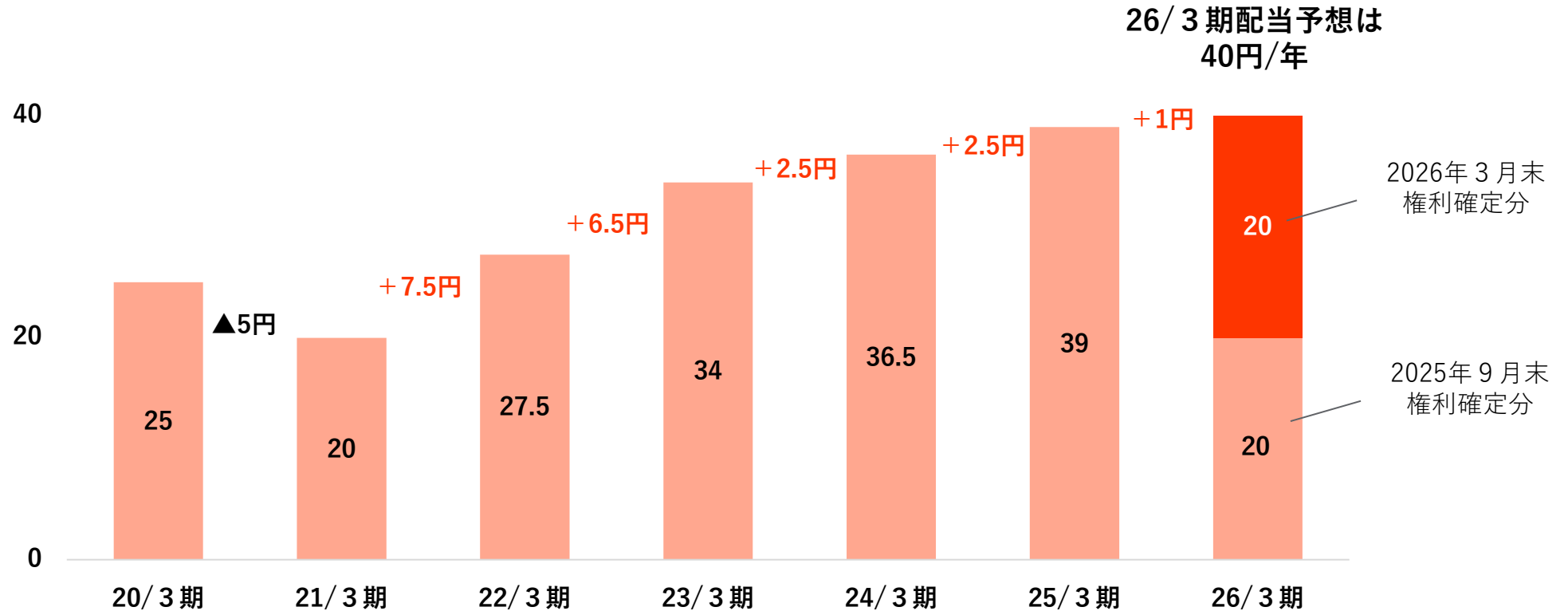
中間配当の実施を決定（2Q末、4Q末の還元）

「累進配当」を配当方針とし、継続保有によるリターンを強化

中間&期末配当

権利確定日：（毎年）9月末、3月末

株式分割前の
配当金額/株



・2025年6月30日を基準日として株式を2分割する予定でありますが、過年度の配当について比較しやすくするため、2分割換算した前提で表示しています。
(例：24/3期の配当金は73円/株ですが、2分割した場合の36.5円/株として表示)

株主優待の年 2 回実施を決定

25/ 3 期中に実施した株主優待拡大（付与対象範囲拡大）に加え、優待ポイントの進呈回数を増加
株主優待の実施を年 1 回から年 2 回（6 月末日・12 月末日のポイント進呈）に増加

変更前テーブル (年 1 回ポイント進呈)		変更後テーブル (年 2 回ポイント進呈)			
保有株式数 (株式分割前)	進呈Pt	保有株式数 (株式分割後)	進呈ポイント		
			6 月末日	12 月末日	年間合計
200～299株	3,000	400～599株	1,500	6 月末と 同Ptを 付与	通期では 変更前と 同じ進呈Pt
300～399株	6,000	600～799株	3,000		
400～499株	12,000	800～999株	6,000		
500～599株	25,000	1,000～1,199株	12,500		
600～1,999株	40,000	1,200～3,999株	20,000		
2,000～49,999株	50,000	4,000～99,999株	25,000		
50,000株～	100,000	100,000株～	50,000		

※2026年 3 月期以降は年 2 回の優待ポイント進呈となりますが、通年単位の優待ポイント合計としては付与回数変更前と同一となります。

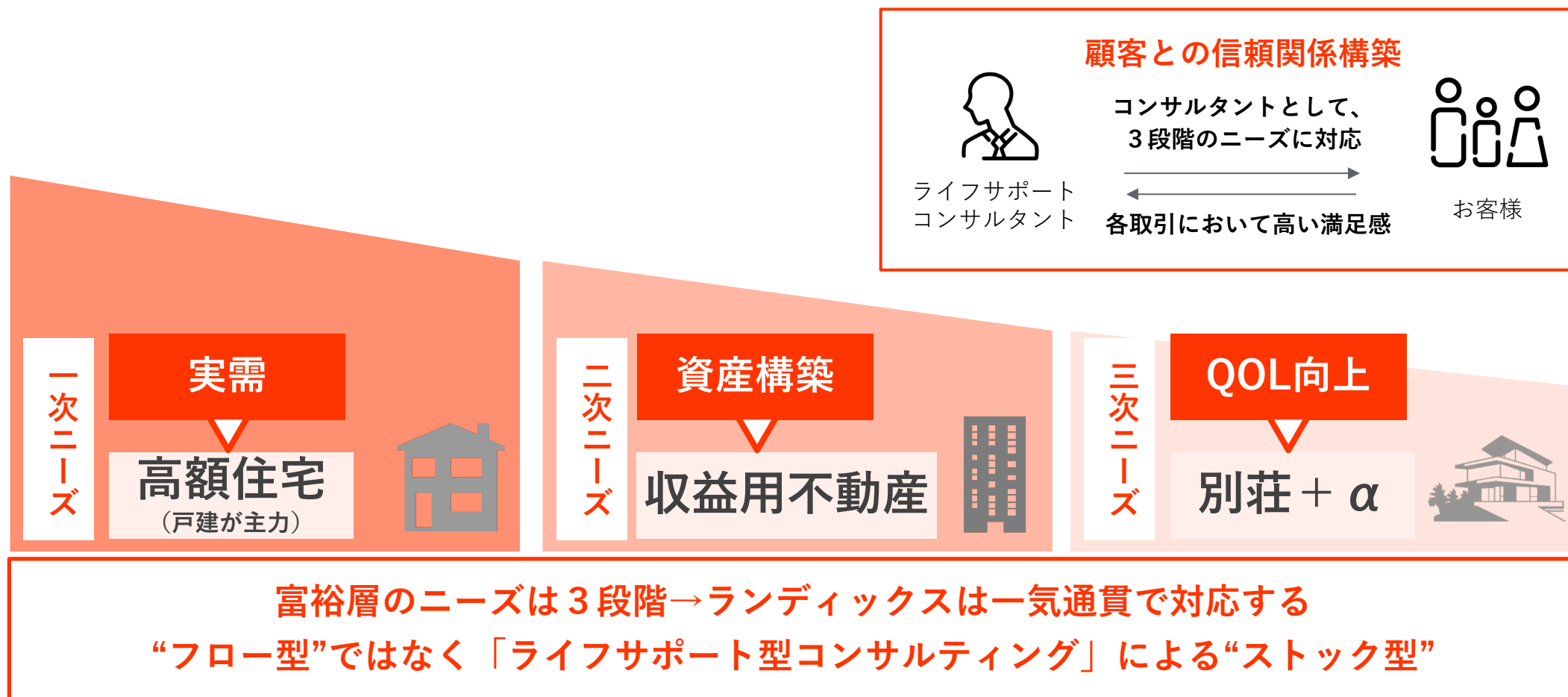
2025年 7 月 1 日に効力発生予定の株式分割（2 分割）後、分割数に対応する形で、保有株式数に対する優待ポイント進呈テーブルが変更となります。株価水準と投資額を一定とした場合、株式分割の前後において、進呈ポイントによる投資リターンの差はありません。

ポイントの有効期限等については優待サイトをご確認ください。
<https://landix.premium-yutaiclub.jp/>

・ 26/ 3 期以降、毎年 6 月末日時点および毎年12月末日時点で当社株主名簿に記載された株主様（400株以上保有）が優待ポイント付与の対象となります。

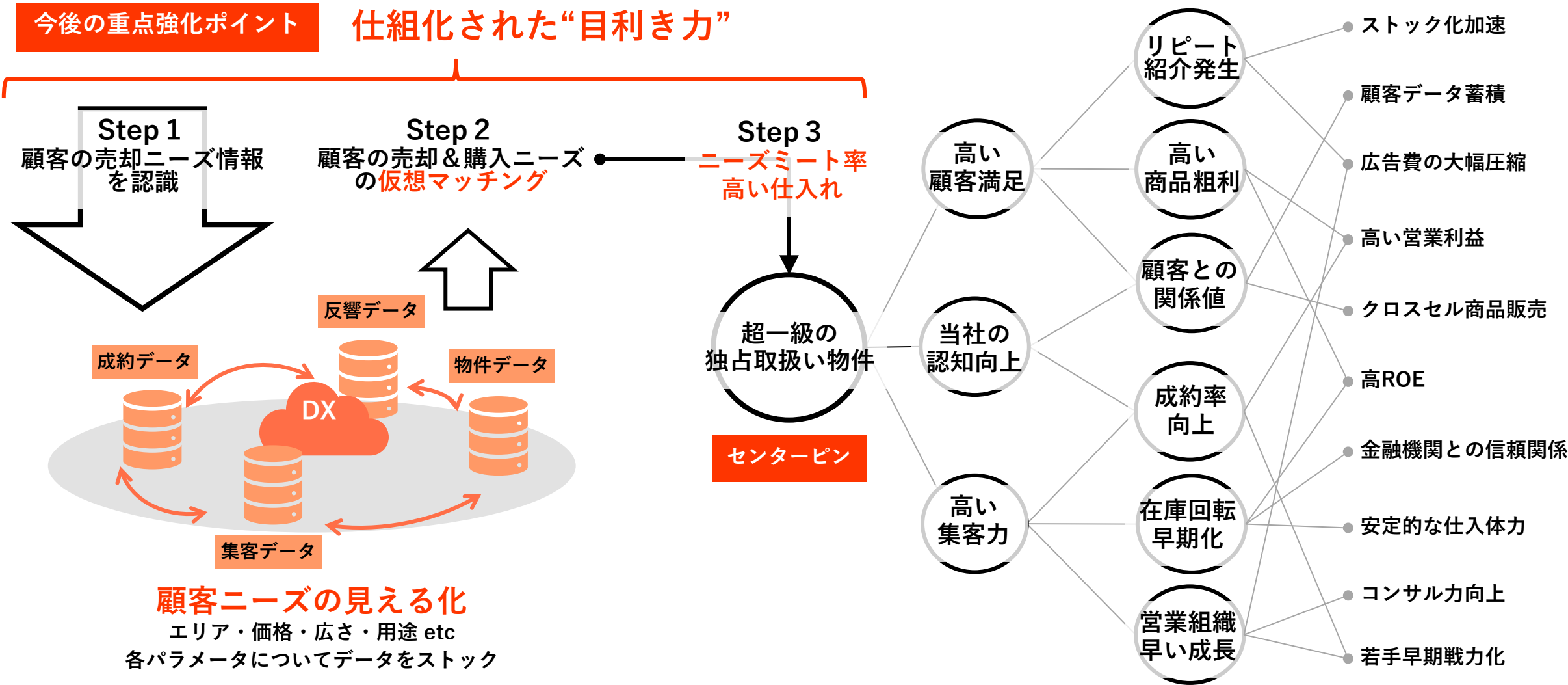
1. ビジョンと成長戦略
2. 株価形成と株主還元
- 3. ビジネスモデルと事業KPI**
4. 投資参考情報

ライフサポート企業として、中長期で「富裕層の3段階ニーズ」に応える



事業を差別化するセンターピン

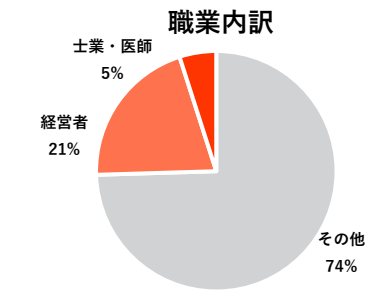
超一級の独占取扱い物件をラインナップ ⇐ 仕組化された“目利き力”が実現



当社ビジネスの基盤：富裕層顧客

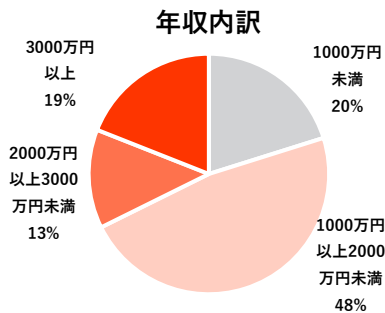
良質な富裕層顧客ストックを形成 ⇒ 高い紹介・リピート率で営業効率が高い

顧客属性データ



経営者・医師・士業が26%

- 資産運用ニーズが高くリピート取引や紹介カルチャーが強い職業層が一定数を占める



年収2,000万円以上が32%

- 平均年収2,500万円

販売実績

販売平均額

1.3億円

東京エリア 市場平均 0.4億円

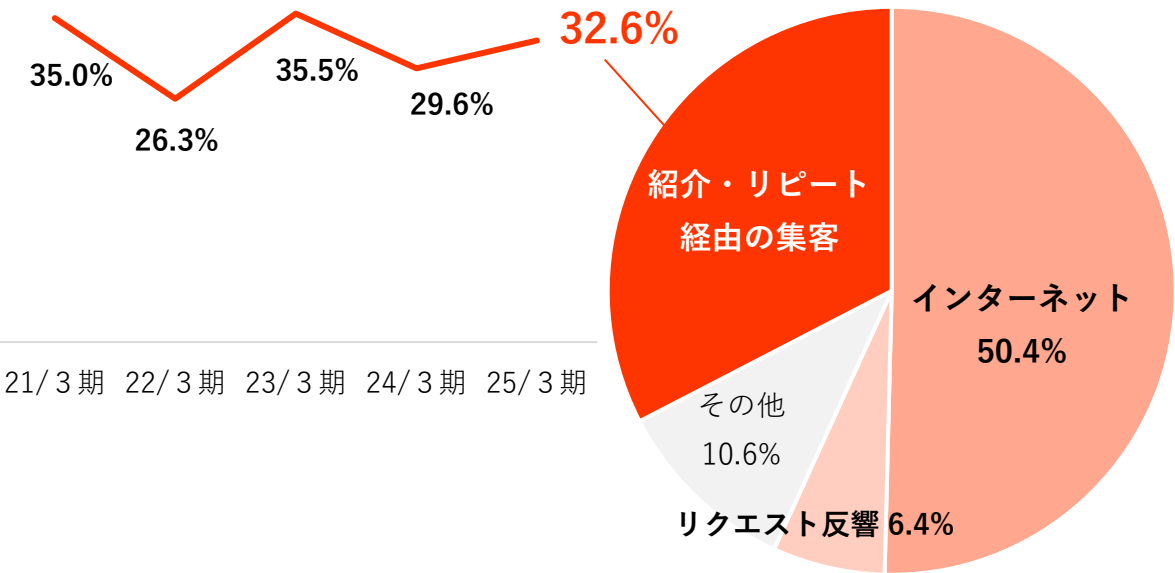
販売平均面積

121m²

不動産販売 大手他社 平均約60m²

紹介・リピート率

成約顧客における安定した「紹介・リピート顧客」の構成比実績

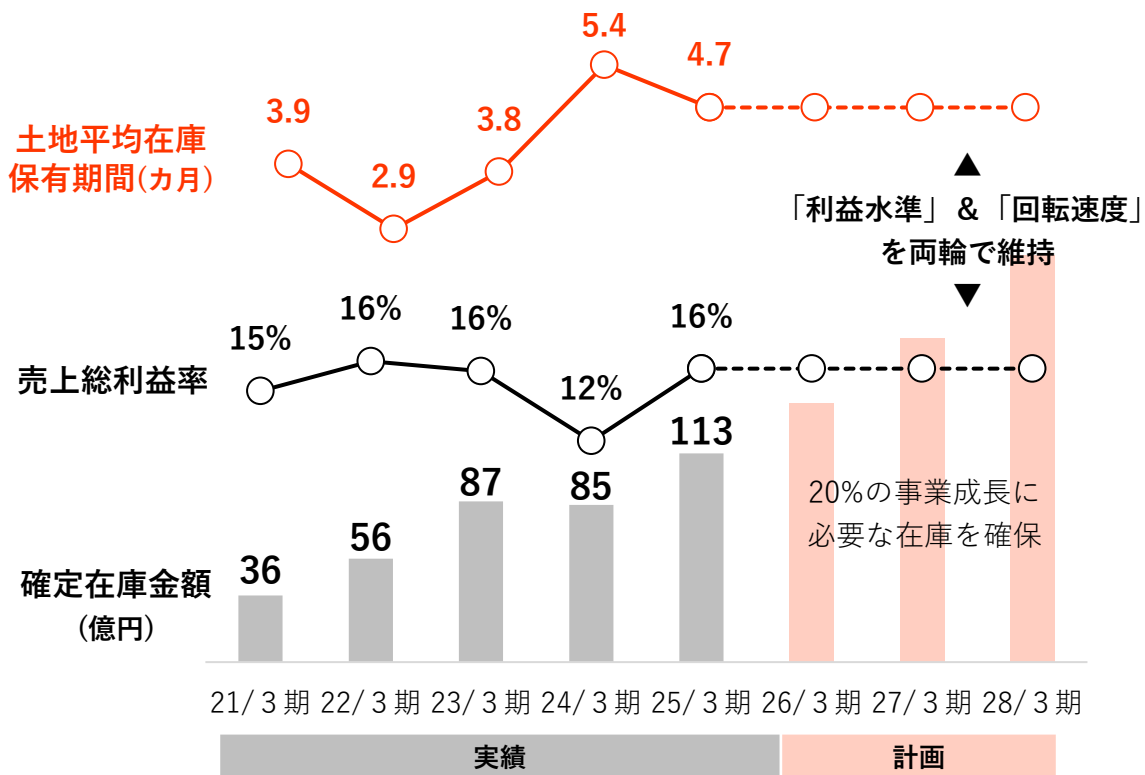


・掲載の顧客属性は、当社営業活動におけるヒアリングや取引傾向等に基づいた推定情報を含んでいます。

平均在庫保有期間、竣工前販売率、売上総利益率をKPIに設定し、事業推進する

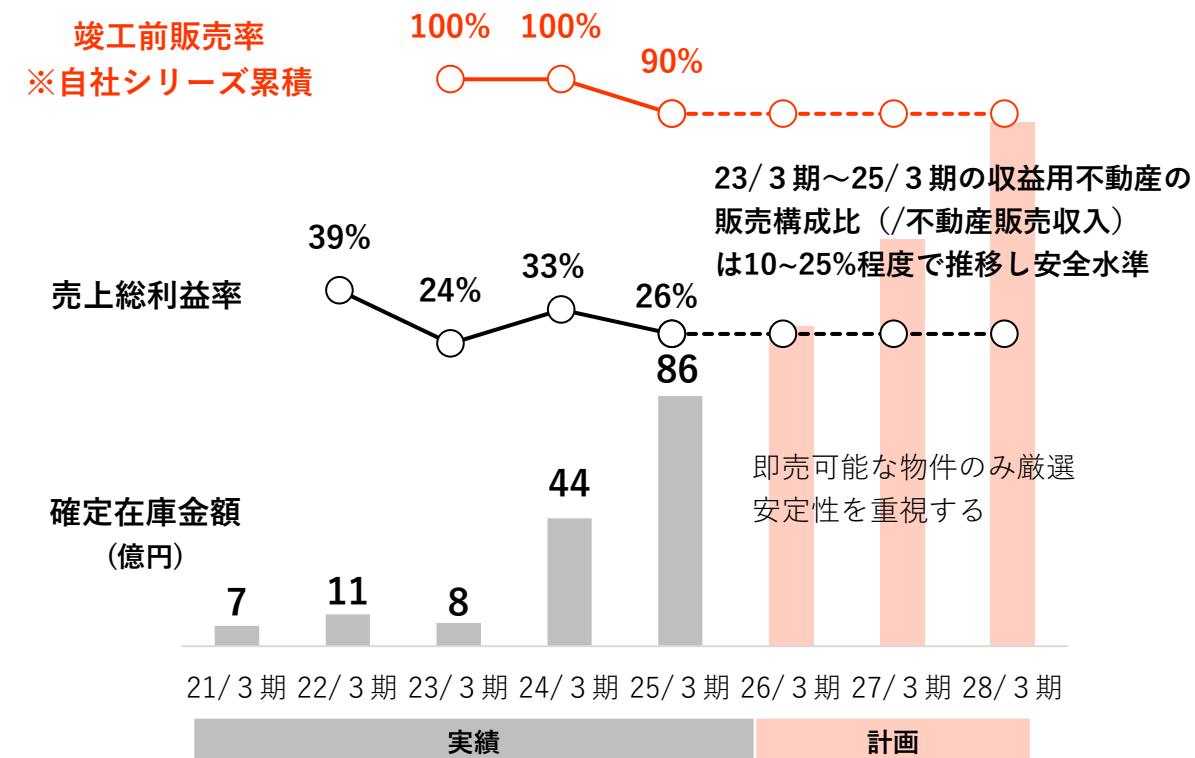
【住宅用不動産事業】

継続的に確定在庫を積増し、メインの住宅用地販売について在庫保有期間を維持・圧縮させていく。



【収益用不動産事業】

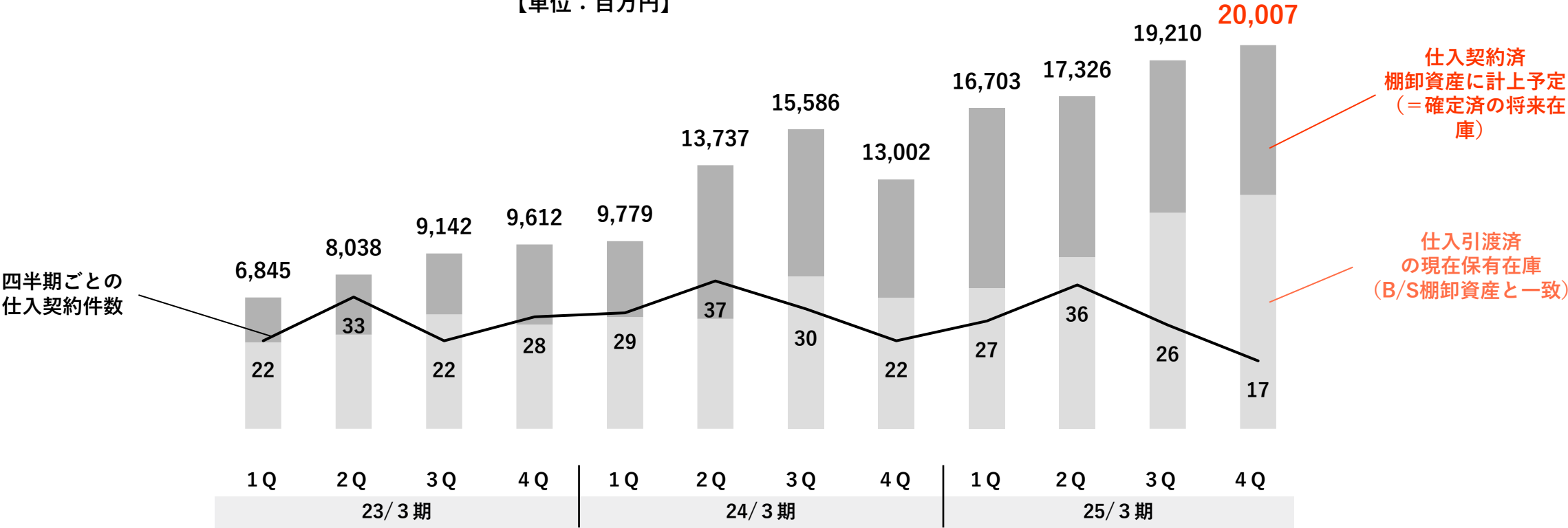
売上構成比のうち30%を上限に、高利益案件を計画的に開発することで、事業の成長性と安全性を両立していく。



・竣工前販売率は、収益用不動産販売全体のうち、自社で建物建築までを行った1棟収益シリーズ物件について集計した数字となり、該当する事業年度に引き渡しを行った物件について、「竣工前に販売契約が完了している物件」を集計し表記しています。

確定在庫の四半期推移

【単位：百万円】



・確定在庫は、四半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概算数値を使用しています。

競争優位：独自の建築会社マッチングによる顧客満足

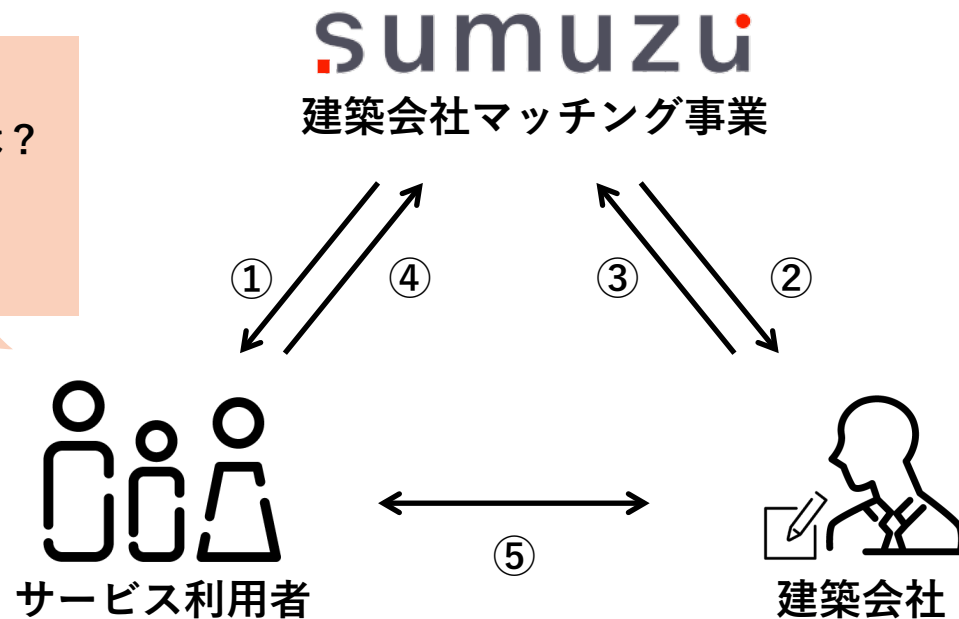
住宅建築において唯一無二の豊かさ創造の経営理念を実現する

顧客との長期的な関係を重視する富裕層向け事業を行ってきた当社だからこそ

「土地を売ったら終わり」ではなく「建物完成まで寄り添う」一気通貫サービスを実行。

- ・土地購入の段階から完成像をイメージ
- ・お客様ごとに最適な建築会社選びを第三者的立場からアドバイス
- ・創業以来、注文住宅用地を取り扱ってきたリアルな住宅建築ノウハウをフル活用

- 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？



- ① 顧客の要望をヒアリング
 - ▶ 実現可能な形に調整
 - ▶ 最適な見込み事業者を選定
- ② 複数の建築事業者に見積・プランを依頼
- ③ 同条件での見積・プランが完成
- ④ 見積・プランの確認・比較
 - ▶ 再要望等
- ⑤ 依頼先決定後は顧客と建築事業者をマッチング
 - ▶ 直接やり取りに移行

(参考) 富裕層顧客の声

仲介業を超えてお客様の悩みに寄り添い、安心・満足した顧客体験を提供

1次ニーズ（実需）：高級戸建

土地購入

建築会社 選定

施工



お客様
の悩み



お客様

- ・この土地に希望通りの家が建つのかな？
- ・どんな家が良いのか自分でも具体化できていない...

- ・建築会社ごとの特徴は？
- ・自分の家にはどの会社が最適なのかな？
- ・見積金額は本当に妥当なのかな？

- ・どこをチェックすればよいのか分からない
- ・要望はどこまで伝えてよいのかな？
- ・交渉事は面倒だな...

Landix



コンサル
タント

フルオーダー
プラン作成

最適な建築会社
を提案・調整

建築見積内容の確認・
立ち合いサポート

着工から竣工まで
サポート

お客様
の声

【上場企業社員・30代】
土地購入にあたり希望の間取りが叶うのか心配でしたが、**契約前から何度も間取りを作成頂き、打ち合わせでは3D図面で分かりやすく助言頂けて、非常に安心感がありました。**

【上場企業社員・40代】
第三者の立ち位置でメーカーの強み/弱みや、各社で出し方が異なる見積明細の比較なども説明してもらい、メーカー選定時の参考になりました。

【上場企業社員・30代】
建築会社との打ち合わせにも数回立ち会いしていただき、物件資料のやり取りだけでなく、選定や価格に関する伝えづらい内容をランディックスからお伝えしていただいたりと大変助かりました。

【外資系日本法人代表・50代】
建築会社が決まった後も専門家としてのアドバイスを頂けて、大変心強い。

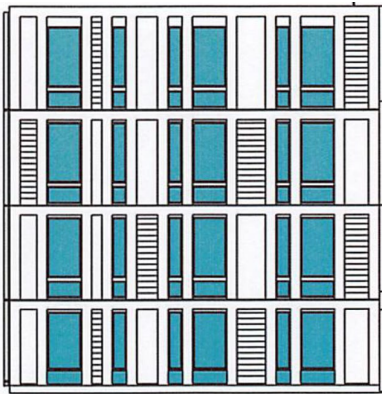
競争優位：デザイン力を生かした個人向け1棟収益レジ早期販売

Landix

ほぼ全ての物件が竣工前に販売契約が完了

シリーズ実績		販売契約	竣工 (検済発行)	摘要
1	世田谷3丁目	2022年5月	2022年12月	竣工前販売
2	北大塚3丁目	2022年6月	2022年12月	竣工前販売
3	目黒本町6丁目	2022年10月	2023年2月	竣工前販売
4	用賀2丁目	2022年11月	2023年3月	竣工前販売
5	若林1丁目	2023年11月	2023年12月	竣工前販売
6	田園調布1丁目	2023年11月	2023年12月	竣工前販売
7	西浅草2丁目	2024年8月	2024年8月	竣工前販売
8	目黒本町3丁目	2024年9月	2025年3月	竣工前販売
9	池袋本町3丁目	2024年10月	2024年10月	竣工同時販売
10	板橋2丁目	2024年12月	2025年3月	竣工前販売
11	中央1丁目	2024年12月	2025年1月	竣工前販売
12	奥沢6丁目	2025年1月	2025年2月	竣工前販売
13	目黒本町6丁目	2025年3月	2025年3月	竣工前販売
14	浜田山4丁目	2025年3月	2025年1月	—

建築デザインについて意匠権を取得



建築デザインにおける意匠権取得はあまり例がなく、幾何学的なストライプ構造の「パターンの連続」をデザインと定義し、その美観の先進性と新規性が認められたものであると考えています。デザイン性・資産性両面の評価を受け、竣工前に販売契約が完了し、高い賃貸入居率と利回りが実現しております。

競争優位：AR技術の活用によって、竣工前の早期販売を実現

“実物はARのイメージ通り”の水準に到達、大型物件も販売実績あり



（進行中の新規事業）シェアリング別荘（3次ニーズ「QOL向上」）

Landix

自己保有かつシェアリングによる収益獲得が可能な新タイプの別荘



THE THIRD PLACE

都心から車で3時間以内の山・川・空・海・湖が眺められるロケーションの良いエリア（山梨・静岡・神奈川・千葉・群馬）で、「自己利用」と「休眠期間における貸別荘」の両側面を併せ持った新しいタイプの不動産開発です。

シェアリング時のオペレーションは、貸別荘運営会社に一括委託が可能であり、オーナー様の手間はかかりません。

1号案件は26/3期中に販売する予定：

「THE THIRD PLACE MT.FUJI」オフィシャルサイト

<https://the-third-place.jp/mtfuji/>



都心から約2時間以内、富士山の圧倒的なサイズを感じることができる距離感。山麓に広がる1200坪の土地で別荘3棟のほか、共用施設としてゲストハウス・サウナ・焚き火スペースを付設。

・QOLはQuality of Lifeの略で、人生の質、生活の質という意味で用いています。人生を楽しめていること、仕事と生活が両立できていること、健康を維持できていることなど、幅広い捉え方があり、ビジネスのみならず、医療・福祉などでも注目されており、現代において人生の豊かさを語るうえで、重要視されている指標のひとつです。

1. ビジョンと成長戦略
2. 株価形成と株主還元
3. ビジネスモデルと事業KPI
- 4. 投資参考情報**

唯一無二の豊かさを創造する

大量生産からパーソナライズへ



ランディックスグループ
代表取締役社長 岡田 和也

“豊かさ”の創造への挑戦

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20代でトップセールスを達成。業界のサービスレベルに対する問題意識や、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。不動産業界にありながらもリーマンショックの波乱の中、業績黒字で通過。

不動産領域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。

「パーソナライズ」と「豊かさの創造」をキーワードに、富裕層ニーズへの一気通貫対応を軸とし経営を行う。

趣味はトライアスロンとサーフィン。最近はMy包丁で料理も。

トッププレイヤー TOKYO

富裕層に特化したクロスセル戦略で、売上1,000億を目指していきます。

恵まれた四季、整備され安全なインフラ、美味しい食事、文化、カルチャー、そしておもてなし。
日出る国ニッポンの素晴らしさが世界から更に注目されています。

世界から見た日本、東京の不動産トッププレイヤーを私たちは目指しています。データ、テクノロジーを駆使した目利き力により仕入れた東京の一等地をセンターピンに、関係構築した富裕層にクロスセル展開で積み上げて行きます。
また、日本の富裕層のみならず、世界の富裕層にアクセスしていけると考えています。

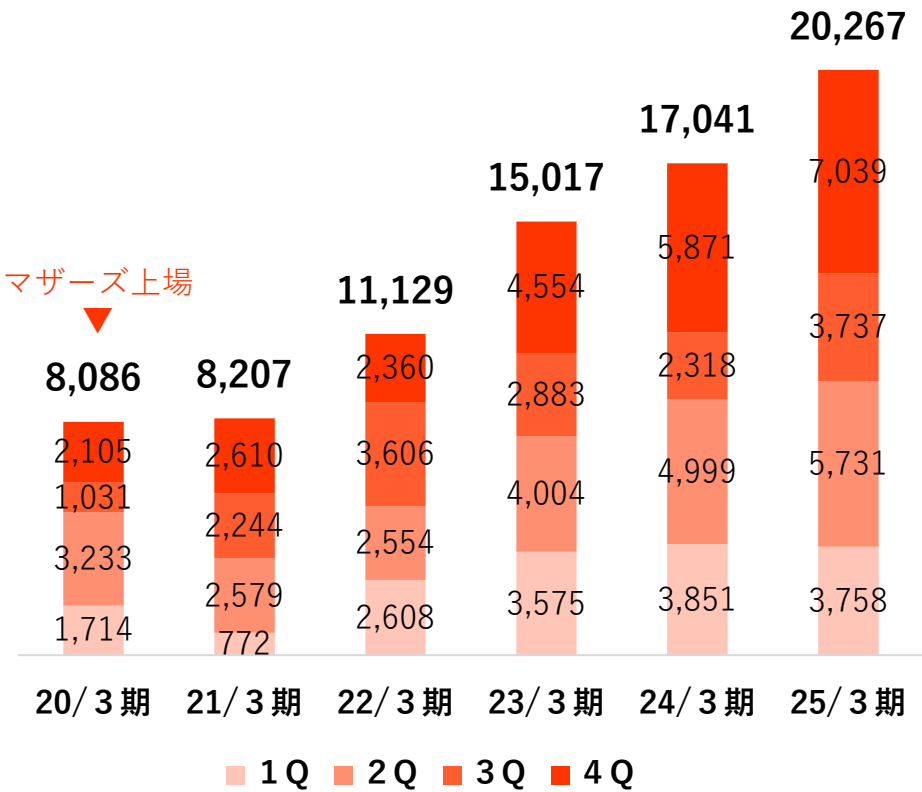
メインは住宅用不動産、収益用不動産、海山湖不動産。
これらを一気通貫でお客様にコンサルティングしつつ
東京の不動産を通じて
「ストックの積み上げ」×「富裕層データDX」
で唯一無二の豊かさを創造してまいります。

どうぞ、これからもランディックスグループを
よろしくお願いいたします。

業績推移/年度（連結 売上高・営業利益）

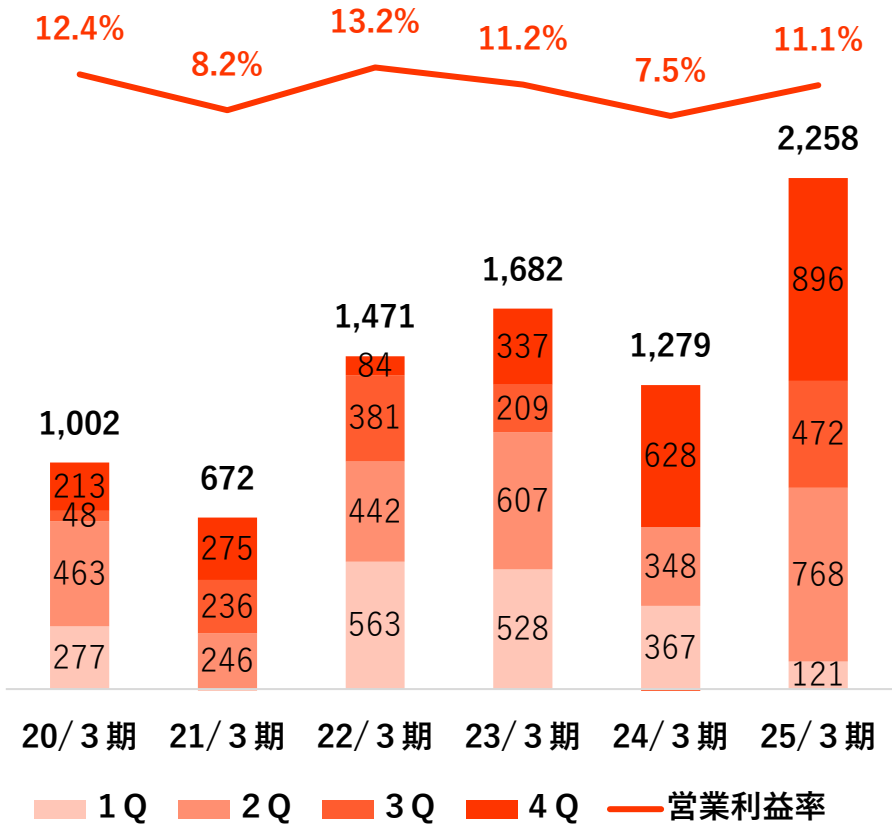
上場後 5 期間の事業成長実績（CAGR）で売上高20.1%、営業利益17.6%の成長

売上高



営業利益

【単位：百万円】



・ 19/3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。
・ 21/3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。

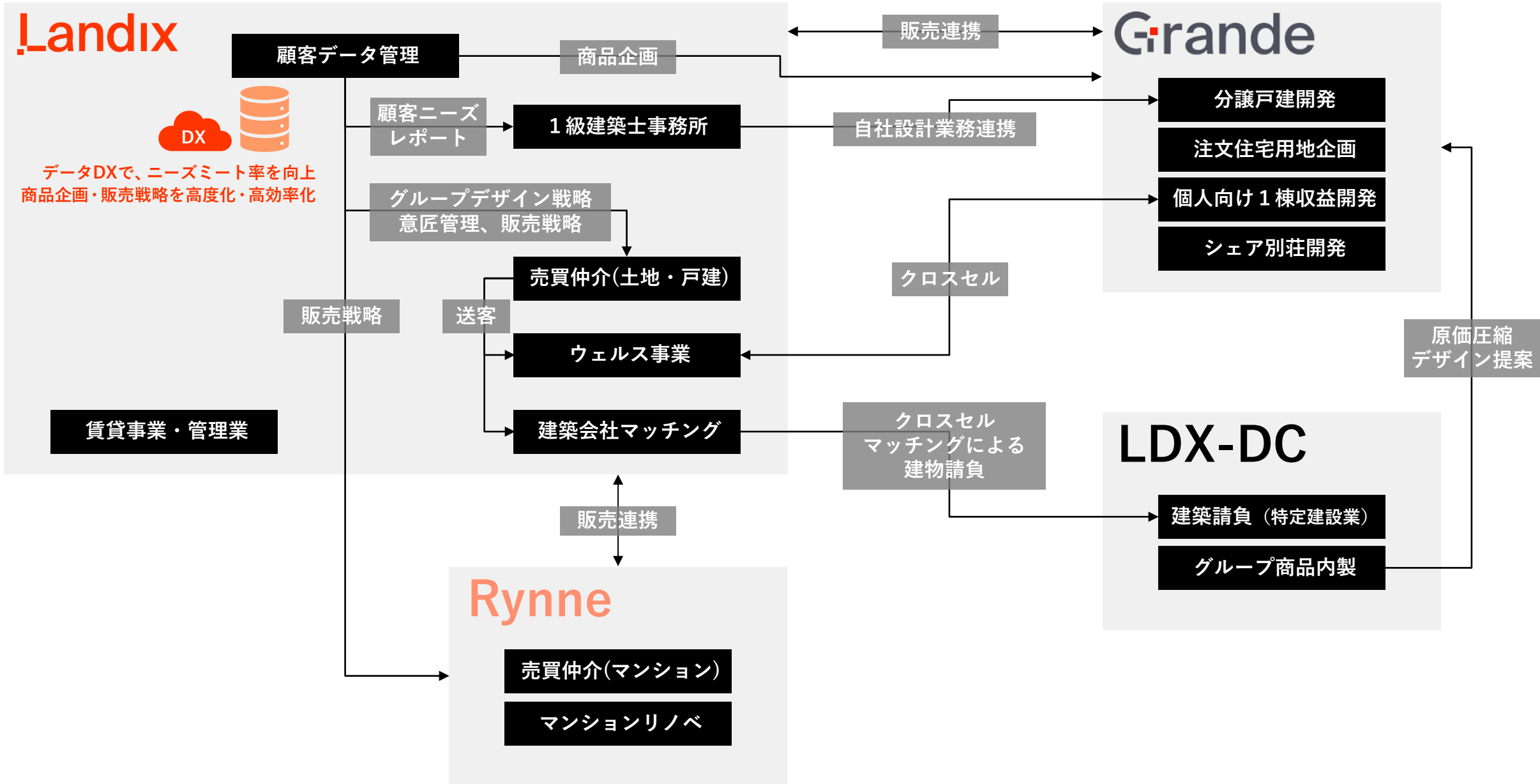
2026年 3 月期連結業績と配当予想

【単位：百万円】

	2024/ 3 期（実績）	2025/ 3 期（実績）			2026/ 3 期（予想）	
	(2023/ 4 / 1 -2024/ 3 /31)	(2024/ 4 / 1 -2025/ 3 /31)			(2025/ 4 / 1 -2026/ 3 /31)	
	通期着地	修正予想	通期着地	前期比	業績予想	前期比
売上高	17,041	20,000	20,267	+18.9%	24,000	+18.4%
営業利益	1,279	2,130	2,258	+76.5%	2,540	+12.4%
経常利益	1,185	1,980	2,112	+78.3%	2,300	+8.9%
親会社に帰属する 当期純利益	790	1,280	1,404	+77.8%	1,490	+6.1%
当期純利益/株	139.61円	225.93円	247.91円	+77.6%	262.84円	+6.0%
配当金/株	36.5円	39.0円	39.0円	+2.5円	40円 中間配当を実行 20円×2回	+1円

・ 2025年 6 月30日を基準日として株式を 2 分割する予定でありますが、過年度の業績・配当について比較しやすくするため、2 分割換算した前提で表示しています。
（例：24/ 3 期の配当金は73円/株ですが、2 分割した場合の36.5円/株、 25/ 3 期の配当金は78円/株ですが、2 分割した場合の39.0円/株として表示）

グループ事業の連携



事業エリアの実績とエリア拡大の状況

利益水準の安定した東京城南エリアを中心としながらエリア拡大を継続

創業以来、一貫して富裕層エリアの高額物件に特化してきた強みを生かし、拡大エリアにおいても既存エリアの成功パターンを横展開していく。
主力の城南エリアの取引高の増加を事業成長の軸足としつつ、エリア拡大を継続することで売上増加と利益率の維持・向上を両立する。

（3カ年の不動産販売における売上高より）

	23/ 3 実績	24/ 3 実績	25/ 3 実績	直近年度 成長率
城南エリア （6区*）	93.6億円	137.6億円	148.7億円	+8.1%
城南エリア を除く23区	28.8億円	21.8億円	39.7億円	+82.1%

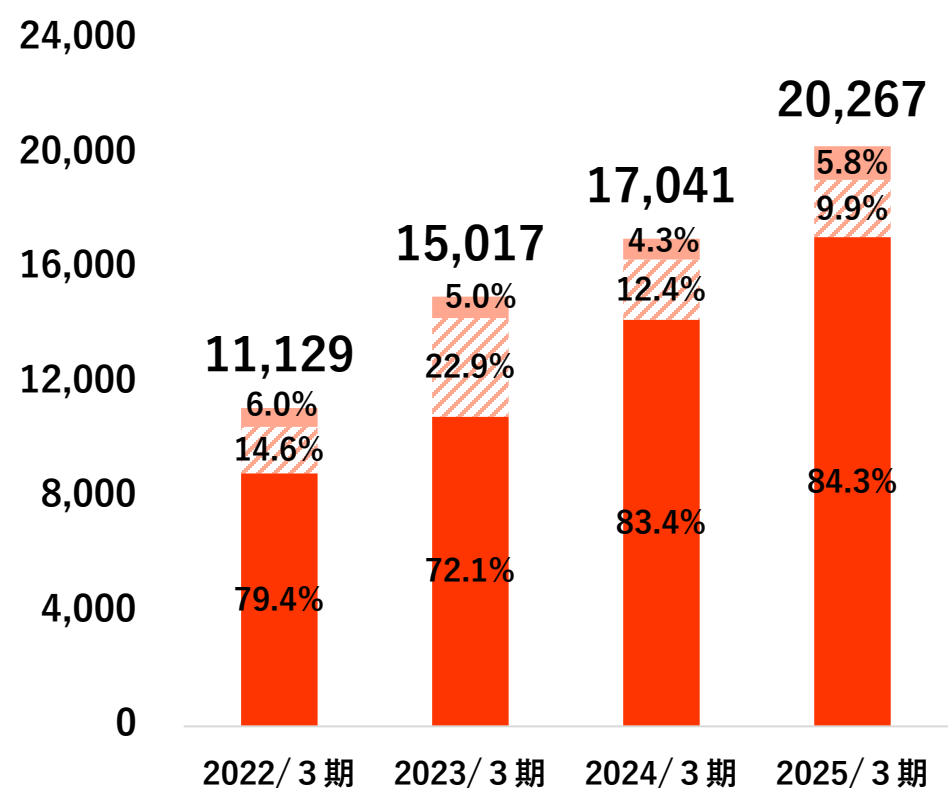


文京区、杉並区、豊島区、中野区が「戸建＋富裕層顧客」という当社の成功パターンを横展開できるターゲットエリア。

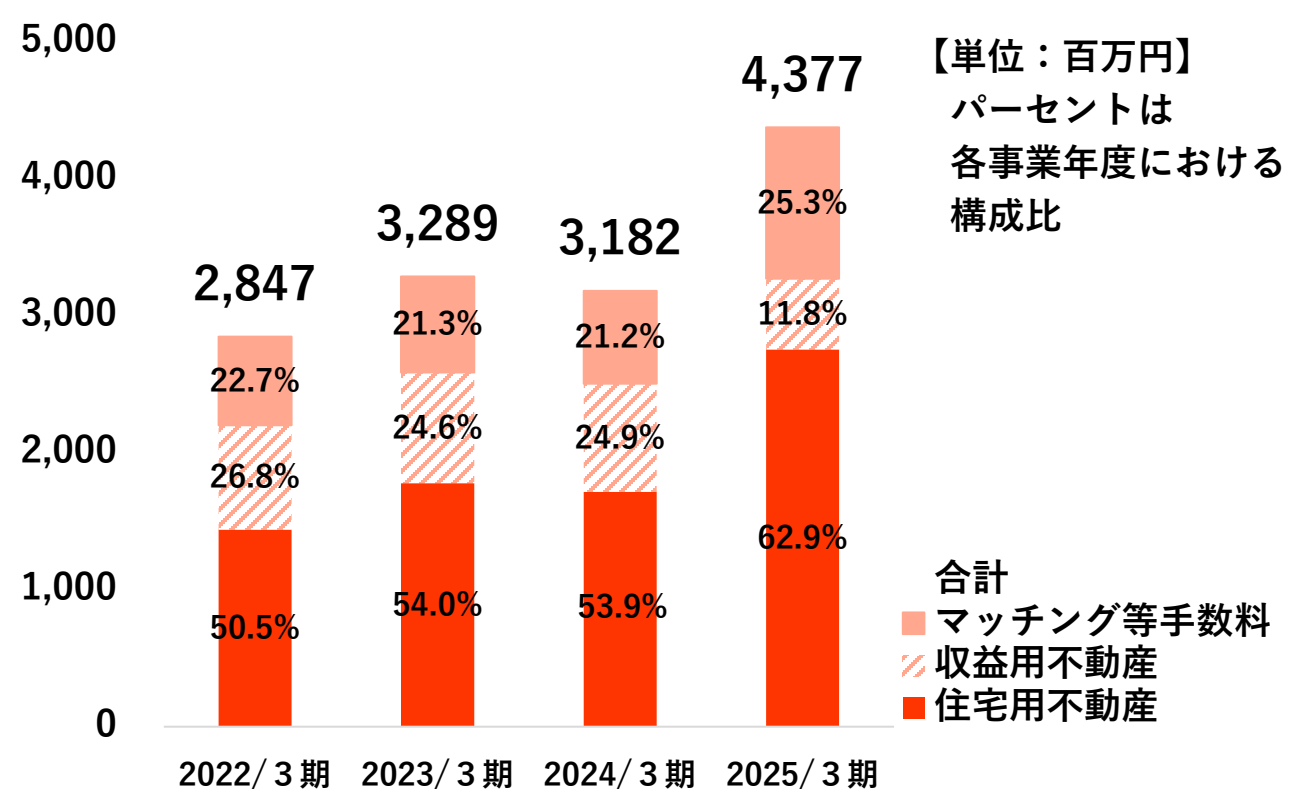
・城南6区は世田谷区、目黒区、大田区、品川区、渋谷区、港区を指します。

手数料収入が売上総利益の2割以上、在庫販売のみに頼らないビジネスモデル

売上高の内訳



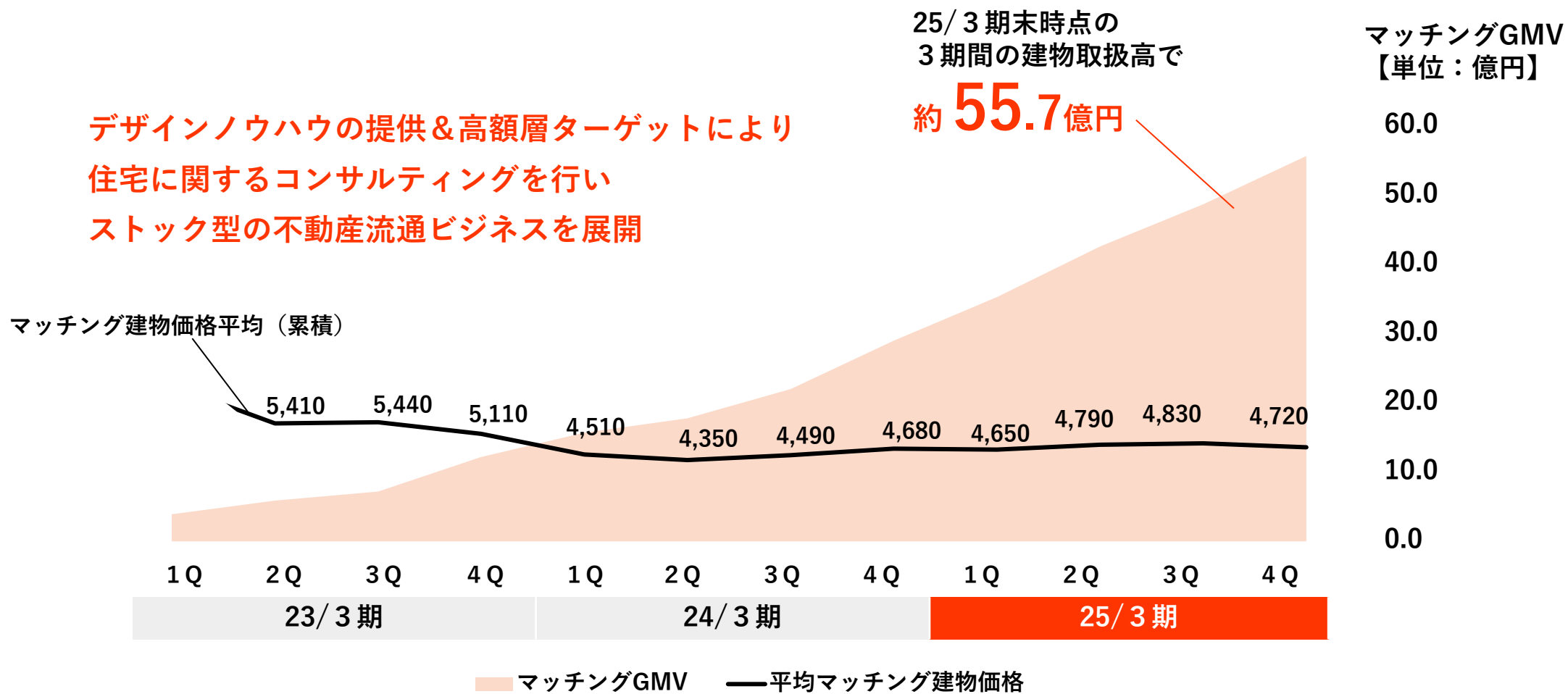
売上総利益の内訳



・ マatching等手数料は、不動産販売における仲介手数料および建築Matchingによる収益ならびに賃料収入から構成されております。

直近 3 年間の建築会社マッチングGMVと平均建物金額の推移

当社の独自サービスとして成長を継続



・ マッチングGMVは、当社の建築会社マッチングサービスによって請負が成立した建物金額の取扱高であり、当社の売上とは異なります。

顧客満足度向上へ向けた取り組み

不動産領域を超えて富裕層顧客のニーズをカバー



株式会社セルクラウド

1回5分の採血で前身のがんリスクを発見できる「マイクロCTC検査サービス」を提供



ペットシェルジュ株式会社

ペットを主役としたSNSや獣医師へのオンライン相談サービスなどを提供



匠ワランティアンド プロテクション株式会社

10年間、住宅設備機器の修理サービス付与



株式会社チャーム・
ケア・コーポレーション
富裕層顧客、富裕層エリアに特化した
老人ホームサービス



株式会社AGRIKO

絵画などアートをレンタルしながら定額購入できる「アートプレオプシオン」を提供
(旧：Art Technologies株式会社)



株式会社アズーム

個人が所有する駐車場空きスペースを月極駐車場として貸し出すサブリース「おうちdeパーキング」を提供

経営陣の紹介



ランディックス
専務取締役 古室 健

新卒で大手不動産仲介会社に入社、東京ブロックの不動産売買仲介事業責任者を歴任。不動産取引に関する総合的なノウハウを持ち、グループ会社であるグランデの代表取締役に兼任し仕入部門を統括。



ランディックス
取締役 松村 隆平

新卒で大手非鉄金属メーカーに入社、自動車メーカー向け法人営業、その後コンサルティング会社を経て当社入社、営業部に配属。当社のIPOに尽力し、コーポレート部門を統括。MBA、統計士。



グランデ
取締役 相馬 伯男

新卒で水処理メーカー勤務後、大手不動産仲介会社および大手ビルダーで仲介〜用地仕入を経験し、全国業績トップ店舗支店長を歴任。当社の「パーソナライズ」というキーワードに共感しグランデ入社。



リンネ
代表取締役 加藤 誉幸

新卒でアウトソーシングサービスのBtoB営業を経て大手総合不動産会社で売買仲介を経験後、2017年にリンネを創業。2024年に当社グループへ経営参画。



リンネ
取締役 由利 哲平

人材派遣営業等を経験後、ITエンジニアに転身。ソーシャルゲーム開発会社を経て独立し、様々なシステム・ソフト開発支援を実行。2017年にリンネを共同創業。



LDXデザインクラウド
代表取締役 渡辺 知哉

設計事務所・大手ハウスメーカー・不動産ベンチャーで経験を積み、ランディックスに入社。建築会社マッチングサービスsumuzu事業拡大に貢献し、LDXデザインクラウド代表取締役に就任。一級建築士。



LDXデザインクラウド
取締役 成井 幸廣

竹中工務店で建築設計を経験。その後独立し成井一級建築士設計事務所を創業し、建設会社を経営。経営の知見を活かし、当社グループ事業を推進。一級建築士。

経営陣の紹介



ランディックス
執行役員 坂井 充宏

大手不動産会社に入社し、都心・東海エリアでの取引を広範に経験後、リノベーション大手のグループ会社代表を経て2023年に当社入社。複雑な権利関係調整、コンサル領域に知見を持つ。



ランディックス
執行役員 鈴木 善暁

設計事務所、不動産コンサルティング会社を経て不動産テック企業における不動産取引実務を経験後当社参画。建築と不動産業界を行き来して得た実務経験を活かしてサードプレイス事業を牽引。一級建築士。



ランディックス
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）に入社、様々な業界でコンサルティングを経験し、各業界に幅広い知見と人脈を持つ。経営への客観的視点と事業ドライブの両軸で貢献。



ランディックスグループ
常勤監査役 諫山 祐美

新卒で新日本監査法人(現EY新日本)に入所し、海外資本企業を含む国内企業の会計監査に従事。当社グループ会社およびMRT 株式会社で監査役を兼任。公認会計士。



ランディックス
社外監査役 岡本 弘

新光証券で企業投資調査部長として事業会社、機関投資家をカバー、新光投信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。日本証券アナリスト協会検定会員。



ランディックス
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。U-NEXT HD常勤監査役、サイバーエージェント社外取締役等多数を兼任。スタートアップから大手まで複数業種での経営参画経験。税理士、MBA。

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	492百万円
代 表 取 締 役	岡田 和也
社 員 数 （ 連 結 ）	135名（2025年 6 月末時点見込 ※役員含む）
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 リンネ株式会社 株式会社LDXデザインクラウド

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おりません。

【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>