

2026年 3 月期 第 3 四半期決算

決算説明資料

(2025/ 4 / 1 – 2025/12/31)

株式会社ランディックス

東証グロース : 証券コード 2981

Landix

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

今回決算の3つのポイント

1 3Q累計実績

- 対前期で利益大幅増、営業利益 26.5億円（前年同期比 94.8%増、営業利益率14.8%）
 - ▶ 2Qに引き続き住宅用不動産販売が好調、大型収益用不動産が計画通り引渡し完了
 - ▶ 自社メディア集客増加＋インサイドセールスによる安定した販売状況

2 上方修正

- 業績予想の営業利益を29.5億円に上方修正（対期初予想＋4.1億円、＋16.1%）
 - ▶ 富裕層顧客の不動産購入需要が底堅く、販売価格が計画比で上振れ
 - ▶ AI活用による仕入の再現性強化による物件利益の着地上振れが継続する見込み

3 来期見通し

- 来期以降の事業成長に向けた仕入れを継続
 - ▶ 来期の事業成長へ向けた仕込みとして、利益水準の高い在庫を積み増し
 - ▶ 「富裕層×東京城南エリア」においては底堅い不動産購入ニーズが継続する見通し

決算数値と経営状況サマリ（2026年3月期）

Landix

3Q累計営業利益26.5億円（前年同期比 94.8%増）、期中2回目の上方修正を決定

当期に計画していた販売物件が予定通りに引渡し完了、およびインサイドセールス強化による安定した販売状況が継続したことで、昨対比で売上高・利益ともに大きく増加。AI活用による仕入の再現性強化による今期物件利益の着地上振れの見込み、かつ“富裕層×東京城南エリア”の購入需要が底堅く販売価格の着地が対計画比で上振れ、今期着地予想を上方修正（期中2回目）。4Qでは在庫調整を行い、来期以降の継続的な業績成長確度を高める展開へ。

売上高

17,918 百万円

前年同期比
+4,690百万円
(+35.5%)

平均在庫保有期間（土地）

4.86 か月

前期通期実績 4.75か月

確定在庫

26,698 百万円

前期末時点 20,007百万円

営業利益

2,653 百万円

前年同期比
+1,291百万円
(+94.8%)

経常利益率（/売上高）

13.9 %

前期通期実績 10.4 %

自己資本比率

40.0 %

前期末時点 38.3 %

当期純利益

1,616 百万円

前年同期比
+794百万円
(+96.7%)

(上方修正) 連結業績

今期業績予想を、営業利益2,950百万円（+410百万円、+16.1%）に上方修正*

* 2Qに続き、期中2回目の上方修正

【単位：百万円】

	2025/ 3 期（実績）		2026/ 3 期（上方修正）			
	(2024/ 4 / 1 -2025/ 3 /31)		(2025/ 4 / 1 -2026/ 3 /31)			
	実績	前期比	期初予想	修正後予想	修正増減/対期初	前期比
売上高	20,267	+18.9%	24,000	24,000	+0.0%	+18.4%
営業利益	2,258	+76.5%	2,540	上方修正 2,950	+16.1%	+30.6%
経常利益	2,112	+78.3%	2,300	上方修正 2,700	+17.4%	+27.8%
親会社に帰属する 当期純利益	1,404	+77.8%	1,490	上方修正 1,750	+17.5%	+24.6%
当期純利益/ 1 株あたり	247.90円	+77.6%	262.84円	上方修正 308.60円	+17.4%	+24.4%
配当金/ 1 株あたり(年)	39.0円	+2.5円	40円 1Q時点で +42円に増配済	47円 中間21円 期末26円	+7.0円 +17.5%	+8.0円 +20.5%

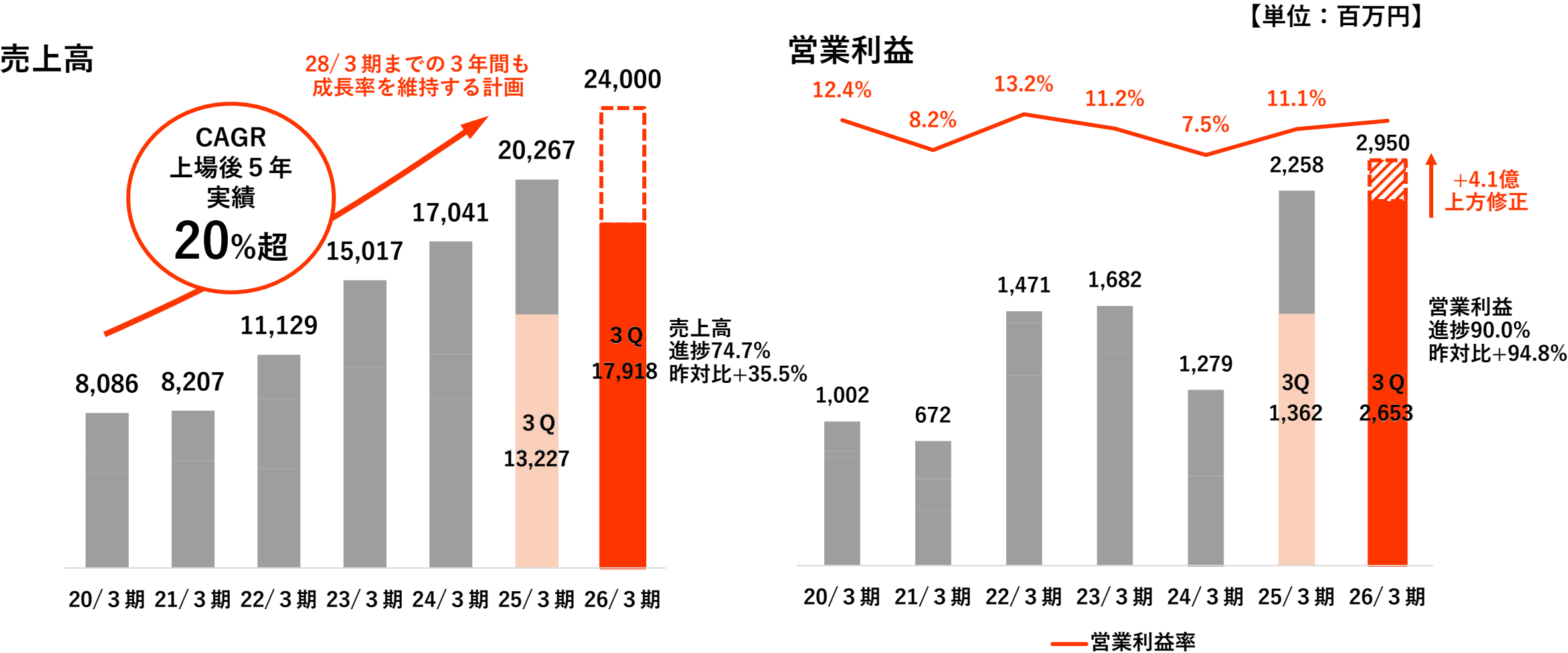
2025年3月期の1株当たりの当期純利益・配当金に関しては、株式分割後に換算して表示しています。

業績予想の上方修正理由

	期初予想	修正予想	修正増減	上方修正理由
売上高	240 億円	240 億円	—	—
営業利益	25.4 億円	29.5 億円	+ 4.1 億円 (+16.1%)	AI活用による上質な仕入の再現性強化や、インサイドセールス強化による早期販売で販売価格向上→利益率を引き上げ。 建築マッチングによるクロスセル収益増加も寄与。
経常利益	23.0 億円	27.0 億円	+ 4.0 億円 (+17.4%)	営業利益の水準向上により連動。 営業外費用に含まれる借入の金利負担については想定の範囲内で着地する見込み。
親会社に帰属する 当期純利益	14.9 億円	17.5 億円	+ 2.6 億円 (+17.5%)	営業利益の水準向上により連動。 法人税等の負担水準については例年通りの見込み。

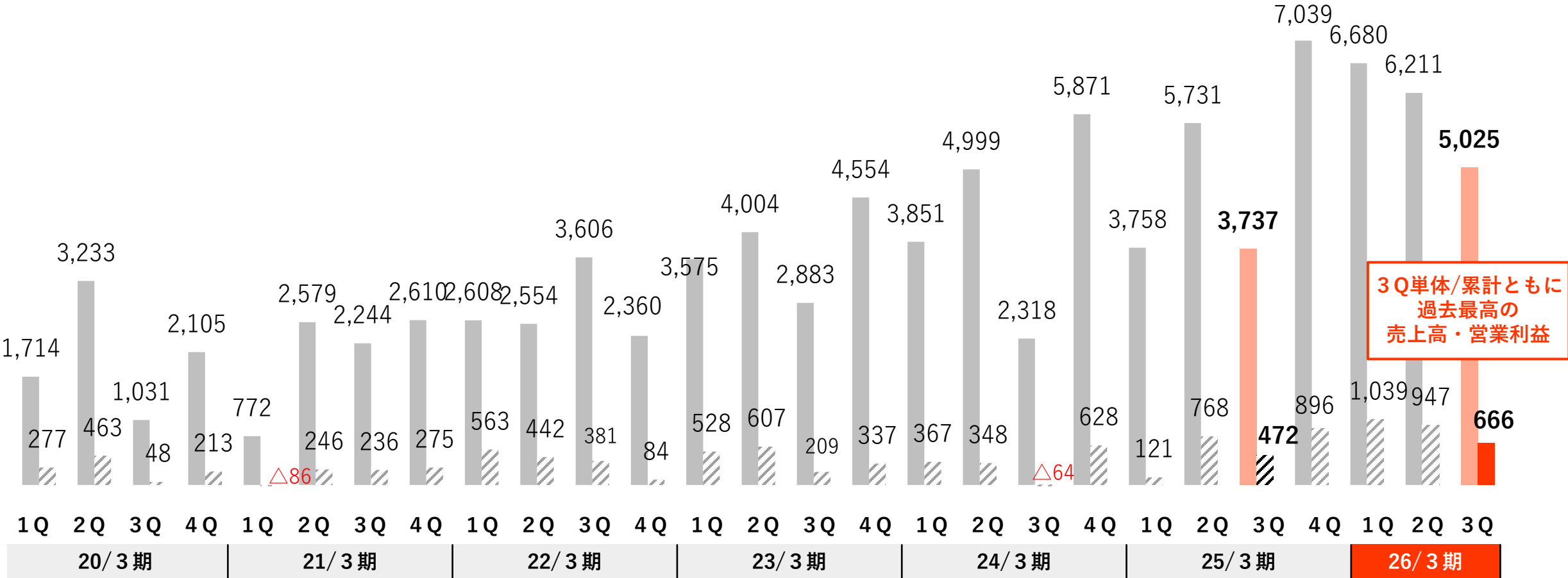
1. 3Q決算概要と業績進捗
2. 株主還元と成長戦略
3. 事業KPIの進捗
4. ビジネスモデルと参考情報

業績好調のため、通期予想を上方修正



業績推移/四半期（連結 売上高・営業利益）

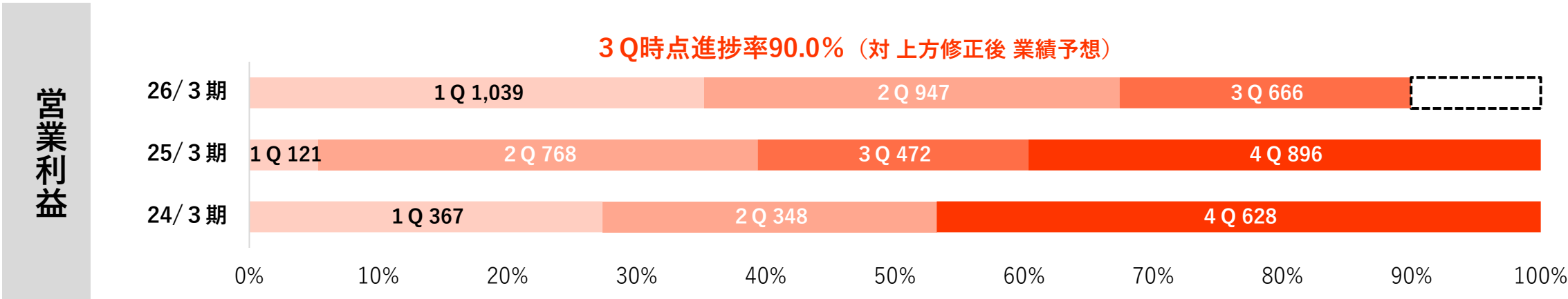
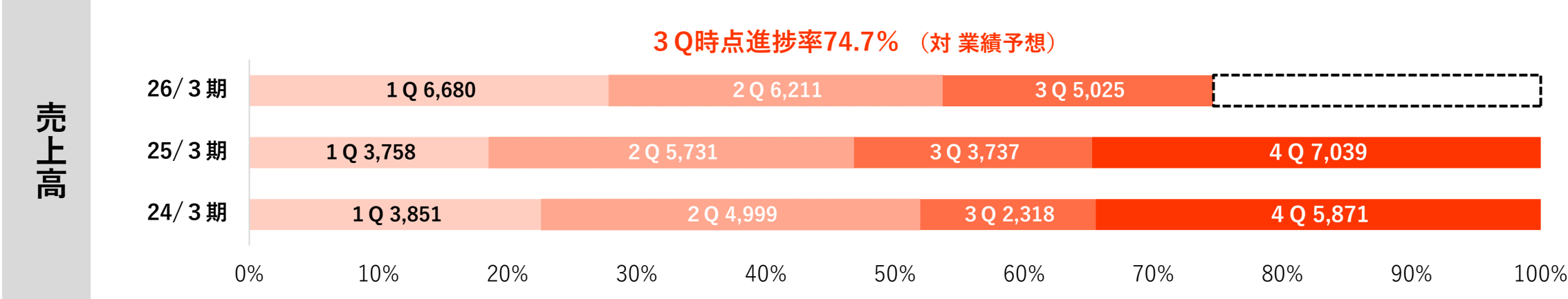
【単位：百万円】



・ 21/3 期 1 Qはコロナ禍の外出自粛により特殊事情がありました。

通期業績の達成確度が高まり、4 Qは継続的な事業成長へ向けた在庫調整を実施する

【単位：百万円】



連結 P/L (2026年 3 月期 3 Q)

インサイドセールスによる早期販売、建築マッチングによるクロスセル収益増加

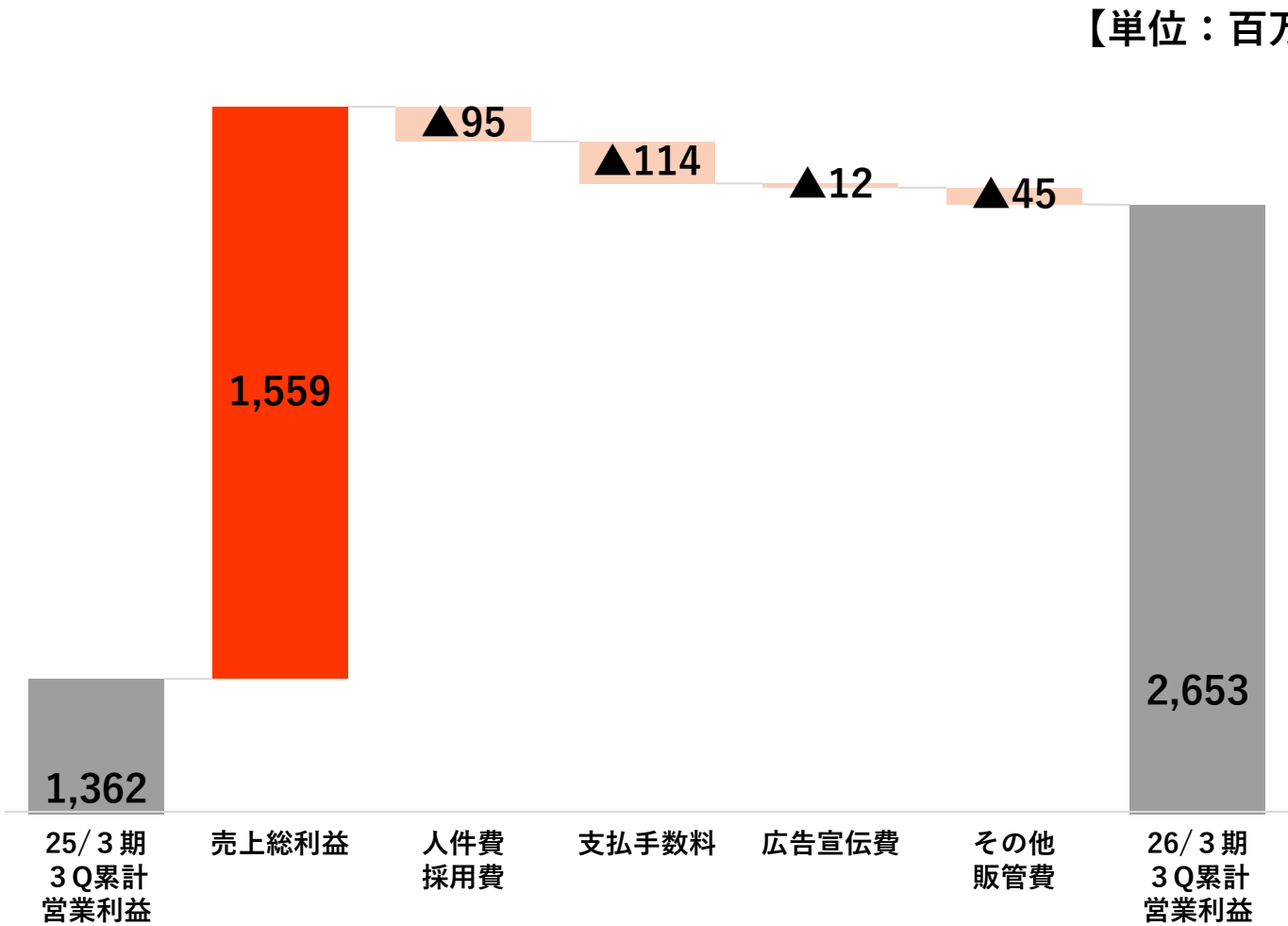
【単位：百万円】

	25/ 3 期 3 Q (累計)	26/ 3 期 3 Q (累計)	売上高 利益率	前年同期比	
売上高	13,227	17,918	—	+4,690	+35.5%
営業利益	1,362	2,653	14.8%	+1,291	+94.8%
経常利益	1,259	2,491	13.9%	+1,232	+97.8%
当期純利益	822	1,616	9.0%	+794	+96.7%

営業利益の増減要因分析（前年同期比）

不動産販売を中心とした売上増加と利益水準の相乗効果で、営業利益拡大

【単位：百万円】



売上総利益	建築会社マッチング増加、インサイドセールス強化による販売価格向上に加え、富裕層の底堅い購入需要が追い風。 (前年同期比+54.0%)
人件費・採用費	事業成長に連動し、採用・育成を強化。計画範囲内の費用増加。 (前年同期比+12.4%)
支払手数料	自社物件の販売量と連動し増加する販売コスト。想定の範囲内の増加。 (前年同期比+56.5%)
広告宣伝費	自社メディアからの集客が伸長。ネット集客による成約顧客の50%超が自社メディア経由。集客数の増加に比してコストは抑えられており、販管費の圧縮に貢献。 (前年同期比+21.1%)
その他販管費	販管費全体として計画の範囲内の増加。 (前年同期比+9.3%)

連結 B/S（2026年 3 月期 3 Q末）

安定した自己資本比率を堅持、来期成長に向けて在庫を積み増し中

【単位：百万円】

	25/ 3 期末	26/ 3 期 3 Q末	増減額	増減率
総資産	21,794	24,064	+2,270	+10.4%
流動資産	18,737	21,033	+2,295	+12.2%
うち棚卸資産	12,198	13,032	+833	+6.8%
固定資産	3,056	3,031	▲24	▲0.8%
負債	13,448	14,438	+990	+7.4%
純資産	8,345 自己資本比率38.3%	9,626 自己資本比率40.0%	+1,280	+15.3%

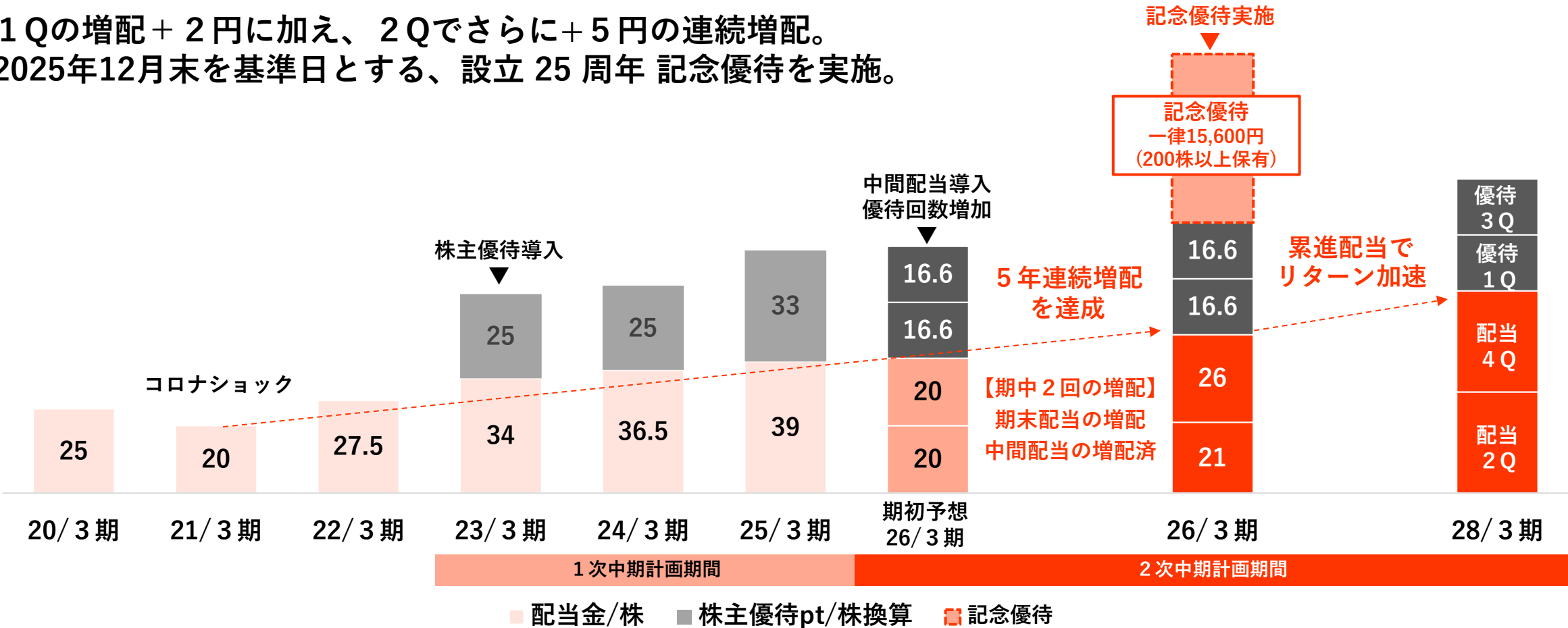
1. 3Q決算概要と業績進捗
- 2. 株主還元と成長戦略**
3. 事業KPIの進捗
4. ビジネスモデルと参考情報

累進配当による株主還元の強化（インカムゲインの拡大）

今期は 増配(× 2 回) + 通常優待 + 記念優待を実施

来期以降も累進配当方針で還元拡大予定

- 1 Qの増配 + 2 円に加え、2 Qでさらに + 5 円の連続増配。
- 2025年12月末を基準日とする、設立 25 周年 記念優待を実施。



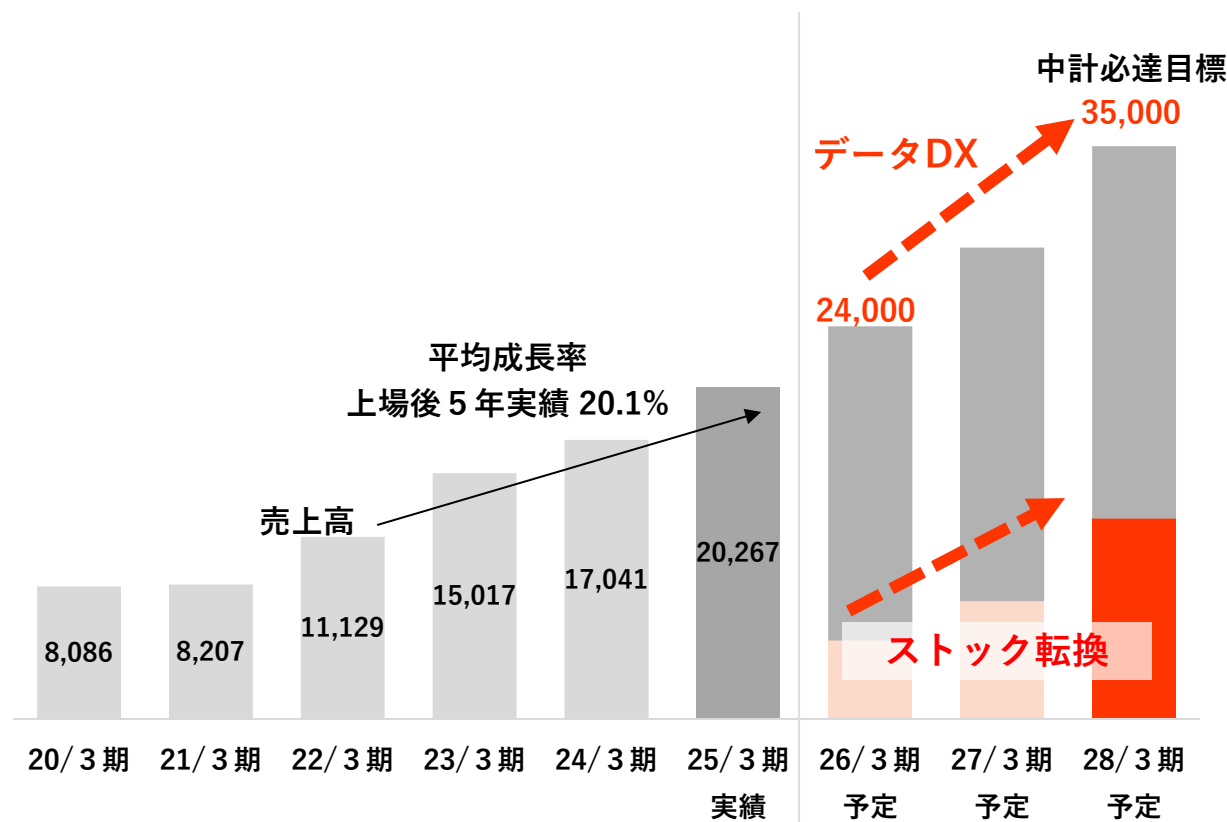
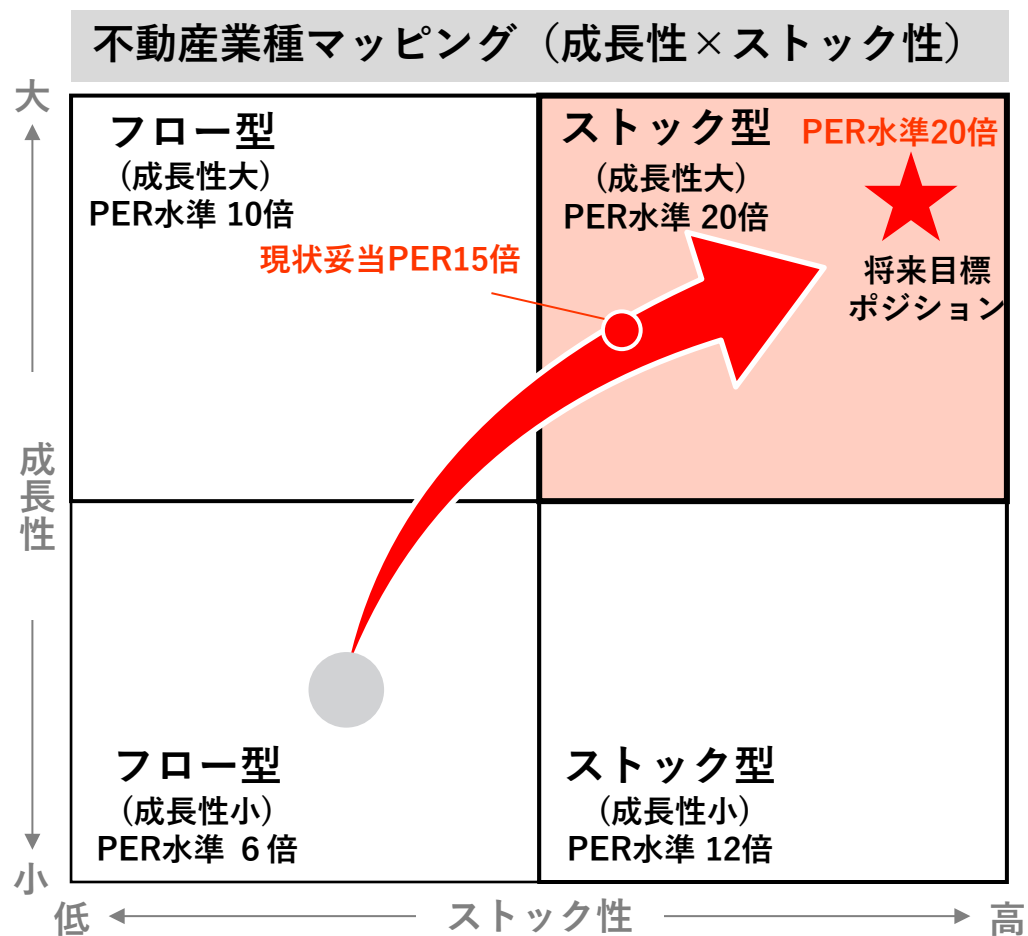
・ 2025年 6 月30日を基準日として株式を 2 分割しておりますが、過年度の配当・優待ポイントについて比較しやすくするため、2 分割換算した前提で表示しています。
(例：24/3 期の配当金は73円/株ですが、2 分割した場合の36.5円/株として表示)

・ グラフに表示の株主優待額は、1,200株保有時に進呈する40,000ポイントを基準に、1 ポイント 1 円として、1 株当たりの優待価値を算出/表示しております。
なお、今回発表の記念優待を除外して計算した場合、株主優待利回りは、1,200株保有時が最大となります。

「高成長×ストック型ビジネス」によるPER向上(キャピタルゲインの拡大)**Landix**

高成長かつストック型ビジネスを継続強化し、PERを向上させる

- 成長エンジンの「仕入力・販売力・集客力・商品付加価値」をデータDXで増強し、高成長の再現性を強化
- 富裕層顧客基盤を活用することで、ストック収益を拡大する

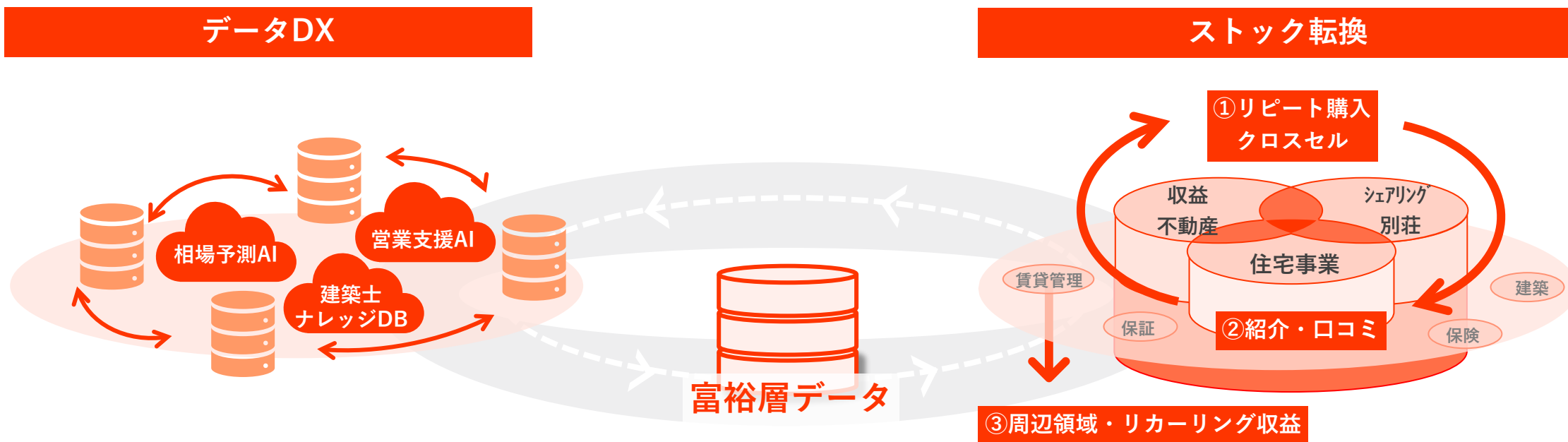


成長戦略としてデータDX×ストック転換を宣言

成長戦略「データDX×ストック転換」の基盤

成長戦略を実現するためには、基盤となる組織文化・アイデンティティが必要

- DXを形骸化させない文化・現場の姿勢が根付いてきており、本中期で一層強化する
- スtock転換を実現するための「富裕層との信頼関係」を構築するアイデンティティを継続強化する



データFirstカルチャー

「個人の勘や経験」頼みではなく、「データ・知見」を蓄積・資産化・活用していく行動姿勢。DXやITツール導入を成功させる前提となる、組織文化。

唯一無二の価値を届ける

ライフサポートコンサルタント

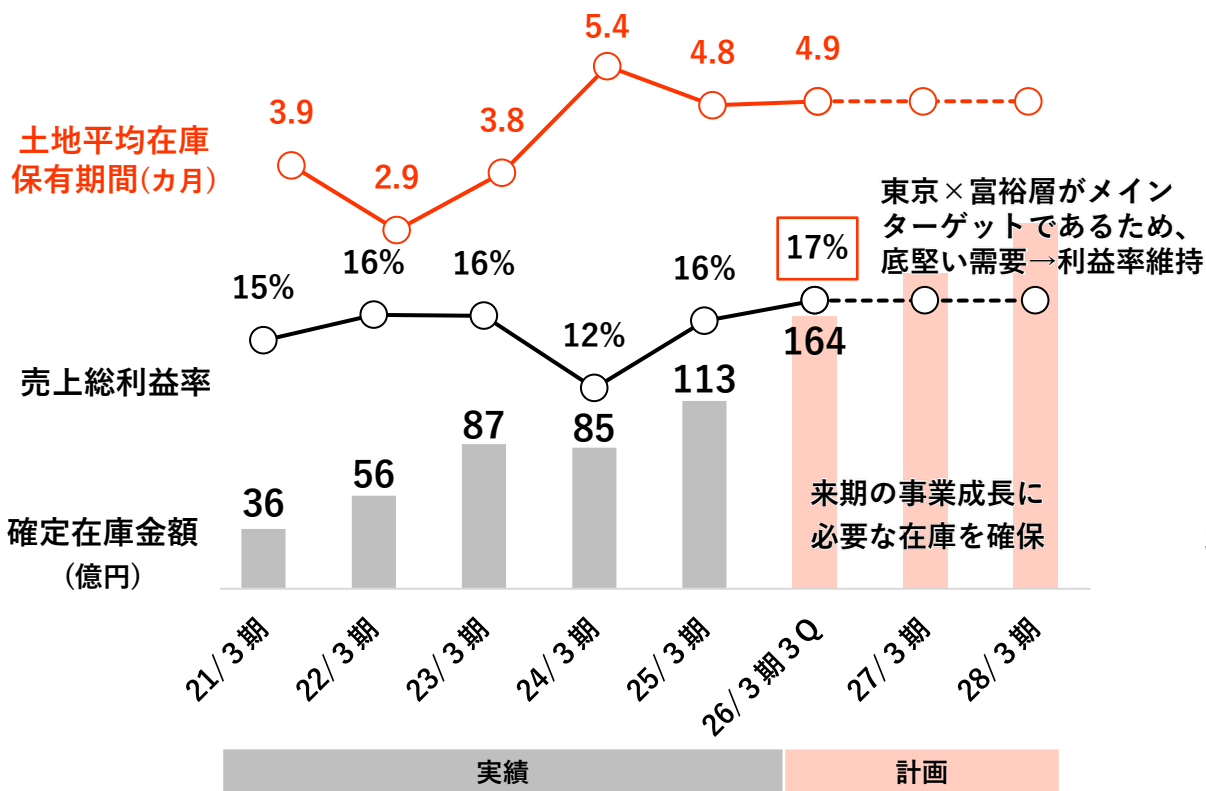
単なる不動産仲介を超えて、顧客の生涯にわたって伴走・サポートする、コンサルタントであるというアイデンティティ。一度限りでない取引、不動産に限定されないお付き合いに繋がる。

1. 3Q決算概要と業績進捗
2. 株主還元と成長戦略
- 3. 事業KPIの進捗**
4. ビジネスモデルと参考情報

住宅・収益ともに「利益水準」と「回転速度」をKPIに設定

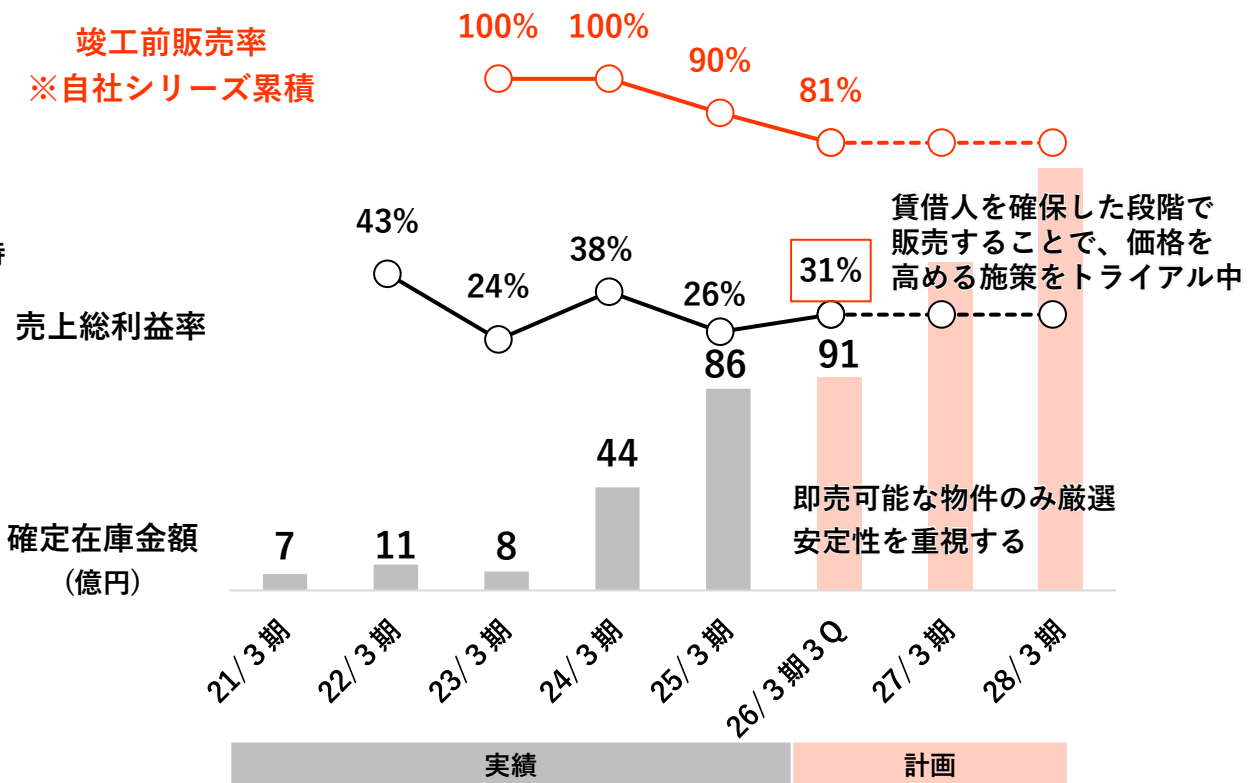
【住宅用不動産事業】

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。

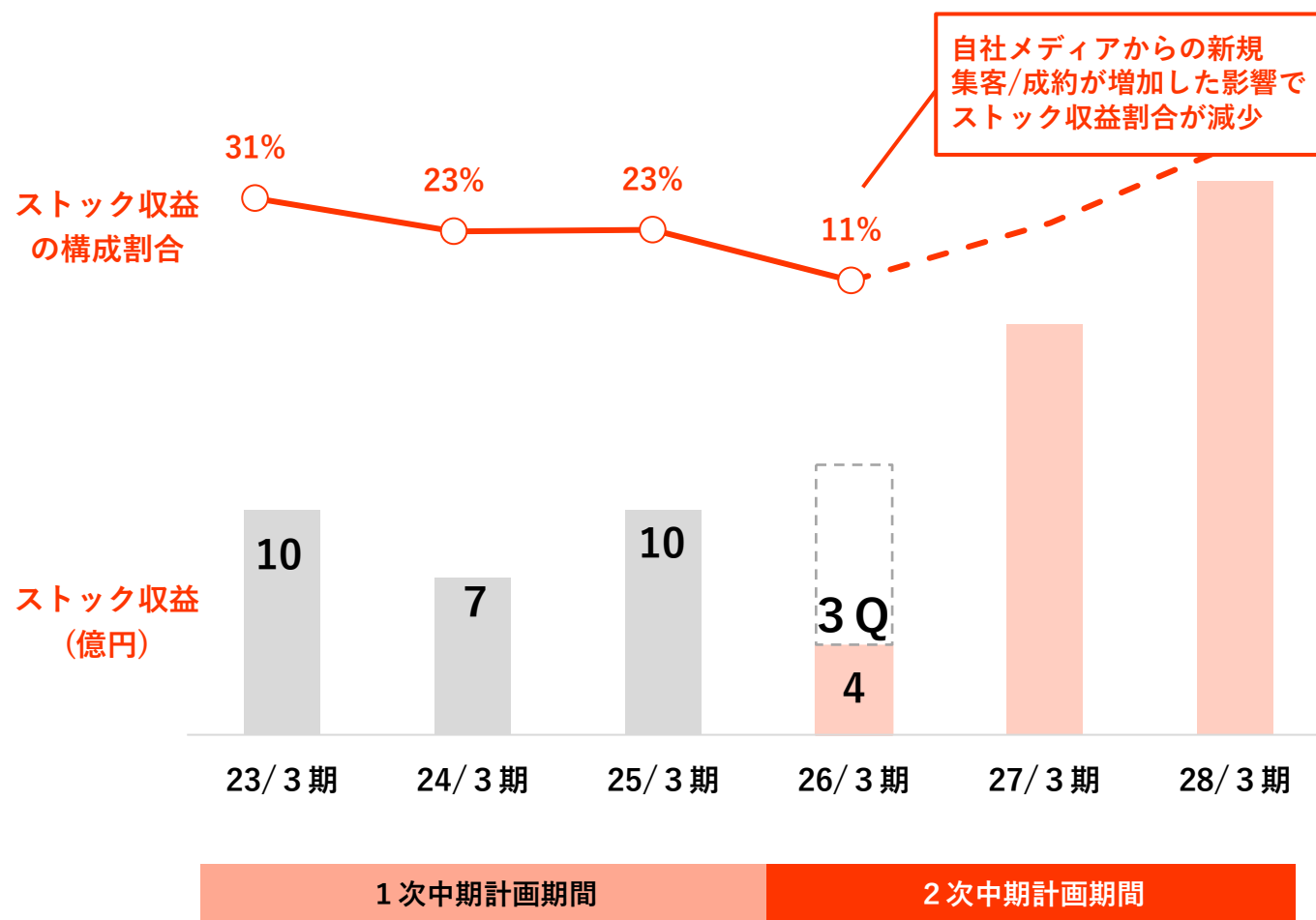


・竣工前販売率は、収益用不動産販売全体のうち、自社で建物建築までを行った1棟収益シリーズ物件について集計した数字となり、該当する事業年度に引き渡しを行った物件について、「竣工前に販売契約が完了している物件」を集計し表記しています。

・2026年3月期第1四半期以降は、収益用不動産事業の確定在庫額から、別荘事業を除外して表示しています。

ストック収益の推移

富裕層顧客基盤の拡大、データDXによるクロスセル導線強化を推進中



ストック収益の計上内容

紹介収益

主に既存顧客およびビジネスパートナーからの紹介による成約によるもの

リピート収益

既存顧客からの追加受注による成約、グループ内のクロスセルによる受注見合いの収益

リカーリング収益

長期保有物件の賃料収入や賃貸管理、保証、保険などによる安定収益

・ストック収益は、対応する売上総利益見合い（手数料は全額、商品売上は売上高-売上原価）を算定したうえで計上しております。

1. 3Q決算概要と業績進捗
2. 株主還元と成長戦略
3. 事業KPIの進捗
- 4. ビジネスモデルと参考情報**

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

コア事業は「東京エリアの住宅用地・戸建」販売

成約の30%以上がご紹介・リピートによるお客様

当社では、創業以来お客様の顧客満足と長期的な関係を重視した営業活動を行ってきました。

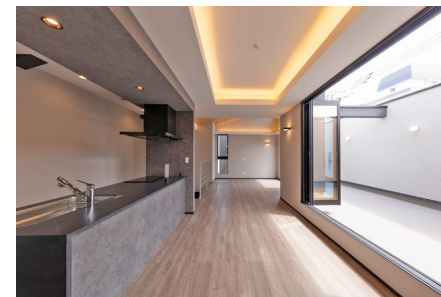
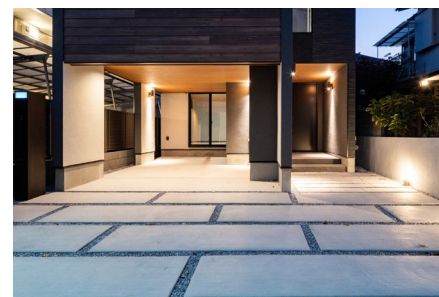
全成約の30%以上がお客様やパートナー企業からのご紹介により成り立っており、安定した収益を生み出しています。

1級建築士による建築会社マッチング

1級建築士を中心とする住宅専門コンサルタントが、建物のプランニングから施工、アフターフォローまで一気通貫で対応します。ご家族のための大切な住宅建築が、思い出に残る最高の体験となるようサポートしています。

“目利き力”を仕組化し常に良質な商品をラインナップ

顧客データと取引データの融合による「目利き力の仕組化」を武器に、超一級の独占物件をラインナップしています。購入ニーズ突合による仮想マッチングやAR技術を活用した完成前販売など、生産性向上に注力しています。

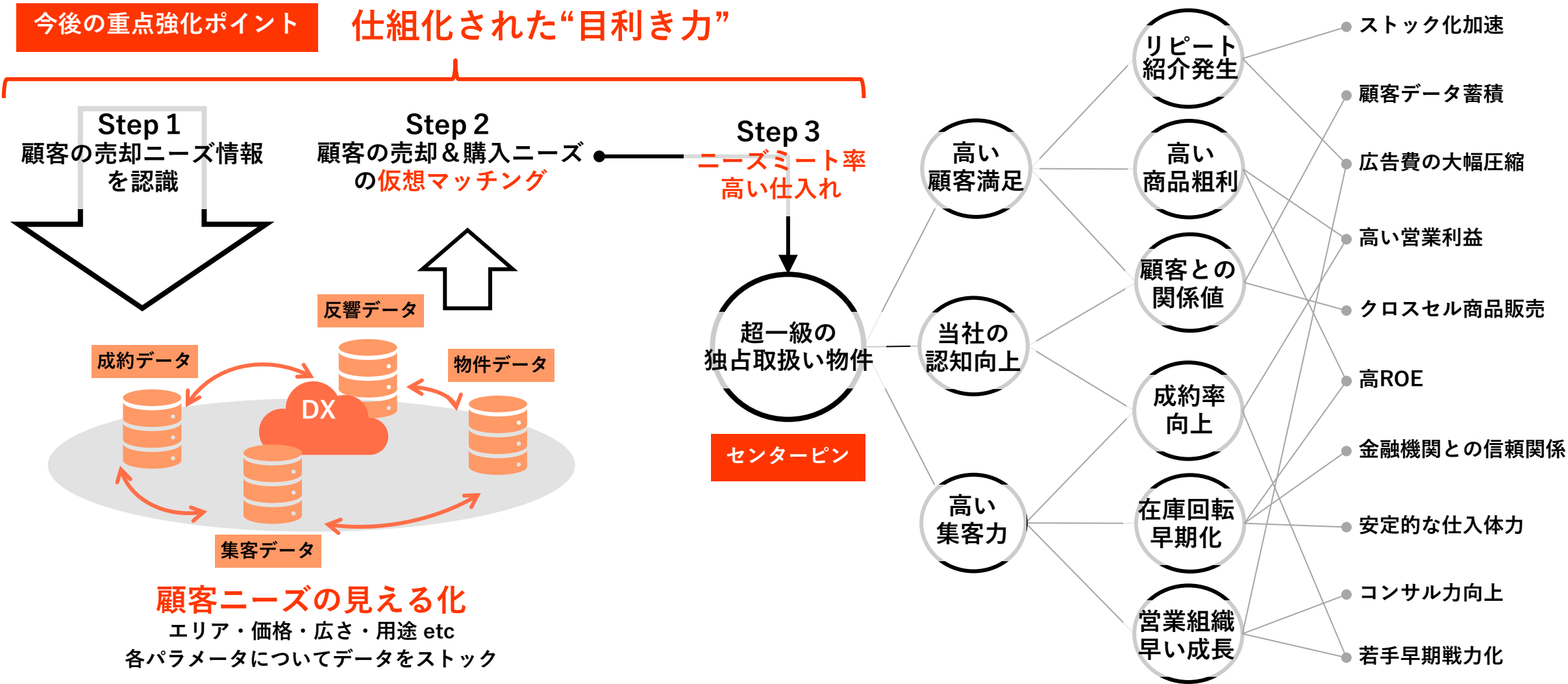


ライフサポート企業として、中長期で「富裕層の3段階ニーズ」に応える



事業を差別化するセンターピン

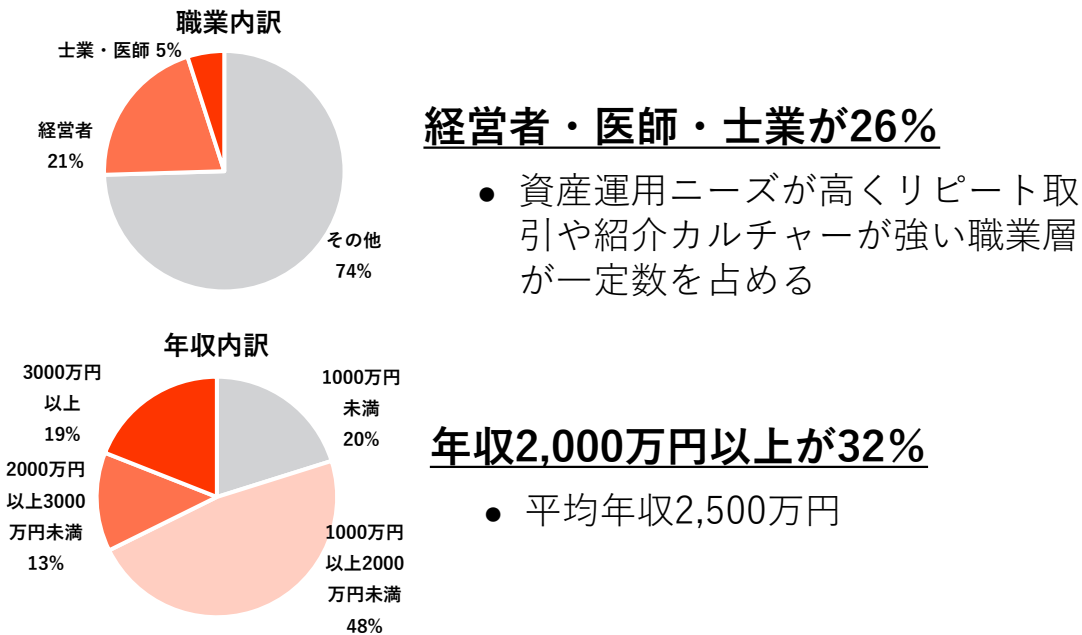
超一級の独占取扱い物件をラインナップ ⇐ 仕組化された“目利き力”が実現



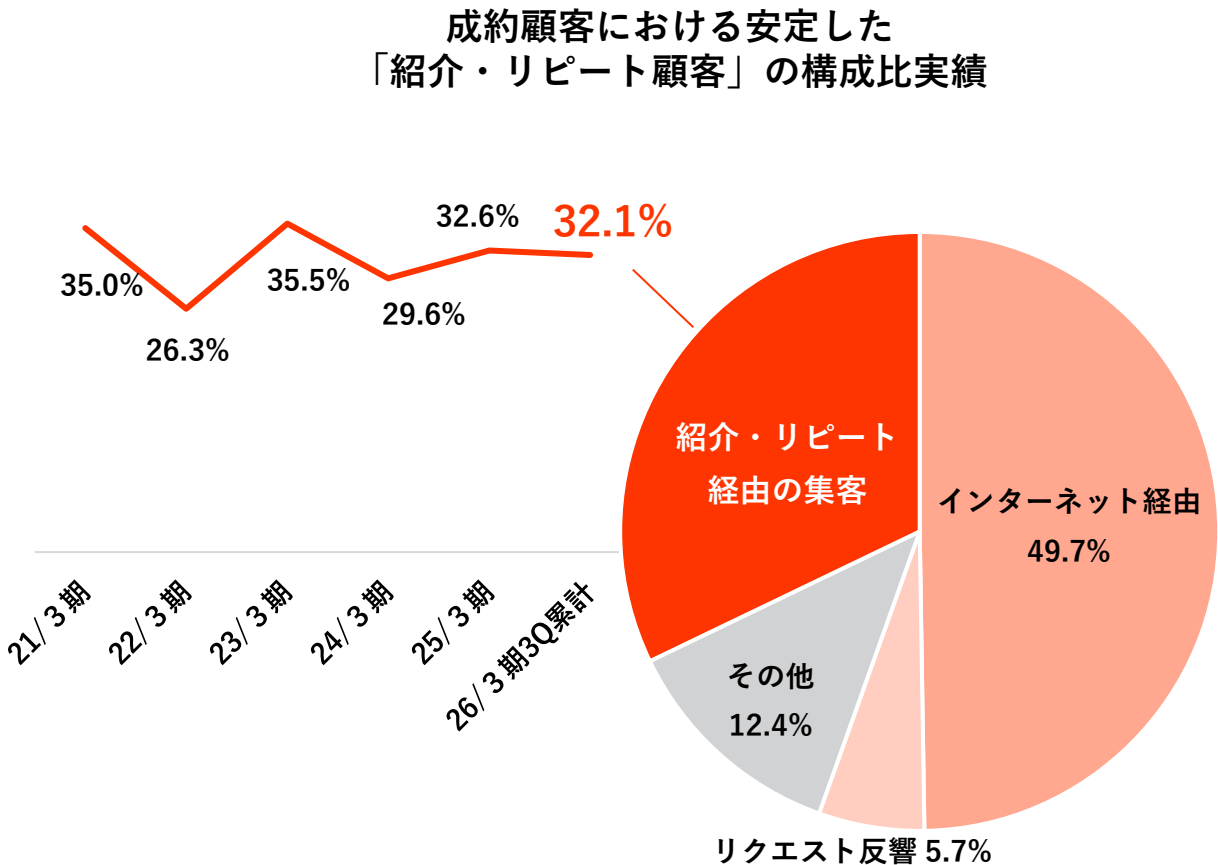
当社ビジネスの基盤：富裕層顧客

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最適化

顧客属性データ



紹介・リピート率



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A社 平均約60m²

・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。
・リクエスト反響とは、ネット広告やインターネット以外で会社名を認知されたことで物件探しを依頼されることによる集客を指しており、会社の認知度上昇に紐づく集客となります。

ライフサポートコンサルタント育成

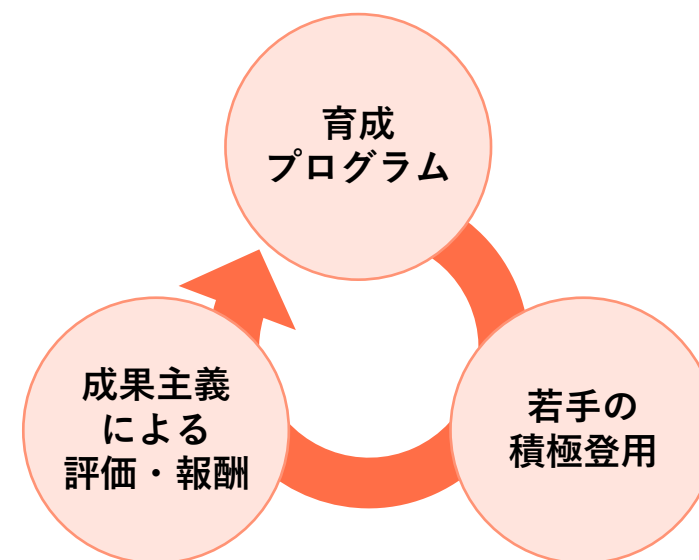
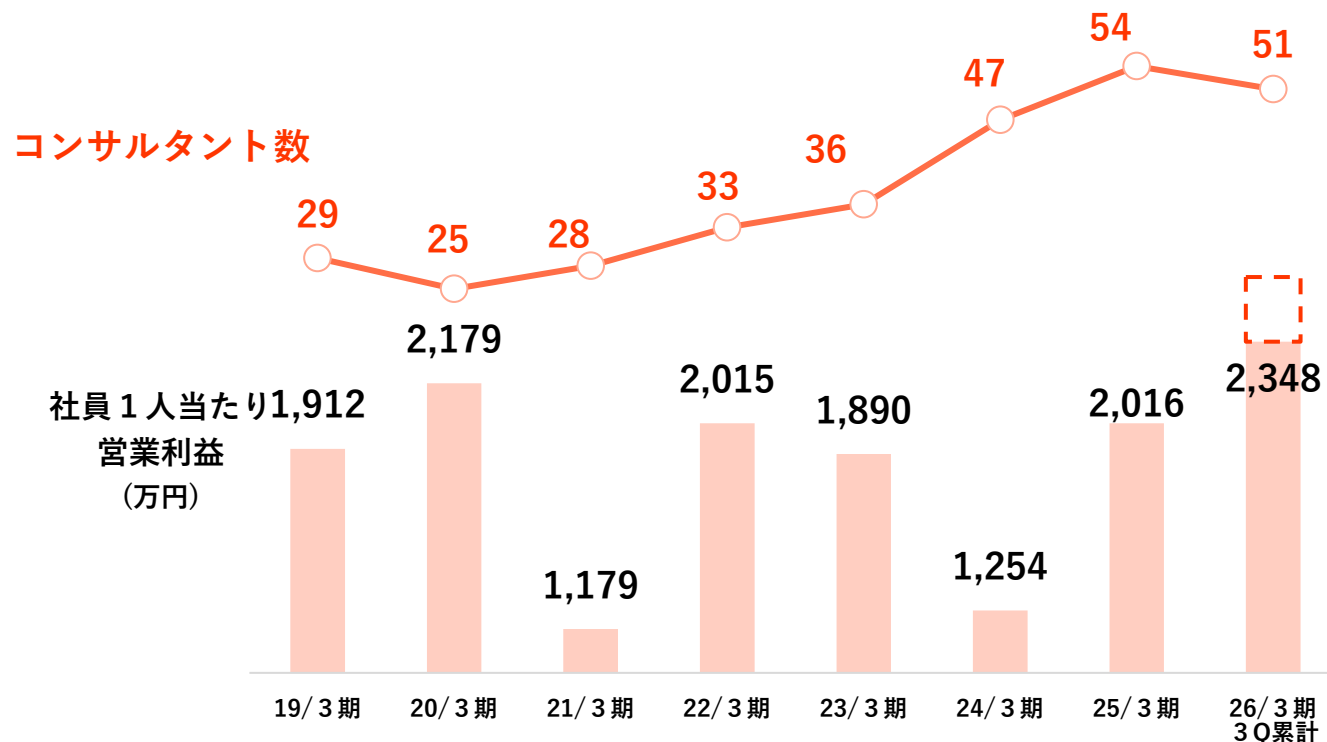
研修・登用・評価制度が連動した育成施策で、1人当たり営業利益を向上

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) 1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

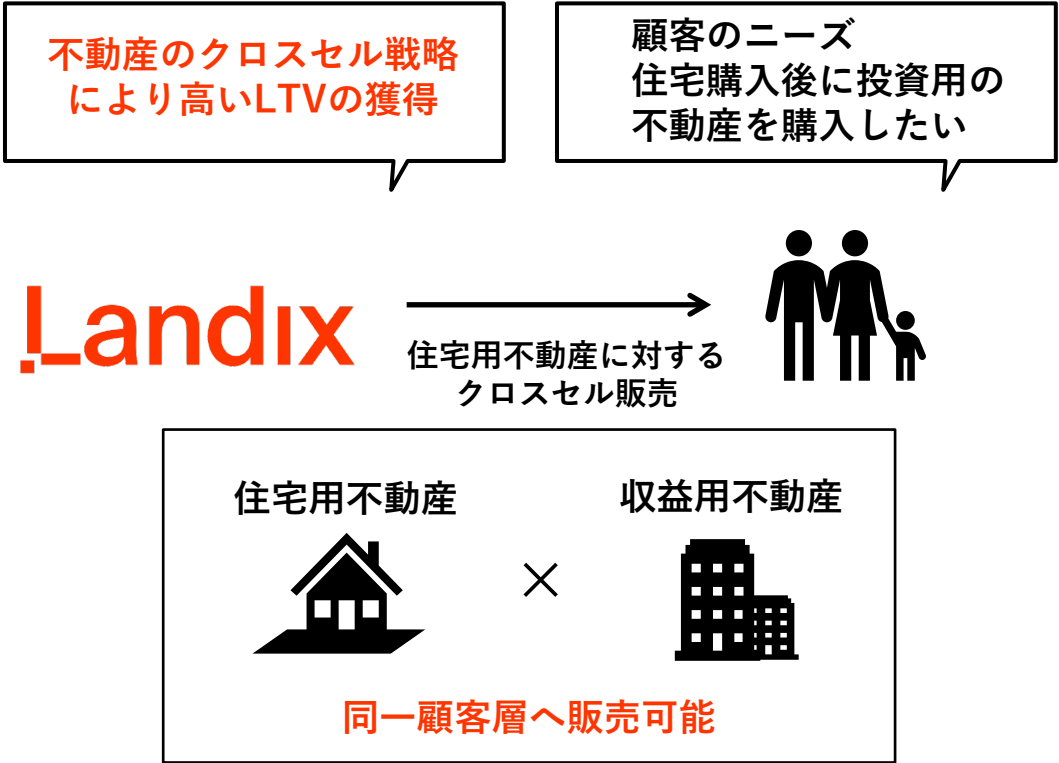


収益用不動産の売上構成比は30%を上限に向上させていく

23/3期以降に当社独自でシリーズ化した富裕層向けデザインレジデンス（STRIPES）は、竣工と同時に販売完了という状況が続いており、販売が好調となっている。富裕層顧客データ分析によりデザインを体系化したもので、再現性の高さが強み。当社の収益用不動産事業においては

- ①メイン事業である住宅販売において顧客との関係が構築され
 - ②そのまま収益用不動産の見込み顧客となる
- という2つの理由から、効率的な販売が可能。

	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
23/3期 累計実績	34.4億円	24.1%
24/3期 累計実績	22.1億円	13.6%
25/3期 累計実績	19.9億円	10.5%
26/3期3Q 累計実績	47.9億円	28.2%



・ LTVはLife Time Value（ライフ タイム バリュース）の意で、特定の企業との取引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。

・ 24/3期は収益商品のうち1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。

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て、既存エリアの成功パターンを他エリアに横展開してきた。今後も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、城南エリア外のターゲットエリアでも高効率な事業活動を展開していく。

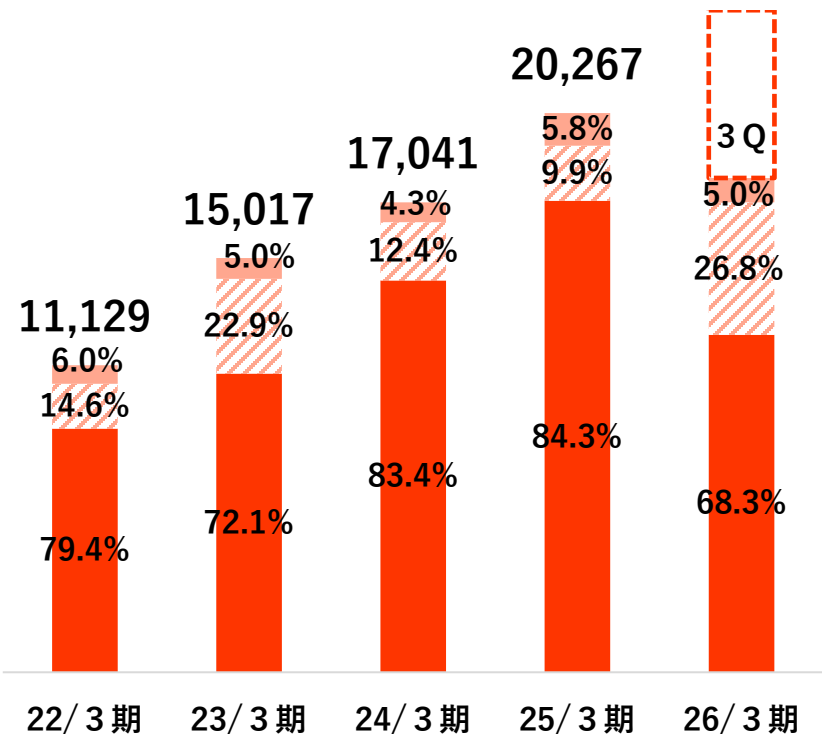
	23/ 3 実績	24/ 3 実績	25/ 3 実績	26/ 3 期 3 Q累計実績
城南エリア (6 区)	93.6億円	137.6億円	148.7億円	144.8億円 (前年同期比：+56.9%)
城南エリア を除く23区	28.8億円	21.8億円	39.7億円	24.2億円 (前年同期比：▲20.6%)



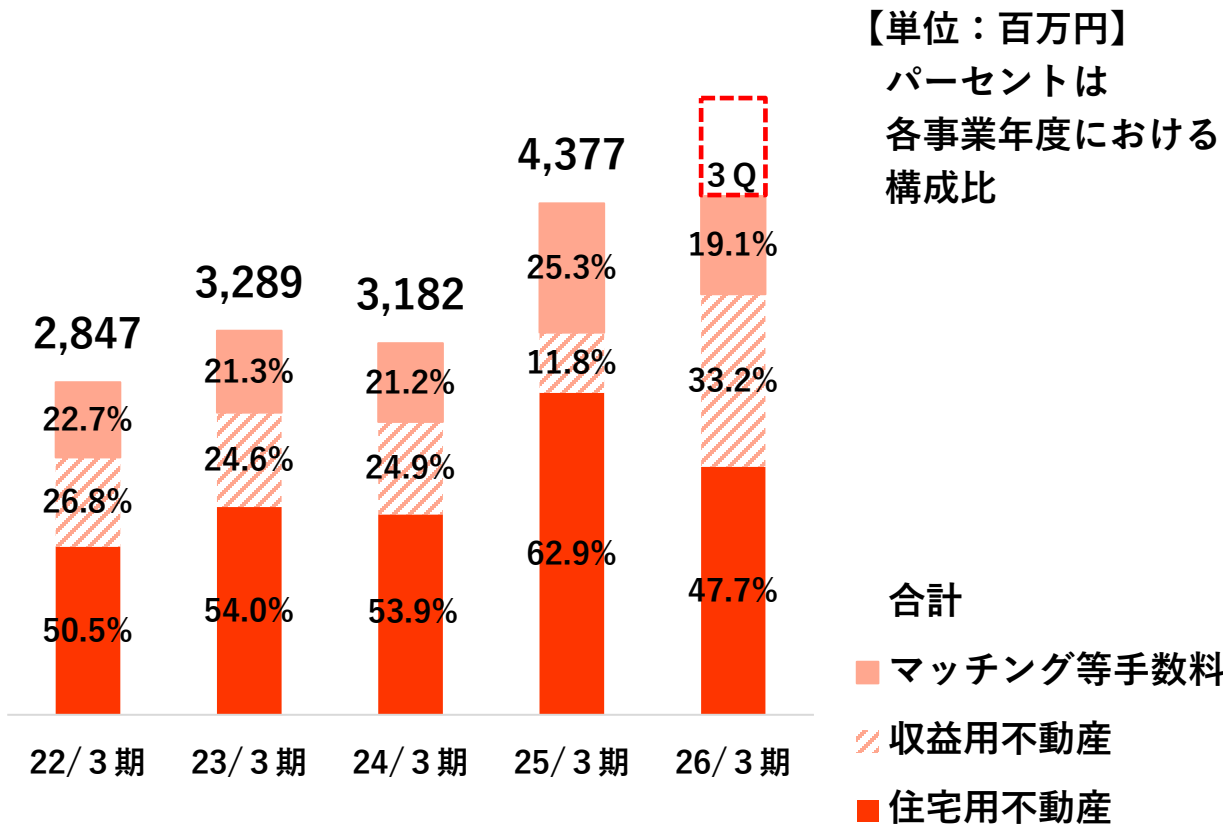
文京区、杉並区、豊島区、中野区が「戸建+富裕層顧客」という当社の成功パターンを横展開できるターゲットエリア。

仲介手数料 + 建物マッチング手数料が売上総利益の 2 割程度、安定利益を確保

売上高の内訳



売上総利益の内訳



・ マッチング等手数料は、不動産販売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。

直近 4 年間の建築会社マッチングGMVと平均建物金額の推移

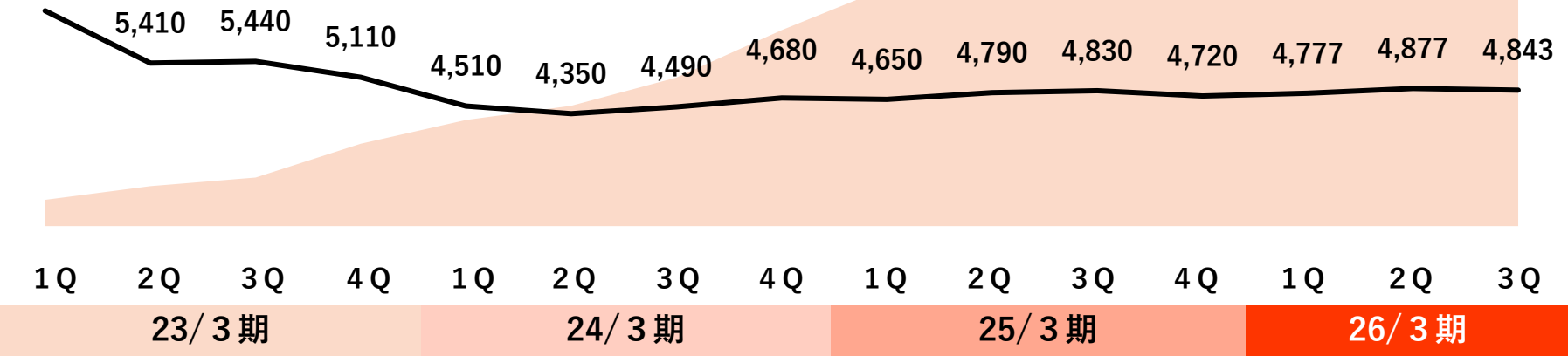
当社の独自サービスとして成長を継続

デザインノウハウの提供 & 高額層ターゲットにより
住宅に関するコンサルティングを行い
ストック型の不動産流通ビジネスを展開

26/ 3 期 3 Q時点の
建物取扱高累計

約 **81.8** 億円

マッチング建物価格平均（累積）
（単位：万円）



■ マatching GMV — 平均 Matching 建物価格

・ マatching GMVは、当社の建築会社 Matching 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。

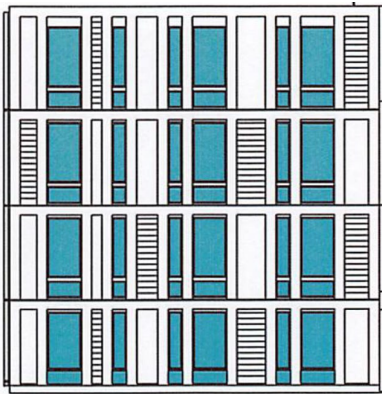
競争優位：デザインを生かした個人向け1棟収益レジ早期販売

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	—
15	笹塚3丁目	2025年6月	2025年9月	竣工前販売
16	三宿2丁目	2025年9月	2025年6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。

1 棟収益用不動産シリーズ『STRIPES』誕生

Landix

NEW BRAND LAUNCH

STRIPES

1棟収益用不動産をさらに成長させる（ブランドサイトOPEN）



新シリーズ「STRIPES」

当社が開発・販売する1棟収益用不動産の新シリーズ名称が「STRIPES（ストライプス）」に決定。



意匠権デザインの融合

木目の暖かみとコンクリートのモダンテイストが融合。
当社が意匠権を保有する独自の幾何学的なストライプ構造が特徴。

ブランドサイトOPEN

本ブランドサイトのオープンにより、本シリーズにおけるブランド認知獲得による販売促進、顧客データの蓄積によるさらなる付加価値の高い商品開発を目指す。

STRIPES（ストライプス）サイト

<https://stripes-grande.jp/>



シェアリング別荘（3次ニーズ「QOL向上」）

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。

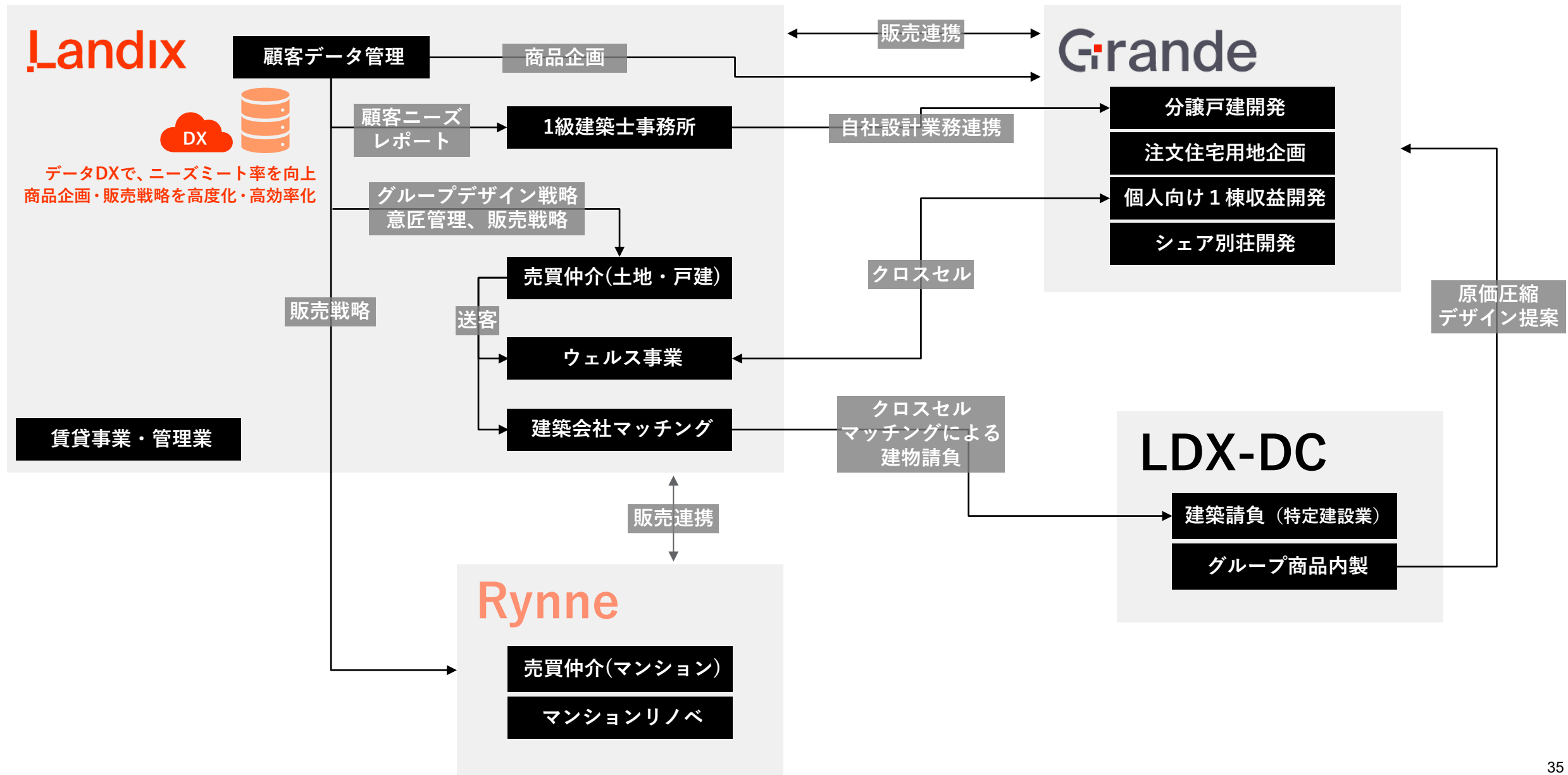
シェアリング時のオペレーションは、貸別荘運営会社に一括委託が可能であり、オーナー様の手間はかかりません。

1号案件（山梨県 富士河口湖町）に続いて、 2号案件（千葉県 館山市）を開発中

都心部から約90分でアクセス可能な、富裕層に人気のオーシャンリゾートエリアに立地。
敷地と海の間には眺望を遮る要素が一切ないオーシャンフロントに位置し、海景の魅力を引き出す空間設計。



グループ事業の連携



経営陣の紹介



ランディックスグループ
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。「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。



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を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、その後建設コンサルを経て当社入社、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

大学卒業後、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常勤監査役等を兼任。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	494百万円
代 表 取 締 役	岡田 和也
社 員 数 （ 連 結 ）	124名（2025年12月末時点 ※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>