

2022年3月期 第2四半期 決算説明資料

(2021/7/1 – 2021/9/30)

株式会社ランディックス

東証マザーズ : 証券コード2981 (♪福はいい♪)



当社事業ビジネスモデル概観

顧客の「理想の家づくり」を一気通貫でサポート



sumuzu 事業

富裕層向け住宅用不動産事業

開発&仕入

販売活動

sumuzu
Matching

売却案件
獲得

不動産会社
一般顧客

仕入

子会社

GRANDE

販売

分譲益

オンライン注文住宅

sumuzu Matching

仲介料

売却依頼による仲介



仲介料

販売仲介



紹介料

紹介



建築業者

収益
事業

富裕層向け
収益用不動産
事業強化



既存顧客のリピート
により効率的に販売
が可能。
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

51.1%*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

3.5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

27.6%*注

リピート：10.6%

メーカー・顧客等紹介：17.0%



*注 22/3期第2四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。
その他事業として、自社保有物件の賃貸運営を有しております。

2022年3月期 第2四半期決算数値サマリ



22/3期2Q 業績進捗

対前期比で大幅増かつ順調な業績進捗を記録。

売上高	5,162 百万円	前2Q比 + 1,810 百万円増 (54.0 %増)
営業利益	1,006 百万円	前2Q比 + 845 百万円増 (526.0 %増)
当期純利益	645 百万円	前2Q比 + 549 百万円増 (575.6 %増)

2Q時点 経営指標

今期在庫残高が順調に積み上がり、来期在庫強化フェーズへ。
在庫保有期間が更に短縮し、売上と財務安定性に寄与。

在庫保有期間 (土地)	3.5か月	前期(通期)	3.9か月
確定在庫	7,209百万円	前期末時点	4,719百万円
経常利益率 (/売上高)	19.1%	前期(通期)	7.8%
自己資本比率	51.1%	前期末時点	53.4%

*確定在庫額は仕入原価での算定（棚卸資産と同一）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。

在庫量増加と在庫回転高速化

効率的な在庫回転を行いながらも、在庫は堅調に増加

効率的な在庫回転 (22/3期 2 Q実績)



富裕層
データ蓄積



プラットフォーム
活用による効率化

仕入

販売

土地平均保有期間

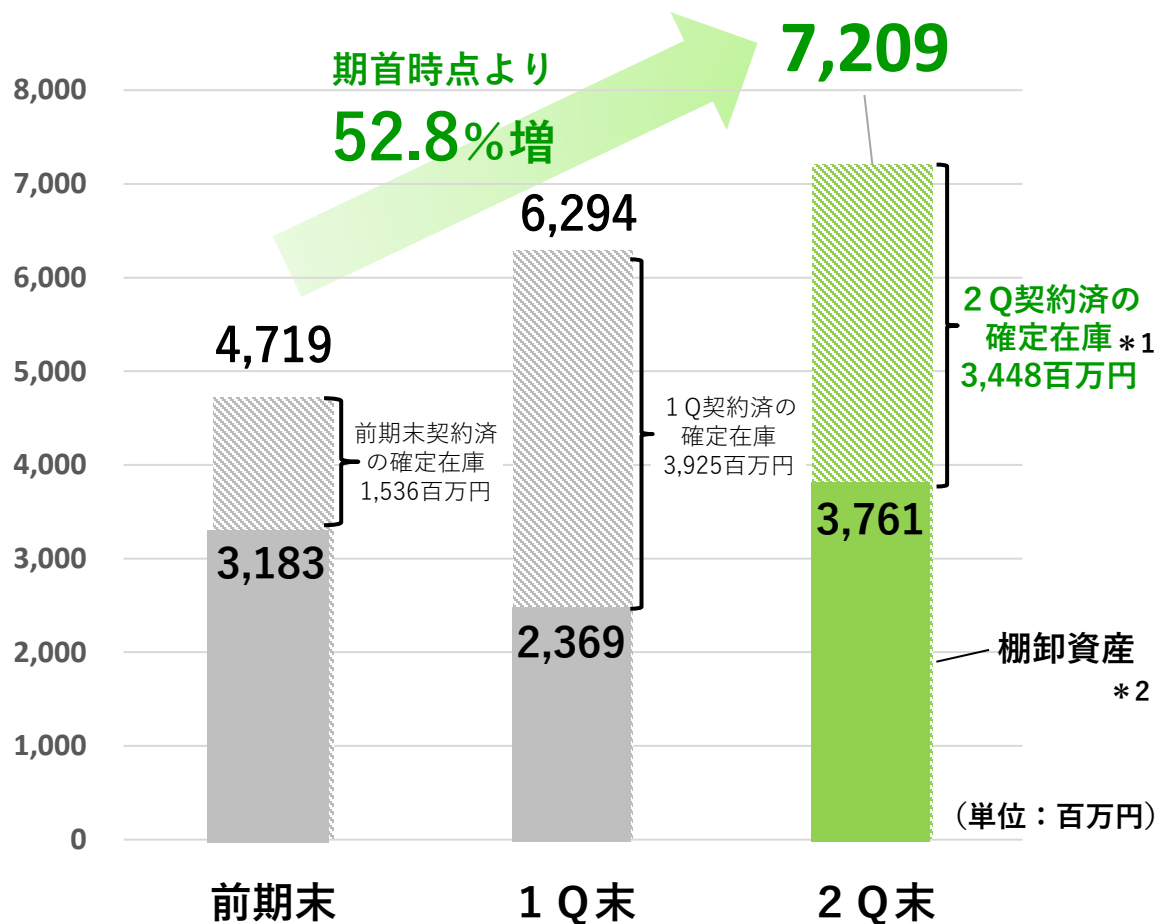
21/3期通期実績

3.9ヵ月

22/3期2Q実績

3.5ヵ月

棚卸資産と確定在庫の合計推移



*1 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、2 Q末時点で契約済かつ未決済（棚卸在庫参入前）物件を算出しております。仕入原価での算定（棚卸資産と同一）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。

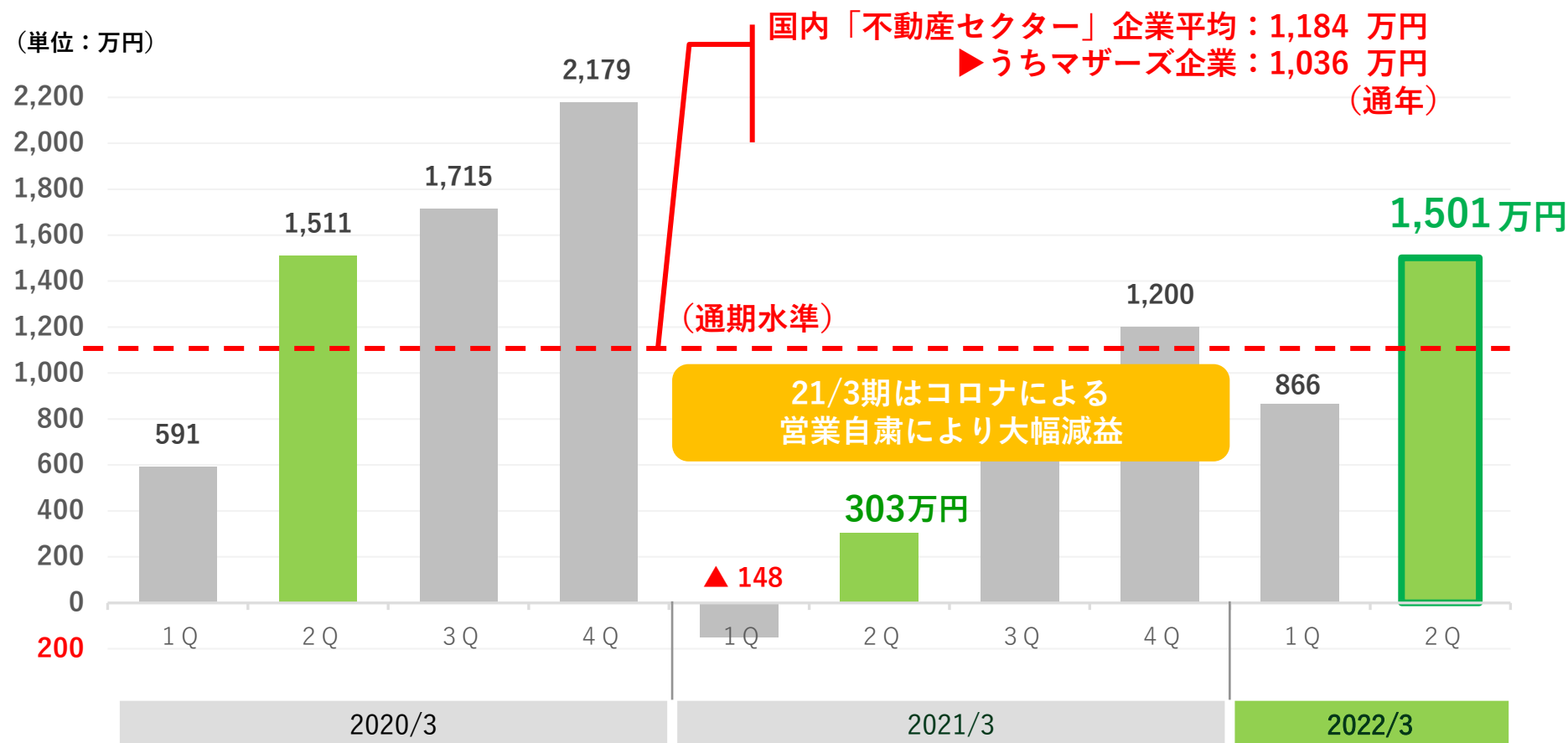
*2 2 Qの棚卸資産においては一部資産の保有目的変更があり、約211百万円が加算されております。

効率的な営業活動を実現

顧客データ活用により一人当たりの稼ぎ力を確保

従業員 1 人当たりの連結営業利益（四半期ごと累計値）

（単位：万円）



22/3期 第2四半期 連結P/L



売上高は通期業績予想100億に対し順調に推移。

利益ベースでも対前期比で大幅増。

	22/3期 2Q実績	前期 2Q実績	前期2Q比		今期 業績予想	進捗	前期 通期実績
売上高	5,162	3,352	+1,810	54.0%増	10,000	51.6%	8,207
売上総利益	1,647	686	+ 960	140.1%増	開示無	—	1,791
営業利益	1,006	160	+ 845	526.0%増	1,100	91.5%	672
経常利益	986	143	+ 842	584.9%増	1,050	93.9%	639
当期純利益	645	95	+ 549	575.6%増	650	99.3%	429

(単位：百万円)

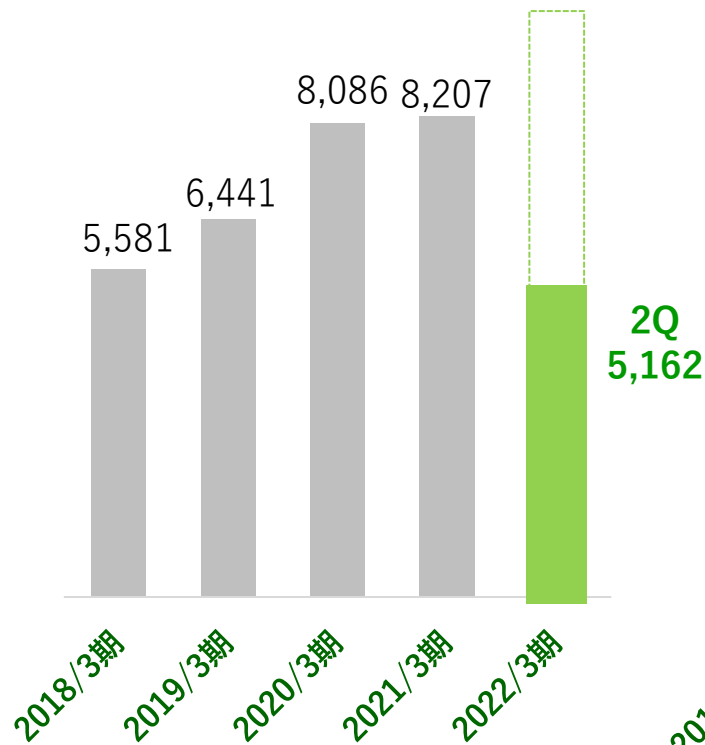
年度ごとの業績推移



今期（22/3期）において売上高・利益ともに過去最高を想定。

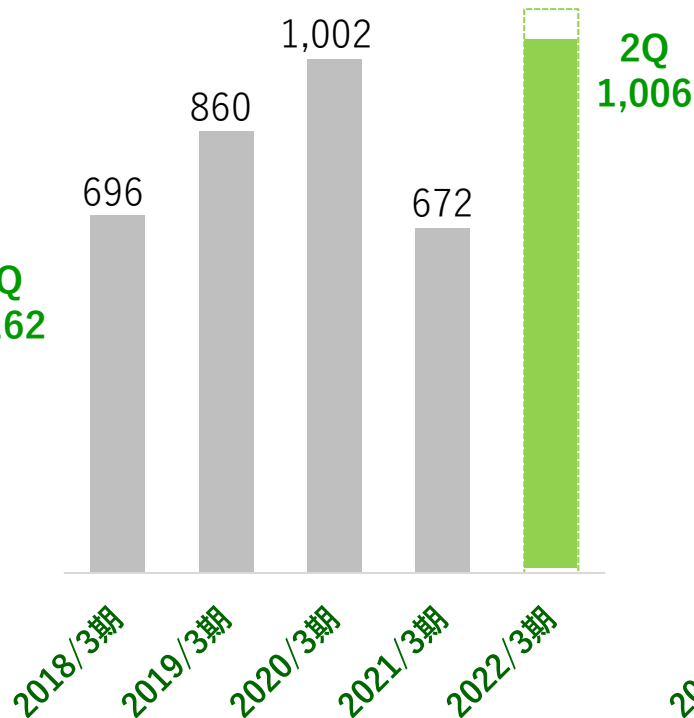
売上高

業績予想
10,000



営業利益

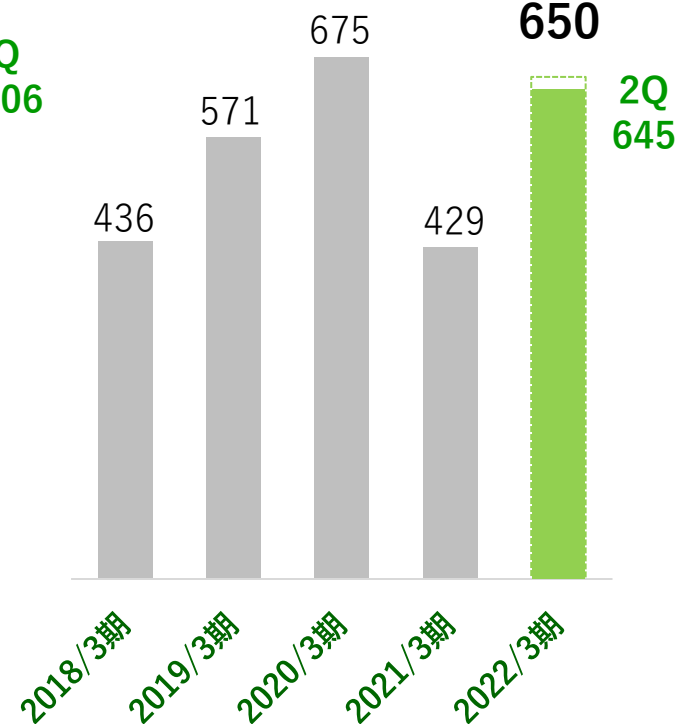
業績予想
1,100



当期純利益

(百万円)

業績予想
650
2Q 645

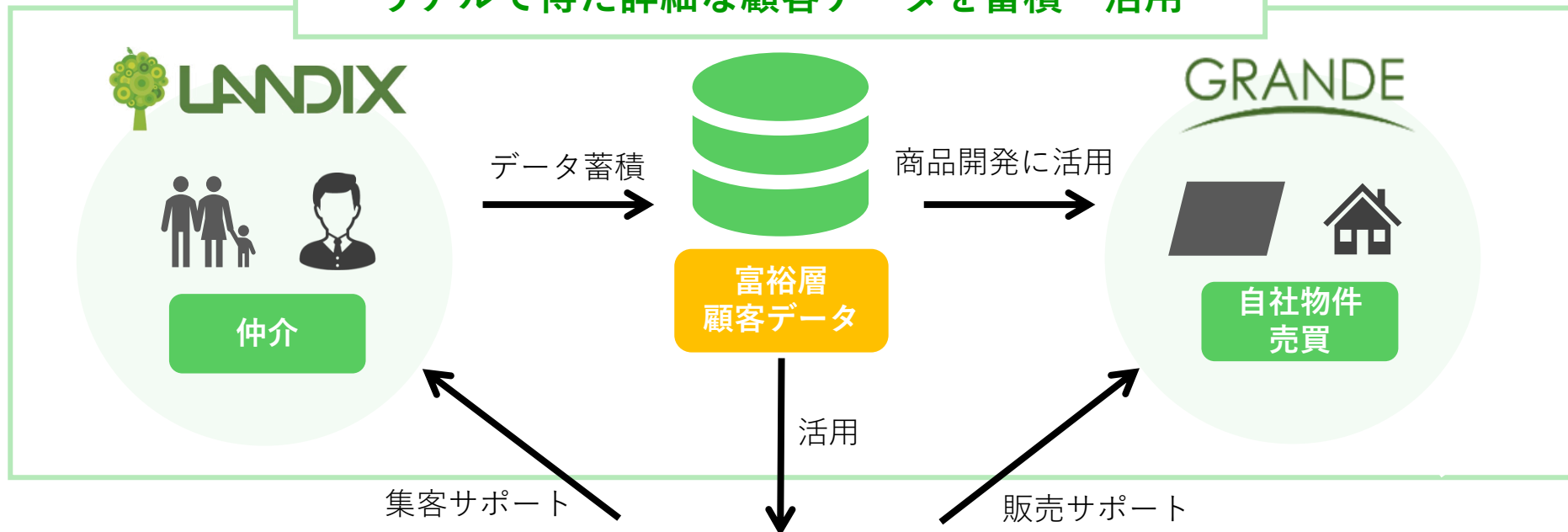


注) 2019.3期1Q以前の数値については、監査導入前の数値が含まれます。

富裕層顧客データストック



リアルで得た詳細な顧客データを蓄積・活用



インサイドセールスチーム

リアル不動産ビジネスとの連携/プラットフォーム運営

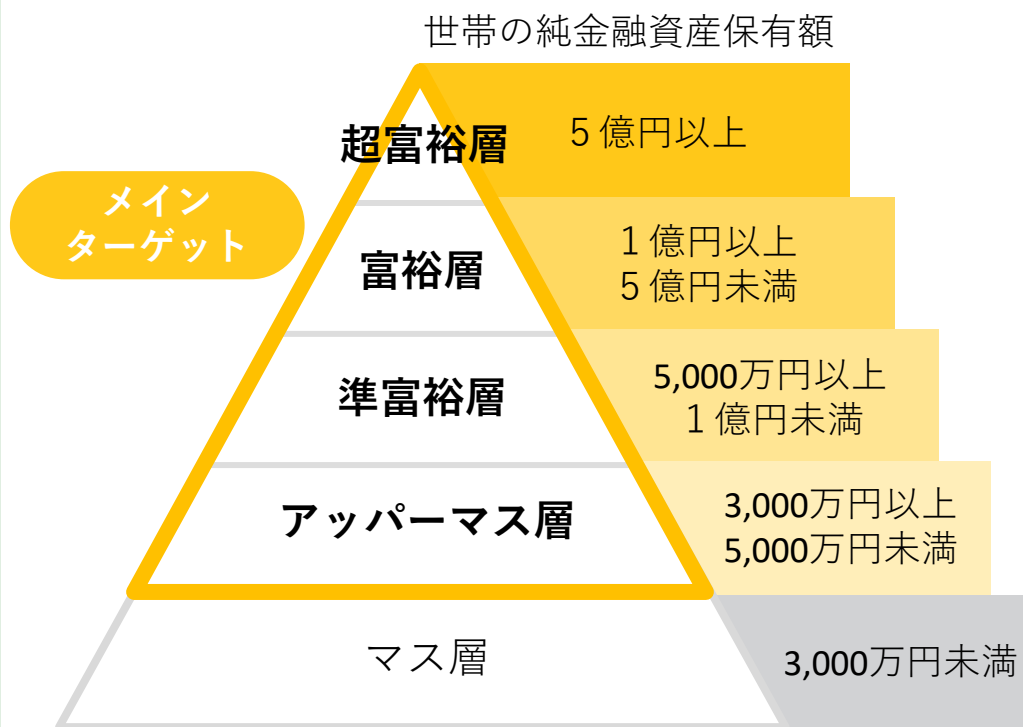
sumuzu Matching
(建築請負マッチングプラットフォーム)

sumuzu

ターゲット顧客・エリア

富裕層顧客

純金融資産保有額階層※1の
「アップーマス層」以上がターゲット



※1 株式会社野村総合研究所ニュースリリース

(https://www.nri.com/jp/news/newsrelease/lst/2020/cc/1221_1)

プラチナ・トライアングル

高所得者の割合、0～14歳の人口増加率が高い
「プラチナ・トライアングル」※2をカバーし、不動産流動ポテンシャルの高いエリアです。※3



※2 渋谷・二子玉川・自由が丘を結んだエリアを指す

※3 クリエイティブシティコンソーシアム (<https://creative-city.jp/>)

※4 2021年冬に開設予定

富裕層顧客基盤を基軸とした成長戦略

顧客基盤をもとに既存事業とのシナジー最大化▶次の成長段階へ

富裕層顧客データをベースにした
クロスセルによる事業展開

累計顧客
データ

注文住宅用 土地開発・分譲

建築マッチング(sumuzu Matching)

富裕層向け収益用不動産事業

エリア拡大戦略

富裕層顧客を基軸とした新事業

クロスセルによる新規事業の創出

【最大の競合優位性】
獲得ハードルが高い富裕層顧客とリテンション

クロスセルによる新規事業：顧客データをもとに既存顧客と親和性が高い商品を開発
▶既存顧客への販売による顧客獲得コストが不要の高効率営業

sumuzu Matchingによるマーケット拡大



GRANDE



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



リアルタイムで蓄積されるノウハウ
最新の顧客動向を即時反映



中古戸建顧客



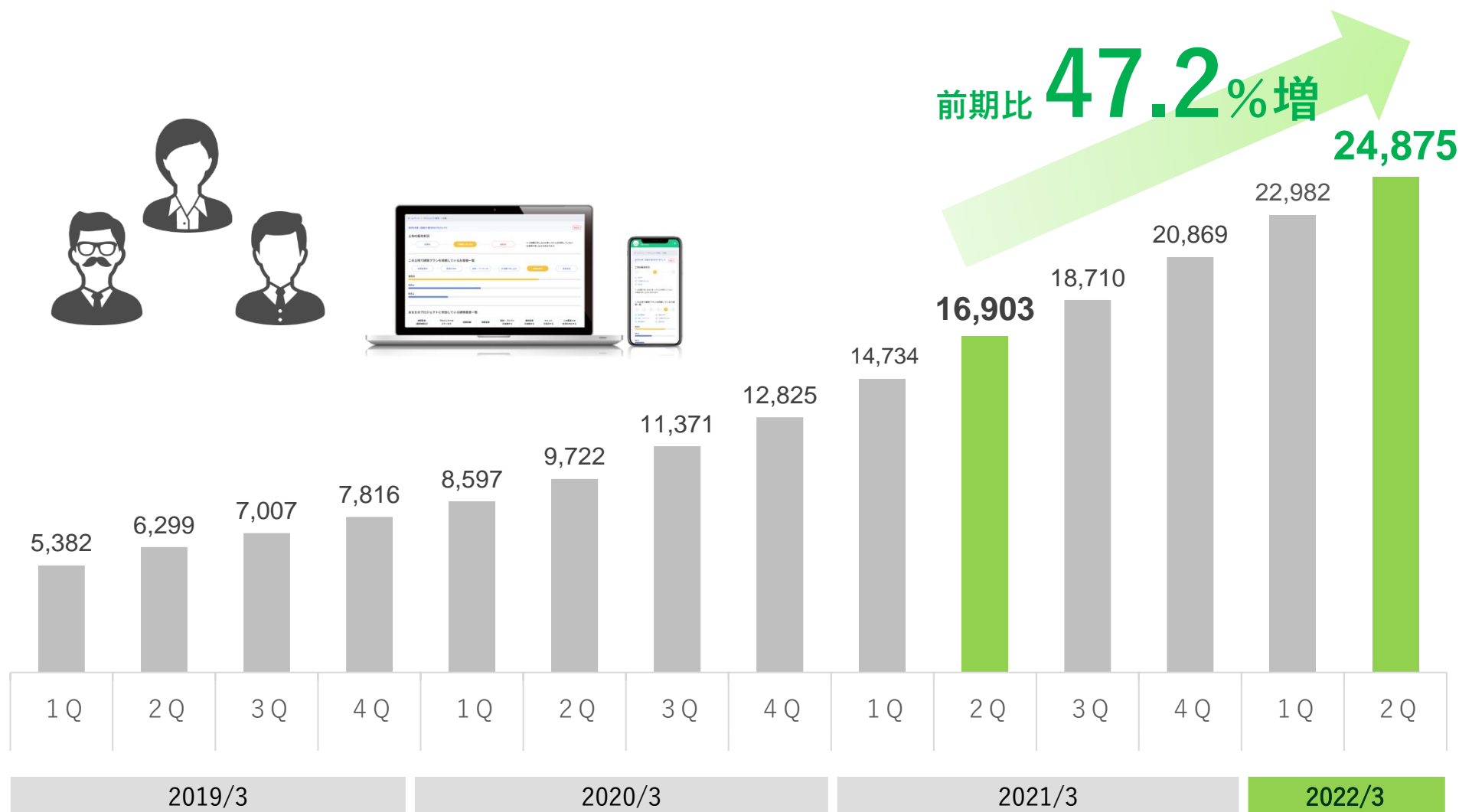
マンション顧客

建売戸建顧客

注文建築の常識を変革し
新たな顧客層へ注文住宅の機会を提供
▶マーケットを拡大

累計顧客データストック数推移

顧客データ数が順調に増加。仕入れ・販売両面で営業活動の効率化に寄与。



社会貢献活動とSDGsへの取り組み

社会貢献活動

世田谷246ハーフマラソン

オフィシャルスポンサーとして大会をサポートしています！！



PARTNER



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。2020年はコロナウイルスのため中止となりましたが、今年は開催予定です。（2021年11月14日(日)）

当社事業と関わりの深い地域への貢献の一環として継続サポートをしていきます。



認定NPO 法人キッズドア基金

2020コロナウイルス に負けるな！市民団体応援助成事業

当社グループでは、コロナウィルスの感染拡大に伴う日本経済全体の経済状況の不振に鑑み、2020年5月より「認定NPO法人キッズドア基金」へ支援募金を実施しております。コロナ下における困難な状況にある子供・学生を対象とした活動であり、仲介契約売上の一部から支援を行うものです。

▶[当社支援先リンク：認定NPO法人キッズドア基金](#)



仲介契約ごとに
一定額の寄付金
を積み立て



会社概要



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	東京都世田谷区新町三丁目22番2号
資 本 金	488,554千円
代 表 取 締 役	岡田 和也
従 業 員（連 結）	67名 （役員除く 2021年9月末時点）
事 業 拠 点	桜新町本店・自由が丘センター・恵比寿センター 自由が丘サテライトオフィス（2021年3月15日～OPEN） 目黒本社（2021年12月完成予定）
連 結 子 会 社	株式会社グランデ