

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

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

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%

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

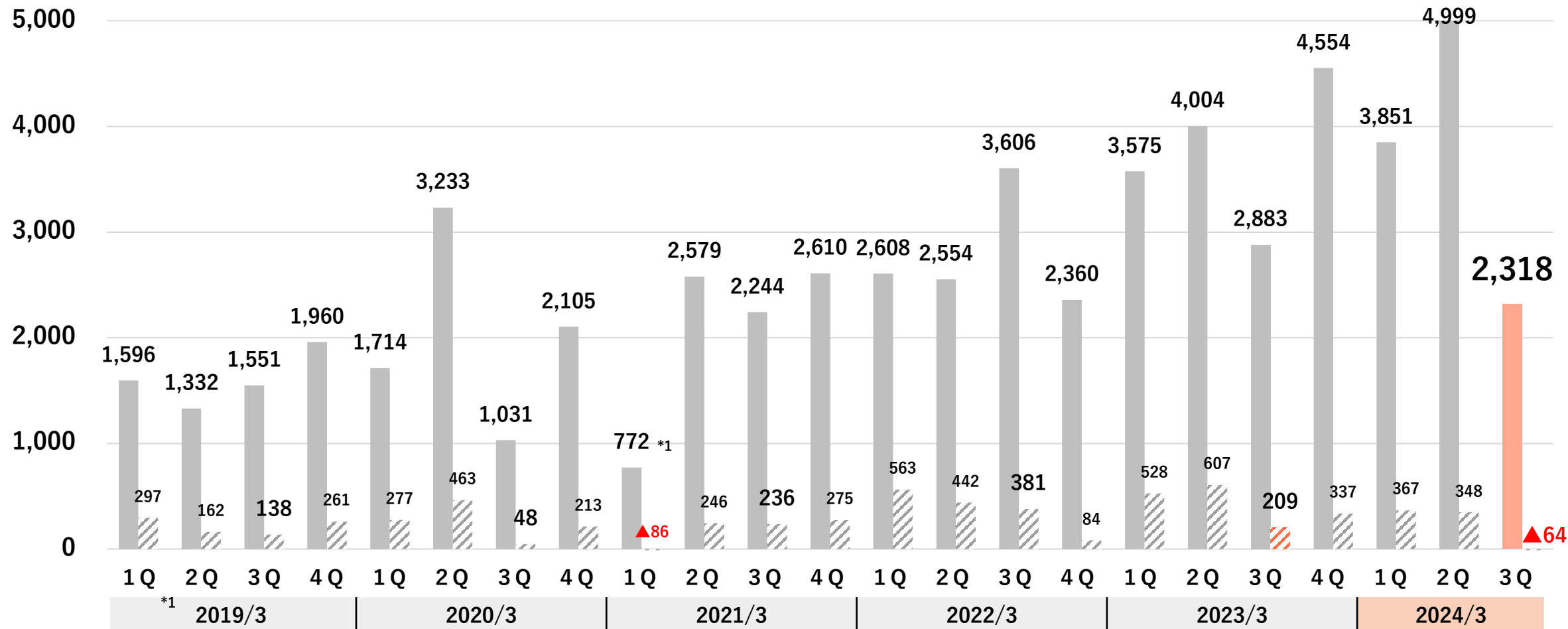
【単位：百万円】

	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%

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。

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

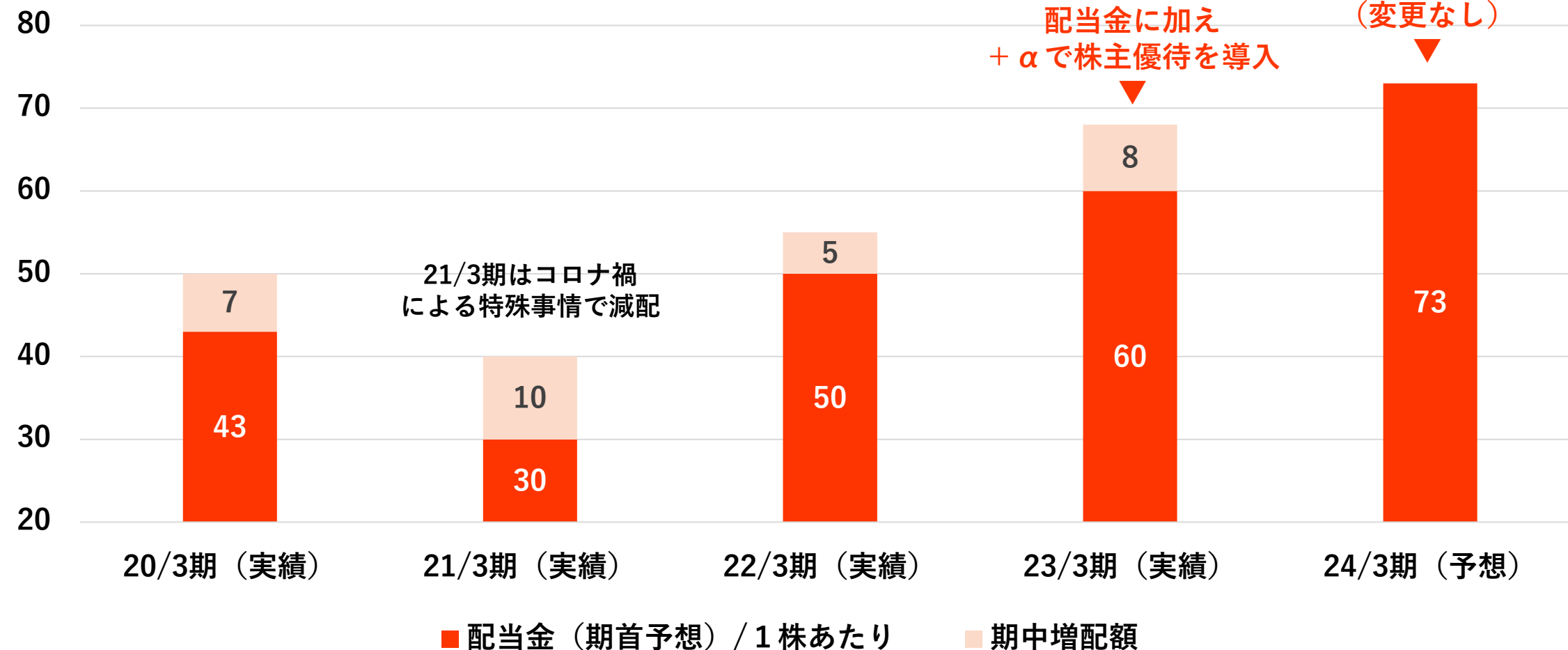
【単位：百万円】

	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】



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）

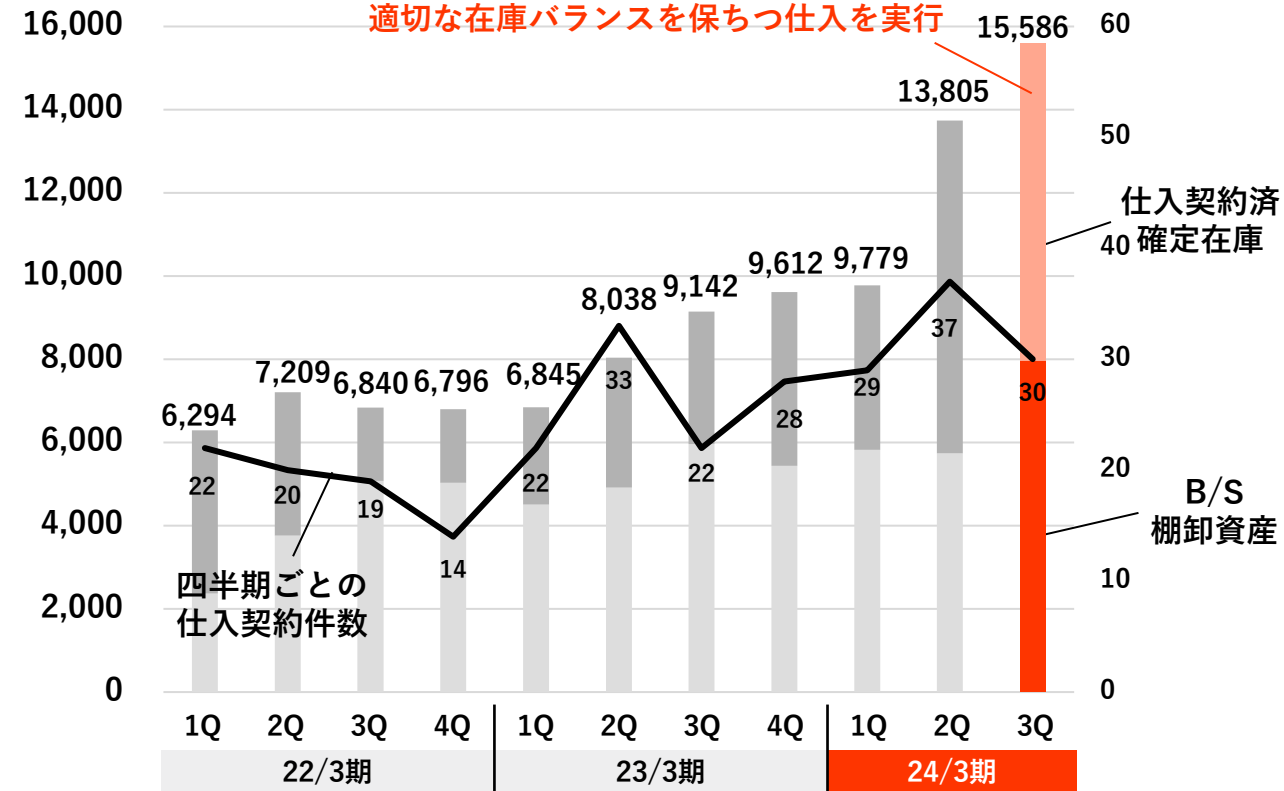
*在庫保有期間については当社主力の土地売買について実績値平均を記載しており、一部販売用不動産であっても、特殊事情を含む物件については除外しております。

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。

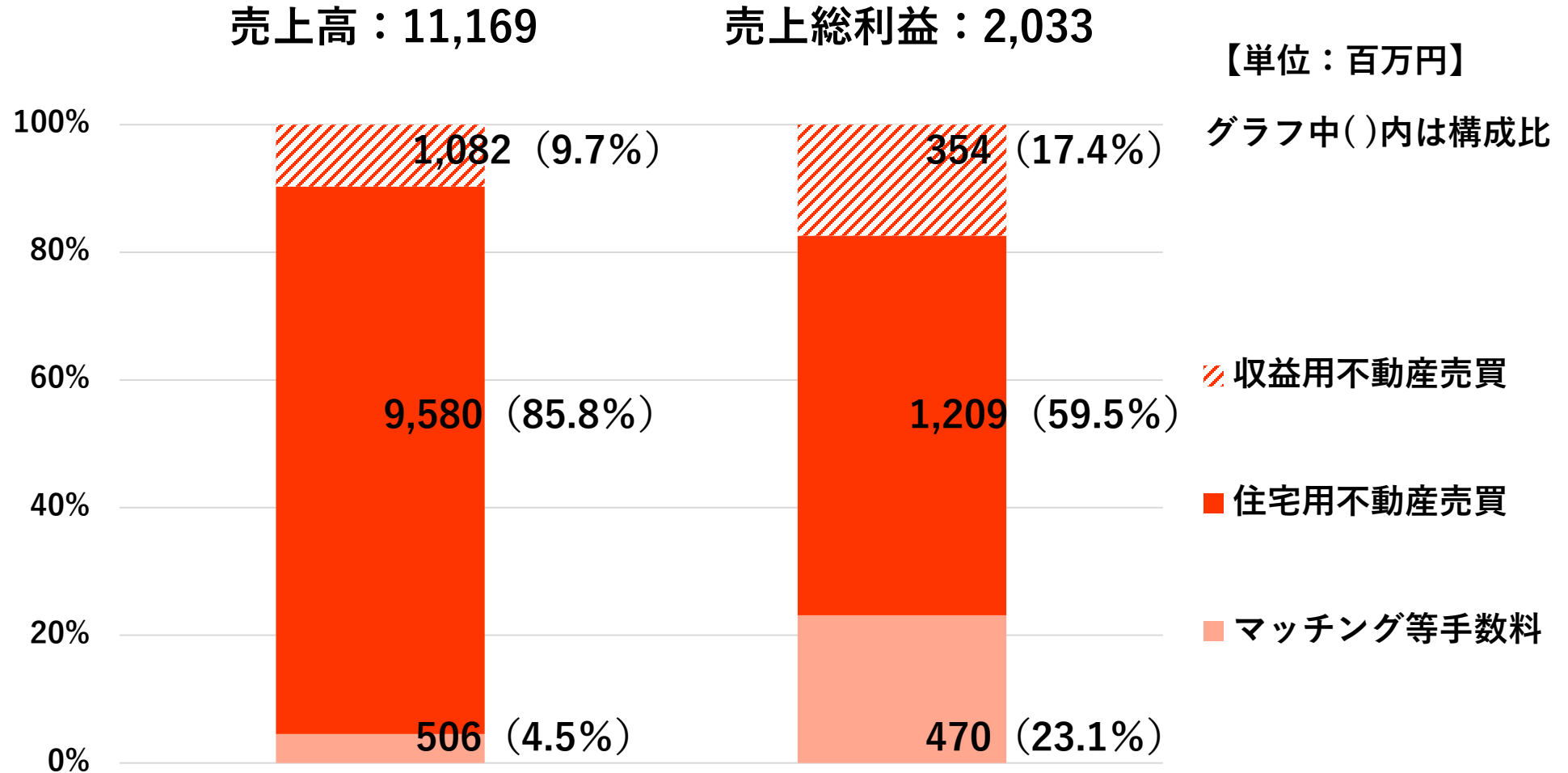
[プレスリリース記事\(2023年3月28日\)はこちら](#)

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

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。

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

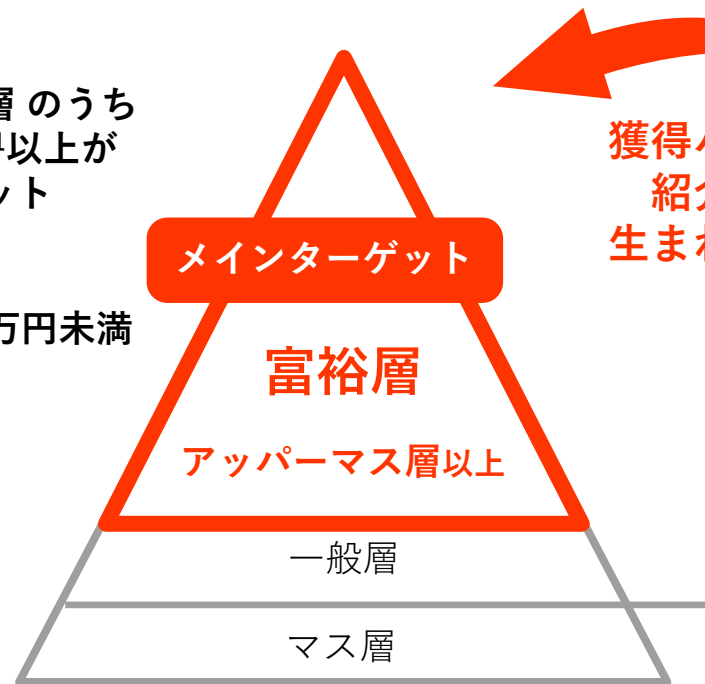
成約顧客のうち30%程度を口コミ・紹介リピート顧客が占める

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）

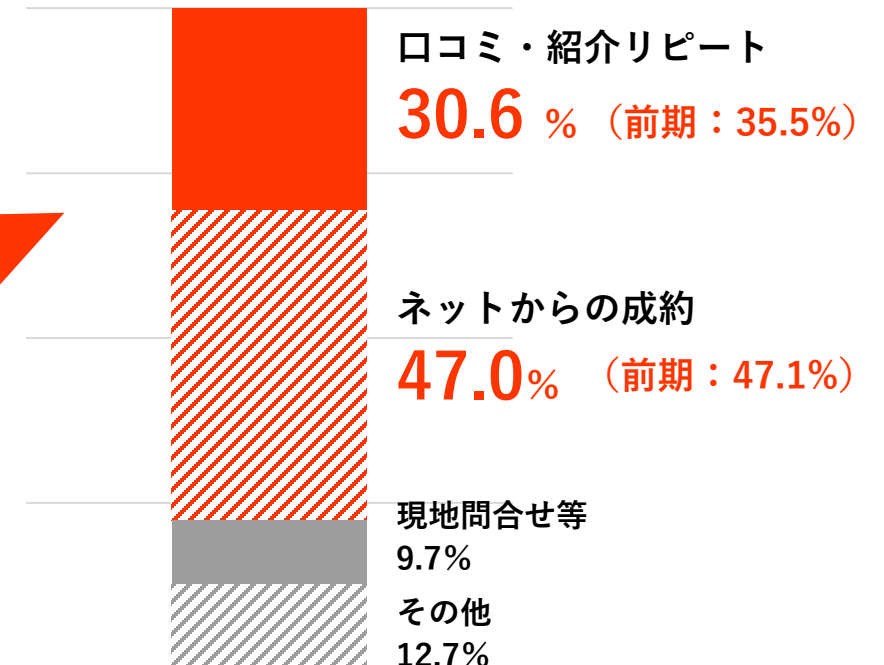
富裕層イメージ：
純金融資産保有額階層のうち
「アップーマス層」*1以上が
当社のメインターゲット

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）

*2 グラフは24/3期3Q実績となります。

事業エリアの実績とエリア拡大の状況

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)

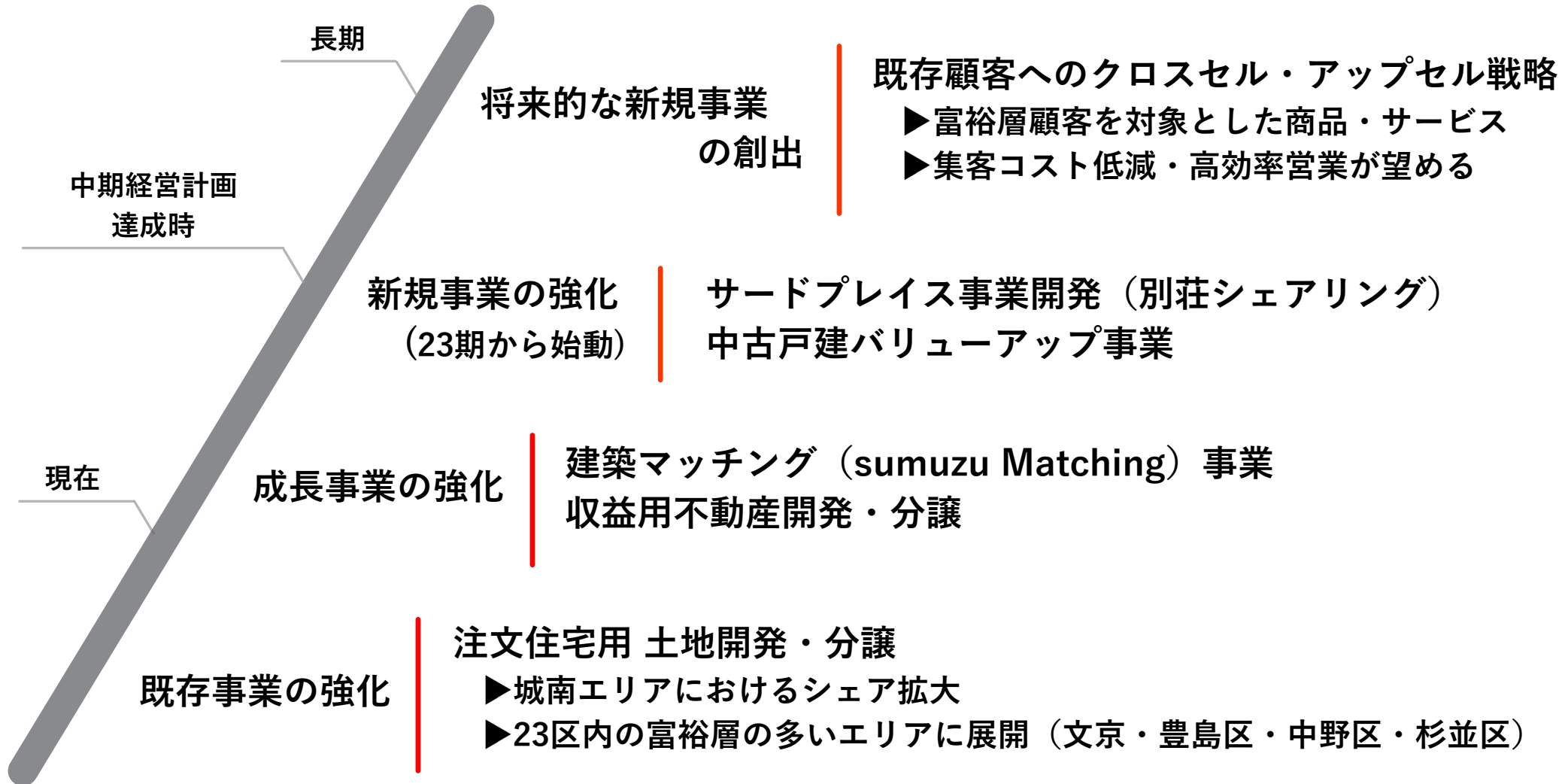
	23/3実績 (3Q末)	24/3実績 (3Q末)	増加率
城南エリア を除く23区	19.4億円	13.6億円	▲29.7%
城南エリア (6区*)	78.4億円	91.1億円	+16.2%



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。

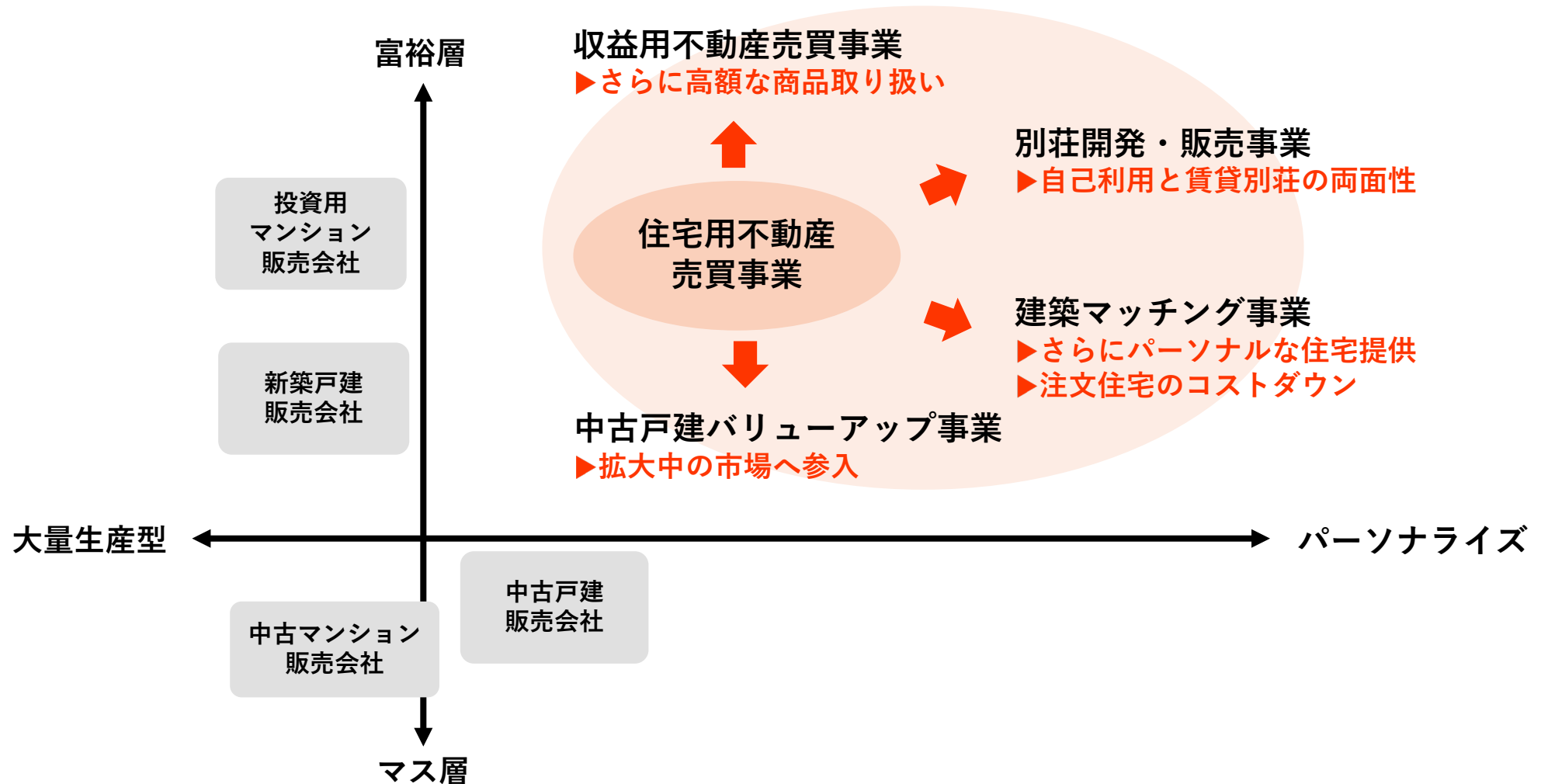
* 城南6区は世田谷区、目黒区、大田区、品川区、渋谷区、港区を指します。

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。

唯一無二の豊かさを創造する