

2025年3月期 第2四半期

決算説明資料（IRTV）

（2024/4/1 – 2024/9/30）

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

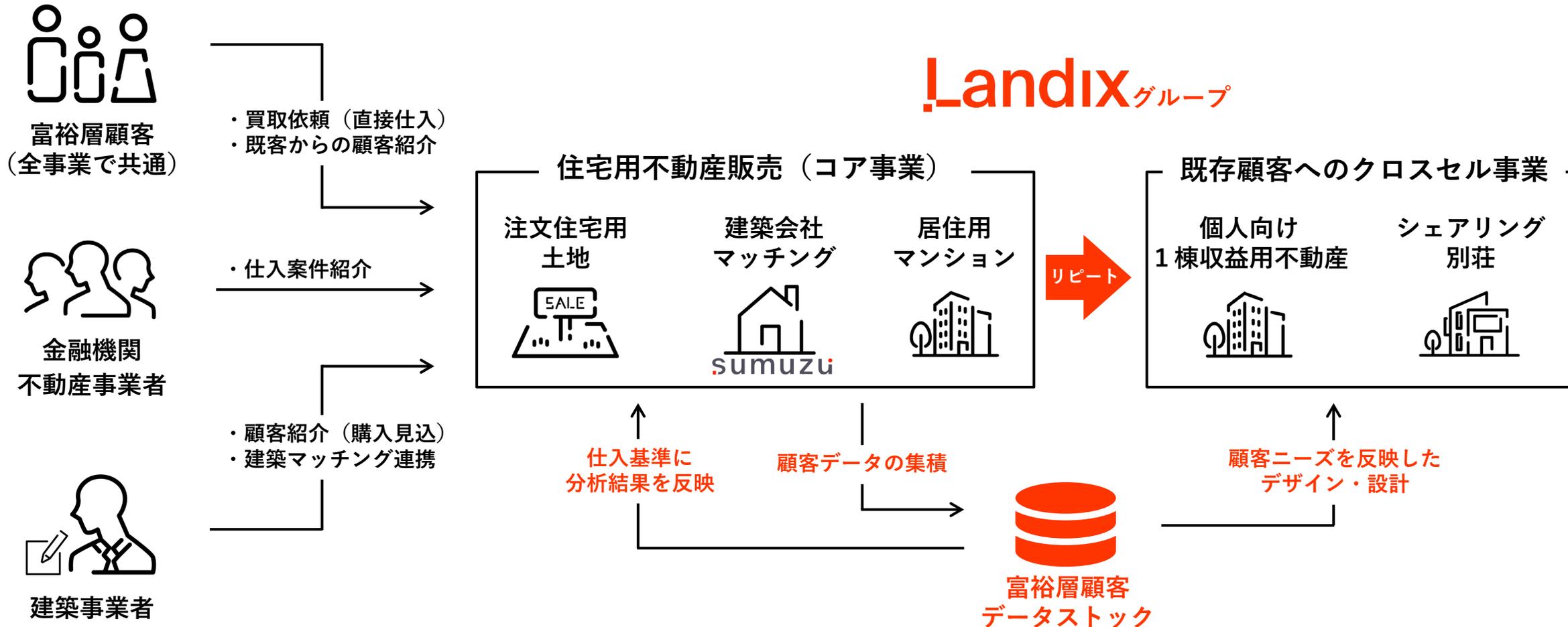
Rynne

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

当社のビジネスモデルの概観

戸建住宅事業で得た顧客データを軸に、既存顧客へのクロスセル事業を展開



顧客ニーズに対応した事業ポートフォリオ

不動産領域において富裕層の共通ニーズに一気通貫で対応

富裕層ニーズ段階▶

1次ニーズ：実需・家族の生活と安全

2次ニーズ：資産構築

3次ニーズ：QOL向上

成長事業

高い顧客満足の源泉：
建築会社マッチング事業

エンドユーザーと
建築会社をマッチング

事業領域拡大：
マンション住宅事業

東京エリアの住宅用マンション
顧客への物件紹介の幅が広がる

レジャー兼投資の新形態：
サードプレイス事業

都心3時間圏内の別荘開発
新時代の富裕層ニーズ

新規事業ターゲット領域

主力事業



当社事業のコア：
戸建住宅事業

富裕層顧客が中心
リピート&紹介取引が強み

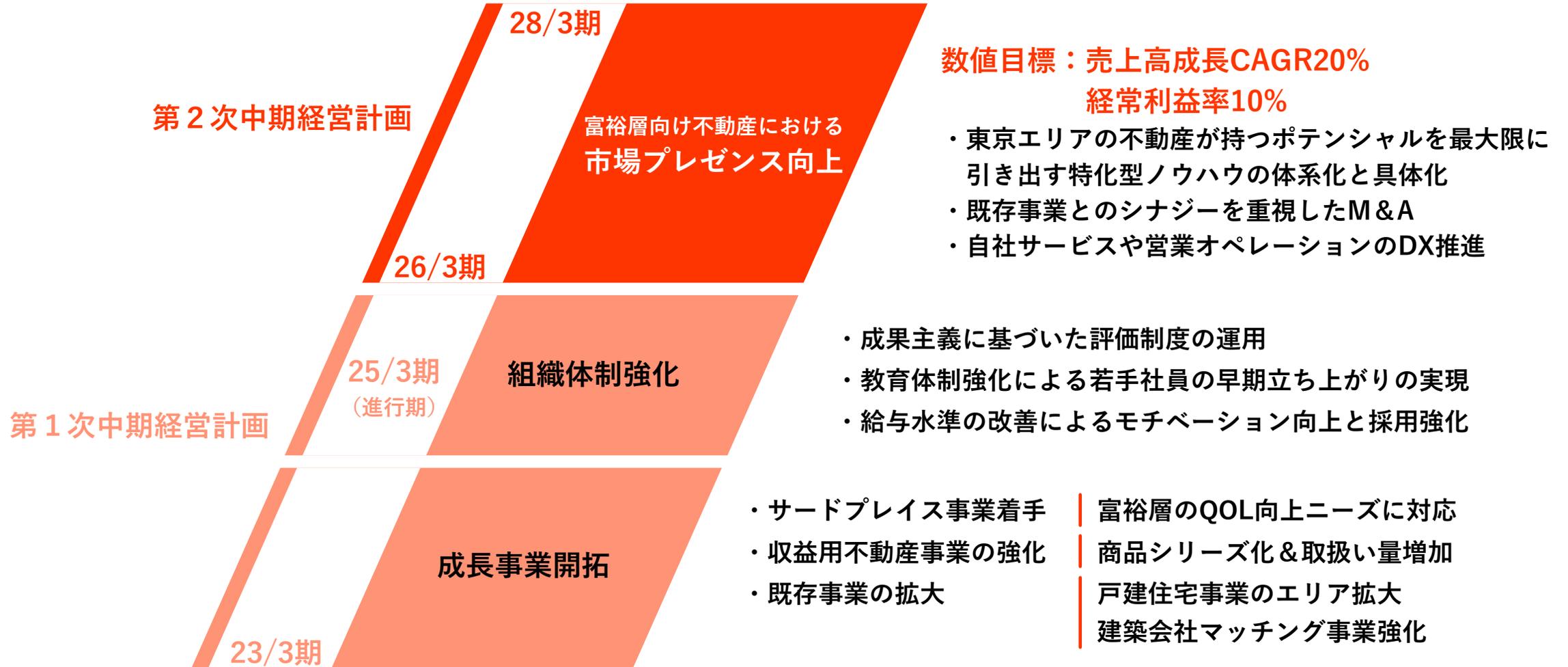
富裕層に特徴的なリピート取引：
個人向け1棟収益事業

自社開発による
レジデンスシリーズ

- 戸建住宅事業で集客した既存顧客に対して新たなサービスを展開。「富裕層」「QOL向上」をキーワードに事業を展開します。
- 個人向け1棟収益事業は25/3期で売上全体のうち20~25%程度となる想定です。

25/3期は人的資本強化により収益力を回復させ、再成長基盤を確かなものに

東京エリアにおける富裕層向け不動産のトッププレイヤー



1 四半期利益 過去最高

2Qの営業利益7.6億円で単Q利益額として過去最高を更新
▶ 売上高も最高水準、若手社員の早期戦力化が加速、在庫回転も良好

2 今期業績予想の 利益水準回復

開示予想の営業利益率8.8%を上回り9.4%まで利益水準を回復
▶ メインエリア東京城南6区の在庫比率を増加させたことで確実に利益を回復
業績予想に対する営業利益の進捗は約50.8%で順調

3 来期在庫の 早期積上げ

今期の必要在庫を充足、来期の期首在庫で約90億円分が確定済
▶ 自己資本比率は41.9%と安全水準を維持し仕入余力は十分な状態を継続

決算数値と経営指標サマリ (2025年3月期 2Q)

メインエリアにおける在庫仕入&販売比率を増加させたことで利益水準が回復

- ▶ 前期～今期1Qにおいて、東京城南エリアの仕入を強化したことで主力の住宅物件の利益水準が安定・改善。1Q時点の経常利益率2.5%から、8.7%まで大幅に回復。四半期営業利益では過去最高額を記録した。

業績予想達成に必要な在庫は仕入済、年20%の売上&利益成長のための来期在庫の積み増し増加

- ▶ 確定在庫は継続的に増加。不動産価格高騰による仕入れコスト高は継続するが、在庫回転は良好な水準を維持。

売上高

9,490 百万円

前期比
+639百万円
(+7.2%)

平均在庫保有期間 (土地)

4.85 か月

前期通期実績 5.40か月

確定在庫

17,326 百万円

前期末時点 13,002百万円

営業利益

889 百万円

前期比
+173百万円
(+24.3%)

経常利益率 (/売上高)

8.7 %

前期通期実績 7.0%

自己資本比率

41.9 %

前期末時点 46.8%

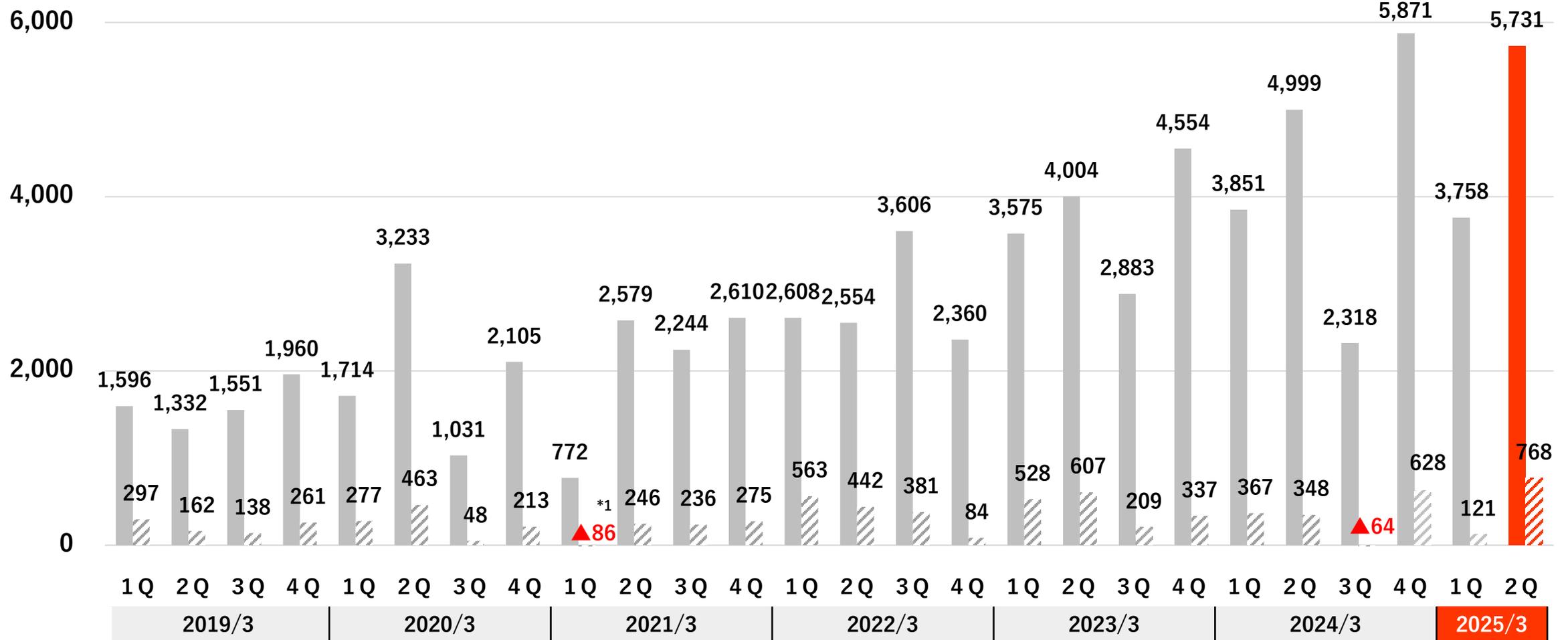
当期純利益

535 百万円

前期比
+68百万円
(+14.7%)

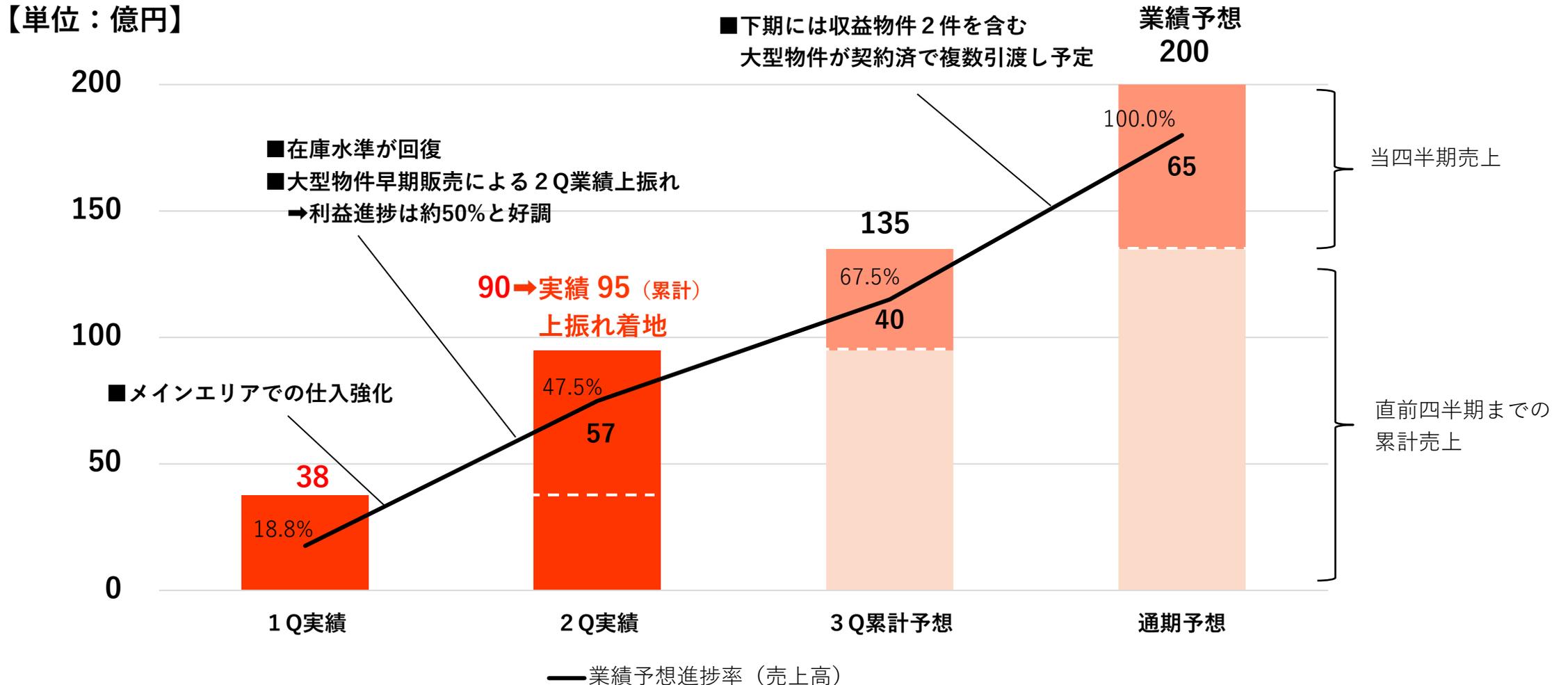
四半期業績推移（連結 売上高・営業利益）

【単位：百万円】



今期の四半期売上高の進捗予想

2Q業績が当初予想より上振れ下期販売に余裕、200億円達成確度が高まる



連結業績予想および配当予想（2025年3月期）

【単位：百万円】

	2024/3期		2025/3期	
	(2023/4/1-2024/3/31)		(2024/4/1-2025/3/31)	
	実績	前期比	業績予想	前期比
売上高	17,041	+13.5%	20,000	+17.4%
営業利益	1,279	▲23.9%	1,750	+36.7%
経常利益	1,185	▲26.1%	1,630	+37.5%
親会社に帰属する 当期純利益	790	▲24.8%	1,060	+34.1%
当期純利益/1株あたり	279.22円	▲24.8%	374.01円	+33.9%
配当金/1株あたり	73円	+7.4%	75円	+2.7%
(参考) 配当性向	26.1%	—	20.1%	

25/3期は下半期に収益物件を含む高利益案件の販売を予定

注文住宅用地の
平均在庫期間の実績

25/3期 2Q

4.85ヵ月

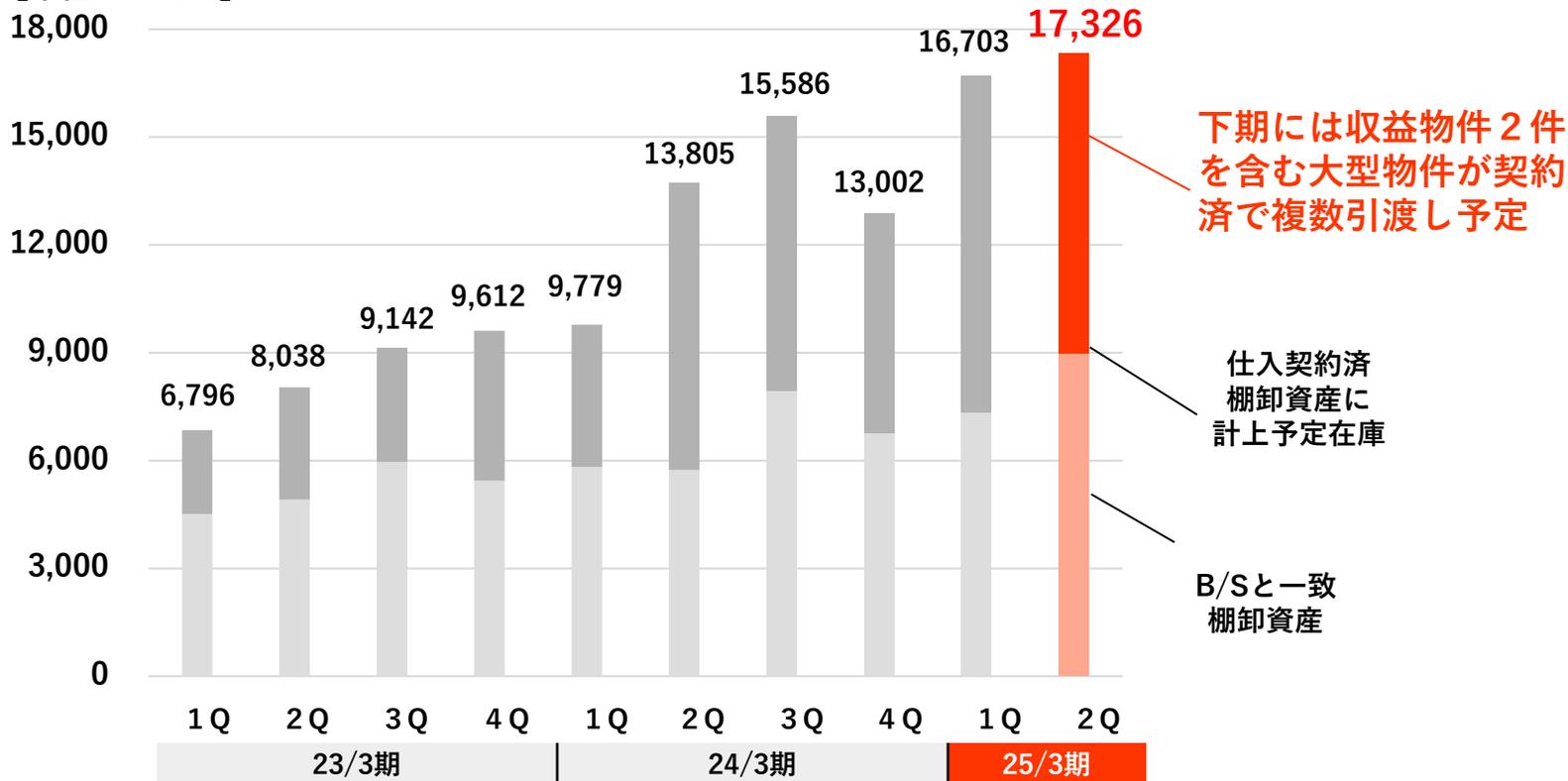


取引データを蓄積し
顧客ニーズに対応した
仕入れに繋げる



確定在庫（総見込み在庫）の四半期推移

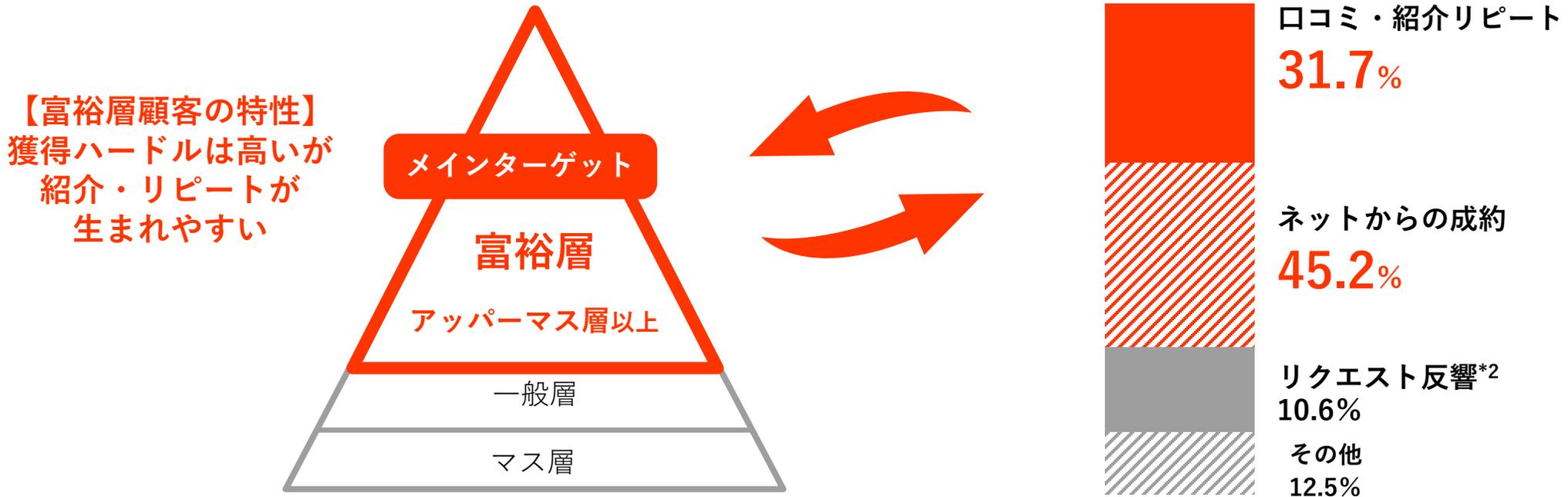
【単位：百万円】



創業以来の富裕層顧客との取引が蓄積していることで紹介・リピートが多い

- ▶ 富裕層顧客はサービスに満足することで紹介・リピートが発生しやすい
- ▶ 取引の蓄積が集客&取引を加速させ、一般的に“フロー型”である不動産ビジネスを“ストック型”へ転換

成約顧客における集客経路

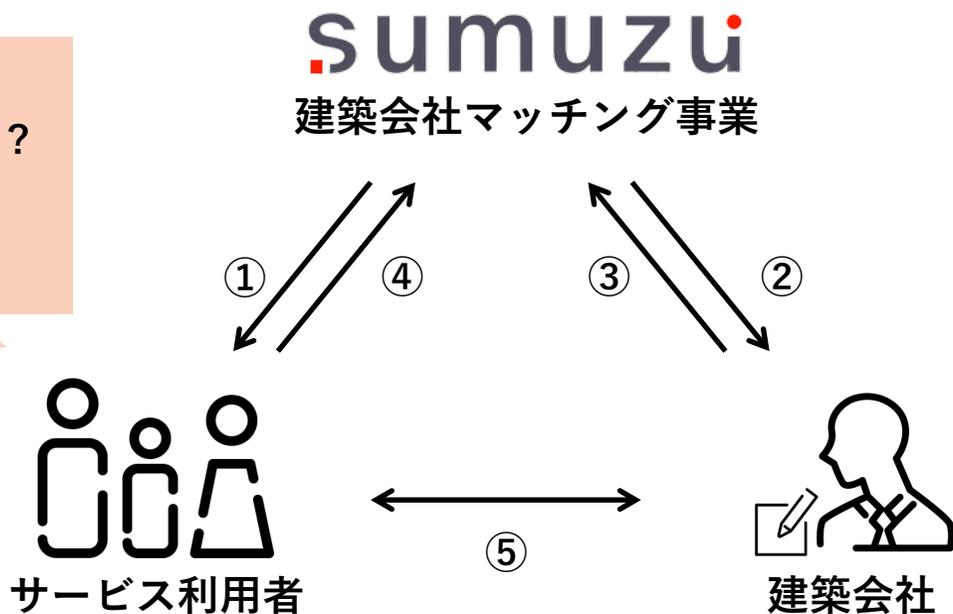


第三者的立場でのアドバイスを行うことで「安心な建築事業者選び」を実現

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

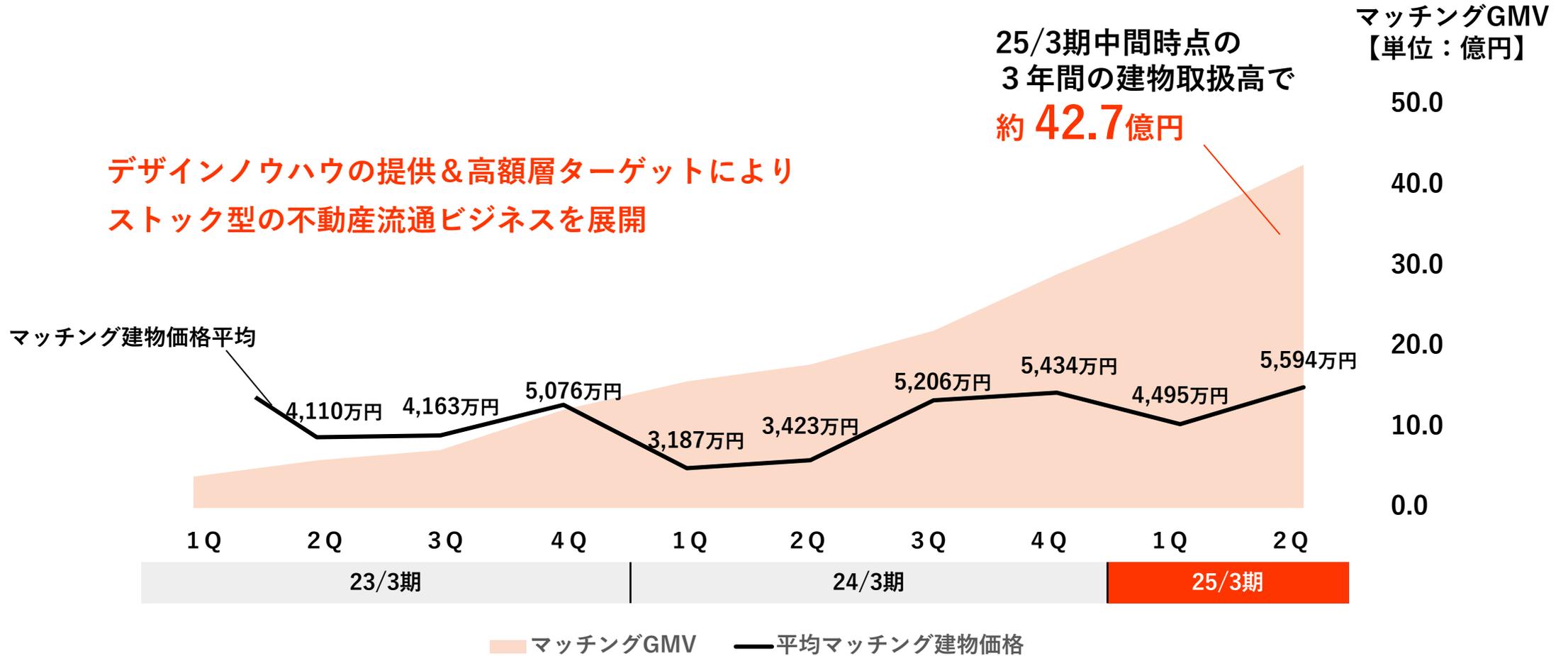
- 専門用語が難しい！
- 建築会社ごとの特徴は？
- 完成までの期間は？
- 見積金額は妥当なの？



- 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

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



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きます。主力である城南エリアの取引高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・向上を両立いたします。

3カ年におけるエリア別の不動産販売実績

	22/3期	23/3期		24/3期		25/3期 (中間)
	実績	実績	前期比	実績	前期比	実績
城南エリア (6区*)	93.6 億円	112.6 億円	+20.3%	137.6 億円	+22.2%	73.0 億円
城南エリア を除く23区	10.9 億円	30.0 億円	+173.8 %	21.8 億円	▲27.4%	17.1 億円



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。

2025年3月期の売上・利益改善への打ち手の経過

打ち手	具体的な内容
<p>積極採用の継続と若手人材登用</p> <p>26/3期新卒採用は12名が確定！ 積極採用継続中</p>	<p>新卒採用の積極的採用を継続しています。（中途の即戦力採用も並行）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 25/3期の新卒入社実績は13名（24/3期：12名、23/3期：12名） <p>若手社員が早期に立ち上がる体制を構築します。→営業組織拡大へ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 営業管理職のうち85%が内部登用人材 ^{*1}
<p>人材パフォーマンス向上</p> <p>一人当たり営業利益が 前年同期比で117%と大きく改善</p>	<p>全社単位での給与アップしています。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 25/3期の給与ベースアップ平均額は全社平均で昨年対比13.4%^{*2} <p>成果主義に基づいた適切な評価制度を運用しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 適切に評価、賞賛を行うことで社員のモチベーションの維持向上を実現
<p>収益用不動産事業の強化</p> <p>半期で今期売上ヒットの 約24億円分が引渡し確定</p>	<p>期首在庫として確保済の約49億円分の収益用不動産を予定通り販売します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自社開発収益物件の売行き好調→シリーズ全物件が完成と同時に販売完了予定通りに販売を行うことで25/3期の業績目標達成確度が安定
<p>営業活動の効率化</p> <p>在庫水準回復により対前期比で 営業利益率が回復（7.5→9.4%）</p>	<p>自社メディア強化により集客数の向上と集客コストの低減を目指します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2024年4月に完全子会社化したリンネ社のITのノウハウ活用 <p>富裕層顧客の多い東京城南エリアにおける取引を強化します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 富裕層顧客とのコンタクト機会を増加させ、同一顧客との複数回取引を促進することで営業効率を向上させ利益水準を安定させる

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	491 百万円
代 表 取 締 役	岡田 和也
社 員 数 (連 結)	121名 (2024年 9 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