

成長可能性に関する説明資料 ～不動産を通じて喜び感動を～

2019年12月
株式会社 ランディックス



目次

1. 会社概要	2
2. 当社の特徴	10
3. 今後の成長戦略	21
4. 市場の動向	28

1. 会社概要



経営理念

経営理念・経営ビジョン

不動産を通じて、お客様に喜び・感動を

代表取締役



岡田和也

略歴

- 1991年4月：協立広告株式会社入社
- 1993年11月：城南リハウス株式会社入社
- 2001年2月：当社で事業開始

広告代理店での経験を経て、城南リハウス株式会社に入社。
不動産仲介営業マンとして活躍後、2002年6月に当社代表取締役に就任。

当社を支えるチームメンバー

- 取締役には、大手不動産会社出身者の不動産のプロが名を連ねる
- 管理担当役員には会計のプロ、社外取締役にはIT業界をはじめあらゆる分野に人脈のある人材を配置

不動産仲介・販売に係る深い知見



代表取締役
岡田和也

経歴

広告代理店での経験を経て、城南リハウス株式会社に入社。不動産仲介営業マンとして活躍後、2002年6月に当社代表取締役に就任。



常務取締役
渡邊 光章

経歴

城南リハウス株式会社、住友不動産販売株式会社等で8年間勤務後、2002年5月に当社入社。2008年4月に当社取締役に就任。



取締役
古室 健

経歴

住友不動産販売株式会社にて25年の不動産仲介経験を経て、2013年4月に当社入社。2017年3月に取締役就任。

事業運営に係る深い知見



取締役管理部長
中山 周一郎

経歴

新日本監査法人（現EY新日本有限責任監査法人）を経て、2017年1月に当社入社。同年6月取締役就任。



社外取締役
西村 弘之

経歴

アーサー・アンダーセン・アンド・カンパニー（現アクセンチュア株式会社）を経て、2019年3月に当社社外取締役就任。

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	1億2,877万6,080円	
代表取締役	岡田 和也	
従業員（連結）	49人（2019年9月末）	
事業拠点	桜新町本店 自由が丘センター 恵比寿センター	
連結子会社	株式会社グランデ	
株主	代表者・代表者親族 役員・監査役 従業員持株会 従業員 その他一般株主	97.3% 0.8% 0.3% 0.1% 1.5%

富裕層の多い
城南6区中心に
拠点展開

VC無し

一般的な不動産販売・仲介から不動産テックへ

2001年2月	東京都目黒区に不動産の売買・賃貸・コンサルティング業を目的とした株式会社アーバン・ライフを設立
2003年8月	株式会社ランディックスに商号変更・不動産売買事業の効率化を目的として株式会社グランデを桜新町に設立 当社子会社の株式会社グランデが宅地建物取扱業許可取得(東京都知事免許)
2016年7月	不動産の売買仲介の営業所として、自由が丘センターを開業・株式会社グランデの本店を自由が丘センターへ移転
2017年3月	資本金99,100千円に増資・株式会社グランデを100%子会社化
2017年4月	当社ITメディア「sumuzu(スムーズ)」のプレオープン(前身LANDNET)
2017年12月	資本金128,776千円に増資
2018年1月	自社サイト「sumuzu(スムーズ)」のリリース
2018年4月	不動産の売買仲介の営業所として、恵比寿センターを開業・株式会社グランデの本店を恵比寿センターへ移転
2018年11月	不動産テック協会に加入 マーケティングオートメーション導入によるITマーケティングスタート
2018年12月	チャットボット導入
2019年3月	建築希望顧客と建築家・施工業者との簡易マッチングスタート
2019年7月	土地相場が簡単にわかる「相場ウォッチャー」サービススタート
2019年8月	土地からプランを簡単入手可能な「建築プラン提案サービス」開始
2019年10月	無料・匿名でオーダー住宅の相見積ができるサービス「sumuzu Matching」スタート

一般的な
不動産販売・仲介
の時代

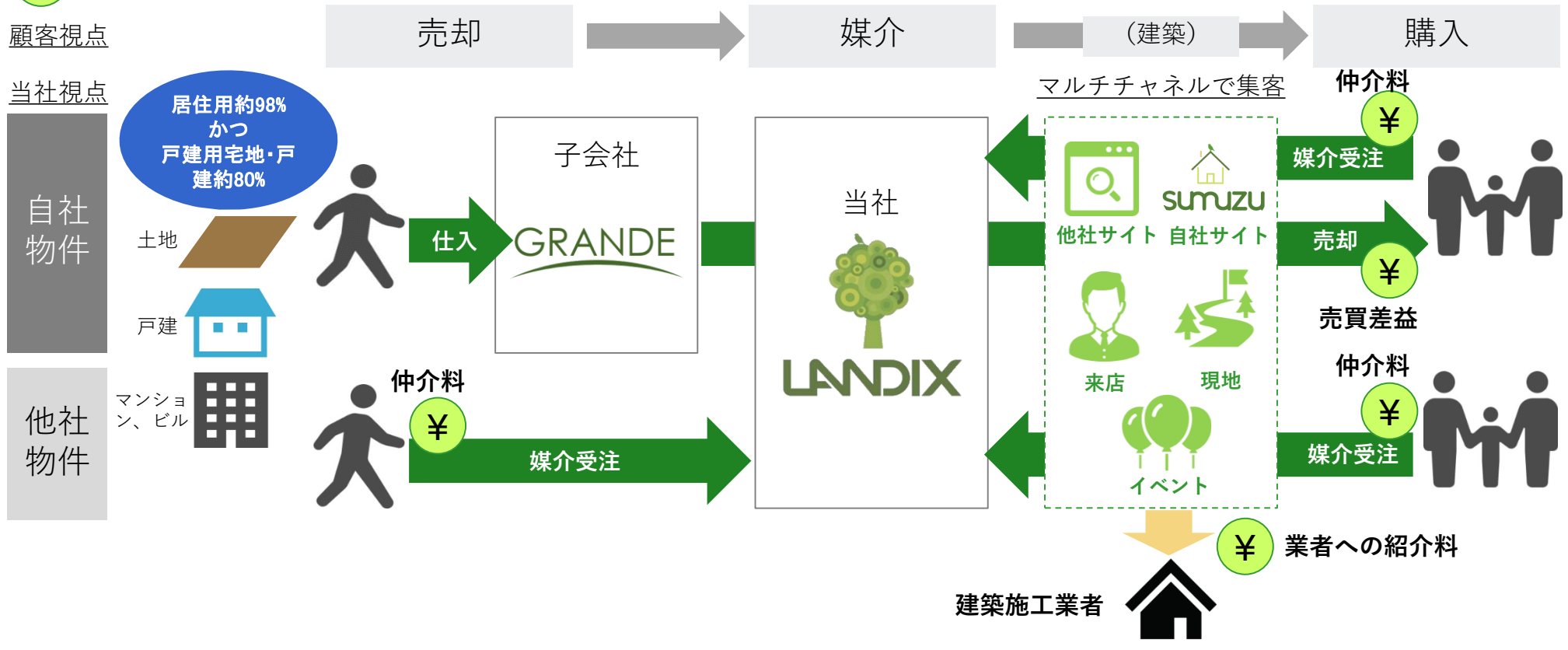
不動産×テック
の時代へ

ビジネスモデル概観

当社は 不動産売買の一連のプロセスに係るサービスを一気通貫で提供
一連のフローを総称して「sumuzu事業」セグメントと呼称

sumuzu事業

¥ = 当社の収益源



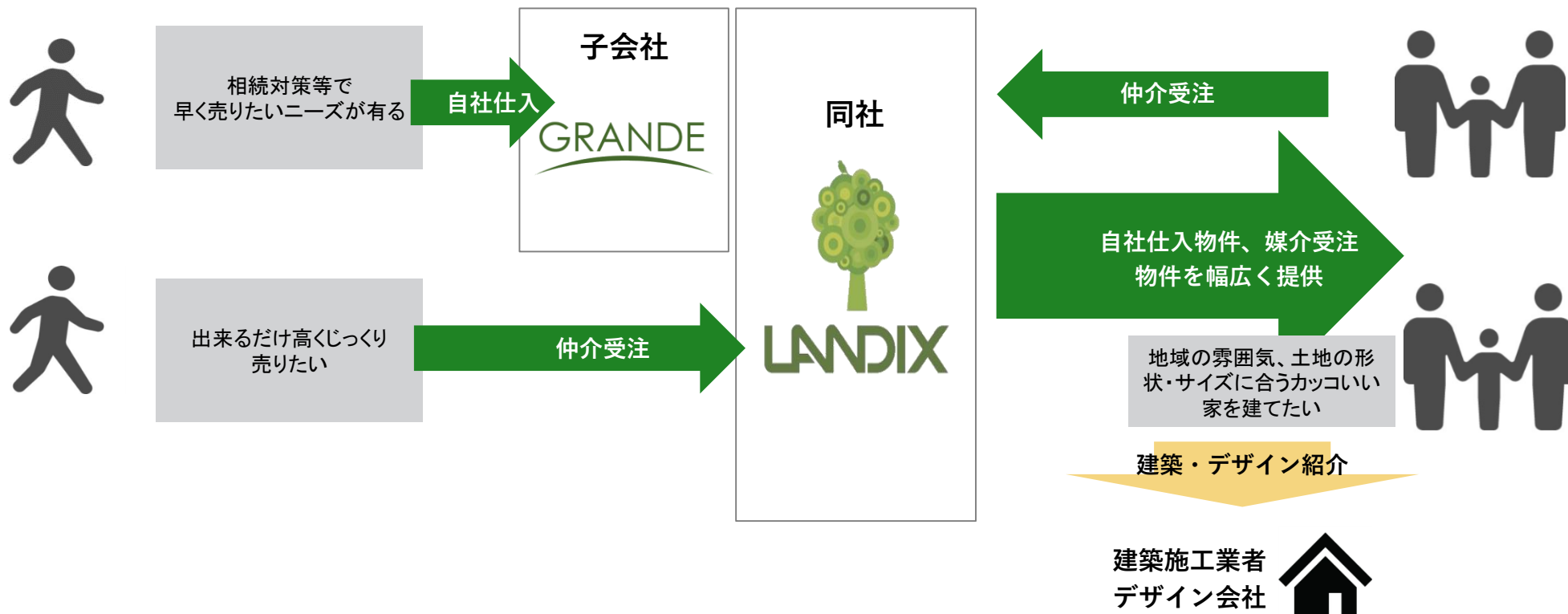
その他事業として、自社保有物件の賃貸運営を有する

「sumuzu事業」とは

顧客のニーズに合わせて、「仲介」、「自社売買」、「建築・デザイン紹介」を組み合わせることで、不動産売買のニーズに一気通貫に対応する事業

売却

購入

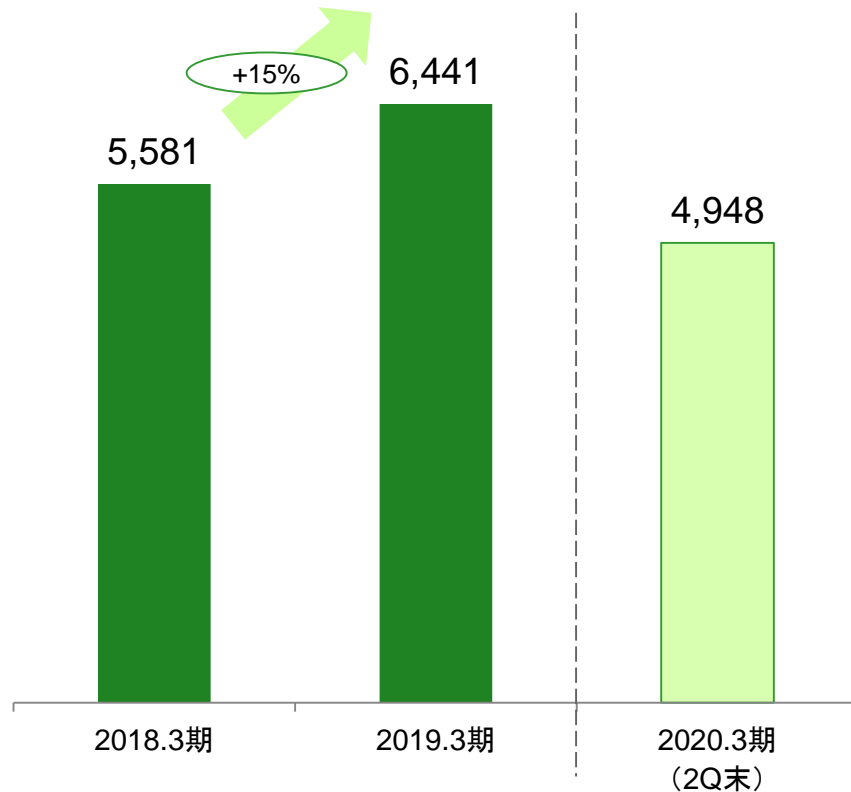


sumuzu事業を中心に高い成長を維持

競争の激しい不動産業界（全国に不動産業者は約32万社*）で高い成長を実現
 今期実績も高い進捗率で推移

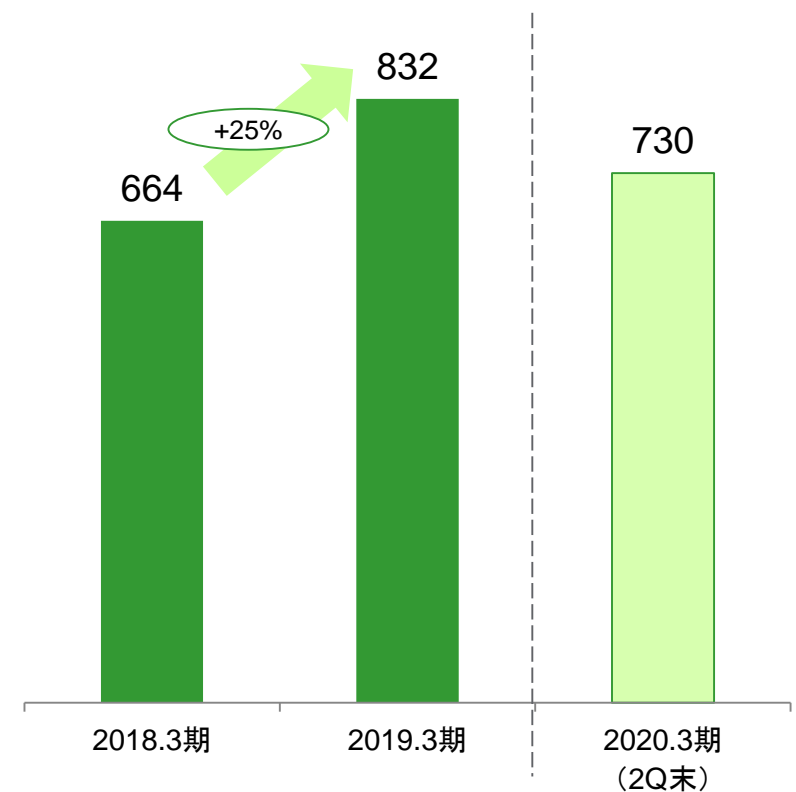
売上高（連結）

単位：百万円



経常利益（連結）

単位：百万円



* 不動産業者数の数値は、不動産流通推進センター「2019不動産業統計集」

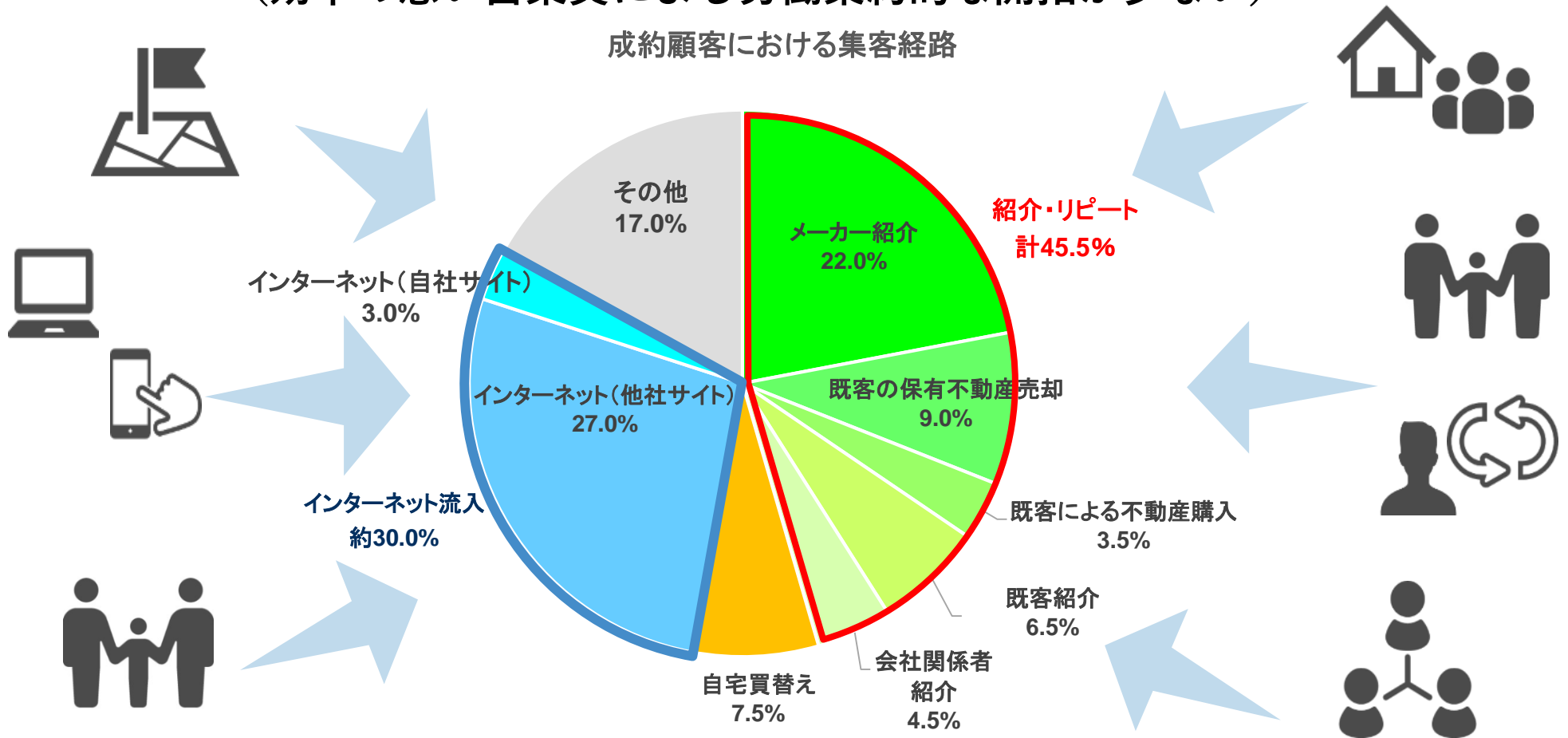
2. 当社の特徴



高成長性・高収益性の背景

インターネット、顧客・メーカー等からの紹介・リピートによる
 効率的な集客により高い利益成長を実現
 (効率の悪い営業員による労働集約的な開拓が少ない)

成約顧客における集客経路



*1 2019年3月期における成約顧客の経路別

当社の集客力の背景

1

他社サイト、自社サイト、支店等を活用したチャネル戦略

2

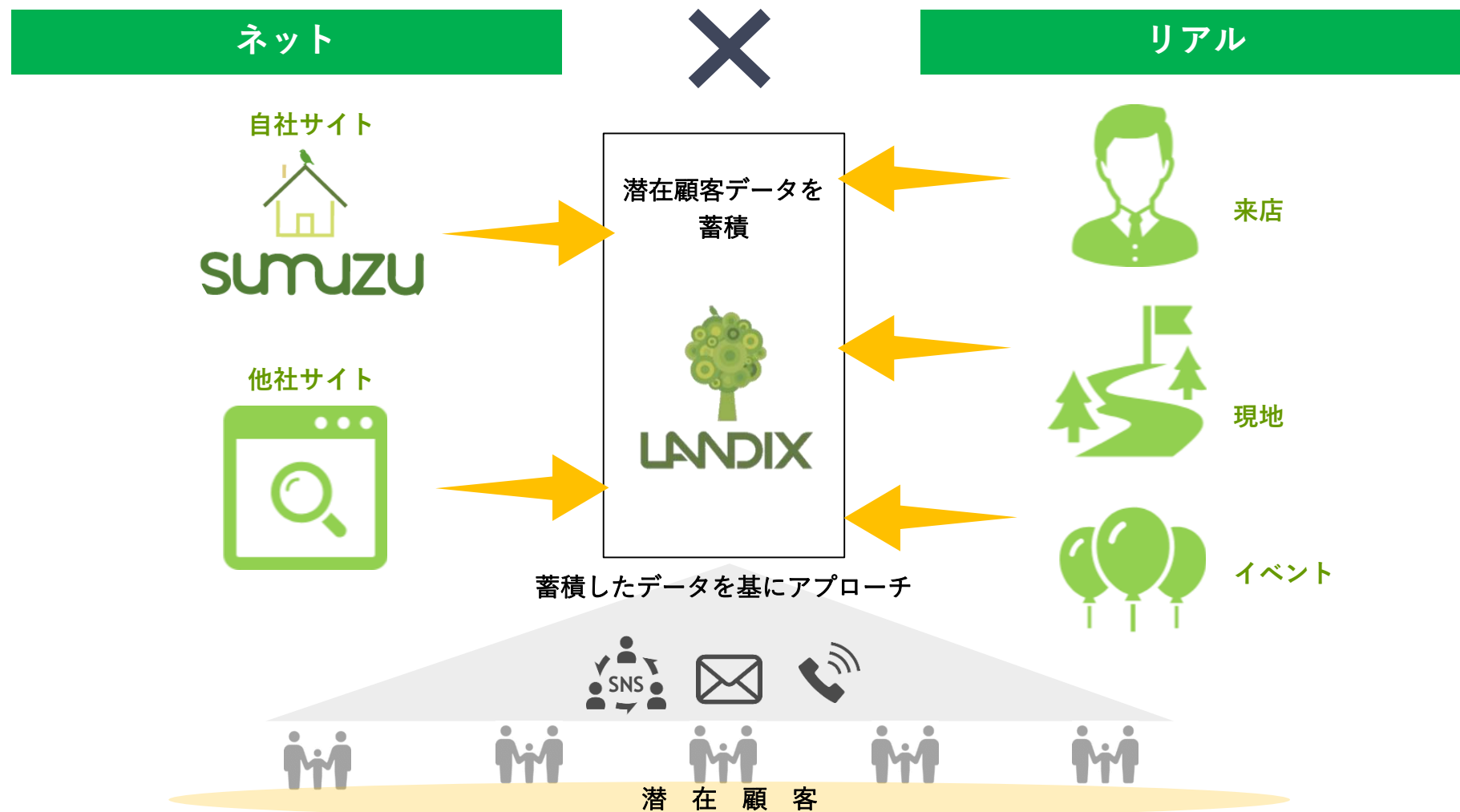
リアル・ネットを活用した注文住宅マッチングの提供

3

顧客データの蓄積をベースとした高い仕入力・販売力

ネット×リアルのアプローチ

ネットとリアルで蓄積した潜在顧客に効率的にアプローチ



自社サイト「sumuzu」について

自社サイトで不動産売買に係る情報を多面的に発信

自社サイト



オーダーメイド住宅マッチング

簡単なオンラインベースの自動Q&Aで、好みの建築業者をご提案するほか、10月よりサービスリニューアルを実施

マッチング診断

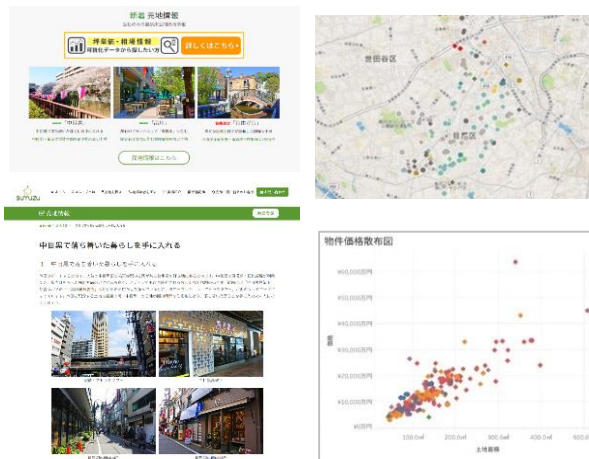
簡単5ステップでご希望の建築家・デザイナー、工務店、ハウスメーカーを見つけよう！

Step1 ご希望の住宅外観イメージを選ぶ



メディア

不動産仲介会社や建築業者の保有している情報とお客様との情報格差をなくすべく、売地情報の分析・可視化を提供



チャット

顧客の疑問を解消するために、チャットによる情報提供

チャットボット



有人チャット



注文住宅マッチングの提供

顧客と建築施工業者、デザイナーとの注文住宅マッチングを実現

顧客

当社

施工業者

当社で住宅用地を取得した顧客に対する継続アプローチ



自社営業員

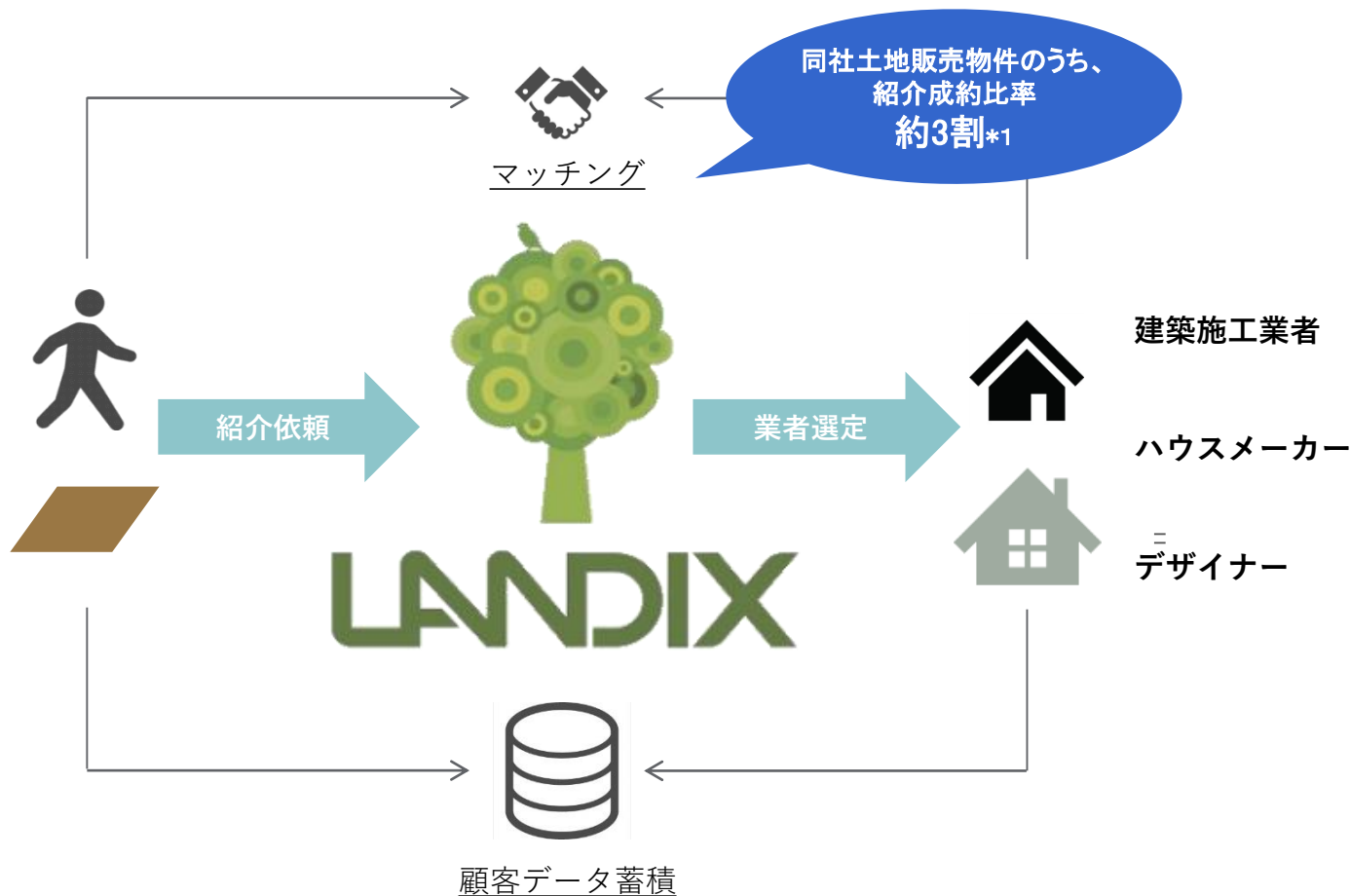
相対



sumuzu
自社サイト

ネット※2
2020/3期
より機能搭載

自社サイトsumuzuからの紹介依頼



*1 2019年3月期における割合
*2 オンラインでのサービス提供は8月より、完全システムによる顧客と事業者とのマッチングは10月より提供開始

自社サイトにおけるマッチングサービスについて



土地探し・建築会社選定・完成引渡しまでをワンストップサポート

ネット

対面



土地マッチング

新着 売地情報
当社の最新の売地情報を掲載

探単価・相場情報
可視化データから探したいが 詳しくはこちら

分析・可視化

建築会社マッチング

マッチング診断結果

ジェイホームズ株式会社
お住まいの環境に合わせた最適な家を提案する。建築家の経験によるデザインを「家づくり」を通じて、お客様に。熱意あふれる成長を伴ったサービスを提供した。美しい家を建てることもできています。是非他のお客様の事例もご覧ください。また、弊...

この会社に関心をお寄せください

株式会社ハワゼ
建売住宅が多く建てる建築会社。自前工場、自前施工隊として特に人気があります。ハウスの仕様も幅広く、様々な要望に応じ、お客様に合わせたサービスを提供する。アフターサービスも充実。モノ作り、そして品質...

この会社に関心をお寄せください

チャットサポート

チャットボット

- サービスに申し込みたい
- サービス内容を知りたい
- オーダーメイド住宅の価格を知りたい
- 全館断熱について知りたい
- ササキチー 工務店・ハウスメーカーについて知りたい
- オーダーメイド住宅の建築費について知りたい
- オーダーメイド住宅への組み替え方法を知りたい
- セミナー、現地見学、キャンペーンについて知りたい
- 見積書とチャットをしたい

有人チャット

コンテンツマーケティング

新着記事

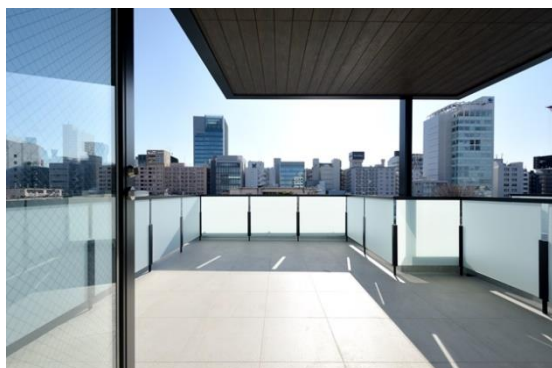
新着記事一覧

当社紹介による建築事例

当社からの施工業者への紹介による建築事例



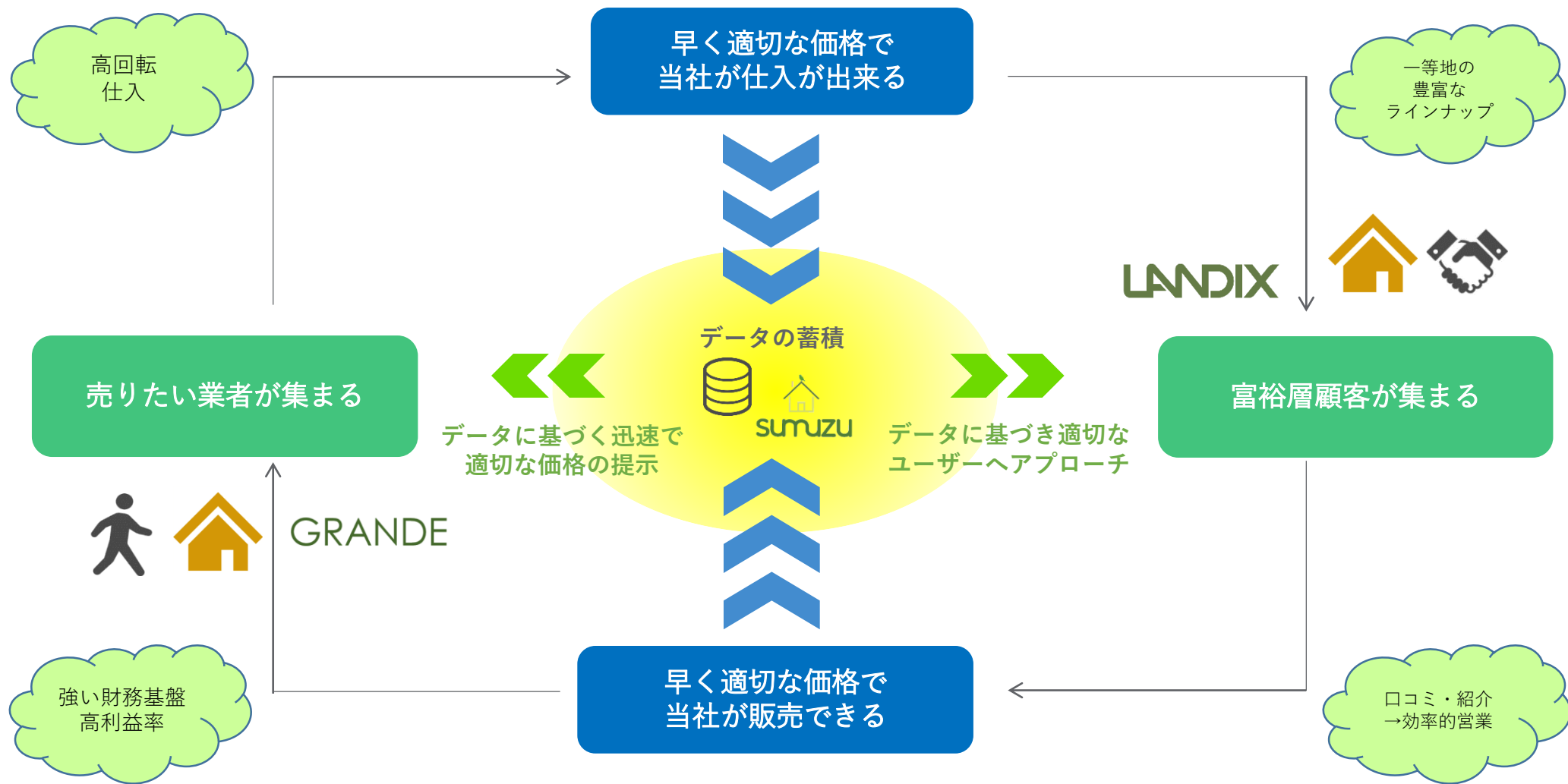
周辺環境への調和、土地の特長を生かし、流行にとらわれない飽きないデザインの中にオーナーのこだわりも取り入れた外観デザインを実現



使い勝手がよく採光なども考慮した居住空間設計を行い、トーンやオーダーメイド家具などでセンスの良い空間を演出

仕入・販売サイクル

顧客データに裏打ちされた仕入・販売サイクルを実現



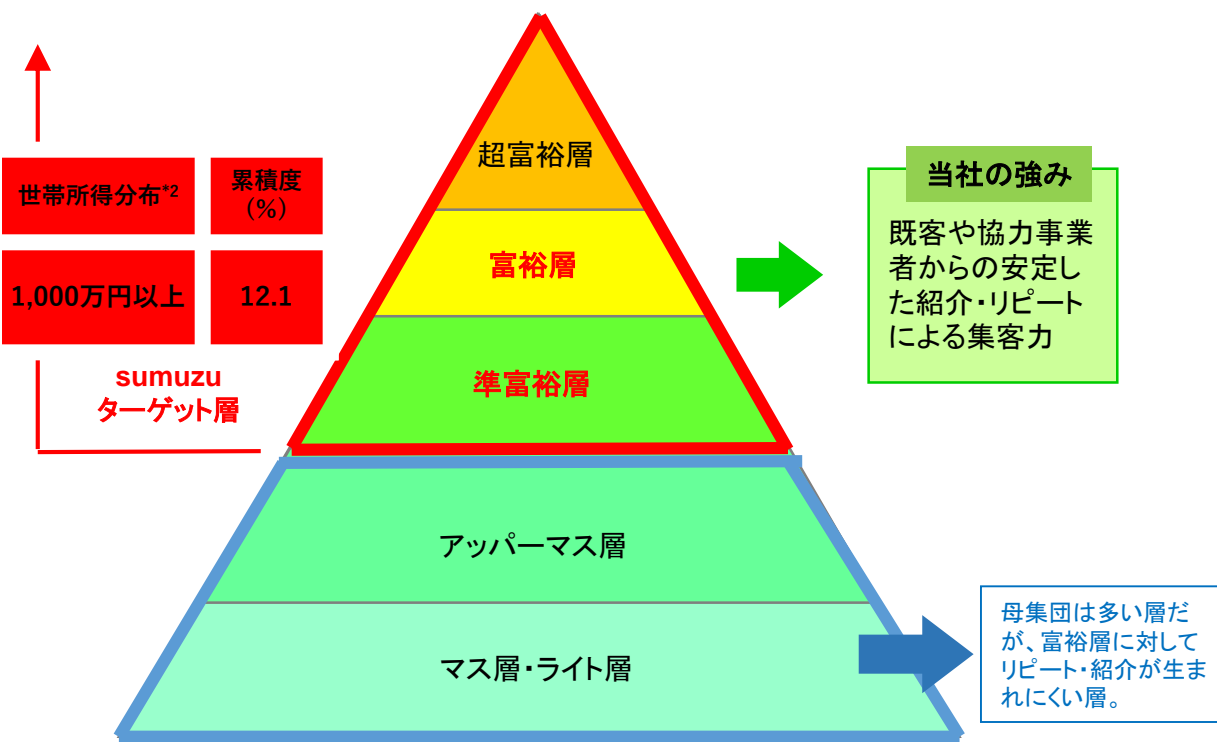
当社データの蓄積



当社における顧客の蓄積

最先端のライフスタイルを求める富裕層を中心とした顧客情報を蓄積・活用

顧客ターゲット

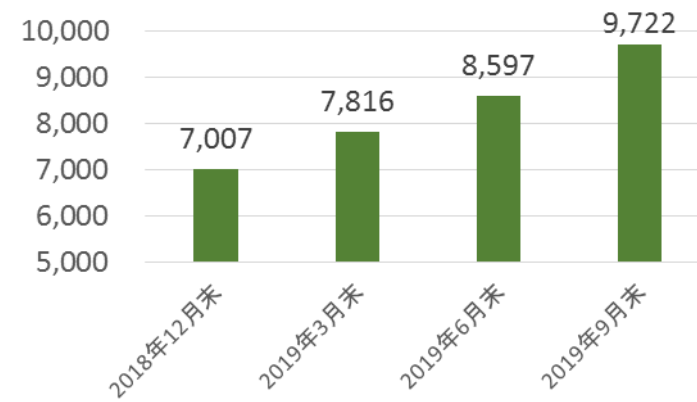


今までに蓄積した顧客へ状況に応じた効率的な働きかけを実施

累計顧客データ数*1

約9,700件

累計取扱顧客データの積み上がり



*1 2019年9月現在の累計取扱顧客データ数
累計取扱顧客データ数は、契約済顧客を含めたメール会員、sumuzu登録顧客など、当社が個人情報を控え、アクセス可能な顧客総数

*2 出典：厚生労働省「平成30年 国民生活基礎調査の概況」

紹介・リピート率

強い仕入力・販売力を背景として、
リピート・紹介率が高く、効率の良い集客を実現

顧客満足背景

ハウスメーカー



=

ランディックスなら、
迅速に価格提示をしてくれるので、
紹介しやすい

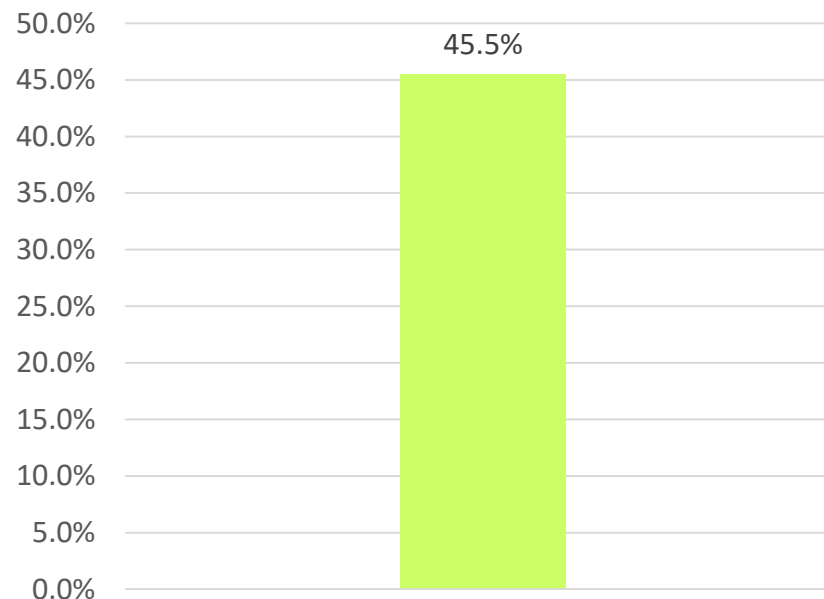
顧客



=

ランディックスなら、
良い不動産のラインナップが有るはず

仲介におけるリピート・紹介率^{*1}の推移



2019年3月期

(2018年4月～2019年3月末までの累計実績)

3. 今後の成長戦略



不動産×テックとなる当社のビジネス展開

億円単位の不動産をインターネットで販売する

旧来型の中小規模の不動産会社が大多数
不動産業の市場規模

約 **43.4** 兆円 ※1

GRANDE

sumuzu

LANDIX

不動産業が“旧来型の業界”と言われる理由

- ①不動産会社数 . . . 【約32万社】※2
→うち20万社が資本金1000万円以下、5000万円以下では31万社と小規模法人が大多数。
- ②社長の平均年齢 . . . 全業種で最高齢【61.5才】※3

“リアル × IT” の力で取りに行く。

「富裕層を中心としたリアルエステートテック企業」

として新たな価値を創造します。

LANDIX



※1) 「平成29年度年次別法人企業統計調査 結果の概要」より不動産業の売上高（財務相）
 ※2) 不動産流通推進センター「2019不動産業統計集」
 ※3) 帝国データバンク：2018年1月時点の企業概要データベース「COSMOS2」より作成の記事：
<https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/p180106.html>

今後の成長戦略

IT活用をより一層推進して、売上・利益の高い成長を実現

自社サイトのより一層の活用

1

オーダーメイド住宅マッチング

簡単なオンラインベースの自動Q&Aで、好みの建築業者やデザイナーをご提案

2

詳細な情報提供

不動産仲介会社や建築業者の保有している情報とお客様との情報格差をなくすべく、売地情報の分析・可視化を提供



紹介手数料の増加

案件数の増加

ネット完結取引の推進

3

マッチングにおける人の手を介さない取引の推進

ネットによるコミュニケーションの割合を高めることを推進



収益性の向上

ITの力で注文建築の未来を変える

オンライン上でマイホームの設計コンペを実現

オーダーメイド住宅を検討する際、相談先毎に説明が異なるため何を信用すれば良いか分からない等の情報の非対称性や業者毎に訪問する手間の煩雑さが大きな課題であり、当社では「sumuzu」によりこれらの課題を解決

相談する

土地を探す

建物プランを検討する

IT活用による
課題解決
(sumuzu)

インターネット上での一貫した情報提供に加え、不動産のプロによるサポートも同時に提供

sumuzuサイトで土地の情報、
オーダーメイド住宅の情報を
簡単に取得

自社物件、分析データ
から土地をマッチング

ニーズに合った建築業者を
マッチングの上で詳細プラン
提案

情報入手のため、仲介会社や
ハウスメーカーなどに相談

不動産仲介会社で
土地探し

ハウスメーカー、工務店
などに相談

従来の課題

それぞれの業者に訪問す
ることの手間

多くの不動産仲介会社に
問い合わせを行う手間

プラン・見積もりの
妥当性が不明

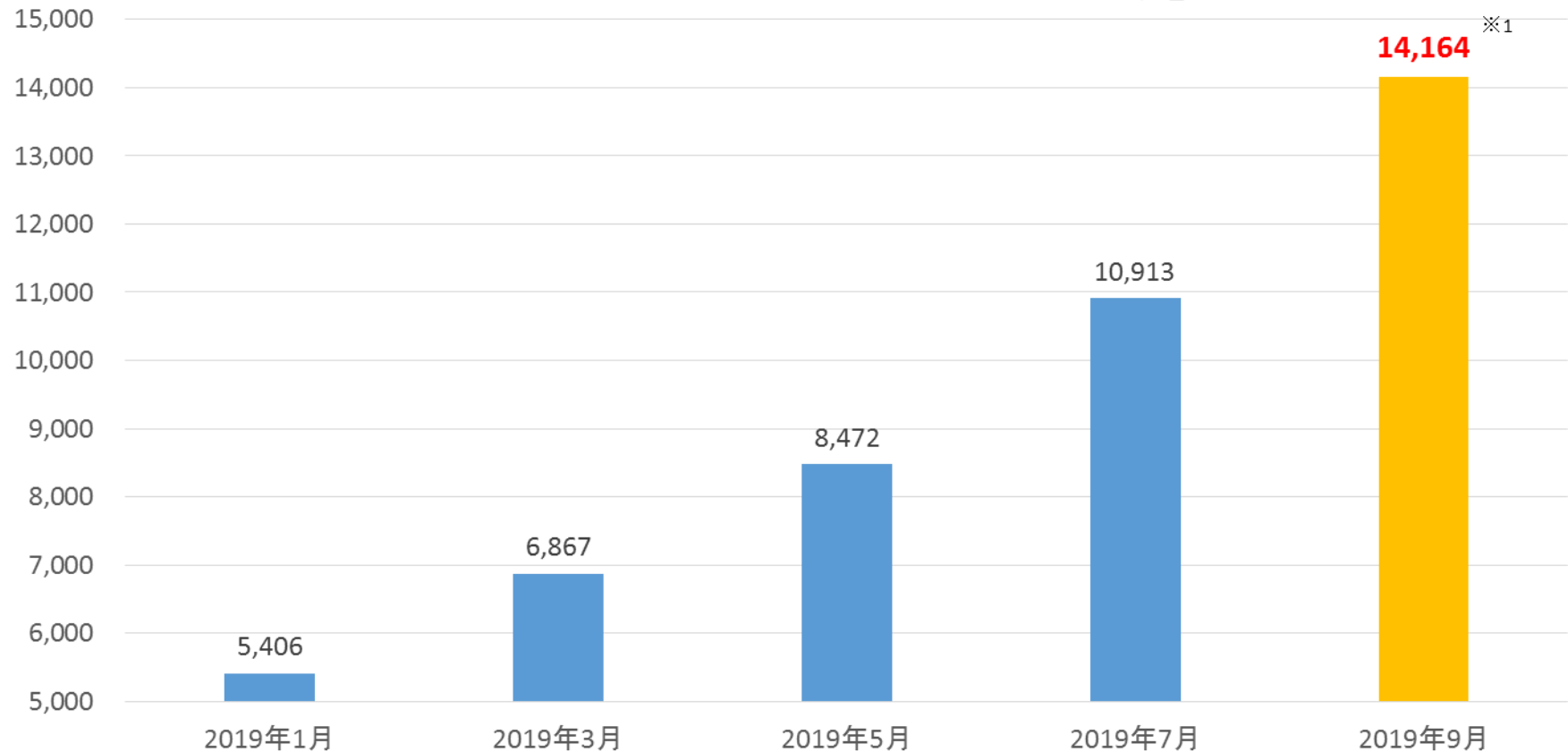


IT活用とプロによるコーディネートで情報の非対称性を解消し、
最適なオーダーメイド住宅を提案

自社サイト活用の加速

sumuzuサイト利用者数の継続的な増加を推進

「sumuzuサイトのユニークユーザー数」

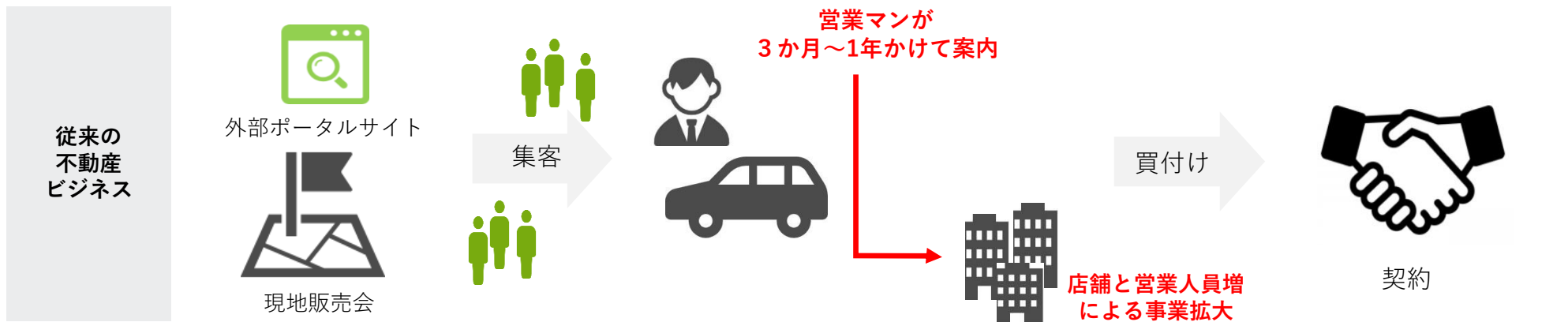
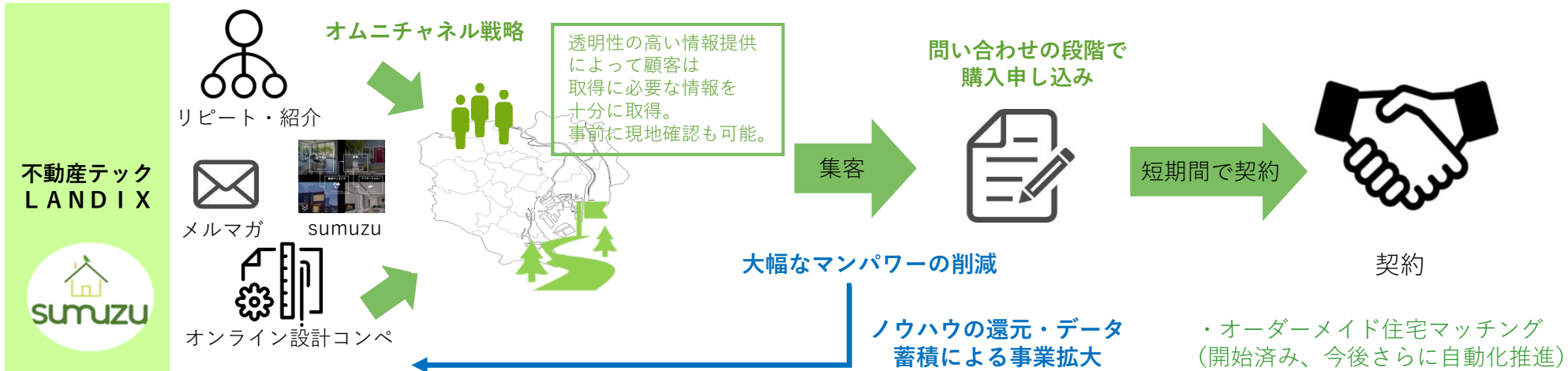


*1 ユニークユーザー数は各月ごとの累計ユニークユーザー数を示しています。

リアル×ネットの融合の更なる推進

従来の蓄積データを基軸にビジネスを展開

オムニチャネルによるリアル×ネットの融合で効率的に拡大



将来的な富裕層データの活用

富裕層データを活用した事業の広がりで継続的な成長を目指す



4. 市場の動向



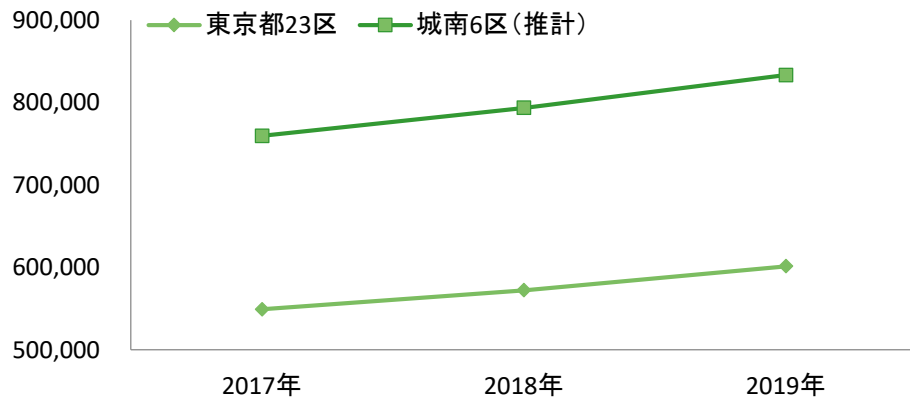
市場動向 国内・城南6区不動産動向

当社主要エリア城南6区の不動産市況は良好 城南6区は当社ターゲットの富裕層の多いエリア

国内・城南6区不動産市況(住宅公示地価*1・新築着工件数*2)

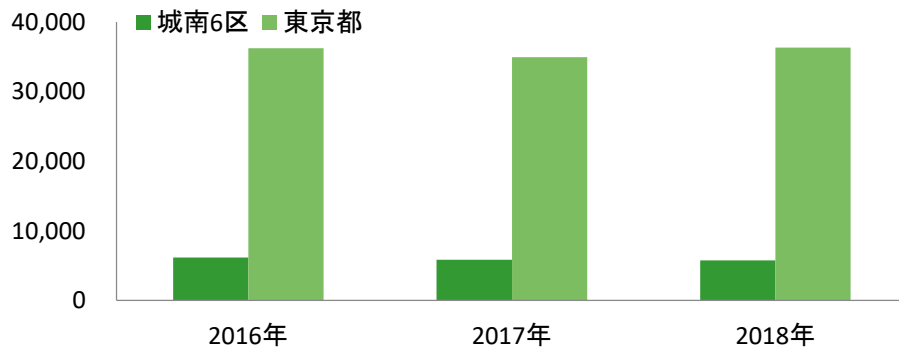
単位：円/㎡あたり

住宅公示地価の推移の比較



単位：件

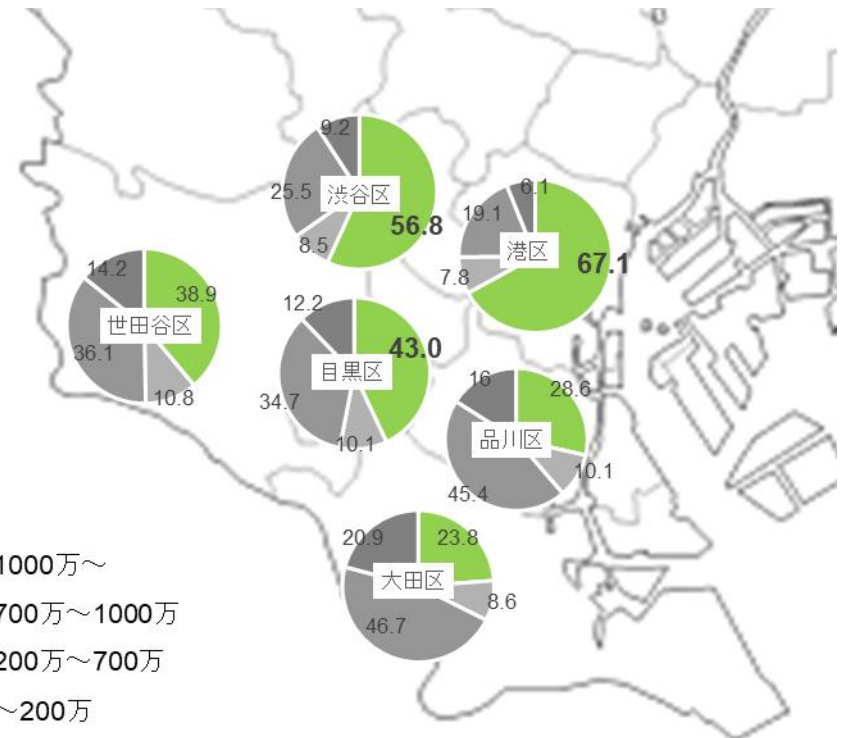
新築着工件数



城南6区の平均年収*3

1,000万円超の占める割合が高い区・・・

港区 (67.1%)、千代田区 (57.2%)、渋谷区 (56.8%)、目黒区 (43.0%)
4区しかない中、3区が城南エリアとなっています。



*1 国土交通省>土地・建設産業トップ建設産業・不動産業>ホーム>政策・仕事>土地・建設産業>平成29年～平成31年地価公示>12.東京圏の市区の住宅地の平均価格等(第6表)

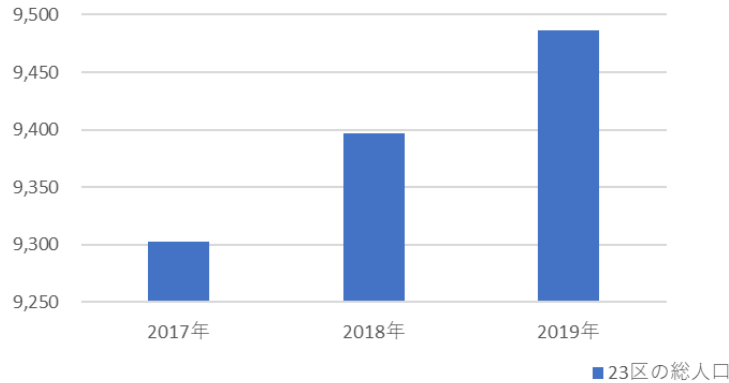
*2 e-Stat(政府統計の総合窓口より 建築着工統計調査 第16表:都道府県別、工事別、住宅の種類別、建て方別/戸数・件数、床面積)

*3 東京都総務局行政部政課:「平成28年度市町村税課税状況等の調査」をもとに作成

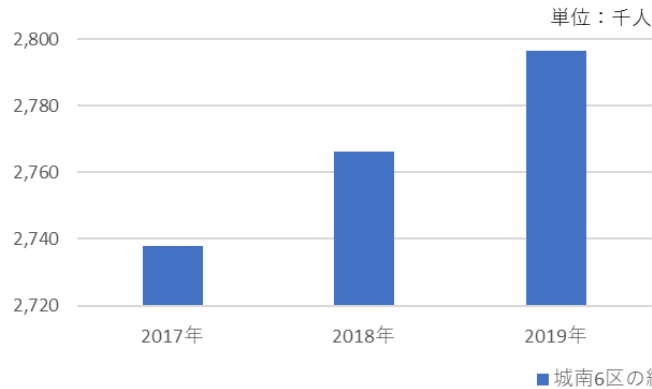
市場動向② 城南6区における不動産市況

事業エリアにおける安定的な人口増加

東京23区における人口



城南6区における人口



出典：東京都の統計>住民基本台帳による東京都の世帯と人口
http://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo_fr4_000034.html

城南6区への人口流入は23区内の中でも多く、ファミリー需要が高い

1物件に対する流動人口 (2018年不動産掲載数/流動人口)

東京23区	= (1.39人)
港区	= (2.50人)
渋谷区	= (2.13人)
世田谷区	= (2.00人)
目黒区	= (1.94人)

※SUUMO2018年度掲載物件数参照
 ※東京都総務局統計部 (<http://www.toukei.metro.tokyo.jp/jugoki/2018/ju18q10000.htm>)

流動人口ランキング (2018年1月～12月：東京都)

1. 世田谷区	32,692人
2. 大田区	30,596人
3. 練馬区	23,502人

※東京都総務局統計部 (<http://www.toukei.metro.tokyo.jp/jugoki/2018/ju18q10000.htm>)



LANDIX