

株式会社ランディックス

事業計画及び 成長可能性に関する事項

証券コード：2981



経営理念

不動産を通じてお客様に喜び・感動を

当社の中期的成長ビジョン

富裕層に特化したリアルエステートテック企業

普遍のデザインと資産価値の追求 × データとテクノロジーの活用

事業概要



当社の事業

- 顧客のQOL向上を事業目的として富裕層向け不動産事業を行っている。
- 顧客データを活用した高効率営業を展開している。
- 建築請負マッチングのプラットフォーム運営を行っている。

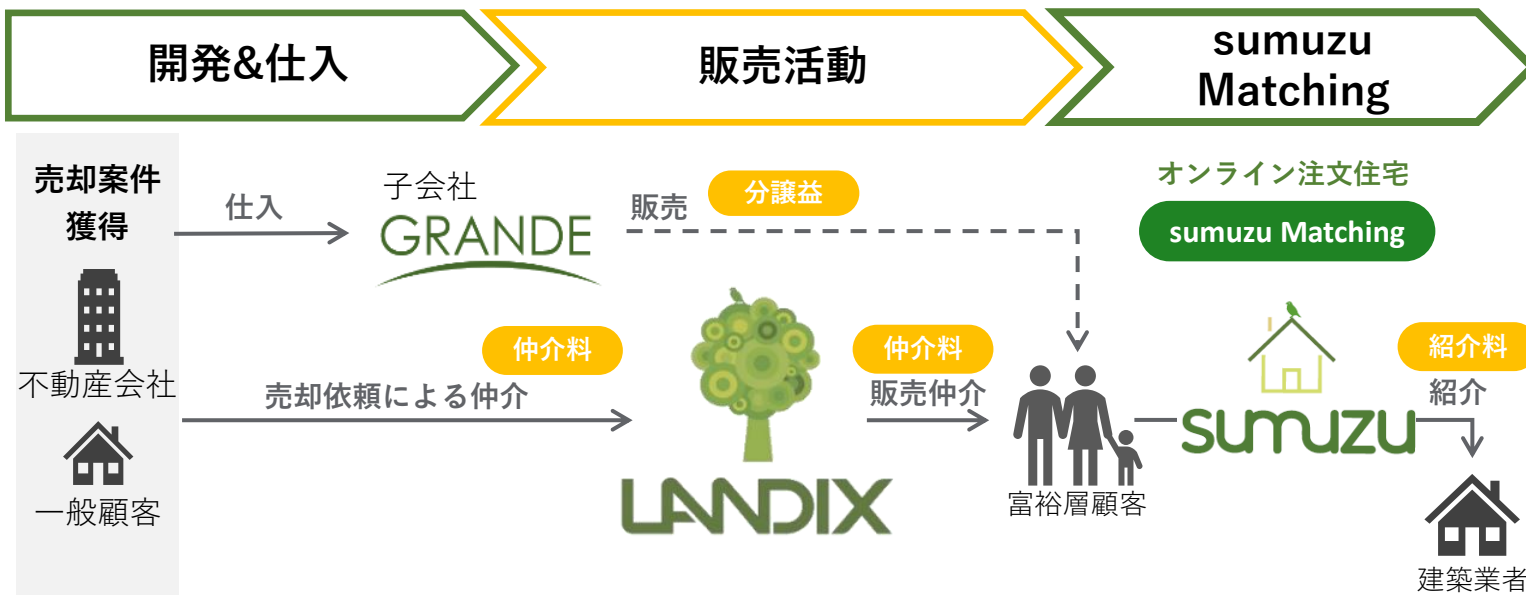
当社事業ビジネスモデル概観

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



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

28.7%*注

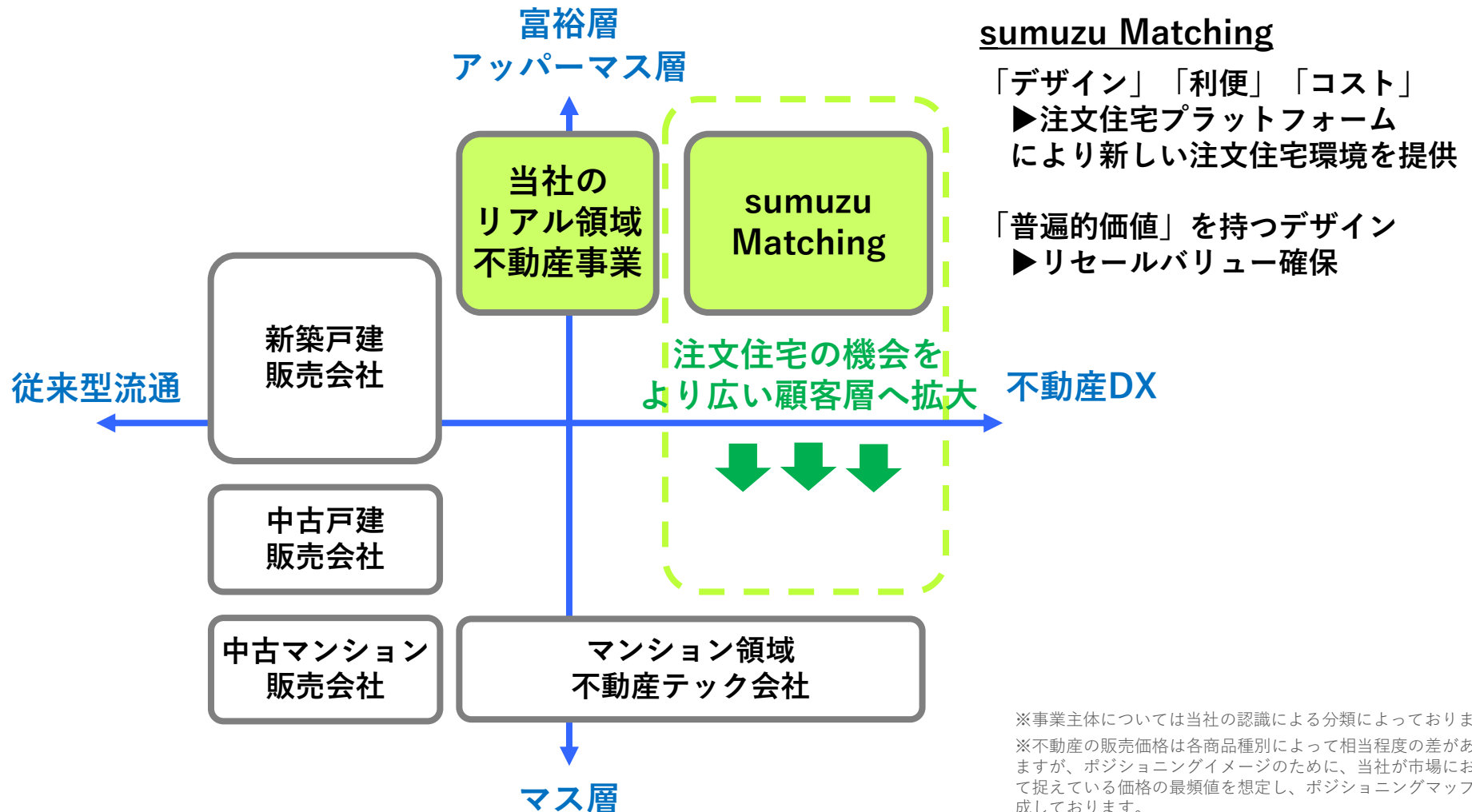
リピート：10.6%
メーカー・顧客等紹介：18.1%



*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。

当社事業のポジショニング

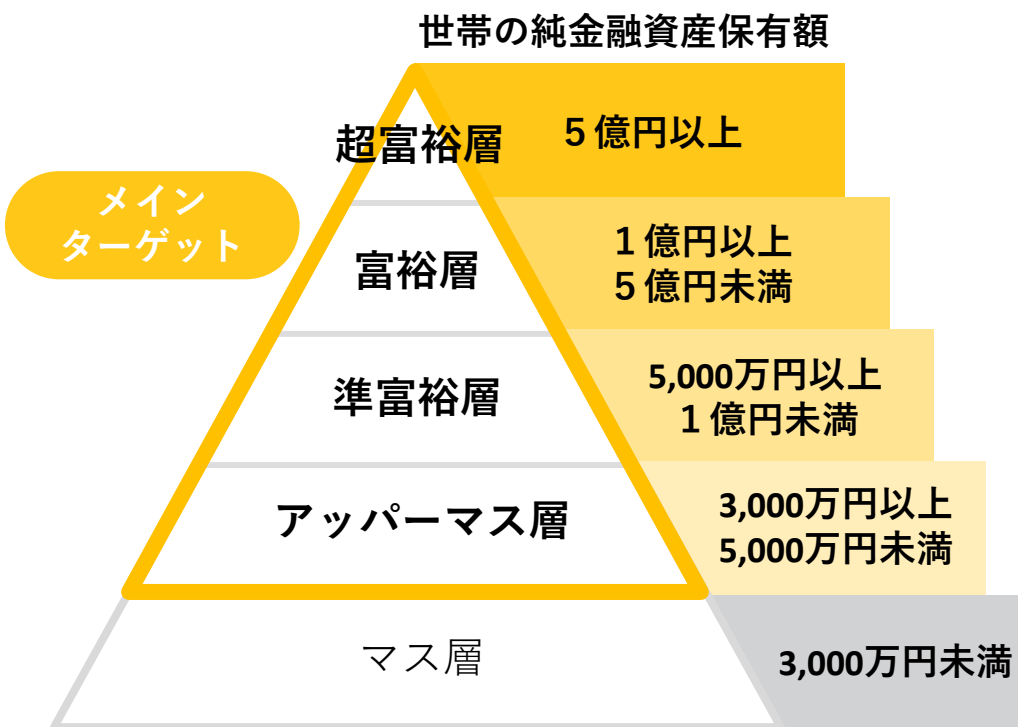
富裕層をメインターゲットに注文住宅のデザイン性と高いコストパフォーマンスを実現



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



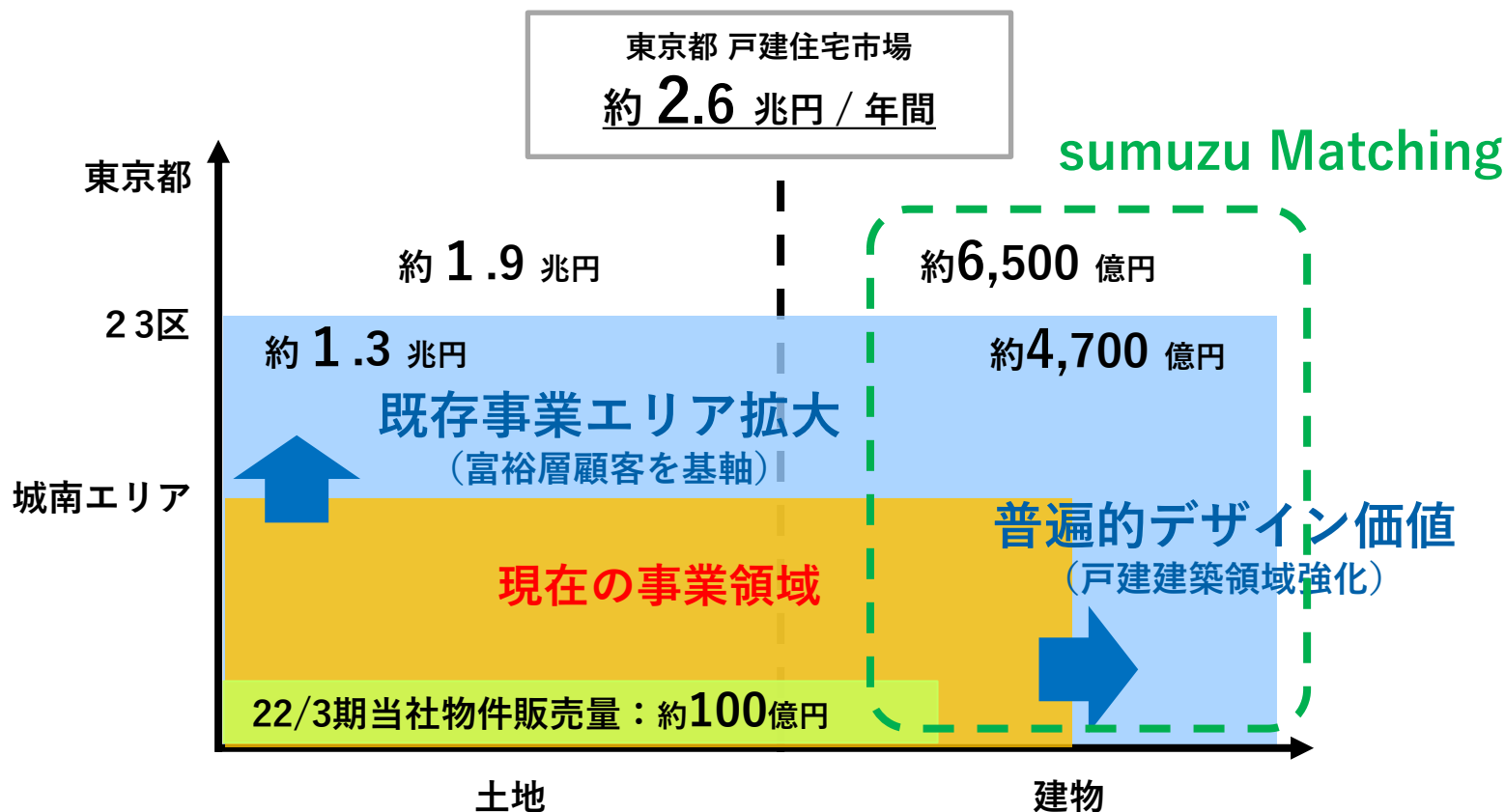
※2 渋谷・二子玉川・自由が丘を結んだエリアを指す

※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

当社事業の市場規模と中期的事業領域

富裕層顧客×住宅用不動産を軸に sumuzu Matchingを展開



※戸建住宅用土地の市場規模算定については、2020年、2019年度建築着工統計調査（国土交通省）16表と国交省取引価格データベース2018年～2021年の地域ごとの成約価格、および2019年度フラット35土地付注文住宅融資利用者の主要指標を参考に算出。

※戸建住宅用建物については、2020年、2019年度建築着工統計調査（国土交通省）32表および、一部の建物建築費については当社推定値により算出。

※中期的な事業領域のイメージとして説明をしており、当社では3年程度を中期的な事業スパンとして想定しております。

※sumuzu Matchingは注文建築を行う消費者と建築請負事業者のマッチングを行うプラットフォーム事業であり、施工金額の3%程度が当社の収益となります。そのため、戸建て事業における建築市場を対象領域として想定しております。

非対面の家づくり 「sumuzu Matching」

デザイン性に優れた資産価値の高いオーダーメイド住宅をITを活用してローコストで実現します。



※建築実績



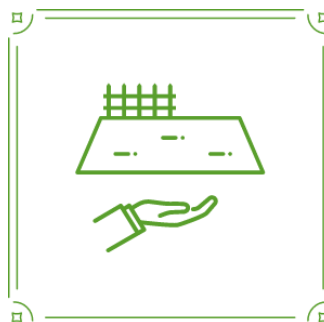
建築デザインの比較・検討を ネットで完結

無料で複数の建築デザインをネット
コンペで比較・検討できます。



資産価値を高める建築デザイン

多くの実績を誇る建築会社が、街の
特長を生かして資産価値を高める建
築デザインをご提案します。



変形地もプラスに変える提案力

高低差のある土地や変形地でも、実
績のある建築会社がプラスに変える
建築デザインをご提案します。

「sumuzu Matching」の利用者メリット

【一般利用者のメリット】

- ①匿名性が保ったままコンペ実施可能！
→大量の営業電話の心配なし
- ②ご自宅にいながらいつでも住宅プランの検討が可能
- ③完全無料で利用可能

【建築事業者のメリット】

- ①大幅な広告費の削減が期待できる→成約時の成果報酬型
- ②購入意欲のある顧客との接触機会が増大する
→効率的な営業活動が可能

sumuzu Matching

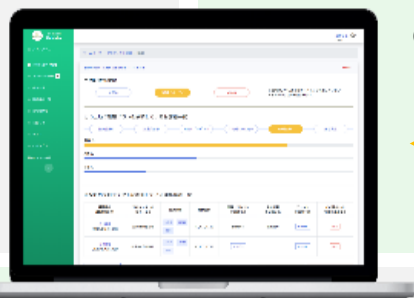


一般利用者

①気に入った土地でプロジェクト発信



④③の中から
3社を選択-コンペ実行-プラン提案



②新規プロジェクト開始連絡が
システムにより全建築事業者へ通知



③建築事業者が参加表明



建築事業者

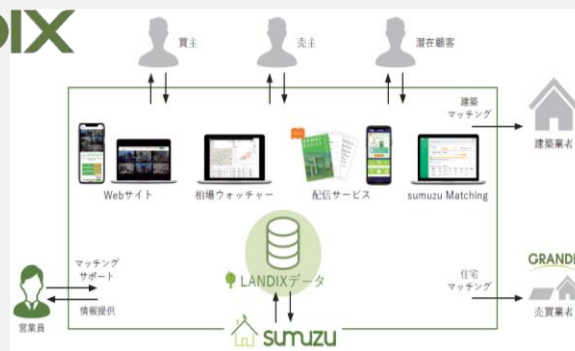
【運営母体である当社のメリット】

- ①sumuzuサイトの累計顧客数の増大
→アプローチする顧客母数の獲得
- ②建築請負紹介料の獲得
- ③建築事業者との関係構築を強化
→従来のリアルな場面での営業活動に寄与



【事業の展望】

透明性の高い情報提供による効率的な営業活動



- 営業担当者とコンタクトせずにスピーディーな意思決定
- 労働集約型営業ではない体制の構築
- 高い収益性の実現

22/3期 第2四半期までの業績サマリ

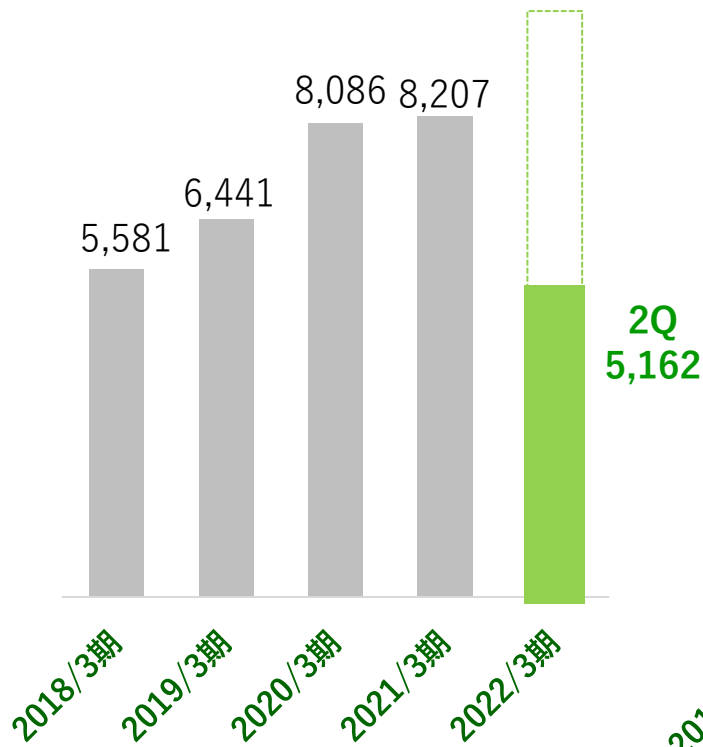


年度ごとの業績推移

今期（22/3期）において売上高・利益ともに過去最高を想定。

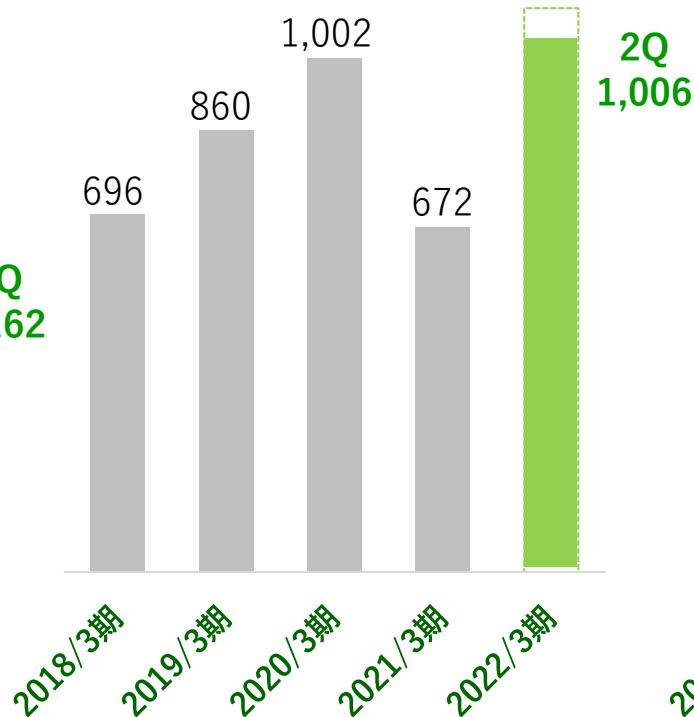
売上高

業績予想
10,000



営業利益

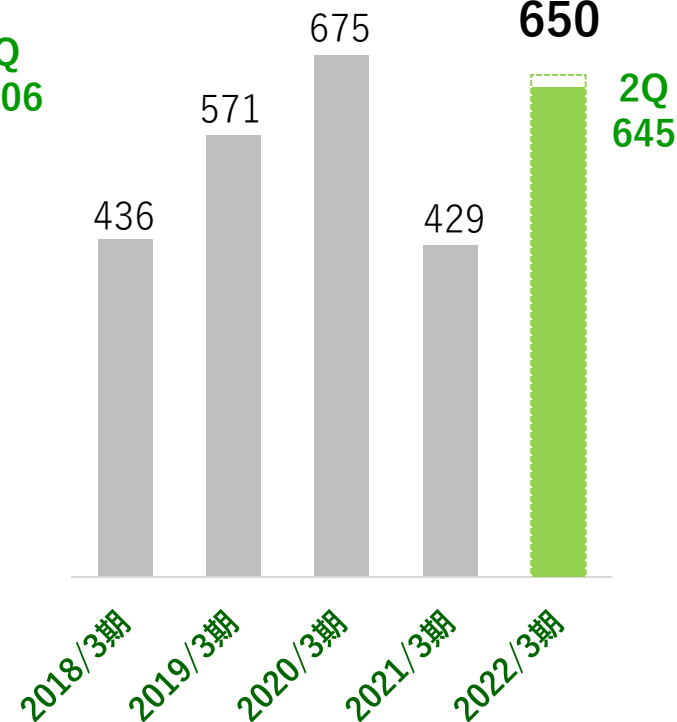
業績予想
1,100



当期純利益

(百万円)

業績予想
650

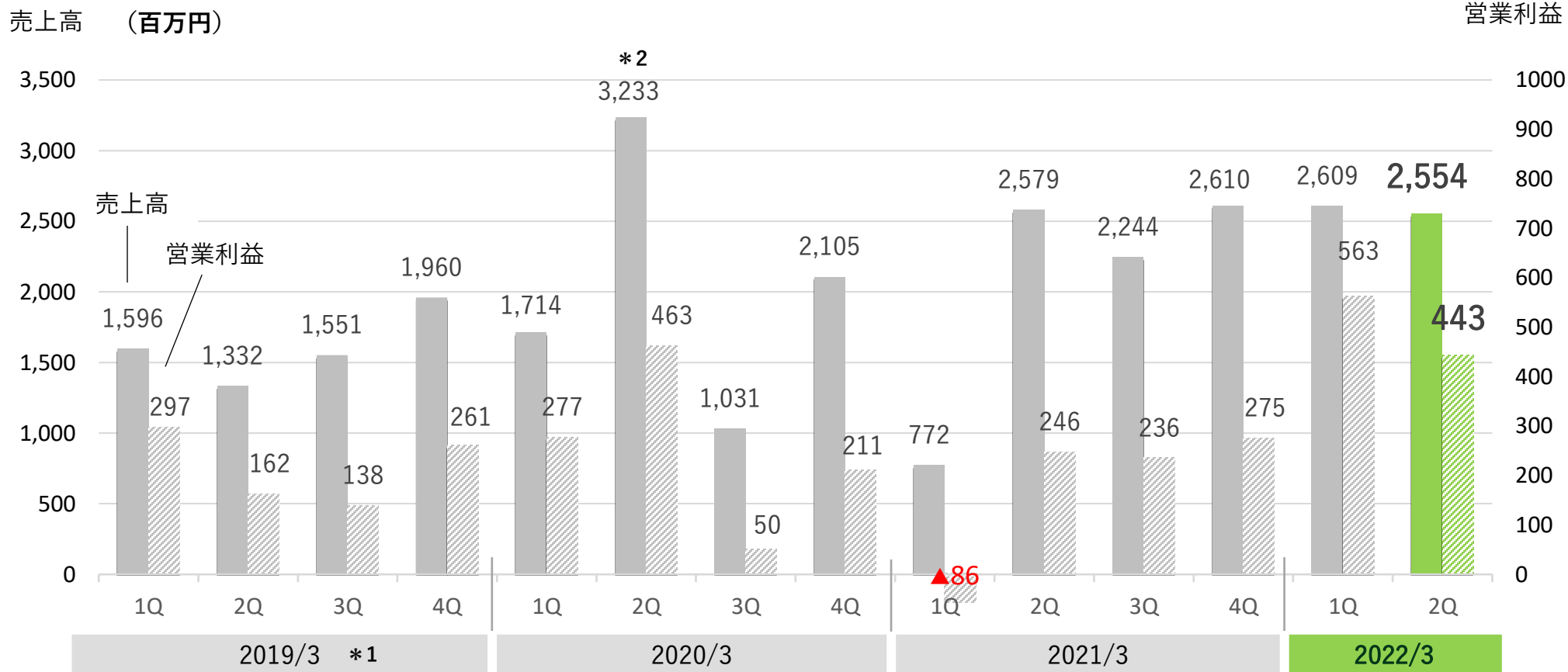


注) 2019.3期1Q以前の数値については、監査導入前の数値が含まれます。

四半期業績推移（売上高・営業利益）



効率的営業と収益物件の業績貢献により営業利益水準が過去最高で推移。



*1 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。

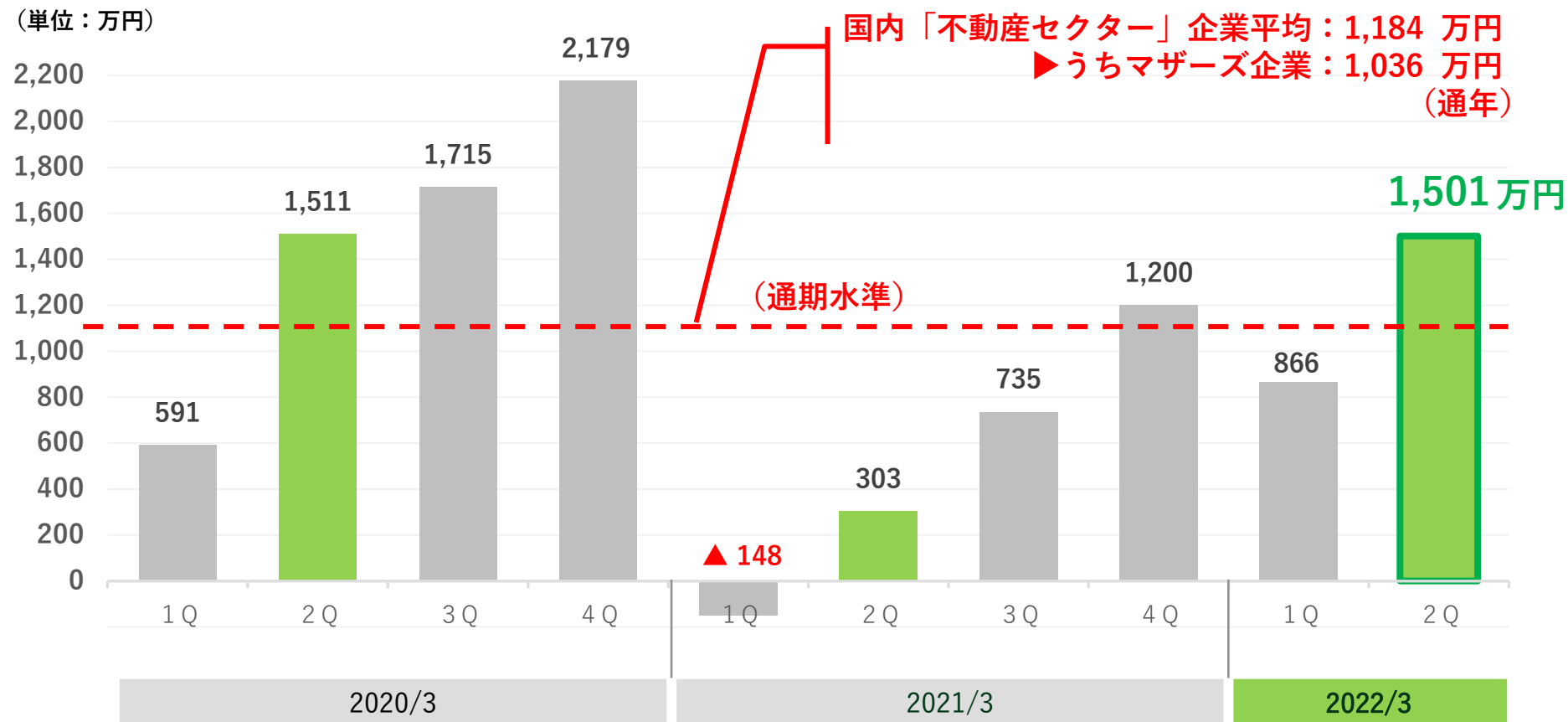
*2 2020/3期2Qは消費税増税前の駆け込み需要のため特殊な結果となりました。

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強力に確保。

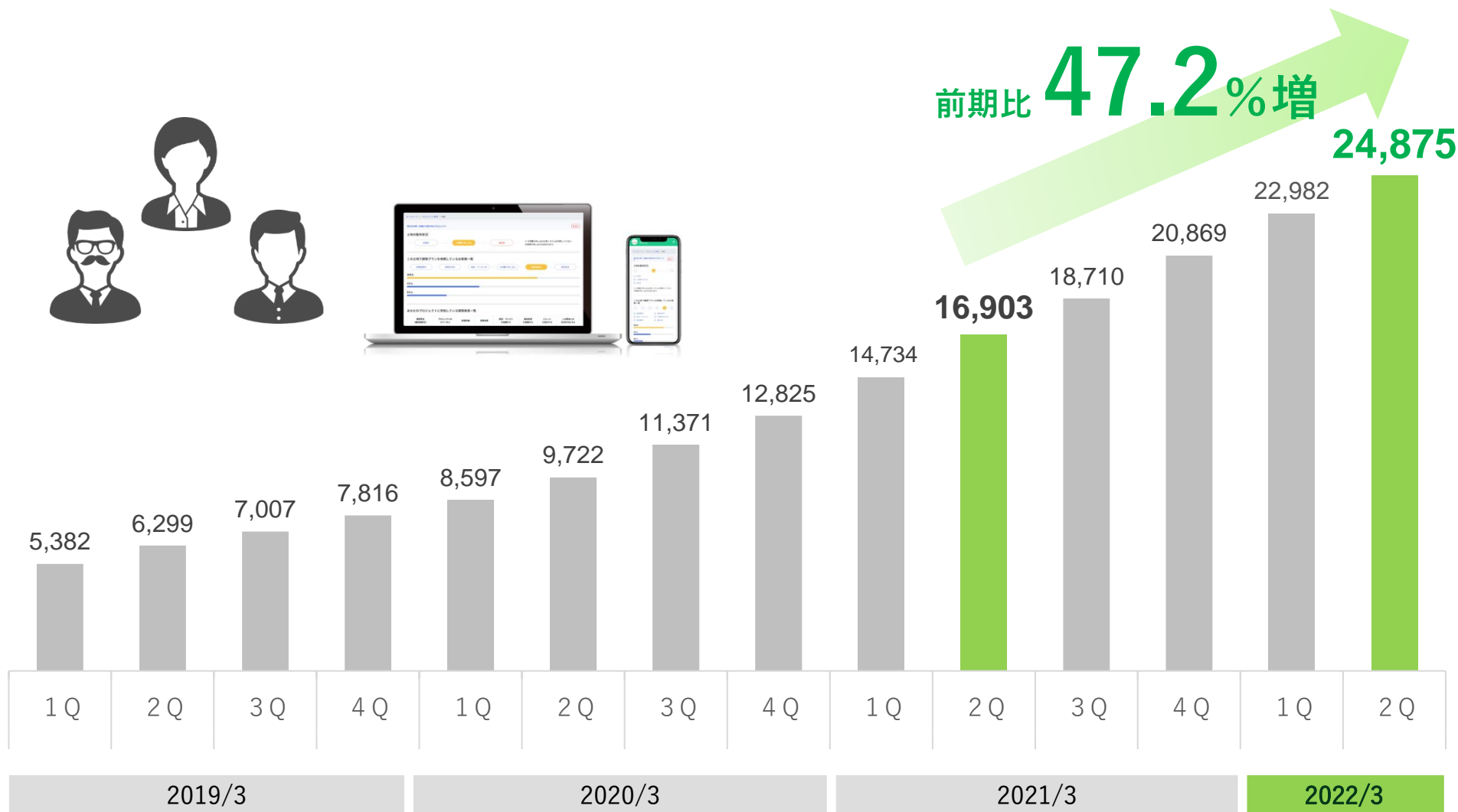
従業員1人当たりの連結営業利益（四半期ごと累計値）

（単位：万円）



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・販売の両面で営業活動の効率化に寄与。



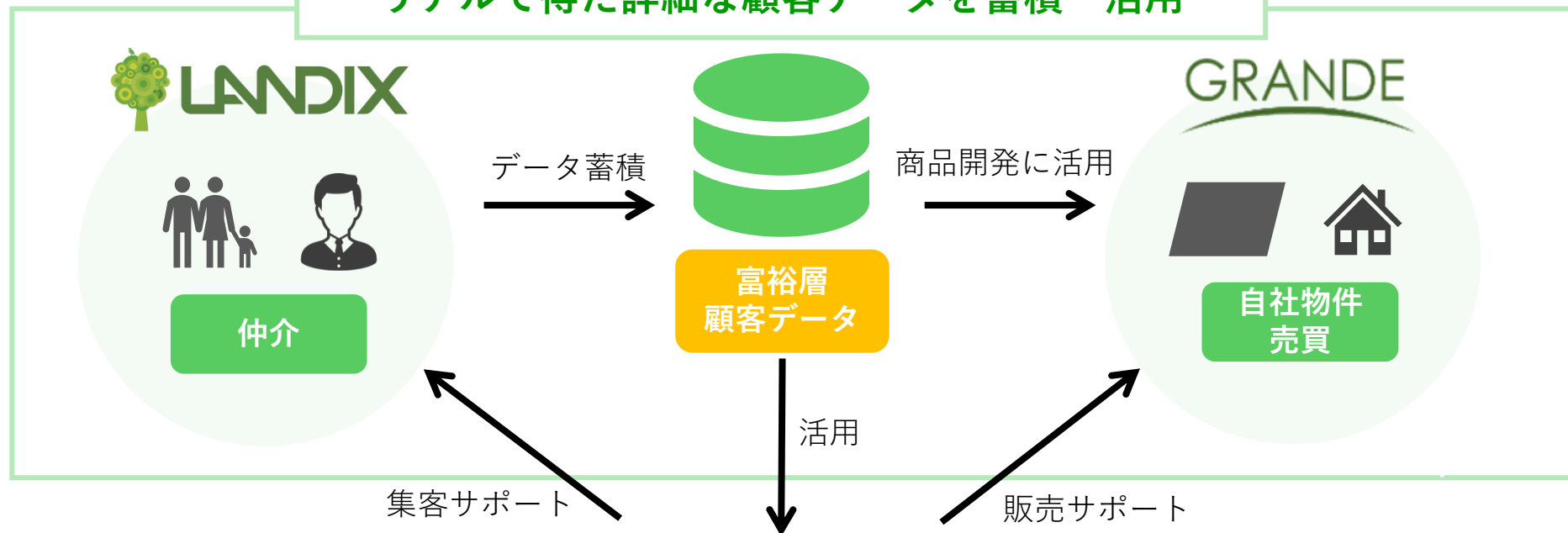
当社の競争優位と成長可能性



競争優位性 1：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

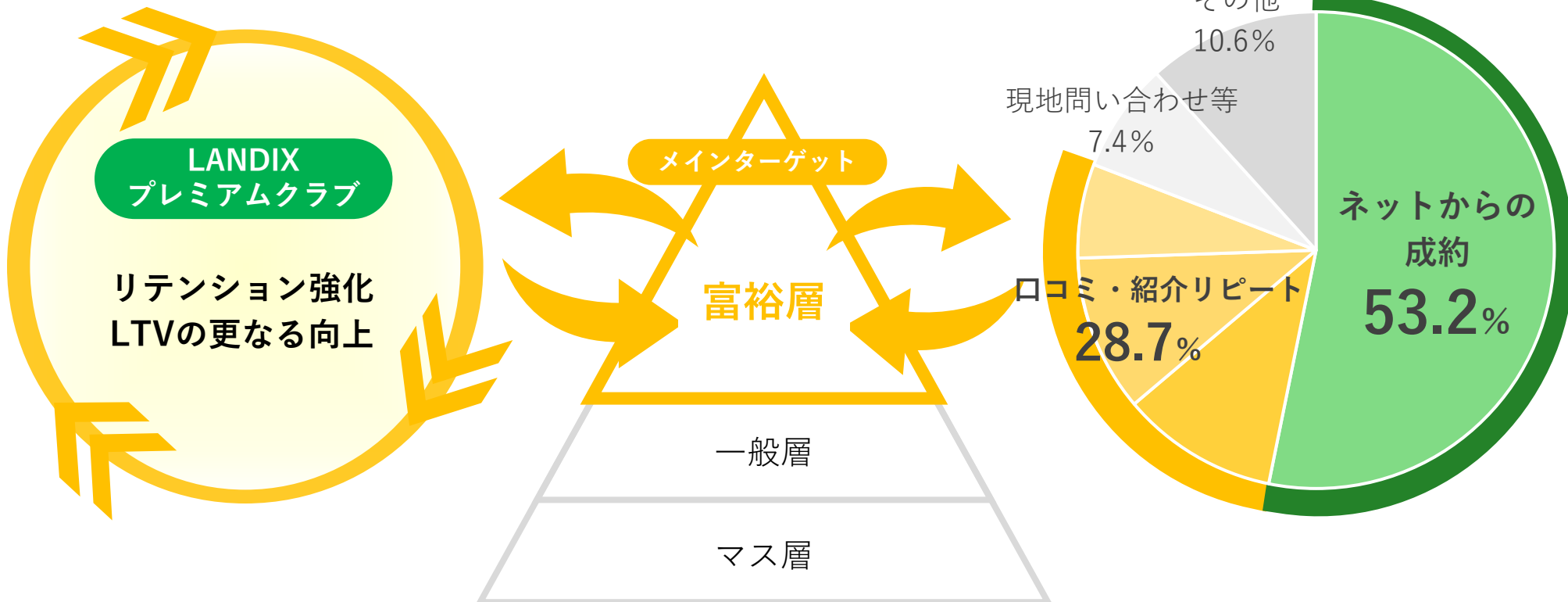
Sumuzu Matching
(建築請負マッチングプラットフォーム)

sumuzu

競争優位性 2 : 高いリピート & 紹介率

リテンション顧客 + インターネット成約が**全体の81.9%**

メインの成約顧客層は富裕層顧客であり
不動産ビジネスの“ストック化”による効率的営業活動を展開
富裕層顧客からのリピート・紹介が強み



競争優位性 3 : 建築マッチングサービス

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**

業績予想および経営指標の推移



経常利益率10%以上を目標水準として継続的成長を目指す

経営指標	2020/3期 (実績)	2021/3期 (実績)	2022/3期 業績予想	2022/3期 2Q累計
売上高 (百万円)	8,086	8,207	10,000	5,161
経常利益 (百万円)	969	639	1,050	986
経常利益率(%)	12.0	7.8	10.5	19.1
従業員1人あたり 営業利益 (百万円)	21.7	12.0	-	15.0
自己資本比率(%)	54.9	53.4	-	51.1

継続的成長のための具体的施策

既存事業の強化を収益拡大の柱としながら不動産DXを推進

【不動産DX】

sumuzu Matching

- ▶ 専門人材強化と顧客データベースの構築による収益力強化

IT人材およびマッチング人材の拡充を行いプラットフォームの集客力向上によって顧客データベース構築を加速させることで

- 建築マッチングの成約率の向上による収益力加速
- 販売効率化による物件保有期間の短縮と広告費削減を推進します。

収益用不動産売買

- ▶ **クロスセル**による既存事業とのシナジーの最大活用

22/3期より本格化した収益物件販売に特化した人材登用を強化するとともに、住宅用不動産販売により蓄積し続けている既存顧客へ向けた収益用不動産販売を強化します。

不動産売買・仲介

- ▶ 既存事業強化

新卒採用強化と教育研修の体系化

新卒採用人数を増加、かつ研修制度の体系化により若手人材の定着と早期育成を推進し、会社全体の営業力のボトムアップを行います。

商品デザイン強化

顧客ニーズに対応し、かつ当社のデザインノウハウを反映させた商品ラインナップをシリーズ化し拡大展開することで商品付加価値を増大させます。

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

【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

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

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

LANDIXプレミアムクラブ

当社事業の成長を加速させる
顧客データ獲得 ▶ 収益力向上
の事業基盤構築



成約顧客を中心とした限定会員クラブ

新規顧客の紹介、リピート取引に対する特典付与、
富裕層向け情報提供等により顧客との関係値向上。



当社特長であるリピート・紹介取引の増加

富裕層顧客の特長であるリピート・紹介の増加に
よりさらに安定した収益モデルの実現に貢献。



富裕層を対象とした新規事業の販路確保

優良な富裕層顧客データストック蓄積により、既
存事業との強力なシナジーを実現していきます。

4. 次期成長事業への投資

「喜び」「感動」の輪を広げ、より魅力的な社会へ。

不動産を通じてより美しい街並みと安心して暮らせる街づくりを進め、街の魅力の発信に貢献していきます。

For Society

地域活性やスポーツ振興にも力を入れ、「世田谷246ハーフマラソン」への協賛を行っております。また、2020年よりコロナの影響で困難な状況にある子どもたちのため、支援団体への寄付を開始。継続的にサポートを行います。



For City

不動産を通じてより美しい街並みづくりを行い、生活する方々に喜びと感動を提供していきます。

デザイン性と資産価値、地域の美観を向上させるサービス開発を行い、豊かな社会づくりに貢献します。



For Customers & Business Partners

お客様とビジネスパートナーの皆様安心してお取引いただけるよう、**透明性の高い情報の提供**を行っていきます。あらゆる分野でIT化が進む中、建築マッチングにおいて**お客様とパートナーの皆様**の架け橋となる**サービス**を提供し、新たな不動産ビジネスの形を追求します。



認識するリスク及び対応策

項目	主要なリスク	可能性/時期	当該リスクへの対応策
瑕疵担保責任について	当社グループが売主となる場合、販売した物件に重大な瑕疵があるとされた場合には、その直接的な原因が当社グループ以外の責任によるものであっても、当社グループは売主として瑕疵担保責任を負うことがあります。その結果、補償工事費の増加や当社グループの信用力低下により、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低/長期	当社グループが売主となる新築住宅については、瑕疵保険に加入しています。また、社内のコンプライアンス体制を整備し、顧問弁護士と連携とすることで、予期せぬ解除の請求や損害賠償請求を受けることのないよう努めています。
新型コロナウイルスの影響による景気変動	景気の急激な変化は、当社グループが扱う不動産に対する顧客の購入意欲に影響を及ぼす可能性があります。現在、新型コロナウイルスの拡大により、景気の後退に至っていますが、今後も、様々な外的要因により、景気の下振れによる不況に陥った場合、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低/短期	現在既にリモートワークの導入が可能になり、緊急事態宣言等による当社事業運営への影響は大きくないと判断していますが、引き続き社員による活動の生産性が減少しないよう注視していきます。
個人情報の管理について	当社グループは、各事業において、見込顧客情報及び取引顧客情報等、当社グループ事業を通して取得した個人情報を保有しており、個人情報の保護に関する法律等による規制を受けています。これらの個人情報については、個人情報を有する当社グループの各社にて細心の注意を払って管理していますが、万が一、外部漏洩等の事態が発生した場合、損害賠償や社会的信用の失墜等により、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中/長期	引き続き、現状運用しておりますプライバシーポリシー等の社内規定に沿って個人情報を管理し、また、従業員に対する個人情報の取り扱いに関する教育を行い、個人情報の適切な取り扱いに努めます。
減損会計の適用について	当社グループが所有する固定資産において、急激な経済情勢の変化や金融情勢の悪化等により事業の恒常的なキャッシュ・フローの将来にわたる収益性の著しい低下や保有資産の時価の著しい下落が認識された場合、減損会計を適用することで当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中/長期	引き続き、自己資本比率および現金保有率を保ち、情勢の悪化に備えます。
その他のリスク	その他リスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。		

経営陣の紹介



代表取締役社長 岡田 和也

広告代理店、城南リハウス株式会社での経験を経て、2002年2月に当社設立。



専務取締役 古室 健

住友不動産販売株式会社にて25年経験を経て、2013年4月に当社入社。



取締役 中野 剛

株式会社デジタルハーツや株式会社フレアスでのCFO・取締役管理本部長の経験を経て入社。



社外取締役 西村 弘之

アクセンチュア株式会社で幅広いコンサルティングを経験し、新規事業や業務改善における深い見識を持つ。

経営陣の紹介



常勤監査役 諫山 祐美

新日本監査法人を経て、MRT株式会社の常勤監査役。現在は同社非常勤監査役を兼任。（公認会計士）



社外監査役 岡本 弘

みずほ証券株式会社でのアナリスト経験を、監査役監査や株主との対話（エンゲージメント）に生かしている。



社外監査役 堀内 雅生

株式会社USEN-NEXT HD常勤監査役や株式会社サイバーエージェント社外取締役等を兼任。（税理士）

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	486,594千円
代表取締役	岡田 和也
従業員（連結）	76名 （役員含む 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年完成予定）
連結子会社	株式会社グランデ

免責事項

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何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

当資料のアップデートは今後、本決算の発表時期を目途として開示を行う予定です。

次回の更新は2022年6月を目安としております。

【IR情報開示責任者】

執行役員
経営企画室長
松村 隆平

当社IR情報

<https://landix.jp/ir>

