

2022年3月期 通期

決算説明資料

(2021/4/1 – 2022/3/31)

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

22/3期連結 通期業績進捗

売上・利益ともに**過去最高**となった

売上高

11,129百万円

前期比

+2,921百万円増
(35.6%増)

営業利益

1,471百万円

前期比

+799百万円増
(118.9%増)

当期純利益

937百万円

前期比

+507百万円増
(118.2%増)

通期経営指標

在庫保有期間が短縮 + 利益率の大幅改善

平均在庫保有期間 (土地)

2.92 か月

前期実績 3.9か月

確定在庫

6,796 百万円

前期末時点 4,719百万円

経常利益率 (/売上高)

12.8%

前期実績 7.8%

自己資本比率

44.2%

前期末時点 53.4%

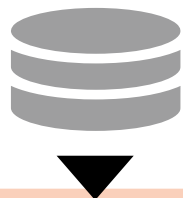
在庫回転の早さと在庫の積増し状況

在庫量は期首から +20.7億円（前期比144%）を確保

来期売上に必要な在庫量を確保済

注文住宅用地の平均在庫期間

顧客データの活用



お客様ニーズにストレートに対応
=販売部門と仕入部門の連携

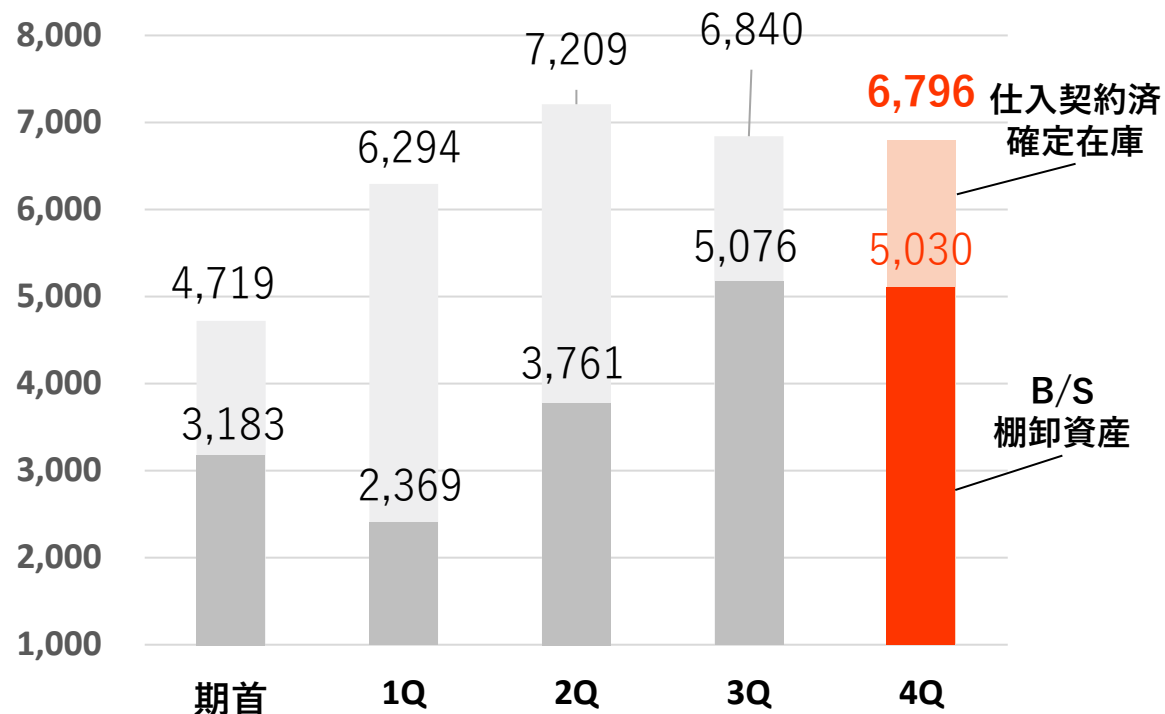
22/3期 通期実績

2.92ヵ月

* 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。

棚卸資産と確定在庫の合計推移

【単位：百万円】



* 確定在庫は、期末時点で契約済かつ未決済（棚卸在庫計上前）の物件を算出しております。仕入原価での算定を行っており、売上高で計上される物件の販売額とは異なります。

収益物件の寄与 + コロナ禍の住宅ニーズ取込みにより **営業利益率** (/売上高) **13.2%** (前期7.8%)

【単位：百万円】

	22/3期 通期実績	前期 通期実績	前期比		業績予想 対比
売上高	11,129	8,207	+2,921	35.6%増	101.2%
営業利益	1,471	672	+799	118.9%増	102.9%
経常利益	1,419	639	+779	122.0%増	101.4%
当期純利益	937	429	+507	118.2%増	104.1%

連結 財政状態 B/S (2022年3月期)

負債増加の要因は棚卸資産の増加（短期借入）＋本社屋・固定資産取得（長期借入）による。

【単位：百万円】

	22/3期末	21/3期末	増減額	増減率
総資産	12,768	9,021	+3,747	+41.5%
流動資産	9,770	6,945	+2,825	+40.7%
うち棚卸資産	5,030	3,183	+1,847	+58.0%
固定資産	2,997	2,075	+922	+44.4%
負債	7,120	4,201	+2,919	+69.5%
純資産	5,648 自己資本比率44.2%	4,820 自己資本比率53.4%	+828	+17.2%

前期末と比較し大幅な在庫増加となった。(①)

本社取得(②)と長期保有の収益用不動産(③)を取得。

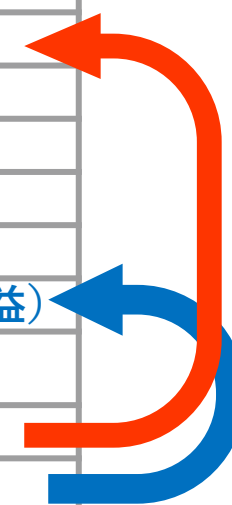
①については短期借入、②③については長期借入によって資金取得を行っているため、負債が増加した。

22/3期 通期 連結C/S

在庫の大幅増加により営業CFがマイナス。（現預金および自己資本比率は安全圏を維持）
在庫は短期借入による調達 + **固定資産取得**で財務CFが大となった。

【単位：百万円】

	22/3期 通期実績	各キャッシュフローの内訳	
営業活動によるCF	▲ 332	1,431	税前当期純利益
		▲1,635	棚卸資産の増加（販売用不動産）
		▲16	未払金の増加
		▲56	利息の支払額（主に棚卸資産借入）
		▲176	法人税等の支払額
	120	その他の増減 計	
投資活動によるCF	▲ 876	▲881	有形+無形固定資産の取得（本社+保有収益）
		5	その他の増減 計
財務活動によるCF	2,071	1,325	短期借入の増加（棚卸資産増加に伴う）
		1,183	長期借入の増加（本社取得と保有収益の資金）
		▲327	長期借入の返済
		▲112	配当金の支払
		2	その他の増減 計
22/3期CF （現金同等物の増減）	862		

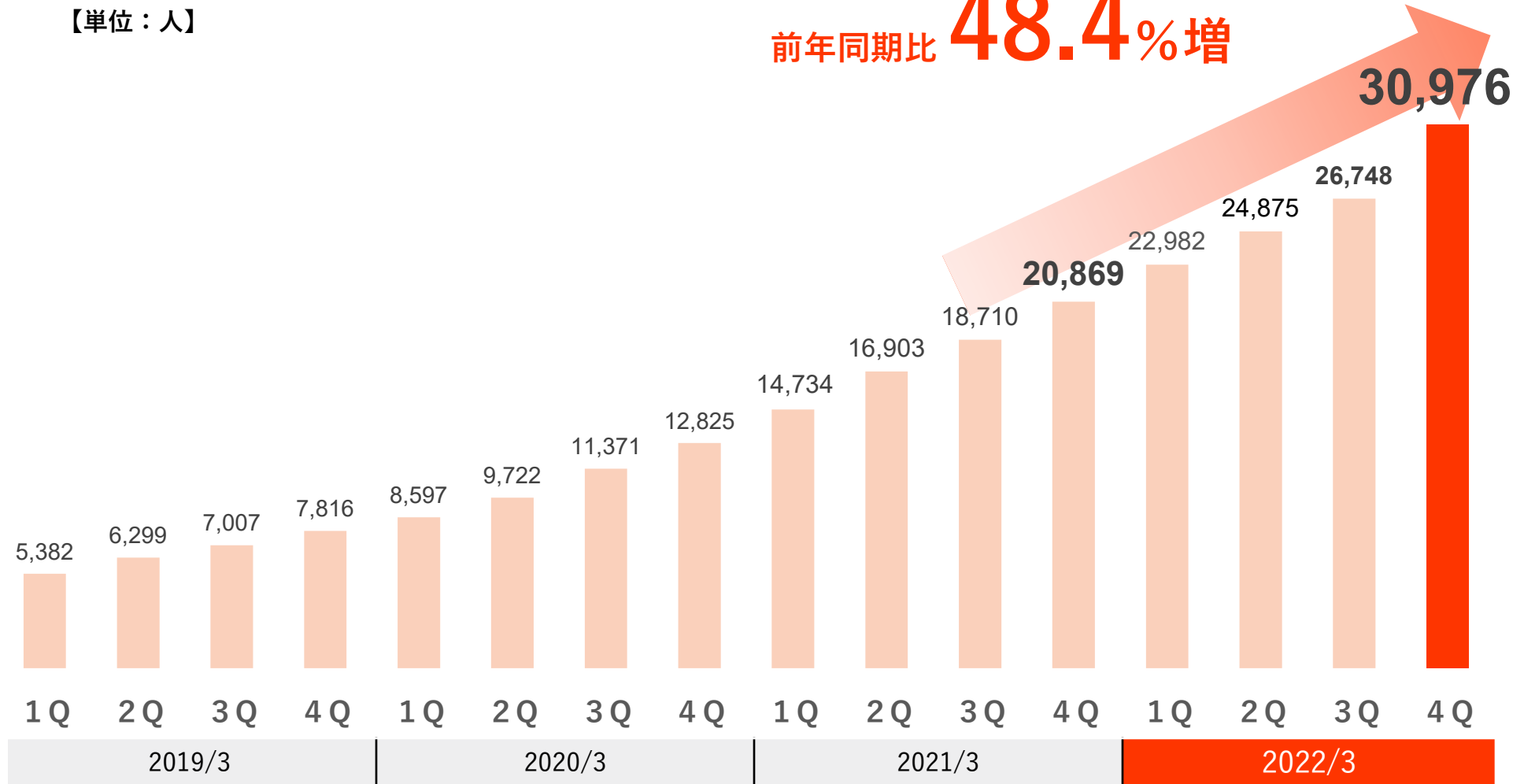


累計顧客データストック数推移

顧客情報を獲得し販売における顧客ニーズの把握に寄与

【単位：人】

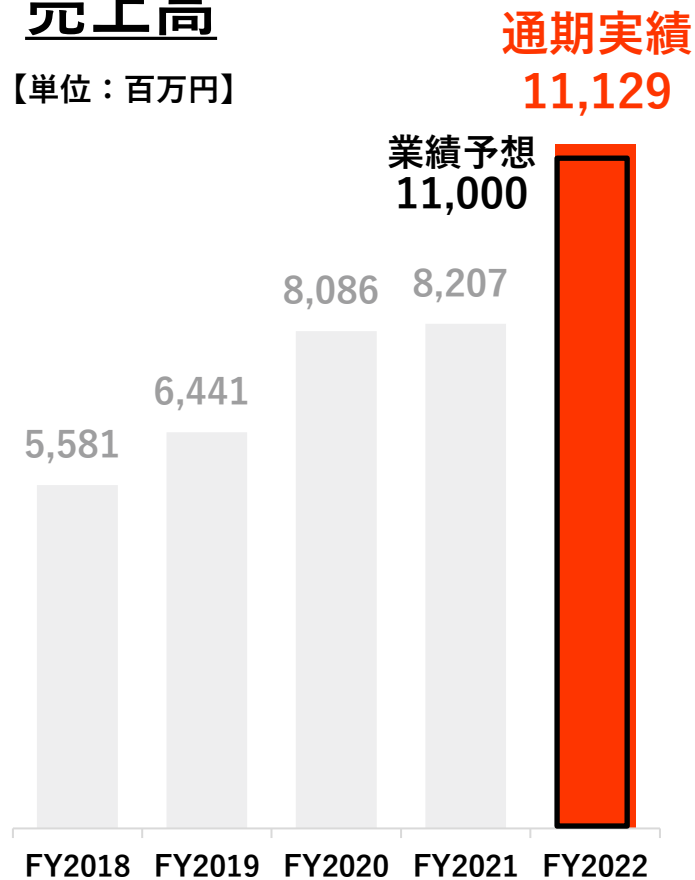
前年同期比 **48.4%増**



2019/3期からの3期間売上高、利益ともにCAGR（年平均成長率）で約120%、過去最高を達成

売上高

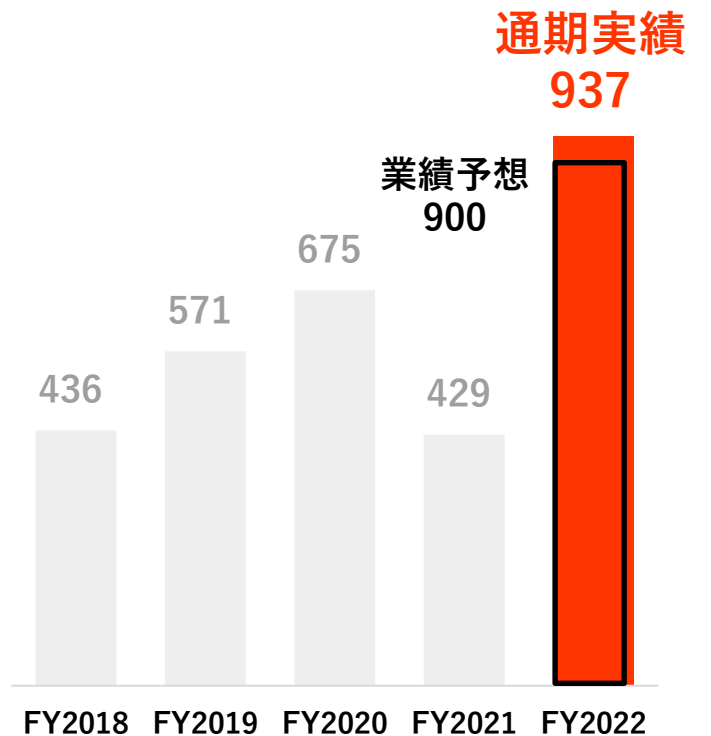
【単位：百万円】



営業利益



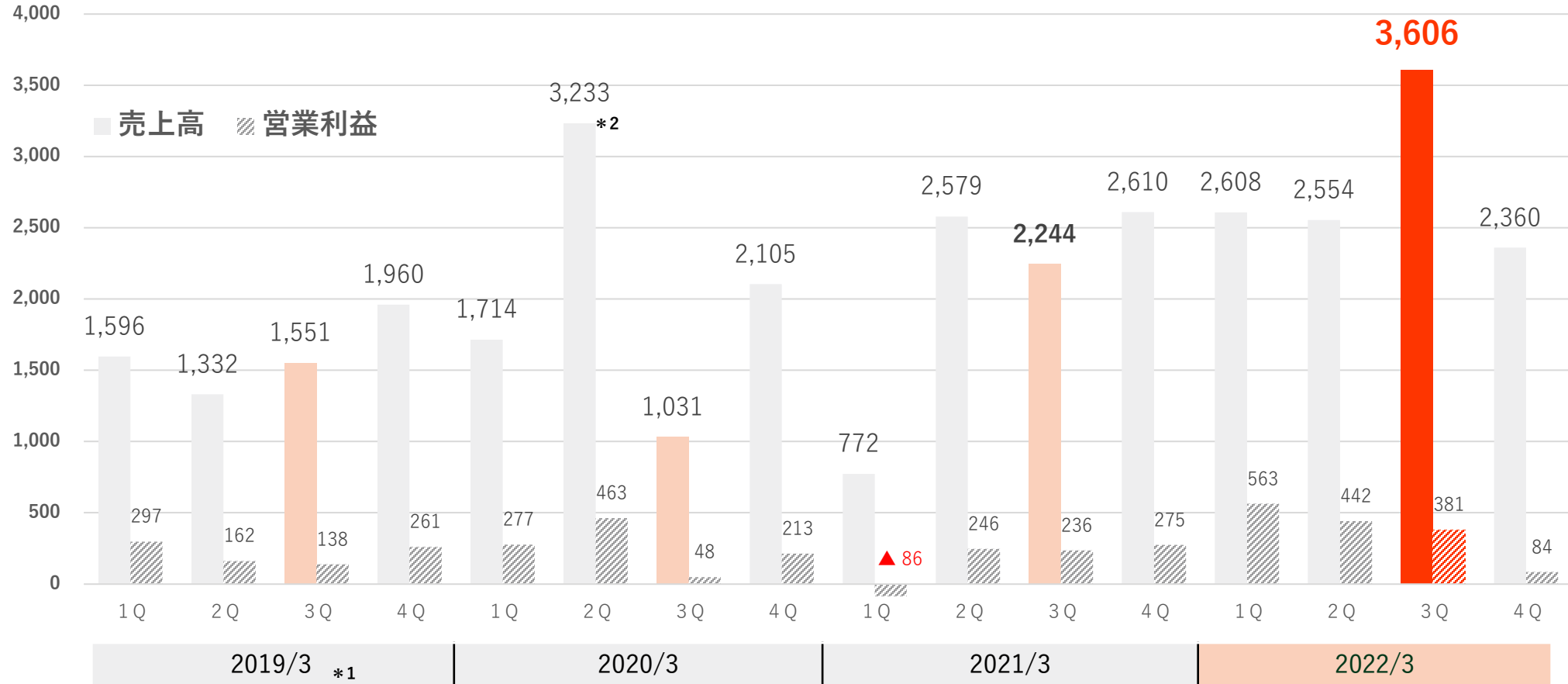
当期純利益



四半期業績推移（連結 売上高・営業利益）

4 Qでは利益率が低下。来期在庫へ高利益物件を確保し翌期以降の収益力を確保。

【単位：百万円】



*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。

2023/3期 連結業績予想

売上高で+34.8%の成長と経常利益率10%ラインを確保

【単位：百万円】

	23/3期 通期 見通し	22/3期 通期実績	前期比	
			増減額	増減率
売上高	15,000	11,129	+3,870	34.8%増
営業利益	1,550	1,471	+78	5.3%増
経常利益	1,500	1,419	+80	5.7%増
当期純利益	970	937	+32	3.5%増

人員増強による採用・教育、
および広告コスト等が見込まれるが

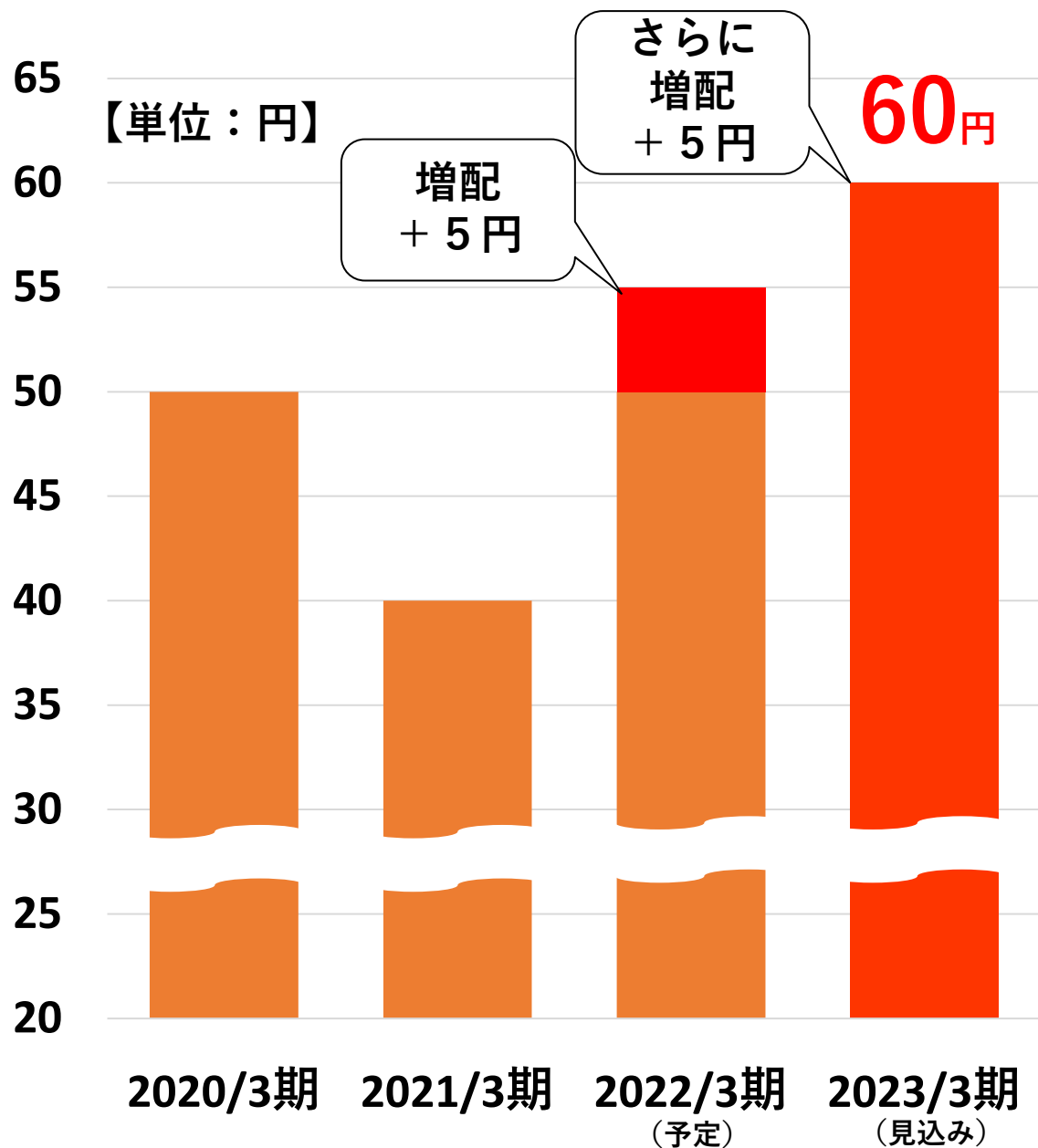
売上総利益率の高い収益物件等を
継続して仕入・販売を行い

売上高150億円に対して
22/3期と同等の利益水準である
経常利益率10%超を目指す

株主還元の方針



当社の株主還元の方針



当社の利益配分に関しては、今まで健全なキャッシュフローと安定した財務体質を維持しつつ「中長期的な仕入資金・投資資金としての内部留保の確保」と「株主の皆様のお要望にお応えするための還元としての配当政策」をバランスしながら総合的に判断して実施

中期的な収益拡大に向けて戦略的なコストを投下するが、**継続的かつ安定的な配当維持に努める**

2023年3月期～2025年3月期

中期経営計画

Landix

Grande

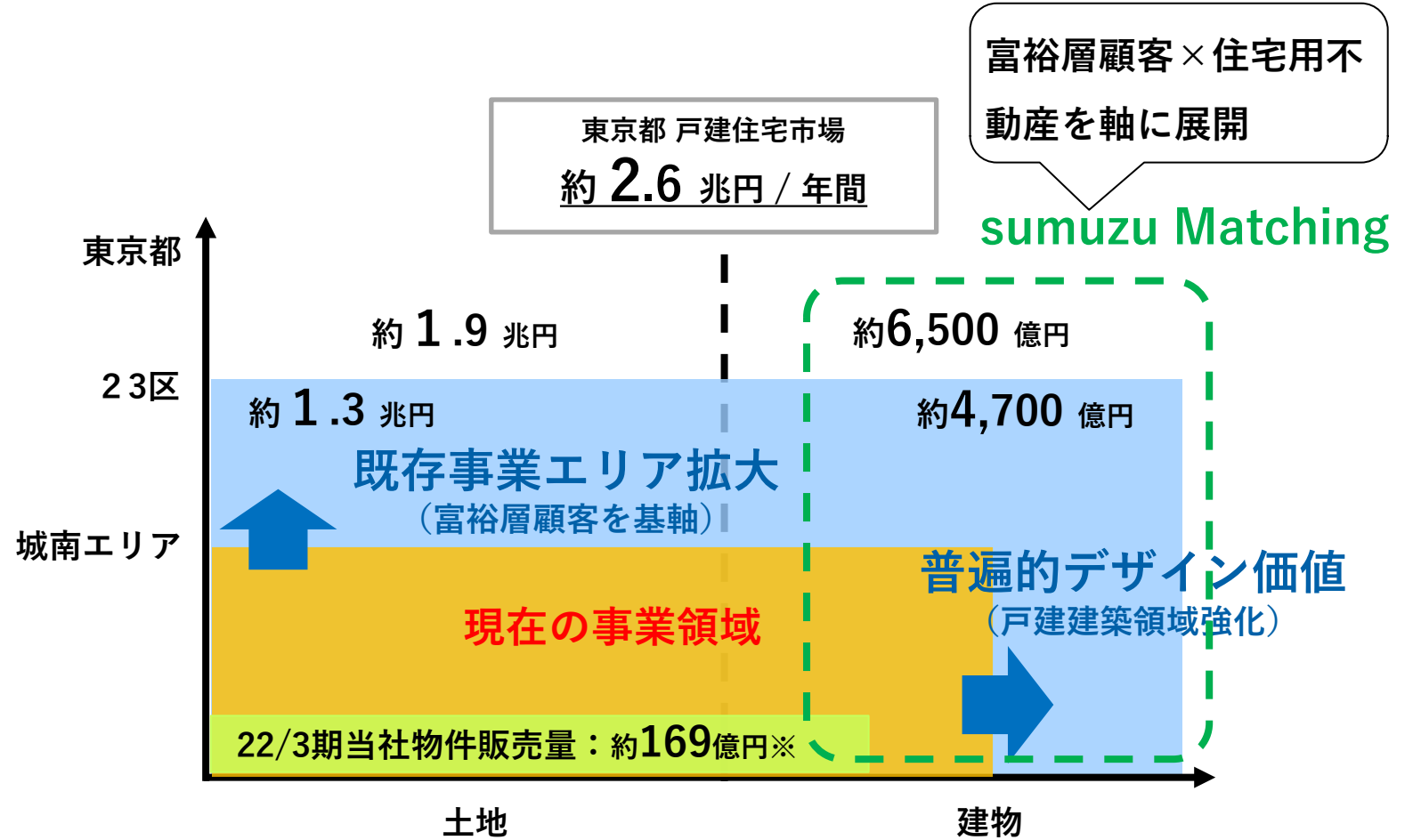
sumuzu

唯一無二の豊かさを創造する

住宅の大量生産からパーソナライズへ
当社を通じお客様の資産価値向上に貢献します

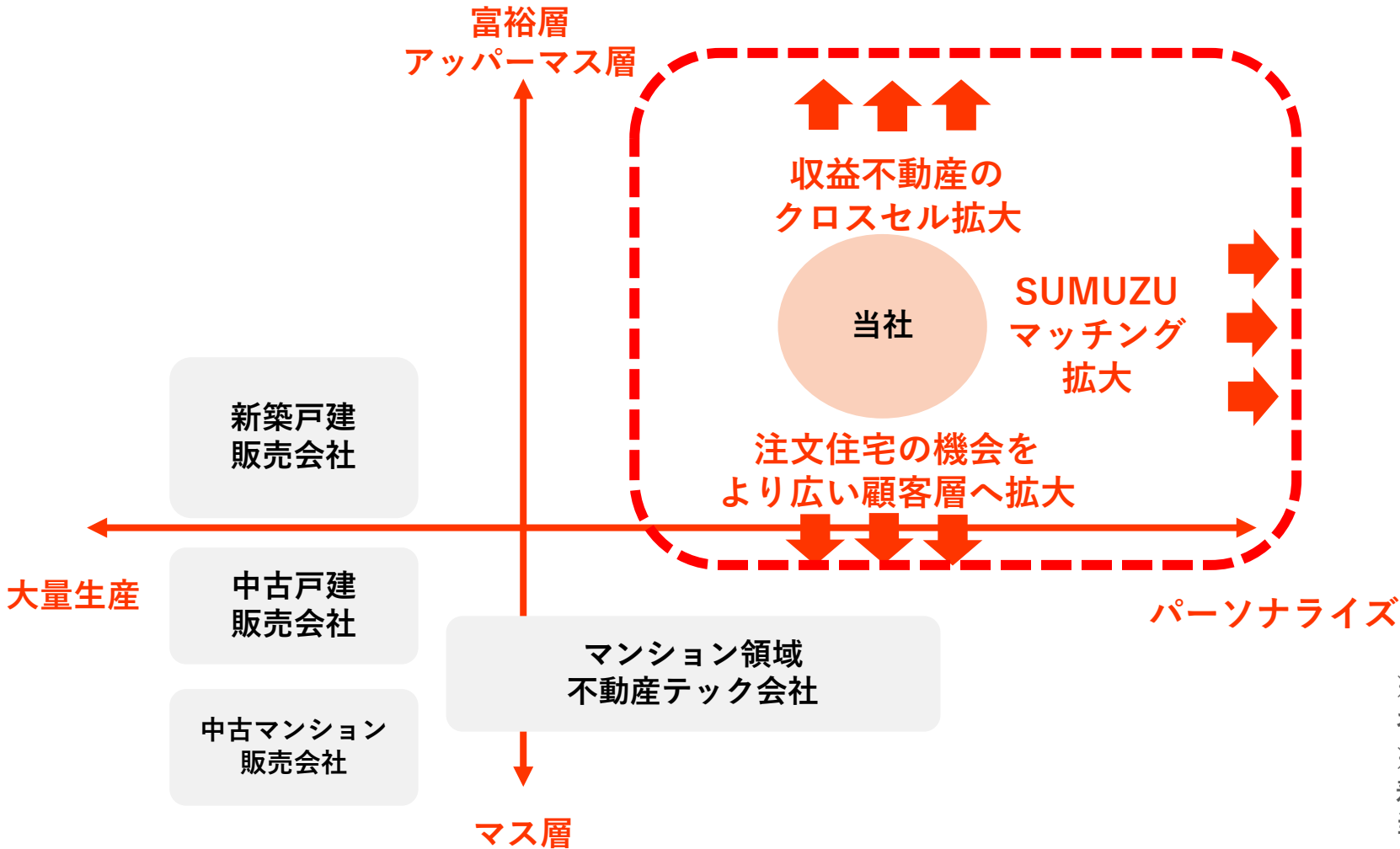
当社事業の市場規模と中長期的事業領域

東京都内だけでも
当社の拡大余地は
非常に大きい



※当社が手数料として売上高計上する際に基礎となる取扱不動産販売額の総額では2022年3月期は約169億円相当となります。

- ・ 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。



住宅の大量生産から
パーソナライズへ
当社を通じお客様の
資産価値向上に貢献

※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、ポジショニングイメージのために、
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。

当社の事業

～一気通貫のお客様本位のオーダーメイドサービス～

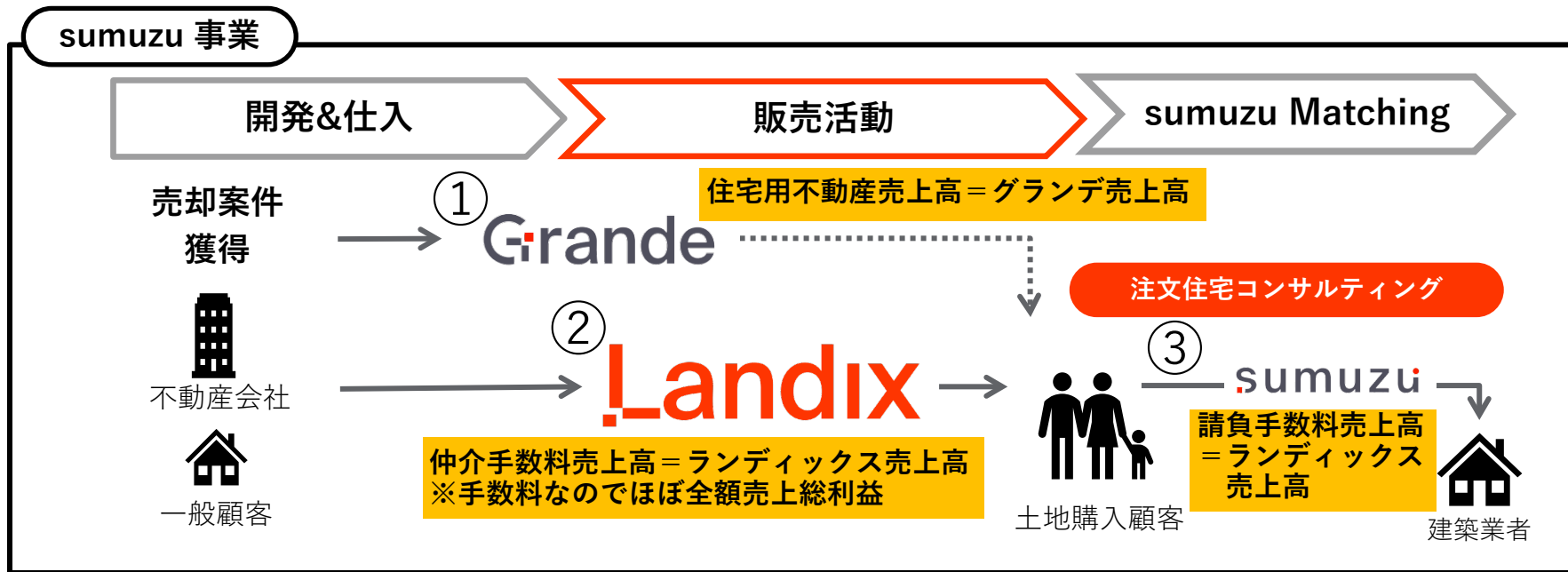
Landix

Grande

sumuzu

事業ビジネスモデル概観～他社にはない一気通貫のサービス

富裕層お客様向けの「理想の家づくり」を当社の一気通貫のサービスでサポート



④ 収益事業

収益用不動産売上高 = グランデ売上高

富裕層向け
収益用不動産
事業強化

↓

既存顧客のリポートにより効率的な販売を実施。
22/3期より本格化し、既存事業との強力なシナジーを發揮。

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

44.2%*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

2.92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

26.3%*注

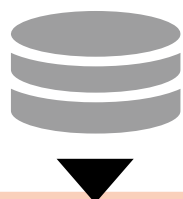
*注 22/3期通期実績となります。土地平均保有期間については、特殊事情を除く当社の主力住宅用土地について集計しており、財務指標として算出される平均在庫期間とは異なります。

① Grande の強み – 他社にはない優良不動産の仕入の実現

当社グループ独自の富裕層ネットワークから卓越した仕入のプロが優良不動産を厳選仕入・即完売で最短での在庫期間、半年後の売上を裏付ける仕入の積み上げを実現

注文住宅用地の平均在庫期間

顧客データの活用



お客様ニーズにストレートに対応
= 販売部門と仕入部門の連携

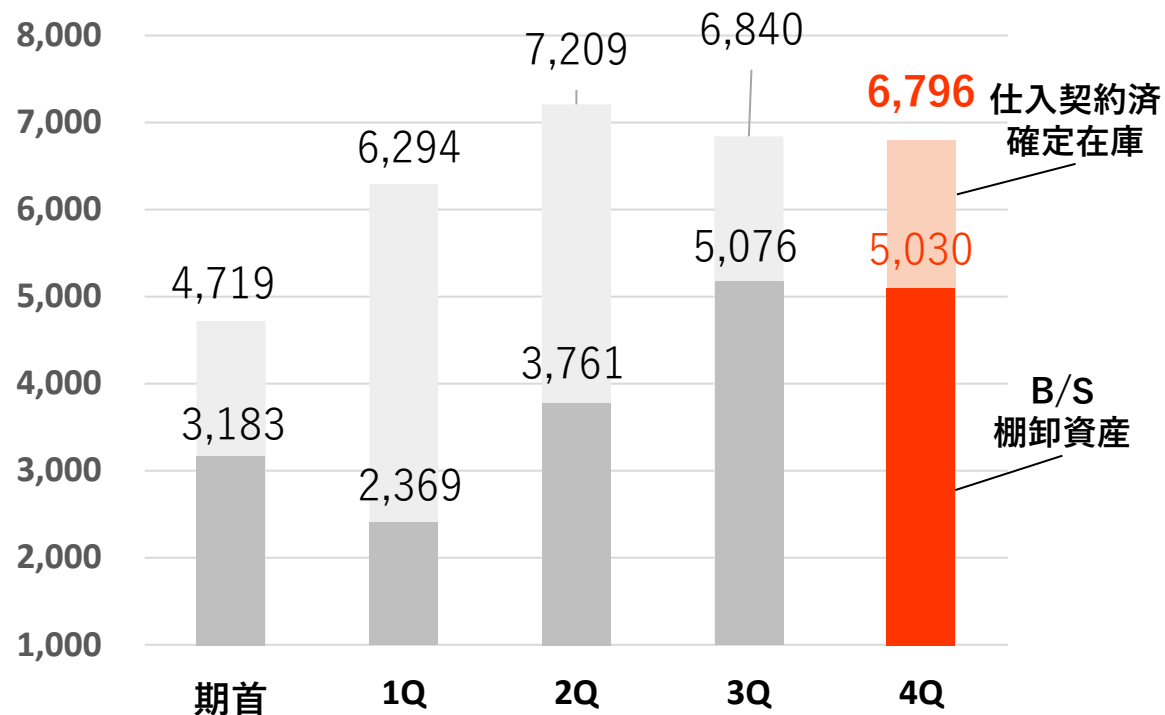
22/3期 通期実績

2.92ヵ月

* 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。

棚卸資産と確定在庫の合計推移

(単位：百万円)



* 確定在庫は、期末時点で契約済かつ未決済（棚卸在庫計上前）の物件を算出しております。仕入原価での算定を行っており、売上高で計上される物件の販売額とは異なります。

城南ブランドとして多くの富裕層のお客様が支持、リピーターに

富裕層顧客の特長と当社の優位性

顧客獲得ハードルが高い

▶ 創業以来蓄積した厚い顧客層

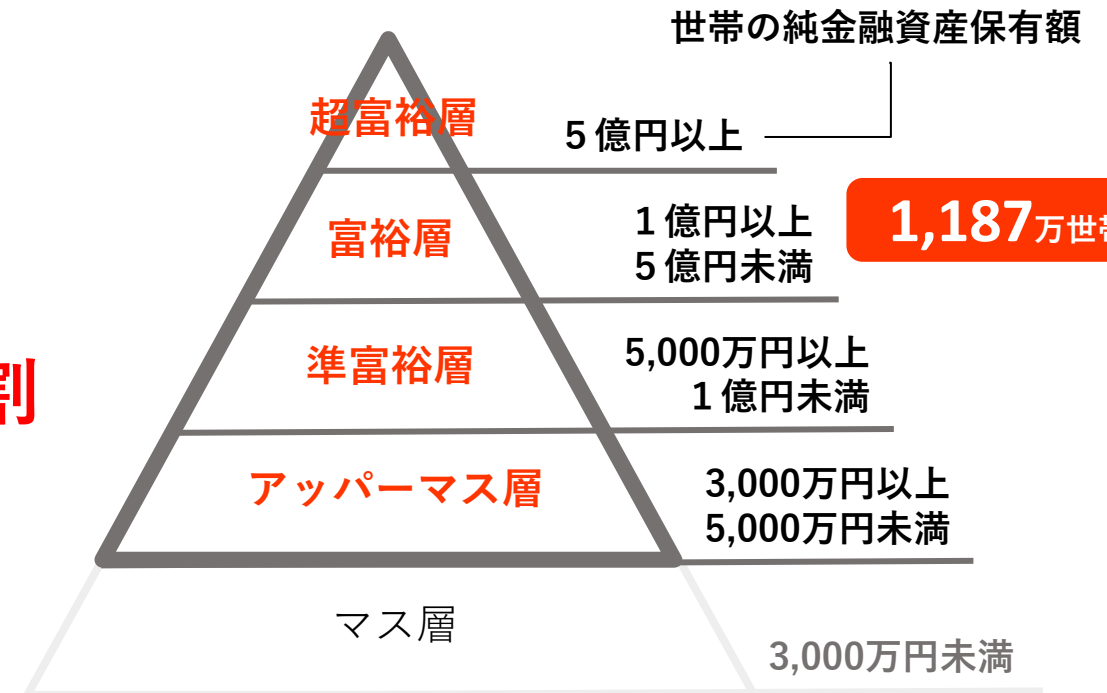
紹介リピートが生まれやすい

▶ 満足度の高いサービスで
成約案件のうち紹介リピートが3割

不動産の複数回取引が発生

▶ 収益事業に高いシナジー

純金融資産保有額階層※の
「アップーマス層」以上が当社のターゲット



注文住宅ノウハウを凝縮した 施主様向けコンサルティング

建築会社の選定をサポート

お客様のご要望から、コスパ・デザイン性・資産価値等のさまざまな視点から最適な建築会社選びをサポートします。

スキルのある設計士を厳選してご紹介

建築会社の中でも特にスキルのある設計士を特定してお客様の担当としてご紹介いたします。

建築会社との円滑なコミュニケーション サポート

事業者とお客様の間でのミスコミュニケーションを防ぎ、注文住宅建築体験を安心・安全で価値あるものにしていきます。



④ 収益事業の強みーお客様需要に合わせた当社ならではの収益用不動産提供 **Landix**

高付加価値な住宅が提供可能な当社ならではの
高付加価値収益用物件の提供が可能

注文住宅販売



購入目的

お客様ご自身が住む

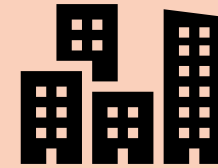
仕入から販売
までの期間

約3カ月程度

利益率

注文住宅に比べ収益用物件のほうが高い

収益用物件販売

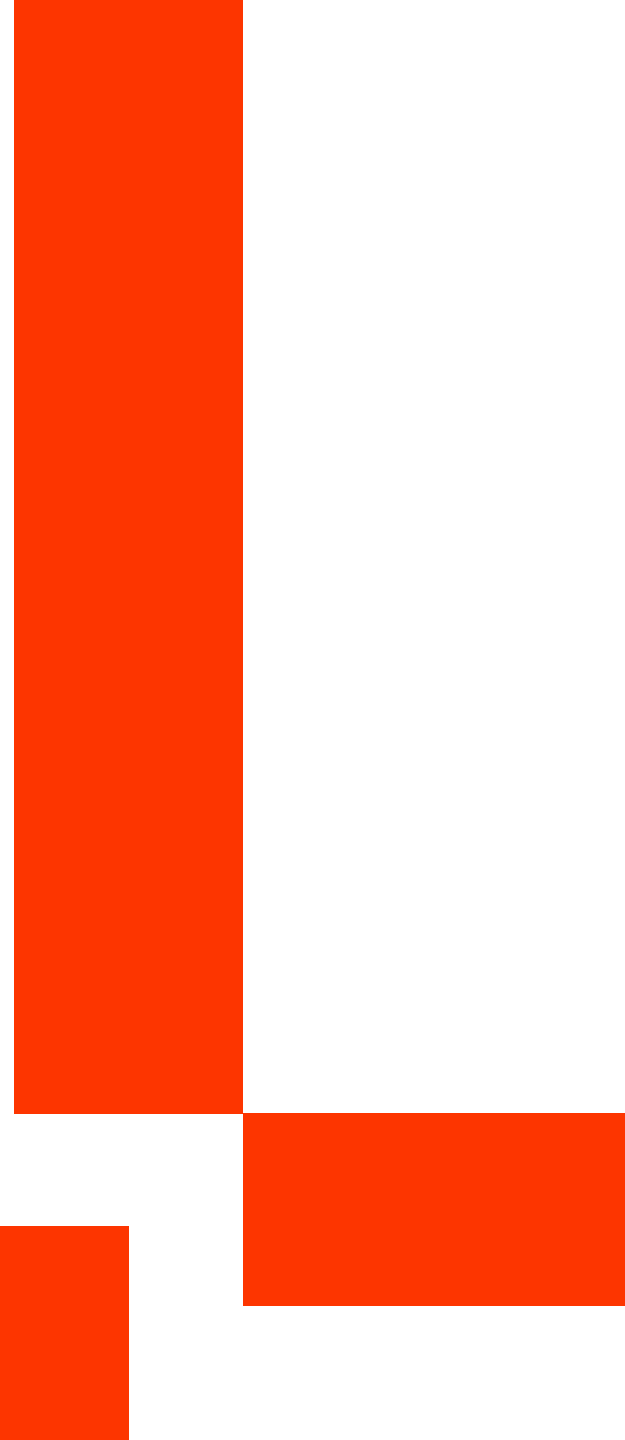


お客様の資産運用のため

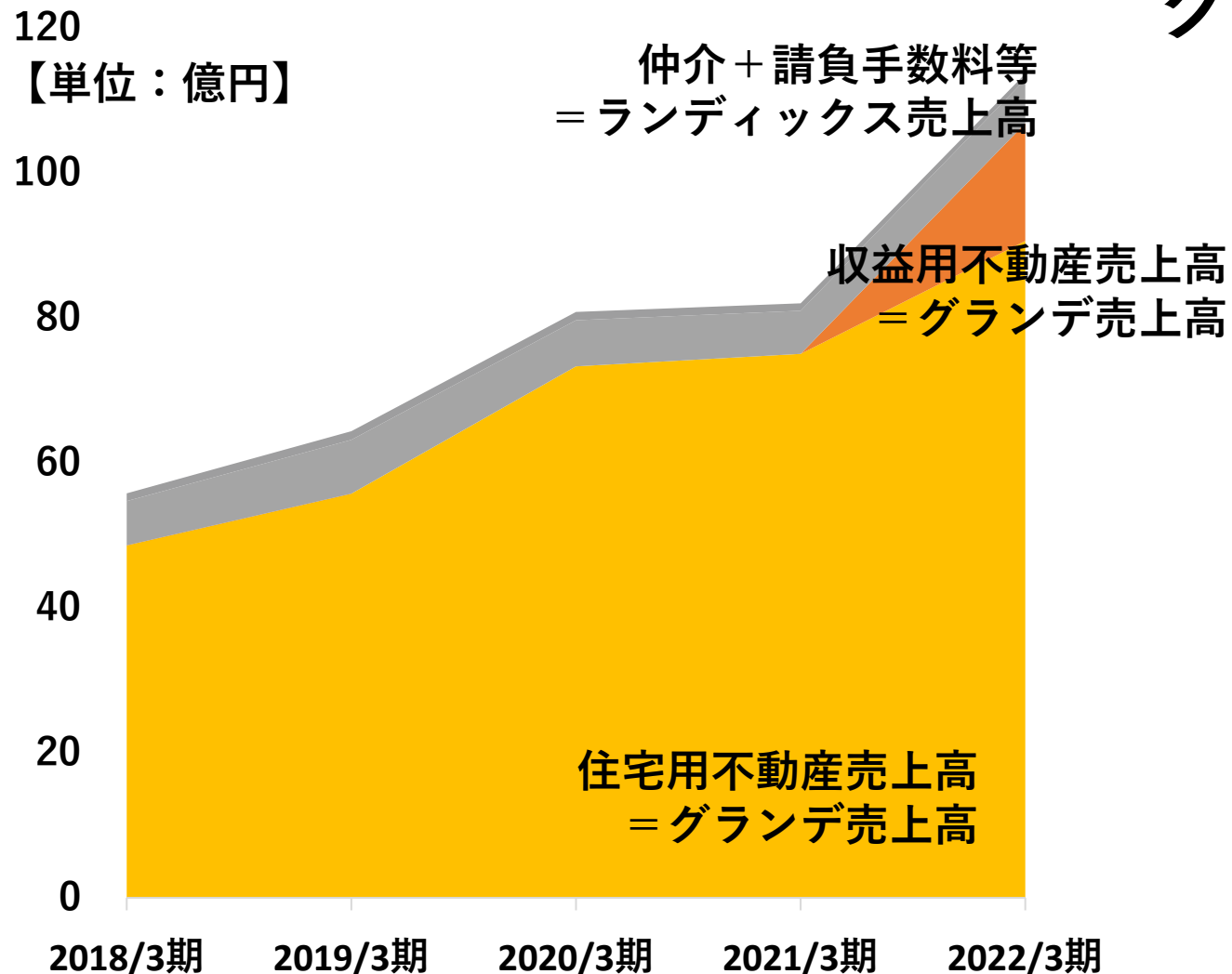
約1年程度

安定資産である優良な土地に値段が大きく下がらない高付加価値の収益用建物を建てたいという
既存の富裕層のお客様需要に応じて23年3月期より本格スタート（売上高全体の2割程度に成長）

2022/3期までの振り返り



連結売上高の内訳



グランデによる自社仕入強化
による優良物件拡大
(直近では収益物件販売開始)

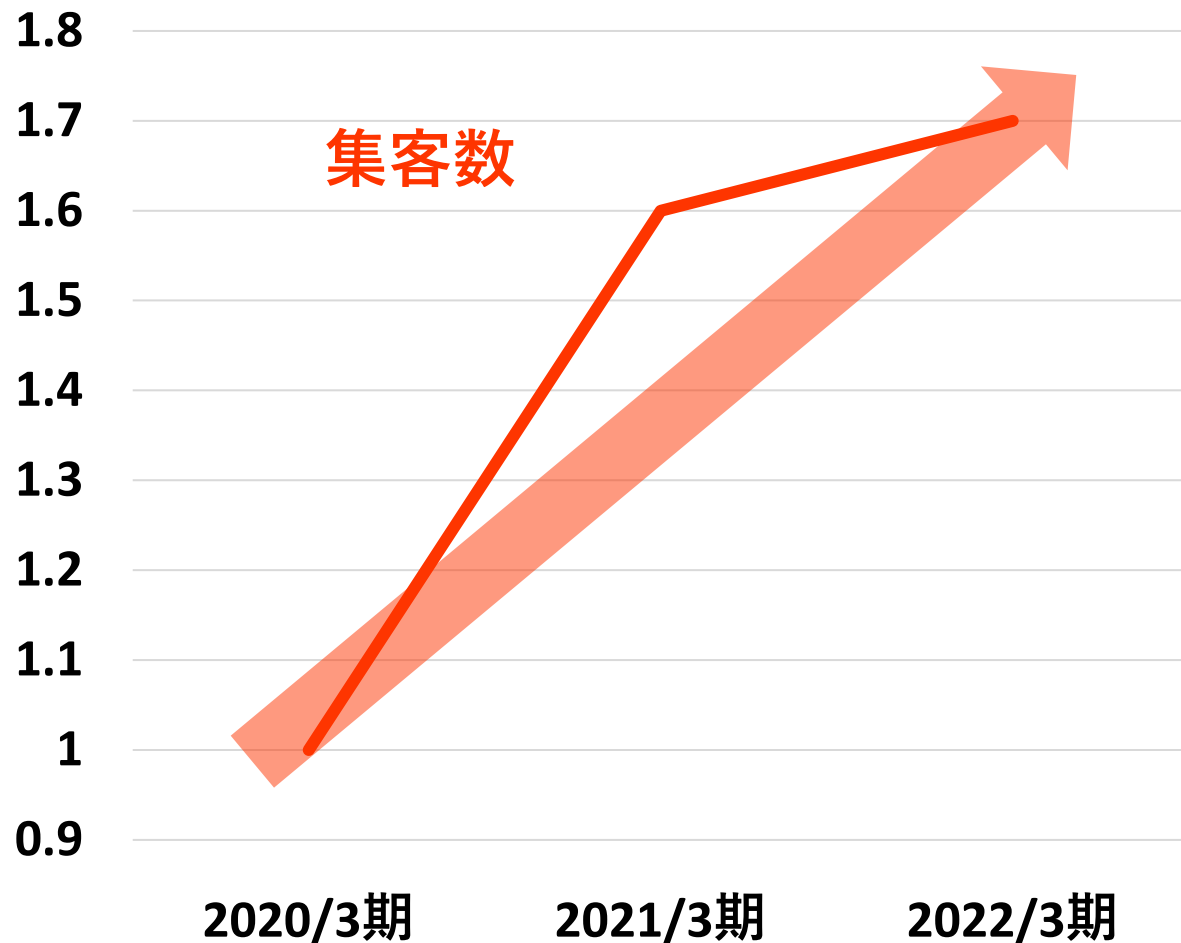


連結売上高

100億円突破

※当社が手数料として売上高計上する際に基礎となる取扱不動産販売額の総額では2022年3月期は約169億円相当となります。

集客数推移



※2020/3期の集客数を1とする

グランデ中心に営業体制強化
優良物件が豊富に

+

ネットで集客強化



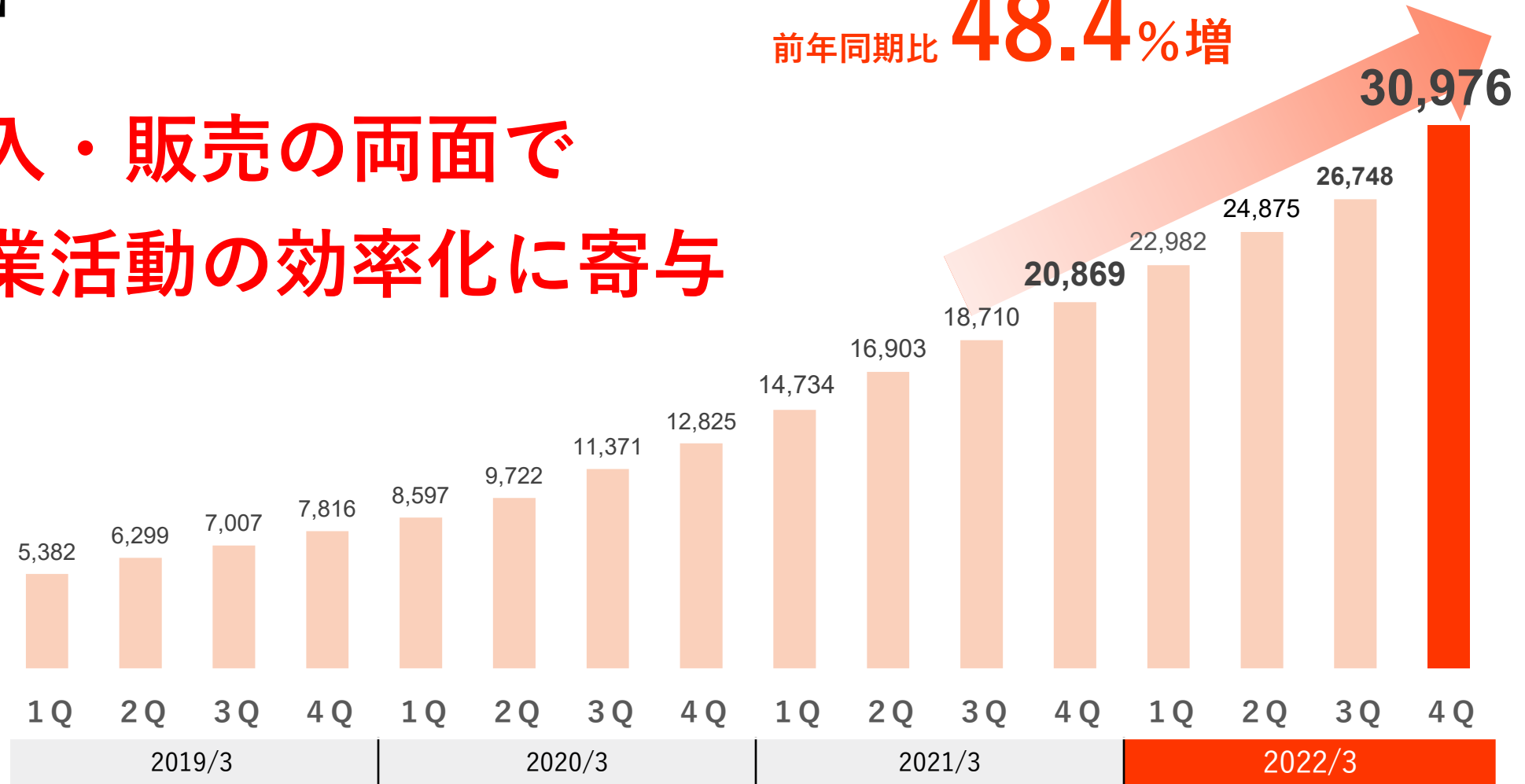
集客数は大幅増加

累計お客様数の推移

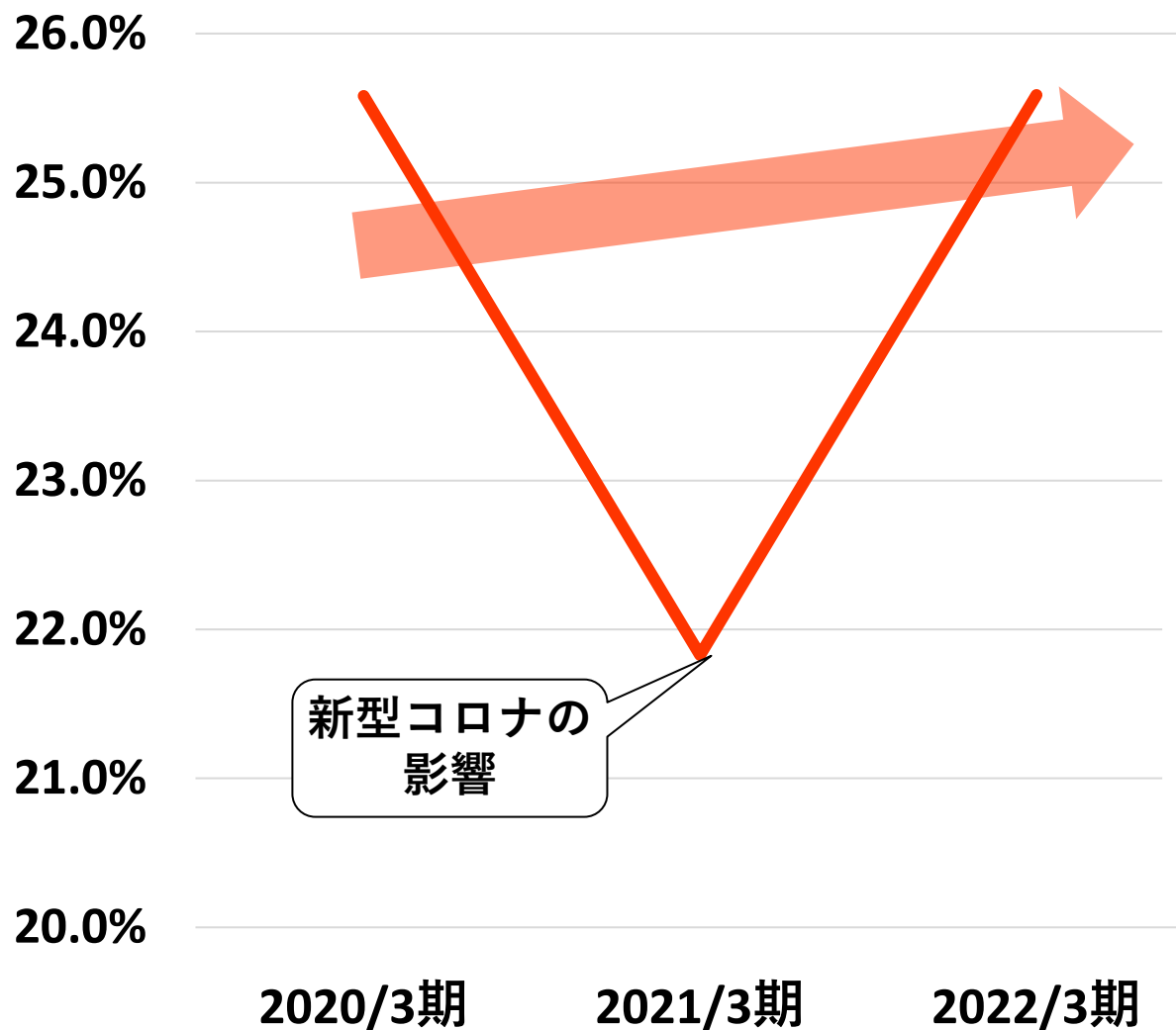
【単位：人】

仕入・販売の両面で
営業活動の効率化に寄与

前年同期比 **48.4%増**



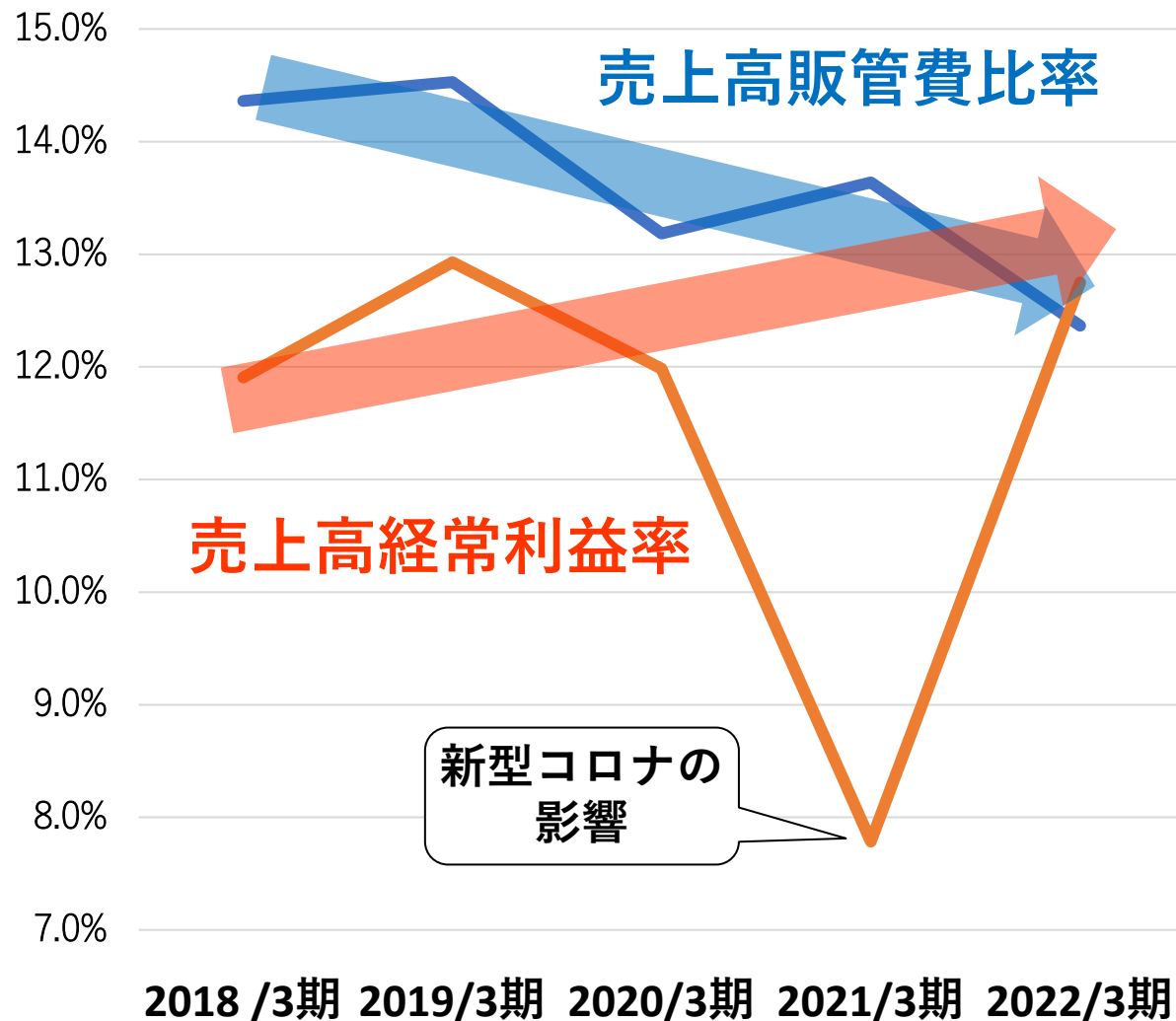
連結 売上総利益率の推移



今までの住宅を購入された
富裕者層にむけて
収益用不動産物件販売
本格化



コロナ禍の影響を乗り越え
売上総利益率大幅回復



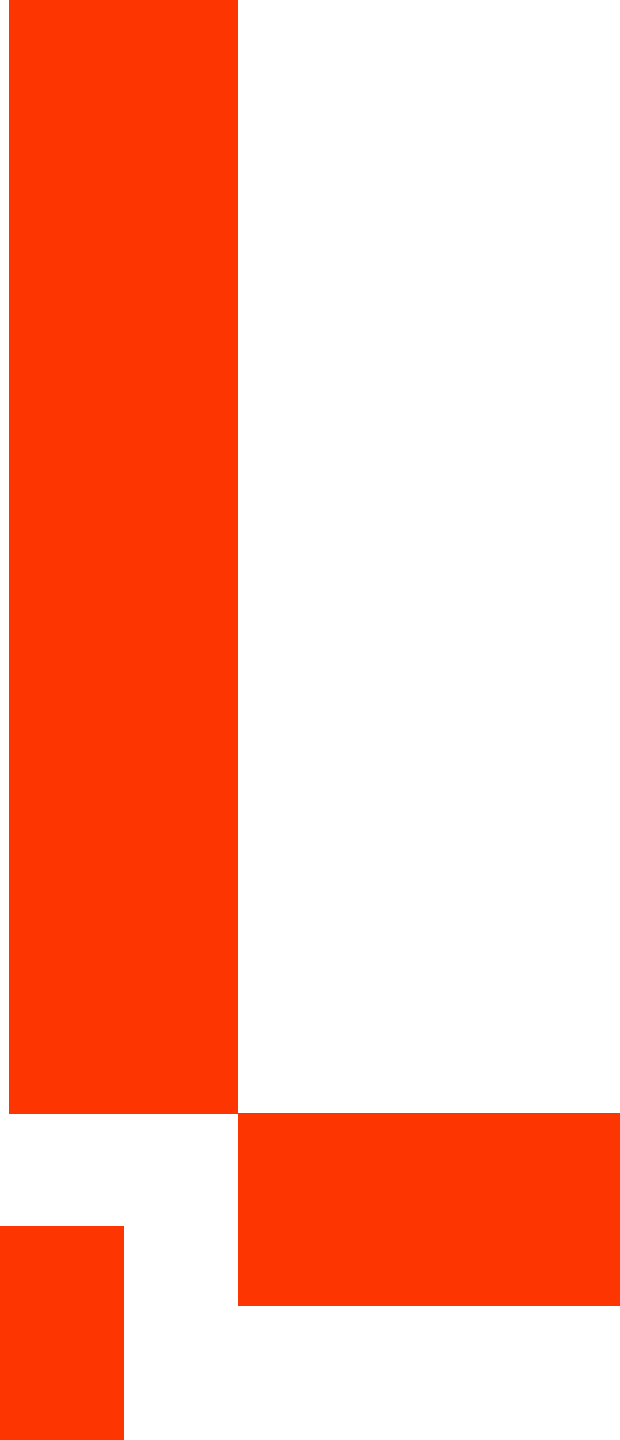
売上高拡大の一方、
固定費拡大を抑制し
売上高販管費比率が低下



拡大期にあたる
2023/3期については
先行投資をしつつも
規模拡大を目指す

基本戦略とInnovation

～城南ブランドから新しい世界へ～



相続件数の増加と少子化による人口減

超高齢化社会へ向けて日本全体としては人口減に本格的に拍車がかかる。資産価値の高い城南地区の住宅街においては他のエリアよりも安定したニーズがあると考えられるが、不動産マーケットは過熱。相続は今後も大きな不動産ビジネスのファクターである。

テクノロジー活用による業界テック化

他業界同様、オールドな不動産ビジネスにおいてもテクノロジー導入は加速する見込み。高度な専門知識を持ったエンジニア、マーケターなど人材の獲得がしにくくなっており、この傾向は継続する。

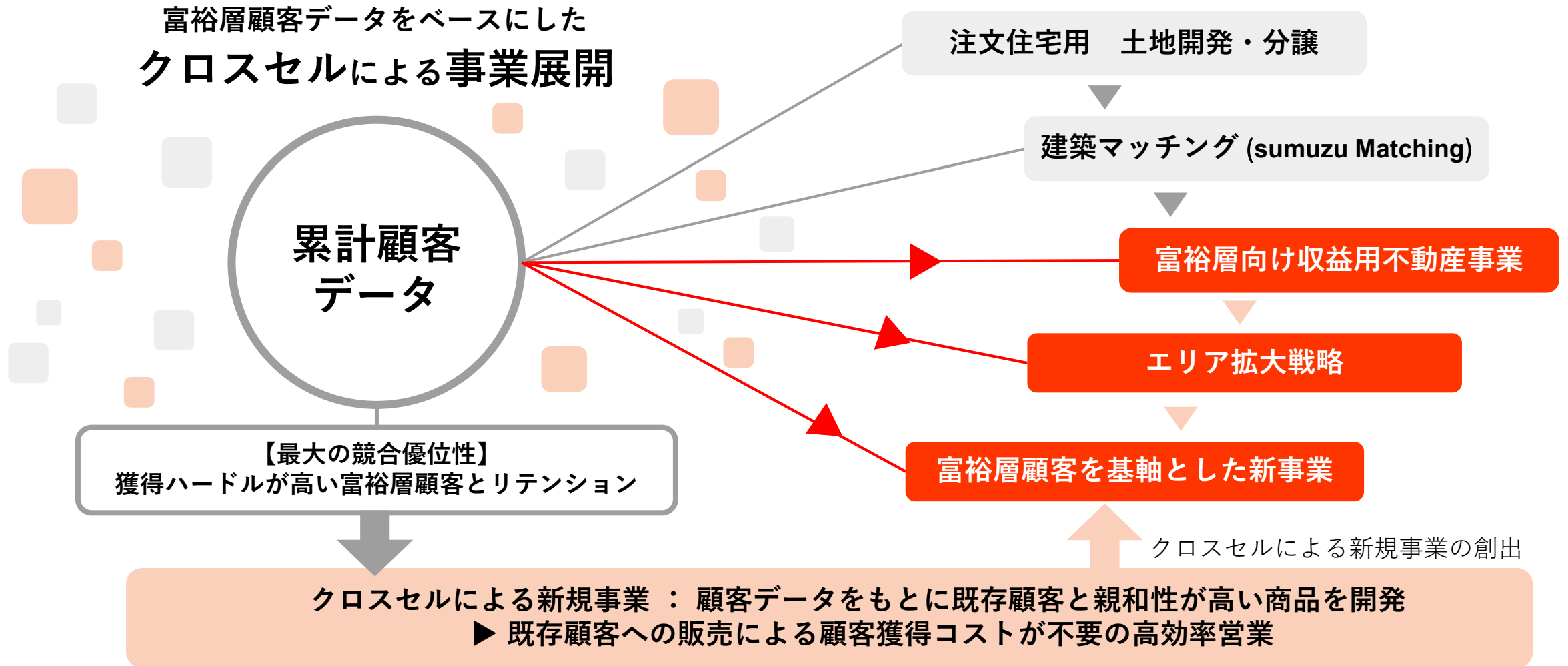
生活における住宅の重要度の高まり

コロナ禍をきっかけとし、住宅が持つ役割は「住む」と同時に「仕事」「趣味」の現場となり人生において最も重要な場となった。「個」の価値感が重視される時代において画一的な住宅では対応できず、よりパーソナライズされた住空間の提供が事業者のミッションとなる。

金利上昇リスクに対する対応

不動産マーケットにおける金利動向は消費者の購買意欲をはじめ販売・仕入両面に大きな影響を及ぼす。世界的なインフレリスクその他の経済リスクが存在し、金利動向については先行きが読めない状況であり、機動的な対応が必要。

外部環境の追い風を受けて顧客基盤をもとに「唯一無二の豊かさ」を創造・提供▶次の成長段階へ



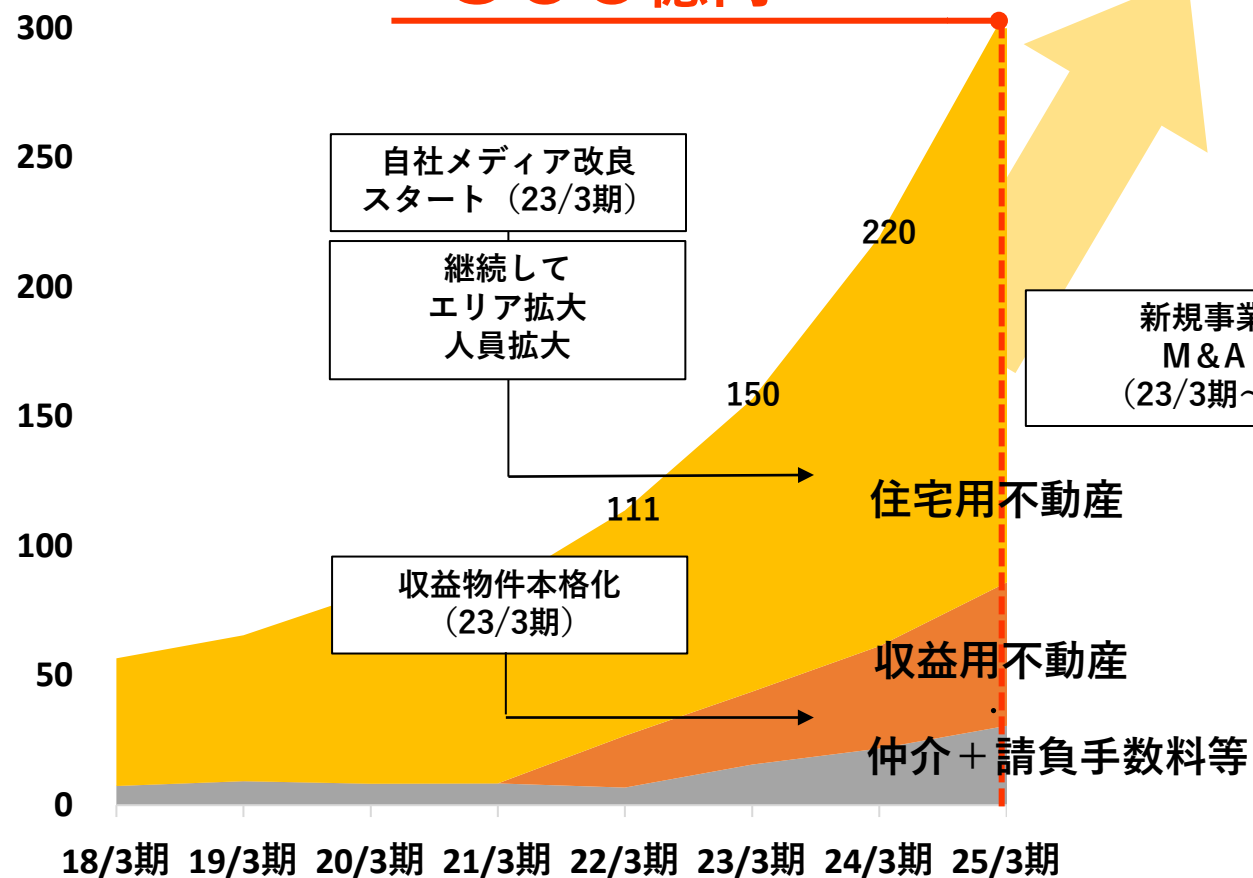
参考：中期事業計画における売上高数値目標

連結売上高見込みの内訳イメージ（新規事業を除く）

【単位：億円】

3カ年中期目標

300億円



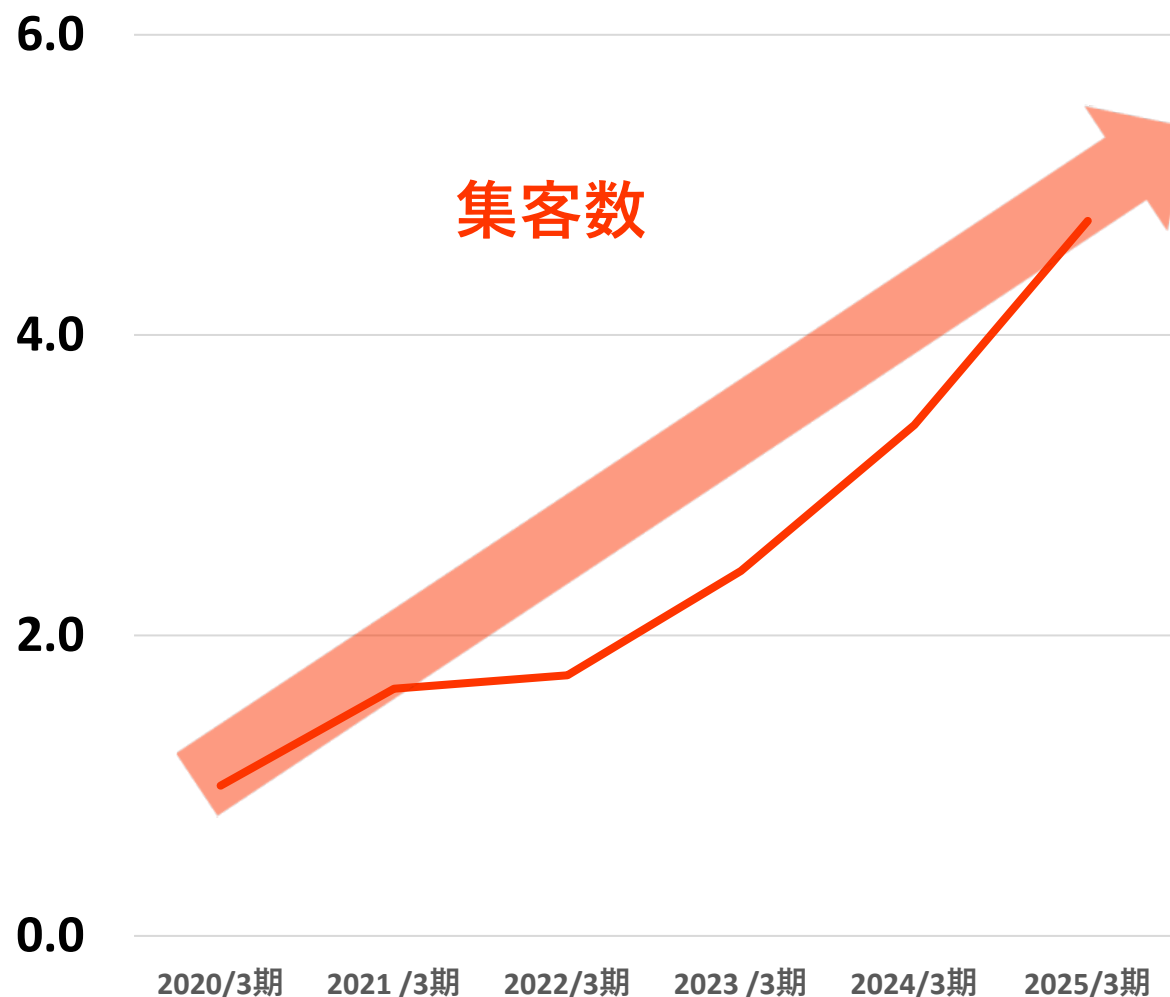
グランデによる自社仕入強化による優良物件拡大

一人当たり営業利益（生産性KPI）を維持しつつ営業組織の拡大

2025/3期 売上高300億円を目指す

基本戦略：引き続き優良物件仕入強化により売上拡大加速

集客数見込み推移イメージ



ネット集客強化
人員強化・エリア拡大

集客数拡大

収益物件の併売促進
請負手数料の拡大

売上総利益率向上

規模拡大を実現

※FY2020の集客数を1とする

1. エリア拡大および人員強化

文京区・杉並区・中野区エリアへ進出
進出に合わせた人材採用・育成システム構築

2. 収益事業によるクロスセル戦略

収益事業による売上比率30%までを目安に仕入体制の強化

3. 自社メディア改良およびsumuzu強化による収益力の強化

- ①メディア改良で集客力強化・プレミアムクラブ活用によるリピート・紹介率向上
- ②インサイドセールス強化による効率的な営業
- ③ 建築マッチングサービスによる請負紹介手数料拡大

4. 既存事業にシナジーのある新規事業およびM&A

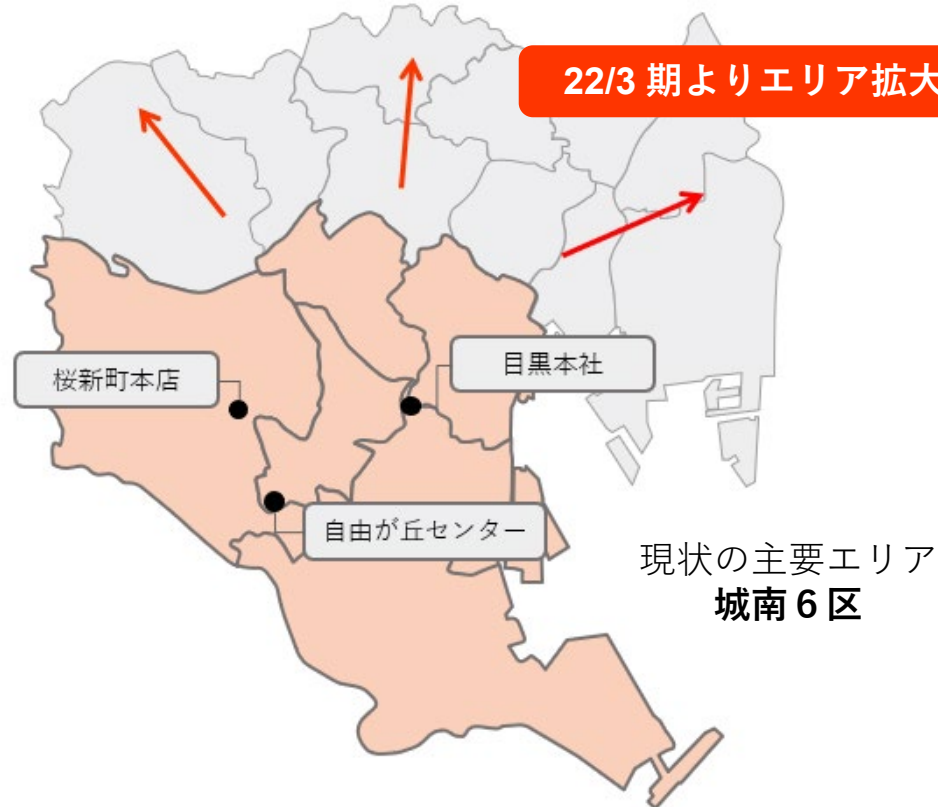
新たな付加価値でお客さまに「唯一無二の豊かさ」を提供

1. エリア拡大と人材強化

当社の富裕層顧客を対象とした不動産ビジネスノウハウを展開

従来のターゲットである「城南6区」以外への進出 いよいよエリア拡大のスタート

まずは文京区・杉並区・中野区への進出



1. 城南同様に富裕層顧客の獲得

▶ 創業以来蓄積した厚い顧客層

2. 良質な戸建マーケットの開拓

▶ 満足度の高いサービスで
成約案件のうち紹介リピートが3割



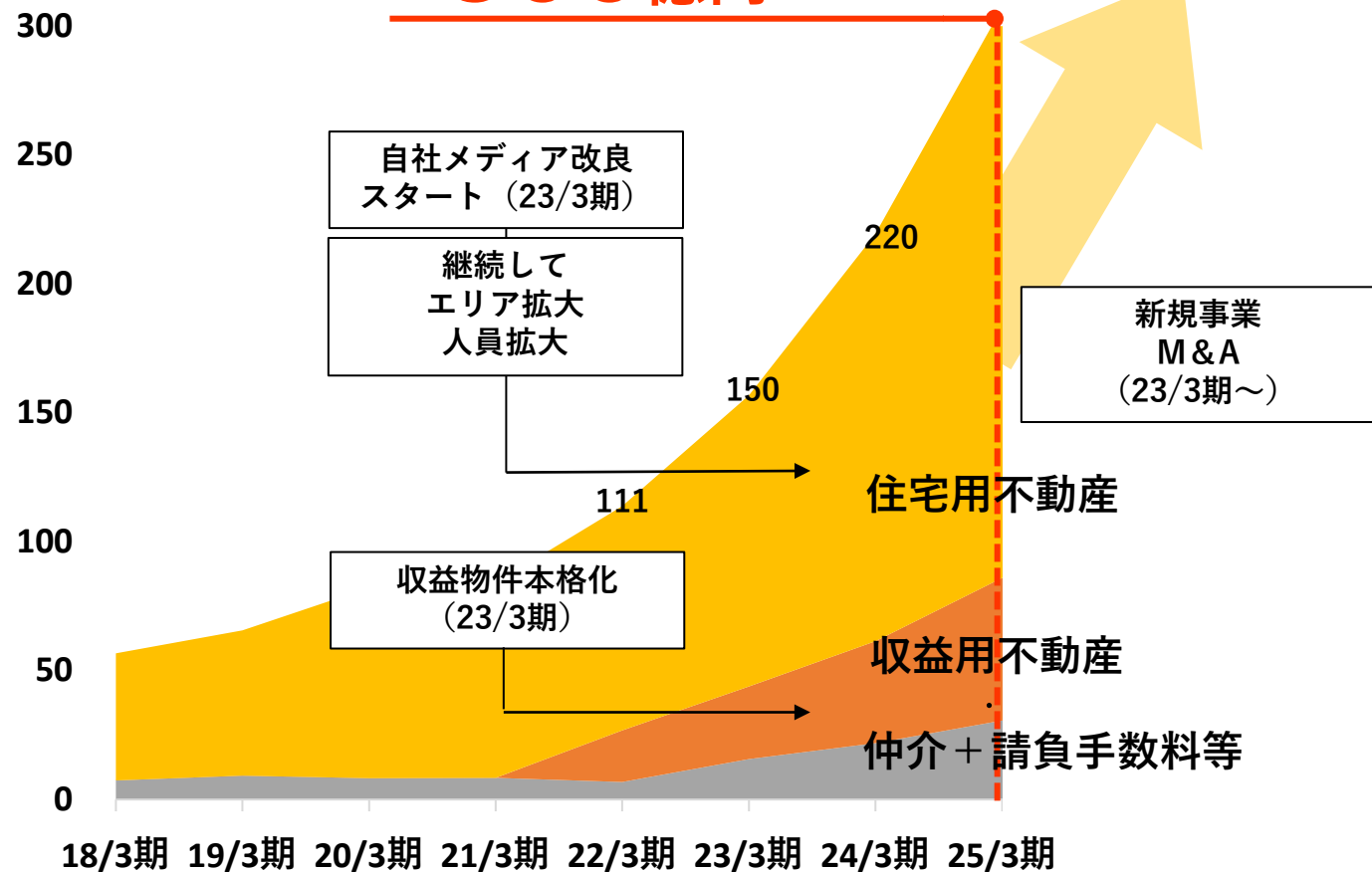
進出に合わせた人材採用・
育成システム構築

1. 拡大に合わせた人員強化

連結売上高見込みの内訳イメージ（新規事業を除く）

【単位：億円】

3ヵ年中期目標
300億円



売上高のスピードより
社員数増加は抑えられる
と想定



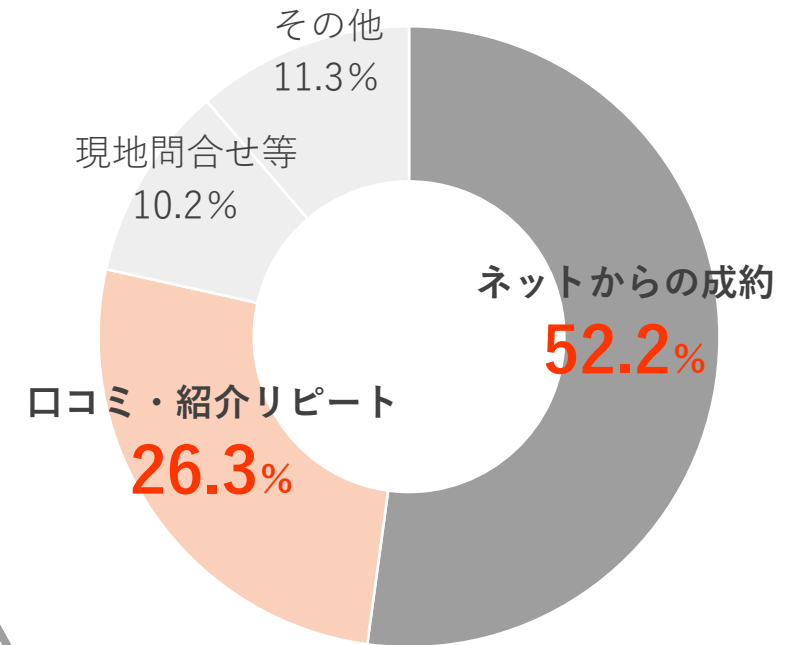
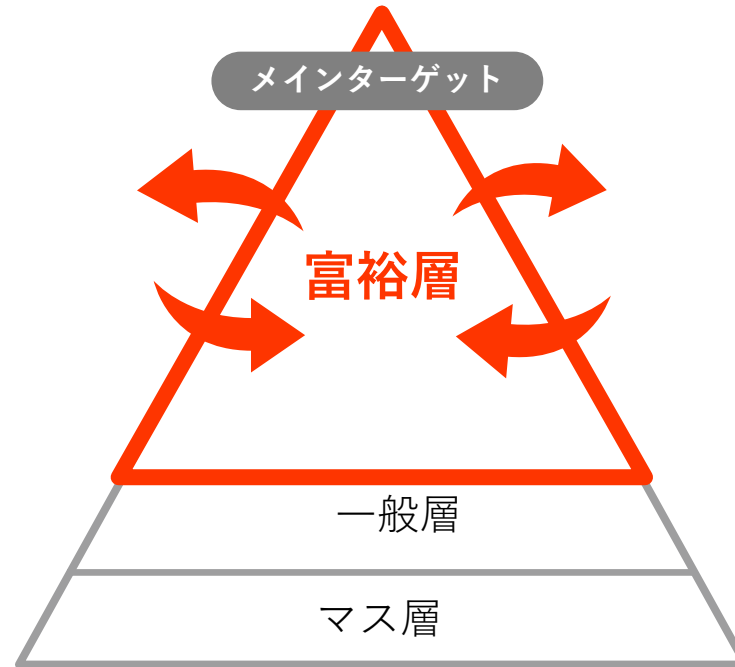
社員1人当たり売上高拡大を
研修・教育で実現

規模拡大を目指す

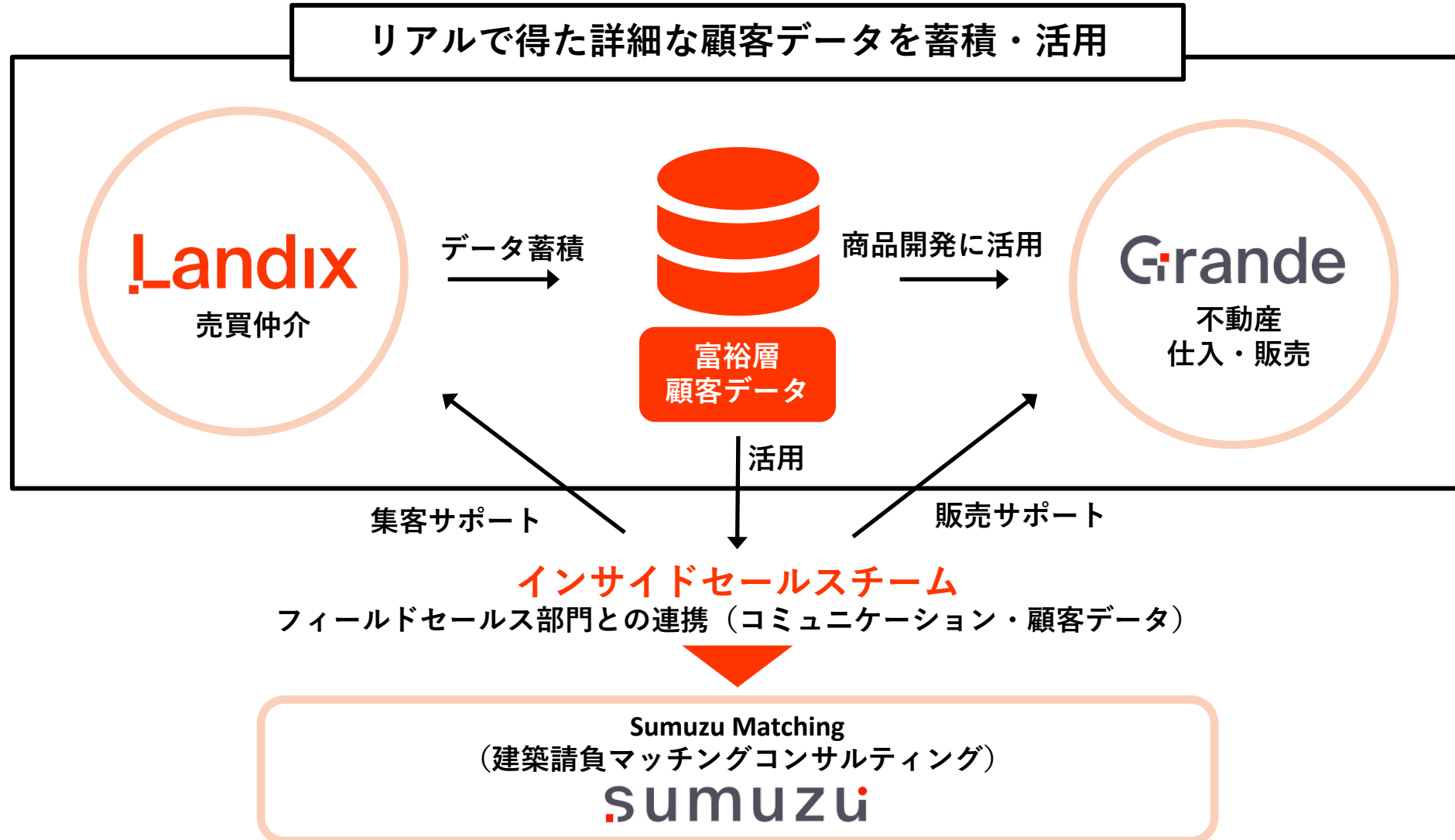
3. ①メディア改良で集客力強化・プレミアムクラブ活用によるリピート・紹介率向上

リテンション顧客＋インターネット成約が**全体の78.5%**

富裕層顧客が主要ターゲット
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

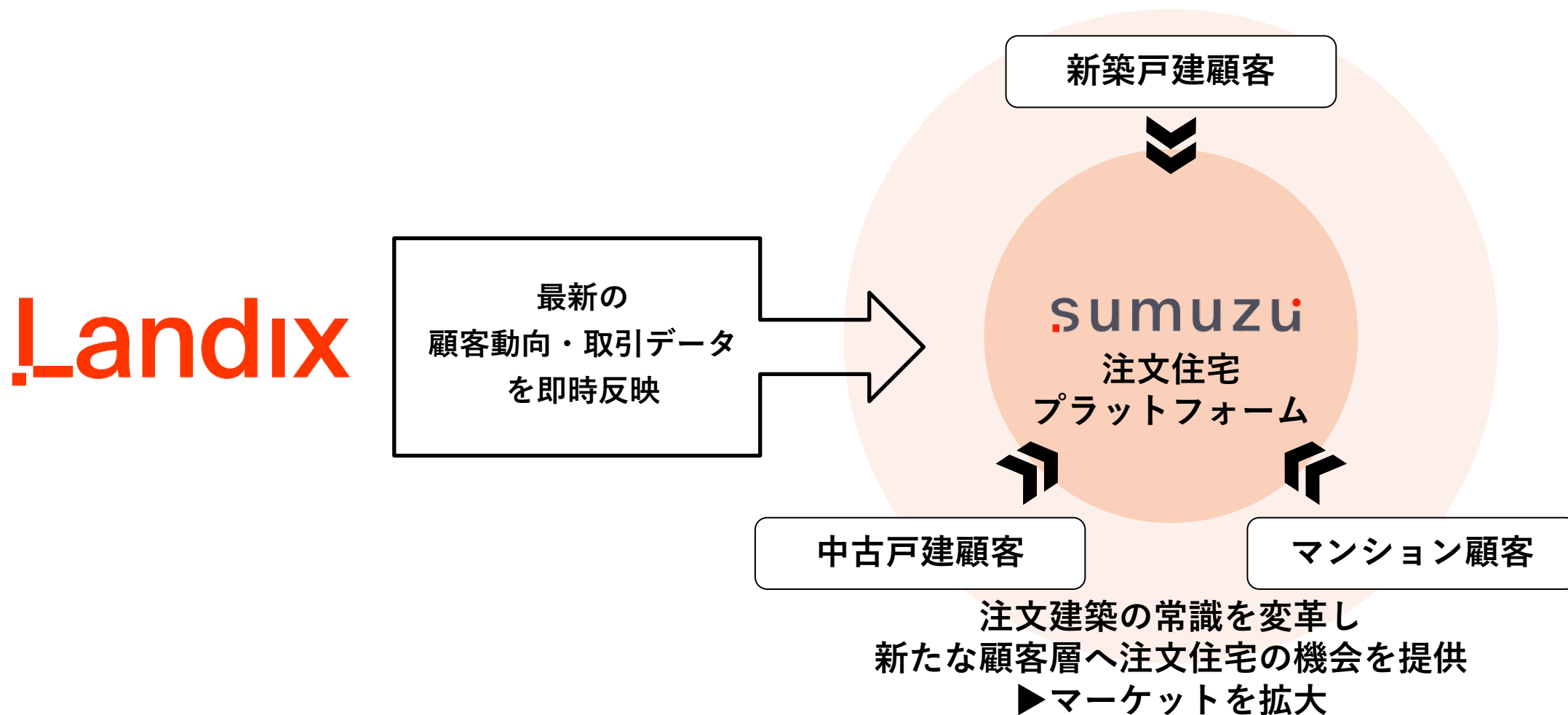


3. ②インサイドセールス強化による効率的な営業



3.③建築マッチングサービスによる請負紹介手数料拡大

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



FY2030年ビジョンとFY2025数値目標

～さらなる規模拡大へ～

FY2030年のビジョンの実現に向けて通過点であるFY2025年の事業目標を策定

2030年当社ビジョン

住宅の大量生産から
パーソナライズへ

当社を通じお客様の
資産価値向上に貢献

規模拡大を実現

2025年当社事業目標

業績数値

売上高 300億円、
利益拡大を目指す

財務指標

自己資本比率 30%を確保
棚卸資産保有期間 4か月以内

新規事業への展開

M&A、社内ベンチャー投資による
新たな収益源の確保

持続可能な社会の実現への取り組み



社会貢献活動

認定NPO 法人キッズドア基金

こどものための奨学金



当社グループでは、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う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」へ参画しております。経済的に困難な状況にある子供・学生を対象に支援募金を継続しております。

▶当社支援先リンク：
[認定NPO法人キッズドア基金](#)

社会貢献活動

世田谷246ハーフマラソン

地域への貢献



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。

2021年は新型コロナウイルス感染対策を講じたうえで開催されました。

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。

SDGsへの当社の取り組み

「喜び」「感動」の輪を広げ、より魅力的な社会を実現。

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。

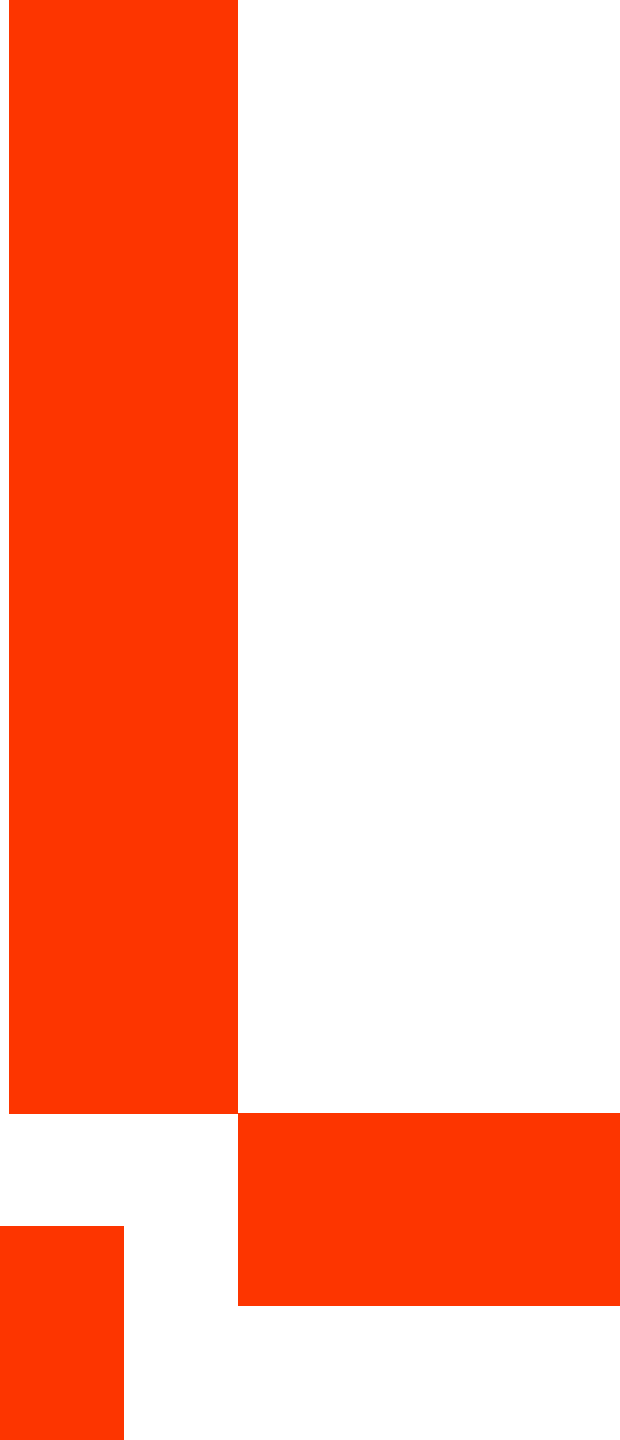


For Customers & Business Partners

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。



參考資料



目黒駅徒歩3分の立地へ本社移転

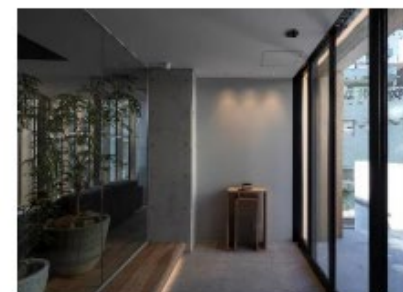
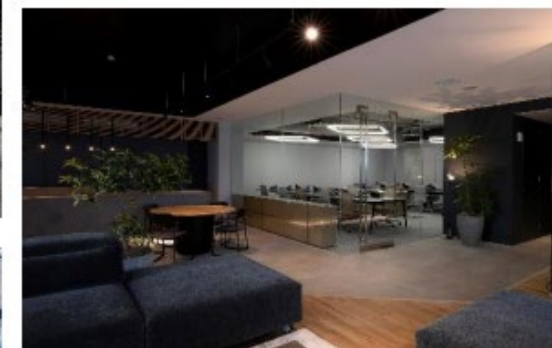
都心エリアへの事業領域拡大によって富裕層エリアにおける不動産売買シェアの拡大と、収益用不動産事業強化を見込んでおります。

当社自社デザインのオフィスとなっており、お客様へ、より創造性の高い空間の提供を致します。

新本社の住所：
東京都目黒区下目黒1-2-14
Landix目黒ビル

本件プレスリリース：

[株式会社ランディックス 新C I 策定のお知らせ 会社ロゴ・Webをリニューアル+本社移転](#)



ロゴデザイン

当社が大切にしている3つのコンセプト

Humanity	豊かな生活とコミュニケーション
Authentic	普遍的な価値を持つデザインを提供
Technology	ITによる革新と先進性

旧ロゴ



新ロゴ



企業理念

「唯一無二の豊かさを創造する」

Re-Start：
私達は、「唯一無二の豊かさを創造する」を企業理念に、新たなチャレンジをスタートします。

その想いを新ロゴ、新理念に込め、「もっと豊かな生活」を拡げてまいります。
世の中にオーダーメイド住宅を当たり前。そして画一的でないデザインの収益物件の開発を進めると共に目黒新拠点から、更なるエリア拡大を進めてまいります。

本件プレスリリース：
[株式会社ランディックス 新CI策定のお知らせ](#)
[会社ロゴ・Webをリニューアル](#)

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



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年に当社入社。子会社グランデ代表を兼任。



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。



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)



執行役員 黒崎 洋

住友不動産販売株式会社等での営業経験を経て、2018年当社入社。販売部門を統括。



執行役員 鈴木 善暁

株式会社GA technologiesほか不動産事業会社における営業開発、業務効率化を幅広く経験し2022年より当社へ参画。一級建築士。



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)に生かす。



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)



執行役員 佐藤 晴朗

スターバックスコーヒーージャパン株式会社をはじめとする企業にて、人事、財務、IR等幅広い領域における知見を持つ。



執行役員 松村 隆平

住友電気工業株式会社での法人営業を経て2015年より当社入社。経営企画室長、2021年より執行役員。統計調査士・IPOプロフェッショナル。

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	488 百万円
代 表 取 締 役	岡田 和也
従 業 員 (連 結)	73名 (役員除く 2022年3月末時点)
事 業 拠 点	桜新町本店・自由が丘センター 自由が丘サテライトオフィス (2021年3月よりOPEN) 目黒本社 (2022年1月よりOPEN)
連 結 子 会 社	株式会社グランデ

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を行っておりません。

【IR情報開示責任者】

執行役員
佐藤 晴朗

当社IR情報：<https://landix.jp/ir>