

2026年3月期 第2四半期決算

決算説明資料

(2025/4/1 – 2025/9/30)

株式会社ランディックス

東証グロース : 証券コード 2981

Landix

トッププレイヤーTOKYO

“世界の中の東京”における富裕層向け不動産の第一想起企業へ

今回決算の3つのポイント

1 2Q累計実績

- 対前期で利益大幅増、営業利益 19.8億円（前年同期比 123%増、利益率9.4%→15.4%）
 - ▶ 1Qに引き続き住宅用不動産販売が好調
 - ▶ 商品・サービスの競争力が向上（建築会社マッチング、自社物件の利益水準が向上）

2 上方修正

- 業績予想の営業利益を28.0億円に上方修正（+2.6億円、+10.2%）
 - ▶ 堅調な販売状況を加味、建築会社マッチングおよび自社物件の利益水準が好調
 - ▶ 来期の事業成長へ向けた仕込みを開始、ストック&DX推進へ向けた取組み加速

3 記念優待・増配

- 設立25周年の記念優待 15,600円相当、さらに期末配当の増配 + 5円を決定
 - ▶ 記念優待を実施、合計利回り5.0%想定（利回り算出前提：株価2,500円・保有株式数200株）
200株以上保有の株主様に一律でQuoカードPay等（デジタルポイント）を贈呈（詳細は7,8頁）

決算数値と経営状況サマリ（2026年3月期）

営業利益19.8億円（前年同期比 123%増、年進捗71%）

1 Qに引き続き、住宅用不動産販売が好調に推移。

建築会社マッチング、インサイドセールスの強化による販売効率化による利益水準の向上、および自社収益物件（レジデンスシリーズ）が想定通りの着地見込みとなったことで**業績の上方修正（営業利益+10.2%）**を決定。

1 Qの増配に続き、期末配当 + 5 円と大幅な連続期中増配、かつ記念優待の実施を決定。

売上高

12,892 百万円

前年同期比
+3,402百万円
(+35.9%)

平均在庫保有期間（土地）

4.87 か月

前期通期実績 4.75か月

確定在庫

20,749 百万円

前期末時点 20,007百万円

営業利益

1,987 百万円

前年同期比
+1,097百万円
(+123.4%)

経常利益率（/売上高）

14.6 %

前期通期実績 10.4 %

自己資本比率

39.9 %

前期末時点 38.3%

当期純利益

1,215 百万円

前年同期比
+680百万円
(+127.0%)

(上方修正 + 増配) 連結業績と配当予想

今期業績予想を、営業利益2,800百万円（+260百万円、+10.2%）に上方修正
1 Qに続き期中連続増配し42円→47円の+5円、前期比で+8円

【単位：百万円】

	2025/ 3 期（実績）		2026/ 3 期（上方修正 + 増配）			
	(2024/ 4 / 1 -2025/ 3 /31)		(2025/ 4 / 1 -2026/ 3 /31)			
	実績	前期比	期初予想	修正予想	修正増減	前期比
売上高	20,267	+18.9%	24,000	24,000	+0.0%	+18.4%
営業利益	2,258	+76.5%	2,540	2,800	+10.2%	+24.0%
経常利益	2,112	+78.3%	2,300	2,550	+10.9%	+20.7%
親会社に帰属する 当期純利益	1,404	+77.8%	1,490	1,650	+10.7%	+17.5%
当期純利益/ 1 株あたり	247.90円	+77.6%	262.84円	289.49円	+10.1%	+16.8%
配当金/ 1 株あたり(年)	39.0円	+2.5円	40円 1 Q時点で +42円に増配済	増配 47円 中間21円 期末26円	対期初予想 +17.5%	+8.0円 +20.5%

2025年3月期の1株当たりの当期純利益・配当金に関しては、株式分割後に換算して表示しています。

業績予想の上方修正理由

	期初予想	修正予想	修正増減	上方修正理由
売上高	240 億円	240 億円	—	建築会社マッチング、インサイドセールスの強化による販売高速化により利益水準が向上。 2Q末時点で売上進捗は53.7%と順調。 来期の成長余力の仕込みへ。
営業利益	25.4 億円	28.0 億円	+ 2.6 億円 (+10.2%)	事業成長に合わせて人件費・採用費は積極的に投資を継続、計画通りの進捗。 売上総利益の増加に連動して営業利益水準が改善。
経常利益	23.0 億円	25.5 億円	+ 2.5 億円 (+10.9%)	営業利益の水準向上により連動。 営業外費用に含まれる借入の金利負担については想定の範囲内で着地する見込み。
親会社に帰属する 当期純利益	14.9 億円	16.5 億円	+ 1.6 億円 (+10.7%)	営業利益の水準向上により連動。 法人税等の負担水準については例年通りの見込み。

設立25周年 記念優待による株主還元的大幅拡大

Landix

当社は2026年 2 月13日に設立25周年を迎えるにあたり、株主の皆様への感謝の意を表するため記念優待を実施いたします。
200株以上保有の株主様全員に記念優待（デジタルポイント 15,600円相当）を一律付与いたします。
なお、400株以上保有の株主様には既存の「ランディックス・プレミアム優待倶楽部」を別枠で継続実施いたします。
従来の優待ポイント制度に変更はございませんので、引き続き当社の優待をお楽しみください。

基準日	対象株主様	優待内容	利回り
基準日：2025年12月末 基準日から3ヶ月以内を目途に 受取方法のご案内を発送予定	基準日において 株主名簿に記載または記録された、 200株以上保有の株主全員	デジタルポイント 一律 15,600円相当	合計利回り 5.00% （200株保有の場合） 記念優待3.12%+通常配当1.88% ※400株以上保有の株主様には 通常優待も従来通り付与

利回り算出前提：株価 2,500円・保有株式数200株

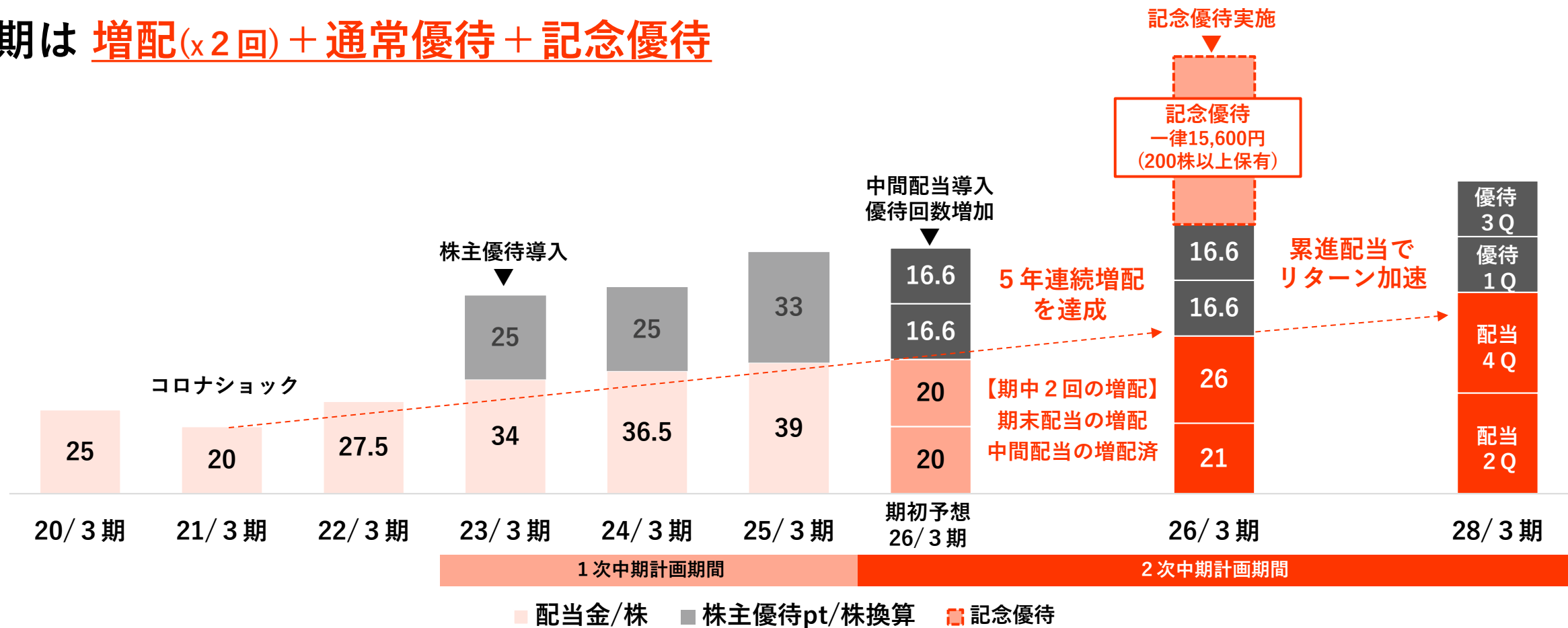
* 交換先（例）

株主様ご自身で交換先を選べるデジタルポイント形式（例：QUOカードPay、Amazonギフトカード、PayPayマネーライト等）を予定しております。

- ・「設立25周年 記念優待」は、株主の皆さまへの感謝を込めた記念的な特別施策であり、今回限りの実施となります。
- ・記念優待の受け取り方法に関しては、2025年12月末から3ヶ月以内に発送する案内書面をご確認ください。ご案内に沿って、WEB上でご希望の品目を選択していただき、受取手続きをお願いいたします。
- ・記念優待の実施に伴う費用は、上方修正後の当期業績予想に織り込み済みです。

累進配当と株主優待による株主還元（継続保有によるリターン加速）

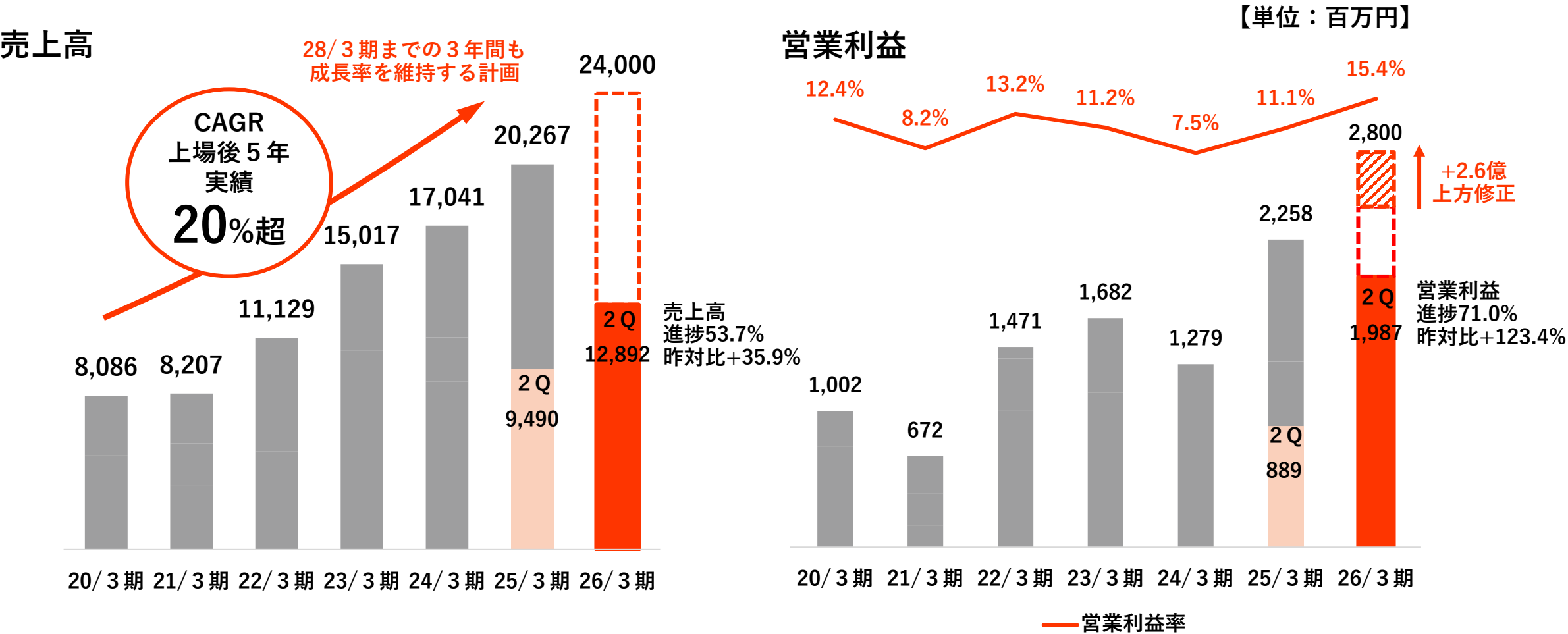
設立25周年の記念優待 15,600円相当のQuoカード等（デジタルポイント）を配付
1 Qの増配に加え、2 Qでさらに+ 5 円の連続増配
今期は **増配(x 2 回) + 通常優待 + 記念優待**



・ 2025年6月30日を基準日として株式を2分割しておりますが、過年度の配当・優待ポイントについて比較しやすくするため、2分割換算した前提で表示しています。
（例：24/3期の配当金は73円/株ですが、2分割した場合の36.5円/株として表示）
・ グラフに表示の株主優待額は、1,200株保有時に進呈する40,000ポイントを基準に、1ポイント1円として、1株当たりの優待価値を算出/表示しております。
なお、今回発表の記念優待を除外して計算した場合、株主優待利回りは、1,200株保有時が最大となります。

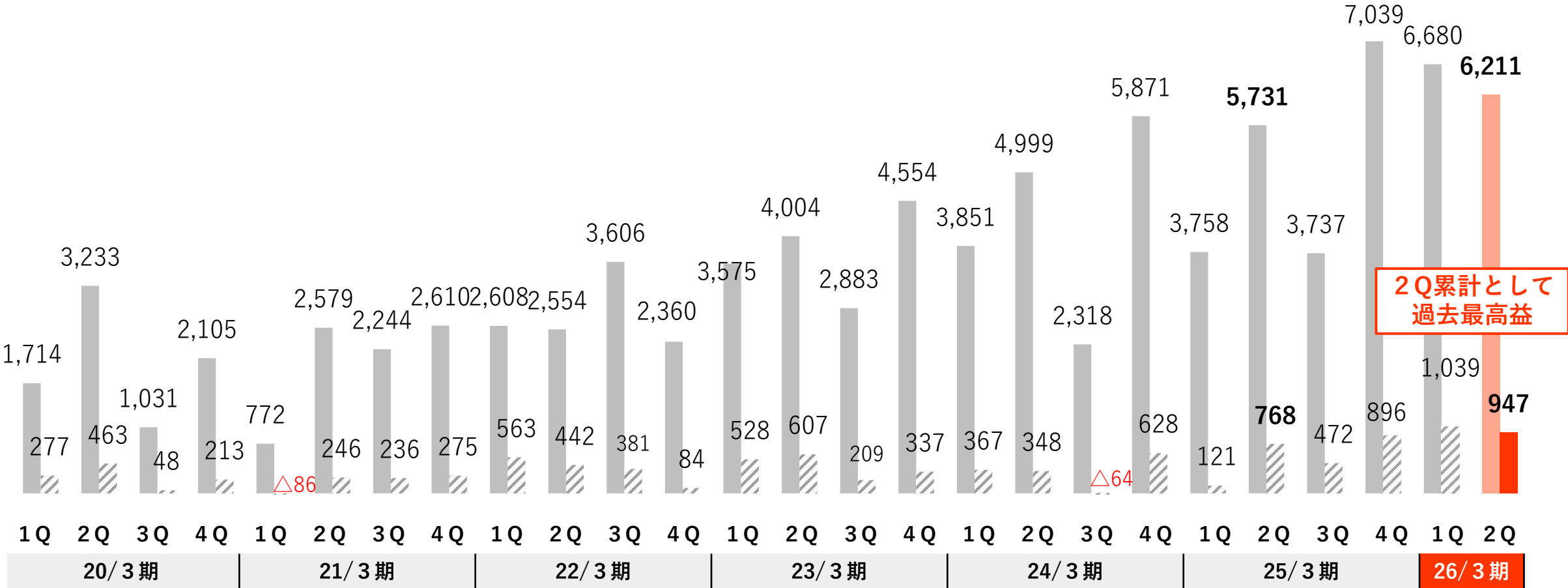
1. 2Q決算概要と業績進捗
2. 事業KPIの進捗
3. ビジネスモデルと参考情報

業績好調のため、通期予想を上方修正



業績推移/四半期（連結 売上高・営業利益）

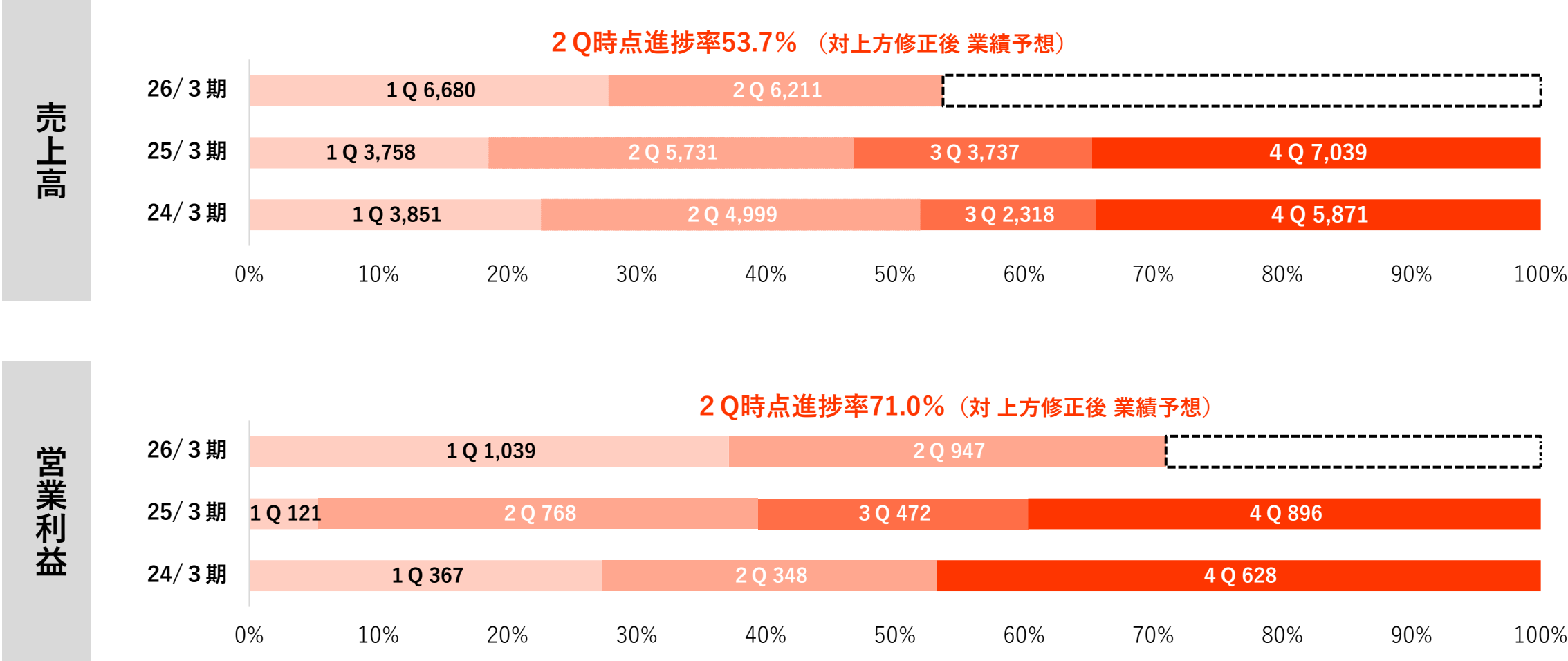
【単位：百万円】



・ 21/3期 1Qはコロナ禍の外出自粛により特殊事情がありました。

堅調な販売状況が継続、売上高・利益ともに順調な業績進捗

【単位：百万円】



連結 P/L (2026年 3 月期 2 Q)

メインの住宅用不動産販売が堅調、対前期比で利益が大幅増

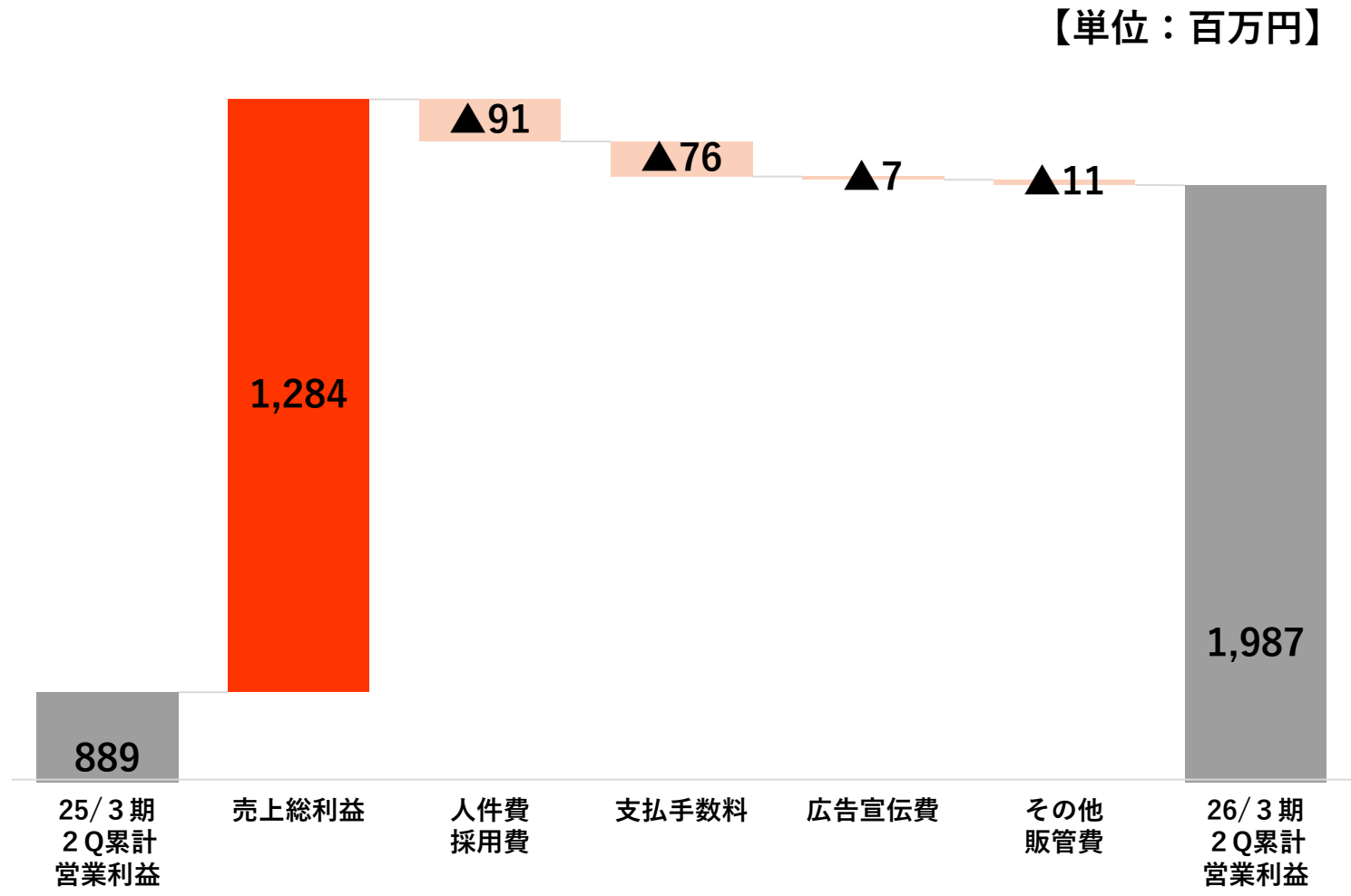
【単位：百万円】

	25/ 3 期 2 Q (累計)	26/ 3 期 2 Q (累計)	売上高 利益率	前年同期比	
売上高	9,490	12,892	—	+3,402	+35.9%
営業利益	889	1,987	15.4%	+1,097	+123.4%
経常利益	825	1,877	14.6%	+1,051	+127.3%
当期純利益	535	1,215	9.4%	+680	+127.0%

営業利益の増減要因分析（前年同期比）

好調な不動産販売状況とコスト最適化により営業利益が伸長

【単位：百万円】



売上総利益	建築会社マッチング、インサイドセールス強化による利益水準向上、収益物件が想定通りの着地。 (前年同期比+66.8%)
人件費・採用費	積極的な採用・育成に取り組む。想定 の範囲内の費用増加。 (前年同期比+18.1%)
支払手数料	自社物件の販売量と連動し増加する販 売コスト。想定範囲内の増加。 (前年同期比+49.7%)
広告宣伝費	自社メディアからの集客が倍増。集客 数の増加に比してコストは抑えられて おり、販管費の圧縮に貢献。 (前年同期比+17.7%)
その他販管費	販管費全体として計画の範囲内の増加。 (前年同期比+3.5%)

連結 B/S（2026年 3 月期 2 Q末）

安定した自己資本比率を堅持、来期在庫の積増しに着手

【単位：百万円】

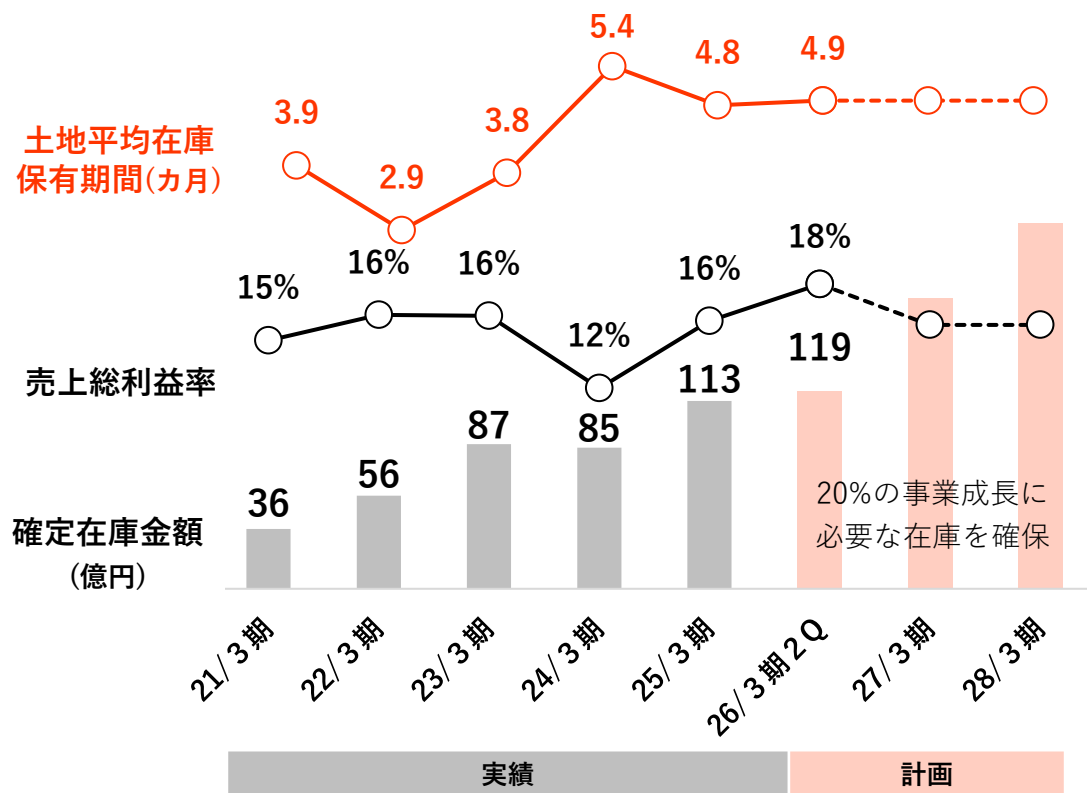
	25/ 3 期末	26/ 3 期 2 Q末	増減額	増減率
総資産	21,794	23,438	+1,644	+7.5%
流動資産	18,737	20,394	+1,656	+8.8%
うち棚卸資産	12,198	12,208	+10	+0.1%
固定資産	3,056	3,043	▲12	▲0.4%
負債	13,448	14,098	+649	+4.8%
純資産	8,345 自己資本比率38.3%	9,340 自己資本比率39.9%	+994	+11.9%

1. 2Q決算概要と業績進捗
- 2. 事業KPIの進捗**
3. ビジネスモデルと参考情報

住宅・収益ともに「利益水準」と「回転速度」をKPIに設定

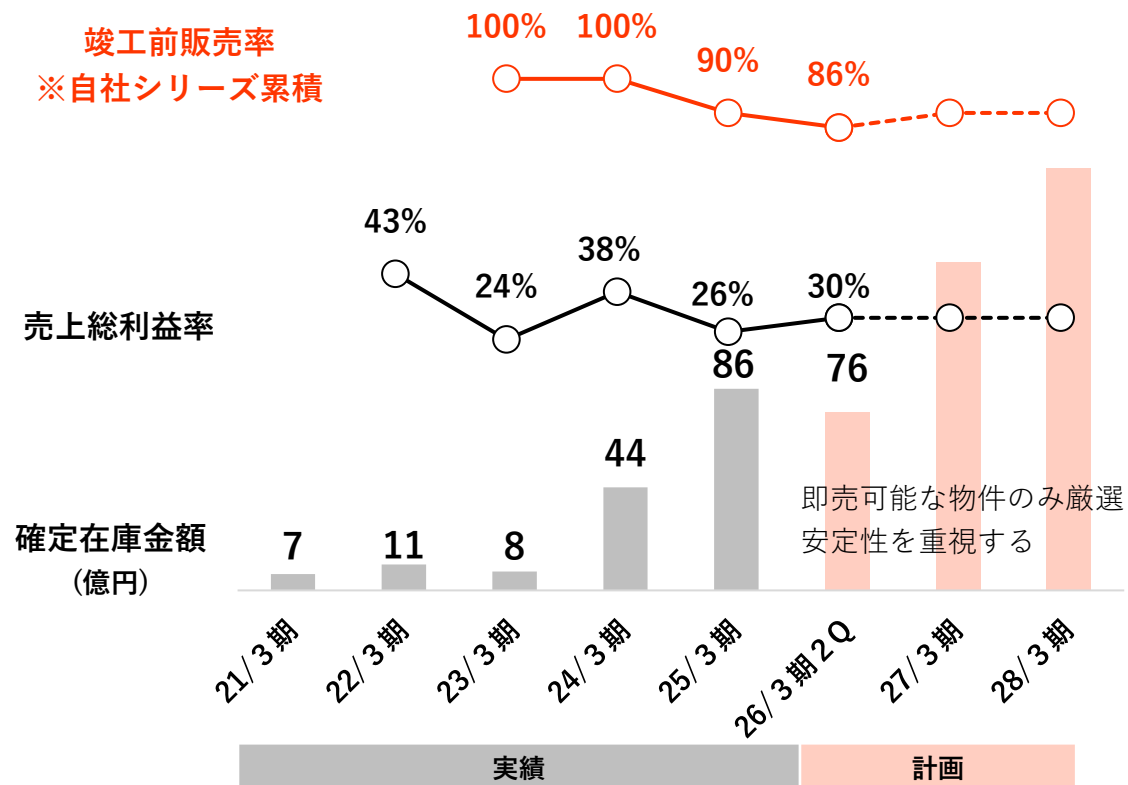
【住宅用不動産事業】

継続的に確定在庫を積増し、メインの住宅用地販売について在庫保有期間を維持・圧縮させていく。



【収益用不動産事業】

売上構成比のうち30%を上限に、高利益案件を計画的に開発することで、事業の成長性と安全性を両立していく。

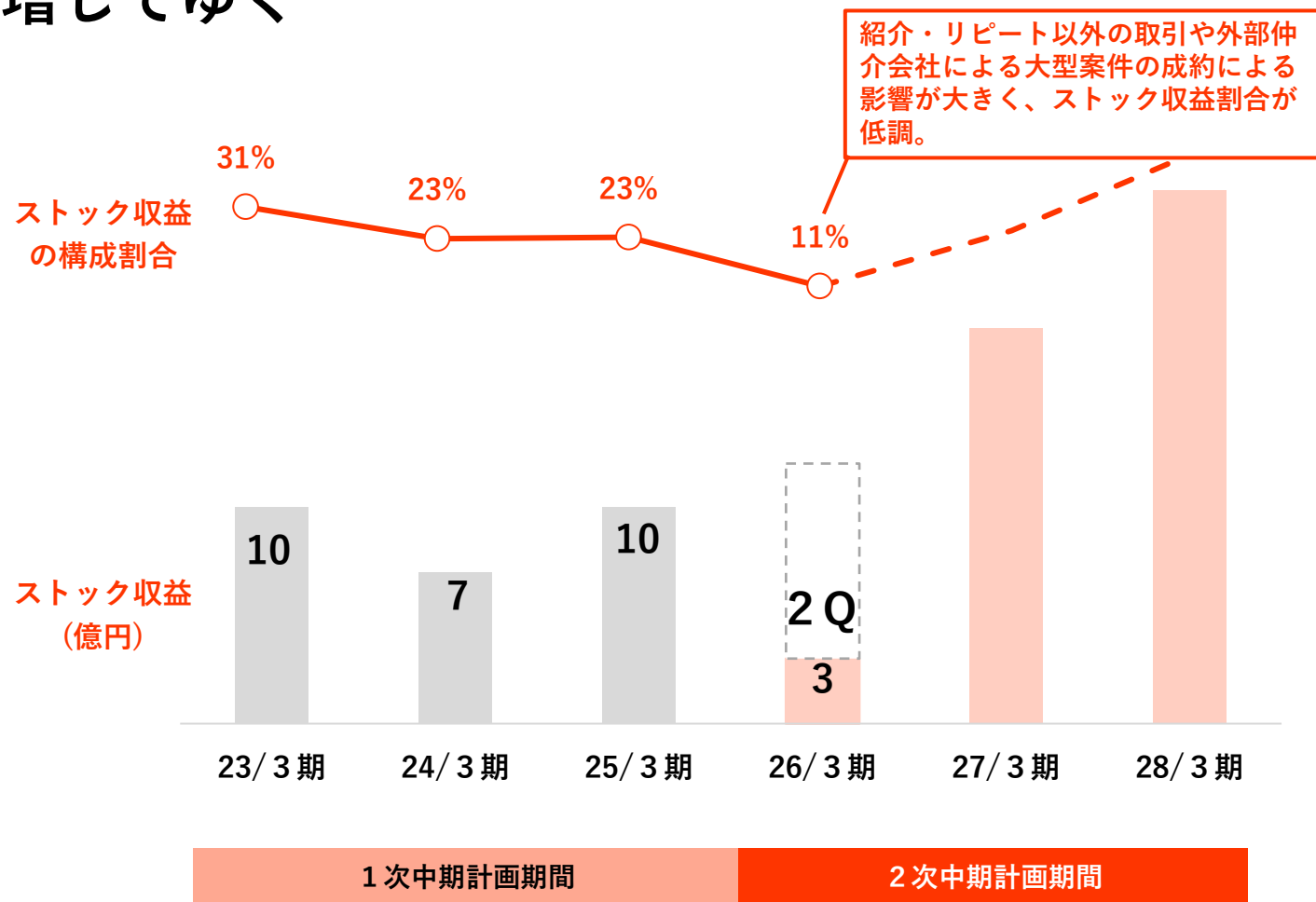


・竣工前販売率は、収益用不動産販売全体のうち、自社で建物建築までを行った1棟収益シリーズ物件について集計した数字となり、該当する事業年度に引き渡しを行った物件について、「竣工前に販売契約が完了している物件」を集計し表記しています。

・2026年3月期第1四半期以降は、収益用不動産事業の確定在庫額から、別荘事業を除外して表示しています。

ストック収益の推移

データマッチングシステムで富裕層データの活用を加速して、ストック収益を着実に増強していく



ストック収益の計上内容

紹介収益

主に既存顧客およびビジネスパートナーからの紹介による成約によるもの

リピート収益

既存顧客からの追加受注による成約、グループ内のクロスセルによる受注見合いの収益

リカーリング収益

長期保有物件の賃料収入や賃貸管理、保証、保険などによる安定収益

・ストック収益は、対応する売上総利益見合い（手数料は全額、商品売上は売上高-売上原価）を算定したうえで計上しております。

1. 2Q決算概要と業績進捗
2. 事業KPIの進捗
- 3. ビジネスモデルと参考情報**

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

コア事業は「東京エリアの住宅用地・戸建」販売

成約の30%以上がご紹介・リピートによるお客様

当社では、創業以来お客様の顧客満足と長期的な関係を重視した営業活動を行ってきました。

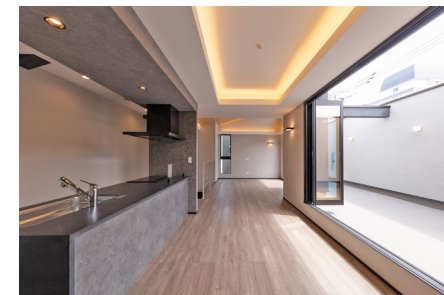
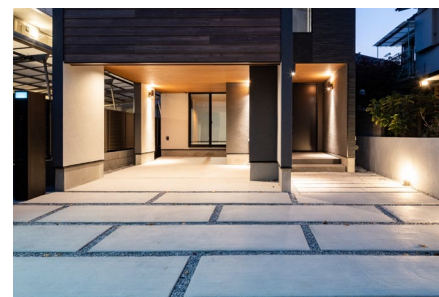
全成約の30%以上がお客様やパートナー企業からのご紹介により成り立っており、安定した収益を生み出しています。

1級建築士による建築会社マッチング

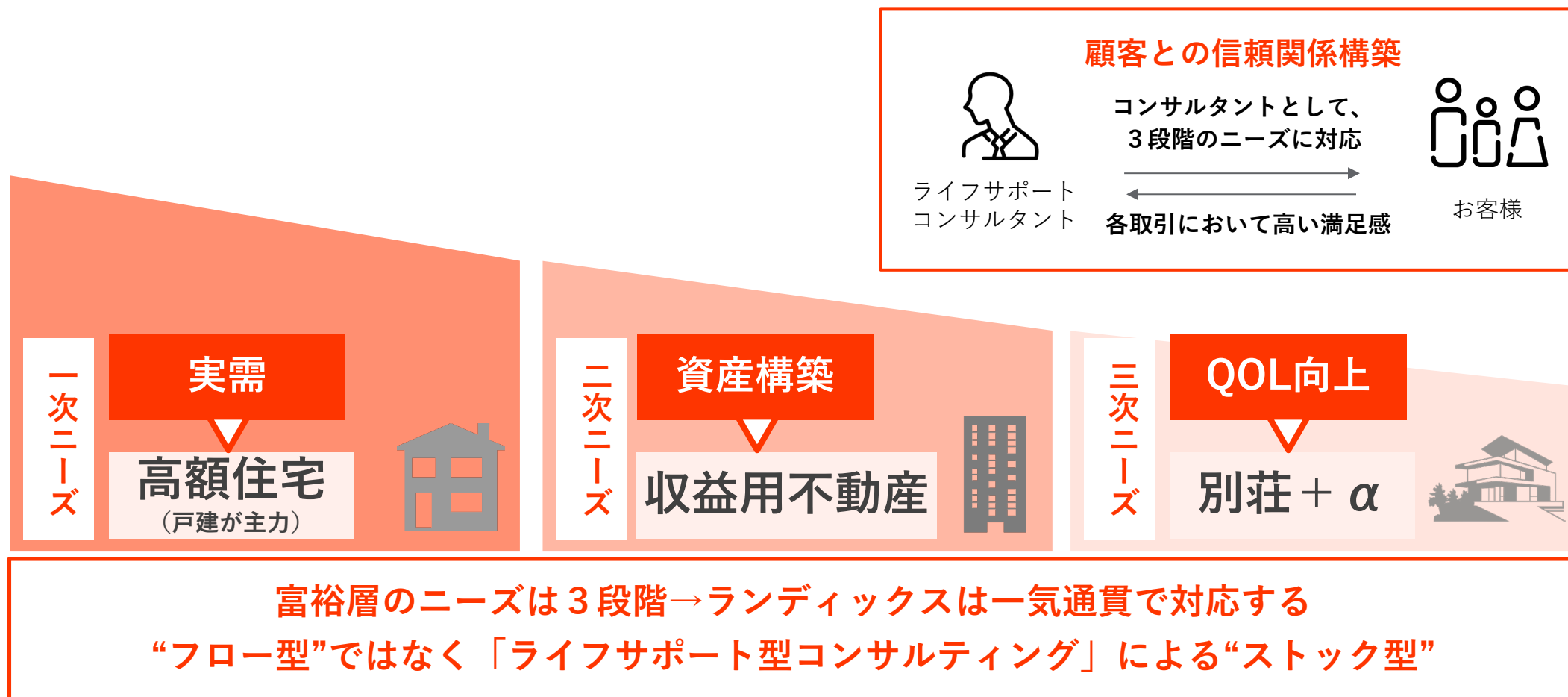
1級建築士を中心とする住宅専門コンサルタントが、建物のプランニングから施工、アフターフォローまで一気通貫で対応します。ご家族のための大切な住宅建築が、思い出に残る最高の体験となるようサポートしています。

“目利き力”を仕組化し常に良質な商品をラインナップ

顧客データと取引データの融合による「目利き力の仕組化」を武器に、超一級の独占物件をラインナップしています。購入ニーズ突合による仮想マッチングやAR技術を活用した完成前販売など、生産性向上に注力しています。

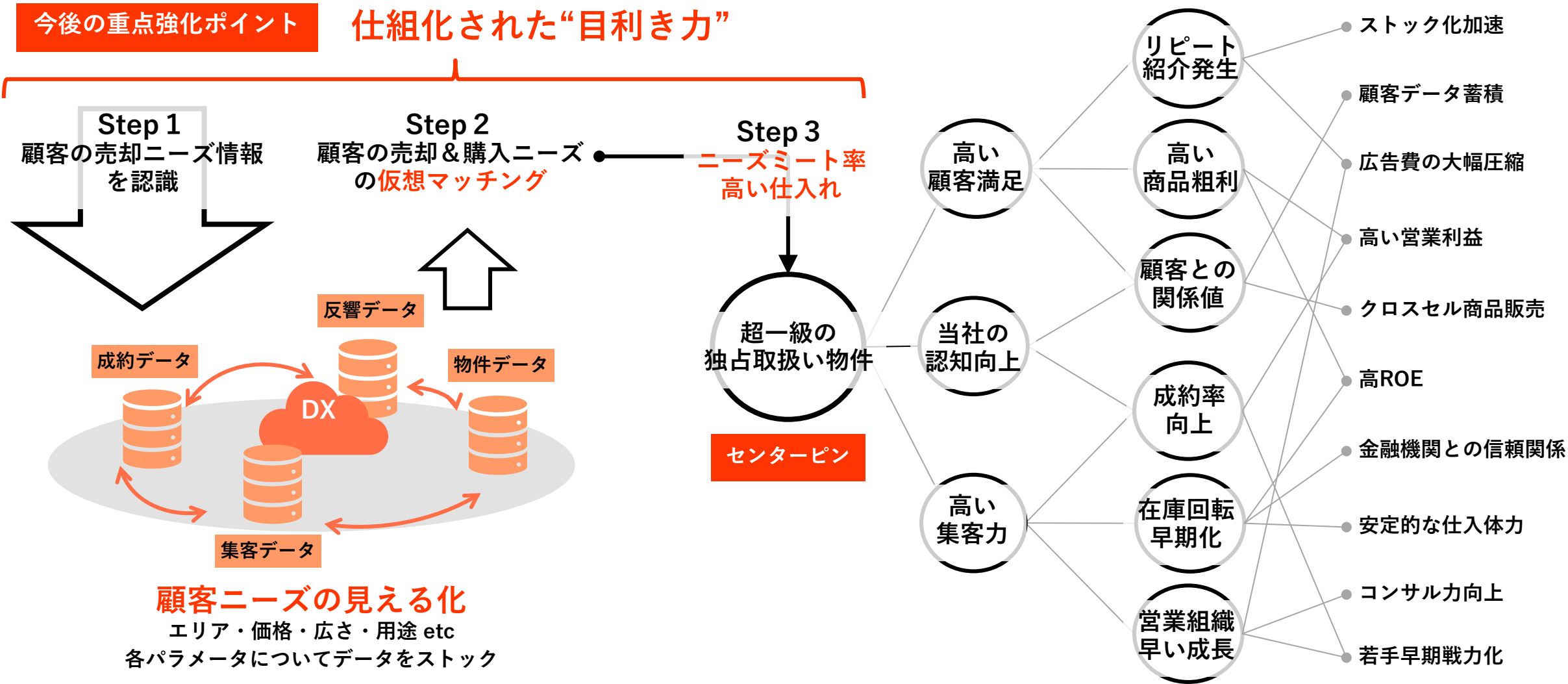


ライフサポート企業として、中長期で「富裕層の3段階ニーズ」に応える



事業を差別化するセンターピン

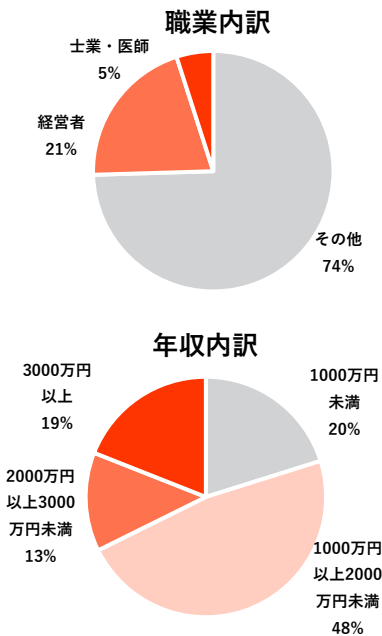
超一級の独占取扱い物件をラインナップ ⇐ 仕組化された“目利き力”が実現



当社ビジネスの基盤：富裕層顧客

良質な富裕層顧客ストックを形成 ⇒ 高い紹介・リピート率で営業効率が最適化

顧客属性データ



経営者・医師・士業が26%

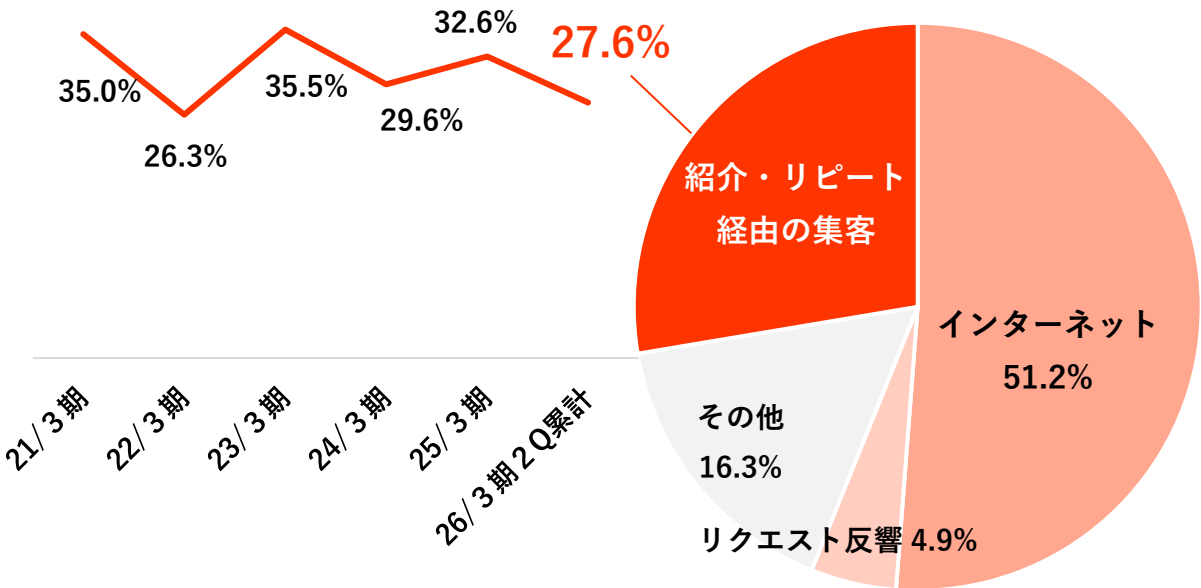
- 資産運用ニーズが高くリピート取引や紹介カルチャーが強い職業層が一定数を占める

年収2,000万円以上が32%

- 平均年収2,500万円

紹介・リピート率

成約顧客における安定した「紹介・リピート顧客」の構成比実績



販売実績

販売平均額

1.3億円

東京エリア 市場平均 0.4億円

販売平均面積

121m²

不動産販売 大手A社 平均約60m²

・掲載の顧客属性は、当社営業活動におけるヒアリングや取引傾向等に基づいた推定情報を含んでいます。

住宅建築において唯一無二の豊かさ創造の経営理念を実現する

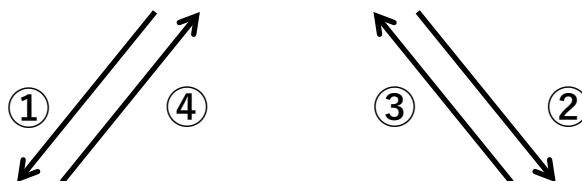
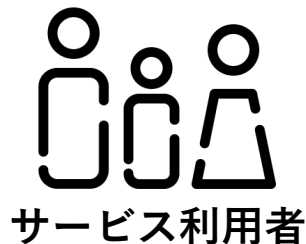
顧客との長期的な関係を重視する富裕層向け事業を行ってきた当社だからこそ

「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

sumuzu 建築会社マッチング事業

- 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

(参考) 富裕層顧客の声

仲介業を超えてお客様の悩みに寄り添い、安心・満足した顧客体験を提供

1次ニーズ（実需）：高級戸建

土地購入

建築会社 選定

施工



お客様
の悩み



- ・この土地に希望通りの家が建つのかな？
- ・どんな家が良いのか自分でも具体化できていない...

- ・建築会社ごとの特徴は？
- ・自分の家にはどの会社が最適なのかな？
- ・見積金額は本当に妥当なのかな？

- ・どこをチェックすればよいのか分からない
- ・要望はどこまで伝えてよいのかな？
- ・交渉事は面倒だな...

Landix



フルオーダー
プラン作成

最適な建築会社
を提案・調整

建築見積内容の確認・
立ち合いサポート

着工から竣工まで
サポート

お客様
の声

【上場企業社員・30代】
土地購入にあたり希望の間取りが叶うのか心配でしたが、契約前から何度も間取りを作成頂き、打ち合わせでは3D図面で分かりやすく助言頂けて、非常に安心感がありました。

【上場企業社員・40代】
第三者の立ち位置でメーカーの強み/弱みや、各社で出し方が異なる見積明細の比較なども説明してもらい、メーカー選定時の参考になりました。

【上場企業社員・30代】
建築会社との打ち合わせにも数回立ち会いしていただき、物件資料のやり取りだけでなく、選定や価格に関する伝えづらい内容をランディックスからお伝えしていただいたりと大変助かりました。

【外資系日本法人代表・50代】
建築会社が決まった後も専門家としてのアドバイスを頂けて、大変心強い。

(参考) ライフサポート型コンサルタント育成

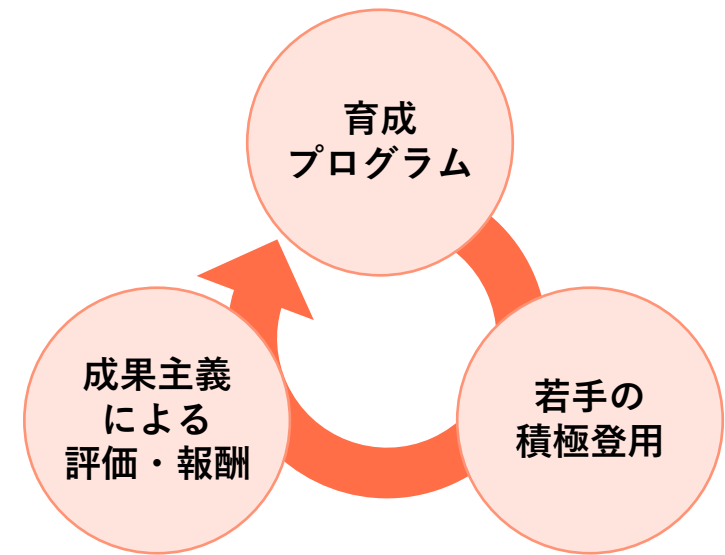
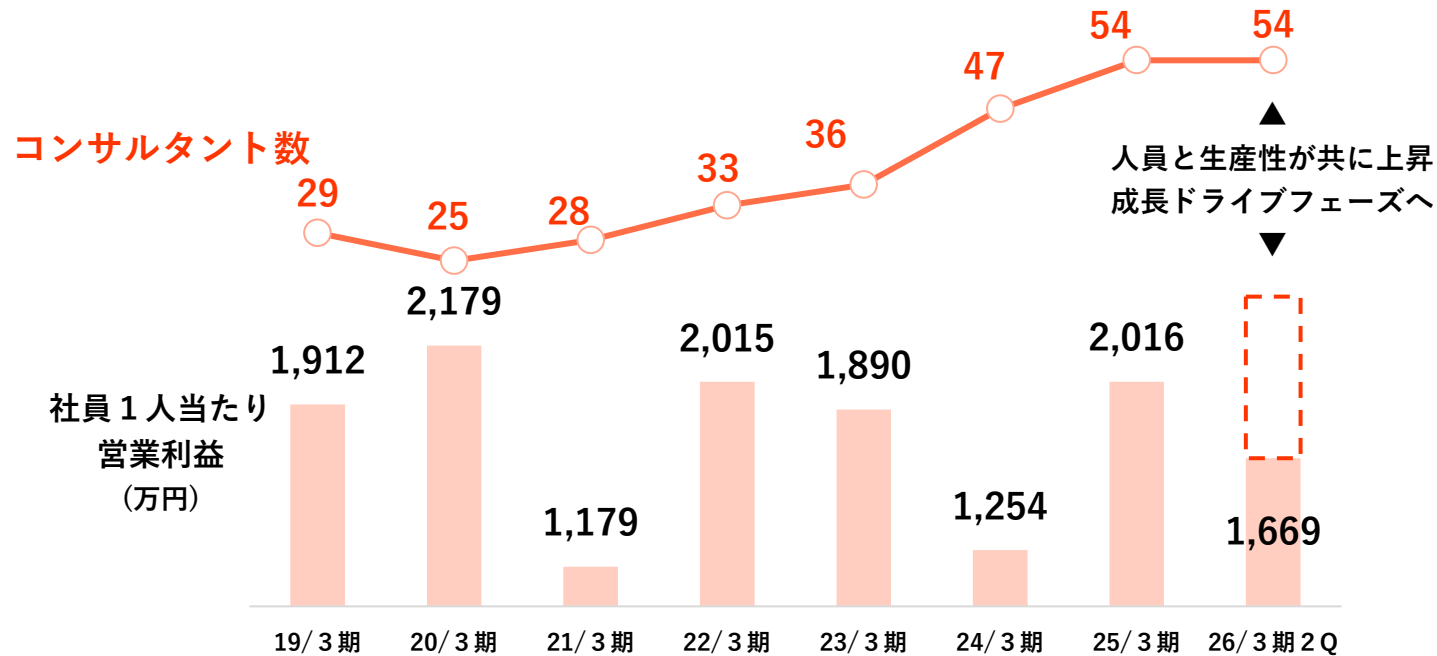
人員増と営業効率の維持向上を両立する▶「採用＝収益力強化」体制の構築

コンサルタント育成の取り組み

- (現状の強み) 会社＆商品の集客力が高く、新人の実践機会が多い環境
- (現状の成果) コンサルタント数増加＆一人当たり営業利益が高水準
- (今後の課題) インサイドセールス、営業DX加速により安定性を強化

当社の人的資本強化の取り組み

- ① 理念・ビジョン浸透：会社×個人のベクトル統合研修
- ② 評価・賞賛：成果主義の組織運営と評価制度の連動
- ③ 労働環境整備：人間関係の和を重視したトップによる教育



収益用不動産の売上構成比は30%を上限に向上させていく

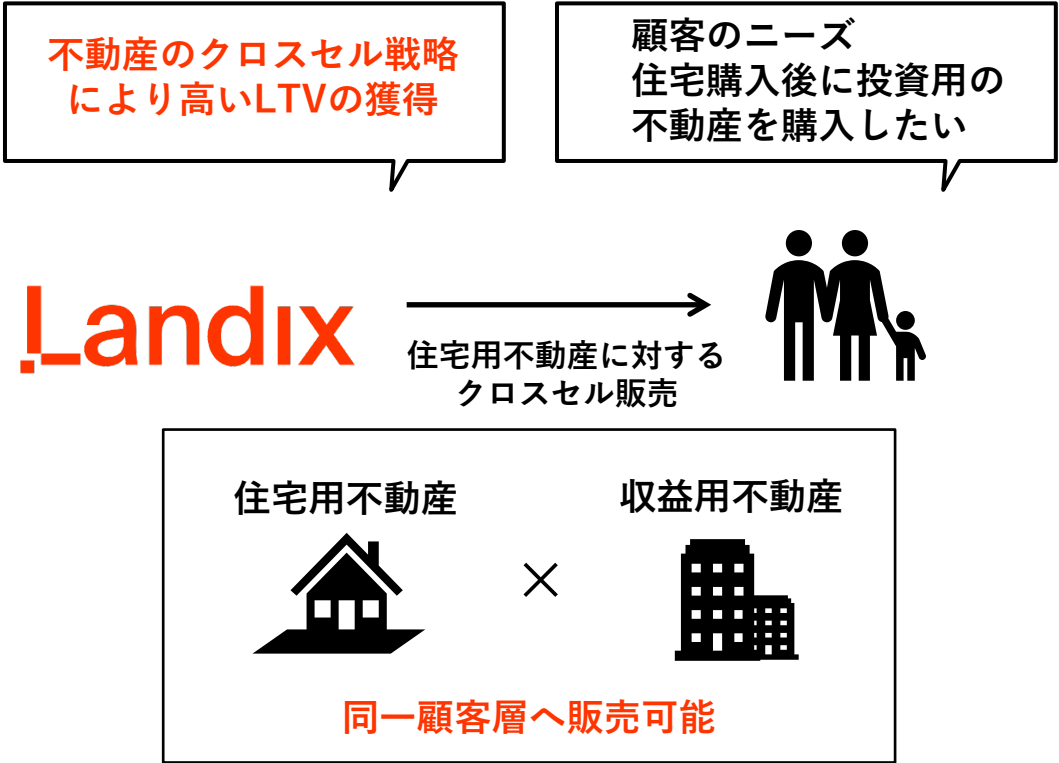
23/3期以降に当社独自でシリーズ化した富裕層向けデザインレジデンスは、竣工と同時に販売完了という状況が続いており、販売が好調となっている。富裕層顧客データ分析によりデザインを体系化したもので、再現性の高さが強み。

当社の収益用不動産事業においては

- ①メイン事業である住宅販売において顧客との関係が構築され
- ②そのまま収益用不動産の見込み顧客となる

という2つの理由から、効率的な販売が可能。

	収益用不動産の 販売金額	不動産販売収入 における構成比
23/3期 累計実績	34.4億円	24.1%
24/3期 累計実績	22.1億円	13.6%
25/3期 累計実績	19.9億円	10.5%
26/3期2Q 累計実績	33.0億円	26.9%



・ LTVはLife Time Value（ライフ タイム バリュー）の意で、特定の企業との取り引きを始めてから終わりまでの期間（顧客ライフサイクル）内にどれだけの利益をもたらすのかの一般的な考え方であり、一般的にロイヤルティの高い顧客や顧客との関係値が高いほどLTVが大きいと考えられています。

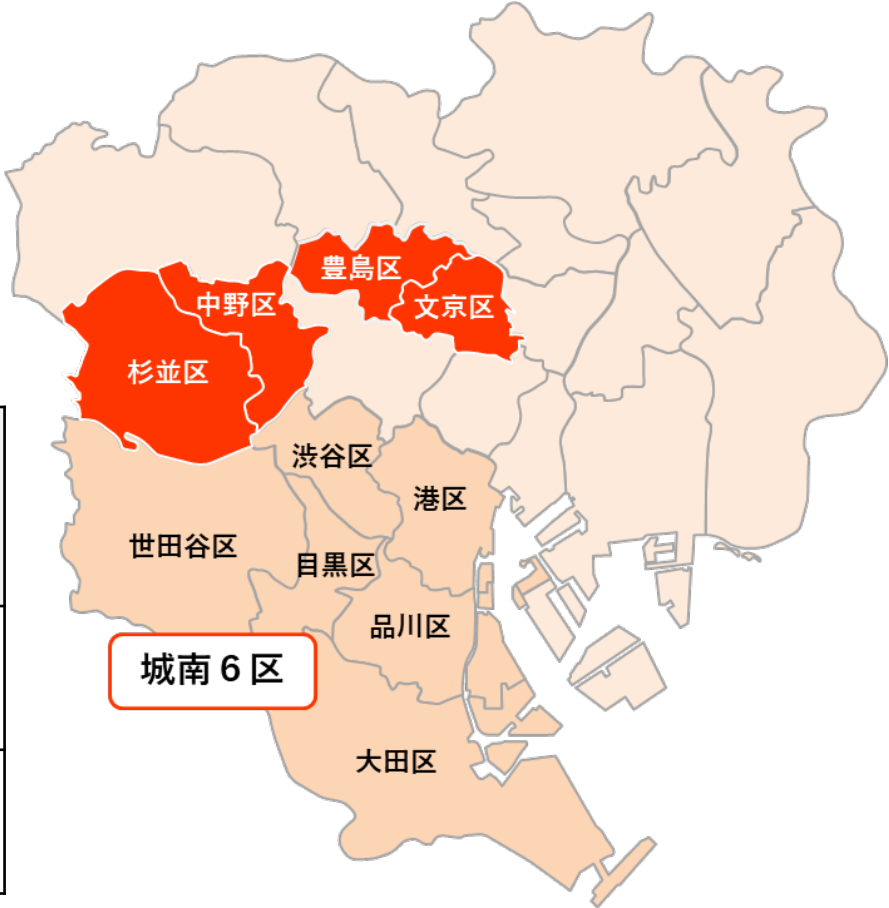
・ 24/3期は収益商品のうち1件は固定資産の売却による収益を含めて記載しており、固定資産の売却による利益は特別利益として計上されています。

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く。
主力の城南エリアの取引高の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・向上を両立する。

エリア別の不動産販売状況

	23/ 3 実績	24/ 3 実績	25/ 3 実績	26/ 3 期 2 Q累計実績
城南エリア (6 区)	93.6億円	137.6億円	148.7億円	99.0億円 (前年同期比：+35.6%)
城南エリア を除く23区	28.8億円	21.8億円	39.7億円	22.6億円 (前年同期比：+32.1%)



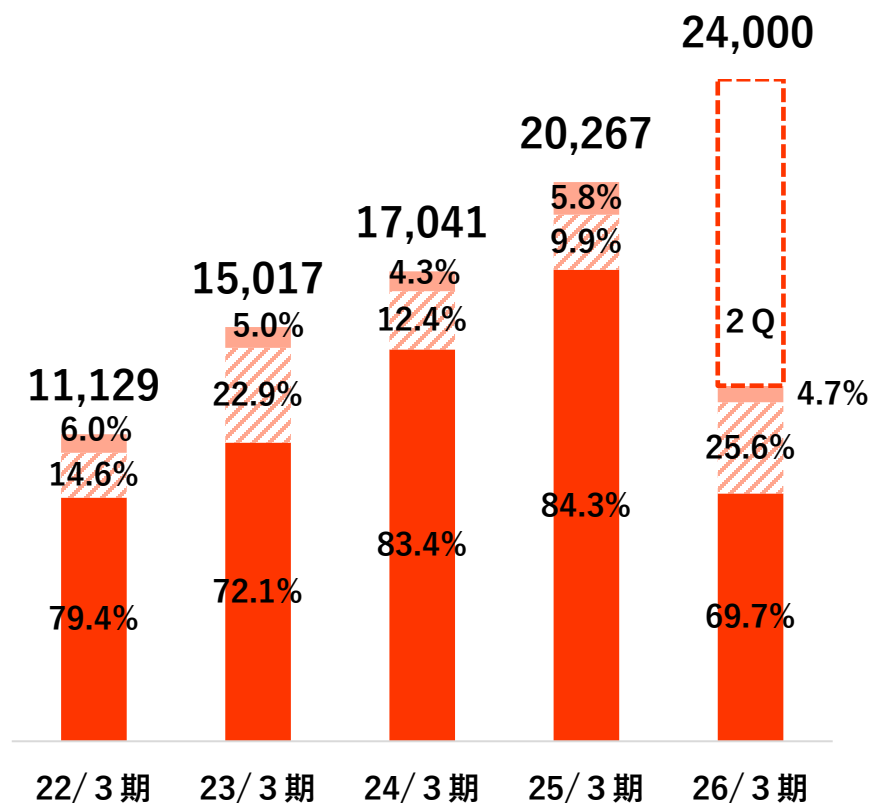
文京区、杉並区、豊島区、中野区が「戸建+富裕層顧客」という当社の成功パターンを横展開できるターゲットエリア。

・ 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。

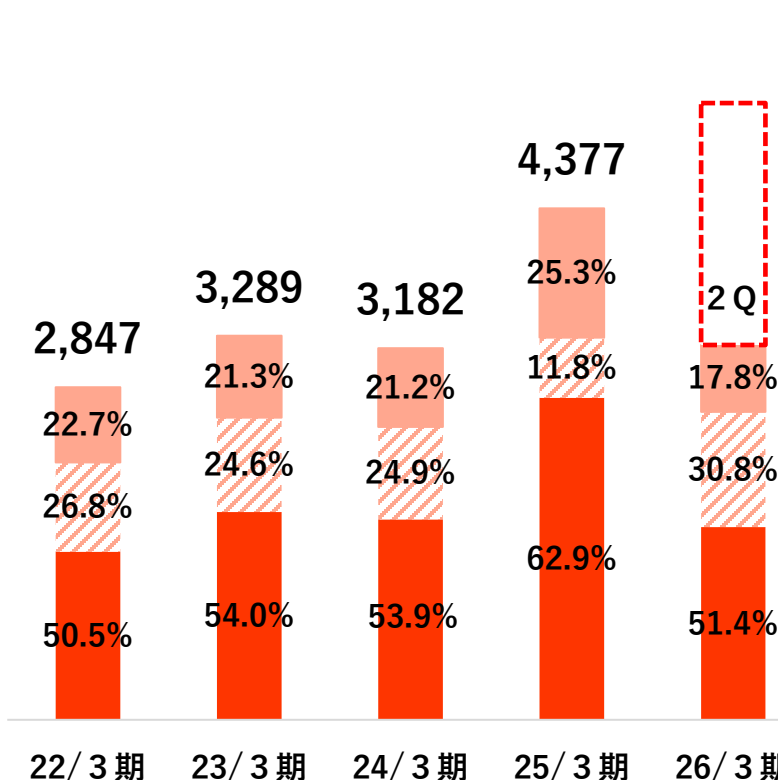
当社の収益構造

仲介手数料＋建物マッチング手数料が売上総利益の2割程度、安定利益を確保

売上高の内訳



売上総利益の内訳



【単位：百万円】
パーセントは
各事業年度における
構成比

合計
■ マッチング等手数料
▨ 収益用不動産
■ 住宅用不動産

・ マッチング等手数料は、不動産販売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。

直近4年間の建築会社マッチングGMVと平均建物金額の推移

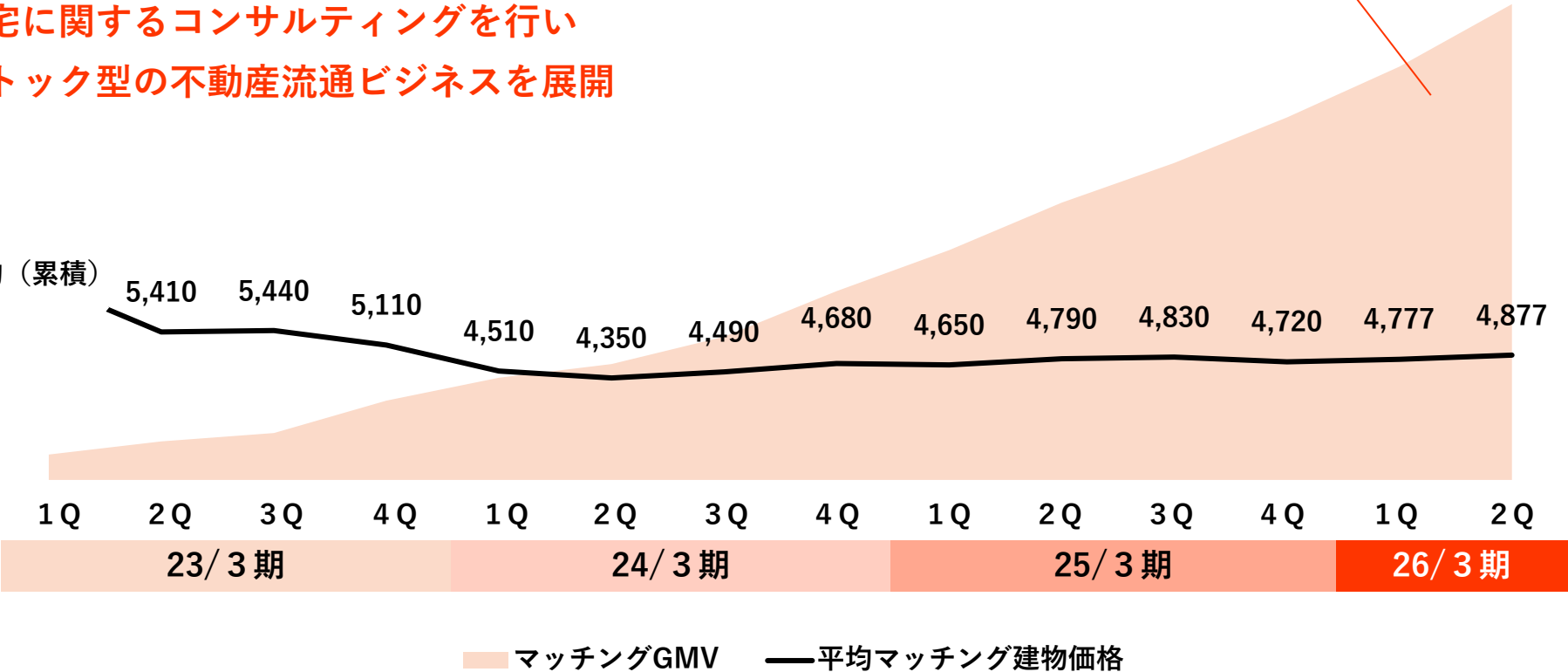
当社の独自サービスとして成長を継続

デザインノウハウの提供&高額層ターゲットにより
住宅に関するコンサルティングを行い
ストック型の不動産流通ビジネスを展開

26/3期2Q時点の
建物取扱高累計

約 **73.1** 億円

マッチング建物価格平均（累積）
（単位：万円）



・ マッチングGMVは、当社の建築会社マッチングサービスによって請負が成立した建物金額の取扱高であり、当社の売上とは異なります。

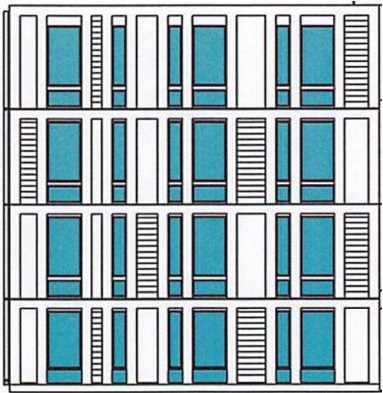
競争優位：デザインを生かした個人向け1棟収益レジ早期販売

Landix

ほぼ全ての物件が竣工前に販売契約が完了

シリーズ実績		販売契約	竣工 (検済発行)	摘要
1	世田谷3丁目	2022年5月	2022年12月	竣工前販売
2	北大塚3丁目	2022年6月	2022年12月	竣工前販売
3	目黒本町6丁目	2022年10月	2023年2月	竣工前販売
4	用賀2丁目	2022年11月	2023年3月	竣工前販売
5	若林1丁目	2023年11月	2023年12月	竣工前販売
6	田園調布1丁目	2023年11月	2023年12月	竣工前販売
7	西浅草2丁目	2024年8月	2024年8月	竣工前販売
8	目黒本町3丁目	2024年9月	2025年3月	竣工前販売
9	池袋本町3丁目	2024年10月	2024年10月	竣工同時販売
10	板橋2丁目	2024年12月	2025年3月	竣工前販売
11	中央1丁目	2024年12月	2025年1月	竣工前販売
12	奥沢6丁目	2025年1月	2025年2月	竣工前販売
13	目黒本町6丁目	2025年3月	2025年3月	竣工前販売
14	浜田山4丁目	2025年3月	2025年1月	—
15	笹塚3丁目	2025年6月	2025年9月	竣工前販売
16	三宿2丁目	2025年9月	2025年6月	—

建築デザインについて意匠権を取得



建築デザインにおける意匠権取得はあまり例がなく、幾何学的なストライプ構造の「パターンの連続」をデザインと定義し、その美観の先進性と新規性が認められたものであると考えています。デザイン性・資産性両面の評価を受け、竣工前に販売契約が完了し、高い賃貸入居率と利回りが実現しております。

競争優位：AR技術の活用によって、竣工前の早期販売を実現

“実物はARのイメージ通り”の水準に到達、大型物件も販売実績あり



(進行中の新規事業) シェアリング別荘(3次ニーズ「QOL向上」) **Landix**

自己保有かつシェアリングによる収益獲得が可能な新タイプの別荘



THE THIRD PLACE

都心から車で3時間以内の山・川・空・海・湖が眺められるロケーションの良いエリア(山梨・静岡・神奈川・千葉・群馬)で、「自己利用」と「休眠期間における貸別荘」の両側面を併せ持った新しいタイプの不動産開発です。

シェアリング時のオペレーションは、貸別荘運営会社に一括委託が可能であり、オーナー様の手間はかかりません。

1号案件は26/3期中に販売する予定:

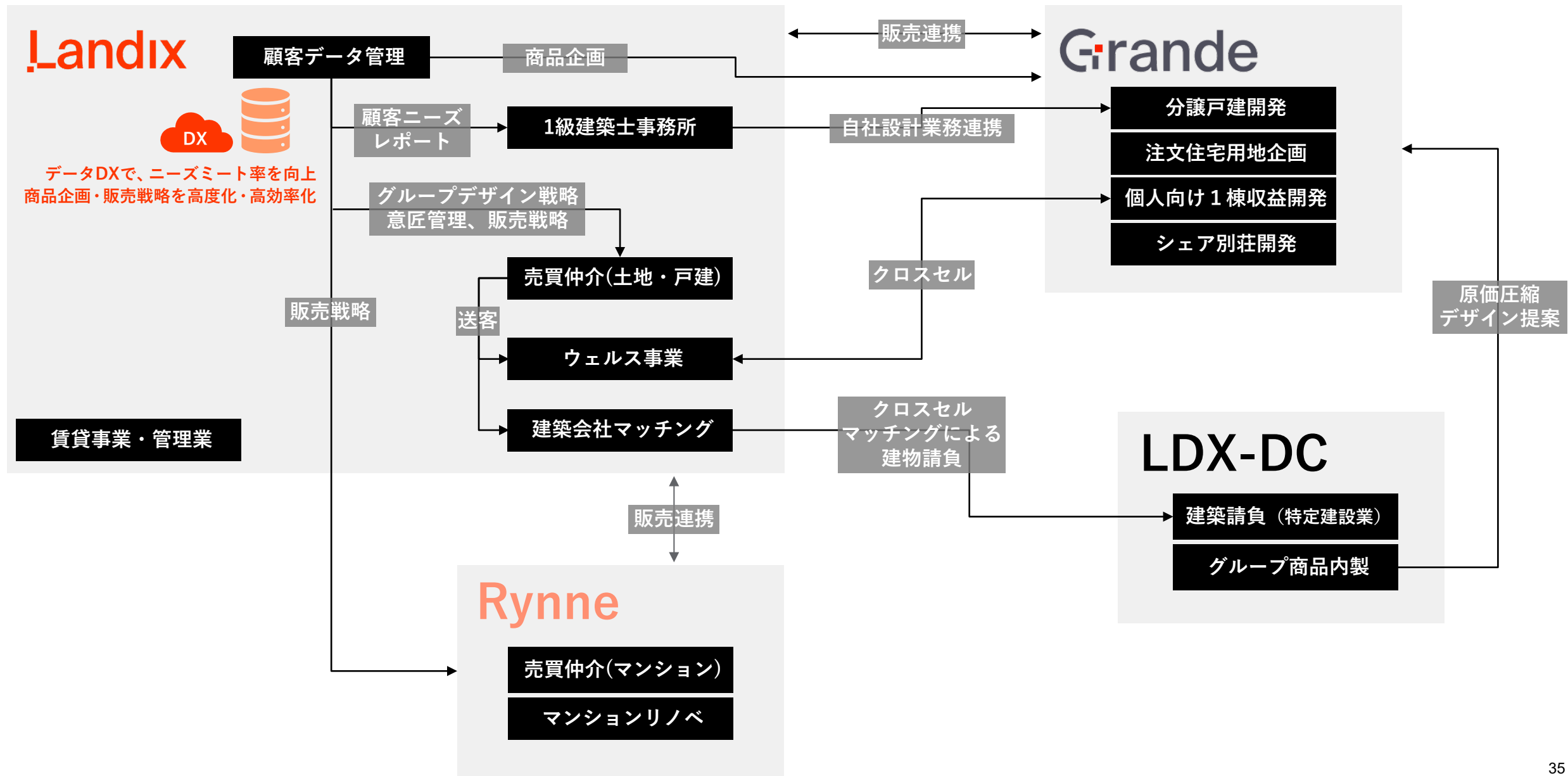
「THE THIRD PLACE MT.FUJI」オフィシャルサイト

<https://the-third-place.jp/mtfuji/>



都心から約2時間以内、富士山の圧倒的なサイズを感じることができる距離感。山麓に広がる1200坪の土地で別荘3棟のほか、共用施設としてゲストハウス・サウナ・焚き火スペースを付設。

・QOLはQuality of Lifeの略で、人生の質、生活の質という意味で用いています。人生を楽しめていること、仕事と生活が両立できていること、健康を維持できていることなど、幅広い捉え方があり、ビジネスのみならず、医療・福祉などでも注目されており、現代において人生の豊かさを語るうえで、重要視されている指標のひとつです。



経営陣の紹介



ランディックスグループ
代表取締役 岡田 和也

新卒で広告代理店に入社し、営業・マーケティングを経験した後、大手不動産仲介会社において20代でトップセールスを達成。業界のサービスレベルに対する問題意識や、平成バブル期の経験を経て不動産事業での独立を志し、2001年に当社を創業。不動産業界にありながらもリーマンショックの波乱の中、業績黒字で通過。不動産分野に限らない幅広いネットワークと知見をもとに、ランディックスグループを牽引。「パーソナライズ」と「豊かさの創造」をキーワードに、富裕層ニーズへの一気通貫対応を軸とし経営を行う。趣味はトライアスロンとサーフィン。



ランディックス
専務取締役 古室 健

新卒で大手不動産仲介会社に入社、東京ブロックの不動産売買仲介事業責任者を歴任。不動産取引に関する総合的なノウハウを持ち、グループ会社であるグランデの代表取締役を兼任し仕入部門を統括。



ランディックス
取締役 松村 隆平

新卒で大手非鉄金属メーカーに入社、自動車メーカー向け法人営業、その後建設コンサルを経て当社入社、営業部に配属。当社のIPOに尽力し、コーポレート部門を統括。MBA、統計士。



グランデ
取締役 相馬 伯男

新卒で水処理メーカー勤務後、大手不動産仲介会社および大手ビルダーで仲介～用地仕入を経験し、全国業績トップ店舗支店長を歴任。当社の「パーソナライズ」というキーワードに共感しグランデ入社。



リンネ
代表取締役 加藤 誉幸

新卒でアウトソーシングサービスのBtoB営業を経て大手総合不動産会社で売買仲介を経験後、2017年にリンネを創業。2024年に当社グループへ経営参画。



リンネ
取締役 由利 哲平

人材派遣営業等を経験後、ITエンジニアに転身。ソーシャルゲーム開発会社を経て独立し、様々なシステム・ソフト開発支援を実行。2017年にリンネを共同創業。



LDXデザインクラウド
代表取締役 渡辺 知哉

設計事務所・大手ハウスメーカー・不動産ベンチャーで経験を積み、ランディックスに入社。建築会社マッチングサービスsumuzu事業拡大に貢献し、LDXデザインクラウド代表取締役に就任。一級建築士。



LDXデザインクラウド
取締役 成井 幸廣

大学卒業後、竹中工務店で建築設計を経験。その後独立し成井一級建築士設計事務所を創業し、建設会社を経営。経営の知見を活かし、当社グループ事業を推進。一級建築士。

経営陣の紹介



ランディックス
執行役員 坂井 充宏

大手不動産会社に入社し、都心・東海エリアでの取引を広範に経験後、リノベーション大手のグループ会社代表を経て2023年に当社入社。複雑な権利関係調整、コンサル領域に知見を持つ。



ランディックス
執行役員 鈴木 善暁

設計事務所、不動産コンサルティング会社を経て不動産テック企業における不動産取引実務を経験後当社参画。建築と不動産業界を行き来して得た実務経験を活かしてサードプレイス事業を牽引。一級建築士。



ランディックス
社外取締役 西村 弘之

新卒でアーサー・アンダーセン・アンドカンパニー（現アクセンチュア）に入社、様々な業界でコンサルティングを経験し、各業界に幅広い知見と人脈を持つ。経営への客観的視点と事業ドライブの両軸で貢献。



ランディックスグループ
常勤監査役 諫山 祐美

新卒で新日本監査法人（現EY新日本）に入所し、海外資本企業を含む国内企業の会計監査に従事。当社グループ会社およびMRT株式会社で監査役を兼任。公認会計士。



ランディックス
社外監査役 岡本 弘

新光証券で企業投資調査部長として事業会社、機関投資家をカバー、新光投信では議決権行使業務等の実務経験を持つ。2017年より当社に参画。日本証券アナリスト協会検定会員。



ランディックス
社外監査役 堀内 雅生

インテリジェンス、サイバー エージェント、U-NEXTでIPOを経験。U-NEXT HD常勤監査役、サイバーエージェント社外取締役等多数を兼任。スタートアップから大手まで複数業種での経営参画経験。税理士、MBA。

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	492百万円
代 表 取 締 役	岡田 和也
社 員 数 （ 連 結 ）	130名（2025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 株式会社LDXデザインクラウド

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検証を行っていません。

【IR責任者】

コーポレート部門管掌取締役 松村隆平

IR情報 : <https://landix.jp/ir>

お問い合わせ : <https://landix.jp/contact>