2027年３月期 第２四半期決算

決算説明資料

（2026/4/1 – 2026/9/30）

株式会社ランディックス

東証グロース：証券コード 2981

Landix

企業理念

Landix

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

今回決算の３つのポイント

Landix

1
２Q累計実績

■ 売上高147.1億円、営業利益22.5億円 で売上・利益ともに２Q業績過去最高
主力の住宅用不動産販売・仲介が伸長し、販管費率は前年同期の9.5%から8.3%へ改善。

2
業績予想

■ 通期業績予想の達成確度が高まる
東京エリアの富裕層の購入需要は堅調、上期は通期予想に対し好調な利益進捗

3
中期経営計画進捗

■ 中期計画達成へ向けて順調な業績成長
紹介・リピート率33.6%に上昇、顧客基盤のストック化が進む。

1．２Q決算概要
2．事業KPIの進捗
3．ビジネスモデルと参考情報

決算数値と経営状況サマリ（2027年３月期）

上期最高益を更新、高い収益性の維持と将来成長に向けた在庫拡大を両立

東京エリアの富裕層による底堅い不動産購入需要を背景に、主力の住宅用不動産が前年同期比+25.9%と伸長。
上期累計営業利益22.5億円となり、２Q決算としては過去最高益を更新。
紹介・リピート率33.6%と安定した顧客基盤のもと、土地平均在庫保有期間は２Qで4.1カ月となり高速回転。
確定在庫は321億円へ拡大した一方、自己資本比率を41.9%に向上・財務基盤を強化。

売上高

14,715 百万円

前年同期比
+1,822百万円
（+14.1%）

営業利益

2,252 百万円

前年同期比
+265百万円
（+13.4%）

中間純利益

1,369 百万円

前年同期比
+153百万円
（+12.6%）

平均在庫保有期間（土地）

4.1 カ月

26/３期通期実績　4.9カ月

確定在庫

32,100 百万円

26/３期末時点　25,598百万円

経常利益率（/売上高）

14.2 %

26/３期通期実績　11.8%

自己資本比率

41.9 %

26/３期末時点　39.1%

2027年３月期連結業績と配当予想

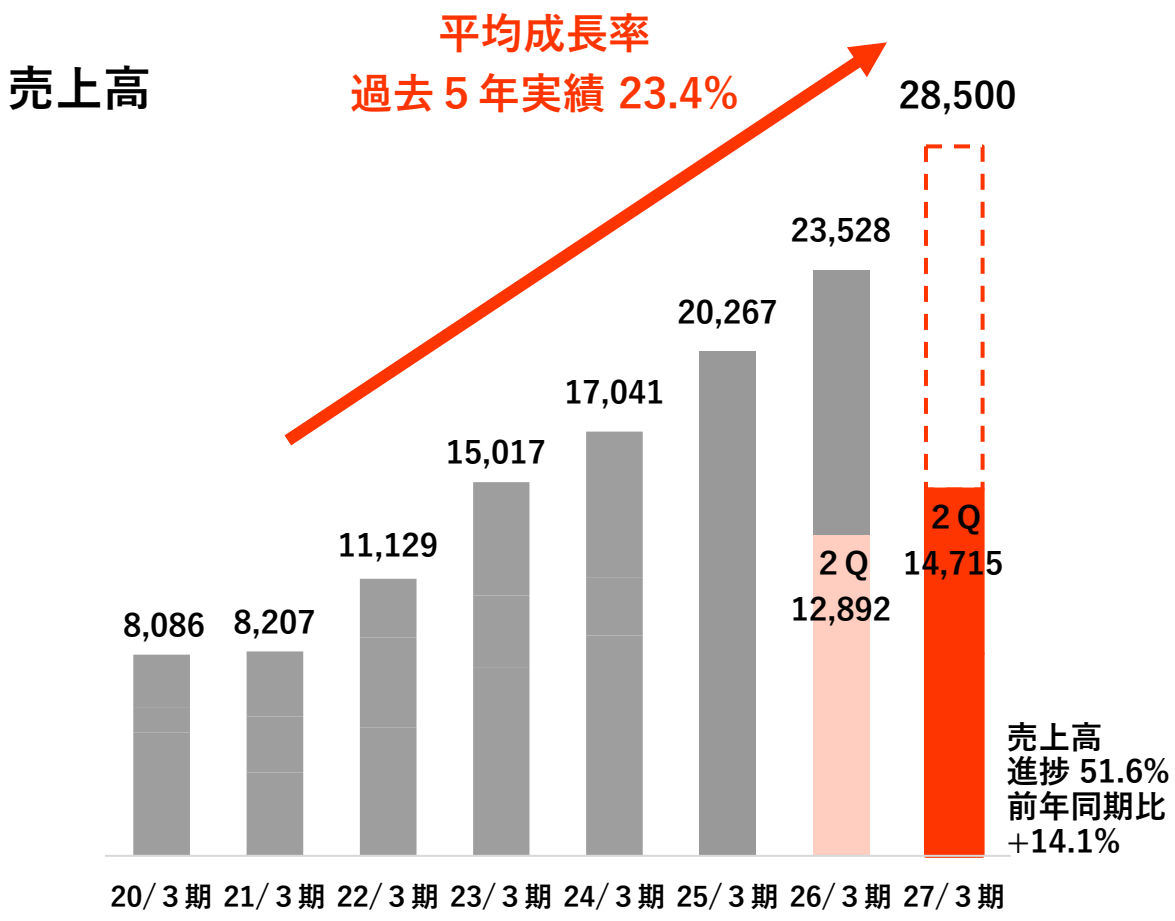
上期好調、確実に今期業績を達成し、来期を見据える

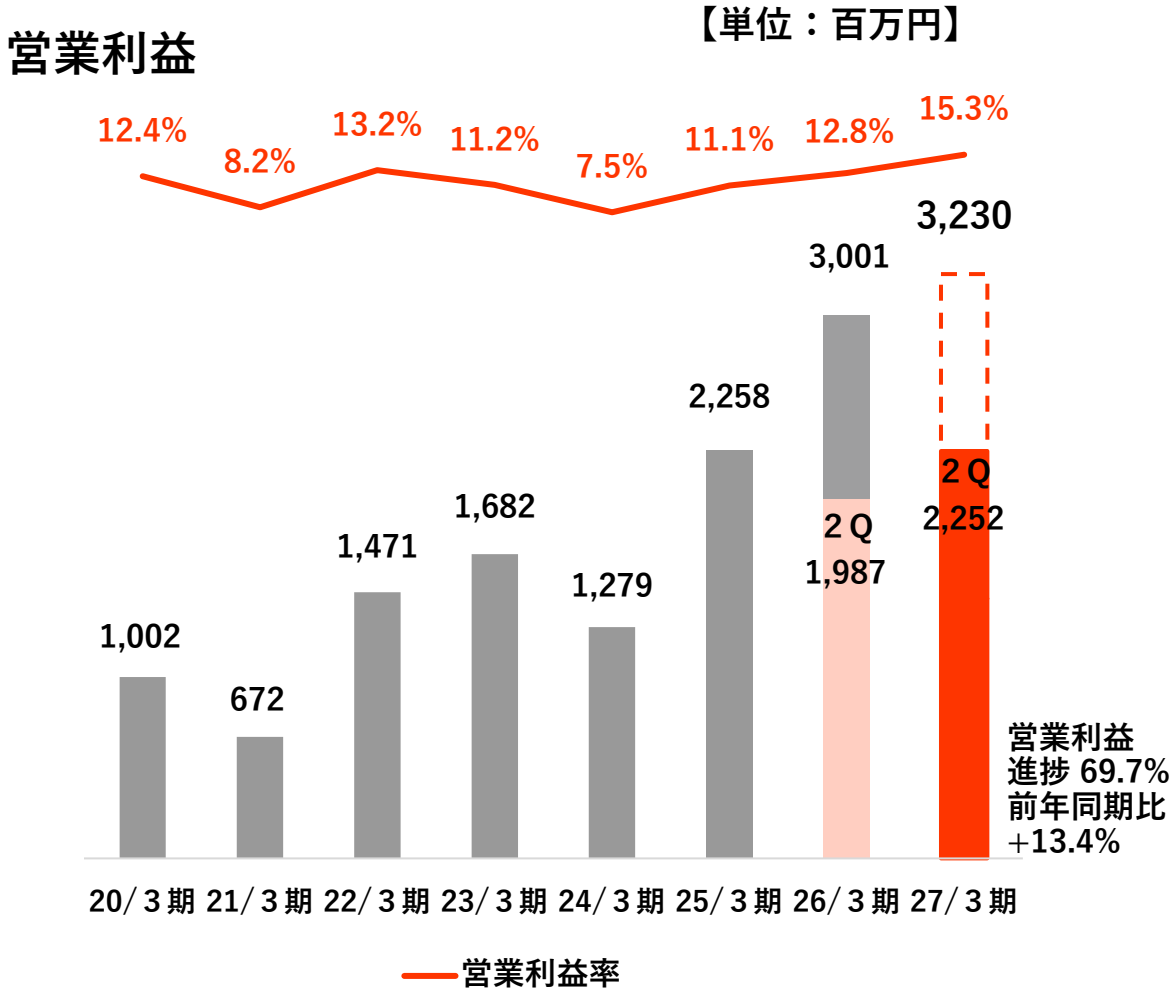
【単位：百万円】

	2026/３期（実績） （2025/４/１-2026/３/31）		2027/３期（予想） （2026/４/１-2027/３/31）	
	実績	前期比	業績予想	前期比
売上高	23,528	+16.1%	28,500	+21.1%
営業利益	3,001	+32.9%	3,230	+7.6%
経常利益	2,779	+31.6%	2,900	+4.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,850	+31.7%	1,885	+1.9%
当期純利益/１株あたり	326.1円	+31.6%	330.8円	+1.4%
配当金/１株あたり（年）	47円	+8円	56円	+9円

業績推移/年度（連結 売上高・営業利益）

直近５年間で売上高2.5倍、年度単位で高い利益率を維持

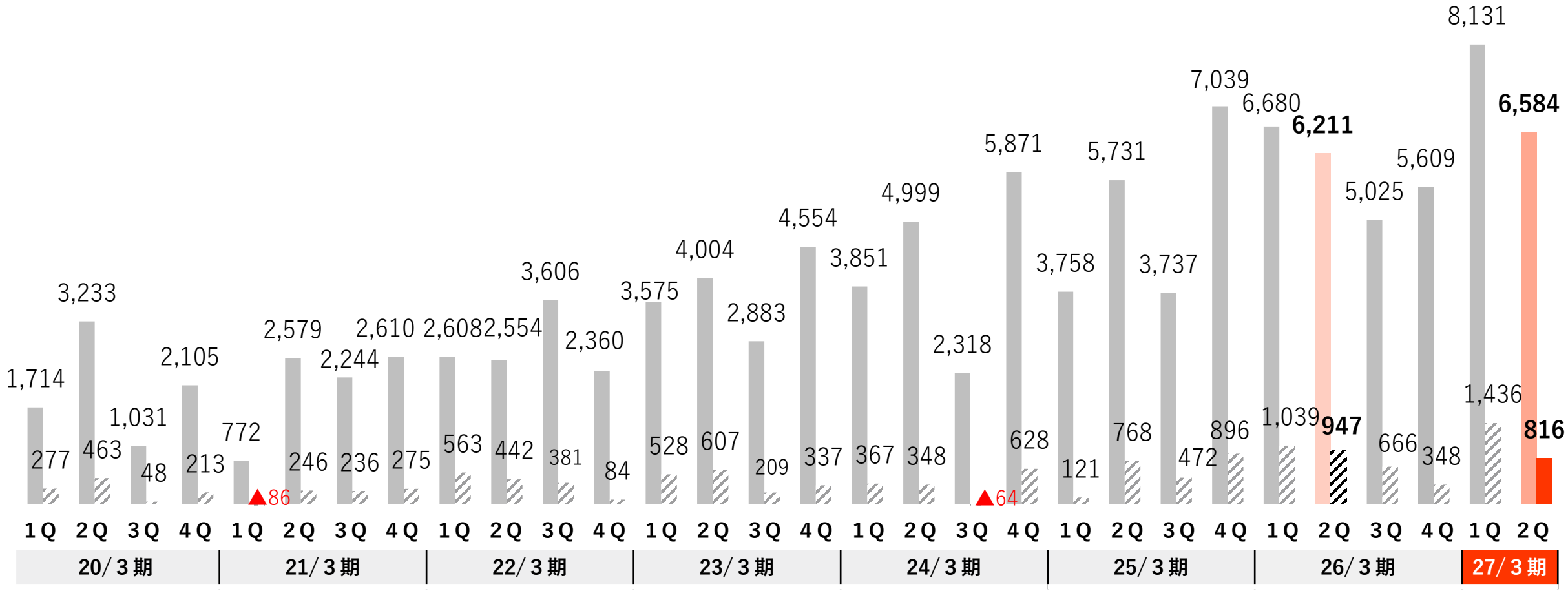




業績推移/四半期（連結 売上高・営業利益）

２Qの売上高としては単体、累計ともに過去最高

【単位：百万円】



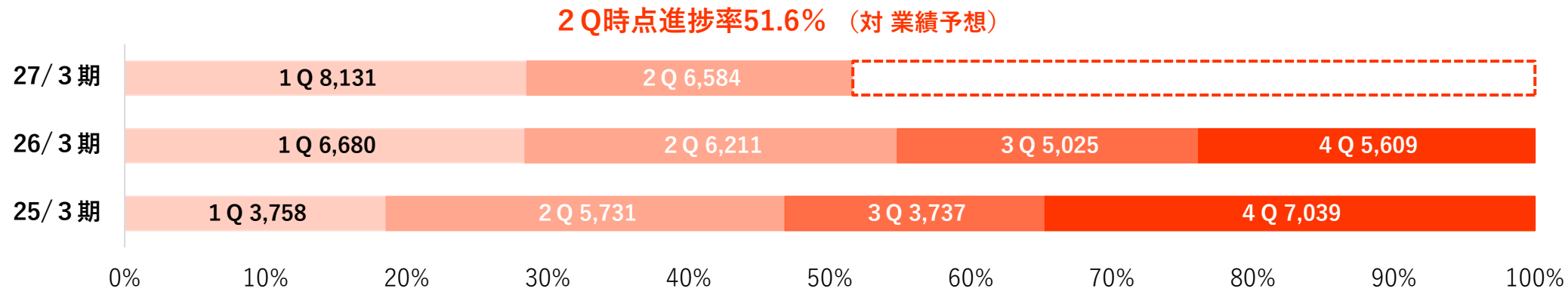
・21/３期１Qはコロナ禍の外出自粛により特殊事情がありました。

業績進捗

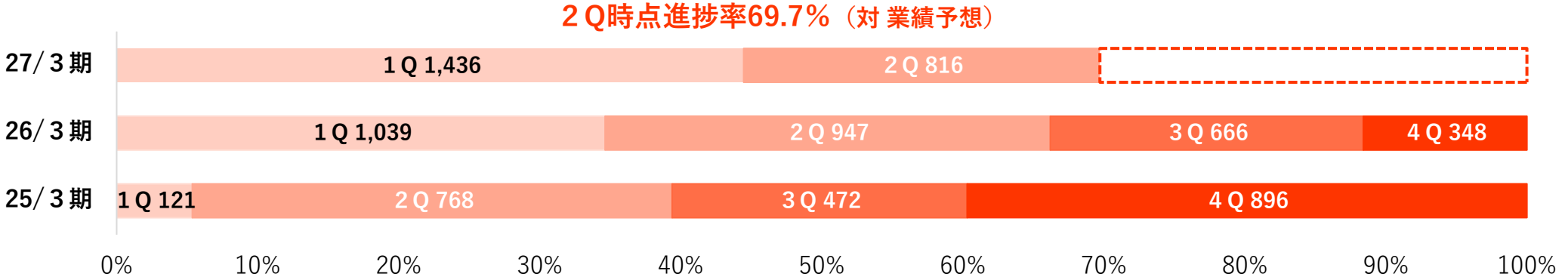
上期で営業利益の年度予想に対して約７割の進捗

【単位：百万円】

売上高



営業利益



＊各Qの売上高・営業利益は百万円未満切り捨て

連結 P/L （2027年３月期 ２Q ）

売上総利益の拡大と販管費率の改善を両立、営業利益22.5億円を確保

【単位：百万円】

	26/３期 ２Q（累計）	27/３期 ２Q（累計）	売上高 利益率	前年同期比	
売上高	12,892	14,715	－	+1,822	+14.1%
営業利益	1,987	2,252	15.3%	+265	+13.4%
経常利益	1,877	2,095	14.2%	+218	+11.6%
中間純利益	1,215	1,369	9.3%	+153	+12.6%

連結 P/L （2027年３月期 ２Q単体 ）

２Q単体は増収減益、前年２Qの高い住宅粗利率の反動

住宅の粗利率は２Q単体14.5%（前年同期21.4%）。２Q単体の低下は前年２Qが突出していたことの反動。
上期累計は16.0%で前期通期並み。収益用は賃借人確保後の販売で、粗利率が上期35.8%（前年同期29.9%）に上昇。

【単位：百万円】

	26/３期 ２Q（単体）	27/３期 ２Q（単体）	売上高 利益率	前年同期比	
売上高	6,211	6,584	－	+372	+6.0%
営業利益	947	816	12.4%	▲131	▲13.9%
経常利益	888	741	11.3%	▲147	▲16.6%
中間純利益	572	506	7.7%	▲65	▲11.5%

連結 B/S（2027年３月期２Q末）

下期以降の成長に向けた良質な在庫の確保と財務健全性の向上を両立

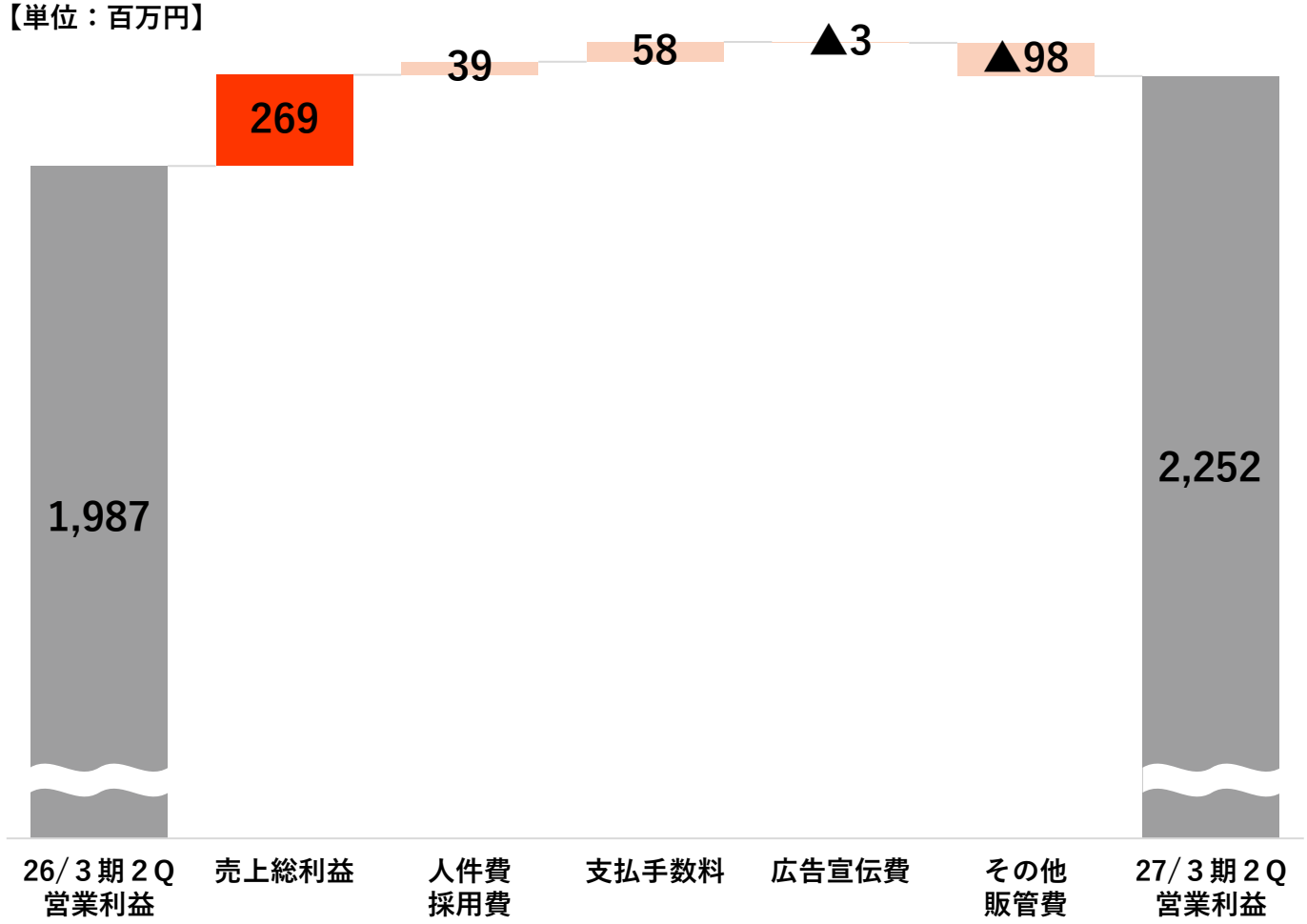
【単位：百万円】

	26/３期末	27/３期２Q末	増減額	増減率
総資産	25,252	26,480	+1,227	+4.9%
流動資産	22,091	23,118	+1,026	+4.6%
うち棚卸資産	14,685	15,424	+739	+5.0%
固定資産	3,160	3,362	+201	+6.4%
負債	15,381	15,385	＋3	+0.0%
純資産	9,870 自己資本比率39.1%	11,094 自己資本比率41.9%	+1,223	+12.4%

営業利益の増減要因分析（前年同期比）

売上増加と事業効率向上による販管費抑制の両輪で、営業利益拡大

【単位：百万円】



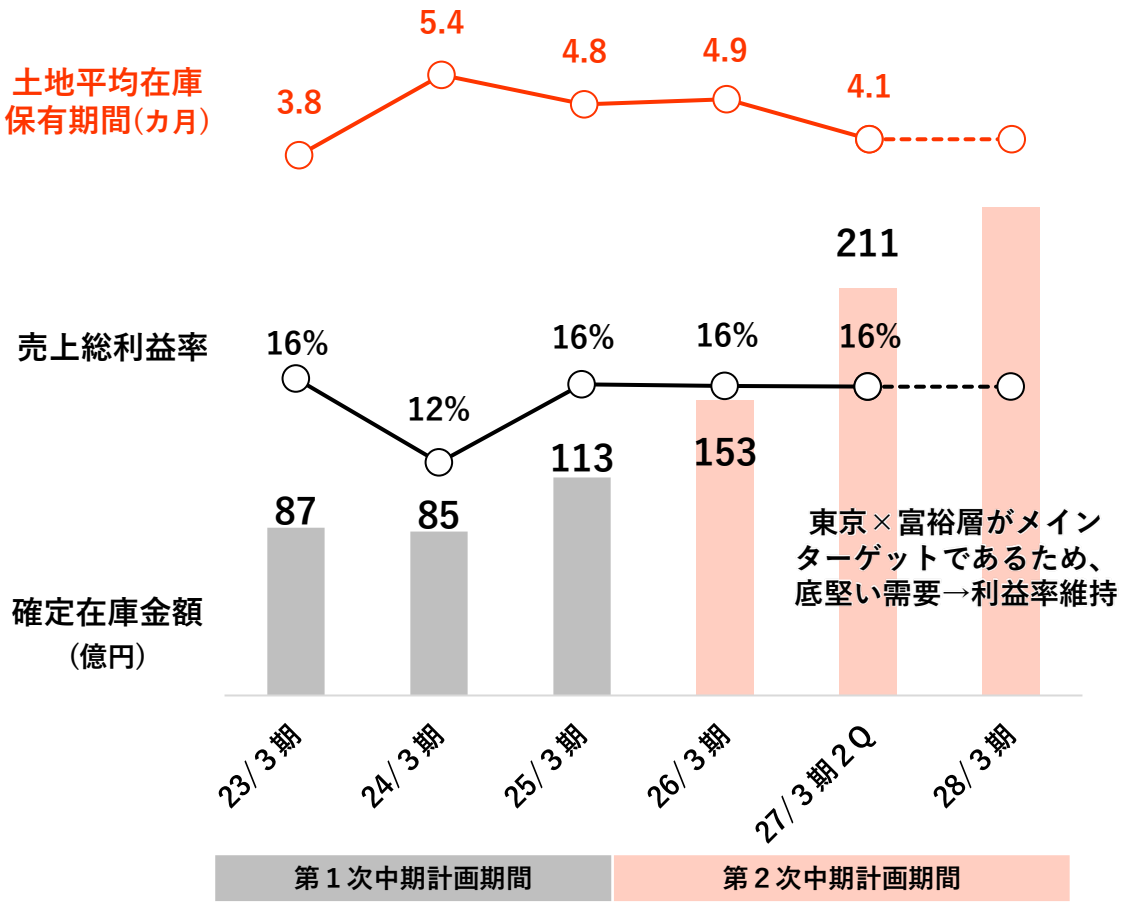
売上総利益	メインエリアにおける富裕層の底堅い住宅需要を背景に、住宅用不動産の売上が前年同期比+25.9%と伸長し、物件販売利益を押し上げ。
人件費・採用費	採用活動は積極的に継続。 年度末に向けて増加傾向。
支払手数料	売上構成と連動して仕入コストは増加するが、販売面で自社販売比率が向上し、コストを圧縮。
広告宣伝費	自社メディアからの集客が伸長。 ネット集客による成約顧客の約50%が自社メディア経由（当社の強み）。 集客数の増加に比してコストは抑えられており、販管費の圧縮に貢献。
その他販管費	販管費全体は前年同期並みに抑制。

１．２Q決算概要
２．事業KPIの進捗
３．ビジネスモデルと参考情報

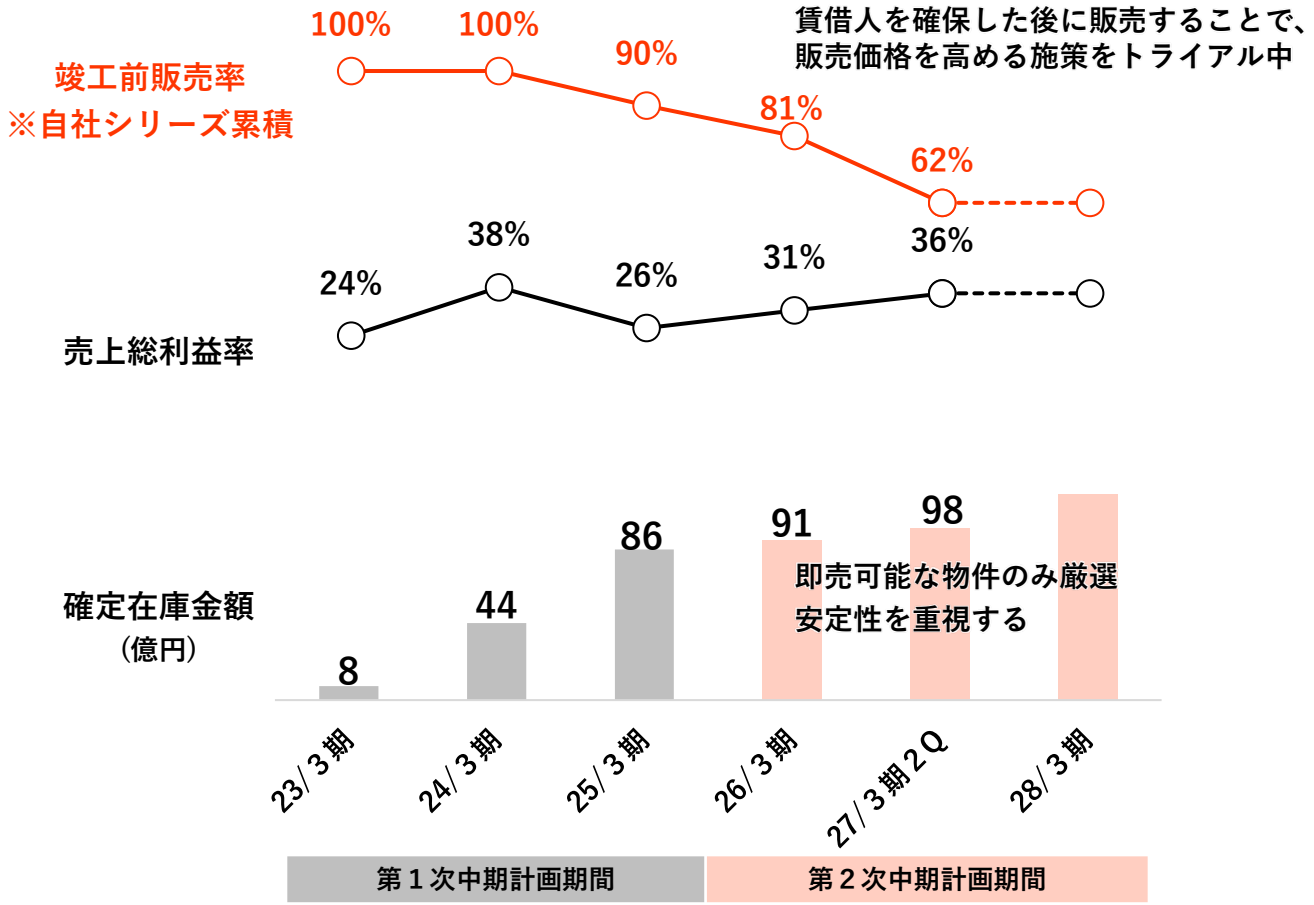
当社事業のKPI（在庫の健全性指標）

厳選仕入と効率的な在庫回転を推進、将来の販売原資となる確定在庫を着実に拡大

【住宅用不動産事業】



【収益用不動産事業】



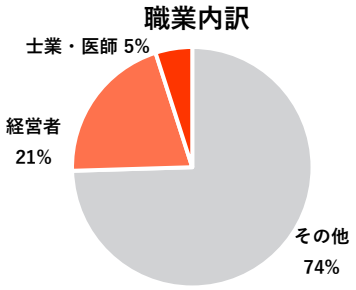
・竣工前販売率は、収益用不動産販売全体のうち、自社で建物建築までを行った１棟収益シリーズ物件について集計した数字となり、該当する事業年度に引き渡しを行った物件について、「竣工前に販売契約が完了している物件」を集計し表記しています。

・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。

当社の経営資源：顧客アセット×信頼経済圏における知名度

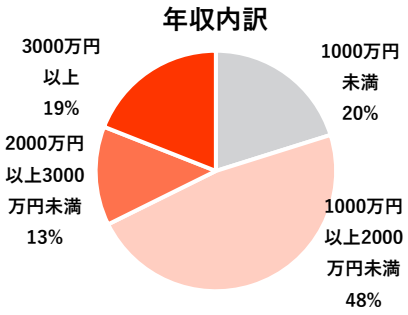
良質な富裕層顧客ストックを形成 ⇒ 高い紹介・リピート率で営業効率を最適化

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が発生しやすい職業層が一定数を占める



平均年収2,500万円以上

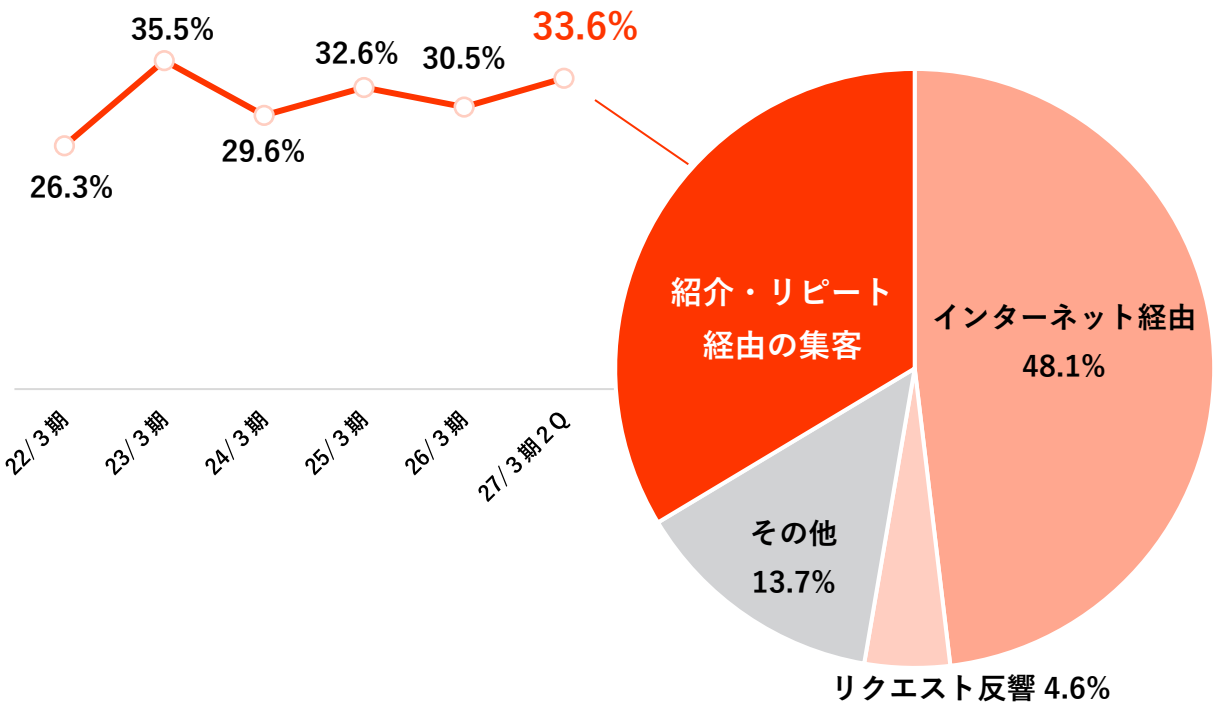
- 強力なキャッシュフローによる、安定した購買ニーズのある顧客層との強い関係値を保有している

販売実績

販売平均額	販売平均面積
2.0億円	142㎡
東京エリア 市場平均 0.4億円	不動産販売 大手A社 平均約60㎡

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



・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。
・リクエスト反響とは、ネット広告やインターネット以外で会社名を認知されたことで物件探しを依頼されることによる集客を指しており、会社の認知度上昇に紐づく集客となります。

事業エリア別の実績

利益水準の安定した東京城南エリアを中心に、当社の信頼経済圏を拡大

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
生かして、既存エリアの成功パターンを他エリアに横展開してきた。

今後も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、
城南エリア外のターゲットエリアでも高効率な事業活動を展開していく。

エリア別の不動産販売状況

	23/3期 実績	24/3期 実績	25/3期 実績	26/3期 実績	27/3期 2Q実績
城南エリア （6区）	93.6億円	137.6億円	148.7億円	193.0億円	119.8億円 同期比：＋21.0%
城南エリア を除く23区	28.8億円	21.8億円	39.7億円	28.6億円	15.1億円 同期比：▲33.3%



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。

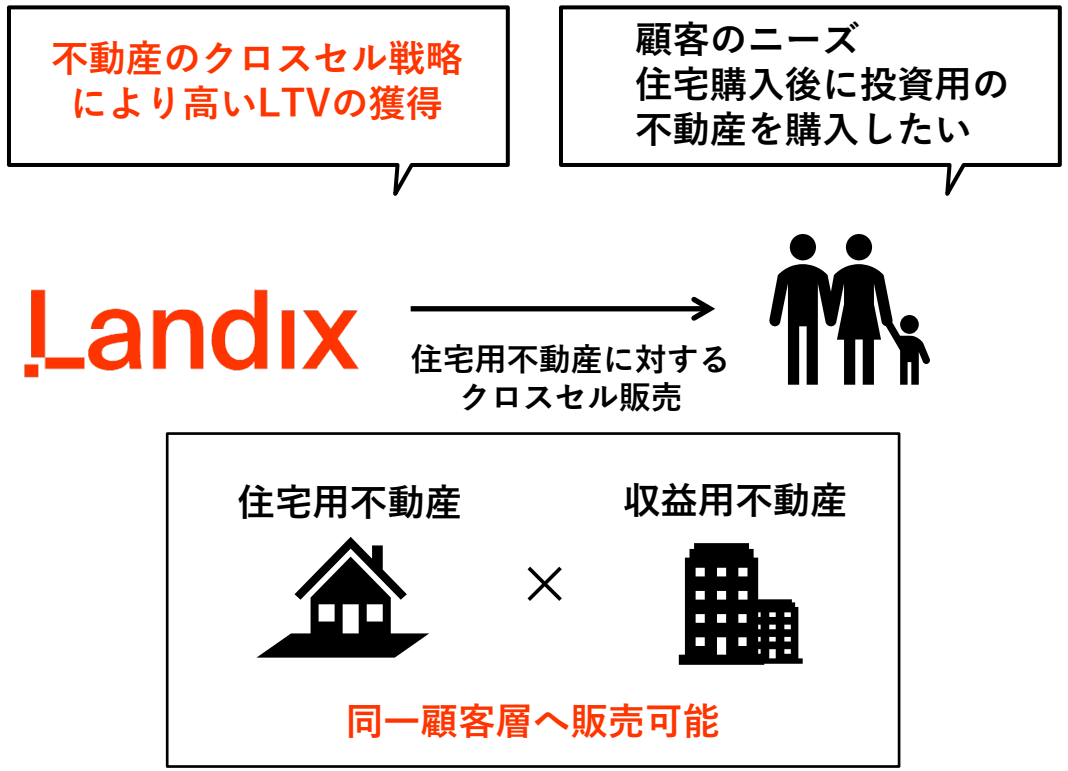
・城南６区は世田谷区、目黒区、大田区、品川区、渋谷区、港区を指します。

収益用不動産事業の拡大（住宅用不動産事業とのクロスセル）

収益用不動産の売上構成比は30%を上限に拡大させていく

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（STRIPES）は、引き合いの強い状況が続いており、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。

	23/３期 実績	24/３期 実績	25/３期 実績	26/３期 実績	27/３期 ２Q実績
収益用不動産の販売金額	34.4億円	22.1億円	19.9億円	47.9億円	25.6億円
不動産販売収入における構成比	24.1%	13.6%	10.5%	21.5%	18.5%



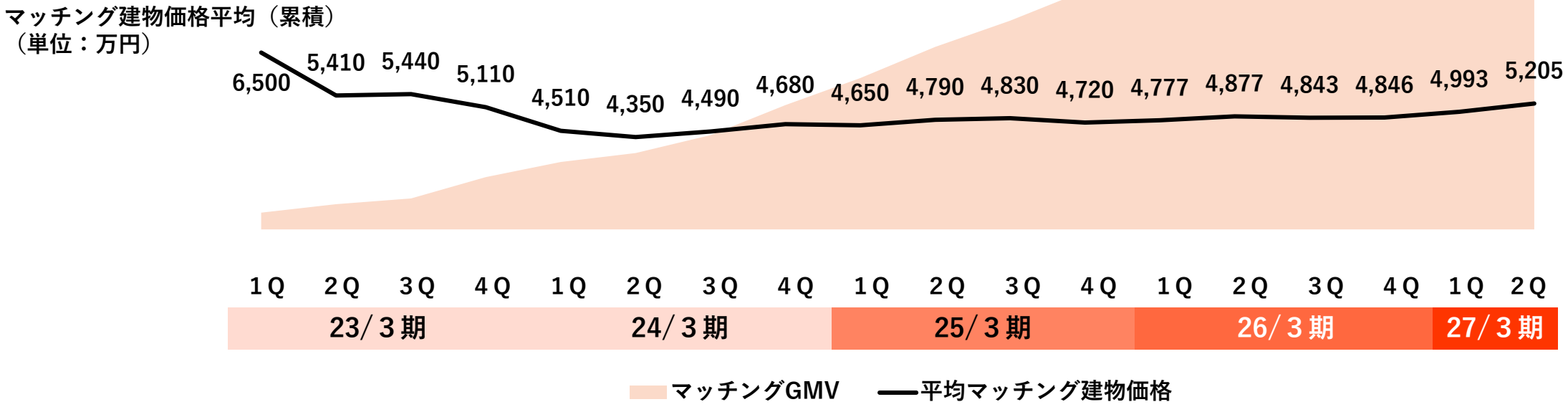
・ LTVはLife Time Value（ライフ タイム バリュー）の意で、特定の企業との取り引きを始めてから終わりまでの期間（顧客ライフサイクル）内にどれだけの利益をもたらすのかという考え方であり、一般的にロイヤルティーの高い顧客や顧客との関係値が高いほどLTVが大きいと考えられています。
・ 24/３期は収益商品のうち１件は固定資産の売却による収益を含めて記載しており、固定資産の売却による利益は特別利益として計上されています。

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

27/３期２Q時点の
建物取扱高累計
約107.2億円

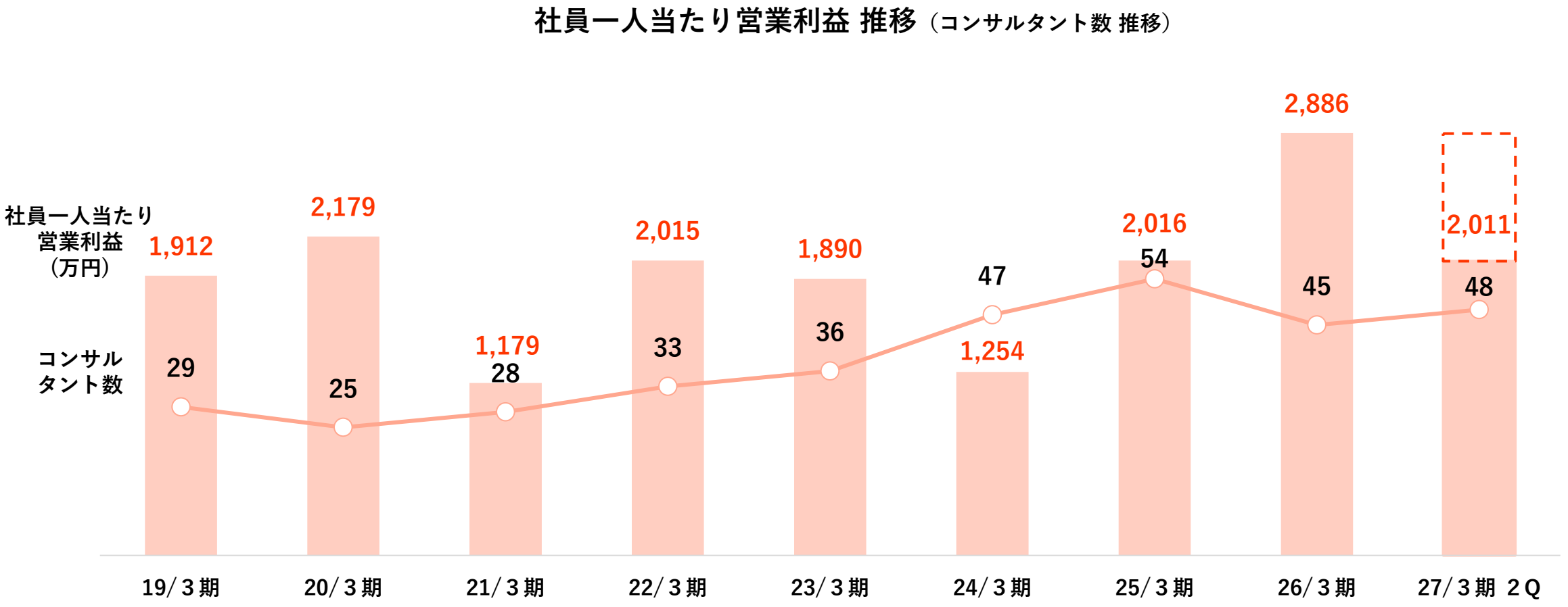
デザインノウハウの提供＆高額層ターゲットにより
住宅に関するコンサルティングを行い
ストック型の不動産流通ビジネスを展開



・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。

社員一人当たりの営業利益とコンサルタント数の推移

データDXによって仕入/販売精度を磨き込み、社員一人当たり営業利益を向上させる



短期効率とストック収益拡大を両立できる「筋肉質な組織」へ進化 ➡ 更に生産性を向上させていく

財務指標推移（会計期間）

（単位：百万円）

	24/3期				25/3期				26/3期				27/3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	**3,851**	**4,999**	**2,318**	**5,871**	**3,758**	**5,731**	**3,737**	**7,039**	**6,680**	**6,211**	**5,025**	**5,609**	**8,131**	**6,584**
不動産販売	3,682	4,808	2,172	5,652	3,554	5,469	3,368	6,698	6,377	5,915	4,737	5,265	7,659	6,222
住宅	2,710	4,808	2,062	4,624	3,553	5,218	2,940	5,378	3,074	5,914	3,247	5,265	5,978	5,339
収益	972	0	109	1,027	1	250	428	1,319	3,302	0	1,490	0	1,680	883
仲介手数料等	136	159	115	186	171	221	331	301	266	262	257	289	412	289
賃貸・その他	32	31	30	32	32	40	37	40	36	34	30	55	59	71
売上総利益	**829**	**823**	**380**	**1,148**	**631**	**1,291**	**965**	**1,488**	**1,658**	**1,549**	**1,240**	**993**	**2,046**	**1,430**
販売費及び一般管理費	461	475	445	519	510	523	492	592	619	601	574	644	609	614
営業利益	**367**	**348**	**▲64**	**628**	**121**	**768**	**472**	**896**	**1,039**	**947**	**666**	**348**	**1,436**	**816**
経常利益	351	321	▲89	601	94	731	433	853	988	888	613	288	1,354	741
当期純利益	**257**	**209**	**▲62**	**385**	**57**	**477**	**286**	**582**	**643**	**572**	**401**	**233**	**862**	**506**

財務指標推移（累計期間）

（単位：百万円）

	24/3期				25/3期				26/3期				27/3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	**3,851**	**8,850**	**11,169**	**17,041**	**3,758**	**9,490**	**13,227**	**20,267**	**6,680**	**12,892**	**17,918**	**23,528**	**8,131**	**14,715**
不動産販売	3,682	8,490	10,662	16,315	3,554	9,024	12,392	19,091	6,377	12,292	17,030	22,295	7,659	13,882
住宅	2,710	7,518	9,580	14,205	3,553	8,772	11,712	17,091	3,074	8,989	12,236	17,501	5,978	11,318
収益	972	972	1,082	2,109	1	251	680	1,999	3,302	3,303	4,794	4,794	1,680	2,563
仲介手数料等	136	296	412	599	171	393	724	1,025	266	529	786	1,076	412	701
賃貸・その他	32	63	94	126	32	72	110	151	36	70	101	156	59	131
売上総利益	**829**	**1,652**	**2,033**	**3,182**	**631**	**1,923**	**2,888**	**4,377**	**1,658**	**3,207**	**4,448**	**5,441**	**2,046**	**3,477**
販売費及び一般管理費	461	937	1,382	1,902	510	1,033	1,526	2,118	619	1,220	1,795	2,440	609	1,224
営業利益	**367**	**715**	**651**	**1,279**	**121**	**889**	**1,362**	**2,258**	**1,039**	**1,987**	**2,653**	**3,001**	**1,436**	**2,252**
経常利益	351	672	583	1,185	94	825	1,259	2,112	988	1,877	2,491	2,779	1,354	2,095
当期純利益	**257**	**466**	**404**	**790**	**57**	**535**	**822**	**1,404**	**643**	**1,215**	**1,616**	**1,850**	**862**	**1,369**

事業KPI推移

	24/3期				25/3期				26/3期				27/3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
土地平均在庫保有期間（カ月）	4.2	4.8	4.7	6.8	4.6	5.2	4.6	4.7	4.8	4.9	4.9	5.1	3.3	4.8
確定在庫（億円）	100	138	154	130	167	173	192	200	218	207	266	255	259	321
収益用不動産 売上構成比	26.4%	0.0%	5.1%	18.2%	0.0%	4.6%	12.7%	19.7%	51.8%	0.0%	31.5%	0.0%	21.9%	14.2%
城南エリア 販売額（億円）	33	41	16	46	25	47	19	56	48	50	45	48	70	49
城南除く23区 販売額（億円）	3	4	5	8	10	6	13	9	14	8	1	4	4	10
紹介・リピート率	37.8%	26.9%	28.9%	27.3%	32.5%	31.3%	30.6%	35.2%	27.9%	27.4%	40.0%	24.5%	32.9%	34.6%
建築会社マッチングGMV（億円）＊1	15	17	22	29	35	42	48	55	63	73	81	88	98	107
マッチング平均建物価格（万円）	4,510	4,351	4,490	4,688	4,653	4,790	4,831	4,728	4,777	4,877	4,843	4,846	4,993	5,205
社員一人当たり営業利益（万円）	353	331	▲62	616	108	692	425	800	838	796	589	334	1,355	728
役員含む社員数（名）	112	113	111	110	122	121	122	123	135	130	124	115	117	121

＊1 集計期間全体における累計で算定しております。

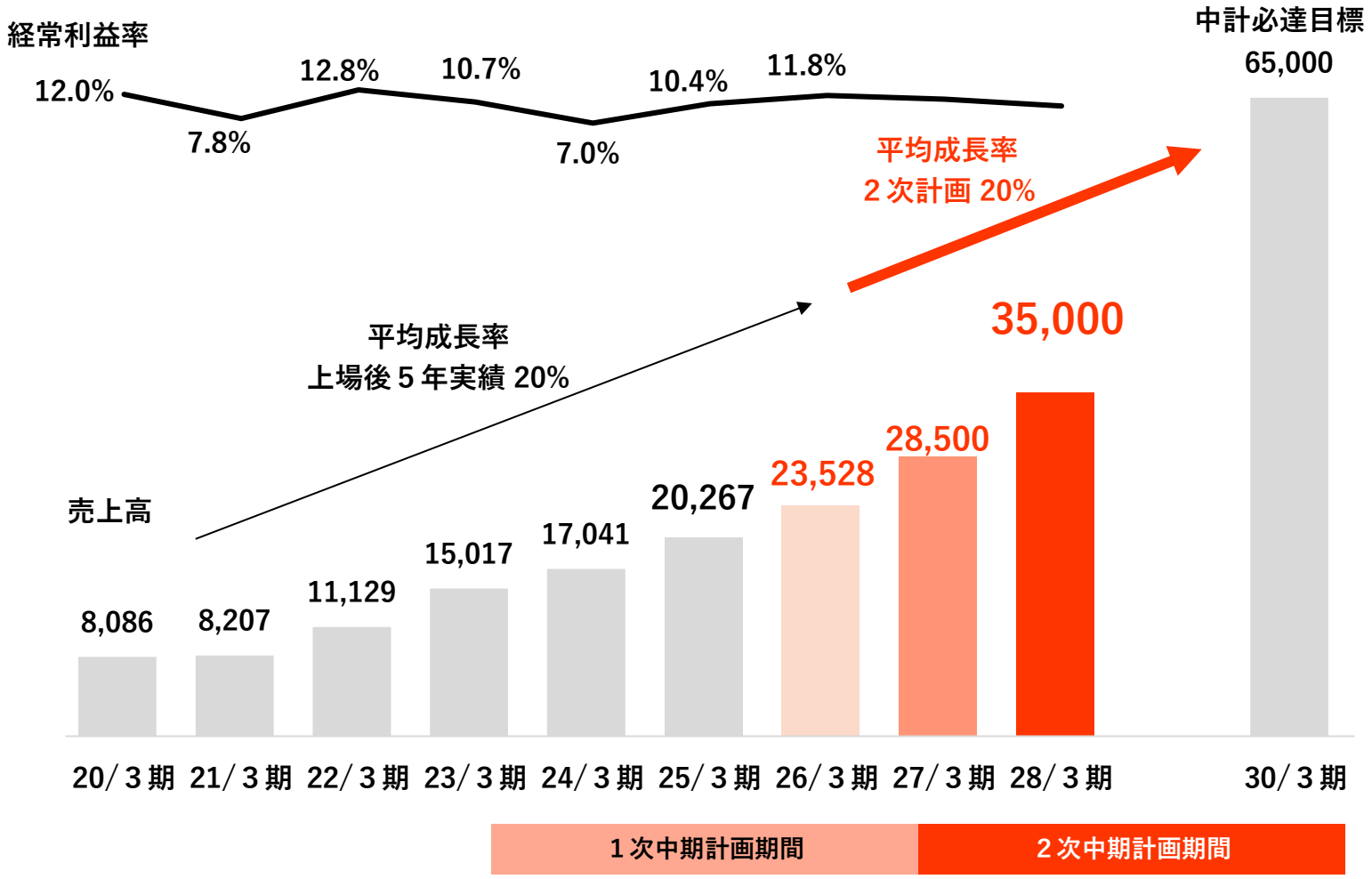
１．２Q決算概要
２．事業KPIの進捗
３．ビジネスモデルと参考情報

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

第２次中期経営計画の進捗

上期は過去最高を更新、中期計画達成へ向けて順調な業績成長

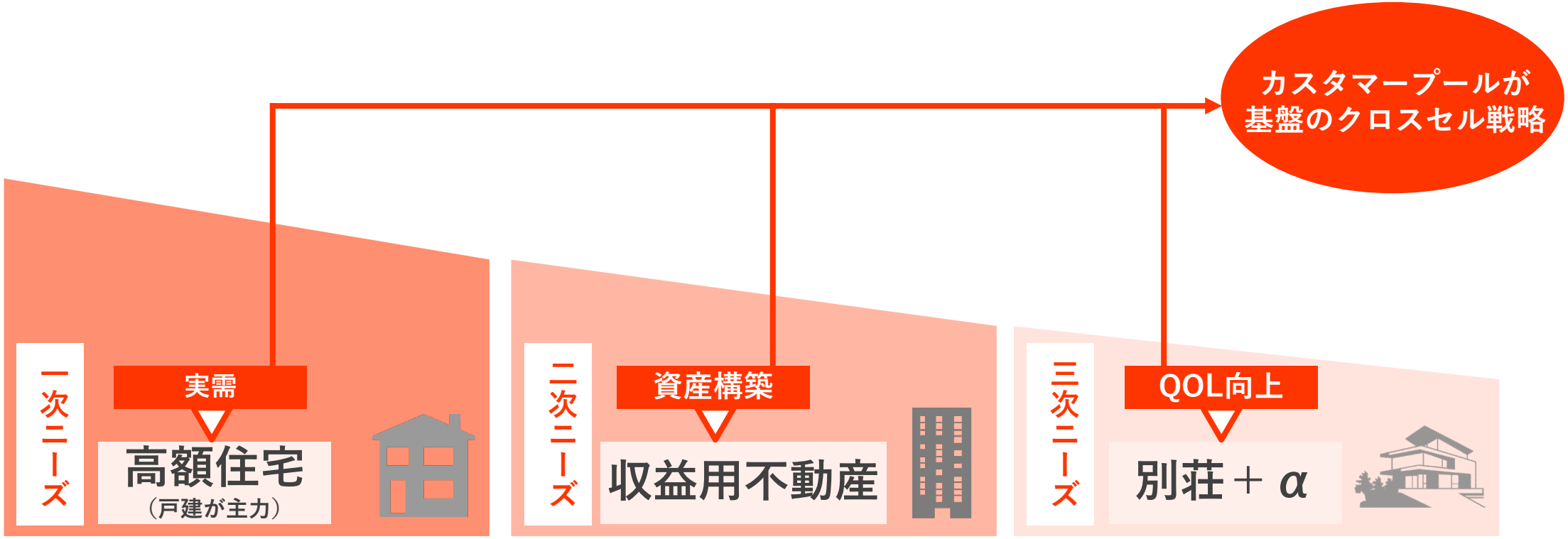


第２次中期経営計画
28/３期目標値

売上高	350億円
経常利益率	10%
ROE 自己資本利益率	15%以上
PER 株価収益率	15倍

トラスト・ストック型のビジネスモデル

中長期で「富裕層の３段階ニーズ」に応え、顧客LTVを最大化



【３段階ニーズのクロスセルによるLTVドリブン】
顧客ニーズに沿った事業展開で、採用・育成・集客コストが最小化、かつ営業効率が最大化。
住宅事業を基盤とした建築会社マッチングによる顧客満足が高い紹介・リピートを生み、高い再現性を実現。

「東京エリアの住宅」のトッププレイヤーへ

成約の30%以上が紹介・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紹介・リピート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。











1棟収益用不動産シリーズSTRIPES（ストライプス）

Landix

STRIPES

賃貸住宅の「当たり前」を変革するレジデンスシリーズ

オーナーの収益性のみが重視されがちだが、住宅デザインノウハウで通常の賃貸住宅とは一線を画す住み心地と入居賃料・QOLバランスを実現。
住宅の専門家として、若手世代＆働く女性に城南エリアの住環境を提供

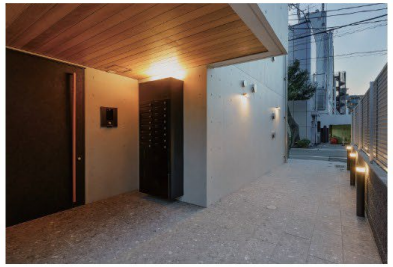
1 若者世代＆働く女性に城南エリアの住環境を提供

世田谷は日本有数の住宅地域だが、昨今のインフレで若者・女性にとって居住ハードルは高い。独自の土地活用&設計ノウハウによって高い居住性と賃料バランスを実現。竣工前には販売先のオーナーが決定し、竣工後1ヵ月以内で満室契約となった。



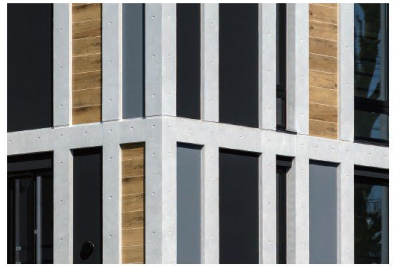
2 賃貸住宅でも「人を呼びたくなる」住まい

本物件は入居者の7割が女性。駅からの安全な導線と夜のライトアップにより安全を確保。他の「STRIPES」物件も22件が竣工済であり、竣工前のオーナー決定率は80%を超える。注文住宅のように、人を呼びたくなる家を目指して。



3 意匠権を取得済みデザイン力が開発継続力に

2020年施行の改正意匠法で初めて認められた「建築物の意匠権」をいち早く活用してデザインを守り、将来にわたって開発を継続していくことで東京の街並みに貢献していきたい。



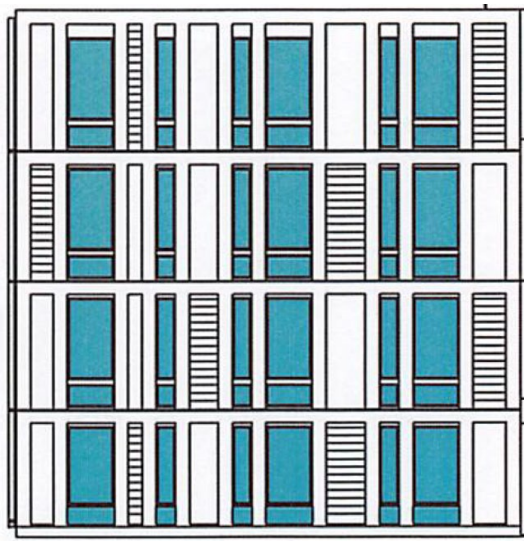
本ブランドサイトのオープンにより、本シリーズにおけるブランド認知獲得による販売促進、顧客データの蓄積によるさらなる付加価値の高い商品開発を目指す。

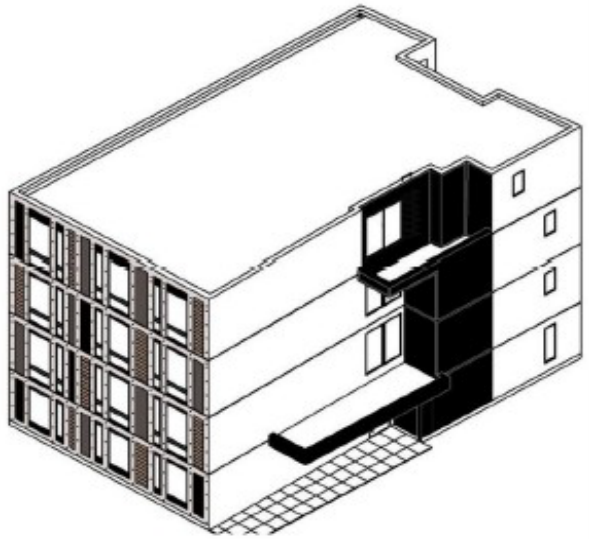
STRIPES（ストライプス）サイト
https://stripes-grande.jp/



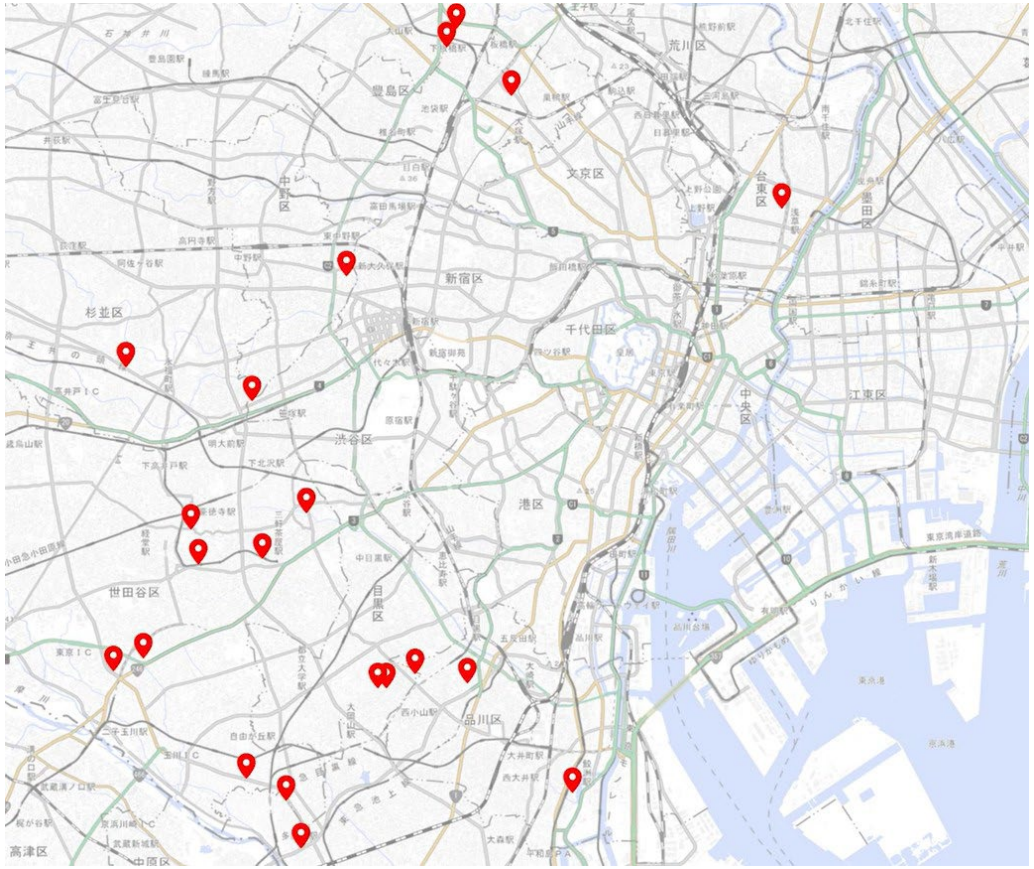
１棟収益用不動産シリーズSTRIPES（ストライプス）

ブランドシリーズの意匠登録を完了、住空間のデザインの力で開発を加速





2020年の意匠法改正により、不動産の外観デザインについても意匠権が認められるようになりました。当社はデザインを重要な経営資源として保護することで、持続的な開発が可能な体制を整えています。特に女性の入居が７割にものぼり、かつ竣工前に販売契約が完了する物件が続く状況で、入居者QOLとオーナーの収益を両立しています。



22棟を販売しデザインノウハウを蓄積

シェアリング別荘

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

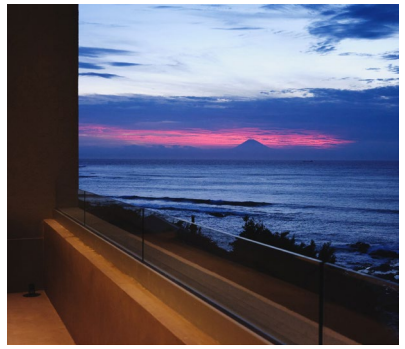
都心から車で３時間以内の山・川・空・海・湖が眺められるロケーションの良いエリア（山梨・静岡・神奈川・千葉・群馬）で、「自己利用」と「休眠期間における貸別荘」の両側面を併せ持った新しいタイプの不動産開発です。
シェアリング時のオペレーションは、貸別荘運営会社に一括委託が可能であり、オーナー様の手間はかかりません。

都心部から約90分でアクセス可能な、富裕層に人気のオーシャンリゾートエリアに立地。

敷地と海の間に眺望を遮る要素が一切ないオーシャンフロントに位置し、海景の魅力を引き出す空間設計。



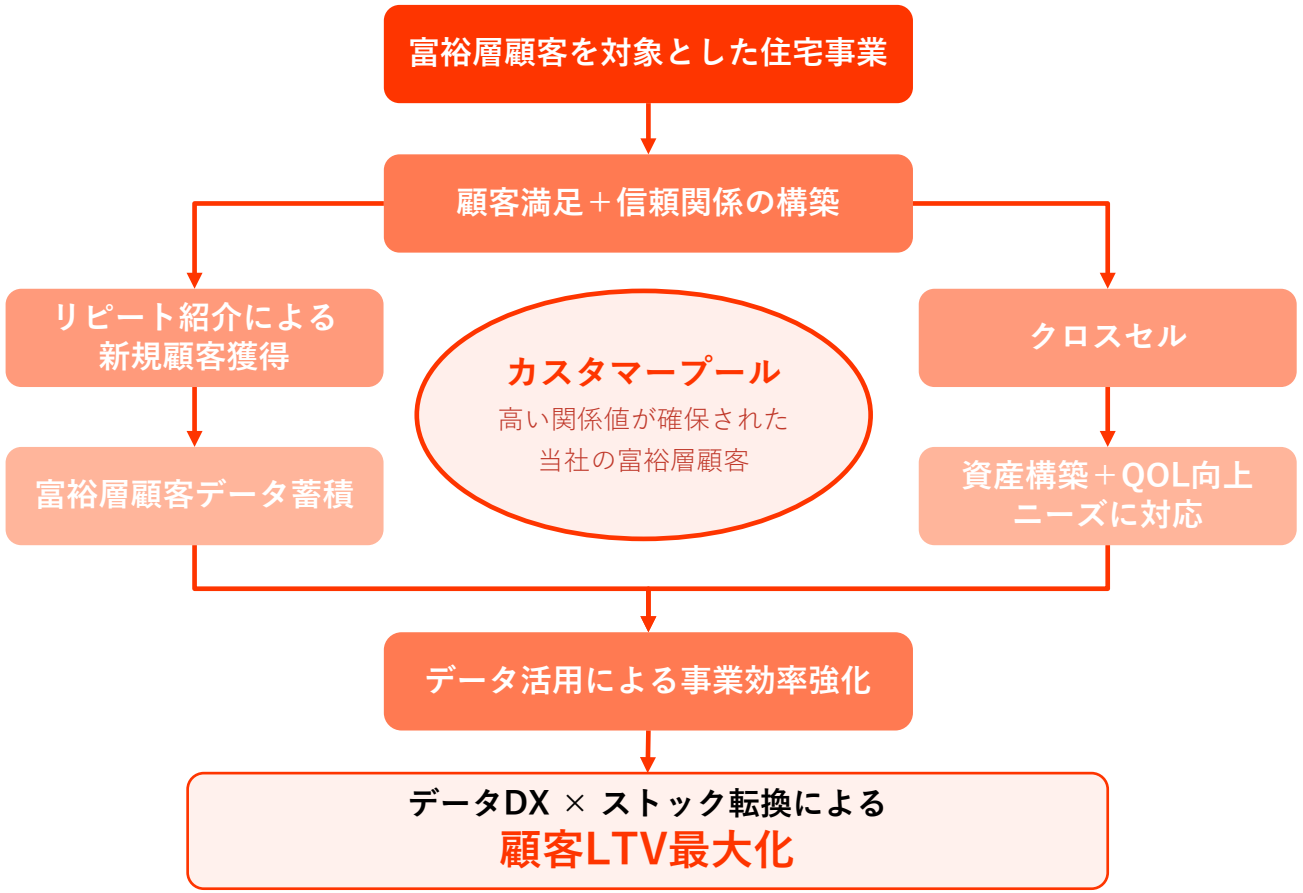






トラスト・ストック型ビジネスモデルによる顧客LTV最大化

顧客との信頼関係を起点に、新たな顧客/取引が複利的に積み上がり、成長が加速する



1 信頼が競争力となる富裕層市場

高額・非公開性の高い取引では、広告量よりも信頼関係と顧客アセットが顧客獲得力を左右する

2 住宅購入を起点とした信頼構築

土地探しから建築会社選定・入居後まで伴走し、顧客満足を長期的な信頼関係へ転換する

3 カスタマープールの強化

既存顧客から紹介・リピート・クロスセルを得て、取引データが継続的に蓄積する

4 顧客アセットが新たな顧客を生む成長加速

顧客データと取引知見をDXで組織知化
新たな事業機会を生み出すことでLTVドリブン加速

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

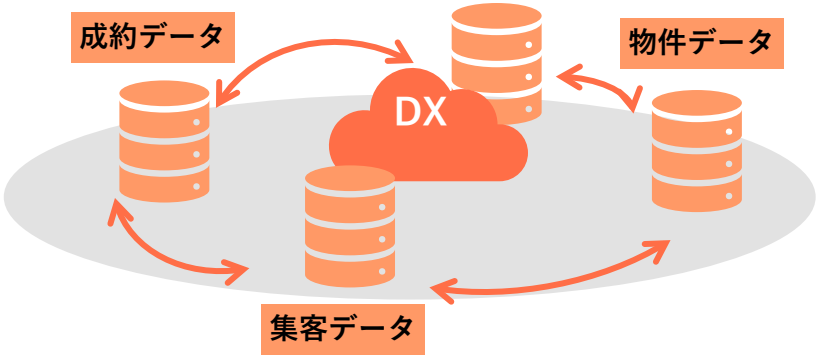
重点強化ポイント

仕組化された“目利き力”

Step 1
顧客の売却ニーズ情報を認識

Step 2
顧客の売却＆購入ニーズの仮想マッチング

Step 3
ニーズミート率
高い仕入れ



顧客ニーズの見える化
エリア・価格・広さ・用途 etc
各パラメータについてデータをストック

超一級の独占取扱い物件

センターピン

- 高い顧客満足
  - リピート紹介発生
  - 高い商品粗利
  - 顧客との関係値
- 当社の認知向上
  - 顧客との関係値
  - 成約率向上
- 高い集客力
  - 成約率向上
  - 在庫回転早期化
  - 営業組織早い成長

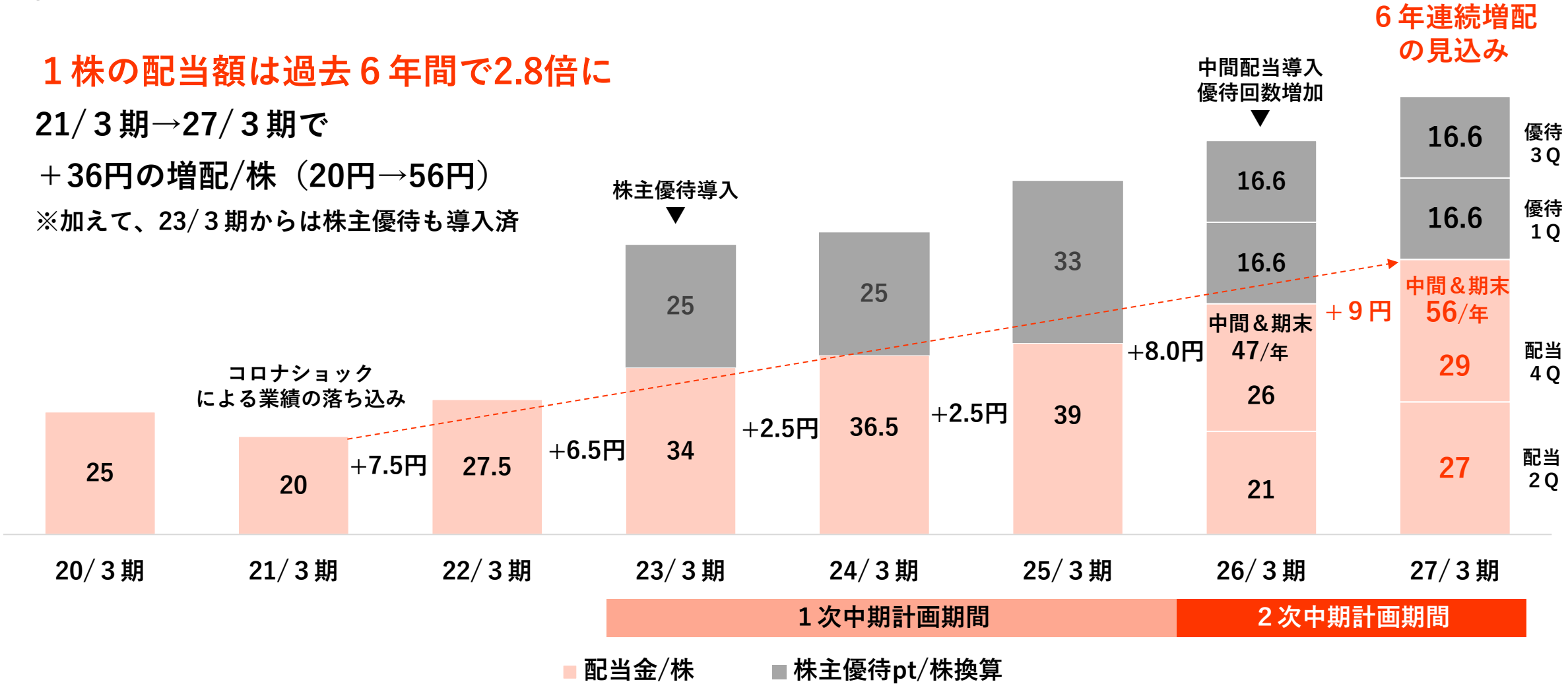
- ストック化加速
- 顧客データ蓄積
- 広告費の大幅圧縮
- 高い営業利益
- クロスセル商品販売
- 高ROE
- 金融機関との信頼関係
- 安定的な仕入体力
- コンサル力向上
- 若手早期戦力化

累進配当による株主還元の強化

27/３期も累進配当方針に則って還元拡大し対前期＋９円の増配

１株の配当額は過去６年間で2.8倍に

21/３期→27/３期で
＋36円の増配/株（20円→56円）
※加えて、23/３期からは株主優待も導入済



・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）

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

新卒で大手機械メーカーに入社、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。１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。１級建築士。

経営陣の紹介



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。１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常勤監査役等を兼任。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 渋谷区渋谷１丁目７－７住友不動産青山通ビル10階
資本金	300百万円
代表取締役	岡田 和也
社員数（連結）	121名（2026年９月末時点 ※役員含む）
事業拠点	渋谷本社 渋谷支店 桜新町支店
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

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検証を行っておりません。

【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