2026年11月12日

報道関係者各位

株式会社ランディックス

2027年３月期中間決算の概要および当社の事業内容について

ランディックスグループ（本社：東京都渋谷区、代表取締役 岡田和也、以下「当社」）は、本日2026年11月12日に、2027年３月期中間期（2026年４月１日～2026年９月30日）のグループ連結決算を発表しましたので、その概要をお知らせいたします。

【2027年３月期中間期の事業進捗】

１．２Q累計で売上高147.1億円・営業利益22.5億円となり、２Q業績として過去最高

売上高は前年同期比＋14.1%、営業利益は同＋13.4%。販管費率は前年同期の9.5%から8.3%に低下しました。

２．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で、上期の売上高・利益水準はともに好調に進捗しております。通期業績予想に対する進捗率は、営業利益69.7%、経常利益72.3%です。

３．年間配当予想は56円、６年連続増配の見込み

期初予想どおり年間56円（中間27円＋期末29円）とします。前期から＋９円、21/３期から2.8倍（20円→56円）となる見込みです。

４．下期は４Qにやや偏重、通期業績予想は必達

利益は４Qにやや偏重し、通期では増収増益を見込みます。

２Q単体（７～９月）の営業利益は816百万円（前年同期比▲13.9%）となりました。前年同期は住宅用不動産の売上総利益率が21.4%と突出して高く、その反動によるものです。上期累計の住宅用不動産の売上総利益率は16.0%と、前期通期と同じ水準を確保しています。当社の四半期業績は物件の引渡し時期によって振れが生じるため、半期・通期の単位でご評価いただけますと幸いです。

【事業実績と業績予想】

（単位：百万円）

	2026/３期	2027/３期		2027/３期	
	中間期実績	中間期実績	前年同期比	業績予想	前期比
売上高	12,892	14,715	+14.1%	28,500	+21.1%
営業利益	1,987	2,252	+13.4%	3,230	+7.6%
経常利益	1,877	2,095	+11.6%	2,900	+4.3%
当期純利益	1,215	1,369	+12.6%	1,885	+1.9%

【2027年３月期 中間決算サマリ】

売上高は14,715百万円（前年同期比＋14.1％）、営業利益は2,252百万円（同＋13.4％）、経常利益は2,095百万円（同＋11.6％）、親会社株主に帰属する中間純利益は1,369百万円（同＋12.6％）となり、いずれも上期として過去最高となりました。城南エリアの富裕層による底堅い購入需要を背景に、住宅用不動産の売上は前年同期比＋25.9％と伸長しています。収益用不動産は、賃借人を確保したうえで販売する取り組みにより、売上総利益率が35.8％（前年同期29.9％）となりました。紹介・リピート率は33.6％（前年同期27.6％）、２Qの土地平均在庫保有期間は4.1カ月（前年同期4.9カ月）です。

B/Sの状況は、総資産26,480百万円（前期末比＋4.9％）、棚卸資産15,424百万円（同＋5.0％）、純資産11,094百万円となり、自己資本比率は41.9％（前期末39.1％）に向上しました。確定在庫は前期末の255億円から321億円に拡大しています。

【2027年３月期業績予想と下期の見通し】

通期の業績予想は、期初予想（売上高28,500百万円、営業利益3,230百万円、経常利益2,900百万円、親会社株主に帰属する当期純利益1,885百万円）を据え置いています。上期の進捗率は売上高51.6％、営業利益69.7％、経常利益72.3％と順調に推移しており、通期業績予想の達成確度は高まっています。

下期は、物件の引渡しが４Qにやや偏重します。このため、３Q単体の利益は前年同期を下回り、３Q累計（４～12月）の利益が前年同期をやや下回る可能性があります。前年同期（26/３期３Q）に収益用不動産の売上14.9億円を計上していたことの反動と、確定在庫の積み増しに伴う不動産取得税・登録免許税、および拠点関連の費用が先行して計上されることによるものです。いずれも収益性の低下によるものではなく、積み増した在庫は下期以降の売上の原資となります。

下期の販売計画に必要な物件は２Q末時点で確保しており、通期業績予想は必達してまいります。

当社の決算開示リンク　　：https://landix.jp/ir/results/
当社の決算説明資料リンク：https://landix.jp/ir/presentations/

【当社ビジネスモデル ―― トラスト・ストック型 × LTVドリブン】

■ 立脚する市場 ― 東京・富裕層『信頼経済』

当社が事業エリアとする東京・城南エリア（世田谷・目黒・大田・品川・渋谷・港区）の富裕層市場は、案件単発のフロー型ではなく、信頼している専門家への相談ベースで取引が発生する市場、すなわち**「信頼経済（Trust Economy）」**として成立しています。資産規模が大きく、相続・資産運用・QOL向上といった生涯にわたる多段階ニーズを抱える顧客層は、住宅購入で関係終了とならず、継続的な伴走関係に価値を見出す傾向が強いことが特徴です。

■ 戦略ポジション ― トラスト・ストック型ビジネスモデル

当社は、この信頼経済の構造特性を最大限に活かす形で、独自の「トラスト・ストック型ビジネスモデル」を構築しています。住宅購入で接点を得た顧客に対し、収益用不動産（資産構築）、別荘（QOL向上）と段階的にクロスセルを行うことで、生涯取引総額（LTV）を最大化します。27/３期上期は成約顧客の33.6％が紹介・リピート顧客で構成されており、富裕層との信頼で結ばれた長期関係＝「カスタマープール（顧客アセット）」が、当社にとって最大のビジネスアセットとなっています。

■ 経営の意思決定軸 ― LTVドリブン × 低CACの実現

当社の経営は「LTVドリブン」です。一回の取引利益ではなく、顧客の生涯取引総額（LTV）と紹介経由の派生LTVを最大化することを意思決定の軸としています。結果として構造的な「低CAC（顧客獲得コスト）」を実現しており、成約顧客の33.6%が広告費を抑えた紹介・リピートによるものであり、ネット集客による成約顧客の約50%が自社メディア経由であるため、広告費依存の不動産業者とは一線を画する販管費構造の優位性を確保しています。

■ 経営成果 ― 自己強化型（複利型）モデル

LTVドリブン × 低CACのモデルが定常運転されることで、当社の収益力・顧客基盤・財務体質の３軸が独立にではなく相互に強化され続ける「自己強化型（複利型）モデル」が立ち上がります。

①収益力　：紹介経由 × データDXで利益率が構造的に上昇。（経常利益率は26/３期11.8%、27/３期上期14.2%）

②顧客基盤：満足した顧客が次の顧客を呼び、カスタマープールが自律拡大。

③財務体質：高利益キャッシュが内部留保として自己資本を強化し（自己資本比率39.1%→41.9%）、追加仕入とDX投資の原資となる 。

これら３軸が複利的に相互強化されることが、当社が上場後５年間の売上高CAGR 20%超を達成してきた構造的な理由です。

■ 競争優位の本質 ― 再現性の高さ

信頼経済ビジネスは本来、優秀な営業個人の人脈と勘に依存する「属人化」が業界の構造的課題です。当社はこの課題を「データDX × 組織知化」で乗り越えてきました。富裕層データの組織アセット化、目利きAIによる仕入精度の組織化、建築士ナレッジDB、ライフサポートコンサルティングの行動様式実装 ―― これらを通じて、個人の力量ではなく「組織」として動く再現性の高いビジネスモデルを実装しています。若手社員でも初年度から戦力化できる土台が整っており、26/３期の社員一人当たり営業利益2,886万円（過去最高、前期比＋43%）が組織再現性の数値証跡となっています。

【主要な事業KPI】

１．紹介・リピート率は33.6%に上昇

上期の成約顧客のうち33.6%（前年同期27.6%）が紹介・リピート顧客となり、広告費を抑えて成約につながるカスタマープールが拡大しています

２．城南エリアの販売額は119.8億円（前年同期比＋21.0%）

城南エリア外の23区は15.1億円（同▲33.3%）となりましたが、１Qの引渡しが少なかったことによるもので、２Q単体では10.7億円（同＋30.8%）と回復しています

３．「STRIPES」を含む収益用不動産の販売額は25.6億円

不動産販売に占める構成比は18.5%、売上総利益率は35.8%です。住宅用不動産とのクロスセルにより、構成比30%を上限として拡大してまいります

４．建築会社マッチングの累計取扱高は107.2億円

マッチングした建物の平均価格は5,205万円（26/３期4,846万円）に上昇しています

【当社事業の紹介】

当社は「唯一無二の豊かさを創造する」を企業理念として、東京の城南エリア（世田谷区・目黒区・大田区・品川区・渋谷区・港区）を中心に、富裕層顧客を対象とした不動産関連事業を展開しています。創業以来、顧客データを基にお客様のニーズに対応した事業展開を行っており、コア事業である住宅用不動産販売（戸建が主力）に加え、独自の建築会社マッチング、個人富裕層向け１棟収益用不動産シリーズ「STRIPES」、シェアリング別荘の開発（サードプレイス事業）に取り組んでいます。

2024年４月に完全子会社化したリンネ株式会社（マンション領域の不動産仲介、独自の自動追客システムを保有）に加え、2024年11月には建設子会社・株式会社LDXデザインクラウドを設立し、建築会社マッチング事業の収益力強化と原価圧縮を進めています。住宅用不動産販売をコア事業として、収益用不動産開発による富裕層の資産構築ニーズ、シェアリング別荘開発によるQOL向上ニーズに応えることで、富裕層の３段階ニーズ（一次：実需／二次：資産構築／三次：QOL向上）にライフサポートコンサルタントが一気通貫で対応するトラスト・ストック型ビジネスモデルを構築しています。経営ビジョンとして「“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（トッププレイヤーTOKYO）」を掲げ、毎年売上高20%成長を中期数値目標としています。成約顧客のうち30%以上が紹介またはリピート取引のお客様という実績を基盤に、今後も不動産を通じてお客様の人生に寄り添い続ける企業を目指してまいります。

【中期経営ビジョン（第２次中期経営計画 ２年目）】

当社は2025年６月24日に「第２次中期経営計画（2026年３月期～2028年３月期）」を発表し、最終年度（28/３期）の数値目標として、売上高350億円・経常利益率10%・ROE15%以上・PER15倍を掲げています。27/３期（２年目）の業績予想における経常利益率は10.2%と、中期目標の10%を上回る水準を見込んでおり、中期計画達成へ向けて順調な業績成長を続けています。

成長ドライバーは、「ストック転換」と「富裕層データDX」の２つの方針です。「ストック転換」は、紹介・リピート・クロスセルおよびリカーリング収益（賃貸管理・保証・保険等）を拡大することで、フロー型から成長確度・収益安定性が高い事業構造への転換を進めます。「富裕層データDX」は、富裕層データと不動産リアルノウハウを掛け合わせることで、仕入力・販売力・集客力・商品付加価値の４つの強みを最大化し、稼ぎ力を一段と強化します。

富裕層向け不動産市場における当社のプレゼンス向上を通じて、「東京で不動産を買うならランディックス」という第一想起の獲得を目指してまいります。東京の富裕層マーケットの底堅さと、厚みを増す顧客層を土台に、来期以降も継続的な成長を目指してまいります。

＜企業情報＞

企業理念	唯一無二の豊かさを創造する
社名	株式会社ランディックス
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・11階
事業拠点	渋谷本社 桜新町支店
設立年	2001年
連結社員数	121名（2026年９月末時点、役員含む）
業種	不動産業
事業内容	・不動産売買事業 ・不動産仲介事業 ・建築会社マッチング事業 ・サードプレイス別荘開発事業

ランディックスグループは、東京の富裕層顧客を対象に不動産領域のワンストップサービスを展開しています。主力事業は戸建住宅の販売であり、注文住宅の建築会社マッチングや１棟収益用不動産、別荘開発など、豊かな生活を叶える事業展開を行っています。

［ホームページ ］
https://landix.jp/
［sumuzuサイト ］
https://sumu-z.jp/
［不動産情報ポータルサイト ］
https://portal-landix.jp/
［STRIPES（ストライプス）サイト ］
https://stripes-grande.jp/
［不動産売却サイト ］
https://portal-landix.jp/baikyaku/
［当社中国語版ランディングページ ］
https://portal-landix.jp/cn/
［サードプレイス別荘事業サイト ］
https://the-third-place.jp/mtfuji/

お問い合わせ： コーポレート部門管掌取締役 松村隆平（matsumura@landix.jp）