



2026年5月12日

各位

会社名：株式会社ランディックス  
代表者名：代表取締役 岡田 和也  
(コード：2981 東証グロース)  
問い合わせ先：取締役 松村 隆平  
(TEL：03-6420-3230)

## 2026年3月期通期決算において高い関心が予想される事項

本日2026年5月12日に発表しました「2026年3月期通期決算短信」および「2026年3月期通期決算説明資料」に関して、想定されるご質問とその回答についてまとめましたので以下の通りお知らせいたします。

記

### ■業績に関する事項

1：26/3期は期中2回の上方修正を行い、最終的にも更に上振れて着地した。営業利益が前期比+32.9%と大きく伸びた要因は何か？

26/3期は、コア事業である住宅用不動産の販売が好調に推移したことに加えて、個人富裕層向け1棟収益用不動産シリーズ「STRIPES」の販売が順調に進捗したことで、売上総利益が大きく伸長しました。売上総利益率自体も、建築会社マッチングの増加、AI活用による仕入精度・販売価格の向上、富裕層の底堅い購入需要を背景に過去最高水準で推移しました。

また、上場以来取り組んできたインサイドセールス部門の組織化が進展し、お客様とのコンタクト率および商談化率が向上したこと、自社メディア経由の集客比率が成約顧客の50%超に達し、ネット集客の効率が継続的に改善されたことで、売上の伸びに対して販管費の増加額が大幅に抑制された点も、利益拡大に大きく寄与しています。社員一人当たりの営業利益は前期比+43%の2,886万円と過去最高を更新し、生産性向上の成果が顕著に表れています。

構造的には、当社の「LTVドリブン × 低CAC」のビジネスモデルが効いている結果と捉えています。紹介経由の30.5%を含む顧客アセット（カスタマープール）が広告費ゼロの成長エンジンとして機能し、収益力・顧客基盤・財務体質の3軸が相互に強化される「自己強化型（複利型）モデル」が定常運転するフェーズに入っています。

2：27/3期業績予想は、売上高+21%に対して営業利益+7.6%と利益率の低下を見込んでいる。保守的な予想なのか、それとも構造的な要因があるのか？

27/3期は、第2次中期経営計画2年目として更なる成長を確実なものとするべく、①コンサルタントの採用・育成といった人的資本投資、②データ DX 関連の先行投資、③26/3期の社員一人当たり営業利益が過去最高水準まで到達したことに伴うベース給与水準の引き上げ等、費用面の増加を保守的に織り込んでいます。

また、原価面では建築・職人コストおよび資材価格の上昇圧力を勘案しています。中期経営計画で掲げる経常利益率10%以上の水準は維持できる見通しであり、26/3期の利益水準（経常利益率11.8%）と比較して構造的な低下があるわけではありません。

売上は確定在庫237億円を期初時点で確保済（27/3期目標売上に対し約8割）であり、残りの仕入も当社の年間仕入額（直近期303億円）と平均在庫保有期間（4.9カ月）を踏まえれば十分達成可能な水準と判断しています。期中の販売状況の進捗をふまえ、業績予想の達成および上振れを目指してまいります。

### 3：26/3期は、株式分割（2分割）後の初の通期決算となるが、株主還元の見通しは？

26/3期の年間配当金は47円/株（中間20円+期末27円）としていました。27/3期は累進配当方針に則り、前期比+9円の増配となる年間56円/株（中間27円+期末29円）の配当を予想しています。これにより、21/3期から27/3期にかけて配当金は2.8倍に拡大し、6年連続増配を達成する見込みとなります。

株主優待（年2回実施）についても継続実施するため、四半期ごとに配当または優待が到来する設計となり、長期保有株主様への還元を一層強化してまいります。

また、業績の進捗状況を踏まえ、期中で業績予想の上振れが見込める段階に至った場合には、追加増配等の株主還元強化を引き続き検討してまいります。

### 4：金利、不動産相場等の事業環境についてはどのような見方をしているか？

長期的に続いてきた低水準の住宅ローン金利（顧客の調達金利）から比べると、今後も上昇の可能性があります。それによって当社の事業エリアである東京における実需・投資用不動産の需要が大きく冷え込むとは考えておりません。世界的なインフレ環境および賃金上昇、金融市場が不安定な局面において、東京エリアの不動産については引き続き堅調な購入ニーズが継続するものと考えております。

当社のターゲット顧客層である富裕層は、相対的に資金力が豊富であり、金利上昇局面においても資産性の高い物件への購入意欲を維持しています。また相続・資産承継ニーズの高まりも追い風として作用しています。東京・富裕層の市場は『信頼経済』として成立しており、広告主導のフロー型市場とは異なる取引特性を有していることが、当社の事業安定性の背景となっています。

一方で、金融機関の貸出姿勢が大きく硬化し結果的に顧客の資金力が減じられた場合、または株式市場全体の強い金融不安や株価下落により当社顧客層の資産にマイナス影響がある場合、顧客の購入ニーズが減退する可能性があると考えております。

## 5：ストック収益比率が25/3期の33%から26/3期は12%へと大きく低下しているが、ストック転換戦略との整合性は？

26/3期は、収益用不動産シリーズ「STRIPES」をはじめとする大型物件の販売が複数件成約となりましたが、これらの大型物件については新規顧客（自社メディア経由を含む）の比率が高く、紹介・リピート顧客と比較して金額ベースでの寄与構成比が大きくなったため、ストック収益比率（売上総利益額のうちの構成比）として一時的に低下した結果となっております。

件数ベースでの紹介・リピート率（成約顧客の構成比）については、26/3期も30.5%の水準を維持しており、当社の収益安定性のベースとなる富裕層顧客との関係性は継続的に強化されています。つまり、カスタマープール（顧客アセット）の質的・量的な拡大は計画通りに進捗しており、ストック転換戦略は順調に進行中とご理解いただいで差し支えありません。

中期経営計画期間中（28/3期）にかけては、「ストック転換」の戦略推進により、金額ベースでのストック収益比率を再度向上させていく方針です。

## ■ビジネスモデル・戦略に関する事項

### 6：当社の『トラスト・ストック型ビジネスモデル』とは、具体的にどのようなモデルか？

当社は、東京・富裕層市場という『信頼経済（Trust Economy）』の構造特性を最大限に活かす独自のビジネスモデルを構築しており、これを「トラスト・ストック型ビジネスモデル」と定義しています。

一般の不動産取引が『広告依存・案件単発（フロー型）』で動くのに対し、当社は『顧客との信頼関係をベースに長期取引を積み上げる（ストック型）』ことが特徴です。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い、生涯取引総額（LTV）を最大化します。

26/3期は成約顧客の30.5%が紹介・リピート顧客で構成され、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、B/Sには載らないものの当社の最大のビジネスアセットとして機能しています。

### 7：『LTVドリブン』『低CAC』『自己強化型モデル』とは何か？投資家にとってのメリットは？

当社の経営は『LTVドリブン』、つまり一回の取引利益ではなく、顧客の生涯取引総額（LTV）と派生LTV（紹介経由）を最大化する意思決定を軸としています。結果として構造的な『低CAC（顧客獲得コスト）』を実現し、紹介・リピート30.5%（広告費ゼロ）+自社メディア経由50%超により、広告費依存の不動産業者と比較して構造的な販管費優位を確保しています。

このモデルが定常運転されることで、収益力・顧客基盤・財務体質の3軸が相互に強化し合う『自己強化型（複利型）モデル』が立ち上がります。①紹介経由 × データDXで利益率↑、②満足顧客が次の顧客を呼びカスタマープール拡大、③高利益キャッシュが自己資本と再投資原資

を生み、再びデータ DX に還元されてマッチング精度を再強化する —— という循環構造です。

投資家視点でのメリットは、年 20%成長を再現性高く達成できる構造的な根拠が明確化されていること、ROE と利益率を同時に改善できる経営モデルであること、そして広告費依存型企业と比較して景況感に左右されにくい収益安定性を有していることです。

#### 8：『再現性の高さ』を強調しているが、信頼経済ビジネスは属人化しやすいのではないか？

ご指摘のとおり、信頼経済ビジネスは本来『属人化』しやすく、優秀な営業個人の人脈と勘に依存するため、組織としての再現性を持たせることが難しい —— これが業界の構造的課題です。人が辞めると顧客資産も流出するというリスクが存在します。

当社はこの業界共通の課題を、『データ DX × 組織知化』で乗り越えてきました。①富裕層データを組織アセットとして蓄積、②目利き AI で仕入精度を組織化、③建築士ナレッジ DB/④ライフサポートコンサルティングの行動様式を組織知として実装 —— これらにより、ナレッジを『個人』から『組織』へ移管しています。

結果として、若手社員でも初年度から戦力化できる組織体制が整っており、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、組織再現性の高さを示す数値証跡となっています。信頼経済の特性を活かしながら、再現性を担保する仕組みを持つこと —— これが他社と一線を画する当社の競争優位の本質です。

#### 9：『目利き AI バージョン 2』の運用開始は業績にどのような効果をもたらしているか？また今後の開発計画は？

目利き AI は、自社独自の成約実績データ・過去査定検討した不動産価格データと、公開データ（販売中物件情報等）を統合し、検討物件の価格相場を瞬時に算定する独自 AI ツールです。バージョン 2 では、「相場算定エンジン」と「データマッピング機能」を新規追加しました。

効果としては、①若手営業の仕入判断精度の向上、②仕入から販売までの所要時間短縮（土地平均在庫保有期間 4.9 カ月の維持）、③成約確度の高い物件選別が挙げられます。26/3 期の社員一人当たりの営業利益が過去最高（2,886 万円、前期比+43%）を更新したことに、本ツールが直接的に貢献していると考えています。

今後はバージョン 3 に向けて、スコアリング機能の実装や外部サービスとの連携を視野に開発を進めてまいります。データ First カルチャーの組織への浸透とともに、成長エンジン全体の継続強化を図ってまいります。

#### 10：エリア戦略について、城南エリア外の事業展開状況は？

26/3 期の城南エリア（世田谷区・目黒区・大田区・品川区・渋谷区・港区の 6 区）における不動産販売実績は 193.0 億円（前年同期比+29.8%）と大きく拡大し、当社の利益水準の安定基盤として継続的に強化されています。

城南エリア外の 23 区における販売実績は 28.6 億円（前年同期比▲27.9%）となっておりますが、今後の事業エリア拡大のターゲットとして、文京区・杉並区・豊島区・中野区の 4 区を重点

エリアに位置付けています。これらのエリアは、当社の成功パターンである「戸建+富裕層顧客」の横展開が可能なエリアとして選定したものです。

今後も主力の城南エリアの取引高拡大を事業成長の軸足としつつ、ターゲットエリアでの高効率な事業活動を着実に展開してまいります。

#### 11：1棟収益用不動産シリーズ「STRIPES」のブランド確立について、その狙いと販売状況は？

「STRIPES（ストライプス）」は、当社が独自に意匠権を取得済の幾何学的なストライプ構造を特徴とする、個人富裕層向け1棟収益用不動産シリーズです。26/3期にブランド名称を確定し、専用ブランドサイト（<https://stripes-grande.jp/>）を開設しました。

ブランド化の狙いは、①シリーズとしての認知度獲得による販売促進、②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、③意匠権を活かした他社との差別化、にあります。

26/3期の収益用不動産販売金額は47.9億円（前期比+141%）と大きく拡大し、ほぼ全ての物件が竣工前に販売契約を完了しています。今後も住宅用不動産事業とのクロスセル戦略を加速させ、収益用不動産売上構成比は30%程度を上限としつつ、確実な拡大を目指します。

### ■株価・中期経営計画に関する事項

#### 12：第2次中期経営計画2年目として、最終年度（28/3期）目標達成に向けた進捗状況は？

第2次中期経営計画では、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倍の達成を掲げています。

26/3期（1年目）は、売上高235.3億円・営業利益30.0億円・経常利益率11.8%と、計画通りに進捗しています。27/3期（2年目）は売上高285億円を予想しており、残り2年間で年20%成長を継続することで最終目標を達成する計画です。

成長ドライバーである「ストック転換」と「富裕層データDX」の両輪を確実に推進することで、計画の必達を目指してまいります。

#### 13：現状の株価に対する評価としてどのように考えているか？PER15倍目標の根拠は？

2025年6月24日に発表した第2次中期経営計画において、28/3期の株価水準PER15倍を数値目標として設定しており、この水準は事業の実態よりも高い評価を受けようというのではなく、事業実態に対する妥当な期待値として当社が考えている株価水準となります。

当社の事業特性として、紹介・リピート成約が30%以上を占めるストック性、上場後5期間で売上高CAGR20%以上の高成長性、データDX×組織知化による再現性の高さを有しており、これらは『フロー型不動産業者（PER水準10倍程度）』と一線を画する評価が妥当と考えています。

投資家の皆様とのコミュニケーションを継続的に強化し、当社事業に対する理解獲得と銘柄認知度の向上を通じて、適正な株価水準への到達を目指してまいります。

14：ROEは既に17～18%水準にあるが、中期目標『ROE15%以上』の意味合いは？

ご指摘のとおり、当社のROEは過去17～18%の高水準で推移しています。中期経営計画における「ROE15%以上」は、今後の成長投資・人的資本投資・データDX投資を継続しながらも、株主資本コストを大幅に上回る資本効率を『継続的に維持する』ことへのコミットメントとお考えください。

純利益率（中期目標：経常利益率10%超を維持）、財務レバレッジ（自己資本比率39.1%から30%程度までの安全圏内借入余力）、総資産回転率（住宅用地の在庫保有期間5カ月以内）のデュポン分解の3要素を最適に組み合わせることで、安定的な高ROE水準の維持を実現していきます。

短期の利益最大化のためにROEを意図的に高める経営ではなく、長期にわたる持続的な資本効率の維持こそが、株主価値の最大化につながると考えています。

15：個人投資家にとって、当社株式の保有メリットを具体的に教えてほしい。

当社株式は、累進配当方針による継続的な配当増額（インカムゲイン）と、中期経営計画で掲げる売上CAGR20%・PER15倍水準（28/3期目標）の達成によるキャピタルゲインを両立できる銘柄と位置付けています。

26/3期から導入した中間配当（年2回配当）と、年2回実施の株主優待を組み合わせることで、株主の皆様には四半期ごとに何らかの株主還元（配当または優待ポイント）が到来する設計となっています。21/3期から27/3期にかけて配当金が2.8倍（20円→56円）と拡大しており、6年連続増配を達成する見込みです。

また、当社のビジネスモデルは『顧客アセット（カスタマープール）を起点とした自己強化型モデル』であり、広告依存型不動産業者と比較して景況感に左右されにくい収益安定性を有しています。長期保有を前提とする個人投資家の皆様にとって、安心して保有いただける銘柄を目指してまいります。

以上