

2027年3月期 第1四半期決算

決算説明資料

(2026/4/1 – 2026/6/30)

株式会社ランディックス

東証グロース : 証券コード 2981

Landix

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

1 1Q実績

- 売上高81.3億円、営業利益14.3億円 で売上・利益ともに過去最高
メインの住宅用物件が計画通り販売完了し、マッチングフィーが伸長し利益水準（粗利）が良好。
販売量の増加と並行して、在庫量も増加し、仕入・販売ともに好調。

2 通期見通し

- 1Qで利益進捗は44.5%（対業績予想）となり、業績予想の達成確度は高い
インサイドセールス強化による成約率向上、および自社メディアによるオーガニック集客が増加。
営業効率向上とコスト圧縮がすすむ。当社顧客である富裕層の不動産購入需要は堅調に推移。

3 中期経営計画 進捗

- 安定的な事業成長の基盤であるストック性が向上
紹介・リピート率は32.9%で前期の通期水準を超過、在庫保有期間は3.3カ月と高速回転。

1. 1Q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）

高速在庫回転＋在庫積増しを両立、四半期業績で売上高・利益ともに最高

コアエリア（東京・城南）における、富裕層の購入意欲は引き続き堅調に推移。主力の住宅事業は、インフレ局面でも安定した販売状況が継続している。

インサイドセールス機能強化により在庫回転スピードが良好、販売価格も計画値以上で着地。紹介・リピート率がターゲットラインである30%を超過したことに加えて、自社メディアのオーガニック集客向上による広告費の圧縮と自社販売（直接取引）による間接コスト削減効果もあり、営業利益率が改善。

売上高

8,131 百万円

前年同期比
+1,450百万円
(+21.7%)

平均在庫保有期間（土地）

3.3 カ月

26/3期通期実績 4.9カ月

確定在庫

25,957 百万円

26/3期末時点 25,598百万円

営業利益

1,436 百万円

前年同期比
+397百万円
(+38.2%)

経常利益率（/売上高）

16.7 %

26/3期通期実績 11.8%

自己資本比率

42.5 %

26/3期末時点 39.1%

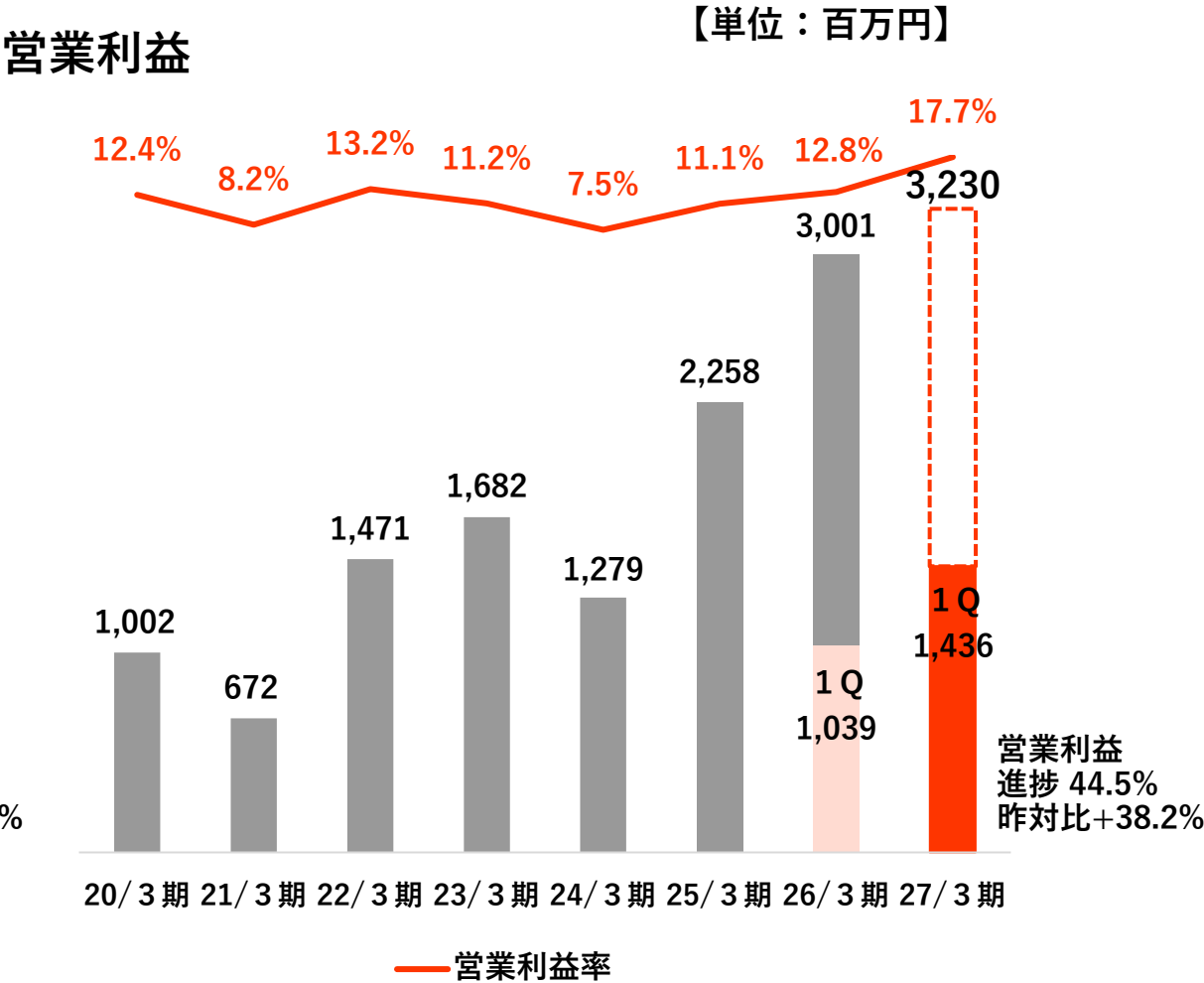
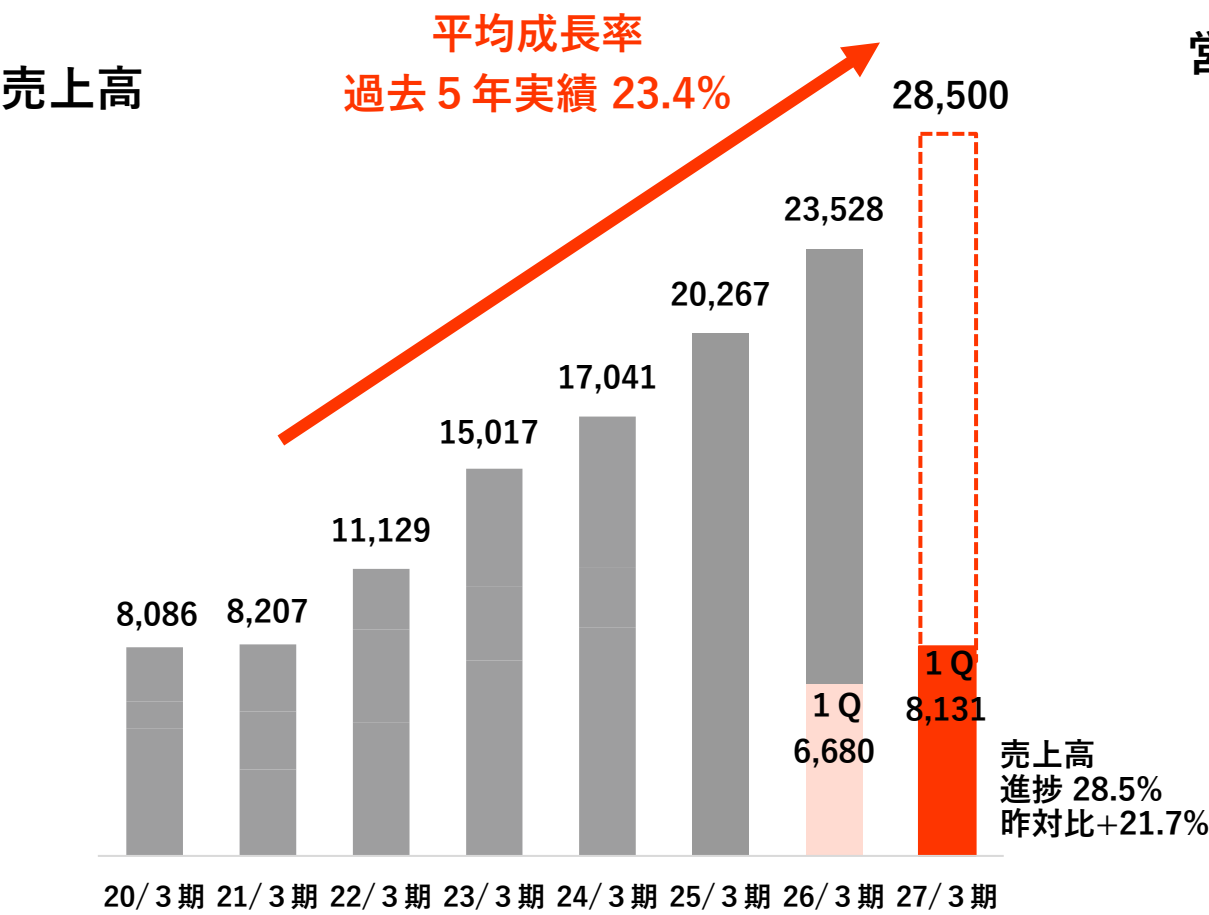
当期純利益

862 百万円

前年同期比
+219百万円
(+34.1%)

業績推移/年度（連結 売上高・営業利益）

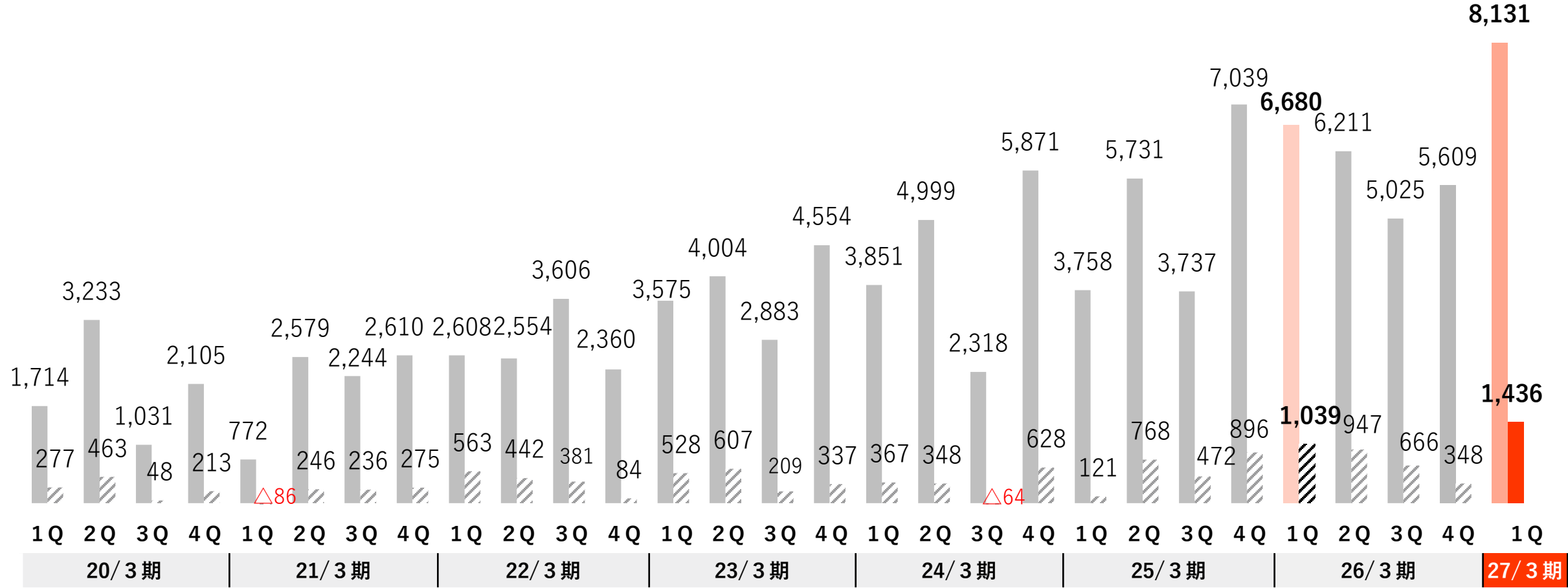
1 Qは売上・利益ともに良好な進捗、通期目標達成に向けて順調に推移



業績推移/四半期（連結 売上高・営業利益）

四半期ベースで過去最高の売上高・営業利益を更新

【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。

2027年 3 月期連結業績と配当予想

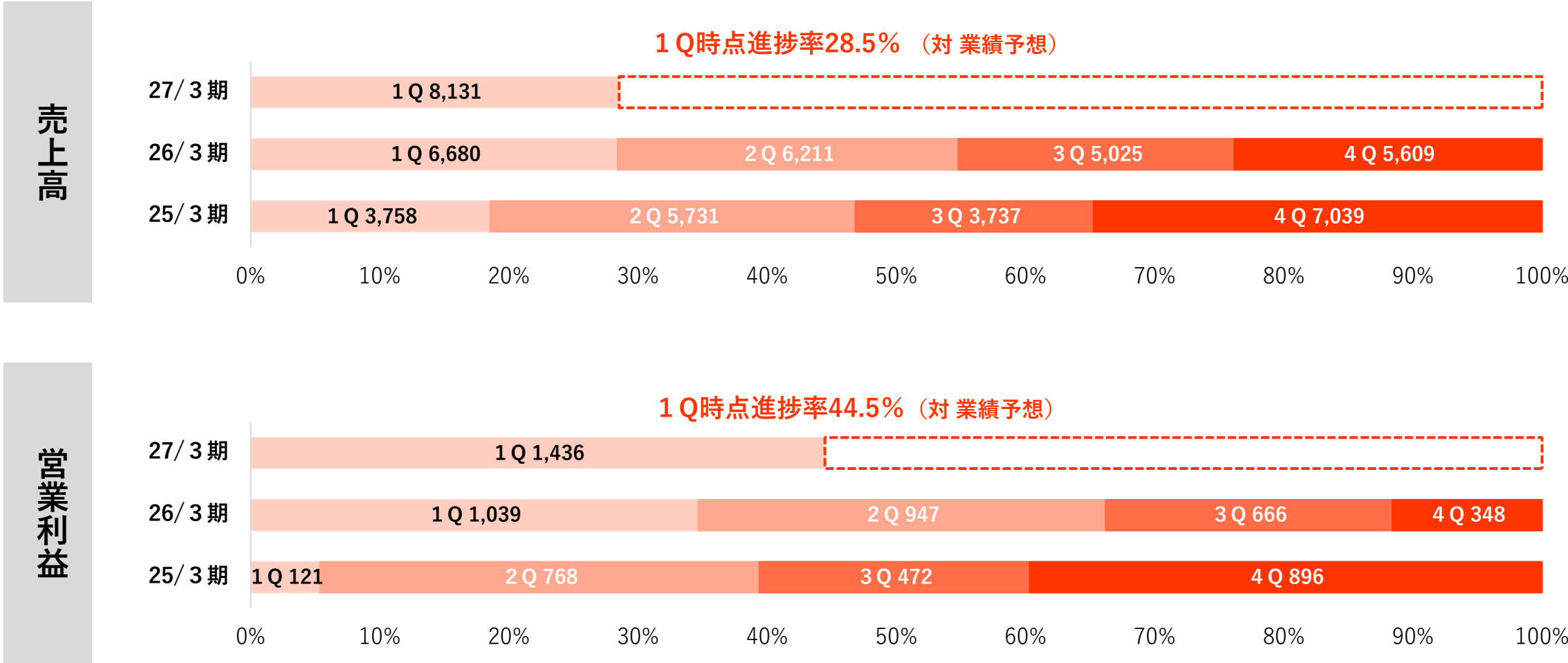
1 Q時点で売上高は28.5%、営業利益は44.5%の進捗

【単位：百万円】

	2026/ 3 期（実績）		2027/ 3 期（予想）	
	(2025/ 4 / 1 -2026/ 3 /31)		(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

営業利益の進捗率44.5%、通期計画に対して順調に推移

【単位：百万円】



* 各Qの売上高・営業利益は小数点未満切り捨て

連結 P/L (2027年 3 月期 1 Q)

平均販売単価・営業効率の向上等によって、前期比で増収増益

【単位：百万円】

	26/ 3 期 1 Q	27/ 3 期 1 Q	売上高 利益率	前期比	
売上高	6,680	8,131	—	+1,450	+21.7%
営業利益	1,039	1,436	17.7%	+397	+38.2%
経常利益	988	1,354	16.7%	+365	+37.0%
当期純利益	643	862	10.6%	+219	+34.1%

連結 B/S（2027年 3 月期 1 Q末）

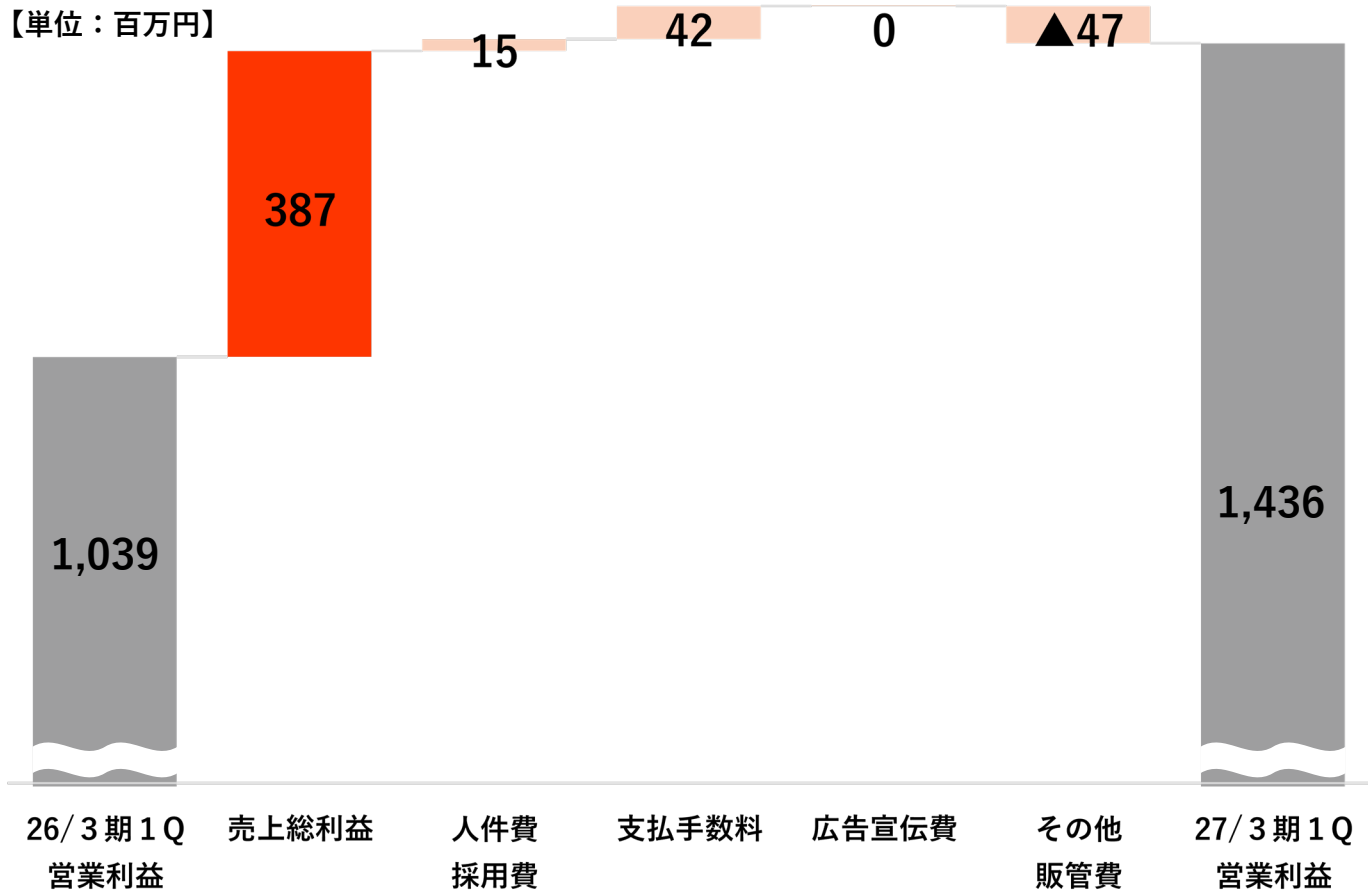
安定した自己資本比率を堅持し、将来成長への投資余力を確保

【単位：百万円】

	26/ 3 期末	27/ 3 期 1 Q末	増減額	増減率
総資産	25,252	24,915	▲337	▲1.3%
流動資産	22,091	21,678	▲413	▲1.9%
うち棚卸資産	14,685	14,717	+32	+0.2%
固定資産	3,160	3,237	+76	+2.4%
負債	15,381	14,327	▲1,054	▲6.9%
純資産	9,870 自己資本比率39.1%	10,587 自己資本比率42.5%	+717	+7.3%

営業利益の増減要因分析（前期比）

売上増加と高効率な営業活動による販管費抑制の両輪で、営業利益拡大



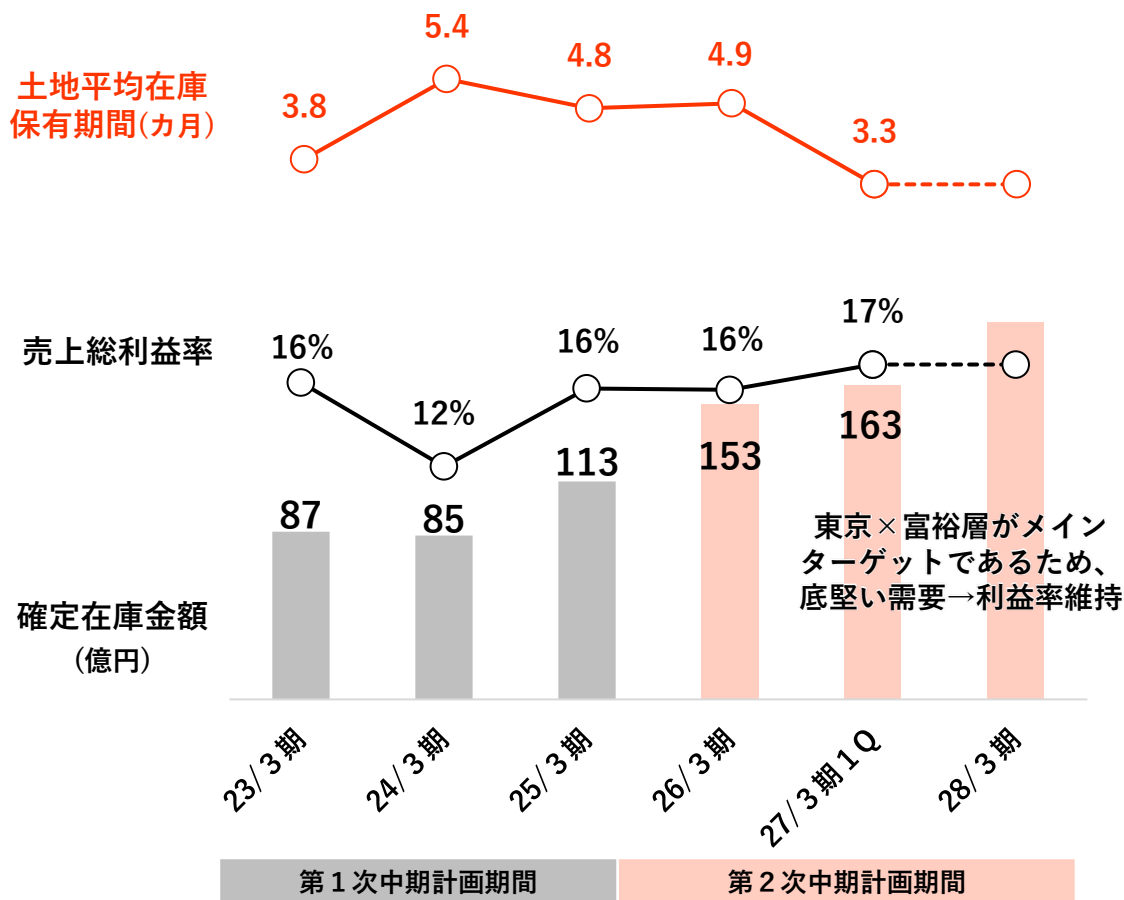
売上総利益	AI活用による仕入精度向上に加えて、メインエリアにおける富裕層の底堅い住宅需要が物件販売利益を押し上げ。
人件費・採用費	採用活動は積極的に継続。中途採用と新卒採用両面で実施。年間では増加する見込み。
支払手数料	売上構成と連動して仕入コストは増加するが、販売面で自社販売比率が向上し、コストを圧縮。
広告宣伝費	自社メディアからの集客が伸長。ネット集客による成約顧客の約50%が自社メディア経由（当社の強み）。集客数の増加に比してコストは抑えられており、販管費の圧縮に貢献。
その他販管費	販管費全体として計画範囲内で増加。

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

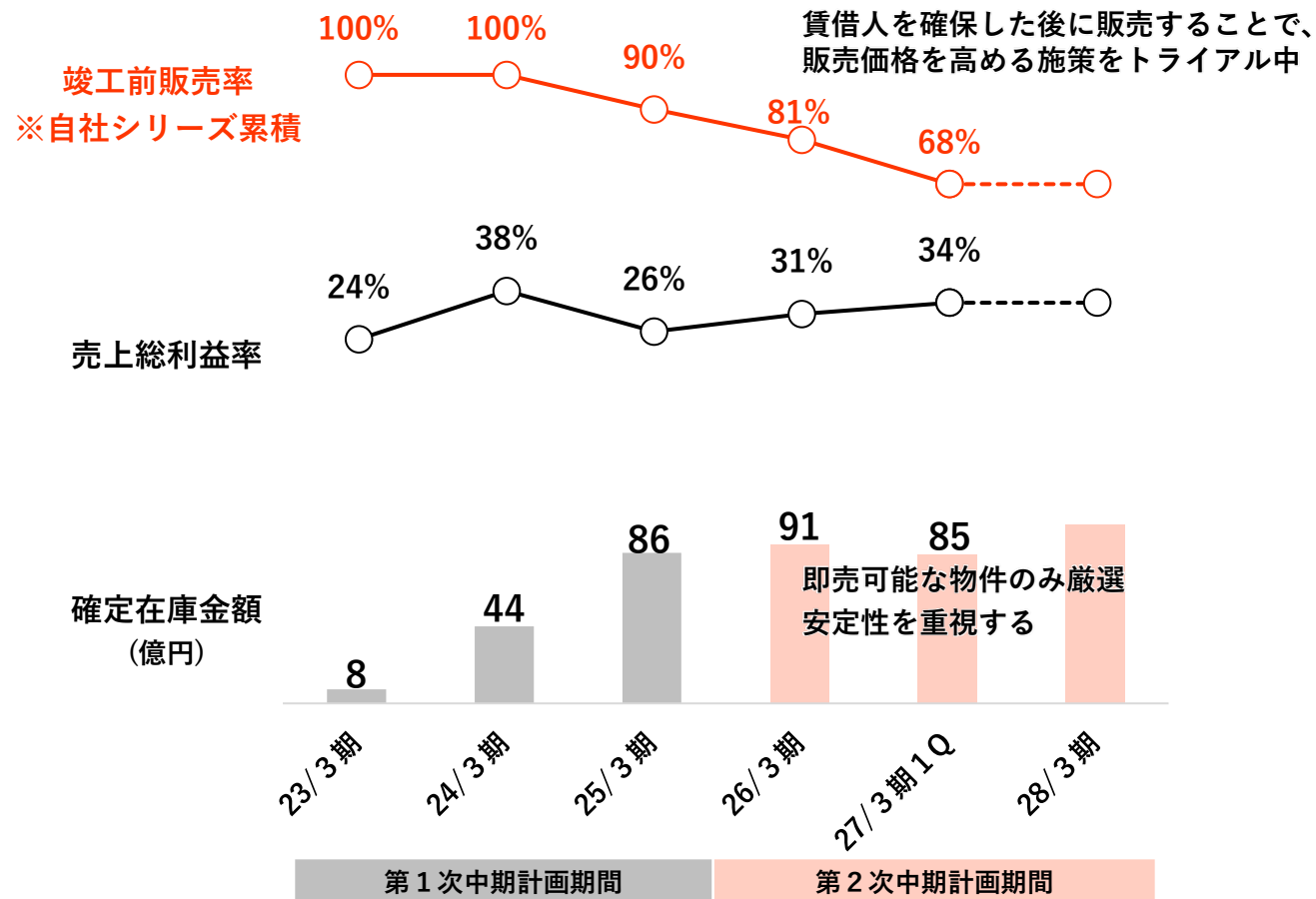
当社事業のKPI（在庫の健全性指標）

目利き力・厳選仕入によって、在庫の質と回転スピードを磨き込み、利益率を向上

【住宅用不動産事業】



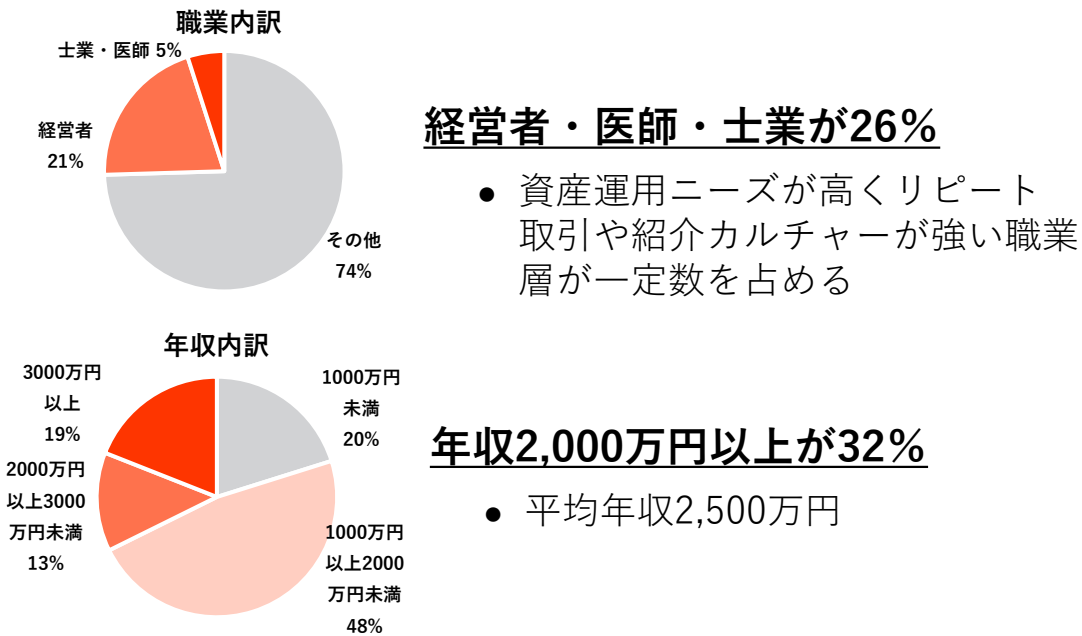
【収益用不動産事業】



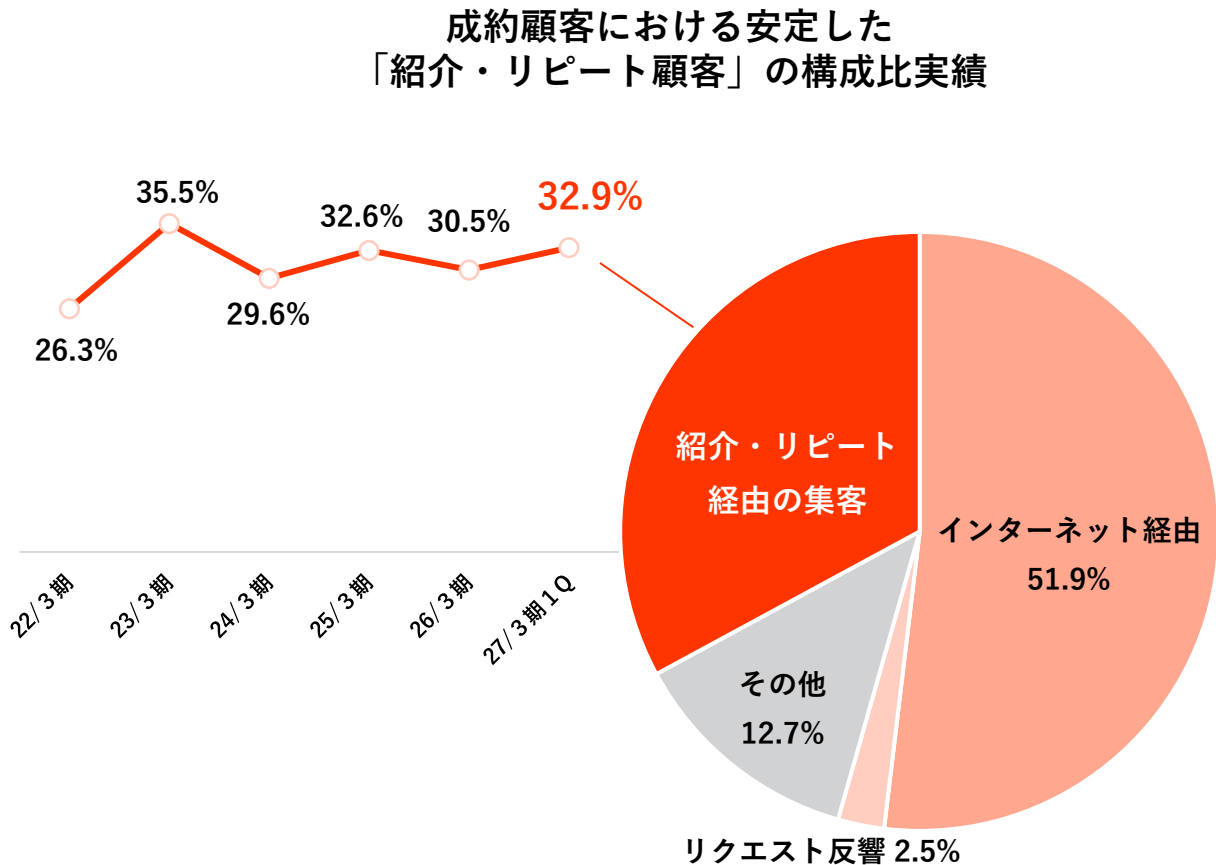
当社の経営資源：顧客アセット×信頼経済圏における知名度

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が最適化

顧客属性データ



紹介・リピート率



販売実績

販売平均額

1.7億円

東京エリア 市場平均 0.4億円

販売平均面積

144m²

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。
・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。

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 1 Q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	70.2億円 同期比：+ 46.0%
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	4.3億円 同期比：▲ 69.7%



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

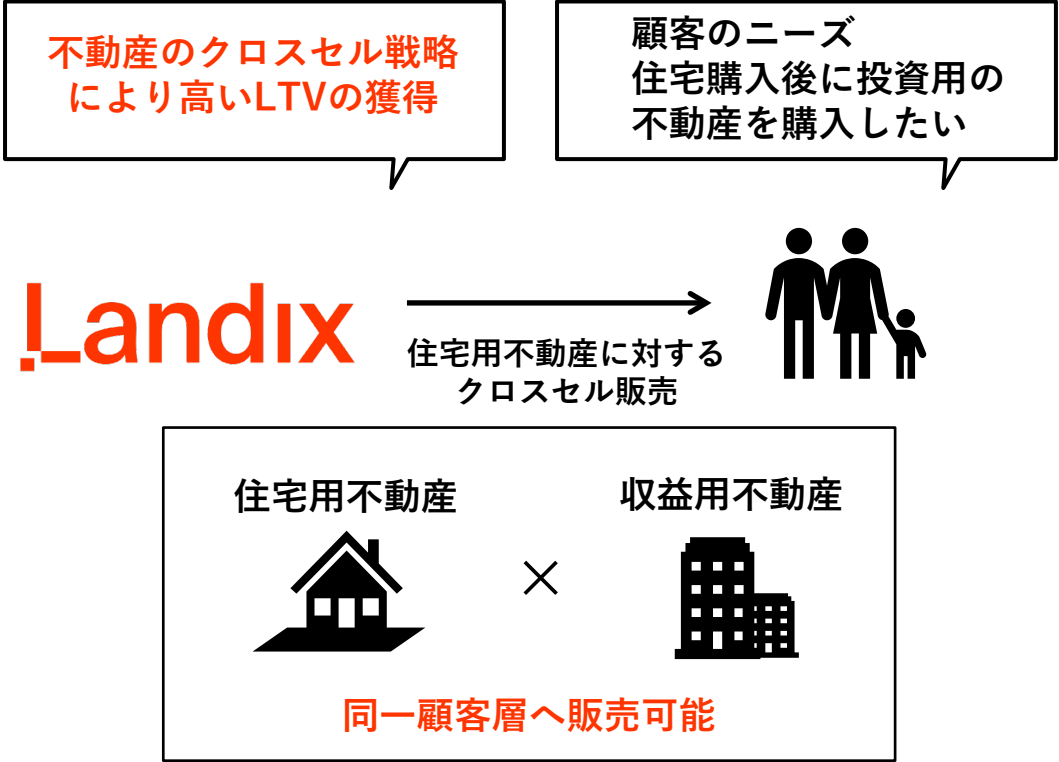
23/3期以降に当社独自でシリーズ化した富裕層向けデザインレジデンス（STRIPES）は、引き合いの強い状況が続いており、販売が好調となっている。富裕層顧客データ分析により、デザインを体系化したもので、再現性の高さが強み。当社の収益用不動産事業においては

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1Q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	16.8億円
不動産販売収入における構成比	24.1%	13.6%	10.5%	21.5%	21.9%



・ 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

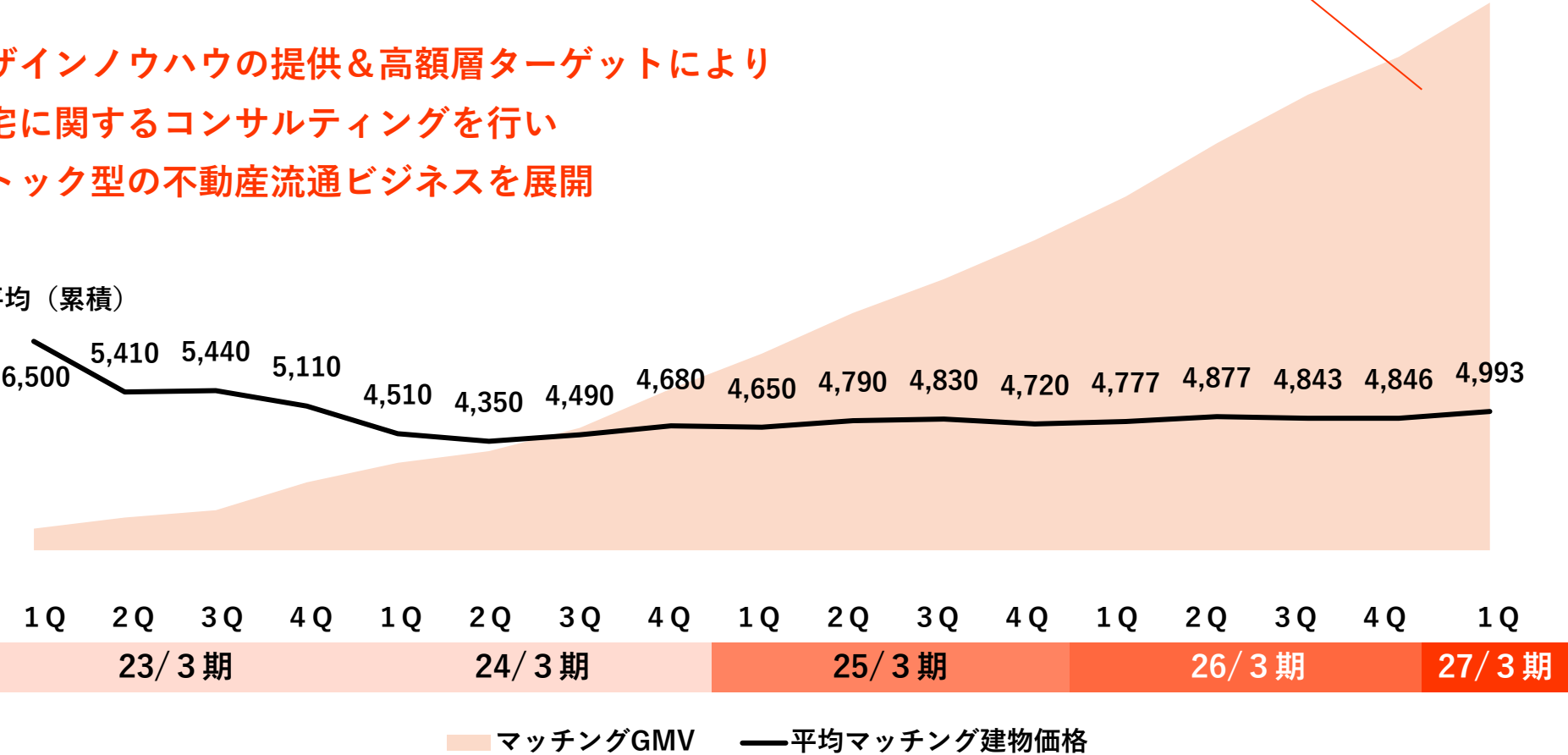
当社の独自サービスとして成長を継続

27/3期1Q時点の
建物取扱高累計

約 **98.3** 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

マッチング建物価格平均（累積）
（単位：万円）

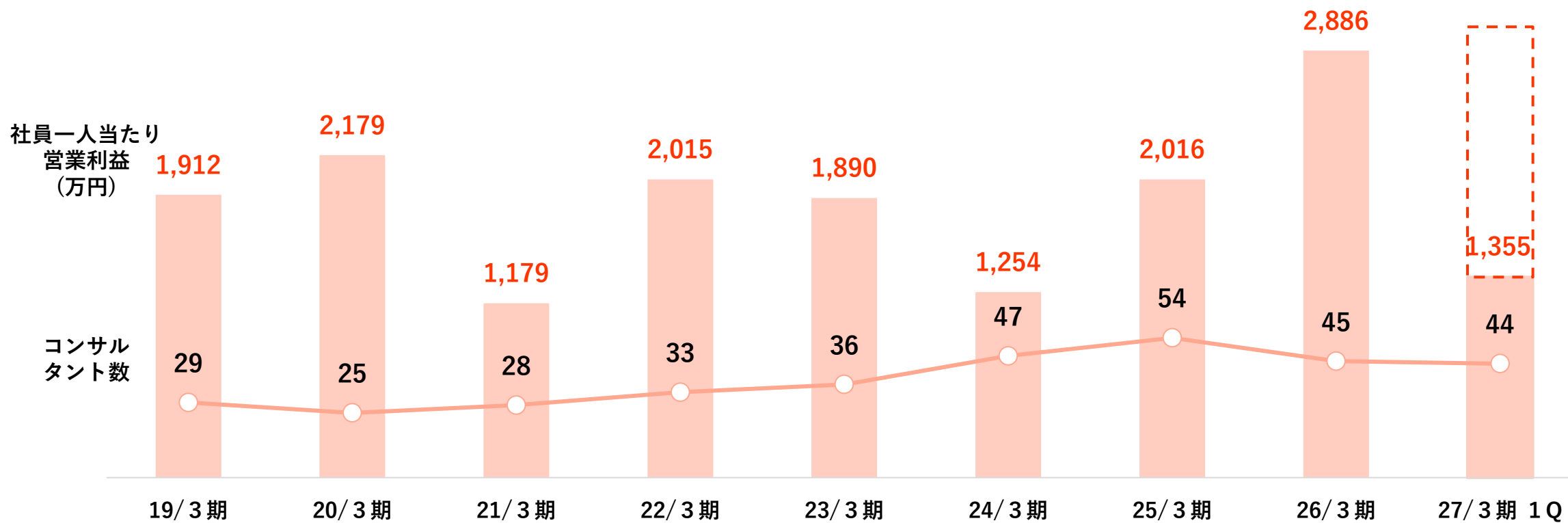


・ マatching GMVは、当社の建築会社マatchingサービスによって請負が成立した建物金額の取扱高であり、当社の売上とは異なります。

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

社員一人当たり営業利益 推移（コンサルタント数 推移）



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
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
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
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
収益	972	0	109	1,027	1	250	428	1,319	3,302	0	1,490	0	1,680
仲介手数料等	136	159	115	186	171	221	331	301	266	262	257	289	412
賃貸・その他	32	31	30	32	32	40	37	40	36	34	30	55	59
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
販売費及び一般管理費	461	475	445	519	510	523	492	592	619	601	574	644	609
営業利益	367	348	▲64	628	121	768	472	896	1,039	947	666	348	1,436
経常利益	351	321	▲89	601	94	731	433	853	988	888	613	288	1,354
当期純利益	257	209	▲62	385	57	477	286	582	643	572	401	233	862

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
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
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
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
収益	972	972	1,082	2,109	1	251	680	1,999	3,302	3,303	4,794	4,794	1,680
仲介手数料等	136	296	412	599	171	393	724	1,025	266	529	786	1,076	412
賃貸・その他	32	63	94	126	32	72	110	151	36	70	101	156	59
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
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
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
経常利益	351	672	583	1,185	94	825	1,259	2,112	988	1,877	2,491	2,779	1,354
当期純利益	257	466	404	790	57	535	822	1,404	643	1,215	1,616	1,850	862

	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
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
確定在庫（億円）	100	138	154	130	167	173	192	200	218	207	266	255	259
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%
城南エリア 販売額（億円）	33	41	16	46	25	47	19	56	48	50	45	48	70
城南除く23区 販売額（億円）	3	4	5	8	10	6	13	9	14	8	1	4	4
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%
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
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
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
役員含む社員数（名）	112	113	111	110	122	121	122	123	135	130	124	115	117

＊1 集計期間全体における累計で算定しております。

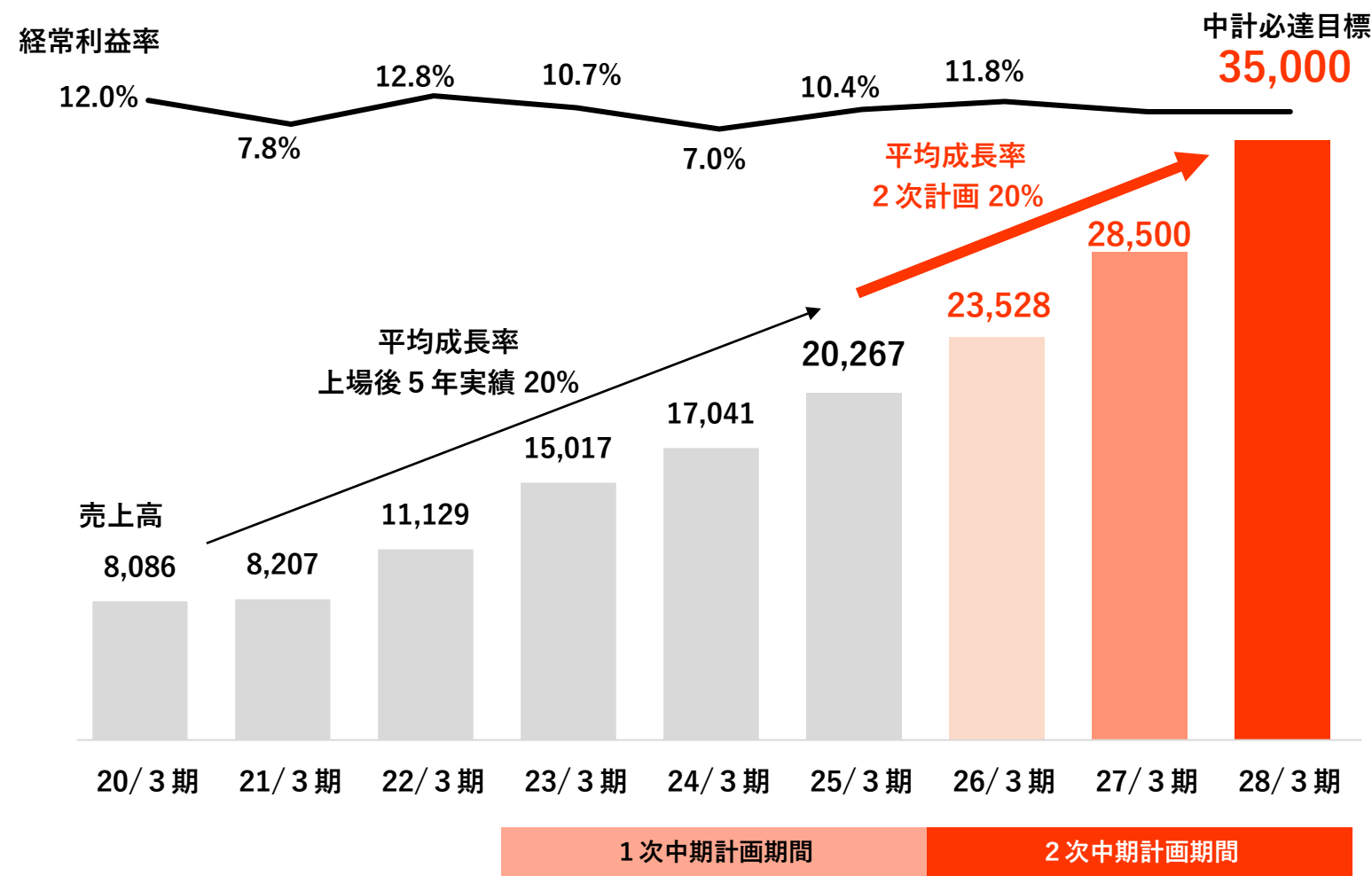
1. 1Q決算概要
2. 事業KPIの進捗
- 3. ビジネスモデルと参考情報**

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

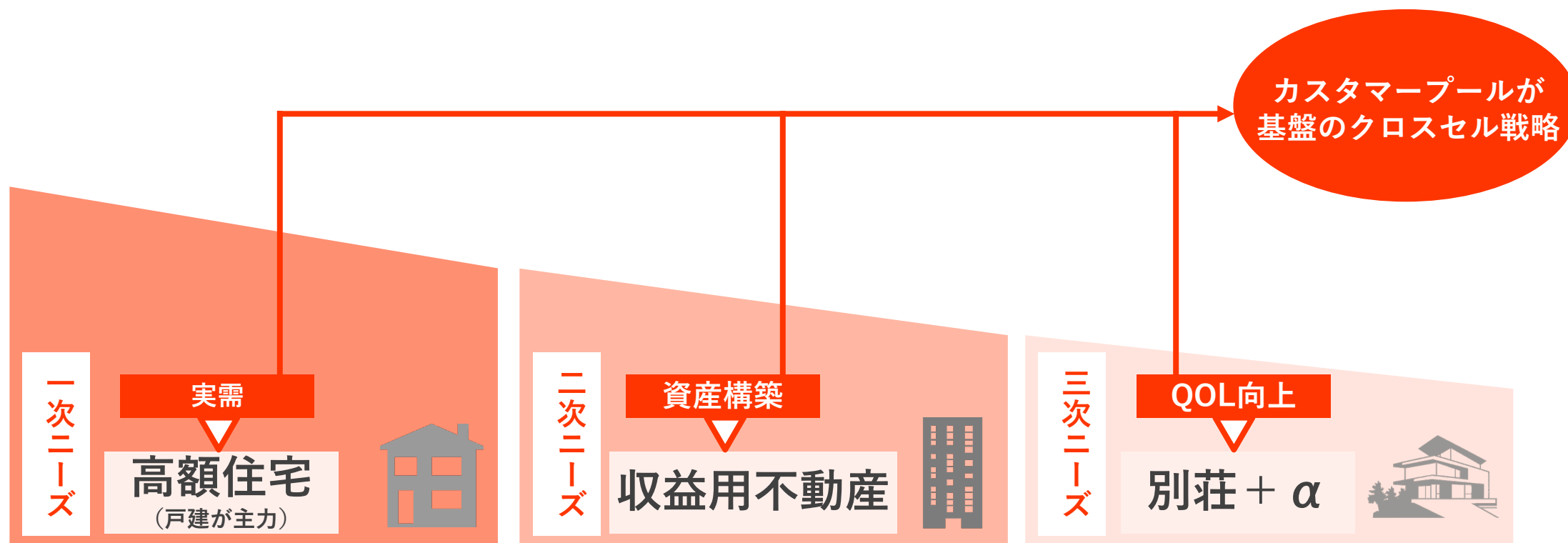
第2次中計は初年度好調・2年目も順調な進捗で、28/3期目標達成へ前進



第2次中期経営計画
28/3期目標値

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

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。

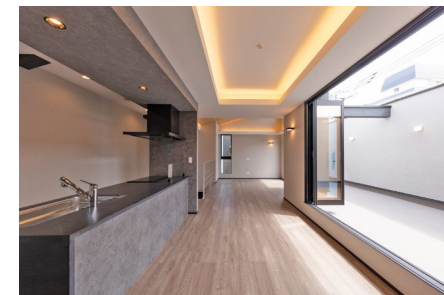
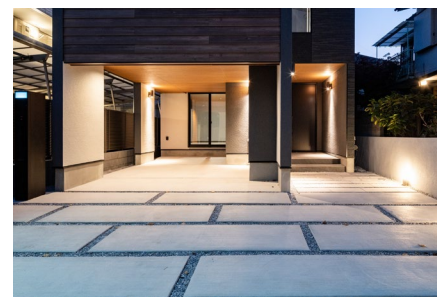
全成約の30%以上がお客様やパートナー企業からの紹介により成り立っており、安定した収益を生み出しています。

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

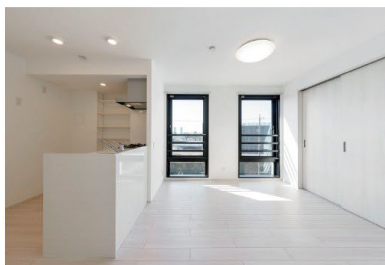
STRIPES

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

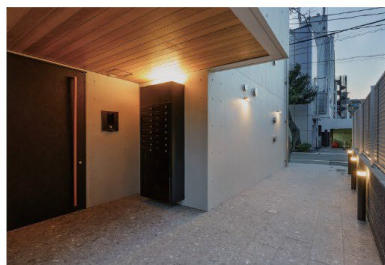
1 若手世代&働く女性に 城南エリアの住環境を提供

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ヵ月以内に満室契約となった。



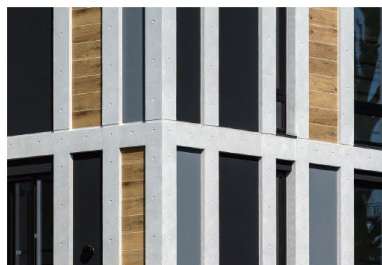
2 賃貸住宅でも 「人を呼びたい」住まい

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件が竣工済みであり、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、人を呼びたい家を目指して。



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。

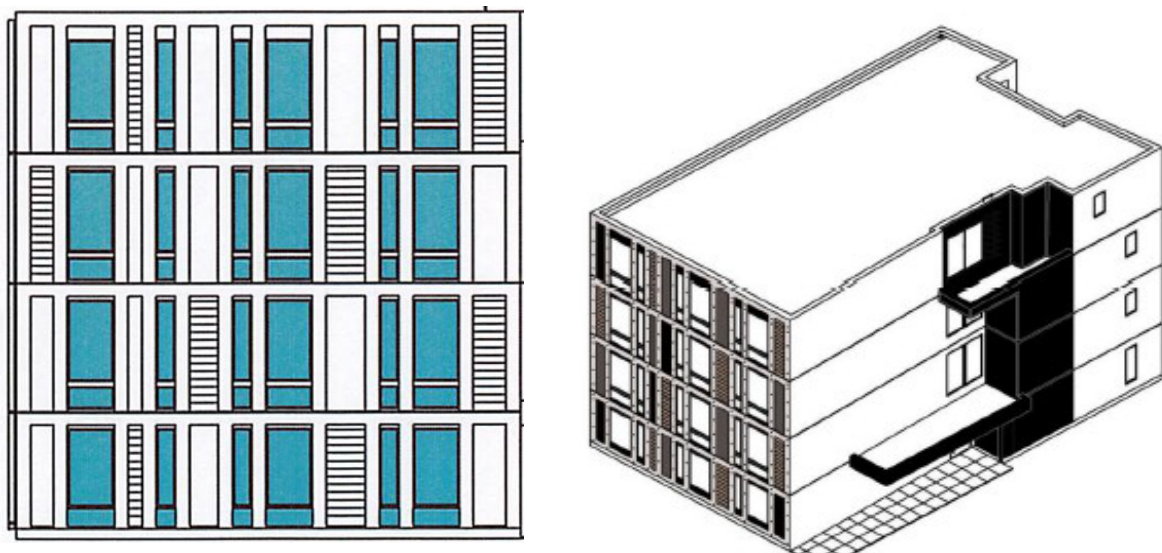
STRIPES（ストライプス）サイト

<https://stripes-grande.jp/>

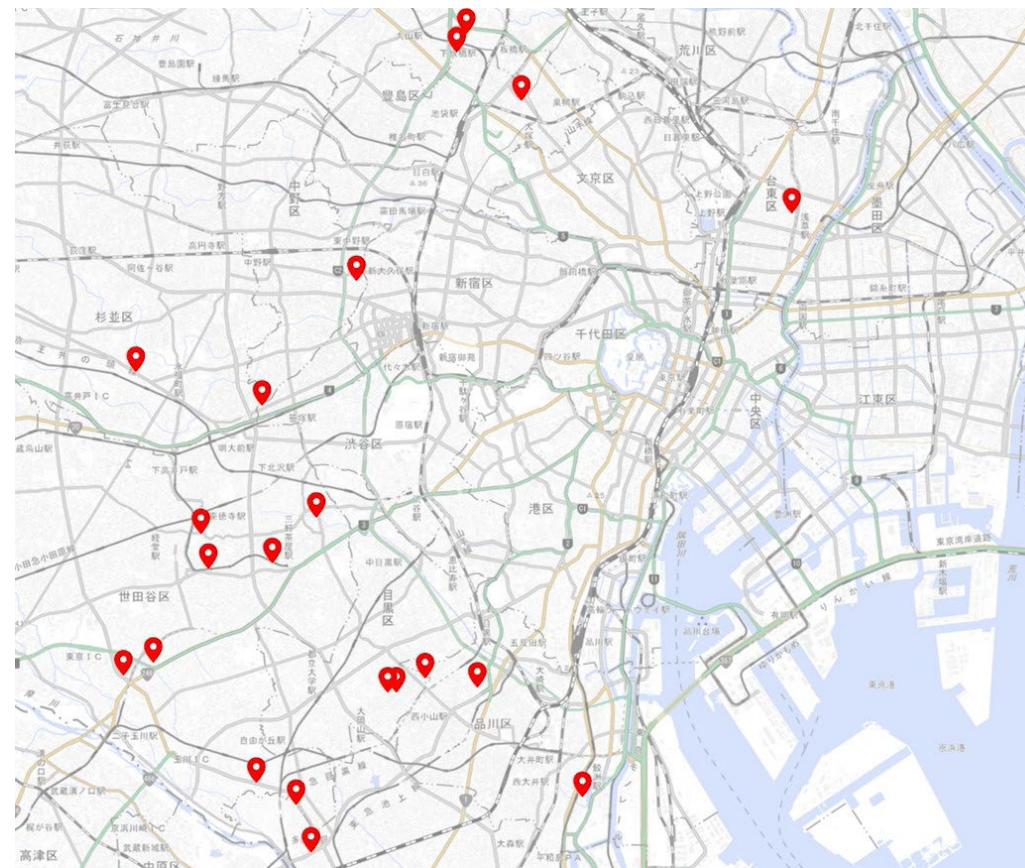


1 棟収益用不動産シリーズSTRIPES（ストライプス）

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件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

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



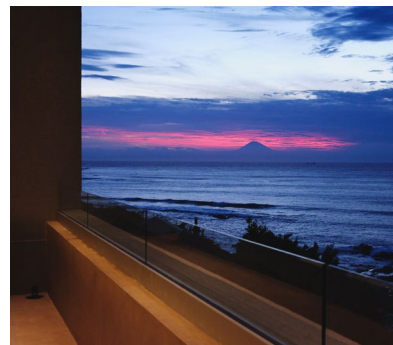
THE THIRD PLACE

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。

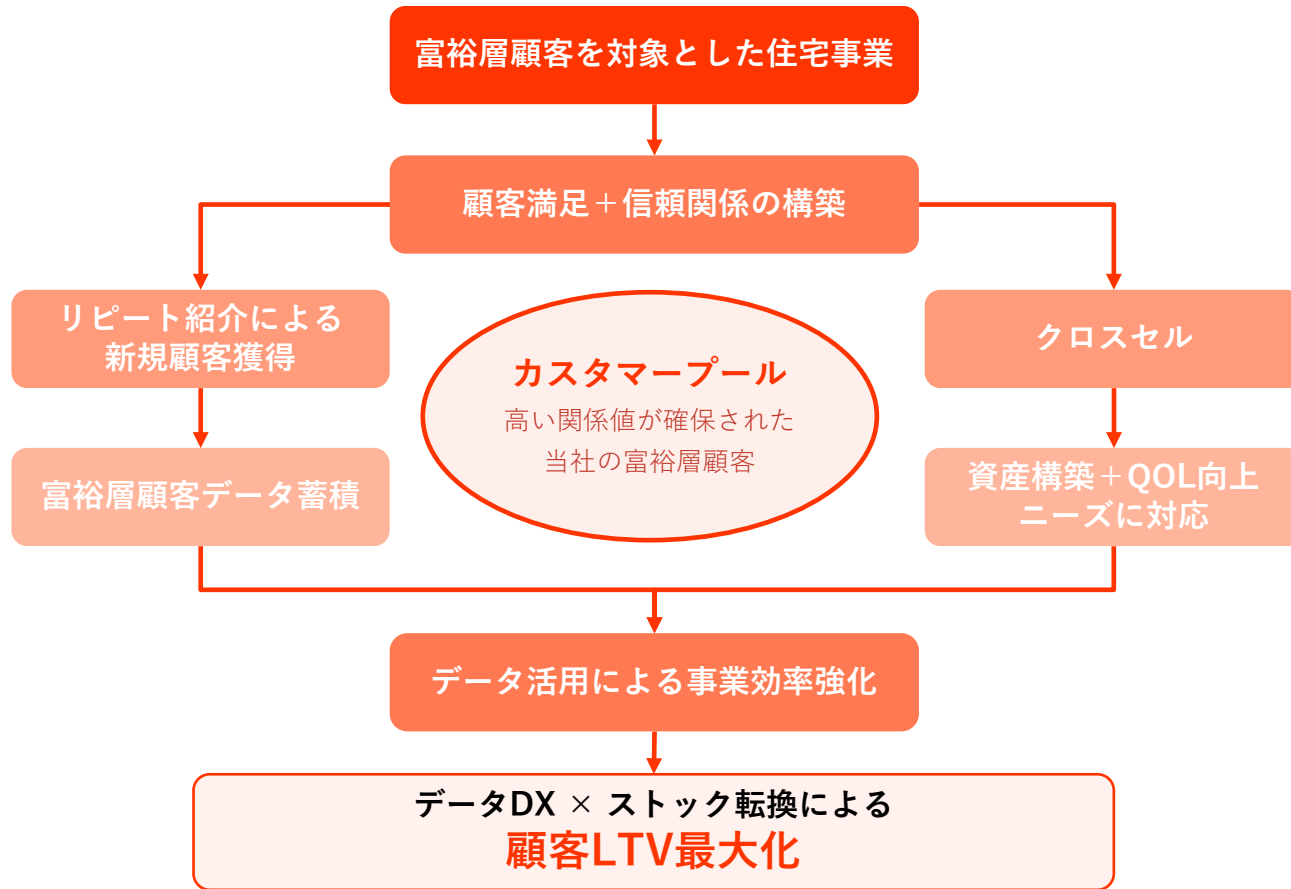
都心部から約90分でアクセス可能な、富裕層に人気のオーシャンリゾートエリアに立地。

敷地と海の上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、顧客満足度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

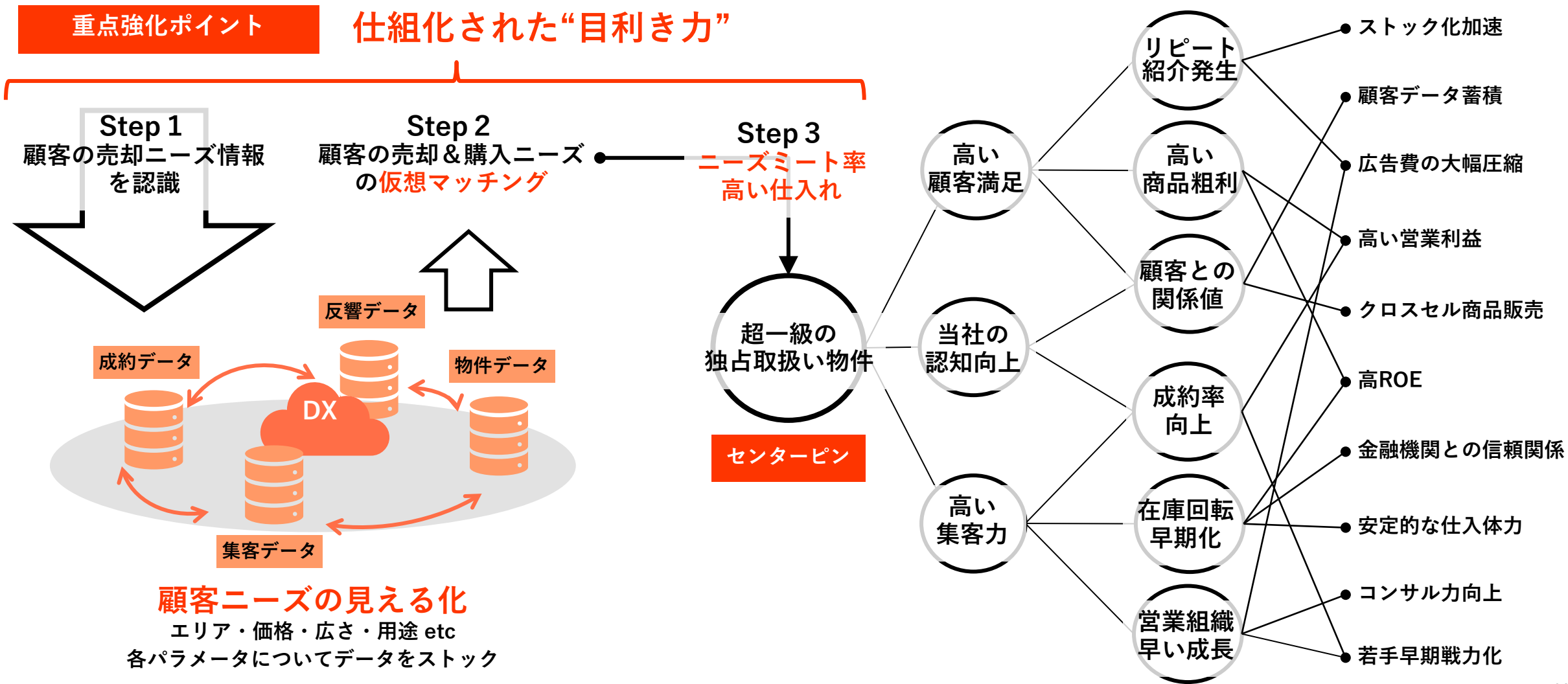
既存顧客から紹介・リピート・クロスセルを得て、取引データが継続的に蓄積する

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



(参考) 累進配当による株主還元の強化

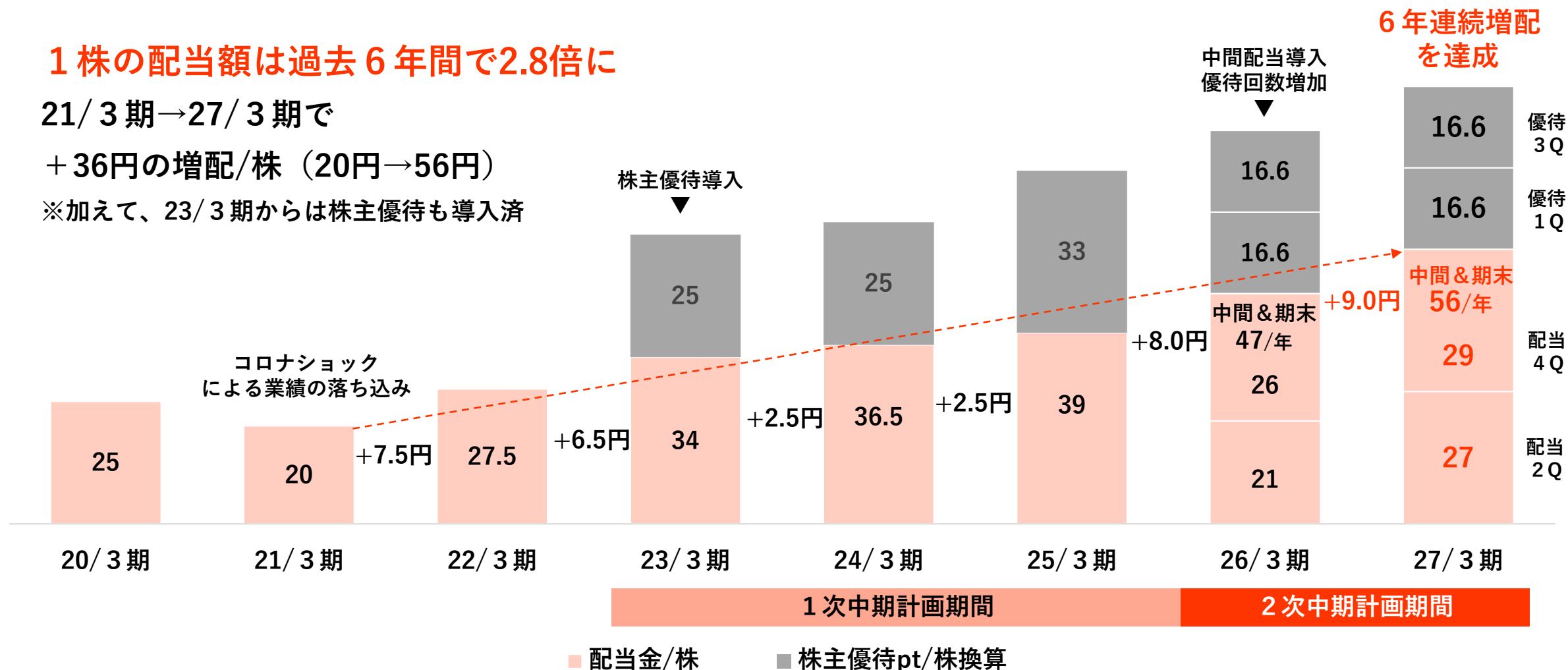
27/3期も累進配当方針に則って還元拡大し対前期+9円の増配

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。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 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	501百万円
代 表 取 締 役	岡田 和也
社 員 数 （ 連 結 ）	117名（2026年 6 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>