



平成 30 年 11 月 8 日

各 位

会 社 名 株式会社ティア
代表者名 代表取締役社長 富安 徳久
(コード：2485 東証第一部・名証第一部)
問合せ先 専務取締役 辻 耕平
経営企画室長
(TEL 052-918-8254)

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社グループは、2019年9月期から2021年9月期の三カ年を対象とする中期経営計画を下記の通り策定しましたので、お知らせいたします。

なお、当社グループは、経営環境の変化等に対応すべく中期経営計画を公表し（平成 27 年 11 月 9 日公表）、以降はローリング方式により毎年度改定してまいりました。今回、公表いたしました中期経営計画は、これまでの計画をブラッシュアップし、新たな経営方針の基に策定しております。

記

1. 中期経営計画策定の背景

当社グループは「日本で一番『ありがとう』と言われる葬儀社」を目指し、1997年に創業いたしました。翌年には名古屋市内に1号店となる「ティア中川」を開設し、その後も中部地区で積極的なドミナント出店を行うと共に、関東地区・関西地区への進出やフランチャイズによる多店舗化を推進してまいりました。これにより2018年9月末現在、直営・フランチャイズ合計で102店を展開しております。

また、創業当時より一貫して葬儀価格の透明性に努めており、当社独自の会員制度「ティアの会」を中心に、明瞭な価格体系による葬儀を提供しております。さらに、葬儀に関する知識や技術的な教育のみならず、ビジネスマナーや徳育的な観点による人材教育を積極的に手掛け、サービス業としての質的向上にも努めてまいりました。

当社グループを取り巻く事業環境につきましては、人口動態を背景に葬儀に関する需要は増加傾向で推移すると予想されております。一方で、葬儀業界の新たな潮流として、少子化による親族の減少、死亡年齢の高齢化等を背景に、儀式の簡素化と葬儀の小規模化が進行しております。

かかる環境下、当社グループは中長期目標であります会館数 200 店体制の実現とその後の持続的な成長を目指すべく、中部地区で新規出店を加速し経営基盤の更なる強化を図る

と共に、関東地区、関西地区での収益化と出店を加速する体制を整備する局面であると判断しております。また、直営・フランチャイズによる中長期の出店方針に加え、「外部環境の変化に伴う課題の認識と対応方針」「内部体制の更なる強化と中長期を見据えた施策」「計画的な人材確保と教育体制の充実により強い組織集団の実現」を推進していかねばなりません。さらに、企業価値を高め、株主共同の利益を確保・向上させる取り組みも必要であると判断しております。

2. 中期経営計画について

そこで、当社グループといたしましては、「オンリーワンブランド“ティア”」のスローガンのもと、2021年9月期を最終年度とする中期経営計画を策定し、「1. 直営会館と葬儀相談サロンの出店加速とフランチャイズにおける計画的な出店」「2. 既存会館のユーザビリティの向上とWEBマーケティングの強化」「3. 葬儀付帯業務の更なる内製化とM&Aに係る基準の明確化」「4. 計画的な人材確保と教育体制の強化」の4項目のテーマを推進してまいります。

計画最終年度となります2021年9月期は、直営会館の葬儀件数12,738件、売上高146億円、経常利益13億円を計画しております。

※中期経営計画の詳細につきましては、「別紙 中期経営計画の主な取り組み」をご参照ください。

3. 数値計画

(単位：百万円)	2018年9月期	2019年9月期	2020年9月期	2021年9月期
	連結業績	(連結業績予想)	(2年目計画)	(3年目計画)
葬儀件数（直営・件）	10,248	10,877	11,802	12,738
売上高	12,311	12,885	13,755	14,600
営業利益	1,323	1,100	1,210	1,370
経常利益	1,300	1,060	1,205	1,370
親会社株主に帰属する当期純利益	896	700	795	900
設備投資	646	1,140	902	812

数値計画につきましては、2018年9月期の業績動向を勘案し2019年9月期の連結業績予想を策定し、同年を計画初年度として三カ年計画を策定しております。

売上計画におきましては、2019年9月期連結業績予想の前提条件を計画初年度とし、二年目以降は、既存店を業績予想同額としたうえで、新店稼働に伴う増収効果を見込んでおります。

経費見通しにつきましては、2019年9月期連結業績予想の前提条件を計画初年度とし、二年目以降の計画は、既存店を業績予想同額としたうえで、新店稼働に伴う経費の増加及び新卒の採用計画、広告宣伝費の増額等を見込んでおります。

以上

中期経営計画の主な取り組み

1. 直営会館と葬儀相談サロンの出店加速とフランチャイズにおける計画的な出店

・ドミナント戦略

当社グループの中長期目標であります会館数 200 店体制とその後の持続的な成長の実現に向けて、中部地区では新規出店を加速し経営基盤の更なる強化を図り、関東地区では収益化と出店を加速する体制の整備、関西地区では葬儀受注導線の多様化により既存会館の成長に取り組んでまいります。

・フランチャイズ戦略

新たなフランチャイズモデルの開発により、新規・既存クライアントの計画的な出店を推進すると共に、スーパーバイジング機能の向上と F C 本部のバックアップにより、フランチャイズ会館の更なる成長を目指してまいります。

【出店計画】

	2019 年 9 月期予想	2020 年 9 月期計画	2021 年 9 月期計画
直 営 出 店	7 店	7 店	6 店
葬儀相談サロン	3 店	3 店	3 店
直 営 合 計	67 店	77 店	86 店
F C 出 店	7 店	7 店	7 店
F C 合 計	52 店	59 店	66 店
期 末 会 館 数	119 店	136 店	152 店

2. 既存会館のユーザビリティの向上とWEBマーケティングの強化

・営業戦略

葬儀ニーズの多様化や葬祭規模の縮小に対応すべく、既存設備の充実や既存会館の計画的な改修を実施し、ユーザビリティの向上に努めてまいります。また、創業から 20 年以上が経過し、契約満了となる会館も増えることから、契約更新に係るマネジメント体制の構築にも取り組んでまいります。

【改修計画】

	2019 年 9 月期予想	2020 年 9 月期計画	2021 年 9 月期計画
既 存 会 館	2 店	2 店	2 店

・ブランド戦略

WEBサイトから会員獲得、葬儀受注の増加を図るべく、当社グループのホームページのリニューアルとWEBマーケティングの強化に取り組んでまいります。また、PR・IR活動におきましても継続的に実施し、中部地区・関東地区・関西地

区のみならず、日本全国を対象に当社グループの知名度と認知度の向上に努めてまいります。

【IR活動予定】

	2019年9月期予想	2020年9月期計画	2021年9月期計画
個人投資家向け説明会	20回以上	20回以上	20回以上

3. 葬儀付帯業務の更なる内製化とM&Aに係る基準の明確化

・商品戦略

葬儀付帯業務の更なる内製化を推進すべく、車両業務にかかる人材・設備の拡充、湯灌サービスの内製化比率の向上、セレモニーアシスタントの社内派遣、生花事業の立ち上げと運用拡大等に取り組んでまいります。また、葬儀付帯品を会館へ配送する物流センターの効率化にも努めてまいります。

【商品原価低減見通し】

	2019年9月期予想	2020年9月期計画	2021年9月期計画
商品原価率の低減	△1.0ポイント	N/A	N/A

・M&A戦略

M&Aに関する定量的な基準を明確化することで、買収案件に対する検討プロセスの迅速化を図ってまいります。また、中部地区に次ぐ第2の成長市場を開拓すべく情報収集にも努めてまいります。

4. 計画的な人材確保と教育体制の強化

・人材戦略

中長期目標 200店体制の実現を目指すには、人材の確保・育成をこれまで以上に取り組む必要があると判断しております。そこで、PDCAサイクルに則った新卒採用プログラムを実践すると共に、新入社員の早期育成を目指した新卒教育プログラムを運用してまいります。また、既存社員に対しても施行品質の基準を設けた研修や、管理職に必要なスキルを習得する研修等を行ってまいります。さらに、人材教育を担うティアアカデミーの機能強化を図るべく、「ティア・ヒューマンリソース・センター：THRC」と称する研修に特化した施設を開設いたします。

【新卒採用計画】

	2019年9月期予想	2020年9月期計画	2021年9月期計画
採用計画	40人	40人	20人

以上