

Company Information

会社情報



株式会社 ティア
(証券コード 2485)

上 場 市 場	東証第一部、名証第一部
株式の売買単位	100株
設 立	1997年7月
本 社	〒462-0841 名古屋市北区黒川本通3丁目35番地1 電話 052-918-8200 FAX 052-918-8600
U R L	http:// www.tear.co.jp/
資 本 金	1,159百万円 (2016年3月末現在)
発行済株式数	20,167,200株 (2016年3月末現在)
事 業 所	葬儀会館ティア82店舗 (直営44店舗、FC38店舗) (2016年5月9日現在)
従 業 員 数	352名 (2016年3月末現在)
単 元 株 主 数	10,163名 (2016年3月末現在)



葬儀会館 ティア

事業内容

当社は、名古屋市内を中心に中部、関東、関西地区で葬儀会館をドミナント展開し、さらに、これまでのノウハウを活かした葬儀会館運営のFC事業も手掛けております。業界でいち早く葬儀価格を完全開示し、知識・技術と心の両面から人財教育に取り組むことで、お客様の安心・納得を提供しております。人生を終えられた節目を、私達が共に過ごさせて頂くことを心に刻み、故人様への感謝の気持ちを込めた葬儀となるよう、その決意を込め「最初の、ありがとう。」をスローガンとするコーポレートメッセージを定めております。

沿革

1997年	7月 葬祭施行を目的として株式会社ティア設立
1998年	1月 葬儀会館ティアの1号店となる「ティア中川」オープン
2001年	2月 5号店となる葬儀会館「ティア緑」オープン
2002年	7月 10号店となる葬儀会館「ティア相生山」オープン 名古屋市北区黒川本通へ本社を移転
	10月 名古屋市内初となる葬儀会館「ティア西枇杷島」オープン
2003年	8月 15号店となる葬儀会館「ティア甚目寺」オープン
2004年	10月 葬祭フランチャイズ事業を開始
2006年	3月 大阪府進出1号店となる「ティア門真」オープン 6月 名古屋証券取引所セントレックスに株式を上場 7月 事業譲受により、20号店「ティア豊橋」オープン 9月 名古屋証券取引所市場第二部へ上場市場を変更
2008年	10月 30号店となる葬儀会館「ティア岡崎中央」オープン
2011年	9月 関東進出1号店となる葬儀会館「ティア越谷」オープン
2012年	9月 東京証券取引所市場第二部に上場
2013年	6月 東京証券取引所市場第一部、名古屋証券取引所市場第一部に上場
2014年	6月 東京証券取引所市場第一部、名古屋証券取引所市場第一部に上場 11月 40号店となる葬儀会館「ティア滝ノ水」オープン

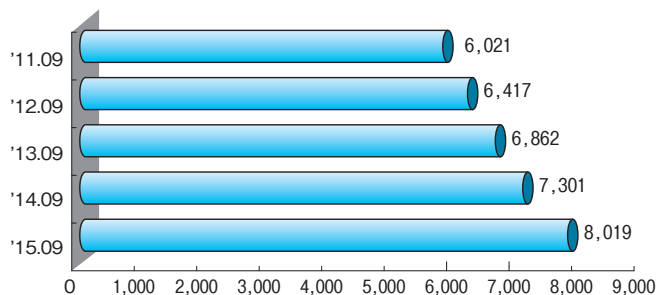
業績

■ 個 別

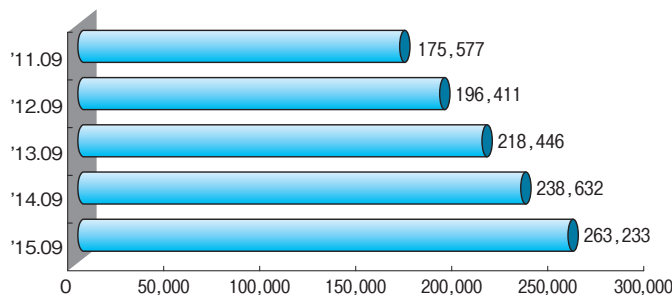
決 算 期 (西暦)	売 上 高 (百万円)	営 業 利 益 (百万円)	経 常 利 益 (百万円)	当 期 純 利 益 (百万円)	1 株 当 期 純 利 益 (円)	1 株 配 当 金 (円)
2014年9月	9,527	992	925	548	30.07円	12.00円
2015年9月	10,205	1,077	1,022	652	32.96円	6.00円
2016年9月(予)	10,800	1,085	1,050	690	34.22円	6.00円

※2014年10月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を行っております。
※「1株配当金」は株式分割の影響は考慮せず、実際の配当金の額を記載しております。

■ 葬儀件数 (単位 件)



■ 「ティアの会」会員数 (単位 人)



トップ が語る

株式会社ティア 代表取締役社長
とみ やす のり ひさ

富 安 徳 久 ●Nori-hisa Tomiyasu

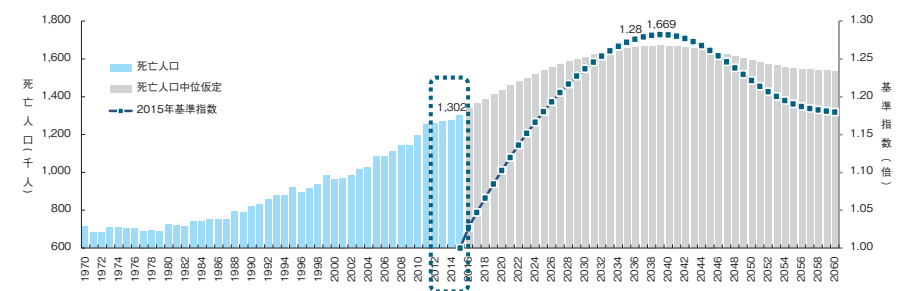


「当社の現状と将来展望について」

● 業 界 環 境

葬儀に関する需要は、人口動態を背景に増加し、2040年には現在の1.3倍の水準に達するといわれております。葬儀業界の市場規模は1兆7000億円といわれており、今後も緩やかではありますが、市場規模は拡大すると予測されております。
一方、「核家族化」「高齢化」「地域社会との関係希薄化」等を背景に、葬儀の小規模化が進行しております。また、最近では近親者を中心とした「家族葬」や通夜・葬儀を省略した「葬送」等、葬儀形態が多様化しており、これにより葬儀単価の下落傾向が続いております。

【死亡人口・予測の推移】



人口動態や社会構造の変化を背景に、葬儀に対する社会的な注目は高まりつつあります。2011年には経済産業省が「安心と信頼のある『ライフエンディング・ステージ』の創出に向けての報告書」を公表したのに加え、各種メディアにおいても「ライフエンド」に関し多くの情報が発信されております。今後も、行政やメディアの啓蒙活動は活発化するものと予想されます。

● 戦 略 の 基 本 方 針

当社は「①徹底した人財教育によるサービスの向上」「②明瞭な価格体系による葬儀費用の明瞭化」「③ドミナント出店による利便性向上」を戦略の基本方針としております。

①サービス

葬儀施行技術のみならず徳育的な観点を重視した「命」「心」の教育に加え、究極のサービス業として果たすべき使命についても徹底的に教育。

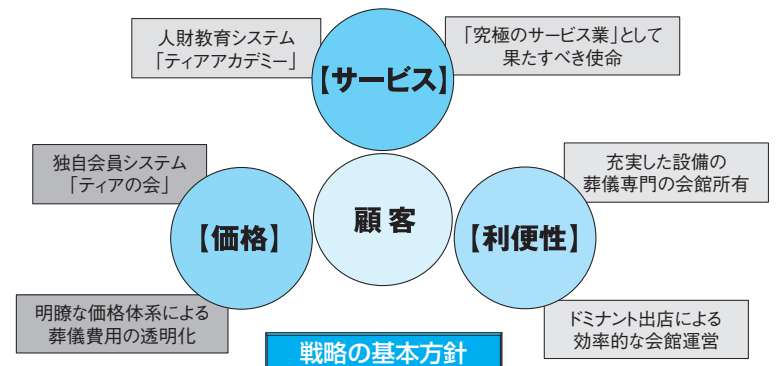
②価格

入会金のみで葬儀に関する様々な特典が受けられる独自の会員制度。また、生前見積り等を通じた葬儀費用の明瞭化・透明化を積極的に推進。

③利便性

利用者のニーズに対応できる葬儀会館を所有。ドミナント出店により効率性を高めた運営を実現。

この戦略の基本方針を元に直営・FCによる積極的な出店を行い、徹底した差別化戦略を展開しております。



● 中 期 経 営 計 画

当社は中長期目標であります会館数200店体制の実現を目指すべく、中部地区での経営基盤を強化し、関東地区、関西地区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。

そこで、当社といたしましては、「オンリーワンブランド“ティア”」のスローガンのもと、2018年9月期を最終年度とする中期経営計画を策定し、「1. 利益成長を持続させつつ継続的な会館出店とフランチャイズ事業の業容拡大」「2. 業界環境の変化に対応した営業施策とブランド力の向上」「3. 戦略的な商品開発とM&A」「4. 中長期を見据えた人財の確保、育成」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2018年9月期は、直営会館の葬儀件数 9,564件、売上高 121億円、経常利益 12億円を計画しております。

また、自己資本比率 50%を目標とし経営の安定性を高めてまいります。

挑戦 全国制覇！ 育てる人財！ 築け信頼！ オンリーワンブランド “ティア”			
新規	3. 戦略的な商品開発とM&Aの推進 商品戦略：T・L・Cの機能拡大による商品調達の多様化や一部業務の内製化等により原価低減を推進 M&A戦略：M&Aを第3の成長エンジンと出来るように社内体制を整備	1. 利益成長を持続させつつ継続的な会館出店とフランチャイズ事業の業容拡大の推進 ドミナント戦略：関東地区、関西地区でのドミナント展開に向けて、中部地区で経営基盤の強化を図る FC戦略：神奈川県、茨城県への進出と早期の立ち上げを行うと共に、太平洋ベルトラインを重点開発エリアと位置づけ、新規クライアントの提案営業を推進	2. 業界環境の変化に対応した営業施策とブランド力の向上の推進 営業戦略：新サービスの開発と、コンタクトセンターにおけるユーザビリティの向上を図ると共に、既存会館の改装も計画的に実施 ブランド戦略：PR、IR活動を継続的に実施し、日本全国を対象として当社の知名度と認知度の向上に努める
	4. 中長期を見据えた人財の確保、育成の推進 人財戦略：中長期の計画に基づいた人財採用、人事処遇制度を整備、葬儀に関する専門的な知識を有する「マスターセラモニーディレクター」の育成		
既存			
【内部】		【外部】	

〈お問い合わせ先〉 株式会社ティア 経営企画室
電話番号：052-918-8254 (ダイヤルイン) FAX：052-918-8600
E-mail：ir-information@tear.co.jp

☆この会社情報の内容については、株式会社ティアの文責によって作成したものです。投資のご判断は、ご自身の責任でお願いいたします。