

最期の、ありがとう。

葬儀
会館

TEAR
ティア

株式会社ティア

(証券コード：2485)

代表取締役社長	富安 徳久
本社	名古屋市北区黒川本通3丁目35番地1
URL	http://www.tear.co.jp
資本金	1,159百万円 (2016年9月末現在)
従業員数	361名 (2016年9月末現在)
発行済株式数	20,167,200株 (2016年9月末現在)
上場市場	東証第一部、名証第一部
株式の売買単位	100株
単元株主数	14,927名 (2016年9月末現在)



葬儀会館 ティア

当社のプロフィール

①当社は、「日本で一番『ありがとう』と言われる葬儀社」を目指し、1997年7月に愛知県名古屋市で創業いたしました。直近の業績（2016年9月期）につきましては、売上高で105億円、経常利益は10億円、当期純利益は7億円であります。

②2006年6月に名古屋証券取引所セントレックスに株式公開し、2008年9月に名古屋証券取引所市場第二部に上場市場を変更いたしました。また、2013年6月に東京証券取引所市場第二部へ上場し、2014年6月には東京証券取引所、名古屋証券取引所の市場第一部にそれぞれ上場いたしました。

③創業した当時は、葬儀価格が一般的に開示されておらず、利用者は比較対象がないため、葬儀社が提案する価格のまま葬儀を行っておりました。この、業界の不透明な慣習を変えるために、「葬儀価格の完全開示」「適正な葬儀費用」を提唱し「ティア」を創業いたしました。

④当社は、顧客満足度の向上を図るために「徹底した人財教育によるサービスの向上」「明瞭な価格体系による葬儀費用の明確化」「ドミナント出店による利便性の向上」を戦略の基本方針とし、直営・フランチャイズ出店による徹底した差別化戦略を展開しております。

⑤葬儀専用会館「ティア」の展開の状況といたしましては、直営会館を47店、フランチャイズは事業会社10社が39店を展開し、これにより会館数は愛知県、岐阜県、三重県、大阪府、和歌山県、埼玉県、神奈川県、茨城県、東京都の1都1府7県に86店（2016年10月末現在）となりました。

⑥当社は、独自の会員システム「ティアの会」を設けております。これは月々の掛金や年会費などは一切不要であり、入会金のみで葬儀に関する様々な特典が受けられる会員制度であります。現在までの入会者数はのべ28万人を超えております。

沿革

1997年7月、愛知県名古屋市で創業。1998年1月、第1号となる葬儀会館「ティア中川（名古屋市中川区）」を開設。以来、名古屋市内を中心とした出店を進めながら、一貫して「葬儀価格の完全開示」と「適正な葬儀費用」を提唱。2004年10月、葬祭フランチャイズ事業を開始。2006年3月、第19号店となる「ティア門真（大阪府門真市）」開設により関西進出を果たす。同年6月、中部圏の葬祭企業として初めて、名証セントレックスへ上場。2008年9月には名証2部に市場変更。2012年9月、関東で初店舗となる「ティア越谷（埼玉県越谷市）」を開設。2013年6月、東証2部上場。同年8月、関東第2号店となる「ティア鳩ヶ谷（埼玉県川口市）」を開設。2014年6月、東証1部・名証1部上場。2015年9月期、売上高100億円を達成。2016年8月には、東京都内第1号店となる「葬儀相談サロン ティア日暮里（東京都荒川区）」を開設。

☆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。

業績の推移

(単位 百万円)	2012年 9月期	2013年 9月期	2014年 9月期	2015年 9月期	2016年 9月期	2017年 9月期予想
売上高	8,355	8,919	9,527	10,205	10,594	11,420
営業利益	869	939	992	1,077	1,094	1,175
経常利益	798	846	925	1,022	1,072	1,150
当期純利益	418	517	548	652	712	765
1株当たり 当期純利益(円)(※1)	22.97	28.38	30.07	32.96	35.31	37.94
1株当たり 配当金(円)(※2)	35.00	20.00	12.00	6.00	6.00	8.00

※1：2014年9月期以前の「1株当たり当期純利益」は、2014年10月末現在の発行済株式総数を基準に試算
 ※2：「1株当たり配当金」は株式分割の影響は考慮せず、実際の配当金の額を記載

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。

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。

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、ローリング方式により2019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2019年9月期は、直営会館の葬儀件数 10,260件、売上高 128億円、経常利益 13億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！ 輝け 創業20年！ 届け 感動施行！ 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	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
	4. 中長期を見据えた人財の確保、育成の推進	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
【既存】		
	【内部】	【外部】