

日本で一番「ありがとう」と言われる葬儀社を目指して



2022年9月期 第2四半期 決算説明会

2022年5月13日

代表取締役社長 富安 徳久

THRC
TEAR Human Resources Center

株式会社ティア

東証スタンダード/名証プレミア

証券コード 2485

ご案内：IR情報メール配信



メルマガ登録URL

<https://rims.tr.mufg.jp/?sn=2485>



- IR情報のメール配信サービスを実施しております。
- IRに関する適時開示情報やプレスリリース、トピックスを配信させていただきます。
- PR情報として、葬儀会館でのイベントやキャンペーン情報等も配信いたします。
- 是非、この機会にQRコードからご登録ください。

※このIR情報のメール配信は当社の情報を、三菱UFJ信託銀行証券代行部が運営しているIRメール配信サービスを利用して配信しています。

最期の、ありがとう。

葬儀
会館 **TEAR**
ティア

参列される方、お一人おひとり、それぞれが、故人様へさまざまな想いを抱かれています。
もう会うことのない寂しさ、叶えられなかった約束への心残り、頼るべき存在を失った悲しみ…。

そして、良かったこと、そうでなかったこと、
さまざまな思い出が、心の中をかけめぐるでしょう。

それでも、ティアは信じます。

たった一度しかない人生を終えられた人の一生を振り返るとき、そこに、ともに同じ時代を生き、
ともに過ごしてくれたことへの感謝の言葉がきっと
自然にこみ上げてくることを。

「ありがとう。」

参列されたすべての方々が、その、最期の想いをしっかりと伝えられるご葬儀とさせていただくことが、ティアの使命です。

そのために、ティアは、ご遺族のお話をていねいにお聞きすることからはじめます。そして、生前の故人様に想いをはせ、
ご遺族の望まれるかたち、故人様の最期にふさわしいご葬儀となるよう全力で取り組みます。

二度とない最期の大切な時間、悔いを残されることのないよう、私たち一人ひとりが、培ってきたすべての知識を活かし、
故人様を想う心をこめて、一つひとつのご葬儀を務めさせていただきます。

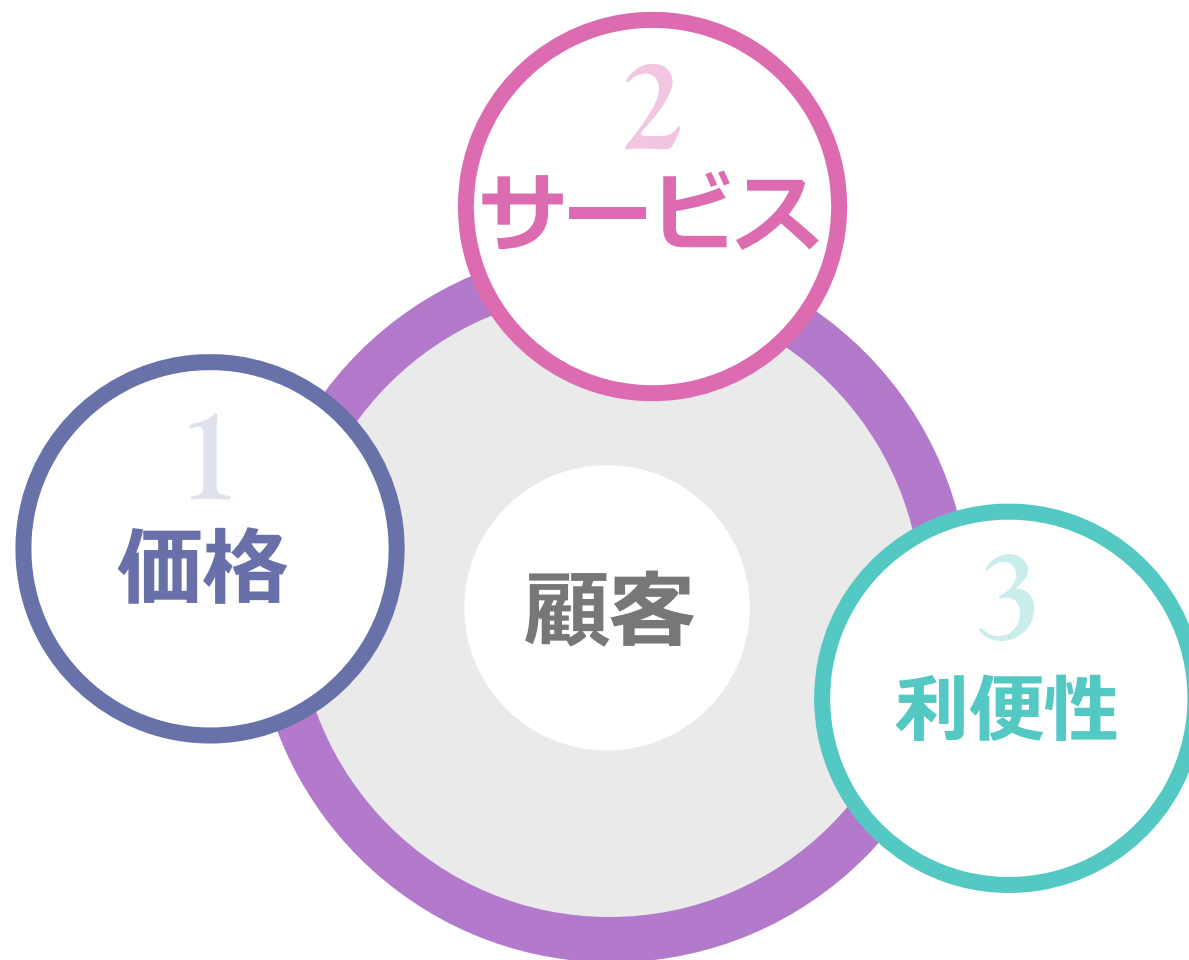
ティアの生涯スローガンと戦略の基本方針

ティアの生涯スローガン「日本で一番『ありがとう』と言われる葬儀社」の「ありがとう」には、3つの意味が込められています。一つめは故人様からの「今までありがとう」という感謝の想い。二つめはご遺族からの、故人様に対する感謝の想い。三つめは当社側が、ご縁あって出会ったご遺族から、葬儀を誠心誠意尽くすことによって言って頂ける、「ありがとう」の想いです。

その想いを実践するのがティアの**戦略の基本方針**です。葬儀費用の明確化を目指す**①価格戦略**、徹底した人財育成に支えられた**②サービス戦略**、そして利便性の追求を実現する**③ドミナント戦略**。さらに、これらの基本方針を**積極的なマーケティング活動**を通じた知名度向上が支えています。


これらを基礎に、徹底的にご遺族に尽くし、感謝と「ありがとう」を頂けるような葬儀の場面、最終的には心を込めてお別れができる場面を作り上げていきます。

<戦略の基本方針>



積極的なマーケティング活動

- 06 2022年9月期第2四半期連結決算の概要
- 17 2022年9月期連結業績予想の概要
- 24 業界環境の変化と中長期ビジョン
- 29 中期経営計画（2022年9月期～2024年9月期）
4つのテーマと8つの戦略
- 38 参考資料 企業概要、戦略の基本方針等



2022年9月期 第2四半期 連結決算の概要

2022年9月期第2四半期 決算ハイライト

- 2022年9月期第2四半期連結決算は、前年同期比で3期ぶりの増収増益
- コロナ禍の影響により葬儀単価は低下したものの、葬儀件数が増加



※ 連結の記載が無い場合は個別業績を記載
 ※ 連結業績の四半期純利益は「親会社株主に帰属する四半期純利益」を記載

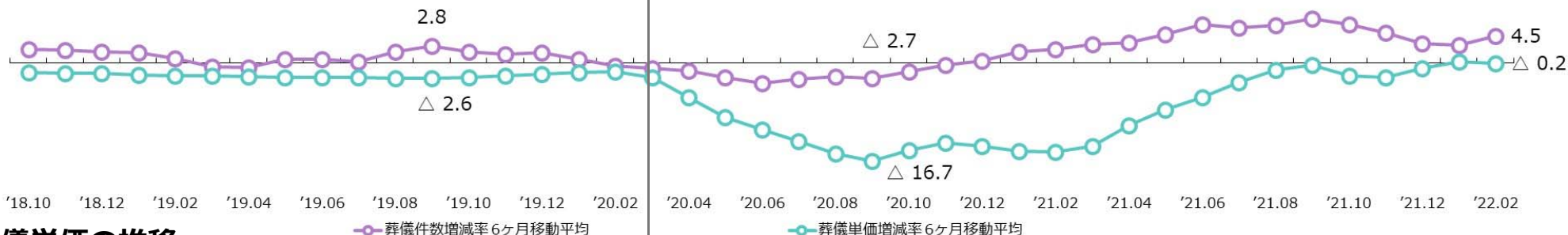
事業環境：葬儀業界の動向とコロナ禍の影響

- コロナ禍の影響により、葬儀単価は1割を超える下落となり、以降も横ばいの状態が続く
- 6ヶ月移動平均による直近の葬儀件数は4.5%増、葬儀単価は0.2%減の1,128千円

葬儀件数・葬儀単価増減率（6カ月移動平均）

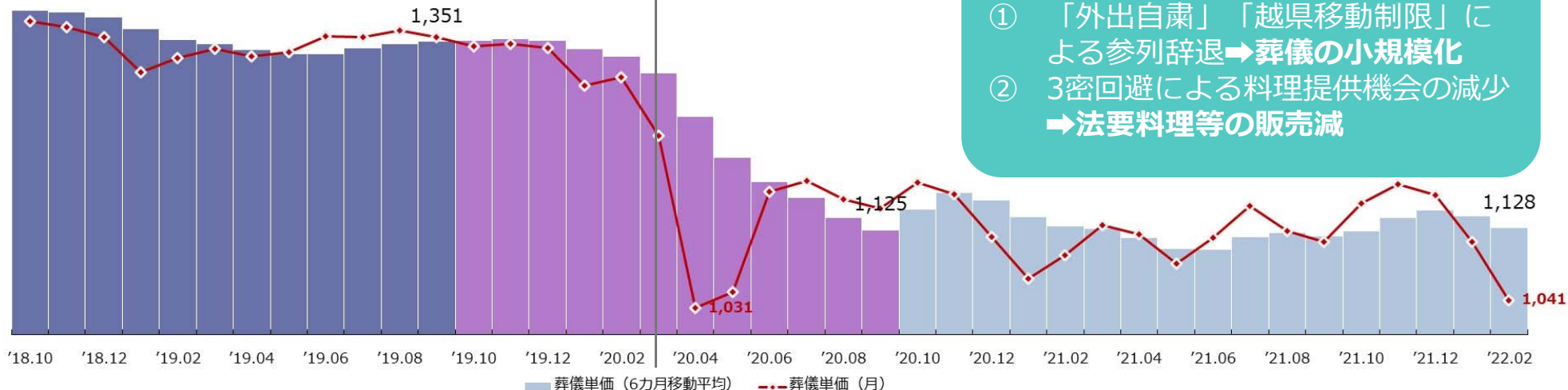
新型コロナウイルス
感染拡大

前年同期比(%)



葬儀単価の推移

葬儀単価(千円)



コロナ禍の主な影響

- ① 「外出自粛」「越県移動制限」による参列辞退→葬儀の小規模化
- ② 3密回避による料理提供機会の減少
→法要料理等の販売減

出所 葬儀単価・増減率：経済産業省公表「特定サービス産業動態統計調査」に基づき当社が試算／6ヶ月移動平均にて算定

当社の現状①：会館数・葬儀件数・葬儀単価・会員数等の実績

- 会館数は 137店、ティアブランドによる葬儀件数は 10,478件、葬儀単価は 817千円

	2021年9月期		2022年9月期			
	上半期	通期	上半期	前年同期比	業績予想比	
	連結業績		連結業績	増減	増減※1	
			期初予想※1 (21.11.12)			
期末会館数 (店) ※2	129	132	137	139	5	△ 2
直営会館	65	67	71	71	4	0
葬儀相談サロン	10	10	10	10	0	0
F C会館	54	55	56	58	1	△ 2
葬儀件数 (件)	9,342	18,120	10,478	N/A	12.2%	N/A
直営会館	6,564	12,599	7,365	6,760	12.2%	8.9%
F C会館	2,778	5,521	3,113	N/A	12.1%	N/A
葬儀単価 (千円)	843	837	817	843	△3.1%	△3.1%
葬儀会館	854	845	823	857	△3.5%	△3.9%
家族葬ホール	835	845	824	844	△1.3%	△2.3%
葬儀相談サロン	553	566	608	563	9.8%	7.9%
会員数※2	427,693	442,015	457,317	N/A	15,302	N/A
提携団体※2	1,088	1,130	1,194	N/A	64	N/A

- 新規出店は直営 5店、F C 2店の合計 7店、リロケーションにより 1店閉鎖、FCから直営への切替 1店
- 期末会館数は直営 81店、FC 56店、前期末比 5店の純増
- ティアブランドによる葬儀件数は前年同期比 12.2%増の 10,478件
- 葬儀単価は前年同期比 3.1%減の 817千円
- 「ティアの会」会員数は前期末比 15,302人増加の 457千人
- 「ティアの会」と同等のサービスが受けられる提携団体は前期末比 64団体増加の 1,194団体

※1 2021年11月12日公表した業績予想またはその前提条件

※2 前期末と比較した増減

当社の現状②：葬儀件数・葬儀単価の増減要因（直営）

- 葬儀件数は前年同期比 12.2%増加の 7,365件、期初予想比では 8.9%増
- 葬儀単価は前年同期比・期初予想比共に 3.1%低下の 817千円

葬儀区分にみる件数構成比・葬儀単価

	2021年9月期		2022年9月期		前年同期比 増減	業績予想比 増減
	上半期 連結業績	通期 連結業績	上半期 連結業績	連結予想		
葬儀件数（件）	6,564	12,599	7,365	6,760	801	605
祭壇無し【200千円以下】（構成比%）※	22.3%	22.3%	23.2%	N/A	0.9%	-
祭壇有り【300千円以上】（構成比%）	77.7%	77.7%	76.8%	N/A	△0.9%	-
葬儀単価（千円）	843	837	817	843	△26	△26
祭壇無し【200千円以下】（千円）※	242	242	245	N/A	3	-
祭壇有り【300千円以上】（千円）	1,015	1,007	989	N/A	△26	-

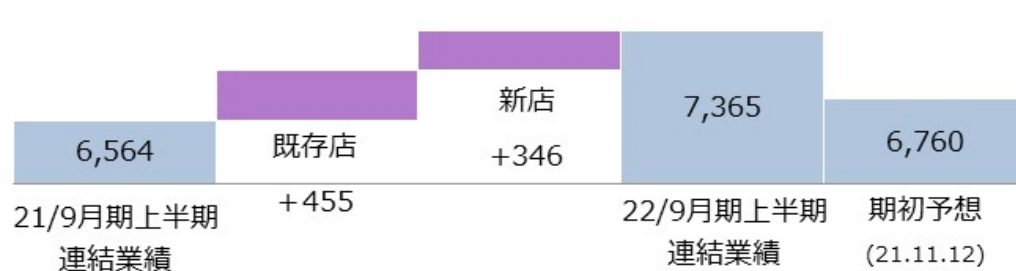
- 葬儀区分にみる葬儀件数の状況として、「祭壇無しプラン」の構成比が上昇
- 葬儀単価では高額祭壇（1,000千円以上）の販売減により「祭壇有りプラン」の単価が低下
- 葬儀単価への影響
 - ①「祭壇無しプラン」構成比の上昇による影響 0.8%減
 - ②「高額祭壇」の販売減による影響 2.3%減

※祭壇無し【200千円以下】：祭壇の無い葬儀プラン。主に「民生葬」「福祉葬」「火葬式」「新型コロナウイルス対応プラン」等

葬儀件数（直営）の増減要因

- 葬儀件数は、既存店の増加に新店稼働が寄与し、前年同期比 801件増、期初予想比では 605件増

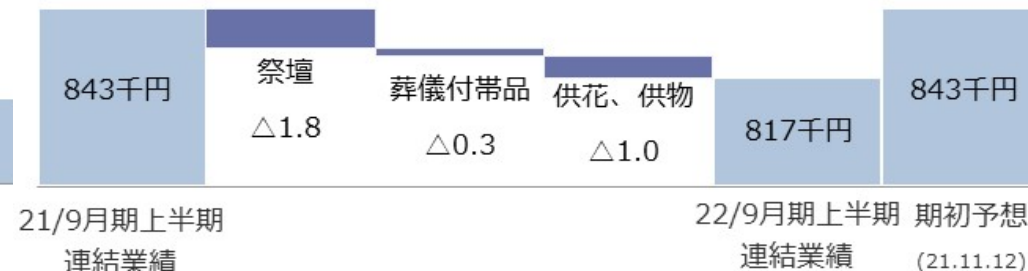
葬儀件数（件）



葬儀単価の増減要因

- 葬儀単価は、葬儀付帯品売上は概ね横這いとなったものの、祭壇売上、供花売上の単価が低下し前年同期比、業績予想共に 3.1%減

増減率（%）



当社の現状③：売上原価・販管費の状況

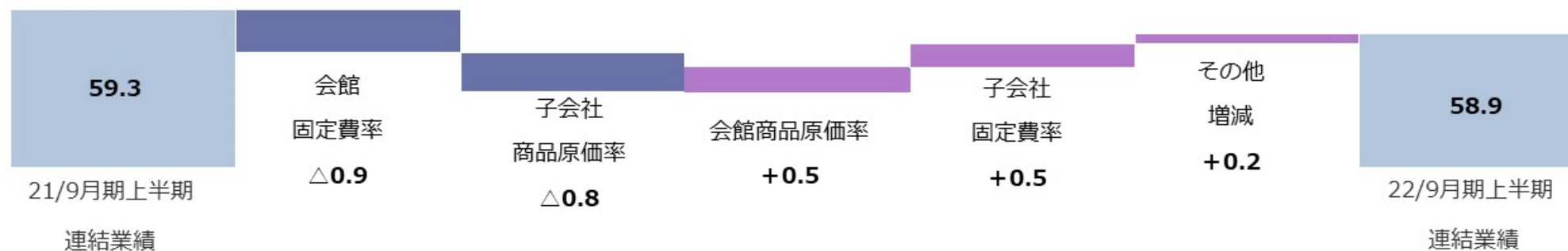
- 売上原価率は商品原価率が低下し、前年同期と比べ 0.4ポイント低下の 58.9%
- 販管費は人件費が増加し、前年同期比 86百万円増加の 1,953百万円

	2021年9月期		2022年9月期			
	上半期	通期	上半期	前年同期比	業績予想比	
	連結業績		連結業績	期初予想 (21.11.12)	増減	増減
売上原価率 (%)	59.3%	61.1%	58.9%	59.8%	△0.4%	△0.9%
商品原価率	28.3%	27.9%	28.0%	27.3%	△0.3%	0.7%
労務費率	10.3%	11.0%	10.3%	10.7%	0.0%	△0.4%
雑費率	20.6%	22.2%	20.5%	21.8%	△0.1%	△1.3%
販売管理費 (百万円)	1,867	3,864	1,953	2,156	86	△ 203
人件費	903	1,899	948	1,080	45	△ 131
広告宣伝費	471	964	469	518	△ 2	△ 48
その他	491	1,000	534	558	43	△ 23

- 商品原価率は、「接客人財」「納棺」「霊柩業務」「生花」等の内製化を推進し、前年同期と比べ 0.3ポイント低下
- 売上原価に占める労務費は、賃金制度改定等により前年同期比 53百万円増、雑費は新店稼働に伴う固定費の増加等により前年同期比 97百万円増
- 販管費は、賃金制度改定により人件費が増加
- 期初予想比では、売上原価率は固定費の負担割合が低下し 0.9ポイント低下、販管費では人件費、広告宣伝費等が想定を下回り、203百万円減額

売上原価率の増減要因

増減ポイント (%pt)



決算サマリ（対前年同期比/対予想比）

- 売上高は前年同期比 8.0%増収の 6,896百万円、営業利益は 20.5%増益の 883百万円、経常利益は 21.3%増益の 877百万円、四半期純利益は 19.7%増益の 586百万円
- 「収益認識に関する会計基準」の適用による影響額は 34百万円の減収、10百万円の減益

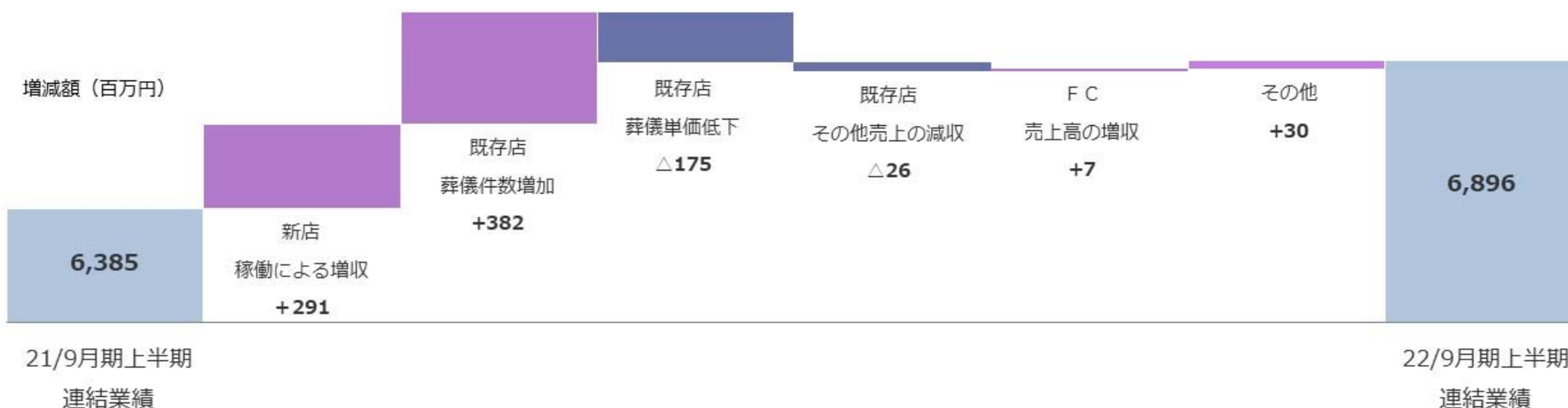
(百万円)	2021年9月期		上半期 連結業績	期初予想※1 (21.11.12)	2022年9月期		業績予想比※1	
	上半期	通期			前年同期比	金額	増減率	金額
売上高	6,385	12,203	6,896	6,540	510	8.0%	356	5.4%
営業利益	733	887	883	475	149	20.5%	408	85.9%
経常利益	723	877	877	470	153	21.3%	407	86.6%
四半期純利益	489	542	586	290	96	19.7%	296	102.2%
設備投資額	194	627	400	N/A	205	-	-	-
減価償却費	270	553	276	N/A	5	-	-	-
E P S (円)	21.87	24.21	26.18	12.94	-	-	-	-
B P S (円)	-	402.73	-	-	-	-	-	-
D P S (円)	10.00	20.00	10.00	10.00	-	-	-	-
配当性向 (%)	-	82.6	-	-	-	-	-	-
既存店 (前年同期比%)					※		※	
葬儀売上高	△7.2%	△1.6%	3.5%	△1.3%	10.7%	-	4.8%	-
葬儀件数	7.1%	6.4%	7.0%	△1.1%	△0.1%	-	8.1%	-
葬儀単価	△13.4%	△7.5%	△3.0%	△0.2%	10.4%	-	△2.8%	-

※ 増減ポイント

売上高の増減要因分析（前年同期比）

- 売上高は葬儀単価が低下したものの、葬儀件数の増加により 510百万円の増収
- 事業部門別では、葬祭事業が 502百万円、フランチャイズ事業が 7百万円のそれぞれ増収

前年同期比

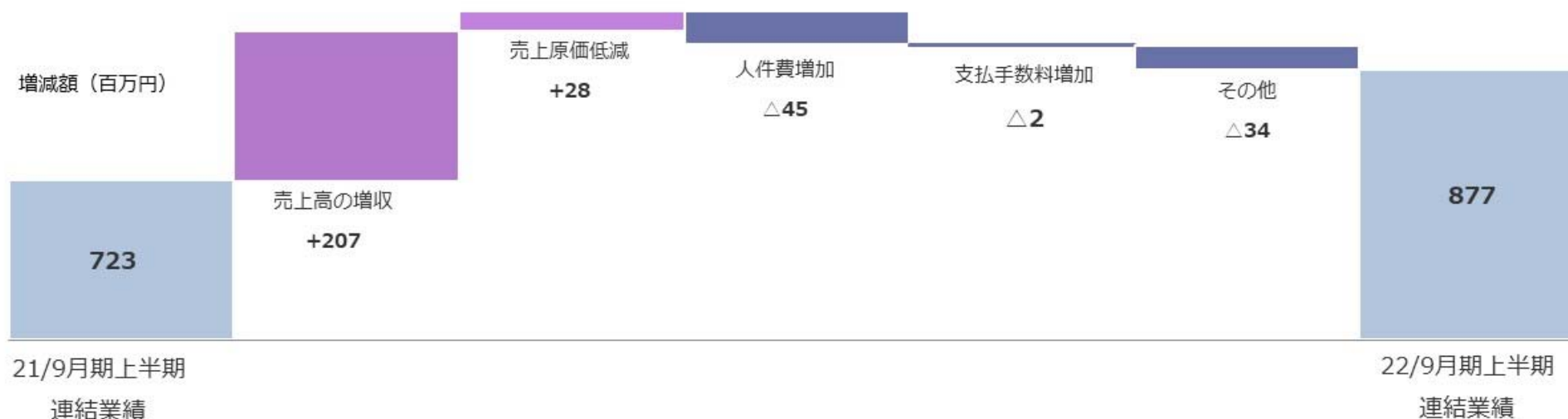


- 直営は前期稼働した会館を含めて 6店の純増、新店稼働による増収効果は 291百万円
- 既存会館は葬儀件数が堅調に推移し 382百万円の増収要因となったものの、葬儀単価の低下で 175百万円、その他売上の減少により 26百万円のそれぞれ減収要因となる
- 葬祭事業は既存店が堅調に推移したのに加え、新店稼働の効果により前年同期比 502百万円増収の 6,688百万円
- フランチャイズ事業は「収益認識に関する会計基準」の適用による加盟料売上、FC会館向け物品売上が増加し、前年同期比 7百万円増収の 207百万円

経常利益の増減要因分析（前年同期比）

- 経常利益は、販管費が増加したものの、売上高の増収により 153百万円の増益
- 事業部門別では、葬祭事業が 191百万円、フランチャイズ事業が 1百万円のそれぞれ増益

前年同期比

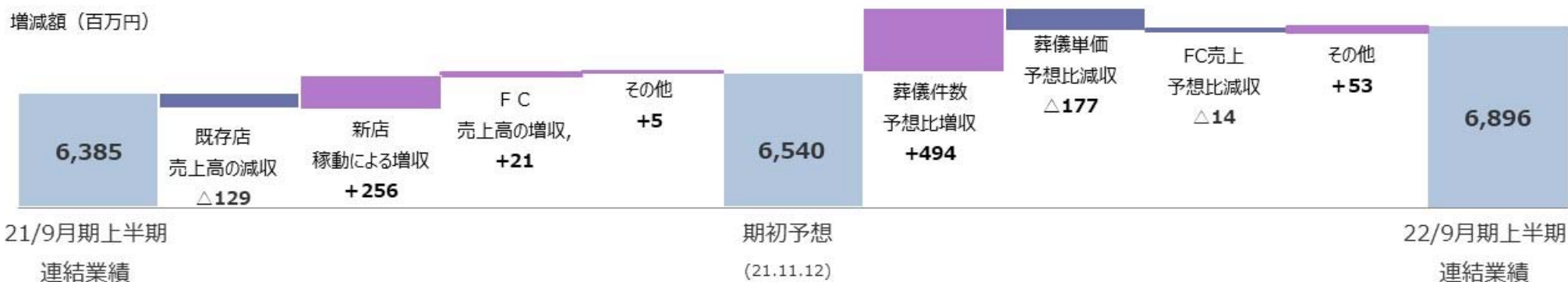


- 売上高の増収及び売上原価低減により、売上総利益は 236百万円の増益要因となる
- 賃金制度改定により人件費が増加、販管費は 86百万円増加し減益要因となる
- 葬祭事業は、経費は増加したものの、売上高の増収により前年同期比 191百万円増益の 1,330百万円
- フランチャイズ事業は、人件費等が増加したものの、売上高の増収により前年同期比 1百万円増益の 33百万円

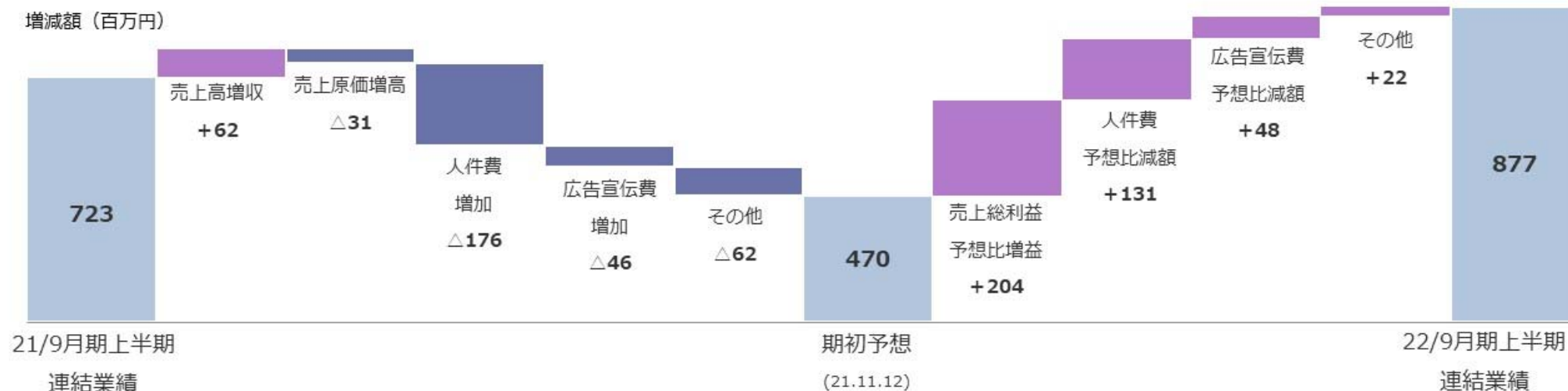
業績予想比の増減要因分析

- 売上高は葬儀単価が想定を下回ったものの、葬儀件数が増加し期初予想比 356百万円の増収
- 経常利益では売上高の増収に加え、経費が想定を下回り期初予想比 407百万円の増益

売上高の増減要因分析



経常利益の増減要因分析



資産の状況

(百万円)	2021年9月期		2022年9月期上半期		前期末比増減
	連結業績	構成比	連結業績	構成比	
流動資産	3,576	26.4%	3,657	26.5%	81
固定資産	9,963	73.6%	10,137	73.5%	174
資産合計	13,539	100.0%	13,795	100.0%	255
流動負債	2,486	18.4%	3,946	28.6%	1,460
固定負債	2,029	15.0%	2,105	15.3%	75
負債合計	4,516	33.4%	6,051	43.9%	1,535
株主資本	9,022	66.6%	7,743	56.1%	△ 1,279
純資産	9,022	66.6%	7,743	56.1%	△ 1,279
負債純資産合計	13,539	100.0%	13,795	100.0%	255

- 流動資産は現金及び現金同等物の増加等により前期末比 81百万円増加の 3,657百万円、固定資産は会館開設等により前期末比 174百万円増加の 10,137百万円
- 総資産は前期末比 255百万円増加の 13,795百万円
- 「収益認識に関する会計基準」の適用に伴う影響等により、負債合計が前期末比 1,535百万円増加の 6,051百万円、純資産合計は前期末比 1,279百万円減少の 7,743百万円
- 自己資本比率は前期末比 10.5ポイント低下の 56.1%

設備投資の状況

(百万円)	2021年9月期上半期 連結業績	2022年9月期上半期 連結業績	期初計画
設備投資	194	400	N/A

キャッシュフローの状況

(百万円)	営業CF	投資CF	財務CF	CF合計	期末残高
2022年9月期上半期 連結業績	866	△ 444	△ 308	114	2,981

- 設備投資 400百万円
主な内容：葬儀会館 1店、FC会館切替 1店
家族葬ホール 3店
- キャッシュフローの合計は 114百万円となり、現金及び現金同等物の期末残高は 2,981百万円
- 有利子負債は 1,095百万円調達し、1,162百万円を返済、期末残高は 1,696百万円



2022年9月期 連結業績予想の概要

2022年9月期 連結業績予想ハイライト

- 上半期の業績動向を勘案し、通期連結業績予想を修正
- 期初予想の前提条件に上半期の増収・増益分と下半期の補正予算対応分を見込む
- 一方、新型コロナウイルス感染症の感染再拡大や、緊急事態宣言の再発令等がなされた場合、業績予想への影響が想定される



※期初予想は2021年11月12日公表した業績予想またはその前提条件
 ※連結業績の当期純利益は「親会社株主に帰属する当期純利益」を記載

連結業績予想の前提条件①

- 葬儀件数は既存店の増加に新店稼働が寄与し、前年同期比 9.1%増を見込む
- 葬儀単価はコロナ禍の影響を受けた水準で推移すると判断し 828千円を見込む

	2021年9月期	2022年9月期			
	通期 連結業績	通期 連結予想	期初予想 (21.11.12)	前年同期比 増減率	期初予想比 増減率
葬儀件数 (件)	12,599	13,744	13,139	9.1%	4.6%
葬儀単価 (千円)	837	828	842	△1.0%	△1.7%
葬儀会館	845	839	857	△0.7%	△2.1%
家族葬ホール	845	834	844	△1.3%	△1.2%
葬儀相談サロン	566	582	562	2.8%	3.5%
既存店 (前年同期比%)					
葬儀売上高	△1.6%	2.9%	0.3%	-	-
葬儀件数	6.4%	4.0%	△0.3%	-	-
葬儀単価	△7.5%	△0.9%	0.6%	-	-

葬儀件数、葬儀単価は、上半期の実績と下半期の期初予想を通期見通しとする



◀ 期初予想の前提条件 ▶

- 既存店の葬儀件数は、直近 2年間の平均値に過去の趨勢を見込む一方、リロケーションにより既存店1店の閉鎖の影響を見込む
- 葬儀単価は業績予想策定時点の実績を参考とする

葬儀件数の見通し (四半期)

- 既存店の増加に加え、新店稼働の効果により前年同期比 1,145件の増加を見込む

(%)	1Q	2Q	3Q	4Q
2021.9	3,207	3,357	2,980	3,055
期初予想	3,289	3,471	3,194	3,185
連結予想	3,396 (実績)	3,969 (実績)	3,194	3,185

葬儀単価の見通し (四半期)

- 葬儀単価は、コロナ禍の影響を受けた水準で推移する前提で 828千円を見込む

(千円)	1Q	2Q	3Q	4Q
2021.9	875	813	835	824
期初予想	843	843	843	841
連結予想	859 (実績)	781 (実績)	843	841

連結業績予想の前提条件②

- 売上原価率は前年同期と比べ 0.9ポイント低下の 60.2%を見込む
- 販管費率は前年同期と比べ 0.7ポイント上昇の 32.4%を見込む

	2021年9月期	2022年9月期			
	通期 連結業績	通期 連結予想	期初予想 (21.11.12)	前年同期比 増減率	期初予想比 増減率
売上原価率 (%)	61.1%	60.2%	60.3%	△0.9%	△0.1%
商品原価率	27.9%	27.5%	27.1%	△0.4%	0.4%
労務費率	11.0%	10.9%	11.1%	△0.1%	△0.2%
雑費率	22.2%	21.8%	22.2%	△0.3%	△0.3%
販管費率 (%)	31.7%	32.4%	34.0%	0.7%	△1.6%
人件費率	15.6%	16.1%	17.6%	0.6%	△1.5%
広告宣伝費率	7.9%	7.6%	7.8%	△0.3%	△0.2%
その他経費率	8.2%	8.6%	8.5%	0.4%	0.1%

- 内製化拡大により商品原価率は 0.4ポイントの低下を見込む
- 売上原価率の増加要因
 - ・新店稼働に伴う会館固定費
 - ・人財配置、賃金制度改定に伴う労務費
 - ・子会社業容拡大に伴う固定費
- 販管費の主な増加要因
 - ・管理職、営業人員の増員
 - ・賃金制度改定に伴う人件費
 - ・法定福利費の適用範囲拡大に伴う人件費
- 下半期補正予算の主な内容
 - ・追加の営業促進費用
 - ・人事制度改定に伴うコンサルティング料
 - ・DX関連費用等

設備投資計画と出店フォーマット

- 設備投資は 846百万円を計画し、直営会館 7店（うち1店はリロケーション）の出店を計画

	計画	直営会館			葬儀相談サロン	改修	その他
		葬儀会館	リロケーション	家族葬ホール			
基本フォーマット		100坪～150坪	既存会館	60坪前後	東京都内向サロン	既存会館改修	営繕・その他
1店当たり設備投資		1億円～1.5億円	N/A	70百万円	5百万円	会館に準ずる	-
出店計画 (店)		2	△1	5	-	1	-
設備投資計画 (百万円)	846	306	-	355	-	50	134

連結業績予想サマリ

- 連結業績予想の売上高は 7.1%増収の 13,070百万円、経常利益は 9.4%増益の 960百万円、当期純利益は 10.6%増益の 600百万円を予想

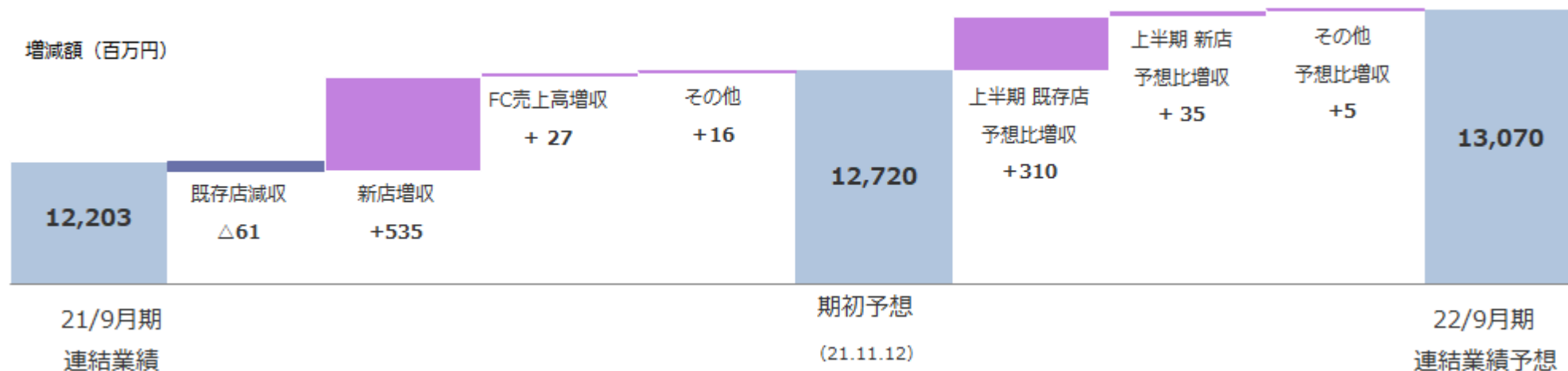
(百万円)	2021年9月期 通期 連結業績	2022年9月期					
		通期 連結予想	期初予想 (21.11.12)	前年同期比		期初予想比	
				金額	増減率	金額	増減率
売上高	12,203	13,070	12,720	866	7.1%	350	2.8%
営業利益	887	975	730	87	9.8%	245	33.6%
経常利益	877	960	720	82	9.4%	240	33.3%
当期純利益	542	600	430	57	10.6%	170	39.5%
設備投資額	627	846	846	-	-	-	-
減価償却費	553	N/A	N/A	-	-	-	-
期末会館数※	132	144	144	12	-	0	-
直営会館※	67	73	73	6	-	0	-
葬儀サロン(直営)※	10	10	10	-	-	-	-
F C会館・サロン※	55	61	61	6	-	0	-
E P S (円)	24.21	26.78	19.19	2.57	-	7.59	-
B P S (円)	402.73	N/A	N/A	-	-	-	-
D P S (円)	20.00	20.00	20.00	-	-	-	-
配当性向 (%)	82.6%	74.7%	104.2%	-	-	-	-

※ 前期末と比較した増減

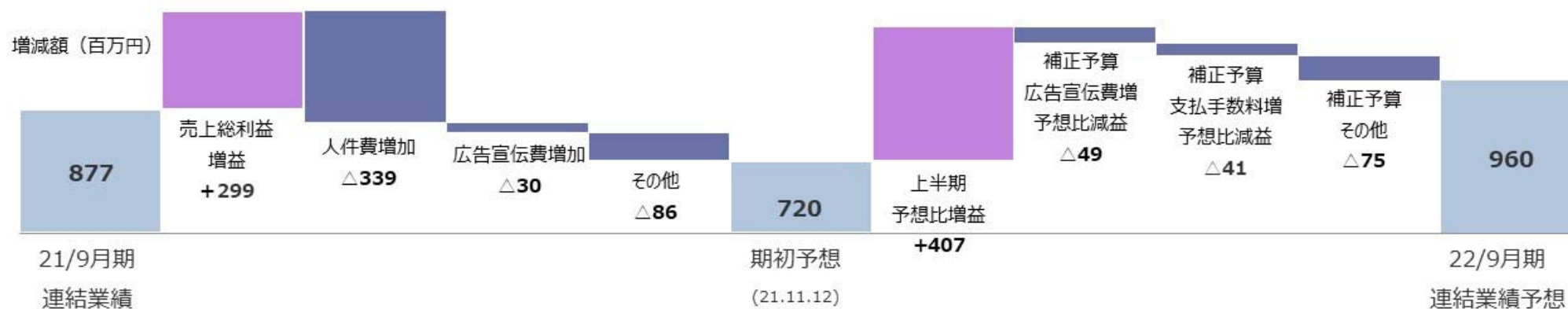
連結業績予想増減要因分析

- 売上高は期初予想に、上半期増収分を見込み前年同期比 866百万円の増収と予想
- 経常利益は期初予想に、上半期増益分及び下半期の補正予算対応分を見込み、前年同期比 82百万円の増益と予想

売上高予想の増減要因分析



経常利益予想の増減要因分析



配当方針・配当予想

- 安定配当を基本方針とし業績向上時には積極的な利益還元を行う方針
- 2022年9月期の期末配当金は1株につき10円と予想、中間配当を含む年間配当金は20円を予定



※2017年9月期のROEは前期末の個別自己資本と当該期末の連結自己資本の平均にて算定しております。

株価の推移と資本政策

(週足：2012年12月31日～2022年4月26日)





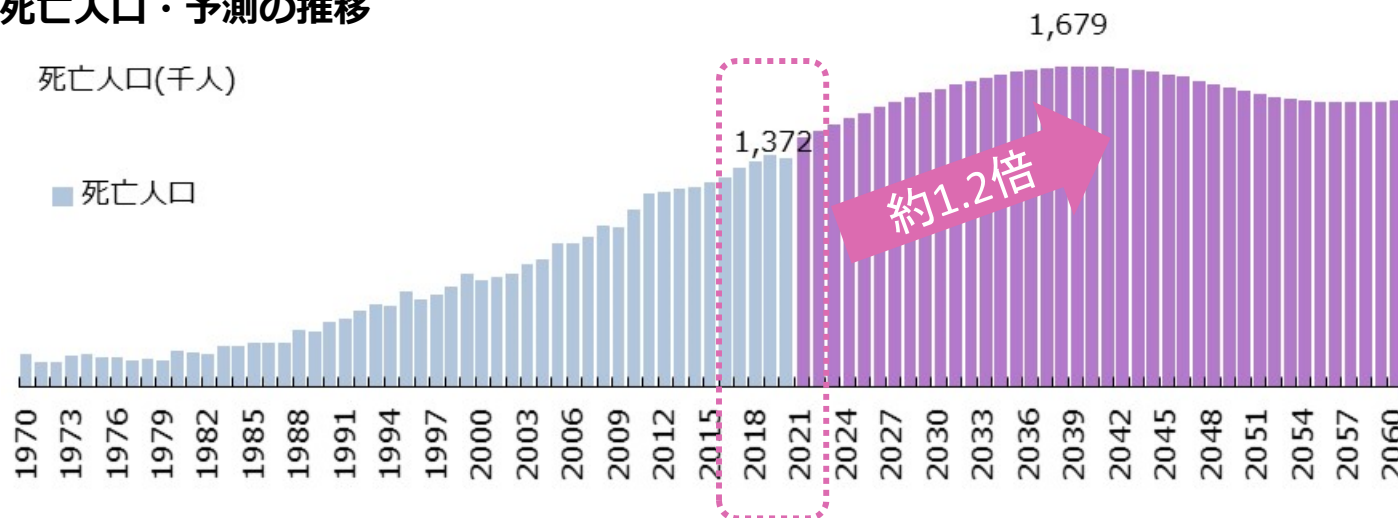
業界環境の変化と中長期ビジョン

葬儀市場の動向と構造的要因

- 葬儀の潜在的な需要は現在の約 1.2倍となる2040年に向けて増加基調
- 葬儀件数が増加するものの、構造的要因により葬儀単価が低下し、市場規模は縮小傾向

葬儀件数、単価の状況	2018年9月	2019年9月	2020年9月	2021年9月	直近:2022年2月
葬儀件数 (前年同期比%) ※1	+1.9%	+1.1%	△1.8%	+5.3%	+5.4%
葬儀単価 (前年同期比%) ※1	△2.1%	△2.4%	△9.6%	△8.4%	△0.2%
葬儀単価 (千円) ※1	1,382	1,349	1,225	1,121	1,124
市場規模 (億円) ※2	1兆8121億円 (2018年)	1兆8132億円 (2019年)	1兆5060億円 (2020年)	1兆6179億円 (2021年予測)	N/A

死亡人口・予測の推移



葬儀業界の構造的要因

- ① 高齢化、核家族化進行
→ 葬祭規模の縮小
- ② 地域コミュニティとの関係性の希薄化
→ 家族葬の普及
- ③ コロナ禍による影響
→ 構造的要因が加速

出所 人口動態：「厚生労働省：人口動態総覧の年次推移」「国立社会保障：人口問題研究所」公表データを当社が加工

※1 葬儀件数、葬儀単価 出所：経済産業省公表「特定サービス産業動態統計調査」に基づき当社が試算／前年比は12ヶ月移動平均にて算定

※2 市場規模 出所：株式会社 矢野経済研究所「2021年版 フューネラルビジネスの実態と将来展望」より（2021年8月）

外部・内部環境の課題認識とコロナ禍の影響

外部

1

外部環境認識： 外部環境の変化に伴う課題の認識と 対応した施策

- ・ 葬儀市場の拡大
- ・ **人口動態による構造変化**
➡**葬儀単価の低下**
- ・ 内製化による事業領域の拡大
- ・ 主力エリアで出店加速
- ・ 成長に見合う経営基盤の構築
- ・ 契約更新に伴うリスクの顕在化
- ・ 仕入価格、経費、人件費の上昇
- ・ **想定外の事態が起こる可能性**
➡**感染症対策、BCP計画**

- ・ **採用環境の変化**
- ・ **新卒採用計画の推進と育成**
- ・ **リクルートサイトの充実**
➡**人財確保の機会**
採用方法の変化、多様化

3

人財戦略： 計画的な人財確保と教育 体制の充実により強い組 織集団を実現する施策

- ・ **人事制度改革**
- ・ **働き方改革への対応**
➡**エンゲージメントの向上**
- ・ キャリアプランの浸透
- ・ 女性活躍の推進

内部

2

内部要因認識： 内部体制の更なる強化と 中長期を見据えた施策

- ・ **中長期出店方針の推進**
➡**出店計画の見直し**
- ・ 事前、事後のサービス拡大
- ・ 商品調達機能の向上
- ・ **新たな成長市場への進出**
➡**非中核エリアの出店見直し**
- ・ **既存会館のオーバースペック**
➡**葬祭規模の縮小**
- ・ 出店競争の激化
- ・ 購買機能の安定化
- ・ **葬儀形態の多様化**
➡**家族葬の更なる小規模化**
- ・ 商品調達機能の向上
- ・ 葬儀受注導線の変化

4

倫理コンプライアンス 体制の確立に向けた施策

機会

脅威

HR（ヒューマンリソース）

※紫色 = コロナ禍で対応が迫られている主な内容

コロナ禍の影響と収束時期

【コロナ禍の影響に対する前提（葬儀単価 単位：千円）】

① COVID-19感染拡大

ウィズ・コロナ

新常態

2020年9月 連結業績		2021年9月 連結業績		2022年9月期 連結業績予想		2023年9月期 2年目計画	2024年9月期 3年目計画
上半期	下半期	上半期	下半期	上半期	下半期		
971	825	843	829	817 (実績)	842	-	-
通期		通期		通期予想		計画	計画
900		837		828		888	884

2020年9月期下半期
葬儀単価 △16.0%減

② コロナ禍の収束時期 (1000人アンケート n=585)



調査対象の約7割が2024年までには
コロナ禍は収束するとみている

出所：当社が全国の40歳以上の男女
1,000名を対象に行った「コロナ禍に
おける葬儀に対する意識・実態調
査」に関するインターネット調査
(2021年9月公表)

③ 当社におけるコロナ禍の認識と収束時期

- 2021年9月期：通期でコロナ禍の影響を受ける結果
- **2022年9月期：通期でコロナ禍の影響を受けると想定**
- **2023年9月期：コロナ禍の影響は緩和されると予想**

2020年9月期の水準（6カ月間はコロナ禍の影響あり）まで回復を見込む

中長期ビジョンと持続的成長戦略

成長力の強化

中長期に目指す方向性

**「日本で一番
『ありがとう』と言われる葬儀社」**

会館数 **260**
(中長期ビジョン定量目標)

事業戦略（成長力）

- ブランド戦略の強化
- 既存市場（中部地区）のシェアアップ
- 成長市場（関東・関西地区）の新規開拓
- 新規市場（葬儀周辺事業）への参入

機能戦略（経営基盤）

- 外部環境変化に伴う課題認識・対応の強化
- 内部体制・中長期対応力の強化
- 成長投資手法の多様化（M&Aの精度向上を含む）
- 人財マネジメントの強化
- 倫理コンプライアンス体制の確立・強化

事業戦略（稼ぐ力）

- ドミナント化推進による収益力の向上
- 葬儀付帯業務の内製化推進による収益力の向上
- 人財確保・育成体制強化による人財投資の効率化
- 出店フォーマットの多様化による資産効率の向上

稼ぐ力の強化

中期経営計画スローガン（2022年9月期～2024年9月期）

「ティアを超える新生ティア！！」

会館数 **137**
(22/9月期上半期実績)



中期経営計画
(2022年9月期～2024年9月期)
4つのテーマと8つの戦略

スローガン

ティアを超える新生ティア！！

1

直営・FC会館の計画的な出店
と既存会館の持続的な成長

ドミナント戦略

- 中部地区は多様な出店フォーマットによる出店継続と営業力強化
- 関東、関西地区は会館出店による事業基盤の強化

2

中核エリアのシェア向上にこだわった営業促進の実施とマーケティング力の向上

フランチャイズ戦略

- FC会館への支援体制の整備と人材育成により本部機能の強化を図る

営業戦略

- 中核エリアのシェア向上にこだわった営業促進実施
- 葬儀ニーズの多様化に対応した改修の実施

ブランド戦略

- WEBマーケティングの強化とPR・IR活動の継続実施
- SDGs推進室の設置

3

葬儀付帯業務の内製化拡大と行動力と分析能力を高めたM&A

商品戦略

- 内製化の推進と子会社ティアサービスの業容拡大

M & A 戦略

- M & A 関連の情報に対する機動的な行動力と分析能力の向上

4

計画に則した人材確保・育成と次世代基幹システムの構築

ICT戦略

- ハード・ソフトの充実による多様な働き方への対応と、次世代基幹システム構築の準備

人材戦略

- 多様化する採用環境への対応と新卒、既存社員向け研修内容の充実

出店計画

(単位：店)	2020年9月期 連結業績	2021年9月期 連結業績	2022年9月期 連結業績予想	2023年9月期 2年目計画	2024年9月期 3年目計画
直営出店 会館	5	4	7	6	7
葬儀サロン	1	-	-	-	-
リロケーション・閉鎖	-	△1	△1	△1	△1
直営合計	74	77	83	88	94
F C 出店	5	2	7	6	6
リロケーション・閉鎖	-	-	△1	-	-
F C 合計	53	55	61	67	73
期末会館数	127	132	144	155	167

改装計画

(単位：店)	2020年9月期 連結業績	2021年9月期 連結業績	2022年9月期 連結業績予想	2023年9月期 2年目計画	2024年9月期 3年目計画
既存会館	1	-	1	1	1

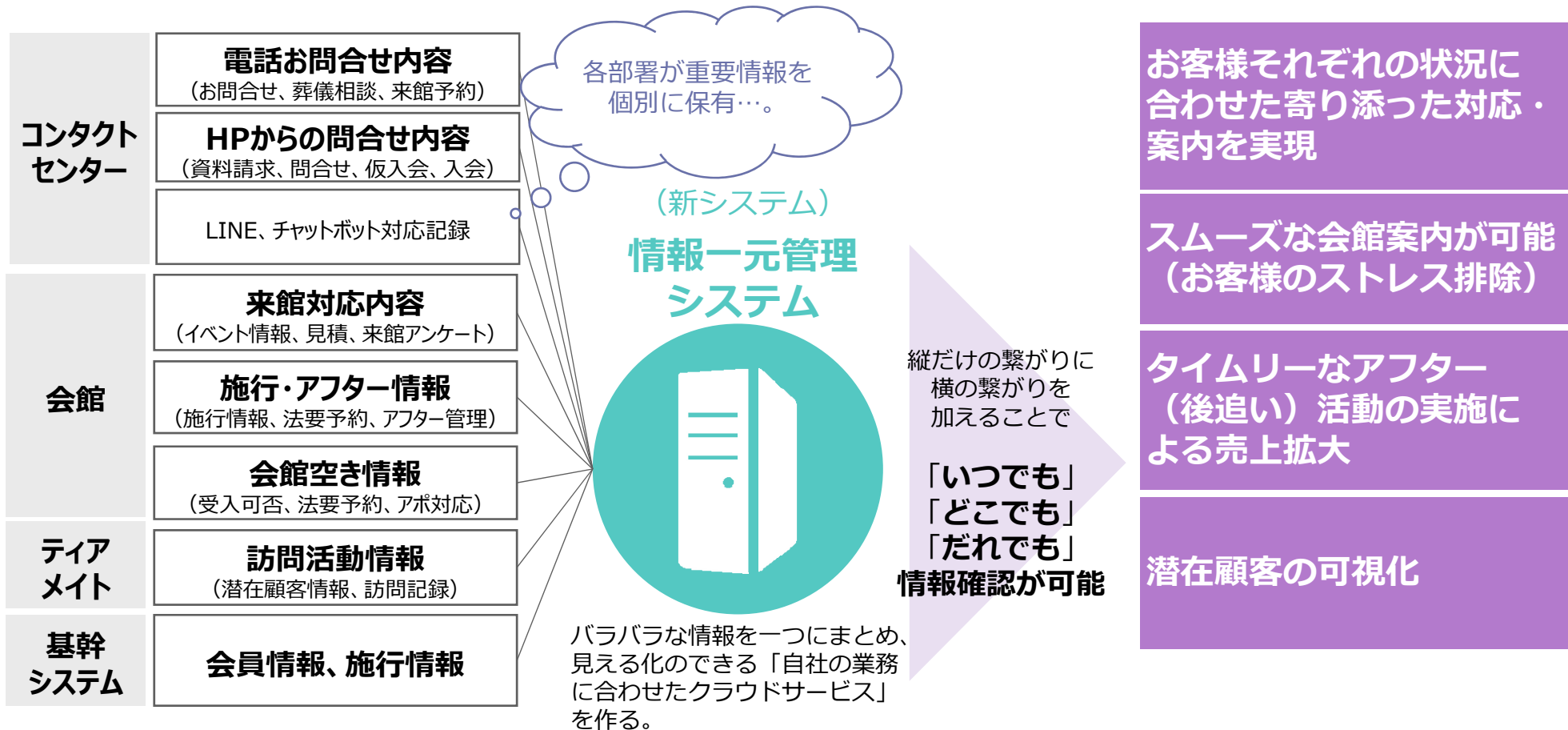
採用計画

(新卒)

(単位：人)	2020年9月期 連結業績	2021年9月期 連結業績	2022年9月期 連結業績(実績)	2023年9月期 2年目計画	2024年9月期 3年目計画
採用計画	29	15	17	30	20

《主な取り組み②》 コンタクトセンターの情報一元管理システムの構築

- コンタクトセンターを起点とするお客様情報や会館施設情報を重要な事業資源と捉え、その有効活用のための情報一元化に着手
- お客様サービスの向上、タイムリーなアフターフォローによる業務改善を推進



上半期：システムの導入完了

下半期：稼働に向けた環境整備

「主な取り組み③」 SDGs に対する当社の取り組み

「社会インフラとしての責任を果たす」 ティアであるために



すべての人に尊厳のある弔いを提供する

分け隔てのない葬儀に対応



ご遺族の方が死の悲しみから回復するのを助ける

コロナ禍での葬儀に対応

地域社会が
自然災害に対する
強靭性
(レジリエンス)を高める



どんな状況でも
地域住民の方が
安心して住める
街作りに貢献

自治体と地域防災協定を締結



参列される方の不測の事態に対応し、健康を守る

AEDを全ての会館に設置

「幸せに働く環境を創る」 ティアであるために



仕事を通じた生きがい、やりがいを創出



すべての人の社会的な自立を支援

ハンディキャップ雇用・高齢者雇用



感染リスクの高い環境で仕事をする社員が安心して仕事できる環境を整備

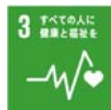
インフルエンザ・コロナワクチンの職域接種



病気などの理由で社員が貧困に陥るのを阻止

長期休業収入サポート制度 (GLTD保険)

「豊かな未来を創る」 ティアであるために



命の大切さを説くことが若年層の自死の食い止めに繋がることを願って実施
児童・生徒向け「命の授業」



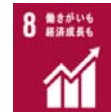
遺族と接する他業種の方がグリーフについて学ぶ機会を提供

グリーフサポートの普及



性別に関係なく、能力に応じ認められる環境を作る

女性の活躍の場を創出



すべての従業員が働きがいを感じられる職場にする



関連団体と連携し目標を達成する

ピンクリボン運動の支援

「環境にやさしい」 ティアであるために



繰り返し使うことで
ゴミを削減



CO2削減により、地球温暖化リスクの低減に寄与

再利用可能な葬儀付帯品の活用



海洋ゴミの削減

返礼品袋の削減



事業活動の中で発生するエネルギー消費をできるだけ小さくする対策を講じる

会館照明のLED切替

下半期からの 取り組み

**1. 既存会館15
店に太陽光発電設備を設置**

**2. 不要となったPCを社会的支援
団体に寄贈**

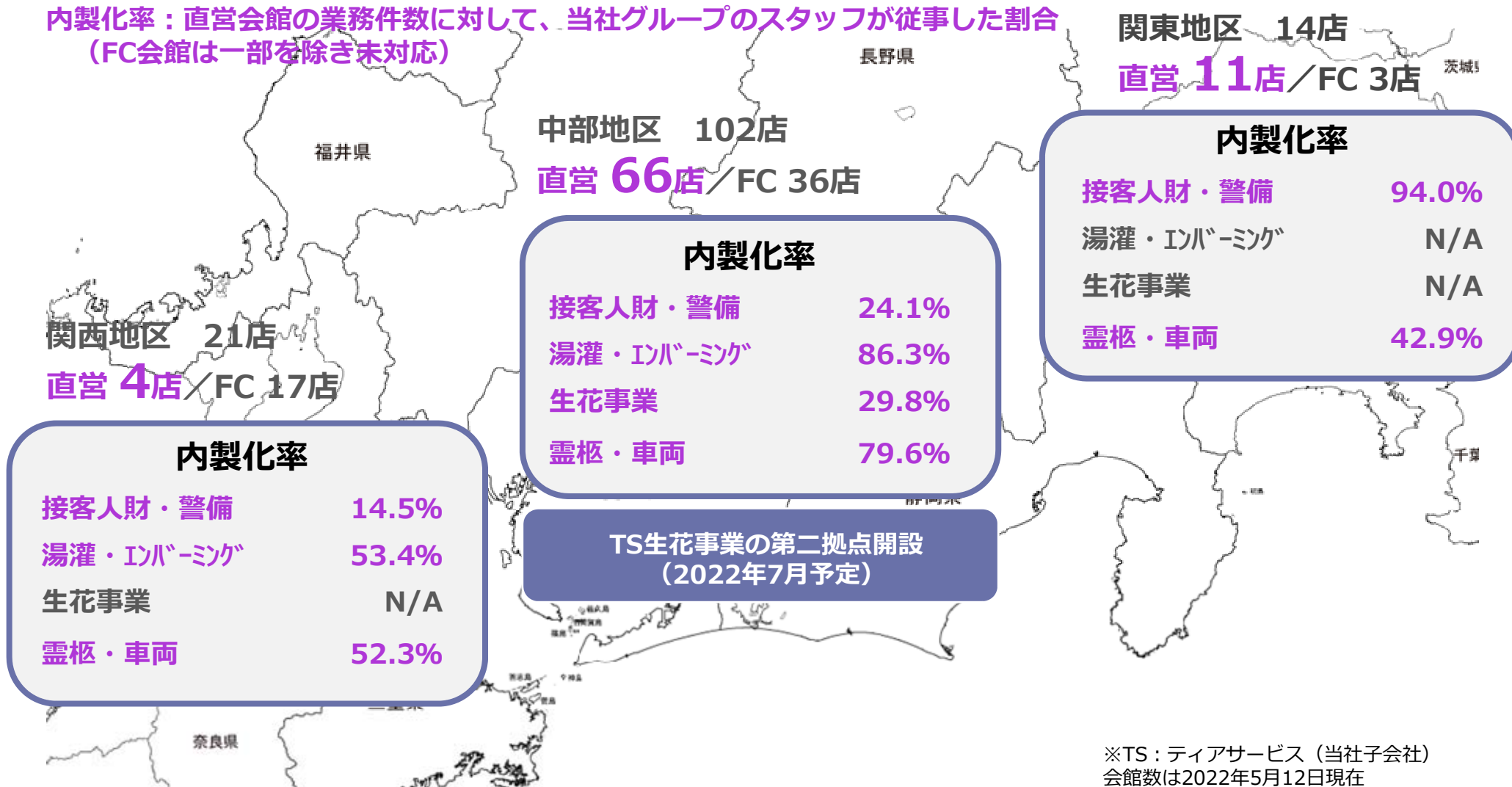
**3. 救急医療財団
が作成するAED
マップに当社の
AED設置状況を登録**

**4. 本社や会館イベントで、使用し
なくなった衣料品
を回収、「古着で
ワクチン」の活動
を支援**

《主な取り組み④》
葬儀付帯業務の内製化の状況

- 「接客人財」「警備」「湯灌・エンバーミング」「生花事業」「霊柩車・搬送業務」等を内製化
- 中部地区は会館数の増加に応じて内製化を拡大、関西地区はTS (※) を中心に業務エリアを拡大

内製化率：直営会館の業務件数に対して、当社グループのスタッフが従事した割合
(FC会館は一部を除き未対応)



※TS：ティアサービス（当社子会社）
会館数は2022年5月12日現在

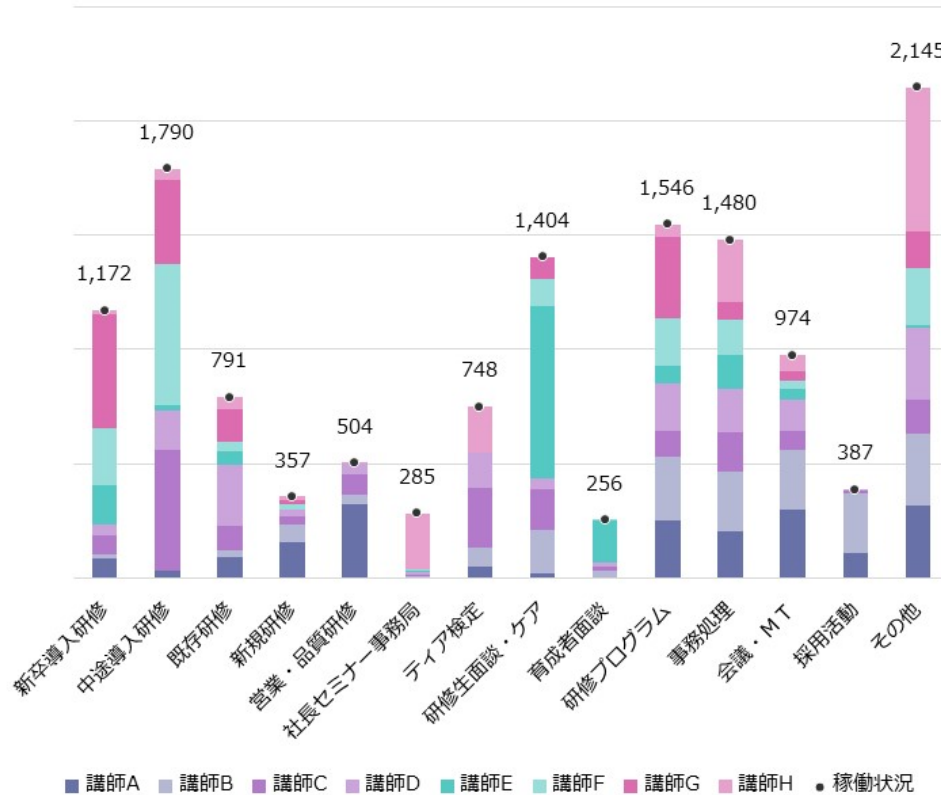
「主な取り組み⑤」

ティアアカデミーの稼働状況（2021年6月期～2022年3月期）

- ティアアカデミーとヒューマンリソースを可視化したマネジメント体制を構築
- スタッフの担った時間を項目ごとに把握することで、ティアアカデミーの稼働状況を可視化

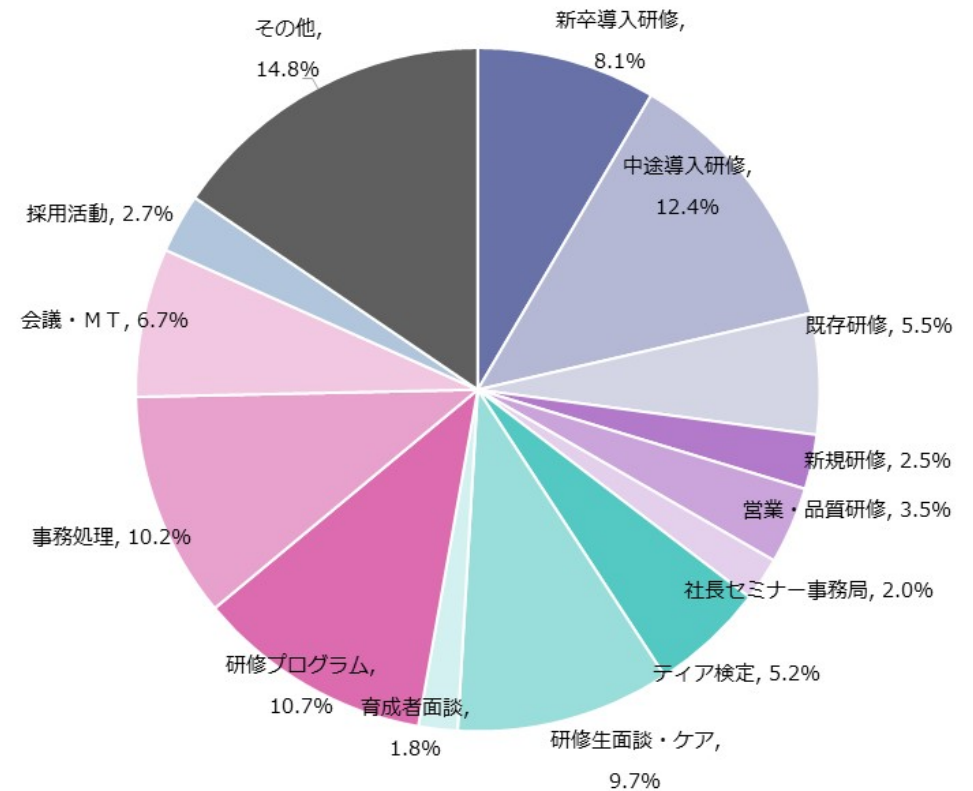
ティアアカデミーHR配分
2021年6月期-2022年3月期

13,835時間



ティアアカデミー稼働状況
2021年6月期-2022年3月期

13,835時間 / 稼働率95.7%



連結数値計画（2022年9月期～2024年9月期）

（単位：百万円）	2020年9月期 連結業績	2021年9月期 連結業績	2022年9月期 連結業績予想	2023年9月期 2年目計画	2024年9月期 3年目計画
葬儀件数（直営・件）	11,353	12,599	13,744	13,698	14,352
葬儀単価（直営・千円）	900	837	828	888	884
売上高	11,919	12,203	13,070	14,100	14,720
営業利益	595	887	975	1,000	1,030
経常利益	587	877	960	990	1,020
親会社株主に帰属する当期純利益	345	542	600	590	610
設備投資額	764	627	846	716	805

※2022年9月期連結業績予想を計画初年度とし、2年目以降の計画については、期初計画（2021年11月12日公表）を据え置いております

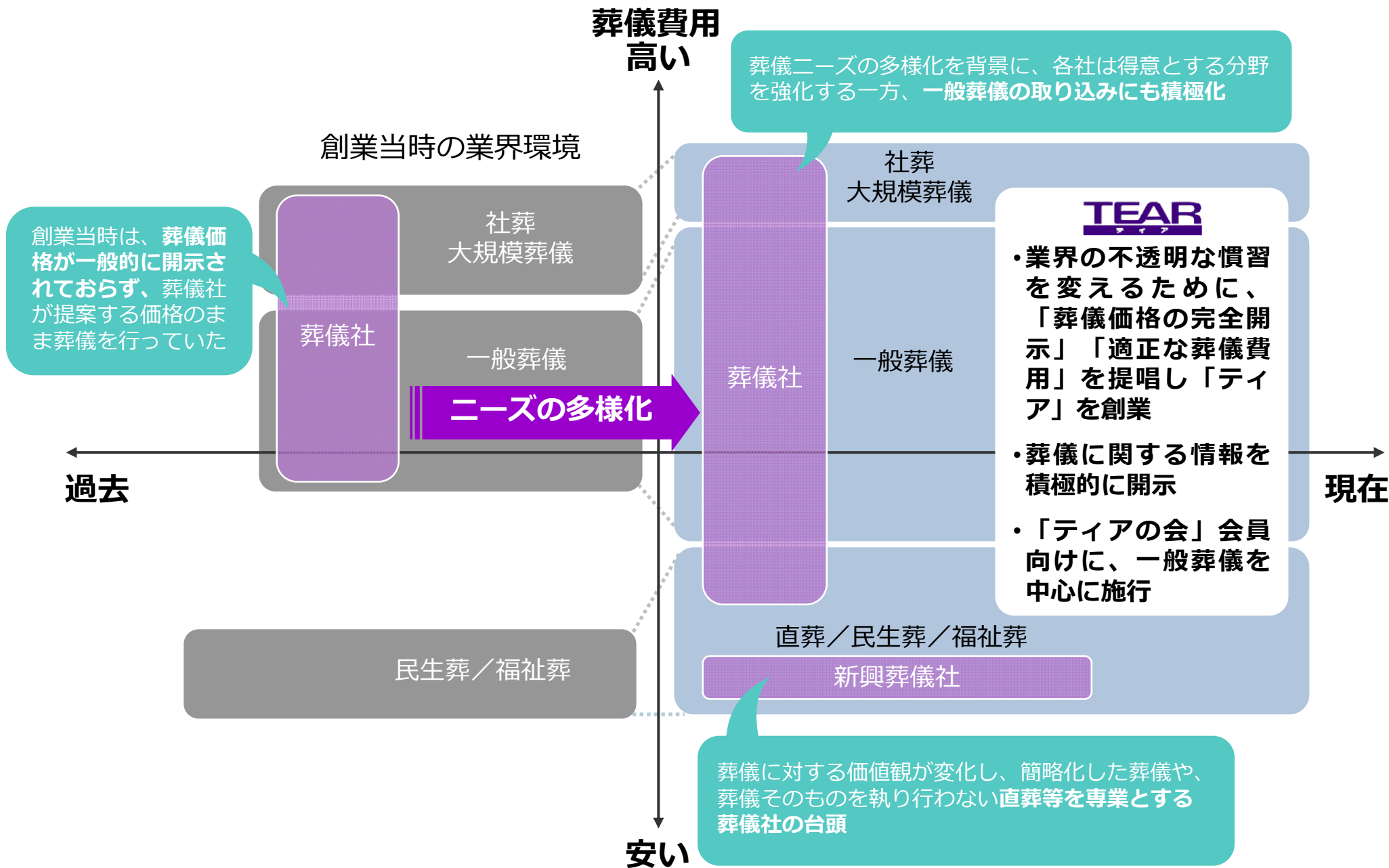




参考資料
企業概要、戦略の基本方針等

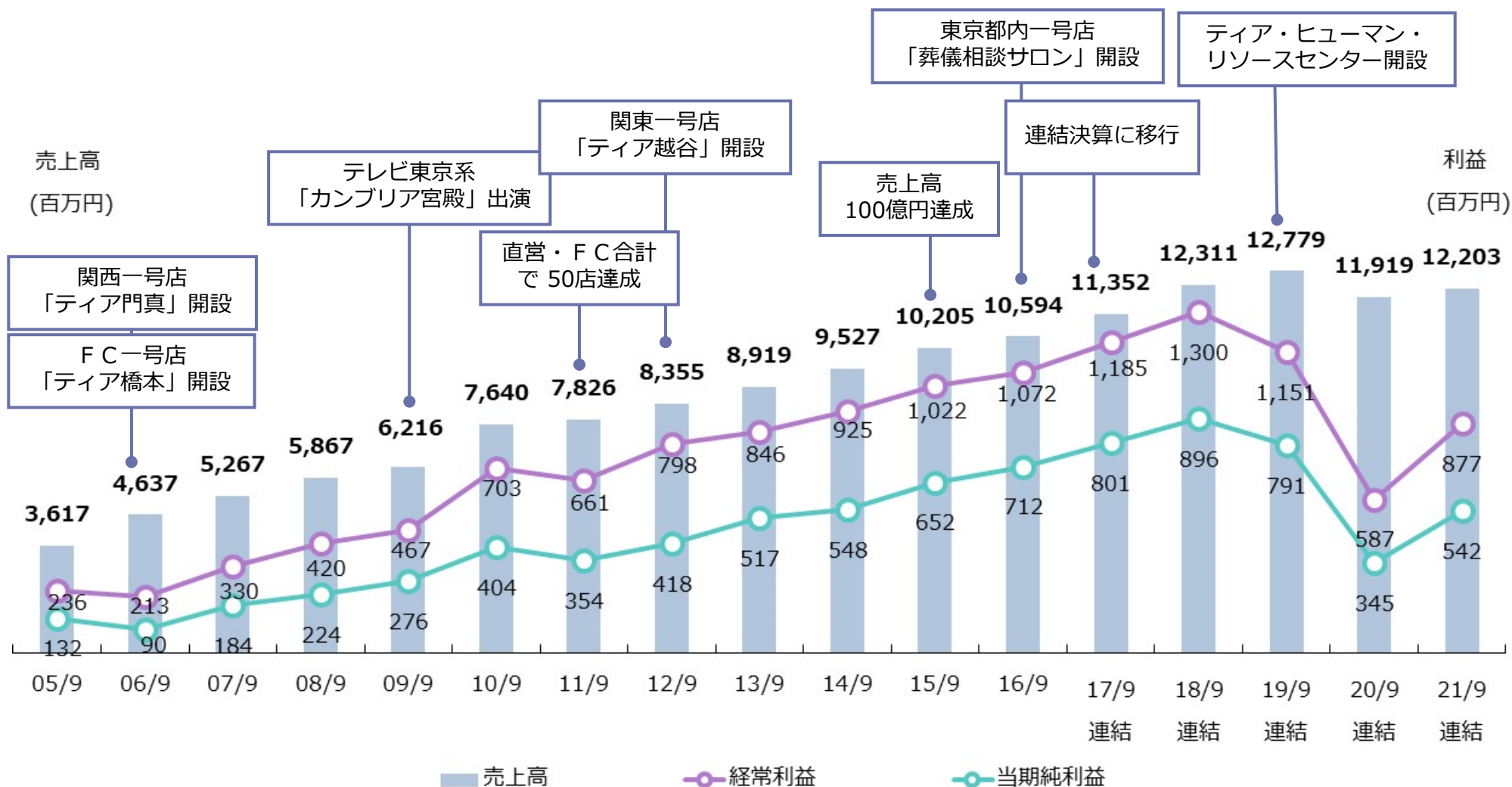
会社名	株式会社 ティア
代表取締役社長	富安 徳久
所在地	愛知県名古屋市北区黒川本通三丁目35番地1
資本金	1,873百万円（2022年3月末）
従業員	570人（2022年3月末）
発行済株式数	22,406,100株（2022年3月末）
上場市場	東京証券取引所 スタンダード 名古屋証券取引所 プレミア
事業内容	<ul style="list-style-type: none">• 葬儀施行全般や各種法要の請負• 葬儀施行後の遺族の相談内容に応じたアフターフォロー• 中部、関東、関西に直営、F Cで葬儀会館を運営• フランチャイズによる葬儀ビジネス参入提案とノウハウ提供
関係会社	株式会社 ティアサービス（資本金 17百万円）

葬儀業界における当社のポジショニング



業績推移と主なマイルストーン

- 2014年に東証1部・名証1部に上場、
2022年には新市場区分により東証スタンダード、名証プレミアに上場



ティアの価値創造サイクル

経営理念

「哀悼と感動のセレモニー」

～「儀式を尊厳するカタチと洗練された心の追求」する姿勢を
忘れず、デスクアを通じて社会に貢献する～

戦略の基本方針と経営資本

直営・FCの積極的な出店により他社との差別化を図る

2 サービス

- ・ 人財教育・育成システム/専門施設
- ・ 積極的な啓蒙活動



顧客

1 価格

- ・ 明瞭な価格体系
- ・ 独自の会員制度「ティアの会」

3 利便性

- ・ 葬儀専用会館「ティア」
- ・ ドミナント出店

社会・関係資本

- ・ 全国展開を目指す葬儀社
- ・ ティアの会 B2C
- ・ 提携団体 B2B2C
- ・ 独自のCSR活動（「命の授業」など）

財務資本

- ・ 健全な財務体質
- ・ 次世代の成長を見据えた果敢な財務戦略
- ・ 安定した収益力

人的資本

- ・ ロイヤルティの高い人財プール
- ・ 「最期のありがとう」を担う人財（技術力）
- ・ 事業展開を支えるキャリア人財（経営力）

知的資本

- ・ 人財教育に関するノウハウ（「ティアアカデミー」、「ティア検定」など）
- ・ 上場葬儀社としてのノウハウ（「分業体制」、「独自の基幹システム」など）

事業モデル

葬祭事業

葬儀・法要
施行請負

湯灌、車両、接客、警備など、
葬儀付帯業務の内製化

生花の内製化、独自の商品開発

日本通運をパートナーに独自の物流シ
ステムを構築
(ティア・ロジスティクスセンター)

FC事業

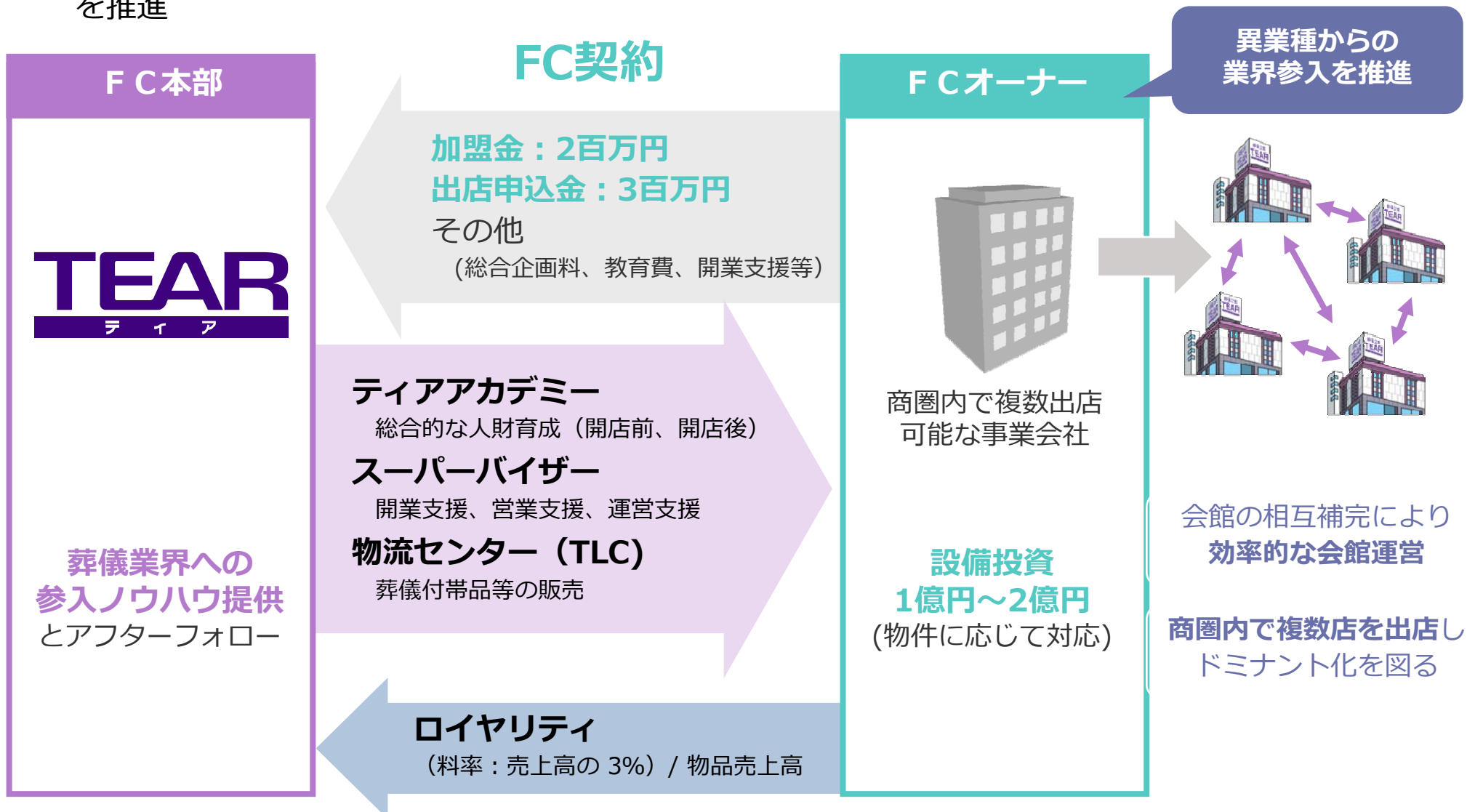
加盟金/ロイヤリティ
物品販売
システム使用料

FCの経営指導

FCの葬儀法要施行請負支援

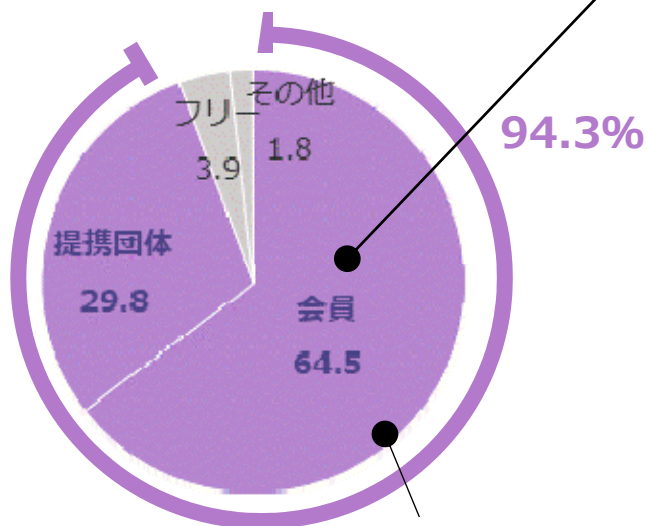
FC事業モデル

- ティアのサービスを全国に広めるためにフランチャイズ事業を推進
- 異業種の事業会社を対象に、葬儀業界への参入ノウハウ提供とアフターフォローにより業界参入を推進



- 葬儀に関する様々な特典が受けられる会員システム「ティアの会」
- 葬儀売上高の約9割が「ティアの会」「提携団体」による施行、葬儀後の再加入も約9割と高水準

葬儀売上高の内訳 (%)
(2022年9月期上半期)



1 「ティアの会」会員数 457,317人 (2022年3月末)

2 提携団体 1,194団体 (2022年3月末)

※提携団体とは「ティアの会」と同等のサービスが受けられる法人、施設との団体契約

「ティアの会」葬儀特典・葬儀費用例

「生花77セットプラン」770,000円 (税込)



葬儀に必要なサービス品

- ・会館使用料 (2日間)
- ・棺
- ・宅送料 (20km以内)
- ・サービス料
- ・宅送布団
- ・霊柩車
- ・会館内表記物一式
- ・遺影写真
- ・保冷剤
- ・拾骨セット
- ・後飾り祭壇
- ・その他

一般価格

1,329,900円

※一般価格は葬儀付帯品を利用した場合の相当額

「ティアの会」ゴールド会員価格

693,000円

別途費用：粗供養品、通夜料理、出立ち料理、精進落とし、町内送迎バス

会員向けサービスも充実「ティアプラス」

1. 提携企業 171社・全国 228店で特典や割引が受けられる「**会員優待サービス**」(2022年3月末)
2. いざという時のために、事前の準備をおすすめする「**葬儀保険**」
3. 毎日ポイントがたまり、提携している通販会社等でご利用可能な「**生き方応援ポイント**」

- 積極的な人財確保と徹底した人財教育により、強い組織集団を実現

人財教育プログラム ティアアカデミー

生涯スローガン・
経営理念等を共有

究極のサービス業の
使命を共有する
社長セミナー

「感動」を生む
マニュアルを超えた
行動を推奨

接遇、葬祭知識、
宗教知識、葬儀施
行技術の教育

効率的なプログラム
で社員の早期戦力化
を実現

ティアイズムの
継承と次世代を担う
リーダーの育成

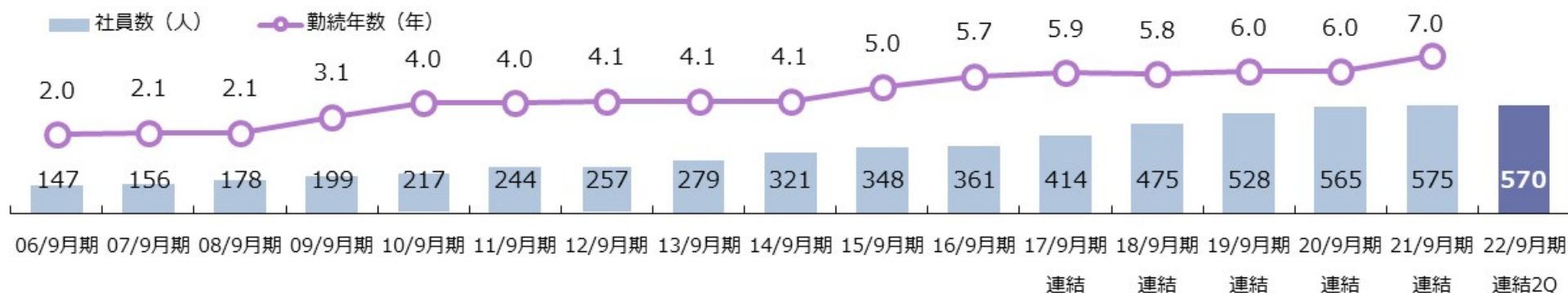
社内検定試験 ティア検定

- マスターセレモニーディレクター
- 外部資格取得
- シニアセレモニーディレクター 1級～2級
- セレモニーディレクター 1級～2級
- 研修生

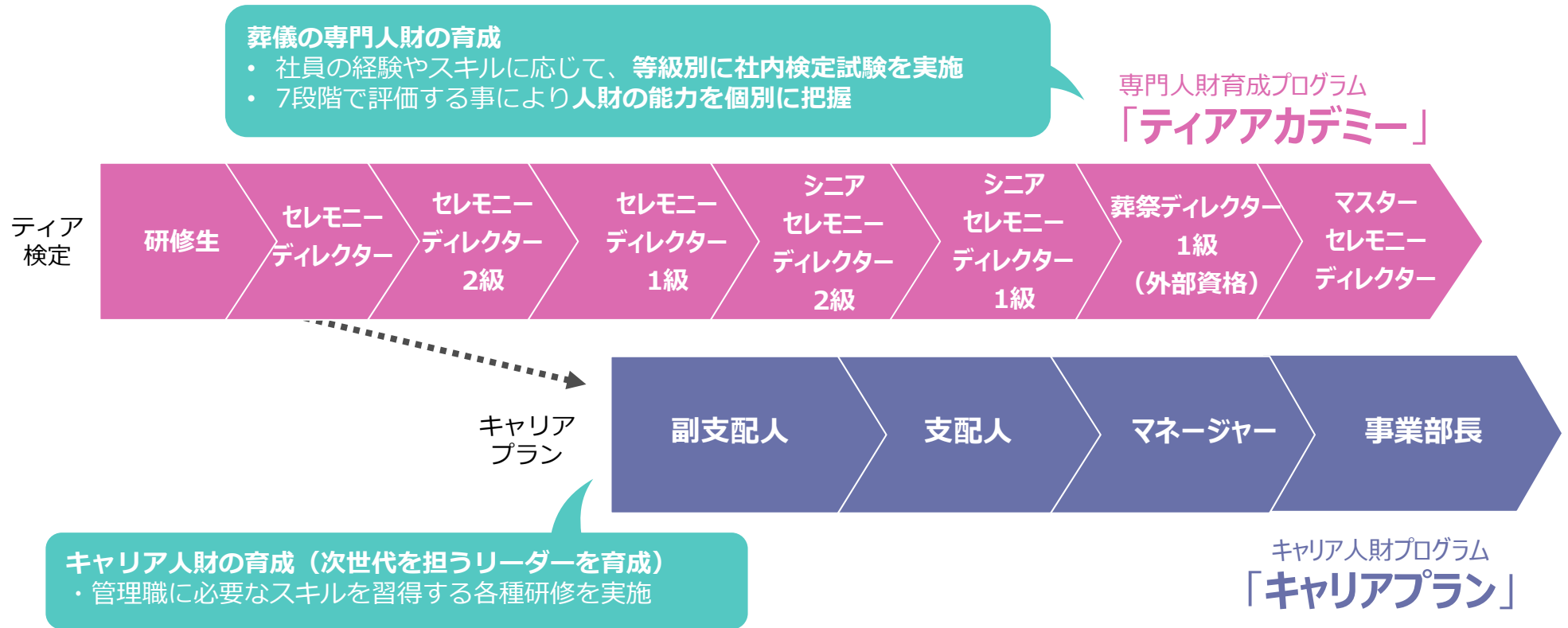
社員の経験やスキルに
応じて、等級別に社内
検定試験を実施

7段階で評価する事により
人財の能力を個別
に把握

社員数の推移



- 人財戦略：中長期計画に基づいた人財採用、人事処遇制度、自社検定制度などの整備
 - 葬儀の専門人財「マスターセレモニーディレクター」の育成
 - 会館運営・経営を担うキャリア人財の育成



各種研修内容

支配人実務研修

マネジメント研修

コーチング研修

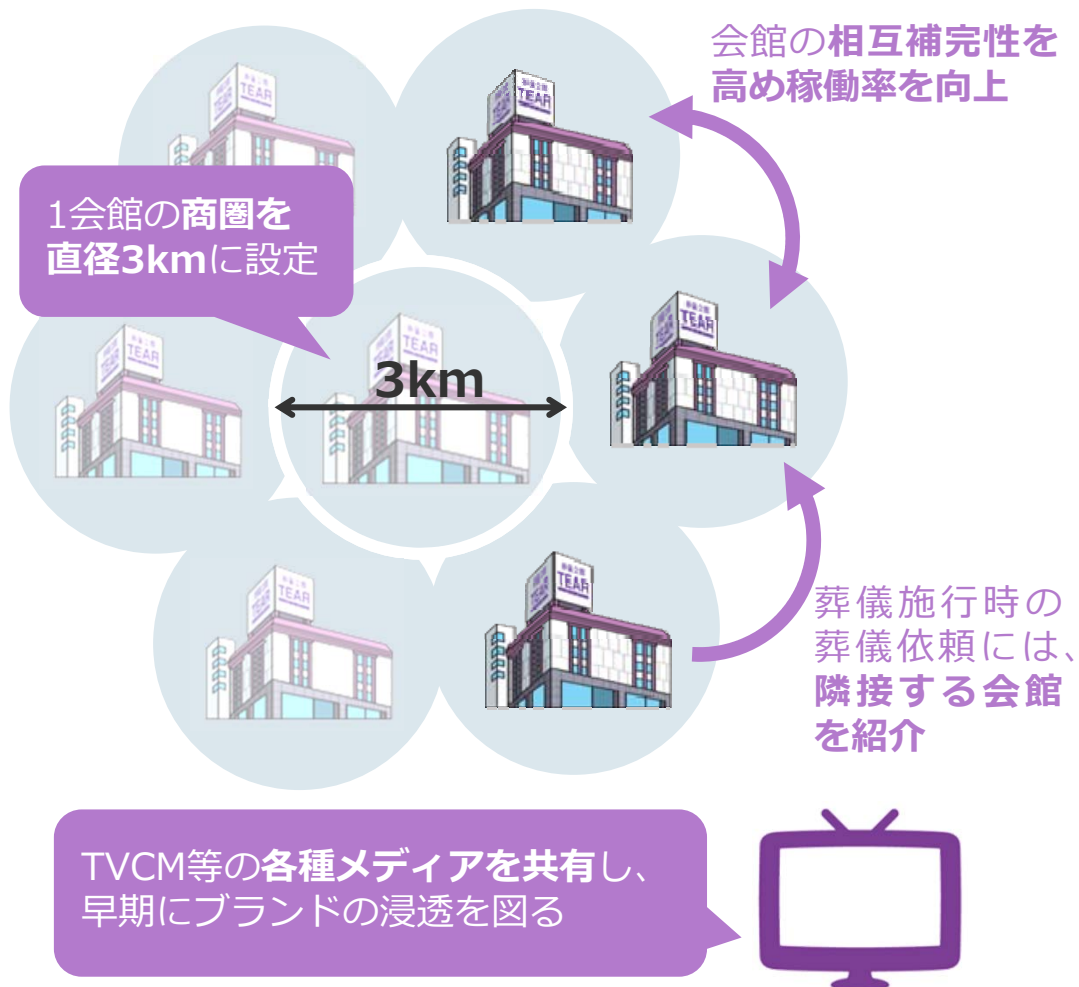
クレーム対応スキル研修

モラル向上研修

スタッフ管理研修

- 直営・FCによるドミナント出店、会館の相互補完性推進
➡ 約80%の会館稼働率と商圈内でのシェアを獲得

一定の地域に集中して、葬儀会館を開設



葬儀会館のフォーマット

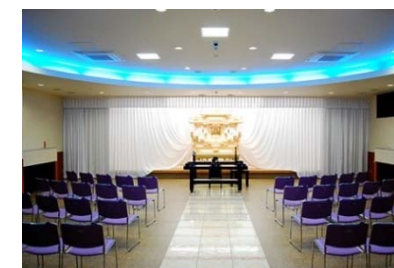
- 敷地面積500坪前後／建坪150坪～200坪
- 設備投資 1.5億円～2億円／投資回収 9年～10年

駐車場完備の葬儀専用会館



- 平屋1階建て～2階建て

葬儀専用のホール



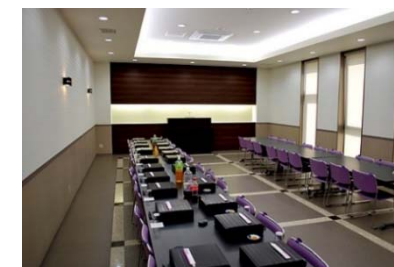
- 一般葬ホール 1室 (最大 100名～150名収容)
- 親族控室兼家族葬専用ホール 1室 (和室+洋室)

宿泊可能な親族控室



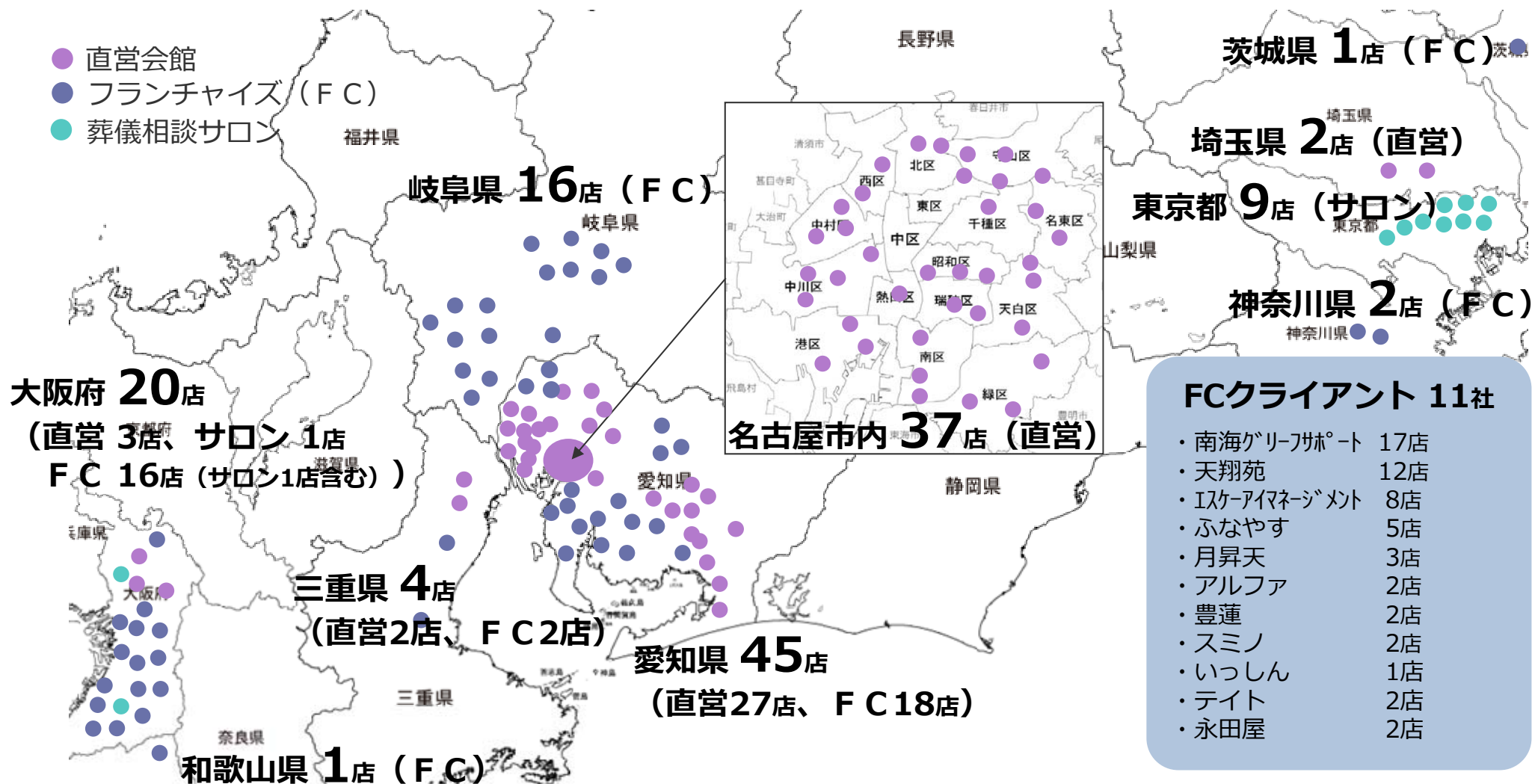
- 1室 (和室)

会食ルーム



- 1室 (50名収容)

- 会館数は 1都 1府 7県に 137店を展開、うち直営会館 71店、葬儀相談サロン 10店
- フランチャイズはクライアント 11社と契約し 56店を出店（2022年4月末日現在）



日本で一番「ありがとう」と言われる葬儀社を目指して

エピソード 1 西山スタッフへありがとう

- ティア大東の西山晃人さんに父の葬儀でお世話になりました。西山さんのお心遣いにとても勇気づけられました。心より感謝申し上げます。
- 生前、父がいつも聞いていたラジオを棺の中に入れることができないと悲しんでおりましたら、西山さんが紙で手作りラジオを作ってくださり、とても感動しました。
- お通夜から告別式までの説明も分かりやすく丁寧で、何もわからない私たちに親身に相談にのっていただきとても安心することができました。西山晃人さん、本当にありがとうございました。

エピソード 2 吉次スタッフへありがとう

- 先日は父の告別式で大変お世話になりました。ティアさんでお世話になり、本当にいい葬儀で父を見送ることができたと、心より感謝しております。
- アレンジ花も素晴らしいものになり、父の似顔絵まで書いてくださり、常に故人の事を思ってくださいありがとうございました。
- 親族一同、吉次さんに担当していただけたことが有難いことだと話しておりました。

エピソード 3 篠宮スタッフへありがとう

- 先日は母の葬儀に際しまして、たくさんのお気遣い、ご手配下さりありがとうございました。妹、家族共心より感謝しております。
- ひかりさん（篠宮スタッフ）が家族のように接して下さり気持ちを汲んでくださった3日間は感謝で一杯です。
- 母は自分より他人、相手を幸せにする事が幸せだと思える人でした。私も母のような人になりたいです。ひかりさんに担当していただき、こんな感謝の気持ちを母に伝えることができました。私たちに寄り添ってくれて、本当にありがとうございました。

エピソード 4 野邑スタッフへありがとう

- この度は祖母の葬儀を大変親切にご丁寧に執り行って頂きありがとうございました。7年前にも祖父の葬儀をティアさんの栄生会館にて執り行って頂いた時、両親も大変満足する葬儀でしたので今回もティアさんをお願いすることにしました。
- 進行として野邑さんにはずっとお世話になり、1つ1つ丁寧に教えて頂いたこと、「心配なことがあればいつでも連絡してください」のさり気ない一言にはすごく助けられ、気持ちにゆとりができた感じがしました。
- 全ての流れを終えてから両親と話しましたが、祖父の時と変わらず大満足。そして何より「感謝」の気持ちでいっぱいと言っていました。祖父も祖母も最後の旅立ちには最高の葬儀だと満足していることでしょう。

エピソード 5 石川スタッフへありがとう

- 初日の打ち合わせで遺影の他に写真を飾る額がないか伺った際には、すぐにコルクボードと写真盾を数枚お持ちくださいました。葬儀場入口に遺影と共にコルクボードを飾って下さり何枚もの写真を参列者の皆様にご覧いただいて式に入る前に思い出話に花が咲きました。
- 2日目朝には「お疲れの事と申しますので」と、栄養ドリンクを家族分届けてくださったり、1日目の思い出話にあった旅行先の写真をわざわざ印刷して持ってきてくださったりと、本当に私たち家族に寄り添ったご対応を終始してくださいました。
- 告別式のお別れの際には「生前お肉が好きだったと伺いまして」と、わざわざステーキを用意して下さってました。それには親族一同驚きで、家に帰ってからも「あれはすごく嬉しいサプライズだったね」と、おそらくずっと語り継がれるほどうれしいご配慮を頂きました。

出所 ご家族から頂戴した感謝の手紙を当社が編集して掲載しています

財務・非財務データサマリ（5カ年）

(百万円)		2017年9月期 連結業績	2018年9月期 連結業績	2019年9月期 連結業績	2020年9月期 連結業績	2021年9月期 連結業績	2022年9月期 連結業績予想
財務	売上高	11,352	12,311	12,779	11,919	12,203	13,070
データ	売上原価率 (%)	62.2%	60.7%	60.4%	61.8%	61.1%	60.2%
	販売管理費率 (%)	27.3%	28.6%	30.6%	33.2%	31.7%	32.4%
	営業利益	1,190	1,323	1,156	595	887	975
	経常利益	1,185	1,300	1,151	587	877	960
	当期純利益	801	896	791	345	542	600
	設備投資額	998	646	1,038	764	627	846
	減価償却費	522	561	592	602	553	N/A
	EPS (円) ※	39.72	44.39	36.05	15.43	24.21	26.78
	BPS (円) ※	308.51	345.65	399.08	398.51	402.73	N/A
	DPS (円) ※	8.00	10.00	11.00	20.00	20.00	20.00
	配当性向 (%)	20.1%	22.5%	30.5%	129.6%	82.6%	74.7%
	ROE (%)	13.6%	13.6%	9.9%	3.9%	6.0%	N/A
非財務	期末会館数 (店)	94	102	116	127	132	144
データ	直営会館 (店)	49	52	59	64	67	73
	葬儀相談サロン (店)	2	5	9	10	10	10
	FC会館・サロン (店)	43	45	48	53	55	61
	葬儀件数 (件)	9,161	10,248	10,923	11,353	12,599	13,744
	葬儀単価 (千円)	1,050	1,025	995	900	837	828
	既存店伸率 (葬儀売上高 %)	2.9%	3.6%	0.2%	△10.2%	△1.6%	2.9%
	会員数 (人)	318,412	347,037	380,807	411,619	442,015	N/A
	提携団体 (団体)	759	835	931	1,034	1,130	N/A
	従業員数 (人)	414	475	528	565	575	N/A

後継者候補選定プロセス

1. あるべき後継者像

- ①「目指せ！日本で一番『ありがとう』と言われる葬儀社」を熱く語る、「志」追求型の人材であること
- ②指導者としての使命感やパッションを持ち、社長セミナーでティアイズムを伝えることが出来る人材であること
- ③コーポレートスローガンの体現者であり、「全国制覇」を委ねられる人材であること

2. 後継者候補の選抜

- ①後継者候補の対象：社長として、明確なビジョンのもとに的確な打ち手を示すことで企業価値を向上できる人材
- ②社外取締役の関与：社外取締役が第三者として後継者候補の評価を実施
- ③取締役会の関与：取締役会の総意を得て、後継者候補を確定

3. 後継者候補確定後の体制

- ①後継者候補は、一定期間の業務執行状況について、社外取締役を含めた取締役会から評価を受ける
- ②後継者候補が社長就任後、富安現社長が一定期間、会長としてバックアップを行う

ディスクロージャーポリシー

株式会社ティア（以下「当社」という）は、株主、投資家の皆様に対し、透明性、公平性、継続性を基本に迅速な情報提供に努めます。金融商品取引法および東京証券取引所の定める適時開示規則に準拠した情報の開示に努めるほか、当社の判断により当社を理解していただくために有効と思われる情報につきましても、タイムリーかつ積極的な情報開示に努めます。

情報開示の方法

適時開示規則に該当する情報の開示は、同規則に従い、東京証券取引所の提供する適時開示情報伝達システム（TDnet）にて公開しています。公開した情報は、原則として当社IRサイト上に速やかに掲載することとしています。また、適時開示規則に該当しない情報についても、適時開示の趣旨を踏まえ、資料配布又は当社IRサイトに公開することにより正確かつ公平に当該情報が投資家の皆様に伝達されるよう努めます。

将来の見通しに関して

当社では、当社が株式上場している東京証券取引所に提出する業績予想に加えて、その他の方法により、業績見通しに関する情報を提供する場合があります。また、ニュースリリース、決算説明会やアナリストミーティング等における質疑応答等には、計画、見通し、戦略等に関する情報が含まれる場合があります。それらの情報は、作成時点で入手可能な情報に基づき当社の経営者が合理的と判断したもので、リスクや不確実性を含んでいます。実際の業績は様々な要素により、これら見通しとは大きく異なる結果になりうることをご承知おきください。

沈黙期間について

当社は、重要な会社情報の漏洩を防ぎ公平性を確保するため原則として「決算期日の2週間前から決算発表日まで」の一定期間を沈黙期間としています。この期間中は、決算に関する質問への回答や、関連する情報に関するコメントを差し控えます。ただし、当該期間中であっても、投資家の皆様の投資判断に多大な影響を与えると判断した重要事実が発生した場合は、この限りではありません。

IR活動について

当社は、投資家との建設的な対話を促進するために、IR担当取締役を専務取締役経営企画室長が担い、IR担当部門を経営企画室としています。IR活動においては、IR担当者と各部門が連携を図り情報の充実に努めると共に、インサイダー情報を防止する観点からIR活動には原則2名以上で対応しています。機関投資家向けIR活動は年2回の決算説明会開催に加え、必要に応じて個別に機関投資家を訪問しています。個人投資家向けIR活動では中部、関東、関西地区のみならず地方の中核都市で会社説明会を定期的で開催し、また個人株主を中心に株主アンケートも実施しています。IR活動の内容については、四半期に一度、取締役が参加する経営会議においてフィードバックを行い、投資家の当社に対する評価や考え方を取締役全員で共有しています。

本資料に関するお問い合わせ先 株式会社ティア

〒462-0841

名古屋市北区黒川本通三丁目35番地1
(ティア黒川5F)

TEL : (052) 918-8254

FAX : (052) 918-8600

MAIL : ir-information@tear.co.jp

担当 経営企画室

URL : <https://www.tear.co.jp/company/>