



2022年9月期 決算説明会

2022年11月14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：I R情報メール配信



メルマガ登録URL

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



(I R情報のQRコード)

- 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。
- P R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I R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I Rメール配信サービスを利用して配信しています。



公式YouTube
チャンネル開設



(YouTubeチャンネルのQRコード)

- 当社のことをより多くの方に、より広く、深く知っていただくために、公式YouTubeチャンネルを開設いたしました。
- 新卒、中途採用情報から、ティアでの葬儀、「ティアの会」入会について等、様々な角度から当社の情報を配信してまいります。
- 是非、この機会にQRコードからご視聴ください。

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、心の中を駆けめぐらしましょう。

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。

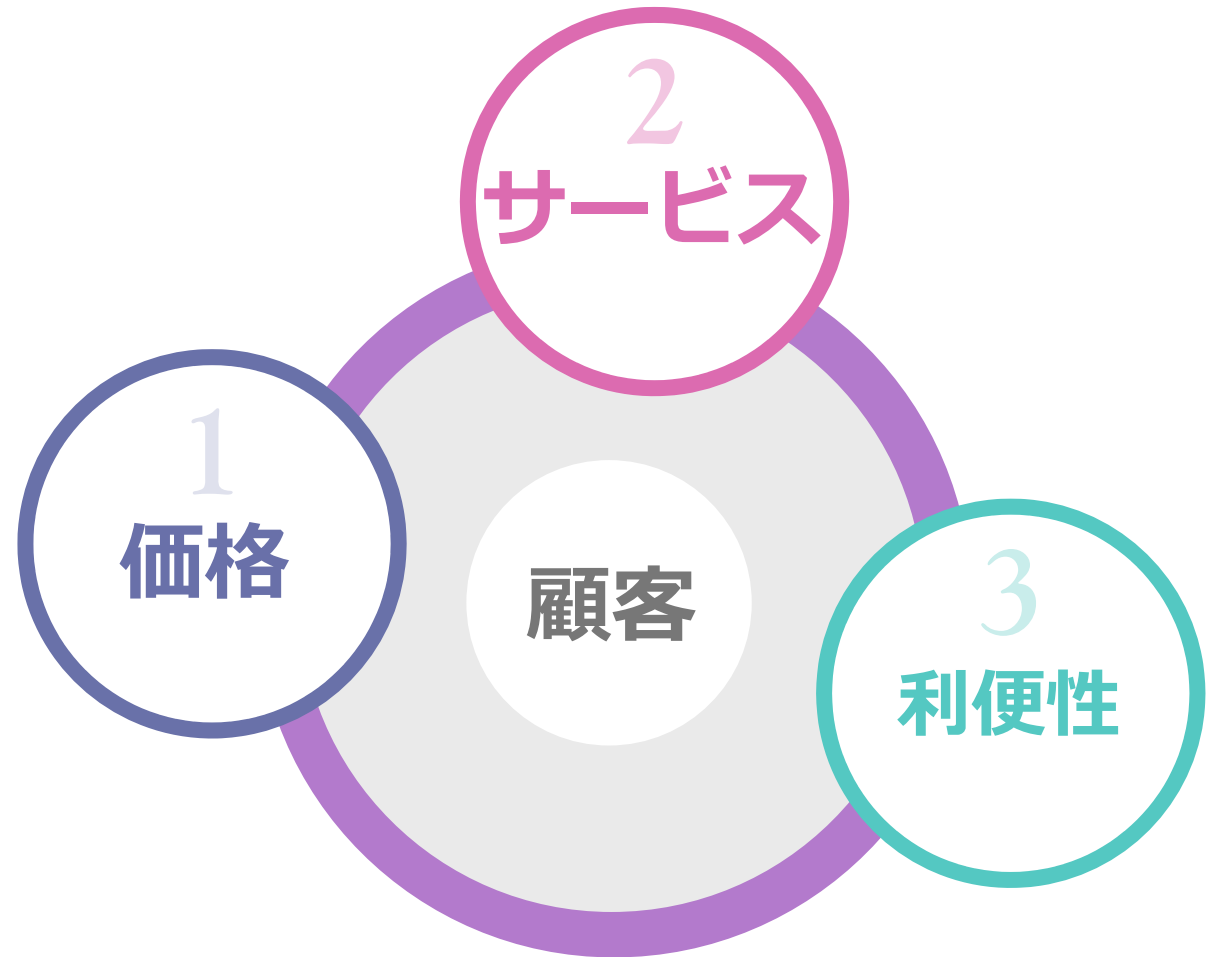
ティアの生涯スローガンと戦略の基本方針

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

目次

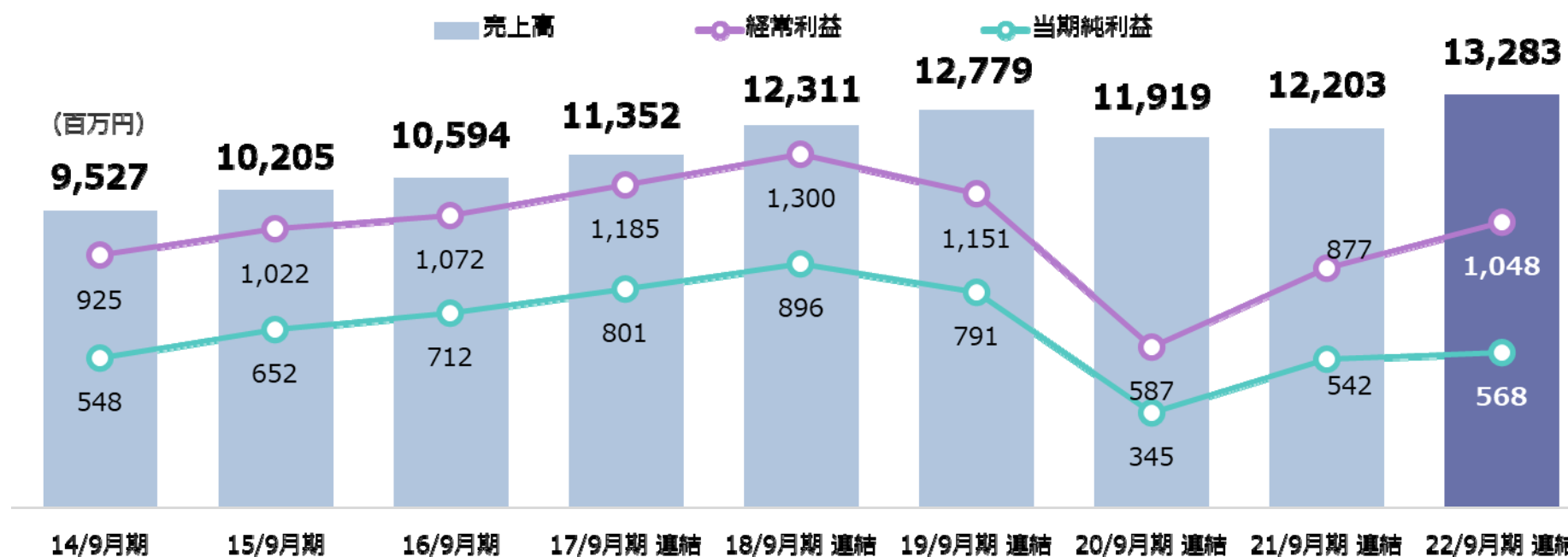
- 06 2022年9月期連結決算の概要
- 17 2023年9月期連結業績予想の概要
- 24 業界環境の変化と中長期ビジョン
- 30 中期経営計画（2023年9月期～2025年9月期）
4つのテーマと8つの戦略
- 39 参考資料 企業概要、戦略の基本方針等



2022年9月期 連結決算の概要

2022年9月期 決算ハイライト

- 2022年9月期連結決算は前期比で2期連続の増収増益
- コロナ禍の影響による葬儀単価の低下は改善しないものの、営業促進が奏功し葬儀件数が増加

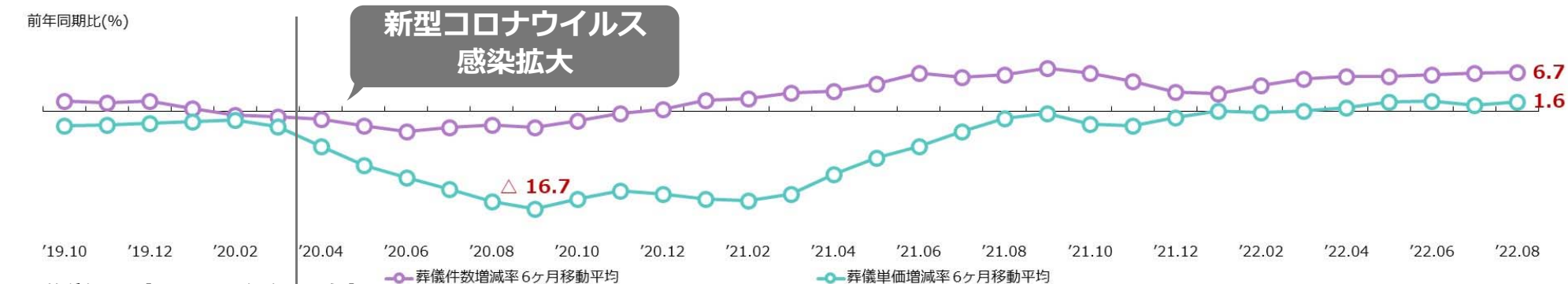


※ 連結の記載が無い場合は個別業績を記載
 ※ 連結業績の当期純利益は「親会社株主に帰属する当期純利益」を記載

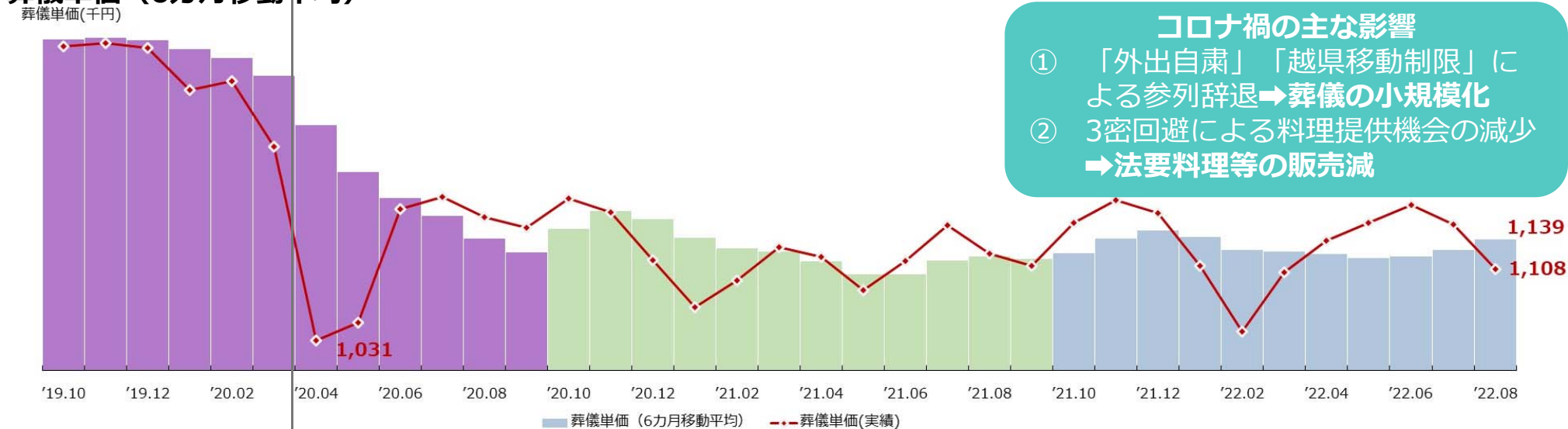
事業環境：葬儀業界の動向とコロナ禍の影響

- コロナ禍により葬儀単価は1割を超える低下となり、以降も改善することなく横這いの状態が続く
- 6カ月移動平均による直近の葬儀件数は6.7%増、葬儀単価は1.6%増の1,139千円

葬儀件数・葬儀単価増減率（6カ月移動平均）



葬儀単価（6カ月移動平均）



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 140店、ティアブランドによる葬儀件数は 20,262件、葬儀単価は 813千円

	2021年9月期 通期 連結業績	2022年9月期			
		通期 連結業績	修正予想※1 (22.4.26)	前期比 増減	修正予想比 増減
期末会館数(店)※2	132	140	144	8	△4
直営会館	67	73	73	6	-
葬儀相談サロン	10	10	10	-	-
FC会館	55	57	61	2	△4
葬儀件数(件)	18,120	20,262	N/A	11.8%	N/A
直営会館	12,599	14,189	13,744	12.6%	3.2%
FC会館	5,521	6,073	N/A	10.0%	N/A
葬儀単価(千円)	837	813	828	△2.9%	△1.9%
葬儀会館	845	819	839	△3.1%	△2.3%
家族葬ホール	845	823	834	△2.6%	△1.3%
葬儀相談サロン	566	603	582	6.6%	3.6%
会員数※2	442,015	470,568	N/A	28,553	N/A
提携団体※2	1,130	1,269	N/A	139	N/A

※1 2022年4月26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

- 新規出店は直営 7店、FC 3店の合計 10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 83店、FC 57店、前期末比 8店の純増
- ティアブランドによる葬儀件数は前期比 11.8%増の 20,262件
- 葬儀単価は前期比 2.9%減の 813千円
- 「ティアの会」会員数は前期末比 28,553人増加の 47万人
- 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 139団体増加の 1,269団体

当社の現状②：葬儀件数・葬儀単価の増減要因（直営）

- 葬儀件数は前期比 12.6%増加の 14,189件、業績予想比では 3.2%増
- 葬儀単価は前期比 2.9%減少の 813千円、業績予想比では 1.9%減

葬儀区分に見る件数構成比・葬儀単価

	2021年9月期		2022年9月期		
	通期 連結業績	通期 連結業績	修正予想 (22.4.26)	前期比 増減	修正予想比 増減
葬儀件数（件）	12,599	14,189	13,744	1,590	445
祭壇無し【200千円以下】（構成比%）※	22.3%	24.1%	N/A	1.8%	-
祭壇有り【300千円以上】（構成比%）	77.7%	75.9%	N/A	△1.8%	-
葬儀単価（千円）	837	813	828	△ 24	△ 16
祭壇無し【200千円以下】（千円）※	242	238	N/A	△ 4	-
祭壇有り【300千円以上】（千円）	1,007	995	N/A	△ 12	-

【葬儀区分に見る増減要因】

- ①葬儀件数の状況として、「祭壇無しプラン」の構成比が 1.8ポイント上昇
- ②葬儀単価では高額祭壇（1,000千円以上）の構成比が低下し、「祭壇有りプラン」の単価が低下
- ③葬儀単価への影響（前期比）
 - ・「祭壇無しプラン」構成比の上昇による影響 1.6%減
 - ・「高額祭壇」の販売減による影響 1.3%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

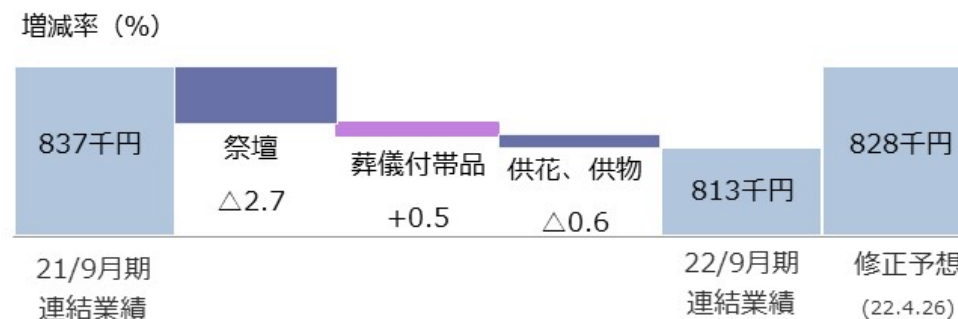
葬儀件数（直営）の増減要因

- 葬儀件数は、既存店の増加に新店稼働が寄与し、前期比 1,590件増、業績予想比では 445件増



葬儀単価の増減要因

- 葬儀単価は、葬儀付帯品の単価は上昇したものの、祭壇売上、供花売上の単価が低下し前期比 2.9%減、業績予想比では 1.9%減



当社の現状③：売上原価・販管費の状況

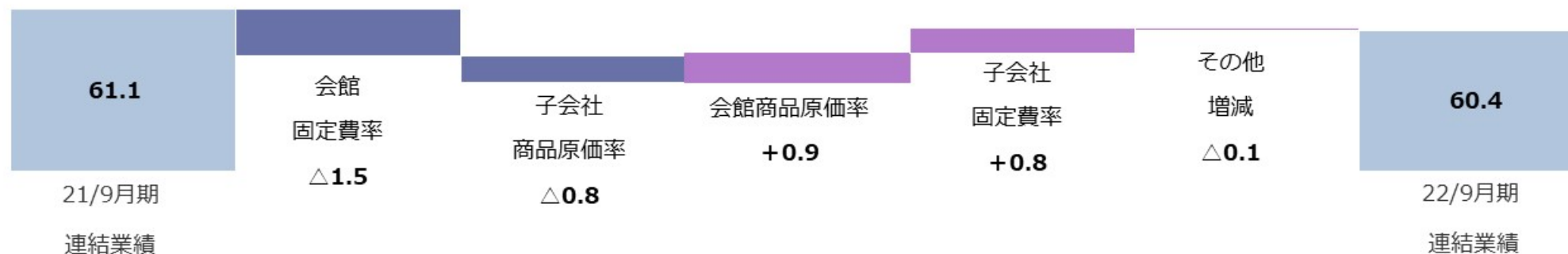
- 売上原価率は、増収効果により固定費の負担割合が低下、前期と比べ 0.6ポイント低下の 60.4%
- 販管費は人件費やその他経費が増加し、前期比 334百万円増額の 4,198百万円

	2021年9月期	2022年9月期			
	通期 連結業績	通期 連結業績	修正予想 (22.4.26)	前期比 増減	修正予想比 増減
売上原価率 (%pt)	61.1%	60.4%	60.2%	△0.6%	0.3%
商品原価率	27.9%	28.0%	27.5%	0.1%	0.5%
労務费率	11.0%	10.9%	10.9%	△0.1%	0.1%
雑费率	22.2%	21.5%	21.8%	△0.7%	△0.4%
販売管理費 (百万円)	3,864	4,198	4,229	334	△ 31
人件費	1,899	2,046	2,107	147	△ 60
広告宣伝費	964	974	996	9	△ 21
その他	1,000	1,177	1,125	177	51

- 商品原価率は、「接客人財・警備」「納棺」「霊柩業務」「生花」の内製化等を推進したものの、コロナ禍対応等により、概ね横這いとなる
- 売上原価：前期比で労務費は 110百万円増、雑費は 148百万円増となったものの、売上高の増収により負担割合はそれぞれ低下
- 販管費：新店稼働に伴う固定費の増加、積極的な人財確保及び賃金制度改定により人件費が増加
- 業績予想比では、売上原価率は商品原価率の上昇し 0.3ポイント増加、販管費では人件費が想定を下回り 31百万円の減額

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/対業績予想比）

- 前期比で、売上高は 8.9%増収の 13,283百万円、営業利益は 19.2%増益の 1,057百万円
経常利益では 19.5%増益の 1,048百万円、当期純利益は 4.8%増益の 568百万円
- 業績予想比では、売上高の増収と営業利益・経常利益で増益となったものの、既存会館 2店のリ
ロケーション（次期計画）により減損損失 145百万円計上し、当期純利益は 5.3%の減益

(百万円)	2021年9月期	2022年9月期		2022年9月期		修正予想比	
	通期 連結業績	通期 連結業績	修正予想 (22.4.26)	前期比 金額	増減率	金額	増減率
売上高	12,203	13,283	13,070	1,080	8.9%	213	1.6%
営業利益	887	1,057	975	170	19.2%	82	8.5%
経常利益	877	1,048	960	171	19.5%	88	9.2%
当期純利益	542	568	600	25	4.8%	△ 31	△ 5.3%
設備投資額	627	909	846	281	-	63	-
減価償却費	553	566	N/A	12	-	-	-
E P S (円)	24.21	25.37	26.78	-	-	-	-
B P S (円)	402.73	334.80	-	-	-	-	-
D P S (円)	20.00	20.00	20.00	-	-	-	-
配当性向 (%)	82.6%	78.8%	74.7%	-	-	-	-
既存店 (前期比%)				※		※	
葬儀売上高	△ 1.6%	3.8%	2.9%	5.4%	-	0.9%	-
葬儀件数	6.4%	7.1%	4.0%	0.7%	-	3.1%	-
葬儀単価	△ 7.5%	△ 2.9%	△ 0.9%	4.6%	-	△ 2.0%	-

※増減ポイント

売上高の増減要因分析（前期比）

- 売上高は葬儀単価が低下したものの、既存店の件数増及び新店稼働により 1,080百万円の増収
- 事業部門別では、葬祭事業が 1,051百万円、フランチャイズ事業が 28百万円のそれぞれ増収

売上高増減要因分析（前期比）

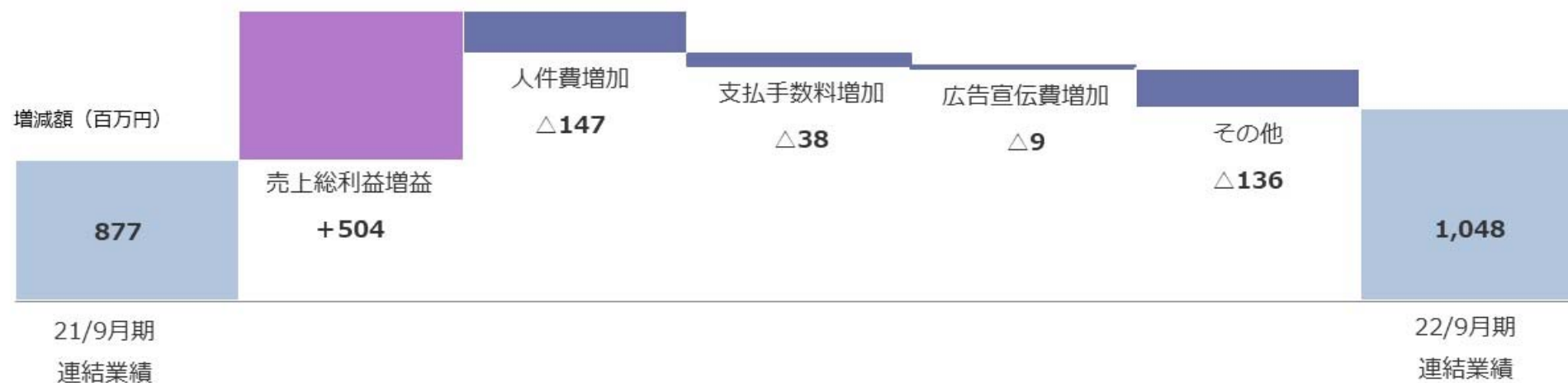


- 直営は 6店の純増、新店稼働による増収効果は 611百万円
- 既存会館は葬儀件数が堅調に推移し 737百万円の増収要因となったものの、葬儀単価の低下で 316百万円、その他売上の減少により 5百万円のそれぞれ減収要因
- 葬祭事業：葬儀件数の増加により前期比 1,051百万円増収の 12,857百万円
- フランチャイズ事業：「収益認識に関する会計基準」の適用による加盟料売上の増加や、FC会館向け物品売上が増加し前期比 28百万円増収の 426百万円

経常利益の増減要因分析（前期比）

- 経常利益は人件費等の経費が増加したものの、売上総利益の増益により 171百万円の増益
- 事業部門別では、葬祭事業が 364百万円の増益、フランチャイズ事業は 6百万の減益

経常利益増減要因分析（前期比）

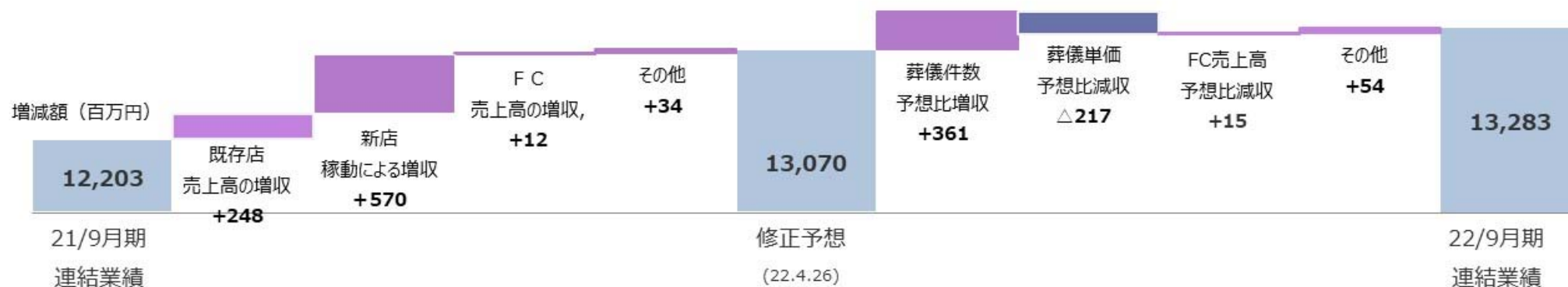


- 売上高の増収と売上原価率の低下により売上総利益は 504百万円の増益要因
- 販管費は人財の確保及び賃金制度改定に伴い人件費が 147百万円、人事制度改革に伴うコンサルタントの導入費用として支払手数料 38百万円等が増加
- 葬祭事業：経費は増加したものの売上高の増収により前期比 364百万円増益の 2,066百万円
- フランチャイズ事業：FC本部強化のための人員増加により前期比 6百万円減益の 66百万円

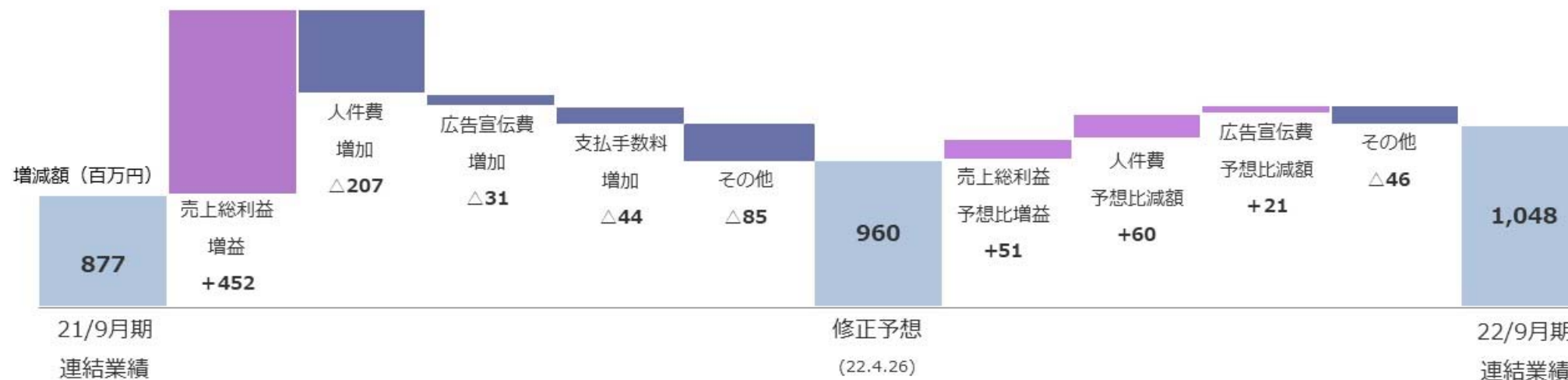
業績予想比の増減要因分析

- 売上高は葬儀単価が想定を下回ったものの、葬儀件数が増加し業績予想比 213百万円の増収
- 経常利益は売上高の増収に加え、経費が減額となり 88百万円の増益

売上高増減要因分析（業績予想比）



経常利益増減要因分析（業績予想比）



貸借対照表／キャッシュ・フローの状況

資産の状況

(百万円)	2021年9月期		2022年9月期		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%	3,839	27.1%	263
固定資産	9,963	73.6%	10,327	72.9%	364
資産合計	13,539	100.0%	14,166	100.0%	627
流動負債	2,486	18.4%	4,250	30.0%	1,763
固定負債	2,029	15.0%	2,415	17.1%	385
負債合計	4,516	33.4%	6,665	47.1%	2,149
株主資本	9,022	66.6%	7,500	52.9%	△ 1,521
純資産	9,022	66.6%	7,501	52.9%	△ 1,521
負債純資産合計	13,539	100.0%	14,166	100.0%	627

- 流動資産は前期末比 263百万円増加の 3,839百万円、固定資産は前期末比 364百万円増加の 10,327百万円
- 総資産は前期末比 627百万円増加の 14,166百万円
- 期首に「収益認識に関する会計基準」の適用により利益剰余金の一部を契約負債へと調整
- 負債合計は前期末比 2,149百万円増加の 6,665百万円
- 純資産合計は前期末比 1,521百万円減少の 7,501百万円
- 自己資本比率は前期末比 13.7ポイント低下の 52.9%

設備投資の状況

(百万円)	2021年9月期 連結業績	2022年9月期 連結業績	期初計画
設備投資	627	909	846

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 連結業績	1,353	△ 906	△ 237	213	3,080

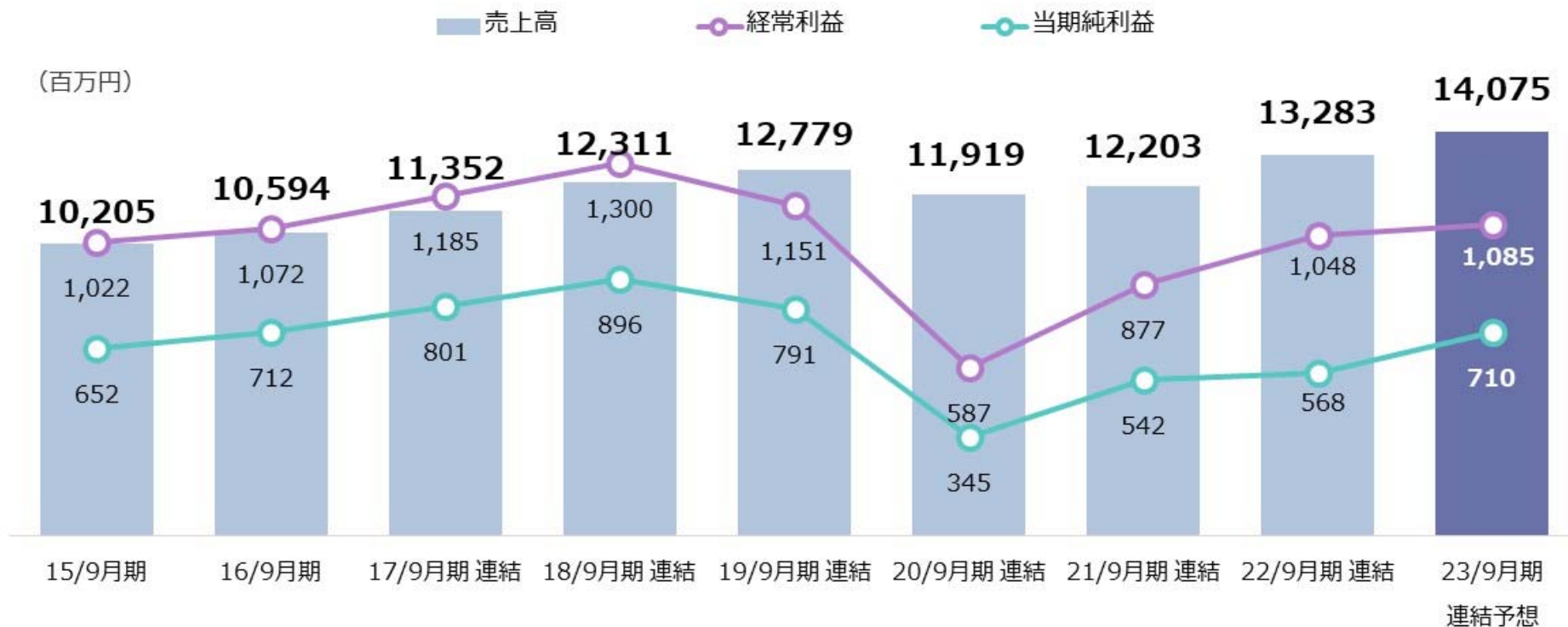
- 設備投資は 909百万円
- 主な内容
会館新設 7店：家族葬ホール 5店
葬儀会館 1店
FC会館切替 1店
既存会館改修 1店
- キャッシュフローの合計は +213百万円となり、現金及び現金同等物の期末残高は 3,080百万円



2023年9月期 連結業績予想の概要

2023年9月期 連結業績予想ハイライト

- 葬儀単価はコロナ禍の影響を一定程度想定し、既存店の件数増及び新店稼働の効果を見込む
- 積極的な人財確保、「ティア・デザイン・ラボ (TDL)」開設に伴う設備投資コスト等により経費の増加を予想する一方、葬儀付帯業務の内製化等により売上原価低減を見込む



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、前期比 2.3%増を見込む
- 葬儀単価はコロナ禍の影響を一定程度受ける前提で 847千円を見込む

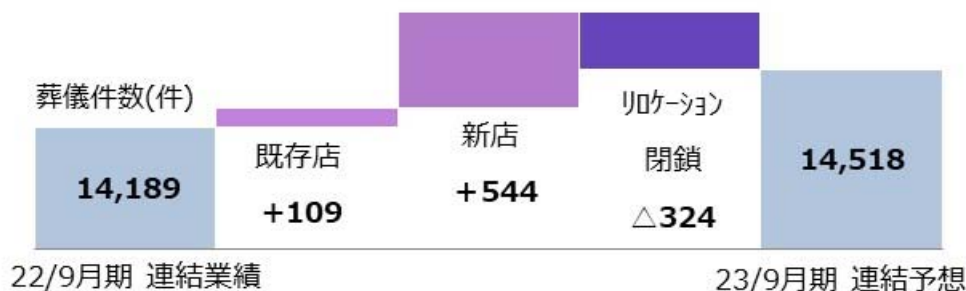
	2022年9月期		2023年9月期					
	上半期	通期	上半期	前期比		通期	前期比	
	連結業績		連結予想	金額	増減率	連結予想	金額	増減率
葬儀件数 (件)	7,365	14,189	7,470	105	1.4%	14,518	329	2.3%
葬儀単価 (千円)	817	813	848	31	3.8%	847	35	4.3%
葬儀会館	823	819	862	39	4.7%	862	43	5.3%
家族葬ホール	824	823	844	19	2.3%	846	23	2.8%
葬儀相談サロン	608	603	572	△35	△5.8%	573	△30	△5.0%
既存店 (前期比%)								
葬儀売上高	3.5%	3.8%	4.1%	-	-	5.4%	-	-
葬儀件数	7.0%	7.1%	0.1%	-	-	0.8%	-	-
葬儀単価	△3.0%	△2.9%	4.0%	-	-	4.6%	-	-

業績予想策定時点の前提条件

- 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
- 葬儀単価は直近3カ年の実績を参考とする
- 上記前提条件による既存店の葬儀売上高は前期比 5.4%増を見込む

葬儀件数の見通し

- 既存店の増加と新店稼働の寄与を見込む一方、リロケーションによる閉鎖分を想定し 14,518件と予想



葬儀単価の見通し (四半期)

- 葬儀単価は、コロナ禍の影響を一定程度見込むものの、前期の感染小康時を参考に 847千円と予想

(千円)	1Q	2Q	3Q	4Q
23/9月期連結予想	848	848	848	846
22/9月期連結業績	859	781	821	797

感染拡大時の葬儀単価 **742千円~795千円**
 感染小康時の葬儀単価 **844千円**

連結業績予想の前提条件②

- 売上原価率は前期と比べ 0.9ポイント低下の 59.5%
- 販管費率は前期と比べ 1.0ポイント上昇の 32.6%を見込む

	2022年9月期		2023年9月期			
	上半期	通期	上半期	増減	通期	増減
	連結業績		連結予想		連結予想	
売上原価率 (%)	58.9%	60.4%	59.0%	0.1%	59.5%	△0.9%
商品原価率	28.0%	28.0%	27.5%	△0.5%	27.4%	△0.6%
労務費率	10.3%	10.9%	10.7%	0.5%	11.1%	0.2%
雑費率	20.5%	21.5%	20.7%	0.2%	21.1%	△0.4%
販管費率 (%)	28.3%	31.6%	31.1%	2.8%	32.6%	1.0%
人件費率	13.8%	15.4%	14.7%	0.9%	15.8%	0.4%
広告宣伝費率	6.8%	7.3%	7.4%	0.6%	7.7%	0.3%
その他経費率	7.8%	8.9%	9.0%	1.3%	9.2%	0.3%

【業績予想策定時点の前提条件】

- 内製化拡大により商品原価率は 0.6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
 - ・新卒採用計画による労務費
 - ・子会社業容拡大に伴う固定費
- 販管費の主な増加要因
 - ・営業促進実施に伴う広告宣伝費
 - ・新卒採用計画による人件費
 - ・TDL建設に伴う設備投資コスト

設備投資計画と出店フォーマット

- 設備投資は 1,571百万円を計画、直営会館 8店（うち2店はリロケーション）の出店を予定
- その他の投資計画の主な内訳：新基幹システムの導入、大型冷蔵施設の建築等

	計画	直営会館			葬儀相談サロン	改修	TDL 本社北側	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	計画に準ずる	-	-
出店計画 (店)		2	△2	6	-	-	-	-
設備投資計画 (百万円)	1,571	300	-	480	-	-	402	389

連結業績予想サマリ

- 連結業績予想の売上高は前期比 6.0%増収の 14,075百万円、
 経常利益は 3.5%増益の 1,085百万円、当期純利益は 24.9%増益の 710百万円を予想

(百万円)	2022年9月期		2023年9月期					
	上半期 連結業績	通期	上半期 連結予想	前期比 金額	増減率	通期 連結予想	前期比 金額	増減率
売上高	6,896	13,283	7,220	323	4.7%	14,075	791	6.0%
営業利益	883	1,057	715	△ 168	△19.0%	1,100	42	4.0%
経常利益	877	1,048	705	△ 172	△19.6%	1,085	36	3.5%
当期純利益	586	568	465	△ 121	△20.7%	710	141	24.9%
設備投資額	400	909	N/A	-	-	1,571	-	-
減価償却費	276	566	N/A	-	-	N/A	-	-
期末会館数(店) ※	-	140	146	6	-	154	14	-
直営会館※	-	73	77	4	-	79	6	-
葬儀サロン(直営) ※	-	10	10	-	-	10	-	-
F C会館・サロン※	-	57	59	2	-	65	8	-
E P S (円)	26.18	25.37	20.75	△ 5.43	-	31.69	6.32	-
B P S (円)	-	334.80	N/A	-	-	N/A	-	-
D P S (円)	10.00	20.00	10.00	-	-	20.00	-	-
配当性向 (%)	-	78.8%	48.2%	-	-	63.1%	-	-

※ 前期末と比較した増減

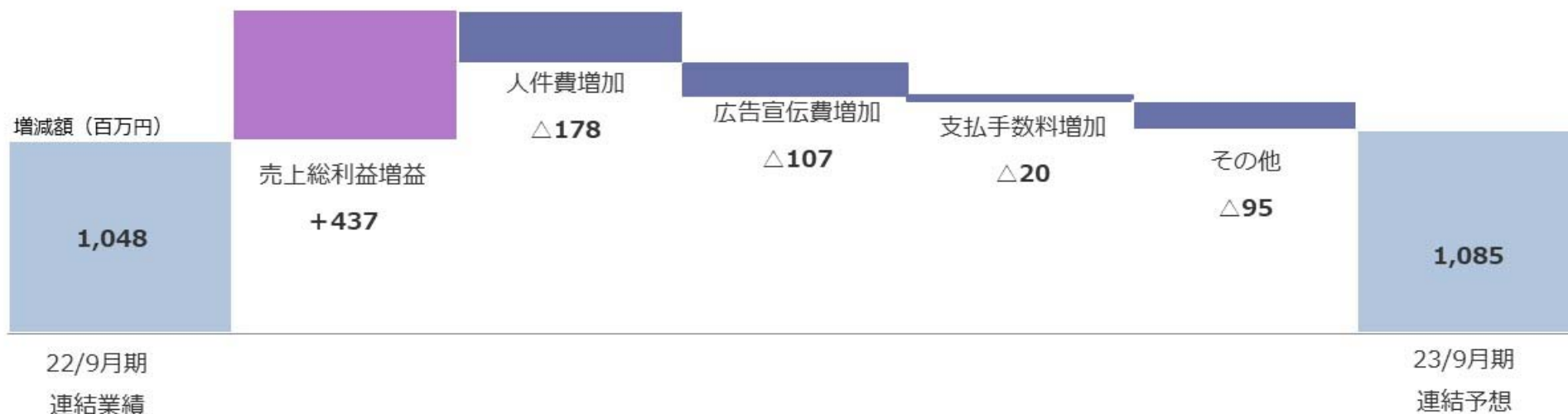
経常利益予想の増減要因分析

- 売上高は既存店の増収と新店稼働の効果により 791百万円の増収を予想
- 経常利益は経費の増加を見込む一方、売上高の増収及び売上原価低減により 36百万円の増益を予想

売上高予想増減要因分析

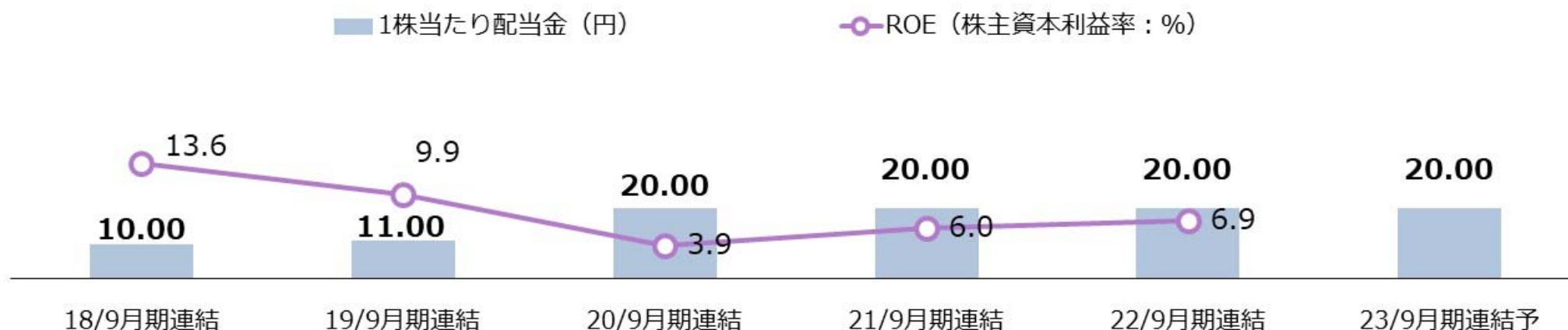


経常利益予想増減要因分析



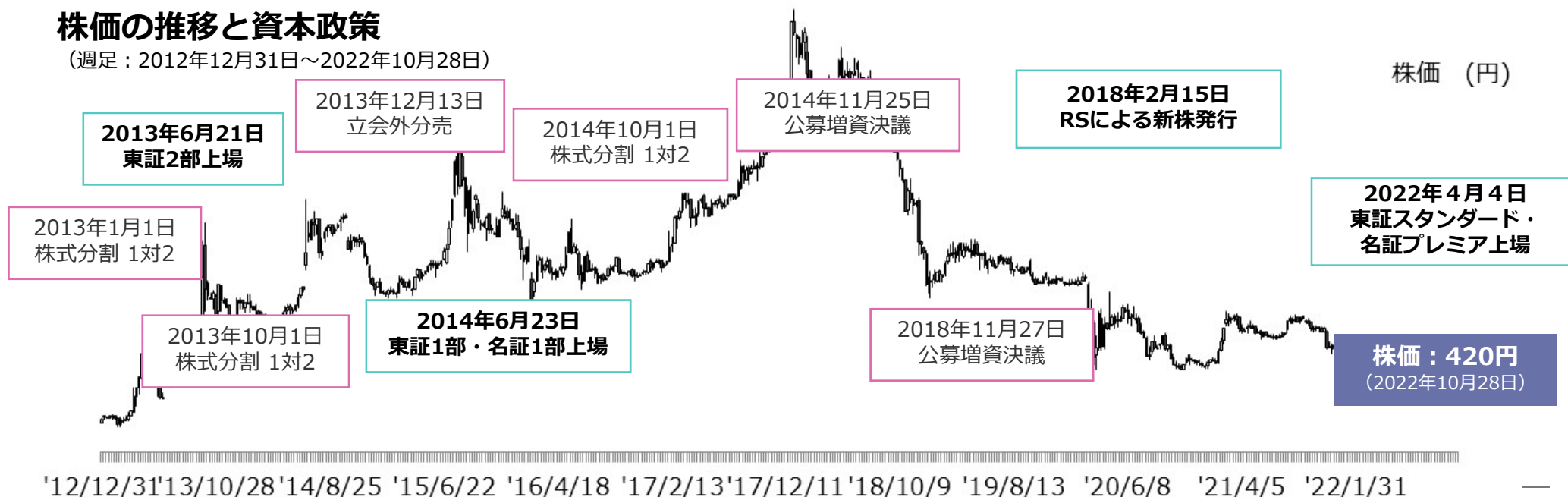
配当方針・配当予想

- 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
- 2023年9月期の配当予想は 1株につき中間配当10円・期末配当10円の合計 20円を予定



株価の推移と資本政策

(週足：2012年12月31日～2022年10月28日)





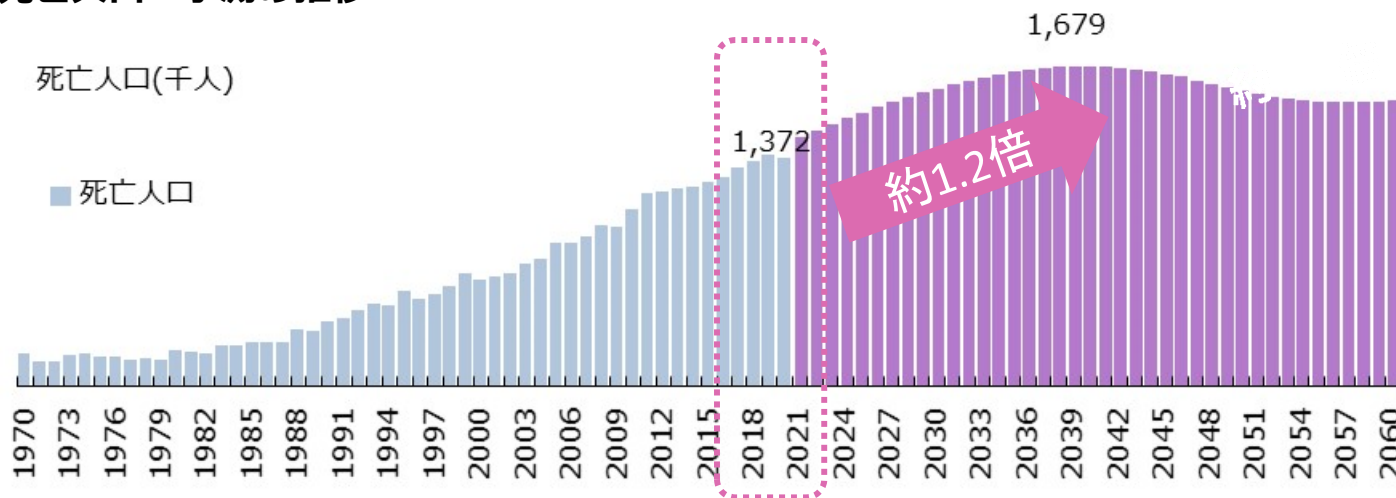
業界環境の変化と中長期ビジョン

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、市場規模は微増に留まる

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8月
葬儀件数（前期比%）※1	+1.9%	+1.1%	△1.8%	+5.3%	+5.6%
葬儀単価（前期比%）※1	△2.1%	△2.4%	△9.6%	△8.4%	+1.1%
葬儀単価（千円）※1	1,382	1,349	1,225	1,121	1,134
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

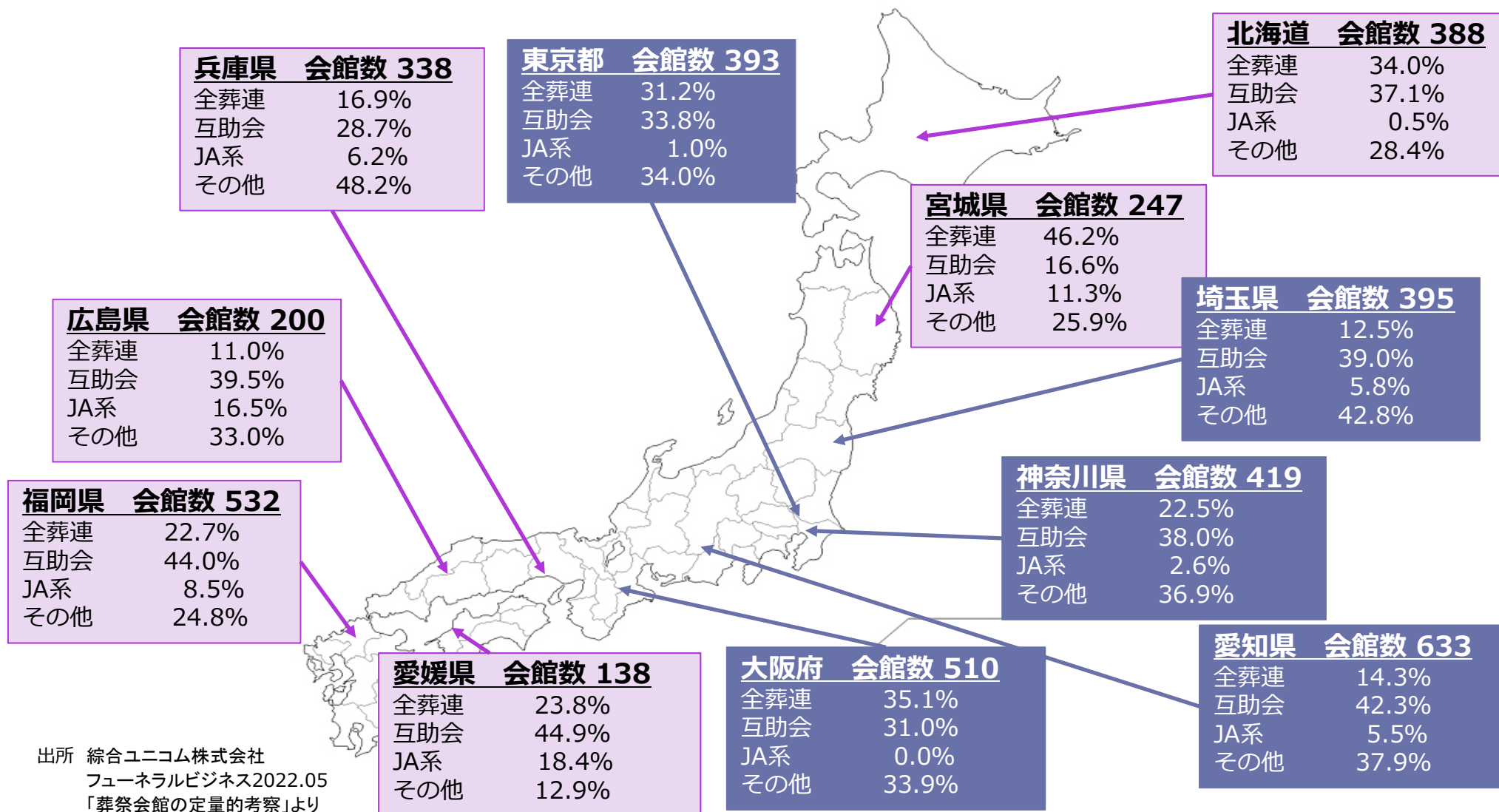
出所 人口動態：「厚生労働省：人口動態総覧の年次推移」「国立社会保障：人口問題研究所」公表データを当社が加工

※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「フューナラルビジネスの実体と将来展望 2021年版」より（2021年8月）

葬儀会館の分布状況（主要都道府県）

- 2021年の葬儀会館は全国で 9,925店となり、このうち2021年開設は 293店
- 都道府県別では、愛知県 633店が最も多く、次いで福岡県・大阪府・神奈川県と続く



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

当社におけるコロナ禍の影響と見通し

【コロナ禍の影響に対する葬儀単価の見通し（葬儀単価 単位：千円）】

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 連結業績		2023年9月期 連結業績予想		2024年9月期 2年目計画	2025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	上半期	下半期	-	-
971	825	843	829	817	808	848	847	-	-
通期		通期		通期		通期予想		計画	計画
900		837		813		847		847	845

当社におけるコロナ禍の影響と見通し

- 2020年9月期：
感染症の拡大により、下半期の葬儀単価は△16.0%
- 2021年9月期～2022年9月期：
葬儀単価に改善は見られず影響は継続
感染拡大時には葬儀単価が 800千円を下回る場合も有り

- 2023年9月期連結予想以降
コロナ禍の影響は一定程度続くと想定

参考：当社の葬儀件数前期比の状況（3期積み上げ）

前期比%



①～⑦は感染拡大時期

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」

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

会館数 **260**
(中長期ビジョン定量目標)

稼ぐ力の強化

中期経営計画ローリング（2023年9月期～2025年9月期）

「ティアを超える新生ティア！！」

会館数 **140**
(22/9月期末実績)



中期経営計画
(2023年9月期～2025年9月期)
4つのテーマと8つの戦略

中期経営計画のスローガンと4つのテーマ

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

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

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
- DX・SX事業本部の設置

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
- 中長期ビジョンに則った人事制度の構築

計画：出店・改装・採用

出店計画

(単位：店)	2021年9月期 連結業績	2022年9月期 連結業績	2023年9月期 連結業績予想	2024年9月期 2年目計画	2025年9月期 3年目計画
直営出店 会館	4	7	8	7	8
葬儀サロン	-	-	-	-	-
リロケーション・閉鎖	△1	△1	△2	-	-
直営合計	77	83	89	96	104
F C 出店	2	3	8	7	6
リロケーション・閉鎖	-	△1	-	-	-
F C 合計	55	57	65	72	78
期末会館数	132	140	154	168	182

改装計画

(単位：店)	2021年9月期 連結業績	2022年9月期 連結業績	2023年9月期 連結業績予想	2024年9月期 2年目計画	2025年9月期 3年目計画
既存会館	-	1	-	1	1

採用計画 (新卒)

(単位：人)	2021年9月期 連結業績	2022年9月期 連結業績	2023年9月期 連結業績予想	2024年9月期 2年目計画	2025年9月期 3年目計画
採用計画	15	17	35	20	20

「重点施策①」

中核エリアでのシェア向上にこだわった営業促進の実施



営業促進

マスメディアを活用した営業促進（2020年7月～）

- 中核エリアで価格訴求力を高めた「TVCM」「中吊り広告」「折込チラシ」等を展開

既存会員向け営業促進（2021年10月～）

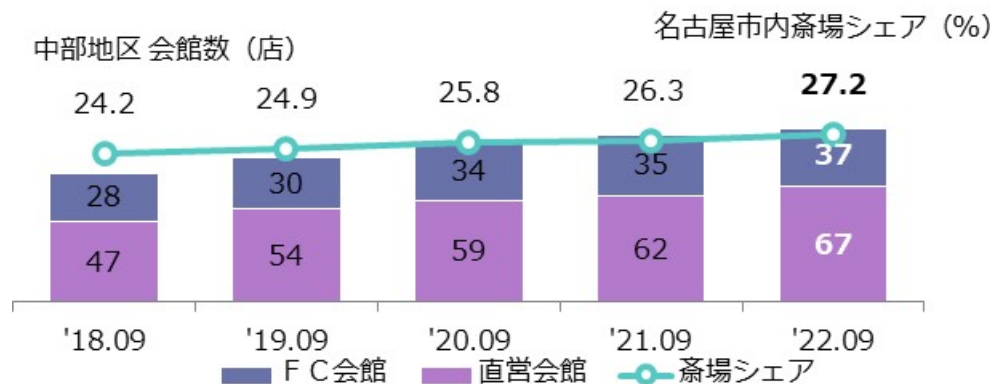
- 生前見積もり推奨キャンペーン
- 1年間有効の葬儀割引券進呈
- 会員向け会報誌にて告知
- 既存会員向けDM実施

→ **ウェブサイト専用ページ・コンタクトセンターのオペレーション強化** ←

葬儀件数（前期比）

単位	%	1Q	2Q	3Q	4Q
2020年9月期		+6.9	+0.6	△1.8	+10.4
2021年9月期		+10.9	+13.0	+14.7	+5.6
2022年9月期		+5.9	+18.2	+11.0	+15.1

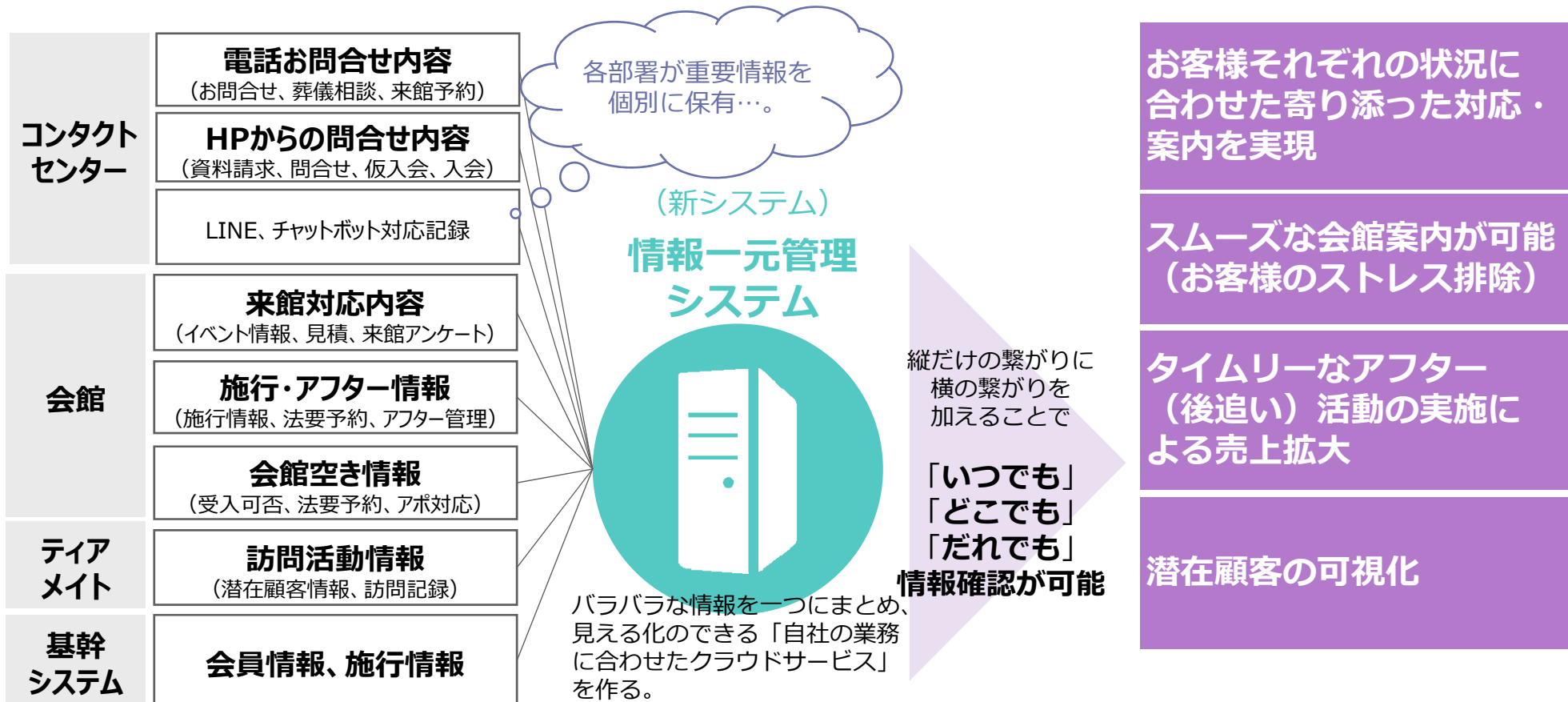
中核エリアのシェア



《重点施策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



《重点施策③》

DX・SXデザイン事業本部とティア・デザイン・ラボ開設

最期の、ありがとう。



2022年9月期

SDGs推進室を設置

SDGsビジョン

〈ティアの目指す社会〉

互いに尊重しあい、命あるものすべてが幸せに暮らすことのできる社会

「哀悼と感動の
セレモニー」の追求と
全国への拡大。

次世代・今を
生きる人々に
つなぐ。(命の授業・心の時代)

お客様・参列の方に伝える

社会に伝える

目指す社会実現のために、命のつながり、尊さ、感謝の心の大切さを広く深く伝えていく。

社会インフラ
としての責任
を果たす

豊かな未来
を創造する

幸せに
働く環境を
創る

環境に
配慮する

企業統治・
ガバナンス

根底に流れる想い：目指せ！日本で一番「ありがとう」と言われる葬儀社。

新たな取り組み

会館に太陽光発
電設備の設置

AEDマップ
への登録

私募債発行に
よる寄付

不要となった
PCの寄贈

古着でワクチ
ンの支援

サーモカメラ
自治体寄贈

2023年9月期～

DX・SXデザイン事業本部

DXデザイン室

- 「ティアの会」デジタル会報誌の発行
- 業務効率化システム（スマートフォンアプリ）の開発
- 動画配信サービスの開設

SDGsデザイン室

- CO2測定ツールの導入
- SDGsコミュニケーションの充実
社内報・会報誌・WEB
サイトによる情報発信

マーケティングデザイン室

- TVCM・営業促進の企
画、運営等

ティア・デザイン・ラボ開設

本社北側隣地に
「ティア・デザイン・ラボ」建設

建坪88坪、鉄骨造6階建

主な用途（構想段階）

- 1階 駐車場
- 2階～3階 葬祭事業本部
(第2オフィス)
- 4階 デザイン・ラボ
- 5階～6階 DX・SXデザイン本部
(オフィス)

2023年9月開設予定



TDLのロゴとパース

《重点施策④》

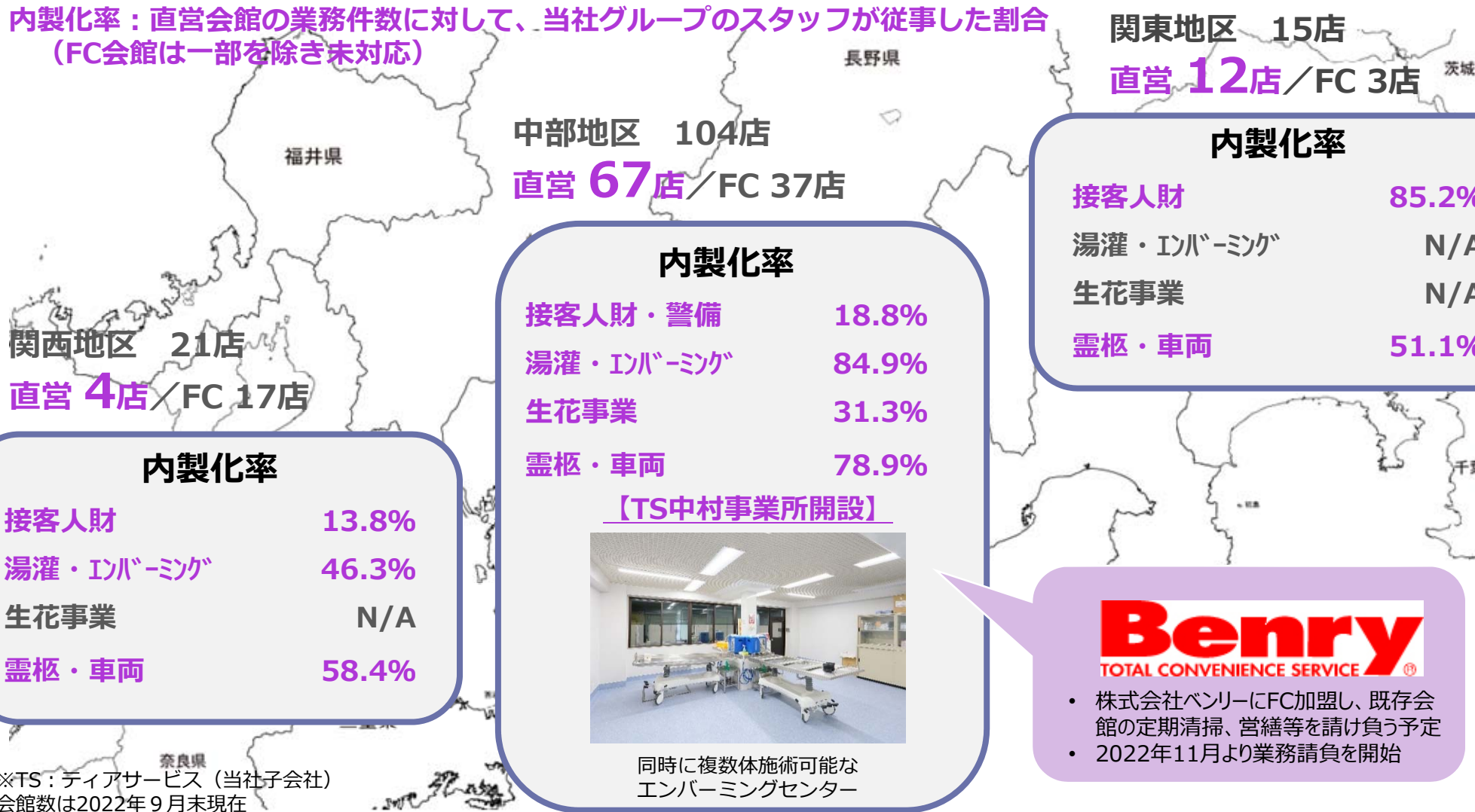
葬儀付帯業務の内製化とティアサービス業容拡大

最期の、ありがとう。



- 「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)



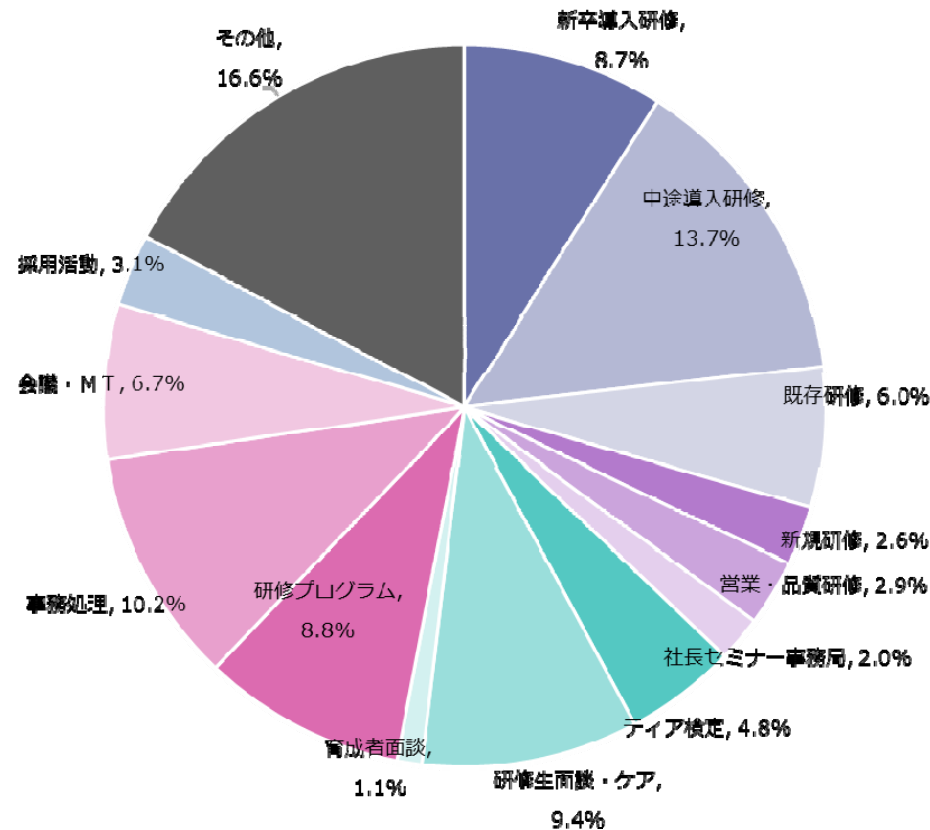
※TS：ティアサービス（当社子会社）
会館数は2022年9月末現在

《重点施策⑤》 ティアアカデミーの稼働状況と新人事制度の構築

- 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
- 多様な働き方の実現を目指す人事制度改革プロジェクト「みんなのシン・ティアプロジェクト」始動

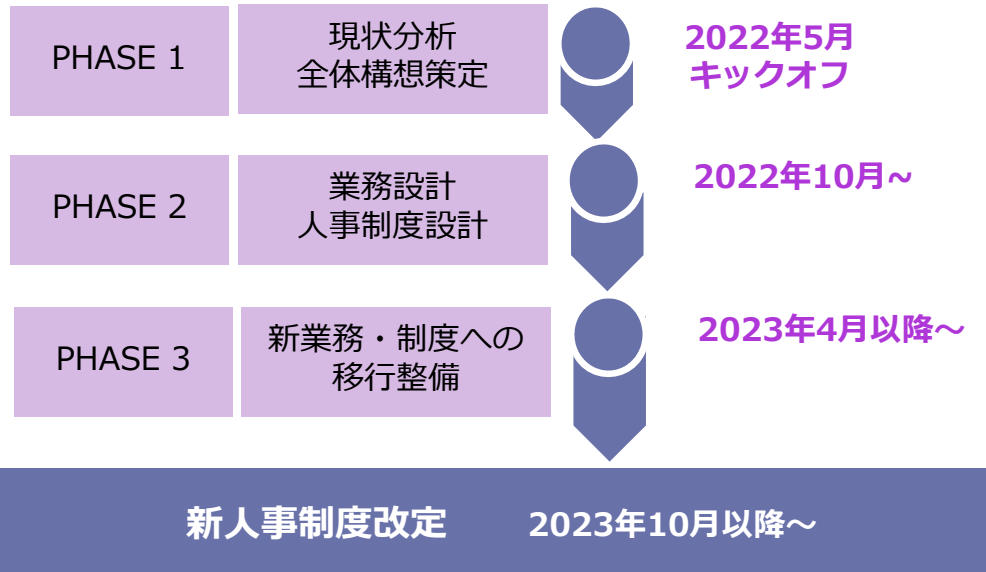
ティアアカデミー稼働状況：10月期-9月期

17,272時間／稼働率97.4%



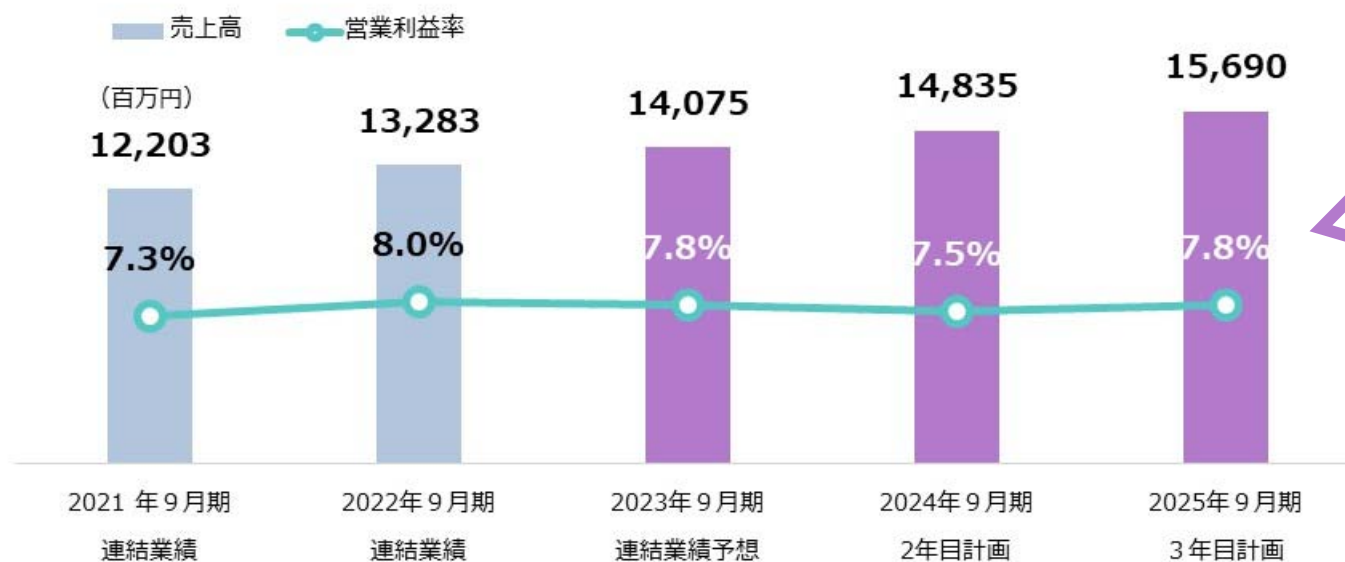
人事制度改革 「みんなのシン・ティアプロジェクト」始動

部門横断型プロジェクト	事務職：人事部 メンバー：会館支配人、事務職、女性管理職、事務職スタッフ等
ファシリテーター	外部コンサルティングファーム



連結数値計画（2023年9月期～2025年9月期）

（単位：百万円）	2021年9月期 連結業績	2022年9月期 連結業績	2023年9月期 連結業績予想	2024年9月期 2年目計画	2025年9月期 3年目計画
葬儀件数（直営・件）	12,599	14,189	14,518	15,162	16,092
葬儀単価（直営・千円）	837	813	847	847	845
売上高	12,203	13,283	14,075	14,835	15,690
営業利益	887	1,057	1,100	1,120	1,230
経常利益	877	1,048	1,085	1,100	1,205
当期純利益	542	568	710	720	785
設備投資額	627	909	1,571	731	811



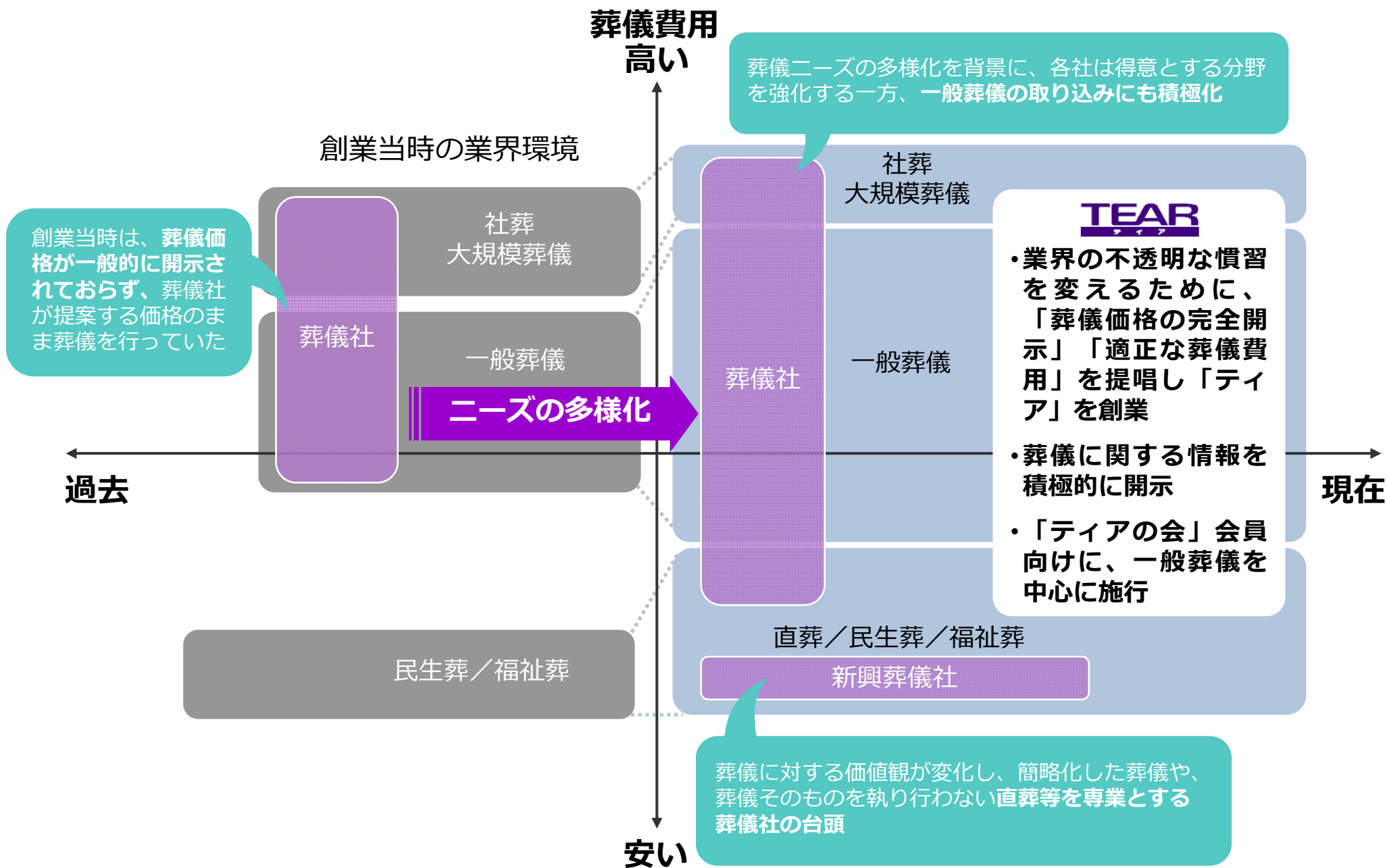
2023年9月期
～2025年9月期
年平均成長率(CAGR)
売上高 **6.3%**
営業利益 **5.7%**



参考資料
企業概要、戦略の基本方針等

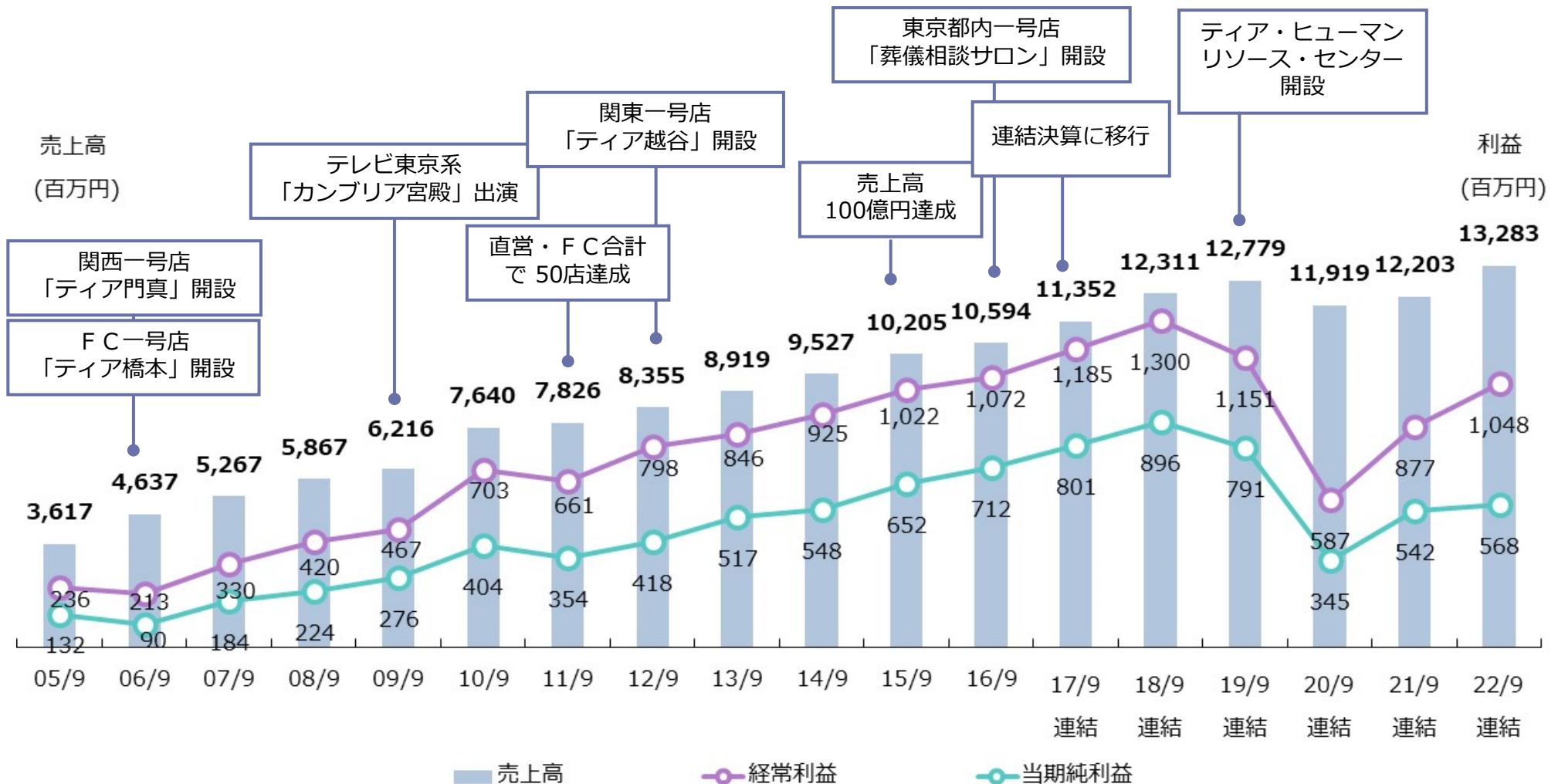
会社名	株式会社 ティア
代表取締役社長	富安 徳久
所在地	愛知県名古屋市北区黒川本通三丁目35番地1
資本金	1,873百万円（2022年9月末）
従業員	604人（2022年9月末）
発行済株式数	22,406,100株（2022年9月末）
上場市場	東京証券取引所 スタンダード 名古屋証券取引所 プレミア
事業内容	<ul style="list-style-type: none">• 葬儀施行全般や各種法要の請負• 葬儀施行後の遺族の相談内容に応じたアフターフォロー• 中部、関東、関西に直営、F Cで葬儀会館を運営• フランチャイズによる葬儀ビジネス参入提案とノウハウ提供
関係会社	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、2015年には売上高 100億円を達成
 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材プール
- ・ 「最期のありがとう」を担う人材（技術力）
- ・ 事業展開を支えるキャリア人材（経営力）

知的資本

- ・ 人材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

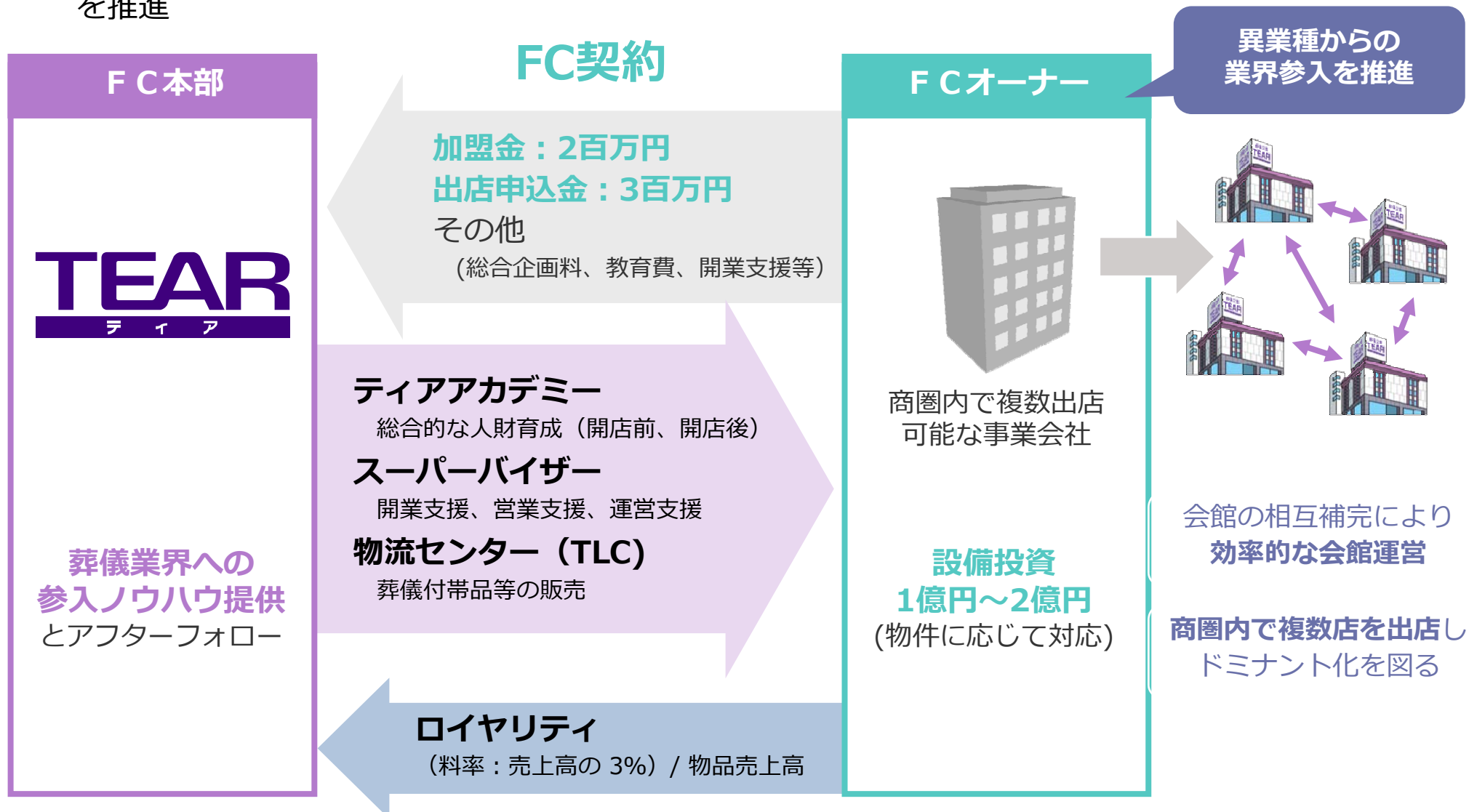
加盟金/ロイヤリティ
 物品販売
 システム使用料

FCの経営指導

FCの葬儀法要施行請負支援

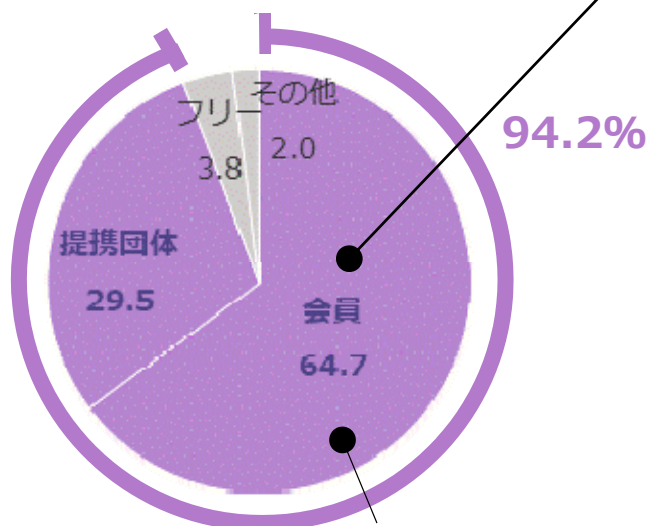
FC事業モデル

- 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)



1 「ティアの会」会員数 **470,568人** (2022年9月末)

2 提携団体 **1,269団体** (2022年9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

会員向けサービスも充実「ティアプラス」

1. 提携企業 172社・全国 226店で特典や割引が受けられる「**会員優待サービス**」(2022年9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**」

「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

- 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

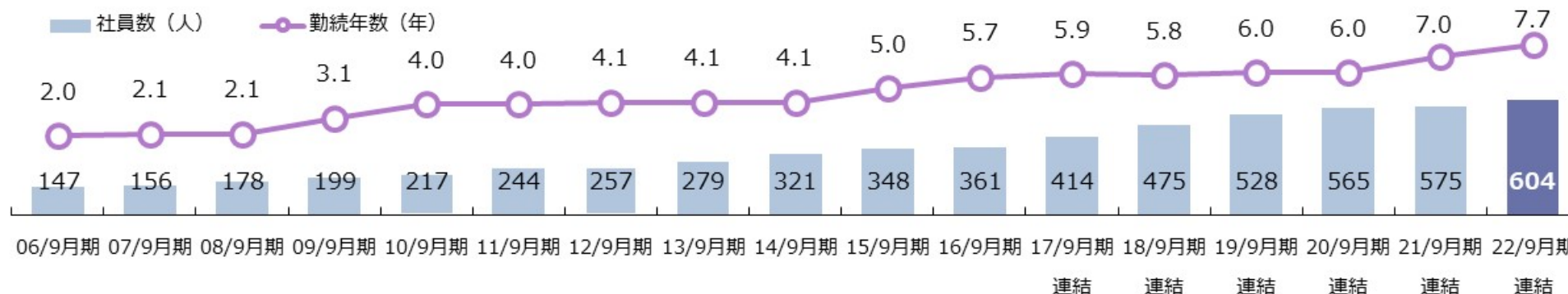
社内検定試験 ティア検定

- 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

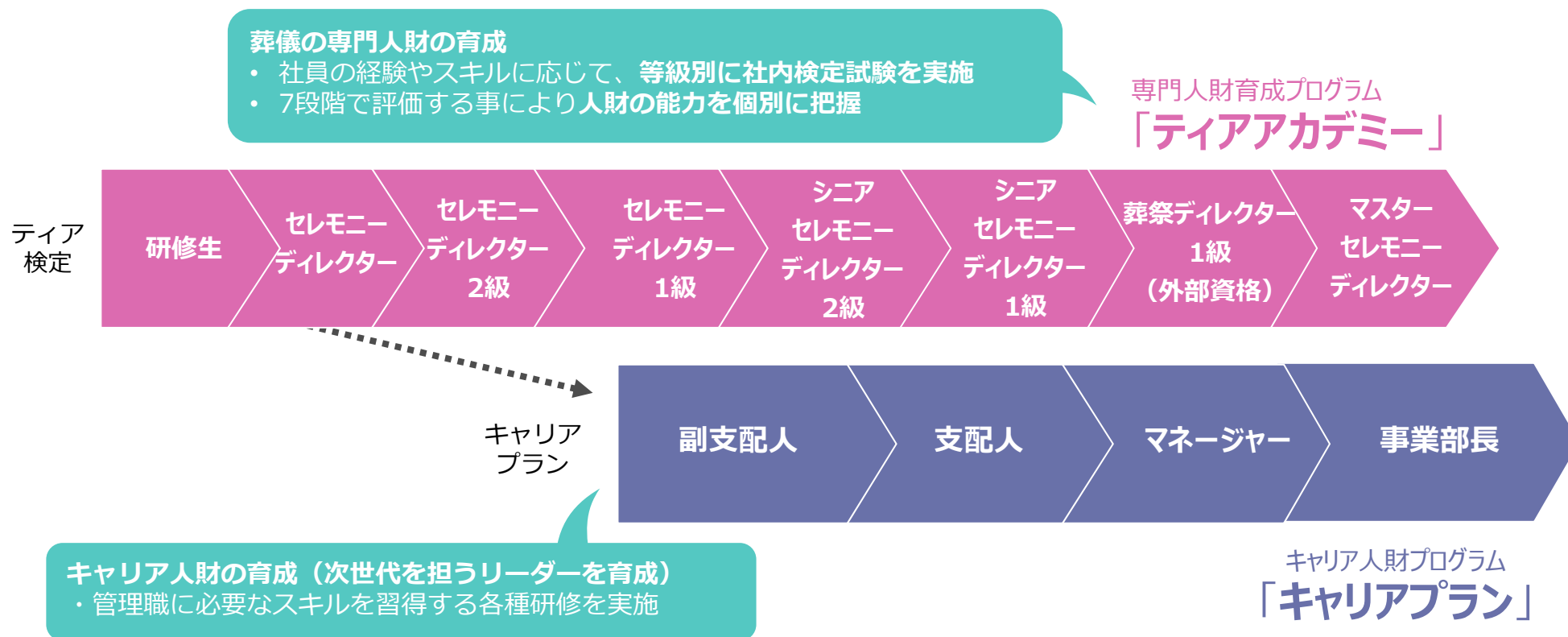
社員の経験やスキルに
応じて、等級別に社内
検定試験を実施

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

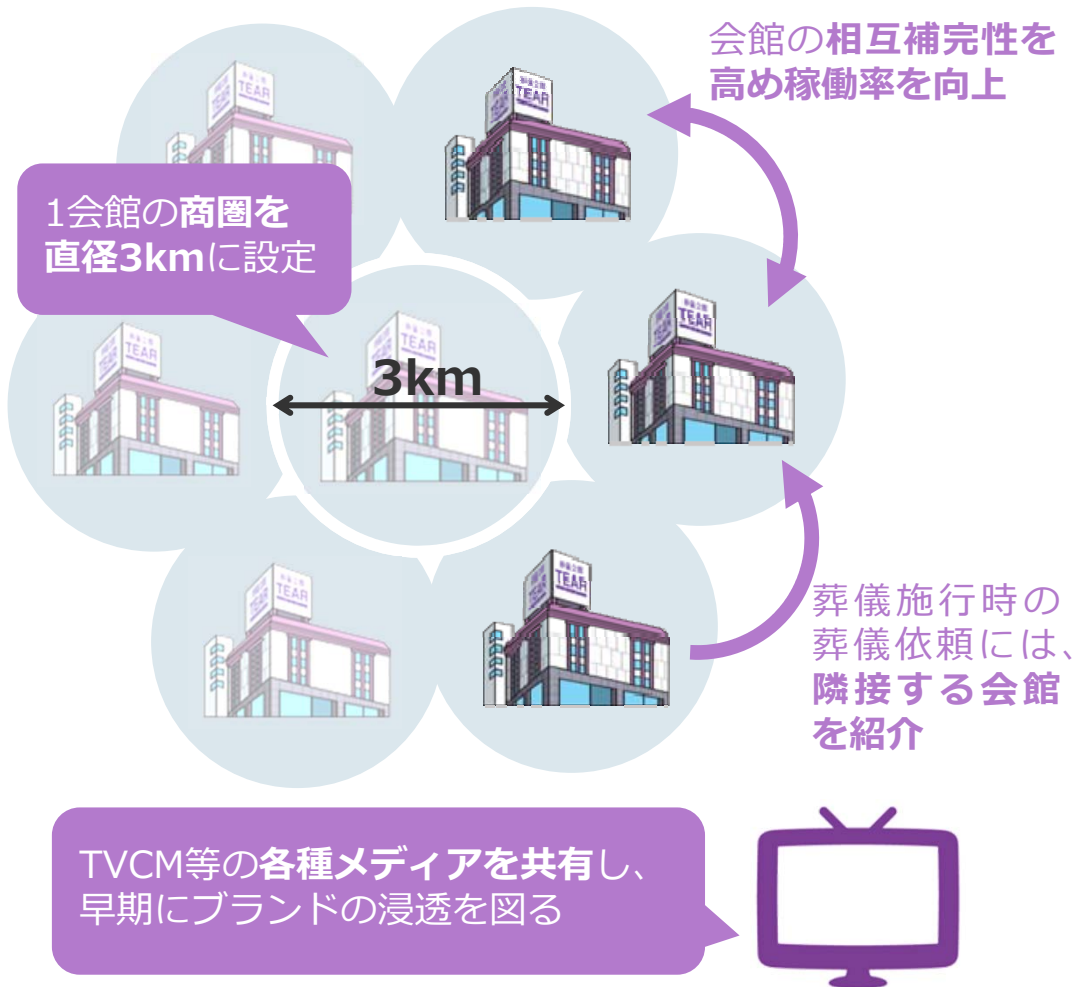
クレーム対応スキル研修

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88%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

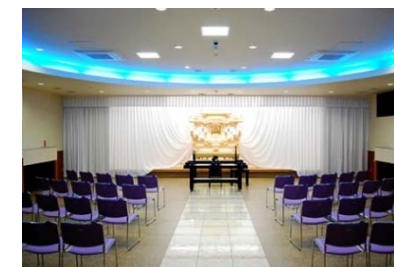
- 敷地面積500坪前後／建坪150坪～200坪
- 設備投資 1.5億円～2億円／投資回収 9年～10年

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



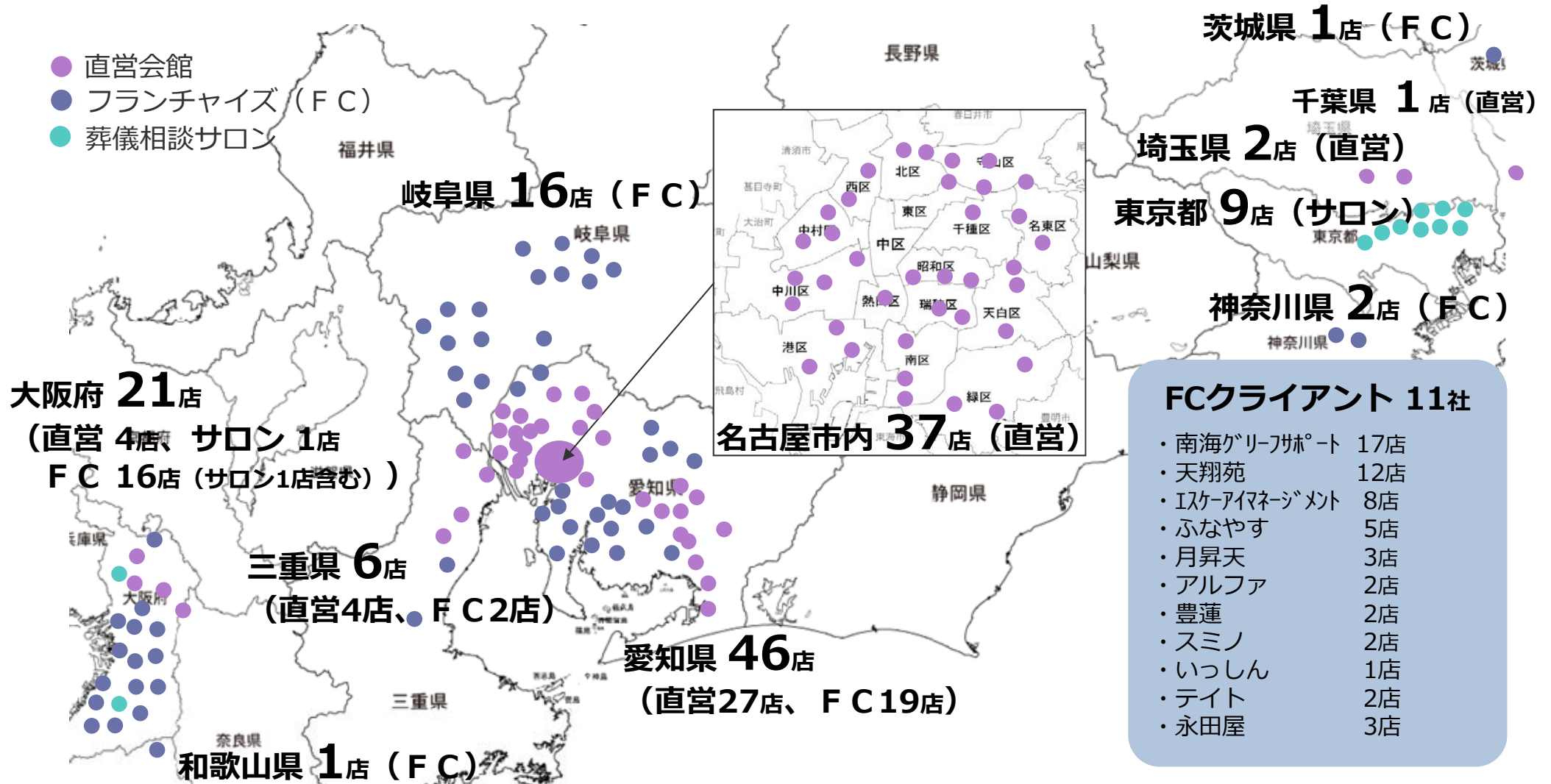
- 1室 (和室)

会食ルーム



- 1室 (50名収容)

- 会館数は 1都 1府 8県に 142店を展開、うち直営会館 75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 57店を出店（2022年11月6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 中村スタッフへありがとう

- 大好きなおばあちゃんでしたので、淋しくて悲しくてたまりませんでした。でも、中村さんが明るく、とても爽やかで、あたたかく、気持ちのいいご対応のお陰で、本当に救われました。
- 中村さんは、不安にならないように、困らないように前へ前へとフォローを入れてくださり、寄り添ってくださり、大好きだったコーヒーを準備していただき、本当に有難く、嬉しかったです。
- 心が疲れることなくおばあちゃんをお見送りすることができたのは、中村さんのおかげでしかありません。

エピソード 2 安藤スタッフへありがとう

- 安藤さんは入社して2年目で言葉遣いや身だしなみもしっかりしていて、2日間私たちの心に寄り添ってくださいました。
- 悲しみの中でも笑う場面があり、一緒になって笑ってくれて心がなごみました。私たち家族は咲乃ちゃん（安藤スタッフ）のファンになりました。父も生きていたらきっと、さきのちゃんを気に入ったと思います。さきのちゃんFight！！

エピソード 3 牧村スタッフへありがとう

- 私も今までに告別式に何度が出ておりますが、これ程に心温かく故人に寄り添う事が出来た告別式は初めてでした。
- 父が大好きな鰻やビールまでも準備していただいて、本当に嬉しく感謝しています。父も喜んでいたと思います。
- 本当に牧野さんで、最期の父とお別れが出来て良かったです。
- 私、妹、孫たちと最後は笑って父を見送る事が出来ました。本当にありがとうございました。

エピソード 4 石原スタッフへありがとう

- 担当していただいた石原さんには図々しく無理ばかり言って申し訳ないと思いつつ、自分の思いを通させていただきました。
- 夫の好きなショートケーキを用意していただいたり、家へ帰る折り全くわからないようにとのお願ひも、自分が思っている以上に心を配っていただき、びっくりしました。
- 又、孫達の失礼な質問にも丁寧に答えてくださり、ありがとうの心でいっぱいです。会社の心がしっかりと伝わってくるような気がしています。
- 寂しいけど、楽しくおだやかに夫を送ることができました。まだ、心が乱れておちつきませんが、この感謝の思いをお伝えしたく、筆をとりました。
- 私の時にもよろしくと思っています。本当にありがとうございました。

エピソード 5 鍋木スタッフへありがとう

- 生前、母が自分の遺影にと用意していた写真といっしょにティアさんのチラシがファイルされていました。母の希望どおり、生まれ育った愛着のある地で、美しい花に囲まれ、親族に見送られ旅立つことができました。
- 友引をはさんだこともあり、4日の長い間、清潔で整った控室で、母といっしょに「最後の家族旅行」のような気持ちで過ごさせていただきました。
- 打ち合わせでも、いろいろお気遣いいただきました。鍋木様のご配慮で、母にお抹茶をたてて供え、最後に口をしめらせ、棺に納めることもできました。打ち合わせの会話の中で、さりげなく提案してくださいました。最後に母にしてあげられることを提案していただき、ありがとうございました。
- ティアさんをお願いして本当によかったです。素晴らしいお仕事。がんばってください。

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)		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	2023年9月期 連結業績予想
財務	売上高	12,311	12,779	11,919	12,203	13,283	14,075
データ	売上原価率 (%)	60.7%	60.4%	61.8%	61.1%	60.4%	59.5%
	販売管理費率 (%)	28.6%	30.6%	33.2%	31.7%	31.6%	32.6%
	営業利益	1,323	1,156	595	887	1,057	1,100
	経常利益	1,300	1,151	587	877	1,048	1,085
	当期純利益	896	791	345	542	568	710
	設備投資額	646	1,038	764	627	909	1,571
	減価償却費	561	592	602	553	566	N/A
	EPS (円) ※	44.39	36.05	15.43	24.21	25.37	31.69
	BPS (円) ※	345.65	399.08	398.51	402.73	334.80	N/A
	DPS (円) ※	10.00	11.00	20.00	20.00	20.00	20.00
	配当性向 (%)	22.5%	30.5%	129.6%	82.6%	78.8%	63.1%
	ROE (%)	13.6%	9.9%	3.9%	6.0%	6.9%	N/A
非財務	期末会館数 (店)	102	116	127	132	140	154
データ	直営会館 (店)	52	59	64	67	73	79
	葬儀相談サロン (店)	5	9	10	10	10	10
	FC会館・サロン (店)	45	48	53	55	57	65
	葬儀件数 (件)	10,248	10,923	11,353	12,599	14,189	14,518
	葬儀単価 (千円)	1,025	995	900	837	813	847
	既存店伸率 (葬儀売上高 %)	3.6%	0.2%	△10.2%	△1.6%	3.8%	5.4%
	会員数 (人)	347,037	380,807	411,619	442,015	470,568	N/A
	提携団体 (団体)	835	931	1,034	1,130	1,269	N/A
	従業員数 (人)	475	528	565	575	604	N/A

後継者計画（サクセッションプラン）について

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」追求型の人財であること
- 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財であること
- ③コーポレートスローガンの体現者であり、「全国制覇」を委ねられる人財であること

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財
- 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、当社が株式上市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本部長が担い、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/>