



## 2023年9月期 決算説明会

2023年11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：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。

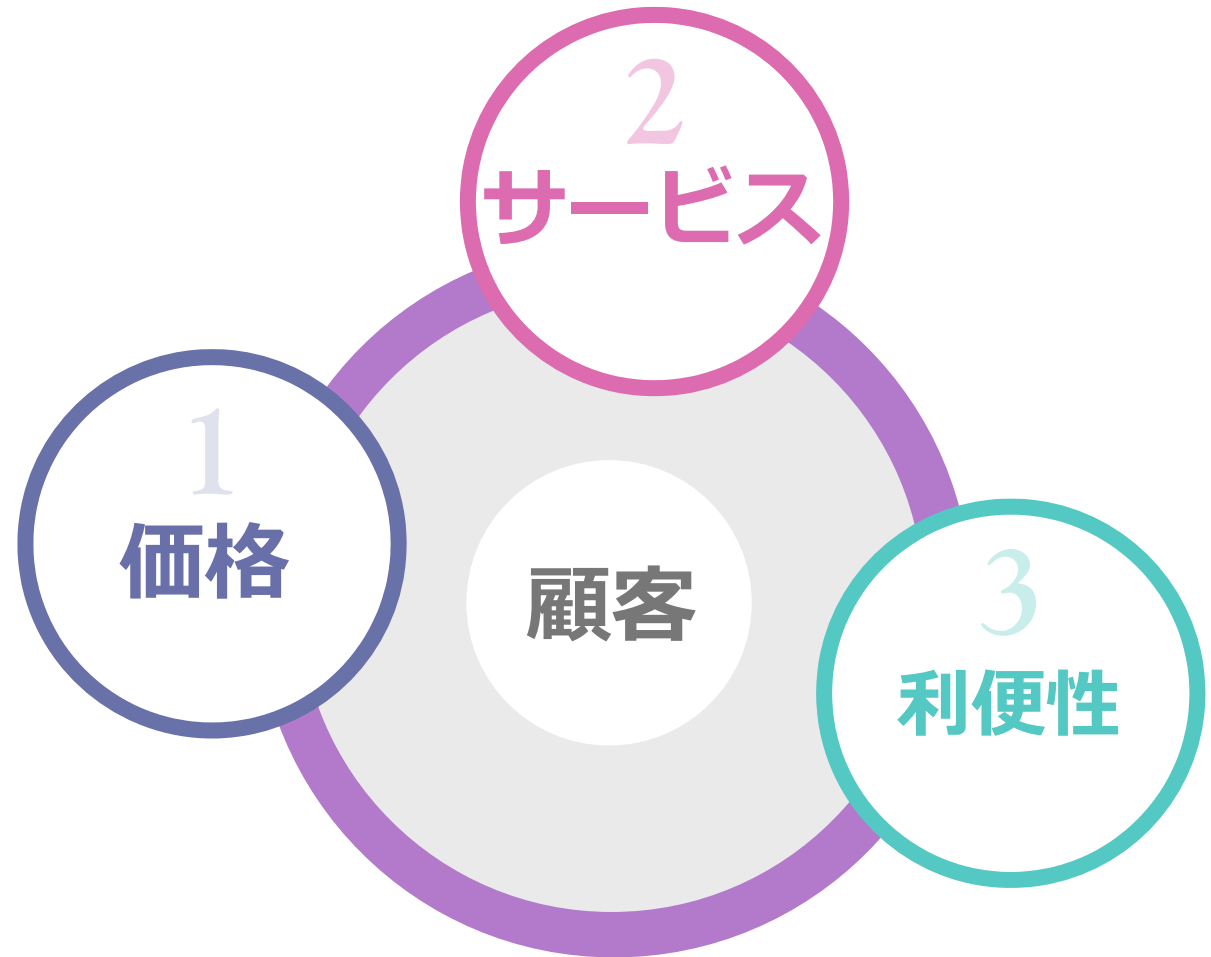
## ティアの生涯スローガンと戦略の基本方針

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

はじめに（中期経営計画の公表延期について）

1. 「株式会社NSSK-VV3及び株式会社NSSK-TTの株式の取得（子会社化）に関するお知らせ」により、中核葬儀社2社を含むグループを子会社化（以下 本件）
2. 本件による当社の連結業績に与える影響は精査中であり、本件の完了及び連結業績予想の準備が整い次第、速やかに公表予定
3. 2023年11月10日公表の連結業績予想は、本件に伴う効果は見込まず、公表時点の組織体制及び経営方針に基づき策定
4. 以上を踏まえ、従前の中期経営計画についても見直しが必要となることから、本件を踏まえた新たな方針のもと中期経営計画を策定・公表する予定

## 目次

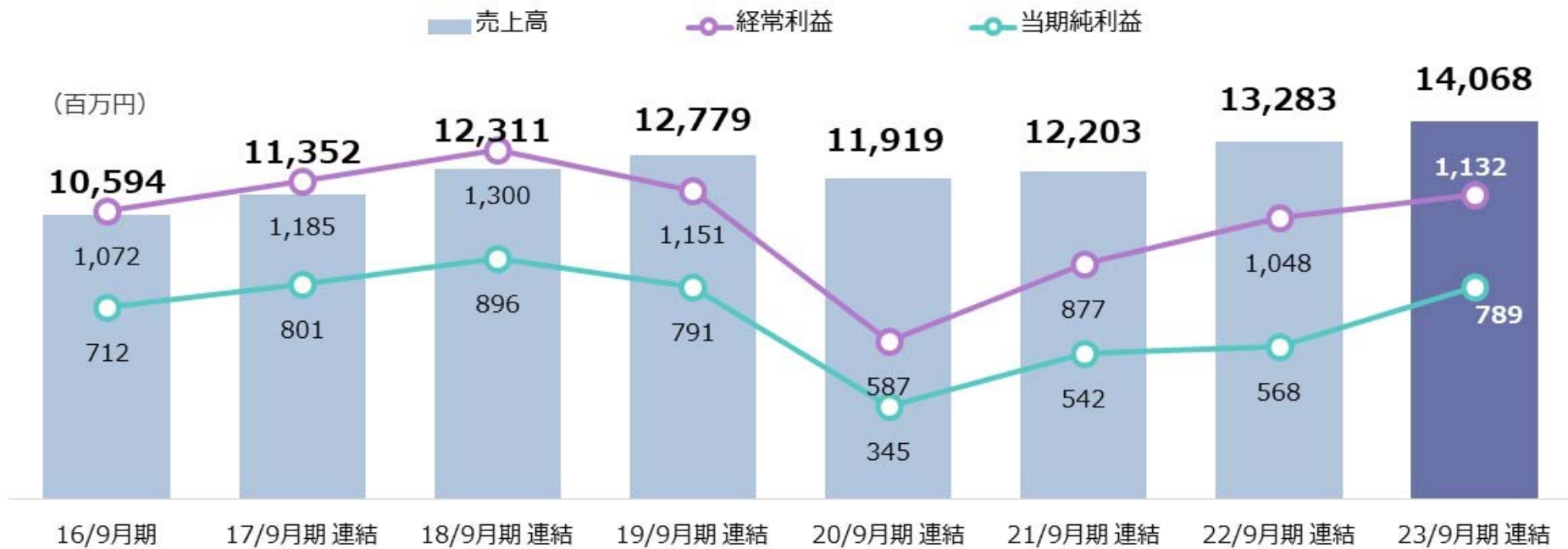
- 07 2023年9月期連結決算の概要
- 18 2024年9月期連結業績予想の概要
- 25 業界環境の変化と中長期ビジョン
- 30 今期の重点施策
- 38 参考資料 企業概要、戦略の基本方針等



# 2023年9月期 連結決算の概要

## 2023年9月期 決算ハイライト

- 2023年9月期連結決算は前期比で3期連続の増収増益
- 葬儀件数、葬儀単価共に増加し売上高は増収、利益は売上高の増収と売上原価低減により増益



※ 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



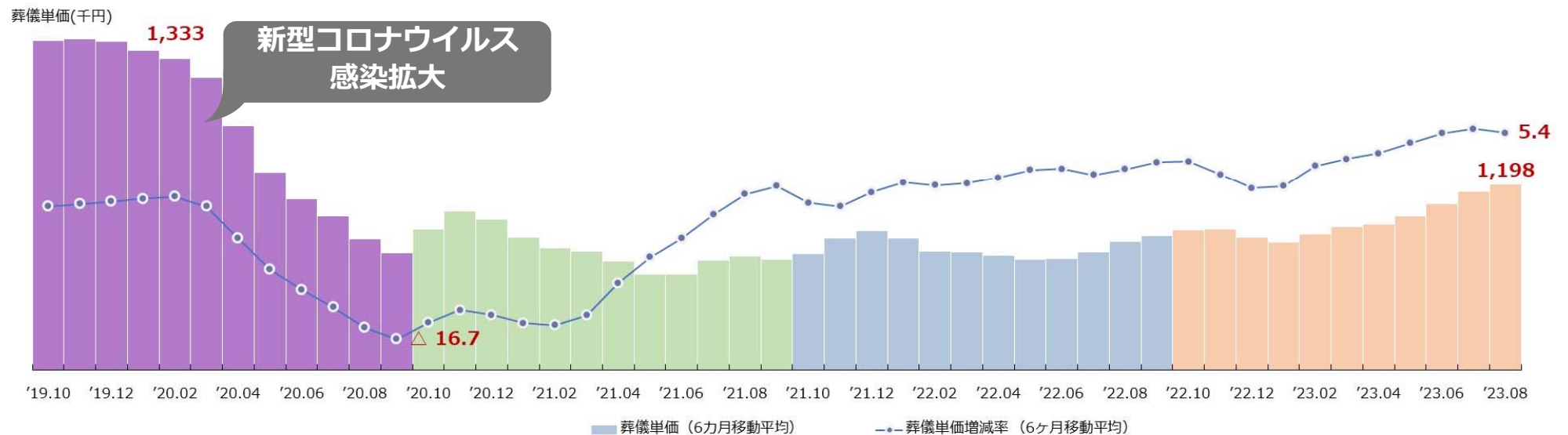
## 事業環境：葬儀業界の動向

- 6カ月移動平均にみる葬儀件数は 1.1%減、葬儀単価は 5.4%増の 1,198千円
- 葬祭規模の縮小に改善は見られるものの、コロナ禍以前の水準には至らない状況

### 葬儀件数の前年同期比・6カ月移動平均



### 葬儀単価の6カ月移動平均実績・前年同期比



出所 葬儀件数・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 153店、ティアブランドによる葬儀件数は 20,600件、葬儀単価は 832千円

	2022年9月期		2023年9月期		
	通期 連結業績	通期 連結業績	通期 連結予想※1 (22.11.11)	前期比 増減	業績予想比 増減
<b>期末会館数(店)※2</b>	<b>140</b>	<b>153</b>	<b>154</b>	<b>13</b>	<b>△1</b>
直営会館	73	79	79	6	-
葬儀相談サロン	10	10	10	-	-
FC会館	57	64	65	7	△1
<b>葬儀件数(件)</b>	<b>20,262</b>	<b>20,600</b>	<b>N/A</b>	<b>1.7%</b>	<b>N/A</b>
直営会館	14,189	14,442	14,518	1.8%	△0.5%
FC会館	6,073	6,158	N/A	1.4%	N/A
<b>葬儀単価(千円)</b>	<b>813</b>	<b>832</b>	<b>847</b>	<b>2.3%</b>	<b>△1.9%</b>
葬儀会館	819	842	863	2.8%	△2.4%
家族葬ホール	823	827	840	0.5%	△1.5%
葬儀相談サロン	603	569	573	△5.6%	△0.6%
<b>会員数※2</b>	<b>470,568</b>	<b>495,899</b>	<b>N/A</b>	25,331	<b>N/A</b>
<b>提携団体※2</b>	<b>1,269</b>	<b>1,342</b>	<b>N/A</b>	73	<b>N/A</b>

- 新規出店は直営 8店、FC 7店の合計 15店を開設する一方、リロケーションにより 2店を閉鎖
- 期末会館数は直営 89店、FC 64店、前期末比 13店の純増
- ティアブランドによる葬儀件数は前期比 1.7%増の 20,600件
- 葬儀単価は前期比 2.3%増の 832千円
- 「ティアの会」会員数は前期末比 25,331人増加の 49万人
- 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 73団体増加の 1,342団体

※1 2022年11月11日公表した連結業績予想、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）

- 葬儀件数は前期比 1.8%増加の 14,442件、業績予想比では 0.5%減
- 葬儀単価は前期比 2.3%増加の 832千円、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

	2022年9月期		2023年9月期		
	通期 連結業績	通期 連結業績	通期 連結予想	前期比 増減	業績予想比 増減
<b>葬儀件数（件）</b>	<b>14,189</b>	<b>14,442</b>	<b>14,518</b>	<b>253</b>	<b>△ 76</b>
祭壇無し【200千円以下】（構成比%）※	24.1%	24.4% ①	N/A	0.3%	-
祭壇有り【300千円以上】（構成比%）	75.9%	75.6%	N/A	△0.3%	-
<b>葬儀単価（千円）</b>	<b>813</b>	<b>832</b>	<b>847</b>	<b>19</b>	<b>△ 16</b>
祭壇無し【200千円以下】（千円）※	238	234	N/A	△ 4	-
祭壇有り【300千円以上】（千円）	995	1,024 ②	N/A	30	-

※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」等

#### 【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 +0.3ポイント
- ②葬儀単価では祭壇プラン（500千円以下・700千円以上）の単価が上昇
- 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 △0.3%ポイント
  - ・「祭壇プラン（500千円以下・700千円以上）」の単価上昇による影響 +2.6ポイント

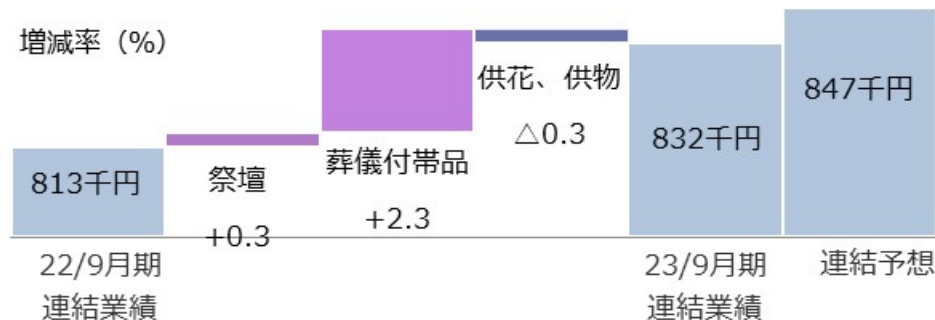
### 葬儀件数（直営）の増減要因

- 葬儀件数は、既存店は減少したものの新店稼働が寄与し、前期比 253件増、業績予想比では 76件減



### 葬儀単価の増減要因

- 葬儀単価は、供花売上の単価は低下したものの、祭壇売上、葬儀付帯品の単価が上昇し前期比 2.3%増、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、売上増収に伴う負担割合の低下により、前期と比べ 1.4ポイント低下の 59.0%
- 販管費は人件費やその他経費が増加し、前期比 436百万円増額の 4,634百万円

	2022年9月期	2023年9月期			業績予想比 増減
	通期 連結業績	通期 連結業績	連結予想	前期比 増減	
<b>売上原価率 (%pt)</b>	<b>60.4%</b>	<b>59.0%</b>	<b>59.5%</b>	<b>△1.4%</b>	<b>△0.6%</b>
商品原価率	28.0%	27.6%	27.4%	△0.4%	0.2%
労務费率	10.9%	10.8%	11.1%	△0.1%	△0.3%
雑费率	21.5%	20.5%	21.1%	△0.9%	△0.5%
<b>販売管理費 (百万円)</b>	<b>4,198</b>	<b>4,634</b>	<b>4,593</b>	<b>436</b>	<b>40</b>
人件費	2,046	2,213	2,224	166	△ 11
広告宣伝費	974	1,059	1,081	84	△ 22
その他	1,177	1,361	1,286	183	74

- 商品原価率は、「接客人財・警備」「納棺」「霊柩業務」「生花」等の内製化により、0.4ポイント低下
- 売上原価は前期比で労務費は 70百万円、雑費は 38百万円それぞれ増加
- 販管費：営業促進の実施による広告宣伝費、積極的な人財確保による人件費、人事制度改革等による支払手数料が増加
- 業績予想比では、売上原価率は労務費、雑費が想定を下回り 0.6ポイント低下、販管費では支払手数料が増加し 40百万円の増額

### 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 5.9%増収の 14,068百万円、営業利益は 7.3%増益の 1,135百万円  
経常利益では 8.1%増益の 1,132百万円、当期純利益は 38.9%増益の 789百万円
- 業績予想比では売上高は概ね計画通りとなり、営業利益・経常利益・当期純利益は増益

(百万円)	2022年9月期	通期		2023年9月期		業績予想比	
	通期 連結業績	通期 連結業績	通期 連結予想	前期比 金額	前期比 増減率	業績予想比 金額	業績予想比 増減率
売上高	13,283	14,068	14,075	784	5.9%	△ 6	△0.0%
営業利益	1,057	1,135	1,100	77	7.3%	35	3.2%
経常利益	1,048	1,132	1,085	84	8.1%	47	4.4%
当期純利益	568	789	710	221	38.9%	79	11.2%
設備投資額	909	1,355	1,571	445	-	△ 215	-
減価償却費	566	625	N/A	58	-	-	-
E P S (円)	25.37	35.14	31.56	-	-	-	-
B P S (円)	334.80	350.26	-	-	-	-	-
D P S (円)	20.00	20.00	20.00	-	-	-	-
配当性向 (%)	78.8%	56.9%	63.4%	-	-	-	-
既存店 (前期比%)				※		※	
葬儀売上高	3.8%	2.3%	5.4%	△1.5%	-	△3.1%	-
葬儀件数	7.1%	△0.4%	0.8%	△7.5%	-	△1.2%	-
葬儀単価	△2.9%	2.6%	4.6%	5.5%	-	△2.0%	-

※増減ポイント

## 売上高の増減要因分析（前期比）

- 売上高は堅調に推移する既存店に加え、新店稼働の効果により 784百万円の増収
- 事業部門別では、葬祭事業が 697百万円、フランチャイズ事業が 87百万円のそれぞれ増収

### 売上高増減要因分析（前期比）

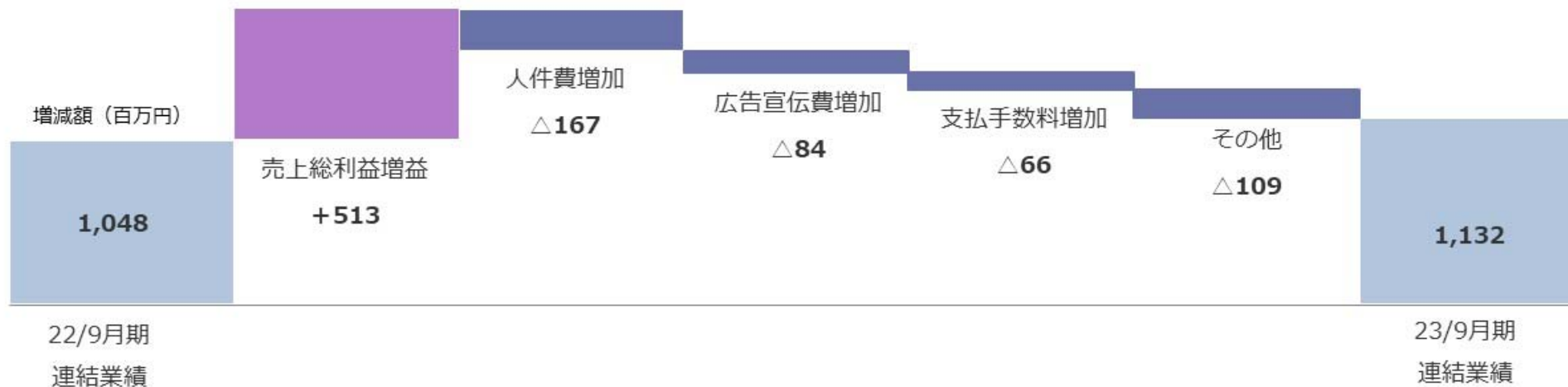


- 直営は 6店の純増、新店稼働による増収効果は 526百万円
- 既存会館は葬儀件数の減少により 43百万円の減収要因となったものの、葬儀単価の上昇 282百万円、その他売上で 146百万円のそれぞれ増収要因となる
- 葬祭事業：既存店の増収及び新店稼働の効果により前期比 697百万円増収の 13,554百万円
- フランチャイズ事業：新規クライアント3社の出店や既存会館向け物品販売が増加し、前期比 87百万円増収の 513百万円

## 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 84百万円の増益
- 事業部門別では、葬祭事業が 265百万円の増益、フランチャイズ事業は前期と同水準の 67百万

### 経常利益増減要因分析（前期比）



- 売上総利益 513百万円の増益要因の内訳  
 売上増収により 310百万円、売上原価低減により 202百万円のそれぞれ増益要因となる
- 販管費は、積極的な人財確保による人件費 167百万円、営業促進の実施による広告宣伝費 84百万円、人事制度改革及び新規事業立ち上げに伴う支払手数料 66百万円等が増加
- 葬祭事業：経費は増加したものの売上高の増収と売上原価低減により前期比 265百万円増益の 2,331百万円
- 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と同水準の 67百万円

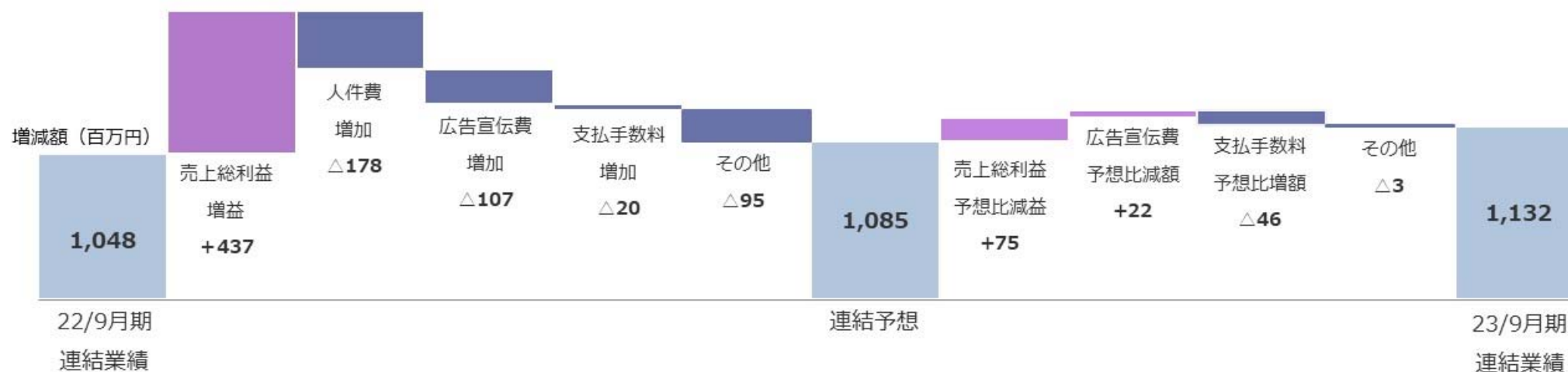
## 業績予想比の増減要因分析

- 売上高は葬儀売上は想定を下回ったものの、新規事業の売上が寄与し概ね業績予想通りとなる
- 販管費は業績予想に沿った進捗、売上総利益が想定を上回り経常利益予想比で 47百万円の増益

### 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)	2022年9月期		2023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	3,839	27.1%	3,887	25.3%	47
固定資産	10,327	72.9%	11,489	74.7%	1,161
<b>資産合計</b>	<b>14,166</b>	<b>100.0%</b>	<b>15,376</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,209</b>
流動負債	4,250	30.0%	4,740	30.8%	490
固定負債	2,415	17.1%	2,756	17.9%	340
<b>負債合計</b>	<b>6,665</b>	<b>47.1%</b>	<b>7,496</b>	<b>48.8%</b>	<b>831</b>
株主資本	7,500	52.9%	7,879	51.2%	378
<b>純資産</b>	<b>7,501</b>	<b>52.9%</b>	<b>7,879</b>	<b>51.2%</b>	<b>378</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>14,166</b>	<b>100.0%</b>	<b>15,376</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,209</b>

- 流動資産は前期末比 47百万円増加の 3,887百万円、固定資産は前期末比 1,161百万円増加の 11,489百万円
- 総資産は前期末比 1,209百万円増加の 15,376百万円
- 負債合計は前期末比 831百万円増加の 7,496百万円
- 純資産合計は前期末比 378百万円増加の 7,879百万円
- 自己資本比率は前期末比 1.7ポイント低下の 51.2%

### 設備投資の状況

(百万円)	2022年9月期 連結業績	2023年9月期 連結業績	期初計画
設備投資	909	1,355	1,571

### 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
2023年9月期 連結業績	1,272	△ 1,410	△ 2	△ 139	2,941

- 設備投資は 1,355百万円
- 主な内容  
会館新設 8店：家族葬ホール 6店  
葬儀会館 2店  
ティア・デザイン・ラボ（本社北館）
- キャッシュフローの合計は △139百万円となり、現金及び現金同等物の期末残高は 2,941百万円



# 2024年9月期 連結業績予想の概要

## 2024年9月期 連結業績予想ハイライト

- 2023年10月24日公表の「株式会社NSSK-VV3及び株式会社NSSK-TTの株式の取得（子会社化）に関するお知らせ」により、中核葬儀社2社を含むグループを子会社化（P37を参照）
- 2023年11月10日公表の連結業績予想は、中核葬儀社2社を含むグループの子会社化による影響は見込まず、現在の組織体制及び経営方針に基づいて策定



## 連結業績予想の前提条件①

- 葬儀件数は前期比 7.0%増の 15,458件、葬儀単価は前期比 1.5%増の 844千円を見込む
- 既存店は前期比で葬儀件数 4.9%増、葬儀単価 2.2%増と予想

	2023年9月期		2024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)	7,663	14,442	7,876	213	2.8%	15,458	1,016	7.0%
葬儀単価 (千円)	823	832	845	22	2.7%	844	13	1.5%
葬儀会館	836	842	863	27	3.2%	862	20	2.4%
家族葬ホール	823	827	820	△4	△0.4%	817	△10	△1.3%
葬儀相談サロン	533	569	602	70	13.1%	602	33	5.8%
既存店 (前期比%)								
葬儀売上高	2.3%	2.3%	4.8%	-	-	7.2%	-	-
葬儀件数	1.4%	△0.4%	1.3%	-	-	4.9%	-	-
葬儀単価	0.8%	2.6%	3.5%	-	-	2.2%	-	-

### 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4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 7.2%増を見込む

### 葬儀件数の見通し

- 葬儀件数は、既存店の増加と新店稼働により前期比 1,016件増加を見込む



### 葬儀単価の見通し (四半期)

- 葬儀単価は前期比 13千円の増加を見込む

(千円)	1Q	2Q	3Q	4Q
24/9月期連結予想	845	845	844	843
23/9月期連結業績	823	822	857	827
前期比増減	+22	+23	△12	+16

## 連結業績予想の前提条件②

- 売上原価率は前期と比べ 0.8ポイント低下の 58.2%を見込む
- 販管費率は前期と比べ 1.0ポイント上昇の 34.0%を見込む

	2023年9月期		2024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	
<b>売上原価率 (%)</b>	<b>58.4%</b>	<b>59.0%</b>	<b>57.0%</b>	<b>△1.4%</b>	<b>58.2%</b>	<b>△0.8%</b>
商品原価率	27.8%	27.6%	25.9%	△1.9%	26.4%	△1.2%
労務費率	10.3%	10.8%	10.8%	0.5%	11.1%	0.2%
雑費率	20.2%	20.5%	20.2%	0.0%	20.7%	0.2%
<b>販管費率 (%)</b>	<b>30.5%</b>	<b>32.9%</b>	<b>34.1%</b>	<b>3.6%</b>	<b>34.0%</b>	<b>1.0%</b>
人件費率	14.4%	15.7%	15.6%	1.3%	16.3%	0.6%
広告宣伝費率	7.2%	7.5%	8.5%	1.3%	7.9%	0.4%
その他経費率	8.9%	9.7%	10.0%	1.1%	9.7%	0.0%

### 【業績予想策定時点の前提条件】

- 前下半期にセットプランの見直しを行い、商品原価率は 27.3%（4月～9月）となる。業績予想は前下半期の商品原価率を参考とし、内製化による効果を見込む
- 売上原価の主な増加要因
  - ・ 葬祭プランナーの増員
  - ・ TLC（配送センター）費用の増額
  - ・ 積極的な人財確保に伴う労務費増
- 販管費の主な増加要因
  - ・ 営業促進実施に伴う広告宣伝費
  - ・ 不動産関連・樹木想・アフターサポート事業の立ち上げに伴う費用

## 設備投資計画と出店フォーマット

- 設備投資は 852百万円を計画、直営会館 8店（うち1店は居抜き）の出店を予定
- 不動産関連・樹木想・アフターサポート事業関連 18百万円、その他の投資（基幹システム開発・新札対応等） 217百万円を計画

	計画	直営会館			葬儀相談サロン	改修	不動産関連 樹木想他	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	75百万円～	5百万円	計画に準ずる	-	-
出店計画（店）		-	-	8	-	-	-	-
設備投資計画（百万円）	<b>852</b>	-	-	<b>616</b>	-	-	<b>18</b>	<b>217</b>

## 連結業績予想サマリ

- 連結業績予想の売上高は前期比 8.2%増収の 15,220百万円、  
 経常利益は 4.2%増益の 1,180百万円、当期純利益は前期並みの 790百万円を予想

(百万円)	2023年9月期		上半期 連結予想	2024年9月期		通期 連結予想	前期比	
	上半期 連結業績	通期		金額	増減率		金額	増減率
売上高	7,320	14,068	<b>7,710</b>	389	5.3%	<b>15,220</b>	1,151	8.2%
営業利益	815	1,135	<b>685</b>	△ 130	△16.0%	<b>1,200</b>	64	5.7%
経常利益	811	1,132	<b>665</b>	△ 146	△18.1%	<b>1,180</b>	47	4.2%
当期純利益	543	789	<b>445</b>	△ 98	△18.1%	<b>790</b>	0	0.1%
設備投資額	-	1,355	<b>N/A</b>	-	-	<b>852</b>	-	-
減価償却費	-	625	<b>N/A</b>	-	-	<b>N/A</b>	-	-
期末会館数 (店) ※	-	153	<b>161</b>	8	-	<b>170</b>	17	-
直営会館※	-	79	<b>84</b>	5	-	<b>87</b>	8	-
葬儀サロン (直営) ※	-	10	<b>10</b>	-	-	<b>10</b>	-	-
F C会館・サロン※	-	64	<b>67</b>	3	-	<b>73</b>	9	-
E P S (円)	24.22	35.14	<b>19.78</b>	△ 4.44	-	<b>35.12</b>	△ 0.02	-
B P S (円)	-	350.26	<b>N/A</b>	-	-	<b>N/A</b>	-	-
D P S (円)	10.00	20.00	<b>10.00</b>	-	-	<b>20.00</b>	-	-
配当性向 (%)	-	56.9%	<b>50.6%</b>	-	-	<b>57.0%</b>	-	-

※ 前期末と比較した増減

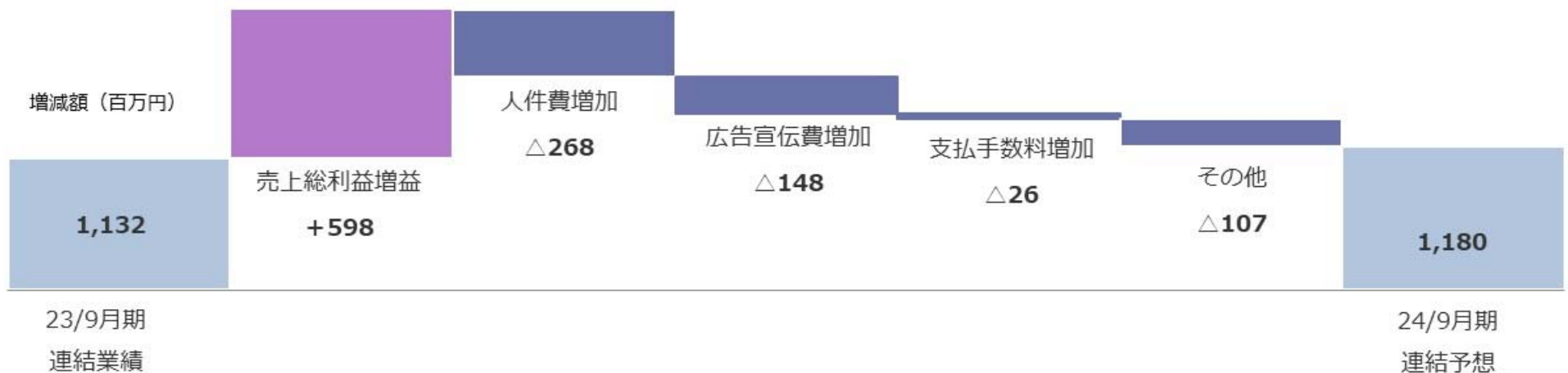
## 連結業績予想の増減要因分析

- 売上高は既存店の増収と新店稼働の効果、新規事業の売上を見込み 1,151百万円の増収を予想
- 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 47百万円の増益を予想

### 売上高予想増減要因分析

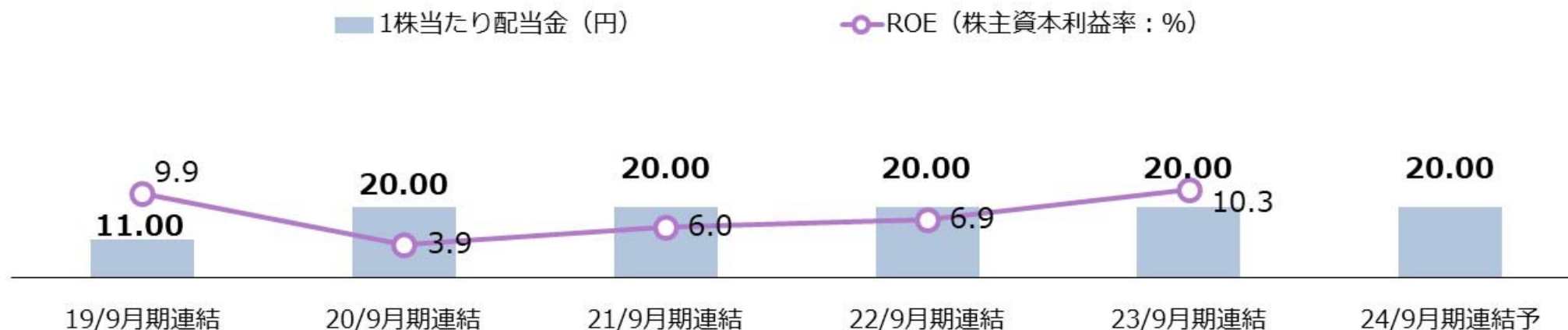


### 経常利益予想増減要因分析



## 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
- 2024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～2023年10月17日)







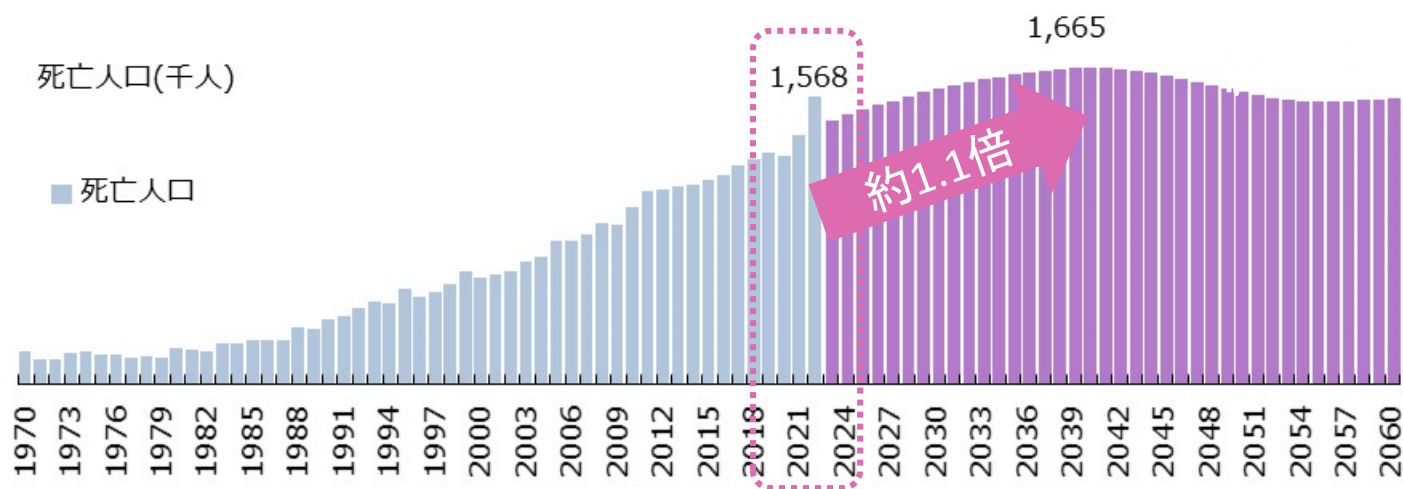
# 業界環境の変化と中長期ビジョン

## 葬儀市場の動向と構造的要因

- 葬儀の潜在的な需要は、人口動態を背景に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	2019年9月	2020年9月	2021年9月	2022年9月	直近:2023年8月
葬儀件数(前期比%) ※1	+1.1%	△1.8%	+5.3%	+5.6%	+4.1%
葬儀単価(前期比%) ※1	△2.4%	△9.6%	△8.4%	+1.1%	+3.6%
葬儀単価(千円) ※1	1,349	1,225	1,121	1,133	1,172
市場規模(億円) ※2	1兆8200億円 (2019年)	1兆5028億円 (2020年)	1兆5426億円 (2021年)	1兆6447億円 (2022年)	1兆7273億円 (2023年予測)

### 死亡人口・予測の推移



#### 【中長期展望】

- ① 2032年の市場規模  
➔1兆7684億円
- ② 一般葬から家族葬・直葬  
への移行が進む  
➔葬儀単価の低下
- ③ 2019年の市場規模の水  
準まで回復には至らない  
➔市場規模は縮小傾向

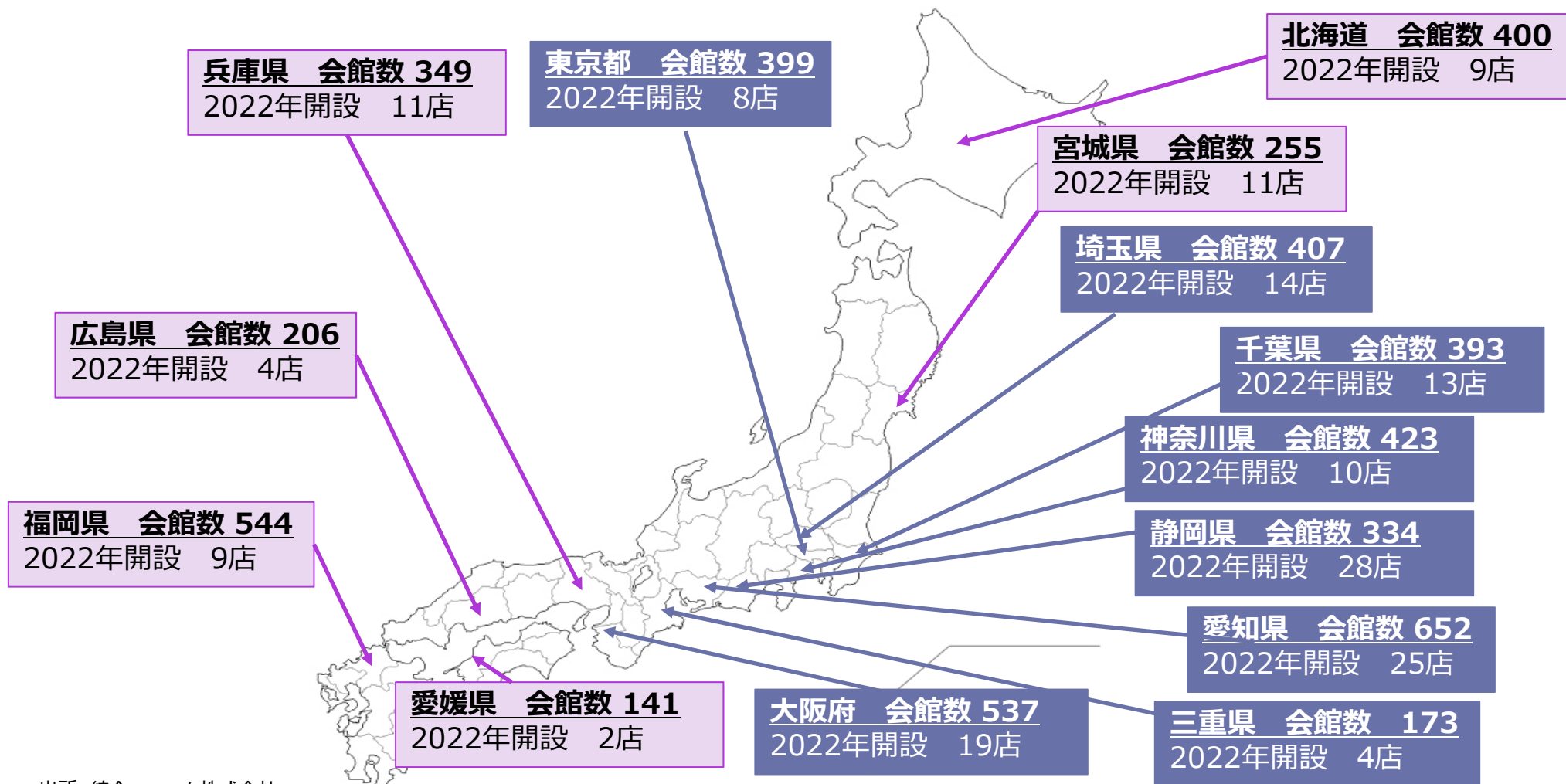
出所 人口動態：「厚生労働省：人口動態総覧の年次推移」「国立社会保障：人口問題研究所」公表データを当社が加工

※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 2023年版」より（2023年9月）

## 葬儀会館の分布状況（主要都道府県）

- 2022年の葬儀会館は全国で 10,333店となり、このうち2022年開設は 316店
- 都道府県別では、愛知県 652店が最も多く、次いで福岡県・大阪府・神奈川県と続く



出所 総合ユニコム株式会社  
 フェューネラルビジネス2023.07  
 「葬祭会館の定量的考察」より

# 外部・内部環境の課題認識

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

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

- ・ 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

- ・ 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

4

## 倫理コンプライアンス 体制の確立に向けた施策

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

機会

脅威

HR（ヒューマンリソース）

# 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

**「ティアを超える新生ティア！！」**

会館数 **153**  
 (23/9月期末実績)



## 今期の重点施策

## 今期のスローガンと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

## 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

- **2020年7月～**  
価格訴求力を高めた「TVCM」「中吊り広告」「折込チラシ」などの営業促進を展開
- **2021年10月～**  
既存会員向けの「生前見積り推奨キャンペーン」を新たに実施
- 営業促進に対応したWEB施策・コンタクトセンターのオペレーション連携など、当社の総合力強化による葬儀受注率の向上を推進
- **2023年4月～**  
会員向け・一般向けセットプランの全面的な見直しを実施し、商品原価率の低減を図る
- **2023年10月～**  
会員営業の再強化と、知名度の低いエリアでのイベント強化により、葬儀件数の増加を目指す

### 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
<b>2023年9月期</b>	<b>+11.7</b>	<b>△2.5</b>	<b>+0.3</b>	<b>△1.6</b>

### 名古屋市内斎場シェア（累計）

※名古屋市内斎場シェアは当社調べ

単位 %	1Q	2Q	3Q	4Q
2020年9月期	26.2	25.2	25.3	25.8
2021年9月期	26.3	26.3	26.3	26.3
2022年9月期	26.6	26.9	27.1	27.2
<b>2023年9月期</b>	<b>26.7</b>	<b>26.2</b>	<b>26.5</b>	<b>26.6</b>

### 商品原価率の推移（四半期）

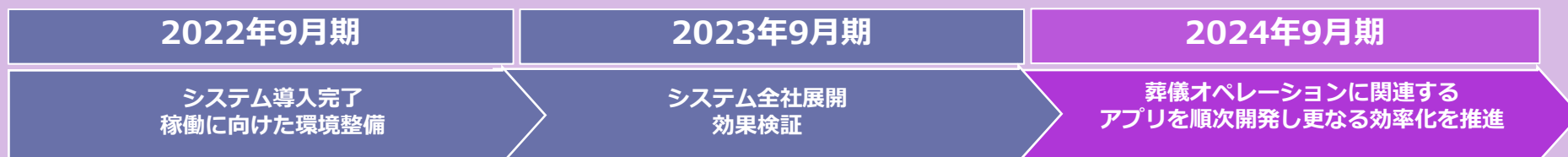
単位 %	1Q	2Q	3Q	4Q
2022年9月期	28.2	27.8	28.0	27.8
<b>2023年9月期</b>	<b>28.0</b>	<b>27.7</b>	<b>27.0</b>	<b>27.5</b>



## 2. コンタクトセンターの 情報一元管理システムの構築

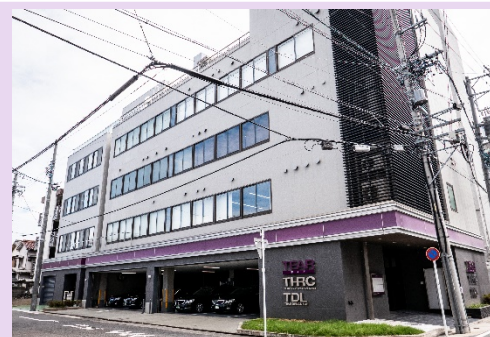
- コンタクトセンターを起点とするお客様情報や会館施設情報を重要な事業資源と捉え、その有効活用のための情報一元化に着手
- お客様サービスの向上、タイムリーなアフターフォローによる業務改善を推進
- **2023年1月より全社展開開始。コンタクトセンターの受電率の向上・社内向け発信率の低減**

### システム導入状況



## 3. DX・SXの推進

- 2022年10月：DX・SXデザイン事業本部を設置
- 2023年8月：TEAR サステナビリティサイト開設
- 2023年9月：ティア・デザイン・ラボ建設
- **2023年10月：ESG戦略本部（DX・SXデザイン事業本部）に名称変更、サステナビリティコミュニケーションの充実を目指す**



↑ THRC(研修施設:手前)と  
ティア・デザイン・ラボ(TDL:奥)

ティアサステナビリティサイト→  
<https://www.tear.co.jp/sustainability/>

### 【ティア・デザイン・ラボの概要】

- 1階:ベンリー TS黒川店
- 2階:葬祭事業本部事務所
- 3階:コンタクトセンター
- 4階:大会議室
- 5階:フリーワークスペース
- 6階:撮影スタジオ

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  
社会を目指して



## 4. 葬儀付帯業務の内製化とティアサービス業容拡大

### 内製化の状況（2023年9月現在）

- 「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、関西地区はティアサービスを中心に業務エリアを拡大
- **エンバーミング・キャンペーンを実施し、認知度の向上と受注件数の増加を図る**

- 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）

	中部地区	関西地区	関東地区
接客・警備(%)	27.8	15.6	92.9
湯灌・エンバーミング(%)	89.6	48.8	-
生花事業(%)	36.8	-	-
霊柩・車両(%)	76.7	54.9	48.4
会館営繕 ベンリー (店)	14	-	-

## 5. 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」

【人事制度改革により中長期で期待される効果】

- 入社後、短期間での離職の防止：離職率の改善・勤続年数の延長
- 採用時の歩留まり率の解消：採用計画の効率化・採用費、研修人件費、教育費の抑制
- 人的資本の再配分：キャリアパス・ベースアップ・初任給の底上げ

2024年4月より  
 新人事制度へ移行

2022年9月期 下半期  
 現状分析・課題の整理

2023年9月期  
 人事制度骨子策定・人事制度詳細設計

2024年9月期上半期  
 啓発・説明会

「新たな取り組み①」

多様化する葬儀ニーズに対応したマルチブランドの推進

最期の、ありがとう。



	ブランド	受注導線	価格帯
多様化する葬儀ニーズ	<p>社葬 大規模葬儀</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>社葬コンサルティング契約の推進及び受注</li> </ul>	<p>社葬セットプラン <b>2,000千円～</b> (税込)</p>
	<p>一般葬儀 家族葬</p> <p>直葬／民生葬／福祉葬</p>  	<ul style="list-style-type: none"> <li>「ティアの会」会員、ティアの会と同等のサービスが受けられる「提携団体」より受注</li> <li>行政機関・関連団体・施設からの受注</li> </ul>	<p>葬儀セットプラン <b>330千円～</b> (税込)</p> <p>②2023.04～ ・ <b>会員制度の特典内容の見直し</b></p>
	<p>一日葬 火葬式</p>  <p>①2023.04～ 中部地区にて訴求開始</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「インターネット」「折込広告」により受注</li> </ul>	<p>1日葬セットプラン <b>330千円～</b> (税込)</p> <p>火葬式セットプラン <b>132千円～</b> (税込)</p>

問い合わせ・資料請求件数  
**1,500件超**  
計画に沿った立ち上がり

# 「新たな取り組み②」 トータル・ライフ・デザイン事業の創出

## 1. 生前の関わり

### 生活関連サービス **Benry** TOTAL CONVENIENCE SERVICE®

- 株式会社ベンリーにFC加盟 (2022年11月)
- TDLに「ベンリー ティアサービス黒川店」オープン (2023年9月)



ベンリーTS黒川店

## 2. 事前準備としての関わり

### 当社プロデュースによる樹木想事業

- 名古屋市内の寺院に当社が開発した樹木想霊園をオープン
- 2023年2月から開発した104区画は全て完売



樹木想 中川空雲寺

営業開始から11ヶ月の売上高

**21百万円**

(~2023年9月 会館営繕含む)

## 4. 葬儀後の関わり

### 相続・不動産支援 サービスの強化

- ご遺族に対し、アウトバウンドコールを強化し、葬儀後の潜在的なニーズの掘り起こしを推進
- 相続や不動産等、ニーズに対応した事業者を紹介し手数料を受領

相続・不動産関連の手数料売上

**前期比 1.5倍、88百万円**

(2022年10月~2023年9月：前期比)

TOTAL LIFE DESIGN  
トータル・ライフ・デザイン

「ティアの会」49万人

提携団体 **1,342団体**

(2023年9月末)

関連事業の売上高 **362百万円**

2023年10月末より新たに開発した  
**200区画**を販売開始

## 3. 葬儀における関わり

### 宗教者紹介サービス

- 葬儀の際、希望するご遺族に対し、宗教者紹介サービスを提供
- 110法人と提携し、紹介時に手数料を受領

宗教者紹介実績

**紹介件数 2,375件**

(2022年10月~2023年9月)

### エンバーミング等の拡充

- ご遺体の「防腐・殺菌・修復」を行うエンバーミング及び防臭等の特殊処置の取扱い拡充

エンバーミング・特殊処置件数

**前期比 1.9倍、2,087件**

(2022年10月~2023年9月：前期比)

「新たな取り組み③」  
中核葬儀社2社を含むグループの子会社化を推進

NSSK-VV3グループ

(株) NSSK-VV3

(株) NSSK-V3

八光殿  
ホールディングス (株)

(株) 八光殿

大阪府で  
**16**  
会館

※その他1社を含む

連結の経営成績・連結財政状態

単位 百万円	2020.9	2021.9	2022.9
純資産	1,287	1,209	1,308
総資産	3,412	2,387	2,496
売上高	2,489	2,423	2,720
経常利益	238	△14	171
当期純利益	112	△79	99

NSSK-TTグループ

(株) NSSK-TT

(株) NSSK-T

(株) NSSK  
C-HC

(株) 東海典礼

愛知県で  
**22**  
会館

**取得価格** (諸経費含む)  
**7,304百万円**

**契約締結日**  
**2023年10月24日**

**株式譲渡実行日**  
**2023年11月20日**

連結の経営成績・連結財政状態

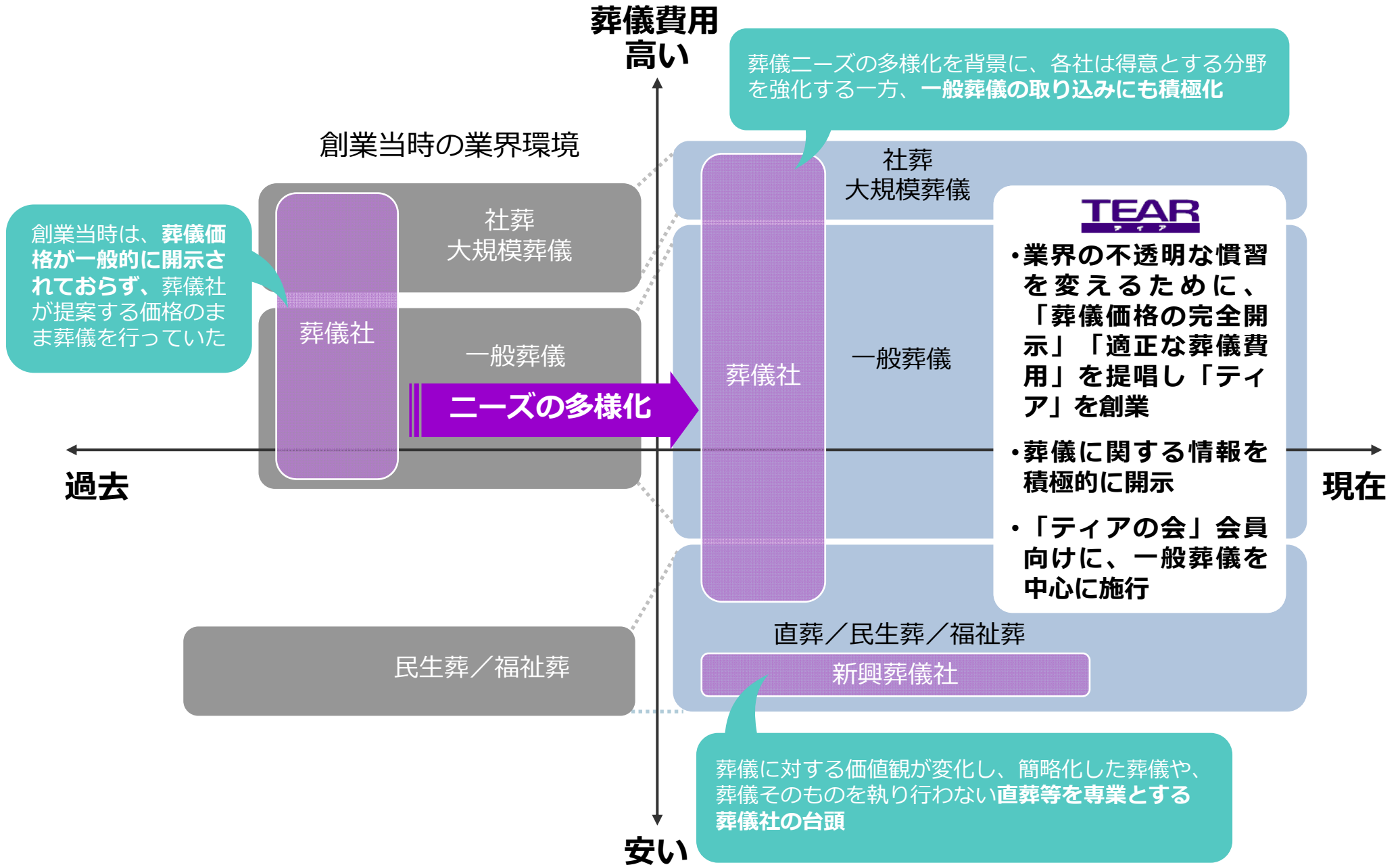
単位 百万円	2021.5	2022.5	2023.5
純資産	853	1,077	636
総資産	2,873	2,384	1,986
売上高	1,203	1,248	1,601
経常利益	150	101	271
当期純利益	89	12	165



参考資料  
企業概要、戦略の基本方針等

<b>会社名</b>	株式会社 ティア
<b>代表取締役社長</b>	富安 徳久
<b>所在地</b>	愛知県名古屋市北区黒川本通三丁目35番地1
<b>資本金</b>	1,892百万円（2023年9月末）
<b>従業員</b>	646人（2023年9月末）
<b>発行済株式数</b>	22,498,100株（2023年9月末）
<b>上場市場</b>	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
<b>事業内容</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 葬儀施行全般や各種法要の請負</li><li>• 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</li><li>• 中部、関東、関西に直営、F Cで葬儀会館を運営</li><li>• 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</li></ul>
<b>関係会社</b>	株式会社 ティアサービス（資本金 17百万円）

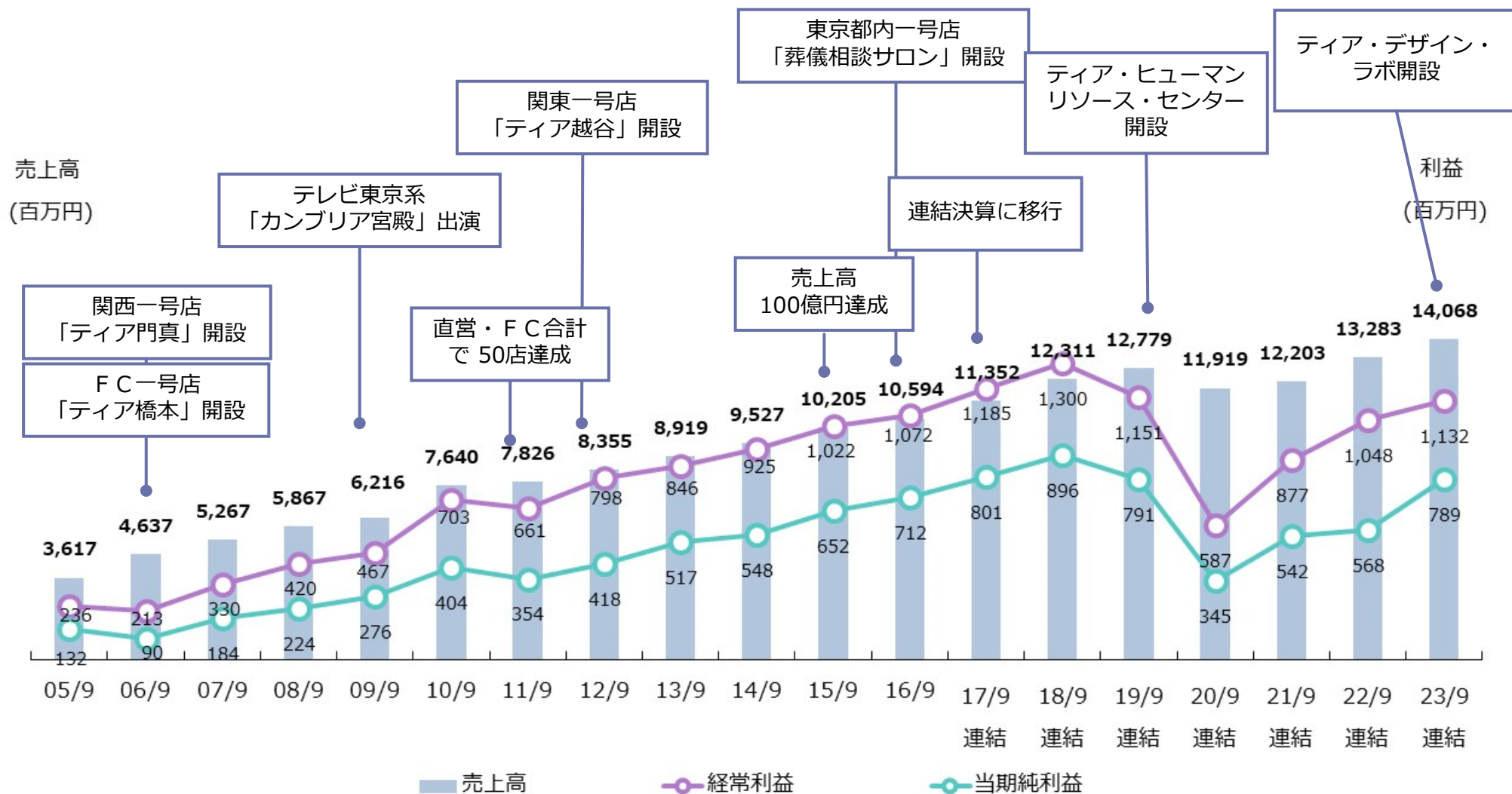
# 葬儀業界における当社のポジショニング





## 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

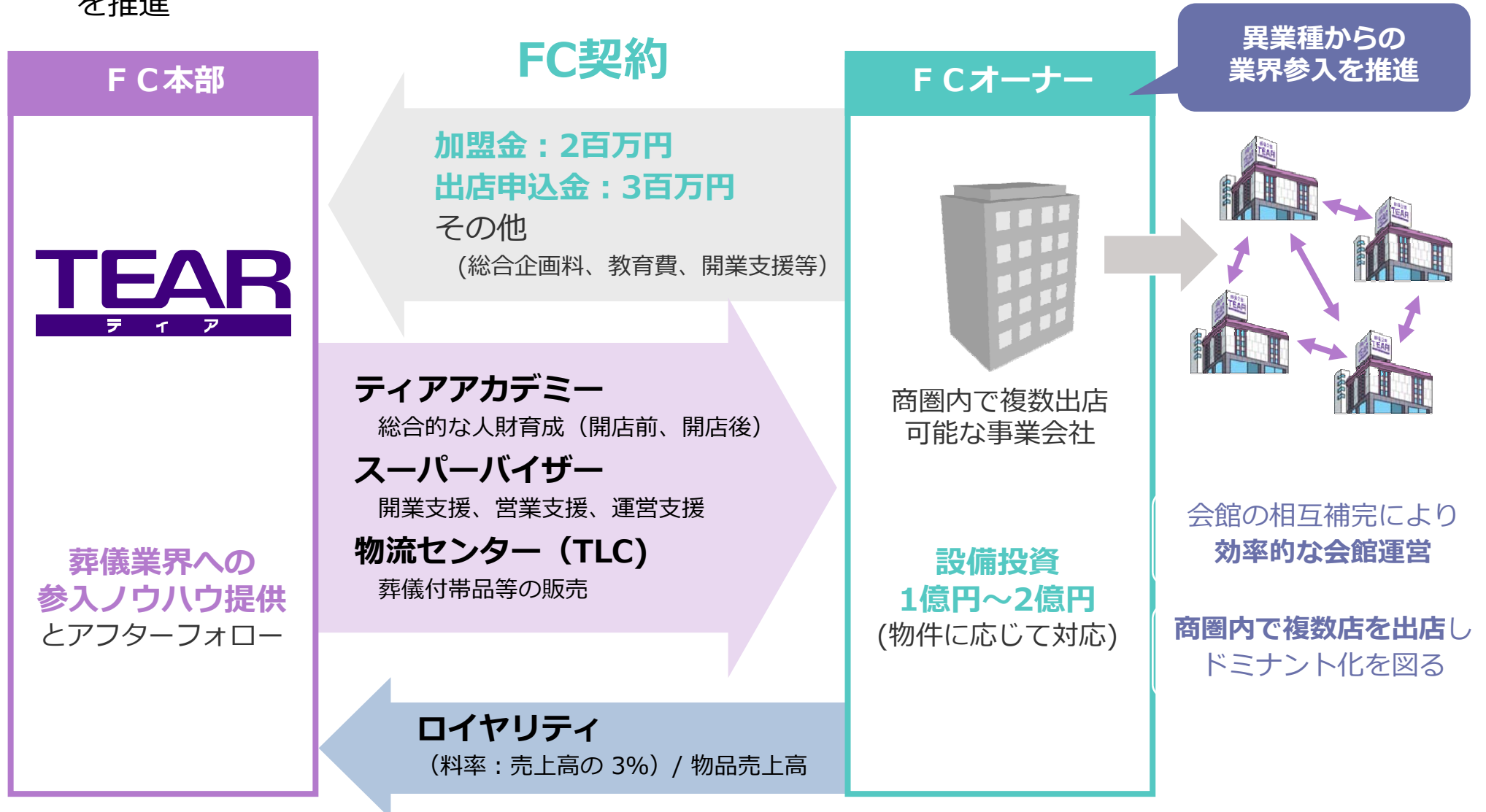
加盟金/ロイヤリティ  
 物品販売  
 システム使用料

FCの経営指導

FCの葬儀法要施行請負支援

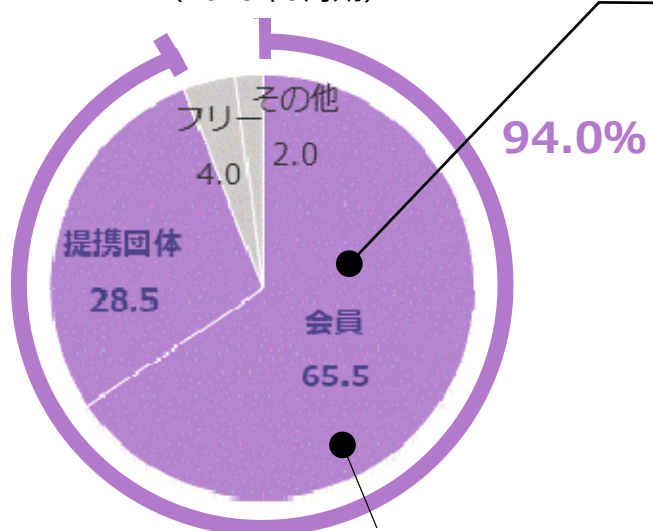
## FC事業モデル

- 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 (%)  
(2023年9月期)



**1 「ティアの会」会員数 495,899人** (2023年9月末)

**2 提携団体 1,342団体** (2023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 175社・全国 236店で特典や割引が受けられる「**会員優待サービス**」(2023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

924,000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 770,000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

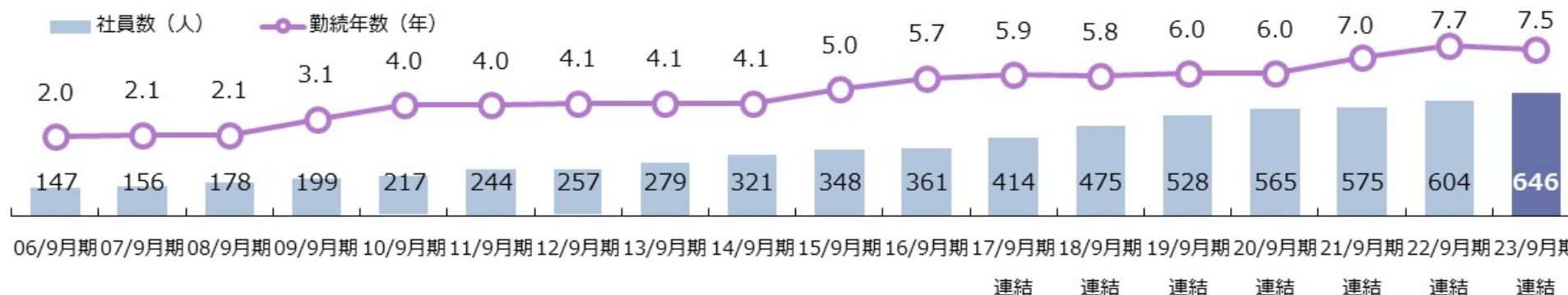
### 社内検定試験 ティア検定

- 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

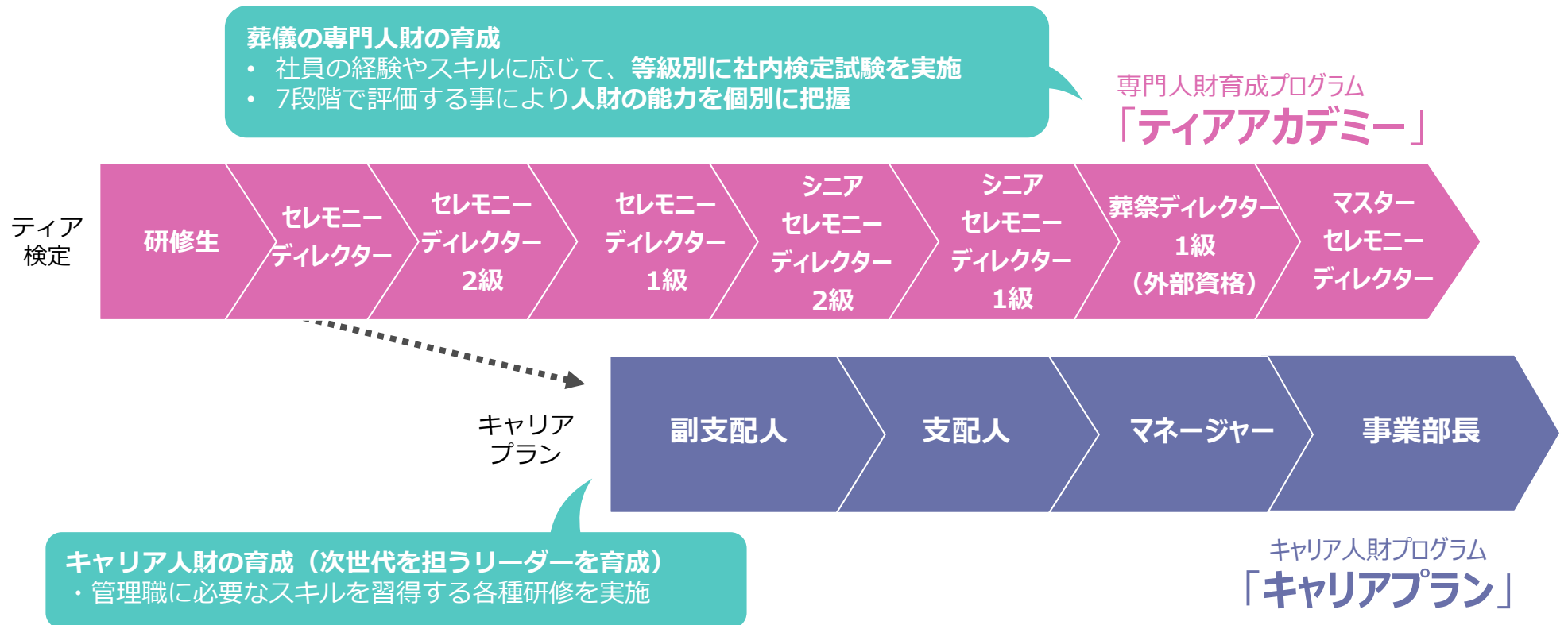
社員の経験やスキルに  
応じて、等級別に社内  
検定試験を実施

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

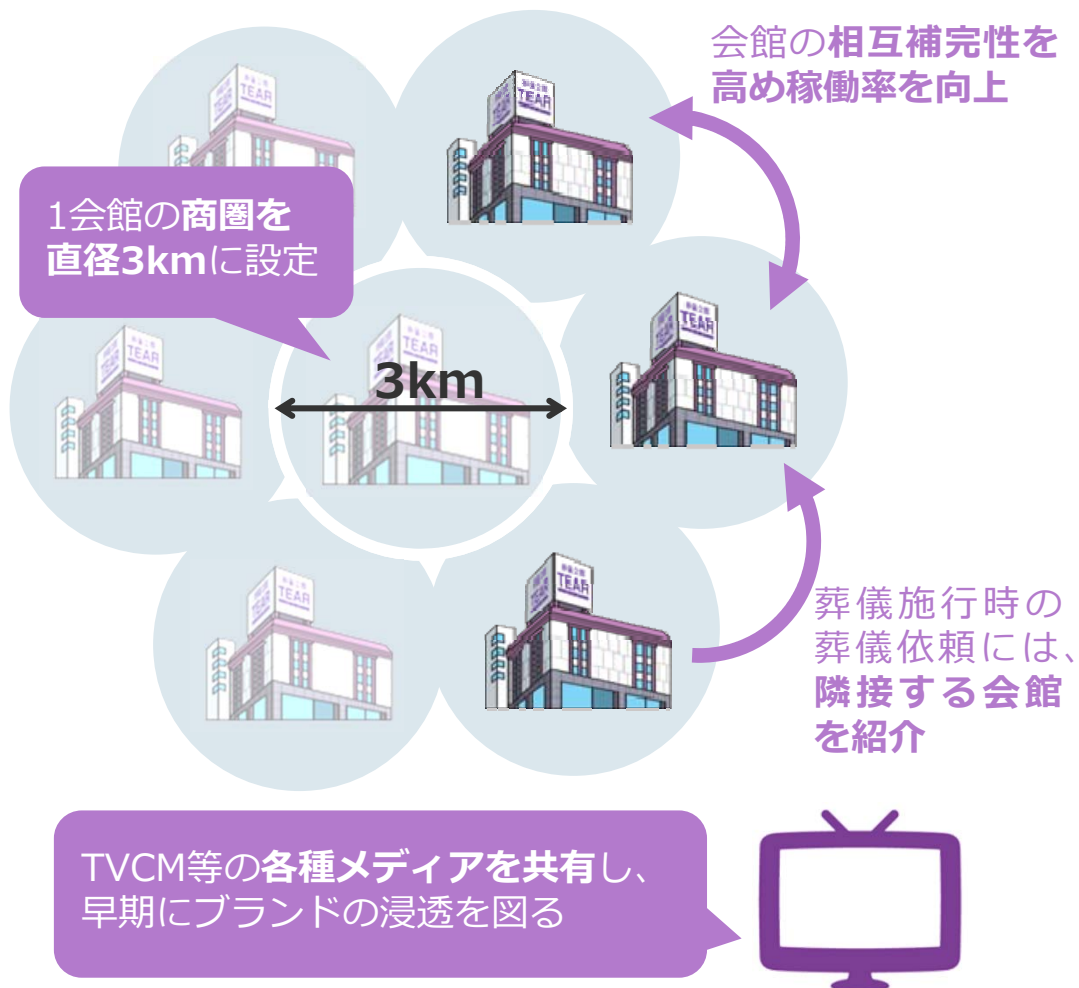
クレーム対応スキル研修

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

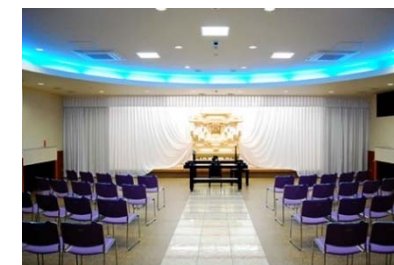
- 敷地面積500坪前後／建坪150坪～200坪
- 設備投資 1.5億円～2億円／投資回収 9年～10年

#### 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



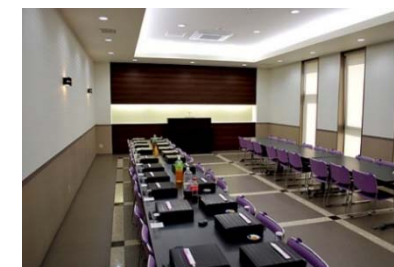
- 一般葬ホール 1室 (最大 100名～150名収容)
- 親族控室兼家族葬専用ホール 1室 (和室+洋室)

#### 宿泊可能な親族控室



- 1室 (和室)

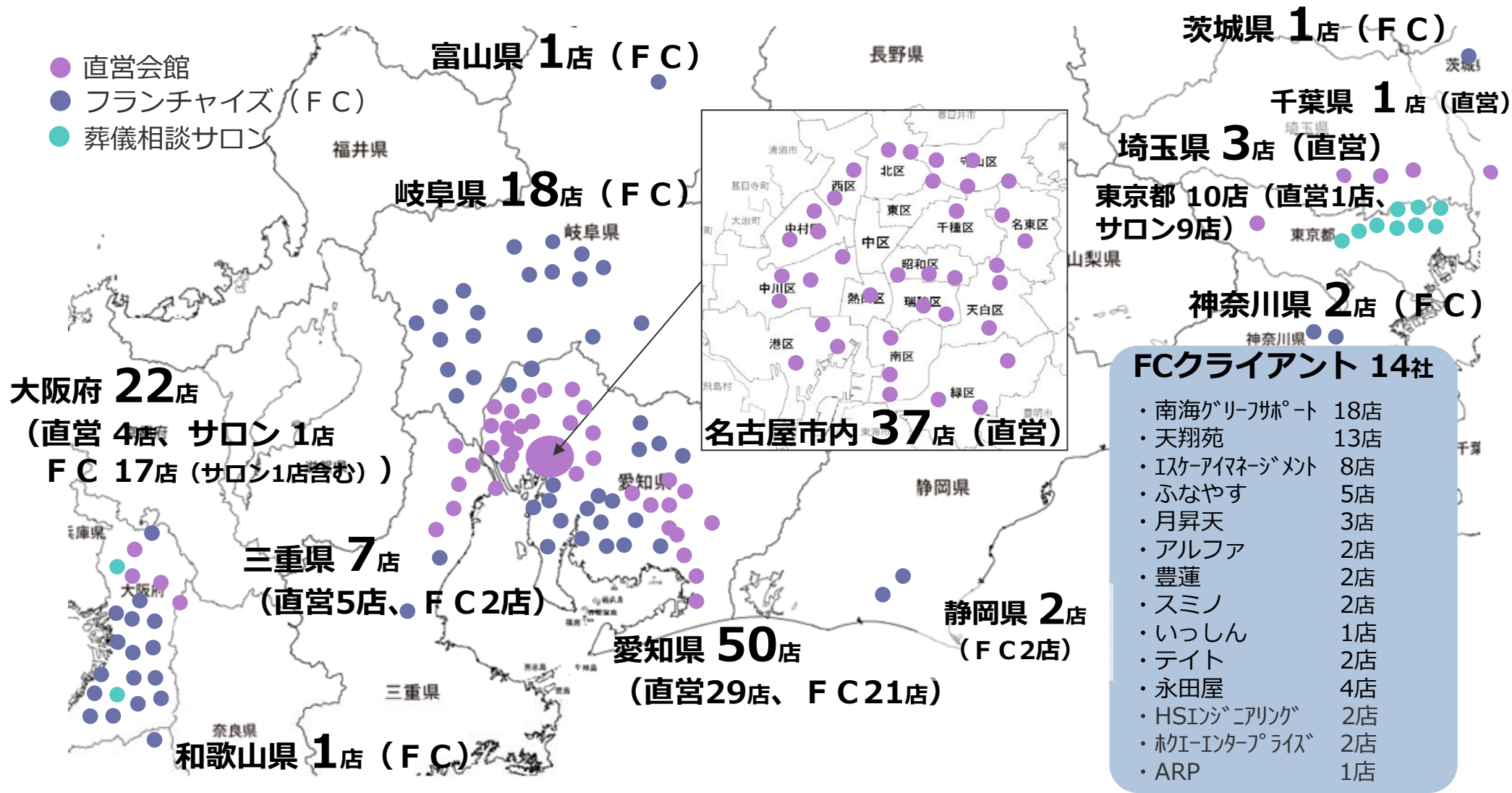
#### 会食ルーム



- 1室 (50名収容)

# ドミナント化②：葬儀会館「ティア」の出店エリアの拡がり

- 会館数は 1都 1府 10県に 155店を展開、うち直営会館 80店、葬儀相談サロン 10店
- フランチャイズはクライアント 14社と契約し 65店を出店（2023年11月10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 大野スタッフへありがとう

- 長い間父は入院しており面会もできなかった為、心のこもった葬儀をしたいと考えておりました。安心して父との最後のひと時を過ごし、温かくお見送りすることができ感謝しております。
- **大野さんはじめスタッフのみなさまがとても親切に家族に寄り添ってくださる対応をしていただきました。**
- 大野さんは説明も丁寧で分かりやすく、こちらの要望や急な事態にも臨機応変にテキパキと、また、細かいところまで常に気配りされる大野さんに執り行っていただき安心してお任せすることができ、大変満足いたしました。どうもありがとうございました。

## エピソード 2 大屋スタッフへありがとう

- ティア津島様とのかかわりについてのべさせていただきます。障がい者施設あいさんハウスの年一回の祭り「あいさんフェス」に**ティア様の職員さんがボランティアで一生懸命奉仕いただき、その姿を見てティア津島さんの会員になろうと思い親子3名が入会させていただいたのが経緯です。**
- 母親の死去によりティア津島の大屋弘介さんに担当していただくことになりました。
- **大屋弘介さんの気づかい、心づかい、そしてかゆいところに手が届く振る舞いがすばらしく、何も申し上げることはありません。**
- 過去に親族でいろいろ葬儀場を利用し経験しておりますが大屋弘介さんは他では類を見ないほど卓越したものをお持ちになっておられる方と推察いたします。
- **企業は人なりと申しますが実感として感じさせていただきました。このような方に葬儀をゆだねられた事ほんとうによかったと感謝申し上げます。ありがとうございました。**

## エピソード 3 寺川スタッフへありがとう

- 神奈川県と大阪という物理的な移動の難しさや深夜の対応だったり家族の健康上の都合等急な移動ができなかった私どもに代わり**お仕事とはいえ寺川様、森様の気くばり・心くばり、身内のような温かさを感じて安心して終えることができました。**
- **日本人の基本的なやさしさに接する事ができた三日四日でした。全てがコンピューターで処理できる時代で人財こそ財産だと思います。**
- コンプライアンスもきちんとされていて、さすが一流企業と安心した事でした。本当に法に基づき速やかに心あるご対応に心から感謝申し上げます。ありがとうございました。

## エピソード 4 牧村スタッフへありがとう

- 父の葬儀に際しては、大変お世話になりました。**心のこもった式をあげることができたのは、担当の牧村侑磨さんのおかげです。**
- 通夜の時に父が好きだったものに演歌と水戸黄門がありました。と答えました。しかし、会場の愛西市総合斎苑はWi-Fi機能がなくCDがないとかけられませんでした。しかし、**告別式で水戸黄門が流れて驚きました。きっと牧村さんがCDを作ってくくださったのだと思います。また、父が好きだった「おはぎとトマト」を用意してくださり、棺に入れることができました。**
- 本当に感謝しています。ありがとうございました。

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)		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	2024年9月期 連結業績予想
<b>財務</b>	売上高	12,779	11,919	12,203	13,283	14,068	15,220
<b>データ</b>	売上原価率 (%)	60.4%	61.8%	61.1%	60.4%	59.0%	58.2%
	販売管理費率 (%)	30.6%	33.2%	31.7%	31.6%	32.9%	34.0%
	営業利益	1,156	595	887	1,057	1,135	1,200
	経常利益	1,151	587	877	1,048	1,132	1,180
	当期純利益	791	345	542	568	789	790
	設備投資額	1,038	764	627	909	1,355	852
	減価償却費	592	602	553	566	625	N/A
	EPS (円) ※	36.05	15.43	24.21	25.37	35.14	35.12
	BPS (円) ※	399.08	398.51	402.73	334.80	350.26	N/A
	DPS (円) ※	11.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
	配当性向 (%)	30.5%	129.6%	82.6%	78.8%	56.9%	57.0%
	ROE (%)	9.9%	3.9%	6.0%	6.9%	10.3%	N/A
<b>非財務</b>	期末会館数 (店)	116	127	132	140	153	170
<b>データ</b>	直営会館 (店)	59	64	67	73	79	87
	葬儀相談サロン (店)	9	10	10	10	10	10
	FC会館・サロン (店)	48	53	55	57	64	73
	葬儀件数 (件)	10,923	11,353	12,599	14,189	14,442	15,458
	葬儀単価 (千円)	995	900	837	813	832	844
	既存店伸率 (葬儀売上高 %)	0.2%	△10.2%	△1.6%	3.8%	2.3%	7.2%
	会員数 (人)	380,807	411,619	442,015	470,568	495,899	N/A
	提携団体 (団体)	931	1,034	1,130	1,269	1,342	N/A
	従業員数 (人)	528	565	575	604	646	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/>