



## 2024年9月期 第2四半期 決算説明会

2024年5月16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。

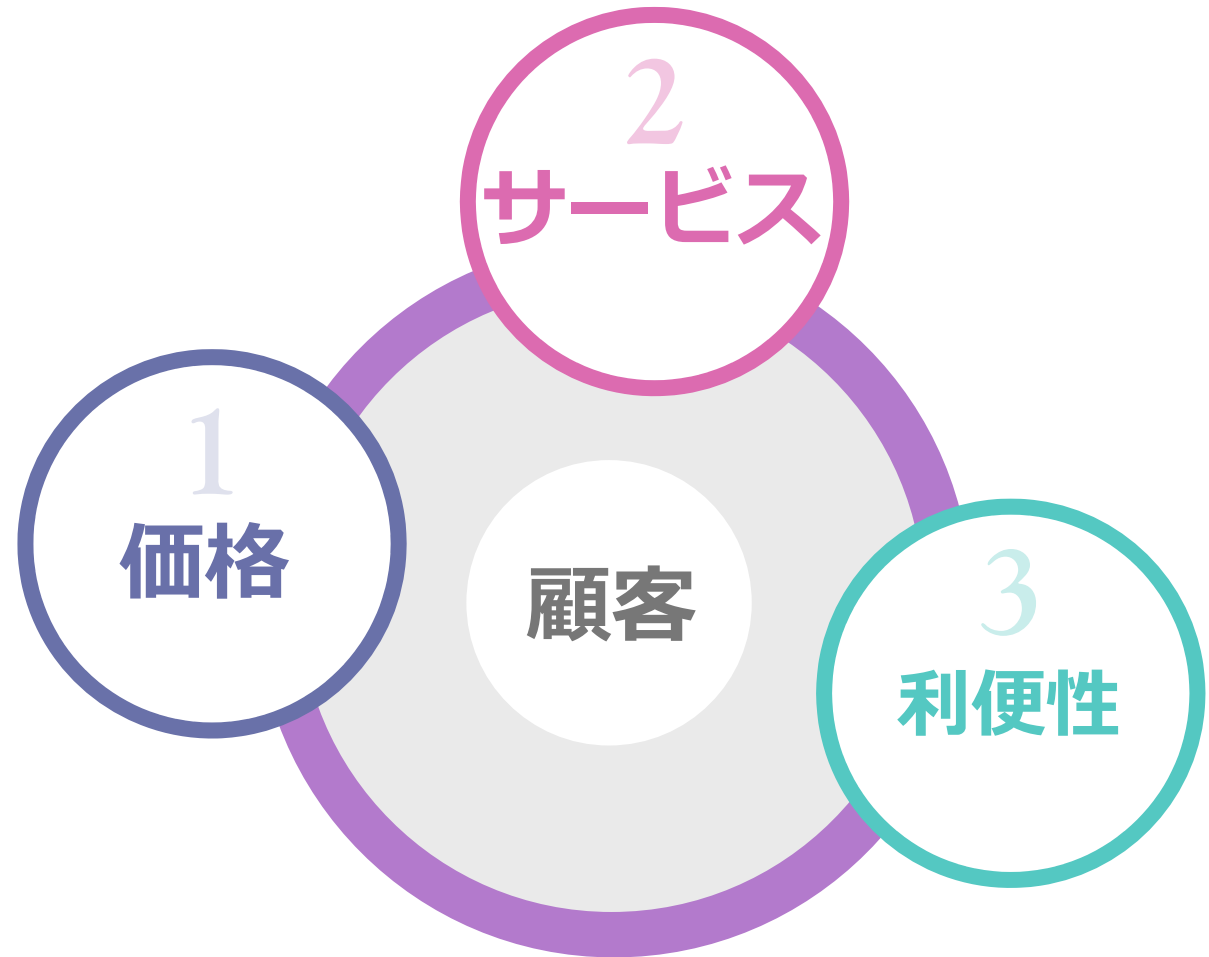
## ティアの生涯スローガンと戦略の基本方針

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>



直営・FC・M&A  
により事業規模の拡大を目指す

## 目次

- 06 ティアグループの概要と連結業績について
- 11 2024年9月期第2四半期連結決算の概要
- 23 2024年9月期連結業績予想の概要
- 32 葬儀業界の動向
- 35 今期の重点施策と目指すべき方向性
- 46 参考資料 企業概要、戦略の基本方針等



# ティアグループの概要と連結業績について

# 八光殿・東海典礼及び関係会社のグループ化の概要

**契約締結日：2023年10月24日／株式譲渡実行日：2023年11月20日**

**取得価格（諸経費含む）：7,304百万円**

## 八光殿グループ



大阪府で **17** 会館

所在地：大阪府八尾市  
従業員：120名  
事業内容：大阪府八尾市を中心に葬儀会館  
「八光殿」「リエラ」等を運営



八尾市内の旗艦店ともいえる「葬儀会館 八光殿 八尾中央」

## 東海典礼グループ



**東海典礼**  
想いを叶える会社

愛知県で  
**23**  
会館

所在地：愛知県豊川市  
従業員：71名  
事業内容：愛知県豊川市を中心に葬儀会館  
「東海典礼」「家族の新しいお葬式」を運営

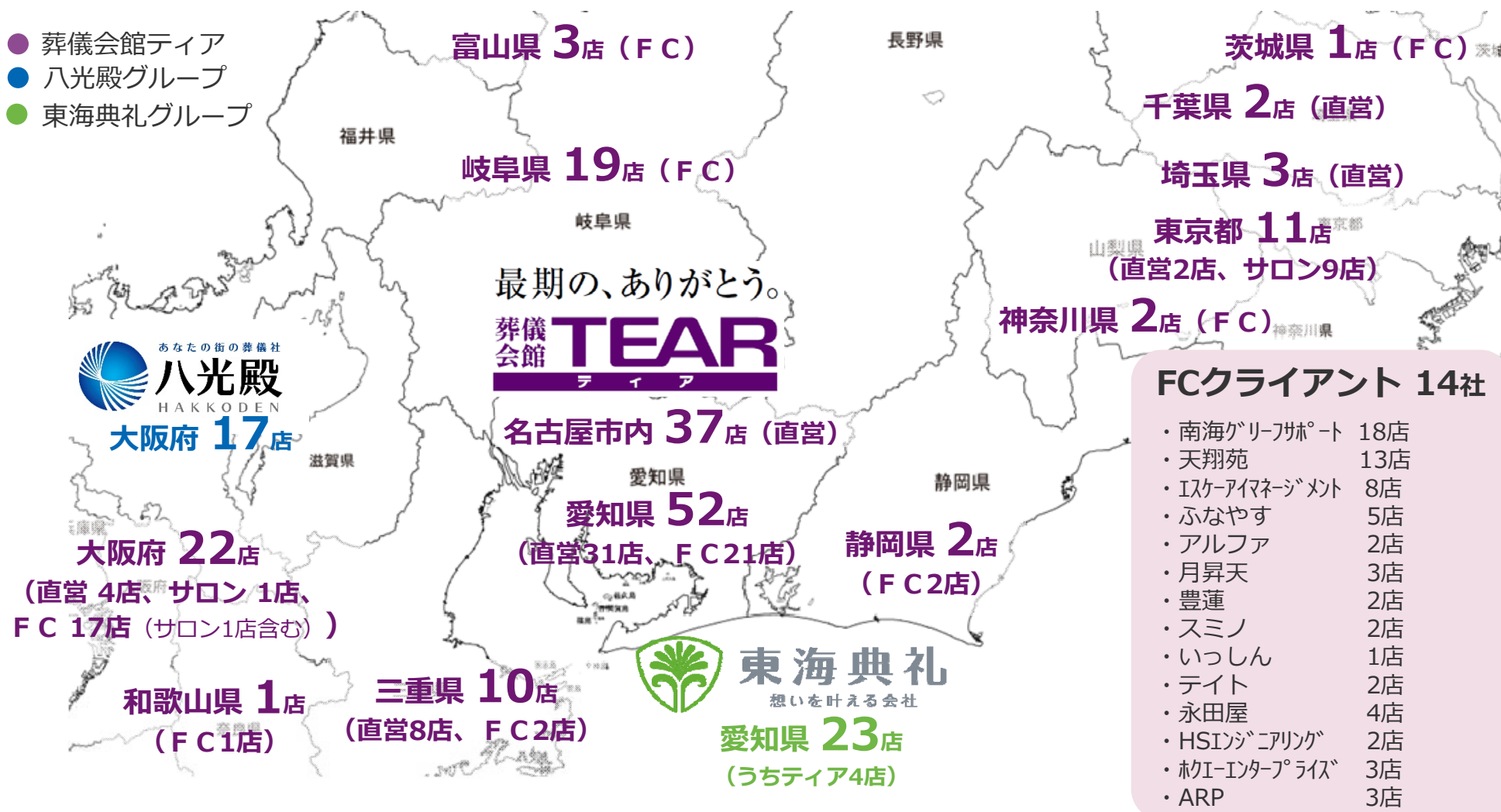


豊川市で本社機能を併設する「東海典礼本館」

## ティアグループの店舗展開の状況

- 直営、FCによる会館数は 165店を展開  
 うち直営会館 87店、葬儀相談サロン 10店、フランチャイズ68店
- 八光殿、東海典礼を含むティアグループによる会館数は 205店（2024年4月末現在）

- 葬儀会館ティア
- 八光殿グループ
- 東海典礼グループ

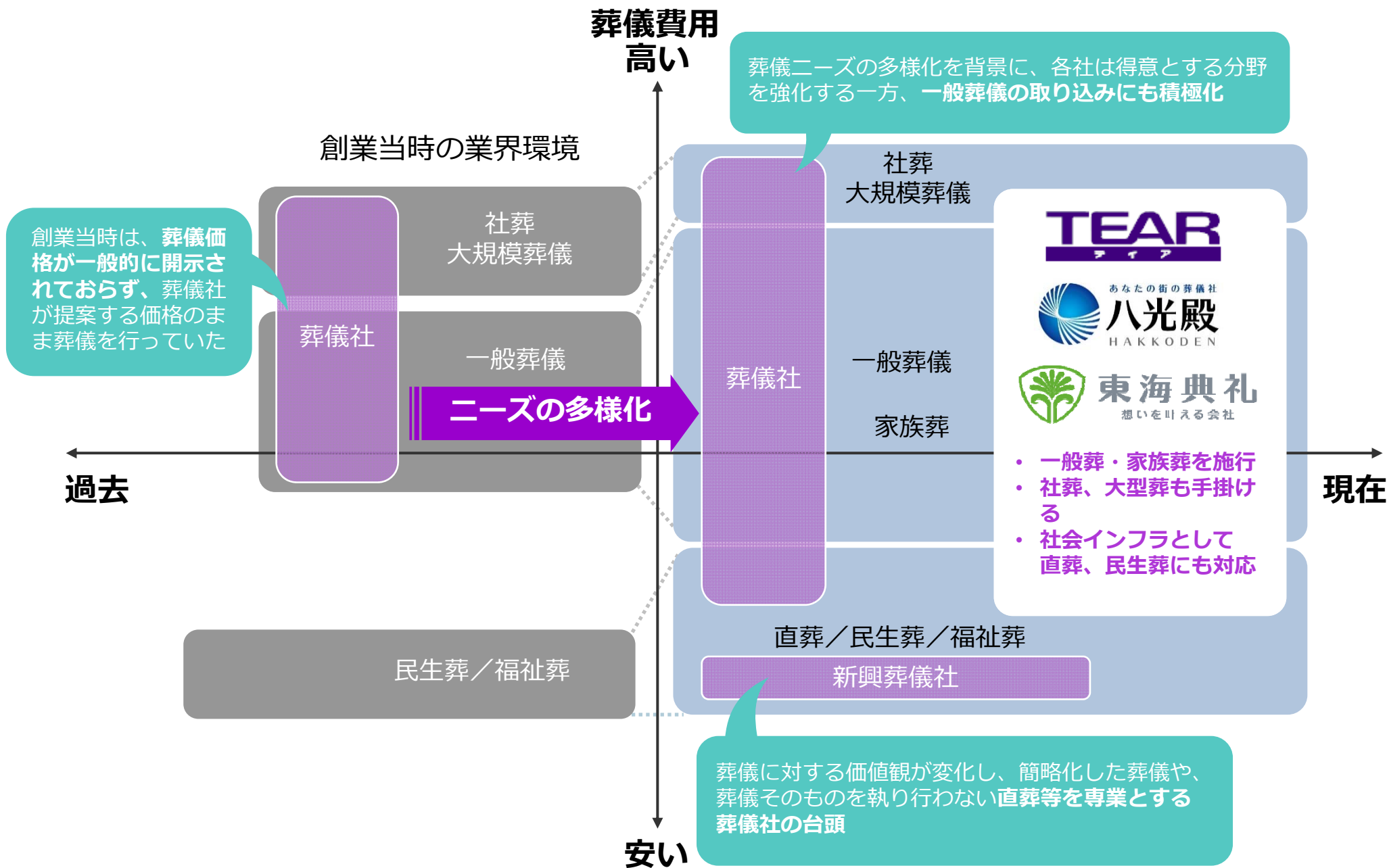


**FCクライアント 14社**

- ・南海グリーンポート 18店
- ・天翔苑 13店
- ・Iスケアイネジメント 8店
- ・ふなやす 5店
- ・アルファ 2店
- ・月昇天 3店
- ・豊蓮 2店
- ・スミノ 2店
- ・いっしん 1店
- ・テイト 2店
- ・永田屋 4店
- ・HSIンジエリング 2店
- ・枚E-インタープライズ 3店
- ・ARP 3店

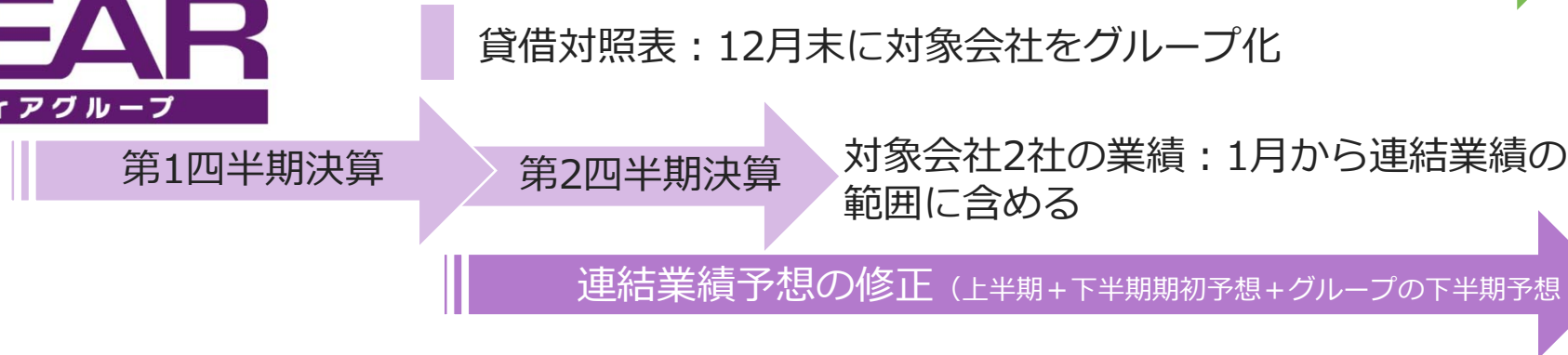
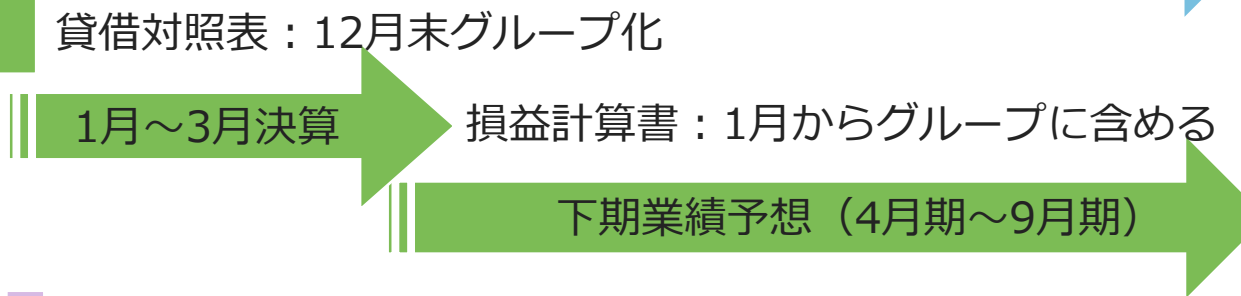
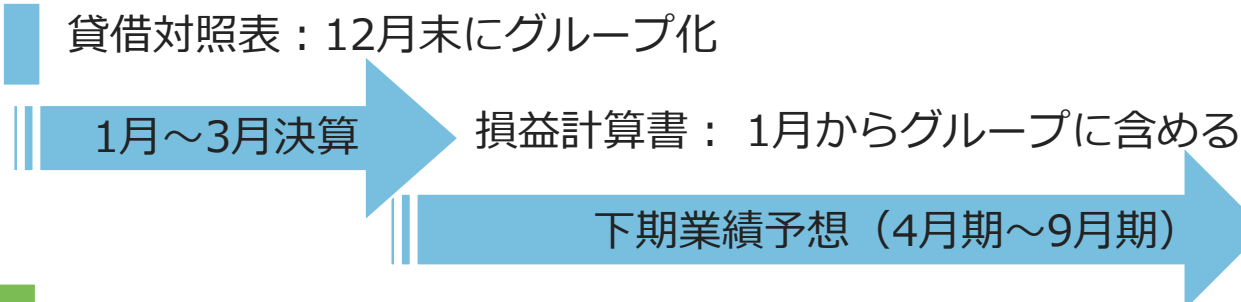



# 葬儀業界におけるティアグループのポジショニング



# 第2四半期決算及び連結業績予想について

## ●2023年11月20日：八光殿・東海典礼及び関係会社をグループ化





# 2024年9月期第2四半期 連結決算の概要

## 2024年9月期第2四半期決算ハイライト

- 2024年9月期第2四半期連結決算は、2期連続の増収減益
- 売上高は3期連続の増収、経常利益・四半期純利益は2期連続の減益

■ 売上高    ● 経常利益    ● 四半期純利益

(百万円)



※ 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

# 2024年9月期第2四半期決算ハイライト 売上高の増減要因分析（前年同期比）

- 直営の既存店は葬儀件数・葬儀単価共に増加、新店稼働の効果等に加え、対象会社のグループ化により売上高は 1,822百万円増収の 9,142百万円

## 前年同期比



### 【直営の状況】

- 既存店は、葬儀件数の増加により 166百万円、葬儀単価の増加により 177百万円、その他売上高 70百万円のそれぞれ増収
- 前期稼働した会館を含めて 7店の純増、新店稼働による増収効果は 335百万円
- トータル・ライフ・デザインは樹木想の販売、相続・不動産の紹介手数料等

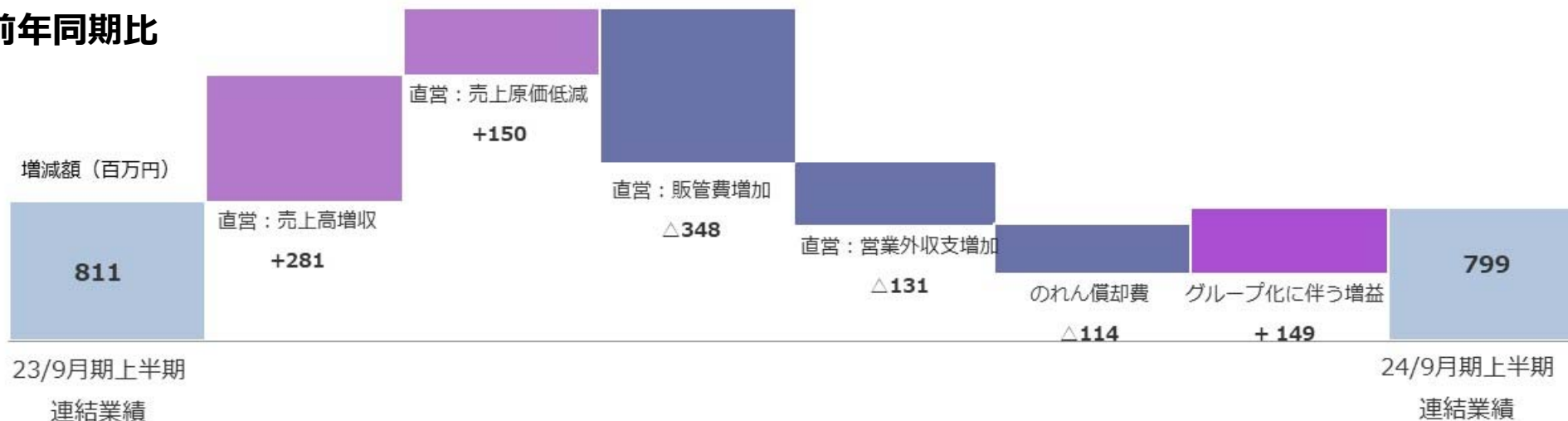
### 【セグメント別】

- 葬祭事業は直営の増収効果と対象会社のグループ化により前年同期比 1,617百万円増収の 8,697百万円
- フランチャイズ事業はロイヤリティ売上、FC会館向け物品販売が増加し、前年同期比 52百万円増収の 293百万円
- その他事業は「相続・不動産の紹介、販売」「リユース事業」等で構成、売上高は 151百万円

# 2024年9月期第2四半期決算ハイライト 経常利益の増減要因分析（前年同期比）

- 直営の売上高の増収、グループ化による増益効果はあるものの、のれん償却費、M&Aに係る支払手数料及び資金調達に伴う費用等が増加、経常利益は12百万円減益の799百万円

## 前年同期比



### 【直営の状況】

- 直営は売上高、売上原価低減により売上総利益で432百万円の増益要因
- 販管費は支払手数料195百万円、人件費48百万円等が増加し、348百万円の減益要因
- M&A資金調達に係る費用として、営業外費用が153百万円増加

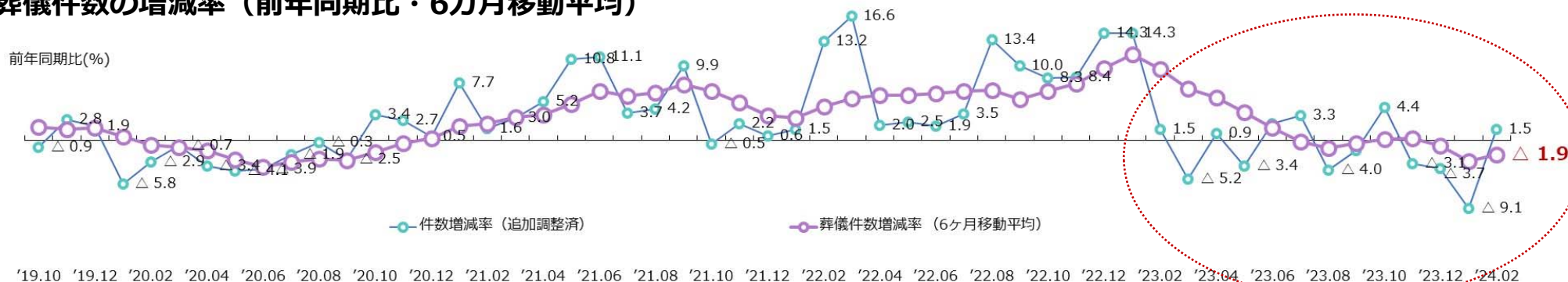
### 【セグメント別】

- 葬祭事業は直営の増収効果と対象会社のグループ化により前年同期比520万円増益の1,895百万円
- フランチャイズ事業は売上高の増収効果により、前年同期比13百万円増益の48百万円
- その他事業は1百万円

## 事業環境：葬儀業界の件数・単価の推移

- 直近の葬儀件数は前年同期の反動減により減少で推移、6カ月移動平均では 1.9%減
- 葬儀単価は改善傾向で推移し、6カ月移動平均では前年同期比 5.3%増の 1,203千円

### 葬儀件数の増減率（前年同期比・6カ月移動平均）



### 葬儀単価の推移（6カ月移動平均：実績・前年同期比）



**葬儀単価の低下の主な要因**

- ① 家族葬の更なる小規模化→同居世帯による家族葬
- ② 「直葬」「一日葬」ニーズの高まり→葬儀の簡便化
- ③ ポータルサイト事業者の影響拡大→価格競争の激化

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・会員数・提携団体の実績

- ティアグループ・FCによる会館数は 201店、会員数が 53万人、提携団体は 1,375団体

	2023年9月期		2024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	連結予想	増減	増減※
<b>期末会館数(店)※</b>	<b>146</b>	<b>153</b>	<b>201</b>	<b>161</b>	<b>48</b>	<b>40</b>
直営会館	77	79	84	84	5	0
葬儀相談サロン	10	10	10	10	0	0
FC会館	59	64	67	67	3	0
八光殿	-	-	17	-	17	17
東海典礼	-	-	23	-	23	23
<b>グループ会員数(口)※</b>	<b>484,621</b>	<b>495,899</b>	<b>539,804</b>	<b>N/A</b>	43,905	<b>N/A</b>
うちティアの会	484,621	495,899	511,636	N/A	15,737	N/A
<b>提携団体※</b>	<b>1,312</b>	<b>1,342</b>	<b>1,375</b>	<b>N/A</b>	33	<b>N/A</b>

※ 前期末と比較した増減

- 新規出店は直営 5店、FC 3店の合計 8店、
- 対象会社のグループ化により 40店増加、期末会館数は前期末比 48店の増加の 201店
- ティアグループの会員数は539千人、うち「ティアの会」は前期末比 15千人増加
- 「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 33団体増加の 1,375団体

※連結予想は 2023年11月10日公表した業績予想またはその前提条件



## 当社の現状②：葬儀件数の増減要因

- 直営は既存店の増加、新店稼働の効果により前年同期比 402件増、対象会社のグループ化により前年同期比 1,414件増加の 9,077件、FC会館を含む全体の葬儀件数では 12,378件

葬儀件数（件）	2023年9月期		2024年9月期		前年同期比		業績予想比	
	上半期	通期	上半期	連結予想	件数	増減率	件数	増減率
	連結業績		連結業績					
グループ・FC合計	10,944	20,600	12,378	-	1,434	13.1%	-	-
ティアグループ	7,663	14,442	9,077	7,876	1,414	18.5%	1,201	15.2%
直営会館	7,663	14,442	8,065	7,876	402	5.2%	189	2.4%
八光殿	-	-	613	-	613	-	613	-
東海典礼	-	-	399	-	399	-	399	-
FC会館	3,281	6,158	3,301	-	20	0.6%	-	-

### 葬儀件数（グループ）の増減要因



## 当社の現状③：葬儀単価の増減要因

- ティアグループによる葬儀単価は前年同期比 3.7%増の854千円
- 直営の葬儀単価は、祭壇売上、葬儀付帯売上の単価が上昇し、前年同期比 2.0%増

葬儀単価（円）	2023年9月期		2024年9月期		2024年9月期		業績予想比	
	上半期	通期	上半期	前年同期比	金額	増減率	金額	増減率
	連結業績		連結業績	連結予想				
<b>ティアグループ</b>	<b>823</b>	<b>832</b>	<b>854</b>	<b>845</b>	<b>31</b>	<b>3.7%</b>	<b>8</b>	<b>1.0%</b>
直営会館	823	832	839	845	16	2.0%	△ 6	△0.7%
葬儀会館	836	842	839	863	4	0.4%	△ 23	△2.7%
家族葬ホール	823	827	848	820	25	3.0%	28	3.4%
葬儀相談サロン	533	569	765	602	232	43.6%	162	27.0%
八光殿	-	-	988	-	-	-	-	-
東海典礼	-	-	940	-	-	-	-	-

### 葬儀単価の増減要因



## 当社の現状④：売上原価・販管費の状況

- 売上原価率は固定費の負担割合の低下等により、前年同期と比べ 0.6ポイント低下の 57.8%
- 販管費は対象会社のグループ化等により、前年同期比 667百万円増加の 2,897百万円

	2023年9月期		2024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	連結予想	増減	増減
<b>売上原価率 (%)</b>	<b>58.4%</b>	<b>59.0%</b>	<b>57.8%</b>	<b>57.0%</b>	<b>△0.6%</b>	<b>0.8%</b>
商品原価率	27.8%	27.6%	28.4%	25.9%	0.5%	2.4%
労務費率	10.3%	10.8%	11.1%	10.8%	0.8%	0.3%
雑費率	20.2%	20.5%	18.3%	20.2%	△1.9%	△1.9%
<b>販売管理費 (百万円)</b>	<b>2,230</b>	<b>4,634</b>	<b>2,897</b>	<b>2,630</b>	<b>667</b>	<b>267</b>
人件費	1,052	2,213	1,187	1,205	135	△ 17
広告宣伝費	525	1,059	571	655	45	△ 84
その他	651	1,361	1,138	1,240	486	△ 101

- ティア・TSの売上原価率 56.5%  
前年同期と比べ 1.9ポイント低下
- M&Aに伴う費用の増加：
  - ・ 株式取得に係る費用 68百万円
  - ・ PMIに係る諸費用：85百万円
  - ・ 監査報酬に係る諸費用：25百万円
  - ・ のれん償却費：114百万円
- 販管費の内訳
  - ・ ティア・TS：2,579百万円  
前年同期比 348百万円増加
  - ・ 八光殿 : 211百万円
  - ・ 東海典礼 : 106百万円

※ TS：ティアサービス

### 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）

- 前年同期比で売上高は 24.9%増収の 9,142百万円、営業利益は 18.0%増益の 962百万円、経常利益は 1.6%減益の 799百万円、四半期純利益は 5.0%減益の 516百万円
- 業績予想比では売上高は18.6%増収、経常利益が 20.2%増益、四半期純利益は 16.0%増益

(百万円)	2023年9月期		2024年9月期		2024年9月期		業績予想比	
	上半期	通期	上半期	前年同期比	金額	増減率	金額	増減率
	連結業績		連結業績	連結予想				
売上高	7,320	14,068	9,142	7,710	1,822	24.9%	1,432	18.6%
営業利益	815	1,135	962	685	146	18.0%	277	40.5%
経常利益	811	1,132	799	665	△ 12	△1.6%	134	20.2%
四半期純利益	543	789	516	445	△ 27	△5.0%	71	16.0%
EBITDA	1,116	1,760	1,466	1,010	350	31.4%	456	45.2%
設備投資額	707	1,355	393	N/A	△ 314	-	-	-
減価償却費	301	625	389	N/A	87	-	-	-
E P S (円)	24.22	35.14	22.93	19.78	-	-	-	-
B P S (円)	-	350.26	-	-	-	-	-	-
D P S (円)	10.00	20.00	10.00	10.00	-	-	-	-
配当性向 (%)	-	56.9%	-	-	-	-	-	-
葬儀件数 (ケルブ°)	7,663	14,442	9,077	7,876	1,414	18.5%	1,201	15.2%
葬儀単価 (ケルブ°)	823	832	854	845	31	3.7%	8	1.0%

※連結予想は 2023年11月10日公表した業績予想またはその前提条件

※設備投資にはM&Aに係る株式の取得費用は含まない

※減価償却費に「のれん償却費」は含まない

# 貸借対照表／キャッシュ・フローの状況

## 資産の状況

(百万円)	2023年9月期		2024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	3,887	25.3%	5,931	22.2%	2,044
固定資産	11,489	74.7%	20,792	77.8%	9,303
(のれん)	-	-	6,775	25.4%	6,775
<b>資産合計</b>	<b>15,376</b>	<b>100.0%</b>	<b>26,724</b>	<b>100.0%</b>	<b>11,347</b>
流動負債	4,740	30.8%	5,793	21.7%	1,053
固定負債	2,756	17.9%	12,754	47.7%	9,997
<b>負債合計</b>	<b>7,496</b>	<b>48.8%</b>	<b>18,547</b>	<b>69.4%</b>	<b>11,051</b>
株主資本	7,879	51.2%	8,176	30.6%	296
<b>純資産</b>	<b>7,879</b>	<b>51.2%</b>	<b>8,176</b>	<b>30.6%</b>	<b>296</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>15,376</b>	<b>100.0%</b>	<b>26,724</b>	<b>100.0%</b>	<b>11,347</b>

### バランスシートの状況（前期末比）

- 流動資産は現金及び現金同等物の増加等により 2,044百万円増加の 5,931百万円、固定資産は 9,303百万円増加の 20,792百万円（うちのれん 6,775百万円）、総資産は 11,347百万円増加の 26,724百万円
- 負債合計は 11,051百万円増加の 18,547百万円、純資産合計は 296百万円増加の 8,176百万円
- 自己資本比率は 30.6%

## 設備投資の状況

(百万円)	2023年9月期上半期 連結業績	2024年9月期上半期 連結業績	連結予想
設備投資	707	393	N/A

- 設備投資 393百万円  
主な内容：家族葬ホール 5店
- キャッシュフローの合計は 1,779百万円となり、現金及び現金同等物の期末残高は 4,720百万円
- 有利子負債は 22,492百万円調達し、13,028百万円を返済、期末残高は 11,960百万円

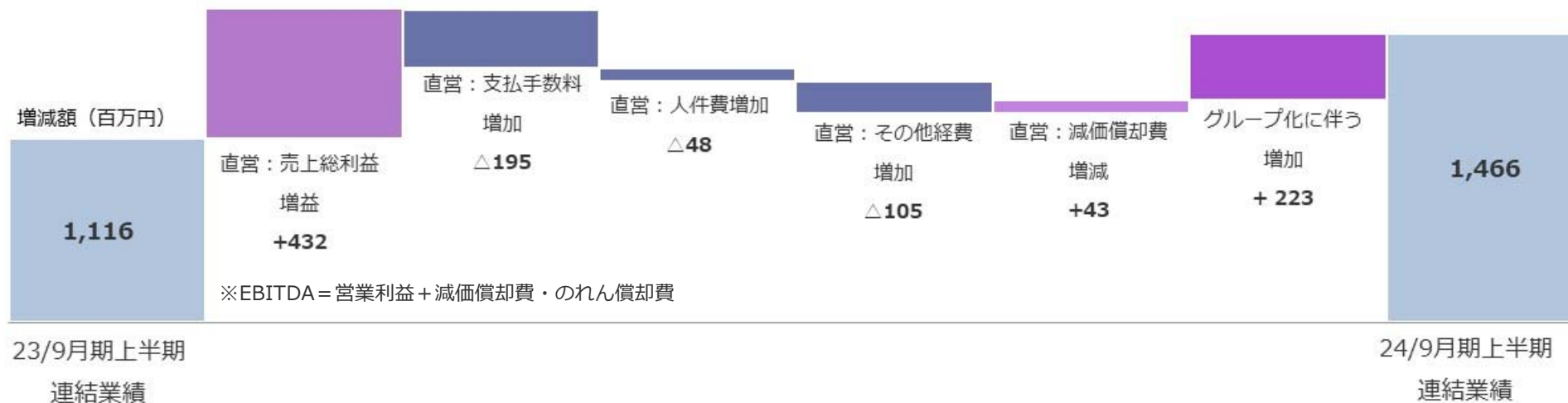
## キャッシュフローの状況

(百万円)	営業CF	投資CF	財務CF	CF合計	期末残高
2024年9月期上半期 連結業績	1,298	△ 8,579	9,059	1,779	4,720

## EBITDAの増減要因分析（前年同期比）

- EBITDAの増減要因として、直営の売上高の増収、売上原価低減、対象会社のグループ化により350百万円増加の1,466百万円

### 前年同期比



### EBITDAマージン（四半期別）

(%)	1Q	2Q	2Q累計
2024年9月期	11.3	19.4	16.0
2023年9月期	14.8	15.7	15.2
サービス業平均	-	-	9.9

※サービス業平均：EBITDA(営業利益+減価償却費)÷売上高、各企業が有価証券報告書に記載する「年度終了日」が属する年を対象年としたデータの平均値を記載（2023年）



# 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

- 2024年5月10日に「業績予想の修正に関するお知らせ」を公表、第2四半期の業績予想に対する進捗状況及び、対象会社のグループ化に伴う影響を見込み連結業績予想を修正



※ 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



## 連結業績予想の前提条件①（葬儀件数）

- 直営は、既存店の増加に新店稼働の効果を見込む  
 対象会社のグループ化により、ティアグループでは前期比 4,203件増の 18,645件と予想

葬儀件数（件）	2023年9月期		2024年9月期				
	通期 連結業績	通期 修正予想	通期 期初予想	前期比 件数	増減率	前期比 件数	増減率
<b>ティアグループ</b>	<b>14,442</b>	<b>18,645</b>	<b>15,458</b>	<b>4,203</b>	<b>29.1%</b>	<b>3,187</b>	<b>20.6%</b>
直営会館	14,442	15,669	15,458	1,227	8.5%	211	1.4%
八光殿	-	1,806	-	1,806	-	1,806	-
東海典礼	-	1,170	-	1,170	-	1,170	-

※期初予想は 2023年11月10日公表した業績予想またはその前提条件

### 直営会館の業績予想の前提条件

- 上半期の実績に下半期の予想を見込み、通期の見通しとする
- 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

## 葬儀件数の見通し



## 連結業績予想の前提条件②（葬儀単価）

- 直営会館は前期並みの水準を見込むものの、対象会社のグループ化の効果もあり前期比 3.6%増の 861千円を見込む

葬儀単価（円）	2023年9月期		2024年9月期				
	通期 連結業績	通期 修正予想	通期 期初予想	前期比 金額	前期比 増減率	期初予想比 金額	期初予想比 増減率
<b>ティアグループ</b>	<b>832</b>	<b>861</b>	<b>844</b>	<b>30</b>	<b>3.6%</b>	<b>17</b>	<b>2.0%</b>
直営会館	832	841	844	9	1.1%	△4	△0.4%
八光殿	-	980	-	-	-	-	-
東海典礼	-	953	-	-	-	-	-

### 直営会館の業績予想の前提条件

- 上半期の実績に下半期の予想を見込み、通期の見通しとする
- 既存店の葬儀単価は、過去4年間の平均値を参考とする

## 葬儀単価の見通し（四半期）

（千円）	1Q実績	2Q実績	3Q予想	4Q予想
<b>2024年9月期 連結予想</b>	<b>825</b>	<b>875</b>	<b>869</b>	<b>868</b>
2023年9月期	823	822	857	827
前期比増減	+2	+52	+13	+41

## 連結業績予想の前提条件③（売上原価・販管費）

- 売上原価率は前期と比べ 1.9ポイント低下の 57.1%を見込む
- 販管費率は前期と比べ 2.6ポイント上昇の 35.6%を見込む

	2023年9月期	2024年9月期			
	通期 連結業績	通期 修正予想	通期 期初予想	前期比 増減	期初予想比 増減
<b>売上原価率 (%)</b>	<b>59.0%</b>	<b>57.1%</b>	<b>58.2%</b>	<b>△1.9%</b>	<b>△1.1%</b>
商品原価率	27.6%	28.6%	26.4%	1.1%	2.3%
労務費率	10.8%	10.9%	11.1%	0.1%	△0.1%
雑費率	20.5%	17.5%	20.7%	△3.1%	△3.2%
<b>販管費率 (%)</b>	<b>32.9%</b>	<b>35.6%</b>	<b>34.0%</b>	<b>2.6%</b>	<b>1.6%</b>
人件費率	15.7%	14.8%	16.3%	△0.9%	△1.5%
広告宣伝費率	7.5%	6.5%	7.9%	△1.1%	△1.5%
その他経費率	9.7%	14.3%	9.7%	4.7%	4.6%

### 売上原価率・販管費率 の留意点

- 「八光殿」「東海典礼」の売上原価、販管費の区分が業績予想策定時点では未整備のため、売上原価の労務費、雑費に該当する費用を販管費で見込む

### 売上原価率の見通し（四半期）

(%)	売上原価率			
	1Q	2Q	3Q予	4Q予
2024年9月期 連結予想	58.4	57.3	<b>56.9</b>	<b>55.9</b>
2023年9月期	59.0	57.8	59.1	60.2

### 販管費の見通し（四半期）

(%)	販管費率			
	1Q	2Q	3Q予	4Q予
2024年9月期 連結予想	34.7	29.5	<b>39.5</b>	<b>39.0</b>
2023年9月期	30.3	30.6	32.5	38.7

## 連結業績予想サマリ

- 連結業績予想は前期比で売上高は 34.6%増収の 18,940百万円、  
 営業利益は 22.5%増益の 1,390百万円、経常利益は 4.2%増益の 1,180百万円、  
 当期純利益は 12.0%減益の 695百万円を予想

※ 前期末と比較した増減

(百万円)	2023年9月期		2024年9月期		前期比		期初予想比	
	通期 連結業績	修正予想	通期 期初予想	増減	増減率	増減	増減率	
売上高	14,068	<b>18,940</b>	15,220	4,871	34.6%	3,720	24.4%	
営業利益	1,135	<b>1,390</b>	1,200	254	22.5%	190	15.8%	
経常利益	1,132	<b>1,180</b>	1,180	47	4.2%	0	0.0%	
当期純利益	789	<b>695</b>	790	△ 94	△12.0%	△ 95	△12.0%	
EBITDA	1,760	<b>2,570</b>	1,890	809	46.0%	679	35.9%	
設備投資額	1,355	<b>852</b>	852	△ 503	-	0	-	
減価償却費	625	<b>N/A</b>	N/A	-	-	-	-	
期末会館数※	153	<b>212</b>	170	59	-	42	-	
直営会館※	79	<b>88</b>	87	9	-	1	-	
葬儀サロン（直営）※	10	<b>10</b>	10	-	-	-	-	
F C会館・サロン※	64	<b>73</b>	73	9	-	0	-	
八光殿※	-	<b>17</b>	-	17	-	17	-	
東海典礼※	-	<b>24</b>	-	24	-	24	-	
E P S (円)	35.14	<b>30.89</b>	35.12	△ 4.25	-	△ 4.23	-	
B P S (円)	350.26	<b>N/A</b>	N/A	-	-	-	-	
D P S (円)	20.00	<b>20.00</b>	20.00	-	-	-	-	
配当性向 (%)	56.9%	<b>64.7%</b>	57.0%	-	-	-	-	

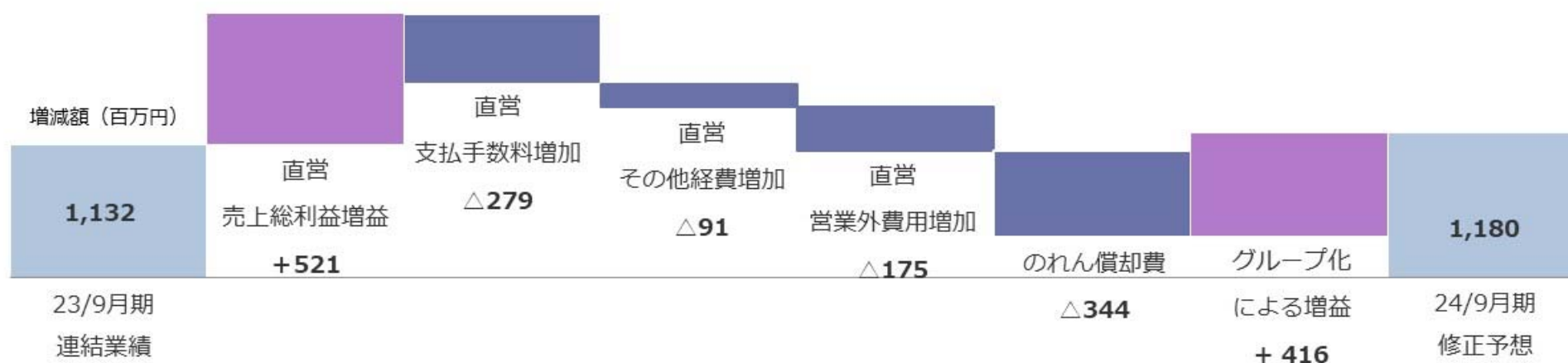
## 連結業績予想の増減要因分析（前年同期比）

- 連結業績予想の増減要因分析は、上半期の実績及び直営の下半期の見通し、対象会社のグループ化の効果を見込み、売上高で 4,871百万円の増収、経常利益は47百万円の増益とそれぞれ予想

### 売上高予想増減要因分析



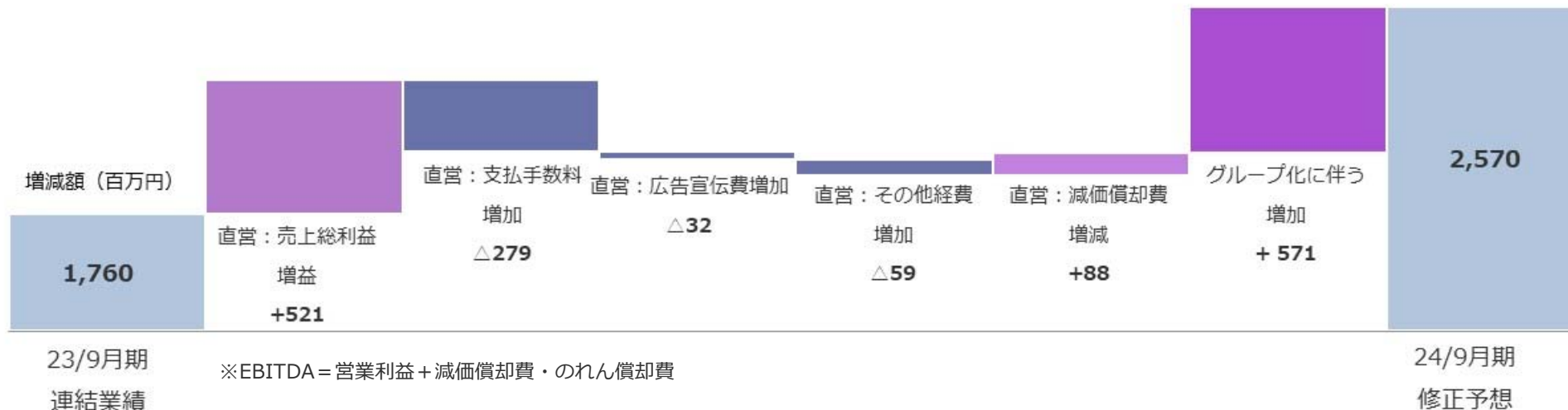
### 経常利益予想増減要因分析



# EBITDA予想の増減要因分析（前年同期比）

- EBITDAの増減要因として、直営の売上高の増収、売上原価低減、対象会社のグループ化により809百万円増加の2,570百万円

## 前年同期比



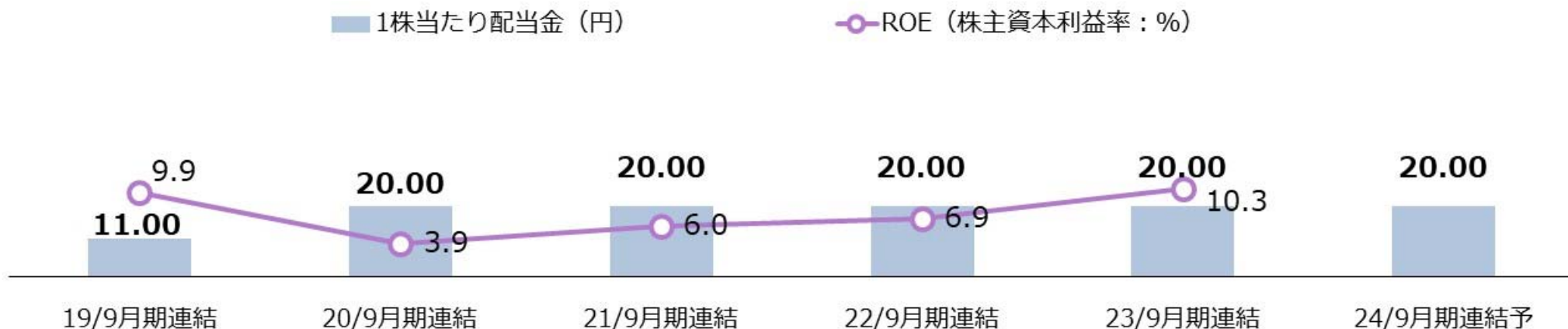
## EBITDAマージン（四半期別）

(%)	1Q	2Q	2Q累計	3Q	4Q	通期
2024年9月期 連結予想	11.3	19.4	16.0	10.5	12.0	13.6
2023年9月期	14.8	15.7	15.2	12.9	6.2	12.5
サービス業平均	-	-	-	-	-	9.9

※サービス業平均：EBITDA(営業利益+減価償却費)÷売上高、各企業が有価証券報告書に記載する「年度終了日」が属する年を対象年としたデータの平均値を記載（2023年）

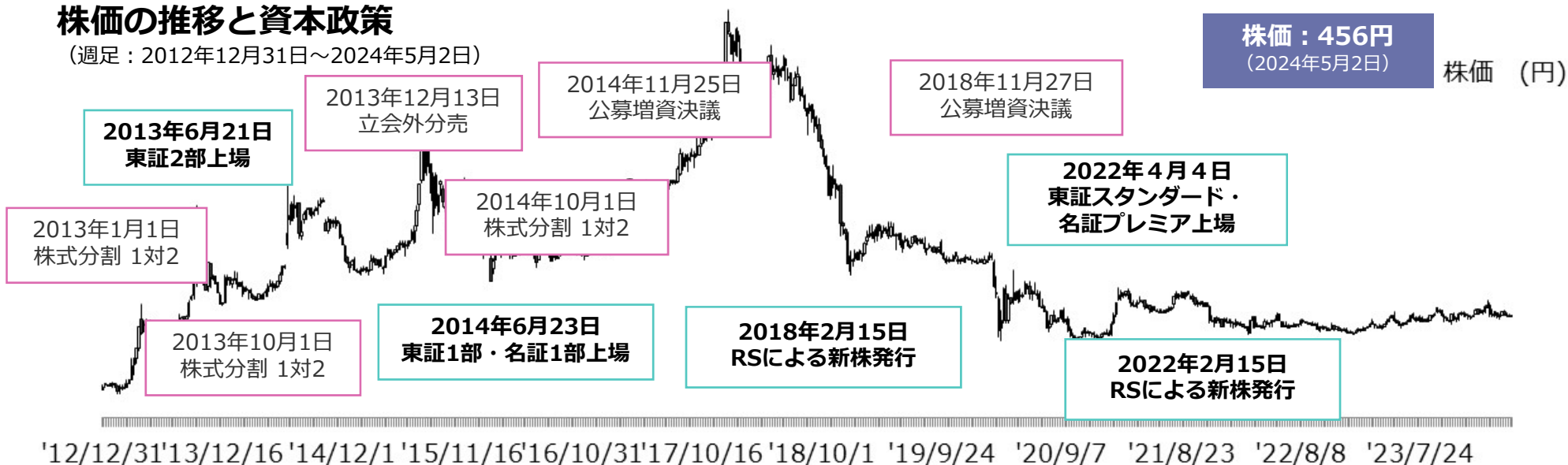
## 配当方針・配当予想

- 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月期の期末配当予想は 1株につき10円、中間配当を含む年間配当金は 20円を予定



## 株価の推移と資本政策

(週足 : 2012年12月31日~2024年5月2日)





# 葬儀業界の動向

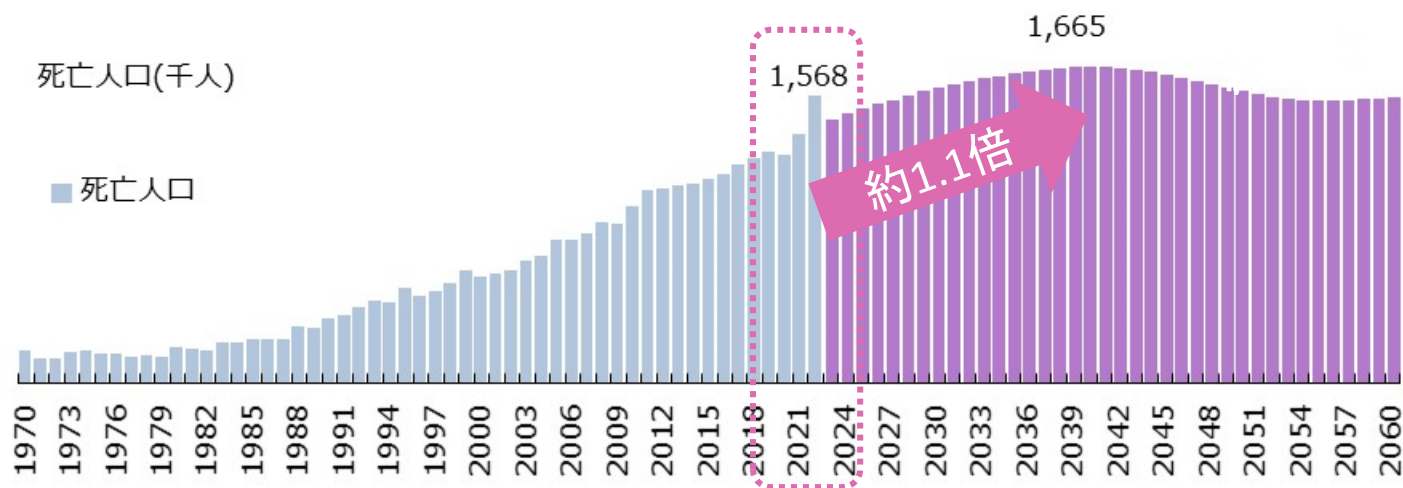


## 葬儀市場の動向と構造的要因

- 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	2020年9月	2021年9月	2022年9月	2023年9月	直近:2024年2月
葬儀件数(前期比%) ※1	△1.8%	+5.3%	+5.6%	+3.3%	△1.5%
葬儀単価(前期比%) ※1	△9.6%	△8.4%	+1.1%	+3.5%	+5.1%
葬儀単価(千円) ※1	1,225	1,121	1,133	1,171	1,198
市場規模(億円) ※2	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「フューネラルビジネスの実体と将来展望 2023年版」より（2023年9月）

# 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）



# 今期の重点施策と目指すべき方向性

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

# 重点施策の振り返り：直営会館の主要KPI

## 1. 葬儀件数（前年同期比）

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
2023年9月期	+11.7	△2.5	+0.3	△1.6
<b>2024年9月期</b>	<b>+2.8</b>	<b>+7.7</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

## 2. 名古屋市内斎場シェア（%）

単位 %	1Q	2Q累	3Q累計	4Q累計
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
2023年9月期	26.7	26.2	26.5	26.6
<b>2024年9月期</b>	<b>28.0</b>	<b>28.4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

※名古屋市内斎場シェアは当社調べ

## 3. 商品原価率の推移（売%）

単位 %	1Q	2Q	3Q	4Q
2022年9月期	28.2	27.8	28.0	27.8
2023年9月期	28.0	27.7	27.0	27.5
<b>2024年9月期</b>	<b>27.8</b>	<b>27.1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

## 4. 内製化率の状況（%）

2024年9月期上半期	中部地区	関西地区	関東地区
接客・警備(%)	29.5	15.4	80.4
湯灌・インバースィング(%)	97.9	93.3	-
生花事業(%)	36.1	-	-
霊柩・車両(%)	78.0	58.1	54.5


- 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）

「重点施策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> <p>最期の、ありがとう。 葬儀会館 <b>TEAR</b> ティア</p> <p>最期の、ありがとう。 家族葬ホール <b>TEAR</b> ティア</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><b>ティアシンプル</b> 火葬式・一日葬</p> <p>①2023.04～ 中部地区にて訴求開始</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>葬儀件数 (2023.10～2024.3) <b>700件超</b></li> <li>会員以外の葬儀をWEB経由で受注</li> <li>会員、提携団体に次ぐ新しい葬儀受注の導線</li> </ul>	<p>一日葬セットプラン <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>

## 《重点施策②-1》

# トータル・ライフ・デザイン事業の創出（生前・事前準備）

最期の、ありがとう。



## トータル・ライフ・デザイン

### 関連売上高**410百万円**

(2023年10月～2024年3月)

## ティアグループ**会員53万人**、**提携団体1,375団体**

を対象に、葬儀や終活に関連したサービスから、暮らしに密着したサービス等、様々なシーンに寄り添う多彩なサービスを提供

## 1. 生前の関わり

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

- ・ ベンリー ティアサービス黒川店を拠点都市、既存会館の修繕、営繕対応を手掛ける

生活関連サービス売上高

### 前年同期比 **6倍・38百万円**

(2023年10月～2024年3月)

### リユース事業：リサイクルマート

- ・ 八光殿が2店舗運営する「リサイクルマート」がグループ化
- ・ 遺品整理も手掛ける

### 買取実績 **101百万円**

(2024年1月～2024年3月)



リサイクルマート アリオ八尾店

## 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

- ・ 2023年2月から開発した300区画は全て完売
- ・ 2024年7月より新たに開発した396区画を販売開始

### 霊園事業売上高 **94百万円**

(2023年10月～2024年3月)



200区画が完売した樹木想 平和公園 真柳寺

## 「重点施策②-2」

# トータル・ライフ・デザイン事業の創出（葬儀・葬儀後）

最期の、ありがとう。



トータル・ライフ・デザイン  
関連売上高**410百万円**

(2023年10月～2024年3月)

ティアグループ**会員53万人、提携団体1,375団体**

を対象に、葬儀や終活に関連したサービスから、暮らしに密着したサービス等、様々なシーンに寄り添う多彩なサービスを提供

## 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
- 139法人と提携し、紹介時に手数料を受領

宗教者紹介件数売上高

前年同期 **35.1%増**

(2023年10月～2024年3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の社内キャンペーンを通年開催

エンバーミング・特殊処置件数

前年同期比 **58.6%増・1,810件**

(2023年10月～2024年3月)

## 4. 葬儀後の関わり

### 相続・不動産支援サービスの強化

- 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
- 不動産事業を開始、ご遺族の不動産相続・売却等のニーズにワンストップで対応（2024年2月）

相続・不動産関連の売上高

前年同期比 **39.3%増・62百万円**

(2023年10月～2024年3月)

例：不動産売却の流れ



相談無料

査定無料

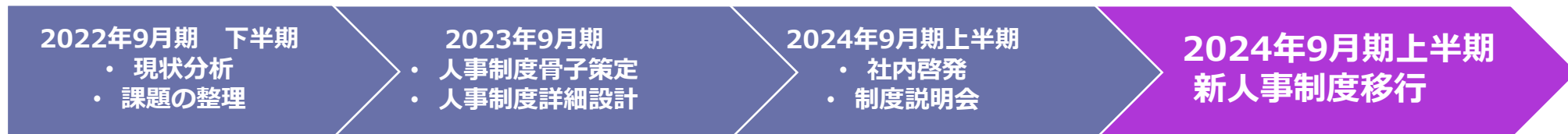
秘密厳守



## 「重点施策③」

### エンゲージメントの向上（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」）

- 人事制度改革プロジェクト発足から2年間の検討期間を経て、2024年4月より新人事制度へ移行



### ● 制度変更の主な内容

変更内容	主な内容
1. 役割等級制度の等級見直し	等級の細分化（6等級制度→8等級制度）
2. 専門職制度の新設	エヴァンジェリストの新設 （経験・知見の共有による従業員の意識、葬儀施行品質向上）
3. 評価項目の見直し	成果評価・役割行動評価・加点評価の3軸による評価 管理職への目標管理制度導入
4. 基本給の見直し	ベースアップ、等級上限賃金の見直し
5. 管理職手当	管理職の定義見直しと管理職手当の見直し
6. 子ども手当	子ども一人当たり手当の支給
7. 有給休暇取得の柔軟化	半日取得制度の導入
8. 育児短時間勤務	育児の状況を勘案し柔軟に対応できる制度の導入 所定労働時間、所定労働日数の短縮
9. 社内公募制	従業員のキャリア形成の一環として、社内公募制度を導入
10. 定年延長	定年年齢の引き上げと再雇用制度

#### 【中長期的な効果】

- ・ 従業員のエンゲージメントの向上
- ・ 勤続年数の延長
- ・ 一定年数経過後の新卒社員の離職率低下

## 「重点施策④-1」

ティアグループとしてシナジー効果の創出（PMI推進体制と大阪府南部の状況）

### ● シナジー効果創出に向けた推進体制

コーポレートPMIの推進	検討内容
1.ガバナンス体制構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>意思決定機能の透明化、明確化</li> <li>予算統制、マネジメント体制構築</li> </ul>
2.内部統制システム構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>内部統制システムの運用、モニタリング</li> </ul>
3.HRの最適化	<ul style="list-style-type: none"> <li>労働環境の把握、最適化</li> <li>採用機能強化、教育体制の補完</li> </ul>
4.IT統制の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>IT統制環境の整備とモニタリング</li> </ul>
5.決算対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>月次決算、四半期開示対応</li> </ul>

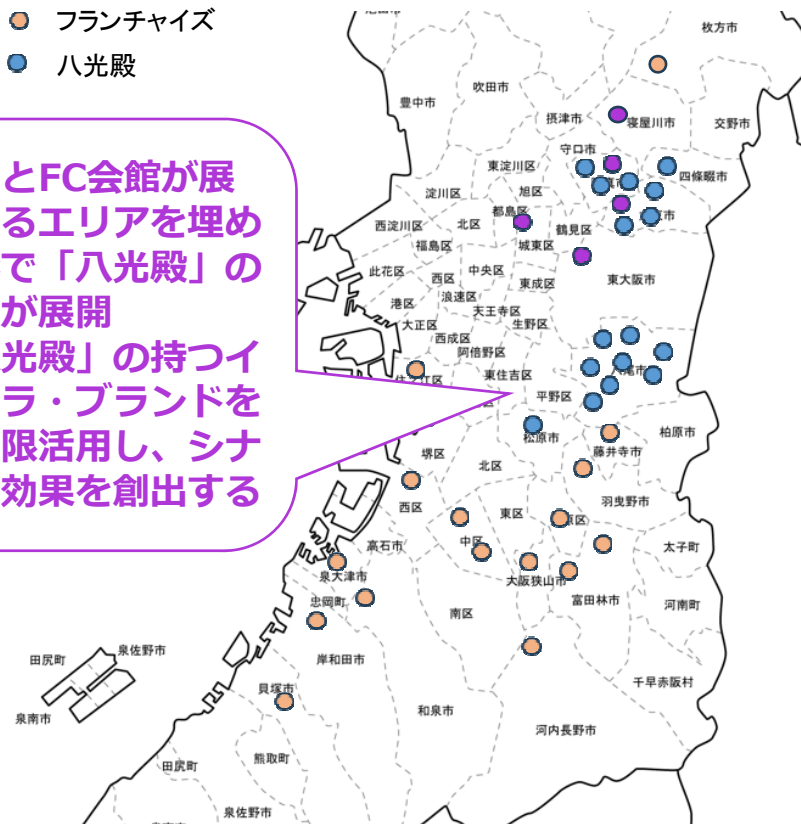
ブランドPMIの推進	検討内容
1.中長期出店方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループによる出店方針の決定</li> </ul>
2.ブランドの棲み分け	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存エリアにおけるブランド展開</li> <li>重複エリアのブランド統合</li> </ul>
3.オンライン・マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業促進ツール統合</li> </ul>
4.オンライン・マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループによるWEB対策</li> </ul>
5.業務オペレーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>葬儀付帯業務OPの統合</li> </ul>
6.商品・物流	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ間取引、パートナー企業の最適化、商流の適正化</li> </ul>

PMI（ポスト・マージャー・インテグレーション）：M&A（合併・買収）後の統合プロセスを指す

### ● 大阪府南部ドミナントの状況

- 直営
- フランチャイズ
- 八光殿

・ 直営とFC会館が展開するエリアを埋める形で「八光殿」の会館が展開  
 ・ 「八光殿」の持つインフラ・ブランドを最大限活用し、シナジー効果を創出する



#### 八光殿の特徴

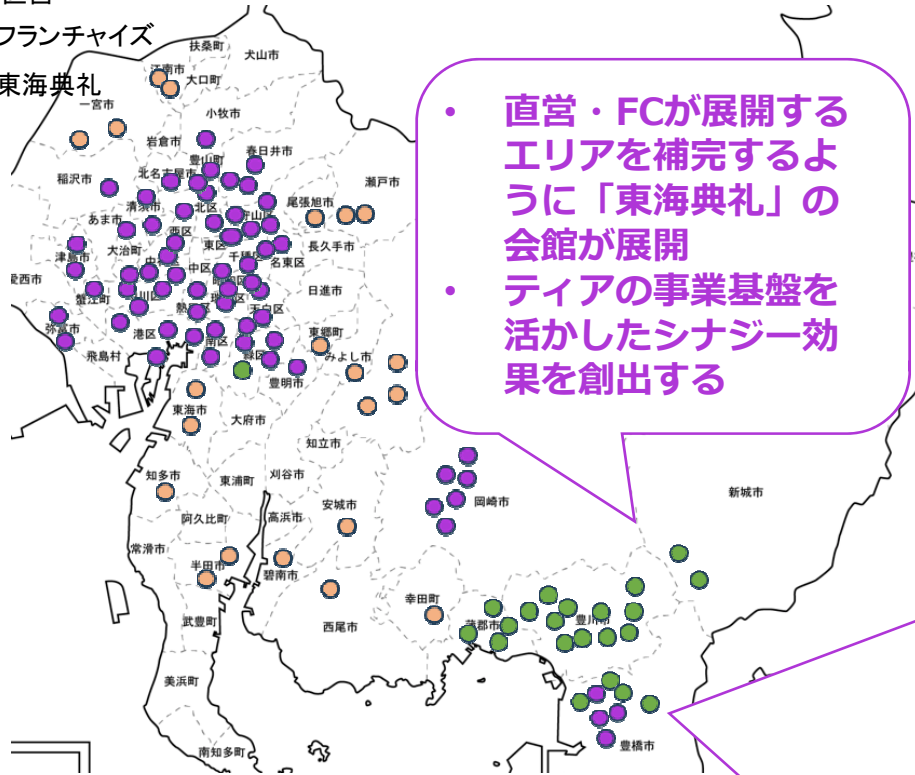
- ① 八尾市内では高い知名度を有する
- ② 八尾市内を中心にドミナントを形成
- ③ 社葬等の大型葬儀にも対応
- ④ 地域とも良好な関係性を構築

## 《重点施策④-2》

ティアグループとしてシナジー効果の創出（愛知県下の状況と豊橋エリア）

### ● 愛知県下のドミナントの状況

- 直営
- フランチャイズ
- 東海典礼



● 直営・FCが展開するエリアを補完するように「東海典礼」の会館が展開

● ティアの事業基盤を活かしたシナジー効果を創出する

#### 東海典礼の特徴

- ① 豊川市内では高い知名度を有する
- ② 生花の内製化により効率化を実現
- ③ WEBマーケティングによる葬儀受注
- ④ 地域とも良好な関係性を構築

### 豊橋エリアを「ティア」に変更

商圈が重複する豊橋市内においては、東海典礼が展開する「家族の新しいお葬式」4店を「ティア」ブランドに変更



(2024.4.1)



ティア豊橋藤沢



ティア豊橋岩田



野立て看板

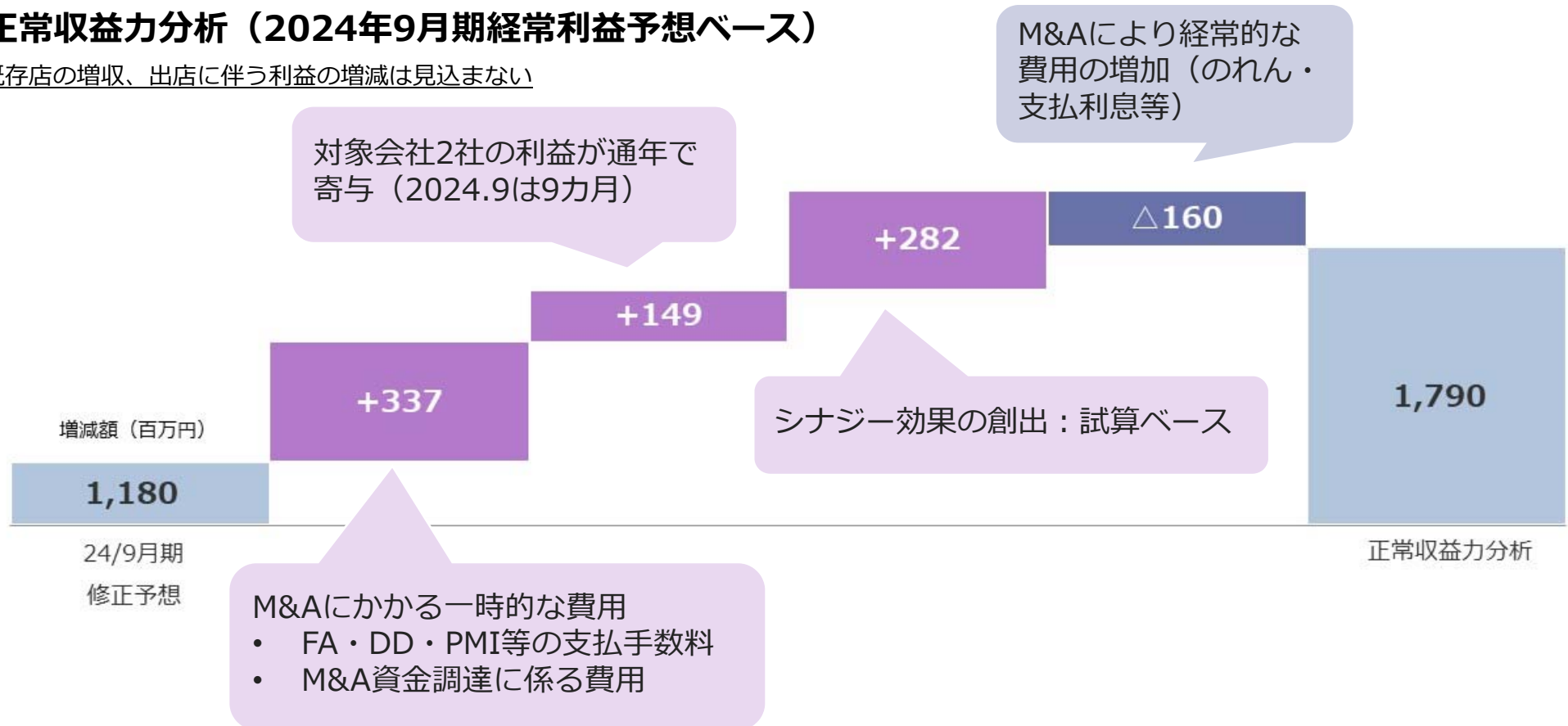
《重点施策④-3》

ティアグループとしてシナジー効果の創出（正常収益力分析）

- 今期の業績予想に対し、M&Aに係る一時的な費用、対象会社の利益が通年寄与、シナジー効果の創出等を前提とした正常収益力は1,790百万円と想定

正常収益力分析（2024年9月期経常利益予想ベース）

既存店の増収、出店に伴う利益の増減は見込まない

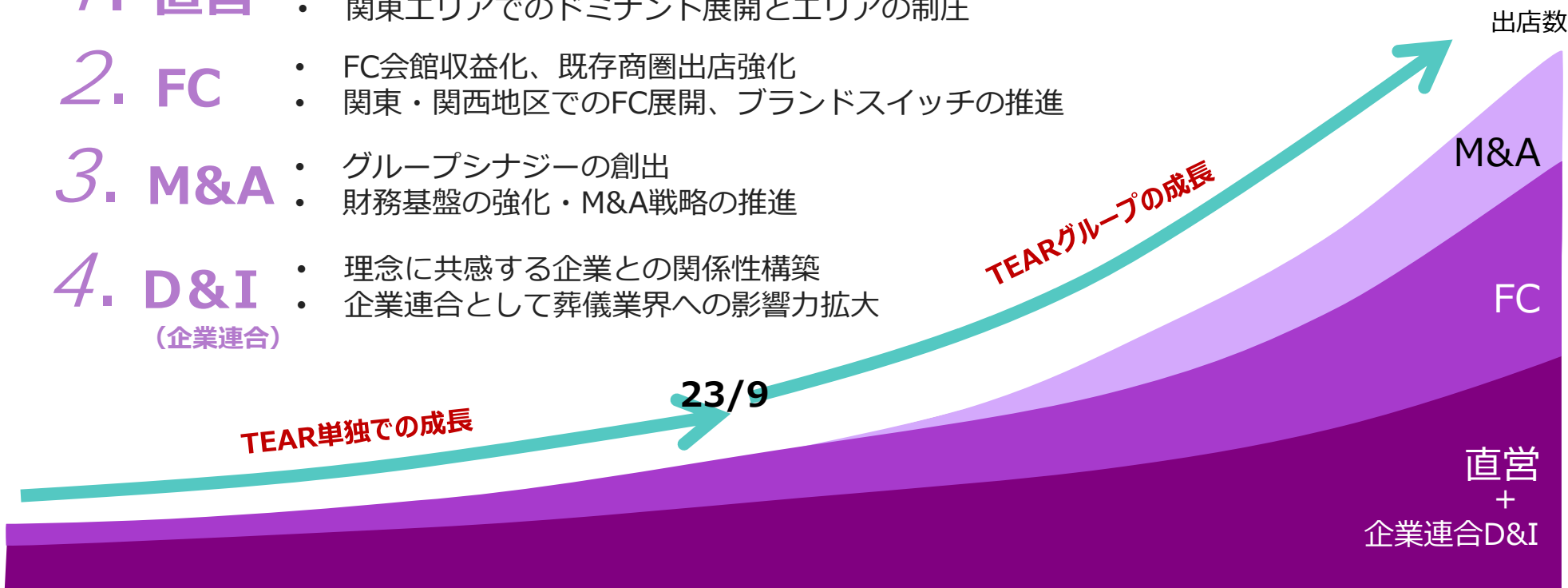


FA（ファイナンシャル・アドバイザー）：M&Aを検討している企業に、M&Aにおける計画の立案から、成約に至る一連の助言業務を行う者のこと  
 DD（デューデリジェンス）：M&Aを行うにあたって買収側が売却対象企業に対する実態を事前に把握し、価格や取引について適切な判断をするための調査

## 目指すべき方向性（中長期ビジョン）

### ティアが推進する4つの戦略とビジョン

1. **直営**
  - ・ 中部地区における堅牢な体制を構築
  - ・ 関東エリアでのドミナント展開とエリアの制圧
2. **FC**
  - ・ FC会館収益化、既存商圈出店強化
  - ・ 関東・関西地区でのFC展開、ブランドスイッチの推進
3. **M&A**
  - ・ グループシナジーの創出
  - ・ 財務基盤の強化・M&A戦略の推進
4. **D&I**  
 (企業連合)
  - ・ 理念に共感する企業との関係性構築
  - ・ 企業連合として葬儀業界への影響力拡大



#### 課題認識と対応した施策の推進

1. 外部環境の変化に伴う課題の認識と対応した施策
2. 内部体制の更なる強化と中長期を見据えた施策
3. 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
4. 倫理コンプライアンス体制の確立に向けた施策

#### 中期

- グループによる中長期出店方針の推進
- マルチブランドの推進
- トータル・ライフ・デザイン事業の創出
- エンゲージメントの向上（強い組織集団）
- グループシナジーの創出

#### 長期

**全国展開へ**

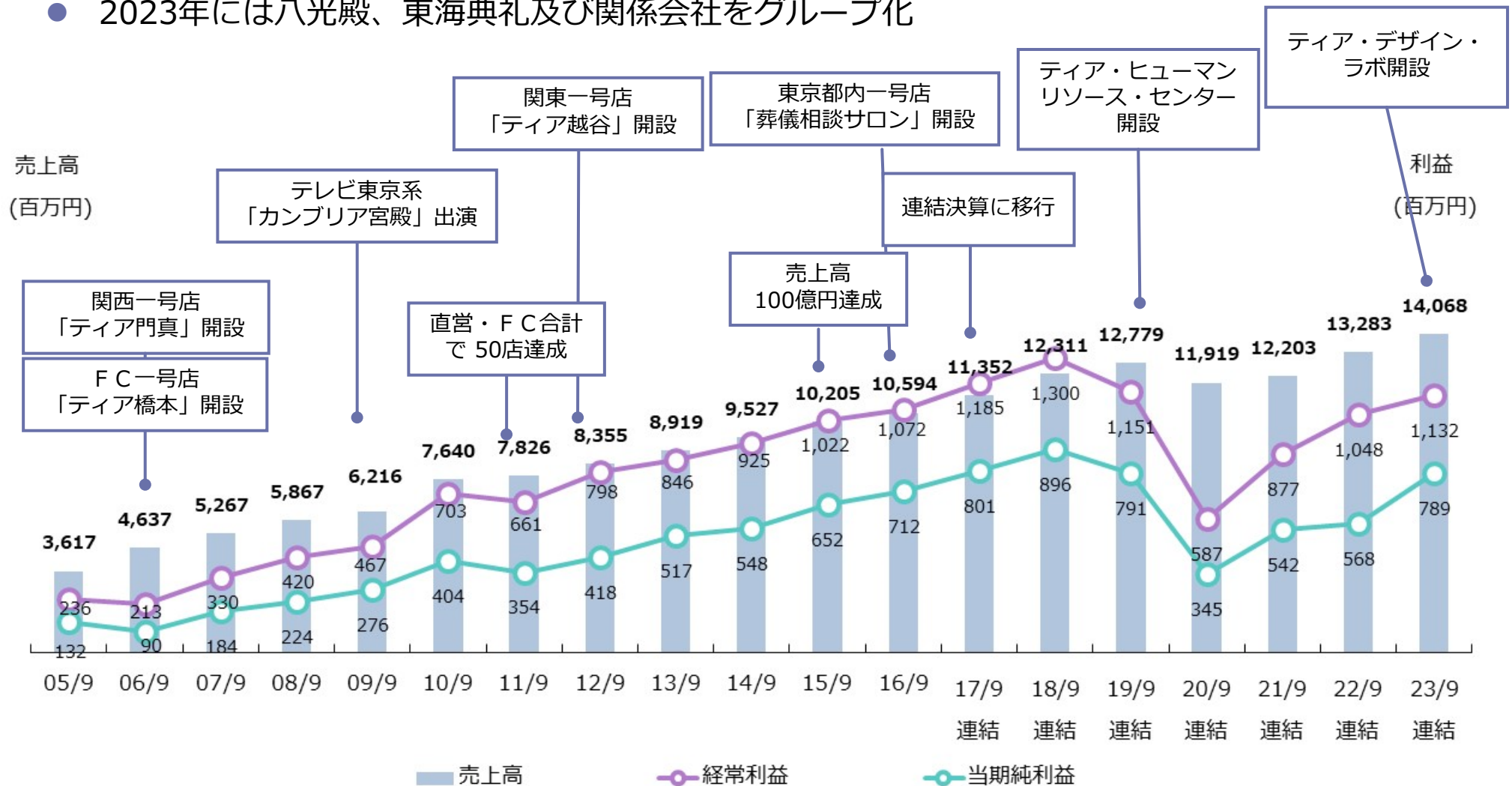


参考資料  
企業概要、戦略の基本方針等

<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（2024年3月末）
<b>従業員</b>	850人（2024年3月末）
<b>発行済株式数</b>	22,510,100株（2024年3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） 株式会社 八光殿及び関係会社（資本金 49百万円） 株式会社 東海典礼及び関係会社（資本金 40百万円）

## 業績推移と主なマイルストーン

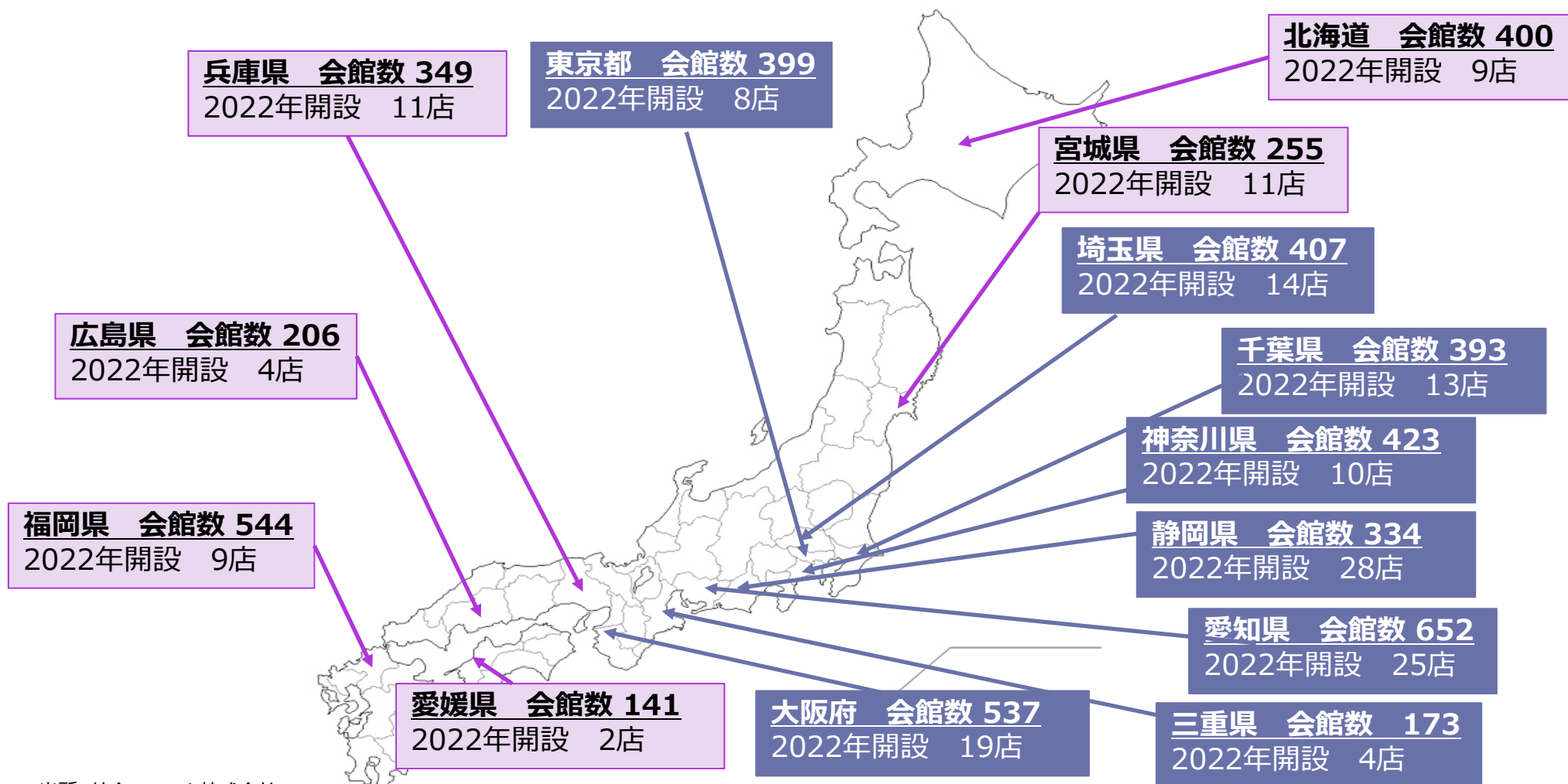
- 2014年に東証1部・名証1部に上場、2015年には売上高 100億円を達成  
 2022年には新市場区分により東証スタンダード、名証プレミアに上場
- 2023年には八光殿、東海典礼及び関係会社をグループ化





## 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



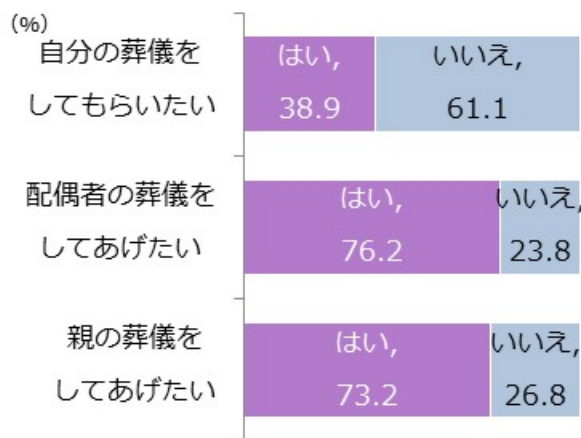
出所 総合ユニコム株式会社  
 フェューネラルビジネス2023.07  
 「葬祭会館の定量的考察」より

## 葬儀に対する意識・実態調査

- 自分の葬儀は6割以上が必要ない、一方7割以上の方は配偶者・親の葬儀をしてあげたいと回答
- 葬儀に参列した約7割は葬儀に参列してよかった、6割以上は大切な人の葬儀に出席したいと回答

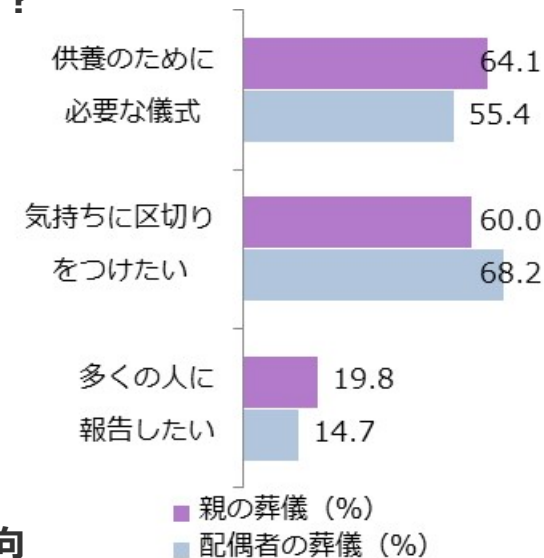
### 自分・配偶者・親の葬儀をしてあげたいですか？

- 自分が亡くなったあとに葬儀をしてもらいたい方の割合は約39%に留まる
- 一方で、7割以上の方は配偶者、親の葬儀をしてあげたいと回答
- 葬儀は自分のことよりも、大切な人を送る儀式であることが窺える

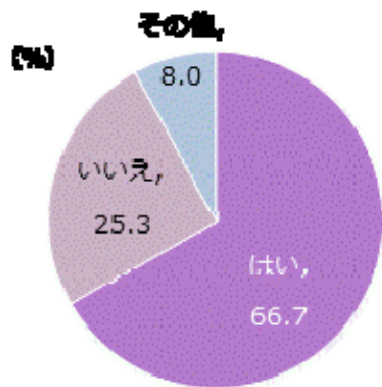


### 葬儀をしてあげたい理由？

- 配偶者・親の葬儀をしてあげたい理由として5割以上の方が「**供養のための必要な儀式**」「**気持ちに区切りをつけたい**」と回答
- 葬儀は自分を含めた残された人の気持ちに区切りをつけるシーンといえる



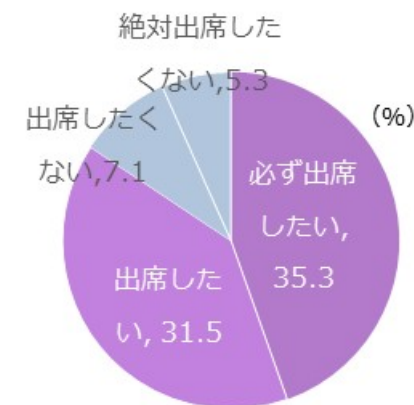
### 葬儀に出席して良かったですか？



- 葬儀に参列した人の約7割は「**葬儀に参列してよかった**」と回答
- その理由として約半数は「**最期のお別れが出来たから**」「**気持ちに区切りをつけることが出来た**」と回答している

### 大切な人の葬儀への出席意向

- 「**自分にとって大切な人の葬儀に出席したい**」と回答は、必ず出席したい35.3%、出席したいが31.5%
- 6割以上の方は「**大切な人の葬儀に出席したい**」と考えている



出所：当社が全国の20歳～70歳の男女1,500名を対象に行った「葬儀に対する意識と実態」に関するインターネット調査（2024年3月）

## 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	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	11,352	12,311	12,779	11,919	12,203	13,283	14,068	18,940
<b>データ</b>	売上原価率 (%)	62.2%	60.7%	60.4%	61.8%	61.1%	60.4%	59.0%	57.1%
	販売管理費率 (%)	27.3%	28.6%	30.6%	33.2%	31.7%	31.6%	32.9%	35.6%
	営業利益	1,190	1,323	1,156	595	887	1,057	1,135	1,390
	経常利益	1,185	1,300	1,151	587	877	1,048	1,132	1,180
	当期純利益	801	896	791	345	542	568	789	695
	EBITDA	1,713	1,885	1,748	1,198	1,441	1,624	1,760	2,570
	設備投資額	998	646	1,038	764	627	909	1,355	852
	減価償却費	522	561	592	602	553	566	625	N/A
	E P S (円) ※	39.72	44.39	36.05	15.43	24.21	25.37	35.14	30.89
	B P S (円) ※	308.51	345.65	399.08	398.51	402.73	334.80	350.26	N/A
	D P S (円) ※	8.00	10.00	11.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
	配当性向 (%)	20.1%	22.5%	30.5%	129.6%	82.6%	78.8%	56.9%	64.7%
	R O E (%)	13.6%	13.6%	9.9%	3.9%	6.0%	6.9%	10.3%	N/A
<b>非財務</b>	期末会館数 (店)	94	102	116	127	132	140	153	212
<b>データ</b>	直営会館 (店)	49	52	59	64	67	73	79	88
	葬儀相談サロン (店)	2	5	9	10	10	10	10	10
	F C会館・サロン (店)	43	45	48	53	55	57	64	73
	八光殿	-	-	-	-	-	-	-	17
	東海典礼	-	-	-	-	-	-	-	24
	葬儀件数 (件/グループ)	9,161	10,248	10,923	11,353	12,599	14,189	14,442	18,645
	葬儀単価 (千円/グループ)	1,050	1,025	995	900	837	813	832	861
	既存店伸率 (直営儀売上 %)	2.9%	3.6%	0.2%	△10.2%	△1.6%	3.8%	2.3%	7.2%
	会員数 (人/グループ)	318,412	347,037	380,807	411,619	442,015	470,568	495,899	-
	提携団体 (団体)	759	835	931	1,034	1,130	1,269	1,342	-
	従業員数 (人/グループ)	414	475	528	565	575	604	646	-



# 参考資料 ティアの概要

# 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

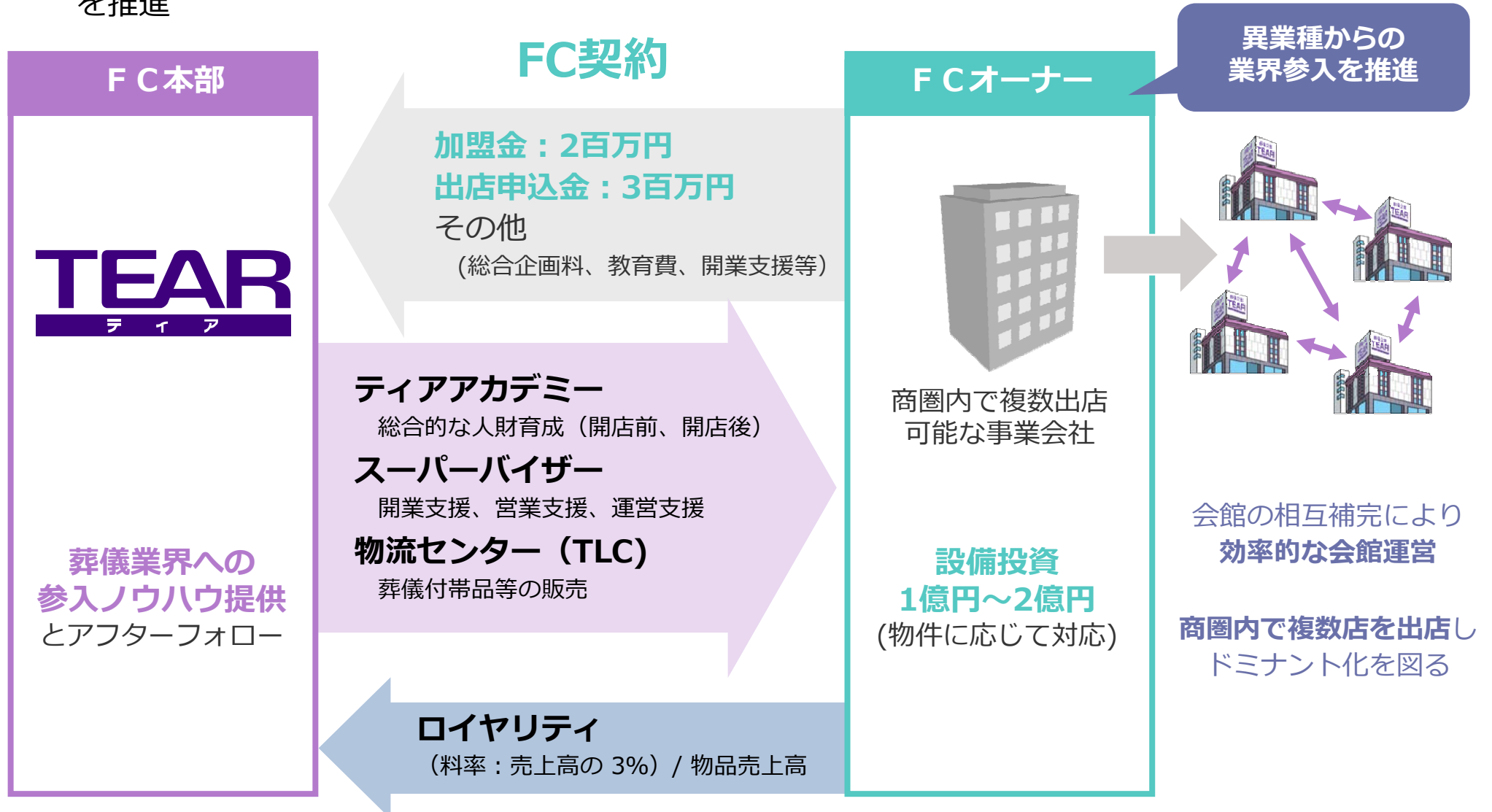
加盟金/ロイヤリティ  
 物品販売  
 システム使用料

FCの経営指導

FCの葬儀法要施行請負支援

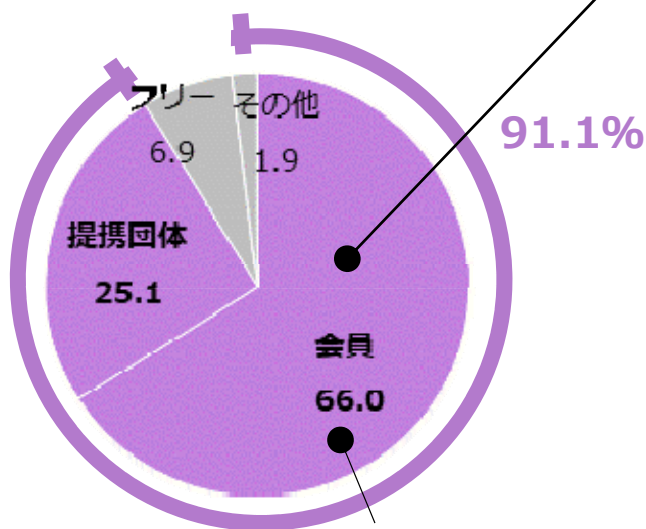
## FC事業モデル

- 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 (%)  
(2024年3月期)



1 「ティアの会」会員数 **511,636人** (2024年3月末)

2 提携団体 **1,375団体** (2024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

### 会員向けサービスも充実「ティアプラス」

1. 提携企業 181社・全国 241店で特典や割引が受けられる「**会員優待サービス**」(2024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**」

### 「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)
- ・アテンド料
- ・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、精進落し、町内送迎バス、サービス料

- 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

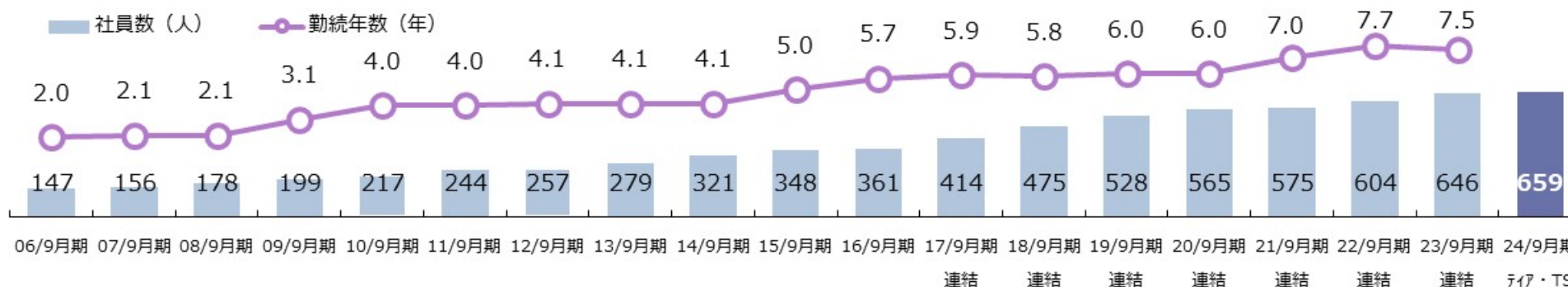
### 社内検定試験 ティア検定

- 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

葬儀の専門人財の育成

- 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

専門人財育成プログラム  
「ティアアカデミー」



キャリア人財の育成（次世代を担うリーダーを育成）

- 管理職に必要なスキルを習得する各種研修を実施

キャリア人財プログラム  
「キャリアプラン」

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

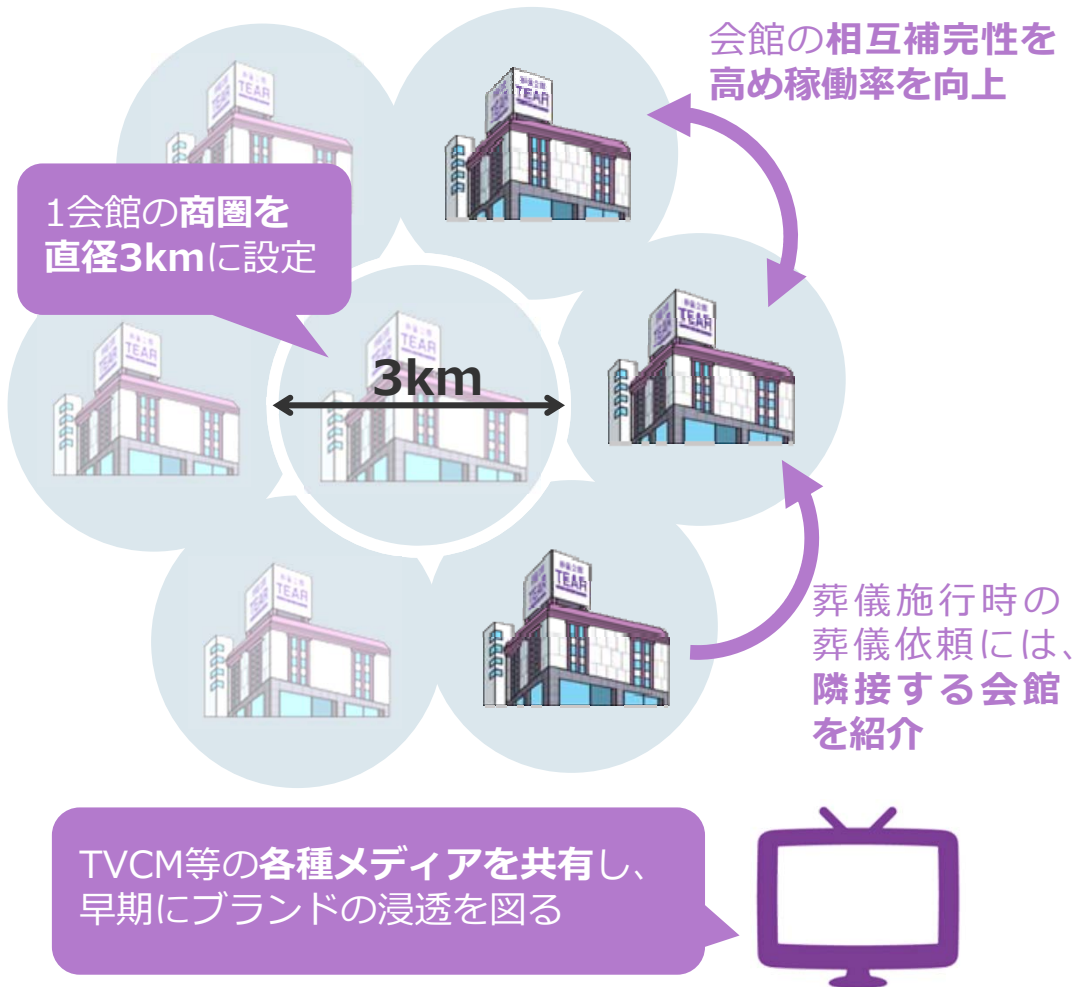
クレーム対応スキル研修

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**

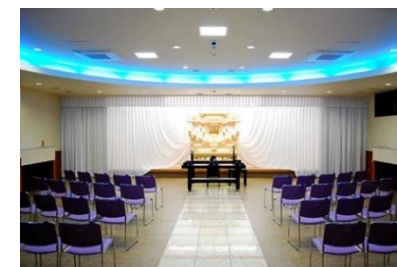
- 敷地面積500坪前後／建坪150坪～200坪
- 設備投資 1.5億円～2億円／投資回収 9年～10年

**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)

# 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 前田スタッフへありがとう

- 先日は母の通夜、告別式をはじめ、初七日法要に至るまで、すべてに亘ってティアのスタッフの皆さん、とりわけ前田さんには本当にお世話になり感謝しています。
- 告別式でのあの場面、お別れの時の前田さんの、母への誕生日ケーキを手にした姿。ちょうど誕生日を迎える前日に亡くなり、最後にあげることができ、母もうれしかったことでしょう。
- 孫やひ孫たちがバースデーの歌を手向けている姿に涙が止まりませんでした。最高のお別れの瞬間になりました。母との別れがこんなにも素敵で、いい形でできたことは本当にうれしいことでした。ありがとうございました。

## エピソード 2 打田スタッフへありがとう

- もともと葬儀場はほかにも家の近くにあり、会場の雰囲気、価格なども比較させていただきました。その中でティアさんに決めたのは黒川東館を訪ね相談に行った際、私が「他の葬儀場も、大きな違いはないですが、他と比べてティアさんが『これぞ』とされているものは何ですか」とお尋ねしたところ「ここです」と即答されました。それがティアさんとした決め手でした。
- 「言葉」「実際」とは違うことは往々にしてありますが、今回まさしく言葉通りの葬儀で大変うれしかったです。打田様に執り仕切っていただき、大変幸運でした。打田様にご担当していただいたのは、まったくの偶然だったと思いますが、的確なご助言、心遣いをいただき、心置きなく母を見送ることができました。

## エピソード 3 下山スタッフへありがとう

- この度の父の葬儀に際しまして下山様にご担当いただけたこと、日経つにつれて改めて本当に良かったとしみじみ思っています。下山さんのような心の底から優しさを感じさせてくれる、他人の立場を深く思いやることができる方に接して、家族を失った直後の私たちは本当に救われ、心穏やかに葬儀を行うことができました。
- 通夜終了後の遅い時間に帰宅されたにもかかわらず、夜な夜な作っていただいた父の好物の「とろろご飯」と「紙製ハーモニカ」をいただいた感動はおそらく忘れることはありません。
- 下山さんが引き続きティアでご活躍されるとともに、今後も豊かで幸せな人生を送られることを願っています。この度は本当にありがとうございました。

## エピソード 4 佐藤スタッフへありがとう

- ティアさんで事前に見積もりを取りつつ、他の所も検討していました。しかし、いざ亡くなりお迎えをお願いしようとしたところ、お金の話をされたり、対応がとても不誠実だったりと気になる点が多くいったん保留にして、すぐにティアさんにお電話をさせていただいたところ、とても安心できる対応と、気遣いの言葉を頂いて、こちらにお願いしたいと思い、お迎えをお願いしました。
- 通夜から葬儀まで担当してくださった佐藤さんには、本当にいろいろ助けていただいて、とてもとても心強かったです。たくさんの方々のお陰ですべて滞りなく終えることができました。本当に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

# 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/>



MEMO