

Future

[富安社長メッセージ]

ティアは進化を超え、 新化へ 非連続な成長から 新たな成長ステージへ



key personに聞く

非連続な成長を遂げ次なる挑戦へ

- 中期経営計画の進捗
- 出店戦略
- Close-up
- 財務・非財務ハイライト
- ステークホルダーコミュニケーション
- 株主様からのお声／お客様からの感謝のお手紙
- 会社情報／配当の状況

著書 「最期の、ありがとう。」が
WEBドラマ化

連続ショートドラマ「最期の、ありがとう。」は、代表取締役社長・富安徳久の半生を描いた同名小説をドラマ化。2025年10月よりTikTok、YouTubeで無料配信中。



「最期の、ありがとう。」の公式ウェブサイトはこちらからご覧ください。
<https://www.youtube.com/@saigonoarigato>



Top Message



社長メッセージ

ティアは進化を超え、新化へ 非連続な成長から 新たな成長ステージへ

代表取締役社長

畠安徳久

はじめに、当社グループが運営しております葬儀会館で、ご遺体を取り違える過失事故が起きたことについて、株主の皆様に多大なるご迷惑・ご心配をお掛けしたことを深くお詫び申し上げます。

本件を極めて厳粛に受け止め、再発防止に努めています。(再発防止の詳細はP12)

2025年9月期を振り返って

業界環境は、核家族化や葬祭規模の縮小等により、葬儀単価の減少傾向が続いているが、前年同期と比較して葬儀件数・売上高ともに増加しています。

こうした状況のなか、当社グループは、既存店が前年からの件数に留まったものの、新店の稼働によって全体の葬儀件数が増加しました。また、葬儀単価については祭壇単価が低下したもの、葬儀付帯品や供花売上単価が増加したこと、前年を上回る結果となりました。

ティアグループの会員などを対象とした「トータル・ライフ・デザイン事業」(以下:TLD事業)では、不動産関連、アフター

サポート、リユース、霊園事業が順調に拡大しました。さらに、八光殿及び東海典礼の通年寄与もあり、売上高は増収、営業利益・経常利益・当期純利益いずれも増益となりました。

今期は、ティアにとって「飛躍の年」とも言える大きな転換期となった一年でした。ティアグループ会員数は58万人に達し、会館数は219店舗、フランチャイズを含める葬儀件数は2万6千件となりました。また、TLD事業も着実に拡大を続けており、全国展開に向けた基盤も構築され、新たな成長ステージに向けた体制が整ったと実感しています。

M&A(八光殿と東海典礼のグループ化)の手応えについて

「M&Aは2年目が最も重要」と考えていた通り、今期はM&Aの真価が問われる重要な一年でした。通常、1社のPMI(統合プロセス)でも非常に困難なところ、2社同時という挑戦でしたが、上場会社グループとして体制を整備するコーポレートPMIとマーケティング・営業促進を推進するブランドPMIとともに、確かな手応えを感じています。異なる企業文化の融合は、社員のマインドセット(心構え・考え方)と連帯感を促し、ティアズム

中期経営計画の進捗

前期の決算発表に合わせて、八光殿・東海典礼を含む「新生ティアグループ」をスローガンとした中期経営計画を公表しました。この計画では、これまでティアが推進してきた施策に加え、中部地区ではティアと東海典礼のブランドの棲み分け、関西地区では八光殿が主体となって出店する体制、葬儀付帯業務において各社の強みを活かしたグループ間連携の強化などを推進する内容でした。この計画に基づき、東海典礼の既存会館の

一部を「家族葬ホール ティア」にブランド変更、関西地区で八光殿による出店再開、葬儀付帯業務では東海典礼の生花部が直営の業務を請け負うといった取り組みに繋がっています。

数値計画では上半期に葬儀件数が大幅に増加したこともあり、中期経営計画の2年目の利益計画を上回る結果となりました。この達成状況を踏まえ、数値計画をローリングした新たな3カ年計画を公表しました。(計画の詳細はP9.10)

今後の事業の方向性

2025年7月に北海道札幌市で葬儀会館3店舗を運営する「株式会社メモリア・ジャパン」及び関連会社をティアグループに迎え入れて、10月に「ティア北海道」と社名変更を行い、既存会館3店舗のブランドを「ティア」に変更しました。今後は、札幌市内でティアの認知度を高める営業促進を積極的に実施とともに、上場会社グループとして体制を整備していきます。

また、10月から私の著書を原作にしたショートドラマ「最期の、ありがとう。」の配信がはじまり、動画共有サイト「TikTok」「YouTube」などで公開されています。これに合わせて、幅広い層に視聴してもらえるよう、オンライン・オフラインでの拡散施策を展開していきます。このショートドラマを通じて、葬儀業界・

仕事内容についての理解や、葬儀に対する当社のポリシーが伝わり、ひいては新卒採用の母集団形成、中途採用の増加、「ティアの会」会員数の拡大などに繋がることを期待しています。

さらに、葬儀ニーズの多様化に対応した既存会館の改修・改築も計画しています。中部地区では、「一日葬」「直葬」専用のお別れ室の設置や、ご遺体の安置施設を増設し、関西地区では「北河内5年構想」としてドミナントの再構築を図る大型改修を実施していきます。

これらの重点施策に加え、中期経営計画の戦略をひとつひとつ推進することで、数値目標の達成はもとより、中長期ビジョンである「全国展開」の実現を目指していきます。

ステークホルダーに向けて

ティアはまもなく創業30周年を迎えます。創業以来、「日本で一番『ありがとう』と言われる葬儀社」を目指し、故人様とご遺族に寄り添う「感動葬儀」を追求してきました。コロナ禍により業界環境が劇的に変化するなか、当社は「あなたの人生のそばにティアはいます。」というキャッチフレーズを掲げ、葬儀社から社会に必要とされる「トータル・ライフ・デザイン企業」として新たなスタートを切りました。葬儀事業を核としつつ、生活関連事業など多角化を推進して事業領域を拡大するとともに、直営・フランチャイズ、そしてM&Aによりエリアを拡大し、これ

までの延長線上にはない成長を遂げました。これからも「ティアズム」に基づいた改革を進めることで、社会に必要とされる企業を目指していきます。

これまでの歩みは、社員一人ひとりの挑戦、そしてお客様やパートナー企業様、株主の皆様をはじめとする多くのステークホルダーの支援によって築かれたものです。改めて感謝申し上げます。これからも「人の力」を信じ、皆様とともに価値を創り続けていきます。

教育委員会から依頼で「命の授業」を開催

小・中学校、高校の児童・生徒を対象に、富安が自身の言葉で「命の大切さ」「自立する心」を直接伝える「命の授業」の活動を継続しています。今期も、愛知県下の小・中学校の5校、福岡市内の小学校1校の合計6校で開催し、約1,600名の児童・生徒が参加しました。

2014年からはじめた「命の授業」も活動期間が10年を超え、教諭・教育・学校関係者にも広く知られることになりました。このたび、江南市教育委員会から依頼があり、2025年10月から1年かけて、同市内の全ての中学校を対象に「命の授業」の開催が予定されています。これからも、富安のライフワークとして継続していきます。



江南市教育委員会から依頼を受け、市内の中学校で開催した「命の授業」の様子

ティアは進化を超え、 - 非連続な成長から新たな成長ステージへ -

当社は、直営・FC会館の積極的な出店に加え、M&Aの推進、トータル・ライフ・デザイン事業の拡大により、事業規模は大きく成長を遂げました。これからも、「全国制覇」を目指す企業として、さらなる新化を遂げていきます。

売上高
約 **1.7** 倍
(第23期比)
[第23期] 127億円 ▶ [第29期] 215億円

TLD事業 売上高
(未来開発事業本部の売上高)
12 億円
[第29期]

店舗数
約 **1.9** 倍
(第23期比)
[第23期] 116店舗 ▶ [第29期] 219店舗

グループ会員数
約 **1.5** 倍
(第23期比)
[第23期] 38万人 ▶ [第29期] 58万人

葬儀件数
(FCを含めるグループ計)
約 **1.7** 倍
(第23期比)
[第23期] 15,741件 ▶ [第29期] 26,470件

ティアグループとして
非連続な成長を
実現

ティア単独での成長

第23期
2019/9期

第24期
2020/9期

第25期
2021/9期

第26期
2022/9期

第27期
2023/9期

第28期
2024/9期

第29期
2025/9期

新化へ

売上高

2023年11月に葬儀会館を運営する八光殿・東海典礼をM&Aにより、それぞれグループ化しました。これにより、売上高は50億円の增收効果(2025年9月期実績)がありました。



グループ化後、リブランドしたティア蒲郡形原会館

TLD事業 売上高

葬儀を起点として、生前・葬儀後のサービス充実を目指し、未来開発事業本部が中心となりトータル・ライフ・デザイン事業を推進し、売上規模は12億円に達しています。



葬儀後のサービスを扱うアウトバウンドコールセンター

店舗数

第23期と比較して直営・FCで54会館増加しています。展開エリアも直営は三重県、FCでは富山県へとエリアを拡大し、またM&Aにより札幌市への進出も果たしています。



葬祭プランナーの祭壇設営の様子

グループ会員数

当社の葬儀売上高に占める会員・提携団体からの依頼の割合は9割となっています。当社の中核とも言える会員数は20万人、提携団体は533団体それぞれ増加(第23期比較)しています。



グループ会員数は58万人を超える

葬儀件数

直営の既存店が葬儀件数を伸ばし、また新店稼働の効果もあり、名古屋市内の斎場シェアは29.2%となっています。これにより、直営の葬儀件数は4,966件増加(第23期比較)しています。



中部地区を中心に放映中のTVCM

非連続な成長を遂げ 次なる挑戦へ

市場環境の劇的な変化と葬祭事業の変遷

葬儀業界は、2020年1月頃から徐々に新型コロナウイルス感染症の罹患者が増加し、ビジネスモデルそのものを見直す必要が生じるほど、大きな影響を受けました。当社においても感染拡大初期には葬祭規模の縮小や越県移動の制限が課され、厳しい状況に直面しました。この結果、2020年9月期には創業後、初めて減収減益の決算を発表することになりました。

2021年に入っても、コロナ禍の影響は拡大していましたが、環境変化に対応した様々な施策を積極的に推進しました。

最初に手掛けたのは、経費削減計画の推進でした。これまで必要とされていた固定費を全社横断で見直しを行い、一年間で2億円の経費削減を実現しました。また、営業促進では、価格訴求を前面に打ち出したTVCMを放映するとともに、それと連動した地下鉄広告の掲示やホームページの改修を実施し、お客様からの問い合わせにおいても対応に漏れがないようコンタクトセンターのオペレーションも見直しました。

さらに、小規模な葬儀・一日葬・直葬に特化した専門ブランド「ティア・シンプル」は、コロナ禍を背景に拡大した小規模葬儀の需要やインターネットを通じた葬儀依頼のニーズを的確に捉えたことで、葬儀件数の増加に大きく貢献しました。

これらの取り組みにより、2022年9月期以降は増収・増益を達成し、売上高はコロナ禍以前の水準まで回復しました。



出所：総合ユニコム株式会社
フューチャービジネス2025.6月号「葬祭会館の定量的考察」より

TLD事業の拡大と安置施設の充実

コロナ禍を経て、葬祭事業が順調に拡大するなか、当社では55万人以上の「ティアの会」会員基盤を活かし、葬儀以外の分野で新たな価値の提供を模索し、「葬儀」を中心としたこれまでの事業から、「お客様の生涯価値」を追求するトータル・ライフ・デザイン事業の展開がはじまりました。

具体的には、葬儀前の「事前準備」として老人ホーム紹介や身元保証サービスの提供や、樹木葬の開発・販売を行っています。「葬儀」の際には宗教者を紹介するサービスを提供し、「葬儀後」には相続支援や不動産事業など、葬儀と親和性の高いサービスを展開しており、これらの事業の立ち上げから拡大を担う組織として「未来開発事業本部」を設置し、現在では売上高は12億円を超えています。

また、名古屋市内公営斎場の改修工事や今後の葬儀需要増を見据え、既存会館に遺体安置施設を増設する改修工事を実施しています。さらに設備の増設に併せて、ご遺体を二次元コードと電子タグで管理するなどのシステムも導入しています。現在、中部地区を中心に236体の遺体安置が可能となっており、斎場の日延による安置のみならず、様々な事情に対応した安置ニーズを満たす体制を整えています。当社は、これらの取り組みを通じて社会インフラとしての役割を果たしていきます。

取締役副社長 葬祭事業本部長
未来開発事業本部管掌

岡留 昌吉

ティアグループとして統合メリットを実感

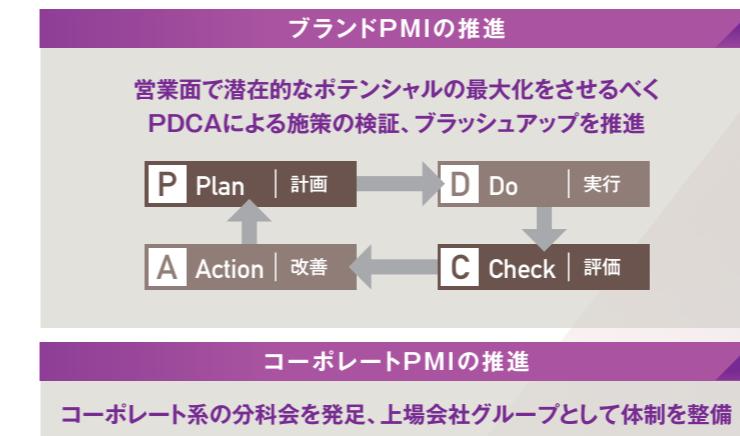
八光殿と東海典礼のM&Aは、ファンドとの交渉や2社を同時に進行するという点で難易度が高いものであり、クロージング後の経営統合プロセス（PMI）は当社がこれまで経験したことなく、全体を通して非常に難しい挑戦でした。しかし、「必ずM&Aを成功させる」という覚悟でデューデリジェンス（DD※）や条件交渉を進め、成約後は上場基準に応じた経理体制や内部統制を構築する「コーポレートPMI」と、マーケティングや営業促進、業務効率化を図る「ブランドPMI」に取り組んでいます。特にブランドPMIでは、2週間に1回の営業会議を通じたPDCAサイクルの徹底に注力しています。また、PMI推進には専門知識を持つメンバーの協力が不可欠であるため、密なコミュニケーションを重視し、目的やビジョン、方向性を共有しています。

※対象企業の価値やリスクを詳細に調査すること



成功体験を新たな成長ステージへ繋げます

PMIの推進体制



M&Aの検討・交渉やPMI推進の経験は、当社にとって重要な経営資源となりました。この資源を活用し、当社グループのさらなる発展を目指すため、M&A戦略を直営・FCに続く「第3の成長エンジン」と位置づけ、今後も積極的に推進していきます。

M&Aは「時間を買う」と例えられますが、今回の経験を通じてその意味を強く実感しました。M&A実行の有無で成長ステージは大きく異なり、同じ成長率で10年経過すれば、その差は1.3倍以上に広がります。一方で、事業規模の拡大は「事業のリスク」も比例して増大し、経営はさらに難しくなります。そのため、M&Aの検討・交渉ではデューデリジェンス（DD）で対象会社のリスクを慎重に見極め、PMI推進ではPDCAサイクルに基づき成長に繋がる施策を着実に実行していきます。

知見を活かし、M&Aを成功へ導く

M&Aを検討・実施する際、社外取締役として私が重視したのは財務的健全性と統合後の組織運営です。公認会計士の視点から、相手先の財務状況やリスク要因を多角的に分析し、短期的な収益性だけでなく、中長期の企業価値向上に繋がるかを見極めるよう助言しました。

また、M&Aでは実行するリスクだけでなく、実行しないデメリットも慎重に評価する必要があります。「実行しないデメリットが大きい場合、成長に向けてM&Aを進めるべき」と助言しました。今回のM&Aでは、ティアの成長戦略を踏まえ、2社のM&Aが必要であると提言しました。今後も社外取締役の立場から客観性と持続可能性を重視し、経営陣に対して率直な意見を伝えています。

社外取締役 小木曾 正人

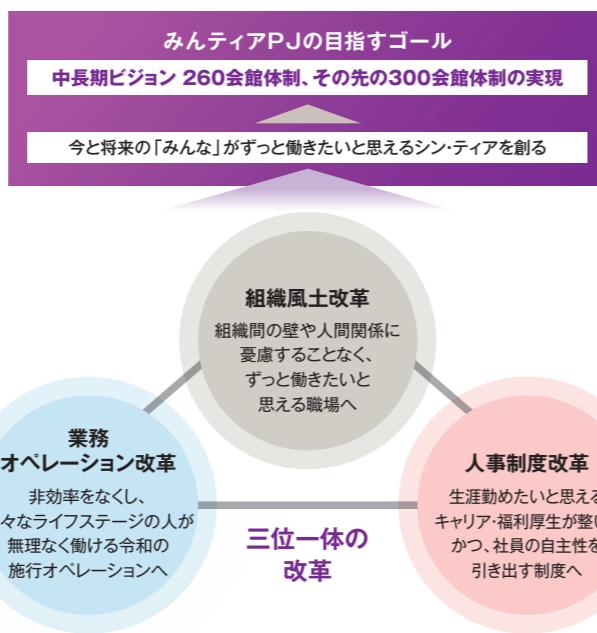
非連続な成長 を遂げ 次なる挑戦 へ

最大限に力が発揮できる仕組みづくりを推進

人財戦略の一環として採用活動を進めるなか、葬祭プランナーの離職率改善が重要な課題となっていました。さらに、今後10年で50人以上が定年退職を迎える年齢に達することから、これらの課題への対応が急務となり、「みんなで第2の創業を支えていこう」という意気込みのもと、2022年に「みんなのシン・ティアプロジェクト（みんな）」を立ち上げ、組織風土改革、業務オペレーション改革、人事制度改革を三位一体で推進しました。

組織風土改革では従業員参加型の分科会を実施し当事者意識を醸成、業務OP改革では分業制の促進とDX化を見据えた課題整理、人事制度改革では報酬体系や評価制度の見直しと福利厚生の充実等を図りました。その結果、葬祭プランナーの離職率は大幅に改善され、大きな成果が表れています。

■ みんなPJのゴールに向けた改革アプローチ



専務取締役 関東葬祭事業本部長
人財開発本部長 ESG本部長
フランチャイズ事業本部管掌

眞邊 健吾

知見を活かし、ティアグループの人財戦略を支援

私は女性取締役として、職場環境において「多様性の尊重」と「現場との対話」を重視しています。「Tear Bridge」では、税理士としての専門知識に加え、女性ならではの視点を活かし、働きがいと成長機会の両立を助言してきました。特に、育成施策が特定の層に偏ることなく、キャリアにおける多様性を重んじた制度設計を提案しました。また、理念を浸透させるためにはトップダウン型のアプローチだけでなく、現場の声を取り入れる仕組みを構築する必要性を訴えています。すべての社員が性別や年齢を問わず力を発揮できる環境が当社の強固な経営基盤を支えると考えています。今後も社外取締役として、助言や提案を通じ企業価値向上に努めています。

社外取締役 稲生 浩子

安定性を重視し、成長を実現

ティアグループの事業拡大において、財務戦略はその根幹を支える重要な役割を果たしてきました。財務本部を率いるなかで、私が一貫して心がけてきたのは、「成長を支える健全な財務基盤の構築」「投資と回収のバランスの最適化」です。特に、新規出店の加速やM&Aを実行する局面では、資金調達の多様化と資本効率の向上を追求し、グループ全体の財務基盤強化に努めてきました。こうした取り組みを通じて、事業拡大と経営の安定を両立させる仕組みを築いてきたと実感しています。

PMIを推進する際には、上場企業グループとしての決算対応を徹底しつつ、統合後のキャッシュフロー管理を精緻化することで収益構造の最適化を実現しました。また設備投資においては、収益性・地域性・ブランドとの整合性を重視し、出店判断の財務的視点を組織全体で共有できる体制を構築しました。

財務本部は単なる管理機能に留まらず、経営の意思決定を支える戦略的な役割を担うべきだと考えています。収益部門との連携を強化し、財務情報の可視化を進めて意思決定の迅速化を図りました。こうした取り組みによりグループの成長基盤を築き、企業価値の向上にも繋がっていると実感しています。これからも「守り」と「攻め」双方を意識しながら経営を支え、ティアグループのさらなる飛躍に貢献していきます。

常務取締役 財務本部長
山本 克己

お客様満足度の向上とニーズへ対応

2020年3月以降、新型コロナウイルス感染症に罹患して亡くなられた方の対応・処置において、ご遺体の防腐・保全や修復を担うエンバーマーの専門知識が極めて重要となり、彼等が中心となって「感染症対策チーム」を組織し、コロナで亡くなった方の搬送や安置、出棺を担いました。当社はコロナ禍において社会インフラとしての使命を果たし、多くの方の不安に応えることができたことを誇りに思っています。最近では、エンバーマーを中心に海外搬送も担っており、宗教の違いや旅行中・技能実習中の不慮の事故など幅広いケースに対応するため、エンバーマーが外国語を駆使しながら綿密なヒアリングを行い、故人様を海外のご遺族のもとへ慎重かつ丁寧に送り届けています。

マーチャンダイジングの推進ではM&A実行後、ティア・ティアサービス・八光殿・東海典礼のグループ間で連携を強化する取り組みを推進しています。なかでも、東海典礼の生花部がティアの直営会館の生花祭壇・供花を担う体制を整え、東海典礼の生花売上高は、54百万円にまで拡大しています。

また、葬儀付帶品を各会館に納品する物流面においても、豊川市に第2拠点を設け、同市の周辺エリア及び東部へ配送する体制を整えました。これにより、原価低減はもとより、想定外の災害に見舞われた場合でも葬儀付帶品の供給が維持できる体制となり、BCP計画（事業継続計画）としても有効と言えます。



取締役
マーチャンダイジング推進本部長
藤井 智規

中期経営計画の進捗

当社グループは、経営環境の変化等に対応すべく、ローリング方式により中期経営計画を毎年度改定することとしています。直営・フランチャイズ・M&A・企業グループで全国展開を目指すべく、今期の業績動向や事業環境を勘案し、2025年11月13日にローリングした中期経営計画を公表しました。なお、数値計画及び主な取り組みの一部を更新し、基本方針や主要なテーマについては据え置いています。

全国展開を目指すうえでの
4つの課題

- 外部環境・内部体制における課題認識と対応した施策
- 計画的な人財確保と教育体制の充実により、強い組織集団の実現
- トータル・ライフ・デザイン事業の創出
- 倫理コンプライアンス体制を高める施策

◆ 計数計画

(単位:百万円)	2025年9月期 連結業績	2026年9月期 連結業績予想	2027年9月期 2年目計画	2028年9月期 3年目計画
葬儀件数※1 (件)	19,773	22,256	23,578	24,782
葬儀単価※1 (千円)	897	876	872	868
売上高	21,563	23,700	24,820	25,790
営業利益	1,643	2,035	2,295	2,545
経常利益	1,576	1,825	2,080	2,330
親会社株主に帰属する当期純利益	891	1,050	1,195	1,340
EBITDA※2	3,135	3,581	3,980	4,320
設備投資	1,366	2,134	1,506	1,546

※1:葬儀件数、葬儀単価はティア・八光殿・東海典礼・ティア北海道の合計を記載。※2:EBITDA=営業利益+のれん償却費含む減価償却費

◆ 4つのテーマに対する主な取り組み

テーマ

1 ティアグループによる計画的な出店と既存エリアにおける営業促進の拡充

ドミナント戦略

東海地区	直営及び東海典礼による積極的な出店を推進並びに既存会館の改修及び安置施設の拡張を推進
関西地区	八光殿の出店継続と北河内エリアでドミナント戦略を再構築し、強固な基盤を築く
関東地区	出店継続と経営資源の最適化を図る
北海道地区	新規出店を推進する体制の整備並びに札幌市内での認知向上

フランチャイズ戦略

- 新規・既存加盟店の計画的な出店を推進
- FC本部体制を強化し新規会館の早期収益化及び既存会館の持続的な成長を推進

	2026年9月期 予想	2027年9月期 計画	2028年9月期 計画
合計出店数	25店 (△1店)	24店 (-)	24店 (△1店)
期末会館数	243店	267店	290店

topics

北

北海道札幌市に「ティア北海道」として3店舗オープン

2025年7月1日に、北海道札幌市で葬儀会館3店舗を運営する株式会社メモリア・ジャパン及び関連会社(現在はティア北海道と社名変更)の全株式を取得し、10月1日付けて「家族葬ホール ティア」としてオープンしました。ティア北海道の代表取締役社長に就任した横井規浩は「札幌市でティアがこれまで培った感謝と感動葬儀を広げ、北海道で一番『ありがとうございます』と言われる葬儀社を目指していきます」と抱負を語っています。

今後は、札幌市内で「家族葬ホール ティア」のドミナント展開を目指して積極的に出店していく方針です。

ティア北海道 代表取締役社長
横井規浩



THD
TEAR HOKKAIDO

テーマ

2 トータル・ライフ・デザイン領域の拡大及びグループ間連携の強化

営業戦略

葬儀と親和性の高い周辺サービスをトータル・ライフ・デザイン領域と位置づけ、未来開発事業本部による事業化を推進し、「ティアの会」会員及び提携団体の顧客生涯価値を追求。八光殿ではリユース事業における葬祭事業と親和性の拡張、東海典礼では葬儀付帯サービスの拡大等を推進

商品戦略

- 総合的なマーチャンダイジングにおいて、多様化する葬儀ニーズに対応した商品開発及びサービス利用時のユーザビリティ向上などを推進
- 葬儀付帯業務の内製化を拡充。グループ間での連携を強化
- 東海地区ではティア・ロジスティック・センターの機能拡大
- 関西地区ではティアグループとして物流体制を構築

テーマ

3 計画に則した人財確保・育成とエンゲージメントの向上

事業戦略を推進するうえで、人財の確保と育成、働く環境の整備を重点項目と位置づけております。

人財戦略

人財確保 多様化する採用環境に対応した施策を積極的に推進

人財育成 人財教育機関「ティアアカデミー」が、PDCAサイクルに則った教育を手掛け、当社の教育カリキュラムを八光殿・東海典礼・ティア北海道に展開し、ティアグループとして営業力の底上げを図る

プロジェクト 人事制度のモニタリング、業務オペレーションや勤務体系の見直し等を検討するプロジェクトチームを設置し、働く環境のさらなる充実に努める

採用計画

	2026年9月期 予想	2027年9月期 計画	2028年9月期 計画
ティア	20名	20名	20名
八光殿	10名	10名	10名
東海典礼	5名	5名	5名

テーマ

4 上場会社グループとしての体制構築と潜在的なM&Aニーズの掘り起こし

ブランド戦略

- 八光殿及び東海典礼、ティア北海道に対し、上場会社グループとしてのガバナンス体制を整備。全社で統一したKPIを設定し、効率的かつ効果的な営業施策を推進

・積極的なPR・IR活動を継続するのに加え、当社のことをより深く理解してもらえる新しいコミュニケーション・プラットフォームを構築

ICT戦略

- 基幹システムのリプレースにより、業務効率化・データ連携の強化を図る
- ティアグループとしてシステム統合に向けた体制を整備
- セキュリティに対する意識の向上を図る

M&A戦略

- 能動的な情報収集に努め、適正な判断のもとM&Aの実行を目指す
- 当社の理念に共感する企業との関係性構築にも積極的に取り組み、広義のティアグループとして葬儀業界への影響力を拡大

札幌市の好立地に位置する3店舗がリニューアル

ティア北海道の3店舗は、札幌市の中 心地から車で15分以内の好立地にあり、収容人数が30名～50名の葬儀会館となります。10月下旬からは順次、近隣の方を中心に館内を自由にご覧いただける「オープン見学会」を実施しています。



家族葬ホール ティア 厚別
〒004-0031
北海道札幌市厚別区上野幌1条3丁目1-5



家族葬ホール ティア 西野山の手
〒063-0033
北海道札幌市西区西野1条3丁目3-17



家族葬ホール ティア 澄川
〒005-0006
北海道札幌市南区澄川6条4丁目11-19

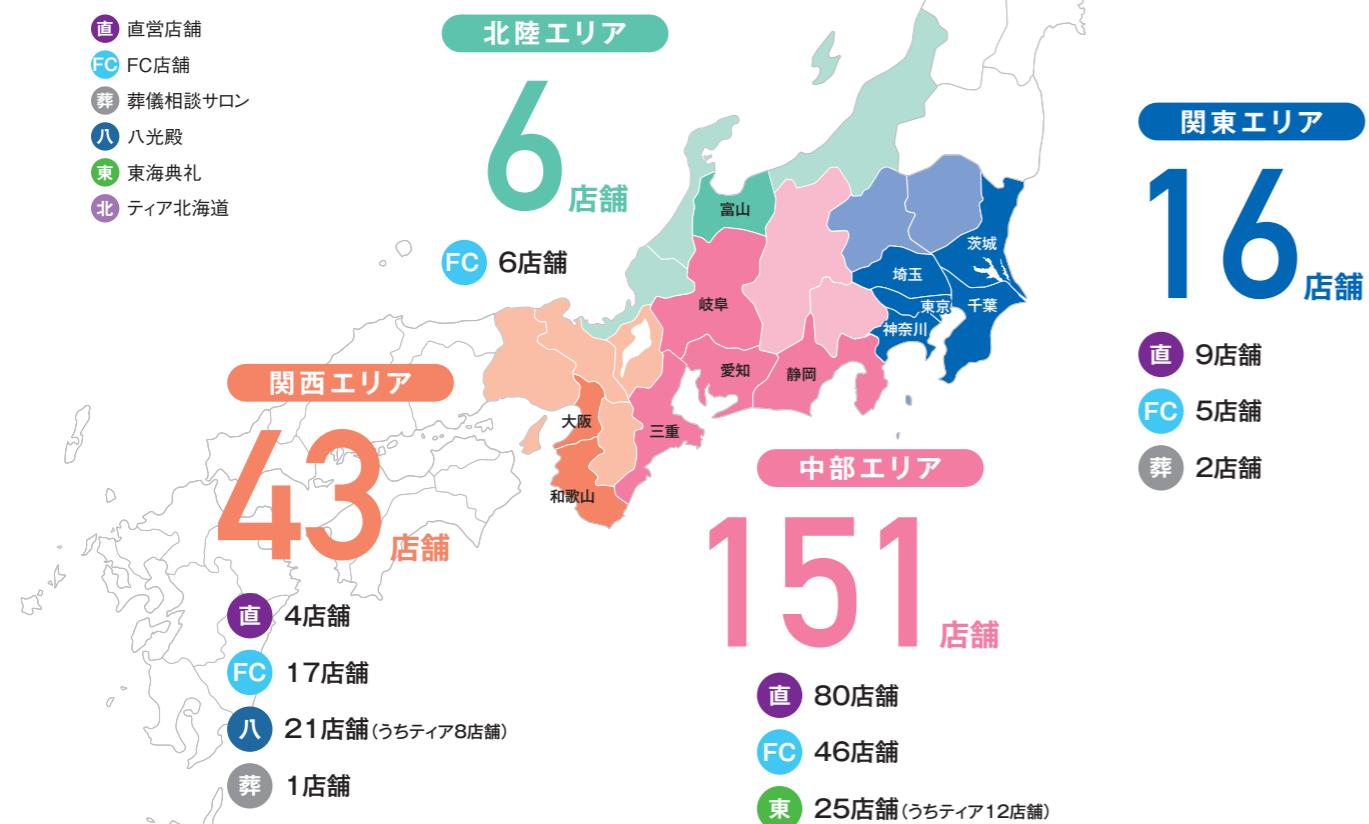
出店戦略

今期の出店状況

今期の店舗展開の状況として、直営は愛知県下に4店舗、埼玉県下に1店舗を開設し、八光殿が大阪府下に3店舗、東海典礼が静岡県下に2店舗を開設しました。フランチャイズでは、富山県下・神奈川県下にそれぞれ3店舗、愛知県下に1店舗を開設する一方、「葬儀相談サロン堺東」「ティア一宮東」「ティア土浦北」を閉鎖しました。

これにより当社グループによる会館数は合計219店舗（直営93店舗、葬儀相談サロン3店舗、フランチャイズ74店舗、八光殿21店舗、東海典礼25店舗、ティア北海道3店舗）となりました。

来期の新規出店は、直営会館7店舗、フランチャイズ12店舗、八光殿・東海典礼でそれぞれ3店舗を計画する一方、直営会館1店舗をリロケーションにより閉鎖しました。これにより、ティアグループによる期末会館数は合計243店舗となる見通しです。



店舗数の推移



Close-up

過失事故に係る報道内容とご遺体管理システムについて

2025年7月に報道がなされた通り、同年1月に当社グループが運営する名古屋市内の葬儀会館で2名のご遺体を取り違える過失事故がありました。ご遺族には速やかに謝罪及び経緯説明を行い、対応が完了しています。また、警察及び行政機関に対しても経緯を報告しています。

当社グループとしましては、今回の事態を重く受け止め、ご遺体の管理を徹底するとともに、以下の通り再発防止策を講じています。

従来のご遺体管理の徹底

1 当社ご遺体用安置施設にて ご安置時の表記物統一

左記場所安置時、故人様の情報を記載した用紙（故柩紙）を棺に貼付する。納棺前の場合は、ご遺体用布団に貼付する。

2 管理システムの導入

当社の安置施設入庫時、専用システムに個人情報を登録し、個体別識別二次元コード（またはRFID※）を発券し、棺またはご遺体の足首に装着（リストバンド状）する。出庫時には、出庫情報のシステム登録と、二次元コード（またはRFID）の読み取りを必須とする。

※RFID：無線自動識別

新たに追加した再発防止策

1 ご遺体用預かり時の 表記物統一 (当社及びパートナー企業共通)

当社にてご遺体をお預かりする際（パートナー企業の対応を含める）、故人様の情報を記載した用紙（故柩紙）を棺に貼付する。納棺前の場合は、首掛け名札として故人様に装着する。

2 ご遺体搬送時の フルネーム確認 (当社及びパートナー企業共通)

ご遺体の引き渡しが発生する場面、寝台車ドライバーと受入対応スタッフ両名で、フルネームでの照合を行う。併せて、搬送元場所と搬送先場所の照合を行う。

既存会館に増設した大型冷蔵設備



現在、既存会館で増設している大型安置施設



大型安置施設の入庫・出庫を管理する設備



安置情報を登録するシステムとRFID対応プリンタ



RFID対応プリンタから出力されたラベル（サンプル）

本件によりご遺族並びに、お客様やパートナー企業様、従業員をはじめとする関係者の皆様、株主の皆様方には多大なご心配やご迷惑をお掛けしましたことを、深くお詫び申し上げます。

財務・非財務ハイライト

2025年9月期の業績

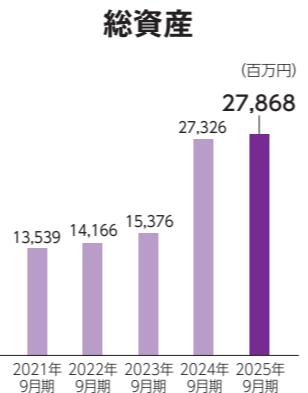
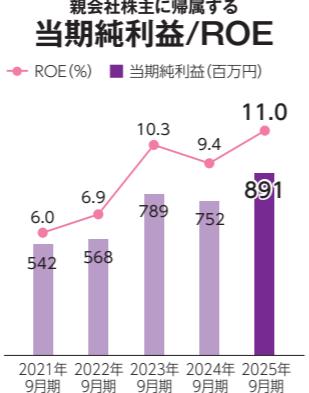
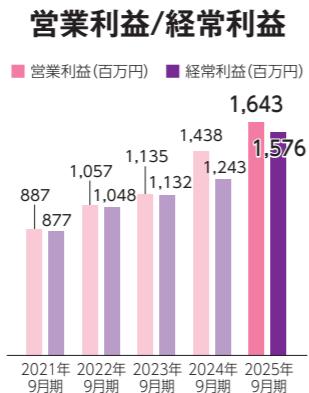
2025年9月期の売上高・営業利益・経常利益は、前期比で5期連続の増収増益となりました。葬祭事業の売上高は直営の増収効果とグループ会社の通年寄与により前期比12.0%増収の198億65百万円となりました。フランチャイズ事業ではロイヤリティ売上が増加したものの、FC会館向け物品販売の反動減により前期並みの5億60百万円となり、その他の事業は11億36百万円となりました。これにより、売上高は前期比14.5%増収の215億63百万円となりました。

売上原価率は、商品原価率・労務費率・固定費率がそれぞれ上昇し、販管費では、前に計上したM&Aにかかる一時的な費用等が減額となったものの、営業促進実施に伴う広告宣伝費、のれん償却費の通年計上、グループ会社の通年寄与に伴う経費等が増加しました。

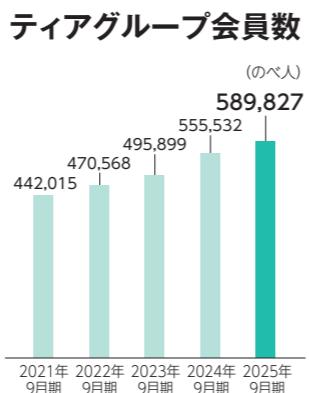
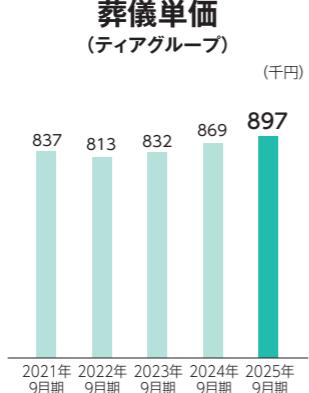
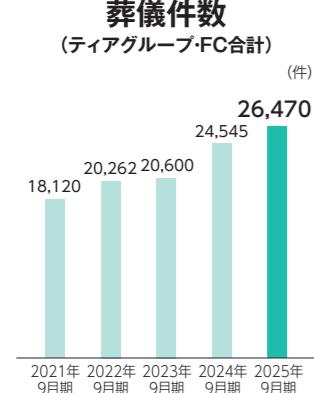
利益については、経費は増加したものの売上高の増収により、営業利益は前期比14.3%増益の16億43百万円、経常利益では前期比26.8%増益の15億76百万円となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は、減損損失1億79百万円を計上したこともあり前期比18.5%増益の8億91百万円となりました。

バランスシートの状況は前期末比で、総資産が5億42百万円増加の278億68百万円となり、負債合計は1億25百万円増加の192億65百万円、純資産合計は4億17百万円増加の86億03百万円となりました。

財務



非財務



詳細な財務情報は、IRイベント/IR資料室/IRライブラリをご覧ください。
<https://www.tear.co.jp/company/ir/event/library.html>



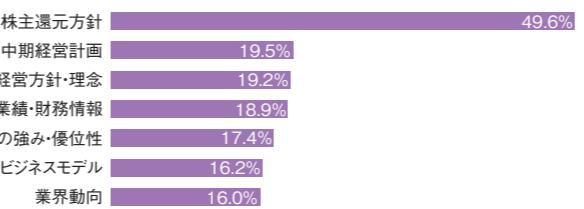
ステークホルダーコミュニケーション

株主様からのお声

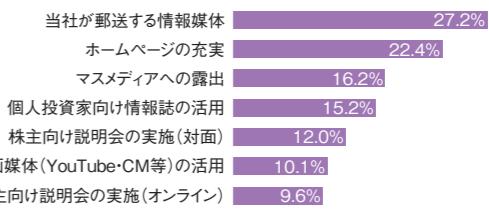
今期も、2025年3月末の株主様18,770名を対象にアンケートを実施し、1,956名の株主様にご協力いただきました。回答率は前回から1ポイント低下の10.4%となりました。今回のアンケート結果においても、これまでと同様に「株主優待復活・増配への期待」に対する声が多く寄せられていました。また、当社の株主構成として50代以下が51.1%を占めていることもあり、「YouTubeによる動画配信」「SNSを活用したIR」などに期待する声もいただきました。

株主の皆様にはお忙しいなか、ご回答いただきありがとうございました。

Q 当社に関して、もっとお知りになりたい情報*



Q 今後のIR・PR活動で、充実を希望すること*



IR・PR活動で充実を希望する質問では、「当社から郵送する情報媒体の充実」が最も高くなっています。過去の株主アンケートでも、同様の傾向が見られるため、これからも株主様に喜んでいただける株主通信を制作していきます。また、「マスメディアへの露出」についても期待されていますので、様々なメディアに取り上げてもらえるようなPR活動を実施していきます。

お客様からの感謝のお手紙

ご遺族からの「ありがとう」をいただくことが私たちの使命です。ティアのお客様満足度の指標となる「ティアの会」再加入は、約9割となり、多くのお客様より「ありがとう」をいただくことができました。満足度100%を目指しこれからも高品質なサービスを追求して、「日本で一番『ありがとう』と言われる葬儀社」を目指していきます。

※2025年度再加入率

* 葬儀会場 ティア栄生 葬儀担当 矢ノ崎スタッフ

ティアにて、9月4日～5日に、葬儀を無事に進行する事が出来ました。突然の家族とのお別れで、頭の整理がつかない中、ティアで担当していただいた矢ノ崎佑樹様に、とても丁寧に親切に対応して下さい、帰る際は家族でも「ティアで良かったね」と感謝しています。葬儀の際、お棺まで、父の好きなお酒を準備して、口に湿らす予定でしたが慌ただしい日々の為、当日自宅に用意しておいたお酒を持っていくのを忘れていました。矢ノ崎様より、近くのコンビニを紹介してもらいましたが、暑さと、近い距離ではない事や、服装で動きにくい事もあり、「自宅でお酒をお供えでいいか」という事になりました。矢ノ崎様にお伝えすると、携帯でコンビニで売っているお酒の画像を私達に見せて、「私が代わりに買ってきます」と話されました。驚いて、お断りしたのですが、しばらくして、私達に矢ノ崎様が、父の飲んでいたお酒を購入して渡してきました。料金を尋ね、お金を渡しても、「私がやった事です、大丈夫です。」と受け取られませんでした。「ここまでやってくれるなんて・・・」と家族で思わず泣いてしまいました。矢ノ崎様のお陰で、父は棺までに大好きだったお酒を口に運ばせて、他にも紙コップで4杯入れて棺の中に収める事が出来ました。火葬されている際、近くにイオンがあったが、軽食を取りに行けば良いと軽い気持ちで考えていたら、火葬場の職員より、外に出掛けないで待っていて欲しいと言われました。その際、兄がお菓子を取り出した為、尋ねると矢ノ崎様がお酒を購入された際、火葬場で食事を頼んでいなかった為か、お菓子を数袋、待ち時間に食べて下さいと渡されたと伝えられました。ゴミ袋まで用意してくれて、細かな気配りと優しさで本当に感謝の気持ちで一杯です。葬儀場の会社には、こだわりはなく、淡々と業務的に終わっていくと思っていた為、こんなに親身にサポートしていただけた事で、自宅に帰った後も家族で矢ノ崎様について話しながら温かい気持ちになりました。他にも関わったティアの皆様本当に親切で話しゃべかったです。特に矢ノ崎様の接客は、家族で今も思い出で泣けてしまう程きめ細かなサポートをしていただき感謝しきれません。もう、お会いする事はないと思いますが、ティアCMでの「最期のありがとう」のフレーズがピッタリとくる思い出となりました。このお手紙が社長や矢ノ崎様の上司の方にも読んでいただけたら幸いです。素晴らしいお仕事だと思います。本当に、有り難うございました。

* 葬儀会場 ティア猪高 葬儀担当 加藤スタッフ

拝啓
陽春の候、ますますご清祥のことお喜び申し上げます。このたびは、妻の葬儀に際し、加藤沙織様をはじめスタッフの皆様には、温かくご丁寧なお心遣いをいただき、心よりお礼申し上げます。
準備の段階から細やかにご対応ください、お通夜の打ち合わせの時にはすでに会場の準備がほとんど整っていて、飾りつけや、妻が大切にしていた小さな品々にまで心を込めてご用意くださっていたのがとても印象に残っています。
妻が趣味で作っていたお酒も、見映えよく美しく飾ってください、また、妻の好きだった食べ物までわざわざそのお店に足を運んでご用意いただいたことで、そのお気持ちに家族みんなで感激いたしました。
さらに、生前の趣味についてお話ししたことを受け、小さなスコップやジョウロ、魚のいたずら等を手作りしてくださり、それらを棺に納めていただいたことは、妻にとっても何よりの贈り物になったこと思います。
写真のスライドも、まるで私たち家族が選んだようなぬくもりのある構成で、妻の人生がやさしく浮かび上がるような内容にしてください、心からありがとうございます。
二日間にわたる葬儀では、加藤様やスタッフの皆様が、常に私たちの気持ちに寄り添いながら進めてください、おかげさまで穏やかに見送ることができました。まるでNHKの『プロフェッショナル』を見ているような、深く心に残るご対応でした。私も家族もティア様の会員へ入会しておりますが、新規でティアの会の入会手続きをさせていただきました。
家族一同、加藤様をはじめ、皆様の大ファンとなりました。心温まるお式を挙げていただき、誠にありがとうございました。これからは、ティア様の素晴らしいを広めることで、ティア様への恩返しができるよう、家族一同懇尽心してまいります。
このように、妻をあたかく送り出すことができましたのも、ティアの皆様のおかげで感謝しております。本当にありがとうございました。
敬具

一部原文のまま掲載しております。

会社情報 (2025年9月30日現在)

会社の概況

社名	株式会社ティア
事業内容	葬儀・法要事業／フランチャイズ事業
設立	1997年7月
従業員数	971名

取締役および監査役 (2025年12月19日現在)

代表取締役社長	富安 徳久
取締役副社長	岡留 昌吉
専務取締役	辻 耕平
専務取締役	眞邊 健吾
常務取締役	山本 克己
取締役	藤井 智規
社外取締役	小木曾 正人
社外取締役	稻生 浩子
常勤社外監査役	後藤 光雄
社外監査役	佐藤 邦夫
社外監査役	矢野 直

株式の状況

発行可能株式総数	72,800,000株
発行済株式の総数	22,510,100株
単元株主数	15,988名

大株主の状況

	株主名	所有株式数(株)	持株比率(%)
1	株式会社夢現	7,792,000	34.62
2	富安 徳久	1,016,600	4.51
3	ティア社員持株会	480,200	2.13
4	深谷 志郎	264,000	1.17
5	UBS AG LONDON A/C IPB SEGREGATED CLIENT ACCOUNT	242,800	1.07
6	株式会社SBI証券	219,273	0.97
7	BNP PARIBAS NEW YORK BRANCH - PRIME BROKERAGE CLEARANCE ACCOUNT	194,400	0.86
8	小川 宗則	190,200	0.84
9	花重美装株式会社	183,200	0.81
10	BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)	145,188	0.64

(注)持株比率は自己株式(7,758株)を控除して計算しております。

配当の状況

株主の皆様の利益の最大化を重要な経営目標としており、将来にわたり安定的な配当を実施することを経営の重要政策としています。また、業績向上時には増配等により株主への利益還元も積極的に行っていく予定です。

今期の期末配当金につきましては、1株当たり10円とし、中間配当金を含む年間配当金は20円とさせていただきました。



株主メモ

事業年度 毎年10月1日から翌年9月30日まで

定時株主総会 毎年12月

期末配当金受領
株主確定日 毎年9月30日

中間配当金受領
株主確定日 每年3月31日

株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社

特別口座の
口座管理機関 三菱UFJ信託銀行株式会社

同連絡先 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
TEL 0120-232-711(通話料無料)
郵送先 〒137-8081
新東京郵便局私書箱第29号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

上場証券取引所 東京証券取引所 スタンダード市場
名古屋証券取引所 プレミア市場

公告の方法 電子公告 URL <https://www.tear.co.jp>
ただし、事故その他やむを得ない事由により電子公告ができないときは、日本経済新聞に掲載する方法により行う。

IRメール配信サービス

Eメールアドレスをご登録いただいた方へ、当社のニュースリリース、IRニュースをEメールでお知らせいたします。右のQRコード[®]よりご登録ください。

※QRコードは、株式会社デンソーウェーブの登録商標です。



ティア

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



最期の、ありがとう。
葬儀会館 TEAR
ティア

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

TEL:052-918-8200(代表)

