

日本で一番「ありがとう」と言われる葬儀社を目指して

個人投資家向け会社説明会資料

(2026年8月作成-003)

株式会社ティア

(東証スタンダード/名証プレミア 証券コード 2485)

ご案内：IR情報メール配信



メルマガ登録URL

▶ <https://rims.tr.mufig.jp/?sn=2485>



(IR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。
- PR情報として、葬儀会館でのイベントやキャンペーン情報等も配信いたします。
- 是非、この機会にQRコードからご登録ください。

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



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。

コーポレート・メッセージ



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

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

それでも、ティアは信じます。

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

「ありがとう。」

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

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

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

05-11	基本情報
12-18	戦略の基本方針
19-25	市場環境と課題認識
26-35	中期経営計画
36-39	業績動向と今期の見通し
40-42	株主施策について
43-52	Appendix : コーポレートガバナンスについて

ありがとうを、未来につなぐ



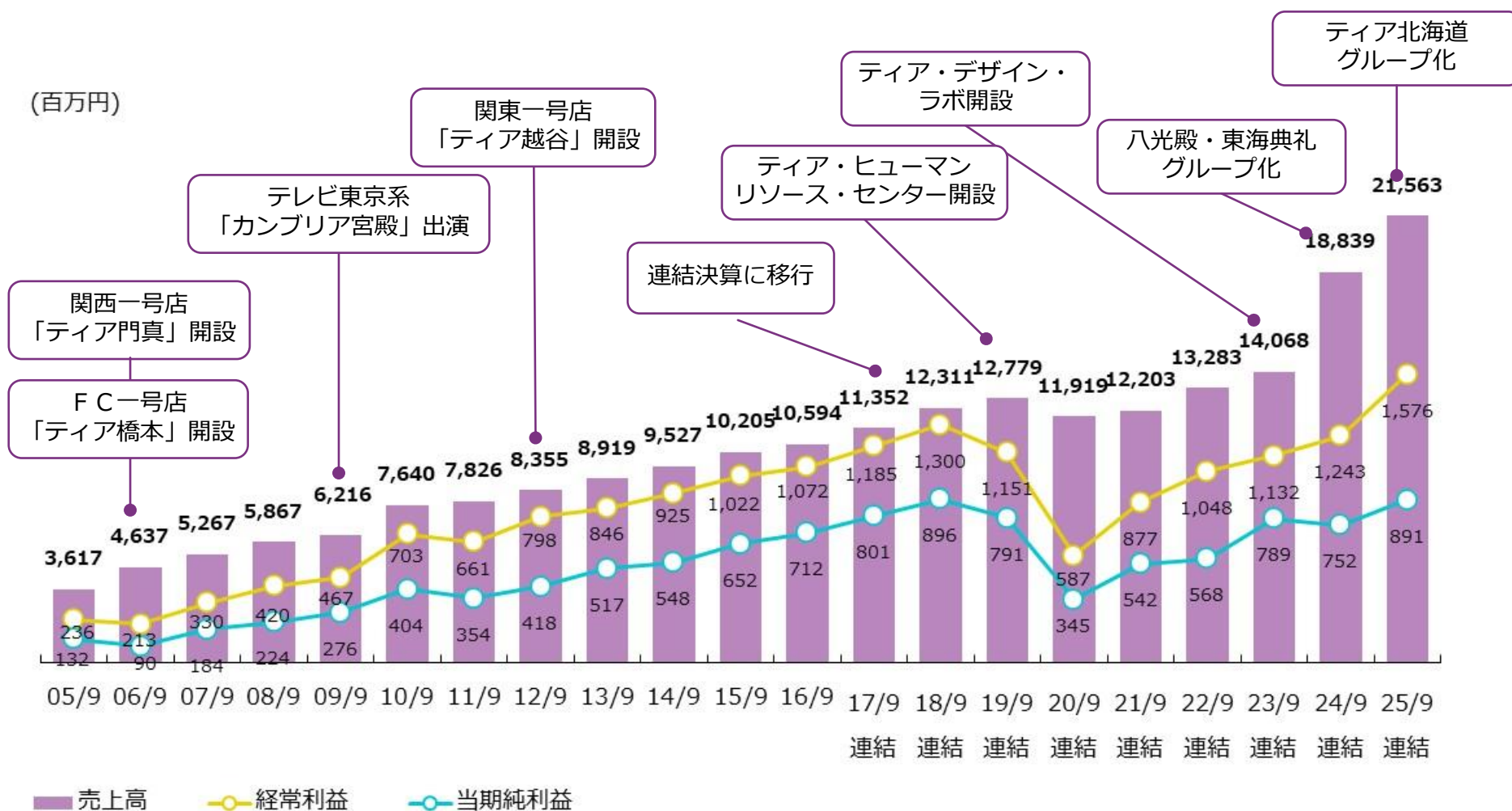
基本情報

会社概要

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	1,895百万円（2026年3月末）
従業員	991人（2026年3月末）
発行済株式数	22,510,100株（2026年3月末）
上場市場	東京証券取引所 スタンダード 名古屋証券取引所 プレミア
事業内容	・ 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） 株式会社 八光殿及び関係会社 （ " 10百万円） 株式会社 東海典礼 （ " 10百万円） 株式会社 ティア北海道 （ " 13百万円） 株式会社 ティアネクスト （ " 30百万円）

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、
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年に八光殿・東海典礼、2025年にはメモリアジャパン（ティア北海道）をグループ化



ティアグループ概要①

ティア サービス

最期の、ありがとう。

TEAR
SERVICE

所在地 : 名古屋市
従業員 : 129名
事業内容 : 生花事業
湯灌・エンバーミング
関係会社 : 共創株式会社
(ベンリーの運営、建設業)



ご遺体の修復・
防腐処置を行う
エンバーミング
センター

八光殿 グループ



あなたの街の葬儀社

八光殿
HAKKODEN

大阪府で**21**会館
(2026年3月末現在)

所在地 : 大阪府八尾市
従業員 : 131名
事業内容 : 大阪府八尾市を中心に葬儀会館
「八光殿」「リエウ」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



東海典礼
想いを叶える会社

愛知県・静岡県で
26会館
(2026年3月末現在)

所在地 : 愛知県豊川市
従業員 : 88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」

従業員数は2026年3月末現在

ティアグループ概要②

ティア 北海道



所在地 : 北海道札幌市
 従業員 : 8名
 事業内容 : 札幌市内で葬
 儀会館を運営
 (従業員数は2026年3月末現在)



家族葬ホール ティア厚別



家族葬ホール ティア澄川

- 2025年7月1日付
で、北海道札幌市
で 3会館運営する
葬儀社をグループ
化
- 2025年10月より
「ティア北海道」
として運営



家族葬ホール ティア西野山の手

ティア ネクスト



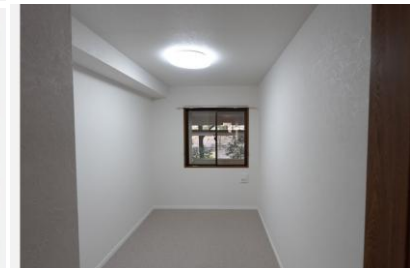
所在地 : 名古屋市
 従業員 : 12名
 事業内容 : 不動産・相続サポート事業
 (従業員数は2026年4月末現在)

- 2026年4月1日付で100%子会社
「株式会社ティアネクスト」を設立
- 未来開発事業本部が手掛ける「不動産」
「相続サポート」事業を同社が承継

リノベーション
再販事業の事例①



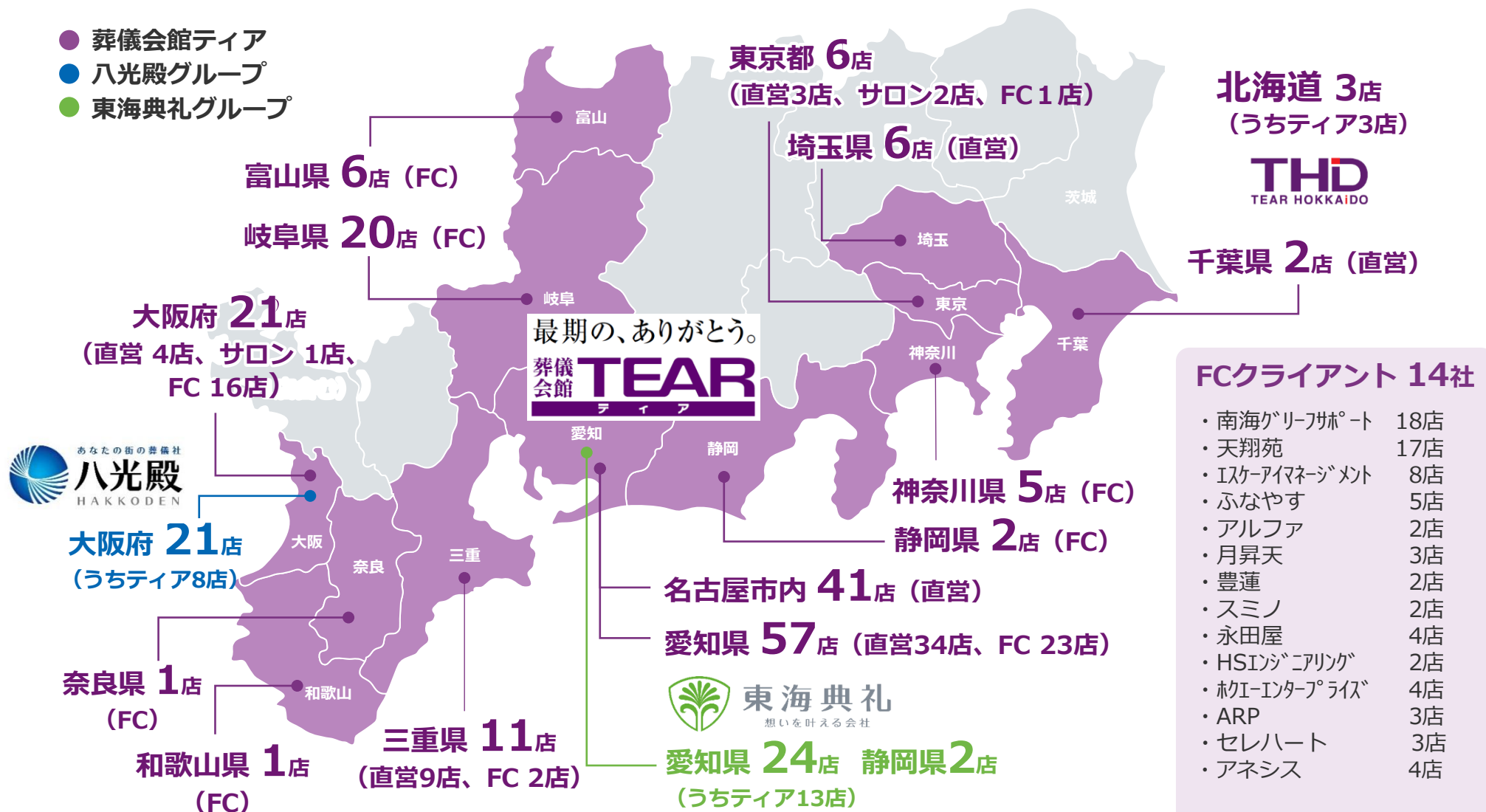
リノベーション
再販事業の事例②



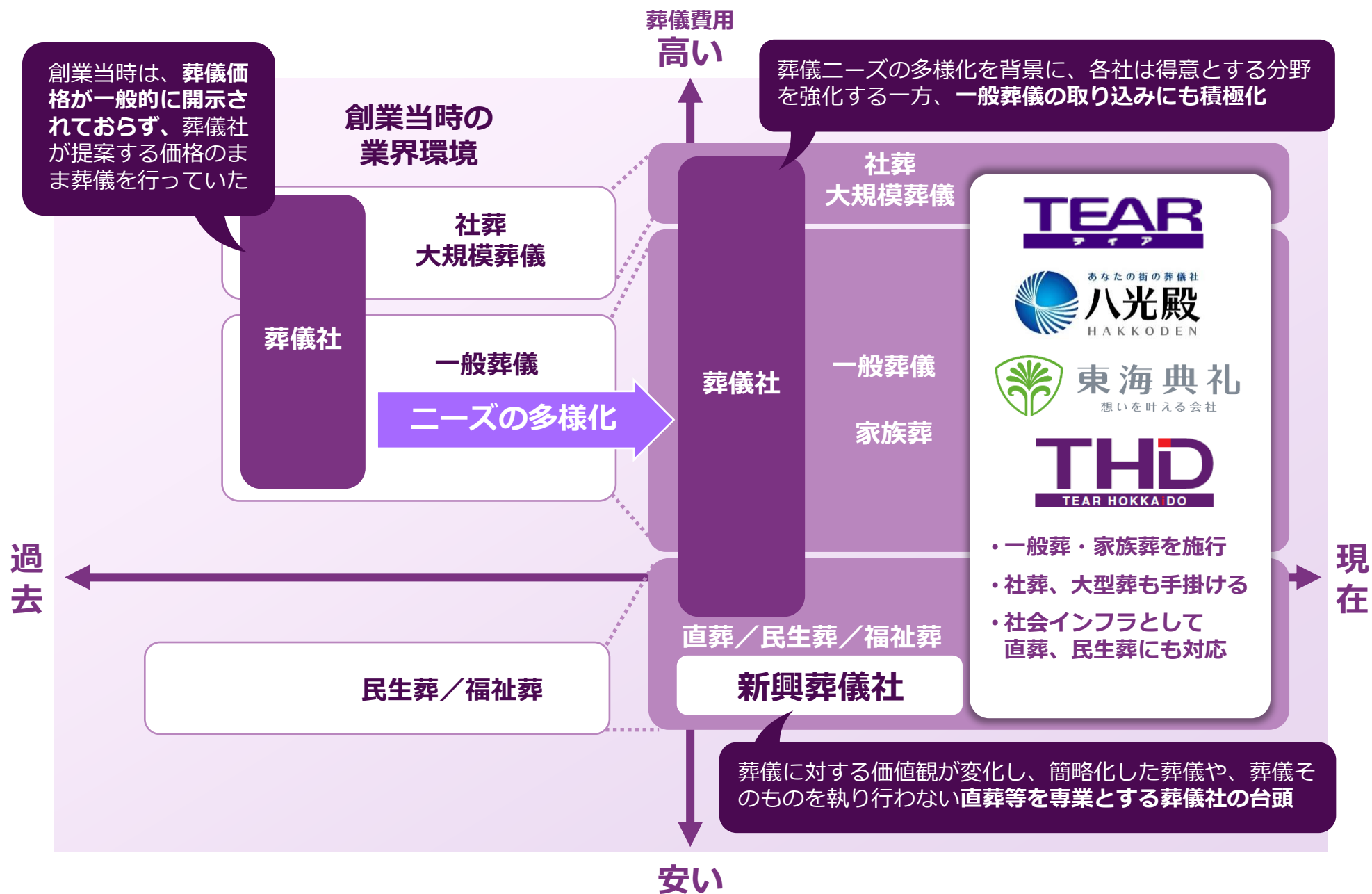
ティアグループの店舗展開の状況

- 直営、FCによる会館数は 179店を展開
 うち直営会館 99店、葬儀相談サロン 3店、フランチャイズ77店
- ティアグループによる会館数は 229店（2026年8月17日現在）

- 葬儀会館ティア
- 八光殿グループ
- 東海典礼グループ



葬儀業界におけるティアグループのポジショニング



ありがとうを、未来につなぐ



戦略の基本方針

戦略の基本方針に基づくティアの強み

生涯スローガンの浸透

生涯スローガン「目指せ！日本で一番『ありがとう』と言われる葬儀社」のもと
全社員に対する徹底した人財教育を通じたスローガンの浸透を実現

戦略の基本方針

利便性

価格

サービス

直営、F Cによる 積極出店

- ・名古屋市内に一号店を開設、
その後も会館を積極的に出店
- ・2004年以降、F C出店を推進
- ・2006年に関西進出、
2012年には関東進出を実現

効率的な会館運営と 知名度の向上

- ・名古屋市内を中心に
ドミナント展開
- ・会館の相互補完性を高め
効率的な会館運営を実現
- ・T V C Mの放映や折込広告等
販売促進を積極的に実施

ブランド浸透による 新店の早期収益化

- ・愛知県下においては
ブランド浸透による
高い知名度を誇る
- ・会館新設から収益化までの
期間短縮を実現

“急成長する葬儀社”としてのメディアの注目の高さが強みを増強

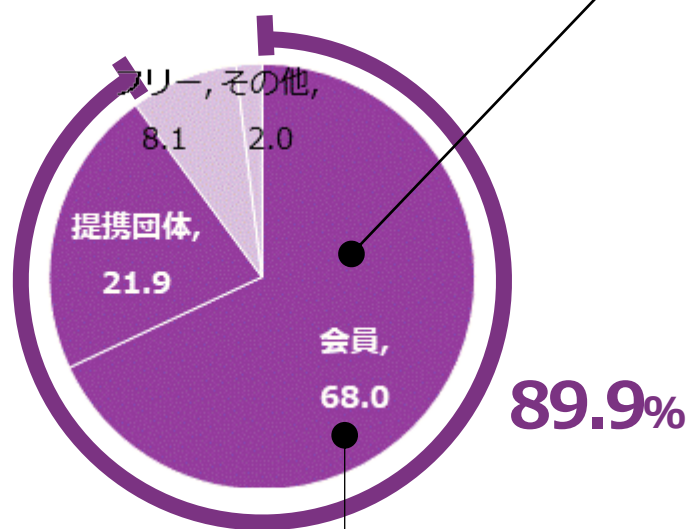
新聞・雑誌に多数掲載されていることに加え、全国放送のT V番組でも紹介

基本方針に基づく重点施策

価格：葬儀費用の明確化と会員システム「ティアの会」

- 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 (%)
 (2026年9月期上半期)



1 「ティアの会」会員数 … 570,645人 (2026年3月末)

2 提携団体 … 1,508団体 (2026年3月末)

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

「ティアの会」葬儀特典・葬儀費用例

「生花77セットプラン」770,000円 (税込)



葬儀に必要なサービス品

- ・会館使用料 (2日間)
- ・棺
- ・宅送料 (20km以内)
- ・アテンダ料
- ・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

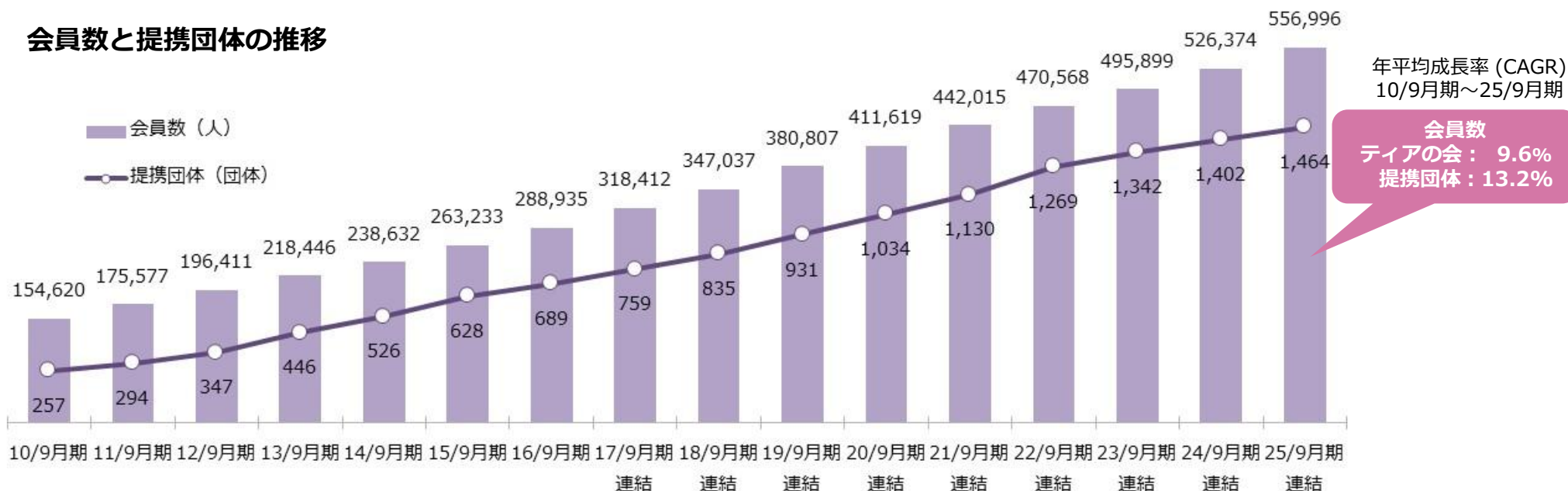
別途費用：粗供養品、通夜料理、出立ち料理、精進落とし、町内送迎バス、サービス料

会員向けサービスも充実「ティアプラス」

1. 提携企業 163社・全国 218店で特典や割引が受けられる「**会員優待サービス**」(2026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**」

[ご参考] 「ティアの会」 会員数・提携団体数の推移 会員・団体利用率の推移

会員数と提携団体の推移



会員・団体利用率の推移 (葬儀売上高に占める利用率の内訳)



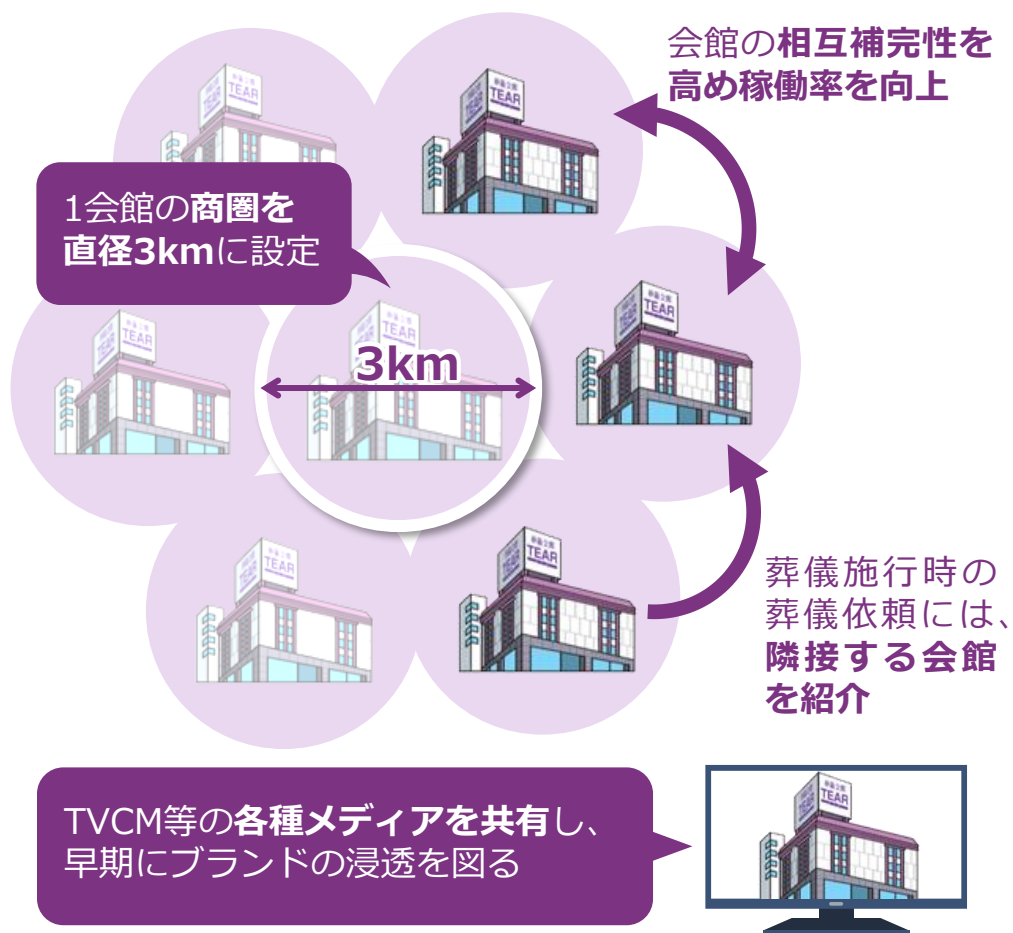
事業戦略：ドミナント展開と出店フォーマット

■ 直営・F Cによるドミナント出店、会館の相互補完性推進

約90%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)

事業戦略：内製化の推進・会館運営の効率化

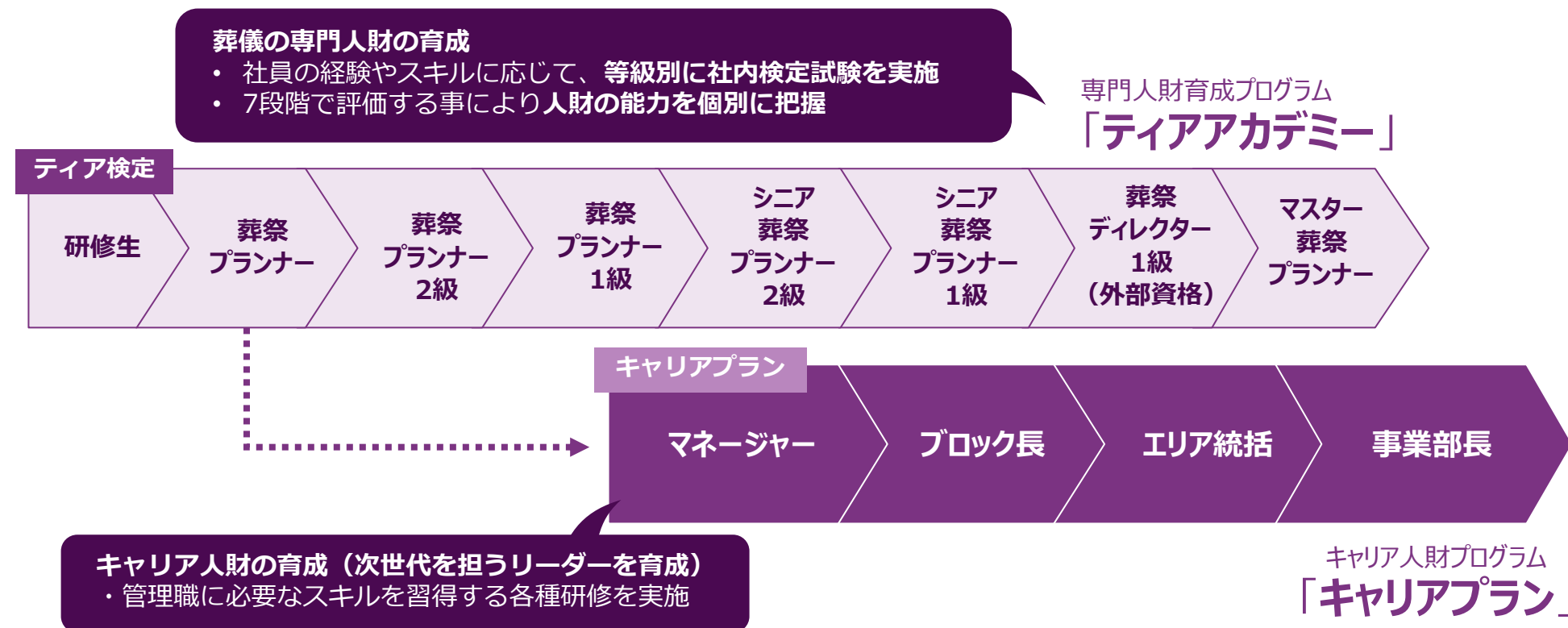
- 事業規模拡大と「車両」「納棺」「生花」「接客人財・警備」等の内製化を推進
- ドミナント展開により、会館運営の効率化が図られ、売上原価率が低下

売上原価率・商品原価率の推移



事業戦略：人財プールの構築

- 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「マスター葬祭プランナー」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

ありがとうを、未来につなぐ



市場環境と課題認識

葬儀業界の変遷

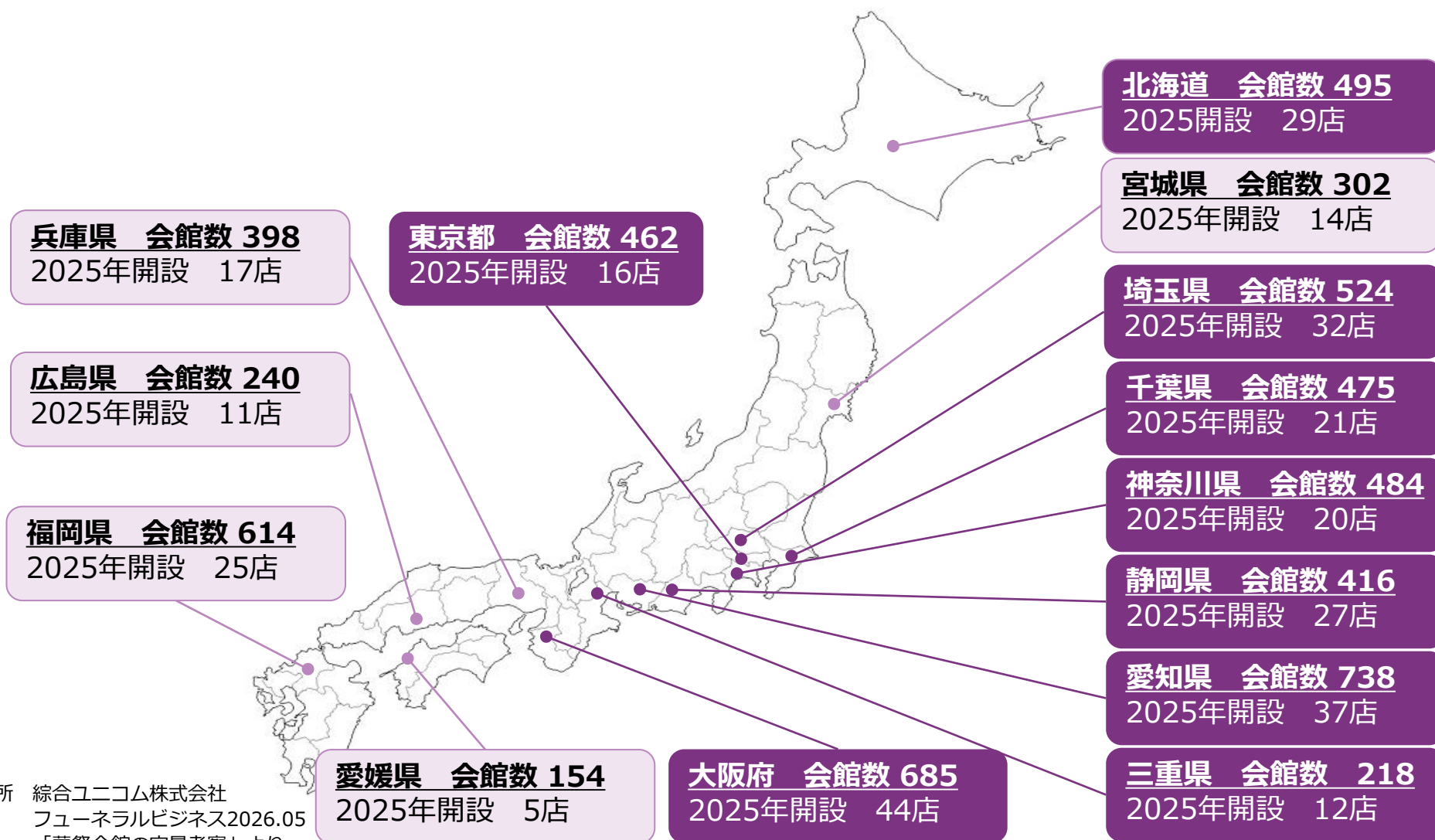
- 葬儀業界は、緩やかではあるものの、20年サイクルで変遷を遂げ現在に至る
- コロナ禍により葬祭規模の縮小・法要料理の販売減等、業界環境が劇的に変化

～1960年代	1970年～ 1980年代	1990年代	2000年～ 2019年	2020年～
戦後復興期	高度経済成長	バブル崩壊後	ミレニアム	現在
業界形成が スタート	葬儀社の 役割拡大	葬儀の多様化	葬祭規模の縮小	コロナ禍・新常態
・自宅での葬儀が一般的 ・地域コミュニティによる葬儀のサポート及び運営 ・葬儀社の役割は葬具の賃貸が一般的 ・葬儀費用負担軽減のために互助会制度の登場	・核家族化の進行と都市部への人口集中 ・地域コミュニティとの関係が希薄化し葬儀社へのニーズが高まる ・居住環境の変化により葬儀専用会場のニーズが高まる	・葬儀専用会館での施行が一般化 ・祭壇ラインナップの増加や個人重視の企画葬等が登場 ・互助会の統合と株式公開企業登場 ・事前相談所や生前見取り等、葬儀に関する様々なサービスが登場	・高齢化社会を背景に老人が老人を送る老々葬儀時代へ ・葬儀スタイルの多様化と家族葬需要の高まり ・鉄道、JA、生協等の異業種・業界団体の業界参入が活発化 ・競争激化による葬儀費用の価格化と支払方法の多様化	・コロナ禍の影響により、葬祭規模の更なる小規模化、法要料理の販売も減少し、葬儀単価が大きく低下 ・葬儀社の再編統合が活発化、M&Aにより葬儀社の二極化が進む ・新興葬儀社、ポータルサイトの影響力拡大、葬儀形態の多様化が進む

出所: 株式会社矢野経済研究所の資料をもとに当社が加工

葬儀会館の分布状況（主要都道府県）

- 2025年の葬儀会館は全国で 11,955店となり、このうち2025年開設は 463店
- 都道府県別では、愛知県 738店が最も多く、次いで大阪府・福岡県・埼玉県と続く

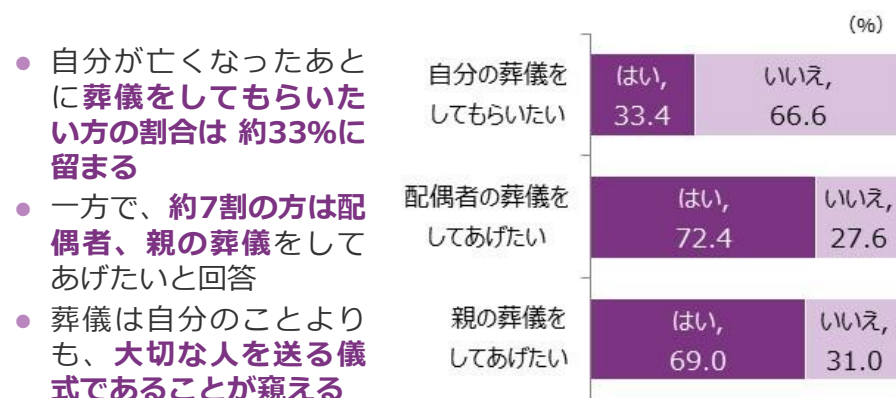


出所 総合ユニコム株式会社
 フューネラルビジネス2026.05
 「葬祭会館の定量考察」より

葬儀に対する意識・実態調査

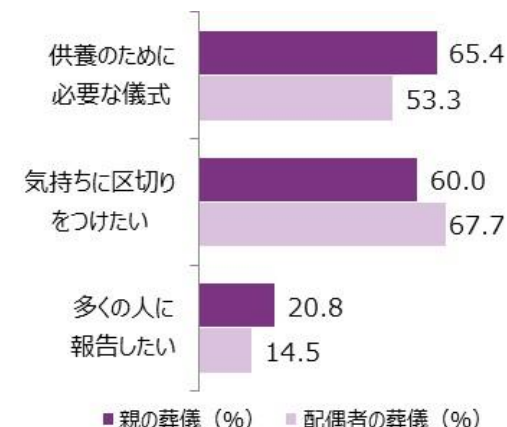
- 自分の葬儀は6割以上が必要ない、一方約7割の人は配偶者・親の葬儀をしてあげたいと回答
- 葬儀に参列した約7割は葬儀に参列してよかった、6割以上は大切な人の葬儀に出席したいと回答

自分・配偶者・親の葬儀をしてあげたいですか？



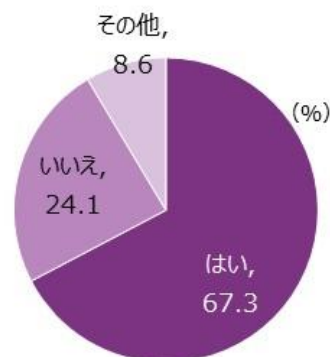
葬儀をしてあげたい理由？

- 配偶者・親の葬儀をしてあげたい理由として約6割の人が「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



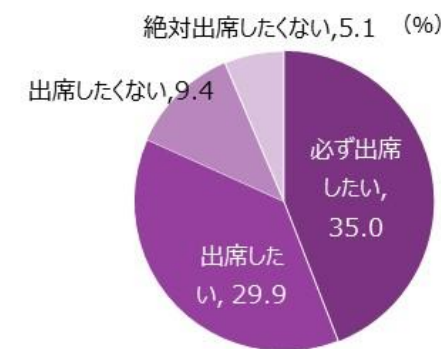
葬儀に出席して良かったですか？

- 葬儀に参列した人の6割以上は「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35.0%、出席したいが29.9%
- 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



※「どちらでもない」と回答した20.6%除く

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（2026年5月）

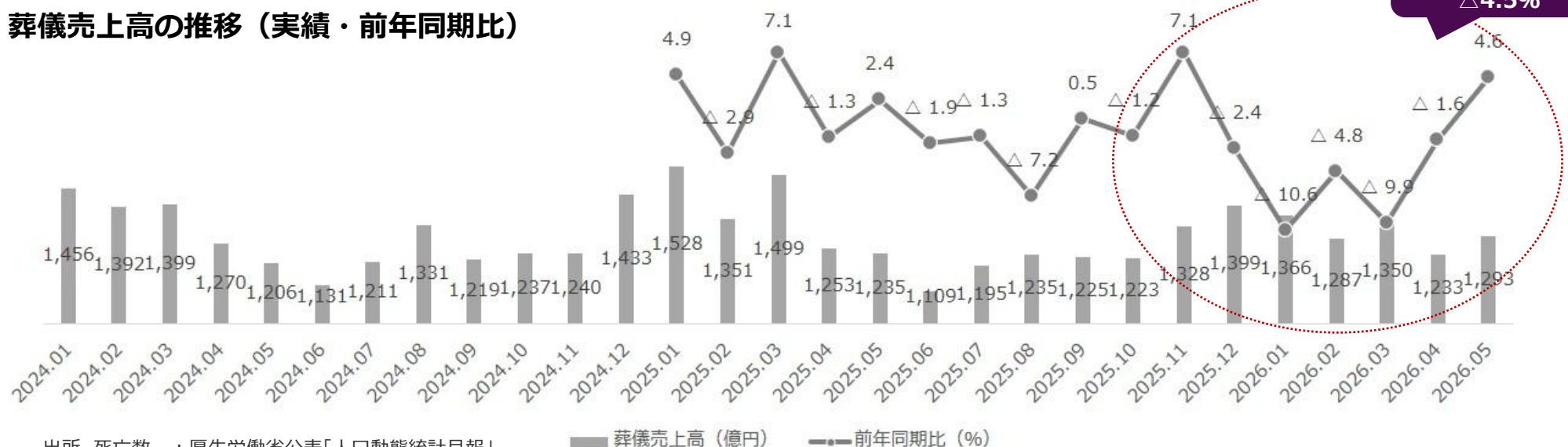
事業環境：死亡数を背景とした葬儀ニーズ・売上高の推移

- 死亡数を背景とした葬儀ニーズ、葬儀業界の売上高共に前年同期を下回る水準で推移
- 直近6カ月間の前年同期比では、死亡数を背景とした葬儀ニーズは 6.6%減、葬儀売上高は 4.5%減

死亡数の状況（実数・前年同期比）



葬儀売上高の推移（実績・前年同期比）



出所 死亡数：厚生労働省公表「人口動態統計月報」
 葬儀売上：総務省「サービス産業動態統計調査」

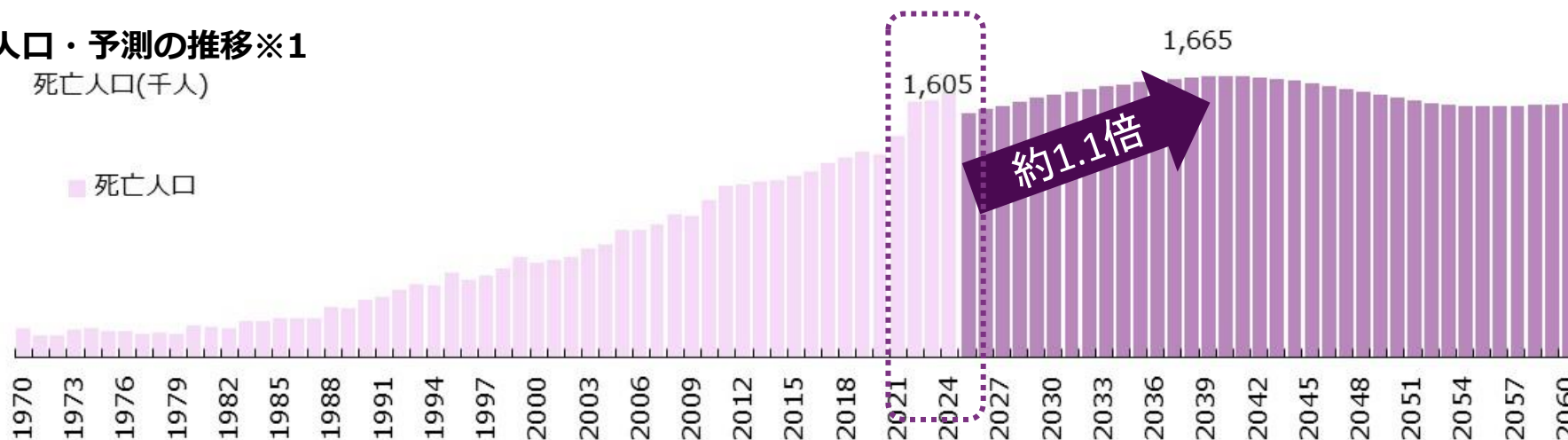
葬儀市場の動向と葬儀単価の状況

- 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
- 葬儀単価はコロナ禍の影響から緩やかに回復し、前年同期比 2.5%増の 1,215千円

死亡人口・予測の推移※1

死亡人口(千人)

■ 死亡人口



葬儀単価の状況※2

単位 千円



出所 ※1 人口動態 出所：「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

※2葬儀単価 出所：総合ユニコム株式会社フューネラルビジネス2025.06「葬祭会館の定量考察」より

外部・内部環境の課題認識

外部	1 外部環境・内部体制における課題認識と対応した施策	2 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	3 トータル・ライフ・デザイン（TLD）事業の創出
	【葬儀需要の増加】 - 人口動態による構造変化 ➡葬儀単価の低下 - 中長期出店方針の推進 ➡主力エリアで出店加速 - 新たな成長市場への進出 ➡関東、関西への出店強化	【新卒・中途採用計画の推進】 - 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 - 採用方法の変化、多様化 ➡採用体制のブラッシュアップ	【TLD事業の創造】 - ライフステージに合わせたサービスをデザインする - ライフステージにおけるコトをデザインする ➡「葬儀」中心の事業からTLD領域へ拡大
内部	【経営資源の効率化】 - 事前、事後のサービス拡大 ➡TLD事業創出 - 商品調達機能の向上 - 購買機能の安定化 ➡商品原価率の低減 - 主要経営指標の改善	【多様な働き方の実現】 - 新人・キャリア人財の育成 - ティア検定、D&Iの推進 - 労務管理体制の整備 - 業務OP実体把握と改善 - 専門職制度、キャリアパス整備 ➡人事制度改革のモニタリング	【TLDインフラの整備】 - TLD事業創出、拡大を図るための必要条件対応 ➡資格取得・情報把握 - TLD事業創出、拡大を図るための環境整備 ➡組織設計・人員体制

4 倫理コンプライアンス体制の確立に向けた施策

ありがとうを、未来につなぐ



中期経営計画

スローガン 新生ティアグループ

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

フランチャイズ戦略

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

商品戦略

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

人財戦略

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

ICT戦略

M&A戦略

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おり、2025年11月13日に公表した中期経営計画は、基本方針及び主要なテーマについては変更せず、数値計画のローリング及び主な取り組みの一部を更新

中期経営計画：数値目標

売上高・利益



【数値計画の前提条件】

- 2026年9月期の連結業績予想を修正したことにより、数値計画の見直しが必要となるものの、2年目以降の計画は、2026年9月期連結業績の結果を踏まえてローリングを予定。

葬儀件数・葬儀単価

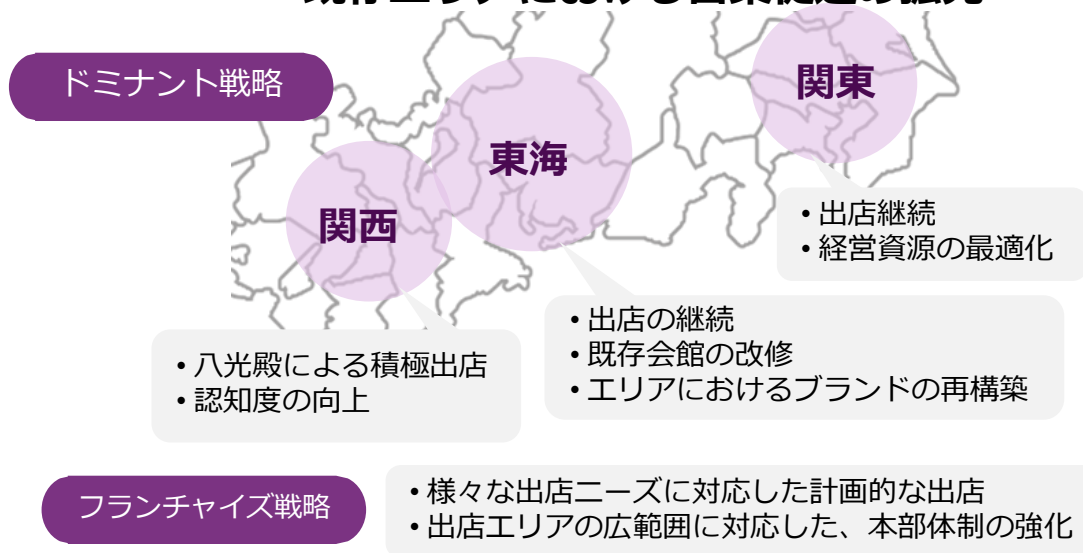


設備投資・EBITDA



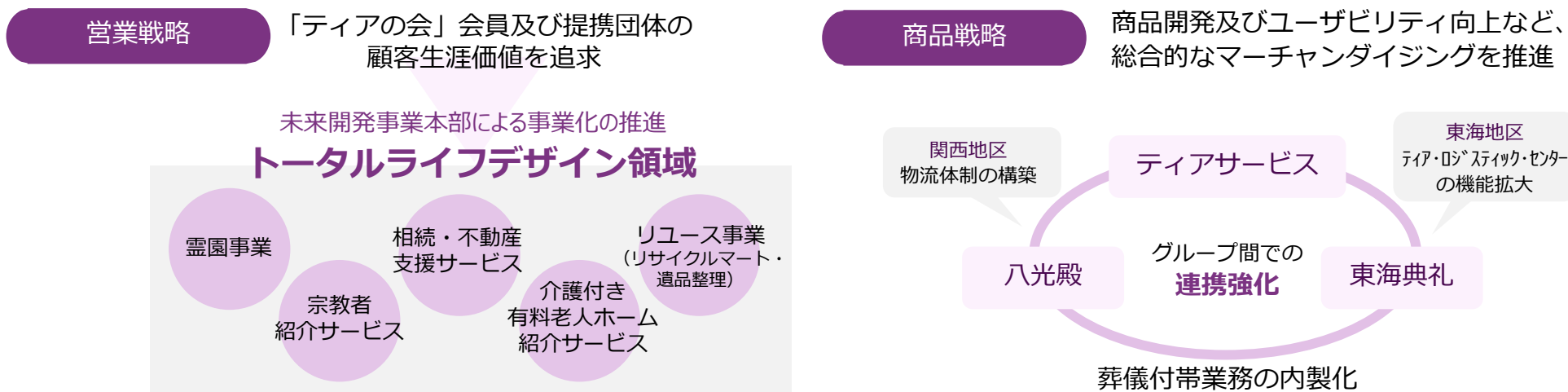
中期経営計画 テーマ1・テーマ2

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



出店計画	2026年9月期 予想	2027年9月期 計画	2028年9月期 計画
直営：出店	7店	5店	5店
(リロケーション)	△1店	-	△1店
FC：出店	12店	11店	10店
(リロケーション)	-	-	-
八光殿：出店	3店	3店	4店
(リロケーション)	-	-	-
東海典礼：出店	3店	3店	3店
(リロケーション)	-	-	-
ティア北海道：出店	-	2店	2店
(リロケーション)	-	-	-
合計：出店	25店	24店	24店
(リロケーション)	△1店	-	△1店
期末会館数	243店	267店	290店

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



中期経営計画 テーマ3・テーマ4

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

人財戦略

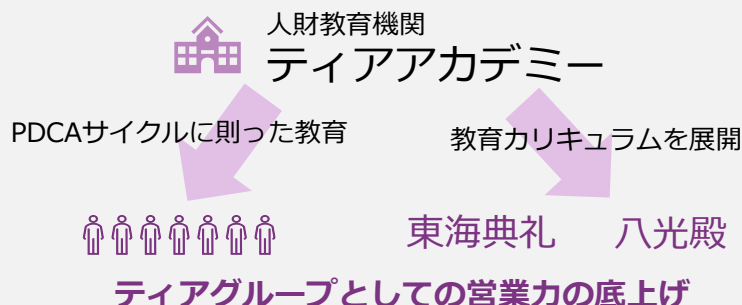
重点項目：

- ・ 人財の確保と育成
- ・ 働く環境の整備

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



- 2024年4月改定の人事制度により期待される効果のモニタリング
- 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の設置

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

ICT戦略

M&A戦略

- 八光殿及び東海典礼、ティア北海道の統合プロセスの推進
- 積極的なPR・IR活動を継続
- 新しいコミュニケーション・プラットフォームの構築
- 基幹システムのリプレイスによる業務効率化・データ連携の強化
- システム統合に向けた体制の整備
- セキュリティ対策に対する意識の向上
- 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

今期のトピックス

1. 不動産・相続サポート事業を担う「株式会社ティアネクスト」設立

■ ティアネクスト設立の背景

- ①不動産取引の意思決定の迅速化
- ②不動産専門人財の採用・定着
- ③成約率の向上（不動産・相続サポートの連携）

■ 事業内容

①不動産事業

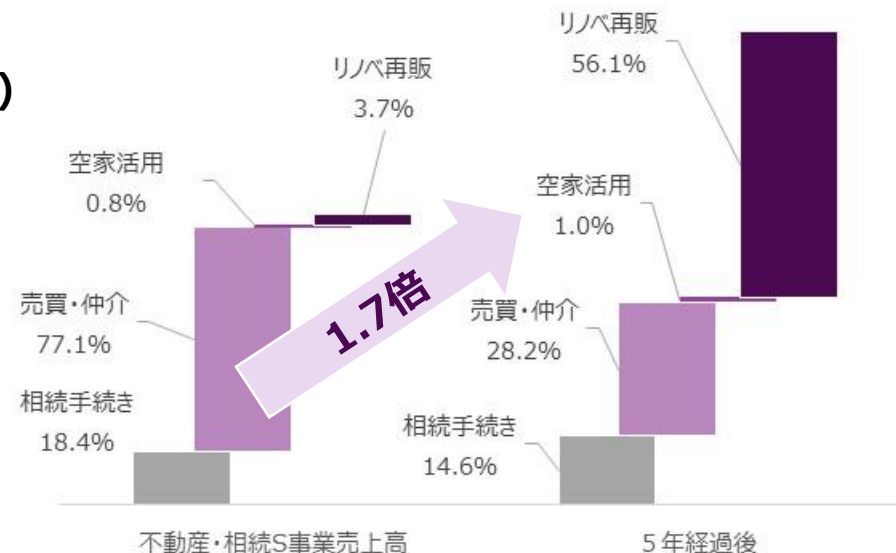
売買・仲介：不動産を直接買取もしくは売主と買主の間に立ち契約を成立させるサービス

空き家活用：空き家を借り上げ、リフォームを行い転貸するサービス

リノベ再販：物件を買い取り、リノベーションを行い再販するサービス

②相続に特化した専門家の紹介

■ 不動産・相続サポート事業の売上構成と将来構想



2. 名古屋市内斎場シェア奪還プロジェクト

**ブランドPMI
メンバーによる
営業KPIを推進**

- ・名古屋市内斎場シェア奪還を目指し、**ブランドPMI×葬祭事業本部でプロジェクトを推進**
- ・葬儀獲得導線を分解した営業KPIを設定、葬祭事業本部へ落とし込み
- ・2週間サイクルでPDCA運用を行い、**施策の効果・検証・補完を推進**

■ 名古屋市内斎場シェア（当社調べ）

(%)	'23.09	'24.09	'25.09	'26.09 上半期
名古屋市内 斎場シェア (前期比較)	26.6 △0.6	28.4 +1.8	29.2 +0.8	28.3 △0.9

「重点施策①」

葬儀ニーズの多様化に対応した既存会館の改修



- 名古屋市内における環境変化に対応できるよう安置施設の増設や、「ティアシンプル」に対応した会館のリニューアル
→「ティア笠寺」リニューアルオープン
- 老朽化対策、ユーザビリティ向上として既存会館2店の改修を計画
→業績動向を踏まえ営繕改修のみ実施

【期待する効果※】

- ・営業改修、冷蔵設備増設
→葬儀件数 5.4%

※期待する効果：改装実施の1年前の実績と改装後の実績を比較、1会館当たりの平均の伸び率を試算



- 「北河内5年構想」として効率性を高める大型改修を計画
→北河内エリアの基幹店「ティア四條畷」改修着手

【期待する効果】

5カ年で55百万円の増益効果

※2025年9月期実績比較で増益額を試算



- 豊川市で老朽化している会館の営繕とリブランドを推進
→豊川市内で既存会館1店を「ティア」ブランドに変更

【期待する効果】

N/A

■「ティア笠寺」リニューアル（4月オープン）

- ・一般葬儀式場
- ・家族葬専用式場
- ・お別れ室（3室）
- ・45体収容可能な安置施設



■八光殿「ティア四條畷」大型改装着手（10月オープン予定）

- ・オペレーションの動線を見直しし、効率的な運営を実現予定
- ・デッドスペースの有効活用



《重点施策②》

コミュニケーション・プラットフォームの構築

本格派ショートドラマ「最期の、ありがとう。」
 (2025年10月～2026年1月)



公開プラットフォーム

オンラインによる情報の拡散



視聴

オフラインによる情報の拡散

- ・ 完成披露試写会／各地で上映会を実施
- ・ 映画チラシ、フライヤーの配布
- ・ 折り込み広告による告知

幅広い利用者層に情報を届ける

Z世代

葬儀業界についての理
解を促す

就労世代

働くことの意味、意義
を伝える

団塊のジュニア世代

ティアの葬儀におけるポ
リシーを伝える

シニア世代

終活について家族と
考える機会を醸成

新卒選考の母集団形成／中途採用の拡大

「ティアの会」会員数／提携団体の拡大

・ 新卒採用

認知：15% 視聴：25% 認知：34% 視聴：50%

・ 中途採用

※新卒・中途採用は応募者を対象に集計

・ 会報誌アンケート 認知：42% 視聴：55%

※会報誌はLINE登録者700名を対象に集計

・ インターネットアンケート調査（20代～70代/1,500人） 視聴：3%
 視聴者の約4割が「葬儀の仕事の理解が深まった」「仕事の尊さを知った」と回答

《重点施策③》

ティア北海道の体制整備とドミナント構想

ブランドPMIの推進

2025年10月

- ・ 祭壇セットプランの導入
- ・ 「ティアの会」会員制度の立ち上げ
- ・ 受電体制の一元化
- ・ シフト制による
- ・ オフライン・マーケティングの整理
- ・ 既存会館の改修、営繕



- ・ 「ティア」ブランド認知拡大に向けた施策の推進（オフライン・マーケティング）
- ・ 「ティアの会」会員獲得の営業促進
- ・ 提携団体の営業開始
- ・ 各種KPIの設定と効果検証
- ・ 新規出店に向けた体制整備

会員獲得目標 600口
(2025.10-2026.9)

札幌市内の新店 1号店建設着手
(10月オープン予定)

コーポレートPMIの推進

- ・ 取締役会の設置、意思決定の透明化
- ・ 関連会社の吸収合併
- ・ 法令に適合した体制の整備
- ・ パートナー企業の契約締結
- ・ 基幹システム導入に向けた準備
- ・ 労務体制の実体把握
- ・ 金品の取り扱いのマニュアル化

ティア北海道へ社名変更
既存3会館をリブランド

- ・ 年度予算／中期経営計画の策定
- ・ 既存社員との個別面談、担当制始動
- ・ 労務・経理機能の整備
- ・ 人事制度改定に向けた準備
- ・ 商品原価率の適宜把握と安定化

部門損益管理 (2025.10～)

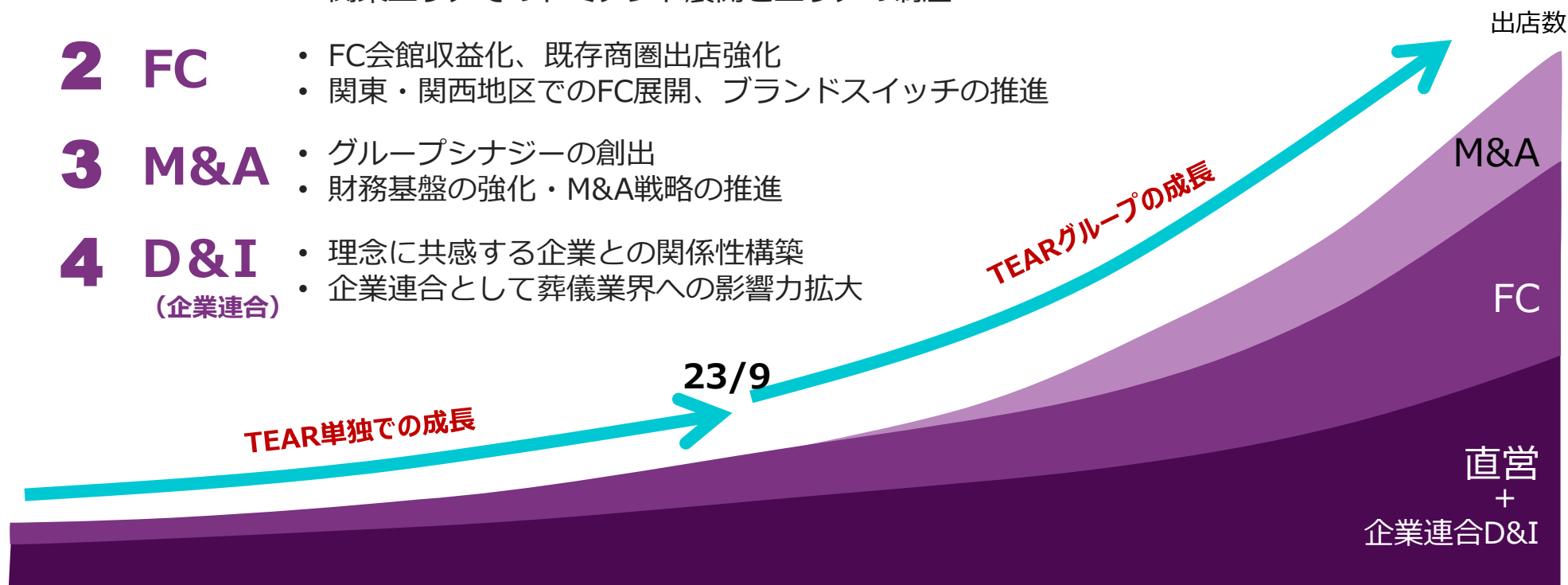
人事制度改定 (2026.4～)
(一部先行実施)

ティア北海道
中長期ビジョン策定
担当者制による役割明確化
(2026.10～／一部先行実施)

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

中期

長期

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

- 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

全国展開へ

ありがとうを、未来につなぐ



業績動向と今期の見通し

2026年9月期中間期 連結業績（対前期比/対予想比）

- 前年同期比で売上高は 1.4%減収の 11,422百万円、営業利益は 35.9%減益の 1,004百万円、経常利益は 42.3%減益の 909百万円、中間純利益は 49.1%減益の 517百万円

(百万円)	2025年9月期		2026年9月期		前年同期比		業績予想比	
	上半期 連結業績	通期 連結業績	上半期 連結業績	期初予想	金額	増減率	金額	増減率
売上高	11,589	21,563	11,422	12,100	△ 166	△1.4%	△ 677	△5.6%
営業利益	1,568	1,643	1,004	1,290	△ 563	△35.9%	△ 285	△22.1%
経常利益	1,575	1,576	909	1,180	△ 665	△42.3%	△ 270	△22.9%
中間純利益	1,017	891	517	715	△ 499	△49.1%	△ 197	△27.6%
EBITDA	2,289	3,135	1,768	2,044	△ 521	△22.8%	△ 276	△13.5%
設備投資額	542	1,366	604	N/A	62	-	-	-
減価償却費	519	1,089	549	N/A	30	-	-	-
E P S (円)	45.21	39.62	23.00	31.77	-	-	-	-
B P S (円)	-	382.32	-	-	-	-	-	-
D P S (円)	10.00	20.00	10.00	10.00	-	-	-	-
配当性向 (%)	-	50.5%	-	-	-	-	-	-
葬儀件数(件)	10,688	19,773	10,308	11,392	△ 380	△3.6%	△ 1,084	△9.5%
葬儀単価 (千円)	903	897	894	882	△ 9	△1.0%	11	1.3%

※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：減価償却費＋顧客関連資産減価償却費

貸借対照表／キャッシュ・フローの状況

資産の状況

(百万円)	2025年9月期		2026年9月期上半期		前期比 増減
	連結業績	構成比	連結業績	構成比	
流動資産	6,047	21.7%	6,295	22.4%	248
固定資産	21,821	78.3%	21,756	77.6%	△ 65
(のれん)	-	-	5,253	18.7%	△ 209
資産合計	27,868	100.0%	28,051	100.0%	183
流動負債	6,106	21.9%	6,289	22.4%	183
固定負債	13,158	47.2%	12,718	45.3%	△ 439
負債合計	19,265	69.1%	19,008	67.8%	△ 256
株主資本	8,627	31.0%	8,919	31.8%	292
純資産	8,603	30.9%	9,043	32.2%	439
負債純資産合計	27,868	100.0%	28,051	100.0%	183

設備投資の状況

(百万円)	2025年9月期上半期 連結業績	2026年9月期上半期 連結業績	期初予想
設備投資	542	604	N/A

キャッシュフローの状況

(百万円)	営業C F	投資C F	財務C F	C F合計	期末残高
2026年9月期上半期 連結業績	1,222	△ 662	△ 633	△ 72	4,430

2026年9月期連結業績予想サマリ

- 2026年8月13日に通期連結業績予想を修正
 前期比で売上高は1.8%増収の21,950百万円、経常利益は44.5%減益の875百万円、
 当期純利益は43.9%減益の500百万円を予想

(百万円)	2025年9月期 通期 連結業績	修正予想 連結予想	2026年9月期 期初予想 連結予想	前期比 増減	増減率	予想比 増減	増減率
売上高	21,563	21,950	23,700	386	1.8%	△1,750	△7.4%
営業利益	1,643	1,075	2,035	△568	△34.6%	△960	△47.2%
経常利益	1,576	875	1,825	△701	△44.5%	△950	△52.1%
当期純利益	891	500	1,050	△391	△43.9%	△550	△52.4%
EBITDA	3,135	N/A	3,581	-	-	-	-
設備投資額	1,366	2,134	2,134	768	-	-	-
減価償却費	1,089	N/A	N/A	-	-	-	-
期末会館数	219	231	243	12	-	2	-
直営会館	93	99	99	6	-	-	-
葬儀サロン（直営）	3	3	3	-	-	-	-
F C会館・サロン	74	79	86	5	-	△7	-
八光殿	21	21	24	-	-	△3	-
東海典礼	25	26	28	1	-	△2	-
ティア北海道	3	3	3	-	-	-	-
E P S（円）	39.62	22.22	46.66	△17.40	-	△24.44	-
B P S（円）	38.32	N/A	N/A	-	-	-	-
D P S（円）	20.00	23.00	23.00	-	-	-	-
配当性向（%）	50.5%	103.5%	49.3%	-	-	-	-

【直営】
 出店 7店
 閉鎖△1店

ありがとうを、未来につなぐ



株主施策について

株価と資本政策の推移

株価の推移と資本政策

(週足：2012年12月31日～2026年7月31日)



参考指標（東証スタンダード市場）

年初来高値 (2026年2月24日)	547円	1株当たり年間配当金 (2026年9月期予想)	23.0円	発行済株式数 (2026年3月末現在)	22,510,100株
年初来安値 (2026年5月25日)	438円	配当利回り (2026年9月期予想) (2026年7月31日株価)	4.9%	単元株数	100株

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
- 2026年9月期期末配当予想は1株につき 13円、中間配当を含む年間配当金は 23円を予定
 (期末配当期の内訳：普通配当 10円、創業30周年記念配当 3円)





Appendix : コーポレートガバナンスについて

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・F Cの積極的な出店により他社との差別化を図る



1. 価格

- ・明瞭な価格体系
- ・独自の会員制度「ティアの会」

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

3. 利便性

- ・葬儀専用会館「ティア」
- ・ドミナント出店

社会・関係資本

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

財務資本

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

人的資本

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

知的資本

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

事業モデル

葬祭事業

葬儀・法要 施行請負

湯灌、車両、接客、警備など、
葬儀付帯業務の内製化

生花の内製化、独自の商品開発

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

F C事業

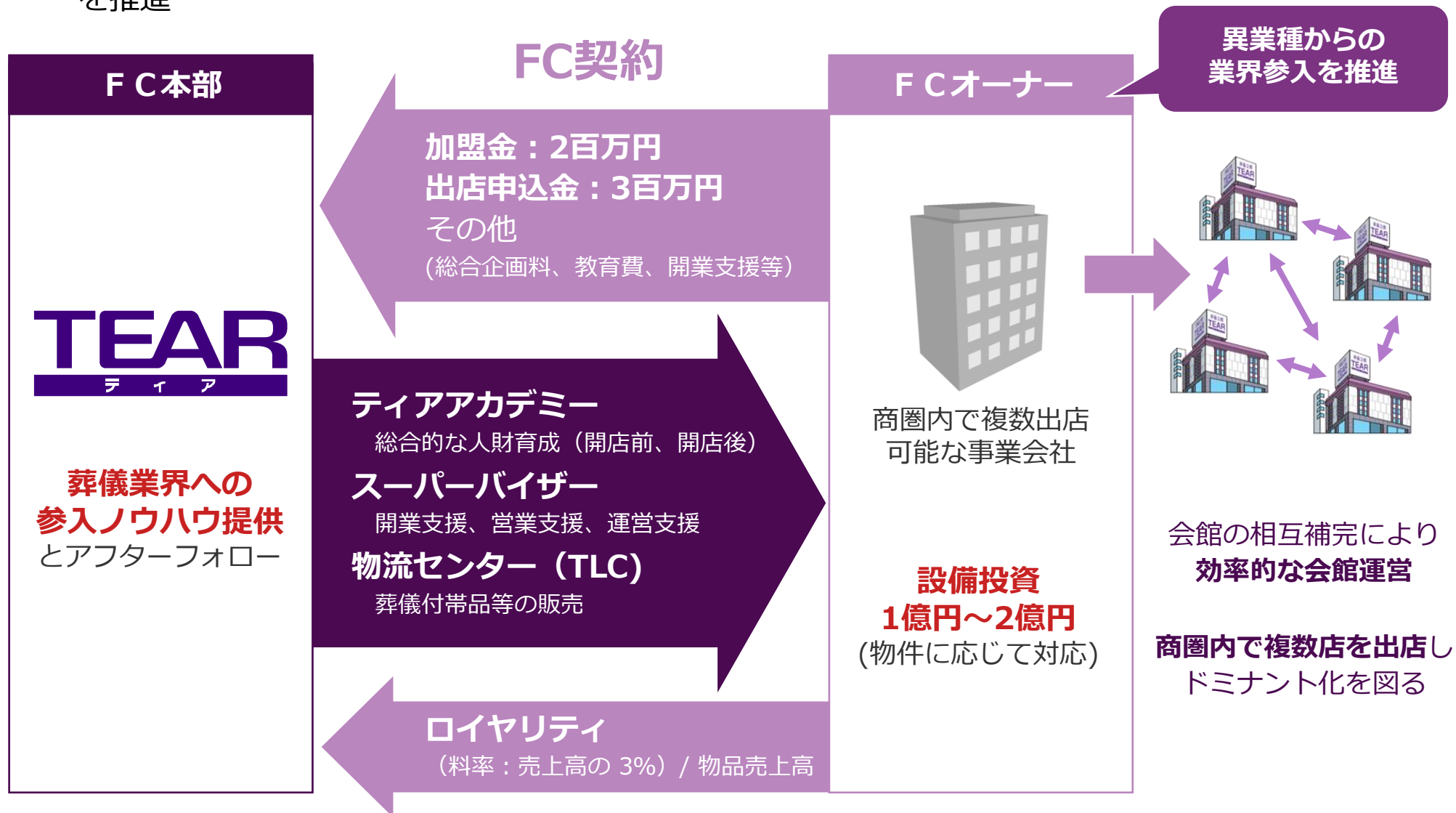
加盟金/ロイヤリティ 物品販売 システム使用料

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



人財教育プログラム「ティアアカデミー」

■ 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

POINT 1

生涯スローガン・
経営理念等を共有

POINT 2

究極のサービス業の
使命を共有する
社長セミナー

POINT 3

「感動」を生む
マニュアルを超えた
行動を推奨

POINT 4

接遇、葬祭知識、
宗教知識、葬儀施
行技術の教育

POINT 5

効率的なプログラム
で社員の早期戦力化
を実現

POINT 6

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

- マスター葬祭プランナー
- 外部資格取得
- シニア葬祭プランナー 1級～2級
- 葬祭プランナー 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



財務・非財務データサマリ（5カ年）

(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	2024年9月期 連結業績	2025年9月期 連結業績	2026年9月期 連結業績予想
財務 データ	売上高	12,203	13,283	14,068	18,839	21,563	21,950
	売上原価率（%）	61.1%	60.4%	59.0%	60.5%	62.2%	-
	販売管理費率（%）	31.7%	31.6%	32.9%	31.8%	30.2%	-
	営業利益	887	1,057	1,135	1,438	1,643	1,075
	経常利益	877	1,048	1,132	1,243	1,576	875
	当期純利益	542	568	789	752	891	500
	EBITDA	1,441	1,624	3,135	2,653	3,135	-
	設備投資額	627	909	1,355	1,205	1,366	2,134
	減価償却費	553	566	625	912	1,089	-
	E P S（円）※	24.21	25.37	35.14	33.44	39.62	22.22
	B P S（円）※	402.73	334.80	350.26	363.75	382.32	-
	D P S（円）※	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	23.00
	配当性向（%）	82.6%	78.8%	56.9%	59.8%	50.5%	103.5%
	R O E（%）	6.0%	6.9%	10.3%	9.4%	10.6%	-
非財務 データ	期末会館数（店）	132	140	153	202	219	231
	直営会館（店）	67	73	79	88	93	99
	葬儀相談サロン（店）	10	10	10	3	3	3
	F C会館・サロン（店）	55	57	64	70	74	79
	八光殿（店）	-	-	-	18	21	21
	東海典礼（店）	-	-	-	23	25	26
	ティア北海道（店）	-	-	-	-	3	3
	葬儀件数（件/グループ）	12,599	14,189	14,442	18,314	19,773	-
	葬儀単価（千円/グループ）	837	813	832	869	897	-
	既存店伸率（直営儀売上 %）	△1.6%	3.8%	2.3%	7.0%	1.1%	-
	会員数（人/グループ）	442,015	470,568	495,899	555,532	589,827	-
	提携団体（団体）	1,130	1,269	1,342	1,402	1,464	-
	従業員数（人/グループ）	575	604	646	899	971	-

日本で一番「ありがとう」と言われる葬儀社を目指して

加藤スタッフへありがとう Episode 1

- 生前の趣味についてお話したことを受けて、小さなスコップやジョウロ、魚のついた釣り竿など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り、心からありがたく感じております。
- 家族一同、加藤様をはじめ、皆様の大ファンとなりました。
- 妻を温かく送り出すことができましたのも、ティアの皆様のお陰と感謝しております。本当にありがとうございました。

西山スタッフへありがとう Episode 2

- この度は本当にお世話になり、ありがとうございました。
- 急なことで不安な私達に丁寧に説明してくださいました。棺に入れるものなども考える余裕もない私たちに父の似顔絵の色紙をいただき私たちは父に最期の手紙を綴ることができました。
- 鰻が好きな父にわざわざ用意してくださったときは、家族全員が言葉にならないほど感動いたしました。父はきつとうれしさのあまりペロッと平らげたことと思います。
- きめ細かいお気遣いをいただいたこの葬儀はいつまでも私達の心に残ることと思います。他のスタッフの皆様も悲しみの中にいる私たちにやさしく接してくださいました。本当にありがとうございました。

矢ノ崎スタッフへありがとう Episode 3

- 葬儀の際、出棺までに、父の好きなお酒を準備して、口を湿らす予定でしたが、あわただしい日々のため、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しまいました。矢ノ崎様にお伝えすると、しばらくして、私たちに矢ノ崎様が父が飲んでいたお酒を渡してくれました。お金を渡しても「私がやったことですから大丈夫です」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。
- 火葬されている際、兄がお菓子を取り出したため、尋ねると矢ノ崎様が火葬場で食事を頼んでいなかったためか、お菓子数袋を待ち時間に食べてくだ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おり、細かな気配りと優しさで本当に感謝の気持ちでいっぱいです。

神谷スタッフへありがとう Episode 4

- 夫の葬儀の折には大変お世話になり、ありがとうございました。家での葬儀を希望し、それは神谷さんにとって、難儀なことが多かったと思います。家への車で来てくださる回数も尋常ではなかったと思います。申し訳ないと思いましたが、嫌な顔一つせず、私達に寄り添ってください、何不自由なく進むことができ、満足のいく葬儀準備を整えてくださり、大きな葬儀ではありませんが、心のこもった希望に沿うものでした。
- 会葬者の方から「こんな暖かい葬儀は初めてです」と言っていた、何よりの言葉で、悲しみの中での心の温まる思いがしました。
- すべて、我がまます通させてくださった神谷さんを忘れることなく感謝申し上げます。

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

コーポレートガバナンスの基本方針（2025年12月19日更新）

コーポレートガバナンスに関する基本方針

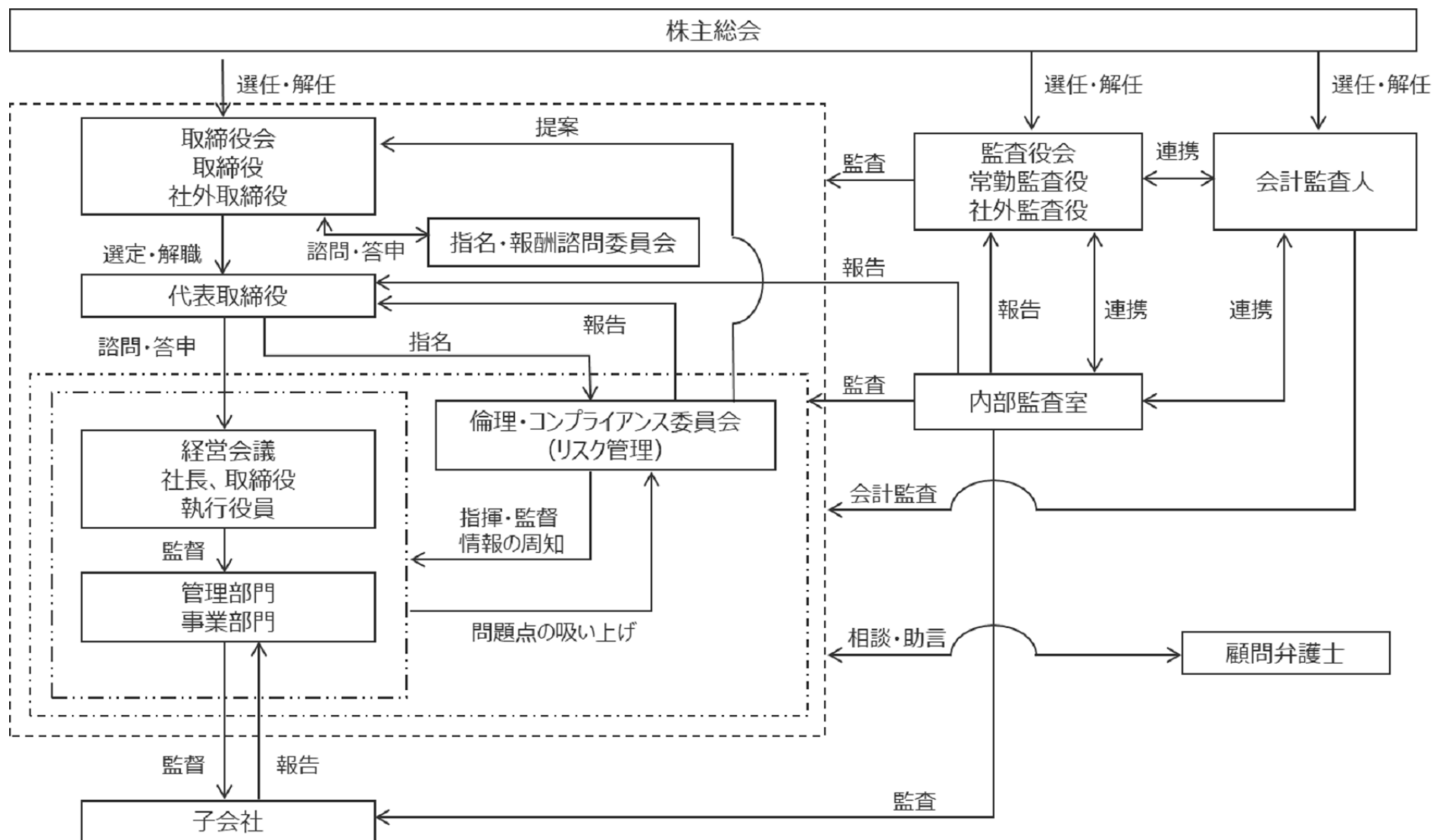
当社の経営理念は「哀悼と感動のセレモニー」であります。これは、物売りでもなく、押売りでもなく、「儀式を尊厳する形と洗練された心の追求」を忘れない姿勢で取り組むことと、デスケアを通じて社会貢献することを、事業の基本理念としております。

また、当社グループは中長期目標であります会館数260店舗体制の実現とその後の持続的な成長を目指すべく、中部地区で新規出店を継続し経営基盤の更なる強化を図るとともに、関東地区、関西地区で収益力を高める取り組みが必要であると判断しております。また、直営・フランチャイズによる中長期の出店方針に加え、「外部環境の変化に伴う課題の認識と対応方針」「内部体制の更なる強化と中長期を見据えた施策」「計画的な人材確保と教育体制の充実により強い組織集団の実現」「倫理・コンプライアンス体制の確立」を推進しなければならないと考えております。さらに企業価値を高め、株主共同の利益を確保・向上させる取り組みも必要であると判断しております。

<ガバナンス体制の概要>

- 取締役会設置会社かつ監査役会設置会社として、取締役会は社外取締役 2 名を含む 8 名で、監査役会は社外監査役 2 名を含む 3 名で構成
- 取締役会は定例的に月 1 回開催され、当社の「取締役会規程」に定められた付議事項について審議・決議するとともに、各取締役の業務執行状況の監督を行う。また、取締役会には監査役も出席し、取締役の執行業務を監督
- 決裁権限は職務権限規程で明確化し、重要な意思決定については、取締役会において決定
- その経営責任を明確にし、かつ経営環境の変化に対応できるよう取締役の任期は 1 年
- 取締役会による経営監督の実効性と意思決定の透明性を強化・向上させることを目的に、豊富な経験に基づく高い知識を有する社外取締役を選任
- それぞれの経験、職権、専門知識を活かした監査ができる社外監査役を選任することで経営の監視機能を強化
- 監査役会（社外監査役を含む）、内部監査室、会計監査人により、取締役会の意思決定及び執行役員による業務執行を多層的に監視・牽制することによって、業務の適法性・適正性を確保する体制

コーポレートガバナンス体制図（2025年12月19日更新）



サクセッションプラン（後継者計画）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」追求型の人材であること
- ② 指導者としての使命感やパッションを持ち、社長セミナーでティアイズムを伝えることが出来る人材であること
- ③ コーポレートスローガンの体現者であり、「全国制覇」を委ねられる人材であること

2.後継者候補の選抜

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

3.後継者候補確定後の体制

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

ディスクロージャーポリシー

株式会社ティア（以下「当社」という）は、株主、投資家の皆様に対し、透明性、公平性、継続性を基本に迅速な情報提供に努めます。金融商品取引法および東京証券取引所の定める適時開示規則に準拠した情報の開示に努めるほか、当社の判断により当社を理解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 I R 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 I R 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ことがあります。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。

I R 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、I R 担当取締役を専務取締役経営企画本部長が担い、I R 担当部門を経営企画室としています。I R 活動においては、I R 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 I R 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 I R 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 I R 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。I R 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。

株式会社ティア 担当 経営企画室

〒462-0841

名古屋市北区黒川本通三丁目33番地1（総合受付）

TEL : (052) 918-8254

FAX : (052) 918-8600

MAIL : ir-information@tear.co.jp

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