

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ティア

2485 東証スタンダード市場・名証プレミアム市場

企業情報はこちら >>>

2025 年 6 月 16 日 (月)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst Yuzuru Sato



FISCO Ltd.

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

ティア

2485 東証スタンダード市場・名証プレミアム市場

2025 年 6 月 16 日 (月)

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

目次

■ 要約	01
1. 2025 年 9 月期中間期の業績概要	01
2. 2025 年 9 月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画の進捗状況	02
■ 事業概要	03
1. 会社沿革と事業内容	03
2. 店舗数の推移	04
3. 顧客内訳と会員数の推移	06
4. 同社の特徴と強み	07
■ 業績動向	09
1. 2025 年 9 月期中間期の業績概要	09
2. 事業セグメント別動向	11
3. 財務状況と経営指標	13
■ 今後の見通し	14
1. 2025 年 9 月期の業績見通し	14
2. 中期経営計画の進捗状況	16
3. 中長期ビジョン	19
■ 株主還元策	20

ティア

2485 東証スタンダード市場・名証プレミアム市場

2025 年 6 月 16 日 (月)

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

要約

2025 年 9 月期業績は M&A 推進で成長率加速、さらなる上振れの余地も

ティア<2485>は、葬儀会館「ティア」を中部・関西・首都圏で直営及びFC展開している。「葬儀価格の完全開示」「適正な葬儀費用」を業界に先駆けて提唱し、「日本で一番『ありがとう』と言われる葬儀社」をスローガンに、「徹底した人財教育によるサービスの向上」を実践することで成長を続けてきた。2023 年 11 月に葬儀運営会社 2 社（（株）八光殿（大阪府）、（株）東海典礼（愛知県））をグループ化したほか、周辺領域へとサービスを拡大するなど攻めの経営に舵を切っており、トータル・ライフ・デザイン（以下、TLD）企業としてさらなる飛躍を目指している。

1. 2025 年 9 月期中間期の業績概要

2025 年 9 月期中間期（2024 年 10 月～2025 年 3 月）の連結業績は、売上高で前年同期比 26.8% 増の 11,589 百万円、経常利益で同 98.7% 増の 1,575 百万円と大幅増収増益となり、期初計画（売上高 10,890 百万円、経常利益 900 百万円）に対しても上回って着地した。葬儀件数の増加及び葬儀単価の上昇による直営店の増収に加えて、TLD 事業※の拡大並びに 2024 年 9 月期第 2 四半期から連結対象に加わったグループ会社 2 社の業績がフルで寄与した。グループ会社 2 社では 1,542 百万円の増収、285 百万円の増益要因となった。中間期末の店舗数は前期末 6 店舗増の 208 店舗となった。

※「樹木葬の販売」「宗教者紹介サービス」「相続・不動産支援サービス等」。

2. 2025 年 9 月期の業績見通し

2025 年 9 月期の連結業績は、売上高で前期比 16.8% 増の 22,000 百万円、経常利益で同 38.3% 増の 1,720 百万円を見込む。期初計画（売上高 21,340 百万円、経常利益 1,445 百万円）に対して、中間期の業績上振れ分と下期の補正予算対応分 347 百万円（追加の広告宣伝費、人件費等）を加味した計画値となっている。ただ、下期の葬儀単価前提が 873 千円と第 2 四半期の 890 千円に対して保守的な設定となっているほか、葬儀件数についても 2025 年 4 月は当初想定を上回る伸びが続いている。グループ会社 2 社とのシナジーも期待できることから、通期業績はもう一段の上振れ余地があると弊社では見ている。なお、店舗数については前期末比 20 店舗増の 222 店舗を計画している。

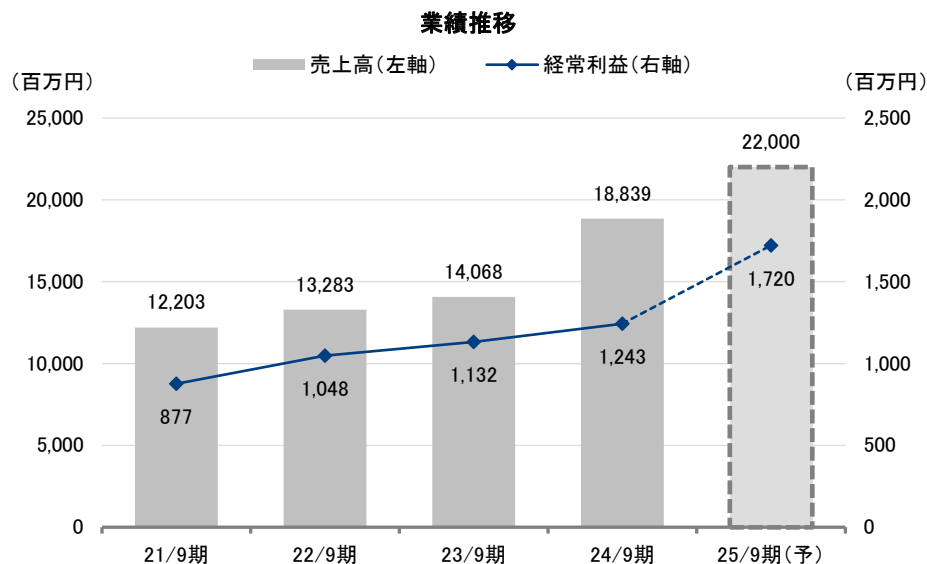
要約

3. 中期経営計画の進捗状況

2027 年 9 月期までの 3 ヶ年の中期経営計画では重点施策として、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、2) TLD 領域の拡大及びグループ間連携の強化、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、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の 4 点に取り組んでいる。各エリアで継続的に出店し、2027 年 9 月期末のグループ店舗数は前期末比 66 店舗増の 268 店舗（うち、FC は 31 店舗増の 101 店舗）を目指す。最終年度の業績目標は売上高で 22,720 百万円、経常利益で 1,650 百万円を掲げていたが、経常利益に関しては 2 期前倒しで達成する公算が大きい。今後も M&A を活用した「市場エリアの拡大」と TLD 事業の育成による「事業領域の拡大」という 2 つの成長エンジンによる収益成長が順調に進めば、業績拡大ペースも一段と加速していくものと予想される。なお、株主還元策については安定配当として 1 株当たり年間 20.0 円の配当を続けているが、2026 年 9 月期以降は業績状況も加味した配当性向基準や株主優待制度の導入などを検討する可能性がある。

Key Points

- ・ 2025 年 9 月期中間期は直営及び TLD 事業が好調、M&A 効果もあり大幅増収増益
- ・ 2025 年 9 月期は上方修正するも、葬儀件数及び葬儀単価は想定を上回る推移が続く
- ・ 重点施策の順調な進捗により次回の中期経営計画では業績目標が一段高くなる可能性



出所：決算短信よりフィスコ作成

ティア

2485 東証スタンダード市場・名証プレミアム市場

2025 年 6 月 16 日 (月)

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

事業概要

葬儀会館の運営を行う葬祭事業を主力に FC 事業、TLD 事業へと展開

1. 会社沿革と事業内容

同社は名古屋を地盤とした葬儀会館「ティア」の運営を目的に、1997 年に設立された。「日本で一番『ありがとう』と言われる葬儀社」を目指して、「葬儀価格の完全開示」「適正な葬儀費用」を業界に先駆けて提唱した。葬儀業を究極のサービス業と位置付け、「徹底した人財教育によるサービスの向上」を通じて顧客からの支持を集め、成長を続けている。

2017 年に愛知県内で湯灌サービス及びメイク納棺、生花販売業務を行う（有）愛共（現（株）ティアサービス）を子会社化し、連結決算を開始した。また、葬儀周辺サービスに事業領域の拡大を目的に 2022 年 11 月に（株）ベンリーコーポレーションが展開する生活支援サービス「Benry」に FC 加盟し、「ティアの会」会員向けの生活支援サービスや自社葬儀会館の営繕業務を名古屋市内の一部地域で開始した。2023 年 11 月には葬儀会館を運営する 2 社を子会社化し※、事業規模を拡大した。

※ 大阪府八尾市を中心に葬儀会館「八光殿」等を運営する八光殿、愛知県豊川市を中心に葬儀会館「東海典礼」等を運営する東海典礼を子会社化した。投資ファンドから全株式を 7,304 百万円（諸経費含む）で取得。のれんは 6,889 百万円で 15 年定額償却となる。

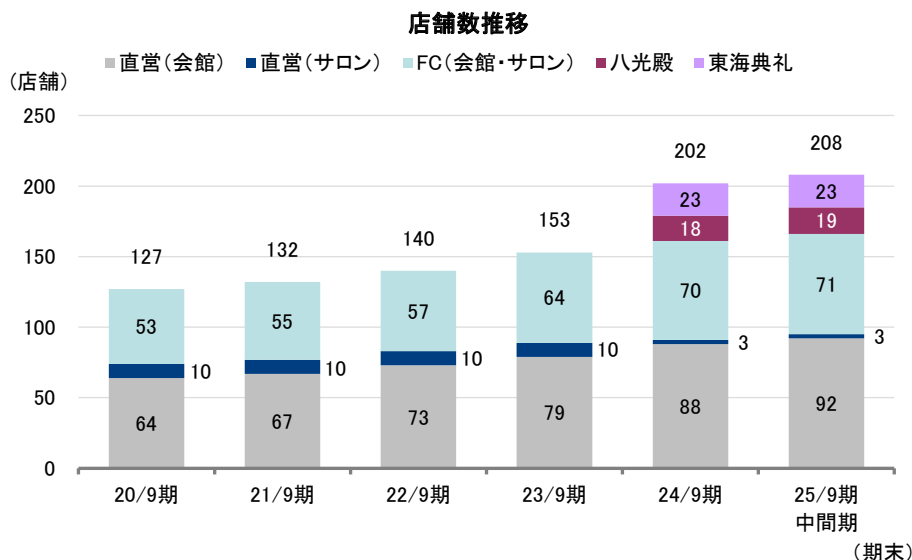
事業セグメントは、葬儀・法要の請負、葬儀施行後のアフターフォロー、葬儀会館の運営などを行う葬祭事業、FC 加盟企業向けのサービスとなる FC 事業、不動産事業や八光殿で行うリユース事業などを行うその他事業に分けて開示されている。このうち、売上高・利益ともに 9 割超を葬祭事業が占めている。FC 事業では、出店エリアの市場調査から会館企画、社員教育、経営指導、葬儀付帯品等の販売、アフターフォローに至るまでトータルサポートを提供している。売上高には、加盟時に支払う加盟金（2 百万円）のほか、出店申込金（3 百万円）やロイヤリティ収入（売上高の 3%）、物品売上、社員に対する教育サービス料などが含まれる。FC 加盟に関しては、同一商圈内に複数出店が可能な事業者であることを条件としている。以前は同業者の加盟を認めていなかったが、今後は理念に共感する同業者であれば、FC 加盟だけでなく M&A 対象としての検討も進める。

事業概要

愛知県を中心に「ティア」直営・FC 及びグループ会社店舗を含め 208 店舗を運営

2. 店舗数の推移

2025 年 9 月期中間期末の店舗数は、同社直営店 95 店舗（うち、葬儀相談サロン 3 店舗）、FC 店 71 店舗に、八光殿 19 店舗、東海典礼 23 店舗の合計 208 店舗となった。また、2025 年 4 月末時点の地域別店舗数で見ると、直営店は名古屋市内で 40 店舗、名古屋市内を除く愛知県で 32 店舗、三重県 8 店舗、大阪府 5 店舗（うち、サロン 1 店舗）、東京都 4 店舗（うち、サロン 2 店舗）、埼玉県 5 店舗、千葉県 2 店舗を展開している。また、FC 店は愛知県 22 店舗、岐阜県 20 店舗、大阪府 16 店舗、富山県 5 店舗、神奈川県 3 店舗、三重県・静岡県で各 2 店舗、和歌山県・茨城県で各 1 店舗を展開している。また、FC 加盟社数は前期末から 2 社増加し 16 社となった。



出所：決算短信よりフィスコ作成

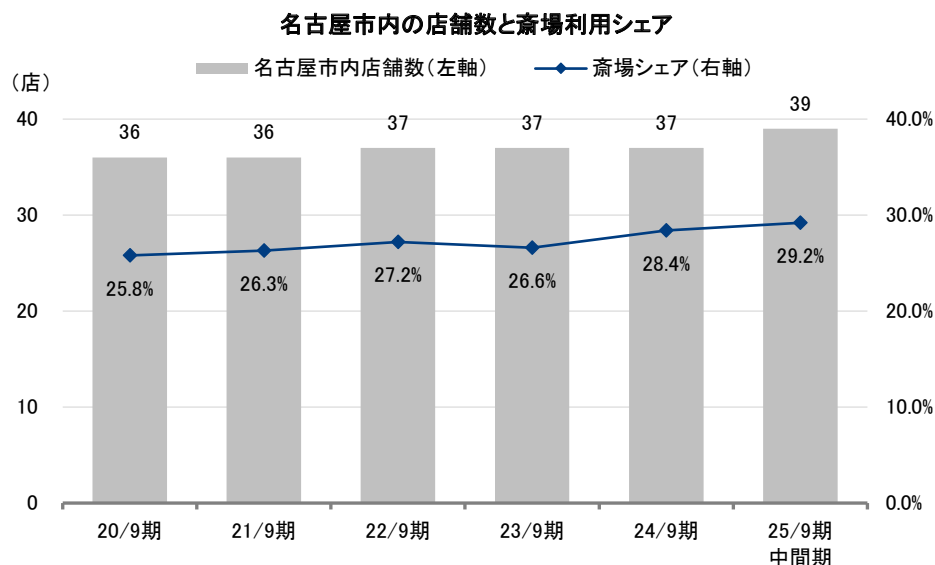
ティア | 2025 年 6 月 16 日 (月)
2485 東証スタンダード市場・名証プレミアム市場 | <https://www.tear.co.jp/company/ir/>

事業概要

2019 年 9 月期以降の出店形態は、葬儀会館よりも規模の小さい家族葬専用ホールが中心となっている。葬儀会館は敷地面積で 500 坪前後が必要であり、交通の利便性など条件に見合う立地物件の確保は容易ではない。一方、家族葬専用ホールは敷地面積が 200 坪前後と、コンビニエンスストアの跡地などにも出店可能で、候補物件を見つけやすい。また、近年は家族葬ニーズが高まっており、店舗運営の面からも家族葬ホールでの出店が効率的であると考えている。

なお、名古屋市内の斎場シェアは上昇傾向を維持しており、2025 年 9 月期中間期には 29.2% まで上昇した。2023 年 4 月より非会員向けに提供を開始した低料金プラン「ティアシンプル」(火葬式・一日葬)※の受注増加が一因となっている。同社は、全国のなかでも競争の激しい名古屋市内で確立したトップシェアのノウハウをほかの出店地域やグループ子会社に横展開し、グループシェアの拡大を目指している。

※ 火葬式セットプラン (132 千円～)、一日葬セットプラン (330 千円～)。



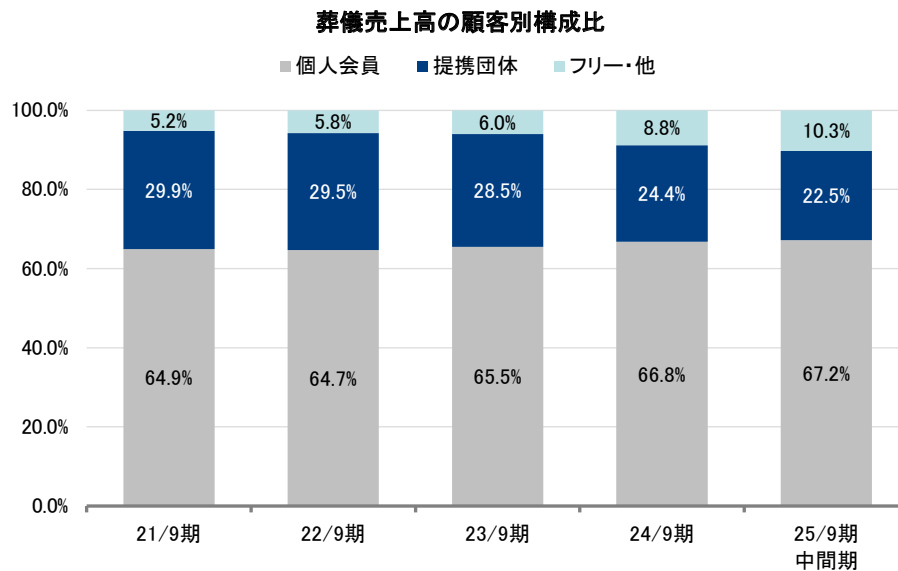
出所：会社資料よりフィスコ作成

事業概要

将来の見込み顧客となる個人会員数は年間 2 ～ 3 万人のペースで拡大

3. 顧客内訳と会員数の推移

同社は「ティアの会」の会員及び同等のサービスを受けられる提携団体（法人・各種団体）を獲得することで、売上成長につなげている。2025 年 9 月期中間期の葬儀売上高（単体）の顧客別構成比を見ると、「ティアの会」会員で 67.2%、提携団体で 22.5%、フリー・他で 10.3% となっている。売上高の約 90% を会員・提携団体向けが占めており、その重要性がうかがえる。なお、フリー客・他の構成比が 10.3% と初めて 10% 台に達したが、これは低価格ニーズを取り込むために非会員向けに提供開始した「ティアシンプル」の売上が伸びたことによるものである。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

「ティアの会」は入会金を支払うことにより、会員特別価格による葬儀、葬儀後の法要、香典返しの利用が可能となる、独自の会員システムである。提携企業 179 社、全国 239 店で特典・割引を受けられる「会員優待サービス」をはじめ、提携先の通販会社などで利用可能な「生き方応援ポイント」や「葬儀保険」など複数のサービスも受けられる。会員数は 2025 年 9 月期中間期末で 543,235 人となり、年間 2 ～ 3 万人のペースで増加を続けている。提携団体も 1,437 団体と増加基調を維持しており、今後も安定した葬儀需要が見込まれる。また、八光殿や東海典礼も同様の会員制度を導入しており、これら 2 社の会員数は 30,710 人となっている。

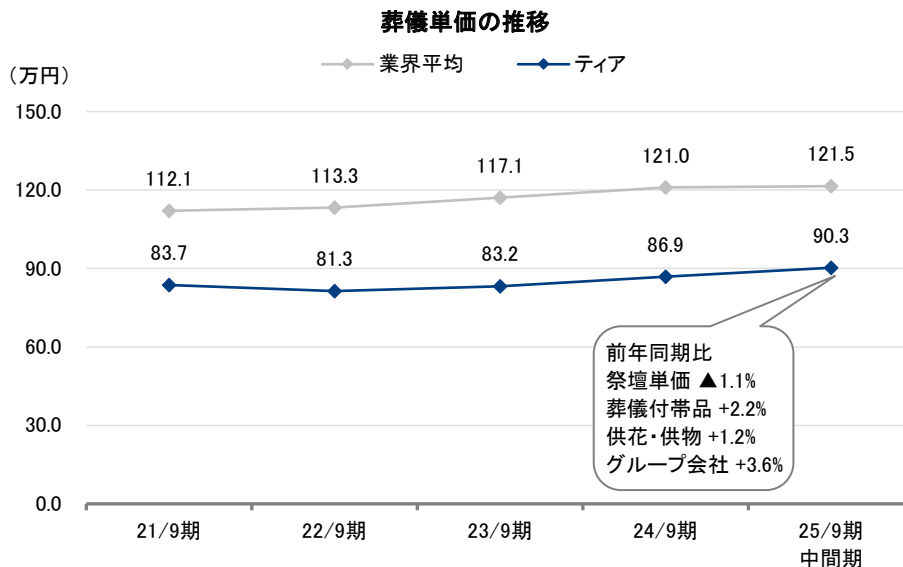
事業概要

明瞭な価格体系と独自の質の高いサービスの源泉となる人財育成システムを構築

4. 同社の特徴と強み

(1) 同社の特徴

同社の最大の特徴は、「葬儀価格の完全開示化」と「適正な葬儀費用の提示」を行い、旧来の葬儀社の慣習を打ち破り、明瞭な価格体系を構築し、葬儀費用を明確化した点にある。このため、葬儀単価については全国平均と比較すると約3割低い水準で推移している。ここ数年の傾向として、核家族化の進行や高齢者の独居率上昇など生活スタイルの変化、低価格戦略を展開する葬儀社の台頭などを背景に、「一般葬儀」から「家族葬」へのシフトが進み、葬儀単価も全体的に低下傾向が続いてきた。特に、2020年3月以降はコロナ禍を契機に、葬儀規模を縮小する動きが一段と強まり、同社のみならず業界全体の平均単価が大きく下落した。しかし、2023年夏以降はコロナ禍の収束とともに参列者数が回復傾向に転じ、物価の上昇も相まって葬儀単価も緩やかに回復基調となっている。同社の2025年9月期中間期におけるグループ直営店の平均単価は、前年同期比5.8%増の90.3万円に上昇した。平均単価の高い八光殿（103.8万円）や東海典礼（115.2万円）をグループ化した効果で3.6%押し上げたが、「ティア」直営店も同2.2%増の85.8万円と上昇傾向を維持している。単価の伸びが小幅に留まったのは、低価格プラン「ティアシンプル」の構成比が件数ベースで上昇したことが一因と見られる。



注：業界平均は経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」に基づき同社試算。ティアは直営店葬儀単価
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

出店戦略では、ドミナント出店を基本方針とし、会館同士の相互補完性を高めながら効率的な認知度向上と営業エリアの拡大を図っている。1会館当たりの商圈は直径3km、稼働率は約9割を目安としている。会館の基本フォーマットは、建坪150～200坪（平屋1階建て～2階建て）、収容人員100～150人の式場1室に会食ルーム、親族控室を併設したタイプで、最近は規模に応じて間仕切り可能な構造への改修を進めている。設備投資額は150～200百万円、投資回収期間は9～10年が目安となっている。

事業概要

ただ、最近は家族葬専用ホールの出店が主流である。基本フォーマットは建坪 60 坪（平屋 1 階建て）、収容人員 30 人規模の式場 1 室と会食ルーム、親族控室を併設したタイプで、既存ホールの商圏の隙間を埋める形で出店を進めている。設備投資額は 70 百万円、投資回収期間は 9 年を目安としている。

そのほか、2016 年 9 月期以降、東京 23 区内において式場設備を持たない葬儀相談サロンを 9 店舗展開してきたが、2024 年 9 月末時点でそのうち 7 店舗を閉鎖した。東京 23 区内では葬儀単価が全国平均を下回る水準で、火葬場に併設された貸式場が多く、地価や賃料も高いことから、同社は貸式場を活用してサロン形式で出店してきた。しかし、ここ数年で民営火葬場の利用料が高騰するなどの市場がやや混乱しており、費用対効果の面からも戦略の見直しが必要となった。当面は 2023 年に家族葬ホールで出店した青梅市を中心に、郊外でのドミナント出店を進めていく。

(2) 同社の強み

同社の強みは、独自の人財教育システム「ティアアカデミー」にある。「ティアアカデミー」では、新卒入社の新人社員に対して入社後 6 ヶ月間にわたり社会人としての基礎研修、セレモニーディレクターとしての実務教育※、さらに徳育的観点から「命」や「心」に関する教育を行っている。現場配属後も OJT に加えて、3 ヶ月に 1 度の社長セミナーを実施し、「究極のサービス業」という認識を深め、「ご遺族に対して最高のおもてなし」により「感動」を与えられる人財を育成している。

※ 葬儀の依頼を受ける際の「打ち合わせ」、通夜・葬儀の際の会場設営、ロールプレイング、OJT による施行立会い。

また、葬儀の専門人財「マスターセレモニーディレクター」の育成プログラムや、社員のスキルに応じた最適な人財配置を行うため等級別に 7 段階で評価する社内検定試験「ティア検定」を導入している。さらに、会館運営や経営を担う次世代リーダーを育成するための研修も整備している。こうした人財教育システムは、同社の競争力を支える質の高いサービスの源泉となっている。なお、人財育成体制を支える施設として、教育専用施設「ティア・ヒューマンリソース・センター」を本社隣接地に設置し、短期間で多数の人財を育成する体制を整えた。これにより、新規出店への対応力を高めるとともに、葬儀業に対する理解を深めることで、社員の定着率の向上にもつながっている。

人財教育



出所：決算説明会資料より掲載

ティア

2485 東証スタンダード市場・名証プレミアム市場

2025 年 6 月 16 日 (月)

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

業績動向

2025 年 9 月期中間期は直営及び TLD 事業が好調、M&A 効果もあり大幅増収増益

1. 2025 年 9 月期中間期の業績概要

2025 年 9 月期中間期の連結業績は、売上高で前年同期比 26.8% 増の 11,589 百万円、営業利益で同 64.1% 増の 1,568 百万円、経常利益で同 98.7% 増の 1,575 百万円、親会社株主に帰属する中間純利益で同 95.8% 増の 1,017 百万円となった。売上高は 4 期連続の増収、営業利益は 2 期連続の増益、経常利益・親会社株主に帰属する中間純利益は 3 期ぶりの増益となり、過去最高業績を大幅に更新した。直営既存店の増収や新店稼働効果に加え、TLD 事業の拡大、2024 年 9 月期第 2 四半期より連結対象に加わったグループ会社 2 社の業績が通年寄与したことが要因だ。会社計画比でも直営及び TLD 事業が想定を上回る増収となったこと、直営店の売上総利益率の改善、経費が想定を下回ったことにより、売上高で 699 百万円、経常利益で 675 百万円の上振れとなった。このうち、グループ子会社 2 社の業績は、東海典禮がグループシナジーにより好調に推移したことにより、売上高で 87 百万円、経常利益で 27 百万円の増額要因となった。

2025 年 9 月期中間期業績（連結）

(単位：百万円)

	24/9 期中間期		期初計画	25/9 期中間期			
	実績	売上比		実績	売上比	前年同期比	計画比
売上高	9,142	-	10,890	11,589	-	26.8%	6.4%
売上原価	5,283	57.8%	6,669	6,892	59.5%	30.5%	3.3%
販管費	2,903	31.8%	3,261	3,128	27.0%	7.8%	-4.1%
営業利益	956	10.5%	960	1,568	13.5%	64.1%	63.4%
経常利益	793	8.7%	900	1,575	13.6%	98.7%	75.0%
親会社株主に帰属する 中間純利益	519	5.7%	525	1,017	8.8%	95.8%	93.8%
EBITDA ※ 1	1,466	16.0%	1,622	2,289	19.8%	56.1%	41.1%
期末会館数 (店)	201		211	208		7	-3
葬儀件数 (件) ※ 2	9,077		10,422	10,688		17.7%	2.6%
葬儀単価 (千円) ※ 2	854		874	903		5.8%	3.3%

※ 1：EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

※ 2：FC 店除く。

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

新規出店状況を見ると、「ティア」直営店は名古屋市内に 2 店舗、愛知県に 1 店舗、埼玉県に 1 店舗、「八光殿」が大阪府に 1 店舗それぞれ出店した。FC 店は愛知県・富山県・神奈川県で各 1 店舗を出店した一方、大阪府・愛知県で各 1 店舗が閉店し、グループ店舗数は前年同期比 7 店舗増の 208 店舗となった。「ティア」直営店は同 1 店舗増の 95 店舗となったが、2024 年 9 月期下期にサロンを 7 店舗閉店しており、会館単体では 8 店舗増の 92 店舗となった。葬儀件数は「ティア」直営店で同 6.5% 増の 8,587 件（計画比 4.1% 増）となり、グループ 2 社の葬儀件数と合わせた直営店合計では同 17.7% 増の 10,688 件（計画比 2.6% 増）となった。国内全体の葬儀件数も死亡件数の増加を背景に堅調に推移したと見られるが、新規出店や M&A 効果もあって業績は高い伸び率となった。

売上高の前年同期比増減要因を見ると、「ティア」直営既存店の増収で 227 百万円（件数増加で 243 百万円、葬儀単価の上昇で 182 百万円の増収、その他売上高の計上方法変更（TLD 事業にて計上）により 197 百万円の減収）、新店の増収で 259 百万円、TLD 事業（樹木葬の販売、宗教者紹介サービス、相続・不動産支援サービス等）の増収で 527 百万円、FC 事業の減収で 6 百万円、M&A 効果で 1,542 百万円、その他の減収で 104 百万円となり、合計で 2,446 百万円の増収となった。TLD 事業の売上高は 611 百万円で、このうち相続・不動産支援サービスが前年同期比 5.4 倍の 335 百万円、宗教者紹介サービスが同 96.5% 増の 170 百万円となった。

経常利益の前年同期比増減要因を見ると、直営の増収効果で 393 百万円、前年同期に計上した M&A に係る費用（デューデリジェンスに伴う支払手数料、M&A 資金の組成費用）がなくなったことにより、販管費で 162 百万円、営業外収支で 137 百万円の増益要因となった。さらに、グループ子会社 2 社で 285 百万円の増益となり、直営店の売上原価増 95 百万円、のれん償却額の増加 100 百万円を吸収し、合計で 782 百万円の増益となった。また、本来の収益力を示す EBITDA で見れば、直営の増収により 393 百万円、直営の販管費減少で 162 百万円、直営の減価償却費減少で 34 百万円、グループ子会社 2 社で 327 百万円の増益要因となり、直営における売上原価の増加 95 百万円を吸収し、合計で 822 百万円の増益となっている。

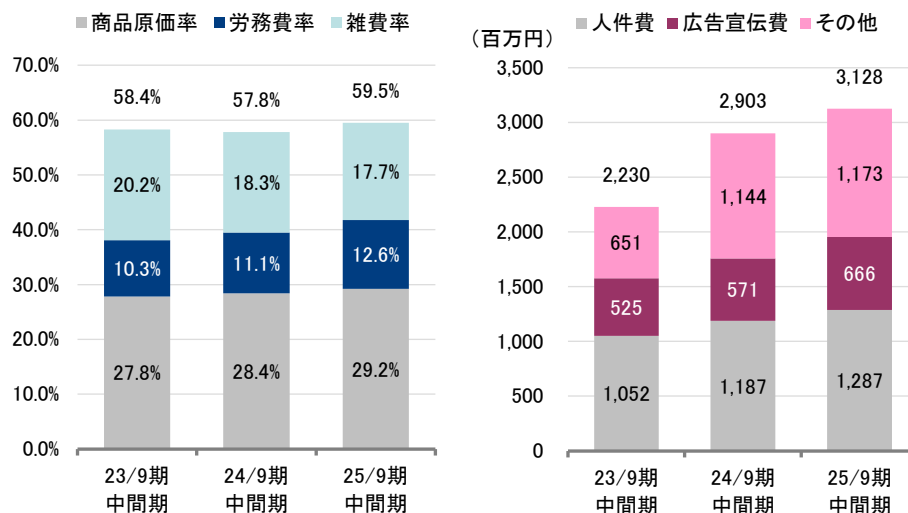
売上原価率は前年同期の 57.8% から 59.5%（期初計画は 61.2%）と 1.7 ポイント上昇した。同社及びティアサービスについては、葬儀件数の増加による繁忙状況に対応するための外注費増加と人事制度改定に伴う労務費率の上昇により同 1.1 ポイント上昇したことに加えて、グループ 2 社の通期計上が上昇要因となった。売上原価率は同社が最も低く、次いで東海典礼、八光殿の順である。労務費率は 3 社とも同水準だが、商品原価率で差が出ているようだ。八光殿は商品をすべて外注しているためコスト高になっていると考えられる。東海典礼は同社と同様に生花を内製化しており、八光殿より低い水準となっている。同社はボリューム効果もあり最も低い水準となっている。今後はグループ 2 社の商品調達を同社に合わせることで、商品原価率を改善する方針である。八光殿の外注先の切り替えは、今後 3 期程度かけて段階的に実施することになりそうだ。

販管費は前年同期比 224 百万円増加の 3,128 百万円となり、販管費率では同 4.8 ポイント低下の 27.0% となった。主な増加要因としては人件費で 100 百万円、広告宣伝費で 95 百万円、のれん償却額で 100 百万円、減少要因としては M&A に関連した一時費用 162 百万円が挙げられる。グループ会社 2 社の販管費は合計で 387 百万円増加した。期初計画比で見ると広告宣伝費、人件費が想定を下回ったことで 133 百万円の減額となった。

ティア | 2025 年 6 月 16 日 (月)
2485 東証スタンダード市場・名証プレミア市場 | <https://www.tear.co.jp/company/ir/>

業績動向

売上原価率・販管費の内訳



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

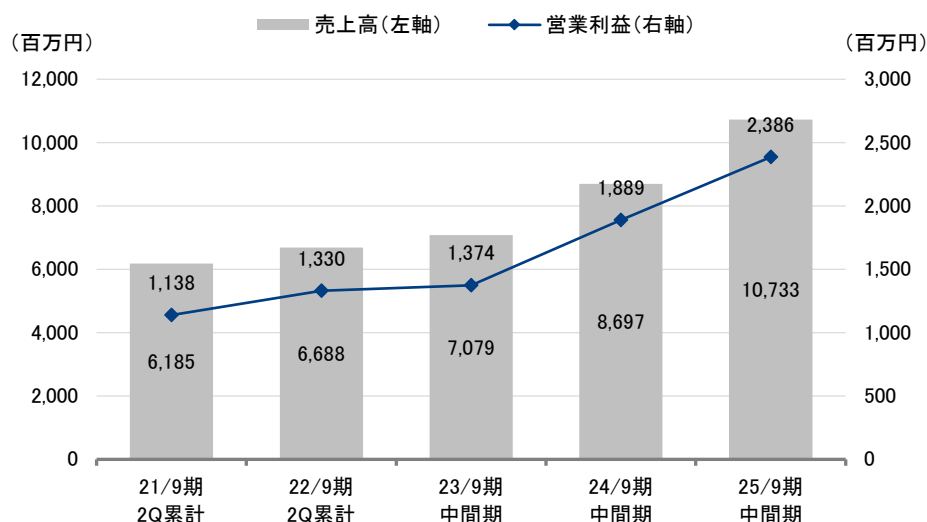
葬祭事業は M&A 効果により過去最高を大幅更新

2. 事業セグメント別動向

(1) 葬祭事業

葬祭事業の売上高は前年同期比 23.4% 増の 10,733 百万円、営業利益は同 26.3% 増の 2,386 百万円となり、過去最高を大幅に更新した。前述のとおり「ティア」直営店が葬儀件数の増加や葬儀単価の上昇により順調に拡大したことに加え、八光殿と東海典礼の業績がフル寄与したことが主因だ。

葬祭事業



出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ティア

2485 東証スタンダード市場・名証プレミアム市場

2025 年 6 月 16 日 (月)

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

業績動向

「ティア」直営店の葬儀件数は既存店の伸びに加え、2024 年 9 月期下期以降に出店した新店効果もあり、前年同期比 6.5% 増の 8,587 件となった。葬儀単価は同 2.2% 上昇の 858 千円となり、葬儀売上高は約 9% の増収となった。地域別葬儀件数の前年同期比の伸び率を見ると、名古屋市内が 7.5% 増、愛知県（名古屋を除く）が 9.3% 増、大阪府が 0.2% 増となった一方、首都圏が 6.9% 減と唯一落ち込んだ。首都圏の減少は、前期末に都内のサロン 7 店舗を閉店した影響によるもので、それ以外の店舗については堅調に推移したと見られる。

八光殿及び関連ブランドの葬儀件数は前年同期比 98.9% 増の 1,219 件、葬儀単価は同 5.1% 上昇の 1,038 千円となった。東海典礼及び関連ブランドの葬儀件数は同 121.1% 増の 882 件、葬儀単価は同 22.6% 増の 1,152 千円となり、いずれも計画を上回った。東海典礼は、前期に豊橋市エリアの店舗を「ティア」ブランドに切り替え、同社のマーケティング施策に上手く乗れたようで、豊橋市内での同社の市場シェアも拡大した。葬儀単価の上昇については、同社が行っている葬儀プランナーによる提案営業を取り入れた効果と見られる。これは、遺族と葬儀打ち合わせの際に、葬儀プランナーが顧客ニーズに応じて最適な葬儀プランを提案する取り組みであり、顧客満足度の向上と葬儀単価を同時に引き上げる効果がある。八光殿でも 2025 年 3 月より同様の取り組みを開始しており、今後その効果が出てくるものと期待される。

(2) FC 事業

FC 事業の売上高は前年同期比 2.2% 減の 287 百万円、営業利益は同 7.3% 減の 44 百万円と減収減益に転じた。FC 店舗が前年同期から 4 店舗増加の 71 店舗となりロイヤリティ売上は増加したものの、前年同期に開設した FC 店舗向けの物品販売が反動減となり、減収減益要因となった。なお、FC 店舗の葬儀件数は前年同期比 9.5% 増の 3,614 件となった。

(3) その他

その他の事業は、不動産事業とリユース事業等で構成され、売上高は 568 百万円、営業利益は 34 百万円となった。

不動産事業は、遺族からの不動産の相続や売却に関する相談ニーズに対応するため、2024 年 2 月より開始した事業で、不動産の買取・販売を行っている。これまで同社は不動産事業者を紹介するに留まっていたが、遺産相続において不動産の売却を検討する遺族は多く、自社での対応に切り替え、ワンストップでのサービス提供が可能となった。相続・不動産関連事業の売上高は前年同期比 5.4 倍増の 335 百万円となり、ニーズの高まりにより順調に推移した。

一方、八光殿が展開するリユース事業は、中古品の買取専門店「リサイクルマート」を 2 店舗運営するほか、2024 年 7 月に買取専門店「かんてい局 じゃんぼスクエア香芝店」を開業した。同店舗で買い取った商品は、EC サイトを通じて一般向けに販売するほか、専門事業者へも販売している。また、葬儀との親和性を高める取り組みとして、遺産整理・買取サービスも手掛けている。リユース事業における買取総額のうち、買取金額の約 1 割が遺品整理・買取サービスが占めていると見られる。

収益拡大により財務体質も改善傾向に

3. 財務状況と経営指標

2025 年 9 月期中間期末の財務状況を見ると、資産合計は前期末比 869 百万円増加の 28,196 百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金が 921 百万円増加し、固定資産ではのれん及び顧客関連資産が 240 百万円減少した。

負債合計は前期末比 77 百万円増加の 19,217 百万円となった。有利子負債が 65 百万円減少した一方で、未払法人税等が 209 百万円増加した。純資産合計は前期末比 792 百万円増加の 8,978 百万円となった。主に親会社株主に帰属する中間純利益 1,017 百万円の計上と剰余金の配当 225 百万円による。

経営指標を見ると、自己資本比率が前期末比 1.8 ポイント上昇の 31.8%、有利子負債比率が同 13.6 ポイント低下の 131.9% となり、ネットキャッシュ（現金及び預金－有利子負債）も 986 百万円改善するなど、収益の拡大によって財務体質も改善方向に転じたと言える。同社は前期に実施した M&A の資金を金融機関からの借入金で賄ったため、一時的に財務体質は悪化したが、今後はグループシナジーの創出による収益拡大によって財務内容も良化していくものと弊社では見ている。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	22/9 期	23/9 期	24/9 期	25/9 期中間期	増減
流動資産	3,839	3,887	5,740	6,844	1,103
（現金及び預金）	3,080	2,941	4,293	5,214	921
固定資産	10,327	11,489	21,585	21,351	-233
（のれん・顧客関連資産）	-	-	6,865	6,625	-240
資産合計	14,166	15,376	27,326	28,196	869
流動負債	4,250	4,740	5,880	6,276	396
固定負債	2,415	2,756	13,260	12,940	-319
負債合計	6,665	7,496	19,140	19,217	77
（有利子負債）	2,008	2,490	11,906	11,841	-65
純資産合計	7,501	7,879	8,186	8,978	792
<安全性>					
自己資本比率	52.9%	51.2%	30.0%	31.8%	1.8pp
有利子負債比率	26.8%	31.6%	145.5%	131.9%	-13.6pp
ネットキャッシュ	1,072	451	-7,613	-6,627	986

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2025 年 9 月期は上方修正するも、 葬儀件数及び葬儀単価は想定を上回る推移が続く

1. 2025 年 9 月期の業績見通し

2025 年 9 月期の連結業績は売上高で前期比 16.8% 増の 22,000 百万円、営業利益で同 23.1% 増の 1,770 百万円、経常利益で同 38.3% 増の 1,720 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 43.5% 増の 1,080 百万円と、期初計画から上方修正された。これは、中間期の業績上振れ分に加え、下期に想定される補正予算対応分（347 百万円の追加費用）を織り込んだ数値である。下期の葬儀件数や葬儀単価の前提は期初計画を据え置いているが、2025 年 4 月実績においても葬儀件数及び葬儀単価は想定を上回る推移が続いており、下期も計画を上振れする公算が大きい。加えて、グループ 2 社とのシナジーも期待されるため、外部環境に大きな変化がなければ、通期業績について再度の上方修正となる可能性が高いと弊社では見ている。

2025 年 9 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	24/9 期		25/9 期			
	実績	売上比	期初計画	修正計画	売上比	前期比
売上高	18,839	-	21,340	22,000	-	16.8%
営業利益	1,438	7.6%	1,555	1,770	8.0%	23.1%
経常利益	1,243	6.6%	1,445	1,720	7.8%	38.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	752	4.0%	785	1,080	4.9%	43.5%
EBITDA	2,653	14.1%	2,895	3,170	14.1%	19.5%
1 株当たり当期純利益 (円)	33.44		34.88	47.99		

●前提条件

	24/9 期		25/9 期			
	実績	期初計画	修正計画	前期比	期初計画比	
グループ店舗数 (FC 含む)	202	222	222	20	-	
ティア直営	91	96	96	5	-	
八光殿	18	21	21	3	-	
東海典礼	23	25	25	2	-	
FC	70	80	80	10	-	
グループ葬儀件数 (件)	18,314	20,342	20,568	12.3%	1.1%	
ティア直営	15,424	16,125	16,422	6.5%	1.8%	
八光殿	1,714	2,572	2,468	44.0%	-4.0%	
東海典礼	1,176	1,645	1,678	42.7%	2.0%	
グループ葬儀単価 (千円)	869	873	888	2.2%	1.7%	
ティア直営	846	847	854	0.9%	0.7%	
八光殿	1,006	976	1,009	0.3%	3.4%	
東海典礼	960	968	1,045	8.8%	8.0%	

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の見通し

2025 年 9 月期の出店計画は、前期比 20 店舗増の 222 店舗を計画している。「ティア」直営店が 5 店舗、八光殿が 3 店舗、東海典礼が 2 店舗のほか、FC 店が 10 店舗である。このうち、「ティア」直営店は既に 5 店舗が出店済みで、八光殿についても 2 店舗目の着工を進めており、計画どおりの出店が見込まれる。FC 店舗については FC オーナーの意向もあるため流動的だが、現在の進捗状況からすると未達となる可能性が高い。なお、2024 年 10 月には東海典礼が蒲郡市に出店していた「家族の新しいお葬式」4 店舗を「ティア」にリブランディングした。豊橋市と同様に蒲郡市も進出して間もないエリアであり、ブランド力のある「ティア」へ変更する方が営業効率の向上と葬儀件数の増加につながると判断したためである。

通期の業績予想の前提となる葬儀件数は、「ティア」直営店で前期比 6.5% 増の 16,422 件、葬儀単価で同 0.9% 上昇の 854 千円を見込む。これにグループ会社 2 社の通年寄与によって 4,146 件が加わり、グループ全体の葬儀件数は同 12.3% 増の 20,568 件、葬儀単価は同 2.2% 上昇の 888 千円となる。この前提を基にした売上高の増減要因を見ると、「ティア」直営店の増収で 777 百万円、TLD 事業の増収で 764 百万円、グループ 2 社の通年寄与で 1,784 百万円の増収要因となり、合計で前期比 3,160 百万円の増収となる。

経常利益では、「ティア」直営店における売上総利益の増加で 370 百万円、その他増益で 45 百万円、グループ 2 社の通年寄与で 269 百万円の増益となり、直営店の販管費増加 51 百万円、のれん償却額の増加 157 百万円を吸収し、合計で 476 百万円の増益を計画している。

売上原価率は前期比 1.7 ポイント上昇の 62.2% を見込んでいる。人事制度の改定に伴い、従来は販管費で計上していた人件費の一部を労務費で計上することで労務費率が 1.3 ポイント上昇するほか、グループ 2 社の通年稼働によって商品原価率が同 0.6 ポイント上昇する想定となっている。一方、販管費率は同 2.1 ポイント低下の 29.8% となる見通しである。広告宣伝費率が 0.3 ポイント上昇するものの、人件費率が 0.5 ポイント、その他経費率が 1.9 ポイントそれぞれ低下する見通しである。

なお、下期の補正予算として 347 百万円の費用追加を計画している。内訳は、広告宣伝費（TVCM、Web 広告、折込広告等の追加）で 149 百万円、労務費・人件費の増加（中途採用の強化、派遣社員の一部正社員化）で 71 百万円、既存会館の修繕で 65 百万円、支払手数料（新規事業のコンサルティング費用、基幹システムの改修サポート費用）で 30 百万円、既存会館の改修（遺体安置施設の増設を含む 2 店舗の改修）で 13 百万円、その他の設備更新で 16 百万円である。

重点施策の順調な進捗により 次回の中期経営計画では業績目標が一段高くなる可能性

2. 中期経営計画の進捗状況

(1) 中期経営計画の概要と数値目標

2024 年 11 月に公表した中期経営計画(2025 年 9 月期～2027 年 9 月期)では、「新生ティアグループ」のスローガンの下、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、2) TLD 領域の拡大及びグループ間連携の強化、3) 計画に則した人材確保・育成とエンゲージメントの向上、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の 4 点に取り組んでいる。

最終年度となる 2027 年 9 月期の業績目標は、売上高 22,720 百万円、営業利益 1,760 百万円、経常利益 1,650 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益 920 百万円としている。グループ店舗数は 268 店舗(FC 店 101 店舗)と 3 期で 66 店舗の増加(うち、FC 店舗は 31 店舗増)を見込む。業績計画は、2025 年 9 月期の業績予想をベースに、2 期目以降の売上高は既存店売上を横ばいとしつつも、新店稼働による増収を見込んでいる。経費についても 2 期目以降の既存店は横ばいを前提とし、新店稼働に伴う人件費・経費・広告宣伝費の増加を織り込んだ内容となっている。

ただし、既述のとおり 2025 年 9 月期は業績見通しの上方修正を発表しており、利益面では目標を 2 期前倒しで達成するペースで進捗している。今後も M&A を活用した「市場エリアの拡大」と TLD 事業の育成による「事業領域の拡大」という 2 つの成長エンジンによる収益成長が順調に進めば、業績拡大ペースも一段と加速していくものと予想される。今回は中期経営計画の見直しを行わなかったが、これは下期の動向がまだ不透明だったためである。同社は 2025 年 9 月期の業績を見極めたうえで中期経営計画をローリングする方針であり、2027 年 9 月期の目標値は今回の発表値よりも一段と高くなる可能性が高いと弊社では見ている。さらに、2024 年 9 月期に実施した 2 件の M&A において、同社はシナジー創出に一定の手応えを得ており、今後は M&A を成長戦略の 1 つとして積極的に推進するものと予想される。

ティア | 2025 年 6 月 16 日 (月)
2485 東証スタンダード市場・名証プレミアム市場 | <https://www.tear.co.jp/company/ir/>

今後の見通し

中期経営計画

(単位：百万円)

	24/9 期 実績	25/9 期		26/9 期 当初計画	27/9 期 当初計画
		当初計画	修正計画		
売上高	18,839	21,340	22,000	21,870	22,720
前期比	33.9%	13.3%	16.8%	2.5%	3.9%
営業利益	1,438	1,555	1,770	1,635	1,760
前期比	26.7%	8.1%	23.1%	5.1%	7.6%
経常利益	1,243	1,445	1,720	1,525	1,650
前期比	9.8%	16.2%	38.3%	5.5%	8.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	752	785	1,080	840	920
前期比	-4.7%	4.3%	43.5%	7.0%	9.5%
EBITDA	2,653	2,895	3,170	2,985	3,180
前期比	50.7%	9.1%	19.5%	3.1%	6.5%
葬儀件数	18,314	20,342	20,568	20,954	21,854
前期比	26.8%	11.1%	12.3%	3.0%	4.3%
葬儀単価 (千円)	869	873	888	872	869
前期比	4.5%	0.5%	2.2%	-0.1%	-0.3%
期末店舗数	202	222	222	244	268
内、グループ	132	142	142	154	167
内、FC 店	70	80	80	90	101
設備投資 (百万円)	1,205	1,079	1,300	1,238	1,398
新卒採用計画 (人)	24	35	35	35	35

注：葬儀件数、葬儀単価は FC を除いた数値

出所：中期経営計画発表資料、決算説明会資料よりフィスコ作成

なお八光殿、東海典礼とはグループ化によるシナジーの最大化を実現するため、隔週で担当メンバーがミーティングを実施し、各テーマの施策の検証及びブラッシュアップを行っている。具体的な成果としては、「ティア」店舗のリブランディングによる葬儀件数の増加が成功例として挙げられ、今後も各種テーマでシナジーを創出していく。また、東海典礼が手掛ける生花を愛知県下の「ティア」店舗に納品する取り組みは開始済であるが、霊柩車など車両の相互活用についてはリソースの問題もあり、開始時期が少し遅れる見通しだ。物流に関しては、東海地区における物流効率の向上を目的に、ティア・ロジスティック・センターの 2 拠点目を 2025 年 9 月までに東海典礼が展開するエリアに開設する予定である。将来的には関西地区にも物流拠点を構築し、グループ全体で物流体制の強化を進める方針である。

PMI 推進体制について

コーポレート PMI	検討内容	ブランド PMI	検討内容
ガバナンス体制構築	・意思決定機能の透明化、明確化 ・予算統制、マネジメント体制構築	中長期出店方針	・グループによる出店方針決定
内部統制システム構築	・内部統制システムの運用、モニタリング	ブランドの棲み分け	・既存エリアにおけるブランド展開 ・重複エリアのブランド統合
HR の最適化	・労働環境の把握、最適化 ・採用機能強化、教育体制の補完	オフライン・マーケティング	・営業促進ツール統合
IT 統制の構築	・IT 統制環境の整備とモニタリング	オンライン・マーケティング	・グループによる WEB 対策
決算対応	・月次決算、四半期開示対応	業務オペレーション	・葬儀付帯業務オペレーションの統合
		商品・物流	・グループ間取引、パートナー企業の最適化、商流の最適化

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

(2) 重点施策

a) 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

出店計画については、東海・関西・首都圏エリアにおいてドミナント戦略により継続的な出店を行い、地域内でのシェア拡大を図る。出店ペースは、同社が年間 5～6 店、八光殿が 3～4 店、東海典礼が 2～4 店を予定しており、子会社 2 社についてもエリアによって「ティア」ブランドでの出店も行う。同社は当面首都圏の出店ペースを抑え、東海エリアのシェア拡大に注力する。関西圏では、八光殿が主体となって出店を進める。

FC 展開については、年間 10 店舗ペースで出店する計画である。既存オーナーによる出店に加え、競合他社を含む新規加盟の問い合わせが増加していることから、本部体制を強化しつつ出店エリアの拡大を進める。

また、多様化するニーズに対応したマルチブランドによる営業戦略を継続する。社葬や大規模葬に対応する「ティア PREMIUM」、家族葬・直葬・民生葬・福祉葬を対象とする「ティア」、一日葬・火葬式では「ティア シンプル」と、大きく 3 ブランドで展開する。「ティアシンプル」については、2024 年 4 月より東海典礼の「ティア」会館で、同年 6 月には関西エリア（直営及び八光殿）での取り扱いを開始した。これにより、会員以外の葬儀ニーズも取り込んでいく方針である。

b) TLD 領域の拡大及びグループ間連携の強化

同社は、「ティアの会」会員や提携団体の顧客に対する LTV（ライフタイムバリュー）の最大化を図るため、未来開発事業本部において TLD 領域の新規事業の開発を積極的に進めている。同本部に配属された 25 名のアウトバウンドコールチームが顧客に対して各種サービスの提案活動を行い、その成果を踏まえた形だ。2025 年 9 月期より新たに新規サービスとして、介護付き有料老人ホーム紹介サービス※¹、高齢者等終身サポートサービス※²、空き家活用サポートサービス※³を開始した。今後も顧客（故人やその遺族）のライフステージに合わせて、生前準備・葬儀・葬儀後に至る各段階で関連するサービスを提供することで LTV の最大化を図る。

※¹ 老人ホーム紹介サービスを手掛ける会社に FC 加盟し、「ティアの会」会員向けに入居案内を行うとともに、医療機関や居宅介護支援事業所に法人営業を実施する。契約期間に応じて売上を計上するため、収益への貢献は限定的であるが、「ティアの会」と同様に顧客との事前関係を構築する役割を担う。

※² 病院への入院や介護施設等への入所の際の手続き支援、日用品の買い物など日常生活の支援、葬儀や死後の財産処分などの死後事務を、家族や親族に代わり支援するサービス。収益への貢献は介護付き有料老人ホーム紹介サービスと同様に限定的であるが、顧客との事前関係を構築する役割を担う。

※³ オーナーに変わって空き家を借上げ、同社が運用代行するサービス。

c) 計画に則した人材確保・育成とエンゲージメントの向上

人財戦略については、人財の確保と育成、働く環境の整備を重点項目と位置付けて、取り組みを推進していく。人財確保については、多様化する採用環境に対応した施策を積極的に推進し、「ティアアカデミー」の教育カリキュラムを八光殿や東海典礼に展開することで、グループとしての営業力の底上げを図る。また、新卒採用については、同社が年間 20 名、八光殿が同 10 名、東海典礼が同 5 名の合計 35 名のペースで採用を続ける計画だ。

d) 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

ブランド戦略として、同社は八光殿及び東海典礼に対し、PMI（M&A 後の統合プロセス）を推進するほか、グループとして資本市場から適正に評価されるよう、積極的な PR・IR 活動を継続する方針である。また、顧客との接点となるアプリの開発も進めている。

今後の見通し

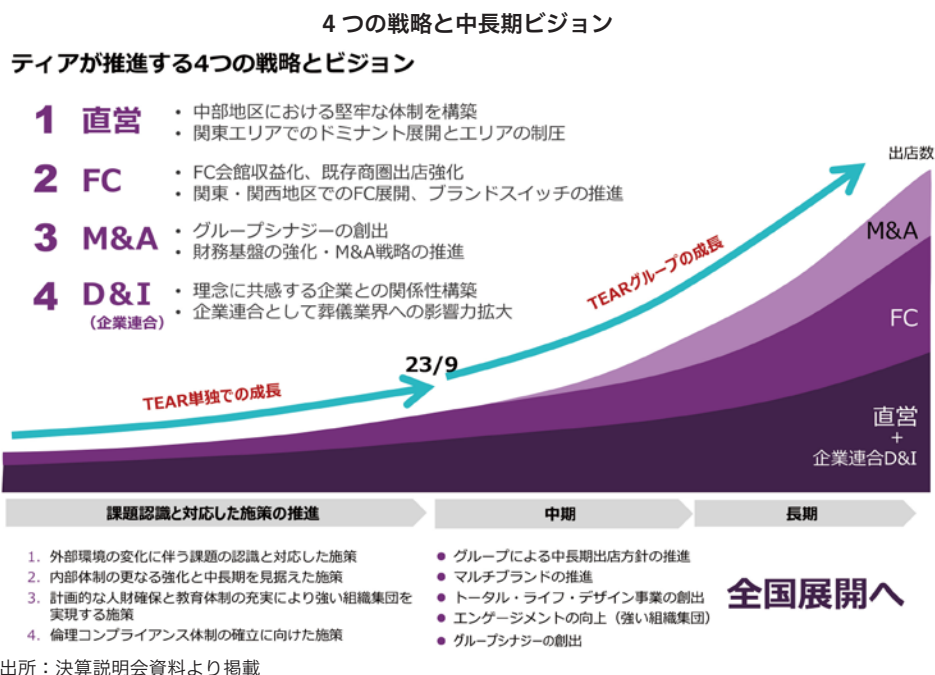
M&A 戦略については、業界での競争激化が続き大手企業の寡占化が進むなかで、同社においても成長戦略の1つとして M&A や FC 展開を積極推進する考えである。今回の八光殿及び東海典礼の PMI が順調に進めば、その経験を糧にさらなる M&A を推進するものと思われる。

2 件の M&A を機に中長期ビジョンを見直し、新たに 4 つの戦略とビジョンを示す

3. 中長期ビジョン

同社は、長期的な目標として全国展開を掲げている。現時点での全国シェアは店舗数ベースで約 2% と限定的だが、地盤である名古屋市内では約 29% とトップシェアを確立しており、現在も拡大傾向にある。この成功モデルをもとに、M&A や FC 展開を通じて、全国展開を推進する方針である。

2023 年 9 月期までは同社単体での事業展開に留まり、成長率は 1 ケタ台となっていたことから、安定成長企業とのイメージがあった。しかし、2024 年 9 月期に実施した 2 社の M&A を機に成長戦略を見直し、「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」）、「FC」（「FC 会館収益化、既存商圏出店強化」「関東・関西地区での FC 展開、ブランドスイッチの推進」）、「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」）、「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」）の 4 つの戦略を示した。これらの戦略の実行により、同社の成長率や事業規模にどのような影響が及ぶかが今後の焦点となる。



ティア

2025 年 6 月 16 日 (月)

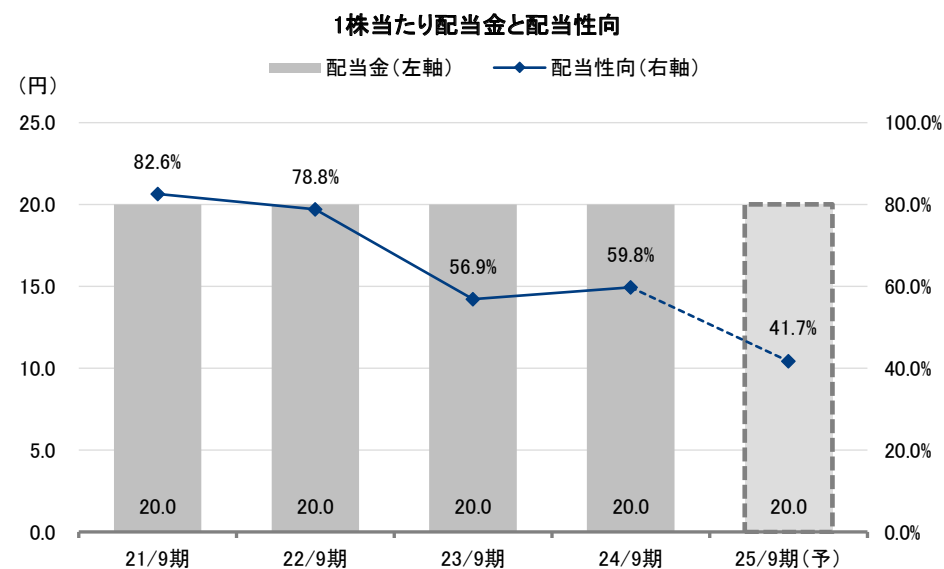
2485 東証スタンダード市場・名証プレミア市場

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

株主還元策

順調な収益環境が継続すれば、 2026 年 9 月期以降に株主還元の拡充を検討

同社は株主還元方針として、安定配当を基本としつつ、財務状況や資金需要を踏まえたうえで、業績が好調となった場合には積極的な利益還元を行う意向を示している。2025 年 9 月期の 1 株当たり配当金は前期と同額の 20.0 円(配当性向 41.7%)を予定している。大型 M&A の実施に伴う借入金の返済資金の確保も必要なことから、当面は安定配当を続ける可能性が高い。一方で、企業価値向上に向けて株主還元の充実も重視しており、順調な収益環境が継続すれば、2026 年 9 月期以降に配当性向基準や株主優待制度の導入などを検討する可能性がある。



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp