

個人投資家向け会社説明会資料

(2025年2月作成)

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

最期の、ありがとう。

葬儀
会館
TEAR
ティア



メルマガ登録URL

▶ <https://rims.tr.mufg.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。



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。

- 05-10** 基本情報
- 11-17** 戦略の基本方針
- 18-25** 市場環境と課題認識
- 26-34** 中期経営計画
- 35-39** 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

最期の、ありがとう。

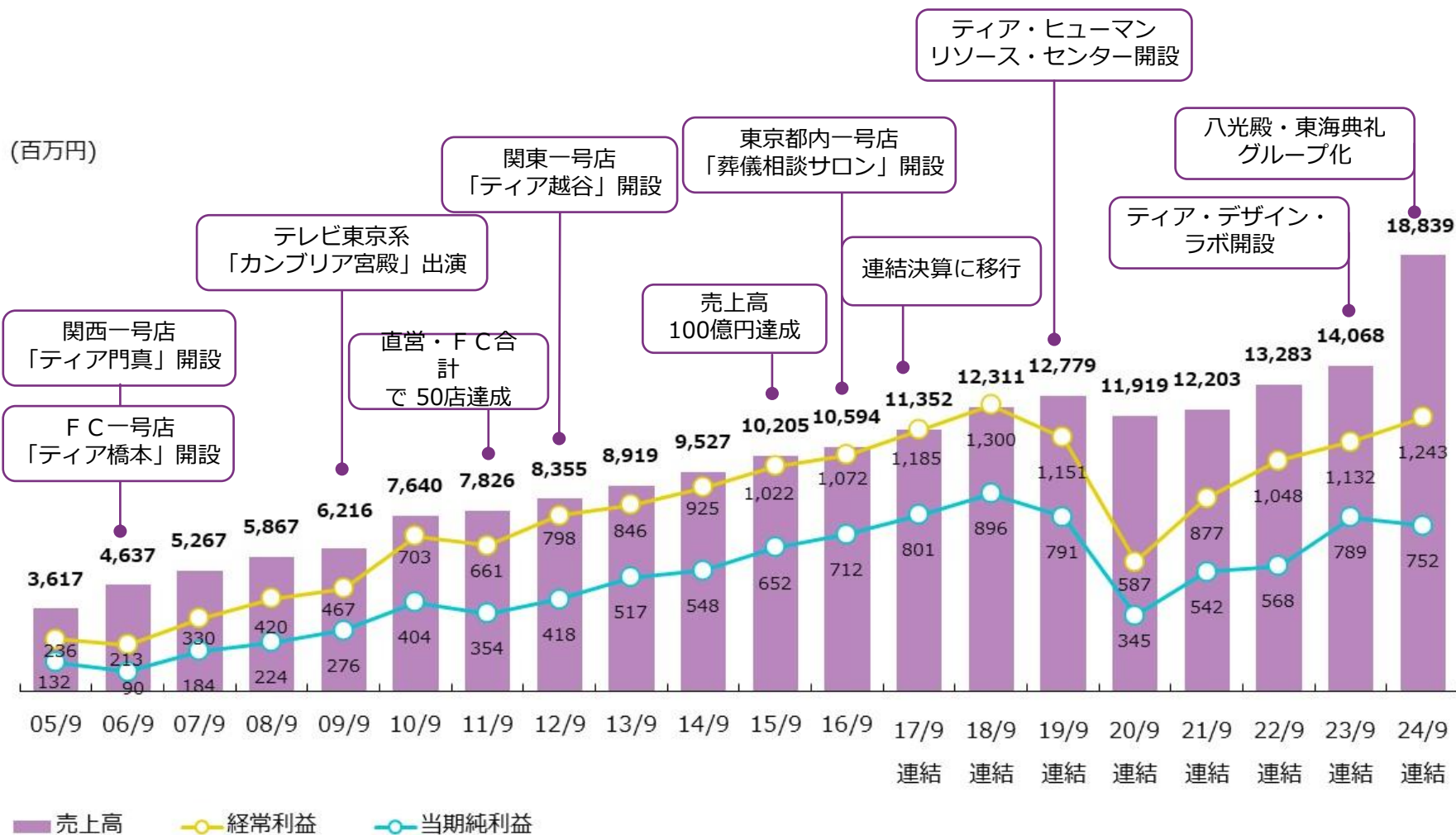
葬儀
会館 **TEAR**
フェア

基本情報

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（2024年9月末）
従業員（連結）	899人（2024年9月末）
発行済株式数	22,510,100株（2024年9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	<ul style="list-style-type: none">• 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（資本金 10百万円） 株式会社 東海典礼（資本金 10百万円）

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



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**18**会館
(2024年9月末現在)

所在地：大阪府八尾市
従業員：126名 (2024年9月末現在)
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」

- 2024年7月1日付でSPC2社を整理
- 2024年10月1日付で八光殿ホールディングスを吸収合併

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
(2024年9月末現在)

所在地：愛知県豊川市
従業員：71名 (2024年9月末現在)
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



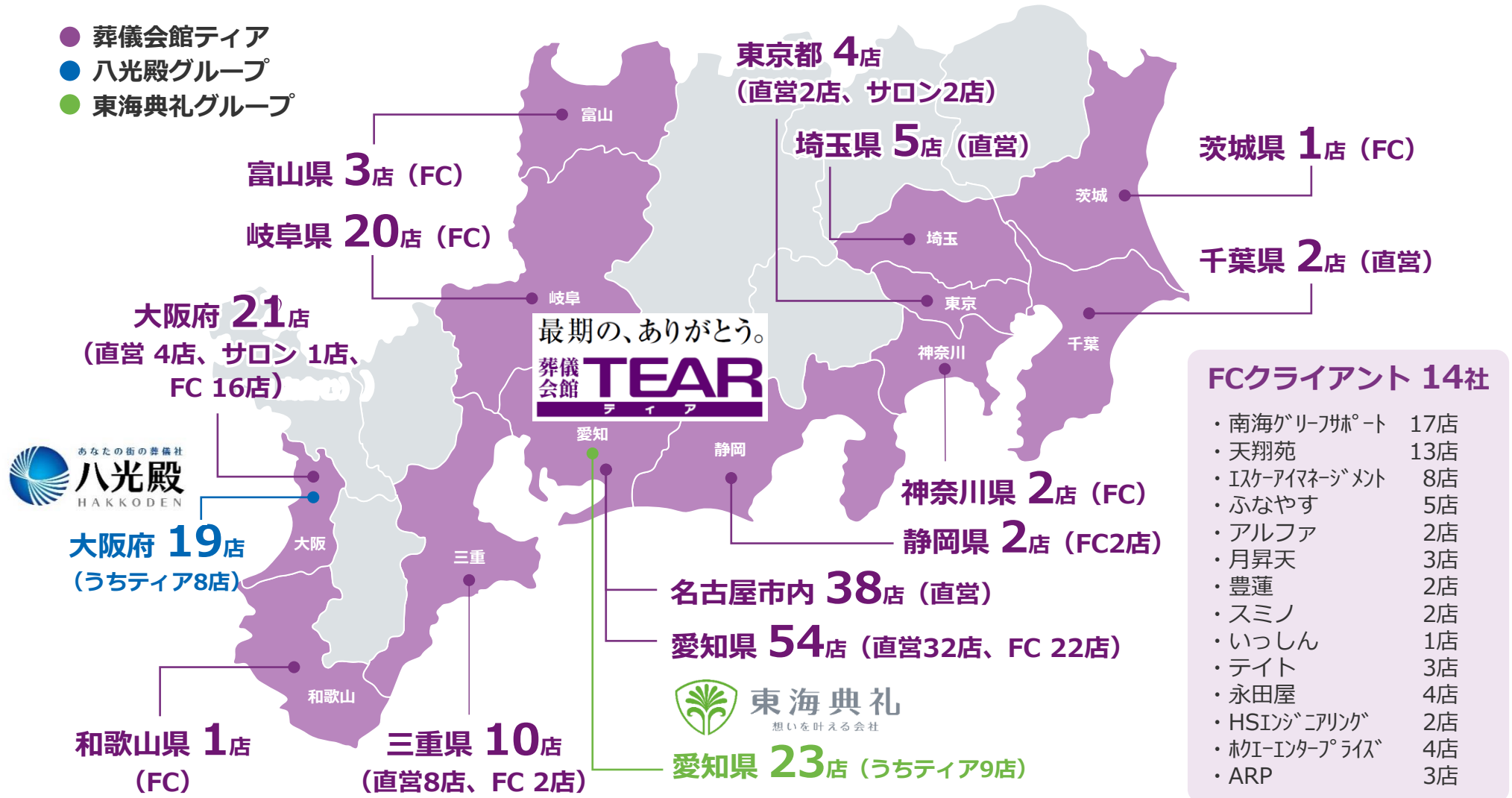
豊川市で本社機能を併設する「東海典礼本館」

- 2024年7月1日付でSPC3社を整理

ティアグループの店舗展開の状況

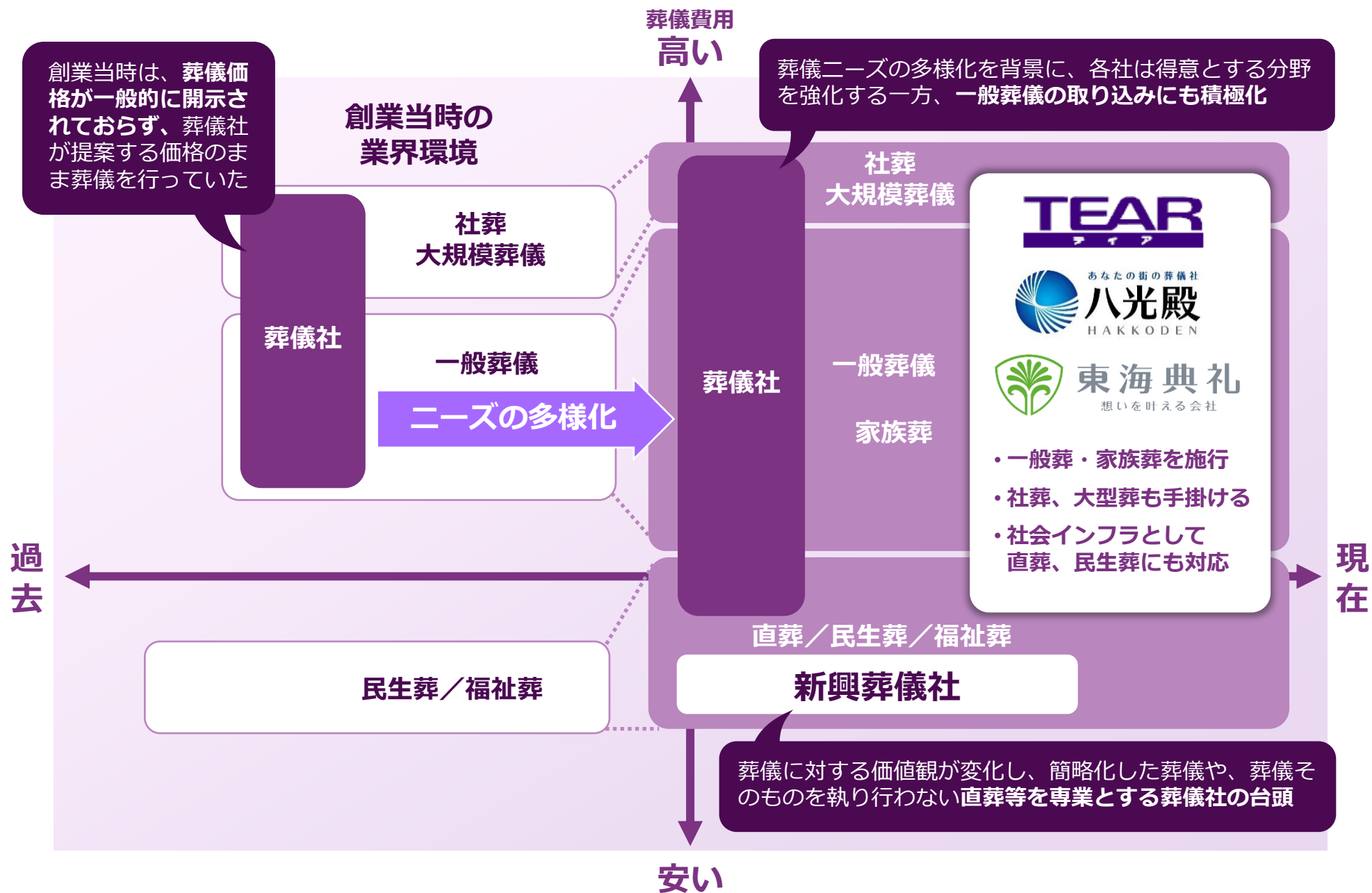
- 直営、FCによる会館数は 163店を展開
 うち直営会館 91店、葬儀相談サロン 3店、フランチャイズ69店
- 八光殿、東海典礼を含むティアグループによる会館数は 205店（2025年2月5日現在）

- 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

最期の、ありがとう。



最期の、ありがとう。

葬儀
会館 **TEAR**
テ ィ ア

戦略の基本方針

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、FC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、FC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
- ・TVCM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

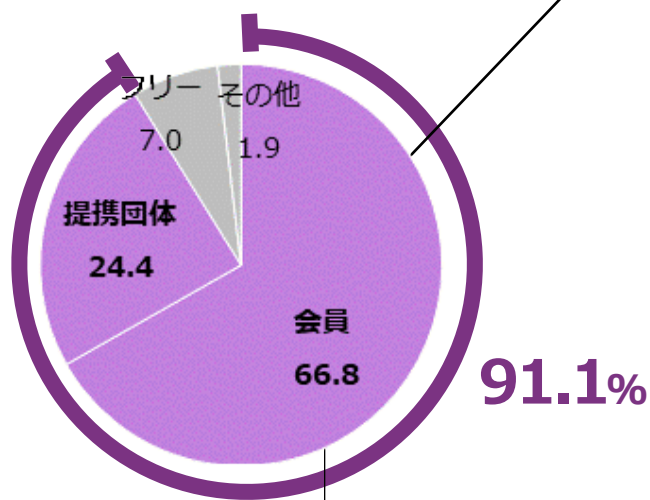
“急成長する葬儀社”としてのメディアの注目の高さが強みを増強

新聞・雑誌に多数掲載されていることに加え、全国放送のTV番組でも紹介

事業戦略：葬儀の獲得導線「ティアの会」「提携団体」

- 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9割と高水準

葬儀売上高の内訳 (%)
(2024年9月期)



1 「ティアの会」会員数 … 526,374人 (2024年9月末)

2 提携団体 …… 1,402団体 (2024年9月末)

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

会員向けサービスも充実「ティアプラス」

1. 提携企業 182社・全国 242店で特典や割引が受けられる「**会員優待サービス**」(2024年9月末)
2. いざという時のために、事前の準備をおすすめする「**葬儀保険**」
3. 毎日ポイントがたまり、提携している通販会社等でご利用可能な「**生き方応援ポイント**」

「ティアの会」葬儀特典・葬儀費用例

「生花77セットプラン」770,000円 (税込)



葬儀に必要なサービス品

- ・会館使用料 (2日間)
- ・棺
- ・宅送料 (20km以内)
- ・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、精進落とし、町内送迎バス、サービス料

[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

最期の、ありがとう。



会員数と提携団体の推移



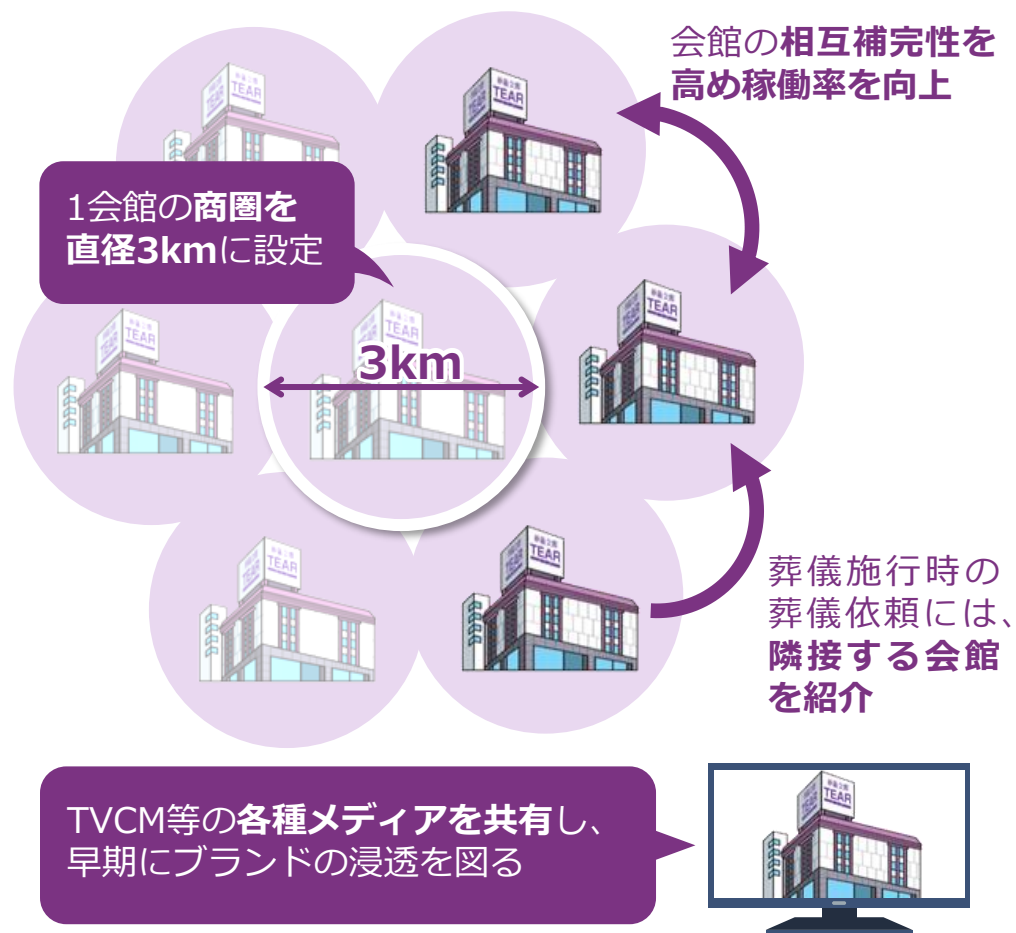
会員・団体利用率の推移 (葬儀売上高に占める利用率の内訳)



事業戦略：ドミナント展開と出店フォーマット

- 直営・FC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

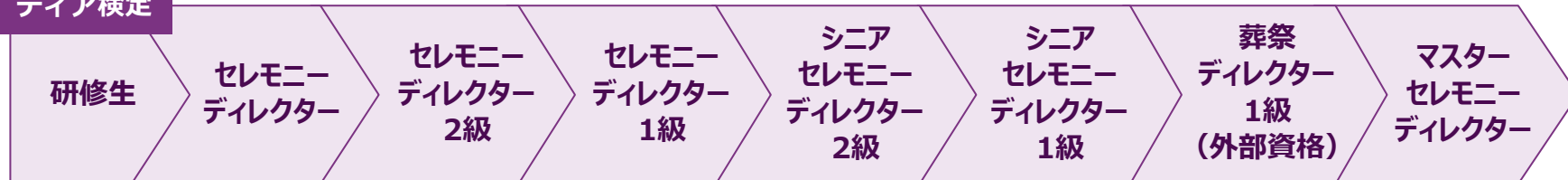
葬儀の専門人財の育成

- ・ 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」

ティア検定



キャリアプラン



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

最期の、ありがとう。

葬儀
会館 **TEAR**
フェア

市場環境と課題認識

- 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
- コロナ禍の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
<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • 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積り等、葬儀に関する様々なサービスが登場 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • 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

事業環境：葬儀業界の件数・単価の推移

- 直近の葬儀件数、葬儀単価共に前年同期を上回る推移
- 葬儀単価は改善傾向で推移するものの、コロナ禍以前の水準には至らず 1,223千円

葬儀件数の増減率（前年同期比・6カ月移動平均）

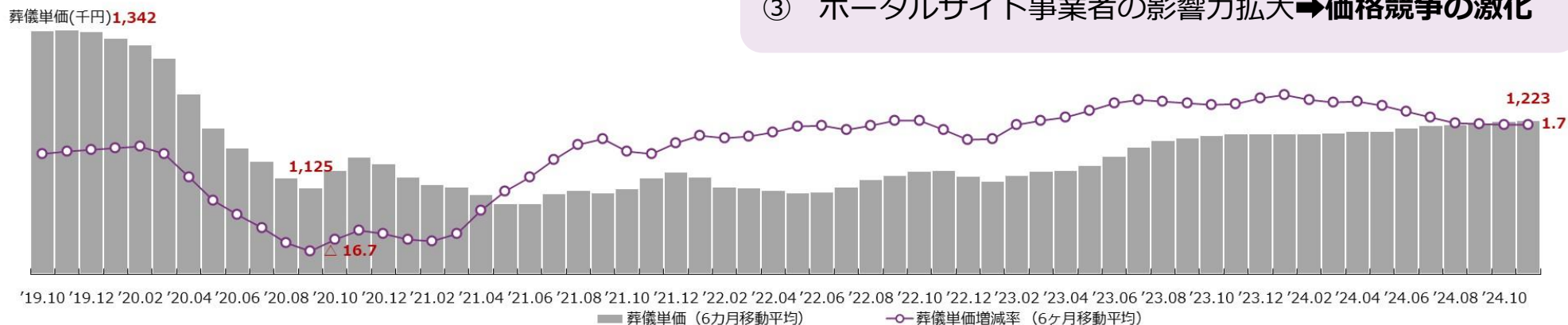


'19.10 '19.12 '20.02 '20.04 '20.06 '20.08 '20.10 '20.12 '21.02 '21.04 '21.06 '21.08 '21.10 '21.12 '22.02 '22.04 '22.06 '22.08 '22.10 '22.12 '23.02 '23.04 '23.06 '23.08 '23.10 '23.12 '24.02 '24.04 '24.06 '24.08 '24.10

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

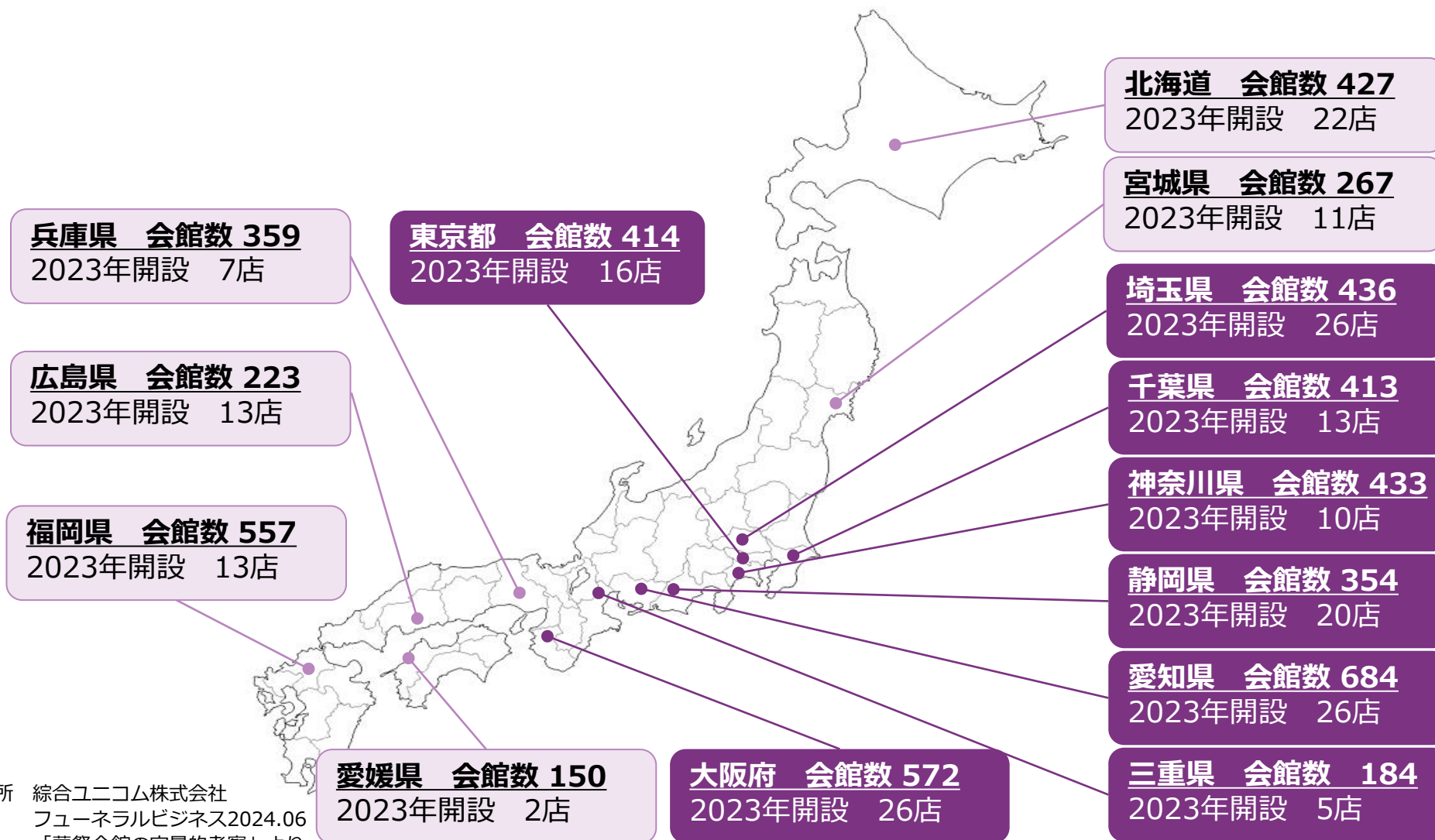


'19.10 '19.12 '20.02 '20.04 '20.06 '20.08 '20.10 '20.12 '21.02 '21.04 '21.06 '21.08 '21.10 '21.12 '22.02 '22.04 '22.06 '22.08 '22.10 '22.12 '23.02 '23.04 '23.06 '23.08 '23.10 '23.12 '24.02 '24.04 '24.06 '24.08 '24.10

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

葬儀会館の分布状況（主要都道府県）

- 2023年の葬儀会館は全国で 10,764店となり、このうち2023年開設は 334店
- 都道府県別では、愛知県 684店が最も多く、次いで大阪府・福岡県・埼玉県と続く



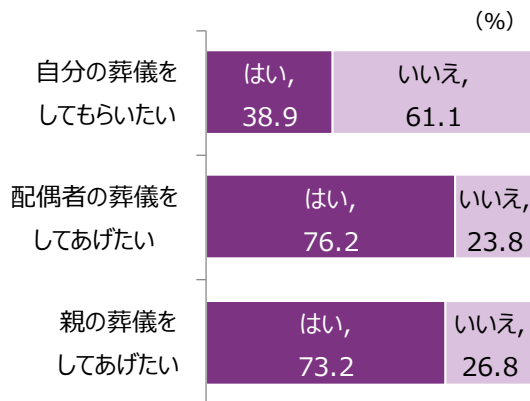
出所 総合ユニコム株式会社
フューネラルビジネス2024.06
「葬祭会館の定量的考察」より

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

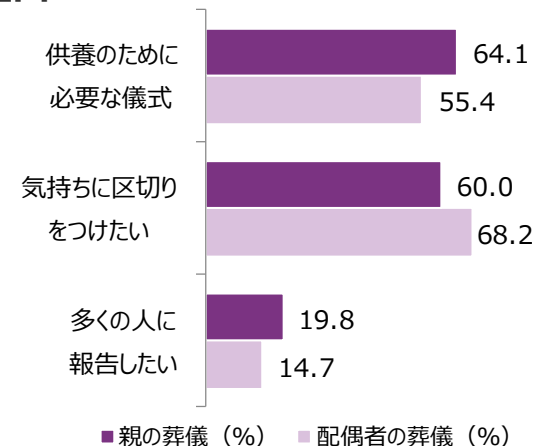
自分・配偶者・親の葬儀をしてあげたいですか？

- 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**



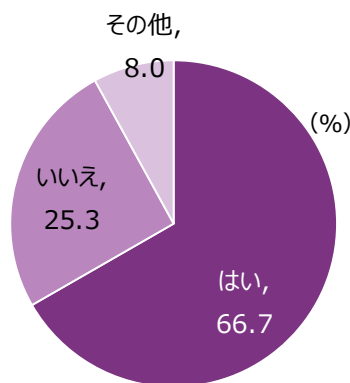
葬儀をしてあげたい理由？

- 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



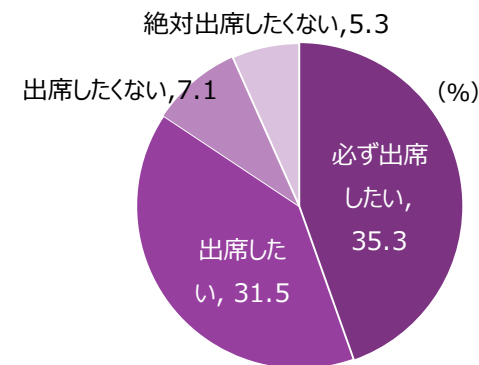
葬儀に出席して良かったですか？

- 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**



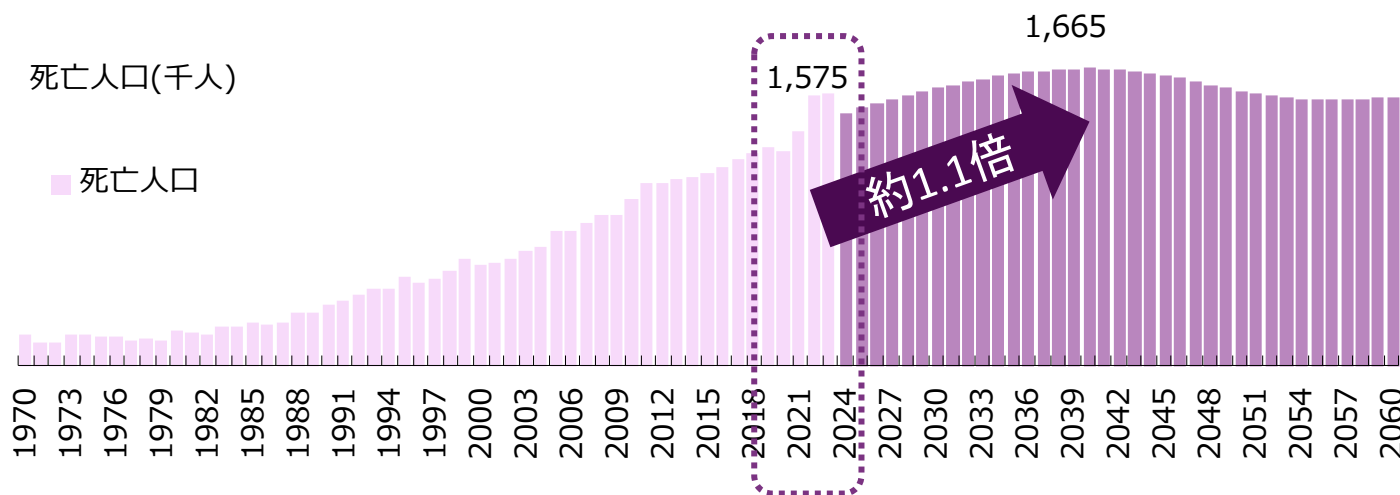
出所：当社が全国の20歳～70歳の男女1,500名を対象に行った「葬儀に対する意識と実態」に関するインターネット調査（2024年3月）

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	2021年9月	2022年9月	2023年9月	2024年8月	直近:2024年11月
葬儀件数（前期比%）※1	+5.3%	+5.6%	+3.3%	+0.6%	+0.0%
葬儀単価（前期比%）※1	△8.4%	+1.1%	+3.5%	+3.3%	+3.0%
葬儀単価（千円）※1	1,121	1,133	1,171	1,211	1,209
市場規模（億円）※2	1兆5426億円 (2021年)	1兆6447億円 (2022年)	1兆7273億円 (2023年予測)	-	-

死亡人口・予測の推移



【中長期展望】

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

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

※1 葬儀件数、葬儀単価 出所：経済産業省公表「特定サービス産業動態統計調査」に基づき当社が試算／前年比は12ヶ月移動平均にて算定

※2 市場規模 出所：株式会社 矢野経済研究所「フューナラルビジネスの実体と将来展望 2023年版」より（2023年9月）

外部

内部

1 外部環境・内部体制における課題認識と対応した施策

【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

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

【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

3 トータル・ライフ・デザイン（TLD）事業の創出

【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

【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】

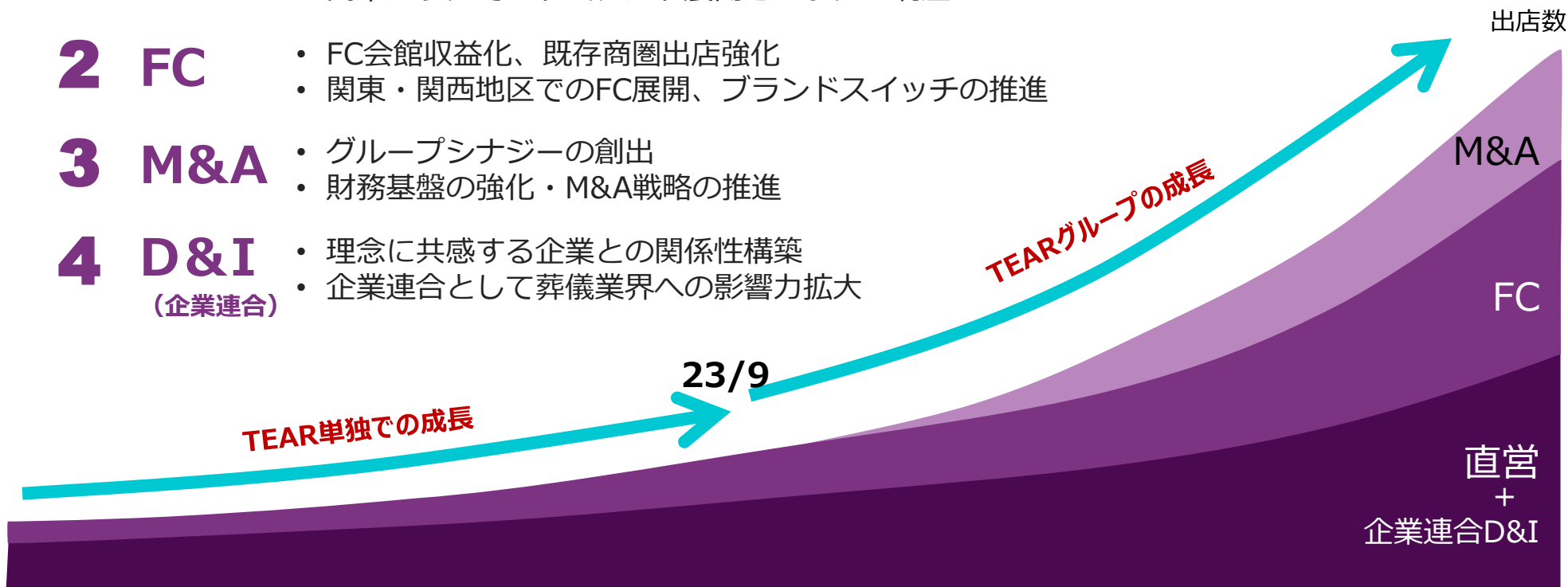
- TLD事業創出、拡大を図るための必要条件対応
→資格取得・情報把握
- TLD事業創出、拡大を図るための環境整備
→組織設計・人員体制

4 倫理コンプライアンス体制の確立に向けた施策

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

最期の、ありがとう。

葬儀
会館 **TEAR**
テ ィ ア

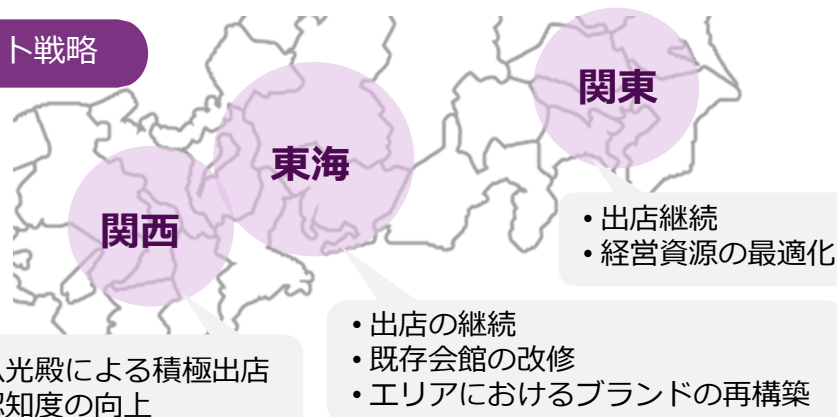
中期経営計画

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 | |

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

- ・様々な出店ニーズに対応した計画的な出店
- ・出店エリアの広範囲に対応した、本部体制の強化

出店計画	2025年9月期 予想	2026年9月期 計画	2027年9月期 計画
直営：出店	5店	5店	6店
(リロケーション)	-	-	-
FC：出店	12店	10店	11店
(リロケーション)	△2店	-	-
八光殿：出店	3店	4店	4店
(リロケーション)	-	-	-
東海典礼：出店	2店	3店	4店
(リロケーション)	-	-	△1店
合計：出店	22店	22店	25店
(リロケーション)	△2店	-	△1店
期末会館数	222店	244店	268店

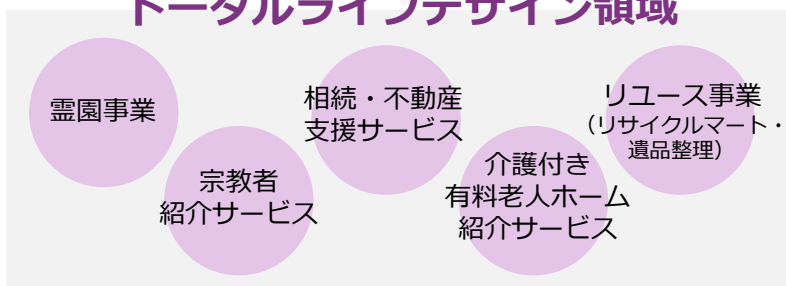
テーマ2：トータル・ライフ・デザイン領域の拡大及びグループ間連携の強化

営業戦略

「ティアの会」会員及び提携団体の顧客生涯価値を追求

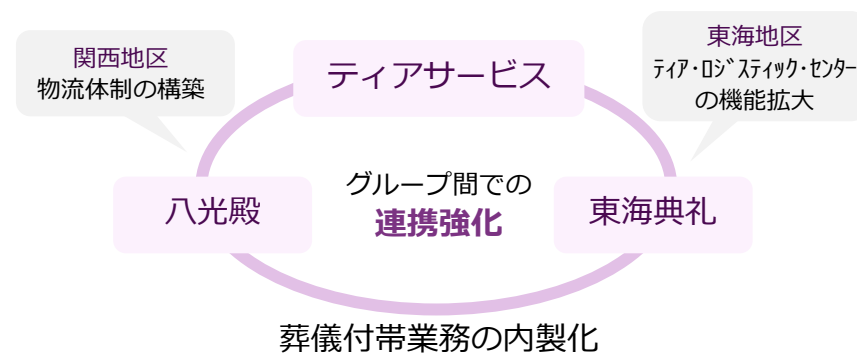
未来開発事業本部による事業化の推進

トータルライフデザイン領域



商品戦略

商品開発及びユーザビリティ向上など、総合的なマーチャンダイジングを推進



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

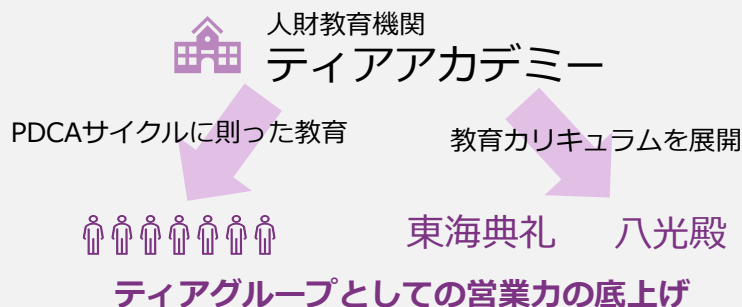
重点項目：

- ・ 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	2025年9月期 予想	2026年9月期 計画	2027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ー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

《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。



多様化する葬儀ニーズ

	ブランド	受注導線	価格帯
社葬 大規模葬儀		<ul style="list-style-type: none"> 社葬コンサルティング契約の推進及び受注 	社葬セットプラン 2,000千円 ～ (税込)
家族葬	<p>最期の、ありがとう。</p> <p>葬儀会館 TEAR ティア</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「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 	葬儀セットプラン 330千円 ～ (税込)
直葬／民生葬／福祉葬	<p>最期の、ありがとう。</p> <p>家族葬ホール TEAR ティア</p>	<ul style="list-style-type: none"> 行政機関・関連団体・施設からの受注 	
一日葬 火葬式	<p>ティアシンプル</p> <p>火葬式・一日葬</p> <p>① 2023.04～ 東海地区にて訴求開始</p> <p>② 2024.04～ 東海典礼のティアの会館で取り扱い開始</p> <p>③ 2024.06～ 関西エリア（直営・八光殿）で取り扱い開始</p>	<ul style="list-style-type: none"> 葬儀件数 (2023.10～2024.9) 1,500件超 会員以外の葬儀をWEB経由で受注 会員、提携団体に次ぐ新しい葬儀受注の導線 「インターネット」「折込広告」により受注 	1日葬セットプラン 330千円 ～ (税込) 火葬式セットプラン 132千円 ～ (税込)



トータル・ライフ・デザイン

ティアグループ 会員55万人、提携団体 1,402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とし、ティアの会員向けに、生活のお困りごとに対応
- 直営会館39店の保守・修繕・営繕等を手掛ける

生活関連サービス売上高

前期比 **4.6倍**・**101百万円**

(2023年10月～2024年9月)

リユース事業：リサイクルマート

- 八光殿が「リサイクルマート」2店を運営
- 2024年7月に「かんてい局 じゃんぼスクエア香芝店」をオープン
- 葬儀との親和性を高めるべく、遺品整理・買取を手掛ける



ブランド品を査定する様子



リサイクルマート アリオ八尾店

買取実績 **360百万円**

(2023年10月～2024年9月)

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月により新たに380区画を開発、販売
- 2024年10月を52区画を開発、完売

霊園事業売上高 **154百万円**

(2023年10月～2024年9月)



200区画が完売した樹木想 平和公園 真柳寺



トータル・ライフ・デザイン

ティアグループ 会員55万人、提携団体 1,402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
- 約150カ寺と提携し、紹介時に手数料を受領
- 東海典礼も寺院と契約締結し、サービス提供開始

宗教者紹介件数売上高
 前期比 **31.6%増**
 (2023年10月～2024年9月)

エンバーミング等の拡充

- ご遺体の「防腐・殺菌・修復」を行うエンバーミングの社内キャンペーンを通年開催
- 認知度の向上に合わせて取り扱い件数が増加

エンバーミング・特殊処置件数
 前期比 **55.5%増・3,246件**
 (2023年10月～2024年9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
 前期比 **2.4倍・212百万円**
 (2023年10月～2024年9月)

例：不動産売却の流れ



相談無料

査定無料

秘密厳守

■ 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"> 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
2. 内部統制システム構築	<ul style="list-style-type: none"> 内部統制システムの運用、モニタリング
3. HRの最適化	<ul style="list-style-type: none"> 労働環境の把握、最適化 採用機能強化、教育体制の補完
4. IT統制の構築	<ul style="list-style-type: none"> IT統制環境の整備とモニタリング
5. 決算対応	<ul style="list-style-type: none"> 月次決算、四半期開示対応

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"> グループによる出店方針の決定
2. ブランドの棲み分け	<ul style="list-style-type: none"> 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
3. オフライン・マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> 営業促進ツール統合
4. オンライン・マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> グループによるWEB対策
5. 業務オペレーション	<ul style="list-style-type: none"> 葬儀付帯業務OPの統合
6. 商品・物流	<ul style="list-style-type: none"> グループ間取引、パートナー企業の最適化、商流の適正化

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

■ シナジー効果創出に向けた主な取り組み

2024年4月

- 東海典礼が豊橋市内で展開する4店を「家族葬ホールティア」にリブランド



リブランド後の「家族葬ホール ティア豊橋藤沢」

2024年6月

- 東海典礼の生花部が、ティアの一部会館に花祭壇、供花を納品開始

2024年6月

- 八光殿が北河内エリアで展開する6店を「葬儀会館ティア」「家族葬ホールティア」にリブランド

2024年10月

- 東海典礼が蒲郡市内で展開する5店を「葬儀会館ティア」「家族葬ホールティア」にリブランド



リブランド後の「家族葬ホール 蒲郡形原」



リブランド後の「家族葬ホール 大東津の辺」

2024年10月

- 八光殿が、関西エリアの直営会館の霊柩、宅送業務を担う体制を整備

中期経営計画：数値目標

売上高・利益



葬儀件数・葬儀単価



設備投資・EBITDA



最期の、ありがとう。

葬儀
会館 **TEAR**
テ ィ ア

業績動向と今期の見通し

2024年9月期連結業績（対前期比/対予想比）

最期の、ありがとう。



- 前期比で売上高は 33.9%増収の 18,839百万円、営業利益は 26.7%増益の 1,438百万円、経常利益では 9.8%増益の 1,243百万円、当期純利益は法人税等の負担率が増加し 4.7%減益の 752百万円

(百万円)	2023年9月期	2024年9月期		2024年9月期		業績予想比	
	通期 連結業績	通期 連結業績	通期 連結予想	前期比 金額	前期比 増減率	金額	増減率
売上高	14,068	18,839	18,940	4,770	33.9%	△ 100	△0.5%
営業利益	1,135	1,438	1,390	303	26.7%	48	3.5%
経常利益	1,132	1,243	1,180	110	9.8%	63	5.4%
当期純利益	789	752	695	△ 37	△4.7%	57	8.3%
EBITDA	1,760	2,653	2,570	893	50.7%	83	3.2%
設備投資額	1,355	1,205	852	△ 149	△11.0%	353	41.5%
減価償却費	625	912	N/A	286	45.9%	-	-
E P S (円)	35.14	33.44	30.89	-	-	-	-
B P S (円)	350.26	363.75	-	-	-	-	-
D P S (円)	20.00	20.00	20.00	-	-	-	-
配当性向 (%)	56.9%	59.8%	64.7%	-	-	-	-
葬儀件数 (グループ)	14,442	18,314	18,645	3,872	26.8%	△ 331	△1.8%
葬儀単価 (グループ)	832	869	861	37	4.5%	7	0.8%

※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

貸借対照表の状況（2024年9月末）

バランスシートの状況

(百万円)	2023年9月期		2024年9月期		前期末比増減
	連結業績	構成比	連結業績	構成比	
流動資産	3,887	25.3%	5,740	21.0%	1,853
固定資産	11,489	74.7%	21,585	79.0%	10,096
(のれん)	-	-	5,740	21.0%	5,740
資産合計	15,376	100.0%	27,326	100.0%	11,949
流動負債	4,740	30.8%	5,880	21.5%	1,139
固定負債	2,756	17.9%	13,260	48.5%	10,503
負債合計	7,496	48.8%	19,140	70.0%	11,643
株主資本	7,879	51.2%	8,185	30.0%	306
純資産	7,879	51.2%	8,186	30.0%	306
負債純資産合計	15,376	100.0%	27,326	100.0%	11,949

2025年9月期連結業績予想サマリ

最期の、ありがとう。



- 連結業績予想は前期比で売上高は 13.3%増収の 21,340百万円、営業利益は 8.1%増益の 1,555百万円、経常利益は 16.2%増益の 1,445百万円、当期純利益は 4.3%増益の 785百万円を予想

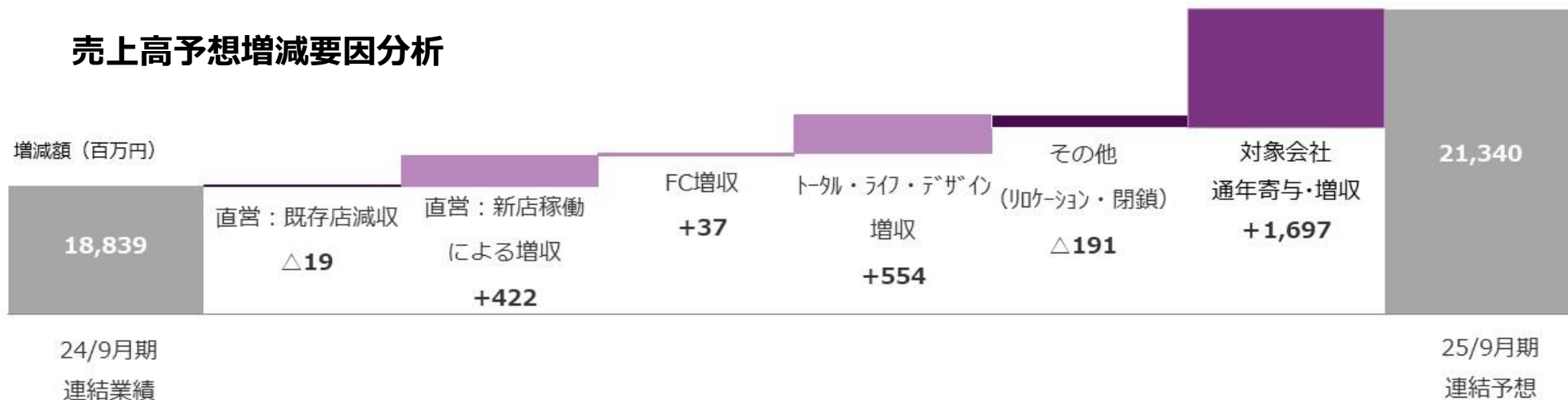
(百万円)	2024年9月期		2025年9月期					
	上半期 連結業績	通期	上半期 連結予想	前期比 金額	増減率	通期 連結予想	前期比 金額	増減率
売上高	9,142	18,839	10,890	1,747	19.1%	21,340	2,500	13.3%
営業利益	962	1,438	960	△ 2	△0.2%	1,555	116	8.1%
経常利益	799	1,243	900	100	12.6%	1,445	201	16.2%
当期純利益	516	752	525	8	1.7%	785	32	4.3%
EBITDA	1,466	2,653	1,622	155	10.6%	2,895	242	9.1%
設備投資額	-	1,205	N/A	-	-	1,079	-	-
減価償却費	-	912	N/A	-	-	N/A	-	-
E P S (円)	22.94	33.44	23.33	0.39	-	34.88	1.44	-
B P S (円)	-	363.75	N/A	-	-	N/A	-	-
D P S (円)	10.00	20.00	10.00	-	-	20.00	-	-
配当性向 (%)	-	59.8%	-	-	-	57.3%	-	-

※ 前期末と比較した増減

連結業績予想の増減要因分析（前期比）

- 売上高予想は、直営の増収に対象会社の通年寄与により、2,500百万円の増収と予想
- 経常利益予想では、のれん償却費や広告宣伝費等の増加を見込むものの、売上高の増収効果により 201百万円の増益と予想

売上高予想増減要因分析



経常利益予想増減要因分析



最期の、ありがとう。

葬儀
会館 **TEAR**
テ ィ ア

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～2025年2月5日)



参考指標（東証スタンダード市場）

年初来高値 (2024年2月6日)	498円	1株当たり年間配当金 (2025年9月期予想)	20.0円	発行済株式数 (2024年9月末現在)	22,510,100株
年初来安値 (2024年8月5日)	403円	配当利回り (2025年9月期予想) (2024年2月4日株価)	4.5%	単元株数	100株

配当方針と配当金の推移

- 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月期の年間配当金は一株につき 20円、2025年9月期配当予想は 20円を予定



※ 2017年9月期のROEは前期末の個別自己資本と当該年度末の連結自己資本の平均にて算定しております。

最期の、ありがとう。

葬儀
会館 **TEAR**
テ ィ ア

Appendix : コーポレートガバナンスについて

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



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)

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

最期の、ありがとう。



- 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



財務・非財務データサマリ（5カ年）

最期の、ありがとう。



(百万円)		2020年9月期	2021年9月期	2022年9月期	2023年9月期	2024年9月期	2025年9月期
		連結業績	連結業績	連結業績	連結業績	連結業績	連結業績予想
財務 データ	売上高	11,919	12,203	13,283	14,068	18,839	21,340
	売上原価率 (%)	61.8%	61.1%	60.4%	59.0%	60.5%	62.5%
	販売管理費率 (%)	33.2%	31.7%	31.6%	32.9%	31.8%	30.2%
	営業利益	595	887	1,057	1,135	1,438	1,555
	経常利益	587	877	1,048	1,132	1,243	1,445
	当期純利益	345	542	568	789	752	785
	EBITDA	1,198	1,441	1,624	1,760	2,653	2,895
	設備投資額	764	627	909	1,355	1,205	1,079
	減価償却費	602	553	566	625	912	N/A
	EPS (円) ※	15.43	24.21	25.37	35.14	33.44	34.88
	BPS (円) ※	398.51	402.73	334.80	350.26	363.75	N/A
	DPS (円) ※	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
	配当性向 (%)	129.6%	82.6%	78.8%	56.9%	59.8%	57.3%
	ROE (%)	3.9%	6.0%	6.9%	10.3%	10.5%	N/A
非財務 データ	期末会館数 (店)	127	132	140	153	202	222
	直営会館 (店)	64	67	73	79	88	93
	葬儀相談サロン (店)	10	10	10	10	3	3
	FC会館・サロン (店)	53	55	57	64	70	80
	八光殿	-	-	-	-	18	21
	東海典礼	-	-	-	-	23	25
	葬儀件数 (件/グループ)	11,353	12,599	14,189	14,442	18,314	20,342
	葬儀単価 (千円/グループ)	900	837	813	832	869	873
	既存店伸率 (直営儀売上 %)	△10.2%	△1.6%	3.8%	2.3%	7.0%	2.3%
	会員数 (人/グループ)	411,619	442,015	470,568	495,899	555,532	N/A
	提携団体 (団体)	1,034	1,130	1,269	1,342	1,402	N/A
	従業員数 (人/グループ)	565	575	604	646	899	N/A

日本で一番「ありがとう」と言われる葬儀社を目指して

最期の、ありがとう。

葬儀
会館
ティア
ティア

前田スタッフへありがとう Episode 1

- 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。

打田スタッフへありがとう Episode 2

- 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。

下山スタッフへありがとう Episode 3

- 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だこと、日が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。

佐藤スタッフへありがとう Episode 4

- 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、こちらを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

コーポレートガバナンスに関する基本方針

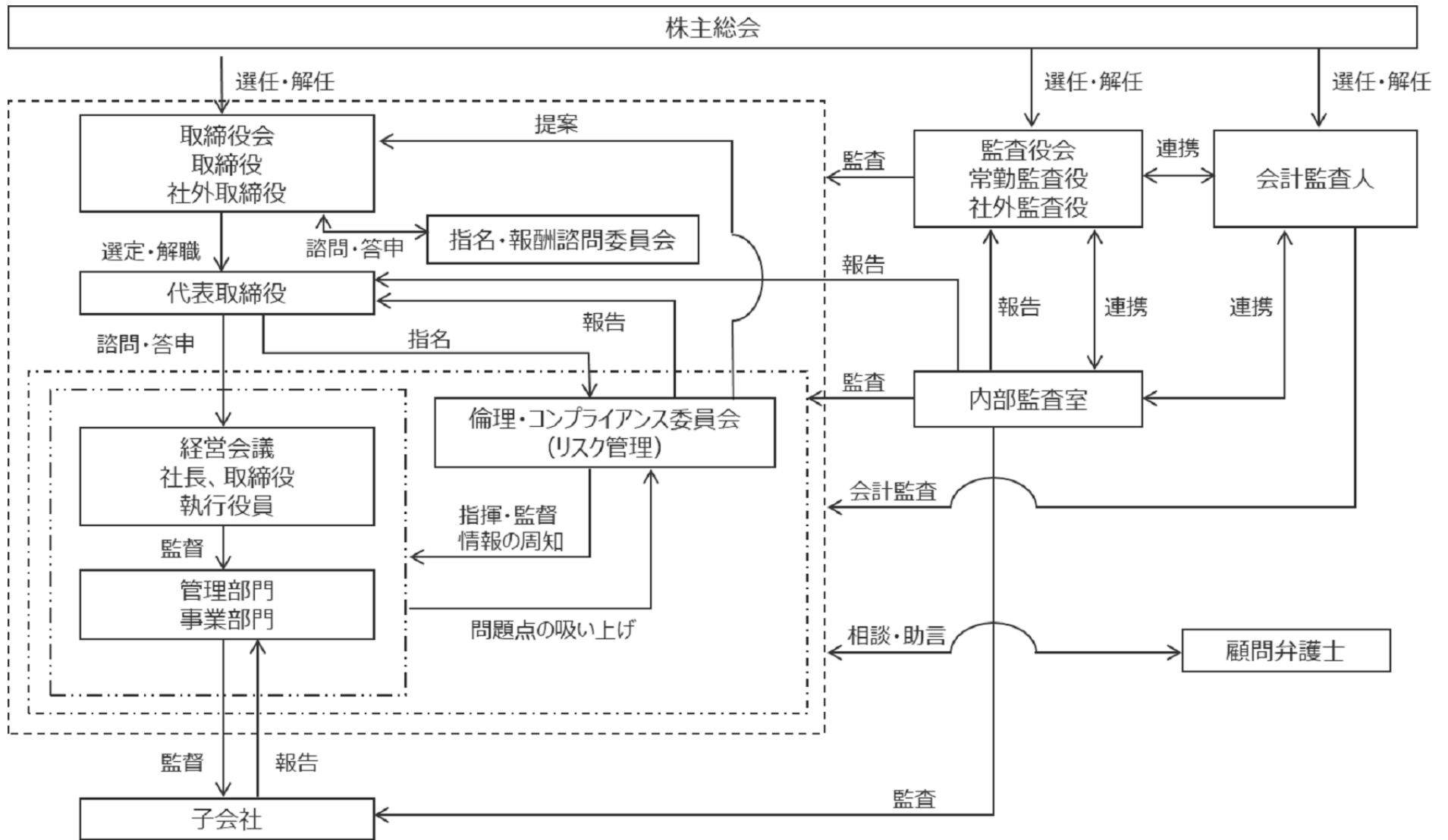
当社の経営理念は「哀悼と感動のセレモニー」であります。これは、物売りでもなく、押売りでもなく、「儀式を尊厳する形と洗練された心の追求」を忘れない姿勢で取り組むことと、デスクアを通じて社会貢献することを、事業の基本理念としております。

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 (2024年12月20日更新)



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

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、当社が株式上市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。

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/>