

創業25周年
トップシェアに向けて駆け上る

First 25th since 1997

第25期 株主通信

2020年10月1日 ~ 2021年9月30日

証券コード:2485

富安社長メッセージ
ティアは
唯一無二のブランドを
目指します

出店戦略

営業・サービス拡充戦略

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

おかげさまで25周年
これまでも、これからも、
涙のそばにティアはいます
人財開発部の講師7名が語る
感動葬儀の実現を
目指す人財育成

新中期経営計画

ティアを超える新生ティア実現に向けて



最期の、ありがとう。

葬儀
会館

TEAR
ティア



日本で一番「ありがとう」と言われる人財の育成

日本で一番「ありがとう」と言われる葬儀社を目指し、人の心に寄り添える“人財”を育てています。

新入社員の導入研修の様子

“感動葬儀”の実現を目指す人財育成

ティアの最重要経営資源である人財の育成について、人財開発部の7名の講師に話を聞きました。

代表取締役社長・富安の理念に基づく独自の人財教育プログラム「ティアアカデミー」

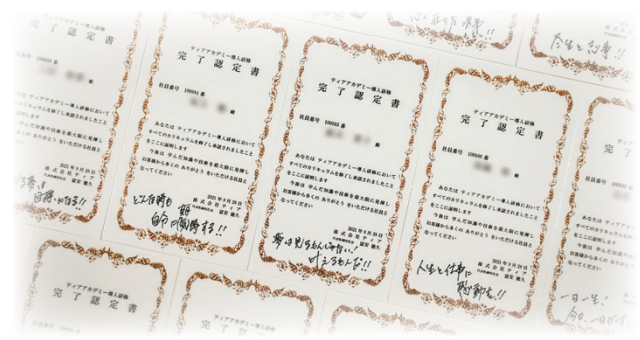
「ティアアカデミー」は、社長である富安の理念を社員一人ひとりにしっかりと伝え、日々の業務の中で実践してもらうための人財教育プログラムです。全社員を対象に3カ月に1回受講が義務付けられている社長セミナーをはじめ、新入社員の導入研修・OJT研修、既存社員向けの支配人実務研修、施行満足度向上研修等、多岐にわたる内容を7名の講師が担っています。

人財開発部で葬儀のオペレーション教育を担う古澤和也は「研修内容については常に話し合っており、カリキュラムの内容は都度ブラッシュアップされています。一度講義してみて受講者の反応が芳しくなければ、すぐ変更できる体制です」と現状の教育カリキュラムを焼き直すのではなく、常に新しく、受講者が理解できるように試行錯誤を繰り返していると説明します。また、マナー講座を中心に教育する驚見志穂が「外部プログラムの受講や資格を取得するなど、多くのプログラムを内製化しています。ティアアカデミーは着実に進化しています」と語るように、講師陣のスキルアップにも余念がありません。

さらに、中部地区から関西地区・関東地区と出店エリアが拡大する中、遠隔地のスタッフが受講しやすいように、Webとセミナーを

組み合わせた「ウェビナー」による研修も実施中です。人財開発部を部長として率いる横井規浩の「関東地区・関西地区のスタッフ向けにリモート研修を実施中です。一方通行で理解度が下がらないよう、できる限り双方向のコミュニケーションを心がけています」という言葉どおり、ウェビナーでも対面でも教育の質に差が出ないようにしています。

このように、ティアアカデミーは常に進化を続け、内容や方法にこだわりながら人財育成に携わっています。



新卒導入研修が修了した時に、富安の手書きコメントが添えられた「完了認定書」が贈られる

より濃密な人財教育を実現した「ティア・ヒューマンリソース・センター（THRC）」

2019年に開設したTHRCは、葬儀会館と同規模の研修用葬儀式場や大小の研修室などを備えた人財教育施設です。充実した環境のもと、マナーやマネジメントから実務に即した講習まで幅広い学びを提供しています。「THRCが完成する以前は、空き時間の出た葬儀会館を研修会場として利用し、当日の朝まで研修会場がわからないといった非効率な状況でした。常時利用可能な人財教育施設THRCは、効率的かつ効果的な教育が実現できています」とTHRC開設の意義を語るのは、葬祭事業でマネージャー経験もある松村直也です。新入社員の実務教育を担う水野雄斗は「THRCには葬儀会館を模した空間が用意され、新社員が実際の葬儀と

ほぼ同じ環境で研修を受けられるのは大きなポイントです」と、葬儀を再現した模擬通夜・模擬葬儀を含む6カ月間の新卒社員向け導入研修をスケジュールどおりに実施できるメリットを強調します。

また、新入社員のメンターの役割を担っている和田麻生が「THRC開設の話を聞いた時は、会社を挙げて人財育成に力を入れていることを再確認できてワクワクしました」と振り返るように、THRCは教育施設としての役割のみならず、人財を重要な経営資本と捉え、感謝され・必要とされるスタッフを育てる当社のポリシーを具現化した象徴と言えます。

TOPICS 「ティア・ヒューマンリソース・センター（THRC）」で職域接種を行いました。

ティアの本社がある名古屋市北区の法人会が、新型コロナウイルス感染症のワクチンの職域接種会場を探していると富安に相談があり、地域貢献の一環として、THRC 3階を会場として提供しました。9月中旬から3日間×2回の日程ではじまり、大きな混乱もなく256名の方が無事、新型コロナワクチンを接種されました。



接種会場の様子

知識や技術の習得だけでなく、人間的な「心の教育」を通じて“感動葬儀”をお届けできる人財の育成を目指します

ティアアカデミーが担う役割を体現する重要な取り組みのひとつに「ティア検定」があります。これは当社独自の検定制度で、年に1回、直営・フランチャイズの葬儀担当者を対象に実施され、スタッフのスキルに応じて6段階のランクが設けられています。ティア検定の運営に多くの時間を割く小川康幸は、「『ティア検定』

は自分のスキルを把握・可視化することで、次のステップに進むためのモチベーションを向上させます。最上位ランク『マスターセレモニーディレクター』の合格率は例年2～3割程度で、取得には経験と努力、そして何よりも熱意が求められます」とそのレベルの高さを力説します。

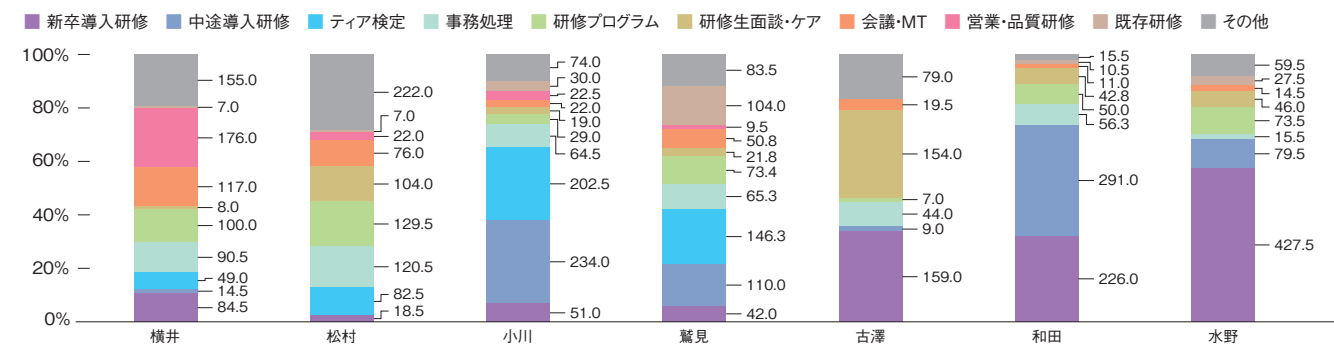
「ティアアカデミー」講師の担当状況を可視化することで、効率的な研修体系の実現とティアの「知的資本」に対する理解を促します

葬儀業界においては、人財の育成こそが差別化につながるという考えのもと、ティアアカデミーの講師は与えられた時間の制約の中、日々教育に携わっています。横井規浩が「人財育成というデータ化にくい分野を、『誰が何時間・どの研修を担ったか』を定量的に把握することで、ティアアカデミーそのもののブラッシュアップにつながります」

と語るように、ティアアカデミーでは知的資本の可視化にも努めています。私たちが追求する“感動葬儀”を実現するためには、お客様一人ひとりの想いに応えられる人財が必要不可欠です。ティアはこれからも確かな人財育成を通じて、お客様に「哀悼と感動のセレモニー」をお届けしていきます。

「ティアアカデミー」講師の稼働状況（2021年6～9月）

（単位：時間）



“感動葬儀”の実現に向けて、 人財育成をさらに進化させます

伝えたいのは、この仕事のすばらしさ

葬儀のプロという以前に、まず「社会人」としてあるべき姿があり、そのうえで「ティアの社員」としてあるべき姿があるはずです。特に社会人1年生の新卒社員には、そうしたステップを研修の中で伝えるように意識しています。私自身の経験をもとに、この仕事のすばらしさ、やり甲斐をティアの将来を担う若手社員に伝えていきたいですし、実際にそれを感じてほしいと願いながら、講師としての仕事に日々向き合っています。



人財開発部 教育課
課長代理
おがわ やすゆき
小川 康幸

「何のためか？」を問い直す意義

ティアでは仕事を、志を持って事を成す「志事」とも表現します。仕事に前向きに取り組む続けるうえで注意したいのは、慣れの中で忍び寄ってくる「やらされ感」です。そこで私は受講者に「初心に立ち返ることの大切さ」を第一に伝えています。祭壇を組むにせよ、ろうそく1本立てるにせよ、「それは何のためにやることなのか」ということを改めて心に深く刻めば、前向きで、積極的な志事につながります。



人財開発部 教育課
係長
ふるさわ かずや
古澤 和也

個々のお客様に応じた適切なマナーを

私が主に担当している「マナー」は、人財を差別化できる1つの要素だと思います。マナーにもレベルがあり、低いレベルに合わせるのは簡単ですが、知らないことは仕事に活かさないで、受講者には常に一步上のレベルを教えています。ただ、マナーに「堅苦しさ」を感じるか、「親しみやすさ」を感じるかは、お客様それぞれです。その紙一重の部分意識して、お客様一人ひとりに応じて適切に対応できるスタッフになってほしいと思っています。



人財開発部 教育課
課長代理
すい しほ
鷲見 志穂

TOPICS

愛知県警察学校で講義を行いました。

愛知県警察本部犯罪被害者支援室より、犯罪被害者支援業務に従事する警察官15名を対象とした講義の依頼がありました。会場となった愛知県警察学校で、人財開発部教育課 鷲見が講師として登壇し「葬祭業における遺族対応」と題し、「ご遺族と接するときに気を付けること」「ご遺族の心のケアや、自身のセルフケア」などについて講義を行いました。



愛知県警察学校での講義の様子

ひとつでも多くの「ありがとう」を

お客様からいただける「ありがとう」の意味を受講者に伝えたいと思っています。私がかつて遺族として葬儀に出席した際、葬儀社の方に対して「ありがとうございます」という言葉がふと出たことがありました。その瞬間、突然の不幸に茫然自失だった私は「自分はまだ感謝できる、まだ生きてい」と実感できたのです。伝えることで自らも救われる「ありがとう」を、ご遺族からたくさん引き出してほしいと願っています。



人財開発部
教育課
わだ まい
和田 麻生

自ら考えて行動できる人を育てたい

私が育てたいと思う人財像は、「自ら考えて動ける人」です。社会経験が無い新卒社員は仕事をする中で日々分からないことに直面します。もちろん、そうした場合の対処についても教えますが、「どこの誰に聞けばいいのか」「どう対処すべきか」といったことを、早い段階から自ら判断できるような人が理想です。自分で考える経験を積み重ねる中で、お客様からたくさんの「ありがとう」をいただけるような人財を育成していければと思います。



人財開発部
教育課
みずの ゆうと
水野 雄斗

“明日への希望”を照らせる担当者に

私が人財の育成において意識しているのは、受講者一人ひとりの個性に目を凝らすこと、そして、「学ばなければならない」という義務感を「学びたい」という積極性に変えていくことです。その学びの延長線上に、「きちんとお別れができた」「感謝の気持ちを伝えられた」とご遺族に感じていただき、その後も前を向いて進んでいく力を授けられるような葬儀を提供できる担当者になってくれたら、これほどうれしいことはありません。



人財開発部
部長代理
まつむら なおや
松村 直也

知識や技術の先にある“感動葬儀”

ティアには「哀悼と感動のセレモニー」という経営理念があります。このうち「哀悼」だけなら、ほかのどんな葬儀社でも伝えられると思いますが、葬儀を通じてご遺族に「感動」までお届けするには、確固たる理念に沿いながら、担当者自らが考えて1つひとつの葬儀に対応しなければなりません。私たちが追求する人財育成は、知識や技術を覚えるだけでは決してたどり着けない“感動葬儀”を叶えるために不可欠な土台づくりなのです。



人財開発部
部長
よこい のりひろ
横井 規浩

社長メッセージ

これからも、涙のそばに ティアはいます

おかげさまでティアは創業から25年目を迎えました。
唯一無二のブランドを目指します。

代表取締役社長

富安 徳久

2021年9月期を振り返って

依然としてコロナ禍の影響が続いた今期は、感染症対策を徹底しながら積極的な営業促進を実施した結果、少しずつ葬儀件数が回復しました。葬儀単価こそ低下したものの葬儀件数は増加し、当社が重要な経営指標としている名古屋市内でのシェアは前期と比べて0.5ポイント上昇しています。コロナ禍でのシェア伸長は当社に対する信頼の賜物であり、今期の大きな収穫です。

会社としてもやるべきことをほぼ実行できた1年でしたが、いくつ

か積み残した課題もあります。例えば、コロナ禍で参列者が少なくなっている現在、葬儀に呼ばれるのは本当に大切な方ということです。だからこそ、料理や粗供養品などはワンランク上のプランでおもてなしをする、という発想もできます。そこで今期は低下した葬儀単価の回復につながるこのアイデアを形にした「プレミアムプラン」を打ち出しましたが、商品のラインアップが十分ではなかったため、第26期から改めて本格展開していきたいと考えています。

創業25周年を迎えるにあたり

2021年7月7日、おかげさまでティアは創業から25年目を迎えました。かつては30年とされていた企業の寿命もいまや、全業種平均で約23年、サービス業では18年と言われています。そうした中で25年も事業を続けてこられたことは、私自身すごいことだと思っています。

この25年という節目に、当社グループについて様々な情報をステークホルダーの皆様に向けて発信していきたいと考えています。例えば、ティアが人材育成にさらに力を入れていることや、

新中期経営計画を策定

当社グループは、コロナ禍で市況や業績の予測が困難だったことから昨年は中期経営計画の発表を見送りました。今回発表した新たな中期経営計画は第26期を計画初年度としています。コロナ禍が収束しているであろう3年後までを想定しており、従来どおりローリング方式を採用して事業環境の変化などにも柔軟に対応していく考えです。

4つの基本テーマ（P7～8参照）に沿って推進していく新

中期経営計画の1つの大きなポイントが、国連の掲げる持続可能な開発目標「SDGs」です。葬祭業に携わる企業として、「SDGs」の17項目のうち、どの目標の達成に貢献できるかを真剣に考えていきます。また、第26期をティアの「SDGs元年」にしようと、2021年10月、「SDGs」の取り組みを集約して社内外に発信する部門として「マーケティング企画室」を発足させました。

第26期の見通しについて

第26期もコロナ禍の影響はしばらく続くと思いますが、ワクチン接種率が高まっていることは明るい兆しです。また、第26期の期初から前述の「プレミアムプラン」のラインアップの充実化を進めていく計画で、その進捗とともに葬儀単価も着実に回復させていきたいと考えています。

コロナ禍への対応策として積極的なコスト削減に取り組み、より筋肉質な経営体質への転換を図ってきました。葬儀単価

の回復に合わせて、葬儀件数も増やしていくことができれば、従来の水準を大きく超える収益を期待できます。

今後もより魅力的で価値のある商品やサービスを追求していく姿勢に変わりはありませんが、葬儀のすべては人財が担うものです。第26期から3年間で60名を超える新卒採用を計画していますし、教育に充分ということはありません。今よりも教育に力を入れ、当社グループの将来を担う同志を育てていきます。

ステークホルダーに向けて

私はこのたびの25年目という節目を、“世の中になくはならない企業”としてのスタートラインにしたいと考えています。葬祭業という私たちの仕事は、すべての人に関わりがあるものです。そういう意味で、今後は業界内での競争に終始することなく、真に世の中から必要とされる存在となれるよう自らを高めていきます。ようやくそのスタートラインに立てたという実感も込めて、

25周年に「ファースト」というキャッチフレーズを掲げました。

10月からオンエアされたテレビCMを締めくくる「涙のそばにティアはいます」という言葉がご好評をいただいています。この言葉とおり、私たちはこれからも、かけがえのない大切な方を亡くされたご遺族の悲しみや感謝の想いに寄り添い続けていきます。皆様には今後もご支援をよろしくお願い申し上げます。

命の大切さを伝える「命の授業」

2014年から社会貢献活動の一環として、小・中・高等学校の児童・生徒を対象に、“生きること”について富安が自身の言葉で直接伝える「命の授業」を行い、名古屋市内のみならず全国42校で実施しています。今期は5校で開催し、中でも印象的だったのが兵庫県淡路市で寮生活を送るサッカー部員約35名（高校1年生～3年生）を対象とした講演でした。参加したキャプテンから「今日話を聞いて、自分たちがこれまでやってきたこと、ここで学んでいることが間違いじゃなかった。私も“志事”を目指して、誰かのために生きていきたいと思いました」と感想が寄せられました。



サッカー部員を対象に実施した命の授業の様子

新中期経営計画 (2022.9 >> 2024.9)

当社グループは会館数260店舗体制をはじめとする中長期ビジョンを新たに策定しその実現に向けて、5つの課題に対応しなければならないと考えています。そこで「新生ティア」のスローガンのもと、2024年9月期を最終年度とする中期経営計画を策定し4項目のテーマで8つの戦略を推進していきます。計画最終年度となる2024年9月期は、直営会館の葬儀件数14,352件、売上高147億円、経常利益10億円を計画しています。

一 中長期ビジョンを目指すうえでの課題

1. 直営・フランチャイズによる中長期の出店方針
2. 外部環境の変化に伴う課題の認識とそれに対応する施策
3. 内部体制の更なる強化と中長期を見据えた施策
4. 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
5. 倫理コンプライアンス体制の確立に向けた施策

中期経営計画の主な取り組み

テーマ1 直営・FC会館の計画的な出店と既存会館の持続的な成長

- 1**
ドミナント戦略
- 〈中部地区〉
多様な出店フォーマットによる出店継続と営業力強化
 - 〈関東地区〉
会館の出店と東京都内向け葬儀相談サロンの収益力向上
 - 〈関西地区〉
新規出店により、既に展開しているエリアの事業基盤の強化



新店舗オープン見学会の様子

- 2**
フランチャイズ戦略
- FC事業本部の機能強化
業務支援体制の整備及び人財育成
 - 計画的な出店
計画に則った新規加盟及び出店契約と会館開設・運営支援、既存会館の持続的な成長実現

出店計画

中期経営計画(2022年9月期～2024年9月期)		
2022年9月期 予想	2023年9月期 計画	2024年9月期 計画
直営……83店	直営……88店	直営……94店
FC……61店	FC……67店	FC……73店
合計……144店	合計……155店	合計……167店

中長期ビジョン
会館数
260店舗体制

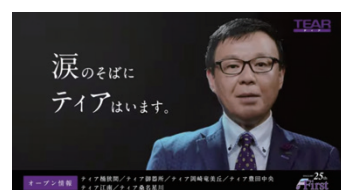
現在
(2021年9月期)
直営……77店
FC……55店
合計……132店

テーマ2 中核エリアのシェア向上にこだわった営業促進の実施とマーケティング力の向上

- 1**
営業戦略
- 中核エリアでのシェア向上
営業促進を積極的に実施し、葬儀後のアフターサービス支援体制を構築
 - コンタクトセンターの情報一元管理システム導入
 - 既存会館対応
・葬儀ニーズの多様化に対応した設備の増設や計画的な改修を実施
・契約期間満了時のマネジメントに取り組む

既存会館改修計画

2022年9月期予想	1店
2023年9月期計画	1店
2024年9月期計画	1店



新TVCM

- 2**
ブランド戦略
- Webマーケティング強化
インターネットからの会員獲得、葬儀受注の増加を図る
 - PR・IR活動を継続的に実施
全国を対象に当社グループの知名度と認知度の向上に努める
 - マーケティング企画室を新設

ESG・SDGs経営目標(2022年9月期)・CGコードへの対応(更新)・SDGs対応状況分析

“ティアを超える新生ティア”実現に向けて

数値計画

	2020年9月期 連結業績	2021年9月期 連結業績	2022年9月期 連結業績予想	2023年9月期 2年目計画	2024年9月期 3年目計画
葬儀件数 (直営・件)	11,353	12,599	13,139	13,698	14,352
葬儀単価 (直営・千円)	900	837	842	888	884
売上高 (百万円)	11,919	12,203	12,720	14,100	14,720
営業利益 (百万円)	595	887	730	1,000	1,030
経常利益 (百万円)	587	877	720	990	1,020
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	345	542	430	590	610
設備投資 (百万円)	764	627	846	716	805

※当社グループにおけるコロナ禍の影響は、葬祭規模の縮小及び法要料理の販売減により葬儀単価が16%低下(2020年9月期下半期)となり、以降も同水準で推移しています。この状況は2022年9月期まで継続し、2023年9月期以降は改善するものと予想しています。

テーマ3 葬儀付帯業務の内製化拡大と行動力と分析能力を高めたM&A

- 1**
商品戦略
- 葬儀付帯業務の更なる内製化を推進
・セレモニーアシスタント・セレモニーガードの派遣エリアの拡大
・生花事業の取り扱い会館の増加
・湯灌・エンバーミングの業務エリア拡大と提供内容の充実
・墓石の販売に注力

- 2**
M&A戦略
- 適正な判断のもとM&Aを実行
・M&Aに関し、当社グループによる能動的な情報収集
・M&A関連の情報に対し機動的な行動力と分析能力を向上

中部地区 直営62店に対して

内製化率	
接客人財・警備	22.2%
湯灌・エンバーミング	73.7%
生花事業	23.8%
霊柩・車両	84.6%

関西地区 直営4店に対して

内製化率	
接客人財・警備	6.8%
湯灌・エンバーミング	59.1%
生花事業	—
霊柩・車両	58.8%

関東地区 直営11店に対して

内製化率	
接客人財・警備	100.0%
湯灌・エンバーミング	—
生花事業	—
霊柩・車両	80.3%

※内製化率：直営会館の業務件数に対して、当社グループのスタッフが従事した割合(FC会館は一部を除き未対応)

(株)ティアサービスのエンバーミングセンターの様子



テーマ4 計画に則した人財確保・育成と次世代基幹システムの構築

- 1**
ICT戦略
- IT環境の整備
・ハード・ソフトの充実による多様な働き方への対応
・次世代基幹システム構築の準備
 - ICTにおける脅威への対応
・重大な結果に繋がりにくい出来事や状況を早期に発見できる検知システムの運用
・セキュリティに関する専門的な知識を有する人財の確保、セキュリティに関する人財教育

- 2**
人財戦略
- 新卒採用
従前からの採用活動に加え、リモートにも対応した新卒採用プログラムを運用
 - 人財育成
・新卒社員の早期育成を目指した12カ月間の新卒教育プログラム
・既存社員の施行品質の向上を目的とした研修、管理職候補者育成の研修を実施
・人財育成を担う専門部門の稼働状況、リソースの適正配分を明確化すべく「ティアアカデミー・ヒューマンリソース」を可視化したマネジメント体制を構築

採用計画

2022年9月期予想	15人
2023年9月期計画	30人
2024年9月期計画	20人



新入社員の導入研修の様子

直営会館の出店継続とフランチャイズ における計画的な出店の推進

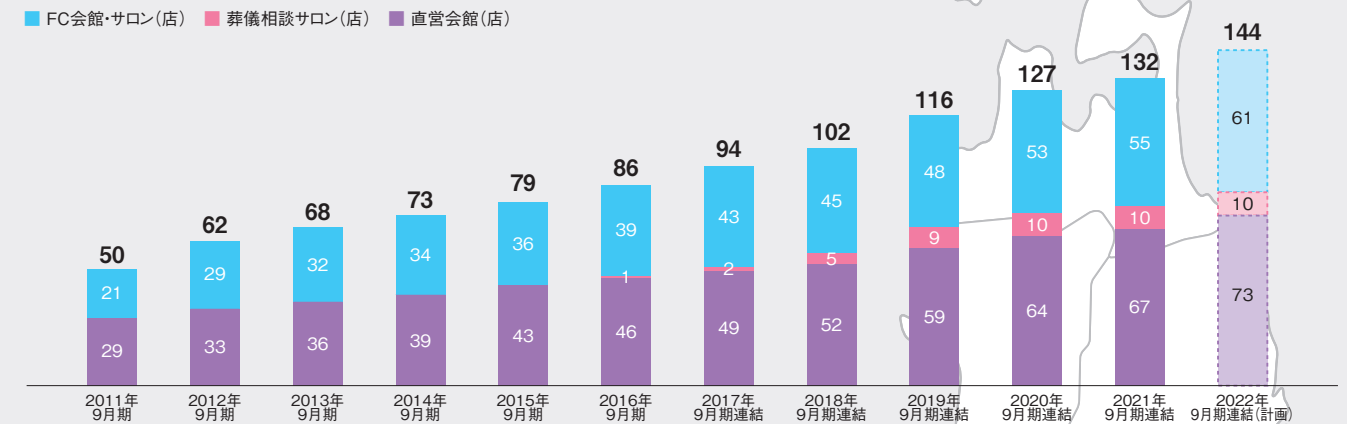
今期の概況

当社は、「直営会館の出店継続とフランチャイズにおける計画的な出店の推進」をテーマに積極的な店舗展開を行っています。今期の状況として、直営会館は愛知県下に家族葬ホール3店舗、葬儀会館1店舗を開設する一方、リロケーションにより既存会館1店舗を閉鎖しました。フランチャイズでは、新規加盟社である「株式会社永田屋」様が愛知県豊田市に初進出し、また大阪府下に「南海グリーフサポート株式会社」様の17号店を開設しました。これにより、直営会館67店舗、葬儀相談サロン10店舗、フランチャイズ55店舗となりました。

次期の取り組み

次期の出店については、直営会館は中部地区の出店継続と関東地区・関西地区の出店再開により7店舗を計画する一方、リロケーションにより既存会館1店舗の閉鎖を予定しています。フランチャイズでは7店舗の出店を計画する一方、既存会館1店舗を直営会館に切り替えました。これにより直営会館73店舗、葬儀相談サロン10店舗、フランチャイズ61店舗を計画しています。

店舗数の推移



2020年12月 OPEN!
ティア西枇杷島
愛知県清須市西枇杷島町花咲19番地



葬儀会館(直営店舗)

2021年7月 OPEN!
ティア新清洲
愛知県清須市新清洲4丁目10番地7



家族葬ホール(直営店舗)

2021年1月 OPEN!
ティア豊田土橋
愛知県豊田市曙町5丁目40番



家族葬ホール(FC店舗)

2021年8月 OPEN!
ティア豊橋高師
愛知県豊橋市向草間町字北新切72番地



家族葬ホール(直営店舗)

2021年2月 OPEN!
ティア甚目寺北
愛知県あま市森6丁目3番地14



家族葬ホール(直営店舗)

2021年4月 OPEN!
ティア羽曳野
大阪府羽曳野市西浦1丁目2番地12



家族葬ホール(FC店舗)

中部エリア

97 店舗

・直営店舗 62店舗
・FC店舗 35店舗

関西エリア

21 店舗

・直営店舗 3店舗
・FC店舗 17店舗
・葬儀相談サロン 1店舗

関東エリア

14 店舗

・直営店舗 2店舗
・FC店舗 3店舗
・葬儀相談サロン 9店舗

営業促進とコンタクトセンターとの連携による 葬儀受注率の向上

コロナ禍による外出自粛・越県移動の制限・三密回避等により葬儀単価が低下する中、中核エリアでのシェア向上にこだわった施策を実施しました。営業促進としては価格訴求力を高めた「TVCM」「中吊り広告」「折込チラシ」等を実施し、また施策に対応したWebサイトやコンタクトセンターのオペレーション連携を図り、当社の総合力強化による葬儀受注率の向上を推進しました。その結果、葬儀件数は施策実施前と比較して二桁増となり、名古屋市内斎場シェアも向上しました。

〈営業施策と葬儀受注の獲得導線〉



株式会社ティアサービス関西事業所を開設

2021年4月、当社の子会社である「株式会社ティアサービス」の関西事業所が開設しました。同事業所は敷地面積150坪、建築面積45坪で「ティア藤井寺（FC会館 運営：南海グリーンサポート株式会社）」の敷地内に建てられ、ご遺体の保全・修復や海外搬送などにも対応した施設となります。これに伴い、関西地区で展開する直営会館及びFC会館向けに、湯灌・エンバミングの業務を開始しました。また、新型コロナウイルス感染症に罹患して亡くなった方への対応も、同事業所の感染症対策チームが担っています。



ティアサービス関西事業所の開所式の様子

仕出し料理の老舗・料亭とのコラボレーション

感染症対策の一環として、大人数の食事が自粛・制限されたことにより、法要料理の提供機会が減っています。かかる環境下、当社のパートナー企業であり、仕出し料理の老舗である「株式会社八百彦本店」様協力のもと、「鰻ご飯と二段重」といったお持ち帰り御膳の販売を開始しました。また、名古屋市内の有名老舗料亭である「河文」様プロデュースによる、見た目にも美味しい食材を使用した、お持ち帰り用の法要料理を開発・販売しました。

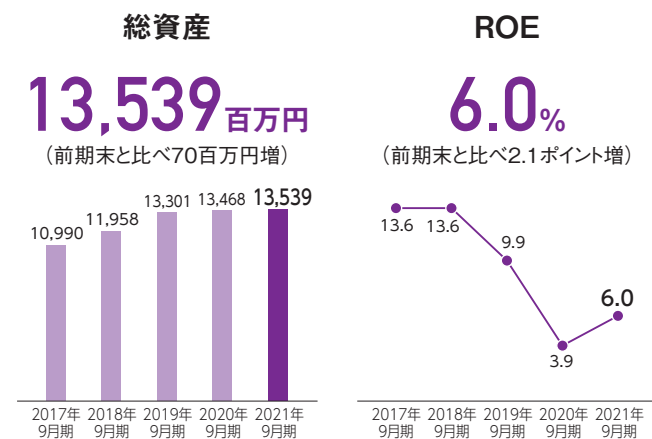
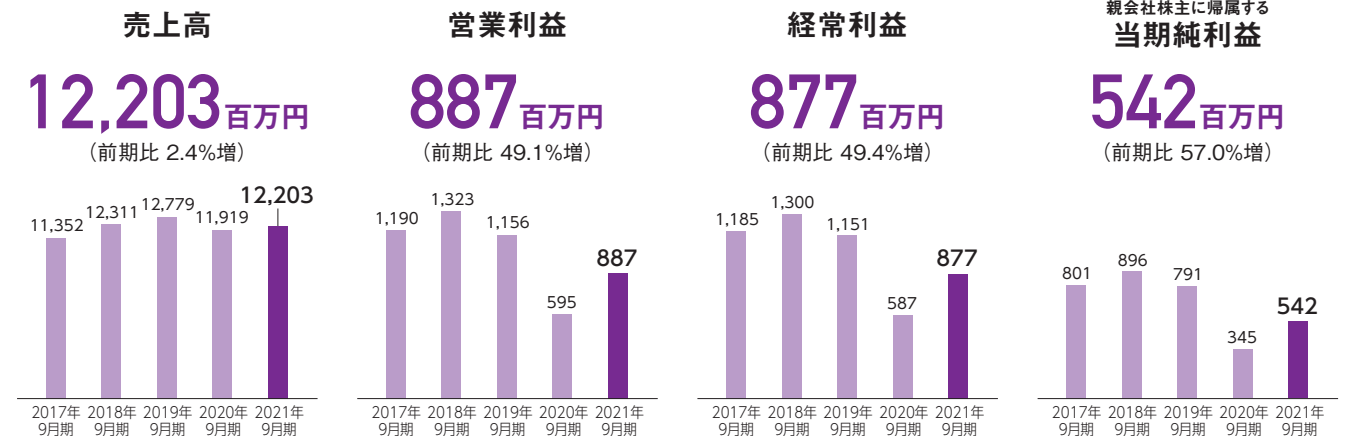


八百彦本店様「鰻ご飯と二段重」



河文様「お持ち帰り用法要料理」

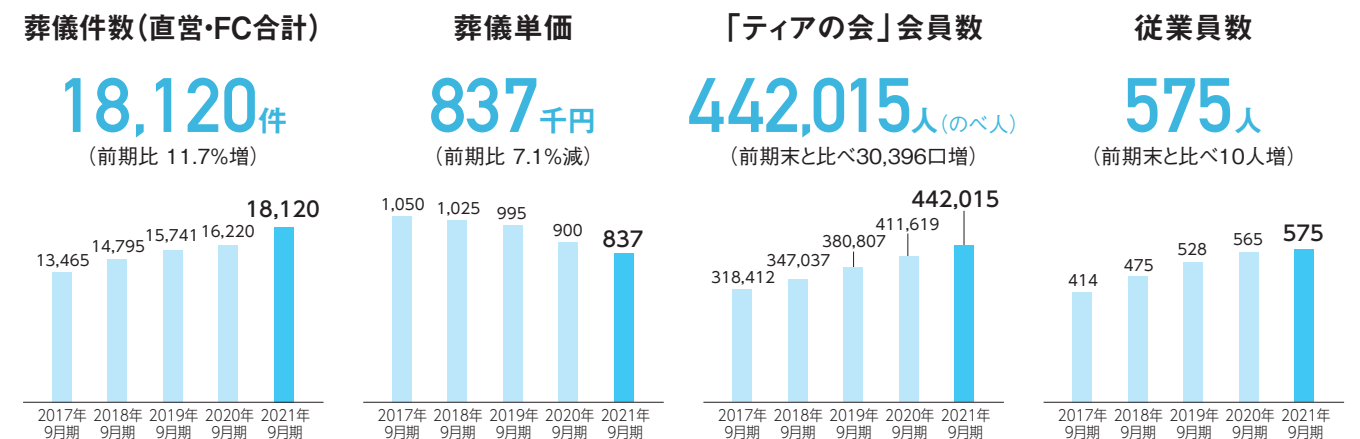
財務



▶ 今期の業績

2021年9月期の連結業績は前期比で増収増益となりました。売上高は2期ぶりの増収となり、利益については3期ぶりの増益となりました。葬儀件数は、既存店の件数が増加したのに加え、新たに開設した会館の稼働により、前期比11.0%増の12,599件（直営会館）、葬儀単価は、コロナ禍の影響により葬祭規模が縮小したのに加え、法要料理の販売が減少し、前期比7.1%減となりました。売上原価は、労務費等が増加したものの葬儀付帯業務の内製化を推進したことにより前期と比べ0.7ポイント低下し、経費面では営業促進を実施する一方、経費削減を推進し、販売費及び一般管理費は前期比2.4%減となりました。

非財務



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

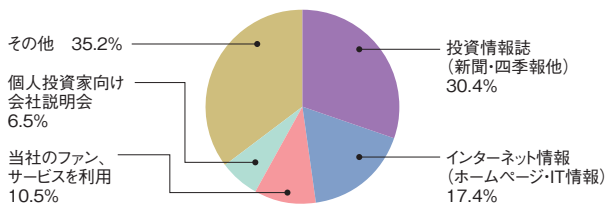


ステークホルダーコミュニケーション

株主様からのお声

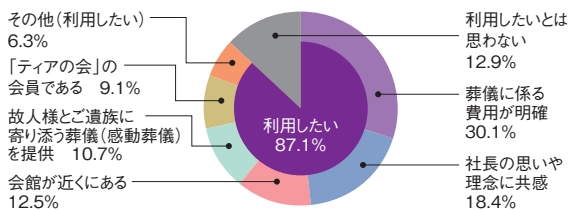
今期も、2021年3月末の株主様15,453名を対象にアンケートを実施しました。ご協力いただいた株主様は2,508名、返信率は16.2%となりました。事務局を務めた信託銀行からは「株主優待廃止に伴い、一部の株主様の関心が低下している傾向がみられるものの、一般的な水準と比べて高い返信率」とのコメントをいただいています。株主の皆様にはお忙しい中、回答いただきありがとうございました。

Q1 当社株式を購入または取得されたきっかけは何ですか



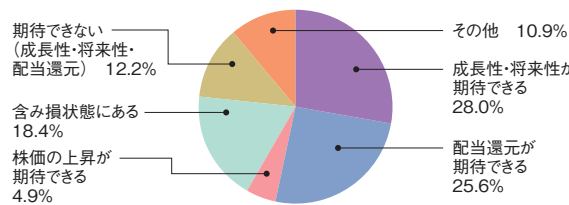
当社株式を保有するきっかけとして、約3割の方は投資情報誌(新聞・四季報他)と回答し、次いで約2割弱の方がインターネット情報(ホームページ・IT情報)と回答しています。コロナ禍でWebによる情報発信の重要性は高まっていますので、当社もWebを活用したIR活動を重点的に実施していきます。

Q3 当社のサービスを利用したいですか



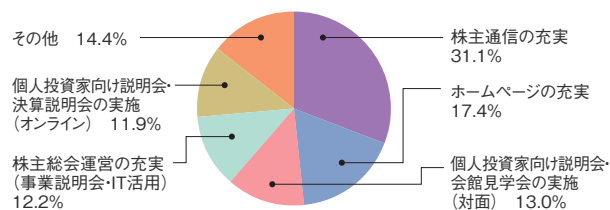
当社のサービスを、8割以上の方が利用したいと回答し、その理由として「葬儀に係る費用が明確(30.1%)」「社長の思いや理念に共感(18.4%)」「会館が近くにある(12.5%)」といった回答が寄せられています。投資家向け情報発信のみならず、自身の終活を考えるきっかけになるようなIR活動を行います。

Q2 当社株主の保有方針の理由



当社株主の保有方針について、約5割超の方が成長性・将来性・配当還元に期待できると回答する一方、約1割超の方は成長性・将来性・配当還元に期待できないと回答しています。これまでのIR活動に加え、当社に対し多くの方に関心を持ってもらえるよう、ESG・SDGsといった情報発信にも努めていきます。

Q4 IR活動について希望することは何ですか



IR活動について希望することとして、3割超の方が「株主通信の充実」と回答しています。これまで実施した株主アンケートを通じて、株主通信の重要性について認識していましたので、今期からは内容・規格を見直し、より多くの情報を株主様へ伝えられるように全面的にリニューアルしました。

コロナ禍におけるティアのIR活動について

コロナ禍におけるIR活動の課題や今後の取り組みについて、経営企画室長 辻 専務取締役様に聞きました。

→ リアルな説明会の重要性を認識

今期はリモート開催も含めて計4回の個人投資家向け会社説明会を実施しました。リモート開催では社長の富安が説明し、それに対して参加者の方がチャットで質問を寄せる形式で進めました。質問はたくさんいただいたものの、リモートでは富安の情熱は伝わりづらかったようです。リアル開催では実際の葬儀を撮影・編集した映像を放映し、「感動で涙が出た」「お葬式はティアにお願いしたい」といったありがたいコメントを多数いただきました。私たちの姿勢や実像をリアルな映像を通じて直接伝えられたことは、大変有意義なことでした。

→ Webを活用したIR活動の推進

リアル開催の個人投資家向け会社説明会にこだわる一方、IR活動におけるWeb活用も進みました。コロナ禍で人の移動や大人数の集まりに制約があるため、年2回の決算説明会は、終了後に当日の内容を動画で配信するようにしています。また、株主総会では当日の運営を簡略化し、従来は会場で説明していた事業報告などを映像で視聴できるようにしました。併せて、議決権行使の電子化にも対応しています。コロナ禍で注目を集めたIR活動におけるWeb活用ですが、コロナ収束後もその重要性はさらに高まっていくと思います。

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。

※2021年度再加入率

素敵なアイデアで感動のある葬儀をしていただきました

葬儀会場:ティア蟹江
葬儀担当:中井勇輔スタッフ

梅雨の晴れ間にのぞく青空がまぶしく夏を感じる今日この頃です。貴社におかれましては、増々御健勝のことと存じます。

さてこの度の母の葬儀に際しましてとても感動した事がありましたのでペンを執らせていただきました。かねてからティア様の会員になる事を考えていた矢先、縁あって水谷様にお目にかかる事ができました。入会内容等の説明もとても丁寧に分かりやすく話された事と水谷様の好感がもてる御人柄にほれ、その場で即入会致しました。何と入会后二週間余りで母の葬儀をお願いする事になりました。

私が今まで見てきた葬儀といえばほとんどが無事に何事もなく滞りなく終了すればいいという内容のものが多かったように思います。ところが貴社で行った葬儀はとても感動するものがありました。

水谷様と中井様コンビの御計らいだと思っていますが、何と告別式の朝、控室の母の小祭壇に、モーニングを供えて頂いたのです。しかも母が利用していた喫茶店にわざわざ出向いて下さって購入して下さいました。又、本祭壇にはすもう好きだった母の為に番付表・すもう新聞、ピザが供えてありました。これには嬉しさのあまり涙が出ました。サプライズは、これだけではありませんでした。火葬場に行く際も母が御世話になって

いました介護施設の横をわざわざ遠まわりをして下さいました。ここまで亡き人や遺族を考えての心配りもとても嬉しかったです。水谷様、中井様の素敵なアイデアでこのような感動のある葬儀をしていただいた事、通常では事務的に執り行われる葬儀が多い中、ここまで遺族の思いを受けとめて、心温まる葬儀をして下さったティア様に感謝申し上げます。

末筆ながら貴社の一層の御繁栄を心より御祈り申し上げます。

親を見送ることの意味を改めて教えていただきました

葬儀会場:ティア黒川東館
葬儀担当:山田健二スタッフ

先日は大変お世話になりました。山田さんのお陰で、心温まるお式ができました。亡くなる方にも色々事情があり、誰もがあの様な気持ちで見送ることはできないかもしれませんが、親(兄)を見送る私達にとっては教えていただく事ばかりでした。息子にもしっかり伝わったと思っています。ひとり娘でとてもかわいがってもらいながら、介護が大変で怒鳴ったり、下の世話が限界で施設に入れてしまった事に、父には罪悪感ばかり感じていました。でも、折紙に、今までの思い出や詫びの気持ちを沢山書いて棺の中に入れたことで父に思いを伝える事ができたように思います。また自宅に祭壇を組んでいただいた際に、「まず、お帰らないと言ってあげて」と言われて、「施設に入れてしまった父をちゃんと家に帰らせてあげられた」と思えました。きっと、私がしっかりお別れできるようにと、父が山田さんと会わせてくれたのだと思います。

葬儀でのお心配りはもちろんのこと、親を見送ることの意味を改めて教えていただき、本当に感謝しております。

お礼の言葉はまだまだ足りなくらいですが、どうぞ多くの方が、私と同じ気持ちで故人とお別れができるよう、これからも頑張ってください!

取り急ぎお礼まで。

おばあちゃんもみんなも本当に嬉しかったです

葬儀会場:ティア菫目寺
葬儀担当:大野由起乃スタッフ

大野さんへ

今回は本当にありがとうございました。

私も学生を卒業して今年から看護師になります。看護師も患者さんが亡くなる場面に立ち合うことが多い職業です。私もそんな時、大野さんの故人やその家族に対する姿勢を思い返したいと思います。すてきなお仕事ですね。

おばあちゃんもみんなも本当に嬉しかったです。ありがとうございました。

原文のまま掲載しております。

会社情報 (2021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	575名

取締役および監査役 (2021年12月22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
取締役	山本 克己
社外取締役	森 善良
社外取締役	小木曾 正人
常勤社外監査役	後藤 光雄
社外監査役	稲生 浩子
社外監査役	出口 紘一

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	22,406,100株
株主数	15,863名

大株主の状況

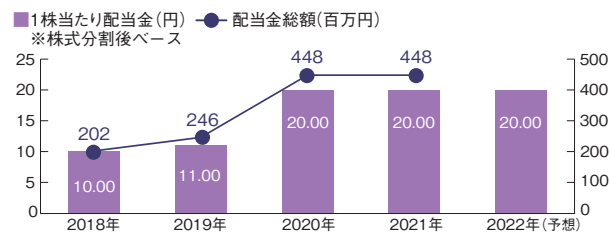
	株主名	所有株式数(株)	持株比率(%)
1	株式会社夢現	7,792,000	34.77
2	株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,977,300	8.82
3	日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,264,800	5.64
4	名古屋鉄道株式会社	1,190,000	5.31
5	富安 徳久	949,700	4.23
6	ティア社員持株会	393,600	1.75
7	深谷 志郎	264,000	1.17
8	花重美装株式会社	183,200	0.81
9	中部印刷株式会社	121,600	0.54
10	中部ビル開発株式会社	111,200	0.49

(注)持株比率は自己株式(1,470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進めていく予定です。

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す。



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 毎年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
東京都府中市日鋼町1-1
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 市場第一部
名古屋証券取引所 市場第一部

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
名古屋市中区黒川本通三丁目35番地1
TEL:052-918-8200(代表)

