

YUTAKA INC. 100



イベント施工例

- 本社所在地：東京都品川区東大井1-15-10
- 事業概要：イベント美術施工・設営・装飾、イベント・展示会の企画提案、電気工事・仮設ネット回線工事、特殊什器の販売・レンタル、リノベーション、建築・内装
- 常時使用する従業員：97名
(2026年10月時点)
- 現在の売上高：28.8億円（2025年8月期）
- 法人番号：5010701018310
- Web：https://www.yutaka-inc.jp

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役
徳永 知正

空間づくりの力で、人・企業・社会の可能性を広げる

ユタカ株式会社は、30年以上にわたり、イベント・展示会・内装分野で培った企画力・施工力・現場対応力を強みに、お客様の想いを形にする空間づくりを行ってまいりました。これからも、創造性と美しさを兼ね備えた空間の提供を通じて、お客様の課題解決と価値向上に貢献し、空間づくりのリーディングカンパニーを目指します。今後は、既存事業の競争力強化に加え、新たな事業領域への展開やM&Aを通じた技術・人材・顧客基盤の拡充を進め、持続的な成長を実現してまいります。売上高100億円の達成を通じて、より多くのお客様に優れた体験価値を提供するとともに、社員の成長と待遇の向上、地域社会の発展に貢献してまいります。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

2025年8月期の売上高28.8億円を基準に、既存事業は2026年に6%、2027年に8%の成長を計画します。2028年・2031年・2034年に各1社のM&Aを実施し、それぞれ売上高5億円を加えるとともに、技術・人材・顧客基盤の融合によるシナジーを創出します。これにより既存事業の成長率を段階的に11%・12%・13%へ高め、買収先事業も年率10%で成長させることで、2035年に売上高100億円の達成を目指します。

課題

- ・営業力強化：大型案件の獲得と企画提案力の向上
- ・人材・施工体制：専門人材の確保・育成と施工能力の拡充
- ・M&A戦略：買収先の選定・評価と買収後の事業統合
- ・生産性向上：業務標準化・DX推進と収益性の改善
- ・経営基盤強化：成長投資に必要な資金確保とガバナンス体制の整備

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

- ・イベント・展示会の大型案件獲得に向けた企画提案力の強化
- ・内装・リノベーション分野の受注拡大
- ・電気工事・仮設ネット回線工事など技術領域の拡充
- ・特殊什器の販売・レンタルによる収益基盤の強化
- ・協力会社との連携強化による施工能力の向上
- ・M&Aによる事業領域の拡大、技術・人材の獲得および事業シナジーの創出
- ・新規顧客の開拓と既存顧客の深耕
- ・人材採用・育成、DX推進による生産性向上とコスト最適化

実施体制

- ・代表取締役を中心に、営業・企画・施工・管理の各部門が連携する推進体制を構築
- ・市場動向を踏まえた戦略立案と、重点施策の進捗管理を行うプロジェクトチームを設置
- ・M&Aの検討・実行および買収後の統合を推進する体制を整備し、事業間の相乗効果を最大化
- ・人材採用・育成を強化し、専門性の高い組織づくりを推進
- ・業務の標準化・DX推進により、効率的な施工体制と高品質なサービス提供を実現

売上高100億円実現の目標と課題

【実現目標】

当社は、2025年8月期の売上高28.8億円を基準として、2035年に売上高100億円を達成することを目指します。2026年8月期は前年比6%、2027年8月期は8%の成長を計画します。さらに、2028年・2031年・2034年にそれぞれ1社のM&Aを実施し、各5億円の売上高を加えることで、事業規模を段階的に拡大します。M&Aを通じて獲得した技術・人材・顧客基盤を既存事業と融合させ、大型案件の受注拡大、施工能力の強化、新規顧客の開拓を推進します。これらの相乗効果により、ユタカ株式会社の既存事業の成長率を2028年以降11%、2031年以降12%、2034年以降13%へ段階的に高めます。また、買収先企業についても買収翌年度から年率10%の成長を計画し、既存事業と買収先事業の双方を成長させることで、持続的な事業拡大と売上高100億円の実現を目指します。

【課題】

100億円企業への成長には、既存事業の競争力強化とM&Aによる事業拡大を両立させる経営基盤の構築が不可欠です。具体的には、大型案件の獲得に向けた営業・企画提案力の強化、専門人材の採用・育成、施工体制の拡充が必要となります。また、事業規模の拡大に伴い、業務標準化・DX推進による生産性向上と、原材料費・人件費の上昇に対応した収益性の確保が求められます。M&Aについては、既存事業との親和性が高い買収対象企業の選定、適正な企業評価、買収資金の確保が重要となります。さらに、買収後の組織・業務体制の統合、顧客基盤の相互活用、技術・人材の共有を進め、計画したシナジーを確実に創出する必要があります。加えて、事業拡大に対応した管理体制・ガバナンスの強化と、各事業の成長目標を継続的に管理する仕組みを整備し、持続的な成長を支える経営基盤を確立します。

