



# 中期経営計画

## FY2026~FY2028

株式会社NTTデータ イントラマート  
2026年5月13日

01 前中期経営計画 振り返り(FY2022～FY2025)

02 中期経営計画(FY2026～FY2028)



01

前中期経営計画 振り返り(FY2022~FY2025)



# 重要経営指標の達成状況

売上高・利益ともに好調に推移。FY2023より本格展開したサブスクリプションモデルが順調に拡大し、収益の安定性と継続性を高めるとともに、中期経営計画の目標を前倒しで達成。

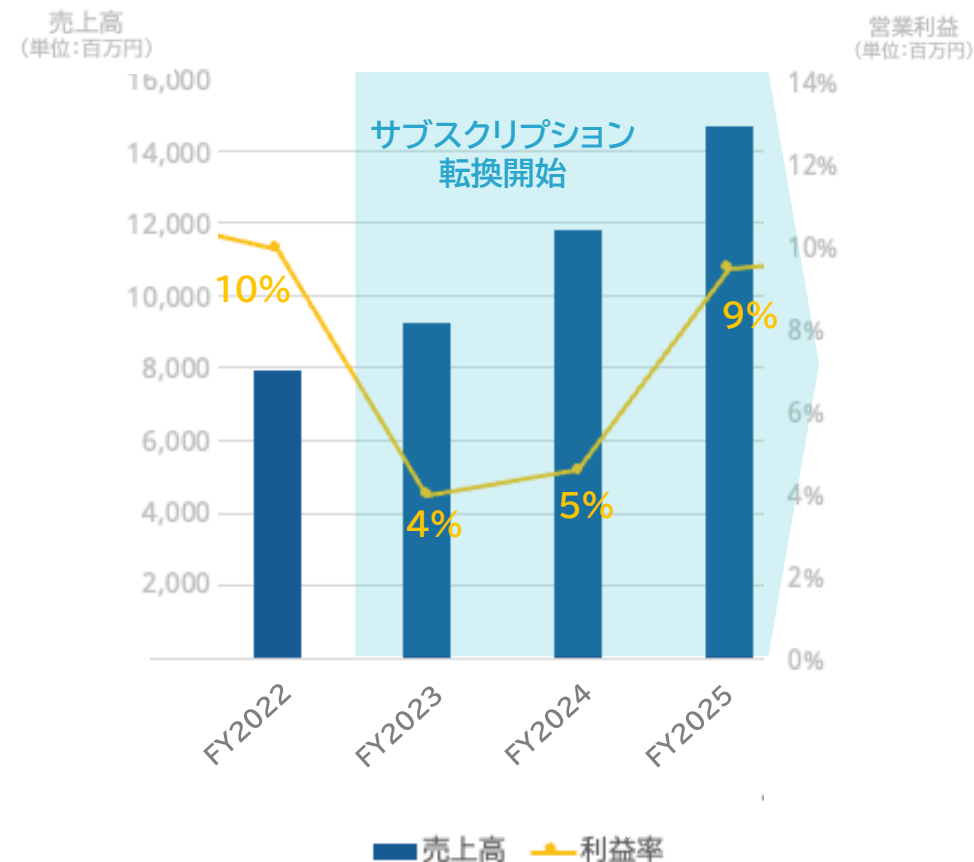
FY2025  
経営目標

FY2025  
実績

売上高	130億円	◎	146億円
営業利益率	10~20%	△	9%
クラウドサービス／サブスクリプションモデル売上高	20億円	◎	20億円
クラウドサービス／サブスクリプションモデル転換率	75%	△	70%
ARR	---		32% (前年比)

※ARRは、保守を除くクラウドサービスおよびサブスクリプションモデルの成長率を指す

前中期経営計画 FY2022~FY2025





02

中期経営計画（FY2026～FY2028）



## 新スローガン

顧客との“共創”に基づいた高い“成長”の実現、  
より大きな“信頼”の獲得

共創

創業以来の顧客サクセスを徹底し、顧客と共に新しい価値を創造

×

成長

AIなどの新しい変化を積極的にビジネス環境に取り込み、新たな成長フェーズへ

=

信頼

社会からのより大きな信頼を獲得し、プライム市場上場を目指す



# 独立企業として成長機会を最大化する経営基盤へ

NTTデータグループとの連携を維持しながら、  
3つの成長ドライバーによる事業機会のさらなる最大化を目指す



**Speed**  
意思決定・開発

01

意思決定のスピード  
アップ



**Ecosystem**  
パートナー・市場

02

より広い範囲での  
エコシステム構築



**Capital**  
投資・M&A

03

M&Aなどの機動的  
な財務戦略

## AI AGENTS



取り巻く市場環境の変化

AIエージェントがもたらす  
大きな変革



## 業務スタイルの変革

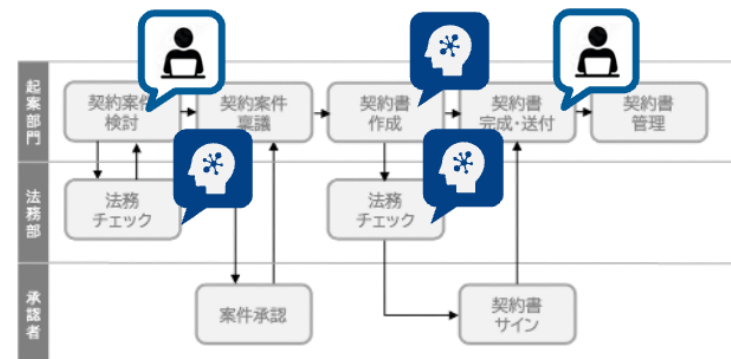


生成AIは単なるツールから「共に働くパートナー」であるAIエージェントへと進化



このパートナーシップには、ヒトとAIの間で役割分担、統制管理、異常時の差配などを行うための  
**オーケストレーション基盤(BPM/ワークフロー)**が不可欠

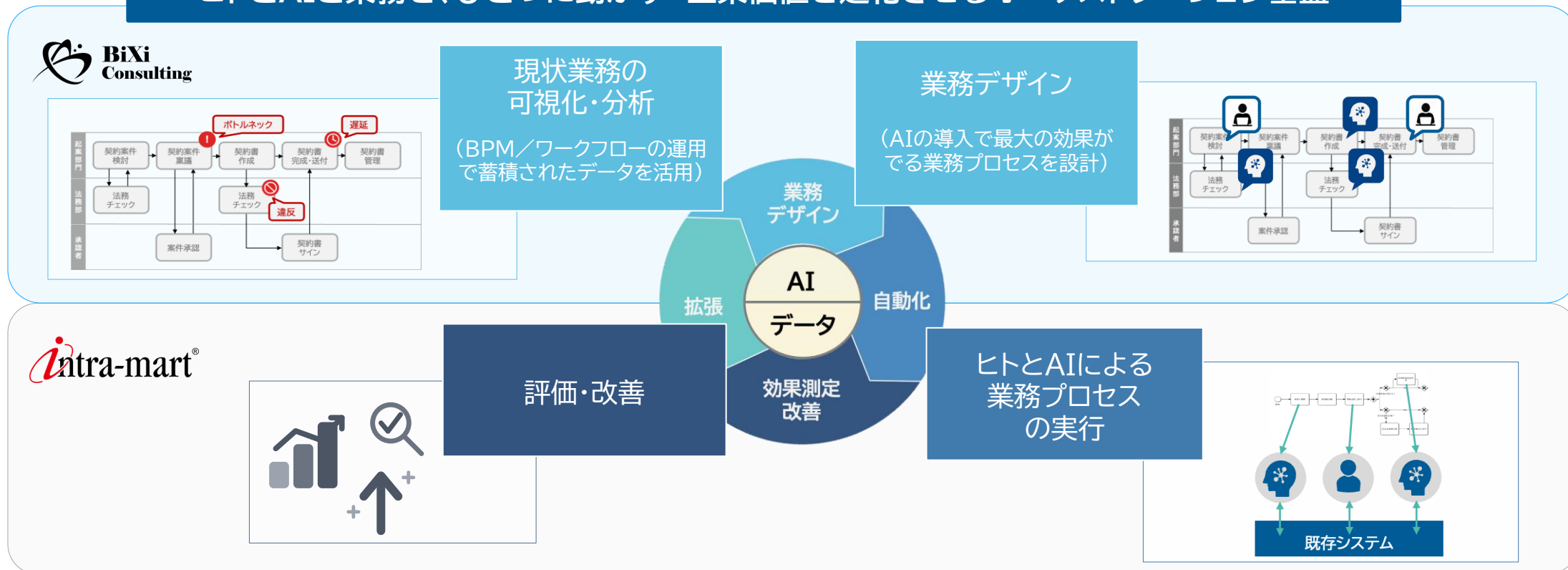
▶ ヒトとAIが共創する未来において、**BPM/ワークフロー**は中核的な要素



# 🔄 イントラマート社の目指す姿(アドバンテージ)

- ✔️ BPM/ワークフロー領域で18年連続No.1の実績をもとに、**現状業務の可視化・分析**→**業務デザイン**→**業務プロセス実行**→**評価・改善**を通じたAI導入の結果創出と定着
- ✔️ **上流業務コンサルティングからプラットフォーム提供**まで一気通貫

ヒトとAIと業務を、ひとつに動かす 企業価値を進化させるオーケストレーション基盤



# 🔄 イントラマート社の目指す姿(市場)

対象業務領域を**従来のワークフロー市場**から  
**企業の業務プロセス変革領域**へ拡大

**国内ワークフロー市場**  
 約100～200億円規模\*1  
 申請承認ワークフロー  
 経費精算ワークフロー  
 等...

**業務プロセス変革領域**  
 (数千億～兆円規模)\*2  
 サプライチェーン業務プロセス  
 金融業務プロセス…等

<p>医療・バイオ</p> <p>医薬品に関する公的ガイドラインの遵守と業務プロセスの最適化を実現          「Accel-Mart」でシステム開発工数・期間を短縮</p> <p>第一三共株式会社 様</p>	<p>金融</p> <p>intra-martとRPAの組み合わせでハイパーオートメーションの基盤を構築          キャッシュレス需要の高まりでひびく業務を効率化</p> <p>三菱UFJニコス株式会社 様</p>	<p>不動産</p> <p>業務プロセス改革の成果を裏表した新たな決裁システム          intra-martで実現したシステム全体の最適化とデータ活用の基盤づくり</p> <p>東急不動産ホールディングス株式会社 様</p>	<p>中間流通、広告・情報通信サービス</p> <p>業務標準化と同時に進めた工程管理システム構築プロジェクト「intra-mart」が可能にしたアジャイル型のアプローチ</p> <p>株式会社オプテージ 様</p>
--	---	---	--

**業務プロセス変革領域でのカスタマーサクセス事例**

\*1:出典 ITR 「ITR Market View:RPA/iPaaS/ワークフロー市場2023」

\*2:各種市場調査(ITR、IDC等)をもとに当社にて作成

当社webサイトから抜粋



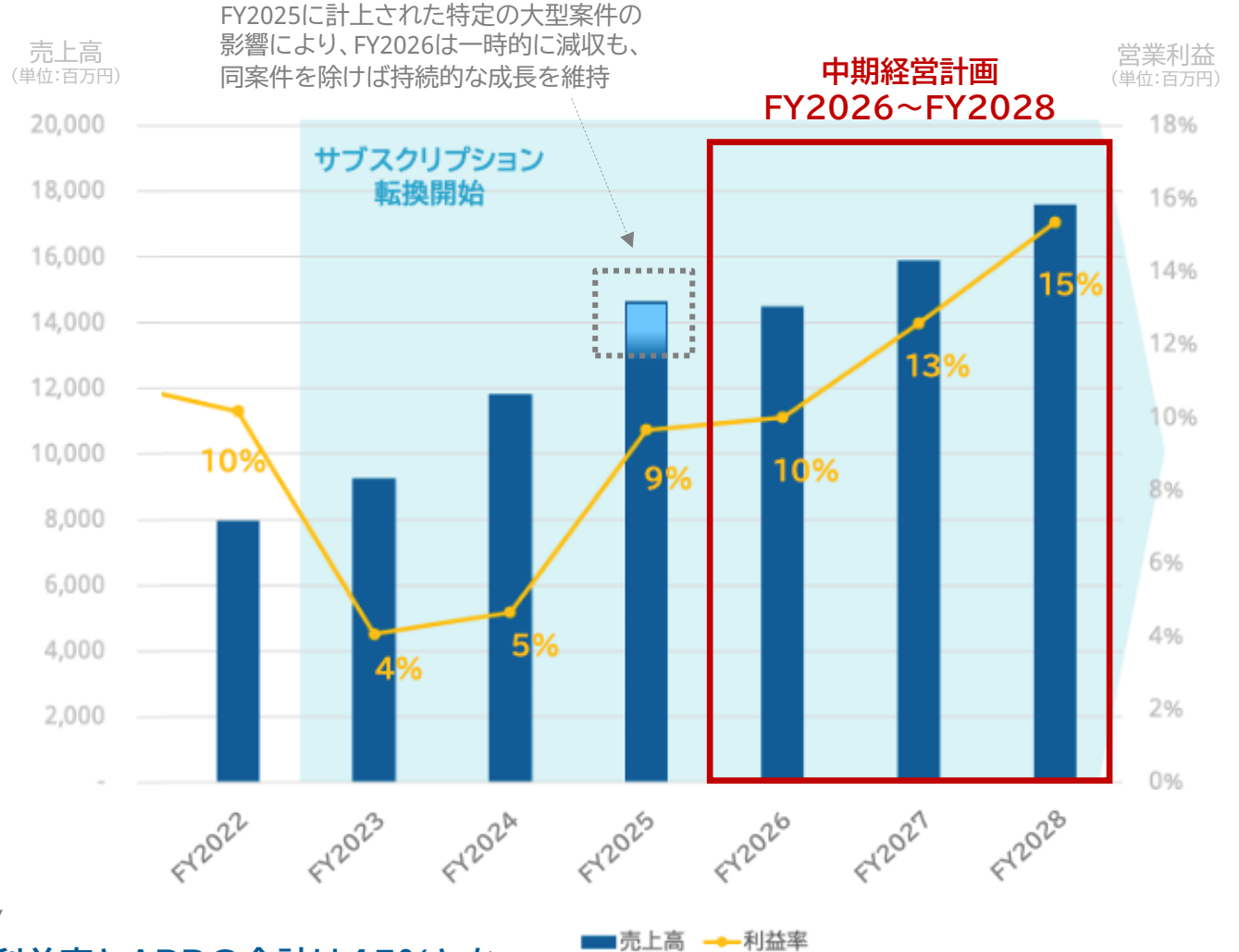
# 中期経営計画の要旨

**FY2025  
実績**

**FY2028  
経営目標**

売上高	146億円	180億円
営業利益	13億円	27億円
営業利益率	9%	15%以上
CAGR	22% (FY2023-25の平均 JSP社のM&Aを含む)	10% (FY2026-28の平均)
ARR	32%(前年比)	30%(前年比)

- ARRは、保守を除くクラウドサービスおよびサブスクリプションモデルの成長率を指す
- 当中期経営計画における成長投資合計 約50億円以上を目論む (製品・人材・生産性向上・M&Aを含む)



営業利益率とARRの合計は45%となり“Rule of 40”水準を大きく上回る



# 戦略テーマ概要

01



## カスタマーサクセスを 起点としたビジネス モデルの強化

顧客の中核業務領域に高付加価値な  
製品・サービスを提供し、顧客のロイ  
ヤリティを最大化。  
統合型業務プロセス基盤の導入/拡張  
でLTV向上を実現。

02



## AIを活用した収益性の あるビジネス構造の 確立

AIを活用した業種業界ソリューション  
の創出と横展開。社内業務/開発の生  
産性向上とグループ一体運営で利益  
を創出。

03



## 社員の成長と社会的信 頼を生む企業ブランド の醸成

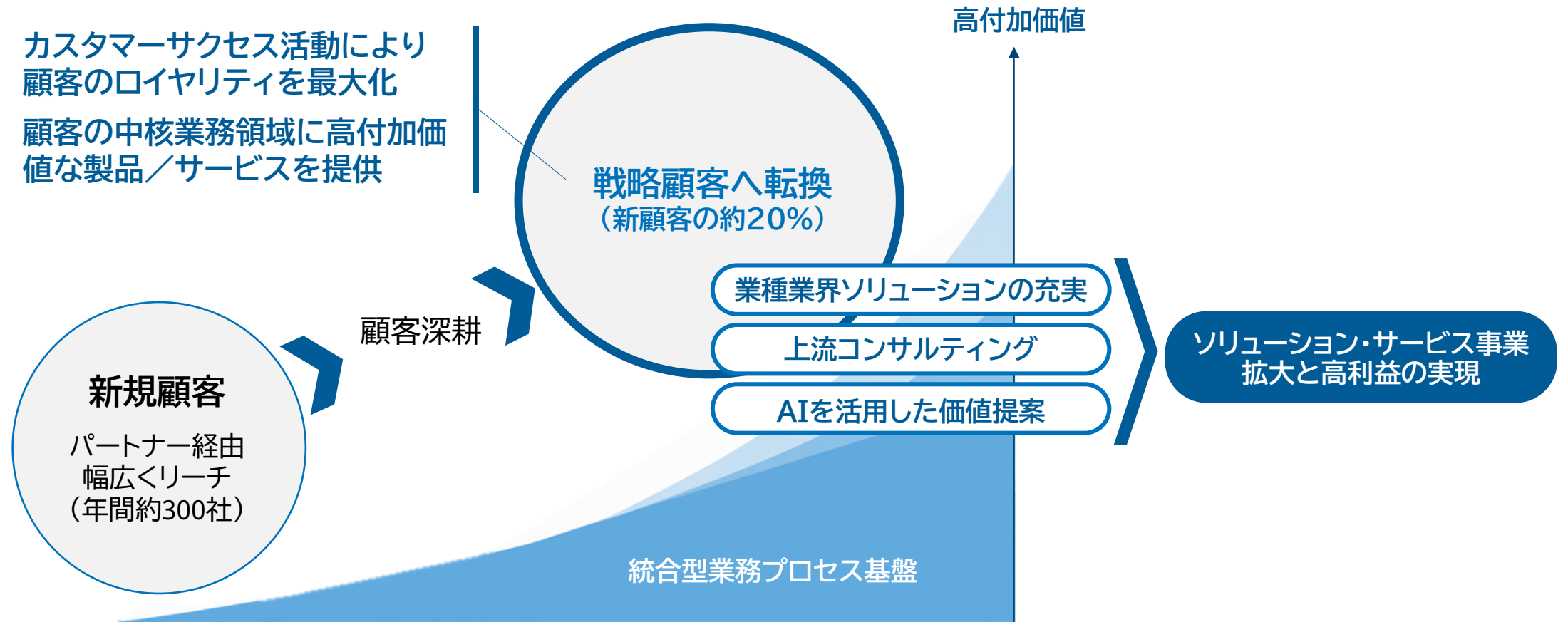
イノベーション人材の育成と「挑戦す  
る個人」が「信頼される企業」を創る。  
ESGへの取り組みと透明性の高い情  
報開示。



戦略テーマ1 |

# カスタマーサクセスを起点としたビジネスモデルの強化

- カスタマーサクセス活動により顧客のロイヤリティを最大化
- 顧客の中核業務領域に高付加価値な製品／サービスを提供





# AIを活用した収益性のあるビジネス構造の確立





戦略テーマ3 |

# 社員の成長と社会的信頼を生む企業ブランドの醸成

「挑戦する個人」が「信頼される企業」を創る —— 社員と社会、双方からの信頼を経営の基盤に

## 人材育成

社員の成長がブランドに

### イノベーション人材の育成

AI・デジタル活用を含む新たな価値創造に  
チャレンジできる多様な人材の育成・創出

## 文化形成

企業ブランドの醸成

### 挑戦風土の形成

挑戦する個人が信頼される企業を創る  
社員と社会、双方からの信頼を経営の基盤に

## 社会的信頼

プライム市場上場を目指す

### 社会的信頼の構築

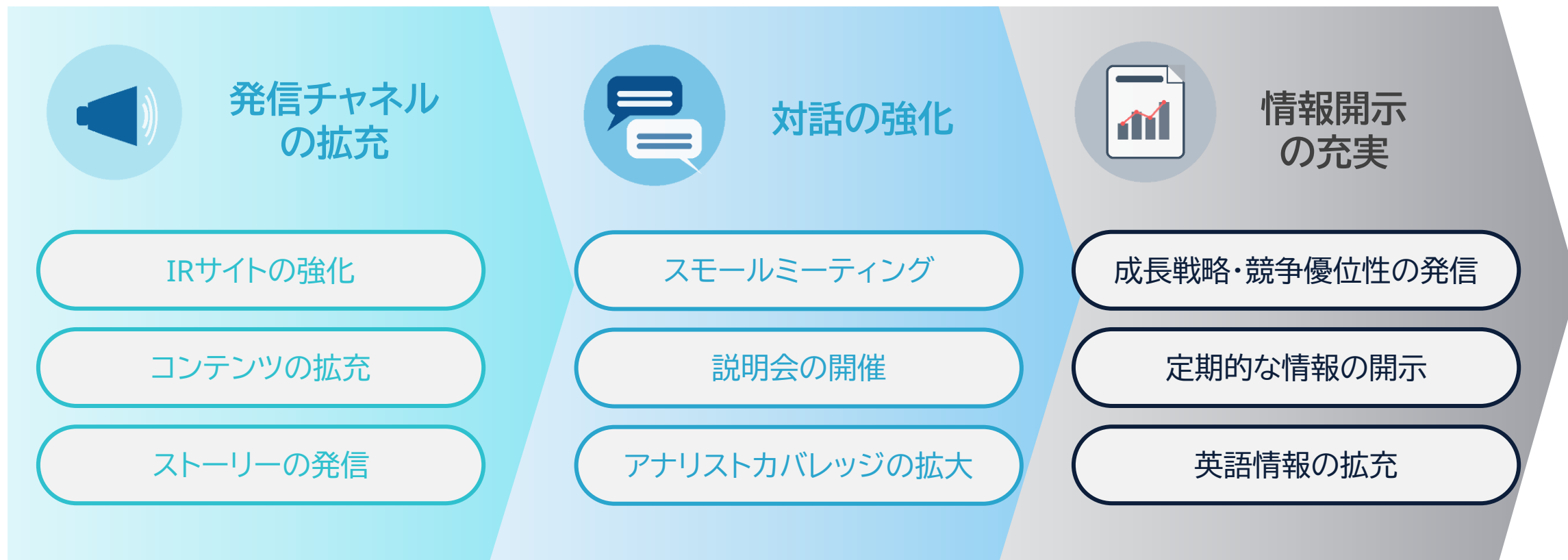
ESGへの取り組みと透明性の高い情報開示  
による投資家・社会からの信頼獲得





# IRへの積極的な取り組み

発信チャンネルを充実させ、情報開示と株主や投資家の皆さまとの対話を増やしていきます。





## 株主還元目標

- 当社は、株主還元を重要な経営課題と位置付け、中期経営計画(2026～2028年度)では、成長投資とのバランスを取りながら、安定的・継続的な株主還元を推進してまいります。
- 配当性向35%を基本方針とし、総還元性向40%を目指してまいります。
- 内部留保は、人財育成、研究開発、M&Aなどの成長投資に活用し、企業価値向上と資本効率改善を図ってまいります。

Rule of 40	SaaS(クラウド経由でソフトウェアを提供しサブスクリプションによって収益を積み上げるビジネスモデル)企業において、成長性(売上成長率)と収益性(営業利益率)のバランスを評価する代表的な指標 一般的に、両者の合計が40%を超えると、持続的な成長と収益性を両立できている企業と評価される
サブスクリプション	商品やサービスを月額や年額などの定額料金を支払うことで、一定期間利用できるビジネスモデル
クラウドサービス	インターネット経由でソフトウェアなどの各種機能を利用できるサービス
ARR	Annual Recurring Revenueの略称、毎年決まって得られる収益や売上 ※資料中には、保守を除くクラウドサービスおよびサブスクリプションモデルの成長率を記載しております
CAGR	Compound Annual Growth Rateの略称 一定期間の投資や売上が毎年平均してどの程度成長しているかを表す指標
LTV	Life Time Valueの略称で「顧客生涯価値」と訳され、顧客が商品・サービスの利用を開始してから終了するまでの長期的な関係の中で、その顧客から得られる利益の総額を表す指標
カスタマーサクセス	顧客が自社の製品・サービスを通じて成果や成功を実現できるよう、課題解決や活用支援を能動的に行う取り組み
BPM	Business Process Managementの略称 業務の流れを可視化して課題を抽出・分析し、PDCAサイクルを回しながら継続的な業務改善を行う管理手法
ワークフロー	組織内における申請・承認などの一連の流れ、およびそれをデジタル化・効率化する仕組み
業務プロセス変革	企業の目標達成に向けて、既存の組織構造や業務フロー、情報システムを見直し、業務全体を再設計・最適化すること
AIエージェント	人が細かく指示を与えなくても、業務の目的を理解したAIが、自ら判断・計画し、複数のツールを活用しながらタスクを遂行する自律型のAIシステム
オーケストレーション基盤	ヒト・AI・業務プロセス・データを連携し、企業全体の意思決定や業務実行を最適化する仕組み
ESG	Environment(環境)、Social(社会)、Governance(ガバナンス・企業統治)の略称 企業が持続可能(サステナブル)な成長を実現するために、環境・社会・企業統治の観点を重視して行う経営や投資の考え方



#### 本資料についてのご注意

- ✓ 本資料に含まれる将来の予想に関する記載は、現時点における情報に基づき判断したものであり、今後、日本経済や情報サービス業界の動向、新たなサービスや技術の進展により変動することがあり得ます。当社として、その確実性を保証するものではありません。
- ✓ 本資料に掲載されているサービスおよび商品などは、株式会社NTTデータ イントラマートあるいは各社の登録商標または商標です。

#### お問合せ先

株式会社NTTデータ イントラマート  
経営戦略室 橋場／南

TEL : 03-5549-2823 / E-mail : [ir@intra-mart.jp](mailto:ir@intra-mart.jp)  
Webサイト : <https://www.intra-mart.jp>