



2020年11月13日

各 位

会 社 名 株式会社カオナビ
代表者名 代表取締役社長 CEO 柳橋 仁機
(コード：4435、東証マザーズ)
問合せ先 取締役 CFO 橋本 公隆
(TEL. 03-5775-3823)

過年度の決算短信等における指標の一部訂正に関するお知らせ

当社は、過年度の決算短信等で記載した指標の一部につきまして、訂正すべき事項がありましたので、下記のとおりお知らせいたします。なお、当社の過年度の財務諸表への影響はありません。

記

1. 訂正の理由

当社が開示している利用企業数について、2020年3月期第1四半期以降の会計期間においてデータの集計に誤りがあることが判明したため、以下の訂正を行います。

2. 訂正の内容

訂正箇所には下線を付しております。

(1) 決算短信および四半期決算短信

以下の決算短信および四半期決算短信に記載の利用企業数を訂正いたします。

- ・2020年3月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕(非連結)
- ・2020年3月期 第2四半期決算短信〔日本基準〕(非連結)
- ・2020年3月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕(非連結)
- ・2020年3月期 決算短信〔日本基準〕(非連結)
- ・2021年3月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕(非連結)

- ・2020年3月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕(非連結)

添付資料 2ページ

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

(訂正前)

(略)

このような環境の下、当社クラウド人材マネジメントシステム『カオナビ』は堅調に成長を続け、当第1四半期会計期間末時点で利用企業数は1,408社となりました。

(以下略)

(訂正後)

(略)

このような環境の下、当社クラウド人材マネジメントシステム『カオナビ』は堅調に成長を続け、当第1四半期会計期間末時点で利用企業数は1,410社となりました。

(以下略)

・2020年3月期 第2四半期決算短信〔日本基準〕(非連結)

添付資料 2ページ

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

(訂正前)

(略)

このような環境の下、当社クラウド人材マネジメントシステム『カオナビ』は堅調に成長を続け、当第2四半期会計期間末時点で利用企業数は1,535社となりました。

(以下略)

(訂正後)

(略)

このような環境の下、当社クラウド人材マネジメントシステム『カオナビ』は堅調に成長を続け、当第2四半期会計期間末時点で利用企業数は1,536社となりました。

(以下略)

・2020年3月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕(非連結)

添付資料 2ページ

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

(訂正前)

(略)

このような環境の下、当社クラウド人材マネジメントシステム『カオナビ』は堅調に成長を続け、当第3四半期会計期間末時点で利用企業数は1,642社となりました。

(以下略)

(訂正後)

(略)

このような環境の下、当社クラウド人材マネジメントシステム『カオナビ』は堅調に成長を続け、当第3四半期会計期間末時点で利用企業数は1,643社となりました。

(以下略)

・2020年3月期 決算短信〔日本基準〕(非連結)

添付資料 2ページ

1. 経営成績等の概況

(1) 当期の経営成績の概況

(訂正前)

(略)

その結果、当社クラウド人材マネジメントシステム『カオナビ』は堅調に成長を続け、2020年3月末時点で利用企業数は1,789社(前期末比 496社増加)となりました。

(以下略)

(訂正後)

(略)

その結果、当社クラウド人材マネジメントシステム『カオナビ』は堅調に成長を続け、2020年3月末時点で利用企業数は1,791社（前期末比 498社増加）となりました。

(以下略)

・2021年3月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕（非連結）

添付資料 2ページ

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

(訂正前)

(略)

このような環境の下、新規顧客獲得のペースは鈍化したものの、『カオナビ』は堅調に成長を続け、当第1四半期会計期間末時点で利用企業数は1,841社となりました。

(以下略)

(訂正後)

(略)

このような環境の下、新規顧客獲得のペースは鈍化したものの、『カオナビ』は堅調に成長を続け、当第1四半期会計期間末時点で利用企業数は1,842社となりました。

(以下略)

(2) 有価証券報告書および四半期報告書

本誤謬の訂正に関連して、以下の有価証券報告書および四半期報告書に係る訂正報告書を2020年11月13日に関東財務局長に提出しております。なお、訂正箇所は主に利用企業数となります。

- ・2020年3月期 第1四半期報告書
- ・2020年3月期 第2四半期報告書
- ・2020年3月期 第3四半期報告書
- ・2020年3月期 有価証券報告書
- ・2021年3月期 第1四半期報告書

(3) 決算説明資料

当社は、株主や投資家をはじめとする全てのステークホルダーの皆様に当社をご理解いただくため有用と判断される情報を、決算説明資料において積極的に開示を行っております。従って、利用企業数の訂正に加えて、当該訂正に伴い変更が生じるその他の指標も以下のとおり訂正いたします。

(訂正前)

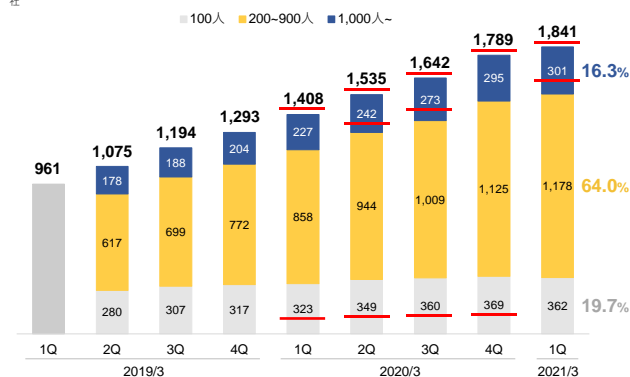
事業ハイライト

利用企業数 **1,841** 社

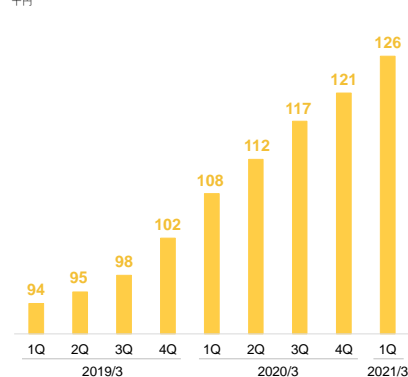
ARPU※1 **126** 千円

売上高ストック比率※2 **89.4** %

利用企業数推移（登録人数プラン別）
社



ARPU推移
千円



※1：Average Revenue Per Userの略で、利用企業1社あたりのカオナビの基本利用料（月額課金）の平均値（2021年3月期第1四半期）
※2：ストック収益であるカオナビの基本利用料（月額課金）の売上高に対する比率（2021年3月期第1四半期）

(訂正後)

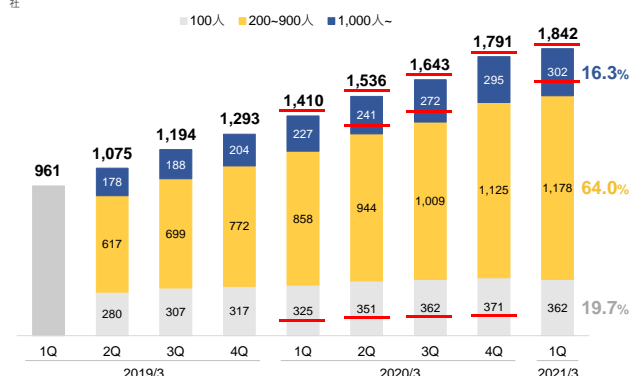
事業ハイライト

利用企業数 **1,842** 社

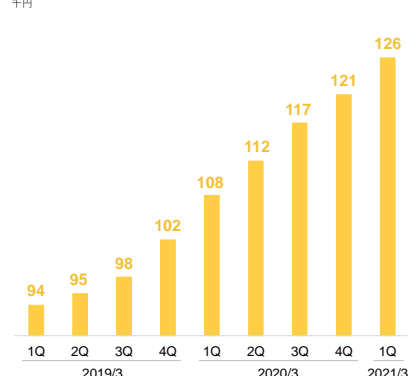
ARPU※1 **126** 千円

売上高ストック比率※2 **89.4** %

利用企業数推移（登録人数プラン別）
社



ARPU推移
千円



※1：Average Revenue Per Userの略で、利用企業1社あたりのカオナビの基本利用料（月額課金）の平均値（2021年3月期第1四半期）
※2：ストック収益であるカオナビの基本利用料（月額課金）の売上高に対する比率（2021年3月期第1四半期）

- ・2021年3月期第1四半期 決算説明資料
- 6ページ ストック収益のKPI：LTV/CAC、MRR 解約率

(訂正前)

ストック収益のKPI

高い成長性と安定性を備えた、魅力的なサブスクリプションモデルを実現



※1：ストック収益の前年同期に対する成長率（2021年3月期第1四半期）。詳細はP9を参照
※2：LTV（Lifetime Valueの略で顧客生涯価値）とCAC（Customer Acquisition Costの略で顧客獲得単価）の比率（2021年3月期第1四半期）。詳細はP12を参照
※3：月次ストック収益（Monthly Recurring Revenue）の解約率の直近12ヶ月平均（2020年6月）。詳細はP7を参照

© kaonavi, inc. 6

(訂正後)

ストック収益のKPI

高い成長性と安定性を備えた、魅力的なサブスクリプションモデルを実現



※1：ストック収益の前年同期に対する成長率（2021年3月期第1四半期）。詳細はP9を参照
※2：LTV（Lifetime Valueの略で顧客生涯価値）とCAC（Customer Acquisition Costの略で顧客獲得単価）の比率（2021年3月期第1四半期）。詳細はP12を参照
※3：月次ストック収益（Monthly Recurring Revenue）の解約率の直近12ヶ月平均（2020年6月）。詳細はP7を参照

© kaonavi, inc. 6

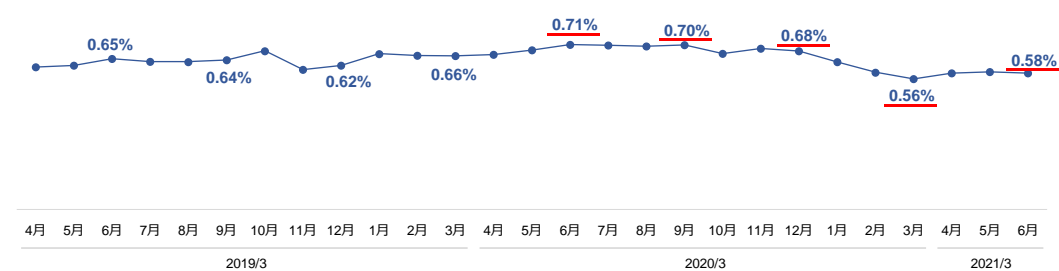
(訂正前)

解約率の推移

カスタマーサクセスへの注力と情報蓄積によるデータベースの価値向上により、低い解約率を維持

MRR解約率*1の直近12ヶ月平均推移

%



*1：MRR解約率＝当月の解約により減少したMRR÷前月末のMRR

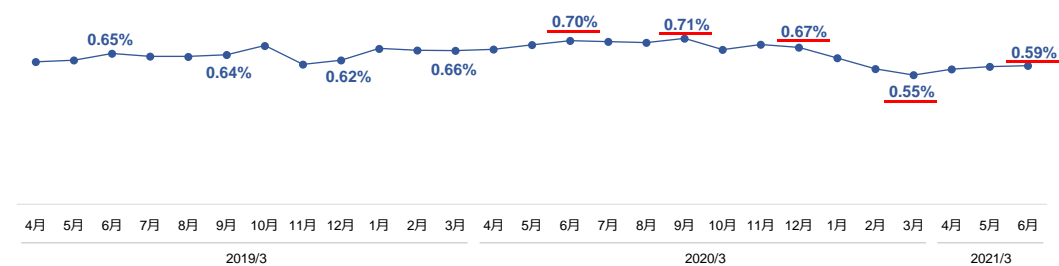
(訂正後)

解約率の推移

カスタマーサクセスへの注力と情報蓄積によるデータベースの価値向上により、低い解約率を維持

MRR解約率*1の直近12ヶ月平均推移

%



*1：MRR解約率＝当月の解約により減少したMRR÷前月末のMRR

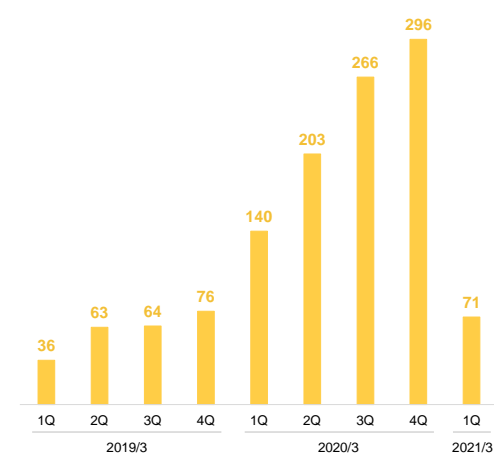
(訂正前)

ユニットエコノミクスの推移

事業環境に合わせてマーケティング投資のコントロールを実施

マーケティング関連費用※1 推移（四半期ベース）

百万円



LTV/CAC※2 推移（四半期ベース）

x



※1：広告宣伝費や販売促進費等のマーケティング活動に関連する費用

※2：LTV = (ARPU ÷ MRR解約率の直近3ヶ月平均) × 売上総利益率

CAC = 販売・マーケティング費用（営業・マーケティング・カスタマーサクセス等に係る人件費、マーケティング関連費用、家賃、システム利用料など） ÷ 新規獲得顧客数

© kaonavi, inc.

12

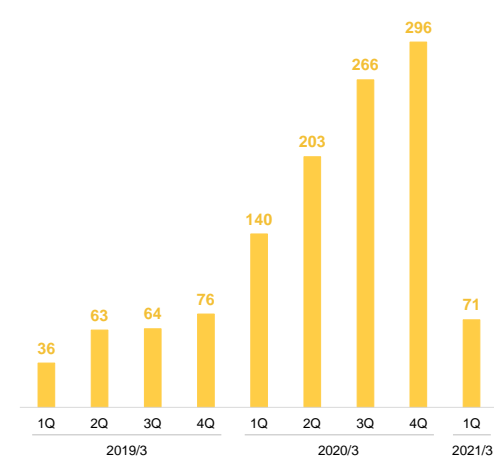
(訂正後)

ユニットエコノミクスの推移

事業環境に合わせてマーケティング投資のコントロールを実施

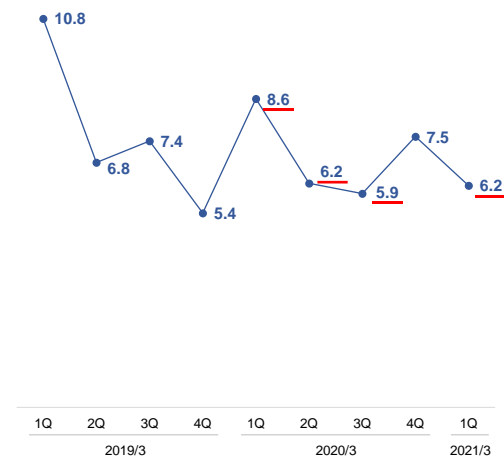
マーケティング関連費用※1 推移（四半期ベース）

百万円



LTV/CAC※2 推移（四半期ベース）

x



※1：広告宣伝費や販売促進費等のマーケティング活動に関連する費用

※2：LTV = (ARPU ÷ MRR解約率の直近3ヶ月平均) × 売上総利益率

CAC = 販売・マーケティング費用（営業・マーケティング・カスタマーサクセス等に係る人件費、マーケティング関連費用、家賃、システム利用料など） ÷ 新規獲得顧客数

© kaonavi, inc.

12

以上