PETOKOTO

WELLNESS COMPANY FOR ALL PETS

2021 - 2025 中長期事業計画書

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

CONTENTS

PETOKOTO

1 WHY US / DO（なぜ私たちがやるのか/なぜ今やるのか）

2 WHAT（なにをしているのか）

3 WHO（私たちについて）

4 HOW（働く環境）

5 To Our Friends（未来の仲間へ）

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

WHY US

なぜ私たちがやるのか

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

「苦手」から「大好き」に。

代表の大久保は起業する3年前まで
犬や猫を触ることすら苦手でした。

しかしとあるきっかけで2匹の犬との同居が始まり、
触らず嫌いだと気づくことに。
共に暮らすうちに、“大好き”に変わっていきました。

そしてペット業界が
デジタル化が遅れている産業であること、
殺処分問題を含め、社会問題が顕在化していることを
感じ、一生を捧げて取り組もうと起業しました。

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

足が内股だけで捨てられた命。

大久保の愛犬コルクは「足が内股」という理由だけで
ペットショップの競り市で捨てられていたところを、
保護団体がレスキューし、生後半年の時に迎えました。

一方、コルクのお兄ちゃんは
ペットショップで30万円で販売されました。

野菜と同じく、命の価値が
人間都合で決められているのが現実です。
私たちが最も解決しないといけないロス問題は
命のロスである、ライフロスだと考えています。

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

MISSION

ペットを家族として愛せる世界へ。

ペットは、同じ言葉を持たない家族だ。
何を食べたいのか、何が喜びなのか、
迷いながら一生を共にする。

家族だから、健康でいてほしい。
家族だから、おいしい食事を食べてほしい。
家族だから、幸せでいてほしい。
そんなふうに、ペットを愛する人々のために。

PETOKOTOが目指しているのは
ペットが幸せな一生を送るためのコンシェルジュ。

ペットを、真の家族としてそばに置く人が増え、
それを誰もが受け入れられる社会へ。
そして、人も、動物も、すべての命が生きやすい世界へ。
私たちPETOKOTOは、そんな未来を信じています。

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO BRAND HOME

PETOKOTO

MISSION

ペットを家族として愛せる世界へ。

STRATEGY

クオリティ・オブ・ペットライフ

一生を通して、ペットが家族として「どう生きるか」を考え、
世界中のペットのクオリティ・オブ・ペットライフを進化させていく。

STRENGTH

01 一生を支える コンシェルジュ

02 一流の専門家 ネットワーク

03 一匹に寄り添う データ管理

RULE

☑ 短い命に届けよう
動物の命は人間より短い。
最良のサービスを最速で提供しよう。

☑ ペットを愛するプロでいよう
お客さまのペットもお客さまと同じくらい
愛し、必要なサービスを一緒につくろう。

☑ 輪の外を想像しよう
動物が好きな人ばかりじゃない。
誰もが暮らしやすい世界を考えよう。

BELIEF

全ての命を尊重し、人が動物と共に生きる社会を目指す。

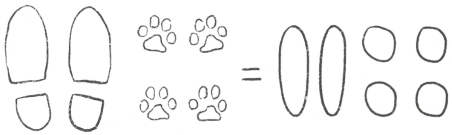
© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

LOGO MARK

人が動物と、同じ方向を見ている姿を形に。

PETOKOTOのロゴマークは、
二足歩行の人間と四足歩行の動物の足跡がモチーフ。
これには「人が動物と同じ方向を見られる社会にしたい」
という想いが込められています。

PETOKOTOのBELIFE（信念）である
「全ての命を尊重し、人が動物と共に生きる社会を目指す」
という想いを形にしました。



PETOKOTO

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

WHY DO

なぜ今やるのか

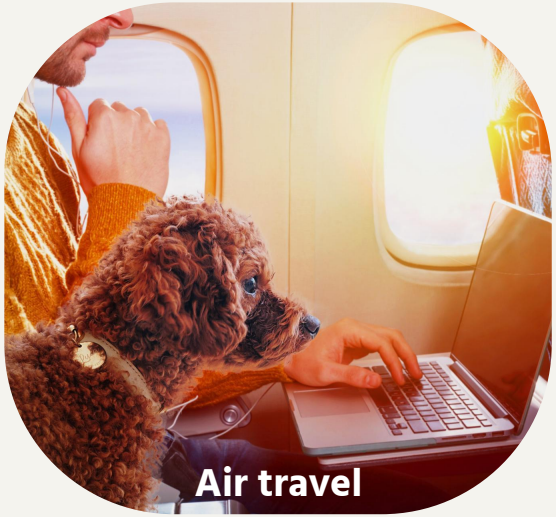
© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

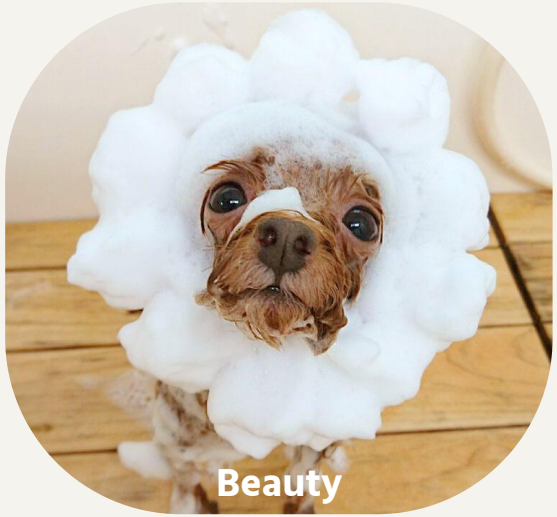
PETOKOTO

MARKET

グローバルで進むペットの家族化

ペットと家族同然の存在として暮らすペットの家族化が世界中で進んでいます。





© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

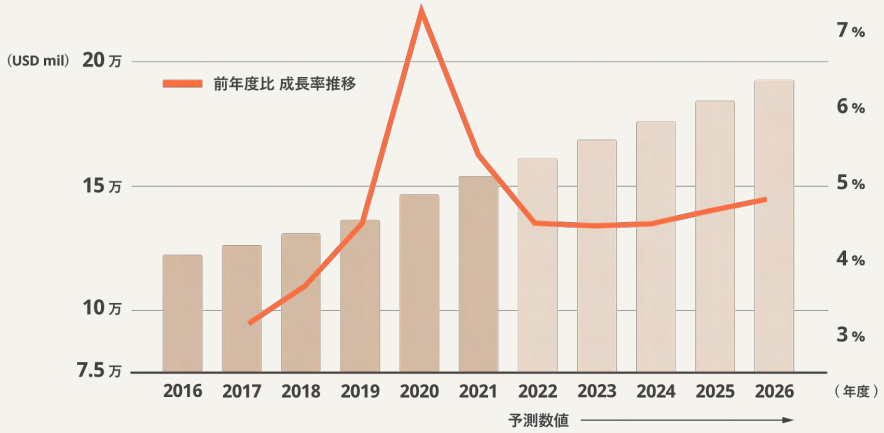
PETOKOTO

MARKET

ペットテックがペット市場の成長を牽引

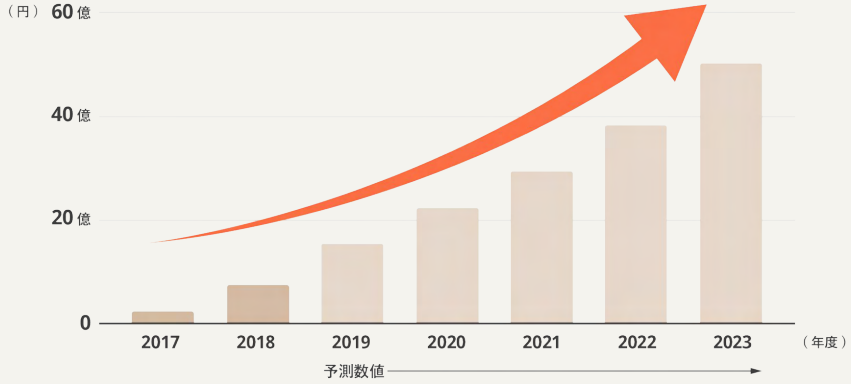
家族化により家族化されたサービス需要が顕在化。テクノロジーを活用したサービスが増加。
2022年 グローバルのペット市場は13兆円、国内ペットテック市場は39億円に拡大見込み。

グローバル ペットケア製品市場規模



出典：Euromonitor International from Passport

国内 ペットテック市場規模



出典：矢野経済研究所

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

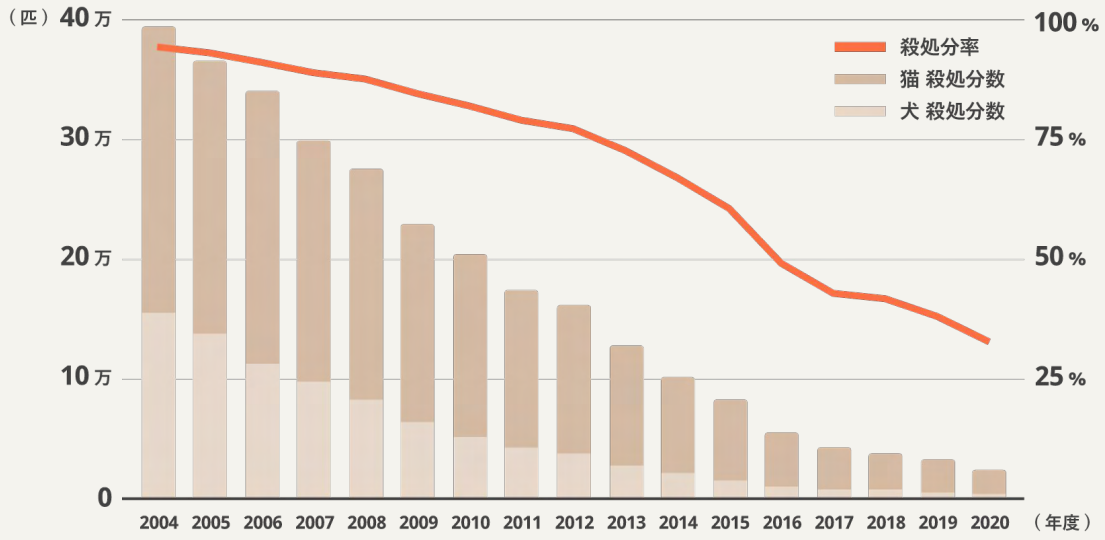
PETOKOTO

MARKET

家族化の一方、軽視される命も

殺処分数は減少傾向も、未だ年間2.7万匹の命が失われ、多くの保護犬・保護猫が譲渡を待つ現状。

犬猫殺処分数 推移



出典：環境省統計資料

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

STRATEGY

クオリティ・オブ・ペットライフ

一生を通してペットが家族として「どう生きるか」を考え、
世界中のペットのクオリティ・オブ・ライフを進化させていきます。

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

WHAT

何をしているのか

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

現在の事業

OMUSUBI/MEDIA/FOODS

今後の展開

医療 / 保険 / 旅行 / 住宅 etc.

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

保護犬・保護猫マッチングサイト

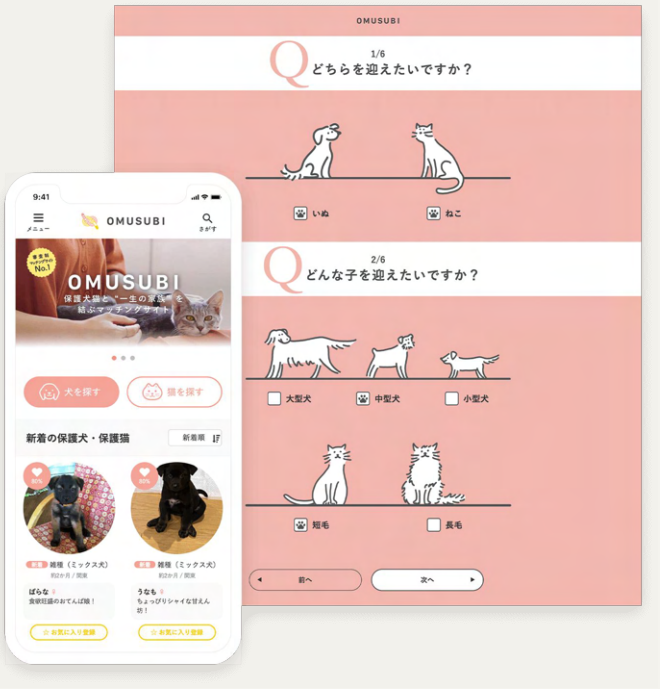
OMUSUBI

© PETOKOTO, Inc.. All Rights Reserved.

PETOKOTO

OMUSUBI

保護犬猫と新しい家族をむすぶ場所



POINT 1　信頼されるプラットフォーム

保護団体の登録数：250 団体

POINT 2　圧倒的なトータルリーチ数

200万 PV/月

POINT 3　検索ニーズ変化に答えるSNSチャネル

Twitter：2.8万 フォロワー

Instagram：4.5万 フォロワー

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

OMUSUBI USER DATA

女性比率が高く
幅広い世代の方に選ばれています

性別

女性　男性

年齢

24 歳以下　25-34 歳　35-44 歳
45-54 歳　55-64 歳　65 歳以上

居住地

東京　神奈川　大阪
愛知　埼玉　千葉　その他

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

ペットライフメディア

PETOKOTO MEDIA

© PETOKOTO, Inc.. All Rights Reserved.

PETOKOTO

PETOKOTO MEDIA

一生に寄り添うNo.1※ペットライフメディア

※2022年1月自社調べ。MAU比較。

【専門家 例】
認定医獣医師・専門医獣医師・
ドッグトレーナー・ペット栄養管理士・トリマー etc.

POINT 1　一流の専門家ネットワーク

専門家（著者）の登録数：150 名

POINT 2　圧倒的なトータルリーチ数

200万 PV/月

POINT 3　検索ニーズ変化に答えるSNSチャネル

Twitter：0.9万 フォロワー
Instagram：6.4万 フォロワー
YouTube：1520 登録者数

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

CONTENTS

ペットライフを豊かにする2800件の記事コンテンツ

栄養・医療

猫はみかんを食べて大丈夫！与える量や栄養、注意点を解説

ペトコト編集部

MEDIA

犬が涙を流す原因は？考えられる病気を獣医師が解説！

佐藤貴紀
獣医師

MEDIA

しつけ・ケア

犬にも反抗期がある？反抗期時に見られる行動や対処法をドッグトレ…

西岡裕記
ドッグトレーナー

MEDIA

犬の歯磨きのやり方を歯科担当獣医師が解説！頻度、おすすめ歯磨き…

藤間友樹
獣医師

MEDIA

お出かけ

愛犬と雪遊びを楽しもう！注意点・防雪対策の服や靴・関東・関西の…

佐々木美季
ライター

MEDIA

長野の犬連れでランチが楽しめるドッグカフェやレストランを紹介！

ペトコト編集部

MEDIA

豆知識

犬に暖房は必要？適温や乾燥などの注意点などを紹介

ペトコト編集部

MEDIA

【2022年版】猫好きさんに贈りたい！ホワイトデーにおすすめ猫モ…

ペトコト編集部

MEDIA

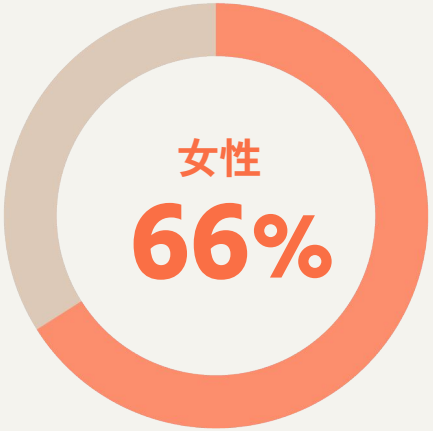
© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

MEDIA USER DATA

女性比率が高く、幅広い世代の飼い主さまに支えられています

性別



女性　男性

年齢

24 歳以下　25-34 歳　35-44 歳
45-54 歳　55-64 歳　65 歳以上

居住地

東京　神奈川　大阪
愛知　埼玉　千葉　その他

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

フレッシュペットフード

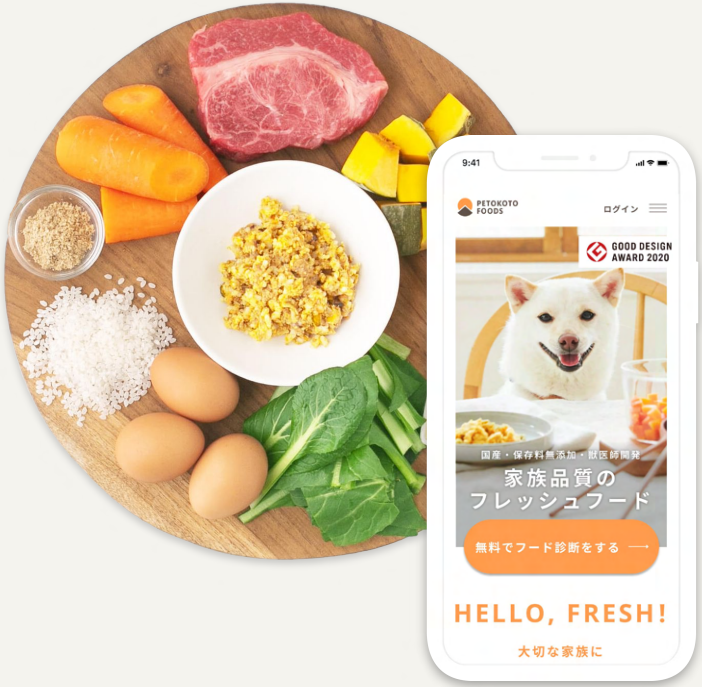
PETOKOTO FOODS

© PETOKOTO, Inc.. All Rights Reserved.

PETOKOTO

PETOKOTO FOODS

家族クオリティのフレッシュペットフード



POINT 1

サービス開始2年で 累計販売 1000万食 突破！

POINT 2

食いつき率95%の高い嗜好性と

食事管理サポートで継続率93%

POINT 3

テレビ・雑誌・ラジオ等

メディア掲載実績多数！

J-WAVE TRENDY GINGER

リンネル LEON

POINT 4

ドッグフード初！

グッドデザイン賞受賞

GOOD DESIGN AWARD 2020

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

WHY DO

従来のペットフード “3つの「見えない」課題”

01 原材料

不透明な原材料・添加物を使用

※写真はイメージです。

02 製造

人間基準でない品質で製造

※写真はイメージです。

03 カロリー管理

およそのカロリー表記

体重 (kg)	1日に与える量の目安 (グラム)	(カップCC)
1	29	70
2	48	100
2.5	57	130
3	65	150
4.5	88	190
5	96	200
9	148	300
10	161	340
15	218	450
20	270	540
25	319	650
30	366	740
35	411	850
40	454	900
50	537	1,090

与え方

●上記の給与量はあくまでも目安です。ペットの犬種、運動量、健康状態、体重などによって給与量を調節し、与えすぎに注意して下さい。
●1日の給与量を数回に分けて与えて下さい。

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

SOLUTION

PETOKOTO FOODS 3つの見える化

01 原材料の見える化

米国栄養学専門医のニック・ケイブ獣医師と
開発したレシピを基に、
信頼できる農家さんから選りすぐった
国産食材を使用。
※フィッシュは安定供給の観点から海外産を使用

02 製造過程の見える化

人間の食品と同じ品質で作るキッチンで製造。
従来のドライフードと異なり、
スチーム加熱・急速冷凍製法を採用。
食材本来の旨味、香り、栄養素をキープしたまま、
保存料無添加でお届け。

03 カロリーの見える化

独自のアルゴリズムで一匹一匹に
最適なカロリーを算出。
購入後も社内の獣医師や栄養管理士が
一生涯食事管理をサポート。

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

SUSTAINABILITY EFFORTS

持続可能な社会に向けて

01 地球環境への取り組み

☑ フードロスの削減

品質に問題はないのに、
形が悪いだけで廃棄されてしまう
規格外品を有効活用。

☑ 環境配慮型の梱包材

CO2削減につながるバイオマス
インキや、森林保全につながる
FSC認証素材を使用。

02 保護犬猫への取り組み

☑ 売り上げの一部を寄付

姉妹サービスOMUSUBIに
登録する保護団体に
売り上げの一部を寄付。

☑ フードの寄付

品質に問題のない非売品
（ラベルずれ等）や返品パックを、
保護団体へ毎月寄付。

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

PRODUCT & PRICE

高品質・高価格のポジショニング

PRODUCT

☑ メニュー：ビーフ/ポーク/チキン/フィッシュ

☑ パック数：150gパック 12P/24P/36P/48P

PRICE

☑ 愛犬のプロフィール（体重、体型、行動量）を元に最適な食事量を提案
→パック数ごとの価格を配送頻度に応じて決済

☑ 3kgの小型犬で月額9,000円程度

☑ 従来のドッグフードの1.5〜3倍

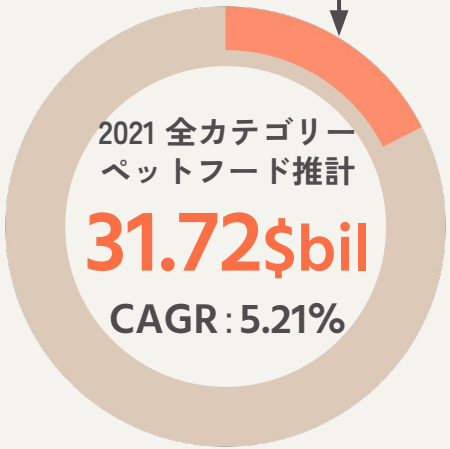
© PETOKOTO, Inc.. All Rights Reserved.

PETOKOTO

GLOBAL MARKET

フレッシュフード市場は約20%シェアまで拡大
今後5年で2.3倍の市場拡大見込み

米国 ペットフード市場サマリ



フレッシュフード市場

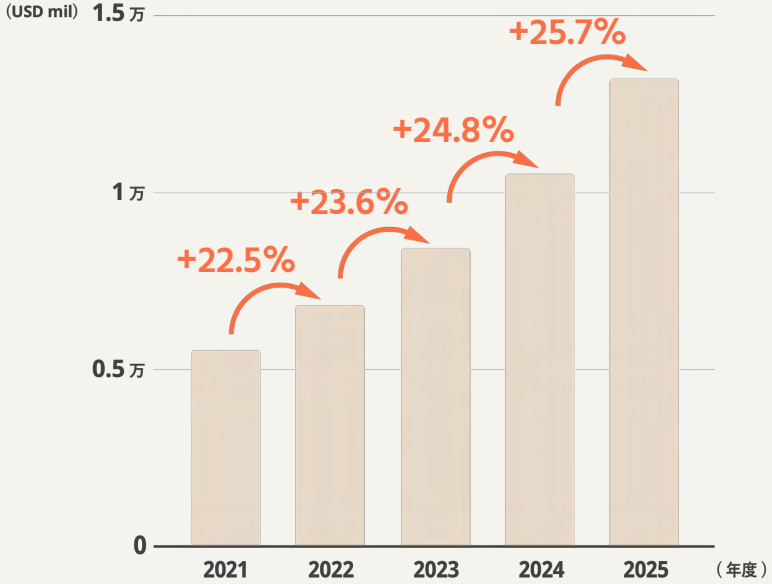
・市場構成比：17.5%
・5,567$mil（6,122億円）

CAGR：23.63%（2020-2025）

フレッシュフード市場予測

2025年
13,214$mil（1.4兆円）

米国 フレッシュフード市場予測推移



出典：TECHNAVIO.COM Fresh Pet Food Market in US 2019-2023

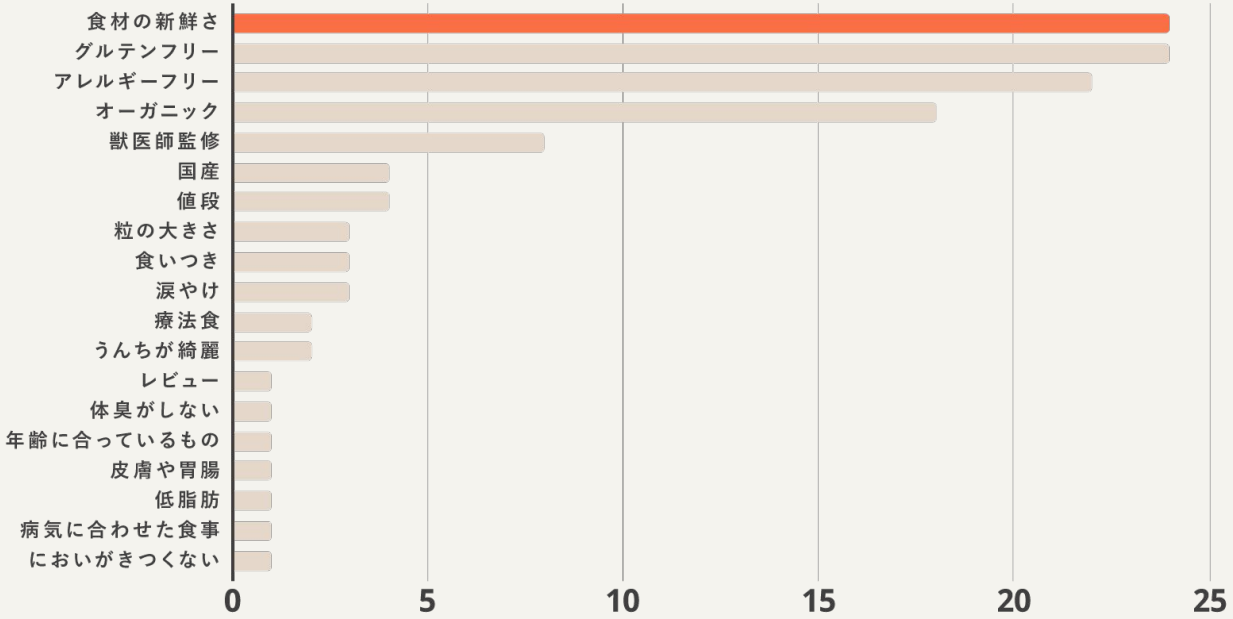
© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

DOMESTIC MARKET

家族化により、新鮮で安心できる食事を求める飼い主が増加

フード選びで重視するポイントは？



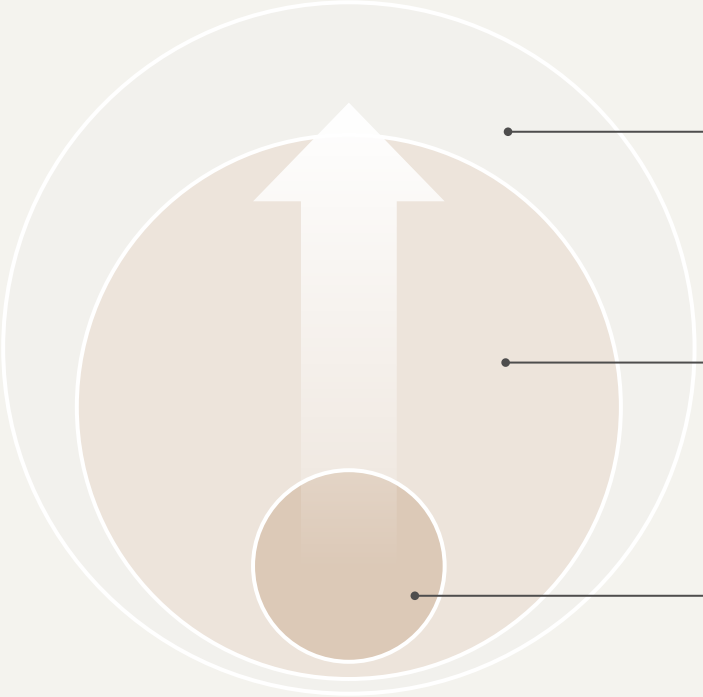
n=1,500（PETOKOTO 2019 アンケート回答者）

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

DOMESTIC MARKET

10年で市場全体の20%＝700億円のフレッシュフードマーケットを作り PETOKOTOで過半数シェア獲得を目指す



TAM：ペットフード市場（YoY+3%）

3,500億円

SAM：プレミアムフード市場（YoY+7%）

900億円

※8,000円以上の高価格帯の市場

SOM：フレッシュフード市場（YoY+20%）

6億円

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

Future 2025

中長期の戦略

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

2021-2025 中長期戦略

市場のフォーカス：CPA、LTV向上にフォーカスして強化

ストラテジー	5ヵ年コンセプト	2つのポイント	戦略
クオリティ・オブ ペットライフ	お客様に寄り添う 徹底したCX強化	会員数 1人あたり LTV	CPA 集客向上 LTV 単価向上 LTV 継続率向上 LTV 利益率向上

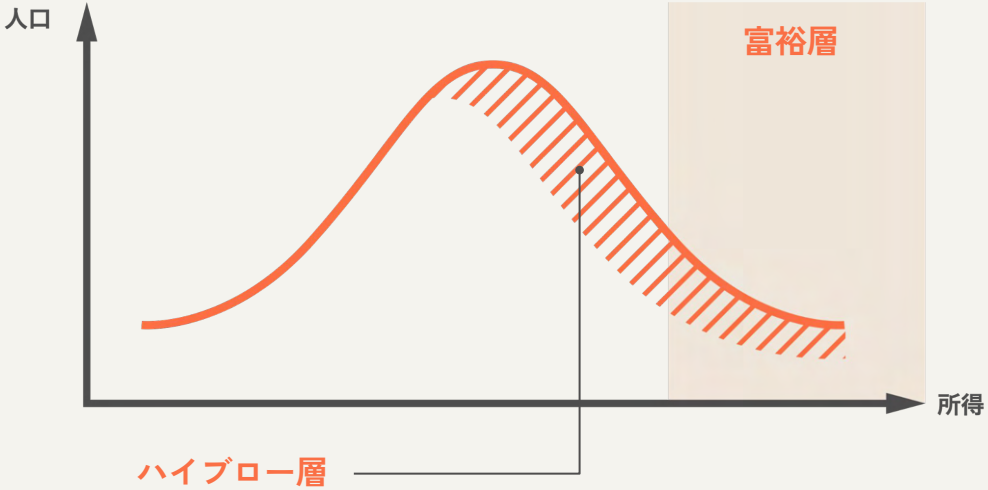
© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

2021-2025 中長期戦略

ターゲットユーザー：ハイブロー層

可処分所得が豊かで、家族として犬や猫にお金をかけられる層



一般的に知識層であり、先進国では人数が多い。
その所得セグメントは中間層から富裕層にまたがると考えられ、
富裕層よりも総数は多い。

PERSONA PROFILE

- ☑ 居住エリア：都市圏
- ☑ 年代：30-50代 女性
- ☑ 家族構成：DINKS
- ☑ 趣味嗜好：犬とお出かけ
- ☑ 住宅環境：マンション/戸建（持ち家）
- ☑ 世帯年収：800-1,200万円
- ☑ ニーズ：新鮮で信頼できるごはん
  一方で知見は少ない

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

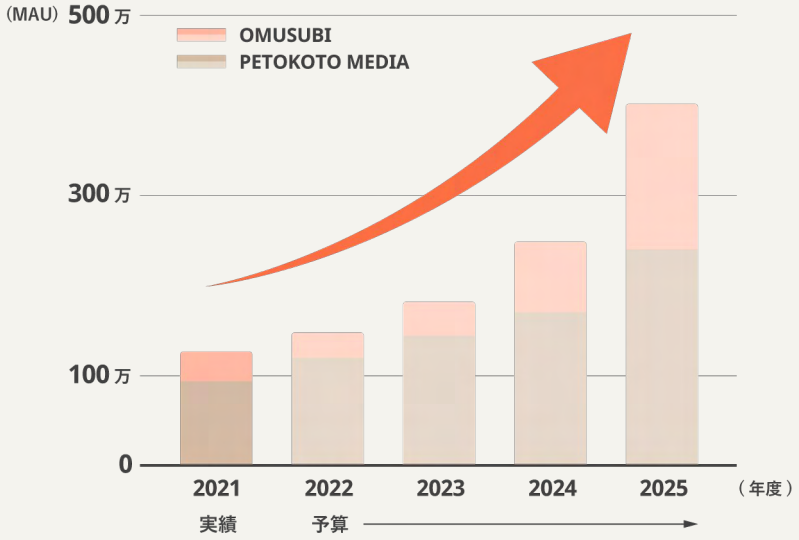
PETOKOTO

2021-2025 中長期戦略

チャネル戦略

強みのSEOを継続強化、新規投資のSNS/リファラル拡大で5年で3倍に

PETOKOTO MAU



集客の強化

SEO
MAUの強化

SNS
チャネル拡大

WEB AD
デジタル
マーケティング
＋マス広告

リファラル
外部メディア
との連携

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

2021-2025 中長期戦略

チャネル戦略：FOODS

オン／オフラインで認知チャネルを拡大

オンライン

オーガニック
（MEDIA・OMUSUBI）

広告
（SNS・デジマ・リアル）

UGC発生

SNS

オフライン

旗艦店/小売

施設向け
（病院・サロンなど）

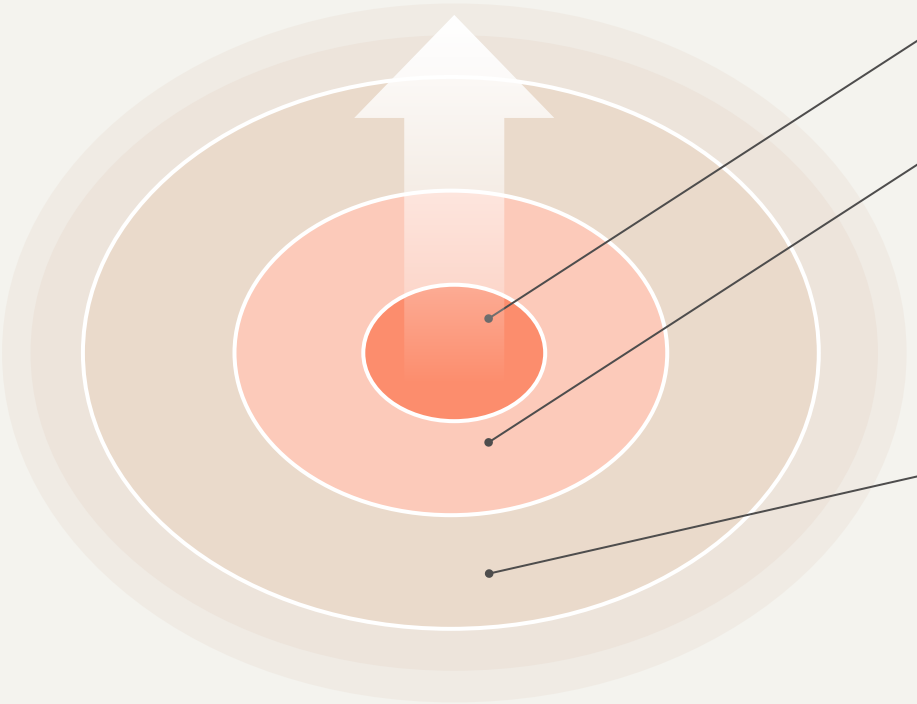
© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

2021-2025 中長期戦略

プロダクト戦略

「食事」をベースに「ペットライフ」へと拡大



FY21：基盤の展開

- 総合栄養食：4SKU

FY22：食事の拡大

- 総合栄養食：植物肉
- 療法食
- おやつ
- 手作りDIY
- 非常食
- サプリ
- キャットフード

FY23：生活圏への拡大

- デンタルケア
- おもちゃ
- 家具 etc.

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

2021-2025 中長期戦略

データプラットフォーム戦略

PETOKOTO ONE ID化により、行動データから最適な暮らしの提案を実現

IDで一元管理

- 種類
- サイズ
- 性別
- 体重
- 体型
- 地域
- 疾患
- 悩み
- 閲覧嗜好
- 購買
- 問い合わせ
- NPS

＋

将来

臨床・バイタル・保険 etc.

SERVICE
（プロダクト・サービス）

DATA
（属性/行動データ）

成長

CX
（顧客体験価値）

FUN TRAFFIC
（飼い主訪問者数）

ペットライフへの提案

フード・情報

＋

将来

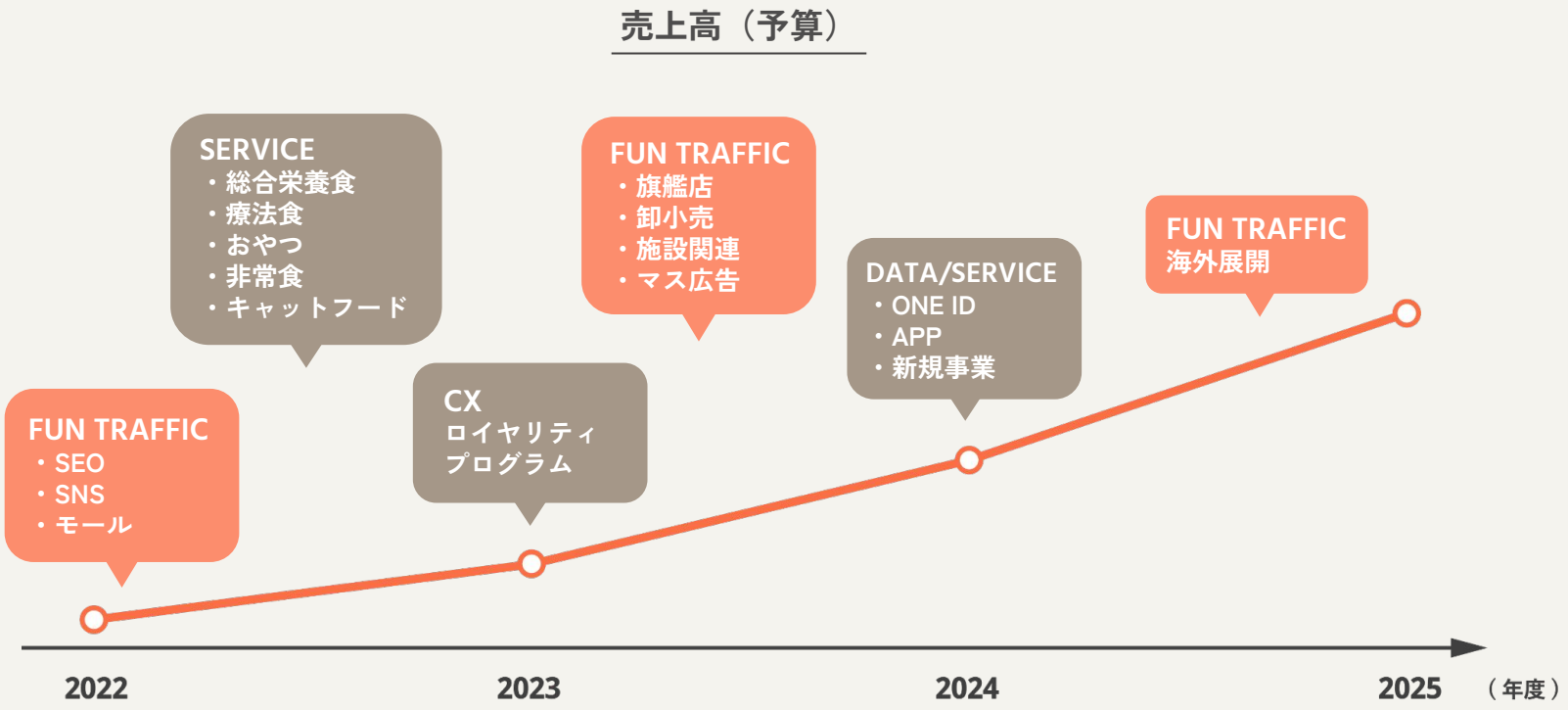
- 診察
- 医薬品
- 保険
- その他の体験 etc.

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

2021-2025 中長期戦略

中長期プロダクトロードマップ



© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

一生に寄り添う ペットウェルネスブランドへ

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

WHO

私たちについて

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

ABOUT US

役員陣

Taisuke Okubo
代表取締役CEO

同志社大学経済学部卒。大学在学中にイギリスでサッカーをする傍らでUNIQLO U.K.のマーケティング業務を担当。日本の「良さ」を世界に発信し、展開することに魅力を感じ、2012年グリー株式会社に入社。
グローバル採用マーケティング、採用戦略設計、財務管理会計に従事。肌で感じたITの可能性を通して、ペットライフを豊かにしたいと2015年3月PETOKOTOを起業。

Takanori Sato
取締役副社長 / 獣医師

麻布大学獣医学部卒業。獣医循環器学会認定医。株式会社FORPETS代表。JVCC動物病院グループ株式会社代表。株式会社WOLVES Hand取締役COO。目黒アニマルメディカルセンター院長を経て。株式会社PETOKOTO副社長兼取締役CVO。VETICAL動物病院にてオンライン診療。慶應義塾大学経営管理研究科。

Nanami Ijima
執行役員COO

2017年インターン生として参加し、2018年1月新卒第1号で入社。会社ミッションの体現を目指し、事業開発、CS、広告営業に従事。2019年にはOMUSUBIを審査制マッチングサイト日本一の規模へ成長推進し、同年5月に執行役員に就任。現在はフード、メディア、マッチング事業横断のマーケティング戦略・推進、OMUSUBI事業責任者を担当。

Shun Takenami
執行役員CTO

青森県出身。専門学校卒業後20歳で上京し、SIer→フリーランス→株式会社Cyberagent→株式会社LIFULLを経て2019年3月に株式会社PETOKOTOへ入社。現在はシステム全般を担当している。

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

ABOUT US

社員犬

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

ABOUT US

社員猫

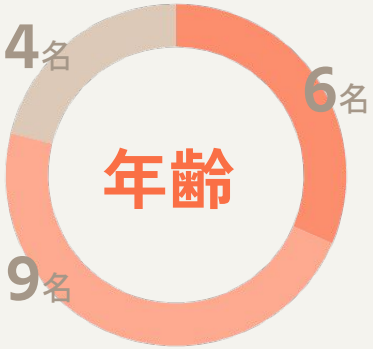
© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

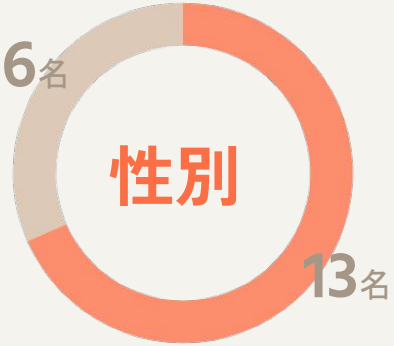
ABOUT US

チーム構成

● 正社員 ● アルバイト

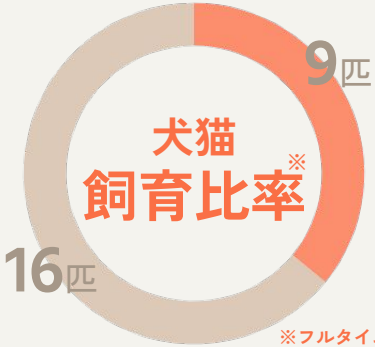


● 20 代 ● 30 代 ● 40 代



● 女性 ● 男性

● 飼育経験あり



※フルタイムメンバーの飼育比率

● 犬 ● 猫

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

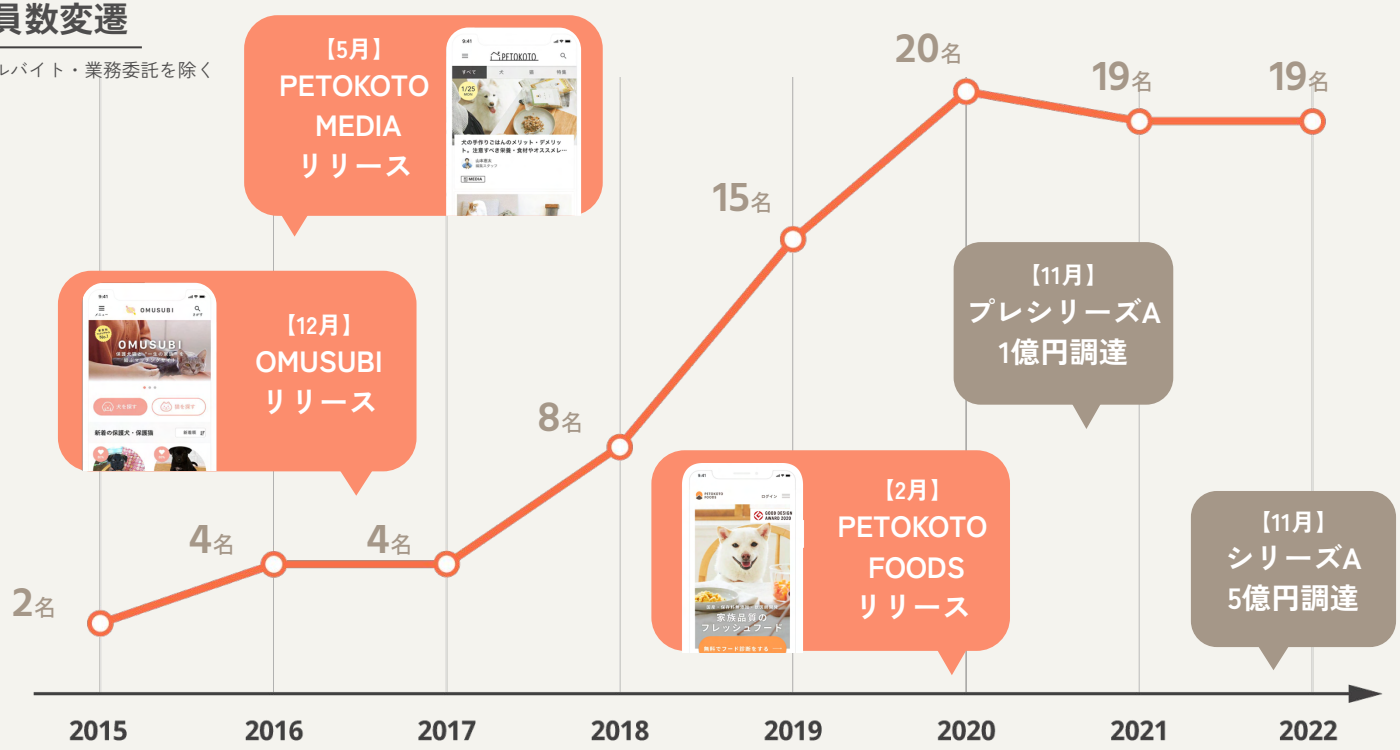
PETOKOTO

ABOUT US

沿革

社員数変遷

※アルバイト・業務委託を除く



© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

HOW

働く環境について

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

PETOKOTO RULE

私たちの行動指針

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

PETOKOTO RULEの価値・意味

- ☑ 現在/将来のメンバーが「ミッションに対して適切な行動」が取れる
- ☑ 「判断が分かれるときの選択基準」
- ☑ 内外を問わず、PETOKOTOを語るための「共通言語」とする

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

PETOKOTO RULE

01 短い命に届けよう

動物の命は人間より短い。
最良のサービスを最速で提供しよう。

02 ペットを愛するプロでいよう

お客さまのペットもお客さまと同じくらい愛し、
必要なサービスを一緒につくろう。

03 輪の外も想像しよう

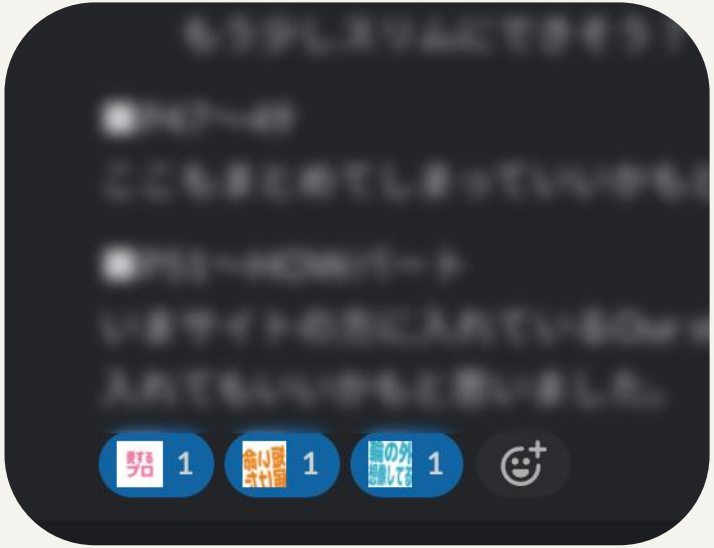
動物が好きな人ばかりじゃない。
誰もが暮らしやすい世界を考えよう。

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

PETOKOTO RULE

日々のコミュニケーションの中で
共通言語として使われています



© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

WORK at ANYPLACE

2019年 4月　ペットフレンドリーオフィス完成

ペット同伴出社可能なオフィス環境を整備。
犬猫の足が滑りにくい床材や防音材を使用し、脱走防止柵、猫専用部屋などを設置。

2020年 2月　新型コロナ拡大でフルリモート勤務へ

2021年 10月　オフィス勤務とリモート勤務のハイブリット型のワークスタイルへ

週一回シェアオフィスに出勤。他の日は在宅・コワーキングスペース利用など、
社員の働き方の自由やペットと過ごす時間を尊重するスタイルにシフト。

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

福利厚生

FOR EMPLOYEE

入社１ヶ月後に有給付与：10日/年
リフレッシュ休暇：5日/年
完全週休2日制
祝日・年末年始休み
生理休暇
産前産後休業 / 育児休業 / 育児短時間勤務
介護休業 / 介護短時間勤務

社会保険/労働保険完備
通勤手当：上限2万円/月
リモートワーク手当：5千円/月
健康支援・自己研磨手当など
シャッフルランチ手当

FOR PETS

慶弔休暇
獣医師サポート

PETOKOTO FOODS手当：5千円/月
ワクチンなどの割引
しつけ教室割引

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

TO OUR FRIENDS

未来の仲間へ

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

まだ世界中の0.1%にしか、幸せを届けられていない。

少しでもPETOKOTOに興味を持ってくださりありがとうございます。

PETOKOTOは、保護犬猫マッチング事業者でも、
メディアでも、フードメーカーでもありません。
ペットライフの一生に寄り添うペットウェルネスカンパニーです。
世界中の犬や猫とのペットライフに幸せを届ける“志事”です。

そう考えると、0.1%すら幸せを届けられていません。
一方で、命を迎えてから最期になるまで、全ての一生に寄り添うことができ、
自然と涙が溢れる志事ができていることは、何よりの誇りです。

PETOKOTOの志事は、顧客獲得、商品開発、サプライチェーン、エディトリアル、
カスタマーサポートなど幅広く、どれもがペットライフの体験に紐づいています。
幅広い志事を体験に乗せるためには、多くの困難が存在します。
それでもPETOKOTO Ruleにあるように、
愛のために、未来をつくり、諦められるほど努力し、
仲間とともに前に進める方を探しています。
この志に共感できる方とご一緒できればと考えています。

Founder CEO 大久保 泰介

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

採用フロー

Step1：書類選考

実施事項：簡易的な経歴確認

確認事項：応募ポジションと応募者さまのキャリアフィット

Step2：カジュアル面談/面接（複数回）

実施事項：複数メンバーとのオンライン面接

確認事項：PETOKOTOと応募者さまの行動原理観のフィット

Step3：事前課題

実施事項：情報へのアクセス付与をした上で、イシューの解決策を提案してもらう

確認事項：PETOKOTO入社後の初動イメージを相互にチェック

Step4：リファレンス/経営陣面接

実施事項：経営陣とのオンライン面接

確認事項：未来を共につくる仲間としてのマインドに相違がないか、相互にチェック

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.

PETOKOTO

TO OUR FRIENDS

私たちと一緒に
ペットライフの未来をつくりませんか？

詳細は採用ページへ

https://www.wantedly.com/companies/syrup

© PETOKOTO, Inc. . All Rights Reserved.