



サービス資料 | Growリユース（リユース業界向け採用支援）

Growリユース

買取・販売の仕事の中身を伝え、 店舗に人が集まる採用へ。

買取・査定・販売の職種特性と、店舗・エリア採用の難しさを踏まえ、
求人設計から媒体運用・内製化まで支援します。

株式会社Nicop（RYOMAグループ）

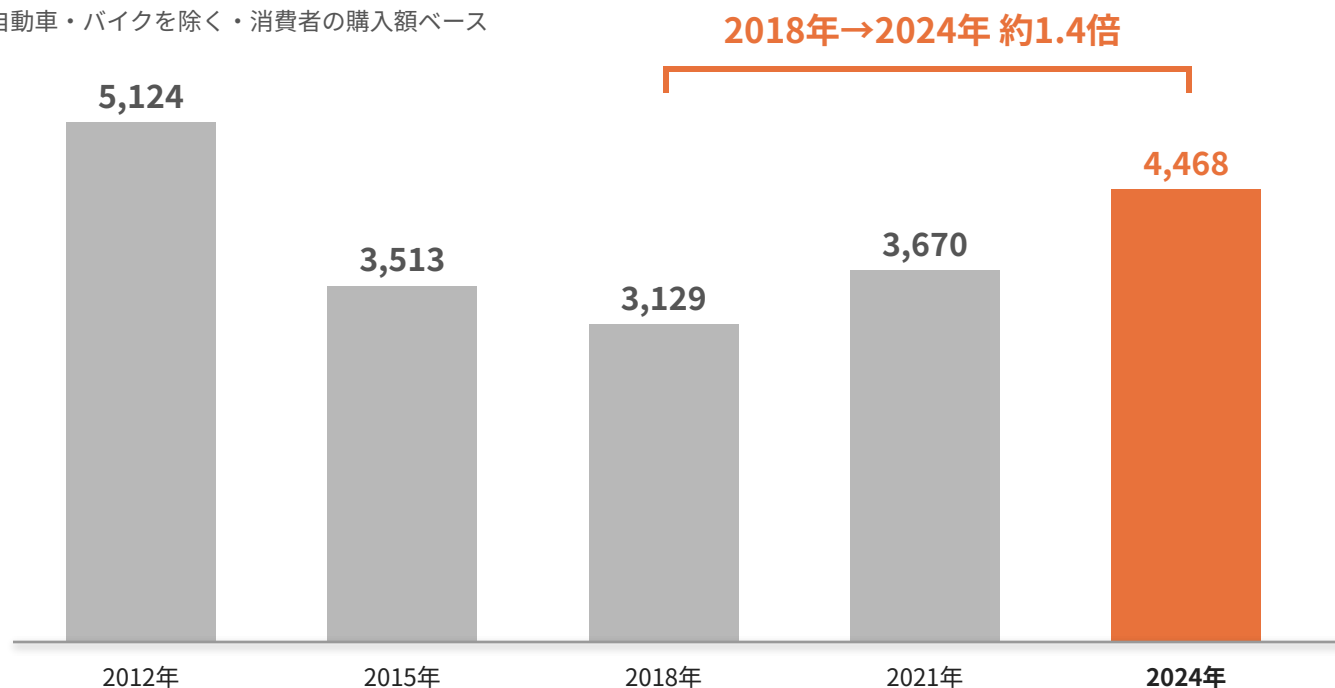


リユースショップの店頭での購入は、2018年を底に2回続けて増加

環境省の推計では、2024年の店頭での購入額は4,468億円。国は2030年に、リユース市場を4兆6千億円に広げる目標です。

リユースショップ・中古品販売店の店頭での購入額（億円）

自動車・バイクを除く・消費者の購入額ベース



国は、リユース市場を広げる目標を掲げる

リユース市場規模（自動車等を含む）

2024年（現状）

3兆4,986億円

2030年（目標）

4兆6千億円

約31%増

店頭での購入は2012年から2018年にかけて減り、2018年以降は2回続けて増えています（推計は3年ごと）。

店頭での購入が増えるほど、
買取・販売の現場に人が要る。

出典：環境省「令和6年度 リユース市場規模調査報告書」図表129（購入先別、2012～2024年。一般消費者へのアンケートによる推計）。

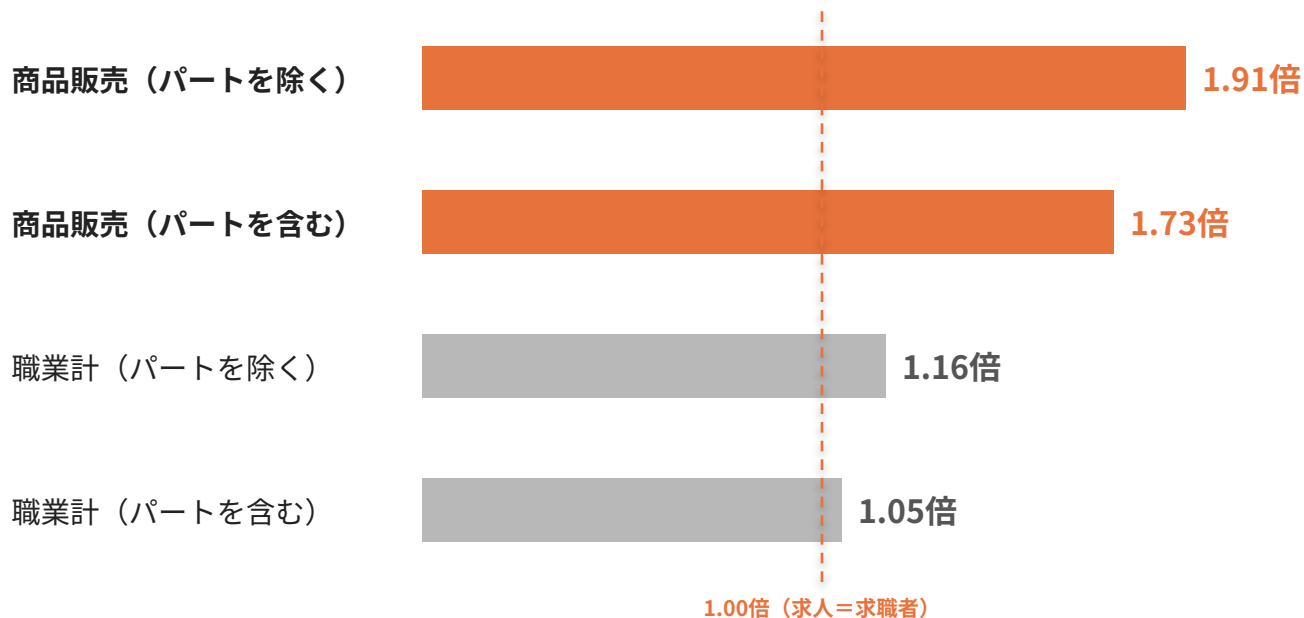
環境省「リユース等の促進に関するロードマップ」（2026年3月）。2030年は政策目標で、予測ではありません。「約1.4倍」「約31%増」はNicopによる計算（ロードマップの表記は「32%増」）。

商品販売の有効求人倍率は1.73倍。職業計の1.05倍を上回る

商品販売の仕事は、求職者1人に対して求人が約1.7件あります。上場リユース企業も、人材の確保をリスクに挙げています。

有効求人倍率（2026年7月・原数値・常用）

ハローワーク経由



上場リユース企業の有価証券報告書の記載

「事業等のリスク」の趣旨（社名は伏せています）

A社

出店計画に見合った人材の確保・
育成が進まない場合、
店舗展開に支障が出るおそれ

B社

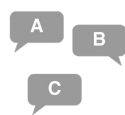
買取スタッフの確保が進まない場合、
買取と出店の計画が
制約を受けるおそれ

出典：厚生労働省「一般職業紹介状況（令和8年7月分）」参考統計表（2026年8月28日公表。「商品販売」は商品販売従事者で、リユース以外の小売を含む）。
上場リユース企業2社の有価証券報告書（2025～2026年提出）の「事業等のリスク」の趣旨。

リユース企業から寄せられる、採用の悩み



業界のイメージで、
求人を出しても
応募が集まらない。



買取・査定の仕事の
中身が、求人で
伝わっていない。



同じエリアの他社と
求人が並び、
埋もれてしまう。



買取・営業・受付・ECと
募集する職種が多く、
手が回らない。



数値の見方や改善の
打ち手が、社内に
残っていない。



応募は来ても、
店舗の仕事に合う人が
採れない。

店舗や催事を増やすほど、人が要ります。
仕事の中身が伝わる求人と、自社でも続けられる仕組みを、両輪で整えます。

リユースの事業は「集める・見極める・売る」。職種は工程ごとに分かれる

買取で品物を集め、査定で見極め、店舗やECで売る。事業の流れが分かっただけではじめて、職種ごとの求人が書けます。

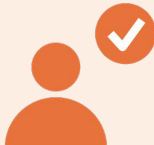
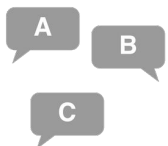


買取の担い手の数が、仕入れの量を決める。工程と職種を分けて、それぞれの仕事の中身を伝える。

※代表的な職種の例です。実際の職種と要件は、貴社の事業と、社員アンケートで伺った仕事の実態から決めます。

採用が止まる原因は、「誰に・何を・どう回すか」のずれにある

媒体や掲載プランを替える前に、3つのうちどこがずれているかを確認めます。

	陥りやすい姿		あるべき姿
誰に	 職種をまとめて「スタッフ」で募集する 買取・営業・査定・販売の違いが伝わらず、 求職者が自分の仕事として想像できない	▶	 社員の声から、職種ごとの人物像を置く 社員アンケートで、求職者が知りたいことと 自社の強みを職種ごとに整理する
何を	 誰に向けるかを決めずに、条件を並べる 同じエリアの他社の求人と並ぶと、 一覧の中で差がつかない	▶	 競合と比べ、差がつく訴求と見せ方にする 求める層に訴求を統一し、 一覧の中で目に留まるデザインにする
どう 回すか	 掲載の結果を、次に生かせていない 数値と打ち手の記録が社内にたまらず、 同じ募集を毎回ゼロから始める	▶	 数値と打ち手を共有し、続けられる形に Indeedなどの運用方法も共有し、 社内でも続けられるところまで支援する

社員の声から強みを整理し、他社と差がつく求人を、自社で回せる形にする

4つの工程で進めます。工程ごとに、Nicopが行うこと・作るもの・貴社にお願いすることを分けています。

	01 強みの整理	02 競合と訴求	03 原稿とデザイン	04 運用と内製化
Nicopが行うこと	社員アンケートで、求職者が知りたいことと自社の強みを職種ごとに整理する	同じ職種・エリアの競合の求人を分析し、訴求する層と言葉を決める	一覧の中で目に留まる、他社と差がつくデザインで求人を作る	媒体を運用して数値を見ながら改善し、運用の方法も社内に引き継ぐ
作るもの	訴求軸の整理表	競合分析と訴求の方針	求人原稿・デザイン	数値の報告と運用の手順
貴社にお願いすること	社員アンケートへのご協力	制度・条件の事実確認	原稿内容の確認と承認	面接と合否の判断、社内での運用

※対応する媒体の例：doda・Indeed・エアワークなど。スカウト代行・日程調整などのRPO（採用代行）も、範囲をご相談のうえ組み合わせられます。

求人は「買取スタッフ」ひとつではなく、職種ごとの仕事の中身で書く

同じ買取の仕事でも、書く内容は職種で分かります。比べられる事実を載せると、合う人が応募しやすくなります。

職種	よくある書き方（Before）	職種ごとに書き分ける（After）
買取スタッフ （店舗）	買取スタッフ／未経験歓迎／ 高収入可	扱う商材と、1日の買取件数の目安を明記。 査定を覚えるまでの研修と、成果の評価の仕方を書く
ルート営業	ルート営業／ インセンティブあり	回る相手と、1日の訪問件数の目安を明記。 買取につながるまでの流れと、評価の仕方を書く
催事買取	催事スタッフ／ 出張あり	1回の催事の期間と流れ、出張の頻度を明記。 会場ごとの成果の評価の仕方を書く
査定・EC運営	査定・EC運営スタッフ／ 経験者優遇	扱う商材の幅と、査定や出品の研修を明記。 身につく専門性と、その先のキャリアを書く

Afterに共通しているのは、**比べられる事実**です。「未経験歓迎・高収入」だけでは、他社と比べられません。
扱う商材・研修・訪問件数・評価の仕方は、求職者が比べて選べます。

※記載例です。実際の原稿は、貴社の事実と、社員アンケートで伺った仕事の実態をもとに作ります。

貴社は判断と面接に、Nicopは設計・運用・改善に集中する

開始前に担当範囲を決め、どちらが何を持つかを明確にします。自社で運用を続けたい場合は、その引き継ぎまで担います。

工程	貴社にお願いすること	Nicopが担うこと
採用計画	採用する職種・人数・店舗・時期・予算の決定	職種と店舗ごとの採用計画と、媒体・施策の整理
強みと訴求	社員アンケートへのご協力	アンケートの設計と分析、競合比較、訴求軸の整理
求人・デザイン	給与・制度など内容の事実確認と承認	求人原稿・デザインの作成と改善、掲載作業
応募者対応	対応の方針の確認	日程調整などの代行（範囲はご相談）
選考	面接の実施と合否の判断	面接で伝える内容のすり合わせと、歩留まりの分析
改善・内製化	改善案の承認と、社内での運用	数値の報告と次の打ち手の提案、運用方法の引き継ぎ

※RPO（スカウト代行・日程調整など）を含めるかは、ご相談時に決めます。面接は貴社で行っていただきます。

営業職も催事買取も、訴求と見せ方を変えて応募を増やした

リユース企業の支援事例を2つ紹介します。企業名は伏せ、職種・規模・媒体を併記しています。

営業職の中途採用

リユース企業（従業員約440名） | doda・Indeed

75→213応募

入社9名→14名
支援後は2025年12月～2026年2月の掲載で集計
Indeedを使った採用の内製化も支援

効いた打ち手

訴求の統一×見せ方の改善

詳細 P.11

催事買取の中途採用

リユース企業（従業員約105名） | doda

3名採用

12週間の掲載で75応募
1週あたり約2.9件→約6.3件（約2.2倍）
（支援前は8週間の掲載で23応募）

効いた打ち手

社員アンケート×デザイン

詳細 P.12

2社で効いた打ち手

1

社員の声（催事買取）や競合の分析（営業職）から、訴求を決めた

2

2社とも、一覧の中で目に留まる他社と差がつく見せ方にした

3

営業職では、Indeedの運用の内製化までセットで支援した

※数値は当社の支援実績記録によるもので、掲載期間・プランは事例ごとに異なります。
いずれも株式会社Nicop設立前、RYOMAグループの採用プランニング事業部（現・株式会社Nicop）が担当した支援事例です。

株式会社Nicop | Growリユース（リユース業界向け採用支援）

10

導入事例1：リユース企業が、営業職の応募を75件から213件に

リユース企業（従業員約440名） | 買取・販売の営業職の中途採用 | 媒体：doda・Indeed

支援前	dodaで営業職を募集し、応募75件・入社9名	応募数 75→213応募 支援前の集計期間は記録なし
支援後	訴求を統一して見せ方を変え、 応募213件・入社14名	

課題	Nicopが担ったこと	結果
dodaで営業職を募集していたが、訴求する層が絞られておらず、一覧の中で目に留まりにくかった。採用を続けるために、自社で回せる仕組みも必要だった。	・競合を分析し、収入を重視する層に訴求を統一 ・一覧の中で目に留まるよう、デザインと見せ方を改善 ・Indeedを使った採用活動の内製化を支援	213応募 dodaの掲載（支援前は75応募） 入社14名 支援前は9名

条件 支援後の値は2025年12月22日～2026年2月1日の掲載での集計です。支援前の集計期間は記録がありません。

※株式会社Nicop設立前、RYOMAグループの採用プランニング事業部（現・株式会社Nicop）が担当した支援事例です。
株式会社Nicop | Growリユース（リユース業界向け採用支援）

導入事例2：リユース企業が、催事買取の12週間の掲載で応募75件・3名採用

リユース企業（従業員約105名） | 催事買取の中途採用 | 媒体：doda

支援前

dodaの8週間の掲載で、応募23件

支援後

社員の声から強みを整理し、12週間の掲載で**応募75件・3名採用**

1週あたりの応募数

約2.9→約6.3件

約2.2倍

課題	Nicopが担ったこと	結果
催事買取の仕事は、求職者に中身が伝わりにくい。 8週間の掲載で応募は23件にとどまっていた。	- 社員アンケートで、求職者の理解と自社の強みを整理 - 他社と差がつく、オリジナルのデザインを作成 - dodaでの掲載と運用	3名採用 催事買取 75応募 dodaの12週間の掲載（支援前は8週間で23応募）

条件 支援前は8週間、支援後は12週間の掲載での値で、集計期間が異なります。1週あたりの件数と倍率は、Nicopによる計算（23÷8、75÷12）です。

※株式会社Nicop設立前、RYOMAグループの採用プランニング事業部（現・株式会社Nicop）が担当した支援事例です。
株式会社Nicop | Growリユース（リユース業界向け採用支援）

Growシリーズで支援実績300社突破。その知見をリユースの採用に

Growリユースは、業界特化パッケージ「Growシリーズ」の1つです。4つの業界で積み上げた採用支援の知見を使います。



4業界：SES・不動産・士業・リユース

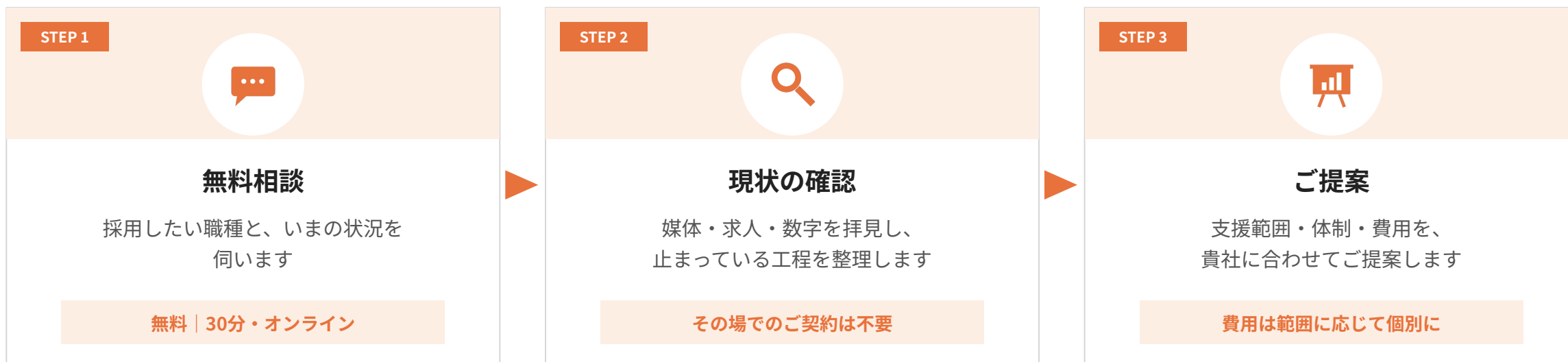
リユース業界での事例から（詳細はP.10～12）



※支援実績・継続率は、2026年9月時点のNicopサービスサイトの表記です。RYOMAグループの採用プランニング事業部から引き継いだ支援実績を含みます。
※業界での数値は各社の条件による事例で、同じ結果を保証するものではありません。

まずは、貴社の職種の採用相場から

現在の採用状況を伺い、職種ごとの採用相場と、いま打つべき手をお伝えします。



ご相談時に伺うこと



採用したい職種と、
人数・店舗・時期



利用中の媒体・プランと、
おおよその費用



困っている工程
(応募・面接・辞退など)

費用の考え方：Nicopの支援費は、支援範囲と運用量に応じてお見積りします。媒体費（掲載費・スカウト費など）は別途です。何にいくらかかるかが分かる形でご提案します。

30分の無料相談で、採用相場と、いま打つべき手をお伝えします

店舗に人が集まる採用へ。まずは相談から。

下記URL、または右のQRコードから開けるお問い合わせフォームより、お気軽にご相談ください。
採用したい職種と人数、利用中の媒体、困っている工程を伺えると、具体的にお伝えできます。

お問い合わせフォーム（無料で相談する）

<https://nicop.jp/contact/>

※30分・オンライン。その場でのご契約は不要です。



スマートフォンから

無料相談でお伝えすること：貴社の職種の採用相場／止まっている工程の見立て／いま打つべき手

会社概要

社名	株式会社Nicop（RYOMAグループ）
設立	2026年2月（RYOMAグループ内で2022年1月に事業開始）
代表取締役	影山のえ
所在地	〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5丁目14-7 ゼニス南新宿6F
事業内容	採用支援事業、組織支援事業、採用・組織コンテンツ制作事業、 コーポレート・採用ブランディング事業、AI支援事業
社員数	30名（正社員・インターン・業務委託含む）

Vision

採用と組織の
新しいスタンダードを作る

Mission

パートナーの目指す姿を
本気で実現し、
企業と人の価値を最大化する

私たちは、クライアントを「パートナー様」と呼び、
ともに採用に本気で向き合います。

