



サービス資料 | Grow不動産（不動産業界向け採用支援）

Grow不動産

「不動産営業」の一括募集から、 職種ごとに選ばれる採用へ。

売買・賃貸仲介、仕入れ・開発、投資用不動産の営業など、職種ごとの違いと
欠員補充の多さを踏まえ、採用コンセプト設計から求人・媒体運用まで支援します。

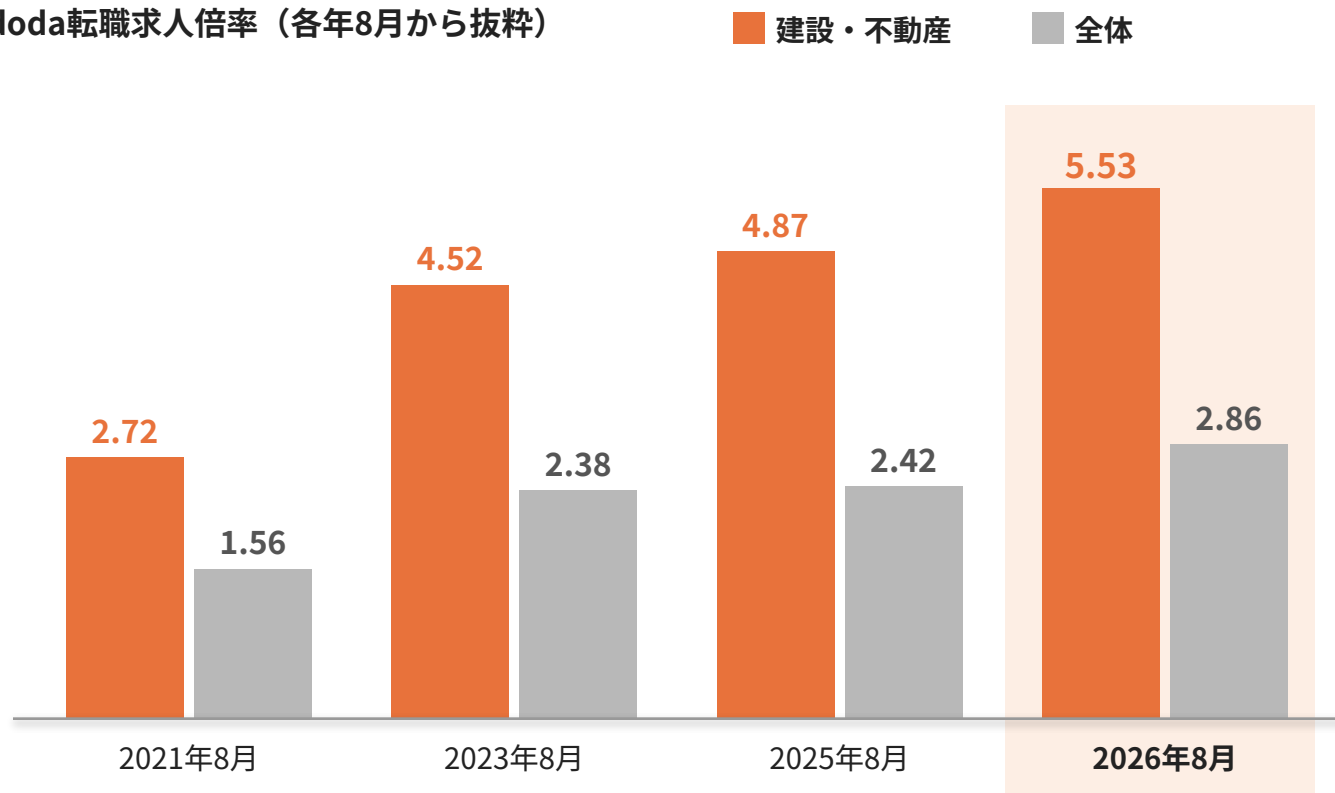
株式会社Nicop（RYOMAグループ）



建設・不動産の転職求人倍率は5.53倍で、全体（2.86倍）の約1.9倍

dodaの転職希望者1人に対して、建設・不動産業界の求人は5.53件（2026年8月）。2023年8月の4.52件からも増えています。

doda転職求人倍率（各年8月から抜粋）



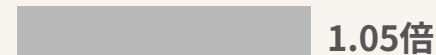
ハローワークでも、営業の職業は求人が多い

有効求人倍率（2026年7月・原数値・常用、パートを含む）

営業の職業



職業計



job tag「住宅・不動産営業」では、
令和7年度の有効求人倍率は**2.72倍**です。

求人を出すだけでは、並んだ求人と
比べられて終わる。選ばれる理由が要る。

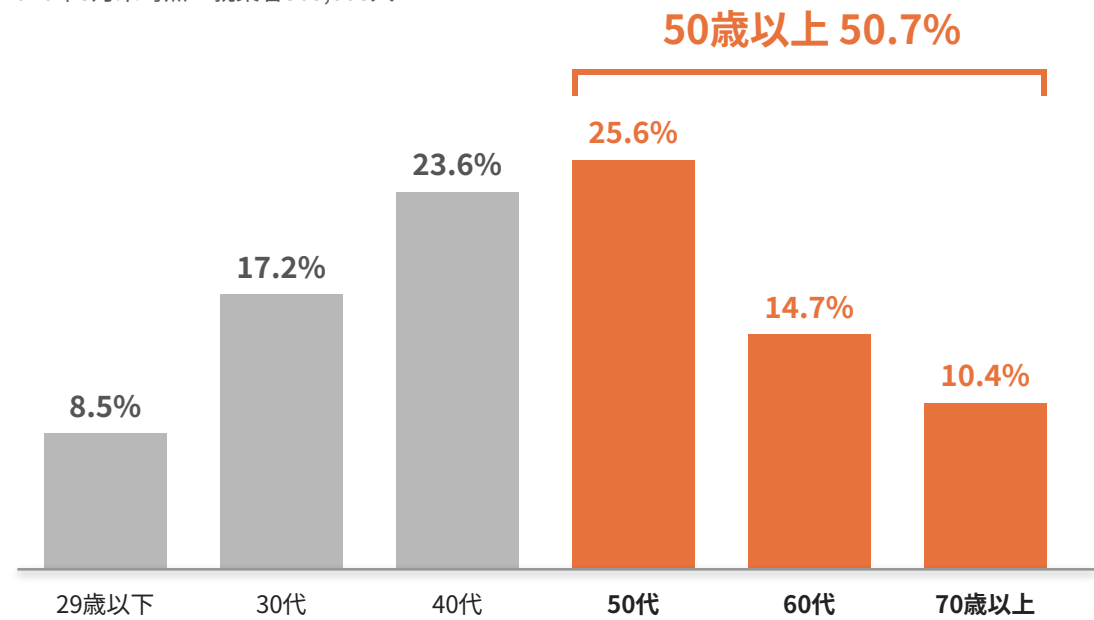
出典：パーソルキャリア「doda転職求人倍率レポート」（2026年9月17日公表。求人数÷dodaの転職希望者数。業種「建設・不動産」は建設業を含む）。
厚生労働省「一般職業紹介状況（令和8年7月分）」参考統計表（2026年8月28日公表。ハローワーク経由。「営業の職業」は営業職業従事者で、不動産以外の営業を含む）。
厚生労働省 職業情報提供サイト（job tag）「住宅・不動産営業」（ハローワーク求人統計データ）。「約1.9倍」はNicopによる計算（ $5.53 \div 2.86$ ）。

宅建士の半数は50歳以上。転職者が会社を選んだ理由の最多は「仕事の内容」

宅建士として働く人のうち29歳以下は8.5%。転職者が選んだ理由は「仕事の内容」「能力が活かせる」が上位です。

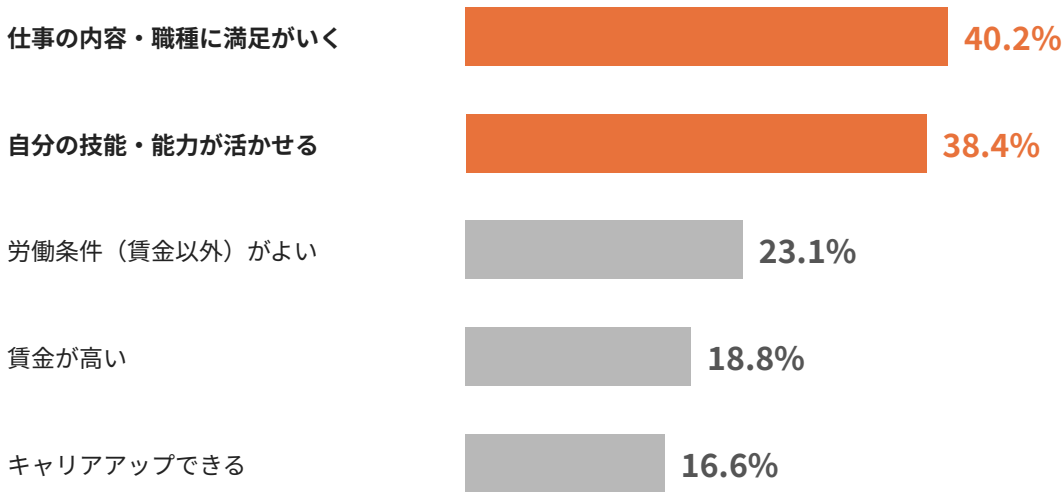
宅地建物取引士（就業者）の年齢構成

2026年3月末時点・就業者365,008人



転職者が今の勤め先を選んだ理由

3つまでの複数回答・全産業・2025年



宅建士の半数は50歳以上。経験者を待つだけでなく、仕事の内容と生かせる経験を伝えて、選ばれる会社になる。

出典：一般財団法人不動産適正取引推進機構「令和7年度末 宅地建物取引士の統計概要」別表2-3（2026年6月公表。50歳以上の割合はNicopによる合算）。厚生労働省「令和7年転職者実態調査の概況」表13-1（2026年9月25日公表、転職者計）。賃金を理由に選んだ人も18.8%おり、条件と仕事の中身の両方を伝えることが前提です。

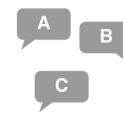
不動産会社から寄せられる、採用の悩み



「不動産営業」で募集すると、
来た人と任せたい仕事がかみ合わない。



経験者の応募が少なく、
有効な応募がほとんど来ない。



歩合・年収のほかに、
自社が選ばれる理由を言葉にできていない。



上位プランに替えても、
応募数が増えない。



欠員が出るたびに募集し、
毎回ゼロから原稿を作っている。



新しいエリア・拠点の
立ち上げで、責任者を採れない。

媒体やプランを替えても動かないのは、「誰に・何を伝えるか」がズレたままだからです。
不動産の採用は、職種ごとに求める人も、伝えるべき中身も違います。

「不動産営業」とひとまとめにしても、中身は職種ごとに別の仕事

同じ営業でも、商談の相手も、求める人物像も、求職者が知りたいことも違います。

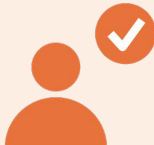
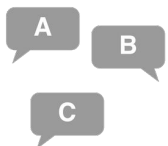
	売買仲介	賃貸仲介	仕入れ・土地開発	投資用不動産の営業
商談の相手	個人の売主・買主。 高額で、成約まで長い	来店・反響の個人客。 短期で、件数が多い	地主・業者・金融機関。 情報の早さが成果を左右する	資産形成を考える個人。 新規の開拓から始まる
求める人物像	長い商談を追い、 決裁者と向き合える	反響を数多くさばき、 繁忙期の稼働に納得できる	人脈を広げ、長期の案件を 粘り強く進められる	金融・税の知識を学び、 提案に落とし込める
求職者が 知りたいこと	扱う物件と価格帯、 初成約までの期間と固定給	反響数・来店数、 繁忙期の体制と立ち上がり	案件の規模と情報の取り方、 裁量と評価の仕組み	商品と顧客層、開拓の方法、 研修と評価の仕組み

まとめて募集すると、求職者は自分に合う仕事か判断できない。応募が集まらないか、合わない応募が増える。

※代表的な傾向です。実際の要件は、貴社の事業と、どんな人が活躍しているかを伺うインタビューから決めます。

採用が止まる原因は、「誰に・何を・どう出すか」のずれにある

媒体や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	 「不動産営業」で一括募集する 職種を分けず、1つの原稿で 経験者も未経験も集めようとする	▶	 活躍している人から人物像を決める 職種ごとに、どんな人が活躍しているかを インタビューで確かめ、人物像を置く
何を	 「高収入・インセンティブ」を前に出す 歩合と年収だけでは、 並んだ求人の中で差がつかない	▶	 競合と比べた強みを言葉にする 扱う物件・育成・評価など、選ばれる 理由を原稿・面接・入社後でそろえる
どう 出すか	 プランを上げて、同じ原稿を出し続ける 応募が少ないと上位プランに替え、 原稿の中身は変えない	▶	 掲載企業数を見て、出し方を決める 掲載企業数（同じ職種で求人を出している 会社の数）を見て、媒体と訴求を選び直す

人物像から決め、原稿・面接・入社後まで、会社の魅力をそろえる

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 人物像の設計	02 強みの言語化	03 媒体と原稿	04 運用と改善
Nicopが行うこと	どんな人が活躍しているかをインタビューで確かめ、職種ごとの人物像を決める	競合の求人と比べ、扱う物件・育成・評価など、選ばれる理由を整理する	職種×媒体ごとの掲載企業数を見て媒体を選び、原稿とデザインを作る	応募数と有効応募の割合を見ながら改善し、面接で伝える内容も原稿とそろえる
作るもの	職種別の人物像（ペルソナ）	訴求軸の整理表	求人原稿・デザイン	数値の報告と改善案
貴社にお願いすること	インタビューへのご協力	制度・条件の事実確認	原稿内容の確認と承認	面接の実施と可否の判断

※対応する媒体の例：doda・エン転職・マイナビ転職・Indeed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「不動産営業」ではなく、職種ごとの仕事の中身で書く

同じ営業でも、書く内容は職種で分かります。他社の求人と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）
売買仲介	不動産営業／高収入可／ インセンティブあり	扱う物件の種類と価格帯を明記。 初成約までの平均期間と、その間の固定給を書く
賃貸仲介	反響営業／未経験歓迎／ 研修あり	月間の反響数と来店数を明記。 繁忙期（1～3月）の体制と、未経験の立ち上がり期間を書く
仕入れ・ 土地開発	用地仕入れ／高収入可／ 経験者優遇	扱う案件の規模と、情報を得る相手を明記。 案件が決まるまでの期間と、その間の評価の仕方を書く
投資用 不動産の営業	提案営業／高収入可／ 未経験歓迎	扱う商品と顧客層、新規開拓の方法を明記。 研修の期間と、評価の基準を書く

Afterに共通しているのは、**比べられる事実**です。「高収入可」は他社と比べられません。
扱う物件・価格帯・反響数・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、インタビューで確かめた活躍している人の特徴をもとに作ります。

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。

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・時期・予算の決定	職種ごとの採用相場を踏まえた計画と、媒体・施策の整理
人物像と訴求	インタビューへのご協力	職種別の人物像の設計、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
スカウト・応募者対応	送る対象と伝え方の方針の確認	スカウト・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	改善案の承認と、社内への反映	数値の報告と次の打ち手の提案

※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。

採りたい職種と目的に合わせて、効いた打ち手は変わる

不動産会社の支援事例を3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。

土地開発営業の中途採用

不動産会社 | doda

約10%→約30%

有効応募の割合（1掲載あたり約3件→約21件）
1掲載で約70応募（支援前は12週間で30応募）
不動産業界の経験者を1名採用

効いた打ち手

人物像の設計×一貫した訴求

詳細 P.11

営業職の中途採用

投資用不動産（従業員約20名） | エン転職

2名採用

1つの媒体で2名・支援12週間

効いた打ち手

競合分析×掲載企業数の分析

詳細 P.12

仲介営業の責任者の採用

不動産会社 | エン転職

責任者を採用

新しいエリアでの事業立ち上げ
不動産営業の経験20年以上の方

効いた打ち手

対象を絞った訴求

詳細 P.12

※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。有効応募は、その会社と決めたターゲットに当てはまる応募です。
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。

導入事例1：不動産会社が、土地開発営業の有効応募の割合を約30%に

不動産会社 | 土地開発営業の中途採用 | 媒体：doda

支援前	12週間・最上位プランで30応募。誰に何を訴求するかが決まらず、有効応募の割合は10%前後	1掲載あたりの応募数 30→約70応募 支援前は12週間・最上位プラン
支援後	人物像と訴求を設計し直し、 1掲載で約70応募・有効応募の割合 約30%	

課題	Nicopが担ったこと	結果
会社として誰に訴求するか、 会社の魅力は何か 明確になっていなかった。 母集団も有効応募も 集まらない状態だった。	・どんな人が活躍しているかを、 インタビューも用いて確かめ、 人物像（ペルソナ）を設計 ・競合他社と比べて、強みを明確化 ・原稿→面接→入社後の実態まで、 会社の魅力を一貫させる設計	約30% 有効応募の割合（支援前は10%前後） 有効応募は1掲載あたり約3件→約21件 1名採用 不動産業界の経験者

条件 支援前は12週間・最上位プランでの値です。支援後の掲載期間・プランは本資料では記載していません。
有効応募は、その会社と決めたターゲットに当てはまる応募を指します。割合と件数（応募数×割合）はおおよその値です。

※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不動産（不動産業界向け採用支援）

導入事例2・3：対象と競合に合わせて訴求を整え、営業職と責任者を採用

採用の規模も目的も違う2つの事例です。どちらも媒体はエン転職で、訴求の整理から支援しました。

導入事例2	投資用不動産の会社（従業員約20名） 営業職 エン転職	導入事例3	不動産会社 仲介営業の責任者 エン転職
支援前		課題	
マイナビ転職に掲載していた。 （この時点の応募数は本資料では記載していません）		新しいエリアで不動産事業を立ち上げるための責任者を募集。経験者の採用に苦戦していた。	
Nicopが担ったこと		Nicopが担ったこと	
・競合他社の求人を分析 ・エン転職で、営業職の掲載企業数を分析 ・分析をもとに、訴求を整理		・対象が限られる募集と判断し、訴求を絞り込む ・多くの応募を集めるより、1名の採用決定に寄せた原稿にする	
2名採用		責任者を採用	
1つの媒体・支援12週間		不動産営業の経験20年以上の方	

条件 支援前後の応募数の比較は、本資料では記載していません。条件 エリア名・事業の詳細は伏せています。支援期間・応募数は記載していません。

※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不動産（不動産業界向け採用支援）

Growシリーズで支援実績300社突破。その知見を不動産の採用に

Grow不動産は、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。

Growシリーズの支援実績

300 社突破

特化している業界

4 業界

継続率

89 %

4業界：SES・不動産・土業・リユース

不動産業界での実例から（詳細はP.10～12）

約10%→約30%

有効応募の割合
(土地開発営業・doda)

2名採用

1つの媒体・支援12週間
(投資用不動産の営業職・エン転職)

責任者1名採用

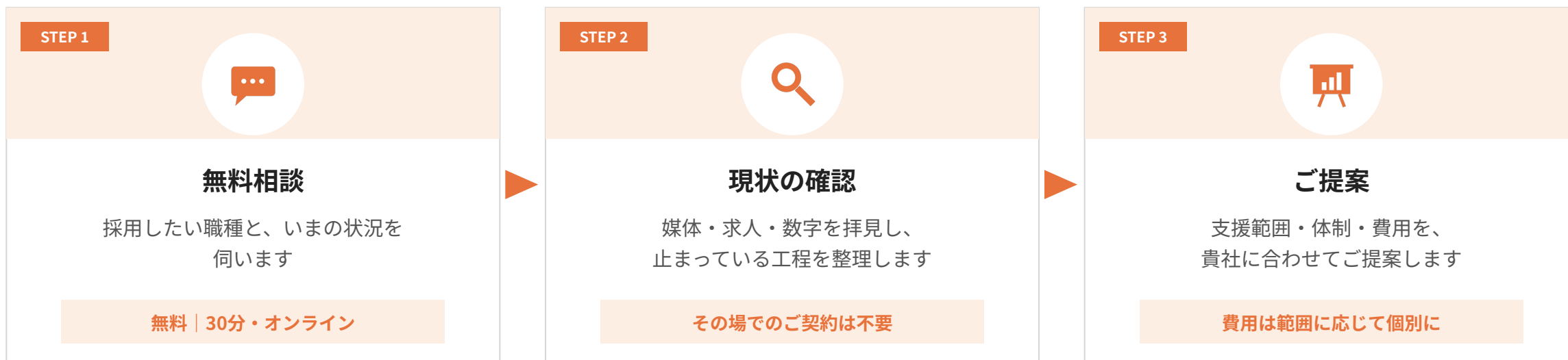
不動産営業の経験20年以上
(新しいエリアの立ち上げ・エン転職)

※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実例で、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・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、貴社の職種の採用相場と、いま打つべき手をお伝えします

職種ごとに選ばれる求人へ。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。

