

鈴木順子氏

株式会社シード・コーポレーション代表取締役

トップ
対談

聞き手／井野誠司
(株)NCBリサーチ&コンサルティング代表取締役社長

温もりあるつながりを、 日本中に。

暮らしのトラブルや困り事
誰に相談していいかわからない悩みなど
生活で発生する「こまった」を解決する
生活総合サポート業を全国で展開しているシード・コーポレーション。
既成概念にとらわれない新しいビジネスモデルを構築し
24時間365日いつでもつながっている心の安心感を提供。
地域との人間関係の希薄化、人材不足を背景に目覚ましい成長を遂げた。
その根底にあるのは、人と人との温もり。
心の拠り所となるサービスを生み出してきた鈴木社長にお話を伺う。



トップ対談

温もりあるつながりを、 日本中に。

株式会社 シード・コーポレーション
代表取締役 鈴木順子氏

グローバル経済の「いま」を読む

円高への動きはあるのか

東京大学名誉教授 伊藤元重

中小企業の財務・税務講座

株式の譲渡承認請求！ 価格の評価方法は？

中田公認会計士事務所所長／公認会計士・税理士 中田和重

中小企業の法律講座

従業員の副業・兼業のお話

近江法律事務所／弁護士 作間 功



西日本フィナンシャルホールディングス

株式会社
NCB R&O

NCBリサーチ&コンサルティング

2025

7・8

2025.7.15 vol.383

新しいビジネスモデルを確立

井野 ● 経営者賞（公益財団法人経営者顕彰財団主催）受賞おめでとうございます。まずは、受賞理由となった成長著しい御社の主力事業「24時間駆け付けサービス」について教えてください。

鈴木 ● 賃貸物件の入居者様から設備トラブルのお問い合わせに対して、24時間365日緊急駆け付けするサービスで、メイン商品は「くらしーど24」という商品です。

不動産会社に当社の駆け付けサービス「くらしーど24」の販売代理店になっていただき、賃貸物件の新規入居希望者様にご案内のうえ、「くらしーど24」の会員になっていただきます。多くの不動産会社は夜間が営業時間外なため、夜中に設備トラブルの入電があっても対応できる先があると安心ということで導入いただいております。

会員は、水が漏れたとか、鍵をなくして部屋に入れないとか、お湯が出ないといった設備トラブルが発生した際に、24時間365日、当社のコールセンターにお電話をいただくと、住宅設備の知識を習得したオペレーターが応対をし、まずは入居者様自身で解決できる方法を案内します。そのうえでトラブルが解消しない場合は、必要に応じて修理会社が緊急出動（駆け付けサービス）を行います。

会員になっていただくと、24時間365日、いつでも、何度でも無料で駆け付けサービスが受けら

れます。サービスの範囲は一次対応（60分以内の部品交換を伴わない修理）までと定義はしておりますが、賃貸物件で起こる設備トラブルは当社サービスの範囲内で解決できるケースがほとんどです。

井野 ● 最初からこの枠組みだったのですか。

鈴木 ● 最初からではありません。お客様から「あでもない、こうでもない」とご指摘をいただきながら、今の形となりました。

実は、創業当初は24時間いつでも様々な相談ができるコールセンターをつくりたいと思っておりました。だから、最初は、不動産会社とか、緊急駆け付け業者とかも、頭の中にはありませんでした。私は、「困った人を助けたい」という想いで起業しています。困った人を助けるためにできることとして、いつでも相談できる相手になればらと24時間365日の相談ダイヤルを考えたのがスタートです。

かつ、末永く事業を継続したいという想いから「衣食住」のうちの「住」である不動産業界をターゲットにして相談ダイヤルを普及できるビジネスモデルを考えました。そのためには不動産会社にとつてメリットがないと難しいので、どんなニーズがあるのか、不動産会社に徹底してヒアリングしていくことにしました。

300社ほどの不動産会社を飛び込みで回った結果、不動産会社のお困り事ランキングとして、第1位は家賃の滞納でした。当時は家賃保証会社

ので、修理会社の開拓も行っていました。

こうして「くらしーど24」というサービスが出来る上があったのですが、他に類を見ないビジネスモデルとなるため、説明にも工夫が必要でした。



当初は、車のJAFの仕組み（車の故障等の不具合があった際に、コールセンターがトラブルを受け付け、修理会社が駆け付けるスキーム）に似ていると思ったので、説明の際に「JAFの暮らし版です」とお話すると、「へえー」と言われることが多かったのです。当時はこういうビジネスモデルはなかったため、こんなサービスにお金を払って入ってくれるわけがないとか、修理するのはオーナーの仕事でしようとか、かなり否定的な意見も多かったのです。不動産会社からは「なんだこれ？」という反応でした。

井野 ● 生みの苦しみと思いますが、今考えるとみんながメリットを享受できる、よくできた枠組みだと感じします。

鈴木 ● 修理会社も最初のころは、なかなかサービスをご理解いただけませんでした。今では安定したお仕事を発注しているので、当



右が鈴木社長、左は弊社代表・井野（シード・コーポレーション本社にて）

がなかったもので、そういった家賃保証の事業でもよいかもしれないと思ったのですが、金融である保証事業はハードルが高い仕事だと考えました。そして、第2位が「突発的なトラブルへの対応」でした。水が漏れた、鍵をなくしたといった入居者様からのお電話を、不動産会社の代わりに受け、修理会社を手配してくれたら嬉しいという声が多くあったのです。

そこで、駆け付けサービスの商品構築を始めたのですが、最初にやりたいと思っていた相談ダイヤルに加えて、不動産会社の悩み事である突発的な設備トラブルにも対応して、かつ入居者様が自分で修理業者を呼ぶよりも安価で受けられるサ

社までわざわざご挨拶にきてくださるほどにご理解いただけるようになりました。

前職の経験を活かす

井野 ● 社長の経歴を拝見しますと、福岡の大学をご卒業後、IT系の総合商社と広告代理店で5年間の営業を経験した後、28歳でこの会社を設立されました。失礼を承知で申しますと、ご経歴からは、このビジネスモデルを思いつき成功に導くというのは、なかなか紐づかないのですけれど。

鈴木 ● 大学を卒業後に新卒で入社したIT総合商社が、バリバリの営業会社だったのです。ここで「営業とは？」の基礎を叩き込まれました。非常に厳しい会社ではありましたが、人間関係に恵まれ、怒涛の3年間を過ごすことになります。飛び込み営業の苦労や、事前に徹底的にリサーチする大切さ、アポイントの取り方、学ぶことの多かった社会人生活を送りました。

次に、友人に誘われ広告代理店に転職します。そこでは、初めて広告のイロハを教えてもらいました。「広告とは？」や、表現をすることの大切さ、キャラクターをつくることの楽しさを学びました。

いずれの会社での経験も、今の自分のビジネスマンとしての基礎を創っているのは間違いありません。

2社のサラリーマンの経験を経て、ずっと「困った人を助けたい」という気持ちがあり、自分自



不動産業界を専門とするこだわりのコールセンター



シード本社のエントランス

そのうえでオペレーターの研修には最も力を入れております。というのも住宅設備のトラブルには様々なパターンがあり、設備の知識の習得がとても大事になります。住宅設備のトラブルの事象をどれだけ理解しているかで対応が決まります。なので、当社は、研修にはかなり力を入れており、安定した品質を提供するために絶え間なく情報をアップデートさせナレッジを共有することが、とても大事な取り組みだと位置づけております。

井野 ● その部分を胸を張って言えないと、自信をもって不動産会社にご提案できませんね。

さらに一番大切なのは、不安になっておられるお客様の心情に寄り添い、安心していただくことです。実は、設備トラブルの入電は入居後1か月以内が一番多く、お客様は入居したばかりで設備トラブルなんて想定していらないので、当たり前ですが、トラブルが起きてお電話いただく際は非常に熱量が高いのです。

当社のオペレーターのみなさんは、困っている人たちの助けになりたい、人の役に立ちたいと思っている方が多いので、そういうマインドで働いている方が多く在籍していることが当社の強みであり、会社全体の品質に対してもプラスの効果をもたらしていると思います。

井野 ● 応答率95%というのはすごい数値ですね。これは真似しようにもなかなか難易度は高そうです。あとはオペレーターさんたちの応対品質も重要だと思いがたがでしうか。

鈴木 ● おっしゃる通りです。ただトラブルを解決するというのは、速やかで適切な解決策をもってオペレーションできるスタッフがいるというところが、私たちの財産であり、クオリティを維持するうえで一番大事な要素です。当社の営業メンバーはそのような「シード・クオリティ」を理解している、自信をもって不動産会社にお勧めができるのです。

お客様はモノを販売するコールセンターではなく、設備トラブルに対応するコールセンターなので、いかにお話を丁寧に聞けるかを指標にしています。

頂戴するお電話は、設備トラブルを何とかして欲しいというお客様からのお電話なため、冷静なお客様からというよりは、驚かされていたり、焦っておられたり、怒っておられたりする方など様々です。お電話に出ると、ご自身のお名前やご住所の情報よりも先に、「天井の」とか「洗濯機の」とか、いきなりトラブル状況をおっしゃるお客様も多い、まずはしっかりとトラブルの状態をヒアリングし、お客様の状況を理解し、その状況を想像し、そのうえで、適切な業者を速やかに手配します。

比類なきシード・クオリティ

理時間の短縮や通話中の保留回数の低減など、様々な施策を実行することで高い応答率を実現することができているのです。

鈴木 ● はい。私たちはモノを販売するコールセンターではなく、設備トラブルに対応するコールセンターなので、いかにお話を丁寧に聞けるかを指標にしています。



プレゼンテーションする鈴木社長



多くの助言を与えてくれた鈴木社長の今は亡きお父様

井野 ● 出来上がったものを真似しようとする競合他社もいるのではありませんか。

鈴木 ● はい。どんな類似したサービスを展開する会社が増え、特に資本力のある上場企業にも同じようなサービスを提供する会社が現れました。お電話での外国語対応サービスも私が最初に開始したと思っていましたが、すぐに模倣され、当初当社が3か国語対応でスタートしても、他社では5か国語対応など、イタチごっここのようになり……。ただ現在は考えを改め、対応言語数を競うわけではなく日本にお住まいの外国の方の統計デ

例えはコールセンターの品質基準の一つに応答率というKPIがあります。これは入電数に対して応答できた割合のことで、昨今の「コールセンターはつながりにくい」という世間の印象を覆そうと、当社は徹底して「つながるコールセンター」を目指しております。年間の応答率は95%を超えており、一般的なコールセンターの平均値を大きく上回る成果を上げております。

これはただオペレーターの人数を増やせばよいわけではなく、過去のデータを徹底して分析し、季節ごと、時間ごと、曜日ごとなど入電予測の精度を高めること、さらにオペレーターごとの後処

身でチャレンジしたいという想いから28歳で起業を選んだのです。

そして、先ほど申し上げた不動産会社の悩み事をリサーチしたのですが、それにはIT総合商社でのリサーチ力が活かしました。

広告代理店での経験も、プレゼン力や資料の作成ポイント、相手の心に刺さるワードの使い方、また印象だけのフワッとした訴えではなく、相手が得られるプロフィットまで考えた提案など、今の営業活動に必要な様々な要素を身に付けることができたと思います。

創業当初は会社を大きくしたいという願望は、なかったのですが、全国展開はしたいと考えておりました。なぜなら、このビジネスモデルを固めていくうちに、たくさんの方に当社サービスを知っていただくには、もっと大きな市場で勝負する必要があると考えたからです。

ータを見ながら、結果的に22か国語にまで増やしました。

当時は、せっかく考えてリリースしたサービスを真似されることに歯がゆさを感じることもあり、亡くなった父に生前相談すると、なぜか「よかつたなあ」と言われました。「真似をされるということは、いいビジネスモデルの証拠だ。ましてや上場企業が真似をするのは、ビジネスモデルが間違っていないかったということなんだよ」と。この言葉にとっても勇気をもらい、また自信にもなり、それ以降は、他社がこうしたからというよりも、お客様が望んだことを実直に取り入れていくことを積み重ねてきました。

そして現在分かってきたことは、外側だけ真似をされても本質的な中身は真似しようがないこともあるということです。



鈴木順子(すずき・じゅんこ)
代表取締役

1978年生まれ。名古屋生まれの福岡育ち。大学卒業後、IT 総合商社、広告代理店に勤務。2007年、会社設立、代表取締役就任。

概要

名 称 株式会社シード・コーポレーション
本 社 福岡市中央区薬院 3-2-23
KMG ビル 6 階
https://seed24.jp/
設 立 2007年 4月19日
事業内容 駆け付けサービス事業、コールセンター BPO 事業、リテールサポート事業、サービス付帯事業
オフィス 東京、大阪、名古屋

沿革

2007年 東京都港区に設立。福岡を拠点とし事業開始
2009年 事業拡大に伴い東京オフィス開設。全国の販売代理店数500店舗達成。業務拡大により福岡本社移転
2013年 関西エリアでの事業拡大のため、大阪オフィス開設。駆け付けサービス 5 万人契約達成
2014年 全国の販売代理店数2000店舗達成
2015年 駆け付けサービス10万人契約達成
2017年 売上高10億円を突破。駆け付けサービス40万人契約達成。全国の販売代理店数3000店舗達成。駆け付けサービスとコールセンターの受託戸数合わせたお客様、70万戸契約達成。福岡本社の拡張リニューアル
2018年 自社コールセンター設立
2021年 事業拡大に伴い福岡本社機能移転
2023年 東海エリアでの事業拡大のため、名古屋オフィス開設
2024年 販売代理店数5000社達成。売上高40億円を突破
2025年 駆け付けサービス68万人契約達成。駆け付けサービスとコールセンターの受託戸数150万戸を突破。売上高45億円を突破

そうは言っても毎年目標を達成しなくては事業として発展を見込めませんし、経営者としては1年1年着実に成長していくことが大切だと考えています。今は社員の数を増やして縦割りで分野ごとのプロフェッショナルを育てるよりは、みんながゼネラリストとしてビジネススキルを高められるよう、できるだけ少数精鋭でいきたいと思っています。

井野 ● 本日はありがとうございました。

今回は経営者賞という本当に身に余る賞を頂きましたが、だからこそ、いつまでも謙虚さとチャレンジする気持ちを忘れずに進んでいきたいと、改めて心に刻むように致しました。

井野 ● 最後に、この先、いつごろまでにどこまで成長されたいかお聞かせください。
鈴木 ● 株式上場を表明しているわけではありませんが、いつでも上場できる状態にしようと常々言っています。正しいことを正しく行っていきたいからです。

一方で、規模感や社員数の目標を打ち出すつもりはありません。大きな地位や名誉は必要ないと思っています。長く事業を継続したいので、真面目にコツコツと堅実にやっていきたいと考えています。

最後に当社が社員に対して掲げている「大切にしたいこと」の中に「仲間を敬い互いに認め合う」という言葉があります。今マスコミやネットの中では「相手の意見を論破する」ことを勝ち誇ったように映し出す風潮があります。私はその風潮が好きではありません。特に社内でも意見のぶつかり合いは日々ありますが、相手の意見や様々な事情に耳を傾けず、自分の主張や自分の正義だけを相手に押し付けることを私は好みません。また本気で自己成長を望む人こそ、より謙虚で様々な意見を俯瞰してとらえることが求められていると考えています。

高い応答率は、季節、曜日、時間ごとの入電数を予測するデータマイニング。高度な問題解決力は、快適な職場で働くオペレーターの質と、オペレーターを支援するシステムの機能と操作性。どれも、鈴木社長の強いこだわりの賜物です。すばらしい。

*対談を終えて

井野誠司

119番を受電した通信指令員の第一声は、「119番消防です。火事ですか、救急ですか」。通報者が説明し始める前にまず、二者択一。火事であれば「場所はどこですか。何が燃えていますか」と順次問いかけていく。動転した相手から事態を聞き取るためのよく練られたスクリプトだと感じします。

シード社が提供する24時間駆け付けサービスは、言うなら住まいの119番。突然の不具合にイラっときている会員に穏やかな気持ちになってもらうのに不可欠なサービスの品質は、まずは24時間つながること。そして、問題を解決してあげられること。

井野 ● 数字で見ると、2007年の創業で、10年で売上10億円を超えて、創業から18年の今年3月期で45億円と、驚異的なペースです。ご努力もあつたと思いますが、外部要因をあげるとしたら何でしょうか。
鈴木 ● 人手不足は大きいです。

18年前は「くらしーど24」の手数料収入を目的に販売代理店になる不動産会社が多かったのですが、この10年ぐらい、特に5年前ぐらいから業務軽減を理由に導入される会社が顕著に増えてきました。

その理由は、不動産会社の社員さんたちがトラブル対応の電話に悩んで離職してしまうからと聞きます。人を採用するにあたって、私たちのような駆け付けサービスを導入してないと人が集まらないという声も非常に多くなりました。

また最近では、不動産会社が提携している修理業者が、値上げを言ってきたり、廃業したりして、安定的に対応できなくなってきた、ともよく耳にします。

井野 ● これだけ急成長されるだけあって、御社は社員さんの定着率がよく、育児休暇からの復帰率は100%だそうですね。社員さんたちのエンゲージメントを高めるために、どんなことをしていますか。
鈴木 ● 社員たちとのコミュニケーションのスタイル

ルは、創業時から変わりません。私は社員の家族構成まで頭に入っていますし、悩み事があれば、なんとか解決してあげたいので、私ができる限りのことはしようと努力しています。今110人ぐらいのスタッフが在籍していますが、200人、300人となった時に今と同じスタイルでやれるか、私の「想い」が届く限界はどのくらいなのか、これからの課題だなと思っています。

人が増えても、アットホームさを残しながらやっていきたいと思う気持ちは変わらないので、今は部門の責任者となるメンバーたちに対して、力を入れて研修をしています。縦割りで「それはうちの部署には関係ない」という考えになつたら、それは私の思う会社ではないです。加えて1人ひとりに向き合っていないと、私がやりたかった、「何かあつたら相談できるビジネス」ではなくなります。

今のやり方にはいつかは限界がくるかもしれませんが、カタチを変えてでもシードのアイデンティティは守っていききたいと考えております。

一方で、私は現実主義者でもあります。地に足がつかないような無理をするのは、好きではありません。だから急成長だけを求めて身の丈に合わない投資や手の届かないような事業計画を立てたりもしません。私も含めて社員1人ひとりが一歩ずつ成長するために研修や心の置き所を学ぶ機会を増やさなければと思っています。長く勤めてくれている今のメンバーには感謝しかありません。



設立18周年記念式典(2025年 4月)



お母様と受賞の喜びを分かち合う(経営者賞受賞式)

一人手不足を背景に成長