

提携コンサルタントの活用によるビジネス相談の拡充 ～CBCビジネスサポート～

李 濟民・○澤田芳郎・○北川泰治郎
(小樽商科大学ビジネス創造センター)

1. はじめに

企業等から持ち込まれた相談を適任教員に紹介、面談設定し、共同研究あるいは有料コンサルティングの成立に向けて支援する「ビジネス相談」は、小樽商科大学の「共同研究センター」であるビジネス創造センター（CBC）の本来任務である。理工系部局を持つ大学の「技術相談」に相当するこの活動は、産学連携ブーム時には年間数十件の発生を見たが、近年は大幅に減少している。当センターはその一因が大学側にあると考え、本学のビジネススクール（専門職大学院である大学院商学研究科アントレプレナーシップ専攻の通称）と提携し、その修了者（MBA保持者）を活用して企業、起業志望者向けに相談サービスを提供する「CBCビジネスサポート」を設置した。

2. CBCビジネスサポートの基本スキーム

CBCビジネスサポートの基本スキームは、①クライアントが直面する問題についてCBC教員が問題を整理し、②適切な案件について、あらかじめ委嘱してある「提携コンサルタント」の適任者を選任し、CBC教員が同行してクライアントと提携コンサルタントの協議を促進する。③提携コンサルタントが業務として有料で案件対応するというものである。この③の段階から有料サービスになる（大学には入金不要）。

コンサルティングの分野としては、「マーケティング、営業」「人材開発、組織」「ファイナンス、会計、税務」「CSR、ビジネス法務」「IT、情報システム」「新規事業開発、産学官連携」等が想定されている。研究開発や生産管理など、理工系教員の関与が必要な案件はCBCが他大学とのネットワークを活用して転送先（本学の理工系教員を含む）の探索や先方大学との連絡にあたる。

提携コンサルタントは弁護士1名を除く11名が小樽商大出身者（修士課程修了者を含む）で、うちビジネススクール修了者が9名にのぼる。委嘱先は特に公認会計士、税理士、行政書、



図. CBCビジネスサポートの業務フロー
(CBCパンフレットから)

士、中小企業診断士などの「士業」の方々を中心に求めた。

3. 設置後の経緯と規程化

当該スキームは2011年7月に設置し、記者発表もして注目を集めた（当初の提携コンサルタント数は6名）。1年強の試行で6件の問い合わせがあり、うち3件はCBC教員との面談に至った。さらにうち1件は一般教員との面談に進んだが、提携コンサルタント起用に至ったケースはなかった（別に講演依頼を転送したケースは2件あった）。一方で大きな問題が生じなかったことから企画・評価室研究協力係と協議し、顧問弁護士の協力も得て大学としての規程化に持ち込み、このとき提携コンサルタントも12名に増員したが（2012年10月）、一連の過程で下記の課題を解決する必要があった。

守秘義務協定

本スキームは単なる相談外注ではなく、ビジネスシーンで生じている新しい問題を大学として参考にするという構想の一環であった。このためクライアント、提携コンサルタント、CBCの間で守秘義務協定を交わしつつ、クライアントの了承のもとに提携コンサルタントからCBCに情報提供できるようにした。そのため大学がクライアントに接する初期段階でこれを十分説明し、「書面による了解」を得る。クライアントと提携コンサルタントの契約書雛型を大学で作成することも考えられたが、士業の分野による多様性を吸収したいこと、そこまでの大学の関与は適当でないと思われたことから見送られた。

大学としての免責

クライアントの持ち込んだ問題が解決される保証はなく、コンサルタントとの間に生じた葛藤に大学が責任を負うこともできない。そのことをクライアントに徹底するため、やはり書面による了解に盛り込むことにした。提携コンサルタントとの契約においても契約解除条項を含めて同意を確保する必要があったが、最終的には大学側で「提携コンサルタント業務要項」を定め、委嘱の際にその遵守を前提とする承諾書を得ることにした。

所属組織からの就任許諾

提携コンサルタントが企業などの組織に属している場合、当該組織からも就任許諾を得ておかなければならない。提携コンサルタントの1名は本学以外の国立大学の教員であり、最初の無料面談までの兼業申請を本学として行なったところ、有料サービスに進んだ場合はクライアントから別途兼業申請が行われることを前提に許諾が得られた。

4. 今後の課題

世界経済のグローバル化のもと、新しい発想で戦略を立案、実行することは企業にとって重要な課題であり、北海道唯一のビジネススクールを擁する本学としても、これに寄与しなければならない。この点で「CBCビジネスサポート」は重要なポータルである。しかしクライアントからすれば、抽象的理論的なカテゴリーではなく、医療、観光、食品など分野ごとに専門家が対応する形を取った方が相談しやすいと思われる。いっそうの広報や提携コンサルタント間の連携促進を含めて、運用面を工夫したい。