

地域貢献事業に関するアンケート集計結果まとまる  
正会員 73社 (回答企業の 68%) で  
計 292項目の個別貢献活動を展開!

シカゴ日本商工会議所では、今回初めての試みとしてまして会員企業が過去3年間に行った個別貢献活動の具体的内容につきましてアンケート調査を実施させて頂きました。本調査は、JCCC基金(小澤理事長 日本航空)並びに渉外PR委員会(松村委員長 みずほコーポレート銀行)が主体となって今年度の共同事業として行ったもので、アンケートの実施にあたりましては、2004年3月~4月にかけて正会員企業354社に対してアンケート(日英)を郵送し協力を依頼。ご回答頂いた107社(正会員354社 回答率30.2%)の集計結果をとりまとめさせて頂きました。本会議所では、JCCC基金による貢献活動に加えて、会員企業各社が独自に実施している個別貢献活動の結果をとりまとめ広く内外にPRし、日系ビジネスコミュニティのプレゼンスを高めることを目指していく予定です。

<実施方法>

2004年3月~4月にかけて正会員企業354社に対してアンケート(日英)を郵送。

<実施主体>

JCCC基金並びに渉外PR委員会

<アンケート回収数>

107社(正会員354社 回答率30.2%)

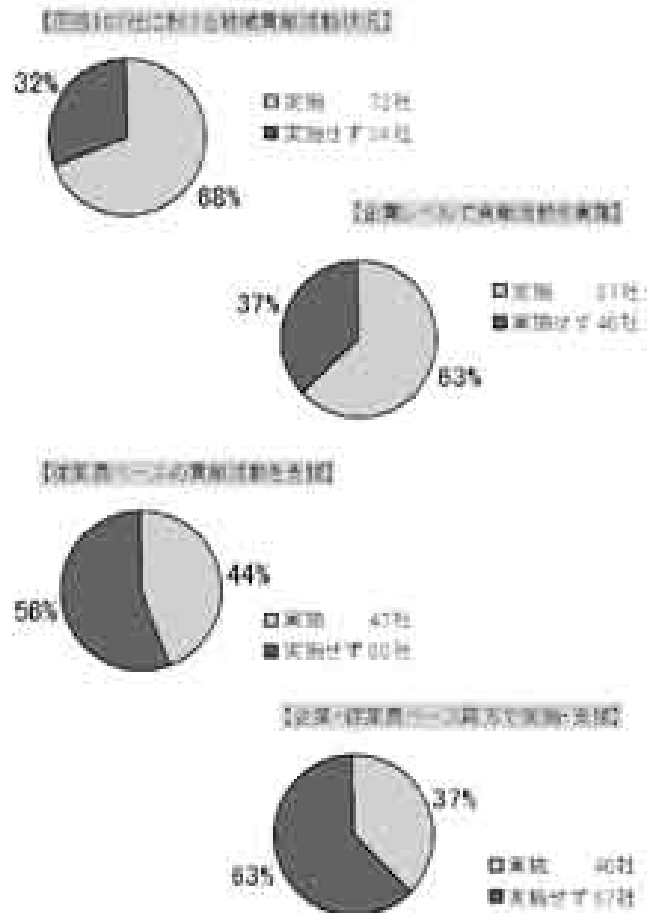
<集計結果 概要報告>

(1) JCCC正会員354社の約2割にあたる73社(回答数の68.2%)において、計292項目の地域貢献活動が企業規模や地元密着度に応じて積極的に展開されている。このうち企業レベルでの貢献活動及び従業員ベースの貢献活動支援の両方を行っているとは回答した企業も40社(回答数の37.3%)に達した。

(2) 回答企業の中には、シカゴ地域において企業内(現地)財団基金もしくは企業貢献等の独自プログラ

ムを持っていると答えた企業が14社あったほか、過去3年以上継続して実施している貢献事業があると答えた会員企業も2社、さらには地域の、ある一つの学校もしくは非営利団体と親密な関係を持ち、寄付あるいは貢献活動の多くを提供している企業も13社に達した。

(3) 集計結果を個別に見ると、企業レベルで何らかの貢献活動を実施していると答えた企業が67社(回答数の62.6% 正会員数の18.9%に該当)、また従業員ベースの貢献活動を支援していると回答した企業も47社(回答数の43.9% 正会員数の13.2%に該当)に達している。



<アンケート集計結果 詳細内容>

今回のアンケート調査では、まず最初に会員企業による貢献活動の実施方法につきヒアリングを行った。その結果、シカゴ地域において企業内(現地)財団基金もしくは企業貢献等の独自プログラムを持っていると答えたのは14社(回答数の13.1%)で、シカゴ地域

以外の北米本社において貢献プログラムを取り扱っていると答えた企業が2社見られた。一方当地での地域貢献活動実施にあたり、北米本社あるいは日本本社からの承諾を得なければならないと答えた企業も4社（回答数の43.9%）に達した。

次に会員各社が過去3年間に当地で実施した貢献活動の内容について調査を行った。その結果、企業レベルで何らかの貢献活動を実施していると答えた企業が6社（回答数の62.6% 正会員数の18.9%に該当）また従業員ベースの貢献活動を支援していると回答した企業も4社（回答数の43.9% 正会員数の13.2%に該当）に達した。さらにシカゴ地域（本社・支店・支社）において、当地以外にある米国非営利団体を支援したことがあると答えたメンバー企業も22社見られた。

回答を個別に見てみると、企業レベルでの各種貢献活動項目（全8項目）のうち、7項目を実施していると答えた企業が6社中4社、6項目が1社、5項目が2社、4項目が5社、3項目が9社、2項目以上のマルチ回答が18社、さらに1項目ありと回答した企業が28社となっている。

これら企業ベースの貢献活動の内容について、3年以上継続して実施している貢献事業があると答えたのが2社、さらには地域の、ある一つの学校もしくは非営利団体と親密な関係を持ち、寄付あるいは貢献活動の多くを提供している企業も13社見られた。貢献項目の上位回答3つは以下の通り。

企業レベルでの貢献活動について（複数回答含む）

1位：コンピューターやオフィス家具、オフィス備品などの不用品を現地校や非営利団体へ寄付。（38社 67社中の構成比は56.7%）

2位：現地校や非営利団体が行うファンレイジングイベント（ラッフルチケット、ディナーテーブル購入）を支援。（25社 同37.3%）

3位：地域のオークションやファンレイジングイベントに物品寄贈やサービス活動を提供。（24社 同35.8%）

また従業員ベースの各種貢献活動項目（全8項目）のうち、7項目を実施していると答えた企業が4社中2社、6項目が3社、5項目が9社、4項目が2社、3項目が7社、2項目以上のマルチ回答が7社、さらに1項目ありと回答した企業が1社となっている。貢献項目の上位3つは以下の通り。

従業員ベースでの貢献活動について（複数回答含む）

1位：従業員もしくは顧客が物品を寄付できるような“Toys for Tots”（「おもちゃを子供達へ」）などの祝日に関連した貢献プログラムを行ったことがある。（25社 47社中の構成比は53.2%）

2位タイ：従業員もしくは顧客が寄付できるような食糧寄付運動を行ったことがある。（20社 同42.6%）

2位タイ：従業員もしくは顧客が参加できるような献血運動を行ったことがある。（20社 同42.6%）

2位タイ：従業員が寄付している学校・非営利団体へ matching contributions（従業員個人が寄付する金額と同じ額を雇用企業も寄付する制度）を提供したことがある。（20社 同42.6%）

この結果、企業ベース並びに従業員ベースの各種貢献活動で合計10項目以上実施していると回答した会員企業も4社に達した。また各社の貢献項目件数（重複回答含む）は73社（回答数の68.2%、正会員数の20.6%に該当）で計292項目に達し、JCCC会員企業の地域貢献活動に関する意識は、2001年9月のテロ事件以降も引き続き高く、企業規模や地元密着度に応じて独自の地域貢献活動を積極的に展開していることが明らかとなった。会員企業による主な貢献事例（一部）は以下の通り。

- ・ 地元のYMCA、American Cancer Societyなどへの寄付活動
- ・ 当地商工会議所主催のコミュニティ事業への参加
- ・ 地元高校生の訪日プログラムや特別プログラムの実施支援
- ・ 地元小学校等への日本人教員の紹介・案内
- ・ 全米各地の健康・医療・教育・文化関係の非営利機関への寄付
- ・ 従業員によって運営されているボランティアプログラムの支援  
（例：青少年の障害者向けプログラムなど）
- ・ 本社創業記念日前後に行うボランティア活動  
（献血、公園清掃、福祉施設清掃他）

< 地域貢献活動調査 集計結果詳細 >

企業レベルでの貢献活動について  
\* 貢献活動を行っている地域・実施方法など

当地において、学校あるいは非営利団体へ金銭寄付するための企業内（現地）財団基金もしくは企業貢献等の独自プログラムを持っている。（14社）

シカゴ地域以外の北米本社において、貢献活動を行う企業基金または助成金プログラムがある。(2社)

シカゴ地域(支店・支社)での地域貢献活動実施にあたり、当地での支援内容は北米本社あるいは日本本社からの承諾を得なければならない。(4社)

シカゴ地域(本社・支店・支社)において、当地以外にある米国非営利団体を支援したことがある。(2社)

\*シカゴ地域での具体的な貢献活動について  
全回答 6社

7項目を実施している企業	4社
6項目を実施している企業	1社
5項目を実施している企業	2社
4項目を実施している企業	5社
3項目を実施している企業	9社
2項目を実施している企業	18社
1項目を実施している企業	28社

コンピューターやオフィス家具、オフィス備品などの不用品を現地校や非営利団体へ寄付したことがある。(38社)

現地校や非営利団体が行うファンドレイジングイベント(ラッフルチケットやディナーテーブル購入など)を支援したことがある。(25社)

地域のオークションやファンドレイジングイベントに物品寄贈やサービス活動を提供したことがある。(24社)

地域の文化・市民プログラムやイベント(美術館での特別展など)を支援・協賛したことがある。(21社)

地域の、ある一つの学校もしくは非営利団体と親密な関係を持ち、寄付あるいは貢献活動の多くを提供している。(13社)

地域の学校児童や住民を対象に施設見学会を実施したことがある。(13社)

自社製品(新製品など)を地域の学校や非営利団体へ寄付したことがある。(上記にあてはまるファンドレイジングイベントやオークションなどは除いて下さい)(1社)

地域にある非営利団体の資金調達キャンペーンに貢献したことがある。(10社)

従業員ベースでの貢献活動について  
全回答 47社

7項目を実施している企業	2社
6項目を実施している企業	3社
5項目を実施している企業	9社
4項目を実施している企業	2社
3項目を実施している企業	7社
2項目を実施している企業	7社
1項目を実施している企業	17社

従業員もしくは顧客が物品を寄付できるような、“Toys for Tots”(「おもちゃを子供達へ」)などの祝日に 関連した 貢献プログラムを行ったことがある。(25社)

従業員もしくは顧客が寄付できるような食糧寄付運動を行ったことがある。(20社)

従業員もしくは顧客が参加できるような献血運動を行ったことがある。(20社)

従業員が寄付している学校・非営利団体へ matching contributions (従業員個人が寄付する金額と同じ額を雇用企業も寄付する制度)を提供したことがある。(20社)

従業員が非営利団体に対し経済的貢献をする機会を提供したことがある。(一括の金銭寄付や、給料の一部をチャリティに振り当てるなどの寄付を含む)(19社)

従業員が参加できるボランティアプログラムを運営したことがある。(例えば、週一回の子供達への家庭教師活動など)(13社)

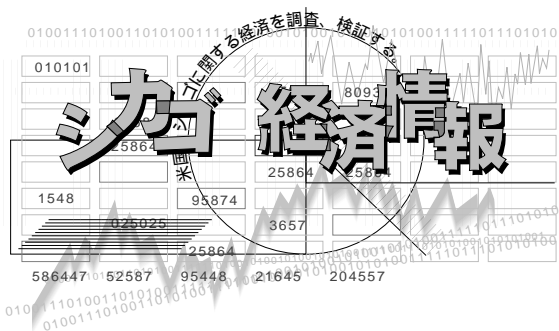
貴社の従業員に対して非営利団体の役員・委員活動を業務時間内に行う事を承認している。(13社)

従業員を非営利団体の役員・委員に指名もしくは就任するよう勧めたことがある。(7社)

企業レベル・従業員ベースの貢献項目件数  
(全16項目中)

14項目実施	1社
12項目実施	2社
10項目実施	1社
9項目実施	4社
8項目実施	5社
7項目実施	3社

(以上)



## 「アメリカ企業の智恵に学ぶ」

5月27日に電子部会が主催したビジネスセミナーで「地元企業の経理部門の常識を知る」についてご講演頂いたコーベット・ダンカン&ハプリー会計事務所の藤本光様から「アメリカ企業の智恵に学ぶ」と題して寄稿頂きました。

### 1. はじめに

エベレスト登頂を目指してヒマラヤまで来ている日本の登山隊を想像してください。その登山隊を構成する日本の山々を踏破した登山のプロフェッショナル達。しかし役者が少し欠けているのではないのでしょうか？ 日本の登山エリートだけで、ヒマラヤは登れるでしょうか？ そうです。必ず地元のシェルパが登山を助けます。

同じように、読者の皆様がどんなに優秀な日本から来た経営者であっても、短期間で、ここアメリカの経営の知恵を取得するのは、日本の登山家がシェルパなしでヒマラヤに登れないのと同じです。再度書きますが、どんなに優秀な日本人の経営者でも、短期間にアメリカ地元企業並みの経営の効率を達成することはできません。それだけでなく、定期的にローテーションをする転勤の運命を持つ人に、シェルパの役までも演じることはできないのです。

逆に、自分の腕で築いてきた会社を持つアメリカの中小企業の「おやじ」たちは、会社の隅から隅まで知り尽くして、それこそ、営業、経理、人事なんでもござれのスーパーマンが多いようです。それは、自分の血と汗を流して、営業をしつつ、苦しい資金繰りをやりくりして会社を大きくしてきた人たちだからです。彼らは、それなりの苦勞もあるし、アメリカという経営風土を良く知っています。1ドルでも資金がショートすれば、社員の明日の給料が払えなくなったり、銀行からの借入を止められるという恐怖感におののいて、夜が眠れないことがあったアメリカ人の経営者は、多いでしょう。

そんな地元企業の知恵を、この書面を借りて少しだけご紹介したいと思います。シェルパには、なれなくても、地元の知恵を楽に知ってください。幸い私共が働くコーベット・ダンカン&ハプリー会計事務所には、そんな中小企業のクライアントがたくさんいらっしゃいます。企業のサイズも御社と同じくらいの企業がたくさんあります。今回はそんな地元企業の常識のひとつであるタックス・プランニングを紹介します。

### 2. タックス・プランニング

毎年10月を過ぎると、事務所のなかが騒がしくなってきました。それは、いわゆるタックス・プランニングの時期がやってきたからです。中小企業の経営者たちが事務所に来て、担当のパートナーや税務のマネージャーと会議を始めます。必要な資料は、9月とか10月までの損益計算書です。つまり、9月や10月までの実績の数字に一年の残りの月の予想を加えて、まず今期の帳簿上での数字を予想します。次に我々の助けを借りて、帳簿の損益から課税所得を予想して、税金の税率表を使い税金の最終的な金額を予想ではじき出します。

アメリカの地元企業でも、税金も自分で計算するというのは、規模の大きい企業に限られるようです。売り上げが5,000万ドルくらいまでのアメリカの私企業は、我々のクライアントを含めて、まだまだ自社で当期の税金を計算することができません。ですから、会計事務所に助けを求めます。大体この課税所得と税額の予想というのは、12月の初旬には終了します。なかには11月にはもう予想ができていたところもあります。

次のステップは、この予想の税額を出したうえで、一年の残り期間で何ができるのかを検討します。この作業は、やはりメリットが大きいので人気があります。皆さんもどんなメリットがあるのかお知りになりたいでしょう。メリットとしては、いくつかありますが、大きく言えば以下の二つが挙げられます。

#### 1) 段階税率を利用する。

アメリカの税金は、一定の率で課税はされません。課税所得が一定額を超えたときにその段階（ブラケット）の税率が適用されます。つまり、その段階に届くか、届かないかで、最終的な税額に大きな違いがでます。別の言い方をすれば、課税所得が1ドル違うだけで、税率に大きな差がでることがあります。この「からくり」をわかっていれば、税金の金額を大きく減らすことができます。具体的には、ご自身の税務申告を思い出してください。「今年の税金が低いのは、課税所得が低いブラケットに落ち着いたからですよ。」という説明を受けた記憶はありませんか？まさにそのケースが企業にも適用されるわけです。

#### 2) 2年越しに税金の平準化ができる。

今期景気が良くて、税金を一番の高税率で支払うことが予想されるとします。同時に、翌年は一転して景気が悪くなり、損失が生じる可能性もあり得るとします。そんな状況がわかっていたら、今期の利益を圧縮させて、来期の利益に繰り延べすることもできます。2年を通して税金の平準化ができるわけです。もちろん、帳簿を操作して、数字を捻出すという意味ではなくて、儲かっているときは経費を積極的に使い、また減価償却費用も期待できる投資も積極的にすることを意味します。違法行為はご法度です。

では、具体的にどんな方法を取っているのでしょうか？昨年一番多かった例は、ボーナス・ディプリシエーション（bonus depreciation）という制度や、セクション179という

制度を利用する例です。このボーナス減価償却という制度は、簡単にご紹介しますと原価の半分を取得年度に通常の減価償却額の外に計上できるという制度です。100万ドルの機械を購入したら、通常の減価償却の外に50万ドル損金に算入できるわけです。税率为40%とすると、その効果は税金の20万ドルの減額につながります。セクション179も同じような制度です。ボーナス・ディプリシエーションは、2004年一杯、セクション179は、限度額10万ドルが2005年まで続きます。つまり、固定資産の投資を行い税額の減額を実現できるわけです。これらにより未だその年が終わっていなくとも、年内に手を打つことにより、今年の税金を減額することを可能にできるのです。

次の方策としては、会社のプロフィット・シェアリングへの拠出額を増やすことです。つまり利益を従業員に還元することで、経費を増やして、当然その結果として課税所得を減らします。同じ考え方で、社員へのボーナスとして還元したり、社員のベネフィットを増やしたりします。こちらの基本的な考え方は、税金という形で社外に資金を流出させるより、社内にベネフィットの形で、資金を留保するともいえるのでしょうか？ もちろん中小企業の経営者達は、自分たちの給料も増やします。この変化を年度末に反映させます。

この紙面では、全部ご紹介できませんが、個別の企業で、それぞれ独特な節税の方法があります。業種にもよりますし、企業の特徴にもよります。自分で血を流し、汗を出して築き上げてきた会社には、それなりの知恵があるものです。仕事をしていて「なるほど」と、深くひとりであなずくことも少なくありません。

最後に言うまでもないことですが、この作業を行うことで、翌年の3月15日での税金の必要金額も予想できるわけですから、会社の資金繰りの予測にも役立つわけです。つまり、アメリカの中小企業の経営者は、一年の第四・四半期は、税金の予想という作業がひとつの重要な作業になるわけです。

最終的なプロダクトとしては、上記のさまざまなプランニングを反映させた上での本年度の損益、課税所得、税額の予想表が完成します。これが、プランニング作業の最後になります。

### 3. 税金も会社の最終的な収益を決定する上での重要要因

皆さんのなかには、「アメリカの税金なんて、所詮わからない。うちの企業は、税引き前の金額で経営努力を評価される。」と言われる方や、「固定資産を第4四半期に節税のために買うなんて、稟議も大変で、本社の理解を得られない。」と言われる方もおられると思います。もちろん、一理ありますが、一方で、企業の大原則が利益の最大化であり、株の価値を上げることであることは、間違いありません。この原則に立てば、税金を最小限化する努力も経営努力の中の一つであり、貴社の本社が日本の企業所得税を最小化する努力をしているように、アメリカの上場企業も、大変な人的資源を割いて、税金の最小限化に努力しています。

アメリカの中小企業経営者のプラクティスとしてここにご紹介している方法は、御社にも大きなメリットを生み出してくれるはずで、すなわち、貴社も営利を追求する企業体の一部分なのですから、年が終わるまでに、その年の税額を予想して、対策を立てるというタックス・プランニングは、意味があります。

### 4. おわりに

私共の事務所では、こんなアメリカの中小企業経営者のために、必死に損益を予想します。税額を予想する短期間で、かなり集中力を必要とされる作業が10月から12月の初めまで続きます。経営者達は、自らの知恵の確認と、会計事務所のアドバイスを求めて、ミーティングを続けます。税金に対する方策が決定したら、即座に行動に移します。

この意味で、クリスマスの時期は、文字通りアメリカの中小企業の経営者にとっては、一年を終わってゆっくり休める時期なのです。彼らは、翌年の3月15日に払う税金の金額もそれなりの確度で、既に知っているし、その対策も立て、行動も年内に起こしているのです。つまり経営者として責任を持つべき数字は、既に税引き後までわかっていて、一年を終えているわけです。

もちろん、日本のご本社も同じように知恵を絞っているに違いありません。経理・財務も人材も豊富で、その余裕があるからというのもひとつの理由でしょう。ですから、このプランニングが、アメリカだけの知恵であると主張するつもりは毛頭ありませんが、アメリカ地元企業の第4・四半期の重要な仕事の一つであることは、納得して頂けるのではないかと確信しています。

このタックス・プランニングの作業は、貴社でもすぐに導入することができます。御社でも、今年はずいぶんこの考え方を取り入れられ、地元企業並みの年末を迎えられることを期待しています。常に先を読んで数字を予想し、先手を打って税金対策を立案できる経営幹部として成長を遂げられることを心よりお祈りしております。なおこの記事にご質問・ご意見のございます方は、いつでも下記までご連絡ください。

コーベット・ダンカン & ハブリー 会計事務所

代表者：藤本 光  
 電話 (630) 285-0215  
 Eメール: kfuji@cdhcca.com  
 URL: www.cdhcca.com  
 所在地: 100 Pierce Rd.  
 Itasca, IL 60143





今回はエグゼクティブ リソース グループ hc代表取締役社長のランディ・クロスさんから情報提供頂きました。

エグゼクティブ リソース グループ hc(ERG)では、業務分野を、人材斡旋、セールストレーニング、営業コンサルティングの3領域に分けて日系企業へのお手伝いをさせて頂いております。今回は、弊社が取り扱った相談事例をご紹介します、皆様のご参考に供したいと存じます。

**1. 雇用関係：**

相談内容：最初はオハイオにある日系電装品メーカーのケースです。この会社は最近、ゼネラル・モーターズのために新しい開発計画をスタートさせました。ゼネラル・モーターズは、約12~36か月間のプログラムを遂行するために3人のバイリンガルソフトウェア技術者と2人のバイリンガル技術者の必要性を主張してきました。メーカー側としては、日本の本社からこのような従業員を出張させる体制が整っていないことから、雇用期間がはっきりしていない状態で、どうやって適任者を見つければ良いかということでご相談がございました。

アドバイスと対応策：正社員雇用にかかる経費を最小限にするためにも、正社員の代わりに派遣社員の雇用を推薦しました。派遣社員は人材派遣会社と雇用契約を結んでいる人達で、出張社員として依頼を受けた会社に派遣される形になります。ご相談のあった会社では、人材派遣会社より3人のバイリンガルソフトウェア技術者と2人のバイリンガル技術者の紹介を受けて、開発プロジェクトをスタートさせました。(派遣社員の給料は人材派遣会社が支払い、給料と手数料を合計した請求書を会社に送付)12か月後、ゼネラル・モーターズは、バイリンガルソフトウェア技術者とバイリンガル技術者の1人づつを残し、残り3人は必要なくなったと連絡してきました。この場合、顧客のとる手段としては人材派遣会社に3人を雇用する必要性がなくなった事を報告するだけでよく、会社側は、従業員解雇に絡んでくる問題に直面する心配もありませんでした。18か月後に、会社は留任の2人を正社員として雇用する決定を行いました。

**2. セールストレーニング関係：**

相談内容：今年初め、デトロイトにある3人のアメリカ人セールスマンを雇用している日系商社から相談を受けました。相談内容は、2人のセールスマンは比較的若く仕事熱心で会社の売上げに貢献していますが、もう1人のセールスマンは年配で会社勤務が15年になり、営業成績が低下してきていることからその対応についてご相談を受けました。会社としては、彼が他の2人よりも年長のため、彼だけを解雇すると年齢差別的法的問題が心配ですし、今まで会社に忠実だった従業員を解雇したくありません。成績の落ちてきている勤務経験の長い営業マンにやる気を起こさせるにはどう取り組んだら良いのかというご相談です。

アドバイスと対応策：社長さんのお話を伺ううちに、この会社には改善出来る箇所が2点ある事に気づきました。問題の根源は従業員だけではなく、一部は日本人マネージャーにもある事を告げ、アメリカ人セールスマンからやる気を引き出すには2つの方法しかないと説明しました。1つは、セールスマンに魅力のあるコミッション制度を設定すること。第2は、彼等セールスマンたちを能率的に管理することです。結果的に同社はコミッション制度には応じませんでした。そのため、私たちは3回に分けてモチベーション向上に役立つセールストレーニングセッションを行うことをアドバイスしました。最初の2回のセッションは米人セールスマン向け、そしてもう1回は日本人マネージャー向けです。米人セールスマン向けのセッションでは、高度な顧客開発と自己意欲を養うテクニックに焦点を合わせ、日本人マネージャーのためのセッションでは、アメリカ人セールスマンを管理しどうやって意欲を持たせるかに重点を置いてお話ししました。このトレーニングセッションを行った1か月後に、会社の社長から連絡を受け、問題のあったセールスマンの態度と実績に大きな向上が見られると言ってきました。そして、残り2人のセールスマンにもトレーニングをして欲しいとの依頼がありました。

**3. セールス コンサルタント関係：**

相談内容：昨秋、シカゴに拠点を置く日系の健康器具製造会社から相談を受けました。この会社は米国市場での売上げを伸ばしたいのですが、会社の販売を一手に受け持っているディストリビューターが米国各地に4人のセールスマンを配属しているにもかかわらず、販売実績が非常に低迷しています。会社は新しい販売ルートを開拓したいのですが、多額の資金を投資することは念頭にありません。こうした状況で、このタイプの製品に似合う一番効果的な販売ルートについてアドバイスを求められました。

アドバイスと対応策：当該製品の米国内での市場性について突っ込んだ分析を行い、3つの営業改善案を提供しました。直販オフィス設立、新しいディストリビューターの開拓、会社専用のセールスレップの雇用。この分析では3年間のキャッシュフロー、販売予測、および経費予測を提示しました。こうした情報をもとに意見交換を行い、健康器具のセールスを増加させるためには、専用のセールスレップを雇用することが、低コストで良い結果を生みだすだろうと結論を下しました。弊社は翌月以降数か月にわたって、米国各地に6人のセールスレップを配置するお手伝いを行いました。販売成績の出足は好調で、投資経費はシカゴに小さな事務所を設け2人の従業員を雇用するだけにとどまりました。

Executive Resource Group Inc.  
 エグゼクティブ・リソース・グループ  
 所在地 123 Trout Valley Rd., Cary, IL 60013  
 代表者 ランディー クロス  
 電話 847-516-2061  
 FAX 847-516-2068  
 コンタクト：ランディー・クロス、ケイ中田  
 従業員 日本人：1人 米人：5人  
 URL www.jbschicago.com  
 会社概要：日系企業向けに、米人エグゼクティブ、営業マン及び専門職分野の人材斡旋を展開。更に、セールストレーニング、営業改善コンサルタントとしても活躍。

