

なタイプのイベント作業に貴重な資料となる。

週刊現代10月12日号(9月30日発売)が、「ア・パッション・フォー・エクセレンス」邦題「エクセレント・リーダー」(著者は、エクセレント・カンパニーのトム・J・ピーターズとナンシー・K・オースチン)講談社より10月10日発売、を紹介している。その中で、

ハーバードビジネススクール出身者の経営は、経営モデルにそって短期間に利益目標を達成しようという方法であり、数字重視のものだった。これがいま行きつまり、あらためて人間重視の経営が見直されてきた。(略)人間に注目する経営者は業績を上げる。職務内容に注目する経営者は業績を上げられない。

と断定している。イベントを成功させる要因も人間重視だ。イベント開催も経営も人間をみつめることから始まるのだ、と確信する。

参考文献

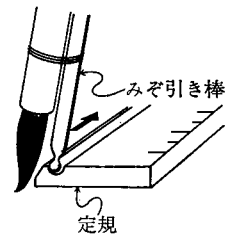
- [1] 塩沢 茂著、「電通のイベント戦略」PHP研究所1984
- [2] 電通広告年鑑、電通、1985
- [3] ヤンマーアイアンマンジャパン'85インびわ湖反響調査、電通、1985.6

みぞ引き棒

「みぞ引き棒」と言っても、若い方々には、なじみの薄いものだと思う。しかし、少し大きな文具店に行けば今でも売っているから、使っている人もいるはずだ。安価なものである。

模造紙等に太い直線を描こうと思えば、今日ではフェルトペンがよく使われるが、定規をよごすのが欠点である。油性インクで定規がべとべとになり手ばかりでなく紙までよごすことも少なくないが、これではおしまいである。

太い線を引くには、毛筆以外にはなかった以前には、筆にこの「みぞ引き棒」を添木として、糸や輪ゴムでくくりつけ、これを定規に沿ってすべらせたのである。——古い竹製のものさしには大概、このための溝が彫ってある。「みぞ引き棒」の頭をここにはめてすべらせたのである。「みぞ引き棒」その名の由来である。



特に「みぞ引き棒」といって新しく買う必要はない。出なくなったボールペン、竹製のわりばし等手近かなもので充分である。また、定規の溝は彫ってあればそれにこしたことはないが、なくてもかまわない。この次に太い線を引く機会があったら試みたい。

実のところ、筆者がこの技術を知ったのはそう古いことではない。前会長の横山 勝義氏から食事中に教えていただいた。同氏はこの技術の名人だということである。(からくり堂主人)