
ことわざ、格言、先人の名言などは、人生や仕事に多くのヒントを与えてくれます。しかし、知っているも活用出来る人と活用が出来ない人がいます。性格や思考の問題と言えますが、今月はこれについて考えをまとめてみました。まず、活用出来る人は大抵が努力家で、素直に、ヒントや道しるべの一つとして、先人の教えや他人のアドバイスを受け入れます。実際に試してみてダメならば採用しないだけです。これに対し、活用出来ない人は努力があまり好きでは無く、楽に成功（あるいは幸せ）を手に入れようとします。また、自分に都合の良いように拡大解釈もします。将来や未経験な対象に対しては、成功出来る人は、はっきりしない段階では、楽観的で多少の勘違いも気にしません。むしろ意図的にモチベーションを上げようとします。そのために先人の言葉を活用したりもします。そして、具体的に目標が定まると、きめ細やかな注意と管理で集中して成功に結びつけます。これに対して、活用出来ない人は、確かでない段階では比較的厳しく判断し、どちらかと言えば消極的です。そして、ある程度具体化した後は大ざっぱな計画で詰めが甘く、成功を逃がすことも多いようです。視点に関して言えば、活用出来る人は、その場面で何が大切か俯瞰的に見えています。従って状況に合わせて考えを修正できます。一方、出来ない人は視野が狭く一旦正しいと思った（信じた）考えからなかなか抜け出せません。だから、状況に合わない理屈や理論を用い、ますます事態を悪化させかねません。ところで、格言やことわざで正反対の意味の言葉がありますが、苦しいときは勇気がもらえる方を、順調なときは戒めになる方を参考にしたら良いと思います。

また、格言やことわざは柔軟に解釈しましょう。現在の自分に置き換えると何に当たるかの想像力も必要です。そして、会社の方針や上司の指示などの言葉は額面どうり解釈しない方が賢明です。内容が理解できなければ確認することです。最近の新人は確認しない人が多いようです。ところで、「お客様第一主義」という言葉がありますが、これは「利益の元の売上は、お客様が数多くの競争相手の中から自社の商品やサービスを選んで下さることにより成り立っているものであり、そのためにお客様の利益（付加価値・満足）の拡大を最優先させること」を言います。もし、自社の商品やサービスが同業者より劣る場合は早急に改善しなければなりません。しかし、一定水準以上であれば会社の利益を削る必要は無いはずで、お客様もそれは望んでいないでしょう。また、「社員第一主義」の会社があります。この場合、「会社の利益の多くは社員の努力によるもので社員の待遇や利益の配分は同業者以上に厚く行う」と言うものでしょう。当然、同業他社との競争相手に勝たなければ難しいので、商品やサービスが優れているのは前提条件です。そうでなければ公共団体のように破綻します。「経費削減」のもと、一律に数%カットなどは愚の骨張です。経費の中には、減らしても売上に関係しないものもあれば、少なくなると売上が上げられなくなるものがあるからです。経理の意見は参考にしても決定は責任者が決めるべきです。