「季節の花 300」
http://www.hana300.comより
（写真・説明文引用）

蓮華躑躅
（れんげつつじ）
花言葉…向上心、情熱、堅実など

毒があり牛馬が食べないため、放牧地では大群落となっていることがある。"蓮華畑"のように、赤い花が高原いっぱいに広がるところから「蓮華躑躅」の名になった、といわれる。赤とオレンジ色のものがある。葉にしわしわが多く、少し外側に反り返っているのが特徴。

花のお便り

2017.6　No.132

E-mail : info@miyazaki-p.co.jp
http : //www.miyazaki-p.co.jp/

〒157-0062 東京都世田谷区南烏山5-33-2
TEL. 03-5384-1331・FAX. 03-3305-2528

森友学園問題は、地下に埋まるガラのように見捨てられそうだが、さらにある人との絆が強い加計学園問題が浮上してきた。そこへ文科省の「官邸のトップの意向」との文書。すると官房長官のS氏がすかさず「恋恋と・・・」発言。森友問題の場合も手法は同じだったが、事の本質に答えず、個人攻撃でかわそうとの、国の最高機関である「官邸」の姿には潔（いさぎよ）さが見えず、あえて女々しいと言っておこう。

広告は「きれい」だけでは効果はない！！

それでもきれいな広告を作りたいですよね。色使い、見栄えのするビジュアル、ありふれたコピー。そしてその広告でお客さんが来店しました。さてその反応はいかに。イメージで使用した写真とはあまりにも違った店内、お洒落な色使いとは相反する品揃え、そしてお客様への対応も今イチだったら、お客さんはどんな反応をするでしょう。そうですね、二度とその店に来店することはありませんよね。何がいけなかったのでしょうか。新たな客層を増やそうとのチャレンジは必要ですが、それにはその店自身も変わらなければなりません。そのことはさて置き、広告だけを作って顧客を増やそうとしても難しいです。それでは何が必要なのか。お客様は多様な価値観を持っていることに着目し、自らの店の価値や強みを自信を持って打ち出すことです。そうはいっても、自分の店の価値や強みなんて分からない、と多くの方は言われますが、心配いりません。その店がその地域で何十年も商売を続けていたということは、お客さんがその店を何等かの理由で認めているんです。それがその店の価値であり強みなんです。それを探し出し、広告にすることがお客さんを増やす最も大切なことです。

からびょん▶

気まぐれエッセイ　秋田県和賀山塊で不思議な虹に遭遇

今年のゴールデンウイークに恒例の東北釣り旅行に出かけた。能代のひなびたところにある、フレンチレストラン（写真は食べかけですみません）に寄ったり、テレビでも放映された農村カフェーで食べたり、ある町の中学校の横にある公園でテントを張ったりと、自由気ままな旅だ。その日は横手市三内地区の農家の方が作っている名産「いぶりがっこ」をお土産に買い込んだ。5年前偶然寄った横手市の道の駅で食べた時は、衝撃的な出会いだった。これまでのいぶりがっこは偽物だったとさえ確信した。それ以来5月に秋田に来た時は欠かさず寄ることにしている。このエッセイを見ている人だけに教えますが、地元の人の話しでは、「いぶりがっこは5月までが食べ頃ですよ」とのことです。本題が遅れてしまいましたが、その後に向かった、和賀山塊のとある場所で見た横一線の虹の写真です。記憶では5月5日だったと思います。ダム湖の湖畔を走っていて、何気なく周りを見渡すとなんとも不思議な光景。半円型は良く見ますがこの形は初めての体験で感動しました。後日談がありますが、5月26日の某紙に場所は違うが、同様な形の投稿が出ていました。場所はたしか、福島だったと記憶しています。そちらは5月3日の写真でした。