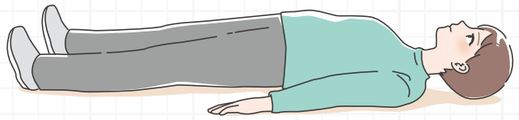
Refresh Time
リフレッシュタイム
おうちでできるワンポイント体操

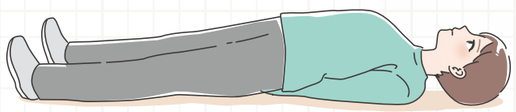
安田 詔子さん

普段、無意識にしている呼吸は浅くなりがちです。ヨガの呼吸法とポーズは自律神経の乱れを整え、ストレスを軽減し心身を穏やかな状態に導いてくれます。魚のポーズは胸を大きく開き呼吸を深めます。コープいしかわの教え合い講師で、自宅で少人数制ヨガ教室を主宰する安田詔子さんに教えていただきました。

# 呼吸を深めて自律神経を整える 魚のポーズ



息を吸う毎にお尻の下にある手を押して、胸を開きましょう。

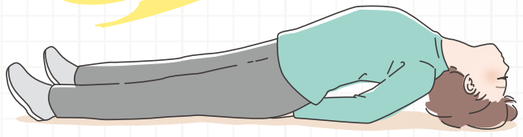


STEP 1
仰向けに寝て、足は腰幅に開き、つま先は上に向ける。

STEP 2
手の平を下向きにし、お尻の下に挟み込み、腕全体を背中の下に入れて胸を天井に向けて突き出し、ゆっくり大きく5回呼吸する。

手の平とひじで上半身を支え、足や首には力は入れないでください。

呼吸のカウントは鼻から吸って鼻から吐くで1回。意識しながら行います。



のどの前を伸ばすことで甲状腺を刺激し、ホルモンの分泌を促すので若返りのポーズとも言われています。

STEP 3
息を吸いながら手の平とひじをグーッと押して上半身を持ち上げる。のどの前を伸ばすように頭頂部を床につけたまま、ゆっくりと大きく5回呼吸する。息を吐きながら元の状態に戻り、ゆっくりと5回呼吸する（首に痛みを感じたら行わない）。

### 安田さんからのアドバイス

- 食後30分以内は避けましょう。
- 呼吸が深まると体の全身の血の巡りも良くなり、不眠症の方にも良いポーズです（寝る前に行うとぐっすり眠れるかも）。
- 頭に血が上るので初回は不快感もあるかもしれませんが、慣れてくると徐々にできるようになりますよ！無理せずに少ない呼吸から始めましょう。ポーズを続けていくことで、自律神経も整ってきます。

## 今月の花
March

みんなの画像投稿コーナー

### カタクリ

白山市 山ちゃんさん

樹木公園遊歩道沿いの群生はお手軽に楽しめるスポット。山菜として天ぷらや酢の物として春を満喫も！

あなたの写したお花の画像募集中!
5・6月に咲く花の画像を募集します。掲載された方には500ポイント進呈。

## 生協男子×生協女子 宅配ブログ

地域担当者と組合員の会話をもとにつづるほっこりエピソード

### マスクをしてても

おすすめ情報便を見てくれた組合員さん。
今回私が載っているのを見つけてくれて、声をかけてくれました。「あんた載っとるのを見て安心するわー」と言っていただき、とてもうれしかったです。下校途中の組合員のお子さんが、遠いところから「コープのおねえさんやー！！！」と声をかけて手を振ってくれました。その後、他の組合員さんのお宅に行くと、さっきのお子さんが。「あっ！さっきおったおねえさんやー！！！」マスクをしてても覚えてくれていてうれしかったです。

のとセンター 七尾、中能登、志賀地域担当 橋屋さん

『生協男子×生協女子 宅配ブログ』はコープいしかわホームページ・SNSで連載しています。ほぼ毎週更新。



食の安全情報シリーズ 第5回

教えて!コポ丸
コープの商品 安心のヒミツ

# “無添加”じゃないの？

店頭や商品に「無添加」と大きく書いてあると、つい買ってしまうことはありませんか。
“無添加”という表示、それは本当に適正な表示ばかりでしょうか。
生協で取り扱う商品はそんな表示の点検もしています。

## そもそも「無添加」という表示はどういうこと？

「無添加」とは、特定の物質を使用していないことを表す表現ですが、例えば「保存料無添加」などのように具体的に書かれていない限り、その内容は曖昧です。

### “無添加”表示で消費者が持つかもしれない誤解

※《例》ソルビン酸を使用した果実酒をかくし味としてチョコレートに使用した場合、果実酒に含まれるソルビン酸、チョコレート中に含まれる量が微量かつチョコレートの保存性に関与しないため食品添加物として表示は要しない。

消費者庁では 2019年4月に「食品添加物表示に関する検討会」をスタート。「無添加」「添加物不使用」の表示ルールについて検討してきました。今年3月に結論が出る予定です。

## 生協では表示を点検しています

コープ北陸では新商品やリニューアル品を取り扱う場合、表示が適切かどうかを点検しています。「無添加」と表示できる国のルールを守っているか、「無添加」と表示する根拠が仕様書で確認できるか、また根拠が曖昧なのに消費者に優れた商品だと誤認させるような表示をしていないかなども点検します。表示が疑わしい場合は行政（消費者庁食表示規格課）に表示内容が適正か確認するようメーカーへ促します。

## 表示をよく見る習慣を！

商品を購入する場合は、強調された表示だけでなく裏面の原材料表示も見る習慣をつけましょう。消費者がパッケージに書かれた表示によってイメージすることや期待することと、実際の商品と大きな差がないのかを読み取る力をつけたいですね。