

Refresh Time

リフレッシュタイム

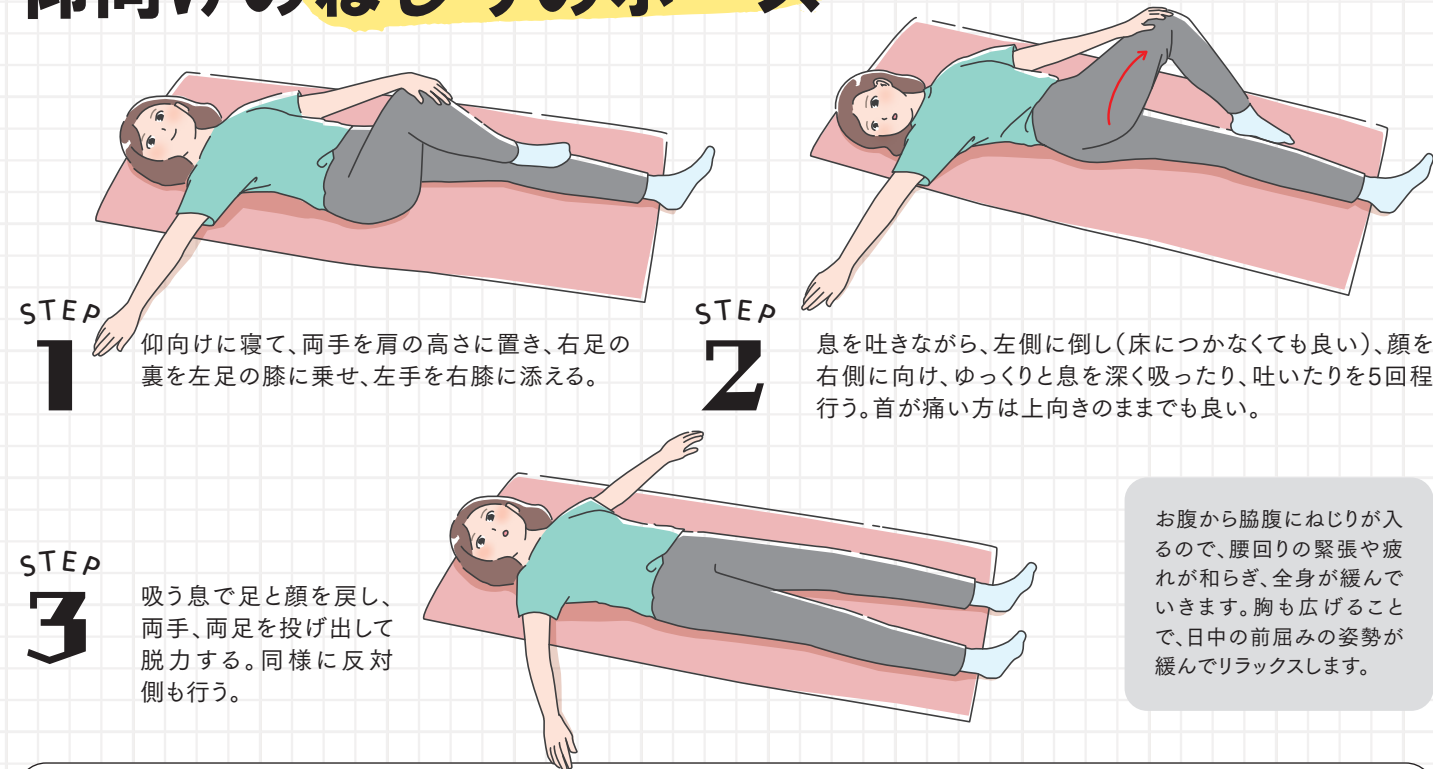
おうちでできるワンポイント体操

安田 詔子さん



なかなか寝つけない、ぐっすり寝た感じがしないなど、睡眠に関する悩みはありませんか。そんな人は、寝る前に3分でも1分でもいいので、丁寧に呼吸と脱力をやってみましょう。1日頑張った体の緊張感を緩めてから睡眠に入ると質の高い睡眠につながります。コープいしかわの教え合い講師、安田詔子さんに教えていただきました。

寝る前に緊張感を取る 仰向けのねじりのポーズ



STEP 1 仰向けに寝て、両手を肩の高さに置き、右足の裏を左足の膝に乗せ、左手を右膝に添える。

STEP 2 息を吐きながら、左側に倒し(床につかなくても良い)、顔を右側に向け、ゆっくりと息を深く吸ったり、吐いたりを5回程行う。首が痛い方は上向きの上でも良い。

STEP 3 吸う息で足と顔を戻し、両手、両足を投げ出して脱力する。同様に反対側も行う。

お腹から脇腹にねじりが入るので、腰回りの緊張や疲れが和らぎ、全身が緩んでいきます。胸も広げることで、日中の前屈みの姿勢が緩んでリラックスします。

ベッドの上で行うと、そのまま眠りにつくこともできます。腰痛がある方も、腰の緊張を取ってから眠りに入ると良いですよ。

今月の花
May

みんなの画像投稿コーナー

ラナンキュラス ラックス

志賀町 かもかもさん

最近人気が急上昇中のお花です。花びらがピカピカ光って綺麗です。暑さや寒さに強いので育てるのも楽です。

あなたの写した
お花の画像
募集中!

7・8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

お兄さんがおいしいって言うから

配達時、組合員さんに自分の好きな「紅茶のシフォンケーキ」の話をしました。後日、そのケーキを注文されていたので「これ、おいしいですね!」とお声掛けしました。すると組合員さんが「初めて注文してみても。お兄さんがおいしいって言うから食べるの楽しみやわ!」と書いていただきました。自分の好きな商品を知ってもらえるのは嬉しい、これからは多くの組合員さんと商品のお話をたくさんしていきたいです。

古府センター 駅西・長田・戸板地域担当 澤村さん



『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。



食の
安全情報
シリーズ
第12回

食品安全コミュニケーター育成講座 私たち学んでいます

その2



コープ北陸主催、消費者庁・石川県が共催し、石川県立大学後援のもと開催している食品安全コミュニケーター育成講座にコープいしかわ組合員理事5名が参加しています。参加者が学んだことの中から役に立ったことや知って良かったことを隔月でレポートします。今回は第3回の講座で行われた講義の内容と講義後に行ったグループワークについて報告します。

今回は… 情報の読み解き方について

講師：内閣府食品安全委員会リスクコミュニケーション官 藤田 佳代氏

より学んだこと



講義のポイント 情報に迷わされないために

現在、いろいろな情報があふれる世の中で情報に迷わされず正しい情報を選択することが大切です。科学的情報の確かさには実証できない疑似科学と実証可能な科学があります。例えば、食品安全行政に用いられる科学は、基準値以内の農薬であれば、毎日一生食へ続けても健康に影響がないことが基本とされています。しかし、科学的技術はゆるぎないものではなく、状況の変化によって変わりうるものです。

情報を読むときに注意すべきポイントとしては、画像などを用いたインパクトの強い情報に惑わされず、冷静に受け止めることが大切というお話でした。

あなたなら、表現1、表現2それぞれで 対策A 対策B どちらを選びますか? //

同じ内容でも情報の利益や報酬を伝えるか、損失や罰を伝えるかで印象は大きく異なります。

米国政府が特殊なアジア由来の疫病に対する対策を検討している。
対策をとらないと600人の死者が予想される。対策AかBを選びたい。

【表現1の場合】
対策Aをとると200人が助かる

対策Bをとると
1/3の確率で600人が助かるが
2/3の確率で誰も助からない

【表現2の場合】
対策Aをとると400人が死ぬ

対策Bをとると
誰も死なない確率が1/3あるが
600人死者が出る確率が2/3ある

石川ひろの著「ヘルスコミュニケーション入門」をもとに改変

受け止め方はみんな違います。年齢層、職業などの属性、どのような立場の人々に関心
の程度とその内容、関与の程度とその内容など、相手の状況を把握することが受け手に対
する理解を深める基本となり「みんな違ってみんないい」と多様な考え方を許容すること
につながります。

グループワーク テーマ「健康食品の広告を作る」

各グループでアイデアを出し合い、消費者が飛びつきそうな架空の健康食品の一つを作ります。今回はワー
クショップなので広告の文章に使う言葉に法律上のルールは一切ありません。前半の講義で学んだ「情報
を読み解くために必要な注意すべきポイント」を逆手にとり自由な発想で広告文を考えます。まずはターゲ
ットを絞って販売する健康食品を何にするか決めました。次に科学的根拠に基づいたデータ、効果を示すグ
ラフ、不安をあおる画像、推奨する専門家の意見、利用者の声などをもっともらしく並べ立てれば魅力的な
売れる商品広告の出来上がりです。どのグループの広告も人の心理をうまく利用したアイデアが満載だっ
たので、思わず購入したくなる健康食品ばかりでした。

今回のグループワークでは言葉の選び方次第で簡単に魅力的な情報を作り出せることを学びました。私たちが情報を受け止めるときには決して感情的にならず、冷静に読み解く力が必要だと実感しました。

コープいしかわ
組合員理事
木村 映子さん



コープいしかわ組合員理事
前田 由香里さん

