

2021年1月20日 第46期 No. 10-534

事務局 〒270-1143 我孫子市天王台3-7-1-201 和田三千代方 TEL 04-7183-1434

<http://www.abikoshi-svouhisvanokai.net/wo/>

明けましておめでとうございます。なんとも落ち着かない新年を迎えましたが、この1年もどうぞよろしくお祈りします。

新型コロナウイルスは、この頃、治った後の後遺症が問題になっています。脱毛、身体のだるさがひどいなど。再度「緊急事態宣言」も出されました。「不要不急の外出をしないように」が大きなテーマです。

我孫子市では施設は閉鎖されていませんので、今のところ、予定通りに会議等は静かに開きます。決してご無理はされないように。

でも身体を動かすことは必要です。テレビ体操や歩くことなど、しっかり続けましょう。

病院の受け入れも制限しなければならぬ状況になってきました。高齢者は入れてもらえないかも知れません。これを「トリアージ」というようです。(新聞の記事から)

会員のご逝去

広島にお住まいだった田村国昭さんが、2020年12月13日に亡くなりました。我孫子では古戸にお住まいでした。広島のご実家に帰られてから、平和事業での中学生の広島派遣にいつも付き添って下さいました。大変お世話になりました。心からご冥福を祈ります。

1月の定例会報告

1月5日、我孫子南近隣センター第一会議室で開きました。17名の方にご出席いただきました。毎年の事ながら、「今年、私は・・・」という時間を設け、皆さんに話していただきました。皆さんしっかりと目標を立ててこの1年を暮らしたいと、発言してくださいました。コロナへの心配はどなたも憂いながら。

水俣の甘夏の共同購入

水俣病患者家庭果樹同志会の甘夏を今年も共同購入します。

価格 1箱(10kg) 2,800円

申込 中村さん(7182-7935)へ。

配達の手が無いので、ご近所で都合をつけて中村さんまで取りに来てください。

1月の定例会で申し込んだ方はOK。到着は2月中の見込み。マーマレードに皮も使えます。

締切 1月末まで。

2021年2月定例会

日時 2月1日(月) 13:30~15:30

会場 我孫子南近隣センター 8F 和室

テーマ 来年度について他

2021年3月定例会

日時 3月1日(月) 13:30~15:30

会場 我孫子南近隣センター 8F 第一会議室

テーマ 未定

高齢社会への対応を探る会の映画会

「人生をしまう時間(とき)」

先月チラシを配布しましたが、映画会が2月3日(水)に行なわれます。ご参加ください。NHKで放送したものに新たなシーンを加え、再編集したものが映画になりました。

日時 2021年2月3日(水) 14:00~16:00

開場 13:30 無料

場所 けやきプラザ ホール

定員 先着250人



第45回 消費生活パネル展

日時 2月2日(火)～2月15日(月)

9時～18時 アビスタストリートにて

テーマ「このままでは危ない! 私たちの暮らし」

今年はコロナウイルスの関係で、市民プラザでのいつものような展示会が開けません。昨年のパネルをアビスタで、展示します。改めてご覧ください。チラシを配布します。チラシも広報も21時までになっていますがアビスタの開館時間が現在変更されています。2月は??

我孫子市制施行50周年記念式典

2020年12月25日(水) けやきプラザホールにおいて行なわれました。この式典の中で、様々な分野で市に貢献した方が表彰されました。

消費者の会の会員で、今回感謝状を受けられたのは、次の4名の方々です。(50音順)

加藤 マリ子・坂巻 道代・重田 幸子
濱田 洋子

第2部で、我孫子市民の歌を作られた小椋桂さんが、白山中学の生徒さんと歌ってくださいました。裏面に記事掲載。

食の安全・監視市民委員会ニュース

2020.12月号

神山美智子弁護士の巻頭言から

先日NHKで「脱コル」という報道がありました。女性らしさ・男性らしさの強要からの脱却の象徴としての「脱コルセット」という意味です。韓国から始まった運動だそうです。

コルセットといえば、映画「風と共に去りぬ」で、主人公のスカーレット・オハラが、黒人女性のメイドに手伝わせて、コルセットをギュウギュウに締める情景が思い出されます。

女らしい美しさを強制するために使われているのが、「コンプレックス広告」だともいわれます。

コンプレックス広告といえば、健康食品の独壇場ですね。シミ・たるみ・おなかの脂肪・膝の痛みなどを指摘して、飲むだけで良い結果が得られるかのような広告。コラーゲン・DHA・EPA・プルテオグルカン・筋肉成分など

など!

私が最近最悪と考えるコンプレックス広告は、久しぶりに訪ねて来た孫に、「おばあちゃん、お口臭〜い!」と言わせるものです。こんな過酷な広告があるのでしょうか。口臭は自分では分からないので、恐怖に陥れることとなります。自臭症という神経症の一種に追い込むことにもなりかねません。

また、化粧品や医薬部外品の広告では、一塗りするだけで、何歳も若返るかのようなことばを使っています。薄毛に悩む男性用の健康食品広告もあります。

美しく若くみせたい、見てもらいたい、他人に嫌な思いをさせたくないという過度の思い込み。これを刺激して物を買わせるのがコンプレックス広告です。こんな広告に乗らないようにすることも脱コルです。

また便秘も頻尿も健康食品広告の王者です。食事時とはばからず、便秘や頻尿、あるいは尿漏れパッドなどの広告オンパレードです。恥の心は無いのですね。

調剤薬局においてあるフリー雑誌には、体操などの有益な記事に埋もれるように健康食品の広告が掲載されています。

薬局を訪れる人は基本的に病人です。病人に、有益な情報を思い違いさせかねないコンプレックス広告は、卑怯ではないでしょうか?

(神山さんに掲載の許可をいただきました)

ポカリスエットについて

昨年11月発行の「お知らせ」にポカリスエットにグレープフルーツが入っているのに、「果汁」の表示のみなので、きちんと表示してもらわないと困る(降圧剤服用者の相互作用問題)と書きました。その後、大塚製薬と話し合の結果が分かりました。①ポカリスエットにはマグネシウム・カリウムなどが入っていて苦いので飲みやすくするために使っている。②約5リットル飲まなければ相互作用は起きないことを確認している。とのことでした。表示をするよう求めています。皆様お元気で!!