

フラワー需給マッチング協議会（広域）

協議会構成団体： JA全農秋田 JA全農岩手 JA全農長野 JA静岡経済連
JAあいち経済連 JA愛知みなみ JA香川県 JA全農ふくれん JA全農おおい
JA熊本経済連 沖永良部花き専門農協 JAおきなわ 沖縄県花卉園芸農協
大田花き 旭川生花 とうほくフラワーポイント 新花 宇都宮花き 南関東花き
名古屋花き 他 全41団体（生産地・流通・販売）

戦略品目

切り花：菊類 リンドウ トルコギキョウ カーネーション

< 取組内容 >

1 生産供給体制の強化

・夏秋期の路地作物であるリンドウにおいて、特異需要期の供給体制を万全にするため、開花調整が困難である事をつけて、遅延を起こさないように需要期前に咲く品種群を選定し、新規定植を推奨した。

・新規定植から採花まで最低2年を要するため、結果はでないものの、実需者意見と生産者意見を反映し、「需要期前に採花出来ること」かつ「生産性の良い品種を選定すること」が出来た。



リンドウの露地栽培の様子

< 取組の成果 >

2 流通の効率化・高度化

・大口需要者（ブーケメーカー）の使用実態に合わせた、スマート規格を前提にスプレー菊を使用し、花束加工現場での廃棄物の縮減効果や加工時生産性の検証を行った。

・慣行規格では茎長90cmであるが、ブーケメーカーでは加工時に65cmまで短茎化を行っているため、25cmの茎が廃棄物となっているが、SF規格品は70cmでの流通の為5cmを水あげの為に切るだけで良い。慣行品と比較して廃棄物量を80%縮減する効果が得られた。



新規流通箱※最上段

3 需要の拡大

・スプレー菊のスマート規格化において、短茎化など実需の使用実態に合わせることで、スマート規格対応産地での契約注文を年間を通して行おうべく、実流通化をし、実需者意見の集約を行った。

・短茎化取組により、対象ブーケメーカーでは加工時の廃棄物の縮減効果を実感して頂く事が出来た。今後においては、更に実需者要望に応えるべく、脱葉作業も産地で行い、実需者の生産性を上げることで契約率を伸ばさせ、生産者所得の向上と安定を実現することが出来る結果が得られた。



< 今後の取組予定 >

- ・スマート規格の実需者への紹介や生産地での勉強会活動による普及拡大
- ・実需者要望に対応可能な産地での生産・出荷体制の確立

全国鉢物類振興プロジェクト協議会（広域）

協議会構成団体：一般社団法人日本花き生産協会鉢物部会、日本洋蘭生産協会、鴻巣花き株式会社、株式会社フラワーオークションジャパン、株式会社東京砧花き園芸市場、株式会社青梅インターフローラ、株式会社するが花き卸売市場、豊明花き株式会社、式会社 J F 兵庫県生花、株式会社花満、九州日観植物株式会社等18会員

戦略品目

国産鉢物類：鉢物、花木類、球根類、花壇用苗木、盆栽、植木等の根付き花き園芸植物

< 取組内容 >

< 取組の成果 >

3 需要の拡大

・福岡市では、以前から「一人一花運動」と題し市民・企業・行政が、公園や歩道、自宅等、市のありとあらゆる場所での花づくりを通じて、人のつながりや心を豊かにし、まちの魅力や価値を高める、花によるまちづくりを目指す取り組みが行われている。毎年10月には、福岡市植物園で1万人以上が参加する一人一花サミットが開催されてきた。

この運動の拠点である福岡市植物園と連携し、福岡産花きの新品種等による季節ごとのモデル花壇の実証とともに、サミットの実施期間に合わせて、市民参加型の園芸ワークショップを中心としたフラワー & グリーンマルシェを令和元年から開催してきた。

しかしながら、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、福岡市植物園の来客も減少傾向にある中で、令和2年からは、動画による植物園のバーチャル映像の発信とともに、オンライン開催方式も導入した。

令和3年においては、開催時期を10月末に遅らせてリアル開催とし、世界的にも知名度のある講師（園芸家石井康子、ガーデナー石原和幸氏等）を招き、モデル花壇を活用した園芸ワークショップを実施するとともにWeb配信を行った。

<https://hitori-hitohana.city.fukuoka.lg.jp>

- ・ 地元の園芸店とも協力し、福岡市の花き関連部署、公益財団法人福岡市緑のまちづくり協会と連携を密にすることで、一般市民のみならず、SDGsの取り組みに活用しようとする企業団体によるモデル花壇の運用システムの検討と実証が始まることになった。
- ・ 事前に広報活動として、一人一花サミットやモデル花壇の取組を積極的にWeb発信し、福岡植物園の来場者の回復を図るとともに、来園できなかった消費者に対しても普及効果があった。
また、知名度の高い講師による園芸ワークショップ等の動画配信は、話題性も高く、福岡市以外の広範囲のエリアに花き園芸の情報発信ができた。
- ・ このような一人一花運動との連携活動による取組に、関心を持つメディアも増えつつある。また、賛同する園芸店も増えつつあり、寄植えやガーデニングをより強化するホームセンターもあり、園芸コーナーの強化や寄植え講座（オンラインを含む）も盛り上がっている。
- ・ 更に、モデル花壇のステージとなった福岡市植物園では、一人一花運動の拠点として新たな施設が整備することが公表された。



福岡市植物園におけるモデル花壇



園芸ワークショップ

< 今後の取組予定 >

- ・ 新型コロナウイルスの感染拡大を契機に、福岡市植物園における来園型の一人一花サミットから、モデル花壇や園芸ワークショップ等を動画撮影して、Webによる情報発信を企画・実証して大きな成果を上げているので、今後も、リアル開催とWebによる情報発信を積極的に推進する。
- ・ 福岡市は 全国でも有数の鉢物類産地であり、地元企業を巻き込むことで、売上に寄与し、Webページ運営の資金確保につなげ、持続可能な開催を目指す。

国産花き生産流通強化推進協議会（広域）

協議会構成団体：北の純情倶楽部、J A全農山形、静岡経済連、熊本経済連
J A愛知みなみ、J Aうご、東日本板橋花き、大田花き、世田谷花き、
名港フラワーブリッジ、J F兵庫県生花、J F鶴見花き、福岡花市場、
木本生花、三和陸運、日比谷花壇、パークコーポレーション、M P S ジャパン

戦略品目

切り花：カーネ、リシアンサス、輪ギク、カラー
ランタンキュラス、ダリア、スターチス、スカビオサ
切り枝：サクラ、ユーカリ、センリョウ、ハナモモ、
ミモザ、ササ
鉢物・花壇苗：アジサイ、ピオラ



< 取組内容 >

< 取組の成果 >

2 流通の効率化・高度化

採花から店頭まで、輸出を視野に入れた日持ちを向上させるべく品質管理、温度管理技術を確立する。花き物流の効率化、情報管理の一元化の推進を図る。

- ①温度時間値の有効性の実証 ②品目別品質保持剤の効果検証
- ③土壌病害対策技術の開発 ④STS吸収量と日持ちの検証
- ⑤低温貯蔵試験

- * 温度・時間値は常温或は長時間保管や鉢花では適用不可の場合がある。
- * エチレンは、スカビオサ、スターチス等の品目の老化を促進する。
- * 切り花ではサクラ、スカビオサ、センリョウ、タケ、ビブルナム、ベニバナなど、花壇苗ではピオラの品質保持方法を開発。
- * リシアンサスの根域制限栽培は土壌病害回避に有効だが成長抑制の傾向。
- * リシアンサスにはSTS剤処理が不可欠。1.3~4.3PPMが最適処理の目安。
- * 産地でRFIDタグに書込、クラウドに上げて市場で読込。課題を抽出。
- * 貯蔵温度3℃でリシアンサス、ランタンキュラスは2週間貯蔵が可能。



情報の一元化 タグ読取試験

3 需要の拡大

環境認証、花き日持ち品質管理認証に対する意識、認知度を店舗、消費者まで調査して、販売への効果を検証する。

店頭で「環境に配慮した花」と「日持ち保証販売」の展示して、花店利用者の意識調査を実施。

- * 環境に配慮した花を意識的に購入する人は多くはなく4, 5人に1人。
- * 一方、店頭で環境に配慮した花があれば、価格や品質に差がなければ優先して購入しようとする人が約半数いる。
- * 日持ち保証していることについて、約半数が重要視している。



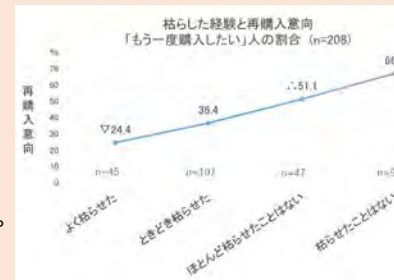
環境、日持ちの花販売調査

4 調査・分析及び成果の普及

産地調査、消費動向調査、花店利用者調査を行う。また、実証事業の成果を花き業界に普及を図るためにセミナー、展示会で情報発信活動を行う。

- ①花き消費動向調査
- ②観葉植物顧客調査
- ③花店利用者調査
- ④産地調査（視察、聞き取り）
- ⑤花き展示会出展、セミナー開催、ウェブ・メディア発信

- * 花の購入率は45.6%で前年より2.1%増。減少傾向に歯止め。
- * 自宅用は3.5%減少したが、プレゼント用は5%増加。
- * 購入経路は花店76%、ネット販売は16%で倍増。
- * SDGsの認知度は57%と2年で4倍以上。
- * 購入日の年平均成長率（2013~2021年）はバレンタイン5.2% ホワイトデー4.7%で他の物日は減少。
- * 観葉植物は半数以上が時々枯らせている。80%以上が再購入意向。10鉢以上の経験者は、よく枯らせたはゼロ。虫は購入阻害要因。
- * 花店利用は、20代男性が多いのが日比谷花壇。20代女性は青フラ。
- * 平均購入額は2169円。ホームユース用許容額は862円。



観葉 枯らした経験と再購入意向

< 今後の取組予定 >

温度・時間値は品目別に日持ちとの関係を検証してきたが、日持ちの管理指標のツールとして使用できることが検証できた。今後の品目を増やしていきたい。土壌病害対策は、コロナ禍の為に産地訪問が出来なかったが、限られた土地で生産している日本の産地にとっては大きな問題であり、引き続き取り組んでいく。情報の一元化は、流通の合理化に不可欠であり、引き続き取り組んでいく。観葉植物購入者調査、花店利用者調査は初めて実施したが、取り組むべき課題が抽出されてきている。引き続き取り組んでいきたい。

国産花き需要拡大推進協議会（広域） <https://homeuse-hana.jp/>

協議会構成団体：花き生産団体・卸売市場団体・仲卸団体・関連資材・マーケティング団体・環境認証企業、花みどり専門メディア、生活提案メディア、花き種苗会社・生産者・流通会社・販売会社 など
 会員数 33会員、中央検討会 27名、企画検討委員 27名

戦略品目

切り花：ホームユース用途、ギフト用途、ブライダル用途
 鉢物：ホームユース用途



<https://homeuse-hana.jp/>

< 取組内容 >

3 需要の拡大

◆消費者向け対策：異業種チャネルを活用した花初心者向け体験プログラムによる新規客開拓とコラボ企画による露出度アップ

① 若年層「花のある暮らし」体感活動

「#花のABC ワークショップ」の開催により、花に興味はあるが花を購入していない潜在客層をターゲットに、自宅での花飾り、花店体験を促すための送客プログラム「フラワーパスポート」の実施と、花店向けの各種勉強会を展開。

② パーソナル・フラワー・ギフト需要拡大

サイト『はじめて花屋』の新コンテンツ、花初心者に向けた花店における花の買い方指南【花屋さんについてみよう】の展開と、花業界が社会貢献するための【国際女性デー】（SDGs）プロモーションの展開。

③ インドアプランツ需要定着活動

コロナ禍で拡大したインドアグリーン需要定着に向け、初心者が枯らしてしまう課題に、初心者向け対策としてSNSと冊子でプロモーションの展開と、花店スタッフ向け勉強会の開催。

◆過年度取組成果を花業界の統一コンテンツとして整備し、活用促進

④ 需要創出のためのナレッジ共有

花き業界の各種プロモーションにおける花店販促用コンテンツの整備と活用花店のネットワーク化※ネットワーク化を標榜した機能はR4年度

◆withコロナ/アフターコロナの消費行動の変化に対応した需要拡大対策

⑤ アフターコロナのブライダル切り花需要創出活動

ポストコロナ社会の変化に対応した「新たなブライダルの切り花需要創出」をテーマに花店がプロデュースするフォトウエディングのモニター撮影を通じて、需要創出の可能性を検証すると共にPR活動に取り組む。

< 取組の成果 >

① 若年層「花のある暮らし」体感活動

全国35花店・708名の参加者で「#花のABCワークショップ」を実施、あわせて「フラワーパスポート」による自店への送客・新規顧客化。参加者は、「花に興味はあるが飾っていない」が6割、「花の知識がない」と思っている人が過半数。「フラワーパスポート」引換率は全国平均で63%。参加者の体験2ヶ月後アンケートによると、講師がいる花店は行きやすいなど、花店に感じていたハードルが下がり、本プログラムをきっかけに継続的な「花のある暮らし」にスイッチすることが検証された。

② パーソナル・フラワー・ギフト需要拡大

【花屋さんに行ってみよう】コンテンツと、Instagramインフルエンサーによる拡散（検証は5月）。3/8国際女性デーは、初のポスタービジュアル制作、花店による認知拡大貢献と黄色い花で頑張る女性を応援企画。国際女性デーを含む、若年層2,000名の花贈り意識実態調査を実施（結果は6月リリース）。

③ インドアプランツ需要定着活動

冊子【GREENSRESCUE】5万部発刊、ホームセンター系施設での配布、ランディングページ、動画作成による展開。InstagramでQ&A展開、フォロワー1300名と拡大、インドアグリーンを育てることに悩みを持つ消費者が多いものの、小売店スタッフ向け勉強会でその悩みに応えられていない業界体制が露呈。

④ 需要創出のためのナレッジ共有

約80品目・月別旬花材の「フラワーレシピ（256種／長持ち方法・簡単飾り方など）」コンテンツを整理・集約。検索性の高いダウンロードページを構築し、花店および一般消費者の活用を促す（5月末ローンチ）。

⑤ アフターコロナのブライダル切り花需要創出活動

モニター撮影に際し、367名の募集があった。アンケートの集計結果、9組のモニター体験者のインタビューから、花店がプロデュースするという企画の独自性や花と写真でつくるビジュアル面でのオリジナリティ・SNSの見映えの良さ、ジェンダーフリーで自由なスタイルの結婚式というコンセプトが結婚式実施予定層、ナン婚層に評価され、需要創出の可能性を見出すことができた。



【花のABCワークショップ】



【花屋さんについてみよう】



【GREENSRESCUE】



<https://weekendflower.jp/>



@hana_to_photos

< 今後の取組予定 > R3年度の各事業活動を更に強化し、それぞれの目的である、切り花・鉢物の需要拡大を進めます。①若年層「花のある暮らし」体感活動では、動画によるABCワークショップを全国展開し、いつでもだれでも実施できるようにコンテンツの拡充による初心者の花店への送客。②フラワーギフトでは、国際女性デーの更なる周知と新たな花贈り層として若年層にフォーカスした展開。③インドアプランツ需要では、小売店スタッフのスキルアップ勉強会をはじめ、消費者にむけ枯らさない為のコンテンツを充実。④業界のコンテンツを有効に共有するサイトとその活用状況、参加花店の拡大を進める。⑤R3年度で一定の需要を確認した【#花とフォト】の需要拡大の業界内パートナーの拡大と、活動に必要なスキルアップ、必要コンテンツの拡充を行う。

花き生産供給力強化協議会（広域）

<協議会構成団体>

- 一般社団法人 日本花き卸売市場協会、一般社団法人 全国花卸協会
- 一般社団法人 JFTD、一般社団法人 日本花き生産協会

戦略品目 <切花>
輪ぎく、スプレーマム
カーネーション、バラ



<取組内容>

1 生産供給体制の強化

- ・日没後昇温(EOD)、CO₂施用等による生産性向上技術を実証。
- ・特定波長別LEDによる開花調節、品質向上技術の検証と、実用性の評価。
- ・高輝度LED補光による切花品質向上技術の実証。

- ・日没後により暖房効率が高まり、カーネーションの3月以降の採花本数が15%向上した。実証試験の結果を令和4年度の園芸学会でポスター発表した。
- ・全国5試験研究機関等により波長別の開花促進・抑制、品質向上効果を検証し、新技術の実用性を分析した。
- ・高輝度LED補光により、到花日数の短縮及び切花品質向上効果が確認され、愛知県農業総合試験場では照度センサー付き制御盤を用いることで電気代を7割削減できた。



特定波長LED照射による切り花品質への影響

2 流通の効率化・高度化

- ・市場への納品書データを市場協会のEDIフォーマット形式でCSVファイルへ出力するプログラムを作成。
- ・生産者と市場との間でCSVファイルをメールにて送受信。市場から送られてきたCSVファイルの必要部分を販売管理ソフトに取り込んだ。

- ・納品書印刷の画面にて簡単にファイル作成を可能とした。
- ・送付されたデータをファイル指定することにより間違いなく販売管理ソフトに取込可能とした。
- ・納品、仕切りデータがメールにて費用かからず送受信可能。
- ・通信費の他に、事務人件費や市場側の経費削減も期待できる。



システム入力画面イメージ

3 需要の拡大

- ・各分野のエキスパートが議論を重ね、花き産業再生のために何を手掛けるべきか提言書にまとめた。
- ・各分野のエキスパートが議論を重ね、花文化度指標の作成・普及と花きに関する地域ネットワークの構築について、調査報告書にまとめた。

- ・花き産業再生のためには、この事業そのものをブランディングし、長期に渡って、日本人の意識改革や態度変容を導くことが重要である。そこで、新しいライフスタイルになるための9つの戦略・花き10か条を定めた。
- ・「花き文化指標」を次の3つにまとめた。①世界で最も花きを愛する国②世界で最も花きを楽しむ国③世界で最も花きでつながる国。



47Seasons（日本＝花の国）

<今後の取組予定>

- ・効果が確認された生産性向上技術をマニュアル化し、現場への普及に取り組むと共に地域を増やした実証を引き続き行う。
- ・クラウド化販売管理システムを構築し、複数の市場とのデータ取引を目指す。
- ・①花き文化を推進する中心団体の設立 ②数値目標を達成するための具体的な目標群の設定 ③「花き文化推進計画」の閣議決定を目指し、地域における取組の推進。

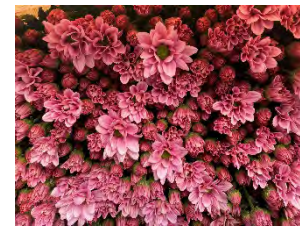
花き全国技術実証コンソーシアム2021 (広域)

コンソーシアム構成団体： 農研機構野菜花き研究部門、秋田県農業試験場、富山県、長崎県農林技術開発センター、静岡県農林技術研究所、奈良県農業研究開発センター、高知県、宮崎県総合農業試験場、株式会社インテック、株式会社大田花き、株式会社フラワーオークションジャパン、クリザール・ジャパン株式会社

戦略品目

切り花：スプレーマム、ディスバッドマム、小ぎく、輪ぎく、トルコギキョウ、ダリア、ハボタン、その他の切り花類

切り枝：ケイオウサクラ



< 取組内容 >

1 生産供給体制の強化

- ① ICT技術実証
- ② 露地キク類効率計画生産技術実証
- ③ DVR制御によるトルコギキョウ計画生産技術実証
- ④ ダリア良日持ち性品種導入と産地リレー生産・流通技術実証

【参照：技術実証報告】

< 取組の成果 >

① ICTツールを活用した生産計画や生育状況等の情報の集約により、情報を活用した早期契約交渉、契約出荷割合の増加、出荷グループの信頼度向上が期待できる。

② 夏秋小ギクの露地電照栽培技術により、需要期に確実に出荷できることを実証した。これにより、需要期にマッチした計画出荷が可能となる。

③ 積算気温に基づいた生育予測と発達速度 (DVR) の能動的制御による計画生産技術を実証した。これにより、需要期にマッチした計画出荷が可能となる。

④ 良日持ち性ダリア品種 (エターニティシリーズ) の全国普及により、ダリア利用場面の拡大につながり、ダリア生産・需要の拡大が期待できる。



「キク出荷予測システム (プロトタイプ)」

2 流通の効率化・高度化

- ⑤ 安定供給および輸出促進に資する低温保管技術実証
市場のロット・品質に対応でき、国内需要に応じた安定供給ならびに海外輸出に資する低温保管技術を核とした供給/流通体制の構築に取り組む。

物日の安定供給・海上輸送等に資することを目的に、全国切り花産地との連携により各種切り花類 (輪ぎく、ディスバッドマム、ハボタン、ケイオウサクラほか) を対象に前処理剤/後処理剤/梱包補助資材を組み合わせた低温輸送・保管技術等の有効性を検証した結果、低温保管技術を核とし、品目に応じた適切な前処理剤/後処理剤/梱包補助資材の活用によって需要に応じた安定供給に資することを示した。



梱包補助資材を活用したディスバッドマム輸送・保管時の品質維持

< 今後の取組予定 >

- ・国際化に対応し得る効率安定生産システムの実証に取り組み、国産花き基幹品目「キク類・トルコギキョウ・その他切り花類 (戦略品目)」の輸入品に対する競争力強化と国産シェア回復を目指す。
- ・品目ごとの検証を進め、実需者との連携強化を通じて低温保管技術を組み込んだ流通システム実証に取り組み、明確化される国産安心品質の切り花供給体制を構築を目指す。また、輸出拡大が見込まれる品目 (ダリア・トルコギキョウ・切り枝など) について、輸出促進に資するため、輸送性や日持ち性などの向上を目指す。

PCC花き流通協議会 (広域)

協議会構成団体：株式会社みづき、株式会社第一花き、JA全農あきた
東洋産機株式会社

< 取組内容 >

3 需要の拡大

- ・ オフィス環境で、安心して飾れる切花装飾方法について提案実証を行う。
 オフィスで求められる花飾りの要素
 継続できる体制づくり
 安定感・安心感のある花器
- ・ 都会の住環境において、観葉植物を活用したテレワーク環境の構築について提案実証を行う。
- ・ オフィスに来訪する顧客に向けて、企業の差別化に貢献しうる「おもてなし」フラワーの実証を行う。

< 取組の成果 >

- ・ シェアオフィスで活用できる専用花器による新たな切花装飾方法を開発した。
 - ✓ パソコン、タブレット等、電子機器の多い環境でも安心して飾れる
 - ✓ ソーシャルディスタンスを保つための機能性を持ちながら環境をより心地よいものにする
 - ✓ 花の専門家が常駐していなくても、メンテナンスが継続可能
- ・ シェアオフィス展開事業者が、利用者へのサービスとして取り入れやすく、花の装飾がシェアオフィスとしての差別化に繋がることを実証できた。



フラワーパーティーション



グリーンパーティーション



おもてなし・フォトスポット

< 今後の取組予定 >

- ・ PCを利用するオフィス環境で安心して花飾りを継続できる専用花器と花材の商品化を進める。
- ・ オフィス環境で飾ることへの品目別適正評価を行い、商品化に活かす。

国産花き流通デザインコンソーシアム

構成団体： 豊明花き株式会社、株式会社フラワーオークションジャパン、株式会社花満、GreenSnap株式会社、新しい園芸を考える会、豊明物流株式会社、一般社団法人日本花き生産協会、千葉大学環境健康フィールド科学センター 教授 渡辺 均

< 取組内容 >

流通の効率化・高度化

- 生産、流通、販売がオンライン連携した商談会を構築することで経験や勘に頼らない「実需に基づいた計画的な流通基盤」の構築を試みた。
- 計画的な流通（本事業で実証する注文取引）と既存流通（委託取引を前提とした市場出荷）について、卸売市場内での検品作業時間とデータ管理作業時間（送り状入力時間）を比較検討した。

< 取組の成果 >

- JFコード（日本花き取引コード）を利用することで、商品情報を出荷者と卸売市場でデータを共有し、小売ではPR動画やSNSの投稿画像を使った販促を可能にするWEB商談会（名称：ミライノミドリ）を構築した。
実証実験では、1アイテムあたりの平均受注金額が約45,000円となり、これまで豊明花きで行われてきた商談会と比べ、遜色ない取引となった。
- ミライノミドリでは商取引がデジタル化されているため、生産者段階で商品に入荷票を事前に貼付させることができ、検品作業時間は、既存流通と比べ91%減となった。また、送り状データを自動的に取り込むことができ、送り状入力時間は、作業量（商談会での受注件数等）が23%増加しても作業時間は増加しなかった。
※入荷票（販売先の情報と商品情報を記載したラベル）

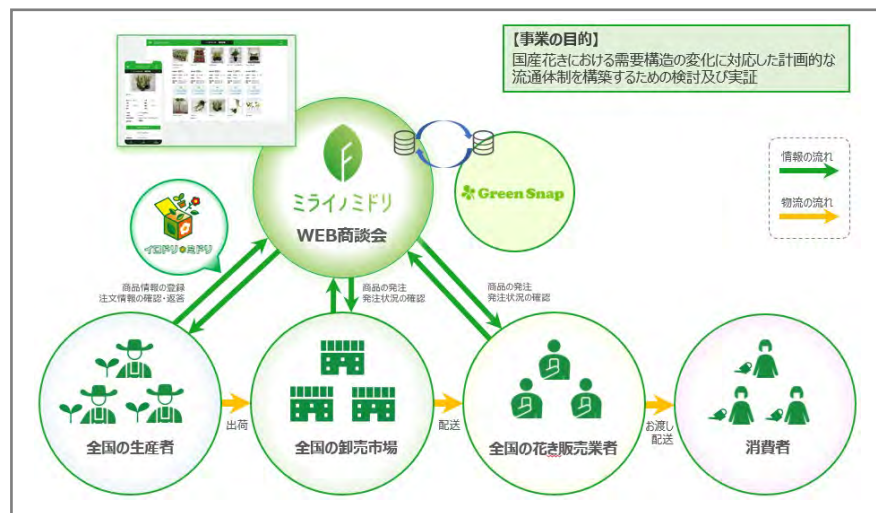


図1 マッチングシステムと外部環境の整理

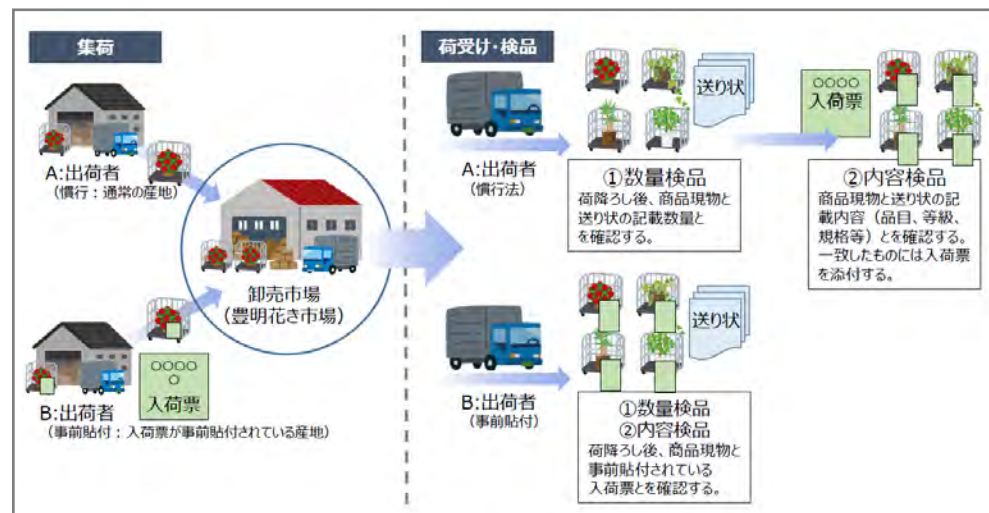


図2 検品作業時間の比較計画

< 今後の取組予定 >

WEB商談会システム「ミライノミドリ」を全国の花き販売事業者、卸売市場、出荷者に提供し、検証規模を拡大させていく。今後、本事業の知見を活かし「圃場にて生育中の花き生産品」と「販売事業者の仕入れ意向」とのマッチングも行い「実需に基づいた計画的な流通基盤」としてサービス化を進めることで、生産、流通の改善と効率化に努めたい。