

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年 7月31日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(一社)大紀町観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 三重県度会郡大紀町	
所在地	三重県度会郡大紀町崎 2154-1	
設立時期	令和5年4月3日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	6人【常勤3人(正職員2人・地域おこし協力隊1人)、非常勤3人】	
代表者(トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	(氏名) 奥川 拓 (出身組織名) (一社)大紀町観光協会 会長	平成24年大紀町商工会会長に就任以降、大紀町観光協会の前身である(一社)大紀町地域活性化協議会の会長を兼任し、大紀町の観光振興に寄与してきた。宿泊施設の少ない大紀町に当時1軒しかなかった農林漁業体験民宿を増やし、滞在型観光事業による大紀町への誘客を促進。平成28年度からインバウンドの受入体制整備を強化してきた。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 大内 学「専従」 (出身組織名) 大紀町役場	大紀町役場商工観光課職員で、(一社)大紀町観光協会担当。大紀町役場では、総務企画課デジタル推進室でDXを担当していたこともあり、デジタルマーケティング、データ分析などに高い能力をもつ。令和5年度、地域連携DMOである公益社団法人三重県観光連盟主催のグーグルビジネスプロフィールやDXマーケティングセミナーの大紀町の担当者として、各観光五業者御サポートを行った
財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 松本 成子「専従」 (出身組織名) (一社)大紀町観光協会	前身の(一社)大紀町地域活性化協議会で8年間経理に携わってきた。持続可能な運営の為、経営計画策定や運営収支、財源確保に関する検討を行う。
各部門(例：)	(氏名)	平成25年大紀町地域活性化協議会設立時から専従

<p>プロモーション)の責任者(専門人材) ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること</p>	<p>山添 みゆき (出身組織名) (一社)大紀町観光協会</p>	<p>職員として10年間勤務。現在は(一社)大紀町観光協会の事務局長として、大紀町を中心に、近隣市町や観光協会と連携した取組を行っている。 ラジオ局、新聞社、司会業などの経歴を活かし、メディアを活用したプロモーションや広報を得意とする。 国内旅行業取扱管理者、観光コーディネーター、フードツーリズムマイスターなどの資格を取得しており、観光商品の企画開発からプロモーションまでを主に担当している。</p>
<p>各部門(例:旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)</p>	<p>(氏名) 西村 幸浩 (出身組織名) 滝原西村ハイヤー有限会社</p>	<p>国内旅行業知事許可を有する大紀町のバス会社兼旅行会社。三重県を中心に、関西・中部方面の旅行商品の造成、販売を行っている。 豊富な経験を持ち、旅行業務に精通している。</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>三重県観光部観光振興課(観光プロモーション、観光政策全般) 三重県観光部海外誘客課(海外向け観光プロモーション、観光政策全般) 三重県農林水産部農山漁村づくり課(農泊プロモーション、人材育成) 大紀町役場商工観光課(大紀町観光振興計画策定、観光政策全般) 大紀町総務企画課(大紀町基本計画、DX推進) 大紀町教育委員会(教育旅行関連の連携)</p>	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>公益社団法人 三重県観光連盟(デジタルマーケティング、プロモーション) 大紀町商工会(商品開発、販路開拓、販売促進、経営指導) 滝原西村ハイヤー有限会社(観光商品の企画・販売、二次交通、周遊移動支援) 大紀町地域活性化協議会(農水省インバウンド重点農泊地域、企画・販路開拓) 大内山川漁業協同組合(観光商品開発、特産品開発) 魚々錦会(観光商品開発、特産品開発) 伊勢農業協同組合(特産品開発) 戸畔の会(歴史案内人養成に関する連携) 熊野古道三瀬坂峠を守る会(熊野古道案内人として連携) 熊野古道伊勢路語り部友の会(熊野古道案内人として連携) 瀧原宮大祭実行委員会(瀧原宮大祭に関する連携)</p>	
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する登録要件】② (概要) (一社)大紀町観光協会は、年1回の定時総会、年4回の理事会を開催し、大紀町、大紀町商工会と共に、観光協会会員、観光事業者、交通事業者、各種団体等と連携しながら、地域資源の磨き上げ、新しい観光コンテンツの開発、受入環境の整備等を実施し、観光誘客を促進する。 また、観光部会、体験部会、特産品部会、宿泊部会、飲食店部会、青年部会の合計6つの部会を設置。部会ごとに定期的に会議を開催し、連携強化を図る。</p>	
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>前身である(一社)大紀町地域活性化協議会による取組を以下に記載。 宿泊施設や体験事業者を対象にした安全管理講習会、防災セミナー、料理講習会等を定期的に行い、新規開業者の開拓・確保および開業サポートを継続的に実施し、安全に観光事業を実施していることを年1回発行の広報誌を各戸配布することで地域住民に周知する。又今後は大紀町 Youtube チャンネルを設置し、常に更新情報をアップすることで、町民に向けて随時活動報告を共有する。 町内各地域の歴史や熊野古道案内人の養成講座を実施しており、今後は案内人の会としてガイドを一括する窓口を設置し、養成講座の定期的な開催による人材育成に努める。 令和2年度農林水産省農山漁村振興交付金(地域活性化対策)では、地域住民や区</p>	

長を対象にした観光地域づくりに関する聞き取り調査を実施し、大紀町役場と連携して活動計画の策定を行った。

法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】
 前身である（一社）大紀町地域活性化協議会の活動概要を記載。
 平成 25 年 7 月、大紀町商工会の下部組織として発足。
 観光と特産品のブランド化を目指し、商品の開発やコーディネートにより、町外からの交流人口や関係人口の増加を図り、活気ある地域づくりに取り組む、ワンストップ窓口。
 令和 2 年 8 月 一般社団法人化。
 令和 5 年 4 月 全ての事業を（一社）大紀町観光協会へ引き継ぐ。

大紀ブランドロゴ

観光ロゴ



観光振興事業

特産品開発・販路開拓事業

※赤は新規事業

1. 体験民宿開業・支援事業
2. 三重県子ども農山漁村ふるさと体験事業
3. グリーン・ツーリズムの促進
4. インストラクターの育成
5. インバウンド受入促進事業
6. 広報・プロモーション事業
7. 三重まるごと自然体験事業
8. 移住・定住促進事業
9. 農水省農泊事業
10. DXマーケティング事業
11. 海と日本プロジェクト

1. 大紀ブランド認定事業
2. 新商品開発事業
3. 販路開拓・販売促進事業
(物産展・イベントへの参加)
4. 新しい食のメニュー開発及び講習会の開催
5. シェアキッチン事業

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	<p>●情報発信・メディア取材 <平成 29 年～30 年度></p> <p>① 多言語に対応した本格的なホームページの作成 ② 外国人ライターによる SNS 発信等を利用した情報発信「VIST TAIKI」 ③ テレビ、新聞、雑誌、ラジオ等メディアによる情報発信 <令和 2 年度></p> <p>① 大紀町 Take-out 応援隊 Instagram による情報発信 ② 大紀町商工会会員飲食事業者 13 店舗のぼり製作 ③ 大紀町移住定住ポータルサイトの制作・運営 ④ 移住相談窓口設置 移住コーディネーター1名の配置 <令和 3 年度></p> <p>① 三重県ワーケーション講座 ② 三重県主催 評価型モニターツアー ③ 三重県観光連盟主催 海外ブロガー取材 ④ 三重県主催 三重まるごとネットワーク交流会 ⑤ FM 岐阜電話生出演 ⑥ 鈴鹿 VOICE 電話取材 ⑦ 東京 FM リモート出演 ⑧ 三重テレビ「旬感みえ」生出演 <令和 4 年度></p> <p>① 三重県観光連盟主催 海外ブロガー取材 ② 三重県主催 三重まるごとネットワーク大会 ③ 三重県主催 農泊地域意見交換会 ④ 朝日新聞社取材 ⑤ 伊勢新聞社取材 ⑥ CBC ラジオ生出演 ⑦ 伊勢新聞社取材 ⑧ 三重県観光連盟取材 ⑨ 松阪ケーブルテレビ取材 <令和 5 年度></p> <p>① 名古屋テレビ「ドデスカ」生出演 ② 三重テレビ「ええじゃないか」収録 ③ 三重テレビ「旬感みえ」生出演 ④ CBC テレビ「チャント！」収録 ⑤ 三重テレビ取材 ⑥ 三重テレビ「旬感みえ」生出演 ⑦ SUZUKA VOICE FM 収録 ⑧ 伊勢新聞社取材 ⑨ FM 三重「みえりポート」取材 ⑩ その他 中日新聞社、伊勢新聞社、松阪ケーブルテレビ 多数</p>

●広告・宣伝活動

<令和2年度>

- ① 大紀リヤカーマルシェ
- ② たいき楽市
- ③ 五桂池ふるさと村マルシェグランマ「大紀町フェア」
- ④ マックスバリュサンフラワー店「大紀町フェア」

<令和3年度>

- ① マックスバリュ川井町店 スイーツフェア
- ② VISON 多気 軽トラマルシェ
- ③ 三重まるごと三重物産展
- ④ イオン津南「三重エキスポ! 2021」
- ⑤ フレッシュにしむら「大紀スイーツフェア」

<令和4年度>

- ① たいき楽市
- ② 大阪天神橋三丁目「三重県フェア」
- ③ 大阪あべのハルカス「三重県フェア」
- ④ 三重まるごと物産展 in なばなの里
- ⑤ OUTDOOR イベント
- ⑥ 三重まるみえ商談会
- ⑦ 関ドライブイン「大紀町×大樹町フェア」
- ⑧ フレッシュにしむら「大紀スイーツフェア」
- ⑨ 日本観光ショーケース in 大阪・関西

<令和5年度>

- ① 中部北陸いいものフェア
- ② 伊勢高柳のの夜店「大紀町の日」
- ③ 大紀ふれあいまつり・瀧原宮大祭
- ④ HINOKIYA OUTDOOR FESTA 2023
- ⑤ 大紀町フェア in 関ドライブイン
- ⑥ 三重大紀町×北海道大樹町フェア in 関ドライブイン
- ⑦ 大紀町フェア in VISON

●キャンペーン

<令和2年度>

- ① 三重県観光キャンペーン「ULTRA SALE」
- ② 三重県自然体験特設サイト「Enjoy Mie Activity」

<令和3年度>

- ① みえ得トラベルキャンペーン
- ② みえ得地域応援クーポンキャンペーン
- ③ スマホでみえ得キャンペーン
- ④ 三重県観光キャンペーン「ULTRA SALE21」
- ⑤ 三重県観光キャンペーン「みえのあそキャン21」

<令和4年度>

- ① 三重県観光キャンペーン「みえのあそキャン」

		<p>② 三重のイマココ旅 ③ VR ツアー実証事業 ＜令和 5 年度＞ ① みえのイマココ旅</p> <p>●プロモーション ＜令和 2 年度＞ ① 中部運輸局 インバウンドメディアファムトリップ ② 外務省 JENESYS オンライン交流会 ③ 三重県 農泊プロモーション事業 ＜令和 3 年度＞ ① 農水省 海外プロモーション事業 動画制作 ② 農水省 海外プロモーション事業 記事制作 ③ 農水省 海外プロモーション事業 オンラインツアー ④ 三重県 海外プロモーション事業 動画制作 ⑤ 三重県 海外プロモーション事業 記事制作 旅行会社向けオンラインインスペクション開催 ＜令和 4 年度＞ ① 三重県観光連盟主催 海外ブロガー取材 ＜令和 5 年度＞ ① 農水省 SAVOR JAPAN プロモーション動画撮影 ② 三重県 みえのイマココ旅 プロモーション動画撮影 ③ 三重県 高付加価値体験 プロモーション動画撮影</p>
	受入環境の整備	<p>●平成 29～30 年度 農水省農泊推進対策 ① 言語のバリアフリー化のための多言語に対応した受入体制づくり ② インバウンド観光先進地視察 ③ 商談会出展ならびに営業活動 国内 4 回、台湾 3 回 ●令和元年度 農泊地域高度化促進事業 ① サイクルツーリズム「Taiki E-bike Tour」の企画開発 ② 民泊「東作塾」様式トイレの整備 ③ 多言語対策「POCKETALK」の購入 ●令和 2 年度 農水省農山漁村振興交付金（地域活性化対策）大紀町七保地域「七保地域活性化対策協議会」設立 ① 専門家によるセミナーおよびワークショップの開催 ② 農産物の販路開拓・商品開発事業 ③ 専門的スキルの活用 ICT を活用したアプリの開発・実証 ●令和 2 年度 三重県子どもの自然体験機会創出事業 ① ファミリーワーケーション環境整備 ② ファミリー向け体験コンテンツの造成 ●令和 2 年度 民泊災害対策セミナーの開催（三重県、大紀町との連携事業） ●大紀町内登山道の整備（網掛山） ●大紀町内登山道の整備（七洞岳） ●令和 3 年度農水省農山漁村振興交付金（地域活性化対策） ① 農産物の販路開拓・商品開発事業 ② 専門的スキルの活用 ICT を活用したアプリの開発・実証 ●令和 3 年度 太平洋岸自転車道推進三重地区協議会</p>

		<p>有識者三重地区現地視察</p> <p>●令和4年度</p> <p>三重県事業 教育旅行事前学習プログラム教材の制作 令和4年11月 安全管理講習会の開催 令和5年2月 熊野古道伊勢路英語ガイド研修会</p> <p><令和5年度></p> <p>① 三重県主催 安全管理講習会 ② 日本シティサップ協会講習会 ③ 三重県観光連盟主催「グーグルビジネスプロフィール」研修会 ④ 三重県事業インバウンド専門家派遣事業 ⑤ 三重県主催民泊セミナー ⑥ 三重県主催農泊レベルアップセミナー ⑦ BBQ 攻守会 ⑧ 農務省子プロ専門家派遣事業 ⑨ 三重県主催農泊推進レベルアップセミナー ⑩ 大紀町観光協会主催安全管理講習会 ⑪ 三重県主催食の多様化セミナー ⑫ 太平洋岸自転車道三重県推進協議会会議</p>
	観光資源の磨き上げ	<p>●令和元年度 農泊地域高度化促進事業</p> <p>サイクルツーリズム「Taiki E-bike Tour」の企画開発</p> <p>① 電動アシストスポーツバイク及び備品購入 5台 ② サイクリングガイド「エスコートライダー」の養成 ③ サイクリングコース監修 5コース整備</p> <p>●令和元年度 訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業</p> <p>大紀町「Trail Run Tourism」コンテンツ造成</p> <p>●令和2年度 三重県自然環境キャンプ研修会 ●令和2年度 農水省メニュー開発専門家派遣事業 ●令和3年度 農水省上質な食体験専門家派遣</p> <p>EVスクーターの導入、防災プログラムの開発、サステナブルツーリズムの企画開発</p> <p>●令和4年度</p> <p>令和4年8月 みえのイマココ旅「民泊×キャンプ（民キャン）」プログラムの開発</p> <p>令和4年10月 「民泊×キャンプ」モニターツアーの開催 令和4年9月 テントサウナの導入（レンタル事業） 令和4年12月 日本BBQ協会認定インストラクター養成講座</p> <p>●令和5年度</p> <p>みえのイマココ旅「熊野灘の海辺をE-bikeで巡るフォトジェニック&スイーツライド」企画開発</p> <p>高付加価値「奥伊勢秘境パックラフトツアー（石窯ピザ付き）</p> <p>ビーチクリーンプロジェクト（3回）</p> <p>「小型定置網漁業体験」企画開発</p> <p>「錦湾クルーズ&養殖漁場で餌やり体験」</p>

【定量的な評価】

＜宿泊者数＞

・令和元年度	農林漁業体験民宿	合計宿泊者数	1629名
・令和2年度	農林漁業体験民宿	合計宿泊者数	209名
・令和3年度	農林漁業体験民宿	合計宿泊者数	571名
・令和4年度	農林漁業体験民宿	合計宿泊者数	731名
・令和5年度	農林漁業体験民宿	合計宿泊者数	1109名

＜移住定住事業＞

- ・令和2年度 移住定住お試し住宅提供
4回 4名利用 2名移住
- ・令和3年度 移住定住お試し住宅提供
10回 11名利用 6名移住
- ・令和4年度 移住定住お試し住宅提供
3回 14名利用 10名移住
- ・令和5年度 移住定住お試し住宅提供 なし

＜表彰等＞

- ・農林水産省 農泊 食文化海外発信地域(SAVOR JAPAN)認定
- ・農林水産省 食かけるプロジェクト「ネクストブレイク賞」受賞
- ・林野庁 JAPAN WOOD DESIGN AWARD 2021
ウッドデザイン賞(ソーシャル部門)受賞
- ・農林水産省 東海農政局 豊かなむらづくり優良事例 表彰
- ・観光庁中部運輸局 優良観光事業者表彰

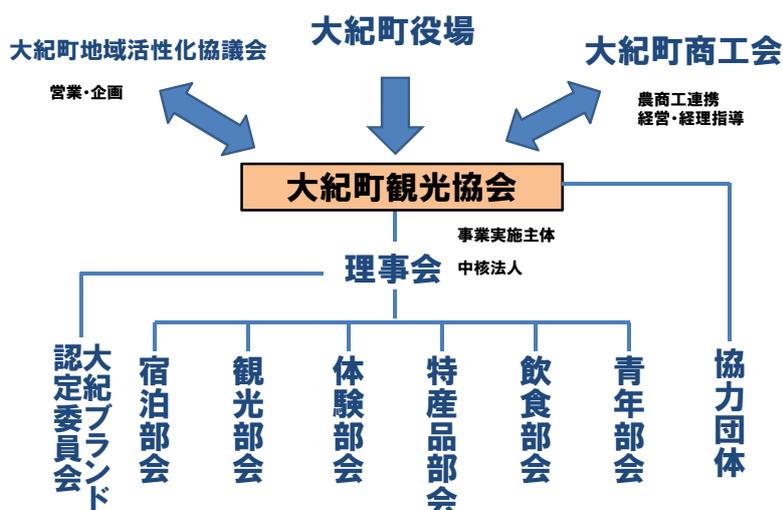
み実施体制

※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。

【実施体制の概要】

一般社団法人大紀町観光協会が母体となり、メンバーには、行政、理事会、各部会と協力団体には、旅行業者、交通事業者、農林漁業事業者など多様な関係者が参画するなど連携した運営を実施。

【実施体制図】



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

大紀町は、三重県の中南部に位置し、農山村部と海岸部からなる農山漁村地域で、海・山・川をはじめとする豊かな自然資源や世界遺産熊野古道「ツツラト峠」に代表される古の道・社寺・祭りなど、歴史や伝統に恵まれた地域である。

平成 17 年に大宮・紀勢・大内山村が合併し、「大紀町」という新しい町名となった。

大宮地区は、伊勢神宮内宮の別宮である瀧原宮があり、周辺地域には名所旧跡が残る。

また、七保で育てられている松阪牛は、松阪牛の品評会「松阪肉牛共進会」で、5 年連続優秀賞 1 席を獲得するほど評価が高く、全体の 4%しか肥育していない特産松阪牛に拘って生産している農家が多い。

紀勢地区は、熊野灘に面した漁村があり、伊勢まだい、伊勢ブリ、ヒラメなどが養殖されており、町唯一の海水浴場であるトロピカルガーデンがある。

大内山地区は、三重県内の小中学校給食に使われている大内山牛乳を製造している大内山酪農があり、県外各地でも人気である。伊勢志摩サミットでは、牛乳・ヨーグルトが食材として提供された。

これらの「海・山・川」エリア毎に観光資源を活かした農林漁業体験を始め、自然体験、伝統文化歴史体験、防災体験、郷土料理体験など合計 60 種類以上の体験コンテンツを用意しており、日帰りでも宿泊でも大紀町内において様々な体験が楽しめる。

また、昨年、三重県初で三重県唯一の「ケイビング（洞窟探検）」や「パックラフト」などのアドベンチャーツーリズムが人気となっている。

【観光客の実態等】

伊勢神宮内宮の別宮「瀧原宮」、頭之宮四方神社の観光客入込数年間約 30 万人。

世界遺産熊野古道伊勢路巡りの海外からの宿泊者が伊勢路沿いの民宿や民泊に宿泊しており、民泊からの聞き取りを年 1 回実施し状況を把握している。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

・観光施設：大内山動物園、錦向井ヶ浜遊パークトロピカルガーデン、阿曾温泉、おおみや青少年旅行村大滝峡キャンプ場、野原公園、大平つつじ山

・商業施設：山海の郷紀勢、阿曾湯の里、道の駅奥伊勢木つつ木館

・自然：【川】大内山川、宮川、藤川

【山】笠木溪谷、七洞岳、網掛山、姫越山、南亦山

【海】錦漁港

文化：世界文化遺産熊野古道「ツツラト峠」「荷坂峠」、「三瀬坂峠」、瀧原宮・瀧原竝宮、頭之宮四方神社

スポーツ：ケイビング、パックラフト、SUPクルージング、SUPヨガ、登山、海・川釣り

イベント・まつり：大紀町シーサイドトレイル、大紀ふれあいまつり、おんべまつり、錦花火大会、瀧原宮大祭、八幡祭、赤船祭、錦ぶりまつり

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

農林漁業体験民宿 20軒 合計100名、

住宅宿泊事業（民泊）3軒 合計17名

民宿 8軒 合計100名

キャンプ場 6軒 合計 300名

【利便性：区域までの交通、域内交通】

各公共交通機関をご利用の方

・大阪、京都から 近鉄大阪線（松阪駅）～JR紀勢本線又は三重交通南紀特急バス→【大紀町】

・名古屋から 近鉄名古屋線（松阪駅）又はJRワイドビュー南紀（松阪駅）～JR紀勢本線又は三重交通南紀特急バス→【大紀町】

三重交通名古屋南紀高速バス→【大紀町】

・東京から 東海道新幹線（名古屋駅）～乗り換え→【大紀町】

三重交通東京高速バス→【大紀町】

車をご利用の方

・大阪から 西名阪自動車道…名阪国道…《伊勢関IC》…伊勢自動車道…《勢和多気JCT》…紀勢自動車道…《大宮大台IC》又は《紀勢大内山IC》→【大紀町】

・京都から 名神高速道路…《草津JCT》…新名神高速道路…《亀山JCT》…東名阪自動車道…《伊勢関IC》…伊勢自動車道…《勢和多気JCT》…紀勢自動車道…《大宮大台IC》又は《紀勢大内山IC》→【大紀町】

・名古屋から 東名阪自動車道…《伊勢関IC》…伊勢自動車道…《勢和多気JCT》…紀勢自動車道…《大宮大台IC》又は《紀勢大内山IC》→【大紀町】

・東京から 東名・新東名高速道路…《豊田JCT》…伊勢湾岸自動車道…《四日市JCT》…東名阪自動車道…《伊勢関IC》…伊勢自動車道…《勢和多気JCT》…紀勢自動車道…《大宮大台IC》又は《紀勢大内山IC》→【大紀町】

【域内交通】

町内タクシー業者 2社、介護タクシー事業者 1社

【外国人観光客への対応】

農林漁業体験民宿 20軒と道の駅木つつ木館、野原村元気づくり協議会などには、多言語対応の看板と指差しツールを作成。Wi-Fi環境も整備されている。

また、農林漁業体験民宿に音声翻訳機「POCKETALK」の貸し出しも行っている。

農林漁業体験民宿の中には、外国語対応の自社ホームページを作成、OTAに登録するなど、個々で外国人の受入れを促進している事業者も増加しつつある。

【外国人観光客への対応】

多言語に対応したホームページ、パンフレットの製作
 宿泊施設、観光施設への多言語看板の設置
 多言語指差しツールの作成・配布
 多言語版プロモーション動画の製作
 外国人スタッフの雇用（アルバイト）

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。地域の観光動向の把握、対策の基礎データとして使用	三重県「観光客実態調査」のデータを元に算出。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。誘客実績の把握、対策の基礎データとして使用。	宿泊事業者の協力による調査。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。リピート化に向けた改善、ブラッシュアップのため	三重県「観光客実態調査」から収集。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	三重県「観光客実態調査」から収集
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握する。	グーグルアナリティクスを活用して集計。

4. 戦略**（1）地域における観光を取り巻く背景**

大紀町は、三重県でも過疎化・少子高齢化が進んでいる町の一つであり、消費力の低下や従業員の確保、後継者不足など、小規模事業者にとって事業を持続していくことが大変厳しい状況である。農業、林業、漁業、畜産業といった1次産業が主な産業ではあるが、高齢化や担い手不足のため廃業する事業者も増えており、農林水産物の6次産業化やブランド化を目指して取り組んではいるものの、なかなか成果が上がらない状況である。

観光業界においては、紀勢自動車道が延伸整備されたことで、東紀州や和歌山県へと気軽に行けるようになり便利になったことで、大紀町は素通りされることが多くなり、国道沿いの飲食店や観光施設は廃業する店舗も増えた。

そのような状況下、大紀町地域活性化協議会設立後は大紀町全域における、農林漁業団体、農林漁業事業者、観光事業者、交通事業者、飲食店、宿泊施設、観光案内人など関係する事業者と連携し、大紀町、大紀町商工会とともに農山漁村滞在型観光事業（農泊）を中心に、地域全体が一体となって観光地域づくりを目指して取り組んできた。

上記のような今までの実績が認められ、令和5年4月3日、大紀町の外郭団体として（一社）大紀町観光協会が設立され、町村合併後初めて大紀町観光振興計画が策定された。

また、2024年に熊野古道世界遺産登録20周年を迎え、翌2025年に伊勢神宮式年遷宮の行事が始まることから、大紀町としてもこれらのイベントを大紀町への観光誘客を促進していく好機としたい。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <p>・自地域で積極的に活用できる強みは何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海・山・川の自然が豊かな町 ・松阪牛として評価が高い（松阪肉牛共進会で5年連続1位） ・海の幸が豊富（伊勢ブリ、伊勢まだいなど） ・世界遺産熊野古道「ツツラト峠」と「荷阪峠」を有する町 ・伊勢神宮内宮の別宮「瀧原宮」がご鎮座している。 ・農・林・漁業・畜産業全ての1次産業が体験できる ・大紀町シーサイドトレイルの開催地 ・農林漁業体験民宿が県下一多 ・国土交通省の最も綺麗な河川の宮川がある ・防災の町・防災タワーの整備 ・三重県唯一のケイビング（洞窟探検）ツアーを開催している。 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <p>・自地域で改善を必要とする弱みは何か？</p> <p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・少子高齢化 ・従業員の確保が困難 ・後継者不足 ・就業場所がない ・農林漁業者の減少 ・飲食店が少ない（営業時間が短い） ・情報発信不足 ・国内旅行者の宿泊客は少ない ・過疎化
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>・自地域にとって追い風となる要素は何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・伊勢、志摩との距離が近い（1時間以内） ・伊勢神宮の元伊勢 ・東京や名古屋から直行の高速バスが出ている ・インバウンド教育旅行受入の増加 ・「VISON」「マリオット大台」 ・紀勢自動車道のICが3箇所あり、アクセスが良い 	<p>脅威 (Threat)</p> <p>・自地域にとって逆風となる要素は何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大紀町の知名度が低い（県内でも知られていない） ・観光スポットが少ない ・人口減少 ・高齢化で担い手不足 ・荒れた田畑で景観が悪い ・獣害問題 ・多気町に複合リゾート施設「VISON」がオープン ・マリオット大台のオープン ・地域間競争の激化 ・地震・津波

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

(3) ターゲット

○第1ターゲット層

熊野古道伊勢路を訪れる欧米豪の個人旅行者。30代～50代の聖地巡礼の旅や日本の歴史・文化に興味がある個人、カップル。

○選定の理由

コロナが落ち着いて1番最初に戻ってきた外国人観光客が、この熊野古道伊勢路の巡礼の道を踏破する個人旅行者であった。コロナ前までは、ほぼ欧米の方ばかりであったが、現在はオセアニアやアジア圏からも訪れている。

古道沿いに点在する民泊でも、フランスやイタリア、米国からのお客様が顕著に増えており、確実に熊野古道伊勢路の来訪者も増えているのを実感している。

また、例年行われている瀧原宮大祭（初穂曳）の広報やプロモーションを、令和5年度から大紀町観光協会が実施しているため、今まで地域住民しか参加できなかった初穂曳などの神事に国内外の観光客が参加できるような企画を行っている。最近は祭りに参加したい外国人が増えているので、令和6年度は、熊野古道や伊勢神宮に興味のあるインバウンド向けのツアーを造成したいと考えている。さらに、令和6、7年度、農水省の事業で食の多様化「大紀町フードダイバーシティプロジェクト」を立ち上げ、欧米豪に多いヴィーガンやベジタリアンやハラールに対応した食の整備を行う予定である。

これにより、さらに多くの欧米豪や、インドネシア、マレーシアから誘客できるよう、令和6年度から外国人スタッフを採用し、SNSで英語、インドネシア語で情報発信を実施する。

○第2ターゲット層

台湾、中国、香港、タイ等の小学生～大学生を対象にした訪日教育旅行。

○選定の理由

平成25年前身の大紀町地域活性化協議会の設立当初から、農林漁業体験民宿による滞在型観光事業を進めてきたが、平成28年度からは、三重県海外誘客課と連携して、台湾の高校生を中心に訪日教育旅行の誘致を促進してきた。数年に渡る台湾での商談会やセールスの結果、ようやく平成30年度に、年間約20校約600名の訪日教育旅行生が来町することとなった。

コロナが落ち着き、個人のインバウンド客が戻り始め、令和5年度から台湾の教育旅行が再開した。令和5年度は、台湾から4回、タイから2回が訪日、令和6年度は7校合計300名が来町する予定である。中国の教育旅行が再開していないためまだまだ人数的には令和元年度の最多受入数には届かないが、中国からの問い合わせも徐々に増えており、今後再開すれば過去最多となることが想定されるため、引き続き教育旅行のセールスやプロモーション、商談会への参加を強化していく。

○取組方針

JNTO主催「台湾現地セミナー・個別相談会」や、台湾現地旅行会社、学校関係者にセールスを行い、最新情報の共有を行う。また、例年10月には、JNTO主催「台湾教育関係者招請事業（FAM TRIP）」の受入れ先として、大紀町の農林漁業体験民宿に宿泊いただいているが、参加された学校関係者には実際に三重県や大紀町に教育旅行に来ていただけるように企画提案を行っていく。

また、令和6年度は、繁体字や英語版教育旅行のパンフレットや動画を一新し、常に学校側が求めている体験などの情報を提供できるよう、送客いただいている旅行会社との連絡は定期的に行う。

○第3ターゲット層

中京圏や関西圏から訪れる観光客。

大型商業施設 VISON 多気や、フェアフィールドバイマリオット大台の宿泊客や、日帰り客で、アウトドア志向の20～30代の女性グループやカップル。

○選定の理由

中京圏や関西圏から約2時間、三重県北部から1時間というアクセスの良い地の利を生かし、日帰りでも宿泊でも終日自然体験を満喫できる気軽さから、休日に近場でリセット・リフレッシュしたいフットワークの軽いミレニアル世代をターゲットにする。また、三重県の観光客実態調査報告書のデータからも中南勢地域（大紀町）の来訪者の2位は30代の女性で、目的としては買い物（VISONなど）と自然を楽しむが上位を占めていることも選定理由。

大紀町では、令和5年夏に三重県初で唯一の「ケイビングツアー（洞窟探検）」や「秘境パックラフトツアー」がスタートしたため、従来の熊野灘でのSUPと共に、「山」「川」「海」の全てのフィールドでの自然体験を用意し、それぞれの嗜好に沿ったコンテンツを充実させることができた。

三重県唯一という強みを活かし、プロモーションや宣伝に注力していく。

○取組方針

三重県初のケイビングツアーは、今後注目される新しいコンテンツであり、パックラフトツアーは市場としても拡大していくことが予想される。

単なる日帰り体験のコンテンツとしてだけではなく、体験民宿での地域の食材を生かしたランチ付きツアーにし、大紀町の「人」との交流を加えることで、再来訪につなげるよう磨き上げを行う。

今後はいかにそのプロモーションで魅力をより多くの人に届けられるかとなるため、有料広告などのSNSも検討していきたい。

令和5年度三重県事業で、ケイビングは「みえのイマココ旅」に選定されたため、三重県が専用ホームページや動画を製作し、モニターツアーやプロモーションも実施したため、かなりPR効果があった。パックラフトツアーに関しては、同様に三重県の高付加価値体験に選定いただき、動画を製作。関西万博関連の体験サイト「万博プラス」にも掲載いただいているため、令和7年度の関西万博を契機により多くの方に体験していただけるよう宣伝していく。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>「伊勢と熊野をつなぐ町・大紀町 ～美し国・美し旅～」</p> <p>古来よりこの地は、「伊勢に七度、熊野に三度」と言われたように、何度でも訪れたい旅人の憧れの地であった。</p> <p>日本書記に「美し国」と記されたように、美しい自然と美味しい食材に恵まれた地域でもある。</p> <p>来訪する側（ゲスト）も受け入れる側（ホスト）もどちらも幸福を感じられる町づくり。「第2のふるさと」「何度でも帰ってきたくなる場所。</p>
③ コンセプトの考え方	<p>大紀町は、旧伊勢の国と紀伊の国の県境に位置し、伊勢と熊野をつなぐ町である。町を縦断するように熊野参詣道が通っており、三瀬坂峠、ツヅラト峠、荷坂峠を有する町でもある。</p> <p>瀧原宮周辺には、熊野古道を歩く人をもてなした「熊野御師」が存在していたと言われており、体験民宿の女将さんたちにその精神が受け継がれていると言っても過言ではない。日本人も外国人も、何度でも帰りたくなる「第2のふるさと」を目指す。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	部会、HP、事業報告書の説明会 部会は3か月に1回開催予定。HPや事業報告書に関しては、全会員には年1回の総会で、理事会には3か月に1回開催の理事会にて説明を行う。
	DMOを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。令和5年度は公益社団法人三重県観光連盟と連携した、グーグルビジネスプロフィールを活用したデジタルマーケティングの専門家派遣事業を実施し、集客増加の支援を行った。 令和6年度は、三重県観光連盟のDMOあり方検討会議メンバーとして、三重県全域におけるDMOのプロモーション連携などを検討していく予定。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	大紀町地域活性化協議会ホームページのアクセスログ（グーグルアナリティクス）を活用して実施 グーグルビジネスプロフィールを活用したマーケティングの実施 イベントや宿泊客等によるアンケート調査の実施 訪日外国人旅行者に必要な多言語対応サービスの向上
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	ワンストップ窓口の実施 公式HP、Instagram、Facebook、Twitter等によるSNSを利用した効果的なプロモーション 大紀町、三重県と連携した情報発信・プロモーションの実施

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

指標項目		2021	2022	2023	2024	2025	2026
		(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度	(R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	122.5 (1)	124.9 (3)	155.8 (7)	168.9 (13)	173.3 (13)	182.9 (25)
	実績	130.1 (3.6)	134.7 (4.6)	180.7 (5.8)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	1,000 (100)	1,000 (300)	1,435 (360)	2,152 (660)	3,228 (960)	4,842 (1,260)
	実績	571 (50)	957 (60)	2,795 (224)			
●来訪者満足度 (%)	目標	90.0 ()					
	実績	90.4 ()	90.0 ()	90.0 ()			
●リピーター率 (%)	目標	90.0 ()					
	実績	92.9 ()	95.8 ()	90.8 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

大紀町が大紀町観光振興計画で掲げているKPI数値を基に入込客数の目標値を設定。観光協会では、協力宿泊事業者や農林漁業体験民宿等の宿泊人数と延べ泊数の調査を行っているが、旅行消費額や来訪者満足度、リピーター率の調査は行っていないため、三重県の「観光レクリエーション入込客数推計書・観光客実態調査」を参考に目標数値を設定。

令和6年度以降は、観光施設や宿泊施設等の協力を得てアンケート調査を実施し、より正確な大紀町の情報収集に努めることとする。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

三重県の「観光レクリエーション入込客数推計書・観光客実態調査」（全国観光統計基準採用）の：大紀町入込延数（5施設）に、他の観光施設、宿泊施設の利用者数、イベント参加者数を足した入込総数に、同実態調査の地域別平均利用総額（宿泊、日帰り）を乗じ旅行消費額を算出。

●延べ宿泊者数

民泊部会や協力いただける宿泊施設事業者からの報告が実績値。令和7年度にはコロナ前の利用者数に戻ることを想定して、令和4年度の実績値を基に毎年1.5倍増加するよう目標値を設定。訪日外国人については、令和元年度の宿泊者数を令和7年度に設定し、毎年300人ずつ増加することを見越して目標値を設定。

●来訪者満足度

「三重県観光客実態調査報告書」の中南勢地域における満足度の項目「総合満足度と評価点」の大

変満足、満足、やや満足の合計数値を K P I 実績とする。中南勢地区の満足度は地域別で最も低い
ため、目標数値は 90%以上を目指す。

●リピーター率

「三重県観光客実態調査報告書」の三重県中南勢地域への来訪回数（2回以上）のリピーター率の
数値を K P I 実績とする。中南勢地域は 5 回以上のハードリピーターが多いため、リピーター率 90%
を目標値に設定。

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●ワンストップ 窓口の予約数 (件)	目標	10 (5)	50 (10)	100 (20)	150 (40)	200 (60)	250 (60)
	実績	52 (2)	50 (5)	23 (20)			
●メディア掲載 回数(回)	目標	10 ()	15 ()	20 ()	25 ()	30 ()	35 ()
	実績	10 ()	15 ()	25 ()			
●WEB サイトの アクセス数 (PV)	目標	17,500 ()	18,000 ()	18,500 ()	19,000 ()	19,500 ()	20,000 ()
	実績	20,035 ()	18,000 ()	25,000 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

観光のワンストップ窓口として、協力宿泊施設をはじめとする宿泊事業者や観光施設等を調査し、リピート率やどの年代の利用者が多いかなど、今後のターゲット層に向けての商品開発や対策に向けての参考資料とする。

【設定にあたっての考え方】

●ワンストップ窓口での予約数

ワンストップ窓口として手配した宿泊、日帰りの予約件数。令和 5 年度以降はコロナが 5 類になったことを受け、毎年+50 件を目標値に設定。

●メディア掲載回数

前年度+5 回を目標値に設定。イベントや地域の旬の情報などをプレスリリースするとともに HP や SNS に掲載し、メディアに取り上げていただけるよう情報発信をしていく。

●WEB サイトのアクセス数

HP のアクセスログ推移（グーグルアナリティクス）を実績値とする。毎年+500PV を目標値に設定。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
 ※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2020（R2） 年度	14,038,857（円）	【国からの補助金】 8,500,000（円） 【市町村からの補助金】 5,000,000（円） 【収益事業収入】 538,857（円）
2021（R3） 年度	16,365,393（円）	【国からの補助金】 6,000,000（円） 【市町村からの補助金】 7,442,000（円） 【商工会からの助成金】 1,832,000（円） 【収益事業収入】 1,091,393（円）
2022（R4） 年度	12,457,310（円）	【国からの補助金】 3,500,000（円） 【市町村からの補助金】 5,000,000（円） 【商工会からの助成金】 3,200,000（円） 【収益事業収入】 757,310（円）
2023（R5） 年度	28,422,301（円）	【市町村からの補助金】 26,290,000（円） 【収益事業収入】 2,047,301（円） 【会費収入】 85,000（円）
2024（R6） 年度	23,174,577（円）	【市町村からの補助金】 22,000,000（円） 【収益事業収入等】 1,174,577（円）
2025（R7） 年度	27,000,000（円）	【市町村からの補助金】 25,000,000（円） 【収益事業収入】 2,000,000（円）
2026（R8） 年度	27,000,000（円）	【市町村からの補助金】 25,000,000（円） 【収益事業収入】 2,000,000（円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2020（R2） 年度	13,807,542（円）	（内訳の区分例） 【国からの補助金事業】 8,600,000（円） 【一般管理費】 4,893,611（円） 【イベントの開催費】など 313,931（円）
2021（R3） 年度	16,451,000（円）	【国からの補助金事業】 6,000,000（円） 【一般管理費】 10,147,000（円） 【イベントの開催費】など 304,000（円）

2022 (R4) 年度	12,354,003 (円)	【国からの補助金事業】 【一般管理費】 【イベントの開催費】 など	3,500,000 (円) 8,535,216 (円) 318,787 (円)	(円)
2023 (R5) 年度	28,237,724 (円)	【事務局運営費】 【各種事業費】	11,572,921 (円) 16,664,803 (円)	
2024 (R6) 年度	23,174,577 (円)	【事務局運営費】 【各種事業費】	14,974,577 (円) 8,200,000 (円)	
2025 (R7) 年度	27,000,000 (円)	【事務局運営費】 【各種事業費】	15,000,000 (円) 12,000,000 (円)	
2026 (R8) 年度	27,000,000 (円)	【事務局運営費】 【各種事業費】	15,000,000 (円) 12,000,000 (円)	

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

大紀町役場からの補助金
 大紀町役場からの委託事業（大紀ふれあいまつり等）
 イベント運営（大紀町シーサイドトレイル、大紀町フェア等）
 地域限定旅行業の登録による観光商品の販売
 ふるさと納税返礼品
 大紀ブランド認定品の委託販売

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

大紀町は、一般社団法人大紀町観光協会を大紀町における地域DMOとして登録したいので、一般社団法人大紀町観光協会とともに申請します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

重複しない

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	山添 みゆき
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	519-2703
所在地	三重県度会郡大紀町滝原 870-37
電話番号（直通）	0598-86-7077
F A X 番号	0598-86-7078
E - m a i l	taikickk@ma.mctv.ne.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	大紀町
担当者氏名	大内 学
担当部署名（役職）	商工観光課
郵便番号	519-2703
所在地	三重県度会郡大紀町滝原 1610-1
電話番号（直通）	0598-86-2243
F A X 番号	0598-86-3500
E - m a i l	shk@town.mie-taiki.lg.jp

都道府県・市町村名	三重県
担当者氏名	北條 静馬
担当部署名（役職）	観光部 海外誘客課
郵便番号	514-8570
所在地	三重県津市広明町 13 番地
電話番号（直通）	059-224-2847
F A X 番号	059-224-2801
E - m a i l	houjos00@pref.mie.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

三重県度会郡大紀町

【設立時期】 令和5年4月3日

【設立経緯】

前身の(一社)大紀町地域活性化協議会から全ての事業を引き継ぎ、大紀町観光協会設立。大紀町、大紀町商工会、会員、各種団体等と連携し、役割分担・協力の下、大紀町全域の観光振興のためDMO登録を目指す。

【代表者】 会長 奥川 拓

【マーケティング責任者(CMO)】 大内 学

【財務責任者(CFO)】 松本 成子

【プロモーション責任者】山添 みゆき

【職員数】 6人(常勤3人(正職員2人・大紀町地域おこし協力隊1人)、非常勤3人)

【主な収入】

町補助金 2629万円 収益事業他 213万円 合計 2842万円 (令和5年度決算)

【総支出】

運営費 1157万円 事業費 1666万円 合計 2823万円

【連携する主な事業者】

株式会社伊勢志摩ツーリズム、滝原西村ハイヤー有限会社

戦略

【主なターゲット】

熊野古道伊勢路を訪れる欧米豪の個人旅行者。30~50代の聖地巡礼の旅や日本の歴史・文化に興味がある方。

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

食の多様化の整備や、杖飾り作りなど特別な体験、式年遷宮行事への特別神領民としての参加体験。

【観光地域づくりのコンセプト】

「伊勢と熊野をつなぐ町・大紀町 ~美し国・美し旅~」古来より「伊勢に七度、熊野に三度」と言われたように、何度でも訪れたい旅人の憧れの地であった。日本書記に「美し国」と記されたように、美しい自然と美味しい食材に恵まれた地域。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

みえのイマココ旅「熊野灘の海辺をE-bikeで巡るフォトジェニック&スイーツライド」ツアー造成
およびモニターツアーの開催
小型定置網漁業体験ツアー造成
養殖漁場でえさやり&釣り体験ツアー造成

【受入環境整備】

総務省子ども農山漁村交流プロジェクト
計画策定、専門家派遣
安全管理講習会の開催

【情報発信・プロモーション】

三重県観光キャンペーン「みえのあそキャン」
農水省SAVOR JAPANプロモーション

【その他】

JNTO「台湾訪日教育旅行現地セミナー&個別相談会」参加
JNTO[VISIT JAPAN Travel &MICE Mart2023]出展
JNTO「台湾訪日教育旅行促進事業地方視察」受入

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年7月31日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行消費額 (百万円)	目標	122.5 (1)	124.9 (3)	155.8 (7)	168.9 (13)	173.3 (13)	182.9 (25)
	実績	130.1 (3.6)	134.7 (4.6)	180.7 (5.8)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	1,000 (100)	1,000 (300)	1,435 (360)	2,152 (660)	3,228 (960)	4,842 (1260)
	実績	571 (50)	957 (60)	2,795 (224)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	90.0 (90.0)					
	実績	90.4 (0)	90.0 (0)	90.0 (0)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0
	実績	92.9	95.8	90.8	—	—	—