

仕様書（企画提案用）

I. 事業名

「街道」を軸とした関東広域エリアにおける訪日外国人旅行者の受入環境に関する検証事業

【対象市場】

欧州・米国・豪州・中国・台湾・韓国

【ターゲット層】

FIT層、富裕層

【協力自治体等】

台東区、日光・会津観光軸活性化推進検討会（栃木県日光市、福島県南会津町、下郷町、会津若松市、南会津町観光物産協会、下郷町観光協会、（一財）会津若松観光ビューロー、東武鉄道（株）、野岩鉄道（株）、会津鉄道（株）、東武ステーションサービス（株）ツーリストセンター、（株）みなみあいづ、塩原温泉観光協会、芦ノ牧温泉観光協会、NPO 日本水陸両用車協会）、（公財）東京観光財団、埼玉県、甲州市観光協会、富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会（神奈川県、山梨県、静岡県、小田急電鉄（株）、東海旅客鉄道（株））、神奈川県、大田区、小田急電鉄（株）、京浜急行電鉄（株）、東急（株）、横浜高速鉄道（株）

II. 事業の目的

関東広域エリア（1都10県）は、日本橋（東京）を起点に東海道、中山道、日光街道、奥州街道、甲州街道の主要五街道が放射状に整備され、さらに五街道から脇往還が拡がり、街道を中心に歴史的・文化的な拡がりを見せてきた地域である。

街道沿いには、世界遺産である日光の社寺、富士山や各国立公園、指定文化財などの観光資源に加え、ナイトタイム・モーニングタイム、文化・自然体験といった地域ならではの観光コンテンツ・アクティビティがあり、羽田空港や成田空港を經由して入国した訪日外国人旅行者が主に街道沿いに高度に整備されてきた道路網や鉄道網を利用して、街道を軸とした観光によって歴史的・文化的な拡がりを実感することが容易となっている。

こうした特性を持つ関東広域エリアを先進的な技術を活用した受入環境を通じてプロモーションすることにより、訪日外国人旅行者に対し当該地域の一体性を訴求し、with/after コロナにおける訪日へと繋げることを目的とする。

III. 「街道」の定義

本事業における「街道」は以下のように定義する。

- ①日光街道（日光会津エリア：東武鉄道・野岩鉄道・会津鉄道を軸とした台東区・日光・会津エリアを結ぶルート）

関係自治体等：台東区、日光・会津観光軸活性化推進検討会（栃木県日光市、福島県南会津町、下郷町、会津若松市、南会津町観光物産協会、下郷町観光協会、（一財）会津若松観光ビューロー、東武鉄道（株）、野岩鉄道（株）、会津鉄道（株）、東武ステーションサービス（株）ツーリストセンター、（株）みなみあいづ、塩原温泉観光協会、芦ノ牧温泉観光協会、NPO 日本水陸両用車協会）

- ②川越街道・甲州街道・青梅街道（東京近郊エリア：川越・秩父・多摩・甲州を結ぶルート）

関係自治体等：(公財) 東京観光財団、埼玉県、甲州市観光協会

- ③甲州街道・東海道・下田街道（富士山エリア：箱根・甲府・河口湖・富士宮・三島・南伊豆を結ぶルート）

関係自治体等：富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会（神奈川県、山梨県、静岡県、小田急電鉄（株）、東海旅客鉄道（株））

- ④東海道（南関東エリア：羽田・川崎・横須賀・三浦を結ぶルート）

関係自治体等：神奈川県、大田区、小田急電鉄（株）、京浜急行電鉄（株）、東急（株）、横浜高速鉄道（株）

IV. 事業の内容

主に在日外国人インフルエンサー、エキスパート（駐在員）、旅行会社エージェント、ランドオペレーター（以下、「インフルエンサー等」という。）を招請し、日本橋（東京）を起点に関東広域エリア各地域に広がっていく街道等を意識したモニターツアーを実施し、街道上などにある訪日外国人の受入環境を検証する。

インフルエンサー等に、先進的な技術を活用したコンテンツや宿泊施設における安全・安心の受入環境を体験してもらい、インフルエンサー等の SNS による投稿、発信を行い、訪日旅行を検討している外国人からの意見やインフルエンサー等にアンケートを実施することで外国人目線での評価・検証を行う。合わせてインフルエンサー等が辿ったルートをモデルコースとして純広告により情報発信を行う。

企画提案にあたっては、「説明書（2. 提案書の作成）」のとおり行った上で、一及び二の「2. 企画提案内容」に掲げる業務の内容について、特に留意して具体的な提案を行うこと。

また、コロナ禍の安全・安心に関する掲載については、下記動画 URL の内容に沿った提案を行うこと。

(JNTO 動画 URL: <https://youtube.com/watch?v=G1HyDxchI8g&feature=share>)

一 インフルエンサー等招請事業（事業規模：17,000 千円程度）

対象市場に影響力のあるインフルエンサー等を招請し、先進的な技術を活用したコンテンツや宿泊施設において、安全・安心な受入環境の体験を中心としたターゲット層向け招請事業を実施し、被招請者が自己の体験を SNS に投稿・発信することで、対象市場における外国人フォロワー等の意見を得、被招請者にアンケートを実施し、外国人目線での評価・検証を行う。

1. 業務の内容

(1) 実施時期及び回数

- | | | |
|-----------------|----------------|------------|
| ①日光街道 | 令和4年9月～令和5年1月頃 | 1回（3泊4日以上） |
| ②川越街道・甲州街道・青梅街道 | 令和4年9月～令和5年1月頃 | 1回（3泊4日以上） |
| ③甲州街道・東海道・下田街道 | 令和4年9月～令和5年1月頃 | 1回（3泊4日以上） |
| ④東海道 | 令和4年9月～令和5年1月頃 | 1回（3泊4日以上） |

(2) 対象市場、ターゲット層及び被招請者

エリア名	対象市場	ターゲット層	被招請者
① 日光街道 (日光会津エリア)	英国、米国、豪州	富裕層	在日駐在員のインバウンド向け旅行会社エージェントや受入ランドオペレーター(英国人、米国人、豪州人) 合計3名以上
②川越街道・甲州街道・青梅街道(東京近郊エリア)	欧米豪(英語圏、フランス語圏) アジア(中国語圏(簡体字)、韓国語圏)	FIT層	在日英語圏の人、フランス人、中国人、韓国人インフルエンサー 合計4名以上 ※欧米豪、アジア圏のバランスを考慮すること。
③甲州街道・東海道・下田街道(富士山エリア)	米国	FIT層	在日米国人インフルエンサー 2名以上
④東海道 (南関東エリア)	台湾、米国	FIT層	在日台湾人、米国人インフルエンサー 合計3名以上

※被招請者は、他のエリアとの重複可。

(3) 招請・取材コースに関わる取材調整、手配、運用

- (ア) 選定にあたっては、「別紙1：ルート詳細」を参考とすること。
- (イ) カメラマンその他撮影に係るスタッフ、通訳、現地ガイドなどが必要な場合は手配すること。なお、通訳を手配する場合は、被招請者の日常的に使用する言語及び日本語が堪能であり、日本観光・招請エリアの観光知識を有し、説明内容を的確に理解し、確実に受け答えできる者とする。
- (ウ) 上記(イ)において、当該者の移動、宿泊、食事、観光入場・体験等の手配を被招請者への手配と併せて行うこと。
- (エ) 施設の入場料等において減免が可能な場合は、施設に依頼・申請すること。
- (オ) ターゲット層の移動手段をできるだけ考慮し、宿泊先、取材先、交通事情等を勘察し、鉄道や貸切バス等を組み合わせて、円滑な移動が出来るように手配・調整すること。
- (カ) 被招請者の状況に応じて、招請対応中にも情報発信が可能となるよう、必要な通信機器を手配すること。なお、通信料は本事業に含まれるものとする。
- (キ) ツアー中及び終了後、被招請者に対して各観光資源、先進的な技術を活用したコンテンツに関するアンケートを実施すること。アンケート実施後、速やかに回収・集計・分析及び日本語への翻訳を行い、その作業状況を当局に適宜、報告すること。また、集計・分析結果について、効果測定書(様式任意)を作成すること。なお、アンケートの内容については、当局と協議の上、決定すること。
- (ク) 一つ一つの取材先において十分な取材時間(インタビューなどを含む)を確保し、拙速な行程としないこと。
- (ケ) 招請コース及び招請時期については、受注者決定後に当局と協議の上、最終決定すること。

(4) ツアーに関する SNS 投稿

- (ア) 投稿は、ツアー前（予告）、ツアー中、ツアー後とし、ツアー前はインフルエンサー等 1 名につき 1 回、ツアー中はインフルエンサー等 1 名につき 1 日 1 回の投稿を最低ラインとする。また、ツアー後の投稿本数は最低 1 回以上とし、ツアー中の各観光資源、先進的な技術を活用したコンテンツはすべて紹介すること。
 - (イ) 投稿先の SNS は、対象市場で広く一般に利用されているもの（Facebook、Instagram、YouTube、微博（ウェイボー）、抖音（Douyin）等）とし、複数とすること。
 - (ウ) 投稿にあたっては、次の点に留意すること。また、招請実施後に当局及び連携先の確認を得ること。
 - a. 投稿内容に掲載する観光資源等は、一部のエリアに偏ることがないこと。
 - b. 単なる情報発信ではなく、予約サイト・観光サイトの URL 等を掲載するなど、当該エリアへの実際の誘客に繋がるような工夫をすること。
 - (エ) ツアー後については、概ね一週間以内に SNS への投稿を完了すること。
 - (オ) 本事業により撮影し投稿された写真及び動画を、関東運輸局及び協力自治体等が 2 次利用できるよう、被招請者と調整し、成果物として写真の画像及び動画データを提出すること。
 - (カ) 成果物として、各回の投稿がなされた後すみやかに日本語に翻訳し、文章で提出すること。翻訳文章は、電子データ（Word）で提出すること。
- (5) 実施後、事業全体の実施状況、SNS のリーチ数、アクセス情報、アンケート集計などについて把握し、検証を行い、事業実施報告書・効果測定書に記載すること。
- (6) ツアー催行にあたっては、新型コロナウイルス感染症の感染防止のため、マスク着用・手指消毒・ソーシャルディスタンス・屋内での換気・検温の実施等、必要な対策を講じること。

2. 企画提案内容

(1) 被招請者

本事業の目的、対象市場、ターゲット層などを十分に考慮した上で、招請するインフルエンサー等を理由及び実績（観光への精通度、フォロワー数・閲覧者数など）とともにエリアごとに提案すること。

(2) 招請コース

招請コースを理由及びコンセプトとともに提案すること。また、本事業における先進的な技術（例：オンラインコミュニケーションツール、メタバース）を活用したツアーとすること。

(3) 企画・制作及び投稿

- (ア) 情報発信に関わる以下の内容について理由とともに提案すること。
 - a. ツアー前、ツアー中、ツアー後の投稿
媒体の接触者が協力自治体等の交通手段などを活用し、当該エリアへ旅行するように誘導する仕組み（投稿方法等）を提案すること。
 - b. 全体スケジュール（事業関係者（被招請者、ツアー会社、当局）との企画調整、SNS 投稿、アンケートを含む効果測定・検証までの一連）
- (イ) SNS のリーチ数（媒体接触者数）について目標値を提示すること（IV. 一. 1. (2). ①日光街道を除く。）。なお、リーチ数は、1 エリアにつき合計 200,000 を最低ライ

ンと想定している。

- (4) 上記に加えて、事業目的を達成するため、より効果を上げる企画があれば提案すること。
- (5) 新型コロナウイルス感染症の感染拡大による移動制限等の状況に鑑み、上記における提案に代えて、事業の目的を達成するためにより効果的な手法がある場合には、理由とともにその手法を提案すること。

二 純広告事業（事業規模：3,500千円程度）

「一 インフルエンサー等招請事業」にて取り上げた招請・取材コースを基に、各観光資源や先進的な技術を活用したコンテンツの情報をオフライン広告およびWebメディアに記事を掲載するオンライン広告によって、効果的な情報発信を行う（IV. 一. 1. (2). ①日光街道のみ。）。

1. 業務の内容

(1) 広告ターゲット

「IV. 一. 1. (2). ①日光街道」に記載した対象市場及びターゲットとする。
なお、詳細については、受注者決定後に当局と協議の上、最終決定すること。

(2) 広告媒体・広告数

ターゲットに効果的に訴求できるオフライン広告数およびオンライン広告数とすること。

(3) 発行・配信内容の校正

当局による校正の機会を2回以上設けることとし、英文に対する日本語訳を校正用に記載するとともに、原稿は電子データ（Word形式またはPowerPoint形式及びPDF形式）により提出すること。

(4) 発行・配信時期

「一 インフルエンサー等招請事業」の進捗と調整を図ること。時期については、受注者決定後に当局と協議の上、最終決定すること。

(5) オフライン広告については発行部数、オンライン広告については、広告配信に関わるアクセス解析を実施し、数値等を把握すること（ユニークユーザー数等）。また、アクセス解析の結果及び広告のPR効果について、毎月1回程度、当局に報告すること。また、必要に応じその結果に対する改善策を実施すること。

(6) 純広告に関わる経費については、受注者決定後に当局と協議した上で、対象市場ごとの配分を決定すること。

(7) 事業実施後、事業全体の実施状況、オフライン広告の発行部数、オンライン広告のアクセス解析に関わる分析・検証を行い、事業実施報告書・効果測定書に記載すること。

(8) 記事掲載にあたっては、ステルスマーケティング対策を行うこと。

(9) 記事掲載後、記事に掲載した事実に変化が生じたときは、記事内容の修正ができるよう、必要な調整を行うこと。

(10) 「Japan. Endless Discovery.」のロゴ、キャッチフレーズ等を掲載すること。なお、ロゴのデータは、当局が業務実施時にAdobe Illustratorファイルで提供する。

2. 企画提案内容

(1) 目標値（エリア毎）

(ア) オフライン広告事業の目標値として、以下の項目について提示すること。

a. 広告の掲載部数

なお、広告媒体 合計 3,000 部を最低ラインとしている。

b. 広告のページ数

なお、1 媒体 2 ページを最低ラインとしている。

(イ) オンライン広告事業の目標値として、以下の項目について提示すること。

a. ユニークユーザー数

なお、広告媒体 合計 10,000 UU を最低ラインとしている。

(2) 上記(1)の各目標値を達成するため、対象市場及びターゲット層に向けて効果的なオフライン広告およびオンライン広告を具体的な媒体名及び掲載イメージ、掲載時期を理由とともに提案すること。

(3) 上記に加えて、事業目的を達成するため、より効果を上げる企画があれば提案すること。

V. その他留意事項

1. 本業務の進捗に滞りが生じないように、運営、管理、庶務を行うこと。
2. 写真や画面の保存等の方法を用いて業務の実施状況を記録すること。
3. 本業務は当局と十分に協議を行いながら進めることとし、作業内容及び仕様書の内容に疑義が生じたときには、その都度当局と協議の上、その指示に従い作業を進めること。また、仕様書に定めのない事項についても同様とする。
4. 当局と連絡調整等を常態的に行えるよう、優れた経験及び能力を有する者であって、本業務の遂行に適当な者を予定担当者として明確にすること。
5. 業務状況の定期的な報告に加え、当局は契約期間中いつでもその進捗状況の報告を求めることができる。この場合において、報告書の作成による方法を含むものとする。
6. 本業務に使用する映像、画像、写真、その他の資料等について、第三者が権利を有するものを使用する場合、又は第三者との関係において権利関係に疑義が生じた場合、著作権その他知的財産権に関する手続き、使用権料等に係る権利処理は、受注者の負担と責任で行うこと。
7. 本業務に使用する映像、画像、写真、その他の資料等について、第三者による無断転載、アフィリエイト又はこれらに類する行為を禁止する措置を講じること。
8. 成果物（納品成果物の他、原則として、User Generated Contents (UGC) を除き、本業務の過程において生じた制作物等も含む。以下同じ。）に係る全ての著作権は、本業務の完了をもって、当局に帰属する。
9. 当局に帰属した成果物について、当局は、第三者に権利が留保されるものを除き、受注者その他の関係者の許可なく無償で変形・加工等を行い、使用することができる。
10. 果物に係る著作権者人格権について、受注者は将来にわたり行使しないこと。また、受注者は成果物の制作等に関与した全ての者について著作権を主張させず、その著作権者人格権についても行使させないこと。
11. 成果物が契約の内容に適合しない場合、受注者において修正等の必要な措置を講じること。
12. 成果物の作成等においては、グリーン購入法の判断の基準等に基づき、環境負荷の低減に配慮すること。

13. 成果物の納品にあたっては、事前に監督職員の承認を得ること。
14. EU 一般データ保護規則 (GDPR) が適用される域内において実施する業務については、GDPR を遵守し、適法に行うこと。
15. 本業務において特定の個人・団体を招請する場合、招請対象者を必要に応じて損害保険に加入させる等、受注者の責任において、安全を担保し、有事の際の補償が行われるよう手配すること。
16. 本業務で取り扱うこととなる個人情報の管理は適正に実施すること。また、当局の承認なく、本業務上知ることのできた秘密を漏らしてはならず、その他の目的に使用してはならない。本業務に従事する者でなくなった後においても、同様とする。
17. 「説明書」に基づき提出した情報取扱者名簿及び情報管理体制図における履行体制を確保すること。記載した情報に変更がある場合、「説明書」の記載に基づき必要な手続きを行うこと。
18. 本業務における緊急時の連絡体制を構築し、必要に応じて情報を共有すること。
19. 業種別に策定されている新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドラインを遵守すること。
20. 緊急事態措置を実施すべき区域及びまん延防止等重点措置を実施すべき区域においては、各種会議、打ち合わせ等は、極力 Web 会議システムを活用し、対面で行うものは真に必要なものに限定するとともに、実施する場合も最低限の人数・時間で行うよう配慮すること。
21. 本業務の遂行にあつては、必要に応じて各国政府の観光セクターにおける情報発信にも注視し、踏まえて新型コロナウイルス感染症への配慮を行うものとする。
22. 新型コロナウイルス感染症に伴う対応は、当局から適宜要望できるものとし、受注者は可能な限り、その要望に対応するものとする。
23. 本業務の遂行にあつては、当局の求めに応じ、可能な限り他の観光施策と相乗効果が得られるよう努めるものとする。
24. 上記の規定は、受注者が本業務の一部を第三者に委託する場合、当該第三者においても適用する。この場合、受注者は自己の負担と責任で当該第三者との間で必要な調整を行うこと。

VI. 納品成果物

一 効果測定等の実施

1. 各個別事業における目標値の達成状況、効果測定・検証を行うこと。
2. 事業実施後における効果測定及び今後の課題分析を行うこと。
(事業実施後における掲載記事等の広告換算額算定等を含む。また、SNS を活用した情報発信については、オンラインやブログ記事等のページビュー、コメント数などの測定等も含む。)

二 成果物の作成

1. 提出物

- (1) 本事業実施報告書、効果測定書及び事業概要資料 (電子媒体)

関東運輸局 1部、連携先 23部、合計 24部

※報告書等の電子データを CD 又は DVD に格納し、Microsoft Word2013、Microsoft Excel2013、Power Point2013 において編集可能ないずれかのファイル形式及び PDF 形式の両方で保存するものとする。

※事業概要資料は A4 判カラー 1 枚で出力できるように編集すること。

※CD 等はグリーン購入法の判断の基準等に基づき環境負荷の低減に配慮すること。

- (2) 次のとおり成果物を提出すること。(CD または DVD に格納するものとする。)

- (ア) 本事業により撮影し、SNS 投稿や純広告に使用した写真の画像及び動画データ
※取材をした施設が投稿された場合は、該当施設あてに投稿情報を提供すること。
- (イ) 本事業で投稿及び制作した確定した記事及び内容を日本語に翻訳した記事の電子データ (Microsoft Word 2013 において編集可能なデータとすること。)
- (3) IV. 二「純広告事業」で作成されたオフライン広告が掲載された現地旅行専門誌等
当局及び連携先 合計 12 部

三 提出期限

令和 5 年 (2023 年) 3 月 17 日 (金)

四 提出先

関東運輸局観光部国際観光課 (神奈川県横浜市中区北仲通 5 - 5 7 横浜第 2 合同庁舎)
及び協力自治体等が指定する場所

エリア名	協力自治体等	主な先進的技術	連携先の参考スポット	被招請者及び人数
① 日光街道 (日光会津エリア)	台東区 日光・会津観光軸 活性化推進検討会 (栃木県日光市、 福島県南会津町、 下郷町、 会津若松市、 南会津町観光物産 協会、 下郷町観光協会、 (一財)会津若松 観光ビューロー、 東武鉄道(株)、 野岩鉄道(株)、 会津鉄道(株)、 東武ステーション サービス(株)ツー リストセンター、 (株)みなみあい づ、 塩原温泉観光協 会、 芦ノ牧温泉観光協 会、 NPO日本水陸両用車 協会)	【変なホテル浅草 田原町】 ・宿泊施設のスマ ートチェックイン サービス 【会津若松市、下 郷町、南会津町エ リア】 ・音声ARによる観 光案内 【東武鉄道】 ・MaaSアプリ 「NIKKO MaaS」 【会津地域】 ・MaaSアプリ 「Samurai MaaS」	上野恩賜公園 浅草寺 日光国立公園 尾瀬国立公園 天寧寺：近藤勇 の墓 (ARスポッ ト) 芦ノ牧温泉 (AR スポット) 大内宿 史跡若松城址・ 鶴ヶ城 みなみあいづ森 と木の情報・活 動ステーション 「きとね」 たかつえスキー 場 龍王峡 ゆったり会津東武 フリーパス 特急リバティ 特急スペーシア	在日駐在員の インバウンド 向け旅行会社 エージェント または受入ラ ンドオペレー ター (英国人、米 国人、豪州人 合計3名以 上)
② 川越街道・ 甲州街道・ 青梅街道 (東京近郊エ リア)	(公財)東京観光財 団、 埼玉県、 甲州市観光協会	【京王電鉄】 ・「TAMa-Go」 【秩父地域おもて なし観光公社】 ・「ちちぶ乾杯共 和国パスポート」 【秩父鉄道】 ・「EMot」 【甲州市】 ・「エアタグ」	日本橋 高尾山 小江戸川越 秩父札所巡礼 長瀬川下り 勝沼ぶどうの丘	在日英語圏の 人・フランス 人・中国人・ 韓国人 インフルエン サー (合計4 名以上)
③ 甲州街道・ 東海道・下 田街道	富士箱根伊豆国際 観光テーマ地区推 進協議会	【小田急電鉄】 ・デジタルチケッ トサービス「EMot	富士山 東海道新幹線 箱根フリーパス	在日米国人イ ンフルエンサー

<p>(富士山エリア)</p>	<p>(神奈川県、山梨県、静岡県、小田急電鉄(株)、東海旅客鉄道(株))</p>	<p>オンラインチケット」 【JR東海】 ・QRコード乗車「スマートEX」 【山梨県】 ・「やまなし観光MaaS」(R4.11実施予定)</p>		<p>(2名以上)</p>
<p>④ 東海道 (南関東エリア)</p>	<p>神奈川県、大田区、小田急電鉄(株)、京浜急行電鉄(株)、東急(株)、横浜高速鉄道(株)</p>	<p>【小田急電鉄】 ・デジタルチケットサービス「EMotオンラインチケット」 【京浜急行】 ・MaaS「三浦COCOON」 【変なホテル東京羽田】 ・ロボットの受付や、客室内に設置されたクリーニングクローゼット 【羽田イノベーションシティ内「羽田出島 DEJIMA by 1→10」】 ・プロジェクションマッピングを活用したデジタル演出が行われている施設</p>	<p>羽田空港 大田市場 みなとみらい 三崎港 江の島</p>	<p>在日台湾人・米国人インフルエンサー (合計3名以上)</p>

富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会

本協議会は、神奈川県、山梨県及び静岡県の行政機関、民間事業者が連携して富士箱根伊豆地域及びその周辺地域における国際観光の一体的な振興を図り、もって外国人観光客の一層の誘致を行うことを目的としている。

本事業において3県の訴求をする場合は、本協議会のテーマ地区を構成する下表に掲げる市町村の観光資源を提案されるよう留意されたい。

区 分	地 方 公 共 団 体 名
県	神奈川県、山梨県、静岡県
市町村	<p>(神奈川県) 横浜市、川崎市、横須賀市、鎌倉市、藤沢市、小田原市、三浦市、伊勢原市、箱根町、湯河原町</p> <p>(山梨県) 甲府市、富士吉田市、山梨市、北杜市、笛吹市、甲州市、忍野村、山中湖村、鳴沢村、富士河口湖町</p> <p>(静岡県) 沼津市、熱海市、三島市、富士宮市、伊東市、御殿場市、富士市、下田市、裾野市、伊豆市、伊豆の国市、東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、西伊豆町、小山町</p>