

船客万来！築港(OSAKA CHIKKO)を世界を代表する国際集客観光拠点へ！！～クルーズ客船母港化構想～

開発コンセプト

世界的な創造都市に向けて
グレートリセット

大阪の再生
～都市魅力創造～

『大大阪』にふさわしい
都市魅力創造のシン
ボルプロジェクト

新しい時代の流れ
リ・ジェネレーション

クルーズ市場の成長
～新たな需要の取り込み～

・成長著しい観光産業
・大阪への寄港ニーズ
・大きな経済効果

MISSION

CHANCE

築港の国際的な集客観光拠点化
世界に冠たる築港ブランドの確立をめざす

JOYFULL PORT CHIKKO

集客観光拠点化戦略

戦略1:クルーズ客船母港化構想

経済波及効果が高く、観光都市として世界への発信力の強化にも資するクルーズ客船の母港化(拠点港化)

戦略2:インナーハーバーの再生強化プログラム

民間活力の導入による魅力的な集客観光拠点の創出
・天保山ハーバービレッジ
・旧サントリーミュージアム(天保山)
・中央突堤2号上屋再開発(ピアCプロジェクト)
・赤レンガ倉庫

築港エリアマネジメント推進組織(案)

・築港の世界へのプロモーション
・文化・集客イベントの開催等

コアメンバー

・府市観光部局、港湾局
・区役所
・集客施設事業者
(海遊館他)等

必要に応じて参加
・地元NPO
・地域活動団体他

築港の強み

・豊富な歴史・文化・景観資源
・大規模集客施設を核とした
多様な観光資源

・関西の海の玄関口
・日本随一の客船岸壁
・地元のホスピタリティ
・都心へ水上アクセス可能

築港の目指す将来像

クルーズ客船の母港化による内外集客力強化に新たな
ウォーターフロントのまちづくりに挑戦し、世界にアピール
できる集客観光拠点をめざす



クルーズ客船母港化構想

クルーズ客船が定常的に発着



インナーハーバーの再生強化プログラム

魅力的な拠点施設の創出



赤レンガ倉庫活用イメージ

具体化方策

CHIKKO 世界へ開かれた大阪・関西の海の玄関口に

クルーズ客船の母港化

★スムーズな入出国体制の確立
・スピーディーなバゲージの受渡施設
・迅速な手続きが可能なCIQ施設
の設置等

★競争力のある港湾施設使用料

★外国人観光客がストレスなく
行動(移動)できる環境づくり
・観光案内・買物・両替等の
インフォメーションの充実
・案内誘導サインのデザイン統一
多言語表記化

H24年度 大阪港クルーズ客船
母港化研究会

★既存旅客ターミナルの全面改修
又は建て替え
★他港より競争力のある
インセンティブの導入
(入港料、岸壁使用料の減免等)
※ H26年6月 導入済み

H24年度 官民による「大阪港
クルーズ客船誘致推進会議」立
ち上げ

★クルーズ船社へのトップセールス

CHIKKO 内外の観光客でにぎわう港まちに

天保山ハーバービレッジ一帯

・イベントの定常化による新たな
賑わいの創出
・ペロタクシー(自転車タクシー)の
運行によるエリア内回遊性の
向上等

海遊館への一体貸付

平成25年4月に人工地盤等の市所有施設を
海遊館に一体貸付し、民間のノウハウを活用
したサービス向上。

大阪文化館・天保山(旧サント リーミュージアム)

・海遊館と集客観光面で相乗
効果の期待できる施設利用へ
転換

民間活力導入による集客力の強化

事業者を公募し、平成24年11月にオリックス
不動産㈱に決定。平成25年4月から大阪文化
館・天保山として再オープン。

中央突堤2号上屋

・美しい夕陽を感じるロケーショ
ンを活かし、周辺の緑地・岸壁
と連携した集客・交流拠点へ
転換

民間の企画力を活用した施設へ再生

事業者を公募し、平成27年3月に㈱デカンショ
パワーに決定。今後、高級中古車販売等を核
とし、大阪港を一望できるレストラン・カフェを併
設した築港の新たなランドマークとしてオープ
ン予定。

CHIKKO 風情感じる港まちに / 楽しさあふれる港まちに

赤レンガ倉庫

・歴史ある港風情を活かした
集客拠点の創出

民間への売却・賃貸による再生利用

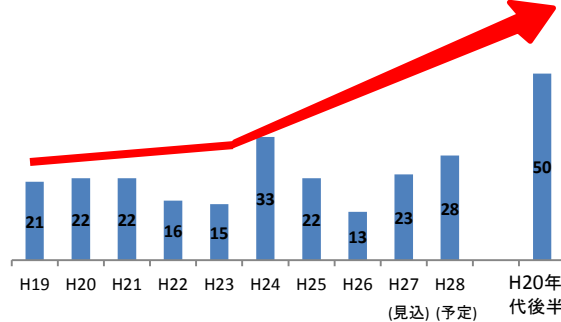
事業者を公募し、平成25年12月に㈱クイン
オートに決定。平成27年6月に、レストラン・カ
フェを併設したクラシックカーミュージアムとして
オープン。

クルーズ客船の現状・効果

アジアにおいて成長著しい観光産業

大阪への寄港ニーズの増加

大阪港でのクルーズ客船入港数の実績と見通し



欧米の主要クルーズ船社が相次いで東アジアに進出
日本においても母港(拠点港)化の検討を進めている

+

クルーズ客船母港化(拠点港)の効果

①経済波及効果

寄港地である場合の約10倍の経済効果

経済効果:年間約207億円

税 収:年間約 25億円

※大阪港を母港とし乗船客2500人のクルーズ客船が
1回/週航海したケースを試算

また、母港となると入港回数の増加が見込まれる

②観光都市としての世界への発信力の強化

- ・大阪の世界プロモーションの旗印、都市ブランドの向上
(大阪から世界へクルーズ客船が就航しているという魅力)
- ・シビックプライドの醸成

築港でのクルーズ客船の母港化に向けて、寄港ニ
ーズの増加と海外船社の母港化検討のタイミングを捉
えるチャンス

クルーズシップターミナルプロジェクト イメージ(天保山)



ピアCプロジェクトイメージ (ウォーターフロントのにぎわい創出)



主要事業スケジュール(案)

