

探訪 新ライフスタイル

社会構造や産業構造の転換は、新型コロナウイルス禍のような社会を揺るがす出来事をきっかけに動き出す。毎年定点観測を続けているスペイン北部バスク州の人口40万人の都市ビルバオは、産業革命を経て鉄鋼業、造船業の工業都市として発展を続けたが、1980年代に衰退が進み、追

ライフスタイル

工業都市スペイン・ビルバオの復活劇



ビルバオ再生の牽引力となったグッゲンハイム美術館

美術館けん引、アートの街に

打ちをかけるように83年に境からの復活に向けてアー大洪水に襲われた。街は壊トによるクリエイティブ都滅的な被害を受けたが、逆市へと大転換を図った。

まずは工場排水で汚染さ徳円以上の経済効果を生た。今ではミシュラン星獲得レストランは8店を数え、その一つは美術館内のレストランで、街には食巡りを楽しむ光景が広がる。

ビルバオのような「アーバンデザインによるハード・ソフト整備」「食とアートがもたらす豊かなライフスタイル」。この2つがセットの「観光創造都市」をポストコロナ時代の日本の基幹プロジェクトとして取り組めないものだろうか。日本の観光産業は25兆円の市場と460万人の雇用を生み出しているが、ポストコロナには観光目的も価値観が変わり、行動変容が起きていく。インバウンド戦略に不可欠なのは、世界に冠たる日本文化を代表する美術館の整備だ。世界に

建設、LRT(次世代型路面電車)や自転車専用道、市民がくつろげる公園や広場、美術館や図書館建設など、快適な都市づくりを推し進めた。その目玉となったのが「グッゲンハイム美術館」の建設であった。

97年、造船所跡地に建築家フランク・ゲーリー氏設計による曲線のチタニウムでつくられたグッゲンハイム美術館が開館した。総工費140億円をかけたが、

でも街を活性化させる良いスパイラルを生んでいる」と語った。

来館者減という厳しい現実がある一方、グッゲンハイムの他にもパリのオルセー、ルーブル、マドリッドのプラド、ニューヨークのメトロポリタンのように超一流の美術館には、世界中から人が訪れる大きな引力がある。文化力を高めた都市には人々が集い、消費が促進され、魅力的なライフスタイルがつけられる。未知なる未来のために、カルチャーと地域経済と生活文化が好循環する観光創造都市づくりを期待したい。

今では年間100万人超の入館者により、毎年100

ルメに魅了され、何度も訪れたくなる都市になった。この美術館の整備だ。世界に