

3. 紹介「海外に学ぶ」：芸術ハコモノでイメージ転換再生 ス페인・ビルバオ その2

(Japa 理事 小畑きいち:青山学院大学元客員教授)

ビルバオ・グッゲンハイム美術館は高い評判を得て、ビルバオ市の再開発計画のシンボルと見られるようになったが、ビルバオ市中心街を主とした再開発は、衰退地域の再生、人の移動を快適にする公共交通網整備、産業基盤整備、住居環境整備、公共・文化整備などを含むビルバオ都市圏の大規模で総合的な地域振興整備計画とされた。

ビルバオの発展は、鉄鋼業とネルビオン川の水運の賜物とされていた。その鉄鋼業が衰退し、さらに災禍として、1983年にネルビオン川による大洪水災害が街を襲った。河川に面した区域の被災が甚大で復興に巨額財源が必要な状況に直面した。ビルバオは産業衰退と災害の二重苦に直面し、後には引けない大決断を迫られ、都市の復興・再生による街づくりの方向転換が急務となり回避できない状態となった。1987年に災害復旧のための都市復興計画案を本格的に検討した。

防災・減災の街づくりに必要とされる空間スペースを考慮した余裕のある街の大改造に合わせて、川沿いのクルマによる交通渋滞と環境汚染問題の解消のために、都市公共交通整備として、LRTと地下鉄による市内を快適に一巡できる公共交通網整備、またネルビン川により分断され旧市街と新市街との両河岸間のスムーズな移動のために橋が少なく移動のあい路となっていた交通路としての橋の増設の整備案など、大規模な都市改造案となった。

計画実施のためには多大なコストが掛かる。そこでビルバオ市・県・州は一部財務計画を PFI・PPP(Private Finance Initiative 公共事業・資金の民間主導、Public-Private Partnership 公民連携)を導入し、民間資金と経験の活用実施することを決定した。

再生計画は短期、長期計画を組み合わせ 1990年代から数十年案とした。交通基盤、公共施設機能、用途別区画などを基本理念とする構想から、旧港湾、市内公共交通網、架橋・道路網、複合公共施設、空港、テクノパークなどの都市インフラ整備を取り組む総合的なものとした。注目の1997年フランク・ゲーリーが設計したグッゲンハイム美術館以外にも、このような構想に基づき市街の改造が進められた。

かつて、河岸の工業地域であったアバンドイバラ地区を中心に 1990年代以降に順次再開発がなされ、ネルビオン川沿いを中心に再開発が実施された。ビルバオの都市再生には、多くの著名な建築家によるユニークな作品が続々と建設され、市街景観を一新した。その主要なものとして 1995年「地下鉄メトロ駅」(ノーマン・フォスター設計)、1997年「ビズビリ橋」(サンティアゴ・カラトバ設計)、国際会議場協会によって 2003年に「世界最高の会議場」に選ばれた 1999年竣工の「エウスカルドゥナ国際会議場・コンサートホール」(フェデリコ・ソリアーノ、ドロレス・パラシオス設計)、2000年「ビルバオ空港旅客ターミナルビル」(サンティアゴ・カラトバ設計)、2004年



現アバンドイバラ地区

スビアルテ・ショッピングセンター(ロバート・スターン設計)、2008年「イソザキアテア」(磯崎新設計)、2012年イベルドローラ・タワー(シーザーペリ設計)等々。



奇抜な地下鉄出入口 2003年「世界最高の会議場」に選ばれたエウスカルドゥナ(国際会議場) ビルバオ市内トラム ビルバオ空港ターミナル

世界の一流建築家によって街の再生を行い、現代建築物の見本市の様相を呈し、一般観光客以外にも、都市デザイン関係、建築関係者などにも注目され人気を博し来訪者が増加している。

地元の強い要望の産業振興についても、市外のビルバオ空港周辺にテクノパークを建設し、バイオ、電子機器、IT、通信、運輸、宇宙産業などの誘致を推進している。このような振興再生計画は、ハード中心の都市再生であったが大きな成功を収めた。



ビズカヤ(Zamudio)テクノパーク

このアプローチは文化活動を中心とするソフト指向のフランス・ナント市の都市再生と対極をなす。このような再生計画により、ビルバオは、来訪者増と新産業創出による経済効果に加え、「住民が、街に対する誇りを回復したことが大きい」とも指摘される。

ビルバオは2014年にUNESCOに食文化も含めた「デザイン都市」として認定された。増加した観光客を含む来訪者などが市街回遊の楽しみを一層増すために、街回遊のための遊歩環境整備と食べ歩き環境として、ビルバオはバスク地方の特徴を活かし「美食体験、バスクの個性、アイデンティティ、多様性」という統一スローガンを掲げて、バスク地域の特有の産品を他地域の産品と区別するための「EUSKOLABEL」認証マークの制度の策定など設定した。バスクの食文化とその産品のブランディングを図って、美食の街として周辺のサンセバスチャンなどと「文化・アイデンティティ・海岸・自然・美食を統合したユニークな観光地を目指す」として観光キャンペーンを行い、バスク独自の地域食材を活用した食文化をPRすることで、スローフード・ビズカヤ運動を発信し、ビルバオ市を食文化都市としてブランド発信し、観光客の誘致にも力を入れている。

[参考・出所]

- (1) <http://www.bilbao.eus/>
- (2) <https://www.designcities.net/city/bilbao/>
- (3) “バスク地方の歴史”明石書店 モンテロ, マヌエル(萩尾生訳)2018
- (4) “欧州の CreativeCity のチャレンジ”ニッセイ基礎研究所 吉本光宏 2004
- (5) “Insight Guides Pocket Bilbao” Insight Guides 2020