



チッタエンタテイメント  
代表取締役社長  
ボルピチェリ孝子氏

【ミッション】

1. エンタテイメント文化を通して、都市に新鮮な感動と活気を提供する
2. コンセプト: 「エンタテイメント&カルチャー」「イタリア」「ロマンス」

さらに「経営を継承することをあれほど嫌がっていたのに、知らないうちに、祖父が目指していたものと同じことを始めていたことに驚いた」とも。

チッタグループのミッションステートメントは「我々の使命は、エンタテイメントと文化を通して、都市に新鮮な感動と活気を与えます」であり、それを遂行し常に時代の先を行くエンタテイメントライフの提供を目指すためにチッタマインド（行動指針）が存在している。それは、「CITTA」のスペルにあてはめ

具体的には、「Be Creative（自己の感性を磨き独創的なアイデアを持つ）」「Be Innovative（常に現状に満足せず革新的であれ）」

「Be Thankful（人に対し常に感謝の気持ちを持たずには接せよ）」

「Be Thoughtful（思慮深く考察し物事の本質を見極めよ）」

「Be Action（頭で考えるだけでなく実践する実行力を身に付けよ）」の五つ。

商業施設を運営し成功させるには、独自のブランド構築が必要である。ブランドは、ほかのだからにつくってもらうのではなく、同じ志を持った社員の力でつくり上げていくものだ。客観的に見れば、会社の細部には八〇年という歴史からくる「古い体質」もないわけではない。だが、社員一人ひとりの適性を踏まうえで、それらを払しょくしミッションを実践するために、経営陣は邁進する。

### 赤木の目線

首都圏の都市地図が大きく変わるようになっていく。もともと、チッタではエンタテイメントの中心に映画が存在した。人が集まるからシネコンをつくったわけではない。映画の街からエンタテイメントの街へと演出するためにアートなレストランなどが数多く軒を連ねる。第2期オープンが今年秋、第3期オープンが数年後に計画されている。いまだ見えない全貌ではあるが、F1層（20~30代女性）からターゲットを広げ、老人から子供連れが自然に集まれる場に「ヒルタウン一丘の上の街」は形を変えていく。情報発信の場として「街」のあり方を提案していくことがチッタの役割であり他社との差別化要因である。



1985年生。短大卒業後、広告代理店入社。経営コンサルタント会社を経て2000年4月クラーク・フューチャー代表就任。「サービス&クオリティ」「キャリア」コンサルタントとして活動。

チッタエンタテイメントのホームページ。アドレスは、<http://lacittadella.co.jp>



にわか仕込みではない。八〇年間貫く創業者の精神

広範なチッタの事業は、昨今の開発事業の波の中で計画されたものではない。時をさかのぼること八〇年、現社長、ボルピチェリ孝子（こうこ）氏の祖父は、「人々のためになり人々に楽しみを与えられる町を育てたい」という時代の声に応えるために、映画館を建設し映写技師養成学校を創設するなどの事業を展開していった。

途中、関東大震災や戦争にも見舞われたが、「男性版スカールレット・オハラのような祖父」は、チャレンジを続ける。

戦後は、都内に点在していた映画館をほとんど売り、川崎で結婚式場、遊園地、映画館、レストランがある総合的な街づくりを計画していった。

戦後間もなく、この発想を実現させていくだけでも偉業といえる。その後、現社長の母親が経営を受け継ぎ、現社長も副社長に就任した。その最初の仕事は、日本初のシネマ・コンプレックス「チネ

## こだわりのミッション経営

ヒューマン&サービスオリティコーディネーター  
クラーク・フューチャー代表 赤木美香

社員が実感できないことは、お客様に伝わらないから……

最終回 チッタエンタテイメント

チッタ」の事業（完成は八七年）であった。

八八年には大型ライブホールの先駆け「クラブチッタ」、二〇〇二年には、「ラ・チッタデッラ」をオープンさせた。このイタリア語の意味をたどると「ヒルタウン一丘の上の街」。中世の時代、イタリアのトスカナ、ウンブリア地方周辺では、街は丘の上につくられ、その周囲は城壁で囲まれていた。映画館、ライブハウス、丘

の上の教会、ショー噴水、ショッピング、レストランなど。チッタは人が集まるコミュニティ空間。ウンブリアの情景を再現させた。どうしても「イタリア」を感じる事業展開の理由

六本木、汐留、品川、舞浜、お台場……、都心型や郊外型の開発事業は留まることを知らずに立ち上げられる。イタリアンレストランも増えた。ただ、「徹底してイ

タリアにこだわっているのはチッタだけ」と私には思えなければならない。なぜイタリアなのか？

社長に問うと、「純粋にイタリアが好き」という答え。

一五歳でイタリアを初めて訪れて魅せられ、駐日イタリア大使のご主人と結婚しイタリア式人生の楽しみ方も教わってきた。

歴史とモダンが融合する美しさ、歴史が現代に活かされている風景、研ぎ澄まされた芸術的な感性などたくさん魅力がある。そして、イタリア人は貧富の差なくすべての人が人生（恋愛、食事、スポーツ、仕事など）を精いっぱい楽しむマインドを持っている。

イタリアの魅力とチッタの事業が共振する。

社長のボルピチェリ氏は、「施設を通して多くの皆さんにポジティブなマインドを感じてもらいたい。そして、映画というエンタテイメントを中心にイタリア的な楽しみを体験できる街を創り、前向きに人生を楽しむことの大切さを伝えていきたいという夢を持つようになった」と話す。