

## 視点(2025)

## 立地・仕組み・MDing・運営のメカニズム!!

(SC理論編)

SCを成功させる普遍の原則は「立地」(成功の30%)、「仕組み」(成功の35%)、「MDing」(成功の25%)、「狭義の運営」(成功の10%)という4つの成功要素の順不同の原則とウエイトを厳守することです。つまり、SCを成功させるための戦略上のウエイトづけは**立地が30%、仕組み35%、MDing25%、運営(狭義)10%**です。それゆえに、**立地と仕組みの合計が65%でMDingと運営が35%**であり、立地と仕組みの適合性ができていないとMDingや運営は“活かない”ことを意味します。

私が「このSCは絶対に売れない!!」あるいは「絶対に売れるようにならない!!」と言うSCは、立地と仕組みの適合性が不十分なためです。言葉を変えるならば、「1つのマーケットの中で当該SCのポジショニングが間違っている」からです。そのため、売上を伸ばすためにはMDingや運営の完成度を高める前に立地と仕組みの適合性を高めることが重要です。1つの固有マーケットの中でポジショニングを再構築すると、売上高は2~3倍になるケースが多々あります。立地と仕組みの適合性を高めずにMDingや運営を行っても成果は出ません。このことは、SCを成功させるための「順不同の原則」と言います。

以下、立地・仕組み・MDing・運営(狭義)の内容を示します。

### (1) 立地

SCが置かれている「場所の特性」で、次の3つの立地があります。

- ①商業地のレベルから見た立地(商業地のレベルから見た立地特性)
- ②都市構造特性から見た立地(居住地の特性から見た立地特性)
- ③対象マーケットから見た立地(交通構造)から見た立地(最寄圏マーケット、ステーションマーケット、ロードサイドマーケット、ワーカーマーケットから見た立地特性)

### (2) 仕組み

SCの仕組みとはまさに「SCの器づくり」で、SCのシステムとしての効率と競争優位性の基軸となります。このSCの仕組みの完成度が低いと、いくら良い場所に立地していても、いくら良いMDing、いくら良い運営を行っても成果は低くなります。それゆえに、仕組みは成功するSCにおいて35%(一番)のウエイトづけとなっています。SCの仕組みの内容は次の3つです。

- ①SCの規模(MDingや機能構成の量的器)としての仕組み(SCの器としての仕組み)
- ②核要素ミックス(SCへ客を集客させるための質的器)としての仕組み(SCの性格付けの仕組み)
- ③ハード上の形態(相乗効果や回遊性確保の質的器)としての仕組み(SCの効率向上の仕組み)

### (3) MDing

立地と仕組みの適合性があってはじめて、MDingの成果が出ます。MDingとは次の通りです。

- ①商品カテゴリー(業態・業種レベル)分類とテナントミックスづくり
- ②購入動機(広義の品質と価格)と価値づくり
- ③相乗効果システム(回遊&波及システム)づくり

### (4) 狭義の運営

立地・仕組み・MDingの適合性があってはじめて、運営の成果が出ます。ここでの運営とは狭義の意味で、SCの現場レベルでの行動です。その内容は次の通りです。

- ①販促活動(伝統的広告とデジタル広告)としての運営
- ②メンテナンス活動(施設維持管理)としての運営
- ③テナント管理活動(テナントの管理及び空きスペースのリーシング)としての運営

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>6</sup>  
代 表 六 車 秀 之