

—ハウステンボスの新たな経営戦略—

成果の3領域のバランス

市場・顧客

流通チャネル

製品・サービス

顧客のターゲット化

- ・家族連れ
- ・若者
- ・高齢者
- etc

ニーズの明確化

HISの旅行企画

新たな価値提供

- ・イベント数増加
- ・季節ごとの目玉イベント

★明確な価値

生産性（成果を生む諸活動）

社会的責任

店舗の集中による“にぎわい感”の演出
共同事業化によるWIN-WIN効果
徹底的コストダウン

特徴的な打ち手の数々

ヒト

モノ

カネ

明確な経営方針
仕事のスピードアップ

敷地の“フリーゾーン化”

無借金化
九州財界による融資

経営資源の徹底活用

3つの経営資源