



総支配人
南 義彦

ホテルスタッフが運用するInstagram アカウントで草津の魅力を発信中!

2022年に開設したポストプラザ草津の公式オンラインショップでは、ホテルのシャムパーヤルームウェアなどを販売しています。特に近江牛カレーは品切れになるほどの人気商品で、オンラインショップだけでなく、コロナをきっかけに東京・日本橋の滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」でも販売を開始しています。

若手スタッフがSNS研修を受講し、Instagramを活用したSNSでの情報発信にも力を入れています。公式アカウントとホテルスタッフアカウントの2つのアカウントを運用しています。「ホテルポストプラザ草津びわ湖【スタッフ】」のアカウントでは、スタッフが地域の飲食店や近隣のBBQ施設、サイクリングロードなどを訪れる様子を発信し、「草津のまちの魅力」を広めています。

また、1階のレストラン「オールデイダイニング リバティ」では、ハンバーグが看板メニューとなっており、最近新たに提供を開始した「近江牛ハンバーグ」はお客様から大変な好評を博しており、毎回売り切れになるほどの人気を誇っています。



南興業株式会社

総支配人/南 義彦 従業員数/55人
 資本金/2,000万円 設立年月/1965年5月
 事業内容/ホテルポストプラザ草津の経営
 住所/滋賀県草津市西大路町1-27
 連絡先/TEL.077-561-3311
 FAX.077-561-3322
 代表E-mail/room@hotel-bp.co.jp

<https://www.hotel-bp.co.jp>



Point ものづくり補助金活用 ここがポイント!

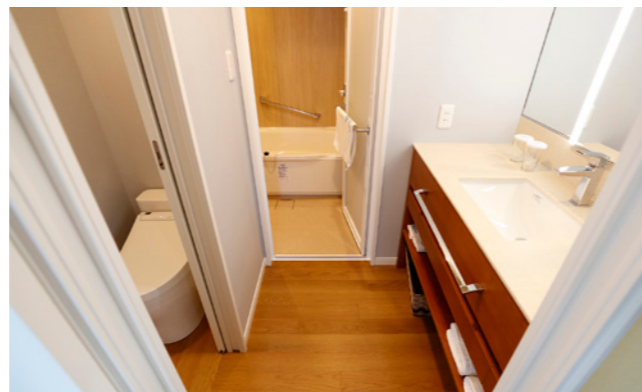


補助事業を実施するにあたって、「カウンター埋め込み式」にこだわりました。チェックイン端末をフロントのカウンターに埋め込むことでカウンターのスタッフがお客様と同じ画面を見ながら説明できるため、案内スタッフを追加することなく、円滑な対応が可能になりました。

チェックイン端末を導入したことで、現金の締め作業がミスなく正確に行えるようになり、作業時間の短縮も実現できました。

さらに、チェックイン端末は料金先払いのため、従来のチェックアウト時の精算作業が不要となり、チェックアウトがスムーズに行えるようになりました。

Future 今後の展望



現在、客室を従来のユニットバスからバス・トイレ・洗面所の「3点分離式」へのリニューアルに向けた改装に取り組んでいます。メインのお客様であるビジネス客に対して、ビジネスホテルにはない「ワンランク上の環境」を提供することで客室環境と立地利便性を両立させ、「選ばれるホテル」を目指しています。

さらに、ポストンスクエア内のリバティハウスの建て替えを計画しています。草津駅前の象徴として、訪れた方々に他の駅とは異なる異国情緒あふれる落ち着いた雰囲気を感じていただけるような「まちづくり」に取り組んでいきたいと考えています。

▶ 南興業株式会社

令和元年度補正
事業類型/一般型(特別枠)

新型コロナ感染防止対策 非対面チェックインシステム設備導入事業



非対面チェックイン端末を導入して
お客様の非対面ニーズへの対応と
現金取扱業務の効率化を実現



チェックイン機の操作画面



キャッシュレス決済にも対応



ルームキー洗浄機

当社はホテルポストプラザ草津を運営しています。ポストプラザ草津はJR草津駅前にポストの街をイメージして建てられ、ノースウイング122室、サウスウイング94室の計216室の客室を備えています。その他にもセントハウスやリバティハウスなど草津駅周辺にポストの街並みを醸し出したポストンスクエアを展開しています。草津駅は琵琶湖線と草津線の停車駅で、関西国際空港へのアクセスも便利です。また、滋賀県内には大手企業の工場が集積しており、海外から技術を習得するために多くのビジネス客が来口します。

ポストプラザ草津は1996年にノースウイングを開業。当初はビジネス客による電話予約が中心でしたが、ネット予約の普及に伴い観光需要の個人や団体のお客様が増加しました。2011年にはサウスウイングを開業。ガラス張りのバスルームで非日常の空間を演出し、ノースウイングとは異なるニーズに応える客室として人気を博しています。

さらに、2015年にはインバウンドブームの到来に伴い客室利用が大幅に増加し業績も好調でしたが、2020年の新型コロナウイルス感染症(以下、コロナ)の流行を境に客室利用は大幅に減少しました。この期間にはテレワークに適したプランの開発やテイクアウトのサービスの提供なども行いましたが、売上は前年比の9割減にまで落ち込んでしまいました。

コロナ以前よりチェックイン端末の導入は検討していましたが、コロナ禍で2次元コード決済に対応した端末が開発されたことが決め手となり、補助事業の実施に踏み切りました。当初はチェックイン端末を導入することで「ビジネスホテル化」し、ホテルのブランドイメージが希釈化することを懸念していましたが、コロナ禍における非対面ニーズを優先して導入を決定しました。導入にあたっては、パートナー企業からの手厚い支援を受け、円滑に導入することができました。

周辺のホテルと比較して早期にチェックイン端末を導入したことで、スタッフのノウハウも蓄積し、コロナ禍から客室利用が回復した現在でも大きなトラブルなく運営しています。