



【上】フードコートは食事をする人でいつも満員。

【右】モクモクの店舗と人気ヒット商品。



●金丸弘美

かなまる・ひろみ／食環境ジャーナリス
ト。1952年生まれ。執筆活動のほか
食のアドバイザー事業を手がける。著書
に「地域ブランドを引き出すカテゴリー
マネジメントが田舎を変える!」(合同出
版)、「田舎力 ヒト・夢・カネが集まる5
つの法則」(NHK生活人新書)など多数。

18
EXPASA 御在所

食にこだわった
東名阪サービスエリア

東名阪自動車道の四日市IC近
くの「EXPASA(エクスバ
ーサ) 御在所」は、これまでになか
った、多彩な食を打ち出したサービ
スエリアだ。店内が広々としてい
て、各店舗は老舗か、ものづくりを
しっかりした愛知、三重県を中心と
した人気店が選ばれている。201
0年9月にリニューアルオープン
し、がらりと生まれ変わった。

ラーメンの「開花屋楽麵荘」、「味
蔵」、うどんの「彦兵衛」、たこ焼き
「焼丸」、練り製品の「ヤマサちく
わ」、名古屋コーチンを扱う「鶏三
和」など。ほかにベーカリーや茶屋
レストランもある。店内の3分の1

ほどのエリアにフードコートがあ
り、食事ができる。

これまでのサービスエリアのよう
に、正面に自動販売機や喫煙所がい
つさない。店舗から離れた外部の
片隅に喫煙室と自動販売機が2台あ
るのみだ。また、店内にスターバツ
クスとファミリーマートがあつて、
飲料は店内で購入するか、喫茶を楽
しむという仕組みだ。

食事も簡易な出来合いのインスタ
ントものを出すような店舗はない。
すべてが食にこだわり、手作りの味
を前面に打ち出している。

トイレはかなりゆとりがある。子
ども向けの専用のトイレがあり、親
子で入れるようになっていた。女性
用トイレは化粧室が広くとってあ
る。トイレは外のパネルで使用なか
どうかが一目でわかる。消費行動の
多い女性と親子をしっかりとターゲッ
トに据えている。

高速道路側の反対側にも駐車場が
あり、こちらは地元客も利用できる
ようになっていた。地元の人、買
い物や食事にやってくる。厳選した
食を打ち出したことで、地域からの
集客も可能にした。

このサービスエリアに出店要請が
あったのが、6次産業の旗手として

注目の地元三重県伊賀市の人気店
「モクモク手づくりファーム」。上下
線にそれぞれ出店をした。

メニューはフランクフルトやスベ
アリブ、弁当、ソフトクリームなど。
なかでもヒット商品となったのは、
ぐるぐる巻いた形状で棒に刺した
「くるくるウィンナー(500円)」。

1日に200本近くが売れる。これ
はすでに大阪の女性の間にも口コミ
で広がっていて、「東名阪のくるく
るウィンナー食べに行つた?」との
会話が飛び交うほどになっている。

8時から20時までの営業。上り店
の店舗面積は6坪で月平均売上約8
50万円、下り店は11坪で約920
万円を売り上げる。モクモクが本店
しているなかでは、もともと利益率
の高い店舗となった。

ヒットの要因は、商品づくりがし
っかりとできる体制があること。伊
賀市にあるファームの工房で作った
フランクフルトや弁当が毎日運ばれ
てくる。

モクモクは開業以来、毎年、社員
をドイツに送り、本場でハムやウイ
ンナー作りを学ぶ教育を徹底させて
きた。手づくりを貫き、「おいしい
もの」を出すという姿勢が商品づく
りに見事に生きている。