

【報道関係者各位】

2023年4月25日

コロワイドとオイシックス・ラ・大地が協業開始 「大戸屋」オリジナル商品を「Oisix おうちレストラン」で販売（4/25～） コロワイドの他ブランド商品の販売も視野に

食品のサブスクリプションサービスを提供するオイシックス・ラ・大地株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：高島 宏平）と、株式会社コロワイド（本社：神奈川県横浜市、代表取締役社長：野尻 公平、以下コロワイド）は、コロワイドグループの定食業態レストランである「大戸屋」ブランドのオリジナル商品を、オイシックス・ラ・大地が運営するECサイト「Oisix おうちレストラン」を通じて本年4月25日（火）より販売を開始します。（販売先URL：<https://www.oisix.com/sc/ootoyaors>）

■協業の取り組みについて

今回販売をするのは、「大戸屋」の定番メニューである“鶏と野菜の黒酢あん”などの冷凍総菜、計3商品です。なお、オイシックス・ラ・大地では大戸屋監修のミールキットの販売をしていますが、大戸屋のオリジナル商品を販売するのは初めてのことです。同社では、「ご自宅で飲食店の本格メニューを楽しみたい」というお客様のニーズに応えるために、ミシュラン獲得の飲食店やシェフとのコラボレーションを実施しており、今回の協業もその一環となるものです。コロワイドは、大戸屋をはじめ、「牛角」「ステーキ宮」「Freshness Burger」など、20を超える多業態外食チェーンの運営を手掛けているほか、個人客向けの外販事業の強化にも取り組んでいます。

両社では、今後コロワイドが展開する他ブランドのオリジナル商品の販売も視野に入れ、協業の機会を積極的に追求し、お客様の食に対する多様なニーズにかなうサービスの提供を目指してまいります。



▲販売商品イメージ



▲販売サイト「Oisix おうちレストラン」

■取り組みイメージ



展開ブランドのオリジナル商品の卸販売



SILSMARIA
since 1982

FRESHNESS
BURGER

現状の取り扱いブランドは「大戸屋おかず処」のみ

Oisix ra daichi

ECサイトでの販売



販売

約36万人(※)の会員



※2022年12月末時点

■商品詳細

大戸屋人気メニュー黒酢シリーズ「鶏と野菜の黒酢あん」と「豚と野菜の黒酢あん」を商品化しました。お肉と4種の野菜をカラッと揚げて秘伝の黒酢あんでからめました。じゃがいも、にんじんは食べ応えのある大きめサイズです。お店と同じ特製黒酢を使用したソースでご家庭でお店の味が再現できます。

黒酢シリーズを一つのセットにした商品も販売します。

1. 大人気！大戸屋“鶏と野菜の黒酢あん”

<販売価格、規格>

1人前×4食 ¥3,078 (送料込み、税込み)

1人前×6食 ¥4,104 (送料込み、税込み)

2. 大人気！大戸屋“豚と野菜の黒酢あん”

<販売価格、規格>

1人前×4食 ¥3,078 (送料込み、税込み)

1人前×6食 ¥4,104 (送料込み、税込み)

3. 大戸屋 “大人気の黒酢あん2種セット”

<販売価格、規格>

1人前×各4食 (8食) ¥5,184 (送料込み、税込み)



▲大戸屋“鶏と野菜の黒酢あん”



▲大戸屋“豚と野菜の黒酢あん”

株式会社コロワイドについて

国内外で直営による飲食店チェーンを運営するとともに、FC事業、商品の企画販売、食材供給などのフードサービス事業を展開。「牛角」「かっぱ寿司」「ステーキ宮」「大戸屋ごはん処」など、主要20ブランド、国内外約2,700の店舗を擁し、傘下のカップ・クリエイト、アトム、大戸屋ホールディングスなど上場子会社含む50社からなるグループを統括する持株会社です。研究開発から、原料の生産・調達、製造、配送まで一貫したマーチャндаイジング機能を強みに、成長期待の高い高齢者向け給食事業の強化を進めています。また、グループ全体の企業価値向上に向けて、事業を通じた社会課題の解決を目指す“サステナビリティ経営”の推進にも注力しています。

<https://www.colowide.co.jp/sustainability/>

オイシックス・ラ・大地株式会社について

オイシックス・ラ・大地株式会社は、「Oisix」「らでいっしゅぼーや」「大地を守る会」の国内主要ブランドを通じ、安心・安全に配慮した農産物、ミールキットなどの定期宅配サービスを提供しています。子会社の買い物難民向け移動スーパー「とくし丸」や、米国でヴィーガンミールキットを展開する「Purple Carrot」も含め、食のサブスクリプションサービスを広げています。

当社は「サステナブルリテール」(持続可能型小売業)として、サブスクリプションモデルによる受注予測や、ふぞろい品の積極活用、家庭での食品廃棄が削減できるミールキットなどを通じ、畑から食卓まで、サプライチェーン全体でフードロスゼロを目指しています。