



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

Hanacra ORIGIN LAGER (花クラ オリジン ラガー)



食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified

審査レポート



商品名 Hanacra ORIGIN LAGER (花クラ オリジン ラガー)

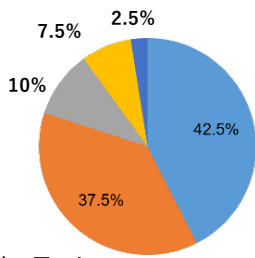
評価結果 **グランプリ** 受賞回・年月 第95回 (2026年1月)

WEBアンケート・1次審査・2次審査・最終審査を厳正に行った結果をご報告させていただきます。

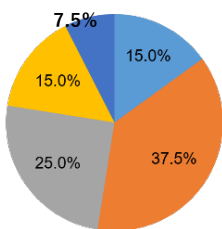
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

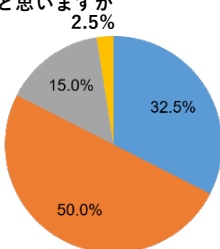
1 この商品に興味がありますか



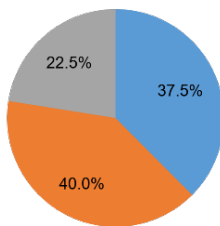
2 この価格で買いたいですか



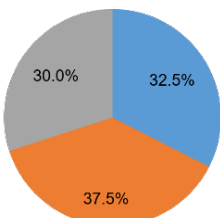
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



4 USP (その商品の独自の売り)がある商品だと思いますか



5 買いたくなるネーミングですか



審査評

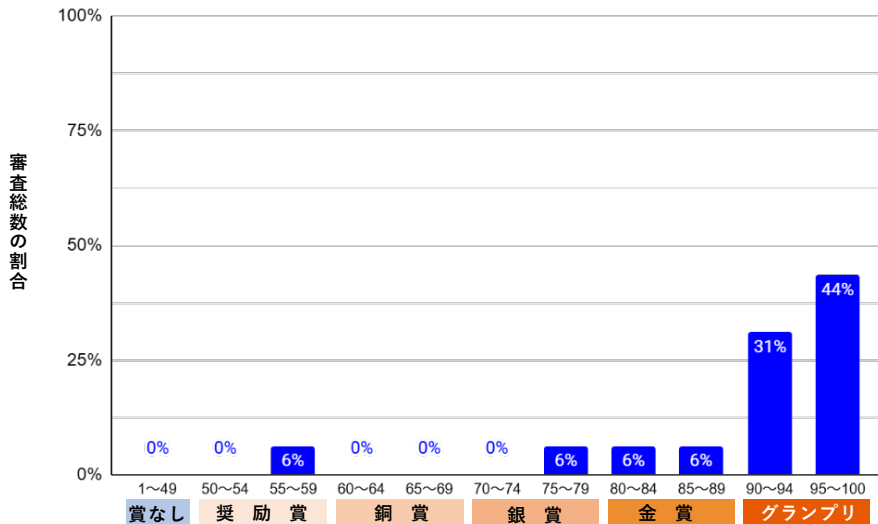
評価が高かった内容

香りが華やかで苦味が少なく、ビールが苦手な人でも飲みやすい
 ミュンヘンモルトの甘みと爽快なホップの苦みが絶妙
 地域名を入れることでファンを増やすきっかけづくりになる
 パッケージのうさが可愛く、女性でも手に取りやすい
 地域と融合してのマーケティング方針は素晴らしい
 ラグビーの観戦の時に飲んで欲しいというストーリーがよい
 保存料、着色料不使用のクリーンな姿勢は消費者の安心を促す

評価が低かった内容

ビールのビターな味わいが好きな人にはもの足りないと思う
 単価1100円はなかなか手を出しにくい価格帯と感じる
 ラベルからは初見の人には味わいの方向性がやや伝わりにくい
 商標登録を検討しブランド名とロゴの権利を確保すべきと思う
 SNS等で商品・ブランドの認知度を広めてほしい
 広報専任者や広告予算がなく情報発信が限定的で伝わりにくい
 商品の安心安全情報がお客様から見えにくいように感じる

点数分布



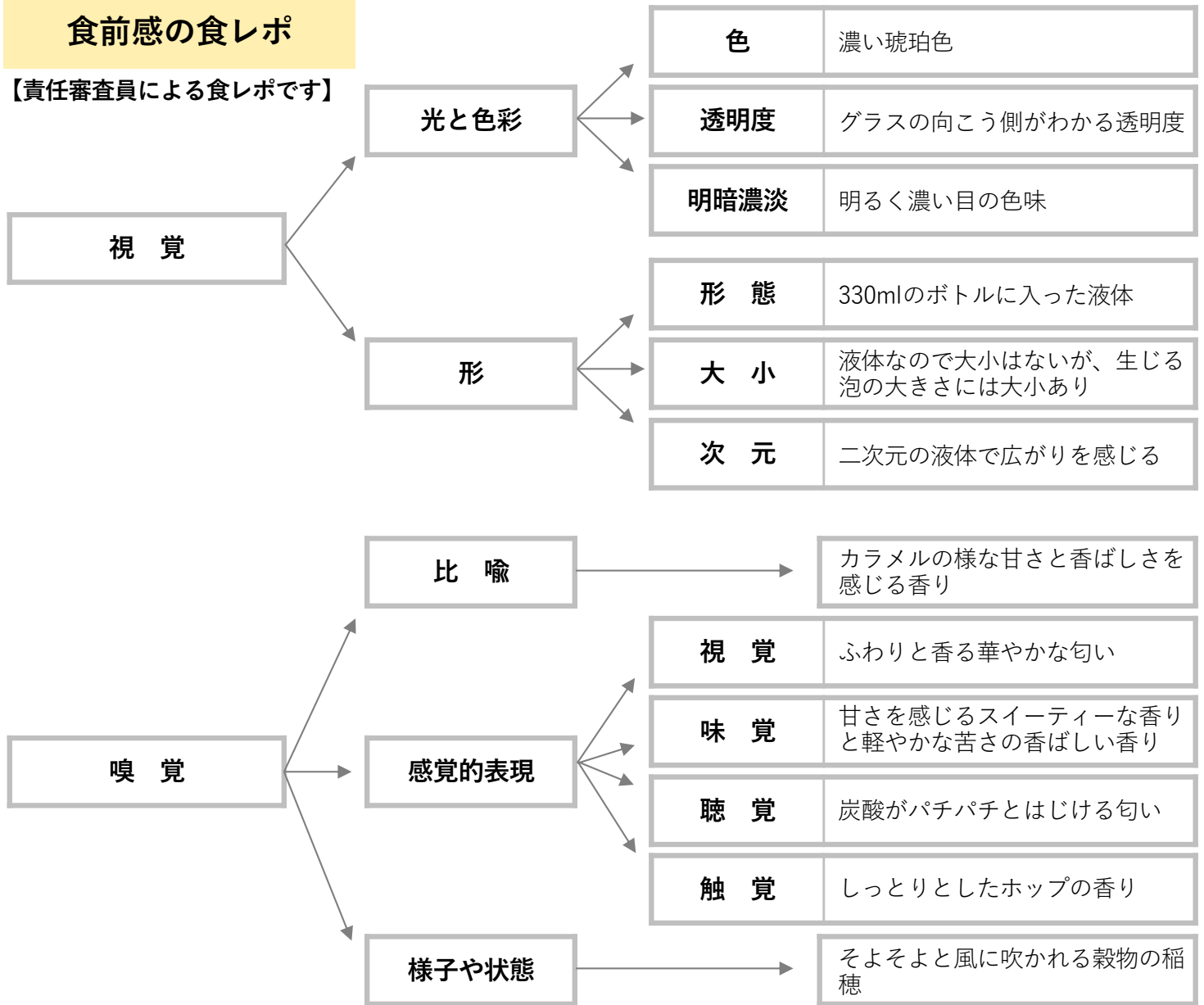
点数分布を見ると、金賞相当が12%、グランプリ相当が75%を占め、総合評価は90%となり【グランプリ】を獲得しました。高評価の要因として、ドイツビール純粋令をできる限り守った製法や、二種類のモルトを使用した深いコクと後味の切れの良さという独自の味わいで他のクラフトビールと差別化されている点が挙げられます。また、発祥の地である花園をイメージしたプロダクトデザインの優れた仕上がりも、多くの人々の共感を集めました。さらに、WEBアンケートでも約8割の回答者が「興味がある」や「USPがある商品」と答えており、この商品の分かりやすさが大きな強みであることがうかがえます。



美味しさ分析レポート1

食前感の食レポ

【責任審査員による食レポです】



■ 食前感 講評

最初の印象として、今流行のクラフトビールとは違い、シンプルながらも可愛らしいラベルだと感じました。社長と奥様の想いを背負っているとのことですが、ウサギのイラストは大正解だと思います。

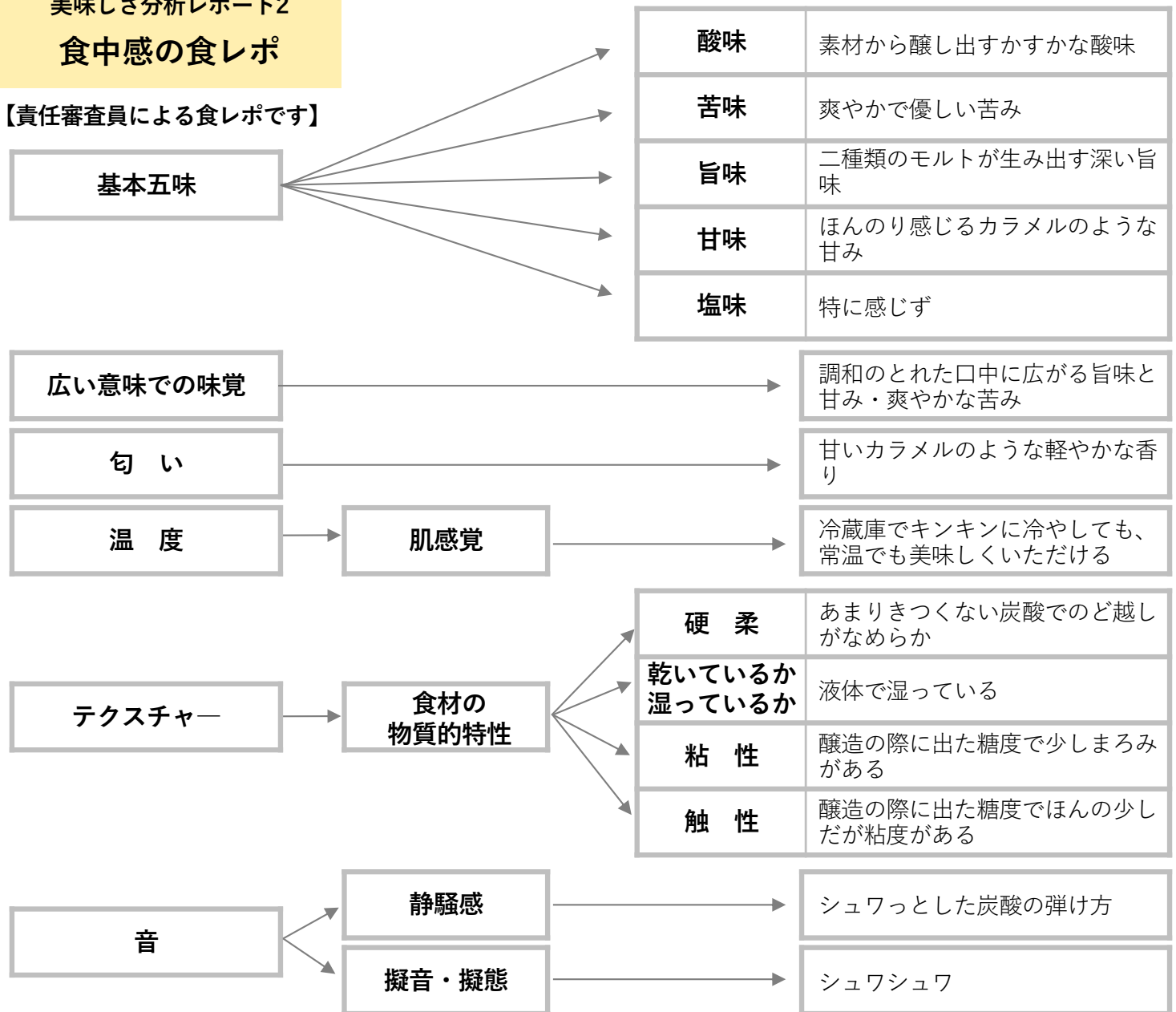
「Hanacra」という表記に最初は疑問を持ちましたが、下にある「HANAZONOCRAFT」の文字を見ることで、「花園クラフト=hanakura」であることが理解でき、略称によって親しみやすさを演出しているのだと思います。

「ORIGIN」については、私たちは資料を通じてなぜこの名前が付けられたのか知っていますが、初めて見る人にとっては不思議に感じるかもしれません。ただ、「ORIGIN」は「起源」を意味し、このビールが花園クラフトにとって重要な「起源」であることを伝えています。さらに、銀座醸造所でのストーリーが加わることで、このビールのキャラクターの輪郭がより一層はっきりするのではないかと考えます。

美味しさ分析レポート2

食中感の食レポ

【責任審査員による食レポです】



■ 食中感 講評

飲むためにグラスを近づけた際、カラメルのような香ばしい甘い香りがしましたが、一口いただくと Lagerと名を打っていますが甘さと旨味が口の中に広がる味わいに驚きました。苦みはその後にきますが、後味が爽やかでどちらかといえば甘みの余韻が残り、市販の大手のメーカーが作るラガービールとは異なる味わいで美味しくいただきました。

初めは冷やしていただいたのですが、液体の温度が高くなるにつれ旨味や苦味、甘みのバランスがとてもよく感じる事ができ、冷やした状態よりもむしろこちらのほうが好みと感じました。海外、ドイツなどはビールをあまり冷やさないとの話を聞いたことがあるのですが、日本では冷やしたビールが日常的に出てくるのでどうしても冷やしてしまうのですが、モルトやホップの旨味、甘み、苦みという素材の味を味わうのは常温に近い温度でいただくのもありなのかと発見した次第です。



美味しさ分析レポート3

食後感の食レポ

【責任審査員による食レポです】

後味

すっきりとした後口で、もう一本と飲みたくなる味わい

気候・地域

濃厚でありながらもすっきりとした後口で、季節や地域問わず一年中愛飲できる味わい

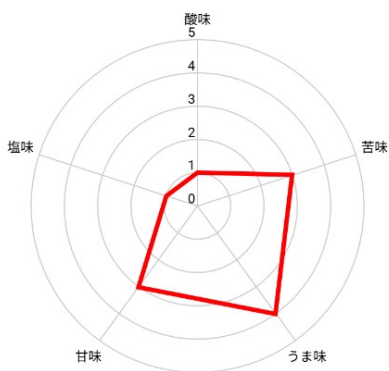
食経験・食習慣

すっきりとして爽やかなのど越しなので食中酒にも、一日の終わりの「〆」にもお勧めできる一品

健康・生活様式

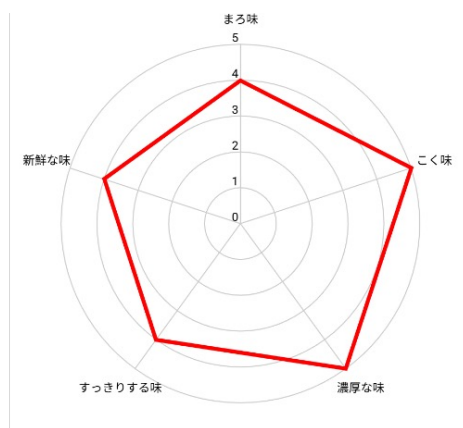
クラフトビールが市民権を得た今、中食のお供にも、日常のちょっとした特別な日にも開けたいごちそうビール

基本五味のレーダーチャート



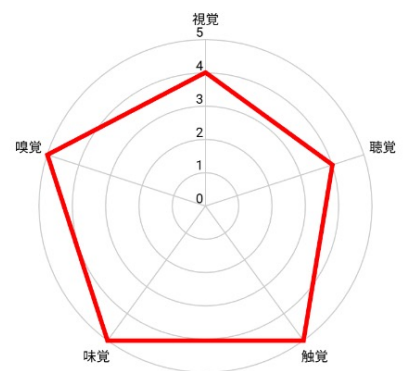
五味	評点
酸味	1
苦味	3
うま味	4
甘味	3
塩味	1

広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
まろ味	4
こく味	5
濃厚な味	5
すっきりする味	4
新鮮な味	4

五感に対する感じ方レーダーチャート



五感	評点
視覚	4
聴覚	4
触覚	5
味覚	5
嗅覚	5



ジャパン・フード・セレクション 審査レポート

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

ドイツ産のミュンヘンモルトとウィーンモルトが生み出す穀物由来の豊かなコクに加え、ラガー酵母によるキレのある爽やかな飲み口が特徴で幅広い層にとって飲みやすい味わいに仕上がっています。香りは華やかで苦味が控えめなため、ビールが苦手な方でも楽しめ、後味もすっきりとして心地よい印象を与えます。一方で、優しい苦味のラガーとして魅力的であるものの、クラフトビール愛好家の中にはより強いホップの個性や力強さを求める人もいます。そのため、パッケージ等で香りやコクの特徴をもう少し詳しく説明することで、選ぶ際のイメージがより明確になるでしょう。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

思いが込められたネーミングやパッケージデザインには独自性があり、好印象を与えます。「花クラ」シリーズの冠と統一されたロゴがブランドの一体感を生み出し、兎のラベルが物語性を加えています。遮光性を高めた専用瓶やしっかりとした王冠は安全面を支え、330mlの飲み切りサイズとともに、クラフトビールとしての信頼感と親しみやすさを自然に伝えています。ただし、パッケージやラベルの情報が一般公開されている範囲に限られているため、小売店や通販で並んだ際に「クラフトビール」らしさや個性が直感的に伝わりにくい可能性があります。特に一般の消費者や初心者に対しては、「何が特徴か」「なぜこのビールを選ぶべきか」が一目で分かる工夫があれば、より強い印象を与えられるでしょう。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

スポーツ観戦文化と親和性の高い市場において、花園ラグビー場の近さや地域性を活かした体験型の価値が強みとなっています。ドイツビール純粋令に則った本格的な味わいとフルーティーさのバランスが、クラフトビールの需要拡大にもマッチしており、特別感のある商品として位置づけられていると考えられます。一方で、品質やストーリーの魅力は十分であるものの、価格が一般的なクラフトビールよりやや高めに感じられる可能性があり、現地での体験や限定性といった価値の根拠をもう少し補強することで、新規顧客にとって選びやすさがさらに向上すると感じられます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

公式サイトやSNSを活用してブランド情報を発信し、顧客相談窓口やクレーム対応窓口を設置していることから、消費者への配慮や誠実な姿勢がうかがえます。規模は小さいものの、品質管理やホスピタリティを重視している点は、クラフトならではの「顔が見える企業」としての信頼を築いています。一方で、広報担当者や広告予算が限られているため情報発信が制約されており、醸造技術や安全管理の取り組みが十分に伝わりにくい状況です。工程の丁寧さや地域素材へのこだわりをもう少し外部に示すことで、品質への信頼がさらに広がる可能性があると考えられます。

5. ブランディング要因

「ORIGIN LAGER」というブランド名と、ドイツ産モルトや伝統的な製法を前面に出したストーリーは、クラフトビール市場での差別化に大きく寄与しています。原料の質の高さや製造への誇り、職人の手仕事という背景があることで、単なる「ビール」ではなく「体験価値」を提供するブランドとして成立しやすいと考えられます。また、「花園×クラフト×スポーツ観戦」という明確なコンセプトを軸に、地域文化と醸造技術を結びつけた物語がブランドの核を形成しており、限定醸造品やイベント販売といった展開を通じて地域に根ざしたブランドの個性と温かみが感じられます。一方で、ブランドページは存在するものの、シリーズ全体の位置づけや味の違いが視覚的に分かりづらいため、Origin Lagerの独自性や造り手の想いを整理し示すことで、ブランド全体の統一感と魅力がより伝わりやすくなるのではないのでしょうか。

6. 素材・安全性・その他

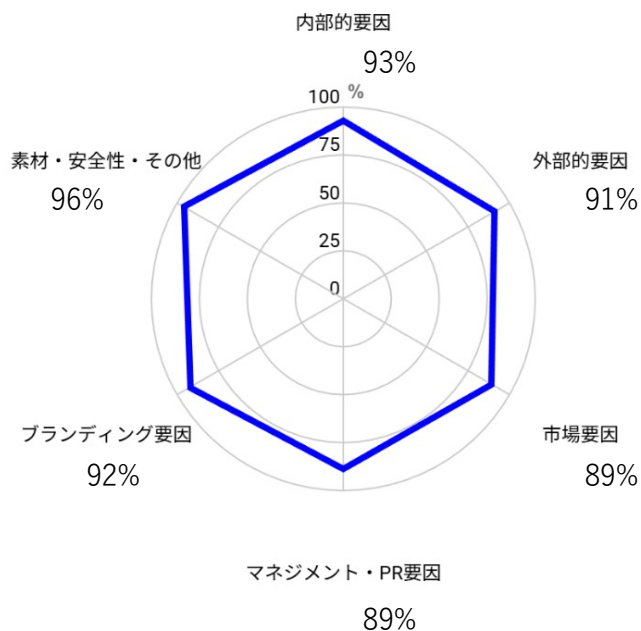
SUS304製タンクを用いた衛生管理や温度管理、水質管理、滅菌手順の確立など、小規模な醸造所ながら高度な品質管理体制が整っている点が評価できます。また、地域の素材を活かした持続可能な商品開発と組み合わせ、長期的に安定した供給を目指す姿勢も好ましいと感じられます。クラフトビール業界全体で共通する課題として、麦芽やホップの管理状況によってはカビや微生物汚染のリスクが指摘されており、原料管理や保管状況、品質検査の公開がより明確になることで、マイクロブルワリーに対する信頼感が一層高まるのではと感じました。

審査レポート

■ 要因分布

要因の分布は89%から96%の範囲に及び、全体として均整のとれた大きな六角形の形状を示しました。商品の味や香りなど五感に訴える「内部的要因」は93%に達し、ネーミングやパッケージを含む「外部的要因」も91%と高い評価を得ています。これは商品の味の品質の高さや、このビールの製造の基盤となった

「Origin」を受け継ぐネーミングが審査員の共感呼んだことが高評価につながったと考えられます。また、「ブランディング要因」や「素材・安全性」についてもそれぞれ92%・96%と高評価で、ミュンヘンモルト・ウィーンモルトのこだわりの素材使用、徹底した品質管理、保存料・着色料不使用、製造地「花園」を活かしたブランド戦略やイベント開催などが評価に反映されました。一方で、市場動向やトレンドを示す「市場要因」と広告などの「マネジメント・PR要因」は89%とやや控えめな評価となりました。品質やストーリーの魅力は十分であるものの、価格が一般的なクラフトビールよりやや高めに感じられる可能性があり、現地での体験や限定性といった価値の根拠をもう少し補強することで、新規顧客にとって選びやすさがさらに向上すると感じられます。今回の資料の内容がとても商品やブランドへの愛情を感じることができたので、一般のお客様にも伝わるような仕組みが欲しいと思います。



■ 総評

まずは【グランプリ】受賞、心からお祝い申し上げます。醸造の地「花園」の「ラグビーの街」にふさわしいスポーツを楽しむ地域コミュニティと連携しながら、クラフトビールブランドとして花園の魅力を伝える活動を行っている姿勢に深い敬意を表します。

「Hanacra ORIGIN LAGER」は、ドイツ産のミュンヘンモルトとウィーンモルト、ドイツのヘルスブルッガーホップを使用したシンプルな素材ながら、上品で華やか、香ばしいカラメルのような甘い香りが特徴的です。今回初めて知りましたが、「ドイツビール純粋令」に則り、麦芽・ホップ・水・酵母のみを原料とし、ヨーロッパビールに近い製法で作られている商品で、その味わいは華やかで甘い香り豊かな穀物由来の旨味、軽やかな苦みが調和しており、審査会でもビールが苦手な人からも高評価を得ていました。

後味も軽やかで余韻が心地よく、ついもう一杯飲みたくなる美味しさでした。

パッケージはかわいらしいウサギのイラストと印影が印象的で、かわいいだけでなく瓶も耐圧性や再発酵のリスクに対応し、紫外線対策も施され、王冠も子供が誤って開けることがないような硬さなど中身と同じく細部までこだわりが感じられ、消費者の視点に立った商品づくりに感銘を受けました。

品質管理面でも職人のこだわりが反映され、衛生的な設備や温度・水質管理、トレーサビリティの徹底などがなされており感心しました。いただいた資料の文字数には驚きましたが、それ以上に商品や地域への愛情や情熱があふれており、「商品のストーリー性」という言葉だけでは表しきれない感動があり、多くの人に知ってもらいたいと感じました。この物語やこだわりをウェブサイトやSNSで紹介できれば、一部で見られる価格に対する不満も和らぐのではないかと思います。小ロットでこだわりを持ち、しっかりと管理された製造はコストがかかるため、この価格でも十分にリーズナブルだと感じますが、どうしても不満を持つ方もいるかもしれません。情報を正しく理解すれば価格に納得できると思いますので、ご検討いただければ幸いです。

このたびはご出品、誠にありがとうございました。「Hanacra ORIGIN LAGER」と花園クラフト様のさらなるご発展とご活躍を心よりお祈り申し上げます。



食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified

〒102-0082 東京都千代田区一番町15-8 壺番館5階
Tel : 03-3265-0518 / Fax : 03-3265-0519
Mail : info@foodanalyst.jp



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション