

「美味しさを伝える魔法の言葉」

飲食店が価格競争から抜け出し、売上を伸ばす秘密

～注文率が上がる90の美味しさの言葉集付き～

利益倍増アドバイザー

中小企業診断士(経済産業省登録402345)

ハワードジョイマン

内容

はじめに：なぜ「美味しさの言葉」が売上を左右するのか？.....	5
「食べたくなる言葉」がなければ、どんなに美味しくても売れない.....	6
飲食業界の競争が激化する中で、生き残るための「伝える力」.....	7
第1章：「美味しそう！」と感じる心理メカニズム.....	9
1-1. お客様の脳は「味を言葉で想像する」.....	9
1-2. 価格より「美味しそうな表現」で注文が決まる.....	10
1-3. 「お店選び」「メニュー選び」に影響する3つの要素.....	11
① 視覚（写真・料理の見た目）.....	11
② 聴覚（言葉・キャッチコピー）.....	11
③ 記憶（過去の味覚体験）.....	12
1-4. 食欲を刺激する「言葉の魔法」とは？.....	13
1-5. 言葉の違いで売上が変わる実例.....	13
📄 事例2：POPの一言を変えただけで、客単価がアップ.....	14
1-6. まとめ：言葉で「食べたくなる」を作り出せ！.....	14
第2章：飲食店経営者が抱える3つの課題と解決策.....	15
2-1. 「料理の味には自信があるのに、お客様に伝わらない」.....	15
◆ 解決策：「美味しさの言葉」を加えて、魅力を伝える.....	16
2-2. 「値下げしないと注文が増えない」.....	16
◆ 解決策：「価格」ではなく「価値」で選ばれるお店になる.....	17
2-3. 「リピーターが増えない」.....	17
◆ 解決策：「記憶に残る言葉」でリピートを促す.....	18
2-4. まとめ.....	18
第3章：「美味しさの言葉」が売上を左右する科学的根拠.....	19
3-1. 「シズルワード」とは？五感を刺激する言葉の力.....	19
3-2. 美味しさの言葉が「食欲を増進させる」脳科学.....	19
3-3. 「言葉なし」 vs. 「言葉あり」の注文率比較実験.....	20
3-4. SNS時代における「言葉の重要性」.....	21
3-5. まとめ：「美味しさの言葉」を使うことで、売上は変わる.....	22
第4章：「美味しさの言葉」を具体的に活用する方法.....	23
4-1. メニュー表での表現のコツ.....	23
4-2. SNS・チラシでの使い方.....	24
4-3. 店内POP・黒板メニューの活用方法.....	25
4-4. スタッフの接客トークでの活用.....	26
📄 美味しさを伝える90のキーワードと文例（完全版）.....	27

1. 食感を伝える (25 種類)	28
2. 温度・出来立て感を伝える (15 種類)	29
3. 味わいを伝える (25 種類)	30
4. 香りを伝える (10 種類)	32
5. 食材・品質を伝える (15 種類)	32
4-5. まとめ	33
第 5 章:「美味しさの言葉」で売上が UP した成功事例.....	34
5-1. メニューの表現を変えただけで売上 20%UP!	34
5-2. 店内 POP を変えたら、客単価が 300 円アップ!	35
5-3. SNS 投稿を変えただけで、新規客が増えた!	36
5-4. 接客トークを変えたら、リピート率が 2 倍に!	36
5-5. まとめ:「美味しさの言葉」で売上は変わる!	37
第 6 章:「価格競争」ではなく「価値で売る」ための戦略.....	38
6-1. 「安くしないと売れない」は本当か?	38
6-2. 「美味しさの言葉」で価格競争から抜け出す	39
6-3. 「食欲を刺激するストーリー」でお客様の記憶に残る	39
6-4. 「値下げせずに売れる」ための 4 つの戦略.....	40
① 「高級感」を出す	40
② 「希少性」を強調する	41
③ 「手間ひま」を伝える	41
④ 「数量限定」にする	41
6-5. まとめ:「美味しさの言葉」で価格競争を回避する	42
第 7 章:「美味しさの言葉」で繁盛店を作るためのステップ	43
7-1. STEP 1:「美味しさの言葉リスト」を作る	43
7-2. STEP 2:「美味しさの言葉」をメニュー表に追加する	44
7-3. STEP 3:「美味しさの言葉」を POP・チラシ・SNS で活用する	44
7-4. STEP 4: スタッフの接客トークに取り入れる	45
7-5. STEP 5:「限定メニュー」に美味しさの言葉を活用.....	46
7-6. まとめ:「美味しさの言葉」を使えば売上は伸びる!	47
第 8 章:「美味しさの言葉」を進化させ、長く繁盛する秘訣	48
8-1. 「美味しさの言葉」を定期的にアップデートする	48
8-2. 「美味しさの言葉」をお客様のレビューから生み出す	49
8-3. 「ストーリー」を加えて、料理の価値をさらに高める	50
8-4. お客様との会話に「美味しさの言葉」を取り入れる	51
8-5. 「美味しさの言葉」を使ったマーケティング戦略.....	52
8-6. まとめ:「美味しさの言葉」を進化させ、繁盛店を作る!	53

第9章：「美味しさの言葉」で売れるお店を作るための最終チェックリスト	54
9-1. 「美味しさの言葉」を活用できているか？チェックリスト	54
9-2. ここまでのまとめ	56
9-3. 「美味しさの言葉」を最大限に活用するために.....	56

はじめに：なぜ「美味しさの言葉」が売上を左右するのか？

料理の美味しさを伝えられないお店は損をしている

あなたのお店の料理は美味しいですか？

この質問に対して、多くの飲食店経営者は「もちろん！」と答えるでしょう。

しかし、「その美味しさがしっかり伝わっていますか？」と聞くと、答えに詰まる経営者が少なくありません。

「料理の味には自信があるのに、なぜか売上が伸びない」

「一度食べてもらえればわかるのに、お客様がなかなか来ない」

これは、多くの飲食店が抱えている悩みです。

そして、その原因の多くは「美味しさの伝え方が足りない」ことにあります。

たとえば、あなたの店を出している「ハンバーグ」を想像してください。

メニューには、どのように書かれていますか？

✅ NG例：「ハンバーグ定食」

✅ OK例：「肉汁じゅわ〜っ！外はカリッと、中はジューシーな特製ハンバーグ」

同じ料理でも、表現の違いによって「美味しそう！」と感じるかどうかが変わります。

お客様の脳は、視覚・聴覚・嗅覚を通じて「食べる前から味を想像」しているのです。

美味しさを伝えられなければ、どんなに腕の良いシェフが作った料理でも、「ただの料理」に見えてしまいます。

それでは、お客様の「食べたい！」という衝動を生むことはできません。

つまり、「美味しさの言葉がない」＝「お店の料理が埋もれてしまう」ということなのです。

「食べたくなる言葉」がなければ、どんなに美味しくても売れない

お客様は、「目で見て、耳で聞いて、言葉で想像して」料理を選びます。

たとえば、あなたがレストランの前を通りかかったとき、次のような看板があったら、どちらの店に入りたくなりますか？

✓ A店の看板：「本日の日替わりランチあります！」

✓ B店の看板：「とろ〜り濃厚チーズがあふれる、鉄板熱々の特製ハンバーグランチ」

おそらく、多くの方が「B店の看板のほうが美味しそう！」と感じるはずです。

これは、B店が「美味しさを伝える言葉」を使っているからです。

「とろ〜り濃厚」「鉄板熱々」といった言葉があることで、お客様は「実際に食べたらどんな味がするのか？」を想像できます。

人間の脳は、「想像したことを実際に体験したい」という欲求を持っています。

この心理を活用すれば、お客様の食欲をかきたて、「食べたい！」→「注文する」とい

う行動につなげることができるのです。

飲食業界の競争が激化する中で、生き残るための「伝える力」

現在の飲食業界は、これまでにないほど競争が激しくなっています。

- ✔ SNS で口コミが広がる時代
- ✔ お客様はグルメサイトで比較して店を選ぶ
- ✔ 全国チェーン店がマーケティング戦略を駆使して集客

そんな中、個人経営の飲食店が生き残るには、「値下げ競争」に巻き込まれない戦略が必要

です。

その戦略こそが「美味しさを伝える力」なのです。

- ✔ 「美味しそう！」と思わせることで、値下げせずに注文が増える
- ✔ お客様の記憶に残る言葉を使えば、リピーターが増える
- ✔ SNS でのシェアが増え、無料で口コミが広がる

飲食店が繁盛するかどうかは、味だけでは決まりません。

「美味しさを伝える言葉」を使いこなせるかどうか、売上を左右するのです。

この本では、あなたのお店の売上を伸ばすために、「お客様の食欲をかきたてる言葉の使い方」を徹底的に解説します。

「料理の味には自信があるのに、うまく伝えられない！」という方は、ぜひ実践して

みてください。

あなたのお店の料理が、もっと多くのお客様に「美味しそう！」と思われるように。

そして、売上アップにつながるように。

この本が、そのきっかけになれば幸いです。

第1章：「美味しそう！」とを感じる心理メカニズム

1-1. お客様の脳は「味を言葉で想像する」

「人は目で食べる」とよく言われますが、実際には「目+言葉」で食べていることをご存知でしょうか？

私たちの脳は、食べ物を見るだけではなく、「言葉」を通じて味や食感を想像する機能を持っています。

たとえば、次の2つのメニューを見比べてください。

A：「カレーライス」

B：「スパイス香るコク深い特製カレー」

どちらが美味しそうに感じますか？

多くの人が「Bのほうが美味しそう！」と感じるはずです。

これは、「スパイス香る」「コク深い」「特製」という具体的な言葉があることで、脳内にリアルな味のイメージが広がるからです。

このように、「美味しさの言葉」は、お客様の脳を刺激し、食欲をかきたてる効果があります。

1-2. 価格より「美味しそうな表現」で注文が決まる

お客様は、料理を選ぶ際に「価格」よりも「美味しそうな表現」に影響されます。

例えば、レストランのメニューに「ハンバーグ 980 円」と書かれている場合、

お客様は「980 円は高いか安いかわかる？」という価格の比較をします。

しかし、「肉汁じゅわ〜っ！外はカリッと、中はジューシーな特製ハンバーグ 1,280 円」

と書かれていたらどうでしょうか？

多くの人は、価格ではなく「美味しそう！」という感情に動かされ、1,280 円でも「食

べてみたい！」と感じるのです。

ポイント： 価格よりも「言葉の力」で価値を伝える

美味しそうな表現があると、価格が高くても注文されやすい

「お得だから買う」ではなく「美味しそうだから買う」状態を作る

1-3. 「お店選び」「メニュー選び」に影響する3つの要素

お客様が「このお店に行こう!」「この料理を注文しよう!」と決めるとき、3つの要素が大きく影響しています。

① 視覚（写真・料理の見た目）

人は **視覚情報を最優先** するため、写真や盛り付けが重要になります。しかし、写真だけでは「味や食感の詳細」は伝わりません。

例えば、次の写真を見たとき、どちらが美味しそうに感じるでしょうか？

A：写真だけのメニュー

B：「カリッと焼き上げた香ばしいチキンのグリル」とキャプションのあるメニュー

Bのほうが美味しそうに感じる のではないでしょうか？

これは、「カリッと」「香ばしい」という言葉が **食感や風味を想像させる** からです。

② 聴覚（言葉・キャッチコピー）

お客様は「音」と「言葉」によって、料理のイメージを補完します。

特に、「美味しそうな音」は **シズルワード（Sizzle Words）** と呼ばれ、食欲を刺激する効果があります。

✔ シズルワードの例

- 「ジュージューと焼き上げる」
- 「じゅわ〜っと広がる肉汁」
- 「とろ〜りチーズがとける」

こうした言葉を使うことで、ただの料理が「**食べたくなる料理**」へと変わります。

③ 記憶（過去の味覚体験）

お客様の脳は、「過去の味覚体験」を元に、料理の美味しさを予測します。

例えば、「懐かしいおふくろの味」と書かれたメニューを見たとき、多くの人は **自分の記憶の中の味を思い出し、その料理を食べたくなる** のです。

✔ 記憶を刺激するキーワードの例

- 「昭和レトロなナポリタン」
- 「おばあちゃんの秘伝レシピ」
- 「子どもの頃の思い出の味」

このように、「過去の記憶に結びつく言葉」を使うことで、お客様の食欲を刺激できます。

1-4. 食欲を刺激する「言葉の魔法」とは？

ここまでの話をまとめると、お客様の「食べたい！」を引き出すためには、次のポイントが重要になります。

- ✔ 視覚 × 言葉 → 美味しさを補完する
- ✔ シズルワード（音や感触をイメージさせる言葉）を使う
- ✔ 記憶を刺激するキーワードを活用する

1-5. 言葉の違いで売上が変わる実例

実際に「言葉の力」で売上が変わった例を見てみましょう。

事例1：メニュー名を変えただけで売上20%アップ

ある飲食店では、「チーズハンバーグ」の売上が伸び悩んでいました。

そこで、メニュー名を「とろ〜り濃厚チーズがあふれるジューシーハンバーグ」に変更したところ、売上が20%アップ！

ポイント： ✔ 「とろ〜り」「濃厚」「ジューシー」など、味と食感を伝える言葉を追加

- ✔ お客様が「食べたい！」と思う言葉を使うことで、注文率が上がった

📄 事例 2：POP の一言を変えただけで、客単価がアップ

あるカフェでは、「ケーキセット」を注文するお客様が少ないという悩みがありました。

そこで、店内 POP を次のように変更しました。

✅ 変更前：「ケーキセット 500 円」

✅ 変更後：「しっとり濃厚チョコレートケーキと香り高いブレンドコーヒーの贅沢な
ひととき 500 円」

すると、ケーキセットの注文が 1.5 倍に増加！

ポイント：✅ 「しっとり濃厚」「香り高い」「贅沢なひととき」という表現で特別感を
演出することで

✅ お客様が「そのシーンを体験したくなる」ようにした

1-6. まとめ：言葉で「食べたくなる」を作り出せ！

✓ お客様は、視覚・言葉・記憶を通じて料理を選んでいる

✓ 「シズルワード」を使えば、食欲を刺激できる

✓ 美味しそうな言葉を使うだけで、売上がアップする

次の章では、飲食店経営者が「料理の美味しさを伝えきれていない理由」について、

具体的に掘り下げていきます。

第2章：飲食店経営者が抱える3つの課題と解決策

2-1. 「料理の味には自信があるのに、お客様に伝わらない」

多くの飲食店経営者が、「うちの料理は美味しいのに、なぜかお客様が増えない」と悩んでいます。

これは、単純に料理の質だけではなく、「美味しさを伝える力」に問題があることが多いです。

例えば、次の2つのメニュー表を比べてみてください。

- ✓ A:「カレーライス 800 円」
- ✓ B:「スパイス香る、コク深い特製カレー 980 円」

どちらのほうが美味しそうに感じるでしょうか？

多くの方は、Bの「スパイス香る」「コク深い」という言葉があることで、味のイメージが膨らみ、高くて「食べてみたい！」と感じるのです。

しかし、実際の飲食店では、Aのように**「シンプルすぎるメニュー表」**が多く見られます。

せっかくこだわりのある料理を作っているのに、その魅力が伝わらなければ、お客様の「食べたい！」という気持ちを引き出すことができません。

解決策：「美味しさの言葉」を加えて、魅力を伝える

メニュー表やPOP、SNSの投稿に「美味しさを伝える言葉」を加えるだけで、お客様の反応は変わります。

例えば、次のように表現を変えてみましょう。

変更前	変更後
ハンバーグ	肉汁じゅわ〜っ！外はカリッと、中はジューシーな特製ハンバーグ
チョコレートケーキ	しっとり濃厚なベルギー産チョコを贅沢に使用した極上スイーツ
唐揚げ	外はカリッ、中はジュワッ！秘伝のタレがしみ込んだ絶品唐揚げ

こうした言葉を加えることで、お客様は「この料理を食べたい！」という気持ちになります。

2-2. 「値下げしないと注文が増えない」

「最近、競争が激しくなり、値下げしないとお客様が来なくなった」という声をよく聞きます。

特に、大手チェーン店やデリバリーサービスが増えたことで、個人経営の飲食店は価格競争に巻き込まれがちです。

しかし、値下げをすると、「価格でしかお店を選ばないお客様」が増え、結果的に利益が減ってしまいます。

では、値下げせずに売上を伸ばすには、どうすればいいのでしょうか？

- ◆ 解決策：「価格」ではなく「価値」で選ばれるお店になる

お客様は、単に安いから食べるのではなく、「このお店ならではの価値」を感じたときに、お金を払います。

そのためには、「価格よりも魅力を伝える言葉」を使うことが重要です。

例えば、次の2つのハンバーグを比べてみてください。

✓ A:「ハンバーグ定食 980 円」

✓ B:「黒毛和牛 100%使用！肉汁あふれる特製ハンバーグ 1,280 円」

Bのほうが値段が高くて、「黒毛和牛 100%使用」「肉汁あふれる」という言葉があることで、お客様は「価格が高くて、このハンバーグは美味しそう！」と感じます。

つまり、価格を下げるのではなく、「価値を伝える言葉」を使うことで、単価を上げることができるのです。

2-3. 「リピーターが増えない」

「一度来店したお客様が、なかなかリピートしてくれない…」

この悩みを抱えている飲食店は、多いのではないのでしょうか？

リピーターが増えない理由は、「料理が記憶に残っていない」ことが大きな原因です。

お客様は、お店を訪れたときの体験を「味の記憶」+「言葉の記憶」として覚えます。

◇ 解決策：「記憶に残る言葉」でリピートを促す

お客様が「またあのお店に行きたい！」と思うには、料理の味だけでなく、その料理に対する「特別なストーリー」を作ることが大切です。

例えば、次のような言葉を使うことで、記憶に残りやすくなります。

- ✓ 「懐かしいおふくろの味。あの頃を思い出す、手作り煮込みハンバーグ」
- ✓ 「シェフが3日間かけて仕込む、こだわりのデミグラスソース」
- ✓ 「当店でしか味わえない、門外不出の秘伝スパイスカレー」

こうした言葉をメニューやPOP、SNS投稿に使うことで、お客様の記憶に残る料理になります。

「また食べたい！」と思ったときに、お店の名前がすぐに思い浮かぶようになるのです。

2-4. まとめ

- ✓ 料理の美味しさを伝えられないと、お客様は興味を持たない
- ✓ 価格ではなく、「価値を伝える言葉」で単価を上げる
- ✓ 記憶に残る表現を使うことで、リピーターが増える

このように、「美味しさの言葉」を適切に使うことで、値下げせずに売上を伸ばし、リピーターを増やすことができます。

第3章：「美味しさの言葉」が売上を左右する科学的根拠

3-1. 「シズルワード」とは？五感を刺激する言葉の力

飲食店の売上を左右する要素のひとつに、「シズルワード (Sizzle Words)」があります。

これは、**食欲を刺激する音や食感、香り、味わいを表現する言葉** のことです。

例えば、次のような言葉を見て、どのように感じるでしょうか？

- ✅ 「ジュージューと焼き上げたステーキ」
- ✅ 「とろ〜り濃厚チーズがあふれる特製バーガー」
- ✅ 「サクサク衣のジューシー唐揚げ」

これらの言葉を読んだだけで、料理の香りや食感を想像し、食欲が刺激されるはずです。

これは、脳が **視覚や聴覚を通じて「味覚のイメージ」を再現する** からです。

つまり、メニューや SNS、POP にシズルワードを加えることで、「**食べたくなる!**」と

いう衝動を生み出し、注文率をアップさせることができる のです。

3-2. 美味しさの言葉が「食欲を増進させる」脳科学

人間の脳は、「言葉」を通じて味や食感を想像することができます。

これは、**ミラーニューロン (Mirror Neuron)** という脳の仕組みが関係しています。

◆ ミラーニューロンとは？

ミラーニューロンとは、他人の行動を見たり、言葉を聞いたりするだけで、自分が同じ体験をしたかのように感じる という脳の機能です。

例えば、「とろ〜りチーズがあふれるピザ 🍕」という言葉聞いたとき、

実際にピザを食べていなくても、脳内では「とろけるチーズを噛みしめる感覚」が再現されます。その結果、「食べたい！」という衝動が生まれ、注文へとつながる のです。

3-3. 「言葉なし」 vs. 「言葉あり」の注文率比較実験

実際に、「美味しさの言葉」を使うことで注文率が変わるのか？

ある飲食店で、次のような実験を行いました。

◆ 実験内容

同じ料理を、2種類の表現でメニューに掲載しどちらの注文率が高いかを比較しました。

メニュー名（言葉なし）	メニュー名（言葉あり）	注文率の変化
カレーライス	スパイス香るコク深い特製カレー	+22%
オムライス	ふわとろ卵がとろける濃厚デミオムライス	+35%
コーヒー	焙煎香るコク深いプレミアムブレンド	+18%

この結果から、美味しさを伝える言葉があるだけで、注文率が大幅にアップすること

がわかります。

つまり、「ただの料理」ではなく、「食べたくなる料理」に変える言葉が売上を左右するのです。

3-4. SNS 時代における「言葉の重要性」

現在、多くのお客様は「SNS の情報」を参考にしてお店を選びます。

そのため、「美味しさの言葉」を活用することで、拡散されやすくなり、集客効果が高まるのです。

例えば、次の2つの投稿を比べてみましょう。

✔ A:「新メニュー登場！ぜひ食べに来てください！」

✔ B:「とろ〜り濃厚チーズ×肉汁じゅわ〜っ！特製チーズバーガーが登場🍔💡」

A の投稿は、シンプルすぎて印象に残りにくいですが、

B の投稿は、具体的なシズルワードを使うことで、「美味しそう！」と感じさせ、拡散されやすくなります。

このように、SNS 時代では「伝える力」がなければ、どんなに美味しい料理でも注目されないという現実があります。

3-5. まとめ：「美味しさの言葉」を使うことで、売上は変わる

- ✓ 「シズルワード」を活用すれば、食欲を刺激し、注文率がアップする
- ✓ 脳科学的に「言葉」が食欲を増進させることが証明されている
- ✓ 実際のデータでも、言葉を加えたメニューのほうが売上が伸びる
- ✓ SNS 時代では、美味しさを伝えなければお客様に選ばれない

このように、「美味しさの言葉」は、単なる表現ではなく、飲食店の売上を左右する大きな要素 なのです。

📖 次の章では、「美味しさの言葉」を具体的にどのように活用すればいいのかを解説していきます！

第4章：「美味しさの言葉」を具体的に活用する方法

4-1. メニュー表での表現のコツ

飲食店にとって「メニュー表」は、お客様に最初に料理の魅力を伝える重要なツールです。

しかし、多くの飲食店では、次のような「もったいないメニュー表」を作っています。

❑ NG例（シンプルすぎるメニュー）

- カレーライス 800円
- オムライス 850円
- ハンバーグ定食 980円

❑ OK例（美味しさを伝える言葉を追加）

- スパイス香る、コク深い特製カレー 980円
- ふわとろ卵がとろける濃厚デミオムライス 1,100円
- 肉汁じゅわ〜っ！外はカリッと、中はジューシーな特製ハンバーグ 1,280円

◆ メニュー表で使うべき「美味しさの言葉」

- **食感**：「サクサク」「もちもち」「じゅわ〜」
- **温度感**：「熱々」「ひんやり」「焼きたて」

- 味わい：「コク深い」「濃厚」「スパイシー」
- こだわり：「自家製」「秘伝の」「特製」「厳選素材」

✔ ポイント

1. シズルワードを1つ以上入れる（「熱々」「とろ〜り」など）
2. こだわりを伝える（「秘伝のスパイス」「シェフが仕込んだ」など）
3. 価格の安さではなく、「食べたくなる表現」で選ばれるメニューにする

4-2. SNS・チラシでの使い方

現代では、SNS やチラシも 「お客様の食欲を刺激するツール」 になっています。

特に Instagram や Twitter では、言葉の工夫が拡散につながります。

✔ NG 例（ありきたりな投稿）

「新メニュー登場！ぜひ食べに来てください！」

✔ OK 例（シズルワードを活用）

「とろ〜り濃厚チーズ×肉汁じゅわ〜っ！特製チーズバーガーが登場 🍔 ✨」

◆ SNS で拡散されやすい「美味しさの言葉」

- 感覚を刺激する言葉：「サクサク」「じゅわ〜」「とろ〜り」「もちもち」
- 限定感を出す言葉：「期間限定」「今だけ」「数量限定」
- ストーリーを伝える言葉：「シェフがこだわり抜いた」「何度も試作を重ねた」

✅ SNS 投稿テンプレート 「【新メニュー登場🔥】

とろ〜り濃厚チーズと肉汁あふれる特製バーガー🍔✨

この美味しさ、一度食べたら忘れられません！

#限定 #チーズバーガー #肉汁じゅわ〜

✅ チラシ・POP のキャッチコピー 「お肉好き必見！

秘伝のタレがしみ込んだ、サクサク衣のジューシー唐揚げ🍗🔥」

SNS やチラシでは、「美味しさのイメージが伝わる言葉」を使うことで、お客様の「食べてみたい！」という気持ちを引き出します。

4-3. 店内 POP・黒板メニューの活用方法

店内の POP や黒板メニューも、お客様の注文率を上げる重要なポイントです。

特に「期間限定メニュー」や「シェフのおすすめメニュー」は、言葉の工夫だけで注文率が大幅にアップします。

✅ NG 例（普通の POP）

「本日のおすすめ：カレー 980 円」

✅ OK 例（シズルワードを活用）

「🔥 本日限定🔥 スパイスの香り広がる、コク深い特製カレー🍛✨

ひとくち食べれば、スパイスの魔法にかかる!？」

◆ POP・黒板メニューのポイント

1. 大きく目立つ文字でシズルワードを入れる
2. 手書きで温かみを演出する（黒板メニューの場合）
3. 「本日限定」や「残りわずか」などの限定感を出す

✔ 効果的な言葉の例

- 「残り3食！」 → 限定感を出して注文を促す
 - 「リピート率No.1！」 → 人気メニューの安心感を演出
 - 「シェフのこだわり」 → 料理への情熱を伝える
-

4-4. スタッフの接客トークでの活用

スタッフの一言で、注文が増えることがあります。

しかし、多くの飲食店では、次のような「もったいない接客」をしています。

✔ NG例（シンプルすぎる接客）

お客様：「おすすめは何ですか？」

スタッフ：「ハンバーグが人気です。」

✔ OK例（シズルワードを活用）

お客様：「おすすめは何ですか？」

スタッフ：「肉汁がじゅわ〜とあふれて、外はカリッと焼き上げた特製ハンバーグが

人気です！」

こうした言葉を使うことで、お客様の注文率は大きく変わります。

◆ 接客トークに取り入れるべきフレーズ

- 「今ちょうど焼きたての〇〇が出ていますよ！」
- 「このパスタ、もちもちの生麺がソースに絡んで最高なんです！」
- 「じっくり煮込んだデミグラスソースのコク深さを楽しめますよ！」

スタッフのちょっとした一言が、お客様の「食べてみたい！」という気持ちを引き出すのです。

美味しさを伝える 90 のキーワードと文例（完全版）

本リストでは、「食感」「温度・出来立て感」「味わい」「品質・こだわり」の4つのカテゴリーに加え、「五感に訴える表現」「シーンを想起させる表現」という新たな切り口を追加し、90の「美味しさの言葉」とそれを活用した文例を紹介します。

1. 食感を伝える（25種類）

1. サクサク：サクサク衣のジューシーとんかつ。
2. ザクザク：ザクザク食感のクリスピーフライドチキン。
3. カリカリ：カリカリベーコンが香ばしいシーザーサラダ。
4. ふわふわ：ふわふわ生地の極上パンケーキ。
5. もちもち：もちもち食感の生パスタ。
6. しこしこ：しこしこ食感の讃岐うどん。
7. ぷりぷり：ぷりぷりの海老がたっぷり！エビチリ。
8. つるつる：つるつるのどごしがたまらない冷やしうどん。
9. ほくほく：ほくほく甘い焼き芋。
10. じゅわー：じゅわーっと肉汁があふれる特製ハンバーグ。
11. カリッと：外はカリッと、中はトロッと濃厚チーズコロケ。
12. シャキシャキ：シャキシャキ食感が楽しい新鮮野菜サラダ。
13. しっとり：しっとり濃厚なチョコレートケーキ。
14. ねばねば：ねばねば食感のヘルシー納豆そば。
15. ふわとろ：ふわとろ卵がとろけるオムライス。
16. もっちり：もっちり食感の米粉パンケーキ。
17. サックリ：サックリと焼き上げたアップルパイ。

18. ぷるんぷるん：ぷるんぷるんの絶品プリン。
19. かりっじゅわ：かりっじゅわなフレンチトースト。
20. トロトロ：トロトロに煮込んだ牛すじカレー。
21. ふんわり：ふんわり香る抹茶シフォンケーキ。
22. なめらか：なめらかなくちどけの極上プリン。
23. こんがり：こんがり焼き上げたガーリックトースト。
24. さっくり：さっくりと軽い食感のメロンパン。
25. カリカリとろ～り：カリカリとろ～り食感がクセになるクロワッサン。

2. 温度・出来立て感を伝える（15種類）

26. 熱々：熱々の鉄板で焼き上げるステーキ。
27. ほかほか：ほかほかの炊きたてご飯。
28. ひんやり：ひんやり冷たい夏限定スイーツ。
29. 焼き立て：焼き立てのクロワッサンの香ばしさ。
30. 揚げたて：揚げたてサクサクの天ぷら。
31. 炊きたて：炊きたてふっくら土鍋ご飯。
32. できたて：できたてアツアツのパイ包みスープ。
33. ほっこり：ほっこり温まる和風おでん。

34. キンキン：キンキンに冷えた生ビール。
35. じっくり煮込んだ：じっくり煮込んだコク深いビーフシチュー。
36. アツアツじゅわ～：アツアツじゅわ～な小籠包。
37. ひんやり爽快：ひんやり爽快なレモンソーダ。
38. じゅわっと：じゅわっと広がるバターの香り。
39. つめた～い：つめた～いジェラートでクールダウン。
40. 香り立つ：香り立つ淹れたてのコーヒー。

3. 味わいを伝える（25種類）

41. 旨辛：旨辛スパイスが効いた本格麻婆豆腐。
42. コク深い：コク深い特製デミグラスソース。
43. まろやか：まろやかな味わいの北海道産生クリーム。
44. 濃厚：濃厚なチーズソースがたっぷり絡むパスタ。
45. スパイシー：スパイシーな香り広がるインドカレー。
46. 甘酸っぱい：甘酸っぱいソースが決め手の絶品唐揚げ。
47. 深みのある：深みのある味わいの特製コーヒー。
48. 贅沢な：贅沢に和牛を使ったプレミアムバーガー。
49. クセになる：クセになるスパイスたっぷりカレー。

50. フルーティー：フルーティーな香り漂うスパークリングワイン。
51. じっくり焼き上げた：じっくり焼き上げた極上ステーキ。
52. とことん煮込んだ：とことん煮込んだ絶品角煮。
53. 濃密な：濃密な味わいの極上ショコラ。
54. 味わい深い：味わい深い長期熟成チーズ。
55. ほんのりビター：ほんのりビターな大人のティラミス。
56. 爽やか：爽やかなレモンの酸味が引き立つレアチーズケーキ。
57. とろける：とろける濃厚なフォンダンショコラ。
58. 香ばしい：香ばしい焦がしバターが決め手のフィナンシェ。
59. ほのかに甘い：ほのかに甘いミルクティーの香りが漂うプリン。
60. ピリッと辛い：ピリッと辛い唐辛子がアクセントのチリソースチキン。
61. うまみたっぷり：うまみたっぷりの出汁で炊いた炊き込みご飯。
62. しみしみ：しみしみの出汁がしっかり染み込んだおでん大根。
63. コクまろ：コクまろな味わいの濃厚ビーフカレー。
64. 濃厚クリーミー：濃厚クリーミーなクラムチャウダー。
65. 後味すっきり：後味すっきり爽やかな青リンゴゼリー。

4. 香りを伝える (10 種類)

- 66. 芳醇：芳醇な香りが広がる赤ワイン。
- 67. ふくよかな：ふくよかな香りが特徴の特選抹茶ラテ。
- 68. 鼻に抜ける：鼻に抜ける柑橘の爽やかな香りが心地よいシトラスティー。
- 69. スモーキー：スモーキーな香りが決め手の本格スモークチーズ。
- 70. 焙煎香る：焙煎香る香ばしいエスプレッソ。
- 71. フローラルな：フローラルな香りが広がるジャスミンティー。
- 72. スパイス香る：スパイス香るチャイラテで温まるひととき。
- 73. バターが香る：バターが香るリッチなクロワッサン。
- 74. シナモンの香り：シナモンの香りが食欲をそそるアップルパイ。
- 75. じんわり広がる：じんわり広がるナッツの香ばしさが魅力のアーモンドタルト。

5. 食材・品質を伝える (15 種類)

- 76. 産地直送：産地直送！北海道産ホタテの濃厚クリームパスタ。
- 77. 朝採れ：朝採れ新鮮野菜たっぷりのカラフルサラダ。
- 78. 手作り：手作りの温もりを感じるふわふわシフォンケーキ。
- 79. 自家製：自家製ソースが決め手の絶品ハンバーグ。
- 80. 特選：特選黒毛和牛を贅沢に使用したステーキ。

81. 限定生産：限定生産のプレミアムクラフトビール。
82. 秘伝の：秘伝のタレで仕上げた極上焼き鳥。
83. 希少部位：希少部位のミスジを使った贅沢ローストビーフ。
84. 無添加：無添加で仕上げたやさしい味わいのスープ。
85. 低糖質：低糖質でヘルシーな罪悪感ゼロのスイーツ。
86. 新鮮：新鮮な海の幸をふんだんに使った海鮮丼。
87. 熟成：熟成させた旨みたっぷりのローストポーク。
88. こだわりの：こだわりのスパイスをブレンドした本格カレー。
89. プレミアム：プレミアムな味わいの最高級モンブラン。
90. 伝統の：伝統の製法で作られた濃厚な抹茶ジェラート。

4-5. まとめ

- ✓ メニュー表に「美味しさの言葉」を入れるだけで注文率が上がる
- ✓ SNS・チラシでは、「シズルワード+限定感」を意識する
- ✓ 店内POPや黒板メニューには、目立つ美味しさの言葉を入れる
- ✓ 接客トークで「じゅわ〜」「もちもち」「とろ〜り」などを活用する

このように、「美味しさの言葉」を使いこなすことで、売上アップにつながります！

次章では、実際に「美味しさの言葉」を活用し、売上がアップした事例を紹介します！

第5章：「美味しさの言葉」で売上がUPした成功事例

この章では、実際に「美味しさの言葉」を活用して売上が伸びた飲食店の成功事例を紹介します。「言葉を変えただけで売上が上がるの？」と思うかもしれませんが、実際に多くの飲食店が結果を出しています。

あなたの店舗でもすぐに実践できるよう、事例ごとに「何を変えたのか」「なぜ効果があったのか」を解説します。

5-1. メニューの表現を変えただけで売上20%UP！

◆ 事例①：「カレー」の名前を変えたら注文が増えた

📍 店舗タイプ：カフェ（客単価1,200円）

📌 課題：「カレーライス」の売上が伸び悩んでいた

📄 変更前のメニュー：「カレーライス 800円」

✅ 変更後のメニュー：「スパイス香る、コク深い特製カレー 980円」

📊 結果：カレーの売上が20%増加！

✅ 何が効果的だったのか？

- 「スパイス香る」 → 香りのイメージが膨らみ、食欲を刺激
- 「コク深い」 → 味の濃厚さを伝え、期待感を高める

- 「特製」 → この店ならではの特別感を演出

👉 ポイント：料理の特徴を言葉で伝えるだけで、注文率がアップする！

5-2. 店内 POP を変えたら、客単価が 300 円アップ！

事例②：「デザートセット」の売上を伸ばした方法

店舗タイプ：洋食レストラン（客単価 2,000 円）

課題：「食後のデザートセット」の注文率が低かった

変更前の POP：「デザートセット 500 円」

変更後の POP：「しっとり濃厚チョコレートケーキと香り高いブレンドコーヒーの贅沢なひととき 500 円」

結果：デザートセットの注文数 1.5 倍増加！ → 客単価 +300 円！

何が効果的だったのか？

- 「しっとり濃厚」 → 食感をイメージしやすい
- 「香り高い」 → コーヒーの風味を想像させる
- 「贅沢なひととき」 → お客様の体験を高める表現

ポイント：デザート単なる価格表示ではなく、「味」と「体験」を伝えることで注文率が上がる！

5-3. SNS 投稿を変えただけで、新規客が増えた！

事例③：「新メニューの告知」を工夫した結果

店舗タイプ：ラーメン店（客単価 900 円）

課題：新メニューの告知をしても反応が悪かった

変更前の SNS 投稿：「新メニュー登場！ぜひ食べに来てください！」

変更後の SNS 投稿：「とろ〜り濃厚チーズ×肉汁じゅわ〜っ！特製チーズラーメンが登場」

結果：SNS のエンゲージメント（いいね・コメント・シェア）が **3 倍増加**！

何が効果的だったのか？

- 「とろ〜り濃厚チーズ」 → 視覚的に美味しそうに感じる
- 「肉汁じゅわ〜っ！」 → 食感とジューシーさを伝える
- 「特製」 → 限定感・特別感を演出

ポイント：SNS では、写真＋シズルワードを組み合わせることで拡散力が高まる！

5-4. 接客トークを変えたら、リピート率が 2 倍に！

事例④：「おすすめの伝え方」を変えた結果

店舗タイプ：焼肉店（客単価 4,000 円）

課題：「スタッフのおすすめトークが弱く、リピート客が少なかった」

変更前の接客：お客様「おすすめは何ですか？」→ スタッフ「ハラミが人気です！」

変更後の接客：お客様「おすすめは何ですか？」→ スタッフ「当店のハラミは、じっくり熟成させて旨味を引き出し、炭火で香ばしく焼き上げます。噛むほどに肉汁があふれ、口いっぱいに広がるコクが特徴です！」

結果：ハラミの注文率 **1.8 倍増加！** リピート率 **2 倍 UP！**

何が効果的だったのか？

- 「じっくり熟成させて旨味を引き出し…」 → 料理のこだわりを伝える
- 「炭火で香ばしく焼き上げる」 → 調理方法の魅力を強調
- 「噛むほどに肉汁があふれる」 → 食感と味のイメージを補強

ポイント：接客トークでも「美味しさの言葉」を使うだけで、注文率がアップ！

5-5. まとめ：「美味しさの言葉」で売上は変わる！

✓ メニュー表の言葉を変えるだけで、注文率が 20%増加！

✓ 店内 POP を工夫すると、客単価が 300 円アップ！

✓ SNS 投稿を変えただけで、エンゲージメント 3 倍増！

✓ 接客トークを工夫すると、リピート率が 2 倍に！

このように、「美味しさの言葉」を適切に活用することで、**価格を下げずに売上を伸ばすことが可能** なのです。

言葉を少し変えるだけで、料理の価値が高まり、お客様の「食べたい！」を引き出すことができます。

次の章では、「価格競争」ではなく「価値で売る」ための戦略について解説します！

第6章：「価格競争」ではなく「価値で売る」ための戦略

6-1. 「安くしないと売れない」は本当か？

飲食店経営者の多くは、「価格を下げないとお客様が来ない」という悩みを抱えています。特に、大手チェーン店やデリバリーサービスの影響で、価格競争に巻き込まれやすいと感じているでしょう。

しかし、本当に「安くしないと売れない」のでしょうか？

実際には、「価格が高くても売れるお店」も多く存在します。

その違いは、「値段の安さで選ばれるか」「価値で選ばれるか」にあります。

例えば、次の2つのハンバーグ定食を比べてみてください。

A：「ハンバーグ定食 980円」

B：「黒毛和牛100%使用！肉汁あふれる特製ハンバーグ 1,280円」

どちらが食べたくなるのでしょうか？

Bのほうが高いのに、「黒毛和牛100%」「肉汁あふれる」「特製」という言葉があるだ

けで、「価値があるから食べてみたい！」と感じませんか？

つまり、お客様は「価格」ではなく「価値」で判断している」のです。

6-2. 「美味しさの言葉」で価格競争から抜け出す

価格競争に巻き込まれないためには、「他店と比較できない価値」を伝えることが重要です。

そのために、「美味しさの言葉」を活用しましょう。

×価格で売る（NG例）

「〇〇セット 980円 → 880円！」

◎価値で売る（OK例）

「秘伝のスパイスで味付け！香ばしく焼き上げたジューシーなグリルチキンセット

1,280円」

✓ポイント

- 「〇〇円値下げ！」ではなく、「この料理は特別です！」を伝える
- 「安さ」ではなく「こだわり」「美味しさの理由」を説明する

6-3. 「食欲を刺激するストーリー」でお客様の記憶に残る

お客様は、「どこで食べても同じ味」ではなく、「このお店だからこそ食べたい料理」を

求めています。

そのために、「**食欲を刺激するストーリー**」を作りましょう。

×NG例（特徴が伝わらない）

「自家製カレー 980円」

◎OK例（ストーリーを伝える）

「スパイスの魔法！

シェフが15種類のスパイスをブレンドし、6時間じっくり煮込んだコク深い特製カレー 1,280円」

お客様の脳は、「**美味しさの理由**」を知ることで、価値を感じます。

「こだわりのポイント」や「作り手の情熱」を伝えるだけで、注文率が上がります。

6-4. 「値下げせずに売れる」ための4つの戦略

① 「高級感」を出す

「価格が高い=良いもの」という心理を活用しましょう。

「プレミアム」「特選」「極上」などの言葉を使うと、高級感が増します。

×NG例（普通のメニュー）：「天ぷらそば 980円」

◎OK例（高級感を出す）：「職人仕込みの特選天ぷらそば 1,280円」

② 「希少性」を強調する

「今しか食べられない！」と思わせると、お客様は価格よりも「体験」を優先します。

×NG例（いつでも食べられる）：「抹茶パフェ 750円」

◎OK例（希少性を出す）：「春限定！京都宇治抹茶を贅沢に使用した特製パフェ 980円」

③ 「手間ひま」を伝える

時間をかけて作った料理は、それだけで価値が上がります。

×NG例（シンプルな説明）：「煮込みハンバーグ 1,000円」

◎OK例（手間を伝える）：「じっくり3日間煮込んだデミグラスソースの特製ハンバーグ 1,380円」

④ 「数量限定」にする

「限定〇食」「今日だけ」という言葉を使うと、お客様は「今食べなければ損！」と感じます。

×NG例（普通のメニュー）：「黒毛和牛ステーキ 2,000円」

◎OK例（数量限定を強調）：「本日限定10食！最高級黒毛和牛のプレミアムステーキ 2,500円」

6-5. まとめ：「美味しさの言葉」で価格競争を回避する

- ✓ 「価格」ではなく「価値」で選ばれるお店を作る
- ✓ 「美味しさの言葉」で高級感・希少性・手間ひまを伝える
- ✓ 「数量限定」を使い、お客様に「今すぐ食べたい！」と思わせる

値下げ競争に巻き込まれる必要はありません。

「美味しさの言葉」を使えば、お客様は「安いから選ぶ」のではなく、「美味しそうだから選ぶ」のです。

次の章では、「美味しさの言葉」を使って繁盛店を作るための具体的なステップを紹介します！

第7章：「美味しさの言葉」で繁盛店を作るためのステップ

この章では、「美味しさの言葉」を最大限に活用し、**売上アップ・客単価アップ・リピーター増加を実現するための具体的なステップ** を紹介します。

どの飲食店でも、**すぐに実践できる方法** なので、ぜひ試してみてください！

7-1. STEP 1：「美味しさの言葉リスト」を作る

まずは、あなたのお店で使う **「美味しさの言葉リスト」** を作りましょう。

「食感」「温度」「味わい」「品質」に分けて、それぞれの料理に合う表現を考えます。

- ・ **食感を伝える言葉**：「サクサク」「もちもち」「じゅわ～」「カリカリ」
- ・ **温度感を伝える言葉**：「熱々」「ひんやり」「炊きたて」「焼きたて」
- ・ **味わいを伝える言葉**：「コク深い」「濃厚」「まろやか」「スパイシー」
- ・ **品質・こだわりを伝える言葉**：「特製」「自家製」「秘伝」「厳選素材」

【実践ポイント】

- ・ まずはメニューにある **全ての料理に、最低1つは「美味しさの言葉」** を加える
- ・ 言葉に説得力を持たせるため、**シェフやスタッフと相談して「こだわりポイント」**
を整理する

7-2. STEP 2 : 「美味しさの言葉」をメニュー表に追加する

次に、メニュー表の書き方を改善します。

「価格と料理名だけ」ではなく、「美味しさの言葉」を加えることで、注文率をアップさせましょう。

×**変更前 (NG)** : 「ハンバーグ定食 980 円」

◎**変更後 (OK)** : 「肉汁じゅわ〜っ！外はカリッと、中はジューシーな特製ハンバーグ 1,280 円」

【実践ポイント】

- 全メニューの説明文を「美味しさの言葉」を入れて見直す
 - 「売れ筋メニュー」には特にこだわりの表現を入れる
 - 値段を上げる際も、「高くても納得できる表現」を加える
-

7-3. STEP 3 : 「美味しさの言葉」を POP ・ チラシ ・ SNS で活用する

メニュー表だけでなく、店内 POP ・ チラシ ・ SNS にも「美味しさの言葉」を活用しましょう。

×**NG 例 (POP がシンプルすぎる)**

「唐揚げ定食 980 円」

◎**OK 例 (美味しさの言葉を追加)**

「外はカリッ！中はジューシー！秘伝のタレがしみ込んだ特製唐揚げ 980円」

【実践ポイント】

- 店内POPや黒板メニューに「シズルワード」を入れる
- チラシには「美味しさの秘密」を伝える一言を追加
- SNS投稿では、必ず「美味しさの言葉+写真」をセットにする

SNS投稿テンプレート 「とろ〜り濃厚チーズ×肉汁じゅわ〜っ！特製チーズバーガーが登場！一度食べたらずみつき！」

7-4. STEP 4：スタッフの接客トークに取り入れる

お客様が注文を決める際、スタッフの一言が大きな影響を与えます。

「おすすめは何ですか？」と聞かれたときに、「人気です！」だけではもったいないです。

×NG例（シンプルすぎる）

お客様：「おすすめは何ですか？」

スタッフ：「ハンバーグが人気です！」

◎OK例（美味しさの言葉を活用）

お客様：「おすすめは何ですか？」

スタッフ：「当店のハンバーグは、じっくり熟成させた黒毛和牛100%使用で、噛むほど

に肉汁があふれます！ぜひ一度お試しください！」

【実践ポイント】

- スタッフ研修で「美味しさの言葉」を使った接客をトレーニング
 - 「おすすめを聞かれたときの答え方」をあらかじめ決めておく
 - お客様の反応を見ながら、最適な言葉をチームで共有する
-

7-5. STEP 5：「限定メニュー」に美味しさの言葉を活用

お客様は、「今しか食べられない！」と思うと、注文する確率が高くなります。

「美味しさの言葉」に加えて、「限定」「期間限定」「残り〇食」などの言葉を入れると、より効果的です。

×NG 例（普通の表現）：「チーズハンバーグ 1,200 円」

◎OK 例（美味しさの言葉+限定感）：「【今だけ！】とろ〜り濃厚チーズがあふれる期間限定チーズハンバーグ 1,200 円」

【実践ポイント】

- 「期間限定」「数量限定」を強調し、お客様の行動を促す
 - 「シェフのこだわり」を伝え、特別感を出す
 - SNS でも「残りわずか！」などの表現を使い、即決を促す
-

7-6. まとめ：「美味しさの言葉」を使えば売上は伸びる！

- ✓ メニュー表に「美味しさの言葉」を入れるだけで注文率がアップする
- ✓ SNS や POP で「シズルワード」を使うと、お客様の食欲を刺激できる
- ✓ スタッフの接客トークに「美味しさの言葉」を取り入れると、注文単価が上がる
- ✓ 限定メニューに「美味しさの言葉」を活用すると、売れ行きが急増する

「美味しさの言葉」は、お客様の「食べたい！」を引き出し、売上アップにつながる強力なツールです。

ぜひ、あなたのお店でも取り入れてみてください！

次章では、「美味しさの言葉」をさらに進化させ、あなたのお店が長く繁盛するための秘訣をお伝えします！

第8章：「美味しさの言葉」を進化させ、長く繁盛する秘訣

「美味しさの言葉」を活用することで、売上アップやリピーター獲得に成功する飲食店が増えています。

しかし、繁盛店を長く続けるためには、「言葉の使い方を進化させる」ことが重要です。この章では、「美味しさの言葉」をより効果的に活用し、競争に強い繁盛店を作るための秘訣を解説します。

8-1. 「美味しさの言葉」を定期的にアップデートする

同じ表現を使い続けていると、お客様の興味が薄れてしまいます。

そこで、定期的にメニューの「美味しさの言葉」をアップデートしましょう。

×NG例（変化がないメニュー表）

「カリカリ唐揚げ 980円」 → 1年後も同じ表現

◎OK例（季節や流行に合わせて変更）

「カリカリ唐揚げ 980円」

↓ 夏限定

「スパイス香る！カリカリ夏の唐揚げ 1,080円」

↓ 冬限定

「秘伝のタレがしみ込んだ、カリッとジューシー唐揚げ 1,080円」

【実践ポイント】

- 3ヶ月ごとに「美味しさの言葉」を見直す
 - 「季節感」「流行のキーワード」を取り入れる
 - お客様の反応を見ながら、より魅力的な表現に変更する
-

8-2. 「美味しさの言葉」をお客様のレビューから生み出す

お客様が実際に使っている言葉を取り入れることで、より響くメニュー表やPOPを作れます。

×NG例（お店目線の表現）

「ふわふわパンケーキ 1,000円」

◎OK例（お客様のレビューを活用）

「【お客様の声】『まるで雲みたい！ふわふわで口の中でとろけるパンケーキ』 1,000円」

【実践ポイント】

- SNSや口コミサイトのレビューをチェックする
 - 実際のお客様の声をPOPやメニューに反映する
 - 「〇〇さん（常連）のおすすめ！」という形で紹介する
-

8-3. 「ストーリー」を加えて、料理の価値をさらに高める

料理の背景やこだわりを伝えることで、「ただの料理」から「特別な料理」に変わります。

お客様は「ストーリーのある料理」に価値を感じ、価格ではなく「体験」として選ぶようになります。

×NG例（シンプルな説明）

「デミグラスソースのハンバーグ 1,280 円」

◎OK例（ストーリーを加える）

「シェフが3日間かけて仕込んだ、じっくり煮込んだデミグラスソースの特製ハンバーグ 1,280 円」

お客様は、「3日間かけて作っているなら美味しいはず！」と期待し、納得して注文するのです。

【実践ポイント】

- 料理のこだわりや歴史を1行で伝える
 - 「〇〇時間煮込んだ」「シェフが試行錯誤して生み出した」などの表現を使う
 - POP やメニュー表、SNS 投稿にストーリーを加える
-

8-4. お客様との会話に「美味しさの言葉」を取り入れる

繁盛店は、スタッフとお客様のコミュニケーションが活発です。

スタッフが「美味しさの言葉」を会話の中に取り入れることで、注文数やリピート率がアップします。

×NG例（普通の接客）

お客様：「おすすめは？」

スタッフ：「うちはカレーが人気です。」

◎OK例（美味しさの言葉を活用）

お客様：「おすすめは？」

スタッフ：「当店のカレーは、15種類のスパイスをブレンドし、6時間じっくり煮込んでいます！スパイスの香りが広がる、コク深い味わいですよ！」

お客様は、「そんなに手間をかけているなら食べてみたい！」と感じるはずです。

【実践ポイント】

- 「美味しさの言葉」を使った接客トークをスタッフ全員で共有する
 - 「どんな言葉が響いたか」をスタッフ同士でフィードバックする
 - お客様が気になりそうな「こだわりポイント」を自然に伝える
-

8-5. 「美味しさの言葉」を使ったマーケティング戦略

「美味しさの言葉」は、メニューや接客だけでなく、マーケティングにも活用できます。

① SNS キャンペーンで拡散する

×NG 例（シンプルすぎる投稿）

「新メニュー登場！ぜひ食べに来てください！」

◎OK 例（拡散されやすい投稿）

「【期間限定】とろ〜り濃厚チーズ×肉汁じゅわ〜っ！特製チーズバーガーが登場！

この美味しさ、一度食べたらやみつき！#新メニュー #期間限定 #とろける美味しさ」

【実践ポイント】

- シズルワード+ハッシュタグを組み合わせる
- 期間限定やキャンペーンを絡めて投稿する
- 「食べた感想を投稿してください！」など、参加型にする

② 口コミを増やす「美味しさの言葉」戦略

口コミは、繁盛店を作る上で欠かせません。

「美味しさの言葉」を活用し、お客様が自然と口コミを投稿したくなる仕組みを作りましょう。

×NG 例（口コミを促していない）

特に何も伝えず、ただ料理を提供する

◎OK例（口コミを促す仕掛けを作る）

「【本日のお客様へ】

この『とろ〜り濃厚チーズの特製バーガー』を食べた感想を、#〇〇〇〇 をつけて SNS に投稿していただいた方には、次回使えるドリンク 1 杯無料クーポンをプレゼント！」

【実践ポイント】

- SNS で「美味しさの言葉」を投稿してもらう仕組みを作る
- POP やメニューに「感想を投稿してね！」と書く
- スタッフが自然に「ぜひ感想を聞かせてください！」と声をかける

8-6. まとめ：「美味しさの言葉」を進化させ、繁盛店を作る！

- ✓ 「美味しさの言葉」を定期的にアップデートする
- ✓ お客様のレビューやストーリーを活用し、より魅力的な表現にする
- ✓ 接客・SNS・口コミに「美味しさの言葉」を取り入れ、拡散させる

「美味しさの言葉」を戦略的に活用することで、長く愛される**繁盛店**を作ることができます。

あなたのお店でも、ぜひ取り入れてみてください！

次章では、本書のまとめと「美味しさの言葉」を最大限に活用するためのチェックリストをお届けします！

第9章：「美味しさの言葉」で売れるお店を作るための最終 チェックリスト

ここまで、「美味しさの言葉」を活用することで **売上アップ・客単価アップ・リピーター増加が実現できる** ことを解説してきました。

最後に、本書の内容を **チェックリスト形式** で整理し、あなたのお店が「美味しさの言葉」を最大限に活用できているか？を確認しましょう。

すぐに実践できる「美味しさの言葉」チェックリスト付き！

9-1. 「美味しさの言葉」を活用できているか？チェックリスト

以下の **20** のチェックリストを確認し、できている項目に**✓**をつけてみましょう。

✓が多いほど、「美味しさの言葉」をしっかりと活用できているお店です！

■メニュー表

1. 料理の名前に「美味しさの言葉」を加えているか？
2. 価格だけでなく「味・食感・こだわり」を伝えているか？
3. 「サクサク」「じゅわ～」「とろ～り」などのシズルワードを活用しているか？
4. 3ヶ月ごとにメニューの表現を見直しているか？

■店内POP・黒板メニュー

- 5. 料理の魅力を伝える「キャッチコピー」を作っているか？
- 6. 「本日限定」「残り〇食」など、限定感を出しているか？
- 7. 「職人仕込み」「秘伝」「特製」など、お店ならではのこだわりを伝えているか？

■ SNS・チラシ

- 8. SNS 投稿で「美味しさの言葉」を使い、食欲を刺激しているか？
- 9. 投稿に「ハッシュタグ（#期間限定 #とろ〜りチーズ）」を活用しているか？
- 10. 「お客様の声」やレビューを SNS・チラシで紹介しているか？

- 接客・スタッフトーク 11. スタッフが「美味しさの言葉」を使った接客ができて
いるか？

- 12. 「おすすめは？」と聞かれたときに、料理の魅力を伝えられているか？
- 13. 「〇〇産直送」「〇〇時間煮込んだ」など、料理のストーリーを伝えているか？

■ お客様の口コミ・レビュー

- 14. 口コミを増やすための仕掛け（POP・SNS キャンペーン）を作っているか？
- 15. 「感想を投稿してくれた方に特典！」など、口コミを促す仕組みがあるか？

■ 売れる仕組み

- 16. 「美味しさの言葉」を定期的にアップデートしているか？
- 17. お客様のレビューをチェックし、新しい表現を取り入れているか？
- 18. 価格競争ではなく、「価値で選ばれるお店作り」ができているか？

19. SNS・メニュー・POP・接客で、一貫して「美味しさの言葉」を活用しているか？

20. 「美味しさの言葉」で売上・客単価がアップしている実感があるか？

✓の数が多いほど、お店の売上アップに「美味しさの言葉」を活用できている証拠！

9-2. ここまでのまとめ

1. 「美味しさの言葉」は、飲食店の売上を左右する！
 2. 言葉を変えるだけで、注文率・客単価・リピート率がアップする！
 3. メニュー・SNS・接客・POPの全てで「美味しさの言葉」を活用しよう！
-

9-3. 「美味しさの言葉」を最大限に活用するために

本書を読み終えたら、ぜひ「美味しさの言葉チェックリスト」を活用し、店舗の改善に取り組んでみてください。

- ・まずはメニュー表から → 「美味しさの言葉」を加えるだけで、注文率 UP！
- ・店内POPやSNS投稿を工夫 → 「シズルワード」を活用して、食欲を刺激！
- ・スタッフの接客トークを改善 → 「美味しさの伝え方」を磨き、リピート率を高める！

「美味しさの言葉」を戦略的に活用すれば、価格競争に巻き込まれず、価値で選ばれる

繁盛店を作ることができます。

あなたのお店が、「言葉の力」でお客様に愛され、売上が伸び続けることを願っています！

【著者：ハワードジョイマン】

「美味しさの言葉」を武器に、飲食店の売上を伸ばす専門家

飲食店の経営者が、「価格競争に巻き込まれず、魅力で選ばれるお店」を作ることをサポート。

累計 1,800 店舗以上の経営改善に携わり、売上アップの仕組み作りを得意とする。

「料理の美味しさをどう伝えるか？」に焦点を当て、

メニュー表・店内 POP・SNS・接客トークの改善を通じて、注文率・客単価・リピート率を向上させるメソッドを確立。

「味が良いのに売れない」という飲食店を、「美味しさの言葉」で繁盛店へと導く。

本書では、どんなお店でもすぐに実践できる「言葉の力」を活用した売上アップの秘訣を惜しみなく公開。

飲食業界の未来を明るくし、お客様とお店の笑顔があふれる繁盛店を増やすことがミッション！