# メニュー写真の撮り方　良い例・悪い例

## ◎ 良い例　魅力が伝わり、出店者の価値が高まる写真

**料理がはっきり見える**
ピントが合っていて、料理の全体がしっかり見える。

**美味しさが伝わる**
彩りやツヤ感があり、食欲をそそる。

**背景や構図が良い**
シンプルで清潔感があり、料理を引き立てている。

**ブランドイメージに合う**
お店の雰囲気やこだわりが伝わる写真。

**ボリューム感が伝わる**
量や具材の豊富さが一目でわかる。

**色味がきれい**
自然光や照明で、料理の色が鮮やかに見える。

**清潔感がある**
器や盛り付けがきれいで、衛生的な印象を与える。

**商品の特徴がわかる**
何を使っているか、どんな味かが伝わる。

## ✕ 悪い例　魅力が伝わりにくく、印象が下がる写真

**写真に文字が入っている**
メニュー名や価格、ロゴ、スタンプなどの文字が入っている写真は使わない。

**暗い・明るすぎる**
露出が不適切で、料理が美味しそうに見えない。

**ピントが合っていない**
ブレていたり、ピントがずれていて料理がぼやける。

**背景がごちゃごちゃ**
余計なものが写り込み、料理に目が行かない。

**暗くて見えにくい**
照明が足りず、料理のディテールがわからない。

**色が悪く美味しそうに見えない**
色味がくすんでいて、食欲が湧かない。

**全体の雰囲気が伝わらない**
どんな料理か、どんなお店かイメージできない。

**角度が微妙**
上からの写真などで、魅力が伝わりにくい。