



2026年4月1日

店舗限定で販売した『まっぷたつ？パフェ』が
「Spikes Asia 2026」Design 部門でブロンズ受賞！
～新たなフードロス問題への挑戦が国際的に評価～

株式会社デニーズジャパン(本社:東京都千代田区、代表取締役:小松雅美)が運営する「デニーズ」において、この度、『まっぷたつ？パフェ』(英題:“The 1/2 Parfait”)が、「Spikes Asia 2026」において Design 部門でブロンズを受賞しました。また、Brand Experience & Activation 部門でもショートリストに選出されました。

今回の受賞は、若年層を中心に広がる「写真映え」文化と、それに伴うフードロスという社会課題に対し、まっぷたつのグラスでそれらを解決する取り組みが国際的に高く評価されたものです。

The 1/2 Parfait

The post stayed the same.
The waste didn't.

BACKGROUND
In Japan, there's a growing obsession with social-media-worthy content—particularly among Gen Z and Gen Alpha women—who seek social validation by posting eye-catching photos and collecting “likes.” This behavior, often driven by a social-media-centric mindset, has led to a new and growing issue: food waste driven by aesthetics. In pursuit of “likes,” some customers order oversized, photogenic dishes solely for their visual appeal—only to leave them uneaten or throw them away after taking photos. Denny's Japan, a family restaurant chain with over 300 locations nationwide, has been directly affected by this trend. While smaller parfaits were available, customers continued to order larger, more extravagant ones to capture more impressive photos—resulting in substantial food waste.

IDEA
By analyzing posts from people with an obsession with social-media-worthy content, we found that most parfait photos were taken from the front. This insight led us to design a groundbreaking new parfait—one that addresses food waste while keeping its visual appeal. The idea was simple: cut the parfait glass vertically in half. From the front, it looks full-sized and picture-perfect. From the side, it reveals a half portion. This clever design satisfies the desire for social validation while naturally reducing waste.

RESULT
The 1/2 Parfait reached 380% of its sales target, with no leftovers recorded since launch—directly supporting Denny's corporate goal of reducing food waste by 75% by 2050 and contributing to SDG 12: Responsible Consumption and Production.

Leftovers since launch **0**

Sales reached **380%** of the initial target

15M Views across related social posts

■受賞概要

【Bronze 受賞】

部門: Design

カテゴリー: Sustainability-Focused Design

【Shortlist 入賞】

部門: Brand Experience & Activation

カテゴリー: Social Behaviour

■「Spikes Asia 2026」について <https://www.spikes.asia/>

Spikes Asia(スパイクスアジア)は、アジア太平洋(APAC)地域におけるクリエイティブの最高峰を表彰する国際広告賞です。広告・マーケティング・デジタル領域の優れたアイデアや表現、戦略を評価する“APAC のクリエイティブ・ベンチマーク”として位置づけられ、同地域で最も権威あるアワードとして知られています。

■『まっぷたつ？パフェ』の制作背景

近年、Z世代・α世代を中心に「写真映え」を目的に大きな料理やデザート注文し、撮影後に食べられず残してしまうという新たなフードロス問題が生まれています。デニーズでも、調査をしたところ、「54%が写真映えを理由に料理やデザートを注文したことがある」「約3人に1人が食べ残した経験がある」ということが判明。SNS映えを理由に大きなサイズのパフェを選ぶ一方で、それが食べ残しにつながっている可能性があることがわかりました。

このような背景のもと、デニーズが持つ課題意識に対し、「SNS映えを求める若者の心理を尊重しつつ、食べ残しを削減できる」という革新的なアイデアとして、SNS投稿の多くが「正面からの写真」であることに着目。正面から見ると通常のパフェ、横から見ると半分になっている、という独自構造の商品『まっぷたつ？パフェ』の開発に至りました。

見た目の豪華さや写真映えはそのままに、量だけを半分に抑えることで、楽しさを保ちながら自然とフードロス削減へつながるよう設計しています。デニーズのパーパスである「ひと皿に活力と楽しさ、心の豊かさを提供する」に沿った、これまでにない新たな試みとして高く評価されました。これからも、お客様と楽しみながら、食品業界の食品ロスを削減できるよう、継続的に取り組んでまいります。

■共同開発・提案：株式会社 I&S BBDO

■■ デニーズホームページ <https://www.dennys.jp> ■■

株式会社 デニーズジャパン 広報

〒102-8415 東京都千代田区二番町4番地5 <https://www.dennys.co.jp>

TEL. 03-6238-3567 FAX. 03-3221-7285