



Denny's Japan

株式会社デニーズジャパン

2026 年 9 月 2 日

国際広告祭「MAD STARS 2026」にて デニーズ『まっぷたつ？パフェ』が Brand Experience & Activation Stars 部門で Silver 受賞

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」の『まっぷたつ？パフェ』が、国際広告祭「MAD STARS 2026」Brand Experience & Activation Stars 部門で Silver を受賞しました。

今回の受賞は、写真映えをそのまま、量だけを変えるデザインにより、「楽しみながら、食べ残さない選択」を促した点が評価されたものです。デニーズならではの「お客様にとって価値あるブランド体験」として高く評価されました。

The 1/2 Parfait



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



BACKGROUND

In Japan, social media has become a powerful cultural force shaping how younger generations engage with food. Among Gen Z and Gen Alpha, meals are increasingly chosen not for consumption, but for how they appear online. Visual appeal and "likes" often take priority over appetite. This shift has unintentionally created a new form of food waste. To capture eye-catching images, consumers tend to order larger, more visually striking desserts than they can actually finish. Even when smaller options are available, they are often overlooked due to their lack of visual impact. For Denny's Japan, a family restaurant brand with over 300 locations nationwide, this behaviour directly affected its most popular category: seasonal parfaits. These desserts were increasingly chosen not based on appetite, but on visual appeal—resulting in unnecessary food waste.



IDEA

The idea was not to change behaviour, but to redesign it as an enjoyable experience. Instead of reducing the desire to share on social media, we chose to embrace and amplify it. By analysing social media posts, we discovered that most dessert photos are taken from the front. This insight led to a simple but radical idea: keep the appearance, change the reality. The 1/2 Parfait looks identical from the front but is half the size from the side. This creates a moment of surprise when revealed—an experience people naturally want to share.



RESULT

Denny's designed it to be shared. And designed it to be finished. By turning a social behaviour into an enjoyable experience, the brand changed how people engage with desserts.

Leftovers since launch **0**

81%
felt the need to change
their behaviour

Sales reached
380%
of the initial target



■受賞概要

【「MAD STARS 2026」 Silver 受賞】

部門：Brand Experience & Activation Stars

作品名：『まっふたつ？パフェ』（英題：“The 1/2 Parfait”）

■「MAD STARS 2026」について <https://www.madstars.org>

「MAD STARS」は、毎年韓国・釜山で行われるクリエイティビティとテクノロジーを融合した国際広告祭で、アジアで唯一、全世界からの作品を対象としているアワードです。

■『まっふたつ？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、撮影後に食べき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『まっふたつ？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。このユニークなビジュアルやコンセプトはSNS上で大きな反響を呼び、多数の投稿やコメントが寄せられ、話題となりました。

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 BBD0

このリリースに関するお問い合わせ先

株式会社デニーズジャパン 広報

TEL：03-6238-3567 E-mail：communication@7fs.7andi.co.jp