



株式会社デニーズジャパン

2026 年 10 月 22 日

累計販売数 3 万食突破！

デニーズの『まっぷたつ？パフェ』が国内外の主要アワードを受賞！
新作「蜜いものまっぷたつ？パフェ」を 10 月 28 日(水)より販売開始

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、世界的な国際広告賞「LIA (London International Awards) 2026」、および日本最大級の総合クリエイティブアワード「ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」において複数部門で受賞いたしました。

今回の受賞は、「第 79 回広告電通賞 ブランドエクスペリエンス部門 最高賞」に続く快挙となります。SNS 映えを妥協することなく、楽しみながら「食べ残さない選択」を自然に促す独自のデザイン構造や社会的アプローチが、国内外の多方面から極めて高く評価されたものです。

また、『まっぷたつ？パフェ』は、2026 年 10 月 18 日現在までに合計 3 万食の販売を達成し、完食率は 96.3%(※)を記録いたしました。食後のアンケートでは、64.8%(※)の方が「SNS 映えによる食品ロス問題を意識するようになった」と回答し、78.7%(※)が「『まっぷたつ？パフェ』の取り組みを知って、デニーズのことが好きになった」と回答。食品ロス削減に対する意識の変化とともに、デニーズというブランドへの好感度向上にもつながっていることが明らかになりました。

※調査概要：2026 年 1 月 14 日～10 月 18 日、来店者への店頭アンケート結果より（n=143）



<https://www.dennys.jp/menu/half-parfait/oimo/>

そしてこのたび、『まっぷたつ？パフェ』シリーズの新商品として、秋の味覚を存分に楽しめる「蜜いものまっぷたつ？パフェ」を 2026 年 10 月 28 日(水)よりデニーズ 90 店舗で販売開始いたします。

■ 商品情報

発売日 : 2026 年 10 月 28 日 (水) ~

販売店舗 : デニーズ 90 店舗

※販売店舗は公式サイトをご覧ください。

【新商品】

【販売中】

蜜いものまっぷたつ?パフェ

チョコのまっぷたつ?パフェ

880 円 (税込 968 円)

680 円 (税込 748 円)



■ 受賞概要

① 【LIA (London International Awards) 2026】 (国際賞)

受賞 : Silver

部門 : Creative Strategy

カテゴリー : Cultural Insight

作品名 : 『まっぷたつ?パフェ』 (英題 : “The 1/2 Parfait”)

広告主 : 株式会社デニーズジャパン

「LIA (London International Awards) 2026」について <https://www.liaawards.com/>

LIA (London International Awards) は 1986 年に創設された国際広告賞で、世界 5 大広告賞のひとつに数えられています。世界中のトップクリエイターやマーケターから高い注目を集める権威あるアワードであり、厳格な審査基準のもと、その年を代表する優れたクリエイティブ作品が選出されます。

② 【ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS】 (国内賞)

(1)

受賞 : ゴールド

部門 : ブランデッド・コミュニケーション

カテゴリー : A カテゴリー (プロモーション/アクティベーション)

(2)

受賞 : シルバー

部門 : PR

作品名 : デニーズ「まっぷたつ?パフェ」

広告主 : 株式会社デニーズジャパン

企画・制作 : 株式会社 I&S BBD0

PR・SNS 戦略 : 株式会社シーザスターズ

「ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」について <https://www.acc-awards.com/>

「ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」は、1961年に始まったACC CM FESTIVALを前身とし、現在ではあらゆる領域のクリエイティブを対象とする日本最大級のアワードとして広く認知されています。

■ 『まっぷたつ？パフェ』の制作背景と実績

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行ったところ、「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」ということが判明しました。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「お客様の近くで、ひと皿に生きる活力と楽しさ、そして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。

これからもデニーズは、お客様と楽しみながら、食品業界のフードロス削減に向けた取り組みを継続的に行ってまいります。

■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