

2026 年 7 月 24 日

富士急行株式会社
株式会社富士急ハイランド

「#ネスカフェクーラーでええじゃないか」

富士急ハイランド×ネスレ日本『ネスカフェ クーラー』初コラボ

絶叫直後の一杯を提案する体験イベントを開催
2026 年 7 月 25 日（土）・26 日（日）の 2 日間限定絶叫アトラクション「ええじゃないか」。
絶叫前、絶叫後も楽しめる企画を用意2026 年 6 月 25 日から 7 月 5 日に開催された
「リフレッシュバカンス in Shibuya」

富士急ハイランド（本社：山梨県富士吉田市）は、ネスレ日本株式会社（本社：兵庫県神戸市）が展開する新感覚コーヒー『ネスカフェ クーラー』と共同で、夏の体験企画『絶叫のち、果実×コーヒーのオアシス（SCREAM RECOVERY LOUNGE）』を、2026 年 7 月 25 日（土）・26 日（日）に実施いたします。

本企画は、東京・渋谷で開催され好評を博した『ネスカフェ クーラー』の体験イベント「ネスカフェ クーラー リフレッシュバカンス in Shibuya」の富士急ハイランド版として、パークならではの“絶叫”体験とかけ合わせて実施するものです。『ネスカフェ クーラー』は、これまでコーヒーを飲む機会が少なかった層に向けた新たな選択肢として、ネスレ日本が 2026 年 3 月に発売したフルーツ香る“新感覚”リフレッシュドリンクです。

一方、富士急ハイランドは、来場者の約 7 割を 18～30 代前半が占める（※1）、まさにその世代が集まる場所であり、今夏は「FUJI-Q ミスト&ナイト」など、パーク全体で“涼”を感じられる企画を展開しています。若い世代に新しいコーヒー体験を届けたいネスレ日本と、夏の体験価値を高めたい富士急ハイランド。両者の思いが、リフレッシュへの欲求が一日で最も高まる“絶叫直後の一杯”で重なり、本企画が生まれました。

※1 年齢構成当社調べ

なぜ、この企画が生まれたのか

日本のコーヒーの楽しみ方は、大きく広がりつつあります。コーヒー飲用に占めるアイスの比率は1993年の23%から2025年には41%まで上昇し、特に20代では5割以上がアイスコーヒーを楽しんでいます。(※2)ネスレ日本はこうした変化を受け、今後世界で展開するブランド『ネスカフェ クーラー』を日本先行で2026年3月に発売。キーメッセージ「コーヒーなのにフルーティー」を掲げるフルーツ香る“新感覚”リフレッシュドリンクで、これまでコーヒーを飲む機会が少なかった若い世代への新しい入口を広げています。

※2 株式会社消費者行動研究所「飲み物調査」

その若い世代が、真夏に最も集まる場所の一つが富士急ハイランドです。来場者の約7割は18～30代前半。そして富士急ハイランドは今夏、ミストで涼しく絶叫できる「FUJI-Q ミスト&ナイト」や、富士山の天然水で遊ぶ「キッズジャッパーン！」など、パーク全体で“涼”を感じられる企画を展開しています。絶叫アトラクションを降りた直後の、やりきった高揚感、渴いた喉、高まった気分—リフレッシュへの欲求が一日で最も高まるこの“瞬間”を、富士急ハイランドは持っています。

若い世代に新しいコーヒー体験を届けたいネスレ日本と、“涼”の体験価値をさらに高めたい富士急ハイランド。両者の思いが、「絶叫直後の一杯」で重なりました。冷たい一杯が最も爽やかに感じられる瞬間に、最もそれを求める世代へ届ける—それが本企画『絶叫のち、果実×コーヒーのオアシス』です。

なぜ、富士急ハイランド × ネスカフェ クーラーなのか

この企画は、両者の掛け合わせだからこそ成立します。富士急ハイランドが生み出すのは、絶叫アトラクションならではの“高揚と渴き”という、他にない強い体験です。そこに、『ネスカフェ クーラー』の冷たく爽やかな一杯が重なります。渴いた体に最も爽やかな一杯が絶叫の直後に用意されることで、「絶叫のち、果実×コーヒーのオアシス」というリフレッシュ体験が生まれます。コーヒーとアトラクション、それぞれの常識を覆す両者だからこそ成立するコラボレーションです。

共通ハッシュタグ「#ネスカフェクーラーでええじゃないか」も、この必然性の象徴です。絶叫アトラクション名「ええじゃないか」と、新しいコーヒーの飲み方を提案する『ネスカフェ クーラー』を掛け合わせたもので、コラボレーションの必然性がタグそのものに宿っています。

体験の中身 — 乗車前後 2 拠点の“絶叫リカバリー”

本企画では、絶叫アトラクション「ええじゃないか」の乗車前（鳥居付近）と乗車後（ええじゃないか前）の 2 拠点で、『ネスカフェ クーラー』をその場抽出で提供します（予定）。乗車前は喉を潤す一杯として、乗車後は絶叫体験を終えた達成感や高揚感に寄り添う“果実のオアシス”として役割を分け、絶叫の前後という文脈そのものが体験に物語を与えます。フレーバーはレモンとラズベリーの 2 種を用意します。会場にはフォトスポットを設置し、共通ハッシュタグでの投稿を通じて、体験がその場にいない人へも広がっていきます。

実施概要

企画名	絶叫のち、果実×コーヒーのオアシス（SCREAM RECOVERY LOUNGE）
実施日	2026 年 7 月 25 日（土）・26 日（日）
実施時間	25 日（土）9:00-18:00 26 日（日）9:00-19:00
会場	富士急ハイランド 絶叫アトラクション「ええじゃないか」乗車前後の 2 拠点 （乗車前＝鳥居付近／乗車後＝ええじゃないか前）
内容	『ネスカフェ クーラー』の試飲体験、フォトスポットの設置、共通ハッシュタグによる SNS 投稿者へのプレゼント提供など
対象フレーバー	レモン／ラズベリー（2 種）
共通ハッシュタグ	#ネスカフェクーラーでええじゃないか
対象・参加費	絶叫アトラクションご利用の来場者 ※ 富士急ハイランドは入園無料・体験（試飲）も無料 ※ アトラクション利用には別途乗物券必要
想定配布数	2日間合計 3,000杯
SNS 投稿特典	ネスカフェ クーラー オリジナル ステッカー（先着250名様まで）



SNS 投稿特典の
「ネスカフェ クーラー オリジナルステッカー」



乗車後の拠点で手渡すフルーツ柄パウチ入り
『ネスカフェ クーラー』

富士急ハイランド営業データ

■営業時間 日により営業時間が異なります。

詳しくは公式サイトにてご確認ください。

■料 金 ワンデypass：大 人 6,000 円～7,900 円、中高生 5,500 円～7,400 円
小学生 4,400 円～5,100 円、幼児・シニア 2,100 円～2,600 円

※日によって料金が異なります。詳しくは公式サイトをご確認ください。

※富士急ハイランドは入園無料です。

■アクセス 車 / 新宿から中央自動車道で約 80 分、河口湖 IC に隣接
東京から東名高速道路・御殿場 IC、東富士五湖道路経由で約 90 分
バス / 新宿から高速バスで約 100 分、富士急ハイランド下車
東京駅から高速バスで約 110 分、富士急ハイランド下車
※首都圏の他、名古屋、関西等 30 ヶ所以上から直通バス運行中
電車 / JR 中央本線大月駅で富士急行線に乗換、富士急ハイランド駅下車
大月駅から約 50 分

会社概要

社 名：株式会社富士急ハイランド

代 表 者：上原 厚

設 立：1964 年 6 月 1 日

所 在 地：山梨県富士吉田市新西原 5 丁目 6 番 1 号

事業内容：遊園地事業

公式HP：<https://www.fujiq.jp/>

