



# 從信仰到世界遺產 富士山登山觀光的發展歷程

文、圖／張晉（林業及自然保育署新竹分署森林育樂科技正）

## 登山文化形成背景

富士山的登山文化源於宗教，這一座雄偉的大山自古被奉為「淺間大神」，其信仰與自然景觀密不可分。公元 800 年間富士山火山活動頻繁，於 800-802 年發生「延曆爆發」、864-866 年發生「貞觀爆發」（此 2 次爆發與之後 1707 年「寶永爆發」合稱為富士山三大噴發）。受到火山爆發影響，富士山北面房屋及神社遭受大規模

破壞，在重建的同時，人們也尋求宗教幫助，向神明祈求災害平息，並建置或整修許多神社，奠定了富士山信仰的基礎。

1149 年，富士山頂大日寺建造完成，儘管大日寺香火並未持續，但仍可謂開啟富士山登山朝拜的先河。室町時代（1336-1573 年）時，苦行僧攀登富士山的活動再次盛行，陸續興建大日堂、藥師堂等神社建築。至江戶時代（1603-1868 年）中期，受宗教傳播影響，登山朝拜活動已蔚為風

潮，除僧侶外，普通朝聖者人數也急遽增加，當地神社於是在登山口周邊設立住所，提供住宿、指引等登山協助服務，遂形成聚落。

時至近代，攀登富士山已逐漸從原本宗教朝拜轉變為登山觀光活動，2015年帝京大學有馬貴之研究 Rurubu 富士山旅遊指南，分析各年代採用詞彙及敘述方式之異同，將富士山旅遊型態歸納為4個時期：

- 第一時期（1995年）：強調「城鎮」、「歷史」、「自然」等景點及旅遊資源。
- 第二時期（1996-1999年）：出現「休閒」、「溫泉」、「享受」等詞彙，富士山旅遊被定位為「度假地」。
- 第三時期（2000-2008年）：受到1990年代中老年人從事登山活動熱潮，以及2003年起登山族群女性化、年輕化世代轉變等影響，富士山旅遊形象轉變為以「登山」為重心，「登山」、「攀登」、「路線」、「導遊」等詞彙被廣泛使用，並隱含征服日本第一高峰的潛在意義。
- 第四時期（2009-2014年）：在「登山」活動基礎上，更納入下山後順遊周邊地區景點等「觀光」活動，「湖」、「樹海」等旅遊資訊被一同呈現，另2013年富士山入選世界文化遺產後，「靜岡」、「遺產」、「世界」等詞彙也成為推廣的宣傳重點。

綜上所述，富士山登山路線受宗教因素影響，在江戶時代中期便已有民間登山活動並建有住宿設施，受1990年代日本登山熱潮影響，富士山地區登山活動日漸興盛，2000年起開始以推動登山旅遊為重心，

2013年富士山入選世界文化遺產，更將富士山推升為享譽國際的登山觀光勝地。

## 登山活動管理措施

### 明確路線標示與資訊公開

富士山登山路線共分為4條，依不同顏色區分以利民眾辨識，如：山梨縣的吉田線（黃線）、靜岡縣的須走線（紅線）、御殿場線（綠線）及富士宮線（藍線）。其中最熱門也最入門的當屬吉田線，設施完備，幾乎每隔幾百公尺就有山屋，來回全程約14公里；難度次之的是路程最短的富士宮線；最困難也最少人走的則是御殿場線。

為利遊客事前準備，所有攀登相關資訊，如：公告事項、登山管制、路線、交通、山屋設施及天氣等，均可於富士登山官方網站查詢，並有外語版本；同時現場告示牌亦有外語說明，外國遊客也能輕鬆取得相關資訊。



富士山路線圖  
資料來源：富士登山官方網站

## 入山費、人流總量與入山時間管制

2023 年前登富士山並無強制繳費機制，僅有鼓勵自主捐款的登山「保全協力金」1,000 日圓，捐贈收益將使用於：自然生態維護、岩盔護目鏡裝備租借、救護所、廁所、安全指引、翻譯、資訊公開等登山相關服務。

然而，作為國際級登山旅遊景點，儘管每年登山開放季節僅有短短 2 個月（7 月上旬-9 月上旬），期間登山人數總計卻能超過 20 萬人（人流計數器設於各路線八合目）。為防範人潮帶來的遊憩壓力，自 2024 年起山梨縣政府（吉田線）除原先保全協力金外，另外開徵 2,000 日圓「入山費」，並限制單日入山人數最高為 4,000 人（含 3,000 名網路預約與 1,000 名現場名額）。

同時山梨縣政府亦對登山口開放時間進行管制，限制每日下午 4 點至凌晨 3 點

禁止通行，目的是禁止彈丸登山（單攻）。彈丸登山者因未能事先住宿一晚進行高度適應，提升了高山症風險，對體能的負擔也更大，衍生多起山域事故，另山區夜間寒冷，部分登山者為了休息，甚至留宿於山屋廁所中，嚴重影響山屋經營，帶來許多外部成本。

2025 年入山費金額再提高至 4,000 日圓，除山梨縣（吉田路線）外，更擴及靜岡縣（須走、御殿場、富士宮等 3 條路線），而入山時間則調整為每日下午 2 點至凌晨 3 點禁止未預約山屋住宿者通行；另吉田線持續維持單日入山 4,000 人的人數限制，其餘 3 條路線則未有總量管制。

根據統計資料顯示，相較於「2019 年疫情前」及「2023 年實施管制措施前」，前揭登山管制確實大幅降低了假日平均入山人數，平日平均入山人數也有小幅降低；

過去10年間富士山登山人數及登山路線的變化

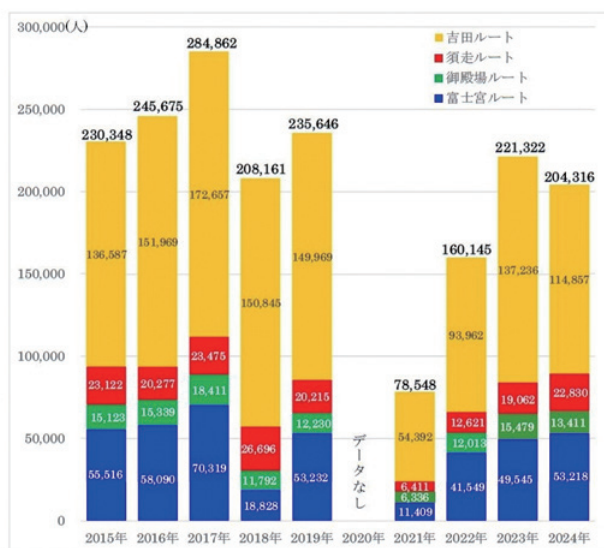


圖 1：富士山的登山者數及登山路線登山者數的過去 10 年分的推移

### 2025 年登山管制海報

資料來源：富士登山官方網站

### 富士山歷年各路線人數總量統計

資料來源：日本環境省

在峰值部分，管制措施施行前，「吉田線」各年度單日高峰值均在 4,500-5,000 人之間不等，施行後峰值卻能控制在 3,000 人以下，對於舒緩登頂排隊人潮效果十分顯著。

登山管制對山屋收益是否會帶來影響？以吉田線為例，就 4,000 人總量管制政策而言，七、八合目以上計有 16 座山屋，各山屋床位數約在 100-350 之間，若以 250 床保守估計，總床位數剛好落在 4,000 左右，並未超過 4,000 人上限，當總量管制政策同時搭配禁止單攻的入山時間管制，受影響而人數減少的族群大多是單攻者，這樣的政策規劃，不僅能排除非山屋住宿者所帶來的外部成本，也並不會減少山屋住宿客量，堪稱兼顧環境與經濟的管理模式。

以消費者角度觀察，根據 2024 年吉田線登山人數統計，平日平均登山人數 1,445 人，假日則為 1,983 人，即使在高峰值也僅達 2,905 人，均未超過山屋總收容數。換言之，只要登山者願意調整行程，例如放棄在山頂觀日出，或提早出發、不執著於入住八合目靠近山頂的熱門山屋，退而選擇住在七合目等區段住宿，理論上幾乎可確保順利取得山屋床位。此一現象也反映出，儘管吉田線登山人數眾多，但由於山屋容量充足，住宿資源並未出現供不應求的情形，因此並不需要導入抽籤制以維持住宿公平性的必要（山屋私人經營亦無需考量公平性）。

### 查核與教育宣導

因應入山管制政策，吉田線五合目登山口設有管制站、柵門及管理員，管理員收取入山費後，會提供一條可別在背包上的繳費證明（各年度顏色不同），登山路



■ 事前線上繳完入山費者可以快速通關



■ 專人執行入山宣導

線上不定期會有巡查員進行查核並提供登山協助，如發生緊急狀況或違規事項也會給予指導，以筆者實際經驗為例，此次登山時曾因手拉步道路緣引導繩而遭巡查員提醒該繩並非扶手繩，固定點不穩定，應避免拉扯以確保自身安全。

此外，考量各國登山習慣不同，登山口也有專人進行登山安全及無痕山林宣導，內容包含登山裝備檢查、禁止撿取自然物、禁止離開步道（引導繩範圍外）、注意天候變化、垃圾應帶下山等，讓各國遊客充分理解並遵守富士山登山相關規定。

## 登山觀光發展策略

### 僅在夏季開放登山服務

對應雪季山屋封閉，富士山登山開放季節大致落在每年 7 月上旬至 9 月上旬（約 2 個月），山屋及接駁巴士則會在每年 4 月至 5 月間（約 2 個月前）開放申請訂票。

日本山屋多為民營旅館業，各路線山屋經營者通常會組成協會管理，以利規則

的統一。民間自營的山屋以收益為優先考量，預約採先搶先得方式，即便訂位後隨即申請退費，仍必須扣 5% 的費用。因此，登山者不宜抱持「先搶再決定」的心態，應在開放預訂前充分蒐集資訊，依登山行程排序理想的山屋名單，事先安排完善計畫也有助於形成順暢與登山安全。

對於山屋經營者而言，登山季節的集中化提升了單日山屋住宿人數，意即更高的住宿率。且夏季才開放的山屋，正好與暑假期間重疊，能以暑期短期打工模式補足山屋經營所需人力缺口，解決高山地區招工不易的問題。實地爬一趟富士山，可以發現山屋工作人員包含大量 20 多歲的年輕族群，與傳統想像中家族式經營模式的日本山屋有所不同。

至於雪季期間，遊客少、物資運補困難、人力稀缺，在成本考量下，山屋幾乎全數關閉，以吉田線而言，僅有鄰近五合

目登山口的佐藤小屋仍維持開放，提供雪季進階登山者住宿服務。

因應雪季限制的不利因子，雖然山屋採季節性營運，但此一機制反而有效集中人流，讓登山相關各產業（如：接駁、物資運送、山屋營運、裝備租借）營運時間縮短，大幅降低淡季營運成本，並形成完整的產業鏈，而各類完善的服務，又吸引更多國內外遊客，變成一個正向循環，人潮與錢潮愈滾愈多。對於管理機關而言，夏季集中開放不僅降低山域事故風險，雪季時的暫停營運則讓山林得以休養生息，對環境亦有正向幫助。這樣的模式，成功讓業者、消費者、政府達成三贏。

## 完善的交通配套與管制

先天的地理條件優勢，也是富士山觀光成功發展的先決條件。想前往攀登富士

■ 八合目山屋群





█ 河口湖車站與富士山

山，以最熱門的吉田線為例，須先前往山梨縣富士吉田市或河口湖地區，再轉乘巴士前往吉田線五合目登山口。

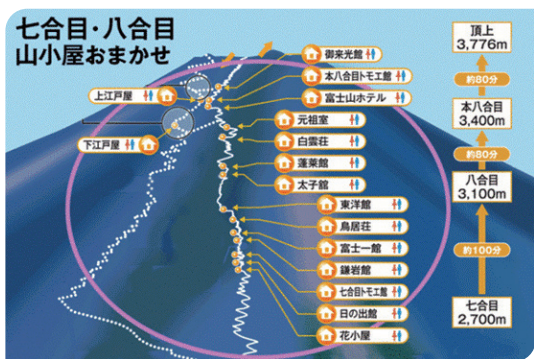
富士吉田市距離東京新宿僅有 2 個多小時路程，並有鐵路及巴士可以選擇，選擇鐵路者以往須自新宿搭乘 JR 線至大月站，再轉乘富士急行線至富士山站，2019 年前揭 2 家鐵路公司合作推出「富士回遊號」直達特級列車，免去轉乘不便，並將乘車時間縮短至 2 小時內。筆者此行往返皆選乘該列車，車廂除設有座位上方置物架外，車尾亦規劃有大型行李放置區，對行李較多的登山者而言極為便利。

若選擇巴士，則可於鐵路富士山站或河口湖站轉乘登山巴士上山，營運時間為上午 6 點半至下午 5 點半，班距為 1 小時

1 班，採現場候車制，無法事先預約座位，但可購買站票，行車時間僅約 1 小時。登山開放季節期間，更可直接從新宿搭乘高速巴士前往吉田線五合目登山口，中途無須於富士吉田市或河口湖轉乘，行車時間僅約 2 個半小時。

此外，登山季開放期間，除最冷門的御殿場路線外，其餘路線均有私家（自小客）車管制，除了取得授權的車輛及自行車外，民眾只能將私家車停於山腳下的停車場，再轉乘巴士前往登山口。這項措施有效紓解了山區交通壅塞及登山口停車空間不足等問題，並確保登山巴士運行準時。

大眾交通運輸便利，不僅提供明確的班次與票價資訊，使旅客行程規劃更為便利，亦較自駕旅遊安全輕鬆，相比包車則



■ 吉田線七合目至八合目 16 間山屋列表  
資料來源：Club Get's 網站

カップ麺 Cup Noodle ¥600	コーヒー Coffee ¥400	雨具 Rain Cort ¥3,000
ペットボトル PET Bottle ¥500	ココア Hot Chocolate ¥400	手袋 Cotton Gloves ¥300
缶ビール Can Beer ¥600	コンソープ Corn Soup ¥400	酸素缶 Oxygen Can ¥1,200
おでん Oden ¥700	味噌汁 Miso Soup ¥400	乾電池 Dry cell Battery ¥300
チップスター Chip Star ¥400	靴下 Socks ¥500	ガムテープ Packing Tape ¥500
トッポ Toppo ¥400	カイロ Pocket warmer ¥200	耳栓 Earplug ¥100

■ 山屋販售雨衣、氧氣瓶、暖暖包等各類商品。



■ 正在富士山頂運補物資的履帶式搬運車



■ 吉田/須走線下山道路幅寬，可供搬運車通行。

更能避免臨時加價等不確定因素，降低旅遊風險與成本，也因此成為吸引外國遊客的重要優勢之一。

## 多樣化的登山服務

### ■ 山屋是住宿空間也是商店

吉田線之所以能成為零經驗新手也能挑戰的登山路線，除了因單程總長僅約 7 公里、海拔爬升約 1,500 公尺等路程條件適中外，最關鍵的原因在於極高的山屋密度。山屋不僅提供住宿，同時兼具廁所、商店，甚至是緊急避難所等功能。

登山過程中最令遊客感到不便的莫過於如廁問題，尤其對女性而言更是如此。以吉田線為例，沿途所有山屋都設有廁所，部分無山屋路段（如下山道、山頂）則設有公共廁所，收費在 200-300 日圓不等，對女性登山客相當友善；對於小孩或體能有限者，山屋門口也多設有座椅，供遊客在此休息。因此步道上沿途可見女性、親子及老人等各類型山友，對不同性別、年齡的族群都很友善。

在物資匱乏的高山環境中，富士山的運補系統格外值得一提。有別於日本北阿爾卑斯山地區採直升機運補，富士山裸露的砂礫地形可開闢車道供履帶式搬運車通行，相較於直升機可能因劇烈天候停飛，搬運車對富士山而言是更穩定的運輸方式。

此外，山屋也販售氧氣瓶、雨具等裝備，方便緊急狀況發生隨時購買使用。吉田線六合目處更設有登山安全指導所，提供岩盔免費租借及天氣預報服務，七合目、八合目亦設有緊急救護站，大幅提升登山安全。



■ 吉田線五合目登山口的裝備店

### ■ 裝備租借與販售

由於各地氣候及地理環境各異，造訪各國登山時需要攜帶的裝備也各不相同，且部分裝備甚至受入境或機場托運限制，如：攜帶式氧氣瓶、冰斧、冰爪等。因此，裝備租借服務非常重要，亦能有效減輕行李負擔。

除了可以在六合目免費租借岩盔等安全裝備外，亦可於吉田線五合目登山口或河口湖地區租借個人裝備，如：雨衣外套、保暖羽絨衣，甚至是手套、登山襪等，全套租金約在 2,000-3,000 元新臺幣，並有多種組合方案可供選擇。

另外，若是到了登山口才發現裝備遺漏或是損壞，五合目登山口有裝備商店可即時採購補貨，貨架上琳琅滿目的裝備商品亦提醒登山者檢視自身裝備。對初次登山者、

僅計畫體驗一次的遊客，或不便攜帶裝備的外國旅客而言，租借服務大幅降低了登山門檻，使「觀光式登山」成為可能。

### ■ 套裝行程

富士山登山活動因安全性高、難度適中深受初學者喜愛，也促成眾多旅行社推出各式套裝行程。以臺灣出發為例，坊間常見 5 天 4 夜含機票套裝行程，若從東京出發，自吉田線登頂，多數旅行社推出 2 天 1 夜行程，內容含代搶山屋、導遊費等，花費多在新臺幣數千至 2 萬元不等（未含裝備租借）。除吉田線外，也有富士宮線 2 天 1 夜行程（保證有山屋），另亦有不同路線上下的套裝行程，選擇非常多樣。

如採自由行方式從新宿出發，自吉田線登頂，2 天 1 夜行程基本花費約為：入山



富士山頂紀念品商店

費 4,000 日圓、山屋 12,500 日圓、新宿至五合目客運來回 7,600 日圓，折合新臺幣約 5,000 元（不含裝備租借）。

對於有登山經驗的遊客而言，可自行規劃行程節省費用，自由度也較高，但對於零經驗登山新手或是無暇安排行程的人，只要支付費用，就可以在專業嚮導的帶領下安全地挑戰富士山，有句話說「去日本爬山，只要帶錢就可以了」，至少對富士山而言，這句話的確適用。

### ■ 登頂限定紀念品

在推廣面上，特別值得一提的是登山紀念品，自河口湖起，沿途許多店舖皆販售木製登山杖，遊客可持該登山杖在沿途各山屋烙印登山紀念章（一個章約 300-500 日圓），登頂時手杖上的章不僅代表走過的每一個足跡，也代表著雄厚的財力；

此外在富士山頂也販售金屬紀念徽章（約 3,000 日圓），並能刻印登頂日期，是登頂者限定的特別紀念品。

對於喜歡旅行、蒐集各國各景點郵戳的朋友，富士山頂也設有郵局，可以寄送



富士山頂郵局

明信片給親朋好友或自己，為這趟特別的旅程留下一段美好的紀念。

## 借鏡日本經驗 完善臺灣登山管理體系

### 順應天候比對抗天候更為經濟

臺灣與日本不同，並沒有漫長的雪季，取而代之的是春夏的梅雨季與颱風季，尤其是雨旱季分隔明顯的南部地區更為顯著。近年極端氣候頻仍，山區步道及聯外道路在雨季期間常受到嚴重損害，導致封山、搶通、再封山的循環不斷，造成大量人力與物力消耗。若能比照日本雪季模式，雨季期間山屋暫停營業，並暫停提供步道公共意外責任險，讓初級山友知難而退，進階型山友仍可入山但須自負安全，以形塑負責任的登山文化。淡季期間暫停營運亦有利於將客源集中於乾季，對服務型山屋營運招商有正向幫助，並有助於登山產業形成規模經濟。

### 對症下藥的管理措施 化劣勢為優勢

針對彈丸登山者帶來的擁擠、占用山屋設施及山域事故等外部成本，管理機關採取的作法並非僅有加強宣導，而是直接設柵管制入山開放時間，開放時間外只有住宿山屋民眾得放行進入，並以山屋容納量計算單日進入人數承載量，同時沿線還有巡查員進行查核，數據顯示這樣的管制措施確實有效，也提升了景點的旅遊舒適度與形象。

而入山費的收取及每間山屋廁所的使用費（200-300 日圓不等），則是將路

及相關設施維護成本回歸到每一位登山者身上，落實使用者付費精神。若不願支付，亦可選擇非登山季入山，讓資源運用更為合理。

### 交通易達性是推向國際的先決條件

富士山透過登山專用巴士及私家車管制，有效解決會車及停車問題。對於國際旅客而言，便捷的大眾運輸系統是決定造訪與否的關鍵因素。而與山屋相同，淡旺季應該有不同的班次密度。但就臺灣而言，許多百岳登山路線位處北橫、中橫、南橫沿線，這些中央山脈橫斷公路並非登山專屬路線，而是東西部地區的交通要道，較難以登山為由強行管制，未來發展登山接駁時部分路段可能還是會面臨塞車問題，各登山路線仍應參酌自身聯外道路特性，因地制宜建立對應的接駁機制，毋須強求封路管制。

### 穩定的運補動線 是推動登山服務的基礎

山屋的整建與營運仰賴穩定的物資運補體系，林業及自然保育署為執行山屋整建，已積極研議建材運補機制，審慎評估人力背負、搬運車、索道、直升機及無人機的可行性與優缺點，目前天池山莊高繞路段（可通行搬運車）建置中、向陽與嘉明湖山屋索道工程執行中。未來，這些運輸設備期轉作山屋運補用途，以發展更為完善的登山服務。硬體運輸系統建立後，相信各界對發展新興登山軟體服務也會有更多創新與拓展的可能。🌱

（參考文獻請逕洽作者）