臺北高等行政法院判決

109年度訴字第836號
110年9月23日辯論終結

原　　告　臺灣菸酒股份有限公司

代　表　人　丁彥哲（董事長）

訴訟代理人　楊貴智　律師
被　　告　新北市政府
代　表　人　侯友宜（市長）

訴訟代理人　黃慧婷　律師
　　邱馨嫻　律師
　　張浩倫　律師

上列當事人間菸害防制法事件，原告不服衛生福利部中華民國109年5月29日衛部法字第1090016519號訴願決定，提起行政訴訟，本院判決如下：

主　文

訴願決定及原處分均撤銷。
被告應返還原告新臺幣伍佰萬元。
訴訟費用由被告負擔。

事實及理由

壹、事實概要：

被告所屬衛生局依民眾檢舉，於民國108年8月12日派員至美廉社板橋建國店稽查，查獲原告製造「金絲頓長支6毫克菸20支裝」菸品（下稱系爭菸品）之外包裝盒上，印有「Charcoal Filter」字樣（中譯文：活性碳濾嘴，下稱系爭字樣，位在菸品外盒面積較大之2面），被告認系爭字樣非屬菸品包裝必要文字，原告利用印製系爭字樣之外包裝盒並經販售商店（本件為美聯社板橋建國店）置於菸品架上公開展售之方式，屬於以展示或其他文字宣傳而為菸品廣告，違反菸害

防制法第9條第1款規定，乃依同法第26條第1項規定，以108年12月16日新北府衛健字第1082354972號裁處書（下稱原處分）裁處原告罰鍰新臺幣（下同）500萬元。原告不服，遞經衛生福利部駁回訴願，遂提起本件訴訟。

貳、本件原告主張：

一、系爭字樣為系爭菸品濾嘴成分之客觀描述，該字樣未強調過濾功能，亦未明示或暗示可改變菸品風味或降低菸害，為商品標示法第4條第1款規定之商品標示，且活性碳係菸品資料申報辦法第2條、衛生福利部定期主動公開菸品申報資料原則及菸害防制法第8條第1項等所規定必須申報、公開之菸品成分，提供此商品資訊可以讓消費者作成合理經濟抉擇，避免誤認系爭菸品中之黑點為黴斑，消費者也不會因標示系爭字樣而誤認此類菸品較為健康，一般消費者或許喜歡、或許不喜歡使用活性炭濾嘴之菸品，原告加以標示並不會發生促進銷售功能，且基於原告自身販售商品之經驗，對於「標示」及「廣告」之理解均與食品衛生管理法、化粧品衛生安全管理法、健康食品管理法等規定一致，應係採取「標示」及「廣告」二分法之立法體例，系爭字樣實為商品標示，不屬廣告行為，且菸害防制法第6條、第9條各為獨立規定，並非在無從適用同法第9條規定時方可適用第6條，否則將架空第6條規定，且無論依同法第6條或第9條規定，系爭字樣均為前開二規定所不禁止之商品標示。

二、又本件在美聯社商店現場展售架上所懸掛使用之塑膠看版，其上雖印有系爭菸品圖樣，亦係店家為利於消費者指示選購之菸品及避免店員拿錯菸品而製作，亦非廣告性質。況系爭字樣僅占菸盒面積不到1%（菸盒面積約60平方公分，系爭字樣約0.54平方公分），消費者不可能從收銀台外（該菸品展示看板及展示架在收銀台後方）看見系爭字樣，自然不具廣告效果，上情均可見系爭字樣不屬菸害防制法第2條第4款定義之菸品廣告，原告更未為同法第

9條第1款之廣告行為。否則，如認系爭字樣為廣告（假設語），亦屬原告主觀上無從預見，亦無認識，原告業已克盡法規研究之責任，實無法預見被告堅持將廣告及標示混為一談之法律見解，對被告所指違規亦無故意或過失可言等語。

三、並聲明：1.訴願決定及原處分均撤銷。2.被告應返還原告500萬元。

參、本件被告則以：

一、系爭字樣之中譯文「活性碳濾嘴」，易使消費者與日常生活中常見之活性碳相關商品聯結，而誤認該濾嘴具有去除菸煙中所含毒性物質，達到降低對健康危害之功能，屬可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微之文字，且原告將系爭字樣印於菸品外包裝盒較寬二面之正中央，顯有意圖藉由活性碳於社會大眾中之印象而為宣傳、促銷菸品之用，並藉由展銷通路「展示」菸品外盒，亦可透過「購買者帶離銷售菸品場所」，而使系爭字樣促銷或廣告效果擴散，達到向不特定多數人宣傳行銷菸品之目的，系爭字樣自為菸害防制法第2條第4款定義之菸品廣告。

二、再者，菸害防制法第6條第1項係就外包裝之文字標示進行規範，預防菸商利用此類資訊造成國人對於公共衛生之錯誤觀念而導致公衛事件，其須於菸品外盒未經展示於眾，且未經由消費者攜離銷售場所而散佈於外，始有適用。反之，如該文字或標示，足以使不特定消費者將之與所宣傳之菸品予以結合，並受其刺激進而產生購買之意願或行動，且該菸品外盒復經展示或經消費者攜離銷售場所而散布於外，則應該當同法第9條第1款規定。本件適用後者規定，乃屬當然。另現場系爭菸品之展售看板上商品樣圖，應係由原告提供，原告設計菸盒包裝時，對於銷售店家一般均以菸品外盒較寬之一面對外展示應有預見，且原告將系爭字樣標註於菸品外盒之「正中央」，亦可見原告就此違規行為具有故意或過失，被告依菸害防制法第9條第1

款、第26條第1項等規定裁處原告，實符合規定等語，資為抗辯。

三、並聲明：駁回原告之訴。

肆、本件如事實概要欄所示事實，除下述所示爭點外，其餘為兩造所不爭執，並有系爭菸品乙盒（附於本院卷1第303頁夾鏈袋內）、被告衛生局執行菸害防制法稽查紀錄表及採證照片等資料（本院卷1第165至171頁）、原處分（本院卷1第149至153頁）、訴願決定（本院卷1第155至164頁）影本等件在卷可稽，堪認與事實相符。而兩造既以前詞爭執，則本件所應審究之主要爭點厥為：系爭字樣之中文意涵即菸品有使用「活性碳濾嘴」乙事，客觀上是否足使人形成系爭菸品對健康危害較輕微等有利促銷之印象？系爭菸品對外販售時，只須容器上有系爭字樣存在，是否即屬於違反同法第26條第1項、同法第9條第1款規定之菸品廣告行為？此與同法第24條第1項、第6條第1項規定之菸品容器加註文字或標示之違規，如何區別？又系爭菸品容器（即包裝盒外部）經加註系爭字樣後，提供本件查獲時販售商店置放在菸品架上展示之情形，是否足以達到宣傳、促銷系爭菸品而構成菸品廣告行為？原告就此是否有故意或過失？原處分是否適法有據？

伍、本院之判斷如下：

一、按菸害防制法第2條第4款規定：「本法用詞定義如下：……四、菸品廣告：指以任何形式之商業宣傳、促銷、建議或行動，其直接或間接之目的或效果在於對不特定之消費者推銷或促進菸品使用。」第6條第1項前段規定：「菸品、品牌名稱及菸品容器加註之文字及標示，不得使用淡菸、低焦油或其他可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微之文字及標示。」第9條第1款規定：「促銷菸品或為菸品廣告，不得以下列方式為之：一、以廣播、電視、電影片、錄影物、電子訊號、電腦網路、報紙、雜誌、看板、海報、單張、通知、通告、說明書、樣品、招貼、展示或其他文字、圖畫、物品或電磁紀錄物為宣傳。……。」第

24條第1項規定：「製造或輸入違反第6條第一項……規定之菸品者，處新臺幣100萬元以上500萬元以下罰鍰，並令限期回收；屆期未回收者，按次連續處罰，違規之菸品沒入並銷毀之。」第26條第1項規定：「製造或輸入業者，違反第9條各款規定者，處新臺幣500萬元以上2,500萬元以下罰鍰，並按次連續處罰。」

二、次按同法第8條規定：「（第1項）菸品製造及輸入業者應申報下列資料：一、菸品成分、添加物及其相關毒性資料。二、菸品排放物及其相關毒性資料。（第2項）前項申報資料，中央主管機關應定期主動公開；必要時，並得派員取樣檢查（驗）。（第3項）前二項應申報資料之內容、時間、程序、檢查（驗）及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。」依前開第8條第3項規定授權訂定之菸品資料申報辦法第2條第1項第3款規定：「本法應申報之菸品成分如下：……三、濾嘴之原料、印刷油墨、接著劑及活性碳含量。」

三、原告就系爭菸品容器所為系爭字樣之標示，尚難認有宣傳、促銷之目的或效果，應無違反菸害防制法第9條第1款規定之故意或過失：

㈠由系爭字樣在系爭菸品容器上列載之字體大小、樣式暨使用英文（中文譯為：「活性碳濾嘴」）等情狀，是否有促銷、宣傳之效果，容有疑問：

1.按菸害防制法9條之立法理由第1、2點係載明：「一、依菸草控制框架公約第13條規定意旨，締約國應廣泛禁止菸品廣告、促銷及贊助，如依憲法規定不能廣泛禁止，則應予限制。鑒於菸品之廣告性質雖屬商業活動，仍涉及憲法表見自由之基本權利保障問題，爰參酌前揭公約規定，仍採列舉方式就菸品之廣告、促銷更為嚴格限制，以維護國人健康。二、參考英國及加拿大禁止菸品雜誌廣告之作法，並參酌刑法第201條之1與兒童及少年性交易防制條例第29條法例，於第1項第1款增列各種廣告、促銷方式之禁

止規定。」可知同法第9條第1款之規範目的，在於禁止利用廣播電視等傳播媒體或其他圖文等足以使廣告大量散布之方式，達成宣傳菸品目的之行為，若於菸品包裝上印有非屬菸品包裝必要之廣告文字（即除品牌、價格及其他依法應記載之事項外之其他文字），讓購買者帶離銷售菸品場所者，將隨其四處擴散，而達到宣傳之效果時，即違反前開9條第1款規定，固不待言；以此與同法第6條第1項前段所規定「菸品容器加註之文字及標示，不得使用淡菸、低焦油或其他可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微之文字及標示」之內容互相對照，亦可見一旦包裝所使用文字或標示具有宣傳效果，仍可構成同法第2條第4款之菸品廣告（最高行政法院105年度判字第166號判決意旨參照）。換言之，菸品容器包裝所使用文字或標示是否構成菸品廣告，判定上除須不屬依法必要標示者外，尚須審究該文字或標示內容意涵暨整體呈現狀況，是否可認有激發對菸品購買慾等宣傳目的，並有宣傳、促銷之效果，並非謂只要不屬法定標示項目卻出現於菸品包裝容器，即必然構成菸品廣告。

2.系爭字樣在菸盒上之整體顯示狀況並不明顯，難認係以宣傳、促銷為目的：

本件系爭字樣之中文意涵乃指「活性碳濾嘴」，印製於系爭菸品包裝容器4面中之較大2面，並位於該面中央以較大粗體、白色字標示之菸品名稱「KINGSTON」下方，系爭字樣字體較細、白色濃度較淡，背景為藍色等情，有系爭菸品經查獲時之現場採證照片在卷可按（訴願可閱卷第88至89頁、本院卷1第622至623頁，菸盒底部可見編碼「2019」）；而經本院當庭勘驗原告所提出與系爭菸品包裝相似，僅上方吸菸警語圖案不同之同名稱菸品菸盒（本院卷1第303頁，菸盒底部編碼可見「2020」），其上印有同於系爭字樣之該面，面積約60平方公分(長約10公分、寬約6公分)，而系爭字樣所在面積則約0.54平方公分（長約1.8

公分、寬約0.3公分），系爭字樣所佔該面之紙盒面積比例僅約0.9%（本院卷1第680頁之筆錄），已可見系爭字樣顯示面積並不到1%，加之字體較細、白色濃度亦較淡，雖然背景為藍色，復因上方緊鄰同屬白色、粗體且顏色較深之菸品英文名稱，外觀上並不明顯；尤其，系爭字樣又為英文字母，若非仔細辨識，未必能一眼即確知系爭字樣之中文意涵；則縱使系爭菸品菸盒因購買者隨身攜帶、持用或放置桌上等而有讓周邊一般人容易發覺、觀察系爭菸品包裝菸盒之效果，亦因系爭字樣之字體外觀表現狀況欠缺明顯足以引起他人注意之特徵，能否傳達系爭字樣所標示「系爭菸品使用活性碳濾嘴」，並用以促銷系爭菸品之宣傳效果，實有疑問。

3.系爭字樣目的應僅在標示系爭菸品屬於使用活性碳濾嘴之產品，尚難認原告主觀上有以之宣傳促銷系爭菸品之目的，亦難認有故意或過失：

⑴按菸害防制法第7條第1項前段僅規定：「菸品所含之尼古丁及焦油，應以中文標示於菸品容器上。」依同法第6條第3項、第7條第2項所授權訂定之菸品尼古丁焦油含量檢測及容器標示辦法第10至11條，亦係針對菸品容器上應標示每支紙菸之尼古丁及焦油含量暨標示方法（以黑色中文六號以上字體印製於白色底上，或使用標籤等），為明文規定；另基於菸害防制法第8條第3項關於因品製造及輸入業者應申報資料之授權規定，菸品資料申報辦法第2條第1項第3款則規定：「本法應申報之菸品成分如下：……三、濾嘴之原料、印刷油墨、接著劑及活性碳含量。」菸酒管理法第31條第1、3項則規定：「(第1項)菸經包裝出售者，製造業者或進口業者應於直接接觸菸之容器上標示下列事項：……四、主要原料。五、尼古丁及焦油含量。……(第3項)前2項標示規定，菸害防制法有規定者，依其規定辦理及處罰。」菸酒管理法施行細則第6條第2項規定：「本法第31條

第1項第4款所定主要原料，應按原料比重，由大至小，依序標示。」可知關於菸品之成分，除針對菸品中最重要有害物質即尼古丁、焦油，法律明文應依規定方式為標示外，關於濾嘴原料、活性碳含量之事項，因屬菸品成分，固應依菸品資料申報辦法第2條第1項第3款辦理申報，但所申報濾嘴原料、有無活性碳等，則無關必須在菸品容器等外觀標示之明文，固可認關於濾嘴是否使用活性碳乙事，並非法定必須標示之事項，但由前述活性碳含量既經列入菸品應申報事項而言，仍可見菸品使用活性成分之濾嘴，應屬市場上常見之產品，此由經本院依職權函詢衛生福利部結果，經該部以110年5月25日衛授國字第1109903531號函（下稱衛福部回函，本院卷1第497至500頁）回復我國近3年菸品成分申報資料，約50%市售紙菸濾嘴均含有活性碳成分，活性碳應屬菸品濾嘴之常見成分等說明內容，亦可佐證之。

⑵其次，關於菸品有使用活性碳成分之濾嘴，是否確實相較於其他菸品有對人體健康危害較輕之效果乙節，前示衛福部回函係說明尚未有任何醫學、科學證據，可資證明使用活性碳濾嘴可去除煙霧毒性物質成分，惟其亦補充說明活性碳普遍使用於空氣清淨機、口罩及濾毒罐等物品，具有脫臭、空氣淨化功能而為一般大眾所普遍認知，若菸品於包裝上列印活性碳濾嘴，乃持「易使消費者與日常生活中常見活性碳商品聯結，而誤認該濾嘴具有去除菸煙中所含毒性物質，達到降低對健康危害之功能，進而增加菸品使用量之虞」之見解，進而指明如此標示內容，有違反菸害防制法第6條第1項規定之虞。基於活性碳一般常見宣稱有脫臭、空氣淨化之效用，將其使用於菸品之濾嘴，確實有可能令消費者將活性碳濾嘴與前述效用聯結，產生系爭菸品或許能過濾菸煙有毒物質而可降低對健康危害之印象，但相對的，前述衛福部回函亦指明如此印象，實缺乏相關醫學或科學證據支

持，究竟使用活性碳濾嘴是否全然有利形成系爭菸品健康危害較低之認知形象，恐繫於消費者個人之片面認知，事實上猶待驗證而亦可能仁智互見（例如活性碳少見用於入口之產品，不能排除有形成相反印象之可能）；尤其，使用活性碳濾嘴之菸品復達50%而為市面產品所常見，特異性不高；此又不屬菸酒管理法第31條第1項第4、5款、同法施行細則第6條第2項所規定，應於菸盒按原料比重由大至小依序標示之主要原料（本件系爭菸品係標示於菸盒側面，本院卷1第170頁），原告將之標示於紙盒較大2面之產品英文名稱下方，無論就系爭字樣意涵、標示位置及設計而言，是否確有被告所稱激發購買系爭菸品意願之促銷、宣傳效果，實有疑問。

⑶況且，縱使如被告所辯，系爭字樣所指活性碳濾嘴，有可能令消費者誤認可降低對健康之危害，依前述衛福部回函，至多亦僅涉及是否可認屬於菸害防制法第6條第1款所禁止「其他可能致人誤認吸菸危害輕微」之標示（此並非原處分裁處依據，自不在本件審究範圍），該回函同樣亦說明是否尚可構成如本件之同法第9條第1款違規行為，仍應視包裝文字設計是否具有宣傳效果而定。以本件系爭字樣內容僅單純以英文表述菸品資料申報辦法第2條第1項第3款所規定應申報之菸品成分（即活性碳濾嘴），並無其他強調、執以為優點等用字，復無其他圖案設計等加以襯托凸顯，甚至如前述，因緊接於字體較大、較明顯之菸品英文名稱下方，系爭字樣所使用英文字體不大、顏色無明顯對比且偏淡，面積佔比約又僅0.9%等，整體呈現之外觀實難認有力圖明顯而引人發覺注意之目的，均可見系爭字樣應僅在單純為成分之標示，難認有以之宣傳系爭菸品優點等激發購買欲之情，原告主張系爭字樣實僅在標示菸品濾嘴成分以供消

費者憑其喜好選擇，主觀上並非用以宣傳、促銷之目的，確有所本。

⑷進而，行政罰法第7條第1項規定：「違反行政法上義務之行為非出於故意或過失者，不予處罰。」參酌言論自由即在於保障資訊之自由流通，使人民有取得充分資訊及自我實現之機會。廣告係利用傳播方法，宣傳產品效能以達招徠銷售為目的，具商業上意見表達之性質。商業言論所提供之訊息，內容非虛偽不實或不致產生誤導作用，以合法交易為目的而有助於消費大眾作出經濟上之合理抉擇者，應受憲法第11條言論自由之保障，雖然司法院釋字第577號、第623號、第744號、第794號解釋意旨歷來之一貫見解，亦均指明商業言論(廣告)所提供訊息，其內容須非虛偽不實或不致產生誤導作用，並以合法交易為目的而有助於消費大眾作出經濟上之合理抉擇者，始受憲法第11條言論自由之保障，若非關公意形成、真理發現或信仰表達，國家為保障消費者獲得真實而完整之資訊，避免商品廣告或標示內容造成誤導作用，或為增進其他重要公共利益目的（如保護國民健康），自得立法採取與上述目的之達成間具有實質關聯之手段，限制商品廣告，可知本件所適用菸害防制法第9條第1款禁止菸品廣告之抽象規定，乃為追求重要公共利益而屬合憲，並無疑義，但亦可見商業廣告或標示，本質上容有自由表達商業意見之空間。則以本件情形而論，原告基於菸品活性碳濾嘴已屬常見，確切功效及優缺點等資訊復無實證，標示內容又非誤導，予以揭露有助於消費大眾作出經濟上合理抉擇等認知，主觀上以系爭字樣應不致構成宣傳、促銷之菸品廣告，尚符合常情，自難認其係出於故意而為；抑且，原告復指明衛生福利部針對菸品資料本有定期主動公開菸品資料申報原則，其中濾嘴有活性碳成分乙事即在對公眾應定期公開之範圍（本院卷1第47至48頁），在衛生福利部國民健

康署菸品成分資料網所公開之系爭菸品申報明細中，確亦可見此商品資訊之揭露（本院卷1第51至53頁），其因而以活性碳濾嘴成分業經公開，並無產品特殊性，系爭字樣呈現方式又不明顯，主觀上認此情與菸品公開資訊同屬成分之標示而已（此至多僅可謂其對此節是否符合菸害防制法第6條第1項規定，或有注意義務），應無涉宣傳、促銷系爭菸品之問題，亦有依據，自難期待其有何應注意、能注意此可能已屬菸品廣告而有未注意之過失可言。

⑸此外，被告復辯稱依實務見解，只須菸品菸盒上有法定必要標示項目以外之文字或標示者，即構成菸品廣告云云，以其所舉最高行政法院100年度判字第1592號判決，細觀其說理尚有審究個案係使用人形圖案，並以該菸品係精選、完美調和、當今世上優良菸草等文字內容；最高行政法院103年度判字第546號判決則以文字圖案整體在美化菸品等情，作為判斷之理由（本院卷1第399至409頁）；最高行政法院104年度判字第593號判決（原審案號：本院103年度訴字第1601號判決），以該案菸品所表示有別於其他菸品之使用方式，給予購買者有物超所值、加以嚐試之慾望，方認有宣傳促銷意涵（本院卷2第105至115頁、本院卷1第99至109頁）；最高行政法院109年度判字第346號判決，亦係說明該案文字內容在令消費者認為菸品係日本進口等，且面積、位置顯著、配色容易辨識等，方認有宣傳、促銷意涵（本院卷1第89至98頁）；另原告所舉最高行政法院108年度裁字第636號裁定，亦係指明該菸品包裝以較大型文字且佐以大面積香菸構造圖，而為構成菸品廣告之認定理由（本院卷1第569至580頁。其餘另舉之臺中高等行政法院104年度訴字第73號判決事實，同樣以文字字樣顯著或圖案醒目等，方認定構成菸品廣告（本院卷1第127至147頁），所採取見解與本院相同，亦即仍須視相關

文字內容、圖案設計等有無宣傳、促銷目的及效果而定。是被告此部分所辯，容有誤解，仍不足為對其有利之認定。

四、本件查獲時系爭菸品經置放在商店菸品架上展示之情形，亦尚無事證可認構成菸害防制法第9條第1款所禁止之菸品廣告行為：

㈠本件被告作成原處分所指原告違規菸品廣告行為之具體態樣，除前述在系爭菸品包裝印製系爭字樣之行為外，原處分事實欄第2行且經清楚載明「並利用本市美聯社板橋建國店公開展售該菸品」之方式，並據被告陳明係以原告有展示、在系爭菸品外包裝印製系爭字樣之方式宣傳而實施菸品廣告行為（本院卷1第327頁之筆錄）。而原告在製造之系爭菸品容器外觀印有系爭字樣後，即提供三商家購股份有限公司板橋建國分公司之美聯社建國分店（下稱系爭商店）置放貨架展售乙節，固為兩造所不爭執，惟關於系爭菸品之展售方式，則據原告陳稱一般便利商店常見在擺放系爭菸品之菸櫃上，有另懸掛一自製看板而完全遮蔽系爭菸品，一般人無法直接看見系爭菸品（本院卷1第305至307頁），被告則稱查獲當時並未拍攝留存現場展售之相關照片；而經本院函詢系爭商店結果，經回復略以：個別菸品盒並無直接對外顯示，及本件查獲當時之系爭菸品展示狀況並未留存相關照片等情，同時所檢附類似當時展售狀況示意圖上，則有說明系爭商店當時就系爭菸品之展售，類如一般超商方式，在陳列之菸箱外經懸掛一壓克力板，板內夾附印有菸品外包裝彩色圖案紙板，該紙板之菸品圖案則係由廠商提供印刷廠印製等情，有系爭商店回函1份附卷可稽（本院卷1第698至706頁）。可知原告提供印有系爭字樣之系爭菸品供商店展售時，因系爭菸品係置放在內部菸箱中，消費者並無法直接目視系爭菸品，縱然系爭菸品包裝印有系爭字樣，此展售方式既無法讓人窺得系爭菸品（含系爭字樣），就此展售方式而言，尚難認足以發生系爭字樣內容可經消費者周知而有何宣

傳、促銷等推銷或促進系爭菸品使用之效果。是則，本件原告雖提供系爭菸品在商店販售，因商店並未用以對外顯示而有展示系爭字樣讓消費者知悉之可能，就此部分亦難認與菸品廣告行為有關。

㈡至於系爭商店雖稱菸箱所懸掛之壓克力板，會有廠商提供之菸品圖案印製成紙板而對外顯示，被告辯稱原告當有提供印系爭菸品照片提供印製成紙板圖案，用以對外展售等情，縱使如其所稱原告有提供系爭菸品圖案讓系爭商店印製使用之可能，仍無法證明所提供圖案照片確有存在系爭字樣並加以展示；又因被告查獲時並未留存與此有關之證據資料以供憑認，在查無事證可認原告確實曾提供印有系爭字樣之系爭菸品照片圖案，供商店對外展售使用之情形下，自難認原告確有提供含系爭字樣之系爭菸品照片等且經用以對外展示之實，被告仍以原告就此亦有菸品廣告行為，亦不足取。

陸、從而，被告以原告有前開違規行為，既有前述之違誤，其仍以原處分對原告裁罰，即與規定不符，訴願決定未予糾正，亦有未合。原告訴請撤銷，為有理由，應予准許。而原處分既經本院判決予以撤銷，兩造復不爭執原告業已如數繳納原處分所示罰鍰完畢，原告依行政訴訟法第196條第1項規定，一併請求被告如數返還（即訴之聲明第2項所示者），亦屬適當（至於原告尚依公法上不當得利之法律關係為主張部分，則據其陳明擇一有利者判決即足，爰不再予論究），原告如訴之聲明第2項所示請求，亦為有理，當予准許之。

柒、本件事證已臻明確，兩造其餘主張、陳述及證據，均無礙本院前開論斷結果，爰不予一一論述，併予指明。

據上論結，本件原告之訴為有理由，依行政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

中　　華　　民　　國　　110　　年　　10　　月　　21　　日

臺北高等行政法院第一庭

審判長法　官　許瑞助

法　官　林秀圓

法　官　林麗真

一、上為正本係照原本作成。

二、如不服本判決，應於送達後20日內，向本院提出上訴狀並表明上訴理由，如於本判決宣示後送達前提起上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（須按他造人數附繕本）。

三、上訴時應委任律師為訴訟代理人，並提出委任書。（行政訴訟法第241條之1第1項前段）

四、但符合下列情形者，得例外不委任律師為訴訟代理人。（同條第1項但書、第2項）

得不委任律師為訴訟代理人之情形	所　需　要　件
㈠符合右列情形之一者，得不委任律師為訴訟代理人	1. 上訴人或其法定代理人具備律師資格或為教育部審定合格之大學或獨立學院公法學教授、副教授者。 2. 稅務行政事件，上訴人或其法定代理人具備會計師資格者。 3. 專利行政事件，上訴人或其法定代理人具備專利師資格或依法得為專利代理人者。
㈡非律師具有右列情形之一，經最高行政法院認為適當者，亦得為上訴審訴訟代理人	1. 上訴人之配偶、三親等內之血親、二親等內之姻親具備律師資格者。 2. 稅務行政事件，具備會計師資格者。 3. 專利行政事件，具備專利師資格或依法得為專利代理人者。 4. 上訴人為公法人、中央或地方機關、公法上之非法人團體時，其所屬專任人員辦理法制、法務、訴願業務或與訴訟事件相關業務者。
是否符合㈠、㈡之情形，而得為強制律師代理之例外，上訴人應於提起上訴或委任時釋明之，並提出㈡所示關係之釋明文書	

影本及委任書。

中　　華　　民　　國　　110　　年　　10　　月　　21　　日

書記官　李淑貞