

臺北高等行政法院判決

地方行政訴訟庭第二庭

114年度簡字第41號

114年9月23日辯論終結

原告 全家便利商店股份有限公司

代表人 葉榮廷

訴訟代理人 蔡育英律師

被告 新北市政府

代表人 侯友宜

訴訟代理人 劉博文律師

複代理人 黃羽岑律師

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113年12月2日衛部法字第1130030621號訴願決定，提起行政訴訟，本院判決如下：

主 文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

一、程序事項：

(一)按行政訴訟法第229條第2項第2款之規定，因不服行政機關所為新臺幣（下同）50萬元以下罰鍰處分而涉訟者，應適用簡易訴訟程序。查本件原告不服被告裁處書所裁罰之20萬元罰鍰，依前揭規定，應適用簡易程序，合先敘明。

(二)按訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴。但經被告同意或行政法院認為適當者，不在此限；訴訟標的之請求雖有變更，但其請求之基礎不變者，訴之變更或追加，應予准許，行政訴訟法第111條第1項、第3項第2款分別定有明文。查本件原告起訴時，已表明僅對原處分罰鍰部分不服，惟其訴之聲明原為：原處分及訴願決定均撤銷（見本院卷第13頁）。嗣於民國114年5月27日具狀聲明僅請求撤銷原處分罰鍰部分，並追加請求被告應返還已繳納原處分所示之罰鍰20

01 萬元，而變更訴之聲明為：原處分及訴願決定關於罰鍰部分
02 撤銷；被告應給付原告20萬元(見本院卷第235頁)。核原告
03 所為訴之變更追加，經被告當庭同意且無礙於公益之維護，
04 核與前揭規定並無不合，應予准許。

05 二、事實概要：

06 (一)緣被告前於113年3月13日派衛生局人員至原告於新北市工商
07 展覽中心(地址：新北市○○區○○路0號)所舉辦之「全家
08 便利商店113年春夏展示會」台北場次進行稽查，當場查獲
09 招牌為「Together Sxronger」之展區內，有「IQOS戰前集
10 訓營」、「IQOS」、「誓師大會」、「戰前集訓」等宣傳文
11 字，以及「最高可獲得500元全家商品卡」、「來就送300元
12 全家商品卡」等宣傳標語，復查獲標示有「IQOS ILUMA ON
13 E」、「IQOS ILUMA PRIME」字樣之感應式加熱器套組(加熱
14 器、充電器、電源供應器、充電線)商品包裝外盒共計35
15 個，現場並有數台手機教學畫面(下稱系爭加熱菸展區)。

16 (二)被告審認原告違反菸害防制法第15條第1項第3款規定，依同
17 法第31條規定，以113年8月7日新北府衛健字第11315303851
18 號裁處書(下稱原處分)，處罰鍰20萬元，並於文到次日內改
19 善完竣。原告不服原處分關於罰鍰部分，循序起本件行政訴
20 訟。

21 三、本件原告起訴主張：

22 (一)原告舉辦「全家便利商店113年春夏展示會」目的係為向原
23 告員工及各直營店、加盟店等店舖人員，宣導年度政策、未
24 來發展方向、新商業模式及新商品，使日後業務更加順暢，
25 並非係為廣告或促銷加熱菸。該展示會涉及原告相關商業機
26 密，故實施入場資格控管，一般民眾無法任意進出，且禁止
27 錄音、拍照或攝影。原告各店舖人員欲參加該展示會，必須
28 先事先報名，由原告先行調查報名人數，當天入場亦應使用
29 原告員工專用APP，且應遵照原告事先排定之各單位進出各
30 展區之時間。系爭加熱菸展區是訴外人瑞士商菲利普莫里斯
31 股份有限公司(下稱訴外人公司)台灣分公司之攤位，該公司

01 與原告間為廠商及經銷商之上、下游關係，該公司之加熱菸
02 品於向主管機關申請通過健康風險評估時，預計自海外進口
03 至國內販售，故藉由原告僅對員工開放之場合，進行未來相
04 關產品得以銷售時之應注意事項等重要教育訓練內容，自屬
05 合理正當。現場雖有「來就送300元全家商品卡」等字句，
06 係為使原告員工積極參與，而非推銷加熱菸商品。

07 (二)「全家便利商店113年春夏展示會」台北場次，分為113年3
08 月13日之籌備日，及113年3月14日、15日之展出日。被告稽
09 查當日即113年3月13日為籌備日，僅限原告總部機能單位及
10 各營業幹部同仁參加，參與人數為360人，各店舖人員則參
11 加113年3月14日及15日之場次。被告於113年3月13日稽查
12 後，原告於113年3月14日中午即禁止人員進出系爭加熱菸展
13 區，下午即封閉該展區之出入口。於113年3月15日台北場
14 次，及後續台中場之展出日，均無加熱菸展區之展示。原告
15 歷年來皆分別於春夏、秋冬進行兩季一次之商品展示會。原
16 告之直營及加盟店遍及全國各地區，店舖人員眾多，借用大
17 型場地進行宣導及訓練，實屬合理，自難以參與人員眾多而
18 否認該展示會實為內部教育訓練之性質及目的。是本件原處
19 分對原告處以罰鍰，於法自有不當，爰聲明如變更後聲明所
20 示。

21 四、被告則以：

22 (一)我國自86年起為有效控制菸害問題，乃制訂並實施菸害防制
23 法，於94年間經政府與民間反菸團體共同努力，由總統完成
24 批准「菸草控制框架公約」(The Framework Convention on
25 Tobacco Control，簡稱FCTC)，依循該公約精神，循序
26 推動各項防制措施。菸害防制法歷經多次修正，政府為防範
27 新型態菸品對於健康之危害，於112年3月22日再次進行重大
28 修正。關於加熱式菸品(即加熱菸)使用電子裝置將特殊設計
29 菸草柱加熱至約攝氏350度，釋放菸草中尼古丁和其他化學
30 物質形成氣霧供人吸入，與傳統紙菸相比，屬於加熱不燃燒
31 方式。然其氣霧中同樣含有尼古丁及多種致癌物和有毒物

01 質，且具有使人上癮的特性。是新修正菸害防制法，將加熱
02 菸歸類為菸草製品，需經主管機關健康風險評估機制，方能
03 合法販售。訴外人公司是世上最大菸草公司，除傳統菸草旗
04 鑑品牌萬寶路外，其加熱菸產品主要品牌即是「IQOS」。又
05 本件行為時，尚無任何指定菸品完成健康風險評估審查。

06 (二)被告衛生局稽查人員於事實概要欄時、地，前往稽查時，發
07 現有工作人員外，亦有民眾在場，展區明顯品牌化布置，如
08 「IQOS戰前集訓營」、「誓師大會」等標語，明確地指向商
09 業化之行銷策略，非單純內部教育訓練之說明。原告稱僅限
10 內部員工教育訓練，與現場呈現之真實樣貌嚴重落差。又入
11 場參觀者同時可能是潛在的消費者，且與訴外人公司間並非
12 上、下游關係。系爭加熱菸展區係廣告宣傳「IQOS」加熱菸
13 品事實明確。原告身為該展覽會場之管理人，本有權限可以
14 事先制止違法行為之發生，卻未制止，原告消極不排除違法
15 狀態之不作為，與積極發生違反菸害防制法第15條第1項第3
16 款規定之結果者相同。被告以原處分裁罰原告最低20萬元罰
17 鍰，應屬有據。爰答辯並聲明：原告之訴駁回。

18 五、本院之判斷：

19 (一)我國菸害防制法自86年公布施行，於第1條開宗明義：「為
20 防制菸害，維護國民健康，特制定本法。」明定立法目的在
21 維護國民健康。嗣經多次修正，嚴格規範對於菸品之各項管
22 制並加強宣導，於菸害防制自具有相當成效。而過去傳統
23 紙菸屬於「燃燒式」菸品將菸草點燃後吸入使用，近年來經
24 菸商積極開發之新興菸品則屬於「非燃燒式」菸品，有電子
25 煙、加熱菸2種。電子煙係利用電子霧化器，將含有尼古
26 丁、丙二醇、甘油的菸油加熱後產出可吸入蒸氣煙霧。加熱
27 菸則是利用電子加熱器，將加濕菸草壓縮填充成菸草柱，
28 經加熱後產生可吸入的煙霧。是囿於上述新興菸品陸續出
29 現，與傳統菸品即紙菸顯然不同，致管制法源不夠周延，日
30 益侵害民眾健康，尤以青少年為然。為遏止這些違法亂象，
31 政府啟動菸害防制法修法，於112年1月12日經立法院三讀修

01 正通過，112年2月15日經總統令修正公布，並自112年3月22
02 日起施行，而為現行即行為時之菸害防制法(以下引用條文
03 均指現行法)。關於新興菸品中之加熱菸品，依菸害防制法
04 第3條第1款規定：「本法用詞，定義如下：一、菸品：指全
05 部或部分以菸草或其他含有尼古丁之天然植物為原料，製成
06 可供吸用、嚼用、含用、聞用或以其他方式使用之紙菸、菸
07 絲、雪茄及其他菸品。」參酌其立法理由第3點載謂：「3.
08 第一款菸品定義內之『其他菸品』，係指與例示之紙菸、菸
09 絲、雪茄相同性質之原料製成供人吸用、嚼用、含用或聞用
10 之產品。世界衛生組織於2020年發布聲明指出，加熱菸是菸
11 品，亦即世界衛生組織菸草控制框架公約之規定，應完全適
12 用於加熱菸(Heated tobacco products are tobacco prod
13 ucts, meaning that the WHO FCTC fully applies to the
14 se products)。為與國際接軌，加熱菸之屬性為第一款所
15 定之『其他菸品』。」另電子煙則定於同條第2款：「二、
16 類菸品：指以菸品原料以外之物料，或以改變菸品原料物理
17 性態之物料製成，得使人模仿菸品使用之尼古丁或非尼古丁
18 之電子或非電子傳送組合物及其他相類產品。」併參其立法
19 理由謂：「1. 世界衛生組織菸草控制框架公約於2014年第六
20 次締約方會議(COP6)即建請各締約方禁止或以適當方式
21 (如藥品、菸品或消費性產品等)管制尼古丁及非尼古丁電
22 子傳送組合(electronic nicotine delivery systems and
23 electronic non-nicotine delivery systems, 簡稱ENDS/
24 ENNDS, 即俗稱之電子煙)，2016年第七次締約方會議(COP
25 7)，進一步建請各締約方以法令規定，禁止或管制此類產
26 品之製造、輸入、銷售、展示或使用。2. 電子煙油之物理性
27 態為液態，或含、或不含尼古丁，亦常含有各式添加物，並
28 以電子裝置加熱氣化，供人模仿及產生菸品使用之效果，易
29 誘使未成年人及未曾吸菸者使用，致生成癮性。近年來，國
30 際上已發生多起相關肺損傷(e-cigarette or vaping prod
31 uct use associated lung injury, EVALI)甚至致死案

01 例，為使電子煙產品，以及未來可能出現之非電子傳送組合
02 等產品有管制之法源依據，爰增訂第二款『類菸品』（新加
03 坡、汶萊等國稱為imitation tobacco products/ products
04 imitating tobacco，澳洲稱之為products that resemble
05 tobacco products）之定義為『指以菸品原料以外之物料，
06 或以改變菸品原料物理性態之物料製成，得使人模仿菸品使
07 用之尼古丁或非尼古丁之電子或非電子傳送組合物及其他相
08 類產品』，以避免業者藉由改變目前通用之產品名稱（如將
09 電子煙改為其他名稱），或改用非電子方式氣化煙油（如噴
10 霧式），規避法律之適用，並與世界衛生組織菸草控制框架
11 公約締約方會議對電子煙之官方稱呼相容。又類菸品具有得
12 使人模仿菸品使用之特性，至尼古丁或非尼古丁之電子或非
13 電子傳送組合，包括煙油及供吸食使用之電子或非電子專用
14 器材，併予說明。」且第7條第1項及第2項、第15條第1項第
15 2款及第3款規定：「(第7條第1項)中央主管機關公告指定之
16 菸品，業者應於製造或輸入前，向中央主管機關申請健康風
17 險評估審查，經核定通過後，始得為之。(第7條第2項)經向
18 中央主管機關依法完成申報之菸品有新發現健康風險時，中
19 央主管機關得公告指定其應於一定期限內申請健康風險評估
20 審查，並應限期命業者回收及停止製造、輸入；申請健康風
21 險評估審查，未經核定通過者，限期命其回收或銷毀並禁止
22 製造、輸入。」「(第15條第1項)任何人不得製造、輸入、
23 販賣、供應、展示或廣告下列物品：二、類菸品或其組合元
24 件。三、未依第七條第一項或第二項規定，經核定通過健康
25 風險評估審查之指定菸品或其必要之組合元件。」由上可
26 知，菸害防制法已全面禁止電子煙在內各式類菸品之製造、
27 輸入、販賣、供應、展示、廣告及使用，並將加熱菸歸類屬
28 於指定菸品，業者應向中央主管機關申請「健康風險評估」
29 審查，經核定通過後才能上市，未審查通過之加熱菸或必要
30 之組合元件，則採取禁止製造、輸入、販賣、供應、展示或
31 廣告之全面禁止管制措施。是以，未經健康風險評估審查之

01 加熱菸品，實屬法律所禁止之違禁品，甚為明確。

02 (二)原告確有違反菸害防制法第15條第1項第3款規定之違規行
03 為，原處分裁處並無違誤：

04 1.系爭加熱菸展區設有「Together Sxronger」之招牌，牆面
05 投射或電子看板有「IQOS戰前集訓營」、「IQOS」、「誓師
06 大會」、「戰前集訓」等文字，展區接待桌面有「最高可獲
07 得500元全家商品卡」、「來就送300元全家商品卡」等標語
08 字卡，展場內擺放7桌展示桌，每一展示桌上擺放有5個商品
09 空盒及多台手機，商品包裝外盒上標示有「IQOS ILUMA ON
10 E」、「IQOS ILUMA PRIME」、「IQOS ILUMA」之字樣，外
11 盒上並印有加熱菸器之照片，手機螢幕顯示「保固註冊」之
12 字樣，上開各情有現場稽查工作日誌表、現場照片等在卷可
13 佐(見本院卷第273至284頁、同原處分卷第81至94頁)，且經
14 本院當庭勘驗稽查錄影光碟內容確認無誤，有稽查光碟(本
15 院卷證物袋)、勘驗筆錄暨翻拍照片可稽(見本院卷第254
16 至255、257至263頁)。系爭加熱菸展區係展示由菸商即訴外
17 人公司生產之加熱菸品牌「IQOS」最新系列「ILUMA」商品
18 包裝盒，而展示當時即行為時尚無任何加熱菸經主管機關依
19 菸害防制法第7條第1項規定核定通過者，經被告陳明甚詳，
20 且為原告所不爭執(見本院卷第314頁)。則依前揭說明，加
21 熱菸於本件行為時仍屬法律所禁止之違禁品，參照菸害防制
22 法第15條第1項第3款規定，自應採取全面禁止之管制措施。
23 又原告於事實概要欄所示時、地，舉辦「全家便利商店113
24 年春夏展示會」台北場次，目的係為向原告之員工及各直營
25 店、加盟店等店舖人員，宣導年度政策、未來發展方向、新
26 商業模式及新商品，業據原告書狀說明在卷(見本院卷第129
27 頁)。參酌113年間網路新聞「12廠商申請加熱菸審查上市
28 國健署：尊重審委意見」報導([https://news.pts.org.tw/a
29 rticle/698147](https://news.pts.org.tw/article/698147))，可知加熱菸業者於菸害防制法112年3月22
30 日起採取通過健康風險評估審查核定通過後即能上市之有條
31 件開放加熱菸情形下，無不積極闖關爭取上市時間以搶佔市

01 場追求最大利潤。而原告為菸商訴外人公司台灣分公司之菸
02 品經銷商，依菸品銷售情形可自該公司領取新品代行推廣
03 費、年度行銷獎勵金等款項，有原告提出113年度交易推廣
04 契約書可佐(見本院卷第133頁)，益徵原告對於其菸品供應
05 商即訴外人公司爭取即將上市之加熱菸商品，列為年度政
06 策、未來發展方向、新商業模式及新商品，完全符合商業常
07 情，足見系爭加熱菸展區設置目的即在廣為宣傳預計將要推
08 出上市之加熱菸新商品，提升新商品之曝光度與能見度，明
09 顯為商業行銷活動，非僅止於原告所稱之內部教育訓練。是
10 以，原告舉辦「全家便利商店113年春夏展示會」台北場
11 次，設有系爭加熱菸展區，將訴外人公司加熱菸商品之品牌
12 及系列名稱，以招牌、牆面投射、電子看板、商品包裝盒等
13 形式強調以告週知，使入內參觀者明確知道該加熱菸之品牌
14 及系列名稱；且由現場出現「誓師大會」、「戰前集訓」等
15 標語文字，及現場簡報檔「推進 率先進行健康風險評估全
16 面審查掌握大局，積極回應政府審查意見」等內容(參原證
17 6、見本院卷第95頁)，使參觀者感受展區現場營造推動審查
18 過關、商品上市勢在必行之決心與信心，並可由展區之手機
19 模擬畫面了解如何操作保固註冊(參原證7、見本院卷第97
20 頁)，明瞭該加熱菸產品售後服務之完善。又觀諸現場照片
21 (見本院卷第257、258、281頁)，展示圓桌布設清藍垂墜波
22 浪桌罩，牆面搭配同色系及白色之高雅清新風格，呼應該加
23 熱菸產品色系名稱「清風藍」之特色，現場播放動感節奏音
24 樂，尤如時尚派對，顯為一般商業行銷活動無訛。足見，原
25 告藉由系爭加熱菸展區之設置，使原告之員工及各直營店、
26 加盟店等為數眾多人員進入參觀，而傳遞訴外人公司所推出
27 加熱菸產品之新商品訊息，復可藉由參觀者將此加熱菸新商
28 品訊息繼續對外散布予不特定人知悉，已直接或間接達到招
29 徠銷售之廣告或促銷該加熱菸商品之目的或效果。原告就系
30 爭加熱菸展區之設置，明顯涉有將未經健康風險評估審查而
31 應全面禁止之加熱菸違禁品，締造進行宣傳活動之廣告行

01 為，違反菸害防制法第15條第1項第3款規定，堪予認定。從
02 而，被告以原告為製造業等以外之人，違反第15條第1項第3
03 款規定，依同法第31條第2款規定，處最低罰鍰20萬元，核
04 無不合。

05 2.原告雖以下列情詞為主張，惟均不可採：

06 (1)原告陳述其所舉辦「全家便利商店113年春夏展示會」，邀
07 請對象為原告之員工及各直營店、加盟店等店舖人員，因各
08 地區店舖眾多，欲參加人員需事先報名，且原告之員工須出
09 示識別證始得進場，若為各店舖人員則需登入「全管家AP
10 P」後出具「全管家條碼」後始得進場，一般民眾無法任意
11 進出等語，並提出原證3至5、13至14之電子郵件通報單及報
12 名人數調查表、全管家APP登入資料等件為佐(見本院卷第85
13 至92、179至225頁)。惟查，依原告前揭陳報資料所示，
14 「全家便利商店113年春夏展示會」台北場次之各日入場參
15 與人數均達數百人之眾多人數，顯非少數特定人，又該展示
16 會內之系爭加熱菸展區，透過入場參觀者接收訊息及繼續對
17 外散布，可達向不特定之多數人宣傳行銷加熱菸品之目的，
18 業如前述。是以，並非原告主張一般不特定人無法任意進入
19 系爭加熱菸展區或禁止進入人員錄音、拍照或攝影等情，即
20 未發生對不特定之消費者推銷或促進菸品使用之違規事實，
21 自無從據以阻卻其違規行為之認定。原告上開主張，洵非可
22 採。

23 (2)又菸害防制法既在管制菸品之擴散之政策目的下，即便對於
24 未全面禁止之菸品，如紙菸或通過健康風險評估審查等菸
25 品，關於廣告方式亦設有幾近全面禁止之嚴密規定，參諸菸
26 害防制法第12條規定即明。此條文明確規範禁止之菸品廣
27 告，係指任何形式的商業宣傳、促銷、建議或行動，其直接
28 或間接的目的或效果是在推銷或促進菸品使用，並包括透過
29 各種媒介(如電視、網路、報紙、海報等)或方式(如贈
30 品、贊助活動、打折等)推廣菸品，其中第8款規定禁止
31 「以茶會、餐會、說明會、品嚐會、演唱會、演講會、體育

01 活動、公益活動、宣稱通過健康風險評估審查或其他方式為
02 宣傳。」其立法意旨參酌96年6月15日修正理由：「為杜絕
03 以假借公開聚會、公眾活動、舉辦試抽或贊助公益活動等方
04 式，進行菸品宣傳行銷或藉以提升菸品形象，直接或間接達
05 到廣告之目的…」，可見立法意旨係為杜絕以假借各種活動
06 方式進行菸品宣傳行銷或藉以提升菸品形象，直接或間接達
07 到廣告之目的。而對於電子煙及尚未經中央主管機關即衛生
08 福利部健康風險評估審查核定通過之加熱式菸品，更在前述
09 菸害防制法第12條所明確規範禁止菸品廣告之列，甚且應全
10 面禁止任何形式之廣告，乃當然之理。原告舉辦「全家便利
11 商店113年春夏展示會」台北場次設有系爭加熱菸展區，其
12 活動之目的或效果已可達到向不特定之多數人宣傳行銷加熱
13 菸品之效益，不論係採直接或間接訴求方式，亦不論其參觀
14 者係內部同仁或各店舖人員，抑或活動主旨是否與內部教育
15 訓練有關，均與上開第12條第8款規定之立法意旨相悖，非
16 法之所許，至為明確。原告辯稱系爭加熱菸展之活動係內部
17 教育訓練，非廣告行為云云，洵屬卸責狡辯之詞，要非可
18 採。

19 (3)本件原告係以自己名義舉辦「全家便利商店113年春夏展示
20 會」，且由原告與新北市工商展覽中心簽訂展場租用合約
21 書，並以原告名義邀請其員工及各直營店、加盟店等店舖人
22 員入場參觀，有卷附原證3電子郵件通報單、原證11展場租
23 用合約書可參(見本院卷第85至88、161頁)。又原告舉辦之
24 上開展示會場內，於事前即規劃設有包括系爭加熱菸展區在
25 內之各展區，且系爭加熱菸展區活動內容為原告舉辦該展示
26 會前即已明確知悉，此由原告提出原證5之進場人員各展區
27 預訂進場時間表載明「IQOS-加熱菸館」即系爭加熱菸展區
28 之欄位，及原證9原告113年3月5日營業擴大會議報告關於各
29 展區詳細活動內容簡報檔等情可明(見本院卷第93、135至15
30 7頁)。足證原告為該展示會之主辦單位，對於事前就展示會
31 場內各展區設立及規劃有絕對控制力，此斷非原告主張系爭

01 加熱菸展區係訴外人公司台灣分公司之攤位云云，即可卸免
02 其責。況且，原告既為主辦單位，就展示會之各展區負有合
03 法展出之義務，其任由違反菸害防制法第15條第1項第3款規
04 定之系爭加熱菸展區予以設置，涉有廣告宣傳加熱菸違禁品
05 之違規行為，其主觀上顯具有縱其所為構成該違規事實亦不
06 違背其本意之「未必故意」，是原告主觀上亦具有「故意」
07 之責任條件無訛。又原告雖稱於被告113年3月13日稽查後，
08 於翌日系爭加熱菸展區即封閉不再展出，後續台中場次亦無
09 加熱菸展區等語，然原告於上開時、地為被告查獲時既有前
10 述違規情事，原告違章事實足堪認定，縱事後已不再展出，
11 亦不能據以免責，對於被告所為裁罰亦不生影響。另本件原
12 告關於展示會場內之各展區設立及規劃，屬積極行為，是原
13 告所涉前述違章情節，並非不作為，與不純正不作為犯(參
14 行政罰法第10條規定意旨)無關，茲不贅述。

15 (4)另本件非處罰原告違反菸害防制法第12條第3款以折扣方式
16 銷售而促銷菸品之違規行為，是原告援引最高行政法院109
17 年度判字第501號判決及行政院衛生署97年10月1日國健教字
18 第0970700703號函釋(見原告書狀附件二、三)，乃係關於領
19 隊帶團折扣優惠或上下游業者間於經銷體內成交價折扣方式
20 銷售而促銷菸品行為等其他案情內容，核與本件原告所涉違
21 規事實無關，無參酌之餘地，附此敘明。

22 六、綜上，原告主張各節，均無可採，被告以原處分裁處原告罰
23 鍰20萬元，並無違誤，訴願決定遞予維持，亦無不合。原告
24 訴請判決如訴之聲明所示，為無理由，應予駁回。

25 七、本件事證已臻明確，兩造其餘之攻擊防禦方法及所提證據，
26 經審酌後認均無礙判決之結果，爰不予一一論述。

27 八、結論：

28 (一)原告之訴為無理由。

29 (二)訴訟費用負擔之依據：行政訴訟法第98條第1項前段。

30 中 華 民 國 114 年 10 月 23 日
31 法 官 林 禎 瑩

- 01 一、上為正本係照原本作成。
- 02 二、如不服本判決，應於送達後20日內，以原判決違背法令為理
03 由，向本院地方行政訴訟庭提出上訴狀並表明上訴理由（原
04 判決所違背之法令及其具體內容，以及依訴訟資料合於該違
05 背法令之具體事實），其未表明上訴理由者，應於提出上訴
06 後20日內補提理由書；如於本判決宣示或公告後送達前提起
07 上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（均須按他
08 造人數附繕本）。
- 09 三、上訴未表明上訴理由且未於前述20日內補提上訴理由書者，
10 逕以裁定駁回。

11 中 華 民 國 114 年 10 月 23 日
12 書記官 盧姿妤