臺北高等行政法院判決

107年度訴字第1416號

）FKT64W1Z1X5L0;@108年2月21日辯

原　　告　宏醫藥妝行銷股份有限公司

代　表　人　陳湘青（董事長）

被　　告　桃園市政府

代　表　人　鄭文燦（市長）

訴訟代理人　江昭諄

　　許憶蘋

　　呂侑璁

上列當事人間食品安全衛生管理法事件，原告不服衛生福利部中華民國107年9月3日衛部法字第1070017098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、事實概要：

緣衛生福利部食品藥物管理署（下稱食藥署）查獲原告於民國107年1月2日在friDay購物網站（網址：http://shopping.friday.tw/ec2/product?pid=0000000&cid=345074&sid=11&mid=1），刊播「宏醫超級有酵葡萄糖胺3倍力得意跳跳組（4盒+2杯開放體驗）」食品（下稱系爭產品）廣告，內容述及「……天然消炎止痛劑……糖尿病患可安心食用……本產品內含的魚鱗膠原蛋白具有抗氧化效果，搭配鳳梨酵素的消炎作用，亦可舒緩糖尿患者併發症狀……」等詞句（下稱系爭廣告），涉及醫療效能，爰移由原告營業所在地所轄之

被告衛生局辦理。案經原告陳述意見後，被告核認原告違反食品安全衛生管理法（下稱食安法）第28條第2項規定，爰依同法第45條第1項及「桃園市政府處理違反食品安全衛生管理法案件裁罰基準」（下稱裁罰基準）規定，以107年5月4日府衛食管字第1070104373號行政裁處書（下稱原處分）處原告新臺幣（下同）60萬元罰鍰。原告不服，提起訴願，遭決定駁回後，遂提起本件行政訴訟。

二、原告主張略以：

㈠被告於裁處罰鍰時，應依行政罰法第18條及行政程序法第7條規定，審酌原告違反行政法上義務行為應受責難程度、所生影響及因違反行政違法行為之動機、目的、預期之不當利益、對食安管理之危害程度、危害食安管理之持續期間、所得利益，違法事業之規模、經營狀況等，違法類型曾否經導正或警示、事業或經營者以往違法次數及類型、間隔時間、悛悔實據、配合調查等態度暨綜合其他判斷因素而為決定，並符合比例原則，否則即有裁量怠惰或權力濫用之違法（最高行政法院101年度判字第60號、83年度判字第2219號、90年度判字第1807號判決參照）。系爭廣告中之內容本符社會一般人之期待及經濟活動之常情，並無不實、誇張或使民眾易生誤解之情，難認原告有何違反食安法之犯意，亦無違反該法之立法精神及目的。被告未選用其他侵害較小之手段，對原告加以從重處罰，違反比例原則。

㈡查系爭廣告刊有「天然消炎止痛劑」，係指鳳梨酵素來源天然，且僅向消費者做商品說明，消費者皆明知所購商品為食品；復觀諸整體商品頁面及天然消炎止痛劑所載之語意，可認此食品乃非涉及化學及醫學之「單純一般食品」。「糖尿病患者可以食用」部分，係因系爭產品係從魚鱗提煉膠原蛋

白且低鈉，符合糖尿病患之飲食原則，係出於善意使糖尿病患者知悉系爭產品為其可食用之商品，並未涉及糖尿病之療效，被告不應僅憑系爭廣告字面出現「糖尿病」就逕為食安法第28條第2項之認定。「具有抗氧化療效」，非「食品標示宣傳或廣告詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定基準」（下稱系爭認定基準）中所明列不得列之宣稱。至「亦可舒緩糖尿患者併發症狀」部分，原告之真意乃係請考慮食用葡萄糖胺、膠原蛋白及鳳梨酵素等營養補充品之糖尿患者可以選擇原告所販售之食品，且未提出具有醫療效果之文案；況舒緩二字並非系爭認定基準中所明列不得列之宣稱。被告不應做無明文之認定及限縮，從而限制原告的廣告言論自由。

㈢將「魚鱗膠原蛋白」在妙妙屋的小日常、Beauty Woman、元氣網、Yahoo！奇摩知識+、商周集團良醫健康網，以及鳳梨酵素在健康123、商周集團良醫健康網、媽媽經學知識等網路平台及「酵素決定你的健康」一書上，相關之用詞遣字與系爭廣告相較，消費者一望即知系爭廣告僅為一般食品介紹，民眾亦得透過各種網路搜尋管道多方求證其服用後效果，並得以理智清楚判斷方決定是否購買，顯無因系爭廣告而逕受誤導之可能，自難認系爭廣告有何涉及誇張、易生誤解或醫療效能之情。原告自無違反食安法之犯意，然被告竟斷章取義片面擷取廣告用語，驟然指稱系爭廣告涉及醫療效能云云，顯然違法不當。

㈣原告欲透過系爭廣告達到招徠銷售目的，當屬為獲得財產而從事之經濟活動，其內容如非虛偽不實或不致產生誤導作用，而係促進合法交易活動者，則其所具有資訊提供、意見形成進而自我實現之功能，自應受憲法第15條財產權及第11條

言論自由之保障範疇（司法院釋字第414、577號解釋理由書參照）。原處分未詳予審究一般民眾可輕而易舉自網路上資源平台查詢相同及相類之資訊，擷取部分廣告用語即指稱系爭廣告涉及醫療效能，並裁罰高達60萬元之鉅額罰鍰，嚴重剝奪原告商業上意見表達之自由，顯屬違法不當。

㈤食安法第28條第3項雖將特定食品之項目、促銷或廣告之限制與停止刊播及其他應遵行事項之辦法，授權由中央主管機關定之，然並未明訂或具體明確授權行政機關訂定系爭認定基準，主管機關竟於此情形下，片面頒布系爭認定基準，顯已增加母法所無之限制，直接限制人民基本權利，違背憲法第23條所揭示之法律保留原則與授權明確性原則，此依司法院釋字第313、402及443號解釋自明。被告逕以此欠缺法律明確授權又無外部效力之行政規則，作成侵害人民權利之處分，當屬違法。

㈥被告一方面身兼取締者，一旦經其認定違規，又改以執行者之地位給予鉅額懲處，不啻球員兼裁判，顯然有失公允。且立法者原意應重在給予人民有改過機會，如僅求節省行政作業人力，取締者一旦發現違法，即可再以執行者之地位動輒採取最重裁罰，不啻倒退回警察國家時代淪於以懲罰人民為目的，而非教育人民導回正軌以勵其改過自新，徒然引發人民對行政機關之不良觀感，非但與立法原意嚴重相悖，亦難達成行政罰之目的。被告顯然違反明確性原則、比例原則，復有權力濫用之違法。

㈦再者，須食品、食品添加物有危害國民健康之廣告，有不實、誇張或易生誤解之情形，始應依食安法第28條規定處罰，方符同法之立法目的，否則頂多為其他行政法秩序違反。又食安法第45條規定起罰金額太高，且未考量各種情況，違反

比例原則及平等原則。而依「食安法第45條規定廣告處理原則」之附表2「違反食安法第28條第2項規定罰鍰額度之審酌」備註，原告先前遭裁罰未超過1年，不應再罰。且系爭廣告乃不具備法律專業知識之工讀生所寫，原告公司業務太忙，未及注意到可能已涉及違反食安法之文句，事後審查不易，頂多是過失，並非故意。為此，提起本件訴訟，並聲明求為判決：訴願決定及原處分均撤銷。

三、被告答辯略以：

㈠系爭廣告使用「消炎止痛」、「舒緩糖尿患者併發症狀」等文字，直接指涉疾病或症候群；又於網站刊登系爭產品，依系爭廣告內容觀之，原告將關節痠痛、腳痛腿腳發麻、關節僵直、關節疼腫痛、退化性關節炎、骨流失、過度使用關節、關節壓力大等圖文刻意與系爭產品緊密刊載於同一網頁，其有使人作有相同醫療效能之聯想之故意，其所為非單純介紹葡萄糖胺、鳳梨酵素、膠原蛋白之效能，依據廣告不可割裂性，係為可使多數人知悉其宣傳內容之傳播，核屬廣告範疇，以一般消費者角度及系爭廣告內容整體表現觀察，自已達成將食品為醫療效能之廣告效果，而足產生系爭產品具有上述醫療效能之錯誤認知之危險，並混淆其為食品之觀念。則原告之行為，核屬違反食安法第28條第2項涉及醫療效能以及系爭認定基準第3條第1、3款規定「宣稱改善、減輕疾病或特定生理情形、對疾病及症候群有效」之情形。綜合考量原告之廣告宣達龐大錯誤資訊內容可能對消費者產生之錯誤認知與危險等情，被告依法裁處法定罰鍰最低額60萬元，要無不法可言。

㈡系爭廣告刊播於friDay購物網，查遠東集團整合電商業務於107年8月3日公告，子公司亞東電子商務（GoHappy）與遠傳

旗下電商公司時間軸（friDay）合併後更名為「遠時數位科技股份有限公司」，friDay購物與HAPPY GO快樂購卡之發卡使用量，不重複會員人數至少900萬人，其閱聽觀眾甚多，又廣告內容所傳達資訊恐使一般民眾因該錯誤醫療宣稱導致陷於錯誤，進而影響生命、身體健康，一次廣告即可能造成民眾產生錯誤觀念、又延遲就醫錯失最佳療復期間；復以系爭產品一組原價6,150元（特價至少2,331元），就食品而言價格實屬不菲，消費者作出錯誤消費選擇，使其財產權受損害，於經濟上之受害亦非輕微。原告於106年既已有多次刊播廣告涉及誇大效果而遭裁罰，仍執意為本次刊播，足見原告屢屢犯禁，捨棄衡量國民健康及消費權益。依最高行政法院106年度判字第43號判決見解，被告於客觀事證已足認定原告違反行政法上義務之情節輕重程度或屢次故意違反行政法上義務之可非難性及可歸責性時，尚無裁量怠惰或違反比例原則可言。

㈢原告於106年11月15日約談時提具之查獲日成交訂單有關刊登系爭產品之銷售紀錄，反映系爭產品之銷售狀況雖如原告所述無銷售數量云云，惟系爭廣告於查獲前、相當期間所傳達之嚴重錯誤醫療資訊所生影響，亦為被告裁量罰鍰金額之要件，原告前既已有多次刊播廣告涉及誇大效果而遭裁罰，仍執意為本次刊播，聲稱無利潤可圖云云，顯違商業慣例，並非可採。被告僅以最低法定罰鍰額度60萬元，已屬從寬裁處。原告稱系爭廣告因宣揚一般衛教資訊而受罰云云，均為虛妄；其指摘系爭認定基準違反法律保留原則、原處分違反比例原則及裁量怠惰云云，亦無理由。為此，求為判決：駁回原告之訴。

四、上開事實概要欄所述之事實經過，除下列爭執事項外，其餘

為兩造所不爭執，並有friDay供應商合作合約（原處分卷第32至47頁）、食藥署107年2月27日FDA企字第1071200523號函（原處分卷第5頁）、網路疑似違規廣告監控表（原處分卷第6頁）、系爭廣告網頁列印頁面（原處分卷第10至19頁）、原處分（本院卷第35至38頁）、訴願決定（本院卷第39至49頁）等影本在卷可稽，自堪認為真正。是本件爭執事項厥為：原處分是否於法有據？

五、本院之判斷：

㈠按「食品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告。」食安法第28條第2項定有明文。同法第45條第1項並規定：「……；違反同條第2項規定者，處新臺幣60萬元以上5百萬元以下罰鍰；再次違反者，並得命其歇業、停業一定期間、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或食品業者之登錄；經廢止登錄者，1年內不得再申請重新登錄。」又按憲法第11條保障人民之言論自由，乃在保障意見之自由流通，使人民有取得充分資訊及自我實現之機會，包括政治、學術、宗教及商業言論等，並依其性質而有不同之保護範疇及限制之準則。商業言論所提供之訊息，內容為真實，無誤導性，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，應受憲法言論自由之保障。惟憲法之保障並非絕對，立法者於符合憲法第23條規定意旨之範圍內，得以法律明確規定對之予以適當之限制，業經司法院釋字第577號、第617號、第623號解釋在案。而食品之標示、宣傳或廣告，係在食品上或利用傳播方式，提供該食品客觀資訊，以達招徠銷售為目的，具商業上意見表達之性質，固應受憲法言論自由之保障，惟因與國民健康有重大關係，立法者基於維護公共利益之必要，自可立法就食品資訊之表述為合理而適當之限制。

是以，食安法第28條第2項規定，禁止食品之標示、宣傳或廣告有宣稱醫療效能之情形，旨在保障消費者獲得客觀真實而完整之資訊，維護國民健康與消費權益，為增進公共利益所必要，與憲法第11條保障人民言論自由及第23條比例原則均無違背。

㈡次按「為管理食品衛生安全及品質，維護國民健康，特制定本法。」「本法所稱主管機關：在中央為衛生福利主管機關；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。」食安法第1條及第2條分別定有明文。而衛福部訂定發布之系爭認定基準第1條規定：「衛生福利部（以下稱本部）為維護國人健康，保障消費者權益，有效執行食品衛生管理法第28條，禁止食品標示、宣傳或廣告誇張、易生誤解或宣稱醫療效能，特訂定本基準。」第3條第1款規定：「涉及誇張、易生誤解或醫療效能之認定基準如下：（一）使用下列詞句者，應認定為涉及醫療效能：1.宣稱預防、改善、減輕、診斷或治療疾病或特定生理情形例句：治療近視。恢復視力。防止便秘。利尿。改善過敏體質。壯陽。強精。減輕過敏性皮膚病。治失眠。防止貧血。降血壓。改善血濁。清血。調整內分泌。防止更年期的提早。2.宣稱減輕或降低導致疾病有關之體內成分：例句：解肝毒。降肝脂。3.宣稱產品對疾病及疾病症候群或症狀有效：例句：消滯。降肝火。改善喉嚨發炎。祛痰止喘。消腫止痛。消除心律不整。解毒。……。」此核屬衛生福利部本於食安法中央主管機關職權，針對該法第28條所稱涉及醫療效能之不確定法律概念，為協助下級機關正確涵攝構成要件事實、適用法律，而訂頒之解釋性行政規則（行政程序法第159條第2項第2款規定參照），經核其內容係就行政法規之原意為具體明確之闡釋，符合食安

法第28條規範意旨，未對人民權利之行使增加法律所無之限制，於法律保留原則無違，而食安法嗣於107年1月24日增訂第28條第4項規定：「第1項不實、誇張或易生誤解與第2項醫療效能之認定基準、宣傳或廣告之內容、方式及其他應遵行事項之準則，由中央主管機關定之。」此僅係將系爭認定基準所列「誇張、易生誤解或醫療效能」之認定原則，提升為有法律授權之法規命令位階，以臻完善，然系爭認定基準並不生授權是否明確之問題，自當得予以參酌援用。

㈢再按裁罰基準，係被告為處理食安法案件，建立執法之公平性，以期減少爭議及行政爭訟之行政成本所訂定之裁量基準，其中第2條附表第30項次「違反法條：食安法第28條第2項」、「違反事實：食品為醫療效能之標示、宣傳或廣告」、「裁處依據：第45條」之「裁罰基準」欄規定：「一、依違規次數處罰：㈠第1次：60萬元至1百萬元。㈡第2次：62萬元至2百萬元。㈢第3次：64萬元至3百萬元。……。㈥同一品項之廣告，於同一日，在不同媒介刊登，每增加一媒介罰鍰加重1萬元。……。二、再次違反者，並得命其歇業、停業一定期間、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或食品業者之登錄。三、對其違規廣告，應按次處罰至其停止刊播為止。情節重大者，視具體個案裁處罰鍰，不受前開裁處金額限制，……。」核係依違反食安法第28條第2項之次數、所刊登廣告之品項、所刊登媒介之數量等不同情節，訂定不同處罰額度之裁量基準，以達具體個案之正義，並有顧及法律適用的一致性，符合平等原則，且與立法授與裁量權之目的尚無牴觸，亦未逾越授權裁量之範圍，自非法所不許。

㈣雖原告主張系爭廣告引用衛教資訊，其透過系爭廣告達到招

徠銷售目的，屬為獲得財產而從事之經濟活動，惟同時亦具有商業上意見表達之性質，應受憲法第15條及第11條之保障；民眾可一望即知該等內容僅為一般產品介紹，且得透過各種網路搜尋管道多方求證其服用後效果究竟如何，並得以理智清楚判斷方決定是否購買，顯無因系爭廣告而逕受誤導之可能云云。惟按食品廣告內容有無宣傳醫療效能之情形，應綜合其所使用之文字、敘述、圖像及符號等，以所傳達予消費者訊息之整體表現認定之。若廣告有宣稱產品具預防、改善、治療病症或特定生理情形之效能；或在客觀上易引起消費者有使用該產品後，得預防、治療疾病及改善生理狀態等整體印象及效果，進而引起購買慾望者，即屬有涉及醫療效能之情形。經查，原告不爭執有在friDay購物網站刊登系爭產品廣告（見本院卷第202頁之言詞辯論筆錄），並有前揭friDay供應商合作合約、食藥署107年2月27日FDA企字第1071200523號函、網路疑似違規廣告監控表、系爭廣告網頁列印頁面存卷可資佐證。而綜合系爭廣告之整體宣傳廣告內容，並依一般社會通念予以客觀觀察可知，系爭廣告宣稱使用系爭產品「……天然消炎止痛劑」、「本產品糖尿病患可安心食用。……本產品內含的魚鱗膠原蛋白具有抗氧化效果，搭配鳳梨酵素的消炎作用，亦可舒緩糖尿患者併發症狀……」等詞句，且刻意將關節痠痛、腰痛腿腳發麻、關節僵直、關節疼腫痛等狀況圖文與系爭產品緊密刊載於同一網頁，其有使消費大眾作有相關醫療效能之聯想，足見系爭廣告宣稱使用系爭產品具有改善特定生理情形，對症狀有效，其涉及醫療效能，核屬食安法第28條第2項之醫療效能之標示、宣傳或廣告，堪予認定。則縱使如原告所述以網路知識之普及，民眾顯無因系爭廣告而逕受誤導之可能，然倘若閱聽系爭廣

告之消費大眾於獲得上開涉及醫療效果之資訊後，產生錯誤認知，未再進一步求證，即易受誤導而與原告為交易，致受有財產上甚或健康上損害之虞。是以，原處分認定原告刊播之系爭廣告確有食安法第28條第2項規定所禁止之宣稱醫療效能之情形，並非指原告所引述之衛教資訊部分，故原處分認原告違反食安法第28條第2項規定，核屬於法有據，並無違誤。且原處分係為保障消費者獲得真實而完整之資訊，維護國民健康與消費權益，為增進公共利益所必要，核與憲法第5條及第11條保障人民財產及言論自由及第23條比例原則均無違背。從而，原告此部分主張，難謂於法有據，並無足採為對其有利之認定。

㈤原告尚主張原處分依據之系爭認定基準已違法律保留及授權明確性原則云云。惟查，衛生福利部為食安法之中央主管機關，為協助下級機關就食安法第28條第2項所稱「涉及醫療效能」此不確定法律概念能為正確之涵攝構成要件事實及適用法律，訂定有系爭認定基準，符合食安法第28條第2項規範意旨，未對人民權利之行使增加法律所無之限制，於法律保留原則無違，業如前述。系爭廣告使用「……天然消炎止痛劑」、「本產品糖尿病患可安心食用。……本產品內含的魚鱗膠原蛋白具有抗氧化效果，搭配鳳梨酵素的消炎作用，亦可舒緩糖尿患者併發症狀……」等文字，已直接宣稱系爭產品具有改善特定生理情形，對症狀有效，係指涉醫療效能，應屬違反食安法第28條第2項及系爭認定基準第3條第1款、第3款規定無誤，故原處分並未違反法律保留及授權明確性原則，原告此部分之主張，並非可採。

㈥另原告主張：系爭廣告乃不具備法律專業知識之工讀生所寫，原告業務太忙，未及注意到可能已涉及違反食安法之文句

，事後審查不易，頂多是過失，並非故意云云。惟按行政罰法第7條規定：「（第1項）違反行政法上義務之行為非出於故意或過失者，不予處罰。（第2項）法人、設有代表人或管理人之非法人團體、中央或地方機關或其他組織違反行政法上義務者，其代表人、管理人、其他有代表權之人或實際行為之職員、受僱人或從業人員之故意、過失，推定為該等組織之故意、過失。」查原告既從事食品什貨批發、零售業，理應熟稔系爭認定基準規定，原告若僱用員工為其製作系爭產品之廣告，對其所屬員工本有監督依法為廣告之義務，原告既不否認系爭廣告為其所僱用之員工所為，又自承其事後審查不易，復未舉證證明其已盡監督防免義務，則依行政罰法第7條第2項規定，應推定原告縱非故意，亦難謂無過失，自應由原告負擔違章責任。是以，原告此部分主張，並無足為對其有利之認定。

㈦至原告主張被告未選用其他侵害較小之手段，逕行採取直接裁罰之從嚴處分，而非教育人民導回正軌，非但與立法原意相悖，亦恐難達成行政罰之目的，與比例原則相悖及有權力濫用之違法云云。惟按「裁處罰鍰，應審酌違反行政法上義務行為應受責難程度、所生影響及因違反行政法上義務所得之利益，並得考量受處罰者之資力。」行政罰法第18條第1項定有明文。查系爭廣告刊播於friDay購物網，眾多消費者可輕易透過網路閱覽系爭廣告，可能受此錯誤資訊誤導，誤信系爭產品有系爭廣告內容宣稱之醫療效能而延誤就醫時機。復參以原告所販售之系爭產品一組原價6,150元（特價至少2,331元），就食品而言價格實屬不菲，消費者作出錯誤消費選擇，使其財產或健康上之受害亦非輕微。被告審酌原告透過網際網路刊播系爭廣告，已造成社會大眾對系爭產品

產生重大誤解之危害，並考量原告以股份有限公司型態經營且資本額達2,800萬元（本院卷第7至9頁之公司基本資料），其利用網路媒體刊播系爭廣告，影響範圍遍及全國各地，並獲取不當利益，應受責難程度高，依食安法第45條第1項及裁罰基準規定，裁處法定最低額罰鍰60萬元，核屬適當，自無裁量怠惰或違反比例原則可言。又徵諸食安法規定，並無主管機關應就違規廣告行為應行勸導禁止，違反誡命處分始得開罰之規定，且原告於受本案裁處前，已另有多次因刊登廣告涉及誇大而違反食安法第28條第1項規定之情形（原處分卷第115頁），原告猶爭執被告未予輔導逕予裁罰，有失比例原則，委無可採。

六、綜上所述，原告所訴各節，均非可採，原處分並無違誤，訴願決定遞予維持，亦無不合，原告徒執前詞，訴請撤銷，為無理由，應予駁回。

七、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法均與本件判決結果不生影響，故不逐一論述，併此敘明。

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

中　　華　　民　　國　　108　　年　　3　　月　　14　　日

臺北高等行政法院第一庭

審判長法　官　曹瑞卿

法　官　林麗真

法　官　林淑婷

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。

（續上頁）

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　　108　　年　　3　　月　　14　　日

書記官　黃玉鈴