

臺北市政府 103.09.04. 府訴二字第 10309112500 號訴願決定書

訴 願 人 ○○○

原 處 分 機 關 臺北市政府衛生局

訴願人因違反醫療法事件，不服原處分機關民國 103 年 6 月 13 日北市衛醫護字第 10333431700 號裁處書，提起訴願，本府決定如下：

主 文

訴願駁回。

事 實

訴願人為本市○○診所負責醫師，該診所分別於民國（下同）102 年 12 月 17 日、102 年 12 月 30

日及 103 年 2 月 14 日以「○○」為名在○○○社群網路粉絲團刊登「○○」及「○○」等詞句之 3 則醫療廣告（下稱系爭廣告）。嗣民眾分別於 102 年 12 月 18 日、102 年 12 月 31 日及 103 年 2

月 20 日向原處分機關檢舉，經訴願人之受託人○○○分別於 102 年 12 月 26 日、103 年 1 月 8 日及

103 年 2 月 25 日以書面向原處分機關陳述意見後，原處分機關審認訴願人負責之診所於網站刊登贈送、抽獎等內容，以達招徠患者醫療為目的之行為，係以不正當方法招攬病人，違反醫療法第 61 條第 1 項規定，爰依同法第 103 條第 1 項第 1 款及第 115 條第 1 項規定，以 103 年 6 月 13 日

北市衛醫護字第 10333431700 號裁處書，處訴願人新臺幣（下同）7 萬元（違規廣告共 3 則，第 1 則罰 5 萬元，每增加 1 則加罰 1 萬元）罰鍰。該裁處書於 103 年 6 月 17 日送達，訴願人不服，

於 103 年 7 月 2 日經由原處分機關向本府提起訴願，並據原處分機關檢卷答辯。

理 由

一、按醫療法第 9 條規定：「本法所稱醫療廣告，係指利用傳播媒體或其他方法，宣傳醫療業務，以達招徠患者醫療為目的之行為。」第 11 條規定：「本法所稱主管機關：……在直轄市為直轄市政府。……。」第 61 條第 1 項規定：「醫療機構，不得以中央主管機關公告禁止之不正當方法，招攬病人。」第 103 條第 1 項第 1 款規定：「有下列情形之一者，處新臺幣五萬元以上二十五萬元以下罰鍰：一、違反……第六十一條……規定……。」第 115 條第 1 項規定：「本法所定之罰鍰，於私立醫療機構，處罰其負責醫師。」

行政罰法第 25 條規定：「數行為違反同一或不同行政法上義務之規定者，分別處罰之。」

前行政院衛生署（102 年 7 月 23 日改制為衛生福利部，下稱前衛生署）94 年 3 月 17 日衛

署

醫字第 0940203047 號公告：「主旨：公告醫療法第 61 條第 1 項所稱禁止之不正當方法。……公告事項：一、醫療機構禁止以下列不正當方法招攬病人：（一）公開宣稱就醫即贈送各種形式之禮品、折扣、彩券、健康禮券、醫療服務，或於醫療機構慶祝活動贈送免費兌換券等情形。……二、違反前項規定者，依醫療法第 103 條第 1 項處罰。」

97 年 11 月 25 日衛署醫字第 0970044043 號函釋：「……說明……三、復按本署 94 年

3

月 17 日以衛署醫字第 0940203047 號函公告，依同法第 61 條所定之不正當方法，針對公告事項第 1 項第 1 款『公開宣稱就醫即贈送各種形式之禮品等』、第 2 款『以多層次傳銷或仲介之方式』之規定，究其意旨，應係為避免醫療機構利用『贈送某事物予就醫者』之誘因方式，或以『假借他人』對非特定對象進行傳播、媒介方式，達招徠患者為醫療之目的。爰要件上，除必須客觀上有刊登或傳播醫療廣告資訊之行為外，主觀上尚須有『利用上揭原則方式，以達招徠患者醫療為目的』之訴求，始構成上開本署 94 年 3 月 17 日公告事項第 1 項第 1 款或第 2 款之違反……。」

臺北市政府衛生局處理違反醫療法事件統一裁罰基準第 3 點規定：「本局處理違反醫療法事件統一裁罰基準如下表：（節錄）」

罰鍰單位：新臺幣

項次	20
違反事件	醫療機構，以中央主管機關公告禁止之不正當方法，招攬病人。
法條依據	第 61 條第 1 項 第 103 條第 1 項第 1 款
法定罰鍰額度或其他處罰	處 5 萬元以上 25 萬元以下罰鍰。
統一裁罰基準	1. 第 1 次處 5 萬元至 15 萬元罰鍰，每增加 1 則加罰 1 萬元 ……。

臺北市政府 94 年 2 月 24 日府衛企字第 09404404400 號公告：「……公告事項：……

六

、本府將下列業務委任本府衛生局，以該局名義執行之：……（十）醫療法中有關本府權限事項……。」

二、本件訴願理由略以：原處分機關之裁處書對於為何在臉書按讚送獎品就是「公開宣稱就醫即贈送禮品」？是否屬「以多層次傳銷或仲介之方式」？訴願人主觀上有無「利用上揭原則方式以招攬患者醫療為目的」？臉書按讚宣傳是否即屬醫療廣告？均未說明理由，與行政程序法第 5 條及第 96 第 1 項規定之明確性原則有違，原處分應予撤銷。

三、查訴願人為本市○○診所負責醫師，於事實欄所述時間分別在○○○社群網路粉絲團登載系爭廣告，以前衛生署公告禁止之不正當方法招攬病人之事實，有系爭廣告網頁列印畫面及訴願人之受託人○○○102 年 12 月 26 日、103 年 1 月 8 日及 103 年 2 月 25 日之書面說明

等影本附卷可稽，原處分自屬有據。

四、至訴願人主張裁處書對於為何在臉書按讚送獎品就是「公開宣稱就醫即贈送禮品」？是否屬「以多層次傳銷或仲介之方式」？訴願人主觀上有無「利用上揭原則方式以招攬患者醫療為目的」？臉書按讚宣傳是否即屬醫療廣告等節均未說明理由，原處分與明確性原則有違云云。按醫療法第 61 條第 1 項規定，醫療機構不得以中央主管機關公告禁止之不正當方法招攬病人；前衛生署並以 94 年 3 月 17 日衛署醫字第 0940203047 號公告前揭

醫

療法第 61 條第 1 項所稱禁止之不正當方法以資遵循，明定公開宣稱就醫即贈送各種形式之禮品、折扣、彩券、健康禮券、醫療服務，或於醫療機構慶祝活動贈送免費兌換券等情形屬前揭禁止之不正當方法。查本件依卷附訴願人之受託人○○○ 102 年 12 月 26 日、103 年 1 月 8 日及 103 年 2 月 25 日之書面說明影本，訴願人對於其為本市○○診所負責醫

師

、於○○○社群網路平台分別登載系爭廣告、系爭廣告係該診所製作刊登及廣告刊登責任由該診所負責等節均已自承。是本件系爭廣告係由訴願人擔任負責醫師之○○診所於○○○刊登，可堪認定，其經由網際網路傳播，已足使不特定多數人瞭解、知悉其宣傳之訊息，以達招徠不特定多數人前往該診所就醫之目的，自屬醫療廣告。次查系爭廣告已該當公開宣稱於聖誕節、年末、情人節等慶祝活動贈送免費禮品等情形，而屬上開前衛生署 94 年 3 月 17 日衛署醫字第 0940203047 號公告禁止之不正當方法，且系爭廣告客

觀

上有刊登及宣播醫療廣告資訊之行為，主觀上利用贈物並以「多層次傳銷或仲介」之誘

導方式，招徠患者醫療為目的之訴求明確，其整體廣告內容訊息，宣傳醫療業務意圖甚明。是訴願人違規事證明確，洵堪認定。又本件原處分機關業於裁處書說明三載明法律依據，於說明四亦載明處分理由為「……前揭事實經本局審認，其以贈送達招徠醫療業務意圖明確，核已違反醫療法第 61 條第 1 項規範，爰依醫療法第 103 條、第 115 條暨

本

局處理違反醫療法事件統一裁罰基準規定，處分如主旨。」是原處分尚無違反明確性原則。訴願主張，不足採據。從而，原處分機關處訴願人 7 萬元（第 1 次違規罰 5 萬元，加計 2 則，每則各加罰 1 萬元，合計 7 萬元）罰鍰，揆諸前揭規定及統一裁罰基準，並無不合，原處分應予維持。

五、綜上論結，本件訴願為無理由，依訴願法第 79 條第 1 項，決定如主文。

訴願審議委員會主任委員	丁	庭	宇
委員	蔡	立	文
委員	王	曼	萍
委員	劉	宗	德
委員	紀	聰	吉
委員	戴	東	麗
委員	柯	格	鐘
委員	葉	建	廷
委員	范	文	清
委員	傅	玲	靜
委員	吳	秦	雯
委員	劉	成	焜

中華民國 103 年 9 月 4 日
市長 郝龍斌

法務局局長 蔡立文 決行

如對本決定不服者，得於本決定書送達之次日起 2 個月內，向臺灣臺北地方法院行政訴訟庭提起行政訴訟。（臺灣臺北地方法院行政訴訟庭地址：新北市新店區中興路 1 段 248 號）