

調 查 報 告

壹、案由：據訴，為「保證責任臺北市台北地下街場地利用合作社」向臺北市政府承租台北地下街廣告櫥窗改裝之店鋪，並違法出租予非合作社社員使用，損害社員權益，該合作社亦未依法將廣告收入納入公庫，損及市庫收入；另臺北市市場處率以其使用之台北地下街商場102號店鋪違反契約，及未經同意私自於公共空間裝設廣告燈箱及張貼廣告為由，要求限期改善及繳交懲罰性違約金，逾期擬將該店鋪收回，且放任該合作社未經公開招標程序擅將公共空間廣告、停車場以低價交予特定廠商認養，損及承租人權益及影響市庫收入等情。究台北地下街權屬為何？台北地下街委託管理及財務管理情形為何？台北地下街公共空間廣告物設置及收費情形？有無所訴該合作社率將公共空間廣告物以低價交予特定廠商認養，卻遭廠商高價轉租，且未將廣告收益納入公庫情事？臺北市市場處有無善盡監督管理責任及依法行政？等疑義，實有深入瞭解之必要案。

貳、調查意見：

據訴，為「保證責任臺北市台北地下街場地利用合作社」（下稱台北地下街合作社）向臺北市政府承租台北地下街廣告櫥窗改裝之店鋪，並違法出租予非合作社社員使用，損害社員權益，該合作社亦未依法將廣告收入納入公庫，損及市庫收入；另臺北市市場處率以其使用之台北地下街商場102號店鋪違反契約，及未經同意私自於公共空間裝設廣告燈箱及張貼廣告為由，要求限期改

善及繳交懲罰性違約金，逾期擬將該店鋪收回，且放任該合作社未經公開招標程序擅將公共空間廣告、停車場以低價交予特定廠商認養，損及承租人權益及影響市庫收入等情。究台北地下街權屬為何？台北地下街委託管理及財務管理情形為何？台北地下街公共空間廣告物設置及收費情形？有無所訴該合作社率將公共空間廣告物以低價交予特定廠商認養，卻遭廠商高價轉租，且未將廣告收益納入公庫情事？臺北市市場處有無善盡監督管理責任及依法行政？等疑義，實有深入瞭解之必要案，經本院函請審計部¹、及臺北市政府²就相關案情疑點查復說明，並於民國(下同)107年8月29日履勘台北地下街，嗣於同年10月18日詢問臺北市政府社會局及臺北市市場處相關主管及承辦人員釐清案情；另本院再於同年11月5日就陳訴人歷來陳訴書內容核屬本案調查範圍者，逐項向臺北市市場處及台北地下街合作社相關承辦人員查明確認，並持續再補充相關資料釐清。至有關陳訴人一再陳訴前中華商場安置程序、聚寶成股份有限公司(下稱聚寶成公司)成立及其與臺北市政府簽約經過、聯合經營之管理方式與安置戶權益維護等情，業經本院前案(派查字號:100年5月31日院台調壹字第1000800204號函)調查，非屬本案調查範圍，併予敘明。本案業調查竣事，茲臚列調查意見如后：

- 一、臺北市台北地下街商場所有權屬臺北市政府，由臺北市市場處轄管，該府為落實台北地下街承租戶自營、自管、自治之政策目標及有效節省該府預算支出，與由台北地下街810戶承租戶依合作社法籌組之台北地下街合作社簽約，委由該合作社管理，其場務由臺北市市場處監督管理，其社務及財務之監督管理與稽查

1 審計部107年7月2日台審部覆字第1070055494號函。

2 臺北市政府107年7月6日府授產業市字第1072111934號函。

由該府社會局辦理。有關陳訴人歷來所訴台北地下街廣告櫥窗改裝之店鋪出租及公共空間廣告、停車場營運等情，經查部分前經審計部審核處理後存查在案，其餘核屬本案調查範圍者，臺北市市場處尚無怠於監督轄管之情事，惟仍請該處本於權責針對陳訴人所訴容有誤解之處，積極溝通澄清並加強說明，以紓解民怨：

(一)台北地下街商場所有權屬臺北市政府，由臺北市市場處轄管。臺北市政府為落實台北地下街承租戶自營、自管、自治之政策目標及有效節省該府預算支出，輔導台北地下街810戶之承租戶依合作社法籌組台北地下街合作社與臺北市市場處簽訂「臺北市台北地下街商場委託管理使用行政契約」(下稱委管契約)，委由前揭合作社管理台北地下街，並甄選專業管理公司負責商場清潔、保全、機電、消防等物業管理，商場日常管理維護及設備等費用均由承租戶負擔，該府不編列預算，其管理併依「臺北市市場處轄管地下街管理要點」³(下稱管理要點)規定辦理。該合作社之業務係主要分為場務、社務及財務三大部分，相關業務之監督管理臚列如下：

1、場務部分：臺北市市場處與該合作社簽訂委管契約委由該合作社管理台北地下街，其監督管理併依前揭契約及管理要點規定辦理。

2、社務及財務部分：

(1)合作社法之主管機關係為臺北市政府社會局，依合作社法第36條略以：「……前項財務報表之內容、會計事務之範圍、財務處理、費用支給及其他應遵行事項之準則，……，以書面

3 「臺北市市場處轄管地下街管理要點」係原「臺北市台北地下街出租管理暫行要點」於107年5月25日修正，並自107年6月1日起生效。

報請該管主管機關備查。主管機關得派員實地查核，必要時，並得會同有關機關辦理，合作社不得規避、妨礙或拒絕查核。」由該府社會局辦理台北地下街合作社社務及財務之監督管理與稽查，近年來該局辦理情形如下：

〈1〉平時輔導情形：臺北市政府社會局輔導所轄合作社，係以書面輔導為原則，視報送資料函復指導。查該合作社皆定期召開社員代表大會、理事會、監事會及社務會，並於會後將會議紀錄及相關資料報送該局，亦依規定舉行理監事改選及通過年度預決算資料，且每年亦按時依規定辦理變更登記，社務運作符合法令規範。

〈2〉年度考核成績：臺北市政府社會局係依據「合作社稽查考核及獎勵辦法」及該局考核實施計畫辦理。該局每年2至4月依上揭規定辦理轄內合作社場考核，按內政部訂定之考核項目及評分標準，分為社務、業務、財務三大部分進行考評，由該局函請合作社報送書面考核資料，再由業務科同仁及委請專業會計師至該局參與資料評審，並經業務科內部初審、會同合作社場目的事業主管機關召開複審會議後，再將結果報送內政部核定，成績等第可分為優、甲、乙、丙、丁等。查該局103年至107年度考核結果(考評102至106年度資料)，該合作社成績皆為甲等(詳表1)。

〈3〉

表1 台北地下街合作社近5年年度考核成績

考核年度	受考核資料年度	考核等第	備註
103	102	甲等	依內政部所訂考核表進行書面考核： 1. 社務及業務部分各別由社團業務承辦同仁及合作社承辦同仁評分。 2. 財務部分分別由永輝啟佳聯合會計師事務所(103-106考核年度)及誠明聯合會計師事務所(107考核年度)進行評分。
104	103	甲等	
105	104	甲等	
106	105	甲等	
107	106	甲等	

資料來源：臺北市政府社會局詢問供書面資料。

(2) 財務查核結果：該局為促使所轄團體(含公辦民營機構、方案委託機構、私立福利機構、基金會、合作社場、勸募團體及社區發展協會)財務建全、運作正常，每年度依該局「委託辦理公辦民營及其他機構團體財務查核實施計畫」統一委託會計師事務所進行財務查核，予以協助、輔導，以達管理之效。該局除每年輪流抽查約30家合作社場外，會就輔導需要針對特定社場追蹤查核，由專業會計師偕同業務科承辦人至合作社場營業場所實地進行財務查核(受查資料期間為前1會計年度)，並製作查核紀錄表及完整報告書，檢查輔導合作社財務與帳務是否符合相關規定。查該合作社分別於97、99、105及107年度接受該局現場財務查核，並未發現重大缺失，上述年度查核結果與改善情形詳表2。

表2 台北地下街合作社近4次委託會計師財務查核結果

查核年度	受查資料年度	缺失	改善情形	備註
97	96	修繕費超過60,000元，未列入遞延費用或固定資產項目，直接費用化。	99年查核98年度帳證業無此情形，該缺失已改善。	由每年度得標之會計師事務所依本局委託辦理公辦民營及其他機構團體財務查核實施計畫，至合作社場進行實地財務查核。
99	98	經查核未發現異常情形。		
105	104	未按合作社法規定提撥公益金。	業依規定提撥公益金。	
107	106	有對非社員交易，收入未區分社員及非社員交易。	遵照辦理。	

資料來源：臺北市政府社會局詢問供書面資料。

3、另依管理要點第11點略以：「……前項財務收支、保管及運用情形，應經商店自理組織會議決議，按月製表並經商店自理組織代表人及監察人核章後，於次月月底前送臺北市市場處備查。」，該合作社每月提送財務報表等資料至該府社會局及該臺北市市場處備查。

(二)依臺北市市場處(甲方)與台北地下街合作社(乙方)所簽訂之委管契約第2條規定：「乙方對本契約標的應盡善良管理人責任，並辦理下列事項：……四、辦理商場之促銷推廣活動及維護商場之營業秩序。五、設置置物櫃、行動電話基地台、快照站、自動販賣設備或其他簡易公共服務設施及公共空間之使用及公共安全管理維護。……」台北地下街廣告櫥窗改裝之店鋪、公共空間廣告、停車場等管理各項事務已明定由該合作社辦理，該合作社於公共空間設置廣告係依委管契約第2條第1項第4款及第5款辦理商場促銷推廣活動及公共空間之使用，由該合作社統一籌劃製作，或由經營體及廠商向該合作社辦理申請，並將廣告費用納入推廣及公共基金專戶。臺北市市場處為落實台北地下街承租戶自

營、自管、自治之政策目標及有效節省該府預算支出，依據委管契約、「臺北市台北地下街廣告燈箱使用行政契約」（下稱燈箱契約）及「臺北市台北地下街地下二樓停車場使用行政契約」（下稱停車場使用行政契約）查核管控，並委託該合作社經管公共空間廣告及停車場各項事務。另有關台北地下街廣告櫥窗改裝之店鋪承租資格，依該合作社100年3月24日第9屆第3次理事會議討論事項決議五：認養櫥窗變更為店鋪者資格及方式為一合格社員並需具備有與臺北市市場處簽訂「臺北市台北地下街商場店鋪使用行政契約書」之經營體負責人。臺北市市場處基於地下街商場安置戶自營、自治、自管之政策目標，原則尊重該合作社理事會之決議。

(三)至於有關公共空間廣告部分(詳表3)，分述如下：

表3 台北地下街廣告物種類、數量、收費情形、法令依據及承租方式與資格表

廣告物種類	數量	收費情形		行政契約及相關法令	承租方式及資格
		臺北市市場處	台北地下街合作社		
廣告燈箱 (62面)	98年後設置廣告燈箱19面	收費	1. 2面燈箱供政府單位公務使用不收費 2. 其他17面燈箱收費	燈箱契約	經營體及廠商向該合作社申請使用，供有廣告需求者申請之，並將廣告收入納入推廣及公共基金專戶。
	既有燈箱27面	未收費	1. 9面燈箱供政府單位公務使用不收費 2. 其他18面燈箱收費	委管契約	
	各出入口形象引導燈箱16面	未收費	公務自用未收費	委管契約	
廣告櫥窗	3面	收費	公務自用未收費	廣告櫥窗契約	
其他廣告物 (壁貼、天吊、外牆帆布廣告等)	會隨時依舉辦各種活動調整區域及數量，尚難統計	未收費	除公務自用外其他收費	1. 委管契約 2. 「台北地下街商場使用手冊」—臺北市台北地下街商場經營管理規章	

資料來源：臺北市政府提供本院資料。

1、廣告燈箱：臺北市市場處與該合作社簽訂燈箱契約，依契約第11條約定略以，「如有需要增設，應提送設計圖說並以書面向甲方申請，經甲方書面同意後始得為之。……」明定新設廣告燈箱須向該臺北市市場處申請後，始得為之。

(1) 廣告燈箱實際數量及位置：

〈1〉臺北市市場處提供該合作社使用之收費廣告燈箱19面：該合作社為促進商場行銷，經理事會決議分別於98年8月6日(15面)及106年8月15日(4面)申請19面廣告燈箱，經臺北市市場處於99年1月28日及106年9月6日簽奉核可。

〈2〉臺北市市場處委託該合作社管理之未收費廣告燈箱43面臚列如下：

〔1〕台北地下街商場建置時原設燈箱27面：分佈於商場之連通道及出入口，後因工程施工變更等因素，經該合作社調整燈箱遷移設置於A1機場、或連通道、或Y16至Y24出入口移設整併C1D1連通道。

〔2〕各出入口形象引導燈箱16面：該合作社為顧及市民易於辨識地下街各出入口進出之指引，或指引銜接於其它各場域出入口使用(如：臺北車站周邊、京站及A1機場站、華陰街商圈、北門站等)。

(2) 廣告燈箱承租方式、用途及資格：

〈1〉承租方式：該合作社需經理事會議決議後，訂定公共空間廣告物申請方式及價格，將申請表格公開於該合作社行政中心服務櫃台及台北地下街網站(廣告宣傳物申請)，供有廣告需求者申請之。

〈2〉承租用途及資格：該合作社為促進商場行銷，利用公共空間張貼宣傳海報以推廣活動，或經理事會決議由承租戶組成之經營體公司及廠商申請使用公共空間區域，並將廣告費用納入推廣及公共基金專戶，以相關收入用來推廣台北地下街，未限定僅得供經營體公司申請使用。

2、其他廣告物(壁貼、天吊、帆布廣告等)：

- (1) 臺北市市場處與該合作社簽訂委管契約，前揭契約第2條第1項約定略以，「乙方對本契約標的應善盡善良管理人責任，並辦理下列事項：一、商場之機電、消防……二、商場之保全管理……三、商場之清潔衛生……四、辦理想場之促銷推廣活動……五、……公共空間之使用……」，該合作社為管理台北地下街，辦理想場清潔、保全、機電、消防等物業維護、促銷推廣活動及公共空間之使用等第2條各項事務，係臺北市市場處委託之主要項目，委管契約載明由該合作社辦理。
- (2) 台北地下街商場公共空間之使用，係依社員代表大會通過之「台北地下街商場使用手冊」——臺北市台北地下街商場經營管理規章第8條第2款第1項略以，「促銷活動及廣告：……商場公共區域促銷之佈置，由該合作社統一籌劃製作……」，該合作社為促進商場行銷，利用公共空間張貼宣傳海報以推廣活動，或由經營體及廠商向該合作社申請使用，以廣告贊助方式，將所得收入納入推廣及公共基金，作為共同推廣台北地下街。該合作社需經理事會議決議後，訂定公共空間廣告物申請方式及價格，將

申請表格公開於該合作社行政中心服務櫃台及台北地下街網站(廣告宣傳物申請)，供有廣告需求者申請之。

(3) 經營體及廠商使用公共壁面應事先向該合作社提出書面申請及繳費後，始得於公共壁面張貼廣告，並無免費使用之情形。

(4) 據臺北市市場處查明該合作社表示欣穎媒體廣告有限公司刊登之105年廣告版面皆有與該合作社簽約，並申請付費使用，尚無未支付租金之情事。該合作社表示從未與快易通國際媒體有限公司合作任何事宜，故無對外招攬台北地下街商場外牆懸掛帆布廣告，載明帆布廣告位置與價目之DM及低價承租再高價轉租等情事。

(四)有關停車場部分：

1、臺北市市場處於89年簽奉核准將台北地下街地下二樓停車場定位為地下一樓商場之附屬停車場予台北地下街合作社經營，以簡化行政管理，並與該合作社簽訂停車場使用行政契約。

2、台北地下街商場停車場之使用係該合作社經理事會決議通過採公開評選方式辦理招標，與得標廠商簽訂「台北地下街停車場合作經營合約書」，並訂有續約約定，由該合作社經理事會決議同意續約後，經公開議價程序與廠商辦理續約。

3、經查現況一般車位384格，身心障礙車位8格，收費標準第1小時新臺幣(下同)40元，以每30分20元計費，月租5,500元/月，營業時間24小時。

(五)陳訴人歷來陳訴書本院收文計29件併入本案，其中內容核屬本案調查範圍者，經本院詳予調查，並再

於107年11月5日逐項向臺北市市場處及台北地下街合作社相關承辦人員查明確認，並持續再補充相關資料釐清後，茲彙整摘要說明如下：

- 1、據訴，台北地下街合作社長期占用地下街公共空間設置玩具類商業設施扭蛋機營利等情，業經審計部查據臺北市政府說明，扭蛋機雖未完成公共空間之行政程序，惟該合作社仍依商場委託經營管理行政契約第8條第2項規定，將扭蛋機收入分別撥入該合作社公共與推廣基金，全數用於商場設備(施)改善、修繕及推廣活動，減少社員每月管理費負擔。然該合作社確有行政程序未完備之處，嗣臺北市市場處於106年3月13日函請該合作社限期提出申請，經該處審查認定是項設置行為未符合委託管理契約第2條所稱「其他簡易公共服務設施」之性質，未予同意，爰分別於同年8月7日及31日函請該合作社限期騰空返還公共空間，業於同年9月依「臺北市市有房地被無權占用使用補償金計收原則」向台北地下街合作社追收使用補償金計11萬餘元，並騰空返還公共空間在案。
- 2、據訴安置戶得免費使用公共壁面等情，台北地下街商場公共空間之使用，係依社員代表大會通過之「台北地下街商場使用手冊」—臺北市台北地下街商場經營管理規章第8條第2款第1項略以，「促銷活動及廣告：……商場公共區域促銷之佈置，由該合作社統一籌劃製作……」，台北地下街合作社為促進商場行銷，利用公共空間張貼宣傳海報以推廣活動，或由經營體及廠商向該合作社申請使用。該合作社需經理事會議決後，訂定公共空間廣告物申請方式及價格，將申請表格

公開於該合作社行政中心服務櫃台及台北地下街網站(廣告宣傳物申請)，供有廣告需求者申請之。經營體及廠商使用公共壁面應事先向該合作社提出書面申請及繳費後，始得於公共壁面張貼廣告，並無免費使用之情形。本節陳訴人所附部分照片，經查係台北地下街各區塊原始造型裝修，服飾一區之壁面造型小燈箱、側招，雜項區之木製造型小櫥窗，電子區之藍框造型燈箱，輕食區之壓克力造型看板及圓形燈箱等，係依鄭州路地下街(即台北地下街)商場營運籌備會第十七次委員會議紀錄(沈○○當時代理沈○○參加會議)，台北地下街各區塊原始造型裝修以業種分區段裝修，店招及門面裝修費用由各經營體共同分擔，因此各區塊原始設置之造型裝修由各區塊經營體及各店鋪自行分配免費使用。另陳訴人所稱從未有安置戶向合作社申請廣告物，乃因臺北市市場處安置完成後為各區塊經營體，安置戶變成各經營體之股東，依合作社章程各經營體之成員(股東)均應申請入社為社員，爰安置戶(現稱為社員)係以經營體而非個人名義向合作社申請張貼廣告。

- 3、據訴台北地下街燈箱、公共區域各種廣告內容係促銷推廣博奕、手機遊戲，非宣傳地下街店家自家產品等情，查台北地下街燈箱及公共區域各種廣告內容無僅限於宣傳地下街店家自家產品或推廣地下街之限制；只要廣告刊登及宣傳之素材內容及廣告軟、硬體無侵權或違反善良風俗即可；有關博奕、手機遊戲部分與台北地下街電子區店家販售商品有關連性，例如：販售該遊戲之周邊商品、遊戲光碟等。另廠商所支付之廣告費

用皆納入台北地下街推廣及公共基金專戶，以相關收入用來推廣台北地下街活動，如年貨大街、周年慶、購物節等。

- 4、據訴欣穎公司、智冠公司向台北地下街合作社承租公共區域之租金過低且有低價承租再高價轉租情形，查新穎公司(106年7月欣穎媒體廣告有限公司變更為新穎廣告媒體有限公司)為廣告公司，其營業項目為一般廣告服務業……等；智冠科技股份有限公司為遊戲通路商，營業項目為資訊軟體服務業……等。台北地下街廣告範圍小且零星分散，人潮與捷運站無法相比，近年來除該地下街經營體及店鋪廠商外，目前現況僅有新穎公司及智冠公司申請使用，並無其他公司爭相向台北地下街合作社承租公共區域空間刊登廣告。有關台北地下街公共區域之所有廣告物申請使用金額(租金)係經理事會決議通過，例如107年度廣告物相關規範及金額於107年10月18日第十二屆第23次理事會決議通過。另基於市場自由價格機制，該合作社無權干涉申請使用廣告物之廣告公司招攬情形及廣告設計刊登之價格。
- 5、據訴台北地下街燈箱僅部分有燈箱編號，及Y13出口燈箱設置程序等情，查台北地下街合作社於98年向臺北市市場處申請15面燈箱，與商場內原設之8面燈箱以及106年向該處申請之4面燈箱設有燈箱編號，其餘出入口之原設燈箱及原出入口移設至商場之燈箱則無編號，燈箱目前係依區塊管理，如：電子三區燈箱共計7面燈箱為一區塊單位供廣告燈箱申請者承租。有關Y13出口之燈箱係96年合作社為利引導顧客及提高活動廣告到達率，經理事會決議通過(沈○○君當時為理

事，亦有參加理事會)向該處申請以公共基金設置燈箱，並以公開招標方式辦理招標。且出租Y13出口之燈箱之廣告收入確實納入推廣及公共基金專戶。

- 6、據訴質疑有關推廣基金實際用途等情，查台北地下街合作社依管理要點第10點規定使用推廣基金經費用途如下：1. 提昇地下街形象或促銷之廣告、推廣活動，如年貨大街、周年慶、購物節、浴衣祭等；2. 文化、社會、公益廣告或推廣活動，如日本沖繩北谷町友好交流、靜岡市交流活動、藝文推廣處(大稻埕戲苑)戲曲活動、國稅局中正分局租稅宣導、自閉症歌唱大賽暨宣導活動、農會四健聯合成果展等。
- 7、據訴伯朗咖啡使用159號店旁的公共空間等情，查伯朗咖啡承租159號店旁為159-1號店鋪，並非公共空間，臺北市市場處於105年3月4日與伯朗咖啡股份有限公司簽定「臺北市台北地下街商場第159、159-1號店鋪使用行政契約書」提供該公司自105年5月20日起至108年5月19日止使用，期間計3年。
- 8、據訴Y3出入口空地出租及1號廣場柱貼、防煙垂壁貼等收入等情，查Y3出入口空地係依承租人與台北地下街合作社簽訂之12號廣場使用契約書所載，使用標的：臺北市市民大道一段100號台北地下街12號廣場Y3出口旁如附圖：「台北地下街十二號廣場使用規劃圖」所示A區、B區(包含『柱1』、『柱2』柱貼廣告及紅線防煙垂壁雙面廣告壁貼)範圍，亦即廣場使用費包含「包柱廣告」。同理1號廣場使用契約書所載廣場使用費範圍亦包含使用標的範圍內各項柱貼、壁貼廣告

等。

- 9、據訴有關智冠公司向該合作社承租30座電視牆面，但該合作社推廣基金帳戶僅有15座電視牆面收入，故意「以多報少」等情，查有關30座電視為智冠公司與台北地下街合作社簽訂影音設備合作契約書，該合作社同意提供台北地下街場地及影音電視安裝版位供智冠公司架設影音撥放系統，以播放台北地下街之宣導影片及作為智冠公司介紹商品之廣告宣傳使用，智冠公司除免費提供地下街30台影音電視外，須協助處理合作社製作影片(素材由該合作社提供)並負責所有影音設備之管理與維護。30座牆面電視中，智冠公司另向合作社付費(每面每月1,200元)申請使用「電視牆面廣告背板15面」，電視牆面廣告是指於電視外框增設廣告布置物。
- 10、據訴Y4、Y8、Y13出入口樓梯壁面及扶梯貼長期由馨運公司承租等情，查台北地下街公共空間廣告皆經該合作社理事會決議通過後，訂定公共空間廣告物價格表公開於該合作社行政中心服務櫃台，若有廣告物刊登需求者，可參閱該合作社公布欄公告或上官網下載表格或直接至現場填表申請，待行政中心審核刊登稿件，核准後付費使用，並無經營體得優先申請承租之情事。復查Y4、Y8、Y13出入口樓梯壁面及扶梯貼每年公告招租情形，除了馨運公司外，並未曾有其他經營體或廠商向該合作社申請使用。
- 11、據訴11號店鋪女僕店張貼廣告於公共牆面、30號店鋪冰淇淋店張貼與懸掛廣告於公共牆面等情，查11號店鋪女僕店於99年10月12日向合作社申請張貼廣告於3號店旁左側牆面，使用至106年

3月27日。30號店鋪冰淇淋店於100年10月1日向合作社申請張貼廣告於30號店旁，現仍以每月1,500元(全年打9折)承租使用中。

(六)基上，臺北市台北地下街商場所有權屬臺北市政府，由臺北市市場處轄管，該府為落實台北地下街承租戶自營、自管、自治之政策目標及有效節省該府預算支出，與台北地下街810戶之承租戶依合作社法籌組台北地下街合作社簽約，委由該合作社管理，其場務由臺北市市場處監督管理，其社務及財務之監督管理與稽查由該府社會局辦理。有關陳訴人歷來所訴台北地下街廣告燈箱、壁貼、帆布、扶梯貼、客梯外座帆布、樓梯貼、天吊、柱貼、玻璃貼、天井、廣場凹槽廣告貼、娃娃機、扭蛋機等情之陳訴書，本院收文計29件併入本案，其中核屬本案調查範圍者，本院業調查竣事，且部分前經審計部審核處理後存查在案。另本院再於107年11月5日逐項向臺北市市場處及台北地下街合作社相關承辦人員查明確認，並持續再補充相關資料釐清後，經核臺北市市場處尚無怠於監督轄管之情事，惟仍請該處本於權責針對陳訴人所訴容有誤解之處，積極溝通澄清並加強說明，以紓解民怨。

二、陳訴人所訴臺北市市場處依台北地下街合作社函請協助處理該商場102號店鋪違反契約，及因未經同意私自於公共空間裝設廣告燈箱及張貼廣告，要求限期改善及繳交懲罰性違約金，逾期將該店鋪收回等情，尚難認有違法之處，惟仍請該處本於權責針對陳訴人所訴容有誤解之處，積極溝通澄清並加強說明，以紓解民怨：

(一)有關本案台北地下街102號店鋪相關法令規定如下：

- 1、臺北市市場處(甲方)與聚寶成公司(乙方)於105年3月15日簽訂之「臺北市台北地下街商場店鋪使用行政契約」(下稱店鋪契約)第1條：「使用標的……店鋪編號 94~108」、第19條：「懲罰性違約金 乙方、乙方之受僱人或其他經乙方允許使用本契約標的之人有下列情事之一者，甲方除得命乙方限期改善外，並得向乙方請求自事實發生之日起按使用費數額以實際違約日數計收之一倍懲罰性違約金至情形改善之日止：……二、於電梯、電扶梯、貨梯或公共場所私自張貼廣告。……十六、違反政府相關法令或台北地下街商場使用手冊管理公約。……」、第20條：「契約之終止 有下列各款情形之一，甲方得隨時終止本契約一部或全部，並收回終止部分使用標的(包括甲方提供乙方使用之設備、設施)，乙方除不得向甲方請求任何賠償或補償外，並應賠償甲方所受之損害：……八、除本契約另有約定外，違反本契約之約定，情節重大，並經甲方限期改善而仍不改善。……因可歸責乙方之事由，致甲方依前項規定終止契約者，除本契約另有約定外，乙方應支付當月使用費五倍計算之懲罰性違約金。如致甲方受有損害，並應負損害賠償責任。」及第21條：「使用標的之返還 本契約使用期間屆滿、終止或解除後，契約關係即行消滅，除本契約另有約定或經甲方書面同意者外，乙方應於第二項所定期限內，將使用標的(包括甲方提供乙方使用之設備及設施)回復原狀返還甲方，乙方不得要求任何補償或賠償。……」。
- 2、台北地下街商場使用手冊(100年2月10日第8屆第1次社員代表大會修訂)中「貳、台北地下街商

場經營管理規章」：「……六、公共事務管理：(一)公共空間及設備之使用處理：……4、各店不得於公共區域及牆面私設廣告物。……」及「肆、違規事項罰款表」中第11、21與25項⁴(105年2月1日第十屆第3次社員代表大會修訂)所定等。

(二)依據上開相關規定，聚寶成公司使用102號店鋪，該店鋪使用人不得於台北地下街公共區域及牆面私自張貼廣告、裝設燈箱及未經施工核可逕行施工等。查102號店鋪確實未向台北地下街合作社申請逕於105年12月20日於64A號店鋪旁裝設廣告燈箱，及未向台北地下街合作社申請逕於106年1月6日於該店鋪對面及100號店鋪旁裝設廣告物共2面。經該合作社依台北地下街商場使用手冊屢次勸導及開立罰單，該店鋪使用人均持續違規且拒簽罰單，該合作社遂依規定提報臺北市市場處處理。復經該處於106年1月23日、106年3月29日、106年5月4日、106年6月5日、106年6月22日、106年7月18日、106年8月10日及107年3月23日通知限期改善未果，遂依前揭契約第19條第2款及第16款約定，於107年5月30日北市市輔字第1076003664號函通知該公司於107年6月15日前繳交懲罰性違約金，並將公共空間回復原狀，如未於期限內完成，該處後續

4 台北地下街商場使用手冊中「肆、違規事項罰款表」(105年2月1日第十屆第3次社員代表大會修訂)摘錄：

項次	違規事項	罰款金額	違規罰款對象	備註
11	於外牆私自裝設燈箱或懸掛張貼廣告招牌及突出外牆等違規物件。	10,000	違規店鋪	得連續處罰並呈報市場處核處
21	於各商店店面及公共壁面任意設置、張貼或懸掛未經核准之廣告、海報、宣傳物品。	500	違規店鋪	得連續處罰並呈報市場處核處
25	未經施工核可逕行施工。	3,000	違規店鋪	得連續處罰並呈報市場處核處

將依約處理。其中該處自106年7月18日起皆以公文副知沈○○君(聚寶成公司股東，下稱沈君)有關102號店鋪違規事宜。聚寶成公司表示沈君皆拒收該公司之信件。惟該處於107年6月19日會同該合作社至現場查看改善情形，仍無回復原狀。聚寶成公司(所屬102號店鋪)因違反契約經通知限期改善而仍不改善，該處於107年6月25日北市市輔字第1076005502號函通知該公司於文到之日起終止102號店鋪部分之契約，並於107年7月6日前完成102號店鋪回復原狀(騰空店鋪)返還該處，及繳交終止契約之懲罰性違約金85,059元，如未於期限內完成，該處後續將依約處理。該處於107年7月30日依約函請法院強制執行，法院於107年8月10日函請聚寶成公司於文到10日內騰空返還102號店鋪，逾期即依法強制執行，並副知該處。該處於107年8月31日函知法院聚寶成公司迄今仍未騰空返還102號店鋪，請法院依法強制執行。該處於107年9月19日電洽法院承辦人有關本案目前辦理進度，該承辦人表示本案沈君以利害關係人身分向法院提起訴訟，法院刻正瞭解本案中，俟有後續結果將通知該處。該處於107年10月4日向法院申請閱卷，經查沈君係以本案契約屬私法契約(即租賃契約)，非行政契約，依法法院應駁回債權人該處強制執行之聲請。沈君以執行之名義是否有效成立，阻卻本案之強制執行，後續倘法院認定本案契約屬私法契約，駁回該處強制執行之聲請，該處將控告聚寶成公司及沈君無權占用102號店鋪，並進入司法訴訟程序。

(三)據上，聚寶成公司所屬102號店鋪私自於公共空間設置燈箱及張貼大型廣告輸出物，顯然違反店鋪契約第19條約定，臺北市市場處依台北地下街合作

社函請協助處理，經通知限期改善而仍未改善，該處依店鋪契約第 20 條約定終止 102 號店鋪部分之契約，尚難認有違法之處，惟仍請該處本於權責針對陳訴人所訴容有誤解之處，積極溝通澄清並加強說明，以紓解民怨。

參、處理辦法：

- 一、抄調查意見，函送臺北市市場處參考。
- 二、抄調查意見，函復陳訴人。
- 三、本案結案存查。
- 四、調查報告之案由、調查意見及處理辦法上網公布。

調查委員：李月德、王美玉、楊芳玲

中 華 民 國 1 0 8 年 2 月 1 2 日