高雄市政府社會局
廉政電子報第001期

殯葬管理員收受紅包遭起訴案例 -「不違背職務行賄罪」

立法規定

立法院於 100 年 6 月 7 日三讀通過增訂貪污治罪條例第 11 條第 2 項「不違背職務行賄罪」，並於 6 月 29 日公布施行、7 月 1 日正式生效。條文明訂「對於公務員關於不違背職務之行為，行求、期約或交付賄賂或其他不正利益者，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣五十萬元以下罰金」。新法之規定，將可杜絕過去「收錢有罪，送錢沒事」之不良社會現象。

案情摘要

〇〇市政府職司殯葬管理業務之人員林〇〇等人，係依法服務於政府機關且有法定職務權限之公務員，於〇〇年至〇〇年間，藉辦理火化遺體業務之機會，利用喪家急於火化亡者大體、骨灰安放納骨塔，或希望火化場人員得以妥善處理亡者遺骸之心理，向殯葬業者或喪家收取「紅包」，金額累計達新臺幣 3 千萬餘元，案經檢察官偵辦後，依貪污罪嫌起訴。

案例分析

一、本案公務員林〇〇等人對於職務上遺體火化之行為，向殯葬業者或喪家收取「紅包」，依法應受法律制裁無疑。

殯葬管理員收受紅包遭起訴案例 -「不違背職務行賄罪」

二、另殯葬業者或喪家雖非公務員，若為使火葬場公務員就喪葬事宜加以「關照」而送「紅包」，依其行為時點，可分為下列二種情況，論究其責：

1、行為時間點在 100 年 7 月 1 日之前者，因本條例第 11 條第 2 項「不違背職務行賄罪」尚未正式生效，基於法律不溯及既往之精神，自不會成立不違背職務行賄罪。

2、行為時間點在 100 年 7 月 1 日之後者，因本條例第 11 條第 2 項「不違背職務行賄罪」已正式施行生效，如符合下列要件，即有觸法之虞：

（1）對於公務員不違背職務之行為，行求、期約或交付　財物或其他不正利益：以本例而言，如殯葬業者或喪家為使喪葬事宜能順利進行，希望火葬場公務員能在職務範圍內加以「關照」，而表示要給「紅包」，或雙方有合意或已實際交付「紅包」，在客觀行為上即已該當「不違背職務行賄罪」之構成要件。

（2）行為人在主觀上有行賄的故意：假若火葬場公務員濫用職權，而強行索賄，殯葬業者或喪家因害怕其權勢而同意或交付「紅包」的話，則因其乏行賄的故意，故不會構成犯罪。因此，民眾只要守法，則毋須擔心觸犯相關法令。

三、此外，民眾如不慎違反「不違背職務行賄罪」之規定，只要勇於自首或在偵審中自白，均有免除或減輕其刑之自新機會。

資料來源:法務部廉政署

重創機關服務品質的暗夜惡火

事實經過

〇〇區公所103年6月某日深夜近11時傳出火警，消防局接獲保全通報立即出動4個分隊，共14輛消防、救災車以及40多名警消前往灌救。

起火點是在該區公所地下一樓停車場，在已斷電情況下，消防人員立即破壞通往地下停車場的鐵捲門入內灌救，只是地下室屬密閉空間，現場濃煙密佈，消防人員很快撲滅火勢，所幸無人傷亡及受困，但有20部電動機車焚毀，天花板相關供電線路、電話及網路、排水系統均受損。

〇〇區區長表示，保全公司晚間發現異常狀況立即到場並通知她，經瞭解起火點是在地下一樓的員工停車區，因電動機車電池充電自燃引發火勢，此次火災連帶損及合署辦公之〇〇戶政事務所，損失金額達420萬。在設備及電路修復期間，該二行政機關斷電、斷話，各項業務及為民服務品質均受到嚴重影響。

另〇〇區公所104年2月亦發生下班時間電動機車起火延燒案，幸及早發現並通報，消防人員得以迅速控制火勢，災損並未擴大。

案例研析

由上述案例研判，係該區公所電動機車電池品質疑慮、煙霧偵測器未妥善檢測、消防警報器某些開關未開啟、滅火之消防設備使用弱電系統作為緊急用電備載等，致該機關之防火安全產生漏洞。

為避免類似情事，各級機關及學校平時應加強防災教育及演練，另各機關並應建立完善之火警通報系統及監視管理機制，關心電器設備、線路有無異常，落實平日安全維護宣導，確實維護機關安全。

轉載自臺中市政府經濟發展局網站

防範社交工程攻擊宣導

一、使用公務手機時，勿開啟不明來歷之郵件/簡訊。

二、開啟郵件前，請確認主旨是否與本身業務相關或與來信者確認。

三、不明寄件者、不明郵件、不明超連結、不明附加檔案，請確認真實性，勿隨意開啟。

四、社交工程攻擊喜歡用「聳動標題、打折優惠促銷活動、結合新聞時事…等吸引人注意力、好奇心及混淆人心之事件」進行釣魚詐騙，此類郵件開啟前，請仔細確認寄件者真實性。

資料來源：臺北市政府資訊局

坊間部份食品以地域名稱廣告宣傳，如何確認其真正產地來源？

一、市面上可見部份食品以地域名稱廣告宣傳，如外包裝以「台灣古坑咖啡」、「阿里山小米麻糬」、「淡水名產」標示及廣告，其實製造廠並非位於其所宣稱之地區，可能會引起消費者誤解。

二、行政院消費者保護處經召開多次會議，請衛生福利部食品藥物管理署辦理下列事項：

(一)參考美國及加拿大對於食品品名宣稱產地特性之標示管理原則，以行政指導方式函請地方衛生單位輔導相關業者依據食品品名宣稱產地特性之標示管理原則配合辦理，並作為導正廣告不實情事之判斷依據。管理原則如下：

1. 真實的地理來源（原料來源地、產品製造地或兩者皆符合）。
2. 約定俗成的商標或廠商名稱。
3. 若非該地理來源時，加註「風格」、「風味」等不誤導消費者之詞句。
4. 若使用「鄉村」、「牧場」及「農場」等連接品名，則須確實在該地製造；另內容物如僅部分來自該地製造，則需緊鄰品名加註說明。
5. 若有使用任何圖文可能使消費者誤導其地理來源，則需要在緊鄰品名的地方說明製造地點(如澎湖名產，台灣彰化製造)。

(二)鼓勵業者充分揭露相關資訊（如原料來源），供消費者選購參考，並可區隔市場。

三、建議購買該類食品前，詳閱包裝上的標示資訊，以保障權益：

(一)品名。

(二)內容物名稱；其為二種以上混合物時，應依其含量多寡由高至低分別標示之。

(三)淨重、容量或數量。

(四)食品添加物名稱；混合二種以上食品添加物，以功能性命名者，應分別標明添加物名稱。

(五)製造廠商或國內負責廠商名稱、電話號碼及地址。國內通過農產品生產驗證者，應標示可追溯之來源；有中央農業主管機關公告之生產系統者，應標示生產系統。

(六)原產地（國）。

(七)有效日期。

(八)營養標示。

(九)含基因改造食品原料。

(十)其他經中央主管機關公告之事項。

資料來源：消費者保護處