

淺談個人資料保護法

涂 軼

一、前言

個人資料保護法(下稱個資法)自民國 101 年 10 月 1 日起開始施行，至今已滿兩年，惟工商企業常欠缺重視致誤觸規定而不自知。適巧日前特力屋因行銷廣告違反個資法而遭法院判賠(臺灣士林地方法院內湖簡易庭 103 年度湖小字第 537 號)，爰借用此案例為引介紹個資法之規範及限制，期能供業界先進參酌。

二、新聞案例

首例!廣告電郵擾民特力屋判賠 2.6 萬

【蘋果日報/台北報導】郭姓會計師前年退出大型賣場特力屋會員，並要求刪除個人資料，特力屋回信允諾，但郭男後續半年內仍收到特力屋電子廣告信共五十二封，不堪其擾，怒告特力屋違反《個人資料保護法》求償十萬元。士林地院日前判決特力屋須賠償郭男兩萬六千元。這是《個資法》上路以來，因廣告信擾人判賠首例。郭男向《蘋果》投訴時憤怒說：「又收到廣告信時非常驚訝，剛好看到《個資法》上路，才知道要主張自己權利。」郭呼籲其他遭受廣告信騷擾的民眾站出來，維護個人資料不被業者濫用。特力屋公關協理沈汝康昨表示：「尊重法院判決，會考慮是否上訴。」並指經濟部去年認證特力屋通過 T P I P A S (台灣個人資料保護與管理制度)，已改善會員個資處理方式。四十一歲的郭男二〇〇九年間加入特力屋會員，留下地址、電郵信箱、身分證字號等個資，不定期會收到廣告信。判決指出，郭男二〇一二年六月間寫電子郵件向特力屋表明退出會員，並要求刪除會員資料，特力屋回函告知郭男「不會再收到型錄、優惠訊息」，但郭男持續收到廣告信，向特力屋

提告求償十萬元。特力屋辯稱寄給郭男的電子郵件是制式的產品促銷，「僅是大量垃圾郵件中的小部分」，並未對郭男造成嚴重不便。但法官認為特力屋是知名大公司，既然郭男已一再要求刪除資料，特力屋卻仍使用郭男個資寄送廣告郵件，已觸犯《個資法》，依法每一事件（郵件）可判賠五百元以上、兩萬元以下，最高總額不超過兩億元。《個資法》是前年十月實施上路，法官認定特力屋在郭男退出會員之後、《個資法》實施前，寄了三十六封廣告電郵給郭，這部分應賠償一萬元；至於《個資法》實施後，特力屋寄十六封廣告電郵給郭，一封賠償一千元，因此判決特力屋共須賠償兩萬六千元。全案可上訴。

三、非公務機關蒐集、處理或利用個人資料之限制：

- (一) 非公務機關蒐集或處理「一般性個人資料」，必須有「特定目的」，並且必須符合下列情形之一：
- (1)法律明文規定。(2)與當事人有契約或類似契約之關係。(3)當事人自行公開或其他已合法公開之個人資料。(4)學術研究機構基於公共利益為統計或學術研究而有必要，且資料經過提供者處理後或蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。(5)經當事人書面同意。(6)與公共利益有關。(7)個人資料取自於一般可得之來源。但當事人對該資料之禁止處理或利用，顯有更值得保護之重大利益者，不在此限。
- (二) 非公務機關利用「一般性個人資料」，應區分是屬於「特定目的內利用」或是「特定目的外利用」，其要件如下：
1. 「特定目的內利用」：非公務機關利用一般性個人資料，原則上應在蒐集的特定目的必要範圍內為之。
 2. 「特定目的外利用」：非公務機關於有下列情之一時，得在特定目的外利用一般性個人資料：

(1)法律明文規定。(2)為增進公共利益。(3)為免除當事人之生命、身體、自由或財產上之危險。(4)為防止他人權益之重大危害。(5)公務機關或學術研究機構基於公共利益為統計或學術研究而有必要，且資料經過提供者處理後或蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。(6)經當事人書面同意。

四、**蒐集時應踐行「告知義務」：**

在蒐集個人資料時，應同時向被蒐集人告知必要事項；除非有法律所規定的例外情形才能不履行此項告知義務。其詳細規定如下：

(一) 「由當事人提供」其個人資料時，應告知之事項：

(1)蒐集個人資料的公務機關或非公務機關名稱。(2)蒐集之目的。(3)所蒐集個人資料之類別。(4)個人資料利用之期間、地區、對象及方式。(5)當事人依本法第3條規定得行使之權利及方式。(6)當事人得自由選擇提供個人資料時，不提供將對其權益之影響。

(二) 「非由當事人提供」其個人資料時，應告知之事項：

公務機關或非公務機關若非直接向本人蒐集個人資料時，應於處理或利用個人資料前，向被蒐集之人告知該個人資料來源及前項(1)~(5)所列事項。

(三) 「由當事人提供」其個人資料時，不須履行告知義務之例外：

(1)依法律規定得免告知。(2)個人資料之蒐集係公務機關執行法定職務或非公務機關履行法定義務所必要。(3)告知將妨害公務機關執行法定職務。(4)告知將妨害第三人之重大利益。(5)當事人明知應告知之內容。

(四) 「非由當事人提供」其個人資料時，不須履行告知義務之例外：

(1)有個資法第 8 條第 2 項所列各款情形之一。(2)當事人自行公開或其他已合法公開之個人資料。(3)不能向當事人或其法定代理人為告知。(4)基於公共利益為統計或學術研究之目的而有必要，且該資料須經提供者處理後或蒐集者依其揭露方式，無從識別特定當事人者為限。(5)大眾傳播業者基於新聞報導之公益目的而蒐集個人資料。

五、個人資料當事人得行使之權利：

為保障個人生活私密領域免於他人侵擾及個人資料之自主控制，隱私權乃為不可或缺之基本權利而受憲法第 22 條所保障。其中對個人自主控制個人資料之資訊隱私權而言，乃保障人民決定是否揭露個人資料、及在何種範圍內、於何時、以何種方式、向何人揭露之決定權，並保障人民對其個人資料之使用有知悉與控制及資料記載錯誤之更正權。因此，個資法第 3 條規定，當事人對其個人資料依本法規定行使下列權利，不得預先拋棄或以特約限制之：(1)查詢或請求閱覽。(2)請求製給複製本。(3)請求補充或更正。(4)請求停止蒐集、處理或利用。(5)請求刪除。

六、利用個人資料行銷的特別規定：

(一) 為便利當事人表達拒絕接受行銷之意思表示，依本法第 20 條第 3 項規定，非公務機關對當事人進行首次行銷時，應支付當事人拒絕行銷之費用，例如：提供免付費電話、免費回郵等，當事人日後得隨時以自費方式，表示拒絕接受行銷，非公務機關應即停止再利用其個人資料進行行銷。即使當事人已經同意非公務機關將其個人資料為目的外利用，非公務機關如有依此同意對於利用個人資料行銷時，本法規定非公務機關應建立「退場」機制，於當事人表示拒絕接受行銷時，應即停止利用其個人資料行銷；且非公務機關於首次行銷時，應提供當事人

表示拒絕接受行銷之方式，並支付所需費用。

- (二) 非公務機關依本法第 20 條第 1 項規定，利用個人資料從事商品行銷時(包括特定目的內與特定目的外之利用)，如當事人拒絕接受該產品之行銷，只能依第 3 條規定請求停止處理或利用或刪除其個人資料，往往緩不濟急。為尊重當事人拒絕接受行銷之權利，爰參考 1995 年歐盟資料保護指令(95/46/EC)第 14 條、德國聯邦個人資料保護法第 28 條第 4 項規定，增訂本法第 20 條第 2 項規定，明定當事人表示拒絕接受行銷時，非公務機關即應停止再利用其個人資料進行行銷。

七、違反個人資料保護法的相關責任：

違反個人資料保護法規定，可能發生民事賠償責任、刑事責任和行政責任三部分：

(一) 民事賠償責任：

1. 公務機關違反本法規定，致個人資料遭不法蒐集、處理、利用或其他侵害當事人權利者，負損害賠償責任。但損害因天災、事變或其他不可抗力所致者，不在此限。
2. 非公務機關違反本法規定，致個人資料遭不法蒐集、處理、利用或其他侵害當事人權利者，負損害賠償責任。但能證明其無故意或過失者，不在此限。
3. 對於同一原因事實造成多數當事人權利受侵害之事件，經當事人請求損害賠償者，其合計最高總額以新臺幣二億元為限。如被害人不易或不能證明其實際損害額時，得請求法院依侵害情節，以每人每一事件新臺幣五百元以上二萬元以下計算。

(二) 刑事責任：

1. 對於違法蒐集、處理或利用個人資料者，處二年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣二十萬元以下罰金。如有「意圖營利」而違犯者，則加重處五年以下有期徒刑，得併科新臺幣一百萬元以下罰金。
2. 意圖為自己或第三人不法之利益或損害他人之利益，而對於個人資料檔案為非法變更、刪除或以其他非法方法，致妨害個人資料檔案之正確而生損害於他人者，處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣一百萬元以下罰金。
3. 中華民國人民在中華民國領域外對中華民國人民違犯者，亦適用之。

(三) 行政責任：

個人資料保護法針對非公務機關違反本法相關規定時，賦予各中央目的事業主管機關命其所管非公務機關限期改善、對該非公務機關處以罰鍰等權限；而該非公務機關之代表人、管理人或其他有代表權人，除非能證明已盡防止義務者外，應並課以同一額度之罰鍰，以加強其監督之責任。

八、結語

綜上所述，蒐集時應有特定目的並善盡告知義務，處理利用時當符合其限制及尊重當事人之權利，本案既已首開行銷廣告違反個資法判賠之先例，業界應引以為鑑，並儘速建立相關配套措施，以符法制。

參考資料：

1. 蘋果日報。
2. 臺灣士林地方法院內湖簡易庭103年度湖小字第537號判決。
3. 法務部個人資料保護法規及參考資料彙編。