

新北市政府性別影響評估檢視表

【第一部分】：本部分由機關人員填寫

填表日期： 106 年 12 月 26 日		
填表人姓名：顏伊屏	職稱：股長	身份： <input checked="" type="checkbox"/> 業務單位人員
電話：2960-3456 分機 8265	e-mail：ad4395@ms.ntpc.gov.tw	<input type="checkbox"/> 非業務單位人員， 說明：_____)
壹、計畫名稱	網路不得販酒相關法令宣導	
貳、主辦機關單位	新北市政府財政局	
請勾選	<input type="checkbox"/> 府一層決行計畫 / <input checked="" type="checkbox"/> 非府一層決行計畫	
參、計畫內容涉及「新北市性別平等政策方針」領域：	勾選（可複選）	
3-1 就業、經濟、福利領域		
3-2 人口、婚姻、家庭領域		
3-3 教育、文化、媒體領域		
3-4 人身安全、環境領域		
3-5 健康、醫療、照顧領域	V	
3-6 社會參與領域		
3-7 其他（勾選「其他」欄位者，請簡述計畫涉及領域）		
肆、問題與需求評估		
項 目	說 明	備 註
4-1 計畫之現況問題與需求概述	<p>現況問題： 為落實少年及兒童之保育，菸酒管理法第 30 條第 1 項明定：「酒之販賣或轉讓，不得以自動販賣機、郵購、電子購物或其他無法辨識購買者或受讓者年齡等方式為之」，但隨著網路科技越趨發達和智慧型手機普及，網路已為重要銷售購物管道，民眾利用網路交易平台或社群網站刊載特定酒品圖片及售價、代購國外酒品等情形屢見不鮮，本府近年來即接獲多案網路販售酒之檢舉案件，</p>	簡要說明計畫之現況問題與需求。

	<p>被檢舉之民眾皆因不知法規致違規受罰。</p> <p>另就使用酒品及使用後衍生之問題，其統計上亦存在性別與年齡之差異。依衛福部調查報告，男女曾經喝酒比例，98年度男性是73.7%，女性是41.7%；102年度男性是71.5%，女性是45.7%，但也因年齡與性別而有不同。而男女酒駕肇事者人數，據內政部警政署統計，105年度男性占93.7%，女性占6.3%，顯示出男性酒駕肇事者之比例較高。</p> <p>一般賣酒依兒童及少年福利與權益保障法已有規範任何人均不得供應酒品予兒童及少年。但因為新型購物網路模式，有其無法辨識型別與年齡和性別問題。</p> <p>需求概述：</p> <p>為避免上述情事，本府需運用各類宣導通路，對轄內民眾加強宣導網路不得販酒相關法規，幫助民眾在不同性別與年齡層了解正確的酒品買賣觀念，以避免民眾觸法受罰。</p>	
<p>4-2 和本計畫相關之性別統計與性別分析</p>	<p>一、違反菸酒管理法第 30 條第 1 項有關網路販賣酒品案件據本府 106 年度截至 12 月 26 日止裁罰案件資料統計：</p> <p>總案件數共 117 件，其中受處分人為男性者計 56 件，女性者計 49 件，另有 12 件為公司行號，故男性與女性之性別比例約為 1.14:1。</p> <p>二、18 歲以上國人喝酒情形，據衛生福利部國民健康署最新資料(102 年國民健康訪問調</p>	<p>1.透過相關資料庫、圖書等各種途徑蒐集既有的性別統計與性別分析。</p> <p>2.性別統計與性別分析應儘量顧及不同性別、性傾向及性別認同者之年齡、族群、地區等面向。</p> <p>需有更多統計資料佐證並能進行性別分析</p>

	<p>查):</p> <p>1.依性別統計，男性為 71.5%，女性為 45.7%;單就本市喝酒情形，男性為 78.3%，女性為 58.3%，顯示 18 歲以上男性喝酒之比例均較高。</p> <p>2.依年齡統計，以 18-29 歲比例最高(67.4%)，30-39 歲比例次之(65.7%)，40-49 歲比例第三(61.4%)；若再依性別分，男性以 40-49 歲比例最高(75.9%)，30-39 歲比例次之(75.3%)；女性以 18-29 歲比例最高(63%)，30-39 歲比例次之(56.3%)。</p> <p>三、男女酒駕肇事者人數，據內政部警政署105年度統計(A1類酒駕肇事者人數): 男性占93.7%，女性占6.3%，顯示男性酒駕肇事者之比例較高。</p> <p>四、使用網路者，據國發會105年個人家戶數位機會調查12歲以上國人:</p> <p>1.依性別統計，男性有80.3%曾使用網路，僅較女性略多1.1%。</p> <p>2.依年齡統計，50-59歲與20歲以下呈現女性使用率高於男性的現象，整體而言則以12-49歲網路使用率最高(皆達94.1%以上)，50-59歲降為74.4%，而後更低。</p> <p>五、搭乘捷運旅客者，據臺北大眾捷運股份有限公司105年統計: 男性占37.8%，女性占62.2%，顯示女性搭乘捷運者較多。因</p>	
--	---	--

	此爾後宣傳重點可參考。	
<p>4-3 建議未來需要強化與本計畫相關的性別統計與性別分析及其方法</p>	<p>因近來網路購物平台蓬勃發展，始有大量的網路販酒案件產生，故目前僅能採用 106 年之數據作為分析，可能導致性別差異不盡精確(如:分析出的性別差異僅限於單一年度)，而未來隨著年份增加，能取得更多的樣本資料來作分析，該行為之性別差異將更為精確，分析結果也更加有意義。</p> <p>雖然一些統計資料多半呈現男性喝酒與酗酒車禍等以男性為多，但是受害者往往為女性，目前尚無資料呈現，所以網路宣導需要針對男女性別與年齡層做不同的文宣。</p> <p>另外，因性別差異的分析，需有多種方向，才能分析犯案狀況或使用後問題，至才能針對這些做宣導的依據，故未來倘有更多關於酒品之使用或使用後問題相關之統計數據，亦應納入綜合分析考量。</p>	<p>說明需要強化的性別統計類別及方法，包括由業務單位釐清性別統計的定義及範圍，向主計單位建議分析項目或編列經費委託調查，並提出確保執行的方法。</p> <p>性別差異的分析，不是只有一種統計資料，需有多種方向，才能分析犯案狀況或使用後問題，至才能針對這些做宣導的依據。</p>
<p>伍、計畫目標概述（併同敘明性別目標）</p>	<p>透過各類通路執行網路不得販酒相關法令宣導，包括平面類(捷運廣告燈箱、張貼海報、Facebook、農民曆、報章雜誌等)、媒體類(跑馬燈、大型螢幕看板等)及活動類(活動設攤等)，期以不同的宣導通路擴大宣導面向及人數，幫助不同性別與年齡民眾了解網路不得販酒及正確的買賣觀念，以避免民眾觸法受罰。</p> <p>本府執行網路不得販酒相關法令宣導皆以完全對外公開模式辦理，因為不同年齡或性別或性傾向者接觸不同媒體管道，因此必須以特定性別、性傾向或性認同者為限定宣導對象。基於統計數據中，網路販賣酒品之男性及女性比例為 1.14:1，男女相差不大，但在使用酒品及使用後衍生之問題統計上，則存在著性別與年齡之差異，故在擬訂相關法令宣導時，亦顧及各性別年齡對獲取資訊的差異，亦即以了解男女習慣接受資訊類別來改善並降低犯罪人數。</p>	

<p>陸、性別參與情形或改善方法(計畫於研擬、決策、發展、執行之過程中，不同性別者之參與機制，如計畫相關組織或機制，性別比例是否達1/3)</p>	<p>本宣導計畫之研擬係依據菸酒管理相關法規、中央私劣菸酒查緝督導考核要點、財政部加強查緝私劣菸酒策進計畫及本府年度菸酒聯合稽查及取締小組會報會議決議，其中前三項均為中央既定政策，僅第四項為本府菸酒聯合稽查及取締小組成員共同會商決議，其小組設置要點有明定小組成員為本府各相關機關派員組成，且成員單任一性別人數不得少於三分之一。至於計畫執行之性別參與機制部分，計畫係由前述小組成員與本局菸酒金融科人員共同執行，執行過程仍尊重各性別參與者之意見，另亦將配合各宣導通路之特殊要求彈性調整。</p>
---	---

柒、受益對象

- 1.若 7-1 至 7-3 任一指標評定「是」者，應繼續填列「捌、評估內容」8-1 至 8-9 及「第二部分一程序參與」；如 7-1 至 7-3 皆評定為「否」者，則免填「捌、評估內容」8-1 至 8-9，逕填寫「第二部分一程序參與」，惟若經程序參與後，10-5「計畫與性別關聯之程度」評定為「有關」者，則需修正第一部分「柒、受益對象」7-1 至 7-3，並補填列「捌、評估內容」8-1 至 8-9。
- 2.本項不論評定結果為「是」或「否」，皆需填寫評定原因，應有量化或質化說明，不得僅列示「無涉性別」、「與性別無關」或「性別一律平等」。

項 目	評定結果 (請勾選)		評定原因	備 註
	是	否		
<p>7-1 以特定性別、性傾向或性別認同者為受益對象</p>	V		<p>本計畫之執行，非以特定性別、性傾向或性別認同者為受益對象。但若以宣導方式是否涉及不同性別、年齡、性傾向，則應為[是]。</p>	<p>如受益對象以男性或女性為主，或以同性戀、異性戀或雙性戀為主，或個人自認屬於男性或女性者，請評定為「是」。</p>
<p>7-2 受益對象無區別，但計畫內容涉及一般社會認知既存的性別偏見，或統計資料顯示性別比例差距過大者</p>	V		<p>本計畫所設定輔導對象並無性別區別，但據統計資料顯示男性較易於網路販賣酒品，雖男女差異不大，但是習慣通路方式有所不同，且在喝酒及酒駕肇事者亦以男性比例較高。</p>	<p>如受益對象雖未限於特定性別人口群，但計畫內容涉及性別偏見、性別比例差距或隔離等之可能性者，請評定為「是」。</p>
<p>7-3 公共建設之空間規劃與工程設計涉及對不同性別、性傾向或性別認同者權益相關者</p>		V	<p>本計畫無涉及本項。</p>	<p>如公共建設之空間規劃與工程設計涉及不同性別、性傾向或性別認同者使用便利及合理性、區位安全性，或消除空間死角，或考慮特殊使用需求者之可能性者，請評定為「是」。</p>

捌、評估內容
(一) 資源與過程

項 目	說 明	備 註
<p>8-1 經費配置：計畫如何編列或調整預算配置，以回應性別需求與達成性別目標</p>	<p>現行已有相關預算，主要運用於文宣商品之設計與採購，將依據計畫需要隨時調整之。</p>	<p>說明該計畫所編列經費如何針對性別差異，回應性別需求。</p>
<p>8-2 執行策略：計畫如何縮小不同性別、性傾向或性別認同者差異之迫切性與需求性</p>	<p>鑒於網路販賣酒品以男性所占比例稍高，且喝酒者之性別與年齡亦有不同、酒駕肇事者以男性比例較高，故以「酒之販賣，不得以自動販賣機、郵購、電子購物或其他無法辨識購買者年齡等方式」等相關之法令宣導標語，將參據性別對宣傳品吸引程度之差異調整廣告文宣圖樣或發送之宣導品品項，例如：以前述相關法令為主要宣導標語之海報文宣，將採吸引不同年齡的男性、女性、性傾向之圖樣設計，或將相關法令宣導標語標示於吸引男性、女性之宣導品上。</p>	<p>計畫如何設計執行策略，以回應性別需求與達成性別目標。</p>
<p>8-3 宣導傳播：計畫宣導方式如何顧及弱勢性別資訊獲取能力或使用習慣之差異</p>	<p>宣導傳播方法之設計係以各年齡層與不同性別主要接觸之宣導通路不同為考量，例如：12-49 歲之年輕族群較多使用網路，其中男性使用情形(除 20 歲以下者外)又略多於女性，故對年輕人(或年輕男性)可採透過網路宣導之方式(如 Facebook、line 等社群媒體通路或發布網路新聞</p>	<p>說明傳佈訊息給目標對象所採用的方式，是否針對不同背景的目標對象採取不同傳播方法的設計。</p>

	稿等)；因搭乘捷運之女性比例較高，故於設計捷運廣告燈箱圖樣上可採較吸引女性族群之設計；對學生族群採於學校周遭商店張貼海報或配合各機關舉辦之學生族群專屬活動時併同辦理宣導；對老年人採於公所或戶所張貼海報或於里民相關活動配合宣導。	
8-4 性別友善措施： 搭配其他對不同性別、性傾向或性別認同者之友善措施或方案	本項計畫以完全對外公開方式執行，惟於執行前述策略及宣導傳播時，亦應隨時兼顧對各性別受益程度之影響。	說明計畫之性別友善措施或方案。


(二) 效益評估

項 目	說 明	備 註
8-5 落實法規政策： 計畫符合相關法規政策之情形	<p>本計畫內容未違反基本人權、性別平等政策綱領或性別主流化政策之基本精神。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 憲法增修條文第10條第6項:性別平等及歧視禁止。 2. 我國「性別平等政策綱領」健康、醫療、照顧篇之具體行動措施，強化性別統計分析與政策之連結性分析。 3. 消除對婦女一切形式歧視公約施行法第4條:各級政府機關行使職權，應符合公約有關性別人權保障之規定，消除性別歧視，並積極促進性別平等之實現。 	說明計畫如何落實憲法、法律、性別平等政策綱領、性別主流化政策及 CEDAW 之基本精神，可參考行政院性別平等會網站 (http://www.gec.ey.gov.tw/)。
8-6 預防或消除性別隔離： 計畫如何預防或消除性別隔離	調整宣導法令內容與發送之宣導品品項，以期促使同	說明計畫如何預防或消除傳統文化對不同性別、性傾向或性別認

	時降低男女性網路販賣酒品之比例能降低，並使各年齡與性別民眾皆能瞭解並落實正確的酒品買賣。	同者之限制或僵化期待。
8-7 平等取得社會資源： 計畫如何提升平等獲取社會資源機會	本計畫採完全對外公開模式辦理，各性別者均有平等獲取資源之機會	說明計畫如何提供不同性別、性傾向或性別認同者平等機會獲取社會資源，提升其參與社會及公共事務之機會。
8-8 空間與工程效益： 軟硬體的公共空間之空間規劃與工程設計，在空間使用性、安全性、友善性上之具體效益	本計畫無涉及本項。	<ol style="list-style-type: none"> 1.使用性：兼顧不同生理差異所產生的不同需求。 2.安全性：消除空間死角、相關安全設施。 3.友善性：兼顧性別、性傾向或性別認同者之特殊使用需求。
8-9 設立考核指標與機制： 計畫如何設立性別敏感指標，並且透過制度化的機制，以便監督計畫的影響程度	將續對本府裁罰案件進行性別統計，併同各次性別影響評估意見，據以作為未來政策規劃參據。	<ol style="list-style-type: none"> 1.為衡量性別目標達成情形，計畫如何訂定相關預期績效指標及評估基準（績效指標，後續請依「行政院所屬各機關個案計畫管制評核作業要點」納入年度管制作業計畫評核）。 2.說明性別敏感指標，並考量不同性別、性傾向或性別認同者之年齡、族群、地區等面向。

【第二部分－程序參與】：本部分由民間性別平等專家學者填寫

<p>致、程序參與：至少應徵詢 1 位以上民間性別平等專家學者意見，民間專家學者資料請至性別主流化人才資料庫參閱 (http://gm.taiwanwomencenter.org.tw/zh-tw/Home/Index)。</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>是<input type="checkbox"/>否為性別主流化人才資料庫之專家學者(機關人員勾選)</p>					
(一) 基本資料					
9-1 程序參與期程或時間	106 年 12 月 28 日至 107 年 1 月 12 日				
9-2 專家學者	姓名：張 0 職稱：理事長 服務單位：中華心理衛生協會 專長領域：性別平等、婦女健康、心理健康				
9-3 參與方式	<input type="checkbox"/> 會議 <input type="checkbox"/> 性別平等專案小組 <input checked="" type="checkbox"/> 書面意見 1/2, 1/12 兩次				
9-4 業務單位所提供之資料	<table border="1"> <thead> <tr> <th>相關統計資料</th> <th>計畫 相關資料</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <input checked="" type="checkbox"/>有 <input checked="" type="checkbox"/>很完整 <input type="checkbox"/>可更完整 <input type="checkbox"/>現有資料不足須設法補足 <input type="checkbox"/>無 <input type="checkbox"/>應可設法找尋 <input type="checkbox"/>現狀與未來皆有困難 </td> <td> <input checked="" type="checkbox"/>有，且具性別目標 <input type="checkbox"/>有，但無性別目標 <input type="checkbox"/>無 </td> </tr> </tbody> </table>	相關統計資料	計畫 相關資料	<input checked="" type="checkbox"/> 有 <input checked="" type="checkbox"/> 很完整 <input type="checkbox"/> 可更完整 <input type="checkbox"/> 現有資料不足須設法補足 <input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 應可設法找尋 <input type="checkbox"/> 現狀與未來皆有困難	<input checked="" type="checkbox"/> 有，且具性別目標 <input type="checkbox"/> 有，但無性別目標 <input type="checkbox"/> 無
	相關統計資料	計畫 相關資料			
<input checked="" type="checkbox"/> 有 <input checked="" type="checkbox"/> 很完整 <input type="checkbox"/> 可更完整 <input type="checkbox"/> 現有資料不足須設法補足 <input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 應可設法找尋 <input type="checkbox"/> 現狀與未來皆有困難	<input checked="" type="checkbox"/> 有，且具性別目標 <input type="checkbox"/> 有，但無性別目標 <input type="checkbox"/> 無				
9-5 計畫/政策與性別關聯之程度	<input checked="" type="checkbox"/> 有關 <input type="checkbox"/> 無關 (若性別平等專家學者認為第一部分「柒、受益對象」7-1 至 7-3 任一指標應評定為「是」者，則勾選「有關」；若 7-1 至 7-3 均可評定「否」者，則勾選「無關」)。				
(二) 主要意見：就前述各項(問題與需求評估、性別目標、參與機制之設計、資源投入及效益評估)說明之合宜性提出檢視意見，並提供綜合建議事項並以條列式說明。					
9-6 問題與需求評估說明之合宜性	問題需求應加入更多男女在使用酒類的資料，或酒後駕駛、酒後滋事等性別統計，才能提出宣導的重要性。 (該機關已重新寫在資料中。)				
9-7 性別目標說明之合宜性	須明瞭何謂性別目標，不是只差強人意用單一統計數字要改善，應是看到多種統計資料，經過分析，男女受酒害問題嚴重，所以在宣導內容中應有針對男女或年齡而有所不同。 (該機關已說明。)				
9-8 性別參與情形或改善方法之合宜性	伍、7-1 7-2 已在文字中直接說明				
9-9 受益對象之合宜性	8-2 8-3 8-6 已直接說明				
9-10 資源與過程說明之合宜性	目前要設計的是文宣通路對男女或年齡的差異，或內容適合不同年齡性別的習慣閱聽程度，已有再次說明。				
9-11 效益評估說明之合宜性	能進行性別影響評估是值得肯定，且接受審查者意見，提出多元收集資料協助對性別差異或目標設定，且用性別統計與分析的觀念，值得稱許。				

9-12 給予機關改善綜合建議事項	能進行性別影響評估是值得肯定，能將性別差異或目標設定，以性別統計與分析的觀念呈現，值得其他單位學習。
本人同意恪遵保密義務，未經部會同意不得逕自對外公開所評估之計畫/政策案。 (簽章，簽名或打字皆可) <u>34</u> 	

【第三部分－評估結果】：本部分由機關人員填寫

拾、評估結果：請填表人依據性別平等專家學者意見之綜合建議事項填列。		
10-1 評估結果之綜合說明	<p>專家學者建議事項共計 5 項：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.問題需求應加入更多男女在使用酒類的資料，或酒後駕駛、酒後滋事等性別統計，才能提出宣導的重要性。 2.須明瞭何謂性別目標，不是只差強人意用單一統計數字要改善，應是看到多種統計資料，經過分析，男女受酒害問題嚴重，所以在宣導內容中應有針對男女或年齡而有所不同。 3.性別參與情形或改善方法、受益對象欄位文字修正。 4.目前要設計的是文宣通路對男女或年齡的差異，或內容適合不同年齡性別的習慣閱聽程度。 5.能進行性別影響評估是值得肯定，對性別差異或目標設定，則需有更多性別統計與分析的觀念。 	
10-2 參採情形	10-2-1 說明採納意見後之計畫/政策調整 (條例式說明)	<p>參採專家學者所提之建議事項並修訂檢視表及調整原計畫，略說明如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.增加衛福部調查男女及各年齡喝酒的統計資料、內政部警政署酒駕之男女比例數據、國發會使用網路者男女及年齡比例及臺北捷運搭乘旅客性別統計。(增訂於檢視表 4-1、4-2；調整計畫 p2 六(二)) 2.-5.依專家學者建議增減文字，另將喝酒的性別與年齡差異及酒駕的男女差異一併考量，並參考國發會使用網路者男女及年齡比例及臺北捷運搭乘旅客性別統計，針對不同性別、年齡對獲取資訊的管道不同，作為本案宣導文宣設計及選擇宣導通路的依據。(修正檢視表 4-3、伍、柒、8-2、8-3、8-6；調整計畫 p1 六(一)、p2 六(三)、p3 九) <p><input checked="" type="checkbox"/> 已完成 或 <input type="checkbox"/> 預計完成日期： 年 月 日</p>
	10-2-2 說明未參採之理由或替代規劃 (條例式說明)	<p><input type="checkbox"/> 已完成 或 <input type="checkbox"/> 預計完成日期： 年 月 日</p>
<p>10-3 通知程序參與之專家學者本計畫/政策的評估結果 (請勿空白)</p> <p>已於 107 年 1 月 5 日將「評估結果」以下列方式通知程序參與者審閱</p> <p><input type="checkbox"/> 傳真 <input checked="" type="checkbox"/> e-mail <input type="checkbox"/> 郵寄 <input type="checkbox"/> 其他</p>		

10-4 提報性別平等專案小組日期： 107 年 2 月 2 日

性別平等專案小組會議決議：如會議紀錄

- * 「第二部分－程序參與」之 9-5 「計畫/政策與性別關聯之程度」評定為「無關」者，「第三部分－評估結果」10-1 至 10-3 免填外，請填表人依據性別平等專家學者意見之檢視意見完整填列「第三部分－評估結果」10-1 至 10-3。