

訴 願 人 ○○○

原 處 分 機 關 臺北市政府衛生局

訴願人因違反食品安全衛生管理法事件，不服原處分機關民國 106 年 4 月 27 日北市衛食藥字第 10633463700 號裁處書，提起訴願，本府決定如下：

主 文

訴願駁回。

事 實

訴願人於痞客邦網站【網址：xxxxxx，下載日期：民國（下同）105 年 12 月 22 日】刊登「○○」（下稱系爭食品）食品廣告（下稱系爭廣告），內容載稱：「……感冒即可自癒無須吃藥……防曬……蘆薈能應強抵抗力減少敏感症狀逾八成半……溫肝……鎮痛、鎮靜……解毒、抗癌、殺菌……增強人體免疫力及抗腫瘤作用……強心活性作用……降低血糖值……抗衰老……」等詞句，整體訊息涉及誇張、易生誤解，案經衛生福利部食品藥物管理署（下稱食藥署）查獲後，以 106 年 3 月 23 日 FDA 企字第 1061201048 號函移由原處

分機關處理。嗣原處分機關以 106 年 3 月 30 日北市衛食藥字第 10633837901 號函通知訴願人說

明，並於 106 年 4 月 14 日訪談訴願人及製作調查紀錄表後，審認系爭廣告違反食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項規定，爰依同法第 45 條第 1 項規定，以 106 年 4 月 27 日北市衛食藥字第 106334

63700 號裁處書，處訴願人新臺幣（下同）4 萬元罰鍰。該裁處書於 106 年 5 月 2 日送達，訴願

人不服，於 106 年 5 月 23 日在本府法務局網站聲明不服，7 月 11 日補具訴願書，並據原處分機

關檢卷答辯。

理 由

- 一、按食品安全衛生管理法第 2 條規定：「本法所稱主管機關：在中央為衛生福利主管機關；在直轄市為直轄市政府……。」第 28 條第 1 項規定：「食品、食品添加物、食品用洗潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。」第 45 條第 1 項規定：「違反第二十八條第一項……者，處新臺幣四萬元以上四百萬元以下罰鍰……。」

食品標示宣傳或廣告詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定基準第 3 點規定：「涉及誇張、易生誤解或醫療效能之認定基準如下：……（二）使用下列詞句者，應認定為未涉及醫療效能，但涉及誇張或易生誤解：1. 涉及生理功能者：例句：增強抵抗力。…改善體質。……排毒素……2. 未涉及中藥材效能而涉及五官臟器者：例句：保護眼睛。增加血管彈性。3. 涉及改變身體外觀者：例句：延遲衰老……。」

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）95 年 4 月 13 日衛

署

食字第 0950014814 號函釋：「廣告行為之構成，係使不特定多數人知悉其宣傳內容，進而達到招徠商業利益之效果。故網站中如有販售特定產品，則該網站內所有網頁，以及可聯結之網站、網頁、網址等內容，均屬於廣告範疇，若有涉及違反食品衛生相關法令之規定者，即屬違法。」

98 年 10 月 27 日衛署食字第 0980031595 號函釋：「食品廣告是否涉及不實、誇張或易生

誤

解情節之認定，係視個案傳達消費者訊息之整體表現，包括文字、敘述、產品品名、圖像、圖案及符號等，作綜合研判。另，產品宣傳內容如能達到對大眾宣傳之效果，即構成廣告行為……只要內容涉及違規，即屬違規廣告行為。」

臺北市政府衛生局處理違反食品安全衛生管理法事件統一裁罰基準第 3 點規定：「本局處理違反食品安全衛生管理法事件統一裁罰基準如下表：（節錄）」

罰鍰單位：新臺幣

項次	31
違反事實	食品、食品添加物、食品用洗潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其標示、宣傳或廣告，有不實、誇張或易生誤解之情形。
法條依據	第 28 條第 1 項 第 45 條 第 46 條第 2 項
法定罰鍰額度 或其他處罰	處 4 萬元以上 400 萬元以下罰鍰……。

統一裁罰基準	一、裁罰基準	
	(一) 第 1 次處罰鍰 4 萬元至 10 萬元整，每增加 1 件加罰 1 萬元…	
	…。	

關
臺北市府 94 年 2 月 24 日府衛企字第 09404404400 號公告：「主旨：公告修正……有

本府主管衛生業務委任事項自即日起生效。……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：……（七）食品衛生管理法（按：已修正為食品安全衛生管理法）中有關本府權限事項……。」

二、本件訴願理由略以：訴願人於痞客邦網站刊登系爭食品之文案，並非原處分機關認定之廣告，且所稱蘆薈的功效或作用皆擷取於網路上公開可查閱到的文章，訴願人只有把自家人使用的情況作說明，網路上搜尋就可找到很多相同介紹蘆薈功效的文章；且訴願人在個人部落格刊登，並沒有主動宣傳，說誇大功效真的很沒道理。原處分機關請訴願人去說明，早就認定違規，訴願人解釋也沒用，都沒公平性，這樣的裁決是小市民 1 個月的所得，是否符合比例原則。請撤銷原處分。

三、查訴願人於網站刊登如事實欄所述內容之系爭廣告，經原處分機關審認其整體訊息涉及誇張、易生誤解，有食藥署 106 年 3 月 23 日 FDA 企字第 1061201048 號函暨所附系爭廣告網

頁、中華電信股份有限公司通聯紀錄查詢系統畫面列印及原處分機關 106 年 4 月 14 日訪談訴願人之調查紀錄表等影本附卷可稽，是原處分自屬有據。

四、至訴願人主張其於痞客邦網站刊登系爭食品之文案，並非原處分機關認定之廣告及其把自家人使用的情況作說明，並沒有主動宣傳及原處分機關的裁決是否符合比例原則云云。按食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項規定，對於食品所為之標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形；且衛生福利部亦訂有食品標示宣傳或廣告詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定基準，明定涉及誇張或易生誤解不得宣稱之詞句，以資遵循；又前衛生署 95 年 4 月 13 日衛署食字第 0950014814 號函釋示，廣告行為之構成，係使

不特定多數人知悉其宣傳內容，進而達到招徠商業利益之效果；網站中如有販售特定產品，則該網站內所有網頁，以及可聯結之網站、網頁、網址等內容，均屬於廣告範疇，若有涉及違反食品衛生相關法令之規定者，即屬違法。本件依卷附原處分機關 106 年 4 月 14 日訪談訴願人之調查紀錄表影本載以：「……問：案內廣告，是否為貴臺端刊登請說明？答：是的，本人所刊登，願意附（負）一切法律責任。問：案內產品『○○』屬性為何，請說明？答：屬一般食品，個人在網路上販售。問：內容載稱……等敘述，

違反食品安全衛生管理法之規定，請問臺端有何說明？答：第一次在網路上販售，違規內容自行於網路上下載，PO 於痞客邦網頁（由網頁內容，文章於 2016 年 1 月 5 日）所撰寫

，不清楚有違反法規之規定，今年初痞客邦電子郵件通知本人，該文章違反食品安全衛生管理法，已將內容及相關連結一併刪除.....。」等語，查訴願人於網站所刊登之系爭廣告，載有「○○」之品名、產品圖片、產品功效、「意者可至 <http://xxxxxx> 購買」及「歡迎留言諮詢，○○」連結等，藉由傳遞訊息以招徠消費者循線購買，且載有如事實欄所述之詞句，其整體傳達之訊息，易誤導消費者系爭食品具有所述功效，堪認有涉及誇張、易生誤解之情事，依法自應受罰。至訴願人已將內容及相關連結一併刪除一節，乃屬事後改善行為，尚不影響本件違規行為之成立。訴願主張，不足採據。從而，原處分機關依前揭規定及裁罰基準，處訴願人法定最低額 4 萬元罰鍰，難謂有違反比例原則之情形，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 袁 秀 慧

委員 張 慕 貞

委員 柯 格 鐘

委員 范 文 清

委員 王 曼 萍

委員 陳 愛 娥

中華民國 106 年 9 月 25 日

市長 柯文哲

法務局局長 袁秀慧決行

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）