

臺北市政府 94.02.25. 府訴字第0九四0五二二九八00號訴願決定書

訴 願 人：○○有限公司台灣分公司

代 表 人：○○

原 處 分 機 關：臺北市政府衛生局

訴願人因違反食品衛生管理法事件，不服原處分機關 93 年 9 月 14 日北市衛七字第 09336784700 號行政處分書，提起訴願，本府依法決定如下：

主 文

訴願駁回。

事 實

緣訴願人在其出版之 93 年 6 月 17 日○○刊第○○期第○○頁刊登「○○健康醋」食品廣告，其內容載以「打開○○醋罈子 掀起健康窈窕新狂潮.....吃好醋，已經成為不少女性維持窈窕的美麗秘方，而○○健康醋更是打造窈窕美麗的絕佳幫手.....尤其近來，減肥瘦身早已成為全民運動，愛美的女性為了減肥可是遍尋窈窕秘方，最近更是掀起一股『愛吃醋』的風潮.....而眾多產品中，○○不僅是全球第一家健康醋的專業廠商，更是擁有最豐富的口味選擇及品質有口皆碑的好醋，而這當然也成為所有渴望健康、窈窕的愛美一族之最佳選擇.....吃醋終結小腹人.....造成小腹的原因，不外乎是便秘及消化不良.....當身體無法自然排便時，就會堆積在腸道，久了自然產生毒素或致癌物質，大腸反覆吸收這些有害物質，就會導致疾病的產生，而肥胖及下腹部腫脹，就是最常表現出來的症狀。這時候低熱量高營養的蘆薈醋，就是所有小腹人的新救星.....窈窕新寵兒 ○○蘆薈醋.....打造好臉色 ○○梅子醋.....」等詞句，案經行政院衛生署中醫藥委員會辦理「93 年度平面媒體監視計畫」時查獲，由該署以 93 年 7 月 26 日衛署食字第 0930409359 號函移由原處分機關處理

。經原處分機關以 93 年 7 月 30 日北市衛七字第 09335426700 號函囑本市內湖區衛生所（已於 94 年 1 月 1 日改制為本市內湖區健康服務中心）處理，經該所查明訴願人設立於本市大安區後，以 93 年 8 月 9 日北市內衛二字第 09360480801 號函移由本市大安區衛生所（已於 94 年 1 月 1 日改制為本市大安區健康服務中心）調查取證。該所於 93 年 9 月 8 日訪談訴願人委任之代理人○○○並作成談話紀錄表後，以 93 年 9 月 9 日北市安衛二字第 09330881400 號函檢附談話紀錄表及相關資料報請原處分機關核處。經原處分機關核認訴願人刊登之系爭食品廣告內容涉及不實、誇張或易生誤解之情形，違反食品衛生管理法第 19 條第 1 項規定，乃依同法第 32 條第 1 項規定，以 93 年 9 月 14 日北市衛七字第 09336784700 號行政處分書，處以訴願人

新臺幣 3 萬元罰鍰。訴願人不服，於 93 年 10 月 15 日經由原處分機關向本府提起訴願，並據原處分機關檢卷答辯到府。

理 由

- 一、查本件提起訴願日期距原處分機關行政處分書之發文日期已逾 30 日，惟原處分機關未查告處分書送達日期，訴願期間無從起算，尚無訴願逾期問題，合先敘明。
- 二、按食品衛生管理法第 9 條規定：「本法所稱主管機關：在中央為行政院衛生署；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。」第 19 條第 1 項規定：「對於食品、食品添加物或食品用洗潔劑所為之標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。」第 32 條第 1 項規定：「違反第 19 條第 1 項規定者，處新臺幣 3 萬元以上 15 萬元以下罰鍰。」

行政院衛生署 88 年 7 月 31 日衛署食字第 88037735 號公告：「食品廣告標示詞句涉及虛偽

、誇張或醫藥效能之認定表。……二、詞句未涉及醫藥效能但涉及虛偽誇張或易生誤解：（一）涉及生理功能者：例句。……排毒素。（三）涉及改變身體外觀者：例句。……減肥。……」

臺北市政府 90 年 8 月 23 日府秘二字第 9010798100 號公告：「主旨：公告本府主管業務委任事項，並自 90 年 9 月 1 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）食品衛生管理法中有關本府權限事項。……」

- 三、本件訴願理由略以：

「○○蘆薈醋」乙文係因近來興起一股喝醋的風潮，是以訴願人雜誌行銷部特別製作「○○特輯」之健康資訊報導。本報導為訴願人參酌各界報導及資訊所自行製作之編採稿，並非廣告，自無食品衛生管理法第 19 條第 1 項規定之適用。況報導中提及蘆薈醋，係泛指所有之蘆薈醋，並非專指○○蘆薈醋。為回饋訴願人之讀者及呼應本篇報導，訴願人特設計回函抽獎活動，獎品為○○蘆薈醋、檸檬醋等，其為訴願人自行舉辦之抽獎活動，回函地址為臺北市內湖區○○路○○巷○○號○○刊之地址，而非任何製醋公司地址，可知本報導絕非為○○作廣告。請撤銷原處分。

- 四、按食品衛生管理法第 19 條第 1 項規定，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。而其得使用及不得使用之詞句，於前揭行政院衛生署 88 年 7 月 31 日衛署食字第 88037735 號公告已有例句。又是否涉有不實、誇張或易生誤解之情形，應

就其整體所傳達之訊息觀察之。查本件訴願人在其出版之 93 年 6 月 17 日○○刊第○○期第○○頁刊登如事實欄所述食品廣告之事實，有行政院衛生署 93 年 7 月 26 日衛署食字第 0930409359 號函及所附該署中醫藥委員會「平面媒體監視計畫」平面媒體廣告監視紀錄表、系爭廣告、本市大安區衛生所 93 年 9 月 9 日北市安衛二字第 09330881400 號函及所附 93 年 9 月 8 日訪談訴願人代理人○○○之談話紀錄表等影本各 1 份附卷可稽，且為訴願人所自承。次查系爭廣告內容影射可以減肥瘦身、排除毒素或致癌物質等，其整體所傳達之訊息，已足使消費者誤認食用系爭食品即可獲致其所述之功效，實已涉及誇大及易生誤解之情形；又系爭廣告所指醋之功效，亦係針對其本身所具備之功效，並非針對系爭食品所具效能之研究。對於消費者以商品型態銷售而具有明顯營利目的之宣傳，如確有具體研究報告能證明其所銷售經加工後之特定食品確實具備其廣告所宣稱之效果，自應循健康食品管理法之規定，提具相關研究報告報請行政院衛生署核准，始得宣稱該等加工食品具有該等功效，否則如特定之加工食品廣告以該食品具備之某項成分具備有益健康之效果，大肆宣傳或影射該項產品亦具有相同功效，然該項食品是否確實含有有益健康之成分及所含比例多少或有無經加工過程而破壞等情，若無經政府機關或相關公正專業團體檢驗認證並經核准，即產生誤導消費者而有虛偽、誇張或易生誤解之情形，此即前揭食品衛生管理法第 19 條第 1 項規定之立法意旨，是訴願人違規事證明確，足以認定。

五、至訴願人主張系爭報導為訴願人參酌各界報導及資訊所自行製作之編採稿，並非廣告，自無食品衛生管理法第 19 條第 1 項規定之適用乙節，查訴願人於其出版之 93 年 6 月 17 日

○○刊第○○期第○○頁刊登之「○○健康醋」食品廣告，文案內多次出現「○○」之公司名稱（按為○○股份有限公司，設立於嘉義縣太保市○○工業區○○路○○號）及其產品商標「○○」，並極力推薦予消費者，且文案內並未如一般專題性報導，同時蒐集有關市場同類廠商不同品牌產品之客觀調查，並就包含品質等各項指標加以研究比較，僅單獨為特定廠商及其所製造之特定品牌（○○）食品為宣傳。次查訴願人另接續在其出版之 93 年 6 月 24 日○○刊第○○期第○○頁刊登「○○健康醋」食品文案，其內容與系爭違規廣告則大同小異，倘如訴願人主張之健康資訊報導，則何以訴願人連續二期，且僅僅相隔 7 日即再行刊登，並均僅單獨為特定廠商及其所製造之特定品牌（○○）食品為宣傳？綜上所述，系爭文案實為廣告性質，而非專題報導，是訴願人主張不足採據。從而，本件原處分機關依訴願人自承系爭食品廣告為其所刊登，故以訴願人為違規行為人，並依前揭規定及公告，處以訴願人法定最低額新臺幣 3 萬元罰鍰，並無不合，應予維持。

六、綜上論結，本件訴願為無理由，爰依訴願法第 79 條第 1 項之規定，決定如主文。

訴願審議委員會主任委員 張明珠
副主任委員 王曼萍
委員 陳 敏
委員 曾巨威
委員 曾忠己
委員 陳淑芳
委員 林世華
委員 蕭偉松
委員 陳石獅
委員 陳立夫
委員 陳媛英

中 華 民 國 94 年 2 月 25 日

市長 馬英九

訴願審議委員會主任委員 張明珠 公假

副主任委員 王曼萍 代行

如對本決定不服者，得於收受本決定書之次日起 2 個月內，向臺北高等行政法院提起行政訴訟，並抄副本送本府。

（臺北高等行政法院地址：臺北市大安區和平東路 3 段 1 巷 1 號）