

臺北市政府 95.10.27. 府訴字第 09584990700 號訴願決定書

訴 願 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 95 年 5 月 11 日北市衛藥食字第 09533210100 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

緣訴願人於 95 年 3 月 17 日○○時報第○○版刊登「○○」食品廣告，內容宣稱「……號外臺灣奇蹟發明○○……為人類生命帶來福氣。對於生命老化、細胞產生各種變化狀態下影響身體機能失常，可以在短時間內恢復細胞活力，為細胞不可或缺的營養調節食品。……本產品經衛署食字第 89025782 號函配方審查認定為食品……」等文詞；案經屏東縣衛生局查獲，並以 95 年 4 月 12 日屏衛食字第 0950007053 號函移請原處分機關辦理。嗣經原處分

機關訪談訴願人後，查認系爭食品廣告整體表現涉及誇張易生誤解，爰以訴願人違反食品衛生管理法第 19 條第 1 項規定，而依同法第 32 條第 1 項規定，以 95 年 5 月 11 日北市衛藥食字第

09533210100 號行政處分書，處訴願人新臺幣（以下同）3 萬元罰鍰，並命違規廣告應立即停止刊登。訴願人不服，於 95 年 6 月 1 日向本府提起訴願，7 月 6 日補充訴願理由，並據原處分機

關檢卷答辯到府。

理 由

一、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；違反同條第 2 項規定者，處新臺幣 20 萬元以上 100 萬元以下罰鍰； 1 年內再次違反

者，並得廢止其營業或工廠登記證照；對其違規廣告，並得按次連續處罰至其停止刊播為止。」

行政院衛生署（以下簡稱衛生署）94 年 2 月 4 日衛署食字第 0940401165 號函釋：「主旨

：

自 94 年 4 月 1 日起，食品廣告不得引用本署衛署食字公文字號或同等意義之字樣，同年 7 月 1 日起，食品不得標示本署衛署食字公文字號或同等意義之字樣，惠請貴會轉知所屬會員業者配合辦理。.....說明：.....五、本項措施影響業者甚為深遠，請貴會務必轉知有關食品業者配合。倘若食品標示及廣告經查獲有違規引用本署衛署食字公文字號或同等意義字樣之情事，將依違反食品衛生管理法第 19 條規定處分，並公布業者及產品名單。」

食品廣告標示詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定表：「.....二、詞句未涉及醫療效能但涉及誇張或易生誤解：（一）涉及生理功能者：例句：增強抵抗力。強化細胞功能。增智。補腦。增強記憶力。改善體質。解酒。清除自由基。排毒素。分解有害物質。.....（四）引用本署衛署食字號或相當意義詞句者：例句：衛署食字第○○○○○○○○○○○○○○○○○○號。衛署食字第○○○○○○○○○○○○○○○○○○號許可。衛署食字第○○○○○○○○○○○○○○○○○○號審查合格。領有衛生署食字號。獲得衛生署食字號許可。通過衛生署配方審查。本產品經衛署食字第○○○○○○○○○○○○○○○○○○號配方審查認定為食品。本產品經衛署食字第○○○○○○○○○○○○○○○○○○號查驗登記認定為食品。.....」

臺北市政府 94 年 2 月 24 日府衛企字第 09404404400 號公告：「主旨：公告修正本府 90 年

8

月 23 日府秘二字第 9010798100 號公告有關本府主管衛生業務委任事項，自即日起生效。.....公告事項：修正後本府 90 年 8 月 23 日府秘二字第 9010798100 號公告略以：『

.....

..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。.....』」

二、本件訴願及補充理由略以：

- （一）所謂誤導、誇張、誤解應指產品本身無刊登敘述之功效，系爭產品刊登之說明全屬真實，無所謂誤導、誇張、誤解之情事。系爭食品使用者眾，原名「○○」，87 年底被醫界人士提保證書檢舉違反醫師法、藥師法、詐欺等，審查中經查證相關單位，○○產品刊登所述功效，無不實情事，經地院、高院審理均獲判無罪，可佐證刊登所述功效為真實。

又食品衛生管理法只規定食品不得妄稱療效，卻未對確有恢復健康功效之產品規範，使業者無所適從，壓制了真實產品的發展空間。

- （二）原處分機關所指誇張、易生誤解、誤導功效為何，不得而知。蓋細胞本就因吸收營養分而存活，系爭食品為百多種草本植物萃取之多種游離胺基酸及細胞所需營養成分，

可補足欠缺營養，當然可恢復細胞活力，無所謂誤導功效、誇張，更無被誤解之可能。

- (三) 食品廣告不得引用衛署食字號之規定，主管機關應先知會相關廠商，且訴願人刊登「……本產品經衛署食字第 89025782 號函配方審查認定為食品」，目的在使消費者了解系爭產品純為食品，不致被誤認為藥品。

三、卷查訴願人於 95 年 3 月 17 日○○時報第○○版刊登如事實欄所述內容之食品廣告，經原處分機關查認系爭廣告內容引用衛署食字號，整體表現涉及誇張易生誤解，此有系爭廣告、原處分機關 95 年 5 月 9 日 10 時訪談訴願人之調查紀錄表等影本附卷可稽；是其違規事

證明確，足以認定。

- 四、有關訴願人主張食品廣告不得引用衛署食字號之規定，主管機關應先知會相關廠商乙節。按「食品廣告標示詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定表」明示食品廣告標示詞句如引用衛署食字號或相當意義詞句，即有涉及誇張或易生誤解之情事；且衛生署亦以 94 年 2 月 4 日衛署食字第 0940401165 號函請相關公會等轉知所屬會員業者配合辦理。本件

訴願人既為販售食品業者，對於相關法令即應詳加注意，尚難以前揭理由冀邀免責。訴願主張，不足採據。

- 五、至訴願人主張所謂誤導、誇張、誤解應指產品本身無刊登敘述之功效；系爭產品廣告刊登所述功效，無不實情事，經地院、高院審理均獲判無罪，可證所述功效為真實；又食品衛生管理法只規定食品不得妄稱療效，卻未對確有恢復健康功效之產品規範，使業者無所適從云云。按食品衛生管理法第 19 條第 1 項規定，對於食品、食品添加物所為之標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。如訴願人確有具體研究報告能證明系爭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衛生署核准，始得宣稱具有該等功效；否則若無經政府機關或相關公正專業團體檢驗認證，並經核准，即易產生誤導消費者而有誇張或易生誤解之情形，與食品衛生管理法第 19 條第 1 項規定之立法意旨有違。本件訴願人既未依循健康食品管理法之規定，提具相關研究報告報請衛生署核准，即引用衛署食字號以宣傳或影射該食品之功效，其整體所傳達消費者之訊息，實已涉及誇張或易生誤解之情事。是訴願人就此所辯，尚難據之而遽對其為有利之認定。從而，原處分機關依前揭規定及公告意旨，處訴願人法定最低額 3 萬元罰鍰，並命違規廣告立即停止刊登，並無不合，原處分應予維持。
- 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 陳媛英

中 華 民 國 95 年 10 月 27 日市長 馬英九
訴願審議委員會主任委員 張明珠 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）