

訴 願 人：○○有限公司

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 95 年 7 月 6 日北市衛藥食字第 09534 540200 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

緣訴願人於網站（xxxxx）刊登「○○、○○」食品廣告，其內容述及「對抗幽門螺旋桿菌所引起的胃潰瘍，功效卓越國際權威試驗機構驗證本產品效果極佳，媲美現行療法（制酸劑+抗生素）減緩癌症化、放療副作用 改善您的生活品質-香茅醇中草藥複方由天竺葵提煉出來的高純度香茅醇發現具有抗癌的作用香茅醇與當歸中的阿魏酸結合，具有抗大腸癌及直腸癌的作用」等詞句，案經民眾檢舉，並經原處分機關於 95 年 6 月 29 日訪談訴願人公司代表人○○○，並當場製作調查紀錄表後，審認系爭內容涉及宣稱醫療效能，違反食品衛生管理法第 19 條第 2 項規定，爰依同法第 32 條第 1 項規定，以 95 年 7 月 6 日北市衛藥食字第 095345

40200 號行政處分書，處訴願人新臺幣（以下同）20 萬元罰鍰，並命違規廣告書刊應立即停止印製、發放。訴願人不服，於 95 年 8 月 1 日向本府提起訴願，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 2 項規定：「食品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告。」第 32 條第 1 項規定：「違反第 19 條第 1 項規定者；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。」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：「壹、不得宣稱之詞句敘述：一、詞句涉及醫療效能：（一）宣稱預防、改善、減輕、診斷或治療疾病或特定生理情形：例句：治療近視。恢復視力。防止便秘。利尿。改善過敏體質。壯陽。強精。減輕過敏性皮膚病。治失眠。防止貧血。降血壓。改善血濁。清血。調整內分泌。防止提早更年期。（二）宣稱減輕或降低導致疾病有關之體內成分：例句：解肝毒。降肝脂。（三）宣稱產品對疾病及疾病症候群或症狀有效：例句

：改善更年期障礙。消滯。平胃氣。降肝火。防止口臭。改善喉嚨發炎。祛痰止喘。消腫止痛。消除心律不整。解毒。」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、本件訴願理由略以：

訴願人係於自己公司所架設之網站上提供系爭內容，既無以信函方式寄發予消費者，又無須支付任何廣告費用，且必須於消費者點選訴願人網站時，才能觀賞系爭報導，是與所謂網路廣告之定義尚有差距。系爭產品之主要成分係此一醇類化合物，而○○可有效減輕放療化療之副作用，係由○○大學歷經 4 年之研究，並進行 6 週之實驗獲得證實，並經○○時報於 95 年 7 月 18 日登載，其真實性毋庸置疑；訴願人刊載系爭文詞僅係介紹其功效，並無宣稱醫療效果之意思。訴願人於公司網站上刊載系爭文詞時，已注意避免宣稱醫療效能，而均係依實驗及研究結果刊登，是訴願人實已盡注意義務，自無故意過失可言。食品衛生管理法第 19 條第 2 項規定之醫療效能，屬不確定之法律概念，若欲認定系爭文詞涉及所謂醫療效能，原處分機關自應明示其認定依據及理由；原處分機關未指出何處有宣稱醫療效能之情事，實有裁量濫用之虞。退步言之，訴願人前已因印製、發放「○○」書刊，而遭原處分機關科予 20 萬元罰鍰，而系爭網站上刊登文詞，幾乎與前開書籍之製作同時完成，縱廣告之形式內容有所不同，亦僅能處罰 1 次，不得於嗣後發現同一廣告行為所散佈之廣告物而再加以處罰；是請將原處分撤銷，以維訴願人權益。

三、卷查本案訴願人於網路刊登如事實欄所述之食品廣告內容，經原處分機關查認其涉及宣稱醫療效能，此有系爭食品廣告網頁及原處分機關於 95 年 6 月 29 日訪談訴願人公司代表人○○○所作調查紀錄表等影本附卷可稽；依前揭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規定，系爭廣告其整體所傳達之訊息，已誤導消費者認為其產品具有對抗幽門螺旋桿菌所引起的胃潰瘍、減緩癌症化、放療副作用、抗大腸癌及直腸癌的作用等功效，涉及宣稱醫療效能。是原處分機關依違反食品衛生管理法之規定處分，自屬有據。

四、至訴願人主張係於自己公司所架設之網站上提供系爭內容，既無以信函方式寄發予消費者，又無須支付任何廣告費用，與所謂網路廣告之定義尚有差距云云。按所謂「廣告」，參照消費者保護法施行細則第 23 條規定，係指利用電視、廣播、影片、幻燈片、報紙、雜誌、傳單、海報、招牌、牌坊、電腦、電話、傳真、電子視訊、電子語音或其他方法，可使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播。故行為人主觀上有藉傳播工具將商品或

服務之宣傳內容散佈予不特定人知悉之意思，客觀上廣告者有將欲廣告之宣傳內容傳播於不特定多數人使其知悉之行為，即足當之。卷查系爭網站上載有訴願人公司名稱、產品名稱與圖片及電話、地址等，消費者自得透過該網站上資料購買系爭產品，此已達宣傳之效果，自係以招徠消費者購買為目的之食品廣告。

五、又訴願人主張系爭產品具有之效用，係由○○大學歷經 4 年之研究，並進行 6 週之實驗獲得證實，並經○○時報於 95 年 7 月 18 日登載，其真實性毋庸置疑；訴願人刊載系爭文詞僅係介紹其功效，並無宣稱醫療效果之意思，是訴願人實已盡注意義務，自無故意過失可言等節。按系爭產品如確有具體研究報告能證明其經加工後之特定產品確實具備其廣告所宣播之效果，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；若未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。訴願人既為食品業者，即有義務瞭解相關食品得宣稱之文詞，是難認其已盡應有之注意義務。

六、再者，訴願人主張食品衛生管理法第 19 條第 2 項規定之醫療效能，屬不確定之法律概念，若欲認定系爭文詞涉及所謂醫療效能，原處分機關自應明示其認定依據及理由云云。查食品衛生管理法第 19 條第 2 項規定之醫療效能雖屬不確定之法律概念，惟衛生主管機關依法另訂有「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」以供依循，訴願人於網站上刊載其產品具有對抗幽門螺旋桿菌所引起的胃潰瘍、減緩癌症化、放療副作用、抗大腸癌及直腸癌的作用等功效，依上開認定表所示，有宣稱改善、減輕或治療疾病或特定生理情形；故原處分機關認定涉及宣稱醫療效能，並非無據。

七、至訴願人以前已因印製、發放「○○」書刊，而遭原處分機關科予 20 萬元罰鍰，基於 1 行為 1 罰原則，主張不得再加以處罰。惟查前次處罰所具事實理由與本次並不相同，係屬不同之違法行為，自無重複處分之問題。據此，訴願人所訴各節，均不足採據。從而，原處分機關依首揭規定，處訴願人法定最低額 20 萬元罰鍰，並命違規廣告書刊應立即停止印製、發放，並無不合，原處分應予維持。

八、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 陳石獅
委員 陳立夫

委員 陳媛英

中 華 民 國 95 年 11 月 23 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)