

臺北高等行政法院判決

地方行政訴訟庭第三庭

113年度簡字第267號

115年1月13日辯論終結

原告 永豐萊得股份有限公司

代表人 何宗霖

訴訟代理人 蔡育盛律師

複代理人 趙建博律師

被告 臺北市政府衛生局

代表人 黃建華

訴訟代理人 楊涵如

彭錦鴻

謝幸霖

上列當事人間食品安全衛生管理法事件，原告不服臺北市政府中華民國113年6月20日府訴三字第1136080438號訴願決定，提起行政訴訟，本院判決如下：

主 文

- 一、原告之訴駁回。
- 二、訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

- 一、本件被告代表人原為陳彥元，於訴訟進行中變更為黃建華，經新任代表人具狀聲明承受訴訟（本院卷第101頁），經核並無違誤，應予准許。
- 二、事實概要：原告於其網站（網址<https://balanstart.com.tw/products/detail/125>）公開刊登「睡吧GABA多酚複方60粒」食品（下稱系爭食品）之廣告（內容如附表所示，下稱系爭廣告），為被告於民國112年11月13日進行網路疑似違規廣告監控所查獲，被告審認系爭廣告整體涉及誇張、易生誤

01 解，違反食品安全衛生管理法(下稱食安法)第28條第1項規  
02 定，依同法第45條第1項規定，以112年12月26日北市衛食藥  
03 字第1123075980號裁處書裁處原告罰鍰新臺幣(下同)4萬  
04 元(下稱原處分)。原告不服，提起訴願經駁回後，乃提起  
05 本件行政訴訟。

### 06 三、原告主張：

07 (一)原處分所列廣告詞句內容，皆為產品選用成分具有之事實描  
08 述，亦有於詞句圖文處備註國際科學文獻編號可供消費者查  
09 詢，或產品使用者主動分享之心理主觀感受描述字詞。綜觀  
10 整體廣告內容，不但與事實相符，原告主動提出相關佐證資  
11 料，未涉及或提及任何人體器官、組織、生理或外觀功能，  
12 更無引用機關公文書字號，實無任何誇張、易生誤解之可  
13 能。

14 (二)被告公開發佈於網站之「112年版食品、藥品、醫療器材及  
15 化粧品廣告相關法規暨案例彙編」，其中「食品廣告標示案  
16 例」情節判定為「涉及誇大、易生誤解」之諸多案例，皆無  
17 與原處分所載相同廣告文句，依彙編標準來看無違規。縱被  
18 告認系爭廣告業已違規，然被告提供之準則與裁罰結果截然  
19 不同，無異無具體認定標準可供參考，原告無知悉具體認定  
20 標準之可能，欠缺違法意識，倘被告欲達食安法立法目的，  
21 亦得採取行政指導方式，被告卻直接做成裁罰處分，顯有違  
22 行政程序法，更有違食安法立法原意。

23 (三)原處分僅列出系爭廣告文詞，未個別具體審酌廣告內容，亦  
24 未附具體理由說明廣告內容有何違規之處，且未審酌皆有科  
25 學資料為依循之有利事項，更未具體判斷廣告內容是否有害  
26 及食品安全衛生、是否有致生損害於國民「食」的健康與安  
27 全之疑慮，僅空泛指稱廣告內容使用之詞句與食品及相關產  
28 品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解或醫療效能認定準則  
29 (下稱認定準則)不符即屬違規，並予以處罰，違反行政程序  
30 法第5條所揭櫫之行政行為明確性原則，亦有未盡調查之能  
31 事、未就有利、不利當事人之事項一律予以注意、裁量怠惰

01 等違誤。

02 (四)衛生福利部84年12月30日衛署食字第84076719號函釋雖謂：

03 「食品廣告如為推介特定食品，同時以就該產品所含成分，  
04 宣稱可達特定之生理功能或效果，則易使民眾誤認僅食用該  
05 品即可達到改善生理機能效果，已明顯誤導民眾正確均衡飲  
06 食之觀念，則違反食品衛生管理法規定。」惟衛生福利部於  
07 108年頒佈之認定準則第4條第3項敘明：「食品之標示、宣  
08 傳或廣告內容，得使用附件一所列通常可使用之詞句，或附  
09 件二所列營養素或特定成分之生理功能詞句；上開詞句，均  
10 不認定為涉及不實、誇張或易生誤解。」亦即只要食品廣告  
11 敘明其所含之各該營養素或特定成分之生理功能，即非屬涉  
12 及不實、誇張或易生誤解，基於「從新從優」原則，自應以  
13 認定準則第4條第3項為準。而系爭廣告就所宣傳食品之營養  
14 素或特定成分均有詳細之介紹，更有敘明各該營養素與特定  
15 成分之功能，且提出國內外之文獻佐證，足徵系爭廣告恪遵  
16 認定準則第4條第3項甚明。

17 (五)系爭廣告「食用後60分，壓力程度-70%」、「食用後60分，  
18 放鬆程度+53%」數據出自於「Relaxation and immunity  
19 enhancement effects of  $\gamma$ -Aminobutyric acid (GABA)  
20 administration in humans」一文，由多位共同作者發表於  
21 生物因子(BioFactors)雜誌，人體腦波中 $\alpha$ 波為大腦放鬆狀  
22 態之指標，依實驗結果，控制組(僅攝取水)之 $\alpha$ 波約為  
23 105%，攝取GABA組之 $\alpha$ 波約為160%，可徵攝取GABA組之 $\alpha$ 波  
24 較控制組(僅攝取水) $\alpha$ 波高出約55%，故系爭廣告「食用後  
25 60分，放鬆程度+53%」之詞句並無誇大或不實。另人體腦波  
26 中之 $\beta$ 波為大腦緊張狀態之指標，依實驗結果，控制組(僅  
27 攝取水)之 $\beta$ 波約為200%，攝取GABA組之 $\beta$ 波約為130%，可  
28 徵攝取GABA組之 $\beta$ 波較控制組(僅攝取水)之 $\beta$ 波低出約  
29 70%，故系爭廣告「食用後60分，壓力程度-70%」之詞句並  
30 無誇大或不實。

31 (六)系爭廣告「食用28天、Zz品質近2.5倍」、「夜晚幫助入

01 睡、白天5倍專注力」之數據出自於「A Randomized, Double-Blind, Placebo-Controlled Trial of a Polyphenol Botanical Blend on Sleep and Daytime Functioning」一文，由多位共同作者發表於國際環境研究與公共健康期刊(International Journal of Environmental Research and Public Health)，安慰劑組之睡眠品質歷經4週，由初期之6.62於成長至7.02，成長幅度為0.4(計算式： $7.02-6.62$ )；PBB組(多酚組)之睡眠品質由初期之6.37成長至7.33，成長幅度為0.96，可徵PBB組睡眠品質之成長幅度為安慰劑組之0.24倍(計算式： $0.96/0.4$ )，系爭廣告「食用28天、Zz品質近2.5倍」之詞句並無誇大不實。再者，多酚類相較於安慰劑更能有效改善睡眠品質、失眠嚴重度以及神經認知功能，經原文所肯認，從原文表4「注意力疏忽(Attentional Lapses)」欄位可知，安慰劑組之注意力疏忽指數，由實驗初期之3.50成長至3.91，其成長幅度為+0.41；PBB組之注意力疏忽指數由實驗初期之5.4下降至3.76，其成長幅度為-1.64，可徵PBB組注意力疏忽指數之下降幅度為安慰劑組之5倍(計算式： $(0.41+1.64)/0.41$ )，故系爭廣告「夜晚幫助入睡、白天5倍專注力」詞句並無誇大不實。

20 (七)系爭廣告「壓力舒緩265%」之數據出自於日本學者橫越英彥博士於2006年11月10日在「GABA(ギャバ)、そのストレス軽減の機能性と可能性~ストレス国家ニッポンのワーキングピープルを救え~」研討會發表之<ギャバの機能性、及び最新実験結果の発表>研究報告，自原文圖14「新的GABA抗壓力研究 / 在擁擠電車中，因壓力而引起的嗜鉻粒蛋白A量變化」中可知，在擁擠電車中，未攝取GABA組受測者因壓力而引起之嗜鉻粒蛋白A(Chromogranin A)變化率為增加380%(計算式： $480\%-100\%$ )，攝取GABA組之受測者因壓力而引起之嗜鉻粒蛋白A變化率為增加115%(計算式： $215\%-100\%$ )，是未攝取GABA組受測者因壓力而引起之嗜鉻粒蛋白A變化率較攝取GABA組受測者多出265%(計算式： $380\%-115\%$ )，系爭廣

01 告「壓力舒緩265%」詞句並無誇大不實。

02 (八)系爭廣告「97%最純芝麻素」及「產品成分檢驗」，原告已  
03 提呈原料原廠出具之成分分析報告，該報告明確記載原料名  
04 稱為「SESAMINEXTRACT 97%」（芝麻素萃取物97%），並於  
05 其中揭露有關於系爭食品所含之GABA及芝麻素之成分、品  
06 質、純度等，並依此為公開宣傳。是以，系爭廣告之文案，  
07 係均本於事實為陳述，並無所謂之誇大或不實陳述等語。

08 (九)並聲明：訴願決定及原處分均撤銷。

09 四、被告則以：

10 (一)系爭廣告刊登系爭食品之品名、廠商名稱、產品照片、產品  
11 功效等，藉由傳遞訊息以招徠消費者循線購買，且載有食用  
12 系爭食品後能夠舒緩、放鬆壓力、情緒等詞句，並佐以圖  
13 示，其整體傳達之訊息，易誤導消費者系爭食品具有上述功  
14 能，核屬認定準則第4條第1項第3款所定涉及維持或改變人  
15 體生理之功能範圍，堪認系爭廣告已涉及誇張、易生誤解之  
16 情事，依法自應受罰。

17 (二)系爭廣告產品係屬食品管理，並非藥品，食品主要是提供身  
18 體所需熱量及營養素，使生理正常運作，其廣告或標示不得  
19 誇大、宣稱療效。依衛生福利部(前行政院衛生署)95年1月2  
20 日衛署食字第0940071857號函釋意旨，業者如引述政府出版  
21 品、政府網站、典籍或研究報導之內容，並與特定產品作連  
22 結，其引述之內容仍屬對特定產品作廣告；另依84年12月30  
23 日衛署食字第84076719號函釋意旨，廣告內容如未針對某特  
24 定食品產品，且僅宣傳營養成分之營養價值，則視為對民眾  
25 之營養宣導教育，並未違反食安法規定。然食品廣告如為推  
26 介特定食品，同時以就該產品所含成分，宣稱可達特定之生  
27 理功能或效果，則易使民眾誤認僅食用該品即可達到改善生  
28 理機能效果，已明顯誤導民眾正確均衡飲食之觀念，則違反  
29 食安法規定。

30 (三)食品廣告並無事前審查機制，業者應自主管理，以確保廣告  
31 內容符合相關法令之規定，業者製作廣告時，可參考衛生福

01 利部公告訂定之認定準則。又衛生福利部食品藥物管理署為  
02 兼顧消費者權益及業者廣告創意，開放各界檢具相關科學資  
03 料及國際規定，就認定準則中一般營養素可敘述之生理功能  
04 例句提供建議。退步言之，系爭食品GABA等成分倘確有所宣  
05 稱之生理功能，自應依循上開流程檢具相關科學資料向食藥  
06 署提出建議，經食藥署公告後，方得宣稱使用相關廣告詞  
07 句，系爭廣告相關數據及宣稱之生理功能未經食藥署核准，  
08 自無法以相關詞句宣稱，否則擅自以非經專業機構依科學方  
09 法實驗或研究且未經相關政府機關核准或認可而得出的結  
10 果，對不特定之多數人散發相關訊息，即有誤導消費者而有  
11 不實、誇張或易生誤解之情形。

12 (四)被告作成行政處分前，業依行政程序法發函通知原告陳述意  
13 見，復於本案裁處書「處分理由」欄敘明處分之原因，於  
14 「事實」欄載明違規時間、刊登網站、產品名稱、涉及誇  
15 張、易生誤解詞句，「法律依據」欄載明處分依據之法條內  
16 容，已足使原告明瞭作成處分之原因事實及理由，符合行政  
17 程序法第5條及第96條第1項第2款規定，原處分尚無違反明  
18 確性原則或有理由不備之違法。此外原告(原名：美得康健  
19 股份有限公司)類似產品廣告迭經數次違規，據此原告對食  
20 安法等相關規定應相當熟稔，被告審酌整體訊息涉及誇張及  
21 易使消費者誤解，依食安法第45條第1項及食品安全衛生管  
22 理法第45條廣告處理原則之規定，處分最低額度4萬元罰  
23 鍰，並無違誤等語置辯。

24 (五)並聲明：原告之訴駁回。

25 五、本院之判斷：

26 (一)按為管理食品衛生安全及品質，維護國民健康，特制定食安  
27 法，其第2條規定：「本法所稱主管機關：在中央為衛生福  
28 利主管機關；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣  
29 （市）政府。」第3條第1款規定：「本法用詞，定義如下：  
30 一、食品：指供人飲食或咀嚼之產品及其原料。」第28條第  
31 1項、第2項規定：「(第1項)食品、食品添加物、食品用洗

01 潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，  
02 其標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情  
03 形。(第2項)食品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告。」  
04 第45條第1項規定：「違反第28條第1項或中央主管機關依第  
05 28條第3項所定辦法者，處新臺幣4萬元以上4百萬元以下罰  
06 鍰；……」

07 (二)次按中央主管機關衛生福利部依食安法第28條第4項規定授  
08 權訂定行為時(113年5月8日修正前)之認定準則，其第3條  
09 規定：「本法第28條第1項或第2項所定標示、宣傳或廣告涉  
10 及不實、誇張、易生誤解，或醫療效能之認定，應就其傳達  
11 予消費者之品名、文字敘述、圖案、符號、影像、聲音或其  
12 他訊息，依整體表現，綜合判斷之。」第4條第1項、第3項  
13 規定：「(第1項)本法第28條第1項食品及相關產品之標示、  
14 宣傳或廣告，表述內容有下列情形之一者，認定為涉及不  
15 實、誇張或易生誤解：一、與事實不符。二、無證據，或證  
16 據不足以佐證。三、涉及維持或改變人體器官、組織、生理  
17 或外觀之功能。四、引用機關公文書字號或類似意義詞句。  
18 但依法令規定應標示之核准公文書字號，不在此限。……  
19 (第3項)食品之標示、宣傳或廣告內容，得使用附件一所列  
20 通常可使用之詞句，或附件二所列營養素或特定成分之生理  
21 功能詞句；上開詞句，均不認定為涉及不實、誇張或易生誤  
22 解。」經核符合食安法第28條規範意旨，無違母法的授權內  
23 容與範圍，未對人民之權利行使增加法律所無限制，於法律  
24 保留原則無違，自得予以適用。

25 (三)準此，食安法第3條第1款所規定之「食品」，係指供人飲食  
26 或咀嚼之產品及其原料，依同法第28條第1項之規定，其廣  
27 告不得有不實、誇張、易生誤解之情形，以保障消費者獲得  
28 真實而完整的資訊，並維護國民健康與消費權益。又我國就  
29 可食用物品，採取食品、健康食品、藥品三等分類之管制架  
30 構，其中健康食品及藥品之製造或輸入，均須經主管機關事  
31 前許可(健康食品管理法第7條、藥事法第39條第1項規定參

01 照)，食品原則上採事後查驗之管制方式(食安法第4章、第6  
02 章規定參照)，管制強度顯有差異，基此，食品之廣告倘提  
03 供特殊營養素或具有特定保健功效者，即須依健康食品管理  
04 法相關規定辦理(健康食品管理法第6條第2項規定參照)，另  
05 食品不得為任何醫療效能之廣告。是食安法第28條第1項所  
06 稱「不實、誇張或易生誤解」，除廣告之內容與事實不符、  
07 無證據，或證據不足以佐證外，依其整體表現綜合判斷，倘  
08 涉及維持或改變人體器官、組織、生理或外觀之功能者，亦  
09 屬之，縱食品業者提出科學期刊及研究報告作為其廣告內容  
10 之佐證，仍屬對該產品為廣告，易使民眾誤認僅食用該食品  
11 即可達到改善生理機能之效果，與食品之本質及我國就可食  
12 用物品分級管理制度不符，自不得作為免責之理由。

13 (四)臺北市府108年9月17日府衛食藥字第1083076536號公告：  
14 「主旨：公告修正本府主管衛生業務委任事項，自即日起生  
15 效。……公告事項：本府前於94年2月24日府衛企字第09404  
16 404400號公告略以：『……本府將下列業務委任本府衛生局  
17 以該局名義執行之：……(七)食品衛生管理法中有關本府權  
18 限事項……』，惟法規名稱已修正，爰修正為……『食品安  
19 全衛生管理法』中有關本府權限事項，委任本府衛生局以該  
20 局名義執行之。」是被告據此，有依食安法作成裁罰處分之  
21 權限。

22 (五)系爭廣告內容涉及誇張、易生誤解，原告確有違反食安法第  
23 28條第1項規定之行為：

24 1. 原告於其公司網站公開刊登如附表所示內容之系爭廣告乙  
25 節，為兩造所不爭執(本院卷第121頁)，並有系爭廣告網頁  
26 列印(原處分卷第251-305頁)、網路疑似違規廣告監控表(原  
27 處分卷第231-232頁)等在卷可稽，足以認定為真實。而觀諸  
28 系爭廣告內容述及：「……頂標用量芝麻素……食用後60  
29 分，舒緩壓力70%……7天有感」、「食用60分後，放鬆度+  
30 53%……食用28天，Zz品質近2.5倍……最快7天有感」、  
31 「能在60分內舒緩壓力，備妥幫助入睡環境」、「食用60分

01 後·放鬆度+53%(佐以食用產品對照組放鬆度長條圖)」、  
02 「食用60分後·壓力程度-70%(佐以食用產品對照組壓力程  
03 度長條圖)」、「食用28天·Zz品質近2.5倍(佐以食用產  
04 品對照組Zz品質折線圖)」、「睡吧!我的好睡超人……打  
05 破入睡屏障」、「能在60分內舒緩壓力,備妥幫助入睡環  
06 境」、「經百人科學實證,夜晚2倍幫助入睡、白天5倍專注  
07 力!最快7日有感!」、「食用七天·判斷力++(佐以食用產  
08 品對照組判斷力進步程度折線圖)」、「食用30天,5倍準  
09 確率(佐以食用產品對照組發生失誤情形折線圖)」、「尖  
10 峰時刻擠電車·壓力舒緩265%(佐以食用產品對照組擠電車  
11 壓力程度長條圖)」、「讓整晚維持平靜安穩,告別數羊的  
12 漫長無奈」等語,依上開文字及圖示整體表現綜合觀察,系  
13 爭廣告顯係積極強調於食用具有高純度芝麻素之系爭食品  
14 後,即可在預期之特定時間,達到明確程度(一定比例或倍  
15 數)之心理壓力減緩、消解睡眠障礙、增進睡眠品質、並增  
16 加專注力之效果,已屬對心理、睡眠及認知功能具體改善之  
17 描述,當涉及維持或改變人體生理功能,依認定準則第4條  
18 第1項第3款規定,堪認系爭廣告確已涉及「不實、誇張或易  
19 生誤解」之情形。

20 2. 原告固主張系爭廣告「食用後60分,壓力程度-70%」、「食  
21 用後60分,放鬆程度+53%」、「食用28天、Zz品質近2.5  
22 倍」、「夜晚幫助入睡、白天5倍專注力」、「壓力舒緩26  
23 5%」均有相關數據出處文獻可資佐證,並無誇大或不實云  
24 云。惟:

25 (1)觀以原告所提出「Relaxation and immunity enhancement  
26 effects of  $\gamma$ -Aminobutyric acid (GABA) administratio  
27 n in humans」文獻及其中譯內容,僅說明 $\alpha$ 波是組成腦電  
28 圖的四種腦波之一,通常出現在清醒但放鬆、精神處於輕鬆  
29 警覺之狀態, $\beta$ 波則出現在高壓力及需高度集中專注力之情  
30 境,因此,高 $\alpha$ 波與低 $\beta$ 波已被用於放鬆、覺醒、抗壓與專  
31 注力佳之指標,又該研究係以13名(7男6女)日本健康志願

01 者為受試對象，年齡介於21至35歲間，受試者均無藥物、酒  
02 精濫用史、亦無糖尿病或其他既有疾病，且體重、身高、體  
03 型均在正常範圍內，並於實驗開始前2小時，禁止受試者飲  
04 食、飲酒或使用菸草(原文：Thirteen healthy Japanese v  
05 olunteers, 7 males and 6 females, aged from 21 to 35  
06 years, gave informed consent for participation in th  
07 e present study. No subject had a history of behavio  
08 ral disturbance, abuse of drug or alcohol, diabetes,  
09 or other pre-existing medical condition. Their bodyw  
10 eight, height, and build were all within the normal  
11 range. Two hours before the study they were forbidde  
12 n to eat, drink, or use any form of tobacco)。實驗設  
13 計上，每位受試者分別於測試前與服用後進行紀錄，依序於  
14 三種條件下進行測試：(1) 單純飲用200mL蒸餾水；(2)  
15 飲用含100毫克由特定乳酸菌天然發酵製成的GABA (Pharma  
16 GABA®，由Pharma Foods International公司提供)；(3)  
17 飲用含200毫克L-茶胺酸的溶液，3次測試間隔7天，腦波記  
18 錄在受試者靜坐、閉眼狀態下進行，就受試者攝取水(控制  
19 組)、L-茶胺酸與 $\gamma$ -胺基丁酸(GABA)後0分鐘、30分鐘、  
20 60分鐘之 $\alpha$ 波、 $\beta$ 波產生比率變化，並以 $\alpha$ 波百分比值與 $\beta$   
21 波百分比值計算其 $\alpha/\beta$ 比值(Alpha/beta ratios have bee  
22 n calculated as a ratio between alpha and beta perce  
23 ntage values)。其結果顯示，攝取水之受試者 $\alpha$ 波約為10  
24 5%，攝取GABA者 $\alpha$ 波約為160%，攝取水之受試者 $\beta$ 波約為20  
25 0%，攝取GABA者 $\beta$ 波約為130%等情(本院卷第238-239頁、第  
26 245-248頁)。足見該研究係觀察受試者攝取GABA後腦電波指  
27 標之變化，並與攝取水之對照組為比對，而獲得 $\alpha$ 波顯著上  
28 升、 $\beta$ 波顯著下降之結論，然而，該研究報告並未表示「壓  
29 力程度」、「放鬆程度」可量化為具體之數值，亦未說明 $\alpha$   
30 波、 $\beta$ 波產生比例如何轉換為「壓力程度」、「放鬆程度」  
31 之明確數值並提供換算之公式，原告自不得僅憑該腦電波指

01 標之變化逕自推論「壓力程度-70%」、「放鬆程度+53%」；  
02 甚者，該研究受試者僅13名，樣本數有限，且均為居住於同  
03 一國家(日本)、特定年紀區間(21至35歲)、健康無疾病亦無  
04 任何成癮情形，於實驗開始前2小時更不得為任何飲食，是  
05 其研究結果當僅得在特定實驗條件下為解釋，不足以支持一  
06 般消費者食用系爭食品，即可達到降低壓力程度70%、提升  
07 放鬆程度53%之效果。

08 (2)另觀以原告所提出「A Randomized, Double-Blind, Placeb  
09 o-Controlled Trial of a Polyphenol Botanical Blend o  
10 n Sleep and Daytime Functioning」一文及其中譯內容，  
11 亦可見該實驗之受試者年齡介於22至50歲，整體健康狀況良  
12 好，身體質量指數(BMI)介於18.5至29.9kg/m<sup>2</sup>，且過去6  
13 個月內未使用尼古丁，需於匹茲堡睡眠品質指數獲得3分以  
14 上，如患有重大精神疾病、過去5年內曾罹患癌症、不規則  
15 睡眠型態、已被診斷為睡眠障礙、或患可能影響精力或疲勞  
16 程度之慢性疾病患者，均予以排除。又受試者於研究期間，  
17 須維持一致之飲食習慣，酒精攝取每週不得超過14杯，單次  
18 不得超過4杯，就寢前4小時內不得飲酒，每日咖啡因攝取不  
19 得超過4份，睡前6小時內禁止攝取咖啡因，睡前2小時內禁  
20 止進行劇烈身體活動。研究結果顯示，實驗組(食用PBB多酚  
21 植物配方)之睡眠品質由初期之6.37成長至7.33，注意力疏忽  
22 指數，則由實驗初期之5.40於下降至3.76等情(本院卷第2  
23 61-267頁、第272-275頁)，是受試者睡眠品質實際成長幅度  
24 0.4(計算式： $7.02-6.62=0.4$ )，較實驗前增加約6%(計算  
25 式： $0.4\div6.62=0.06$ )，另受試者注意力疏忽指數下降1.64  
26 (計算式： $5.40-3.76=1.64$ )，降幅約30%(計算式： $1.64\div5.4$   
27  $0=0.30$ )，然系爭廣告宣稱Zz(睡眠)品質近2.5倍、白天5倍  
28 專注力，核與一般消費者就系爭廣告文字之理解，顯有殊  
29 異；再者，該研究之受試者係經嚴格篩選之健康成年人，已  
30 排除不規則睡眠型態、睡眠障礙及嚴重精神疾病患者，且於  
31 研究期間對飲食、酒精與咖啡因攝取均設有多項限制，其研

01 究結果亦僅能在上開特定實驗條件下為解釋，不足以支持一  
02 般消費者食用系爭食品，即可達到系爭廣告所宣稱睡眠品質  
03 增加2.5倍、專注力提升5倍之效果。

04 (3)再觀以原告所提出GABA（ギャバ）、そのストレス軽減の機  
05 能性と可能性~ストレス国家ニッポンのワーキングピープ  
06 ルを救え~」一文及其中譯內容，所附圖表「新GABA抗壓力  
07 研究 / 在擁擠電車中，因壓力而引起的嗜銘粒蛋白A量變  
08 化」固顯示在擁擠電車中，未攝取GABA組之受測者，其唾  
09 液中嗜銘粒蛋白A變化率為480%，攝取GABA組之受測者，其唾  
10 液中嗜銘粒蛋白A變化率為215%，並以箭頭標註「壓力降到  
11 一半以下」等語(本院卷第300頁)。然查，該圖表實係出自  
12 媒體研討會中一農學博士演講之簡報內容，而非經同儕審查  
13 之學術論文，再細稽其所撰全文，就嗜銘粒蛋白A數值變化  
14 之生理反應，是否得以量化為精神醫學之「壓力程度」、及  
15 如何量化、其轉換計算公式為何，均未說明，是該圖表逕標  
16 註「壓力降到一半以下」之結論，難謂屬嚴謹之科學論述而  
17 得援用；甚者，該圖表顯示之縱軸為「嗜銘粒蛋白A量變化  
18 率」，原告於所刊登之系爭廣告中逕改為「擠電車之壓力程  
19 度」，且在未說明「壓力程度」如何量化下，進一步將嗜銘  
20 粒蛋白A變化率之差異解釋為「壓力舒緩265%」，即屬將生  
21 理指標之變化，誇大解釋為具體且可量化之壓力改善效果，  
22 亦不足以支持系爭食品具有系爭廣告所宣稱之特定程度壓力  
23 舒緩效果。

24 (4)再者，系爭廣告表述內容既已涉及維持或改變人體生理功  
25 能，縱原告於廣告內援引文獻為依據，亦與食品之本質及我  
26 國就可食用物品分級管理制度不符，且更易使民眾誤認僅食  
27 用該食品即可達到改善生理機能之效果，況所提文獻均僅係  
28 就特定成分所為研究之結果，核非對系爭食品本身為效果之  
29 驗證，原告當不得執之主張免責，併予敘明。

30 3. 復依卷附原告公司變更登記表所示，原告所營事業包括食品  
31 批發業、飲料批發業、食品什貨、飲料零售業而為食品業者

01 (原處分卷第140-142頁)，本應遵守食安法相關規範，於刊  
02 登系爭廣告前自負有檢視其內容是否符合相關法規之注意義  
03 務，況原告(更名前：美得康健股份有限公司)於108、109年  
04 間已有多次因違反食安法第28條第1項規定而遭裁罰之紀  
05 錄，有裁處書存卷可稽(本院卷第135-161頁)，對於該項規  
06 定之相關規範應相當熟悉，自無不能注意之情事，惟猶未注  
07 意而刊登涉及誇張、易生誤解之系爭廣告，原告至少應負過  
08 失之責，依法自應受罰，原告否認其主觀責任，難謂可採。

09 (六)再按行政行為之內容應明確，故行政程序法第96條第1項第2  
10 款乃規定行政處分以書面為之者，應記載主旨、事實、理由  
11 及其法令依據，該規定之目的在使行政處分之相對人及利害  
12 關係人得以瞭解行政機關作成行政處分之法規依據、事實認  
13 定及裁量之斟酌等因素，以資判斷行政處分是否合法妥當，  
14 及對其提起行政救濟可以獲得救濟之機會，並非課予行政機  
15 關須將相關之法令、事實或採證認事之理由等等鉅細靡遺予  
16 以記載，始屬適法。故書面行政處分所記載之事實、理由及  
17 其法令依據，如已足使人民瞭解其原因事實及其依據之法  
18 令，即難謂有違行政法上明確性原則(最高行政法院111年度  
19 上字第169號判決意旨參照)。經查，原處分業於主旨欄載  
20 明：處原告罰鍰4萬元整；事實欄亦載明：受處分人於官網  
21 刊登如附表所示詞句之系爭廣告(下載日期112年11月13日、  
22 12月5日)，整體內容涉及誇張易生誤解，違反食安法第28條  
23 第1項規定，案經民眾於112年11月11日向本市陳情系統反  
24 應；復載明法律依據為食安法第28條第1項、第45條；另處  
25 分理由亦記載：「如事實欄所述廣告文詞，廣告整體訊息易  
26 誤導消費者，該產品具有上述功效，涉及誇張易生誤解，違  
27 反食品安全衛生管理法第28條第1項規定，並經受處分人於1  
28 12年12月15日陳述意見書表示略以：『……案內廣告是本公司  
29 刊登……產品屬性：一般食品……圖文皆為事實陳述，且  
30 標註數據文獻來源供查證，無誇大不實，更無半字提及人體  
31 器官或醫療效能，皆為合法例句幫助入睡的同義文句。無任

01 何違法之處……函文旨揭內容為不諳中文真實字義之誤  
02 解……敝司已於112年12月13日，先依據大部分旨揭內容進  
03 行刪改……』……以裁罰基準新臺幣4萬元起算，依行政罰  
04 法規定予以加權 $D=1$ ，最終罰鍰額度計算： $A \times B \times C \times D = 40,000 \times$   
05  $1 \times 1 \times 1 = 40,000$ 元。」等語(本院卷第59-61頁)，自足使原告  
06 知悉裁罰之法規依據、事實認定及裁量之斟酌等因素，且被  
07 告亦已斟酌原告陳述意見之內容，並附具處分理由，原告主  
08 張原處分有違反明確性原則、有利不利事項一律注意原則等  
09 違法情事云云，非可憑採。

10 六、綜上所述，原告主張各節，均無可採。系爭廣告核屬涉及誇  
11 張、易生誤解之情形，原處分以系爭廣告違反食安法第28條  
12 第1項規定，依同法第45條第1項規定裁處法定最低罰鍰金額  
13 4萬元，並無違誤，訴願決定遞予維持，亦無不合。原告訴  
14 請撤銷原處分及訴願決定，為無理由，應予駁回。

15 七、本件判決基礎已臻明確，兩造其餘攻擊、防禦方法核與判決  
16 結果不生影響，無逐一論述之必要，併予敘明。

17 八、據上論結，本件原告之訴為無理由，依行政訴訟法第236  
18 條、第98條第1項前段，判決如主文。

19 中 華 民 國 115 年 2 月 13 日  
20 法 官 洪任遠

21 一、上為正本係照原本作成。

22 二、如不服本判決，應於送達後20日內，以原判決違背法令為理  
23 由，向本院地方行政訴訟庭提出上訴狀並表明上訴理由（原  
24 判決所違背之法令及其具體內容，以及依訴訟資料合於該違  
25 背法令之具體事實），其未表明上訴理由者，應於提出上訴  
26 後20日內補提理由書；如於本判決宣示或公告後送達前提起  
27 上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（均須按他  
28 造人數附繕本）。

29 三、上訴未表明上訴理由且未於前述20日內補提上訴理由書者，  
30 逕以裁定駁回。

31 中 華 民 國 115 年 2 月 13 日

## 附表

頂標用量芝麻素……最快有感……食用後60分，舒緩壓力70%……無成癮性……7天有感……食用60分後，放鬆度+53%……食用28天，Zz品質近2.5倍……最快7天有感……97%頂規芝麻素……有些人沾枕就能進入夢鄉，有些人則是整晚翻來覆去……美國睡眠研究會……睡得好……您・多久沒睡滿7小時了？……能夠舒緩情緒，使人從過度活躍、緊張的感覺漸漸緩和……對白天學習和工作有所幫助……48杯玄米茶=市售GABA2倍濃度=76碗糙米飯……睡眠健康研究所……美國睡眠研究會……藥學……紓解壓力……食用60分後・放鬆度+53%(佐以食用產品對照組放鬆度長條圖)……食用60分後・壓力程度-70%(佐以食用產品對照組壓力程度長條圖)……食用28天・Zz品質近2.5倍(佐以食用產品對照組Zz品質折線圖)……睡吧!我的好睡超人……打破入睡屏障……無成癮性……準時夢享起飛……清壓力……韓國雙倍濃度GABA……市售的2倍濃度……能在60分內舒緩壓力，備妥幫助入睡環境……印度97%最純芝麻素……藥學……打造超越97%濃度的最純芝麻素……促進代謝循環……補好覺……美國最高量晚安多酚……想要一覺天亮，關鍵在突破入睡屏障的植物多酚……睡眠健康研究所……經百人科學實證，夜晚2倍幫助入睡、白天5倍專注力！最快7日有感！無成癮成分！……穩定情緒，維護整晚寧靜，避免因紛擾波動而過早起來……安定平穩……全台頂標含量……隔日上班上課專注力，判斷力，……食用七天・判斷力++(佐以食用產品對照組判斷力進步程度折線圖)……食用30天，5倍準確率(佐以食用產品對照組發生失誤情形折線圖)……尖峰時刻擠電車・壓力舒緩265%(佐以食用產品對照組擠電車壓力程度長條圖)……夜晚更安定……讓整晚維持平靜安穩，告別數羊的漫長無奈……心情放鬆……愉悅快樂……防護提升……