

最高法院具參考價值裁判選輯

※110 年度上字第 160 號判決

- 1.食品廣告內容涉及提升抵抗力、清除自由基、減肥、美白、黑斑淡化、抑制黑色素生成，以及排空體內毒素等詞句，涉及誇張或易生誤解，依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，認上開違規廣告內容違反食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項規定，依同法第 45 條第 1 項規定予以裁處，於法並無不合。
- 2.又食品安全衛生管理法第 45 條規定廣告處理原則第 2 條將「違規次數」列為審酌違反該法第 28 條第 1 項、第 3 項罰鍰額度的要件之一，主要在於貫徹法律所規範之法秩序，若行為人違規次數越多，足認其遵守行政法上義務之意願薄弱，其應受之責難程度較高，核與行政罰法第 18 條第 1 項所定裁處罰鍰應審酌之裁量因素相合。
- 3.而關於判斷廣告之行為數，食品安全衛生管理法行政罰行為數認定標準第 3 條雖定有實施違反該法第 28 條廣告限制規定之行為數所應判斷之基準，包括不同品項之產品、不同版本之廣告、不同刊播媒介之個數、不同日之刊播等 4 項判斷基準。
- 4.然實際判斷行為數時，依同標準第 4 條規定，仍應斟酌違反之動機及目的、違反之手段、違反義務之影響程度、違反義務所致之所生危害及損害等情，才得完整界定違法應受評價、處罰之行為數。
- 5.自不得因個案事實中出現同標準第 3 條各款之判斷參考基準，即機械性地認定為不同行為時之廣告。

【高點法律專班】

版權所有，重製必究！