

衛生福利部

食品廣告標示諮議會 111 年第 1 次會議紀錄

時間：111年6月22日(星期三)下午2時

地點：視訊會議(Cisco Webex)

主席：陳輝煌召集人

紀錄：陳曉錚

出席委員(敬稱略)：

方繼、王靜瓊、邱玫惠、施明智、莊伯仲、陳俊榮、陳輝煌、黃以信、黃鈺生、楊登傑、趙振瑞、蔡一賢、蔡美瑛、羅翊禎、蘇以文、蘇建州(依姓氏筆畫順序)

請假委員(敬稱略)：

余萬能

列席人員(敬稱略)：

許朝凱、陳柏菁、黃建隆、楊依珍、林佑洵、張惠琦、陳曉錚

壹、主席致詞：(略)

貳、宣讀會議保密及利益迴避原則。

參、前次會議紀錄：確認。

肆、議題討論：

一、案由：食品安全衛生管理法第45條規定廣告處理原則修正草案。

決議：所提「食品安全衛生管理法第45條規定廣告處理原則第3點、第4點、第6點修正草案」修正通過。

二、案由：食品及相關產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修正草案。

決議：所提「食品及相關產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第4條、第6條、第7條修正草案」修正通過。

三、案由：強化「食品宣稱或廣告可敘述之生理功能例句申請程序」溝通機制案。

決議：

1. 有關「一般營養素可敘述之生理功能例句」修訂建議流程，建議維持現行審查方式，案件經相關領域學者專家書面審查後，提議人可依書審結果意見回復補件資料，提送食品廣告標示諮議會(以下簡稱諮議會)審議。
2. 另諮議會開會時，除得邀請相關專家學者與會，如有進一步詢問之需要，將通知提議人列席說明。

伍、臨時動議：無。

陸、散會：下午4時。

附錄（委員發言及機關回應要點）

一、食品安全衛生管理法第45條規定廣告處理原則(以下簡稱本處理原則)修正草案。

(一) 委員發言內容：

1. A委員：建議修正規定第3點第1款「次數達2次以上」，刪除「以上」二字，以免增加困擾。
2. B委員：針對再次違反廣告規定，得命停業一定期間應如何認定？倘業者對所處罰鍰提起行政救濟，應如何釐清？
3. C委員：參照刑法第10條，稱以上、以下、以內者，俱連本數或本刑計算。
4. D委員：建議修正規定第3點、第4點可一起討論，「達2次以上」和「達3次以上」恐致有次數重疊，無法認定之情形。
5. E委員：綜合委員意見，建議第2次得處1個月以上1年以下停業處分，第3次以上得處歇業、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或食品業者之登錄。
6. F委員：食品安全衛生管理法(以下簡稱本法)第45條規定之立法宗旨是處罰累犯，只要第2次就是累犯了。
7. D委員：有關修正規定第6點第4款「違規廣告之刊播範圍、播送次數及播送時間」，其中的「播送時間」是指時間長度，還是播出時段？
8. C委員：參考廣播電視法施行細則第17條，廣播電視法第17條第1項所稱播放時間，電視事業係以所屬頻道該週播出總時數計算。
9. G委員：建議寫「播送時間長度」。
10. H委員：是否有定義刊播範圍，次數及時間？
11. I委員：一般在探討廣告之影響力時，會以觸達人數或收視率為衡量指標，建議可用「觸達人數」作為違規廣

告影響範圍之審酌因素，以免定義不夠明確。

12. E委員：審酌因素之訂定仍應考量衛生單位執行之可行性。
13. J委員：播送時段比播送時間長短更具影響力，建議加入「播送時段」。
14. F委員：「刊播範圍、播送次數及播送時間」等審酌要件，應非僅針對電視廣告，如平面廣告即不適用「播送」用詞，建議相關文字用語應再潤飾，另建議可增加「刊登版面」或「刊登篇幅」，以符實際。

(二) 食品藥物管理署回應內容：

1. 本處理原則係本部為統一處理依本法第45條規定裁處的廣告案件，建立執法之公平性，在本法第45條授權裁罰金額及管制手段範圍內所訂定之裁量基準，並明列罰鍰額度之審酌原則，本次因應監察院之糾正，予檢討當中部分窒礙難行之規定，故有今日會議之討論，以上說明。
2. 有關修正規定第3點、第4點，係參酌醫療法第103條第2項第3款對醫療機構刊播違規醫療廣告於1年內已受處罰3次，除處以罰鍰，並得予停業或廢止開業執照處分之規定研擬修訂。故一般食品廣告宣稱醫療效能應有更嚴格之處分規定，而依本法第45條規定，違反第28條第2項規定者，處新臺幣60萬元以上500萬元以下罰鍰；再次違反者，並得命其歇業、停業一定期間、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或食品業者之登錄；經廢止登錄者，1年內不得再申請重新登錄。是以，針對再次違反者，除處罰鍰外，尚得命業者停業等剝奪或消滅營業資格、權利等加重處罰。
3. 另針對委員對修正規定第6點所提建議，根據實務觀察經驗，相同廣告會出現在一天中的不同時段，甚少只在固定時段重複刊播，建議仍以目前擬定之刊播範圍、次

數和時間長短作為衛生局判斷廣告影響範圍之裁量因素。

4. 本處理原則修正草案，後續亦將會簽本部法規會確認調整修正文字，循法制作業程序辦理。

二、食品及相關產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(以下簡稱本準則)修正草案。

(一) 委員發言內容：

1. E委員：本準則名稱修正後，加上「與其他應遵行事項」共有40個字，請業務單位說明何謂「其他應遵行事項」。
2. B委員：建議修正名稱為「食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解或醫療效能及違反其他應遵行事項之認定準則」。
3. C委員：認同業務單位提案之法規修訂名稱，但可將「或醫療效能」之「或」字改成「與」。
4. A委員：建議修正名稱為「食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解或醫療效能認定，以及其他應遵行事項」。
5. E委員：今天主要討論的內容應該是增加「其他應遵行事項」的部分，其他文字建議暫時不改，由業務單位送衛生福利部法規委員會審酌。
6. G委員：修正條文第4條第1項第5款「有引人錯誤之表述或表徵」，建議修改文字為「有誤導之論述、表述或表徵」，文意較為通順。
7. E委員：依照業務單位的說明，建議修正條文第4條第1項第5款維持原來的文字敘述，後續提送法規委員會審議。
8. F委員：有關修正條文第6條「參與廣告活動人員」之定義，建議於對照表說明欄敘明。

(二) 食品藥物管理署回應內容：

1. 為有效執行本法第28條第1項、第2項禁止食品標示、宣

傳或廣告不實、誇張、易生誤解或宣稱醫療效能之規定，本部依據107年1月24日總統令公布修正本法第28條第4項規定：「第一項不實、誇張或易生誤解與第二項醫療效能之認定基準、宣傳或廣告之內容、方式及其他應遵行事項之準則，由中央主管機關定之。」於108年6月12日公告訂定本準則，提升食品廣告管理規定之法律位階。考量本準則原條文內容未涵蓋其他應遵行事項，且食品業者才是本法規範之義務主體，為明確食品業者對於違規廣告之義務，爰研擬修正相關條文，增訂食品業者刊播廣告或委託他人刊播廣告應遵行事項之規定。

2. 依本準則第4條現行條文對食品廣告涉及不實、誇張或易生誤解之認定，僅有第2項針對食品以「健康」字樣為品名之一部分者，認定該品名為「易生誤解」之論述。故參考公平交易法第21條所稱「引人錯誤」，係指表示或表徵不論是否與事實相符，而有引起一般或相關大眾錯誤之認知或決定之虞者，增訂第4條第1項第5款規定，作為食品廣告涉及易生誤解之適用認定情形。

三、強化「食品宣稱或廣告可敘述之生理功能例句申請程序」溝通機制案。

(一) 委員發言內容：

1. E委員：建議廠商所提修訂建議書，是否應包含用量建議之相關資料，以利確認宣稱功效。
2. K委員：贊成用量建議。
3. A委員：修訂流程中的協作會議，等於是召開會外會，參加協作會議之專家是否須列席諮議會？且美國商會之訴求為直接參加諮議會備詢，而非參與協作會議。
4. F委員：附議。過去政府立法過程被詬病都是由上而下，透過召開協作會議方式，可廣徵相關領域意見。
5. K委員：流程圖內的「再議」，是否應再連至專家會議再

次討論。

6. D委員：建議邀請外聘之審查專家亦列席諮議會說明。
 7. C委員：協作會議之決議是否會對諮議會造成拘束效果。畢竟同樣由主管機關召開。
 8. L委員：1.一般營養素是指廣義營養素還是狹義的營養素？2.通過後是通案通過還是個案通過？3.是否類似日本的機能標示食品？
 9. E委員：1. 【一般營養素可敘述之生理功能例句】中指的營養素為廣義的營養素，包括碳水化合物、脂肪、蛋白質、維生素、礦物質等均屬之。2.建議之生理功能例句通過後是通用的。3.可敘述之生理功能例句是針對一般食品，不等同日本的機能標示食品，另相關保健食品的定義，非在本次會議之討論範圍。
 10. A委員：會前會之機制，可能會導致廠商資料反而要準備很多次，建議同意廠商可針對書審意見補充說明，必要時由諮議會決定是否邀請書審之學者專家及廠商列席。廠商可針對提案簡短說明後離場，由諮議會做成決議。
 11. M委員：過去書審委員皆很盡責就專業提供書審意見，建議若於書審時已知委員有意見，須請業者回應，可請業者於諮議會列席陳述意見後離場，以節省大家的時間。
- (二)食品藥物管理署回應內容：協作會議是一種新的概念，主要目的在建立溝通平台，提供公眾參與政策擬定的機會，而生理功能例句的申請，非一般產品的審查或許可證的核發，未涉及准駁決議，然辦理協作會議亦將增加行政作業流程，造成承辦人員工作負擔，若委員同意維持原來作法，建請同意讓業者發表意見說明後再離席，不參與討論，如此一來不但程序簡便，亦可達到業者之基本要求。