

## 第五章 銀行消費者保護工作成效評鑑結果分析

由於本次銀行消費者保護工作成效評鑑為首度舉辦，以建立評鑑模式、累積相關經驗為主要目標。因此，參照期中報告與會人員建議，針對有意願參與評鑑之本國商業銀行及辦理消費性業務之外商銀行為對象。經九十五年二月下旬發函調查各銀行參與評鑑之意願後，有意願參與及經銀行局推薦之銀行，共計 20 家。

### 第一節 評鑑結果與發現

分析本次評鑑結果，可以發現受評機構各有其特色與優點，且普遍都能遵守現有法令及銀行公會相關規範。以下針對全體受評機構落實消費者保護工作之現況及應注意事項，提出說明。

#### 一、消費者保護制度之妥適性

(一) 優點：大抵而言，受評機構各類商品申請書、定型化契約，能審酌參照消費者保護相關法令、主管機關公告之各種範本訂定，並經法務單位審核其適法性。

(二) 缺點：

1. 受評機構消保法規之遵循多未及於「公平交易法」、「公平會對金融機構之規範說明」等規範事項。
2. 銀行教育訓練之重心多置於業務及產品面，對消費者保護觀念及客戶權益告知、維護等宣導較少。

(三) 建議改進事項：

1. 為建構完善落實之遵法及消保規範制度，建議金融機構就商品契約文件適法性之審核，如新金融商品或業務、各類定型化契約或書面文件之新增或修訂、各項業務管理規章或作業流程適法性之疑義等，邀請外部學者專家組成「適法性審查委員會(小組)」，共同參與審查。
2. 金融機構應研訂遵守法令自我檢核表 (checklist)，內容包含各相關消保法令之規範，如「消費者保護法」、「公平交易法」、「公平會對金融機構之規範說明」、「公平會對電話行銷案件之處理原則」、「公平會對於金融機構委外行銷消費性商品貸款業務之

行業警示」、「電腦處理個人資料保護法」、「不實廣告及欺罔或顯失公平行為」等，定期辦理遵守法令自評檢核，且配合規劃完整稽核控管制度，予以落實執行。

3. 金融機構應加強辦理全行行員「消費者保護法」規範之訓練。
4. 金融機構應主動辦理正確理財、合理消費之消費者教育宣導活動，教育消費者正確之消費觀念。

## 二、消費資訊揭露之完整性與正確性

### (一) 優點：

1. 受評機構多已依金融監督管理委員會所發布之「銀行業暨保險業辦理消費者信用交易廣告應揭示總費用範圍及年百分率計算方式標準」，在所有消費者信用交易商品廣告上，以年百分率方式，揭示消費者所有應付總費用。
2. 受評機構於信用卡、現金卡平面及動態媒體廣告已加註警語，例如「借錢不還，再借困難」，並詳細列載循環或授信利率及相關收費標準。
3. 受評機構大體依照主管機關公告之各種定型化契約範本加以修改後適用。
4. 受評機構多依據相關規定辦理客戶個人資料保護，建立各種控制機制，實施保密措施。

### (二) 缺點：

1. 消費者所有應付總費用之字體與其他廣告宣傳文字字體及所佔面積比例相較，仍太小。
2. 廣告警語文字及相關收費標準字體及所佔面積比例仍小，消費者不易注意。
3. 部分機構之定型化契約無合理審閱期間。
4. 加速條款之適用要件及範圍仍過於寬鬆，多有約定債信不足概括事由，且因特殊事由行使加速條款時，未以合理期間通知或催告立約人。
5. 契約中普遍有不利於消費者之不確定條款，如「其他未盡事宜，悉照本行有關規定及一般銀行慣例辦理」或「新舊規定牴

觸時，應依本行新規定辦理」等。

6. 各項消費性貸款多有收取提前清償違約金之規定，惟對於公平會所訂定之「處理原則」及銀行公會擴大適用範圍之規定，多未見諸契約條款。例如，未提供「限制清償期限」與「得隨時清償」供借款人選擇，或雖有前述兩者供勾選，惟限制與得隨時清償之利率為何，未分別填具。
7. 針對從事財富管理業務之受評機構，其商品說明書或契約書普遍過於複雜，增加消費者理解之難度，且對商品說明與風險預告仍未明確，凸顯銀行引進財富管理商品時，就商品選擇、風險告知、客層篩檢等事項，業務層面之考量似乎仍大於消費者保護。

### (三) 建議改進事項：

1. 為使消費者於多元化的消費性貸款商品廣告中，得以迅速比較不同銀行各種信用商品交易成本間之差異，各機構於揭示消費者所有應付總費用時，應更明確，字體適度放大。
2. 廣告醒語文字之語意應更清楚，字體適度放大，且置於更明顯之位置。循環或授信利率及相關收費標準之字體及所佔面積比例亦宜適度放大。
3. 少數機構未訂定廣告或宣傳資料製作及散發公布控管作業程序，應訂定相關審查準則並予落實執行。
4. 為使消費者充分瞭解契約內容及其權利義務，建議金融機構全面檢視定型化契約，排除具爭議性條款，所使用之文字及內容，應力求明確、易懂。
5. 定型化契約應有合理之審閱期間。契約合理審閱期間權利之行使，除消費者之消費意識自覺外，銀行亦應以最大誠意提供客觀合理可行之環境，使消費者於簽約前充分瞭解契約條款內容，並明瞭己身權利義務。
6. 於借款人發生債信不足情形，而有加速債務期限到期等確保債權之必要者，應遵循「公平會對金融機構之規範說明」之內容。事先與借款人議定債信不足之事由：
  - (1) 任何一宗債務不依約清償本金時；
  - (2) 依破產法聲請和解、聲請宣告破產、聲請公司重整、經票據交換所通知拒絕往來、停止營業，清理債務時；

- (3) 依約定原負有提供擔保之義務而不提供時；
- (4) 因死亡而其繼承人聲明為限定繼承或拋棄繼承時；
- (5) 因刑事而受沒收主要財產之宣告時；
- (6) 任何一宗債務不依約付息時；
- (7) 擔保物被查封或擔保物滅失、價值減少或不敷擔保債權時；
- (8) 立約人對金融業者所負債務，其實際資金用途與該業者核定用途不符時；
- (9) 受強制執行或假扣押、假處分或其他保全處分，致金融業者有不能受償之虞者。

依前述第六至九項事由行使加速條款，應事先以合理期間通知或催告立約人。另除前九種行使加速條款之事由外，倘確有保全債權之必要，得個別議定加列他種事由，並宜於契約中以粗字體或不同顏色之醒目方式記載，同時明示發生加速期限到期（經通知或無須通知）之效果。

7. 銀行與借款人間除借貸契約本約及附約各項約定外，如有未盡事宜，應由雙方另行議定，業者不宜要求借款人遵守不確定之概括條款（如要求借款人遵守該銀行或銀行公會現在及將來之一切規章等約定），否則將有違反「公平交易法」第二十四條規定之虞。
8. 依據行政院公平交易委員會於民國 92 年對「金融業者收取房屋貸款提前清償違約金案件之處理原則」，銀行基於經營考量，提供借款人「限制清償期間」之房屋貸款時，應以書面方式向借款人說明利率計算方式及貸款條件，並提供「得隨時清償」之貸款條件供借款人自由選擇。其提供「限制清償期間」貸款利率優惠者，得就該貸款與借款人議定提前清償違約金。提前清償違約金應考量借款人之清償時間、貸款餘額等因素，採遞減之方式計收。簡言之，違約金收取條款之訂定：(1)應以特別約款方式書面明定，載明計收方式。(2)予選擇權。(3)應考量已履行期間、餘額因素，遞減計收。銀行公會於 94 年擴大為適用全部消費性貸款，並明訂於授信準則第九條，要求銀行遵守。
9. 從事財富管理業務之銀行，應站在維護消費者權益之立場，具體確實評估及揭露契約風險。如連動債商品設計內容雖有風險

預告項目，但風險與收益不一定成比例，易產生客訴。因此，除在財富管理定型化契約或商品說明書力求詳實正確，並以淺顯易懂之用語表達，讓消費者充分瞭解契約內容外，理財從業人員須多加提供商品投資之利弊（利潤與風險）分析，供消費者選擇，避免日後發生糾紛。

10. 建議金融機構加強查核個人資料保密措施是否確實執行。

### 三、消費爭議處理機制之有效性

- (一) 優點：多數受評機構對於消費爭議之處理訂有作業要點與流程，並設定消費爭議處理時限，且對爭議案件之產生原因，加以檢討分析。
- (二) 缺點：部分機構對行內爭議案件之處理時效與品質，尤其是針對客戶申訴案件型態、客戶群及執行績效未予統計分析及追蹤考核。
- (三) 建議改進事項：
  1. 為提升消費爭議處理機制之有效性，建議金融機構應由副總經理以上人員督導消費爭議案件之處理。
  2. 金融機構應將經常發生或重大消費爭議案件之原因及改善措施，列為員工訓練教材。
  3. 有關申訴案件之處理時效、結案比例及案件類型，金融機構應正確統計分析，並將消費者對申訴案件處理結果之接受度及滿意度，列為工作考核重點事項。
  4. 金融機構應加強抽查及考核委外業務機構，並定期評鑑。

### 四、消費者保護措施執行成效

- (一) 優點：部分受評機構自發性採行消費者保護措施，並辦理客戶滿意度調查。
- (二) 缺點：
  1. 多數受評機構僅依主管機關發佈之法規，採行相關消費者保護措施，過於被動消極，未能主動思考並研擬方案加以落實。
  2. 部分機構所提供之相關客訴案例均因客戶誤解或自身過失所

致。

### (三) 建議改進事項：

1. 金融機構應主動研擬並採行各項消費者保護措施。
2. 建議金融機構每年辦理客戶滿意度調查，傾聽消費者聲音，瞭解其對商品與服務之評價，並針對其提出之建議與需求，採行改正與預防措施。
3. 金融機構應加強行員訓練，使其認識及發現詐騙行為，主動協助消費者預防損害之發生或擴大。
4. 有關信用卡、現金卡之核發，金融機構應確實徵信，嚴格審核。
5. 日後金融機構若參與相關消保評鑑，應主動提供因作業疏失所導致之爭議案件，更能據以評鑑其消保措施執行成效。

經由蒐集分析本次評鑑結果與發現，可供個別受評機構及全體金融機構改善其目前消費者保護工作之參考。銀行在追求各項業務成長之際，應遵守高道德標準，就消費者保護議題投注更多心力，並將消費者保護之精神融入日常作業活動。在商品契約設計上，應更貼近消費者、多傾聽消費者意見，並站在消費者立場思考問題點，設計出更易於瞭解之商品契約。唯有銀行與消費者間對交易內容及服務過程都滿意，才能共創消費者與金融業者的雙贏，將消費爭議之發生率減至最低。

## 第二節 各受評機構優缺點分析及建議改進事項

以下針對參與本次評鑑之 20 家受評機構，以匿名、表列方式說明消費者保護工作執行之優、缺點及建議改進事項，供全體金融機構改善消費者保護制度之參考。

銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 A

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循程度	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者保護制度審酌參照消費者保護法令辦理。</li> <li>定型化契約之審核依內部程序落實。契約文件經行銷部門或信託投資分處依法令規定草擬，再經相關部門覆審，法務部門最後審核確定。</li> <li>財富管理人員須取得相關證照方可執業。該行尚規定須具備兩年以上相關工作經驗、大專以上學歷，且無前科及信用不良紀錄等條件。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>增加「公平交易法」及「公平會對金融業之規範說明」之訓練課程。</li> <li>研擬消保相關法規自我檢查表(checklist)。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>新進行員有 5~10 天之職前訓練。財富管理人員每年至少 24 小時且兩</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品審核制度及稽核制度完備。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>增加消費者保護法令規範之訓練。</li> </ul>

	<p>年內不得重複之課程。業務主管除自訓外，尚委請專業機關代訓。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.94%人員已取得證照。</li> </ul>			
<p>第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性</p>				
<p>一、行銷廣告</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有「電視廣告製作流程」及「平面廣告及DM製作流程」。</li> <li>廣告內容未發現有虛偽不實之宣導或誤解。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各項產品說明書對商品特性、所涉風險及相關費用之揭露明確。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有「電視廣告製作流程」及「平面廣告及DM製作流程」。</li> <li>廣告內容未發現有虛偽不實之宣導或誤解。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>廣告醒語文字之語意應明確，字體適度放大，位置更明顯。</li> <li>訂定廣告及宣傳資料相關控管作業程序。</li> </ul>
<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費性房屋抵押借款約定書保證條款有特別標示提醒。</li> <li>違約金採遞減計收原則。</li> <li>理財總約定書合理審閱期間為14天、房貸合約5天、信用卡申請書7天，其間未提反對者視為生效。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各項產品說明書對商品特性、所涉風險及相關費用之揭露明確。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「個人信用貸款約定書」及「消費性房屋抵押借款約定書」中，訂有「加速條款內約定債信不足概括事由」。</li> <li>個人信用貸款及消費性借款約定書中，訂有「不確定事由」之加速條款。</li> <li>消費性房屋抵押借款約定書雖有「限制清償期限」和「得隨時清償」借款利率供勾選及立約人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>總約定書宜有簽名確認之處。</li> <li>請再檢視、改善加速條款內容。</li> <li>遵循「行政院公平交易委員會對於金融業經營行為之規範」，進一步修正「概括條款」約定，保障消費者權益。</li> <li>預借現金密碼以消費者明確要求時方給予為宜。</li> </ul>



			簽名確認處，惟限制與得隨時清償之利率如何，未分別填具，消費者恐無從比較選擇。	
三、個人資料保護	<ul style="list-style-type: none"> <li>依據內部作業指導手冊落實消保政策。</li> <li>客戶資料均透過影像傳輸系統傳送，所有作業人員個人密碼均輸入系統中予以控管。使用資料時須經申請，核准後方可進入系統使用。</li> <li>信用卡申請書，委外契約及業務員切結書，均須聲明簽章。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>個人資料保護措施堪稱完善，惟關於個人資料保護機制及保密措施之有效性仍應經常測試，並查核是否確實執行。</li> </ul>
第三部分：消費爭議處理機制之有效性				
一、消費爭議處理流程	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有「個金處理客戶抱怨管理流程圖」。</li> <li>原則上無法即時回覆者，24小時內與申訴者聯繫，告知有專人處理，並於一週內回覆。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>針對委外行銷、委外催收及其他委外事項之作業流程、客戶權益保障及糾紛處理程序應訂定相關規範。</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 設專職部門定期針對申訴案件加以統計分析，作成報告，提供相關部門作個案檢討及改善之依據。例如客戶抱怨處理週報。</li> </ul>	
二、消費爭議處理時效與品質		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 採行銷售現場勘查、品質評量、神秘訪客調查等措施，有助於提高消費爭議處理品質。</li> <li>• 設計「客戶意見表」，置於營業大廳供消費者使用，有助於提高整體服務品質。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定申訴處理作業標準：5 天內完成 90%。</li> <li>• 95 年 3 月信用卡業務平均 3 個工作天完成 91%，銀行業務則為 96%。</li> <li>• 如作業瑕疵，5 個工作天內改善並予追蹤。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 因消費金融業務所佔比重高，爭議案件較多，宜力求降低，並進一步強化消費爭議之處理。</li> </ul>
第四部分：消費者保護措施執行成效		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 積極參與消費金融債務協商機制，成功過件率達 90%，收款率據稱達 87%，成效甚佳。</li> <li>• 制度規範完善，追求各項業務成長之際，不忘遵守法令，重視服務品質。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 95 年 2 月起主動免費提供網路銀行客戶加密服務，讓客戶在網路交易安全上更有保障。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 每年進行客戶滿意度調查。</li> <li>• 引進國外消費者各項保護措施，供國內參照。</li> </ul>

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 B

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
<p>第一部分：消費者保護制度之妥適性</p> <p>一、消費法規遵循度</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各項契約書依據相關法令規定辦理，並經法務部門審閱後，才印製。</li> <li>• 該行財富管理人員必須大專以上畢業且持有合格證照，另須繳交「良民證」，證明無任何刑事紀錄。</li> <li>• 訂有遵守法令自評檢核表。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>• 加強商品契約文件之適法性審核機制。</li> <li>• 遵守法令自評檢核表應增加「公平會對金融機構之規範說明」相關規定。</li> <li>• 徵提良民證似應限於信用有關之犯罪行為(詐欺、偽造文書、侵佔等罪行)。</li> </ul>
<p>二、消保制度規劃</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 現金卡新進人員受訓 13.5 小時。</li> <li>• 在內控相關課程中，對客戶資料使用及保密加強宣導。每半年抽樣進行一次筆試。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 未有消費者保護法令規範之訓練。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 增加消費者保護法令規範之訓練。</li> <li>• 訂定教育訓練辦法，考量委託外訓機構辦理教育訓練。</li> </ul>

第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性			
<p>一、行銷廣告</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 商品廣告詳列最高利率及所有費用項目，充分揭露消費者應負擔部分。</li> <li>• 廣告內容尚無誤導消費者不正確理財或炫耀行為。</li> <li>• 廣告或宣傳資料均經法務部門審核後才印製使用。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 廣告文宣品之製作散發過程有明確規範，尚稱周延。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 廣告醒語文字之語意應更明確，字體適度放大，位置更明顯。</li> </ul>
<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 交易確認書清楚詳實，往來交易總約定書提供客戶一份並親自簽收。</li> <li>• 若增加手續費及提高利率於 60 天前以書面告知。</li> <li>• 理財商品均附有商品說明書、商品風險及客戶適合性分級說明，據此再推薦適合客戶之商品。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 往來交易總約定書內容包括存款、信託及其他商品，在審閱期間內不易閱讀完畢，雖方便但易發生糾紛。</li> <li>• 相關定型化契約宜有「審閱期間」之約定，以保護消費者，並不以「確依消保法§11 之 1 給予合理期間」等方式為之。</li> <li>• 定型化契約之概括條款</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 請再檢視、改善加速條款內容。</li> <li>• 現金卡之概括條款應予改正。</li> <li>• 財富管理業務應明確揭露契約風險。</li> </ul>		

<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂定「客戶資料管理準則」，對員工簽署保密約定書、資料管理規範等</li> </ul>		<p>仍多。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>契約宜交消費者，俾利其瞭解契約內容。</li> <li>於不動產擔保借款合同、現金卡加速條款（第12條）內約定債信不足概括事由。</li> <li>現金卡「喪失期限利益加速條款」增加事由未以「個別商議」及「粗黑字體」為之，有違公平會及主管機關對加速條款之規範。</li> <li>不動產擔保借款合同有違約金條款，惟未提供「得隨時清償」與「限制清償期間」供勾選，且未分別填具不同利率（雖於特別約定事項有勾選，仍不夠清楚）。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確</li> </ul>
-----------------	---	--	---	--	---

	<p>列入查核項目。總行稽核單位不定期查核。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 客戶資料非經授權不得查閱。</li> <li>• 系統使用設有權限控管，使用者進入系統皆留有 LOG 備查。</li> <li>• 委外廠商之員工，須發保密約定書，且其資料不得外用。</li> </ul>			實執行。
<p>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</p>				
<p>一、消費爭議處理流程</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂有「客戶抱怨案件處理過程」，客戶可透過各種申訴管道，規定三天內結案並回報總行，特殊因素五天結案。重大案件須呈報高階主管。</li> <li>• 申訴案件須詳登於「客戶抱怨申訴表」建檔備查。</li> <li>• 總行設各商品窗口制，分層負責，定期追蹤案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 建立完善之客戶申訴系統，掌握消費爭議處理時效與品質。</li> </ul>		

	<p>件進度，檢討改進，彙集月報高層長官。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>訂有「信用卡客戶抱怨案件處理流程」。</li> </ul>		
<p>二、消費爭議處理時效與品質</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>客訴依商品區分為分行業務、貸款業務（房/信貸）、現金卡業務、信用卡業務及其他共五類，按月統計分析並提供案例分享。</li> <li>依其統計（94/11~95/4）：三日內結案佔99%，二件超過三日佔1%，具時效性。</li> <li>同一案件再提起申訴之比例甚低，以94/11~95/4為例，除貸款案件為4.8%外，其餘皆在2.1%以下。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>申訴案件分類清楚，予統計分析並檢討。</li> <li>每週定期案例研討，加強員工客訴處理技巧。案例中提出「引起客訴原因、聽後感想及第一線人員應如何處理」，在會中討論獲得共識。</li> </ul>	
<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>平時即注意信用卡每筆消費金額之追蹤（兩千元以上立即發出消費簡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>專案小組人員積極參與債務協商，並獲充分授權。債務協商成功率（通過）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>有熱誠修正不當作為，未來應避免類似情況發生。</li> </ul>

	<p>訊確認) 及申請現金卡之償債能力，故申請債務協商之筆數較低，且多順利完成協商。</p>	<p>達 95%，繳款率亦達 82%。尤其針對特別境遇家庭客戶予以減息，照顧弱勢族群，令人印象深刻。</p>		
--	--	--	--	--



## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行C

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
<p>第一部分：消費者保護制度之妥適性</p>				
一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各類商品申請書、定型化契約條款，大體審酌參照消費者保護相關法令、主管機關公告之各種範本訂立。</li> <li>• 設有適法性審核機制。</li> <li>• 實施遵法自評。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 法務部門人才齊備，有規模效益。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 重視行員訓練，於各項教育訓練中，安排有消費者保護法令規範之訓練。</li> <li>• 不定期彙整相關法令及違法案例發送全行各單位參考。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 有關消費者保護法令規範之訓練，宜增加時數。</li> <li>• 在行銷費用充裕下，加強辦理消費者教育宣導活動。</li> </ul>
<p>第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性</p>				
一、行銷廣告	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 行銷廣告有加註醒語文字。</li> <li>• 對廣告或宣傳資料製作</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 有關總費用之年百分率之表示或揭露，仍未明確。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 廣告醒語文字之語意應明確，字體適度放大，位置更明顯。</li> </ul>

<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>	<p>及散發布，訂有控管作業程序。</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 有關總費用之年百分率之表示或揭露，應更具體明確。</li> <li>• 行銷警語著重於提醒消費者「還款」之重要性，然而借款前，提醒消費者審慎評估自身償債能力才是重點。</li> </ul>
<p>• 各類商品之定型化契約條款，大體依主管機關公告之各種定型化契約範本加以修改後採用。</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 開戶總約定書、支票存款約定條款等訂有不確定條款。</li> <li>• 加速條款之適用要件及範圍，太過寬鬆。</li> <li>• 财富管理業務商品說明與風險預告未臻明確。</li> <li>• 連動債商品設計內容雖有風險預告項目，但風險與收益不一定成比例，易導致客訴，理財從業人員必須確實告知。</li> <li>• 财富管理商品之引進，對商品選擇、風險告</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 力求定型化契約文字及內容明確、易懂。</li> <li>• 各類免責條款太廣泛，且不合理，應予改正。</li> <li>• 連動債契約約定條款部分不甚合理，宜再斟酌。</li> <li>• 原代銷商品之英文契約或說明書較中文詳實切題。中文說明書宜改善商品名稱與英文不符之處。</li> <li>• 财富管理業務應明確揭露契約風險，維護消費者權益。</li> <li>• 理財從業人員應多加提供商品投資之利弊（利潤與</li> </ul>

			<p>知、客層篩檢等事項，市場考量似乎大於消費者保護。</p>	<p>風險)分析，供客戶選擇，避免日後糾紛。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>雖有不建議高齡消費者購買理財商品，惟產品常為10年以上之契約，75歲仍偏高，建議可調降年齡。</li> </ul>
<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人資料保護依相關規定辦理，並建立各種控制機制，實施保密措施。</li> <li>客戶資訊使用權益有主動告知勾選。</li> <li>測試個人資料保護機制及保密措施之有效性。</li> <li>對於消費者隱私保護建議確有檢討回應(見申訴表)。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>加強查核個人資料保密措施是否確實執行。</li> </ul>
<p>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</p>				
<p>一、消費爭議處理流程</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有明確之消費爭議處理作業要點。</li> <li>檢討分析消費爭議產生原因，提出改善方案。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>消費爭議案件處理，由副總經理以上人員督導。</li> <li>消費爭議案例應列為內部宣導重點，而非僅限於受金管會罰處之事例。</li> </ul>

<p>二、消費爭議處理時效與品質</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>將消費申訴案件予以分類。</li> <li>統計分析申訴處理時效。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>於申訴案件中適時發現問題，立即採取必要措施，預防類似問題再發生。</li> <li>設有獨立「品質管理中心」，蒐集客戶聲音，改善服務品質。</li> <li>辦理客戶滿意度調查。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加強抽查及考核委外業務受託機構是否遵守相關規定，並加以評鑑。</li> </ul>
<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新思維分行以消費者為導向。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>制度完整、產品新穎，就消費議題願意投注成本檢視及關切，以創造優質之消費者保護環境。</li> <li>在消費金融債務協商機制建立過程中，貢獻良多。</li> <li>為避免消費者被詐騙進行轉帳或匯款，主動細心詢問及確認。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>因消金業務量大，客訴多，應確實檢討客訴案件，交付各行銷企劃窗口吸納意見。</li> <li>將消費者對申訴案件處理結果之接受度及滿意度，列為考核重點。</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>許多的消費者保護措施，均為因應主管機關之要求始採行，過於被動消極。建議主動辦理各項消費者保護措施。</li> </ul>

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 D

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各項約據及定型化契約之訂立審酌相關法令並經法令遵循主管審核。</li> <li>• 訂有遵守法令自評檢核表。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>• 遵守法令自評檢核表宜增加公平法、消保法等相關法規。</li> <li>• 雖訂有「同仁證照管理辦法」及「理財業務人員管理辦法」，明確要求同仁取得證照，惟如何讓消費者得知，可安心接受服務，才是重點。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定「消費者保護辦法」。</li> <li>• 員工基礎訓練課程包括公平會對金融業經營行為之規範。</li> <li>• 明確要求從業人員須通</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費者保護相關教育訓練時數不足。近期擬舉辦之相關訓練，僅以理財業務人員為對象，廣度不足。</li> <li>• 未積極辦理消費者教育</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 員工訓練應有更周延之規劃，例如新進人員訓練可從政府法規(如民、刑事法)、銀行公會自律規範等至內部規定，並可針對各部門同仁需求設計課程。</li> </ul>

	<p>過證照測驗並取得資格證書，另規定應取得內外部必備之進階及專業證照（信託持照85.95%；人身保險95.04%；投資型保險57.85%）。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>訂有理財人員自律條款、工作規則、資料保密管理準則。</li> </ul>		活動。	<ul style="list-style-type: none"> <li>加強辦理正確理財、合理消費之消費者教育宣導活動。</li> </ul>
<p>第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性</p>				
<p>一、行銷廣告</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>信用卡廣告加註「謹慎理財，信用至上」醒語，現金卡申請書加註「以養債，終身受害」醒語。</li> <li>訂有「廣告需求作業流程」，嚴禁員工對外私自架設網站及發送文宣品，不定期查核。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>股權連動債商品，「多空獲利：不論產品漲跌，皆有獲利可能」等語句之不妥性，應再考量。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行銷廣告醒語及涉及消費者權益文字，語意應明確，字體適度放大，位置更明顯。</li> </ul>
<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定型化契約之訂定遵循相關法規。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>部分定型化契約中仍有不符消保法所規定「審閱</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全面檢視並改善定型化契約內容。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 客戶權益明示於信用卡權益手冊。</li> <li>• 信用卡持卡人收到核發卡片 7 日內、房屋貸款申請人提供至少 5 日之契約審閱期間。</li> </ul>		<p>期間」規範，例如「存款帳戶及信託帳戶相關業務往來申請書」僅於條款中載述「茲確認已於合理期間審閱並收執存款帳戶及信託帳戶往來約定書無誤。」惟所謂「合理」究竟給予幾日之審閱期間不詳。另貸款暨動產抵押契約書似無審閱期間。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 「信用卡申請說明」背面「請您簽上大名並同意下述聲明」中因多數涉及消費者權益，例如其中有「本人得隨時以電話或書面通知貴公司停止就本人相關客戶資料內容，於進行共同行銷活動，交互運用或揭露」、「同意或不同意將本人之基本資料帳務、信用、投資及保險等其他資料提供貴公司之控股母公</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費者定型化契約應訂有合理之審閱期間。</li> <li>• 金融商品書應予中文化，全文轉譯。</li> <li>• 涉及消費者權益文字，字體應放大。</li> </ul>
--	--	--	---	---

			<p>司，同屬之其他子公司或其他之關係企業，以作為宣傳，共同行銷或提供服務之用，並得交互運用。」惟文字過小，消費者無法瞭解。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 貸款契約書加速條款有「概括條款」，另未訂有「合理期間」通知或催告。</li> <li>• 貸款暨動產抵押契約書加速條款加入保證人未履行事項恐有爭議。</li> <li>• 房貸契約書未提供「得隨時清償」與「限制清償期間」之勾選條款。</li> <li>• 貸款總約定書無貸款人簽名確認之處。</li> <li>• 保證人在貸款契約書上負責之條款多，應考量其妥適性。</li> <li>• 「房屋貸款約定書」中未見借款人、保證人等可以</li> </ul>
--	--	--	---



			<p>取得約定書。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 借款人與銀行間之地位不對等，在「房屋貸款約定書」中，要求借款人或保證人選擇是否同意將本人基本資料及帳務、信用、投資及保險等其他資料提供予貴行所屬控股股之母公司、同屬之其他子公司或關係企業，以作為宣傳、共同行銷，並得交互運用，多數借款人因迫於借款需求，或因倉促下未注意而簽約，因而該條設計似有再斟酌之空間。</li> <li>• 「房屋貸款約定書」中僅言明指數型房貸利率公布網站及營業場所，而未能個別告知利率變更，與定型化契約應記載事項規定之精神，似有不符，對一般不上網消費者恐不利。</li> </ul>	
--	--	--	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 其他附屬契約相關限制條款之妥適性應予評估:(1)白金卡會員專屬優惠其中注意事項第 7 點:「本接送服務一律採用傳真預約方式訂車,『請於預計出發前 48 小時,以傳真預約單傳真至派車中心』,並於『24 小時前來電確認』,如未完成,則未完成確認,則無法享有本優惠專屬優惠價。」一般消費者恐不知尚需在 24 小時前來電確認。(2)依據業者所提供資料,白金卡會員專屬優惠免費道路救援服務,皆在登錄後三個營業日零時起生效。接受變更日起第三個營業日零時生效。消費者恐未注意三個營業日規定,而臨時發生事故根本無法使用。(3)依據業</li> </ul>	
--	--	--	--

			<p>者所提供資料，白金卡會員專屬優惠「被保險人之範圍」：係指持有銀行所核發之正、附信用卡本人、其配偶及其扶養之未滿 25 歲未婚子女。</p>	
<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有「客戶資料保護管理規則」；「客戶資料使用道德規範準則」等內規。</li> <li>委外作業涉及客戶資訊者之處理措施，於契約簽訂時訂定告知客戶之條款。</li> <li>與受委託廠商及其員工簽署保密或安全維護等契約或協定。</li> <li>遵行金管會函令，目前該行房、車、信貸及信用卡，已無委外行銷。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>金控內客戶資料交互運用不易防止，且其運用內容可包括基本資料及交易資料，易洩露消費者個人資料。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「消費者保護辦法」第 6 條規定，對於個人資料之利用應以原則上不提供，而在消費者主動請求下，方例外提供之原則，避免垃圾廣告過多，造成消費者困擾，另可將申訴處理等納入本辦法。</li> <li>關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確實執行。</li> </ul>
<p>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</p>				
<p>一、消費爭議處理流</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂定「客戶抱怨處理作</li> </ul>			

程	<p>業準則」、「客訴處理流程圖」及考核辦法。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>根據「客戶抱怨處理作業準則」，列入：(1)主管機關交辦之客訴案件均派專人處理。(2)除電子郵件回覆外，增列電話回覆。(3)各內部單位成立聯絡人員，提高客訴處理速度。(4)要求客訴單位每日回覆最新處理情況。</li> <li>自 95 年 3 月起，全面停止委外行銷。</li> <li>以書面通知消費者辦理委外催收，並與委外催收業者簽訂「委外催收款項契約書」，要求委外催收業者之員工簽定承諾書等。</li> </ul>		
二、消費爭議處理時效與品質	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費申訴處理時限為 2 個工作日，符合消保法第 43 條第 2 項 15 日妥</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>申訴案件數似有增加趨勢(94 年全年 275 件，95 年截至 3 月已有 153</li> </ul>

	<p>適處理之規定。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費申訴分析詳盡。95年截至3月末結案比例(3.27%)似較94年(14.54%)有降低趨勢。</li> <li>• 申訴結案後，對同一案件再提起申訴之比例不高。</li> <li>• 設置24小時留言系統。</li> </ul>			<p>件)，應予檢討並查察發生原因。</p>
<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 誠懇說明各項缺失，有改善意願。</li> <li>• 95年4月間於台北、台中及高雄三地辦理4場債務協商說明會。</li> <li>• 接獲拾得人通知後，主動將客戶信用卡設置控管。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 加強消費者保護，深化消費者教育宣導工作。</li> <li>• 對消保法令之貫徹應全行適用。</li> </ul>

銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行E

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有遵守法令主管制度實施要點。</li> <li>辦理「現金卡」、「信用貸款業務」、「房屋貸款業務」依主管機關消費者保護相關規範及「消費者保護法」、「公平交易法」等，訂定商品申請書及借貸契約，並經該行法務單位審閱。</li> <li>銷售金融商品之從業人員資格，依據「銀行對非財富管理部門客戶銷售金融商品應注意事項」規定辦理。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>研擬遵守法令(含消費者法、公平交易法)自我檢核表。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂定「消費者保護方針」。</li> <li>訂定「消費金融相關人</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>未有消費者保護法令規範之訓練。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加強從業人員專業證照之取得，如消費性貸款商品及信用卡從業人員。</li> </ul>

	<p>員教育訓練及證照考核實施計畫」。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 設置「債務協商科」，編制 35 名人員，專責處理債務協商事宜。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 加強辦理正確理財、合理消費之消費者教育宣導活動。</li> </ul>
<p>第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性</p>				
<p>一、行銷廣告</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 推廣現金卡、信貸、車貸、房貸業務，其廣告宣傳品設計按主管機關頒訂之「金融機構辦理現金卡業務應注意事項」及「銀行業暨保險業辦理消費者信用交易廣告應揭示總費用範圍及年百分率計算方式標準」辦理。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費信用交易商品廣告（如報紙、雜誌廣告、海報等）雖已採欄位模式，以年百分率揭示消費者所有應付總費用，惟該字體與其他廣告宣傳文字字體及所佔面積比例相較仍太小，消費者不易注意。</li> <li>• 對於廣告內容之真實性及妥適性，未訂定相關審查準則。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 行銷廣告醒語及涉及消費者權益文字，語意應明確，字體放大，位置更明顯。</li> <li>• 訂定廣告審查準則。</li> </ul>
<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各項契約多配合相關規定修正。</li> <li>• 未承作「分期付款」與銀行「分期付款」二種</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 房屋貸款約定書未提供「得隨時清償」與「限制清償期間」供借款人選擇。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費者貸款定型化契約條款部分未符合主管機關規範，建議全面修正。</li> <li>• 修正現金卡定型化契</li> </ul>

	業務之連結行銷。		<ul style="list-style-type: none"> <li>放款借據暨約定書第一條加速條款有概括條款。</li> <li>現金卡領用暨申請總約定書第23條訂定不確定條款，欠妥。</li> <li>「貸款暨動產抵押契約書」約定條款七、(提前還款違約金)「甲方承諾絕不於到期日前提前償還本金，如於借款到期日提前償還全部或部分本金時，應依提前償還本金之百分之十向乙方計付違約金。」未以特別條款方式約定，且未按「提供消費者選擇權」及「違約金遞減」等二項原則，予以計收。</li> <li>「放款借據(消費者貸款專用)」第9條與第10條第二款(抵銷條款)未遵循「銀行定型化契</li> </ul>	<p>約，維護消費者權益。</p> <p>檢視、改善加速條款內容。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>現金卡申請總約定書第22、23條似有關「善良管理人之責」及「未盡事宜，會員同意依本行相關規定辦理」應檢討改進。</li> <li>應遵循「銀行定型化契約之研究-授信及催收有關契約」(喪失期限利益之加速條款)與行政院公平交易委員會對於有關銀行借貸契約七項約款之方向修正。</li> <li>應遵循信用卡定型化契約範本第21條(信用卡使用之限制)之約定：(註：除本條第一項及第二項之事由外，發卡機構視持卡人信用狀況及確保債權必要，得與持卡人以個別商議方式加列他</li> </ul>
--	----------	--	--	--



			<p>約之研究-授信及催收有關契約」(二四抵銷條款)之「建議修正方向」:如「立約人於違約情事發生,並經貴行依約主張視為全部到期之權利時,貴行有權將立約人寄存貴行之各種存款(支票存款除外)及對貴行之一切債權期前清償,並將期前清償之款項抵銷立約人對貴行所負之一切債務。」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 「小額信用貸款契約暨約定書」約定條款十(喪失期限利益之加速條款)加列他種事由(如5、6、7、8、10、13款)、「信用貸款契約暨約定書」加列他種事由(如5、6、7、12款)、「放款借據暨約定書」之約定書第一條第二項(6、7、</li> </ul>	<p>種事由,該議定事項應於契約中以粗體或不同顏色之醒目方式記載之,並明示經通知或無須通知之不利後果)。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 應遵循「中華民國銀行商業同業公會全國聯合會信用卡業務委員會所屬機構辦理信用卡業務自律公約」第壹章第三節第7條:「發卡機構訂定信用卡定型化契約條款之內容,其對於消費者權益保障之程度,不得低於主管機關發布信用卡定型化契約範本條款之標準。」</li> </ul>
--	--	--	--	--

	<p>8 款) 及「借據」(公教人員消費性貸款專用) 約定書三、加列他種事由(如第二項)均未依照「銀行定型化契約之研究-授信及催收有關契約」(喪失期限利益之加速條款)與公平交易委員會 84.5.24 第 189 次委員會議就「加速條款」補充決議應以「個別議定」方式，該議定事項並應於契約中以粗字體或不同顏色之醒目方式記載之。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 信用卡約定條款第 21 條 (信用卡使用之限制) 第一項增訂第七款「持卡人不得為非法取得現金之目的轉售商店或以退貨取消服務之手段取得現金」與第八款「持卡人同意每一次簽帳消</li> </ul>			
--	--	--	--	--

	<p>費時，本行將檢視持卡人有關消費及信用紀錄，本行基於風險，安全或其他考量得拒絕授權交易；且因該項導致持卡人或其他第三者受損失或損害時，本行不負任何責任。」之約定，乃加列他種事由，惟未與持卡人以個別商議方式商議，亦未以粗體或不同顏色之醒目方式記載之；與信用卡定型化契約範本第21條（信用卡使用之限制）之約定：（註：除本條第一項及第二項之事由外，發卡機構視持卡人信用狀況及確保債權必要，得與持卡人以個別商議方式加列他種事由，該議定事項應於契約中以粗體或不同顏色之醒目方</p>
--	--

	式記載之，並明示經通知或無須通知之不利後果) 不符。		<ul style="list-style-type: none"> <li>關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確實執行。</li> </ul>
三、個人資料保護	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有「客戶資料保密作業控制管理自行查核表」。</li> <li>定期檢視行員之電腦權限是否符合業務需要，若因職務調動亦一一調整權限。</li> <li>以電腦系統事後勾稽比對方式，檢核人員查詢聯徵紀錄是否事先取得當事人書面同意，或與當事人有契約或類似契約關係，以符合規定。</li> </ul>		
第三部分：消費爭議處理機制之有效性			
一、消費爭議處理流程	<ul style="list-style-type: none"> <li>嚴格控管委外催收廠商。</li> <li>對承購不良債權之廠商採取與委外催收廠商相同標準。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>消費爭議案件處理，由副總經理以上人員督導。</li> </ul>

<p>二、消費爭議處理時效與品質</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 統計分析客訴案件，並加以追蹤。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 加強消費爭議案件之檢討分析，並提出改善措施，列為員工宣導及考核重點。</li> <li>• 辦理客戶滿意度調查。</li> </ul>
<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 定期舉辦新進人員教育訓練，提升行員素質，定期與不定期進行內部考核，以降低因作業品質不良之客訴比例。</li> <li>• 針對特殊境遇之消費貸款客戶，視客戶個別情況給予降息和減免違約金，以協助度過難關，惟未進一步提供執行績效。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 負責債務協商人員均能全力以赴。債務協商通過比率達95%。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主動對消費者釋出善意，才是優質消費作為。</li> <li>• 對偶發的重大消費爭議事件，曾試圖解決。惟未即時處理，遭媒體負面報導，影響形象。應注意媒體反應，適時提供正確資訊。</li> </ul>

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 契約條款經債權管理（或法律事務）部門之適法性審查並送法令遵行主管（總行總稽核）核准後頒行。</li> <li>• 銷售财富管理商品之業務人員依主管機關規定，取得執業必須具備之合格證照。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 適法性自我檢核表 (checklist)過於粗略。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會 (小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>• 修正適法性自我檢核表 (checklist)，規劃更完善之法令遵循制度。</li> <li>• 針對公平會等相關消保規範、各部門權責範圍所涉事項，宜分項查核，並應有執行業務人員簽名確認之處。</li> <li>• 總稽核之最後核准權，應權責相符，嚴格執行，以免流於形式。</li> <li>• 由專責部門負責各類消費性貸款、信用卡、理財業務法令遵循之控管追蹤，應有助於發揮法令遵</li> </ul>

二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>對新進人員與辦理消金業務人員各有14小時及7小時以上與消費者保護有關之訓練時數。中級主管另有13小時之客戶關係經營教育。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>落實顧客服務教育訓練，績效良好。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>未有消費者保護法令規範之訓練。</li> <li>新進行員訓練班有消金業務常見的法律問題，惟未見於中級幹部訓練班課程。</li> </ul>	<p>循主管制度之功能。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>增加消費者保護法令規範之訓練，分從制度面（制度規劃、契約條款、法令背景）及執行面（契約簽訂過程、履約過程、確保債權過程），對在職人員實施完善訓練，並對糾紛案例做重點宣導。</li> </ul>
第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性				
一、行銷廣告	<ul style="list-style-type: none"> <li>廣告文宣以品牌形象為主，已明確註明警語、利率費用等事項。</li> <li>廣告內容無誤導消費者不正確價值及理財觀念。</li> <li>由金控設置「行銷小組」，高層領導人擔任召集人，控管行銷策略。各項行銷製作物有既定作業流程，依單位分層負責程序執行。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>行銷廣告醒語及涉及消費者權益文字，語意應明確，字體適度放大，位置更明顯。</li> </ul>

<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有「金融商品說明檢核表」。</li> <li>房屋借款約定書有關利率、借款期間、金額、償付方式等均有明確記載。</li> <li>小額信貸適用之約定書，訂有3日之合理審閱期間。</li> <li>消費性貸款契約內容變更時，多以重新簽約方式辦理，信用卡、現金卡須於60日以上以書面通知，網站公告方式為之。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>部分定型化契約條款，有不合理之約款，且加速條款未設合理期間。</li> <li>辦理特定金錢信託契約總契約書第9條贖回相關費用不夠明確，消費者應負擔那些費用？費用多少？第16條約定「本約定書未盡事宜，悉依...國內外金融慣例...辦理。」，欠妥。</li> <li>授信約定書（個別議訂條款）無「事先」通知或催告，即可行使加速條款。房屋借款契約書第15條加速條款約定無「事先」與「合理期間」。信用卡約定條款無合理期間即加速到期。</li> <li>定型化契約中保證人加速條款宜改進。例如於個別商議條款中約定：「保證人」有不能完全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>檢視、改善定型化契約內容。</li> <li>修正加速條款。</li> <li>小額信貸約定書訂有風險管理費及手續費合計費用，建議分列。</li> <li>財富管理業務應明確揭露契約風險。</li> <li>具爭議性質之條款應審慎研議或修正，杜絕日後糾紛。</li> <li>公平會92年對於金融業者收取房屋貸款提前清償違約金案件之處理原則—(1)以特別約款方式書面明定，載明計收方式；(2)予選擇權；(3)應考量已履行期間、餘額因素，遞減計收。銀行公會94年擴大為適用全部消費性貸款，並明訂於授信準則§9 供銀行同業遵守，此項消費資訊應儘速</li> </ul>
-------------------------	--	--	--	---



			<p>受償，即經通知、催告行使加速條款；「保證人」因犯罪嫌疑被收押或被訴者，即不待通知、催告，行使加速條款。如此約定過度擴張確保債權之權利，似欠妥。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 相關契約對保證人責任負擔太重。</li> <li>• 各類相關條款，部分仍有爭議事項，或未依定型化契約範本所定內容為之，如：(1)小額信貸適用之約定書：§9「預定抵銷權之意思表示，自登帳扣抵時即生抵銷效力」違反公平會「個人購車及購屋貸款定型化契約不得記載事項」第6點(2)信用卡約款§7與§22，第四款就信用卡年費之退費規定，似有</li> </ul>	揭露並落實。
--	--	--	--	--------

			<p>相反之規定。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 信用卡紅利兌換使用說明八，「持卡人與本活動之服務廠商就所提供之商品服務發生爭議時，均應由服務廠商負責，本行將不負擔任何責任」，該條款適法性恐有疑義。</li> <li>• 各項消費性貸款多有收取提前清償違約金之規定，惟對於公平會所定之「處理原則」及銀行公會擴大適用範圍之規定，尚未見諸契約條款。</li> </ul>	
<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂有「洗錢防制查核表」、「風險告知檢核表」。</li> <li>• 隱私權政策公布於銀行網站、各業務表單及申請書條款。</li> <li>• 金控下，個人資料跨業行銷統由金控總部管</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確實執行。</li> </ul>

	<p>業 控，銀行端由個人事 處下金融服務部專人負 責，儲存媒體則由資訊 處負責。資訊處每月安 控檢核表列載異常違規 狀態，個案查核。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 無委外行銷業務，至於 委外催收，依信用卡契 約條款§26，告知並取得 客戶同意。</li> </ul>			
<p>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</p>				
<p>一、消費爭議處理流 程</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂有消費爭議標準處理 流程。</li> <li>• 錄音紀錄至少保存半年 以上，以供稽核或遇爭 議時查證之用。</li> <li>• 對於委外催收及其他委 外作業部分，訂有「作 業委託他人處理作業準 則」及「信用卡委外催 收緊急應變計劃」，對糾 紛之處理及客戶權益保</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費者保護方針僅列原 則缺乏明確授權、控管 與稽核流程，各事業群 處理原則未劃一，僅於 信用卡（爭議款），財富 管理（信託業務）及分 期貸款交易部分，有較 詳盡之規定。</li> <li>• 消費爭議處理標準流程 過於簡略，類似示意 圖，以信用卡為例，亦</li> </ul>	

<p>障，尚足以適用。</p>	<p>• 建有客服人員申訴處理品質、專業度及服務態度等資料，區分申訴處理及品質管理部分，其中客訴案件較具代表性者予以建檔並列入員工宣導重點，以提高客服人員素質。</p> <p>• 信用卡業務依申訴內容及客戶年齡群，有簡略分析。</p>	<p>• 重視消費爭議之處理，值得肯定。</p>	<p>• 信用卡業務以外之申訴，可能因案件數過少，未予列示。</p>	<p>• 將消費者對申訴案件處理結果之接受度及滿意度，列為工作考核重點。</p>
<p>二、消費爭議處理時效與品質</p>	<p>• 製作統計月報及針對個案研討，分析申訴類型及成因，研擬可行之改善方案。惟因爭議案件甚少，此部分功能尚未發揮。</p>	<p>• 將消費者對申訴案件處理結果之接受度及滿意度，列為工作考核重點。</p>	<p>• 進行客戶滿意度調查。</p>	<p>• 進行客戶滿意度調查。</p>
<p>第四部分：消費者保</p>	<p>• 注重客戶服務、禮貌及</p>	<p>• 努力塑造企業形象，值得</p>	<p>• 進行客戶滿意度調查。</p>	<p>• 進行客戶滿意度調查。</p>

<p>護措施執行成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者滿意度。積極參與消費金融債務協商機制，除內部組訓員工，進行電子學習及線上測試方式，並主動透過客戶稽核行員是否有拒絕受理協商之行為。</li> <li>信用卡消費簡訊通知及理財專員對客戶設立投資停損點是較特殊之消費者保護措施。</li> </ul>	<p>肯定。提供之案例顯示銀行容服人員在訓練完備後展現的專業與耐心。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>線上即時監控系統主動協助信用卡客戶防止盜領、借款等事項，值得肯定。</li> <li>投注大量人力參與債務協商制度研商、規劃及宣導，並負責銀行公會「全國債務協商機制巡迴說明會」，積極推動債協機制。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>相關客訴案例均因客戶誤解或自身過失所致，若能增列因銀行作業疏失導致之爭議，更能據以評鑑銀行消保措施執行成效。</li> </ul>
----------------	---	---	--

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 G

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各項消費性金融商品契約多依循金融監督管理委員會或銀行公會相關法規、規範修正。</li> <li>• 除遵循金管會規定，對「理財顧問」訂有證照要求外，針對「一般銷售人員」，包括信用卡、現金卡及消金銷售人員另有規定。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>• 研擬遵守法令自我檢核表 (checklist) (含消保法、公平交易法)。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新進人員有「遵守法令」訓練，授課時間為一小時。</li> <li>• 每半年至少執行自行查核「遵守法令」制度乙次。另藉由不定期線上課程對行員宣導客戶資料保密之重要性。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 未有消費者保護法令規範之訓練。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 增加消費者保護法令規範之訓練。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>94年配合銀行公會巡迴大專院校講授「做個聰明的理財達人」。</li> </ul>		
<p>第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性</p>			
<p>一、行銷廣告</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>廣告文案若與客戶權益相關，由法制處進行審閱，審閱通過後，始可進行後續程序。</li> <li>信用卡及現金卡平面、媒體廣告、申請書中均加註醒語文字，並詳列最高利率及所有費用收取情形。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>消費信用交易商品廣告（如房屋貸款、二胎房貸、汽車貸款及信託貸款）雖已採欄位模式，以年百分率方式，揭示消費者所有應付總費用，惟該項字體與其他廣告宣傳文字字體及所占面積比例相較仍太小。</li> <li>行銷廣告醒語及涉及消費者權益文字，語意應明確，字體適度放大，位置應更明顯。</li> </ul>
<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>於現金卡、小額信貸、房貸、房貸契約書及授信約定書之加速條款內約定債信不足概括事由，且無事先通知或催告。</li> <li>房貸同意書雖有「得隨時清償」與「限制清償</li> <li>檢討並改善加速條款內容。</li> <li>檢討並改善有關概括條款之約定。</li> <li>「車輛動產抵押契約書」約定條款十九及「借款借據暨約定書」之「約定書」約定條款五之約定內容</li> </ul>

		<p>期間」供勾選，惟兩者不同利率，未明確填具。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>汽車貸款在提前清償違約金上，字體及予客戶選擇權部分將在六月份版本條款作修正。加速條款之概括規定仍未具體，將以書面、電話做個別通知補充，不確定狀態恐影響契約穩定性。</li> <li>車輛動產抵押契約書第15條規定，除借款人外，尚有保證人債信不足條款時，即可行使加速條款，對於債權確保有過度擴大之虞。第18條之15金融卡特別約定事項有不確定條款，欠妥。</li> <li>「車輛動產抵押契約書」約定條款七、(提前還款違約金)未按「提</li> </ul>	<p>應遵循「銀行定型化契約之研究-授信及催收有關契約」之「三三三、因票據、借據瑕疵、毀損、喪失所生風險之負擔」之「建議修正方向」修正。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>遵循信用卡定型化契約範本第21條(信用卡使用之限制)之約定:(註:除本條第一項及第二項之事由外,發卡機構視持卡人信用狀況及確保債權必要,得與持卡人以個別商議方式加列他種事由,該議定事項應於契約中以粗體或不同顏色之醒目方式記載之,並明示經通知或無須通知之不利後果)。</li> <li>遵循「中華民國銀行商業同業公會全國聯合會信用卡業務委員會所屬機構辦理信用卡業務自律</li> </ul>	<p>應遵循「銀行定型化契約之研究-授信及催收有關契約」之「三三三、因票據、借據瑕疵、毀損、喪失所生風險之負擔」之「建議修正方向」修正。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>遵循信用卡定型化契約範本第21條(信用卡使用之限制)之約定:(註:除本條第一項及第二項之事由外,發卡機構視持卡人信用狀況及確保債權必要,得與持卡人以個別商議方式加列他種事由,該議定事項應於契約中以粗體或不同顏色之醒目方式記載之,並明示經通知或無須通知之不利後果)。</li> <li>遵循「中華民國銀行商業同業公會全國聯合會信用卡業務委員會所屬機構辦理信用卡業務自律</li> </ul>
--	--	--	--	--



		<p>供消費者選擇權」及「違約金遞減」等二項原則，予以計收。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 「車輛動產抵押契約書」約定條款十九及「借款合同借據暨約定書」之「約定書」約定條款五之約定內容違反「銀行定型化契約之研究-授信及催收有關契約」之「三三、因票據、借據瑕疵、毀損、喪失所生風險之負擔」之「建議修正方向」。</li> <li>• 「車輛動產抵押契約書」約定條款十九關於「時效之完成」，民法第147條後段規定：「……不得預先拋棄時效之利益」，則上開條款預先約定客戶拋棄時效完成之抗辯權，違反法律禁止之規定，應屬無效（民</li> </ul>	<p>7 公約」第壹章第三節第 條：「發卡機構訂定信用 卡定型化契約條款之內 容，其對於消費者權益保 障之程度，不得低於主管 機關發布信用卡定型化 契約範本條款之標準。」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 研議紅利有效期間為二 年之妥適性。應遵循消費保 法第13條規定，將「紅 利積分有效期限」等定型 化契約條款記載於定型 化契約中，並依同法第11 條之一規定與消費者訂 立信用卡定型化契約 前，應有三十日以內之合 理期間，供消費者審閱條 款內容。違反前述規定 者，其條款不構成契約之 內容。又「紅利積分有效 期限」應基於誠實信用原 則回歸民法第126條有關 五年之短期時效期間之</li> </ul>
--	--	---	---

		<p>法第 71 條)。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 信用卡會員約定條款第 23 條 (信用卡使用之限制) 第二項第 10 款「持卡人因於金融機構之總負債金額超過持卡人向貴行告知之年收入，或持卡人負之負債比高於申請當時之負債比；或持卡人於臺灣地區金融機構之借款總金額高於申請當時於臺灣地區金融機構之借款總金額；致貴行有降低對持卡人信用評估之虞者。」之約定，乃加列他種事由，惟未與持卡人以個別商議方式商議，亦未以粗體或不同顏色之醒目方式記載之。</li> <li>• 信用卡紅利酬賓點數有效期為兩年。該有效期限限制條款未記載於</li> </ul>	<p>規定不得少於五年，並於紅利積點有效期限屆滿前告知持卡人。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 財富管理業務應明確揭露契約風險。</li> </ul>
--	--	--	--

			<p>「信用卡約定條款」中，且該約定條款幾乎均遲至寄發信用卡時始隨同附寄，違反消保法第十一條之一規定。發卡機構未向消費者明示該有效期限制條款內容，雖另於網頁或帳單記載該有效期限制條款，但明示該有效期限制條款內容並非顯有困難者，且未符「以顯著之方式」，公告其內容，亦未經消費者同意願受其拘束，仍不能認為該有效期限制條款即為契約之內容。又依民法第125條有關一般時效期間之規定應為十五年，且抵觸民法第147條有關伸縮時效期間及拋棄時效利益禁止之規定。</p>
--	--	--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 財富管理定型化契約未以淺顯易懂之用語說明，消費者不易瞭解。</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 修正「車輛動產抵押契約書」及「借款借據暨約定書」有關個人資料保密事項。</li> <li>• 關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確實執行。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「車輛動產抵押契約書」及「借款借據暨約定書」之「約定書」未遵循「個人購車及購屋貸款定型化契約應記載事項」七、(個人資料之保密)記載：「甲方同意乙方得將甲方與乙方往來之資料提供予財團法人金融聯合徵信中心，惟乙方提供給財團法人金融聯合徵信中心之甲、乙方往來資料有錯誤時，乙方應主動更正並回復原狀。乙方僅得於履行契約之目的範圍內，使用甲方提供之各項基本資料。乙方以電腦處理前項個人資料，應依「電腦處理個</li> </ul>			<p>三、個人資料保護</p>

			人資料保護法」相關規定辦理。」	
第三部分：消費爭議處理機制之有效性				
一、消費爭議處理流程	<ul style="list-style-type: none"> <li>將客訴案件區分為一、二級客訴。一級客訴：每月依客戶反應之問題統計較常發生項目及發生客群，列入客戶意見統計月報發送全行。二級客訴：總經理每月召開二次服務品質例會，藉由例會傳達該行高階主管對服務之重視。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>委外催收管理待加強。</li> </ul>	
二、消費爭議處理時效與品質	<ul style="list-style-type: none"> <li>將消費申訴案件分類，且有申訴處理時效統計及案件檢討分析。</li> <li>將客訴區分為書面(3日)及電話(7日)處理完畢。</li> <li>94年度客訴共計 3,636 件，未於既定時效內結案者有 17 件 (約佔</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「客訴預知單」制度獨特用心。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>客訴案件數量多，處理時效慢。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>確實檢討分析客訴案件偏多原因，並研擬改善方法。</li> </ul>

<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<p>0.46%)。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自 94 年起通過 ISO9001 服務認證，藉此持續不斷改善服務品質。</li> <li>辦理客戶滿意度調查。</li> <li>大量投入人力辦理債務協商，截至 95.5.2.，審核成功 30,077 件，7,058 件未通過，核准率為 84.7%。另與張老師共同辦理宣導正確理財財觀念之活動。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>94 年起藉由全行客訴案件之檢討分析，持續改善作業流程，提升服務品質，94 年度已完成 152 件流程改善。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>現金卡採取緊急控管信用額度措施，因欠缺契約條款依據，引發大量客訴，雖於事後研擬補救條款，惟似未妥適處理該項爭議。</li> <li>債務協商每期應攤還款，除採用「直線法」(每期金額相同)外，請研究「遞增法」(即頭輕後重)方式之可行性，俾供選擇。</li> <li>加強信用審核，而非僅依賴信用評等軟體。</li> </ul>
-------------------------	---	--	--	---

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 H

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各類定型化契約或商品申請書依相關規定（法令）修正，並經法務室審核。</li> <li>• 推介、銷售金融商品之從業人員資格，大抵依該行「辦理財富管理業務作業準則」訂定積極、消極資格與適任規範。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會（小組）」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>• 研擬遵守法令自我檢核表。</li> <li>• 增列公平會相關規範之遵循機制。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 辦理員工消費者保護法之訓練。</li> <li>• 重視員工外部證照取得並鼓勵員工進修。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 缺乏其他消保法規之訓練。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 增加消保相關法規之訓練。</li> </ul>
<b>第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性</b>				
一、行銷廣告	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 就該行書面聲明與附送資料經核，未發現有違反金管會依消費者保護</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費信用交易商品廣告雖已採「範例」欄位模式，以年百分率方式揭示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 廣告醒語文字之語意應明確，字體適度放大，位置應更明顯。</li> </ul>

	<p>法第 22 條之 1 第 2 項規定，發布「銀行業暨保險業辦理消費者信用交易廣告應揭示總費用範圍及年百分率計算方式標準」之情事。且未發現有誤導消費者不正確之價值及理財觀念，如擴張信用為值得驕傲或炫耀之行為等。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 製作現金卡廣告依「金融機構辦理現金卡業務應注意事項」辦理，於平面及動態媒體廣告（含海報、DM 等文宣）、開卡文件及申請書中加註民眾易懂之警語，例如「借錢不還，再借困難」等，並詳列最高利率及所有費用項目。</li> <li>• 製作各類廣告及宣傳資料，依該行內部行政程</li> </ul>		<p>消費者所有應付總費用，惟該項字體仍太小。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 海報雖未違反銀行業者必須在信用卡及現金卡等廣告上，詳細載列循環利率或授信利率及相關收費標準之規定，惟循環利率或授信利率及相關收費標準之字體及所佔面積比例太小，消費者不易注意。</li> <li>• 對於廣告內容之真實性及妥適性，未訂定相關審查準則。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定廣告審查與控管準則。</li> </ul>
--	---	--	--	--



二、商品申請書、定型化契約之訂定	序發准後辦理。			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 定型化契約依主管機關相關規範擬定。</li> <li>• 住宅貸款契約書、綜合消費放款借據之加速條款得以合理期間通知或催告，且無概括條款。</li> <li>• 「加速條款」以粗黑字體標示。</li> <li>• 相關契約書中保證人之責任以粗體字標示。</li> <li>• 住宅貸款契約書無違約金條款。</li> <li>• 信用卡契約變更時，均於變更前60日以書面方式通知客戶變更內容。</li> <li>• 符合「信用卡定型化契約範本」第二十條約定及「信用卡業務機構管理辦法」第十九條規定。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「綜合消費放款借據」約定條款十七、(服務專線)欄應填載而未填載。</li> <li>• 「綜合消費放款借據」約定條款十九、與「住宅貸款契約」約定條款十三、「其他約定事項」欄位空白，如確無其他約定事項，宜刪除或註明「空白」字樣。</li> <li>• 「汽車貸款契約」約定條款十八、(提前清償違約金)未以特別條款(個別磋商)方式約定，並按「提供消費者選擇權」及「違約金遞減」等二項原則，予以計收。</li> <li>• 「汽車貸款契約」約定條款七、「加速條款」加列他種事由(如七、九款)，未依照公平交易委員會84.5.24第189次委員會</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「綜合消費放款借據」約定條款十七、(服務專線)欄應填載完整。</li> <li>• 「其他約定事項」欄位如確無其他約定事項，宜刪除或註明「空白」字樣，以杜爭議。</li> <li>• 金融業者所使用之個人購車購屋貸款定型化契約中涉及當事人權益之條款或文句及各款中留有空白交由金融機構自行訂定或與當事人約定後填入之部分，應以深色或粗黑、紅字體印刷，並由承辦人員於簽約時提醒借款人注意。</li> <li>• 建議就定型化條款中有關客戶個人資料、加速條款、債權保全(法律)部分，有關消保法各項規定再加以檢視。</li> </ul>	

	<p>議就「加速條款」補充協議以「個別議定」方式辦理。</p>	<p>• 遵循行政院公平交易委員會有關銀行借貸契約七項約款之建議方向修正。</p>	<p>• 個人購車購屋貸款定型化契約，應記載事項仍構成契約內容，故「汽車貸款契約」約定條款應予補正。</p> <p>• 關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確實執行。</p>
<p>三、個人資料保護</p>	<p>• 經辦個人資料檔案相關人員均簽立保密切結書。</p> <p>• 有關客戶資料保密，由營業單位定期教育宣導，再由該行稽核室列為一般業務查核要項，經查核並留存檢查記錄。</p> <p>• 作業委外依「金融機構作業委託他人處理應注意事項」辦理，委外作業如涉及客戶資訊，均與受委託廠商簽署保密或安全維護等契約或協定。</p> <p>• 配合司法、軍法、稅務、監察、審計及其他依法律規定具有調查權之機</p>	<p>• 「汽車貸款契約」約定條款漏未記載：個人購車及購屋貸款定型化契約應記載事項七、(個人資料之保密) 甲方同意乙方得將甲方與乙方往來之資料提供予財團法人金融聯合徵信中心，惟乙方提供給財團法人金融聯合徵信中心之甲、乙方往來資料有錯誤時，乙方應主動更正並回復原狀。乙方僅得於履行契約之目的範圍內，使用甲方提供之各項基本資料。乙方以電腦處理前項個人基本資料，應依「電腦處理個人資料保護法」相關規定辦理。</p>	<p>• 個人購車購屋貸款定型化契約，應記載事項仍構成契約內容，故「汽車貸款契約」約定條款應予補正。</p> <p>• 關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確實執行。</p>

	<p>關，有查詢銀行客戶存款、放款、匯款、保管箱等資料之需要者，依據銀行法第48條第2項與金管會金管銀（一）字第0948010240號函及各該法律規定，正式備文逕洽該行查詢。</p>		
<p>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</p>			
<p>一、消費爭議處理流程</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂有「顧客服務中心作業程序」，處理顧客電話抱怨、投書等消費諮詢及申訴案件。</li> <li>• 訂有「資料處理委外作業處理細則」，對委外作業明確規定。</li> </ul>		
<p>二、消費爭議處理時效與品質</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 針對客戶申訴案件均嚴格要求自收件日起十日內處理完畢，無未結案件。</li> <li>• 設置申訴專線及受理客戶申訴及24小時客服專</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 缺乏客戶滿意度調查。</li> <li>• 再申訴比例略高。</li> <li>• 對消費爭議案件之處理情形與品質，未見追蹤檢討。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 辦理客戶滿意度調查。</li> <li>• 加強檢討再申訴比例偏高原因，研擬改善措施。</li> <li>• 檢討分析消費爭議案件產生原因，並將經常發生或重大消費爭議案件，列</li> </ul>

<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<p>線受理客戶各項業務諮詢。以上專線除自動電話語音服務外，具有「真人」接聽電話服務。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>配合消金債務協商機制，成功率尚佳。</li> <li>客服中心接受客戶諮詢時均先驗證客戶身分及其登錄資料無誤後，始接受客戶答詢。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>近年消金業務比重雖有提高，但仍能將爭議案件作相當程度控管。</li> </ul>		<p>為員工宣導重點。</p>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>加強推廣合理利率之小額無擔保消費性貸款，以平抑小額信貸之利率水準，提供民眾合理資金融通管道。</li> <li>提高消費金融無擔保債務協商成功率，債務人如不符合一致性還款條件，仍可依據自己財務狀況，提出還款方案，由最大債權銀行審核債務人實際收入及財務狀況後直接准駁，不再送各債權銀行表決。自最大債權銀行收到消費金融債務人的申請案件「3 天內」，各債權銀行應確實停止催收行為。如知悉債務人有就業、安養、急難救</li> </ul>

				<p>助、心理諮商等需求，可主動協助填寫「協助事項申請表」，轉至相關單位提供協助。不宜僅從債權人一銀行追索債權之觀點出發，未考量債務人「清償能力」及最低生活的維持。跳脫銀行本位的思考，將債務人「償債能力」列入考量，讓消費金融債務人在能力所及之合理範圍內進行債務清償。</p>
--	--	--	--	---

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 I

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
<p>第一部分：消費者保護制度之妥適性</p>				
一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>各類商品申請書、定型化契約條款之訂立，大體審酌參照消費者保護相關法令、主管機關公告之各種範本。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>有關適法性之審核，未能專責辦理。</li> <li>消保法規遵循未及於「公平會對金融機構之規範說明」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>增列「公平會對金融機構之規範說明」之遵循。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>辦理消費者保護法之訓練。</li> <li>各項業務人才養成均須接受消保法之訓練，訓練時數為二小時。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>全行參與消保常識訓練人數比例仍低，員工教育訓練仍有加強空間。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加強辦理全行員之消費者保護訓練，並可採線上教學，包括條文解說和案例處理分享，定期測驗。</li> <li>消保相關法令訓練應增加「公平交易法」和「公平會對金融機構之規範說明」。</li> <li>加強辦理正確理財、合理消費之消費者教育宣導活動。</li> </ul>
<p>第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性</p>				
一、行銷廣告	<ul style="list-style-type: none"> <li>廣告內容平實，於廣告</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>廣告醒語文字之語意應</li> </ul>

<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>	<p>及申請書中加註警語。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>廣告或宣傳資料製作及散發公布，訂有控管作業程序。</li> </ul>			<p>明確，字體適度放大，位置應更明顯。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>有關總費用之年百分率之表示或揭露，應更具體明確。</li> <li>如有過期或不符合理階段法規要求之DM和申請書應撤架。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>各項消費貸款之申請書與契約書依相關法令規定修正施行。</li> <li>放款借據（消費者貸款專用）加速條款規定符合政府規範。保證人條款亦有有用粗體字提醒發約人。</li> <li>定型化契約均有「審閱期間」規範。</li> <li>收到核卡後有七天審閱期；解約方式簡便明快。</li> <li>不收取代償違約金、提前清償違約金。</li> <li>理財商品風險分類說明</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>加速條款之適用要件及範圍，仍過於寬鬆，有改善空間。</li> <li>違約手續費未作年率化試算。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>力求定型化契約內容明確、易懂。</li> <li>檢視、改善加速條款內容。</li> <li>建議調降普卡失卡需支付5,000元之規定。</li> <li>因各帳單週期不同，條款修正後之適用生效期應有彈性作法。</li> </ul>

三、個人資料保護	詳盡，費用計算有舉例說明。 • 個人資料保護已依相關規定辦理，建立各項控制機制，實施保密措施。		• 除宣示法規精神外，未有更具體之查核點。	• 關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確實執行。
第三部分：消費爭議處理機制之有效性				
一、消費爭議處理流程			• 未訂定明確之消費爭議處理作業要點。 • 未對消費爭議案件之產生原因檢討分析。	• 關於消費爭議案件之處理，應訂定明確之作業要點，並由副總經理以上人員督導。 • 檢討分析消費爭議案件之產生原因。
二、消費爭議處理時效與品質			• 對消費爭議案件之處理情形與品質，未見追蹤檢討。 • 未有專責人員管理相關申訴處理報告。	• 建立消費爭議案件處理之追蹤考核及檢討分析機制。 • 統計分析申訴案件處理時效、結案比例及案件類型。 • 檢討分析經常發生或重大消費爭議案件（目前僅分類），並列為員工宣導



<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>設有 24 小時客服，受理債務協商。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>法令遵循極為嚴謹。對客戶權益之維護較不會因業務考量而忽略。</li> <li>客服人員本身即為行員，並無外包，因而能提供更為貼心之服務，亦能主動關懷高齡客戶，設有各層級服務人員，防止詐騙發生。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>作業較保守，對相關產品宣導較不積極。</li> </ul>	<p>重點。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>將消費者對申訴案件處理結果之接受度及滿意度，列為工作考核重點事項。</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>主動辦理各項消費者保護措施。</li> <li>加強推廣信用卡與較低消費貸款利率之金融商品。</li> <li>分析債務協商案件，以瞭解客戶特性。</li> </ul>	

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行J

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 約定書、申請書及借據等文件，多依據消保相關法規修訂，並經其法務室審核後採用。</li> <li>• 訂定「遵守法令自評檢核表」。</li> <li>• 對於從業人員資格取得規定明確，並附有佐證資料。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>• 相關人員證照資格取得人數，應明確列示。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新進人員均須參加相關消費者保護課程。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新進人員消費者保護法之訓練課程時數僅為一小時，似嫌不足。</li> <li>• 未主動辦理消費者教育活動。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 增加消費者保護法令規範之訓練(包括公平交易法及公平會頒佈之規範說明)。除新進行員外，在職行員亦應接受在職訓練。</li> <li>• 主動辦理消費者教育活動。</li> </ul>
第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性				

<p>一、行銷廣告</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 於信用卡、現金卡平面、媒體廣告(含海報、DM等文宣)、開卡文件及申請書中加註醒語文字。</li> <li>• 就所附資料未發現廣告內容誤導消費者不正確之價值及理財觀念，如擴張信用為值得驕傲或炫耀之行為等。</li> <li>• 關於廣告或宣傳資料製作及散發公布須經經部室主管、法務主管審核，如未經許可不得任意散佈。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 信用卡廣告或宣傳資料之製作及散發公布有控管作業程序。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定信用卡廣告或宣傳資料之製作及散發公布之控管作業程序。</li> </ul>
<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各項消費貸款之申請書與契約書依相關法令規定修正施行。</li> <li>• 信用卡約定條款或附屬契約變更時，採專函通知、帳單簡訊告知、及該行入口網站公告等多重方式予以通知。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 一般購車、購屋定型化契約：(1)以「借據」取代「定型化契約」方式，似有資訊及地位不對等。(2)違反定型化契約應記載、不得記載事項：①契約需交付當事人一方。②審閱期間</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 將「借據」修正為「定型化契約」。</li> <li>• 定型化契約應符合消費者規範。</li> <li>• 修正部分契約內容對消費者有不對等條款之處。</li> <li>• 檢討改善加速條款。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 定型化契約審閱期間為7至10日。</li> </ul>		<p>規定。③管轄法院規範等事項。(3)平等互惠條款：由於約定事項中有「一切債務」〈為債務人及保證人〉加上「任何一宗債務」恐造成不公平之情形，例如一切債務中任何一宗債務不依約清償，視為全部到期等情事。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 其他約定事項之加速條款符合規定，惟特別商議條款加速條款事由有過度確保債權之情事。</li> <li>• 信用卡旅行平安保險：限於持卡人配偶及「未滿25歲之未婚子女」，且限於「固定航班」之客機、水、陸交通工具。</li> <li>• 機場免費停車：須刷卡付出國團費或機票，且尚需於「出國前一天電洽並取得預約編號」。</li> </ul>
--	--	--	---

<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「財富管理業務充分瞭解客戶作業原則」(第6條);「財富管理業務內線交易及利益衝突防範作業準則(第2條、第3條);「相關檔案及資源存取權限表」;「遵守法令自評檢核表」,採定期自行檢核方式,抽測行員遵守情形。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 個人資料保護完善、周密。除配合主管機關訂定之消費者保護措施外,並嚴格遵守如銀行法第28條、48條及個資法第18條等。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Combo卡申請書中,係以「申請人謹同意下述聲明」之「二、本人同意貴行及受貴行委託代辦信用卡相關業務或服務之第三人、——,得依法令規定蒐集、電腦處理、——申請人資料」之文字,「告知」客戶委外業者可能接觸客戶個人資料。但此種表達方式,申請人(客戶)是否確知其意涵,非無疑義。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 改善告知客戶之方式。</li> </ul>
<p>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</p>				
<p>一、消費爭議處理流程</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費申訴處理時限為3日,符合消保法第43條第2項15日內妥適處理之規定。</li> <li>• 重視客訴處理,建立「客戶服務信箱、服務欠佳內容」等督導機制,提</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 嚴謹處理消費爭議案件,並予追蹤。</li> <li>• 委外催收管理方式可確保客戶權益,降低因缺乏適當管理而致糾紛之情事。</li> </ul>		

	<p>高服務品質。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>訂有「財富管理業務客戶紛爭處理作業準則」及「保戶申訴處理作業要點」。</li> <li>無委外行銷，行外訪催及法院法催皆由行內員工處理。電話催收係由受託機構派員至行內電催部門執行，並予錄音、記錄等管理。</li> </ul>			
<p>二、消費爭議處理時效與品質</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>客訴案件之解決及品質控管採公務規格辦理。</li> <li>對消費爭議採線上處理原則。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>未檢討分析申訴案件。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>檢討分析申訴案件，並提出改善措施。</li> </ul>
<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>對信用卡掛失及偽卡處理態度積極，即先理賠再追查責任歸屬，以減少爭議。</li> <li>對「小額擔保消費性貸款」之債務人提供債務協商。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>應力求市場拓展及消費者保護之平衡。</li> <li>提高消費金融協商機制成功率（目前僅為88%）。</li> </ul>

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 K

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各類約定書符合消保法令並嚴格遵循。</li> <li>• 除對相關契約文件審核外，「作業流程」、「客戶申訴」及「各項內部管理規章」等均會法務室，以確認無違反相關法規。</li> <li>• 明確要求推介、銷售金融商品人員須具備相關證照並取得資格證書。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在消費者保護法令之遵循上，尚稱穩健。</li> <li>• 遵法自律委員會為一特色；法務室成員素質優良。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 法令遵循尚包括銀行法、保險法等及其他法律授權之法規命令（定型化契約應記載或不得記載事項）及行政規則（定型化契約範本）等，亦應宣示依法遵守。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 宜成立「適法性審查委員會（小組）」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>• 應讓消費者得知同仁已取得相關證照，可安心接受服務。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 內部訓練課程除新進人員外，並有在職訓練課程。基礎訓練包括相關法律規範。</li> <li>• 訂有多項行為準則。</li> <li>• 積極辦理消費者教育活動，宣導投資、稅務及</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費者保護制度完備，並予落實。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 未辦理消費者保護法令規範之訓練。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 人員訓練除隱私權保障外，應加強辦理消費者保護法令規範及觀念之訓練。</li> <li>• 積極辦理消費者教育活動，非僅侷限於理財教育。</li> </ul>

	理財等觀念，如以小學 生為對象之「理財特攻 隊」；以高中職生為對象 之「青少年價值理財須 知校園座談會」等活動。		
<b>第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性</b>			
一、行銷廣告	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定「設計廣告信函規 定遵循事項」，供各事業 單位作為擬定各式廣告 內容之依據。</li> <li>• 依據「設計廣告信函規 定遵循事項」，明確要求 避免事項：(1) 不可用 欺騙、違反事實、誇張 的敘述，例如實際上只 有中獎人可以抽獎，卻 敘述為人人有獎；實際 上為簡易申請，卻敘述 為人人有獎。(2) 不要 隱藏、縮小字型或將活 動限制及義務描述不 清。(3) 不要在郵購或</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 部分廣告內容有誤導消 費者不正確理財觀念之 虞，如「貸越多，越划 算」。</li> <li>• 在「設計廣告信函規定 遵循事項」第7點：「銀 行保留隨時變更或終止 活動之權利，變更活動 注意事項時將不另行通 知。」、「銀行有權隨時 以其他等值商品替代原 贈品」及「銀行保留最 後決定所有活動內容的 權利」，似有不妥。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 檢視廣告用語是否有誤 導消費者不正確價值及 理財觀念之情事。</li> <li>• 行銷廣告醒語及涉及消 費者權益文字，語意應明 確，字體適度放大，位置 應更明顯。</li> <li>• 修正「設計廣告信函規定 遵循事項」第7點事項。</li> </ul>



	<p>信用卡手冊中廣告醫療食品、藥品或色情媒介。(4) 不要以金錢吸引客戶開戶，每一個贈品價值需為新台幣 500 元或以下（銀行法規）。</p> <p>(5) 不要在沒有確切事實證明情況下使用比較性廣告。(6) 不要有錯誤之文宣文字印製或載述。</p>			
<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 相關商品申請書、定型化契約參酌主管機關之法令規定辦理。</li> <li>• 信用卡持卡人在收到核發之信用卡 7 日內、房屋貸款申請人亦提供至少 5 日之審閱期間。</li> <li>• 財富管理贖回手續費用說明清楚。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「萬事達/VISA 信用卡注意事項說明」中仍有「同意銀行、關係企業，或有特約合作關係之第三人，於推介產品之目的範圍內得為蒐集、電腦處理、國際傳遞及利用上述資料。銀行、關係企業及其特約合作之第三人應對所蒐集之上述資料依法保密，申請人如不同意上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 原則上不提供消費者資料，而在消費者主動請求下方例外提供，避免垃圾廣告過多。</li> <li>• 修正加速條款。</li> <li>• 附屬契約限制條款應於契約內明確說明。</li> <li>• 財富管理業務應明確揭露契約風險。</li> <li>• 增加網站公告之契約變更訊息通知方式。</li> </ul>

			<p>述之資料蒐集可隨時通知銀行取消之。」似與定型化契約範本精神不符，應以消費者主動請求方給予推介商品服務為宜。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 加速條款仍有概括條款及未給予合理期間通知或催告。</li> <li>• 貸款契約未有「得隨時清償」和「限制清償期間」供勾選，未具體分列各項利率。</li> <li>• 貸款總約定書未有客戶簽名確認處。</li> <li>• 附屬契約限制條款，宜於契約中明確說明，例如信用卡「24小時道路救援服務」於完成登錄後僅針對「機車」救援，且限於「台灣本島」之「5公里」內之救援，如自費500元方提升為「汽</li> </ul>
--	--	--	--

			<p>車」道路救援等。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 信用卡申請注意事項後，即有申請新卡餘額代償簡單又方便等促銷貸款產品，是否妥適？似有鼓勵使用最低應繳金額之虞。</li> <li>• 信用卡旅遊平安險部分，其範圍限制在持卡人本人、配偶及未滿 25 歲未婚之子女，且以信用卡簽付全額公共運輸工具費用，或旅行團費的 80%。</li> <li>• 信用卡旅遊平安險部分有關注意事項，除文字過小，其相關規範亦與消保法規定精神不符：       <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 信用卡旅遊平安險服務（旅遊不便險）係由銀行為被保險人向保險公司投保，以上說明僅供參考，實質保險內</li> </ol> </li> </ul>
--	--	--	--

			<p>容以保險公司提供之信用卡綜合保險條款為準。(未給予相關保險契約)(2)賠償條款可能產生價差及手續費由理賠申請人自行負擔。(3)日用必需品定義如下： 1、內、睡衣及其他必要之衣著鞋襪。2、盥洗用具及其他生理用品。(4)詳細必備文件皆須依保險條款為準，歡迎洽詢保險公司。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 機場接送部分，需於 3 個工作天前（不含預約日當日）事先預約（預約日不含國定假日及例假日），並以彰化為界，區分南北，如選擇跨區服務，尚需貼補差額。</li> <li>• 主契約及其附屬契約變更時，書面通知通常較為費時，欠缺透過網路</li> </ul>
--	--	--	--

<p>三、個人資料保護</p>	<p>訂定「客戶隱私權保障宣示」，闡述對客戶資料保護之精神與態度，並於「員工資訊安全訓練教材」詳細規範員工對於保護資訊安全的責任。例如(1)我們會嚴加保護客戶資訊的機密，但是我們也許會協助信譽較佳的公司提供相關資訊給客戶，除非客戶明確表達對那些公司的產品或服務有興趣，否則那些公司將不准保留任何客戶的資訊。(2)我們第一次和客戶接觸時便會以淺顯的語言告訴客戶，他們可以要求從「行銷名單」上刪除他們的姓名，而每年至少告知一次，客戶在任何時間都可以</p>	<p>客戶隱私權保障機制完善。</p>	<p>之即時通知方式。</p> <p>「客戶隱私權保障宣示」部分雖有「我們第一次和客戶接觸時便會以淺顯的語言告訴客戶，他們可以要求從『行銷名單』上刪除他們的姓名，……」等語句，但在「個人信用貸款申請書注意事項」中仍有「同意銀行及其關係企業或任何第三人於推介產品之目的範圍內得為蒐集、電腦處理、國際傳遞及利用上述資料。」此又與定型化契約範本精神不符，似應以消費者主動請求方推介商品服務為宜。</p>	<p>委外廠商對消費者個人資料保護之評估內容，全為外文，提供考評時宜使用中文為妥。</p>
-----------------	--	---------------------	--	---

	<p>要求我們將其在「行銷名單」上的名字刪除。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>在內部資料控管上，分為「文件分類」、「文件保管」及「文件銷毀」，且在「文件分類」部分區分為「重要」、「必要」及「非必要」等三部分。而在「文件保管」上又區分為永久金庫至一般檔案櫃等 5 種類型。對於文件調閱均有明確紀錄並須經有權審核人員核可。</li> <li>於商品契約中告知並取得客戶同意委外作業。訂有保密或安全維護條款之委外契約範本。</li> <li>不接受非本人以電話或非正式書面查詢個人資料。</li> </ul>		
<p>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</p>			

一、消費爭議處理流程	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 建立「客戶申訴之呈報及處理原則」標準處理流程，包括受理、處理申訴之程序與時間等。</li> <li>• 訂定「例外處理原則」，授權第一線人員得從寬處理消費爭議，例如手續費、滯納金及管理費等。</li> <li>• 訂有「委外廠商管理規範」。</li> </ul>			
二、消費爭議處理時效與品質	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂有服務品質指標，並以客訴案件數量及占有顧客比率為指標，每月統計分析。</li> <li>• 消費申訴案件予以分類，且有申訴處理時效統計及申訴案件之檢討分析。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 部分月份再申訴比例偏高。如 2005 年 10 月達 3.94%，應予以檢討。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 確實檢討分析申訴案件之原因及發生頻率，並為必要之改善。</li> </ul>
第四部分：消費者保護措施執行成效	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 自 93 年度開始投入「青少年理財教育」，教育高中職學生正確價值觀及</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 對契約內容之妥適性及消費爭議處理展現企圖心及執行力。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 力求跨國性消費者保護政策與做法之一致。</li> <li>• 「稽核機制」仍以績效為</li> </ul>

	<p>金錢觀，該項努力可使青少年從小養成正確觀念。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 除配合金管會對信用卡、金融卡之債務協商外，更擴大範圍至小額福利貸款。消費者金融債務協商績效佳。</li> <li>• 為確保法令遵循之落實，除建立「稽核機制」，由損失、客訴經驗確立主要營運風險外，並有「自我檢討機制」及「獎懲制度」。另由各事業單位最高主管組成「遵法自律委員會」，將消保精神融入日常業務，誠屬可貴。</li> </ul>		<p>主，建議將消保客訴納入。</p>
--	-------------------------------	--	--	---------------------



銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行工

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有法令遵循、風險控管手冊及流程，且將各主要消費法令作成檢核清單 (checklist)。</li> <li>銷售财富管理商品之業務人員依主管機關規定，須取得合格證照。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>跨國性金融集團制度明確完整，消費法令檢核表 (checklist) 易於遵行，可有效提高適法性。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>成立「適法性審查委員會 (小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>消費法令檢核表 (checklist) 納入不當電話行銷及委外行銷規範。</li> <li>確保法令遵循內容之時新；落實檢核人員就分工業務事項之查核能力。</li> <li>定期分析訴訟、申訴爭議內容；檢視條款妥適性。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>新進人員訓練課程及職訓課程中配置消費教育內容，含告知義務及符合道德標準之銷售行為準則。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者保護制度較為完備，並予落實。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>增加消費者保護法令規範及消費者權益保障之訓練。</li> <li>明定行員應具備之訓練時數；從制度面 (制度規劃、契約條款、法令背景) 及執行面 (契約簽訂過</li> </ul>

				程、履約過程、確保債權過程)，對在職人員實施完整訓練，並對糾紛案例做重點宣導。
第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性				
一、行銷廣告	<ul style="list-style-type: none"> <li>對行銷廣告制定嚴密管控流程，由各相關部門高級主管分管。</li> <li>有「謹慎理財 信用無價」粗體醒語。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>廣告醒語文字之語意應明確，字體適度放大，位置應更明顯。</li> <li>相關警語、利率價格及各項費用之記載宜改用粗體、紅色文字標示。</li> </ul>
二、商品申請書、定型化契約之訂定	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有集團行為規範。</li> <li>多數契約已修正，就涉消費者權益條款以放大、粗體、劃線等方式，加以提醒。</li> <li>房貸契約書明確提供「一般利率」與「優惠利率」條款供勾選。</li> <li>提供契約審閱期（信用卡7天、貸款5天）。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>貸款總約定書加速條款有債信不足概括條款。</li> <li>個人信用貸款中加速專案補充合約書中加速條款未有合理期間。</li> <li>契約條款排除客戶申訴司法之救濟機會，以及稅賦分擔等做法。</li> <li>房貸契約有關提前清償收取違約金部分尚待修正，並列入契約書中供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>修正加速條款。</li> <li>信用卡合約書中，壹之12「本人於收到核發之信用卡7日內，得依約通知銀行解除合約，無須說明理由或負擔任何費用或債務」，建議用有色粗體字表示。</li> <li>貸款總約定書應有貸款人簽名確認之處。</li> <li>修正爭議性條款。</li> </ul>

		<p>客戶選擇。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 美元計價股票連動債券通路服務費率乘0%-5%，以信託本金乘上費率計算，差距恐過大。</li> <li>• 結構型商品說明書以中英文為之，並以英文版為準，銀行應擔保以中文版為準。</li> <li>• 部分條款仍有爭議事項，或未依定型化契約範本為之，如：(1)信用卡契約§9，第4項「...銀行不保證特約商店會依持卡人要求接受信用卡交易... 銀行僅就故意成重大過失，負損害賠償責任」，§26，第8項排除定型化契約範本§7信用卡年費退款之權利§12，第4項「訴訟費、律師費、催收費均由持</li> </ul>	<p>財富管理業務應明確揭露契約風險。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 依公平會92年對於金融業者收取房屋貸款提前清償違約金案件之處理原則辦理（銀行公會94年擴大為適用全部消費性貸款，並明訂於授信標準則§9，供銀行同業遵守）。</li> </ul>
--	--	---	---

			<p>卡人負擔」。(2)房貸契約S14「客戶對銀行應支付之款項不得以抵銷或反訴主張」「客戶應補償銀行所支付之印花稅、營業稅等稅捐」等條款。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各項消費性貸款多有收取提前清償違約金之規定，惟對公平會所定之「處理原則」及銀行公會擴大適用範圍之規定，尚未見諸契約條款。</li> </ul>	
<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂定「業務資料分析單位控管流程」及保密條款。</li> <li>文件資料保存訂有保存期限。</li> <li>由獨立之使用者權限控管單位，對使用者群組權限之申請予以控管，並依人員流動狀況更新。電腦系統具自動稽核功能，能 LOG FILE，</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>跨國集團之個人資料隱私權制度成熟且完善，政策上嚴禁無故洩漏客戶資料，亦嚴格限制關係企業間，不同部門、不同職務人員間之客戶資料傳遞，依法律遵循風控機制，確保各單位人員遵守相關內控措施。</li> </ul>		

	<p>並產生報表，監控密碼錯誤及未授權嘗試行為，由該主管審核回報。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 帳單列印郵寄委外及製卡委外，與廠商簽訂確用人員保密協定。</li> <li>• 依據相關公文管制流程，由專責單位確認來文層級妥適性，交由各權責單位，由授權人員審批。</li> </ul>			
四、其他			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 公文處理作業準則將公平會列為「組織公會」，而非「政府機關」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 將公平會修正為政府機關。</li> </ul>
第三部分：消費爭議處理機制之有效性				
一、消費爭議處理流程	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 除由主管機關或媒體移文案件，另行列檔追蹤控管外，其餘客訴均以電子表單系統控管，預設各單位權責人員標準作業時程，登錄回應，簽結在2-5天完成(逾期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 申訴案件處理狀況明確，易於內部控管，提升服務品質。</li> </ul>		

	<p>結案稽催報表) 回覆服務品質部，列明原因、矯正及預防措施，供經營階層參考。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 服務品質部門彙總爭議案件週報告書及月報告書，分析案件類別，登錄原因、預防及矯正措施，持續追蹤發生頻率較高案件類別，供管理階及總公司審閱。該公司每月爭議案件發生率皆低於亞洲平均值，且為亞洲區最低值。</li> <li>• 對於客戶爭議案件作成每週爭議案件彙總報告書及爭議案件月報告書，供各級人員參考，且持續追蹤頻率較高案件類別之矯正措施。</li> <li>• 無委外行銷業務。</li> <li>• 訂有「委外作業準則」，依該準則及總行委外政</li> </ul>			
--	--	--	--	--

	<p>策與程序辦理。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>向主管機關申請核准委外事項前，先對受託機構進行各項聲譽、執行能力、風管能力等評估及篩選程序，委外合約內容涵蓋銀行客戶權益保障（含保密協議、客戶爭議處理程序），制度完善。又委外項目涉及客戶資料者，以書面告知客戶取得同意。</li> </ul>			
<p>二、消費爭議處理時效與品質</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對客戶申訴案件、型態與客戶群、未結案比例等有詳細統計分析。</li> <li>消費申訴 90%來自信用卡。申訴案件屬性：員工服務品質(34%)，各項利率及收費(18%)，銀行政策及主管機關規定(15%)。</li> <li>94%案件於時限內完成，案件回覆時程(5日)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>對照實際客訴發生率及內容，精密完整之制度在國內應未完全落實（催收、業務客訴）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加強員工訓練及對客戶之說明義務，減少客訴。</li> </ul>

	<p>較一般公函所訂時間(15日)短。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費者申訴案件予以分類，有助於問題之發現及預防。</li> <li>• 除新進人員專業訓練外，在職客服專員每月召開例行會議交換客訴處理經驗，內部網站有客訴經驗分享區，每季針對發生頻率高的案件，以互動模式分析演練，加強溝通技巧。</li> </ul>		
<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 設有客戶意見管理、客戶申訴管理、客戶維繫管理、關鍵性作業流程改革服務達成率管理系統、建立企業服務文化。</li> <li>• 每年辦理「客戶滿意度調查」。於「94年度客戶滿意度調查」中，與其他業(含本國銀行及其他外商銀行)調查相較，</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 加強辦理消費者教育活動。</li> </ul>



	<p>獲得大幅領先。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 配合銀行公會債務協商機制，訂定作業流程，並成立小組專責辦理，並對潛在還款有困難之客戶提出宣導及諮詢協助。</li> <li>• 與商業週刊合作，宣導信用卡持卡消費者正確消費觀念，節錄書面內容寄達客戶。</li> </ul>			
--	---	--	--	--

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 M

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性				
一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各類商品契約文件配合相關法令及主管機關規定擬定。</li> <li>• 自 2006.9.1 起，各項產品下單系統，將依據人事證照登錄系統，啟動線上控管機制。</li> <li>• 辦理法令遵循教育訓練。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> </ul>
二、消保制度規劃				
第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性				
一、行銷廣告	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 對廣告或宣傳資料製作及散發公佈，訂有控管作業程序。</li> </ul>			
二、商品申請書、定型化契約之訂定	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各項產品申請書及契約書陸續修訂中，並經一定程序審核。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 信用貸款約定書加速條款有債信不足概括條款。購置住宅貸款借約約定書亦有類似約定，其第 12 條 (15) 保證人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 遵循「喪失期限利益之加速條款」相關法令規定，修正加速條款內容。</li> <li>• 各項免責條款太廣泛，且不合理，應予修正。</li> </ul>

			<p>有不能履行其債務之虞，即為加速條款行使原因，有擴大確保債權之虞。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 「購置住宅貸款-借款合同書」第 12 條、「房屋修繕貸款-借款合同書」第 12 條、「購置汽車貸款-車輛動產抵押借款合同契約書」第 20 條、「其他個人消費貸款-借款合同約定書」第 11 條（喪失期限利益之加速條款）均加列他種事由（如第 10、11、12、13、14、15 款及第二項）、「信用貸款約定書」第七條加列他種事由（如 8、9、10、11 款）未依公平交易委員會 84.5.24 第 189 次委員會議決「加速條款」補充決議及「銀行定型化契約之研究-授信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 財富管理業務應明確揭露契約風險。</li> <li>• 辦理結構型商品應遵循金管會制定「銀行對非財富管理部門客戶銷售金融商品應注意事項」、「銀行辦理結構型商品對客戶風險揭露自律規範」。</li> </ul>
--	--	--	--	--

			<p>及催收有關契約」(喪失期限利益之加速條款)之「建議修正方向」(財政部金融局要求各金融機構配合修正其定型化契約)以「個別議定」方式，於契約中以粗字體或不同顏色之醒目方式記載之。</p>	
<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>該行資訊處對客戶資料之保護措施，包括載有個人資料之儲存媒體運送由申請單位填寫「媒體外送申請單」後，交由資管科專人負責並留存完整紀錄。</li> </ul>			
<p>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</p>				
<p>一、消費爭議處理流程</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有「顧客抱怨處理機制」，規範消費爭議之標準處理流程。</li> <li>設有「總經理室顧客抱怨處理小組」，每月定期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>由總經理室督導顧客抱怨處理小組，直接管控，效率佳。</li> </ul>		

<p>二、消費爭議處理時效與品質</p>	<p>整理顧客抱怨案件，並予統計分析（根據抱怨因素及管道），提供各單位主管參考。</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>消費申訴爭議處理時效為一個月，應符合消保法第 43 條第二項以 15 日內妥適處理之規定。</li> <li>94 年度處理時效內未結案比例達 16.05%，偏高。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>修正申訴案件處理時效。</li> <li>未結案之例過高，應調降，並予檢討。</li> </ul>
<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>客戶以國際金融卡於國外銀行提款機提款時，發生扣帳後未吐鈔，該行以先行墊款之權宜方式處理，讓客戶於四個工作天即可使用該筆款項。</li> <li>宣導債務協商機制，於 ATM 與網站揭露債務協商相關訊息。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>曾受金管會處分，影響形象。</li> </ul>	

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 N

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各項房屋、汽車信用貸款契約依主管機關所定契約範本加以修改。另信託部之各項申請書均參照信託相關法規。</li> <li>• 執行遵守法令主管制度。</li> <li>• 明確要求相關從業人員須通過相關證照測驗並取得資格證書。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 僅表示依信託法及定型化契約範本加以修改，未明確說明遵守信託守法精神等，且部分定型化契約不符消保法規定，例如無「審閱期間」等消費者保護之基本權利規範。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立新金融商品規劃小組，扮演商品上市守門員。</li> <li>• 訂有「辦理財富管理業務作業準則」。</li> <li>• 理財人員於95年8月底前須取得五張合格證照，否則喪失資格，重</li> </ul>			

	<ul style="list-style-type: none"> <li>視從業人員專業能力。</li> <li>辦理大專院校及中等學校學生之「如何做個校園理財達人」；「正確使用現金卡教育宣導」等活動。</li> </ul>			
<b>第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性</b>				
<b>一、行銷廣告</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有「辦理財富管理業務作業準則」及法務室「本行廣告文宣注意事項」規定，對信託廣告及招攬加以審核。企劃推展廣告對製作及推銷事務有內部標準作業程序，並有外部流程規範。</li> <li>對於營業廳之宣傳品佈置，訂有「營業單位宣傳佈置管理辦法」，各事業單位如需佈置，須提出呈准。</li> <li>廣告中介紹「教導客戶如何衡量自己的風險」。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>廣告遭主管機關糾正，影響企業形象。</li> <li>部分廣告揭露消費者應負擔費用，仍未明確。例如：房貸專案僅揭露「本專案酌收鑑價費及帳管費」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>檢視廣告內容，使其更為明確具體。</li> </ul>

<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大部分之契約書依據相關規定修改完成，其中涉及消費者權益部分亦以紅色字體列示，提醒消費者。</li> <li>• 商品說明書及風險預告書之製作、審認程序、提供方式與控管程序等，於「辦理財富管理業務作業準則」明確規範。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「消費者信用貸款申請書」有關「共同行銷之個人資料使用聲明」：〈請將不同意之項目於<input type="checkbox"/>打X刪除，未打X者視為同意...〉，應以未打V者視為不同意較妥。</li> <li>• 「消費者信用貸款申請書」之「聲明書」涉及消費者權益甚鉅，惟相關用字卻較其他部分為小，且有「費用一經收取，概不得以提前清償或其他任何理由要求退還」及「申請人如同時申請代償信用貸款與信用卡帳款，同意貴行依序先代償信用貸款，就剩餘款項依序代償信用卡帳款…」等涉及消費者權益事項，有違消費法施行細則第12條等規定，另外，在「指</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 修正定型化契約，排除爭議性條款。</li> <li>• 個別磋商條款應符合消費法規定。</li> <li>• 儘速解決空白本票問題。</li> <li>• 理財人員對新金融商品之說明應站在客戶立場，提供適當資訊及判斷分析，使其充分瞭解後才簽署同意書，避免事後發生糾紛。</li> <li>• 財富管理業務應明確揭露契約風險。</li> </ul>
-------------------------	---	--	---	--



	<p>用途信託/外幣信託」等結構式商品申請書之「信託契約條款」部分亦有文字過小之虞。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 「指定用途信託/外幣信託」等結構式商品申請書、「消費者信用貸款申請書」「其他約定事項」等未見相關審閱期間，與消保法規定不符。另外該行房貸契約之審閱期間，以定型化契約條款方式亦不妥。</li> <li>• 「其他約定事項」中第四點：「借款人不依約定按期攤付本息或貴行依約主張任一借款提前到期時，不問債權債務之期間如何，貴行有權將立約人寄存貴行之各種存款及對貴行之一切債權提前清償，並將提前清償之款項逕行抵銷借</li> </ul>		
--	--	--	--

			<p>款人對貴行所付一切債務。」此加速條款無「合理期間」，不符消保法第12條及施行細則第14條等規定。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 「貸款契約書」及「汽車貸款契約書」中有關「個別磋商條款」不宜以「定型化契約條款」方式呈現。</li> <li>• 「貸款契約書」及「汽車貸款契約書」中有關契約書領取部分，應符合定型化契約應記載事項交付當事人各執一份為宜，不宜以勾選放棄方式為之。</li> <li>• 變更契約方式於網路上提供，而未以個別方式通知消費者，影響消費者權益。</li> <li>• 貸款契約書授信共通約定條款中加速條款有債</li> </ul>
--	--	--	--

			<p>信不足概括條款。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>金融卡約定條款第24條有不確定條款。</li> </ul>	
<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「辦理財富管理業務作業準則」中訂有客戶資料控管及維護規範。</li> <li>各項紀錄資料保存於電子系統，須主管授權方可進入系統查閱資料，且資訊單位留有登入紀錄，並由專人定期檢視相關紀錄，嚴格控管。</li> <li>涉及客戶資料之委外合約，訂有保密條款。</li> <li>仍有委外催收業務，惟該行提出委任契約，要求委外公司及其員工簽訂保密承諾書。</li> </ul>			
<p>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</p>				
<p>一、消費爭議處理流程</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂定「消費爭議案件處理辦法」，另有「客戶消費爭議之標準處理流程</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>回應客戶申訴時間為申訴日起「七個營業日內」，似嫌過長。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>縮短客戶申訴處理期限。</li> </ul>

	<p>程」。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>訂定「辦理财富管理業務作業準則」，第8章「客戶糾紛處理程序」作為消費申訴處理之依據。</li> </ul>			
<p>二、消費爭議處理時效與品質</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>理專部門對客戶交易，除強調職業道德，亦重視客戶資料保密，於「辦理财富管理業務作業準則」中要求「理專職業道德規範」及「客戶資料運用之保密措施」。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>雖對「财富管理業務」有嚴格要求，消金部分亦應有如此規範，以維護一般消費金融業務之消費者權益。</li> </ul>
<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在廣告遭公平會處分後，檢討相關消保措施。</li> <li>設有債務協商機制專案小組。95年5月辦理2場消費金融說明會，並於與張老師基金會辦理現金卡宣導活動。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極參與消費者教育活動，重視客訴處理，對過去缺失加以檢討改善。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>對消費資訊之傳達方式，仍有改善空間。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加強消費資訊之傳達方式。</li> <li>現金卡、信用卡之核發應嚴格審查。</li> </ul>

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 O

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各類商品申請書、定型化契約條款之訂立，大體審酌參照消費者保護相關法令、主管機關公告之各種範本。</li> <li>• 契約條款審核有外審制度（律師事務所），並由各級主管核可。</li> <li>• 參閱之法令規範廣泛且明確，查核面項清楚，兼具客服面之檢討。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 未能專責辦理適法性之審核。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會（小組）」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>• 加強中華民國金融法規之瞭解與遵循。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新生訓練中有三小時之消保相關訓練。</li> <li>• 在 ATM 上標示債務協商訊息。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 未辦理消費者保護法令規範之訓練。</li> <li>• 債務協商諮詢電話僅限上班時段使用。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 加強辦理全行員工之消費者保護法令規範之訓練。</li> <li>• 加強辦理正確理財、合理消費之消費者教育宣導活動。</li> <li>• 考量逾期客戶是否會不定時到 ATM 領款。</li> </ul>

第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性	
<p>一、行銷廣告</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 廣告中有加註醒語文字。</li> <li>• 行銷文件用語適切。</li> <li>• 對廣告或宣傳資料製作及散發公布，訂有控管作業程序。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 檢討改善廣告醒語之標示。醒語文字之語意應明確，字體適度放大，位置應更明顯。</li> <li>• 有關總費用之年百分率之表示或揭露，仍未明確。</li> <li>• 房貸計息年限與金額與他行比較時，差異甚大，惟未明示比較之行庫，無從確認其參考性。</li> </ul>
<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 各類商品之定型化契約，大體依主管機關公告之各項定型化契約範本修改後採用。</li> <li>• 房貸契約定書之加速條款符合政府規定。</li> <li>• 房貸契約定書有「限制清償期」與「無限制清償期」供選擇，並有立約人簽章確認處。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 力求定型化契約明確易懂。</li> <li>• 修正總約定書內不合理之約款，如第 18 條新舊抵觸時，應依「本行新規定」。</li> <li>• 正副卡所負責任應予善意對待。</li> <li>• 契約中應呈現貸款、總負擔之利息加費用。</li> <li>• 契約改版宜標示版別日期，以利分辯。</li> <li>• 各類免責條款太廣泛，且不合理，應予改正。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 有關總費用之年百分率之表示或揭露，仍未明確。</li> <li>• 房貸計息年限與金額與他行比較時，差異甚大，惟未明示比較之行庫，無從確認其參考性。</li> <li>• 相關定型化契約應有審閱期間。</li> <li>• 實際貸款總約定書暨貸款總約定書附約六增補合約，「限制清償期」與「無限制清償期」之利率宜分別填具，供消費者選擇。</li> <li>• 開戶總約定書第 18 條有不確定條款，欠妥。</li> <li>• 加速條款之適用要件及範圍，太過寬鬆。</li> <li>• 附卡人負連帶清償責任未以較大字體標記。</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 申貸費用於第一期全數扣除，將使實質利率負擔更高。</li> <li>• 報酬之計算以公式說明，然高、中、低報酬商品之權值相同，客戶不瞭解銀行投資比例與分佈，易生爭議。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 財富管理商品說明書雖有風險預告事項，業務人員仍應站在投資者立場，明確告知利潤與風險之可能範圍，以免事後發生爭議。</li> </ul>
<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 個人資料保護依相關規定辦理，建立各種控制機制，實施保密措施。</li> <li>• 對委外製卡公司人員徵信，並登錄任、離職。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確實執行。</li> <li>• 定期自行查核項目應予彙整分析。</li> </ul>
<p>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</p>				
<p>一、消費爭議處理流程</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定明確之消費爭議處理作業要點。</li> <li>• 對消費爭議案件之產生原因加以整理並檢討。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 分級管理爭議處理時效，可加強員工敏感度。惟僅以訴諸媒體與否，忽略爭議之原委及處理之難易度。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費爭議案件之處理，由副總經理以上人員督導。</li> <li>• 將消費爭議案件之產生原因及改善措施，列為員工宣導重點。</li> <li>• 加強抽查及考核委外機構是否遵守相關規定，並</li> </ul>

<p>二、消費爭議處理時效與品質</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費申訴案件予以分類，有助於問題之發現及預防。</li> <li>訂有「客訴作業手冊」。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>對申訴案件之處理品質，未見檢討分析。</li> <li>未針對客戶申訴案件型態、客戶群及執行績效詳加分析。</li> </ul>	<p>予以評鑑。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>檢討分析消費爭議案件之處理品質，並將消費者對申訴案件處理結果之接受度及滿意度，列為工作考核重點。</li> </ul>
<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>基於消費者權益，處理消費爭議案件。</li> <li>於申訴案件中適時發現問題，立即採取必要措施，預防類似問題再發生。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>未主動於減少消費者風險與條款責任上，釋出善意。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>引進國際消費者保護制度，勿以國內同業普遍做法為依歸。</li> <li>主動辦理各項消費者保護措施。</li> </ul>



## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 P

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循程度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 商品文件訂有內部審核程序。</li> <li>• 訂有遵守法令自評檢核表。每半年執行一次遵守法令自評檢核，內容包括個資法及洗錢防制法、銀行法等。</li> <li>• 針對「公平會對於金融業經營行為之規範」檢討現行做法。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定「理財專員管理及績效考核辦法」，規定從業人員應取得相關證照，惟消金業務人員無此規定。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>• 遵守法令自評檢核表應增加消保相關法規(含公平交易法)。</li> <li>• 針對各項業務人員必備證照應詳加規範。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全力謀求制度面完善之誠意與決心。</li> <li>• 相關人員每半年辦理一次教育訓練。另訂定個人資料保護法上課注意事項，以線上課程及線上測驗方式進行。新進行員須三個月內完成。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 未辦理消費者保護法令規範之訓練。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 增加消費者保護法令規範之訓練。</li> <li>• 加強辦理正確理財、合理消費之消費者教育宣導活動。</li> </ul>

第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性		
一、行銷廣告	<ul style="list-style-type: none"> <li>就相關平面及媒體廣告觀察，尚無虛偽不實之宣傳或使消費者誤解情事，動畫活潑。</li> <li>平面文宣已揭露相關資訊。</li> <li>廣告及文宣資料之製作經內部簽准程序，法務室確認後才執行。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>對廣告或宣傳資料製作及散發公布，未訂定相關審查準則及控管作業程序。</li> <li>對於廣告內容之真實性、妥適性及散發宣傳，應訂定相關審查準則。</li> </ul>
二、商品申請書、定型化契約之訂定	<ul style="list-style-type: none"> <li>各項商品契約書依金管會所訂之範本修改。</li> <li>契約變更除在網路上公布外，尚以書面通知，並提供60天前之告知及審閱期間。</li> <li>定型化契約合理審閱期間修正為5日。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>相關定型化契約不宜以「借據」方式為之。</li> <li>借據（定儲利率指數專用）有不當約定加速條款情形。</li> <li>遵循「行政院公平交易委員會對於金融業經營行為之規範」，修正定型化契約加速條款。</li> </ul>
三、個人資料保護	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂定「行外網站維護管理辦法」(92年9月訂定，95年3月修正)。</li> <li>與委外廠商及從業人員</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確實執行。</li> </ul>

	訂有相關協定，如資料保密切結書。			
<b>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</b>				
一、消費爭議處理流程	<ul style="list-style-type: none"> <li>已停止委外行銷業務。</li> <li>針對解決客戶問題關鍵10秒，訂定「黃金10秒」專案處理流程(94年10月訂定，95年2月修訂)，另訂定「財富管理客訴處理流程」。</li> <li>訂定「客服處理準則」(89年7月訂定，90年10月、94年4月修訂)，處理委外客訴問題。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>加強委外催收之管理與稽核。</li> </ul>
二、消費爭議處理時效與品質	<ul style="list-style-type: none"> <li>製作客訴處理滿意度調查報告。</li> <li>滿意度分析方法及內容新穎。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>客訴多發生於授信業務。</li> <li>財富管理商品消費爭議案件僅限「個案分析」，未有詳盡統計。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>客訴僅以分行別區分，未以客訴內容、產品性質分類，甚為可惜。</li> <li>檢討分析消費爭議案件，並列為員工宣導及工作考核重點。</li> </ul>
第四部分：消費者保護措施執行成效	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂定「消費金融案件無擔保債務協商機制細</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>完善之消保制度仍在建構中，隨著市場全力拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>力求制度面之完善與落實，提升服務品質，加強</li> </ul>

	<p>則」，針對相關事項詳加規範。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 債務協商已通過案件有89%之繳款率。</li> <li>• 95.3.17.進行抽樣調查，就19件客訴進行滿意度分析：(1)處理結果：普通 (平均值 3.01) (2)回報速度：介於普通至滿意之間 (3.45)。</li> <li>• 94年度依分行別列出抱怨電話處理情形。</li> </ul>		<p>展，偶有瑕疵、錯漏。(消費事項檢核尚未列入法令遵循主管制度)。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 遭主管機關處分，影響形象。</li> <li>• 客訴滿意度調查之抽樣偏少。</li> </ul>	<p>消費者教育。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 推出新業務時，應審慎評估。</li> </ul>
--	---	--	---	---

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行Q

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
<p>第一部分：消費者保護制度之妥適性</p>				
一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>各類商品申請書、定型化契約條款之訂立，大體審酌參照消費者保護相關法令、主管機關公告之各種範本修訂，並經法務單位審核其適法性。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>關於適法性之審核，未能專責辦理。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>研擬「遵守法令自我檢核表」。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>配置14人專職辦理債務協商。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>雖有個資法三小時之訓練，惟未辦理其他消費者保護法令規範之訓練。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加強辦理全行員工之消費者保護法令規範之訓練。</li> <li>規劃常態性質之債務處理原則。</li> <li>加強辦理正確理財、合理消費之消費者教育宣導活動。</li> </ul>
<p>第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性</p>				
一、行銷廣告	<ul style="list-style-type: none"> <li>廣告中有加註醒語文字。</li> <li>對廣告或宣傳資料製作</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>有關總費用之年百分率之表示或揭露，仍未明確。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>廣告醒語文字之語意應明確，字體適度放大，位置應更明顯。</li> </ul>

<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>	<p>及散發公布，訂有控管作業程序。</p>		<p>有關總費用之年百分率之表示或揭露，應更具體明確。</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各類商品之定型化契約，大體依主管機關公告之各種定型化契約範本加以修改後採用。</li> <li>• 借款契約書加速條款尚符合政府規定。</li> <li>• 總費用年率化於相關產品說明書已有列示。</li> <li>• 小額信用貸款專用之借款合同書有「限制清償期間」與「得隨時清償」之勾選約款。</li> <li>• 有約定條款確認書之設計。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「存款信託業務總約定書」共同約定條款第 30 條係不確定條款，欠妥。</li> <li>• 使用金融卡約定條款第 19 條係不確定概括條款，欠妥。</li> <li>• 支票存款約定條款第 33 條、定期性存款約定條款第 7 條約定亦然。</li> <li>• 信用卡約定條款第 21、22 條加速條款，未訂「合理期間」，且有債信不足概括條款。</li> <li>• 加速條款適用要件及範圍，太過寬鬆。</li> <li>• 借款合同書違約金條款有關優惠利率，未清楚標註。</li> <li>• 消費性貸款案件除發契約書外，尚有發發本票</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 修正定型化契約內容，力求文字明確、易懂。</li> <li>• 修正加速條款。</li> <li>• 加強消費資訊揭露之完整性。</li> <li>• 「保本速動債」是當發行人不違約時才保本，應明確說明。</li> <li>• 財富管理業務應明確揭露契約風險。</li> <li>• 可在確認書上就客戶權益重要事項之約定比照個人資料交互運用條款，由客戶再做確認。</li> </ul>	

			<p>情形。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 汽車貸款契約與委外銷售仍待改進。</li> <li>• 「財富管理權益」僅有風險負擔之歸責，未見風險性之說明。</li> </ul>	
<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 個人資料保護依相關規定辦理，建立各種控制機制，實施保密措施。</li> <li>• 交叉行銷需取得消費者同意。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 提供評鑑之部分資料，未能保密。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確實執行。</li> </ul>
<p>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</p>				
<p>一、消費爭議處理流程</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定各項消費爭議處理作業要點。</li> <li>• 對消費爭議案件之產生原因加以整理檢討。</li> <li>• 落實詐欺交易預警和失卡保障。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 對消費爭議案件之處理，其管控及督導有再加強之必要。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 統合各項消費爭議案件處理要點。</li> <li>• 由副總經理以上人員督導消費爭議案件之處理。</li> <li>• 將經常發生或重大消費爭議案件，列為員工宣導重點。</li> <li>• 加強抽查及考核委外機構是否遵守相關規定，並加以評鑑。</li> </ul>

二、消費爭議處理時效與品質	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 追蹤考核消費爭議案件之處理。</li> <li>• 統計分析申訴案件處理時效、結案比例及案件類型。</li> <li>• 重視客訴處理，客訴案件分析詳細。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 部分消費爭議未結。申訴案件數字記載，恐有不符。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 為避免不當聯想，應與貸款代辦公司有所區別。</li> </ul>
第四部分：消費者保護措施執行成效	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 基於消費者利益，處理消費爭議案件。</li> <li>• 展現改革決心（如停止委外行銷作業）。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費爭議類型應予分類，有助於問題之發現及預防。</li> <li>• 將消費者對申訴案件處理結果之接受度及滿意度，列為工作考核重點。</li> <li>• 如遇消費者與委外廠商間之糾紛，僅以函件方式瞭解，不夠積極。</li> <li>• 積極處理委外行銷過程所產生之消費爭議案件。</li> <li>• 主動辦理各種消費者保護措施。</li> </ul>



銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 R

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有「遵循法令主管制度辦法」，並由「風險管理執行小組」統籌法令遵循。</li> <li>根據「遵守法令主管制度辦法」，每半年依「遵守法令自評檢核表」檢核一次。</li> <li>依據「理財人員考核管理辦法」及金管會規定，理財專員應具備三張證照，95年9月起增加為五張證照。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>每年派員參加行內、行外消保訓練。</li> <li>信託業務人員證照達成率100%；因未開辦保險商品銷售，未予統計。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者保護法之訓練可再加強。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>增加消保相關課程訓練時數及範圍，如消費者保護法、公平交易法及公平會對於金融機構之規範說明。</li> </ul>

第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性		
<p>一、行銷廣告</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定「商品行銷及廣告管理辦法」，含廣告贈品、網站管理、行銷活動等五部分。</li> <li>• 廣告內容加註相關警語：「借錢不還，再借困難」。</li> <li>• 訂有「廣告贈品活動檢核表」。</li> <li>• 廣告內容及意識型態已大幅改善，負擔教育功能。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 過去行銷廣告似乎過於活潑，有誤導之虞。</li> <li>• 對於廣告內容之真實性及妥適性，未訂定相關審查準則。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 對於廣告內容之真實性及妥適性，應訂定相關審查準則，並予落實。</li> </ul>
<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 各種契約書多已修正妥安。</li> <li>• 財富管理相關商品之資訊揭露依「財富管理業務經營政策暨作業準則」辦理。</li> <li>• 各商品之年百分率於相關網頁上揭露。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 不宜以「借據」方式，應以「定型化契約」為之。</li> <li>• 小額循環信用貸款契約、小額信用貸款契約書、車輛動產抵押契約書等部分定型化契約未明訂合理審閱期間。</li> <li>• 現金卡（小額循環信用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 未符合定型化契約範本及公平會規範部分，應予修正。</li> <li>• 修正加速條款。</li> <li>• 財富管理業務應明確揭露契約風險。</li> </ul>

<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂定「客戶資料倉儲系統作業及使用管理辦法」。</li> <li>依據「作業委託他人處理辦法」，訂有保密安全協定，每半年查核一次。</li> </ul>		<p>貸款契約)、小額信用貸款契約書、消費性商品貸款契約書、車輛動產抵押契約書、借據、授信約定書內之加速條款未給予「合理期間」。且於信用卡約定條款內，尚有概括條款之虞。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>小額循環信用貸款契約未訂定契約正本或與正本完全相符之影本交與立契約人收執。</li> <li>「借據」第九條所載，本借據正本乙份由銀行收執，另影本則以選擇式勾選，與定型化契約範本規定不符。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確實執行。</li> </ul>
-----------------	--	--	---	--	---

<b>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</b>			
<b>一、消費爭議處理流程</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂有「一般消費爭議案件處理流程或原則」。</li> <li>訂有「委託他人處理銀行作業辦法」及作業程序，由專人負責委外客訴。</li> <li>落實行員親自對保規定，防止委外行銷貸款業務糾紛。</li> </ul>		
<b>二、消費爭議處理時效與品質</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>依「客戶申訴案件型態分析一覽表」，申訴型態分為盜領、冒貸、帳務申訴、銀行局立委等單位及檢調單位等五項，進行統計。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>申訴、再申訴案件之統計可做歸類分析（如銀行局及立委單位來源內容可進一步歸類分析）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加強申訴、再申訴案件之統計分析。</li> </ul>
<b>第四部分：消費者保護措施執行成效</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對小額循環信用貸款客戶，遭盜領、冒貸、詐欺等案件，積極處理，共 821 戶、58,833 千元，截至 94 年底有 349 戶、30,619 千元，已分</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極辦理無擔保消費金融債務協商機制。</li> <li>樂於接受債務人請求，且能立即處理，深獲好評。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加強行員訓練，使其認識及發現詐騙行為，並有效協助消費者預防損害之發生或擴大。</li> <li>加強信用卡、現金卡之徵信，嚴格審核。</li> </ul>

	<p>期結清。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>訂有信用卡、現金卡申訴處理程序及各類消費爭議案件作業程序，作為各級人員處理申訴之標準程序。</li> </ul>			
--	---	--	--	--

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行 S

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各項契約文件會簽品保部門、法務處及相關單位，重要契約有外審制度，委請專業法律事務所提供意見。</li> <li>• 訂有「遵守法令自評檢核表」。</li> <li>• 要求委外行銷公司之負責人及經理人須有良民證。</li> <li>• 銷售財富管理商品之業務人員依主管機關規定，取得執業必備之合格證照。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 法令遵循檢核表部分項目不明確。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會(小組)」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>• 修正法令遵循檢核表，增加不當電話行銷、委外行銷、不實廣告及欺罔或顯失公平行為等消保規範。</li> <li>• 遵循「公平交易委員會對於金融機構委外行銷消費性商品貸款業務之行業警示」。</li> <li>• 規劃並落實完善之稽核制度，僅定期要求作業單位填寫自評表，做形式上抽測，恐不易發揮功能。</li> <li>• 鼓勵從業人員進修，取得證照，提升專業能力。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂有消費者保護方針。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消保訓練時數不足，課</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 增加訓練時數，從制度面</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>辦理個資法之訓練。</li> </ul>		內容可再補強。	<p>(制度規劃、契約條款、法令背景)及執行面(契約簽訂過程、履約過程、確保債權過程),實施完整訓練,並對糾紛案例做重點宣導。</p>
<p>第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性</p>				
一、行銷廣告	<ul style="list-style-type: none"> <li>信用卡等契約書依政府機關要求揭露消費者應負擔之費用,尚無誤導消費者之情形。</li> <li>信用卡等文宣資料有加重註醒語。</li> <li>廣告及行銷刊物之樣稿、請印及散發,由權責部門負責控管。另就財富管理業務商品或服務之廣告或宣傳資料製作與審認程序,訂定作業辦法。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>廣告醒語文字之語意應明確,字體適度放大,位置應更明顯。</li> </ul>
二、商品申請書、定型化契約之訂定	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人小額貸款契約書11條訂有事先3天以上合</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>檢討房貸契約相關防衛條款。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>調降房屋抵押貸款契約約定利息(現為12%)。</li> </ul>

	<p>理期間通知或催告，且無概括條款。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 房屋抵押契約書第1條有一般型及優惠型利率，且分別填具供勾選。</li> <li>• 部分定型化契約無「加速條款」及「概括條款」。</li> <li>• 提供合理審閱期間，並以粗黑字體表明。</li> <li>• 相關金融商品特性、風險、費用等資訊於契約內文、商品說明書及風險預告書揭露。</li> <li>• 依公平會規定，對有綁約期間限制，提供未綁約（適用不同利率）情況下之選項，於契約空白處蓋用條戳，以茲提醒。</li> <li>• 信用卡約款S21，載明就契約變更，銀行應作書面通知，並依異動內</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 房屋抵押貸款契約書第30條、31條或形同具文，或係加速條款，宜修正。</li> <li>• 信用卡約定加速條款未定合理期間。</li> <li>• 財富管理（理財）契約有關手續費資訊揭露仍有改進空間。</li> <li>• 「中、長期擔保、信用借款之年利率連續一年以上逾12%者，借款人得以一個月以上之書面通知提前清償全部債務，就此銀行同意不收取前項違約金。」此約定對於中、長期擔保借款者似乎形同具文，因現階段不可能有年利率逾12%之情形(參見房屋抵押貸款契約書第30條及個人小額貸款契約第24條約定)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 信用卡約款S21第五款，其他經「財政部」規定事項，應修正為「金管會或其他相關業務主管機關」。</li> <li>• 契約應依業務性質區分，並就共通事項採一般性規定。契約文字以淺顯明暢為要。不宜將臨櫃數種不同業務、內容互異之契約條款，納入乙份「開戶相關業務約定事項」，文字細密難辨，簽約流為形式，易引發爭議。</li> <li>• 財富管理業務應明確揭露契約風險。</li> <li>• 遵循公平會92年對金融業者收取房屋貸款提前清償違約金案件處理原則：(1)以特別約款書面明定，載明計收方式。(2)予選擇權(3)應考量已履行期間、餘額因素，遞減</li> </ul>
--	--	--	--



	<p>容，予消費者 7 日或 60 日之猶豫期間，以行使終止契約之異議權。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>參照公平會函文規定，將債信不良事由區別為經催告終止及未經催告終止二類，分訂效果。</li> <li>訂有「財富管理業務作業準則」、「財富管理業務推廣及客戶帳戶風險管理作業辦法等控管作業程序」。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>部分條款仍有爭議，或未依定型化契約範本為之，如：(1)房貸抵押權契約書§20 立約人應負擔契約所生費用之全部費用（訴訟費、律師費---）銀行墊付未即清償費用逕列為借款，以 20%年利計息。(2)§21 立約人往來書件、申請書之印章、簽名遭盜用、偽變造，果銀行已將借款撥入其指定帳戶，立約人同意不以上述事實否認借款責任。(3)於乙存，以預約免除銀行核對印鑑之善管責任。(4)存摺所載存額與銀行帳額不符，逕以銀行為準。(5)共同約定事項第 8 點與金融卡服務約定事項第 15 點內容矛盾。</li> <li>各項消費性貸款多有收</li> </ul>	<p>計收。銀行公會 94 年擴大適用全部消費性貸款，並明訂於授信準則§9 供銀行同業遵守。</p>
--	--	--	--	--

<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂定「消費者保護方針」，揭示以電腦處理個人資料保護法為藍本。對消費者個人資料保護政策，另訂「個人信用資料查詢管轄辦法」。</li> <li>載有個人資料之儲存媒體由專人負責上鎖及運送，並留有紀錄。資料庫系統以 LOG FILE 記錄留存，查詢亦留有稽核軌跡。實物傳輸彌封處理，專人送達，媒體專交郵局處理，另簽保密協議。</li> <li>建置「資訊安全管理系統認證」。</li> <li>訂定「查詢 JCIC 系統個</li> </ul>		<p>取提前清償違約金，惟對公平會所定之「處理原則」及銀行公會擴大適用範圍之規定，尚未見諸契約條款。</p>	
				<ul style="list-style-type: none"> <li>關於個人資料保護機制及保密措施之有效性應經常測試，並查核是否確實執行。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 人信用資料管理規定」。</li> <li>• 推行資訊安全管理系統認證。</li> <li>• 訂定「作業委託他人處理準則」，辦理各項委外業務均須簽訂保密或安全維護等契約或協定。</li> </ul>			
<p>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</p>				
<p>一、消費爭議處理流程</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 建置「客訴案件處理平台」處理消費糾紛。</li> <li>• 訂有投訴案件登記表、客訴追蹤表、顧客抱怨原因統計表、外催業務稽核表。</li> <li>• 於信用卡、財富管理業務、分期付款交易部分，有較詳盡之申訴受理、處理程序與時間等規定。</li> <li>• 委外催收及委外行銷作業，訂有作業流程及客訴處理方案，對糾紛之</li> </ul>			

二、消費爭議處理時效與品質	處理及客戶權益保障，尚足以適用。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 研擬消金通路履約保證金、制、交易糾紛風險保險及通路商定期檢核制度等機制，具正面意義。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 信用卡分期付款交易之糾紛較多。</li> <li>• 客訴案件處理之滿意度應由客戶認定，而非客服中心。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 針對委外行銷產生之商品銷售及貸款混淆爭議案件，應採行更積極之預防與改善措施。</li> <li>• 針對申訴客戶群進行分析。</li> <li>• 檢討分析消費爭議案件，並列為員工宣導重點。</li> </ul>
第四部分：消費者保護措施執行成效	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 將「客戶滿意度」納入消保制度。</li> <li>• 提供四案例，二貸款案例為分期付款買賣及購買遞延性服務所致糾紛，一例為信用卡贈品案，另一為個人因素請求減免利息違約金。</li> <li>• 針對客訴案處理提供實質改善建議。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 每年辦理客戶滿意度調查。</li> <li>• 法律解讀與企業形象可再提升。</li> <li>• 相關客訴案例均因客戶誤解或自身過失所致，若能增列因銀行作業疏失所導致之爭議，更能據以評鑑銀行消保措施執行成效。</li> </ul>

## 銀行消費者保護成效評鑑意見

受評機構：銀行工

各評鑑項目與指標	執行情形	優點	缺點	建議改進事項
第一部分：消費者保護制度之妥適性 一、消費法規遵循度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 契約條款經債權管理（或法律事務）部門之適法性審查。</li> <li>• 銷售财富管理商品之人員依主管機關規定，取得執業必備之合格證照。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 遵守法令主管制度未盡完善。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「適法性審查委員會（小組）」，邀請外部學者專家共同參與審查。</li> <li>• 研擬消費者保護相關法規檢核表(checklist)。</li> <li>• 規劃並落實完善之稽核制度，僅定期要求作業單位填寫自評表，做形式上抽測，恐不易發揮功能。</li> <li>• 總行遵循法令主管應負責最終稽核審批。</li> <li>• 鼓勵從業人員進修，取得執業具備證照，提升專業能力。</li> </ul>
二、消保制度規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 執行保密教育訓練。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 員工訓練時數不足。</li> <li>• 未辦理消費者保護法令規範之訓練。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 加強辦理消費者保護法令之訓練；從制度面（制度規劃、契約條款、法令背景）及執行面（契約簽</li> </ul>

				<p>訂過程、履約過程、確保債權過程)，實施完善訓練，並將糾紛案例做重點宣導。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 加強辦理消費者教育宣導活動。</li> </ul>
<p>第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性</p>				
<p>一、行銷廣告</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 信用卡加註「謹慎理財信用至上」警語。</li> <li>• 現金卡加註「借錢不還再借困難」警語。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 部分文宣廣告未正確揭露消費者應負擔之費用，屬不實宣傳。</li> <li>• 信用卡活動快訊：「用信用卡代繳水電費，就送台北/北海道來回機票一張」恐涉公平會「以虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵行為態樣」，廣告強調只要申請信用卡或特定貸款方案，即可獲得促銷贈品，卻未告知消費者尚需參加電腦抽籤或有其他限制，方可獲得贈品等。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 廣告醒語文字之語意應明確，字體適度放大，位置應更明顯。</li> <li>• 加強企業社會責任，遵循主管機關及銀行公會發布有關信用卡、現金卡應注意事項與自律規範，確實加註警語及揭示最高利率、各項應負擔費用等。</li> <li>• 廣告內容之真實性及妥適性，應訂定相關審查準則，加以控管。</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 部分廣告利率及手續費部分揭露「最低年息---起」、「最低手續費---起」、「不動產買賣價金安全信託」未記載費率，資訊揭露不完整，易造成誤導。</li> <li>• 對廣告或宣傳資料製作及散發公布，未訂定審查準則。僅依行銷企劃與消費金融單位業務需求，未就涉及消費權益事項，建立控管機制。</li> </ul>	
<p>二、商品申請書、定型化契約之訂定</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「本契約或其他附件各項約定如有未盡事宜，應由雙方另行協議訂定之。」(參閱信用卡定型化契約範本)，此一規定清楚明確。</li> <li>• 存款開戶申請書提供 5 日之合理審閱期間。</li> <li>• 汽車貸款契約中有「本契約內容甲方均已知悉</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 多數契約依相關法令規章修正，惟部分產品說明書及信用卡、理財商品之行銷廣告對消費者之權益界定不明確，易引發消費爭議。</li> <li>• 外匯活期存款須知約定「其他未盡事宜，悉照本行有關規定及一般銀行慣例辦理。」此一不</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全面檢視定型化契約，排除爭議性條款。</li> <li>• 修正加速條款。</li> <li>• 違約金之收取應依公平會 92 年對金融業者收取房貸款提前清償違約金案件之處理原則：(1) 以特別約款書面明定，載明計收方式。(2) 予選擇權(3) 應考量已履行期間、餘</li> </ul>

	<p>且收執乙份如有疑問請勿簽章」之警語。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 房、車貸無契約變更之情形。現金卡、信用卡契約變更以分行公告、書面通知及網站揭示方式為之。若有增收費用、提高利率、計息方式變更等，須於60日前書面通知，予消費者異議權。財務管理於營業場所、網站及投資公報，公開揭示，並定期於投資人財務報表中列載。</li> <li>• 訂有「財富管理業務作為準則」。</li> </ul>		<p>確定條款，欠妥。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 借款契約書有關加速條款約定，未明文「事先」與「合理期間」。信用卡約定條款有關加速條款，無合理期間。外匯定期存款單質借外幣借款，據約定「其他概括條款」，欠妥。</li> <li>• 房貸契約書違約金條款只填列一項，是否提供「得隨時清償」與「限制清償期間」供選擇未明。</li> <li>• 部分條款仍有爭議事項，或未依定型化契約範本為之，如：(1)借款契約書中以特約方式，約定客戶應負擔銀行為行使債權所生「訴訟費」、「律師費」。(2)車貸約定書「預定抵銷權之意思表示，自登帳扣抵</li> </ul>	<p>額因素，遞減計收。銀行公會94年擴大為適用全部消費性貸款，並明訂於授信準則S9供銀行同業遵守。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 財富管理業務應具體揭露契約風險。</li> </ul>
--	--	--	--	---



				<p>時即生抵銷效力」違反公平會「個人購車及購屋貸款定型化契約不得記載事項」第6點3.§19第三人持用立約人擔保物收據、保管證等即「視為立約人之代理人」一般約定事項§7，以特約排除銀行核對簽章之善管責任。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 各項消費性貸款多有收取提前清償違約金，惟對公平會所訂之「處理原則」及銀行公會擴大適用範圍之規定，尚未見諸契約條款。</li> <li>• 業務推廣及客戶帳戶風險管理機制中廣告或宣傳資料製作管理規範中，對基金公司提供之相關文宣資料，應由本行出具基金審核章，具名後方得陳列特定營業</li> </ul>
--	--	--	--	---

			<p>櫃檯。印章印文「本資 料係由基金公司提供僅 供參考，於該市場資訊 如有不符，銀行不負責」 字樣，欠妥。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 財富管理業務之信託契 約，雖依委託人條件量 身訂製，惟仍應提供合 理之契約審閱期間。</li> </ul>	
<p>三、個人資料保護</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定「業務資料管制要 點」以及「企業金融貸 款－聯徵及票據信用資 訊查詢項目表」，行員查 詢聯徵資料須經主管覆 核。其他有關客戶個人 業務資料之調閱、處理 及利用，依「業務資料 管制要點」辦理。</li> <li>• 訂有「作業委託他人處 理準則」。</li> <li>• 電話行銷錄音紀錄訂有 保存期限。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全行業務資訊之管制， 採部門間權責牽制之機 制，各單位設有專人保 管。依提送之資料，未 見電腦安控系統有異常 登錄之偵察，留存軌跡 功能。僅由稽核人員於 業務稽查時，列為稽核 項目。信用卡申請文件 資料，設有存置管控倉 庫，管控方式以出入門 禁為主。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 建立全行客戶隱私權政 策，非僅以法律最低標準 為個人資料保護目標。</li> <li>• 關於個人資料保護機制 及保密措施之有效性應 經常測試，並查核是否確 實執行。</li> </ul>

<b>第三部分：消費爭議處理機制之有效性</b>			
<b>一、消費爭議處理流程</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 由電子服務中心擔任客訴案件追蹤管理單位，藉由行內 NOTES 電子表單系統，控管使用者群組權限之申請，並依人員流動狀況更新。</li> <li>• 客戶諮詢全程錄音，避免發生糾紛。</li> <li>• 電話行銷訂有明確規範並全程錄音，避免糾紛。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 電子服務中心統計分析申訴案件，製作摘要，提供管理階層參考，並轉作業單位改進，制度尚稱完備。</li> </ul>	
<b>二、消費爭議處理時效與品質</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費申訴案件予以分類，且有申訴處理時效之統計及申訴案件檢討分析。</li> <li>• 訂有「信託業務紛爭處理程序」。</li> <li>• 訂有「客服人員考核辦法」。客服人員須接受完整訓練，始能上線。每月尚有例行在職訓練，隨時檢測考核。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 製作「客戶申訴案件統計表」，惟未就產品別及客群屬性交叉分析，內容過於簡略。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 加強爭議案件之處理，提升企業形象。</li> </ul>

<p>第四部分：消費者保護措施執行成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>除特殊案件須延長處理時限外，無未結案件對同一案件再提起申訴94年度僅有1例。</li> <li>提供五案例，二貸款案例遭人盜用帳戶所致之糾紛，一例為協助塗銷抵押登記案，一例為個人因素請求減免利息違約金，另一例則是請求更正聯徵紀錄。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>投注人力參與債務協商制度研究、規劃及宣導，並負責銀行公會「全國債務協商機制巡迴說明會」籌備工作，積極推動債協機制。</li> </ul>		
				<ul style="list-style-type: none"> <li>辦理客戶滿意度調查。</li> <li>加強行員訓練，使其認識及發現詐騙行為，有效協助消費者預防損害之發生或擴大。</li> <li>加強信用卡、現金卡之徵信。</li> <li>相關客訴案例均因客戶誤解或自身過失所致。若能增列因銀行作業疏失所導致之爭議，當更能據以評鑑銀行消保措施執行成效。</li> </ul>