

第七章 結論與建議

第一節 結論

消費者保護工作之落實不僅攸關消費者個人權益保護，對於防制金融犯罪及維繫金融市場公平競爭亦有所助益。在銀行追求利潤、衝刺業務量之際，亦須對消費者多一分關注。正視消費者權益保護，妥適處理消費爭議，引導社會大眾建立正確消費觀念，是銀行的社會責任。

本次評鑑重點並非逐一查核銀行是否遵循各項相關法令，而是瞭解各受評機構在消費者保護工作上是否對消費者釋出善意，且有更多積極作為。在規劃期間，參考行政院公平交易委員會所執行之「協助業界建立自發性自律規範計畫」，由研究單位與五位諮詢委員參考受評機構意見後，共同研擬評鑑架構及自評書表。本次評鑑共計 20 家辦理消費性業務之本國及外商銀行參與。整體評鑑過程可區分為四大階段，說明如下。

第一階段由受評銀行依據「消費者保護成效自我評鑑表」先自評後，提交書面資料（資料繳交截止日期為 5 月 12 日）。由於受評機構有關消費者保護工作多由數個不同單位負責，故資料蒐集與彙整難度較高，準備時間較長，評鑑執行期間常與本研究小組反覆討論。

第二階段進行書面資料評鑑，評鑑委員就受評機構提送之書面資料審查其消費者保護制度是否完備。評鑑委員針對受評機構消費者保護制度之優缺點、建議改進及提問事項，出具審查意見，並由研究小組將委員提問事項轉達各受評機構。

第三階段由受評機構向評鑑委員進行簡報及接受詢答。本院分別於 5 月 29 日、6 月 1 日、6 月 2 日 3 天，安排 20 家受評機構進行簡報。每一受評機構簡報時間為 40 分鐘，包含報告 15 分鐘，即席答覆委員提問 25 分鐘。受評機構簡報重點為回覆評鑑委員之書面審查提問事項。部分受評單位完成簡報後，請其補充相關資料。

第四階段提出受評機構之評分與獎勵名單。評鑑委員依據受評機構自我評鑑、書面審查，及簡報詢答作為成績評定之依據，並以所有評鑑委員對受評機構評分之平均數排名，為劃分評鑑等級之參考。依共識決，排除後三分之一的銀行。

針對其餘入圍銀行，由評鑑委員逐案討論，評估在消費者保護制度之妥適性、消費資訊揭露之完整性與正確性、消費爭議處理機制之有效性，及消費者保護措施執行成效等構面，落實消費者保護工作之完善度，

進一步區分為特優與優良兩級。特優銀行係經評鑑委員出席人數三分之二以上表決通過者，餘為優良銀行。

對於消費者保護執行成效優良（含特優與優良兩級）之機構將予表揚，不另以評鑑結果排名。表揚方式可採辦理發表會，廣為宣導，讓全體金融機構吸取標竿銀行在消費者保護工作上之經驗，並在觀摩中學習成長。

第二節 建議

執行銀行消費者保護工作成效評鑑之本意，在於鼓勵機構積極參與，藉此提供業者與消費者暢通之雙向溝通管道，縮短彼此認知上之差距。對於執行成效優良者予以適當表揚，所有機構互相觀摩學習，分享同業經驗，共創消費者與金融業者之雙贏。

一、對整體評鑑架構與流程之建議

為使整體評鑑架構與作業程序更臻完善，6月15日（星期四）下午二時至四時邀請評鑑委員、受評機構及主管機關舉辦本專案研究座談會。七月十八日舉行期末報告審查會議，與會人員對整體評鑑架構提出以下建議，可作為日後辦理常態性銀行消保相關評鑑之參考。

- (一)持續舉辦常態性質之金融機構消保評鑑：與會人員對本次評鑑均持肯定態度，期許日後能持續舉辦，對促進整體金融界消保制度之完善將有相當助益。
- (二)因各金融機構消金業務廣泛且具特色，可考量專就某一類型業務進行評鑑，如：1.存款業務；2.消費貸款業務(或再細分為房貸、車貸、小額信貸及催收作業等)；3.信用卡、現金卡業務；4.理財、財富管理或信託業務；及5.網路銀行業務等。此種做法不僅可提升評鑑工作之效率，也更能發揮強化金融機構消費者保護工作之效益。
- (三)可參考大學評鑑模式，依各個評鑑項目及綜合評比結果，分別評選出執行成效優良之銀行，有助於鼓勵業者落實消費者保護工作。在評鑑指標設計上，除定性（質化）指標外，可納入量化指標，使整體評鑑結果更客觀。另為維持評鑑之延續性，執行評鑑

單位不宜太常更動。

- (四)評鑑方式除採受評機構自評、進行書面審查、向評鑑委員簡報及接受詢答外，應納入實地訪視，以審定受評機構消費者保護工作是否確實執行。此外，為使評鑑結果更為嚴謹，受評機構針對評鑑委員審查意見，應有申覆程序，避免因雙方認知差異而產生歧見。
- (五)修正「消費者保護成效自我評鑑表」，區分為五項重點：1.消費法規之遵循；2.行銷廣告；3.個人資料保護；4.消費爭議之處理；及5.消費者保護制度。各評鑑指標力求文句明確，並予以補充或整併（見【表 6.1】）。

二、其他建議事項

為強化金融機構消費者保護工作之執行，金融機構內部應建構完善之遵法及消保規範制度，除邀請外部學者專家組成「適法性審查委員會（小組）」，共同參與商品契約文件之審核外，應研訂「遵守法令自我檢核表」，定期辦理自評檢核，並配合規劃完善之稽核控管制度。再者，機構應秉持消保理念與責任，研訂「消費者保護準則」或「檢核表」，於推出新商品或業務前，確實自我評估在商品設計、契約內容及行銷手法方面，是否符合消保觀念。另應加強辦理全行行員「消費者保護法」規範之訓練，並全面檢視定型化契約，排除具爭議性條款，期使契約內容簡易明確且公平合理。

另一方面，金融機構應提升消費爭議處理機制之有效性，除建立申訴處理之標準作業程序，並由副總經理以上人員督導外，應正確統計分析，並追蹤考核申訴類型、結案比例及處理時效(含接受度及滿意度)。此外，金融機構亦應落實消費者教育宣導活動及客戶滿意度調查，將正確的消費觀念傳遞給消費者，並且適時回應消費者對各項服務之評價與需求，可有效降低消費爭議。

綜上所述，從銀行角度而言，落實消費者保護工作之關鍵在於銀行是否能夠以最大的誠意、最清楚完整的方式展現其告知義務。業者除致力於市場上業務推廣，也應盡力讓消費者充分瞭解契約上的權利義務，在簽約時對消費者多投注一分關切，更進一步實際的說明，日後便可減少一分發生爭議的可能性，而後者的處理成本，也將逐漸使業者正視消保爭議之嚴重性。

對於金融機構而言，追求利潤應不是唯一或排他性的目標，消費者權益保護也不應只是意識上之權利，而必須正視與落實。金融機構除應強化消費者金融知識教育，宣導正確金融消費觀念外，亦應加強金融商品提供之規範與管理，以促進消費資訊透明與交易公平，健全消費損害救濟制度，建立公開、公平且安全之消費環境。

本次專案除對整體評鑑架構及強化銀行消費者保護工作提出建議外，亦蒐集分析評鑑結果與發現，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。另對受評績優機構予公開表揚，除可作為消費者選擇業務往來對象之參考外，亦可提升銀行對消費者權益保障之重視，對鼓勵銀行落實消費者保護工作，甚具助益。

【表 7.1】銀行消費者保護成效自我評鑑表修正版

評鑑項目	執行情形	執行面	
		執行情形說明	檢附相關文件名稱
一、消費法規之遵循			
1. 訂立各項商品申請書、定型化契約文件適法性之審核流程。			
(1)是否訂定「遵守法令自評檢核表」，詳細審酌參照消費者保護相關法令？			
(2)遵守法令自評檢核表內容是否涵蓋如「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，及其他各相關業務主管機關所作函令、規範？			
(3)是否成立適法性審查委員會(小組)，邀請外部學者專家參與各類商品契約文件適法性之審核？			
2. 信用卡定型化契約、個人購車及購屋貸款定型化契約等，依主管機關所訂之定型化契約範本、應記載及不得記載事項辦理情形。			
3. 各項商品定型化契約中對利率及各項費用資訊之揭露情形，如信用卡、現金卡利率計算之方式與標準、各項手續費計收標準與收取條件、指數型房貸利率計算基礎與調整依據等。			
4. 對於消費者可能負擔之利率及各項費用，是否設計簽名確認欄位，讓申請人確實知悉收取標準？			
5. 主契約外，其它附屬契約相關限制條款之妥適性，如信用卡保險範圍、汽車拖吊約定及紅利點數有效期限等。			
6. 主契約及其附屬契約變更時，通知消費者之方式。			

7. 訂立定型化契約前，提供消費者合理審閱期間之辦理情形。		
8. 定型化契約中「加速條款」訂定之妥適性，是否遵循「公平會對金融機構之規範說明」事項。 (1) 事先與借款人議定債信不足之事由。 (2) 因部分特定事由行使加速條款，是否事先以合理期間通知或催告立約人。 (3) 針對個別議定加列他種事由，是否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。		
9. 定型化契約中有無要求借款人遵守不確定之概括條款。		
10. 各項消費性貸款提前清償違約金之計收是否遵守「提供消費者自由選擇權」、「違約金遞減計收」，並以「特別約定條款」制定等原則。		
11. 從事財富管理業務之銀行，其商品說明書、風險預告書等對金融商品特性、涉及之風險、手續費或其他費用等資訊揭露情形。		
12. 理財業務人員或金融商品銷售人員是否對客戶善盡告知義務，包括商品特性、風險、費用等相關資訊，並留存紀錄以供查證。		
13. 推介、銷售金融商品之從業人員資格是否符合法令規範，如通過相關證照測驗，並取得合格證明書。		
14. 除透過商品申請書、定型化契約、權益手冊等揭露資訊外，其他資訊揭露管道，如網站或各式對帳單等之辦理情形。		
二、行銷廣告		
1. 確認廣告內容之真實性，如是否揭露消費者應負擔費用、有無隱藏附加條件及期限等限制或其他虛偽不實之宣傳或宣示致使消費者誤解等。		

2. 確認廣告內容無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。		
3. 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、詳列最高利率及所有費用項目之辦理情形。		
4. 對廣告或宣傳資料製作及散發公布是否訂有控管作業程序。		
三、個人資料保護		
1. 消費者個人資料保護政策。		
2. 各部門對客戶資料之保護措施，如載有個人資料之儲存媒體運送是否有專人負責，並作完整記錄、對於異常的登入程序，是否留有紀錄(LOG FILE)、是否指定專人定期檢視，並留有稽核紀錄。		
3. 作業委外如涉及客戶資訊者之處理措施，如是否於契約簽訂時訂定告知客戶之條款；是否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。		
4. 對於特定目的範圍及特定目的外（如配合政府機關調查）之個人資料利用處理措施，如是否已確實記錄其原由、處理過程、提供之資料種類及經辦受領人員。		
四、消費爭議之處理		
1. 消費爭議之標準處理流程，包括受理、處理申訴之程序與時間等。		
2. 請具體說明消費爭議之分析及改善措施，如內部呈報流程、統計、分析消費爭議產生原因與頻率，並為必要改善行動之情形。		
3. 針對經常發生或重大消費爭議案件之產生原因及改善措施，是否列為員工教育訓練教材？		
4. 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。		
5. 客戶申訴案件型態與客戶群之分析。		

6. 於申訴既定處理時效內，未結案之比例與案件類型。		
7. 申訴結案後，對同一案件再提起申訴之比例與案件類型。		
8. 客戶對申訴處理之接受度與滿意度分析。		
9. 提高客服人員申訴處理品質、專業度及服務態度之措施。		
10. 客戶滿意度調查之辦理情形。		
11. 請以具體範例說明消費爭議處理成效。		
12. 設置申訴專線或消費者服務專線，並告知消費者之辦理情形。		
五、消費者保護制度		
1. 是否訂定全行消費者保護政策？政策內是否包括明確之授權、控管、稽核流程，及各事業群處理消費爭議之方式？		
2. 自行或委託外訓機構辦理消費者保護相關教育訓練之執行情形，包括與消費者直接相關部門員工參與訓練之平均時數、訓練課程內容與對象等。		
3. 若有提供消費金融債務協商機制，其辦理情形與成效。		
4. 消費者教育活動之辦理情形。		
5. 其他足以說明消費者保護制度落實成效之內部專案、措施、計畫或方法等。		