

行政院金融監督管理委員會銀行局  
委託辦理銀行消費者保護成效評鑑專案計畫

銀行消費者保護成效評鑑作業手冊

主辦單位：行政院金融監督管理委員會銀行局

執行單位：財團法人台灣金融研訓院

中華民國九十五年四月

## 目 錄

壹、 評鑑宗旨.....	1
貳、 評鑑作業流程.....	2
參、 評鑑作業程序.....	3
肆、 評鑑項目.....	6
伍、 附件.....	10
附件一 機構基本資料.....	10
附件二 銀行消費者保護成效自我評鑑表.....	11
附件三 銀行消費者保護成效評鑑資料自我檢查表.....	18

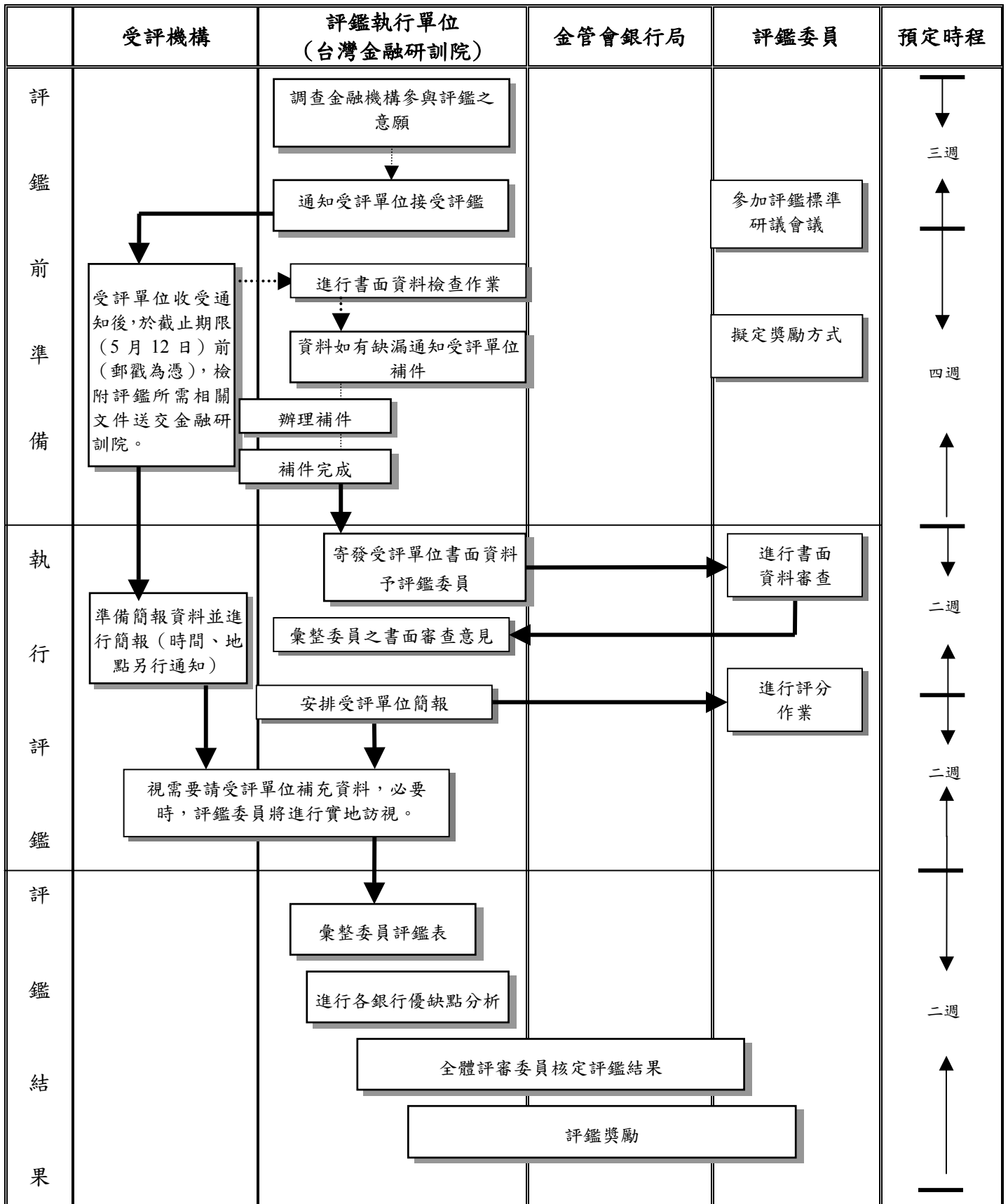
## 壹、評鑑宗旨

隨著金融自由化與國際化，資訊科技的快速發展與大幅應用，以及電子商務之興起，各式金融商品與技術不斷推陳出新，不僅改變了消費環境與消費行為，也引發許多消費者保護新議題，如電子商務轉換消費者交易型態，挑戰現有法令、制度之適宜性；市場開放提供多元化的商品與服務選擇，複雜了消費選擇技能。如此消費環境之改變，促使金融機構必須以更嚴謹的態度面對消費者權益保護議題。

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裨益。為此，台灣金融研訓院特接受行政院金融監督管理委員會銀行局委託，執行銀行消費者保護工作成效評鑑專案計畫，以本國商業銀行及辦理消費性業務之外商銀行為評鑑對象，評鑑項目則包括：(一) 消費者保護制度之妥適性、(二) 消費資訊揭露之完整性與正確性、(三) 消費爭議處理機制之有效性、(四) 消費者保護措施執行成效。

透過本項評鑑，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各項相關議題之重視，期使金融市場中積極落實消費者保護工作、維護消費者權益之銀行獲得肯定及鼓勵，進而建立透明、公平且安全之消費環境。

## 貳、銀行消費者保護成效評鑑作業流程



註：前列作業時間係參考時程，實際作業時間將視需要彈性調整。

# 參、銀行消費者保護成效評鑑作業程序

## 一、受評單位應繳送之書面資料

(一) 請各受評單位依據評鑑項目，備妥相關佐證資料，並裝訂成冊（一式十五份），內容如下：

1. 機構基本資料（附件一）
2. 銀行消費者保護成效自我評鑑表（附件二）
3. 相關文件資料，包括：
  - (1) 開戶約定書、房屋貸款、汽車貸款、消費性貸款、信用卡、現金卡、多合一 COMBO 卡等商品之定型化契約及申請書。另每類商品請提供平面與動態媒體廣告、宣傳資料及其審核紀錄文件各 2~3 件（以 94 年度為原則，請註明資料時點）。上述契約及申請書請同時提供最新版及前一版本資料，並以申請人實際填具之文件（匿名）為主。
  - (2) 從事財富管理業務之銀行，請提供五件財富管理業務商品之說明書或風險預告書。
  - (3) 推介、銷售金融商品之從業人員專業性，如資格要件說明。
  - (4) 員工接受消費者保護相關之教育訓練。
  - (5) 個人資料保護政策及規定。
  - (6) 消費爭議處理流程或原則，包括一般消費爭議及委外行銷、委外催收或其他委外事項之客戶權益保障與糾紛處理程序。
  - (7) 請就第（1）項所提之各類商品，具體說明 94 年度消費爭議案件，包括申訴案件起因、處理方式、事後改善措施。

另評審委員得要求提供指定案件。

(8) 提高消費爭議處理品質之措施，如當消費爭議產生時，加速爭議處理或讓高層瞭解爭議所在之機制。

(9) 請具體說明消費爭議案件處理成效。

(10) 其他足以說明消費者保護機制落實成效之內部專案、措施、計畫或方法等。

(二) 上項資料備妥後，請於民國 95 年 5 月 12 日前（郵戳為憑），以限時掛號寄送至以下地址，以利書面審查。

台灣金融研訓院 金融研究所

銀行消費者保護成效評鑑專案小組

地址：台北市中正區（100）羅斯福路三段 62 號 10 樓

聯絡電話：(02)3365-3580 王小姐或 3365-3571 張小姐

## 二、書面審查

台灣金融研訓院於收受受評單位書面資料後，先作形式之書面檢查，如發現受評單位所提送之書面資料有缺漏時，將通知受評單位補件。評鑑委員將就受評單位所提送之書面資料進行審查，以審定受評單位之消費者保護制度是否完備。

## 三、安排受評單位簡報

評鑑委員完成書面審查後，將與受評單位確認簡報日期與地點。受評單位應以現行消費者保護機制之建立與落實情形進行簡報，並即席答覆委員所提之問題。若評鑑委員與受評單位間有利益關係，受評單位應主動告知，以維護評鑑之公平性。受評單位完成簡報後，將視需要請受評單位進一步補充相關資料，或於必要時，進行實地訪視。

#### 四、評鑑結果之決定

銀行消費者保護成效評鑑作業完成後，由評鑑委員提供評鑑意見表，說明受評單位之受評結果、優缺點及建議事項，受評結果確定後，報請銀行局核定之。對於消費者保護執行成效優良之銀行，將予以公布並表揚。受表揚機構其後若發生重大消費者保護紛爭或違規事項，本院得提請評鑑委員會討論，撤銷其獎勵。

## 肆、銀行消費者保護成效評鑑項目

### 第一部分：消費者保護制度之妥適性

#### 一、消費法規遵循度

1. 對各項消費法規之遵循情形，如訂立商品申請書、定型化契約時，是否詳細審酌參照消費者保護相關法令。
2. 對各類商品契約文件適法性之審核。
3. 推介、銷售金融商品之從業人員資格，如是否通過相關證照測驗，並取得合格證明書。

#### 二、消保制度規劃

1. 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。
2. 其他有益消費者保護制度落實之事項，如是否提供消費金融債務協商機制及辦理情形、消費者教育活動之辦理等。

### 第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性

#### 一、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。

## 二、商品申請書、定型化契約之訂定

1. 各項商品契約，如信用卡定型化契約、個人購車及購屋貸款定型化契約等，是否確實依金管會所訂之定型化契約範本加以修改。
2. 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，如說明信用卡、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，及理財專員綜合型投資（如定存變保險）。
3. 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。
4. 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。
5. 主契約及其附屬契約變更時，通知消費者之方式。
6. 定型化契約中「加速條款」訂定之妥適性。
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. 其他資訊揭露措施，如是否於機構網站採首頁連結與表列方式。

### 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（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、其他有益消費資訊揭露之事項

## 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

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. 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. 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。

## 二、消費爭議處理時效與品質

1. 客戶申訴案件型態與客戶群之分析。
2. 於申訴既定處理時效內，未結案之比例。
3. 申訴結案後，對同一案件再提起申訴之比例。
4. 提高客服人員申訴處理品質、專業度及服務態度之措施。
5. 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。

## 三、其他有益消費爭議處理之事項

### **第四部分：消費者保護措施執行成效**

- 一、請以具體範例說明消費者保護措施執行成效，如消費爭議處理成效。
- 二、請以具體範例說明其他特殊之消費者保護措施或做法。

## 附件一 機構基本資料

機構名稱				
機構負責人				
單位名稱				
單位地址				
單位主管	姓名		職稱	
	電話	( )	傳真	( )
	電子信箱			
承辦人	姓名		職稱	
	電話	( )	傳真	( )
	電子信箱			
共同參與部門				
機構章	單位章		送件日期	
			年 月 日	

附件二 銀行消費者保護成效自我評鑑表

銀行消費者保護成效評鑑

自我評鑑表

自我評鑑單位：\_\_\_\_\_

自我評鑑日期：中華民國\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

負責人〈職章〉：\_\_\_\_\_主管〈職章〉：\_\_\_\_\_承辦人〈職章〉：\_\_\_\_\_

## 銀行消費者保護成效自我評鑑表

### 第一部分：消費者保護制度之妥適性

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、消費法規遵循度			
1. 對各項消費法規之遵循情形，如訂立商品申請書、定型化契約時，是否詳細審酌參照消費者保護相關法令。			
2. 對各類商品契約文件適法性之審核。			
3. 推介、銷售金融商品之從業人員資格，如是否通過相關證照測驗，並取得合格證明書。			
二、消保制度規劃			
1. 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。			
2. 其他有益消費者保護制度落實之事項，如是否提供消費金融債務協商機制及辦理情形、消費者教育活動之辦理等。			

## 第二部分：消費資訊揭露之完整性與正確性

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、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。			
二、商品申請書、定型化契約之訂定			
1. 各項商品契約，如信用卡定型化契約、個人購車及購屋貸款定型化契約等，是否確實依金管會所訂之定型化契約範本加以修改，請提出說明。			
2. 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，如說明信用卡、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，及理財專員綜合型投資（如定存變保險）。			

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
3. 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。			
4. 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。			
5. 主契約及其附屬契約變更時，通知消費者之方式。			
6. 定型化契約中「加速條款」訂定之妥適性。			
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. 其他資訊揭露措施，如是否於機構網站採首頁連結與表列方式，請提出說明。			
三、個人資料保護			
1. 消費者個人資料保護政策。			



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
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（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因、處理過程、提供之資料種類及經辦受領人員。			
四、其他有益消費資訊揭露之事項			

### 第三部分：消費爭議處理機制之有效性

評鑑項目	評鑑情形	執行面	
		執行說明	檢附相關文件名稱
一、消費爭議處理流程			
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. 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. 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。			
二、消費爭議處理時效與品質			
1. 客戶申訴案件型態與客戶群之分析。			
2. 於申訴既定處理時效內，未結案之比例。			
3. 申訴結案後，對同一案件再提起申訴之比例。			
4. 提高客服人員申訴處理品質、專業度及服務態度之措施。			
5. 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。			
三、其他有益消費爭議處理之事項			

#### 第四部分：消費者保護措施執行成效

評鑑項目	評鑑情形	執行面	
		執行情形說明	檢附相關文件名稱
一、請以具體範例說明消費者保護措施執行成效，如消費爭議處理成效。			
二、請以具體範例說明其他特殊之消費者保護措施或做法。			

## 附件三 銀行消費者保護成效評鑑資料自我檢查表

銀行消費者保護成效評鑑應備資料	有	無
一、機構基本資料		
二、銀行消費者保護成效自我評鑑表 (是否將機構原有制度文件依評鑑項目加以歸納，並詳細說明?)		
三、銀行消費者保護成效書面資料		
(1)依評鑑項目之順序予以整理排列		
(2)依評鑑項目歸納各項管理機制		
(3)提供執行各項管理機制之相關表單、文件等		
<p>※其他注意事項：</p> <p>(1)請依上述次序裝訂成冊。</p> <p>(2)正式書面資料請繳交 15 份。</p> <p>(3)請於評鑑截止期限(民國 95 年 5 月 12 日)前(郵戳為憑)，以限時掛號將資料寄送至：</p> <p>台灣金融研訓院 金融研究所 銀行消費者保護成效評鑑專案小組 地址：100 台北市中正區羅斯福路三段 62 號 10 樓</p>		

註：本表為送件前自我檢查用，待工作人員審查資料後，將以電話、傳真或 E-MAIL 回覆 貴單位，故請於送審資料時附上 貴單位聯絡人姓名及通訊資料，以便連絡。

# 「銀行消費者保護工作成效評鑑專案」座談會 會議記錄

壹、主辦單位：台灣金融研訓院

貳、時間：95年6月15日（星期四）下午二時至四時

參、地點：本院六樓會議室  
（台北市羅斯福路三段62號6樓）

肆、主持人：薛院長琦

伍、與談人：陳香吟（金管會銀行局科長）

李蔭棠（中華民國銀行公會諮詢及消費服務中心主任）

郭尚義（中華民國消費者文教基金會委員）

劉春堂（輔仁大學學士後法律學系主任）

尚玉瑛（中國信託運籌管理部協理）

周瑞青（大眾銀行消費金融處副總）

林榮華（玉山銀行信用卡事業處經理）

遲毓華（上海匯豐銀行個人金融處資深副總裁）

謝昌悌（合作金庫個人金融部經理）

## 陸、背景說明

隨著金融自由化與國際化，資訊科技的快速發展與大幅應用，以及電子商務之興起，各式金融商品與技術不斷推陳出新，不僅改變了消費環境與消費行為，也引發許多消費者保護新議題。

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裨益。為此，台灣金融研訓院特接受行政院金融監督管理委員會銀行局委託，執行銀行消費者保護工作成效評鑑專案計畫，

以本國商業銀行及辦理消費性業務之外商銀行為評鑑對象，評鑑項目包括：(一) 消費者保護制度之妥適性、(二) 消費資訊揭露之完整性與正確性、(三) 消費爭議處理機制之有效性、(四) 消費者保護措施執行成效。

本案評鑑方式參考公平交易委員會執行之「協助業界建立自發性自律規範計畫」，由銀行先行自評、提交書面資料並進行簡報為主。目前有關銀行評鑑作業已近尾聲，評鑑委員將出具意見，說明受評單位之受評結果、優缺點及建議事項，提供銀行作為改善依據。為使整體評鑑架構與作業程序更臻完善，本院特舉辦「銀行消費者保護工作成效評鑑專案」座談會，邀請學者專家、業者及主管機關針對相關議題提出建議，以供參考。

### 柒、討論題綱

時間	內容
14:00-14:05	院長致詞
14:05~14:20	專案簡報
14:20-16:00	討論時間與題綱 1. 對整體評鑑項目設計及評鑑工作執行提出建議。 2. 銀行落實消費者保護之現況及改善方向。 3. 強化銀行消費者保護工作之具體做法。

### 捌、發言內容（以下依發言序排列）

#### 薛院長琦（台灣金融研訓院）

首先，謝謝各位出席今天的座談會。本院於去（2005）年11月接受金管會銀行局委託，執行「銀行消費者保護成效評鑑專案」。為使整體評鑑架構更臻完善，在專案結束前，特別舉辦這場座談會，邀請受評機構、銀行局長官及評審委員提供建議。

目前本項專案已進行了八個月，在執行過程中，有許多收穫，相信評鑑結果正式公布後，對銀行業亦將有實質影響與助益。另外，感謝銀行局提供研訓院機會，這是每年受託計畫中最有意義的一項計畫。

所有受評機構都準備了相當豐富的資料，顯見對這項評鑑之重視。個人認為在評鑑結束後，蒐集分析本次評鑑結果與發現，整理為消費者保護制度的 guideline，由主管機關發函所有金融機構，針對應注意事項及普遍容易發生之錯誤加以提醒，或舉辦研討會，將整理之資料提供業者參考，都是很有意義的做法。

有關各位先進提及事先提供受評機構簡報應準備事項及各評鑑項目權重、商品契約設計應更貼近消費者、進行同業分享、加強消費者教育，以及舉辦小規模評鑑等都是很好的意見。消費者保護與銀行績效互為因果，業績好的機構，其消費者保護制度必定有相當水準，若消費者保護做得好，當然也一定會反映在營運績效上。

### **尚協理玉瑛（中國信託運籌管理部）**

在評鑑過程中，所有同仁都花了相當多的時間準備，也發現一些應改善之處，相關單位同仁著手進行修正。

簡報時，我們瞭解到身為消費金融業務最具代表性之銀行，所有評審委員對中國信託都有很高的期望，認為應更多為消費者著想。例如，契約中應載明及告知事項，雖已確實記載，但都是使用專業及法律用語，消費者不一定瞭解，所以，銀行業者應站在消費者的立場，試著從消費者角度思考他們的需求。

事實上，消費者保護的觀念已推行多年，但似乎都偏重於法令遵循，個人期望金融機構及消保團體能共同成立類似銀行公會之組織，定期討論及檢討金融業消保議題，建立標準範本，提供所有機構參考，或由教育訓練單位提供消保相關訓練。

中國信託主動參與本次評鑑，希望能學習同業優點並瞭解自己的缺點，作為日後改善方向。最後，謝謝台灣金融研訓院、金管會銀行局及各位委員給我們這個機會。

### **周副總瑞青（大眾銀行消費金融處）**

由於評鑑項目都是一致性的問題，受評機構依順序填答，評審委員也僅針對這些客觀問題進行評鑑，可將主觀印象分數減至最低。對受評機構而言，各個部分清楚條列，也較易於準備。

在強化銀行消費者保護工作上，個人認為領導人的心態相當重要。法規遵循是最基本的，如果主事者重視消費者保護，不斷提醒員工消保的重要性，便可帶動所有同仁。另一方面，消費者是需要教育的，希望消保團體能提供相關消費者教育，正確傳達消費者應有的觀念。

不論本次評鑑結果為何，大眾銀行都希望可藉此瞭解自己的優缺點，例如在簡報

結束後，即針對當日委員提出之建議及應改進之處進行修正，並持續追蹤執行情況。我們也期望在不影響內部營業機密的前提下，進行同業分享，全體金融機構相互學習，消費者才能真正受到保護。

在此，期待日後可再參與這項評鑑，且將此評鑑推廣為所有銀行共同參與，促進金融界整體進步。若評鑑結果優異，不僅對銀行形象有加分作用，對員工而言，也是很重要的肯定與鼓勵。身為受表揚機構之行員，將更能意識到消保的重要性，隨時鞭策自己。

### **林經理榮華（玉山銀行信用卡事業處）**

玉山銀行一直很重視顧客權益，我們認為銀行是在販賣信用，而信用的價值即建立於雙方彼此信賴的基礎上，而信賴互信之前提，便是銀行與消費者對交易內容及服務過程都滿意，這正是玉山自成立以來堅持的經營方針。

個人認為這次評鑑是相當有意義的活動，可讓業者重新審視產品設計架構是否完善。再者，由於業者難免從自己的角度思考問題，但消費者可能不甚理解其中內容，因此，應多傾聽消費者的意見，站在消費者的立場思考問題點，確實明列應注意事項，協助其更清楚瞭解商品內容。

在參加評鑑的過程中，個人認為若能預先公布各評鑑項目權重，受評機構較易於瞭解評鑑重點，準備上更能事半功倍。此外，自評表中使用之文句及語意，若能更明確並減少重複，同時增加相關法規檢核表（checklist），相信對受評機構在資料準備上會有很大的幫助。

最後，感謝主管機關和承辦單位的用心，利用這場座談會傾聽各界聲音，雙向溝通是建立優良評鑑模式的要件。盼望日後可持續這項評鑑，對國內業者落實消費者保護，將有實質助益。

### **遲資深副總裁毓華（上海匯豐銀行個人金融處）**

個人本身是負責匯豐銀行個人金融處之法令遵循及客戶申訴業務，我認為所有銀行提供給客戶的資料都應有最高的透明度，如此一來，同業間可以見賢思齊，彼此觀摩學習。

在消費者保護工作上，除了金融界應建立完善機制外，對消費者的教育也是相當重要。例如，我們曾遇過一個消費者，在其他銀行已申請了十幾張信用卡，接著又向匯豐銀行申請發卡，被拒絕後揚言要請銀行局出面。我們都知道，同時擁有多張信用



卡，其實是破壞金融秩序的行為，但不幸地這類型客戶的聲音通常最大，也最積極爭取自己的權益。

匯豐銀行參加這次消保評鑑，出發點是希望能學習其他同業的優點，評鑑結果倒是其次。個人很高興見到金融界的同仁，在消保觀念與立場上都很一致，有相當共識，對消費者而言，將是最大的受惠者。

### **謝經理昌悌（合作金庫個人金融部）**

合作金庫一向重視消費者權益，在與農民銀行進行合併時，仍秉持對消費者權益的重視，規定合併前所訂定之條款內容一定要確實遵守。因此，即便是行內同仁忙於合併之際，仍決定參加這次的消保評鑑，所有相關業務同仁，也都全力配合。

對合庫而言，參與評鑑是一個很好的學習機會，讓我們注意到以前疏忽之處，在簡報結束後，即針對當天委員提出之意見作更進一步的檢討，例如在契約審閱期間、借據內容方面，立即進行修正。

儘管各銀行都會遵守主管機關有關消費者權益保護之相關規定，但用心程度不同。個人認為除了銀行業的努力外，若能與消費者一起檢討商品契約及整體架構，消除消費者的誤解，可拉近銀行業者與消費者間之距離。

在這次評鑑中合庫獲益良多，也期許這項評鑑能持續舉辦，成為常態性質，對整體金融界消保制度之完善將有相當助益。

### **郭委員尚義（中華民國消費者文教基金會）**

首先，由衷感謝金管會舉辦這項深具意義的消保評鑑活動，讓消保團體代表有機會參與，同時也感受到金融研訓院全力的投入與妥善協助。

客戶申訴案件中，有些是情有可原，但也有不合理的情況，消基會一貫立場是不做任何一方的打手，並以同樣公正態度處理客戶申訴問題。

消費者保護工作成效評鑑的本意，在於鼓勵機構積極參與，對表現優良者予以獎勵，其他機構則可互相觀摩學習，不會產生負面影響。在整體評鑑過程中，個人認為各家受評機構大都相當優秀，各有特色與優點，就算有小缺點也是基本上瑕不掩瑜。

再者，所有評鑑委員也都以善意為出發點，希望銀行業者能未雨綢繆，將各種糾紛的發生率與可能性減至最低。衷心期盼日後還有類似評鑑活動，提供金融業者彼此學習觀摩的機會並加強消費者教育，俾共創消費者與金融業者的雙贏。

## 李主任蔭棠（中華民國銀行公會諮詢及消費服務中心）

就銀行業者角度言，消費者保護工作的主要關鍵在於銀行是否肯運用最大誠意、最完整的方式展現其告知之義務。在一般存款開戶時，實務上我們常見銀行臨櫃提供給客戶一疊厚達十餘頁，綜合、概括各項業務內容的「約定書」，即使業界在做法上都符合定型化契約之規定，但是否曾實際考量消費者「合理審閱」的可能性？亦即消費者是否有機會逐字閱讀？有無可能真正瞭解契約內容？如果不是肯定的，我們又如何期待消費爭議案件能夠減少？

個人認為，銀行業者除致力消金市場的競爭推廣外，也應盡力讓消費者瞭解彼此在契約上的權利義務，因為在簽約時多投注一分實際的說明，日後便可減少一分爭議，而後者的處理成本，將逐漸迫使業者正視問題的嚴重性。

在這次評鑑過程中，評審委員並非逐項審查條文之適法性，而是對所有機構提交之書面資料作文字上的審查。雖然銀行普遍都能遵守現行法令及銀行公會規範，但仍難免有錯漏的情況存在。再者，我們也關心機構提交之書面資料究竟是內部完整程序的呈現或僅是文字上的形容，同時書面文件所規範之制度及其架構，是否真正落實在銀行處理程序上。

消費者保護工作，除涵蓋銀行行員的教育訓練外，對消費者的教育也是另一重點。客戶不理性爭議的狀況雖無法絕對避免，但在善意基礎上消費者教育的落實及深化，是可以有效降低紛爭的。

個人參與這次評鑑，深刻瞭解到不同業務重點之銀行，其內部組織及架構差異甚大。我想銀行間同樣希望能瞭解同業優點，彼此觀摩學習。我相信消費者保護與銀行執行業務並不會互相抵觸，銀行公會也願意盡最大努力，協助銀行將消費者保護工作做得更好。

## 劉主任春堂（輔仁大學學士後法律學系）

銀行與消費者間之契約，絕大部分是透過銀行單方面所預先擬定的定型化契約條款而訂立，屬於定型化契約。由於銀行業者能瞭解契約內容，所以普遍認為消費者也有能力瞭解並進行磋商談判，但事實上並非如此。因此如何促使銀行訂定公平合理的定型化契約條款，乃成為銀行消費者保護重點，這也是我個人在行政院消保會服務期間大力推動制定銀行各種交易定型化契約範本之主因。

消費者是需要教育的，但倘若消費者有問題，那也絕對是企業的問題，因企業未將正確觀念傳遞給消費者，未清楚告知商品契約中的事項。關於消費者保護措施之採

行及推動，我認為銀行多數比較被動，通常僅被動地依主管機關所發佈之法規辦理，就主管機關所未規定之事項，大部分銀行均未能主動思考並研擬具體有效方案加以實施。消費者是銀行業之衣食父母，保護消費者是銀行該做的，做得好也是應該的，因此我個人認為有關銀行消費者保護之評鑑，除了表揚其優良者外，更應該從中發現其缺失，要求銀行改進。

透過這次評鑑，個人也對部分銀行的印象有所改觀。許多業者表示是抱持學習心態參加此次評鑑，期能由評鑑瞭解本身缺點，值得嘉許及鼓勵。由於這項評鑑，提供銀行業者與消費者雙向溝通之管道，因此具實質貢獻。

我建議往後可舉辦小規模且經常性之評鑑，每次評鑑僅針對某一類型商品，例如房貸或車貸。所有商品一起納入評鑑，較難具體評分，同一家銀行各項商品契約的好壞可能差異很大，因此，若將評鑑範圍限定在單一商品，並邀請所有銀行參與，相信會更有效率且更具體，也更能發揮消保工作之成效。此次評鑑工作，金融研訓院做得很好，希望主管機關能繼續支持此項有意義且能促進消費者保護之評鑑工作。

### 陳科長香吟（金管會銀行局）

消費者保護一向是銀行局及金管會相當重要的一項業務。日前的卡債問題其實給了大眾一個正視消費者保護意識的機會，而這次消保評鑑的執行更掌握了這一個契機，讓銀行從上到下充分接受消保意識的洗禮。客戶是銀行最大的資產，趁此時機如果銀行可以在消保工作上下功夫，深耕客戶，未來受益的仍是銀行；反之如不趁早著手努力作好消保，一旦極少部分不理性的消費者聲音被突顯時，受害的不只是銀行，甚至全體社會都必須付出代價，這應都不是我們所樂見的情形。

這次消保評鑑的執行十分感謝所有受評機構、金融研訓院及所有評審委員們，盡心盡力為消保評鑑模型的建立上努力，我們深深的期許這個評鑑模型與方式能為銀行業的消費者保護工作建立一個可長遠使用的範例，也希望研訓院最後可整理出來各受評銀行的優點、缺點及應改進之處，各受評銀行也可以了解別人的長處，反省自己的短處，截長補短，讓銀行的消保工作越來越好。

此外，個人有兩點期許，第一，希望銀行可善於利用本次評鑑的各項評鑑項目，主動建立銀行內部有關消費者保護的 guideline 或 checklist，在銀行推出新種商品之前，依據此 guideline 或 checklist 確實自我檢驗各項商品設計、行銷或促銷手法，是否符合消保觀念。

第二，期許銀行能主動作消費者保護教育，無論在各項廣告、商品文宣及網頁上，

積極宣導消費者保護觀念，間接提升全民消費者保護意識。

最後各位先進提及有關評鑑項目中各評鑑細項因語意相似，造成評鑑項目略有重疊之處，為避免各評鑑因子雷同造成線性重合的偏頗問題，亦請金融研訓院能將各評鑑因子所著重之重點釐清，並於期末報告修正。至於與會先進提及只舉辦小規模之單一商品消保評鑑，未來我們會進一步研議辦理，謝謝。

< 附錄三 >