

國立政治大學風險管理與保險學研究所
碩士論文

指導教授：彭金隆 博士

金融消費者保護法對銀行保險業務影響
之研究

研究生：黃愉婷

中華民國一百零一年六月

謝辭

當我寫謝辭時，我已經從政大畢業了。這篇論文的完成，首先要感謝彭金隆老師的教導，老師以豐富的實務經驗，引領我了解銀行保險實務的運作現況，並時時指出我論文寫作的盲點，讓我能順利的完成論文的撰寫。而口試委員林建智老師，就金融消保法實行對實務所產生的影響，以及主管機關的因應措施，提出另一個思考方向的建議，令我受惠良多，並使我對主管機關的因應方式有更具體的認識。我的朋友們，在我寫論文的過程中，不斷的鼓勵我，成為我寫論文遇到瓶頸時支撐的力量，感謝珮玟對我論文資料的提供、感謝學姐的鼓勵、以及感謝一路支持我的朋友們。而我的家人，對於我論文的完成扮演著舉足輕重的角色，家人的支持成為我最堅強的後盾，因此，這篇論文是積聚許多人的支持與鼓勵方得完成。

回想研究所生活，充滿愉快的回憶，在課業方面，與同學們互助合作、共同完成同一目標的景象，深印在我腦海中，令人難以忘懷。而課外的大小聚會、愉快的班遊，讓整個我研究所生活增色不少，也增添我課外生活的經歷。而風管所老師們所上的課程，開啟我對法律領域以外世界的瞭解，由於老師們的教誨，開啟我更廣闊的思考空間、使我學會從不同領域層面來看待一件事務、讓我發現原來從另一個角度觀察會對事物有更全面的瞭解，這都將成為我往後人生的寶貴資產。因此，若說研究所生活建立我更廣闊的人生觀也不為過，而研究所生涯的訓練，也是我撰寫並完成該論文的助力，因此，我也要感謝研究所同學的陪伴以及老師們的教導，因為有你們，讓我擁有豐富多彩的研究所生活。

最後，在滿懷著感念之下，我要以這篇論文作為研究所生活的終結，並期望藉由圓滿句點可以開啟另一段充實的人生。

摘要

我國金融消保法於 2011 年制定，是以保護金融消費者權益，公平、合理、有效處理金融消費爭議事件，以增進金融消費者對市場之信心，並促進金融市場之健全發展為目標。同樣的，因金融消保法將散落在各金融法規的廣告、業務招攬、營業促銷活動、說明義務、適合度評估統合規定，並創立一元化的金融消費爭議處理機制，帶給金融市場相當大的影響。

我國銀行保險業務，近年來快速發展，於適用金融消保法時，會給銀行保險業務帶來什麼影響？本文主要是藉由銀行保險業者履行廣告、業務招攬、營業促銷活動、說明義務、適合度評估之義務時，比較銀行保險業務原先所適用的法規範，以及適用金融消保法後產生的差異，探討對銀行保險業者的影響。然而，然而，因為銀行保險架構採取保險人或銀行保經代為經營主體的二方合約和三方合約經營模式，導致了銀行通路的責任問題，而且於銀行保險發生爭議，要保人使用金融消費爭議處理機制並選擇申訴對象時，會將這個問題展現得更加明顯。

金融消保法確立了廣告招攬促銷擔保責任、說明義務、適合度評估是金融服務業者應履行的法定義務，運用於銀行保險業務，不論在保護要保人方面，或是在維持銀行保險業務安定性的方面都帶來正面的影響。然而，因為金融消保法的要求更加完備和全面，所以銀行保險業者履行這些義務時，會對其業務、財務造成負擔，進而影響其營運，這是必須正視的現象。再者，銀行保險爭議發生時，要保人無法以銀行為申訴對象向其求償，使銀行有權責不一致之情形。因此，金融消保法作為提供給各金融服務業者和金融消費者適用的整合性法律，若採取傳統的分業經營規範方式，將會產生許多適用上的問題。

所以，本文除解析金融消保法對銀行保險業務的影響層面外，還探討金融消

保法規定分業經營所產生的問題，並得出結論認為金融消保法跨業經營規範之制定將會使銀行權責得以相符，也會讓金融消保法更能符合實務的需求。

關鍵字：銀行保險、金融消費者保護法、說明義務、適合度評估、金融消費爭議處理機制



表目錄

表一：保險各通路銷售歷年市占率表	21
表二：銀行轉投資保險經紀人、代理人列表	23
表三：壽險申訴類別	26
表四：產險申訴類別	26
表五：評議決定各業金錢給付額度上限表	114
表六：廣告、業務招攬、營業促銷活動規定之比較表	145
表七：說明義務規定之比較表	149
表八：適合度規定之比較表	152

圖目錄

圖一：三方合約圖	15
圖二：二方合約圖	18
圖三：壽險公司與銀行保代合作家數歷年變化圖	23
圖四：保險案件申訴趨勢圖	25
圖五：金融消費爭議處理程序流程圖	104
圖六：銀行保險經營圖	130

目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究動機與目的	1
第一項 動機	1
第二項 目的	2
第二節 研究方法	2
第三節 研究架構	3
第二章 金融消費者保護法與銀行保險	4
第一節 金融消費者保護法	4
第一項 意義及目標	4
第二項 金融消費前期之保護	6
第三項 金融消費後期之爭議處理程序	8
第二節 銀行保險	9
第一項 銀行保險定義	9
第二項 銀行保險法規範	11
第三項 銀行保險經營模式	14
第四項 銀行保險實務現況	20
第三節 小結	27
第三章 金融消保法廣告招攬促銷規定適用於銀行保險之分析	28
第一節 廣告、業務招攬及營業促銷活動之規範	29
第一項 廣告	30
第二項 業務招攬	31
第三項 營業促銷活動	33
第四項 遵守與禁止之事項	33
第五項 違反的規定	35
第二節 銀行保險業務廣告招攬促銷之規範	36
第一項 規範的主體	36
第二項 應遵守或禁止之事項	37
第三項 擔保義務	41
第四項 處罰規定	42
第三節 金融消保法對銀行保險廣告招攬促銷行為的影響	44
第一項 適用的金融服務業類別與主體範圍	45
第二項 適用的態樣與應遵守或禁止事項	46
第三項 擔保義務	48
第四項 處罰規定	49

第四節 小結.....	50
第四章 金融消保法說明義務規定適用於銀行保險之分析	51
第一節 說明義務之規範.....	51
第一項 說明義務適用於保險人之法理基礎.....	52
第二項 說明義務應遵循原則.....	53
第三項 說明義務履行時點.....	54
第四項 說明方式.....	56
第五項 說明義務重要事項內容.....	59
第六項 說明義務規定違反之責任與效果.....	60
第二節 銀行保險之說明義務.....	62
第一項 規範的主體.....	63
第二項 說明義務履行方式.....	64
第三項 說明義務內容.....	65
第四項 說明義務違反的法規.....	69
第三節 金融消保法對銀行保險說明義務的影響.....	70
第一項 規範主體.....	71
第二項 說明義務履行方式.....	72
第三項 說明義務重要事項內容.....	73
第四項 說明義務違反之後續處理.....	75
第四節 小結.....	76
第五章 金融消保法適合度規定對銀行保險影響之分析	77
第一節 適合度之規範.....	77
第一項 適合性原則適用於保險人之法理基礎.....	77
第二項 適合度評估內容.....	79
第三項 適合度規定違反之法律效果.....	82
第二節 銀行保險之適合度評估義務.....	82
第一項 規範的主體.....	82
第二項 適合度評估內容.....	83
第三項 適合度評估的實踐.....	85
第四項 適合度評估的例外.....	88
第五項 適合度評估所衍生的潛在利益衝突.....	89
第三節 金融消保法對銀行保險適合度評估的影響.....	90
第一項 適合度評估內容.....	91
第二項 適合度評估的實踐.....	93
第三項 適合度評估趨嚴.....	93
第四項 適合度評估要求過嚴.....	94
第五項 適合度評估所衍生的潛在利益衝突.....	96

第四節 小結.....	97
第六章 金融消保法爭議處理程序規定適用於銀行保險之分析	98
第一節 金融消費爭議處理程序.....	98
第一項 緣由及目的.....	98
第二項 組織架構與職權範圍.....	100
第三項 爭議處理程序.....	102
第四項 收費.....	111
第五項 請求資料權與守密義務.....	112
第六項 評議決定的拘束力.....	112
第二節 銀行保險的爭議處理程序.....	115
第一項 保險爭議多元申訴管道.....	115
第二項 多元申訴管道缺點.....	117
第三項 銀行管道申訴之疑義.....	119
第三節 金融消保法對銀行保險爭議處理程序的影響.....	120
第一項 一元化爭議處理程序的影響.....	120
第二項 銀行保險業務之申訴對象.....	121
第三項 銀行責任的問題.....	123
第四項 保險人與保險代理人連帶責任之疑義.....	126
第四節 小結.....	129
第七章 金融消保法銀行保險經營主體的問題	130
第一節 金融服務業者之跨業經營.....	130
第二節 銀行保險適用金融消保法之規範.....	131
第一項 不受保護對象.....	132
第二項 權利人.....	135
第三項 義務人.....	135
第三節 金融消保法主體規範權責相符的討論.....	137
第一項 銀行地位之分析.....	137
第二項 銀行責任之分析.....	140
第四節 小結.....	142
第八章 結論	143
第一節 廣告、業務招攬、營業促銷活動之規定.....	143
第二節 說明義務規定.....	147
第三節 適合度之規定.....	150
第四節 金融消費爭議處理機制.....	153
第五節 綜合討論.....	155
參考文獻	159

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

第一項 動機

基於市場競爭激烈，創新金融商品的需求紛紛浮現，此情形逐漸打破金融分業的窠臼，使金融商品以多樣化、複雜化、專業性的整合型態出現。而與分業界線逐漸模糊相伴的則是，原本分業經營的銀行、保險、證券等金融業在國際化、自由化、現代化的潮流下，紛紛以合併、購併、合資、策略聯盟等方式成立「單一窗口、一次購足」(one stop shop)的金融控股公司或綜合銀行之型態，此稱為金融整合。而台灣順應此潮流，自金融控股公司法於民國九十年施行後，金融機構紛紛以金融控股公司之形態而走向整合之路。而且在市場競爭型態改變後，各金融服務業者也紛紛尋找新的通路以銷售越形複雜的金融商品、使金融商品能夠更有效率的流通。

然而就漸趨複雜、專業的金融商品，難以期待無專業知識的消費者能完整、清楚的了解金融商品內容，故時有消費者購買到不適當金融商品，或是金融服務業者誤導銷售、消極不告知或積極為詐欺行為之產生，金融商品糾紛由此而生。惟消費者若提起訴訟以解決糾紛，將會對其造成沉重負擔，故有事先調解程序，但是原先各金融機構申訴系統不一，可能會使消費者產生無所適從之感。因此，「金融消費者保護法」(以下簡稱金融消保法)於民國 100 年公布施行，法規目的係以能達到消費者保護、建立單一申訴途徑以及最終能教育金融消費者為目的。

保險行銷有業務員、保經代以及銀行保險行銷通路，而銀行保險已於 2009 年躍居所有保險行銷通路之首，主因是「銀行」招牌的吸引力，再加上招攬人員花俏的行銷術語，誘使許多銀行客戶購買保險商品，但所謂量多爭議也多，銀行保險爭議在實務上相當多。所以，金融消保法實施後，會不會對銀行保險之銷售、申訴有所影響呢？這個問題一直縈繞在我心頭，此為此篇論文的撰寫動機之一。

第二項 目的

金融消保法的制定對銀行保險業務的營運會有影響，本文的目的除要探討銀行保險業務如何適用金融消保法之外，也要探討銀行保險業務在金融消保法施行前，適用諸如金融控股公司法第 43 條「銀行、證券、保險等機構合作推廣商品或提供服務規範」、「銀行、保險公司、保險代理人或保險經紀人銀行保險業務應注意事項」、「銀行辦理財富管理業務應注意事項」、「銀行、證券商及保險公司等機構合作推廣他業商品或提供相關服務規範」等規定，以及如何適用之前的多元申訴途徑，並就兩者相互檢驗，以瞭解金融消保法的施行對銀行保險業務的影響。

另外，銀行保險業務適用金融消保法時，銀行通路能不能成為經營主體？本文的另一個目的是要探討在適用金融消保法時，銀行通路的地位問題，並剖析是否金融消保法的規定有不足之處？

第二節 研究方法

為了從銀行保險角度研究金融消費者保護法，本研究將以「文獻探討」角度，以全面了解該法建構之情況。並就該法的規範，研究其制定對實務界所產生的影響，以及實際運作時與實務之交融狀況，並從文獻分析該法規範的利弊得失。

對於金融消保法規定的申訴調解制度，我們將以歸納分析的方式進行。並以網路檢索及蒐集文獻等方式取得所需之研究資料。

為了能全面透析金融消費者保護法的制度，本文將以「歸納分析」方式，就金融消保法所造成的影響以及本身的問題做一個總結，以瞭解金融消保法的制定對銀行保險業務所造成的影響。

第三節 研究架構

本文探討跨業經營的現狀下，銀行業銷售保險商品之角色定位、因此所衍生的權利義務及金融消保法中單一申訴途徑所面臨之問題，期待金融消保法能在與實務經營現狀的激盪下找出融合的出口。因此，本文就以下架構而為探討：

第一章 緒論說明本文研究動機與目的、研究範圍及研究方法。

第二章 介紹金融消費者保護法與銀行保險業務，說明金融消保法大致輪廓，並探討前期之保護和後期爭議處理程序。銀行保險業務則是探討實務市占率以及申訴現況，並說明銀行保險架構以及缺陷所在。

第三章 說明金融消保法廣告招攬促銷規定適用於銀行保險之分析，先介紹金融消保法的規定，再介紹金融消保法制定前廣告業務招攬的情形，而後就兩者相互檢驗，以瞭解金融消保法帶給銀行保險業務的影響為何。

第四章 關於金融消保法說明義務規定適用於銀行保險之分析，介紹金融消保法說明義務規定後，再了解金融消保法制定前說明義務的具體規定，多為投資型保險商品和電子商務招攬相關規範。就兩者相互檢驗後，可了解到金融消保法對銀行保險業務帶來的影響。

第五章 探討金融消保法適合度規定對銀行保險影響之分析，從金融消保法的規範開始介紹，再討論到金融消保法制定前，適合度評估規定以及適用之實況，對兩者作檢驗後，可發現金融消保法對銀行保險業務的影響為何？

第六章 探討金融消保法爭議處理程序規定適用於銀行保險之分析，先討論金融消費爭議處理機制，並輔以英國 FOS 以及新加坡 FIDreC 以加強了解，再探討金融消保法制定前我國所適用的多元爭議處理程序，而後再敘明銀行保險業務適用

金融消保法單一爭議處理程序，對銀行保險業務所造成的影響，以及適用上的問題。

第七章 關於金融消保法銀行保險經營主體的問題，先探討金融消保法規範所及的金融服務業者和金融消費者，再說明本法分業經營的規定會對銀行保險業務造成什麼影響，是否有助於改善銀行保險架構的缺陷。

第八章 結論則是就第三章到第七章的討論做出結論。

第二章 金融消費者保護法與銀行保險

本章介紹金融消費者保護法(以下簡稱金融消保法)訂立之背景原因、法理基礎及所參考之制度，以及銀行保險相關法規、銀行保險架構以及銀行保險市占率以及申訴現況。

第一節 金融消費者保護法¹

金融消費者保護法係由行政院會於2011年1月6日通過並提出於立法院，並由立法院於2011年6月3日三讀通過之法律。且尚附帶決議金管會需於2011年12月31日成立之金融消費爭議處理機構，必須具備中立、獨立、專業之特性，以提供金融消費者替代訴訟之權利救濟途徑。

第一項 意義及目標

2008年金融危機爆發後，隨即引發台灣金融市場投資型金融商品一連串的糾紛，使得金融消費者向相關金融機構申訴或向法院提訴之案件大幅增加。然而，於申訴階段，因投資型金融商品係屬跨業整合之商品，有可能肇致消費者不知應

¹ 以下簡稱金融消保法。

向何金融機構申訴之疑慮，並導致向法院提訴時訴訟主體之爭議。再者，法院對於消費者之提訴多以消費者自我負責的立場，而判以敗訴。惟追根究底，是因我國法規對於金融消費者保護較不周延，主管機關法規命令過於繁雜，而效力又未若立法院通過之法律，在此種法規範缺憾之情形下，我國參照英國金融服務及市場法(Financial Services and Markets Act, FSMA)以及金融服務公評人機構(Financial Ombudsman Service, FOS)制定「金融消費者保護法」，作為金融消費者權益保護的基石。

金融消費者保護法共分四章、總計三十條，其立法宗旨於第一條闡明本法立法是以保護金融消費者權益，公平、合理、有效處理金融消費爭議事件，以增進金融消費者對市場之信心，並促進金融市場之健全發展為目標，此與英國金融服務與市場法明定之金融監理目標 1. 維持市場信心(Market confidence)；2. 促進公眾對金融體系瞭解(Public awareness)；3. 確保消費者保護(The protection of consumers)；4. 降低金融犯罪(The reduction of financial crime)²，以及英國服務公評人制度(Financial Ombudsman Service)中以獨立、專業的爭議調處機構達到保護消費者並展現公平性及多樣性之目的³，具有相類似性，可見歐洲國家重視消費者保護的風潮，已影響並滲透進我國的金融消保法。

而金融消保法之具體輪廓，將於本文中具體描繪。本法之受規範主體，依金融消保法第 3 條，包括銀行業、證券業、期貨業、保險業、電子票證業及其他經金管會公告之金融服務業，這是屬於傳統分業經營的規定方式，並未就金融服務業跨產業經營模式的方向而為制定。再依金融消保第 4 條規定，受保護的「金融消費者」是指接受金融服務業提供金融商品或服務者，惟排除了對具專業知識者的專業投資機構和符合一定財力或專業能力之自然人或法人之保護。因此，上開金融消費者與金融機構間因商品或服務所生之民事爭議，即應受金融消保法之拘束(金融消保法第 5 條)，為免金融服務業者藉其優勢地位迫使金融消費者簽屬限制或免除業者責任之契約條款，本法第 6 條明定不得預先約定限制或免除其責任，

² FSMA 2000, §2(2), 3 - 6.

³ 參考自 <http://www.financial-ombudsman.org.uk/about/ombudsman-intro.html>，最後瀏覽日 2012 年 4 月 1 日。

若有約定，約定無效。而分則之第二章則規範「金融消費者之保護」，第三章則是「金融消費爭議處理」，第四章附則是屬於其他事項。由上可知，政府係以立法之積極作為，期待能使金融消費者於購買金融商品時得到更多的保障，維持消費者對於市場的信心，並使金融市場能永續、健全之發展。

第二項 金融消費前期之保護

金融市場是一個不完全透明的市場，在金融機構與消費者間存有資訊不對稱之情形，故於金融消保法第七條⁴規定要求金融服務業者於提供金融商品或服務之契約時應盡到善良管理人注意義務，且因金融商品或服務契約為金融服務業者單方擬定之定型化契約，金融服務業者為資訊掌握者，故明文揭示其與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約，應本公平合理、平等互惠及誠信原則，且若契約條款對消費者顯失公平，該部分條款無效；契約條款如有疑義時，則採取有疑惟利於消費者之原則，以盡到保護金融消費者之意旨，此係消費者保護法 11 條以下關於定型化契約規定於金融消保法中之貫徹。

再基於資訊不對稱之意旨，具資訊優勢的金融服務業者於廣告、業務招攬及營業促銷活動之內容與應盡之責任、商品行銷時應盡之適合度評估義務與契約內容說明及風險揭露之說明義務、將於以下簡述之。

一、廣告、業務招攬、營業促銷活動

金融服務業者為了業務招攬，常會刊登虛偽不實的廣告或行使詐欺的行銷術語，使未具專業智識消費者誤信廣告內容或銷售人員的行銷術語，並期待能在契約中完全體現而與之訂約，然而這樣的行銷方式有違誠信原則及公平正義，且將肇致後續的糾紛。故金融消保法第 8 條敘明金融服務業刊登、播放廣告及進行業

⁴金融消費者保護法第七條第一項：金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約，應本公平合理、平等互惠及誠信原則。

第二項：金融服務業與金融消費者訂立之契約條款顯失公平者，該部分條款無效；契約條款如有疑義時，應為有利於金融消費者之解釋。

第三項：金融服務業提供金融商品或服務，應盡善良管理人之注意義務。

務招攬或營業促銷活動時，不得有虛偽、詐欺、隱匿或其他足致他人誤信之情事，且應確保其廣告內容之真實，其對金融消費者所負擔之義務不得低於前述廣告之內容及進行業務招攬或營業促銷活動時對金融消費者所提示之資料或說明。此條係我國消費者保護法第 22 條在金融消保法的具體貫徹，且其也與英國保險商業行為規則(ICOBS)之一般條款規定中，保險人應遵守「清楚、公平、不誤導原則」(Clear, fair and not misleading rule)與消費者或被保險人進行溝通資訊的立法脈絡相符。

二、說明義務與適合性原則

說明義務實質內涵在於銷售人員推介金融商品時，必須在法定之適當時期將保險商品「重要資訊」及所面臨的風險揭露予客戶知悉，作為客戶是否購買商品之判斷。而金融消保法於第 10 條就說明義務做出法律層級的規範，而使整體金融服務業應遵循該法明文之義務。

所謂的適合性原則，是指銷售端人員於推銷保險產品時，應秉持著「認識客戶原則」(Know Your Customer)，於了解消費者之知識、經驗、財力、投資目的後，對其推介適合的商品。由於消費者通常為無專業知識者，常聽信銷售人員推銷商品之詞而為購買行為，故為避免因資訊不平等之情形而產生購買不適合金融商品並衍生後續紛爭之情形，本法於第 9 條⁵明定金融服務業者之行銷商品時所應負的適合度評估義務，適合性原則成為我國明文規範之原則。

與外國法規相較方面，說明義務概念多國早已明文規範，英國於商業行為規則第 6.1 條規定保險人及保險仲介人負有讓消費者知悉保險單「適當資訊」(appropriate information) 的責任⁶。日本則於金融商品販賣法第 3 條規定金

⁵ 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度。前項應充分瞭解之金融消費者相關資料、適合度應考量之事項及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。

⁶ ICOBS 6.1.5 : A firm must take reasonable steps to ensure a customer is given appropriate information about a policy in good time and in a comprehensible form so that the customer can make an informed decision about the arrangements proposed.

融服務業者對金融商品之「重要事項」負有說明義務⁷，而於該法第3條第2項規定：「前項之說明，應參照客戶的知識、經驗、財產狀況及締結金融商品販賣之契約目的，依照顧客能了解的必要方法及程度為之」⁸，本條結合了說明義務及適合性原則，意即業者應於了解客戶後，依客戶需求推介商品，並將需揭露的資訊向消費者為通知或揭露。由上可知，說明義務及適合性原則已成為各國平衡當事人間資訊落差之手段。

若金融服務業者違反說明義務及適合性原則，依金融消保法第11條⁹規定，金融服務業者需負無過失之損害賠償責任，此係要求金融服務業者負舉證責任，而將舉證之不利益歸諸金融服務業者。而本法第12條亦要求業者應將第8條至第10條規定事項納入其內部控制及稽核制度，並確實執行，以求能達到金融消保法保護金融消費者之目標。

第三項 金融消費後期之爭議處理程序

契約訂立後，消費者與金融機構間爭議性顯現，鑒於現今金融商品趨多樣化、複雜化、專業化，難以期待一般消費者具有理解並解決爭端的專業知識，再加之金融機構與消費者專業性與財力相距甚大，消費者於曠日廢時訴訟中難與金融機構抗衡，故若有訴訟外的一元化金融爭議處理程序，消費者之權益將受到更周全的保障。

因此，金融消保法於第二章第13條以下規定金融消費爭議處理程序，金融消保法第13條規定爭議處理機構之設立，而第14條到第17條規範其組織架構與職掌範圍，第17、18條規定了評議委員會，第20條則原則性的規範爭議處理

⁷ 杜怡靜，金融商品交易法上關於說明義務之理論與實務上之運用一對連動債紛爭之省思，月旦民商法學雜誌第26期，2009年12月，頁52。

⁸ 同前註，頁55。

⁹ 金融消費者保護法第12條：金融服務業違反前二條規定，致金融消費者受有損害者，應負損害賠償責任。但金融服務業能證明損害之發生非因其未充分瞭解金融消費者之商品或服務適合度或非因其未說明、說明不實、錯誤或未充分揭露風險之事項所致者，不在此限。

機制之評議原則。第 23 條是關於爭議處理機構處理調處先行之程序，而第 24 條則就申請評議程序之訂定及不受理之情形做出完整之規範。第 25 條到第 27 條對評議的審理作出規範，其中第 26 條闡明評議是以書面審為原則，而第 25 條規定了評議委員之預審及利益迴避，第 27 條則規範了評議程序。第 29 條規定了評議的成立與拘束力，並以金額額度之不同規範了不同的拘束力。最後，第 30 條則是評議書送請法院核可及評議效力之規定。以上規定構成了金融消費爭議處理機制的法律基礎。

第二節 銀行保險

第一項 銀行保險定義

近幾十年來，在歐洲銀行業一體化與自由化的潮流之下，歐盟或是之前的歐洲共同體曾發布一系列的指令，其中於 1989 年發布的「第二號銀行指令」(Second Banking Directive) 附件中針對銀行業務採取列舉規定，業務範圍擴張，打破傳統銀行分業之藩籬¹⁰。在此風潮下，西方國家多放鬆對銀行業之管制，使得銀行業能採取多角化經營，進而將觸角延伸至保險業，此稱之為銀行保險。而法國率先使用「銀行保險」之名稱(bancassurance)，是由法文的銀行(banque)及保險(insurance)結合而成，至於德國則稱之為全方位金融(Allfinanz)，不論何名稱，皆是謂銀行與保險之相互作用或融合，使得銀行除經營本身業務外，另跨業提供保險業務之綜合式理財服務¹¹。

銀行保險常被認為是金融服務業者新的經營發展方向，然而，若要了解銀行保險之意義，則不妨從通路觀點、整合觀點、策略經營觀點理解之。

¹⁰ 歐盟第二號銀行指令附件針對銀行所能經營之業務從存放款業務到證券、期貨、選擇權與投資組合管理等金融業務都予以銀行相當大的空間。

¹¹ 翁順裕、俞慧芸，銀行保險-保險業與銀行業的相互依存，保險實務與制度，2005 年 9 月，頁 177。

關於「通路觀點」，經濟合作與發展組織(OECD)在 2000 年的報告《世界金融服務的一體化：前途與問題》中將銀行保險定義為：“銀行銷售保險產品或保險公司銷售銀行產品”(most commonly refers to banks selling insurance products and usually vice versa)，Dolisa K. Flur 則認為銀行保險是指透過銀行銷售保險商品(Bancassurance is a term for selling of insurance by bank)，另有學者認為銀行保險為壽險公司利用銀行通路作為銷售壽險、退休金及投資型商品的行銷管道¹²。參考上述銀行保險概念之描述，再觀諸我國實務運作可這樣理解銀行保險，保險公司為提供保險商品或服務之產品端，而銀行是提供保險商品銷售管道之銷售端，保險公司藉由銀行擴展銷售通路，銀行則藉由販售保險跨業進入保險業，此種合作模式即稱為銀行保險。然而，此說並未論及與保險行銷有關之核保觀念，也並未明確定義與保險業之關係¹³。

至於「金融整合觀點」，可視為銀行整合本身以及保險公司之資源，為有形交互作用之進行或多項價值活動共用，例如共用品牌、廣告、資源、業務人力、營業設備等，以降低成本及阻礙，提升競爭力創造競爭優勢。學者 Alan Leach 在其出版物《歐洲銀行保險中的問題及 2000 年發展前景》一書中提及：“銀行保險是包括傳統銀行、儲蓄銀行和建房協會在內的，對保險產品進行製造、營銷和分銷的服務¹⁴。另有學者定義銀行保險是在單一企業體下，保險與銀行兩種業務之高度整合。關於銀行保險業務整合目前是在行銷面向，至於產品的製造是屬於保險公司業務範圍，並不符合 Alan 所述，或許這也是著眼於保險與其他金融商品性質不同所為最有效率的整合。

瑞士再保險公司在 1992 年定義銀行保險，首要代表的是不同金融服務機構的相互結合¹⁵，其次為商品通路。Skipper H. D 則對於「不同金融服務機構的相

¹² 轉引自孫惠瑛譯，各國銀行保險與直效行銷發展概況，保險資訊第 178 期，2000 年 6 月，頁 29-37，(George Strang“Bancassurance and direct marketing pp32-26”LIMRA’s Marketfacts，September/October，1999)。

¹³ 張文武譯，銀行保險-銀行兼營保險之策略，財團法人保險事業發展中心，2000 年 11 月，頁 9。

¹⁴ 轉引自胡浩，銀行保險，中國金融出版社，2006 年，頁 4。

¹⁵ 原文刊登在 sigma 2/1992：bancassurance is defined as“a strategy adopted by banks or insurance companies aiming to operate in the financial market in a more or less integrated manner”翻譯參考自前註，頁 11。

互結合」提出：由彼此分立的公司(銀行、保險等)，進而以聯盟方式同屬於一特定集團，最終成為一可提供任何金融商品及服務之金融機構¹⁶。法國信用機構協會理事長如此定義銀行保險：這是一個企業策略，最初大多是由銀行開始，其目的是為聯合相同集團內之銀行與保險業務，旨在為共同客戶提供服務，今日這些客戶主要為各消費者¹⁷。這幾個說法點出了「策略經營觀點」，銀行與保險公司、保經代公司為了擴展業務所採取的經營策略，在金融整合之下藉由合併或併購策略、策略聯盟、跨業經營策略等方式提供消費者一個綜合式理財服務(銀行及保險)。若具體呈現於實務現況則是銀行保險業務藉由金融控股公司模式整合保險和銀行子公司共同行銷、販售保險商品，或以策略聯盟的方式，實施相關營業單位之資源共用、技術移轉並整合保險商品的行銷據點和通路，進而提供客戶保險商品多樣化與全方面選擇之行銷通路，以達交叉行銷，資本有效配置與成本節省的最大效用，並創造最大的競爭力¹⁸。

綜上所知，通路是對銀行保險最粗略的了解，而策略經營觀點則是最完整的掌握。通路觀點著重在行銷上，就其特性議題討論重點應在於銷售行為及資訊揭露。而商品整合著重在商品組合、多樣性、專業性上，在整合層面上應關注商品適合性的監理，並應避免對客戶產生利益衝突。最後經營策略觀點則是強調風險外溢、市場公平競爭及公平利益¹⁹，而我國現行銀行保險實務則是採通路觀點模式，本文將以此為出發點為探討。

第二項 銀行保險法規範

日益興盛的銀行保險業務在台灣是一種新興的金融服務整合類型，惟我國銀行法第3條並未明文規定銀行得經營保險業務，因此，關於銀行保險業務規定必

¹⁶ Skipper H.D 1998 International and insurance : An Environment-Managerial Approach Irwin McGraw-Hill P166. 轉引自郝充仁、李雅婷，銀行保險之實務分析，建華金融季刊第24期，2003年12月，頁128、129。

¹⁷ Nadege Gentay & Philip Molyneux 合著 Bancassurance, 1994, 張文武譯《銀行保險-銀行兼營保險之策略》，頁9。

¹⁸ 趙清遠，黃義俊，金控架構下銀行保險競爭優勢-以交互關係論，保險經營與制度第6卷第2期，2007年9月，頁231。

¹⁹ 彭金隆，台灣銀行保險監理的三個問題，2009金融服務整合與創新發展研討會，2009年6月。

須求諸於其他法規範。然而在金融消保法制定前，銀行保險業務所適用的法規範，或是有涵攝到銀行保險業務的法規範，都會影響到銀行保險的整體架構，進而決定銀行保險的經營模式以及整體的運作方式，因此，必須先了解銀行保險的相關法規。

一、銀行保險相關法規

我國的銀行保險相關法規大致可分為四大類，分別為金融控股公司旗下保險子公司、銀行子公司共同行銷的相關規範、金融機構間合作規範、銀行保險招攬人員的相關規範以及銀行從事保險業務與一般保險業務之規範。

(一)共同行銷法規

金融控股公司法第 43 條提及了「共同行銷」一詞，而又授權訂立「金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法（以下簡稱共同行銷管理辦法）」，參酌這些法規可以知道，金控公司進行共同行銷主要是分為「前場共同行銷」和「後場共同行銷」。前場共同行銷是指，銀行內的保險櫃檯、銀行櫃檯、證券櫃檯共用銀行場所、設備、人員及資源，至於後場共同行銷則是指保險子公司、證券子公司及銀行子公司共用客戶及資訊²⁰，對於銀行保險業務而言，這些方式有助於銷售保險商品目的之達成。

(二)金融機構合作相關規範

「銀行、證券商及保險公司等機構合作推廣他業商品或提供相關服務規範」規定了非屬同一金控公司的銀行、證券及保險公司得以透過簽定合作推廣契約的方式，達到如同共同行銷的效果。因此，藉由金融機構間的合作，可以強化金融機構通路之利用以及經營的效率。

²⁰ 彭金隆，金融控股公司：法制監理與經營策略，智勝文化出版社，2004 年初版，頁 139~149。

(三)銀行保險招攬人員的相關規範

依保險業招攬及核保辦法第 2 條之規定，保險業招攬人員包括保險代理人、保險經紀人與保險業務員，保險代理人、保險經紀人是負責在保險人與要保人間居間仲介，使雙方能夠磋商訂立保險契約，而保險業務員則需登錄於保險公司、保險代理人公司、保險經紀人公司，以所屬保險業者名義行銷保險商品或服務。因此，銀行保險業務若透過這些招攬人員以進行招攬，則需遵守「保險代理人管理規則」、「保險經紀人管理規則」以及「保險業務員管理規則」。

(四)銀行從事保險業務之規範

關於銀行從事保險服務之相關規範，直接規定銀行保險業務的是「銀行、保險公司、保險代理人或保險經紀人辦理銀行保險業務應注意事項(以下簡稱銀行保險業務應注意事項)」，但是卻有法源性的問題。該注意事項規定了銀行通路的地位，並確立銀行、保險公司、保險代理人或保險經紀人互相合作時，各方應盡的權利義務。

二、銀行保險法規的不充足

以上法規涵攝銀行保險的情況，只有「銀行保險業務應注意事項」直接的規範銀行保險業務，然而也只把銀行當成行銷通路，且該注意事項有法源不足的問題，其中規範又大多屬於宣示性規定。

而在間接涉及跨業行銷的法規中，雖有依金融控股公司法第 43 條第 3 項訂定之共同行銷管理辦法，然而，這僅適用於金融控股公司旗下子公司共同行銷行為。至於「銀行、證券商及保險公司等機構合作推廣他業商品或提供相關服務規範」則有法源的問題，且規範內容是廣泛的針對金融機構合作推廣他業而訂定，並非專為銀行保險制定。主管機關在之前有針對銀行業頒布「銀行業辦理財富管理業務應注意事項」、「銀行對非財富管理部門客戶銷售金融商品應注意事項」，雖銀行辦理財富管理業務內含保險商品，且涵攝範圍會及於部分銀行保險業務，

惟這兩部法律已因法源不足遭主管機關廢除。

因此，間接規範銀行保險業務的部分法規有無法源的問題，而直接規範銀行保險的法規則處於不充足的狀態，對於銀行保險實務上的運作產生極深的影響，也同樣使銀行保險的經營方式發展出如今的樣態。

第三項 銀行保險經營模式

銀行保險業務應注意事項第3點「所謂銀行保險業務，係指保險公司直接或透過保險代理人或保險經紀人以銀行為保險商品行銷通路，由銀行提供營業場所、辦公設備或人力從事招攬保險之業務。」，可將銀行保險業務解釋為兩種型態，一種型態是保險公司與銀行合作，並由保險公司透過銀行通路直接銷售保險商品的模式，此稱之為二方合約的經營模式。而銀行轉投資的保險經紀人或保險代理人公司亦可以透過銀行通路間接行銷保險公司的保險商品，這稱為三方合約的經營模式。

銀行獨資是100%持有保險子公司，此型態需要龐大資金，以及需耗費相當大的勞力、時間、費用以瞭解並經營新設立的公司業務，此種跨業經營方式聚合過程需耗費相當長的時間，並需負擔相當高的風險，惟較能依據自己理念經營，若新設立保險公司能產生核保利潤，銀行將獲取更大利潤²¹，例如法國Crédit Agricole 獨資設立Predice 壽險子公司，然而我國未有個案，所以對獨資無法進行經營架構之討論。因此本節就其他經營型態所產生的銀行保險二方、三方法律關係架構，探討彼此間權利義務法律關係及可能產生的法律問題?以下敘明之：

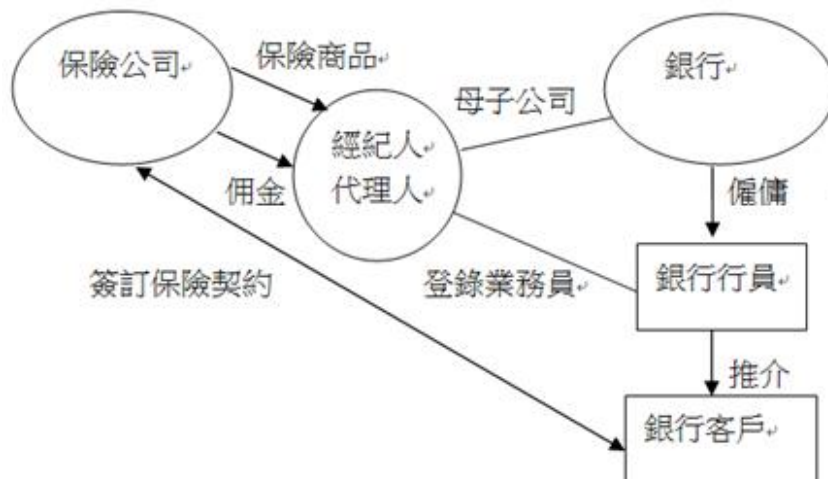
一、三方合約間接經營模式²²

²¹ 陳明哲，由歐美經驗論銀行與保險之聚和在台灣發展可能的法展，保險實務與制度第3卷第2期，2004年9月，頁144。

²² 參考自林建智、彭金隆、吳佳寧，我國銀行保險業務監理架構之探討，台灣金融財務季刊第十輯第四期，2009年12月，頁138-140。

(一)架構介紹

三方合約是屬於銀行保險間接經營模式，如圖一架構所示有三個主體：銀行、保險公司、保險經紀人或保險代理人。



圖一三方合約圖

【參考自彭金隆、林建智，2009年】

銀行為了跨足保險業，轉投資成立保險代理人或保險經紀人公司，並由合作的保險公司設計、提供保險商品並為專業核保、理賠，銀行保經代公司則負責行銷仲介，透過銀行取得優質客戶資料，銀行則負責提供第一線的銷售人員如銀行行員、專業理財人員等金融商品銷售人員(以下簡稱招攬人員)。而保險業務招攬人員必須先依保險業務員管理規則等相關規定取得業務員資格，並向銀行保經代公司登錄後，方得為保險商品銷售行為。三方合約為我國最主要的銀行保險經營模式，同樣是保費收入最高的保險通路。例如第一銀行轉投資第一保代公司、新光銀行轉投資新光保險經紀人公司等。

(二)符合三方合約的公司經營型態

對於雙方而言，三方合約是銀行轉投資保經代，銷售一家或多家保險公司產品。只能銷售一家保險公司商品的原因，原則上是因為銀行與保險公司簽定「獨

賣銷售協議」²³。然而在金控子公司共同行銷時，銀行子公司只能銷售保險子公司之商品，金控公司旗下銀行子公司雖可以透過銀行保經代銷售，以適用於三方合約，惟仍留待二方合約討論。如果是簽訂合作推廣契約，採取獨賣型態的銀行行員，多直接登錄於合作保險公司成為其所屬業務員，較少適用於三方合約，因此於二方合約討論較適宜。至於採「非獨賣²⁴」方式的銀行通路，常出現在銀行與保險公司策略聯盟、簽訂銷售協定或合資成立新保險公司之合作型態，可同時銷售兩家以上保險公司之商品，然而，若依保險業務員管理規則規定，保險業務員僅能專屬為登錄之保險公司招攬保險，亦不能重複登錄，否則會被撤銷。因此，銀行行員取得業務員資格後會登錄於所屬銀行轉投資之保經代公司以販售多家保險公司商品。

策略聯盟是指任何一個機構或組織，透過合資或合作之方式，與一個或一個以上組織共同運作之模式，根據我國現行金融監督法令，只要不涉及直接經營非認許性項目，策略聯盟方式在法規上並無特別禁止之處²⁵，而策略經營銀行與保險公司有較高程度的商品發展整合及通路管理，並有可能分享客戶端資料²⁶。至於銷售協議，在我國形式是銀行與不同保險公司簽訂通路協定，由銀行作為通路銷售不同保險公司之保險商品，雙方合作關係不具專屬性、較為寬鬆，而銀行僅負責銷售，不提供客戶端資訊或為其他訊息交流。實際上的例子有華南銀行與巴黎人壽策略聯盟銷售房貸壽險及投資型保單，除此之外，華南銀行還與台銀人壽、富邦人壽與新光人壽等多家保險公司簽訂銷售協議，並藉由轉投資華銀保險代理人股份有限公司以銷售保險商品，還有兆豐轉投資兆豐人身保險代理人公司、遠銀轉投資遠銀保險代理人公司並與多家保險公司簽訂銷售協議販售保險商品²⁷等。因此，策略經營與銷售協議本質上並無不同，皆是合作關係，差異僅在於整合程度的不同。

²³ 銀行只跟一家保險公司合作，在該銀行只能買到一家保險公司的商品，形成獨家代理。

²⁴ 銀行通路販售多家保險公司之產品，而非專屬某一家保險公司商品的銷售通路。

²⁵ 同註 20，頁 8。

²⁶ Swiss Re No7 "Bancassurance development in Asia"，2002。

²⁷ 轉引自吳佳寧，我國銀行保險業務監理架構之探討，國立政治大學風險管理與保險學系碩士論文，2009 年，頁 55。

合資是指銀行與保險公司雙方共同出資設立一家新保險公司，由銀行與保險公司共同擁有、控制、共享收益、風險。銀行與保險公司身為股東，向合資公司投入資源，同時由合資公司收取利潤分紅；合資公司主要職責就是結合股東雙方的業務優勢和特點，開發、銷售專門用於銀行銷售的保險產品或其他類型的保險產品²⁸。在我國實務，合庫銀行及法國巴黎保險公司以合資方式設立合作金庫人壽保險公司，合庫銀行期待能藉由法國巴黎保險銀行保險專業經驗與商品開發技術能力，跨業銀行保險。而合庫銀行則轉投資合作金庫保險經紀人公司以販售包括合庫人壽在內多家保險公司之產品。

(三)三方合約下之法律關係及問題

關於彼此的法律關係，保險代理人為保險公司代理人無疑，惟保險經紀人公司依保險法第8條規定雖只是為被保險人利益洽定保險契約之人，本質上應為要保人之代理人，然而因為本條規定尚有不明確之處，故我國實務做法是由保險經紀人向保險公司收取報酬²⁹，會令人質疑保險經紀人是為誰的利益行事，然而此非本文要討論重點，只略而提及。

至於登錄於銀行保經代公司的銀行保險業務招攬人員與銀行間具僱傭關係，而其與保經代公司則依雙方所簽訂契約的不同而可能為僱傭關係、承攬關係或僱傭及承攬的混合關係，不論如何，招攬人員同時具備銀行職員以及銀行保經代業務員之雙重身分。然而，因銀行法第3條未明文規定銀行得經營保險業務，且銀行保險業務應注意事項第3點明文規定銀行為「通路」，故銀行與保險公司間並無類似代理或合夥的法律關係。因此可認為招攬人員是立於保經代受僱人的立場行銷保險商品，而保險商品成功銷售所訂立之保險契約當事人則為要保人及保險公司無疑。

基於三方合約之下的法律關係，在保險商品銷售成功後，保險公司應依保險法第8、9條支付給保經代公司佣金，銀行無請求招攬報酬之權，然而銀行仍得

²⁸ 同註14，頁220。

²⁹ 江朝國，保險法基礎理論，瑞興圖書出版社，2003年，頁193、194。

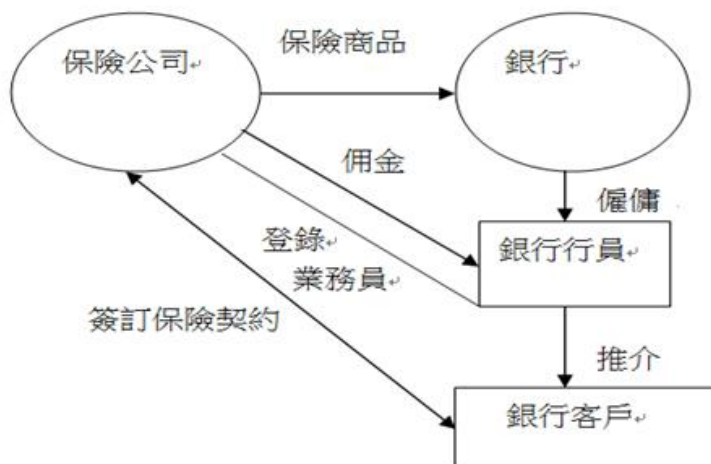
依轉投資所持股份認列收益。而應給予招攬人員之佣金，則依公司政策不同，由銀行保經代公司直接給予佣金或由銀行間接以其他名義給予。

既然銀行保經代公司為保險公司之代理人，若因所屬招攬人員之故意或過失導致要保人受有損害，要保人除得依民法第 184 條向招攬人員請求損害賠償外，亦可依金融消保法第 11 條之規定，直接向招攬人員所屬保險公司或保險經紀人、保險代理人請求無過失損害賠償責任。惟不論是何種法律責任，通路性質之銀行似乎無庸負任何責任，有違反三方合約下權責相符之疑慮。

二、二方合約直接經營模式³⁰

(一) 架構介紹及適合的經營模式

二方合約的銀行保險是屬於直接經營模式，主體為銀行與保險公司，彼此間的法律關係可參考圖二。



圖二 二方合約圖

【參考自彭金隆、林建智，2009 年】

³⁰ 同註 22，頁 140~142。

二方合約有兩種經營模式，金融控股公司經營模式或簽訂合作推廣契約，而銀行和保險公司需先向主管機關申請核准後，方得依共同行銷規範或合作推廣規範之規定為銀行保險業務。

金融控股公司擁有自己的保險子公司、銀行子公司，而銀行的保險部門主要負責代為銷售集團保險子公司生產的保險商品，我國金融控股公司法第 43 條明定金融控股公司之子公司間可進行共同行銷的行為³¹，雙方是透過交叉運用公司品牌聲譽、營業據點、客戶資料、營業設備、技術以進行共同行銷。至於另一種型態，保險公司則依據金管會所頒布的「銀行、證券商及保險公司等機構合作推廣他業商品或提供相關服務規範」等規定，與銀行或其他金融機構訂定合作契約，以合作推廣業務³²。

(二) 二方合約下之法律關係及問題

金控子公司進行共同行銷以及銀行與保險公司合作推廣契約的簽訂皆是以「獨賣」方式銷售一家保險公司商品，因此，取得保險業務員資格的銀行招攬人員，應登錄於合作的保險公司以招攬、銷售該家的保險商品，同時為銀行受僱人及保險公司之業務員，惟招攬人員是基於所登錄保險公司專屬業務員身分為銷售的第一線人員。

依上所述，這兩種經營模式僅有銀行與保險公司之兩方關係。銀行在行銷保險商品時僅具通路地位，經營主體為保險公司。保險公司是研發並提供套裝保險商品或保險與金融組合商品之產品端，若保險商品銷售成功，招攬人員代理保險公司簽訂的保險契約效力歸屬於保險公司，保險契約雙方當事人為保險公司及要保人。雖然銀行是與保險公司進行共同行銷、簽訂合作推廣契約或銷售協議者，又提供營業場所、辦公設備或人力從事招攬保險之業務，但銀行仍然為無契約關係之第三人。

³¹ 同註 18，頁 237。

³² 銀行、保險公司、證券商無論是不是屬於同一金控公司旗下之子公司，皆可相互合作推廣或共同行銷金融商品。

依據彼此的法律關係，在每件保險商品銷售成功後，保險公司應將佣金支付予具有合法招攬資格之人員，蓋無疑義。惟關於銀行收取費用部分，因其並未具任何保險輔助人之身分，法理上並無取得佣金之立場。然而，若佣金僅歸於招攬人員之所有，銀行未獲半分，難謂符合現今銀行保險實務現狀，而銀行此一銷售保險商品之通路也不可能會有如今的發展。因此金控法第4條第4項及第43條明定同一金控公司旗下之銀行及保險子公司得就銀行保險業務進行共同行銷的情形下，保險公司通常會以變通方式將佣金以手續費或其他費用(通路費)形式支付予銀行。

然而，若因招攬人員不當招攬行為，導致要保人受有損害，要保人除得向招攬人員依民法第184條求侵權行為損害賠償外，亦可依金融消保法第11條之規定，直接向招攬人員所屬保險公司請求無過失損害賠償責任，使保險公司無法舉證免責，惟無法向屬於通路性質且無契約關係之銀行請求。觀諸銀行係與保險公司簽訂共同行銷或合作推廣契約者，銀行在二方合約之下並有權責不相符之疑慮。

第四項 銀行保險實務現況

一、銀行保險通路的銷售現況

銀行保險通路已成為台灣保險業務最重要的來源，而銀行保險業務的盛行也被視為交互關係資源運用最實際的代表傑作³³。而就以下統計資料而言，可以瞭解到我國壽險業在銀行保險通路發展的力道，讓我們知道在銀行業與保險業交互作用下，因共用價值活動所減少的成本、進入的阻礙和啟發的競爭優勢，同時也瞭解保險公司與銀行的合作關係。

³³ 同註18，頁230。

就以下的保險統計資料可知，2005 初年度保費收入 540,957 萬中，壽險公司本身行銷體系(包含業務員、直效行銷與其他通路)占有 316,333 萬 58.38% 之比率，為所有通路的鰲頭，銀行通路市占率居於第二為 37.54%(203,081 萬)。除 2006 年壽險公司及銀行保經代市占率和保費收入雙雙微幅下跌外，銀行保險保費收入 258,684 萬在 2007 年仍呈現上升狀態。於 2008 年 2009 年兩年，是銀行保險快速成長的兩年，2008 年銀行保經代以保費收入 409,182 萬(47.84%)與壽險公司 420,613 萬(49.18%)幾乎平盤，在 2009 年時，除總保費收入來到歷史高點 925,070 萬外，銀行保經代更以 584,224 萬(63.15%)成為保險商品銷售通路的首位，而壽險公司則因銀行通路的競爭，不論保費收入或市占率皆下滑，到 2009 年以 313,156 萬(33.85%)退居第二，2009-2010 年間，因為金管會禁止銷售連結連動債的保險商品，使得該種商品從銀行通路消失，導致銀行通路市占率下滑，然而也無法阻擋銀行保險通路高居鰲頭的趨勢。至於傳統保經代則都僅有 3%、4% 的市占率。現今，銀行保險高居所有銷售通路鰲頭，已經超越壽險公司本身行銷系統市占率，為如今保險市場發展的現況³⁴。

表一 保險各通路銷售歷年市占率表

來源別	壽險公司	銀行保經代	傳統保經代	其他	合計
2005 年	316,333 (58.48%)	203,081 (37.54%)	21,509 (3.98%)	33 (0.01%)	540,957
2006 年	315,484 (60.14%)	187,343 (35.71%)	21,605 (4.12%)	133 (0.03%)	524,565
2007 年	464,903 (61.83%)	258,684 (34.41%)	28,279 (3.76%)	0 (0.00)	751,865
2008 年	420,613 (49.18%)	409,182 (47.84%)	25,506 (2.98%)	0 (0.00)	855,301
2009 年	313,156 (33.85%)	584,224 (63.15%)	27,690 (2.99%)	0 (0.00)	925,070

³⁴ 參考自王儷玲、彭金隆，銀行保險行銷通路監理之研究，2010 年金管會委外研究計畫，頁 5、6。

2010 年	377,495 (41.14%)	508,147 (55.38%)	31,945 (3.48%)	0 (0.00)	917,587
2011 年 (101 年 元月)	36,099 (37.78%)	55,312 (57.89%)	4,143 (4.34%)	0 (0.00)	95,554

單位：新臺幣百萬元

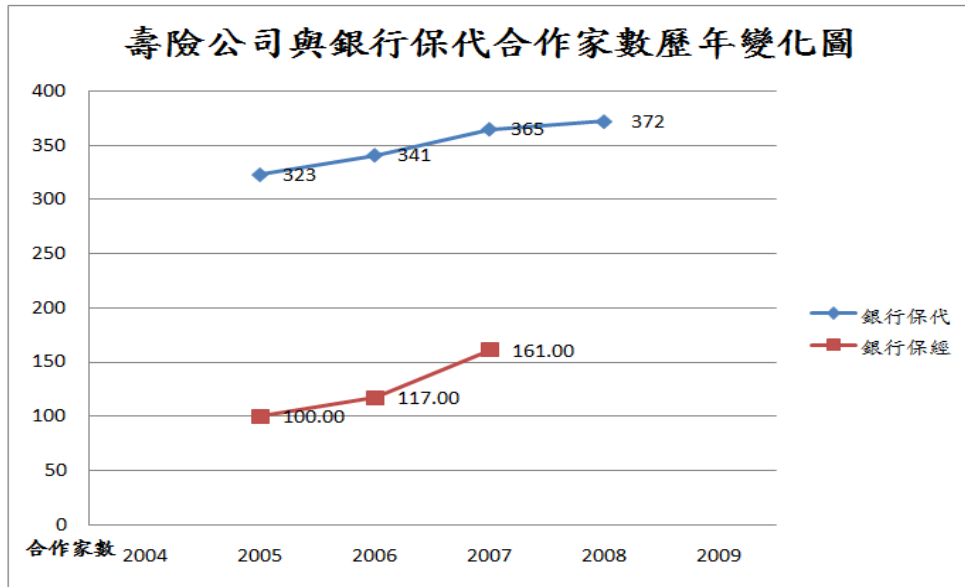
【資料來源：中華民國人壽保險商業同業公會】

二、銀行保險合作關係

在銀行業與保險業整合趨勢下，銀行紛紛積極跨業至保險領域，如銀行與保險公司合作並轉投資保險經紀人、代理人以合法銷售保險商品或以合資、策略聯盟或簽訂合作推廣契約的方式，跨越行業障礙迅速進入保險市場。就保險公司而言，則是積極透過銀行開拓低成本、成功率高的銷售通路，而市場最通行的則是保險公司與銀行轉投資之保經代進行合作，例如富邦人壽與兆豐等 9 家大型、15 家中型與 10 家小型之 34 家銀行保經代³⁵具有合作關係，使富邦人壽銀保以 33% 比率拿下 2011 年保經通路保單銷售第一名³⁶。至於就銀行與保險公司合作的實務現況可參照表二，在 2005 年壽險公司與銀行保經代合作總數為 423 家，其中與銀行保經合作家數為 100 家，與銀行保代合作的數目則為 323 家，而觀察 2005 年到 2008 曲線圖，可發現合作家數呈現上升趨勢，此可與表一銀行保經代保費收入的增長相呼應，由此可知，保險公司與銀行保經代密切的合作是銀行保險的蓬勃發展不可或缺的元素。

³⁵ 參見富邦人壽網站 http://www.fubon.com/life/public_info/public_info_01/1-6-1.pdf，最後更新日 2012 年 5 月 29 日。

³⁶ 參見工商時報 <http://mag.chinatimes.com/mag-cnt.aspx?artid=470>，最後瀏覽日 2012 年 4 月 2 日。



圖三 壽險公司與銀行保代合作家數歷年變化圖

【資料來源：王儷玲、彭金隆，2010年】

表二 銀行轉投資保險經紀人、代理人列表

銀行名稱	轉投資保險經紀人或代理人名稱
合作金庫	合作金庫保險經紀人股份有限公司
元大銀行	元大國際保險經紀人股份有限公司
華南銀行	華銀保險代理人股份有限公司
兆豐國際商銀	兆豐人身保險代理人股份有限公司
中國信託	中國信託保險經紀人股份有限公司
土地銀行	土銀保險經紀人股份有限公司
第一銀行	第一財產保險代理人股份有限公司
新光銀行	新光保險經紀人股份有限公司
玉山銀行	玉山保險經紀人股份有限公司
陽信商業銀行	陽信人身保險代理人股份有限公司 陽信財產保險經紀人股份有限公司
渣打國際商業銀行	台灣渣打保險代理人股份有限公司
台灣中小企銀	台企保險代理人股份有限公司
國泰世華銀行	國泰人身保險代理人、國泰財產保險代

	理人股份有限公司
台北富邦銀行	富邦保險代理人股份有限公司 北富銀 人身保險代理人股份有限公司
彰化銀行	彰銀保險經紀人公司 彰銀人身保險代 理人股份有限公司
台新銀行	台新保險經紀人、代理人股份有限公司
永豐銀行	永豐人身保險代理人公司 永豐財產保 險代理人公司

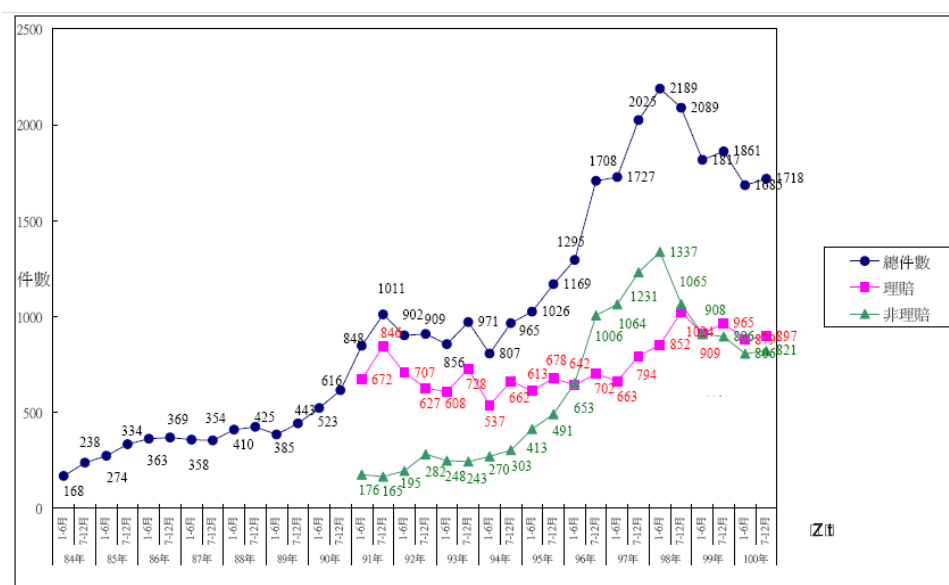
然而，因我國銀行保險法規有缺陷，如法規不足、法規或主管機關授權命令繁雜、甚至因法授權不足使法規合法性遭質疑。在此情形下，銀行為經營保險業所採取的策略如上述的轉投資銀行保經代，這樣的運作架構產生許多法律問題，尤其在金融消保法制定後，因法規缺憾所導致的運作架構缺陷更有解決的急迫性。

三、銀行保險申訴現況

(一)保險申訴案件的變動

就保險案件申訴的長久趨勢圖可知，不管是理賠類或是非理賠類的申訴案件，申訴的案件呈現逐年增加，以 2009 年金融海嘯為分野，在 2009 年後申訴案件呈現下降趨勢。然而，在 2005 年到 2009 年間，保險案件申訴量快數增長，同樣的，這也是銀行保險通路快速增加的時期，探討銀行保險通路在這階段銷售的主力商品，除傳統保單外，還有類定存保險商品（如變額年金、利變型年金、變額萬能壽險、利率變動型壽險）、投資型保險商品（連結連動債或基金），其中投資型保險商品受到金融市場景氣變動的影響，一旦虧損，本金也可能會不保，但是要保人不一定明白投資風險。因此，在 2008 年金融風暴爆發後，要保人損失慘重，保險糾紛產生，對於投資型保險商品的申訴案件大為增加，使得 2009 年保險申訴案件達到頂峰，也讓主管機關下令銀行和保險公司停售連結連動債的投資型保

險商品³⁷，並要求銀行通路提高定期壽險的比例，這樣的禁令，使銀行保險通路 2011、2012 年主力銷售商品為類定存保險商品、傳統型保險商品。根據保險商品的特性，保險案件申訴率呈現下降的狀態。



圖四 保險案件申訴趨勢圖

【資料來源：金管會保險局】

(二) 保險案件爭議類型

金融消費評議中心於 2012 年 1 月 1 日~3 月 13 日的受理案件統計，在全部 1251 件案件中，申訴案件多為保險案件，其中保險業務為 1050 件，占 83.93%、銀行業務為 186 件，占 14.87%、證券期貨業務為 15 件，占 1.20%。至於申訴內容，銀行業務爭議以業務招攬爭議(45.70%)、違反適合性原則(14.52%)之爭議為大宗，至於保險業務則分人壽保險、產物保險、理賠類、非理賠類，不論產物、人壽保險，理賠類皆以理賠金額認定最多，而非理賠類在人壽保險則是以招攬糾紛(33.33%)、未遵循服務規範(8.78%)為主，至於產物保險則是以未遵循服務規範、續保爭議(皆為 25%)為多³⁸(參照表三、表四)。由此可知，理賠類以理賠金

³⁷ 2009 年 8 月停售，2010 年 5 月解禁。

³⁸ 參考自金融消費爭議評議中心

<http://www.foi.org.tw/FILES/%E4%B8%80%E8%88%AC%E5%85%AC%E5%91%8A%E5%8D%80/%E5%85%AC%E5%91%8A1010319.PDF>，最後更新日 2012 年 3 月 16 日。

額爭議為最多，而非理賠類壽險業以招攬糾紛、產險類以違反保險業相關規範為主，這與過去數年公告之保險申訴案件(含原由財團法人保險事業發展中心處理之理賠申訴案件及保險局處理之非理賠申訴案件)類別相去不大。

表三 壽險申訴類別

類別	理賠	非理賠
(1)	理賠金額認定(25.14%)	招攬糾紛(33.33%)
(2)	承保範圍(9.25%)	未遵循服務規範(8.78%)
(3)	給付遲延(9.25%)	停效復效爭議(8.33%)
(4)	事故發生原因認定 (6.36%)	解約爭議(6.98%)
(5)	手術認定(6.07%)	要保人非親簽(5.63%)

【資料來源：金融消費爭議評議中心】

表四 產險申訴類別

類別	理賠	非理賠
(1)	理賠金額認定(23.08%)	未遵循服務規範 (25%)
(2)	殘廢等級認定(13.33%)	續保爭議(25%)
(3)	給付遲延(12.31%)	未到期保費之返還(11.11%)
(4)	事故發生原因認定 (10.31%)	拒絕承保、解除或終止契約 (5.41%)
(5)	承保範圍(7.73%)	招攬糾紛(5.41%)

【資料來源：金融消費爭議評議中心】

(三) 衍生之金融消費者保護之探討

參考銀行保險的成長情形、保險申訴案件的增減以及產壽險的申訴類別，可以知道銀行保險通路之招攬人員銷售保險商品時，為賺取佣金會有不遵守服務規

範之情況，再加上招攬人員銷售過失、誤導銷售或要保人認知錯誤，造成保險爭議層出不窮之情形。

而保險糾紛主要成因可以從三個面向探討：

1. 要保人認知的問題：為了保護無專業知識的要保人，除在法制層面加強保護外，仍應加強金融知識的教育。
2. 保險業者不當銷售：保險業者為了賺取保費或佣金，會給予旗下招攬人員業績壓力，而招攬人員為達到業績、賺取佣金，就會有不當銷售行為的產生。
3. 法規層面：我國金融法規繁雜，如有數部規範不同面向的保險相關法規，法規又時有修改，因此，除會造成遵循成本高漲外，也會產生金融服務業者難以適從的情形，反映在招攬人員行銷上，當然後續爭議繁多。

第三節 小結

同一金融控股公司間保險、銀行子公司共同行銷、以及保險公司和銀行共同合作銷售保險商品，是近年來的趨勢，也使得銀行保險的消費爭議紛紛出現，而在 2008 年金融危機爆發後保險爭議大為增加，金融消費者保護的議題成為社會關注的重心。然而，若論銀行保險的要保人權益之保護，仍要先探討銀行保險的架構，不論二方合約或是三方合約，經營主體都只是保險公司或銀行保經代，銀行僅有通路性質，因此銀行對於保險爭議是無庸負責的，也因此規範銀行保險業務的多是保險相關法規。2011 年為因應金融消費者之保護，制定了金融消保法，對銀行保險業務帶來不少影響，以下幾章會就銀行保險的廣告、業務招攬及營業促銷活動、說明義務、適合度以及金融消費爭議處理程序論之。

第三章 金融消保法廣告招攬促銷規定適用於銀行保險之分析

保險商品的銷售流程大致可分為行銷階段、締約階段、售後服務階段³⁹。金融消保法第8條「金融服務業刊登、播放廣告及進行業務招攬或營業促銷活動時，不得有虛偽、詐欺、隱匿或其他足致他人誤信之情事，並應確保其廣告內容之真實，其對金融消費者所負擔之義務不得低於前述廣告之內容及進行業務招攬或營業促銷活動時對金融消費者所提示之資料或說明。」是在說明金融服務業者在行銷階段應負的責任。該條前段是指金融服務業者應依誠信原則進行廣告招攬促銷，後段則是說明金融服務業者應將廣告招攬促銷內容納入契約的義務。

在金融消保法制定前，「保險業辦理電話行銷業務應注意事項」、「保險業招攬廣告自律規範」及「保險業經營電子商務自律規範」早已就保險業者的招攬行為有所規範，而作為統一性、準則性規範的金融消保法以及金融消保法授權子法「金融服務業從事廣告業務招攬及營業促銷活動辦法(以下簡稱廣告業務招攬及營業促銷活動辦法)」是參酌包含保險規範在內的金融法規所制定，在保險業者為其規範主體的情形下，金融消保法與上述保險法規一樣都是廣泛的規範保險業務之施行，然而若是用來規範跨業經營的銀行保險業務，無法完全涵蓋之。

本章以金融服務業中的保險業者為規範主體，探討金融消保法及其授權子法之規範，若金融消保法或授權子法規定不足時，仍需再適用其他保險法規或自律規範⁴⁰。

³⁹學者對商品銷售流程階段劃分不一，如《Charles.M. Futrell, ABC's of Relationship Selling through service, publisher: McGraw-Hill/Irwin, 2004》將銷售流程分為十個階段，本文僅重點性的將銷售流程分為三部分。

⁴⁰金融服務業從事廣告業務招攬及營業促銷活動辦法第2條：金融服務業從事廣告、業務招攬及營業促銷活動，應依本辦法之規定；本辦法未規定者，應按業務類別，分別適用各該業務法令規定及自律規範。在其他金融消保法授權訂立的子法都有同樣的規範。

第一節 廣告、業務招攬及營業促銷活動之規範

金融服務業者中的保險業者為了促進保險業務的增長，會採取廣告刊登、業務招攬或營業促銷活動等行銷組合。其中業務招攬是屬於通路性質，而營業促銷活動是屬於促銷策略面向的行銷活動，廣告則是保險業者進行保險商品行銷時相當重要的工具。廣告行銷策略是指藉由傳播媒體、宣傳工具等方式，對於保險業務就各項保險商品相關事務為傳遞、散布或宣傳。至於營業促銷策略，則是關於商品組合搭配促銷策略或更高層次的定位與形象促銷策略，保險業者藉由這些促銷策略吸引銀行客戶以外的一般消費大眾。而業務招攬有分為面對面和非面對面招攬兩種行銷模式，保險人藉由兩種招攬方式取得保險業務所使用的文宣、廣告、建議書等資料都應該符合規範。然而，就契約法上的概念而言，這些都是屬於誘使消費之要約的引誘。

金融消保法第 8 條將廣告內容、業務招攬內容、商品促銷活動擬制為金融商品或服務的一部分，故該條應解為強制規定，性質上為金融消費者之最低程度的保障，其規範功能與消費者保護法第 22 條相當⁴¹。在外國法方面，法國 the Law No 2005-1564 of 15 December 2005 and the Decree No 2006-1091 of 30 August 2006，要求銀行通路商必須提供準確、清晰、不具誤導性的廣告內容，當廣告文件與保險合約內容不相符時，為保護消費者權益，最高法院裁決在此情況下，將以廣告文件之內容為主。此外，保險公司具有審查商業單據之義務⁴²。而英國 FSA 頒布的「保險銷售與監理」(Insurance Selling And Administration)中規定經核准之人從事金融推銷行為(financial promotion)(如廣告⁴³刊登等招攬行為)時，必須遵守「管制誤導性廣告規例」(Control of Misleading Advertisements Regulations 1988)⁴⁴，即廣告內容必須符合真實，否則會誤導消費者或以不當方

⁴¹ 王志誠，金融行銷之控制及法制變革：金融消費者保護法之適用及解釋，萬國法律第 179 期，2011 年 10 月，頁 4。

⁴² 王儷玲，彭金隆，銀行保險行銷通路監理之研究，2010 年，頁 45~46。

⁴³ 廣告刊登是為了提供或移轉商品、服務、不動產、權利或義務之交易、商業模式，廣告還包括廣播廣告(broadcast advertisement)，如英國獨立廣播機構的節目或圖文電視傳輸廣播。

⁴⁴ 保險銷售與監理 2.2.4: Such a financial promotion should:(c) comply with other relevant legislative

法傷害競爭者⁴⁵。由此可知，歐洲國家早已認可保險業者的廣告擔保義務。

然而，本節於以下敘明「廣告」、「業務招攬」及「營業促銷活動」的進行方式，並討論金融服務業為以上行為應遵守與禁止之事項。

第一項 廣告

「廣告業務招攬及營業促銷活動辦法」第2條規定關於廣告傳布的媒介，主要是金融服務者以各種實體、虛擬傳播工具或以公開場合達到傳遞、推廣、促銷、招攬保險商品或服務的目的，以下為廣告傳布方式⁴⁶

- 一、大眾傳播工具：電視、電影、廣播電台、幻燈片、跑馬燈廣告等廣播廣告，其中電視廣告宣傳保險商品極為盛行。而報紙、雜誌、期刊或其他出版印刷刊物，屬於平面廣告。
- 二、電子商務行銷系統：電話、傳真、簡訊、電子郵件或網際網路，於近十年來成為宣傳保險商品或服務的重要方式，例如透過網頁或橫幅廣告來傳遞保險資訊。
- 三、直遞信函廣告：利用私人郵件系統或電子郵件將信函、傳單直接送到客戶手上。
- 四、招攬人員為保險招攬時所使用：簡介、廣告稿、新聞稿保險商品說明書等印刷物。

requirements, including The Control of Misleading Advertisements Regulations 1988.

⁴⁵ Control of Misleading Advertisements Regulations 1988 2(2) : For the purposes of these Regulations an advertisement is misleading if in any way, including its presentation, it deceives or is likely to deceive the persons to whom it is addressed or whom it reaches and if, by reason of its deceptive nature, it is likely to affect their economic behavior or, for those reasons, injures or is likely to injure a competitor of the person whose interests the advertisement seeks to promote.

⁴⁶ 部分內容參考自蕭富峰、張佩娟、卓峰志，廣告學，第二章廣告基本概念 PPT 版，智盛文化事業有限公司，2010 年，頁 11。

五、交通廣告：海報、看板、布條、公車或其他交通工具等之廣告。

六、公開場合：利用舉辦現場講習會、座談會、說明會、現場展示會或其他公開活動以進行保險商品的推廣、宣傳。惟依金融消保法第 8 條第 3 項可知保險業者若舉辦保險教育宣傳，不得藉此推銷保險商品或服務，以免保險業者藉此牟利，使教育人民的目的變質。

七、設概括性規定：其他任何形式之廣告宣傳、業務招攬及營業促銷活動，此是為了避免掛一漏萬及因應未來創新科技而設。

以上所列的廣告宣傳方式都是為了促進保險商品或服務的銷售，業務招攬和營業促銷活動則會具體實踐廣告的作用。

第二項 業務招攬

一、招攬模式

保險業者對於保險商品的招攬有面對面招攬與非面對面的郵寄及電子商務行銷兩種行銷模式，此種分類會延續到說明義務的討論。

(一)面對面招攬

面對面招攬是屬於傳統型的行銷方式，是指保險人所屬業務員親自面對顧客的業務招攬行為，而臨櫃招攬則是銀行通路銷售保險商品的主要行銷方式。具業務員資格的銀行行員藉由客戶前來辦理存款、放款等銀行業務之便，掌握客戶資料向客戶推銷並解釋保險商品內容及保單條款，並利用客戶對銀行的信賴感以成功銷售保險商品，此種行銷通路推銷商品都是以易於比較的商品為主，例如比較定存利率和躉繳養老險利率差別以吸引客戶投保。

(二)非面對面招攬

非面對面招攬是近十年保險業常使用的非傳統型行銷方式，保險業行銷時，因成本考量常使用該種招攬方式。非面對面招攬是指雙方不需在場，以電話、郵寄、網路等電子商務系統做為行銷通路以為招攬，如同「歐盟遠距締約指令(Financial Distance Marketing Directive)」的遠距行銷。其中電話、郵寄行銷方式所定的客群主要是保險公司本身或合作企業的客户，如合作銀行信用卡用戶或定存、放款客戶，主要是以提供客戶團體優惠保險、非體檢的簡易型保險商品為主，例如一年期醫療險、短期意外險。而網路的行銷方式所定族群則是一般消費大眾，就其行銷方式，保險商品應具適用性高、設計簡單易懂、保費價格具競爭力等特性方具市場競爭力，如旅平險等。但是非面對面行銷可能導致消費者無法掌握足夠資訊，對消費者而言風險較高。惟此種行銷方式因電子商務系統的興起而成為新興的招攬方式，因此，近幾年來，主管機關對非面對面電子商務行銷方式不斷增訂新的保險法規。

二、招攬使用文件

在面對面招攬過程中，招攬人員常使用文宣、廣告稿、新聞稿、保險建議書、公開說明書等書面文件配合招攬話術當面進行推銷，以取信於要保人達成招攬目標。在非面對面的招攬方式中，招攬人員通常以電話術語、郵寄附帶或傳真文宣、廣告、商品說明書、保險建議書的方式進行招攬，而網路行銷則是在網頁上完整放置保險商品的相關資訊及交易條件。這些招攬所使用的文件、資訊和話術，常使無專業知識背景的要保人心生信任並進而簽訂保險契約。

為了避免要保人的權益受到損害，保險人或保險代理人、經紀人所屬業務員所使用的招攬文件應受到「廣告業務招攬及營業促銷活動辦法」第5條禁止事項之拘束，以免招攬人員使用誇大不實、引人錯誤之宣傳、廣告或其他不當之方法為招攬，誘使要保人簽訂保險契約，而引發後續保險糾紛。

第三項 營業促銷活動

保險業者進行營業促銷活動有分為價格式和非價格式，現行保險市場價格式促銷一般以退佣、折扣為主要行銷手段。至於非價格式的營業促銷活動，有「商品組合搭配促銷策略」，此係指開發不同商品組合，如套裝式共同促銷策略或推行組合式優惠專案，例如保險公司販售壽險與投資組合而成的投資型保險；「利用業務關係促銷策略」則是善用業務優勢與保險營銷結合，如結合所合作金融服務業者業務以推銷保險商品；另外還有「定位與形象促銷策略」，係指金融服務業者藉著其專業形象的優點，採理理財諮詢服務的形象定位與角色，提供建議並與客戶討論全方位的理財與保險相關規劃，以促銷保險商品⁴⁷，常見的是保險公司財富管理部門在為客戶進行理財規劃時，促銷經特殊規劃的保險商品。

而保險人進行這些營業促銷活動時，不論是透過何種通路，也不論是透過實體或虛擬網路媒介所刊登的招攬廣告，或招攬人員所使用的廣告、文宣、商品說明書以及招攬術語，都必須符合金融消保法之規範，以達保護消費者之目的。如保險公司與銀行合作時，關於信用卡搭配定期壽險商品的廣告頁面除保險商品相關資訊外，尚應告知要保人信用卡的循環利率，以免要保人陷入信用卡高額利率的泥淖中。或招攬人員建議客戶購買投資型保單，追求更高利率時，也應告知並以書面揭露保本與否以及利率變動風險。

第四項 遵守與禁止之事項

關於保險業務廣告、業務招攬及營業促銷活動遵守與禁止事項是依據「廣告業務招攬及營業促銷活動辦法」第4、5條之規定，而且，遵守與禁止之事項原則是遵循誠信原則而訂立。

⁴⁷趙清遠，我國銀行保險市場行銷管理策略之研究，保險實務與制度第3卷第1期，2004年3月，頁86、88。

一、遵守事項

- (一)應以金融服務業名義為之：如保險業者從事廣告、業務招攬及營業促銷活動表明是保險公司所發行，或是為保險公司從事該招攬行為。
- (二)完整提供交易條件資訊：如保險商品或服務內容、締約與終止、撤銷契約之方式、爭議申訴途徑及隱私權保護政策等幾類應揭露內容，並應以衡平及顯著之方式表達。
- (三)擔保義務：對要保人所負擔義務不得低於廣告之內容及進行業務招攬或營業促銷活動時所提示之資料或說明，以保護要保人之信賴。
- (四)淺顯易懂表達方式，例如應以中文表達，必要時應附註原文。

二、禁止事項

為避免金融服務業以不當方式從事廣告、業務招攬及營業促銷活動，導致損害金融消費者權益之情事。因此，保險業者適用授權子法從事招攬行為禁止事項如下：

- (一)禁止違反法規：不得違反法令、主管機關之規定或自律規範
- (二)禁止招攬人員惡意隱匿或詐欺之情事：虛偽不實、詐欺、隱匿、或其他足致他人誤信；故意截取報章雜誌不實之報導作為廣告內容；對於過去之業績及績效作誇大之宣傳；誤導金融消費者認為主管機關已對該金融商品或服務提供保證；使用之文字或訊息內容使人誤信能保證本金之安全或保證獲利。
- (三)禁止招攬人員為不當之業務競爭：所謂「不當業務競爭」意指相互破壞同業信譽、共同利益或其他不當競爭之情事，直接或間接阻礙其他會員之業務發展或參與公平之競爭。

(四)禁止冒用商標：冒用或使用相同或近似於他人之註冊商標、服務標章或名號，致有混淆金融消費者之虞。

(五)禁止行銷未經核准商品：除依法得逕行辦理之金融商品或服務外，對未經主管機關核准或備查之金融商品或服務，預為宣傳或促銷。

(六)禁止刻意以不明顯字體標示附註與限制事項。

第五項 違反的規定

對於保險業者違反廣告、業務招攬及營業促銷活動規定的事項，不論是金融消保法或授權子法皆未就行政法上效果或民事法律效果有所規範。因此，對於保險業者招攬行為之違反，只得認為未依金融消保法第 12 規定建立或執行內部控制及稽核制度，回歸適用保險業法第 148 條之 3、171 條之 1，處以違反之保險人新台幣 60 萬元以上 300 萬元以下之罰鍰，並得撤換其核保或精算人員。

因金融消保法對於違反廣告、業務招攬或營業促銷活動、適合度規定以及說明義務，並未像我國消費者保護法一樣，就企業經營者所違反義務的態樣，設置輕重不同的罰則。反而要求保險人或銀行保經代訂入內部控制及稽核制度，再以未建立或未執行之原因，回歸適用保險業法處以裁罰，此種裁罰方式過於迂迴，不如直接在金融消保法訂定裁罰手段，較能達成監理目標的，因此，本文認為金融消保法應直接為金融服務業者違反廣告招攬促銷規定、適合度規定以及說明義務的行為制定裁罰種類，如此，主管機關除能更收監理之效外，也能達到本法之金融消費者保護的目的。

第二節 銀行保險廣告業務招攬之規範

在銀行保險業務，二方合約的招攬主體為保險人，三方合約的招攬主體為銀行保經代，由其從事保險商品招攬行為。保險相關法規就對於廣告、業務招攬的規範主要是在「廣告宣傳」之面向，以及「電子商務業務招攬」面向，然而這些法規範是針對保險業務所廣泛制定，在銀行保險業務無法完全適用，而實務上通常是以銀行保險業務架構下的經營主體定其所適用的法規。所以，在金融消保法前，銀行保險業者要如何為廣告業務招攬行為？茲論述如下：

第一項 規範的主體

保險業者為廣告業務招攬時，授權命令層級在「業務員管理規則」、「保險代理人管理規則」、「保險經紀人管理規則」、「保險業招攬及核保理賠辦法」有所規定，在主管機關制定直接規範銀行保險業務的「銀行保險業務應注意事項」也略有規定。然而，對於廣告招攬規定最完整的法規主要是「保險業招攬廣告自律規範」，這是產險公會和壽險公會為了保障消費大眾權益，以及維護保險業之專業形象所制定的。主要是對保險業招攬時所使用廣告的傳遞、散布或宣傳，作一個全面性的規範。而財政部保險司 93.5.12 台保司四字第 0930704024 號函「保險業電子商務參考查核項目」以及保險公會內規「保險業經營電子商務自律規範」、「保險業電子商務紀錄保存及內部安全控制作業管理自律規範」，主要是為了因應電子商務交易平台建立所規定，並為保險行銷方式注入新的活水，提升保險公司整體效能和利潤。

「保險業招攬廣告自律規範」以及電子商務相關自律規範所規範主體是保險業，惟依保險業法規定，保險業範圍有保險人、保險代理人、保險經紀人，但是「保險業招攬廣告自律規範」等內規為產壽險公會所制定，並無法律強制效力，只能規範會員保險公司之招攬行為，因此，這些自律規範的規範主體「保險業」

應是僅指保險公司，所以，銀行保險業者的廣告招攬傳遞、散布或宣傳的態樣、所應遵循的事項以及遭禁止之事項，只有產品端的保險人才需遵循。

銀行保經代廣告招攬時所使用廣告文宣，則應遵循保險代理人管理規則、保險經紀人管理規則，又有「保險代理人公司保險經紀人公司內部控制稽核制度及招攬處理制度實施辦法」要求保經代將廣告文宣招攬納入內部控制及稽核制度。而保險人和銀行保經代的招攬人員則應適用業務員管理規則。至於「保險業招攬及核保理賠辦法」所規範的主體則包含保險人、保險代理人 and 保險業務員。

因保險公司為設計、規劃提供保險商品者，所以招攬保險所使用之文宣廣告是由保險公司所企劃，並提供予保險代理人、經紀人與業務員使用，因此這些保險招攬法規才多以保險公司為主體。但是，卻未重視保經代的招攬主體地位、以及執行招攬行為之招攬人員的重要性。

第二項 應遵守或禁止之事項

「保險業招攬及核保理賠辦法」規定保險人、保險代理人 and 保險業務員為廣告招攬時，不得以誇大不實、引人錯誤之宣傳、廣告或其他不當之方法為招攬，在業務招攬時，對要保人或被保險人不得以錯價、放佣或其他不當折減保險費之方法為招攬。這樣的規定方式只是簡單規定應將廣告招攬納入內部控制的一環，並未就廣告業務招攬深入討論。以下就規定二方合約保險人、三方合約銀行保經代、保險業務員之廣告招攬義務的法規做深入的討論。

一、二方合約保險人招攬時應遵守或禁止之事項

產壽險內規「保險業招攬廣告自律規範」對廣告招攬的規定相當完整，關於廣告招攬行為應遵循或禁止的事項，由於金融消保法和其授權子法是參酌保險相關法規而制定，所以金融消保法授權子法規定金融服務業者所使用廣告文宣應遵

循事項如公司資料之載明、保持廣告正確性、應以中文表達以及重要事項應顯著表明等，以及禁止金融服務業者從事的事項，如不得違反法令、不得虛偽不實、不得宣傳未經核准的商品、不得冒用他人商標等事項，與「保險業招攬廣告自律規範」的規定相距不遠，故在此不再贅述。以下介紹高風險保險商品應特別遵循事項：

(一)投資型保險商品

因為投資型保險商品是屬於「投資」與「保險」所結合的保險商品，因此，在獲利高的同時也伴隨著極高的風險性，為了避免消費者被顯著標明獲利率的廣告文宣所吸引，而忽略潛在的高風險。「保險業招攬廣告自律規範」載明對於「人身保險業投資型保險商品」為廣告招攬時，除應依據「投資型保險資訊揭露應遵循事項」規定揭露相關資訊外，尚需於廣告內容凸顯保險商品，並對保險保障應有相當篇幅之介紹，如應 1. 揭露全期年化報酬率 2. 揭示投資風險警語 3. 不得使人誤信能保證本金之安全或保證獲利 4. 如有保本字樣，應載明成就保本之各項條件。

(二)保證承保保險商品

保證承保保險商品是指非體檢、不論要保人身體狀況、不論其年齡，只要要保人願意投保，保險人即承保的保險商品，這種保險商品通常會產生「逆選擇」及「道德危險」，所以在保險人放棄篩檢權之時，就伴隨著高風險。然而，實務上招攬時雖標明保證承保，但卻不保證理賠，保險人為了防止「逆選擇」及「道德危險」，通常會設定理賠條件。但是保險公司對於這種保險所制作的廣告文宣，通常會以顯著方式表達「保證承保」，卻以隱晦方式暗示不保證理賠。

為了避免要保人陷於錯誤認知而投保，「保險業招攬廣告自律規範」規定，若銀行招攬「保證承保」商品，或製作針對 50 歲以上消費者之保險廣告時，應於廣告中以顯著方式揭示 1. 廣告若提及保費負擔應同時說明對應之保險金額 2. 廣告若提及保證承保應同時說明依約理賠；3. 廣告若提及承保範圍，應揭露除外

責任或不保事項之警語。4. 廣告應揭露該商品之信用風險及費用風險。而且對於電視廣告揭露之時間總和以不低於全部廣告時間之百分之二十與八秒長度時間二者取其高。

另外一個產壽險內規「保險業經營電子商務自律規範」則規定電子商務招攬方式特別應遵守事項。關於在銀行通路以電話、郵寄、網路等電子商務方式招攬保險的情況，因為要保人並未與招攬人員直接接觸，對於作為宣傳散布之用的招攬文件內容，保險公司應促使銀行將金融服務業名稱、交易條件資訊等廣告內容於銀行網頁以淺顯方式揭露，若採取電話行銷方式，則應將廣告文宣以傳真或郵寄的方式向消費者為傳播。而且因為電子郵件廣告的寄送是透過客戶資料隨機挑選，消費者並未表達接受推銷的意願，具有容易造成消費者困擾的特性，所以訂有保險業特別應遵守的事項。參考「保險業經營電子商務自律規範」第3條，保險業在寄送電子廣告郵件時，為尊重消費者之自主選擇權，應明白向消費者揭示中止廣告郵件的方式；一旦消費者要求停止寄送時，即應立即中止電子廣告郵件之寄發。至於電話行銷亦同此意，受話人表明不願接收電話行銷後，銀行保險業務招攬人員不得再以煩擾之方式為保險商品或服務之推廣。

二、三方合約銀行保經代應遵守與禁止之事項

關於銀行保經代招攬時使用廣告文宣所應遵循或禁止的事項，2011年12月26日才公布「保險代理人公司保險經紀人公司內部控制稽核制度及招攬處理制度實施辦法」則規定保經代所制定的招攬處理制度及程序內必須將「廣告、文宣及營業促銷活動及管理」納入。然而這只是納入內部控制及稽核制度的要求，並未有具體規範。

而保險代理人管理規則、保險經紀人管理規則規定「不得以誇大不實、引人錯誤之宣傳、廣告或其他不當之方法執行業務」，這是銀行保經代從事保險招攬時禁止從事的行為，從這些簡略的規定可知，保險法規對於保險代理人、經紀人廣告業務招攬行為的規範很少，但是銀行保險業務中的銀行保經代是招攬主體，保險法規如此的規定，會使其在進行廣告業務招攬時有法規不足之問題。

三、保險人與銀行保經代所屬業務員應遵守或禁止之事項

銀行保險招攬人員為保險人或銀行保經代的所屬業務員，在銀行保險業務中，是屬於與要保人直接接洽的第一線招攬人員，所以應遵守業務員管理規則之要求。在該規則中，要求招攬人員於廣告招攬時，不得對要保人、被保險人或第三人以誇大不實之宣傳、廣告或其他不當之方法為招攬，在業務招攬時，不得對要保人或被保險人以錯價、放佣或其他不當折減保險費之方法為招攬。所以，雖然對招攬人員廣告業務招攬行為有所規範，但也有規定太簡略而肇致無法受到完整規範之缺憾。

四、共通應遵守事項

直接規定銀行保險業務的法規範，如「金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法」和「銀行保險業務應注意事項」，係針對銀行保險業務的特性，規定保險人和銀行保經代在從事招攬行為時應遵循的事項。

(一)設置銷售專區

對於銀行保險面對面業務招攬應遵循的事項，應使營業、業務人員及服務項目讓客戶易於識別，以免客戶混淆誤認。「金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法」以及「銀行保險業務應注意事項」分別就二方合約、三方合約的招攬情形有以下相類似的要求。

辦理保險業務的銀行，應設置易於辨識之專業專區，與銀行本業與保險業務明確區隔，並明確標示是某保險公司、某保險代理人或某保險經紀人之字樣，避免因誤解衍生爭議。而且，在「表明金融服務業者名稱」方面，於二方架構下，保險公司所屬招攬人員，應表明是為保險公司銷售保險商品，保險公司同時為保險商品及服務的責任歸屬者。在三方架構下，銀行保經代所屬招攬人員，也應表明是為保險公司銷售保險商品，還需證明銀行保經代的身分，並明確揭露銀行保經代與保險公司之關係。藉著這種專區設置並積極表明的方式，讓要保人明確理

解到在銀行所購買的是保險商品，以及若保險紛爭發生所應求償的對象。

(二)招攬文件、廣告的核可

不論在銀行保險業務的二方架構或三方架構下，設計、規劃、提供產品皆為保險業者，因此，「銀行保險業務應注意事項」等法規或自律規範揭示銀行通路保險商品招攬人員為廣告刊登或保險業務之招攬時，所使用的廣告文宣、簡介、商品說明書及建議書皆須經往來保險公司之核可，由保險公司統籌規範。因此保險公司除必須對保險商品或服務的品質負擔保責任外，也必須擔保業務招攬、營業促銷活動所使用廣告、招攬文宣、保險文件符合法規要求。

然而，在三方架構下，除保險公司外，尚有招攬主體銀行保經代。惟銀行保經代中的保險代理人是與保險公司業務相配合，而保險經紀人則是為要保人的利益行事，本質上是屬於居間仲介保險業務的保險輔助人地位，並非具獨立創造能力並主導完整行銷方案的保險人，故「投資型保險資訊揭露應遵循事項」將保經代與保險業務員地位並列，不得印發任何自製商品文宣及廣告，並只能印發、使用經保險公司提供或核可的圖畫、廣告、文書，且其內容需與保險業報經主管機關審查通過之保險單條款、費率及要保書等文件相符，並應符合主管機關訂定之資訊揭露規範，使保險人對銀行保經代負起監理責任。對於招攬過程，依據保險代理人與經紀人管理規則，銀行保經代不得以誇大不實、引人錯誤之宣傳、廣告或其他不當之方法執行業務。

第三項 擔保義務

擔保義務是指保險業者向要保人招攬保險時，對於所提供的廣告文宣內容之擔保，在法律層級，我國消費者保護法第 22 條已規定了企業經營者應盡廣告內容擔保義務，然而，消費者保護法定義「企業經營者」為「經銷商品或提供服務為營業者」，是否包括金融服務業者，主管機關並未提出具體建議，故僅有以最

廣義解釋，才將金融保險服務業者包括在內⁴⁸，還有接受金融服務業提供金融商品或服務的金融消費者是否屬於消保法所定「消費者」⁴⁹範圍，不無疑問。而且，其中僅規定「廣告」屬於消費者保護法第 22 條以下之規範範圍，企業經營者需對廣告內容負擔保義務，然而，廣告以外的行銷方式，如保險銷售常用的業務招攬以及營業促銷活動並未在本條得涵攝範圍內，所以消保法第 22 條規定的適用對象、適用範圍、規範的招攬態樣會產生無法保護金融消費者之情形。因此，保險人是否應該依此規定對要保人負起廣告內容擔保義務，仍有疑義。

而產壽險公會所制定的內規，「保險業廣告招攬自律規範」第 4 條第 2 項規定保險業從事保險商品銷售招攬廣告對消費者所負之義務不得低於廣告之內容，已闡明了保險業者的廣告擔保義務。所以，二方合約中的保險人應向要保人負擔確保廣告文宣內容真實之義務，但是卻無保險法規規定三方合約中的銀行保經代應負起廣告擔保義務。

第四項 處罰規定

一、對保險人

因為保險人對廣告文宣負有核可的義務，因此，不論在何種經營架構下，保險人都是應對招攬保險的廣告文宣負終局責任者。若有違反廣告招攬應負義務之情形，可以違反「保險業招攬及核保理賠辦法」規定事項、未建立或未執行內部處理制度或程序為由，回歸適用保險業法予以處罰，但也只限於該辦法有規定的廣告招攬事項。

而「保險業招攬廣告自律規範」則將違反廣告招攬的所有情形，皆納入裁罰規定所及範圍。因此若保險人違反該自律規範規定的義務，應提報各該公會理監事會，處以新台幣 5 萬元以上，新台幣 20 萬元以下之罰鍰，明定保險人違反廣告招攬義務的裁罰效果。然而，裁罰之規定僅限於招攬廣告，並未及於業務招攬、

⁴⁸ 最廣義的定義是把金融服務業者視為提供服務為營業的企業經營者。

⁴⁹ 消費者保護法第 2 條第 1 項「消費者：指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者」。

營業促銷活動，使違反規範之罰鍰並未適用全部的招攬行為。再者，自律規範僅是人壽保險商業同業公會理監事會及產物保險商業同業公會制定的內規，是為了規範產業內部秩序而存，非屬於具有法律效力的法規範，因此，所謂罰鍰之裁罰實際上並無公權力的介入執行，當然無公權力的震懾效果，而且罰鍰是剝奪人民財產權之制裁，需要法律授權主管機關訂明，大法官釋字第 619 號如是說⁵⁰，再者，產壽險公會並非具有公權力之行政機關，不具有處以會員罰鍰之權利。所以，該自律規範內的罰鍰規定實際上並不合法。

二、對銀行保經代

銀行保經代進行保險業務招攬行為時，因其輔助人地位，僅能使用經保險公司核可、提供之廣告商品文宣和保險文件，但若廣告文宣內容不符合保險法規之規定，或保險契約內容並不符合廣告文宣所述，銀行保經代是否應負行政法上的責任？又所負的責任為何呢？

在三方架構中，銀行保經代是透過所屬業務員直接與要保人接觸並為業務招攬，雖然所使用的廣告商品文宣、保險文件必須由保險公司所提供或經其核可。然而，銀行保經代是以專業知識再輔以廣告文宣招攬，使要保人產生信賴感，進而購買保險商品。再者，銀行保經代依其保險專業知識，必能判斷廣告商品文宣是否與保險商品內容相符、是否符合保險法規之規範，因此，銀行保經代既然選擇透過使用廣告文宣招攬以促進業務、獲得更多佣金，若明知廣告文宣、保險文件內容違反保險法規仍予以使用，應負起行政法上之責任，而予以裁罰。關於銀行保經代違反之裁罰，保險經紀人管理規則、保險代理人管理規則規定保險代理人、保險經紀人禁止事項包括「使用之廣告、宣傳內容，非屬保險業提供或未經其同意」，因此違反時，可以依保險業法之規定予以處罰⁵¹。

⁵⁰ 大法官釋字第 619 號：對於人民違反行政法上義務之行為處以裁罰性之行政處分，涉及人民權利之限制，其處罰之構成要件及法律效果，應由法律定之，以命令為之者，應有法律明確授權，始符合憲法第二十三條法律保留原則之意旨。

⁵¹ 保險法於民國 100 年 6 月 29 日修正，使保經代應以未建立或未確實執行內部控制、稽核制度、招攬處理制度或程序者，適用第 167 條之 3 處以罰鍰。惟在修正前，保經代違反保經代管理規則時應回歸適用保險法第 177 條、第 167 條之 2，所受的裁罰是應限期改正、或併處新台幣 90 萬元以上 450 萬元以下罰鍰；情節重大者，並得命令停止執業或撤銷執業證書。然而，因修正時間

三、對招攬人員

對於招攬人員違反廣告業務招攬的行為，除有犯罪嫌疑交由法辦外，業務員管理規則交由所屬保險公司或保經代公司並應按其情節輕重，予以三個月以上一年以下停止招攬行為或撤銷其業務員登錄之處分，但執行上，保險公司或保經代公司對於所屬業務員之違法行為，常有包庇之舉，難以藉此達到恫嚇招攬人員的目的。

第三節 金融消保法對銀行保險廣告招攬促銷行為的影響

立法者在金融消保法第 8 條對廣告、業務招攬及營業促銷活動制訂統一的規範，讓保險業者行招攬行為時所應盡的義務提升到法律位階，一改某些保險法規或內規僅對廣告招攬態樣作深入規定，某些保險法規或內規僅對電子商務行銷作完整規範、業務招攬規範呈現零星狀態，以及營業促銷活動規範幾乎沒有的情況。並將擔保義務訂入金融消保法中，讓保險人或銀行保經代在進行廣告、業務招攬或營業促銷活動時，對要保人負起擔保義務。

而金融消保法授權子法「從事廣告業務招攬及營業促銷活動辦法」內的細節規範主要是參酌各金融法規而制定。若金融消保法規定仍不足，才需適用其他法規。這有助於改善原本銀行保險業者因所適用的法規內容不一致所帶來適用上的困擾。

因此，銀行保險業者在從事招攬活動時遵守的金融消保法及其授權子法，會對原本銀行保險業務的施行造成什麼影響？就適用的主體、廣告促銷態樣、應遵守與禁止事項以及擔保義務論述於下：

與金融消保法制定日期相距不遠，為便於比較，仍先討論修正前的適用狀況。

第一項 適用的金融服務業類別與主體範圍

金融消保法所定的金融服務業者包括保險業、銀行業等分業經營者，因此，屬於跨業經營的銀行保險業務適用金融消保法時，應將其歸入保險業務或銀行業務？如前所述，因銀行保險業務架構的缺陷，導致銀行保險經營主體是保險人和銀行保經代，且其所銷售的是保險商品，所以在金融消保法制定前，除了適用少數有直接或間接涉及銀行保險的法規外，是將銀行保險業務當作保險業務處理。因此，金融消保法既未規定跨業經營，只得依所銷售的商品類別將銀行保險業務納入保險業討論。

對於保險業的範圍，金融消保法規定包括保險公司、保險代理人、保險經紀人，所以，銀行保險業者二方合約中的保險人、三方合約中的銀行保經代，皆屬於金融消保法保險業的範疇。這樣的規定有助於改善因原本的保險法規規範主體各異，所產生保險人以及銀行保經代銷售同一保險商品，必須適用不同法規之情形，也有助於改善對經營主體監理程度不同，對消費者權益保障不一之缺點。因此，在保險人或銀行保經代遵循法規方面，金融消保法是帶來正面的影響。

然而，具業務員身分的銀行保險招攬人員並非經營主體，非屬金融消保法規所及，因此，在銷售保險商品時，法規面向仍需適用業務員管理規則。惟依金融消保法第 12 條規定，保險人或銀行保經代應將金融消保法第 8 條至第 10 條規定事項，納入其內部控制及稽核制度，並確實執行，因此，不論銀行保險招攬人員與所屬保險公司或保經代公司間是僱傭或是承攬關係，都是為其招攬保險商品者，所以必須遵循保險公司或保經代公司的內部控制及稽核制度，換句話說，金融消保法所規定的廣告、業務招攬及營業促銷活動之內容與責任、適合度義務、說明義務轉換成保險公司或保經代公司的內部控制及稽核制度的一環以拘束保險業務員。

第二項 適用的態樣與應遵守或禁止事項

一、規範態樣

在金融消保法制定前，「保險業招攬廣告自律規範」完整規定廣告招攬態樣，其他保險法規或內規如電子商務自律規範、保險經紀人管理規則、保險代理人管理規則僅對保險人或保經代廣告招攬行為進行完整或簡略的規範。而業務員管理規則以及「保險業招攬及核保理賠辦法」除了廣告招攬外，也對業務不當招攬的情形作簡略的規定。然而，銀行保險業務招攬方式不僅有廣告招攬、還有面對面、非面對面業務招攬，所以業務招攬規定是缺乏的，而營業促銷活動則是完全沒規定。

但是實際上廣告是一個廣泛的概念，時常與業務招攬和營業促銷活動混合使用，呈現難以切割的狀態。惟原先保險法規的規定方式會造成兩個缺點，其一是切割僅對廣告招攬為規定，不符實務上混合使用之現狀，例如進行營業促銷活動時都會使用各種形式的廣告以為宣傳，難以切割適用法規。其二是主管機關僅對保險人進行廣告招攬、銀行保經代少數的廣告招攬行為和保險人或銀行保經代少數的業務招攬型態進行監理，會產生保險人、銀行保經代及所屬業務員為全部或部分廣告招攬行為時需遵循法規、但為業務招攬和營業促銷活動卻得以恣意妄為之情形。

因此，金融消保法第 8 條將保險招攬態樣從廣告擴張至業務招攬和營業促銷活動，使所有的招攬的方式都能受到法律的拘束，此謂往後業務招攬和營業促銷活動的 都需遵循金融消保法之規定，對要保人而言，金融消保法擴張廣告促銷態樣的規定模式更有益於其權益之保護。然而，這樣的規定對保險人和銀行保經代業務影響為何？應就金融消保法所定應遵守或禁止事項一同觀之。

二、應遵守或禁止事項

保險人是企劃並提供保險商品之人，所以許多保險規範都闡明保經代以及業務員招攬所使用的廣告文宣需經保險人核可，將保險人當成招攬時應負責任的主體。因此，通常是由產壽險公會制定自律規範規定保險人為廣告招攬時應遵守與禁止從事之事項，但此對銀行保經代的毫無規範效力。所以，金融消保法第 8 條的制定會對保險人和銀行保經代帶來什麼影響，以下分別以保險人立場和銀行保經代立場論述之。

(一)保險人

關於銀行保險二方合約中的保險人，「保險業招攬廣告自律規範」對於保險人從事保險商品銷售招攬廣告應遵守或禁止從事的共通事項、銷售投資型保險商品和保證承保招攬廣告應特別遵守之事項，不論是從規範的商品種類或是規範內容的細膩度而言，都可堪稱是一個完整的規定，所以對保險人而言，廣告招攬應盡的義務內容，在實務上已有一套運作的默契。而金融消保法授權子法所訂的廣告招攬促銷應遵守或禁止從事之事項，與「保險業招攬廣告自律規範」所規定的共通事項，不論在規定的廣度與深度上幾乎一致，只是擴及要求保險人為業務招攬以及營業促銷活動時，仍應嚴守應遵守或禁止事項。然而，因保險人已有廣告招攬的經驗，所以在實行上是屬於依樣畫葫蘆的情事，不致於造成保險人太大負擔。而且，金融消保法只是原則性規範，對於未規定的特別遵循事項，保險人還需依授權子法第 2 條之規定，適用「保險業招攬廣告自律規範」、「電子商務自律規範」等法規之特別規定。

至於業務招攬和營業促銷活動在適用應遵守或禁止從事之事項時，則應藉由加入內部控制程序、訓練教育招攬人員、重新擬定業務招攬和營業促銷活動的方式，以達到金融消保法的要求。然而，前已有廣告招攬模式在前，對保險人而言，較不困難，所以，對保險人而言，只需進行經營上的微調即可符合金融消保法之要求。

(二)銀行保經代

對於保險經紀人、代理人，因以往保險法規只將其當成使用廣告招攬文宣者，所以只要求保經代不可以故意为不當招攬，然而，金融消保法將保經代與保險公司同等視之，應遵守與禁止的事項都跟保險人一致，這樣是否會造成保經代不必要的業務負擔，並使其經營成本上升？就要保人的角度而言，銀行保經代是三方合約的招攬主體，是與要保人直接接洽者，依一般要保人的期待，會希望銀行保經代依其專業知識就所使用的廣告文宣資料或是所為的說明，能預先審查是否符合社會一般道德、誠實信用原則及保護金融消費者之精神。因此，金融消保法的規定並非是強加於銀行保經代之負擔，而是要求其負擔原本「應負」但「未負」的責任。因此，基於銀行保經代招攬主體的角色、以及消費者權利保護的目的，金融消保法的規定是屬合理，對於銀行保經代而言，是屬於不得不的負擔。

然而，由於在金融消保法制定前，法規僅規定銀行保經代不得以不實廣告招攬之規範，現在要求其遵守金融消保法第8條複雜的規定，銀行保經代的可能反應有三，其一是銀行保經代正視金融消保法的要求，將廣告、業務招攬、營業促銷的傳遞、散布、宣傳的法令納入內部控制及稽核制度，花費行政成本重新檢視所使用的廣告文宣資料是否符合金融消保法的要求，還需花費成本訓練所屬招攬人員，因此，現階段銀行保經代必須承受財務負擔才能達到金融消保法的要求。其二的反應是由於幾乎是新的負擔，所以銀行保經代也可能會發生應注意而未注意的情況，或是其三因財務負擔過大而消極不作為，然而這些情況會受到高額罰鍰制裁的後果。所以不論是何種情況，金融消保法的制定都會對銀行保經代現行營運造成沉重的負荷。

第三項 擔保義務

原本廣告內容擔保義務除消費者保護法外，就只有「保險業招攬廣告自律規範」規定保險人的廣告擔保義務。金融消保法將廣告擔保義務提升至法律層級，適用的主體及於保險人和保經代，因此，銀行保險業務中，保險人和銀行保經代

對於業務招攬、營業促銷活動所使用的廣告文宣以及其他宣傳方式，除了應確保其廣告內容之真實外，對於要保人所負擔之義務還不得低於對其所提示之資料或說明，如此以確保保險人或銀行保經代能本於誠信原則行銷保險商品，於有誤導消費者情形時，由不當行銷的保險人或銀行保經代負起責任。雖此義務對銀行保經代而言，是屬於新附加的義務，然而基於保護要保人的立場，銀行保經代仍需微調經營成本以達到金融消保法之要求。

第四項 裁罰規定

保險人違反招攬所使用的廣告文宣之裁罰，有依「保險業招攬及核保理賠辦法」規定回歸保險業法處罰之，然而處罰監督態樣有限，所以主要是依「保險業招攬廣告自律規範」之裁罰規定，交由產險或壽險公會處以罰鍰，然而卻有不合法的問題。而保險經紀人、保險代理人違反廣告文宣之規定時，則是回歸保險業法受裁罰，保險業務員則是交由所屬保險公司或保經代處罰之。然而，因金融消保法的制定，要求金融服務業者都應將廣告、業務招攬以及營業促銷活動納入內部控制及稽核制度，若違反，則以未確切執行內部控制及稽核制度為由，回歸適用保險業法處罰，銀行保險業務的保險人和銀行保經代亦適用之。

如此的規定使保險人或銀行保經代於違反廣告、業務招攬、營業促銷活動應盡的義務時，皆會受到金融消保法的處罰，也因此擴大主管機關之監督權限，而不會像之前由自律規範規定裁罰，卻導致保險人依此所受處罰不合法之情形產生。

對於保險人而言，因法有明文而回歸保險業法處以罰鍰，與原本受處罰的方式相同，然而，保險業法規定的罰鍰額度遠高於原本產壽險的罰鍰額度，而且因適用態樣擴及至廣告招攬和營業促銷活動，使被處罰的機會大增，會使保險人增加避免受罰的成本，因此會對保險人帶來影響，但保險人可以小心謹慎避免，而且受罰與否是不確定成本，所以對營運的影響一定程度取決於保險人的守法與否。而對於銀行保經代，違反會受罰的態樣從原本的「不實廣告招攬」到廣告招攬促

銷的所有態樣，受到的影響比保險人來得深，而且為避免遭受裁罰，銀行保經代將會比保險人付出更多的業務成本，不過對銀行保經代來說受罰與否也是屬於不一定會實現的成本，若銀行保經代循規蹈矩，則仍可忍受防免的成本支出。

第四節 小結

綜上所知，對比原先的廣告業務招攬法規，金融消保法對於銀行保險業務的最主要影響是在法律層級即規定了保險人或銀行保經代進行保險商品廣告、業務招攬及營業促銷活動時所應盡的義務，並將該條規定應當作原則性法規遵循，使保險人或銀行保經代不再存著僥倖的心態進行不當行銷，進而損害要保人之權益。

也因為金融消保法與授權子法關於廣告、業務招攬、營業促銷活動實際上是參酌金融法規招攬行為規範內容以及相關流程所制訂，大體而言，就一些共通事項是規定得更完善。然而，基於銀行保險行業特性，有規範不足之處，仍需適用各保險法規範的專業規定。所以，金融消保法第8條之規定對於保險業者為廣告、業務招攬、營業促銷活動所應負擔的責任，是引領保險人適用更完備的法規，並未產生無法承受的影響。然而，對於銀行保經代而言，因為之前對於其廣告業務招攬相關規範相當不足，所以金融消保法的制定，幾乎是讓其重新接受一套新的規範，從適用的態樣開始、到應遵守或禁止事項、而致違反的裁罰，都對銀行保經代的業務運作造成負擔。

第四章 金融消保法說明義務規定適用於銀行保險之分析

金融消保法第 10 條所規定的金融服務業者說明義務，是為了保護一般消費者權利所訂立。而說明義務深化運用於保險業務中，是因歐盟於 1990 年代陸續制訂多項保障保險消費者資訊權的指令，讓歐盟各國紛紛制定內國法以保護要保人的資訊權，再因整合型保險交易型態興起，使此風潮散播至世界各國。然而，2008 年金融危機發生時，許多隱藏金融消費者問題紛紛爆發，使得主管機關加快腳步將消費者權益提升至法律層面保護。如此，保險業者與要保人簽訂保險契約時，即負擔重要資訊揭露之義務。而本章除介紹金融消保法以及銀行保險相關規範所規定的說明義務外，並就金融消保法的制定對銀行保險實務的影響一一敘明。

第一節 說明義務之規範

金融消保法第 10 條第 1 項「金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應向金融消費者充分說明該金融商品、服務及契約之重要內容，並充分揭露其風險。」、第 2 項「前項金融服務業對金融消費者進行之說明及揭露，應以金融消費者能充分瞭解方式為之，其內容應包括但不限交易成本、可能之收益及風險等有關金融消費者權益之重要內容。其相關應遵循事項之辦法，由主管機關定之。」，第 1 項是在指金融服務業者的說明義務，第 2 項規定則是因各類金融商品或服務之特性不同，其契約重要內容及相關風險亦不盡相同，所以授權由主管機關訂立授權子法「金融服務業提供金融商品或服務前說明契約重要內容及揭露風險辦法（以下簡稱說明契約重要內容及揭露風險辦法）」。

金融消保法所規定的說明義務適用保險業，因此，本文試著從金融消保法說明義務的規定分析出以下問題：保險人與要保人訂立提供保險商品或服務的契約，應於訂約前多久盡說明義務？應以何種形式告知？所應盡說明義務的「重要內容」為何？是否因特殊保險商品的複雜、專業性而有更進一步的要求？

然而，在探討金融消保法對於說明義務的規定之前，仍需先介紹說明義務的法理基礎，茲論述於下：

第一項 說明義務適用於保險人之法理基礎

一、私法自治的自我負責原則

德國受到人性尊嚴的影響下，發展出私法自治原則，私法自治是民法之基石，此是指得依個人意旨形成法律關係之原則，故可知其核心內涵在於私法領域中，個人自我決定權能受到法律之保護。既然個人得依其內心真意而為私法法律關係及法律效果之決定，在個人利益的實現下，個人也應相對承擔契約締結過程中所產生的風險，故個人於自我決定後，應負起自我責任。

而私法契約當事人雖立於平等地位，然而若有資訊不對稱之情形，難以期待弱勢之一方能依健全之內心真意而作出正確的決定，因此，為了使弱勢之一方能掌有充足之資訊，能以健全的意志做出適當的決定，資訊優勢者是否能告知契約相對人充足的資訊，將會影響弱勢資訊者之意思自主，進而影響私法自治之真正落實，因此，如何課予當事人重要資訊提供義務，成為相當重要的課題。

二、誠信原則所推導出之先契約義務

誠信原則是私法領域的最高指導原則，被稱之為「帝王條款」，該原則功能是在具體權利關係領域中，以公平正義之方法實現權利義務關係。於二戰後，更由誠信原則推導出附隨義務⁵²，此義務係基於債權人對相對人為信賴之狀況下，對債權人之固有利益應有保護之必要而衍生⁵³。而保險契約基於其射倖性，其損

⁵² 汪信君，保險法告知義務之義務性質與不真正義務，台大法學論叢第36卷第1期，2007年3月，頁8。

⁵³ 杜怡靜，金融服務業者於金融商品販賣實之說明義務—以日本金融商品販賣法為例，月旦法學雜誌第126期，2005年11月，頁13。

害防止及危險通知義務皆較一般契約複雜，因此於誠信原則之適用，衍伸出保險契約為善意契約，並與其他債權契約有別，故於保險法中特別課予要保人告知義務、危險增加及危險通知義務及損害防阻義務，使保險契約不至於賭博化並維持兩造之平等⁵⁴。藉由以上論述再為延伸，誠信原則亦得做為保險人說明義務之基礎。

三、資訊不平等所導致的說明義務主體反置

近幾年來，保險商品呈現複雜、多樣化、高度專業化，在資訊並不完全透明之市場，保險人占據掌握商品資訊之優勢地位，而無專業知識能力之消費者則成為資訊弱勢一方，資訊不對等之情形更加傾斜，為了達到雙方公平合理、符合誠信原則，應有說明義務主體反置之必要，故發展出保險人的告知或說明義務，使消費者能理解所購買的商品。且有學者認為課予保險人說明義務，將有助於保障被保險人於選購商品時之自我決定權，使消費者能對自己的選購行為負責，並建立雙方的自我負責原則。

第二項 說明義務應遵循原則

金融消保法授權子法「契約重要內容及揭露風險辦法」規定，保險業者履行說明義務時應遵守的原則如下：

一、誠信原則之遵循：應本於誠實信用原則，並以要保人能充分瞭解之方式為之。

二、正確公平揭露資訊：任何說明或揭露之資訊或資料均須正確，所有陳述或圖表均應公平表達，不得有虛偽不實、詐欺、隱匿、或足致他人誤信之情事，而且資料應附註日期。

⁵⁴ 金融消費者保護法第九條第一項：金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度。
第二項：前項應充分瞭解之金融消費者相關資料、適合度應考量之事項及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。

三、對銷售文件的要求：銷售文件之用語應以中文表達，並力求淺顯易懂，必要時得附註原文。而且所有銷售文件都必須編印頁碼。

第三項 說明義務履行時點

不論金融消保法或其授權子法都僅規定「訂立提供金融商品或服務之契約前」，此謂保險人與要保人為訂約之意思表示前，應將保單條款以及重要資訊內容提供給要保人，然而保險人應於何時為告知，則會影響到要保人之審閱期。除此之外，討論說明義務履行時點，仍應論及保險人銷售保險商品的方式以及所提供的保險商品類型。

我國法對於履行時點無明確規範，有可能對要保人訂約的意思自主性產生影響，因此，參考外國法的告知時點，德國法是規定「要保人為訂約之意思表示前，保險人應及時提供保險商品資訊⁵⁵」，而英國商業行為規則規定「要保人為訂約之意思表示前之適當時間(in good time)」，英德兩國之規定是從遠距訂約指令第3條第1項移植而來，然而不論是「及時」或「適當時間(in good time)」都是不確定的法律概念，雖然德國學說對及時的定義此眾說紛紜，但是彼此都有一個共識，保險人告知的時間點應確保要保人能獲得充足資訊而能以自由意志簽訂契約。而德國學界有認為關於「及時」的時間點應不分訂約形式一律規定最低期限三天，然而此說有違反「及時」一詞之虞；另有學者主張保險人不應於交付保單和告知資訊當日與要保人簽訂契約，為此說並未獲得廣泛認同。⁵⁶英國對於「適當時間」定義是受核准之人應考量這些資訊對客戶做成決定的重要性以及告知資訊的時間點對客戶是否有用⁵⁷，至於判斷的因素應考量顧客的知

⁵⁵轉引自《葉啟洲，從德國人資訊義務規範論要保人之資訊權保障，政大法學評論第126期，2012年4月，頁346》：德國保險契約法 § 7 VVG Information des Versicherungsnehmers
Der Versicherer hat dem Versicherungsnehmer rechtzeitig vor Abgabe von dessen Vertragserklärung seine Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Versicherungsbedingungen sowie die in einer Rechtsverordnung nach Absatz 2 bestimmten Informationen in Textform mitzuteilen.

中譯：第7條 要保人的資訊

(1) 保險人應在要保人為締約表示之前，及時地將其契約內容，包含一般保險條款以及依第2項法規命令所定資訊在內，以文字形式通知之。

⁵⁶ 葉啟洲，從德國人資訊義務規範論要保人之資訊權保障，政大法學評論第126期，2012年4月，頁304。

⁵⁷ 詳見英國金融服務監理局網站 <http://fsahandbook.info/FSA/html/handbook/ICOBS>。2008新保

識背景、保單條款內容、保單複雜程度、購買該保單是否會連結其他商品或服務、行銷方式以及過去是否曾提供客戶相同的保險資訊⁵⁸。然本文認為，告知的時間點應參考上述外國法規定與學說論述並結合銀行實務觀之。

壽險業販售的保險商品，如利變型（養老/年金）保險商品、傳統型保險商品（短期儲蓄險、長年期醫療/意外險）或外幣保單⁵⁹，這些商品金額較高，保險期間至少一年，而且商品本身具專業性複雜程度高，一般要保人難以理解，因此保險人於告知保險商品相關資訊或交付保單條款後，應使要保人能有數日時間思考獲得的資訊。對於銀行保險業務販售的其他較簡易的商品，如旅行平安險、出差險或汽機車責任險，金額通常較小且保險期間常常僅有數日，而且要保人購買旅平險之類的保險通常具有即時性，因此保險人或保險仲介人於盡說明義務後保險人應盡快簽訂契約方符合此類保險商品的特性。

綜上可知，保險人履行說明義務時點應就商品特性而分別認定，因為這具有客觀標準。然而，關於需要主觀判斷要保人本身智識，若將要保人本身具有保險知識列入履行時點之考量，例如富有保險經驗者應該較無保險經驗者需要較少的時間，可能導致難以判斷有無專業知識、有無經驗之界線⁶⁰。因此，保險人履行說明義務時點應就商品特性做判斷。例如，保險商品屬於壽險領域，

險商業行為規範(Insurance: Conduct of Business Sourcebook, ICOBS) ICOBS 6.1.8 : In determining what is "in good time", a firm should consider the importance of the information to the customer's decision-making process and the point at which the information may be most useful.

⁵⁸ ICOBS 6.1.7 : The level of information required will vary according to matters such as:

- (1) the knowledge, experience and ability of a typical customer for the policy;
- (2) the policy terms, including its main benefits, exclusions, limitations, conditions and its duration;
- (3) the policy's overall complexity;
- (4) whether the policy is bought in connection with other goods and services;
- (5) distance communication information requirements (for example, under the distance communication rules less information can be given during certain telephone sales than in a sale made purely by written correspondence (see ICOBS 3.1.14 R)); and
- (6) whether the same information has been provided to the customer previously

⁵⁹ 工商時報轉引自保險發展研究中心資料：

<http://money.chinatimes.com/news/news-content.aspx?id=20110727001085&cid=1209>，最後瀏覽日 2012 年 4 月 30 日。

2010 年利變型保險商品是銀保通路主力商品，在銀行通路占率達 65%，遭成該產品暢銷的原因是因為游離資金過多，以及保險公司需要資金。而後來因為金管會關切利變型保險商品，擬強制要求保障型（傳統型）保險商品至少占銀行通路商品的三成，再加上銀行抽取佣金的考量，使得傳統型（保障型）保險商品成為 2011 年銀行通路的主力商品。

⁶⁰ 同註 56, 頁 307。

審閱期規範則有人壽保險單示範條款規定「保險人在要保人訂立契約時，應給予不低於三日⁶¹的審閱期」，以及金管會公佈之「人身保險業辦理傳統型個人人壽保險契約審閱期間自律規範」⁶²，規定保險公司於招攬傳統型個人人壽，三日成為保險人或保險仲介人盡說明義務的最低期限，惟三日審閱期有險種的侷限，以及因有十日契約撤銷權而有審閱期不必要存在之說法，然此非本文討論重點。既然現行實務如此，保險人行銷傳統型人壽保險應於訂約前三日盡說明義務，至於其他保險商品，則參酌英國、德國法應依商品特性無庸為之或於「適當時間」為之，至於何謂「適當時間」可能要仰賴主管機關訂之。

第四項 說明方式

我國保險業務有以業務員招攬、電話網路行銷和郵寄的方式為之，為因應不同的招攬途徑，保險人履行說明義務的方式應以「書面說明」為主，以「口頭說明」為輔。這是因為要保人可能無足夠能力瞭解書面內容，因此招攬人員則有必要以口頭解說的方式幫助要保人了解，讓要保人能夠自我決定訂立保險契約與否。至於書面說明需以何種方式表達方能使要保人易於瞭解，以及保險人應如何履行口頭說明義務，如何將於以下討論。

一、書面說明義務

(一)書面

在面對面招攬保險的類型，參考金融消保法授權訂立的子法「說明契約重要內容及揭露風險辦法」，招攬人員將保險商品說明書、保險商品簡介和保險建議書交付予要保人時，保險人已履行說明義務。

⁶¹ 三日的認定：取得條款樣張當日加 4 日曆天後，方可簽訂要保文件，合作金庫人壽「傳統型個人人壽保險契約審閱期間自律規範 Q & A」http://www.tcb-life.com.tw/images/JV_Q&A.pdf，最後瀏覽日 2012 年 4 月 30 日。

⁶² 民國 99 年 6 月 24 日金管保理字第 09902556330 號函准予備查。

至於非面對面招攬，因為這種銷售形式常販售簡易型保險商品，通常會在保險商品旁附保險資訊，如要保書或保險單條款的連結，此種告知方式是否符合書面告知方式之要求，我國學說欠缺此種遠距締約的討論，參考德國學說討論可知學者的看法並不一致，然而多數採否定說，認為應等到要保人將連結檔案下載或列印成紙本時，保險人方盡到書面說明義務⁶³。而英國商業行為規則也認為在提供資訊時，應以書面提供或將資訊轉為保存性媒介(durable medium)，如磁碟片、CD-ROMs, DVDs，而不能僅以口頭或網路公告的方式告知。所以在某些情況，尤其是在電話行銷的情形，招攬人員以傳真、電子郵件傳送或商品資訊燒成 CD 的方式，將保險商品重要資料交付給要保人，應將這些告知方式的實行視為保險人已履行說明義務。

(二)應以淺顯易懂、公平、不誤導的方式為之

依據授權子法「說明契約重要內容及揭露風險辦法」第 3 條之規範，保險人說明或揭露之資訊或資料均須正確，所有陳述或圖表均應「公平」表達，不得「誤導」他人，並以要保人得以充分了解的方式為之，而為了避免要保人因充滿專業術語的保單文件深陷困惑，銷售文件應以「淺顯易懂」的方式表達，讓要保人得以充分了解。所謂「公平」是以不偏頗的方式陳述保險商品資訊、「不誤導」是不以虛偽不實、詐欺、隱匿或足致他人誤信之情事使要保人產生誤解，而「淺顯易懂」則是指一般無專業背景的客觀第三人可得理解的程度為準。因此保險人所使用的資訊內容必須容易可讀，例如必須使用中文，必要時得附記原文，而且文字的字體必須顯著，以免相對人錯過一些重要的條款，如除外、豁免條款等。這些原則的法源可觀之落實「遠距締約指令(Financial Distance Marketing Directive)⁶⁴」的英國保險商業行為規則(ICOB)一般條款，其中規定保險人應遵守「清楚、公平、不誤導原則」(Clear, fair and not misleading

⁶³ 同註 56，頁 311。

⁶⁴ DMD Article 3 (2) The information referred to in paragraph 1, the commercial purpose of which must be made clear, shall be provided in a clear and comprehensible manner in any way appropriate to the means of distance communication used, with due regard, in particular, to the principles of good faith in commercial transactions, and the principles governing the protection of those who are unable, pursuant to the legislation of the Member States, to give their consent, such as minors.

rule)與消費者或被保險人進行溝通資訊⁶⁵。因此，就上述規範以及所參考的外國法源，「簡單披露保險商品重點事項」已成為保險人或銀行保經代履行說明義務的遵循方向。

關於印刷的要求，為了供金融消費者確認是否已接收完整訊息，所有的銷售文件必須編印頁碼。且為了確認資料的正確，任何說明或揭露之資訊或資料都必須附註日期。

二、口頭說明義務⁶⁶

保險人口頭說明義務應分為以下兩層次

(一)主動說明以及回答詢問

原則上，難以期待弱勢消費者會對契約條款完全理解，更遑論找出對條款有猶疑之處。對於會影響要保人權利行使與投保與否之事項，以及違約所生不利法律效果等事項，保險人應主動說明。對於要保人詢問之事項，保險人也應該做詳細的解釋與回答。此種義務的履行則具有雙重功能，一是協助要保人更了解保險契約條款內容及重要事項，二是可以做為判斷保險人是否已履行說明義務。基本上，保險人為主動告知或回答詢問後，要保人瞭解與否則視為個人主觀問題，若要保人不了解又不繼續追問，其所生之不利益應歸諸於自己。

(二)合理提醒

此係指保險人應以合理方式提醒保險單特別標示的重要條款，如契撤權、提

⁶⁵ ICOPS 2.2.2R (Clear, fair and not misleading rule): When a firm communicates information, including a financial promotion, to a customer or other policyholder, it must take reasonable steps to communicate it in a way that is clear, fair and not misleading.

⁶⁶ 羅俊瑋、盧永龍，從金融消費者保護法論保險人說明義務，法令月刊第 63 卷，第 4 期，2012 年 4 月，頁 85、86。

前解約違約金或風險揭露之事項，對於保險人未說明到的條款，保險人應提醒要保人自行閱讀，若要保人有所疑義，則應馬上詢問保險人，以確保要保人對保險契約內容的完全了解。

第五項 說明義務重要事項內容

依據「說明契約重要內容及揭露風險辦法」第5條，屬於金融服務業者的保險人必須依保險商品或服務的特性向要保人說明商品之「重要內容」，至於哪些是重要內容，授權子法第五條有詳列：

一、一般應列重要事項

- (一) 保險業者對保險商品或服務之重要權利、義務及責任。如保險人對要保人的承保範圍以及保險給付項目（例如：死亡給付、殘廢給付、滿期給付、年金給付）及條件（例如：年金給付條件）。
- (二) 要保人應負擔之費用及違約金，包括收取時點、計算及收取方式。
- (三) 要保人對該保險商品或服務之權利行使、變更、解除及終止權之方式及限制。
- (四) 所生紛爭之處理及申訴之管道：為請求保險給付與金融消費爭議處理管道的告知。爭議發生時，要保人得先向販售該保險商品的金融服務業者申訴，若不符申訴結果，再向金融爭議處理機構申請調解。
- (五) 保險商品或服務的保障機制：如告知要保人之保護方式，即財產保險安定基金專戶及人身保險安定基金專戶的保障範圍及條件。
- (六) 概括規定：其他法令就各該金融商品或服務所定應說明之事項。如「人身保險業辦理以外幣收付之非投資型人身保險業務應具備資格條件及注意事項」規定對於外幣支付保險商品，保險人應為風險揭露、支付貨幣的揭露

等。

二、投資型保險應揭露其他重要事項

「說明契約重要內容及揭露風險辦法」第 6 條規定，金融服務業對於提供之投資型商品或服務者，還應揭露風險資訊，其中投資風險應包含最大可能損失、商品所涉匯率風險，而且最大可能損失、商品所涉匯率風險，不能以數額表達者，得以文字表達。

第六項 說明義務規定違反之責任與效果

依金融消保法第 11 條：「金融服務業違反前二條規定，致金融消費者受有損害者，應負損害賠償責任。但金融服務業能證明損害之發生非因其未充分瞭解金融消費者之商品或服務適合度或非因其未說明、說明不實、錯誤或未充分揭露風險之事項所致者，不在此限。」，因此若保險人違反說明義務，要保人應向保險人求償。

一、違反之責任

(一)賠償主體

金融消保法第 11 條明文規定金融服務業者的損害賠償責任。且因為本條所規定的責任主體是金融服務業者，所以保險業務中的要保人受損害請求損害賠償時，無庸先向業務員求償，可直接向責任主體保險人求償，保險人不能回歸主張民法第 188 條但書以為免責⁶⁷。

⁶⁷同上註，頁 86。

(二)舉證責任

若要保人爭執保險人未盡說明義務時，保險人原則上應負賠償責任，若要免責，必須就已盡說明義務之情事負舉證責任，因此，保險人向要保人說明重要內容及揭露風險時，需依授權子法「說明契約重要內容及揭露風險辦法」第9條規定留存相關資料，或是在電話行銷時採取全程錄音方式⁶⁸，就以上留存的資料或錄音，等到保險招攬爭議或涉訟發生，要保人得要求提供錄音備份，保險人也可藉這些資料作為證據，主張已盡義務來免除責任，藉此可以同時達到保護要保人和金融服務業者之效果。這些留存的記錄資料，除供保險業者證明之用外，參考英國商業行為第2.4.1(3)條⁶⁹，應該隱含有供主管機關做監理審查之用的目的。

二、違反之效果

(一)行政法上效果

英國商業行為規則開宗明義要求金融機構應為客戶最佳利益服務，Business Standards CBOS 9 和 ICBS Insurance ICBS 6 規定了經核准執行保險業務者的適合性原則及說明義務，金融服務暨市場法(FSMA 2000)賦予金融服務監理局(FSA)，在考量違反的輕重程度後，透過公開譴責⁷⁰、處以罰鍰或撤銷營業執照⁷¹的方式處罰保險人或保險仲介人。而我國消費者保護法也就企業經營者所違反義務

⁶⁸ 「保險業辦理電話行銷業務應注意事項」規定保險業辦理電話行銷業務應全程錄音；「人身保險業辦理傳統型個人人壽保險契約審閱期間自律規範」，規定保險公司得以電話錄音方式作為確認已提供要保人審閱期間之證明。

⁶⁹ ICBS 2.4.1(3) G: Firms should bear in mind the need to deal with requests for information from the FSA as well as queries and complaints from customers which may require evidence of matters such as: (a) the reasons for personal recommendations; (b) what documentation has been provided to a customer; and (c) how claims have been settled and why.

⁷⁰ FSMA 2000 §205 (Public censure): If the Authority considers that an authorised person has contravened a requirement imposed on him by or under this Act, the Authority may publish a statement to that effect.

⁷¹ FSMA 2000 §206 (Financial penalties): (1) If the Authority considers that an authorised person has contravened a requirement imposed on him by or under this Act, it may impose on him a penalty, in respect of the contravention, of such amount as it considers appropriate. (2) The Authority may not in respect of any contravention both require a person to pay a penalty under this section and withdraw his authorisation under section 33. (3) A penalty under this section is payable to the Authority.

的態樣，而規定不同的處罰手段。然而，金融消保法以及保險業相關規範並未對違犯之情形，直接規定處罰的方式。只能參照金融消保法第 12 條，保險人或銀行保經代應將第 8 條「廣告、業務招攬或營業促銷活動」、第 9 條適合度審酌以及第 10 條說明義務納入其內部控制及稽核制度，並確實執行，若未建立或未執行，則應回歸適用保險業法予以處罰，至於如何處罰，以及這樣規定的缺點，前已討論，茲不再贅述。

(二)私法上效果

依據英國商業行為規則附錄 5 之規定，應核准之人違反說明義務時，保險消費者得依金融服務暨市場法(FSMA 2000)第 150 條⁷²規定，向保險人請求損害賠償(Bring a private action)。德國法則認為保險人違反說明義務時，保險人權利不存在或不得行使。我國金融消保法第 11 條第 1 項採取如同英國法做法，使要保人向保險人請求損害賠償，然而要保人得請求的範圍如何？是信賴利益還是履行利益？保險人或銀行保經代違反說明義務的時間點在磋商締約後，然而通常要保人都在保險契約存續中爭議發生時，才發現銀行保險業者於磋商締約階段有違反誠信原則之情事，在內容上違反要保人的「合理期待原則」。但因此時契約已有效成立，契約內容深受保險人違法行為的影響，要保人所得請求的應該是履行利益或積極的契約利益⁷³。

第二節 銀行保險之說明義務

銀行保險業者在銷售保險商品時，也應履行說明義務，惟在金融消保法制定前，銀行保險二方合約中的保險人、三方合約中的銀行保經代應如何履行呢？茲論述於下：

⁷² ICOBS - Transitional Provisions and Schedules (ICOBS transchedule) Sch 5: Rights of action for damages-Financial Services and Markets Act 2000 Article 150 Actions for damages.(1)A contravention by an authorised person of a rule is actionable at the suit of a private person who suffers loss as a result of the contravention, subject to the defences and other incidents applying to actions for breach of statutory duty.

⁷³同註 66，頁 87。

第一項 規範的主體

一、保險人和銀行保經代

關於規範銀行保險業者的法規，在銀行保險業務二方合約型態下，是由金控法第 43 條、金融控股公司之子公司間共同行銷辦法(以下簡稱共同行銷辦法)第 7 條⁷⁴以及銀行、證券商及保險公司等機構合作推廣他業商品或提供相關服務規範第 3 條⁷⁵，對於保險人的資訊揭露義務進行規範。在三方合約中，因銀行保險業務招攬主體是銀行保經代，所以需要參酌保險經紀人管理規則和保險代理人管理規則之規定，而銀行招攬人員係同屬保險人和銀行保經代所屬業務員，需遵守業務員管理規則關於說明義務之規範。在內部控制及稽核制度的法規中，「保險代理人公司保險經紀人公司內部控制稽核制度及招攬處理制度實施辦法」說明義務規範主體則為保經代。

至於其他規定特定保險種類的保險法規，「投資型保險商品銷售應注意事項」規定保險業應確實要求與其往來之保險代理人、保險經紀人、共同行銷或合作推廣對象，遵守本注意事項及壽險公會所訂「投資型保險商品銷售自律規範」。「保險業辦理電話行銷業務應注意事項」的規範主體為保險人、保險代理人以及經允許辦理部分項目的保險經紀人，所以這些規範對於資訊揭露的規定，保險人或銀行保經代在銷售投資型保險商品或為電話行銷時都應該遵守。而「投資型保險投資管理辦法」、「投資型保險資訊揭露應遵循事項」、「保險業經營電子商務自律規範」規範主體僅為保險人、「人身保險業辦理以外幣收付之非投資型人身保險業務應具備資格條件及注意事項」則是人壽保險人。

⁷⁴ 金融控股公司之子公司間共同行銷辦法第 7 條第 4 項：「金融控股公司之子公司與客戶簽訂商品或服務契約時，應向客戶明確揭露契約之重要內容及交易風險，並依該商品或服務之性質，註明有無受存款保險、保險安定基金或其他相關保護機制之保障。」

⁷⁵ 銀行、證券商及保險公司等機構合作推廣他業商品或提供相關服務規範第 3 條：本業人員於合作推廣他業商品或提供相關服務時，應明確標示，並告知客戶該商品或服務與本業業務之區別，以及有無受存款保險、保險安定基金或其他相關保護機制之保障。

二、銀行

依銀行保險業務應注意事項第 11 點可知，銀行辦理保險業務，應將相關資訊及風險於招攬時充分告知客戶，若銀行行員有不當招攬行為，銀行還需與合作的保險公司或保經代負連帶責任，這樣的規定是將銀行當作說明義務主體，然而，在現行銀行保險架構下，銀行不可能為經營主體，那銀行要以什麼地位向要保人履行說明義務呢？又要揭露什麼樣的重要內容呢？所以，這個規定令人感到疑惑，然而，這個注意事項也揭露銀行在銀行保險業務中所扮演角色的重要性，所以這讓人思考，將銀行排除於經營主體以外的銀行保險架構是不當的。

第二項 說明義務履行方式

關於說明義務的書面履行方式，「投資型保險資訊揭露應遵循事項」明文規定商品說明書、建議書、保險商品簡介、要保書重要事項告知書所應揭露的事項，除了要保書是作為契約訂立時所用外，保險商品說明書必須提供消費者參閱並交付要保人留存。除此之外的投資型保險商品或外幣支付保單相關保險法規因為所銷售的屬於高風險保險商品，也有規定藉商品說明書、建議書以及要保書重要事項告知書揭露重要事項以履行說明義務，但所規定的書面種類較為零散，未若「投資型保險資訊揭露應遵循事項」般完整。另外，「保險業經營電子商務自律規範」要求保險業應於網頁誠實並完整提供消費者交易條件相關資訊，這種虛擬的頁面呈現方式是為因應新型招攬方式而定。

保險人或銀行保經代除需依規定以書面履行說明義務外，尚仍需伴隨口頭解釋，殆無疑問，無需特別再加以規定。惟應注意的是，「保險業辦理電話行銷業務應注意事項」明文規定電話行銷人員應在電話中以口頭履行說明義務，這是因電話行銷屬於遠距行銷之故所作的規定。

第三項 說明義務內容

要瞭解說明義務的內容，以下以招攬方式區分和險種區分敘明之：

一、以招攬方式區分

(一)非面對面

非面對面招攬方式的說明義務規定，主要是集中在網路以及電話行銷。「保險業經營電子商務自律規範」規定保險人在網頁誠實並完整提供消費者交易條件相關資訊，並讓消費者易於取得，就已履行說明義務。其中保險業提供之交易條件資訊主要是包括保險商品或服務的資訊、契約成立時點、消費者保險費支出項目以及支付方式、消費者契約撤銷和終止權以及消費者抱怨申訴管道。

「保險業辦理電話行銷業務應注意事項」規定保險人或保經代所屬招攬人員在進行電話行銷時，應將電話行銷人員之姓名、登錄字號、所屬公司名稱、服務電話以及保險契約重要內容完整告知要保人，並應經要保人同意全程錄音並備份存檔。

由上可知，適用在銀行保險業務，網路行銷說明義務規範只及於二方合約中的保險人，只有電話行銷說明義務規範及於全部銀行保險業者。再者，由於網路、電話行銷方式多是銷售較簡易的保險商品，因此對於揭露事項的要求都以基本事項為主。

(二)面對面

關於面對面的招攬方式，金控法第 43 條、共同行銷辦法第 7 條揭示了二方合約保險人於簽訂商品或服務契約時，應向客戶明確揭露契約之重要內容及交易

風險，並依該商品或服務之性質，註明有無受存款保險、保險安定基金或其他相關保護機制之保障。

至於三方合約中的銀行保經代，直接規範銀行保險業務的法規「銀行、證券商及保險公司等機構合作推廣他業商品或提供相關服務規範」第3條規定，銀行招攬人員於合作推廣他業商品或提供相關服務時，不僅應明確標示，還需告知客戶該商品或服務與本業業務之區別，以及有無受存款保險、保險安定基金或其他相關保護機制之保障。而觀諸保險經紀人管理規則第27條和保險代理人管理規則第26條可知，保經代應以善良管理人的立場，確保已向要保人就洽訂之保險商品之主要內容與重要權利義務，善盡專業之說明及充分揭露相關資訊，並不得故意隱匿保險契約之重要事項。而「保險代理人公司保險經紀人公司內部控制稽核制度及招攬處理制度實施辦法」則規定保經代所制定的招攬處理制度及程序內必須將「保險商品主要內容與重要權利義務之說明及相關資訊揭露」納入。

至於保險人或銀行保經代所屬之招攬人員，業務員管理規則規定業務員從事招攬行為時，應解釋保險商品內容及保單條款、說明填寫要保書注意事項、轉送要保文件及保險單以及其他經所屬公司授權從事保險招攬之行為，而且不得就影響要保人或被保險人權益之事項為不實之說明或不為說明。

所以，以上保險法規對於保險人或銀行保經代的說明義務都只是一個概括的要求，而未有具體的規定。而對具業務員身分的招攬人員則有較多的規範，然而，也是偏向原則性的規定，並未對細部深入規定。

二、依險種區分

我國銀行法規對於保險商品說明義務的規定，集中在風險高複雜程度高的投資型保險商品以及外幣支付保單，主要是因為這種保險商品，容易讓要保人在不了解風險程度或保險內容之時，受到招攬人員行銷話術的影響，而被獲利高的表象所引誘並簽下保險契約，造成後續爭議繁多，因此，主管機關為了能於事前防堵爭議，依法律授權或要求保險公會制定說明義務的內規。

(一)投資型保險商品

1. 投資型保險投資管理辦法：由保險法授權訂立，為了保障無專業智識的被保險人，第3條規定保險人銷售投資型保險商品階段，應充分揭露相關資訊，於訂約時，應以重要事項告知書向要保人說明重要內容如各項費用、投資標的及其可能風險、相關警語、其他經主管機關規定之事項，並使其簽章。
2. 投資型保險資訊揭露應遵循事項：

保險業辦理投資型商品之資訊揭露應遵循的原則：(1)保險商品資訊揭露應本於最大誠信原則，並應遵守保險法、公平交易法、消費者保護法等相關法令規定。(2)任何揭露之資訊或資料均必須為最新且正確，所有陳述或圖表均應公平表達，並不得有引人錯誤、隱瞞之情事。(3)銷售文件之用語應以中文表達、力求白話，必要時得附註英文；涉及專有名詞時，並須加註解釋。(4)所有銷售文件必須編印頁碼，俾便消費者確認是否缺頁及是否已接收完整訊息。」

而第4點到第9點則是揭露應說明的重要事項：第4點規範保險商品說明書應揭露事項，所應揭露的事項除保險公司和保險商品基本資料外，還包括保險計畫之詳細說明、投資風險警語之揭露、費用之揭露、投資標的之揭露(如記載與保險計畫有關之各項投資標的基本資料、配置比例、投資目標及其投資風險；投資標的選擇標準及選定的理由)、保單價值之通知、要保人契撤權行使期限、重要保單條款之摘要以及保險人簽章年月日。

第5點規定了保險商品簡介應揭露事項，主要是保戶權益事項、投資風險之揭露(如贖回風險、匯率風險、流動性風險、信用風險、法律風險、投資風險、市場價格風險)以及連結結構型債券者應再揭露事項。因為高風險結構型保險商品會包裝成投資型保險商品出售，故應就特別事項再為揭露，如以下幾點：

(1) 商品資訊：如商品名稱及主管機關核准（核備／備查）文號、商品特性說明等。

(2) 投資標的之揭露：如投資標的簡介、發行機構、保證機構名稱及其信用評等、發行日及到期日、標明特定觀察日、計價幣別、投資收益及滿期贖回計算公式及參與率、投資收益應以扣除相關費用後之淨額表示、提醒配息後投資標的價值會相對降低、投資報酬率不得以個別年度之高報酬為銷售訴求、揭露全期年化報酬率、顯著記載下列提示：「結構型債券到期前如申請提前贖回，將導致您可領回的金額低於原始投資金額，或者根本無法進行贖回」。

(3) 範例說明：除將最低保證收益狀況舉例說明外，其他收益狀況得由各公司依商品特性自行訂定。

(4) 應揭露連結具投資收益保證之投資標的，須持有至到期日，始享有此保證。

(5) 費用之揭露

第六點規範要保書應揭露事項，第七點到第九點亦對其他應揭露事項作了詳細的規範。而該注意事項對說明義務規定最為詳盡，若保險人或銀行保經代想瞭解說明義務內容的具體規定，就需參酌該注意事項。

3. 投資型保險商品銷售自律規範：中華民國人壽保險同業公會為規範自己的會員所制定內規，此自律規範對於壽險公司於銷售投資型保險商品時，規定應依「投資型保險資訊揭露應遵循事項」規定對客戶作適時之揭露。

(二)外幣支付保險商品

「人身保險業辦理以外幣收付之非投資型人身保險業務應具備資格條件及注意

事項」內規定，壽險業辦理此業務時應為以下之揭露：

1. 風險揭露

- (1) 匯兌風險：以外幣計價的保單，各項保險給付及所繳保險費皆以同一外幣幣別計價，要保人或受益人在未來兌換成新臺幣時，將會因時間、匯率的不同，產生匯兌上的差異。
 - (2) 政治風險：商品貨幣之匯率可能受其所屬國家之政治因素（大選、戰爭等）而受影響。
 - (3) 經濟變動風險：商品貨幣之匯率可能受其所屬國家之經濟因素（經濟政策法規的調整、通貨膨脹、市場利率調整等）而受影響。
2. 支付貨幣：表明本保單以外幣計價，且不得與新臺幣收付之人身保險契約辦理契約轉換。
 3. 保單借款：依「保險業辦理外匯業務管理辦法」第 14 條之規定，要保人申請保險單借款時，需提供其確有實際外幣支付需要之證明文件，且要保人可得申請之保險單借款額以保險公司每年承作外幣放款總額為限。

第四項 說明義務違反的法規

一、行政法上裁罰與民事權利主張

關於違反說明義務的行政法上裁罰，二方合約中，依金控法第 60 條第 13 項，對於違反之保險子公司處以新臺幣二百萬元以上一千萬元以下罰鍰，三方合約中，對於銀行保經代之裁罰，則應回歸適用保險業法予以處罰(民國 100 年 6

月 29 日修正前)。至於違反「投資型保險投資管理辦法」，也應回歸適用保險業法第 168 第 4 項處以罰鍰或其他行政罰。所以可知，因為法規不一裁罰規定不同，會導致不同經營主體銷售同一保險商品，或是同一經營主銷售不同險種保險商品時，未為資訊揭露卻遭受不同裁罰之情形，讓人疑惑不同裁罰的差異性何在。

關於民事上的主張，保險人或銀行保經代若有不履行說明義務的情形，因保險法並未有說明義務之規範，各保險相關法規又屬於監理法之性質，使要保人需回歸適用民法意思表示錯誤、不當得利、侵權行為以及契約不完全履行或消費者保護法第 22 條等規定主張權利。但保險案件回歸適用民法或消費者保護法，會有構成要件不適用之情形，讓要保人私法上權益之主張舉步維艱。

二、舉證責任的不利益

要保人對於保險人或銀行保經代不履行說明義務行為，主張契約錯誤詐欺之撤銷、或締約上過失與侵權行為時，應舉證主張保險人或銀行保經代的故意行為。然而這是屬於訴訟上舉證之難題，正所謂舉證之所在敗訴之所在是也。所以實務上，法院會以要保人無法舉證證明而為其敗訴之判決。

第三節 金融消保法對銀行保險說明義務的影響

金融消保法於第 10 條及其授權子法規定了金融服務業者的說明義務，從法律層級確立了保險業者的說明義務，又於授權子法「說明契約重要內容及揭露風險辦法」規定了履行說明義務應遵守原則、應揭露或說明之對象、說明義務的表達方式、應說明之重要內容、電話行銷的揭露方式、投資型保險商品或服務應揭露之風險項目、以及應訂入金融服務業者內部作業規範，有助於解決說明義務保險法規不一所帶來的困擾。至於銀行保險適用金融消保法是被歸類為保險業者提供服務而非銀行業者提供服務，所以關於說明義務的履行，也是依保險業的脈絡思考。

然而，金融消保法說明義務的履行對銀行保險業務帶來什麼影響，茲論述如下：

第一項 規範主體

金融消保法規範主體中所稱之「保險業者」，包含銀行保險業務所有經營主體。至於銀行保險和保險相關法規範，雖然對於二方合約中的保險人、三方合約中的銀行保經代及招攬人員各有金融控股公司法、保經代管理規則以及業務員管理規則規定其說明義務，但是這些法規對說明義務的規定都是概括性要求，若要了解具體的說明義務規定，仍需探究投資型保險商品相關法規。然而，投資型保險商品相關法規因為制定的機構以及規範目的之故，法規所稱的保險業是指保險人，不包括保險代理人、保險經紀人，產生銀行保經代或招攬人員無法適用之狀況。然而，有一些投資型商品相關法規會特別規定要求保險代理人、保險經紀人及招攬人員遵守，這種規定方式若是授權命令、且於法規中明文規定保經代和招攬人員應遵守，那沒什麼疑問。惟值得注意的是，「投資型保險商品銷售自律規範」規定保險人需以「簽訂合約」的方式，要求保經代遵守該自律規範所定之說明義務，然而這種適用主體的規定方式有問題，產壽險業自律規範屬於內規，拘束對象是會員保險公司，卻規定以訂合約的方式要求非會員的保經代遵守，有逾越內規拘束範圍，將自律規範當成對外發生法律效果的授權命令之疑，再者以「合約」的方式要求，保經代縱不遵守也只能以契約責任方向尋求解決。因此，保險法規範說明義務主體的規定會造成適用上的困難

所以，金融消保法規範主體中所稱之「保險業者」，不同於保險法規，而與保險法相符，包括保險經紀人、保險代理人在內的，讓所有銀行保險業者皆能依金融消保法的規定遵循同一套說明義務的規範，使保險人或銀行保經代履行說明義務時，可以減少遵循的成本，讓主管機關能夠較容易進行監理，也使保險人和銀行保經代易於適用法規。至於銀行招攬人員，進行保險商品招攬時應依所屬保險人或銀行保經代之內部控制及稽核制度履行說明義務，殆無疑問。

然而，金融消保法的制定仍無法解決，銀行非為說明義務履行主體的現狀是否不恰當的問題。

第二項 說明義務履行方式

授權子法規定了金融服務業者在提供金融商品或服務時，應按商品或服務之性質以商品說明書、契約等書面文件或以網際網路的方式揭露商品的重要內容，也規定了電話行銷人員之口頭說明義務。適用至銀行保險業務時，不論是保險人或銀行保經代在銷售一般保險商品或高風險保險商品，履行說明義務的方式必須以書面、文件、網路揭露的方式為之。以往銀行保險招攬主體的相關規定並未有履行方式之記載，只有在高風險的投資型保險商品或外幣支付保單有較詳細的書面履行方式之規定，或在電子商務招攬有網路揭露、電話行銷有招攬人員口頭揭露之規範。

因此，實務上，招攬人員於臨櫃招攬等傳統銷售途徑行銷一般的保險商品時，並未要求以書面揭露的方式履行說明義務，更無庸期待招攬人員會以口頭告知。如今金融消保法之規定，無論是透過何種管道銷售何種保險商品，都需以書面網路揭露以及口頭告知的方式履行說明義務，會督促保險人或銀行保經代重新檢視書面揭露內容、加強員工教育訓練、提升招攬人員素質、並促使說明義務的履行。因此，金融消保法規定履行方式，實際上會對銀行保險業帶來良好影響。

但是，要求書面網路揭露的方式也會增加保險人或銀行保經代業務負擔，不過思考其在銷售投資型保險商品即有書面揭露之經驗，這樣的要求對其並不陌生，也不困難，然而在營運上仍會增加人力成本、行政成本或網路資訊系統建立之成本。

第三項 說明義務重要事項內容

金融消保法授權子法規定了金融服務業者履行說明義務應遵循之原則以及應揭露的重要內容，對於銀行保險業者均適用。

一、銀行保險所適用法規的不足

在金融消保法制定前，規定二方合約保險人的金融控股公司法及授權訂立的共同行銷辦法，以及三方合約銀行保經代的合作推廣規範和保險代理人、經紀人管理規則，都有要求保險人或銀行保經代的說明義務，規定的內容為應善盡專業之說明及相關資訊之充分揭露、業務區別之告知或是相關保護機制保障之告知。所以，這些專門規定經營主體為金融商品交易時應盡權利義務的法規，對於說明義務的規定都是屬於概括的要求，並未對應說明的重要內容有任何具體化的規定。而保經代管理規則之「應盡善良管理人之注意」、「不得故意隱匿保險契約之重要事項」，或是業務員管理規則所定「就影響要保人或被保險人權益之事項為不實之說明或不為說明」則比較屬於履行說明義務時應遵守的原則，非為重要事項之揭露。

雖然高風險的投資型保險商品相關法規，有完整規定保險業者應口頭告知或需於要保書、商品說明書、意見書記載揭露的重要內容，而且外幣支付保單相關法規也有對說明義務重要事項做具體化的規定，然而，這些都是針對個別險種而制定，無法通用到全部保險商品。會產生這樣規定的原因是因主管機關當初只考慮到銷售投資型保險商品或外幣保單保險業者應盡到說明義務，而未考慮到其他保險商品磋商洽定時，也有資訊不對等的情況，保險人也應盡到說明義務以保護要保人。因此，在其他保險商品銷售時，保險人說明義務應履行之內容，主管機關並未多著墨，使要保人購買普通保險商品時，並未獲得足夠的保護。

二、影響程度分析

金融消保法授權子法訂定適用於各金融服務業的說明義務重要內容，讓不論是保險人或銀行保經代銷售何種保險商品都應遵循之。然而，對於保險人或銀行保經代而言，原本僅限於特定保險商品才需盡的義務，現在連普通保險商品的銷售都需履行，對於保險人和銀行保經代會有什麼影響呢？

(一) 普通保險商品

以往對於普通保險商品，銀行保險業務招攬人員往往為了佣金或為了達到業績，以花俏的行銷話術誘使客戶解除定存存款購買較高利率的保險商品，卻因保險法規未具體要求，使得保險人或銀行保經代所屬招攬人員未告知解約需支付違約金等重要事項，導致無專業知識的消費者無法基於自由意志形成正確的契約締結決定，而造成後續保險消費爭議無窮，讓保險交易市場處於不安定狀態。所以，授權子法所定的共通說明義務重要內容，係就金融服務業者或金融消費者的權利義務、後續爭議處理程序等為主，是屬於一般弱勢消費者可能不知悉，但又必須知道的基本重要事項。因此，說明義務的要求會加強了對要保人的保護，也有助於減少日後的保險爭議，促進保險市場的穩定，這是金融消保法規定所帶來的正面影響。

但是保險人和銀行保經代在金融消保法制定前，是疏於對普通商品履行說明義務，現在因金融消保法的要求，使得必須就普通保險商品應揭露事項進行資料搜集、精算、整理和制印，並需建構網路系統以做為揭露簡易商品資訊的平台，而且必須加強員工教育訓練，讓招攬人員能善盡說明義務，除此之外，授權子法規定需以要保人能充分了解的方法行之，會讓人擔心是否過度保護要保人，使要保人疏忽對保險商品內容之注意，導致保險人或銀行保經代又多出道德危險之成本。所以這些揭露成本的支出，基本上會造成保險人或銀行保經代業務負擔。雖然保險人或銀行保經代已有履行投資型保險商品說明義務的經驗，應知如何操作，會減少一些遵循成本，但仍不能否認說明義務的要求，對保險人或銀行保經代的業務增加非常程度的營運成本。

(二)投資型保險商品

在投資型保險商品，金融消保法授權子法則僅規定要求揭露可能涉及的投資風險、匯率風險等風險資訊，因此，該授權子法所定的應揭露重要事項仍不足，保險人和銀行保經代需再適用「投資型保險投資管理辦法」、「投資型保險資訊揭露應遵循事項」、「投資型保險商品銷售自律規範」等法規所定之說明義務事項。而且金融消保法授權子法所規定的重要事項本就是參酌這些投資型保險商品規範所訂立，又是屬於簡易版本。所以，銀行保險在銷售投資型保險商品為說明義務的履行時，並未因金融消保法的制定而受到影響。

第四項 說明義務違反之後續處理

行政法上的裁罰，應統一適用金融消保法第 12 條規定，以違反內部控制及稽核制度為由，回歸保險業法處罰，可以確定的是不會有銀行保險不同經營主體銷售同一保險商品，或是同一經營主體銷售不同險種保險商品時，未為資訊揭露卻遭受不同裁罰之情形。而處罰細節以及規定缺點，前已論及，不再贅述。

然而，與之前違反說明義務相比，雖都是處以罰鍰，但是現在增加未履行普通商品說明義務而受處罰的可能，所以基本上保險人和銀行保經代為避免處罰，所支出的趨避風險成本會上升，所以，金融消保法的規定仍會對銀行保險業者帶來一定程度的影響。

至於民事上的主張，因為金融消費者服務法第 11 條之規定是屬於獨立之請求權基礎，而且其適用上優先於消費者保護法以及民法規定。所以，在賠償主體方面，保險人和銀行保經代是賠償主體，而非與要保人為交易行為的招攬人員，此時金融服務業不能主張民法第 188 條免責，使得要保人較有機會獲得補償。在舉證責任方面，採取舉證責任轉換的方式，由具有資訊、交涉能力上之高度優越

地位之保險人或銀行保經代負無因果關係之舉證責任，使不具專業知識之要保人毋庸舉證。

因此，主管機關可以藉此加強監理，使要保人不論是在購買保險商品時之權益保障，以及而後發生保險爭議時的權利主張，皆受到較充足的保障。雖然與之前保險法規裁罰規定零散和民事上需由主張權利的要保人負舉證責任相比，藉此可使銀行保險業者強化說明義務的履行措施、並加強員工的教育訓練，以預防後續的爭端，然而，這樣會讓要保人更輕易提起訴訟。所以，在不確定的未來，保險人和銀行保經代需擔負更多的訴訟和賠償成本，對保險人或銀行保經代的財務會構成一定的負擔。

第四節 小結

綜上所知，金融消保法中金融服務業者說明義務的制定，在說明義務規範主體、說明義務履行方式、說明義務應揭露之重要內容、違反說明義務之後續處理這四部分與過去銀行保險所適用的法規比較，可以知道過去法規之不足以及金融消保法規範的革新意義，而且金融消保法對於說明義務之規定，會減縮原本因為說明義務保險法規分立所帶來的遵循成本，也會使保險爭議減少並減縮此部分支出，更能保護要保人權益以及增進銀行保險業務運作品質、穩定銀行保險市場秩序，應認為金融消保法說明義務的規定是對銀行保險業務帶來正面影響。所以，金融消保法的規定結束了保險人或銀行保經代在銷售一般保險商品時，往往不認真履行說明義務的時代，也讓保險人或銀行保經代在銷售高風險保險商品時，對資訊之揭露更為積極，導正整個銀行保險實務長久以來的弊病。

然而，金融消保法規定不論在銷售普通保險商品或是投資型保險商品，銀行保險業者都需盡說明義務，實際上，是對銀行保險業務帶來許多業務負擔和成本支出的增加，對其業務運作產生影響，這也是必須正視的現象。

第五章 金融消保法適合度規定對銀行保險影響之分析

適合度規定是從 know your customer 制度衍生而來，制度目的是希望消費者能夠買到適當的金融商品，適用在銀行保險業務上，則期望招攬人員會推介適合要保人的保險商品或服務，讓要保人能夠買到適合自己的保險商品或服務，而我國金融消保法是如何規範的，在適用於銀行保險業務時，與先前保險法規適合度規定有何差異？金融消保法之規範又會對銀行保險業務帶來什麼樣的影響？將於本章論述。

第一節 適合度之規範

金融消保法第 9 條：「I 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度。II 前項應充分瞭解之金融消費者相關資料、適合度應考量之事項及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。」第 1 項是 know your customer 原則的明文，讓金融消費者得以買到適合自己的保險商品。而主管機關依第 2 項之授權訂立「金融服務業確保金融商品或服務適合金融消費者辦法(以下簡稱金融商品或服務適合金融消費者辦法)」，以具體化金融服務業者適合度評估義務之內容，因保險業是金融服務業者，故本章以保險業者對要保人適合度評估義務為主軸展開。然而在深入討論適合度規定前，仍需先了解適合性原則之法理基礎：

第一項 適合性原則適用於保險人之法理基礎

一、適合性原則之理論基礎⁷⁶

(一)掛牌營業理論(Shingle Theory)

⁷⁶參考自張冠群，金融商品銷售適合性原則之法制分析—兼評台灣金融服務法草案第三十一條及相關規定，高大法學論叢第五期，2009 年 9 月，頁 141~142。

適合性原則是於認識客戶原則(know your customer)的基礎下，要求金融服務業者於對消費者推銷產品時，能依 KYC 程序所獲得的消費者資訊，做適當的分析並依消費者的需求，推介適合其理財規劃之金融商品。而該原則最先起源於美國證券業，於 1930 年代依「掛牌理論」(Shingle Theory)而發展，此理論內涵在於，因證券交易市場仍是資訊不對等之市場，故一旦證券經紀商或交易商掛牌上市並公開進行證券業務，即默示對消費大眾負有「公允交易」(fair dealing)之義務，因此，美國證券商於執行投資時，通常會就投資人本身的財務能力及理財規範，為合理的分析並對其推介適當的商品，若證券商違反此義務，金融監理機構即可調查證券商是否有公允義務之違反⁷⁷。

(二)告知同意理論(Informed Consent)

告知同意理論乃二十世紀發展的理論，證券交易市場為資訊不平等之市場，證券商於銷售有價證券時，投資人會因專業知識缺乏，而做出「未告知同意」(Uninformed Consent)之投資決定。為了避免證券商選擇性資訊揭露，使投資人為高風險投資，故提出此理論，要求證券商負起提供投資建議之義務。因此，證券商執行投資時，應負起教育投資人認識基本理財原則，並使其認識自我風險承擔能力及投資目標，如此，投資人方能為「受同意告知」之理財判斷。此理論與說明義務的背後理論，因誠信原則衍生之告知義務、被保險人自我負責與自我決定權有異曲同工之妙。

經過各年代因應金融市場而發展出的理論，證券商應遵守適合性原則之義務則從原本之純粹商業道德，發展成為自律規範，並進而在 1960 年代聯邦證券法第 10(b)及 15(c)項確定成為證券商衍生之法律上義務，從此，適合性原則已然成為重要的原則，並延伸適用至銀行、保險等金融領域。使資訊優勢者皆須對弱勢者負此義務，對金融消費者的保障更為周全。

⁷⁷ 同註 7，頁 55。

二、適合性原則之內涵

適合性原則有廣義與狹義之分，廣義是指銷售人員於了解消費者屬性後，應就其屬性推介適當的金融商品，並於推介之時，仍應斟酌其屬性以消費者可了解之方式說明商品內容。而狹義的內涵僅指銷售人員在了解消費者知識能力、財務狀況後，依其需求推介適當之商品。由此可見，廣義的適合性原則內含之商品說明義務，與說明義務內涵相同，容易混淆，而狹義的適合性原則內容定義清楚，能與說明義務定義作完整區隔。

觀諸日本的金融商品販賣法第3條第2項「前項之說明，應參照顧客的知識、經驗、財產狀況及締結金融商品販賣之契約目的，依照使顧客能瞭解的必要方法及程度為之。」可知，該國採取類似廣義適合性原則之作法，使說明義務與適合性原則結合，因此，日本的適合性原則於訂立契約時，除了禁止銷售人員對消費者為不當的商品推介，若銷售人員未能依適合性原則對消費者說明商品內容，則視為違反說明義務⁷⁸。而我國金融消保法第9條適合度之規定，並未包含商品資訊之說明，而於第10條規範商品內容及風險揭露之權利義務，由此可知，我國與日本法相異，是採狹義的適合性原則，而使適合性原則能有明確規範，並避免與說明義務混淆，換句話說，此種狹義適合性原則是以前述 Know Your Customer 原則為基本概念。

第二項 適合度評估內容

保險人需瞭解要保人資料並為適當保險商品推介，但應該瞭解並為評估的資料為何呢？保險人又應如何為評估？參考金融消保法授權子法「金融商品或服務適合金融消費者辦法」第2條可知，保險人與要保人訂立提供金融商品或服務之契約前，應充分瞭解要保人（know your customer）以及提供的金融商品或服務（know your products），並應依不同商品或服務之特性，建立差異化事前審查機制，俾確保該商品或服務對金融消費者之適合度（suitability）。所以關於保

⁷⁸同註7，頁55。

險業者依據金融消保法以及授權子法應遵循的適合度，除了要保人的了解是適合度的共同審酌項目外，仍就依保險商品種類的不同，建立金融消費者適合性鑑別、投資性向、保險業內部控制及風險管理制度之差異化的適合度評估項目。

惟應注意的是雖然適合性原則概念是從證券業投資風險而來，但是除投資型保險需考量投資經驗、投資目的及財產狀況以判定投資風險外，其他財產保險及非投資型保險商品或服務是無庸考慮投資風險這一項目，所以對於各類保險商品的招攬、銷售，怎樣的要求才符合適合性原則呢？在以金融消保法為準則下，金融消保法授權子法就保險商品風險高低，會有怎樣不同的要求呢？茲論述如下：

一、要保人屬性之瞭解

保險人於推介要保人適當保險商品前，依授權子法「金融商品或服務適合金融消費者辦法」第8條，所需瞭解的要保人屬性包括：

- (一) 基本資料：如要保人的姓名、性別、出生年月日、身分證字號及聯絡方式，要保人為法人時，為法人之名稱、代表人、地址、聯絡電話等；在人身保險，還需要保人與被保險人及被保險人與受益人之關係⁷⁹，以避免道德危險。若主管機關還有規定其他應知悉的要保人基本資料，保險人仍應進行了解。
- (二) 接受金融消費者原則：即謂承保原則，應訂要保人投保之條件，如應訂定要保人最低需求分析，以及得拒絕接受要保人之各種情事。
- (三) 了解金融消費者審查原則：這是屬於核保審查程序，應瞭解要保人之投保目的及需求程度，並進行相關核保程序，

⁷⁹同註7，頁55。

二、財產保險及非投資型保險商品或服務之適合度事項

依授權子法「金融商品或服務適合金融消費者辦法」第9條可知，關於財產保險及非投資型保險商品或服務，保險人除了解客戶屬性外，仍要確認要保人是否了解保險商品以及商品是否符合要保人的需求，以下為要保人適合度的鑑別事項：

- (一) 要保人了解程度：招攬人員是否已對保險相關事項做完整的說明，要保人是否確實瞭解其所交保險費係用以購買保險商品。
- (二) 要保人的需求：要保人投保險種、保險金額及保險費支出與其實際需求是否相當。
- (三) 要保人的風險承受度：要保人如係購買以外幣收付之非投資型保險商品時，應瞭解要保人對匯率風險之承受能力。

三、投資型保險商品或服務之適合度事項

投資型保險商品為變額保險，投資風險極高，依金融消保法授權子法「確保金融商品或服務適合金融消費者辦法」第10條，可以整理出保險業在提供要保人投資型保險商品或服務前，應考量以下3項適合度事項：

- (一) 要保人適合性的鑑別：要保人是否知悉所購買的是投資型保單、是否知悉投資型保單是一種保險、是否了解購買投資金保單的相關費用以及保險費支出與其實際需求是否相當。
- (二) 要保人投資性向：要保人投資屬性、風險承受能力，及是否確實瞭解投資型保險之投資損益係尤其自行承擔。判斷投資屬性、風險承受能力，觀諸保險人銷售投資型保單時，通常將風險屬性分為保守型、安穩型、穩健型、成長型、積極型，並藉著使客戶填寫「投資型商品適合度調查評估表」之

問卷，以判斷出客戶的風險屬性，以推介適合客戶風險程度的保險商品，因評估表的填寫，客戶知悉投資型保險有高風險高收益的特性，如此，保險人方能判斷投資型保險商品對客戶是否適合。

- (三) 管理機制之建立：1. 建立交易控管機制，避免提供要保人逾越財力狀況或不合適之商品或服務。2. 應訂定要保人資料運用、維護之範圍及層級，並建立防範客戶資料外流等不當運用之控管機制。

第三項 適合度規定違反之法律效果

違反適合度規定的法律效果，和金融消費者保護法對說明義務規範之違反效果相同。行政法上的裁罰需依金融消保法第 12 條，以違反內部控制與稽核制度之由，回歸適用保險業法的規範處以罰鍰。關於民事上主張，則是依金融消保法第 11 條，由保險人或銀行保經代負擔損害賠償責任，並由其負舉證責任。

第二節 銀行保險之適合度評估義務

以下從銀行保險業務適用的相關法規所定之規範主體、適合度評估內容、適合度評估的實踐、適合度評估的例外以及適合度評估衍生的潛在利益衝突進行討論。

第一項 規範的主體

在銀行保險業務，應瞭解要保人需求及商品之適合度，於二方架構下應遵循的是保險人，在三方架構下則應由直接面對客戶的保險代理人、保險經紀人遵循 KYC 原則推介保險商品。對於專就銀行保險經營主體規定之法規，金控法以及授權訂立之共同行銷規則並未規定保險人的適合度評估義務，保險代理人管理規則以及保險經紀人管理規則對於保經代之適合度評估義務則有原則性的要求。而對

於同屬於保險人或銀行保經代所屬業務員的招攬人員，業務員管理規則並未規定招攬人員適合度評估義務。

不過在內部控制及稽核制度的法規中，「保險業招攬及核保理賠辦法」對適合度評估義務規範主體為保險人、保險代理人 and 保險業務員，「保險代理人公司保險經紀人公司內部控制稽核制度及招攬處理制度實施辦法」則為保險經紀人、保險代理人。至於其他規定特定商品種類的保險法規，「人身保險業辦理財富管理業務應注意事項」規定壽險業、「投資型保險商品銷售應注意事項」要求保險人、保險代理人、保險經紀人於內部建立「充分瞭解客戶之作業準則」。

第二項 適合度評估內容

一、銀行保險經營主體的規定

保險經紀人管理規則第 27 條和保險代理人管理規則第 26 條揭示了保經代應填載「瞭解要保人及被保險人之需求及其適合度分析評估報告書」，應用在銀行保險業務，這些規定代表了二方架構下保險公司、三方架構下銀行保經代需以 know your customer 為基礎向要保人銷售保險商品。

二、內部控制及稽核制度的法規

「保險業招攬及核保理賠辦法」規定保險業訂定其內部之業務招攬處理制度及程序應包含保險業或其從事保險招攬之人員不得有「未確認保戶對保單之適合度」之事項，而在訂定其內部之核保處理制度及程序時，應瞭解並評估保戶保險需求及適合度之政策、且不得未就保險商品內容予以評估就簽署承保。

「保險代理人公司保險經紀人公司內部控制稽核制度及招攬處理制度實施

辦法」則規定，制定「招攬處理制度及程序」時應瞭解並評估要保人的適合度及保險需求。

三、規定特定商品種類的法規

依「投資型保險商品銷售應注意事項」規定保險業應於內部建立「充分瞭解客戶之作業準則」，因此銀行保險業者於推介投資型保險商品需遵循這些規範，並要求招攬人員提供客戶一份「投資型商品適合度調查評估表」⁸⁰，以評估該投資型保險商品是否符合客戶需求。而至於保險人或銀行保經代如何充分了解客戶，通常會照以下步驟行使：

- (一)招攬原則：保險業應請客戶提供相關財務資訊，若客戶拒絕提供，招攬人員須於要保書予以註記，並請其親自簽名確認。
- (二)承保原則：應訂定承保條件，以及得拒絕接受客戶投保之各種情事。
- (三)核保審查原則：應訂定核保審查作業程序，並評估客戶之投資能力。對於拒絕提供相關財務資訊之客戶，應訂定較嚴格之審查及核保程序，並可拒保。
- (四)複核抽查原則：保險業應就招攬人員有無充分告知及商品適合性訂定抽查原則。
- (五)客戶資料運用及保密：保險業應訂定客戶資料運用、維護之範圍及層級，並建立防範客戶資料外流等不當運用之控管機制。

「人身保險業辦理財富管理業務應注意事項」所定之客戶評估作業程序則與上述相距不遠，包括接受客戶原則、開戶審查原則、客戶投資能力之評估以及定期檢視制度。其中因應「財富管理」的特質，在開戶審查原則規定了對特定背景

⁸⁰ <http://whs1234.sg1012.myweb.hinet.net/tzsh.pdf>，遠雄人壽-投資型商品適合度調查評估表，最近更新日 2008 年 7 月 2 日。

或職業之高風險人士及其家屬，應訂定較嚴格之審查及核准程序，定期檢視制度要求建立財富管理業務人員定期以電話或親訪客戶的制度，以瞭解客戶財務、業務變動之狀況，並及時更新客戶資料檔，並配合檢討評估客戶投資能力。而為因應「人身保險」之特質，需在開戶審查原則要求查明客戶與受益人之身分，且在客戶授權另一人代表簽名開戶時，需另對受託人進行評估並掌握最終受益人。

另外，「境外結構型商品管理規則」雖然不是保險法規，但是結構型商品會包裝成投資型保險商品販售，所以不論是保險人或銀行保經代銷售連結結構型商品的投資型保險商品時，都會受到該規範的影響。本法的適合度規定為：受託或銷售機構應就非專業投資人之年齡、知識、投資經驗、財產狀況、交易目的及商品理解等要素，綜合評估其風險承受程度，且至少區分為三個等級，並請投資人簽名確認。

所以，在金融消保法制定前，保險人或銀行保經代在銷售投資型保險商品或辦理財富管理時，有一套適合度評估的標準以供遵循，讓在 Know Your Customer 基礎下，保險人或銀行保經代可以就要保人的投資需求、風險承受程度推介適當的保險商品。雖然，結構型保險商品規定仍有不足，但是在包裝成投資型保險商品銷售時，可參酌投資型保險商品相關規定。

第三項 適合度評估的實踐

一、書面要求

保險人或銀行保經代如何知悉要保人資料，以盡適合度評估義務？可以用填寫適合度評估報告文件的方式。參考日本法，日本是在保險商品的銷售、招攬適合度評估方面導入「確認意向書面」，並於「保險公司綜合監理方針」中規定，內容包括 1. 顧客資料的蒐集 2. 保險商品符合顧客的主要理由為何？ 3. 商品有未能滿足客戶需求的情形，其原因為何？有其他應特別記載的事項時，其原因為何？

⁸¹而「確認意向書面」的保險商品種類適用範圍則是投資型保險商品以及人身保險和中間性保險，然而海外旅行傷害保險以及一年期以下的傷害保險，顧客則無庸填寫「確認意向書面」⁸²，可見適合度評估書面的要求，主要是適用在較為複雜、風險程度較高的壽險類以及投資型保險商品。

然而對於適合度評估文件的要求，我國保險相關法規規定很少。惟主管機關對於適合度評估書面的要求，可以2011年7月6日為分水嶺。在之前，雖保經代管理規則有規定「瞭解要保人及被保險人之需求及其適合度分析評估報告書」，但銀行保經代銷售普通保險商品時，並不太認真履行說明義務，遑論書面的填寫。

而主管機關於2011年7月6日頒布金管保理字第10002650000號函修正原本的「瞭解要保人及被保險人之需求及其適合度分析評估報告書」，改為「瞭解要保人及被保險人之需求及其適合度分析評估暨業務員報告書」⁸³，有人身與產物報告書兩類⁸⁴。而這個函示有明文，認為銀行通路販售產壽險商品時，要保人一定要填寫這個報告書，但若是透過其他保險通路銷售，得以業務員報告書取代。所以，此番修正主要是為了加強對銀行保險業者適合度評估的監督。這是因為銀行保險業務往往是透過銀行專業形象取信於客戶，要保人甚至因相信銀行理專行銷話術，被引誘購買利潤高風險高的保險商品。因此，藉報告書的填寫，讓要保人了解所購買保險商品的內容，並督促保險人和銀行保經代盡到適合度評估義務、確保該保險商品銷售符合適合度，以遏止實務上常發生銀行行員為了賺取佣金而未善盡適合度評估之情形。

⁸¹ 日本保險綜合監理方針II-3-5-1-2(17)、3-5-1-3(2)
<http://www.fsa.go.jp/common/law/guide/ins/02c.html>(最後瀏覽日2012年6月2日)，
翻譯參考自曾耀豐，保險行銷之監理—先進各國之經驗與啟示，頁207，財團法人保險事業發展中心，2012年版。

⁸² 日本保險綜合監理方針II-3-5-1-2(11)。

⁸³ 行政院金融監督管理委員會金管保理字第10002650000號函，於2011年7月6日公布。

⁸⁴ 瞭解要保人及被保險人需求及適合度分析評估暨業務員報告書

人身：[http://www.ciaa.org.tw/Attachments/20110708/KYC\(%E4%BA%BA%E8%BA%AB\).pdf](http://www.ciaa.org.tw/Attachments/20110708/KYC(%E4%BA%BA%E8%BA%AB).pdf)。(最後瀏覽日2012年6月3日)。

財產：[http://www.ciaa.org.tw/Attachments/20110708/KYC\(%E8%B2%A1%E7%94%A2\).pdf](http://www.ciaa.org.tw/Attachments/20110708/KYC(%E8%B2%A1%E7%94%A2).pdf)。(最後瀏覽日2012年6月3日)。

二、口頭知悉

要保人非專業知識者，未必知曉如何填寫適合度評估報告書，此時，招攬人員應以口頭解說的方式，讓要保人明白報告書的內容，並為正確資料的填寫。而保險人也可從相互溝通中，以言語表達的方式了解要保人的個人資料、需求、投資目的，藉著口語知悉以及書面填寫相配合，保險人與銀行保經代方能做正確的適合度判斷。

綜上可知，招攬人員的口語引導，會大力影響要保人報告書的填寫。因此，為了避免招攬人員為了業績錯誤引導要保人，如在要保人購買投資型保險填寫報告書時，誘導要保人填寫成風險承度最高的積極型，導致後續的保險糾紛，所以應加強招攬人員的教育訓練以及保險人與銀行保經代的內控及內稽制度。

三、保險人的確認義務

基於銷售品質應由商品提供者和銷售者共同承擔的原則，對於三方合約中銀行保經代所屬業務員，以及二方合約中保險人所屬業務員適合度評估義務履行與否，保險人的確認義務在一些額度較高的保單⁸⁵已經存在。然而，因銀行保險業務招攬爭議繁多，以及現今保險公司直接或透過保險代理人或保險經紀人以銀行為保險商品行銷通路之保險保費收入已占全部通路之保險保費收入百分之六十五以上，使主管機關有加強監理的必要，以確保保險人或銀行保經代適合度評估義務的履行。

所以，當銀行招攬人員銷售投資型或外幣支付保險商品時，考量到投資型保險商品應由保戶自行選擇投資標的並承擔投資風險，較一般傳統保險商品複雜，易衍生招攬糾紛，以及外幣收付之非投資型人身保險商品涉有匯率風險，為了保護要保人權利和避免後續的消費爭議，新修正的銀行保險業務應注意事項第 11 點之 2 規定，要保人的繳費方式符合以下 3 要件時（一）以躉繳方式繳納保險費

⁸⁵ 保險業招攬及核保作業控管自律規範第 4 條。

達新臺幣一百萬元以上或相當前述金額之外幣（二）以分期方式繳納保險費，且年繳化金額達新臺幣三十萬元以上或相當前述金額之外幣（三）被保險人投保時之保險年齡大於或等於七十歲，要求保險公司至遲於保險契約撤銷期屆滿之三天前，對要保人進行電話訪問，若無法電話訪問則以郵寄通知，以確實瞭解要保人是否需要、適合該項商品。而且為了保障要保人權利，避免日後爭議要保人舉證上的困難，電話訪問應經要保人同意全程錄音並備份存檔，作為日後爭訟時所用⁸⁶。

以上保險公司的確認行為，是為杜絕實務上銀行招攬人員常為了使銀行客戶轉而購買保險商品，而未為適合度評估的弊病。期能讓保險公司即時發現問題，並對招攬人員進行懲處，以免後續金融消費爭議的產生。雖然會因此造成保險公司成本增加，但仍值得採取。而這個確認義務，不論在二方或三方架構下，皆屬保險公司之義務，同樣也彰顯保險公司對保險代理人與保險經紀人的監督責任，顯示出保險公司對保險商品或服務的自我負責之理。

而依本條之規定，保險人的確認義務也同樣適用在確認招攬人員身分，以及確認招攬人員已充分說明商品相關資訊的義務上。藉此更進一步的強化對保險商品品質的控管。

第四項 適合度評估的例外

當要保人「想要」買一個經評估「不適合」的保險商品時，是否可以在讓要保人自行承擔風險之下，銷售予保險商品呢？在金融消保法制定前，適合性例外的討論是集中在高風險的投資型金融商品或保險商品，證券業的中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會私募境外基金受委任機構行為準則第 2 條⁸⁷，銀行公

⁸⁶ 參考自金管保理字第 10002653264 號所頒布的銀行、保險公司、保險代理人或保險經紀人辦理銀行保險業務應注意事項十一點之二修正說明。

⁸⁷ 中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會私募境外基金受委任機構行為準則第 2 條第 2 項後段：若客戶執意投資之產品，其風險等級較客戶風險承受度為高者，應請客戶另行簽署聲明書，受委任機構並得視實際狀況拒絕客戶之投資申請。

會制定的銀行辦理財富管理及金融商品銷售業務自律規範⁸⁸、投資型保險商品銷售自律規範⁸⁹皆有要求金融機關需對顧客為適合度檢驗，雖然規範略有不同，但是若認為客戶適合度不符，客戶卻堅持購買金融商品並簽下聲明書或風險預告書，就可以申購逾越風險等級的商品，若是保險商品，招攬人員還要請要保人在要保書確認並註記，以在糾紛發生時，金融服務業者可持聲明書或風險預告書，主張客戶已完全了解風險而免責。

而且在保險實務上，招攬人員於銷售投資型保險商品時，若要保人有意願承擔高風險的保險商品，保險人為了業績，通常會誘使其簽下或強化其簽下同意書的意志，販售予其不適當的保險商品，就私領域來說，是容易造成保險糾紛，就公領域來說，會有影響保險市場秩序的疑慮。

第五項 適合度評估所衍生的潛在利益衝突⁹⁰

依上述規範，保險人或銀行保經代需符合適合度規定，依要保人需求推介適當的保險商品，然而，招攬人員卻會因為同時身兼銀行行員、保險人或銀行保經代所屬業務員身分而產生利益衝突。

在二方合約下，銀行招攬人員為了招攬保險，是登錄在合作保險公司下，以保險公司所屬業務員身分行銷保險商品，不論與保險公司間是僱傭契約或是委任等法律關係，招攬人員都應考量到保險公司的利益。同時，招攬人員身為銀行行員，需考量到銀行客戶利益之保護，在需同時考量保險人與客戶利益的情況下，

⁸⁸銀行公會制定的銀行辦理財富管理及金融商品銷售業務自律規範第四條：「客戶申購金融商品時，銀行應審酌客戶年齡等情況予以推介或銷售適當之金融商品，客戶年齡加上金融產品年限大於或等於 70 時，銀行應請客戶簽署聲明書（聲明書範本如附件）表示已瞭解並願意承擔投資風險，如客戶不願填寫則銀行得婉拒該客戶投資。」

⁸⁹投資型保險商品銷售自律規範第五條：「各會員銷售本商品時，應審酌被保險人年齡等情況予以推介或銷售適當之商品，當被保險人投保時之保險年齡大於或等於 70 或本商品連結有結構型商品且被保險人於該結構型商品期滿時之保險年齡大於或等於 70 時，各會員應請要保人及被保險人於要保書中之重要事項告知書或「結構型債券投資報酬與風險告知書」簽名已瞭解並願意承擔投資風險，如要保人及被保險人不願填寫則各會員得婉拒投保。」

⁹⁰實際上，招攬人員於為廣告、業務招攬、營業促銷活動以及履行說明義務時，也會發生潛在利益衝突之情形，只不過在推銷要保人適當金融商品時會更加明顯，所以在此論述。

會有潛在的利益衝突，如客戶有固定存款，在客戶符合適合度的情況下，是否要建議客戶將定存解約轉而購買儲蓄險？

在三方合約，保險代理人是根據代理契約或授權書，代理保險人經營保險業務，向其收取費用之人，因此需顧及本人(保險人)的業務經營，招攬人員為銀行行員，也需保護銀行客戶的權利，若保險代理人為銀行轉投資的子公司，那銀行招攬人員在需考量保險人(授與代理人)、銀行(投資人)以及銀行客戶利益的情況下，會產生潛在利益衝突。

此外，適合性原則雖有客觀的檢驗規定，但難免會參雜招攬人員主觀判斷，而且銀行招攬人員就客戶適合度評估狀況，為適當的保險商品推介時，通常會有多種相類似的商品可供銷售，或是不同種類的保險商品可彈性搭配銷售之情況，因此，在含有人為思想的判斷以及操作下，就會有潛在利益衝突。

第三節 金融消保法對銀行保險適合度評估的影響

在金融消保法制定後，在金融服務業、不論是銀行、保險、證券業者，在銀行保險業務，不論是二方合約的保險人或三方合約的銀行保經代，也不論是在銷售一般保險商品或投資型保險商品，皆必須遵守金融消保法第 9 條適合度評估的要求，也應遵守授權子法「確保金融商品或服務適合金融消費者辦法」的規定，雖授權子法中分別規定保險業和銀行業的適合度評估義務，但本文已論述銀行保險在金融消保法中只能歸類於保險業別，因此只適用授權子法第 8 到 10 條對保險業之規範部分。而因金融服務業者中的保險業者包括保險代理人、保險經紀人之因，所以原本適合度保險法規之規範主體不一的問題，原則上獲得解決，不再有只規範保險人或保險經紀人、代理人之問題，而招攬人員因需遵循所屬保險人或銀行保經代內部控制及稽核制度之故，也應履行適合度評估義務。至於金融消保法第 11、12 條對銀行保險業務的影響，已於說明義務章論述，茲不再贅述。

以下就適合度評估內容、適合度評估的實踐、適合度評估要求趨嚴、適合度評估過嚴、適合度評估所引發的潛在利益衝突為探討：

第一項 適合度評估內容

過去銀行保險經營主體適合度評估義務，保險代理人、經紀人管理規則有規定銀行保經代的適合度評估義務，但都只是概括的要求，只能稱之為原則性的規範，對於適合度評估的項目、應如何進行適合性評估等詳細內容並未有具體化的規定。若以險種論，立法者只於投資型保險商品相關法規、財富管理相關法規完整的規定適合度評估義務，來防堵可能發生的後續保險爭議。至於其他種類保險商品並無具體完整的適合度規定可適用，顯然立法者當時只是為應付投資型保險商品等高風險保險商品的興起而制定，並未作全盤思考。這種規範不一的情形，會讓保險人或銀行保經代不將適合度評估義務視為應盡的法定義務，導致銷售普通保險商品時不履行適合度評估義務，甚至在銷售高風險性投資型保險商品時，也有怠於履行之情形，這在銀行通路尤其常見。對於要保人而言，即有可能會買到不適當的保險商品，而引發後續的保險爭議。

金融消保法在法律位階統一規範後，適合度評估義務成為保險人或銀行保經代的法定義務，但連銷售普通保險商品時，保險人或銀行保經代都需盡適合度評估義務，對其業務會帶來什麼影響，以下分析之：

一、普通保險商品

適合度評估成為保險人或銀行保經代的法定義務，考量若違反法定義務，將受到法律層級的行政法上裁罰或民事求償之強烈制裁效果，因此，保險人或銀行保經代不論在銷售一般保險商品或是高風險的保險商品，都會努力推介要保人適當的保險商品。

過去適合度法規於投資型保險商品部分有規定，但非屬法律層級規定，保險人或保經代所屬招攬人員會有疏忽怠惰之情況，這在銀行通路銷售情況尤其嚴重，

所以才會在 2008 年金融風暴發生後，產生那麼多保險糾紛。而且，除投資型保險商品外，其他保險商品同樣會有資訊不對稱之情形存在。因此，對全部保險商品的適合度要求是必要的，此外，保險人或銀行保經代若真確履行適合度評估義務，將有助減少因買到不適當保險商品所生的保險糾紛，若仍有保險糾紛，保險人或銀行保經代還可提出證明免責，如此的規定，將會督促保險人或銀行保經代做好招攬人員的教育訓練，而且對於無專業知識要保人的保護也更為全面，有助於維護保險市場的安定。

然而，保險人或銀行保經代雖可能有依內控或內稽相關規定制定核保處理制度及程序，但按實務過去忽視適合度評估的慣例，再加上金融消保法的新訂，保險人在銷售普通保險商品時，還是必須為新要求修訂或建立審查流程，且保險人或銀行保經代必須從要保人基本資料、是否符合投保原則、是否符合投保目的、是否符合要保人之需求一步步的作適合度評估，在這過程將會耗費實體資源如行政成本、銷售成本，或人力資源如訓練成本以及資訊蒐集評估成本，會使整體經營成本增加、增添營業上負擔，而且銷售人員就連簡單的保險商品也需做適合度評估，成本的花費更是高昂。此外，若保險人或銀行保經代故意忽視金融消保法施加的適合度法定義務，將會受到高額罰鍰處罰的後果。所以，金融消保法的制定，對保險人或銀行保經代的營運造成較以往沉重的負擔。

二、投資型保險商品

關於投資型保險商品，「投資型保險商品銷售應注意事項」有制定了解客戶準則，而且「人身保險業辦理財富管理業務應注意事項」對於保險人銷售投資型商品應盡注意事項，有更詳細的規定，所以，保險人或銀行保經代在金融消保法制定前，就已按照這些詳細的法規對客戶履行適合度評估義務，而且，金融消保法對於投資型保險商品的適合度評估要求，與這些規定雷同，因此，金融消保法的制定並未對保險人投資型保險商品的銷售帶來任何影響。

第二項 適合度評估的實踐

金融消保法及授權子法對於適合度評估書面的填寫並無記載，所以在未規定情況下，必須仰賴保險相關法規或主管機關之命令。只不過金管會針對銀行保險業務所修正的「瞭解要保人及被保險人之需求及其適合度分析評估暨業務員報告書」，是在金融消保法制定公布後所發布的命令，以導正銀行保險業者適合度評估履行不確實之情形。而「辦理銀行保險應注意事項」第 11 點之 2 保險人確認義務之規定，是金管會於 100 年 8 月 23 日所發布。因此，可認為這是金融消保法適合度規定，對銀行保險業務所引發的附加效應，讓保險人或銀行保經代不再存著僥倖心理推介要保人不適當的保險商品。

然而，之前銀行保險業者招攬保險時，是很少要求要保人填寫書面以進行適合度評估。現在主管機關專就銀行保險業務所發布的產險、壽險書面填載要求，對於保險人和銀行保經代而言，會增加行政上的成本和業務上負擔，有些時候也會使要保人感到困擾。不過書面填寫是屬於形式要求，目的是督促保險人或銀行保經代對要保人之適合度評估義務的履行，成本花費不會太高，尚屬於保險人和銀行保經代業務承受範圍內之要求。而保險人確認義務，雖會造成其人力成本支出上升，但該條規定對保險人應電訪的要保人設有一定條件，而且在一定情況下可輔以郵寄確認，所以，對於保險人的營運不會造成太大的影響。

第三項 適合度評估趨嚴

原本保險法規範以及原先的實務運作，當要保人想買不適合自己的保險商品時，只要簽下聲明書或風險承受書即可。然而，立法者立足於保護金融消費者的立場，認為客戶有可能在招攬人員勸誘下或自以為了解風險性下簽屬聲明書或風險預告書，使得該簽署流於形式，又可能因為客戶的簽署導致金融市場存在未爆彈。為杜絕這些弊病，金融消保法子法「金融商品或服務適合金融消費者辦法」並未規定任何適合度評估例外之規定，主要用意是為了讓金融服務業者不提供客

戶逾越財力狀況或不合適之商品或服務，就如在投資型保險商品銷售時，「商品風險屬性」與「客戶風險屬性」不相稱時，保守型的客戶是完全不能買的，保險人或銀行保經代也不應提供。

但是這樣的規定，若從業者立場思考，確實會影響高風險金融商品的業務，而且有認為在金融消保法已給予金融服務業者那麼多的責任之下，應該放寬適合度的認定⁹¹。但是若要放寬，放寬的標準怎樣才算公平呢？況且，已經不適合的商品怎麼還可以賣給消費者呢？因此，在權衡業者的損失與消費者保護之下，不符合適合度評估的保險商品仍就不應該賣給消費者。

所以對於要保人不符合適合度的情形，保險人或銀行保經代不應銷售保險商品予之，其實可以藉此督促銀行保險業者適合度評估義務的履行，使其不再有任何藉口逃脫，也有助於保護要保人權益、預防未來可能發生的爭議，並維護保險交易市場的安定。所以，金融消保法此方面規定是優於銀行保險業者原先所適用的法規。

第四項 適合度評估要求過嚴

雖然，金融服務業者於花費許多成本後，還是能達到金融消保法對適合度評估義務的要求。然而，本項要討論的是純保障型保險商品是否仍須做要保人適合度評估？或是否仍需做同等的適合度評估？

純保障型保險商品是不涉及投資及賺賠的保險商品，如定期壽險、終身壽險，或者是不涉及生命、身體的純財產保險商品及汽車車體損失險、各類責任險等損失填補性質的保險，在定期壽險等人身保險，因牽涉到要保人資產的長期運用以及金額較為龐大，因此要保人適合度分析係屬必要。然而純財產保險商品及損失填補性質保險，要求招攬人員對要保人做同等的適合度評估是否恰當？

⁹¹ 參考自林繼恆，出自經濟日報 http://money.udn.com/wealth/storypage.jsp?f_ART_ID=248149，最後瀏覽日 2012 年 5 月 15 日。

依金融消保法之規定，銀行保險業者不論是行銷產險或壽險保險商品，都要對要保人進行適合度評估。還要求就純財產保險商品需填寫「瞭解要保人及被保險人需求及適合度分析評估暨業務員報告書(財產)」，可以知道是要加強了解要保人財產或汽車之基本資料以及是否有對財產或汽車做風險規劃，然而，這並不像一般壽險商品，需探討要保人個人條件、討論其風險承受度，做為商品適合與否之判斷，所以知悉財產或汽車資料有何益？難道國產車不適合保甲式車體險？在推銷汽車責任險時(任意+強制)，還有需要對車子做適合度評估？在責任險等損失填補保險，若要審酌要保人本身條件以判斷適合度，可能會造成歧視，例如窮人投保責任險會有適合度的問題？由此可知，在這些險種作適合度分析，可能會適得其反，造成歧視或探究隱私的問題⁹²。因此就保險人或銀行保經代而言，對於這些簡單的保險商品作複雜的適合度評估會有不符合經濟效應的問題。

適合度評估義務的發源地是美國，主要在表明行銷投資商品予投資人時，投資人應有相對應的知識、經驗及能力，所以在保險商品，美國的適合度規範多是針對變額或部分定額壽險商品，僅有佛蒙特州州法第 8 篇第 4724 條(16)對財產保險有所涉及。「美國全國證券商協會 (NASD)」對視為證券遲延變額年金商品有適合度評估之要求⁹³，而「美國保險監理官協會 (NAIC)」在變額保險商品方面，制定「變額人壽保險規範規則(Variable Life Insurance Model Regulation)」，於該法第 3 條 C 規定銷售變額人壽保險商品的保險人應遵循適合性原則⁹⁴。至於定額保險商品，NAIC 於 2003 年通過「年金交易中高齡者保護規範規則 (Senior Protection in Annuity Transaction Model Regulation)」，要求保險人及保險仲介人對 65 歲以上高齡者行銷保險商品時應審酌其適合度，而後於 2006 年將年金保險商品的適合度評估擴大至所有年齡層，應注意的是，在 NAIC 適合性模範 (Kansas and Missouri) 修正前，堪薩斯州和密蘇里州早已將適合度評估擴張於

⁹² 參考自朱政龍律師，關於金融消費者保護法的幾點疑問，台灣法律網 http://www.lawtw.com/article.php?template=article_content&area=free_browse&parent_path=,1,561,&job_id=177147&article_category_id=2030&article_id=100869，最後瀏覽日 2012 年 5 月 10 日。

⁹³ Federal Register / Vol. 71, No. 124 / Wednesday, June 28, 2006 / Notices
2821. Members' Responsibilities : (b) Recommendation Requirements

(1) No member or person associated with a member shall recommend to any customer the purchase or exchange of a deferred variable annuity unless such member or person associated with a member has a reasonable basis to believe .

⁹⁴ 參考自曾耀鋒，保險行銷之監理，財團法人保險事業發展中心出版，2011 年，頁 137~140。

所有年齡層，而艾奧瓦州和威斯康星州則將適合性原則的遵循擴張至人壽保險⁹⁵，至於適合度評估皆以要保人的年齡、投資目的、需求及財務狀況等資訊為判斷基準。綜上可知，美國法規對於保險人或保險仲介人適合性原則之遵循，從具投資性質的變額保險商品漸漸擴張至部分的定額保險商品，然而，就純財產保險商品及損失填補性質保險商品類型則從未有適合度評估之要求。

因此，有認為就這些商品做適合度評估，會造成銀行保險業者業務負擔和獲得的效應不符合經濟成本之情況，以及造成歧視或探究隱私的問題，應將不涉及投資及賺賠的純財產保險商品及損失填補性質保險排除在銀行保險業者適合度評估義務以外。然而，回歸探討適合度評估的本質，是要使要保人購買適合的保險商品，為達到該目的，對這些保險商品完全不做適合度評估亦有不當之處，因此，較適切的做法是將適合度評估作等級之分，對於不涉及投資及賺賠的純財產保險商品及損失填補性質保險僅需做簡易的適合度評估，如簡單瞭解客戶狀況並為簡易的分析即可，但對於較複雜的保險商品，則需依金融消保法的規定進行適合度評估。如此彈性的做法，可使保險人或銀行保經代對此部分的支出能有彈性的調配，不會對現行營運成本產生過鉅的影響，也更能達到適合度規定的目的。

第五項 適合度評估所衍生的潛在利益衝突

適合度規定所引發的潛在利益衝突是屬於銀行保險架構所引發的問題，但因金融消保法是採分業規定，所以無法解決銀行招攬人員在推介客戶適當保險商品時，所會產生的潛在利益衝突之問題。因此，必須仰賴金融消保法做出跨業經營的規定，使金融消保法成為銀行執行保險業務的直接法源，讓銀行無需以轉投資保經代的方式經營保險業務。如此，方能解決招攬人員推介要保人適當保險商品時，所產生的潛在利益衝突。

⁹⁵ NAIC, Testimony of Sandy Praeger, Kansas Insurance Commissioner and NAIC President-Elect Before the Senate Select Committee on Aging, September 5, 2007, page 2、3。

第四節 小結

綜上所知，以往適合度之規定，是散落規定在保險各相關法規或是結構型商品規範，所以會導致不同的銷售通路，規範不同之情形。現今，在金融消保法制定統一的適合度規定後，已將適合度評估提升至法律層級，成為金融消保法所規定金融服務業者的法定義務。

從金融消保法所定之適合度評估內容來說，雖然帶來正面效應，但是對於銀行保險業者來說，會使其經營成本的大幅增加。而且，因為授權子法規定的疏忽，讓銀行保經代在適用金融消保法時產生問題。另外，適合度評估要求不論在法規或實務運作上都呈現趨嚴的傾向，對銀行保險業者適合度評估的要求越來越嚴格，甚至有過嚴之情形，例如對於純財產保險商品及損失填補性質保險是否需做同等要求的適合度評估，都是值得思索的地方。

最終，招攬人員向要保人推介適當保險商品時所面臨的潛在利益衝突問題，金融消保法的制定仍無法解決，讓人思考是否金融消保法有規定不妥當之處。

第六章 金融消保法爭議處理程序規定適用於銀行保險之分析

第一節 金融消費爭議處理程序

金融消保法創建我國第一個一元化的爭議處理程序，終結我國施行已久的多元爭議處理機制。而若適用於銀行保險業務，會產生什麼樣的影響，本文先從金融消費爭議處理程序制度緣由及目的，再就金融消費爭議處理制度、組織架構與職權範圍、爭議處理流程、收費、請求資料權與守密義務依序探討。

第一項 緣由及目的

一、 替代性紛爭解決機制⁹⁶

當事人為了解決實體上紛爭而尋求司法救濟，將耗費個人及社會相當成本，除了社會資源的支出外，個人將會耗費許多時間、勞力、金錢，若於訴訟程序上耗費過多資源只為追求不相當的實體利益，那對該權利的追求則已失去經濟上的必要，因此，為了追求實體利益及程序利益上之平衡點，應賦予當事人一定的程序選擇權，使當事人能夠於衡量實體利益和程序利益後，選擇最適當的程序。由上可知，替代性紛爭解決制度核心價值來自於當事人自主決定之程序選擇權，是以替代性紛爭解決制度之創立，將有助於當事人尋求程序利益及實體利益平衡點上之真實。

我國在金融消保法未制定前，所存在的金融爭議替代性紛爭解決機構有具法源依據的財團法人證券投資人及期貨交易人保護中心，以及未有法律依據之中華

⁹⁶ 參考自林育廷，新金融爭端的有效解決—替代性金融爭端解決機制之過去、現在與未來，月旦法學知識第 199 期，2011 年 12 月，頁 28、29。

民國銀行商業同業公會全國聯合會、財團法人保險事業發展中心，由此可知，不但多數金融爭議替代性紛爭解決機構是法無明文，而且實務欠缺單一專責機構之情形，將會減損替代性紛爭解決機構的處理效益。

二、因金融服務業整合而生之一元化爭議處理機制

就近年來之國際潮流，金融機構不再固守傳統分業經營之藩籬，而大多橫跨經營銀行、保險、證券等業，因此各國不斷推出金融服務業改革，以期能推動整合。因此，為達整合目的，表彰金融服務業整合的一元化申訴機構已是大勢所趨。

英國率先於西元 2000 年 6 月通過金融服務與市場法(Financial Services and Markets Act, FSMA)，以促進金融的整合及維護市場信心，而又設置金融服務公評人機構，作為爭議申訴的統一途徑，此為一元化申訴機構建立之濫觴⁹⁷。至於新加坡金融管理局則於 2005 年參考英國制度設立之金融糾紛解決中心(Financial Industry Disputes Resolution Centre Ltd, FIDreC)。而英國專家委員會評估公評人制度優劣是以 1. 可見性 2. 易接近性 3. 獨立性 4. 專業性 5. 權威性 6. 代表性為標準⁹⁸，且英國公評人制度也闡述其機構之專業、獨立性⁹⁹、權威性、可接近性、多樣性及公平性¹⁰⁰，因此，符合英國公評人制度要求之單一專責機構，方能有效解決當事人間紛爭，並發揮替代性爭議解決機制的最大效應。

因應金融整合所需，而我國從各業分立的申訴程序，到參考兩國制度於金融

⁹⁷ 金融服務與市場法(FSMA) Part XVI The Ombudsman Scheme.

⁹⁸ 參考自 Financial Ombudsman Service: about us -a service for everyone: an intro to the ombudsman, <http://www.financial-ombudsman.org.uk/about/ombudsman-intro.html>，最後瀏覽日 2012 年 5 月 30 日。

⁹⁹ 參考自 FOS <http://www.financial-ombudsman.org.uk/about/index.html> : We were set up by parliament to do this – as independent experts – and our service is free to consumers，最後瀏覽日 2012 年 5 月 30 日。

¹⁰⁰ 參考自 FOS <http://www.financial-ombudsman.org.uk/about/ombudsman-intro.html> : Set up by law, we have official powers to settle financial complaints. Our service is for everyone. We aim to be accessible – and meet any particular needs our customers may have 最後瀏覽日，2012 年 5 月 30 日。 We are completely independent. We look at the facts, ask questions and decide what's fair in each individual case. The people we employ – and our work culture – reflect our commitment to diversity and equality 最後瀏覽日，2012 年 5 月 30 日。

消保法第 13 條以下制定單一專責之金融消費爭議處理機制，期待能真正保護消費者的權利，並能以公平合理、迅速有效處理相關金融消費爭議問題。

三、金融消費爭議處理程序於保險領域之適用

保險商品如同其他金融商品，具複雜、高度專業化之特色，現在整合式保險商品在市場上甚為風行，一般消費者在資訊天平上，呈現絕對弱勢局面。在保險契約發生爭議後，若要求其耗費大量人、物、財力進行訴訟程序以追求實體上利益，除造成實體利益與程序利益失衡之不符經濟效應的情形外，消費者也可能因無法掌握專業知識而獲敗訴判決。因此，除了必要的訴訟程序外，若要保人對保險商品有爭議時，能向具專業性的爭議調處機構申訴，會是最佳的訴訟替代程序。

所以，在單一專責的金融消費爭議處理程序制定後，由具法明文、公正、專業、獨立且決議具拘束力之金融爭議處理機構負責所有保險爭議事項，將使要保人遇保險糾紛時，能夠得到更完整的保障。而銀行保險業務爭端繁多，將成為金融消費爭議處理程序的主要對象之一。

第二項 組織架構與職權範圍

一、董事會與監察人

金融消費評議中心依金融消保法第 15 條設有董事會與監察人，基本上，董事會所司職的是金融消費評議中心的管理，藉由多數決(一般決議、特別決議)行使職權，而監察人是負責監督董事會職權行使，有隨時調查爭議處理機構業務及財務狀況、查核簿冊文件的業務檢查權限。而董事、董事會及監察人皆不得介入評議個案之處理。

金融消費評議中心董事會，應置董事 7 人至 11 人，監察人 1 人至 3 人，皆是由主管機關就學者、專家及公正人士遴選（派）之，並未遴選任何金融服務業人士，此種選擇標準是為了維持董事、監察人的專業性，並確保金融消費評議中心運作會有效率且獨立，避免受到金融服務業掌控。關於任期，董事、監察人之任期為三年，連選（派）得連任，每屆期滿連任之董事，不得逾全體董事人數三分之二，這樣的規定除維持機構穩定運作之外，還為了避免都由同一群董事掌控金融消費評議中心的運作，或為避免都由同一群監察人進行監督，所造成可能的管理僵化、利益糾葛或監督成效不佳的情形。因此規定應適時加入新的董事、監察人，期能活絡整體運作並繼續維持機構的中立性。

二、評議委員會

依金融消保法第 17 條及其授權子法「金融消費爭議處理機構評議委員資格條件聘任解任及評議程序辦法（以下簡稱評議委員資格條件聘任解任及評議程序辦法）」之規定，爭議處理機構設置評議委員會，委員人數為 9 至 25 人，其中一人為主任委員。金融消費評議中心則依委員專業分為銀行組、保險組、證期組，以就不同金融消費爭議能基於專業知識為有效率的處理。至於董事會遴選評議委員之聘任、解任、薪酬及其他應遵行事項如下：

(一)聘任資格：應由具備相關專業學養或實務經驗之學者、專家、公正人士，報請主管機關核定後聘任之，主要以保險、金融、法律專業者¹⁰¹為主。

(二)任期：評議委員之任期三年，期滿得續聘。主任委員應為專任，其餘評議委員得為兼任。若有缺額，可以補聘，聘期至原評議委員任期屆滿止。

¹⁰¹ 金融消費爭議處理機構評議委員資格條件聘任解任及評議程序辦法第 2 條：

評議委員應具備下列資格條件之一：

一、曾任教育部認可之國內外大專院校法律、金融、保險等相關系所助理教授以上職務五年以上者。

二、曾任金融服務業及金融相關周邊機構業務主管職務合計十年以上者。

三、曾在各級政府消費者保護、法制、訴願或金融監理單位任職合計十年以上者。

四、曾任法官、檢察官或曾執行律師、會計師業務合計十年以上者。

五、曾任國內外仲裁機構仲裁人十年以上並有金融服務業仲裁經驗者

(三)薪資：主任評議委員為有薪酬之給付，而兼任之評議委員，均為無給職。

(四)解任：若具備「評議委員資格條件聘任解任及評議程序辦法」第四條所定消極事由，包括符合公司法第 30 條消極事由、遭受職業法規懲處、遭受主管機關懲處或曾有不正當行為者，不得充任評議委員，若已充任，則由董事會解任之，以維護評議委員會決議的公信力。

三、其他行政部門及人員

金融消保法第 16 條所規定的金融消費者服務部門是如同英國 FOS 客戶服務部門(Customer Contact Division)的設置，屬於接觸金融消費者的第一線部門，其職務內容是在協調金融消費者向金融服務業提出申訴，及協助評議委員處理評議事件之各項審查準備事宜，除此之外，關於對金融消費者提供諮詢、案件受理與否的審酌以及教育宣導，應皆由第一線的服務部門為之。而我國金融評議中心設置評議處、管理處、教育宣導企劃處，並藉內部人員有效執行上述業務。

其中評議處主要業務係協助評議委員會，具體內容為辦理金融消費爭議之調處事宜、協助評議委員會處理評議事件之各項審查準備事宜、製作及撰寫各種評議相關文書、辦理評議書及卷證送請爭議處理機構事務所所在地之管轄地方法院核可事宜。而管理處係辦理金融評議中心內部人事、會計、總務、資訊等相關事宜。至於教育宣導企劃處申訴組的任務是於第一線服務金融消費者，提供金融消費者關於金融消費爭議相關事項之諮詢和輔導，或協調金融服務業處理申訴事宜。教育宣導企劃組則辦理對金融服務業及金融消費者之教育宣導等事項。¹⁰²

第三項 爭議處理程序

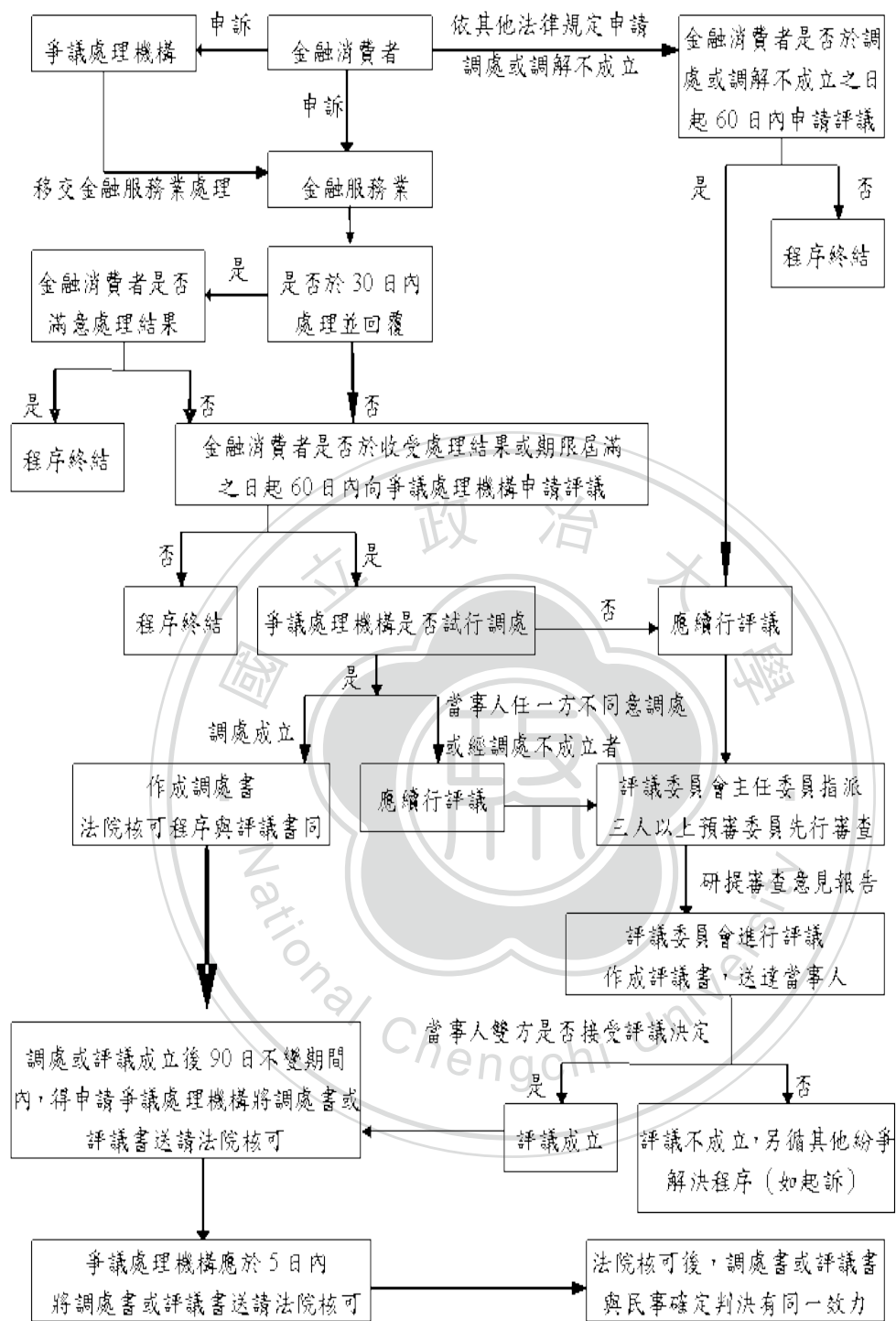
英國FOS處理金融消費爭議有三大步驟 1. 金融消費者先向金融服務業者申訴

¹⁰² 財團法人金融消費評議中心，淺談金融消費者保護法之爭議處理機制—金融消費評議中心，證券期貨月刊第 30 期，2012 年，頁 52。

2. 向FOS申請調解 3. 向FOS申請評議，而新加坡FIDreC則採兩步驟，先由案件經理人（case manager）調處，若不能解決爭議，再交由評議機關裁決。我國則是採取類似英國FOS的處理方式，金融消費者需先向金融服務業者申訴，對申訴結果不符後，再向爭議處理機構申請評議。考量金融消費者想要盡快獲得權利保護並終結程序的狀況，爭議處理機構「得」試行調處，若仍不服，再由評議委員會裁決之，此流程可參考圖五。

爭議處理機構受理評議申請後，需斟酌事件之事實證據，依公平合理原則，超然獨立進行評議後，而金融消保法如何設計爭議處理程序來達到公正獨立的審理結果，茲說明如下：





圖五 金融消費爭議處理程序流程圖

【來源：財團法人金融消費評議中心「淺談金融消費者保護法之爭議處理機制—金融消費評議中心」】

一、申訴前置程序

採用申訴前置原則的原因，是因為雙方爭議可能肇因於誤解或處理不當，而應讓金融服務業者有補救或妥善處理的機會。因此，若金融消費者誤向爭議處理機構提出申訴者，爭議處理機構應將該申訴移交金融服務業者。

(一)申訴對象

金融消費者對於金融爭議事件應向金融服務業者提起申訴，且要保人提出申訴時，可從申訴對象網站下載申請書或自行以書面提出，並載明姓名、聯絡方式、保單資料或金融消費者身分證字號及訴求事由，以郵寄、電郵、傳真方式提出¹⁰³，申訴內容需清楚記載爭議所在，使金融服務業者能迅速處理爭議。但是若金融消費者不知道申訴的對象，得接洽金融消費評議中心所設的金融消費者申訴專線尋求協助，專線工作人員將會給予協助。

(二)期限

依我國金融消保法之規定，金融服務業者應於收受申訴之日起三十日內為適當之處理，並將處理結果回覆提出申訴之金融消費者，若金融消費者對處理結果不滿意而無法接受，或金融服務業者逾上述期限不為處理者，金融消費者得於收受處理結果或期限屆滿之日起六十日內，向爭議處理機構申請評議，以尋求訴訟替代爭議解決方式。而我國爭議處理制度的法源英國 FOS 規定，金融機構有 8 星期時間處理消費者之申訴，若消費者不滿意，則得於 6 個月內向 FOS 申請協助處理，至於新加坡申訴處理期間為 4 週，向 FIDreC 申請協助亦為 6 個月，相較於這兩國的規定，我國期限大幅縮短，應該是為符合金融消費爭議迅速處理之意旨，而銀行保險商品或服務之爭議，要保人尋求訴訟替代爭議解決途徑，通常會期望能快速解決紛爭以獲得保險理賠。

¹⁰³ 參考自南山人壽、保戶申訴簡介

https://www.nanshanlife.com.tw/webapp/NanShan/public_site/index_main.jsp?MenuId=service.counter&Target=quick，最後瀏覽日 2012 年 4 月 20 日。

。

然而，對於在金保法施行「前」，已向金融服務業或銀行公會等同業公會、保發中心申請申訴、和解、調解、調處、評議及其他相當程序的案件，爭議處理結果若不成立者，得於爭議處理結果不成立之日起六十日內申請評議。爭議處理結果不成立之日起已逾六十日金融消費者不接受處理結果或金融服務業逾三十日處理期限不為處理者，得向爭議處理機構申請評議。

金融消費者若不知如何申請評議，金融消費評議中心參照英國 FOS 設置協助平台，金融消費者得電洽金融消費者申訴專線請求專人協助，或上金融消費評議中心網站下載評議申請書、委任書(由被委託人代為提出評議申請書時請填委任書)、同意書(若僅由父母之一方代為申請者應由另一方填具同意書)，參酌網站範本填妥文件並簽名表示同意文件所述事項後，以郵寄向中心提交正本，方完成整個申請評議程序。

二、試行調處

要保人申請評議後，爭議處理機構得試行調處，試行調處的目的是考量雙方想要迅速解決紛爭的意願，給與再次協商機會，期待能達成和解，以早日解決紛爭。然而若當事人任一方不同意調處或經調處不成立者，爭議處理機構應續行評議。此與英國 FOS 評議程序、新加坡 FIDReC 評議前一定先經過調解人調處 (mediate by adjudicator) 的體例不同，我國調解程序屬任意性程序，需於尊重當事人意願下才能行此非正式解決程序，而我國此種調解程序任意性的參考體例應為仲裁法第 45 條¹⁰⁴，該條亦將調解程序的進行與否繫於當事人的意願。

關於調解成立後作成調解書之效力，因調解是由專業調解人協調雙方當事人矛盾，以相互折衷讓步而達到和解目的，所以應準用金融消保法第 30 條之規定，於經法院核可後，與確定判決有同一效力。

¹⁰⁴ 仲裁法第 45 條：未依本法訂立仲裁協議者，仲裁機構得依當事人之聲請，經他方同意後，由雙方選定仲裁人進行調解。調解成立者，由仲裁人作成調解書。前項調解成立者，其調解與仲裁和解有同一效力。但須聲請法院為執行裁定後，方得為強制執行。

三、審理

當事人一方若不同意調處或調解不成立，應續行評議，進入評議程序後，若無不受理評議之情事，則應按案件類型分至銀行組、保險組、或證期組，讓具專業知識背景的評議委員作出公正的裁決。而以下就審理程序討論之：

(一)申請評議不受理之情形

新加坡 FIDreC 業務規則(Terms of Reference)認為得向其提起的案件需為適格的當事人，以及爭議案件必須受到 FIDreC 管轄，並設有申請評議應駁回事項¹⁰⁵；英國 FOS 於 Full Handbook DISP 2.3 規定受理業務範圍事項後，並於 3.3.4 規定 16 項駁回的理由 (Grounds for dismissal)，主要以申請評議是否有實益、是否屬於金融消費爭議事件以及是否未行其他權利救濟途徑以判斷是否駁回評議申請。而我國金融消保法爭議處理制度是參照英國法制度並以較簡潔的方式規定申請評議不受理事項。因此，爭議處理機構在為程序上審查並過濾案件時，應觀察是否符合金融消保法第 24 條以及授權子法所規定的要件，如 1. 申請不合程式 2. 非屬金融消費爭議 3. 未先向金融服務業申訴 4. 向金融服務業提出申訴後，金融服務業處理申訴中尚未逾 30 日 5. 申請已逾法定期限。6. 當事人不適格。7. 曾依本法申請評議而不成立 8. 申請評議事件已經法院判決確定，或已成立調處、評議、和解、調解或仲裁 9. 申請評議事件純屬債務協商、投資表現或定價政策之範圍者。

其中第 2 款「金融消費爭議」，需為金融消費者與金融服務業間因商品或服務所生之民事爭議；但是這一款有疑問產生，那就是金融消費爭議涵蓋的具體範圍是什麼呢？觀諸英國 FOS、新加坡 FIDreC 業務規則對於爭議處理機構受理的業務範圍都有所定義，而英國 FOS 更是列舉所受理的業務類型，如受規範的活動（保險、銀行、儲蓄或投資等業務）、銀行輔助業務、消費者信用業務、支付業務、信用貸款、土地擔保貸款、信用卡或其他金融服務業者所提供的金融輔助業務皆

¹⁰⁵ FIDreC, Terms of Reference rule4.1、rule5.

為 FOS 受理範圍¹⁰⁶。我國的定義方式確是以不確定法律概念來解釋，金融消保法僅對「金融消費爭議」作抽象的規定，那是不是金融服務業者服務態度不佳、服務未達到金融消費者要求都是屬於「金融消費爭議」¹⁰⁷？因此，應參酌英國法直接對「金融消費爭議」業務類型下清楚定義較恰當。

至於其他款項，關於第 1 款申請評議的法定程式，是指金融消費者應以書面申請評議，申請書應載明金融服務業者和金融消費者的名稱及基本資料、請求標的、事實、理由及申訴未獲妥適處理之情形，並檢具相關文件或資料，如保險單之資料；第 5 款是因為法律不保護在權利上睡著之人；第 6 款「當事人不適格」，是指金融消費爭議的主體需為金融消保法的規範主體，向爭議處理機構申請裁決時，方具當事人適格；第 7 款是為了避免金融消費者為惡意侵擾金融服務業者，而反覆申請評議所定；第 8 款是因為案件已經確定，拘束雙方當事人，申請評議已無實益，故不許再為申請以免浪費資源或造成審理結果矛盾之情事¹⁰⁸；至於第 9 款，新加坡 FIDreC 業務規則、我國銀行公會之前的爭議處理程序也將此項列為不受理事項，而該款所稱訂價策略，若屬於保險商品者，指的是保險商品之費率釐定政策，包括預定利率及商品價格等，因為這是保險公司根據損失經驗精算而擬定提供，要保人本就有接受與否的空間，若已然簽訂契約，形同要保人接受該保險商品的訂價與費率而不應再為爭執。

因此，若有上述九款之情形，爭議處理機構應決定不受理，並以書面通知金融消費者及金融服務業。但若是屬於第一款之申請不合法定程式，爭議處理機構

¹⁰⁶ FSA Handbook DISP 2.3.1 Activities by firms

The Ombudsman can consider a complaint under the Compulsory Jurisdiction if it relates to an act or omission by a firm in carrying on one or more of the following activities:

- (1) regulated activities;
 - (1A) payment services;
 - (2) 526 consumer credit activities;
 - (3) lending money secured by a charge on land;
 - (4) lending money (excluding restricted credit where that is not a consumer credit activity);
 - (5) paying money by a plastic card (excluding a store card where that is not a consumer credit activity);
 - (6) providing ancillary banking services;
- or any ancillary activities, including advice, carried on by the firm in connection with them.

¹⁰⁷ 部分內容參考同註 92。

¹⁰⁸ 楊麗萍，建立單一金融消費處理機制之法制研究，國立政治大學碩士論文，中華民國 100 年 8 月，頁 127。

應予以補正之機會，故應酌定合理期限通知金融消費者補正。若無不受理之情況或金融消費者已為程序上之補正，該案件就可進入實體審理程序。

(二)正式評議

1. 書面審理原則

英國 FOS 基本是就雙方當事人文書上的陳述進行書面審理，而採行評議程序是為了避免訴訟耗費，因此，評議程序以書面審理為原則，無如同訴訟開庭言詞辯論程序，如此方能加快程序的進行。然而，雙方當事人意見表達權仍應受尊重，且在案情有疑慮之情形下，應藉助雙方當事人的陳述以釐清案情爭點，因此，評議委員應設定期間和方式，讓相對人得以陳述意見。如在書狀答辯部分，評議委員應書面通知金融服務業，於 10 個工作日內以書面向爭議處理機構陳述意見，金融服務業並應將該陳述書副知申請人。申請人於收受後 10 個工作日內，得以書面向爭議處理機構提出補充理由書。

在面對面陳述部分，評議委員會認為有必要者，仍得使當事人到場進行言詞陳述。因此，評議委員得於陳述意見期日七日前書面通知當事人或利害關係人親自至指定處所陳述意見或邀諮詢顧問列席評議委員會說明，使評議委員並能從當事人或利害關係人敘明的內容或諮詢顧問的說明，釐清案件。

2. 評議程序

關於評議裁決，英國 FOS 對於正式評議是交由公評人(Ombudsman)裁決，採取獨任制，公評人得以獨立下裁決，有迅速、決斷力強以及獨立性確保等優點，然而缺點是評議結果未經討論，可能導致審酌無法謹慎週全，並可能因公評人流於自詡獨斷而缺乏公信力，這些缺點在專業性高複雜性高的案件更易顯現。而新

加坡 FIDReC 較為彈性，依據案情輕重，選擇以評議人一人(Adjudicators)或評議小組(a Panel of Adjudicators)模式裁決¹⁰⁹。

我國民情信任多數決，金融消保法為確保金融消費者的信任以及爭議處理機構的公信力，採取合議制。然為了避免在簡易案件耗費太多資源，在爭議處理機構樹立公信力後，將來可參照新加坡制度，依案件輕重彈性以評議人一人或評議小組裁決之¹¹⁰。例如銀行保險業務中，關於投資型保險爭議因涉及保險法律、精算以及投資等領域，需要有具專業學養的數位評議人共同討論，方能為適當周全的討論並做出合適裁決，但若是較簡易的保險商品，或許只要一位專業評議人做出快速的裁決，才是最能保護要保人權益之方式。

(三)預審

爭議處理機構於受理申請評議後，應由評議委員會主任委員在衡酌評議委員專業背景後，指派評議委員三人以上為預審委員先行審查、先行釐清案情疑惑，以避免程序徒耗，並藉此提升整體評議的品質與效率。若預審委員認為案件事實、爭點或相關細節有釐清必要者，得經全體預審委員三分之二以上之同意後，委請更專業的諮詢顧問提供專業意見以釐清爭點。若預審委員審核認案件適當可進入評議程序，需經全體預審委員三分之二以上同意，方得送交予評議委員審議，而預審委員應同時將審查意見報告提送評議委員會評議。

¹⁰⁹ FIDReC : Dispute Resolution Process , <http://www.fidrec.com.sg/website/disputerp.html> , 最後瀏覽日 2012 年 4 月 22 日。

¹¹⁰ 同註 108 , 頁 130 。

(四)評議期間

為免當事人爭議懸而不決、耗時過久，除有金融消保法第 22 條的情形外，爭議處理機構應從受理評議申請之日起三個月內做出案件有無理由之決定，必要時，雖得予延長審理期間，但應通知當事人。且延長以一次為限，最長期間不得逾二個月，以求當事人間的爭議能迅速解決。

第四項 收費

金融消費評議中心為公益性質的財團法人，視為財產的集合體，需設有基金以作為營運所需，而基金來源其中之一是金融服務業收取之年費及服務費。年費是指每年應固定徵收之費用，就算爭議處理中心未接獲金融消費者對金融服務業者任何的申訴，金融服務業者仍要繳納，因金融消費評議中心的存在是為了維持金融秩序，以強化金融消費者對於金融服務之信心。

然而，金融消費者向爭議處理中心申訴並被受理後，被申訴的金融服務業者對每一案件需依調解成立或評議作成(不論評議成不成立)而支付服務費，分別為調處成立者，每一案件 2 千元；作成評議決定者，判賠金額 10 萬元以下者 5 千元，10 萬元以上者 1 萬元，收費的目的之一是督促金融服務業者在申訴階段就與金融消費者達成和解，以免後續爭議處理程序的進行。至於金融消費者則無庸繳納任何費用，原本基於使用者付費原則，應由申訴的金融消費者付費，本法基於保護金融消費者之立場，僅向金融服務業者收費，使金融消費者不畏提起申訴，與英國 FOS 原則上向金融服務業收費的制度相若。惟有認為若僅單方向金融服務業者收費，可能會導致金融消費者濫行使用爭議處理程序之可能，因此，可參照英國「金融服務及市場法」第 230 條之規定，在發生 1. 申訴人行為不當或不合理。2. 發生可歸責於申訴人之不合理遲延的情形時¹¹¹，要求申訴人分攤申訴的費

¹¹¹ FSMA 230 (4) But they may provide for the making of an award against the complainant in favour of the scheme operator, for the purpose of providing a contribution to resources deployed in dealing with the complaint, if in the opinion of the ombudsman—
(a) the complainant's conduct was improper or unreasonable; or
(b) the complainant was responsible for an unreasonable delay.

用，以免因我國金融消保法無例外情形使金融服務業者負擔過重，金融消費者因無庸支付任何成本而恣意申訴。

第五項 請求資料權與守密義務

因「個人資料處理法」與「電腦處理個人資料保護法」的實施，當事人對於事證提供之要求，可以事涉隱私為由，拒絕提供。然而，為了有利案件的進行，以及能有足夠資訊以釐清案件疑惑，金融消保法賦予爭議處理機構請求資料權，使其得於合理必要範圍內，請求金融服務業協助或提出文件、相關資料，若金融服務業者怠於或拒絕提出，爭議處理機構得報請主管機關處理，讓主管機關對金融服務業者施以制裁。然而，本條僅規定爭議處理機構對金融服務業者的資料請求權，但是對於一定金額以下的裁決決定，金融消保法限制金融消費者的同意權，這樣可能會使金融消費者故意不提供事證，進而造成對金融服務業者不利益之情形¹¹²，因此，仍應以給予爭議處理機構對金融消費者的資料請求權為宜。

爭議處理機構因此取得的資料，因我國個人資料處理法的實施，所以需要擔保資料無外洩的疑慮，使當事人可以放心提供相關資料，讓程序得以繼續進行。因此，金融消費爭議當事人，就他方當事人於爭議過程所提出之申請及各種說明資料或協商讓步事項，除已公開、依法規規定或經該他方當事人同意者外，不得公開。而爭議處理機構及其人員對所知悉金融消費爭議之資料及評議過程應盡保守秘密之義務。

第六項 評議決定的拘束力

一、確定判決效力

¹¹²同註 108，頁 138。

評議成立後，金融消費者應在不變期間九十天內請求爭議處理機構向法院申請核可，而爭議處理機構在受理五天內應將評議書及卷證送交所在地的法院核可，若經法院核可者，與民事確定判決有同一之效力，具有禁止反覆、禁止矛盾的拘束力，所以當事人就該事件不得再行起訴或依本法再為申訴。且若金融服務業者應負給付義務而不履行，金融消費者得請求強制執行之。

二、對雙方當事人之拘束力

為尊重當事人的處分權以及程序選擇權，理論上評議結果應經當事人雙方接受方成立。惟參考外國法，英國 FOS Full Handbook DISP3. 7. 4 規定評議人可以決定的金錢給付上限為 15 萬英鎊，而評議人在金額上限下決定金融服務業者應給付的金錢，若申訴人表示同意，評議決定即同時拘束金融服務業者和申訴人¹¹³。若評議人認為賠付金額應高於 15 萬英鎊，可建議金融服務業者接受，此建議並無法律上拘束力，然而金融服務業者多會同意¹¹⁴。至於新加坡 FIDReC 與英國相似，對於評議人所做的決定，若申訴人表示同意，則會同時拘束雙方當事人，因此可知，英國新加坡都僅賦予申訴人選擇權，金融服務業者原則上都應受評議結果拘束。

而我國仿效上述兩國之規定，除以金融消費者同意與否做為拘束基礎外，並設定一定金額限制以決定金融服務業者是否受到拘束。除此之外，還創設出金融服務業者事前同意的條件，以決定是否強制其受拘束。

因此，若金融服務業者若事先表明適用爭議處理程序，則評議人逾越「一定金額」（參照表五）上限裁決金融服務業者應給付之金額，只有金融服務業者表示同意方受到拘束。若金融服務業者未事先表示同意，不論評議委員是否在「一定

¹¹³ FSMA 228(5) If the complainant notifies the ombudsman that he accepts the determination, it is binding on the respondent and the complainant and final.

¹¹⁴ Full Handbook DISP 3.7.6 If the Ombudsman considers that fair compensation requires payment of a larger amount, he may recommend that the respondent pays the complainant the balance. The effect of section 404B(6) of the Act is that this is also the case in relation to a complaint the subject matter of which falls to be dealt with (or has properly been dealt with) under a consumer redress scheme.

金額」的限制下做應給付額度的裁決，都需經金融服務業者同意，其方受到拘束。此種規定方式，似乎將程序選擇的利益歸諸於金融服務業者，對弱勢金融消費者者有失公平之虞，會造成爭議未解決，金融消費者只好為主張權利而提起訴訟，不利爭議之迅速解決¹¹⁵。因此，英國、新加坡以申訴人意願決定金融服務業者是否受到拘束的方式，是較能達到保護金融消費者之目的。

表五 評議決定各業金錢給付額度上限表

金融機構	業務類別	金額
銀行業	投資型金融商品或服務	100 萬元
	非投資型金融商品或服務	10 萬元
電子票證業	非投資型金融商品或服務	10 萬元
保險業	財產給付、人身（不含多次 保險業所提供之財產給 付、人身（不含多次給付型 醫療保險金）及投資型保險 商品或服務	100 萬元
	多次給付型醫療金及非屬 保險業所提供多次給付型 醫療金及非屬爭議類型（不 含投資保險商品或服務）	10 萬元

【資料來源：財團法人金融消費評議中心】

¹¹⁵ 同註 96，頁 36。

第二節 銀行保險的爭議處理程序

金融消保法制定前，一些保險法規就將消費者抱怨及申訴管道列入說明義務的重要事項，實務上，金管會也命令各保險公司內部申訴程序的建立，而各產壽險公會或機關也有制定申訴管道。銀行保險銷售的既是保險商品，所以發生保險爭議時，實務上所適用的是保險相關申訴管道，而非銀行申訴管道。以下介紹若發生銀行保險爭議，將如何透過申訴途徑解決，以及這個申訴制度的問題。

第一項 保險爭議多元申訴管道¹¹⁶

在金融消保法制定前，我國的申訴管道林立，要保人對於銀行保險爭議有許多申訴管道可供使用。

一、保險公司

保險公司為銀行保險業務的商品端，並同時為二方合約下的招攬主體，最重要的是保險契約的相對人，因此，若有保險爭議發生，保險公司有與要保人共同協調解決問題的空間。因此，財政部於民國 81 年與 83 年間發函保險公司設立申訴處理部門、保護服務中心或委員會。使要保人得以向保險公司申訴，經申訴部門處理之後，若要保人權益獲得保護，則爭議圓滿落幕。但若保險人對處理結果不服，仍得向其他機構尋求申訴或向法院提訴。

¹¹⁶ 參考自蔡佳真，英國金融服務公評人制度之研究—兼比較我國金融申訴制度，2007 年，國立政治大學論文，頁 76。

二、中華民國產物保險商業同業公會

產險公會章程訂定之中華民國產物保險商業同業公會委員會組織簡則規定，於其理事會底下，需設置九個委員會，其中火險委員會、水險委員會、意外險委員會、汽車險委員會需提供被保險人以及社會大眾保險服務或協議等事項，然而，只有汽車委員會下設保護服務暨申訴中心，而這個申訴中心經費來源是各產險之各會員公司。保護服務暨申訴中心是屬於一個紛爭解決平台，若要保人有保險糾紛向產險公會提出申訴。產險公會的任務是聯絡會員產險公司相關單位與要保人進行協商解決，而不會介入保險公司與要保人間的爭議處理。

三、中華民國人壽保險商業同業公會

壽險公會並無常設的爭議處理機構，而是由公會秘書擔任保險糾紛的調解人，而壽險公會是擔任要保人與會員壽險公司調解人的角色，若調處成功，由保險人與要保人私下進行和解即可，若調處不成功，保險公司只要作成報告記錄建檔即可，壽險公會是不會自己另外作成決議。

四、行政院消費者保護委員會

保險爭議事項是否得向該委員會提申訴是有疑問的。主要是因消費爭議是指企業經營者和消費者之間的消費爭議，那企業經營者是否包括金融服務業者，金融服務業者和金融消費者間因金融商品消費所生的爭議是否屬於消費爭議的範圍，不無疑問。

然而，就符合「消費爭議」範圍的保險消費爭議，要保人仍得向該委員會提申訴。該委員會訂有申訴、調解、消費訴訟。若有保險消費爭議，要保人得向企業經營者、消費者保護團體或消費者服務中心申訴，要保人若認其申訴未獲妥適處理，得向直轄市、縣市政府消保官申訴。對於消保官提出的解決方案，要保人仍不滿意，得向直轄市、縣市消費爭議調解委員會申請調解，當事人於調解書送

達後十日內提出異議，調解視為不成立。若未於十日內提出異議，調解視為成立，該調解書則有與民事確定判決同一之效力。

五、財團法人保險事業發展中心

財團法人保險事業發展中心(以下簡稱保發中心)為了能使要保人與保險業者間的糾紛盡速解決，於2002年成立保險調處委員會，讓保險學者專家或特殊專業背景的專業委員，以公正的立場處理保險爭議。該委員會處理申訴的範圍以「理賠性」的爭議為限，採取向保險公司或保經代先申訴的申訴前置原則，若不服，再向保發中心提申訴並申請調解，調解前得試行和解。而在調處效力方面，委員會所作出的調處決定無拘束力，要保人不服調解結果仍可向其他機關提起申訴或向法院提訴。

第二項 多元申訴管道缺點

一、法源依據的缺乏

實際上，以上所列由同業公會或周邊單位設置的申訴管道，只有消費者保護委員會係由消費者保護法第40條第1項授權設置，其他幾個申訴管道是無法律依據，因此，會令人質疑這些申訴管道的合法性，連帶影響其協調或審理過程的權威性，以及審理結果的拘束力。

二、未有一統申訴管道

要保人遇到保險糾紛時，第一件事是尋求最能快速解決紛爭的管道，在申訴管道林立的情況下，可能會產生以下的問題：

- (一) 管道眾多增添社會成本以及企業經營成本。
- (二) 若有爭議事項的歸屬有疑義時，會產生各申訴管道踢皮球的現象，如要保人並不了解銀行保險業務三方合約下商品責任與招攬責任的歸屬者，就保險紛爭向壽險公會請求調解，壽險公會卻認定是銀行保經代應負責的招攬爭議，並不受理。如此，會讓爭議無法即時獲得解決，並使要保人權益保障呈現真空狀態。
- (三) 現今銀行、保險、證券等金融商品整合已成趨勢，在保險業者透過銀行銷售保險商品的情形，就無專業知識消費者立場而言，到底應向銀行還是保險的爭議處理機構申訴，若是銀行保經代招攬所生保險爭議，到底應向哪一個機構申訴呢？這會成為相當困擾要保人的問題，成為其負擔。

三、申訴對象之問題

銀行保險產品責任申訴對象都是保險人，二方合約招攬主體也是保險人，故以其為申訴對象向產壽險公會或其他申訴機構提起申訴，並無太大的問題。然而，在三方合約中，保險人只是產品提供者，銀行保經代作為招攬主體，若是保險招攬爭議，要保人需以保險代理人或經紀人為申訴對象。然而，向機構提起申訴時，要保人至多只能向行政院消費者保護委員會和財團法人保險事業發展中心提起，主因是因為申訴對象而導致申訴機構有限，所以，要保人為求申訴之順利，就保險招攬爭議會以保險人與保險代理人負連帶責任為由，以保險人為申訴對象提起，然而卻會導致實際上申訴對象並非實際上的歸責主體。所以多元申訴管道，在銀行保險三方合約會造成申訴提起的困難。

四、申訴程序處理人員專業程度不足

前述四個保險相關爭議處理機構，就只有保發中心有配置專業人員，惟要保人之所以相信申訴機構的協調，是因為認為會有專業的人員基於公正獨立的立場幫助自己解決與保險人或銀行保經代間的糾紛。然而，就算配有專業人員，但是

因為是保險專業機構所聘請，所以具有的多是保險專業智識，在處理跨業經營的銀行保險業務會產生無法駕馭之情況。因此，在爭議處理機構人員專業程度不足的情況下，會產生要保人無法信賴以及申訴品質令人不甚滿意的情況。

五、申訴作業流程不足

爭議處理程序的第一步驟應是申訴前置原則，然而只有財團法人保險事業發展中心、行政院消費者保護委員會有申訴前置原則之規定，其他機構的申訴流程並未有所規定。在進入調解程序後，壽險公會或產險公會調解人的角色是負責居間協調的，理論上達成和解與否仍要靠保險人和要保人的協商。而行政院消費者保護委員會和財團法人保險事業發展中心的調解人則是立於公正立場作出決定以解決銀行保險業者與要保人間的糾紛，所以會有較完整的審理流程，所以，要保人提起申訴會因申訴機構的不同而有不同的申訴作業流程，導致申訴流程的嚴謹度不同對要保人的保護程度也不同。

六、申訴結果多不具拘束力

前述四個保險相關爭議處理機構，就只有具法源依據的消費者保護委員會的調解結果具有拘束力，因為產險公會汽車委員會下設保護服務暨申訴中心只是一個申訴平台，壽險公會的調解人只是促成壽險公司和要保人進行協商的媒介，而保發中心是公益團體，所做的裁決並未有拘束雙方當事人的可能。如此，無論裁決內容如何，當事人仍可再向其他申訴機構提訴或是向法院提起訴訟，除了使申訴機構所要發揮的訴訟替代功能減弱之外，也使在申訴途徑中所耗費的社會資源變成無益的浪費。

第三項 銀行管道申訴之疑義

如前所述，銀行保險業務銷售的既是保險商品，又因銀行保險架構之問題，

使得所引發的爭議皆歸類於保險爭議，應適用的是保險相關機構的申訴機制。因此，銀行原則上無庸負責，不可能成為申訴管道。惟「銀行保險業務應注意事項」規定銀行應將保戶申訴之處理程序納入銀行內部控制及稽核制度，而且銀行應設立或指定相關部門，負責處理因行員招攬行為所引起之保戶申訴案件，而且該注意事項第 11 點以及「銀行、證券商及保險公司等機構合作推廣他業商品或提供相關服務規範」第 5 點都將銀行當成負責的主體，所以要保人依本注意事項將銀行當作申訴主體，似乎理所當然。

然而，雖然實際上銀行在銀行保險業務具有舉足輕重的角色，與在其營業場所進行的保險商品行銷之關係可謂是千絲萬縷。然而，在法律層面，並無明文規定銀行得執行保險業務，銀行只是「通路」之性質，雖然「銀行保險業務應注意事項」的規定迎合實際上的銀行影響力以及要保人之期待，然而卻與保險相關法規以及銀行保險架構產生衝突，所以值得討論的是，到底是這個法規有誤，還是整個銀行保險架構、銀行保險業務的歸類和保險法規範有問題呢？

第三節 金融消保法對銀行保險爭議處理程序的影響

我國金融消保法爭議處理程序建立後，原先的爭議處理程序都已陸續停止使用，因此，銀行保險爭議都必須使用金融消保法所建立的金融消費爭議處理程序，到底影響層面為何？而金融消保法爭議處理制度的適用上又會有什麼樣的問題，茲論述如下：

第一項 一元化爭議處理程序的影響

前已論及，我國原先多元申訴管道有許多缺陷，尤其是銀行保險此種跨業經營模式更增添許多爭議處理上的困擾。所以，要保人只要是和保險業者(保險人、保險代理人、保險經紀人)發生的保險糾紛，無論是人壽保險商品、產物保險商

品或是結合投資的保險商品，也無論是保險公司自己經銷或是透過銀行通路銷售，都可以於向保險公司申訴不符合期待後，再向爭議處理機構申訴。

申訴管道一元化有助於解決之前爭議程序分立所產生的問題，讓因為跨業經營盛行之下所生的業務整合情形，能有相對應的爭議處理機構。因金融消費評議中心有專門提供客戶協助的部門，因此，關於銀行保險業務糾紛，理論上不至於有要保人找不到申訴對象之情形出現。此外，申訴管道一元化所衍生出的優點還包括金融消費評議中心責任劃分明確，不論多困難的紛爭，都會就案件類型，分發給適當組別處理，不會有多元爭議處理管道責任劃分不明互踢皮球的情況產生。而且在申訴管道一元化、作業流程統一標準化的情況下，將會發揮規模經濟，節省許多社會成本。也因為有一定規模，將足以吸引各金融專業人才，讓整體評議結果的呈現使要保人得以信賴¹¹⁷。最重要的一點是金融消保法規定評議委員的裁決與民事確定判決有同一效力，使該爭議處理機制能夠發揮迅速的訴訟替代性解決功能，達到保護要保人的權益的目的。

第二項 銀行保險業務之申訴對象

一、銀行保險業務之歸類

當銀行保險業務發生爭議時，要保人依金融消保法之規定，就保險商品爭議事件應先向金融服務業提出申訴，惟因「銀行」+「保險」屬於跨業經營，那是要歸類於銀行業或是保險業？要以銀行或保險為申訴對象？

其實，前已論及，因法規層面無銀行得執行保險招攬之明文，因此銀行多透過與保險公司合作或是轉投資的方式銷售保險商品，所以銀行在銀行保險架構下處於通路的地位。而且，不論是金融消保法或授權子法皆是就銀行、保險、證券等金融服務業做分類規定，並未就銀行保險跨業經營制定適用之法規。再者，所

¹¹⁷ 同前註，頁 138~141。

謂的金融消費爭議，依金融消保法是指「金融消費者與金融服務業間因商品或服務所生之民事爭議」，那銀行保險業者因「保險商品或服務」與要保人所生的保險爭議，則應被歸類於保險業務，而非銀行業務。若有保險招攬糾紛則是以保險人或銀行保經代為申訴主體，而後進入金融爭議處理程序的分組、調查對象、收費對象、評議結果拘束對象皆沿著保險業務的脈絡運行。如此一來，銀行就不可能成為求償對象。

二、二方合約與三方合約之申訴對象

因為銀行保險業務歸類於保險業，且金融消保法保險業的範圍包括保險人和銀行保經代，故此規定仍有助於改善過去銀行保險三方合約招攬爭議申訴機構難覓的困難。

在二方合約中，銀行保險業務的產品端與銷售端都是保險人，因此保險商品糾紛是以保險人為申訴對象，若是因保險人所屬招攬人員不當招攬行為所導致的糾紛，要保人得直接以保險人為責任主體、申訴對象，保險人所負的並非是業務員管理規則第 15 條之連帶責任。

然而，若是三方合約，產品端跟銷售端是分屬保險人、保險代理人或保險經紀人時，保險商品申訴對象是保險人無疑，惟若是保險招攬爭議，在保險人轉投資保險經紀人公司的情況，因其是為要保人之利益而居於中間人地位洽談保險契約的締結，所以依保險經紀人管理規則第 31 條，經紀人因執行業務之過失、錯誤或疏漏行為，致要保人、被保險人受有損害時，應由其負損害賠償責任，所以關於銀行保險招攬爭議，要保人需以保險經紀人為申訴主體。然而，在保險人轉投資保險代理人的情形，因為是屬代理關係，所以依保險代理人管理規則第 28 條，代理人依保險代理合約之授權執行業務的過失、錯誤或疏漏行為，致要保人受有損害時，該授權保險人應負賠償責任，再依「保險業招攬及核保理賠辦法」

第 11 條¹¹⁸可知，保險代理人和保險人是屬於連帶責任，那這是否表示要保人得自由選擇以保險人或保險代理人為申訴對象？

第三項 銀行責任的問題

在金融消保法規定之下，銀行保險業務中的銀行並非責任主體，所以銀行在爭議處理程序中不可能成為申訴對象，也無賠償要保人所受損害的可能。然而，以要保人的立場，要保人通常不了解「招攬」、「銷售」、「通路」的區別，常在銀行招攬人員銷售的攻勢下，購買保險商品，事後若因保險招攬發生爭議，要保人通常會將銀行認定為申訴對象，那銀行會如何反應？進入爭議處理程序銀行的地位如何？以下分析之：

一、以銀行為申訴對象

由於金融消保法分業規定之因，銀行在現行法規並非招攬責任歸屬主體，因此，就算要保人向購買場所之銀行提起申訴，終究會被銀行以非屬自己業務為由被駁回。被銀行駁回後，要保人需透過向金融消費爭議評議中心諮詢以找出適當的申訴對象。進入爭議處理程序後，要保人若以銀行為申訴主體提起，爭議處理機構會依金融消保法第 24 條第 6 項以當事人不適格駁回，要保人只能轉提保險業之保險人或銀行保經代為申訴對象。

二、分組與被審理對象

依金融消保法第 18 條：「評議委員會為處理評議事件，得依委員專業領域及事件性質分組。」，因此，依所發生爭議的金融產品種類有分保險組、銀行組以及證期組。而銀行保險業者既然是因「保險商品或服務」與要保人產生糾紛，

¹¹⁸ 保險業招攬及核保理賠辦法第 11 條：保險業對於其所屬保險業務員經授權從事保險招攬行為或保險業依保險代理合約授權保險代理人及其業務員執行招攬業務，應避免因故意或過失，致要保人或被保險人受有損害，且不得推卸其依法應負之賠償責任。

就應分為保險組，由具保險專業知識之專家學者負責審理，非歸屬於銀行組審理。

因此，整個爭議處理程序中無法對實際上負招攬責任銀行通路進行審理，所以銀行在整個招攬、行銷程序中實際上所扮演的關鍵性角色被忽略，如銀行對客戶資料的掌握能力、在招攬行銷策略的主導性、對招攬人員的影響力以及在整個行銷作業流程中扮演的第一線管理角色。而且，評議委員有疑義時，只能請求保險公司或銀行保經代指派人員到場陳述意見，自始非爭議處理程序當事人的銀行則不需要到庭陳述意見。

三、受請求提供資料的對象

在申訴程序進行中，評議委員有權利向受申訴的金融服務業者請求協助、或提出文件、相關資料。銀行保險業務，受請求提供資料者只可能是保險公司或銀行保經代，銀行不可能成為受申訴的對象，但是對於保險招攬行為所生爭議，銀行是爭議發生場所，最可能獲得第一手資訊，而且銀行招攬人員銷售保險商品的目標客群是原本的銀行客戶，銀行是能夠掌握住要保人的個人資料者，如掌握其投資屬性、財務狀況、帳戶變動狀況等機密資訊，因此，銀行在招攬爭議協助爭議處理機構、提供資料或文件方面，是能提供極大幫助。惟銀行在現行架構下，不可能成為被請求提供協助和資料的主體，也不可能面臨拒絕協助或拒絕提供資料的後續制裁程序。

四、負賠償責任的金融服務業者

因保險公司或銀行保經代為審理對象，所以在保險招攬爭議方面，對於要保人所受的損害，評議委員所做的評議決定也只可能判定應由保險公司或銀行保經代負責。對於保險招攬有直接影響力的銀行屬於通路性質，非為責任主體、不是申訴對象、當然並非屬於應受裁決拘束的一方，財務上無庸因賠償而遭受負擔，而由法律規定的經營主體保險公司或銀行保經代承受財務上的負擔。

五、分析

因銀行非為申訴主體，所以，在保險招攬爭議，要保人以銀行為申訴對象被駁回之時，雖可向金融消費評議中心尋求協助，但也無法免除銀行保險業務歸責主體與一般消費者認知的落差，所帶給要保人的困惑以及不便之處，同樣的，在要保人誤認申訴對象並向銀行投訴的過程中，也會耗費許多社會成本。於爭議處理程序中因銀行非為申訴對象，評議委員會無法傳喚其到庭陳述或提供資料和協助，將會在一些保險招攬爭議的情況，產生無法釐清招攬事實之情形，而且評議委員的請求資料權利，是可能無法被滿足，為案情的釐清增添困難。最後，評議結果所拘束的主體不可能為銀行，這不僅產生銀行未能權責相符之疑慮，也使人認為僅讓保險公司或銀行保經代擔負賠償責任有違事理之平。

因此，從上述可知，在銀行通路非為銀行保險招攬爭議申訴主體的情況下，會使爭議的解決產生困難、增加社會成本、並使銀行權責不相符。所以就銀行保險業務的分類而為探討，會令人疑惑，立法者是否認為，要保人對於招攬爭議，只要有「負責的對象」即已足夠，而無庸論該對象是否屬於真正應擔負責任者？所以才使實際掌握保險招攬的銀行被排除於責任主體、申訴對象之外。就法制層面而言，這樣的情形是否有違「應由肇致損害者負賠償責任」之法理？就要保人的立場，因主體不恰當的情況下，保險招攬爭議會有是否能妥適解決之疑義，產生對其權益保障不周之情形。再與銀行銷售基金等金融商品發生爭議時，銀行為責任主體的處理狀況相比，會有相同事項卻作不同處理之感，有違事理之平。所以就以上可知，銀行保險業務適用金融消保法時，會有適用主體不妥適之處。

所以，對於「銀行」責任的問題，適用金融消保法的之結果與過去銀行保險爭議處理程序一樣。因此，無法完全解決過去銀行保險爭議處理程序，因銀行角色淡化所產生的要保人保護不足以及社會成本增加的問題。

第四項 保險人與保險代理人連帶責任之疑義

前已論及，保險代理人是為保險人之利益居間招攬行銷保險商品，因此保險代理人的角色是為保險人的履行輔助人，觀諸前面的論述，可知保險人和保險代理人所負的是連帶責任。所以，銀行保險三方合約，若是屬於銀行轉投資保險代理人之情形，就金融消保法對保險業的定義，對於銀行保險招攬所生糾紛，是否代表要保人有自由選擇以保險人或保險代理人為申訴對象之權？

實務上，要保人自由選擇以保險人或保險代理人為申訴對象之情形已行之有年，優點如足以避免因銀行保險架構的複雜，導致要保人弄不清正確申訴對象之情形，若以保險人為申訴對象，且申訴結果是可歸責於保險代理人，則由保險人先對要保人負擔全部的責任，而後再向保險代理人行使求償權。然而，連帶責任是屬於在責任成立後，保險人和保險代理人如何在責任範圍裡分配責任之問題，而「申訴階段」在判定責任成立與否，所以「申訴階段」和「連帶責任」是分屬於責任成立和損害賠償兩種不同層次的問題。雖然連帶責任的成立以及損害賠償責任分配問題於訴訟程序會進行審酌，然而申訴階段的爭議處理程序並無此複雜機能，無法進行此種審查。所以在申訴階段之爭議處理程序，要保人就保險招攬爭議以保險人為申訴對象，對於整個爭議處理程序會產生以下問題：

一、以保險人為申訴對象

在現行銀行保險三方合約中，保險人負擔「商品責任」，銀行轉投資的保險代理人負責的則是「招攬責任」。若要保人因為保險人需與銀行保經代負連帶責任，而就保險招攬爭議向保險人提出申訴，保險人原則上得以不屬於自己責任為由駁回此申訴，然而，現今實務上，保險人本身也受到連帶責任之圍，不一定會駁回申訴。

要保人若對保險人的申訴結果不服，以保險人為申訴對象向爭議處理機構申請評議，會發生當事人不適格之情形，爭議處理機構可以不受理駁回，惟爭議處理機構也受到保險人和保險代理人連帶責任思維之影響，並不會駁回，而仍以保險人為申訴對象。

二、試行調解

要保人申請評議後，爭議處理機構得試行調處，若調解成立，向銀行保險業者收取的費用將會少於評議作成的費用，而且調解成立所作的和解有與民事確定判決同一效力，主要是為督促雙方當事人對於爭議事項快速解決。然而，銀行保險三方合約之招攬爭議，要保人卻是以保險人為申訴主體，在調解過程中，是與保險人一同協調雙方可接受方案，並產生和解結果，而真正應負責的保險代理人自始未參與此程序。

三、審理的對象

在三方合約，關於招攬糾紛，銀行轉投資的保險代理人是招攬主體，對於如何進行招攬以及因招攬過程不諧所生的保險糾紛，其知之甚詳，若評議委員要釐清事實，應請保險代理人陳述意見，並審酌其與要保人間所發生的狀況，方能真正解決保險紛爭。但要保人若選擇以保險人為申訴對象，評議委員必須透過保險人瞭解保險代理人與要保人間爭議，而無法親自詢問保險代理人。

四、費用的收受

保險人既為申訴主體，那於調解成功或評議作成之時，爭議處理機構請求費用的對象是保險人，雖然費用的額度不致於對保險人的財務造成太大的負擔。然而保險人並非行使不實招攬行為導致要保人受損失之人，卻需因他人過失而承受整個爭議處理程序對其所造成的業務負擔和財務支出，真正歸責主體保險代理人卻無庸承擔業務財務之負擔。

五、分析

所以，在銀行轉投資保險代理人時，對於三方合約的招攬爭議，以保險人為申訴主體，雖然保險人本身或爭議處理程序不一定會駁回要保人的申訴，但在試行調解階段，會因保險人不了解保險招攬爭議實況，而無法就保險招攬爭議進行實際上的討論，就算調解成功，做出的和解是否真能解決保險招攬紛爭，令人懷疑。就審理的對象方面，評議委員需透過保險人釐清保險代理人與要保人間糾紛的爭點，將需耗費許多不必要成本，還會因為時間往返造成無法快速解決爭議之情形。對於保險人而言，則會造成其業務負擔。至於費用的收受方面，卻讓無關的保險人負擔費用，這並不符合公平正義原則，而且也不符合「應由肇致損害者負擔責任」的法理。

因此，現行實務讓要保人有自由選擇之權，將導致保險人無辜受過和不符合公平正義原則之情形，故應將屬於責任成立的申訴階段與屬於損害賠償的連帶責任階段分開討論。所以，在責任成立的審酌上，應由真正執行保險招攬業務者為責任主體，以判定責任成立與否，才符合法制層面的期待，而且就要保人而言，選擇爭議處理程序的目的是想盡快解決保險糾紛，那就必須以真正的歸責主體為申訴對象，讓保險代理人有機會自行解決糾紛，或於進入爭議處理程序後由評議委員就應負責任的保險代理人與要保人間的保險招攬爭議進行調查，這樣才能達到盡快釐清事實解決爭議的目標。至於保險人和保險代理人連帶的損害賠償責任，立法的目的是使要保人便於求償，以免因負賠償責任者無資力，使要保人求償無門。所以在損害賠償責任上要求保險人和保險代理人負連帶責任，是最能保護要保人求償權之方式。

綜上可知，兩階段的立法思維是截然不同的，故在銀行保險三方合約招攬爭議，不得以損害賠償的對象範圍而論保險人也可成為的申訴對象。因此，就保險代理人故意過失招攬行為所肇致的保險糾紛，本文認為應限定要保人只能以保險代理人為申訴對象。

第四節 小結

綜上所知，金融消保法爭議處理程序的制定，有助於解決先前多元爭議處理制度下所生的眾多問題，尤其是對於銀行保險業務這種跨產業的金融服務，免除了分業爭議處理機構無足夠能力處理的問題，以及避免要保人不知應向何機構申訴的疑惑，因此，爭議處理制度的創立對於銀行保險業務會有正面的影響。

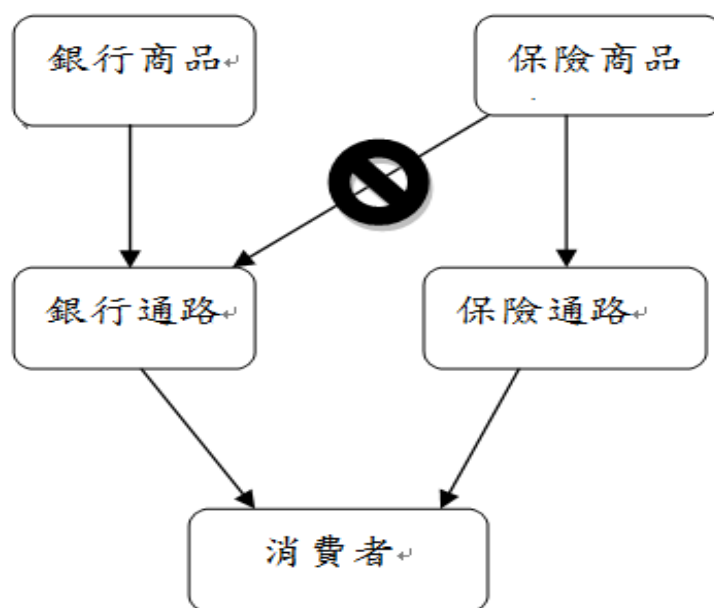
當銀行保險業務適用金融消保法的爭議處理程序時，因金融消保法和其子法對於金融業務之經營未採取跨業經營的規定，所以需依照原本的銀行保險架構將銀行保險業務歸類於保險業，要保人只能以保險人或銀行保經代為申訴對象，對於銀行保險招攬爭議，銀行自使無庸負任何責任，除了評議委員在審理案件時會產生困難以外，銀行無責的狀態，也讓人有權責不符之感。而銀行責任的問題，在先前的銀行保險爭議處理程序就已存在，只是金融消保法的制定並無法解決此問題。

關於三方合約，銀行轉投資保險代理人之情況，保險人和保險代理人間的關係，實際上是將「申訴階段」和「連帶責任」之分屬於責任成立與損害賠償兩階段的程序混淆，同時並未弄清兩者間不同的立法思維，所以實務上，才有會要保人對於保險招攬糾紛得自由選擇以保險人或保險代理人為申訴對象之情況，而依常理判斷，要保人選擇以保險人為申訴對象，除了在爭議處理程序中造成評議委員審理的困難外，還會造成保險代理人權責不一的窘境，有違事理之平。

第七章 金融消保法銀行保險經營主體的問題

如金融消保法第一條立法目的所定，金融消保法主要是為了對消費者權益保護作法律層面的規範，以及為了解決金融消費者與金融服務業者間消費爭議而存在，然而，金融消保法卻因忽視金融服務各業因綜效、經濟規模與交叉銷售所帶來的高營收而紛紛產生聚合之實務現狀，導致規定產生缺陷。所以可以發現不論是討論廣告、業務招攬、營業促銷活動，或是說明義務和適合性評估，亦或是金融消費爭議處理機制，都是以保險業的角度探討應負責任的經營主體、應遵守的保險規範等，銀行自始至終未負任何責任。因此，本章針對金融消保法關於金融服務業者的規定，而衍生出對銀行保險業務影響的討論：

第一節 金融服務業者之跨業經營



圖六 銀行保險經營圖

金融消保法是金融服務業者在從事金融業務時應遵循的原則性法規。但是該法規仍有很多不周延的地方，金融消保法第3條所指的「金融服務業」是指銀行業、證券業、期貨業、保險業、電子票證業及其他經主管機關公告之金融服務業。

這種規定方式是就傳統上的分業經營，而各就其業務類別區分出各個金融服務業者。

因此這些金融服務業者的經營模式內容，就各個行業法律規範業務範圍觀之，銀行的業務範圍是辦理 1. 存款業務 2. 其他資金來源 3. 授信業務 4. 投資業務 5. 代理性、服務性業務 6. 外匯業務 7. 衍生性金融商品業務等主管機關列舉或其他概括授權主管機關核准辦理之其他有關業務¹¹⁹；而保險業中的保險公司營運內容則是規劃、生產並經營財產保險業務、人身保險業務和中間性保險業務，至於保險業中的保險代理人是向保險人收取費用、並代理銷售保險商品者，保險經紀人則是基於被保險人利益，代向保險人洽定保險契約者。因此，從銀行業、保險業經營的業務內容可知，這是屬於銀行業只辦理銀行業務、保險業只辦理保險業務的傳統垂直經營模式。

但是現今金融機構跨業經營已蔚為風潮，本文所探討主題-保險人藉由銀行招攬、行銷保險商品或提供保險服務之銀行保險業務就是屬於跨業經營的模式，也是今日金融機構跨業經營蓬勃發展之展現。但是，這種跨業經營的模式與金融消保法中金融服務業者分業規範的垂直經營模式大相逕庭。

第二節 銀行保險適用金融消保法之規範

金融消保法是為維持金融市場安定、維護大眾對市場信心並保護弱勢消費者而設。就應遵守金融消保法規範的義務人面向，因銀行保險業務被歸類於保險業務，又依照金融消保法對「保險業」的定義，三方合約中的保險公司和銀行保險經代公司，二方合約中的保險公司都是義務人。然而，銀行通路乃是實際上提供保險服務之重要管道，金融消保法卻對跨業經營規範闕如，產生適用上問題。

討論金融消保法所規定的權利人面向，觀諸本法第四條對金融消費者之定義

¹¹⁹ 王文宇《公司法論》，元照出版有限公司，2008年9月4版，頁35。

是指接受金融服務業提供金融商品或服務者。但不包括 一、專業投資機構。二、符合一定財力或專業能力之自然人或法人。且專業投資機構之範圍及一定財力或專業能力之條件，由主管機關定之，因此，金融消保法是依據客戶種類之不同而予以不同程度的保護，一方面可以集中資源保護需保護的金融消費者，另一方面可以避免過度保護無需保護的客戶而造成道德危險。就相關的規範及問題，茲說明如下：

第一項 不受保護對象

為了正確理解在銀行保險業務中，受保護的金融消費者，則需先排除因有專業知識、財力、物力及人力而得以對抗專業金融機構、無庸受到保護之專業投資機構、合一定財力或專業能力之自然人或法人，關於細節內容，本法交由主管機關制定授權命令規定之。

一、專業投資機構

主管機構依金融消保法第 4 條第 2 項授權子法，並參照金融消保法第 3 條所定銀行業、保險業、證券業等金融服務業用語，將專業投資機構分為：

(一)國內外金融與投資機構：國內外之銀行業、證券業、期貨業、保險業、基金管理公司及政府投資機構。至於金融與投資機構涵蓋範圍則應依行政院金融監督管理委員會組織法第 2 條第 3 項規定判斷之¹²⁰。

¹²⁰金融監督管理委員會組織法第 2 條：前項所稱銀行業、證券業、期貨業及保險業範圍如下：
一、銀行業：指銀行機構、信用合作社、票券金融公司、信用卡公司、信託業、郵政機構之郵政儲金匯兌業務與其他銀行服務業之業務及機構。
二、證券業：指證券交易所、證券櫃檯買賣中心、證券商、證券投資信託事業、證券金融事業、證券投資顧問事業、證券集中保管事業、都市更新投資信託事業與其他證券服務業之業務及機構。
三、期貨業：指期貨交易所、期貨商、槓桿交易商、期貨信託事業、期貨顧問事業與其他期貨服務業之業務及機構。
四、保險業：指保險公司、保險合作社、保險代理人、保險經紀人、保險公證人、郵政機構之簡易人壽保險業務與其他保險服務業之業務及機構。

(二)國內外運用管理之資產：國內外之政府基金、退休基金、共同基金、單位信託及金融服務業依證券投資信託及顧問法、期貨交易法或信託業法經理之基金、或接受金融消費者委任交付或信託移轉之委託投資資產。

(三)其他經主管機關認定之機構。

二、一定財力或專業能力之自然人或法人

(一)法人

參考金融消保法第4條第2項授權子法第3條規定，規定若法人接受金融服務業提供金融商品或服務時總資產超過新臺幣五千萬元，則表示法人資本雄厚足以聘任專業智識人才以解決金融消費問題，無需本法加以保護。

(二)自然人

而至於何種條件自然人是屬於具一定財力或專業能力，依金融消保法第4條第2項授權子法第4條應參酌(1)境外結構型商品管理規則 (2)信託業營運範圍受益權轉讓限制風險揭露及行銷訂約管理辦法 (3)證券商受託買賣外國有價證券管理規則 (4)銀行辦理衍生性金融商品業務應注意事項 (5)財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心證券商營業處所經營衍生性金融商品交易業務規則，若符合各規定之一所定具有一定財力或專業金融知識交易經驗之自然人，接受金融服務業各規定所定之金融商品或服務時，僅於該筆金融商品或服務範圍內，始非屬本法所稱金融消費者。而銀行保險商品要保人亦可能是符合這些要件，參酌「境外結構型商品管理規則」可知，該規則所稱的投資人包括投資型保險之要保人，所以，若要保人同時符合以下三要件：

1. 提供新臺幣三千萬元以上之財力證明；或單筆投資逾新臺幣三百萬元之等值外幣，且於該受託、銷售機構之存款及投資（含該筆投資）往來總資產逾新臺幣一千五百萬元，並提供總資產超過新臺幣三千萬元以上之財力聲明書。

2. 具備充分之金融商品專業知識或交易經驗。
3. 充分了解受託或銷售機構受專業投資人委託投資得免除之責任，同意簽署為專業投資人。

並且以書面向交易機構申請為專業投資人，那就非屬然金融消保法所欲保護的範圍。然而僅限於購買投資型保險的要保人方屬於專業投資人之規範範圍，實是因要保人具有足夠財力、交易經驗、保險專業知識，且就其所運用的資產以及投資金額可判斷具商業營利意圖，早已脫逸法律保護弱勢金融消費者之範疇。至於購買投資型商品以外之產壽險保險商品的要保人，是否可能因符合專業投資人之規定而排除在金融消保法保護範圍？或這是屬於立法者的刻意遺漏？

金融消保法及授權子法之規定，似乎僅不保護符合嚴格要件的自然人的，而這些自然人依要件規範可知，都具有一定商業投資的操作能力。再參考英國「商業行為規則」規定，受保護的客戶類型僅及於非基於商業交易營利或執業目的而購買保險商品之消費者，將商業客戶排除在外¹²¹，以達保護弱勢消費者之目的，而且若保險人無法分辨客戶是否為一般或商業保險客戶，應將客戶視為一般消費者¹²²。因此，應認為金融消保法基本上是擴大所保護的金融消費者範圍，所以應該將授權子法第4條視為列舉規定，僅有購買投資型保險商品並符合專業投資人的要保人才不受保護，而不在列舉範圍內的要保人仍受到金融消保法之保護。

然而子法對於專業自然人的規定，屬於宣示性規定，或許主管機關是為因應各金融服務業業務本質不同而交由各業判定專業自然人條件，惟基於法規明確性之立場，主管機關應於子法內設立準則性、統一性標準方為當。

¹²¹ ICOBS 2.1.2 G: Different provisions in this sourcebook may apply depending on the type of person with whom a firm is dealing:

(3) A consumer is any natural person who is acting for purposes which are outside his trade or profession.

(4) A commercial customer is a customer who is not a consumer.

¹²² ICOBS 2.1.2 R: If it is not clear in a particular case whether a customer is a consumer or a commercial customer, a firm must treat the customer as a consumer.

第二項 權利人

只要不屬於金融消保法授權子法所排除保護之專業投資人和專業客戶，透過銀行通路接受保險商品的要保人皆屬本法保護範疇。因此，只要一般要保人購買保險商品時，招攬人員就需盡金融消保法所規定的義務，若有任何保險商品或服務之爭議，要保人可依本法爭執之。

第三項 義務人

在銀行保險業務，何者需盡到金融消費者保護範疇中義務人應盡的義務，依金融消保法授權子法所規定的意旨，是包括保險人、保險代理人 and 保險經紀人，茲說明如下：

一、保險人

依本法，金融服務業包括保險業、銀行業等，而設計、生產、提供保險商品、予以核保、負擔理賠責任的是保險人，不論是自行營銷體系或透過仲介人、銀行或其他通路行銷及提供保險服務，都應該負起經營主體責任，盡到金融消保法在金融消費者保護及金融爭議處理所要求應盡的義務。

二、保險經紀人、代理人

參酌金融消保法授權子法規定，保險經紀人、代理人皆屬於保險業之範疇，應視其為保險服務的提供者。

保險代理人為保險人之代理人無疑，而保險經紀人實務操作上雖是向保險人收取佣金，但在法律規定上仍應為要保人利益行事。而在銀行保險業務間接經營模式中，銀行業轉投資之保經代公司，是直接與消費者接觸、行銷、提供保險售

後服務的重要主體。保險代理人同時兼顧銀行（投資人）及保險人（授與代理人）可能隱藏利益衝突，而有銀行轉投資保險代理人進行銀行保險業務是否妥適之疑問¹²³。然而依現行法，銀行保險代理人、經紀人在銀行保險三方合約，為保險服務的提供者，應要求銀行保經代負經營主體之義務，方能真正保護要保人¹²⁴。

三、銀行

關於銀行保險業務，應將服務的提供視為「保險業提供服務」或是「銀行業提供服務」，成為銀行保險業務主體性爭議的骨幹。雖然銀行保險業務中的「銀行」是一個重要銷售通路，惟因金融消保法未對跨業經營主體有所規範，而且，我國銀行法第3條並未列舉保險為銀行可經營業務，也無法確認銀行是否為保險商品服務的提供者。在授權命令位階，主管機關未依銀行法第3條第22款核可保險為銀行可經營業務，雖然有金控公司法以及其授權訂定之共同行銷管理辦法，然而此規範僅適用在金融控股子公司間。至於主管機關頒布的銀行保險業務應注意事項，則因再授權禁止之因，而有法源依據的問題，然而，這卻是現行銀行保險業務的主要規範，這表明銀行跨業銷售保險商品或服務的法規並不充足¹²⁵。

因法制上銀行只是通路性質，「銀行保險業務應注意事項」第11點之1表明，銀行營業場所應設置易於辨識之保險專區，還必明確表示商品提供者以及銷售的主體，使客戶瞭解保險商品或服務與銀行業務之區別及發生消費糾紛時之責任歸屬，以免使客戶對於銀行業務與保險業務產生混淆。在電話行銷方面，銀行業不得以「銀行」名義辦理電話行銷保險商品，而保險業者如以銀行為通路辦理電話行銷保險商品時，應符合保險相關法令，這是金管會藉現行法規重申銀行只是提供場所、技術、人員等資源的行銷通路而已。

¹²³ 同註27，頁7。

¹²⁴ 我國實務上因保險經紀人是向保險人收取佣金，實質上為保險人之代理人，造成無法對客戶利益洽訂契約，使保險代理人、保險經紀人角色混淆，而有利益衝突，在此並不贅述。

¹²⁵ 同註42，頁16。

第三節 金融消保法主體規範權責相符的討論

金融消保法制定前，因為銀行保險相關法規的問題，導致在銀行保險架構下，銀行通路非經營主體，而有銀行通路權責不相符之問題。金融消保法制定後，銀行通路仍非為經營主體，使這個問題繼續存在。

第一項 銀行地位之分析

就金融消保法對金融服務業者之定義，銀行保險業務中的經營主體是保險人和銀行保經代，是主管機關的監理對象、金融消保法規範主體，對於要保人而言，也是保險招攬爭議事件發生後的求償對象，在銀行保險實務也是如此運作，銀行的角色被淡化。然而，這樣是否合理，要從以下幾個層面來探討：

一、銀行對保險銷售的實際作用

實際上，銀行跨業經營保險業務，不僅提供場地、技術、人員，還會提供客戶端資料或利用客戶辦理存款等銀行業務的機會銷售保險商品，銀行以其名牌號召力吸引顧客，而客戶也因為信賴銀行而使銷售容易成功，展現出銀行對銷售保險商品高度的影響力，故可知銀行分別在建立通路、創立銷售名單、銷售產品、處理訂單擔任重要角色¹²⁶。

二、銀行通路銷售保險的對價

銀行為了銷售保險商品所支出的人力、物力、資源，並非無所回報。在金控公司共同行銷行為，銀行可以從保險子公司以手續費或其他費用方式收取佣金而獲利，而在合作推廣契約，雖然銀行能否直接承認佣金收益並不明確，但銀行仍會以各種方式收取，在三方合約，銀行則藉由認列轉投資收益方式獲利。然而，

¹²⁶ 同註 27，頁 78。

不論銀行以何種方式獲利，銀行通路於 2011 年從壽險公司賺到的佣金收入約 120～160 億元¹²⁷，對銀行財務是不小的收益。佣金是指商業活動中的勞務報酬形式，雖然銀行在現行銀行保險業務不具當事人地位、非為勞務提供者，但基於銀行關鍵性地位，仍為佣金的間接收取者，所以銀行在銀行保險業務中絕非無關緊要的第三人。

三、銀行與銀行招攬人員的關係

雖然具業務員資格的銀行行員行銷保險商品時，是以合作保險公司或銀行保經代受僱人身分為行銷行為。但是銀行與銀行行員間仍具僱傭關係，銀行行員以業務員身分登錄於合作保險公司或銀行保經代是銀行於現行法下的權宜措施，然而銀行行員原則上仍是屬於銀行所提供的人力資源。

「銀行辦理保險業務應注意事項」第 6 點第 2 項，規定銀行應確認其行員具保險業務相關登錄資格，始得辦理保險業務之招攬，並應把此列入內部稽核事項，可見銀行對行員資格符合與否負有確認的義務，而且該注意事項規定，對於招攬保險業務行員之管理是屬於銀行內部控制及稽核制度的一環。就佣金層面而言，銀行行員、保險理專等招攬人員是為了抽取佣金或額外的報酬盡力為保險商品行銷行為，然而，對於佣金或報酬的支付，雖然在三方合約中可以由銀行保經代直接給付，但在其他情形以及在二方合約中，仍是要透過銀行收取佣金或其他報酬，可見銀行對招攬人員佣金取得的掌控力。就業績層面而言，招攬人員也往往是為了達成銀行所定業績而賣力銷售保險。再論對銀行行員等招攬人員工作的影響力，銀行行員薪資是銀行所給予、也是由銀行安排職位的變動與升遷。

因此可見，銀行對行員是具有直接影響力。所以，銀行與銀行行員的僱傭關係，是實際推動銀行保險業務的助力。因此，若認為銀行在招攬人員銷售過程中只是無關緊要的第三人，並不符合銀行在銀行保險業務中實際上的角色。

¹²⁷ 工商時報《銀行通路壽險佣金 每年逾百億元》，最後瀏覽日 2012 年 2 月 28 日，<http://money.chinatimes.com/news/news-content.aspx?id=20120228000078&cid=1209>。

四、消費者認知

以消費者立場，消費者並不理解「招攬」、「行銷」、「通路」意義有何不同，只能認知都是在賣保險，又多數是基於對銀行專業形象的信賴而向其購買保險。

舉例而言，主管機關為了防堵銀行以誤導消費者的方式招攬保險，要求銀行設置銷售專櫃，與本業相區隔，如果銀行未設保險銷售專區進行行銷，要保人容易對銀行業務與保險業務產生認知混淆，以向銀行存款之保守型理財心態購買保險，容易導致後續爭議的產生。若有設銷售專櫃，要保人也常因信賴銀行品牌形象的心態趨使購買保險商品，就算招攬人員已為保險招攬以及歸責對象的說明，仍難以期待一般消費者會完全了解，要保人通常還是會認為購買保險商品處之銀行是經營主體，要求其盡金融消保法所規定的義務，若有違反義務之情形，要保人有很高的機率會誤認為銀行是申訴對象向其提起申訴。

現行法規對於銀行的民事上責任，僅侷限於銀行行員保險業務招攬、解說所生紛爭，如處理委任事務有過失，或因逾越權限之行為所生之損害(銀行、證券商及保險公司等機構合作推廣他業商品或提供相關服務規範第5條)以及銀行行員不實招攬或未善盡風險告知之義務之情形(銀行保險業務應注意事項第11條)，這時，銀行才需本著僱傭關係之連帶責任，對他業的損害(保險人或銀行保經代)負責，或與簽約之保險代理人、保險經紀人或保險公司依相關法令及契約負賠償責任。然而，銀行與簽約之保險代理人、保險經紀人或保險公司的責任要如何分配？內部責任分擔如何？則欠缺規範。

而要保人因其損失而為權利主張時，因為銀行招攬人員是以保險人或銀行保經代所屬員工身分銷售保險商品，如果因招攬人員故意或過失的不實招攬行為，要求銀行負契約責任或是金融消保法第11條的無過失損害賠償責任，是不符合法律規定，除非銀行招攬人員有表現代理之情形。所以，實際上銀行只對「他業的損害」負賠償責任，要保人無法對其主張民事上權利，有違要保人的一般認知

五、與銀行銷售其他金融商品相較

觀諸銀行銷售其他金融商品的情形，如基金、連動債券、證券等，因銀行法第3條有規定屬於銀行得經營之業務，所以銀行銷售這些金融商品時，是處於招攬主體的地位。因此，若銀行行員因故意過失的招攬行為導致金融消費者受到損害，金融消費者可以向招攬主體銀行提起申訴，讓銀行能對招攬糾紛立即進行審查糾正，若對申訴結果不服，得以銀行為主體向金融消費評議中心提申訴。然而，保險商品與基金、債券、連動債之類的商品同屬於金融商品，卻因為銀行跨保險經營的法規不充足，導致銀行於保險招攬爭議得以置身事外。基於相類似事項應為相同處理之原則，立法者在無正當理由之下，卻不對銀行保險業務做相同處理，導致銀行保險架構缺陷，這樣並不符合公平原則。

第二項 銀行責任之分析

就上述銀行對保險銷售的實際作用、銷售保險的對價、與銀行招攬人員之關係、消費者認知以及與銷售其他金融商品相較可知，銀行對於銀行保險招攬行為，才是真正具有直接影響力者，而讓銀行招攬人員登錄於合作保險公司、或登錄於銀行轉投資的保經代公司，充其量只要銀行經營保險業務的權宜措施。因此，銀行保險業務的商品責任主體是「保險人」無疑，而招攬責任實際上的責任主體是「銀行」，如此，方與銀行在保險招攬過程中的角色地位一致，也與銀行在銷售基金、證券、債券等金融商品時，居於招攬主體的情形一致。

既然銀行是實際上的招攬主體，那銀行保險招攬行為在適用金融消保法第8條廣告、業務招攬及營業促銷活動、第9條適合度評估義務、第10條說明義務以及各授權子法時，是否應將銀行視為招攬主體、歸類於銀行業務，並適用各授權子法對銀行業務所定之各項法規？

¹²⁸ 同註27，頁83。

以法制層面看，在銀行為實際招攬主體之情形，若能以銀行為責任主體適用金融消保法、授權子法或銀行相關法規，才能準確判定銀行在廣告、業務招攬及營業促銷活動時的責任範圍；瞭解銀行依其業務特性在履行說明義務時應揭露的重要事項；以及適用授權子法對銀行適合度評估義務的要求，惟與對保險業適合度評估的要求不同，銀行僅需就投資型金融商品或服務的銷售盡適合度評估義務，並需要對投資型金融商品進行上架前審查，這是考量銀行除了保險商品以外，銷售的金融商品多是涉及投資和賺賠的投資型商品而定；而且，以銀行為責任主體的情況下，若銀行保險招攬發生爭議，銀行得為申訴主體，使其就銀行招攬人員不實招攬行為負擔賠償責任，讓銀行的權責終能相符，也使「應讓肇致損害者負賠償責任」的法理得以實現，並讓銀行就保險招攬爭議負最終責任，非由形式招攬主體保險人或銀行保經代負責，方符合公平正義之原則。就保人的立場而言，銀行為招攬主體是符合一般消費者之想像，將會減少後續爭議處理程序申訴對象認定的困難，而且一旦確定銀行的責任，銀行將會更加認真監督銀行招攬人員的銷售行為，並加強對招攬人員保險銷售的教育訓練，如此除會增進對要保人之保護外，還會有穩定銀行保險秩序之效。

然而，立法者只將銀行當作通路，卻忽視銀行通路的在保險招攬的實際角色，故並未思考銀行的「招攬責任」。而且，因金融消保法忽視跨業經營的現狀，使得銀行保險業務仍歸在保險業務，所以，原本銀行保險架構的缺陷一直存在，未有任何改變，也讓銀行繼續維持權責不相符合之狀態。

第四節 小結

綜上所知，在金融消保法制定前，因為銀行經營保險業務法規不足之因，所產生銀行保險架構缺陷之問題，在金融消保法制定後，因金融消保法對於金融服務業的經營未有跨業規範，導致銀行保險架構缺陷之問題無法獲得解決。然而就銀行對保險銷售的實際作用、銀行通路銷售保險的對價、銀行與銀行招攬人員的關係、消費者認知、與銀行銷售其他金融商品相較可知，銀行對銀行保險業務招攬行為有極大的影響力，可以說是實際上的招攬主體，然而卻因法規缺失，導致需奉二方合約中的保險人、銀行保經代為招攬主體，由其負擔廣告、業務招攬、營業促銷活動、說明義務、適合度的規定內容，在有保險招攬爭議發生時，也以其為申訴對象，讓銀行權責不相符的狀態繼續維持。



第八章 結論

前面幾章就過去的銀行保險法規範和現今金融消保法的適用，作相互對比和檢驗之後，可以知道金融消保法的制定，對銀行保險業務不論是在廣告、業務招攬、營業促銷活動、說明義務、適合度評估或是爭議處理程序，基本上帶來正面居多的影響，有助解決過去法規分立、法規位階混亂以及多元申訴制度所造成的缺點，然而，銀行保險業者在適用金融消保法或授權子法時，仍就對其現行業務帶來相當大的負擔，而且金融消保法本身也有規定上的問題。因此，以下分別就研究目的、針對研究的結論加以總結。

第一節 廣告、業務招攬、營業促銷活動之規定

以下就金融消保法廣告、業務招攬、營業促銷活動規定對銀行保險業務的影響做總結：

一、主體範圍

因為各保險相關法規都是壽險公會、產險公會或主管機關就各別廣告招攬促銷態樣訂立，導致各保險法規拘束主體不同。也造成銀行保險業者在尋找適合自己的法規時，花費不少遵循成本。再者，這些法規並未專為銀行保險業務規定，且實務上通常以保險人為廣告招攬主體，所以說，銀行保經代此部分的法律適用不充足。因金融消保法的制定，使保險人和銀行保經代為廣告、業務招攬、營業促銷有同一套法規可遵循，也使銀行招攬人員藉遵守內部控制及稽核制度間接遵守金融消保法之規定，減少法規遵循所支出的成本，所以是屬於正面影響。

二、適用的態樣與應遵守或禁止之事項

原本的保險法規多是規定廣告招攬，至多到業務招攬，但在某些情況，廣告、業務招攬、營業促銷活動是無法分割的，所以金融消保法擴張規範態樣，基本上是符合實務所需。以「保險業招攬廣告自律規範」為首的保險相關法規，這些法規對保險人如何進行廣告業務招攬有很完整的規定，並就保險商品特性做深入規定，但是關於拘束銀行保經代的法規，卻呈現不足的狀態。而金融消保法授權子法對於廣告業務促銷應遵守或禁止之事項的制定實際上與「保險業招攬廣告自律規範」前半段幾乎相符，反而因只是原則性規範，並未如該自律規範般詳細，因此，就金融消保法未規定之特別事項，保險人還需回歸適用「保險業招攬廣告自律規範」等相關規範。所以，金融消保法的制定對保險人影響在於業務招攬、營業促銷活動於金融消保法的適用，以及違反這些義務會受到比產壽險公會所裁處更高額的罰鍰。至於銀行保經代，因保險相關法規對於保經代廣告招攬規定得很簡單，導致銀行保經代在適用金融消保法時，幾乎屬於全新的負擔，造成其營業成本上升，對其現階段的業務運行產生沉重的負擔。

三、擔保義務

金融消保法讓原本只有保險人所應盡到的廣告擔保義務提升到法律位階，而使保險人和銀行保經代皆應確保廣告、業務招攬、營業促銷活動所使用的廣告文宣、說明以及資料之真實，並對要保人擔保該說明以及資料將於保險契約中實現，以加強對要保人之保護，而「保險業招攬廣告自律規範」就已經要求保險人履行此義務，所以對其影響甚微。然而對於銀行保經代而言是屬於新的要求，其需調整招攬策略以符合規定，其中當然會有一定的成本支出，然而相較對要保人權益之保護，應認為是屬於銀行保經代應承受的負擔。

四、裁罰規定

相對於保險人過去違反廣告招攬義務所受的裁罰，保險人依金融消保法第12條回歸適用保險業法，除了可能承受的罰鍰大幅增加外，也因適用態樣的擴

張，導致受罰的機率增高，造成其避免受罰的法規遵循成本上升，以及增加趨避風險的成本，對其會產生影響，但保險人可以小心謹慎避免，而且受罰與否是屬於不確定成本，因此對於其財務的影響不若想像中的大。然而，對銀行保經代而言，雖然之前廣告招攬不實會因違反保經代管理規則為由，受到保險業法嚴厲的處罰，但也僅限於廣告不當招攬此一項目，現在銀行保經代卻因金融消保法廣告招攬促銷規定所施加的義務，必須學著接受受罰可能性增加之現狀，其成本支出增加，財務業務負擔會重於保險人。

另外，銀行保險業者於違反金融消保法第 8、9、10 時應視為未建立或執行內部控管規範及控管之作業流程，回歸適用保險業予以處罰，雖然相較於過去違反法規規範之裁罰規定似有若無的情形，已經確保銀行保險業者違反法定義務時都會受到處罰。但是，保險業法的規定是一個原則性的處罰規定，並無法對各種違反態樣進行具體的處理，而導致無法完全達到監理目的之後果。因此，本文認為金融消保法應參酌消費者保護法的規定，直接就廣告、業務招攬、營業促銷活動、說明義務以及適合度評估，個別制定罰鍰的額度或是停止部分業務或限制業務範圍等其他種類行政罰。

五、比較表

以下就金融消保法和銀行保險相關法規對於廣告、業務招攬、營業促銷活動的規定做出比較列表：

表六 廣告、業務招攬、營業促銷活動規定之比較表

比較種類 \ 規範	金融消保法		銀行保險相關法規	
	保險人	銀行保經代	保險人	銀行保經代
規範法規	兩者皆為金融消保法之涵攝範圍		保險業廣告招攬自律規範	保險經紀人管理規則
			保險業經營電子商務自律規範	保險代理人管理規則

		保險業招攬及核保理賠辦法	保險業招攬及核保理賠辦法 (及於代理人)
規範態樣	廣告 業務招攬 營業促銷活動	廣告招攬 少部分業務招攬	少部分廣告招攬 少部分業務招攬
遵守之事項	以金融服務業名義為之、完整提供交易條件資訊、淺顯易懂表達方式、擔保義務	<ul style="list-style-type: none"> ● 遵守左列事項 ● 投資型保險商品、保證承保保險商品招攬廣告、電子商務招攬、電話行銷有特別規定 ● 廣告應經保險公司核可、應設置銷售專區 	廣告應經保險公司核可、應設置銷售專區
禁止之事項	違反法規、招攬人員惡意隱匿或詐欺之情事、招攬人員為不當之業務競爭、冒用商標、行銷未經核准商品、刻意以不明顯字體標示附註與限制事項	與左列相同	不實廣告招攬 不當業務招攬
裁罰規定	未建立或執行內部控制及稽核制度，回歸適用保險業法處新台幣 60 萬元以上 300 萬	<ul style="list-style-type: none"> ● 未建立或執行內部控制及稽核制度， 	限期改正、或併處新台幣 90 萬元以上 450 萬元以下罰

	元以下之罰鍰	回歸適用保險業法處新台幣60萬元以上300萬元以下之罰鍰 ● 提報各該公會理事會，處以新台幣5萬元以上，新台幣20萬元以下之罰鍰	鍰；情節重大者，並得命令停止執業或撤銷執業證書（保險法100年6月29日修正前）
--	--------	---	--

第二節 說明義務規定

金融消保法對於說明義務的規定，有助於強化保險人或銀行保經代說明義務之履行，雖對保險人和銀行保經代的經營成本會帶來一定的影響，以下就金融消保法說明義務規定對銀行保險業務的影響做總結：

一、規範主體

原先保險相關規範所規範主體不一，造成銀行保險業者適用上的困難，而且投資型保險銷售自律規範甚至有保險人需以合約要求保險經紀人、代理人遵守該自律規範之不當規定。所以，金融消保法對於保險業的定義，使保險人或銀行保經代不會再有因不同招攬方式或不同險種而需適用不同法規之情形，減少適用法規的成本。

二、說明義務履行方式

說明義務履行方式有以書面文件、網路虛擬方式履行或口頭之方式履行。過去，只有在投資型商品相關法規或電子商務招攬相關法規有制定，會讓招攬人員在銷售一般保險商品時，忽視說明義務的履行。所以，金融消保法子法規定應以書面文件網路等適當方式，向要保人揭露說明義務重要內容，基本上會督促銀行保險業者說明義務的履行。但是與過去相比，其實仍會對保險人和銀行保經代經營成本造成影響，但是書面文件製作、網路系統建構所花費的成本不高，對保險人和銀行保經代影響不大，只要略為調整即可達到金融消保法之要求。

三、說明義務應揭露之重要內容

原本的銀行保險相關法規範對於保險人或銀行保經代應揭露的重要內容，都是屬於原則性的要求，詳細完整規範多集中於投資型保險商品等風險性高的保險商品。現因金融消保法和授權子法規定金融服務業者應揭露的重要內容，讓保險人或銀行保經代在銷售一般保險商品時，都應盡說明義務。但是，說明義務的履行不僅要以要保人充分瞭解的方法為之，還需花許多時間成本以調查蒐集應揭露的重要內容，使保險人或銀行保經代經營成本負擔加重，對其財務、業務的營運造成較以往沉重的負擔。

在銷售投資型商品方面，因金融消保法規定未完整，保險人和銀行保經代則必須回歸適用投資型保險商品相關規定，所以對於營運不會產生新的負擔。

四、行政法上處罰和民事上權利

行政上處罰對保險人和銀行保經代的影響與廣告業務招攬營業促銷活動幾近相同，對保險人和銀行保經代財務負擔上會產生一定影響，不過影響程度如何仍取決於其守法與否。至於金融消保法未直接規定裁罰的缺點已經論述，茲不再贅述。

然而，關於民事上的主張，因為金融消費者服務法第 11 條之規定是屬於獨立之請求權基礎，使要保人較以往容易提訴，所以可預期保險人和銀行保經代將會增加許多訴訟成本，對其財務會造成影響。

五、比較表

以下就金融消保法和銀行保險相關法規對於說明義務的規定做出比較列表：

表七 說明義務規定之比較表

比較種類	金融消保法		銀行保險相關法規	
	保險人	銀行保經代	保險人	銀行保經代
規範之法規	兩者皆為金融消保法之涵攝範圍		金融控股公司法 共同行銷辦法 投資型保險商品 相關規範 保險業經營電子 商務自律規範 外幣收付之非投 資型人身保險業 務應具備資格條 件及注意事項	保險經紀人管 理規則 保險代理人管 理規則 投資型保險相 關法規(直接訂 明或以合約要 求遵守)
履行方式	<ul style="list-style-type: none"> ● 書面、文宣、網頁：全部保險商品 ● 口頭：電話行銷 		<ul style="list-style-type: none"> ● 書面：投資型保險商品 ● 網頁：電子商務招攬 ● 口頭：電話行銷 	<ul style="list-style-type: none"> ● 書面：投資型保險商品 ● 口頭：電話行銷
應揭露之重要內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 全部保險商品：對保險商品或服務之重要權利、義務及責任；應負擔之 		<ul style="list-style-type: none"> ● 全部保險商品：善盡專業之說明及充分揭露相關資訊 ● 投資型保險商品：保險公司基 	

	<p>費用及違約金；權利行使、變更、解除及終止權之方式及限制；所生紛爭之處理及申訴之管道；商品或服務的保障機制</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 投資型保險商品：投資風險、匯率風險 	<p>本資料；投資標的之揭露；投資風險與警語；應負擔之費用及違約金；權利行使、變更、解除及終止權之方式及限制；投資型保險商品受人身保險安定基金保障之範圍及條件</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 結構型保險商品特殊應揭露事項 	
行政法上處罰	<p>未建立或執行內部控制及稽核制度，回歸適用保險業法處新台幣 60 萬元以上 300 萬元以下之罰鍰</p>	<p>依金控法第 60 條第 13 項，處以新臺幣二百萬元以上一千萬元以下罰鍰</p>	<p>限期改正、或併處新台幣 90 萬元以上 450 萬元以下罰鍰；情節重大者，並得命令停止執業或撤銷執業證書(保險法 100 年 6 月 29 日修正前)</p>
民事上權利	<ul style="list-style-type: none"> ● 要保人以金融消費法第 11 條為請求權基礎，請求負擔損害賠償責任 ● 銀行保險業者負擔舉證責任 	<ul style="list-style-type: none"> ● 要保人回歸適用民法或消費者保護法第 22 條主張權利 ● 要保人負擔舉證責任 	

第三節 適合度之規定

普通保險商品適合度規定的履行雖然有助於減少保險爭議，但會對銀行保險業務的營運產生負擔，使其經營成本上升。而關於行政法上處罰與民事權利的主張，已經論述，不再說明，以下就金融消保法適合度規定對銀行保險業務的影響做總結：

一、適合度評估內容

過去因為銀行保險相關法規適合度規定不足，所以只有在銷售高風險性投資型保險商品才會履行適合度評估義務，而因金融消保法的制定，使適合度評估義務成為保險人和銀行保經代的法定義務，其銷售普通保險商品時，會對其營運成本產生較重的負擔。而金融消保法投資型保險商品的適合度評估義務，則未對保險人或銀行保經代帶來影響。

二、適合度評估的實踐

其實金融消保法及授權子法對於適合度評估書面的填寫並無記載，只是金管會對銀行保險業者書面的要求，以及保險人確認義務之規定，都在金融消保法制定發布後所公布，雖未有直接關聯，但也可認為是金融消保法制定的附加效應，但對銀行保險業者而言，實際上支出成本並不算高，應不會帶來太大的負擔。

三、適合度評估要求趨嚴

過去要保人想買一個被評估為不適合自己的保險商品，只要簽下聲明書或風險預告書即可，但是這對市場的潛在威脅太大，所以金融消保法未設有適合度的例外規定，要求要保人需符合適合度才能購買該保險商品或服務，就長遠來看，是屬於長痛不如短痛。再者，此舉也有助於穩定保險市場。所以，金融消保法適合度規定未設有例外規定，較之前設有例外規定的金融法規為佳。

四、適合度評估要求過嚴

金融消保法授權子法規定任何保險商品都需要盡相同的適合性評估義務，然而，保險人或銀行保經代而言，對於純財產保險商品及損失填補性質保險等的保險商品作複雜的適合度評估會有不符合經濟效應的情況。因此，對於內容不同的保險商品應設定不同等級的適合度評估分析，就純財產保險商品及損失填補性質

的保險商品作簡易的適合度評估即可，如此不僅使保險人或銀行保經代該部分的經費支出能較為彈性，也能達到適合度規定的目的。

五、比較表

以下就金融消保法和銀行保險相關法規對於適合度的規定做出比較列表：

表八 適合度規定之比較表

規範 比較種類	金融消保法		銀行保險相關法規	
	保險人	銀行保經代	保險人	銀行保經代
適用之法規	皆為金融消保法涵攝範圍		投資型保險商品銷售應注意事項 人身保險業辦理財富管理業務應注意事項(壽險) 境外結構型商品管理規則 招攬及核保理賠辦法	保險經紀人管理規則 保險代理人管理規則 投資型保險商品銷售應注意事項 境外結構型商品管理規則 招攬及核保理賠辦法(及於代理人)
評估內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 要保人屬性之瞭解：基本資料、接受客戶原則、了解客戶審查原則 ● 財產保險及非投資型保險商品或服務：要保人了解程度、要保人的需求、要保人的風險承受度 ● 投資型保險商品 		<ul style="list-style-type: none"> ● 財產保險及非投資型保險商品或服務：應評估要保人的需求及適合度 ● 投資型保險商品或服務之適合度事項：招攬原則、承保原則、核保審查原則、複核抽查原則、客戶資料運用及保密 	

	或服務：要保人適合性的鑑別、要保人投資性向、管理機制之建立	
例外規定		簽下聲明書或風險預告書，就可以申購逾越風險等級的商品

第四節 金融消費爭議處理機制

金融消保法廣告業務招攬營業促銷活動、說明義務、適合度評估義務大量參酌原有的金融法規，而金融消費爭議處理機制則完全不同，是屬於新創立的一元化爭議處理機制，終結我國施行已久的多元爭議處理機制。所以，這套創新的制度，讓要保人及銀行保險業者更易適用。然而，金融消保法未規定跨業經營所產生的缺失，在爭議處理程序展現得更明顯，因此銀行保險業務在適用此機制時，銀行會呈現權責不明的狀態。另外，因保險人與代理人負連帶責任之故，也使實務運作在申訴主體方面產生混淆。以下總結金融消費爭議處理機制的適用對銀行保險業務的影響：

一、一元化爭議處理程序的影響

我國原先多元申訴管道有許多缺陷，但是，申訴管道一元化能解決之前爭議程序分立所產生的問題，而且一元化爭議處理程序有責任劃分明確、作業流程統一標準化、裁決與民事確定判決有同一效力之優點，能達成訴訟替代性解決的目的，與多元申訴管道相比，更能保護要保人的權益，所以一元化爭議處理程序的創立對銀行保險業務的保險爭議後續處理，帶來相當正面的影響。

二、銀行責任的問題

因銀行保險是歸類在保險業務的原因，因此銀行不可能成為申訴對象，所以要保人對於銀行保險招攬爭議，以銀行為申訴對象時，銀行會以不屬於自己責任為由不受理駁回，而且要保人在進入爭議處理程序後，也無法以銀行為申訴對象，

然而，銀行在銀行保險招攬的關鍵性地位是無法被忽視的，所以評議委員審理案件或請求調閱資料時會產生困難，在最終評議決定時，銀行也不可能成為應負責任的主體。然而，銀行不為責任主體，不僅會使銀行權責不相符，還會違反「應由肇致損害者負賠償責任」之法理。所以，所以金融消保法未規定跨業經營，並不妥適，會造成適用上的問題。

三、 保險人與保險代理人連帶責任之疑義

「申訴階段」和「連帶責任」是分屬於責任成立和損害賠償兩種不同層次的問題，然而，卻因為保險人和保險代理人對於要保人的損害要負連帶責任的原因，就認為在申訴階段，要保人對於銀行保險招攬爭議，得自由選擇以保險人或保險代理人為申訴對象。但是，兩者法理截然不同，而且要保人就銀行保險招攬爭議，若選擇以保險人為申訴對象會造成受理與否、試行調解、審理對象和費用收受的問題。因此，以負賠償責任的主體認定申訴對象是不當的，會造成金融消費爭議處理機制適用上的問題。

所以，為了防止實務再度混淆「申訴階段」以及「連帶責任」兩不同層次的對象範圍，本文認為應規定如因不當招攬所導致的招攬糾紛，只能以招攬主體為申訴對象，若以非招攬主體為申訴對象，被申訴公司和爭議處理機構皆應以當事人不適格駁回。

第五節 綜合討論

銀行保險業務在適用金融消保法時，會面臨一些共通的問題，例如在金融消保法制定後，原先銀行保險所適用的法規有無刪除的可能性？以及最重要的，金融消保法未規定跨業經營，對於銀行保險業務的整體影響為何？以下會就這些共通問題做出總結：

一、銀行保險所適用法規的問題與建議

在金融消保法制定前，銀行保險業務所適用的廣告業務招攬、說明義務、適合度評估相關法規，都是授權子法、無法源依據的注意事項以及產壽險公會制定的內規，所以可知，銀行保險業務原先適用的法規會有法律位階混亂之問題，而且因授權的法律、制定規範的機關不同，會導致制定的法規主體範圍不同、規範業務不同、規定內容不同、裁罰規定不相同，而有法規過於繁雜之問題。導致不同銷售主體在不同銷售通路銷售同一保險商品會有適用法規不同的情形，並使銀行保險業者需支出許多額外的成本以遵循複雜的法規。

然而，金融消保法的制定有助於解決此問題，原因之一是金融消保法是將這些義務納入規範，成為金融服務業者和金融消費者必須統一遵循的法律，原因之二是金融消保法是大量參酌原先存在的金融法規所訂立。因此，在金融消保法與銀行保險所適用的相關法規互相檢驗後，可以分成兩個情況來瞭解如何刪減保險相關法規，第一種情況是保險相關法規的規定內容與金融消保法或其授權子法條文的子項目相同，或是兩方的條文內容幾乎完全雷同，如銀行保險業者銷售投資型商品時應適用金融消保法第 9 條，而「人身保險業辦理財富管理業務應注意事項」、「投資型保險商品銷售應注意事項」之瞭解客戶準則等規定，卻與本條授權子法投資型商品規範雷同，在發生這種情況時，應將相關規範刪除。第二種情況是金融消保法或其授權子法適用不足時，仍需適用其他法規，如銀行保險業者銷售投資型商品時需盡說明義務，但金融消保法第 10 條授權子法並未完善規定投

資型商品說明義務內容，所以需適用「投資型保險投資管理辦法」等法規，因此，在這種情況下，若各法規對於其業務有特別規定之處，而且具法律授權，原則上應予以保留以供銀行保險業者或要保人適用。

所以關於法規的修訂，若銀行保險業務所適用的法規與金融消保法或其授權子法規定相同，或雖文字不同，但意義相同時，應予刪除。然而，法規若是為特定行業、特定目的所制定，而且作為原則性規範的金融消保法未有規定，則應尊重立法者的決定，予以保留。

二、金融消保法規主體的問題與建議

金融消保法未採取跨業規範，所以綜觀銀行保險適用金融消保法第 8、9、10 條以及金融消費爭議處理程序可知，雖說保險人是透過銀行通路銷售保險商品，而實際上銀行也是對保險招攬具有直接影響力者，然而依銀行保險架構，銀行仍必須透過讓銀行行員登錄在合作保險公司或銀行轉投資的保經代，以招攬保險商品，使得真正應盡到金融消保法所規定的義務，和成為爭議處理程序主體的是保險公司和銀行保經代，銀行的角色被淡化。

然而，將銀行保險業務歸類於保險業，會忽視銀行保險業務是「銀行」+「保險」的整合，所以在適用金融消保法時，忽略銀行的行業特性，像是對要保人進行廣告業務營業促銷活動，會忽視「銀行」金字招牌對客戶吸引力遠非保險公司可比，或是金融消保法授權子法規定銀行對於投資型商品應進行上架前審查，歸類於保險業的銀行保險業務卻無法適用該法，但實務上銀行還是會對商品進行檢驗。而於爭議處理程序，更是忽略在招攬糾紛中，銀行才是真正應負責的主體。在無責的情況下，銀行會只專精於督促銀行招攬人員賣更多產品，而疏於對銀行招攬人員的監管，並忽略不當招攬方式所會造成的負面影響。所以建議採取以下方式改正現行缺陷：

(一)銀行為招攬主體

因金融消保法立法時未考量跨業經營的實務現狀，惟有改正分業規範的方式，才能真正解決銀行在銀行保險業務中權責不相符之情形，以及防止因銀行無庸負責所引發的效應。因此，本文認為為了改正銀行保險架構的缺陷，金融消保法應增訂金融服務業者跨業經營型態之法規，使跨業經營成為金融消保法規範所及的範圍，成為銀行跨業經營保險業務的直接法源，讓銀行可以成為銀行保險業務的經營主體，如此，會直接引領銀行保險架構之改變¹²⁹，使銀行招攬人員可直接隸屬於銀行之下，銀行成為應對招攬人員不當招攬行為負責的銷售端，保險人則是應負商品責任的產品端。如此一來，銀行需以招攬主體的身分遵守金融消保法第8、9、10條、金融消費爭議處理程序及其授權子法的規定，並產生以下的改變：

1. 銀行成為廣告、業務招攬以及營業促銷活動的實行主體。
2. 銀行成為說明義務主體，向要保人揭露保險商品或服務的重要內容。
3. 適合度評估成為銀行的法定義務，因此銀行招攬人員向要保人推介適當保險商品時，若銀行是登記成為保險經紀人，就不會產生的潛在利益衝突。然而，銀行若是登記成為保險代理人，仍會有潛在利益衝突，只不過是存於銀行、客戶與保險人間。
4. 金融消費爭議處理程序方面，銀行保險招攬爭議發生時，銀行既是責任主體，要保人得先向銀行提起申訴，讓銀行有機會再度審酌該招攬爭議。若要保人對申訴結果不服，則得以銀行為申訴對象，向爭議處理機構提出申訴。最後，銀行會成為評議結果的拘束主體，不僅讓替代訴訟爭議處理機構能達成解決

¹²⁹ 參考註 27，頁 124：我國可採取銀行向主管機關登記成為保險代理人後，於公司內部保險代理人部門的方式，直接經營保險代理人業務，但因保險代理人是為保險人利益行事，會有銀行利益、保險人利益與銀行客戶利益之衝突，所以對銀行經營保險代理人業務會附加一定的條件。因此，也可採取銀行登記成為保險經紀人，於內部設立保險經紀人部門，直接執行保險經紀人業務。惟不論採取何種方式，銀行無庸透過轉投資保經代公司的方式執行保險業務，而可與保險公司直接簽訂契約合作銷售保險商品。

紛爭的目的，使要保人權益更受保障，更重要的是，肇致要保人損失之銀行終能負起責任，使其銀行權責終於相符。

(二)嚴管銀行保經代

然而，就我國銀行保險實務現況，若以上的建議無法實現，則需採取嚴管銀行保經代的方式保障要保人之權益。就法規層面而言，銀行保經代相關規定較保險人相關規定更為不足，而主管機關的監管也呈現較鬆懈狀態，使銀行保經代常心存僥倖，產生眾多保險爭議，追根究柢是因銀行保經代行銷保險商品時應盡的義務並未被嚴正看待。然而，除金控公司保險銀行子公司相互合作的模式外，銀行多是採取轉投資保經代的方式經營保險業務，為符合實務現狀以及因應金融消保法之施行，主管機關應採取嚴管銀行保經代之策略，就銀行保經代所經辦事件的重要性施以不同等級的監督管理，為達此目的，可以從銀行保險相關法規之修正，以及加強主管機關監督力度著手。若採取此種監管方式，則銀行保險架構將成為二方合約之形式，即在金控公司中，經營主體為保險人和銀行，然於非金控公司體系中，經營主體則為保險人和銀行保經代，由其擔負金融消保法所要求的義務，若有可歸責之事由，皆由這些經營主體負起責任，主管機關則藉由加強監督之方式督促經營主體責任之履行。惟應注意的是，不論採取何種模式下，保險人或銀行保經代行銷保險商品時，皆需設置銷售專區讓要保人易於辨識，以作為保護金融消費者的第一道關卡，如此更能真確達到保護金融消費者、消弭後續爭議並維護保險市場安定之目的。

參考文獻

一、中文部分

(一)教科書

1. 王文宇,《公司法論》,元照出版有限公司,2008年。
2. 江朝國,《保險法基礎理論》,瑞興圖書出版社,2003年。
3. 胡浩,《銀行保險》中國金融出版社,2006年。
4. 張文武,《銀行保險-銀行兼營保險之策略》,財團法人保險事業發展中心,2000年。
5. 曾耀豐,《保險行銷之監理-先進各國之經驗與啟示》,財團法人保險事業發展中心,2012年。
6. 彭金隆,《金融控股公司:法制監理與經營策略》,智勝文化出版社,2004年。

(二)期刊

1. 王志誠,《金融行銷之控制及法制變革:金融消費者保護法之適用及解釋》。萬國法律第179期,2011年,頁3-11。
2. 杜怡靜,《金融商品交易法上關於說明義務之理論與實務上之運用-對連動債紛爭之省思》,月旦民商法學雜誌第26期,2009年12月,頁50-66。
3. 杜怡靜,《金融服務業者於金融商品販賣實之說明義務-以日本金融商品販賣法為例》,月旦法學雜誌第126期,2005年11月,頁5-18。
4. 汪信君,《保險法告知義務之義務性質與不真正義務》,台大法學論叢第36卷第1期,2007年3月,頁1-54。
5. 林育廷,《新金融爭端的有效解決-替代性金融爭端解決機制之過去、現在與未來》,月旦法學知識第199期,2011年12月,頁26-40。

6. 林建智、彭金隆、吳佳寧，《我國銀行保險業務監理架構之探討》，台灣金融財務季刊第十輯第4期，2009年12月，頁135-158。
7. 翁順裕、俞慧芸，《銀行保險-保險業與銀行業的相互依存》，保險實務與制度，2005年9月，頁173-192。
8. 孫惠瑛，《各國銀行保險與直效行銷發展概況》，保險資訊第178期，2000年6月，頁29-37。
9. 郝允仁、李雅婷，《銀行保險之實務分析》，建華金融季刊第24期，2003年12月，頁127-155。
10. 財團法人金融消費評議中心，《淺談金融消費者保護法之爭議處理機制—金融消費評議中心》，證券期貨月刊第30期，2012年，頁47-54。
11. 張冠群，《金融商品銷售適合性原則之法制分析—兼評台灣金融服務法草案第三十一條及相關規定》，高大法學論叢第5期，2009年9月，頁133-178。
12. 陳明哲，《由歐美經驗論銀行與保險之聚和在台灣發展可能的法展》，保險實務與制度第3卷第2期，2004年9月，頁141-162。
13. 葉啟洲，《從德國人資訊義務規範論要保人之資訊權保障》，政大法學評論第126期，2012年4月，頁291-356。
14. 趙清遠，黃義俊，《金控架構下銀行保險競爭優勢-以交互關係論》，保險經營與制度第6卷第2期，2007年9月，頁229-258。
15. 蕭富峰、張佩娟、卓峰志，《廣告學》，第二章廣告基本概念 PPT 版，智盛文化事業有限公司，2010年。
16. 趙清遠，《我國銀行保險市場行銷管理策略之研究》，保險實務與制度第3卷第1期，2004年3月，頁77-102。
17. 羅俊璋、盧永龍，《從金融消費者保護法論保險人說明義務》，法令月刊第63卷，第4期，2012年4月，頁68-90。

(三)研究報告

1. 王儷玲、彭金隆，《銀行保險行銷通路監理之研究》，2010年金管會委外研究計畫。
2. 金融研究發展基金管理委員會研究報告，《各國銀行通路辦理保險商品銷售制度之比較研究》，研究單位：世新大學，2012年。
3. 彭金隆、林建智，《我國銀行保險業務監理架構之改革》，2009年金融整合與服務創新學術研討會－銀行保險的機會和挑戰引言報告，2009年6月，頁1-18。
4. 彭金隆，《台灣銀行保險監理的三個問題》，2009金融服務整合與創新發展研討會PTT，2009年6月。

(四)碩士論文

1. 吳佳寧，《我國銀行保險業務監理架構之探討》，國立政治大學風險管理與保險學系碩士論文，2009年。
2. 楊麗萍，《建立單一金融消費處理機制之法制研究，頁127》，政治大學碩士論文，2011年。
3. 蔡佳真，《英國金融服務公評人制度之研究－兼比較我國金融申訴制度》，國立政治大學論文，2007年。

二、外文部分

1. Charles. M. Futrell, "ABC's of Relationship Selling through service" Publisher: McGraw-Hill/Irwin, 2004.
2. Federal Register, "Members' Responsibilities", Vol. 71, No. 124 Notices, 2821, Wednesday, June 28, 2006.
3. George Strang "Bancassurance and direct marketing pp32-26", LIMRA's Marketfacts, September/October, 1999.
4. Nadege Gentay & Philip Molyneux "Bancassurance", Macmillan Press, 1998.

5. NAIC “Testimony of Sandy Praeger, Kansas Insurance Commissioner and NAIC President-Elect Before the Senate Select Committee on Aging” , September 5 , 2007.

6. Swiss Re No7 , “Bancassurance development in Asia” , 2002.

三、網路部分

(一)網站

1. 工商時報

<http://mag.chinatimes.com/mag-cnt.aspx?artid=470> , 最後瀏覽日 2012 年 4 月 2 日。

2. 工商時報轉引自保險發展研究中心資料

<http://money.chinatimes.com/news/news-content.aspx?id=20110727001085&cid=1209> , 最後瀏覽日 2012 年 4 月 30 日。

3. 工商時報,《銀行通路壽險佣金 每年逾百億元》

<http://money.chinatimes.com/news/news-content.aspx?id=20120228000078&cid=1209> , 最後瀏覽日 2012 年 2 月 28 日。

4. 日本保險綜合監理方針 II-3-5-1-2 (17)、3-5-1-3(2)

<http://www.fsa.go.jp/common/law/guide/ins/02c.html> , 最後瀏覽日 2012 年 6 月 2 日。

5. 朱政龍律師,《關於金融消費者保護法的幾點疑問》,台灣法律網

http://www.lawtw.com/article.php?template=article_content&area=free_browse&parent_path=,1,561,&job_id=177147&article_category_id=2030&article_id=100869 , 最後瀏覽日 2012 年 5 月 10 日。

6. 林繼恆, 出自經濟日報

http://money.udn.com/wealth/storypage.jsp?f_ART_ID=248149 , 最後瀏覽日 2012 年 5 月 15 日。

7. 金融消費爭議評議中心

<http://www.foi.org.tw/FILES/%E4%B8%80%E8%88%AC%E5%85%AC%E5%91%8A%E5%8D%80%E5%85%AC%E5%91%8A1010319.PDF> , 最後更新日 2012 年 3 月 16 日。

8. 保險入口網 <http://www.yes.url.tw/html/tii.html> 。

9. 南山人壽網站

https://www.nanshanlife.com.tw/webapp/NanShan/public_site/index_main.jsp?MenuId=service.counter&Target=quick，最後瀏覽日 2012 年 4 月 20 日。

10. 英國金融服務公評人網站

<http://www.financial-ombudsman.org.uk/about/index.html>，最後瀏覽日 2012 年 5 月 30 日。

11. 英國金融服務公評人網站

<http://www.financial-ombudsman.org.uk/about/ombudsman-intro.html>，最後瀏覽日 2012 年 5 月 30 日。

12. 英國金融服務監理局網站

<http://fsahandbook.info/FSA/html/handbook/ICOBS>，最後瀏覽日 2012 年 5 月 30 日。

13. 富邦人壽網站

http://www.fubon.com/life/public_info/public_info_01/1-6-1.pdf，最後更新日 2012 年 5 月 29 日。

14. 經濟日報

http://money.udn.com/wealth/storypage.jsp?f_ART_ID=248149，最後瀏覽日 2012 年 5 月 15 日。

15. FIDReC : Dispute Resolution Process

<http://www.fidrec.com.sg/website/disputerp.html>，最後瀏覽日 2012 年 4 月 22 日。

(二)PDF 資料

1. 合作金庫人壽「傳統型個人人壽保險契約審閱期間自律規範 Q & A」

http://www.tcb-life.com.tw/images/JV_Q&A.pdf，最後瀏覽日 2012 年 4 月 30 日。

2. 遠雄人壽-投資型商品適合度調查評估表：

<http://whs1234.sg1012.myweb.hinet.net/tzsh.pdf>，最近更新日 2008 年 7 月 2 日。

3. 瞭解要保人及被保險人需求及適合度分析評估暨業務員報告書 (人身)

[http://www.ciaa.org.tw/Attachments/20110708/KYC\(%E4%BA%BA%E8%BA%AB\).p](http://www.ciaa.org.tw/Attachments/20110708/KYC(%E4%BA%BA%E8%BA%AB).p)

df，最後瀏覽日 2012 年 6 月 3 日。

4. 瞭解要保人及被保險人需求及適合度分析評估暨業務員報告書(財產)[http://www.ciaa.org.tw/Attachments/20110708/KYC\(%E8%B2%A1%E7%94%A2\).pdf](http://www.ciaa.org.tw/Attachments/20110708/KYC(%E8%B2%A1%E7%94%A2).pdf)，最後瀏覽日 2012 年 6 月 3 日。

