

保險消費權益之探討

黃明陽*

前言	參、保險業者之責任
一、消費者保護法適用於消費關係	一、保險契約之理賠責任
二、保險法適用於保險關係	二、保險產品之行銷責任
三、保險消費關係有消費者保護法規定之適用	三、損害賠償之責任
壹、保險消費關係之分析	肆、檢討與建議（代結語）
一、險消費關係是一種事實關係	一、主管機關應研訂更有效機制，保險消費權益才能獲得保障
二、保險消費關係之特性	二、積極落實推行消費者保護教育，保險消費糾紛才能有效減少
三、保險消費爭議之處理機制	三、保險業者必須重視消費者權益，保險事業才能永續發展
貳、保險消費契約之規制探討	
一、保險消費契約之立法規制	
二、保險消費契約之司法規制	
三、保險消費契約之行政規制	

前 言

原則上只要有一個法律行為，即可發生一個法律關係，而此種法律關係通常存在於二個人之間。例如買屋人與售屋人間的房屋買賣關係；父親買手機送兒子的贈與關係；男人與女人結婚的婚姻關係；員工與老板間的僱傭關係等等，均屬一定的法律關係。至於不同的法律關係，在民事方面，除了最基本的民法以外，通常都會適用不同的特別民事法律。

* 作者為行政院消費者保護委員會副秘書長。

一、消費者保護法適用於消費關係

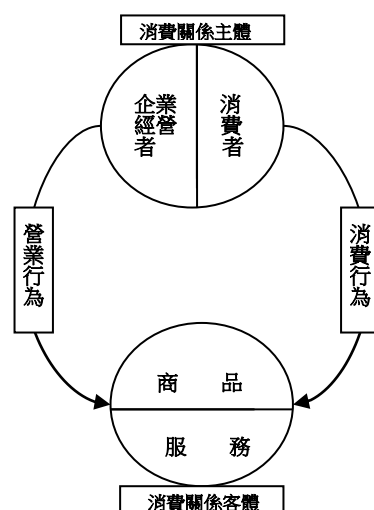
消費者保護法屬於特別民事法律的一種，具有民法特別法的地位，凡是消費的法律關係（簡稱消費關係），均有消費者保護法規定的適用。所謂消費關係，係指一切與消費有關的法律關係，主要係由①消費關係的主體、②消費關係的客體、③消費關係的行為等下列三個要素所構成¹（如附表）：

(一)消費關係的主體：消費者及企業經營者。

(二)消費關係的客體：商品（有形產品）及服務（無形產品）。

(三)消費關係的行為：消費者的消費行為及企業經營者的營業行為。凡是生活上的消費行為，均為消費者，惟此之「消費」行為，限為「最後消費」行為；凡有「營業」行為，即為企業經營者，且此之「營業」行為，不以「營利」為目的者為限。

一個法律關係，如果缺少上述其中任何一個要素，就不是消費關係，而是屬於其他種類的法律關係，因此，消費關係是一種特別的法律關係；也只有消費關係，才能適用消費者保護法的規定。



二、保險法適用於保險關係

有關保險問題，本文主要係以保險法的規範為範圍，不及於其他保險特別法，謹先敘明。保險法屬於特別民事法律（商事法）的一種，具有民法特別法的地位，凡是保險的法律關係（簡稱保險關係），均有保險法規定的適用。所謂保險關係，本質上是一種債權債務關係²，係指一切與保險有關的法律關係，只有保險關係才能適用

¹ 拙著「消費者保護法入門」，台灣商務印書館，2006年3月出版。頁3以下，針對消費關係予以詳細論述。

² 劉春堂著「消費者保護法與保險事業」，刊於全國消保官保險消費爭議案例研討會（94

保險法的規定。由於保險關係亦有其一定的要件（必須與保險有關），所以也是一種特別的法律關係³，依照保險法規定，保險關係主要有下列兩大類型：

(一)保險契約關係類型：保險法第 1 條至第 135 條，主要為保險契約的適用規範，屬於民商法（私法）關係，可逕以保險契約法稱之。保險依其適用的法律不同，可分為一般保險與特別保險：

1.一般保險：凡是適用保險法規定之保險，屬於一般保險，尚可分为下列二類，為本文論述重點。

(1)財產保險：係指以財產為保險標的之保險，包括火災保險、海上保險、陸空保險、責任保險、保證保險、其他財產保險等六種。

(2)人身保險：係指以人為保險標的之保險，包括人壽保險、健康保險、傷害保險、年金保險等四種。

2.特別保險：凡是適用保險法以外特別法律之其他保險，屬於特別保險。例如全民健康保險、公務人員保險、勞工保險、農民健康保險等，依保險法以外特別法律規定的保險，屬之。

(二)保險業管理關係類型：保險法第 136 條以下，主要為保險業及從業人員的管理規範，屬於行政法（公法）關係，可逕以保險業法稱之。

1.保險業：依保險法第 6 條規定：「本法所稱保險業，指依本法組織登記，以經營保險為業之機構。」合法的保險業，必須具有下列三大要件：

(1)保險業在組織上須為一種機構：由於機構屬於一種團體組織，以下列三種組織架構為主，個人不得為保險業。

年 5 月 10 日至 5 月 12 日)。保險關係本質上為債權的契約關係，保險契約之締結，事實上係利用保險約款為之，保險約款可謂係保險交易之自治立法，在實務上已成為種實質的保險交易制度或規範。

³ 劉春堂前揭文，同註 2。保險是一種法律關係，同時也是一種根據危險分散之法則，將少數人之危險，由多數人分擔其損失，具有高度互助性之社會經濟制度，係風險管理之重要手段，為現代國家社會所不可或缺之一項理財與保障工具。

- ①保險公司：主要為股份有限公司之組織，此為保險法規定保險業最主要的組織型態。依保險法規定，其股票不得為無記名式，除保險法有特別規定外，適用公司法關於股份有限公司之規定。
 - ②保險合作社：此為保險法規定的一種特殊的保險組織型態。保險法第 156 條規定，保險合作社除依保險法規定外，適用合作社法及其他有關法令之規定，以符合保險合作社的特性。
 - ③特別保險機構：係指依保險法以外特別法律規定，所成立之保險業。例如中央信託局、勞工保險局、國民健康保險局、郵政儲金匯業局等，雖不符合保險公司或保險合作社組織型態，亦可以辦理保險業務。
- (2)保險業在業務上須以經營保險為業的機構：保險業務的類型，依其營業目的為標準，主要可分為營業保險與社會保險二種，如非以經營保險為業者，即非保險業。
- ①營業保險：保險法所規定的一般保險，原則上均以營利為主，故均屬營業保險。
 - ②社會保險：在保險法外另行訂定通過特別法律，以規範經營的特別保險，例如公務人員保險、勞工保險、全民健康保險等，主要係為因應社會特別需要，原則上不以營利為其目的，通常均具有強制保險的性質，故均屬社會保險。
- (3)保險業在程序上須依保險法組織登記：依保險法第 137 條第 1 項規定：「保險業非申請主管機關核准，並依法為營業登記，繳存保證金，領得營業執照後，不得開始營業。」可見我國對於保險業係採特許主義⁴。未依程序辦理取得營業執照者，即為非合法的保險業，其所訂立的保險契約無效，但應注意下列情形：

⁴ 劉宗榮著「保險法」，自版，1995 年 8 月初版 1 刷，頁 54。保險人資格之取得，採特許主義。

- ①無效行為之轉換：保險契約雖然無效，但是可以依民法第 112 條「無效之法律行為，若具備他法律行為之要件，並因其情形，可認當事人若知其無效，即欲為他法律行為者，其他法律行為，仍為有效。」之規定，而將其視為類似保證等行為處理。作為認為：此時保險契約可能轉換成一種無名契約，企業經營者應負契約所提供之保證責任。
- ②仍應負相當責任：保險契約雖然無效，但是可以依民法第 113 條「無效法律行為之當事人，於行為當時，知其無效或可得而知者，應負回復原狀或損害賠償之責任。」之規定，追究其責任。
- 2.保險輔助人：係指輔助推廣保險事業之人，主要有下列三種人員。
- (1)保險代理人：依保險法第 8 條規定，係指根據代理契約或授權書，向保險人收取費用，並代理經營業務之人。保險代理人專門代理保險業簽發保單及處理保險理賠事宜。
- (2)保險經紀人：依保險法第 9 條規定，係指基於被保險人之利益，代向保險人洽訂保險契約，而向承保之保險業收取佣金之人。此之所謂「經紀」，屬於民法上「居間」性質，俗稱「仲介」。保險經紀人專門代要保人向保險業洽訂保險契約，提供保險仲介服務。
- (3)保險公證人：依保險法第 10 條規定，係指向保險人或被保險人收取費用，為其辦理保險標的之查勘、鑑定及估價與賠款之理算、洽商，而予證明之人。保險公證人專門提供保險公證服務事宜。
- 3.保險業務員：依保險法第 8 條之 1 規定，係指為保險業、保險經紀人公司、保險代理人公司，從事招攬保險之人。尚可分為
- (1)公司職員：保險業務員為其所屬公司的受僱人，無論內勤人員或是外勤人員，其業務上的行為均視為該公司的行為。
- (2)非公司職員：非公司職員，僅受保險公司委任，在外招徠保險，向保險公司收取佣金之人，可視為保險公司之特約代理

人⁵。

- 4.保險相關事業：依主管機關金管會明令解釋⁶，僅從事提供保險相關事業財務或投資有關之管理、諮詢、顧問服務，並以收取手續費（包括佣金、服務費、管理績效獎金等）為收入之事業，係屬保險法第 146 條第 4 項所稱「其他經主管機關認定之保險相關事業」，惟該事業之從業人員，應具備各主管機關所訂定之資格條件。

三、保險消費關係有消費者保護法規定之適用

(一)保險消費關係

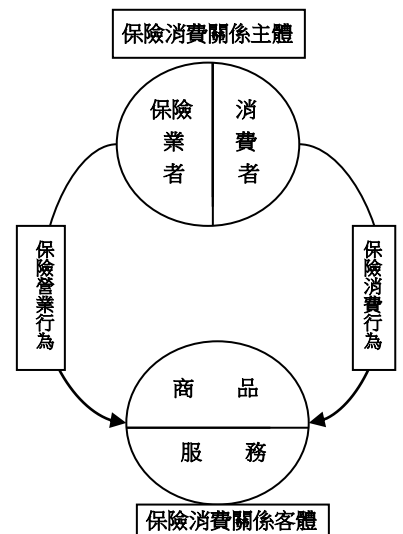
所謂保險消費關係，係指以消費為目的所成立的保險關係，主要係由①保險消費關係的主體、②保險消費關係的客體、③保險消費關係的行為等三個要素所構成（如附表）。

- 1.保險消費關係的主體：保險消費者及保險業者。
- 2.保險消費關係的客體：商品（有形產品）及保險服務（無形產品）。
- 3.保險消費關係的行為：消費者的保險消費行為及保險業者的保險營業行為。

保險消費關係因與保險有關，且又以消費為目的，因而兼具保險關係與消費關係二種特質，在法律適用上即有可能發生保險法與消費者保護法競合的問題。

(二)法律適用

對於保險消費關係，在處理上應該要「尊重保險專業的特殊性」，以保險專業原則去規範保險交易行為，因而保險法有規定部



⁵ 施文森著「保險法總論」，頁 34。

⁶ 金管會 93.09.07. 金管保三字第 09302540950 號令。

分即應優先適用；另外，也要「確保保險交易的公平性」，以契約公平原則去檢視保險交易契約行為，故亦有民法及消費者保護法規定的適用。至於法律的適用順序，原則上應遵守下列二個原則：

1.特別法優先普通法適用原則：在一個法律關係上，同時存在多種法律規範，該等法律間具有所謂的特別法與普通法關係時，即應適用本項原則。例如保險法與消費者保護法均為一般民事的特別法，與一般民事最基本法律規定的民法，具有下列特別法與普通法的適用順序關係：

(1)特別法優於普通法原則：保險法或消費者保護法有規定的部分，應優先民法適用，此時特別法的相關規定即取代民法的適用。

(2)普通法補充特別法原則：保險法或消費者保護法未規定的部分，為免形成法律漏洞，仍有民法相關規定的補充適用。

2.法律競合時的擇一適用原則：一個事件，如果從不同的角度切入，可能會有不同的法律關係存在，而可以分別適用各該不同的法律，此即所謂法律競合現象。所謂法律競合，係指在一個法律關係上，同時存在多種法律規範，並無先後強弱效力問題，須視問題的特質作為取捨依據。例如保險消費關係，除了具有保險的特性，可以適用保險法規定外，既然是以消費為目的，本質上屬於消費關係的一種，當然也可以適用消費者保護法，這是一種法律競合現象。消費者保護法為其他保護消費者法律的基本法，因此發生消費問題時，即會有不同的法律產生競合，在適用上必須加以選擇取捨。其取捨原則如下：

(1)消費者優先適用消費者保護法原則：對於消費者而言，發生法律競合時，這些法律仍均為有效的法律，均可適用，不過依一事不再理原則，原則上一次只能使用一種法律，如該法律已發揮作用，即不可再援引其他法律再為請求。故以消費者角度而言，應選擇對消費者自己最有利之法律適用原則，即所謂「賠償優先適用消費者保護法原則」辦理，最為有利。

(2)主管機關先專業法律後基本法律原則：由於消費者保護法僅

屬基本性的原則規定，並未針對某種行業特性予以詳細周延的具體規定，故主管機關在處理相關消費問題時，應採用下列「管理優先適用專業法原則」：

- ①原則：為求事件處理的迅速實效，主管機關原則上應先行適用該行業的專業法令，在該專業法令規定不足時，始援引消費者保護法相關規定予以解釋適用。如認所主管的相關法規及消費者保護法仍不足據以處理時，應即積極檢討研訂相關法規，不應以法規不足為由，致消費者的權益遭受損害。
- ②研修：如該專業法令規定不符合消費者保護法保護消費者權益的基本精神或原則時，行政院消保會即應要求各該主管機關研修相關規定，俾與消費者保護法規定一致。

壹、保險消費關係之分析

本節主要係從消費關係角度來探討保險消費關係。

一、保險消費關係是一種事實關係

保險消費關係，主要係由①保險消費關係的主體、②保險消費關係的客體、③保險消費關係的行為等三個要素所構成，就保險法而言，保險關係必須具有一定之成立要件，始能適用保險法規定；但是由於消費關係為一種事實關係，只要有一定之事實（事實上從事保險營業之保險業者、事實上投保保險消費之消費者），即可成立保險消費關係。因此，即使保險消費關係並不符合保險法規定，但仍可適用消費者保護法相關規定。

(一)保險消費關係的主體：保險消費者及保險業者。

- 1.保險業者：從事保險營業行為的企業經營者，依其參與保險服務下列產銷過程的不同，各應負消費者保護法規定不同的產品責任外；另應負保險法第 153 條及消費者保護法規定的連帶責任。

- (1)設計保險服務業者：例如保險公司或保險經紀人，對其所設計的保險服務如有瑕疵，應對受害消費者負產品的設計者無過失責任。
- (2)提供保險服務業者：例如保險公司或保險代理人或保險公證人或保險經紀人，對其所提供的保險服務如有瑕疵，應對受害消費者負產品的製造者無過失責任。
- (3)進口保險服務業者：例如外國保險公司的國內代理商，對其進口的保險服務如有瑕疵，應對受害消費者負產品的輸入者無過失責任。
- (4)經銷保險服務業者：例如保險代理人、保險經紀人等保險契約之輔助人，原則上均應負保險服務經銷者責任，對其所經銷的保險服務如有瑕疵，應對受害消費者負產品的經銷者推定過失責任。

另外，保險業務員，屬於僱用該業務員公司的使用人，應由該僱用公司負其應負之產品責任。保險業務員管理規則第 15 條並明文規定，保險業務員經授權從事保險招攬之行為，視為該所屬公司授權範圍之行為，所屬公司對其業務員之招攬行為應嚴加管理並就其業務員招攬行為所生之損害依法負連帶責任。因此，對於保險公司業務員的行為，應類推適用民法第 224 條債務人之使用人關於故意或過失責任之規定，保險公司應與自己之故意或過失，負同一責任⁷。此之業務員，解釋上應包括非公司職員，僅受保險公司委任，在外招徠保險，向保險公司收取佣金之人在內。

在此要特別說明的是，保險法對於保險業者及保險產品

⁷ 85 台上 179：按翁月滿為保險公司從事保險招攬之人，為保險法第 8 條之 1 所稱之保險業務員，屬保險公司之使用人。類推適用民法第 224 條債務人之使用人關於故意或過失責任之規定，應與自己之故意或過失，負同一責任。而要保人兼被保險人曾患有氣喘病之事實，既於翁月滿招攬保險代填要保書上書面詢問事項時受告知，僅因翁月滿認係小事而未予據實填載，致保險公司未能知悉，應與自己之過失負同一責任，尚不得以要保人或被保險人故意隱匿或為不實之說明，而主張解除契約。

均規定有其一定的資格或程序，因此保險關係原則上均以合法業者及合法業務為限；惟因保險消費關係屬於一種事實關係，因此尚包括以下事實上的保險消費關係：

- (1)企業經營者不以合法立案者為限：非保險業而經營保險業務之企業經營者（保險法第 166 條及第 167 條）。因為消費關係是一種私權關係，不論有否取得行政主管機關合法立案，只要有從事營業的企業經營者，均為企業經營者，均應受消費者保護法的規範。

另外，綜觀保險法相關規定，並無保險理賠代辦人員之制度，且實務上尚無消費者申訴申請保險給付時，被人要求交付費用或酬金之案例發生，且屬於主管機關明定取締對象⁸，故保險理賠代辦人員尚難調屬於消保法第 17 條第 1 項之「特定行業」。惟其既有事實上之營業行為，仍應對接受其服務的消費者負消保法上之企業經營者責任。

- (2)保險單不以經行政院金管會核准者為限：保險單未經財政部核准者，即為地下保單。地下保單包括國內地下保單及國外地下保單，可能使得該保險契約沒有保險法規定之適用，惟該保險契約尚應注意及前述民法第 112 條無效行為之轉換及民法第 113 條業者仍應負相當責任。

①國內地下保單：凡是由國內業者所簽發之未經主管機關金管會核准之保單，即為國內地下保單，該業者可能是合法的保險業者，也可能是不具有保險業者資格之非法保險業者，即使不符合保險法有關保險契約之規定，但仍有消費者保護法規定之適用。例如部分保全公司及民國 88 年關閉的台灣艾登卡公司，即以「丟車賠車」為號召辦理汽車再保；另外，台灣計程車合作社亦曾運用「互助基金」方式幫助發生事故的同業維修等，均屬之。

⁸ 財政部保險司 87.09.18 台保司（三）第 8718623554 號函，要求各會員不得代辦勞、農保殘廢給付申請，並索取高額佣金。

②國外地下保單：據報載國外地下保單 94 年熱賣，不少保險經紀公司和銀行理專介入國外地下保單行銷，吸金逾千億⁹，該等保單在國外可能是合法的保險公司所簽發，但也可能是連國外政府也未許可的非法保單，由於保險法及消費者保護法屬於國內法，對於國外地下保單並未能提供必要妥適保障，消費者應特別注意。例如在 95 年發生以虛設「全民人壽保險公司」招牌，推銷未經我國核准的美國西方人壽保險公司的保單，即屬之。

(3)不以營利為目的者為限：保險法原則上僅規範以營利為目的之營業保險，不以營利為目的之社會保險，原則上由特別保險法律予以規範；但因保險消費關係不以營利為目的者為限，故消費者保護法的規定，除了營業保險以外，尚包括不以營利為目的之社會保險在內。

2.保險消費者：以最終消費為目的，從事保險消費行為的人，即為保險消費關係的消費者¹⁰，並依其受到保險產品影響程度的不同，尚可分為：

(1)要保人：依保險法第 3 條規定，係指對保險標的具有保險利益，向保險人申請訂立保險契約，並負有交付保險費義務之人。要保人尚可因為下列身分之不同，而具有不同的消費者權益。

①要保人：為與保險公司簽訂保險契約的人，故為保險消費契約關係的主體。純粹的要保人，僅為保險消費契約關係之消費者，其主要的消費權益在於該保險契約是否公平合理，有無侵害其契約消費者權益。

②要保人兼被保險人：同時為保險消費的契約關係（要保人為簽約人）及使用關係（被保險人為使用人）之消費者，

⁹ 95.04.12.聯合新聞網,記者孫中英/台北報導。

¹⁰ 李欽賢著「保險契約法與消費者之權益」,刊於「2006 全國消保官保險消費爭議案例研討會」。所謂保險消費者,原則上係指保險契約中負保險費支付義務之要保人,然不以要保人為限,享受契約所生利益之人,亦包括在內。

主要消費權益除了保險契約是否公平合理外，尚包括使用保險契約之安全權益。

③要保人兼受益人：同時為保險消費的契約關係（要保人為簽約人）及使用關係（受益人為使用人）之消費者，主要消費權益除了保險契約是否公平合理外，尚包括使用保險契約之安全權益。

④要保人兼被保險及受益人：同時為保險消費的契約關係（要保人為簽約人）及使用關係（被保險人及受益人為使用人）之消費者，主要消費權益除了保險契約是否公平合理外，尚包括使用保險契約之安全權益。

(2)被保險人：依保險法第 4 條規定，係指於保險事故發生時，遭受損害，享有賠償請求權之人；要保人亦得為被保險人。由於被保險人並非保險契約的主體，所以純粹的被保險人，僅為保險契約的關係人。不過因其可以享受保險契約之利益，所以又是保險契約使用消費關係之消費者。

(3)受益人：依保險法第 5 條規定，係指被保險人或要保人約定享有賠償請求權之人，要保人或被保險人均得為受益人。由於受益人並非保險契約的主體，所以純粹的受益人，僅為保險契約的關係人。不過因其可以享受保險契約之利益，所以又是保險契約使用消費關係之消費者。

(二)保險消費關係的客體：商品及服務。

1.保險服務：依保險法第 1 條規定，係指消費者交付保險費於保險業者，保險業者提供對於因不可預料，或不可抗力之事故所致之損害，負擔賠償財物之保險服務產品。

2.與保險服務有關的商品：凡是由保險業者提供給消費者的商品，例如贈品、紀念品等均屬之。

(三)保險消費關係的行為：保險營業行為與保險消費行為。

1.保險營業行為：係指以保險為其職業之營業行為，始為保險消費關係的企業經營者；此種保險營業行為依消費者保護法規定，不以營利為目的者為限，故社會保險的營業行為，亦包括

在內。

2.保險消費行為：係指以消費為目的（最終消費）之保險行為，始為保險消費關係的消費者；如保險與其營業目的有關，例如公司為其產品投保產品意外責任保險或履約責任保險，該投保行為均非保險消費行為，投保人均非為消費者，即非屬保險消費關係。

3.問題研討：投資型保單，筆者基於下列理由，認其仍屬於保險消費行為。

(1)保險並非投資：保險依保險法第 1 條定義規定，係為填補對於因不可預料或不可抗力之事故所致損害，本質上最多是保本行為而非投資行為。

(2)投資型保單本質上仍屬保險：主管機關金管會以「投資型保險商品」除具有一般保險性質外，其性質仍為「保險」，屬一般消費案件，故認仍有消費者保護法規定之適用¹¹。

(3)用語宜再斟酌：由於保險並非投資，因此時下一些「投資型保單」或「非投資型保單」等用語即值得商榷，推其用意，可能是在推銷上投資型保單較易獲得消費者青睞之故，不過，為期正本清源，仍應加以導正為宜。

二、保險消費關係之特性

(一)保險消費關係是以契約關係為其主軸

消費關係主要分為下列契約消費關係與使用消費關係兩大類型：

1.契約消費類型：凡是以取得商品的所有權或服務的使用權為目的，所為的消費行為（契約行為），均屬之。其取得的方式，主要有下列二種。

(1)付費的取得產品行為：此種行為主要以買賣契約為其代表。

此種付費的有對價契約，例如產品的買賣、委託出售房屋的

¹¹ 金管會 95.06.12 保局三字第 09502047370 號函。

仲介契約、找工人裝璜的承攬契約、搭乘交通工具的運送契約等，均屬於最廣義的「買賣」行為。保險消費關係的要保人，購買保險需要支付保險費，故其投保保險的行為即屬於此種類型。

(2)免費的取得產品行為：此種行為主要以贈與契約為其代表。

此種免費的無對價契約，例如台北 101 百貨公司為慶祝開幕所舉辦的來店禮活動、某美容公司舉辦前 50 名免費試用或試作美容的促銷活動、某大醫院辦理的義診活動等，不管是贈與契約或是無償的無名契約，均屬於最廣義的「贈與」行為。保險消費關係的被保險人或受益人等其他關係人，無需支付保險費即可享受保險利益，即屬此種類型。

2.使用消費類型：凡是以使用商品或接受服務為目的，所為的消費行為（使用行為），均屬之。使用消費的方式，應依商品或服務的性質而有所不同，但應依通常合理的方式為之，消費者不得為不當的使用，否則因而受害時，不得對企業經營者請求損害賠償。要保人所購買的保險產品，如果不是自己兼任被保險人或受益人，則僅為保險消費契約關係（契約行為）的消費者，只有被保險人及受益人才能接受保險產品的利益（使用行為），始為使用消費關係的消費者，不過其使用消費權益，仍應受到保險契約規定的限制。

總而言之，在消費關係兩大類型當中，依照保險法第 1 條規定，保險消費關係主要在簽訂保險消費契約，依照保險消費契約雙方各負權利義務，被保險人及受益人之使用保險契約行為亦應受到保險契約之限制，故就其實質而言，係以契約關係為主軸。

(二)保險契約為典型之定型化契約

契約的成立方式，主要有口頭與書面兩種。基於契約自由原則，對於契約的成立方式，除非法律有特別規定或當事人有特別約定須作成書面外，原則上均以口頭約定即可成立契約。至於定型化契約（消費者保護法第 2 條第 9 款），民法稱為附合契約（民

法第 247 條之 1)，本質上屬於契約的一種，與一般契約不同之處，在於定型化契約內含有定型化契約條款（消費者保護法第 2 條第 7 款）。為免用語不一，本文爰依消費者保護法規定將其統一稱之為定型化契約。

1. 定型化契約條款的社會：定型化契約係為因應現代大量交易型態需要下的產物，目前各行各業使用定型化契約的情形日益普遍，儼然已成為現代交易的基本型態。

(1) 定型化契約：凡以「定型化契約條款」作為契約的全部或一部內容，因而所訂立的契約，均稱為定型化契約。

(2) 定型化契約條款：凡由契約當事人一方預先擬定作為交易使用的契約條款，締約的他方並無磋商修改權利者，即稱為定型化契約條款，包括擬定契約的當事人並非企業經營者，或締約的當事人並非消費者在內，均有其適用，其類型約有①消費類定型化契約（適用消費者保護法規定）、②商業類定型化契約（適用民法、保險法規定）、③其他類定型化契約（適用民法規定）等三種，本文係以消費類定型化契約作為論述重點。

2. 消費者保護法有關定型化契約的規定：旨在保障消費者的消費公平權益。

(1) 適用範圍：原則上僅適用於消費類的定型化契約。不過，消費者保護法及其施行細則關於定型化契約的規定，係屬定型化契約條款的一般原理原則，即使是商業類定型化契約條款，在民法相關規定不足時，亦可作為法理來適用。

(2) 定型化契約條款存在型式：定型化契約條款不限於書面，包括放映字幕、張貼、牌示、網際網路、或其他方法等表示型式者在內。例如：價目表、節目單、跑馬燈、字幕、告示牌、看板、時價、注意事項、車票、收據、廣告汽球、廣告傳單、名片等，均屬於定型化契約條款。

(3) 定型化契約條款的表現方式：主要有下列二種情形。

① 原則：以契約本文呈現。定型化契約條款的所有內容，原

則上應記載於定型化契約內，並併同契約書交給消費者，以利消費者瞭解及主張。

②例外：以契約附件或其他方式呈現。例如保險業者在保險定型化契約條款中，記載「有關保險之招攬及核保理賠，悉依主管機關金管會訂頒『保險業招攬及核保理賠辦法』規定辦理」，此「保險業招攬及核保理賠辦法」即屬「引入」條款，依照消費者保護法規定，經消費者的要求，保險業者須將「保險業招攬及核保理賠辦法」交付影本給消費者，或列為契約的附件，並經消費者同意受其拘束，該「保險業招攬及核保理賠辦法」始構成契約的內容。

3.保險契約為典型之定型化契約：保險契約與一般契約不同¹²，保險契約的內容雖然有人身保險或財產保險之不同，不過通常係由定型化契約條款與個別磋商條款（消保法第2條第8款）組成，故為典型的定型化契約¹³。在保險契約當中，由於保險人與要保人間之談判地位並不平衡，要保人或利害關係人實際上常屈從於保險人所提之條件訂立契約，其所為之明確同意，仍有瑕疵，亟需加以規制補救，詳見後述。

(1)定型化契約條款：保險契約中之基本條款，原則上均係由保險公司自行擬定，保戶無法為任何修改之權利，故為定型化契約條款。有關定型化契約條款，另可依「條款依據」予以分類¹⁴如下：

①法條定型化契約條款：係指直接以法令規章為條款內容的

¹² 江朝國著「保險法論文集（一）」第五篇論我國保險法第64條據實說明義務之規定——以對價平衡之概念，頁140。保險契約和一般契約之本質不同之處在於，一般之契約雙方當事人大皆處於對立之地位，保險契約則保險人和要保人或被保險人彼此間除了具有因契約而產生之對立性外，更因保險之本質而具有「共同團體互濟性」。

¹³ 劉春堂前揭文，同註2。保險契約因漸次技術化、定型化與團體化之關係，致其內容均由保險公司單方面所決定，要保人只有依保險公司所定之保險約款同意訂立契約與否之自由，並無討價還價之餘地，是一種典型的附合契約及定型化契約。

¹⁴ 呂榮海律師、周弘憲律師聯合主編「消費者的法律顧問」，頁763及764，民國72年，鄉村出版社。

定型化契約，一般公營事業的定型化契約屬之。例如依據電業法、電信法等所訂定的營業規則，即屬法條定型化契約條款。此類條款，屬於行政法與民法混合之範圍，仍有消費者保護法規定之適用¹⁵。

②核准定型化契約條款：係指須先經由政府機關審核程序並經核准的定型化契約條款，依法律規定某些特定營業之定型化契約，例如保險業、民航業等，其保險契約、民航契約中的條款，須先經主管機關審核之程序。此類條款，亦屬於行政法與民法混合之範圍，仍有消費者保護法規定之適用¹⁶。保險契約書的定型化契約條款，因事先必須送經主管機關行政院金融監督管理委員會保險局之核准程序，故原則上均屬於此類條款。

③一般定型化契約條款：係指以單方當事人意思表示為條款

內容所訂立的定型化契約，此種類型最為常見，一般私人間的定型化契約屬之。此類條款，屬於民法範圍，因為全然未經政府事前把關，此種契約最容易產生不公平的現象，當然更需要消費者保護法規定之適用¹⁷。

(2)個別磋商條款：保險契約中基本條款以外之特約條款，依保險法第 66 條規定：「特約條款，為當事人於保險契約基本條款外，承認履行特種義務之條款。」該特約條款如經雙方當事人磋商同意之程序，即屬個別磋商條款；該特約條款如未經雙方當事人磋商同意之程序，而係由保險公司逕以定型化契約條款方式予以規定，仍為定型化契約條款。個別磋商條款，因契約之相對人對於該條款的內容有權進行磋商及修改，可以充分表達其意願，其權益較不會受到不合理或不平等之對

¹⁵ 郵局在國內掛號包裹收據背面注意事項（四）所訂之賠償標準，係依據郵政法第 49 條及第 27 條規定授權主管機關交通部訂定之郵政規則第 231 條所訂定，仍屬定型化契約條款，仍有消保規定之適用。

¹⁶ 客運公司所發售之來回票上加印之不得退票條款，將使消費者負擔顯不相當責任，似有違平等互惠原則，該等條款縱經報經公路主管相關機關，亦無解其違反消保法之責任。

¹⁷ 海外渡假村會員權商品之買賣定型化契約，應有消保法定型化契約規定之適用。

待。

三、保險消費爭議之處理機制

保險消費爭議發生時，其處理管道主要有下列二種：

(一)行政協助處理管道：尚可分為申訴及調解二種。

1.申訴：保險消費者發生爭議時，一般均循申訴之程序向權責行政機關提起申訴，屬於最基層的行政協助解決方式。雖然保險中央主管機關為減少理賠糾紛，曾於 78 年通函¹⁸保險業各會員公司應切實遵照「核保從嚴、理賠從寬」原則辦理，惟相關申訴案件數量仍然逐年增加。

(1)消費者保護法規定之管道：計有下列二次申訴管道。

①第一次申訴：消費者發生保險消費爭議時，依法可以向業者或消保團體申訴或向縣市政府消費者服務中心及分中心擇一申訴。目前各地方政府消費者服務中心均已設置 1 9 5 0 申訴專線，消費者可以多加利用；另外，企業經營者亦應設置消費者服務專線，以妥為處理消費申訴事宜。

②第二次申訴：如果以上第一次申訴未獲有效處理時，尚可依法向直轄市或縣市消費者保護官提起第二次申訴。

(2)其他管道：保險消費者亦可向下列行政機關提起申訴。

①保險主管機關：行政院金管會。金管會受理後，先送保險業者處理並請其具體說明理由；必要時，送請財團法人保險發展中心進行調處。

②保險消費監督機關：行政院消保會。消保會受理後，即分送中央主管機關（行政院金管會）或地方主管機關（直轄市或縣市政府）處理。

2.調解：屬於一種準司法性質的行政協助解決方式，主要有下列三種管道。

(1)鄉鎮市調解委員會：向當地鄉鎮市調解委員會申請調解，由地方公正人士擔任委員，主要依據鄉鎮市調解條例規定之程

¹⁸ 財政部 78.06.29.台融司（五）字第 780214341 號函。

序及民法相關規定進行調解，調解成立送經法院核備，具有與法院確定判決同一效力。

(2)縣市消費爭議調解委員會：消費者對於消費申訴處理結果不滿意時，得向所轄直轄市或縣市消費爭議調解委員會申請調解，由消費者保護官擔任主席，主要依據消費者保護法規定進行調解，調解成立送經法院核備，具有與法院確定判決同一效力。

(3)保險事業發展中心保險申訴調處委員會：金管會保險局對於有爭議之保險申訴事件送請保險事業發展中心進行調處，調處結果僅屬一般並無與法院確定判決同一效力，尚需主管機關金管會保險局行政監督權限為甚後盾，始得以落實執行。

(二)司法處理管道：向法院提起訴訟，這是一種司法解決方式，也是民事糾紛最終的處理模式，保險消費者隨時可以提起。

1.一般訴訟：依據民事訴訟法規定之一般訴訟程序所進行之訴訟，屬之。此為最常見之訴訟方式，不過如果保險消費者未能主張消費者保護法規定之相關規定據以爭取權益者，由於消費者保護法屬於民法特別法性質，在消費者未主張特別法規定時，法院通常均以民法作為裁判之依據，此時消費者權益即難獲得最有效之保障，應特別注意。

2.特別訴訟：依據消費者保護法規定之特別訴訟程序所進行之訴訟，屬之，主要有下列二種特別訴訟。

(1)團體損害賠償訴訟：消費者保護團體依消費者保護法第 50 條規定，對於同一之原因事件，致使眾多消費者受害時，得受讓二十人以上消費者損害賠償請求權後，以自己名義，提起訴訟。此種訴訟，法律並明文規定其標的價額超過新臺幣六十萬元者，超過部分免繳裁判費，以為優惠。例如因 921 大地震倒塌的「新莊博士的家」，即委由財團法人消費者文教基金會提起團體損害賠償訴訟，並獲得勝訴在案。

(2)不作為訴訟：消費者保護官或消費者保護團體依消費者保護法第 53 條規定，就企業經營者重大違反消費者保護法有關保護消費者規定之行為，得向法院訴請停止或禁止之（不得再作為）。此種訴訟屬於公益性質，法律並明文規定免繳裁判費，以為優惠。由於行政機關的行政管理已能達成其行政目

的，故迄至目前為止，尚無不作為訴訟案例。

(三)問題探討：關於保險消費爭議案件所衍生之問題，筆者爰予以統計及分析說明如后。

- 1.保險消費爭議事件目前仍居高不下：自民國 87 年度開始，迄至 94 年度為止，保險消費爭議事件均高居年度申訴排行前五名(如附表)，顯見保險消費關係尚有甚多問題存在其間，亟需加以檢討改進。

消費爭議年度前五名申訴排行表 ¹⁹	
年度	申訴前五名排名
87 年度	購屋、銀行、汽車、壽險、書籍文具
88 年度	購屋、電信、書籍文具、銀行、汽車
89 年度	購屋、電信、壽險、銀行、汽車
90 年度	電信、壽險、書籍文具、汽車、購屋
91 年度	電信、銀行、壽險、汽車、休閒
92 年度	電信、銀行、壽險、汽車、休閒
93 年度	電信、美容、壽險、銀行、休閒
94 年度	購屋、銀行、電信、壽險、汽車

- 2.保險消費事件處理結果仍難令人滿意：依據主管機關行政院金管會保險局 94 年統計資料²⁰，可以得知：

(1)申訴案件總數：94 年合計 1772 件，其中理賠案件 1199 件，

¹⁹ 主要係參考消費者報導年度申訴表。

²⁰ 主要係參考 94 年保險局統計資料。

非理賠案件 573 件。顯見係以理賠案件為其大宗。

(2)申訴案件分類：人身保險申訴案件，94 年計 1306 件；財產保險申訴案件，94 年計 466 件。顯見係以人身保險申訴案件為主，故有進一步加以下列分析探討之必要。

①人身保險申訴內容分析：在理賠申訴案件方面，係以承保範圍、事故發生原因、殘廢等級等爭議為主要內容。至於在非理賠申訴案件方面，則以招攬糾紛、停效復效爭議等問題為其主要內容。

②人身保險理賠爭議處理：94 年已結案 648 件，其中依申訴人意見（221 件）、維持原議（209 件）、和解（127 件）、其他（75 件），就處理之結果而言，依申訴人意見尚未過半，顯見尚有檢討改進空間。

3.保險爭議平台之整合建制：我國目前有關保險消費爭議之管道雖已逐漸建立，除了原有的保險專業主管機關處理管道²¹、91 年在財團法人保險事業發展中心成立保險申訴調處委員會外，尚有消費者保護法所規定的消費者保護管道，惟因政出多門，且尚未整合，致未能發揮其公正、快速、有效之保護功能，筆者將另專文予以探討。

貳、保險消費契約之規制探討

定型化契約本質上為契約自由則之產物²²，遭人濫用之結果，以致形成契約自由之名而行剝奪或限制相對人之契約自由之實，使相對人未能獲得公平交易。因而為了保障相對人之權益，定型化契約確實有加以規制之必要。

保險契約通常由定型化契約條款與個別磋商條款組成，所以保險消費契約為典型的定型化契約，而保險係具有社會公益責任之制度，保險

²¹ 劉春堂前揭文，同註 2。由於保險具有高度專業性，關於保險糾紛或爭議案件，我國目前之保險體系，不僅有關保險爭議之處理規範未盡完備，且未有妥適之申訴制度，以致保險消費者無法透過公正、客觀之申訴管道，使其正當合法權益得到公正、快速、有效之保護。

²² 劉春堂著「民法債篇通則（一）契約法總論」，頁 108。

人與要保人間之談判地位並不平衡，要保人或利害關係人實際上常屈從於保險人所提之條件訂立契約，其所為之明確同意，仍有瑕疵。

保險契約定型化契約條款，不要說是一般消費者，即使是專研法律並具有實務經驗的法官亦難以全盤瞭解，例如美國在 *Gerhardt v. Ins. Co.*，一案中，審判長看了保險單後表示：「我不知道它是什麼意思，我被難倒，他們（保險公司）在大型字體上說的事，在小型字體上卻將它剔除了。」另一位審理法官也說：「我對保障契約之內容有一半不懂。」²³另外一位法官更指出：「在我印象中，保險公司常故意使保險契約之文字晦澀難懂。」可見一斑。因此，為有效保障保險消費者權益，對於保險契約的定型化契約條款必須加以立法規制、司法規制及行政規制，爰分別說明如后。

一、保險消費契約之立法規制

所謂立法規制，係指就保險消費定型化契約之成立與效力，明文以法律規定，加以管制之謂。例如我國消費者保護法有關定型化契約之規定²⁴、保險法有關保險契約之規定，以及民法有關契約之禁止或限制規定，均屬於立法規制。

(一)契約審閱期間及猶豫期間

1.契約審閱期間：消費者在契約簽訂前的一定期間內，享有契約審閱權。依消費者保護第 11 條之 1 第 1 項：「企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有三十日以内之合理期間，供消費者審閱全部條款內容。」明文規定消費者在簽訂定型化契約前的一定期間內，享有契約審閱權。

(1)立法目的：契約審閱期間，可以確保消費者真正瞭解契條款約是否公平合理的機會，也讓消費者在簽約前有相互比較及選擇判斷的機會，經過審閱期間所簽訂的契約，較不容易後悔。

²³ 林益山著「消費者保護法」，頁 381。

²⁴ 劉春堂前揭文，同註 2。立法規制是針對一般契約條款（即定型化契約條款）所可能產生之不公平或不合理現象，由國家制定特別法或於法律中訂定強行規定加以消除或緩和，做為行政規制及司法規制之法律依據，我國消費者保護法第 11 條至第 17 條有關定型化契約之規定，即屬立法規制。

- (2)審閱期間：為因應各行各業的特性，消費者保護法第 11 條之 1 第 3 項特別規定，授權中央主管機關得選擇特定行業，參酌定型化契約條款之重要性、涉及事項之多寡及複雜程度等事項，來公告該行業定型化契約之審閱期間²⁵。
- (3)法律效果：契約訂立前應給予消費者合理審閱契約期間，違反規定者，依消費者保護法第 11 條之 1 第 2 項規定，其定型化契約條款不構成契約之內容。但消費者認為該條款對其有利時，得主張該條款仍構成契約之內容。
- 2.契約猶豫期間：消費者在契約簽訂後的一定期間內，享有契約解除權或撤銷權。依消費者保護法第 19 條規定，郵購或訪問買賣的消費者享有 7 日的猶豫期間；人壽保險要保書及示範條款第 3 條第 1 項亦規定，保險契約的要保人有 10 日的猶豫期間。
- (1)立法目的：為避免買方消費者在從事購買行為前或行為時，無法獲得足夠的資料，或是並無充足的時間加以選擇，特別採取將判斷時間延後的猶豫期間制度，亦即所謂的冷卻期間（Cooling Period）。
- (2)猶豫期間：猶豫期間主要有下列二種特色。
- ①須有依據：猶豫期間是一種特殊制度，並非存在於所有的買賣契約，必須要有法律（如消費者保護法規定郵購及訪問買賣的消費者有 7 日的猶豫期間）或契約（如人壽保險要保書及示範條款第 3 條第 1 項規定要保人有 10 日的猶豫期間）為其依據，始得主張。
- ②期間之計算：為確保買方消費者的權益，猶豫期間原則上均採發信主義，自收到產品（郵購或訪問買賣）或保險單（保險契約）的第 2 日開始起算，並以寄送（撤銷或解除意思表示）時之郵戳，在期間之末日內即可。
- (3)發生契約確定的效力：在猶豫期間內，消費者行使的權利主要有下列二種類型，可以確保消費者真正感受到自己的需要及契約的必要性，經過猶豫期間後的契約，就確定發生法律上應有的效力。

²⁵ 拙著「消費者保護法入門」，頁 137 以下。定型化契約合理審閱期間一覽表，可供參考。

①契約解除權：消費者保護法第 119 條明文規定，賦與郵購或訪問買賣消費者，在猶豫期間內享有契約解除權。契約經解除者，該契約自始歸於無效。

②契約撤銷權：保險契約及信用卡契約明文規定，賦與要保人或信用卡申請人在猶豫期間內享有契約撤銷權。契約經撤銷者，依民法第 114 條第 1 項規定，該契約視為自始無效。為期有效保障要保人權益，主管機關已就保險契約撤銷權予以函釋²⁶，作為統一適用上之依據。

3.問題探討：

(1)猶豫期間無法取代審閱期間：契約審閱期間主要在提供「簽約前」的契約權益保障，契約猶豫期間主要在提供「簽約後」的契約權益保障，二者各有其功能，並且可以互補，但是原則上彼此間並無替代性。如果契約審閱期間與猶豫期間能夠同時存在，對消費者最為有利。

(2)保險契約在簽訂前，應給要保人合理審閱契約期間：所有的定型化契約，依消費者保護法規定，必須在簽約前給予消費者合理審閱契約期間，否則會發生定型化契約條款不納入契約內容的結果，保險契約亦不例外。

①目前：保險契約內容係以由保險業務員在招攬保險時，就保險契約的重要內容向要保人作充分之說明，實質上似已符合消費者保護法所謂的契約審閱權的要求，惟對要保人契約權益的保護，似仍有不足。

②將來：保險契約內容除了要由保險業務員在招攬保險時，

²⁶ 財政部 82.12.24. 台財保字第 821731178 號函。函釋內容略以：①保險業務員從事保險招攬業務，應向要保人詳為告知有關契約撤銷權之規定。②要保人得於收到保險單之翌日起算十日內親自或以書面檢同保險單雙掛號郵寄向保險撤銷契約。③依前項規定行使保險契約撤銷權者，撤銷之效力，自要保人郵寄郵戳當日零時起或親自送達時起生效，該契約自始無效，保險人應無息退還要保人所繳保險費；契約撤銷生效後發生之保險事故，保險人不負保險責任，但契約撤銷生效前，若發生保險事故者，則視為未撤銷，保險人仍應依保險契約規定負保險責任。④保險契約撤銷權，不論有體檢保件或無體檢保件之要保人均得主張行使。⑤保險契約撤銷權之規定，保險人應於要保書上以粗黑及較大字體標示。⑥本函之規定用於個人二年期以上人身保險契約。

就保險契約的重要內容向要保人作充分之說明外，更應在契約簽訂前給與要保人合理審閱期間，俾更有效保障要保人的契約權益。

- (3)過去實務見解應予更新：過去實務上認為要保書縱由保險經紀人代為填寫，只要經由要保人簽名蓋章，固然在法律上與要保人親自填寫無異²⁷，並有學者更進一步認定「縱然未經閱讀，要保人一旦在要保書上簽名，要保人即不得以未經閱讀為由而聲明不受要保書記載之約束²⁸」之見解，在消費者保護法公布施行以後，因違反定型化契約合理審閱期間之規定，已不合時宜。
- (4)外國保險宣告書立法例：日本已推動建立客戶意願確認書制度。為降低投保糾紛，日本金融廳宣布自 2007 年起，壽險公司銷售保單時，須請保戶簽署「客戶意願確認書」，確保保戶完整瞭解保單內容，防止變額年金等投資型商品銷售過程中產生的消費糾紛。「客戶意願確認書」可確認要保人的投保目的、保險金額和其他相關細節；並明確地說明保險業務人員所銷售的保險商品是最適合該保戶，保險公司和保戶都會持有這分資料，保險公司必須負起連帶責任²⁹。另外，我國亦已推動金融卡宣告書制度，均可供參考。

(二)告知說明義務

契約依據私法自治原則，將成為契約雙方當事人就該事件之最高遊戲規則，原則上應由契約雙方當事人互負告知說明義務，該契約內容始符合平等互惠原則之要求，進而始能促進契約正義理想之實現。

- 1.保險業者之告知說明義務：以消費者保護法為其主要法據。有關保險人之通知及告知義務，在德國保險法上，扮演一個非常重要之角色。在許多涉及保險法之案例中，此義務之遵守常為特定法律效果之先決要件³⁰。但在我國保險法上，則較為偏重要

²⁷ 最高法院 52 年度臺上字第 1654 號判決。

²⁸ 黃川口著「保險法學」中華學術院商學研究所，1972 年 9 月出版，頁 161。

²⁹ 95.04.12.聯合新聞網，記者林燕翎/台北報導。

³⁰ 江朝國著「保險法論文集（一）」第四篇論保險法上保險人之通知及告知義務，頁 96。
如果保險人未盡其應盡之義務，則於保險事故發生時，對於要保人或被保險人所提

保人道德風險之預防，導致保險法有關保險業者之告知說明義務，規定甚為簡略，僅於保險法第 57 條、第 76 條、第 82 條及第 116 條規定其通知之義務，並未明文規定其告知說明義務，且國內論文對此亦甚少討論，形成契約權利義務之失衡，確有不當。

保險契約屬於一種最大善意契約，保險法為了避免道德風險之發生，即明文課以要保人告知說明義務，但因保險具有專業性，要保人據實說明義務成立之前題，應課保險人之告知說明義務³¹。有關此方面問題，在消費者保護法尚未公布施行之前，多以誠實信用及契約正義原理原則予以處理；惟在消費者保護法公布施行後，為有效保障保險消費者權益，雖然保險法對此之規定不足，不過可以引用消費者保護法第 4 條、第 5 條及定型化契約等相關規定以為補救。

(1)告知說明義務內容：爰簡要說明如下。

- ①告知目的：告知契約重要內容及應注意事項，作為消費者要否簽約購買，及將來如何有效主張權益之重要參考依據。事前如果能夠說清楚講明白，比較不會產生事後糾紛。
- ②告知義務人：與保險契約有關的所有企業經營者，均應就其主管範圍對要保人負告知說明義務。
- ③告知時期：此之告知說明義務係作為要保人簽約之重要參考依據，故告知之時期，必須在訂立保險契約「前」，始有其意義。
- ④告知方式：以口頭或書面告知之方式均可，惟最好二種方式均予採用。例如對於契約內記載的重要部分應加以醒目標示，並對必要問題加以充分詳細之告知說明。
- ⑤違反之效果：違反時，對於所簽訂的保險契約，可能發生

出之賠償請求權，保險人不得抗辯，以減少其賠償金額。

³¹ 江朝國著「保險法論文集（一）」第五篇論我國保險法第 64 條據實說明義務之規定——以對價平衡之概念，頁 144 以下。

定型化契約條款不構成契約內容或是該定型化契約條款屬於異常條款無效的情形；另外，對於保險業者未告知消費者應負告知說明義務的事項，解釋上消費者僅就故意或重大過失始負其責任。

(2)告知之內容：包括下列積極、消極及其他等三項告知內容。

①積極告知事項：消費者依據保險法或保險契約規定應作為之義務及其法律效果。例如消費者應有據實說明之義務；消費者應在保單上親自簽名，如果幫忙代簽名，可能讓保單失效；保戶工作性質改變時，有通知保險公司的義務，尤其是購買的保單中含有意外傷害保險附約，因為附約的保費會隨著不同性質的工作而改變；車禍處理之原則等，均屬之。

②消極告知事項：消費者依據保險法或保險契約規定不應作為之義務及其法律效果。例如消費者不可為帶病投保及其後果；複保險之效力；車禍處理不應作為之行為等，均屬之。

③其他告知事項：此為企業經營者特別說明事項。例如消費者對於保險契約之審閱及猶豫期間權利；消費者應據實說明事項之具體事項及其範圍；保險之理賠標準、金額及相關事宜；有無過度或超額保險問題；保單轉換之幫忙試算；其他與保險有關重要事項等，均屬之。

2.消費者之告知說明義務：以保險法為其主要法據。由於保險為最大善意契約，故保險法第 64 條規定，保險契約訂立時，保險之消費者應負向保險人告知說明義務，惟此種義務屬於一種被動性的，必須先由保險人主動告知需要說明那些事項，保險消費者始能被動予以配合。

(1)原則：依保險法第 64 條第 1 項規定，保險契約訂立時，消費者應負下列據實告知義務。

①告知目的：作為業者要否簽約提供服務評定風險之重要參考依據。告知之內容，主要係作為保險人對於危險估計之參考資料，可以有效避免道德風險。

②告知義務人：保險法第 64 條第 1 項僅規定「要保人」對於

保險人之書面詢問，應據實說明，是否及於被保險人，在學說上雖有正反兩說，但實務上認為被保險人亦應負擔實告知義務³²。

③告知時期：依其告知或通知性質上之不同，可以有下列二種時期。

A.訂立契約「時」：此係指告知義務而言。保險法第 64 條：

「訂立契約時，要保人對於保險人之書面詢問，應據實說明。」解釋上應包括保險公司授權保險業務員，在招攬保險時所為之書面詢問在內。

B.訂立契約「後」：此係指通知義務而言。基於保險契約為

最大善意契約之原則，即使在保險契約訂立後，要保人在某些特殊情況發生時，仍應負擔實通知之義務，此為特殊之據實告知義務。要保人在保險契約訂立後，依保險法第 57 條（應通知事項而怠於通知）、第 58 條（危險發生之通知義務）、第 59 條（危險增加之通知義務）、第 76 條（無詐欺情事超額保險之通知）、第 82 條（保險標的部分損失之終止契約通知）等規定其通知之義務，應通知而未通知，可能發生解除契約及損害賠償等一定之法律效果。

④告知方式：採書面詢問主義。

A.被動告知：依保險法第 64 條第 1 項規定，義務人僅須就

保險人之書面詢問事項，據實說明即可，對於未以書面詢問之重要事項，不負有說明義務，與日本、德國係採自動申告主義，保戶須無止境地自動申告為優³³。

³² 江朝國著「保險法論文集（一）」第五篇論我國保險法第 64 條據實說明義務之規定——以對價平衡之概念，頁 151 以下。

³³ 林群弼著「商事法編(1) 保險法論」，三民書局，2002 年 10 月初版，頁 84 以下。書面詢問表既為由精通保險技術之保險人經過規劃設計而成，要保人又多為不諳保險技術之門外漢，就保護要保人之立場而言，我國現行之書面詢問主義似乎較日、德

B.詢問之內容要受具體及合理範圍之限制：茲以帶病投保

為例，由於疾病非屬一具體名稱，一般人與保險業者對於疾病的認定不同，因此保險業者有義務先行告知說明疾病之定義³⁴及範圍、先天性疾病³⁵之定義及範圍，以及帶病投保之認定時機與其法律效果後，然後再進行詢問。在詢問時，所詢之疾病名稱應力求清楚，不得以概括詢問方式列示（如呼吸系統疾病、其他不知名疾病或症狀等），要保人才能配合妥為說明。

⑤違反之效果：保險契約並非無效，僅業者可解除契約，且無損害賠償請求權。

A.保險人有權解除契約：對於保險人之書面詢問，要保人

之自動申告主義為優。

³⁴ 財政部保險司 88.07.13. 台保司（三）第 881825546 號函，釋示團體住院醫療費用保險之疾病定義如下：按保險法第 127 條規定：保險契約訂立時，被保險人已在疾病或妊娠情況，保險人對是項疾病或分娩，不負給付保險金之責任。另依「住院醫療費用保險單示範條款」第 2 條第 1 項，「疾病」係指被保險人自本契約生效日（或復效日）起所發生之疾病。故被保險人於投保前所發生之疾病，保險公司得不給付，惟應證明被保險人於投保時仍在該項疾病情況中，且不因其為個人保險或團體保險而有所不同。另有關團體保險於承保時，保險公司未要求體檢或填具健康告知書或已要求體檢或要保人、被保險人已據實填具健康告知書而保險公司仍予以承保時，則自契約生效後保險公司需依約給付保險責任。

³⁵ 財政部 93.01.29. 台財保字第 0930002305 號函，釋示健康保險「先天性疾病」列為除外責任及理賠之處理原則略以：由於「先天性疾病」為一抽象集合名詞，並非保險法規定之法定除外責任，準此，各保險公司若擬將先天性疾病列為健康保險商品之除外不保事項，則對於先天性疾病之具體名稱，除應於保單條款列示清楚外，保險費率尚須依照公平對價原則做合理反映；反之，該除外責任款即有構成保險法第 54 條之 1 約定無效之情事。次查保險法第 51 條第 1 項規定，若被保險人先天性疾病於訂立契約前潛隱未發，自不為契約當事人及被保險人所知悉，保險契約依法自屬有效。保險人如擬依保險法第 127 條主張被保險人於訂立契約時已在某先天性疾病情況中，不負給付保險金責任，則須舉證被保險人於訂立契約前曾有發病事實，否則仍應依契約約定給付保險金。

故意隱匿，或因過失遺漏，或為不實之說明，足以變更或減少保險人對於危險之估計者，依保險法第 64 條第 1 項規定，保險人得解除契約；其危險發生後亦同。但保險人知其事實或因過失不知者，不在此限。

B.契約解除後應回復原狀：保險契約一經解除，即發生溯及消滅效力，與自始未訂定契約之效果相同，除有保險法第 25 條規定不必返還已收受保險金規定外，保險人應依民法第 259 條雙方互負回復原狀之義務規定，返還已收受之保險金。

(2)例外：有下列情形之一者，企業經營者不得解除契約。

①保險人須無過失：保險人如明知或因過失而不知要保人為不實之說明時，該危險並不影響保險人對於危險之估計，屬於可歸責於保險人之事由，此時保險人應不得依保險法第 64 條第 1 項規定解除契約。

②無因果關係：依保險法第 64 條第 2 項規定，要保人若能證明危險之發生係未基於其說明或未說明之事實，則要保人並未違反據實說明之義務，保險人自不得解除契約。

③逾越除斥期間：依保險法第 64 條第 3 項規定解除權消滅。

A.一個月除斥期間：自保險人知有解除之原因後，該解除權經過一個月不行使而消滅。

B.二年除斥期間：契約訂立後經過二年，即使有可以解除之原因，亦不得解除契約。如保險人對於已逾越保險法第 64 條第 3 項二年解除權除斥期間之保險契約，應優先受該法條拘束，不得再依民法第 92 條規定行使撤銷權³⁶。

3.問題探討

(1)保險事故範圍問題：茲以傷害保險為例。保險法第 131 條：「傷害保險人於被保險人遭受意外傷害及其所致殘廢或死亡時，

³⁶ 財政部 86.04.18 台財保第 861772543 號函，該函內容主要係依據最高法院 86 年度第 9 次民事庭會議紀錄（86 年度民議字第 6 號提案）辦理。

負給付保險金額之責。(第1項)前項意外傷害，指非由疾病引起之外來突發事故所致者。」其保險事故包括「外來性」及「突發性」等下列二個要件。

①外來性的事故：所謂「外來性」，係指事故之原因來自自身以外之事故而非內在，且須非為被保險人體內之病症所引起。過去業界及實務認為酒後反逆嘔吐物阻塞呼吸道窒息致死案³⁷、嬰兒噎奶死亡³⁸，均非因外來之意外事故所引起，與一般保戶見解差距甚大，難以接受；對此，主管機關已同意倘被保險人於事故發生時已無自救能加者，以意外傷害死亡處理³⁹；至於嬰兒噎奶阻塞呼吸道致死案件，與此情形類似，主管機關雖未具體函釋，但可以比照辦理，應無疑義。

②突發性的事故：所謂「突發性」，指事故之原因非經年累月所成，而是出於「意料之外或不可預期」所致之「偶然事故」，即該事故之發生須與被保險人之意欲無關，其目的為排除因故意行為所致之傷害結果。就保戶而言，突發性的要件，排除保戶自發性的行為，因此在人壽保險及傷害保險，對於自殺等故意之危險事故不在承保範圍，主要係在防止道德風險，固有其必要；惟在產品責任保險及履約保證保險，若從加害人之角度考慮，則不論被保險人之加害

³⁷ 86 台上 1043：本件附加傷害保險給付特約條款，係就被保險人因外來突發的意外事故，致身體受傷或死亡，保險人方負給付保險金之義務，而所謂外來之事故，係指來自自身以外之事故而言。本案被保險人係因酒後反逆嘔吐物阻塞呼吸道窒息致死，自難認係因外來之意外事故所引起，與系爭保險契約附加傷害保險給付之特約條款不符。

³⁸ 86 台上 1430 本件將意外傷害約定界定為「遭遇外來突發之意外事故」，嬰兒噎奶死亡案：是本件保險事故應以傷害事故發生之原因係由於外來之原因（非因被保險人本身已存在可得預料或查知之原因）以致發生意外之死亡結果，保險人始負給付保險金之責。又所謂「外來突發之意外事故」，係指自身以外之事故，且事發突然無法防範者而言。查嬰兒在餵食牛奶後，因溢奶進入氣管，乃存在於嬰兒自身之危險事實，非由於外來之事故。

³⁹ 財政部保險司 92.01.10. 台保司（三）字第 0920000026 號函：有關傷害保險被保險人因酒後反逆致嘔吐物阻塞呼吸道致死之案件，倘被保險人於事故發生時已無自救能力者，保險業日後之處理原則將以意外傷害死亡處理一案，洽悉。

行為是「故意」或「過失」，對於被害人言，均屬「意外」，涉及道德風險程度甚低，不予理賠，對無辜受害的第三人，其權益即無法獲得保險理賠之保障，似有不公。

(2)業務員之詢問或告知之效果問題：

- ①過去保險公司與其業務員劃清界線：保險公司常以「外務員非其受僱人 或代理人」、「要保人對外務員之告知或通知，或外務員所為之詐欺行為與保險公司無關」等理由，並依保險法第 64 條為依據解除契約，拒絕給付；而多數說明不實，係由外務員從事惡性招攬所致，反要消費者負擔其風險，甚為不合理。
 - ②現在保險公司須負連帶責任：目前對此問題，多以保險業務員管理規則第 15 條⁴⁰認定「業務員經授權從事保險招攬之行為，視為該所屬公司授權範圍之行為」，應由保險公司與其業務員負連帶損害賠償責任。
 - ③保險業務員跳槽，客戶就被賣了，保險公司應主動告知保戶，以免保戶權益受損。
- (3)複保險問題：所謂複保險，係指要保人對於同一保險利益，同一保險事故，與數保險人分別訂立數個保險之契約行為。其要件及效力如下：
- ①複保險之成立，應以要保人與數保險人分別訂立之數保險契約同時並存為必要。
 - ②若要保人先後與二以上之保險人訂立保險契約，先行訂立之保險契約，即非複保險，因其保險契約成立時，尚未呈複保險之狀態。
 - ③要保人嗣後與他保險人訂立保險契約，故意不將先行所訂

⁴⁰ 保險業務員管理規則第 15 條：「業務員經授權從事保險招攬之行為，視為該所屬公司授權範圍之行為，所屬公司對其登錄之業務員應嚴加管理，並就其業務員招攬行為所生之損害依法負連帶責任。業務員同時為財產保險及人身保險業務員者，其分別登錄之所屬公司應依法負連帶責任。（第 1 項）前項授權，應以書面為之，並載明於其登錄證上。（第 2 項）第一項所稱保險招攬之行為，係指下列之行為：一. 解釋保險商品內容及保單條款。二. 說明填寫要保書注意事項。三. 轉送要保文件及保險單。四. 其他經所屬公司授權從事保險招攬之行為。」

保險契約之事實通知後一保險契約之保險人，依保險法第 37 條規定，後一保險契約應屬無效，非謂成立在先之保險契約亦屬無效。

至於有關複保險之適用是否及於人身保險問題，學說及實務見解不一，在民國 93 年 4 月 23 日大法官釋字第 576 解釋⁴¹後始獲得定論解決，其解釋重點如下：

- ①國家基於維護公益之必要，可以以法律對契約加以合理之限制。
- ②保險法對複保險所為之合理限制，並不違憲。
- ③人身保險契約，不受保險法關於複保險相關規定之限制。

有關複保險問題，既經大法官會議解釋在案，自應依其解釋內容辦理，不容再有任何爭議，惟為避免對保險業者可能產生之負面影響，保險業者可能有比照銀行業者對於不良債權通報方式，成立通報制度，在各保險公司受理新保單的核保作業時，可以查詢客戶投保狀況，以防堵客戶惡意投保多家保險公司圖謀保險金之道德風險。

- (4)保險業之徵信查證義務：保險業如能善盡其徵信查證義務，可以有效防杜道德風險的發生。

- ①保險人應負調查義務（徵信）：例如要保人或被保險人對於保險標的有無保險利益（保險法第 17 條）、是否超額保險（保險法第 23 條）、有無惡意複保險（保險法第 36 條）等，

⁴¹ 契約自由為個人自主發展與實現自我之重要機制，並為私法自治之基礎，除依契約之具體內容受憲法各相關基本權利規定保障外，亦屬憲法第 22 條所保障其他自由權利之一種。惟國家基於維護公益之必要，尚非不得以法律對之為合理之限制。

保險法第 36 條規定：「複保險，除另有約定外，要保人應將他保險人之名稱及保險金額通知各保險人。」第 37 條規定：「要保人故意不為前條之通知，或意圖不當得利而為複保險者，其契約無效。」係基於損害填補原則，為防止被保險人不當得利、獲致超過其財產上損害之保險給付，以維護保險市場交易秩序、降低交易成本與健全保險制度之發展，而對複保險行為所為之合理限制，符合憲法第 23 條之規定，與憲法保障人民契約自由之本旨，並無牴觸。

人身保險契約，並非為填補被保險人之財產上損害，亦不生類如財產保險之保險金額是否超過保險標的價值之問題，自不受保險法關於複保險相關規定之限制。最高法院 76 年台上字第 1166 號判例，將上開保險法有關複保險之規定適用於人身保險契約，對人民之契約自由，增加法律所無之限制，應不再援用。

均應由保險人在招攬保險時，對於要保人或被保險人之告知說明內容有存疑時，即應負調查的義務，始稱公允。競爭壓力大百萬保額鮮少細評估，投保金額數千萬元的個案，核保人員才會留意；金手指、傷害保險也沒有最高年齡的限制，這些都會造成發生道德風險的漏洞。

②保險人應負保險社會責任：保險可以有效控制危險，對於營業場所的火災保險或是產品責任保險，如果能夠在投保後，保險公司應定時或不定時前往實地瞭解，發現由於管理妥適致危險減少，依保險法第 59 條規定可以減少保費；如果管理不當致危險增加，依保險法第 60 條規定則應增加保費，如此亦可確保保險事故不致發生。

（三）契約效力

定型化契約屬於契約的一種，依照民法第 153 條規定，只要雙方意思表示一致，契約即為成立，定型化契約亦不例外。惟為避免定型化契約遭人濫用，立法上多以下列原則予以限制其效力：

1.違反平等互惠原則：無效。平等互惠為契約最基本原則，故消費者保護法第 11 條第 1 項明定：「企業經營者在定型化契約中所用之條款，應本平等互惠之原則。」並於消費者保護法施行細則第 14 條規定：定型化契約條款，有下列情事之一者，為違反平等互惠原則。不過，此種平等互惠原則因為過於抽象，在實務上通常均以顯失公平原則予以取代，因為違反平等互惠者，應該也是顯失公平。

- (1)當事人間之給付與對待給付顯不相當者。
- (2)消費者應負擔非其所能控制之危險者。
- (3)消費者違約時，應負擔顯不相當之賠償責任者。
- (4)其他顯有不利於消費者之情形者。

2.違反誠信公平原則：無效。所謂誠信原則，即誠實信用原則，為法律的最高原則；顯失公平，為定型化契約條款無效的主要理論依據。定型化契約條款是否違反誠信原則，對消費者顯失公平，應斟酌契約之性質、締約目的、全部條款內容、交易習慣及其他情事判斷之。主要之法律有：

- (1)民法第 148 條第 2 項：「行使權利，履行義務，應依誠實及信用方法。」

- (2)保險法第 54 條之 1：「保險契約中有左列情事之一，依訂約時情形顯失公平者，該部分之約定無效：①免除或減輕保險人依本法應負之義務者。②使要保人、受益人或被保險人拋棄或限制其依本法所享之權利者。③加重要保人或被保險人之義務者。④其他於要保人、受益人或被保險人有重大不利益者。」
- (3)消費者保護法第 12 條：「定型化契約中之條款違反誠信原則，對消費者顯失公平者，無效。(第 1 項) 定型化契約中之條款有下列情形之一者，推定其顯失公平：①違反平等互惠原則者。②條款與所排除不予適用之任意規定之立法意旨顯相矛盾者。③契約之主要權利或義務，因受條款之限制，致契約之目的難以達成者。」

在保險契約上最常見的顯失公平條款就是片面解約條款。例如近年發生宏福人壽的烏龍保單（宏福吉祥終身壽險）、遠雄人壽的烏龍保單等，因為利率下跌到年息 2%，使得換算年息在 20% 上下的 6 年期躉繳型壽險保單成為保險公司的重大負擔，因此保險公司即以片面條款方式不當規定要求保戶提前解約。

3. 異常條款：無效。

(1) 種類：異常條款主要有下列二種類型。

- ①形式上之異常條款：未記載於契約內之異常條款（消費者不能預見之異常條款）。消費者在正常情形顯非可得預見者，如違反交易之慣例。無論是否記載於契約內之異常條款（消費者難以注意之異常條款），例如字體、印刷或其他情事（如張貼或公告於隱密處所）等，均屬之。有判決⁴²即認為，定型化條款苟記載於書面，依消保法第 14 條之規定，固應即認為構成契約內容，惟所謂記載於書面，亦須客觀上具有契約形式，若定型化契約條款係記載於收據之背面，通常情形收據持有人不能注意及上開記載係有關契約條款，故此條款如有違一般人對法律之認識，顯非相對

⁴² 台灣高等法院 90 年度上易字第 218 號判決。

人所能預見者，尚難認係經由相對人合意而成立契約。即應以相對人有無預見為判斷標準。由於定型化契約條款的內容是否公平合理，攸關消費者的權益甚大，而企業經營者常以極小的字體印刷，視消費者根本視而不見。對此企業經營者不以已給消費者合理審閱期間為由，主張消費者受該定型化契約條款之拘束。

②實質上之異常條款：雖非形式上之異常條款，惟因該定型

化契約條款的約定，超過通常消費者的知識程度、社會經驗，以及其原來所瞭解的範圍，或該條款的內容極為突兀，非屬一般人預期的範圍，均屬實質上異常條款。另外，保險契約內的重要定型化契約條款，例如人壽保險的「告知事項」或「要保人及被保險人簽名蓋章」等重要事項，應以顯著色彩字體印刷，以提醒保戶注意並告知其重要性，否則將來可能會被視為異常條款而無效。

(2)中文：我國係屬於中文的消費環境，凡是在國內所販售的產品及所簽訂的契約，依照消費者保護法規定，原則上均應以中文為之，否則即有可能成為形式上的異常條款而無效。另外，保險法施行細則第5條：「保險業經營各種保險之保險單條款，應使用中文。但因業務需要，得使用外文，並附中譯文或節譯本。」與消費者保護法規定正好互相配合。

(3)案例：

①「管轄」條款：主管機關曾釋示保險單應列明管轄法院⁴³，惟實務上認為當事人依合意定第一審管轄法院時，若未明示合意管轄法院外之其他法定管轄法院仍保有管轄權，即應認其真意係排除其他法定管轄法院之管轄權，亦即其他法定管轄法院之管轄權除專屬管轄外，即因此管轄合意而排除其適用⁴⁴。因此，保險業者在契約內強制以保險業者總公司所在地之法院為第一審之合意管轄法院，係排除民事訴訟「以原就被」之大原則。

⁴³ 財政部 69.01.17. 台財錢字第 10569 號函。

⁴⁴ 台灣高等法院 91 年度抗字第 4534 號裁定。

②保險準據法條款⁴⁵：系爭保險契約之當事人即兩造均為中華民國法人，自應適用中華民國法，保險公司於前揭定型化之保險單上片面記載以英國法為準據法，排除中華民國法之適用，對於相對人於訴訟上攻擊防禦，顯屬重大且不公平，依前揭規定，該約定自屬無效。

4.效力：我國消費者保護法、民法、保險法等有關定型化契約條款效力，除了下述一般判斷原則外，並就前述立法規制予以彙整判斷表如后。

(1)同一文件上，個別磋商條款效力優於定型化契約條款。

(2)同一文件上，書寫文字之效力最優先，打字文字效力次之，印刷文字效力居後。

(3)同一文字均為印刷文字時，文件開始、末端、邊緣之約款效力優先於文件中央部分約款之效力。

我國消費者保護法、民法、保險法等有關定型化契約條款效力判斷表			
抽象原則	具體判定標準	具體判定內容	法條依據
平等互惠原則（消保法第11條第1項、民法第247條之1、保險法第54條之1）	給付義務是否相當	當事人間之給付與對待給付顯不相當者	消保法施行細則第14條第1款
		免除或減輕預定契約條款之當事人之責任者	民法第247條之1第1款
		免除或減輕保險人依保險法應負之義務者	保險法第54條之1第1款
	危險分擔是否相當	消費者應負擔非其所能控制之危險者	消保法施行細則第14條第2款
		使他方當事人拋棄權利或限制其行使權利者	民法第247條之第3款
		使要保人、受益人或被保險人拋棄或限制其依保險法所享之權利者	保險法第54條之1第2款
	賠償責任是否	消費者違約時，應負擔顯不相當之賠償責任者	消保法施行細則第14條第3款

⁴⁵ 台灣高等法院92年度保險上更一字第2號判決。

	相當	加重他方當事人之責任者	民法第 247 條之 1 第 2 款
		加重要保人或被保險人之義務者	保險法第 54 條之 1 第 3 款
	其他情形是否相當	其他顯有不利於消費者之情形	消保法施行細則第 14 條第 4 款
		其他於他方當事人有重大不利益者	民法第 247 條之 1 第 4 款
		其他於要保人、受益人或被保險人有重大不利益者	保險法第 54 條之 1 第 4 款
誠實信用原則 （消保法第 12 條第 1 項、民法第 247 條之 1、保險法第 54 條之 1）	不平等互惠之條款	違反平等互惠原則者	消保法第 12 條第 2 項第 1 款
		其他於他方當事人有重大不利益者	民法第 247 條之 1 第 4 款
		其他於要保人、受益人或被保險人有重大不利益者	保險法第 54 條之 1 第 4 款
	不當之排除條款	條款與其所排除不予適用之任意規定之立法意旨顯相矛盾者	消保法第 12 條第 2 項第 2 款
		免除或減輕預定契約條款之當事人之責任者	民法第 247 條之 1 第 1 款
		加重他方當事人之責任者	民法第 247 條之 1 第 2 款
		免除或減輕保險人依保險法應負之義務者	保險法第 54 條之 1 第 1 款
		加重要保人或被保險人之義務者	保險法第 54 條之 1 第 3 款
	不當之限制條款	契約之主要權利或義務，因受條款之限制，致契約之目的難以達成者	消保法第 12 條第 2 項第 3 款
		使他方當事人拋棄權利或限制其行使權利者	民法第 247 條之 1 第 3 款

		使要保人、受益人或被保險人拋棄或限制其依保險法所享之權利者	保險法第 54 條之 1 第 2 款
公平原則 (消保法、保險法第 54 條之 1 及民法相關規定)	違反強行法規之條款	法律行為，違反強制或禁止之規定者	民法第 71 條
		企業經營者對消費者或第三人之損害賠償責任，不得預先約定限制或免除。	消保法第 10 條之 1
		保險法之強制規定，不得以契約變更之。但有利於被保險人者，不在此限	保險法第 54 條第 1 項
	違背公序良俗之條款	法律行為，有背於公共秩序或善良風俗者	民法第 72 條
	異常效力之條款	定型化契約條款之效力異常，依正常情形顯非消費者所得預見者	消保法第 14 條(實質異常條款)、消保法施行細則第 12 條(形式異常條款)
	牴觸磋商合意之條款	定型化契約中之定型化契約條款牴觸個別磋商條款之約定者	消保法第 15 條
	違反公告之條款	定型化契約條款違反中央主管機關公告該定型化契約應記載或不得記載事項之規定者	消保法第 17 條第 2 項(不得記載事項)、消保法施行細則第 15 條第 2 項(應記載事項)

二、保險消費契約之司法規制

所謂司法規制，係指就保險消費定型化契約條款之爭議，由司法機關依據立法規制之規定，以最終解釋方式予以管制處理之謂。

(一)契約之解釋機關

對於保險消費定型化契約有權解釋機關，主要有保險行政主

管機關、行政院消保會及法院。

1.行政機關之解釋：行政解釋，包括保險行政主管機關（過去為財政部，現為行政院金管會）及行政院消保會所為之解釋。行政機關所為之解釋，原則上僅著重於行政管理層面，對於違反該解釋之保險業者，可以作為行政處分之依據；對於保險消費私權糾紛，因非屬行政管理範圍，至多僅能發揮行政指導之效力。

(1)保險行政主管機關：保險行政主管機關亦為消費者保護法第6條所稱中央主管機關，因此可以就消費者保護法及保險法有關問題加以解釋。例如財政部曾就保戶申請醫療保險金有關「醫院」範圍問題函釋⁴⁶：被保險人接受診治之醫院如符合醫療法規定者，保險人不得逕以非保險契約條款約定之「指定醫院」、「特約醫院」為由拒絕理賠。

(2)行政院消保會：僅為「消費者保護法」之主管機關，故僅能就消費者保護法內容加以解釋，但為消費者保護法最權威的行政解釋機關。

2.司法機關之解釋：司法解釋，包括法院及司法院、司法院大法官會議所為之解釋。有關定型化契約之解釋，因係屬私權事項，故依法應以司法機關為其最終解釋機關；另外，行政機關有關定型化契約公告之條款，如有爭議，最後仍應受司法審查。其解釋之方式，主要有狹義的解釋及裁判二種。

(1)狹義的解釋（通案解釋）：係就某個問題，予以一般性的解釋，適用於類似案例。包括大法官解釋、司法院解釋及民刑庭會議解釋在內。

(2)裁判（個案解釋）：係指法院針對個案所為之判決及裁定。如果對於個案之判決經選列為判例者，因具有拘束類似個案判決之效力，即成為通案解釋。

（二）契約之解釋要件

對於定型化契約條款是否需要加以解釋，原則上必須具有下列要件：

1.須有定型化契約條款存在：定型化契約條款如有疑義時，應為

⁴⁶ 財政部 86.02.01.台財保字第 851848487 號函。

有利於消費者之解釋，消費者保護法第 11 條第 2 項雖有規定，惟此係指當契約中有定型化契約條款存在時，就該條款之解釋有疑義時，應為有利於消費者之解釋而言。如無約定，何來定型化契約條款之存在？自無有利於消費者之解釋可言。

- 2.須有疑義存在：定型化契約條款如無疑義，即無須加以解釋。
- 3.須有多重解釋空間：就下列多重解釋當中，選擇其一為最適當的解釋。

(1)保險業者之解釋：就保險業者而言，可能存在「個別保險業者之主觀解釋」及「保險行業慣例之客觀解釋」二種，原則上應先以何者對消費者有利為取捨標準，如果並無不同，則宜以行業慣例之解釋為準。

(2)保險消費者之解釋：就保險消費者而言，可能存在「個別保險消費者之主觀解釋」及「一般保險消費者之客觀解釋」二種，為期契約之公平合理，原則上應以一般保險消費者之客觀解釋為準。

(3)其他之解釋：就主管機關而言，可能存在「主管機關之個案解釋」及「主管機關所研訂之保險契約書範本規定」二種，原則上應以主管機關最新的解釋為準。至於行政機關所公告之各種定型化契約範本，雖僅係提供經營者參考，而不具拘束力，然為合理規範雙方之權利義務，於解釋定型化契約之疑義時，該範本自有其參考之價值。

(三)疑義解釋原則

定型化契約中之條款若有疑義，須解釋該條款，而依客觀解釋原則仍有多重意義的選擇時，應採「若有疑義，反對擬文者」之法則，蓋定型化契約條款既為其所擬定，自有使其明確的義務，如仍有疑義，當然要由其承擔此不利益的風險；且解釋當事人之契約，應以當事人立約當時之真意為準，而真意何在，又應以過去事實及其他一切證據資料為斷定之標準，不能拘泥文字致失真意。

有關定型化契約條款之抽象解釋原則甚多⁴⁷，有學者更就免責條款列出具體解釋原則⁴⁸，惟筆者認為具體解釋應屬具體化條文規定問題，因篇幅所限，僅就抽象解釋原則中最重要之「客觀解釋原則」及「有利於相對人解釋原則」予以論述如后。

1.客觀解釋原則：關於定型化契約條款之解釋，不應受當事人主觀情事影響，而應純就客觀的標準而為統一之解釋，以免效力不一，喪失其規範的作用。

(1)以保單（契約記載內容）為主要依據：保險約款可謂係保險制度之核心⁴⁹，無論是定型化契約條款性質之基本條款，或是個別磋商條款性質之特約條款，原則上均應載於保單，始發生其法定效力。例如不在民眾出國刷卡所附加的「公共運輸旅遊平安保險」適用範圍⁵⁰、與旅行平安保險承保之保險事故無關聯⁵¹、旅行平安保險非旅行期間之旅行意外⁵²等，因均不

⁴⁷ 劉春堂著「民法債篇通則（一）契約法總論」，頁132至134。有關一般契約條款之解釋原則，列舉客觀解釋原則、統一解釋原則、合目的解釋原則、限制的解釋原則、調和解釋原則、利用人不利益解釋原則等六種。

⁴⁸ 劉宗榮著「定型化契約論文專輯」，頁117以下。對於免責約款之解釋方法，分就契約之共同解釋原則、免責約款之共同解釋原則、定型化免責約款之解釋原則等三部分分別具體加以詳細論述，可供參考。

⁴⁹ 劉春堂著「消費者保護法與保險事業」，同註2。有關保險契約當事人間之權利義務、保險給付內容之決定、保險金給付請求權、應否為保險給付、紛爭之解決等，實際上均有賴以保險約款為基準，保險約款可謂係保險制度之核心。

⁵⁰ 民眾出國刷卡所附加的「公共運輸旅遊平安保險」適用範圍，只限於固定航班或有時刻表的運輸工具，包機、包車、甚至計程車都不在理賠範圍內，但銀行並未盡告知義務，致常滋生糾紛。

⁵¹ 84台上132：本案旅遊平安保險契約係就被保險人乘坐交通工具赴中國大陸旅行為保險，所承保之危險，自應以被保險人赴中國大陸旅行發生之意外事故為限，並非保險契約有效期間內發生之意外事故，保險人均應負理賠責任。被保險人返台後二日在其住家附近大漢溪溺斃，並非赴大陸旅遊期間發生意外，亦非準備赴大陸旅遊期間發生危險，與系爭保險契約承保之保險事故即無關聯，雖在旅行平安保險有效期間內，保險公司亦無依保險契約給付保險金之義務。

⁵² 85台上356：旅行平安保險所承保者，乃旅行期間之意外，尚不及於旅行期間以外之一般事故，始符合旅行平安保險之性質。本案被保險人之傷殘意外，乃於自宅整理環境所發生，非旅行期間之旅行意外，自不屬旅行平安保險承保之危險之列。

在保單所記載保險適用範圍內，保險業者即無須負理賠責任。不過，為因應電子化時代的來臨，將來保險業所承保的保險單或暫保單，可能均得以電子文件方式簽發，保單無紙化的趨勢及其影響，主管機關金管會可能必須預為研議因應。

(2)應探求當事人真意：解釋意思表示，應探求當事人之真意，不得拘泥於所用之辭句（民法第 98 條）。雖然最高法院判例⁵³之見解認為對於解釋意思表示，固應探求當事人之真意，惟所謂「當事人之真意」係指當事人已表示於外部的效果意思，而非當事人內心蘊藏的意思，故解釋意思表示首先應以一般文義為準，如文字業已表示當事人真意，無須別事探求者，即不得捨此文字更為解釋。例如騎機車上高速公路造成車禍意外⁵⁴，並不在保險人應負理賠責任之範圍內。

2.有利於相對人解釋原則：旨在促使約款使用人遵守透明化要求。主要之法律依據為消費者保護法第 11 條第 2 項及保險法第 54 條。

(1)消費者保護法上定型化契約之解釋原則：由於定型化契約條款係由企業經營者單方預先擬定，因此該等條款常有偏重企業經營者的利益，或因條款文字艱深、內容曖昧不明，導致消費者有與企業經營者不同預期的情形發生。為保障在磋商上居於劣勢而常不能就定型化契約條款為充分思慮的消費者利益，消費者保護法遂於第 11 條第 2 項明文規定：「定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。」作為個案解釋的依據⁵⁵。至其解釋標準：所謂有利於消費者之解釋，係以一般消費者的認知為準。

(2)應為有利於被保險人（消費者）之解釋：由於保險業務性質

⁵³ 最高法院 56 年台上字第 722 號、58 年台上字第 2826 號判例。

⁵⁴ 86 台上 2141：按保險所擔當者為危險，在客觀上係「不可預料或不可抗力之事故」，在主觀上為「對災害所懷之恐懼，及因災害而受之損失」，故危險之發生不僅須不確定，非故意，且危險及其發生須為適法。而保險契約，及最大之善意契約，首重善意，以避免道德危險之發生，凡契約之訂立及保險事故之發生，有違背善意之原則者，保險人即得據以拒卻責任或解除契約。本案被保險人騎乘機車在高速公路飛馳所發生之意外，應非保險法之所許。

⁵⁵ 詹森林等著「消費者保護法問答資料」，頁 32。

特殊，要保及承保均涉及專業知識與技術，且保險契約係由保險人一方擬訂，要保人或被保險人在絕大多數情形下，只有作接受與否之決定，對於保險契約之條款內容，殊少有變更之地位，為保障保險被保險人權益，保險法第 54 條第 2 項規定：保險契約之解釋，如有疑義時，以作有利於被保險人之解釋為原則。有判決⁵⁶即依此原則認定旅行平安險承保範圍，應涵括機場事故在內。

三、保險消費契約之行政規制

所謂行政規制，係指就保險消費契約相關問題，由保險行政主管機關依據立法規制的相關法律規定，負責採行必要的行政措施予以規制之謂。行政規制方式，主要有查核、研訂範本及公告等三種。

(一)查核

查核即派員查核，屬於一種個案導正性質，需要有充裕的人力及經費，始得為之。因此，主管機關平時遇有消費者申訴時，多以函詢企業經營者陳述意見之方式為之，僅於必要時或有重大消費爭議時，始派員查核。

1.保險法上之查核：保險主管機關依據保險法規定可以為下列二種查核。

(1)事前審核：主管機關依據保險法第 144 條第 1 項：「保險業之各種保險單條款、保險費及其他相關資料，由主管機關視各種保險之發展狀況，分別規定其銷售前應採行之程序。」訂定「保險商品銷售前程序作業準則」，作為事前審核之依據。

(2)事後查核：主管機關查核時，如發現保險業有違反法令、章程或有礙健全經營之虞時，可以依保險法第 149 條予以行政處分。

2.消費者保護法上之查核：消費者保護主管機關可以依據消費者

⁵⁶ 在機場電扶梯摔傷購買 1500 萬旅行平安險，獲判賠 1350 萬案——保險契約規定「保險期間」為「商用客機抵達機場後三小時內使用交通工用離開機場之期間」，雙方見解不同，依保險法第 54 條規定，保險契約如有疑義，應採有利被保險人的解釋為原則，強調目前國內發卡銀行在卡友權益手冊中，就類似旅行平安險承保範圍，皆涵括機場事故，故判決保險公司敗訴。

保護法第 17 條第 3 項規定，對於企業經營者使用定型化契約者，得隨時派員查核，並得依消費者保護法規定予以下列處分。

- (1)罰鍰：企業經營者如有拒絕、規避或阻撓者，主管機關可以依據消費者保護法第 57 條規定予以罰鍰行政處分，並得連續處罰。
- (2)停業：企業經營者違反消保法規定情節重大，依消費者保護法第 60 條規定，報經中央主管機關或行政院消保會核准者，得命停止營業或勒令歇業。

(二)研訂範本

定型化契約範本係屬行政指導方式的一種，主管機關無須法律明文規定即可為之，其目的最主要在提供示範及教育等參考之用，可以發揮通案勸導之功能。

- 1.一般契約範本：由主管機關本諸權責，自行研訂與保險有關之契約範本者，屬之。目前依此程序已經完成下列之保險契約範本，可至金管會保險局查看其詳細內容。
 - (1)人壽保險單：人壽保險單示範條款、團體一年定期人壽保險單示範條款。
 - (2)傷害保險單：傷害保險單示範條款、團體傷害保險單示範條款、旅行平安保險單示範條款、傷害保險（個人傷害保險、團體傷害保險、旅行平安保險）恐怖主義限額給付附加條款、住院醫療費用保險單示範條款。
 - (3)年金保險單：個人即期年金保險單示範條款、個人遞延年金保險單示範條款、利率變動型年金保險單示範條款甲型、利率變動型年金保險單示範條款乙型、勞退企業年金保險單示範條款、勞退個人年金保險單示範條款。
 - (4)火災保險單：住宅火災及地震基本保險條款、商業火災保險基本條款。
 - (5)汽車保險單：自用汽車保險單條款、營業用汽車保單條款、強制汽車責任保險單條款、機車強制責任保險駕駛人傷害附加條款、汽車第三人責任保險雇主責任附加條款、第三人責任保險受酒類影響車禍受害人補償附加條款。
 - (6)其他保險單：大眾捷運系統旅客運送責任保險條款標準。
- 2.特別契約範本：由主管機關依行政院消保會指示研訂契約範

本，並送經該會審查通過之契約範本。目前依此程序已經完成下列之保險契約範本，可至行政院消保會查看其詳細內容，消保會網址為 www.cpc.gov.tw。

行政院消保會審查通過與保險有關之定型化契約書範本一覽表			
範本名稱	主管機關	實施日期	內容要旨
人壽保險 要保書及 示範條款	財政部 (金管會)	84/05/01	1. 要保書示範內容(分基本資料、告知事項、聲明事項等三大部分，計 10 點) 2. 人壽保險單示範條款(計 26 條)
住宅火災 保險基本 條款及要 保書填寫 說明	財政部 (金管會)	85/05/01	1. 住宅火災保險基本條款(分定義、承保事故及不保事故、承保之建築物及不保之建築物、承保之建築物內動產及不保之動產、一般事項、保險金額、理賠事項、法令之適用等 8 大部分，計 41 條) 2. 住宅火災保險要保書填寫說明(計 7 點)
汽車保險 自用汽車 保單條款 及要保書 填寫說明	財政部 (金管會)	86/07/01	1. 汽車保險自用汽車保單條款(分汽車保險共同條款、汽車第三人責任保險條款、車體損失險甲式條款、車體損失險乙式條款、汽車竊盜損失保險條款等五大部分，計 63 條) 2. 汽車保險自用汽車保險要保書填寫說明(分填寫要保書注意事項、汽車保險的承保內容、汽車保險有那些重要的不保事項、如何可以節省保險費的支出、汽車發生事故時您要如何處理等五大部分，計 28 點)

汽車維修 定型化契 約 範 本	經濟部	88/04/27	1.第一式：適用於維修車輛有保險 公司賠付者（計 35 條） 2.第二式：適用於維修車輛無保險 公司賠付者（計 32 條）
-----------------------	-----	----------	--

3.契約範本屬於行政指導：契約書範本的制定，旨在通案導正相關行業的交易秩序，有效促進公平合理消費環境的建立。該範本的規定，均屬對消費者權益的最低保障標準，業者的個別契約規定如低於範本規定者，即可推定為對消費者不公平不合理。

(1)範本的性質：屬行政指導性質，非屬行政處分。範本屬於一種行政事實行為，只具有勸導效果，並不具有法律上拘束力；其制定實施並不違反公平交易法。由於範本並非行政處分，故不得作為訴願、行政訴訟或國家賠償的標的。

(2)範本的作用：僅供參考，無法律拘束力。範本的目的在提供消費者客觀比較的參考、提供業者研訂個別契約的示範內容、作為主管機關認為是否公平的判斷，均有其教育意義。範本內容規定並不當然成為個別契約的內容，惟業者如在廣告上聲明採用範本時，即應負範本規定的責任。

(三)公告應記載及不得記載事項

中央主管機關如有法律授權規定依據，即可以依實際需要情形，選擇特定行業，公告規定其定型化契約應記載或不得記載之事項，作為該行業遵行之依據，以有效導正不公平、不合理之定型化契約條款，保障消費者權益。

1.應記載事項：尚可依其法據之不同，而有下列二種應記載事項。

(1)保險法規定之應記載事項：尚可分成下列二種。

①保險法第 55 條：「保險契約，除本法另有規定外，應記載左列各款事項：1.當事人之姓名及住所。2.保險之標的物。3.保險事故之種類。4.保險責任開始之日、時及保險期間。5.保險金額。6.保險費。7.無效及失權之原因。8.訂約之年、月、日。」屬於所有保險契約應記載之基本條款規定。

②法定其他應載事項：第 87 條（陸空保險契約應載事項）、第 95 條之 2 及之 3（保證保險契約應載事項）、第 108 條（人壽保險契約應載事項）、第 129 條（代訂健康保險契約應載事項）、第 132 條（傷害保險契約應載事項）、第 135

條之 2（年金保險契約應載事項）等，屬於保險法規定個別保險契約應記載事項。

(2)消費者保護法規定之公告契約「應記載事項」：其意義及效力如下。

①契約的應記載事項：屬於契約內容必須記載的重要基本事項。凡是該契約基本上必須具有的規定，例如簽約人、標的、買賣的金額等，均屬定型化契約內應記載的事項，以作為雙方權利義務的依據，俾確保消費公平。

②公告的契約應記載事項：有逕行變更契約內容的效力。公告的目的，在建立公平合理的消費環境，確保消費者在定型化契約上的權益。定型化契約如果未記載公告的應記載事項，該經公告應記載的事項，仍構成契約內容。

2.不得記載事項：尚可依其法據之不同，而有下列二種不得記載事項。

(1)保險法規定之不得記載事項：保險法第 54 條第 1 項規定。

①法定不得記載事項：第 30 條（道義損害應負責任）、第 31 條（受僱人或動物等損害應負責任）、第 33 條（減免損失費用應負償還責任）、第 54 條之 1（契約顯失公平的部分無效）、第 103 條（人壽保險人代位之禁止）、保險業管理辦法第 6 條（廣告僅供參考）等。

②保險法規定不得記載事項：僅可作為行政管理的依據，主管機關對違反之業者，可加以適當的行政處分。

(2)消費者保護法規定之公告契約「不得記載事項」：其意義及效力如下。

①不得記載事項：屬於契約內容不得記載的重要事項。凡是不公平或是不合理的定型化契約條款，例如「貨物售出，概不退換」或是「交車後，買方必須繳回契約」等條款，均屬定型化契約內不得記載的事項，以確保消費公平。

②公告的契約不得記載事項：有逕行影響契約內容的效力。依照消費者保護法第 17 條第 1 項「由中央主管機關選擇特定行業，公告規定其定型化契約不得記載事項」的規定，其目的在建立公平合理消費環境，排除定型化契約內容不公平條款存在。換言之，所有能夠存在的條款，至少應具

有最低的公平標準，以確保消費者在定型化契約上的權益。

3.問題探討：目前由於保險單事先應經主管機關審核，已發揮部分行政規制的效果，因此尚無公告保險契約應記載及不得記載事項之案例，但是基於下述理由，筆者認為仍有公告之必要：

(1)公告有其實益；由於保險法規定之應記載及不得記載事項，並無直接變更契約內容之效力，僅得作為行政處分之依據，故為落實保障保險消費者權益，仍有依消費者保護法公告保險契約應記載及不得記載之實益。

(2)公告可以補充保險商品審查新制之不足：為縮短保險商品審查時間之需求與期待，主管機關金管會決定自 95 年 9 月 1 日起實施保險商品審查新制，將過去主管機關實質審查改為保險業者承擔專業責任的自律性監理模式，未來新制審查內容將採負面表列，縮小保險商品的審查範圍，除了新型態及具特殊性之保險商品必須經過核准，其餘則由保險業以備查方式辦理。此種審查新制，可能對消費者較為不利，公告的應記載及不得記載事項正可以補充其不足之處。

目前主管機關金管會已先完成「人壽保險契約應記載及不得記載事項（草案）」送請行政院消保會審查，將來會逐一辦理其餘保險契約書應記載及不得記載事項之研訂及公告事宜，俾更進一步保障保險消費者權益。

參、保險業者之責任

保險業者對於保險消費者，主要應負保險契約之理賠、保險產品之行銷、損害賠償等三種責任。

一、保險契約之理賠責任

(一)保險消費關係企業經營者產品責任類型

1.產品無過失責任之成立：依消保法第 7 條規定，必須產品有下列瑕疵，因而造成使用消費者的損害，業者即應負產品無過失責任。

(1)設計瑕疵：保險業者在設計保險產品時所發生的瑕疵，例如保險的費率精算不當、保單內容設計不夠周延、保險理賠程序設計有問題等，如因而影響保險消費者權益時，均屬於設計瑕疵的範圍。主管機關金管會為了確實要求業者在商品設計階段起責任，特別於 94 年通過「保險商品設計自律規範」，於設計商品的前置作業期間，加重業者簽署人員及商品設計部門主管的責任，以加強其注意義務。

(2)製造瑕疵：保險業者在提供保險服務時所發生的瑕疵，例如保險業者對其屬員工的控管缺失、未能給予保險消費者法應有的合理審閱期間等，如因而影響保險消費者權益時，均屬製造瑕疵的範圍。

(3)指示瑕疵：保險業者在招攬保險時，未能善盡依法應提供的告知說明義務、或是保險業之徵信查證義務（如前述保險人應負徵信調查義務及第 59 條保險人應負保險社會責任）、或是未能盡善保險法第 148 條之 2 有關資訊公開之義務等，如因而影響保險消費者權益時，均屬指示瑕疵的範圍。

2.產品無過失責任的範圍：包括保險業者的營業場所，與其所提供的商品及服務在內。

(1)場所的責任：保險業者應確保其營業場所無瑕疵。營業場所雖然不是交易的客體，但是與交易客體存有密不可分的關係，故消費者因營業場所瑕疵所造成的損害，亦應納入產品

責任應負責的範圍。事實上，因營業場所造成的消費意外事件屢見不鮮，尤其是消防公共安全問題，經常造成重大傷亡，例如台中市衛爾康西餐廳火災事件、台北市快樂頌 KTV 縱火事件、新竹市夜歸人 PUB 縱火事件、桃園縣佳育兒童心算班縱火事件等等，令人觸目驚心，所以我們對於保險消費場所的安全，更需加以重視。

(2)服務的責任：保險業者提供服務時，就應確保所有的服務人員，及所提供的所有服務內容無瑕疵。

①服務的人員無瑕疵：保險業者應依法令規定，提供具有專業證照的保險從業人員來提供服務，如業者本身未具有合法保險證照（如未取得合法保險公司資格），或是僱用未取得合法專業證照資格（如保險代理人、保險經紀人、保險公證人、保險業務員等）的人來執行保險業務者，均可視為服務人員有瑕疵，對因而受害的消費者應負無過失損害賠償的產品責任。

②服務的內涵無瑕疵：保險業者並應確保其所提供保險服務的內涵無瑕疵，該等服務的內涵如經認定並不具有通常可以合理期待的安全性，消費者並因而發生損害，保險業者應負無過失損害賠償的產品責任。此種瑕疵主要有列類型：

A.招攬瑕疵：保險契約成立前，保險業者在招攬保險時未善盡告知說明義務之瑕疵，例如保險公司同意被保險人不必親自簽名、受益人曾告知要保人罹病，惟招保人未予重視、保戶撤銷契約要求退保，業務員作假逾期送件、廣告內容誇大不實等，均屬招攬過程的瑕疵。

B.營業瑕疵：保險契約成立後，保險業者未善盡保險服務義務之瑕疵，例如保單設計不良、保戶資料不當使用或外洩、保險公司經營不善、保險業務員侵吞保費、保險業務員偽照保戶印鑑冒貸、保險公司負通知義務而未合法通知等，均屬保險公司在營業上的瑕疵。

C.理賠瑕疵：發生保險事故後，保險業者未盡善保險理賠義務之瑕疵，例如保險業者無正當理由未如期理賠、保險公司對實支實付型醫療險的理賠不當扣除社會救助項

目、保險員詐領保險金、申請殘廢給付要求保戶自費複檢等，均屬理賠過程的瑕疵。

(3)商品的責任：保險業者在販售保險商品時，如有提供一般商品者，應確保其所提供的商品無瑕疵。依消費者保護法第 7 條規定，保險業者應確保其所提供的商品，具有通常可以合理期待的安全性。例如所提供的食品發生食物中毒、衣服會引起皮膚過敏、房屋是海砂屋、汽車的剎車失靈、紙黏土含五氯酚、玩具會咬人等等有瑕疵的商品，因此所造成使用消費者的損害，保險業者應負無過失損害賠償的產品責任。

(二)保險消費者權益之確保

過去包括主管機關在內，很多人都認為銀行或是保險公司不會倒，這是一個錯誤的觀念，例如早期的國光保險公司，過去的十信風暴（由合作金庫概括承受），以及 95 年退場的國華產險公司（由台壽接手，改名龍平安），銀行或是保險公司不是不會倒，只是因為其影響層面太大，所以是不能倒，因此更需要建立及落實分散經營風險的機制。

1.為確保保險契約之完全履行，應建立履約責任保險（或保證）機制：目前比較可行方式為①設置保險業安定基金：以確保保險業經營之安定性及履行保險契約債務（保險法第 143 條之 1）、②規定共保條款：例如共保住宅地震險（保險法第 138 條之 1）、③設定再保險機制（保險法第 39 條至第 42 條）及④創設同業互保機制等，以有效分散經營風險。

2.為確保產品責任之受害求償，應建立產品責任保險（或保證）機制：保險業者可以比較上述履約保險機制方式，建立產品責任保險機制，以確保受害消費者的求償權。

有關產品責任保險及履約責任保險部分，因非屬保險消費關係，在此不另贅述，惟因該等責任保險制度對於消費者可以提供最大權益保障，筆者將另文論述。

二、保險產品之行銷責任

(一)廣告行銷

1.一般廣告行銷應負的法律責任：即刊登廣告保險業者的民事責任。為保護消費者知的權利，免因保險業者以不實廣告侵害消費者權益，消費者保護法第 22 條將契約責任擴張及於廣告的內容，故規定保險業者對消費者所負的義務，不得低於廣告的內容。其內容包括：

(1)保險業者應負確保廣告真實的義務：保險業者對於廣告，除所負的義務不得低於廣告的內容外，尚須負廣告真實的義務。

①不得為不實廣告的義務：此為廣告主的消極義務。廣告不實屬於不公平競爭的一種類型，依照公平交易法規定，廣告不可「虛偽不實或引人錯誤」，但廣告是否違法，仍須由主管機關金管會予以具體認定。

②證明廣告真實的義務：此為廣告主的積極義務。如果主管機關金管會認為保險業者的廣告內容誇大不實，足以影響消費者權益的可能時，依照消費者保護法施行細則規定，得令保險業者證明該廣告的真實性。

(2)保險業者應負不得低於廣告內容的履行義務：此為廣告主的法定義務。為防止誇大不實引人錯誤的廣告侵害消費者權益，依照消費者保護法規定，保險業者應確保廣告內容的真實，其對消費者所負的義務，不得低於廣告的內容。

(3)強化保險業廣告及宣傳之管理：主管機關金管會為了強化管理，除了在保險業管理辦法第 6 條：「保險業經營業或招聘人員不得有誇大不實或引人錯誤之廣告之宣傳。」明定其廣告及宣傳之限制外，並研訂實施保險廣告文宣之處理原則⁵⁷。另外，對於保險公會研訂「保險業招攬廣告自律規範」予以備查⁵⁸，以加強保險業之自律。

①保險業經營業務或徵員所使用之文宣、廣告，應確實依消費者保護法第 22 條規定辦理。

②保險業從事保險招攬或徵員之文宣、廣告，不得有誇大不實或引人錯誤，其內容並應經總公司或外商在台分公司核可，若分支機構或保險業務員擅自使用不實文宣、廣告，所屬公司除應依法負連帶責任，依法嚴予議處相關人及於

⁵⁷ 財政部 85.09.18.台財保字第 85236936 號函。

⁵⁸ 金管會 94.09.22.金管保三字第 09402086580 號函准予備查。

媒體說明致歉外，對於從事保險招攬之不實文宣、廣告，財政部並依保險法第 149 條停售該商品。

③凡保戶因不實之文宣、廣告而投保，嗣後產生疑義擬退保時，保險公司至少應加計利息退還所繳全部保險費。

④保險公司如有以不實文宣、廣告，招攬業務或徵員情事，除違反保險法令部分，財政部依法處理外，違反公平交易法部分，移送行政院公平交易委員會處理。

2.信用廣告行銷：信用廣告之限制（消保法第 22 條之 1）：「企業經營者對消費者從事與信用有關之交易時，應於廣告上明示應付所有總費用之年百分率。前項所稱總費用之範圍及年百分率計算方式，由各目的事業主管機關定之。」

(1)落實消費者信用保護目的：鑒於坊間之融資廣告，有關融資條件與利率表現方式，常存有若干陷阱，易導致消費者有誤認誤信之虞，爰予明定。例如目前市面上存在之各類消費信用廣告，經常利用「零利率」或「利率優惠」等專案作為廣告訴求，實則往往同時搭配收取例如手續費、開辦費、徵信費或其他各種名目的費用，極易誤導消費者誤信貸款無負擔，甚而掉入信用破產之結果。此條規定即要求業者將每月手續費或其他費用轉換為以年百分率表達，讓消費者有比較之基礎，進而為正確之選擇，其權益即能獲得有效保障。

(2)保險業辦理貸款時亦應受此規範：保險業依保險法第 146 條之 3 第 1 項規定，可以辦理①銀行保證之放款、②以動產或不動產為擔保之放款、③以合於第 146 條之 1 之有價證券為質之放款、④人壽保險業以各該保險業所簽發之人壽保險單為質之放款等四種放款，當然亦應受消費者保護法第 22 條之 1 規定之規範，因此主管機關行政院金管會已訂定「銀行業暨保險業辦理消費者信用交易廣告應揭示總費用範圍及年百分率計算方式標準」等配套措施，自民國 95 年 1 月開始實施，保險業如有違反，主管機關可以依保險法第 149 條規定予以處分。

(3)保險消費資訊透明化已成趨勢：為了提供壽險商品的資訊透明度，主管機關金管會有意推動所有商品「費率透明化」，除

了現行投資型保單必須公布附加費用率之外，未來傳統壽險保單的費率都必須公布，以落實保障保戶權益。

(4)保險公司銷售商品時，應否於廣告 DM 中詳載「保險附加費用率」問題

①金管會解釋⁵⁹：依銀行暨保險業辦理信用交易廣告應揭示總費用範圍及年百分率計算方式標準第 5 條：「本標準所稱消費者信用交易，指銀行業暨保險業與自然人消費者訂定契約，對其提供延後付款、借款或其他類似融資協助之信用承諾、透支及附有授信選擇之融資工具。前項消費者信用交易範圍，包括購屋貸款、房屋修繕、耐久性消費財（包括房屋、汽車）、支付學費及其他個人之貸款交易，以及信用卡、現金卡之循環信用交易。」

②消費者保護法第 22 條之 1 第 1 項規定之適用範圍：僅指企業經營者對消費者從事與信用有關之交易時，始應於廣告上明示應付所有總費用之年百分率，而保險契約依保險法第 1 條規定，與消費者信用交易定義尚有不同，原則上可不適用，惟如保險契約出質時（即以保險契約質押貸款），此時或已涉及信用交易，而有消保法上開規定之適用。

3.郵購買賣行銷：主要係以郵購廣告作為行銷手法。

(1)消費者保護法規定之郵購買賣：郵購買賣主要係利用傳銷媒介作為行銷的利器，並非買賣當事人雙方面對面的交易行為，故有人稱為「遠距離交易」。郵購買賣業者主要是利用廣播、電視、電話、傳真、型錄、報紙、雜誌、網際網路、傳單或其他類似的方法，來吸引消費者的注意，作為其傳銷的媒介，使得消費者在購買前，無法獲得實際檢視產品（商品或服務）的機會。因此，為避免消費者因郵購買賣受害，依照消費者保護法的規定，郵購買賣的出賣人，對於消費者負有下列特別的告知義務，並負取得消費者已受告知的證明文件，以證明消費者已經合法被告知。

①買賣的資訊：買賣的條件及出賣人的姓名、名稱、負責人、事務所或住居所。

⁵⁹ 金管會 95.05.11.金管保三字第 09500036781 號函。

②特別解約的資訊：買受人有 7 日的猶豫期間及無條件契約解除權。

(2)保險郵購買賣：目前保險行銷通路業已多元化，除了傳統的業務員、保險代理人、保險經紀人以外，金管會並已於 95 年 3 月 14 日發布「保險業辦理電話行銷業務應注意事項」，先就某些特定保險⁶⁰正式開放下列行銷管道，均適用消費者保護法有關郵購買賣規定：

①電視行銷：利用電視購物頻道行銷保險，亦即消費者利用電視選台器買保單。

②電話訪問行銷：利用電話訪問方式行銷保險，保戶線上投保免簽名，但為避免口說無憑，消費者應予以錄音，以保障應有的權益。主管機關並明訂「保險業電話行銷應遵循之原則⁶¹」作為處理依據。

③網路行銷：利用網路行銷保險，亦即消費者利用網路買保單。

保險郵購買賣事實上是消費者向保險代理業、銀行理事或電視台買保單，該等行銷人員只負責前端的銷售（保險經銷商），但是後續的售後服務，包括理賠、契約變更等問題，保戶必須自己向保險公司（保險製造商）詢問，對消費者的權益較無保障，應特別注意。

(二)現物行銷

1.一般現物行銷：所謂一般現物行銷，係指在其自有店面行銷其產品之謂，例如有消費者自行前往保險公司投保（購買保險產品），此為通常的行銷型態，故稱之為一般現物行銷。

2.訪問買賣行銷：

(1)消費者保護法規定之訪問買賣：訪問買賣主要係利用傳銷人員作為行銷的利器，凡是未經消費者邀約（消費者心理上沒有準備）即前往消費者的住居所或其他場所來進行傳銷行為，由於消費者心理上沒有準備，或是並無同類產品（商品

⁶⁰ 依金管會規定，可以做為電話行銷的保險商品，在人身保險方面，限於傳統型人壽保險、健康保險、年金保險及傷害保險；財產保險方面則以傷害險為限。

⁶¹ 金管會 93.08.30.金管保三字第 09302541442 號函，重申保險業以「電話行銷方式」招攬保險契約，均應經保戶同意後親自簽名確認，以維護保戶權益。

或服務)比較機會，因而所成立之買賣。因此，為避免消費者因訪問買賣受害，依照消費者保護法的規定，訪問買賣的出賣人，對於消費者負有下列特別的告知義務，並負取得消費者已受告知的證明文件，以證明消費者已經合法被告知。

①買賣的資訊：買賣的條件及出賣人的姓名、名稱、負責人、事務所或住居所。

②特別解約的資訊：買受人有 7 日的猶豫期間及無條件契約解除權。

(2)訪問買賣類型：尚可區分單層直銷與多層直銷兩種。

①單層直銷：此為一般之訪問買賣。例如由公司負責跑外務之業務人員，在公司之營業場所以外，向消費者直接推銷產品所成立之買賣。保險產品多由保險業務員前往客戶家裡、辦公室進行登門推銷，符合消費者保護法規定之訪問買賣要件，故應適用消費者保護法有關郵購買賣規定。此為保險業者最常用的傳銷手法。

②多層直銷：此為特別之訪問買賣。例如多層次傳銷公司分由不同層次業務人員，在公司之營業場所以外，向消費者直接推銷產品所成立之買賣。多層次傳銷公司如未經向行政院公平交易委員會核準備案者，即屬非法之多層次傳銷公司，俗稱老鼠會。如果現有保險公司未向行政院公平會申請多層次傳銷備案者，原則上該保險公司即不宜以多層次傳銷方式推銷其保險產品。訪問買賣須符合下列二個構成要件：

3.現物要約：

(1)消費者保護法規定之現物要約：凡是業者在未經消費者「要約」的程序前，即將其產品（商品或服務）郵寄或遞送給消費者，作為要約手段的傳銷行為，並在該寄送商品上附加一些消費者同意買受的明示或默示的附款，例如「7 日內如未退回，視為同意購買」等附款，讓消費者不知所措，有點霸王硬上弓的強制推銷意味，讓消費者不知如何處理該不請自來的產品，增加消費者的困擾。因此，為避免消費者因現物要約受害，依照消費者保護法規定如下：

- ①消費者對該產品不負保管義務，亦無主動退回該產品之義務。
- ②寄送者在寄送後逾 30 日未經消費者承諾而仍不取回其產品者，視為拋棄其寄投之產品。
- (2)保險現物要約：最常見於舊保單屆期之更新。
 - ①行銷方式：保險公司與信用卡公司或銀行合作行銷保險商品，於保單到期前，寄發要保人之續保通知，常載明無異議即自動續保並繼續透過信用卡帳戶收取保費；或是保險業者以替保戶作保險規劃為由，直接將舊保戶納入新種保單，再以信函通知舊保戶等，均屬保險現物要約，有消費者保護法相關規定之適用。
 - ②預防之道：主管機關認為此種方式顯有不當，為避免保戶質疑被強制投保並扣款之情事，乃令頒⁶²規定有關續保作業，仍應先經要保人簽章確認之程序。另外，從 94 年起，並特別規定強制汽車責任保險到期前，產險公司一定要主動通知保戶續保。如果產險公司疏忽通知，強制險到期後一個月內發生車禍事故，原投保產險公司仍要負理賠責任。

(三)行銷時應注意之資訊責任

保險法施行細則第 5 條：「保險業經營各種保險之保險單條款，應使用中文。但因業務需要，得使用外文，並附中文譯本或節譯本。」

- 1.標示說明（告知說明）：依照消費者保護法第 24 條規定，企業經營者應依商品標示法等法令為商品或服務之標示。其標示內容包括：
 - (1)說明性標示：係指一般的標示及說明書，包括商品或服務與廠商名稱、內容、成分、數量、等級、使用方法等，其目的在增進商品的用益性。
 - (2)警告性標示：係指特別揭露與該商品或服務可能發生的相關危險資訊，包括危險的標明、危險發生時的處理方法、特別指示等，其目的在提醒消費者注意，以免發生損害的結果，俾加強商品或服務的無害性。

⁶² 財政部 89.01.17. 台財保字第 0880702296 號函。

保險業為服務業，其所販售的保險屬於無形產品，原則上無法在其上為任何有形的標示說明，但並不表示服務業無須負擔標示說明義務，而應將相關標示說明內容改以口頭告知，應告知而未告知者，即屬違反義務，受害者即可請求損害賠償。易言之，服務業將標示說明義務轉換成告知說明義務，所以保險業應特別重視企業經營者的告知說明義務。

2.保證：

(1)口頭保證與書面保證：

- ①書面保證：企業經營者對消費者保證商品或服務之品質時，為免口說無憑，依照消費者保護法第 25 條規定，業者應主動出具書面保證書。
- ②口頭保證：口頭所提供的品質保證，與書面保證僅其形式上有所不同而已，在效力應無不同。例如企業經營者對於消費者，如只以口頭表示品質保證 1 年，而未依照消費者保護法的規定出具書面保證書時，其所為的保證，並不受影響。只是在發生爭訟時，消費者在舉證方面，可能較為困難。

(2)保證書條款的相關問題：

- ①定型化契約條款問題：保證書的條款，係由業者單方面事先自行訂定，作為與消費者簽約的內容，並不允許消費者有任何修改的權利，屬於定型化契約條款，故亦有定型化契約規定的適用。
- ②準據法問題：例如某汽車公司於其車主手冊「保證書及保證責任的限度」，加註「本譯文若發生解釋上的問題時，以英文為準」字樣，由於該公司既在我國境內銷售商品，自應以當地官方語言進行資訊或意見的交換，除了違反消費者保護法有關中文標示說明規定外，此種行為有使消費者對於有關約款的瞭解陷於錯誤的可能，顯有挾賣方優勢地位從事不公平交易行為情事，亦遭公平會認定違反公平交易法。
- (3)投資型保單並不保證賺錢問題：由於有少數保險業者於銷售投資型保險商品時，常以其連結投資標的之「投資報酬率『假設』過於偏高」，作為促銷手法，已有誤導消費者（將「假設」

誤為「保證」、破壞市場公平競爭之虞，導致保險消費者投保資型保單，但並不保險可以賺錢情形，因而引發爭議。此項問題症結主要在資訊揭露及告知說明不足所致，主管機關乃採取下列補救措施：

- ①主管機關特別依據保險法第 146 條第 5 項授權規定，訂頒投資型保險投資管理辦法，該辦法第 4 條明定：「保險人與要保人簽訂投資型保險契約前，應將相關資訊充分揭露；於訂約時，應以重要事項告知書向要保人說明下列事項，並經其簽章：一.各項費用。二.投資標的及其可能風險。三.相關警語。四.其他經主管機關規定之事項。」
- ②主管機關另依該辦法第 4 條第 2 項授權規定，訂頒「投資型保險資訊揭露應遵循事項」，以強化保險業對攸關保戶權益事項之充分揭露，落實對消費者權益之保障。包括保險商品說明書、保險商品簡介、要保書等均有其一定揭露事項，其要點略為：
 - A.揭露基本原則：資訊揭露應本最大誠信原則，且須為最新及正確，並以白話中文表達。
 - B.保險商品資訊：保險公司基本資料、保險計畫之詳細說明、費用、投資標的、保單價值之通知等一般應揭露事項。
 - C.保險商品警語：本商品所連結之一切投資標的，其發行或管理機構以往之投資績效不保證未來之投資收益，除保險契約另有約定外，本公司（處）不負投資盈虧之責，要保人投保前應詳閱本說明書。
- ③保險業如有違反者，主管機關將視情節依保險法第 149 條第 1 項第 1 款規定予以議處。

筆者以為主管機關即令就投資型保單規定如何繁複，對於消費者 仍然助益不大，主要原因在於保險非常專業，所為舉例又都投消費者所好，即使有再多的警語，都不會引發消費者警戒心理而徒勞無功，建議改以負面投資效益（例如利率降至 0 或是投資虧損時）作為相對案例，以供消費者拿來與正面投資效益案例比較參考，或許效果會比較顯著也不一定，因為可以有效降低消費者預期心理；要不然明文規定要

保險業者負保證責任，亦不失為一可行途徑。

3.個人資料保護問題：保險主管機關金管會為確保保戶個人資料之保護，已要求⁶³各會員：

- (1)原則：對於個人資料之電腦處理、蒐集及利用，應確實依據電腦處理個人資料保護法及相關規定辦理。
- (2)限制：在保單條款中不得納入「消費者同意其個人資料得於其相關企業間交叉利用」之條款；於要保書聲明事項中由要保人及被保險人聲明同意其個人資料供蒐集、電腦處理及利用者，並應注意利用範圍是否允當、必要及適法，不得有濫用當事人書面同意之情事。
- (3)補償：如有洩漏消費者個人資料情事，應給予消費者補償。

三、損害賠償之責任

(一)損失補償：以填補受害消費者實際損失為目的，包括財產上的損失及非財產上的損失在內，只要有損失，均可請求，並且採取「損失多少，就賠多少」的損失補償主義。例如受害消費者實際損失100萬，即應賠償100萬。

(二)懲罰性賠償金

- 1.損害賠償責任的要件：消費者保護法上的契約責任，有三個成立要件。
 - (1)契約須有瑕疵：契約如無瑕疵，業者即無須負責。
 - (2)消費者須受有損害：消費者如無損害，即不得請求賠償。
 - (3)瑕疵與損害間須有因果關係：如果不是因契約瑕疵所致的損害，不在業者負損害賠償責任的範圍。
- 2.無論是使用關係（產品責任）的消費者或是契約關係（契約責任）的消費者，只要消費者受有損害，依照消費者保護法規定向法院提起損害賠償訴訟時，都可以依照消費者保護法規定請求懲罰性賠償金，另外再加上實際的損害額，即為消費者應得的總賠償金額。
- 3.損害賠償的範圍：包括實際損失及懲罰性賠償金。以下法院有

⁶³ 金管會保險局 93.08.27.保局二字第 09302010352 號函。

關海外渡假村會員證的懲罰性賠償金案例，可供將來保險公司賠償案例之參考。

(1)故意案例：應賠三倍以下的懲罰性賠償金。

①業者在契約內不負任何義務，又未於契約書上載明渡假村公司的任何資料，此種定型化契約顯失公平，且有違誠信，亦不符平等互惠原則，其給付與對待給付間顯不相當，而有違平等互惠原則，依消費者保護法規定，應屬無效。法院認業者惡性重大，故判決（三倍）懲罰性賠償金 22 萬元。

②審酌業者以不實的廣告誘使消費者與其簽渡假村合約，及消費者受損害情節，事後業者故意刁難不予退費，法院認其惡性重大，故判決（三倍）懲罰性賠償金 26 萬元。

(2)過失案例：應賠一倍以下的懲罰性賠償金。

①所謂懲罰性賠償，係消費者保護法特有的賠償類型，非屬損害補償性質的賠償，此制的設立目的在於對具有邪惡動機、非道德的、有意圖的或極惡的行為人施以一定懲罰，阻嚇他人效尤的處罰性賠償，其性質及目的與刑事處罰無異，故適用上極具嚴格，本案法院認為業者有其疏失（過失），故判決懲罰性賠償金 5 萬元。

②業者以不實的廣告誘使消費者與其簽渡假村合約，及消費者受損害情節，且事後業者故意刁難不予退費，法院認為業者有其疏失（過失），為維護交易秩序以及消費者利益，故判決懲罰性賠償金 8 萬元。

肆、檢討與建議（代結語）

現代國家對保險事業之政策，已從「保險事業之保護、育成」，轉換成「保險消費者之保護」⁶⁴，有關保險消費問題，應從保險消費者角度切入，使消費者保護法與保險法能夠盡量的融合，必須如此，保險消費者權益才能獲得有效保障。不過，就我國保險消費現況而言，雖然已較前進步不少，但與歐美先進國家相比，仍有蠻大的改進成長空間。

⁶⁴ 劉春堂著「消費者保護法與保險事業」，同註 2。

一、主管機關應研訂更有效機制，保險消費權益才能獲得保障

保險消費主管機關依照消費者保護法第 6 條規定，雖有中央的行政院金管會及地方的縣市政府之分，但是政府是一體的，原則上是由中央主管機關來負責政策及法令的制訂，然後交由地方主管機關來執行，彼此應互相密切配合辦理，必要時則由行政院消保會予以統合協調。此之保險消費機制，屬於法律政策層面，故依權責主要應由行政院金管會負責。

(一)建立預防保險消費糾紛的更有效機制

1.保險消費契約應建立下列有效機制：

- (1)招攬保險時：建議比照金融卡宣告書⁶⁵模式訂頒保險招攬契約宣告書，俾強化保險業者告知說明義務之機制。
- (2)簽訂保險契約前：應依消保法規定增列契約事前審閱期間之機制。
- (3)簽訂保險契約後：應依保險契約規定落實契約事後猶豫期間之機制。
- (4)保險事故發生後：應建立儘速理賠及有效管理之機制。
- (5)發生疑義解釋時：應確立保單條款解釋原則，並建立案例庫作為解釋重要參考之機制，惟該等案例應隨時代背景之不同而予以檢討改進。

2.保險消費契約建議增列下列應記載事項：

- (1)不須理賠事項：可以有效減少解釋困擾及糾紛發生。
- (2)增加保單條款正面表列事項：將保險法上允許消費者或保險業者可以行使權利之重要規定，在保單上予以正面表列。
- (3)增列選項規定：以特約條款方式，提供消費者選擇其所需要的保險契約組合，可以有效避免保險契約的僵化。

⁶⁵ 金管會 94.05.31. 訂頒金融機構辦理現金卡業務應注意事項之宣告書，該宣告書屬於行政指導，並無法律拘束力，惟可作為業者應負最低告知義務之具體事項，但不得代替契約審閱期間，其重要內容如下：7 日猶豫期間及無條件解約權、百分率與循環利率（含其他費用）擇一使用、遲延利息及違約金之計算方式、消費者對未償債權可勾選是否同意移轉催收、額度調高須先徵得消費者之同意、核卡後不論是否動用額度均登載金融徵信中心、本行有權對未償債務委外催收、學生持卡之必要限制等。

3. 保險消費契約建議增列下列不得記載事項

- (1) 必須理賠事項：可以有效減少解釋困優及糾紛發生。
- (2) 增加保單條款正面表列事項：將保險法上不允許消費者或保險業者免除義務之重要規定，在保單上予以負面表列。
- (3) 確立保單條款不理賠案例

(二) 推廣保險契約應記載及不得記載之公告與應告知事項制度

保險契約之應記載及不得記載與應告知事項一覽表			
分類	保險契約應記載事項內容	應告知事項	消保法應公告之事項
保險法定應記載事項	保險契約之基本條款（保險法第 55 條【財產保險】、第 87 條【陸空保險】、第 95 條之 2 及之 3【保證保險】、第 108 條【人壽保險】、第 129 條【健康保險】、第 132 條【傷害保險】、第 135 條之 2【年金保險】）：至少包括當事人之姓名及住所、保險之標的物、保險事故之種類、保險責任開始之日時及保險期間、保險金額、保險費、無效及失權之原因、訂約之年月日等基本內容	是	應列為公告之應記載事項
	保險法規定個別保險成立之特別要件（保險法第 50 條【火災保險之定值或不定值保險】、第 105 條及第 107 條【人壽保險之被保險人書面同意及年齡限制】）	是	可列為公告之應記載事項
約定應記載事項	保險契約之特約條款（保險法第 67 條）：基本條款以外，與保險契約有關之一切事項為其內容	是	應列為公告之不得記載事項
	共保條款（保險法第 48 條）	是	可列為公告之應記載事項

	除外條款與不包括條款（保險法第 29 條至第 33 條【保險人應負責任之範圍】、第 109 條【人壽保險保險人之免責事由】、第 127 條及第 128 條【健康保險保險人之免責事由】、第 133 條【傷害保險保險人之免責事由】、第 135 條之 4【年金保險保險人之免責事由】、第 32 條【兵險條款】）	是	應列為公告之應記載事項
其他應記載或不得記載事項	要保人之通知、告知說明義務及其效果（保險法第 57 條至第 64 條）	是	應列為公告之應記載事項（正面表列）
	理賠的要件、程序及期限（保險法第 65 條【保險契約上權利之消滅時效】、第 34 條【賠償金額之給付期限】、第 78 條至第 80 條【火災保險損失之估計】、第 93 條至第 95 條【責任保險之給付】、保險法施行細則第 28 條【有爭議時之理賠】）	是	應列為公告之應記載事項（正面表列）
	超額保險（保險法第 76 條及第 77 條）及複保險（第 35 條至第 38 條）條款	是	應列為公告之不得記載事項
	保險契約之審閱期間及其法律效果（消保法第 11 條之 1）	是	應列為公告之應記載及不得記載事項
	定型化契約條款之處理原則（消保法第 11 條至第 15 條、保險法第 54 條之 1、民法第 247 條之 1）	是	應列為公告之不得記載事項
	保險定型化契約範本及公告事項（消保法第 17 條）	是	可列為公告之不得記載事項
	廣告、附件及保證之責任條款（消保法第 22 條、第 25 條）	是	應列為公告之不得記載事項

	未成年人保險契約之特別條件(民法第 76 條【無行為能力人之法律行為】、第 79 條【限制行為能力人之契約行為】)	是	可列為公告之應記載事項
	保險契約之猶豫期間及無條件契約撤銷權	是	應列為公告之應記載事項
	保險契約之標準案例（必須理賠事項、不須理賠事項）	是	可列為公告之應記載或不得記載事項
保險契約不必記載但應告知事項	保險招攬契約宣告書	是	不必納入公告
	保險費繳交方式及逾期繳交或未繳交之法律效果	是	不必納入公告
	保險人之代位權（保險法第 53 條）	是	不必納入公告
	保險契約之解釋（保險法第 54 條及第 54 條之 1）	是	不必納入公告
	保戶應親自填寫要保書（保險法第 46 條【由代理人訂立之保險契約】）	是	不必納入公告
	保險契約之保險利益（保險法第 14 條至第 19 條）	是	不必納入公告
	保戶服務及爭議處理管道（消保法第 43 條【申訴】及第 44 條【調解】）	是	不必納入公告

二、積極落實推行消費者保護教育，保險消費糾紛才能有效減少

主管機關必須積極落實推行消費者保護教育宣導工作，才能促進公平合理的保險消費環境以及消費者正確消費理念之建立，保險消費糾紛才能因而有效減少。至於主管機關辦理消費者保護教育宣導之對象，應包括下列保險主管機關人員、保險業者及保險消費者在內。

(一)保險主管機關人員：發揮保險行政功能，確保保險消費公平。

保險主管機關除了保險法以外，尚有依據消費者保護法行使行政監督之權限義務，保險主管機關人員比較具有保險法之專業理念，相較之下，消費者保護法之理念尚有不足，因而其處理保險消費問題之結果，可能容易引起外界認為對消費者較為不利之批評。因此，保險主管機關人員必須透過職前訓練、在職訓練或指定消費者保護著作專書研讀等模式，加強消費者保護教育的訓練工作，以提昇保險消費的施政品質，才能有效發揮保險行政功能。

另外，行政院金管會保險局近年來透過財團法人保險事業發展中心，主動辦理全國消費者保護官保險消費問題研討會，迄今已辦理三屆，對於具有消費者保護法專業理念的消費者保護官，加強其保險法之專業理念，以協助保險中央主管機關處理保險消費問題，弭補其消費者保護專業之不足，業已收到相當效果，不失為一條可行之道。

(二)保險業者：瞭解保險業者責任，減少保險消費糾紛。

保險業者除了保險法以外，尚應受到消費者保護法規範；而消費者保護法之立法目的，除了在確保保險消費者權益以外，尚有促進保險業永續發展的功能，如保險業者能瞭解自己應負的責任情形，就可以採取許多有效措施，不但可以避免發生消費糾紛，也可以降低其經營風險。因此，保險業必須加強其所屬保險人員之消費者保護教育訓練工作。

另外，為落實保險業者之教育訓練工作，保險主管機關亦可以透過公會或財團法人教育訓練機構（如保險事業發展中心或金融研究訓練院等），利用保險消費從業人員之職前訓練、在職訓練等機會，協助辦理保險業者有關消費者教育訓練工作，必要時並應將消費者保護法列為專業證照之考試科目，以增強保險業者從業人員正確觀念，必能有效減少保險消費糾紛。

(三)保險消費者：建立保險正確理念，確保保險消費權益。

事實上真正最有能力保護消費者權益者，還是消費者自己。對於保險消費者的權益，除了保險法規定以外，尚可以引用消費者保護法作為保障之依據，其權益才能獲得最有效的保障；如果保險消費者缺乏正確的保險消費理念，不管保險主管機關如何努

力地施政，保險業者如何地努力配合，由於消費者根本不知自己的權益為何，結果可能都是徒勞無功。因此，保險主管機關必須儘量利用學校教育（納入學校課程）、社會教育（舉辦研討會或發布保險消費資訊）等教育宣導機會，對保險消費者加強辦理教育宣導工作，除了可以建立消費者正確保險消費理念以外，從而更可強化保險消費者的自我保護能力。

另外，行政院金管會保險局近年來以國小五年級學童為對象，分北、中、南三區，自行主動辦理小小金融家研習會活動，迄今已辦理二屆，以寓教於樂方式，讓國家未來主人翁因而建立正確的保險消費理念，樹立了一個教育保險消費者的最好模式，希望能夠持續並擴大推廣下去。

三、保險業者必須重視消費者權益，保險事業才能永續發展

（一）保險業應強化維護消費者權益措施

- 1.保險業者應設置申訴專線：對於保險消費者的不滿，應使其有一定管道可以提出宣洩，保險業者應設置申訴專線，以提供是項服務，以避免「星星之火，可以燎原」情形發生。該申訴專線並應以免付費電話方式，並由保險業者具有決定權之高層人士負責，提供迅速而有效的服務，俾作為保險業者之重要服務指標。
- 2.保險業者應妥為處理申訴案件：保險消費者實為保險業者的衣食父母，即使將其視為自己家人予以照顧及重視，亦無可厚非。因此，對於保險消費者申訴之案件，應設身處地為其設想，進而建立有效並妥善處理申訴案件措施，才能抓住保險消費者的心，拓展其保險事業之版圖。
- 3.保險業者應加強自律機制：自律機制可以針對保險業界特殊需要來設計，不會阻礙保險業者追求創新的動機，也可以結合主管機關管理措施，達成最有效管理機制，因為自律而減少糾紛，從而建立口碑，提高商譽，進而促進保險事業永續發展。

（二）保險主管機關應落實公權力予以有效監督

- 1.事前監督：保險主管機關應落實保單條款之審查及保險業者業務查核工作，促進保險消費公平環境之建立，有效發揮事前監

督功能。

- 2.個案監督：發生重大保險消費事件時，保險主管機關應主動積極介入調查並迅為處理，以有效防阻事件擴大或再次發生，發揮管控功能。
- 3.事後監督：保險主管機關每年應進行保險業評鑑工作，並發布評鑑結果，作為保險消費者得以為正確選擇之重要參考資訊，發揮導正功能。