

中華民國信託業商業同業公會委託研究計畫

金融集團以信託做為平臺結合金融商品或
相關服務之研究

研究人員：王志誠教授

陳俊元教授

中華民國 111 年 10 月 18 日

目錄

目錄.....	I
表目錄.....	V
圖目錄.....	V
第一章 緒論.....	1
第一節 研究緣起.....	1
第二節 研究重點.....	2
第二章 我國以信託做為平臺結合金融商品或相關服務之現行模式.....	3
第一節 商品或服務整合模式.....	3
壹、金融控股公司下子公司間之共同行銷.....	3
貳、非金融控股公司下金融機構間之合作推廣.....	5
參、以信託平台整合開發金融服務市場.....	7
第二節 共同服務.....	11
第三節 資訊共享.....	13
壹、交互運用客戶資料之範圍.....	13
貳、交互運用客戶資料之限制及管理.....	14
參、交互運用資料之方式.....	16
肆、保密措施及資料庫之建立.....	16
第四節 共同行銷（贈品共用）.....	20
壹、共同行銷之概念.....	20
貳、共同行銷之主體.....	20
參、贈品共用.....	20
第五節 設備人員共用.....	23

壹、營業、業務人員及服務項目之揭露.....	23
貳、業務人員之管理.....	24
第六節 防火牆.....	25
壹、兼職限制.....	25
貳、內部控制制度及風險管理制度之建立.....	25
第七節 異業結盟.....	26
壹、委外推廣之限制.....	26
貳、異業推廣及委託他業轉介.....	28
第三章 美國銀行以信託做為平臺結合金融商品或相關服務之模式.....	31
第一節 商品或服務整合模式.....	31
壹、可撤銷生前信託（Revocable Living Trust）.....	31
貳、特殊需求信託（Special Need Trust）.....	39
參、房地貸款信託（Deed of Trust）.....	45
肆、員工福利信託（Employee Benefit Trusts）.....	48
伍、人壽保險信託（Life Insurance Trust）.....	54
第二節 共同服務.....	59
第三節 資訊共享.....	60
壹、聯邦法規.....	60
貳、州法規.....	75
第四節 共同行銷（贈品共用）.....	85
壹、美國共同行銷之模式.....	85
貳、美國共同行銷之業務推廣.....	86
參、贈品共用.....	92
第五節 設備人員共用.....	94
壹、場所設備共用.....	94

貳、人員共用.....	94
第六節 防火牆.....	96
壹、內部防火牆.....	96
貳、外部防火牆.....	101
第七節 異業結盟.....	103
第四章 日本銀行以信託做為平臺結合金融商品或相關服務之模式.....	105
第一節 商品或服務整合模式.....	105
壹、信託契約代理業.....	105
貳、銀行業務代理業.....	107
參、保險業務代理業.....	107
肆、金融商品仲介業(證券仲介業).....	108
伍、金融集團之業務合作模式.....	110
第二節 共同服務.....	111
第三節 資訊共享.....	112
第四節 共同行銷(贈品共用).....	114
第五節 設備人員共用.....	115
第六節 防火牆.....	115
壹、信託代理業.....	115
貳、銀行代理業.....	116
參、保險代理業.....	117
第七節 異業結盟.....	118
壹、企業集團之異業結盟.....	118
貳、不同集團之異業結盟.....	119
第五章 美、日以信託做為平臺結合商品或服務模式之借鑑及可行模式.....	120

第一節 美日以信託做為平臺結合商品或服務模式之借鑑.....	120
壹、商品或服務整合.....	120
貳、共同服務.....	121
參、資訊共享.....	121
肆、共同行銷（贈品共用）.....	122
伍、設備人員共用.....	123
陸、防火牆.....	123
柒、異業結盟.....	124
第二節 我國信託平臺發展之可行模式及規劃建議.....	125
壹、信託 2.0 計畫實施現況.....	125
貳、信託平台之可行模式.....	126
參、規劃建議.....	140
第三節 相關法令之配套修正.....	144
壹、資訊共享限制之修正.....	144
貳、搭售行為限制之配套措施.....	146
參、委託他業轉介信託業務之配套措施.....	148
第六章 結論及建議.....	151
第一節 結論.....	151
壹、日本之商品或服務整合模式.....	151
貳、美國之商品或服務整合模式.....	151
第二節 建議.....	152
壹、建置消費者人生週期需求分析平台.....	152
貳、研議資訊共享限制之修正.....	152
參、精緻化委託他業轉介信託業務之配套措施.....	153
肆、我國信託業進行商品或服務異業整合之可行態樣.....	153

參考文獻.....	156
-----------	-----

表目錄

表 1 退出權通知類型.....	70
表 2 信託平台商品分類.....	133
表 3 我國信託業以信託平台進行商品或服務異業整合之可行態樣.....	152

圖目錄

圖 1 第一方特殊需求信託之信託架構（本文自行整理）.....	41
圖 2 第三方特殊需求信託之信託架構（本文自行整理）.....	422
圖 3 房地貸款信託之信託架構（本文自行整理）.....	466
圖 4 員工持股信託計畫之信託架構（本文自行整理）.....	533
圖 5 美國式跨業經營（本文自行整理）.....	866
圖 6 英國式跨業經營（本文自行整理）.....	867
圖 7 生命週期假說.....	1288
圖 8 信託平台規劃.....	1434

第一章 緒論

第一節 研究緣起

金管會信託 2.0「全方位信託」推動計畫，對內以信託為核心引擎整合內部資源發展創新多元商品與服務，引導金融機構積極投入適當資源，整合金融集團內部資源貫穿各項金融商品(包括銀行授信、理財、保險、證券化...等金融服務功能)，發展全方位信託業務；對外則延伸觸角、因應社會變遷，配合各產業政策，藉由跨業合作，設計量身訂做信託商品，提供全方位之金融服務；藉由跨業合作，設計量身訂做信託商品，提供客戶全方位之高品質服務，包括資產管理、人身照顧、健康醫療、社會福利、生活育樂、都市更新開發、利用公有閒置土地及長照 2.0 政策等。

但依現行規定，兼營信託之業者統合內部資源，以信託做為平臺結合相關金融服務時，將會受限於對他業之保密之規定，亦有銀行、投信、信託各業於行銷時贈品或者其他利益定義之桎梏，而難以提出誘因，除此之外，我國信託業者主要為銀行及證券商兼營，因此在共銷業務、共享資訊這方面受限於銀行法及證券商管理規則相關行銷辦法限制，為發揮金融集團綜合經營效益，強化信託業本身及所屬金融集團以信託做為平臺結合相關金融服務，協助信託業藉由集團內各項商品發展整合性業務，滿足客戶之多元化需求，爰研議金融集團(含信託業本身)以信託做為平臺結合金融商品或相關服務之模式，包含商品組合、共同服務、資訊共享、共同行銷(贈品共用)、設備人員共用、異業結盟等運用模式及法令遵循，以為會員實務辦理及主管機關制定法規之參考。

第二節 研究重點

配合主管機關政策及信託業者之實務需求，研擬「金融集團以信託做為平臺結合相關服務之研究」，研究報告應至少包括下列內容：

一、彙整國外（美國及日本）對於兼營信託業務之銀行，以信託做為平臺結合金融商品或相關服務時，有關機構內部銀行業務或證券業務與信託業務之整合，例如商品或服務整合模式、共同服務、資訊共享、共同行銷（贈品共用）、設備人員共用、防火牆及異業結盟等相關模式與規定。

二、彙整國外（美國及日本）對於集團內部之信託公司與集團（例如商業銀行、保險公司、醫療機構以及不動產開發公司等）商品與服務整合、資源共享或防火牆之相關規定，例如商品或服務整合模式、共同服務、資訊共享、共同行銷（贈品共用）、設備人員共用、防火牆及異業結盟等相關模式與規定。

三、前述規定對於我國以信託做為平臺結合金融商品與相關服務有何可借鑑之處，我國可行之平臺發展模式應如何規劃？本文將參考現行法規並依此提出相關修正建議及具體說明。

第二章 我國以信託做為平臺結合金融商品或相

關服務之現行模式

第一節 商品或服務整合模式

壹、金融控股公司下子公司間之共同行銷

一、共同行銷之定義

依金融控股公司法第 43 條第 1 項規定：「金融控股公司之子公司間進行共同行銷，應由金融控股公司事先向主管機關申請核准，且不得有損害其客戶權益之行為。」即明定經主管機關之核准，金融控股公司下之子公司間得進行共同行銷。所稱共同行銷，指同一金融控股公司之子公司，在其營業場所辦理銀行、證券、期貨及保險等同一金融控股公司之子公司之一定範圍之業務¹。

此外，金融控股公司之子公司間相互引介客戶，亦屬廣義之共同行銷行為。例如金融控股公司之子公司基於行銷目的，引介其法人客戶予同一金融控股公司之其他子公司，屬於廣義之共同行銷行為，需建立適當之內部控制制度及風險管理制度，並依各相關業法之規定辦理²。

二、進行共同行銷得從事他業之業務範圍

金融控股公司之子公司間進行共同行銷得從事他業之業務範圍如下：一、

¹ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 2 條第 1 項。

² 參閱金融監督管理委員會民國 105 年 3 月 23 日金管銀法字第 10500021900 號令。

銀行業務：(一) 存款戶之開戶。(二) 信用卡業務之推介及卡片之代為轉發。
(三) 代理公用事業稅費等款之收付。(四) 銀行本機構業務之代收件。二、證券業務：(一) 證券經紀業務之開戶。(二) 代理國內基金之銷售及買回。(三) 設置網路下單終端機，由投資人下單至證券商。(四) 證券相關業務之代收件。
三、期貨業務：(一) 期貨經紀業務或期貨交易輔助業務之開戶。(二) 設置網路下單終端機，由期貨交易人下單至期貨商或期貨交易輔助人。(三) 期貨相關業務之代收件。四、保險業務：(一) 招攬經金管會核准或備查之保險商品。
(二) 設置與強制汽車責任保險保險費查詢中心連線設施，於該險契約成立時，將載有保險條款之文書、保險證及保險標章交與要保人。(三) 保險相關業務之代收件³。

銀行簡易型分行進行共同行銷時，限於金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 6 條第 1 項第 4 款第 1 目及第 3 目之業務⁴。亦即，銀行簡易型分行僅能就下列保險業務進行共同行銷：(一) 招攬經本會核准或備查之保險商品。
(二) 設置與強制汽車責任保險保險費查詢中心連線設施，於該險契約成立時，將載有保險條款之文書、保險證及保險標章交與要保人。(三) 保險相關業務之代收件。

又兼營信託業務之銀行及證券商辦理之保險金信託，得由同一金融控股公司之保險子公司進行推介及代收件。前開保險金信託之給付類型、作業程序及其他應遵循事項，由中華民國信託業商業同業公會擬訂，報金管會核定⁵。因此，就金融控股公司之子公司間進行共同行銷得從事信託業務之範圍而言，僅限信託業委由保險公司於該公司營業場所內及營業場所外進行保險金信託之推

³ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 6 條第 1 項。

⁴ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 6 條第 2 項。

⁵ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 6 條第 3 項。

介及代收件⁶。

貳、非金融控股公司下金融機構間之合作推廣

一、合作推廣之概念

由於共同行銷之適用對象專屬於金融控股公司下金融機構，因此非金融控股公司下金融機構間若欲進行之金融商品或服務整合，目前係採用合作推廣模式。基本上，銀行(包括信用合作社)、證券商、保險公司等機構，如符合下列條件者，得檢具其符合條件之證明文件、董(理)事會決議錄(外商在華分支機構可由總機構授權人員出具同意函)及合作推廣契約書，向本業主管機關申請合作推廣他業商品或提供相關服務：(一)本業機構財務、業務及內部控制健全。(二)本業合作推廣商品或提供相關服務之人員，具備他業主管機關相關法令所規定之專業資格條件或證照，並於開辦前完成登記或登錄程序⁷。

二、合作他業商品或提供相關服務之項目

所稱合作推廣他業商品或提供相關服務之項目如下：(一)保險商品項目：1.招攬經財政部核准銷售之保險商品。2.保險相關業務之代收件。(二)證券商品項目：1.代理國內基金之推介、銷售及買回。2.股務代理之代收件(股務代理之範圍為公開發行公司股務處理準則第一條之一所規定之各項事務)。(三)銀行商品項目：1.信用卡業務之推介及代為轉發。2.銀行本機構業務之代收件⁸。應注意者，保險公司得直接或透過保險代理人或保險經紀人與異業合作，辦理下列業務：一、透過銷售旅遊商品之網路平臺或行動應用程式 (APP)，合作推廣旅遊

⁶ 參閱信託業及保險公司間辦理保險金信託業務共同行銷應注意事項第 2 條第 3 款。

⁷ 參閱銀行、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 1 點。

⁸ 參閱銀行、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 2 點。

相關保險。二、與行動裝置製造業者之官方網站、直營店或經銷商，合作推廣行動裝置保險。三、與中華郵政股份有限公司之官方網站或網路平臺，合作推廣房貸業務相關火災及地震保險。四、與電動機車製造業者之官方網站或 APP，合作推廣 UBI (Usage Based Insurance) 機車車體損失保險、UBI 機車第三人責任保險及其附加保險商品。五、透過提供糖尿病服務管理平臺業者之網路平臺或 APP，合作推廣糖尿病患者健康保險⁹。

又為增進非金融控股公司下之銀行業、保險業、證券業、期貨業與其轉投資子公司間之跨業行銷綜效，銀行業、保險業、證券業、期貨業直接或間接持股百分之百之證券子公司於該銀行業、保險業、證券業、期貨業營業場所辦理合作推廣金融商品或提供相關服務時，所從事之業務範圍，在監理政策上得比照金融控股公司子公司依「金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法」第 6 條第 1 項規定辦理¹⁰。至於銀行持股百分之百之證券子公司於該銀行營業場所辦理合作推廣證券商品時，其所從事之業務範圍包括證券經紀業務之開戶、代理國內基金之銷售及買回等業務。

又分屬不同金融集團之金融機構間若欲進行之金融商品或服務整合，目前亦係採用合作推廣模式。例如代理他業或委託他業推廣商品或提供相關服務之銀行、證券商或保險公司等機構，應依據前開規定就其首次合作案件向主管機關申請核准，經核准後，嗣後代理他業或委託他業推廣商品行為毋庸再申請核准。如該機構嗣後不符資格條件時，主管機關應函知該機構不得再與他業增加

⁹ 參閱保險業保險代理人保險經紀人與異業合作推廣附屬性保險商品業務應注意事項第 4 點。

¹⁰ 參閱金融監督管理委員會民國 103 年 1 月 13 日金管銀法字第 10200325680 號令：「為增進非金融控股公司下之銀行與其轉投資子公司間之跨業行銷綜效，銀行直接或間接持股百分之百之證券子公司依財政部九十二年六月二十七日台財融（一）字第○九二○○二五二九四號令規定於該銀行營業場所辦理合作推廣證券商品或提供相關服務時，所從事之業務範圍得比照金融控股公司子公司依「金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法」第六條第一項第二款規定辦理。」

合作推廣商品或提供相關服務。又與保險公司合作推廣保險商品或提供相關服務，如係經由保險代理人或保險經紀人為之者，本業機構應與保險公司及保險代理人或保險經紀人共同簽訂合作推廣契約書，並明確規範其權利義務¹¹。

參、以信託平台整合開發金融服務市場

金融集團亦可能利用信託平台進行跨金融商品整合行銷，發展整合式金融服務，以信託機制整合金融機構資源貫穿授信、理財、保險、證券化等金融商品或服務。

一、多種信託商品之混合

信託業辦理信託業務，本得開辦各種信託商品或混合兩種以上信託業務項目之新種信託商品，自不待言。惟信託業運用信託財產於國外或涉及外匯之投資，除信託業法第 28 條、第 29 條、金融資產證券化條例、不動產證券化條例、證券投資信託及顧問法、期貨交易法、境外結構型商品管理規則、境外基金管理辦法、證券投資信託基金管理辦法、證券投資信託事業證券投資顧問事業經營全權委託投資業務管理辦法、期貨信託基金管理辦法或其他法令另有規定外，應依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第 10

¹¹ 參閱金融監督管理委員會民國 102 年 1 月 2 日金管銀法字第 10110006500 號令：「二、代理他業或委託他業推廣商品或提供相關服務之銀行、證券商或保險公司等機構，應依據前開規定就其首次合作案件向主管機關申請核准，經核准後，嗣後代理他業或委託他業推廣商品行為毋庸再申請核准。如該機構嗣後不符資格條件時，主管機關應函知該機構不得再與他業增加合作推廣商品或提供相關服務。三、與保險公司合作推廣保險商品或提供相關服務，如係經由保險代理人或保險經紀人為之者，本業機構應與保險公司及保險代理人或保險經紀人共同簽訂合作推廣契約書，並明確規範其權利義務。」

條至第 15 條規定辦理¹²。

二、信託與授信整合

就信託與授信整合而言，主要可基於二種目的。其一，基於履約擔保機制及風險控管。例如兼營信託業務之銀行就不動產開發案辦理土地融資或建築融資，提供興建資金時，即得結合信託機制，由信託業與建商成立不動產開發信託及價金信託¹³，以創造銀行、建商及預售屋購買人三贏之局面。其二，提供受益人融資額度。例如兼營信託業務之銀行，就特定金錢信託之受益權，辦理自行質借。至於所稱受益權質權設定，係指受益人因信託成立享有信託利益權利之設定質權予其他人之行為¹⁴。

三、信託與理財投資整合

就信託與理財投資整合而言，兼營信託業務之銀行或證券商得運用信託資產為國內、國外或涉及外匯之投資，主要包括存款、股票、認股權證、存託憑證、不動產投資信託基金、證券投資信託基金、期貨信託基金、境外基金、短期票券、債券、證券化商品、境外結構型商品、黃金等¹⁵。

此外，信託業運用信託財產於國外或涉及外匯之投資，為避險目的得依受

¹² 參閱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第 9 條第 1 項。

¹³ 參閱中華民國信託業商業同業公會會員辦理預售屋「不動產開發信託」與「價金信託」業務應行注意事項第 2 條、第 3 條。

¹⁴ 參閱中華民國信託業商業同業公會會員受理信託受益權轉讓及質權設定之作業程序規範第 2 條第 1 項。

¹⁵ 應注意者，若信託業運用信託財產於國外或涉及外匯之投資，委託人如屬專業投資人者，其範圍以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第 10 條第 1 項所列舉者為限；若信託業運用信託財產於國外或涉及外匯之投資，委託人如屬非專業投資人者，其範圍以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第 11 條第 1 項所列舉者為限。

託人名義以客戶身分與銀行從事下列交易：一、新臺幣與外幣間匯率選擇權交易。二、新臺幣與外幣間換匯交易。三、新臺幣與外幣間換匯換利交易¹⁶。

四、信託與保險整合

就信託與保險整合而論，目前主要涉及保險金信託與受託人代繳保險費二種層面。首先，就保險金信託而言，人身保險契約中屬死亡或失能之保險金部分，要保人於保險事故發生前得預先洽訂信託契約，由保險業擔任該保險金信託之受託人，其中要保人與被保險人應為同一人，該信託契約之受益人並應為保險契約之受益人，且以被保險人、未成年人、受監護宣告尚未撤銷者為限(保險法第 138 條之 2 第 2 項)。此外，信託業亦得依信託業法規定擔任保險金信託之受託人，且該信託契約之受益人與保險契約之受益人為同一人，並以被保險人、未成年人、受監護宣告尚未撤銷者為限者，其信託給付屬本金部分，亦視為保險給付(保險法第 138 條之 2 第 3 項)。至於未成年人或依民法第 14 條第 1 項得受監護宣告者之父、母或監護人，依保險法第 138 條之 2 第 2 項規定為被保險人時，保險契約之要保人、被保險人及受益人得於保險事故發生前，共同約定保險金於保險事故發生後應匯入指定信託帳戶，要保人並得放棄第 111 條保險利益之處分權(保險法第 16 條之 1)。

其次，信託業依信託契約有交付保險費義務者，保險費應由信託業代為交付之(保險法第 22 條第 1 項)，故亦得於信託契約中約定由信託業代受益人繳交保險費。

再者，就財產保險之保險利益而言，一般認為，依保險法第 14 條、第 15 條及第 20 條等規定，可區分為下列四種：(一)財產上之現有利益。(二)財產上

¹⁶ 參閱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第 14 條第 1 項。

之期待利益。(三)財產上之責任利益。(四)基於有效契約而生之利益。因此，就受託人對信託財產之管理或處分而言，由於受託人負有保全信託財產價值之職責，應解為對信託財產之所有權具有保險利益。此外，受託人若因管理不當致信託財產發生損害，委託人、受益人或其他受託人得請求以金錢賠償信託財產所受損害或回復原狀，並得請求減免報酬(信託法第 23 條)，故解釋上受託人對信託財產亦具有責任利益。簡言之，受託人對於信託財產不僅具有積極保險利益，亦具有消極保險利益。因此，若信託契約或信託文件中規定信託業得以信託財產為保險標的，信託業就信託財產本身或其責任投保財產保險，應屬合法、可行¹⁷。

應注意者，依金融監督管理委員會保險局之解釋¹⁸，則認為：「按保險法第 22 條第 1 項雖明定信託業依信託契約有交付保險費義務者，保險費應由信託業代為交付之，同法第 115 條亦規定，利害關係人均得代要保人交付保險費，爰信託業交付保險費之義務，性質上係依信託本旨『代要保人交付保險費』，信託業並不因此而取得保險契約當事人地位；信託業若就財產信託人之生命、身體為保險標的，投保人身保險，則由於信託業對於財產信託人之生命、身體並無因保險事故發生而有遭受損害之可能，故無保險法第 16 條所規定之保險利益，依現行規定尚難以信託業擔任信託客戶人身保險契約之要保人，向保險人投保，而使保險契約成為信託財產。」申言之，要保人對於被保險人之生命、身體因保險事故發生而有遭受損害之虞者，方認為有保險利益；而信託業對於財

¹⁷ 參閱王志誠、何曜琛 (2018)，〈當信託與保險相遇—受託人為受益人之利益投保保險之權限、風險及監控〉，《財金法學研究》，1 卷 1 期，頁 6。

¹⁸ 參閱金融監督管理委員會保險局民國 102 年 1 月 23 日保局 (壽) 字第 10102140090 號函。另參閱金融監督管理委員會保險局民國 99 年 6 月 7 日保局 (理) 字第 09902555110 號函：「三、另查委託人與信託業雖簽訂有信託契約，惟受託之信託業對於信託客戶之生命、身體如無因保險事故發生而有遭受損害之可能，則與保險法第 16 條所規定之保險利益有別，尚難擔任信託客戶人身保險契約之要保人。」

產委託人人身保險之保險事故發生因未有遭受損害之虞，故不得為財產委託人人身保險之要保人¹⁹。因此，信託業對於信託財產之委託人並無保險利益，故不得擔任信託客戶人身保險契約之要保人，使保險契約成為信託財產。

五、信託與證券化整合

就信託與證券化整合而言，主要涉及證券化架構安排之選擇及投資標的之層面。例如依金融資產證券化條例及不動產證券化條例之規定，不論是金融資產證券化、不動產投資信託基金或不動產資產信託，都可利用特殊目的信託、不動產投資信託、不動產資產信託等信託機制，將金融資產或不動產轉換成受益證券，達成調度資金、募集或私募基金等目的。此外，信託業亦得運用信託財產，投資於國內或外國證券化商品。

第二節 共同服務

基本上，同一金融集團下之金融機構，依雙方所簽訂之共同行銷契約或合作推廣契約，可由其業務人員對於客戶提供共同服務。至於不同金融集團之金融機構間，應無共同服務客戶之可能。

首先，銀行經主管機關核准辦理合作推廣或共同行銷保險業務時，若保險

¹⁹ 參閱金融監督管理委員會民國 95 年 7 月 13 日金管保三字第 09400145181 號函：「(三)「受託銀行得依信託契約約定，擔任保險要保人為其信託關係人投保」之建議，本會意見如次：1.按保險法規定要保人對於保險標的須有保險利益之目的，除為了防止道德性危險外，亦以保險利益之有無來區別賭博行為與計算損害之額度。2.受託銀行若就財產信託人之生命、身體為保險標的，投保人身保險，則由於受託銀行對於財產信託人之生命、身體並無因保險事故而有遭受損害之可能，故無保險法第 16 條所規定之保險利益，依現行規定尚難以受託銀行擔任信託客戶人身保險契約之要保人。3.金融機構若有為其信託客戶洽辦人身保險之業務需要，可依據本會 95 年 4 月 25 日金管保三字第 09502002630 號函釋辦理，檢附上函影本乙份。」

公司之招攬人員登錄於銀行通路，即屬共同服務之型態。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²⁰。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，應依主管機關所定合作推廣或共同行銷之規定，由銀行與保險公司、保險代理人或保險經紀人共同簽定合作推廣或共同行銷契約書，並明確規範其權利義務²¹。應注意者，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，必須符合法令要求，不得有不合營業常規交易之交易安排或費用負擔，目前常見下列三種違法合作態樣：一、銀行通路僅提供客戶名單，未有招攬保險事實，保險公司卻對銀行通路支付佣金或相當於佣金之費用，作為取得客戶名單之對價。二、保險公司負擔銀行通路之營業成本，例如電銷中心場所租金、水電費、電話費、薪資、勞健保費用或團保費用等。三、保險公司巧立名目，以廣告費、業務活動費等名義支付銀行通路之教育訓練相關費用，但未於共同行銷契約或合作推廣契約約定，且非屬銀行通路可收取報酬之範圍，變相增加報酬之給付。

其次，證券投資信託事業屬金融控股公司之子公司者，於依金融控股公司法進行共同行銷時，其業務人員如符合銀行、保險、證券及期貨業主管機關所定之資格條件，得兼為銀行、保險、證券及期貨之業務，不受證券投資信託事業管理規則第 22 條第 1 項有關專任之限制²²。

目前金融監督管理委員會似未開放屬金融控股公司之子公司，可提供營業場所、辦公設備或人力，由其業務人員對於客戶從事信託商品行銷或推廣之共

²⁰ 參閱銀行、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第 3 點。

²¹ 參閱銀行、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第 4 點。

²² 參閱財政部證券暨期貨管理委員會民國 91 年 3 月 27 日 (91) 台財證 (四) 字第 002313 號函。

同服務。

第三節 資訊共享

壹、交互運用客戶資料之範圍

不論透過共同行銷、合作推廣或策略聯盟之模式銷售金融商品或提供服務，原則上皆必須遵守個人資料保護法之相關規定。其規範重點，包括：一、向當事人告知蒐集個人資料之義務(個人資料保護法第 8 條)。二、對個人資料之蒐集或處理，應有特定目的，並符合法律明文規定或經當事人同意(個人資料保護法第 19 條第 1 項第 1 款、第 5 款)。三、對個人資料之利用，除法律明文規定或經當事人同意得為特定目的外之利用，應於蒐集之特定目的必要範圍內為之(個人資料保護法第 20 條第 1 項第 1 款、第 6 款)。

一、共同行銷

就共同行銷而言，同一金融控股公司之子公司間依使用目的得交互運用其客戶資料進行行銷。前開子公司之範圍不包括國外子公司²³。所稱客戶資料，係指金融控股公司子公司客戶之基本資料、往來交易資料及其他相關資料：(一)基本資料：包括姓名、出生年月日、身分證統一編號、電話及地址等資料。(二)往來交易及其他相關資料包括以下各目資料：1.帳務資料：包括帳戶號碼或類似功能號碼、信用卡帳號、存款帳號、交易帳戶號碼、存借款及其他往來交易資料及財務情況等資料。2.信用資料：包括退票紀錄、註銷紀錄、拒絕往來紀錄及業務經營狀況等資料。3.投資資料：包括投資或出售投資之標的、金額及時間等資料。4.保險資料：包括投保保險種類、年期、保額及繳費方式等相關

²³ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 10 條第 1 項。

資料²⁴。

二、合作推廣

就合作推廣而論，本業機構為與他業機構合作推廣商品或提供相關服務，於揭露、轉介或交互運用客戶資料時，應先經客戶書面同意²⁵。

貳、交互運用客戶資料之限制及管理

依 2014 年 6 月 4 日修正公布之金融控股公司法第 43 條第 2 項後段規定：「...除姓名及地址外，共同蒐集、處理及利用客戶其他個人基本資料、往來交易資料等相關資料，應依個人資料保護法相關規定辦理。」其修正係考量金控業可因取得客戶資料獲得經營利益，自應負擔較大義務之倫理，故對此行業之規範不應低於個人資料保護法之保障標準，爰將金融控股公司之子公司間共同「蒐集」、「處理」及「利用」客戶個人資料，由原本之「選擇退出制」改採為「選擇加入制」。是以，金融控股公司之子公司於金融控股公司法修正前依法「蒐集」之客戶個人資料，而於金融控股公司法修正施行後所為之「利用」行為，自應依修正後金融控股公司法第 43 條第 2 項規定，除姓名及地址外，應依個人資料保護法相關規定辦理²⁶。

再者，金融控股公司所屬兼營信託業務之證券商與同一金融控股公司國內子公司間，得依金融控股公司法第 43 條第 2 項及金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法規定，交互運用客戶之基本資料為行銷使用。惟經客戶通知不得繼

²⁴ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 10 條第 2 項。

²⁵ 參閱銀行、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 4 點。

²⁶ 參閱法務部民國 103 年 9 月 2 日法律字第 10303510030 號函。

續共同使用其個人資料時，應即停止共同使用²⁷。

至於金融控股公司之子公司基於行銷目的，引介其法人客戶予同一金融控股公司之其他子公司，亦屬於廣義之共同行銷行為；如引介行為涉及提供該法人客戶資料予其他子公司行銷使用，尚均需符合金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法資料交互運用相關規定²⁸。

金融控股公司之子公司間交互運用客戶資料，基於行銷目的蒐集個人資料時，不得為行銷目的外之利用，並應切實依下列規範辦理：一、於揭露、轉介或交互運用客戶資料時，除法令另有規定、經客戶簽訂契約或書面明示同意者外，所揭露、轉介或交互運用之資料不得含有客戶姓名或地址以外之其他資料。二、與客戶之往來契約，有關客戶資料之使用條款應訂定讓客戶選擇是否同意提供姓名或地址以外之其他資料作為行銷建檔、揭露、轉介或交互運用之欄位，經客戶以簽名或其他得以辨識客戶同一性及其意思表示之方式確認，並應列明運用資料之子公司名稱。金融控股公司因其組織異動，而有子公司增減時，應於金融控股公司及其子公司網站公告。三、與客戶之往來契約有關交互運用客戶資料等相關條款，應以明顯字體提醒客戶注意，並揭露交互運用客戶資料之子公司名稱，且明確告知或約定客戶得隨時要求停止對其相關資訊交互運用之簡易方式（如電話通知）。金融控股公司之子公司於接獲客戶通知停止使用其資料後，應立即停止金融控股公司及所有子公司相互使用其資料，但如客戶明確指示停止交互運用資料之子公司範圍非及於所有子公司者，得依客戶通知之意旨辦理。四、子公司客戶不同意公司繼續使用其資料之資訊，應通知各子公司、部門、產品線及各委外單位等之行銷人員，並配合修正電腦控管系統

²⁷ 參閱金融監督管理委員會民國 102 年 8 月 15 日金管銀法字第 10200219880 號令。

²⁸ 參閱金融監督管理委員會民國 105 年 3 月 23 日金管銀法字第 10500021900 號令。

應注意者，金融控股公司之子公司與客戶訂立之既有往來契約，於終止該業務往來契約（如信用卡剪卡、結清存款帳戶等等）時，不得繼續使用客戶資料進行行銷。但經客戶書面同意繼續提供基本資料、往來交易資料或其他相關資料作為行銷使用者，不在此限³⁰。

參、交互運用資料之方式

金融控股公司之子公司為客戶資料之處理、儲存、整合或交互運用資料進行行銷，得交付客戶資料予同一金融控股公司之其他子公司³¹。

肆、保密措施及資料庫之建立

金融控股公司之子公司對客戶資料使用之作業，應建立完善之保密措施，設置專責單位或人員負責，且應建立客戶資料庫，妥善儲存、保管及管理客戶相關資料，及建立該客戶資料庫之安全措施，僅被授權員工始可使用客戶資料³²。

又金融控股公司之子公司間相互揭露客戶資料或依金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 13 條第 1 項規定將客戶資料交付予同一金融控股公司之其他子公司時，應訂定保密協定，並維護客戶資料之機密性或限制其用途；收受

²⁹ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 11 條第 1 項。

³⁰ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 12 條。

³¹ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 13 條第 1 項。

³² 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 11 條第 2 項。

並運用資料之其他子公司不得再向其他第三人揭露該等資料³³。

金融控股公司及其子公司應向客戶揭露交互運用客戶資料之子公司名稱及其保密措施，該名稱及措施內容應於公司網頁公告，並以書面、電子郵件方式通知客戶或於營業處所內明顯位置公告³⁴。上開保密措施應包含下列內容：一、資料蒐集方式：各公司取得客戶資料之方式。二、資料儲存及保管方式：各公司取得客戶資料後，如何保存該等資料。三、資料安全及保護方法：各公司間有關資訊防火牆之建置方式及效果。四、資料分類、利用範圍及項目：依照客戶資料之分類，揭露欲使用之資料性質及項目。五、資料利用目的：依照資料分類，說明對於不同性質資料使用之意圖。六、資料揭露對象：依照資料分類，說明對於不同性質資料揭露之對象。七、客戶資料變更修改方式：客戶有更改資料之需求，提供客戶修改之申請途徑。八、選擇退出方式：金融控股公司之子公司依照本辦法之規定，為進行行銷而揭露、轉介或交互運用客戶資料者，客戶得通知金融控股公司或其子公司停止對其基本資料、往來交易資料或其他相關資料之共同使用。行使方式應於保密措施中揭露³⁵。

金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 13 條第 4 項第 7 款及第 8 款所定事項除公告外，應另以書面或電子郵件方式為之³⁶。

伍、金融機構間之資料共享

為提升金融機構客戶便利性、強化金融機構之風險控管及促進金融機構間

³³ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 13 條第 2 項。

³⁴ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 13 條第 3 項。

³⁵ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 13 條第 4 項。

³⁶ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 13 條第 5 項。

跨業合作，金管會訂定「金融機構間資料共享指引」，明確揭示金融機構間資料共享之機制，亦減少各機構因重複建置與維護客戶資料所增加之營運成本，及提升效率、發揮加乘效益。

基本上，依「金融機構間資料共享指引」第1點第2項規定：「金融機構間資料之共享，除其他法令得共享者從其規定外，依個人資料保護法及本指引辦理。」蓋金融機構間對客戶資料之合理利用，應以個人資料保護法為基礎，並得依法律或法律明確授權之法規命令為特定目的及特定目的外之利用。金融法令亦有就客戶資料利用之規範，除客戶同意外，另有依法律規定(如洗錢防制法)、促進公益或為強化風險控管法令遵循之內部控制法令規定等，皆有客戶資料合理利用之相關規定。

「金融機構間資料共享指引」所定資料共享之適用對象，區分為以下三類型：(一)第一類：金融控股公司與所屬金融機構子公司間，及金融控股公司所屬之各金融機構子公司間。(二)第二類：非屬金融控股公司之金融機構與所屬金融機構子公司間，及非屬金融控股公司之金融機構所屬各金融機構子公司間。(三)第三類：非屬上述二類之金融機構與金融機構間。

一、第一類及第二類金融機構為辨識風險、進行風險控管之共享資料

第一類及第二類金融機構得為辨識風險、進行風險控管而共享資料，並應注意以下事項：(一)應事先取得客戶同意。(二)可共享之資料包括客戶基本資料、身分核驗資料、帳戶資料、金融商品或服務之交易紀錄、負面資訊、認識客戶(KYC)資料及金融機構加值之資料、電子通訊歷程紀錄(如 IP 位址)或其他經客戶及合作金融機構同意共享之資料等。(三)應落實客戶權益之保障，確保個人資料之保護、資料傳輸之安全。(四)應明確約定至少下列內容，並確實執行：1.資料共享目的、資料範圍、資料之蒐集、處理、利用頻率及方式。如須

取得客戶同意者，告知客戶及取得其同意之方式。2.資料共享參與者之描述、各參與者權責分工及責任歸屬。3.依據資料屬性所採行之維護作業、資料治理、風險管理及使用限制。4.資料共享相關法令遵循事宜³⁷。

依第一點第二項及前項規定辦理之資料共享，得由金融控股公司或控股之金融機構統籌建置資料庫、管理資料共享，並得由金融控股公司、控股之金融機構指定其所屬之金融機構子公司辦理³⁸。

二、第一類、第二類及第三類金融機構為減少客戶重複輸入資料等便利客戶作業或為合作辦理業務之共享資料

第一類、第二類及第三類金融機構得為減少客戶重複輸入資料等便利客戶作業或為合作辦理業務而共享資料，並應注意以下事項：(一)應事先取得客戶同意。(二)可共享之資料包括客戶基本資料、身分核驗資料、帳戶資料、金融商品或服務之交易紀錄、負面資訊、認識客戶(KYC)資料及金融機構加值之資料、電子通訊歷程紀錄(如 IP 位址)或其他經客戶及合作金融機構同意共享之資料等。(三)應落實客戶權益之保障，確保個人資料之保護、資料傳輸之安全。(四)金融機構間應建立業務合作關係，明確約定至少下列內容，並確實執行：1.資料共享目的、資料範圍、資料之蒐集、處理、利用頻率及方式。如須取得客戶同意者，告知客戶及取得其同意之方式。2.資料共享參與者之描述、各參與者權責分工及責任歸屬。3.依據資料屬性所採行之維護作業、資料治理、風險管理及使用限制。4.資料共享相關法令遵循事宜。5.業務合作關係起訖時間及合作關係結束時客戶資料之處理方式³⁹。

³⁷ 參閱金融機構間資料共享指引第 6 點第 1 項。

³⁸ 參閱金融機構間資料共享指引第 6 點第 2 項。

³⁹ 參閱金融機構間資料共享指引第 7 點。

第四節 共同行銷（贈品共用）

壹、共同行銷之概念

所稱共同行銷，指同一金融控股公司之子公司，在其營業場所辦理銀行、證券、期貨及保險等同一金融控股公司之子公司之一定範圍之業務⁴⁰。金融控股公司之子公司間辦理共同行銷應簽訂契約，其內容至少應包括營業場所及人員之共用、契約期間等項目⁴¹。

貳、共同行銷之主體

得依規定申請在營業場所辦理共同行銷之金融控股公司之子公司，為金融控股公司法第 36 條第 2 項第 2 款至第 8 款之事業。但不包括再保險公司、保險經紀人公司、保險代理人公司、證券投資信託事業、證券投資顧問事業、期貨經理事業、期貨顧問事業、期貨信託事業及槓桿交易商⁴²。

參、贈品共用

理論上，金融集團進行共同行銷或合作推廣，舉辦贈品或贈獎活動，除應遵守相關法令外，並應按業務類別，分別適用各該業務法令規定，注意辦理各該業務提供贈品、贈獎之限制。

首先，依公平交易法第 23 條規定：「事業不得以不當提供贈品、贈獎之方

⁴⁰ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 2 條第 1 項。

⁴¹ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 5 條第 1 項。

⁴² 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 2 條第 2 項。

法，爭取交易之機會。前項贈品、贈獎之範圍、不當提供之額度及其他相關事項之辦法，由主管機關定之。」又依公平交易法第 23 條第 2 項規定之授權，公平交易委員會訂定有「事業提供贈品贈獎額度辦法」，金融業者固仍應受其規範。應注意者，金融業者之不當贈品贈獎行為，仍優先由目的事業主管機關依金融相關法規處理，金融法規未規定者，始由公平交易委員會依公平交易法第 23 條規定處理⁴³。

就銀行之自律規範而言，會員舉辦贈品或贈獎活動時，應注意下列各款規定：一、應注意遵循銀行法第 34 條規定。二、應按業務類別，分別適用各該業務法令規定，注意辦理各該業務提供贈品、贈獎之限制。三、為維持合理競爭秩序，會員舉辦贈品或贈獎活動應注意避免流於浮濫。四、應依誠實信用及充分揭露原則辦理，並就活動內容及條件，善盡告知義務。五、應依銷售金額或客群貢獻度等訂定合理之贈品或贈獎價額，並注意遵循「公平交易委員會對於贈品贈獎促銷額度案件之處理原則」相關規定⁴⁴。六、金融性產品不宜作為贈品或贈獎活動之標的。七、因舉辦贈品或贈獎活動而取得個人資料時，應注意遵循「個人資料保護法」相關規定⁴⁵。所稱「贈品」，指附隨商品交易或服務之行為，客戶必定可獲得本商品或服務以外之物品或服務；所稱「贈獎」，指附隨商品交易或服務之行為，客戶因機會中獎或達一定門檻，始能取得本商品或服務以外之物品或服務⁴⁶。

⁴³ 參閱公平交易委員會對於金融業之規範說明第 7 點：「金融業者之不當贈品贈獎行為，優先由目的事業主管機關依金融相關法規處理，金融法規未規定者，由本會依公平交易法第二十三條規定處理。」。

⁴⁴ 經查公平交易委員會已於民國 104 年 3 月 19 日廢止「公平交易委員會對於贈品贈獎促銷額度案件之處理原則」，並於同日公布「事業提供贈品贈獎額度辦法」。

⁴⁵ 參閱中華民國銀行公會會員自律公約第 18 條第 1 項。

⁴⁶ 參閱中華民國銀行公會會員自律公約第 18 條第 2 項。

此外，銀行不得於規定利息外，以津貼、贈與或其他給與方法吸收存款。但對於信託資金依約定發給紅利者，不在此限(銀行法第 34 條)。換言之，若非以吸收存款目的，銀行為維持與客戶關係、其他業務推展或企業形象宣導等，仍可提供贈品。基本上，事業銷售商品或服務附送贈品，其贈品價值上限如下：一、商品或服務價值在新臺幣一百元以上者，為商品或服務價值之二分之一。二、商品或服務價值在新臺幣一百元以下者，為新臺幣五十元⁴⁷。至於事業辦理贈獎，其全年贈獎總額之上限如下：一、上一會計年度之銷售金額在新臺幣三十億元以上者，為新臺幣六億元。二、上一會計年度之銷售金額超過新臺幣七億五千萬元，未滿新臺幣三十億元者，為銷售金額的五分之一。三、上一會計年度之銷售金額在新臺幣七億五千萬元以下者，為新臺幣一億五千萬元⁴⁸。惟依金管會之函釋，銀行業為維持與客戶關係、其他業務推展或企業形象宣導等非吸收存款目的，舉辦與存款業務有關之贈品業務推廣活動時，贈品之單一價格以新臺幣五百元內為宜⁴⁹。

再者，金融監督管理委員會函復中華民國信託業商業同業公會「發展以信託為商品整合平臺概念，可以共用客戶資訊及行銷贈品等內部資源之建議」，則增列「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」問答集(十)二問⁵⁰。依「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」問答集十、(二)問：信託業從事高齡者及身心障礙者財產信託(下稱安養信託)之宣導推廣活動，提供贈品之單一成本價格上限為新臺幣五百元；安養信託以外之一般信託業務之宣導推廣活動，提供贈品之單一成本價格上限為新臺幣二百元，且不得重複領取或累積金額以換取其他贈品。贈品活動不得變相誘導

⁴⁷ 參閱事業提供贈品贈獎額度辦法第 4 條。

⁴⁸ 參閱事業提供贈品贈獎額度辦法第 5 條。

⁴⁹ 參閱金融監督管理委員會民國 103 年 4 月 9 日金管銀法字第 10310001330 號令。

⁵⁰ 參閱金融監督管理委員會民國 111 年 3 月 21 日金管銀票字第 1100147500 號函。

投資大眾或客戶申購特定金融商品。

本文以為，若金控集團之子公司間透過信託平臺結合商品或服務，向客戶進行推廣或行銷時，其贈品應得共用，但於辦理贈品促銷行為時，其所結合商品或服務價值，仍應以交易相對人面臨之合理市價計算⁵¹。

第五節 設備人員共用

壹、營業、業務人員及服務項目之揭露

一、共同行銷

金融控股公司之子公司間進行共同行銷，其營業、業務人員及服務項目應使客戶易於識別，並應依下列規定辦理：(一)辦理共同行銷之營業場所，應顯著明確標示所提供他業服務之公司名稱及共同行銷之服務項目。(二)辦理共同行銷之業務人員，進行他業服務時，應表明並使客戶瞭解係從事他業之行銷行為，並主動出示符合主管機關之相關法規及行政命令所規定之資格或證照。(三)辦理共同行銷之業務人員，進行他業服務時，應表明並使客戶瞭解提供該商品或服務與本業業務之區別及發生消費糾紛時，本業與他業之責任歸屬。(四)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⁵²。此外，金融控股公司之子公司應將金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 7 條第 1 項第 4 款之各類商品及服務契約之條款內容，向其子公司所屬之同業公會報備及副知金管會，並於各共同

⁵¹ 參閱事業提供贈品贈獎額度辦法第 7 條第 1 款。

⁵² 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 7 條第 1 項。

行銷子公司之網站公告⁵³。

二、合作推廣

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⁵⁴。

貳、業務人員之管理

一、共同行銷

辦理共同行銷之業務人員，應符合金管會之相關法規及行政命令所規定各該業務所需之資格或證照，並完成登記或登錄程序⁵⁵。前項業務人員辦理他業業務之行為規範與權利義務，均應依他業主管機關之相關規定辦理，如執行業務涉有違規情事時，得依他業法令之規定予以處分⁵⁶。又辦理共同行銷之業務人員辦理銀行存款開戶業務時，應受相關專業訓練課程⁵⁷。

二、合作推廣

本業合作推廣他業商品或提供相關服務之人員，其行為規範與其他權利義

⁵³ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 7 條第 2 項。

⁵⁴ 參閱銀行、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 點。

⁵⁵ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 8 條第 1 項。

⁵⁶ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 8 條第 2 項。

⁵⁷ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 8 條第 3 項。

務等，均應依他業主管機關之相關規定辦理⁵⁸。

第六節 防火牆

壹、兼職限制

金融控股公司人員兼為子公司共同行銷業務時，其兼任行為不得有利益衝突或違反金融控股公司及其子公司內部控制之情事⁵⁹。

貳、內部控制制度及風險管理制度之建立

金融控股公司之子公司辦理共同行銷、交互運用客戶資料及共用人員、設備進行他業商品之推介，或交易契約締結或履行以外之行銷相關前置或後續工作，應建立適當之內部控制制度及風險管理制度，並落實執行，且依各業別法規規定之內部控制制度及內部稽核制度實施辦法規定，辦理內部稽核及自行查核。其內容應包括下列事項：一、辦理共同行銷業務、交互運用客戶資料進行行銷及共用人員、設備進行跨業行銷之作業規範。二、辦理他業業務之本業機構人員之管理作業守則（其內容至少應包括違反他業相關法令或作業準則之懲處規定）。三、受理客戶申訴之處理程序。四、本業機構與他業機構處理客戶交易爭議之內部標準程序及責任歸屬權責分工等作業準則。五、訂定使用客戶資料之道德規範並加強員工訓練，供員工遵循⁶⁰。

⁵⁸ 參閱銀行、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 6 點。

⁵⁹ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 8 條第 4 項。

⁶⁰ 參閱金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 14 條。

第七節 異業結盟

就客製化信託商品而言，信託業若能規劃提供信託服務與異業合作之全方位生活面向整合服務型態，甚至規劃提供信託與「異業結盟」之跨產業合作模式，不僅可豐富信託業獲取客源之場景，亦較能貼近或滿足客戶之實際需求。

壹、委外推廣之限制

金融機構可透過策略聯盟之機制，在「金融機構作業委託他人處理內部作業制度及程序辦法」所規定之範圍內，與其他行業合作行銷及辦理相關金融業務，進行策略聯盟。依現行「金融機構作業委託他人處理內部作業制度及程序辦法」之相關規定，目前可委外行銷之金融商品，限於信用卡發卡業務之行銷業務、車輛貸款業務之行銷、消費性貸款行銷、房屋貸款行銷業務⁶¹。目前尚無法將信託商品委外行銷。

應注意者，金融機構作業委託他人處理者，應簽訂書面契約(金融機構作業委外契約)⁶²，並應載明主管機關所規定之事項⁶³。例如，發卡機構可將信用卡與現金卡及其相關業務委外行銷，且發卡機構應就與受委託機構簽訂委外行銷契約⁶⁴。

此外，銀行固然得與汽車經銷商或資融公司合作，辦理車輛貸款業務，但目前得透過策略聯盟與銀行辦理策車輛貸款之合作對象，包括：(一)與會員銀

⁶¹ 參閱金融機構作業委託他人處理內部作業制度及程序辦法第3條第1項第7款、第9款、第10款、第11款。

⁶² 參閱金融機構作業委託他人處理內部作業制度及程序辦法第2條第1項。

⁶³ 參閱金融機構作業委託他人處理內部作業制度及程序辦法第10條第1項。

⁶⁴ 參閱信用卡與現金卡及其相關業務委外行銷自律規範第2條。

行簽訂策略聯盟合作契約之汽車經銷商或資融公司（以下簡稱車商）。（二）會員銀行委託之車商除辦理行銷車輛貸款業務及其相關作業外，亦在一定條件下對會員銀行承擔代償（附買回）責任⁶⁵。至於客戶簽訂車輛貸款契約，銀行應派員或依下列程序辦理契約簽署作業：一、車商與客戶辦理銀行車輛貸款之契約簽署時，簽約及檢驗身分程序應錄影存證後，提供銀行保存，銀行並應親自或以電話方式確認客戶身分及申貸內容。二、會員銀行以電話逐案與客戶確認身分及申貸內容，須建置專用系統，紀錄以電話確認身分及申貸內容之日期、時間及結果，通聯紀錄亦應設置錄音設備存檔妥善保存。三、會員銀行應就前二款相關作業訂定內部管理規範，作為辦理之依據。其中有關錄影及錄音存檔保存期限，至少為貸款期限結束後 5 年⁶⁶。

雖然受託人應自己處理信託事務。但信託行為另有訂定或有不得已之事由者，得使第三人代為處理(信託法第 25 條)，但得使第三人代為處理之範圍，僅限於信託事務本身，並非謂信託業得將信託業務之作業委託他人處理。因此，在金管會未開放信託商品得委外行銷之前提下，信託業尚無法將信託商品委外推廣。應注意者，若信託業委託他人提供潛在客戶資料或提供信託業聯繫方式予潛在客戶之合作模式，因未涉及商品說明或推介等相關作業，爰未涉及「金融機構作業委託他人處理內部作業制度及程序辦法」規範⁶⁷。

⁶⁵ 參閱中華民國銀行公會會員銀行辦理策略聯盟車輛貸款業務自律規範第 3 條第 1 款。

⁶⁶ 參閱中華民國銀行公會會員銀行辦理策略聯盟車輛貸款業務自律規範第 5 條第 1 項。

⁶⁷ 參閱金融監督管理委員會民國 106 年 12 月 4 日金管銀票字第 10600226440 號函：「二、依來函檢附之『信託業委託他人轉介或銷售信託商品之可行性』研究報告內容，其建議合作模式係由信託業支付社工或安養機構報酬，由渠等提供潛在客戶資料予信託業，或提供信託業之聯繫方式予潛在客戶。前揭合作模式因未涉及商品說明或推介等相關作業，爰未涉及本會「金融機構作業委託他人處理內部作業制度及程序辦法」相關規範。三、至於信託業未來倘與社工或安養機構合作，仍應符合信託業法及個人資料保護法等相關法令規定，並注意渠等依契約所負行為義務之適法性。」。

貳、異業推廣及委託他業轉介

一、異業推廣（推介）

觀諸信託公會就會員所提信託 2.0「委外推廣暨異業結盟」之相關建議規劃⁶⁸，依身分別區分為「他業非金融機構人員」及「他業金融機構人員」。首先，就「他業非金融機構人員」推廣信託業務而言，其規劃如下：1. 推介信託業務：考量法令、人員資格管理、資訊共用等因素，傾向不開放推介。2. 轉介信託業務：得不具信託業務人員資格。其次，就「他業金融機構人員」推廣信託業務而論，1. 信託公會研議之「信託業及保險公司間辦理保險金信託業務共同行銷應注意事項」乙案，擬建請金管會：從事共同行銷之保險業務人員之職前訓練應累積至少三小時以上；並於執行業務期間參加在職訓練，每三年累積至少三小時以上。2. 僅推介一項特定種類信託時，可比照注意事項簡化職前訓練及在職訓練時數，如推介兩項以上特定種類信託時，則應完全比照「信託業負責人應具備資格條件暨經營與管理人員應具備信託專門學識或經驗準則」第 16 條所應符合之資格辦理。3. 推介信託業務之範圍，可就共同行銷及合作推廣分別研議建議開放項目(例如安養信託及保險金信託)，擬併入信託 2.0 推動主軸一，工作項目 3「放寬行銷推廣信託業務之限制」乙案研議辦理。4. 轉介信託業務：得不具信託業務人員資格。

經查金融監督管理委員會於民國 111 年 4 月 20 日修正發布「金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法」第 8 條第 1 項規定：「辦理共同行銷之業務人員，應符合本會之相關法規及行政命令所規定各該業務所需之資格或證照，並完成登記或登錄程序。但僅辦理第六條第三項之保險金信託共同行銷者，其應參加

⁶⁸ 參閱中華民國信託業商業同業公會民國 111 年 3 月 10 日中託業字第 1110000453 號函。

之保險金信託相關職前及每三年在職訓練時數均應達三小時以上，其訓練機構及時數由中華民國信託業商業同業公會另定之，不適用信託業負責人應具備資格條件暨經營與管理人員應具備信託專門學識或經驗準則第十六條第二項及第三項規定。」已明定僅辦理「金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法」第 6 條第 3 項之保險金信託共同行銷者，其應參加之保險金信託相關職前及每三年在職訓練時數均應達三小時以上。

二、委託他業轉介信託業務

如前所述，信託業支付「社工」或「安養機構」報酬，由渠等提供潛在客戶資料予信託業，或提供信託業之聯繫方式予潛在客戶，因未涉及商品說明或推介等相關作業，並未涉及「金融機構作業委託他人處理內部作業制度及程序辦法」相關規範。惟依金管會之函釋，信託業得委託他業轉介範圍請修正為「以提供客戶非僅以投資為目的，而係基於資產管理、人身照顧、健康醫療、社會福利、生活育樂等各項需求而量身訂做之信託商品」⁶⁹。

觀諸信託公會就會員所提信託 2.0「委外推廣暨異業結盟」之相關建議規畫，就信託業得支付報酬委託他業轉介信託業務之情形而言，其要點如下：(一)依金管會民國 106 年 12 月 4 日金管銀票字第 10600226440 號函，由信託業支付「社工」或「安養機構」報酬，由渠等提供潛在客戶資料予信託業，或提供信託業之聯繫方式予潛在客戶，因未涉及商品說明或推介等相關作業，爰未涉及「金融機構作業委託他人處理內部作業制度及程序辦法」相關規範。(二)建議「以提供客戶非僅以投資為目的，而係基於資產管理、人身照顧、健康醫療、社會福利、生活育樂等各項需求而量身訂做之信託商品」為限，業務申請並應依各業別法規辦理。(三)有關信託業支付報酬委託他業轉介之他業種類，考量

⁶⁹ 參閱金融監督管理委員會民國 111 年 3 月 7 日金管銀票字第 1100150948 號函。

金管會來函意旨，他業人員適格情形信託業難以掌握，且給付對價關係易衍生不當招攬及交易糾紛，爰可支付報酬委託轉介之他業建議以下原則：1.信託業對於合作之他業應有妥適之評估，並應確認係合法設立或具有執照(證照)。2.信託業與他業應訂定合作契約，載明權責劃分及紛爭處理機制，並對客戶充分說明：以契約規範責任內容，並明確規範他業轉介之行為直接對信託業發生效力，信託契約責任之履行亦應由信託業負責；如客戶與信託業有爭議時，轉介對象應協助客戶與信託業聯繫協商；惟如因他業處理事務有過失，或因逾越權限行為致客戶所生之損害，應由他業自負賠償責任；並約定他業提供潛在客戶資料予信託業或提供信託業之聯繫方式等資訊前，應向客戶說明前述相關責任內容，並請客戶簽署知悉。3.信託業應至少每年一次定期對他業進行審視，如發現他業已非合法設立、被撤銷(廢止)執照(證照)時或以信託業名義進行不當行銷時，應為適當之處置，並於信託業網站公告。4.應考量報酬合理性：信託業支付報酬委託他業轉介信託業務時，其支付報酬應考量成本之合理性(例如應考量合理利潤，支付報酬不應超過該信託業務所收取之相關費用之一定比率)。

由此觀之，目前信託業應可與社工、安養機構、社福團體、長照照顧機構及醫療機構等其他非金融業者，進行信託業務之轉介合作，但應對於合作之他業應有妥適之評估、訂定合作契約、定期對他業進行審視及考量報酬合理性；且「以提供客戶非僅以投資為目的，而係基於資產管理、人身照顧、健康醫療、社會福利、生活育樂等各項需求而量身訂做之信託商品」為限。

第三章 美國銀行以信託做為平臺結合金融商品 或相關服務之模式

第一節 商品或服務整合模式

壹、可撤銷生前信託 (Revocable Living Trust)

一、概述

「生前信託 (Living Trust)」係指於委託人仍生存時所創建的信託，其得管理個人的資產，例如投資管理，包括證券之購買與股息收取、銀行帳戶如帳單代繳服務、人壽保險、不動產，或於委託人罹患疾病、失能、逐漸衰老及死亡時提供保障機制⁷⁰。大多數的生前信託都約定委託人具隨時撤銷、修改信託的權利，為可撤銷生前信託 (Revocable Living Trust, RLT)，也因為此撤銷或修改之權利致該資產繼續包含於委託人之遺產計算中，而不能避免遺產稅之課徵。然而，生前信託可以免去遺囑認證程序 (probate)，並被接受為有效的公共文件。委託人亦可創建「不可撤銷生前信託 (Irrevocable Living Trust)」，此類信託不得撤銷或更改，並且其基本上係為達成特定稅收或資產保護之目的。

「生前信託」於委託人仍生存並合法存續時，將有一位受託人 (trustee) 在職提供服務，並擁有委託人先前所移轉財產之所有權。受託人負責為委託人之利益管理財產，並於其死亡後，通常被指示將信託財產分配予受益人，或者

⁷⁰ Fidelity Bank, *Trust Services*, <https://www.bankatfidelity.com/financial/trust-services/> (last visited: 04/21/2022).

為了受益人的利益，依約繼續持有並管理財產。與遺囑相同的是，生前信託可以於去世後提供財產分配；不同的是，本信託得以成為提供委託人於生存時之財產管理工具，以及授權受託人管理財產，並於其失能時，將信託財產運用於委託人或其家人所需，從而免去因喪失行為能力而需指定監護人之程序⁷¹。

委託人有其他特殊需求時，亦得於信託契約中為特別約定，例如委託人需照顧身體殘疾或精神疾病的人，而創建一特殊需求信託（a special needs trust）。委託人於此信託中選擇一個受託人及一個以上繼任受託人，並親自瞭解殘疾人士的詳細情況，亦須知悉如何從醫院至銀行，再到政府機關，與各種機構進行合作。這種特殊需求信託需要仔細擬定、規劃，以免受益人之權益受損，例如：無法受到政府相關計畫之補助。另如需要把資產於身故後轉移予無法明智處理財富之人，可以建立一「揮霍信託（Spendthrift Trust）」，約定受託人為受益人之利益運用該資金⁷²。

二、運行方式

（一）委託人（settlor, trustor, grantor）

將資產置於信託中之人稱為委託人，僅建立信託契約並未完成信託之成立要件，而必須依約確實變更每一財產的所有權人，始得成立信託契約。通常情形下，委託人保留修改信託內容、變更受益人、指定其他受託人（trustee）、變

⁷¹ American Bar Association, *Estate Planning FAQs Revocable Trusts*, https://www.americanbar.org/groups/real_property_trust_estate/resources/estate_planning/revocable_trusts/ (last visited: 04/21/2022).

⁷² Barbara R. Rowe, *Estate Planning Basics: Revocable Living Trusts*, Utah State University Extension, 1-4 (2002).

更終止日期或撤銷信託使財產回歸等權利⁷³。

（二）受託人（trustee）

受託人必須依據信託契約中之指示管理信託資產。受託人得為創建信託之人、朋友或家人、數個自然人、法人（如銀行或信託公司）。如為初始受託人（initial trustee），委託人可以保留對於信託之完全控制權，直到其去世或喪失行為能力。繼任受託人（successor trustee）為原受託人不能繼續行使職務時，如死亡或失能，由其繼續為受益人之利益承擔法律上責任。繼任受託人需審慎管理該信託並使受益人合理知悉訊息，並應指定一名以上且應值得信賴、具良好管理能力。通常委託人會更願意指定金融機構（如銀行之信託部門或信託公司）為繼任受託人，蓋其得確保該受託角色之穩定性。惟一些信託業者可能不接受小型信託或不產生受益之信託，在選擇銀行或信託機構為受託人時應考量其可靠性（financial credibility）。

一般而言，受託人無庸向司法系統為年度會計報告，除非受益人間發生爭端，或是受益人與受託人間有爭議。些許委託人會為了安全性，安排相互檢查，而任命兩個以上之共同受託人⁷⁴。

（三）受益人（Beneficiaries）

受益人為委託人指定享有利益之人，得為建立信託之人或其朋友及家庭成員、學校、醫院、圖書館、慈善機構或其他組織。除非受益人同為信託委託

⁷³ Marsha A. Goetting, *Revocable living trusts*, Montana State University Extension, 1 (2010).

⁷⁴ *Id.*

人，否則無法控制該信託⁷⁵。

（四）信託契約（Trust Agreement）

信託契約中包含受託人應如何針對信託資產投資及管理、委託人死亡或失能後之指示、何人得於信託中獲得收益等，而受託人僅能依據協議中為任何行為。內容亦應明確，如信託終止時受託人應如何處理該財產、受益人之份額等。委託人可能期待債務因信託權益轉讓予第三人受益人而將免受債權人之追索，惟可撤銷生前信託並不受債務免為追償之保護⁷⁶。

（五）運作

可撤銷生前信託必須透過書面建立，指定受託人管理委託人之財產，並需將資產（包括投資、銀行帳戶或不動產等）移轉於受託人，委託人對於信託財產即失去其所有權。可撤銷生前信託之委託人於身故前仍對信託掌握控制權，得隨時修改⁷⁷。

當委託人失去行為能力或因高齡致處理財產顯有困難時，生前信託即依委託人具完全意思表示能力時約定之信託協議及移轉的財產為管理。委託人身故後，信託契約由可撤銷轉為不可撤銷，剩餘資產依約分配；又或將資產全額轉移至信託中，並指示受託人繼續管理財務。簡言之，信託之內容、權利義務分配等均依委託人所立之契約為準。

可撤銷生前信託可能使自身管理複雜化，頻繁進行資產買賣時將變的繁

⁷⁵ *Id.* at 2.

⁷⁶ *Id.*

⁷⁷ Barclay Palmer, *Should You Set Up a Revocable Living Trust?*, <https://www.investopedia.com/articles/pf/06/revocablelivingtrust.asp> (last visited: 04/21/2022).

瑣，因可撤銷生前信託之構成必須將委託人之資產全數轉移至信託受託人名下，其信託財產即受信託協議之約束。資產轉移至信託後，金融機構如經紀公司、共同基金、壽險公司、信用合作社等，需要知道何人於該信託協議下擁有何種權利，則須由信託受託人提供其信託協議摘要或副本，始得進行交易⁷⁸。

三、優點

(一) 節省遺囑認證費用 (probate costs)

通常於死亡後將會進行遺囑認證程序，如個人於多個州擁有不動產，受益人可能必須經過多次遺囑認證，惟若先行以生前信託移轉財產，則為生前可撤銷信託資產，其不受該程序約束。因此，委託人得以節省可觀的遺產結算與遺囑認證費用、律師費、盤點、分配資產及法庭相關費用，程序相較起來亦能更加快速的將資產移轉給受益人，而無須等待法院命令。繼承人亦可避免於原公開遺囑認證程序披露被繼承人之財產，維護其隱私⁷⁹。

(二) 提供財產良好管理

於委託人死亡後，可撤銷生前信託得繼續存在，並按其中內容繼續分配財產，用以為後代的財產規劃。身故前於精神、身體狀況不佳時，受託人亦可依信託契約而管理、投資、出售和清算委託人之資產，為委託人做出任何於信託契約中之決定⁸⁰。

⁷⁸ Goetting, *supra* note 73, at 3.

⁷⁹ Robert Anderson, Gary A. Hachfeld, & Erlin Weness, *Revocable Living Trust*, Estate Planning Series 6 (2003), <https://eforms.com/images/2017/06/Minnesota-Advantages-and-Disadvantages-of-a-Living-Trust.pdf> (last visited: 04/21/2022).

⁸⁰ Palmer, *supra* note 77.

(三) RLT 資產受到聯邦存款保險公司 (FDIC) 保障

聯邦存款保險公司 (FDIC) 通常提供的保障為在單一銀行帳戶中，最高 250,000 美元之限額。然而，於可撤銷生前信託中，該保險金額得隨著受益人人數而增加⁸¹。根據 FDIC 之保額計算方式，可撤銷信託帳戶中之每位受益人有 250,000 美元之保額，最多可承保 5 人，相當於最高保險金額得為 1,250,000 美元。如果任何受益人之利益超過保險限額 (SMDIA)，超出部分則不被承保⁸²。

四、缺點

(一) 成本居多、優惠較少

與準備遺囑相比，建立生前信託通常會付出更多金錢成本與時間成本，如本身不擔任受託人，需向第三方受託人支付費用 (例如律師、金融機構等)，且創建一信託需要立即支付相關費用，而遺囑認證係委託人身故後才需支付之。另外，可撤銷生前信託沒有顯著的稅收優惠，依據美國現行稅法規定，RLT 於委託人身故後，該信託財產仍會計算於應稅遺產中⁸³。因此，於建立一可撤銷生前信託前，應考量自身財產有多少需進行遺囑認證及其成本，與是否有其他可最大限度降低遺囑認證成本之方式。

⁸¹ Liz Smith, *What Is a Revocable Living Trust?*, <https://smartasset.com/retirement/what-is-a-revocable-living-trust> (last visited: 04/21/2022).

⁸² Federal Deposit Insurance Corporation, *Revocable Trust Accounts (12 C.F.R. § 330.10)*, <https://www.fdic.gov/deposit/diguidebankers/documents/revocable.pdf#page=2> (last visited: 04/21/2022).

⁸³ Josephine Turner (2002), *Estate Planning: Revocable Living Trusts*. University of Florida Cooperative Extension Service, <http://ufdcimages.uflib.ufl.edu/IR/00/00/12/51/00001/FY53900.pdf> (last visited: 04/21/2022).

（二）作業繁雜

建立 RLT 之後，必須每年對其進行監控並依據需求隨時調整，如離婚或新生兒改變生活計畫。除此，亦應確保未來的新資產不斷註冊於信託中，提供專責人士檢視信託資料以及審查受託人之權利義務。前述新註冊之財產，皆必須以信託之名義重新命名，需要額外的時間以及相關費用⁸⁴。

（三）無阻絕債務保護作用

RLT 之性質為委託人可隨時撤銷，依美國一些州的規範，其債權人無論係於委託人身故後或仍生存時，得隨時進行索償。反之，若是透過遺囑來規劃遺產，對於債權人會有較多限制，則會有更多的保護作用。因此，若全然以可撤銷生前信託來進行財務規劃，可能是有害的⁸⁵。

五、小結

可撤銷生前信託（RLT）之運作模式與目的，係為提供委託人之資產受到良好的管理且於其生存時具有隨時可以變更、撤銷的彈性空間。無論其於生存、衰老、意識不清或身故時，皆得以依照委託人之意思持續使其財產持續運行，使自己或指定之受益人、特定機構因此受惠，如投資收益、不動產管理或資產傳承等；又或係有意避免自身資產因美國遺囑認證程序而需受公開揭露之弊，為保戶其財產隱私而使用 RLT 之模式來進行轉移資產予特定人之行為。

如前所述，此信託主要係為委託人之資產為全面性的管理及傳承，勢必將涉及信託業與其他金融機構（如銀行、證券、保險）、其他產業（不動產業、殯

⁸⁴ Palmer, *supra* note 77.

⁸⁵ Ralph M. Engel, *Living trusts: The pros and cons*, The CPA Journal; New York, 72(6), 62 (2002).

葬服務業)或政府機關間之配合與資訊交換,故將對於委託人之隱私保護有所應注意的地方。美國金融服務法現代化法案(Gramm-Leach-Bliley Act,簡稱GLB法案)即對於消費者之金融隱私保護有所規範,GLB法案第5章要求金融機構於揭露消費者之非公開個人資訊時(nonpublic personal information),應提供隱私權保護政策與揭露措施之徵詢書(notice)予消費者,並應提供拒絕金融機構間資訊共用之權利,即退出權(opt-out)⁸⁶。可撤銷生前信託涉及與多方業務機構相互配合,信託業者勢必要注意是否係與關聯公司或非關聯第三方進行資訊共用,若為後者,則需受GLB法案之規制。

於台灣,金融控股公司為發揮金融綜效,往往會結合銀行、證券、保險等子公司。各子公司會依據其業務各自蒐集處理客戶之個人資料,未經客戶之同意,原則上依據個人資料保護法⁸⁷之規範不得與母公司或子公司共用。然而,依據金融控股公司法第43條第1項⁸⁸、第2項⁸⁹與金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第11條第1項等規定⁹⁰,金融控股公司之子公司得基於共同行銷

⁸⁶ 葉逸如(2006),〈金融控股公司共同行銷之規範—以競爭法為中心〉,《公平交易季刊》,14卷2期,頁94、95。

⁸⁷ 個人資料保護法第2條、第8條、第19條。

⁸⁸ 金融控股公司法第43條第1項:「金融控股公司之子公司間進行共同行銷,應由金融控股公司事先向主管機關申請核准,且不得有損害其客戶權益之行為。」

⁸⁹ 金融控股公司法第43條第2項:「金融控股公司之子公司間進行共同行銷,其營業、業務人員及服務項目應使客戶易於識別。除姓名及地址外,共同蒐集、處理及利用客戶其他個人基本資料、往來交易資料等相關資料,應依個人資料保護法相關規定辦理。」

⁹⁰ 金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第11條第1項:「金融控股公司之子公司間交互運用客戶資料,基於行銷目的蒐集個人資料時,不得為行銷目的外之利用,並應切實依下列規範辦理:

一、於揭露、轉介或交互運用客戶資料時,除法令另有規定、經客戶簽訂契約或書面明示同意者外,所揭露、轉介或交互運用之資料不得含有客戶姓名或地址以外之其他資料。

二、與客戶之往來契約,有關客戶資料之使用條款應訂定讓客戶選擇是否同意提供姓名或地址以外之其他資料作為行銷建檔、揭露、轉介或交互運用之欄位,經客戶以簽名或其他得以辨識

之目的，而使用金融控股公司之子公司之客戶資料，惟僅得使用客戶之姓名與地址，而客戶之其他個人資料仍須取得客戶之書面同意；如客戶向金融控股公司或其子公司表示不得繼續共用其個人資料時，應即停止共用⁹¹。由是可知，我國金融控股公司為共同行銷時，除了客戶之姓名與地址外得以於關聯公司間直接共用外，其他客戶之個人資料仍須以其書面同意為要件，採 opt-in 之模式。是以，若欲推行信託平台 2.0，需注意信託業者與其他共同行銷或提供共同服務之公司、機構間之關係為何，並應注意其間係共用消費者或客戶之何種個人資料，並考量於異業提供信託服務時，何種模式對於消費者隱私有更完足之保護以及不至造成機構需付出過多遵法成本。

貳、特殊需求信託 (Special Need Trust)

一、概述

特殊需求信託亦稱為補充信託，其係為 65 歲以下身心障礙人士所設立之契約架構⁹²，其信託財產包含信託委託人所贈與之資產、父母親或其他親屬之遺

客戶同一性及其意思表示之方式確認，並應列明運用資料之子公司名稱。金融控股公司因其組織異動，而有子公司增減時，應於金融控股公司及其子公司網站公告。

三、與客戶之往來契約有關交互運用客戶資料等相關條款，應以明顯字體提醒客戶注意，並揭露交互運用客戶資料之子公司名稱，且明確告知或約定客戶得隨時要求停止對其相關資訊交互運用之簡易方式（如電話通知）。金融控股公司之子公司於接獲客戶通知停止使用其資料後，應立即停止金融控股公司及所有子公司相互使用其資料，但如客戶明確指示停止交互運用資料之子公司範圍非及於所有子公司者，得依客戶通知之意旨辦理。

四、子公司客戶不同意公司繼續使用其資料之資訊，應通知各子公司、部門、產品線及各委外單位等之行銷人員，並配合修正電腦控管系統。」

⁹¹ 黃帥升、洪志勳（2013），〈金融業所面臨之個人資料保護法爭議〉，《萬國法律》，187 期，頁 46。

⁹² McAndrews Law Offices, *The Evolution of Special Needs Trusts Law: Part I, Establishing the Trust*, <https://mcandrewslaw.com/publications-and-presentations/articles/the-evolution-of-special-needs->

產計畫或保險金，透過此信託之設立，提供身心障礙受益人之日常生活收入補貼，且由於該信託之設立，並不使信託受益人個人帳戶中的存款增加，而可以同時維持受益人繼續保有政府機構的社會福利資格⁹³，例如：醫療補助（Medicaid）、補充保障收入（Supplemental Security Income）⁹⁴，因此特殊需求信託之主要目的在於滿足額外需求，例如：自付醫療費用、保險、個人護理員、支持改善生活的服務，包括教育、娛樂、生活安排和社會服務⁹⁵，幫助維持受益人的誠信和最佳生活質量，此外，在美國實務上，特殊需要信託一時常作為離婚協議之部分，以規劃身心障礙子女之照顧，並透過信託累積子女未來資產⁹⁶。

二、運行方式

特殊需求信託依照其資金來源可以區分為三種，而有不同之規範適用，分別為第一方信託（First-Party Trusts）、第三方信託（Third-Party Trusts）與集合信託（Pooled Trusts）⁹⁷，以下分別介紹之。

（一）第一方信託（First-Party Trusts）

第一方信託（First-Party Trusts）又稱為自益信託，係指該受益人之家屬或其贈與人已事先將信託財產贈與給受益人，或受益人已繼承遺產，在信託設立前，該信託財產為受益人所有，由受益人本人擔任委託人設立信託契約，移轉

[trusts-law-part-i-establishing-the-trust/](#) (last visited: 04/21/2022).

⁹³ Prosperity Bank, *Wealth Management & Trust Services*, <https://www.prosperitybankusa.com/Wealth-Management-and-Trust-Services#Trust-and-Estate-Administration> (last visited: 04/21/2022).

⁹⁴ Contract Counsel, *supra* note 92.

⁹⁵ Prosperity Bank, *supra* note 93.

⁹⁶ *Id.*

⁹⁷ *Id.*

信託財產。若將其資產移轉與受託機構，該信託財產將可以排除於政府社會福利政策資格之計算，使受益人仍繼續維持政府社會福利計畫之資助⁹⁸。但是在政府政策之衡平上，亦規定當受益人死亡時，政府得要求剩餘之信託財產用於償還社會醫療補助計畫，至多可達該醫療補助計畫為信託受益人所支付之醫療費用⁹⁹，因此透過第一方信託所設立之特殊需要信託亦被成為回報信託（payback trust）¹⁰⁰。

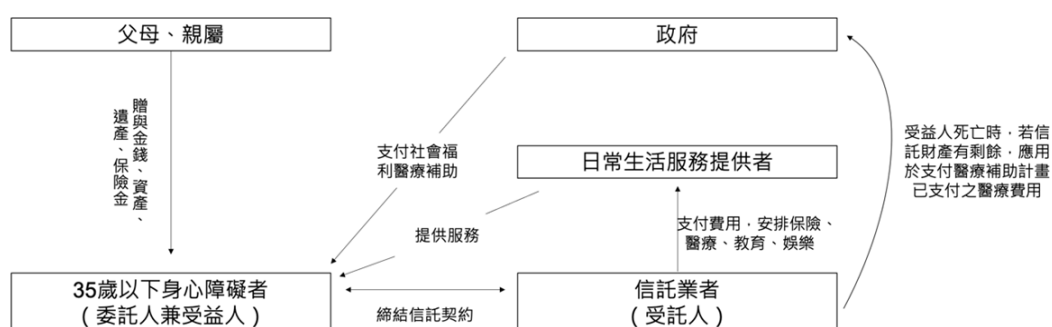


圖 1 第一方特殊需求信託之信託架構（本文自行整理）

（二）第三方信託（Third-Party Trusts）

第三方信託（Third-Party Trusts）之架構如同我國他益信託，此一信託之設立，提供信託財產者為信託受益人以外之人，與第一方信託相同的是，此一信託之受益人，亦能持續保有政府社會福利政策之資格，而不同的地方在於，其信託資產之提供者為第三方，因此當受益人死亡時，政府並不能向剩餘的信託財產追訴其補助，而可以使信託財產保留於家族內部，或捐贈於第三方慈善

⁹⁸ 42 U.S.C. § 1396p(d)(4)(A) (2018).

⁹⁹ *Id.*

¹⁰⁰ Midland Trust Company, *Special Needs Trusts Administration*, <https://www.midlandtc.com/our-services/special-needs-trusts-administration> (last visited: 04/21/2022).

機構¹⁰¹。

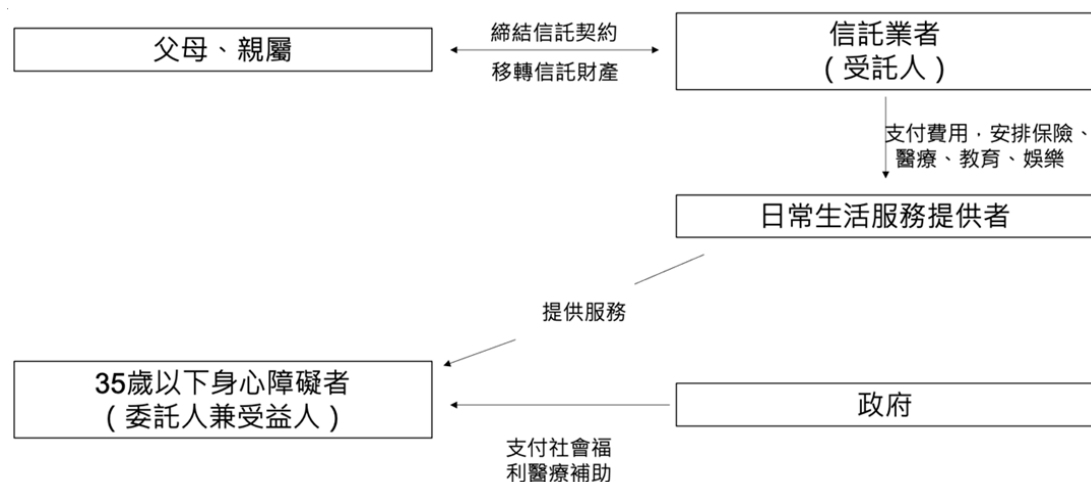


圖 2 第三方特殊需求信託之信託架構 (本文自行整理)

(三) 集合信託 (Pooled Trusts)

集合信託 (Pooled Trusts) 亦稱為社區信託 (community trusts)，是提供予非營利機構所使用之特殊需要信託，使用時機在於委託人僅有相對少量的資產，而將其信託移轉與受託機構，使受託機構合併多個家庭之資金進行投資，共同管理資金，以簡化管理並降低成本，雖該信託資產係共同管理，但個別受益人仍有其獨立帳戶¹⁰²，並且亦可區分為第一方信託及第三方信託，若為第一方信託，則於受益人死亡時，政府亦得對於該信託帳戶的剩餘資產進行追償，而若係第三方信託，則於受益人死亡時，該信託之剩餘財產，可能部份會流向該受託之非營利機構¹⁰³。

三、小結

¹⁰¹ Contract Counsel, *supra* note 92.

¹⁰² Contract Counsel, *supra* note 92.

¹⁰³ Elizabeth Ayoola, *Special Needs Trust (SNT): What It Is and How to Start One*, <https://www.nerdwallet.com/article/investing/special-needs-trust> (last visited: 04/21/2022).

特殊需求信託之主要運作方式為透過信託為身心障礙子女安排日常生活的相關服務提供，並透過信託之方式，持續維持信託受益人接受社會福利政策的身份，以使信託受益人在社會福利政策所提供的基本生活、醫療水平的基礎上，取得更多、更完善的日常生活服務提供，以完善信託受益人日常生活之所需，或更甚滿足其日常生活娛樂之身心調劑，以確保身心障礙子女之主要照顧者離世後，期仍能獲得充分且不失水準的生活照顧，因此，此一特殊需求信託之優點在於持續獲得政府社會福利政策之生活補助，並維持信託受益人一定程度之生活水準，提供齊全方面之生活照護服務。但是，一體兩面的是，在信託受託人為信託受益人提供全方位生活照護服務時，其所涉及之層面相當廣泛，舉凡食、衣、住、行、育、樂，支付生活相關費用、保險安排、醫療服務、教育、娛樂，均可透過信託為信託受益人完成，但是該信託服務之安排，不僅包含金融集團內之保險業務，更擴及跨業之各式醫療、教育、娛樂，而使其對於信託受益人之個人資料應用、個人隱私保護、信託業異業結盟、金融集團共同行銷之界線為何，更應明確劃分，以確保信託受益人之權益保護。

以金控公司子公司間共同行銷為例，我國法規主要係規範於金融控股公司法第 43 條第 1 項，規定金融控股公司之子公司間進行共同行銷，應由金融控股公司事先向主管機關申請核准，且不得有損害其客戶權益之行為，此之共同行銷所指為同一金融控股公司之子公司，在其營業場所辦理銀行、證券、期貨及保險等同一金融控股公司之子公司之一定範圍之業務¹⁰⁴，而其所指之業務範圍為金融控股公司法第 36 條第 2 項第 2 款至第 8 款之事業，但不包括再保險公司、保險經紀人公司、保險代理人公司、證券投資信託事業、證券投資顧問事業、期貨經理事業、期貨顧問事業、期貨信託事業及槓桿交易商¹⁰⁵，故應注意

¹⁰⁴ 金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 2 條第 1 項。

¹⁰⁵ 金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 2 條第 2 項。金融控股公司法第 36 條第 2 項第 2 款至第 8 款之事業包含以下：

者係特殊需求信託所涵蓋之信託業務、保險業務均包含於我金控法所指之共同行銷，因此若要將特殊需求信託引入我國，作為信託 2.0 之信託商品平台，更應注意我國當前共同行銷規範之業務範圍界線，有如其所辦理之保險商品是否已經金管會核準備查¹⁰⁶。又若係以特殊需求信託為中介，與其他金融機構合作推廣金融商品，則應注意我國銀行、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，檢具董事會決議錄、合作推廣契約書，向主管機關申請¹⁰⁷，並於推介保險商品時，符合經主管機關核准銷售之標準¹⁰⁸；此外，金融機構除了信託商品之推介，如同時銷售其保險商品，則是否觸及綁售之相關問題，亦應同時注意。

另以信託受益人隱私保護為例，透過特殊需求信託所提供之服務，無論是金控公司內的服務提供、非同一金控公司下的合作推廣、或是跨業之策略聯盟，均應注意我國個人資料保護法之相關規定，有如個人資料之蒐集、處理或利用，應尊重當事人之權益，依誠實及信用方法為之，不得逾越特定目的之必要範圍，並應與蒐集之目的具有正當合理之關聯¹⁰⁹；有關病歷、醫療、基因、性生活、健康檢查及犯罪前科之個人資料，不得蒐集、處理或利用，除非是當

二、銀行業。

三、票券金融業。

四、信用卡業。

五、信託業。

六、保險業。

七、證券業。

八、期貨業。

¹⁰⁶ 金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法第 6 條第 1 項第 3 款。

¹⁰⁷ 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 1 點。

¹⁰⁸ 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 2 點。

¹⁰⁹ 個人資料保護法第 5 條。

事人自行公開或其他已合法公開之個人資料，或經當事人書面同意¹¹⁰；並且於搜集個人資料時，應明確告知當事人搜集資料之目的、個人資料之類別、個人資料利用之期間、地區、對象及方式¹¹¹，究其所搜集之個人資料應用，更應僅能於資料搜集特定目的之特定範圍內為之¹¹²，以避免信託受益人之個人隱私於信託受託人執行信託業務時受致損害。

最後，以異業結盟之行銷為例，透過信託作為商品服務提供之平台，為我國信託 2.0 政策之本旨，期能透過信託業規劃信託服務，藉由異業合作提供全方位的生活服務整合¹¹³，故異業結盟是為我國信託服務推廣之一大主軸，因此若是透過特殊需求信託之引入，而為信託及相關異業之跨業合作服務時，則應對於相關函令加以注意¹¹⁴。

參、房地貸款信託 (Deed of Trust)

一、概述

房地貸款信託契約 (Deed of trust) 係用於土地、房屋或不動產貸款時，透過信託契約將財產所有權轉讓給第三方受託人，並設定貸款銀行為信託受益人，直到合約完全履行，債務人全額將貸款償還與貸款人，若債務人無法依約償付貸款，則貸款人得將信託財產出售以償還債務¹¹⁵，房地貸款信託與設定抵

¹¹⁰ 個人資料保護法第 6 條。

¹¹¹ 個人資料保護法第 8 條。

¹¹² 個人資料保護法第 20 條。

¹¹³ 金融監督管理委員會，信託 2.0「全方位信託」推廣計畫，

<https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=834&parentpath=0%2C2%2C310> (最後瀏覽日：04/21/2022)。

¹¹⁴ 詳參 0 之介紹。

¹¹⁵ Chris Amisano, *Warranty Deed Vs. Deed of Trust*, PoketSense, <https://pocketsense.com/warranty->

押權與簽訂保證器與之差別在於，前者涉及委託人、受託人、受益人之三方關係，後者僅存在於契約當事人間¹¹⁶。

二、運行方式

房地貸款信託之商品架構係由財產所有權人借款人擔任委託人，以第三方信託機構擔任受託人，設定貸款人為受益人，由委託人將其財產交付信託，移轉房屋、土地或其他不動產於信託受託人，並依照信託契約之條款支付貸款，即得持續對於該房產使用收益¹¹⁷，但若是未如期清償貸款，則受益人有權出售該信託財產，用以償還貸款¹¹⁸，而若委託人於貸款清償前，將該信託財產出售，則受託人將會使用該財產出售所得之價金，向貸款人償還剩餘債權¹¹⁹，

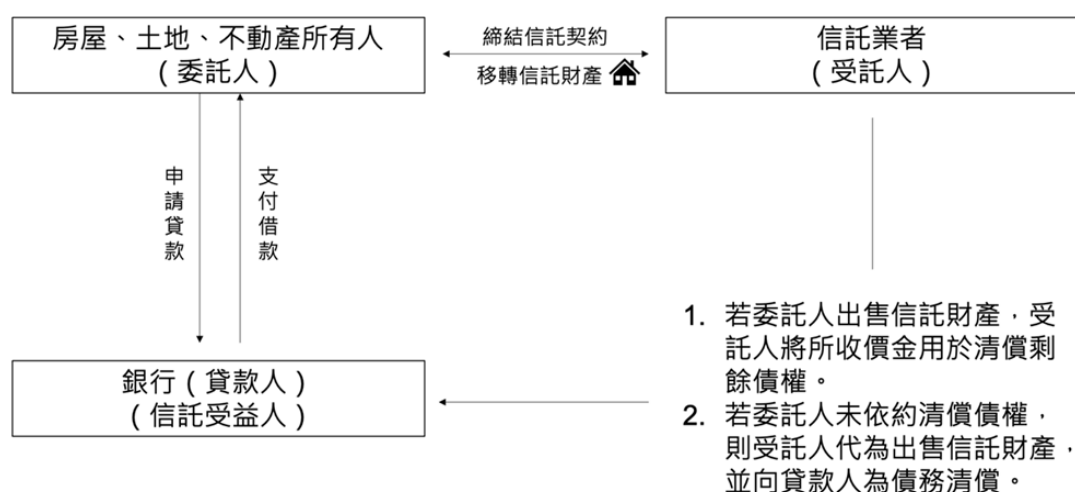


圖 3 房地貸款信託之信託架構 (本文自行整理)

[deed-vs-deed-trust-5783093.html](#) (last visited: 04/21/2022).

¹¹⁶ Casey Bond & Mike Cetera, *Deed of Trust: What It Is and How It Works*,

<https://www.forbes.com/advisor/mortgages/deed-of-trust/> (last visited: 04/21/2022).

¹¹⁷ *Id.*

¹¹⁸ *Id.*

¹¹⁹ *Id.*

三、小結

房地貸款信託之運作方式主要係以該貸款不動產之信託作為借款人之履約保證，惟美國房地貸款信託之設計主要係供房地產之屋主，於貸款時作為還款擔保之機制，屬個人信託管理之範疇，提供如同房貸壽險之擔保功能。惟應注意者則在於，金融機構販售金融商品時，是否有違公平交易法之相關規定，例如過去對於房貸壽險之販售，公平會便表示不得當限制借款人須就房屋貸款與壽險商品一併交易，金融業者於辦理房屋貸款業務時，如併同銷售與房屋貸款相關之壽險商品，不得強制借款人須就前述二種商品一併交易，且應同時提供單純之房屋貸款商品供借款人自由選擇¹²⁰，此外於金管會函釋亦提及銀行辦理房屋貸款業務時，不得以購買房貸壽險商品做為貸款之搭售條件或於貸款過程中不當勸誘¹²¹，因此若要引進功能與房貸壽險相類似之房地貸款信託作為個人授信之擔保機制，亦應注意借款人之個人選擇自由，以避免違反公平交易法商搭售之相關規範，而破壞競爭法上所保護之消費者權益。

近一步言之，搭售可以被區分為「自願性搭售」與「強制性搭售」，自願性搭售係指於購買金控集團所提供之金融服務時，若隨之購買相關組合性商品，則會提供相對優惠之價格作為購買誘因，而強制性搭售則係指銀行要求消費者購買其他金控子公司之服務或產品，作為提供消費者授信之附加條件，而便有論者認為，無需擴大解釋適用搭售規範於自願性搭售，否則將未能對於消費者權益有所保護，更將有損於消費者取得以較低價格購買金融商品之機會¹²²，就

¹²⁰ 行政院公平交易委員會（2010），《金融業經營行為相關法規彙編》，
<https://www.ftc.gov.tw/upload/0d76de20-8ee8-4df1-b319-653f93239038.pdf>，頁 13。

¹²¹ 中華民國 101 年 11 月 30 日金管銀合字第 10100341680 號。

¹²² 王健強（2006），《金控集團共同行銷之法律規範》，頁 116-118，國立成功大學法律學研究所碩士論文。

強制性搭售而言，則於我國金融控股公司及其子公司自律規範明訂金融控股公司之子公司除依法令另有規定者外，不得強制客戶與其他子公司簽訂契約，以購買其商品或服務作為授信或提供服務之必要條件¹²³，故於金融機構授信之搭售行為的判斷上，則應視消費者是否有權自由選擇購買該附加商品，且金融機構不得將該附加產品作為消費者取得授信之附加條件。

除此之外，金融集團透過信託作為金融商品整合之平台時，更應妥善遵循金融消費者保護法之相關規範，如平等互惠原則¹²⁴、廣告真實義務¹²⁵、瞭解客戶（Know Your Customer, KYC）、商品適合度原則（Know Your Product, KYP）¹²⁶、說明義務¹²⁷等，以避免廣告不實誤導消費者，或是在未充分了解消費者之情形下錯誤推介不合適之金融商品，並應就商品之特性，向消費者為充分說明，以減少資訊不對稱之情形發生，在透過信託作為全方位服務提供平台時，給予金融消費者更加全面之客戶權益保護。

肆、員工福利信託（Employee Benefit Trusts）

一、概述

員工福利信託（Employee Benefit Trusts, EBTs）為公司替員工提供各種利益的全權委託信託¹²⁸，亦是一項退休計畫。19 世紀中期，爆發經濟大蕭條導致

¹²³ 金融控股公司及其子公司自律規範第 12 條。

¹²⁴ 金融消費者保護法第 7 條。

¹²⁵ 金融消費者保護法第 8 條。

¹²⁶ 金融消費者保護法第 9 條。

¹²⁷ 金融消費者保護法第 10 條。

¹²⁸ RM2, *What is an Employee Benefit Trust('EBT')*, <https://www.rm2.co.uk/employee-share-plans/employee-share-schemes-key-employees/employee-benefit-trusts-trustee-services/> (last visited: 04/12/2022).

銀行與企業紛紛倒閉¹²⁹，美國大型企業為解決員工退休養老問題，並因應各國逐漸重視員工福利所推出各制度與頒布之相關法令¹³⁰，同時配合稅法改革，皆促使員工福利信託的迅速發展。員工福利信託的目的有以下六點：(一) 為作為員工退休金，或提供未到退休年齡然不幸受傷致殘的員工所需生活資金來源；(二) 鼓勵與幫助員工累積資產，並激勵員工在一定程度上參與企業管理，分享公司利潤；(三) 使員工的利益與股東的利益保持一致¹³¹；(四) 提升員工積極性，促進勞動效率，亦可吸收優秀職員¹³²；(五) 享受租稅優惠，增加公司收益¹³³；(六) 使用 EBTs 收購和回收現有股份，以非發行新股方式防止股份受稀釋¹³⁴。

EBTs 操作方式可以很靈活，得向受益人（員工）提供不同類型的福利，其中包括現金與股份兩種福利。若以現金為作為員工福利信託方式，即一般傳統認定之指定金錢信託業務，主要為公司定期從員工的工資或公司利潤中扣除一定比例的資金，交付信託機構，委託信託業加以管理；若以股份形式，即包含有條件股份獎勵、限制性股份獎勵、股票期權等方式。

二、運行方式

¹²⁹ 日間新聞 (09/29/2021)，〈美國社會福利制度的歷史沿革〉，

<https://www.daytime.cool/history/8823017.html> (最後瀏覽日：04/21/2022)。

¹³⁰ 李曉亮 (2002)，〈美國員工持股計劃的發展與經驗〉，頁 10，廈門大學工商管理碩士論文。

¹³¹ Carey Olsen, *Channel Islands guide to Employee Benefit Trust (EBTs)*,

<https://www.careyolsen.com/briefings/employee-benefit-trusts-ebts> (last visited: 04/21/2022).

¹³² *Id.*

¹³³ Jonathan Munnery, *What are EBTs?*, <https://www.realbusinessrescue.co.uk/advice-hub/understanding-employee-benefit-trusts-ebt-including-the-2019-loan-charge> (last visited: 04/21/2022).

¹³⁴ RM2, *supra* note 128.

（一）養老金信託

養老金信託係以養老金制度建立所設置，信託機構接受委託人（雇主）定期繳納養老基金，負責基金財產管理，員工則在退休後以終身年金形式提領，為最知名的員工信託基金形式¹³⁵。

（二）資產累積信託（Property Accumulation Trust）

財產積累信託係指員工可於許多銀行或投資公司創建個人退休帳戶（Individual Retirement Account, IRA）¹³⁶，透過員工財產儲蓄或投資收益的積累並委託信託機構管理運用，以便將來形成一種指定金錢信託業務。員工建立 IRA 後可配置自己的投資選擇，且使用 IRA 投資能幫助員工保留更多的潛在收益，其可利用複利、股息等回報方式之再投資力量積累更多的收入，避免投資失利產生之帳戶損失¹³⁷；不同形式之 IRA 帳戶還提供不同稅賦優惠¹³⁸，使受託人可靈活地在多個受益人之間以節稅的方式分配收益¹³⁹。以退休帳戶之信託來分配退休金（資產）優勢，在於領取資產前利用 IRA 提供的再投資方式增加更多帳戶價值，亦可獲得相較其他信託資產相同的債權人、離婚和轉讓稅收之保

¹³⁵ Julia Kagan, *Employee Trust Fund*, <https://www.investopedia.com/terms/e/employee-trust.asp> (last visited: 04/21/2022).

¹³⁶ Wex Definitions Team, *Individual Retirement Account (IRA)*, https://www.law.cornell.edu/wex/individual_retirement_account_%28ira%29 (last visited: 04/21/2022).

¹³⁷ Ameritrade 德美利證券，什麼是 IRA 退休帳戶？，<https://www.tdameritrade.com/zht/retirement-planning/ira-guide.html>（最後瀏覽日：04/21/2022）。

¹³⁸ Cathay Bank，個人退休投資帳戶（IRA），<https://www.cathaybank.com/zh-hant/personal/savings/IRA-CDs>（最後瀏覽日：04/21/2022）。

¹³⁹ Lauren Y. Detzel, Matthew J. Ahearn, David J. Akins, Brain M. Malec & Vincent J. Comito, *The New Secure Act Dramatically Impact Planning for most Clients' Retirement Benefits*, <https://www.deanmead.com/2020/01/secureact/> (last visited: 04/21/2022).

護¹⁴⁰。

若員工於可提取所有資產之年限或相關規定前死亡，IRA 中所積累之資產將會轉移至信託機構中。員工得於生前指定受益人並決定使其如何獲得該資產，同時允許資產保留於 IRA 中的稅收延期福利¹⁴¹。此種信託為不可撤銷，信託機構須遵守 2020 年生效之《安全法》(Secure Act) 規定之受益人所需之最低分配 (Required Minimum Distributions, RMD)，亦須符合受益人須於 10 年內分配完所有資產之規定，然若受益人為配偶、身障人士、長期病患或未成年子女和其他可延長分配期限的個人有例外情形，會有前些相關規定係為防止受益人濫用 IRA 提供之稅收延期¹⁴²。

(三) 員工持股計畫信託 (Employee Stock Ownership Plans, ESOP)

員工持股信託計畫為一特殊類型之 EBT，其以員工持股計畫 (Employee Stock Ownership Plans, ESOP) 為基礎¹⁴³，主要透過雇主將股票移轉至免稅信託中的員工個人帳戶，使員工持有公司股權，藉此享有剩餘請求權的利益分享和擁有一部分經營決策權的參與機制。隨著時間推移，員工可在其退休帳戶中積累股份，並於退休或離職時透過雇主買回股份而兌現。此種方式有利於優化企業股權結構，增強風險抵禦能力¹⁴⁴，使員工與股東利益保持一致，藉此鞏固員

¹⁴⁰ *Id.*

¹⁴¹ Wex Definitions Team, *Accumulation Trust*, https://www.law.cornell.edu/wex/accumulation_trust (last visited: 04/21/2022).

¹⁴² *Id.*

¹⁴³ The Menke Group, *The Origin and History of the ESOP and Its Future Role as a Business Succession Tool*, <https://www.menke.com/esop-archives/the-origin-and-history-of-the-esop-and-its-future-role-as-a-business-succession-tool/> (last visited: 04/21/2022).

¹⁴⁴ 方達秀諮詢有限公司，什麼是 ESOP?，<https://zhuanlan.zhihu.com/p/401466848> (最後瀏覽日：04/21/2022)。

工對公司之忠誠度與承諾，並提高生產力與盈利能力¹⁴⁵；並以長期獎勵方式，達到留才與激勵員工之目的¹⁴⁶，亦可取代養老金信託為退休保障。

目前在實務上，員工持股計劃實現方式分為非槓桿型 ESOP（Non-leveraged ESOP）及槓桿型 ESOP（Leveraged Employee Stock Ownership Plan, LESOP）兩種。兩者最大差異在於有無涉及資金借入來收購公司股份。相較於非槓桿型 ESOP，槓桿型 ESOP 之建立無需前期資本，公司無須先提供現金用於資助 ESOP，然其亦會涉及債務部分，因此需謹慎執行；若以非槓桿型 ESOP 形式實現，公司所提供之資金可享有稅收減免，而以槓桿型 ESOP 形式所償還之貸款亦可免稅¹⁴⁷。

ESOP 計畫最終程序為當員工離職或退休時，公司再向員工購買回其信託帳戶內之股份，而根據計畫，此筆金錢將以一次性或定期支付給員工¹⁴⁸，且員工在收到分配款前，無需為分配到 ESOP 帳戶的股票繳納稅款¹⁴⁹；同時，公司可在員工離職或退休前將所提供的股份持有在信託機構中以確保安全和增長¹⁵⁰。

¹⁴⁵ The ESOP Association, *What Is An ESOP?*, <https://esopassociation.org/what-is-an-esop> (last visited: 04/21/2022).

¹⁴⁶ National Center for Employee Ownership, *How an Employee Stock Ownership Plan (ESOP) Works*, <https://www.nceo.org/articles/esop-employee-stock-ownership-plan> (last visited: 04/21/2022).

¹⁴⁷ Aegis Fiduciary Services, *Major Tax Benefits of ESOPs*, <https://www.aegisfiduciary.com/major-tax-benefits-of-esops/> (last visited: 04/21/2022).

¹⁴⁸ Akhilesh Ganti, *Employee Stock Ownership Plan (ESOP)*, <https://www.investopedia.com/terms/e/esop.asp> (last visited: 04/21/2022).

¹⁴⁹ National Center for Employee Ownership, *ESOP Tax Incentives and Contribution Limits*, <https://www.nceo.org/articles/esop-tax-incentives-contribution-limits> (last visited: 04/21/2022).

¹⁵⁰ Akhilesh Ganti, *supra* note 148.

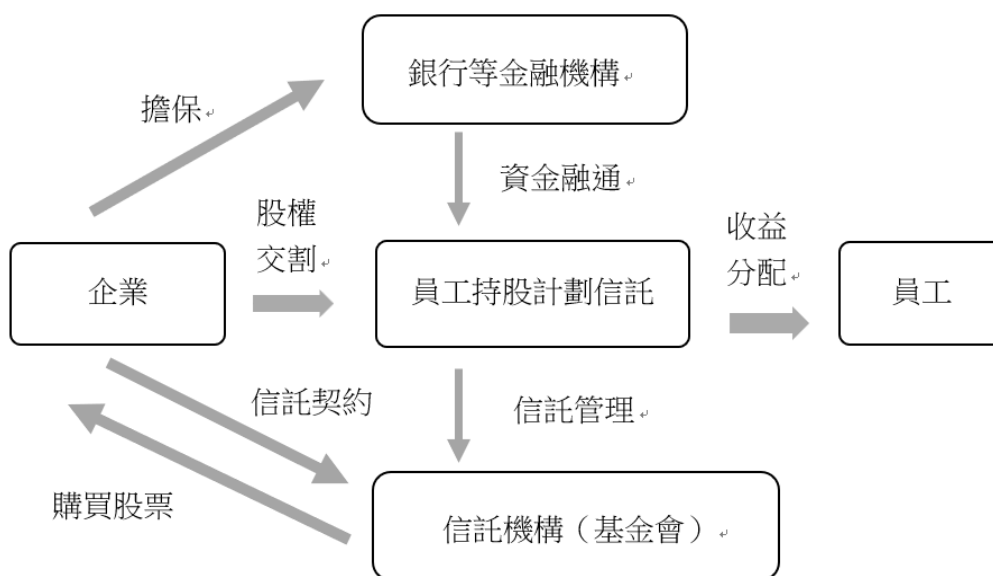


圖 4 員工持股信託計畫之信託架構 (本文自行整理)

三、小結

由於財產積累信託需先透過員工自行在銀行或投資銀行開設 IRA 帳戶後，連動到員工定額以薪資儲蓄或以帳戶進行投資，個人資訊、帳戶授權、財務狀況等資料將會從銀行或投資銀行傳送至證券業者，資料共用即為一問題。可能涉及到之隱私權規範，如由 GLB 法案授權制定之「Regulation P (Privacy of Consumer Financial Information)」，其中對於蒐集與揭露之資訊種類、揭露對象之告知、隱私保護政策等都是必須考量之議題。另由於開設 IRA 帳戶之銀行與其欲進行投資之證券業可能非屬同一金融控股公司下之子公司，因此銀行、投資銀行與證券業間之外部防火牆建置顯得格外重要。需防範不承接相互業務，以及風險隔絕之因應方式，避免兩者間資料在流通時產生之問題，如遭駭客入侵、將未授權之客戶資料流傳至其他金融機構之情形。

LESOP 方面，目前實務係透過企業來向銀行借款，再貸給信託基金會，以

「整合服務」目標來說，此做法可能較不合時宜。若公司成立員工持股基金會後，可直接以其名義向銀行融資，以提供信託與借貸的共同服務，如此可透過單一窗口獲得多元需求，避免多重分工或資源浪費之問題，提升簡化申請流程之目的。另一優化方式可考慮建立一專責 ESOP 信託基金機構，負責各公司員工持股計劃，可免除公司個別建立 ESOP 基金部位之程序，透過單一專營信託公司來達成全方位信託發展之願景。

伍、人壽保險信託 (Life Insurance Trust)

一、概述

美國保險信託發展至今，已發展成非常複雜的專業財產規劃工具，且因為其同時具有節稅、集中管理多張保單、提供遺產管理所需要的現金準備等優點，目前已非常蓬勃發展，美國的人壽保險約有 3% 至 4% 交付信託管理¹⁵¹。

美國之人壽保險信託多是以不可撤銷人壽保險信託 (Irrevocable Life Insurance Trust) 方式承作，即要保人將保單所有權移轉予受託人，並指定受託人為保險受益人，一旦不可撤銷人壽保險信託成立後，要保人不得再主張任何保險契約所生之權利，對於信託契約之內容及受益人指定不得再為任何變更，對委託人而言則必須承受未來可能情勢變更，而保單卻不得撤銷的風險¹⁵²。

美國保險信託多為不可撤銷信託的主要原因，係因稅法規定造成的結果。依美國之壽險保險金給付在符合內地稅法 (IRC) 第 7702 條¹⁵³規定時，得免課

¹⁵¹ 高文崎，〈從美國制度看保險金信託推展〉，《財團法人保險事業發展中心》，<https://reurl.cc/Rjx8rx> (最後瀏覽日：04/21/2022)。

¹⁵² 同上註。

¹⁵³ I.R.C. § 7702(a).

徵所得稅。不可撤銷信託在信託成立時，即視為將保單利益實質移轉給受益人，當被保險人身故時，信託財產不再為被保險人之遺產，故可避免聯邦遺產稅的課徵。一般而言，委託人多會利用不可撤銷人壽保險信託方式的安排來達到節省遺產稅效果，惟就死亡給付部分仍必須課徵聯邦遺產稅¹⁵⁴。

二、運行方式

美國保險信託申請程序有二：（一）於訂立人壽保險契約之時，由委託人同時「指定」受託人為保險金受領人，此時人壽保險契約與信託契約二者同時生效，由被保險人先進行人壽保險投保前之體檢，並向國稅局申請「信託帳號」，以此帳號向銀行開立一個「信託帳戶」，此帳戶則做為信託財產，成立保險信託契約¹⁵⁵；（二）就既存之人壽保險契約設立信託，並另行「變更」受託人為保險金受領人。

然而，為規避美國內地稅法第 2035 條中之 3 年規則（three-year rule）¹⁵⁶，亦即被保險人在移轉既存之保險單至受託人後 3 年內死亡者，仍計入被保險人的遺產總額，課徵聯邦遺產稅。一般而言，都會在成立保險信託之同時購買保單，如此就算被保險人於保險信託成立 3 年內死亡，亦不會被課徵遺產稅¹⁵⁷。也因為如此，銀行於銷售人壽保險契約時，時常另外提供保險信託的服務，使消費者得視個人需求，同時達成分散風險、遺產規劃及避稅等多重財產規劃之目的。

至於人壽保險信託之類型，有以下種類：

¹⁵⁴ KENNETH BLACK & HAROLD D. SKIPPER, LIFE INSURANCE (1994).

¹⁵⁵ 高文崎，前揭註 151。

¹⁵⁶ 207 I.R.C. § 2035(a).

¹⁵⁷ 洪好瑄（2019），《保險金信託之研究》，頁 54，國立中正大學法律學研究所碩士論文。

（一）非繳費型保險信託¹⁵⁸

此類保險信託又稱無基金型保險信託，也就是受託人不承擔支付保險費的義務，而是由被保險人（信託的委託人）自己繼續支付保險費。

非繳費型保險信託的優點在於，依照美國稅法，此類保險信託不存在委託人對信託或信託受益人的贈與行為，因此能免去被課徵贈與稅的煩惱。但缺點也很明顯，一旦委託人未及時繳納保費，可能導致保單效力的中止，影響保險的保障目的，同時在美國稅法上，非繳費型保險信託的安排也沒有有效利用信託受益人每年可享受的贈與稅減免額度，稅收籌劃功能薄弱。

（二）繳費型保險信託¹⁵⁹

此類信託又稱附基金型保險信託，在此信託中，委託人於設立信託時，會約定受託人承擔繳納保費的義務，並且注入了充裕的資金或者產生現金流的財產，為受託人提供繳納保費的來源。

需要注意的是，如果委託人僅僅注入現金或生息資產，但沒有在信託契約中約定受託人的繳納保費義務，那麼該信託仍然不屬於繳費型保險信託，必須信託契約明確約定受託人承擔繳納保險費的義務，該類信託才屬於繳費型保險信託。亦即繳費型保險信託將保費的繳納主體，從委託人變更為了受託人。

¹⁵⁸ 楊祥（12/2/2020），〈如何設計保險金信託？美國的做法〉，<https://reurl.cc/3jzzrl>（最後瀏覽日：04/21/2022）。

¹⁵⁹ 同上註。

（三）分期繳費型保險信託¹⁶⁰

分期繳費型保險信託又稱累積保險信託。在這類信託中，受託人負有繳納保險費的義務，委託人也向信託注入了一些資金，但資金相比保費需求是不充分的，委託人還需持續注入額外的資金，受託人才能足額繳納保費。但委託人注入的現金類資產，加上信託本身的生息資產，支付完每期保費後還能剩下一些資金，累積到信託的本金之中。

分期繳費型保險信託針對的客群主要是正在積累財富的年輕人，隨著時間流逝，積累的現金流會越來越多，信託最終將有實力自己支付保費，從而轉變為繳費型保險金信託

三、優點

（一）稅賦優勢

如上所述，若為可撤銷人壽保險信託，其財產仍屬委託人所有，並無租稅上的優惠。無論誰為受益人，超過美金 5,600,000 元之遺產，仍須併入被保險人之總遺產課徵遺產稅¹⁶¹。但若是係不可撤銷之人壽保險信託，則保險金之給付不列入被保險人的遺產，不課徵遺產稅，可有效達到節稅的目的。

（二）專業理財需求

於多數保險契約之情形，當保險事故發生後，保險金因為各該不同保險契約內容之差異，將由不同保險公司所管理。而將在不同時間，以不同之金額交

¹⁶⁰ 同上註。

¹⁶¹ I.R.C. § 2631(c).

付予受益人。此種不定期、不定額之金錢，對於無經驗之受益人，容易逐漸揮霍殆盡。此時，若能先設定人壽保險信託，將所有一切人壽保險單加以集中作為一個信託財產，即可解決此問題並達最大收益之目的¹⁶²。

（三）對未成年受益人之照顧

若保險契約受益人係未成年、無經驗或無能力時，將保險契約委由經驗豐富且專業之信託業管理，不但可避免保險受益人的浪費，亦可避免監護人管理保險金未盡其責的風險，具有保護受益人之功能¹⁶³。

四、小結

美國人壽保險信託有兩種設立方式：（一）要保人訂立人壽保險契約之時，由委託人同時「指定」受託人為保險金受領人，此時人壽保險契約與信託契約二者同時生效；（二）就既存之人壽保險契約設立信託，並另行「變更」受託人為保險金受領人。惟基於美國稅法第 2035 條中之 3 年規則（three-year rule），為避免被保險人於保險信託成立 3 年內死亡而被課徵遺產稅，多數被保險人會選擇在成立保險信託之同時購買保單，亦即上述第一種保險信託設立方式，以作為避稅之手段。

基此，於美國實務運作上，允許在同一金融控股公司下兼營信託業務之銀行及證券商辦理之保險金信託，並由同一金融控股公司之保險子公司進行推介及代銷。因此金融集團得透過單一的保險通路，即可同時銷售保險信託之商品，並使被保險人在購買人壽保險的同時享受到信託之服務。

¹⁶² 洪妤瑄，前揭註 157，頁 57。

¹⁶³ 林惠貞（2013），《我國保險金信託問題之探討》，頁 30，元智大學管理碩士在職專班碩士論文。

惟有疑問者在於，儘管允許保險子公司進行信託服務之推介與代銷，保險子公司與銀行仍分屬不同之金融業別，此時客戶之個人資訊可否基於共同行銷之目的而相互共享，則涉及到個人隱私保護限制的爭議。基於 GLB 法案之規範，若為共同行銷之目的，美國銀行於銷售人壽保險之商品時，得共享資訊予自身之銀行信託部門，進一步提出整合之保險信託服務，且因為兩者屬於關聯公司之關係。除了有關客戶個人信用之資訊外，消費者並無選擇退出之權利。然例外在佛蒙特州內，則銀行必須先向消費者取得正面同意，始能就客戶之個人資訊予以援用。

第二節 共同服務

美國金融機構跨業經營之業務一直於管制及解除管制的循環中。由於 1930 年代之經濟大恐慌導致眾多銀行倒閉，美國國會認為銀行證券自營或承銷業務為金融體系不穩定之主因，故頒佈之 1933 年格拉斯-斯蒂格爾法案（Glass-Steagall Act）。後銀行控股公司法（Banking Holding Company Act）等解禁法令開放，到 1999 年制訂的金融服務業現代化法案（Gramm-Leach-Bliley Act）開放以金融控股公司型態進行跨業經營，以增強美國金融業競爭力。美國政府又於 2010 年通過陶德法蘭克華爾街改造與消費者保護法案（Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act），禁止銀行以自有資金進行自營交易，避免高風險投資引起金融海嘯，使銀行經營業務再度受到限縮¹⁶⁴。

以現今美國富國銀行（Wells Fargo Bank, N.A.）之信託共同服務為例，其針對私人提供各種諮詢與許多信託產品和服務，如不動產規劃服務（Estate Services）、特殊需求信託（Special Needs Trusts）或傳統資產傳承信託（Legacy

¹⁶⁴ 莊書雯（2012），《金融機構跨業經營防火牆制度之研究—以金融控股公司為中心》，頁 55-77，國立臺灣大學科際整合法律學研究所碩士論文。

Trusts) 等。此等資產管理信託業務涉及稅務、法律、會計與不動產，富國銀行 (Wells Fargo Bank, N.A.) 之旗下部門 Wells Fargo Wealth & Investment Management (WIM) 透過母公司，即富國銀行公司 (Wells Fargo & Company)，與其各子公司 (如富國銀行證券 WFS、富國投資銀行 Wells Fargo Investment Institute) 共同提供金融產品與服務¹⁶⁵。

第三節 資訊共享

金融機構作為資金流通、金融商品仲介之平台，擁有許多金融消費者的個人資訊、金融服務使用軌跡、資金移動軌跡，而在資訊科技快速發展的大數據時代下，更使得這些資料得儲存、運用更具價值，也使得資料之移轉、應用成為金融監理法治變革的推動力量¹⁶⁶。為避免金融機構於資訊交流時，可能產生利益衝突、濫用地位與資訊，關於消費者之財務資訊隱私與保護，GLB 法案第 5 篇第 501 節 (a) 即開宗明義表示，本法係因應國會之政策要求，金融機構均負有肯定、持續之義務保護消費者之隱私，確保其非公開個人資訊之安全性與機密性¹⁶⁷。

壹、聯邦法規範

一、立法進程

於美國金融消費者隱私權保護之立法上，最早係於 1945 年所制訂的「麥卡倫·佛格森法」(McCarran-Ferguson Act of 1945)，宣告美國保險業及其從業人

¹⁶⁵ Wells Fargo Bank, N.A., <https://www.wellsfargo.com/the-private-bank/> (last visited: 04/21/2022).

¹⁶⁶ 臧正運 (2021)，〈金融科技法制與監理變革的形塑力量與關鍵趨勢〉，《萬國法律》，236 期，頁 3-6。

¹⁶⁷ Gramm-Leach-Bliley Act sec.501(a).

員之監理和課稅，原則上係州政府之立法權限，僅限於聯邦貿易委員會在發現有不公平、詐欺等不正交易時始得介入保險公司之管理。後隨著資料保存與通訊計數之發展，於 1970 年制訂公布的「公平信用報告法」(The Fair Credit Reporting Act of 1970)，規範消費者對於政府機關或其他組織濫用其個人資料有知的權利¹⁶⁸。1974 年制訂的「聯邦隱私權法」(The Federal Privacy Act of 1974)，規範聯邦政府所維護的資訊系統，並設立「隱私權保護研究委員會」(Privacy Protection Study Commission)，負責調查、研究全美的隱私權保護。制訂公布「聯邦隱私權法」同時期，為回應聯邦最高法院針對金融隱私問題作成之數個判決，特別係針對 United States v. Miller 案之爭議，於 1978 年訂立「金融隱私權法」(The Right to Financial Privacy Act of 1978)，其主要係禁止在未經通知消費者、訂有合理等待期供消費者有機會反對必要性下，向聯邦政府揭露其個人資訊之行為。美國國會又於 1980 年制訂「隱私權保護法」(The Privacy Protection Act of 1980)，保護電腦網際網路及電子佈告欄中資訊傳遞之隱私權¹⁶⁹。

1999 年制定公布之金融服務業現代化法 (Gramm-Leach-Bliley Act) 中，大多在於規範消費者財務隱私之保護，其限制了「金融機構」得向非關聯第三方揭露消費者之非公開個人資訊 (Nonpublic Personal Information, 簡稱 NPI) 之時機與方式。除了傳統上之金融機構，若公司行為涉及特定的金融活動，則也將在廣義的金融機構範圍內，受到本法的規制，而必須通知客戶資訊共用之情形與方式，並且明確告知若不希望與非關聯之第三方共用資訊，其得行使退出

¹⁶⁸ 美國於 1996 年修正該法，擴大相關組織職能，使會員得共享消費者資訊，消費者本身亦有機會選擇退出以拒絕各會員分享其個人資料。

¹⁶⁹ 王志誠 (2006)，〈美國金融隱私權保護法制之發展〉，《台灣金融財務季刊》，7 輯 1 期，頁 71-90。

權 (opt-out) 而不再共用¹⁷⁰。

GLB 法案第 5 篇第 501 節與第 505 節授權聯邦貿易委員會 (The Federal Trade Commission, 簡稱 FTC) 與聯邦各職能監管機關、州保險監理機關等為金融機構制訂相關規範, 以確保消費者個人訊息之保密與安全¹⁷¹。本法於規範消費者金融隱私權之保護主要分為兩部分: (一) 消費者非公開個人資訊保護的規範, 如金融機構隱私權政策之建立與揭露義務、金融機構資訊安全要求、消費者選擇權、主管機關之法制制訂義務等; (二) 金融資訊詐欺使用之處罰與責任¹⁷²。

二、資訊共享時消費者之隱私保護

金融服務現代化法案授權美國聯邦準備委員會、財政部、美國聯邦存款保險公司等八個金融監理機構組成聯合小組, 訂定「Regulation P (Privacy of Consumer Financial Information)」。其亦針對資料安全保護面, 制訂「客戶資料安全與機密保護標準」, 對於管理、技術與檢查程序方面規範消費者個人資料及交易記錄之安全標準¹⁷³。規則 P 係對 GLB 法案第 5 章節之補充規定, 其適用範圍較為限縮, 除重申該法案第 503 條揭示的隱私保護政策二階段要求, 即初始通知 (Initial Notice) 與年度通知 (Annual Notice) 之外, 也對通知中的應記載事項有詳細規定, 如蒐集之資訊種類、欲揭露之資訊種類、揭露對象之告知、

¹⁷⁰ U. S. Federal Trade Commission. (2002). *How to Comply with the Privacy of Consumer Financial Information Rule of the Gramm-Leach-Bliley Act*, available at:

<https://www.ftc.gov/system/files/documents/plain-language/bus67-how-comply-privacy-consumer-financial-information-rule-gramm-leach-bliley-act>(last visited: 04/21/2022).

¹⁷¹ 15 U.S.C. § 6801, 12 U.S.C. § 5519.

¹⁷² 林育廷 (2007), 〈金融隱私權保障與財富管理發展之衝突與協調一兼評美國與台灣之規範政策〉, 《科技法學評論》, 4 卷 2 期, 頁 171。

¹⁷³ 同上註, 頁 171、172。

隱私保護政策與作法等。規則 P 亦與 GLB 法案第 502 條 (b) 同，金融機構需提供退出選擇權 (opt-out) 機制，即個人已受告知並有合理機會退出但未為退出選擇時，始得向非關係企業之第三人揭露非公開個人資訊¹⁷⁴。

聯邦貿易委員會 (FTC) 同依據 GLB 法之授權，對於任何不受其他政府機構監管的金融機構或其他企業具管轄權限，亦訂立了詳細之財務資訊隱私規範 (Financial Privacy Rule, 16 CFR Part 313)，並由其負責執行，目的在於要求金融機構在特定情況下向客戶或消費者提供有關其隱私保護政策之通知，並規範金融機構向非關聯第三方公司揭露非公開個人資訊的條件¹⁷⁵。

以下對於美國各個金融機構於資訊共享、利用或其他行為時，應遵循之資訊隱私規範，以及對金融機構課與之義務、限制與相關定義介紹：

(一) 定義

1. 金融機構¹⁷⁶

財務資訊隱私規範 (Financial Privacy Rule) 中所述之金融機構，係指「銀行控股公司法 (Banking Holding Company Act)」第 4 (k) 條所描述的顯著參與金融活動行為之企業，而該活動是否具有金融本質 (activities that are financial in nature)，得參考《銀行控股公司法》之規定以及聯邦儲備委員會所制定的條例，「金融活動」包括：(1) 借貸 (lending)、匯兌 (exchanging)、轉帳 (transferring)、為他人投資或保護金錢及證券。這些活動涵蓋了貸方、支票出

¹⁷⁴ 張冠群 (2009)，〈二〇〇九年一月金融控股公司法關於共同行銷及關係人交易與風險集中揭露之修正條文評析〉，《月旦法學雜誌》，168 期，頁 202、203。

¹⁷⁵ 16 CFR 313.1(a).

¹⁷⁶ U. S. Federal Trade Commission, *supra* note 170.

納員、電匯、匯票銷售等服務之提供；(2) 金融、投資或經濟諮詢服務，包括信用顧問、財務規劃師、稅務編制人員、會計師與投資顧問；(3) 中介貸款 (brokering loans)；(4) 商業貸款服務 (servicing loans)；(5) 債務催收 (debt collecting)；(6) 房地產結算服務 (real estate settlement services)；(7) 於金融產業之職涯諮詢。

根據財務資訊隱私規範，僅有「顯著參與 (significantly engaged)」金融活動的機構才被視為金融機構，因此需考慮的是企業內所有參與金融活動之事實和情形，以確定是否構成「顯著參與」之要件。又聯邦貿易委員會 (FTC) 所定「顯著參與」之標準參酌二主要因素：(1) 正式的安排。例如，零售商自行發行信用卡，而直接向消費者提供信貸的服務；(2) 從事金融活動之頻率。例如，讓消費者偶爾透過分期付款計畫 (Layaway Plan) 進行支付之零售商不算是顯著參與金融活動；相反地，定期的由消費者往返匯款之企業則被視為進行金融活動。

2. 消費者 (consumers) 與客戶 (customers) ¹⁷⁷

金融機構之義務範圍取決於對象為客戶或消費者，總體來說，財務資訊隱私規範要求金融機構需發送其隱私政策通知予所有的客戶，而若需要將資訊共享於特定之處，消費者亦需收到該通知。

消費者係指自金融機構獲取主要以個人、家庭為目的之金融產品或服務之人，而不包括商業客戶 (如獨資企業)。因此，如對象係出於商業目的而消費之人，而非個人，隱私保護規範則不適用。客戶係消費者之子概念，其具有與金融機構持續互動之關係，無論其互動期間多寡皆屬之。例如，個人於銀行開立

¹⁷⁷ *Id.*

信用卡帳戶、自抵押貸款經紀人取得融資。而消費者可能為：個人於沒有帳戶之情形下頻繁地使用銀行的 ATM，其亦非銀行之客戶，但屬於消費者；又或，以前的客戶終止了與金融機構之持續關係，則被視為消費者。

另有一特殊規範定義了客戶、消費者之界定關係，即當多個金融機構參與貸款交易服務時，於發起貸款時與個人建立起客戶關係。然而，若其中一金融機構出售其債權但保留服務權（servicing rights），機構與個人間仍繼續為「客戶」關係；如轉讓了服務權、保留債權，則該個人為機構之「消費者」。由是可知，擁有服務權之機構與個人間的關係為「客戶」關係。

3. 關聯公司與非關聯第三方機構（Affiliate and Nonaffiliated company）¹⁷⁸

所謂關聯公司係指控制、受控制或與他公司共同控制的任何公司¹⁷⁹，而非關聯公司是指關聯公司外之任何第三方實體或不具有共同所有權或控制權關聯之任何實體¹⁸⁰。又所謂控制，係指以下所列之關係¹⁸¹：（1）直接或間接透過一個或多個人，對公司任何類別之已發行表決權股份，具有 25% 以上之所有權或控制權；（2）以任何方式控制公司多數董事、受託人或普通合夥人之選舉；（3）根據各職能監管機構所定義，如 12 U.S.C 5481(24)，直接或間接對公司的管理或政策具有控制性的影響力。

4. 非公開個人資訊（NPI）¹⁸²

非公開個人資訊（NPI）係指個人可識別的財務資訊（personally identifiable

¹⁷⁸ *Id.*

¹⁷⁹ 16 CFR 313.3(a)(m).

¹⁸⁰ Gramm-Leach-Bliley Act sec.509(5).

¹⁸¹ 12 CFR 1022.3(d).

¹⁸² 16 CFR 313.3(n).

financial information)，其可能係由消費者所提供給金融機構、與消費者之任何交易或為其提供任何服務產生，甚或係金融機構以其他方式獲得的¹⁸³。例如：

(1) 消費者為獲得金融商品或服務而提供予金融機構之任何資訊。例如，姓名、地址、收入、身份證字號或申請中之其他資訊；(2) 從金融商品或服務的交易中獲取有關消費者個人之任何資訊。例如，個人是金融機構客戶之事實、帳號、付款或貸款紀錄、存款餘額、信用卡、轉帳紀錄以及自「cookie 網路伺服器收集訊息設備」收集到之任何資訊；(3) 與金融機構提供之金融商品或服務相關之任何個人資訊。例如，來自法庭或消費者本身提供的紀錄。

NPI 不包含金融機構有合理確信認為其係「合法公開」之資訊。換言之，當金融機構有踐行相當措施確定以下內容時，該資訊即不是非公開個人資訊 NPI：(1) 公開可得之資訊，指通常合理、合法地向公眾提供之任何資訊。例如，聯邦、州或地方政府紀錄（個人於特定金融機構有抵押貸款之事實）、資訊被廣泛分發至各媒體（電話簿、報紙、網站）之資訊，即使獲取資訊需要密碼或費用亦同；(2) 個人得指示該資訊不被公開而並未這樣做。例如，私人之電話號碼列於公共電話簿中，但事實上其得選擇是否列出，若對於其電話號碼之公開不作為，該資訊則並不是非公開個人資訊（NPI）；(3) 在不使用非公開個人資訊所派生之任何資訊。

(二) 隱私保護通知 (Privacy Notice)

GLB 法案第 5 章、規則 P (Regulation P) 與聯邦貿易委員會所訂定之財務隱私規範皆要求金融機構必須於與客戶建立關係之始，或於建立客戶關係之合理期間內提供法律要求之初始通知 (Initial Notice)¹⁸⁴。除此之外，亦必須每年

¹⁸³ Gramm-Leach-Bliley Act sec.509(4).

¹⁸⁴ 16 CFR 313.4.

向客戶或消費者發出「清晰且醒目」之年度隱私政策通知（Annual Notice），無論於網路上或書面，其應使用通俗易懂之語言、外觀顯目，須合理得讓人理解並引起客戶或消費者對於資訊性質之重要性之關注，如與網站上之通知應放置於消費者經常使用之頁面，或於交易頁面放置超連結¹⁸⁵。描述隱私保護政策與使用方法，其內容應包含¹⁸⁶：

1. 蒐集訊息之類別。例如，自應用程式或第三方機構（如消費者報告機構）獲取之非公開個人資訊。
2. 揭露訊息之項目。例如，姓名、地址、電話號碼、身份證字號、帳號資訊、帳戶餘額等。
3. 訊息可能向何關聯或非關聯之第三方揭露。例如，金融服務的提供者（抵押貸款經紀人、保險公司）、非金融機構（零售商、雜誌出版商或非營利組織等）。
4. 根據財務資訊隱私規範第 313.13 條中，於聯合行銷時需揭露其個人資訊之例外情況，而消費者將無權行使該訊息共用之退出權。
5. 如依據財務資訊隱私規範第 313.14 條（處理或管理金融交易之例外情形）和第 313.15 條（防止詐欺或遵循聯邦、州法之要求的例外情形）向非關聯第三方揭露消費者之非公開個人資訊；或依據他法所規範應揭露，如 GLB 法案第 502 節（e），則該揭露係於法律允許之範圍內進行的。
6. 根據「公平信用報告法（Fair Credit Reporting Act）」（15 U.S.C

¹⁸⁵ 16 CFR 313.5.

¹⁸⁶ 16 CFR 313.6.

1681a(d)(2)(A)(iii) 要求之任何告知事項，即關於個人有權退出資訊共用之通知。

7. 金融機構於保護非公開個人資訊 (NPI) 機密性和安全性方面的政策和作法¹⁸⁷。

8. 選擇退出權通知 (Opt-Out Notices)：除例外情況，必須清楚通知客戶或消費者其具隨時拒絕機構間共用訊息之權利。此通知必須描述並實際提供退出之合理方法，如免費電話或具有勾選框之郵件。

(三) 選擇退出權通知 (Opt-Out Notice)

GLB 法案之立法方式與隱私權倡議者立場有所不同，後者希望僅有在消費者之明示同意下，金融機構才得以與其相關機構或非關聯第三人共享資訊，即原則禁止之方式。然而，GLB 法案立法方式較偏向產業界，即在金融機構已告知當事人之前提下，先行允許金融機構與相關機構或非關聯第三人共享或利用消費者之個人資訊，僅要求於消費者之非公開個人資訊於分享於非關聯第三人時，應以合理方式賦予消費者有「選擇退出」之機會。除此之外，非關聯第三人亦不得未經當事人同意，再將所得資料揭露與其他第三人知悉，亦不得以任何方式利用之¹⁸⁸。

除了三種例外情況 (參次節討論) 之外，若金融機構需與非關聯第三方機構共享消費者之非公開個人資訊，則必須向消費者或客戶發出「選擇退出權通

¹⁸⁷ 聯邦貿易委員會 (FTC) 訂定一詳細規範提供參考如何保護 NPI，詳可參考 16 CFR Part 314, 67 Fed. Reg. 36484 (2002).

¹⁸⁸ 李婉萍、鄭菀瓊 (2003)，〈金融服務百貨化與消費者個人資料之保護—法律與經濟分析的觀點一〉，《法令月刊》，54 卷 10 期，頁 65。

知」。其必須與財務資訊隱私規範第 313.4 條所要求之「初始通知」(Initial Notice) 或「隱私保護通知」(Privacy Notice) 一起發出，為隱私保護通知之一部份，且該通知必須清晰醒目、通俗描述以使消費者得容易理解該通知所述為何及其重要性，否則不得向任何關聯公司或非關聯三方機構揭露有關消費者的任何非公開個人資訊。通知必須包括¹⁸⁹：(1) 金融機構向非關聯第三方機構具有揭露消費者非公開個人資訊之權利，以及具有保留揭露之權利；(2) 消費者有權利退出揭露其非公開個人資訊之權利；(3) 消費者有如何行使其退出權之合理方式。例如，在相關表格上之顯著位置提供勾選框，並附上退出通知、提供消費者免費之電話號碼以行使其退出權利；抑或如，在金融機構發送初始通知的 30 天內，才能與非關聯第三方機構共用消費者資訊（如購買匯票），得要求消費者在完成交易之前做出是否要退出資訊共用之決定。

有權退出資訊共享之消費者得隨時行使其退出之權利，一旦金融機構收到消費者或客戶之退出指示，必須於合理之情況下盡快遵守其要求。此外，客戶行使退出權宣告之有效期，即使於金融機構與消費者之關係終止後，除非以書面或電子郵件取消之，否則該宣告仍持續有效。另如前客戶與金融機構建立了一新客戶關係，金融機構亦需提供退出權通知，客戶亦需行使另一退出權，始得於新關係中有效退出其資訊共享之狀態¹⁹⁰。

表 1 退出權通知類型¹⁹¹

通知類型	對象	時機	內容
初始通知 (Initial	客戶 (Customers)	建立客戶關係前。 除非此將會嚴重拖	(如與非關聯第三方共用資訊下) 資訊蒐集與

¹⁸⁹ 16 CFR 313.7, 16 CFR 313.10.

¹⁹⁰ U. S. Federal Trade Commission, *supra* note 170.

¹⁹¹ U. S. Federal Trade Commission, *supra* note 170.

Notice)		遲交易且客戶同意。	資訊共享政策或作法之描述、選擇退出權通知 (Opt-Out Notices)。
	非客戶之消費者 (包含前客戶) (Consumers)	除例外情況之外，向非關聯第三方揭露非公開個人資訊 (NPI) 前。	資訊蒐集與資訊共享之完整描述，或是選擇退出權之簡式通知 (Opt-Out Notices)。
年度通知 (Annual Notice)	客戶 (Customers)	在客戶關係存續期間，於連續 12 個月之任何期間內至少一次通知	(如與非關聯第三方共用資訊下) 資訊蒐集與資訊共享政策或作法之描述、選擇退出權通知 (Opt-Out Notices)。

(四) 非公開個人資訊 (NPI) 揭露之禁止與例外¹⁹²

1. 基於行銷目的之禁止

依據 GLB 法案第 502 節 (d)，除了消費者報告機構 (Consumer Reporting Agency)¹⁹³ 外，金融機構被禁止直接或間接透過其關聯企業機構，基於電話行銷 (telemarketing)、郵件行銷 (direct mail marketing) 或其他各種行銷之目的將消費者之帳號、信用卡號碼、存款帳號或交易記錄等向非關聯第三方企業提供。即使消費者未選是否揭露有關其帳戶之 NPI，此禁止規範仍然適用之。財務資訊隱私規範第 313.14 條、第 313.15 條中的例外情況，亦不適用於此，即不

¹⁹² 於知慶 (2005)，《論客戶資料在金融控股公司於共同行銷時應有之保護》，頁 80、81，國立台北大學法學系研究所碩士論文。

¹⁹³ 消費者報告機構 (Consumer Reporting Agency) 係指蒐集消費者資訊等以評估其信用狀況之機構。See Fair Credit Reporting Act, 15 U.S.C. § 1681a (d)(e)(f).

得以獲得客戶同意為由，已出於行銷目的而揭露其帳號或類似帳號等資訊¹⁹⁴。

但如第三方是專門銷售金融機構之商品或服務之代理商（agent）或其服務提供者（service provider），或信用卡辨別消費者身份之認證者，不受前述之拘束。

¹⁹⁴ U. S. Federal Trade Commission, *supra* note 170.

2. 非公開個人資訊 (NPI) 揭露之例外

(1) 免為踐行選擇退出權通知 (Opt-Out Notice) 及隱私保護通知 (Privacy Notice) 義務即得揭露¹⁹⁵：

A. 為執行、管理或執行消費者要求或已授權之交易所必須，而為下列之業務 (同 16 CFR § 313.13)：(a) 依據消費者要求或授權而提供、處理金融商品或服務；(b) 為維持或服務消費者之帳戶，或為其辦理信用延展等；(c) 資產證券化 (securitization)、次級市場銷售 (包括服務權之銷售) 或類似與消費者有關之交易。

B. 經消費者同意或指示無須通知。

C. 有下列所列之情形之一者：(a) 保護金融機構中屬於消費者之記錄、服務、商品或交易之安全性與隱密性；(b) 防止實際上發生或潛在的詐欺、未經授權之交易、索賠或其他責任；(c) 公司風險控制之要求或解決客戶之爭議或詢問；(d) 向與消費者具法律上關係或其利益關係人揭露；(e) 向消費者或客戶之受託人或其代表揭露。

D. 向保險評等顧問組織 (Insurance Rate Advisory Organization)、保證基金 (guaranty funds)，或相關評級機構以及依產業標準評等該機構之人、律師、會計師或審計師等提供資訊。

E. 依 1978 年財務隱私權法案 (Right to Financial Privacy Act of 1978)，經主管機關或自律機關之要求，或基於公眾安全而需被揭露時。

¹⁹⁵ Gramm-Leach-Bliley Act sec.502(e).

F. 依公平信用報告法（Fair Credit Reporting Act）而須揭露，或揭露消費者報告機構之資訊時。

G. 金融機構因出售、合併、移轉或交換全部、部分業務需揭露涉及該業務之消費者或客戶之非公開個人資訊時。

H. 為遵守聯邦、州或本地法律、規則之要求，或遵循合法授權之民事、刑事、監管調查或聯邦、州、地方政府之傳票，又或回應司法程序及政府監管機構（同 16 CFR § 313.15）。

(2) 免為踐行選擇退出權通知（Opt-Out Notice）義務即得揭露¹⁹⁶：

當金融機構因聯合行銷（Joint Marketing），揭露非公開個人資訊（NPI）予非關聯第三方機構以代表其提供或執行金融服務、功能時，財務資訊隱私規範（Financial Privacy Rule）第 313.7 條、第 313.10 條所要求之選擇退出權通知（Opt-Out Notice），在符合下列要素時不適用之，即消費者或客戶無權退出資訊共用之狀態：

¹⁹⁶ 16 CFR 313.13(a).

A. 已依據財務資訊隱私規範第 313.4 條發送初始通知 (Initial Notice)。

B. 與非關聯第三方機構簽訂保密協定，約定第三方除了執行金融機構之業務目的外，禁止其揭露或使用其資訊。包括執行業務過程中依法 (如 16 CFR 313.14, 313.15) 需揭露資訊之例外情形。

(五) 非公開個人資訊 (NPI) 再利用與再揭露之限制¹⁹⁷

若企業就非關聯第三方金融機構收受非公開個人資訊 (NPI) 時，其再利用或再揭露之權限將受限，該限制取決於資訊是「如何」自非關聯第三方金融機構揭露予企業，而無關乎企業是否為金融機構。

依據財務資訊隱私規範第 313.14 條、第 313.15 條所揭示之例外情形，自非關聯第三方金融機構 (原金融機構) 收到非公開個人資訊時，企業僅得於收受該資訊之目的內，執行其業務工作及使用資訊，或於必要時因應法律之要求而揭露其非公開個人資訊，如回應傳票、司法程序。

除了上述例外情況之外，有從非關聯第三方金融機構收受 NPI 之情形，如企業欲購買金融機構所有的客戶清單，以推銷自身產品。而原金融機構得以在踐行隱私保護通知 (Privacy Notice) 以及消費者已無權退出 (opt out) 資訊共享之前提下，揭露其非公開個人資訊。在此類情形下，雖得將該資訊用於自身內部之目的，但僅以再揭露與原金融機構之隱私政策相同的資訊為限。換言之，必須站在原金融機構的立場 (step into the shoes of the originating institution)，揭露相同類型的 NPI 予相同之機構組織。舉例而言，如原金融機構的隱私聲明告知其消費者和客戶，其只會與「非金融機構，如慈善組織」共用

¹⁹⁷ U. S. Federal Trade Commission, *supra* note 170.

NPI，則第三方亦可向慈善機構再揭露 NPI。然而，如原機構不向其他金融機構（例如保險公司）揭露 NPI，第三方即不能向其他金融業者揭露之。

最後，企業與其自身關聯公司上，得以與關聯公司共享資訊，但關聯公司之再揭露限制需與原公司相同。企業亦得與提供非公開個人資訊之原金融機構的關聯公司共享資訊。

（六）公平信用報告法（Fair Credit Reporting Act，FCRA）之要求

綜觀金融服務現代化法案，並不要求金融機構向其關聯公司揭露消費者或客戶之非公開個人資訊時需要提出選擇退出權通知（Opt-Out Notice）。然而，如依據 FCRA 法案，在某些情形下與關聯機構共享資訊時，可能負有發出退出權通知之義務。

GLB 法案之通知義務與選擇退出規範係對 FCRA 法案規定義務之補充，因此如 FCRA 要求金融機構與關聯公司共享之資訊需向消費者為明確之揭露時，亦應遵循之。

貳、州法規範

除前述提及之金融隱私權法（The Right to Financial Privacy Act of 1987）以及金融服務現代化法案（Gramm-Leach-Bliley Act）之外，美國各州對於金融機構使用個人資料之規範亦有所不同，部分州對於金融隱私權之保障具有相對應之規範，部分州則無，而回歸金融隱私權法及金融服務現代化法案之適用，以下將分別介紹之。

一、加州

（一）消費者隱私保護概述

美國對於消費者隱私保護，於聯邦層級尚未制定如歐盟 GDPR 之一般性資料保護規則，而加州消費者隱私保護法（California Consumer Privacy Act 2018, CCPA）於 2020 年公布施行，為美國境內首部一般性個人資料保護規範，其主要之規範對象為加州境內從事營業行為，年營業額 2500 萬美元以上或基於商業目的購買、接收、販售、分享超過五萬筆消費者個人資料之營利事業¹⁹⁸，其所賦予消費者之隱私保護權利與歐盟一般資料保護規則相同，有如消費者近用權¹⁹⁹、刪除請求權²⁰⁰、拒絕販售權²⁰¹、資料可攜權²⁰²，資料近用權係指消費者有權要求企業揭露其所搜集之個人資料種類、來源、資料搜集之目的，刪除請求權則係消費者有權要求企業刪除其所搜集之消費者個人資料，拒絕販售權責係指消費者有權於任何時間點，要求企業不得販售其個人資料給第三方機構，此於該法規之下係屬於一種選擇退出（opt-out）之權利，並且企業不得因為消費者選擇退出，禁止企業販售其個人資料，而對消費者提供有所歧視之服務，仍應以公平待客之原則對所有顧客一視同仁²⁰³，資料可攜權則係指當企業受消費者請求查詢或複製個人資料時，企業應提供隨時可使用之資料格式予消費者，使當事人對於其個人資料之傳輸不受任何阻礙。

若是針對於特殊之個人隱私保護，則回歸特別法之規範，於加州消費者隱私保護法有所豁免，如：醫療資訊保密法（Confidentiality of Medical Information Act）、健康保險可攜性及責任法案（Health Insurance Portability &

¹⁹⁸ Cal. Civ. Code § 1798.140(c).

¹⁹⁹ Cal. Civ. Code § 1798.100(a), Cal. Civ. Code § 1798.110(a), Cal. Civ. Code § 1798.115(a).

²⁰⁰ Cal. Civ. Code § 1798.105(a).

²⁰¹ Cal. Civ. Code § 1798.120(a). Cal. Civ. Code § 1798.125(a). Cal. Civ. Code § 1798.135(a).

²⁰² Cal. Civ. Code § 1798.130(a)(2).

²⁰³ Cal. Civ. Code § 1798.125(a).

Accountability Act)、經濟和臨床健康之健康資訊科技法 (Health Information Technology for Economic and Clinical Health Act) 規範之醫療或健康資料²⁰⁴；消費者報告機構依「公平信用報告法 (Fair Credit Reporting Acts)」規定為提供消費者報告所蒐集、維護、揭露、販售、傳播或使用任何關於當事人信用等級、信用狀況、信用能力、性格、信譽、人格特質或生活型態之個人資料²⁰⁵；金融服務業現代化法 (Gramm-Leach-Bliley Act) 與其施行細則，以及依加州金融資料隱私法 (California Financial Information Privacy Act)」所蒐集、處理、販售或揭露之個人資料²⁰⁶；駕駛人隱私保護法 (Driver's Privacy Protection Act) 所蒐集、處理、販售或揭露之個人資料²⁰⁷，故本文以下將著重介紹加州之金融資訊隱私法。

(二) California Financial Information Privacy Act (CalFIPA)

加州金融資訊隱私法於 2003 年公布，2004 年 7 月生效，該法規之立法核心在於限制金融機構資訊共享，提供金融服務消費者更強於現代金融服務法案的金融隱私保護，在加州金融資訊隱私法中，要求加州的金融機構向金融服務消費者告知，並給予金融消費者選擇是否分享非公開個人資料的權利²⁰⁸。

在加州金融資訊隱私法認為 GLB 法案的通過，給予了不同類型的金融機構更多資訊共享的彈性，但是立法機關認為加州憲法賦予加州公民隱私及個人生活應受保障的權利，而制定本法以提供加州公民相較於聯邦法規更嚴謹的保護，其主要之立法目的在於確保加州公民有能力控制是否揭露 GLB 法案所稱非

²⁰⁴ Cal. Civ. Code § 1798.145(c).

²⁰⁵ Cal. Civ. Code § 1798.145(d).

²⁰⁶ Cal. Civ. Code § 1798.145(e).

²⁰⁷ Cal. Civ. Code § 1798.145(f).

²⁰⁸ Cal. Fin. Code § 4051.

公開個人資訊，該法規要求金融機構向第三方共享資訊前，應先向消費者取得正面同意，並應提供簡單易瞭解的通知及簡單的選擇退出機制，使消費者能夠有效阻止關聯公司之間的財務資訊共享，除此之外，為了使金融機構與關聯公司間的資訊共享不阻礙公平競爭，在法規中更僅限制特定類型的附屬關係可以與金融機構進行資訊共享²⁰⁹。

加州金融資訊隱私法與 GLB 法案就金融機構、消費者之定義並無顯著差異，最大之差別在於對於非經公開個人資訊之共享，在加州金融資訊隱私法中明確訂定，金融機構不得在取得消費者事前明確同意前，販售、移轉或與非關聯第三方業者共享資訊²¹⁰，但是若是公平信用報告法（Fair Credit Reporting Act）下所要求之資訊共享，則會優先適用於加州金融資訊隱私法之限制²¹¹，而所謂非經公開個人資訊主要係指於金融機構提供商品或服務與消費者時所產生之資訊，包含：消費者申請貸款或信用卡時提供的個人資訊、帳戶餘額、付款紀錄、信用卡購買紀錄等，若係消費者提供與金融機構之個人資訊，或是金融機構可透過政府、媒體取得之資訊，則非所謂非公開個人資訊²¹²。

（三）消費者之權利

加州金融資訊隱私法賦予消費者三項權利，分別為被告知權（right to be informed）、對於特定資料共享選擇加入或選擇退出的權利（right to opt-in / opt-out of certain sharing）、不因拒絕而被歧視的權利（prohibition against discrimination）²¹³，以確保金融消費者決定個人非公開資訊是否公開之主導地

²⁰⁹ Cal. Fin. Code § 4051.5.

²¹⁰ Cal. Fin. Code § 4052.5.

²¹¹ American Bankers Ass'n. v. Gould, C.A.9 (Cal.), 412 F.3d 1081 (2005).

²¹² Cal. Fin. Code § 4052.

²¹³ Cal. Fin. Code § 4053(a)(2).

位。

1. 被告知權

在法案中也要求給予消費者被告知的權利，包含明確通知消費者可以選擇加入或選擇退出的權利，以及其個人資訊將被如何共享，此外亦對於書面通知的形式、內容具有相當細節性的規範，例如文件的標題必須醒目清晰，文件內文的字體大小不得小於 10 號字，盡量使用簡單明瞭的句子，並減少使用專有名詞、雙重否定、法律術語，若是選擇退出之情形，更應給予消費者合理期間選擇退出，並且金融機構應於接收到選擇退出要求的 45 天內遵守²¹⁴。

2. 同意權

有關個人對於其非經公開之個人資訊是否進行共享，分別依據是否為關聯公司、是否共同提供產品服務、是否適用豁免條款，可以區分為以下四種模式：

(1) 選擇加入 (opt-in)

適用於金融機構與非關聯之第三方機構共享資訊時，由於法規明確訂定金融機構不得與非關聯之第三方共享金融消費者非公開之個人資訊²¹⁵，因此若金融機構要與非關聯之第三方業者共享時，必須要得到消費者之同意，始能為之。

²¹⁴ Cal. Fin. Code § 4053(d).

²¹⁵ Cal. Fin. Code § 4052.5.

(2) 選擇退出 (opt-out)

適用於金融機構與關聯公司間的資訊共享，或與非關聯公司共同提供產品服務時，但前提是金融機構每年均須以明確且顯著地以書面形式通知消費者其個人資訊可能或向金融機構的附屬機構共享，且該書面通知未被消費者選擇拒絕共享，金融機構始得為之²¹⁶。除此之外，在該法規中更要求非關聯之金融機構於接收非公開之個人資訊時，應負有保密義務，不得揭露該非公開個人資訊，更不得將該資訊應用於共同服務以外之用途²¹⁷。

(3) 不需消費者同意

若符合豁免規定或金融機構間具有相當程度可視為一體之關係，則資訊共享不需要經消費者同意，例如：同一集團內之金融機構間、該金融機構之全資子公司、同一控股公司之子公司，但其前提是該共享資訊之金融機構，受同一職能之監管機關監理，並且主要從事之業務相同²¹⁸，豁免規定則有如該金融服務仍係由金融機構所提供，僅係委由關聯或非關聯公司進行郵寄服務或數據處理分析²¹⁹。

3. 禁止歧視原則

明文禁止金融機構因消費者選擇退出共享非公開個人資訊而歧視該金融消費者，或是拒絕提供該金融消費者其他金融服務或產品，並且若金融消費者已拒絕分享非經公開個人資訊，金融機構之關聯或非關聯公司不得向其提供服務

²¹⁶ Cal. Fin. Code § 4053(b).

²¹⁷ Cal. Fin. Code § 4053(b)(2).

²¹⁸ Cal. Fin. Code § 4053(c).

²¹⁹ Cal. Fin. Code sec. 4056 (b)(9).

或產品²²⁰。

二、佛蒙特州

(一) Vermont Financial Privacy Act (VFPA)

佛蒙特州之金融隱私法案與加州之金融資訊隱私法同為美國現代金融服務法案通過後，另行立法給予該州居民相較於 GLB 法案更為嚴謹隱私保護之州，佛特蒙州金融隱私法案之立法目的在於保護金融機構客戶的隱私，並在商業自由與隱私保護監理之間取得平衡²²¹，以避免加州居民之隱私權受到侵害。

與 GLB 法案相比，佛蒙特州金融隱私法案對於該州居民之金融隱私保護更加嚴格，在法案中，要求金融機構應向客戶通知所有隱私政策之作法，並明訂金融機構得像非關聯第三方機構共享非經公開個人資訊之條件，並且除了依法規明文規定的例外和豁免的情形下，金融機構對於其消費者之資訊共享，均應得到消費者的事前同意，提供金融消費者相當嚴謹之金融隱私權保障。

(二) 消費者保護規範

在佛蒙特州之金融隱私法案下，佛蒙特州另行制定了相關管理規則，提供更細節性之規範，於該管理規則之中，開宗明義便提及其立法目的在於規範金融機構對於消費者非公開個人資訊之處理²²²，規範內容包含金融機構應就其隱私政策及作法對於消費者進行通知，並明文規範金融機構可以像非關聯第三方機構共享消費者非經公開個人資訊之條件，且要求金融機構於共享該資訊之

²²⁰ Cal. Fin. Code § 4053(b)(4).

²²¹ Vt. Stat. Ann. tit. 8, § 10201.

²²² Vt. Admin. Code 4-2-10:2A.

前，應事前取得消費者之同意，全面採行選擇加入（opt-in）模式，僅於法規明定之特定條件下給予不需同意之豁免，在該法案中所賦予消費者權利之保護規範，亦可區分為資訊自主權、被告知權及禁止歧視原則，以下分別介紹之。

1. 資訊自主權

(1) 選擇加入模式

佛蒙特州之金融隱私法有別於聯邦現代金融服務法案，佛蒙特州之金融隱私法以選擇加入模式為原則²²³，原則禁止金融機構與關聯公司或非關聯之第三方機構共享消費者非公開個人資訊，要求金融機構在與關聯公司或非關聯之第三方機構共享消費者非公開個人資訊時，應事先取得消費者之選擇加入的同意²²⁴，賦予該州居民較聯邦法案更強之隱私保護，但相對地，亦給予金融機構對其消費者之資料使用較多限制。就選擇加入之通知形式，該管理規則要求金融機構應以書面或電子形式向消費者提供清晰明瞭之說明，清楚說明可能共享的非經公開個人資訊類別，並且明確得到消費者同意選擇加入之指示，此外在該通知亦應明確提及消費者若要撤回選擇加入決定之方式²²⁵，使消費者可以充分行使其資訊自主權。

(2) 例外及豁免情形

雖佛蒙特州之金融隱私法採選擇加入模式為原則，但其仍例舉部分例外之無需選擇加入條件，以避免過份限制無侵犯金融消費者隱私權風險之金融機構日常營運，例如：金融機構所提供消費者個人資訊之第三方機構係代表

²²³ Vt. Admin. Code 4-2-10:7G.

²²⁴ *Id.*

²²⁵ Vt. Admin. Code 4-2-10:8.

金融機構向消費者提供服務或履行金融機構之職能，或該金融機構之資訊提供，是聯邦公平信用報告法之要求，或該金融機構與其他金融機構簽訂共同協議，聯合提供金融產品或服務²²⁶，又如該金融機構之資訊共享係基於處理交易之要求，而使金融機構需共享該消費者之非公開個人資訊²²⁷，其他例外之情形則係基於行政監理上之要求，有如防止潛在之詐欺、必要之風險控管、消費者糾紛解決等²²⁸。

2. 被告知權

金融機構對於消費者之資訊共享應向消費者進行通知，其通知時點有如予消費者建立客戶關係時、客戶關係存續中，金融機構每年均應向客戶發送有關於客戶非經公開個人資訊之隱私政策，而若客戶關係終止時，則無須向客戶提供當年度之隱私政策通知²²⁹，而在該管理規則中亦規定其通知應以清晰且顯眼並可使消費者合理理解之文字為通知，在其管理規則中更明定其所傳達之資訊，應以清晰、簡明之文句呈現，盡可能使用日常用語，避免多重復否定句構，並避免使用高度技術性之法律用語、商業術語及語意模糊之文字，於該通知之中更應使用通俗易懂之標體引發消費者之注意，使用易於閱讀之字體及字號，並提供充足之行距，且應適時使用粗體或斜體標明關鍵字，除對消費者之通知外，亦應於金融機構之網站公告²³⁰，就其通知之內容則應包含金融機構所搜集之非公開個人資訊之類別以及金融機構所共享之非公開個人資訊類別，該非公開個人資訊類別包含消費者與金融機構或其關聯公司進行交易所產生之資

²²⁶ Vt. Admin. Code 4-2-10:14A.

²²⁷ Vt. Admin. Code 4-2-10:15.

²²⁸ Vt. Admin. Code 4-2-10:16.

²²⁹ Vt. Admin. Code 4-2-10:5, Vt. Admin. Code 4-2-10:6.

²³⁰ Vt. Admin. Code 4-2-10:4B

料、交易餘額、付款紀錄²³¹。

3. 禁止歧視原則

該管理規則亦明文規定，若消費者不同意選擇加入，未選擇將其個人非經公開之個人資訊提供金融機構向第三方機構進行共享，金融機構亦不得對該消費者實施不公平之歧視，或對其提供不公平之服務²³²。

三、小結

以 GLB 法案與加州金融資訊隱私法、佛蒙特州金融隱私法案相比，可以發現到聯邦法規與州法規之差異，最主要是存在於選擇退出模式（opt-out）與選擇加入模式（opt-in）之論爭，重點均在於金融集團之資料搜集運用，如何在不損及客戶金融隱私權下，最大化其資料共享、分析、應用所帶來之效益²³³，有學者對於選擇退出模式進行法律經濟分析，而認為選擇退出模式在資訊不透明的市場下，將存在資訊不對稱，而會產生外部成本，導致不效率的問題發生，若改以選擇加入之模式，則可以消除資訊不對稱的問題而增加經濟效率²³⁴，惟亦有學者持相反見解，認為現代消費者之日常生活資訊早已過載，而容易因資訊過載產生認知偏誤之問題，消費者更可能在此情形下，放棄資訊自主權，輕易選擇加入，反而有違制度設計保護消費者隱私之本意²³⁵。

就 GLB 法案而言，其資訊共享以選擇退出（opt-out）為原則，係以金融集團之經營效率為導向之立法模式，犧牲消費者之金融隱私，最大化金融集團對

²³¹ Vt. Admin. Code 4-2-10:7

²³² Vt. Admin. Code 4-2-10:23

²³³ 臧正運（2022），〈銀行業資料治理之的法治挑戰〉，《台灣法律人》，9期，頁72。

²³⁴ 李婉萍、鄭菀瓊，前揭註188，頁73-76。

²³⁵ 林育廷，前揭註172，頁193。

於消費者資訊之搜集、處理、應用之集團綜效；相對的，佛蒙特州金融隱私法案則是以金融消費者隱私保護為宗旨，以選擇加入模式（opt-in）為原則，要求金融機構於資訊共享前，均須以明確易瞭之通知使消費者確實了解其個人隱私資訊所將被應用之處，並且經金融消費者明示其同意，金融機構始能與第三方機構共享金融消費者之金融隱私資訊，而僅於佛蒙特州金融隱私法案明訂之例外條件及豁免情形下得免除消費者同意程序，以提供消費者較為周全之金融隱私保障；就加州金融資訊隱私法而言，則是相對於兩者較為折衷之立法模式，依照資料性質為區分，並以金融機構與第三方機構之關聯程度作為標準，循序漸進分配金融消費者於資訊共享利用時將受到之侵害風險高低，以風險為本之模式落實金融機構與非關聯機構間的資料治理，尋求金融集團規模經濟、結合綜效與金融消費者隱私之平衡點。

綜合前述之介紹，本文認為若從風險管理之角度出發，高風險則採高密度之監理，低風險採低密度監理，以加州之立法模式最為貼近此理論基礎，透過類別化、層級化，區分可能使金融消費者資隱私曝險之程度，讓消費者得以擁有不同程度之選擇權，一方面可以使金融集團內部有效共享資訊，達成集團經營之綜效，另一方面亦可減輕為追求金融集團經營效率，而增加之資訊不對稱之外部成本。相較於全有全無的選擇加入模式或是選擇退出模式立法，更為精緻化且細節化，可謂較為全面考量之立法模式，而得為我國金融集團資料治理法制之參考。

第四節 共同行銷（贈品共用）

壹、美國共同行銷之模式

美國的跨業經營模式是以金融控股公司為代表，由銀行所屬的控股公司另

設子公司的方式，經營保險與證券業務，亦即銀行、證券公司與保險公司三者同屬控股公司的子公司，互為關係企業，與「英國式」由銀行為母公司，保險、證券或其他業務為子公司的型態有所不同。此種模式的優點在於可以達到阻隔同一金融集團不同類型金融機構的風險，可維持金融穩定。同時，又因採行合併監理，因此可以對金融集團可以有效監督²³⁶。

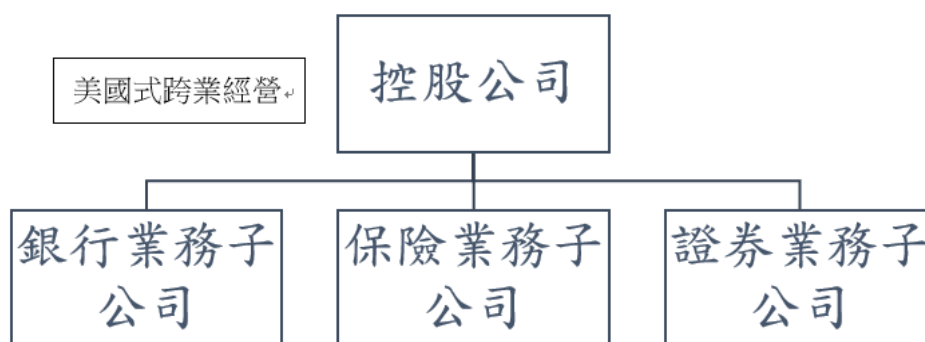


圖 5 美國式跨業經營（本文自行整理）

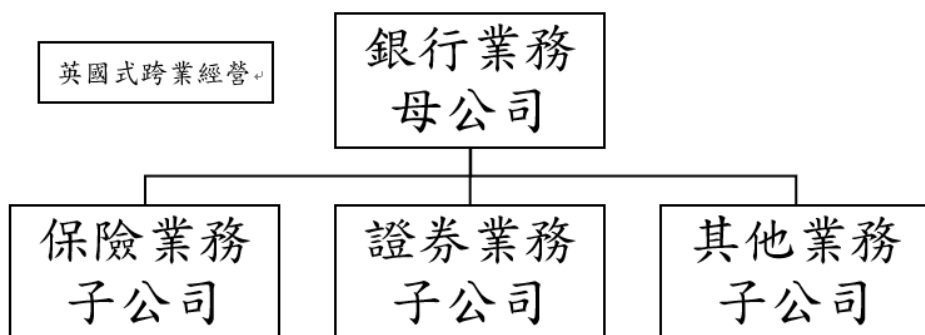


圖 6 英國式跨業經營（本文自行整理）

貳、美國共同行銷之業務推廣

所謂的共同業務推廣行為，是指金融集團中之金融機構基於與消費者訂立

²³⁶ 黃瑞堂（2000），《由美、日金融控股公司法評析我國金融控股公司之立法--防火牆制度之研究》，頁 33、34，銘傳大學經濟學研究所碩士論文。

契約，使消費者購買金融商品的目的，藉由金融機構間互相配合，向消費者所共同提出的推廣、介紹等業務行銷與促進等行為²³⁷。換言之，金控集團各公司與消費者正式訂立契約前，所聯合採取的業務促進行為均屬之。以下就共同行銷業務推廣常涉及到之限制討論之。

一、廣告行為

美國法上規範不實廣告的法案主要規定於拉蘭法第 43 條 (a) 及聯邦交易委員會法第 5 條，前者之規範目的在於保護公平競爭，從而排除消費者的原告訴訟權；而後者則係自 1938 年起開始規範虛偽不實之廣告，目的在於保護消費者權益。以下分就拉蘭法及聯邦交易委員會法第 5 條規範之規定介紹之：

(一) 拉蘭法第 43 條 (a) (Section 43(a) of the Lanham Act) ²³⁸

拉蘭法第 43 條 (a) (1) 於 1988 年修正，係將不實廣告獨立出來，規定使用廣告或其他類似廣告之行銷方式，對於自己或他人的產品、服務或其他商業活動之本質、特徵、品質、或出產地為不實、使人誤導之事實上陳述；在上開二情形下，任何相信自己因信賴而受害之人皆可對為上開行為之企業提起民事賠償訴訟²³⁹。原告欲提起違反拉蘭法第 43 條 (a) (1) (B) 之訴訟時，須證明：

²³⁷ 王健強，前揭註 122，頁 44。

²³⁸ 15 U.S.C.A. § 1125.

²³⁹ 15 U.S.C.A. § 1125 (a) (1) (B).

1. 被告之廣告或促銷係關於商品或服務有不實或引人錯誤之事實上陳述；
2. 被告有詐欺，或有潛在詐欺消費者之意圖而為這樣的陳述；
3. 欺騙具有重要性，意即極有可能影響消費者的購買決定；
4. 商品之銷售是州際間的商業行為；
5. 原告因為該不實或引人錯誤之廣告而極可能受有損害。

(二) 聯邦交易委員會法第 5 條 (Section 5 of the Federal Trade Commission Act)

聯邦交易委員會法第 5 條授權 FTC 針對企業的不公平或虛偽不實之行為或活動得提起訴訟，而企業為了促銷商品或服務打廣告之行銷行為，自然屬於企業之行為或活動，亦屬於聯邦交易委員會法第 5 條之適用範圍。此外，聯邦交易委員會法第 5 條規範目的較為概括，舉凡公平競爭之維持、消費者權益等法益均在保護之列，因此該條具有補充拉蘭法規範不足的作用。尤其，美國法院限制消費者純粹提起違反拉蘭法之訴訟，故此條之規範對於打擊不實廣告實具有補充缺漏之重大作用²⁴⁰。

二、搭售行為

(一) 搭售行為概述

共同行銷法制化的結果，尤其是共用營業場所與人員成為常態後，即便同屬於同一金控集團旗下之不同子公司，皆可能會因營業場所與人員相同，而提

²⁴⁰ 葉逸如，前揭註 86，頁 35。

供相同之金融商品或服務。因此於實務上，金控集團為提高營業綜效，在商品策略上常以提供共同服務為目的，將各子公司銷售之金融商品，經專業化之組合及包裝後，利用金控集團的行銷管道予以合併銷售。

最常見的就是金融機構販賣某一商品時，另行搭配其他金融商品銷售，亦即通稱的搭售行為，例如，因考量到授信商品的經營風險問題，對於已經與銀行有存款、信用卡或更多往來的客戶，銀行一般都樂於提供更優惠的授信商品，給予定期存款之客戶貸款部分免息的優待，這通常會使得消費者傾向於向同一銀行購買多種商品或服務。換言之，由於授信商品的性質特殊，消費者通常會願意接受與授信商品結合的組合性商品，因此在金融市場上，普遍存在著搭配金融商品「自願性搭售」的現象²⁴¹。

（二）搭售行為之禁止

搭售行為縱然可以藉由共同服務而提升企業綜效，但當金融集團進行「強制性搭售」時，亦即將兩個商品搭配在一起銷售，拒絕單獨出售單一商品之情況，美國司法實務認為此一手段可能造成該金融集團處於市場之獨占地位，間接阻礙其他潛在競爭者進入市場。因此，美國為預防因搭售行為所造成的獨占地位，依據修曼法（Sherman Anti-Trust Act）第 1 條、克萊登法（Clayton Anti-Trust Act of 1914）第 3 條及聯邦交易委員會法（Federal Trade Commission）第 5 條，原則上禁止搭售行為²⁴²。

根據修曼法第 1 條是關於交易限制的一般性規範，適用的範圍相當廣泛，舉凡聯合價格、市場劃分、拒絕交易及搭售行為等排他性契約，皆在其限制範

²⁴¹ 王健強，前揭註 122，頁 109。

²⁴² 葉逸如，前揭註 86，頁 84。

圍內；至於克萊登法第 3 條主要是規範排他性契約之禁止，目的在於限縮修曼法之不確定性，透過行為之列舉具體化修曼法之抽象性；至於聯邦交易委員會法第 5 條同樣是在彌補修曼法構成要件的抽象性，具體禁止違反商業倫理之不公平競爭行為及不公平欺罔行為²⁴³。

（三）搭售行為之違法構成要件

根據 Jefferson Parish Hospital District No. 2 v. Hyde 一案，法院指出搭售行為必須符合三個市場經濟力量的要件：（1）對於系爭商品有專利權（patent）或類似的獨占權；（2）高市場占有率；（3）商品具獨特性（a unique product）。此外，於 United States Steel Corp. v. Fortner Enterprises (Fortner II) 一案中，原告必須證明賣方有獲得成本上的利益或由於搭售產品特性的緣故，致使沒有競爭者可以提供相同的交易。若無法舉證，最高法院則認為經濟力量的要件並不會滿足。換言之，若消費者單純是因為受到商品本身吸引力所造成的搭售交易，並不足以構成搭售行為之違反。

此外根據 1970 年修正之銀行控股公司法第 106（b）條有更具體的規定，該規定亦收編於 U.S.C.²⁴⁴中，規定要成立銀行控股公司法中反搭售條款之違反，原告必須證明：（1）在二個金融商品或服務間存在搭售安排；（2）搭售行為違反競爭的原則；（3）銀行因此獲有利益；（4）相對人因此而受有損害；（5）搭售行為並非為一般商業行為所必須，亦非屬例外之情形。

三、聯合行為

²⁴³ 王志誠（2004），〈金融商品共同行銷與公平競爭（下）〉，《台灣本土法學雜誌》，58 期，頁 7。

²⁴⁴ 12 U.S.C. § 1972.

（一）聯合行為之限制

所謂聯合行為，係指事業以契約、協議或其他方式之合意，與有競爭關係之他事業共同決定商品或服務之價格，或限制數量、技術、產品、設備、交易對象、交易地區等，相互約束事業活動之行為，並且以在同一產銷階段之水平聯合，足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能者為限。

依據美國修曼法第 1 條規定，以契約、信託法或其他方式作成，用以限制州際、外國交易、商業之聯合或共謀，均屬違法，締結前述違法契約或從事前述違法聯合或共謀者，應負重罪之刑責²⁴⁵。據此，聯合行為所造成市場競爭之不自由，為美國實務欲限制之對象。

（二）聯合行為主體之認定

修曼法長期以來存在一個重要爭議，亦即同屬一企業集團內的各子公司間，有無彼此「共謀」(conspire)的可能而觸犯休曼法第 1 條。此問題爭議不斷，而在經過 Copperweld 一案後，法院確立了「單一經濟實體」標準，亦即認為完全持股之母子公司，應被認為僅有一個單獨之經濟實體存在，不可能彼此共謀而違反休曼法第 1 條。

至於是否僅有「完全持股」之母子公司始有單一經濟實體標準之適用，美國司法實務目前仍未有統一之標準，採取 The “de minimis” approach 者，認為須完全或接近 100% 持股之母子公司間，始構成單一經濟實體，而無共謀存在之可能；另有採控制標準者，認為當持股達 50% 以上時，該被持股之子公司已在母公司之控制下，從而亦無休曼法第 1 條之適用；又近年來之實務見解，傾向綜

²⁴⁵ 15 U.S.C. § 1.

合許多相關要素，包含是否具有管理控制權限（management control）、契約上責任（contractual obligations）、和經濟動機（economic incentives）等因素，綜合判斷子公司是否已喪失其經濟自主決定權²⁴⁶。

參、贈品共用

一、利用免費贈品促銷之相關規定

金融機構利用免費贈品為商品促銷時，須遵守美國聯邦法規²⁴⁷所訂定的相關規定。依據該條（b）款規定，所謂免費商品或服務的提供，是以消費者依正常價格購買商品或服務為前提，所獲得額外之免費商品或服務。免費一詞表示他不需要對於該物品支付任何費用，並且贈品之價格不會超過購買商品的正常價格。因此，消費者有權相信商家不會透過提高必須購買的商品價格、替換劣質商品、服務或其他方式，直接和立即回收免費商品或服務的成本。

此外，依照該條（c）款規定，要求金融機構利用免費贈品為商品促銷或為類似要約時需負擔一定之揭露義務，亦即，必須在契約訂定前清楚且明確地說明提供免費贈品所依據的所有條款、條件和義務，以免出現任何可能會被誤解之情狀。因此，所有條款、條件和義務都應與免費商品或服務的提供密切相關。

另外依照（e）條規定，金融機構在宣傳免費促銷之前，應遵守「廣告津貼和其他商品支付和服務指南（Guides for Advertising Allowances and Other Merchandising Payments and Services）」的規定，向所有可能競爭之經銷商提供

²⁴⁶ 葉逸如，前揭註 86，頁 91。

²⁴⁷ 16 CFR § 251.1 (a).

促銷產品。此外在宣傳免費促銷活動時，應指明哪些區域不提供該優惠。

二、禮品卡（Gift Card）之相關規定

禮品卡（Gift Card）是一種預付卡或儲值卡，旨在由一個消費者（購買者）購買並作為禮物贈送給第二個消費者（接收者）。不同禮品卡產品的條款和條件可能會有很大差異，但禮品卡通常分為兩大類：零售禮品卡和銀行發行的禮品卡。零售禮品卡通常由大型零售、娛樂或食品服務公司提供，用於該公司擁有和經營的場所。銀行發行的禮品卡通常由金融機構發行，帶有支付卡（如VISA、萬事達卡或美國運通卡）之功用，並可在接受該卡的各個地點使用。

至於禮品卡之資訊揭露規定於美國聯邦法規中²⁴⁸，要求金融機構必須於消費者購買前為清楚、顯眼且易懂之揭露，且原則必須以書面或其他可保留之形式為之。此外，由於禮品卡的購買者和接收者可能不是同一個人，因此存在較特別的揭露規定，特別是當金融機構向禮品卡購買者提供披露時，可能不足以避免與接收者對禮品卡的材料成本、條款和條件的誤解相關的合規和聲譽風險。因此美國貨幣總稽核辦公室（OCC）亦規定，禮品卡的揭露應在禮品卡本身或貼在禮品卡上的貼紙或膠帶上提供對接收者決定何時以及如何使用該卡之重要的基本信息，此信息通常包括與以下事項有關的披露：（一）卡的到期日期（與信用卡和借記卡的現行做法一致，應在卡正面清楚顯示）；（二）各該月可使用之額度或其他費用；（三）消費者如何獲得有關該禮品卡或其他客戶服務的其他信息。

²⁴⁸ 12 CFR § 1005.2 (c).

第五節 設備人員共用

壹、場所設備共用

美國於 1989 年防火牆之規定，原則上禁止不同業別辦公室共用，惟如在同一棟建築物內能明確區別時，則證券關係企業可與銀行在同一棟建築物內同時擁有辦公室。如美國聯邦準備理事會修訂之規則 H (Regulation H) 第 208.85 條規定，銀行從事保險產品銷售時，其營業場所應與存款性業務，如零售性存款業務之營業場所予以區分，並標示清楚。美國實務上，雖銀行辦理證券業務多與銀行業務位於同一建築物，但因設於不同樓層辦理，能有明確之區隔，而符合該法明確區別之規範。

隨著電訊傳輸、網路科技以及相關硬體的迅速發展，網路銀行與線上提供各種不同的金融、保險、證券產品，均影響金融機構與顧客間的交易行為與互動模式，在不同部門間所作之隔絕，似乎已喪失其應有作用。因此，於美國現行實務上，有關場所設備流用之禁止，重點不在於「營業處所」實體的有形隔離，而應針對部門人員間利用客戶內部重要資料時，不可與「有發生利害衝突之虞」之其他部門人員流用及交換資訊，以避免對客戶權益之不當侵害²⁴⁹。

貳、人員共用

於 G-S 法案時期，依照該法第 32 條規定，經營證券業務為主之法人其董事及職員，不得兼任聯邦準備銀行會員銀行之董事及職員。其限制銀行與從事證券為主業之公司間之人事流通之原因，乃係為防止銀行業與證券業之經營階層

²⁴⁹ 許紋瑛 (2000)，《金融控股公司之法制建構—以美日比較法觀點評析我國相關立法》，私立中原大學財經法律學研究所碩士論文，頁 98、99。

結合，進而發生關係人交易等情事，產生利益衝突，因此明文禁止雙方內部人員重疊。惟美國於通過金融服務現代化法（Gramm-Leach-Bliley Act，GLB 法案）後，廢除 G-S 法案第 32 條規定²⁵⁰，12 U.S.C §78 亦有相同之規定，自此證券業者與銀行董事、經理人與從業人員禁止重疊之規定經廢除，銀行董事、經理人與從業人員得流用於證券業或其他業務之公司。

然而，為避免利益衝突問題，聯準會規範的 Regulation L 仍就經營階層兼任之規定有所限制，此規則之授權母法為「儲貸機構管理結合法（Depository Institution Management Interlocks Act）」²⁵¹，目的為禁止儲貸機構限制經營階層人員相互兼任，所謂經營階層係指董事、信託人、經理人，使用代理人擔任上開職位之自然人，而受該規則之規範對象為會員銀行、銀行控股公司與其關係企業子公司²⁵²。

原則上若前述對象與相同地區內擁有辦公營業所，或是在都會統計區域內（Metropolitan Statistical Area，MSA）擁有辦公室之儲貸機構，並且兩個法人全部資產為 5,000 萬美元以上；或是兩個法人並不在同一處，但其中一家儲貸機構全部資產超過 2 億 5,000 萬美元，另一家則超過 1 億 5,000 萬美元時，銀行控股公司與其子公司之董事、經理人不得兼任該儲貸機構之董事或經理人²⁵³。

²⁵⁰ 12 U.S.C. § 1843 (K)(1).

²⁵¹ 12 U.S.C. § 3201.

²⁵² 黃瑞堂，前揭註 236，頁 76、77。

²⁵³ 林盟翔（2010），〈金融服務業橫向整合之困難與挑戰--金融與商業分離原則之定位與落實〉，《中正財經法學》，1 期，頁 92、93。

第六節 防火牆

壹、內部防火牆

一、金融集團內部業務範圍

美國 1920 年代，銀行本身無法跨州設立分行進行跨州業務，為求生存及更高的競爭力，開始透過間接設立的方式，藉由投資各州銀行，實質上進行跨州經營業務，產生「銀行控股公司（Bank Holding Company）」的雛型。此時美國銀行業務廣泛，本身得經營承銷證券與信託業務。然而，1929 年美國爆發金融大恐慌，因此政府於 1933 年通過格拉斯史蒂格法（Glass-Steagall Act，G-S 法案），直接限制並規範銀行業與證券業的分離。

由於 G-S 法案第 21 條禁止證券業從事收受款業務，美國會計審查局（General Accounting Office）因應需求開放銀行控股公司得以設立子公司方式運營證券業務，並提出如「銀行控股公司之母公司與子公司資本額須充實」、「子公司間貸款與資產交易須受限制」、「子公司間不得有董事、職員、資訊共用及相互推銷（交叉行銷 cross marketing）的情形」等防火牆加以規範，避免利益衝突、內部交易²⁵⁴。

後金融服務業現代化法（Gramm-Leach-Bliley Act）頒布，廢除 G-S 法案第 20 條及 32 條限制銀行跨業經營之相關規定²⁵⁵，在符合特定條件下可准許銀行選擇登記為金融控股公司，進而從事較廣泛之業務活動，其特定條件依照該法

²⁵⁴ 林美娟（2000），《金融跨業經營保險業防火牆設立之研究》，頁 26、27，國立政治大學風險管理與保險學系研究所碩士論文。

²⁵⁵ Gramm-Leach-Bliley Act sec.101(a)(b).

第 102 條為：(一) 銀行控股公司所控制之存款機構子公司須符合資本充足 (Well-Capitalized) 且必須是管理健全 (Well-Managed)；(二) 須檢具相關資料向聯邦準備理事會提出申請，並經其核准；(三) 須符合社區再投資法規定之標準²⁵⁶。

除此，GLB 法案亦允許金融集團得以兩種型態經營：(一) 銀行控股公司 (Bank Holding Company)，其係對於任何公司直接或間接持有、控制或擁有 25% 以上的兩家銀行以上之表決權股份，或是得以任何方式控制其多數董事之選舉²⁵⁷；(二) 金控公司 (Financial Holding Company)，透過對銀行、證券及保險等業務進行控制、運營的經營模式。兩者可經營之業務範圍，包括具金融本質 (financial in nature) 或與該金融相關之附屬業務 (incidental to such financial activity)，輔助性之金融業務 (complementary to a financial activity)²⁵⁸：

(一) 金融本質業務 (Financial in Nature)

依美國控股公司法²⁵⁹及 U.S.C²⁶⁰ 規定，下列事項為金融本質業務：

²⁵⁶ Gramm-Leach-Bliley Act sec.102.

²⁵⁷ Bank Holding Company Act of 1956 sec.2(a)(1)(2).

²⁵⁸ 王文宇 (2001)，〈建構我國金融控股公司法制相關問題之研究〉，《台灣金融財務季刊》，2 輯 2 期，頁 38-40。

²⁵⁹ Banking Holding Company Act. § 4(k)(4).

²⁶⁰ 12 U.S.C. § 1843 (K).

1. 存放款、匯兌、資金移轉、投資信託、現金或有價證券保管；
2. 保險、保證，或對損失、傷害、疾病、殘障及死亡之賠償，或提供與發行年金保險，擔任上述業務之保險人、代理人或經紀人；
3. 提供金融、投資或經濟諮詢服務；
4. 發行或銷售銀行可直接持有之金融工具；
5. 證券承銷、自營或經紀；
6. GLB 法生效後，聯準會核准之金融相關業務；
7. 銀行控股公司在海外經聯準會核准經營之業務。

(二) 銀行附屬業務 (Closely Related to and a Proper Incident to Banking)

金融附屬業務之認定需經聯準會與美國財政部共同諮商後判定之，其考慮因素如下：

1. 考量銀行控股公司法及 GLB 法之立法目的；
2. 評估金控公司競爭市場之改變或合理預期之改變；
3. 審酌金融服務使用之技術是否有改變或合理預期之改變；
4. 該項業務是否能使金控公司及其聯屬企業為下列必要或適當之業務活動：(1) 該項業務是否能使金控公司與美國境內其他提供金融服務之公司競爭；(2) 使用科技方法提供服務或資訊，包括金融交易或傳輸數據之保密及系統效率之運

用；(3)提供客戶任何新興技術方法之金融服務²⁶¹。

(三) 金融輔助業務 (Complementary to Financial Activities not of a financial Nature)

金融輔助業務僅係與金融有關之商業活動，但非金融活動，金控公司欲從事或購買其認為與金融業務有互補性之公司超過 5% 有表決權之股權時，應事先經聯準會同意，其考量之因素包括：

1. 該項業務是否與金融業務互補；
2. 該業務不得對存款機構或金融體系之安全與穩健造成重大風險；
3. 評估其增加或減損之公共利益，審酌該業務產生之公共利益是否大於可能之負面效果。所增加之公共利益情形，如對公眾有較大之便利性、增加競爭或提高效率，所減損之公眾利益之情形，如利益衝突、降低競爭或不公平競爭或其他風險。

除此之外，立法理由更進一步闡釋：「有關附屬事業係指與金融業之控制、管理密切相關之事業，如證券商、保險商品之承銷、投資顧問等；而與金融業務相關之輔助性事業，係指屬金融本質，而不影響金融控股公司健全經營之事業」。

二、關係人交易

人員共用所造成關係人交易及利害衝突之不利益有防免之必要，美國對於

²⁶¹ 12 U.S.C. § 1843(k)(2)(3).

關係人交易之防範，主要規定於聯邦準備法（Federal Reserve Act）第 23（A）條與第 23（B）條，對於會員銀行與其關係人間之借貸、買賣或其他交易建立量的限制及其他條件，並另以聯準會所規定之行政規則本法之細節性及範圍加以補充²⁶²。

聯邦準備法第 23（A）條與第 23（B）條對於關係人交易之規範方式係採禁止、總量限制、擔保品要求及常規交易四種。為防止可能之利益衝突，第 23 條（B）項原則禁止銀行或其子公司基於受託人關係（Fiduciary Relationship）自關係企業購買任何有價證券，亦禁止銀行購買關係企業證券商辦理發行或承銷之有價證券²⁶³。

第 23（A）條則列舉 5 種銀行與其關係企業間應受規範之特定交易（Covered Transaction），包括：（一）對關係企業之放款與授信；（二）購買或投資關係企業發行之有價證券；（三）自關係企業購入資產，含附買回權之資產；（四）對任何個人或公司授信時，接受以關係企業發行之有價證券為擔保；（五）為關係企業保證、承兌或開立信用狀，包括對信用狀背書及開發擔保狀（Standby Letter of Credit）等行為²⁶⁴。從事上開這五類交易時，須另外符合特

²⁶² 聯邦行政規則（The Code of Federal Regulations）共有 52 個相關項目（Title），與金控公司規範有關者，除聯邦行政規則 Y（Bank Holding Companies And Change In Bank Control, Regulation Y, 12 CFR of 2006 at 225）係針對銀行控股公司之業務範圍外，另有聯邦行政規則 L

（Management Official Interlocks, Regulation, 12 CFR of 2006 at 212, 12 U.S.C. 33 § 3201）、聯邦行政規則 O（Loans to Executive Officers, Directors, And Principal Shareholders of Member Banks, Regulation O, 12 CFR of 2006 at 215）、聯邦行政規則 W（Transactions Between Member Banks and their Affiliates, Regulation W, 12 CFR of 2006 at 223）等，分別針對關係人之定義與交易範圍之為規範。王煦棋（2006），〈美國與我國金融控股公司對關係人交易規範之研究〉，《法令月刊》，57 卷 11 期，頁 69、70。

²⁶³ 12 U.S.C. § 371c (c)(I)(2).

²⁶⁴ 12 U.S.C. § 371c (b).

定限制²⁶⁵。

貳、外部防火牆

外部防火牆係以「金融與商業分離原則」(Separation of Banking and Commerce)為劃分基礎²⁶⁶，限制金融業與一般商業公司(一般產業活動)兼營業務、禁止與一般業務共同行銷、跨業經營。目的係防止兼營時產生之利益衝突、保護投資人與存款人權益²⁶⁷，並使金融機構專注於金融業務經營，避免經營其他產業增加經營風險。以下就金融與商業分離原則制度之相關法案說明：

一、GLB 法案

GLB 法案第 103 條第 a 項第 4 款規定金控公司與其銀行之子公司或關係企業僅得從事明文規定之 9 項業務²⁶⁸，或其他需經聯準會核准業務範圍。舉例來說，可透過證券子公司從事證券承銷、自營，或透過保險子公司銷售保險業務而持有一般商業之股份，但仍禁止管理一般商業組織。

二、聯邦準備法²⁶⁹

聯邦準備法(Federal Reserve Act)第 23(A)條與第 23(B)條為避免金控公司透過內部關係人交易增加銀行經營風險，因此加以限制資金由銀行向非

²⁶⁵ 12 U.S.C. § 371c.

²⁶⁶ 莊書雯，前揭註 164，頁 48。

²⁶⁷ 吳顯宗(1997)，〈金融控股公司與綜合銀行制度之研究〉，《財稅研究》，29 卷 4 期，頁 199。

²⁶⁸ 莊書雯，前揭註 164，頁 117。

²⁶⁹ 戴銘昇(2003)，〈金融機構經營風險與金融防火牆之評述〉，《台灣經濟金融月刊》，30 卷 10 期，頁 9。

銀行機構流動，兩者原則上資本需獨立，並要求銀行與非銀行關係企業間需設立嚴密之防火牆機制，規定兩者間之交易規範、授信與購買資產等遵循依據；以及兩者在營運時必須使用不同名稱、標示清晰，以避免客戶混淆。

三、銀行控股公司法

銀行控股公司法新修正之第四條第（n）項，仍有對銀行與一般商業活動間共同行銷行為之限制，規定金控公司旗下之存款機構，除聯準會核准外，不得以直接銷售或間接協議，使一般商業公司銷售金控公司之商品，或金控公司參與一般商業公司之業務²⁷⁰。

四、規則 Y（Regulation Y）

Regulation Y 是由聯準會頒布之監管制度²⁷¹，規範銀行禁止從事共同行銷之對象、業務須經聯準會批准之交易類型、金控公司與子公司之活動與收購等等²⁷²。其中，金控公司控制之存款機構（包含存款機構之子公司），不得與具 5% 以上表決權股份、資產或其他利益之公司，以直接或間接透過任何安排提供、推銷或營銷任何產品與服務²⁷³。然而，此一限制不適用於非金控公司控制的私募基金所合作的投資銀行²⁷⁴，或直接銷售私募基金之受益單位²⁷⁵。

²⁷⁰ 莊書雯，前揭註 164，頁 118。

²⁷¹ The Business Professor, *Regulation Y -Explained What is Regulation Y*, https://thebusinessprofessor.com/en_US/banking-lending-credit-industry/regulation-y-definition (last visited: 04/21/2022).

²⁷² Investopedia, *Regulation Y*, <https://www.investopedia.com/terms/r/regulation-y.asp> (last visited: 04/21/2022).

²⁷³ 張冠群，前揭註 174，頁 195。

²⁷⁴ Legal Information Institute, *12 C.F.R. § 225.176-How do the statutory cross marketing and section 23A and B limitations apply to merchant banking investments?*,

第七節 異業結盟

金融機構與其附屬公司或第三方公司簽訂契約，以促進向客戶提供信託服務的情況越來越多，這些契約的服務範圍包括但不限於信託數據處理、託管、投資管理和提供其他更完整的信託服務。許多小型公司的信託部門歷來都將數據處理、稅務準備和某些專門的資產管理任務外包給第三方公司。

惟此種方式縱然能獲取內部無法獲得的專業知識、改進服務和管理相關成本，然而異業結盟也可能使部門面臨額外的風險，例如客戶信息的安全性、信息和管理報告系統的可用性，管理層除應識別與外包安排相關的主要風險，並實施適當的監督計劃，以持續監控每個服務提供商的控制風險、績效和財務狀況。

因此，一旦公司決定與外部服務提供商異業結盟，則必須符合《統一審慎投資者法》第 9 條的規定²⁷⁶，除了遴選的過程必須符合相當謹慎的程度，管理層在簽訂契約建立關係後，仍應確保服務提供商的適用性。此外，FDIC²⁷⁷就信託服務之委外代理之情況，規定受監管的銀行應注意之下述之程序²⁷⁸：

一、謹慎之遴選調查

<https://www.law.cornell.edu/cfr/text/12/225.176> (last visited: 04/21/2022).

²⁷⁵ 張冠群，前揭註 174，頁 195。

²⁷⁶ Uniform Prudent Investor Act sec.9

²⁷⁷ FDIC 是美國聯邦政府的獨立機構，其業務包含直接監督和檢查 5,000 多家銀行和儲蓄協會的運營安全性和穩健性，美國幾乎所有銀行皆受其監督，而 Trust Examination Manual 是在協助監管機構對於信託業務的審查，內容包含關於信託的概念、原則、普通法、成文法（州和聯邦），以及共同管理受託人行為的適用法規的綜合參考資料。

²⁷⁸ Trust Examination Manual sec.10 (G).

在選定受託服務之第三方時，金融機構應適時記錄選擇代理時所採取的做法，並考量下述遴選調查的常見因素：(一) 應評估服務機構處理信託賬戶和資產的數量和性質能力。(二) 應考慮他方機構的財務實力和生存能力。在這方面，也可以考慮母公司或關係企業的實力，並必須審查財務報表和審計報告、搜索未決或受到威脅的財務或法律索賠。(三) 如果投資管理事項外包予他方，則應審查服務機構的投資業績。(四) 服務機構的審計或監督評估。(五) 應該對他方機構的某些政策、程序和控制進行審查。了解服務提供商的業務戰略、隱私政策、服務理念和質量控制舉措可能有助於選擇標準與銀行標準相對應的公司。(六) 應獲得支持他方機構維持忠誠保險範圍的證據。

二、確定委託的範圍和條款，與信託的目的和條款相一致

一旦選擇了服務代理商，而與其簽訂的書面協議，則應起草一份管理該信託服務之書面協議。當信託之關鍵職能外包予第三方時，金融機構的法律顧問應參與契約的起草和/或審查。此外，契約之訂定應清楚地概述各方的期望和責任，明確特定外包活動的範圍、風險、所有相關條款、條件，以及各方的責任，並確定契約訂定範圍與信託目的一致。

三、定期審查代理人的行為，以監督代理人對授權條款的遵守情況

除了對服務代理進行初步審查外，管理層有責任監測和定期更新其關於服務組織的狀況和活動的文件，同時確保協議的規定得到遵守。該機構的監測計劃至少應包括：(一) 對服務提供商的運營進行獨立審計或審查結果。(二) 驗證和審查服務提供商的應急計劃的充分性。(三) 制定應急計劃，以防服務提供商出現性能惡化或其他問題。(四) 如果服務商提供投資管理服務，則監控服務商的投資業績。

第四章 日本銀行以信託做為平臺結合金融商品 或相關服務之模式

第一節 商品或服務整合模式

由於日本設有信託契約代理業、銀行業務代理業、保險業務代理業、金融商品仲介業(證券仲介業)等制度，故金融集團之子公司申請登錄為信託契約代理業者、銀行業務代理業者、特定保險招攬人及金融商品仲介業者(證券仲介業者)，而與金融集團內之信託公司、銀行、保險公司、金融商品交易業者(證券公司)從事商品或服務之整合行銷。

此外，在日本金融實務上，金融集團之子公司間亦可透過客戶推介之方式，相互引介客戶。

壹、信託契約代理業

日本隨著 1993 年金融制度之改革，導入信託業務之代理店制度後，目前主要由地方銀行、信用金庫擔任，以補足當時專業信託銀行分支機構之不足，對於將健全之信託服務推廣至全國各地而言，實發揮極為重要之功能²⁷⁹。申言之，早期信託業法雖未明文規定信託契約代理店制度，但部分兼營信託業務之金融機構得經內閣總理大臣之許可，設置「信託業務代理店」²⁸⁰，且「信託業

²⁷⁹ 三菱 UFJ 信託銀行 (2018)，〈信託の法務と実務〉，《金融財政事情研究會》，第 6 版，頁 312-313。

²⁸⁰ 舊金融機關の信託業務の兼営等に関する法律第 5 條第 2 項。

務代理店」得從事信託業務(除信託業務兼營法施行令第 2 條之 2 各款規定之業務外)。其後，於 2004 年信託業法全盤修正時，為增加信託公司或外國信託公司之存取點，擴大信託利用者及提升便利性，遂導入嶄新之信託代理店制度²⁸¹。

所謂信託契約代理業，謂以代理(限於代理信託公司或外國信託公司)或仲介信託契約(排除基於該信託契約之受託人，就該信託受益權(包括以證券或證書表彰該受益權者)之發行人(指金融商品交易法【昭和 23 年第 25 號法律】第 2 條第 5 項規定之發行人)之情形)締結為營業者(日本信託業法第 2 條第 8 款)。信託契約代理業非取得內閣總理大臣之登錄，不得經營(日本信託業法第 67 條第 1 項)，取得「信託業法」第 67 條第 1 項規定之內閣總理大臣登錄者，即稱為稱信託契約代理店(日本信託業法第 2 條第 9 款)。

至於信託契約代理店之登錄資格，早期僅限於金融機構，目前一般事業公司或個人，皆可申請登錄，以因應社會之需要²⁸²。換言之，除股份有限公司組織之事業可申請登錄外，個人事業亦得申請登錄；且不僅未設有資本額、淨資產總額、營業保證金等財物標準之規制，亦未設有登錄有效期間之限制²⁸³。

應注意者，經營信託契約代理業者，應受信託公司或外國信託公司之委託(下稱「所屬信託公司」)，為其經營信託契約代理業(日本信託業法第 67 條第 2 項)。

²⁸¹ 小林卓泰、植田利文、增島雅和、青山大樹(2005)，〈Q&A 新しい信託業法解説〉，《三省堂》，頁 217。

²⁸² 三菱 UFJ 信託銀行，前揭註 279，頁 313。

²⁸³ 小林卓泰、植田利文、增島雅和、青山大樹，前揭註 281，頁 224。

貳、銀行業務代理業

銀行代理業非經內閣總理大臣之許可，不得營業(日本銀行法第 52 條之 36 第 1 項)。銀行代理業者非受所屬銀行之委託或受所屬銀行委託之銀行代理業者之再委託，不得經營銀行代理業(日本銀行法第 52 條之 36 第 2 項)。但銀行代理業者非經所屬銀行之事前同意，不得為銀行代理業之再委託(日本銀行法第 52 條之 36 第 3 項)。若觀諸日本銀行法第 52 條之 37 第 1 項第 1 款、第 2 款規定²⁸⁴，可知得申請許可經營銀行代理業者，包括一般事業及個人。

又銀行代理業者除銀行代理業及銀行代理業之附隨業務外，得經營受內閣總理大臣所承認之業務(日本銀行法第 52 條之 42 第 1 項)。

參、保險業務代理業

日本保險市場中從事招攬保險業務者，可區分為特定保險招攬人(特定保險募集人)與保險經紀人(保險仲立者)二者，其相關規定主要係規範於保險業法第三篇保險招攬(日本保險業法第 275 條至第 308 條)之中。所謂特定保險招攬人，計有人壽保險招攬人、損害保險代理店及小額短期保險招攬人等三種。原則上，人壽保險招攬人、損害保險代理店及小額短期保險招攬人三者，均是基於保險人之立場，仲介或代理締結保險契約；保險經紀人則係基於保險消費者之利益，洽定保險契約或提供相關服務之人。由於兩者屬性並不相同，日本保險業法將人壽保險招攬人、損害保險代理店及小額短期保險招攬人歸類為特定

²⁸⁴ 日本銀行法第 52 條之 37 第 1 項第 1 款、第 2 款規定：「前条第一項の許可を受けようとする者（次条第一項及び第五十二条の四十二第四項において『申請者』という。）は、次に掲げる事項を記載した申請書を内閣総理大臣に提出しなければならない。一、商号、名称又は氏名。二、法人であるときは、その役員の氏名。…」

保險招攬人，其相關規範主要係規定於保險業法第三篇第二章保險招攬人及其所屬保險公司(日本保險業法第 276 條至第 285 條)之中。至於保險經紀人部分，則另立保險業法第三篇第三章保險經紀人之專章(日本保險業法第 286 條至第 293 條)，加以詳細規範。

又特定保險招攬人(指人壽保險招攬人、損害保險代理店及小額短期保險招攬人(除特定小額短期保險招攬人外)，以下同)，應依保險業法規定，向內閣總理大臣登錄(日本保險業法第 276 條)。基本上，日本之銀行、信託銀行或證券公司通常會申請人壽保險招攬人之登錄，代理招攬同集團保險公司或不同集團保險公司所推出之保險商品。

肆、金融商品仲介業(證券仲介業)

日本於 1993 年修正「證券交易法」(証券取引法)，創設證券仲介業制度，以方便投資人進行證券交易。就證券仲介業務而言，從 1994 年 12 月開始，銀行即可能辦理該業務，而於銀行之櫃檯窗口，銷售股票等有價證券。其後，日本於 2006 年 6 月 14 日公布修正「證券交易法」，並調整法律名稱為「金融商品交易法」(金融商品取引法)，為緩和金融機構之業態區分及擴大業務範圍，將「金融商品交易業」替代「證券業」、「金融商品交易業者(以從事第一種金融商品交易業為限)」替代「證券公司」，以「金融商品仲介業」替代「證券仲介業」，故「證券仲介業務」則改以「金融商品仲介業務」稱之²⁸⁵。

所謂金融商品仲介業，係指受金融商品交易業者(以從事第 28 條第 1 項所

²⁸⁵ 公正取引委員會(2011)，《金融機関の業態区分の緩和及び業務範囲の拡大に伴う不公正な取引方法について》，<https://www.jftc.go.jp/dk/guideline/unyoukijun/kinyukikan.html> (最後瀏覽日：2022 年 3 月 30 日)。

規定第一種金融商品交易業或同條第 4 項所規定投資運用業為限) 或登錄金融機構(指經第 33 條之 2 登錄之銀行、協同組織金融機構或其他政令所定之金融機構，以下同)之委託，而為該金融商品交易者或登錄金融機構從事下列行為(除從事同項所規定投資運用業者所為第 4 款所列之行為者外)之業務：一、有價證券買賣之媒介(除第 8 項第 10 款所列者外)。二、第 8 項第 3 所規定之媒介。三、第 8 項第 9 款所列之行為。四、第 8 項第 13 款所規定之媒介(日本金融商品交易法第 2 條第 11 項)。銀行、協同組織金融機構或其他政令所規定之金融機構以外之人(除從事第一種金融商品交易業(從事第 28 條第 1 項所規定第一種金融商品交易業)之人及登錄金融機構之負責人及使用人外)，不論第 29 條規定，經內閣總理大臣登錄，得從事金融商品仲介業(日本金融商品交易法第 66 條)。

應注意者，觀諸「金融商品交易法」第 66 條之 2 第 1 項第 1 款、第 2 款、第 66 條之 4 第 1 款、第 2 款等規定，可知得申請登錄為金融商品仲介業者之人，除銀行、協同組織金融機構外，尚包括其他法人及個人²⁸⁶。

²⁸⁶ 日本「金融商品交易法」第 66 條之 2 第 1 項第 1 款、第 2 款規定：「前条の登録を受けようとする者は、次に掲げる事項を記載した登録申請書を内閣総理大臣に提出しなければならない。一、商号、名称又は氏名。二、法人であるときは、その役員の氏名又は名称。…」另參閱日本「金融商品交易法」第 66 條之 4 第 1 款、第 2 款規定：「内閣総理大臣は、登録申請者が次の各号のいずれかに該当するとき、又は登録申請書若しくはこれに添付すべき書類若しくは電磁的記録のうちに虚偽の記載若しくは記録があり、若しくは重要な事実の記載若しくは記録が欠けているときは、その登録を拒否しなければならない。一、登録申請者が個人であるときは、第二十九条の四第一項第二号イからリまでのいずれかに該当する者。二、登録申請者が法人であるときは、次のいずれかに該当する者。イ、第二十九条の四第一項第一号イからハマまでのいずれかに該当する者。ロ、役員のうちに第二十九条の四第一項第二号イからリまでのいずれかに該当する者のある者。…」

伍、金融集團之業務合作模式

首先，就信託業務合作而言，金融集團內之公司可通過信託代理店之形式，向其客戶推介信託銀行或信託公司之信託商品。實務上，金融機構只要申請信託契約代理店之登錄，即能進行推介業務。

其次，就銀行業務合作而論，金融集團內之信託銀行或信託公司，可對有外匯交易、海外相關交易等需求之客戶，通過介紹客戶之形式，推介給金融集團內之銀行或租賃公司等承作。此外，金融集團內之信託銀行或信託公司亦可以銀行業務代理業者之身分，推介金融集團內商業銀行之住宅貸款等金融商品。

再者，就保險業務合作來說，金融集團內之信託銀行或信託公司等金融機構，可以人壽保險招攬人、損害保險代理店之地位，招攬人壽保險公司或損害保險公司之保險產品。應注意者，金融集團內之信託銀行或信託公司等金融機構所招攬之保險商品，並未必侷限同一金融集團內保險公司所推出之保險商品，亦可招攬金融集團外保險公司之保險商品。例如三菱日聯金融集團(三菱UFJフィナンシャル・グループ)旗下之三菱UFJ銀行、三菱UFJ信託銀行及三菱UFJモルガン・スタンレー証券，即可代理招攬各家保險公司所推出之保險商品。

最後，就證券業務合作而言，金融集團內之信託銀行或信託公司等金融機構得以金融商品仲介業之身分，將對初級或次級證券市場業務具有需求之客戶，透過介紹客戶之形式，引介給金融集團內之證券公司(金融商品交易業者)提供後續服務。

第二節 共同服務

日本自 1990 年代以來，以銀行與證券為首之業務相互參入，逐漸發展出金融集團。依日本 1993 年 4 月施行之「金融制度改革法」，銀行業、信託業、證券業之間、經營該業務之金融機構及證券公司，得以業態別子公司方式參與其他業態之業務經營。

自 2000 年代初以來，由於各大銀行之整合，形成所謂大型銀行集團(Mega Bank Group)。所謂金融集團，通常是指提供廣泛金融服務之企業集團，其中至少包括銀行、證券及保險中之兩家以上²⁸⁷。日本金融業係藉由控股公司架構形成金融集團，集團旗下設有銀行、信託、證券、租賃、信用卡、資產管理公司等金融機構。

形成金融集團之優點，首先是提供多元化金融服務之風險分散效果。其二是維持和擴大客戶群之效果。透過提供廣泛之金融服務，可以留住客戶並防止收入流出集團。從客戶之角度來看，一站式購買金融產品，可以在一個地方購買存款、證券、保險等金融產品，提高便利性。其三是成本協同效應。銀行、保險及證券可以通過共享營業場所、員工、系統及品牌等管理資源以節省固定成本。另一個優點，尚可通過與其他業態合作，開發及提供無法獨立提供之創新產品²⁸⁸。相對地，形成金融集團之缺點，則是由於經營之多樣性及複雜性，導致風險管理之困難。從客戶之角度來看，一站式購買雖有其利益，但亦可能

²⁸⁷ 日本內閣府(2006)，《平成 18 年度年次經濟財政報告》，頁 202，https://www5.cao.go.jp/ji/wp/wp-je06/06-00204.html#sb2_4_1(最後瀏覽日：2022 年 3 月 30 日)。

²⁸⁸ 同上註。

因搭售金融產品而造成損失²⁸⁹。

首先，以三菱 UFJ 信託銀行對於法人客戶所辦理諮詢及解決服務業務為例，主要在於掌握客戶之管理問題及需求，結合不動產、年金、證券代行(股務)及資產管理等三菱日聯金融集團各個領域之專業人士，從最佳諮詢意見之提出至解決問題具體方案之實行等無縫接軌服務²⁹⁰。

其次，以三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券所辦理繼承、資產傳承、事業傳承之支援服務為例，除組成資產及事業傳承之專業團隊外，並表明已建立一套支援系統，可結合集團公司三菱 UFJ 銀行、三菱 UFJ 信託銀行、三菱 UFJ 不動產販賣、三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング(MURC)、外部合作公司、稅務士事務所等各個領域之專家，以滿足客戶之各式各樣需求²⁹¹。

第三節 資訊共享

就日本個人資料保護之法律體系而言，除「個人情報保護法」(個人情報の保護に関する法律)、「個人情報保護法施行令」(個人情報保護に関する法律施行令)及「個人情報保護法施行規則」(個人情報保護に関する法律施行規則)外，尚以「個人情報保護法指南」(個人情報保護に関する法律についてのガイドライン)為基礎，頒訂有「金融領域個人情報保護指南」(金融分野における個人情報保護に関するガイドライン)及「金融領域個人情報保護指南之安全管理措施等實務指南」(金融分野における個人情報保護に関するガイド

²⁸⁹ 同上註，頁 203。

²⁹⁰ 三菱 UFJ 信託銀行，三菱 UFJ 信託銀行のコンサルティング&ソリューションのご紹介，<https://www.tr.mufg.jp/houjin/consulting.html> (最後瀏覽日：2022 年 3 月 30 日)。

²⁹¹ 三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券，相続(資産承継・事業承継)サポート，https://www.sc.mufg.jp/service/inheritance_support/index.html (最後瀏覽日：2022 年 3 月 30 日)。

ラインの安全管理措置等についての実務指針)等。至於其適用對象，則為「個人情報處理事業者」、主要設有個人資料處理之相關規定，且在金融領域，除「金融領域個人情報保護指南」及「金融領域個人情報保護指南之安全管理措施等實務指南」外，尚包括各金融業法之相關規定。一方面，在「銀行法」及「保險業法」等個別金融業法之體系中，各種金融業法之施行規則（內閣府令）中，對於下列事項設有相關規定：1.個人客戶資料之安全管理措施。2.個人客戶資料洩露之報告等。3.清償能力資料之處理。4.特殊非公開資料之處理。且就各金融業別之監督指南而言，對於個人客戶資料，則透過「個人情報保護法指南」、「金融領域個人情報保護指南」及「金融領域個人情報保護指南之安全管理措施等實務指南」，以確保個人資料之妥適處理²⁹²。

基本上，日本金融集團之資訊共享，除必須遵守上開法令外，主要必須依據金融集團內部之資訊共有規則進行。亦即，必須事先徵得客戶本人之同意(日本「個人情報保護法」第 18 條、第 27 條、第 28 條、第 31 條、「金融領域個人情報保護指南」第 3 條)，其同意原則上應以書面為之，但亦得以電子紀錄為之²⁹³。至於金融集團之子公司間共享範圍，亦會細分為是共享到集團內哪幾家公司，例如僅限於信託及銀行，抑或僅限信託及證券等。

²⁹² 參閱金融庁個人情報保護委員会事務局（2022），《金融機関における個人情報保護に関する Q & A》，頁 1，https://www.fsa.go.jp/common/law/hogo_qa3/00.pdf (最後瀏覽日：2022 年 3 月 30 日)。

²⁹³ 金融分野における個人情報保護に関するガイドライン第 3 條第 2 項：「金融分野における個人情報取扱事業者は、法第 18 條第 1 項及び第 2 項、第 27 條第 1 項、第 28 條第 1 項並びに第 31 條第 1 項第 1 号（金融分野における個人情報取扱事業者が個人関連情報取扱事業者から同項の規定による個人関連情報の提供を受けて個人データとして取得する場合に限る。）に定める本人の同意を得る場合には、原則として、書面（電磁的記録を含む。以下同じ。）によることとする。」

第四節 共同行銷（贈品共用）

日本對於贈品贈獎之規範，制定有「不當贈品類與不當表示防止法」（不當景品類及び不當表示防止法）。所稱贈品，係指事業附隨自己所供給之商品或服務交易(包括不動產交易)所提供之物品、金錢或其他經濟上之利益，作為引誘客戶之手段，不問其方法為直接或間接，亦不問是否依抽籤之方法，經內閣總理大臣所指定者(日本不當贈品類與不當表示防止法第2條第3項)。

內閣總理大臣為防止不當引誘客戶，確保一般消費者自主且合理之選擇，於認有必要時，得限制贈品類價值之最高額、總額、種類、提供方法或其他贈品類提供之事項，亦得禁止贈品類之提供(日本不當贈品類與不當表示防止法第4條)。

應注意者，就銀行業適用「不當贈品類與不當表示防止法」之規定而言，設有「銀行業提供贈品類制限之公正競争規約」(銀行業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約)及「銀行業表示之公正競争規約」(銀行業における表示に関する公正競争規約)等具體基準，並由全國銀行公正取引協議會(事務局：全國銀行協會事務局)負責管理²⁹⁴。

由此觀之，金融集團內之公司間，若透過信託契約代理業者、銀行業務代理業者、保險業務代理業者或金融商品仲介業者之身分，進行跨業銷售，仍應遵守「不當贈品類與不當表示防止法」及相關公正競争規約之規定。

²⁹⁴ 一般社団法人全國銀行協會（2020），《銀行の公正取引に関する手引》，第7版，頁6，https://www.zenginkyo.or.jp/fileadmin/res/abstract/efforts/contribution/compliance/tebiki_1.pdf（最後瀏覽日：2022年3月30日）。

第五節 設備人員共用

日本金融集團之員工共用，主要是通過人員外派來進行。例如當銀行需要信託業務專業之員工時，集團內信託銀行或信託公司之員工會外派到銀行，以銀行員工之身分來服務客戶，且金融集團之旗下公司，亦可透這種外派形式進行共同服務。

第六節 防火牆

壹、信託代理業

信託契約代理店應於每一營業所或事務所、公眾明顯易見之場所，標示內閣府令所規定之樣式標誌(日本信託業法第 72 條第 1 項)。信託契約代理店以外之人，不得標示前項標誌或類似之標誌(日本信託業法第 72 條第 2 項)。此外，信託契約代理店不得使他人以自己名義經營信託契約代理業(日本信託業法第 73 條)。

信託契約代理店於從事信託契約締結之代理(以代理信託公司或外國信託公司為限。以下於本章亦同。)或仲介時，應事前對客戶明示下列事項：一、所屬信託公司之商號。二、信託契約締結之代理或仲介之區別。三、其他內閣府令規定事項(日本信託業法第 74 條)。

信託契約代理店於代理或仲介信託契約締結而為客戶保管財產者，應將該財產與自己之固有財產及因其他信託契約締結所保管之財產分別管理(日本信託業法第 75 條)。

再者，信託業法第 24 條及第 25 條之規定，於信託契約代理店所為之信託契約締結之代理或仲介，準用之(日本信託業法第 76 條前段)。首先，依信託業法第 76 條準用第 24 條規定：「信託公司接受信託時，不得有下列行為：一、向委託人為虛偽不實之告知行為。二、對於不確定之事項，向委託人提供肯定之判斷，或其告知有使人誤認屬於確實之事之行為。三、向委託人或受益人或第三人提供或約定提供特別利益之行為(包括使第三人提供或約定提供特別利益之行為)。四、向委託人或受益人或第三人約定信託受益權發生損失時填補該損失，或事先約定未得一定利益時補足該差額之行為，或為填補信託受益權所生損失，或補足未得一定利益差額之行為(包括使第三人約定或為該行為，但因可歸責自己事由所生損失之填補，不在此限)。五、其他由內閣府令所定對委託人保護不足之行為。信託公司應按照委託人之知識、經驗、財產狀況及締結信託契約之目的，適當接受信託，經營業務不得對委託人之保護有所欠缺。」其次，依信託業法第 76 條準用第 25 條規定：「信託公司依信託契約接受信託時，應事先向委託人說明受託人之商號及下條第 1 項第 3 款至第 16 款之事項。但內閣府令規定於無礙委託人保護之情形者，不在此限。」

貳、銀行代理業

銀行代理業者，應於每一經營銀行代理業之營業所或事務所、公眾明顯易見之場所，標示內閣府令所規定之樣式標誌(日本銀行法第 52 條之 40 第 1 項)。銀行代理業者以外之人，不得標示前項標誌或類似之標誌(日本銀行法第 52 條之 40 第 2 項)。

銀行代理業者不得以自己名義，使他人經營銀行代理業(日本銀行法第 52 條之 41)。亦即，銀行代理業不得將其名義借由他人使用。

銀行代理業者為第 2 條第 14 項各款之行為，而收受客戶所交付之金錢或其他財產時，應依內閣府令之規定，與自己之固有財產分別管理(日本銀行法第 52 條之 43)。

參、保險代理業

為維護保險招攬之公正性，損害保險代理店及保險經紀人不得以招攬自己或雇用人為保險契約人或被保險人之保險契約(保險經紀人限於內閣府令所規定者。於次項稱「自己契約」)為其主要目的(日本保險業法第 295 條第 1 項)。

肆、金融商品仲介業(證券仲介業)

日本「金融商品交易法」對於金融商品仲介業者設有詳盡之業務、經營及監督規範²⁹⁵，茲列舉與防火牆較為相關者，予以說明。

其一，金融商品仲介業者應於每一營業所或事務所、公眾明顯易見之場所，標示內閣府令所規定之樣式標誌。金融商品仲介業者以外之人，不得為前項標誌或類似標誌(日本金融商品交易法第 66 條之 8)。

其二，金融商品仲介業者不得以自己名義，使他人經營金融商品仲介業(日本金融商品交易法第 66 條之 9)。

其三，金融商品仲介業者(除金融商品交易業者之人外)，不得以其所從事金融商品仲介業之客戶為相對人，為受所屬金融商品交易業者等之委託所為金融商品仲介行為以外之第 2 條第 8 項各款所列之行為(日本金融商品交易法第 66

²⁹⁵ 關於金融商品仲介業者設有詳盡之業務、經營及監督規範，分別規定於日本「金融商品交易法」第 66 條之 7 至第 66 條之 15、第 66 條之 16 至第 66 條之 18、第 66 條之 19 至第 66 條之 23。

條之 12)。

其四，金融商品仲介業者，不問以何名目，就其所從事金融商品仲介業，不得受客戶託管金錢或有價證券，或使與政令所定該金融商品仲介業者有密切關係之人受客戶託管金錢或有價證券(日本金融商品交易法第 66 條之 13)。

第七節 異業結盟

壹、企業集團之異業結盟

日本金融集團內之合作，主要仍限於金融商品或服務。以三菱日聯金融集團之集團內合作為例，主要仍在金融服務方面，例如三菱 UFJ 信託銀行、三菱東京 UFJ 銀行、三菱 UFJ 証券ホールディングス等金融機構，並未全面性地與三菱地所、三菱商事或三菱電機合作開發新種金融商品。

應注意者，過去仍有金融機構與同企業集團公司合作開發金融商品之零星個案。例如三菱 UFJ 信託銀行曾與三菱商事合作過推出過「金の果實」系列(金の果実シリーズ)之四檔指數基金(ETF)，由三菱商事株式會社為委託人，提供日本當地儲存之實物黃金、白金、白銀、鈦金等貴金屬為信託財產，由三菱 UFJ 信託銀行擔任受託人，並以上開貴金屬為基礎發行受益權，於 2010 年 7 月 2 日在東證交易所(TSE)掛牌交易²⁹⁶。

²⁹⁶ 三菱 UFJ 信託銀行，金の果実シリーズ，<https://kikinzoku.tr.mufg.jp/ja/gold/introduction.html> (最後瀏覽日：2022 年 3 月 30 日)。經查該四檔基金之商品名稱為：純金上場信託(現物国内保管型)(金の果実)、純プラチナ上場信託(現物国内保管型)(プラチナの果実)、純銀上場信託(現物国内保管型)(銀の果実)、純パラジウム上場信託(現物国内保管型)(パラジウムの果実)。

貳、不同集團之異業結盟

就日本金融機構與其他行業之異業結盟而言，主要聚焦於不動產相關諮詢服務及資產傳承規劃等業務領域。

日本於 1990 年泡沫經濟瓦解，造成持有不動產之績效下降，企業具有改善財務經營體質及有效活用不動產之潛在高度需求。信託銀行為滿足上開需求，遂雇用為數眾多之建築師即不動產諮詢專家，發展出客戶問題解決型之方案業務(solution business)。因此，信託銀行所辦理之不動產相關諮詢業務，遂發展出與大型建商、設計師事務所、建物管理業者或稅務士等共同合作推動業務之體制²⁹⁷。

就資產傳承規劃而言，例如三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券辦理繼承、資產傳承、事業傳承之支援服務時，除組成資產及事業傳承之專業團隊外，並可結合外部合作公司或稅務士事務所等各個領域之專家，以滿足客戶之各式各樣需求²⁹⁸。

²⁹⁷ 三菱 UFJ 信託銀行，前揭註 279，頁 778。

²⁹⁸ 三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券，前揭註 291。

第五章 美、日以信託做為平臺結合商品或服務

模式之借鑑及可行模式

第一節 美日以信託做為平臺結合商品或服務模式之借鑑

壹、商品或服務整合

一、美國

美國金控公司中，亦有許多以信託為首之商品整合性服務案例，例如人壽保險信託²⁹⁹、可撤銷生前信託³⁰⁰係藉由金融機構（銀行、證券、保險或其子公司）、信託業與其他一般產業（不動產業、殯葬業服務）的服務整合，提供信託委託人資產管理的全面性服務。此即美國實務上透過服務整合，完善信託委託人所需之各類金融或其他特殊服務，或藉由商品整合提供多元化商品選擇。

二、日本

從日本對於商品、服務整合之規範與推動，可知無論係以金融集團下信託銀行或信託公司整合銀行、保險、金融商品仲介（證券業），或是集團下銀行、保險、證券公司整合信託代理業務，皆可以信託為業務發展方向豐富客戶資產管理需求。

²⁹⁹ 詳參本文前文第 54 頁介紹。

³⁰⁰ 詳參本文前文第 31 頁揭介紹。

貳、共同服務

一、美國

美國金融集團常以旗下不同子公司間共同服務或將金融商品包裝整合，再運用不同行銷管道進行銷售，提升經營綜效。美國金控公司下較少有信託銀行或信託子公司之個案，一般多以與外部信託機構合作之方式拓展信託業務。惟需注意在進行搭售時，應避免「強制性搭售」的情況，否則可能會使該金融集團處於市場獨佔地位，涉及競爭法問題。

二、日本

隨著 1993 年日本施行《金融制度改革法》³⁰¹後，其藉控股公司架構形成金融集團，再透過機構的服務整合為集團、客戶端帶來多方效應。

參、資訊共享

一、美國

美國對於個人資料隱私之保護，從聯邦法規中《聯邦隱私權法》訂有一般隱私權規範；若擴及金融領域，則訂有《金融隱私權法》。另，有些州亦針對其管轄範圍，訂有相關隱私權保護。

美國對於資料共享之範圍、方式或獲取途徑等皆相當重視，此可從其立法體制觀察出。聯邦法規到州法規的設立，妥善管理、保全個人資料，並賦予客

³⁰¹ 詳參本文前文第 111 頁介紹。

戶選擇權，可自行決定其資料於集團內可否共享。

二、日本

日本金融集團內之資訊共享，以《個人情報保護法》與其向下之相關施行規則為主軸，並在金融領域中以《金融領域個人情報保護指南》為特別規定，輔佐各金融業法為具體實行準則，確保客戶資料的保護及妥適處理。

依據上述法規，金融集團內部欲資料共享時，首先必需先徵得客戶本人同意，以及明確授權資料的共享範圍，再配合個別業法對於客戶資料安全管理措施、特殊非公開資料的處理等規範，落實個人資料保護之宗旨。

肆、共同行銷（贈品共用）

一、美國

美國金融機構若以贈品為商品促銷時必須符合相關規定，內容包含對贈品價格、條件與義務之說明等。另在提供贈品前，也應遵守「廣告津貼和其他商品支付和服務指南」的規定。而對於贈品為禮品卡時，需揭露卡到期日、使用額度或其他服務資訊。

綜上所述，若將共同行銷限縮於贈品共用的範圍，無論日本或美國都有對購買金融商品附隨的贈品有所規範，避免贈品的配發淪落為誘導消費者選擇不符其需求之手段，或作為提高業績的一種工具。

二、日本

日本為防止金融機構運用贈品而不當引誘客戶，特別針對金融集團內在共

同行銷時，所附隨的贈品必須符合《不當贈品類與不當表示防止法》的規範，對於贈品的種類、價值或提供方法等均設有限制。

伍、設備人員共用

一、美國

美國在通過 GLB 法案後，廢除了證券業法人董事與職員不得兼任聯邦準備銀行會員銀行董事與職員之規定，然需注意的是，為避免利益衝突，仍禁止銀行或其子公司基於受託人關係自關係企業購買任何有價證券；聯準會亦針對儲貸機構的經營階層與銀行控股公司、旗下關係企業間之兼任有所限制。

由上述可知，日本與美國對於金融集團內或金控公司間之金融機構的人員共用在現行法上並無多加限制（除美國聯準會針對儲貸機構人員兼任的規定外），主要原因即為互相支援集團或金控不同金融服務專業知識的人力，可達到節省成本之效應，惟亦需防範關係人交易可能產生利益衝突之弊端。

二、日本

日本金融集團內透過員工外派之方式進行設備人員共用，即得於金融機構間以各自專業領域相互調派，並以被調派至之金融機構員工的身份提供客服服務，達成共同服務之目的。

陸、防火牆

一、美國

美國金融集團受多個法規限制其子公司業務範圍、關係人交易、從事共同行銷應注意事項的規範，統整如下：

(一) 業務範圍：金控公司、銀行控股公司業務範圍應為金融本質業務、銀行附屬業務、金融輔助業務等。

(二) 關係人交易：為避免金控公司透過內部關係人交易增加銀行經營風險，要求銀行與非銀行關係企業間資本獨立，以及規範兩者間的交易、授信與購買資產等。

共同行銷限制：金控公司下的存款機構除經核准，否則不得直接或間接銷售金控公司商品，或參與一般公司業務；亦有銀行為共同行銷之對象限制、經營業務的交易類型，以及金控公司與子公司的收購活動。

二、日本

日本信託契約代理店之防火牆，規範其需於每一營業場所、辦事處、公眾顯眼場所標明規定代理信託業務之樣式標誌，且不得以他人名義經營。除此，以信託契約代理店經營信託業務時，必須明確告知客戶所屬信託公司的商號、與代理店契約締結的區別，並不得為不實或不確定之說明、提供特別利益或向委託人（抑或是受益人、第三人）約定因信託受益權而發生之任何損失的補償。

柒、異業結盟

一、美國

美國近期金融市場，金融集團與其附屬公司或第三方公司簽訂信託服務之

案例持續增加，信託服務範圍包含託管、稅務、資產管理或信託數據處理之面向。金融機構在決定與外部服務合作信託業務時，必須符合《統一審慎投資者法》相關規定，包含外部信託機構遴選制度的審查（信託帳戶和資產的數量及能力、財務實力、業務策略等），確定信託業務之範圍、條款及定期審查信託代理人的行為，以確保遵守協議。

綜上，金融機構無論自身內部服務整合或與第三方異業結盟提供信託業務已時日可見，除正面效益顯著外，亦須監控合作對象經營業務之能力與公司財務狀況，確保在增加服務管道時，不會承擔更多的風險危及金融機構營運，同時保障消費者資料與服務品質。

二、日本

異業結盟的範圍包含了企業集團內部或不同集團間之兩種合作模式。日本對於集團間之異業結盟主要限於金融商品或服務，側重集團內銀行、證券、信託等金融機構間的合作。然現行實作上，也有集團金融機構與旗下一般商業公司合作開發新型態商品之個案，可見在強調「一站購足」時代下，已不限於金融服務的整合。另一類則為不同集團間的異業結盟，強調集團金融機構與集團外一般商業銀行公司結合，此種類型主要聚焦於提供諮詢服務、傳承規劃的業務範圍，結合雙方經營服務範圍之優勢，完善通路合作，達到滿足客戶體驗與異業結盟之優勢。

第二節 我國信託平臺發展之可行模式及規劃建議

壹、信託 2.0 計畫實施現況

金管會於 2020 年 9 月發佈信託 2.0 計畫，推動全方位信託之實施，以期提

高信託服務之使用，提供民眾生活各面向之全方位服務。為達以信託提供民眾全方位生活規劃服務之目的，此計畫之推動除金融集團內部資源、各項金融服務之整合外，更可以透過異業合作，整合內外部資源，設計為客戶量身定做之信託商品，滿足民眾全方位生活面需求之服務，一改過往信託服務僅偏重財富管理之現況³⁰²，使信託除服務高資產階級外，更開拓其市場至一般資產階級，增加信託使用之滲透率與服務客群。

目前信託 2.0 所規劃之全方位信託，多著重於老年安養，保障高齡者經濟安全，推動在地安老，打造友善住宅，如結合都市更新、與高齡照護業者合作、或結合以房養老，推出預收款信託、安養信託、地上權信託、不動產信託、不動產開發信託、營建資金信託等³⁰³。而除了高齡者老年照護、在地安養之食衣住行育樂外，信託服務之提供更可作為金融服務消費者人生財務風險控管之工具，透過信託，使人生所將面臨之財務風險更趨平穩化。信託服務或可成為人的一生活，從搖籃到墳墓，最個人化的財務規劃工具，因此信託服務平台之推廣，首先應以年齡及財務水準為劃分依據，其次，透過各階段之不同人生需求、家庭責任、財務規劃挑選所需要的信託服務。

貳、信託平台之可行模式

信託平台之可行模式可自需求面及供給面進行分析，以需求面而言又可區分為個人與家庭、家族、企業等三大面向，以下將分別介紹之。

³⁰² 金融監督管理委員會，信託 2.0「全方位信託」推動計畫，取自：

<https://www.fsc.gov.tw/userfiles/file/%E6%8E%A8%E5%8B%95%E8%A8%88%E7%95%AB.pdf> (最後瀏覽日：2022 年 3 月 30 日)。

³⁰³ 同上註。

一、個人與家庭

就個人面向而言，信託服務之提供，可作為金融服務消費者人生財務風險控管之工具，透過信託，使人生所將面臨之財務風險更趨平穩化，故本文認為信託服務或可成為人的一生，從搖籃到墳墓，最個人化的財務規劃工具，因此信託服務平台之推廣，首先應以年齡及財務水準為劃分依據，其次，透過各階段之不同人生需求、家庭責任、財務規劃挑選所需要的信託服務。

誠如前述，若以年齡及財務水準為人生階段之劃分及信託商品之評估依據，則將與人的生命週期密切相關，生命週期假說是由一位義大利經濟學家所提出，為總體經濟學上的消費模型，認為以長期的角度觀察，每個理性的人終其一生，會盡可能保持收入與支出損益兩平³⁰⁴。於人生前期，支出大於收入，可能是依靠他人經濟支援，於人生中期，進入職場後，收入則大於支出，進入財富累積期；自職場退休以後，則進入支出大於收入時期，財富開始隨之減少。有論者認為，將生命週期假說與理財領域結合，則大致可以將人生分為五個時期，分別為單身期、家庭形成期、家庭成長期、家庭成熟期以及養老期³⁰⁵。由於單身期是指進入職場至結婚前之階段，故本文將增加求學期，作為進入職場前，經濟尚未獨立之時期劃分，並此生命週期之劃分，進一步應用至信託平台之商品規劃，以滿足不同時期委託人之食衣住行育樂全方位生活消費需求。

³⁰⁴ Tejvan Pettinger, *Life-Cycle Hypothesis*, 24 May 2019, <https://www.economicshelp.org/blog/27080/concepts/life-cycle-hypothesis/> (last visited: 04/21/2022).

³⁰⁵ 每日頭條，人生週期與理財週期和諧同步，<https://kknews.cc/finance/zy3bovq.html>（最後瀏覽日：04/21/2022）。

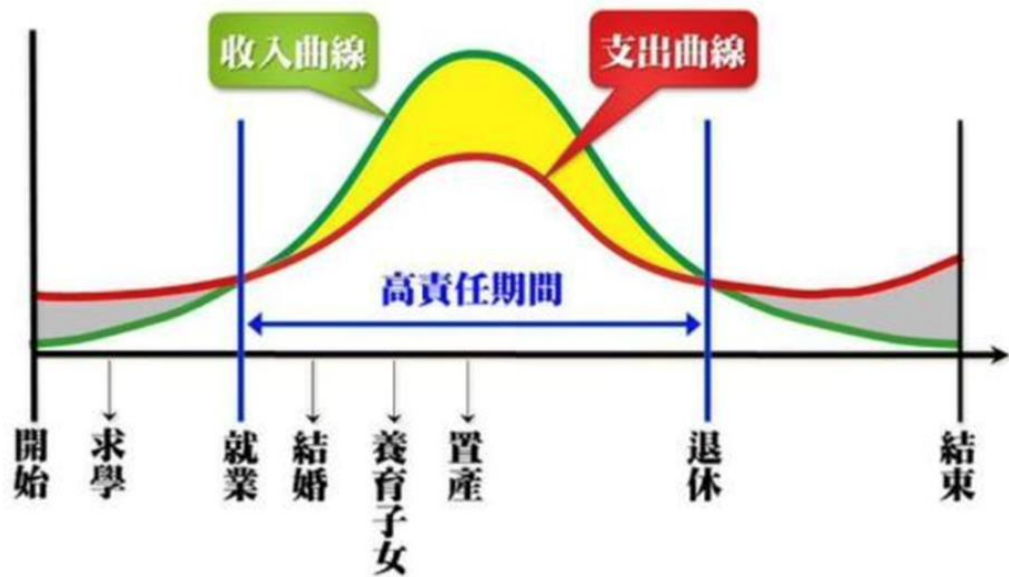


圖 7 生命週期假說³⁰⁶

（一）求學期

首先為出生至進入職場以前的求學期，這個時期的當事人，通常並不具備獨立經濟能力，或是相當財富的累積，多是屬於依賴父母、長輩供給經濟來源的角色，而教育兒女更是需要投入長期且豐沛的經濟資源。若要維持兒女長期教育的穩定經費來源，不受重大突發事故所影響，則可以使用子女教育信託³⁰⁷。於設定信託時可以選擇自益型或他益型，而可能產生不同租稅繳納義務，並將信託財產交付信託受託人，而信託受託人會對於該筆資產依信託所約定之投資標的進行投資運用，並定期向受益人撥付信託資金。透過此一信託規劃，可將資產交由專業機構管理，避免子女揮霍財產，達到財富累積之目的，更可穩定維持子女教育期間的費用負擔，避免教育經費受父母之財務狀況或是意外

³⁰⁶ 同上註。

³⁰⁷ 詳參玉山銀行子女教育信託網站，

<https://www.esunbank.com.tw/bank/personal/trust/personal/education>、兆豐銀行子女教育信託，

<https://www.megabank.com.tw/personal/finance/trust-custody/children>（最後瀏覽日：04/21/2022）。

身故所影響。

此外，若子女係屬於身心障礙人士，具有醫療照護之特殊需求，則亦可引入美國之特殊需求信託³⁰⁸，此一信託亦可區分為自益型或他益型，可由父母自行評估租稅負擔，進行選擇，而信託之運作則是將財產交付信託，透過信託可以安排該受益人日常醫療接送、照護服務，亦可藉由信託提供保險諮詢、安排整合服務或日常生活娛樂，為身心障礙子女提供完善且高品質之生活照顧，惟此類信託，除受託人協助撥付資金外，更可能涉及金控公司內共同行銷與異業合作之相關規定，則可參考本文下節之討論。

（二）單身期

單身期係指初入職場至結婚前的時期，當事人通常介於 22 歲至 30 歲之間。在這個時期由於初入職場，收入較少，消費支出較高，甚至仍背負學貸，因此在此時期之需求，較多著重於資產增值的理財計劃，保險規劃，以及退休儲蓄。因此，在此時期可應用信託為當事人進行投資理財之規劃，例如公司可應用員工福利信託，為員工提存資金，幫助員工累積資產，分享公司利潤，為員工預先累積退休計劃資金。

此外，就個人而言，亦可參考美國已發展相當成熟之人壽保險信託作為財產規劃工具，協助當事人節稅、並集中管理多張保單，或為未來預做遺產規劃。就此信託而言，可以區分為繳費型信託、非繳費型信託及分期繳費型信託。繳費型信託則是將財產交付信託，並由信託受託人承擔保費繳納義務，非繳費型信託僅將保單交付信託管理，而由委託人自行繳納保險費，分期繳費型信託則是針對財富累積期之客群，由受託人繳交保費，且委託人定期交付信託

³⁰⁸ 詳參本文前文第 39 頁介紹

財產，使信託財產得以逐漸積累。

（三）家庭形成期

家庭形成期則是指結婚至新生兒出生前的階段，通常已經具有穩定生活收入，並且具有一定經濟基礎，而開始購有購屋需求，以及未來子女教育費用預備。就結婚而言，可以透過設立婚姻信託³⁰⁹，管理夫妻雙方婚前、婚後財產，更可以透過信託為子女進行長期理財規劃，隨子女求學、就業、結婚之不同人生階段，設定信託給付條件，給付特定用途之子女受贈資產，而若不幸夫妻離婚，更可以信託作為互信機制，作為子女教養之費用供給的穩定來源，長期保障各方權益；就購屋需求而言，則可效法美國之房地貸款信託，透過信託機制作為還款保證，提升借款人之信用條件，協助其取得貸款，並保障銀行端之債權。

（四）家庭成長期

家庭成長期則是指子女出生後至完成大學教育為止之時期，這段時期由於家庭人口增加，且子女就學所需之教育費、生活費，均使家庭生活費用支出大增。就子女求學時期之教育經費而言，可以透過子女教育信託之設立，移轉信託財產於受託人，預留子女教育經費，並透過投資，及早累積高中、大學時期之花費，且若不幸遭遇家庭變故、財務波動，亦不影響子女教育經費之穩定供給；而若不幸子女為身心障礙人士，生活自理能力多依賴他人協助，則父母可以透過設立特殊需求信託，規劃子女之生活照顧服務，減少自身過世後，身心

³⁰⁹ 任珮云，《金融》中信銀推婚姻信託規劃，

<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20150622002450-260410?chdtv>（最後瀏覽日：04/21/2022）。

障礙子女無人照顧之擔憂，並減低監護人任意挪用身心障礙者資產之疑慮³¹⁰。此外，當事人亦可設定保險金信託³¹¹，將人身保險契約中死亡或失能之保險金部分，於保險事故發生前得預先洽訂信託契約，由信託業擔任該保險金信託之受託人，以該保險契約之受益人為信託契約之受益人，且該受益人以被保險人本人、未成年人、受監護宣告尚未撤銷者為限³¹²，透過保險金信託之設定，則可以使保險金依信託契約之約定給付，將保險金做妥適之遺族照顧安排，避免受益人取得保險金揮霍無度之情形。

（五）家庭成熟期

家庭成熟期則是子女完成學業，具有經濟獨立能力後，至父母退休前的時期。此時的當事人是經濟能力達到最巔峰的時期，並且亦是財富累積之高峰，而可透過可撤銷生前信託，對於個人資產進行管理，例如證券投資之股息收入、帳單代繳。而若委託人於信託執行期間喪失行為能力，此信託契約亦可持續執行，並將信託財產運用於委託人或其家屬之生活所需，而免去委託人喪失行為能力後，需選任監護人之複雜程序；此外，亦可於此時期，預為退休後之安養規劃，而可設立預開型安養信託³¹³，及早透過信託規劃退休後各項收支計劃，此信託之特色在於係以預先設立之方式進行信託規劃，於信託帳戶啟動前，均不收取管理費，以使長者具有足夠的時間，預先設定信託，安排信託監察人、規劃退休後之細節安排，防止棄養、爭產之老年悲歌。

³¹⁰ 潘秀菊、曾雅倫、李麒（2010），〈身心障礙者信託規劃之相關議題〉，《中華民國信託業商業同業公會委託研究》，頁 24-56。

³¹¹ 王志誠（2015），〈保險金信託業務相關議題之研究〉，《中華民國信託業商業同業公會委託研究》。

³¹² 參閱保險法第 138 條之 2 第 2 項。

³¹³ 朱漢崙，預開型安養信託以時間換取空間，<https://ctee.com.tw/wealth/tutor/361672.html>（最後瀏覽日：04/21/2022）。

(六) 養老期

養老期則是指退休過後，逐漸減少穩定經濟收入，開始依靠過去儲蓄支付生活花費之時期。在此時期則需要擁有完善之退休規劃，以避免儲蓄不足以支應晚年生活花費，故可透過安養信託³¹⁴，將資產交付信託，規劃退休後之晚年安養生活。其信託規劃項目包含委託人之安養照護、輔具購買、機構費用支付、醫療給付、財富傳承，而委託人若是不具有足夠之資金規劃退休生活，我國實務亦有推出以房養老、留房養老結合安養信託之商品³¹⁵，活化不動產並創造穩定現金流；最後則是對於身後財產規劃之安排，則可以運用遺囑信託，避免子女因遺囑對簿公堂，使財產可依自身規劃做妥適之安排。

³¹⁴ 華南銀行，安養愉生傳承信託，

https://www.hncb.com.tw/wps/portal/HNCB/per_finance/area3/trust_service/elderly!/ut/p/z1/tVRNU8IwEP0tHnos2bQ0rd4KloKKqHzZXJi0TaFK0xqCVX-9AfXgBzgOYy6ZnX37dt9uNoiiW0QFe8znTOWIYEttR5TMB0AD7A-gPxj7AVwPe7ZHbgiEHYKmWwDsOD4gunEPnF4XdHzYvmyBf2E7x53J0BoRQBNEEU2EqQCRQuRxAascsvnBasMeLMrLmdZLphIuAFMcmYbkIAzU3K9UgbwZcrl8nnDUyV5iqI0aaaMxKkZk9gym47dNBnDtullWUqY5bpugt_r3iOM7pc13eT7JG1y5YB_OmyN-ti3r_vOVwCcu1hrD1xMwrYVBtY3QBu2gBYOOh0c9uADsLuKSKtwd6qYWGj6mPMajUUpCz3N4R-b1P01g3Nghi_o3f-k98D6X_pDm3O2Hf-eN6q3M797eKC-XqFSKP6k0O1BO6QJfRHb3hxRyTMuuWyspf4FFkpVqxMDDKjrujEvy_mSN5KyMOCnkEW50oV8RqKqGBee_Wze33RfWpdm2I69epQV79fUU0509ArcH2TX/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/ (最後瀏覽日：04/21/2022)。

³¹⁵ EToday，安養信託資金新選擇！「留房養老、以租養老」多元創造現金流，

<https://finance.ettoday.net/news/2086147> (最後瀏覽日：04/21/2022)。

表 2 信託平台商品分類³¹⁶

生命週期	需求	共同行銷模式
求學期	子女教育 子女照顧	信託 + 子女照護 + 醫療服務
單身期	財富累積 風險管理 退休準備	信託 + 保險
家庭形成期	財產管理 購屋置產	信託 + 銀行貸款
家庭成長期	子女教育 子女照顧 家庭照顧	信託 + 保險 + 子女照護
家庭成熟期	退休規劃 家族照顧	信託 + 保險 + 安養服務
退休期	退休生活支出 安養照護 遺產規劃 遺族照顧	信託 + 保險 + 醫療服務 + 安養服務

二、家族

除了以家庭為主軸籌劃於信託業務外，具財富傳承性質之家族信託（Family trust）亦得由信託平台有效地管理信託財產，避免後代過度揮霍財富

³¹⁶ 本文自行整理。

而造成「富不過三代」情形，或是具有傳承家族企業、其他特定目的之需求。

家族信託之目的，即係為流動資產（現金、證券、基金）、固定資產（土地、房產）、契約（保險、商業協定）或無形資產（專利、商標）等妥善規劃，達成資產隔離保護、投資理財、財產傳承與養老規劃等多重目的。其優點在於得避免法庭認證程序而減少額外花費及遺產凍結之不便，且不易造成爭端進而促進家族安定和諧。除此，並不會如遺囑一般做成公共紀錄，對於有財富傳承需求之家族來說，得保全其隱密性³¹⁷。家族信託之規劃需同時考量許多面向，即需妥善瞭解委託人之意願與家族間之情感狀況，同時協助委託人制訂判定、因應基準，並由具法律、稅制與資產管理專業知識之受託人策劃管理³¹⁸。

家族信託不宜將後代子孫指定為信託受益人，以避免繼承委託人地位後變賣資產或終止信託。可行模式可採由委託人委託專業信託機構為受託人，並將財產權移轉後，成立一閉鎖性股份有限公司為受益人，其股東由委託人擬欲傳承之繼承人擔任。再者，需於章程中載明：除繼承而轉讓股份外，股東不得將股份轉讓與非屬股東、股東之繼承人或非家族成員者。運作上，依委託人之需求安排董事會組織架構定明於章程，並於信託契約中明確約定信託財產管理與收益分配之指示權等³¹⁹。

³¹⁷ 輝亞金融，家族信託，

<http://avia.com.hk/tc/%E5%AE%B6%E6%97%8F%E4%BF%A1%E8%A8%97/>（最後瀏覽日：06/28/2022）。

³¹⁸ 國泰世華銀行，「信託 2.0」開啟臺灣家族傳承新局 國泰世華銀行專業協助「財富繼承」及「經營權存續」兩大挑戰，<https://www.cathaybk.com.tw/cathaybk/personal/wealth/news/news15/>（最後瀏覽日：06/28/2022）。

³¹⁹ 理律法律事務所（2017），我國辦理家族信託之可行性及相關問題之研究，取自：

<https://www.trust.org.tw/files/10640322001.pdf>。

三、企業

上述論點係以「個人金融」之角度切入探討信託商品，或從中考量信託可結合哪些服務來完善商品結構，以滿足一般客戶規劃財富分配、傳承、落實照顧自己或家人之目的。然，除了可根據個人需求為主軸來規劃信託業務外，法人亦可依其需求與金融機構（信託機構）簽訂信託契約，藉此達到信賴保護交易安全、特殊目的專款專用、員工持股鞏固股權、避免強制執行等多項目的³²⁰，因此，「法人信託」（Business Trust）亦佔據整體信託業務舉足輕重的地位。若具協助企業理財工具性質之法人信託得由信託平台來營運，不僅能迅速地提供企業符合其需求且量身定制之信託架構，亦可達成有效管理信託財產之目標。

企業運用信託之樣式及目的非常廣泛，各金融機構也相應提供多種樣式、型態的商品及服務，本文欲先整理在現行信託架構下已發展出之法人信託商品，主要介紹其目的、可提供法人客戶何種需求，探究此商品是否具整合式服務；第二部分將延伸探討在強調數位發展、綠色金融的時代下，法人面臨轉型挑戰時是否會有其他新需求，而如何透過信託發展來滿足客戶。因此，本文將以法人企業觀點發想如何拓展信託市場、研擬商品創新，並討論若未來以信託平台為主要架構時，如何整合這些服務。

（一）現行法人信託商品

1. 有價證券信託（借券型）

此係指客戶將其持有之上市櫃股票，交付信託予受託銀行，藉由受託人依

³²⁰ 台新銀行，法人信託，<https://www.feib.com.tw/introduce?id=82>（最後瀏覽日：06/28/2022）。

信託本旨及市場供需狀況，透過證券交易所借券交易平台將股票出借給特定法人機構，以賺取借券收益為目的之信託³²¹。此運作目的可保有信託原有節稅及移轉效果，亦讓客戶在辦理股票出借時增加收益的同時，保有除權息的權利；在股票出借後，委託人有權申請提前還券，其違約風險由證交所承擔，使委託人權益有保障³²²。

此項商品未來在信託平台上運營時，可直接與證交所連結，使異業合作更具方便性。

2. 不動產信託

不動產信託又分為三種類型，包含不動產開發型信託、不動產管理信託及不動產買賣價金（或稱不動產交易安全）信託。

首先，不動產開發信託係指是由地主、建商將建案土地、興建資金信託及預售屋價金信託予委託人，並委由建築經理公司擔任建物起造人，其將土地產權與建造權利之自有財產分隔，強化不動產之單純性與安全性。此外，受託人會依建案工程進度控管興建資金（包括自有資金、銀行融資款等），由信託專戶專款專用於支付各項工程款、稅捐等相關費用，在建物完工後，其所有權仍登記於受託人名下，在設定建築物抵押權於融資機構後，信託目的完成返還土地及建物所有權於委託人；而其運用信託之功能在於資金可專案管理，避免建設

³²¹ 富邦證券財富管理，有價證券信託（借券型），

https://trust.fbs.com.tw/FTR_FBSWM/Ftr0305.aspx（最後瀏覽日：06/28/2022）。

³²² 玉山銀行，有價證券信託（出借），

<https://www.esunbank.com.tw/bank/personal/trust/securities/securities-loaned>（最後瀏覽日：06/28/2022）。

公司任意使用，也使地主、建商、承購戶更有保障³²³，三方也可於信託平台上直接查詢或完成相關手續。

不動產管理信託係受託人將委託人（不動產所有權人）將現有營運收益或處分之不動產透過信託機制控管³²⁴，並依信託契約約定，將所獲得之租金或其他收益交付受益人³²⁵。

不動產買賣價金信託係指在不動產買賣交易中，買方擔心支付價金後無法順利取得不動產；而賣方則會擔心不動產過戶後無法如願取得價金，於是雙方透過信託契約，由受託人一契約管理買賣價金、買賣標的之不動產，從中進行買賣契約交付價金或不動產過戶相關事宜。此項做法可降低買賣雙方風險，保障交易安全；未來於信託平台上或許可考慮直接連結政府單位，減少辦理相關事宜之時間³²⁶。

3. 員工福利信託³²⁷

係企業為留住人才、提升向心力、保障福利、協助員工累積個人財富以供未來養老生活等目的所發展而來，運作模式由員工福利信託委員會與受託人簽

³²³ 玉山銀行，不動產開發信託，<https://www.esunbank.com.tw/bank/personal/trust/real-estate/development>（最後瀏覽日：06/28/2022）。

³²⁴ 兆豐國際商業銀行，不動產信託，<https://www.megabank.com.tw/corporate/trust/trust-service/realty>（最後瀏覽日：06/28/2022）。

³²⁵ 中華民國信託商業同業公會，不動產信託，<https://www.trust.org.tw/tw/info/related-common/6>（最後瀏覽日：06/28/2022）。

³²⁶ 國泰世華銀行，不動產買賣價信託，<https://www.cathaybk.com.tw/cathaybk/corp/legal/intro/trust/realty/>（最後瀏覽日：06/28/2022）。

³²⁷ 國泰世華銀行，企業員工福利信託，<https://www.cathaybk.com.tw/cathaybk/corp/legal/intro/trust/welfare/>（最後瀏覽日：06/28/2022）。

訂信託契約，約定一定期間提撥福利基金（或股票）於帳戶中，而後由受託行管理、運用此筆存款或股票，於未來員工請辭、退休時撥付信託財產。對於企業而言，此做法可確保服款項透明獨立、有安全保障與降低成本等優勢，是法人信託業務中最常見之型態。

4. 預收款信託³²⁸

係發行禮券之業者未履行對消費者購買商品或提供服務之義務，在發行前將預計發行之禮券總金額信託予受託銀行，或將發行業者收到遞延性商品服務所對應之金額存入信託契約管理專款帳戶，由受託行管理或處分信託財產，以保障消費者權益。

（二）未來可著重推廣之法人信託商品

隨著經濟社會、資訊科技之發展以及全球倡導綠色能源、永續金融趨勢下，企業多面臨轉型挑戰，需從中尋找更簡便、更貼近客戶需求之營運方式，同時考量友善環境之作法。因此，現今社會多邁向電子支付、綠色金融與投資之方向前進，本文認為未來可推廣此些業務到入信託機制，以創新信託商品，並推廣此類商品之整合性服務目標。以下將分別介紹兩類信託機制：

1. 電子支付機構支付款項信託³²⁹

係指電子支付機構可與信託行簽訂信託契約，由信託行開立專用存款管理

³²⁸ 永豐銀行，預收款信託，<https://bank.sinopac.com/sinopacBT/coroperate/service/trust/advances-received.html>（最後瀏覽日：06/28/2022）。

³²⁹ 兆豐國際商業銀行，電子支付機構支付款項信託，<https://www.megabank.com.tw/corporate/trust/trust-service/electronic-payment>（最後瀏覽日：06/28/2022）。

帳戶，協助其在存款、移轉及運用電子支付機構所收受之儲值款項或代理收付款項，可保障消費者及電子支付機構。

電子支付已成漸漸成為現代人習慣之支付方式，然其便利性也伴隨著交易安全之疑慮，若電子支付機構可透過信託機制之安排，將使用者支付款項與其自有資產分別管理，以區隔、專款帳戶方式避免遭惡意挪用等情事，將有助於其業務發展，並保護消費者之用途。

2. 綠色金融信託³³⁰

永豐銀於去年年底表示，為協助綠能產業發展，將協助能源業者打造信託專戶架構，妥善管理回饋地方的款項，以確保資金專用於指定回饋用途，如用於弱勢關懷、綠能環境推廣等，積極支持企業善盡社會責任。另外，未來也將透過信託、融資等多樣化金融工具之結合，持續擴大客戶服務範圍，以建構對社會環境及企業雙贏之永續金融生態圈。

若未來可運用信託平台，將綠色金融、綠色能源發展與銀行對企業融資、貸款等服務項目做結合，並利用信託機制來建立專款專戶，明確對綠能發展之資金使用、確保企業妥善規劃綠能發展，將有利信託業務之成長。

³³⁰ 永豐銀行新聞稿，永豐綠色金融工具再創新 導入信託機制，

<https://bank.sinopac.com/sinopacBT/about/news-center/news/content/2021110801.html>（最後瀏覽日：06/28/2022）。

參、規劃建議

綜合前述之分析與介紹，本文認為信託平台之建置與推廣，應以了解消費者的需求為首要條件，建議於設置時可分別就個人、家族、企業觀之，以上述分類供消費者在進入信託平台頁面後選填，再針對各選項跳至該主題內容，最後就其需求推薦客製化商品組合或相關合適之服務，主要係以統一化、類型化、主題化及專業化形式滿足各類型客戶多樣需求，促使信託平台經營達成整合性服務之目標。

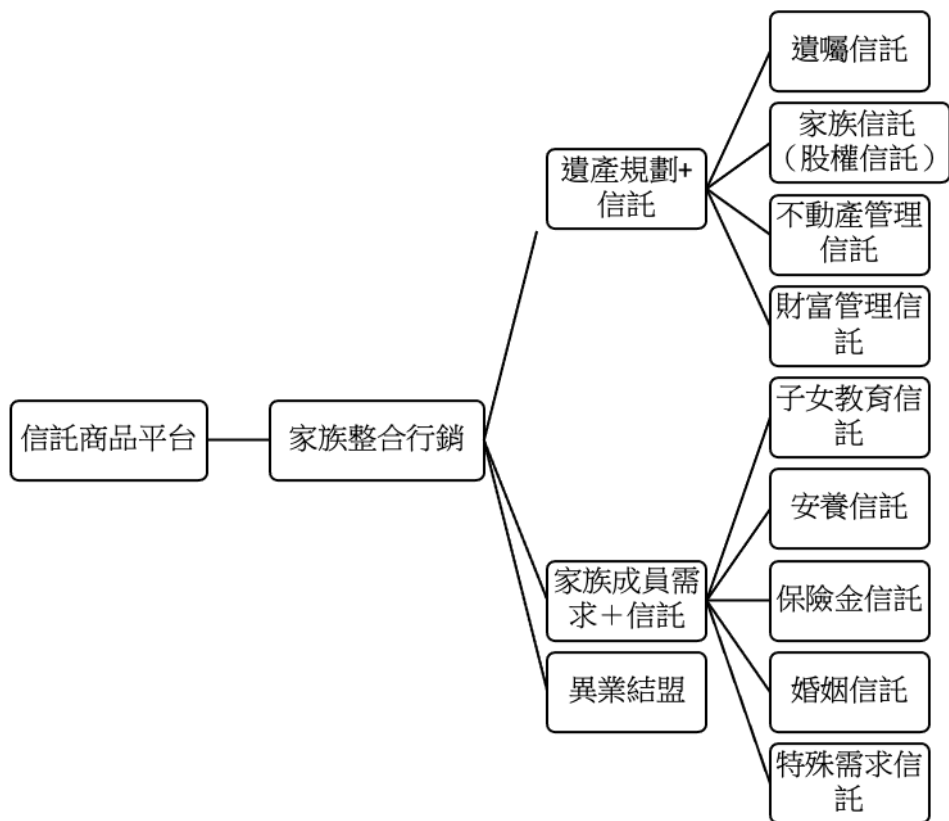
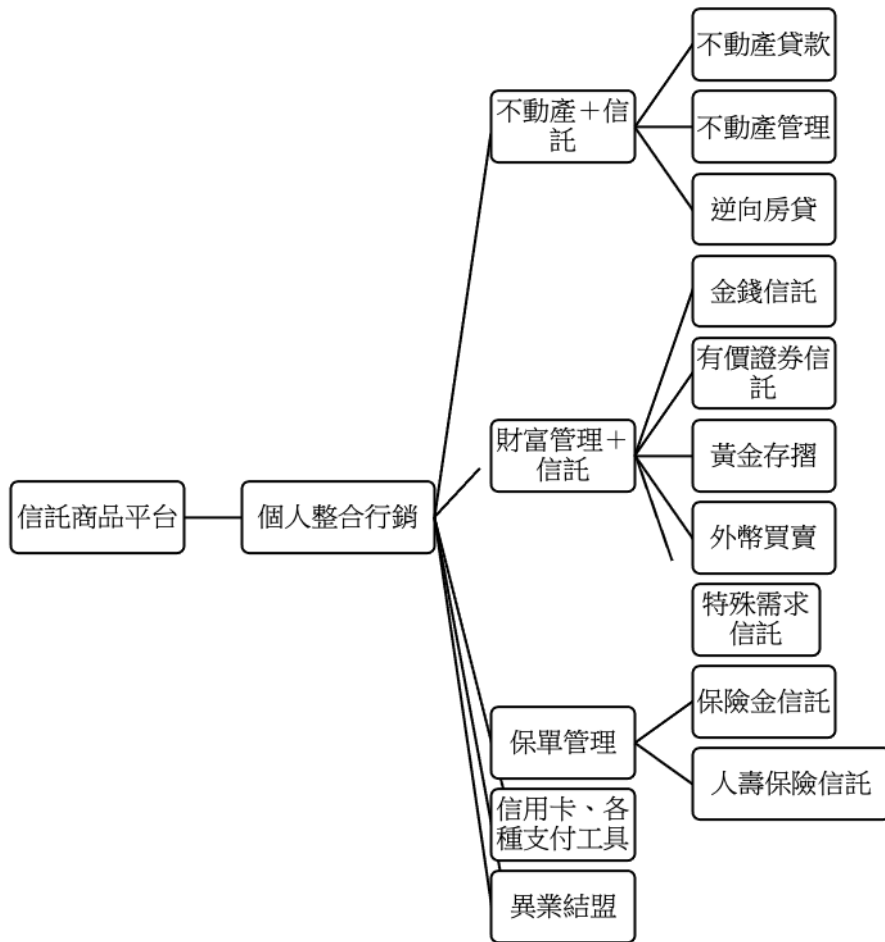
以客戶選擇個人服務而言，於進入此頁面後，可先透過各人生階段之需求分析，使消費者了解其自身風險所在，規劃對應之信託商品。例如其有投資理財需求者，可考慮以財富管理為目的之特定金錢信託商品，將資金交由信託業管理、運用或處分，並依其投資屬性、需求或目的指示信託業投資國內外有價證券、期貨、境外結構型商品等，消費者在投資理財同時可享有信託之特性與專能，使其財產具獨立性、隱密性等特點，透過平台將商品結合除了讓客戶了解更多選擇外，也替其資金運用上都設立一層保障。

此外，若以家族服務而言，初始分類可提供兩種選項，一種可依家庭成員需求將生活照護功能結合信託提供相關商品，例如以家庭成員中之父母角度為例，可於退休前規劃退休安養信託，由信託業者挑選適當穩健之金融商品為投資標的，在信託存續期間享受領取本金與利息，於信託期滿後再將信託財產交付委託人，以專案形式規劃資產、累積退休金，也可避免財產遭受子女或親友不當侵佔；抑或針對有保險需求之消費者提供保險金信託商品服務，平台上可介紹其運作模式、特點及優勢，使更多客戶了解信託意義，保障每筆資金之安全性。另一種擇可依遺囑、財產規劃類做為分類，提供家族企業之家庭特別服務，將家族集團重視接班安排與財富分配相關需求特性，透過家族信託（股權

信託)、遺囑信託等預作安排，避免身後家族爭產、集團分崩離析，亦可將財產進行安全合法之移轉。

最後，就法人金融服務之角度以觀，則可視企業與其各利害關係人及其主要業務模式進行分類，如企業與員工間可辦理員工福利信託、企業若發行禮券可辦理預收款信託、進行不動產交易時亦可辦理相關不動產信託，或於電子支付機構可辦理電子支付款項信託等，均可使企業之金流更加透明，並透過信託專款專用之特性，使企業之金流管理更加清晰。或以近期非常熱門之綠色金融為例，銀行目前皆有辦理多項綠色貸款業務，若未來可推廣綠色金融商品導入信託機制，可確保提撥回饋之款項運用於指定用途，協助企業打造專戶架構，妥善管理融資款項，也將綠能經濟發揮最大價值。

故信託平台之建立，對於消費者及金融業者皆有多項益處。以統一化之平台模式可滿足客戶一站購足之目標，主題化及類型化之分類可使客戶更了解信託之特點與功用，也清楚明瞭信託係可結合金融業務來保障資金，主要係配合其需求目的融入信託機制來提供服務；而針對供給面之金融機構而言，可借助平台提供彈性且量身定制之商品需求組合，整合旗下服務達成整合性服務之目標。如保險服務結合信託之保險金信託、結合財富管理之特殊金錢信託、員工福利信託、結合融資之房地貸款信託等，相關說明如下圖所示。



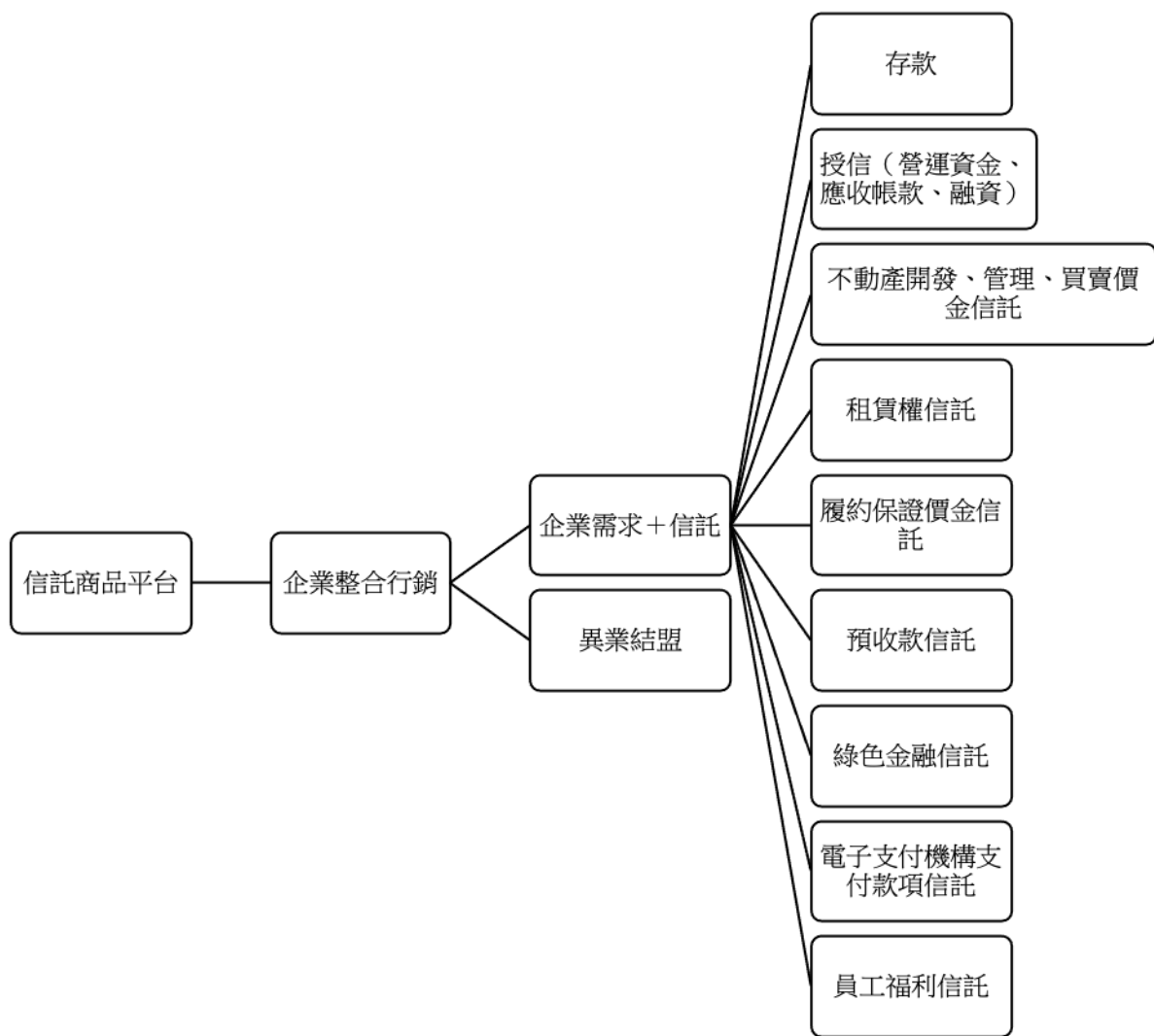


圖 8 信託平台規劃

第三節 相關法令之配套修正

壹、資訊共享限制之修正

一、與內部關聯公司間之資訊共享

我國現行金融控股公司法第 43 條第 2 項後段規定：「...除姓名及地址外，共同蒐集、處理及利用客戶其他個人基本資料、往來交易資料等相關資料，應依個人資料保護法相關規定辦理。」將舊法中金融控股公司之子公司間共同「蒐集」、「處理」及「利用」客戶個人資料，由原本之「選擇退出制」改採為「選擇加入制」。其修正之目的係考量金控公司可因取得客戶資料獲得經營利益，自應負擔較大義務，故對此行業之規範不應低於個人資料保護法之保障標準。據此，按現行有效的規範（含金融控股公司法、金融控股公司子公司間共同行銷管理辦法），對於客戶資料的共同使用，只限於金融控股公司之子公司間，且除了姓名及地址之個人基本資料採「選擇退出」模式外，其於個人基本資料、往來交易資料及其他相關資料，皆應先經客戶事前以書面同意的方式為之，此即採「選擇加入」模式。

惟參酌美國金融服務現代化法所適用者，僅規定金融機構與「非關聯」企業第三人之間分享或揭露非公開個人資料時，應予客戶或消費者「選擇退出」之權利。就金融控股公司之子公司等「關聯公司」間，原則上並無其它資訊共享之限制，亦即倘金融機構與其關係企業之間就客戶或消費者個人資料基於共同行銷之目的而分享或揭露，並不受法令限制而得以自由為之，毋須獲得消費者之事前書面同意，不僅如此，消費者更無選擇退出而禁止金融機構使用個人資料之權利。

因此，相較之下我國金融控股公司法、其子法或自律規範對於交互運用客戶資料內部使用（internal use）的界定上，顯然較美國嚴格許多，在隱私保戶與金融產業發展之拉鋸下，考量金融機構倫理義務之承擔而採取最嚴格之「選擇加入制」，給予消費者最高程度之個人隱私保障。但相對地，在賦予消費者高程度隱私保障的同時，造成金融機構資訊運用及產品推行產生較高之時間及程序成本，也只是必然的結果。

此等差別僅為立法政策上之選擇，並無孰優孰劣之分，但回歸到金管會信託 2.0「全方位信託」計畫之目的，係期望推動以信託為核心引擎整合內部資源發展創新多元商品與服務，引導金融集團積極投入適當資源，整合金融集團內部資源貫穿各項金融商品，發展全方位信託業務。若以該等角度觀之，現行法採取「選擇加入制」課予金融機構資訊共享較高之限制，將造成金融機構於使用客戶個人資訊時須事先詢問客戶之意願，產生較高之時間及程序成本，對於主管機關全方位信託計畫之推行似乎是一大阻礙。

據此，本文認為現行法就金融控股公司內部資訊共享及使用之限制，為配合主管機關推動金融產業發展之目的，應予以適度之鬆綁，雖不用像美國現行法採取無限制之政策，使金控公司得在內部自由使用客戶個人資訊，但仍可以在兩者之間採取較折衷之措施，亦及金融控股公司法第 43 條第 2 項應回歸到「選擇退出制」，金融機構得先行使用客戶之客人資訊，但必須負擔一定之告知義務使消費者知悉，並賦予其選擇退出，拒絕金融機構使用其個人資訊之權利。

二、與外部非關聯公司間之資訊共享

於金融機構與外部非關聯公司跨業合作，就客戶個人資訊有共享之需求

時，因不符金融控股公司法之規定，將會回歸到個人資料保護法適用。據此，按現行有效個人資料保護法之規定，若金融機構與非關聯機構對於客戶資料的共同使用，無論是個人基本資料、往來交易資料及其他相關資料，皆應先經客戶事前以書面同意的方式為之，此即採「選擇加入」模式。

參酌美國 GLB 法案立法方式採「選擇退出制」，即先行允許金融機構與相關機構或非關聯第三人共享或利用消費者之個人資訊，僅要求於消費者之非公開個人資訊於分享於非關聯第三人時，應以合理方式賦予消費者有「選擇退出」之機會。在此前提下必須向消費者或客戶發出「選擇退出權通知」，且該通知必須清晰醒目、通俗描述以使消費者得容易理解該通知所述為何及其重要性，否則不得向任何關聯公司或非關聯三方機構揭露有關消費者的任何非公開個人資訊。

依照金管會信託 2.0「全方位信託」計畫之目的，除包含整合金融集團內部資源貫穿各項金融商品外，更包含藉由與其他產業跨業合作，替客戶設計量身訂做信託商品，提供客戶全方位之高品質服務，包括資產管理、人身照顧、健康醫療、利用公有閒置土地及長照 2.0 政策等。據此同上所述，若現行法就跨業整合之資訊共享採取「選擇加入制」，可能同樣有礙於主管機關推動全方位及客制化信託商品及服務，故本文認為於非關聯公司間以跨業整合為目的而有資訊共享之限制時，立法者得參酌美國現行之制度，與非關聯公司間的資訊共享相同，採取「選擇退出制」，金融機構在得先行使用客戶之客人資訊，但必須賦予其拒絕金融機構使用其個人資訊之權利。

貳、搭售行為限制之配套措施

我國搭售行為之禁止，規定於公平交易法第 20 條第 5 款：「有下列各款行

為之一，而有限制競爭之虞者，事業不得為之……五、以不正當限制交易相對人之事業活動為條件，而與其交易之行為。」此外，就搭售行為有無違反上開規定之認定，公平交易委員會另作成函釋³³¹明確其要件，除須符合搭售契約存在兩種以上之服務，以及須存在明示或默示之約定使買受人無法自由選擇此二要件外，在判斷搭售是否違法之標準，應另外考慮出賣人之市場力、有無妨礙市場競爭之虞，以及是否具有正當理由等因素。

其立法目的在於，避免造成特定金融集團利用強制性搭售之手段而處於市場之獨占地位，間接阻礙其他潛在競爭者進入市場，因此上開條文所保障的主要對象以搭售行為之其他競爭者，亦及其他公司或金融團體，至於消費者因搭售行為之禁止所獲得選擇商品之自由則僅為反射利益，而非實質上之權利。據此，若以其他公司或其他金融機構為保障主體的關係，因該等主體本具有較強之經濟實力及專業能力，則實務上就是否構成搭售行為之舉證責任分配係由提起訴訟之其他競爭者負擔之，並無特別之舉證責任減輕及倒置之相關規定。造成僅具有反射利益之消費者，以自身為原告基於上開條文主張金融機構違反搭售行為之限制而提起訴訟時，可能因無法證明主管機關所建立之判斷標準，而受到訴訟上之不利益。

尤其在金管會信託 2.0「全方位信託」之計畫下，金融集團藉由整合內部資源並與其他產業跨業合作，推出包括資產管理、人身照顧、健康醫療、利用公有閒置土地及長照等多元化之信託服務，此時金融機關宜注意避免藉由提供整體性服務為目的，使客戶購買自身所不需要之商品或服務的搭售行為。

³³¹ 參閱公平交易委員會民國 81 年公參字第 09144 號函。

參、委託他業轉介信託業務之配套措施

依金管會之函釋³³²，信託業得委託他業轉介信託業務，其範圍為「以提供客戶非僅以投資為目的，而係基於資產管理、人身照顧、健康醫療、社會福利、生活育樂等各項需求而量身訂做之信託商品」。據此於現行規定下，目前信託業應可與社工、安養機構、社福團體、長照照顧機構及醫療機構等其他非金融業者，進行信託業務之轉介合作。此外，若信託業與他業合作，如支付「社工」或「安養機構」報酬，由他業提供潛在客戶資料予信託業，或提供信託業之聯繫方式予潛在客戶，因未涉及商品說明或推介等相關作業，並不受「金融機構作業委託他人處理內部作業制度及程序辦法」相關規範。

縱然以異業轉介信託業務之方式能獲取內部無法獲得的專業知識、改進服務和管理相關成本，異業結盟也可能使部門面臨額外的風險，例如客戶信息的安全性、信息和管理報告系統的可用性，除應識別與外包安排相關的主要風險，並實施適當的監督計劃，以持續監控每個服務提供商的控制風險、績效和財務狀況。基此，信託公會所提信託 2.0「委外推廣暨異業結盟」之相關建議規劃中，建議信託業務之轉介合作，應對於合作之他業應有妥適之評估、訂定合作契約、定期對他業進行審視及考量報酬合理性。

此建議規劃雖然走在正確的方向上，但本文認為仍需要更細緻且具體之配套措施，才能夠於提供客戶多元化信託服務的同時給予其最大程度的保障。是以，可由業者自行評估，並參酌美國法之規定而訂定相關機制³³³，除了合作之他業應有妥適之評估、訂定合作契約、定期對他業進行審視及考量報酬合理性等事項外，對於服務之契約內容有一定程度之要求，比如文件標準、審計規

³³² 參閱金融監督管理委員會民國 111 年 3 月 7 日金管銀票字第 1100150948 號函。

³³³ Federal Deposit Insurance Corporation, Trust Examination Manual—Section 10 G.

定、責任條款等，此外於信託服務委外合作代理時（如長照、殯葬、不動產業務等），必須對於客戶負擔一定之揭露義務。

第六章 結論及建議

第一節 結論

壹、日本之商品或服務整合模式

就日本商品或服務整合模式而言，主要因有「信託業法」第 67 條第 1 項、「銀行法」第 52 條之 36 第 1 項、「保險業法」第 276 條及「金融商品交易法」第 66 條等規定作為法律基礎，透過登錄或許可成為信託契約代理業、銀行業務代理業、保險業務代理業、金融商品仲介業(證券仲介業)，即可銷售相關金融商品。因此，金融集團下之信託銀行或信託公司，即可取得銀行業務代理業、保險業務代理業、金融商品仲介業(證券仲介業)之資格後，進行銀行、保險、證券等金融商品之全面性跨業銷售。另就金融集團下之信託業務合作而言，金融集團內之銀行、保險公司、證券公司或其他子公司，只要申請信託契約代理店之登錄，即能進行推介信託業務。因此，金融集團下之銀行、保險公司、證券公司或其他子公司可通過登錄為信託代理店之形式，向其客戶推介信託銀行或信託公司之信託商品，建構全方位之信託平台。

至於在實務上，金融集團下之信託銀行或信託公司，藉由掌握客戶之管理問題及需求，可結合不動產、年金、證券代行(股務)及資產管理等各個領域之專業人士，提供最佳諮詢意見及解決問題之具體方案等服務。

貳、美國之商品或服務整合模式

就美國商品或服務整合模式而言，主要係經由實務之發展及創新，透過服

務整合之模式，完善客戶所需求之各類金融或其他特殊服務，或藉由商品整合提供多元化之商品選擇。例如人壽保險信託即是金控公司下兼營信託業務之銀行或證券商辦理保險金信託之服務，並藉由同一金控公司下之保險公司進行推介及代銷商品。又例如可撤銷生前信託，即係藉由金融機構（銀行、證券、保險或其子公司）、信託業與其他一般產業（不動產業、殯葬業服務）之服務整合，提供委託人資產管理之全面性服務。

第二節 建議

壹、建置消費者人生週期需求分析平台

本文認為信託平台之建置與推廣，應以了解消費者之需求為首要條件透過各人生階段之需求分析，進行信託商品之對應規劃。又就信託平台之推廣而言，應可由金融集團整合內部資源及商品，並建置消費者人生週期需求分析平台，透過相關參數之輸入，分析消費者當前之金融商品需求，進一步推介相關信託商品規劃模式。例如，消費者之年齡、婚姻狀態、子女個數、子女年紀、資產狀況，分析消費者當前所屬人生週期階段，探究其當前之資產規劃需求係為財富累積、亦或是費用支付、又或為退休規劃，以提供不同之信託商品服務規劃。

貳、研議資訊共享限制之修正

觀諸日本金融集團內之資訊共享，以《個人情報保護法》（個人情報の保護に関する法律）與其向下之相關施行規則為主軸，並以金融領域中《金融領域個人情報保護指南》（金融分野における個人情報保護に関するガイドライン）為特別規定，輔佐各金融業法之規定為具體實行的準則，確保客戶資料的保護

及妥適處理。因此，金融集團內部欲資料共享時，首先必需先徵得客戶本人同意，以及明確授權資料的共享範圍，再配合個別業法對於客戶資料安全管理措施、特殊非公開資料的處理等規範，落實個人資料保護之宗旨，其立法政策與我國現行個人資料保護法制相當。惟參酌美國金融服務現代化法所適用者，僅規定金融機構與「非關聯」企業第三人之間分享或揭露非公開個人資料時，應予客戶或消費者「選擇退出」之權利。就金融控股公司之子公司等「關聯公司」間，原則上並無其它資訊共享之限制，亦即倘金融機構與其關係企業之間就客戶或消費者個人資料基於共同行銷之目的而分享或揭露，並不受法令限制而得以自由為之，毋須獲得消費者之事前書面同意，不僅如此，消費者更無選擇退出而禁止金融機構使用個人資訊之權利。

參、精緻化委託他業轉介信託業務之配套措施

本文認為得參酌美國聯邦存款保險公司所頒訂「Trust Examination Manual—Section 10 G」之相關規定，除了選定合作之他業應有妥適之評估、訂定合作契約、定期對他業進行審視及考量報酬合理性等事項外，亦應對於服務之契約內容有一定程度之要求，例如文件標準、審計規定、責任條款等。此外，信託業將信託服務委託他業轉介時，他業必須對於客戶負擔一定之資訊揭露義務。

肆、我國信託業進行商品或服務異業整合之可行態樣

謹就信託業以信託商品作為平台，可能與異業進行商品或服務整合或結盟之可能態樣，略為整理如表 3 所示，以供參考。

表 3 我國信託業以信託平台進行商品或服務異業整合之可行態樣

信託商品 (信託業)	合作異業 1 (金融業)	合作異業 2 (非金融業)	備註
保險金信託	保險業 (死亡保險商品、失 能保險商品)		保險法第 138 條之 2 第 3 項
安養信託	保險業 (年金保險商品、儲 蓄型保險商品)	飯店業 (住宿優惠) 餐飲業 (餐飲優惠) 健診機構 (健診服務)	
安養信託	銀行業 (以房養老、留房養 老、以租養老)		以租養老可搭 配修繕貸款。
安養信託	銀行業 (轉介客戶)		
安養信託 都更危老不動產 開發信託	銀行業 (土地、建築融資)	建商 (轉介客戶)	
安養信託 保護信託		各縣市政府社會局 (轉介客戶)	
安養信託		社會福利團體 (擔任信託監察人及 提供衍生服務、轉 介客戶)	
家庭福利信託 安養機構保證金 (入住金)信託		長照、養護機構 (轉介客戶)	
安養信託 員工退休金健診 服務信託		健診機構 (健診服務)	
員工福利信託	銀行業 (轉介客戶) 證券投資信託業 證券投資顧問業 (提供顧問計畫)		證券投資信託 業可提供基金 下單系統進行 串接

不動產開發信託	銀行業 (土地、建築融資)	建築經理公司 (建築執照受託人)	
有價證券信託 (借券信託)	證券業 (轉介客戶)		
家族信託 傳承信託		會計師、律師 (轉介客戶、專業合作) 家族顧問公司 (家族辦公室)	

資料來源：本研究自行整理

參考文獻

壹、中文文獻

一、期刊論文

1. 王文宇 (2001)。〈建構我國金融控股公司法制相關問題之研究〉，《台灣金融財務季刊》，2 輯 2 期，頁 33-54。
2. 王志誠 (2004)。〈金融商品共同行銷與公平競爭 (下)〉，《台灣法學雜誌》，59 期，頁 17-34。
3. 王志誠 (2006)。〈美國金融隱私權保護法制之發展〉，《台灣金融財務季刊》，7 輯 1 期，頁 71-90。
4. 王志誠、何曜琛 (2018)。〈當信託與保險相遇—受託人為受益人之利益投保保險之權限、風險及監控〉，《財金法學研究》，1 卷 1 期，頁 1-26。
5. 王煦棋 (2006)。〈美國與我國金融控股公司對關係人交易規範之研究〉，《法令月刊》，57 卷 11 期，頁 63-85。
6. 吳顯宗 (1997)。〈金融控股公司與綜合銀行制度之研究〉，《財稅研究》，29 卷 4 期，頁 186-200。
7. 李婉萍、鄭菀瓊 (2003)。〈金融服務百貨化與消費者個人資料之保護—法律與經濟分析的觀點〉，《法令月刊》，54 卷 10 期，頁 60-76。
8. 林育廷 (2007)。〈金融隱私權保障與財富管理發展之衝突與協調—兼評美

- 國與台灣之規範政策》，《科技法學評論》，4卷2期，頁147-198。
9. 林盟翔（2010）。〈金融服務業橫向整合之困難與挑戰--金融與商業分離原則之定位與落實〉，《中正財經法學》，1期，頁77-117、119-122。
 10. 張冠群（2009）。〈二〇〇九年一月金融控股公司法關於共同行銷及關係人交易與風險集中揭露之修正條文評析〉，《月旦法學雜誌》，168期，頁190-215。
 11. 黃帥升、洪志勳（2013）。〈金融業所面臨之個人資料保護法爭議〉，《萬國法律》，187期，頁41-51。
 12. 葉逸如（2006）。〈金融控股公司共同行銷之規範—以競爭法為中心〉，《公平交易季刊》，14卷2期，頁71-123。
 13. 臧正運（2021）。〈金融科技法制與監理變革的形塑力量與關鍵趨勢〉，《萬國法律》，236期，頁2-10。
 14. 臧正運（2022）。〈銀行業資料治理之的法制挑戰〉，《台灣法律人》，9期，頁70-91。
 15. 戴銘昇（2003）。〈金融機構經營風險與金融防火牆之評述〉，《台灣經濟金融月刊》，39卷10期，頁1-16。

二、學位論文

1. 王健強（2006）。《金控集團共同行銷之法律規範》，國立成功大學法律學研究所碩士論文（未出版），台南。

2. 李曉亮 (2002)。《美國員工持股計劃的發展與經驗》，廈門大學工商管理碩士論文 (未出版)，中國福建。
3. 於知慶 (2005)。《論客戶資料在金融控股公司於共同行銷時應有之保護》，國立台北大學法學系研究所碩士論文 (未出版)，台北。
4. 林美娟 (2000)。《金融跨業經營保險業防火牆設立之研究》，國立政治大學風險管理與保險學系研究所碩士論文 (未出版)，台北。
5. 林惠貞 (2013)。《我國保險金信託問題之探討》，私立元智大學管理碩士在職專班碩士論文 (未出版)，桃園。
6. 洪好瑄 (2019)。《保險金信託之研究》，頁 54，國立中正大學法律學研究所碩士論文 (未出版)，嘉義。
7. 莊書雯 (2012)。《金融機構跨業經營防火牆制度之研究—以金融控股公司為中心》，國立臺灣大學科際整合法律學研究所碩士論文 (未出版)，台北。
8. 許紋瑛 (2000)。《金融控股公司之法制建構—以美日比較法觀點評析我國相關立法》，私立中原大學財經法律學研究所碩士論文 (未出版)，桃園。
9. 黃瑞堂 (2000)。《由美、日金融控股公司法評析我國金融控股公司之立法-防火牆制度之研究》，私立銘傳大學經濟學研究所碩士論文 (未出版)，台北。

三、網路資料

1. 方達秀諮詢有限公司（2022），《什麼是 ESOP？》，載於：
<https://zhuanlan.zhihu.com/p/401466848>。
2. 行政院公平交易委員會（2010），《金融業經營行為相關法規彙編》，載於：
<https://www.ftc.gov.tw/upload/0d76de20-8ee8-4df1-b319-653f93239038.pdf>。
3. 金融監督管理委員會（2020），《信託 2.0「全方位信託」推廣計畫》載於：
<https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=834&parentpath=0%2C2%2C310>。
4. 高文崎（2005），《從美國制度看保險金信託推展》，載於：
<https://reurl.cc/Rjx8rx>。
5. 楊祥（2020），《如何設計保險金信託？美國的做法》，載於：
<https://reurl.cc/3jzzrl>。
6. 德美利證券（2022），《什麼是 IRA 退休帳戶？》，載於：
<https://www.tdameritrade.com/zht/retirement-planning/ira-guide.html>。

貳、日文文獻

一、書籍

1. 三菱 UFJ 信託銀行（2018），《信託の法務と実務》，第 6 版，東京都：金融財政事情研究會。
2. 小林卓泰、植田利文、增島雅和、青山大樹(2015)，《Q&A 新しい信託業法解説》，初版，東京都：三省堂。

二、研究報告

1. 一般社団法人全国銀行協会(2020),《銀行の公正取引に関する手引》, 載於 :
https://www.zenginkyo.or.jp/fileadmin/res/abstract/efforts/contribution/compliance/tebiki_1.pdf。
2. 日本内閣府(2006),《平成 18 年度年次経済財政報告》, 載於 :
https://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je06/06-00204.html#sb2_4_1。
3. 金融庁個人情報保護委員会事務局(2022),《金融機関における個人情報保護に関する Q & A 》, 載於 :
https://www.fsa.go.jp/common/law/hogo_qa3/00.pdf。

参、英文文献

一、書籍

1. Black, K., & Skipper, H. D. (1994). Life insurance. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

二、期刊

1. Barbara, R. R. (2002). Estate Planning Basics: Revocable Living Trusts. *Utah State University Extension*, 1-4.
https://digitalcommons.usu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1577&context=extension_curall .

2. Ralph M. E. (2002). Living trusts: The pros and cons. *The CPA Journal*, New York, 72(6).

三、網路資料

4. Aegis Fiduciary Services. (2020). *Major Tax Benefits of ESOPs*.
<https://www.aegisfiduciary.com/major-tax-benefits-of-esops/>
5. Akhilesh, G. (2022, January 19). *Employee Stock Ownership Plan (ESOP)*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/e/esop.asp>
6. American Bar Association. (2022). *Estate Planning FAQs Revocable Trusts*.
https://www.americanbar.org/groups/real_property_trust_estate/resources/estate_planning/revocable_trusts/
7. Barclay P. (2022, February 20). *Should You Set Up a Revocable Living Trust?* Investopedia.
<https://www.investopedia.com/articles/pf/06/revocablelivingtrust.asp>
8. Carey Olsen. (2021). *Channel Islands guide to Employee Benefit Trust (EBTs)*.
<https://www.careyolsen.com/briefings/employee-benefit-trusts-ebts>
9. Casey, B. & Mike, C. (2022, December 9). *Deed of Trust: What It Is and How It Works*. Forbers Advisor. <https://www.forbes.com/advisor/mortgages/deed-of-trust/>
10. Wex Definition Team. (2022). *Individual Retirement Accounts (IRAs)*.
<https://www.cathaybank.com/zh-hant/personal/savings/IRA-CDs>

11. Chris, A. (2022, April 18). *Warranty Deed Vs. Deed of Trust*. PocketSense. <https://pocketsense.com/warranty-deed-vs-deed-trust-5783093.html>
12. Elizabeth, A. (2021, September 9). *Special Needs Trust (SNT): What It Is and How to Start One*. Nerdwallet. <https://www.nerdwallet.com/article/investing/special-needs-trust>
13. Federal Deposit Insurance Corporation. *Revocable Trust Accounts (12 C.F.R. § 330.10)*. <https://www.fdic.gov/deposit/diguidebankers/documents/revocable.pdf#page=2> (last visited: 04/21/2022).
14. Fidelity Bank. (2022). *Trust Services*. <https://www.bankatfidelity.com/financial/trust-services/>
15. Jason, G. (2022, April 18). *Regulation Y -Explained What is Regulation Y*. The Business Professor. https://thebusinessprofessor.com/en_US/banking-lending-credit-industry/regulation-y-definition
16. Jonathan, M. (2022, January 12). *What are EBTs?*. Real Business Rescue. <https://www.realbusinessrescue.co.uk/advice-hub/understanding-employee-benefit-trusts-ebt-including-the-2019-loan-charge>
17. Josephine Turner (2002), *Estate Planning: Revocable Living Trusts*. University of Florida Cooperative Extension Service. <http://ufdcimages.uflib.ufl.edu/IR/00/00/12/51/00001/FY53900.pdf> (last visited: 04/21/2022).

18. Julia, K. (2021). *Employee Trust Fund*. Investopedia.
<https://www.investopedia.com/terms/e/employee-trust.asp>
19. Lauren Y. D., Matthew J. A., David J. A., Brian M. M. & Vincent J. C. (2020, January 23). *The New Secure Act Dramatically Impact Planning for most Clients' Retirement Benefits*. Dean Mead. <https://www.deanmead.com/2020/01/secureact/>
20. Legal Information Institute. (2022). 12 C.F.R. § 225.176-How do the statutory cross marketing and section 23A and B limitations apply to merchant banking investments? Cornell Law School.
<https://www.law.cornell.edu/cfr/text/12/225.176>
21. Liz, S. (2022, January 11). *What Is a Revocable Living Trust?* Smartasset.
<https://smartasset.com/retirement/what-is-a-revocable-living-trust>
22. Marsha A. G. (2010). *Revocable living trusts*. Montana State University Extension.
https://www.fs.usda.gov/Internet/FSE_DOCUMENTS/fseprd620155.pdf
23. McAndrews Law Offices. (2022). *The Evolution of Special Needs Trusts Law: Part I, Establishing the Trust*. <https://mcandrewslaw.com/publications-and-presentations/articles/the-evolution-of-special-needs-trusts-law-part-i-establishing-the-trust/>
24. Midland Trust Company. (2022). *Special Needs Trusts Administration*.
<https://www.midlandtc.com/our-services/special-needs-trusts-administration>

25. National Center for Employee Ownership. (2018, February 7). *ESOP Tax Incentives and Contribution Limits*. <https://www.nceo.org/articles/esop-tax-incentives-contribution-limits>
26. National Center for Employee Ownership. (2020, August 24). *How an Employee Stock Ownership Plan (ESOP) Works*. <https://www.nceo.org/articles/esop-employee-stock-ownership-plan>
27. Prosperity Bank. (2022). *Wealth Management & Trust Services*. <https://www.prosperitybankusa.com/Wealth-Management-and-Trust-Services#Trust-and-Estate-Administration>
28. RM2. (2022). *What is an Employee Benefit Trust ('EBT')*. <https://www.rm2.co.uk/employee-share-plans/employee-share-schemes-key-employees/employee-benefit-trusts-trustee-services/>
29. Robert Anderson, Gary A. Hachfeld, & Erlin Weness (2003), *Revocable Living Trust*, Estate Planning Series 6. <https://eforms.com/images/2017/06/Minnesota-Advantages-and-Disadvantages-of-a-Living-Trust.pdf>
30. The ESOP Association. (2022). *What Is An ESOP?* <https://esopassociation.org/what-is-an-esop>
31. The Menke Group. (2022). *The Origin and History of the ESOP and Its Future Role as a Business Succession Tool*. <https://www.menke.com/esop-archives/the-origin-and-history-of-the-esop-and-its-future-role-as-a-business-succession-tool/>

32. U. S. Federal Trade Commission. (2002). *How to Comply with the Privacy of Consumer Financial Information Rule of the Gramm-Leach-Bliley Act*. <https://www.ftc.gov/system/files/documents/plain-language/bus67-how-comply-privacy-consumer-financial-information-rule-gramm-leach-bliley-act.pdf>
33. Wells Fargo Bank. (2022). *The Private Bank*. <https://www.wellsfargo.com/the-private-bank/>
34. Wex Definitions Team. (2021). *Accumulation Trust*. Legal Information Institute. https://www.law.cornell.edu/wex/accumulation_trust
35. Wex Definitions Team. (2021). *Individual Retirement Account (IRA)*. Legal Information Institute. https://www.law.cornell.edu/wex/individual_retirement_account_%28ira%29
36. Will, K. (2019, October 6). *Regulation Y*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/r/regulation-y.asp>