

3月15日は、「世界消費者の権利の日」です。

1. はじめに

「世界消費者権利の日」は、国際消費者機構（CI・本部ロンドン）が1983年に提唱したものです。アメリカ・ケネディ大統領が初めて「消費者の権利・消費者の利益保護に関する特別教書」を発表した3月15日を世界の消費者運動が祝い、連帯する特別の日と定めたものです。この日は、消費者の基本的権利が促進され、尊重され、擁護され、また、市場における法律違反や社会的不正義に対して抗議する日でもあります。CIは世界の消費者運動組織に対してこの日を記念した地域の活動を企画し、また、マスメディアでの広報などを広く呼びかけています。

CIは、毎年、世界統一のテーマを掲げてきましたが、今年のテーマは「私たちのお金、私たちの権利」とし、世界の、銀行など金融サービスの現状と消費者組織間の活動交流を促進しており、ブログ・ツイッターをオープンするとともに、パンフレットを作成しました。世界のすべての地域で、消費者が安定した、安全で公正な金融サービスを楽しむのは、とりわけ、グローバルな金融危機の中では重要なことであり、今回は、このパンフレットを紹介します。（英語版の原文：下記のアドレスです）

<http://www.consumersinternational.org/files/100506/FileName/Ourmoney.ourrightsENGLISH.pdf>

キャンペーン用のロゴ



「私たちのお金、私たちの権利；世界の消費者運動はより公正な金融サービスの確立にむけていかに戦っているか」

2. CI ヨースト・マルテンス事務局長からのメッセージ

世界の消費者組織は、消費者に安心できる金融サービスを確保するためにたゆまぬ努力をはらってきた。過去、この分野は、不可解な世界として悩まされ続けてきた。何人かの解説者は、グローバルな金融危機により、不注意で無責任な、または無知な借金の例をあげ、危機が消費者の足元にも及んできていると警告している。金融危機の後、消費者は、必要以上の慎重さで、景気回復に不十分な消費しか行っていないと批判されてきているが、CI 会員組織の調査の結果は、まったく異なる状況を示している。

世界の消費者は、無責任な融資手続きや不公平な契約、客観性を欠いた販売担当者の違法な料金やアドバイスなど、金融サービス提供者との取引で多くの問題に直面している。こうした状況にもかかわらず、多くの消費者は、責任をもったお金のマネージメントを行っている。事実、多くの貧しい国々の貯蓄率は、より豊かな国々よりも高くなっている。また、広く世間に普及している消費者像のひとつにクレジットカードなどによる過剰な消費があるが、実際は多くの消費者が金融サービスをまったく利用していないのである。CI 会員の調査で明らかとなった一般的な問題は、開発途上国では金融サービスの基本的部分へのアクセス問題であり、先進国の消費者では、膨大な選択肢と公平なアドバイス不足による困惑である。

CI 会員の調査結果の概略が掲載されているこの冊子は、消費者運動の努力の成果であり、様々なバラエティに富んだ活動は、きわめて感動的ですからある。まだ活動していないセクターも含めて、こうした分野での改革には CI 会員の参加は不可欠であると思うし、消費者の権利に関心を持つ我々に大きな希望を提供している。

3. 消費者と金融サービス

金融サービスセクターは、他の産業と比べると顧客への配慮やベーシックアクセスの面で遅れた分野である。たとえば、世界中で 17 億人に携帯電話が普及してきているが、彼らの多くは銀行口座を持っていない。国連の 2006 年の報告では、貧しい人々への貸付リスクはひどく誇張されてきたと述べている。2007 年のピーク時に、金融サービスセクターは、アメリカでは GDP 比で 14%であった。民間企業数で 5%しか占めない金融サービスが、企業利益の 40%以上（1980 年代は、6%であった）を占め、株式市場の価値の 23%を占めている。金融危機に際してのトップ役員への給与とボーナスへの怒りは、このセクターでは貧しい消費者にひどい扱いをする一方で、自社の役員を過度に優遇している多くの人々の論議の的となった。

たとえばデンマークの人口における銀行口座の利用率は 99%であるが、多くの途上国の公式な金融セクターの利用率は人口の 20%で、今日でも変化の兆しは無い。インドでは 8900 万人の農家の 73%が公的な信用機関の口座を持っていないし、農村住民の 82%が保険に入っていない。ラオスでは 90%の農村人口が公的な銀行サービスを受用していない。

CI は、2010 年の世界消費者の権利の日の準備のために 2009 年 8 月～9 月にかけて会員組織の金融サービスにおける活動調査を行った。その概略がここに紹介されている。会員組織には、広範な経験が存在し、伝統的な消費者教育、商品比較情報、アドバイスなどとともに、管理当局やサービス提供者との交渉や訴訟、サービス提供者との顧客対応のための新しい協議組織の開発など高いレベルの活動が紹介されている。

世界各地からの報告によると多くの会員は、金融サービスの個人向け事業を主要な対応課題としている。以下はその分野である；

* リテールバンキング（貯金と支払い）

* 消費者クレジット

* 住居用ローン

* 保険

多くの CI 会員は、年金や社会保障などの公的な金融サービスおよび共済や協同組合などの第3セクターの金融サービス提供者についても調査している。さらに、この分野で消費者組織間での活動の多様性も以下のように発揮されてきている。

* インドとスペインにおける資本と投資の調査

* オランダにおける年金調査

* イギリスとフィジーにおける豊かな国と貧しい国の双方での非公式な貸付金の貸与実態調査

* スペインにおける相互貯蓄銀行の調査

4. CI 会員組織は金融サービスについてどんな活動を行っているか？

4-1、消費者教育

CI 会員の中の金融サービスの課題でもっとも、共通に行われている活動である。

たくさんの事例があり、東中央アフリカでは、テレビや地域のラジオの宣伝により急速に金融サービス市場が拡大していることから消費者の対応策を強化するために、町での集会、リーフレットの配布などが行われた。その他、アフリカからは以下のような事例が報告されている。

* ケニア：青年教育ネットワーク（YEN）が地方自治体とともに、ナイロビのスラムで消費者情報提供活動や消費者教育研修ワークショップを開催している。消費者情報ネットワーク（CIN）には、常勤の教育担当や教育専門委員会が設置されている。

* ザンビア；ザンビア消費者協会（ZACA）は「トレーナーの研修」コースを運営している。

* タンザニア；タンザニア消費者アドボカシー協会（TCAS）は、1000 人のボランティアが 23 人の職員とともに活動している。

* ボツワナ；消費者教育の事前調査として、「アドボカシー・リサーチ・オリエンテーションのためのボツワナ消費者センター」（BCCARO）は、金融リテラシーに関する調査を中等学校の生徒を対象に実施した。

その他の国の事例では；

* マレーシア；CI のクアラルンプール事務所ではシティ（Citi）財団と協同の金融教育プロジェクトとして、一般市民を対象とした楽しめるテレビ情報スポットを作成し、また二つのチャンネルでニュース番組とリンクさせた。このパイロットプロジェクトをアジア太平洋の他の CI 会員に普及する計画が進行中である。

多くの CI 会員は、その出版物で恒常的にアドバイスを提供している。いくつかの組織は、金融サービスの比較テストによる専門的助言を提供している。これには、以下のよ

うな事例がある。

- * ドイツ；ドイツ消費者協会の発行する商品テスト雑誌「Stiftung Warentest」の「ファイナンス・テスト (Finaztest)」号
- * イギリス；消費者団体 Which?の発行した「Which? マネー」
- * ベルギー；ベルギー消費者団体 Test-Achats の発行した「家計と権利・Budget & Droits」
- * スペイン；消費者・利用者組織 (OCU) の発行した「お金と権利・Dinero y Derechos」
- * チリ；チリ消費者・利用者組織 (ODECU) は、「借金から逃れる五つのステップ、借金の計算方法、債権者との対応方法」を題材にしたホームページを立ち上げた。
- * ポルトガル；「消費者保護のためのポルトガル協会は、チリと同様のホームページを立ち上げている。

4-2、消費者へのアドバイス

これは一般市民ないし個人会員を対象に提供されるもの。CI の調査時期に多くの会員組織はグローバル金融危機にかかわるアドバイス提供に多忙を極めていた。

- * ドイツ；ドイツ消費者協会 (VZBV) は、特別ホットラインを設置したが、2008 年後半の 2 ヶ月で消費者から 14 万件の相談が寄せられた。
- * 香港；2008 年の香港消費者協議会 (HKCC) に寄せられた金融サービス関連の相談は、2007 年の 12 倍となった。
- * デンマーク；政府の特別出資による借金相談サービスが 2009 年から開始されたが、これは、デンマーク消費者協議会 (DCC) のロビー活動の成果である。

4-3、紛争の解決

消費者団体は、個々のケースにより紛争解決の消費者代表として紛争審議に参加することが多々ある。

- * デンマークとフランス；デンマーク消費者協議会 (DCC) と生活のための消費・住宅・環境組織 (CLCV) は、債権未処理ケースのために組織された「3 者パネル」の構成員として招聘されている。パネル委員の構成は、両国とも産業代表と消費者代表に加えて、フランスでは国立銀行 (事務局として) が、デンマークでは最高裁が参加する。
- * イタリア；消費者利用者協会が、信用部門を監督する国立銀行から調停役 3 者の一員として指名された。
- * インドネシア；インドネシア消費者基金は、集団苦情聴取に産業代表や関連監視員とともに招聘された。
- * 香港とフィジー；香港消費者協議会 (HKCC) は、昨年、1100 件の紛争を解決した。金融や銀行のオンブズマン制度が存在しないため、HKCC やフィジー消費者協議会 (CCF) は、さらに多くの救済手段の設置要請キャンペーンを行っている。

4-4、消費者の代表

政府監督機関や産業の自主規制組織に対して消費者の立場を代表する活動では以下のような事例がある。

- * デンマーク；デンマーク消費者協議会は、消費者信用やペイデイローン（短期高金利ローン）に対応するベスト・プラクティスをオンブズマンと協議している。
- * オランダ；消費者団体・Consumentenbond は、広告宣伝の共同監視組織のメンバーである。また、金融省、保険協会、銀行協会、金融仲介連合と消費者代表として協議する。
- * フランス；生活のための消費・住宅・環境組織（CLCV）は、国立銀行の召集する金融サービス諮問協議会のメンバーである。
- * ベルギーとドイツ；Test・Achats と VZBV は、金融サービスオンブズマン委員会で消費者利益を代表する。
- * イギリス；消費者団体の中から選定された専門家が、法律で定められた金融サービス局の消費者政策委員会に任命される。

公的に認められた消費者組織との協議機関が存在しないときは、時々課題に対応した関係者の協議が開催される。これらの事例は以下のとおりである；

- * ガボン；消費者組織・SOS Consommateurs は、いかなる公的な諮問機関の委員で無いにもかかわらず、信用契約条件の適正化について政府と協議した。
- * ロシア；新しい信用契約条件について法的な条項の「要点」での合意をはかるために、特別な協議が、共和国間消費者団体連合会（KONFOP）と経済省、金融サービスセクターとの間で開催された。

4-5、訴訟

消費者団体は、しばしば消費者を代表して訴訟を起こし、時には直接の訴訟当事者として対応し、また、関係当局に法的対応を行うように要請する。

- * ドイツ；ドイツ消費者協会（VZBV）の成功事例では、保険の不当な契約条件問題で、これまで契約終了年限を 10 年に限定していたものを 1 年に短縮することができた。
- * ブラジル；消費者組織プロ・テスト（Pro Test）は、銀行の口座開設料金の徴収について訴訟を起こし、これをやめさせた。
- * 香港；香港消費者協議会（HKCC）は、信用における料金改革や不当な契約を無効にさせたことなどによって信用契約のエキスパートと呼ばれている。消費者訴訟基金は、HKCC によって消費者が法的救済手段を活用できるようにと設立された。
- * インド；解決されなかった消費者問題について、消費者教育・研究センター（CERC）は、個々の消費者とともに、公的な消費者委員会に提訴する活動を行っている。
- * イギリス；消費者組織 Which! は、クレジットカードの支払い保護保険の不当な販売を告発した。この結果、政府機関は、これらの会社を提訴した。また、全国消費者

協議会（NCC）は、数百万の消費者を代表して「信用」の訪問販売について「最高レベルの苦情」を行った。苦情は、独占委員会に付託され、信用力アセスメントの要件が強化された。

- * モーリシャス；消費者擁護機関（ICP）は、保険市場における選択の自由のためにこれらの保険が 2007 年の保険法が適用されるべきとのキャンペーンに成功した。
- * フランス；消費者連盟（UFC）は、金融サービスオンブズマンが、信用供与会社が行う消費者の返済能力チェックを問題視することを拒否したとき、政府のオンブズマンに介入を要請した。政府オンブズマンは、その見解としてこうした信用会社への監督は義務であるとしたため、政府は、こうした観点での法案を作成した。

5. 消費者は何を発言しているか？

CI 会員は、調査を行うとき、データや証拠を集めるとともに活動を支援し、情報提供を行っている。こうした調査は、高度な市場調査から、会員に要請する訴訟ファイル、商業上の実態事例など様々である。多くの CI 会員（レバノン、フランス、スペイン、ガボン、インド）は、消費者の負債を調査した。こうした調査の結果は以下のとおりである。

5-1、信用コスト

- * フランスとデンマークの消費者は、より高いレートのローンに追いやられており、そのひとつがレボルピング・クレジットである。
- * 香港の消費者は、店舗のカードに蓄積された価値の還付を拒否された。
- * アメリカの消費者の 45% が 1 年前よりクレジット決済金を少なく払っているといっており、32% が 2008 年 1 月以来クレジットカードをキャンセルしたと述べている。
- * エルサルバドルの消費者は、クレジットカードの負担が多過ぎると訴えている。

5-2、信用供与にかかわる顧客調査の実態

- * セルビアの消費者は、信用供与における差別を体験した。信用会社は固定電話の所有者を信用の供与できる返済能力者としたのである。

5-3、銀行サービスの利用について

- * 香港の支店閉鎖計画を緩和させることができたのは香港消費者協議会（HKCC）の要請活動の成果である。
- * ベニンの消費者擁護連盟（LDCB）は、銀行の利用と料金について調査した。

5-4、サービス供給者の好例と悪例

- * インドネシアでは、高い管理コストによって低い残高の口座はなくなった。
- * 独立した助言機関や利害が対立した時の助言機関の欠如がドイツ、フィンランド、デンマークで問題となっている。
- * フランスでは、銀行手数料の透明性の欠如が明らかとなった。
- * オーストラリアの大商業銀行に対する消費者 3000 人を超える広範な調査で明らかとなったのは、これらの銀行が相互銀行や信用金庫よりひどいということであった。こ

これらの課題に対する銀行の回答は、違約金をカットすることを約束するというものであった。

*インドの調査で明らかとなったのは、保険請求への未払いや、銀行の手数料が勝手に変更されていることであった。

5-5、人間性の物語

アメリカの消費者連合は、「抵当物件の担保権執行」についてのビデオを作成したが、これは住宅ローンが払えず、抵当危機に陥った個人の経緯を紹介するものである。

6. 改革の呼びかけ

調査は、しばしば消費者団体のキャンペーンの基礎を形成するが、その前に、出版、抗議行動、ロビーイング、投稿などの諸活動が展開される。下記の活動は、状況の変革のために CI 会員が自身のキャンペーンとして訴えかけたものである。

6-1、特定の活動やサービスに対する法律による規制

- *ガボン；消費者団体 SOS は、マイクロファイナンスの法制化のためのキャンペーンを展開した。
- *ブラジル；Pro-Test 組織は、銀行に対して口座開設に料金を徴収することをストップさせるキャンペーンを行った。
- *フランスとボツワナ；「生活のための消費・住宅・環境組織（CLCV）」も「アドボカシー・リサーチ・オリエンテーションのためのボツワナ消費者センター・（BCCARO）」も強制的な信用状況報告に反対する全国的なキャンペーンを行った。
- *フィジー；フィジー消費者協議会（CCF）は、消費者信用における透明性を確保した新しい規制の大枠を作成することで、政府を納得させ、2009 年に消費者信用法をの法制化することができた。

6-2、現行法でのサービスの規制

- *香港；香港消費者協議会（HKCC）は、銀行法を改正し、銀行の料金値下げと貯金保護を強化するキャンペーンを行った。
- *フランス；「生活のための消費・住宅・環境組織（CLCV）」と消費者連盟（UFC）は、銀行利子の上限を維持するように働きかけている。
- *ブラジル；Pro-Test は、銀行に対して手数料の透明性を尊重させるキャンペーンに成功した。
- *インド；インド消費者協会（CAI）は、年利率（APR）は、毎日の口座残高をベースに計算するようにキャンペーンを行った。
- *スペイン；消費者・利用者総連合（CECU）と消費者・利用者組織（OCU）は、統合ローンを法制化するようにキャンペーンを行った。

6-3、新しいサービスの開発とサービスの利用の改善

- *香港；香港消費者協議会（HKCC）は、金融サービスのオンブズマンを設置するよう

キャンペーンをおこなっている。

*インドネシア；YKU は、消費者が調停機関をもっと活用するように、また、その手続きを改善するように呼びかけている。

7. 新たな課題

上記の事例のような強調したい成功がある一方で、CI 会員は、将来の金融サービスにおける意義ある挑戦を計画している。想定される重要なテーマや各国の進展状況について以下、その概略を紹介する。

7-1、独立した機関のアドバイスの不足、利害の対立

*オランダ；Consumentenbond の圧力によって、保険業界におけるある種のボーナスは抑制されており、委員会も公開しなければならなくなった。

*ドイツとイギリス；VZBV と Which?は、奨励金についても同様の対策をおこなうように要請している。

*ベニン；LDCB は豊かな国だけでの問題ではなく、同国の消費者に対して独立した機関によるアドバイスが必要なことを明らかにし、また、広範に存在する不安に焦点を絞りこんだアドバイスや、消費者になじみの少ない新しい金融サービスの保有が、新興国市場でリスクが高いことをアドバイスする必要性を取り上げている。

*ロシアとセルビア；こうした新しい金融サービスの馴染みのなさに対応して、Konfop は世界銀行と共同で金融レテラシーについてのプログラムを開発しており、またセルビア消費者協会は、消費者情報を普及するためのボランティアのトレーニングを行っている。

7-2、不当な契約条件

これは世界的な課題で、とりわけ、ひとつの国内でも、また、国と国との間でも矛盾している。

*ラテンアメリカ；この地域の CI 会員間の協力により、多国籍銀行は、その本部がある EU では違法な活動を、途上国で行っていることを明らかにした。もっとも明白な事例は、信用契約条件の事前公開をしていないことである。

7-3、サービスへのアクセス

*欧州と北アメリカ；フランスやアメリカのようないくつかの豊かな国では、きわめて貧しい層の間でマイクロクレジットが発展してきている。

*西アフリカ；開発途上国が注目しているのは「正規な」金融サービスが存在しないことである。ベニンの LDCB は、「社会的支援基金」の開発キャンペーンを展開している。ガボンの SOS Consommateurs は、アフリカ大陸で急速に開発が進んでいる普遍的に利用できる貯蓄銀行の設立や、マイクロクレジットについての詳細な調査を呼びかけている。

7-4、「非公式」なクレジットのコスト

*フィジーと香港；多くの CI 会員は、小規模の貸金業者の過剰な料金と精力的に戦っている。CCF は、消費者に対して登録された貸金業者からのみ借金するように、また、それでも注意して利用するように呼びかけている。HKCC は、無登録貸金業者に関する報告書を発表している。

*イギリスとデンマーク；イギリスの NCC は、公正取引委員会が貸金業者の個別訪問事業を調査するように要請した。デンマークの DCC は、新しい技術革新の SMS などによりさらに拡大してきている、また社会に深く根付いているペイデイ（給料日）ローンの規制を要求するキャンペーンを展開している。

7-5、責任のある借金と貸金

*ボツワナとフランスのような異なる国々で、CI 会員は、クレジットに関して消費者の返済能力の調査を行う必要性を呼びかけている。

*デンマークの DDC は、ベルギーのように信用評価が消費者信用契約の前提条件となっていることを見習うべきと指摘している。

8. 結論

世界中の消費者団体が金融サービスの分野で様々な革新的な活動を展開しているのは明白である。これらの活動には、商品比較テストから議員へのロビーイング、また、法廷での論争から貧しい隣人を集めてのタウンミーティングなど様々である。こうした活動から生まれ、また明らかとなってきたのは多くの課題が相互に関連していることである。開発途上国の消費者が悩んでいる問題は、例えば、クレジットカードの不当な契約条件のように、通常、豊かな国にも関わるものである。同様に、豊かな国の消費者は、マイクロクレジットのような新しいサービスの開発が必要にもかかわらず、こうした課題へのアクセスの不備に悩んでいる。国々間の格差も大きな問題である。

開発途上国が、単純に豊かな国々の異彩を放つ金融サービス市場に追いつくことやその変遷に追従することは、決して公正なことではない。

事実、途上国でも、いくつかの金融サービスでの先進事例が存在する。広く知られている先進事例のひとつはマイクロクレジットで、南アジアで広く普及し、サブサハラ・アフリカで成長中である。しかし、公的な利率が低くないこともあり、批判者が問題点と指摘している。ベニンの LDCB は、不当な契約条件についても批判している。マイクロクレジットは、一般的に消費というよりも生産部門が想定されており、協定書では、必要以上に厳格につくられている。各国の CI 会員は、フランスとブラジルが違うように各国の状況には違いがあり、そのサブセクターの研究から開始している。

アフリカでは、携帯電話による驚異的な資金転送の増加が見られる。マイクロバンキングにおいてもこの手段の利用を検討することは、アフリカでの携帯電話の急激な普及を考慮すると無駄ではないと考える。携帯電話が固定電話設備の開発を無意味にしたように、この方法によるリープフロッピング（途上国が自国の技術的發展段階を超えて最先端技術を

利用すること)で、低スピードな銀行のインフラ整備を乗り越えるであろう。

広く普及している見識に反して、マイクロ・サービスは、信用と結びつける必要はない。マイクロ・モバイル・バンキングとマイクロクレジットは、貧しい国で発展しているのであり、多分、マイクロ・インシュランスでも同様である。保険と環境、自然災害予防の関連を調査する興味深いリンクも存在する。アメリカとヨーロッパの保険会社は車の安全に関するスポンサーとなり、保険金の支払いを少なくすることができた。同様に自然災害保険も保険基金を開発することで、自然保護への関心を喚起し、または家庭と暮らしを破壊する水害、地すべり、水不足を予防する植林などを実施することができるであろう。

金融危機においては、幾人かの金融サービスに投資した「上流」とされる金持ちの人たちは、個人的にも、集団的にも悲惨な無知を示したし、多くの人々を荒廃に導いた。逆に、貧しい人々の中の金融に対する高い品位については過小評価されてきた。

金融アクセスイニシアティブ (Financial Access Initiative) が発行した「貧しい人の有価証券」は、インド、バングラデシュ、南アフリカの貧しい 250 世帯を 1 年間にわたり研究したものである。研究者が発見したのは、すべての家族が 1 年間を通して 4 種類の金融手段を利用し、農村世帯では、年末の資産価値の 10~30 倍に匹敵するキャッシュフロー総額を持っていた。まさに複雑な取引 (貯蓄クラブ、銀行、公式・非公式な金融機関、貯蓄と借金) を考慮すると貧しい者は、金融に無知という考えを覆すものである。実際、金銭の総額は、豊かな人間の取引額よりきわめて少ないが、この中の幾人かは、CI 会員の中の金融専門家の基本資格と同レベルである。例えば、インドの「消費者の統一と信頼のある社会・CUTS」は、投資者協会および小規模農村投資アドバイザーとして登録されている。また、CUTS は、ラジャースタンで投資者を保護する 10 の計画を運営している。

この記述の際に、豊かな国で時代遅れといわれていた過去の課題がよみがえってきた。この事例のひとつが利子率の上限を定める規制で、フランスとベルギーの CI 会員が強力に擁護してきた。金融の破綻は、フランスとベルギーで法律による銀行口座の権利といった広範囲な概念の検討の機会をもたらした。伝統的な「国民」銀行の役割を、この観点から、広く普及した組織網というメリットによって、精査の対照としてきたのである。しかし、フランス、ドイツ、イギリスでは、国民的貯金、ないし郵便銀行はその基盤を失っている。いくつかのケースで、とりわけフランスでは、こうした組織は、明白にその社会的ミッションを失っているが、いまだ、社会的な認識は、逆となっている。

郵便銀行は、アフリカやアジアの多くの国々では国民的サービスとして最も身近な組織である。しかし、開発途上国でマイクロ・サービスを開発・確立するためにリープフロッピングにより、すべての人々に利用可能な物理的ネットワークの確立に何年もの骨の折れる過程を省略することが可能だろうか？ これに対する決定的な「回答」は多分無いだろうが、ユニバーサルサービスが考慮され、確立されるなら、そして、もっとも貧しい人々がこれに包含されるなら、強力で柔軟性に富むモデルが開発され、国際消費者運動は、豊富な経験によってこの推進に貢献し、また、専門性を発揮することになるであろう。