

事業番号 2021 - 消費 - 20 - 0010

令和3年度行政事業レビューシート ( 消費者庁 )

事業名	消費者教育・普及啓発			担当部局庁	消費者庁	作成責任者	
事業開始年度	平成21年度	事業終了 (予定)年度	終了予定なし	担当課室	消費者教育推進課	課長 吉村 紀一郎	
会計区分	一般会計						
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	消費者教育の推進に関する法律 第3条、4条、8条、9条、11条、12条、13条、15条、16条、17条、18条、19条			関係する 計画、通知等	消費者基本計画 第5章 4. 消費者基本計画工程表 施策番号IV(1)①~④		
主要政策・施策	-			主要経費	その他の事項経費		
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	消費者利益の擁護及び増進の観点から、消費者被害に遭わないことに加え、社会の持続可能な発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図る。						
事業概要 (5行程度以内。 別添可)	<p>上記事業の目的を達成するため、以下の取組を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○若年者を対象として、消費者教育教材である「社会への扉」等の教材を用いた実践的な消費者教育を実施(教師用解説書、活用事例集、動画教材、確認シート、パワーポイント版等のツールの提供を含む。)</li> <li>○消費者教育の基盤整備として、関連の教材や実践事例等に関する情報等を集約した消費者教育ポータルサイトの充実と活用を促進</li> <li>○「消費者教育推進会議」において、全世代における体系的な消費者教育の推進、社会のデジタル化に対応した消費者教育の推進に向けた課題等を検討</li> <li>○障害者に対する消費者教育の基盤整備として、特別支援学校向け消費者教育教材等を開発・検討</li> <li>○毎年5月を「消費者月間」として、消費者団体、事業者、行政等が一体となって消費者問題に関する事業を集中的に実施</li> <li>○消費者支援活動に顕著な功績があった者を表彰する「消費者支援功労者表彰」を実施</li> </ul>						
実施方法	直接実施、委託・請負						
予算額・ 執行額 (単位:百万円)		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度要求	
	予算 の 状 況	当初予算	57	44	77	101	87
		補正予算	-	-	-	-	-
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-	-
		予備費等	7	-	-	-	-
	計	64	44	77	101	87	
	執行額	64	34	48			
執行率(%)	100%	77%	62%				
当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)	112%	77%	62%				
令和3・4年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目	令和3年度当初予算	令和4年度要求	主な増減理由			
	政策調査費	62	92	消費者教育・普及啓発の更なる充実のため新たな事業項目を要求に追加したため。			
	情報処理業務庁費	32	0				
	委員等旅費	3	1				
	委員手当	3	0				
	職員旅費	1	3				
	その他	0	12				
計	101	108					

成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度
							- 年度	- 年度
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	「社会への扉」で取り扱っている内容について、若年者の理解度を把握し、その向上を目指す。	「社会への扉」で取り扱っている内容に関する理解度	成果実績	-	-	-	-	-
			目標値	-	-	-	-	-
			達成度	%	-	-	-	-
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)	令和3年度に調査予定。							
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度
							- 年度	- 年度
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	専門家の活用の広がりとして、学校向け出前講座の実施状況を把握し、その実施回数の増加を目指す。	専門家(外部講師)による学校向け出前講座の実施回数	成果実績	-	-	-	-	-
			目標値	-	-	-	-	-
			達成度	%	-	-	-	-
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)	令和3年度に調査予定。							
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度
							- 年度	- 年度
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	地域における消費者教育の担い手を支援するための情報インフラとして、消費者教育ポータルサイトの活用促進を目指す。	消費者教育ポータルサイトへのアクセス件数	成果実績	件	1,981,195	1,490,866	1,232,306	-
			目標値	件	10,614,115	1,485,976	2,080,366	-
			達成度	%	19	100	59	-
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)	-							
成果目標及び成果実績(アウトカム)欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙1】に記載							チェック	<input checked="" type="checkbox"/>
定量的な 成果目標 の設定が	定量的な目標が設定できない理由			定性的な成果目標と平成30～令和2年度の達成状況・実績				
	(アウトカムについては測定指標を検討中であるところ、定性的な成果目標及び代替指標について記載する。)			消費者被害に遭わない自立した消費者を育成するため、消費者教育教材の普及による、若年者への実践的な消費者教育の授業等を促進する。消費者教育教材「社会への扉」等を活用した実践的な授業を70%以上の高校等で実施した都道府県数は、平成30年度は6(国公立高校等に限れば13)、令和元年度は28(国公立高校等に限れば38)、令和2年度は45(国公立高校等に限れば47)であった。				

活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度 活動見込	4年度 活動見込
	消費者教育推進会議開催回数	活動実績		回	9	7	9	-
当初見込み			回	8	8	8	-	-
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度 活動見込	4年度 活動見込
	消費者教育教材「社会への扉」の発送部数	活動実績		部	422,056	1,086,757	1,357,962	-
当初見込み			部	-	-	-	-	-
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度 活動見込	4年度 活動見込
	消費者月間ポスターの発送部数	活動実績		部	7,415	7,029	6,878	-
当初見込み			部	6,515	7,415	7,029	-	-
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度 活動見込	4年度 活動見込
	消費者月間ポスターの申込件数	活動実績		件	460	422	271	-
当初見込み			件	534	460	422	-	-
単位当たり コスト	算出根拠		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度活動見込	
	消費者教育教材「社会への扉」の印刷、梱包発送費用 ／印刷部数	単位当たり コスト		円	15	11	10	-
計算式			百万円/百万部数	22.9/1.5	13.0/1.2	14.2/1.4	-	
単位当たり コスト	算出根拠		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度活動見込	
	情報処理業務庁費／主なシステム変更件数	単位当たり コスト		百万円	1.7	-	1	-
計算式			百万円/箇所	5.2/3	-	1/1	-	
単位当たり コスト	算出根拠		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度活動見込	
	消費者教育推進会議事務費(謝金、旅費等)／開催回数	単位当たり コスト		百万円	0.3	0.5	0.1	-
計算式			百万円/回	3.0/9	3.2/7	1.1/9	-	
単位当たり コスト	算出根拠		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度活動見込	
	消費者月間ポスターの梱包発送費用／発送部数	単位当たり コスト		円	64.1	56.4	50.3	-
計算式			千円/部数	475.1/7,415	396.3/7,029	346.1/6,878	-	

政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策	消費者政策の推進							
	施策	消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進							
	測定指標	定量的指標		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標 - 年度	目標年度 - 年度
		「社会への扉」で取り扱っている内容に関する理解度	実績値	-	-	-	-	-	-
			目標値	-	-	-	-	-	-
		定量的指標		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標 - 年度	目標年度 - 年度
		消費者教育ポータルサイトへのアクセス件数	実績値	件	1,981,195	1,490,866	1,232,306	-	-
			目標値	件	10,614,115	1,485,976	2,080,366	-	-
	本事業の成果と上位施策・測定指標との関係								
	消費者の安全・安心を確保するとともに、消費者問題への理解増進や社会の発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図ることは重要であり、本事業の実施によって迅速かつ有効な施策を講ずることは、上位施策における目標を達成する上で大きく貢献する。								

事業所管部局による点検・改善

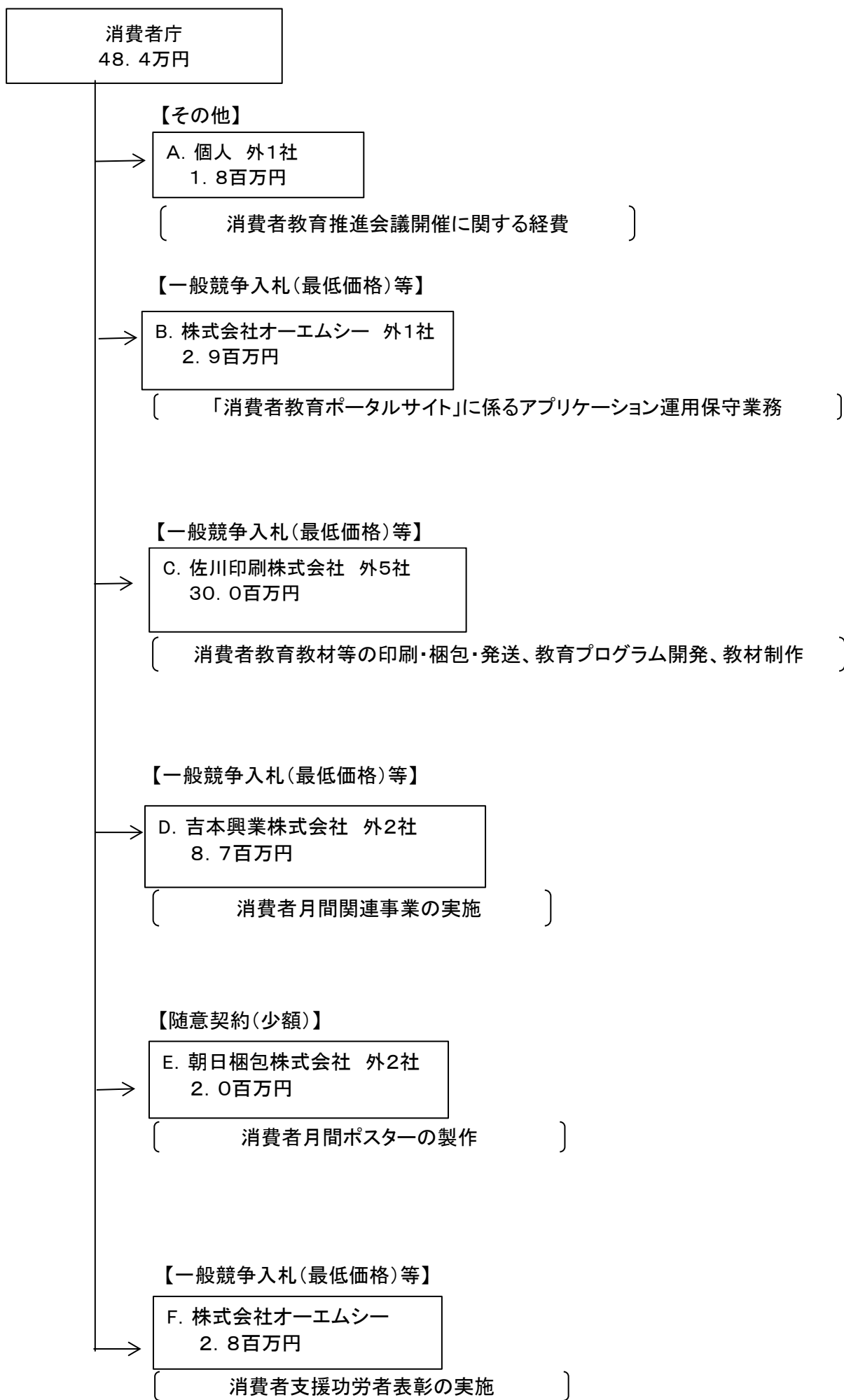
	項目	評価	評価に関する説明
国費投入の必要性	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。	○	消費者被害に遭わないことに加え、社会の持続可能な発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図ることは重要であり、国民や社会のニーズを的確に反映している。
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。	○	消費者教育教材は、地方公共団体を含めて作成されている例があるものの、他の地方公共団体では使用されにくく、また民間団体等で作成されたものは、有料のものもあり、かつ使用されにくい傾向にある。加えて、消費者問題に関する啓発・教育等の事業は、地方公共団体を含む各主体において実施されているものの、全国的かつ集中的な取組を実施する観点から、本事業は、国として実施すべき事業である。
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。	○	消費者被害に遭わないことに加え、社会の持続可能な発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図るための達成手段として、必要かつ適切な事業であり、優先度は高い。

	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。	○	原則として、一般競争入札となっている。少額随契のものについても、見積合わせにより競争性を確保している。
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。	無	
	競争性のない随意契約となったものはないか。	無	
事業の効率性	受益者との負担関係は妥当であるか。	○	社会の持続可能な発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図るとともに、消費者問題への理解増進に向けた啓発を図るため、国が実施すべき事業であることから、受益者との負担関係は妥当である。
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。	○	原則として、一般競争入札により調達しており、競争性を確保することで、経費の効率化に努めていることから単位当たりコストは妥当である。
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。	-	-
	費目・用途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	○	社会の持続可能な発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図るとともに、消費者問題への理解増進に向けた啓発を図る目的の達成のための、教材作成・発送費、ポータルサイトの保守運用費、啓発ポスター制作費等となっており、受益者との負担関係は妥当である。
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	-	-
	繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	-	-
	その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。	○	教材の配布に関しては、意向調査を基に部数を決定するなど、効率化を図っている。また、会議に関しては、庁舎内で実施し、低コストでの運営を行っている。
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。	○	消費者教育教材の普及による実践的な消費者教育の促進については活用促進の働き掛けを行っており、「社会への扉」の発送件数も前年度と比して27万件増加している。また、消費者庁ウェブサイト「消費者への普及啓発」ページのアクセス数も着実に増加しており、成果目標に見合ったものである。
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。	○	各地方公共団体、民間団体等でも実施しているが、有料であったり、当該地方公共団体、民間団体等でのみ使用されているため、広く普及させるためには、国で実施することが効果的である。 また、消費者教育の普及に当たっては、SNS等の活用を通じ、より効果的かつ低コストで実施している。
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	○	消費者教育推進会議開催回数については、平成30年3月に変更した基本方針「当面の重点事項」に基づき、全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会及び社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会を運営し、必要な施策の検討を行っており、見込みに見合ったものである。また、消費者月間ポスターの発送部数は、前年度の実績を踏まえて検討を行っており、活動実績は見込みに見合ったものである。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	作成した成果物については、消費者庁ウェブサイト公表し、消費者教育・普及啓発の周知働き掛けに活用している。

関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載)		-
	所管府省名	事業番号	事業名
点検・改善結果	点検結果	消費者教育の推進及び普及啓発に関する事業において、業者に委託して行うものは、原則として一般競争入札を行い、透明性、公平性を確保している。 消費者教育については、全国の高校等で広く授業を行ってもらえるよう、新たに「社会への扉」確認シートや新型コロナウイルス感染症の影響も踏まえ動画教材を作成したほか、特別支援学校向け教材の開発に取り組んだ。また、消費者庁ウェブサイトやポータルサイト、SNSなどを幅広く活用し、効率的な普及啓発に努めた。	
	改善の方向性	引き続き効率的な執行に努め、事業の優先順位を見極めつつ実行してまいりたい。	
<b>外部有識者の所見</b>			
<b>行政事業レビュー推進チームの所見</b>			
現状通り	消費者教育が重要であることには論を待たないが、事業の成果を創出し、更にはその成果を測定した上で次につなげるための指標の設定等には(既に検討を進めているとおり)工夫の余地があると考えられるため、継続的な検討を行うこと。 執行率の改善(向上)に向けた取組を検討・実施すること。		
<b>所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況</b>			
現状通り	より効率的な消費者教育・普及啓発の実施に向けて、アウトカム指標の設定等について、検討を進めてまいりたい。		
<b>備考</b>			
<b>関連する過去のレビューシートの事業番号</b>			
平成22年度			
平成23年度	0002,0018,0019,0020,0021,0022,0023		
平成24年度	0007		
平成25年度	0007		
平成26年度	0008		
平成27年度	0008		
平成28年度	0008		
平成29年度	0008		
平成30年度	0007		
令和元年度	消費者庁 - 0008		
令和2年度	消費者庁 - 0012	消費者庁 - 0014	

※令和2年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。

資金の流れ  
(資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)  
(単位: 百万円)



費目・使途 （「資金の流れ」に おいてブロックご とに最大の金額 が支出されている 者について記載 する。費目と使途 の双方で実情が 分かるように記 載）	A.個人			B.株式会社オーエムシー		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	職員旅費	消費者教育推進会議開催に関する経費	1.4	情報処理業務 庁費	消費者教育ポータルサイトの見直しに向け た検討会運営事業	1.5
				情報処理業務 庁費	「消費者教育ポータルサイト」にかかるリンク 切れ更新業務	1
	計		1.4	計		2.5
	C.佐川印刷株式会社			D.吉本興業株式会社		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	消費者政策調 査費	消費者教育教材「社会への扉」及び同教材 教師用解説書等の印刷業務	10.2	消費者政策調 査費	令和3年度「消費者月間」に係る広報用動 画制作及び当該動画に係る啓発に関する 業務	7.6
	消費者政策調 査費	消費者教育教材「社会への扉」及び教材教 師用解説書の増刷業務	0.8			
	計		11	計		7.6
E.朝日梱包株式会社			F.株式会社オーエムシー			
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)	
消費者政策調 査費	令和3年度「消費者月間」ポスターの梱包・ 発送	1	消費者政策調 査費	令和3年度消費者支援功労者表彰等(選 考)の運営支援業務	2.3	
消費者政策調 査費	令和2年度「消費者月間」ポスターの梱包・ 発送	0.4	消費者政策調 査費	令和2年度消費者支援功労者表彰等運営 業務	0.5	
計		1.4	計		2.8	
費目・使途欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙2】に記載						チェック

#### 支出先上位10者リスト

A.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	個人	-	消費者教育推進会議の開 催に係る手当	1.4	その他	-	-	
2	扶桑速記印刷株式 会社	9010001027784	速記料	0.3	その他	-	-	
3	個人	-	消費者教育推進会議の開 催に係る旅費	0.1	その他	-	-	

B

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社オーエム シー	9011101039249	消費者教育ポータルサイト の見直しに向けた検討会 運営事業	1.5	一般競争契約 (最低価格)	2	-	
2	株式会社オーエム シー	9011101039249	「消費者教育ポータルサイ ト」にかかるリンク切れ更新 業務	1	随意契約 (少額)	-	-	
3	トランコムITS株式 会社	1180001031777	「消費者教育ポータルサイ ト」に係るアプリケーション 運用保守業務	0.5	一般競争契約 (最低価格)	3	-	



C

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	佐川印刷株式会社	7130001030118	「社会への扉」及び教材教師用解説書等の印刷業務	10.2	一般競争契約 (最低価格)	9	--	
2	株式会社オーエムシー	9011101039249	アクティブラーニング型の消費者教育プログラム開発事業	5.5	一般競争契約 (最低価格)	2	--	
3	株式会社イエローツーカンパニー	3011001002097	消費者教育啓発等の動画制作及び当該動画に係る啓発の提案業務	4	一般競争契約 (総合評価)	5	--	
4	株式会社ペア	1012301009957	「社会への扉」及び教材教師用解説書等の梱包及び発送業務	3.6	一般競争契約 (最低価格)	9	--	
5	株式会社オーエムシー	9011101039249	特別支援学校向け消費者教育用教材等の制作事業	3.2	一般競争契約 (最低価格)	2	--	
6	株式会社NTTドコモ	1010001067912	「社会への扉」オンライン授業動画～解説動画の作成並びに配信業務	1	随意契約 (少額)	-	--	
7	佐川印刷株式会社	7130001030118	消費者教育教材「社会への扉」及び教材教師用解説書の増刷業務	0.8	随意契約 (少額)	-	--	
8	株式会社イエローツーカンパニー	3011001002097	「成年年齢引下げ等に係る啓発資料」のデザインデータ作成業務	0.8	随意契約 (少額)	-	--	
9	株式会社ネオマーケティング	4011001046358	「新型コロナウイルス感染症～消費者行動」に関する消費者意識調査(調査及び集計)	0.4	随意契約 (少額)	-	--	
10	株式会社オーエムシー	9011101039249	「消費者教育コーディネーター会議」の運営等支援業務	0.4	随意契約 (少額)	-	--	

D

	支出先	法人番号	業務概要	支出額	契約方式等	入札者数	落札率	一者応札・一者応募又は
1	吉本興業株式会社	2120001126730	令和3年度「消費者月間」に係る広報用動画制作及び当該動画に係る啓発に関する業務	7.6	一般競争契約 (総合評価)	3	--	
2	株式会社スミエデザインラボ	1011001069923	令和2年度消費者月間一言メッセージ動画制作業務	0.8	随意契約 (少額)	-	--	
3	稲木商工株式会社	1010501000769	消費者月間啓発用懸垂幕掲出業務	0.3	随意契約 (少額)	-	--	

E

	支出先	法人番号	業務概要	支出額	契約方式等	入札者数	落札率	一者応札・一者応募又は
1	朝日梱包株式会社	9010601040880	令和3年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送	1	随意契約 (少額)	-	--	
2	株式会社アイワエンタープライズ	1010401050798	令和3年度「消費者月間」ポスターの制作、印刷	0.6	随意契約 (少額)	-	--	
3	朝日梱包株式会社	9010601040880	令和2年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送	0.4	随意契約 (少額)	-	--	
4	株式会社メトロアドエージェンシー	1010401067272	令和2年度「消費者月間」ポスター貼りに係る作業	0.1	随意契約 (少額)	-	--	

F

	支出先	法人番号	業務概要	支出額	契約方式等	入札者数	落札率	一者応札・一者応募又は
1	株式会社オーエムシー	9011101039249	令和3年度消費者支援功労者表彰等(選考)の運営支援業務	2.3	一般競争契約 (最低価格)	4	--	
2	株式会社オーエムシー	9011101039249	令和2年度消費者支援功労者表彰等運営業務	0.5	随意契約 (少額)	-	--	

支出先上位10者リスト欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙3】に記載

チェック

成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度	
							-年度	-年度	
消費者問題に関する啓発・教育等の事業を実施する主体・担い手を広げるために、関連ページのアクセス数の増加を目指す。		消費者庁ウェブサイト「消費者への普及啓発」ページのアクセス数	成果実績	件	974,873	1,247,024	1,268,434	-	-
			目標値	件	-	-	-	-	-
			達成度	%	-	-	-	-	-
根拠として用いた統計・データ名(出典)									
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度	
							-年度	-年度	
			成果実績						
			目標値						
			達成度	%					
根拠として用いた統計・データ名(出典)									
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度	
							-年度	-年度	
			成果実績						
			目標値						
			達成度	%					
根拠として用いた統計・データ名(出典)									
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度	
							-年度	-年度	
			成果実績						
			目標値						
			達成度	%					
根拠として用いた統計・データ名(出典)									
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度	
							-年度	-年度	
			成果実績						
			目標値						
			達成度	%					
根拠として用いた統計・データ名(出典)									
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度	
							-年度	-年度	
			成果実績						
			目標値						
			達成度	%					
根拠として用いた統計・データ名(出典)									
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度	
							-年度	-年度	
			成果実績						
			目標値						
			達成度	%					
根拠として用いた統計・データ名(出典)									
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度	
							-年度	-年度	
			成果実績						
			目標値						
			達成度	%					
根拠として用いた統計・データ名(出典)									