

第18回弁護士業務改革シンポジウム

第4分科会

弁護士紹介制度の現状と未来を考える

反 訳

2013年11月8日(金)

日本弁護士連合会

司会（辻村） おはようございます。定刻を少し過ぎましたので、始めさせていただきます。
本日は、数ある分科会の中、第4分科会「弁護士紹介制度の現状と未来を考える」にご来場
いただきまして、まことにありがとうございます。

私は、大阪弁護士会の弁護士業務改革委員会所属の55期の辻村幸宏と申します。若輩者では
ございますが、本日は総合司会ということで一日お世話になります。拙い司会ではございませ
が、どうか最後までおつき合いをよろしく願います。（拍手）

それでは、プログラムの中に入ります前に、第4分科会分科会長より開会のご挨拶をさせ
ていただきます。本年度大阪弁護士会業務改革委員会委員長、日弁連業務改革委員会の弁護士
紹介制度PT座長でもあります竹岡富美男より開会のご挨拶をさせていただきます。

それでは、竹岡先生、願います。

竹岡分科会長 おはようございます。第4分科会によろこそ。

弁護士紹介制度の現状と未来を考えるというテーマでございますが、実は、きょう座談会に
も登場いただく生先生から、えらい古いテーマやなというふうに言われました。ネット社会で
情報を集めて物事を判断するというのはある意味国民の常識なわけですけれども、こういう弁
護士紹介制度の現状と未来を考えるというのは少しおくらしているのではないかというご指摘を
受けました。私もそう思います。

しかしながら、日弁連がこの問題に取り組むのは実は初めてなわけです。そういう意味で、
弁護士法の規制の問題もあってなかなか議論されなかった領域に今回切り込んでいくというこ
とでございます。

それと、業革の立場で申し上げますと、弁護士の業務環境、非常に厳しいものがございませ
う。全国の地方裁判所の事件数の推移を見ますと、この5年間ずっと下がり続けています。という
ことは弁護士の数がふえたからこういう環境になっているということでは必ずしもないわけ
です。その辺の原因を業革委員会としてはいろいろ検討しておるわけですけれども、その一つが、
やはり我々の利用者であります消費者が弁護士との間でミスマッチを起こしているのではない
かということでございます。

21世紀初頭に、我々は公益活動をやる、高い倫理と高い知識を持った弁護士、これが21世紀
の弁護士像だというふうに提案しました。しかしながら、そのとき市場というものをあるいは
利用者というものを明確に意識せずに我々の未来像を語ったわけでありませう。そういった意味
で、きょうは利用者の立場から、消費者ニーズの立場から言うと弁護士、弁護士業界にもっと
こうあってほしい、紹介制度はこうあってほしいということを赤裸々に出して行って、これが

らの紹介制度のありようについて議論をしてみたいなというふうに思います。

特に、この後ご講演をいただく武士侯先生には、この数年来いろいろ弁護士業界のことについてご相談しながらやってまいりました。これからの弁護士は、市場というものをまず認めた上でその市場ニーズにいかに応えるかというのが我々の課題だということをご提案いただける予定でございます。

その後、紹介制度に係る現状分析から韓国あるいはアメリカの紹介制度の実情等を踏まえまして、特にきょうは利用者ご本人あるいは登録されている弁護士さん、あるいはこういうサイトを運営されている業者の方にもこの部会には参加いただいております。そういう方々の意見も踏まえながら、最後パネルディスカッションをしたいというふうに思います。

タイトルは保守的でございますけれども、中身は未来を語るということで、我々業界にとって大変重要な内容を議論したいというふうに思っておりますので、どうか一日よろしくお願ひしたいと思います。（拍手）

司会（辻村） 竹岡先生，ありがとうございました。

それでは、第1部のご講演に入ります前に、少しお時間をお借りして、資料の確認をさせていただきたいと思っております。お手元の紙袋の中に資料が入っております。この3枚ものの進行予定が基本になりますが、きょう時間配分などは若干の移動がありますので、ご参考までにご覧いただければと思います。

第1部のご講演をいただいた後、午前中の予定としましては、第2部に2人の分科会の委員から弁護士紹介制度の現状と規制の概要についての基調報告があります。

お昼休みを挟んで午後1時から再開しまして、午後は3人の分科会メンバーからマッチングサイトの実態につき報告をさせていただきます。その後に1時40分ごろからになると思っておりますが、第一東京弁護士会の長谷川先生を司会に、事業者、利用者、登録弁護士をお迎えした座談会を開催いたします。多分休憩を挟ませていただくとありますが、午後2時40分ごろから第4部のパネルディスカッションに移ります。

次に、資料のほうをご確認ください。

このカラーの表紙の分厚い資料になりますけれども、こちらの163ページ以降が当分科会に関連する資料になります。基本的には発表の順番に並んでおりますので、プログラムに合わせてご確認くださいと思います。

もう一つの資料が、本心配付させていただきましたホッチキスでとじている第4分科会配付資料というものになります。こちらを適宜参照いただきながらお聞きいただければと思います。

この2つが基本的な資料になります。付属のCDが冊子についておりますが、こちらに本分科会で収集した資料が入っております。こちらは興味に合わせ後に事務所等でご確認いただければと思います。説明が長くなり失礼いたしました。

では、早速第1部のご講演に入りたいと思います。

ご講演いただきますのは、福岡大学法学部の武士俣敦教授です。

武士俣教授は、福岡大学において弁護士プロフェッションの社会構造をテーマとして法社会学を研究しておられます。

本日の演題は、「変動期のプロフェッショナルリズム - 弁護士紹介制度の生成をめぐる」と題するものです。レジュメは、当日配付資料の4 - 1というものが基本になりますので、ご覧いただければと思います。

それでは、武士俣教授よろしくお願ひいたします。

武士俣氏 皆様、おはようございます。

私、今ご紹介いただきました福岡大学法学部におります武士俣というちょっと変わった名前でございますが、弁護士論あるいはプロフェッション論というものをずっと研究してまいりました。それできょうはその立場から弁護士紹介制度に絡めまして、トップバッターとしてお話をさせていただきます。どうぞよろしくお願ひいたします。

それでは、座らせていただきたいと思います。

私の話ですが、タイトルが変動期のプロフェッショナルリズム - 弁護士紹介制度の生成をめぐるということで、多分お手元にスライドの資料が……

司会（辻村） 配付資料の4 - 1というものです。

武士俣氏 そこにスライドが資料として載っているかと思いますが、これ若干変わっております。申しわけございません。画面上のスライドのほうが改訂版でございますので、そちらに即して話をしていきたいと思っております、申しわけございません。

まず、時間も押しておりますので、手っ取り早くかつわかりやすくということで心がけたいと思いますが、私の話は、基本的には弁護士紹介制度の具体的な内容がどうなのかという話に入る手前の、制度の見方とか考え方、その根拠は何なのかといったやや抽象的、一般的なレベルの話になりますので、その点ご了承いただければと思います。

それで、今スライドに出ておりますのが報告目次になりますが、これはちょっとはしょりまして、次のページに進みます。

まず、弁護士紹介制度というテーマですけれども、これは大げさに言えばその根拠は、大き

な世界的な動きの中で位置づけて捉えていく必要があると言わなければなりません。弁護士制度というのが世界的に日本を含めて大きく変容してきている。これは皆様方も、この日本で言えば司法制度改革の中で弁護士制度も大きく変わっていったということで、既にそれはご存じかとは思いますが、これは日本に限らず世界的な動きです。一言で言えば規制緩和ということになるかと思えます。これが大きな世界的な流れであるわけです。

この世界的な流れをつくり出した一つの大きな契機というのが、皆さんもご存じかと思えますが、アメリカで弁護士広告の解禁をもたらした連邦最高裁のB a t e s 判決と言われるものです。この判決が何をしたかと言えば、伝統的な意味でのプロフェッションあるいはプロフェッショナルリズムというものの考え方を転換させる大きな力になったということです。

この判決についてはいろいろ議論ありますけれども、この重要なポイントが何であったかと言えば、私に言わせれば3点あります。

1点目は、弁護士の私益性の承認ということです。スライドにはこの点に関するB a t e s 判決の法廷意見の抜粋を載せています。この私益性の承認ということについて、「所論は、その核心において、弁護士が生計の資を稼ぐという実生活上の事実を弁護士自身、及びクライアントから隠さなければならないということを前提としている」とあります。ここで従来 of 弁護士広告禁止論の前提を否定しています。私はこの部分を非常に気に入っています。稼ぐことがなぜいのか、それを隠さなければいけないのかとっているわけで、つまり従来は隠してきたということを指摘しています。

第2点目が、パターナリズム批判というポイントでして、一般の国民、公衆に弁護士の十分な情報を与えるより隠しておくほうがいいのだという考え方に基づいているという批判をしまして、これを覆す。

それから3点目が、クライアントというのは消費者なんだと、十分情報を与えて彼ら自身が購入すべきサービスを決定するんだと、意思決定の主体になるんだという考え方を示した。

この3点が重要なポイントであったと思えます。

これによって広告というものが解禁され、広告に限らず多くの点で弁護士制度の規制が緩和されていくということになります。

日本に目を向けますと、日本でも弁護士制度の規制緩和が進んでおるわけです。日本を見ますと、ここには大きく2つの流れが見てとれる。

1つは、政府の規制改革委員会がずっと長い間弁護士制度にも焦点を当てながら規制緩和を提言してきておりました。この規制改革というのは、実は日本だけの話ではなく、O E C Dの

政策提言を受けた国際的な動向の中で日本の規制改革というものも行われてきた。現在も続いていますけれども、それが1点。

それともう一つの流れが、ご存じの司法制度改革審議会意見書の観点からの規制緩和です。ここでは規制改革という経済政策原理にもとづくのではなく、公共的存在の説明責任という観点から結果的に弁護士制度の規制緩和が帰結していったということができると思います。

この2つが交錯しながら日本の弁護士制度の規制緩和というものが進んできたということでもあります。

私が見る限り、弁護士会は、その規制緩和の是非を議論するにあたり、これを根拠づけるキーワードとしてプロフェッションという言葉に非常に強調しているわけです。司法制度改革審議会の意見書の中でも6カ所ぐらい、プロフェッションという言葉が使われております。今、弁護士会が弁護士制度に関する政策に関して賛成なり反対なりの意見書をいろいろ出しておりますけれども、その中で弁護士はプロフェッションだからということが理由付けとして盛んに使われることは当たり前になってきています。そういう状況の中で規制緩和は進んできているということなんですね。

そこで、このプロフェッションであるという弁護士の自己規定ですが、これが言葉遣いとしてはもう常識的なものになっているとは思われますが、その理解が一体どうなのかということに少し検討したいと思います。現場で日々実務をされておる弁護士の皆様がどのような理解をされておられるのか、正確なところは私わかりませんが、一応私は学問的にはプロフェッション論を扱ってきている人間なものですから、何か講義みたいで申しわけないのですが、プロフェッションというものはどう考えたらいいかということについて、これまでの学術的な議論にもとづいて簡単に触れてみたいと思います。

プロフェッションの見方というものも単純ではなくて幾つかあるんですが、その1つが、今スライドで示している正統派理論と分類できる見方です。これは社会学の学派で言うと機能主義という学派の中から唱えられているものであります。簡単な記載ですが、この中で注意してもらいたいキーワードは、プロフェッションというものには重要な特質があるということで、それを示す学識、公共性・利他性、自律性・独立性、団体性といった性質です。

もう一つ注意したいのが、正統派理論によるプロフェッションの位置づけです。社会の維持にとってプロフェッションは、第一に官僚制が支配する国家、第二に市場、それとはまた別のもう一つの第三の枢要の装置であるという位置づけをします。だから、プロフェッションと市場とのかかわりをどう考えるかの一つの見方になります。プロフェッションを市場とどうつな

げるかというときの一つの立場がここに 있습니다。プロフェッションと市場とは違うんだというのが正統派理論の考えるプロフェッションです。

少し今の補足ですが、正統派理論というのは、実は法学的な理論と非常に親近性があります。ここでプロフェッションの法学的な理論というのは、有名なアメリカの法学者であるロスコー・パウンドが述べたいろんなところで頻繁に引用される定義のことです。これは非常に公共性を強調するプロフェッションの定義であり、正統派理論、すなわち機能主義社会学のいうプロフェッションと非常に親和的であります。これが伝統的なプロフェッション観であり、いいかえると、プロフェッションはかくあるべきという、現実の姿ではなく理想の姿を描いている規範的なモデルであるといえます。

それに対して、現実から見たプロフェッションの姿を理論化した理論があります。これが一口に批判理論というものになってくるわけですが、これにも二通りありまして、1つは、相互作用論という社会学の流れから出てきたプロフェッションの見方です。これは仕事の現場におけるプロフェッションとクライアントの関係を見ることによりモデル化されたプロフェッションの見方で、干渉を排して仕事をコントロールする権力をもち、クライアントに対して支配的な地位に立つのがプロフェッションだというちょっとシニカルな見方になります。機能主義学派はクライアントとの関係の面でも理想的なモデルを描いたのに対して、これは現場では実際そうではないということを経験化したものといえます。これが批判理論の一つであります。

批判理論のもう一つは、私が理論的には重視している見方で、集合行動論という立場からのプロフェッションの見方です。今、そのまとめをスライド上で示しておるのですが、プロフェッションの特徴として挙げている、アンダーラインを引いているところがあります。これがこの立場から見るプロフェッションのキーワードになります。

これによると、プロフェッションは専門的知識・能力のイデオロギーを動員し、それによって独占の維持と社会的上昇移動に成功している職業であるということです。知識を職業とする集団がひとつの集合体として示す市場コントロールと社会的地位の達成に向けた企図をプロフェッショナル・プロジェクト、あるいはプロフェッションのプロジェクトと呼び、これがこの理論の非常に重要なキーワードになっています。弁護士だけではなく、そういう知識を職業とする集団が市場というものを確保し、コントロールし、かつ単にそれだけではなくて社会的上昇移動、社会的地位の達成を目指して動いていくのがプロフェッションなんだということです。ラーソンというアメリカの有名な社会学者が英米の専門職業の歴史社会学的研究を踏まえた上で定式化したプロフェッションに関する理論です。私はこの理論を弁護士と市場の関

係を理論的に考察する際の有効な理論的枠組みと考えておりますので、後でまたふれたいと思います。

以上が、学問的にこれまで論じられてきたプロフェッションの見方を簡単にまとめたものがあります。

学問の世界とは別に、司法制度改革審議会意見書がやはり弁護士はプロフェッションだということを主張しているわけですが、司法制度改革審議会のプロフェッション観はどうなんだろうかということを中心に簡単にまとめてみました。まとめたというか、これは早野弁護士と谷弁護士による意見書の解説からの抜粋です。ちょっと文章が長いので読みませんが、アンダーラインを引いたところに着目していただきたい。

この解説では、「「意見」も、また、「公共奉仕の精神」あるいは公益性・公共性にプロフェッション性の本質的な要素を見るものといえよう」という指摘がなされています。公共性・公益性が本質だけれども、その上に「説明責任」を負うとも述べられています。そのことから弁護士制度改革が要求されることになり、それは結果的に部分的にせよ規制緩和という形で制度が帰結してくるということになるだろうと思いますが、基本的にこのようなプロフェッション観はやはり伝統的もしくは古典的なプロフェッション観だろうと私は思います。だから、そこには市場への言及はありません。

さて、プロフェッションの見方にはいろいろあるわけですが、伝統的あるいは古典的プロフェッション観、すなわち先ほど述べた機能主義社会学、あるいは法学的な意味でのプロフェッション観というものがだんだん現実と合わなくなっているという面がどうしてもあるだろう。そこで現に弁護士制度の変容というものが生じてきているわけです。この変容は恐らく日本よりもはるかにアメリカのほうが進んでいる。世界的にも進んでいる。

変容がどのようなあらわれ方をするのか、また、しているのかということアメリカの学者が議論をしておりましたので、簡単にそれを紹介したいと思います。クリツァーという現在アメリカで活躍中の法社会学者が、ポスト・プロフェSSIONナリズムという言葉を使いまして弁護士の変容を議論しています。その論文の中から、理論的説明とかははしりまして、アメリカにおける弁護士制度の変容はどのようなあらわれ方をしているのか、具体的事象を列挙してみました。

スライドではかなり小さい字で恐縮です。このスライドは多分印刷資料のほうに同じものが載っていると思いますので、そこを見ていただくといいと思います。どんなことが今アメリカで起きているかということということで、いろいろ上がっています。例えば、専門分化とその認

定、つまり専門弁護士認定制度ですね。これはアメリカではできておりますし、ヨーロッパでももうかなりできた。アジアでも韓国ではできた。日本はまだだという状況です。

それからMDPですね。ワンストップ・サービスといった異業種共同ということになります。これはアメリカでもまだ賛否両論でなかなか難しいところがありますが、そういう動きがあるということです。他にいろいろ羅列されていますが、本シンポのテーマに関係する事象も含まれていることにご留意ください。リストの真ん中ぐらいのところにインターネットによる弁護士広告、弁護士探索、紹介ということが挙がっております。こういう現実が進行中である。これについては後ほど現状報告の中でアメリカの報告があると思います。そちらに委ねたいと思います。

このように弁護士制度がどんどん変容している。その中の一つにまた弁護士紹介制度というものの発展も含まれてくるんだということが言えるだろうと思います。

それで、このような弁護士紹介制度等の発展を含めた弁護士制度の変容をどのように評価するかという話になってくるわけです。評価は単純化すれば、肯定的評価と否定的評価ということになります。

まず肯定的評価に目を向けると、脱プロフェッション化という概念を使って肯定的評価を唱えている代表的な学者が棚瀬孝雄元京都大学教授です。今は、中央大学教授で、弁護士事務所も開いておられますけれども、徹底した議論を展開された方です。脱プロフェッション化ということの意味については、スライドに引用してありますように、「それは、弁護士制度の変容に即してみれば、弁護士倫理がその呪術的効力を喪失して外部的な規制にとって代わられて行く過程である」というように述べられています。

他方、否定的評価に目を向けると、この弁護士制度の変容に対して、否定的と言い切っているのかどうかはわかりませんが、懸念を強調される立場の代表的な方が吉川精一弁護士です。この方は、このような弁護士制度の変容を「産業化」という言葉を使って表現されました。そのことは決して「産業化」を全面否定されているとは思えないんですが、かなり危惧を持ってこの言葉が使われていることは確かなようです。

弁護士制度の変容に対する肯定的評価と否定的評価はプロフェッショナリズムの機能の評価と対応しています。スライドでは、プロフェッショナリズムの機能をめぐる対照的評価ということで、棚瀬教授と吉川弁護士を代表させて対比してみました。棚瀬教授は、脱プロフェッション化という観点からかなりラディカルな主張をする。すなわち、プロフェッションという看板はおろせという、早い話がそういうところにつながっていきます。看板をなぜおろさなければ

ばいけないのかということ、それはプロフェッショナルを標榜することのイデオロギー作用があって、それがマイナスに作用しているという、そういう考えるからです。

他方で、吉川弁護士は、「産業化」というのが現実に進んでいる中で、プロフェッションを捨ててはいけない。そのイデオロギー作用をむしろ大事だと主張されるわけです。このプロフェッションのイデオロギーによって「産業化」を中和するのだという言い方をされまして、非常に評価される。捨てちゃいかんという。

ただ、この2つの対照的評価は、いずれにせよ伝統的なプロフェッション観を前提とした上での議論になっていると私には思われます。そうすると、そこから先我々はどうしたらいいのかという話になってくるわけです。

そこで、ここからは私なりの考え方になってきますが、現実にもまれるこの弁護士制度の変容というのは、必然的な社会の動きを背景とした不可避のものであるということを受け入れざるを得ない。そうであれば、変容を改革としてポジティブに位置づけていくためにはどうしたらいいのかということを考えざるを得ない。そうしたときには、プロフェッショナリズムそのものをやはり再構成、あるいは再構築していかざるを得ないのではないかと考えています。

棚瀬教授のいうように、プロフェッションを捨て去れというのは、これは弁護士の立場に立ったらちょっとそれはできないんじゃないか、プロフェッションはやはり標榜していかなくてはいけないのではないかと気がします。この点は、この後報告される元榮先生がよく「弁護士の矜持」という言葉をよく使われますが、それに関連すると思います。プロフェッションのイデオロギーは「弁護士の矜持」に通ずるところがあって、やはりそれを捨て去ることはできず、再構成をしていかざるを得ないだろう。

そうすると、どうしたらいいのか。プロフェッションをどういうふうにも再構成していくのかというとき、私の頭に浮かんでくるのは市場性ということです。弁護士業務の市場性の承認ということを正面から打ち出していく必要があるのではないかと。市場を肯定し、市場の中で生きていく弁護士プロフェッション、そういうプロフェッショナリズムというものを正面から打ち出していくべきではないか。

そのようなプロフェッションとはどういうプロフェッションなんだということになるわけですが、その理論的基礎づけとして、私は、先ほどプロフェッションの批判理論で取り上げたプロフェッショナル・プロジェクトの理論が有効性をもってくるのではないかと考えています。

この理論は、市場というものを取り込んでいる理論ですから、プロフェッションは、市場を確保しコントロールし、創出していく、そういう存在である。と同時に、それは先ほども言い

ましたように、社会的上昇移動、社会的地位の確立も目指して行くんですね。そのところでやはり倫理というものが出てくるわけで、社会的地位を達成したステータスのある人に倫理がないわけではない。倫理も同時に追求していかなければいけないわけです。

ただ、市場確保、市場コントロールなどと言うと、そんなのいいのかと、市場コントロールなど独禁法違反ではないかと、消費者の立場から見るとそうなるかもしれませんが、しかしこの理論が言っているのは社会学的な事実認識のことであり、善悪の価値評価ではありません。善悪の価値評価からいっても、市場の中に入って行って、それをコントロールしようとする事それ自体は、ルール違反であれば格別、必ずしも悪いことではないといえるのではないでしょう。

そのようにして、市場の中の弁護士プロフェッションというアイデアが出てくるわけですが、実はこういうことは私が初めて言っているわけではありません。代表的な論者としては、既に東京第二弁護士会で最高裁判事になられた那須弘平弁護士が早くから唱えていたものであります。ただし、私と那須弁護士の違いは、那須弁護士の議論は、誤解を恐れずにいえば、弁護士をそれなりにふやして競争環境をつくれれば自然とうまくいくんだというような、どうもそういう発想のような気がいたします。市場が重視されるのですけれども、その理論的基礎は、先ほど述べた正統派理論にあるように思います。私は正統派理論によって基礎づける立場ではないので、そこが違ふと考えます。細かい話になるのでこれ以上はここでは割愛させていただきます。

こうして、市場というものに正面から向き合っていく弁護士プロフェッションというものが日本で可能なのかという話になりますが、英米の場合は、最初から市場というものを織り込んでいます。ただそれはあからさまな市場の肯定ではなく、公共性の主張と市場の否定による弁護士倫理の言説を通じて、実際には市場の構築と支配を実現して行ったという棚瀬教授のすぐれた分析があります。

しかし、市場のあり方という点で日本はアメリカとは違います。スライドに日本の弁護士業務の市場診断ということで私なりの整理をしてみました。

弁護士業務の市場を、訴訟業務の市場、裁判外紛争業務の市場、それに予防法学業務の市場の3つに分けたときの市場診断というものを雑ばくなものですがしてみました。訴訟業務の市場というのは、これは売り手市場で、大体実感としてわかりなんでしょうが、弁護士界内部での競争はあるにしても、弁護士以外に訴訟業務はできないわけですから黙っていたって訴訟の仕事は来るわけでありまして、言ってみれば成熟した市場といえます。

ところが、裁判外紛争業務の市場についての私なりの診断ということになりますと、いろいろな調査研究を踏まえた上での暫定的ではありますが一応の結論なんですけれども、市場の不在というように私は診断しております。弁護士サービスの購買力も効用も弁護士利用と結びついていないという結論に至らざるを得ないのです。そうしますとお金がある人だから弁護士サービスを使うわけではないんです。

そういう結論になるのですけれども、それがなぜかという、弁護士サービス市場というものは、政治経済学的次元と社会学的次元という2つの次元を含んでいるからです。ちょっとわかりづらいかもしれませんが、とくに留意すべき社会学的次元というのは何かということ、こういうことです。すなわち、きわめて簡単にいえば、市場をつくるというのは、弁護士サービスの場合、それなりの努力が必要だということです。弁護士サービスの有用性は決して自明ではないのであって、お金を払ってでも買うに値するんだという有用性を社会的に構築していかなければ市場は形成されないということです。これが社会学的次元です。

この指摘は、海外の研究にもみられます。規制改革の検証をやって弁護士サービスがふえたか、アクセスが改善されたかということ必ずしもそういう結果は出ていません。そのときに指摘されたのが、このソシオロジカル・ディメンションということです。これは日本にも当てはまることだろうと思います。

だから、市場というものは社会的に構築していかなければいけない。それには弁護士総体としての集会的努力がどうしても必要になってくるだろうという気がするわけです。このあたり詳しく話しますと時間もかかりますので、後ほど時間があればということで先に進みます。

3つ目の予防法学業務の市場、これは企業法務の市場ですが、これはまだ未開拓の状況だろうというのが診断になります。

それで、次ですが、このようにして日本の弁護士は、市場というものを自覚的に弁護士総体の集会的努力として積極的にその有用性を訴えて確立していかなければいけないというふうに思うわけですけれども、その際、新しい時代の社会の動きの中で生まれてきている新しいチャレンジに立ち向かわなければならぬということです。

それは何かというと、1つは、消費者主権論という立場からのチャレンジだろうと思います。伝統的プロフェッションの時代には、弁護士依頼者関係というのは、正統派理論ないし法学的理論の言い回しでは「信認の関係」といって非対等な関係、すなわち弁護士は指導する側、依頼者は依存する側、そういう関係として捉えられてきたのですが、もはやそういう時代ではなくなっているということを踏まえた上での市場への対応が望まれるだろうということです。

す。

要点は、スライドにありますように、弁護士がサービス・プロバイダーとしての性格を帯びざるを得なくなっていること、依頼者はクライアントからコンシューマーへと変わりつつあることです。ですから、コンシューマーは、場合によっては権威に服従するのではなくて、指示に不服従することが出てくる。

そのことの具体的なあらわれとしては、英語表現でよく使われるようになった言葉があります。まずインフォームド・コンセントです、十分な説明。それからロイヤル・ショッピング、弁護士をいろいろと探して、自分に合った弁護士を雇うわけです。それからセカンド・オピニオンもあります。1人の弁護士ではなく、あちこちの弁護士のところに相談に行って意見を聞くという行動になって出てくるということです。

もう一つの新しいチャレンジとして、当事者主権論というものを挙げておきたいと思います。これは非常に新しい言葉で、弁護士サービスの市場とどうかかわっていくかということは私自身まだはっきりわからないところがありますが、これはしかし結構重要なのではないかなと思っているからです。

当事者主権というのは、結構はやりの言葉になっているみたいで、有名な社会学者の上野千鶴子さんあたりが中心的になってやっている研究領域でもあるんですが、主として社会福祉の領域で議論されてきたものです。社会福祉の領域におけるニーズが、弁護士サービスの市場に入ってくるときに恐らく直面する可能性のある依頼者のタイプが「当事者」なのですが、ここでいう当事者というのは括弧つきの当事者です。早い話がどのようなイメージかということ、「私は一人では何もできない、助けてもらいたい。だけれども何が必要かを決めるのは私だ」というような人々です。そういう「当事者」が依頼者となって現われるとき、なかなか従来の弁護士さんでは対応が難しいのではないかという気がするわけです。

そういった新しい動きの中で市場というものに直面していかなければいけないというのがこれからの弁護士だろうと思います。

さて、これまでのところ、市場診断から市場形成へと話を進めてきたわけですが、今回シンポのテーマである弁護士紹介制度というものが、市場形成の戦略という見地からどのように位置づけられるかということを考えてみたいと思います。

基本的には個人ニーズの市場ということに限定した上で、2つの軸を用いて4つのターゲット市場を区分してみました。一方の軸はニーズのあり方の違いで、潜在的ニーズからのアクセスと顕在的ニーズからのアクセスという2つのカテゴリーに分けました。他方の軸は、支払い

能力の有無で、支払能力がある個人と支払い能力のない個人という2つのカテゴリーに分けました。この2つの軸を組み合わせると4つの市場領域が区分され、スライドにはA、B、C、Dと記号をふっております。

ターゲット市場Aは、潜在的ニーズをもち、かつ、支払能力のある個人の市場です。ここにおける戦略は行政サービスから弁護士サービスへの転換ということだと思われます。ここは先ほど述べた社会学的次元を考慮することが重要な領域だと思われます。要はお金を払ってでも弁護士サービスというのは購入する価値があるものだということを社会的に構築していくことが困難だが重要な課題だと思います。

それから、Bの市場領域は、潜在的ニーズをもち、かつ、支払い能力に乏しい個人からなる市場ですが、ここでは積極的にニーズの掘り起こしをしていく必要がある。方法論としてはアウトリーチや異業種連携などをしていく必要がある。いわゆる福祉法務というのは多分この領域になるだろうと思います。依頼者の第一発見者は決して弁護士ではないです。現場にいるソーシャルワーカーだとかそういう人たちですから。

それから、顕在的ニーズをもち、かつ、支払能力のある個人の市場であるCの領域ですが、ここでの戦略は一言でいえば条件整備ということです。具体的に何が足りるかといえば、このシンポのテーマとなっている弁護士紹介サービスがその1つになることは言うまでもないでしょう。

それから、顕在的ニーズをもちながら支払能力のない個人の市場であるDの領域は、法律扶助が市場形成の基本戦略になるのだろうと思います。

以上、市場形成戦略における弁護士紹介サービスの布置を試みてみました。

では次ですが、弁護士紹介制度に焦点を合わせたいと思います。このあたりは後の報告で詳しく具体的にお話しがあると思いますので、簡単にさらっと流したいと思います。現状としては、スライドに挙げてある日弁連のLACの保険制度とか、弁護士会がそれなりに運営している紹介センターとかがあるわけです。ただ、紹介制度をさらに実効的に発展させていくためには、きょうの中心テーマでありますネット上の紹介サービスというものをどう制度的に確立していくかということが重要な問題になります。これに関しては、法・倫理上の制約としての法27条、72条、それから職務基本規程との抵触の問題がでてきますが、後の報告で具体的に問題提起がなされると思います。

今後の展望としては、共済型や、非営利団体によるものなど社会の多様な団体による弁護士紹介サービスの承認と規制ということが望まれてくるのではないかと思います。共済型の実

例としては、アメリカでリーガルサービスプランが普及しています。非営利団体によるものは日本でもNPO法人とか、そういうものによる紹介サービスが現われてくるのではないかと考えられます。

いうまでもなく、弁護士紹介サービスには実践的メリットがあるわけです。このメリットについては、また後の報告の中で詳しく述べられると思いますので、ここでごく一般的なことだけ言えば、市場形成を通じて、業務論的に言えば職域開発、それから消費者の側から見ればアクセスの改善という効果をもたらされることとなります。

それからもう一つ紹介サービスの可能なメリットをあえてつけ加えれば、異業種協働・連携と結びつくことにより、前に述べた当事者主権論がいう括弧付き当事者のニーズにも応えていけるような質的に深化した機能もはたせるのではないかという気がします。

最後に、弁護士紹介サービスを積極的に推進していこうとした場合の制度的な担保の問題にふれたいと思います。先ほど言いました桎梏という面をもつ法規制の問題で、特に具体的には法27条、法72条との関係をどうクリアできるかということでもあります。

私の考える基本的な方向性ということ言えば、やはり規制緩和になります。同様の立場を代表するものとして、最高裁判事を務められました宮川光治弁護士の書かれた論文からの引用をスライドに示してあります。結論的に言って、「非法律家群との妥協、分業、提携の可能性を追求しなければならない」と述べられています。だけれども、宮川弁護士がこの論文を書かれたのは1986年のことでありまして、当時はインターネットも何もなかった時代ですから、もっぱら念頭に置いていたのは、実際の人、団体だったと思いますけれども、今では状況が変わっております。また、このころはまだ司法試験合格者数500人体制で弁護士人口の少ない時代で、全き業務独占をしながら法サービスへのアクセスの改善をどうするのかということを実際に考えられてこの論文を書かれているわけですが、現在では弁護士も増えましたし、インターネットもあるという新しい状況の中で、この基本的方向性をあらためてもう一度練り直していく必要があるだろうと思います。

より具体的な方向性としてしまえば、やはり弁護士紹介サービスの承認と規制に向けたルールを考えていく必要があるのではないかと思います。

そこで現時点で参考になるものが何かというと、一つには大阪弁護士会のインターネット法律相談規則が挙げられます。多分、日本の現行制度の枠内で何とかポジティブに前向きにいこうという姿勢で試みられたものだろうと思います。それから、この後の報告でアメリカの例が出てくるとは思いますが、アメリカのABAが、やはり弁護士紹介サービスを許容するルールと

いうものを努力してそれなりにつくってきています。それらを参考にしつつ歩みを進めて行く必要があるという気がいたします。

ということで、一応のまとめになります。既に話した内容ですが、5点簡単に述べさせていただきますと、まず第1に、現在進行中の規制緩和に向かう弁護士制度の変容は不可避な面をもつものであるということ認識しなければならない。第2に、反市場あるいは非市場という伝統的なプロフェッショナリズムから市場性を承認するプロフェッショナリズムを構築していく必要があるだろうということ。第3に、日本の弁護士サービス市場の現実を見たとき、弁護士総体の課題として市場の形成と確立に向けた自覚的活動が必要になるのではないかとことです。第4に、その一つの戦略として弁護士紹介制度というものがあるだろうということです。第5に、しかし、それを発展させるためには法72条を中心とした現行の規制やルールを再検討し、「新しい弁護士倫理」の語り始めていかなければならない。そういうことではないのかなという気がいたします。

大分駆け足でわかりづらかったかと思いますが、以上で私の報告を終わらせていただきます。どうもご清聴ありがとうございました。（拍手）

司会（辻村） 武士侯先生、ありがとうございました。

時間がいっぱい急がせてしまい、申しわけありません。

続きまして、基調報告に移らせていただきます。

まず、第二東京弁護士会所属の永井公成弁護士より、サイト上の弁護士紹介制度の現状と問題点について報告していただきます。

参考資料としましては、分厚い冊子の170ページ以降になります。

永井先生、それではよろしく願いいたします。

永井（第二東京弁護士会） おはようございます。

第二東京弁護士会の弁護士の永井公成と申します。

本日は、これからインターネット上の弁護士紹介サイトについてその現状と問題点について私のほうから基調報告をさせていただきたいと思います。よろしく願いいたします。

座って報告をさせていただきたいと思います。

本日の全体のトピックスとして弁護士紹介制度について議論していくんですけども、まずその前提として、弁護士紹介サイトというものが実際どういう形で運用されているのか「ひまわりサーチ」という日弁連が運用しているサイト及び「弁護士ドットコム」という民間事業者が運営しているインターネット弁護士紹介サイトについて、内容を紹介しつつご説明させてい

ただきたいと思います。

まず、弁護士へのアクセス方法ですけれども、従前からあったものとしましては、知人等からの紹介または弁護士会、法テラス、自治体等での法律を通じてのつながり、あとは各種広告を見て法律事務所に直接依頼者の方から連絡が来るといったようなアクセス方法がありました。今、これは第4番目に書かせていただいておりますインターネット上での紹介サービスの利用というものが近年新しく生まれてきた方法でありまして、今まである広告からのアクセス方法というものにも例示していますけれども、第三者が弁護士を紹介するという点及び一度に多数の弁護士を利用者のほうが比較検討できるという点で新しいアクセス方法と言えます。

具体的にはどういう形になっているかということについて、まずは日弁連の弁護士検索サービス「ひまわりサーチ」というものからその利用者のアンケート結果も踏まえて内容を見ていきたいと思います。

この日弁連のひまわりサーチというサービスは、2007年11月より始まったサービスになります。インターネットを利用して弁護士を検索するためのサービスで、氏名や弁護士事務所の所在地、取り扱い分野等によって登録している弁護士の中から目的に合った弁護士を検索することが可能なサービスとなっております。具体的には、前方のパワーポイントの右側の部分に、入力欄に登録情報を入力して検索をしていただき、目的に合った弁護士を表示するという利用の仕方になります。

このひまわりサーチでは、よりよいサービスを提供するために利用者の方からアンケートを行っております。その結果を紹介しつつ分析を行っていききたいと思います。

この利用者のアンケート結果を見ると、まず左側のほうです。アクセス目的としては相談するためという方が53%を占めています。また、事件を依頼するためという回答も18%あり、両者を合わせると約70%前後の方が、具体的な事件を前提として弁護士を探しているということがうかがえます。そうすると、ほとんどの方が具体的な事件を前提として有益な情報を得られたいという期待を持ってサイトにアクセスしているということが考えられます。

一方で、右側のひまわりサーチが役に立ったかという回答につきましては、実際には未回答者が60%というかなりの割合を占めてしまっているため、ここを除外した割合で考えてみますと、回答があった中では役に立ったという回答が約40%を占めております。つまり約半数弱の方がひまわりサーチは役に立ったという評価をしていることになります。しかし、ただ40%というこの数字にはやや満足し切れない部分もあります。そこでこういった数字になってしまっている点について、具体的な回答理由なども見ていきつつ課題について探っていきたいと思

ます。

アンケート結果の自由回答欄の中から複数見受けられた代表的な利用者の声の一部をピックアップしてみました。まず、課題の検討に入る前に、せっかくですのでアクセス目的の分析の中から気づいた点についてご報告させていただきます。

まず、アクセス目的についての回答を見てみると、意外と多かったのが「顧問契約を結べる相手を探せるため」、あとは、「セミナー検討」といった回答も多く、個人が弁護士を探しているだけではなくて、法人による弁護士紹介サイトの利用ニーズもあることがうかがえました。弁護士紹介サイトについては個人からの利用ではなくて企業からの需要もあるようです。

それでは、そういった中で課題というものはこういったものになってくるかというところですが、この自由回答の中で、役に立ちましたかという問いに対する回答を少し分析してみたいと思います。

複数見受けられた代表的な利用者の声の一部をピックアップしてみました。これに対する回答としましては、「相談先の目安ができた」、「得意分野がわかり弁護士を選択するのに役立った」、「近くの弁護士がわかった」などの有用だったとする回答も非常に複数ありました。しかし一方でマイナスな方向のご意見というのもありました。

例えば、「検索しても出てこない」といったご意見、ただ、このご意見については、単位会によってはひまわりサーチに登録している弁護士さんの数が非常に少ないという実態が影響しているのではないかと考えられます。ひまわりサーチをよりよいサイトにするために、できるだけ多くの弁護士の登録が必要になることを示しているのではないのでしょうか。また、専門分野とうたっていてもというように、一番下に書いてあるような回答なんですけれども、利用者の方のほうが、「弁護士が専門性を標榜しているにもかかわらず、その弁護士の能力に満足がっていない」といった回答も見受けられました。この点について、専門性の担保をどのように行っていくかという難しい問題も秘めている部分にはなります。

ほかに、具体的なひまわりサーチに対する要望の点の回答について見てみますと、個人の取り組み方や人間性、あと口コミ情報を知りたいといった要望が見受けられました。確かに弁護士に相談する際に取り扱い分野や経歴といったデータのみで判断するのは難しいという利用者の方の気持ちは非常に理解できるところです。ただ一方で、弁護士のキャラクターや口コミ情報等をどのような形で提供できるかというところは工夫の余地もあるなかなか難しいところだとは思いますが。

以上のような形でひまわりサーチについて幾つかの課題を抱えてはいますが、一方で現状で

も役に立ったという回答が約半数を占めていることも事実ですので、これらの課題を解消しつつ、よりよいサイトにしていければということを期待しております。

次に、現在最も登録弁護士の数が多いと思われる「弁護士ドットコム」という弁護士紹介サイトについてご紹介いたします。

前方に今表示しているパワーポイントのお手元の資料では、締め切りの日にちの関係でお手元のほうがちょっと古いデータとなっております、パワーポイントのほうを最新の人数に切りかえておりますので、前方のほうをごらんいただければと思います。

この弁護士ドットコムというサイトですけれども、大きく4つのコンテンツが設けられております。

1つ目は、みんなの法律相談というコンテンツで、インターネット上で利用者が書き込みを行った法律質問に対して、弁護士がインターネット上で回答するというものです。このやりとりは基本的に公開の状態で行われています。

2つ目が、弁護士検索の機能で、先ほどご紹介したひまわりサーチと似た機能になります。

残りの2つにつきましては、具体的な事件受任につながるようなコンテンツとなっております。

次に、具体的にこの弁護士ドットコムの利用状況について見ていきたいと思っております。

弁護士ドットコムの利用状況につきましては、このグラフからもわかるとおり、2011年ごろより急激に伸び始め、近年では月間利用者数約443万人というような利用状況になっております。一番左下のグラフになります。弁護士の登録人数も、現時点で約6,200人という人数になっております。この6,200人の弁護士なんですけれども、登録している弁護士の属性についても分析してみたいと思っております。

インターネットを利用した紹介サイトというイメージから言うと、若い弁護士だけが利用しているというイメージを持たれる方が多いかもしれませんが、実際の登録弁護士数の人数割合としましては、確かにいわゆる若手30代が多いものの、40代以上の先生でも約42%、50代以上という絞りでも約20%を占めており、経験が長いいわゆるベテラン弁護士の先生方の活用も多いようです。70歳以上の方も316人という多数の登録者がおりまして、幅広い世代にわたって利用されていることがうかがえました。

最近では、弁護士の場合は年齢だけではなくて登録期も重要になってきますので、それについても見てみたいと思っております。

少し数字が小さくて見にくくなってしまっていて申しわけないのですが、この表を見ますと、40

期代以上の弁護士の先生だけで約15%を占めておまして、弁護士経験10年目以上、大体55期以上の先生方の弁護士の数だけでも約35%を占めているという登録状況になっております。なので実際には経験の長いベテランの先生においてもかなり登録されて利用されているということがわかります。

次に、地域別の利用状況について見てみたいと思います。

地域別についての利用状況ですけれども、これもまた小さい字で申しわけないのですが、全国的に多少の偏りはあるものの、特に大都市圏が多いとか、地方が多いといった偏りは見受けられません。インターネットという全国どこからでもアクセスすることができる媒体を利用していることもあり、全国的に見ると地方ごとによる大きな偏りがなく、全国各地から利用されているということがうかがえます。

次に、この弁護士ドットコムを利用した弁護士が実際に事件受任に至っているのか、仕事につながっているのかという点についても確認したいと思います。

弁護士ドットコムに登録している弁護士に対して行ったアンケート結果によりますと、弁護士ドットコムを利用した方の3人に2人は案件につながっているという結果が出ております。その中には、年間約1,500万円の売り上げにつながっている弁護士もいるということですので、潜在的な顧客の開拓にはかなりつながっているのではないのでしょうか。

なお、この弁護士ドットコム上で行ったアンケート結果についての詳細な分析等につきましては、後ほど小松先生のほうからご報告がございます。

それでは、案件の種類としてはどのような案件が多いかというところですが、相談の案件としましては、やはり離婚や債務整理といった典型的な個人法務案件がかなりの割合を占めております。しかし、一方、先ほどひまわりサーチの分析においても言及した点なんですけれども、企業法務についての相談依頼というのも意外とかなりの件数を占めているという状況です。

こうしたことから、ひまわりサーチに限らず、インターネット上全般的に言って、個人法務のみならず企業法務についても弁護士に対する相談ニーズの高さというものがうかがえるかと思えます。

これまでご紹介したひまわりサーチの利用者アンケート結果や弁護士ドットコムの各種データの分析からすると、弁護士紹介サイトの需要というものが相当あるということがある程度おわかりになっていただけたかと思えます。こうした需要が認められるのは、有用性として人的なつながりがなくても依頼可能、選択の自由がある、迅速なアクセスができる、専門性への対応可能性といったあたりが考えられます。

このうちの選択の自由という点については、やはり利用者にとっても非常に大きなメリットであると考えております。先ほどご紹介したひまわりサーチのアンケートでも、提供される情報が少ないとのご意見や口コミの情報が欲しいといった要望がありましたが、これらはまさに利用者が弁護士を比較検討するために弁護士紹介サイトを利用したいというふうに考えているということを示していると思います。

また、有用性の一つとして、専門性への対応可能性というものを挙げさせていただいておりますが、現状その専門性をどのように担保するかというところにはさまざまな問題がありますので、この点については今後の大きな課題にはなります。

専門性以外の点につきましても、弁護士紹介サイトについての課題は幾つか考えられます。その1つとしましては、ユーザー評価の適正性、業者との癒着の可能性の排除といった点は非常に重要な要素になります。商業主義への傾斜のおそれも同様です。また、こういった商業主義などの流れから多額の紹介料をとるサイトがあらわれ、着手金に上乘せされ、利用者の負担がふえるといった事態も想定されます。このように乗り越えなければいけない課題はまだ数多くありますけれども、今まで述べてきたような有用性も非常に多く、かつ実際に利用者からの需要も大きく見込まれていることから、これらの課題をいかに乗り越えて有効に活用していくかといったあたりが重要ではないかと考えられます。

駆け足にはなりましたが、弁護士紹介サイトの有用性に関する報告は、以上とさせていただきます。

引き続き、1点、私のほうからインターネット上における広告、特にアフィリエイト広告についての説明を一番最後に少しさせていただきたいと思います。

その趣旨としましては、きょうの午後の座談会等の中でこのアフィリエイト広告という単語が出て来ることがしばしばあるかと思いますが、イメージを皆さんきちんと持たれていたほうがその議論に入りやすいかなというふうに思いますので、そのご説明をさせていただきます。

まずは、インターネット上における広告の形態についてざっと見たいと思うんですけれども、広告の種類としては、大きく分けると、電車の中や町の看板広告といったいわゆる純広告と、それ以外のアフィリエイト広告といったものに分けられます。正面のパワーポイントによりますと、一番左の固定型という部分がいわゆる純広告で、それ以外の右のほうは全てアフィリエイト広告と呼ばれるものになります。

この純広告とアフィリエイト広告との大きな違いは何かと申し上げますと、純広告というのは、広告を掲載する時点であらかじめ定めている定額の広告料が発生するものになります。一

方で、アフィリエイト広告は、表示数やそのクリック数といったような、どれぐらい広告が活用されたかという広告の成果に応じて広告料が払われる広告形態のものになります。

これらの違いを広告掲載を依頼する側、すなわち私たち弁護士サイドのほうから見ますと、いわゆる純広告の場合には、効果が出ようが出まいが一定の広告料が発生してしまうので、その分リスクがあります。一方で、アフィリエイト広告のほうでは、実際に資料請求があったとか、ホームページを見てもらったといった成果に応じた分しか広告料が発生しないため、広告料の無駄な支出といったリスクがなくなります。

ただ、このアフィリエイト広告の最たる例、いわゆる一番右側のパターンです。受任の件数に応じて広告料を支払うといったような形をとってしまうと、いわゆる弁護士の有償紹介、有償あっせんという形で弁護士法72条違反になってしまうおそれが出てきます。

このようなアフィリエイト広告については、細かい問題の分析は今は行わず、さらにイメージを持ちやすいような形でご紹介させていただきます。

このパワーポイントは、先ほどご説明したことを簡単にまとめたものになります。アフィリエイト広告の場合には、成果が発生して初めて広告料が発生する、そのため広告掲載を行う側、弁護士サイドにとってリスクが少ない形になっています。アフィリエイトの成果、何をもって成果というかというところは実は決まっておらず、広告掲載契約においてそれぞれ個々に定めることになります。

一番左下のところに、例という形で、サイトへのクリックによって100円発生し、資料請求があったら400円、会員登録がなされたら700円というような形でやっているサイトが結構あります。

例えば、保険会社などの比較資料請求サイトで言えば、資料請求ボタンを利用者が押した時点で成果として広告料が発生するといった仕組みになっています。

ほかの例で言えば、例えば、こういった専門学校の比較資料請求サイトで言えば、まず利用者がその専門学校のページ広告を開いた時点で広告料が発生し、さらに資料請求のボタンを押したら発生するという形で複数の報酬発生をタイミングとしているケースもあります。

こういったように、弁護士業界に限らず他の分野で見ると、インターネット上におけるアフィリエイト広告というものは一般的にはかなり利用されており、ただ、弁護士の場合には、弁護士法72条との兼ね合いもあり検討しなければならない問題もありますが、この点については後ほどの議論に譲らせていただくとしまして、まずはアフィリエイト広告について皆さんにイメージを持っていただきたくご説明させていただきました。

それでは、私のほうからインターネット紹介サイトの現状及びアフィリエイトについての報告は以上とさせていただきます。ご清聴ありがとうございました。（拍手）

司会（辻村） 永井先生，ありがとうございました。

次に，大阪弁護士会所属の中嶋勝規弁護士より，弁護士紹介制度規制の枠組みと題しましてご報告いただきます。関連する資料は，分厚い冊子の181ページ以降になります。

中嶋先生，準備が整い次第，よろしくお願いいいたします。

中嶋（大阪弁護士会） すみません，大阪弁護士会の中嶋と申します。弁護士紹介サイトに対する規制の概要ということで，私のほうから報告させていただきます。

着席させていただきます。

まず，先ほど武士侯先生の話にもありましたけれども，弁護士法72条では，周旋業務が禁止されています。72条の構成要件としましては，弁護士または弁護士法人でない者，非弁護士が報酬を得る目的で周旋をすることを業とすること，これを禁止しております。こういう定義規定になっておるんですが，周旋とは何かということがあります。

これは古い裁判例，かなり古い刑事事件の裁判例での定義ですが，事件自体は昭和34年の事件です。この事件で示されている定義というもの，ごらんの定義ですが，これはかなり概念的には広い広範な概念が周旋の定義になっています。委任関係，その他の関係成立のための便宜を図り，その成立を容易ならしめる行為，こういう定義になっていますので，先ほどから紹介していただいていたような弁護士紹介サイト，こちらに含まれる可能性があるのではないかとということがございます。

弁護士紹介サイトと周旋概念なんですが，弁護士紹介サイトというのは，サイト上のフォームを通じて弁護士と依頼者とが接触することになっています。この点で紹介サイトが，先ほどの金沢高裁の定義，周旋概念の定義からしますと，委任関係成立のための便宜を図り，その成立を容易ならしめる機能を持っていること，これは否定することはなかなか難しいのではないかと考えております。

現状の分析としましては，弁護士紹介サイトを利用すること自体は周旋という行為になるのではないかと，この点考え方としましては，機械的な配点，自動配点をするという場合には周旋にはならないのではないかとという考え方もありますが，一方，そこには恣意的な概念でありますので，濫用のおそれもあるのではないかとということで，現状の我々の考え方の中では自動配点も周旋に該当するということで考えております。

そういう周旋行為の定義があるんですが，周旋の対価と広告の対価というのが区別できるか，

先ほど見ていただいたように、弁護士法72条のほうは、報酬を得る目的で業として周旋をすること、これを禁止しております。一方、先ほど紹介サイトの有用性を示していただきましたように、社会にはIT技術の普及で、インターネットを通じて弁護士を知りたいとか、紹介を受けたい、法律相談を行いたい、こういうニーズもたくさんあることが現実にニーズは存在しています。

この調和をどこかで図らないといけないということで、先ほど周旋の報酬は受けてはいけない、周旋の対価を受領しなければ72条の構成要件には該当しないという考え方をとっています。一方で、一定の範囲で周旋の対価ではなくて広告の対価、こちらを受領することは広告の範囲内であれば許されるのではないかと、こういう考え方があります。

現実に、大阪弁護士会のインターネット法律相談事業関与規則では、こういう考え方をもとに規制を行っております。お手元の資料のほうでは、CDROMに大阪弁護士会のインターネット法律相談事業関与規則そのものが入っております。方法としては、事前届出制という規制をしております。そして周旋の対価は許されない。一方、広告の対価は許容するというので、周旋の対価でないかのチェックを行います。方法としては、事前届出制ですので、会員の届け出を介した事業者に対しては間接的な規制ですが、こういう形での規制を行います。

広告の対価でないか、これはまず先ほどアフィリエイトの説明がありましたけれども、広告料の決め方としては、客観的かつ定額的なこと、先ほどの例ですと、一番左側の固定型です。こういう広告料の算出方法であれば許容しているという形になっています。コンサル的な名目の広告料は許容しておりません。また、事業主体のほうが弁護士選択に介在する場合、これも広告料としては認めていません。着手金や報酬に一定率を掛けて広告料を算出する、先ほどのアフィリエイトの表では一番右側にあった算出方法ですけれども、これも周旋の対価になるといふふうに考えております。

大阪弁護士会でこのような法律相談事業関与規則があるんですが、これは平成19年9月に制定されております。日弁連のほうでも、平成24年3月15日の理事会決議で業務広告に関する指針が定められています。先ほど説明しましたように、大阪弁護士会の規定とほぼ同様の周旋行為を禁止する内容で、業務広告に関する指針が定められています。こちらも客観的かつ定額的に決まる対価、これが広告の対価としては許容されるという方法ですけれども、そちらの に当たる場合でも、事業者が弁護士選択に介在するような場合、これは周旋行為に当たるというような形で72条の該当性を指針として示しています。

なお、お手元の資料4 - 7、通しページでは49ページですが、こちらに東京三会で弁護士紹

介制度について検討された検討会の意見が記載されています。その意見を踏まえまして、お手元の資料4 - 8，通しページでは66ページのほうで、東京三会の会長名で日弁連会長宛てに平成22年6月17日付でこういう紹介サイトに関してのガイドラインを制定するような要望書が提出されています。22年6月に提出されていますが、現在のところまだガイドラインは制定されていない状況です。

一方、大阪弁護士会では、先ほど申し上げたようなインターネット法律相談事業関与規則という形で規制をしています。届出制ですが、実際の届け出はどうなっているかについて、最後に報告させていただきます。

届け出を所管しているのは、大阪弁護士会の法72条等問題委員会が担当しております。ただ、届け出の大多数は、弁護士ドットコム、先ほどご紹介がありました弁護士ドットコムで、これ以外は数えるほどしかございません。その他多数のサイトについては、実際にはインターネット上を見るとそういうサイトが存在するという事はわかっておるんですが、大阪弁護士会での今の規制は、会員による事前届出制ですので、実態が把握できていないということで、届け出がある弁護士ドットコムに対してしか間接規制の実が上がっていないというのが実情でございます。

以上で、私の説明を終わらせていただきます。どうもありがとうございました。（拍手）
司会（辻村） ありがとうございました。

では、これで午前中のプログラムは終了になります。お昼休みを経まして、午後1時から再開させていただきたいと思います。そのころには再度会場にお戻りいただければと思います。お疲れさまでした。

（休 憩）

司会（辻村） 再開させていただきたいと思います。

ここから第3部、弁護士紹介サイトの実態分析を取り扱わせていただきます。

分科会のメンバー3人からご報告をさせていただきます。その後、実際のサイト事業者の方、利用者の方、登録弁護士の三者を交えた座談会を予定しております。お手元の進行次第上の時間配分とは若干違った形で進行させていただくことになると思います。座談会の後、できれば休憩を入れさせていただきたいと思っていますので、よろしく願いいたします。

では、まず1つ目の報告ですが、仙台弁護士会所属の小松亀一弁護士より、サイト事業者へのヒアリング調査を取りまとめた結果のご報告をいただきたいと思います。ご参照いただくのは、分厚い冊子の資料の184ページ以降、当日配付資料の21ページ以降になります。

では、小松先生、お願いいたします。

小松（仙台弁護士会） 仙台弁護士会の小松と申します。

紹介サイトのヒアリング担当を命ぜられまして、1社ほど私が行って来て、あとは別な先生方が3社ほど回った4社の結果と、あとは私が日ごろ考えております弁護士紹介サイトに関しての感想といたしますか意見といたしますか、それもちょうと述べさせていただきたいと思います。

すみませんが、座ってやらせていただきますので、よろしく願いします。（拍手）

映してやっていきますが、お手元の資料に細かい字で表になっているやつの一部がこれです。私が唯一実際に回って担当者とお話をした仙台放送の弁護士サーチみやぎという名前の検索サイトから始まって、会社数で言うと4社をヒアリングしております。

その前に、私のホームページで紹介いたしますが、ことし25年3月7日付で弁護士紹介検索サイトを探してみましたというページを私のホームページでつくりまして、そこで今現在ある検索サイトを一通り当たってみました。

まずは、日本弁護士連合会の検索サイトが2つあります。皆さんよくご存じと思いますが、名前と登録番号と住所と電話番号しか出てこない、味気ない検索紹介サイトですね。それにひまわりサーチというのができたんだけど、ひまわりサーチも全く味気ないと言いますか、こういう内容で、皆さん登録している方もいるとは思いますが、それらが日弁連がつくっている紹介サイトで、あとは仙台に、仙台弁護士会と仙台放送でタイアップしてつくった弁護士サーチみやぎというのがありまして、これは仙台の弁護士が66名ほど登録しているところで、これが私がヒアリングしてきたところでございます。

それから、あとはその他の民間団体が運営しているサイトとしては、言わずと知れた元榮弁護士の弁護士ドットコムを初め、弁護士ネット、弁護士ネット全国版、弁護士ジャパン、弁護士・法律事務所データベース、これも弁護士ドットコムさんに比べると大分少ないんですが、かなりの数が登録されております。あとは弁護士検索サイトとして、ナビとかなんかとかいろいろ細かいのはいっぱいあります。いっぱいありますが、今はあくまでもこれは3月の時点で私が調べた範囲なんで、今はもっともっとできてきているかもしれません。

そして、4つのサイトを実際にヒアリングした結果について簡単に報告申し上げますが、これ見えますか、この字の大きさを、もう少し大きくしますか。

平成17年8月31日設立で、ことし8年経過した弁護士ドットコムさんです。無料登録弁護士が6,177人。有料登録は1カ月2万円から3万円ぐらいでしたか、高いのは5万円ぐらいだったか、そのぐらいですね。有料登録も300事務所を超えたということで、圧倒的なシェアを有

してひとり勝ちです。月間利用者数が443万件，問い合わせも9,000件，月間閲覧数1,000万件ということなのです。

この弁護士ドットコムさん以外では，弁護士・法律事務所データベースさん，きょういらしているんですけどかね，主催者の方が。座長，きょう来ているんですけどか。きょうこの主催者の方。この主催者の方もきょう何か討論とかに参加していただけるようですが，ここがドットコムさんに次いで，いわゆるID発行弁護士が2,200名で，月間90から100万PVのアクセスがあるということで，この2つが双璧ですね。

その他のサイトもいろいろ私見てみたのですが，もうほとんどの登録弁護士が十何名とか，せいぜい百何名とかそんなレベルで，2つのサイトに比べると全く話にならないレベルです。

ただ，後で話しますが，登録者が少ないから，では，集客効果がないかということ，そうとは限らないということをお話し申し上げます。

それで，弁護士ドットコムさんがこれだけはやっていますというか，繁盛しているというのは，やはり単なる弁護士を紹介するだけではなくて，法律相談をやっているからなんです。法律相談をやって，法律相談をしたいという一般の方々がそこにばんばん訪れるようになった。そして弁護士も一生懸命回答する。その結果が積もりに積もって現在の状況に，8年後にこういう状況になったと思われます。さらに法律相談の貴重なデータをデータベース化して後で見られるようにしているというところもまた非常にアイデアといたしますか，素晴らしいと思います。

それで，検索サイトのコストといたしますか，経営がちゃんとやっていっていることも聞いてみたんですが，弁護士ドットコムさんの場合は，有料広告も300事務所ふえたということで，1件2万円から5万円の事務所が300事務所もあるので，月額1,000万円ぐらいの売り上げにはなっていると思われますので，結構コスト的には大分合うようになってきたということですね。

それから，弁護士法の規制とかについてよく知っていますかということいろいろ各サイトに聞いてみたんですが，結構勉強は皆さんされているようです。その中で，やはり先ほど永井先生が指摘されたアフィリエイト広告ですか，これが規制されているのがちょっと不満だという不満の声が出ております。

そして，弁護士ドットコムを利用している弁護士の調査をしておりますが，これは私がしたんではありませんが，先ほど永井先生がほとんど発表したんで，私の発表するところはほとんどないんですけども，ちょっとその見方が違うなというところをご紹介しますと，私は60歳過ぎて，あとは消え行くのみの老兵ですが，見てみると，私も一応登録はしています。登録はしていますけれど，見てみると，やはり40代までが8割以上，修習期では50期より後が8割を

占めていて、やはり若い方のほうがやっていると思います。

それで、97名が回答して、そのうち何と51名がこの弁護士ドットコムさんから経由で事件が来たと回答しています。これはすごいことだと思います。

皆さん、多分ご存じだと思いますが、紹介サイトに登録したからといってそれで事件が来る、あるいはホームページつくったからといってそれでお客さんが来るなんて思ったら大間違いで、なかなか来ません。弁護士ドットコムさんのところでお客さん、集客来ている弁護士さんは、皆さん回答を一生懸命出して、回答を出せば出すほどランキングが上に上がっていった知名度が高まる。それで来ているのであって、実は私も弁護士ドットコムさんに登録をしているんですが、弁護士ドットコムさん経由で事件が来た場合は1件もありません。もちろん当たり前の話ですが、そのほかにもいろいろ何カ所か登録しているんですが、そういう検索サイトで事件が来たなんて1件もありません、自慢じゃありませんが。

ホームページを見て、私もホームページが好きでそれこそ4,000ページ近いホームページをつくっているんですが、そのホームページを見て来たというお客さんは結構います。ここ1年くらいちょっと減っているんですが。ただ紹介サイトを見て来たという客は1件もありません。ひまわりも登録していますし、先ほどの弁護士・法律事務所データベースにも登録しておりますが、1件も来たことがありません。ただ置いておいただけではお客さんが来るなんて甘いものじゃないですね。そこのところを一番皆さん興味、関心があるところだと思うのですが。

それで、ちょっと予定外の報告をさせていただきますが、実はきのう夜、私にメールが来ました。こういうメールです。

今回、貴社をぜひ30万人のお客様にご紹介させていただければと思いご案内いたしました。現在、弊社では何々様とタイアップメディア何とかを運営しており、何とかというホームページで月間PV3,800万、会員数30万人を誇る日本最大級のサイトとなっており、会員の7割が云々かんぬんと、年収が800万円以上の所得ユーザーがおりますと、この紹介サイトに今回こちらで離婚、相続、交通事故、債務整理などに強い行列のできるお勧め弁護士として先生の特集を組ませていただきたいと存じます。関心いただけましたら時間をくださいというメールです。

こういうメールが実はちょくちょく来んです。これは何かというとホームページをつくってやるよと、そして自分のところの紹介サイトに上げてやるよという誘い込みなんです。

それで、先ほど私言いましたように、例えば、弁護士ドットコムさんだって6,000名も登録していますよね。6,000名登録していれば、そこから選ばれるのはなかなか難しいです。いっ

ばい回答を書かないとだめなんです。だけれども、こういうところに、うちは既に何十万人の客がいると、何千万のアクセスがある、そのところにあなたのホームページを入れてやるからという誘いです。恐らくこれは掲載料も多分高いと思います。高いと思いますので、あとはその掲載料の方式がどうなっているのかも実はよくわかりません。

それで、これから弁護士会の規制についていろいろ討論していくと思いますが、こういうところに安易にやっちゃって弁護士規制違反になるなんていうこともありますので、そういうところはよく気をつけてやるべきだと思いますが、10分以上たってしまい、すみません。ちょっと予定外の説明をしましたが、私の時間が終わりましたので、とりあえずここで終わらせていただきます。ありがとうございました。（拍手）

司会（辻村） 小松先生、ありがとうございました。

では、次に、昨年度第二東京弁護士会弁護士業務センター委員長を務められました藤原宏高弁護士より、韓国における弁護士仲介制度導入の動きについてご報告をいただきます。

関連する資料は、分厚い冊子の189ページになります。ほかの関連資料はCDに入っております。

では、藤原先生、お願いいたします。

藤原（第二東京弁護士会） ただいまご紹介いただきました第二東京弁護士会の藤原でございます。

今回の第4部会の1つの大きな柱として、韓国の制度を研究してご紹介するということがございました。ただし、実は残念ながら大韓弁協のほうでは、日弁連の調査についてはご協力いただけなかった。いろいろな事情があり、後でご理解いただけたと思いますが、非常にシリアスな制度改革が喉に突き刺さっている状態でございます。この情報については、これがまた大韓弁協に聞こえたとんでもないことになりますので、ぜひそれは貴重な情報であるという程度でお取り扱いいただければというふうに思っております。そういうことでお話を進めさせていただきます。

ご存じのとおり、韓国では2007年に3年のロースクール制度が導入されました。実際に2013年度から約2,500人の法曹資格者が市場に出てきたわけでございます。このような状況を受けて韓国の法務部では、2012年7月に弁護士法全部改正案というものを立法予告しました。日本とは制度が違いまして、事前に公聴会等も開きまして、こういうような制度を立法するよということを通告しておりまして、これについては大韓弁協を初め、ソウル弁護士会も反対しておりまして、現在は進んでいないというふうに聞いております。

また、今回のシンポジウムでこれを取り上げることで進めさせてもいけないというふうに思っていますので、ぜひご理解をいただきたい。

どういう制度が立法予告されたかということでございます。それは信頼性の高い専門認定制度を前提とするということです。つまり、既に大韓弁協で始めたところの36分野の専門認定制度を前提とする。そして主体としては弁護士会、または法務部長官の認可を受けた非営利の仲介機関、つまりここで弁護士会以外の法務部長官の認可を受けた非営利の仲介機関が仲介をしてよいという、弁護士紹介をするという制度であります。

具体的には、弁護士を選任しようとする者に対して、弁護士選任の必要性の有無を検討し、弁護士を選任しようとする者と弁護士との間の選任を仲介する制度であるということでございます。また、国民の法的救済手段へのアクセス権を実効的に保障する長所を有し、法律サービス制度の先進化及び競争力強化のためにも必要であるというふうに説明されております。我が国で普及してきました弁護士ドットコム等の弁護士検索サービスのようなインターネットを利用して依頼者と弁護士とのマッチングを図る業務にとどまりません。ネットを使わない仲介も想定されております。このような劇的な制度が提案されているわけでございます。

具体的に条文案ができていまして、この条文案を研究することが非常に我が国でも参考になるのではないかと思いましたので、引用させていただきました。

この44条の専門分野の登録のところでは、一定の専門分野に関する特別な知識と経験を取得した弁護士は、大韓弁護士協会に専門分野の登録を申請することができる。専門分野の登録が最大2つまで可能であるというふうに書かれていまして、登録期間とか云々があります。

問題は、専門分野登録は一定の機関がちゃんと審査して登録要件、それから登録取り消しということを大韓弁協が具体的に決めて、それで運用するというを言っているんです。既にこれは大韓弁協が自分で始めた制度なわけですけれども、法的な根拠を弁護士法上与えるというふうに説明されております。つまり公的な弁護士会みずからの専門認定制度を前提としているということです。

問題は、この提案された弁護士仲介制度の条文の中身でございます。

148条の1項ではこう書かれております。弁護士仲介機関は、この法で定めるところにより、弁護士を選任しようとする者と弁護士との間の選任を仲介することができる。

2項、弁護士仲介機関の種類は、次の各号のとおりである。

1、大韓弁護士協会、地方弁護士会が会則により設置運営する場合、これが従来行われているかいないか、これからやっていこうというところだったわけであります。

これに加えて、2号、第149条により、非営利団体が法務長官の認可を受けて設置運営する場合というふうに書かれておりまして、149条では、法務部長官は、次の各号に定める非営利団体の宣誓があったときは弁護士仲介機関設置を認可することができる。

具体的には、幾つか挙がっていますが、自治体何かもつくれるし、公法人もつくれるしということで、実はこの仲介機関の多様性を前提としております。つまり、弁護士を必要とする市場のニーズは多様化しているということを前提にして、その多様化された市場に合った仲介機関を想定しているということが非常に驚くべき内容だと思っております。

設置認可の基準で、いろいろ要件を具備していることとかということをおっしゃるけれども、この要件を満たせば基本的には認めるということです。ですから、たくさんの仲介機関が出てくるだろう。考え方としては、非営利だということですから財務内容については営利にならないようにコントロールをされると言われておりますが、一定の仲介料は取ることが前提となっております。つまり、有償の仲介制度を想定していると思われま。

それで、具体的な弁護士仲介制度の機能については、公聴会の資料から引用しましたけれども、具体的にこのようなことが書かれております。

単純に弁護士を紹介する機関ではない。消費者の要求に最も適合した弁護士を紹介することが重要な機能である。したがって、仲介機関は、依頼者に適合した弁護士を紹介するための専門性を備えなければならず、仲介機関と特定弁護士の利害関係を離れて依頼者が最も満足できる弁護士を紹介できる仲介システムを用意しなければならない。

また、仲介弁護士の業務処理に対して依頼者が満足しているか否かを調査し、これに対するフィードバックができる運営方式も用意されなければならない。つまり、仲介をする以上は責任が伴います。そしてその責任もちゃんと負うという考え方ですね。ですから、ここは完全にマッチングのレベルをはるかに超えた、踏み込んだ内容になっていると言わざるを得ません。

これを通じて弁護士仲介の力量が保証された非営利団体と、実質的な公平性を保証できる仲介システムを用意した非営利団体に限り弁護士仲介ができるというふうに制度設計がされているわけでございます。

提案理由を具体的に踏み込んでご説明します。

1つは、弁護士の選択権の拡大だと、不動産仲介人のように一定の資格を備えた健全なブローカーを養成して、弁護士に対して正確な情報を提供して、弁護士の助力が必要な顧客に見合った弁護士を紹介することが必要であり、それが法律市場がより透明になるというふうな言い方をしております。

ここについては若干日本と違うところがございますが、韓国では法曹ブローカーが暗躍していて、不法な方法で事件を受任するケースが多いというような特殊な事情があるように思います。しかし、その制度は法曹ブローカーを裏の世界から表に引っ張り出すことはあっても、やめさせるということは考えていないですね。ですからこれは韓国特有の事情と見るのか、今後、日本もそういう社会になるかもしれないと見るのか、皆さん方のご意見を賜りたいところでございます。

それから、2番目は、法科大学院制度にまさに根づいた制度だということでもあります。つまり法科専門大学院制度の導入後、弁護士数が漸進的に、長期的に増加することが予想され、受任のための競争が激しくなるものと見られる。健全な方式による事件紹介が制度化される必要があるということで、法曹不正と関係がない単純な事件紹介に関しては、所定の要件のもとに制度化する。つまり、弁護士数をふやしたことによって、国民の選択がより困難になってきた。それについては、健全な受任の方式をつくるんだというような、もう完全に国家がつくるというような意味合いを持った制度になっております。

そして、そういう制度を入れることが、弁護士選任文化の先進化をもたらすということで、弁護士選任の予測の可能性、公正性、透明性を構築する。過度な紹介料の負担を減少させる。ですから、紹介料を払うのは当たり前だという前提で、しかしそれを不透明な法曹ブローカーに任せないで、非営利の団体というお墨つきを与えることによってコントロールしようという考え方です。もちろん、そんなことができるのか、この法律をつくったとおり運用されるのかどうかは韓国の議論になっているわけでありませう。

期待される効果としては、この非営利団体を中心に仲介を活性化させて、弁護士選択権を拡大することは、国民がよりよいサービスが受けられ、現在議論中である弁護士情報公開制度のシナジー効果もあるというふうなことが言われております。

要するに、弁護士のほうからみずから市場に対して情報を公開すべきなんだと、そのためには弁護士はみずからどういう専門分野があるかを適正に弁護士会が認定し、その情報を国民に提供すべきだというふうに、完全に立場が逆転しているような考え方が根底にございます。ただ、それが弁護士数が専門大学院制度の導入によって劇的にふえて、やはり市場に非常に大きな混乱が広がっている中で政治がこういうふうに動いてきたということは決して軽く考えられないところがございます。

実際の議論でどういうものがあつたかということも非常に参考になりまして、日本で今後これを議論していくには韓国の議論が既に参考になるというふうに思いましたので、紹介させて

いただきます。

1 番目は、弁護士仲介制度の導入というものは、弁護士と依頼者が1対1で出会い交渉することにより、仲介機関を通じて交渉するときに依頼者がさらに力を持つ。どういうことかと言うと、弁護士と依頼者は対等ではない。それに対して、力の弱い依頼者に対して仲介機関が助力することによって、依頼者が対等に物が言えるのだということです。ですから、これはまさに武士侯先生のプロフェッショナリズムの劇的な変化をもたらす考え方ではないかなというふうに思っております。

2 番目、弁護士の広告等には制限があり、広告があるといえども広告内容に対して全面的に信頼することが難しい状況においては、弁護士を選任しようと、または選任の要否を検討する国民の立場では容易に必要な情報を取得しにくいのが現実である。つまり、広告だけで市場に任せるという考え方は、当然それに対して国民は逆に選択は難しいというふうに見ておるといふこと、広告の限界をこのように捉えております。

3 番目は、弁護士仲介機関は、単純に弁護士を紹介する機関ではなく、消費者の要求に最も適合した弁護士を紹介することが最も重要な機能である。わかりにくいんですけども、要はお金のない依頼者はお金がなくてもやってくれる弁護士を探せるようにしようというふうに聞こえます。この制度は、国民、特に中間層及び低所得者層の便益のための制度というふうなうたわれ方をしているところを見ると、この所得の問題何かも相当勘案した仲介をするのではないかなというふうに思われます。

それから4番目、ロースクール出身の弁護士がブローカーに従属しないようにするならば、特定分野と関連した公共的な仲介機関が複数存在しなければならず、仲介料やシステムの多様性を持つ団体が必要である。つまり、弁護士が法曹ブローカーに従属しないようにしなければいけない。そのためには公的な仕組みが必要なんだという表向きの理由です。しかし、その裏には現存する違法なブローカーを表に出させて、認定を受けさせて、コントロールしようという意図が隠されております。

5 番目、弁護士仲介は、費用の側面だけでなく、推薦を受けた弁護士がある程度専門性を有しているのか等の情報まで提供し、合理的な選択ができるように補助しなければならず、このための弁護士仲介機関の公共性が確保されなければならない。つまり、市民が弁護士を選ぶという以上は、弁護士はもう情報を出すべきなんだということをおっしゃるんですね。つまり、弁護士の情報公開というのは国民に対する義務だみたいな考え方が議論されております。

そして最後に、弁護士に関する正確な情報提供がなければならず、仲介機関は最小限の責任

も負い、専門的機関ならば説明義務も負わなければならない。つまり責任を負うということまで言っている。つまり仲介をすれば責任があるじゃないかという議論に対しては、最小限の責任義務もあるということまで言い切っております。このような議論を経て韓国の法務部はこれを立法提案したという驚くべき内容になっております。

そこで、我が国はこの韓国をどういうふうに見るのかということをお話をさせていただきます。

法科大学院のつくり方とか、我が第二東京弁護士会、大阪弁護士会もそうですけれども、ソウル弁護士会と定期的に交流していきまして、お互いの情報は把握しているわけですが、法科大学院制度も韓国は劇的に法学部を廃止して、完全な法科大学院制度に一本化しちゃったということで、逆に人数がコントロールできない仕組みになっております。

日本と違うのは、何と云っても法曹ブローカーが、どういう人がよくわからないんですけども、法曹関係者がブローカーをしているかもしれません。そこはちょっとわからないところですが、そういう人たちが間に入っている。ただし、ユーザーの立場からいけば、自分の欲しい弁護士を選んでくれるんだからそれにこしたことはないというような考え方があるんじゃないかと思えます。ただ、その仲介料の取り方さえ透明化すれば問題ないんじゃないかというのが、多分韓国と日本の認識の違いだろう。日本については、ご存じのとおり72条がございますので、そもそもそういう発想は誰も持っていなかった。つまり弁護士会がやる以外に誰もやり手は当然ないということで今までの考え方はできていると思えます。

そういうわけで、日本における既存の制度としては、広告と無償による弁護士紹介が限度、それ以上踏み込んだものというものは弁護士会がやるしかないということで、そこは各会がそれぞれに対応しているというところがございます。

しかし、この広告のところも一歩踏み込みますと、きょうの資料の別冊の資料の4 - 20をちょっとごらんください。これです。この4 - 20をごらんください。

これは、マイベストプロ、これはたまたま愛知の例ですけれども、このマイベストプロのシリーズは、各県ごとに新聞社が主体になったりしていろいろありますけれども、実質的な母体は朝日新聞社だと思われま。ここが母体となって、いろいろな業種の人たちに対して自分がプロであるということを表明して情報提供をするということですから、新聞社がマスコミがこういう弁護士紹介に入ってくるということは、広告自由の世界の中では拒否することはできないわけでありま。

しかし、その広告でいけば、誇大広告の問題もあり、その日弁連的には広告規制だけで対応

せざるを得ない分野でありますけれども、それについては商業主義の問題を最終的にはどう見るのかという根深い問題になります。つまりお金をいっぱいかけて集客するということは避けがたいところがあるわけでございます。

それから、無償による弁護士紹介は72条で受任する限度でありますから、現状では先ほどの弁護士ドットコムの方が精いっぱいということになります。

韓国では、日本の72条に相当する条文としては34条がございます。ここでは似たような規定でございまして、いかなるものも法律事件や法律事務の受任に関して何々をしてはならないということで、事前に金品云々のそういう利益を受け、そして約束をして弁護士を紹介、周旋することはできないということになっています。だけれども、実際にはこれに違反したブローカーが暗躍しているというふうに言われていて、日本とは相当違う。ただ、今回の弁護士法改正案は、この条文を改正しちゃうんです。つまり、この34条を改正して、何と法務部の認可した非営利の仲介機関を認めちゃうという劇的な制度改革の提案になっているわけでありまして。

これにつきまして、では弁護士会が本当に弁護士仲介制度を構築できるんだろうかということをやはり真剣に考えざるを得ないのではないのかと思いました。

ソウル弁護士会は、反対意見を言っていて、弁護士団体ではない機構が有料で弁護士紹介する制度をつくるということは、やはり弁護士法の34条を形骸化させる懸念が非常に大きい、不適切だと、つまり幾ら政府がコントロールと言ったって、コンプライアンスを全部するとは限らない。ますます違法なブローカーが暗躍するんじゃないかというようなことを言っています。それよりは、弁護士団体による弁護士案内制度が最も適切なんだと言っているんです。

しかし、その弁護士会がやる制度が本当に市民の納得を受けるものかどうかは今後問われるわけでありまして、それが十分なものじゃない限りは、やはりこういう弁護士紹介制度を改正しようという圧力は常にかかっているということですから、多分韓国の場合は、この弁護士会がやらざるを得ないというのはもう他人事ではない、本気でやらざるを得ない時代に入っているというふうに思われます。

最後、我が国はどうすべきなのかということになるわけなんです。当然、このような制度は誰も今まで考えたことがないし、72条があれば誰もできないことが当たり前だと思っておりました。しかし、よく考えてみると、日本も弁護士法を改正すれば簡単にできちゃうというのは事実でありまして、なかなか他人事ではないわけでありまして。

今回の資料の4 - 18に、弁護士紹介制度について日弁連がアンケートを単位会に出したものが載っております。これを後でござらんになればわかるとおり、弁護士紹介制度と言えるような

ものを弁護士会がやっていると思われるものはまだ数えるほどしかない。そして、当然この専門認定に根差したものをきちんとやっているかと言われると、これはかなり難しい。

単位会にそもそもこういうことを任せ切りでもいいのか、日弁連としてもっと一括したものをつくるべきではないのか、ないしはもし日弁連ができないのであれば、そういう業務を第三者機関に日弁連が委託するということもあり得るのではないか。そういう意味で、この韓国の議論は、日本においても今後十分に研究してあり方を考えさせられるきっかけになるのではないかと思いますので、今回ご紹介させていただきました。

ありがとうございました。（拍手）

司会（辻村） 藤原先生，ありがとうございました。

次に，第二東京弁護士会所属の永井公成弁護士より，アメリカにおける紹介サイトの現状についてのご報告をいただきます。

関連する資料としましては，分厚い冊子の195ページになります。

では，永井先生，お願いします。

永井（第二東京弁護士会） 私，第二東京弁護士会の弁護士の永井公成と申します。

本日，午前中もインターネット上の紹介サイトの件で発表させていただきましたが，午後も少し担当させていただいております。よろしく願いいたします。（拍手）

では，座って発表させていただきたいと思います。

時間が相当押し詰まってしまっていますので，私のほうは本当に端的に解説させていただきたいと思っております。

詳細につきましては，皆様にお配りされている資料のCDROMに詳しい資料という形で入っておりますので，ご興味ある方は後ほどそちらを見ていただき，その概要説明だけを今ざっと簡単にさせていただきたいと考えております。

特に，パワーポイントは使わずに，口頭だけで簡単に説明させていただきたいと思います。

アメリカにおける弁護士有償紹介サービスに対する規制とか，現状に対する分析という形になるんですけども，日本と同じようにアメリカにおいても貧富の差という部分が司法アクセスに大きな影響を及ぼしております。

具体的には，企業とか高所得者といった方々は，もちろん司法アクセスを容易にできて弁護士を活用しているんですけども，それ以外の方で，まず低所得者の方については，意外と政府や法律家協会の援助などを受けて活用できているという実情があるんですが，その真ん中にいる中間所得層という方々に一番司法アクセスが届いていないという現状があります。

こうした現状をうまく改善していくために、アメリカでもいろいろ模索していく中で、弁護士紹介サービスといったものがすごく効果的なのではないかということに至り、こういったサービスをどう活用していくかということが模索されてきていました。

少し話が飛びまして、そもそも歴史的な部分になりますけれども、アメリカにおいても、少し前の日本の弁護士会と同じように、広告といったものに対してはものすごく抵抗というか批判的な見方をしていた部分がありました。クライアントというものは、ゴルフとかイベントを通じて知り合うものだ、紹介を通じて知り合うもので、広告とかそういうことはしないというスタンスだったんですけれども、少し前ですが、1970年代ぐらいに、一部の弁護士がそれでは中間所得者にうまく司法サービスを届けられない、新聞とかテレビ広告とかそういったものは必要だろうという主張を強く始めまして、そういう中で *B a t e s* 判決という判決が出て、広告行為は表現の自由の一環で守られた権利だということで、広告行為を弁護士が行うことができるようになり、その後、法律家協会等で議論を重ねて適正な広告や紹介制度を発展させていくという形に至っております。

その紹介サービスというのもアメリカで別に無制限に許されているというわけではなくて、それに対しては模範規則といったものがきちんと定められております。

その中で、例えば、サービスの運営側に対するものや、報酬、監督システム、そういったものについてのいろいろなルールが定められているんですけれども、とりわけ目を引くものとしては、例えば、紹介サービスを使ったことによって依頼者の経済的負担がふえるようなことがあってはならない、紹介サービスを使わない場合に払うお金と紹介サービスを使ったときに払うお金というものの金額の差が生まれないようにしなければいけないといったようなルールは策定されております。

こういったバランスをとりながらアメリカでは紹介サービスを活用してきておりまして、現在では、少しその時期としてはずれてはいるんですけれども、結局、民間による営利団体による紹介サービスというものについてもかなり寛容な姿勢をとっております。

そもそもアメリカの法律協会 *A B A* の規則によって禁止されていたのは、例えば弁護士の成功報酬を紹介者との間で分配するといった行為でしたけれども、例えば、紹介の対価の支払いなしであればオーケーで、まず紹介の対価支払いがなしであれば民間業者も行うことができるということに大分前からなっていたところに、あわせて、さらに2002年の段階で適正な規制機関の承認を得た場合であれば、そういった報酬の分配をしてもいいだろうというような形の寛容な態度をとっております。

実際、ただ運用していく中でそういった許認可をきちんととらずに未認可のままで報酬をとってしまっているところや、認可をとった後で規制違反をしているといったような業者もあって、取り締まりといったところでは一つ課題は残ってはいるところではあります。

今回のシンポジウムでいろいろ出ているウェブ上の紹介制度については、そもそもアメリカの中でも従来からある弁護士紹介というものと同一なものとして考えてよいのか、それとも新しいサービスとしての検討をすべきかどうかというような議論がなされております。すなわち紹介サービスというのは、紹介側がこの人を紹介しますという形で特定の弁護士を出していくのに対して、現状、例えば、ウェブ上のマッチングサイトと呼ばれるようなものというのは、クライアント、依頼者側のほうがこういう事件を頼みたいということで条件を入力すると、幾つか候補者の弁護士が表示される、その中から最終的には依頼者の側がこの人に頼みたいということで選ぶというものであって、従来のように、例えば、順番に弁護士を紹介していくといったようなサービスとは異なることから、同じような規制を及ぼしていいのかどうかということについてはなかなか議論がされているところではあります。

ただ、議論がされているとはいつつも、基本的にはそういったマッチングサイトの公共的な有益性ということも非常にやはり皆さん理解しているところが多く、反対意見よりはかなり賛成的な意見が多いのが実情です。なので多くの州では、アメリカの法律協会の規則には違反しないという形で判断されております。

一番最後に、事例研究という形でリーガルマッチという1999年頃にアメリカで最初にできた有名な弁護士のマッチングサイトについてですね。

これについて簡単にご説明しますと、このサイトは、依頼者の方が自分が相談したい事件をインターネット上で打ち込んで、その情報がサイト運営者の側に飛びます。そうするとサイト運営者の側で、専門性とか、居住地とか、あと向こうでいろいろな言語を使われる方がいるので、使える言語とかそういったあたりで適正な弁護士を何人か選んで、その弁護士にこういう依頼が来ていますというメッセージを飛ばします。そうすると弁護士のほうが、これは受けてもいいかなと思ったものについて、任意的に依頼者に対して返信を行う。そうすると依頼者はたくさん来た返信の中から、この人だったらプロフィールとか、ほかの人の評価とかを見て依頼してもいいかなと思う人に対して依頼をかけて、事件を進めていくといったようなことをしているサイトです。

このサイトは、紹介料という形はとらずに、基本的に年会費という形で弁護士から会費をとって、その年会費を払った人だけがこのリーガルマッチのサイト上にプロフィールを作成して

その事件を受任のきっかけを得ることができるといったような扱いになっております。

こういったインターネット上のサイトについて一つ最近問題視されている点としましては、例えば、先ほどリーガルマッチの制度としては、クライアント側が自分の相談したい事件を運営者に投げて、それが弁護士のほうに相談にいったという形なんですけれども、通常、直接弁護士に依頼する場合というのは、弁護士との間で弁護士のほうに守秘義務が発生するので自由にいろいろなことが話せる。ところがこうやってサイトを経由して弁護士に行くと、それで弁護士も返信するのが任意で依頼者も誰を選ぶかを自由に決められてという形になると、どの段階から弁護士とクライアントとの間に委任関係がきちんと発生して、いわゆる向こうで言えば取得特権、こちらで言う守秘義務のようなものが発生するのかといったあたりはかなり議論がなされているところです。

本当に駆け足で概要だけ拾ったという形になりますけれども、結局まとめますと、アメリカにおいても、中間所得層の方々にもより多くの司法サービスを提供していきたいという目標に向けてどうしたらいいかということをいろいろ模索していく中で、弁護士紹介サービスというのは非常に有用な方法だろうと、ただ、それを無制限に認めるわけにはいかないということで明確なルールを策定して、そういうルールを守らせることによって弁護士の職務の独立性もきちんと守って、かつ中間所得層にも司法サービスを提供するというような繊細なバランスを保って運用しているというのが現在の実態になります。

お時間の関係で、詳細についてはC Dのほうでござんいただければと思いますので、私のほうから報告は以上とさせていただきます。

ありがとうございました。（拍手）

司会（辻村） 永井先生、ありがとうございました。

それでは、午後の一つの目玉でございます座談会のほうに移らせていただきます。

ここからは、座談会の司会進行役であります第一東京弁護士会所属の長谷川宅司先生にお任せいたします。

長谷川先生、よろしくお願いいいたします。

長谷川（第一東京弁護士会） 第一東京弁護士会の長谷川宅司でございます。どうぞよろしくお願いいいたします。

座らせていただいて話します。

このコーナーでは、弁護士紹介サイトにかかわられる事業者、それからユーザー、それから登録弁護士の皆様にご登場いただいて、生の声をお聞かせいただく。そしてこれを次のパネル

につなげていくというコーナーでございます。

進行といたしましては、まず私のほうから、各きょうご参加の皆様をご紹介して、簡単にサイトとのつながりをおっしゃっていただく。その後、具体的にどのようなサイトとのつながりがあるかというのをそれぞれにお聞きをして、次にそれぞれサイトの有用性、問題点、それから実際の弁護士引き合わせニーズがあるかないか、あるいは最後に今後のどういうふうに展望するかというような話をお聞かせいただくというようなことでお願いしたいというふうに思います。

それでは、まずこちらのほうから向かって左になります株式会社リーガルフロンティア21の代表取締役であり、法、納得！どっとこむを運営しているNPO法人リーガルセキュリティ倶楽部の理事長でもあります生 千歳さんです。かわりを少しお話ししていただけますか。どうかかわりがあるかということです。

生氏 私は、十数年前まで司法試験の予備校を運営してまして、その予備校の名前が辰巳法律研究所というのですが、その法律研究所を法律事務所と間違っ法律相談に来る近くのおじさん、おばさんがたくさんいたんです。それを見まして、やはり本当に法律情報を必要とする人たちはこういう人たちなんだと、そういう人たちを何らかの形で法律相談、あるいはいろいろな法律情報を提供できないかと思って、このリーガルセキュリティ倶楽部というものを立ち上げました。その中で法律相談いろいろ出てくるんですが、今はパソコンだけではなくて、モバイルとかスマートフォンにも対応していますけれども、その中で法律相談をいろいろやってくる中で、有料でもいいから弁護士さんに相談したいという声が随分出てくるんです。それがプロで納得法律相談というコーナーです。

長谷川（第一東京弁護士会） ありがとうございます。

それから、そのお隣がIT関連の仕事と腕時計の販売等を行っておられます中尾 功さんです。どうぞ。

中尾氏 中尾です。どうぞよろしく願いいたします。（拍手）

長谷川（第一東京弁護士会） どうぞ、かわりについて一言。

中尾氏 私は、サイトのほうでいろいろ検索とかさせていただくのは、仕事上ずっとパソコンの前にいるからというのもあるんですけども、やはり仕事上でどうしてもそういうトラブルとかがありまして、その先生を探すのにどういった先生を選んでいいのかなという方を探すのに今サイトのほうをずっと使わせていただいています。

長谷川（第一東京弁護士会） 弁護士ドットコムのサイトですね。

中尾氏 はい。

長谷川（第一東京弁護士会）では、その次にお座りになっている方は、谷井秀夫先生、宮崎綜合法律事務所です。

谷井氏 谷井秀夫と申します。期は59期です。

私は、弁護士ドットコムへのヘビーユーザーというわけではないんですが、一ユーザーとして感想を述べさせてもらいたいと思います。

長谷川（第一東京弁護士会）ありがとうございます。

それでは、それぞれどのようなかわりがあるかということで、もう少し具体的に話をお聞きしたいと思います。

弁護士ドットコムについては、先ほどご紹介がありましたので、まずは生さんのほうから弁護士紹介サイトの関係の話をしていただきたいと思います。

資料の中では187ページ、188ページに載っておりますが、弁護士・法律事務所データベースというようなものに関与されておられますので、生さん、その辺の話をどういうサイトかということのご説明をお願いします。

生氏 2つあります。1つは、弁護士・法律事務所データベース、先ほどご紹介していただいたんですが、それですね。これは、地域別、都道府県とか市町村別、かつ弁護士の相談分野別に弁護士さんを検索できるものです。弁護士名、それから事務所名、性別、所属弁護士会、登録年度、登録番号、この6つを基本情報として検索できます。

もう一つは、先ほど言いました法、納得！どっとこむというものです。これは法律のコンテンツたくさんあるんですが、その中で法律相談という部門があります。

法律相談に3つありまして、1つは、納得法律相談、これは週2件だけ答えるものです。ただ13年やっていると、相当蓄積されています。

それからもう一つは、みんなで納得法律Q & A、これは利用者同士が知恵を出し合っているものです。

それからもう一つは、最後にできましたが、プロで納得法律相談、これは当サイトに登録している弁護士が回答するものです。これが弁護士紹介に関係あるサイトです。

相談料とか事務所に来てもらうかどうかは弁護士とその相談者とのメッセージのやりとりで決めていただくとそういう形になっております。

長谷川（第一東京弁護士会）もう少し具体的にお聞きしますが、その弁護士・法律事務所データベースというサイトでは、現在、登録弁護士はどのくらいでしょうか。

生氏 基本情報を検索できる弁護士は3万1,300人になります。現在、それ以外の情報を登録している弁護士が2,286名になります。

この弁護士データベースにアクセスあるんですが、大体1カ月で100万ページビュー、利用者が大体60万人強となります。そういう状況です。

長谷川（第一東京弁護士会） 登録弁護士は、先ほど言いました基本的な6つの基本情報以外にはどのような情報を登録できるのでしょうか。

生氏 まず、執務時間、それから料金の目安、料金の支払い方法、それから見積書作成の可否、それから経歴、先生の著書・論文、学歴・職歴、趣味、特技、それから写真画像等、弁護士の人柄とか人間性がわかるような情報が提供できます。

基本情報以外の情報は、登録された弁護士にIDとパスワードを渡しますので、ご自分で記載するという形になっております。

長谷川（第一東京弁護士会） なるほど。その登録弁護士というのは、何か登録に費用がかかるのでしょうか。

生氏 いえいえ、全然かかりません。

長谷川（第一東京弁護士会） 次に、先ほど言われていた弁護士の法律相談を受けられるプロで納得法律相談というサイトがあるようですが、これはどのぐらいの利用が行われているのでしょうか。

生氏 正直言って、弁護士先生答える数は少ないです。それを利用して自分の顧客を開拓しようというのはなかなか見られないようです。

長谷川（第一東京弁護士会） そうですか。

このサイトは、法律相談サイトの質問というのは、ユーザーが無料で自由に投稿できるというものでしょうか。

生氏 はい、全く無料で投稿できます。

長谷川（第一東京弁護士会） 24時間可能ということですね。

生氏 はい、24時間可能です。

長谷川（第一東京弁護士会） ユーザーの質問を閲覧できるというのは、誰になるのでしょうか。

生氏 その3つの種類によって違うんですが、納得法律相談は、これは我々管理する側だけしか見られません。

それから、みんなで納得法律Q & Aは、誰でも見られます。

それから、プロで納得法律相談は、登録弁護士だけが見られるという形になっています。

長谷川（第一東京弁護士会） その回答については、どの程度事業者のほうでチェックをす
るといのか、何か規制をされているということはあるのでしょうか。

生氏 いいえ、全くそのあたりの内容についてはチェックしておりません。

長谷川（第一東京弁護士会） 相談担当弁護士と、質問したユーザーとの間の紹介のような
ことはされていますか。

生氏 それは72条がある以上、手出しできませんので、やっておりません。

長谷川（第一東京弁護士会） そうすると、相談者のほうの相談というのは、回答の中で弁
護士のほうとの相談を望むとかそういう話になるのでしょうか。

生氏 そうです。有料でいいからプロで納得弁護士さんに答えてほしいということで書き込
んできます。

長谷川（第一東京弁護士会） これらのサイトで、運営者としてはどのような形で収入
を得られているのですか。

生氏 収入は、これはNPO法人ですので、できるだけ一般の市民に法律情報を提供して法
律を法律家を使って幸せな生活を送ってほしいとこういう理念です。ですから、収入について
は非常にのどかに牧歌的にやっております。

ただ、現実的にアクセスが150から200万ページビューになりますと、広告媒体としての力も
出てきます。グーグルアドセンスというところと提携しまして、そちらから法律書とか、法律
事務所の広告を載せています。それで、ワンクリック幾らという形で収入が入ってきます。

もう一つは、サイバーエージェントの子会社で、CMモバイルという会社があるのですが、
これはエーユーとか、ソフトバンク、それからドコモの公式サイトにいろいろなコンテンツを
提供しているところなんです。そこにうちでつくった法律情報を提供して、そちらが加工してエー
ユーとか、ソフトバンクとか、ドコモに配信する。そこからの収入という、この2つです。

長谷川（第一東京弁護士会） ありがとうございます。

それでは、また後で具体的な有用性とかそういうことについてのお話を聞きたいと思います。

次に、ユーザーの代表としまして、中尾さんにお聞きしたいんですが、中尾さんは弁護士ド
ットコムを利用されているわけですが、弁護士ドットコムはいろいろなサービス内容が
ある、お手元の資料集の173ページにドットコムのサービス内容が幾つか記載されていますけ
れども、この中のどういうサービスをご利用されているのでしょうか。

中尾氏 みんなの法律相談というサービスですか、それとあとはメールマガジンで飛んでき

たコラムというか、記事というか、そういうものに関しては全て一応目を通しております。

長谷川（第一東京弁護士会） 弁護士ドットコムトピックスというやつですか。

中尾氏 はい。

長谷川（第一東京弁護士会） みんなの法律相談というのはどのようなサービスで、どこに着目されているのでしょうか。

中尾氏 いろいろな方がいろいろな案件で悩んでいることを掲示板のようなところに書き込んでいただいて、それに対して弁護士の先生が自分の所見であるとか、回答を書いていただいて、それを僕らがまた再拝見するというそういうサービスです。

長谷川（第一東京弁護士会） みんなそうなんですね。

それはどの辺に面白さというのか、どの辺に注目されて見られているのですか。

中尾氏 やはり自分のふだんの生活の中で、どうしても同じような案件というのはいっぱいサイトの中にありますし、あと友達からやはり相談されたりしたときに、ここを見たほうがいいよというふうなことを勧めたりもできます。

長谷川（第一東京弁護士会） なるほど。弁護士ドットコムトピックスというのがあるようですが、これはどのようなサービスですか。

中尾氏 トピックスというのはどの部分でしたか。

長谷川（第一東京弁護士会） ニュースを送ってくるという。

中尾氏 あれは非常に面白いです。

僕らふだん考えて、この案件だったら絶対にお金は取れないだろうなというようなことでも先生たちは、これは絶対に法律違反だからこれはおかしいとかという全く逆の答えが出ていたりして、僕らでもふだん仕事の中でもすごい勉強になります。

長谷川（第一東京弁護士会） 中尾さんはどこかのインターネット相談サービスとか、弁護士費用の一括見積もりというサービスは利用されたことはないんですか。

中尾氏 一括見積もりというのはしたことはないですけども、個別に中を見て、その先生に個別に電話して相談したり、依頼したり、そういうことはあります。

長谷川（第一東京弁護士会） そうですか、わかりました。

次に、相談弁護士の谷井先生に聞きますが、谷井先生と弁護士紹介サイトのかかわりというのは、もう少し具体的にご説明いただけませんか。

谷井氏 私が弁護士ドットコムに登録したのが去年8月です。その後、弁護士ドットコムさんが、離婚問題特設ページというのを開設されまして、そこに私の顔写真とプロフィールと解

決事件を掲載した。それが月5万円だったと思うんですが、去年の9月と10月2カ月間やりまして、そこで4件離婚事件を受任しまして、ちょっと事件が遅れて、ほかの事務所事件とか回れなくなってきたので、10月に2カ月でやめたんですね、それは。

それでまた、ことし7月ぐらいに登録弁護士向け有料サービスというのを弁護士ドットコムさんが始めました。それは得意分野を設定して、その得意分野について解決事例だとか、料金表だとか、PRだとか、そういったのを顔写真とともに載せることができる。それで得意分野、お客さんが分野ごとに弁護士を探すんですけども、その検索するとき、上のほうに表示されるだとか、みんなの法律相談の例えば相続分野に登録していると、相談者の方が見ている相続の相談ページでその右側のほうに弁護士が表示されるだとか、そういった形でお客さんからのアクセスというか、お客さんから連絡が得られやすくなるようなサービスに、この8月から、まだ3カ月間しかやっていないんですが、登録しています。

長谷川（第一東京弁護士会） ありがとうございます。

これはやはり費用は少し高目になるということになるのでしょうか。

谷井氏 今、得意分野として3分野登録しています。3分野で月3万円です。

長谷川（第一東京弁護士会） ああ、そうですか。

そうすると、こういう費用を払うと、先ほどもちょっとご説明をいただきましたけれども、どのような優遇を受けるといふ形になるのでしょうか。

谷井氏 PR文です。その事件についてどういう姿勢で取り組むんだと、そのPR文だとか、あと料金表、解決事例、それと写真です。それを載せて、あとは検索したときに上位表示されるということなので、お客さんをつかみやすくなるということだと思います。

長谷川（第一東京弁護士会） なるほど。紹介表示はどのような表示になるんですか。得意分野に関するPR文みたいな感じを載せられる。

谷井氏 そうですね。専門という言葉は使えないので、あくまで得意分野ということで実際の解決事例、解決事例もそのまま載せるのではなくて、ちょっとデフォルメしたものを載せているのですが。

長谷川（第一東京弁護士会） わかりました。

それでは、次に、今度はそれぞれの立場から見られた紹介サイトの有用性についてお話を聞きたいと思います。

まず、事業者の立場から、生さんのほうから、それぞれの、今2つのサイトのご説明がありましたけれども、それぞれの有用性について少しお話をいただけますか。

生氏 まず最初に、弁護士データベースの有用性なんですが、大きく挙げて3つあります。

まず、1カ月で100万ページビュー、60万人の人が見に来るということは、一般の市民がどれだけ弁護士の情報に飢えているかということだと思います。このサイトは一般の市民のそういうニーズに対して応えている、これが1つだと思います。

2番目は、まず、具体的に弁護士さんに依頼する前に自分が依頼しようとする先生はどういう先生なのか、そういう情報を事前に仕入れてから行くということ、それが2番目です。

3番目は、特にホームページを持たない先生に対するアクセスが多いんです。ですから、このことから見ると、この弁護士データベースのサイトがホームページを持たない先生方の簡易ホームページとしての役割を果たしているのではないかと思います。そういう使われ方をしています。

長谷川（第一東京弁護士会） 次に、プロで納得法律相談というサイトも立ち上げられているようなので、これの有用性はどのような感じなのでしょうか。

生氏 これの有用性は、無料で誰でもいつでも法律相談ができるというのが、それだけで大きなメリットだと思います。

それから、自分の法律問題について弁護士に相談に具体的に行く前に、こういうサイトで相談してから予備知識を仕入れて相談に行く、こういう使われ方、もう一つは、相談に行った後にここで相談をしてセカンドオピニオンとして確認をする、こういう使われ方もしています。

それから、言うまでもないことですが、弁護士さんの仕事の開拓に極めて有効だということです。有効なものがあるけれども、使わない、私は不思議ではしょうがないのですが。

それから、4番目ですが、こういう情報がネットで公開されるということは、一般市民が法律についてたくさんの知識を仕入れていきます。これは一般市民が法律について情報武装をするということですから、相談される弁護士さんの緊張感を高めるのではないかと、いいかげんなことは言えないなということで、こういう役割も果たしているんじゃないかと思います。

長谷川（第一東京弁護士会） ありがとうございます。

次に、中尾さんに、この弁護士紹介サイトの有用性についてお話をいただきますが、中尾さんは利用されているみんなの法律相談とか、弁護士ドットコムトピックスとかというようなものについては、どの程度の回数をご利用されているのでしょうか。

中尾氏 回数は、毎週メールマガジンが届きますので、その都度は必ずサイトは開いています。

あと、友達とか、お得意先から「ちょっとこういう案件があるんだけど、どうしたらいい

いんだろう」と聞かれたときに、そこを調べて、自分の知恵袋的にこの先生ちょっと電話してみたらとか、そういう案件でも使わせてもらっています。

長谷川（第一東京弁護士会） 相当程度、毎日見るような感じ。

中尾氏 恐らく楽天とかアマゾンで買い物するよりはよく使っていると思います。

長谷川（第一東京弁護士会） ああ、そうですか。その程度の高い頻度で利用されている、回覧されているというのは、やはりかなり利用価値があるということになるのでしょうか。

中尾氏 もちろんです。先ほどこちらの運営者の方がおっしゃっていましたがけれども、やはり仕事をしている以上、どうしても法律というものは絡んできますので、自分の知識を持っておかなければいけないというのがありますし、斜め読みしているだけでも、ここに何か同じようなものが載っていたなというのは必ず覚えているんです。そういうときに、またサイトのほうを開かせていただいて、調べさせていただいて、その回答を自分で得て先生に相談するなり、人に紹介するなり、そういうふうに本当に有益に使わせていただいています。

長谷川（第一東京弁護士会） やはり人の法律相談なんだけれども、それを見ることによって弁護士さんの専門性とかがわかるというようなイメージをお持ちなんではないでしょうか。

中尾氏 もちろんわかりますし、人柄とかそういうものも文章を見ていたらわかりますし、得意な分野というのわかりますし、弁護士の先生を虫眼鏡で選ぶというのですか、どうしても弁護士の先生というのは、僕らの立場から言うと、まず何か問題があると友達に「ちょっと困っているんだけど、どうしたらいいだろう」というふうに相談する。そうしたらその友達の知り合いの弁護士の先生を紹介してもらおう。そして友達の紹介だったらその弁護士の先生はすごく断りにくいんですね、仕事途中で。そういうのを関係なく自分で本当にいい弁護士の先生を選んでいけるという部分に関しては、とてもいいサイトだと僕は思っています。

長谷川（第一東京弁護士会） 実際に相談されたことはありますか。

中尾氏 もちろん、何回も相談させていただいていますし、法テラスですか、あちらのほうも一遍相談してみたらというふうに先生に紹介させていただいて相談したこともありますし、何回も使っています。

長谷川（第一東京弁護士会） ありがとうございます。

そしたら、今度は相談担当弁護士の観点で、谷井さんのほうにお聞きしたいと思いますが、このサイトに参加されたのはどういう動機になるのでしょうか。

谷井氏 そうですね、やはりインターネットがこれだけ普及していますから、インターネットを通じた集客、どういう考えでどういう行動でお客さんは弁護士に依頼するのかと、そ

うインターネットによる集客について関心があったということです。

長谷川（第一東京弁護士会） 実際、弁護士顧客紹介の増加という意味では、具体的にはどの程度の効果があったのでしょうか。

谷井氏 有料サービスは、ことし8月から始めてまだ3カ月なんですけど、大体月8件から10件の問い合わせで、そのうち面談まで至るのが半分、月4件くらいですかね、それで受任が月2件くらいのペースで来ています。

長谷川（第一東京弁護士会） 先ほどのお話でもありましたように、単に出しているだけでは余り効果がないというようなこともあるようですが、何か工夫されていることはあるのでしょうか。

谷井氏 そうですね、やはり写真は何回も撮り直して、女性の事務員とかにどれがいいとか、選んでもらって、あとキャッチフレーズですか、すごくわかりやすいキャッチフレーズを書いて、あとは解決事例です。事例もしっかりと気合を入れて書いたというところですよ。

長谷川（第一東京弁護士会） 特に、業者の方のほうから何か顧客を増加させるため、何かこうしたらいいとかというアドバイスはあるのでしょうか。

谷井氏 やはり解決事例はしっかり書いたほうがいいですよということでは言われました。

長谷川（第一東京弁護士会） それでは、また戻りまして、今度はそういった弁護士紹介サイトの有用性ととも、問題点というのがあるのではないかと思うのですが、生さんのほうから、何か事業者のほうから見られたそういうサイトの問題点というのは何かありますか。

生氏 弁護士データベースについてまず述べますと、提供する情報の信用性ということですよ。先生方引っ越しされたり、独立されたり、あるいは途中で名前が変わったりいろいろな変更があります。これを毎月こまめに更新していく努力をすると、これをやっています。

それから2番目は、登録した弁護士が、6つの基本情報以外をIDとパスワードを渡して自分で記入してもらおうんですが、これについてチェックされていないということです。得意分野とか、その著書・論文とか、そのあたりのチェックがなされていない、この2点が問題だと思います。

長谷川（第一東京弁護士会） 今の弁護士データベースのほうですけども、プロで納得法律相談のほうで問題となる点は何かありますでしょうか。

生氏 これは大きく分けて3つあります。

ネット相談の本質的な限界ですが、文章力の限界です。相談するほうは、自分の困っていることとか状況を正確に文章にして書けるといふ人はそんなにいないと思うんです。だからその

面を見ると、文書を書くのが苦手な人が多いですから、やはり対面相談というものが原則になると思います。

それから、弁護士側も文章で答えるとなるとそれが残ります。残るのを嫌がる先生方もいらっしゃるし、やはり口頭でやったほうがいい、こういうことがありますね。

それから、これは3番目、先生方から見た場合、相談する方というのは2つのタイプに分かれるんです。自分の困っている問題についてその解決のプロセスと結論を知りたいと、それがわかればいいのだという。

もう一つは、いや、結論だけではなくて、弁護士さんを頼んで自分の権利を裁判やっても主張したいと、この見きわめが先生方の仕事にいかに関わりつけるかの重要なことだと思います。

長谷川（第一東京弁護士会） ありがとうございます。

今度、ユーザーの立場から見て、中尾さんのほうで、みんなの法律相談の情報を見て相談されたといったときに、専門性、その他について思ったとおりの人じゃなかったというようなことはございましたか。

中尾氏 思ったとおりじゃなかったということはなかったですけども、実際に電話で、いきなり電話をさせていただいて、いや、電話では困りますというふうに断られたことはありますけれども、とりあえずメールにしる、電話にしる、僕が困っていることに関してはきちんと答えていただけることがほとんどですし、そのままその先生に仕事を依頼して、あとお願いしますというときもあります。

長谷川（第一東京弁護士会） 特に、今まででは困ったという経験はない。

中尾氏 ないです。ありがたいことのほうが多いです。

長谷川（第一東京弁護士会） 次に、担当弁護士から見られてということで、谷井先生のほうから、何か困った点というか、問題点というのは何かございますか。

谷井氏 心配している点も含めて、3点ちょっと申し上げたいと思います。やはりネットの世界に自分の顔写真が出るということです。

事務所的に民事事件が多いのですが、顔を覚えられて、電車で突き飛ばされたとか、顔が割れてしまうというところがちょっと心配する点です。それが1点。

2点目が、私、みんなの法律相談というサービスはやっていないんです。それはなぜかというと、お客さんが質問すると、弁護士が答える、その掲示板には弁護士だけではなくて誰でも書き込むことができるんです（注：掲示板の質問に対して弁護士以外の一般ユーザーも回答できる機能については、本件シンポジウム開催日以降に行われたサービスリニューアルにより

現在は廃止されています)。だからお客さんが匿名で書き込むことができるんですよ。お客さんの質問に対して弁護士が回答しました、その回答に対してさらに顧客の方が匿名で書き込むということなので、自分の書き込みがどんな批判を受けて、誹謗中傷もされるかもしれない。書き込んだ内容がやはりホームページの管理者じゃないと訂正なり削除とかできませんし、自分の書き込みがどこまで広がって行って、どんな誹謗中傷を受けて、だからそういう心配があるので、みんなの法律相談のほうはやっていないんです。ただ、みんなの法律相談に書き込むことによって、弁護士の顔写真も出て、そこをクリックすればこの弁護士に依頼するというそういうアクセスもできるようなので、お客さんを獲得するという意味では有用だと思います。

あと、3点目ですが、弁護士ドットコムに登録する弁護士がどんどんふえてきて、今は月8件から10件ぐらいの問い合わせがあるんですが、やはり登録される弁護士がふえてくると、その問い合わせ件数が4件とか、5件とか、3件とかに減ってくるんじゃないかと、減ってきたときにではどうしないといけないのかということ、よりインパクトのあるプロフィールを載せるだとか、インパクトのある写真を載せるだとか、そういう方向に走ってしまわないかなと、そういう点もちょっと心配しているところです。

今のところは、単にそういう、どんどん登録者がふえてきたら、書き込む内容がちょっとより過熱するんじゃないかなという心配もあります。

長谷川（第一東京弁護士会） ありがとうございます。

次に、今までは弁護士の紹介、情報提供ということだけなんですけど、さらに、それを越えた引き合わせニーズというのがあるのかもちょっと聞いてみたいと思いますが、生さんのほうにまずお聞きしますが、弁護士の引き合わせニーズというのはあると思いますか。

生氏 ありますね。現に電話もかかってくるし、紹介してほしいという声はあります。

長谷川（第一東京弁護士会） 現在のサイトでそれは対応できているのでしょうか。

生氏 全然できていません。

長谷川（第一東京弁護士会） それはどうしてでしょうか。

生氏 それは72条があるから、我々はそこから先へは踏み込まないことにしています。

ついでですからちょっと言わせてもらいますと、72条の問題性といいますと、一般の人は弁護士法72条という情報を知らないんですね。知らないし、知っていても困っている人に弁護士さんを紹介してあげるのがなぜ悪いのかという感覚だと思うんですよ。72条の前段、弁護士が法律事務を独占するというのはそれはそのままでいいと思うんですが、後段のほうは、そろそろそれを考えていくべき時期ではないかと思います。解釈によって何とかしてほしいんですが、

そのあたりです。

長谷川（第一東京弁護士会） ありがとうございます。

では、その次に、ユーザーサイドから中尾さん、今。言いました弁護士の具体的な引き合わせニーズというのはあるのでしょうか。

中尾氏 もちろん、私は何回もその先生に相談しています。弁護士の先生というのは紹介したらだめなんですか。

長谷川（第一東京弁護士会） 有料相談はだめ、有料の紹介はだめということに弁護士法上なっております。

中尾氏 お客様からいろいろな相談を受けて、この先生専門みたいだから一遍相談してみたらとかというご紹介、結果とかそういうのは聞かないですけれども、後からその先生にそのまま依頼して話解決したというような事例も僕は何回も聞いています。

長谷川（第一東京弁護士会） ありがとうございます。

ほぼいろいろなことが出てきたと思いますが、最後に、弁護士紹介サイトについて今後こういうふうにしたらいいのではないかとか、今後こういうようなことで展望したらいいんじゃないかという話をさせていただきたいと思いますが、まず生さんのほうから、何かこういう展望についてお話しいただけますか。

生氏 先ほど弁護士の先生が、韓国の立法過程について説明されていたんですが、全くあれと同じように、弁護士会もしくは公共団体、もしくはそういう営利を目的としない団体が弁護士さんを紹介する、こういうものは別に現行法のもとでも頑張ればできるんじゃないかと思うんです。

我々NPO法人でして、別にうちにやらせてくれとか、そんなことは仕事もふえるだけですからいいんですが、もっと弁護士ドットコムさんのような、あるいは我々のようなものがたくさん出てきて、もっと一般の市民に法律を身近な存在、弁護士を身近な存在にする活動をすべきだと思います。

長谷川（第一東京弁護士会） ありがとうございます。

中尾さん、何かこういうふうにしてほしいというような要望はございますか。

中尾氏 僕たちが考えている部分では、先生方が思っいらっしゃるほど弁護士の先生に相談していいというレベルに皆さんまだ来ていないんです。この話を弁護士の先生に相談したらすぐ解決するような話なのに、それが相談できずに困っている人というのは山ほどいると思うんです。その弁護士を紹介するサイトをやっていらっしゃる、僕ももちろん使っている、本当

に氷山の一角だと思うんです。

先ほど、先生がおっしゃいましたけれども、ユーザーが減るんじゃないかと、僕は全く逆だと思います。これからまだどんどんふえてくると思います。

長谷川（第一東京弁護士会） ありがとうございます。

それでは、谷井さん、何か今後の展望と申しますか、どういうふうにしてほしいかというのがありますか。

谷井氏 どんどんふえるということのご指摘ですが、確かに右肩上がりでページビュー数月1,000万、弁護士ドットコムさんはビュー数が月1,000万ビューあるということで、それもさらに数がふえていくような状況だというふうにお聞きしていますので、登録人数がふえていっても問い合わせ件数は減らないのかなというふうには思っています。

ただ、登録する弁護士がふえると、やはり第一印象で、写真だとか、インパクトのあるキャッチフレーズだとか、そういう形でより弁護士を選ぶようになると、第一選択は、まず顔なりPR文で絞って、その絞った中からさらに絞ってというようになると思うので、その第一選択のところでインパクトを競うようなことになりはしないかなとかそう思ったりします。

ですから、本当にお客さんのニーズに合った弁護士が選ばれるような形になるのかどうか、その辺を注目しています。

長谷川（第一東京弁護士会） どうもありがとうございました。

ここでこのメンバーに関しましては、この先、質疑・応答の時間がございませんので、何かご質問ございますか、会場のほうから。

特になければ、時間がかなり押しておりますので、こちらで終了させていただきたいと思いますが、よろしゅうございますか。

それでは、これで終わりたいと思います。どうもありがとうございました。（拍手）

司会（辻村） 長谷川先生、パネリストのお三方、ありがとうございました。（拍手）

それでは、ここで一度休憩を挟ませていただきたいと思います。今が2時23分ですので、2時35分まで、10分ちょっとになりますけれども、休憩を挟ませていただきます。

休憩の後は、パネルディスカッションを予定しております。ここで総括的な議論ができればと思っておりますので、ぜひお戻りください。お願いいたします。

（休 憩）

司会（辻村） 再開させていただきます。

では、最後のパートになります。

本分科会の総括的な意味で、パネルディスカッションをさせていただきます。タイトル「弁護士はどこに進むべきか、紹介制度とのかかわりを通じて考える」となっております。

パネリストの皆様の紹介をまずさせていただきます。向かって左からご紹介をさせていただきます。

武士侯教授になります。よろしくお願いいたします。（拍手）

武士侯教授は、福岡大学法学部にて法社会学の研究をしておられます。弁護士プロフェッションの社会構造を研究テーマとしておられ、本日のシンポジウム第1部でもご講演をいただきました。きょうは弁護士像が変容していく中で弁護士紹介制度をどう捉えていくべきか、貴重なご意見をいただけるものと思います。武士侯教授、よろしくお願いいたします。

次に、中央が弁護士の元榮太一郎先生です。（拍手）

元榮先生は、2001年に弁護士登録され、2005年に独立、オーセンスグループ株式会社（現在の商号は弁護士ドットコム株式会社）を設立され、日本初のインターネット法律相談ポータルサイト弁護士ドットコムを開設されました。以来8年にわたり「専門家をもっと身近に」を理念として事業を運営してこられました。きょうは、弁護士かつマッチングサイト事業者という立場から実情に則したご意見を頂戴できればと思います。元榮先生、よろしくお願いいたします。

最後に、右端が弁護士の竹岡富美男先生です。（拍手）

竹岡先生は、平成16年に大阪弁護士会副会長、平成19年には同会法72条等問題委員会委員長、本年度は大阪弁護士会の弁護士業務改革委員会委員長、日弁連業務改革委員会弁護士紹介制度PT座長を務めております。弁護士紹介制度については早くから関心を持たれ、大阪弁護士会のインターネット法律相談事業関与規則の制定にもかかわっておられます。竹岡先生、よろしくお願いいたします。

司会は私です。よろしくお願いいたします。座って進めさせていただきます。

まず初めに、本日のシンポジウムで取り扱っている「弁護士紹介制度」について、これは藤原先生から韓国のご報告がありましたけれども、一応念頭に置いていただきたいのは、弁護士を利用者に直接あっせんするような仲介的なサービスをイメージしているわけではなくて、利用者が弁護士を選ぶ、または弁護士が利用者に歩み寄る出会いの場を提供するサービスのことを指すという共通認識を持って頂いたうえで話を進めさせていただきたいと思います。

まず、お三方に、今回のシンポジウムで取り扱ってきました弁護士紹介制度について、なぜ今このテーマを取り扱うのか、それぞれどういった問題意識をお持ちなのか、率直なところを

お聞きしたいと思います。武士侯先生、どのようなご意見でしょうか。

武士侯氏 武士侯でございます。

今回、弁護士紹介制度というテーマでお声をかけていただいたわけですが、私の研究歴で言いますと、90年代半ばにアメリカに留学して、そこでのテーマが「法専門職の現代的変容」というもので、いろいろアメリカのことを調べてまいりました。

その中で思ったのが、弁護士制度がどんどん変わっていくという現実を目にしまして、これはやはり日本でも同様の事態が進んでいくだろうということも思ったわけですが、現に2000年代に入りまして、司法制度改革という動きが出てきて、現にさまざまな規制緩和が行われていった現実を見たわけです。どう見てもこれは抗しがたい社会の流れであろうとそう思ったわけです。それに適応する形で弁護士というものも日本でも変わっていくだろうとそう思ったわけです。

そこで、それを弁護士像という観点から見ると、これまでの弁護士像、つまりプロフェッション像というものが変わりつつあると、変わってきていると、そのように思ったわけでありませう。

伝統的なプロフェッション像というのは、理念として市場に対してアンチではないにしても非市場ということも掲げていたと思われるわけですが、今後はそういう形ではやっていけない。つまり、市場の力を無視することはできないだろうというふうに思ったわけです。

しかしながら、最初の報告で述べたようにプロフェッションという弁護士の自己規定を捨てるのかどうかという議論があったわけですが、弁護士サイドに立ったときには、プロフェッションを捨て去るのではなくて、それを標榜しつつ市場を肯定して、市場の中に生きる弁護士プロフェッションというのが今後の日本の弁護士のあり方として求められるのではないかと考えたわけです。

しかしながら、これまでの日本の弁護士の業務のあり方をみたときに、どうも日本の弁護士というのは市場とは疎遠なあり方を示してきたのではないかとということなんです。これはいろいろと歴史的な分析をしなければいけないところはあるとは思いますが、私の評価としては、日本の弁護士というのは、やはり市場というものに無自覚であり、市場を確立し確保するという努力をしてこなかったのではないかとというのが私の認識なわけです。

しかし、それではこれからの弁護士はやっていけないのではないかと。そういう問題意識がずっとありまして、そうだとするならば、これは政策論的な話になりますが、やはり市場形成が必要だということになる。プロフェッションとして市場を形成し確保していく戦略を考えてい

くことが必要なのではないか。その一つとして弁護士紹介制度、これに限りませんけれども、というものが当然浮かんで来るわけで、それでこの制度に関心を持ったということがあります。

ただ、この紹介制度というものは、弁護士の市場全体を考えたときには、ターゲットが一定の部分に限定されるだろう。それは、具体的に言うと依頼者はコンシューマーである。先ほど実態の分析がございまして、いろいろな話が出てきました。特にこのインターネット紹介サービスの実態の話が何度も出てきました。そこでは依頼者というのはかなり自覚的であるし、費用対効果、あるいは弁護士の専門性とか、あるいは人間性とか、そういったことに非常に自覚的な存在である、要するに、コンシューマーである、消費者としてのクライアントが出てきている。そうしたクライアントのニーズには的確に対応する形でいかないと、やっぱり市場というものを確保できないのではないかとということがあると思います。

そして、このようにして弁護士紹介制度を適切に推進していくことが、結局これからの弁護士の職域開拓とか、それから国民の側から見ればアクセス改革という、今日の実際的な問題解決の取り組みに寄与していくのではないか、そのようなことを考えているところでございます。

辻村氏 ありがとうございます。

実は、市場の中で弁護士がどうあるべきなのかというのは、非常にテーマとして聞きたい話ですが、まず切り口ということで、別のところでお話を聞きたいと思います。ありがとうございます。

元榮先生にお聞きしたいんですけども、きょうのシンポに臨むに当たっての問題意識、ずばりどんなものですか。

元榮氏 私は、2005年に専門家をもっと身近にしたいという思いから弁護士ドットコムを立ち上げてまして、丸8年間、弁護士と依頼者を近づける場所を提供したいということで、さまざまなサービスを展開させていただいています。

当然まだ道半ばではあるのですけれども、隣接士業の方々がインターネットのマーケティングを積極的に展開しているんですね。そのような中で、例えばヤフーニュースに配信されるような弁護士ドットコムトピックスというニュースコンテンツを提供したりする中で、弁護士ドットコムというサイトや、そしてサービスの認知度を高めたり、弁護士というのはこういうような形でお役に立てるんだということをお伝えしてきています。

また、現在ですと年間10万件、こういうような法律相談が寄せられるのですけれども、それに対する回答も含めたこういうQ & Aコンテンツを掲載することを通じて、一般の方にも弁護士ドットコムを開けばインターネット上で疑問を解消したり、弁護士の情報に触れると感

じてもらえるように、徐々に徐々に増えてきているのではないかなというふうに思います。

先ほどの発表にもありましたが、弁護士ドットコムをひとつきに訪れる月間訪問者数は、10月実績で440万人です。閲覧回数、ページビューと言われるものは1,000万ページビューを超えました。実は、去年の5月に1カ月当たりの月間訪問者数がようやく100万を超えたんです。ですので、1年半ぐらいで4.4倍になっているというぐらい急速に弁護士ドットコムへのアクセスがふえてきています。去年の5月に100万人、ことしの2月に200万人、ことしの9月に300万人を超えて、そして先月440万人ということです。

このような形を通じて、やはり法律で困った場合には弁護士なんだということに関して、今、インターネット上では陣地取りが始まっていますから、私、弁護士ですので、やはりこれは弁護士がお役に立つべきでしょうというものを形にするためにこの弁護士ドットコムを大事に大事に、日々改善しながら育ててきているというところです。このような意味で、微力ながらではありますがすけれども、弁護士業務の維持、拡大というものにお役に立てているのではないかなという自負はあります。

当然ですが、きょう何度も出てきていますけれども、この弁護士法72条並びに27条、こういうような法律、さらには弁護士会の会規、規則と、こういったものに絶対に反することのないように注意して進めてきているつもりですし、あとは大阪弁護士会のインターネット法律相談事業関与規則、こちらが制定されたことによって、どのような形で法律相談サイトを運営すればいいのかということが非常にクリアになりました。こういったこともありまして、こちらの大阪弁護士会の規則の遵守、準拠によって登録弁護士の先生方にも安心して登録いただける状況になってきたのではないかと考えています。

一方で、やはり弁護士ドットコムの運営者としていろいろなほかのインターネットの弁護士紹介サイト、こういったところもチェックするようなことが習慣になっているんですけども、こういうような法令、会規、規則に反した形の運営形態、弁護士の紹介料を取っているとか、そういうサービスを運営する業者も見かけるようになっています。現実、こうした違反事業をコントロールしきれていないということが、制度自体の発展の障害になっているのではないかなというような実感があります。

私は弁護士ですし、そしてやはり弁護士の矜持というものを守れるような形を実現していきたいと考えていますので、弁護士会と連携しながら、今言ったような障害を取り除いて、そして健全な事業者による良質なサイトが存在できるような制度の実現を望んでいます。

弁護士ドットコムという弁護士紹介サイトを運営する者として本当に言えることは、この弁

護士紹介サイトをしっかり確立した健全なルールのもとで運用をできる社会になれば、もっともっと弁護士業務の維持、拡大に貢献できると確信レベルで感じていますので、そういったところの問題意識を、私、きょう感じてここに座っているというところでございます。

辻村氏 ありがとうございます。

何かもうほぼ全て言い切ったみたいな話で、非常に意気込みを感じました。ありがとうございました。

では、竹岡先生、最後になりますけれども、本日のシンポジウムにはどんな問題意識で臨まれていますでしょうか。

竹岡氏 きょうの配付資料の後ろのページですけれども、最後のページに近いですけれども、最近5年間の地裁の民事・行政事件の新受事件の推移を見ていただくとわかるのですが.....

辻村氏 配付資料の4 - 19ですね。

竹岡氏 はい。

辻村氏 78ページになります。

竹岡氏 かなり減ってきているんですね。恐らく過払い事件が減っていくとさらに減る可能性がある。この数字を見ていると、私は去年、ことしと業革委員長をしていますけれども、日本の弁護士の大半は法廷弁護士なわけですけれども、単に人口がふえているから今の業務関係の厳しさがあるのだということにはならなくて、そもそもその法廷弁護士のなりわいを立てているこういった地裁の事件が減ってきている。これは何が原因なのかということを実際に考えないと、10年、20年先は大変なことになるのではないかと、業革的な立場での問題意識が1つです。

民事裁判の持つ問題性もあるでしょうけれども、冒頭ちょっと申し上げましたように、やはり日本の弁護士というものは、市場というか利用者のニーズにきちっと応えてなくて、弁護士の言うことを聞いておけばいいんだという従来型のプロフェッション像で対応してきたのは事実でございます。それが利用者と弁護士とのミスマッチという形であらわれて、これがより敷居の低い周辺土業の人たちのもとに行っているのか、そういう分析はまだ十分できておりませんけれども、そういう可能性を考えると、利用者ニーズの一つである紹介制度を今後どういうふうに応用させるのかというのが、我々の業界の、ある意味10年先を見据えたときに非常に重要な問題になるだろうというのが1つでございます。

それから、武士侯先生もおっしゃったんですけれども、弁護士像の変遷の問題があります。十数年前ですけれども、21世紀の弁護士像といったときに、公益活動をしながら高い知識と高

い倫理を持っていれば弁護士としてなりわいはできるんだと、これを目標に21世紀頑張ろうと、こういう話をした一人ですけれども、こういう環境の中で、そういう弁護士像を振りかざすだけで、こんなことをいうと吉川先生に怒られますけれども、プロフェッションというものを高揚させるだけで私たちの世界が成り立っていくのかどうか。やはり世の中で有用だというふうに認められてこそ、我々の将来はあるのではないかなというふうに思っています。

ですから、その弁護士像を維持しながら、何とか社会から信頼される弁護士というものが存在できるように、何とか理論構成をしてほしいというふうに数年前から武士俣先生にお願いして、今回こういうようなご提案をいただいて、弁護士会の中で十分議論されているわけではありませんけれども、市場を容認しながら、かつ市場を育てながら、市場をコントロールしていく、これが我々が今後進むべき道ではないかなというふうに思っています、そういう観点から紹介制度について取り組みたい。

ですから、私は決して緊急避難的に紹介制度をしたら事件がふえるなんてことは全然思っておりません。これは、世の中のニーズにいかに応えるかという観点でのテーマ設定ですので、その辺、ちょっと誤解のないようにとは思います。

辻村氏 ありがとうございます。

では、第2の論点に移っていきたいと思います。

先ほどもありましたけれども、弁護士ドットコムができて8年経過しています。その後インターネット法律相談事業関与規則ができてもう6年がたっている状況です。ご報告をいただいた数字からすると、弁護士ドットコムの数字はかなり大きい、インパクトのある数字だと思いますけれども、ただ、一般的に見たときに、あるいは会員の印象論とすれば、業者参入も何か不透明だ、弁護士が全体的に参加するかということとそういうわけでもないわけで、全体的な動きにはなっていない、という状況ではないかと思えます。

いいものなのになかなか広がっていないというようなことで、この弁護士紹介制度をめぐる現在の状況とか、内在している問題点といったことに対してお聞きしていきたいと思います。竹岡先生にまずお聞きしたいのですが、前提となっているインターネット法律相談事業関与規則というものが、どういうもので、なぜこれができたのかという点についてご説明いただければと思うのですが。

竹岡氏 きょう配付の資料集の中には、この規則とかガイドラインというのは配付されていないんですけれども、19年11月に施行されているんですが、これは大阪で3年ぐらいかけて、今、会場に来られている小寺さん、72条委員会の委員長ですけれども、そういう有志の方々何

名かでかんかんがくがくの議論を進めながら大阪弁護士会の常議員会を通して日弁に上げた。日弁の調査室に通るのも1年近くかかり、やっと承認を得て施行したという経緯がございます。

もともとこういうものをつくったのはなぜなのかということですが、今も当時もそうではありません。インターネットで検索すると出てくるのは、周辺士業の先生方ばかりであって、弁護士がインターネット上で情報が提供されて、それを見て弁護士にアクセスするというのがなかなか当時もなかった。これを何とかしないといけないのですが、弁護士だけが弁護士法に基づく規制があって、会員はそういうことにかかわることが何か非常にうさん臭いというような、現在でもそういう方もたくさんおられますけれども、そういうふうにとめられていた。したがって、私たちの問題意識は、これをさらに弁護士法以上に規制しようということではなくて、透明性を高めて、会員の皆さんにこういうルールを遵守できれば、あなたも事業者の開設したこういうサイトに関与できるんですよということを知らしめて、弁護士の活動領域を広げていこうという積極的な意図を持った規制であったわけでありませう。

ただ、これは先ほどの報告の中でも出ていましたけれども、大阪の場合、届け出をしてそれをチェックする仕組みをしたんです。ただ、弁護士ドットコムさんの先ほどの統計を見ると、大阪は会員のうち15%が登録されています。では、そのガイドラインがあることによって、他の単位会と比べて多くの先生方が登録されているかということ、実はそうではない。つまり、その事前届け出制が使い勝手が悪いということもあって、これは東京三会で協議会をつくられて、東京三会の会長名で日弁連会長宛てにガイドラインをつくってほしいという上申が出ておりますけれども、そういう規制のあり方もあります。ですから、それは最後の結論部分とも密接につながってきますけれども、規制に関して今の問題状況というのはそういうところだろうと思います。

辻村氏 ありがとうございます。

元榮先生にお聞きしたいんですけれども、この弁護士ドットコムの事業に、先ほどの大阪弁護士会のインターネット法律事業関与規則というものがどういう影響を与えたかについて、ガイドラインも含めてなんですけれども、どういう影響を与えたか、まずお聞きしたいと思います。

元榮氏 2005年8月31日に弁護士ドットコムを立ち上げまして、当初はやはりそのインターネット法律相談事業に関する明確なルールがなかったので、弁護士法の大家の先生はじめ、いろんな方にご相談しながら、こうだろうなといろいろこちらで解釈しながら運営していくという手探りの運営だったんですが、この大阪弁護士会のインターネット法律相談事業関与規則の

制定によって、弁護士会がどのような法律相談サイトをイメージしているのかということが非常にクリアになりましたので、このルールに完全準拠して運営していけばいい。そういう意味で、大きなよりどころになり非常にありがたく、感謝しております。

それに基づきまして、その届け出というのが求められるのですが、その大阪弁護士会の規則を遵守するという観点から、全員の大阪弁護士会の先生に、ご登録いただいた際にはしっかり届け出していただくということで、こちらであらかじめ記入できるところは記入したものを先生の事務所宛てにファクスでお送りしています。あとは先生に内容をご確認の上ご提出くださいという形で、大阪弁護士会の先生方に届け出のご協力をお願いするという運用をしています。

辻村氏 他会はどのようになっていますか。

元榮氏 他会については、こういうような届け出に関するルールがないので、特段のご案内はしていません。

辻村氏 なるほど。たしか書式になっていて、もう名前を書くだけでいいような状態になっているんですね。

元榮氏 そうです、はい。

辻村氏 だから、届け出をしてないほうが会員としてまずいという……

元榮氏 そういうことになります。

辻村氏 いい面でクリアになったという面があったと思うんですが、何か、今、足りていない部分とか、解決すべき課題のようなものはあるでしょうか。

元榮氏 はい。恐らくこの後もそのテーマになるかと思うんですが、やはりクレジットカード決済のところ、こちらについては大阪の規則がどうこうという話ではないんですけれども、やはりインターネットの有用性というのは、その即時性というところで、すぐに何かができる、アマゾンだったり楽天はもう即時に購入して、もうそのときから物流が動いている、配送が開始されているという意味での利便性が非常に評価されていると思うんですが、このクレジットカードが、今、規制されているという中、弁護士ドットコム上でインターネット法律相談という有料相談のサービスがあるんですが、この法律相談報酬の支払いは銀行振り込みということになっています。

そうすると、まずインターネットで相談をした方は、その相談に回答しようという弁護士さんが名乗り出たタイミングで、まずその弁護士さんの報酬口座をご案内されますので、その報酬口座に税込3,150円の入金をした上で、その弁護士さんに対して振り込みしましたという通

知を送ります。その通知を受けて口座を確認して、確かに入っていたということを確認した上で弁護士さんが回答するということになるので、非常に間にいろいろなフローが入ってしまいますので、即時性が実現されていなくて、その結果、弁護士さんにみんなの法律相談という公開の場での相談はちょっとはばかれるんだけれども、何とか公に公開されない形で相談してみたいという方の相談のハードルを上げてしまっているという弊害が生じています。

実際インターネット法律相談という有料相談は、月に200件ぐらいしか使われていませんので、無料相談は7,000件とか8,000件なので、それに対する関係ですと非常に少なくとどまっているのは、やはりこのクレジットカード決済を使えなくて、非常に相談のハードルが上がっているということも一因なのかと思っています。こちらについては1回払いのみ許容するという条件つきで緩和していてもいいのではないかと。実際もうそういう運用になっているということですので、それをより明確化し、かつその大阪のガイドラインの中では、一応クレジットカード決済はだめですよというような現況になっているかと思っておりますので、そこを変更していただくと弁護士業務の維持、拡大につながりやすいのかなというふうに思っています。

あとは、広告のところですね。これはここで言った方が.....

辻村氏 頭出しをしていただければと。

元榮氏 サイトの運営会社としては、先ほど有料会員の弁護士さんが300事務所ということなので、ふえてきていますねという話ですが、それに応じてやっぱり運営コストもふえてきています。弁護士ドットコムは1年で倍増してしまっていて、今、正社員だけで22名で、役員も含めると25名ですね。さらにはインターンとかアルバイトとかいろいろなスタッフがいます。ぱっと見、単なるホームページっぽいサイトではありますが、非常にプログラムは膨大になってしまっていて、そのメンテナンスコストというものがかさんでまいります。こういった意味では、まだまだサイトの運営会社としての健全性という意味ではこれからかなと。

私たちは、8年の月日を経まして、検索エンジンで検索をしたときに、弁護士ドットコムのページが上位に表示されるというその頻度をようやく高めることができましたので、法律で困っているユーザーが検索エンジンを通じて自然に弁護士ドットコムに訪れる仕組みをようやく確立できました。ただ、ほかのサイトさんは、まだそのレベルに至っていないと思いますので、極めて苦しい状況に、私たちよりも苦しい状況に置かれているかと思っておりますので、サイトの運営会社の健全性というものがやはり弁護士紹介サイトをより進化させて、隣接土業との陣取り合戦も含めた中で、弁護士の紹介サイトに法律で困っている人が訪れるという環境をつくるためには、この収益力みたいなところを少し見直す必要があるかなと思います。

現在の広告の定義，客観的かつ定額的に期間及びスペースで定められるという固定料金ですね，純広告と言われるものでして，大体一定の期間幾らで出しますよと，この広告の料金体系から少し進化させて，ほかの業界における広告と同じように成果型の広告というものを一部導入したら，弁護士紹介サイトというのがもっと切磋琢磨しながら弁護士界にとってよりよい形で寄与する環境になってくるのではないかなと思います。頭出しとしては，このくらいでいいでしょうか。

辻村氏 はい，ありがとうございます。

この今の状況をお聞きされて，竹岡先生にお聞きします。

竹岡氏 今の元榮さんのお話に関連してよろしいですか。

辻村氏 はい，どうぞ。

竹岡氏 クレジット決済の件ですけれども，これは，ことし，先ほど結構このシンポジウムに合わせて大々的にヒアリングというかアンケート調査をしました。利用者120名，弁護士も約100名です。サイト業者の方にはたしか5社でしたか，いろいろ調査をした結果，利用者の中から何通かあったのは，やっぱりカード決済ができないのが非常に不便だと。元榮さんもおっしゃったように，着手金を授受して途中解約なんかの場合に，消費者的に考えると非常に問題も出てくるので，従前これを禁止するというのを言ってきたわけですけれども，1回限りの法律相談をカード決済できないというのは非常に支障があると思います。

実は，宮崎さんが会長時代に，クレジットカード決済の運用基準のようなものを出されているんですが，実はちょっとどちらにも読めるような内容になっているものですから，インターネットを通じた法律相談にカードが利用できるように，これはやっぱり整備すべきだというのがこの部会での議論の状況です。

辻村氏 ほかに竹岡先生に追加でお聞きするとすれば，現状の弁護士紹介，今のシステム自体に，利用の面で何か問題というか課題というのはあるんでしょうか。

竹岡氏 これは，先ほど座談会でそれぞれ当事者の立場からいろいろお話がありました。それに尽きるんだろうと思いますけれども，利用者の立場で言うと，やはり弁護士の登録数が圧倒的に少ないということです。それと，登録されていても，日弁連のひまわりもそうですけれども，非常に業務情報が少ない。性別も含めて得意分野だとか専門分野ということをよく言いますけれども，消費者の人は決して得意分野だけでまたこれ決めないんですね。要するに費用対効果，費用がどこまで安いのかという，事件によってはですね。あるいは，先ほど武士俣先生の話にもありましたけれども，説得性というか，弁護士の資質の中で納得させる力を持って

いる弁護士さんを選びたいという傾向も出てきているんだろうと思うんです。単純にその得意分野を書いているだけではこれまた納得できないという、そこが一番利用者の立場で言えば不満だろうというふうに思います。

サイト運営者の方は、元榮さんが先ほど言われたように、このサイトの運営維持に相当のコストがかかるわけですね。これ弁護士紹介では一切金銭の授受はされていませんから、これは元榮さんがお答えになるべきことですが、実際上は周旋の対価を授受することを禁止されていない周辺士業の人たちに紹介業務で報酬を授受されて、これは全体の運営費の一部に充てておられると、こういう形になっているのですが、それで弁護士紹介サイトの運営が健全にできるのかどうかというところは根本的な問題であるわけです。

それと、紹介制度を通じて、今まで隠れていた弁護士の業務の市場を開拓しようと考えたときに、これはむしろ積極的な開発がきっと必要になるんだろうと思うんです。先ほど武士俣先生は、市場の容認と同時に、市場を弁護士自身が開拓して行って、コントロールするんだというふうにおっしゃいましたけれども、まさにその部分にはやはり相当のコストがかかるわけで、弁護士会がやればそれはそれでいいんですけれども、民間と共存できるような形で弁護士が活用できれば、私はもっとその方がいいのではないかというふうに思います。

それと、弁護士サイドの問題としては、やはり登録者が6,000名を超えているとはいえ、まだ過半数にいない状況にありますけれども、これは何よりも予測可能性が見えない、刑事罰を伴う規制というのは非常に重いですね。これは弁護士であればこそ、より敏感に感ずるところではありますけれども、その予測可能性をこの地域的な大阪のガイドラインだとか規則というレベルじゃなくて、日弁連レベルできちっと会員の皆さんに告知をして、自由に活動できるような基盤をつくっていく、これが日弁連の課題だというふうに私は思っています。

辻村氏 ありがとうございます。

関連して、元榮先生にお聞きします。いわゆるサイト運営の費用を他士業の方から成果に基づいて収益を取っているという例が何かあるんですか。

元榮氏 税理士ドットコムという税理士紹介サービスを提供してまして、顧問税理士、あとは相続税申告をしてくれる税理士、こういうような人たちを探している企業、個人の方からのお問い合わせに基づいて、登録している全国の税理士の先生方の中で最適と思われる税理士の先生をご紹介した上で、税理士の先生から紹介料という形で手数料をいただく、こういうような税理士紹介をやっておりまして、これが弁護士ドットコムの運営資金の一部に組み入れられているというようなところはありますね。

辻村氏 マッチングのニーズがあって、この税理士法人がいいとか、この税理士がいいという繋ぐ作業をやっているんですか。

元榮氏 そうということです。こちらについては、お電話で受けたり、メールでお問い合わせを受けたところで、専任の税理士コンシェルジュが間に直接入って、最適な税理士さんをご紹介するというようなサービスになっています。

辻村氏 わかりました。ありがとうございます。

すみません、武士侯先生お待たせしてしまいました。今、二人からご報告あったような弁護士紹介制度の今の状況を聞いて、先ほど講演の中で弁護士紹介制度の実践的意義として、アクセス改善とか職域拡大ということも書いてあったんですけども、そういう先生のお考えとの関係で、現状はどのように映りましたでしょうか。

武士侯氏 私も現場のことはそんなに今まで知識もなかったし、きょういろいろな話を聞いて本当に参考になるデータをいただいたという状況でございます。

先ほどの座談会でいろんなお話がありました。特にインターネットサイトの紹介サービスの場合ですね。あの実情を伺う限りにおいて、基本的にこれはアクセス数でいったらもう相当な数、ものすごい数ですね。それと、弁護士サイドからいっても、先ほど谷井先生のお話ですと、月に2件は受任しておるといのは、これもすごいことじゃないのかなという気がしました。この現状のインターネットサイトでの紹介サービスの機能というのは、もちろん完全ではないのかもしれませんが、満足のいく実績となっているのではないかという気がいたします。これを今後どんどんそのメリットを発揮させるような形で進めていければいいと思います。先ほど話のありました現行の法規制の問題があるので、それにどう対応しながらやっていくかという問題はありますが、現実を見るかぎり、機能していないどころではなく、よく機能しているという結論になるのではないかと思います。

ただ、全体としての弁護士紹介制度というものを考えたときには、どんな課題があるのかとちょっと考えますと、インターネットサイトではない弁護士紹介サービスというものが当然考えられ得るわけで、それを誰がやるかという話にはなるわけですが、時間的にいえば、本来インターネットサイトに先行する形で、本来というものは、ネットは新しい、現代的形態なので、その前に、もう少し伝統的な形の弁護士紹介サービスというものがあってよかったはずなんですよね。

それは、現にアメリカが歴史的にそういう流れを踏んできているわけです。先ほど既にアメリカの説明がありましたので重複するかもしれませんが、一番古い、アメリカで最初の弁護士

紹介サービスというのは、1937年にスタートしたカリフォルニア州ロサンゼルス郡のバー・アソシエーションのものです。これはアメリカと日本では弁護士会の組織化のあり方が違いますので、日本でいう弁護士会と同じものではないだろうと思うんですが、ロサンゼルス・カウンティのバー・アソシエーションが始めた。少し前のニュースで、私、ちょうど70周年の記念のアニバーサリーがおこなわれたという記事を見ました。アメリカの弁護士紹介サービスというのは、そういうネットの時代からじゃなくて、そんな昔からずっとやっているわけですね。

それは、現在では500人以上の弁護士が登録をし、162の分野でサービスを提供、紹介をしているという実績がある。今現在ではそれはABAのルールであるロイヤル・レファラル・インフォメーション・サービス、LRISというふうに略称しますが、そのルールのもとで承認され、規制されているわけです。ABAは任意団体ですが、そういうルールのもとで規制をかけた上で紹介サービスを認める制度を定めた。このようなABAによって認可された紹介サービス、これが、今、全米で正確な数はちょっとわかりませんが、かなりの数、実際運用されて、そういうところで弁護士紹介が行われている。

これは、やはり最初は電話で紹介が始まるにしても対面でやる。先ほど生さんのお話の中にありましたけれども、対面というものがどうしても不可欠なものとしてやっぱりあるので、ネットだけで済んじゃうとつまらないという面がどうしても弁護士の場合はありますね。対面という要素はかなり重要なので、それも含むような形での弁護士紹介サイトも並行的にやっぱりやるべきだろう。

ところが、アメリカはLRISの一定の歴史を踏まえた上で、今、インターネット時代になり、このインターネット上でのマッチングサイトが果たしてLRISの規則に合致するのかどうかという議論が今始まっているところなんです。日本はそういうのがない。たしか先ほど、全国の単位弁護士会の調査の結果が出ておりましたね。アンケート調査結果のデータのことです。それを見ても、どうも消極的な態度が一般的ではないかという結論的なものが示されておりました。

アメリカのLRIS規則では、明らかに紹介料を取っていいわけです。登録料を取った上で、依頼が成立して報酬を得たらその一定のパーセンテージの金額を紹介サービスの側に拠出するわけです。それで運営費に充てるというシステムになっているわけで、そういうことが可能になれば、今のインターネットによるサービスにプラスして、そういう対面での紹介サービスも両方できるわけです。そういうものを合わせた上で、より完全な依頼者ニーズに合った弁護士のサービスの供給というものが可能になっていくのではないかと。

それが理想的な方向なんじゃないかというふうに思っておりますが、その辺の作業をもう一方でやっぱり進めていく必要があるのではないのか。これは弁護士会の自覚的努力によって相当程度可能なものではないのかという気がいたしております。

辻村氏 ありがとうございます。

そこを飛ばしてもうインターネットの話になってしまっているというふうなお話です。

次のテーマに移ります。竹岡先生にまずお聞きしたいんですが、きょうの論点で出てきましたけれども、弁護士も市場承認してその市場にコミットしていけというふうに言われるんですが、頭では理解をしつつも、どこか違和感というか抵抗感を感じてしまいます。弁護士というのは市場とどうつき合って、どう捉えていくべきなのかということをお話しただければと思います。

竹岡氏 そんなに私も理解しているわけではないんですが、市場というときに、市場原理に任せる、特に資本の世界でいうと、欲するままに放置するのが、いわゆる神の見えざる手によって導かれる結論のような、そんな市場というものを想定されるかもわかりませんが、少なくともいろんな市場がありますけれども、全く規制のないという市場は僕はないと思っております。

法的サービスの市場というのは、依頼者と弁護士という観点だけではなくて、司法の一翼という部分もございますから、当然その公益的な部分もかぶってくるわけですから、その市場がコントロール下に置かれた市場だと、法的サービス市場というのは、そういう理解でいます。ですから、市場を承認して市場をコントロールするんだという武士俣先生のご提案ですけれども、私は弁護士会がそれができないということには決してならないのではないかなという意味では、その市場という言葉に過度に反応する必要はないのではないかというふうに思います。

先ほど、座談会で利用者の方の発想、これはこういう場でお聞きすると非常によくわかるんですが、従来型の私たちが誰かの紹介で来られたお客さんと話するのとまた全然違うわけですね。つまり、事前に情報を得てみずからその都度その都度選択しながら弁護士と話をしていく、自己決定権を持ちながらやっていくんだということですね、そういうふうに私、印象に捉えたんですけれども、そういう人たちが弁護士が嫌だ嫌だといっても押し寄せてくる市場に対して、どう私たちが向っていくのかという選択を迫られている、非常に変化の時代だなというふうに改めて思いました。

辻村氏 ありがとうございます、難しい質問にお答えいただきました。

これは武士俣先生のご研究の範囲だと思いますのでお聞きしたいんですが、先ほどの講演で

ちょっと私も理解が追いつかなかったんですけれども、今のプロフェッションというのは、プロフェッションを標榜しつつ市場の論理とか規制緩和に肯定的に向き合う、市場を確保してコントロールしてつくっていくということをおっしゃっていました。これは実際はどういうトライをしていけばいいということでしょうか。

武士侯氏 なかなかこれは説明が難しいところもあるんですが、具体的な点で言いますと、先ほど座談会の中でユーザー代表であります中尾さんからご発言があったんですよ。それがちょっと関係するかなと思ったのは、一般の市民の中に、人々の間で、この問題は弁護士に相談していいんだという意識がない、こうおっしゃいました。この点がちょっと関係してくるんだろーと思えますね。

弁護士サービスの有用性というのは、黙っていて生まれるものではないという考え方なんですよね。その有用性がお金を払ってでも対価を払ってでも買うというのは、やっぱり有用性を積極的に訴えない限りにおいては発生しない。つまりは市場ができないということなんですよね。これが、社会学的な表現で言いますと、市場というものを社会的に構築していくという、何かちょっと堅苦しいわけのわからない言い方をするとコンストラクションしていくという言い方になっていくのだろーと思えますが、自然には発生しない、所与のものではない。そのためには自覚的なやっぱり有用性を社会、ユーザーに対して訴えていくという努力を抜きにしてそれは無理だということであります。

弁護士利用というのは、獲得行動だという理論があるんですよ。全ての人がそう言っているわけではないんですけれども、獲得行動、言い換えればアクワイアド・ハビット、つまり所与のものと発生してくるのではなくて、人々が一定の行動を獲得して習慣化したものとみるのです。この問題状況では弁護士さんなんだと、弁護士さんのところに行くものだという、この認知レベルのものがないと、ニーズという形では出てこない。したがって弁護士利用は発生しない。こういうことを私、言いたかったわけです。

その努力をやっぱり弁護士会が、個々人でやられることはあるとは思いますが、弁護士自身が総体として、弁護士会としてというふうになるのかもしれませんが、そういう形で作り出していないといけないのではないかと。これはかなり飛んだ話になってきますが、私が見る限りでは、日本の弁護士はそういうことをする必要はなかったんです、今まで。だって、訴訟代理が専らの仕事でありますから、それは黙って座っていれば仕事は来るわけですよ、ほかにやれる人はいないわけですから。

先ほど、3つの市場、訴訟業務の市場と裁判外紛争業務の市場と予防法務とかの市場と分け

ましたけれども、だから訴訟のところはもうそこそこ考えなくてもお客さん来るわけですから、裁判外業務の市場というのは、それが結局訴訟業務に隣接してつながっていく市場ですので、そのところに実は市場がなかったというときに、ここは全体としての市場を確立していくのに大きなネックになっていくというのが私の認識なんですね。

そこをどうしていくか、そのところで単に弁護士をふやす、競争環境をつくる、それで黙っていて需要がふえるかという、それだけでは単に政治経済学的次元なんです。そこからもう一つ社会学的次元という言葉を使ったのは、さっき言ったように、そのユーザー側に対して積極的な働きかけをして、有用性を構築して市場というものを作り出していくという自覚的努力がないと、うまくいかないんじゃないかなということでございます。

辻村氏 ありがとうございます。

難しいけれども、弁護士紹介制度というのは一つの起爆剤になるんじゃないかということですね。

武士俣氏 はい、そうなります。

辻村氏 では、次の論点に移っていきたいと思います。

弁護士紹介について語る場合に、どうしても気になるのが弁護士法72条、27条といった規定です。特に事業として弁護士紹介制度を成り立たせようというふうなことであれば、特に抵触してくるおそれがあります。ここでその意義について掘り下げておきたいと思っております。

まず、竹岡先生にお伺いしたいのですが、弁護士法72条の立法趣旨との関係で、弁護士紹介制度をどう捉えることができるのでしょうか。

竹岡氏 72条、27条の一般的な立法趣旨については、時間の関係もあって省きますけれども、先ほど生先生のほうから、72条後段については考え直してもいいのではないかというふうなご指摘がありました。確かにその現行弁護士法、それから非弁取り締まりの法律ができた当時は、インターネットを通じて弁護士が法律相談を受けて、あるいは場合によっては事件受任に至るということは全く想定していなかったわけでありまして。ですから、困っている人に弁護士を紹介して何が悪いのかという一般的な素朴な問題は確かにあるだろうと思えます。ですから、72条後段について、従来からある事件屋と呼ばれる人から弁護士が事件の周旋を受けるという、これはやはりいろいろな弊害があって禁止されるべき立法事実はまだあると思えます。ただ、今回議論しておりますインターネットでのサイトでいろんな情報を集めて、消費者のニーズに沿うような形で構築されたこのようなサイトの利用が72条の後段の周旋に当たらないようにやはり工夫していくべきだというふうには私は思っています。

辻村氏 インターネット法律相談事業関与規則では、広告料の範囲での対価受領はオーケーというふうになっていますが、この関係で、特に問題になっていることはあるのでしょうか。

竹岡氏 それは、先ほど元榮先生もおっしゃったように、広告は一方で全面的に解禁になって、広告料の支払いの授受というものは100%認められるわけです。他方で、刑事罰をもって周旋の対価は禁止されているわけです。先ほど中嶋さんからの規制の概況ということでご説明がありましたけれども、この広告規定の概念規定、これ日弁連の規定の中に冒頭あるわけです。他方、我々のインターネット法律相談関与規則にも周旋の規定はあるんですけども、どちらも広告も事件の誘引のために表示されるという意味では、極めてその線引きがそもそも概念上難しいというところがあって、その辺が切り分けを難しくしているところではありますけれども、定額でかつ客観的に定められるという広告概念は、今の時代に必ずしも符合しているとは思いませんので、アフィリエイト的な成果主義的な広告も私は許容すべきだというふうに思っています。

実は、あの規則をつくったときに、既にアフィリエイト広告というものは一般に見受けられました。それを無視して、いわゆる地下鉄の広告のようなものしか利用できないという形にしちゃうと、いや、そういう概念規定であの規則をつくっちゃうと早晚問題が出るんじゃないかということで、末尾に時代状況の変化に応じて随時改正をするという一文をわざわざ入れたのは、当時の関係者がいずれその広告概念のところで問題が出てくるだろうということを想定して、そういう一文を入れたという経緯があるわけです。

辻村氏 ありがとうございます。

なるほど、広告料の考え方によってちょっと法と現実が間尺合わないような状況になっているのかなというふうに思いました。

武士俣先生にお伺いしたいのですが、72条とか27条の底流にある価値観との兼ね合いで、紹介制度はどう捉えていったらいいのでしょうか。

武士俣氏 今、竹岡先生の話があったように、72条、27条がつけられた当時の立法事実ということでいえば、この事件屋というものが当然念頭にあった、紹介に関与する者、これは事件屋であろうということで作られたんだらうと思いますが、しかし、これは変化しただらうということです。この紹介に関与するものとして事件屋は確かにいますけれども、それ以外に新しいものが社会の変化で中にどんどん出てきているわけです。

具体的に言えば、保険会社の弁護士費用保険、それから日本はまだないですけども、リーガル・サービス・プラン、共済型の保険に相当するものですね。それからNPO法人、それが

ら元榮さんがやっているようなドットコム・エンタープライズというのがどんどん出てきているわけで、これらの新しく、かつまた有効性、あるいは有益性を持っている紹介の関与者がどんどん出てきている中で、これにきちんと対応していかないといけないだろうと思います。これを全面的に排除するような形でやっていったら、まず時代に合わなくなっていくだろうという気がいたします。

それから、特にきょうの中心的な論点でありますインターネットサイトによる紹介の規制ということで言えば、どのようにしていくのがいいのかという話になりますが、私は東京三会側の検討協議会が出した報告書も読ませていただきました。ガイドラインも出ているんですが、ただあれは、私から言うどうしても後ろ向きと感じてしまいます。要するに発信しているメッセージが「君子危うきに近寄らず」というメッセージですね。だから、これはちょっとという感じです。

大阪弁護士会方式、つまり規制と承認を意識した規則をつくって、ガイドラインを用意してということでありましたが、これは、さっき竹岡先生がおっしゃったように、うさん臭さを解消して、出て行っていいように、行動をとれるようにと、多分そういう趣旨だったと思いますけれども、実際は先ほどデータがあったように、登録の人数が少ないということで、このやっぱりうさん臭さを解消するという目的が消えているのかいないのか、この辺竹岡先生にお聞きしたいところなんですけれども、どうも実効性がちょっとどうかと。これは、恐らくやっぱり現行の枠組みの中でやらざるを得なかったということの限界でそうなのかなという気がいたします。

そうすると、そこからさらに一歩進んで、やっぱり正当な規制の仕方というか、規則でまず禁止なら禁止の規則を置いて、プラス適用除外という形でのルール活用の形のほうがいいと思うんですけど、そういう方向に進めないかどうか。例えばそれで感じるのは、やっぱり広告ガイドラインで専門家表示を禁止するというやり方が私は気になっています。規程上は全然規制がかかっていないのにガイドラインで事実上の禁止をするというやり方のことです。ガイドライン、ガイドラインと、ガイドラインを盛んにつくってこういう規制をやるというのは、やっぱりあまりよくないんじゃないかというふうに思っております。方式の問題になりますけれども。

そういうことで、規則をつくるのはなかなか難しい話ではありますが、やっぱりサイト識別基準というようなものをできるだけクリアにしていって、そういうのを例えばドットコムさんあたりが、どんどん合理的な基準をクリアにしていく、実践的にそれを明らかにしていく一つ

の場になるといいなと私は思っているのです。仮にですが「モデルサイト基準」みたいなものができていけばいいかなと。

それからもう一つは、お金の問題があります。許容されるようなお金、これ規定上は紹介料だとかいう言葉を使うとこれは完全にアウトですから、何か新しい概念ができないかなと、そんなふうに思っている次第です。

辻村氏 ありがとうございます。

積極的に規定していく、ネガティブに規制するんじゃなくて、積極的に認めていくというような発想でしょうか。

武士侯氏 そうですね。規制の場合はよくポジティブリストとネガティブリストという言い方がありまして、やっちゃいけないことをリストアップするのとやっていいのをリストアップするのと両方あるんですけども、それはどちらにするにしてもそういう形でクリアにしていこうということは一つのやり方かなと思っております。

辻村氏 ありがとうございます。

次の論点ともほぼリンクしてきましたので、同じように進めていきたいと思います。元榮先生にちょっとお聞きしたいのですが、先ほど広告概念の変遷ということで、成果主義型になっていることに対応できていないという問題点があったと思いますけれども、これについてどういう結論が望ましいというご意見はありますか。

元榮氏 現在、日弁連の広告のガイドライン、指針にしても、大阪弁護士会の規則におけるインターネット法律相談ガイドライン、広告について定義されていて、それが明確だということについて、それはそれで明確性が担保されているので大変ありがたい限りですが、先ほどもお話ししましたがけれども、やはり今、広告という概念が大きく変容していて、そして利用者側からしても、その効果が不明確にもかかわらず、定額を要求されてしまう。例えば電車広告を出すときに、一月20万、100万、効果があるかわかりません、一応出してみましよう。なかなかハードルが高いですね。そういった意味で利用が進みにくいことはイメージできると思うんですけども、それはインターネットの弁護士紹介サイトでも同じことが言えると思うんですね。成果主義的な広告が世の中の趨勢でありますので、やはりこういったところで一般の業界における広告と概念と平仄を合わせて、成果型の広告というのを弁護士会でも検討、開発していく必要があるのではないかなというふうに思っています。

これは、成果型の報酬って例えばどうなのかということですけども、資料集の178ページから180ページがこの広告並びにアフィリエイトと言われるものを説明したページなんですけ

れども、178ページの横置きを表です。こちらがわかりやすいかと思いますが、一番左側の列の固定型といわれるもの、これが期間とスペースによって定額で料金が定められているものの典型例です。純広告と言われる、よくインターネット、ヤフーなんか見ているとバナー広告といって右上にすごい大きな広告枠がありますけれども、あのような形態の広告がこの純広告になります。あとは新聞広告、電車広告、インターネット以外でもこのような広告がこの固定型になります。

私が、今、お話ししている成果型の広告というのは、まさにこの真ん中にある3つぐらいの広告パターンでして、表示数、これは何回表示されたかというものに応じて料金が発生するという広告形態、さらにはバナーをクリックしたときに、表示されただけではなくてそのバナーをクリックしたときに幾らという形で広告料金が発生するモデル。今回お話ししているのは、このさらに右側にあります問い合わせ数に応じた広告料金というものも、もう広告の概念に含めていいんじゃないかということです。

電話が一本鳴りました、そのとき受任するかどうかは問わず幾らとか、申込フォームに申し込みが送信されました、1件につき幾らとか、資料請求があったとすれば、資料請求1件につき幾ら、こういうようなものが問い合わせ数に応じた成果型の広告というものなんですが、右の列にある紹介型の広告、これは、今、明確に弁護士法72条本文後段で禁止されているその受任数や受任の売り上げに応じて受任1件につき幾らとか、受任売り上げの何%、こういう紹介型は当然現行法上どんな解釈をもっても難しいということなんですが、やはり一般的に紹介型、左側の列を除いたそこから左側については、社会通念上広告と言われているものなんです。

この広告という概念で現在の固定型から成果型まで広げるということをする、これは私たちサイト運営会社だけではなくて、例えば利用者である出稿者である弁護士の先生方のリスクも軽減することにつながります。やはり問い合わせ当たり幾らということの料金の支払いであれば、あとは受任までもっていくのは先生方の自助努力ということになりますので、その利用している広告媒体の広告効果が未知数であっても取れるリスクだと思うんですね。

あとは、問い合わせ1件当たり幾らという料金体系ですので、最初にまとまった料金は要りません。つまり、先ほど谷井先生がおっしゃった一月2件受任して2カ月続いたので広告を取り下げました。これは例えば月中でももう既に広告を取り下げたいニーズが多分あったと思うんです。ただ、やはり1カ月幾らですという料金が決まっているものですから、最後の月は丸々お支払いになったんでしょうね。ただ、この問い合わせ型であれば、もう十分ですというときは、広告を下げることによってたちまち追加の広告料金を払わなくて済むという意味で、

低予算で運用することが可能になります。

このような、実は一般業界における広告の進化もどちらかという広告媒体を持っている会社さんの利便性というよりかは、利用者、出稿者にとってもっともっとメリットのある広告とは何かというところで開発されてきたものですので、我々弁護士が利用しやすいという意味でもこの広告の概念をしっかりと一般の業界における広告と合わせるといったことはメリットがあるんじゃないかと思います。

辻村氏 ありがとうございます。

竹岡先生にお聞きしたいんですけども、今までの議論の中で先ほど元榮先生からご紹介いただいたような成果が出たところで広告料として払うことを許容してこなかったのには何か経緯はあるんでしょうか。

竹岡氏 冒頭申し上げましたように、弁護士会の中でこの紹介制度を取り上げるというのは、72条絡みの問題として会員皆さんが避けてきたという経緯がありまして、大阪のガイドライン、規則をつくっても必ずしも他会がそれに追従しているわけではございません。そういった環境の中で、日弁調査室と理事会を、具体的に申し上げて恐縮ですが、そういうところを通すには非常に困難を覚えましたので、それでもやっこさというのが実感でございます。という中で話ですので、あえて成果主義的な広告概念はとらなかった。しかし、とらなかった合理的理由はなかったというふうに私は思っています。

それと、1点だけ、時間もありませんが、9月に大阪でプレシンポをやりました。そのときに会場発言で若手の、きょう来られているかどうか分かりませんが、発言がございまして、その人の発言は、成果主義的な広告概念のもとにこの紹介制度を利用したいと、つまり、若手の方が全てそうだとは言いませんけれども、経済的な負担を伴う広告については、固定的なリスクを負うような広告ではなくて、今、元榮さんが言われたように、随時キャンセルが可能であって、実効性を伴うアフィリエイト的な広告を弁護士会として容認してもらわないと、こういう制度を利用できなくなるので、ぜひその方向で検討してほしいというような意見が出ましたけれども、そういう会員の方々の意見もあるということだけご紹介しておきます。

辻村氏 ありがとうございます。

では、次のお話に移りたいと思っています。

4時10分ぐらいには何とか終わりたいと思っておりますが、ここからが肝のところもありますので、よろしく申し上げます。

弁護士紹介制度の有用性、課題というのはこれまでの報告等でも明らかになってきたんです

けれども、仮にこの制度自体は容認というか認めていくとしても、これを切り口にしてもっと大きな問題として、弁護士業界であるとか、弁護士の仕事のありように変化とか、弊害ということをもたらすものではないかということがちょっと気になります。竹岡先生、何回もすみませんが、この点よろしく願います。

竹岡氏 マッチングサイトというのは、今までの話の中でも出ましたけれども、世界的な流れであって、イギリスの弁護士制度というのは、クレメンティ改革といって消費者的なニーズのもとに大きく改革というか改悪されて、現状は弁護士自治がなくなって弁護士界の外の機関から弁護士が監督されるような状況になっているんですが、実は紹介制度を全面解禁した結果、これは日弁連の国際室のレポートの中に出てくる記事レベルの情報ですけれども、詳細は把握しておりませんが、紹介業者から事件の紹介を受けた法律事務所が、紹介料の負担に耐えかねて破産寸前の状態にあるというような報告が出ております。ですから、紹介業者に依存しすぎる、先ほど紹介制度の弊害ということで独立性がなくなるというような指摘がございましたけれども、余りの商業主義化が進むとそういう弊害が起こるといことは世界的なこれも事実でございますので、そういう副作用に十分注意しながらこの制度には向き合う必要がある。少なくとも軽々に何も問題がないということは全然私は申し上げません。非常にリスクのある制度ではありますが、受け入れざるを得ないので、弁護士会として知恵を出し合って健全な紹介システムをつくっていくべきだというのが私の考え方です。

辻村氏 ありがとうございます。

元榮先生にお聞きしたいのですが、そういった弊害面を配慮して、健全なサイト運営ということを実現するためにはどのようなことが考えられるでしょうか。

元榮氏 そのイギリスのケースは、特定の法律事務所に紹介業者が深く入り込んでいるというケースだと思うんですが、そのような弊害をやはり起こさないためには、そういう弁護士の選定に関して運営会社が深く入り込まない、中立性、公平性のあるサイト運営というのを前提にすることが望ましいのかなと。

具体的に言いますと、マーケットプレイス型をイメージしています。そこに法律で困っている方々と弁護士が出会う場所をつくりました、あとはご自由にお願しますと。そこで平たく言いますと、お見合いおばちゃんみたいにいろいろ深く入り込んでいって、あれやこれやしませんよと、適正な情報が開示される中で皆様ご自由にいろいろと気に入った弁護士だったり、この依頼者だったらお役に立てるとい依頼者の方と出会っていただきたい、こういうような形であれば、特定の法律事務所に深く入り込んで、イギリスのようなケースが生じることは

ある程度防げるのかなというところと、あとは広告概念の、現行法上ではその広告概念での金銭の授受になると思いますので、この広告概念の範囲の料金の収受であれば、弁護士が過度に介入を受けるようなことにはならないのではないかと考えています。

辻村氏 武士侯先生にお聞きしたいのですが、この紹介制度の活用というのは、そもそも従来のプロフェッション像を維持したままでは無理で、その変容を前提として受け入れていくべきというような話だったと思います。今までの弁護士のあり方で弁護士紹介制度が受け入れられるのか、受け入れられないとした場合でも、弁護士としてはどういうことを考えてこの弁護士紹介制度に向き合っていたらいいのでしょうか。

武士侯氏 そうですね、これ具体的な弊害というより、もうちょっと抽象的なレベルの話になるんですけども、伝統的なプロフェッション像から、先駆けて動いていったのはアメリカで、いわゆる伝統的プロフェッショナリズムからアメリカは変わっていった。いや、産業化だ、コマーシャリズムだということに変質してしまった。それを嘆いた吉川先生が、それを防ぐためにこそ伝統的プロフェッションの理念を掲げるべきだと主張を展開されたというお話でした。

しかし、結論的に言えば、これ変わらざるを得ない。昔のままのプロフェッション像がしだいに衰微していくことは不可避ではないか。それをコマーシャリズムと言うかどうかは別として、市場原理というものを受け入れていくような弁護士像というものに、やっぱりそれは変化していくだろうと思います。

ただ、それで何か一般的な意味での弊害があるかといえば、私は別にないだろうなという気がするわけです。確かにアメリカの弁護士について、良くも悪くもいろんなことでニュースになって出るのですけれども、コマーシャリズム的な観点から批判をされることはありますが、ただ、統計的に見れば懲戒処分の率でいきますと、ずっと長い一定のタイムスパンをとっても率でいえば日本とあんまり変わらない。確かに向こうは人数が多いから、人数は多くなるんですけども、率からいったらそんな変わらない。伝統的プロフェッション観が支配してきた日本だって率としては変わらないというところがあります。

それからもう1点は、やっぱり法曹養成教育で弊害の面はカバーできるのではないかということです。そう思います。だから、法曹養成レベルでちゃんと新しい時代のプロフェッション倫理とか、新しい弁護士倫理というものをしっかりと教えていく、そのことによってカバーできるのではないかという気がするわけです。法科大学院、今の新しい法曹養成制度で法曹倫理は必修ですね。そこで適切に教育をするということがやればいいのではないのか。

ただ、若干懸念がありますのは、現状それはどこまで意識されているかです。私も法科大学

院を担当したことがありまして、僭越ながら法曹倫理を弁護士の先生と分担してですが担当したことがございまして、その意味で若干気になったのは、弁護士の先生、法曹倫理を担当したとき、こういうのは実務家になってからでいいよという先生が割とおられたような印象を持っております。そうではなくて法科大学院のレベルでちゃんとやっていけば、やっぱり公益奉仕の精神とかと、市場原理を受け入れていくこととは全然矛盾しないことではないかと思っております。

辻村氏 ありがとうございます。

こうしたマッチングサイトの運営を仮にやっていくとして、これは弁護士会が実際にやるべきじゃないかというような意見もありますけれども、この点についてはどう思われますでしょうか。竹岡先生、お願いできますか。

竹岡氏 こういう民間の業者の方がやられるサイトと弁護士会がやられる弁護士紹介、全然矛盾しないと思いますし、弁護士会がやられるものについては、ある種の公平性というか、あるいはその手続的なことを弁護士会がチェックしていますから、市民、利用者にとってみれば安心という部分もあるので、そういうものはむしろその弁護士と依頼者とのアクセスを複線化していくというふうに考えて、いろんな紹介ルートをこれからつくっていくということが大事だろうというふうに思います。

司法改革のときに、弁護士と市民とのアクセスを改善するというので、法テラスをつくったんですね。ある意味、法テラスは箱物です。基本的に弁護士会の財力だとか規模を考えると、弁護士会単位で紹介サイトをつくるというのは現実的に不可能ですから、そういう現実を考えると、やはり民間のこういったサイトも利用しながら、市民のニーズに対応していくということしかないし、そうすべきだというふうに思ってます。

それと、韓国の仲介制度の話が出ました。準公的機関に弁護士と市民とのつなぎ役を委ねる、その場合に一定の手数料を授受するという、これはこれで一つの仕組みだと思いますけれども、ただ、韓国の弁護士と日本の弁護士は、自治の部分も含めていろいろ歴史的な差がございしますので、私は日本の弁護士の中には、自分が持っている業務情報を国もしくは準公的機関とはいえ第三者機関に委ねるといのは、非常に抵抗が私自身にあります。だから、こういう紹介サイトは民間がやるべきではないかというふうに思っていますけれども、当PTでの議論では、必ずしも意見が一致しているわけではありません。

辻村氏 わかりました。

弁護士紹介サイトを民間業者が行うということについて、実践者として元榮先生にメリット

とか、民間業者はこれだけやれているよということがあればご紹介いただければと思います。

元榮氏 民間ということなので、やはり民間の創意工夫を生かせるということとはメリットの1つかと思いますね。P D C Aサイクルを回しやすいというか、小回りがきく企業体で運営できますので、もうトライ・アンド・エラーでどんどんチャレンジして、日々改善していくということで、利便性の高いサイトにたどり着きやすい、たどり着くスピードが速いんじゃないかなというのがメリットの1つですね。

あとは、やはりこのようなインターネットの弁護士紹介サイトというのはやはり優秀なインターネット人材が必要なんです。エンジニアだったりディレクターだったりデザイナー、こういうような人たちが中心ですが、こういうような人たちは、どちらかというとな弁護士界とちょっと遠いところに位置している業界の方々なので、民間のネット企業がその運営主体となることによって、その人材だったりノウハウを引力のように引きつける、そういうようなことというのは総体的にしやすいのかなと。そうすると、やはりインターネットサービスというのは関わる人でもう本当に変わってくるので、そういったところでいろいろ弁護士の先生方にとってもメリットがあり、一般の方々にとってもメリットがあるサイトにたどり着きやすいんじゃないかなということもメリットとして考えています。

あとは、やはり弁護士紹介サイトを利用してまだ見ぬユーザーとつながりたいかどうかというのは、これももう好き嫌い完全にありますよね。なので、これを弁護士会でやってしまうと、弁護士全員であんまりそういうことをよしとしない人も含めてコスト負担をしなければならぬという問題がありますので、そこは利用するかどうかを任意で選択できるという意味では、民間のサイト運営会社が運営したほうが、その点もメリットなのではないかというふうに思っています。

辻村氏 追加なんですけれども、現状フィーをもらってやることはできないでしょうけれども、今後、仮に何かしらフィーをもらっても大丈夫というルールができたときに、弁護士会に規制をかけられた中でやっていくということに対しては抵抗感ないんですか。民間としてはほとんど自分らで勝手にやらしてくれというような発想なのか、弁護士会の規制の中なり指示の中で動くということに対しては、どういう感覚を持っているのでしょうか。

元榮氏 それは、どちらかというとな弁護士ドットコムのような弁護士紹介サイトと弁護士会は、非常にベクトルが一緒だと思っております、やはり弁護士業務の維持、拡大、そして弁護士に対する信頼の維持向上とか弁護士の矜持の維持、こういったところだと思いますので、そこでつくられるルールというのは、私たちにとってみれば、非常にしっかりとした現実的で

やりやすいルールになるのではないかと考えています。ですので、先ほど2005年から大阪弁護士会のインターネット法律相談事業関与規則ができるまでの何のルールもなく、手探りでサイト運営をしていくというこの不安な旅立ち、船出の経験があるからこそ言えることは、しっかりと日弁連でガイドライン等をつくっていただいて、そこに準拠する形で私たちはサイト運営していくというのが一番理想的な形だと思っています。

辻村氏 ありがとうございます。

ちょっと素朴な疑問を聞いてしまいました。

では、最後の論点に入りたいと思います。

今後の方向性についての話ですが、例えば、今後、弁護士ドットコムとして弁護士紹介についてどういうサービスを考えていて、どういう状況が理想的な状況なんでしょうか。

元榮氏 今後、展開していくサービスについては、基本的には今あるサービスに磨きをかけていく。玉もどんどん磨くことによってピカピカに光っていくのと同じように、皆さんに使っていただいているこのサイトも、磨きに磨きをかけることで、法律で困っていて、そんなにインターネットが得意じゃない人も、直感的に使っているだけで相談の投稿までいって、そして弁護士さんから有益な回答が得られたり、気に入った弁護士さんに出会えたり、こういうようなことにおいてはまだまだ改善の余地があると思っています。ですので、今ある弁護士検索とそして法律相談、ここを軸として一人でも多くの困っている人と弁護士の先生方をつなぐ法律相談ポータルサイトとして成長していきたい、そういうふうに思っています。

その上でどのような規制がなされることが理想かということについては、きょうのこのパネルディスカッションで何度もお話ししている2点ですね。

やはり成果型の広告の導入。具体的には日弁連の広告に関する指針の第2のところの広告の定義と大阪のインターネット法律相談ガイドラインの第6のところの広告の定義、ここを成果型を許容する形で変更していただくと理想的だということ。

あとは、クレジットカードの決済、1回の法律相談に関しては許容していただきたい。大阪ガイドラインですと第7のところにあるものですが、この2点について変えていただくと、弁護士紹介サイトとしてより利便性の高いサービスを提供して、弁護士の業務の維持拡大や、困っている人たちに対してしっかりと最適な弁護士さんにつながるような場所として成長しやすいのではないかと考えています。

辻村氏 ありがとうございます。

こういうことを弁護士ドットコムでは考えておられて、民間のトライとしてあると思うんで

すけれども、これについて会がコミットしない場合、何かまずい点というのはあるのでしょうか。竹岡先生にお伺いしたいんですが。

竹岡氏 司会者が、今、会がコミットしないというふうにおっしゃったのは、要するに日弁連単位でこの問題については放置すると、法違反の事象が出ればそれはそれに対応するけれども、直接コントロールするということはしないというご質問だと思うんですが、それは気持ちはともかくなかなか難しい選択だというふうに思います。

きょう配付資料の最後のページに、マイベストプロという朝日新聞系列の広告サイトがございますけれども、これ専門家を紹介するサイトですけれども、実はこれ朝日新聞と書いていますけれども、都道府県単位で読売というふうに書いてあるものもあって、その実態はまだ十分に把握しているわけではありませんけれども、専門家紹介のサイトというのは、いやが上にもタケノコのようにどんどんどんどんこれから出てくるわけで、そういうものに対して弁護士自身も正対しなければならぬわけですので、弁護士会としてそれを放置するという選択はないというふうに思います。

それと、例えが悪いのですが、不動産を購入するときに仲介業者を介さなくて不動産を買う人はいません。これからは弁護士を選択するときに、ある種の情報を得ないで弁護士さんを選ぶと、一生に一度あるかないかという事件処理のために選択する弁護士さんを十分自分で情報を得て吟味して、自分にふさわしい弁護士さんを選択するという流れは、これはやっぱり避けがたいだろうというふうに思います。

そういうことを考えますと、紹介制度の問題は、市場の容認とコントロールの中の1つなんですけれども、大きな流れとしては、やっぱり規制が合理性があるのかないのかということを検証しながら弁護士会がかじ取りをしていくという時代に入っているというふうに思います。一律にもう規制しないとか規制するとかそういう議論ではなかなか難しい。

司法改革のときに広告を全面解禁した、これも規制緩和ですね。報酬規定も廃止した、これも規制緩和ですけれども、それについては、今検証ということできいろいろ議論がありますけれども、この72条の規制については、先ほど申しましたように、当時立法事実の中で議論されていないネット上の問題ですので、これをつくられた当時の議論をそのまま援用するわけにはいきませんので、やはりきちっと議論をして、再検討をして、運用で賄える部分は対応するというで、この紹介制度を健全に発展させる必要があるだろうというふうに思います。

辻村氏 ありがとうございます。

では、最後の質問になります。

武士侯先生にお伺いしたいんですけども、今後、会としてはどういう形で弁護士紹介制度を捉えて向き合っていけばいいとお考えでしょうか。

武士侯氏 なかなか難しくて私が答えられるかわかりませんが、一言簡単にいえば、やっぱり市場形成のために弁護士紹介の仕組みというものを弁護士会は会としてももっと前向きに考えていくべきだろうなと思います。その場合、先ほどちょっと言いましたけれども、多様なものがあり得ていいと思っておりますので、インターネットのみならず、弁護士会が関与するものもあっていい。やっぱりネットだけじゃなくて、対面的なそういう仕組みというものもあっていいし、その複線的な紹介制度を併存させ、かつ連携させることを通してアクセスの改善、職域の拡大というものにつなげていくということが考えられていいのではないかと思います。

同時に、大事なことは、やはり先ほどから話の中に随時出ていますが、弁護士に関する提供情報というものをもっともっと充実させる。これは紹介制度に限らないと思うのですが、やっていけないといけないんじゃないか。そういう意味で、弁護士情報の提供が、弁護士会とかというような公的なところでやりますと、どうしても一律であんまりぱっとしない、役に立たないような情報にとどまってしまうようなところがあります。このあたりは民間のサイトなんかで補う形で、プロフィールなんかを充実させて非常にいい情報を提供できるという余地があるのではないかと思います。

それからもう1点は、そうしていくことの中で、やっぱり紹介料というか、弁護士会にせよ民間にせよ、どうしても制度を運営していく基盤ということでの経済的基盤そのものも真剣に考えていけないといけないと思うので、一定の紹介料というようなものを、その許容できるようなところから認めていったほうがいいのではないかと、そのように考えているところであります。抽象的ですが、そんなところです。

辻村氏 ありがとうございます。

パネルディスカッションの質問としては、今で最後になります。長時間ありがとうございました。

ここから質疑応答のほうにお時間をとりたいと思っております。4時30分ぐらいまではいいのではないかなと思っておるんですけども、会場のほうで何かご質問のある方がいらっしゃいましたら。どうぞ、そちらにマイクがありますので、お願いします。

大田原氏 鳥取県弁護士会の大田原といいます。

本当に貴重なお話、どうもありがとうございました。ただ、ちょっと聞いていて、幾つかわからないところがありまして、それで、今、手を挙げさせてもらったのですが、この紹介制度

をすることによって、本当に弁護士の市場はふえているのか。というのは、最初の割合を見ますと、多いのが離婚、それから破産、それに対して医療過誤とかは割合的に極めて少ない。田舎の弁護士なので、離婚とか破産とかというのはほぼできて当たり前です。だから、あえて専門というふうにする分野じゃないですよ、できないほうがおかしいんでという部分なんです。そういう点からいうと、いわばそんなに大きな差異ではない部分について、あえて紹介ということの下駄を履かせる。そこで有料でお金をもらう。市場が既に成長していない中でいくと、限られたパイの取り合いをそういう形でやる、そのために72条を改正してまでやるという、そこまでのことなのかというちょっと疑問があります。

実際に、本当に市場は成長していないのかということで、先ほどの質問に答えるという形で、それまで弁護士にたどり着けなかった人がいろいろネットを通じて情報を得ているではないかという問題に関しては、これは本当にペイする部分なのか。つまり無料で答えられてしまうということで、恐らく従前の30分の相談で有料でお金がもらえていたのが、逆に今のインターネット情報でそれはお金がもらえないことを前提に我々も仕事をしています、地方では。なので、お金をもらえる部分というのは、結局事件についての見通し戦略、どういう順番でやるかという手のうちをインターネットで明らかにしてしまう弁護士ってほとんどいないと思います。

つまり、こういう事件をうちはこういう方針で処理をしていきますと、そのノウハウを本当にインターネットで明らかにして、それを売り物を公開して、不動産と違うんですよ。そこが個性で、自分の手のうちとか、この人はこういう作戦を立てて裁判をやっていくんだということを本当に明らかにしてやる弁護士がどれだけいるのか。それを商品として比較して、それをマッチングすることによって報酬をもらうと、本当にそんなことができるのかというようなことですよ。本当に市場は広がっているのかというようなことについて、どうも話がわからなかったんで、それでもやっぱり市場は広がるんだというところをちょっと教えていただきたいということで、ちなみに地元では非弁問題の委員長と綱紀委員長をしているので、非常に気になります。お願いします。

辻村氏 ありがとうございます。

どちらにお聞きしたらいいんでしょうかね。まずは元榮先生、実情も含めてお話しただければと思います。

元榮氏 はい。ありがとうございます。

インターネットの弁護士紹介サイトの成長によって、これまで弁護士にたどり着けなかった人がたどり着けるようになってきているというような実感というのは、この弁護士ドットコムを運

営してきて感じているところではあります。その一般のユーザーの方と定期的にインタビューをするような機会があって、例えばそういった際にこういう弁護士ドットコムのようなサイトで無料相談ができたからこそ、もう今まで怖い、遠い、何か近づきにくい、そういうような弁護士がこの無料回答のちょっと人間味のある回答を見て、あ、何か普通の人じゃないかということ、勇気を出してその先生の事務所のドアをノックして依頼したんですよ、といったお話を聞くことがあるものですから、この弁護士ドットコムだけではなくて、弁護士紹介サイト等を通じて、そのときは無料相談になってしまうかもしれないんですけども、やっぱり弁護士の有用性とか、あとは私たち弁護士が本当に思っている10倍、数十倍弁護士さんのことを怖いとか遠いとか思っていますから、そういうような人となりや我々弁護士の人間味あふれたところを伝えることによって、埋もれていた弁護士需要が顕在化するという点については、定量的ではなくて大変恐縮なんですけれども、ユーザーヒアリングや、弁護士ドットコム8年間の一般ユーザーさんとの交流の中では実感していますので、そういうことは相当程度あるんじゃないかという点が、まず1つあります。

あとは、これは弁護士紹介サイトとの直接のつながりではないと思うのですが、弁護士業界の市場規模をどこかの機関が調査してくれるとありがたいと思うんですが、どこにもないものですから、私は勝手に日弁連の弁護士白書の弁護士1人当たりの平均売り上げ、掛けるその時点における弁護士数で市場規模を年次で追ってってみました。そうしたところ、2000年には6,500億円台だった市場規模が、2012年1兆円近くになっているんですね。なので、1人当たりの弁護士の平均売り上げという意味では確かにちょっと漸減傾向にあるんですけども、やはり弁護士がふえて、一人一人がもう少し前に出ようという形で活動した結果、弁護士の市場規模、つまりお役に立つ依頼者の数や、その報酬の総額というのはふえているのかなと思っ
ていまして、そういう一歩前へ出ようという弁護士の先生方とまだ見ぬ依頼者の方をつなげる場所としては、一定程度機能はしているのかなと思います。

あとは、手のうちの一部を明かしてしまって、そこは昔、相談料として30分で5,000円をもらっていたところなんですけれども、そこで弁護士が無料で一般の相談者に手のうちの一部を明かしたとしても、結局自分では対応できない人のほうがほとんどだと思うんですね。そこで手のうちを明かしてしまったことによって自分たちで対応できてしまう人の数よりも、何だ、やっぱりこういう案件は弁護士に依頼すべきなんじゃないかとか、弁護士さんて結構役に立つよねとか、あとはこの弁護士さんの人柄であれば依頼してもいいなというふうに思って、ちょっと躊躇していた方が一度事務所に行ってみようと思ってくれるほうが、差し引き多いんじゃない

かなという思いがありますので、やはりそこはこれから弁護士が増員していく中においては、業界全体でちょっと踏み込んでいってもいいところなのかなというのが私の実感ですし、結果としてそうやって無料の相談回答することによって、それだったら弁護士に相談してみよう、依頼してみよう、事務所行ってみようと思う人たちがふえているような実感を、これまたちょっと定量的な統計データに基づいてないんで恐縮ですけども、弁護士ドットコムの運営者として感じてはいます。

あと、72条の本文後段の改正ですけども、私個人としては、別に直ちに改正する必要はないのではないかというふうに思っていて、この広告概念については、ちょっと見直しをしませんかというところで、72条の本文後段については、今まで厳然とそこにあった法律を変えなければならないという、立法事実について見直しの必要性があるというようなことについては理解できるんですけども、まずその成果型広告の導入によって、そこで弁護士と弁護士の世界がどういうふうに変わっていくのかというのをしっかりと見極めた上で、また改めて検討すればいいのかなと思っています。ですので、直ちに変えなければならないという持論ではないんですが、私の私見ではありますけれども、お話しさせていただきました。

辻村氏 よろしいですか。

大田原氏 すみませんが、もう1点だけ、今の流れで。そうやって無料でいろいろ回答していくことによって、その非常に敷居が低くなるという効果は業務に直接という点でなくて非常に意味はあると思うんですが、まさにその法テラスとかいろいろなところで相談したときに、本来無理なものでもやっぱりたくさん、無理というのは費用的に無理なものとか、内容的に無理なものでも安易にとにかく使えるようになったんで来るという形になって、逆の意味でいうと、そういったものも一つ一つ丁寧に対応しなければならなくなったということで、非常に弁護士にとっては逆に仕事がお金の割に大変になってきているという部分が現実論としてありまして、そういう点でいくと、その負担をさらに上回るだけのそれを続けていくメリットというのが希望というんですか、その辺がどの辺にあるのか。

要するに、さっきホームページを一生懸命一生懸命更新するといって細かいところにも対応しているんな人に情報提供していく努力というのと同じようなことを結局みんなできているのかないという。それをしても決してその紹介サイトからの依頼につながらないのかなというのもあって、その辺がどうなのかな。特に田舎だとあんまり関係ないような気もしているんで、ちょっと教えていただければと思います。

辻村氏 登録されている弁護士の先生がたまたま会場にいらっしゃるので、ご意見いただけ

れば。

森田氏 41期の大阪弁護士会の森田です。

私は弁護士ドットコムの利用者で、昨年から利用させていただいています。今の鳥取の先生のお話ですが、私の経験を申し上げますと、市場拡大という意味でいったら2点あると思います。

私の場合でも、この1年間でオーストラリアから2件、タイから1件、ハワイから1件、沖縄の離島の方が法テラスから見放されたということで相談に来られたケースもあります。それと、北海道の奥さんが神戸に夫の会社があるからといって相談にお見えになったり、舞鶴の妹さんが大阪の兄の会社の件でとか、そういういろいろな地域を超えて来られているという方、今までではめぐり合わないような方との接点というのもふえているように私は思います。

それと、あと鳥取県弁護士会がどれだけやっておられるのかわかりませんが、行政書士がこれだけのさばっているのを駆逐するという役目も弁護士ドットコムは果たしていると思います。弁護士ドットコムの相談を見ていただいたら、先ほどの弁護士に相談すべきことかどうかという前に、まず行政書士の問題ですよということで、相続、離婚、破産、交通事故、そんな分野、内容証明を出してバックしているわけです。だから、そういったことは弁護士法にも抵触する可能性がありますよと、弁護士ドットコムで回答することによってまた弁護士へ回帰されるという方も私はふえているように思います。

あと、離婚についてですが、離婚については私らはもう専門だとおっしゃるわけですがけれども、弁護士ドットコムをやっていると、すぐに、例えば平成25年4月1日ぐらいに3月28日の最高裁の間接強制の判決はどういうことですかというようなことを質問されたり、素人の方が弁護士以上に外国の文献とかいろいろな学者の文献を読まれて回答されているということ、我々にとっても非常に勉強になることだと思います。それで、先ほど竹岡先生もおっしゃいましたけれども、民事、刑事、事件減っているといいですけども、都市部は少なくとも家事事件は非常にふえています。ですから、これから本当に離婚やそれこそ子の引き渡しとか間接強制とか、そんな事件がやはり開拓すべき分野としてむしろあるということをお教えているんだと思います。

手のうちを明かすという問題のご指摘の点ですけども、私は大阪弁護士会を見て、手のうちを明かせずにあの弁護士お金泥棒やと、金返してくれてというようなクレームを何遍も聞いています、事務局に対して。だから、そういった弁護士がふえている中で、やはり弁護士の信頼を取り戻すために最低限の回答というのをネットですということにも意味はあると、私

は今の時代には思っています。

それが私の意見で、私も大阪の弁護士会で相談センターとかでいろいろ仕事させてもらいましたけれども、昔は弁護士会が紹介や相談、いろいろなことで、それで月に何件もあって、それで十分食っていった時代があるわけです。ところが、さっきおっしゃるように、弁護士会としてはそんなマッチングサイトもつくれたり、つぐらないのかつぐれないのか知りませんが、そんな時代であれば本当に民間のサイトのいいところ悪いところを見極めて、足を引っ張らないということと、今でも毎日ありますけれども、悪質業者からの問い合わせ、これにひっかからないように、やはり我々の周りも本当に仕事激減して、事務所閉めるかどうかというふうな方々ふえています。そんな人を狙って、私にもありますが、ホームページがわりになりますよと、年間数万円ですよと、そんなことの誘いかけ、あるいは事件受任につながりますよと、こういう業者がやたら多くなっているところをやっぱり取り締まってほしいと思います。

弁護士ドットコムの問題点は、私が思うには、利益相反の問題が弁護士にはつきまとう。弁護士ドットコムの質問というのは匿名質問ですので、私もあったんですけども、依頼者の相手方が匿名でちょっと内容をかえて質問していたら、実際のところは相手方だとは分からずにこれは不貞行為になりませんよというような回答をしてしまって、相手方は別の弁護士について、先生、利益相反ですねと、弁護士法とか倫理規定を持ってこられて交渉に出てこられたんです。そういったちょっと危険性は匿名質問があるということであるのかなと思っています。

もっと言いたいのですが、時間の関係でこんな程度で、すみません。

辻村氏 別に仕込みではないのですが。

元榮氏 今の課題の利益相反のところですけども、弁護士職務基本規程の解説ありますよね、その解説にも言及があるかとは思いますが、匿名の相談の場合には適用外ということで、その規程との抵触関係はないのですが、事実上確かにもやもやするところでありますので、そういったところも含めてさらにどうやったらもっと安心して使ってもらえるのかというところを弁護士ドットコムのスタッフで考えていきたいと思っています。

大田原氏 先ほどの質問、僕の中で勝手に解釈をして聞きたいのですが、要は無理なケース、質の悪いようなやつがやたらふえてしまって、悪いお客さんがいっぱい入ってきて、それに対してまともに対応して疲弊だけして何か別にもうからへんというこういう悪いスパイラルというのは、との関係で弁護士ドットコムはどうかかなと。

元榮氏 無料相談ですか。

大田原氏 はい。

元榮氏 実際はその無料相談をしているユーザーがお問い合わせするというのもあるのですけれども、もっと多いのは、そのQ & Aを見て、この弁護士さんは何て親切なんだということで、第三者ユーザーがお問い合わせをすることが多いので、その今々目の前の相談をしている投稿ユーザーからはちょっとこれはペイしないなという思いがあっても、弁護士ドットコムの場合は、その回答が月間440万人の方に見られる可能性がありますので、どこかで誰かが見ている、お問い合わせという意味で単なる徒労に終わる無料回答じゃないというような可能性を秘めていますので、その法テラスの際のちょっと徒労に終わる法律相談というのは、もしかしたらそのような第三者ユーザーが見ているお問い合わせというようなことにはならないかもしれないんですけれども、弁護士ドットコムに関して見ると、無料回答のメリットというのはそういった意味ですと残って、丁寧な、かつ的確な回答であれば、それを見ていた第三者ユーザーからお問い合わせが来る、こういうようなメリットがあるという意味ではちょっと違うのかなというふうには思います。

辻村氏 実は本当はもっと聞きたかったのですが、33分になってしまったので、いいでしょうか、何か特につけ足すことがあれば。

藤井氏 いまに関連する問題なのですが、富山の会長をやっている藤井です。

今、鳥取の方が言われたように、インターネット相談というのは、よく考えてみると質問もあいまいだし、答えも何となく、今言われたように親切にすればいいんだろうけれども、こんなふうに言い切れないよなど、こんな事例もあるし、こんな場合もあるし、あんな場合もあるだろう。大体私の場合ですと、1相談5,250円でやっても1時間かけるんですね。大体聞いているのが30分でしゃべっているのが30分。ちょっと超える方は、わかってないなと思ったら、じゃ、今から大学の講義を始めるからねと言って、ホワイトボードでそもそもとやり始めるわけですよ。それで1時間で終われば幸いだというくらいが法律相談なんです。

だけど、インターネット法律相談というのはそうじゃないでしょう。今、言われたように質問もあいまいだし、回答もそうじゃないよね、こういう場合だったら決めつけられないよねというのがあるじゃないですか。先ほど鳥取と言いましたけれども、インターネット法律相談が恐らくは弁護士の業務を広げるという意味で役立っているのは間違いないと思うんですよ。だけれども、逆に私たち、地方かもしれないけれども、が相談を受ける場合、しばしばあるのはインターネットではこういうふう言われた、それを2つも3つも持ってくる。これはこうこうで違ふだよとやらなきゃならない。こういう弁護士への誘導パスになるかもしれないけれども、逆に混乱を呼んで間違っ知識を与えているのではないかと、そういうプラスとマイナスの

両方を考えなきゃいけないと思うんです。これは僕のきょうの感想です。

辻村氏 ありがとうございます。

時間の都合もありますが、返事だけでもお願いできますか。

元榮氏 すみません、それは登録している弁護士の質の問題だと思います。去年までも弁護士ドットコムでも、質問に対して法テラスに行きなさいとか、それだけの回答しか書かない方が一部でいたんです。弁護士ドットコムでは弁護士が回答をしたらポイントをつけて、それがランキングに反映されるというような制度を去年まで採用していました。去年の10月からは質問された方が納得されたり、ありがとうございますと思ったポイントでランキングをつけるように変えているんですね。ところが、今のおっしゃった点ですけれども、私らは、本当に、私の回答も見ていただいたらと思いますけれども、ネット相談の限界がありますからということをちゃんと踏まえて、それでこれについては直接資料をお持ちになってお近くの弁護士、あるいは弁護士会、あるいは日弁連交通事故紛争相談センター、あるいは法テラス、そういうところを案内するような回答をしてつなげているつもりです。だから、それは足を引っ張っているというのは、それは回答する登録している弁護士の問題だと思います。だから、その点を登録している弁護士の多くの方々が高く意識づけられたら足を引っ張ることにはならないのではないかと考えてはおります。

藤井氏 間違った回答とかは何かクリアにできるのですかね。

元榮氏 ほかの弁護士の先生方も見ていらっしゃるんで、これ間違っているなと思ったら回答コメントをかぶせてきますね。なので、弁護士の先生方のそういう互助的なところで結果として正しい答えに導かれていくというようなQ & Aも多くありますので、そのような形でみんなでの確かな正確な回答というものを、弁護士ドットコムに登録されている6,000名の先生の、そのうちみんなの法律相談を利用されてる先生は大体数百名ぐらいですけれども、そういうような先生方がみんなでカバーし合っている、フォローし合っているという状況です。

辻村氏 ありがとうございます。

元榮氏 あと、私も無料相談、ネット相談の限界というのは感じていますので、この弁護士ドットコムの意図というのは、やはり最終的には法律事務所にちゃんと行ってくださいということですね。ですので、ネット相談の限界というものがありますから、相談者のほうももどかしくなってくるわけですよ、何だったらもう事務所に訪問したいと。ですから、最初の自己紹介と人となりをどのくらいのニュアンスでお伝えできるのか。例えばもし先ほどの富山の会長の先生であれば、無料相談の回答の内容で多分わからないところは授業してくれるぐらいの二

ュアンスがにじみ出ていると思うんですね。そういうのを相談者というのは敏感に感じとって、じゃ、ちょっと事務所に訪問してみようかなということになると思いますので、最初のフックですね、そういうような機能として私はこの無料相談というものを位置づけています。

辻村氏 お時間が非常に迫って、ほかの部会は全部終わったということを知りましたので、これぐらいにさせていただきたいと思います。

非常にお二方の質問というのは、別にいい悪いじゃなくて本当に実感がこもっていて、誰も不満がないのではないかなと、そりゃそうだなというような質問だと思います。ありがとうございます。

では、プログラムを全て終了させていただきます。

最後に、パネリストの先生方に拍手でお送りを。ありがとうございました。（拍手）

16時50分から全体会に戻りまして、これまでの議論をまた提言という形で分科会長のほうから紹介させていただきたいと思います。

では、失礼いたします。ありがとうございました。