

分析提言編目次

- 第1 分析の方法

- 第2 弁護士の利用に関する分析
 - 1 全体的な弁護士利用について
 - 2 弁護士利用の内容について
 - 3 弁護士を利用しない理由の回答からの結果分析
 - 4 弁護士の利用と利用がないという両方の統計から分かること
 - 5 弁護士を利用したきっかけ
 - 6 弁護士を決定した理由
 - 7 相談できる弁護士の有無
 - 8 困りごとの分野・内容に関する統計
 - 9 困りごと相談の満足度

- 第3 弁護士保険（権利保護保険）に関する分析
 - 1 弁護士保険の認知度
 - 2 弁護士保険加入の意向
 - 3 弁護士保険に加入したくない理由
 - 4 弁護士保険に加入したいと思う保険料金

- 第4 分析から提言できること
 - 1 弁護士イメージの定着化
 - 2 弁護士依頼へのコスト問題
 - 3 訴訟弁護士からの脱却
 - 4 結果から見える弁護士の特色を活かす方向性

- 第5 今後の取組への提言
 - 1 認知における提言
 - 2 利用意向に関する提言
 - 3 利用に関する提言
 - 4 リピート促進のための提言
 - 5 弁護士会に対する提言
 - 6 弁護士保険（権利保護保険）に関する弁護士会への提言

第1 分析の方法

2017年に実施した第2回中小企業の弁護士ニーズ全国調査（以下、「今回調査」という。）では、2006年から2007年にかけて実施した前回調査（以下、「前回調査」という。）同様に、人の4つの行動様式（認知・利用意向・利用・リピート）をベースに分析を行った。ただし、分析は、必ずしもこれらの行動様式に沿った順序どおりではなく、これらの行動様式のどこに問題があるかを意識した分析を記載する形とした。

前回と今回の調査で、用いた人の4つの行動様式の内容は、次のとおりである。

1 認知

行動の前提には、何らかの認識があるはずで、弁護士の利用に関しても何らかの事象に役に立つという認識を持っているため、弁護士への相談等が生まれるものであろう。従って、まずは、中小企業経営者において弁護士が役に立つ存在であるという認識があるかどうかという問題がある。

そもそも弁護士と中小企業経営者の間で、弁護士の業務内容への認識が異なるのであれば、弁護士へ相談するという行動は起こらない。つまり、弁護士へのアクセスという観点で見た場合、障壁となっている点が見付かるのかどうか、分野別に分析し検討するものである。

2 利用意向

中小企業経営者において、弁護士が役に立つ課題について認識を持っていても、当該課題を解決するために、弁護士を利用してみたいと思うかどうかは、また別の問題である。弁護士以外でも同じく役に立つ専門家等の相談相手がいれば、その人に相談するか、弁護士に相談するかは、選択の問題でもある。そのように、弁護士を利用しようと思う分野とそうでない分野とで分析し検討するものである。

3 利用

中小企業経営者において、弁護士が役に立つ課題について認識し、弁護士を利用したいと思っているにもかかわらず、現実に弁護士を利用しないという選択をした背景・原因について分野別に分析し検討するものである。

4 リピート

中小企業経営者において弁護士を現実に利用した人が、再度弁護士を利用し

ているかどうか、弁護士を再度利用しないという選択をしたのであれば、それはなぜなのか、その背景・原因は何であるのかについて分野別に分析し検討しようとするものである。

第2 弁護士の利用に関する分析

1 全体的な弁護士利用について（Q1）

(1) 全体的な弁護士利用率

全体の弁護士利用率は、次のとおりの結果であった（Q1）。

訴訟・調停など法的手続の場合のみ利用・・・17.0%

法的手続，法的手続以外の事業活動ともに利用・・・13.6%

法的手続以外の事業活動のみに関する利用・・・13.6%

以上の弁護士利用の合計は、今回は44.2%である。

前回調査の回答内容は、「法的手続の場合のみ」が23.2%、「法的手続以外にも事業活動に関する相談などで利用」が28.6%であるが、この後者の回答者が法的手続で弁護士を利用しているかどうかの判断が付かないために、単純にこの数字を比べることは断念した。ただ、前回調査の「弁護士の利用がない」との回答47.7%と今回の回答55.7%を比べると、弁護士の利用がない旨の回答が増加している。しかし、これも単純に比べることはできず、前回調査は単に弁護士の利用があるかないかだけを聞いていたものを、今回の弁護士利用はこの10年間に限って質問したために弁護士の利用があるとの回答が減少しているという可能性もあり、一概に比較できないことに留意すべきである。

(2) 弁護士利用の地域性

① 利用率が高い地域

全体の利用率以上の地域（弁護士の利用率が高い地域）は、上位地域を記載すれば次のとおりである。

東京・・・58.8%

広島・・・56.3%

京都・・・55.8%

鳥取・・・52.9%

岡山・・・52.9%

千葉・・・52.4%

群馬・・・51.6%

大阪・・・50.9%

兵庫・・・50.6%

② 利用率が低い地域

全体の利用率を下回り、相当利用されていないと判断できる地域（弁護

士の利用率が低い地域)は次のとおりであった。

山形	23.9%
愛媛	25.5%
青森	28.1%
高知	29.7%
岩手	30.1%
沖縄	30.8%
三重	30.8%
山口	31.3%
秋田	32.4%
佐賀	34%

利用率の高い東京の58.8%と低い山形の23.94%とでは、約2.45倍もの開きがあり、上記に記載した最後の佐賀34%でも1.73倍の開きがあり、その弁護士利用の障壁になっている理由は不明ながらも、弁護士が少ない地域には、弁護士が少ないことによるアクセス障壁以上のものがあるのではないだろうか。

2 弁護士利用の内容について

(1) 訴訟・調停など法的手続の場合のみ利用

法的手続の場合のみの弁護士利用率は、全体として17.0%であり、前回調査の23.2%から減少しているが、今回は、弁護士利用経験を問う設問で、「直近10年間」という限定を付したために、利用率が下がったという可能性もあるため、現段階での情報としてのみ利用するしかないであろう。

① 地域性

前回調査では、法的手続の場合のみの利用率が高かったのは、群馬34.7%、奈良34%、石川34%、福井33.3%であり、他方、利用率が低い地域は、和歌山11.1%、秋田11.6%であり、その地域間の差は3.1倍程度あったが、今回調査では、次に記載するとおり、地域間の差は3.7倍以上となり、より大きくなったという評価ができるであろう。

更に、訴訟等法的手続の場合のみの利用に関しては、前回調査では、どの地域においても全体としての利用率23.2%前後に集中しており、中小企業の数や弁護士の数に関係なく、弁護士の利用率が全国的に一定しているという事実は、一部の弁護士が少ない地域を除けば、訴訟弁護士としての需要はある程度は充足されている状態にあると言える。今回調査も10年

の利用に限ったために、全体的な利用率が減少しているが、全国の平均値を見ると、17%前後に集まっていると評価できるため、同じようにおおよそ訴訟弁護士としての需要に関しては例外を除き、ほぼ充足していると評価してよいと考えている。

全体の利用率と比較して、法的手続の利用率が10%にも行かないような地域では、訴訟弁護士としての需要が充足されているかを今後、検証することも必要かもしれない。

(a) 利用率が高い地域

広島	27.5%
京都	26.9%
千葉	26.8%
岡山	26.5%
兵庫	24.1%
鹿児島	23.8%

(b) 利用率が低い地域

富山	7.3%
山形	7.5%
茨城	8.8%
愛媛	9.8%

なお、富山は、今回調査においては、「法的手続と法的手続以外の事業活動ともに利用」している点での弁護士利用率は全国で一番であるが(23.6%)、これと「法的手続のみの利用」(7.3%)を合計すると、30.9%となり、更に、「法的手続以外の事業活動に関する相談のみの利用」率(12.7%)を加えても、合計43.6%であり、全体の平均利用率である44.3%に達していない。このような特殊な傾向を示している点に関しては、今後、各地域での研究を期待したい。

② 企業属性

(a) 業種

利用率が高いのは、不動産・金融業25.6%、運輸業・倉庫業22.1%であり、利用率が低いのは、飲食店・宿泊業11.0%、小売業11.1%である。

(b) 売上高

売上高が高くなればなるほど法的手続の場合のみの弁護士利用の割合も高くなる。例えば、最新期の売上高が1億円未満の企業での利用率は11.7%であるが、売上高が30億円を超えると利用率は22.6%となって

いる。

(c) 従業員数

企業の従業員数と法的手続の場合のみの弁護士利用の割合については、興味深い傾向が見られる。従業員数が5人以下の企業の利用率は、14.1%、300人までの企業では21.9%と増加しているが、301人以上の企業になると、逆に17.2%（全体とほぼ同じ率）に減少している。

売上高も従業員数も、いずれも企業規模の指標である。そして、単なる売上高の増加はリスク（つまり、法的トラブル）の増加をも伴う可能性がある。これに対し、従業員が増加した場合には、トラブル等に関しても企業内で対処することができる体制がとられている可能性もあるが、多様な人材配置によるリスクマネジメント体制の構築がなされていて法的手続を要するようなトラブルの発生を未然に防いでいる、とも考えられる。

③ 弁護士側の属性

法的手続の場合のみの利用に関し、弁護士会の規模の大きさ、あるいは、地域については、若干の違いはあるものの、それほど大きな差が見られなくなる。それは、法的手続に関しては、一部の利用率が極端に少ない地域を除けば、おおよそ、どこの地域でも弁護士依頼の需要をまかなっている状況にあることがうかがい知れるのである。

(2) 法的手続、法的手続以外の事業活動ともに利用

「法的手続、法的手続以外の事業活動ともに利用」経験のある企業は、全体の13.6%である。

① 地域性

(a) 利用率が高い地域

富山・・・23.6%
東京・・・20.4%
大阪・・・20.1%
鳥取・・・19.7%

(b) 利用率が低い地域

佐賀・・・6.0%
高知・・・6.3%
秋田・・・7.4%
長野・・・7.4%
奈良・・・7.8%

石川・・・8.2%

島根・・・8.2%

② 企業属性

(a) 業種

利用率が高いのは、不動産業・金融業 30.8%，飲食店・宿泊業 26.0%であり、低いのは、建設業 10.3%，小売業 10.4%である。

(b) 売上高・従業員数

最新期の売上高が1億円未満 6.3%，30億円超 43%となっており，売上の増大に正比例して，弁護士の利用率は大きくなっている。

従業員数については，5人以下の企業で 7.8%，301人以上の企業で 55.2%となっており，従業員数の増大に応じて，利用率も増加している。

③ 弁護士側の属性

(a) 都市化度

東京 20.4%，大阪・愛知 18.8%，高裁所在地 13.7%，その他 11.6%と，都市化度に正比例して，利用率が増加している。

(b) 弁護士会規模

おおね，弁護士会規模が大きくなるに従って，利用率も大きくなる。

(3) 法的手続で弁護士を利用している企業の合計

ここでいう「法的手続で弁護士を利用している企業の割合」とは，上記(1)の「法的手続の場合のみの利用」割合と，(2)の「法的手続，法的手続以外の事業活動ともに利用」の割合を合算したものである。この利用率は，全体としては 30.6%であるが，地域性，企業属性の観点から見てみると，次のとおりである。

① 地域性

(a) 利用率が高い地域

京都・・・44.2%

鹿児島・・・40.5%

広島・・・40.0%

東京・・・39.3%

千葉・・・39%

群馬・・・38.7%

岡山・・・38.3%

(b) 利用率が低い地域

山形・・・16.5%

高知・・・・18.8%
長野・・・・19.0%
佐賀・・・・20.0%
山口・・・・20.9%
茨城・・・・21.1%
岩手・・・・21.9%
奈良・・・・21.5%

② 企業属性

(a) 業種

利用率が高いのは、不動産業・金融業 56.4%，運輸・倉庫 40.2%，低いのは、小売業 21.5%，製造業 28.2%である。

(b) 売上高・従業員数

売上高が高くなるにつれて、利用率は正比例している。年間売上高 1 億円未満の企業では 18%，30 億円超の企業では 65.6%である。

従業員数についても、多くなるにつれて利用率が高くなる。従業員数 5 人未満の企業では 21.9%，301 人以上の企業では 72.4%である。

③ 弁護士側の属性

極端な差はないが、弁護士会規模が大きくなるにつれて、正比例して利用率が増える。会員数 200 人未満の弁護士会では 26.7%，2000 人以上の弁護士会では 38.3%になっている。

(4) 法的手続以外の事業活動等のみに関する弁護士利用
全体の利用率は、13.6%である。

① 地域性

多い地域と少ない地域とは 10 倍以上の差がある。

(a) 利用率が高い地域

栃木・・・・21.2%
石川・・・・19.7%
東京・・・・19.5%
島根・・・・18.0%
長野・・・・17.9%

(b) 利用率が低い地域

愛媛・・・・2.0%
青森・・・・3.5%
三重・・・・3.8%

沖縄・・・5.8%

山形・・・7.5%

② 企業属性

(a) 業種

飲食店・宿泊業は20.5%、不動産業・金融業は18.6%となっており、全体と比べて多く利用されているが、有意に少ない業種は見られなかった。

(b) 売上高・従業員数

売上高でいうと、1億円未満の企業における利用率は9.1%、30億円以下の企業では20.9%と増加しているが、30億円を超える企業では逆に20%と少し減少している。

従業員数では、5人以下の企業の利用率は、9.9%、101人～300人までの企業では20.1%と増加しているが、301人以上の企業になると、17.2%（全体とほぼ同じ率）と逆に減少している。

ここから、売上高、従業員の点で、一定の規模を超える企業では、企業内で、トラブル解決方法・手段が整うか、あるいは、未然に法的トラブルの発生を防いでいるということ考えられる。

③ 弁護士側の属性

(a) 弁護士会の規模

明白ではないが、200人未満の弁護士会の利用率が11.7%であるのに対して、2000人以上の規模の弁護士会では18.6%となり、弁護士会の規模の大きさに正比例して、利用率が増加する傾向があり、弁護士会の規模によって差が見られない法的手続の場合のみの利用率とは異なっていると言える。

(b) 弁護士会の都市化度

これも明白ではないが、東京19.5%、大阪・愛知14.6%、高裁所在地13.4%、高裁所在地以外のその他が12.3%であることから、その都市化度に正比例して利用率が増加する傾向がみられる。

3 弁護士を利用しない理由の回答からの結果分析

(1) 全体の弁護士利用のない割合

中小企業経営者が、困りごとを専門家に相談する場合の相談相手がどのような人かという点のアンケート結果を見る限りでは、弁護士のイメージは、訴訟弁護士という枠からは変わり始め、訴訟以外の分野でも一定のイメージが定着しつつある。

その反面、弁護士の利用経験がない企業の割合は、前回調査の 47.7% と比べ、今回 55.7% と増加している。ただし、これについても、今回の質問が弁護士利用を直近の 10 年間に限ったため、その影響がある可能性がある。

さらに、弁護士を利用しない理由（Q 1 - 4）について前回と今回の結果を比べると次のとおりである。

	前回調査	今回調査
特に弁護士に相談すべき事項がないから	74.8%	86.3%
弁護士以外への相談で事足りているから	21.9%	15.7%
日頃あまり接点がないため頼みにくいから	13.6%	10.5%
弁護士報酬の基準が分かりにくいから	不明	7.5%
弁護士報酬がかかる・弁護士報酬が高いから	15.7%	7.4%
弁護士は探しにくいから	5.3%	2.7%

(2) 弁護士を利用しないことの統計上の内容

全体としては、55.7%の企業が弁護士を利用していないのであるが、その詳細を下記の視点で分析してみたい。

① 地域性

全体の利用していない割合よりも、更に 10%以上割合が大きい地域としては、山形 76.1%、愛媛 74.5%、青森 71.9%、高知 70.3%、岩手 69.9%、三重・沖縄 69.2%、山口 68.7%、秋田 67.6%、佐賀 66.0%がある。

反対に利用していない割合よりも 10%以上少ない地域（利用されている割合ではなく、利用していない割合が少ない）は、東京 41.2%、広島 43.8%、京都 44.2%だけであった。

② 企業属性

(a) 業種

弁護士利用経験がない割合が高い業種は、小売業 67.0%で突出している。反対に弁護士利用経験がない割合が低いのは、不動産業・金融業 25.0%、飲食店・宿泊業 42.5%、運輸業・倉庫業 44.2%、情報通信業 45.4%である。

(b) 売上高・従業員数

売上高と従業員数は弁護士の利用経験がない率とは反比例している。売上が上がれば、弁護士利用経験がないという率は下がる。つまり、売上高も従業員数も多くなればなるほど弁護士を利用することが多くな

る。これは、利用しない率と利用率とは同じ傾向を示しているということである。

③ 弁護士側の属性

弁護士会の規模が大きくなれば弁護士の利用率が大きくなり、弁護士会規模が小さくなれば、利用率が低くなる傾向が読み取れる。

(3) 困りごとを弁護士ではなく社外の専門家等に相談した経営者について

現実に関りごとがあったときに、経営者がなぜ弁護士に相談せずに他の専門家に相談したのか、その理由から何らかの弁護士へのアクセス障壁が判明する可能性がある。この分析から、現実に関りごとがあるにも関わらず、弁護士に相談しなかった理由が理解できるであろう。

- 弁護士に相談する問題とは思わなかったから・・・52.3%
- 日ごろあまり接点がないため頼みにくいから・・・29.0%
- 弁護士報酬の基準が分かりにくいから・・・16.0%
- 弁護士にツテがなかったから・・・15.1%
- 他の社外の人と比べて弁護士報酬が高いから・・・13.9%
- 弁護士は相談しにくいから・・・10.9%

(4) 上記の弁護士に相談しなかった理由から分かること (Q 1 - 4)

① 「弁護士に相談すべき事項がない」という理由の意味

既に述べたとおり、弁護士を利用したことがない理由については、前回と同様に「特に弁護士に相談すべき事項がない」という答えが一番多く、今回調査で86.3%となっており、前回調査の74.8%より増加している。この割合は、質問の内容とは関係がないので、そのまま弁護士利用がない理由として増えているといえることができる。

また、事業者が実際に抱えている問題を社外の人に相談したときに、弁護士に相談しなかった理由でも、一番多かったのは、「弁護士に相談すべき事項とは思わなかった」(52.3%)と判断している。

この数値は、実際に困りごとが発生し、対応を迫られた時点での経営者の具体的な行動を反映しており、また、そのような場合、多くの経営者は真剣に相談できる人を探すのが一般的であろうということを考えると、その際の相談者として弁護士が選ばれていないということは、より経営者の現実の相談者の選択において弁護士が遠い存在であることを表していると考えられる。

② 地域性

全体の弁護士を利用したことがない人の86.3%の理由が、「特に弁護士

に相談すべき事柄がないから」であるが、多少の例外（愛媛では「特に弁護士に相談すべき事項がないから」という理由が100%。反対に、その理由が少なかったのは福島72.7%、千葉74.4%）を除き、有意な差はなく、全体の10%内外の割合に収まっている。

このような点から、日本全体での傾向ということが言え、その理由は推定でしかないが、インターネットの発達で個人や企業が容易に検索等で情報を得られるようになったこととその内容による弁護士の仕事の内容が印象で作られつつあるのではないかという意見が多かった。

③ 企業属性

企業の形態による差もほとんどない。

つまり、各企業の特質等による意識の差ではないということであろう。その意味では、単なる、中小企業経営者の持っている弁護士イメージの在り方が、企業の種別に関係なく、よく似ているということではないだろうか。どこかで、作られたイメージであろうと思われるが、どのようなイメージかも、どこで作られたものかも分からない。

(5) 弁護士へのアクセス障壁について

弁護士へのアクセス障壁の原因は、いくつか考えられる。弁護士のイメージ、弁護士の費用、弁護士の日頃の対応・態度等が考えられるのであり、その具体的な内容を調査結果からまとめてみたい。

① 弁護士との接点

「(弁護士と)日ごろあまり接点がないため頼みにくい」という理由も、一般的な調査結果からは前回調査の13.6%より微減した10.5%となっているが、同じような割合の状況である。この「接点」という捉え方が、アクセス問題を表しているとするれば、全国の弁護士の数は、前回調査時の2007年7月末時点で23,103名であり、今回調査時の2016年7月末時点で37,614名とその弁護士数の比は約1.62倍(数では14,511人の増加)となっているが、このように人数が増えても、アクセス状況はほとんど変わらないといってよいであろう。

なぜ、弁護士数が6割も増加したにもかかわらず、アクセス問題が改善されていないのか、という点について、どのような理由が考えられるのであろうか。

地域的には、接点がないから頼みにくいというのは、福島30.3%、広島21.2%、島根20%の割合が多い。

特に具体的な困りごとがあつて社外の人に相談した経営者の回答(Q3

ー4)では、「日ごろあまり接点がないため頼みにくいから」という理由は、29.0%もあるという状況である。「弁護士にツテがないから」という理由は15.1%あり、この接点という問題は大きな障壁となっていると言わざるを得ない。さらに、心理的にも「相談しにくい」という理由は10.9%ある。このような回答からすれば、全体としては、弁護士への相談には大きなアクセス障壁が存在するというべきであり、この障壁をどのように乗り越えたらよいのが、政策の一つとなり得るのではないだろうか。

② 弁護士の費用

全体的な調査結果からは前回の15.7%（費用がかかる・費用が高いから）より減少した7.4%（弁護士報酬がかかる・弁護士報酬が高いから）となっているので、この理由による弁護士利用のアクセス障壁は減少したのかという点が問題であろう。ただ、地域差があり、弁護士費用が障壁となっている割合が高いのは、鳥取16.7%、福島・広島・沖縄15.2%である。

しかし、具体的に社外の人に相談した経営者で弁護士に相談しなかった人の13.9%は、弁護士の費用が高いことを理由としている（Q3-4）。弁護士の報酬が分かりにくいという理由も16.0%あり、決して報酬そのものがアクセスの障壁となっている割合が少ないという評価はできず、弁護士へのアクセス障壁となっている大きな要素の一つであることは間違いないと判断すべきであろう。

4 弁護士の利用と利用がないという両方の統計から分かること

(1) 企業属性

① 売上高

おおよそであるが、売上高が高ければ高いほど、弁護士の利用率も増える傾向にある。例えば、最新期の売上高が1億円未満の会社の場合、法的手続・法的手続以外の事業活動の弁護士利用に関わらず、弁護士利用は全部で27.1%（前回34.5%）であるが、30億円超の会社の場合、85.6%（前回90.1%）ともなる。前回と同様な傾向である。

② 業種

不動産業・金融業は75.0%（前回78.3%）で一番利用されている業種である。利用されない業種は、小売業の33.0%（前回40.5%）、建設業の40.4%（前回43.5%）、製造業の40.5%（前回53.1%）で前回と傾向はそれほど変わらない。

(2) 弁護士側の属性

① 都市化度

東京 58.8%，大阪・愛知 48%，高裁所在地弁護士会 47.1%，その他弁護士会 40.4%という都市化度による比較をすると，その順番で弁護士の利用率が高いことが確認できる。

弁護士会の規模別で見ると，例えば，「法的手続とそれ以外の手続の両方とも利用している」利用者は，東京では 20.4%であるが，その他弁護士会であれば 11.6%となっている。しかし，法的手続だけは，そのような比例にはなっていない。さらに，弁護士会の都市化度にも関係がないと思われるのである。

② 弁護士会規模

これも，弁護士会規模が大きくなればそれに比例して弁護士利用も増えるという傾向にある。例えば，200 人未満弁護士会 38.3%，2000 人以上弁護士会 57%ということである。

5 弁護士を利用したきっかけ（Q1-1）

全体的な傾向としては，顧問弁護士だから，という当たり前の回答が 46.6%で一番多く，次に取引先や親会社，友人・知人からの紹介というのが 41.2%でほとんどのきっかけを作っている。顧問弁護士がいる企業で顧問弁護士を利用するのは当然の行動であろうが，弁護士利用のきっかけが顧問弁護士の利用と友人知人の紹介の合計で 87.8%と大半を占めているという点は注目すべき点であると思われる。なお，自治体・商工会議所の法律相談，インターネット検索，事務所の広告，弁護士会の紹介制度という項目も，全体としては少ないが，地域性があるので，その点も見ておく必要がある。

これを都道府県別に見るとその様相に違いが見られる。

(1) 顧問弁護士だから

① 地域性

この理由は，三重の 66.7%が一番多く，山形 62.5%，大阪 60%，神奈川県 59.6%，富山 58.3%，鹿児島 57.1%となっている。少ない県は，山口 23.8%，高知 26.3%，茨城・滋賀 28.6%，佐賀 29.4%，青森 31.3%，千葉 31.7%である。この数字の解釈は難しく，弁護士利用の少ない場所での顧問弁護士による弁護士利用が多いところでは，反対に顧問弁護士を持たない企業の弁護士利用が阻害されている可能性もあり，各地方での研究をすべきところであろう。

② 企業属性

売上高・従業員数のいずれについても、その数値が大きくなるにつれて顧問弁護士だからという理由も大きくなる。

例えば、売上高 1 億円未満だと 24.4%であるものが、30 億円超となると 78.4%にもなり、従業員数 5 人以下の場合は 29.5%であるものが、301 人以上となると 92.3%にも上る。

以上のとおり、企業規模が大きくなればなるほど、顧問弁護士による弁護士利用が増加しているということを表している。

(2) 友人知人等の紹介

① 地域性

この理由は、高知の 68.4%が一番高く、滋賀 66.7%、山口 61.9%、奈良 60%、佐賀 58.8%、長崎・静岡 57.1%、青森 56.3%となっている。反対に少ないところは、山形 6.3%、三重 26.7%、島根 28%、京都 28.6%となっている。

② 企業属性

おおよそであるが企業規模が大きくなればなるほど、友人知人の紹介が少なくなっている。例えば、売上高 1 億未満の企業では友人知人の紹介は 43.4%であるが、30 億円超となると 28.6%と減少し、従業員数 5 名の企業では以下の場合が 45.7%であったものが、301 人以上になると 17.3%に減少する。これは、顧問弁護士を持つ企業と持たない企業とでは、その弁護士へのアクセス行動パターンも異なり、一緒には論じられないことを示している。

(3) 自治体相談

① 地域性

全体としては、4.3%でしかないが、地域により、割合が大きなところがある。例えば、全体の倍以上の割合のある地域としては、島根 16%、新潟 14.3%、山形・沖縄 12.5%、福井 11.5%、長野 11.4%、福島 9.7%である。自治体等の法律相談が役に立っている割合が高いということでもあり、この方面での機能を期待してよいものと思われる。

② 企業属性

売上高が増加するにつれて割合が低くなる。売上高 1 億円以下の企業で 5.0%であるが、30 億円超では 1.3%となっている。零細小企業にとって、自治体相談がある程度役に立っていることを示している。

(4) 弁護士会紹介

① 地域性

全国的には、1.8%でしかないが、地域性がある。高い地域としては、京都7.1%、三重6.7%、岐阜6.1%、岩手・滋賀4.8%、秋田・和歌山4.5%、島根4%である。これらの地域においては、弁護士会が利用されている割合が高いのであるから、この調査の結果からは中小企業に対する弁護士会の機能を高めていくべきものと思われる。ただ、前回調査での弁護士会の弁護士紹介を利用したことがあると回答したのは、全体では2.8%であり、それよりは多少減少している点は、調査上の誤差かどうかを含め気になる点ではある。

② 企業属性

これについても、売上高が増えるにつれて割合が減る。売上高1億円以下の企業では5.0%であるが、30億円超では0%となっている。自治体相談と同じく、中小企業にとってある程度役に立っていると言える。

(5) その他のきっかけ

① インターネット検索

全体としては2.2%で大きな割合ではないが、地域性がある。大きな割合の地域は、宮崎10%、静岡5.7%、奈良5%、岩手・滋賀4.8%である。他方、企業属性による大きな差は見られない。

② 事務所広告

この広告も全体としては、0.7%でしかないが、地域により割合が高いところがあり、岩手9.5%、兵庫4.8%、宮城3.2%である。

6 弁護士を決定した理由（Q1-2）

この事項は、弁護士を利用したきっかけとは別に、当該弁護士に決めた理由は何であったかを調査すれば、反対に依頼者は何を要素として弁護士に依頼をするのか、しないのかが理解できるために、一つのアクセス障壁を見つけられるのではないかという発想から設定した。

弁護士を決めた理由は、全体では、「紹介者が信頼できる」40.5%、「弁護士の専門性・力量」29.1%、「弁護士の人柄」26.9%、「弁護士報酬が妥当、割安」18.4%、「対応スピードの早さ」18.3%、「業界・業務を理解している」17.4%、「事務所が近い」9.4%が大きな要素となっている。弁護士利用のきっかけと同じく紹介者の信頼性は大きな要素となっている。弁護士本人の実力、能力等は、他の専門家一般と同様に一般市民が判断することが難しいと言われており、そ

のような影響から紹介者の信頼性を重視するという結果となったものと思われる。

弁護士自身に関する要素としては、専門性と人柄が大きな要素となっている。この点は、前回調査の顧問弁護士にした理由と比べると同じく専門性 55.5%と人柄 52.8%が大きな要素となっているのと同じ傾向にあると言えるであろう。人柄とは、専門性とは別の依頼者との相性だと理解してもよい事項だと思われるが、この点は弁護士側にとっても大事な要素であり、中小企業経営者はよくこれらの点を理解しているのではないかと思われるのである。

以上のとおり、全体では、紹介者の信頼性が一番であるが、次のとおり、地域により特色がある。

(1) 弁護士の人柄

地域によっては、弁護士の人柄を一番と考えている地域は少なくない。例えば、広島 47.6%、新潟 45.7%、福島 45.2%、石川 42.3%、岐阜 39.4%、茨城 38.1%、神奈川 37.7%、山形 37.5%、佐賀 35.3%、鳥取 32.4%、島根 32%となっている。

(2) 弁護士の専門性

専門性を一番とする地域もある。例えば、三重 50%、徳島・福井 42.3%、宮崎 40%、愛媛 38.5%、香川 36.8%、静岡 37.1%、山梨 34.8%、熊本 33.3%、鳥取 32.4%（人柄とは同率）がある。

(3) 弁護士報酬の妥当性・安さ

この点は、一番という理由にはならなかったが、全体では 18.4%であるから、大きな要素となっていることは事実である。宮城 29%、石川 26.9%、鳥取 26.5%、香川 26.3%、青森・山形・熊本 25%、という地域ではその割合が特に高かった。

(4) 事務所の近さ

全体では 9.4%しかないが、地域によっては大きな要素となっているところがある。岐阜 33.3%、鳥取 23.5%、長野 22.9%、岩手 22.7%という地域が 20%以上の割合を占めている。

7 相談できる弁護士の有無（Q1-3）

弁護士の利用経験の有無には関係なしに全体の割合を求めると（Q1とQ1-3を統合）、以前も現在もいるというのは 32.8%、以前はいたが現在はいないというのは 6.4%、以前はいなかったが現在はいるというのは 4.5%である。弁護士利用がなかった企業(55.7%)を相談できる弁護士がいないと仮定し、同

視して現在いない会社の割合を出すと、62.1%に相談できる弁護士がいないということとなる。

なお、この10年間に弁護士に相談した企業の相談できる弁護士の割合は、以前も現在もいるというのは75.1%、以前はいたが現在はいないというのは14.6%、以前はいなかったが現在はいるというのは10.3%である。

(1) 地域性

① 以前も現在も相談できる弁護士がいる割合

上記のとおり「相談できる弁護士がいる」という割合は、高い割合を示している地域としては、奈良95%（弁護士利用のなかった企業も含めた全体では37.3%）、大阪92.4%（全体では46.5%）、香川90.5%（全体では39.6%）、三重86.7%（全体では25.5%）、埼玉85.3%（全体では33.7%）である。

② 以前はいたが、現在はいない割合

弁護士利用経験のある企業の中では14.6%であるが、現在は相談できる弁護士がいない企業という意味では、以前の弁護士には相談できないという状況であるということ想定してよいとすれば、この点は課題として分析すべきだろうと思われるのである。

割合の高い地域は、長崎・沖縄40%、岩手31.8%、佐賀29.4%、和歌山28.6%、秋田27.3%となっている。反対に低い地域は、愛媛0%、大阪2.5%、香川4.8%、奈良5%、栃木6.3%、京都6.9%となっている。

8 困りごとの分野・内容に関する統計

中小企業がどのような困りごとを持っているかを調べた結果である。前回調査でも、「法的な課題」として聞いていた事項である。今回は回答者に「法的」かどうかという判断をして貰うよりは、素直に「困りごと」とした方が質問として適当だという判断により、変更したものである。

この困りごとの分野は、弁護士利用がどのようになされているのかも同時に記載することとしたので、前回調査との比較も出しておきたい。

(1) 困りごとの順位

10%以上の回答があったものを並べると次のとおりである。

① 今回調査

雇用問題 37.1%、債権回収 30.3%、契約内容の相談・契約作成 24.9%、各種社内規程策定・法令遵守 21.3%、経営改善・会社再建・資金繰り 17.0%、事業承継 15.2%、クレーム対策 11.9%、債権管理保全 11.1%、各種情

報管理 10.7%

② 前回調査

債権回収 40.6%，雇用問題 27.2%，クレーム対策 25.3%，契約書チェック 19.2%，事業承継・相続対策 18.8%，債権保全 17.3%，社内規程の策定 15.4%

この比較から分かるとおおり、10%以上の回答があった事項は前回の7項目から9項目へと増えている。この面では困りごとと意識している事項が増えてきているということは言えるであろう。

また、その困りごとの順位は、雇用問題が一番となったが、昨今の政府の主導による労働問題の行政介入事案が増加したために、実務としても労働問題が増加しているという一面を表しているものと理解できる。

さらに、今回調査では、紛争系というよりは、非紛争系の困りごとが増えているという傾向が見られる。その面では、弁護士の活用場面は紛争系だとする観念が強い地域等では弁護士の需要が減少したということも考えられなくもない。

(2) 困りごとの分野別の弁護士利用率、地域性と企業特性

① 雇用問題

全体では、37.1%の企業が困りごとと意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査では25.6%，今回調査は32.1%である。

(a) 地域性

そこで、45%以上の地域と30%に行かない地域とを記載した。

(ア) 多い地域

岡山・・・50%

福井・・・49.1%

大分・・・48%

岐阜・・・46.9%

静岡・・・46.8%

鳥取・・・46.2%

(イ) 少ない地域

京都・・・19%

宮崎・・・22.7%

徳島・・・24.5%

和歌山・・・26.3%

沖縄・・・・27.3%
広島・・・・28.2%
山梨・・・・29.3%
長野・・・・29.8%

(b) 業種

飲食店・宿泊業 56.1%，運輸・倉庫業 54.2%が業種としては，多い。
また，少ない業種は，不動産・金融業 15.7%であった。

(c) 売上高・従業員数

売上高と従業員数と，雇用問題を困りごとと意識することは正比例している。例えば，5人以下の企業では21%が困りごとと意識しているが，301人以上となると69.6%が困りごととして意識している。

② 債権回収

全体では，30.3%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は，前回調査では42.6%，今回調査は52.5%である。

(a) 地域性

40%以上の地域は，鳥取46.2%，青森42.2%である。

少ない地域として25%未満の地域は，茨城21.6%，埼玉22.7%，香川23.1%，富山23.9%，愛知24.2%である。

(b) 業種

卸売業・貿易業・商社は41.9%と高いが，情報通信業19.1%，製造業22.8%と低くなっている。

(c) 売上高・従業員数

売上高と債権回収が困りごととなるのは正比例している。例えば，売上高が1億円未満の場合は，25.1%であるが，30億円を超えると44.6%となる。

③ 契約内容の相談・検討，契約書作成

全体では，24.9%の企業が困りごとと意識している。

この分野の弁護士利用率は，前回調査（契約書のリーガルチェック）では55.8%，今回調査は62.5%である。

(a) 地域性

多い地域は，沖縄40.9%，東京38.1%，鳥取34.6%，大阪33.1%，鹿児島32.4%である。

少ない地域は，青森8.9%，熊本9.8%，奈良11.1%である。

(b) 業種

不動産・金融業 62.9%，情報通信 48.9%が多く，建設業 16.7%，小売業 18.3%が少ない。

(c) 売上高・従業員数

売上高，従業員数に正比例してこの点を困りごとと意識する企業が多くなる。例えば1億円未満の企業では，18%であったものが，30億円超企業は，50%である。

④ 各種社内規程の策定，法令遵守等の社内ルール整備

全体では，21.3%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は，前回調査（各種社内規程の策定）では 16.2%，今回調査は 17.0%である。

(a) 地域性

富山 34.8%，岐阜 31.3%，長崎 29.5%，埼玉 29.3%が多く，愛媛 8.8%，青森 11.1%，大分 12%，北海道 12.9%，栃木 13.6%，三重 14.3%が少ない地域である。

(b) 業種

情報通信業 38.3%，サービス業 28.3%が多く，建設業 17%は，少ない。

(c) 売上高・従業員数

全体では，売上高と従業員数とは，ほぼ正比例しているが，各種社内規程の策定，法令遵守等の社内ルール整備については，20億円超30億円以下の企業，従業員数100名前後のところから30億円超える企業が一番多くなり，困りごとの意識は少なくなる。

⑤ 経営改善，会社の再建，資金繰り問題

全体では 17%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は，前回調査（選択肢は「会社再建」であった）では 29.8%，今回調査は 8.0%である。相当極端に弁護士利用率が低下した分野である。ただし，前回調査では「会社の再建」という選択肢であり，経営改善・資金繰りが入っていないことが原因とも考えられるので，この点は注意が必要であろう。

(a) 地域性

青森 28.9%，福井 26.4%，岩手 26.2%，茨城 25.5%が多く，鹿児島 5.9%，奈良 8.9%，三重 9.5%が少ない。

(b) 業種

小売業 20.7%がやや高く、不動産業・金融業 5.7%が少ない。

(c) 売上高・従業員数

やや売上高と従業員数に反比例している。例えば、1億円未満の売上高では 24.6%であるが、30億円超では 8.5%である。

⑥ 事業承継

全体では、15.2%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査(事業承継・相続対策)では 15.4%、今回調査は 10.7%である。

(a) 地域性

長崎 27.3%、熊本 25.5%、岩手 24.6%、奈良 24.4%が多く、山口 5.7%、徳島・福井 7.5%、香川 7.7%、福岡 8%、岡山 8.3%、秋田 8.6%が少ない。

(b) 業種

飲食店・宿泊業 21.2%が多く、運輸業・倉庫業は 10.1%であり、少ない。

(c) 売上高・従業員数

売上高と従業員数におおよそは反比例しているので、売上高・従業員数の少ない企業で事業承継問題が多く、売上高、従業員数が大きくなれば、事業承継問題が少なくなり、会社内での引継ぎとして経営者たる役員承継はうまくいっていると考えられる。

⑦ クレーマー対策

全体では 11.9%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査(クレーム対策)では 39.5%、今回調査は 56.2%である。

(a) 地域性

福島 22.0%、和歌山 21.1%、岐阜 18.8%、長野 17.9%、青森 17.8%が多く、埼玉・石川 5.3%、福井 5.7%、富山 6.5%、宮崎 6.8%、秋田 6.9%が少ない。

(b) 業種

飲食店・宿泊業 27.3%、小売業 16.7%が多く、卸売業・貿易業・商社 6.6%、製造業 7.3%が少ない。

(c) 売上高・従業員数

売上高と従業員数に正比例している。売上高 1億円未満 9.2%であつ

たものが30億円超19.9%となる。従業員数5名以下6.7%が301人以上となると25%となる。

⑧ 債権の管理と保全

全体では11.1%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査（債権保全）では50.5%、今回調査は49.8%である。

(a) 地域性

沖縄25%、鳥取23.1%、熊本19.6%、長崎18.2%、鹿児島17.6%、福岡17.3%が多く、愛媛0%、青森4.4%、三重4.8%、香川5.1%、石川5.3%が少ない。

(b) 業種

卸売業・貿易業・商社15.3%が多く、飲食店・宿泊業4.5%、情報通信業5.3%が少ない。

(c) 売上高・従業員数

売上高に正比例している。例えば、1億円未満では9.2%であったが、30億円超では22.1%になる。しかし、従業員数にはおおよそにしても傾向が見られない。

⑨ 各種情報の管理

全体では10.7%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査（個人情報・情報管理）では18.1%、今回調査は7.4%である。

(a) 地域性

香川23.1%、愛媛20.6%が多く、静岡3.9%、大分4%、北海道4.1%、福岡5.3%、広島5.6%が少ない。

(b) 業種

情報通信業17%が多く、建設業8.6%が少ない。

(c) 業員数・売上高

売上高と従業員数が少ないと利用率も少ないが、正比例も反比例も傾向があるとは言えない。

⑩ 特許・商標・意匠・著作権・営業秘密、ノウハウなど

全体では9.2%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査では36.6%、今回調査は39.6%である。

(a) 地域性

埼玉 16%，長崎 15.9%，岐阜 15.6%，東京・新潟 15%が多く，岩手・群馬 0%，宮城 1.6%，福島 1.7%，佐賀 2.3%，秋田 3.4%，大分 4%，北海道 4.1%が少ない。

(b) 業種

情報通信業 19.1%，製造業 18.2%が多く，不動産・金融業 1.4%，建設業 2.7%，運輸・倉庫業 2.8%が少ない。

(c) 売上高・従業員数

売上高に正比例する傾向はあるが，完全に正比例しているとは行かない。従業員数も売上高と同様の傾向である。

⑪ 株主総会・取締役会の運営

全体では 8.9%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は，前回調査では 29.8%，今回調査は 18.8%である。

(a) 地域性

香川 17.9%，鳥取 15.4%が多く，和歌山 0%，島根 2%，鹿児島 2.9%，広島 4.2%，奈良 4.4%が少ない。

(b) 業種

情報通信業 17%が多く，飲食店・宿泊業 4.5%が少ない。

(c) 売上高・従業員数

売上高・従業員数ともに正比例する傾向はあるが，完全に正比例しているとは行かない。かえって，売上高 30 億円超，従業員 101 人以上は，弁護士利用率が減少する。この種の業務は，企業規模が一定以上大きくなると弁護士を利用しない傾向であり，社内で対応か，弁護士以外の対応かは不明である。

⑫ 課税問題

全体では 7.5%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は，前回調査では質問なし，今回調査は 5%である。

(a) 地域性

山梨 17.1%，石川 14%，秋田 13.8%が多く，宮崎・鹿児島・福井 0%，福島 1.7%，長野 3.6%が少ない。

(b) 業種

不動産・金融業 10%，飲食店・宿泊業 9.1%で多く，他は平均の 7.5%

前後である。

(c) 売上高・従業員数

売上高に正比例する傾向はあるが、完全に正比例しているとは行かない。1億円未満で6.8%が30億円超で11.6%となる程度である。

⑬ 商品・製品トラブル

全体では、6.7%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査（選択肢は「PL法・リコール」）では14.7%、今回調査は42.5%である。

(a) 地域性

奈良15.6%、沖縄13.6%、群馬13%が多く、徳島1.9%、青森2.2%、三重2.4%、鹿児島2.9%が少ない。

(b) 業種

製造業11.2%、飲食店・宿泊業10.6%が多く、情報通信業2.1%、運輸・倉庫業2.8%が少ない。

(c) 売上高・従業員数

売上高が多いほど利用率が高くなるが、10億円超で9.8%であったものが、20億円超で8.3%になり、30億円超だと12.8%となり、一定の傾向は見てとれる。

従業員数では、51人～100人以上が7.9%であったものが、101人～300人以上で13.8%の高率なるが、301人以上で8.9%になる。それぞれ理由が考えられそうではあるが、常識的な推定が難しい。

⑭ M&A

全体では、5.9%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査では37.7%、今回調査は31.5%である。

(a) 地域性

山梨12.2%、鹿児島11.8%、大分・島根10%が多く、山形・栃木0%、岩手1.6%、茨城2%が少ない。

(b) 業種

飲食店・宿泊業13.6%、情報通信業11.7%が多く、小売業3.5%と少ない。

(c) 売上高・従業員数

売上高では、比例しているとは言えないが、20億円以上12.9%、30億円超12%と多く、売上高が20億円以下だと率が一桁台となる。従業

員数も、101人以上300人までが13.4%と高率で、その他は、一桁台である。

⑮ 各種ハラスメントなどの社内問題

全体では、5.6%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査では31.6%、今回調査は39.6%である。

(a) 地域性

岩手13.1%、滋賀・長崎11.4%が多く、千葉・香川・愛媛・佐賀0%、宮城1.6%、高知1.8%、茨城2%、富山2.2%、宮崎・沖縄2.3%、が少ない。

(b) 業種

情報通信業9.6%が多く、不動産・金融業2.1%、建設業3%が少ない。

(c) 売上高・従業員数

売上高が高くなれば、高率となる傾向があるが、20億円超30億円以下で18.2%であったところ、30億円超では、15.5%と高率ではあるが、減少している。

従業員数では、従業員問題だということもあり、正比例している。ちなみに5人以下で1.9%であった率が、301人以上で26.8%となっている。

⑯ 下請問題、不公正取引

全体としては、5.1%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査（選択肢は「独占禁止法」）では36.5%、今回調査は46.4%である。

(a) 地域性

岐阜12.5%、山梨12.2%が多く、青森・和歌山・島根・愛媛・鹿児島0%、広島1.4%、山形1.7%、福井1.9%、佐賀・宮崎・沖縄2.3%、京都2.4%が少ない。

(b) 業種

建設業9.1%が多く、飲食店・宿泊業1.5%、小売業1.9%が少ない。

(c) 売上高・従業員数

売上高、従業員数に関連する率は見られなかった。

⑰ 海外取引

全体としては、3.1%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査では19.2%、今回調査は49.4%

である。

(a) 地域性

沖縄 11.4%，鹿児島 8.8%，山梨 7.3%と多く，0%の地域が，北海道，青森，宮城，山形，福島，栃木，奈良，島根，山口，香川，佐賀，大分と続く。

(b) 業種

情報通信業 7.4%と多く，飲食店・宿泊業 0%，建設業 0.7%，運輸・倉庫業 1.1%小売業 1.3%，不動産・金融業 1.4%が少ない。

(c) 売上高・従業員数

売上高が20億円超30億円以下で10.6%，30億円超で8.1%と高率で，他は3%に満たない。従業員数では，101人以上300人以下で8.3%，301人以上5.4%であるが，その他は少ない。

⑱ 詐欺・悪徳商法問題

全体としては，3%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は，前回調査では質問なし，今回調査は41.2%である。

(a) 地域性

三重 11.9%，岐阜・熊本 7.8%，千葉 7.2%，滋賀 6.8%，愛知 6.1%が多く，0%の地域が，青森，茨城，栃木，群馬，富山，石川，福井，島根，広島，山口，徳島，愛媛，高知，鹿児島と14地域にも及ぶ。

(b) 業種

卸売業・貿易業・商社 4.4%で多く，情報通信業，飲食店・宿泊業は0%である。

(c) 売上高・従業員数

大きな傾向は見られない。

⑲ インターネット関連の問題

全体としては，2.2%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は，前回調査では質問なし，今回調査は29%である。

(a) 地域性

宮崎 6.8%，岡山 6.7%，熊本 5.9%，神奈川 5.6%が多く，0%の地域が，青森，宮城，福島，群馬，和歌山，島根，香川，愛媛，長崎，大分，鹿児島と11地域に及ぶ。

(b) 業種

飲食店・宿泊業 6.1%と多い。

(c) 売上高・従業員数

大きな傾向は見られない。

⑳ 海外進出

全体としては、2.1%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査では24%、今回調査は17.9%である。

(a) 地域性

沖縄・滋賀 6.8%、鹿児島 5.9%、千葉 5.8%、石川 5.3%、山梨 4.9%、京都 4.8%、岐阜 4.7%が多く、0%の地域が、北海道、福島、茨城、群馬、新潟、富山、福井、和歌山、島根、岡山、山口、徳島、香川、高知、佐賀、大分の16地域に及ぶ。

(b) 業種

製造業 4.3%と多い。

(c) 売上高・従業員数

売上高 20億円超 30億円以下 6.1%、30億円超 5.4%と多い。従業員101人以上300人までが6.9%と高率である。

㉑ 海外トラブル

全体としては、1.7%の企業が困りごととして意識している。

この分野の弁護士利用率は、前回調査では質問なし、今回調査は43.1%である。

(a) 地域性

香川 5.1%、山梨 4.9%、滋賀 4.5%、大阪 3.6%、岡山 3.3%、岐阜 3.1%、愛知 3%が多く、0%の地域が、21地域に及ぶ。

(b) 業種

製造業 3.5%が多い。

(c) 売上高・従業員数

売上高 20億円超 30億円以下が6.8%で高率で、その他の大きな傾向は見られない。

9 困りごと相談の満足度

(1) 満足度の概要

8で記載した分野全てにおいて、顧問弁護士の相談に関する満足割合は、

「大いに満足した」と「まあ満足した」を合わせて満足をしていると評価すれば、顧問弁護士の満足度は、全ての分野で72.2%から96.2%の割合を示しており、顧問弁護士への相談が相当満足度の高いものと判断することができるであろう。

顧問弁護士以外の弁護士の満足度は、回答者が一桁の分野を除いて、53%から94.5%の範囲に入っており、これも相当満足度が高いと言える。

弁護士以外の専門家への相談の満足度は、回答者が一桁の分野を除いて、42%から90.7%までの範囲にある。比較すれば、満足度では弁護士以外の社外の人への相談の満足度は、弁護士に比較していずれもおおむね低いと言わざるを得ない。

なお、顧問弁護士がいる割合は、売上高と従業員数に正比例している。売上が1億円以下は、顧問弁護士の割合は4.9%であるが、20億円を超える企業は62%、30億円を超える企業は、72.7%と高い割合を示している。

(2) 分野による特色

① 顧問弁護士と顧問弁護士以外の弁護士の比較

顧問弁護士又は顧問弁護士以外の弁護士の満足度より他の選択肢の満足度の方が多い分野はない。しかし、顧問弁護士より、顧問弁護士以外の弁護士の方が多少でも満足度が高かった分野は、回答者が一桁の分野を除いて、社内規程・ルール整備（顧問93.6%、顧問以外弁護士94.5%）、事業承継（顧問84.9%、顧問以外弁護士90.0%）、総会・役員会の運営（顧問91.9%、顧問以外弁護士92.8%）であった。事業承継以外は有意な差とも思えないのであるが、少なくとも顧問弁護士と同等の満足度を得ているという点では、顧問弁護士以外である弁護士のこの分野における一種の専門性があるためと思われる。

② 弁護士と他の士業との比較

弁護士以外の社外の専門家という括りでは、弁護士の満足度より多い満足度はなかったが、個別の士業で比較すると次に記載する2つの分野では、弁護士以外の士業が弁護士の満足度以上であった。ここでも回答者が一桁の分野は除いている。

経営改善・再建・資金繰り分野（弁護士87.2%、公認会計士・監査法人88.9%）、総会・役員会の運営（弁護士92.2%、税理士94.6%）である。

第3 弁護士保険（権利保護保険）に関する分析

前回調査でも弁護士費用問題が、弁護士へのアクセス障壁となっていることは、明らかとなっており（例えば、社外の専門家に相談した経営者のうち、弁護士に相談しなかった理由の34.3%が、弁護士費用がかかる・分かりにくいことを理由としている。）、そのための方策を考えるため、弁護士保険制度のアンケートを追加している。その結果の概要を見ておく必要があるであろう。なお、今回の調査でも弁護士に相談しなかった理由（Q3-4）の16%が弁護士報酬の基準が分からないという理由であり、13.9%が他の社外の人と比べて弁護士報酬が高いという理由となっている。

1 弁護士保険の認知度

弁護士保険を知っていると回答したのは、15.2%、知らないと回答したのは84.8%である。

その認知度の違いは、業種、売上、従業員数その他の要素で見てもほとんど変わらない。地域性のみ多少の違いが見られる程度であった。

知っている割合の高い地域は、鹿児島29.3%、和歌山27.7%、佐賀27.1%、大分25.9%。割合の低い地域は、山口6.3%、福島6.5%、鳥取7.8%、静岡8.2%、岩手8.5%である。

2 弁護士保険加入の意向

全体では、ぜひ加入したい3.5%、まあ加入したい17.3%、どちらでもない53.6%、あまり加入したくない12.2%、加入したくない13.3%である。

3 弁護士保険に加入したくない理由

その理由は、顧問弁護士がいるから35.4%、保険の補償内容がよく分からない22.2%、保険に加入しなくとも別の方法で費用を調達できる16.1%、保険料が負担できない15.4%であった。保険に加入したくない理由の1番を占めている顧問弁護士がいるからという理由については、顧問弁護士がいれば、相談に困らないという理由だろうと思われるために、今回の相談できる弁護士の有無のアンケート結果を見てみると、売上高から見て10億円を超えている企業は55.9%、20億円を超えると68.4%、30億円を超えると80%で相談できる弁護士がいると回答している。反対に、1億円未満では20.4%であり、売上で分類すれば、顧問弁護士のいない層の方がこの種の保険は抵抗がないのと推定され、中小企業全体としては顧問弁護士制度と保険とは両立が可能な保険の企画設計

もあり得るので、顧問弁護士がいることが保険にとって大きな問題とは思えない。その意味では、保険に入りたくないという企業の57.6%は、保険の内容次第という面と相談できる弁護士の存在との関係次第だろうということとなろう。

4 弁護士保険に加入したいと思う保険料金

「弁護士費用及び裁判費用として300万円が保険金として支払われる保険」の保険料として加入したいと思う月額費用は、月額1,000円24.7%、月額3,000円28.1%、月額5,000円15.1%、月額7,000円0.9%、月額1万円4.0%、加入したくない27.2%であった。つまり、少なくとも3,000円という枠で見れば、48.1%の企業が加入したいという額となっている。

第4 分析から提言できること

今回調査の分析から、前回調査における提言がどの範囲でなお有効に機能しているのかを検証してみると、全体とすれば、前回調査報告の第3章で「今後の取組への提言」に記載した提言1-1から5-1までの23の提言を全面的に改める必要はないと判断される。従って、引き続き、前回調査における提言を活かしたまま、一部を修正するに留め、各弁護士会において検討すべき課題としてもらいたい。

今回調査の分析から特徴的と考えられる点及び前回調査における提言を修正した点を踏まえた今回調査における提言は、以下のとおりである。

1 弁護士イメージの定着化

前回調査は、「法的課題」を解決する際の相談相手に関する調査をしたが、今回調査は「困りごと」の相談相手に関する調査とし、比較を行った。

概要としては、21の分野のうち、社内規程整備、経営改善、事業承継、各種の情報管理、株主総会指導、課税問題、海外進出の7分野については、前回よりも弁護士への相談割合が減少しているが、その他の項目の14分野では多少なりとも増加している。

この点からは、中小企業経営者が、相談相手として、弁護士か弁護士以外かを選択しているのではないかと思われる。その意味では、何らかの情報により、弁護士に相談すべきかどうかを判断していると思われる。

また、何らかの情報により相談相手として弁護士を選択しているのであれば、弁護士に関するイメージ（以下「弁護士イメージ」という。）の定着が進んでいるという評価ができるが、それと同時に、現状のままの弁護士イメージでよいのかという点については、今後よく検討する必要がある。現状のままでは問題があるという結論であれば、弁護士イメージをどのように変えていくべきかななどのイメージ戦略の検討が必要になるであろう。

弁護士への相談割合が減少している分野は、社会保険労務士、税理士などの弁護士以外の「専門家」が相談相手となっていると予想される。その現状をどう評価し、今後、どのように対応するのかは今後の弁護士の在り方の問題となるであろう。

2 弁護士依頼へのコスト問題

弁護士に相談しなかった企業のうち社外の人に相談したグループが、なぜ弁護士に相談しなかったのかという理由は前述のとおりであり、弁護士に相談する問題とは思わなかったという理由の他に、弁護士の報酬と弁護士との接点と

が大きな問題である。

弁護士の報酬額の問題は 13.9%、報酬の基準が分かりにくいというのが 16%で、決して少ない率ではない。

弁護士と「日頃あまり接点がないため頼みにくいから」29%、弁護士は探しにくいから」4.5%、「弁護士にツテがなかったから」15.1%となっており、中小企業と弁護士との接点の探索が重要だという点もよく表れている。

報酬と接点の問題は、弁護士でも弁護士会でも努力により改善可能な問題ではなかろうか。

コストの問題が障壁となって弁護士に相談できないという中小企業については、弁護士保険が大きく貢献できると思われる。アンケート結果から、どのような保険をどのように販売できるかによって、弁護士への相談ができない人を保険という手段を使ってどう救済できるのかという議論をしなければならないのであろう。

3 訴訟弁護士からの脱却

地方においても、訴訟弁護士というイメージから何でも相談できる弁護士という弁護士イメージへの変化が見られるという点では、弁護士の全体像が変化しつつあることが理解できる。しかし、その結果として、現実の相談に結びついているかといえ、必ずしもそうなっていない。今回調査の結果は、それぞれの地域における特色が大きく出ているので、地域ごとにアンケート結果を参照することで、どのような分野のどのような企業に働きかければよいのかを検討できるのではないだろうか。

4 調査結果から見える弁護士の特色を活かす方向性

今回調査で、弁護士に焦点を当てた場合に特徴的であったのは、次の点である。

(1) 弁護士の活用期待分野

前回調査では、裁判・法律相談以外の弁護士の活用要望としては、種々の問題解決が 46.5%であったが、今回は 71%に増えている。これが何を意味するのかは推定でしかないが、弁護士の信頼性により、この広い分野の問題解決が要望されているのであろうか。

(2) 満足度の高い分野での弁護士の活躍の期待

困りごとの相談相手に対する満足度を尋ねた設問においては、他の相談相手に比べて、弁護士、特に顧問弁護士への満足度が圧倒的に高い結果が出て

いる。社外の人へ相談した場合の満足度を調べた結果としては、顧問弁護士又は顧問弁護士以外の弁護士の満足度が一番高く、特に、顧問弁護士だけを見ると、詐欺・悪徳商法分野の満足度が72.2%である以外は、ほとんどの分野において満足度が90%前後となっており、いずれの分野でも最も満足されている相談相手だということになる。なお、ここでの相談相手とは、弁護士以外は、公認会計士、税理士、弁理士、司法書士、社会保険労務士、行政書士、中小企業診断士、銀行等、相談相手として通常考えられる17の業種を選択肢としている。

(3) 弁護士の特色を押さえた弁護士業務の拡大化

是非、上記の特色とコストに関する弁護士保険の進捗を踏まえた上での新たな弁護士イメージの作り方に関する研究を行うべきであろう。調査結果では、広告宣伝、Webにより弁護士を選ぶ割合は相当少ないのであるが、イメージを作るという意味では、広告宣伝、Webの発信力を充分利用する方法を考えていくべきであろう。例えば、現状の弁護士に関するWeb広告を見ると、ほとんどが紛争、裁判の依頼を前提とした内容となっているように思える。このような広告内容では、訴訟弁護士のイメージから脱却することは難しい。また、本来、弁護士のみが行うべき業務について、弁護士以外の士業が、弁護士と同様の広告宣伝を大々的に行っている中で、市民が正確な情報を汲み取るのかは相当難しくなっているように思われる。そこを理解した上での情報の伝達方法・手段を検討しなければ、新たな弁護士イメージを作ることはできないのではないだろうか。

(4) 困りごとの数の多い分野への弁護士業務の開拓

前記のとおり、中小企業経営者の10%以上が困りごとだと判断している分野における弁護士の利用率を上げるような努力をすべきである。

困りごとの割合と弁護士が対処している割合は、雇用問題（困りごと割合37.1%、弁護士対処32.1%。以下同じ順番での記載）、債権回収（30.3%、52.5%）、契約内容の相談・検討・契約書作成（24.9%、62.5%）、社内規程策定・社内ルールの整備（21.3%、17%）、経営改善・会社再建・資金繰り（17%、8%）、事業承継（15.2%、10.7%）、クレーム対策（11.9%、56.2%）、債権管理保全（11.1%、49.8%）、各種情報管理（10.7%、7.4%）である。

弁護士の利用率が低い分野は、弁護士以外の専門家又は社内で対処しているのであるが、その分野における対処方法への満足度は弁護士が一番高い。弁護士の利用率が低いものの困りごととして潜在需要の高い分野への弁護士業務の開拓を進めることが、業務拡大の正しい方向性であり、利用者の満足

度向上にもつながるものと思われる。是非とも、そのような分野への進出方法を検討していくべきであろう。

また、その地域ごとの結果を見た上で、地域の特徴に合った方法・手段で、是非とも、各弁護士会において対策を御検討いただきたい。

第5 今後の取組への提言

前回調査の「第3章今後の取組への提言」の記載内容と記載順序を踏襲して、今後の取組への提言を記載することとした。前回と異なる点は、弁護士会への提言を独立した記載としたことと、弁護士保険に関する提言を増やしたことである。提言の記載内容に関しては、他の提言と一部重なっている記載がいくつか存在するが、視点の置き方が異なるため、そのままとした。

1 認知における提言

【提言1-1】 弁護士業務に関する積極的な情報発信

前回調査では、(1) 弁護士を利用しなかった理由として「特に弁護士に相談すべき事項がないから」が78.4%、(2) 弁護士を利用せずに社外の専門家等に相談した理由として、「弁護士の問題とは思わなかったから」が46.6%、(3) 社内で解決し弁護士に相談しなかった理由として、「弁護士の問題とは思わなかった」が20.6%であった。

今回調査では、(1)が86.3%、(2)が52.3%、(3)が51.5%であり、いずれも、今回調査の方が、相当に、あるいは、大幅に増加している。これは、中小企業において弁護士の業務内容が一般に知られていないことに起因するものと考えられる。従って、弁護士の活動内容として、中小企業の抱える法的課題（困りごと）が対象となっていることを周知し、その活動内容を理解してもらえようような取組が必要である。弁護士をどのような時に利用できるのか、利用すれば有益なのかの知識を普及することなど、弁護士の役割を浸透させる長期的な取組が必要である。

特に訴訟等の法的手続以外にも弁護士業務は広い範囲に及んでおり、中小企業の役に立っていることを理解してもらう必要がある。

前回調査の後、日本弁護士連合会（以下「日弁連」という。）において、2009年に日弁連中小企業法律支援センターを設立し、「ひまわりほっとダイヤル」を開設するなど、中小企業に対する弁護士業務内容の情報発信に本格的に取り組んでいるが、今回調査によれば、中小企業における弁護士業務の認知度はむしろ低下している。これは、経済・社会の変動のスピード（インターネットによる情報へのアクセスの飛躍的な容易化・増大、過払金訴訟及びその広告の急増と終息等）の方が、日弁連・弁護士会の取組をはるかに超えている結果であることに深く留意すべきであり、日弁連・弁護士会の取組のより一層の強化が必要とされている。

日弁連では、2009年にDVD「中小企業のみなさんへ 弁護士はあなたのサポーターです」を作成し、弁護士において裁判業務以外に日常の中小企業の経

営等についても「助言・交渉」を担うことができ、また、創業から事業承継に至るまで、中小企業が各局面で直面する種々の課題に対応できることを広報している。このDVDは、後述の全国キャラバンで活用されているが、もっと多方面での活用を模索していくべきであり、更には、今回のニーズ調査を踏まえた改訂も必要であろう。

更に、例えば、次のような取組をしてはどうか。

- ① 日弁連・弁護士会で弁護士の中小企業向けの幅広い活動領域を説明するパンフレットを作成して、各商工会議所・商工会その他の中小企業関連団体に配布してもらう。
- ② 日弁連・弁護士会で、今回調査を踏まえて、弁護士が中小企業の抱える主要な法的課題について、幅広く適切に処理できることを広報するDVDを制作し、弁護士の業務内容を、各商工会議所・商工会その他の中小企業関連団体の集会で上映してもらう。
- ③ 日弁連で「ひまわりほっとダイヤル」の広報チラシを改訂し、繰り返し（適切なインターバルをおいて）、中小企業関連団体に送付し、同団体に備置してもらう。あるいは同団体を經由して、中小企業に配布してもらう。

【提言1-2】弁護士イメージの改革

弁護士に関する一般的なイメージ（以下「弁護士イメージ」という。）として、よく言われることは、弁護士費用が高額であることや業務多忙のため相談等のアポイントメントが取りにくいことなどが挙げられるが、それは、誤解や情報不足に基づく場合も多く、改善をしていく努力が必要である。弁護士の業務は、紛争を扱い、訴訟等の法的手続を行うというイメージがあり、紛争や訴訟になってから相談する相手というイメージがあるようである。今回調査の結果からは、その傾向が一層強まり、中小企業経営者は自らの弁護士イメージに基づいて、弁護士あるいは他士業を選択している可能性が高くなっていると思われる。その理由は、今回調査で掲げた中小企業の抱える困りごと（全部で21項目）の中で、上位12位までのうち、弁護士利用率が20%未満の項目が半数の6項目に達しており、しかも、その大部分が非紛争系の項目であるからである。

中小企業の抱える「困りごと」（法的課題）のうち、過半は非紛争系であり、中小企業における弁護士利用を促進するためには、中小企業の抱える非紛争系の法的課題も弁護士の業務内容であることをしっかりと広報し、かつ、かかる法的課題について、弁護士が適切に処理したという実績を積み上げていく必要

がある。

【提言 1-3】弁護士と企業の関係のイメージの改革

弁護士イメージとして記載したとおり、弁護士が紛争を扱うというイメージから、弁護士と中小企業との関係も紛争を中心としたものに見られがちとなる。

中小企業経営者は、弁護士に相談するために法律事務所へ行くことにより、何らかのトラブルを抱えているか、紛争に巻き込まれているという誤解を周囲から受けるのではないかという不安を持っている可能性がある。弁護士は、かかる中小企業経営者の心情に十分な配慮をした上で、法律事務所へ行くことは、企業としてコンプライアンスを充実するためや、法的に適切に業務を行い紛争を予防するための前向きな行為であるという新たな弁護士イメージ作りを推進する必要がある。

特に、企業において紛争だけではなく様々な法的課題が生じるのは病理現象ではなく、企業活動には当然に生じる生理現象であることを明確に中小企業経営者に意識してもらうことが必要である。そのような生理現象を妥当かつ適法に処理できるのは、数ある専門家の中でも弁護士しかいないのではないだろうか。弁護士もこのような役割を果たすことができるような知識の取得と経験を積み重ねることに努力をすべきである。

中小企業経営者に弁護士との関わりが生理現象であるということ意識してもらうための方策はいろいろ考えられるであろうが、弁護士、弁護士会が中小企業及び中小企業関連団体に働きかけるなどの努力を継続的に行わないと、従来の弁護士イメージを変えることはできないであろう。

このように弁護士との関わりを生理現象と理解することにより、中小企業経営者は、法的課題を意識した時に紛争にならないための予防策が必要であると判断するようになり、紛争の予防ができるようになるのである。そして、予防が策役に立つことを意識して初めて、予防のための弁護士費用が費用対効果の観点からも正当化できることを知るようになるであろう。

特に、今回調査では、直近の10年間で売上高が大きく伸びた中小企業においては、弁護士利用率が62%で、売上高が大きく減少した中小企業の弁護士利用率(42.6%)よりも約20ポイントも高く、特に、「法的手続、法的手続以外の事業活動ともに利用あり」については、前者は26.3%、後者は9.8%となっており、3倍近い割合という結果になっている。この結果は弁護士と中小企業との関係における弁護士イメージの刷新を検討する際に、大いに活用すべきである。

【提言 1－4】総合診断者としての弁護士の位置付けと自己啓発

病院におけるプライマリーケア的な機能を持った弁護士の位置付けを意識的に啓発し、活動することが必要である。

アンケート結果では、法的課題以外での弁護士の利用を希望する分野として「種々の問題の相談窓口」とする比率が多くなっている。前回調査では、46.5%であるが、今回調査では、71.0%と飛躍的に増加しており、かつ、地域差も比較的少ない。この様な役割が弁護士に期待されていることが明確となっている。この結果からも分かるように、弁護士は、相談された案件について他士業への振り分けも含め、総合的な診断者としての位置付けを大いに期待されていると言える。

何かあった場合に、中小企業が気軽にかけつけの弁護士に相談すると、相談を受けた弁護士は自分でアドバイスを行い問題を解決するほか、必要に応じて税理士、社会保険労務士、司法書士等の専門家を紹介し、または特殊な法的課題に対しては、その事項に詳しい専門弁護士を紹介するといった動きや、それらの専門家等と協働して対処することが求められてる。

上記のような対応は、単なる法的知識のみを持つ専門家にできることではなく、総合診断ができる資質と知識等が必要となることは当然である。提言の一つにあるように顧客企業を熟知しておく必要があるほか、業界についての知識も持ち合わせている必要がある。更に、弁護士を活用したい分野として「経営コンサルタント」が第2位で15.5%となっていることから、弁護士は「企業経営」に対する理解を深める必要がある。また、外部とのネットワークを広く構築しておく必要がある。このような中小企業からの要請に応えるためには、個々の弁護士が普段から情報収集、ネットワーク作りに努めるほか、弁護士会としても弁護士の機能を支援する研修制度の構築、委員会の設置及び開催などの取組の強化が求められる。

また、弁護士が上記のような機能を有することができることは、中小企業においてあまり認識されていない。訴訟や調停等の法的手続のみならず、法的課題に関することであれば幅広く相談に応じることができることを、今後、弁護士会として広く打ち出して行くことが必要であろう。

なお、注意すべき点は、弁護士を利用しなかった理由として「特に弁護士に相談すべき事項がないから」、「弁護士の問題とは思わなかったから」が相当、あるいは、大幅に前回調査と比べて増加していることとの関係である。中小企業が弁護士を法的分野で利用していない（あるいは、利用する認識がない）こととの裏返しとして、弁護士以外の「種々の問題の相談窓口」に流れている可能

性についても、留意しておくべきであろう。

【提言 1－5】 地方における弁護士業務の認知・利用度向上

先の弁護士業務についての啓発活動にも関係するが、前回調査でも今回調査でも、地方において弁護士の利用経験が少ないという点が共通の結果であった。

「弁護士の利用状況」について、前回調査及び今回調査の結果において、下位 15 位まではいずれも大都市圏以外の地域であり、かつ、そのうち 11 県は前回も今回も下位 15 位に属し、いずれも弁護士利用が「ない」が 60%以上であった（ただし、例えば鳥取県は前回調査では下位の 5 番目で「ない」が 66%であったが、今回調査では上位の 4 番目で、「ない」は 47%まで減少しており、このように約 10 年で状況が大きく変化した地域があることにも留意する必要がある。）。

特に地方において、どのような方法・手段で弁護士業務の認知を図り、弁護士の利用率を高めていくのかを課題とすべき状況にあると言える。

まずは、地方の各商工会議所・商工会その他の中小企業関連団体との連携を、より一層深める必要がある。アンケート結果では、商工会議所等での法律相談がきっかけで顧問契約を結んだ企業は、前はわずか 0.6%であったところ、今回は 4.3%と若干の改善はみられるもののまだまだ少なく、各商工会議所・商工会その他の中小企業関連団体を通じた弁護士業務の情報発信に力を入れる必要がある。

ただし、前回調査時のヒアリングでは、商工会議所に相談に行くと周囲の企業等から、「あの会社には問題があるようだ」と認識されてしまう懸念があるため相談しづらい、という意見も見られた。地方ではこのような傾向が強いと思われることから、相談場所の設置を工夫する、往診型の相談業務を行うといった工夫が必要であろう。また、中小企業が弁護士に相談することは決して後ろ向きなものではなく、事業の発展のための一助となる相談も多くあることから、「弁護士と接触することは良い中小企業を作るための一環だ」という理解を広めるための PR 活動や、新たな弁護士イメージを作るための活動を、特に地方においては行う必要がある。例えば、中小企業における弁護士利用の具体例とその効果などの事例をパンフレット化するなどして広く示していくなどの取組が、認知・利用の向上に有用と考えられる。

2 利用意向に関する提言

【提言 2-1】弁護士情報の提供

弁護士情報には、様々な内容が考えられる。弁護士情報を大きく分ければ、弁護士自身の人物を検討するために必要なプライバシー情報（弁護士の個人の履歴、年齢、住所等）と事件を依頼するときに必要な情報（専門又は取扱い分野、事務所の体制、方針、弁護士費用など）が考えられるであろう。そのうち、事件を依頼するために必要な情報は個人のプライバシーを侵害しない範囲で開示されていることが望ましいことは明らかであろう。

どの範囲で、どのような情報を開示するかは、弁護士個人の広告に任せてよいと思うが、弁護士会で開示する場合は、その範囲と開示方法を検討しなければならない。

このアンケート結果から提供することが望ましい情報は次のとおりである。

①弁護士の専門性、②どのような業界の事案を経験しているかなどの取扱いに慣れている業界分野、③弁護士報酬の決め方、④弁護士の人柄を表現できるような内容が考えられる。

このような弁護士の情報提供は、弁護士会が行う部分と弁護士それぞれが各自で行う部分とがあるように思われる。弁護士会としてどの情報をどのような方法・手段を用いて中小企業に対し提供するかということを決めることによって、弁護士と弁護士会の役割が明確化し、情報提供が効率的にできるのではないかと考えられるため、日弁連だけではなく、各弁護士会でも所属する弁護士の業務に関する情報提供の在り方を検討してみてもどうか。

【提言 2-2】弁護士情報の提供（弁護士のコスト・料金）

アンケート結果から、「弁護士の報酬はわかりにくい」とのイメージが、弁護士への相談等は敷居の高いものであるという認識につながり、依頼の妨げとなっている点は否定できない。現実に社外の専門家等に相談したと回答した中小企業において、弁護士に相談しなかった理由は、「弁護士に相談する問題とは思わなかった」が 52.3%で最も多いが、「弁護士報酬基準がわかりにくい」が 16%、「弁護士にツテがない」が 15.1%、「弁護士報酬が高いから」が 13.9%あり、弁護士情報の中でも報酬が一つのアクセス障壁となっていると言えるのではないかと。更に弁護士を活用するために弁護士に求める事項としては、

「弁護士報酬の分かりやすさ」が27.1%である。つまり、弁護士報酬の決め方及び基準などに関し、理解を得られるような情報提供を行う努力をするべきなのであろう。

独占禁止法上の問題から、弁護士会が共通の弁護士報酬に関する基準を提示することができないのであれば、目安となる弁護士報酬を提示し、それが何を基準に計算されているのかなどを説明するための情報提供を考えていかなければならないであろう。

なお、一つのアイデアであるが、少なくとも、依頼者向けに、法律事務所へ相談に行く際に、依頼者において確認すべき事項を一覧化し、参考として示しておくという方法も検討すべきではないか。例えば、依頼者が法律事務所へ相談に行く場合の準備として、当該法律事務所が報酬基準を作成しているか、相談に当たって、その報酬基準を依頼者に示して事前説明しているかなどを、注意事項としてまとめるなどである。

なお、その他、近年、弁護士保険が普及してきたことにより、事案によっては、弁護士費用が保険から支払われる可能性がある。一般の火災保険、住宅総合保険、様々な賠償保険などには、日常の損害賠償請求に関する弁護士費用が特約として付帯されていることがよくあり、この点を中小企業経営者が認識していれば、弁護士費用を自己負担しない又は一部負担のみで弁護士に依頼することも可能である。今後は、弁護士保険の加入の有無についても十分注意をし、情報発信していく必要がある。

【提言2-3】 弁護士情報の提供（弁護士の専門性）

アンケートのQ17（弁護士をもっと活用するために弁護士に求めること）では、「新たな法制度、法改正の知識」が19%、「貴社に関する業法の知識」が36.6%、「特定の法律への更に深い知識・専門性」が17.7%、「業界への知見」が23.9%、「得意分野のわかりやすさ」が16%など、弁護士の専門性に関する事項と思われる要素が求められている。このような求めに応じるために、各弁護士の専門性をどのように情報提供できるのかを検討していかなければならないであろう。

現在、弁護士会には各弁護士の専門性を認定する制度はなく、この専門認定制度がないことを前提に、弁護士の専門性に関する情報提供ができるかを考えていかなければならない。現在、弁護士情報を提供している弁護士会においては、専門性を記載できないが、それに類する取扱分野及び得意分野の登録をしている例はある。専門認定制度がないため、取扱分野などの

形式で情報提供する必要性があろう。

その他、特に経験年数が少ない弁護士向けであるが、弁護士会で受講した研修情報を当該弁護士の関心分野を示す一つの情報として提供するのはどうだろうか。

弁護士を知らない依頼者からすれば、これらの情報提供は、弁護士会の枠組みを超えて、事件処理に最もふさわしい弁護士を選択するための情報提供制度となることが理想であろう。

【提言 2-4】ひまわりサーチの充実

「ひまわりサーチ」とは、2007年11月1日から一般市民向けに公開された日弁連及び各弁護士会が共同で運営する全国的な弁護士の情報提供制度である。

この「ひまわりサーチ」の特徴の一つは、①日本全国の弁護士が登録されていることである。従って、弁護士氏名が分かれば、所属の弁護士会が分かる。また、②登録された弁護士の取扱業務、重点取扱業務、外国語の能力などが分かる。業務内容に関しては、弁護士の自己申告によるために、日弁連が決めている一定の必須事項しか記載されないことになっているが、重点取扱業務の記載があることは、弁護士の専門性に関する情報提供制度に少し近づいたものと言えることができるであろう。ただし、この愛称「ひまわりサーチ」という制度に関しては、現状のままで十分であるかの検討が継続的になされていない。特に今回調査の結果から分かることは、全体的な弁護士利用率に関する回答で、弁護士を利用したことの無い理由のうち、「特に弁護士に相談すべき事項がないから」との回答が86.3%、「弁護士報酬の基準が分かりにくいから」が7.5%、「弁護士報酬がかかる、弁護士報酬が高いから」が7.4%となっており、その面での情報提供が必要であることを示している。更に、特定の弁護士に決めた理由においても、「その弁護士の専門性・力量」が29.1%、「弁護士報酬が妥当、割安」が18.4%という理由が掲げられていることも、弁護士の専門性や報酬に関する情報提供の必要性を示していると思われる。2017年8月15日現在の総弁護士数は38,911名であるが、そのうち「ひまわりサーチ」に登録しているのは3,967名、更に、そのうち重点取扱業務の記載をしている弁護士は、3,202名にしか過ぎない。この現状は、「ひまわりサーチ」による情報提供制度が弁護士にとっても有意なものとして認識されていないと言えるのではないだろうか。弁護士を利用しようとしている人が、弁護士情報として何を望んでいるのか、弁護士は「ひまわりサーチ」による情報提供制度で、どのような情報を発

信したいと思っているのかなどの検討をした上で、制度の見直しを考え、弁護士情報の提供として役に立つより良い制度にしていくべきではないだろうか。

【提言 2-5】 中小企業庁、各地の商工団体等との連携

本報告書においては、様々な分析・提言が掲げられているが、弁護士の業務範囲・利用方法・あるべき弁護士のイメージ等の情報を、どのような方法で中小企業に対して発信し的確に提供していくのかが共通の大きな課題である。

弁護士会の情報提供制度としては、主なものとしてホームページが考えられるが、その他の方法の一つとして、中小企業庁や各地の中小企業関連団体等と連携して、弁護士イメージの改革など多くの事項に関する情報を発信することを考えるべきであろう。日弁連中小企業法律支援センターでは、中小企業庁等と連携して、事業承継や事業再生に弁護士が関与する仕組み作りを行っているところであるが、それにとどまらず、中小企業が、コンプライアンスを含め多くの法的課題に対する理解を深め、弁護士及び弁護士業務に対する情報不足を解消するための取組を連携して行うことが考えられる。各地の中小企業団体との連携の取組としては、2010年9月から日弁連中小企業法律支援センターが「キャラバン」と称して全国各地で中小企業支援のための意見交換会を実施しているが、その際には、弁護士の職務内容やどのようなときに中小企業の役に立つのかを説明し、各地の中小企業関連団体と弁護士会との交流を図っている。

このような企画は、徐々にしか効果を期待できないかもしれないが、一人でも多くの理解者を増やしていくことが重要であり、中長期的な視点で継続的に取り組んでいく必要がある。

3 利用に関する提言

【提言 3-1】 弁護士紹介活動の推進と信頼関係の構築

前回調査では、「顧問契約のきっかけ」（単一回答）は、「取引先や友人・知人からの紹介（45.2%）」と「顧問弁護士が友人・知人（35.6%）」が大半を占めていた。今回調査では、前回調査とは異なり、「弁護士を利用したきっかけ」（複数回答）について調査しているが、「顧問弁護士」（46%）、「取引先や親会社、友人・知人からの紹介」（41.2%）、「顧問以外の弁護士が友人・知人」（11.9%）が大半を占めている。

顧問弁護士がいる場合、顧問弁護士を利用するのはいわば当然であるので、顧問以外の「弁護士を利用したきっかけ」についてみると、「取引先や友人・知人からの紹介」や「弁護士が友人・知人」の割合が高く、前回調査の「顧問弁護士を利用したきっかけ」とほぼ同様ということになる。

そして、弁護士を決定した理由については、「紹介者が信頼できるから」(40.5%)が多く、次いで、「その弁護士の専門性・力量」(29.1%)、「その弁護士の人柄」(26.9%)となっている。これは、決定した弁護士が「顧問弁護士」や「友人・知人」の関係にある場合には、「専門性・力量」や「人柄」を重視し、そうした関係にない場合は、紹介者の信頼に依拠して弁護士を決定していることを窺わせる。

こうしたアンケートの結果を前提とするならば、前回調査の提言同様に、不特定多数の企業を対象とした広報・宣伝活動よりも、紹介運動の展開が一つの効果的な方法であると考えられる。また、弁護士の「専門性・力量」あるいは「人柄」について知り得るほどの関係にない場合には、紹介者の信頼に依拠して弁護士を決定しているということであるから、弁護士においても、単に紹介を待つという消極的な姿勢ではなく、自ら主体的に企業との間で顔の見える関係(信頼関係)を作ることや、自らの「専門性・力量」あるいは「人柄」を知ってもらうための機会作りなどに積極的に取り組む必要がある。

そうでなければ、そもそもこの10年間で弁護士の利用経験がないと回答した企業が55.7%と過半数を占め、利用したことがない理由として「特に弁護士に相談すべき事項がない」とした回答が86.3%を占めるという状況を打開することはできないであろう。

【提言3-2】 弁護士執務の在り方の改善と工夫

前回調査では、弁護士業務の在り方として、弁護士相互間の補完機能体制の構築と法律事務所の所属弁護士複数化が提言され、この点についてはこの10年間でかなり改善・工夫がなされてきている。引き続きその点の強化と推進が求められる。

今回調査においては、弁護士に相談せずに、弁護士以外の社外の人に相談して対処した理由として、「日ごろから頻繁に連絡をとっているから」(64.6%)、「貴社の業務をよくわかっているから」(46.7%)が多く、弁護士に相談しなかった理由は、「弁護士に相談する問題とは思わなかったから」(52.3%、このうち弁護士利用経験のある企業の割合は36.9%)、「日ごろあまり接点がないため頼みにくいから」(29.0%)となっている。

また、「外部に相談しないで社内で対処し」弁護士に相談しなかった理由についても、「弁護士に相談する問題とは思わなかった」（51.5%、このうち弁護士利用経験のある企業の割合はその25.1%）、「日ごろあまり接点がないため頼みにくいから」（25%）と同様の理由が多数を占めている。

これらの回答から推察できることは、「日ごろから頻繁に連絡をとる」関係であれば、「貴社の業務がよくわかる」であろうし、弁護士利用経験のある企業であれば、「弁護士に相談する問題とは思わなかったから」と即断せずに、弁護士に尋ねてみた上で判断するはずである。しかし、現状においては、弁護士は、「日ごろあまり接点がないため」に尋ねにくいし「頼みにくい」という関係にあるということであろう。要するに、弁護士が企業との間で日ごろいかに密な関係（当該業務への精通を含めて）になれるかが問われていることになる。

従って、弁護士には、企業との間で、日ごろから密な関係を構築し維持していくことを可能にする執務体制をとれるよう、いかに改善し工夫するかが求められている。

【提言3-3】他士業等中小企業支援団体との関係強化

弁護士会と他士業団体との関係を強化し、それぞれの分野における補完機能を発揮したサービスを可能とする政策をとる必要があることは、前回調査での提言と同様である。加えて、他士業団体に限らず、中小企業支援諸団体、金融機関等、中小企業の法的支援に資するあらゆる関係機関・団体等との間で適切な連携・協力関係を構築・増強する取組を更に推進・強化していく必要がある。

日弁連が2015年に実施した、弁護士会における中小企業支援活動の実情調査を基に2016年に発行した「弁護士会による中小企業法律支援活動（事例集）～中小企業法律支援活動の更なる充実のために～」や、同年及び翌年に開催した全国弁護士会中小企業支援連絡協議会によれば、全国の弁護士会の半数強が、中小企業支援のため、中小企業関連機関等との間で、中小企業支援に関する覚書の締結、関連機関等との定期的な意見交換会及び勉強会の実施、中小企業向けイベントやセミナーの共催など、各地の弁護士会の創意工夫によって実のある連携を進めていることが認められる。上記のような、他士業等と連携した中小企業支援のための活動は、弁護士会の中小企業支援についての評価を高め、結果として、個々の弁護士が中小企業に関わる機会の増大につながるものであり、活動を拡充・強化していく必要がある。

また、例えば、事業再生や事業承継においては、法律面のみならず、税務や会計等の専門家等と協力し合うことが不可欠である。従って、中小企業を対象

とする弁護士業務においては、他士業等との間で相互にその連携や協力関係を築いていくための更なる工夫が求められる。

【提言 3-4】各種マニュアルの整備と中小企業法務関連書籍などの発行

前回調査での提言では、弁護士が開業するに当たっての各種マニュアルの整備のみが提言されているが、併せて、新人弁護士を含めた弁護士向けの中小企業法務に関連した書籍も発行し、弁護士の中小企業法務への関心を高め、中小企業法務への取組を促進するとともに、取り組む弁護士の底上げを図るべきである。

現在のところ、日弁連中小企業法律支援センターでは、特定調停手続を含めた私的事業再生に関して解説する書籍3冊、中小企業法務全般に関して『中小企業法務の全て』を発行し、弁護士の中小企業法務に対する関心を高め、中小企業法務に取り組むための知識やノウハウを提供している。

今後こうした活動を拡充し、各弁護士会においても、各種マニュアルを整備し中小企業法務に関連する書籍等を発行するなど、中小企業を対象とする弁護士の業務に資する活動を展開していく必要がある。

4 リポート促進のための提言

【提言 4-1】顧客企業との日常的接点の増加と顧客企業の業務及び業法の熟知

Q3-3の回答結果によれば、困りごとへの対処を弁護士以外の社外の人について相談した理由として「日頃から頻繁に連絡を取っているから」(64.6%)が最も多く、「貴社の業務をよくわかっているから」(46.7%)、「相談事項に関する専門知識があるから」(40.7%)と続いている。

また、Q17の回答結果によれば、弁護士をもっと活用するために弁護士に求めることとして、「貴社に関わる業法の知識」(36.6%)が最も多く、「フットワークの軽さ」(27.8%)がこれに次いでいる。

これらの結果からは、弁護士をより活用してもらうには、まず、顧客企業と日常的な接点を作って顧客と接する頻度を高めること、そして顧客企業の業務及び関連する業法を熟知することが重要であることが分かる。

そこで、弁護士会単位で弁護士の啓発活動を行い、弁護士が顧客企業と接する頻度を高め、顧客企業の業務や業法を熟知するような土壌を醸成していくべきである（セルフチェックリストを配布する等）。

《例》 弁護士セルフチェックリスト

- 顧客企業を訪問したことはありますか？最後に訪問したのはいつですか？
- 社長に会ったことはありますか？最後に会ったのはいつですか？
- 顧客企業の事業の内容を把握していますか？
- 顧客企業の工場，販売現場，商品を見たことがありますか？
- あなたは顧客企業のことをよく分かっていますか？
- 顧問企業に特有又は必要な特別法を把握していますか？

なお、Q2及びQ3における、困りごと内容の対処方法と対処相手に対する満足度をクロス集計した結果をみると、すべての困りごとにおいて「顧問弁護士に相談して対処した」又は「顧問弁護士以外の弁護士に相談して対処した」と回答した企業の満足度（「大いに満足した」又は「まあ満足した」）が最も高く、また、海外取引を除く全ての困りごとにおいて、「大いに満足した」と回答した割合が最も高かったのは、顧問弁護士に相談した場合であった。困りごとへの対処について、弁護士への満足度、特に顧問弁護士への満足度が高いことから、顧客企業の業務及び業法を熟知することに努め、顧問弁護士として頻繁に接することができるようになれば、かなりのリピートが期待できると考えられる。

また、業界が強くなれば、同業者あるいは隣接業種からの当該業界に関する相談が増えることも期待できる。

【提言4-2】 法的手続以外での利用の促進

今回の調査項目からは判別できないが、前回調査（前回Q1とQ2のクロス集計）の結果では、弁護士を法的手続以外にも利用するグループに、弁護士利用のリピーターが顕著に多いことが判明している。リピーターになった結果として、法的手続以外にも弁護士を利用することになるのかもしれない。いずれにしても、法的手続のみに止まらず、法的手続以外の分野でも、広く顧客企業の法的需要に積極的に応じること、更に一歩進めて、法的手続以外の分野における弁護士の有用性を認識・理解してもらい、かかる分野での弁護士の利用の促進を図ることが、顧客企業をリピーターにするために有益である。

また、かかる努力は、訴訟の件数が減少又は横ばいの傾向にあり、弁護士業務について訴訟活動以外の分野における多様な展開が要請されている現下の状況にも合致しよう。

【提言４－３】専門性の強化・研修の強化

Ｑ１７の「弁護士をもっと活用するために、弁護士に求めること」については、「貴社に関する業法の知識」(36.6%)がトップであり、「業界への知見」が第４位(23.9%)、「新たな法制度、法改正の知識」が第５位(19.0%)、「特定の法律へのさらに深い知識・専門性」が第６位(17.7%)、「得意分野のわかりやすさ」が第９位(16.0%)となっている。

また、Ｑ３－３の困りごとへの対処を弁護士以外の社外の人に相談した理由について、「相談事項に関する専門知識があるから」(40.7%)が、「日頃から頻繁に連絡を取っているから」(64.6%)、「貴社の業務をよくわかっているから」(46.7%)に続いて第３位となっている。

このように、専門性に対するニーズが強く見られることから、弁護士の専門性の強化やそのための研修制度等を強化することが必要である

【提言４－４】弁護士に対するビジネスパーソン教育の実施

今回調査において、アンケートに回答した企業へのヒアリング調査も行ったが、その結果からは、企業は弁護士に対してビジネスセンスを備えることを求めていることが分かる。また、アンケートの自由回答(Ｑ１９の弁護士及び弁護士会への意見・要望)から、態度や対人関係に問題がありそうないわゆるコミュニケーション能力に欠ける弁護士がいることが指摘されているので、弁護士会として、ビジネスパーソン研修の機会を設けることを提案する。弁護士の中には、学生時代から弁護士になるまでに、学問はしているがアルバイト等の職業経験がない者もいないわけではなく、職業経験等を通じて社会の中でのコミュニケーション能力を学ぶ機会がなかった場合に、その種の能力を補完するような教育が必要とされるであろう。

弁護士数の増加や、インターネットの発達による法的知識の取得の容易化から、弁護士が専門家というだけでコミュニケーション能力が多少不足していても業務を行っていける時代は過去のものとなりつつある。また、通常の弁護士は、ビジネスパーソンとして一般的な礼儀作法等を教育される機会が少なく、サービスという観点からは取り残されてしまう状況になりやすい。そこで、とかくこのような教育の機会に恵まれない新人弁護士等を中心対象としたビジネスパーソン教育の機会を提供していくことがサービスの向上に資するものとして検討を要するであろう。

具体的には、民間企業の実施するビジネスパーソン研修会に参加したり、あるいは民間企業に出向して企業をよく理解し、ビジネスセンスを磨くといった

ことが考えられる。ビジネスセンスの中に、事業それ自体に対する見方だけでなく、コミュニケーション能力、フットワークといったビジネスパーソンとしての基本的な動作面も含めて考える必要がある。

ビジネス研修のような基本的な研修は、法改正の研修のように直接実務に関係のある研修と比べて弁護士側の参加に対するモチベーションが上がりにくいことも予想される。しかしながら、相談に対して顧客である企業の立場も考慮に入れて判断をしてほしいという意向が、ヒアリングの際に多くの企業からも寄せられており、今後、顧客企業の満足度を高めること、すなわち弁護士のサービス業としての質を高めるためには、ビジネスパーソン教育は必要不可欠である。このような点を踏まえると、新人弁護士については受講を必須とし、新人でない弁護士については一定期間ごとに受講を義務付けるといった取組が必要であろう。また研修の講師には、企業側の視点を取り入れるために、コンサルタントやサービス業の第一線で活躍する外部の専門家等を招くことも必要であろう。

【提言 4-5】 弁護士のコミュニケーション能力のモニタリング

前記したビジネスパーソン教育には、当然のこととしてコミュニケーション能力向上のための教育も含まれている。コミュニケーション能力については、単に講義等でその重要性を知り、そのノウハウを聞くことだけではなく、その能力の向上に当たっては、一般的にモニタリングをいかに行うかも課題となる。もちろん弁護士会としての研修の充実、研修への参加の義務付けとともに、企業からの苦情処理窓口の設置・一元化も有用である。

コミュニケーション能力向上の具体的な取組をまとめてみると、例えば、弁護士に対しては、新規登録した弁護士や登録後 5 年目、10 年目等の弁護士を対象に実施されている義務的研修におけるコミュニケーションスキルの向上を目的としカリキュラムの導入をはじめとした研修の実施が考えられる。また、弁護士会側の対応としては、①弁護士会としての苦情・紛争処理機関の設置（あるいは既存機関での苦情受付）、②会員に対して警鐘を鳴らすための情報収集手段としてのモニタリングの実施が考えられる。

更に、弁護士会の広報の視点からは、上記①、②の内外に向けた広報を実施するとともに、③コミュニケーション能力の重要性に関する会員向け広報活動（例：コミュニケーション能力向上による顧客満足度向上と業務拡大の成功例の広報等）が挙げられよう。

【提言４－６】弁護士会として販促ツールを作成・提供する

ヒアリング調査から、税理士や社会保険労務士は法改正等があったときにニュースレター等で顧客企業に周知したりするが、弁護士からはそのようなサービスがほとんどない点が指摘されている。また、企業側から新法制定又は法改正等に関する事項を質問しないと教えてもらえない、といった意見が出されている。

しかし、他士業においては法分野がほぼ特定されているに比べて、法律事務所が扱う法分野は全てであり、広い。そのため各法律事務所がそれぞれ法改正の全てに対応を行うことは難しい。そこで、弁護士会がニュースレター等に利用可能な情報を取りまとめて、会員が自由に利用できるものとして弁護士会のウェブ上に掲載したり、会員向けにメールで定期的に配信するという仕組みを作ることが考えられる。また、弁護士会内の委員会内部等で保有している最新の法律に関する情報等も、広く一般会員に対して提供し各自が利用できるような仕組みがあることが望ましい。

また、弁護士全体のイメージを変えていくための販促ツールの作成・提供をしていくことも考えられる。前回調査においては、弁護士は「裁判等の法的手続を行う専門家」ではあるが、それ以外の日常的な法的問題への対処のための相談相手とは認識されておらず、実際、そのような形での利用もされていないというのが実態であることが浮き彫りになったが、その実態は今回調査においてもほとんど変わっていない。ヒアリング調査などでは、その理由として、弁護士が裁判等の法的手続以外にどのようなことができ、弁護士を利用することでどのようなメリットがあるのかが分からないという意見が多数みられた。

そこで、弁護士会として、弁護士が裁判以外にどのようなことができ、弁護士を利用することでどのようなメリットがあるのかを示したパンフレットや事例集を刊行することが有用であると考えられる。前回調査を受けて発足した日弁連中小企業法律支援センターでは、裁判以外での弁護士の利用場면을説明したDVDを作成し、中小企業支援団体等との会合で上映・説明したり、パンフレットを作成して配布したりなどの広報活動を行っており、裁判以外での弁護士の活用について一定の認知度が得られるよう取組を行っている。

また、同センターでは、中小企業を読者対象として、法律に関し分かりやすく解説した記事を中小企業支援団体等のメールマガジンに提供し、それを日弁連ホームページにも掲載している。その他、特定調停スキームの利用についての漫画形式の冊子を作成し、一般には制度や利用場面が分かりにくいものを、漫画形式のストーリーで解説することで理解を容易にする工夫もしている。こ

のような素材を販促ツールとして利用することで、裁判以外の場面でも弁護士が活用できることの認知度を高めていくことが考えられる。

【提言 4-7】提案型サービス戦略

Q6の今後の「困りごと」に対する対応方針としては、「事前に外部の専門家を使いリスクを想定して、予防的に対応」が14.5%であるのに対し、「社内で対応を検討し、問題が起きたら外部を使い対応」とするのが48.8%と圧倒的に多く、まだまだ事前・予防的対応に弁護士等の専門家が活用されている割合は少ない。

このような状況からは、新法制定や法改正への対応、更には経済・社会情勢の変化に対応した法的観点からのリスクを洗い出すことの提案など、弁護士側から弁護士の利用経験のある企業に対し積極的に提案を行うことで、よりリピート率の向上につながると考えられる。更に、このような提案型又はプッシュ型の情報提供・提案活動は、弁護士を利用したことがない企業による利用率向上の効果ももたらすと考えられる。

【提言 4-8】満足感を与えられる弁護士との出会いの促進

利用者から特定の弁護士に対するクレームや不満が集中している現実がある。

弁護士に対する不満の要因は、当該事件限りで不満を抱かせる項目というよりは、むしろ他の案件でも多かれ少なかれ認められる属人的な要素としてみることができる。今回調査のアンケートの自由回答（Q19の弁護士及び弁護士会への意見・要望）でも、回答者が接した弁護士的人格面に対するクレームや不満が散見された。

他方、先に提言4-1の箇所で述べたとおり、困りごとへの対処について、弁護士への満足度は高く、特に顧問弁護士への満足度は高い。弁護士に対するクレームや不満がある利用者が、このような満足感を与えられる弁護士と出会えること、少なくともクレームや不満が生じない弁護士と出会えることが重要であり、その結果、弁護士のリピート利用にもつながると考えられる。

この点は、特に弁護士との接点が少なく、弁護士についての情報に欠ける企業が、いかにすれば不満項目を解消するための事前情報を得られるかに関わる場所である。確かに、弁護士との接点においては、紹介を基本とすることも多いと思われるが、その場合は、専門性に限らず上記属人的要素も含めて、既に当該弁護士を利用して把握している元依頼者あるいは仕事上の接点があった他士業の専門家等が、知人に紹介する形式を採ることから、各要素に関する一

応のレベルが担保されていることが期待されると共に、紹介された弁護士に対する疑問点が紹介者を通じて解消されることも考えられ、事後的に不満感を生じることも比較的少ないと推測される（なお、Q1-2の「弁護士を決定した理由」として、「紹介者が信用できる」と回答したものが最も多かった（40.5%）のも、このことを裏付けていると考えられる。）。これに対して、弁護士会の法律相談センター等での偶然の出会いや、いわゆる飛び込み相談のような場面においては、何らの事前情報なくして突然弁護士との関係が開始されるため、属人的要素も含めて問題点を生じやすいのではないだろうか。今後、不満項目に挙がる事項についての情報公開の必要性を検討しなければならないであろう。

5 弁護士会に対する提言

【提言5-1】 弁護士会の取組

前回調査の報告では、今後、弁護士会として長期計画に基づき、弁護士ニーズの発掘、弁護士イメージの改革、企業への継続的広報活動に本格的に取り組むべきである、と提言した。

(1) 日弁連の従前の取組

日弁連は、この提言を受け、2009年11月1日に「日弁連中小企業法的支援センター」を設置して、次のとおりの様々な取組を行ってきた。

- ① 中小企業庁及び各関連団体との連携
- ② 創業支援，事業承継支援，廃業支援，海外展開支援など新しい需要への対応
- ③ 弁護士のスキルアップのための研修
- ④ 中小企業全国一斉法律相談会
- ⑤ ひまわりほっとダイヤルによる相談制度の構築・運営
- ⑥ 各弁護士会における中小企業支援に関する意見交換会

(2) 各弁護士会の従前の取組

各弁護士会も規模等実情に応じて様々な活動を行ってきた。

- ① 中小企業法律支援センターの設置
- ② 中小企業事業者専門法律相談
- ③ 弁護士会主催・関連団体との共催による事業者向けセミナー
- ④ 関連団体との連携

（弁護士会による中小企業法律支援活動（事例集）（2016年12月）参照）

(3) 各弁護士会の努力の結果と今後の長期的取組

以上の約10年間の弁護士会の取組によって一定の効果はみられるもの

の、今回調査の結果によれば、中小企業事業者の弁護士の利用は、増加したとは言えないのが現実である。

弁護士会は、2017年5月26日の日弁連総会で採択された「中小企業・小規模事業者に対する法的支援を更に積極的に推進する宣言」に基づき、従来からの取組を改めて検討し、長期的かつ継続的な取組をしていくべきである。

【提言5-2】各弁護士会における活動拠点の設立

各弁護士会において、日弁連における日弁連中小企業法律支援センター又は一部の弁護士会における弁護士業務改革委員会内の中小企業支援部門等に相当する、中小企業支援を担う担当部署を設置し、日弁連中小企業法律支援センターや他の弁護士会の担当部署と連携を図りながら、所属弁護士の中小企業支援活動を支え、また、地域における中小企業支援団体との連携の窓口として活動する必要がある。

【提言5-3】相談、紹介制度の充実

各弁護士会は、中小企業に向けた法律相談や専門弁護士紹介制度等を充実させていく必要がある。中小企業に関する創業や事業承継等の専門相談体制や専門弁護士紹介制度等、幅広く中小企業のニーズに対応できる体制を整え、充実した活動をする必要がある。

【提言5-4】関係機関・団体等との連携と協力

各弁護士会に設置された中小企業支援部署において、積極的に中小企業支援団体との協力・連携を図る必要がある。定期的に協議会、意見交換会を開催すること、シンポジウム・研修会等を実施し、研修プログラムの講師派遣や弁護士会員向け研修のための講師受入れをすることなどが考えられる。

【提言5-5】研修制度

各弁護士会は、これらの中小企業支援策を講じた上で、中小企業のニーズに応じた的確で質の良い支援を実施するために、会員弁護士に対する中小企業支援のための研修を充実させる必要がある。日弁連中小企業法律支援センター等が作成する研修メニューを活用するほか、積極的に質の高い研修メニューを作成し、研修を継続する必要がある。

【提言5-6】広報・情報発信

弁護士会として、これら中小企業支援の重要性を会員に周知し、更に対外的にも弁護士が積極的に中小企業の支援を担当していることを広報していくことが重要である。弁護士及び弁護士業務に対する情報不足が、報酬問題も含めて弁護士へのアクセス障壁の大きな要因となっていると考えられる。中小企業支援活動の充実のためには、日弁連及び弁護士会は、あらゆる媒体を通じて積極的に、かつ継続して弁護士業務についての広報活動をすべきである。

6 弁護士保険（権利保護保険）に関する弁護士会への提言

【提言6-1】中小企業向け弁護士保険（権利保護保険）の開発に向けた努力と協力

弁護士保険（権利保護保険）は、交通事故を中心として普及し、その契約件数は2015年度現在で協定会社だけでも2,434万件となっている。現在の弁護士保険の多くである交通事故に関する保険、火災保険など住宅に関する保険などは、世帯全員を付保する保険が多いので、2015年度の世帯数が全国で約5,000万世帯だということを考えれば、相当な割合で弁護士保険が普及しているといえよう。

このような現実があるにもかかわらず、今回調査によると、弁護士保険を知っている中小企業経営者は全国で見ると約15.2%でしかない。そして、仮に企業が契約できる弁護士保険があった場合の保険料についての回答は、

「加入したくない」27.2%、「1,000円」24.7%、「3,000円」28.1%、「5,000円」15.1%、「7,000円」0.9%、「1万円」4%という結果であった。この結果から、ある程度保険料が安ければ弁護士保険に入りたいと考える中小企業経営者が相当割合いると推測される。

弁護士への相談・依頼は、弁護士費用が障壁となることが多い中で、保険により、弁護士報酬などの費用の負担がある程度軽減できるということになれば、弁護士へのアクセス障壁を解消して、多くの中小企業経営者を助けることができよう。

弁護士費用の負担が保険で軽減できるのであれば、中小企業としても弁護士への相談、依頼が相当楽になるのではないだろうか。そのため、弁護士会として、中小企業を対象とする弁護士保険の開発に向けた努力や協力を継続して行うべきである。

【提言 6－2】弁護士保険（権利保護保険）における弁護士紹介の充実

交通事故の被害者の賠償請求に関する弁護士費用が保険金として出る弁護士保険は、その対象事故の範囲も広がりつつあり、今後、様々な案件について、保険会社から弁護士会に対して、担当する弁護士の紹介を求められることが予想される。

今回の調査の結果から、中小企業が加入しやすい弁護士保険の開発に向けた努力や協力も重要であるが、合わせて、各弁護士会においては、特殊事案や専門性が高い事案についても保険会社から弁護士の紹介を求められた場合に対応することができる態勢を整えていくことも重要である。

弁護士保険における弁護士紹介が想定される以上、各弁護士会は適切な弁護士を紹介できる機能を担うことができる態勢を整備していく必要がある。

以 上