

# ITがもたらすアメリカ法曹倫理の変化 ～法曹におけるITの普及とそれが惹き起こす諸問題

国際室研究員  
**大久保 優也**  
Okubo,Yuya

## 1 アメリカの弁護士、法律事務所におけるクラウド、SNSの広がりと、米国法曹協会の対応

米国法曹協会(American Bar Association, ABA)に登録している法曹のうち、12,500人を対象にした調査である、2013年度のABAの法技術資料センター調査によれば、クラウドコンピューティングなどのオンライン上のソフトウェアを利用したことがあるかという質問に対して、30.7%がYesと答え(2012年度調査では、20.9%)、特に個人開業弁護士の場合には、40.2%がオンライン上のソフトウェアを利用しているという<sup>1)</sup>。また、アメリカン・ロイヤー誌の調査(アメリカン・ロイヤー誌が選ぶ全米トップ200の法律事務所を対象にし、87の事務所や最高技術責任者から回答)によれば、69%がSaaS型(ネットワークを通じて必要とするサービスだけを利用する形態のソフトウェア)のクラウドコンピューティングを利用し、84%がソーシャルメディアを使用しているという(そのうち、LinkedIn 93%、Twitter 67%、Facebook 71%)<sup>2)</sup>。

こうした、法曹におけるITの広がりに包括的に対応すべく取り組んでいるのが、ABAの法曹倫理に関するEthics20/20委員会(Commission on Ethics 20/20)で、Ethics20/20委員会が2012年5月にABAの意思決定機関である、代議員会(House of Delegates)に提出したレポートでは、ソーシャルメディアやブログなどインターネットを用いた弁護士の宣伝活動に対して、弁護士広告に関する新たな規制は必要ではないとしつつ、新しいマーケティ

ングに対して既存の規則がどのように適用されるのかが不明瞭で、それが明確化されることは弁護士に有益であるとしている。特に、①電子的コミュニケーションにおいて、いつ依頼者・弁護士関係が生じるのか、②インターネットを中心とした、いかなる顧客開拓ツールが、特定の弁護士を「推薦」(recommendations)することについてあらゆる利益の提供を禁止したルールに違反することになるのか明らかにし、対価を支払うことが禁じられている「推薦」にあたるものと、インターネットを通じた見込み客獲得のためのLead Generation広告など、弁護士の「推薦」にならない限り、対価を支払うことが許される、弁護士以外の者による依頼者の誘導(client leads)との区別を明らかにすること、③弁護士のオンライン上のコミュニケーションが、いつ、ABAの法律家職務模範規則(ABA Model Rules of Professional Conduct)によって規律されている「勧誘」(solicitations)になるのか明らかにするために、法律家職務模範規則の規定や注釈の修正を勧告した<sup>3)</sup>。そして、この勧告を受けて、ABAの意思決定機関である代議員会は、2012年8月に決議105Bを採択し、ABAの法律家職務模範規則の規則第7.1(法律家の役務に関する情報伝達)、第7.2(広告)、第7.3(依頼者の勧誘)などの文言や注釈の修正を決議している<sup>4)</sup>。

また、弁護士広告に関しては、自らが依頼者のために有利な結果に導いた事件について述べた弁護士のブログにおける記述が、ブログへの投稿の動機

- 1) "Lawyers say they like storing data online", *ABA Journal*, May 2013 ([http://www.abajournal.com/magazine/article/lawyers\\_say\\_they\\_like\\_storing\\_data\\_online/](http://www.abajournal.com/magazine/article/lawyers_say_they_like_storing_data_online/))
- 2) "A Secure Location", *The American Lawyer*, November 2013 at 58-62
- 3) "Come the Evolution: Ethics 20/20 Proposals Seek to Adapt Existing Professional Conduct Rules", *ABA Journal*, July 2012. ([http://www.abajournal.com/magazine/article/come\\_the\\_evolution\\_ethics\\_20\\_20\\_proposals\\_seek\\_to\\_adapt\\_existing\\_profession/](http://www.abajournal.com/magazine/article/come_the_evolution_ethics_20_20_proposals_seek_to_adapt_existing_profession/))
- 4) 決議105Bの詳細な内容については、ABAの下記のサイトから確認することができる。([http://www.americanbar.org/groups/professional\\_responsibility/aba\\_commission\\_on\\_ethics\\_20\\_20/house\\_of\\_delegates\\_filings.html](http://www.americanbar.org/groups/professional_responsibility/aba_commission_on_ethics_20_20/house_of_delegates_filings.html))
- 5) Horace Frazier HUNTER v. VIRGINIA STATE BAR, ex rel. THIRD DISTRICT COMMITTEE.
- 6) "You're Out of Order! Dealing with the Costs of Incivility in the Legal Profession", *ABA Journal*, January 2013. ([http://www.abajournal.com/magazine/article/youre\\_out\\_of\\_order\\_dealing\\_with\\_the\\_costs\\_of\\_incivility\\_in\\_the\\_legal/](http://www.abajournal.com/magazine/article/youre_out_of_order_dealing_with_the_costs_of_incivility_in_the_legal/))
- 7) Formal Opinion 462: Judge's Use of Electronic Social Networking Media ([http://www.americanbar.org/groups/professional\\_responsibility/publications/ethics\\_opinions.html](http://www.americanbar.org/groups/professional_responsibility/publications/ethics_opinions.html))。また、この公式見解の解説として、「ABA opinion cautions judges to avoid ethics pitfalls of social media», *ABA Journal*, May 2013. ([http://www.abajournal.com/magazine/article/aba\\_opinion\\_caution\\_judges\\_to\\_avoid\\_ethics\\_pitfalls\\_of\\_social\\_media/](http://www.abajournal.com/magazine/article/aba_opinion_caution_judges_to_avoid_ethics_pitfalls_of_social_media/))

の一部が経済的なものであるなどの理由で、「商業的言論」(commercial speech)に該当するとされ、州の倫理規則の適用を受けるとの判決が2013年2月にバージニア州最高裁によって下されている。この判決では、当該弁護士のブログの記述がバージニア州法曹協会が定めた倫理規則(ABAの法律家職務規則に準拠)の下、特定の内容の警告文を付することが求められている、弁護士広告に関するルールの適用を受け、州法曹協会は、当該弁護士に対して警告文を付することを要求することができるとされている<sup>5)</sup>。

## 2 法曹のソーシャルメディア上の振る舞い

ITの普及に伴い、弁護士のソーシャルメディア上の日常的な振る舞い、発言が、品位保持(civility)との関係で問題視され始めている。ABAジャーナル誌の論考によれば<sup>6)</sup>、2011年のABA年次大会では、弁護士の品格を欠く行為の増加が議題となり、その大きな要因として、ITメディアの発達があると指摘されたという。ソーシャルメディアなどのITメディア上での弁護士の言論には、品格に関して多くの問題が見られ、弁護士は、言論の自由をある程度諦める必要があるとの声や、相手方当事者の弁護士の評判を下げるために、法曹としての品位を欠くとの申立てがなされることがあり、ソーシャルメディア上で、自らが弁護士であると特定されなければ懲戒の対象とはなりにくいが、特定された場合には懲戒の対象となることに注意しなければならないとの指摘が紹介されている。

裁判官もソーシャルメディア上の振る舞いに注意が必要になっている。ABAの法曹倫理及び専

門職責任に関する常任委員会(Standing Committee on Ethics and Professional Responsibility)は、「裁判官による電子的なソーシャルネットワーキングメディア(ESM)の使用」に関する公式見解462<sup>7)</sup>を2013年2月に公表した。公式見解462は、ABAの裁判官模範規程(ABA Model Code of Judicial Conduct)の規定を踏まえて、裁判官の社会に対するあらゆる接触は、ESMの使用による場合も含めて、いかなる文脈においてなされたものであっても、司法の独立性、誠実性、不偏性(impartiality)に関する公衆の信頼(public confidence)を促進するようなやり方で常になされなければならないこと、「裁判官は、ESMのサイトに付されたコメントが、裁判官同士のサークル内にとどまるものではないということを想定しなければならず」、「コメント、映像、プロフィールは、それらが公にされると当惑を惹き起こす可能性がある情報であるが、裁判官が知ることも了承することもなくして、見ず知らずの第三者や、意図しない受け手に伝えられる可能性がある。そのような情報の拡散は、司法に対する公衆の信頼だけではなく、裁判官の独立性、誠実性、不偏性を損なう可能性を有している」としている。また、公式見解462は、裁判官の前に立つ当事者、証人、法曹が、ESMのサイトで裁判官とつながりを持っているということを裁判官が認識している場合には、そのようなつながりや関係の認識が、忌避(recusal)を要するものとなるおそれがあるとしている。

※脚注のウェブサイト情報は、すべて2013年12月10日アクセス時のものである。



## IBA東京大会への招待⑦ (マスター編)

東京弁護士会会員 矢吹 公敏

IBAとはなんだろう。IBAに参加して10年以上たつが、IBAに参加している人たちは様々な目的で参加していることが分かる。最初は、専門分野の弁護士間の情報交流。ビジネス分野でも公益活動分野でもIBAにはその道のエキスパートが継続して参加している。IBAの専門委員会で知られるようになれば、その分野で国際的な仕事をしやすくなる。次に、国際交流と社交。各国から様々な弁護士が参加し、また開催地では観光を含めて様々なイベントが開催される。家族も連れての年に一度の楽しみである。最後に、IBAで執行部を目指す人々。各委員会、セクションなどの執行部で徐々に階段を登り執行部で活躍する。世界最大の弁護士団体の運営をしていくことも使命感と楽しみにあふれている。それ以外にもありそうだが、おおむね以上のような具合である。さて、皆さんはどのような目的で参加されるのかな? どれでもよいから目的を決めて継続して参加したらいかがだらうか。