

市民会議報告

令和7年度第1回



【令和7年度副会長】

植木 琢 (61期) Ueki Taku

竹内 彰志 (63期) Takeuchi Shiyoji

令和7年6月25日、市民会議が開催された。本年度は当会創立100周年という記念すべき年にあたり、福島正義会長の挨拶では、マスメディア・学術分野等多様なバックグラウンドを持つ市民委員による忌憚のない意見への期待が述べられた。今回は、「弁護士の大都市一極集中」と「弁護士広告の課題」について、活発な議論が交わされた。

1 弁護士の 大都市一極集中について

最初の議題として、地方における弁護士の担い手不足、特に新規登録弁護士が著しく減少し、大都市圏に集中している現状について問題提起がなされた。植木琢副会長より、司法制度改革の目的であった「全国における司法サービスの充実」が達成困難な状況にあり、高裁所在地の弁護士会で

すら新人弁護士の一斉登録がゼロである年があるとの報告が行われた。この状況に対し、市民委員からは多角的な視点から意見が寄せられた。

まず、若者が地方を活動拠点として選ばない要因として、教育環境の問題が指摘された。委員からは、司法試験合格者を多く輩出する大学が首都圏に集中し、学生自身も首都圏出身者が多い現状を挙げ、「地方にルーツを持たない若者が地方で就職するインセンティブが低い」との指摘があった。長期的な対策として地方の教育環境整備を、短期的には「地域おこし協力隊」のように複数拠点での活動を認める制度の創設が提案された。

この「2拠点活動」という考え方は、多くの委員から支持された。「2拠点活動」は大都市圏で獲得した顧客を捨てて地方に行くリスクを回避する決定打になるのではないかと、コロナ禍以降、若い世代で2拠点生活が一般化している実情に触れ、企業における「複属」制度のように、弁護士会にも地域と関わる柔軟な仕組みがあれば、新しい働き方を求める弁護士のニーズに応えられるのではないかと等意見が出た。

一方で、地方の魅力やニーズが十分に伝わっていないとの指摘もあり、地方創生プロジェクトなど、地域には弁護士を必要とする多様な案件があるにもかかわらず、その実態が若者に知られていないとのことであった。

議論の締めくくりとして、現状の実態を客観的なデータとともに社会に広く伝えることの重要性が指摘された。さらに、セカンドキャリアとして地方を選択する弁護士への支援や、災害時などに地域の弁護士会が連携する体制の構築など、多面的なアプローチの必要性が述べられた。委員から寄せられた「2拠点」というキーワードは、今後の弁護士の働き方を考える上で大きな示唆を与えるものとなった。

2 弁護士広告の課題について

続いて、インターネット広告等を利用した不適切な弁護士業務に関する問題が議題に上がった。

竹内彰志副会長より、詐欺被害金の回収等を謳いながら、高額な着手金を受け取り、実質的な活動を行わないといった悪質な事例が報告された。特に、依頼者が一度も弁護士と会うことなく、弁護士資格のない事務員等が対応しているケースもあり、弁護士業界全体の信頼を揺るがしかねない深刻な問題として提起された。

委員からは、広告の必要性を認めつつも、その在り方について厳しい意見が相次いだ。具体的には市民が弁護士を探す上でネット広告は不可欠としつつ、市場原理に任せると、検索結果が広告料をかけている情報に偏る可能性があり、適切な内容が市民に提供されているかについてチェックが必要との指摘があった。自死に関する用語を検索すると、検索結果の上部に公的機関の相談窓口が表示される例を挙げ、弁護士会がプラットフォームと連携し、適切な内容の情報に市民がアクセスできるよう、検索結果の表示方法について働きかける可能性に言及した。このほか、弁護士会は社会的に信用の高い組織であるがゆえに、その社会的責任として正確な法的サービスの情報を提供し続ける必要があるとの指摘があった。特に、特定の犯罪名で検索した際には、加害者に対する弁護活動を案内する広告が多く掲載されるが、検索をする側としては、被害者保護の視点からの情報も求めることがある点に留意し、社会的に必要な情報を適切に提供する仕組みを整えるべきとの意見があった。

広告の自主規制と外部機関との連携の重要性も議論された。委員からは、監督官庁を持たない弁護士業界だからこそ、JARO（日本広告審査機構）のような第三者機関と連携し、消費者からの声を真摯に受け止めるべきだとの提案がなされた。また、トラブルにつながった不適切な表現を事例として蓄積し、社会に広く注意喚起していくことの必要性が指摘された。

一部の不適切な広告が、誠実に業務を行う多くの弁護士の信頼を損なうことへの強い懸念も示された。委員からは、詐欺の二次被害に遭った相談者の事例を紹介し、「クリーンな弁護士像を積極的に発信していくべき」との意見が出された。

具体的な対策として、弁護士個々の倫理観の向上が不可欠であるとの意見が多く、民間企業では月1回のコンプライアンス研修が義務付けられている例が紹介された。「分かっているようで分かっていないことは多い。弁護士会が会員に対し、継続的な研修の機会を提供することが有効ではないか」との提案がなされた。巧妙化する非弁提携の手口など、最新の情報を会内で共有し、注意喚起を続けることの重要性が強調された。

議論を通じて、弁護士広告の問題は、単なる広告表現の規制に留まらず、弁護士の倫理、市民への情報提供、そして業界全体の信頼性に関わる根深い課題であることが浮き彫りとなった。

3 「誰一人取り残さない」ために

今回の市民会議では、弁護士が社会の変化の中で直面する構造的な課題について、市民の視点から率直かつ建設的な意見が多数寄せられた。創立100周年にあたる本年度は、特に当会の対外的発信に注目が集まるとの指摘もなされたところであり、当会としては、これらの貴重な提言を真摯に受け止め、「誰一人取り残さない」という理念のもと、社会からの信頼と期待に応えうる弁護士会活動をさらに推進していく所存である。

