

2014年度3回目となる第35回市民会議は、「弁護士活動領域拡大推進本部の新たな取組みについて」というテーマで行われた。同本部の山本昌平本部長代行、堂野達之副本部長、関義之調査室（中小企業法律支援センター・自治体連携）嘱託から、同本部の活動として、(1)空き家対策を中心とした自治体との連携、(2)弁護士トライアル制度、(3)在日外国人に対する法的サービス、(4)法律相談に対するサポート、(5)市民向けアプリの制作、(6)医療機関の未収債権の回収等について説明がなされた。その後、意見交換がなされた。

本稿では、その際に委員から出された意見を紹介する。

1. 弁護士の活動領域拡大

津山： 弁護士のための活動領域拡大ではないと言われるためには、法的サービスの必要な人に応えなければならない。法の光が当たるべき人に対する取組みを優先すべき。

後藤： お話を伺っていると、お金になる仕事をつくらうとしている印象を受ける。もちろんそれは悪いことではないが、弁護士をどのような存在とらえていて、弁護士の売りをどのように考えているのかが気になる。

神津： 日本の社会では、法律に反することでも、みんながやっていることだからやるというような悪しき常識が先行してしまうところがあると思う。

例えば、労働組合がないところは、いわゆる36協定を締結する際に、過半数代表を選任しなければいけないことになっているが、会社によっては総務部の従業員に適当にやらせてしまっているところも結構あると思う。そのような場合に、弁護士に過半数代表になってもらうとか、あるいは過半数代表の人間が弁護士のアドバイスを受けられるようにするというニーズもあるように思う。

2. 弁護士トライアル制度について

阿部： 大変素晴らしい試みだと思う。私は、以前は大企業にいて、現在は子会社の役員をしているが、大企業では法務部に相談できるけれども、子会社ではそのようなサービスが受けられなくなる。新日鉄グループでは、子会社だけで約600社ある。

税理士や社会保険労務士は会社と契約をしているので、税金や年金の関係では、会社からその人たちを気軽に紹介することができる。しかし、法的トラブルについては、そのように専門家に気軽に相談できる制度がない。だから、このような組織、体制が整うと、中小企業は非常に助かると感じる。

津山： 弁護士倫理と企業の論理は違うので、企業の従業員になってしまうと、弁護士は矛盾を抱えて非常に難しい立場になると思う。その問題を解消するには、業務委託という形式にするのはとてもいいと思う。

神津： 労働組合でも大きいところや産別組織では弁護士と顧問契約を結んでいる。それとは別に、労働組合で若い弁護士を採用できないかと考えたこともある。アメリカや他国では、弁護士が労働組合の中で重要な仕事をしているケースもある。弁護士トライアル制度は、労働組合とも接点を持てるのではないか。

後藤： 福祉事務所や福祉施設でもニーズはあるのではないか。

江川： 顧問弁護士がいるけれども相談しにくい場合、顧問契約を解除するのも大変だと思う。仕事の奪い合いになってはいけないが、弁護士トライアル制度を利用したときに、顧問弁護士を切るサポートをすることも考える必要があるのではないか。そうでなければ、せっかく弁護士トライアル制度を利用したくても、顧問弁護士と二重にお金を払うのはどうかということになるのではないか。

市民会議委員 *当時 敬称略

阿部 一正 (日鉄住金総研株式会社相談役)
江川 紹子 (ジャーナリスト)
岡田ヒロミ (消費生活専門相談員)
神津里季生 (日本労働組合総連合会事務局長)
後藤 弘子 (千葉大学法科大学院教授)
津山 昭英 (朝日新聞社顧問)

後藤：このような制度を活用する上では、顧問弁護士の意識改革も必要になると思う。将来的には顧問弁護士と個別の業務委託との二重の体制ではなくて、各組織が何人もの弁護士と業務委託契約をするようなイメージになるのではないかな。

3. 自治体との連携について

岡田：私は行政にいるが、周りを見ると弁護士に頼まざるを得ないようなことがたくさんある。1つの区で弁護士と連携すると、それが他の区にも広がる。ただ、行政では、本音としては弁護士と連携をしたくても、まだまだ消極的な考えがあるので、ジレンマを感じる。行政との連携に関しては、息の長い活動をした方がいい。

4. 中小企業法律支援センターについて

岡田：弁護士会の中小企業法律相談（ひまわりほっとダイヤル）は、東京では、初回の面談を30分間無料でやっているのだから、私は相談者を紹介したいが、他の消費生活専門相談員を見ていると商工会議所に誘導している。私は、消費生活センターに来るような契約に関する相談であれば、弁護士会に紹介した方がいいと言っているが、なかなか徹底しない。もう少し弁護士会の中小企業法律支援センターのPRが必要だと思う。

消費者センターは事業者の相談を受けられないので、受け皿が欲しい。弁護士会の中小企業法律支援センターは、消費者センターとのパイプが繋がると、より幅広い相談が入ってくると思う。東京都のセンターでは、相談員の研修をよくやっているのだから、そこで働き掛けていただくとよいと思う。

5. 弁護士の広報について

後藤：具体的なニーズが意識されていなければ、どんなに制度を作ってもアクセスされない。今日の話は弁護士からアクセスしていこうというかなり機動的な話だと理解したが、それにしても具体的なニーズが意識されていないことについての原因分析が必要ではないか。弁護士の敷居が高いという一言で片づけられているように思うが、その敷居の高さというのはお金の問題なのか、人の問題なのか分析が必要。

地域の中核になるような中小企業に無償でサービスを提供するなど、ターゲットをピンポイントにしたらどうか。インターネットも含めて口コミが大事だと思う。イメージを変えるためには、弁護士会として戦略を立てていくことが必要。これまでのイメージに縛られてしまって、本当に必要なサービスを提供できないのは残念。

岡田：消費者センターの相談者に対して、これは弁護士に依頼した方がいいと誘導しようとしても、司法書士に頼むと決めてきている人がいる。どうして司法書士に頼みたいかを聞くと、弁護士は高いからと言われる。でも、実際に費用を聞いてみると、今は司法書士の方が高いことも多い。高い費用を払って制限のある仕事をする人に頼むのでは、損をしている。弁護士会として、弁護士は高いというイメージを払拭する必要がある。

江川：予算規模にもよると思うが、業界紙に体験談の記事広告を出してはどうか。実績が積み上がってからの体験談を伝えるとよい。ホームページに掲載しても、弁護士を探している人がたどりつくだけ。需要の掘り起こしのためには、その人たちの生活圏で見ているものの中に飛び込んでこないと、気づかない。業界紙は業界ごとにたくさんある。