

議 事 金 録

1. 会 議 名 第 10 回 市 民 会 議
2. 日 時 平 成 20 年 6 月 16 日 (月) 午 後 2 時 00 分 ~ 午 後 4 時 36 分
3. 場 所 大 阪 弁 護 士 会 館 10 階 1002 会 議 室
4. 出 席 者 (敬 称 略 ・ 順 不 同 = 2 4 名)

議 長 大 國 美 智 子

委 員 飯 田 秀 男 野 呂 雅 之 郭 辰 雄

福 田 昌 弘 齋 藤 洋 一

大 阪 弁 護 士 会

会 長 上 野 勝

副 会 長 藤 原 誠 宮 崎 裕 二 森 惠 一

大 川 一 夫 米 田 秀 実 和 田 秀 治

平 川 敏 彦

企 画 調 査 室 長 竹 岡 富 美 男

司 法 改 革 推 進 本 部 市 民 会 議 バ ッ ク ア ッ プ 対 応 部 会

部 会 長 島 尾 恵 理

委 員 岩 崎 雅 己 瀨 川 武 生 成 見 暁 子

大 阪 弁 護 士 会 対 外 広 報 プ ロ ジ ェ ク ト チ ー ム

座 長 福 田 健 次

副 座 長 小 林 正 啓 田 村 雅 嗣

広 報 委 員 会

委 員 長 九 鬼 正 光

秘 書 課 員 大 森 敦 子

議 事

- 1 開会
- 2 平成20年度大阪弁護士会執行部自己紹介

上野会長

今年度の会長をしております上野勝です。どうぞよろしくお願いいたします。

今日のテーマは対外広報です。大阪弁護士会では、対外広報予算を大幅に拡大して、弁護士会ひいては会員の皆様方の業務を分かってもらって、市民の方が会員に依頼をするという関係をより促進したいということで進めてきました。

今年は、早速デイリースポーツに多重債務についての広告をしました。「あきらめたらあかん」というようなキャッチフレーズで出したのですが、ほとんど反応はありませんでした。我々が頭をひねって考えたことが、いかに世の中の人たちの心をつかまないのであるということをつくづくと思い知りました。本日は、是非効果的な広報のあり方について忌憚のない御意見をいただきたいと思っております。

(引き続き、大川副会長、宮崎副会長、藤原副会長、米田副会長、平川副会長、森副会長、和田副会長より、自己紹介の挨拶があった)

- 3 議長・副議長の選任

和田副会長

大國議長と阿部副議長におかれましては、昨年6月の第6回市民会議で議長、副議長に再任され、1年がたちましたので、市民会議規則第4条2項及び第3項によりまして、議長及び副議長の選任についてお諮りしたいと存じますが、いかがいたしましょうか。御意見のある方がいらっしゃいましたら、よろしくお願いいたします。

(発言者なし)

和田副会長

もし御意見がございませんでしたら、大國議長、阿部副議長ともの確に議事を進行していただいておりますので、今期の市民会議の委員の任期が満了されるまで、引き続きお二人の先生に正副議長をお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

和田副会長

それでは、議長として大國委員、副議長は阿部委員ということでよろしくお願いたします。議長が選任されましたので、市民会議規則第5条第1項に基づいて、議事運営を大國議長にお願いしたいと思ひます。よろしくお願いたします。

大國議長

ただいまご推挙にあずかりました大國でございます。

せっかくのご推挙でございますので、続けてお引き受けさせていただきたいと思ひます。皆様のお力で無事につとめさせていただきたいと思ひますので、どうぞよろしくお願申し上げます。

4 議事録署名者指名

大國議長

議事録署名者は、運営要綱によりまして議長が指名することとなっております。今回は齋藤様と野呂様にお願いたします。

5 審議テーマ

(1) 対外広報の現状と今後の方策について

大國議長

今回の審議テーマとして大阪弁護士会執行部が挙げておられますのは、「対外広報の現状と今後の方策について」という内容となっております。福田健次弁護士、小林正啓弁護士、田村雅嗣弁護士から基調報告をお願いしたいと思ひます。

福田弁護士

大阪弁護士会対外広報プロジェクトチームの座長を務めております福田でございます。資料の説明ですが、まず、資料54は、大阪弁護士会が過去5年ぐらいにわたってどんな広告をしてきたかをまとめたものであります。新聞広告、ポスター、リーフレット、地下鉄の広告といったことをしてきております。

資料55は、現在大阪弁護士会が行っているラジオの放送のことが記載されております。NHKラジオ、MBSラジオで、1つのテーマを設けて放送をしております。

特に昨年は多重債務者の無料法律相談の案内を9月の1カ月間、ラジオ大阪でコマーシャルいたしました。

資料 56 は、リーフレット、パンフレット等の配布先です。

それから、「大阪弁護士会」というパンフレットもつくっております。弁護士会がどんなことをやっているかとか、Q & A等を載せております。それから、弁護士会の一般の案内として「profile of OSAKA BAR ASSOCIATION」というものがございます。

また、大阪弁護士会では月刊誌をつくっております。会内向けのものです。

資料 57 には他の弁護士会でも、新聞とかテレビ、ラジオなどで広報活動に努めているという結果を記載してあります。

資料 61 は、大阪府下の広報紙に弁護士会の広報をしてもらえますかという調査をした一覧であります。現在掲載されているのは比較的少ないというのが実態です。

さて、今までの弁護士あるいは弁護士会の広報といえますと、人権を守るとか、平和活動に寄与しているといった弁護士全体のイメージを広げるための広報、最近であれば裁判員裁判など、弁護士の業務全体にかかわってくるものを、「弁護士を身近に」とかいった標語を使って進めてまいりました。

それらに加えて、各弁護士の具体的な業務につながるような広報を弁護士会としてできないだろうかというのが、この対外広報のプロジェクトチームでやっているところであります。個々の弁護士に任せるべきだという意見もあるのですが、実際に法曹人口も増えまして競争も激しいわけで、若手の不安というのもございますから、何とか具体的な業務につながるような広報を弁護士会としてできないかということが一番の検討課題としています。

どこに力を入れるかですが、まずテレビ、ラジオをどう利用するかという問題があります。テレビは相当効果があると聞いています。

それから、ホームページにも力を入れていきます。これは小林弁護士から後で説明をいたします。

法律相談センターの広報にも力を入れていきます。これは田村弁護士から説明いたします。

また、去年は、多重債務者の救済対策本部を立ち上げましたので、その広報活動もいたしました。先ほど会長が言われたデイリースポーツもその一環であります。

それからリーフレットを作りました。「死んだらアカン借金で」と書いてあります。立ち上げ時には、ラジオ大阪で1カ月ほどコマーシャルをしましたし、ステッカーを

つくったり、地下鉄にも広告を出しました。また、地方自治体の広報紙に載せてもらうようにといった働きかけもしました。

ただ、それほど効果が上がっているとは思えません。

それから、新聞などを見ていただくといろいろな110番活動が出ていますが、これはこういった110番活動をしますということをマスコミ発表して、マスコミに取り上げてもらっています。それはそれなりの効果があると思います。

広報における問題点ですが、まず、業務に関する広報はそれぞれの弁護士に任せるべきという問題です。それから、広報というのはお金をかけてもその効果の検証が難しいという点です。効果の検証が難しいので、果たして会員の皆さんの了解が得られるかという問題があります。さらに、費用の問題もあります。予算があるといっても、テレビなどをやれば一発で消えてしまいます。

小林弁護士

私からは、弁護士会が、一般の方がある分野のいわゆる専門的弁護士を探すにあたり、ホームページを使って提供しているシステムについてご説明いたします。

(スクリーンに大阪弁護士会ホームページのトップページを映写)

まず、この画面の「弁護士を探す」というボタンから会員検索システムに入ります。

弁護士検索には、大きく分けて基本情報検索と重点取り扱い分野検索の2つがあり、今回は重点取り扱い分野検索を使用します。これが、平たく言えば専門分野検索ということになります。全部で約50個の分野が載せてありまして、1度に3つまでチェックを入れることができます。例えば1離婚2ドメスティックバイオレンス3子どもの権利という3つにチェックをして検索をしますと、10人の弁護士が該当するという結果が出ます。さらに「女性」にチェックを入れますと、3人に絞り込まれます。そこで氏名の表示を押しますと、3人の弁護士さんの名前が出てまいります。そして、例えば、ここに出ている養父さんという先生のことを知りたいと思えば、養父先生の弁護士会の個人用のページが開きます。

このシステムが実際に稼働を始めたのは18年の年初ですので、これまで約2年半運営をしております。

逆に、一般会員がこれをどういうふうに登録するかということもあわせて御説明をしたいと思います。

(大阪弁護士会ホームページの会員専用サイトを映写)

会員専用サイトです。私自身の開示情報の画面に行き当たりますと、私の名前等、必須の登録項目の後で、任意登録項目といたしまして、取り扱い分野と重点取り扱い分野という画面があります。私自身が、この分野はふだん取り扱っているとか、この分野は特に強い分野としてアピールしたいというところにチェックを入れると、先ほど御紹介した画面に反映される仕組みになっております。

重点取り扱い分野の画面については現在 570 人ぐらいの大阪弁護士会の弁護士が登録をしているのですが、だれがどの分野に何人登録しているか、一般市民の方がどの分野を調べているかということが統計的に分かる画面というものがありません。

(以下、この画面をグラフ化した資料により説明)。

これを見ますと、一般市民の方は、不動産取引、交通事故、離婚、サラ金、一般刑事、契約法、労働事件、子どもの権利、ドメスティックバイオレンスを多く検索しており、労働事件、ドメスティックバイオレンス以外については、これらの事件を重点取り扱い分野として登録している弁護士の数も多いのでニーズは満たされているということがわかります。

このようなシステムを平成 18 年の年初より始めまして、現在 2 年半たつわけですが、先ほど見ましたところ、一般市民の方の検案件数は、この 2 年半でのべ 8 万 2,132 件です。多分 30~40 人が 1 日にこのシステムを利用していると考えられます。

これがシステムの概要でございますが、立ち上げに当たっていくつか議論がございました。例えば、本来個人すべき広報活動を弁護士会がやるのはいかがなものかという意見、弁護士会がやるとして、その責任はどうやってとるのかという意見、それから、私はあえて「専門」という言葉を使いましたけれども、弁護士は専門広告を現時点ではしてはいけないことになっていきますので、その点について一般市民の誤解を招くような表現をするのはどうかという意見、それから 我々の業界で本当にこの分野の専門だと思っている先生がこのシステムには登録をしていないという点等です。

福田弁護士

ホームページについては、その中でラジオの法律相談の項目があって、どんな内容の法律相談があるかということに記載しています。

まず、毎日放送の「ありがとう浜村淳です」という番組の土曜日に人生相談のコー

ナーがあります。視聴者からの相談に弁護士会の担当弁護士が毎週回答しているという部分であります。

(ラジオ番組法律相談コーナー再生)

もう一つ、NHK関西ラジオワイドというのを原則、隔週水曜日にやっております。

(ラジオ番組法律相談コーナー再生)

田村弁護士

弁護士の田村です。現在、総合法律相談センター運営委員会の広報担当副委員長をしております。総合法律相談センターの広報についてご説明いたします。

広報の実態ですが、法律相談センターとして行っている広報としては、例年ずっと行っている広報と、その年その年に考えた企画に応じた広報と、大きく分けて2つがあります。例年行っている広報に関しては、まず地下鉄の看板広告があります。これは現在、御堂筋線の淀屋橋に2カ所、合計で5カ所の地下鉄の駅に看板広告を設置しております。この看板広告については、宣伝効果がどれほどあるのかということで見直そうではないかという動きがあるんですけども、案内板としての機能もありますので、単に費用対効果という観点だけで考えることはできないのではないかと考えております。

それと、大阪府のバナー広告ですけれども、これは非常に高額だったということで、現在はこのバナー広告はありません。ただ、大阪府のホームページの中に「大阪府の取り組み」というのがありまして、その一番トップに「多重債務」というのが出てきます。そこをクリックしていただくと大阪弁護士会とか司法書士会とかいろいろ出てきまして、そこで大阪弁護士会をクリックしていただくと大阪弁護士会のホームページにつながるという形になっております。それと、最近の取り組みとしては時刻表があります。阪急と近鉄の時刻表に相談センターの広告を出しています。あとは、大阪市が出しております「くらしの便利帳」や、大阪検察審査会会報という会報にも相談センターの広告を載せております。

もうひとつ、単年度での企画ですが、今年は、7月に千里法律相談センターが新たにできますので、その関係で千里周辺の地下鉄にポスターを張ったり、宣伝用のうちわをつくりまして、駅で配布したりという形で宣伝しようじゃないかということを考えております。それと、平成18年9月に多重債務者救済対策本部が発足しましたので、その関連でその当時は地下鉄に車内広告を出したり、パンフレット、ステッカー、

リーフレットをつくったりしております。これはいずれも短期です。地下鉄の広告などは通年でやりますと非常に費用がかかりますから。

それと、N T Tのタウンページにも一時広告を載せていたんですけども、これも高いということで、現在はタウンページの目次欄に法律相談センターの広告を無料で載せていただいているにとどまっています。その他、各自治体が発行される広報紙には、無料で法律相談センターの広告を掲載していただいているという状況です。

(2) 意見交換

齋藤委員

今日御説明をお聞きいたしまして、弁護士会がこれほど精力的に広報活動をしているということを初めて知りました。

医師会のほうは、1つは、どういう医師を選ぶかということのために、昨年からは医療機能情報公表制度というものを制度化いたしました。病院、診療所、助産所が、病院の場合ですと現在は56項目についてオープンにしまして、インターネットで皆さんが見られるという形にしております。そこに事実と異なった情報を提供した場合には来年から罰則も適用することになっております。

介護保険関係では5年前からこの方式が制度化しております、特養であるとか老健の施設内容はすべてオープンになっております。

先ほどお話をお伺いして、大阪の弁護士会に所属されている方が3,000人を超えているのに対して、これに登録参加されているのは570名だということで、参加されていない方のほうが多いということが、こういう制度が一般化しない一つのネックになっているのではなかろうかと考えました。

それから、弁護士会のホームページも拝見いたしましたが、法律用語が大変難しいものですから、次々出てくる画面が非常にかたい感じがします。それに対して、私が最近見たある弁護士の方の個人のホームページには、「初期費用ゼロ円」とぼんと出るわけです。それから、顔写真などがあると我々としては親しみを感じるわけです。

それから、医療分野で行っているものと比較をいたしますと、例えば法律相談の場合、ホームページから予約ができるのかどうか。医療の場合は、インターネットで予約がとれるところもありますので、当事者の立場でなく使用者の立場からの使いやすさというものも考える必要があろうかと思いました。

それから、広報についての費用対効果の把握は大変難しゅうございますね。私自身

も、去年まで日本病院協会の広報担当の委員長を仰せつかっており、また現在は済生会全体の同じような情報化推進委員会の委員長をやっており、同じ悩みをもっております。弁護士会におかれては、もうちょっと細かくマーケットリサーチ、例えば、法律相談所に置いてありますパンフレットなども、これがどこの場所だったら一番持っていかれるのかとか、弁護士会の会報のどこが一番読まれているかという調査はされているのかなということを感じながら拝見させていただきました。

福田委員

大阪府の福田でございます。大阪府の広報は私の部で担当しておりまして、今回この改革の中で1億5,000万円ぐらい経費をカットさせていただく予定です。どういう目的でやるのか、費用対効果はどうかということを厳しく問われました。そういう意味で、先ほどから聞いていますと、弁護士会の広報というのは何を目的でされているのかがちょっとよく分からない部分があります。相談センター等の広報といったようなものは、そこに多数を集めようとされているのか、あるいは弁護士会はこんなことをしているんだよということを出そうとされているのか、そこがよく分からない。もし本当に人を集めようとされているのであれば、やはりターゲットを絞って、本当に悩んでいる人たちが駆け込むところに網を張っていただくことが一番効果的ではないか。

例えば、自治体では市民相談とか人権相談とかいろいろやっているんですけども、自分が何で困っているかが分からないというか、整理のつかないまま来られている方がおりまして、それを窓口で整理をしながら聞いています。その中で、法律上の問題があって役所では対応できないというものは、まさに弁護士会のほうでやっていただきたい。したがって、それぞれの役所の窓口とリンクをされて、これであれば弁護士相談のこの部分につなげればいいんだということをしちっとシステムとしてつくり上げられれば、それほどコストをかけなくてもできるのではないかと実感として感じております。

ちなみに、私どもはラジオ、テレビの広報番組はすべてなくしました。というのは、リサーチをしますと、それを見て来た人というのが極めて少なかったのです。

逆に、例えば記者会見の後のボードに取り組んでいるものを並べたり、イベント名を出したりということをやっていますし、何かイベントがあるときには取材に来てもらうようにするなどの取り組みをしています。

齋藤委員

今のことに関連して、大阪弁護士会のホームページについてですが、今日の時点で551万6,829件のアクセスがあったとのことですが、これはどこの項目にアクセスしているのか。そういうことによって、一般の方が弁護士会のどこに関心があるかということがお分かりになるのではないかと感じました。

小林弁護士

まず、アクセス数については、昨年1年分の分析をしたところ、あまりよく利用されていないという分析結果でございまして、一度検索したら二度と来ない人が多いということが分かっております。

それから、このホームページにアクセスした人の半分は、弁護士の個人名あるいは事務所名を入力していることが分かっております。その個人名の検索についても、今話題になっている橋下弁護士がその半分の中のさらに何分の1かを占めているほか事件を起こした弁護士の名前を調べるという形が多くなっておりまして、広報の効果としてこのホームページが使われているか否かということに関しては、余りいい結果が出ていません。

それから、登録弁護士数が少ないということに関しては、やはり中堅以上の弁護士は、ホームページのような形でいわば一見さんの不特定多数の方に御自分の広告をするということに心理的な抵抗がある等の事情で、登録をされておられないのではないかと想像しております。

上野会長

法律相談センターに関しては、相談者がどういう媒体で来られましたかということで、広告とか友人知人の紹介、自治体から勧められたという10項目ほどを設けて、そこにチェックしてもらうことで、統計的に数字を出しております。

それによると、無料相談で各自治体で相談した結果、各自治体の方に勧められて、もっと詳しく相談したいということで弁護士会の有料の相談に来られたというのがルートとしては多いようです。それから、難波はバナー広告などのインターネット系の媒体で知ったという方が比較的多いです。

野呂委員

私は司法記者クラブに2回籍を置いていたんですが、弁護士会の広報で弁護士会の理事者の方々が会見をされるときに、どうも読者のニーズとずれているな、と思いつ

つ聞くことが間々あります。

例えば、ホームページに個人のデータを広報するのはいかがなものかという話ですけども、弁護士を広報するのではなくて、困った市民がいかに弁護士にアクセスできるか、助けてもらえるかという観点から言えば、それは広報ではないと思うんです。弁護士の広報ではなくて、困っている人をいかに救うかという観点で考えるべきじゃないかと思っています。

私は、なんとか「110番」という相談の行事をやるときは必ず新聞に書くようにしています。それはなぜかという、困った人たちを救う情報だからです。

それともう一つ、ホームページのつくり方として、条件を入れれば適当な弁護士の方が検索できるというのは非常にすばらしいシステムだと思います。ただ、中身が分かりづらいんじゃないでしょうか。そこで、市民の方にアクセスしてもらうところはもっと目立つようにするなどもう少し差別化をして、こちらが出すべきところと峻別したほうがいいのではないかと。登録弁護士数が少ないというのは、我々の情報を広報するんだという意識が強いからだと思うんです。そうではなくて、これは市民のアクセスのために載せなきゃいけないんだよというように発想を変えないといけないと思います。

和田副会長

今、野呂さんが言われましたけれども、確かに我々が出したい情報と記者の求めている情報に相当なずれがあるということは、いつも記者レクをしていて感じます。これは載せてほしいんだけどもところちらが思うものは余り載せてくれない一方で、こんなニュースになるのかなと思うようなことがばんと載るわけです。

今まで我々は、弁護士も医者もお坊さんも人の不幸を仕事にしているという面があり、余り宣伝するなということやずっと言われてきましたので、広告宣伝になれていないんです。ですから、業務を広げる観点、弁護士の仕事を広げる関係の、司法書士や行政書士との線引きとか、弁護士はこんなこともできるんですよ、というような業務広告のあたりが弱かったんじゃないかと感じております。

郭委員

僕が思うのは、ニーズを持っている人たちというのはたくさんおられると思うので、そういう人たちにどううまく伝えられるかということだと思うんですが、結構ハードルみたいなものがあるんだろうと思うんです。一つは、実際に問題を抱えている

人が、自分の抱えている問題は一体何だろうと理解をするのが難しい。事が起こったときに、弁護士に相談すればいいのか、ほかの人に相談すべきなのか、だれに相談したらいいのか分からないという人が結構いてはると思うんです。そこで、弁護士会という大きな会に行くよりは、近所のこの人に一遍聞いてみようかとか、あるいは知り合いのつてでこの人に聞いてみよかという話の回り方で行っていて、直接弁護士会につながらないということがあると思うんです。

もう一つは、弁護士がこれだけたくさん仕事をしている人なんだというイメージが持たれていないというところがあると思うんです。普通の人感覚からいうと、弁護士さんというのは裁判という感覚だと思うんです。民事の相続であったりとか、いろんな問題にかかわって仕事をしてくれる人だ、頼れる人だというイメージは余り持っていないと思うんです。その辺のイメージを変えていって、なおかつアクセスしやすい仕組みをどうつくっていくのかということが大切なのかなという気がします。

そういう意味では、僕も大阪弁護士会のホームページを見せていただいて、今日このリーフレットもを見せていただいたんですけども、可能であればこの「弁護士はトラブル解決の Good Partner」にある項目をぼんぼんと挙げて、弁護士会ではこういうことをやっていますよ、こんなことで困ったらやりますよみたいな話をまず最初に持ってきたほうが、困っている人が情報にアクセスできるという点からはよいのではないかと思います。

飯田委員

大阪には約 20 万人の多重債務者がいると言われているのに相談が少なかったという報告でした。多重債務で取り立てに遭っていたり、どう返したらいいか分からないということで日々悩んでいる方というのは、弁護士に相談するということを思いもよらないのではないかなと思うんです。私の問題を弁護士を通じて解決を図るなんていうことを想像できない方々に、弁護士に相談したら解決に向かうんだという情報が伝わっていない。

それでは、どうしたらそれを解決できるのかというのは、情報の媒体よりは、人を通じて伝わるということを想定されたほうがいいのではないかな。例えば、多重債務であれば多重債務の支援をしている NGO であるとか、介護であればヘルパーのセンターなど、そういう日々接している方々のところに、困ったときは弁護士会で相談に乗っていますよということを伝えていく。直接の本人ではなく、困った人たちと接して

いる場所をとらえて広報していくということが必要ではないかと思えます。

上野会長

今、飯田さんがおっしゃったとおりだと思います。

多重債務の問題につきましては、豊中市と連携してシステムをつくっているところ
です。それから、多重債務救済については、大阪府と連携してやっていくことになっ
ています。

それから、9月から遺言相続センターを発足させまして、まず電話で相談を聞いて、
それから来てもらったりという形で相談に乗るということを始めます。

そのように人を介してということを進めているわけですが、自治体等に勧められて
弁護士会の有料法律相談に来られたというのが一番多かったということからも、そう
いうことは重要だと考えております。

飯田委員

もう一つのハードルが費用の問題だと思うんです。僕もここへ来る前に弁護士会
さんのホームページを見てきたんですが、着手金と報酬のあの説明は、何回読んでも
結局全部でいくらかかるのかがよく分かりませんね。相談に行くという一番最初のハ
ードルを越えるために、費用問題というのは、説明の仕方も含めてもっと工夫できな
いのかなと思いました。

野呂委員

新聞の記事でいいますと、例えば教育問題でも読者のニーズが高いのは、高校に進
学させるときにどのような勉強をさせればいいのかというハウツー物なんです。

確かに弁護士会というのは理念が非常に大切な組織なのですが、弁護士会の世話に
ならなきゃいけないと思う人たちはハウツー物の情報が欲しいんです。今の報酬の話
にしても、正にそういうことだと思うんですね。ですから、大阪弁護士会あるいは弁
護士というのはこんな業務をしているというハウツー情報をより分かりやすく増や
して、今は専門の弁護士へのアクセスも可能だということですので、どうアクセスし
ていけば弁護士に相談できるかというように、理念のところとハウツー物とを分けて
考えたほうがいいのかと思います。

福田委員

多重債務者の方のうち、自分が多重債務者であり、かつこういう点で相談したいと
整理し切れている人は少ないと思うんです。体の調子が悪いことから、入院問題から、

相続の問題までいろいろ込みで、その中に実は多重債務も入っているというケースが多数あるんです。そういう人は、市役所とか、あるいはもっと小さいコミュニティーレベル、あるいはNPOであったり、民生委員さんなどのところへ、何か分からないままにしゃべりに行きはるわけです。そういう意味では、先ほどから話が出ていますように、最前線の市役所とかNGO、NPOの窓口の皆さん方が、弁護士会でこういう取り組みをしているんだ、弁護士会へ行けばこういうことは解決できる、あるいは最初はほとんどお金が要らなくて解決できるということを認識していただければ、うまくつながっていくし、人がかわっても組織としてずっと継続していこうと思えます。

大國議長

私どもの大阪後見支援センターの例で申しますと、判断能力が低下した方に限っての権利擁護相談でございますけれども、年間90件から100件近くは、弁護士さんがかかわって解決してくださっています。NPOとか、ケアマネとか、自治体の人から後見支援センターに上がってきて、それを弁護士さんにつなげていただいて解決しているということですから、人を介してというのは大事なことだと思います。高齢者虐待も、市町村で起こった事例は、茨木にあります大阪府介護情報研修センターに行っていて、そこにひまわりの方に来ていただいて解決していただく。「そういったセンター的なところが茨木にありますよ」ということを市町村に一生懸命PRし、そしてまた、市町村もそのことをパンフレットなどでPRしています。自治体との連携をしっかりしていただければ大分分かっていただけるのではないかと思います。

野呂委員

3人ぐらいの多重債務者に話を聞いたことがあります。最後は弁護士がかかわって過払い金を圧縮できて結構助かったんですけども、弁護士に相談するというのは多重債務者にとっては最後の手段なんです。多重債務者の人というのは基本的には、プライドもあって、自分が多重債務を抱えているということを言いたくないんです。どうしようもなくなるまで相談をしないというケースが多いのです。人にばれずに何とかしたいというのが一番なんです。そうすると、最初から弁護士にアクセスするというのはなかなか難しいので、広報するに当たっても、秘密厳守であることを言うというのも一つかなと思います。

それと、これだけ広報されていても、過払い金のお話を知らないこともよくあります。

大國議長

多重債務の背景には悪質商法の被害がかなりあるのです。PRの中に多重債務のことは書いてあっても、悪質商法のことは余り書いてないですね。

大川副会長

個々の弁護士は、いわゆる多重債務の問題も取り上げますけれども、多重債務に至った原因が何なのかということについても目を向けていきます。それは悪質商法である場合もあるでしょうし、あるいは会社を首になったということもあるでしょうけれども、先ほど府の方が、相談に来られる方は割と自分の論点に気づいていないというお話をされていましたが、弁護士ならば、総合的にそういうことを見られるというメリットがあるんです。言ってみればオールラウンドでできるところが弁護士の一つの魅力なのに、そこのところが十分アピールできてないなということを皆さん方のお話を聞いて感じました。

和田副委員長

広報に関しては各委員会の連携ができておらず、各委員会がばらばらにやっています。統一がとれていないというのは大國議長の言われるとおりかなと考えております。弁護士会に行くかどうかという問題か解決できるかということで一元的なパンフレットとして「弁護士はトラブル解決の Good Partner」というものを作っていますが、ただ、ほかの広報・広告には「弁護士はトラブル解決の Good Partner」という言葉が全然出てこないんですね。

齋藤委員

無料低額診療を行っている病院の場合には200床に1人のケースワーカーを置くことになっておりまして、中津病院では現在、ケースワーカーと7名の社会福祉士を雇用しております。その人たちの事例報告を時々受けるわけですが、それを拝見しますと、事例の解決に当たって弁護士さんがそこにタッチしている例はあまりないようです。従って、社会福祉士の集会などに出前講座でもしていただきまして、解決の仕方について弁護士の立場でこの様な解決方法があるという様な教育をしていただければ大変参考になるのではないのでしょうか。

福田弁護士

全然話題を変えますが、全国の弁護士会ではキャラクターをつくっているところが

あるんです。

(愛知県弁護士会のキャラクター「聞之助」(きくのすけ)を映写)

こういうキャラクターをつくることについての御意見はどうでしょうか。

福田委員

キャラクターは今はやりですから、それでイメージを売り出せるならそれでいいんですが、これも費用対効果の問題で、私たちはもう少し地道に、先ほど言ったような人と人とのつながりをつくっていただくことを是非お勧めしたいと思います。そういう意味では、「弁護士はトラブル解決の Good Partner」はいろんなことをやれますよということを書いていただいているので、これを中心にして自治体などの組織に出かけて行って、弁護士会ではこんなことをやっているんですといった説明をして、人間関係をつくっていくといった活動をされたほうが効果的ではないかと思います。

大國議長

若い世代は漫画などに非常に引きつけられますので、若い人を対象に考えるのであればいいと思いますけれども、中年以上の高齢者だと、弁護士さんというのは賢い、上品、頼りになるというイメージがありますので、キャラクターとイメージがぴったりにこないとよくないのではないのでしょうか。

郭委員

万人に受けるイメージキャラというのは多分ないと思うんです。結局何を強調したいのかということだと思いますので、それこそ周りがどう判断するかというより、自分たちのイメージで、自分たちが何を打ち出したいのかということだろうと思います。

僕個人としては、むしろ「弁護士はトラブル解決の Good Partner」のロゴのほうがずっと来るので、このロゴをほかのパンフレットの片隅に置いて統一感を出すとか、大阪弁護士会といえば Good Partner だというイメージのほうが、落ち着くのではないかという感じはします。

福田弁護士

「弁護士はトラブル解決の Good Partner」は、20年ぐらい前にできたと思うんですが、そのときの委員会だけがこれをやって、あと余り使われていない。確かに今までなぜ継続できなかったのかなという反省はあります。

小林弁護士

弁護士の考えている広報と市民から見た広報のずれという御指摘があったんですが、それはそのとおりだと思いつつ、非常に誤解を招く表現をしますと、弁護士個人としては「困っている人たちを誘導する」といった種類の仕事はやればやるほど赤字になるので、今の若い弁護士は、弁護士の数が増えて競争にさらされる中で、「もう我々はその種の仕事をすることができない」という認識にむしろなりつつあります。そのことについて大変大きな危機感を持っております。

先ほど御紹介した個々の弁護士紹介のシステムというのも、そういう声を反映して、個々の弁護士が自分でホームページを持つかわりに、弁護士会に場所を提供してもらって、自分で広告を載せるという発想のシステムになっています。

したがって、ここに載せている五百数名の多くの弁護士は、それによって自分が仕事をしたい、経済的にペイする仕事をしたいという発想で載せているわけです。逆に言うと、やればやるほど赤字になる仕事はあえて載せないという発想にどうしてもなっていない。そこが、我々が具体的な業務広報を載せるということについて非常に大きな問題になるところです。

あと、110番のニュースの話がありましたけれども、あれはある弁護士のチームがやっていることですので、110番にいっぱい電話がかかってきたからといって、弁護士会が後追いで110番をやるとするのは、最初に110番を始めた弁護士さんから見たら、何で会が我々の仕事を邪魔するんだということになりますので、なかなかしづらいというところもございます。

大國議長

例えばですが、「多重債務で困っています」ということで検索すると、それに対応する場面がぼんと出てきますか。

小林弁護士

「多重債務」で引いた場合には、ほとんどのサーチエンジンでは、そのために広告費用を払っている個々の弁護士さん、比較的多額の広告費用をかけている個々の法律事務所がトップに来ます。ほかにも「離婚」「相続」「多重債務」などで大阪を含めた弁護士会のホームページがトップに来るということはありません。

大國議長

そうですね。優先順位がお金と絡んでいますのでね。先ほど費用対効果のことをおっしゃっていましたが、順位を上げるためにどれだけ費用をかけるかというこ

ともこれから検討していかなきゃいけない課題ではないかと思います。

小林弁護士

ただ、発想を変えて言うと、個々の法律事務所がこのような広告で自助努力でやっていける分野、多重債務というのはそういう分野になっておるわけですが、そういう分野において弁護士会がトップに出るように努力する意味があるのかないのかというところは検討しなければならないなと思います。

大國議長

本当にそうだと思います。先に出るように大枚をはたいてやる価値があるかどうか、これこそ費用対効果でございますから、是非とも検証していただければと思います。

田村弁護士

多重債務の話が出たんですが、多重債務者の方はコンピューターを通じてよりも携帯を通じてアクセスする方が多いんじゃないかということで、今、相談センターで携帯のモバイルサイトをつくっています。

郭委員

今、小林さんがおっしゃられた点はなかなか深いテーマだなというふうに話をお聞きしました。というのは、冒頭話があったように、大阪弁護士会の広報の目的とは何だという点だと思うんですが、弁護士会あるいは弁護士の営業活動としての宣伝広報なのか、そうではなくて、実際にお金もなければ、自分たちの抱える問題をどう解決していいかわからない人たちがアクセスするための宣伝広報をやるのか。例えば、そういう人たちに宣伝広報して仕事が増えれば増えるほど、持ち出しも増えてきて赤字が増えてきて、にっちもさっちもいなくなるという状況も想定される。広報の目的と方向性みたいなものをどういう形で考えていけばいいのかという問題提起をされたんだと思います。

絶対にこうだという答えを出すのは非常に難しいなというのが正直なところなんです。結局最後は弁護士のところに頼っていかざるを得ない人たちがいるのもこれもまた事実なわけですし、そういう人たちも視野に入れつつ、かつ弁護士の方がそれを仕事として、業務として成り立つような仕組みみたいなものをどう考えるのかというのは、宣伝広報の問題を越えた非常に大きなテーマではないかというふうに、今お話を聞きながら思いました。

大國議長

時間も相当過ぎましたので、以上の議論をまとめますと、1つは、やはりPRの理念でございますね。困った人を助けるという弁護士活動の一番大きな問題が片一方にありますが、それに対しまして、そういう困った人に限定せず、弁護士活動そのものをもっと広くみんなに知っていただければどうか、そのためのPRも要るだろう。さらに、かなり生々しい話になりましたが、もう少し業務を広げ、仕事を広げ、弁護士さんの活動が活発になるように、殊に若い弁護士さんに向かって弁護士会としての活動ができないか、お客さんに来てもらうという立場のPRもあるんじゃないか。

困った人を助けるという立場からいいますと、目的をもっとはっきりさせて、相談の中身がきちっと分かるようにしていくべきではないかということでございますとか、アクセスがどうなのかという問題、相談のあり方として、費用も絡めてどう考えていくべきかという問題、それから、理事者側の感覚と市民側の感覚のずれと申しますか、ニーズのずれと申しますか、そういう問題も随分議論になりました。そして、情報のミスマッチという問題については、単にPRの媒体だけではなくて、人を介してのもっと積極的な活動が先にあっていいんじゃないかと。そのためには自治体との連携などの問題が出てまいりました。

一方、仕事を増やす、あるいは業務を拡大するということからいうと、費用対効果をもっと考えなければいけないのではないかと問題が出てきたのではないかと思います。そのためには、市民が取っつきやすいように分かりやすくPRする方法をしっかりと考えていただきたいと思います。ハウツー物が非常に大事だし、また専門弁護士がどこにいてどういうふうにやってくださるのかという、すぐ取り込める、すぐお願いできる体制になるようなPRの仕方、そういう意見があったのではないかと思います。

イメージキャラクターについては結論は出ませんでした。

6 次回のテーマについて

和田副会長

委員の方々から議題の御要望等がございませんでしたら、「法教育の実践」という議題にしたいと思っております。大阪弁護士会では、小学校とか中学校に行き、法律的な物の考え方等を授業しております。また、模擬裁判も積極的に行っております。

て、8月には模擬裁判の関西の優勝校を決める模擬裁甲子園の関西大会がございます。そういった法教育の活動実践について報告させていただき、それについてまた意見をいただきたいと思います。と思っています。

大國議長

ありがとうございます。次回のテーマは、そういう方向でお決めいただけたらありがたいと思います。

それでは、議事を終了させていただきたいと思います。進行に御協力くださいます。ありがとうございました。

以上で、本日の議事を終了した。