７　インターネット広告と周旋－弁護士の広告指針の見直しについて－

(1)　はじめに

　2000(平成12)年に弁護士の業務広告規程が全面改正され、弁護士の業務広告が原則的に自由化された。上記規程の運用指針としては、「弁護士及び弁護士法人並びに外国特別会員の業務広告に関する指針」が制定され、その後何回かの改正がされたが、2012(平成24) 年3月15日に全部改正がされ、2014(平成26)年12月18日に再度の改正を経て、現在の「業務広告に関する指針」(以下「指針」という。)に至っている。

この間に、インターネットを利用した弁護士業務広告や弁護士の情報提供サイトに関しては、様々な技術革新、広告形態の変化、さらには弁護士人口の増大など社会情勢の急激な変化が生じていることから、弁護士業務や弁護士の業務広告のあり方については、見直しの時期に来ているのではないかと言われてきた。

　当会では、2013(平成25)年度に、インターネットを利用しての弁護士業務広告と弁護士情報提供サイトの利用のあり方等について、当会会員に対してアンケート調査を実施し、現行の指針の問題点と改正の必要性を検討した結果、以下のとおり指針の改正を早急に実施すべきであるとの意見を取り纏めた。なお、2014(平成26)年度は、インターネット広告、ホームページの効用等に関する現状及び今後の課題について、弁護士業務広告等についてインターネット等を積極的に利用されている会員によるパネルディスカッションを行った。

(2)　指針第2、第3 項「弁護士情報提供ホームページにおける周旋と広告の関係」について

 ①　現行の指針第2の第3項の規定について

　　　まず、指針の規定は、(1)において、弁護士情報提供ホームページにつき、情報提供事業者が報酬を得る目的で法律事件に関する法律事務の周旋を業とするものであるときは、弁護士法第72条に違反する、と定めたうえで、弁護士が上記弁護士法に違反する弁護士情報提供ホームページにより紹介を受けると、非弁提携(弁護士法27条、弁護士職務基本規定第11条)に違反するおそれがある、と規定している。(注1，2)

　　　次に、(2)以下において、「報酬を得る目的で周旋をするものと認められる場合」について、規定している。

　②　問題点

本規定は、広告媒体となる弁護士情報提供ホームページを運営する情報提供事業者の行為につき、弁護士法第72条に抵触する場面を主に規定しているものである。

弁護士情報提供ホームページのみならず、弁護士の広告を請け負うものであれば、誰もが「報酬を得る目的で」「法律事務の周旋」を禁止する弁護士法第72条の問題となり得る。

例えば、プロ野球選手の年鑑や会社四季報のような紙媒体の情報書籍　　で、特定の弁護士が五十音別ではなく、各専門別や何らかの特集の形で、目立つ並び順で掲載される場合や、その書籍の中で「編集部があなたの抱える問題にぴったりの弁護士を紹介します」との記事を記載して、問合せに応じて、特定の弁護士を紹介すれば、本規定の(2)イと同様の問題が生じる。

一方、指針の第2、3の(2)「報酬を得る目的で周旋をするものと認められる場合」以下、特に(2)イ以下の説明は、構造が複雑になっており、一見してどのような場合が「報酬を得る目的で周旋をするものと認められる場合」にあたるのかは不明瞭である。

(3)　改定案及び意見

　①　指針第2の第3項の一部を変更する。

(ア)　IT 技術が日々進化する現在、本規定が規定する弁護士情報提供ホームページと、

(a)弁護士が自身のホームページをインターネット上に掲載すること、

(b)グーグルやヤフー等のポータルサイトに広告をのせること、

・ 例えばグーグルにて建物明渡の弁護士の検索を行った際、当該弁護士のホームページが上位に表示されるもの(リスティング)、

・ 弁護士情報提供ホームページである弁護士ドットコムやその他類似の弁護士検索サイト内で上記のように広告として掲載したり、検索された際に当該弁護士の情報が上位に表示されることは、それぞれを厳密に区分することは困難である。

また、どのような媒体を用いても、終局的には、その表示された広告の内容が弁護士職務基本規程第9条および弁護士の業務広告規程に反するかが問題になる。(注4)

よって、指針にて「弁護士情報提供ホームページ」を利用した場合に限定するべきではない。

(イ)　そこで、指針第2の第3項(1)につき、以下のとおり一部改訂する。

　　　「市民に対してIT 技術を用いて弁護士等の情報を提供する媒体(以下「IT 利用媒体」という。)における弁護士等の紹介行為について、当該媒体を利用して弁護士の紹介行為をする事業者その他の者(以下「情報提供事業者」という。)が報酬を得る目的で法律事件に関する法律事務の周旋を業とするものであるときは、弁護士法(昭和24年法律第205号)第72条に違反するものであって、当該IT 利用媒体により紹介されることは、同法第27条(外国弁護士による法律事務の取扱いに関する特別措置法(昭和61年法律第66 号。以下「特別措置法」という。)第50条第1項において準用する場合を含む。以下同じ。)並びに弁護職務基本規程(会規第70号)第11条(外国特別会員基本規程(会規第25号)第30条の2 において準用される場合を含む。)及び外国特別会員基本規程第25条に違反するおそれがあることに留意するものとする。

 (ウ)　指針第2の第3項(2)以下については、上記のとおり、複雑であり、具体的にどのような場合が「報酬を得る目的で周旋をするものと認められる場合」にあたり弁護士法違反となるのか一見してわからない。

　　　また、IT 技術の進歩によって、弁護士情報提供ホームページ以外の手法が多種登場している。

　　　そこで、今後も指針を存続させるのであれば、もっとわかりやすく、かつ、時代に流れに沿ったIT を利用した広告手法の変化に対応したものに対応できるよう、見直しを図るべきである。

 　 ② 指針第3の第18項のあとに第18項の2 として「インターネットを利用しての広告」の規定を追記する。

指針第3の第14項では、「インターネットのホームページ等のあらゆる媒体が広く利用できる」と規定しているところ、第17項のテレビ、ラジオ等による広告、第18項の新聞、雑誌等による広告について規定している個別の注意事項の記載がない。(注5、6、7)

例えば、インターネットを利用する場合の広告手法として、アフィリエイトと呼ばれるものが存在する。これは、第三者が作成したホームページやブログ(下図)に広告主のサイトに誘導されるバナーやリンクアドレス等の広告が貼られる手法である。課金方法は数種類あるが、主として、この広告のバナーにクリックされた回数に応じて、広告主はその第三者に広告料を支払うものである。

東京弁護士会調査室の2010 (平成22)年9月30日付報告書(東弁22理嘱第11号)によれば、アフィリエイト広告につき、クリック数に応じて課金される課金方法であっても、弁護士法第72条に抵触するとされている。

ただし、同報告書において、「今後の社会情勢や広告形態の変化等に即して必要が生じた際には、法72条の解釈指針となる広告運用指針または広告運用指針基準の改定等によって、周旋への該当性、周旋と報酬との対価性が認められるかどうかが適切に判断されて対応されてゆくべきことは当然である」と指摘され、同報告書が判断に用いた広告運用指針(2000（平成12）年5月8日制定　2006（平成18）年3月16日)は、平成24年3月15日に全部改正されている(今回一部改正を提案している「指針」)。

そこで、以下は、アフィリエイト広告全てが弁護士法第72条に抵触ないし違反するものではなくとも、弁護士の業務広告に関する規程(以下「規程」という。)第3条7号「弁護士の品位又は信用を損なうおそれのある広告」に抵触ないし違反するおそれがあるという観点から指針に追加する事項を提案するものである。

第17項、18項で規定しているテレビや雑誌と同じく、仮に弁護士等が作成した広告自体は品位又は信用を損なうおそれがないものであっても、このアフィリエイト広告が掲示される第三者のホームページやブログについて、品位又は信用を損なうおそれがありうることに注意する条項が必要と考える。

また、近時、スマートフォン(特にアンドロイド)の無料アプリには、画面の隅に広告が掲載されるものがある。この広告を掲載するアプリについても、上記と同様の事項が生じる。

そこで、インターネットを利用しての広告に関し、以下のような規定を第18項の次に第18項の2として新設することを提案する。

「18の2 インターネットを利用しての広告　インターネットを用いての広告の場合、第三者が作成管理しているホームページやブログその他インターネットを通じて配布されるスマートフォンアプリの画面上に弁護士等の広告ならびに弁護士等のホームページに誘導されるバナーやリンク先が掲示される手法等がある。

このような手法のうち、低俗又は社会的に非難を受ける第三者のホームページやスマートフォンアプリの画面等国民から見て弁護士に相応しくないと考えられる画面等を通じての広告は、その画面等から誘導される弁護士等自身のホームページの記載内容そのものが規程第3条各号に該当しない場合であっても、品位又は信用を損なうおそれがあるものとして、規程第3条7 号に違反するおそれがあることに留意するものとする。」

(4)　日弁連における検討状況

2015(平成27)年1月7日、インターネットを利用した弁護士及び弁護士法人の情報提供に関し、弁護士法第27条及び第72条との関係等の法的問題を調査及び研究し、その課題と日弁連が採るべき方針を検討するする目的で、日弁連内に、「インターネットを利用した弁護士等の広告の在り方検討ワーキンググループ」が設置され、同年3月11日以降、インターネットによる弁護士広告と非弁提携の関係の整理と指針に示す基準の明確化を目標に議論が重ねられた。

そして、上記ワーキンググループのいわば後継組織として、「インターネットを利用した弁護士等の情報提供に関する諸課題検討ワーキンググループ」が設けられ、2016(平成27)年6月から、引き続き、弁護士法第27条及び第72条との関係等の法的問題を調査及び研究を続けている。

今後、我々は、指針をインターネットにおけるIT技術の発展に即したものとする必要性、弁護士人口が増大する中でのインターネットによる弁護士広告への需要の高まり、法律事務所の評判サイトの出現やいわゆる「新型非弁」のような弁護士広告を広範に利用する非弁提携行為という新たな現象の取締りを包摂した基準の検討と策定に取り組まなければならない。

(注1) 弁護士法第27条(非弁護士との提携の禁止)弁護士は第72条乃至第74条の規定に違反する者から事件の周旋を受け、又はこれらの者に自己の名義を使用させてはならない。

弁護士法第72条(非弁護士の法律事務の取扱い等の禁止)弁護士又は弁護士法人でない者は、報酬を得る目的で訴訟事件、非訟事件及び審査請求、異議申立て・・・その他一般の法律事件に関して鑑定、代理、仲裁若しくは和解その他の法律事務を取り扱い、又はこれらの周旋をすることを業とすることができない。ただし、この法律又は他の法律に別段の定めがある場合は、この限りでない。

(注2) 弁護士職務基本規程第11条(非弁護士との提携)弁護士は弁護士法第72 条から第74条までの規定に違反する者又はこれらの規定に違反すると疑うに足りる相当な理由のある者から依頼者の紹介を受け、これらの者を利用し、又はこれらの者に自己の名義を使用させてはならない。

(注3) 業務広告に関する指針第2、3を参照。

(注4) 弁護士職務基本規程第9条(広告及び宣伝)弁護士は、広告又は宣伝をするときは、虚偽又は誤導にわたる情報を提供してはならない。2 弁護士は、品位を損なう広告又は宣伝をしてはならない。

(注5) 指針第3、14項「広告の方法、表示形態、場所等による規程第3条の解釈運用指針」

　　　広告媒体は、看板、新聞、電話帳等はもちろん、ポスター、電車、バス等の中吊り広告、新聞の折り込み広告、インターネットのホームページ等のあらゆる媒体が広く利用できるものであり、媒体自体から直ちに一般的に禁止されるものはない。ただし、広告の方法、表示形態、場所等により規程第3条各号のいずれかに違反することがあり得るものとする。

(注6) 指針第3、17項「テレビ、ラジオ等による広告」

　(1)テレビ、ラジオ等による広告は、短時間で視聴者の感覚や感情に直接印象づける性格の媒体であって、情報量が十分でなく…事前に広告制作者及び出演者と十分に打ち合わせ、規程第3条各号に抵触しないようにすることが望ましい。

　(2)低俗又は社会的に非難を受ける番組等国民から見て弁護士に相応しくないと考えられる番組における広告は、広告内容自体が規程第3条各号に該当しない場合であっても、品位又は信用を損なうおそれがあるものとして、規程第3条7号に違反するものとする。

(注7) 指針第3、18項(新聞、雑誌等による広告)

　第14項の規定にかかわらず、次に掲げる媒体において広告することは、広告内容自体が規程第3条各号に該当しない場合であっても、品位又は信用を損なうおそれがあるものとして、規程第3条第7号に違反するものとする。

(1)低俗な風俗雑誌

(2)いわゆる総会屋その他の反社会的団体等が発行する新聞、雑誌等