

メディア関係者各位
プレスリリース

平成 22 年 3 月 5 日
株式会社 L-net(エルネット)

=====

債務整理の相談経験者へ「弁護士広告に関する調査」を実施
～L-net 約 6 割が弁護士広告は「必要」～

=====

士業広告を展開する株式会社 L-net(エルネット、所在地:〒104-0061 東京都中央区銀座 5-13-12 サンビル2階、代表取締役:藤田一成)は、このたび、相談者が弁護士を選ぶ際のきっかけや関心、あわせて弁護士広告についての意識等を把握するため、「弁護士広告に関する調査」を実施しました。

同調査は、株式会社インテージのインターネットリサーチ上で、過去 5 年以内に弁護士に債務整理の相談経験がある方を対象に、3 月 1 日から 3 日に非公開型インターネットアンケート形式で実施されたものです。有効回答者数は 1,241 人でした。

その結果、2000 年 10 月に弁護士広告が解禁されて約 10 年で、知人や弁護士会等からの紹介以外にも、広告が弁護士選択の際の要素の一つとなったことが明らかになりました。

■「弁護士広告に関する調査」

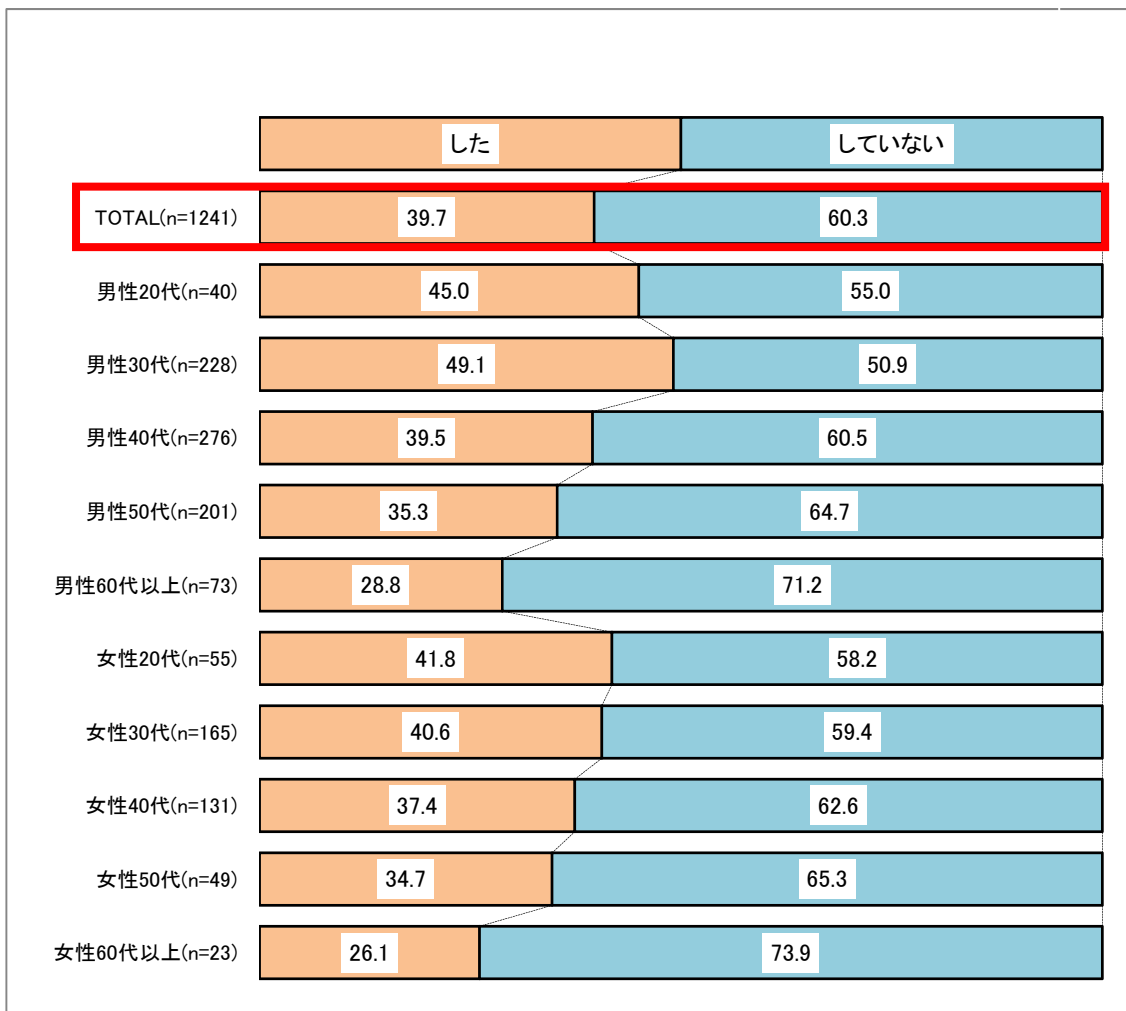
- ・目的:相談者が弁護士を選ぶ際のきっかけや関心、弁護士広告についての意識等を把握する
- ・対象:過去 5 年以内に弁護士に債務整理の相談経験がある方
- ・人数:1,241 人(男性 818 人、女性 423 人)
- ・方法:インターネット調査
- ・時期:2010 年 3 月 1 日～3 日

■約 4 割が相談前に複数の弁護士事務所を検討

全体の約 4 割が、依頼に先立って複数の弁護士事務所を検討したと回答しました。

図 1.依頼先の弁護士事務所の事前検討 (n=1241)

(%)



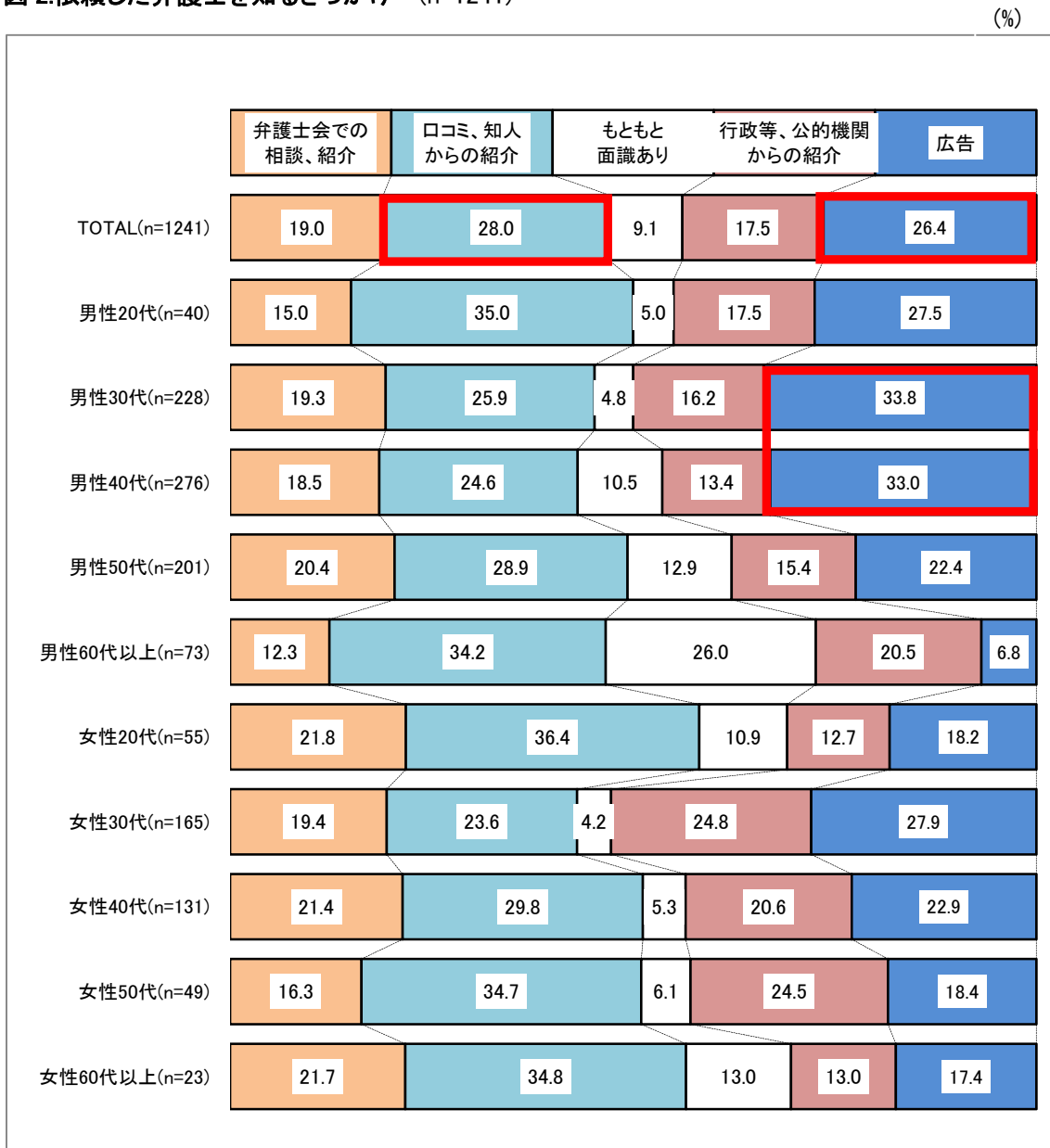
質問原文【表題】Q1. 依頼にあたって複数の弁護士事務所を事前に検討しましたか？（回答は1つ）

■ 広告が弁護士選択の際の要素の一つに

依頼した弁護士を知るきっかけとしては「口コミ、知人からの紹介」が 28.0%で最も多く、「広告」が 26.4%とそれに次いでいます。2000 年 10 月に弁護士広告が解禁されて約 10 年、知人や弁護士会等からの紹介以外にも、広告が弁護士選択の際の要素の一つとなりました。

特に、30~40 代の男性の約 3 人に 1 人が、広告をきっかけに依頼する弁護士を決めています。

図 2. 依頼した弁護士を知るきっかけ (n=1241)

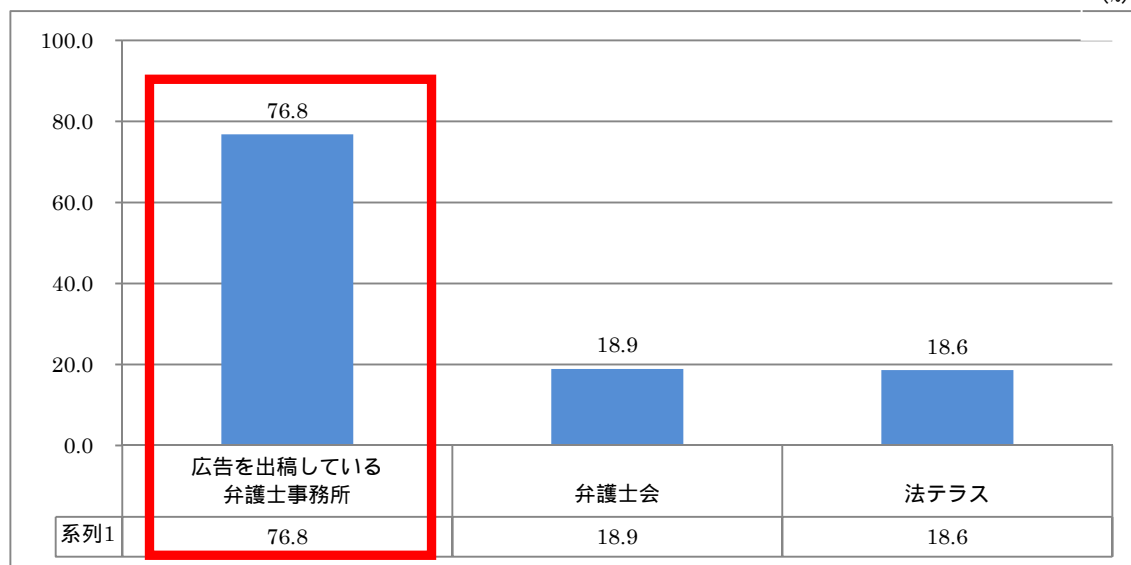


質問原文【表題】Q2. 相談を依頼した弁護士に決めた理由は何ですか。(回答は1つ)

■約 4 人に 1 人は法テラス・弁護士会へ依頼

全体の約 4 分の 1 が「広告」を見て相談しており、実際の依頼先を見ると、広告を出稿している弁護士事務所が 75.9%。それらの事務所が弁護士広告の牽引役を担っていることが分かりました。次いで、法テラスは 12.2%、弁護士会は 11.9%。約 4 人に 1 人が、広告をきっかけにそれらの機関に相談していることも明らかになりました。

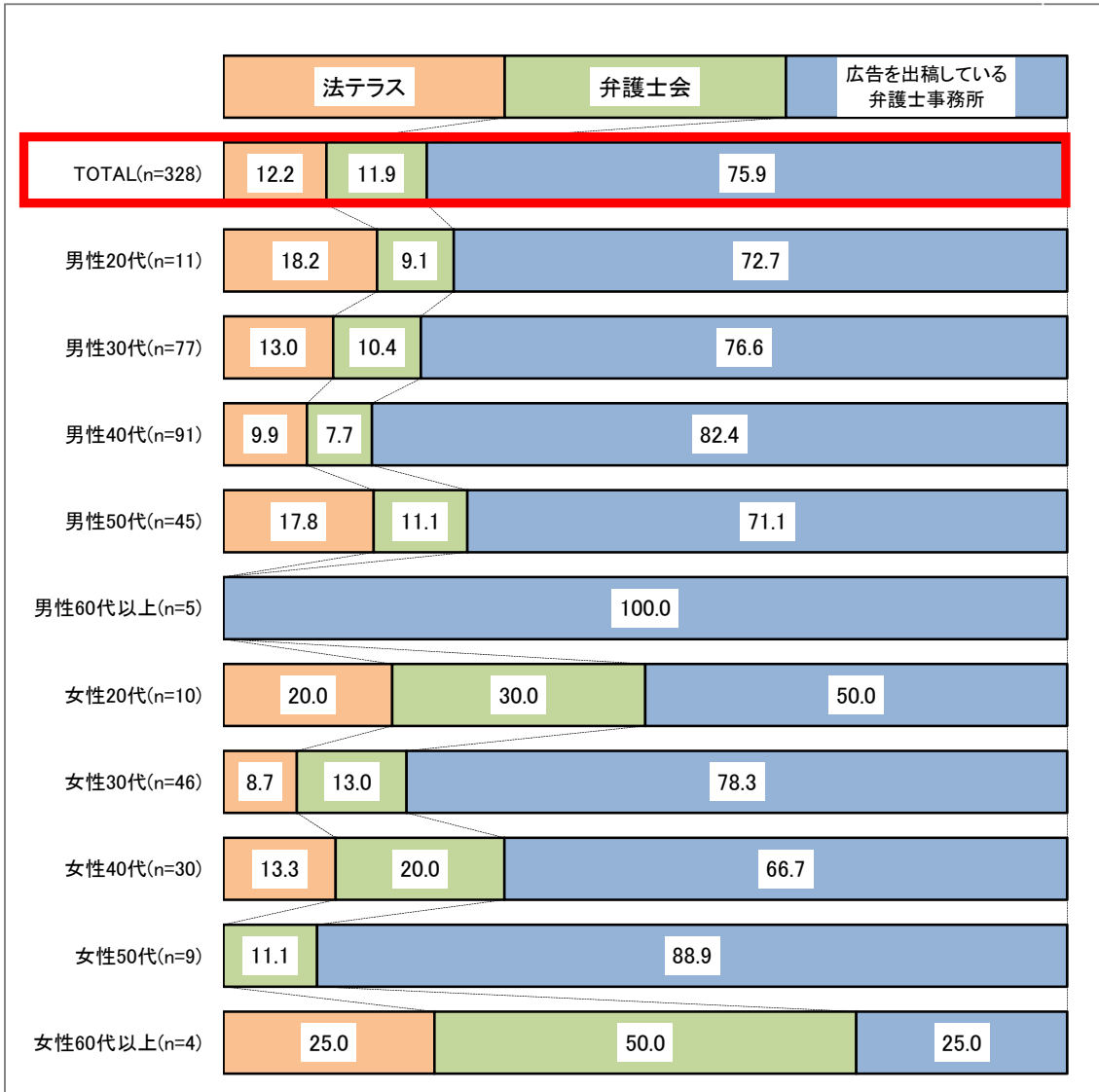
図 3.どこの広告を見たか (n=328)



質問原文【表題】Q3-1. Q2で⑤を選んだ方に質問します。どこの広告を見ましたか。(複数回答可)

図 4.実際の依頼先 (n=328)

(%)



質問原文【表題】Q3-2. Q2で⑤を選んだ方に質問します。実際にどこに依頼しましたか？(回答は1つ)

■認知媒体ではテレビがトップ

認知媒体としては、「テレビ」、「駅や電車の中吊り広告」、「ラジオ」、「街頭の看板」、「ダイレクトメール」の順に多い結果となりました(今回の調査はインターネットを通じて行われたため、「その他」の認知媒体の中で「インターネット」と回答した数が多めに出ています)。

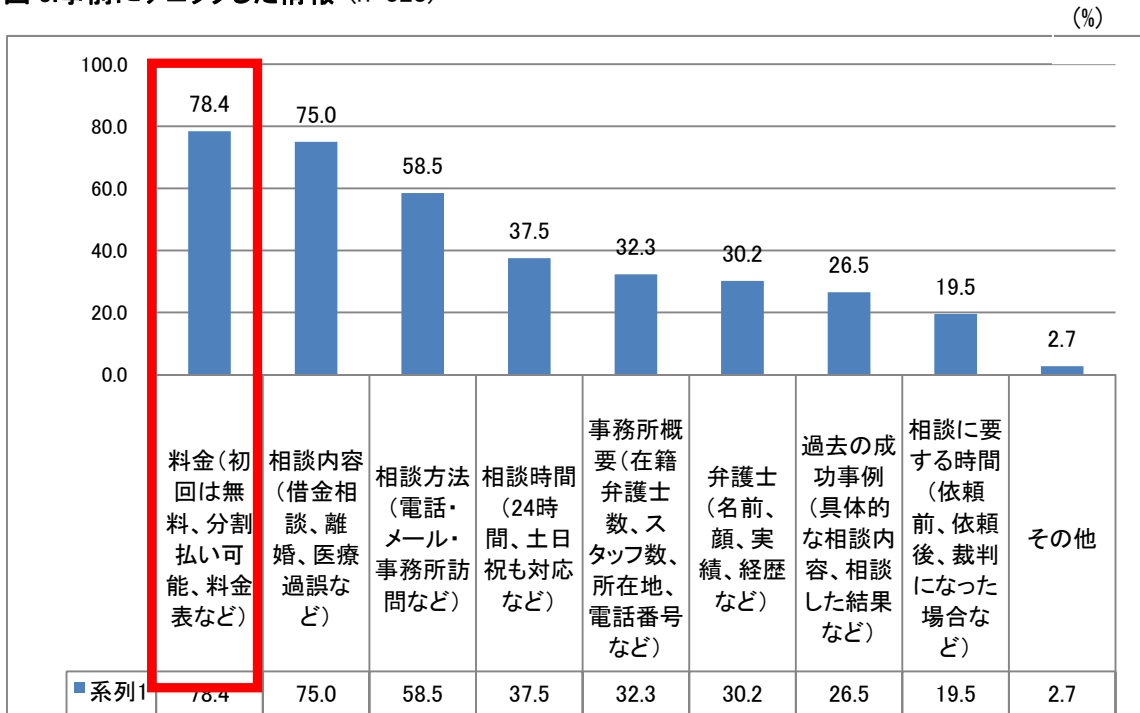
質問原文【表題】Q4. Q2で⑤を選んだ方に質問します。どの媒体で広告を見ましたか。(複数回答可)

■料金が最大の関心事

依頼する前にチェックした情報としては、「料金（初回は無料、分割払い可能、料金表など）」が78.4%と最大の関心事となっています。2004年4月から弁護士の報酬が自由化されたことで、相談者はまず料金を知りたいと感じていることが窺えます。

さらに、相談者は「相談内容（借金相談、離婚、医療過誤など）」、「相談方法（電話・メール・事務所訪問など）」、「相談時間（24時間、土日祝も対応など）」、「事務所概要（在籍弁護士数、スタッフ数、所在地、電話番号など）」、「弁護士（名前、顔、実績、経歴など）」といった複数の情報を検討したのち、弁護士へ相談をしていることも見てとれます。

図 5.事前にチェックした情報 (n=328)

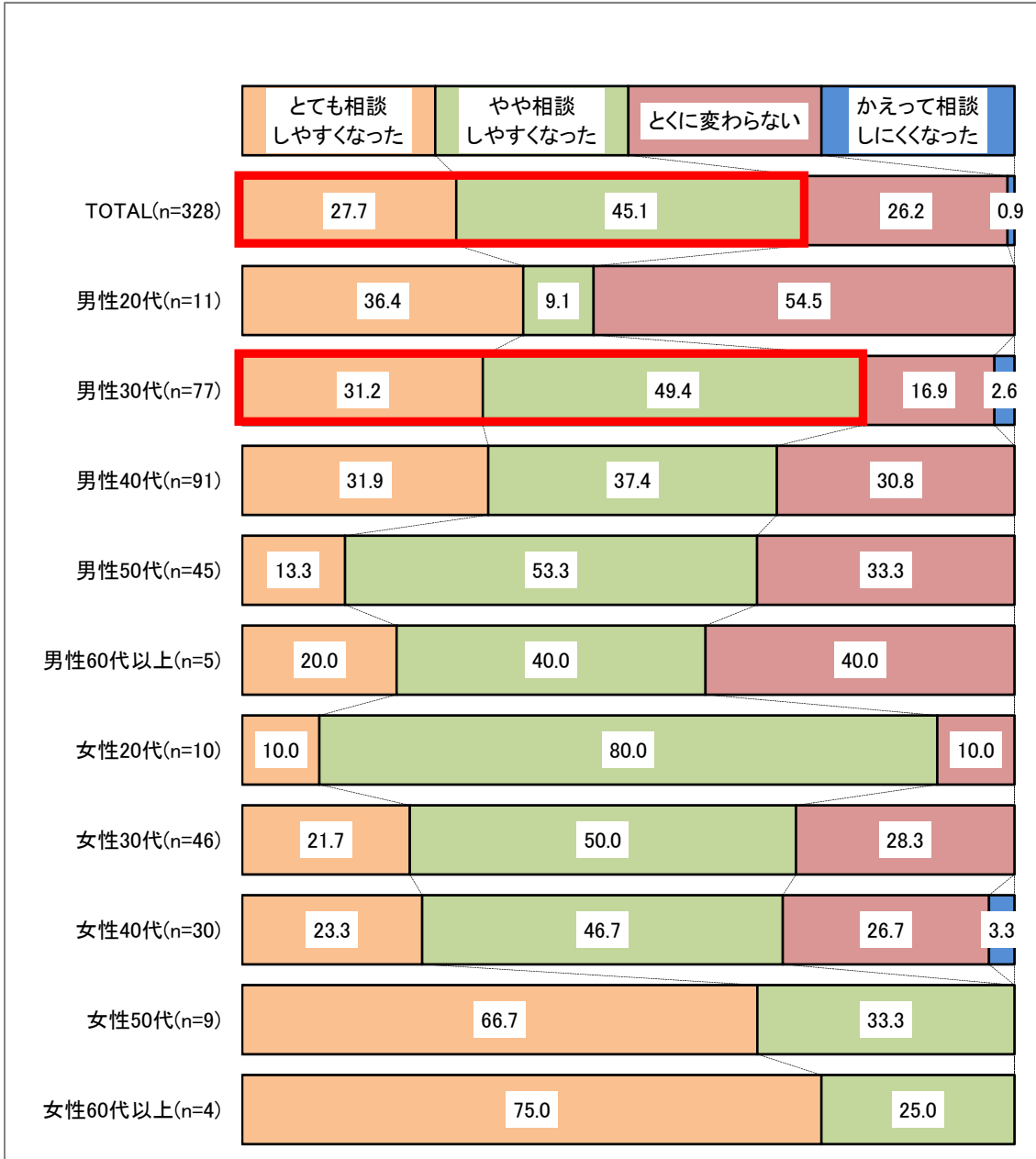


質問原文【表題】Q5. Q2で⑤を選んだ方に質問します。依頼する前にどのような情報をチェックしましたか。(複数回答可)

■7割以上が広告を見たことで弁護士に「相談しやすくなった」と回答

広告を見たことで弁護士に「とても相談しやすくなった」、「やや相談しやすくなった」との回答が合わせて72.8%でした。性別・年代別では、8割以上が相談しやすくなったと答えた30代男性にその傾向が顕著です。

図 6. 広告を見たことで弁護士に相談しやすくなったか？ (n=328)



質問原文【表題】Q6. Q2で⑤を選んだ方に質問します。広告を見たことで、弁護士に相談しやすくなったと感じましたか。(回答は1つ)

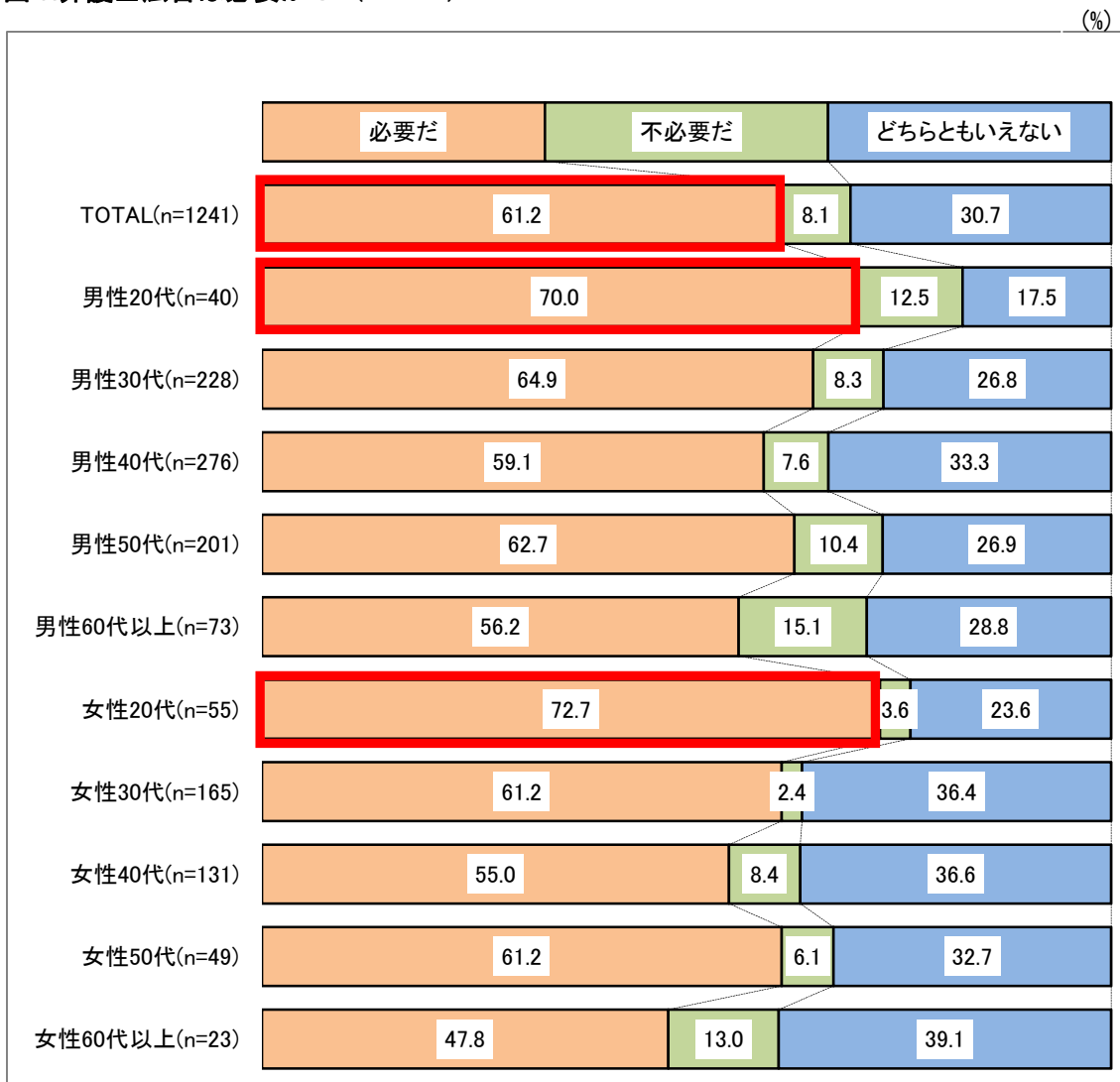
■約 6 割が弁護士広告は「必要」。「不必要」は 1 割未満

全体の 61.2%が弁護士広告は「必要」と回答しました。中でも男女とも 20 代では、その割合が約 7 割と顕著となっています。一方で、「不必要」は 8.1%にとどまりました。

弁護士が必要な理由としては、「依頼するのに必要な情報を広告で得られるから」、「自分で弁護士を探す方法になるから」がそれぞれ 7 割以上と多く、広告から情報を得て、自ら弁護士を探す主体的な姿勢が窺えます。

不必要な理由としては、「そもそも弁護士は広告をすべき職業ではない」が最も多く挙げられていました。これに対し、弁護士広告が必要と答えた方の 31.2%が「他の職業と同様に弁護士も広告してよいと思う」と回答しており、この点については見解が分かれています。

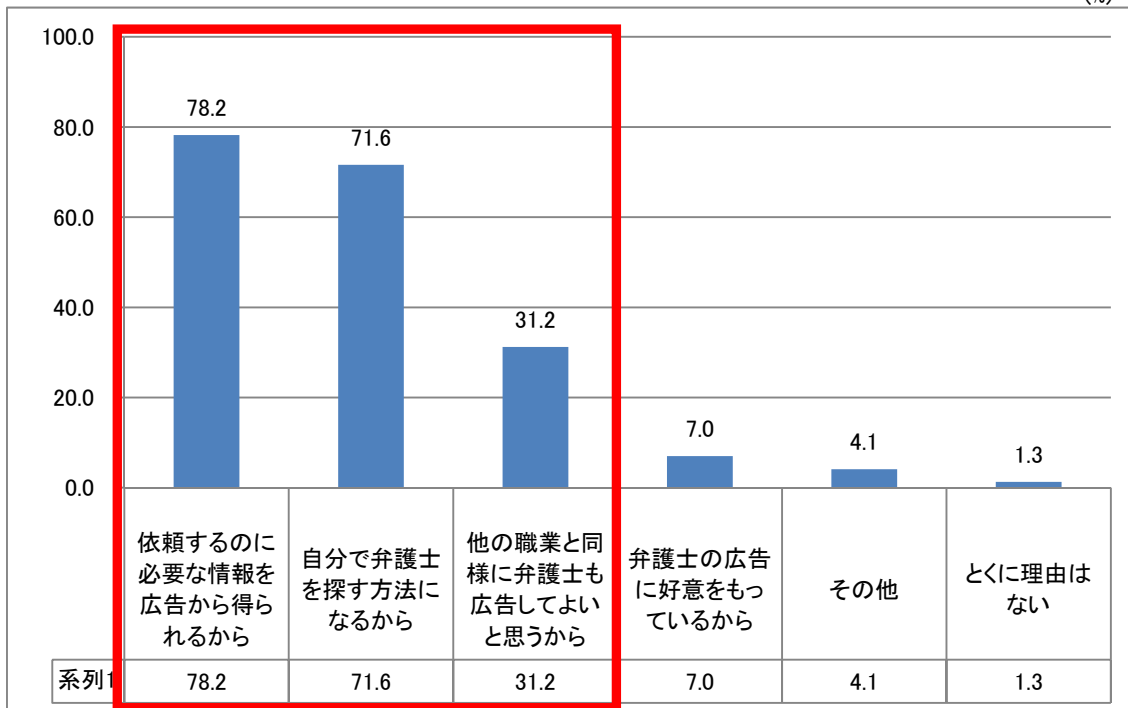
図 7. 弁護士広告は必要か？ (n=1241)



質問原文【表題】Q7. 現在、弁護士による広告がされていますが、弁護士を知るために広告が必要だと思いますか。(回答は1つ)

図 8. 弁護士広告を必要と思う理由 (n=760)

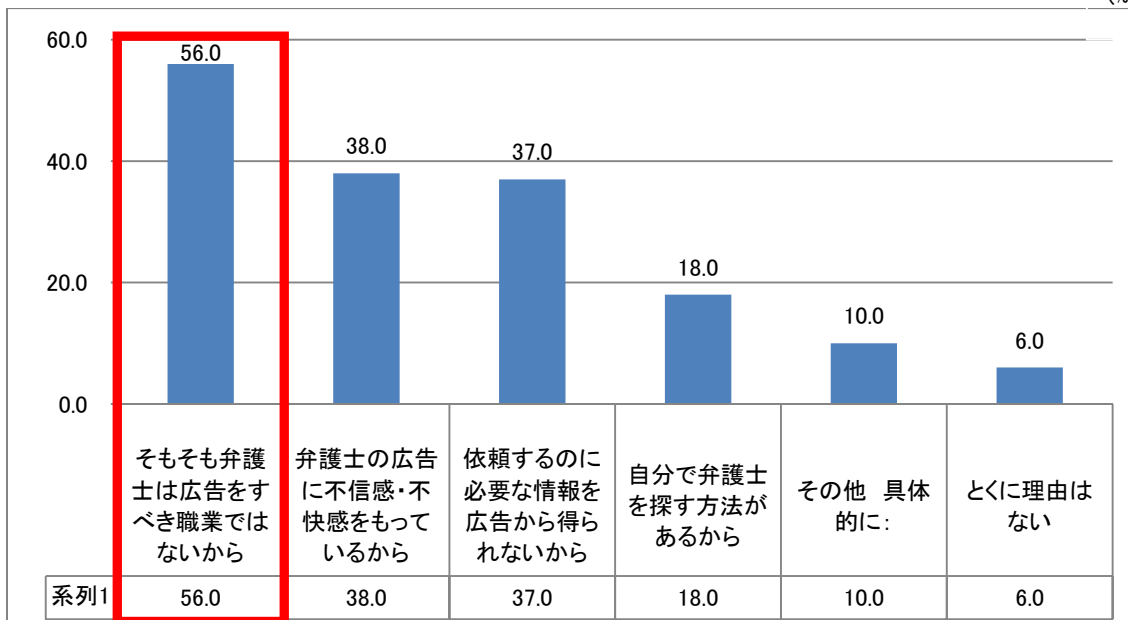
(%)



質問原文【表題】Q8. Q7で「①必要だ」を選んだ方に質問します。なぜ弁護士による広告が必要だと思いますか。(複数回答可)

図 9. 弁護士広告を不必要と思う理由 (n=100)

(%)



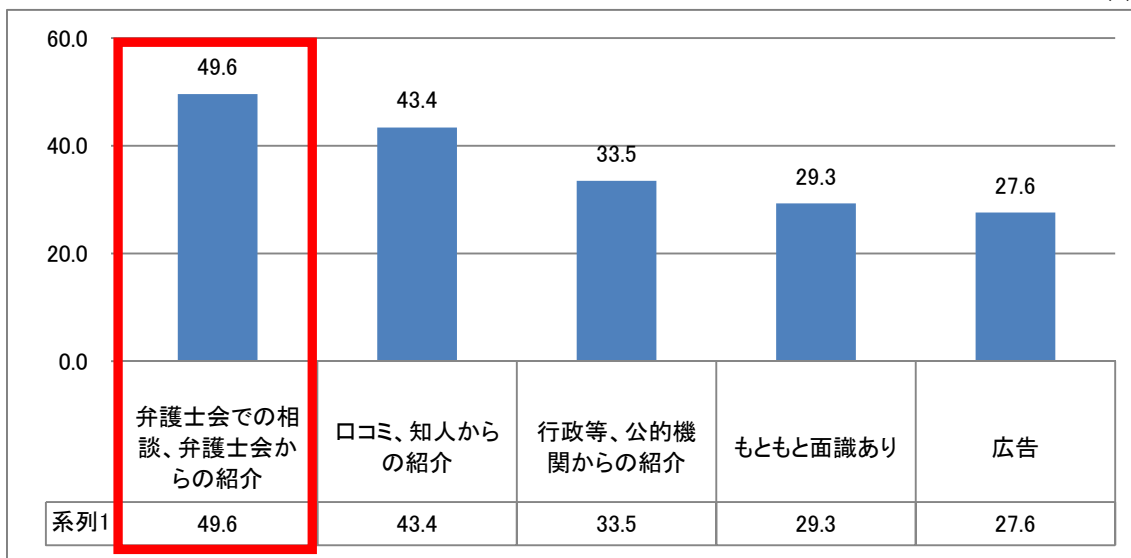
質問原文【表題】Q9. Q7で「②不必要だ」を選んだ方に質問します。なぜ弁護士による広告は不必要だと思いますか。(複数回答可)

■再度の相談は約半数が弁護士会

再び弁護士に相談することがあった場合に何を参考にするかとの問いには、約半数が「弁護士会での相談、弁護士会からの紹介」と回答しています。紹介を受ける対象としては、知人や行政機関に比べ、弁護士会が最も需要が高くなっています。また、紹介を受ける以外に広告を見て選ぶという方法も選択肢の一つとして挙げられています。

図 10. 再び弁護士に相談する場合、何を参考にするか？ (n=1241)

(%)



質問原文【表題】Q10. 仮に、再び弁護士に相談することがあれば、今度は何を参考にしたいですか。(複数回答可)

////////////////////////////////////

■株式会社 L-net 概要

所在地: 〒104-0061 東京都中央区銀座 5-13-12 サンビル 2 階

代表取締役: 藤田一成

TDB 企業コード: 989495252

URL: <http://www.e-lnet.jp/>

■本件に関するお問い合わせ先

株式会社 L-net(エルネット) 担当: 佐藤幸治

E-mail: info@e-lnet.jp

TEL: 03-3524-9263

FAX: 03-3524-9264

////////////////////////////////////

データの無断転載は禁じます。画像を使用される場合は L-net の了解を取るようになしてください。