

目次

はしがき

第一章 弁護士の大都市集中とその機能的意義

——職域拡大と社会的役割の転換

一 問題の所在	1
二 経済的指標と弁護士分布	13
三 都市型弁護士の訴訟離れ	33
四 企業法務活動への進出	50
五 政策形成過程への参加	67
六 若干の展望	80
第二章 弁護士事務所共同化の市場戦略	91
一 問題の所在	91
二 共同化のパターン	95

三 共同化・専門化の阻害要因	102
四 共同化推進の法政策	113
第三章 プロフェッションと広告	119
一 問題の所在	119
二 弁護士が広告に期待するもの	123
三 利用者が広告に期待するもの	129
四 まとめ	135
第四章 少額事件と弁護士	137
はじめに	137
一 問題の所在	139
二 縮小均衡の論理連関	143
三 拡大均衡の可能性	149
四 結語	156
第五章 弁護士広告の機能	161
はじめに	161
一 受任域の確認	163
二 選択性の行使	172
三 広告ルールの受容	188
第六章 弁護士倫理の視点	201
——J・カーリン『弁護士倫理——ニューヨーク市弁護士界の実態調査』から	201
はじめに	201
一 弁護士倫理の意義	202
二 逸脱の諸要因	205
三 倫理教育の役割	215
第七章 弁護士像の日本的位相	217
——「親しまれる弁護士」を求めて	217
一 「親しみ」のシレンイ	217
二 公共奉仕性の追求	225
三 公共奉仕の倫理化	231
四 対価性の承認	252