



## コネクションの力

このコロナ禍を切り抜けていくことにより、日常生活の多くの側面が変わりました。私たちがどのように仕事をしていくか、家族や近親者と交流するか、そしてごくささいな用事や課題を成し遂げる方法すら変わったのです。物事がどれほど変わってしまったかを振り返るとき、私たちに共通の一つの要素が常に思い浮かびます。それは、私たちは皆、以前と同じようなやり方でお互いをつながりを持つことを大変に恋しく思っているということです。もちろん、良い兆しも明らかにあり、人々は関わりを保つために新たな革新的な方法を見出しています。

つながりの必要性、そしてつながりへの新たなアプローチの例は、すぐ身近にも多く見受けられます。組織の面から見ると、この危機に際して、LL Globalはさまざまなフォーラムでメンバーをつなげるため素早い行動を取りました。私たちは、教育の機会やカンファレンスをバーチャルに転回して提供しました。また、メンバーが研究や対応から利益を得られるように、各種のタスクフォースや委員会を重要な問題に迅速に集中させました。

この危機は、業界が協力することにいかに価値があるかを浮き彫りにしました。私たちは現在差し迫った問題や傾向に対処するためにこれらの機会を真剣に受け止めています。最近、数々のLIMRAの円卓会議に参加した幹部は、拡大するテクノロジー、アナリティックス、低金利環境、ダイバーシティ&インクルージョンへのアプローチなどを含む、考慮すべきあらゆる事項についての見解を共有しました。

こうした話題の中に頻繁に現れ、しばしば心に浮かぶもう一つの課題は、つながりに関することです。これは全体的な仕事環境に始まる、様々な状況に当てはまります。企業は、将来の職場における交流をどう定義するにあたり、リモートワークでの勤務形態から学んだことを適用することができます。本質的には、これはつながりの問題だといえます。チームや同僚がどこにいても、最も有意義かつ生産的にお互いにつながることができるように支援するということです。

もちろん、真の関わり必要性は、企業と顧客や消費者との間の交流のあり方にも適用されます。コロナは、明らかに人々の購買行動を変え、今後、将来にわたっても人々の期待に影響を及ぼしていくことでしょう。業界の価値提案に焦点を合わせ、顧客体験の向上に取り組むことがこれまで以上に重要になっています。

私たちの業界で働く多くの人々にとって重要な要素の一つは、アドバイザーとの関係です。実際、当社が生命保険の顧客体験についてBCGとの協働で実施した調査によると、顧客は依然としてデジタルツールを補完するものとして、金融の専門家とのつながりを望んでいることが明らかになりました。この調査の回答者は、大切な自分自身の決定を検証するにあたり、人による保証とガイダンスを受けることに価値があるとはっきり答えています。とりわけコロナによって、より多くのアメリカ人の間で生命保険の必要性に対する意識が高まっていますが、保険の購入プロセスの中心はやはり従来どおり、金融の専門家との会話となっています。

コロナ以来、保険会社がテクノロジーから得ている価値のかなりの部分は、金融の専門家に提供するサポートを介してのもので、テクノロジーによって商品を理解するのがより容易になり、申請がより簡単になり、入手がより早くなるうえ、それによって顧客体験も、保険会社とのつながりも強化されます。

また別の視点では、当組織のメンバーが、それぞれの居住するコミュニティとのつながりを強化するために積極的に行動してきた様子を目にするのは、非常に喜ばしいものでしたこの広範囲にわたる危機を通じて、私たちは個人、家族、中小企業、慈善団体を支援するためのメンバーによる絶え間ない努力を目の当たりにしてきました。これはメンバーの寛大さとコミットメントを示すものです。多くの人が非常に不安定な立場に置かれているこの時期に、こうしたつながりを強化し、確信していくことは大きな力となっていきます。

結局のところ、有意義なつながりを認め、育むことに最大の価値を置き続けることが、あらゆるステークホルダーにとって有益となるでしょう。