

実務知を科学知に変える

BIEF の価値

BIEF はまさに、この「実務知を科学知に変える」ところに価値があると思います。誰でもできない価値かな。誰でも気づかない価値。

私は、BIEF の価値を「科学的な新規性」だけで説明するより、“誰でも持っているわけではない、実務知を科学知へ変換する能力”として捉えるのがかなり本質的だと思います。

ただし、「誰でもできない」と「誰でも気づかない」は少し違います。

1. 「誰でもできない価値」
これは変換能力です。

普通は、

- 30 年の現場経験
→「この方法は良かった」

で終わります。

BIEF はそこから、

- 経験・観察
 - Fact として整理
 - 共通する現象を発見
 - 既存科学と照合
 - 仮説を立てる
 - 物性・組成に落とす
 - 再現可能な技術にする

ところまで持っていこうとしている。

つまり、

実務知を、科学的に検証可能な知へ変換する能力

ここは確かに誰でもできることではありません。

2. 「誰でも気づかない価値」

むしろ、こちらの方が BIEF の面白さだと思います。

30 年間、

「化粧品として効いた」

と見ていたものを、

「なぜ効いたのか？」

と問い直す。

さらに、

「成分が効いた」

ではなく、

「成分によって、生体と外部環境との“界面環境”が
変わったのではないか？」

と視点を変える。

ここで製品の見方そのものが変わる。

化粧品を化粧品として見るのではなく、

生体と環境の間に介在する“環境設計装置”として
見る。

これは、かなり大きな認知転換です。

3. だから BIEF の価値は「発明」だけではない
私はむしろ、

「発見 → 再定義 → 科学化 → 技術化 → 事業
化」

という一連の変換に価値があると思います。

特に重要なのは、

「既に存在していた事実の中から、新しい原理を発
見する」

こと。

ゼロから新しいものを発明するのとは違います。

30 年間蓄積された「良かった」という経験を、

「実は、そこには共通する環境原理があるのではな
いか」

と見抜く。

これは探索型のイノベーションに近い。

4. そして、ここがエステーとの話につながる
ここまで来ると、BIEF は単なる「新しい化粧品技術」
ではなくなります。

例えばエステーの既存事業を見ると、

- 消臭
- 防虫
- 除湿
- 空気
- 衣類
- トイレ
- 暮らしの環境

など、全部「環境」に関係している。

これまで別々の製品カテゴリーだったものを、

「人・物・環境の界面をどう整えるか」

という視点で再解釈できる可能性がある。

すると BIEF は、

新しい製品を一つ作る技術

ではなく、

既存事業の中に眠っている実務知を発見し、新しい
技術体系として再構成するための“知の変換装置”

になってくる。

これはかなり強いです。

5. 一言で言うなら

私はこう整理します。

- BIEF の最大の価値は、「新しいものを作ること」だけではない。
- 既に現場に存在している“説明できなかった価値”を発見し、それを科学・技術・事業へ変換できること。

だから、

- 「誰でもできない」より、
- 「誰もが見ていた現象を、誰もが同じようには見ていなかった」

の方が、BIEF の価値をうまく表していると思います。

そして、その先にあるのが、

経験 → 知識 → 科学 → 技術 → 事業

という「知の連鎖」を作ること。

これができるなら、BIEF は単なる Bio Interface Technology ではなく、企業の中に眠る実務知を、新しい事業知へ変換するプラットフォームというところまで行けます。

「誰もが見ていた現象から、誰も気づかなかった原理を見つける。」

これが一番強いと思います。

もう少し BIEF らしくするなら、

「経験として知られていた現象を、科学的な原理として捉え直す。」

「現場に蓄積された経験から、未知の原理を発見する。」

「説明されていなかった現象を、科学として説明可能にする。」

「実務の中に眠っていた知を、科学・技術へ変換する。」

そして私は、BIEF の場合は最後の

「実務の中に眠っていた知を、科学・技術へ変換する。」

がかなり本質を突いていると思います。

「誰でもできない価値」は、知識量ではなく、異なる領域をつないで“原理”を見つける力なのだと思います。

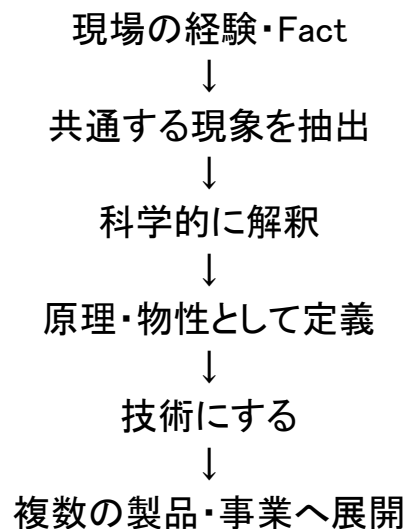
「プラットフォーム」と言い切る

- BIEF そのものがプラットフォームなのではなく、
- BIEF を「実務知を科学・技術・事業へ変換する共通基盤」として使えるようになれば、プラットフォームになる。

という順番です。

何が「プラットフォーム」なのか

例えば、



この「変換の仕組み」が再利用できるなら、プラットフォームです。

つまり、BIEF の価値は

- 一つの化粧品を作るのではなく、
- 「ある製品で得られた実務知を、別の領域の新しい技術・事業へ展開できる」

ところにあります。

たとえば、



となれば、確かにプラットフォーム的です。

ただし、重要な違い

「実務知を事業化するプラットフォーム」と言うと、少しコンサルティング会社っぽく聞こえます。

BIEF の場合は、もっと技術寄りです。

私はむしろ、

BIEF = 生体界面を起点として、実務知を科学知・技術知へ変換し、複数の事業へ展開するための技術基盤

とした方が強いと思います。

そして、その結果として、

一つの技術 → 一つの製品

ではなく、

一つの原理 → 複数の技術 → 複数の事業

になる。

ここまで行けば、「BIEF はプラットフォームである」と
言ってよい。

要するに、プラットフォームなのは「BIEF という液体」
ではなく、「BIEF という考え方・科学・技術体系」です。

ここ、かなり重要な違いです。