

家電量販店による「PB 家電強化」の背景とは？

物価高で広がる**シンケン**（慎重＋堅実）**消費**に対応！

「お客様の声」を商品に直結させる

エディオン PB 家電 商品開発のヒミツを公開！

エディオンでは、「くらしを、新しい角度から。」をコンセプトに、家電の PB（プライベートブランド）「e angle（イー アングル）」の製品を次々と発売。2018 年のブランド立ち上げ当初は数点だった商品ラインナップは、現在は 70 商品以上に拡大。店頭をはじめとするさまざまな接点から寄せられるお客様の声を活かした、PB 商品の開発のヒミツを担当者に聞きました。

■物価高で家電選びが変化！

「安さ」だけではない、家電量販店の PB 家電に注目！

家電量販店が PB 家電に注力する 3 つの背景

① 物価高で広がる「シンケン（慎重・堅実）」な家電選び

生活者は価格だけでなく、必要な機能が搭載されているか、長く使えるかなど、価格と価値のバランスを慎重に見極めるようになっていきます。

② 家電の購入先が多様化

EC サイト、雑貨店、インテリアショップ、ホームセンターなど、家電の購入先が多様化しています。

③「そこでしか買えない家電」が重要に

エディオンでは、お客様の声を商品開発に活かし、機能、価格、デザインを備えた独自商品を強化しています。



グローバル商品企画部 木村健吾さん

■「お客様の声」から生まれた！エディオンの PB 家電をピックアップ！

「部屋に合う色の家電が欲しい」

➡20 代の購入構成比が、通常商品の 2 倍となったカラーデザインシリーズ

家電の主力商品は、白や黒等を基調としたデザインが多く販売されていますが、一方で「部屋に合う色の家電が欲しい」「ほかの商品と同じ色で揃えたい」という声も寄せられていました。そこで、ティール、ピンクベージュ、モカホワイトの 3 色を採用。オーブントースター、グリル鍋、タンブラーミキサーなどからスタートし、現在は 10 アイテムまで拡大しています。「ビジュ家電」として、シリーズ商品の購入者に占める 20 代の構成比は、通常商品の約 2 倍に。部屋の差し色にもなるティールが人気です。



「洗濯機の洗剤自動投入は、もう手放せない」

➡洗濯機の便利機能を応用した、国内初の「洗剤自動投入機能付き食洗機」

洗剤自動投入機能付き洗濯機の利用者から寄せられた「一度使うと、もう自動投入のない生活には戻れない」という声が開発のきっかけです。「毎回洗剤を入れる食器洗い乾燥機にも応用できるのではないか」と考え、発売当時、据え置き型として国内初となる洗剤自動投入機能を搭載しました。課題となったのは、本体を大きくせずに、洗剤タンクや投入機構を収めること。2 年以上にわたり試作と検証を重ね、従来とほぼ同じサイズで実現しました。



「中高生も手に取りやすい、かわいい製品を」

➡330 円・480 円・680 円・980 円・1,780 円の 10 代向けシリーズ

若年層の方々にも、家電量販店をより身近に感じていただき、新たな接点を創出したいという思いから、「かわいいを広げる」をテーマにホワイト、ピンク、パープルのパステルカラーを採用した商品を中心に開発しました。

必要な機能だけに絞り、330 円～1,780 円という価格を実現。充電ケーブル、スマートフォン周辺機器、ハンディファン、理美容商品などを展開しています。



「大容量のドラム式を、わが家に合うサイズで」

➡10kg 容量でもコンパクトサイズの洗剤自動投入機能付きドラム式洗濯機

「ドラム式洗濯機は憧れるけれど自宅の設置スペースが小さい」「家事を時短したいが、導入費用のハードルが高い」という声が寄せられていました。そこで、10kg の容量でありながら、コンパクトなサイズにこだわりました。さらに、洗剤・柔軟剤自動投入機能を備えながら、109,800 円というお求めやすい価格を実現。2026 年 2 月末の発売開始前から多くの予約が集まった、e angle の大型家電展開を象徴する商品です。



「仕事では有線、普段はワイヤレス」

➡1 台で使い分けられる 2WAY イヤホン

リモートワークの普及に伴い、「会社支給のパソコンでは Bluetooth 接続ができない」という声が寄せられました。

普段はワイヤレス、仕事では有線で使えるよう、両方の接続方法に対応。発売後には、充電切れへの備えや長距離移動時の使用、高齢者のワイヤレスイヤホンの入門用など、想定以上に幅広い用途で利用されています。



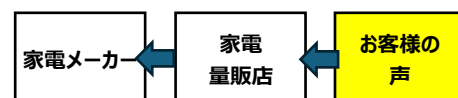
■ 担当者が語る「PB 家電開発のヒミツ」

グローバル商品企画部 木村健吾さん

エディオンの強みは、「店舗でお客様の声を直接聞けること」です。店舗だけでなく、EC サイト、配送、設置、修理など、さまざまな接点から得られる声を組み合わせると、お客様がまだ言葉にしていない潜在的なニーズが見えてきます。商品開発では、価格、品質、技術など、多くの課題があります。できない理由を考えるのではなく、どうすれば実現できるかを考え、お客様の声を最善の形で商品にすることを大切にしています。

【木村健吾プロフィール】

入社後、約 10 年間にわたり大型店から小型店まで複数の店舗で販売を経験。約 5 年前に社内公募に応募し、商品開発部門へ異動。洗剤自動投入機能付き食器洗い乾燥機や、カラーデザインシリーズなど、e angle の商品開発に携わっている。



■ お客様の声が商品になるまで！

お客様の本音を商品に変える 5 つのポイント

① あらゆる接点から「本音」を集める

- ・店頭で寄せられた質問や要望
- ・販売員へのアンケート
- ・エディオンカード会員へのヒアリング
- ・購入後の商品レビュー
- ・配送、設置、修理の現場からの情報
- ・EC サイトの評価



② お客様の声から「次のニーズ」を見抜く

全国から毎月寄せられる数百件の声を分析。同じ内容が複数の店舗やレビューから寄せられているか、市場に同様の商品があるか、商品化する時点でもニーズが続いているかなどを見極める。



③ お客様の声を「欲しい商品」に変える

必要な機能、価格、サイズ、デザインなどを検討。カラーバリエーションを広げるなど、より多くのお客様に選んでいただける商品へと落とし込む。



④ 発売できる品質まで「徹底的に磨き上げる」

新しい機能を搭載する商品では、何度も試作と改良を実施。後述の「商品性能テスト研究所」で厳しい検査を行い、基準を満たした商品だけを発売する。



⑤ 発売後の声を「次のヒット商品」へ

販売後のレビュー、店舗の反応、配送・設置時の課題、修理内容などを確認。実際に使われて初めて分かった声を、次期モデルの改良や新たな商品企画につなげる。



■ 商品を完全分解！ 販売できるかを決める「商品性能テスト研究所」

約 40 種類のテスト機器で徹底検査

商品性能テスト研究所（兵庫県尼崎市）では、e angleをはじめ、国内の中小メーカーや海外メーカーの商品について、安全性、耐久性、実用性などを確認しています。製造工場から届いた試作品について、製品の特性に応じたさまざまな検査を実施。実際の使用場面を想定し、操作性や耐久性、使いやすさ、表示内容などを細かく確認します。



【こんなところまでテスト！】

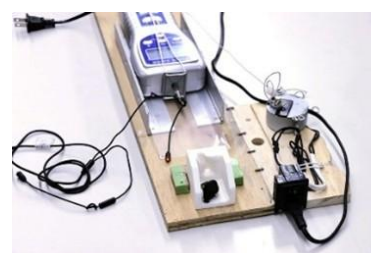
- ・マウスを専用治具で 7 万 3,000 回クリック
- ・ボタンやダイヤルの押しやすさ
- ・イヤホンジャックを繰り返し抜き差し
- ・パッケージの分かりやすさ
- ・炊飯器の全コースで実際に炊飯し、試食
- ・取扱説明書の表現や表示



【発売直前でも作り直す！】

カラーデザインシリーズでは、同じ色番号を指定しても、工場や素材が違うことで色に差が出ることがあります。

商品を並べた際に違和感があれば、発売時期が迫っていても作り直します。安全性だけでなく、見た目や使いやすさも含め、お客様が満足できるかを確認しています。



【基準を満たさなければ販売延期】

テストで問題が見つかった場合は、協力メーカーや工場と改良を行います。当初の発売予定に間に合わなくても、基準を満たすまで販売を延期します。

「e angle」約 70 種類が 14 日間限定で、さらにお買い得に！

2026 年 8 月 17 日（月）～8 月 30 日（日）「e angle week」を開催

エディオンでは、2026 年 8 月 17 日（月）から 8 月 30 日（日）までの 14 日間、全国のエディオン店舗およびエディオンネットショップにて、「e angle week（イーアングル・ウィーク）」を開催します。

期間中は、エディオンのプライベートブランド「e angle」の対象商品約 70 種類を、期間限定の特別価格で販売します。

e angle week 特集ページ： <https://my.edion.jp/r/2b37cc9242>