

第6回 消費と小売の変遷

主任研究員 嶋田 英岳

はじめに

2025年8月以降掲載している「熊本経済100年史」。これまで「製造業」、「産業構造」、「人口」、「農業」、「観光」の100年史をお届けしてきた。本稿では、日常生活そのものといえる消費と小売の変遷を振り返る。

1 時代区分別に見る消費社会の背景と県内小売業の主な出来事

まず、時代区分別に、消費社会の背景と県内小売業の主な出来事を整理する。概観すると、日々の生活最優先であった戦前期～戦後復興期、家電が普及し娯楽への支出も増えた高度経済成長期、ブランド志向やコト消費など消費旺盛な面も見えた安定成長・バブル期、節約志向や消費スタイルの多様化が映るバブル崩壊以後、という潮流が把握できる。

【戦前期（1925年～1945年）】

- 世界恐慌や戦争の影響で物資が不足し、生活必需品は配給制に。
- 「贅沢は敵だ」というスローガンのもと、質素な生活が求められた。

1930年 銀丁百貨店が開店

以下、

- 全国的な消費動向
年号 熊本県内の小売の出来事

【戦後復興期（1945年～1954年）】

- 生活必需品中心の消費が主流で、食料・衣類・燃料などの基本的な物資が最優先された。
- 闇市が全国に広がり、配給制度では手に入らない物資を高値で購入する行動が一般化した。

1952年 鶴屋百貨店と大洋デパートが開店

【高度経済成長期（1955年～1973年）】

- 「三種の神器」（白黒テレビ、洗濯機、冷蔵庫）が家庭に普及。
- エンゲル係数（食料品への支出割合）が低下し、教養娯楽や交通・通信などへの支出が増加した。
- 都市部を中心にスーパーマーケットや百貨店が拡大した。

1960年 ニコニコ堂が上通で総合衣料店として創業

1960年 上通5丁目に熊本初となるオーニング※が完成

1963年 サニー県内第1号店が水前寺に開店

1968年 寿屋が下通店を開店

1969年 熊本市下通一番街に全面アーケードが完成

1969年 熊本交通センタープラザが開業

1973年 岩田屋伊勢丹が開業

※主に建物の外側に取り付けられる日よけや雨よけのための可動式のひさし

【安定成長・バブル期（1973年～1990年）】

- 第一次オイルショックによる物価高。
- ブランド志向・高級志向が強まる一方、「モノ消費」から「コト消費」への関心も高まった。
- 不動産や株式などの価格上昇（資産効果）が消費意欲を刺激した。
- ファミコン（1983年）やウォシュレット（1980年）など新しい家庭用製品が人気に。
- 100円ショップやファストファッションが台頭。
- 1974年 セブンイレブン第1号店が東京に開店。

県内のコンビニエンスストアでは、HOT SPARやエブリワンが台頭

1980年 ダイエー熊本店（後のイオン熊本中央店）が大江に開店

1986年 熊本パルコが開店

【バブル崩壊以後 前半（1991年～2015年）】

- 長期デフレと低成長により「節約志向」が定着。
 - 住宅価格下落が家計の資産価値を大きく減少させ、消費マインドを冷やした。
- 1996年 サンピアンシティモール（現ゆめタウンサンピアン）が上南部に開業
- 1997年 ダイヤモンドシティ熊本南（現イオンモール宇城）が小川町に開業
- 1998年 クリスタルモールはません（現ゆめタウンはません）田井島に開業
- 2003年 熊本岩田屋（旧岩田屋伊勢丹）が閉店し、くまもと阪神が開業
- 2004年 ゆめタウン光の森が開業
- 2005年 ダイヤモンドシティ・クレア（現イオンモール熊本）が嘉島町に開業
- 2011年 県民百貨店がくまもと阪神から名称変更して再スタート

【バブル崩壊以後 後半（2015年～）】

- EC市場の拡大、オンラインショッピングの浸透。
 - シェアリングエコノミー（車、自転車など）やサブスクリプション型消費（動画配信、音楽など）
- 以降は会員専用ページにて公開しております。
- SNSの影響で「一般の評価（口コミ、『いいね』の数など）」や「共感」が消費の価値に。「映え」、「インスタ映え」が消費の価値に。
- 2019年 サクラマチクマモトが開業
- 2021年 ファミリーマートくまもとが開業
- 2023年 熊本パルコ跡地にHAF熊本HOMESが開業
- ご覧頂くには、入会手続き後、会員専用ページより
アクセスをお願いします。

[ご入会はこちらから](#)

（入力は数分で終わります）

[会員の方はこちらから](#)