



Uudenmaan liitto
Nylands förbund

MAAKUNTA-
KAAVA



UUDENMAAN KAUPAN PALVELUVERKON KEHITYS JA VERTAILU

Uudenmaan liiton julkaisu E 171 - 2016
ISBN 978-952-448-451-0
ISSN 2341-8885

Ulkoasu: Salla Virtanen
Valokuvat: Tuula Palaste

Verkojulkaisu
Helsinki 2016

Uudenmaan liitto // Nylands förbund
Helsinki-Uusimaa Regional Council

Esterinportti 2 B • 00240 Helsinki • Finland
+358 9 4767 411 • toimisto@uudenmaanliitto.fi • uudenmaanliitto.fi

Kuvailulehti	4
Presentationsblad	5
TIIVISTELMÄ / SAMMANDRAG	7
1. JOHDANTO	10
OSA I UUDENMAAN 2. VAIHEMAAKUNTAKAAVAN KAUPAN RATKAISUN VERTAILU	12
2. KAUPPAA KOSKEVAT MAAKUNTAKAAVAMERKINNÄT	13
2.1 Keskustatoimintojen alueet	13
2.2 Keskustojen ulkopuoliset vähittäiskaupan suuryksiköt	16
2.3 Merkintöjen alueellinen ulottuvuus	18
3. MAAKUNTAKAAVAN KAUPAN MITOITUS	19
3.1 Kaupan mitoituksen muodostuminen	19
3.2 Vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus	22
3.3 Keskustojen ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus	23
3.4 Seudullisten vähittäiskaupan suuryksiköiden koon alarajat	26
4. JOHTOPÄÄTÖKSET UUDENMAAN KAUPAN RATKAISUSTA	28
OSA II KAUPAN KEHITYS UUELLAMAALLA	31
5. KAUPAN TOIMIPAIKKAMÄÄRÄN, HENKILÖSTÖN JA LIIKEVAIHDON KEHITYS	32
5.1 Kaupan toimipaikkamäärän kehitys	32
5.2 Kaupan henkilöstömäärän kehitys	33
5.3 Kaupan liikevaihdon kehitys	35
6. PÄVITTÄISTAVARAKAUPAN KEHITYS	37
7. KAUPAN TYÖPAIKKOJEN KEHITYS KESKUSTA-ALUEILLA JA DONITSEISSA	43
8. VALMISTUNEET MYYMÄLÄ- JA LIIKERAKENNUKSET	46
9. KAUPAN LIIKETILAN KEHITYS KESKUSTA-ALUEILLA JA DONITSEISSA	48
9.1 Valmistuneet kaupan hankkeet	48
9.2 Vireillä olevat kaupan hankkeet	51
10. JOHTOPÄÄTÖKSET JA KAUPAN KEHITYKSEN SEURANTA	56
10.1 Kaupan kehityksen seuranta	56
10.2 Kohdemerkintöjen alueellinen ulottuvuus	58
OSA III KAUPPA TULEVAISUUDESSA UUELLAMAALLA	60
11. KAUPAN TRENDIÄ	61
11.1 Kuluttajatrendejä	61
11.2 Kaupan toimintaympäristön trendejä	61
11.3 Kaupan toimintatrendejä	62
11.4 Digitalisoituminen ja verkkokauppa	63
12. KAUPAN TRENDIEN VAIKUTUS MAAKUNTAKAAVAN KAUPAN RATKAISUIHIN	66
LÄHTEET JA LÄHTÖTIEDOT	70
LIITTEET	71

KUVAILULEHTI

Julkaisun nimi

Uudenmaan kaupan palveluverkon kehitys ja vertailu

Julkaisija

Uudenmaan liitto

Tekijä

WSP Finland Oy

Julkaisusarjan nimi ja sarjanumero

Uudenmaan liiton julkaisu E 171

Julkaisuaika

2016

ISBN

978-952-448-451-0

ISSN

2341-8885

Kieli

suomi

Sivuja

82

Huomautuksia

Julkaisun pdf-versio löytyy verkkosivuiltamme www.uudenmaanliitto.fi/julkaisut.

PRESENTATIONSBLAD

Publikation

Handelns servicenät i Nyland – utveckling och jämförelse

Utgivare

Nylands förbund

Författare

WSP Finland Oy

Seriens namn och nummer

Nylands förbunds publikationer E 171

Utgivningsdatum

2016

ISBN

978-952-448-451-0

ISSN

2341-8885

Språk

finska

Sidor

82

Övriga uppgifter

Publikationen finns i pdf-version på vår webbplats www.uudenmaanliitto.fi/julkaisut.

TIIVISTELMÄ

Tämän selvitystyön tavoitteena on tuottaa tietoa Uudenmaan alueen kaupan menneestä ja tulevasta kehityksestä sekä maakuntakaavan seurantaan että tulevan maakuntakaavan laadintaa varten. Selvityksessä myös verrattiin Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan kaupan ratkaisua Kanta-Hämeen, Kymenlaakson, Etelä-Karjalan, Pohjois-Pohjanmaan vahvistettujen maakuntakaavojen sekä Päijät-Hämeen vireillä olevan maakuntakaavan kaupan ratkaisuun.

Uudenmaan maakuntakaava oli yksi ensimmäisistä maakuntakaavoista, jossa kaupan ratkaisu on tehty uudistetun MRL:n mukaisesti. Uudenmaan maakuntakaavan kaupan ratkaisua valmisteltaessa ei ollut vielä käytettävissä muita vahvistettuja maakuntakaavoja. Maakuntakaavojen kaupan ratkaisut ovat hyvin erilaisia erityisesti mitoituksen sekä käytettyjen kaavamääräysten suhteen. Uudenmaan kaupan ratkaisu on muihin selvityksessä tarkasteltuihin kaavoihin verrattuna useassa kohdassa muita tiukempi ja ohjaavampi, vaikka joustavuutta on mitoitukseen tuotu esimerkiksi mitoitukseluokkien muodossa.

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa keskustan ulkopuolisiin vähittäiskaupan suuryksiköihin on osoitettu vain sellaista merkitykseltään seudullista vähittäiskauppaa, joka kaupan laatu huomioon ottaen voi perustellusta syystä sijoittua myös keskusta-alueiden ulkopuolelle (pl. Lommi-la). Kaikissa muissa tutkituissa maakuntakaavoissa on osoitettu keskustan ulkopuolisia vähittäiskaupan suuryksiköitä, jonne voi sijoittaa, ainakin rajoitetusti, myös keskustakauppaa eli päivittäistavarakauppaa tai muuta erikoiskauppaa.

Uudenmaan kaupan mitoituksessa on otettu huomioon verkkokaupan vaikutus ja myyntitehokkuuden kehitys, joita vain harvassa muussa kaavassa on tarkasteltu. Useassa muussa maakunnassa mitoitukseen on laskettu mukaan matkailijoiden ja loma-asukkaiden vaikutus sekä myös tavoitteellisia ostovoiman siirtymiä, jotka kasvattavat mitoitusta. Näin ollen keskustan ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus verrattuna asukasmäärään on Uudellamaalla keskimääräistä alhaisempi. Lisäksi merkitykseltään

SAMMANDRAG

Syftet med det här utredningsarbetet är att producera ny information om Nylands tidigare och framtida utveckling inom handeln. Utredningen har också gjorts med tanke på uppföljningen av landskapsplanen och arbetet med den kommande landskapsplanen. I utredningen jämfördes lösningen för handeln i etapplandskapsplan 2 för Nyland med lösningen för handeln i de fastställda landskapsplanerna för Egentliga Tavastland, Kymenmedalen, Södra Karelen och Norra Österbotten samt i landskapsplanen för Päijänne-Tavastland som för närvarande utarbetas.

Landskapsplanen för Nyland var en av de första planerna vars lösning för handeln utgick från den reviderade markanvändnings- och bygglagen. Då handelns lösning planerades för landskapsplanen för Nyland fanns det ännu inga fastställda landskapsplaner att jämföra med. Landskapsplanernas lösningar för handeln skiljer sig mycket från varandra, i synnerhet vad gäller handelns dimensionering och de beteckningar som har använts. I jämförelse med de planer som har granskats i utredningen är lösningen för handeln i Nyland i många fall mer ovillkorlig och styrande, även om dimensioneringen har gjorts smidigare till exempel med hjälp av dimensioneringsklasser.

På områden för stora detaljhandelsenheter utanför centrum har man i etapplandskapsplan 2 för Nyland bara angett sådan detaljhandel på regional nivå som med hänsyn till affärens art också kan förläggas utanför centrumområden (Gloms borträknat). I alla andra landskapsplaner som har granskats i den här utredningen har man på området utanför centrum angett detaljhandelsenheter, där det åtminstone till en viss mån också är möjligt att förlägga centrumhandel, det vill säga dagligvaruhandel och annan specialhandel.

Näthandelns betydelse och försäljningseffektivitetens utveckling har beaktats i dimensioneringen av handeln i Nyland. Dessa har granskats endast i ett fåtal andra planer. I flera landskap har man i dimensioneringen av handeln räknat med turisternas och sommargästernas inverkan och även köpkraftens förskjutning, vilket ökar dimensioneringen. Det innebär att i relation till

seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön alaraja on Uudellamaalla päivittäistavarakaupassa suurelta osin korkeampi suhteutettuna lähialueen asukasmäärään kuin muissa maakuntakaavoissa.

Vähittäiskaupassa tapahtunutta kehitystä tarkasteltiin 2. vaihemaakuntakaavan laadinnan aikaisesta tilanteesta. Uusimaa on kaupan volyymiltaan suurin maakunta ja vastaa kolmannesta koko vähittäiskaupan liikevaihdosta. Tarkastelujakson alkuvuosina 2007–12 kaupan liikevaihto kasvoi Uudellamaalla kuitenkin hitaammin kuin keskimäärin Suomessa. Uudellamaalla kasvu oli nopeinta Helsingin seudun kehysalueella sekä Itä-Uudellamaalla. Pääkaupunkiseudulla kaupan liikevaihto kasvoi keskimääräistä hitaammin. Päinvastainen kehitys tapahtui 2013–14, jolloin vähittäiskaupan liikevaihto kasvoi Uudellamaalla muuta maata nopeammin ja pääkaupunkiseudulla muuta Uttamaata nopeammin.

Maakuntakaavan keskusta-alueilla kaupan kehitys on ollut positiivista, mutta keskustan ulkopuolisissa vähittäiskaupan suuryksiköissä elnk. donitsi-alueilla kasvu on ollut keskimääräistä nopeampaa. Kaupan hankkeita, sekä valmistuneita että vireillä olevia, on keskusta-alueilla kuitenkin pinta-alalla mitattuna enemmän kuin donitsi-alueilla. Donitsi-alueilla valmistuneista hankkeista on noin puolet tilaa vaativaa kauppaa ja puolet ns. keskustakauppaa, mutta vireillä olevista hankkeista valtaosa on tilaa vaativaa kauppaa. Näiltä osin maakuntakaavan ohjausvaikutus on ollut toimiva ja tavoitteen mukainen. Selvityksen mukaan kauppaa on myös merkittävä määrä maakuntakaavan keskusta- ja donitsi-alueiden ulkopuolella kuten taajamissa.

Tulevaisuudessa kuluttajiin ja arvoihin liittyvät trendit sekä osin myös kaupan toimintaympäristön trendit kuten väestön ikääntyminen, asuntokuntien pieneneminen, kaupungistuminen, matkailun ja vapaa-ajan kasvu, palvelukulttuurin kasvu ja ekologisuus painottanevat kaupan kehitystä keskusta-alueilla keskustojen ulkopuolisia kaupapaikkoja enemmän. Monikanavaisen kaupan kasvun myötä parhailla paikoilla oleville keskustojen ja kauppakeskusten liiketiloille on kysyntää. Saavutettavuus on yksi tärkeistä sijaintikriteereistä ja hyvän sijainnin merkitys korostuu entisestään. Keskeiset raideliikenteen asemanseudut ovat luontevia paikkoja laajan palveluvalikoiman kaupunkikeskuksille. Kevyt- ja joukkoliikenteen

invånarantalet är maximidimensioneringen för stora detaljhandelsenheter utanför centrumområdena mindre i Nyland än genomsnittet. Inom dagligvaruhandeln är den undre gränsen för stora detaljhandelsenheter av regional betydelse i relation till närområdets invånarantal till stora delar högre i Nyland än i andra landskapsplaner.

Utvecklingen inom detaljhandeln granskades i förhållande till tiden då etapplandskapsplan 2 utarbetades. Vad gäller handelns omfattning är Nyland det största landskapet. Handeln i Nyland står för en tredjedel av detaljhandelns totala omsättning. I början av tidsperioden som granskats, mellan 2007 och 2012 ökade handelns omsättning i Nyland ändå långsammare än i Finland i genomsnitt. I Nyland ökade handelns omsättning snabbast i Helsingforsregionens kransområde och i östra Nyland. I huvudstadsregionen ökade handelns omsättning långsammare än i genomsnitt. Åren 2013–2014 var utvecklingen den motsatta då detaljhandelns omsättning ökade snabbare i Nyland än i övriga delar av landet och snabbare i huvudstadsregionen än i Nyland i genomsnitt.

I landskapsplanens centrumområden har handelns utveckling varit positiv men i de stora detaljhandelsenheterna utanför centrumområdena, de så kallade donitsområdena, har ökningen varit snabbare än i genomsnitt i Nyland. I centrumområdena är arealen för olika handelsprojekt, både projekt som genomförts och sådana som pågår, ändå större än på de så kallade donitsområdena. Ungefär hälften av projekten som genomförts på områdena utanför centrumen berör utrymmeskrävande handel och hälften så kallad centrumhandel. Av projekten som pågår berör största delen utrymmeskrävande handel. Till denna del har landskapsplanens styrande verkan varit fungerande och följt landskapsplanens mål. Enligt utredningen är handelns andel betydande också utanför landskapsplanens centrumområden såsom i tätorterna.

I framtiden kommer fokus för handelns utveckling mer att ligga på centrumområden än handelsplatserna utanför centrumen. Det här är en följd av trender som beror på konsumenter och värderingar samt även trender som anknyter till handelns verksamhetsmiljö såsom åldrande, mindre bostadshushåll, urbanisering, ökad turism och fritid, ökad servicekultur och ekologiska värderingar. I och med att handeln via flera kanaler

rinnalla myös saavutettavuus henkilöautolla tulee säilymään tärkeänä.

Vaikka trendit painottavat kaupan kehittymistä tulevaisuudessa enemmän keskusta-alueilla kuin keskustojen ulkopuolella, ei keskustojen ulkopuolisia vähittäiskaupan keskittymiä voida maakunta-kaavoituksessa unohtaa. Keskustojen ulkopuoliset suuryksikköalueet, jotka sijoittuvat asutuksen keskelle tai aivan sen tuntumaan, ovat tulevaisuudessakin kehittyviä kauppapaikkoja. Alueiden luonne voi muuttua entistä enemmän monitoimikeskukseksi, joissa on kauppaa, vapaa-ajan palveluita sekä verkkokaupan noutokeskuksia.

Kokonaismaakuntakaavan kaupan ratkaisua laadittaessa tulee selvitysten tulosten mukaan pohdittavaksi mm. loma-asukkaiden ja matkailijoiden ottaminen mukaan tulevassa mitoituksessa, muunkin kuin tiva-kaupan salliminen donitsi-alueilla sekä joidenkin donitsi-alueiden mitoituksen nostaminen. Myös MRL:n uudistaminen tulee johtamaan muutoksiin maankuntakaavan kaupan ratkaisussa.

ökar finns det efterfrågan på de bästa affärslokaler i centrum och köpcentrum. Tillgängligheten är ett av de viktigaste kriterierna vad gäller placeringen och en bra affärsplats betonas allt mer. De viktigaste stationsområdena för spårtrafiken är naturliga platser för byggandet av stadscentrum med ett brett utbud av tjänster. Vid sidan av gång- och cykeltrafik samt kollektivtrafik kommer det fortfarande att vara viktigt att kunna nå affärerna med bil.

Även om trenderna i framtiden mera betonar handelns utveckling på centrumområdena än utanför dem, kan man i landskapsplanen ändå inte glömma detaljhandelskoncentrationerna utanför centrumen. Stora enheter som ligger utanför centrumområdena, mitt bland bosättningen eller alldeles intill den, är handelsplatser som utvecklas också i framtiden. Områdenas karaktär kan övergå till att bli centrumområden med många funktioner, där det finns handel, fritidstjänster och upphämningscentraler i anslutning till näthandeln.

Utredningen visar att då handelns lösning planeras för den övergripande landskapsplanen ska man beakta huruvida bland annat sommargäster och turister ska ingå i dimensioneringen av handeln, huruvida annan handel än utrymmeskrävande handel ska tillåtas på områdena utanför centrumen och huruvida vissa områden utanför centrumen kan tas med i dimensioneringen. Ändringarna i markanvändnings- och bygglagen kommer också att leda till ändringar i lösningen för handeln i landskapsplanen.

1. JOHDANTO

Kaupan palveluverkkoa tarkasteltiin Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa, jonka ympäristöministeriö vahvisti 30.10.2014. Maakuntakaavan kaupan palveluverkon mitoittamisen lähtökohdaksi julkaistiin vuonna 2013 kauppaa koskeva selvitys ”Kaupan palveluverkon mitoittaminen ja vaikutusten arviointi”, Uudenmaan liitto, Santasalo Ky, Strafica Oy. Työn tarkoituksena oli vaikutusarviointeja hyödyntäen mitoittaa maakuntakaavaan osoitettavat vähittäiskaupan suuryksiköt ja tarvittavilta osin myös keskustatoimintojen alueita.

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan kaupan ratkaisua laadittaessa ei ollut vielä käytettävissä muita uuden lain mukaisia vahvistettuja maakuntakaavoja. Maankäyttö- ja rakennuslain vähittäiskaupan ohjausta koskeva lainmuutos tuli voimaan 15.4.2011. Lain mukaan vähittäiskaupan suuryksikköjen ensisijainen sijaintipaikka on keskusta-alue, ellei muu sijainti kaupan laatu huomioon ottaen ole perusteltu. Kauppaa koskevien säännösten keskeisimpänä uudistuksena vähittäiskaupan suuryksikön määritelmää sovelletaan myös tilaa vaativaan erikoistavaran kauppaan siirtymäsäännöksen mukaan 16.4.2017 alkaen. Maakuntakaavassa tulee esittää vähittäiskaupan suuryksikköiden enimmäismitoitus sekä merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön koon alaraja. Nyt on lainmuutoksen jälkeen vahvistettuja tai hyväksytyttä maakuntakaavoja yli kymmenen. Maakuntakaavojen kaupan ratkaisut ovat hyvin erilaisia erityisesti mitoituksen sekä käytettyjen kaavamääräysten suhteen.

Ympäristöministeriössä valmistellaan parhaillaan maankäyttö- ja rakennuslain uudistusta. Myös kauppaa koskeviin säännöksiin on tulossa muutoksia. Tavoitteena on mm. kaupan suuryksiköitä koskevan sääntelyn keventäminen keskusta-alueilla. Luonnos hallituksen esitykseksi maankäyttö- ja rakennuslain muutokseksi lähtee lausunnoille kesäkuussa 2016 ja se annetaan eduskunnalle syksyllä. Lainuudistus tulee voimaan keväällä 2017.

Uudenmaan liiton tehtävänä on seurata, miten

maakuntakaava on lähtenyt toteutumaan. Lisäksi Uudenmaan liitossa valmistellaan seuraavaa kokonaismaakuntakaavaa. Maakuntakaavoitusta varten tarvitaan tietoa, miten kaupan palveluverkossa tapahtuneet muutokset ja tulevat kaupan muutokset saattavat vaikuttaa yhdyskuntarakenteen kehittämistarpeeseen ja miten kaupan kaavaratkaisua tulisi tältä pohjalta tarkistaa käynnistyvässä maakuntakaavassa. Näin ollen on tullut tarve selvittää kaupan palveluverkon kehitystä Uudellamaalla.

Uudenmaan kaupan palveluverkon kehitys ja vertailu -selvityksen tavoitteena on tuottaa tietoa Uudenmaan alueen kaupan menneestä ja tulevasta kehityksestä sekä maakuntakaavan seurantaan että tulevan maakuntakaavan laadintaa varten. Selvityksessä myös verrataan Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan kaupan ratkaisua Kanta-Hämeen, Kymenlaakson, Etelä-Karjalan ja Pohjois-Pohjanmaan lainvoimaisten maakuntakaavojen sekä laadittavana olevan Päijät-Hämeen vaihemaakuntakaavan ehdotukseen.

Selvityksessä tarkastellaan ja vertaillaan kaupan kehitystä Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan laadinnan aikaisesta tilanteesta lähtien ja tuotetaan tietoa kaupan toimipaikkojen, liikevaihdon ja pinta-alan kehityksestä maakunnassa sekä suuryksikköalueilla että keskustatoimintojen alueilla. Kehitysseurannan pohjalta tehdään ehdotus kaupan seurannan tunnusluvuista sekä seurannan kannalta järkevän ajanjakson pituudesta. Lisäksi selvitystyössä tarkastellaan kaupan kehityksen tulevaisuutta ja arvioidaan trendien mahdollisia vaikutuksia maakuntakaavaan.

Uudenmaan kaupan palveluverkon kehitys ja vertailu -selvitys on kolmivaiheinen. Ensimmäisessä osassa selvitetään, miten Uudenmaan kaupan ratkaisu eroaa viiden muun maakuntakaavan kaupan ratkaisusta. Osiossa verrataan Uudenmaan maakuntakaavan kaupan ratkaisua mitoituksen, mitoituksen muodostumisen sekä sijainnin ja kaavamääräyksien osalta vertailumaakuntien ratkaisuun.

Selvityksen pääpaino on toisessa osassa. Toisessa osassa selvitetään, miten kauppa on

Uudellamaalla kehittynyt 2. vaihemaakuntakaavan laadinnan aikaisesta tilanteesta. Kaupan kehitystä kuvataan kaupan toimipaikkojen ja myynnin kehityksen sekä kaupan rakentamisen osalta tilastojen ja kartoitusten avulla.

Kolmannessa osassa kuvataan kaupan kehitysnäkymiä Uudenmaan alueella tulevaisuudessa. Kolmas osa keskittyy hahmottamaan, millaista kauppa tulevaisuudessa on Uudellamaalla ja miten kaupan tuleva kehitys voi näkyä maakuntakaavoituksessa. Osio pohjautuu uusimpiin tehtyihin trendiselvityksiin.

Uudenmaan liitto on tilannut Uudenmaan kaupan palveluverkon kehityksen päivitystyön WSP Finland Oy:ltä. Työn ohjausryhmään ovat kuulleet Uudenmaan liitosta aluesuunnittelun johtaja Merja Vikman-Kanerva, kaavoituspäällikkö Ilo-na Mansikka, maakunta-arkkitehti Aila Elo sekä suunnittelija Jouni Suominen. Selvitystyöstä ovat vastanneet projektipäällikkö Katja Koskela ja kaupan asiantuntija Tuomas Santasalo. Selvitystyötä on esitelty myös Uudenmaan liiton kaupan asiantuntijaryhmälle sekä aluesuunnittelun yhteistyöryhmille.



OSA I

UUDENMAAN 2. VAIHEMAAKUNTAKAAVAN KAUPAN RATKAISUN VERTAILU

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan kaupan ratkaisua laadittaessa ei uuden lain mukaisia maakuntakaavoja ollut vielä vahvistettu. Kaupan ratkaisu laadittiin tiiviissä yhteistyössä ympäristöministeriön kanssa. Nyt vahvistettuja tai hyväksytyjä maakuntakaavoja on jo useita. Kaupan ratkaisu maakuntakaavoissa ovat hyvin erilaisia erityisesti mitoituksen sekä käytettyjen kaavamääräysten suhteen.

Maankäyttö- ja rakennuslain vähittäiskaupan ohjausta koskeva lainmuutos tuli voimaan 15.4.2011. MRL:n mukaan vähittäiskaupan suuryksiköiden ensisijainen sijaintipaikka on keskusta-alue, ellei muu sijainti kaupan laatu huomioon ottaen ole perusteltu. Vähittäiskaupan suuryksiköiden sijoittumisessa keskusta-alueiden ulkopuolelle on huomioitava vähittäiskauppaa koskevat erityiset sisältövaatimukset, joita sovelletaan maankunta- ja yleiskaavoihin. Keskeisimpänä uudistuksena vähittäiskaupan suuryksikön määrittelmää sovelletaan myös tilaa vaativaan erikoistavaran kauppaan siirtymäsäännöksen mukaan 16.4.2017 alkaen. Lainmuutokseen sisältyy maakuntakaavoitusta koskeva velvoite esittää vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus. Lisäksi maakuntakaavassa tulee esittää merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön koon alaraja.

Selvityksen osassa I verrataan Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan kaupan ratkaisua neljän muun vahvistetun maakuntakaavan ja yhden viireillä olevan maakuntakaavan kaupan ratkaisuun. Vertailussa mukana ovat seuraavat maakuntakaavat:

- Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaava (vahvistettu 30.10.2014)
- Kanta-Hämeen 1. vaihemaakuntakaava

(vahvistettu 2.4.2014 ja 18.12.2015)

- Kymenlaakson 4. vaihemaakuntakaava (vahvistettu 26.11.2014)
- Etelä-Karjalan 1. vaihemaakuntakaava (vahvistettu 19.10.2015)
- Pohjois-Pohjanmaan 1. vaihemaakuntakaava (vahvistettu 23.11.2015)
- Päijät-Hämeen maakuntakaava (korjattu kaavaehdotus 15.2.2016)

Päijät-Hämeen maakuntakaavatilanne: kaavaehdotus nähtävillä 4.5–12.6.2015, saadun palautteen perusteella laaditut vastineet ja toimenpiteet niiden johdosta hyväksyttiin maakuntahallituksessa 14.12.2015. Samalla maakuntahallitus päätti, että kaava on tarpeen laittaa uudelleen korjattuna nähtäville. Päijät-Hämeen korjatusta maakuntakaavaehdotuksesta pyydetään lausunnot keskeisiltä viranomaisilta ennen kaavaehdotuksen laittamista julkisesti nähtäville.

Tässä selvityksessä vertailukohteena ovat vahvistetut maakuntakaavat sekä vielä viireillä oleva Päijät-Hämeen maakuntakaava, mutta joiltakin osiltaan tarkastellaan myös ympäristöministeriön vahvistamatta jättämiä kaupan merkintöjä. Mukana olevista maakuntakaavoista on ympäristöministeriö jättänyt kahdesta vahvistamatta kauppaa koskevia merkintöjä.

Kanta-Hämeen 1. vaihemaakuntakaavasta ympäristöministeriö ei vahvistanut Hämeenlinnan Tiiriön keskustatoimintojen alueen merkintää. Kaupan ratkaisun osalta vahvistamatta jäivät myös keskusta-alueiden ulkopuolelle osoitettujen vähittäiskaupan suuryksiköiden merkinnät Janakkalan Rastikangas, Riihimäen Merkos-Pohjoinen ja Merkos-Länsi, Forssan Autokeidas, Humppilan

lasitehtaan alue sekä Hämeenlinnan Kirstulan keskusta-alueen kanssa kilpaileva erikoistavarakaupan osuus. Kanta-Hämeessä jäi niin ikään vahvistamatta Forssan, Hämeenlinnan ja Riihimäen kaupunkiseuduille osoitettu seutukeskusten palveluyöhyke -merkintä, jossa oli määritelty merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön koon alarajat. Hämeen liitto haki päätökseen muutosta korkeimmalta hallinto-oikeudelta palveluyöhykkeen osalta. Valitus hyväksyttiin ja

ympäristöministeriö teki tämän johdosta uuden vahvistuspäätöksen.

Pohjois-Pohjanmaalla ympäristöministeriö jätti vahvistamatta erikoiskaupan suuryksikön merkintään (km-1) ja vähittäiskaupan kehittämisen kohdealuemerkintään (kma) liittyvät suunnittelumääräykset siltä osin kuin ne koskevat muuta erikoiskauppaa, joka ei kaupan laatu huomioon ottaen sovellu keskustatoimintojen alueille.

2. KAUPPAA KOSKEVAT MAAKUNTAKAAVAMERKINNÄT

Selvityksessä tarkastellaan kaupan ja erityisesti vähittäiskaupan suuryksiköiden ohjauksen kannalta keskeisimpiä kaavamerkintöjä, jotka ovat keskustatoimintojen alue- ja kohdemerkinnät sekä keskustatoimintojen alueiden ulkopuoliset vähittäiskaupan suuryksiköiden alue- ja kohdemerkinnät. Tarkastelun kohteena ovat merkinnät sekä kaupan laatua ohjaavat määräykset. Keskustatoimintojen alueiden osalta tarkastellaan myös, minkälaisille keskustoille on jätetty esittämättä enimmäismitoitus ja vastaavasti minkälaisille keskustoille on mitoitus esitetty.

2.1 Keskustatoimintojen alueet

Kaikissa vertailussa mukana olevissa maakunta-kaavoissa on osoitettaessa keskustatoimintojen alueita käytetty eritasoisia keskustatoimintojen

alueiden merkintöjä. Osa merkinnöistä on kohde-merkintöjä, osa aluevarausmerkintöjä. Eritasoisilla merkinnöillä on osoitettu eritasoisia keskustoja ja alakeskuksia. Yleisesti on eri merkinnöillä osoitettu maakuntakeskus tai seutukeskukset sekä kunta- tai alue/alakeskukset.

Aluevarausmerkintää on käytetty usein suurten keskusten kohdalla. Uudellamaalla sekä Pohjois-Pohjanmaalla aluevarausmerkinnällä on osoitettu vain maakunnan pääkeskusta. Kanta-Hämeessä aluevarausmerkintää on käytetty lähes kaikille keskustoille. Vain kaksi keskustaa, jonne voi sijoittaa vähittäiskaupan suuryksiköitä, on osoitettu kohdemerkinnällä. Kymenlaaksossa, Etelä-Karjalassa sekä Päijät-Hämeessä suurimmat keskustat on osoitettu aluevarausmerkinnällä, muut keskustat kohdemerkinnällä.

Keskustatoimintojen alueiden kaavamerkinnät

	Eritasoisia keskusta-alueiden merkintöjä *	Aluevarausmerkintä**
Uusimaa 2	3 Valtakunnan keskus, seutukeskus, kuntakeskus	Valtakunnan keskus
Kanta-Häme 1	3 C, Ckm, ca	Melkein kaikki keskustat
Kymenlaakso 4	2 C, c	Suuret keskustat
Etelä-Karjala 1	2 C, cl, c	Suuret keskustat
Pohjois-Pohjanmaa 1	4 c, C-1, c-2, c-3	Maakuntakeskus
Päijät-Häme 2014	3 C, c, ca	Suuret keskustat

* joissa on sallittu seudullisesti merkittävät vähittäiskaupan suuryksiköt
** muut kohdemerkintöjä

Maakuntakaavoissa on mitoitettu ja jätetty mitoittamatta eri tavoin keskustatoimintojen alueita. Kaupan oppaan mukaan enimmäismitoituksen esittämättä jättämistä voidaan harkita esimerkiksi silloin, kun keskusta-alueen merkitys on aluerakenteellisesti maakunnallinen tai kun keskusta-alue on toimiva ja elinvoimainen ”aito keskusta” tai kun keskushierarkialtaan samantasoisten keskusten välillä ei ole kilpailua. Mitoituksen esittämättä jättäminen on aina perusteltava vaikutusten

arvioinnin kautta. Esimerkiksi suurimpien kaupunkien keskustatoimintojen alueilla ei aina ole tarpeen osoittaa enimmäismitoitusta kerrosneliömetreinä, jos kaavan vaikutusten arviointi ei sitä edellytä. Vertailussa mukana olevissa maakuntakaavoissa mitoittamatta on jätetty maakuntakeskus ja seutukeskukset, joissakin maakuntakaavoissa myös seutukeskusten kanssa samalla taajama-alueella olevat alakeskukset sekä suuret kuntakeskukset.

Mitoitettujen ja mitoittamattomien keskustatoimintojen lukumäärä sekä mitoittamatta jätetyt keskustat

	Mitoitetut keskustat	Mitoittamatta jätetyt	
Uusimaa 2	20	31	Valtakunnan keskus, seutukeskukset, pks-aluekeskukset ja suurimmat kuntakeskukset
Kanta-Häme 1	11	3 (+1)	Seutukeskukset
Kymenlaakso 4	4	5	Seutukeskukset, niiden alakeskuksia ja yksi suuri kuntakeskus
Etelä-Karjala 1	10	4	Seutukeskukset ja niiden alakeskuksia
Pohjois-Pohjanmaa 1	21	2	Suurimmat seutukeskukset
Päijät-Häme 2014	27	2	Maakuntakeskus ja 2. suurin keskus

Kanta-Häme 1
Pohjois-Pohjanmaa 1

Tiiriö jäi vahvistamatta Oulun kolmelle alakeskukselle (Kaakkuri, Ritaharju ja Hiukkavaara) yhteismitoitus

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa on jätetty mitoittamatta 31 keskustatoimintojen aluetta, joita ovat valtakunnan keskus, seutukeskukset, suurimmat kuntakeskukset sekä pääkaupunki-seudun aluekeskukset. Kanta-Hämeessä on jätetty mitoittamatta ainoastaan seutukeskukset. Myöskään Tiiriön keskustatoimintojen alueille ei osoitettu mitoitusta, mutta tämän merkinnän ympäristöministeriö jätti vahvistamatta.

Kymenlaaksossa on jätetty mitoittamatta seutukeskukset Kotka ja Kouvola sekä pääkeskusten alakeskuksia, Kuusankoski ja Karhula, jotka ovat sijoittuneet samalle taajama-alueelle pääkeskuksen kanssa. Myös kolmanneksi suurimmalle kuntakeskukselle Haminalle ei ole esitetty enimmäismitoitusta. Hamina toimii maakunnan itäisen

alueen keskuksena, vaikkakin alueelta suuntautuu ostovoimaa myös Kotkaan.

Etelä-Karjalassa mitoitusta ei ole esitetty seutukeskuksille eikä myöskään seutukeskusten alakeskuksille eli Vuoksenniskalle ja Joutsenolle. Molemmat ovat kaupan palveluiltaan enemmän paikallistason keskuksia.

Pohjois-Pohjanmaalla sekä Päijät-Hämeessä mitoittamatta jätettyjä keskustoja on molemmissa vain kaksi. Pohjois-Pohjanmaalla on jätetty mitoittamatta Oulu sekä Raahe. Osalle seutukuntien pääkeskuksista kuten Kuusamolle ja Ylivieskalle on osoitettu enimmäismitoitus, vaikka keskustat ovat oman markkina-alueensa pääkeskuksia. Päijät-Hämeessä on jätetty mitoittamatta maakunnan pääkeskus Lahti sekä oman vaikutusalueensa

omaava Heinola.

Mitoittamatta jätettyjä sekä myös mitoitettuja keskustoja on verrattu keskenään kunnan väkiluvun perusteella. Kunnan väkiluku ei kuitenkaan ole ainoa mittari kuvaamaan keskusten tasoa, mikä näkyy erityisesti alakeskusten osalta. Väestöluvultaan pienissä kunnissa voi olla monipuolisia laajemman alueen kaupan keskuksia, kun taas väestöluvultaan suurissa kunnissa voi olla kaupan tarjonnaltaan pieniä keskuksia, jotka tukeutuvat mm. läheisen pääkeskuksen palveluihin. Vertailu antaa kuitenkin taustaa, minkäkokoisten kuntien keskustoja on mitoitettu ja vastaavasti jätetty mitoittamatta.

Väkiluvultaan pienin mitoittamatta jätetty keskusta on Kauniainen (9500 as.). Muissa maakunnissa pienimmät mitoittamatta jätetyt keskustat ovat kunnan väkiluvultaan 17.000–19.000. Näistä pienin on Forssa, joka on aito kaupallinen seutukeskus. Mitoittamatta jätettyjen alakeskusten vaikutusalueen väestömäärä voi olla näitä pienempi.

Mitoitetut keskustat kaikissa maakunnissa ovat yleensä pieniä keskustoja. Kuntien väestömäärä on yleensä alle 10.000, vain Pohjois-Pohjanmaalla sekä Päijät-Hämeessä on mitoitettu sellaisia kuntakeskustoja, joiden kunnissa väestöä on yli 10.000. Molemmissa maakunnissa tällaisia mitoitettuja kuntakeskuksia on useita.

Uudellamaalla mitoittamatta jätettyjen keskustatoimintojen alueiden lukumäärä on selvästi

suurin, mutta myös suuria keskuksia on paljon. Väestömäärään suhteutettuna Uudellamaalla mitoittamatta jätetyt keskustat eivät poikkea suuresti muiden maakuntien mitoittamatta jätetyistä keskustoista. Muutama mitoittamatta jätetty keskusta on kunnan väestöltään pienempi kuin muissa maakunnissa mitoittamatta jätetyt keskustat. Pienin on Kauniainen, joka jää Espoon sisään. Sen raideliikenteen varressa oleva keskusta palvelee seudullisesti laajempaa aluetta kuin oman kunnan väestöä. Loviisan väkiluku on niin ikään vähäinen, mutta Loviisa palvelee myös omaa väestöään laajempaa vaikutusaluetta. Samoin Söderkullan väestömäärä on alhainen, vaikka kunnan koko väkiluku (n. 19.000) on samaa luokkaa muiden pienimpien mitoittamatta jätettyjen keskustojen kanssa. Toisaalta myös Kymenlaaksossa ja Etelä-Karjalassa on jätetty mitoittamatta useita alakeskuksia, joiden lähialueen väestömäärä jää alhaiseksi. Muut Uudellamaalla mitoittamatta jätetyt keskustat ovat kunnan väkiluvultaan vähintään samaa suuruusluokkaa, kuin muissa maakunnissa mitoittamatta jätetyt keskustat.

Yleisesti myös mitoitettut keskustat ovat Uudellamaalla ja muissa maakunnissa suurimmaksi osaksi samaa kokoluokkaa kunnan väestöllä mitattuna eli alle 10.000 asukkaan kuntakeskuksia. Pohjois-Pohjanmaalla ja Päijät-Hämeessä on kuitenkin mitoitettu myös väestöltään näitä suurempia kuntakeskuksia.

Pienimmät mitoittamatta jätetyt ja suurimmat mitoitettut keskustatoimintojen alueet kunnan väkiluvun mukaan

	Pienin mitoittamatta jäänyt	Väestö 2014	Suurin mitoitettu	Väestö 2014
Uusimaa 2	Kauniainen	9 357	Hanko	9 021
Kanta-Häme 1	Forssa	17 521	Hattula	9 738
Kymenlaakso 4	Hamina	21 061	Iitti	6 950
Etelä-Karjala 1	Vuoksenniska (Imatran aluekeskus)	28 037	Ruokolahti	5 404
Pohjois-Pohjanmaa 1	Raaha	25 383	Kempele	16 889
Päijät-Häme 2014	Heinola	19 695	Hollola	21 892

2.2 Keskustojen ulkopuoliset vähittäiskaupan suuryksiköt

Keskustojen ulkopuolisille vähittäiskaupan suuryksiköille on maakuntakaavoissa yleensä käytetty useita erilaisia km-merkintöjä. Ainoastaan Uudellamaalla on kaikille keskustojen ulkopuolisille vähittäiskaupan suuryksiköille osoitettu sama kaavamerkintä (ns. donitsi-kohdemerkintä). Muissa maakuntakaavoissa on erilaisia merkintöjä osoitettu kaupan laadun tai ajoituksen mukaan (kuten reservialueet). Kaupan laatua koskevia erilaisia merkintöjä on mm. paljon tilaa vaativan

vähittäiskaupan suuryksiköille, erikoiskaupan suuryksiköille, matkailua palveleville vähittäiskaupan suuryksiköille, rajakaupan suuryksiköille ja liikekeskusmaiselle alueelle. Osa merkinnöistä on kohdemerkintöjä, osa aluevarausmerkintöjä tai kehittämisperiaatemarkintöjä.

Erilaisten kaavamerkintöjen lukumäärä vaihtelee Uudenmaan yhdestä Etelä-Karjalan kahdeksaan erilaiseen merkintään. Uudellamaalla kaikki keskustojen ulkopuoliset vähittäiskaupan suuryksiköt on osoitettu kohdemerkinnällä, muissa maakuntakaavoissa on kohteiden lisäksi aluevarausmerkintöjä tai/ja kehittämisperiaatemarkintöjä.

Kaavamerkinnät keskustan ulkopuolisille vähittäiskaupan suuryksiköille

	Erilaisia km-merkintöjä	Aluevaraus-/kohdemerkintöjä
Uusimaa 2	1 "donitsi"	Kohdemerkintöjä
Kanta-Häme 1	3 KM, km, kme	Alueita ja kohdemerkintöjä
Kymenlaakso 4	4 km, kmt, kma, kma-r	Kohteita ja vähittäiskaupan sekä vähittäiskaupan ja rajakaupan kehittämisen kohdealueita
Etelä-Karjala 1	8 KM-1, KM-2, km-2, KM-3, km-3, KM-4, KM-r, KM/res	Alueita, kohteita ja vähittäiskaupan suuryksikön reservialueita
Pohjois-Pohjanmaa 1	3 km, km-1, kma	Kohteita ja vähittäiskaupan kehittämisen kohdealueita
Päijät-Häme 2014	3 KM, km, kma	Alueita, kohteita ja vähittäiskaupan kehittämisen kohdealueita

Maakuntakaavoihin on osoitettu vaihteleva määrä keskustojen ulkopuolisia vähittäiskaupan suuryksiköitä. Lukumäärä heijastaa palveluverkon rakennetta. Jos merkintöjä on vähäisesti, on

kauppa yleensä hyvin keskittynyttä. Jos merkintöjä on paljon, on kaupan palveluverkko jakautunut tasaisemmin ympäri maakuntaa.

Keskustan ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden lukumäärä

	Merkintöjä yhteensä	Uusia alueita *
Uusimaa 2	31	7
Kanta-Häme 1	10	2 (+2)
Kymenlaakso 4	9	2
Etelä-Karjala 1	16 + 4	6
Pohjois-Pohjanmaa 1	19	6
Päijät-Häme 2014	26	14

* Nykyinen liiketila alle 1000 k-m²
Kanta-Häme: kaksi uutta aluetta YM jätti vahvistamatta
Etelä-Karjala: 4 reservialuetta

Uudellamaalla lukumäärä on suurin, mutta alueen väestömääräkin on suurin ja pääosa merkinnöistä on jo olemassa olevia kaupan alueita. Lisäksi tavoitteena oli suunnitella kaupan palveluverkko osaksi alue- ja yhdyskuntarakennetta. Lukuiset kohdemerkinnät toteuttavat kaavan tavoitetta tasapainoisesta palveluverkosta ja aluerakenteesta. Merkintöjen määrä on kohtalaisen suuri myös Pohjois-Pohjanmaalla ja Päijät-Hämeessä. Uusia vähittäiskaupan suuryksikköalueita on eniten Päijät-Hämeen maakuntakaavassa. Kanta-Hämeessä ja Kymenlaaksossa merkintöjä on yleisesti vähän, ja myös uusien alueiden määrä on vähäinen.

Lukumäärä sinänsä ei ole yksinään ainoa mittari kuvaamaan palveluverkon rakennetta. Vähittäiskaupan suuryksikköalueille suunnatun kaupan laatu sekä mitoitus kertovat myös osaltaan kaupan rakenteesta. Tässä luvussa käsitellään vähittäiskaupan suuryksikköalueiden kaupan laatua, kun taas mitoitusta verrataan luvussa 3.2.

Maakuntakaavoissa on eri tavoin määritelty keskustojen ulkopuolisille alueille suunnatun kaupan laatua. Kaikissa tutkituissa maakuntakaavoissa on sellaisia keskustan ulkopuolisia vähittäiskaupan suuryksiköitä, jonne voi osoittaa vain sellaista merkitykseltään seudullista

vähittäiskauppaa, joka kaupan laatu huomioon ottaen voi perustellusta syystä sijoittua myös keskusta-alueiden ulkopuolelle kuten tilaa vaativaa kauppaa.

Uudenmaan maakuntakaavassa voidaan km-merkinnän osoittamalle alueelle osoittaa vain seudullisesti merkittäviä tilaa vaativan kaupan suuryksiköitä. Uusia merkitykseltään seudullisia päivittäistavarakaupan suuryksiköitä voidaan osoittaa Espoon Lommilaan. Kaikissa muissa maakuntakaavoissa on tilaa vaativan vähittäiskaupan suuryksiköiden ohella myös sellaisia keskustan ulkopuolisia vähittäiskaupan suuryksiköitä, jonne voi sijoittaa myös rajoitetun määrän keskustakauppaa (eli päivittäistavarakauppaa tai muuta erikoiskauppaa). Useassa maakuntakaavassa on myös yksi tai useampia sellaisia keskustan ulkopuolisia vähittäiskaupan suuryksiköitä, joissa ei ole laaturajoituksia lainkaan. Laadun suhteen Uudenmaan maakuntakaava on tutkituista kaavoista kaikkein rajoittavin, koska siinä keskustojen ulkopuolisiin vähittäiskaupan suuryksiköihin saa sijoittua pääosin vain tilaa vaativaa kauppaa, joka ei laatusa puolesta kilpaile keskustakaupan kanssa. Tässä kaavaratkaisussa päätavoitteena on ollut tukea Uudenmaan keskustojen vetovoimaa ja monipuolisuutta kaupan osalta.

Kaupan laatu keskustojen ulkopuolisissa vähittäiskaupan suuryksiköissä

Minkälaisia merkintöjä maakuntakaavoissa on osoitettu kaupan laadun osalta?

Merkintöjen lukumäärä			
	Merkintöjä, joissa ei laaturajoituksia	Laatumääräyksiä, jotka sallivat keskustakauppaa *	Merkintöjä vain tivalle
Uusimaa 2		1	30
Kanta-Häme 1	2	7	1
Kymenlaakso 4	4	2 **	3
Etelä-Karjala 1	1	9	6
Pohjois-Pohjanmaa 1	4	1 **	14
Päijät-Häme 2014		20	6

* määritelty osuus kokonaismitoituksesta

** pt-kaupan osuus rajattu, muutoin ei laatumääräyksiä

2.3. Merkintöjen alueellinen ulottuvuus

Uudenmaan 2.vaihemaakuntakaavassa kaikki keskustatoimintojen alueet sekä keskustojen ulkopuoliset vähittäiskaupan suuryksiköt on osoitettu kohdemerkinnöillä lukuun ottamatta aluevarausmerkinnällä osoitettua valtakunnan keskusta. Kohdemerkintöjen alueellisen ulottuvuuden tulkinnassa on paikoin ollut epäselvyyksiä suhteessa kuntakaavoitukseen.

Kaavamääräyksissä on alueiden sijaintia ja laajuutta määritelty toiminnallisen kokonaisuuden kautta. Kohdemerkinnällä osoitettujen keskustatoimintojen alueiden sijainti ja laajuus on määriteltävä yksityiskohtaisemmassa kaavoituksessa siten, että alueet muodostavat toiminnallisesti yhtenäisen keskustahakuisiin toimintoihin painottuvan kokonaisuuden. Kohdemerkinnällä osoitetun vähittäiskaupan suuryksikön sijainti ja laajuus on määriteltävä yksityiskohtaisessa kaavoituksessa siten, että se muodostaa riittävän laajan toiminnallisen kokonaisuuden. Alueellisen tulkinnan apuvälineenä ovat myös Kaupan palveluverkon mitoittaminen ja vaikutusten arviointi -selvityksen liitekartat nykyisistä keskustatoimintojen alueille sekä vähittäiskaupan suuryksikköalueille rakennetuista liiketiloista.

Muissa tämän selvityksen maakuntakaavoissa osa merkinnöistä on aluevarausmerkintöjä tai kehittämisen kohdealue -merkintöjä. Kohdemerkintöjen alueellista ulottuvuutta on määritelty eri tavoin.

Pohjois-Pohjanmaalla on käytetty vastaavaa kaavamääräystä kohdemerkintöjen ulottuvuuden osalta kuin Uudellamaalla. Kohdemerkinnällä osoitetun alueen sijainti ja laajuus on määriteltävä yksityiskohtaisemmassa kaavoituksessa siten, että alue muodostaa toiminnallisesti yhtenäisen kokonaisuuden. Myös Päijät-Hämeessä vähittäiskaupan suuryksikön sijainti ja laajuus on määriteltävä yksityiskohtaisessa kaavoituksessa siten, että se muodostaa riittävän laajan toiminnallisen kokonaisuuden. Lisäksi vähittäiskaupan suuryksiköiden tarkempaa sijaintia suunniteltaessa tulee minimoida liikenteen aiheuttamat haittavaikutukset.

Keskustatoimintojen alueiden kohdemerkintöjen osalta on todettu, että yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa ja kehittämisessä tulee alueelle sijoittaa toimintoja niin, että keskustat säilyvät elinvoimaisina, toimivina, esteettöminä ja turvallisina.

Kanta-Hämeessä on kaavaselostuksen liitteenä selvitys ”Kaupan suuryksikötulkinta alueittain”, jossa määritellään keskustatoimintojen ja vähittäiskaupan suuryksiköiden aluerajauksia kartoilla.

Kymenlaaksossa suurin osa vähittäiskaupan suuryksikkömerkinnöistä on osoitettu aluevarausmerkinnällä tai kehittämisperiaatemerkinnällä (vähittäiskaupan tai rajakaupan kehittämisen kohdealue). Kaavassa on myös muutamia kohdemerkintöjä. Niiden alueellista ulottuvuutta on määritelty kaavaselostuksessa jokaisen merkinnän osalta erikseen, esim: ”Tilaa vaativan kaupan keskittymä-merkinnällä mahdollistetaan tilaa vaativan kaupan sijoittuminen E18 tien Keltakallion liittymän kohdalle moottoritien molemmille puolille.” tai ”Merkinnällä mahdollistetaan tilaa vaativan kaupan sijoittuminen Kauppakeskusalueen ja Lahti-Kouvola rautatien väliin.”

Etelä-Karjalassa suurin osa merkinnöistä on aluevarausmerkintöjä. Maakuntakaavassa on myös muutamia vähittäiskaupan enimmäismitoitukseltaan pieniä kohdemerkintöjä. Näiden osalta ei kaavamääräyksissä tai kaavaselostuksessa ole juurikaan alueellista tulkintaa ohjaavia kuvauksia.

Vähittäiskaupan palveluverkkoselvitykset maakuntakaavoituksessa -selvityksessä (Ympäristöministeriön raporteja 13/2016) tutkittiin maakuntien liittojen ja ELY-keskusten näkemyksiä siitä, miten selkeästi ja ymmärrettävästi maakuntakaavassa osoitettu kaupan ratkaisu on kokemuksen mukaan välittynyt kuntakaavoitukseen. Selvityksen mukaan kohdemerkintöjen ulottuvuuden tulkintaongelmia on Uudenmaan lisäksi myös mm. Pohjois-Pohjanmaalla. Kymenlaaksossa ELY-keskus oli vastaavasti osaltaan kannustamassa aluevarausmerkinnän käyttöön maakuntakaavassa ja Vaalimaalla on kertynyt hyvää kokemusta aluevarausmerkinnän toimivuudesta.

3. MAAKUNTAKAAVAN KAUPAN MITOITUS

Maakuntakaavassa on osoitettava vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus riittävällä tarkkuudella (MRL 71 b §). Velvoite enimmäismitoituksen osoittamiseen maakuntakaavassa erityisellä merkinnällä koskee sekä keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle mahdollisesti osoitettavia vähittäiskaupan suuryksiköjä että soveltuvin osin myös kaavassa osoitettavia keskustatoimintojen alueita.

3.1 Kaupan mitoituksen muodostuminen

Kaupan palveluverkon kehittäminen sijainti- ja mitoitusratkaisuineen edellyttää vähittäiskaupan kokonaismitoituksen arvioimista. Keskeinen lähtötieto kaupan palveluverkon mitoituksessa on arvio liiketilatarpeesta ja liiketilan lisätarpeesta. Maakuntakaavan kaupan mitoitusratkaisun taustalla ovat pääsääntöisesti kaupan palveluverkkoselvitys ja siinä esitetyt laskelmat liiketilan tarpeesta maakunnassa. Liiketilarave on siten oleellinen taustamuuttuja määriteltäessä vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitusta. Näin ollen selvityksessä tarkastellaan vertailussa

mukana olevien maakuntakaavojen palveluverkkoselvityksessä esitettyjä liiketilatarpeita. Tarkastelussa keskitytään liiketilan lisätarpeeseen, eli siihen kuinka paljon uutta pinta-alaa laskelmien mukaan maakunnassa tarvitaan maakuntakaavan tavoitevuoteen mennessä.

Liiketilan lisätarve pohjautuu ostovoiman kasvuun. Ostovoiman kasvu on muutettu kaupan pinta-alaksi keskimääräisellä myyntitehokkuudella. Ostovoiman kasvuun vaikuttavat arviot sekä väestön että kulutuksen kehityksestä. Väestön kehitys on arvioitu joko Tilastokeskuksen väestöennusteen tai maakunnan liiton oman väestötavoitteen mukaan. Vain kahdessa tarkastelussa mukana olevassa maakunnassa väestön kehitys pohjautuu Tilastokeskuksen ennusteeseen ja muissa maakunnan oma väestötavoite on Tilastokeskuksen ennustetta suurempi. Maakunnan omista ennusteista Uudenmaan ennuste on melko lähellä Tilastokeskuksen ennustetta. Se on vain 5 % suurempi kuin Tilastokeskuksen ennuste, kun taas esimerkiksi Kymenlaakson ennuste on 9 % korkeampi kuin Tilastokeskuksen ennuste.

Ostovoiman kehitysarviossa käytetty väestöennuste

	Väestö	Vuosi	Väestöennuste	Tavoitevuosi	Lähde	Tilastokeskusennuste	Käytetty ennuste/Tilastokeskus
Uusimaa 2	1 517 545	2009	1 929 027	2035	Liiton oma	1 839 738	105 %
Kanta-Häme 1	173 826	2009	203 310	2035	Liiton oma	199 208	102 %
Kymenlaakso 4	182 382	2010	193 300	2025	Liiton oma	177 979	109 %
Etelä-Karjala 1	133 311	2011	131 314	2025	Tilastokeskus	131 314	100 %
Pohjois-Pohjanmaa 1	394 965	2010	440 279	2030	Tilastokeskus	440 279	100 %
Päijät-Häme 2014	202 424	2013	232 000	2035	Liiton oma	221 810	105 %

Asukkaiden ostovoiman on arvioitu kaikissa maakunnissa kasvavan päivittäistavarakaupassa yhden prosentin ja erikoiskaupassa kaksi prosenttia vuodessa asukasta kohden. Kyseiset luvut ovat yleisesti käytössä olleita kasvuennusteita eikä maakuntien välillä ole tämän suhteen eroja.

Ostovoiman kasvu on muutettu myyntitehokkuudella kaupan pinta-alaksi. Käytetty myyntitehokkuus vaihtelee jonkin verran, mutta on kuitenkin pääosin samaa kokoluokkaa. Mitä suurempi myyntitehokkuus, sitä vähemmän pinta-alaa tarvitaan. Uudellamaalla käytetty myyntitehokkuus on kuitenkin selvästi muita korkeampi. Käytetty myyntitehokkuus pohjautuu Kaupan palveluverkon mitoittaminen ja vaikutusten arviointi -selvityksen mukaan A.C. Nielsenin myymälärekisteritietoihin ja Uudenmaan kaupan palveluverkon kartoitusten pohjalta tehtyihin laskelmiin, jotka osoittavat myyntitehokkuuksien olevan keskimääräistä suurempia suuressa osassa maakuntaa.

Uudellamaalla, Päijät-Hämeessä sekä osin myös Etelä-Karjalassa on otettu huomioon myyntitehon kehitys. Päijät-Hämeessä myyntitehokkuusluvuksi valittiin Uudenmaan maakuntakaavan mitoitusselvityksessä käytetyt nykytilanteen

luvut, jotka ovat Päijät-Hämeen nykyisiä tehokkuuksia korkeammat. Etelä-Karjalassa on myyntitehokkuuden arvioitu kasvavan, jos venäläisten matkailijoiden määrä kasvaa merkittävästi, mikä on otettu huomioon venäläisten ostovoiman kasvusta lasketussa liiketilatarpeessa. Oheisessa taulussa esitetyt luvut ovat Etelä-Karjalan osalta nykyisiä tehokkuuslukuja, 20 %:n kasvulla ne ovat samaa suuruusluokkaa kuin Päijät-Hämeessä.

Liiketilarvelaskelmat eroavat toisistaan merkittävästi sen suhteen, onko laskelmassa otettu huomioon kaavallinen ylimitoituskerron. Ylimitoituskerronta perustellaan mm. sillä, etteivät kaavat useimmiten toteudu täysimääräisinä ja että kaavoissa tarvitaan joustavuutta. Liiketilarvelaskelmissa yleisesti käytetty ylimitoituskerron on 1,3. Kahdessa maakunnassa kaavallista ylimitoitusta ei ole otettu huomioon liiketilatarvelaskelmassa vaan vasta maakuntakaavan mitoitusvaiheessa. Tämä vaikuttaa merkittävästi selvitysten keskinäiseen vertailtavuuteen, mikä pitää ottaa huomioon myös kun arvioidaan esimerkiksi sitä, kuinka suuri osuus liiketilatarpeesta on maakuntakaavassa osoitettu keskustan ulkopuolisille vähittäiskaupan suuryksiköille.

Liiketilän lisätarvelaskelmassa käytetyt muuttajat

	Myyntitehokkuus €/k-m ² *				Myyntitehon kehitys	Ylimitus **	Kaupalliset palvelut	Verkkokaupan vaikutus
	Päivittäistavarakauppa	Erikoiskauppa	Tiva	Autokauppa				
Uusimaa 2	8 400	4 100	2 700	9 300	Kyllä, +20 %	1,3	Kyllä	-10 %
Kanta-Häme 1	5 400	2 300			Ei	1,3		Ei
Kymenlaakso 4	5 600	3 000	2 100	6 700	Ei		Kyllä	Ei
Etelä-Karjala 1	5 600	3 100	2 200	7 200	Venäläisten ostovoiman kasvun osalta myyntitehokkuuden kasvu 20 %.		Kyllä	Ei
Pohjois-Pohjanmaa 1	5 400	2 300		6 200	Ei	1,3		Ei
Päijät-Häme 2014	7 000	3 400	2 300	7 800	Kyllä, Uudenmaan nykytilanteen mukaan.	1,3		-10 %

* Myyntitehokkuus €/k-m², osassa ilmoitettu €/my-m², mutta myös kerrottu muunnoskerron Jos ei erikseen ole mainittu tivaa, tivan myyntitehokkuus on sama kuin erikoiskaupan.

** Jos ylimitoitusta ei ole liiketarvelaskennassa, se on otettu huomioon maakuntakaavan mitoitusvaiheessa.

Liiketilän lisätarve on laskettu erikseen päivittäistavarakaupalle ja erikoiskaupalle. Erikoiskauppa on yleensä jaettu tilaa vaativaan erikoiskauppaan ja muuhun erikoiskauppaan, ja erikseen on vielä laskettu tarve autokaupalle. Puolessa tarkastelussa mukana olevista maakuntakaavoista on otettu huomioon myös kaupalliset palvelut, koska ne käyttävät samoja liiketiloja kaupan kanssa. Kaupallisten palvelujen huomioon ottaminen kasvattaa liiketilatarvetta, mutta palvelut on otettu huomioon myös olemassa olevassa liiketilakanassa.

Verkkokaupan vaikutukset liiketilatarpeeseen on otettu huomioon vain kahdessa kaavaratkaisussa, Uudellamaalla ja Päijät-Hämeessä. Verkkokaupan arvioidaan molemmissa vähentävän liiketilän lisätarvetta 10 prosentilla.

Maakunnan asukkaiden ohella on muutamissa maakunnissa otettu huomioon matkailijoiden ja loma-asukkaiden merkitys liiketilän lisätarpeeseen. Lisäksi on otettu huomioon maakunnan lähikunnista tuleva ostovoiman siirtymä, todellinen tai tavoitteellinen. Nämä kasvattavat liiketilän lisätarvetta ja vaikuttavat näin ollen maakuntakaavan kaupan mitoitukseen.

Seuraavassa taulussa on esitetty, miten maakunnan asukkaiden ostovoiman kasvun pohjalta laskettu liiketilän paikallinen lisätarve, jossa ei ole otettu huomioon ylimitoitusta, verkkokaupan vähennystä ja myyntitehokkuuden kasvua eikä matkailijoita tai loma-asukkaita, eroaa kaavaratkaisussa taustalla käytetystä liiketilän lisätarpeesta. Kaavaratkaisun tarve vastaavasti pitää sisällään usein ainakin jotain seuraavista eli ylimitoituksen, verkkokaupan vähennyksen, myyntitehokkuuden kasvun ja/tai maakunnan ulkopuolisen ostovoiman. Kaavaratkaisun taustalla käytetty liiketilän lisätarve eroaa paikoin suuresti paikallisen asukkaiden tarpeesta, mitä selvittävät suurelta osin ylimitoituskerron sekä venäläiset matkailijat.

Uudellamaalla mitoituksessa käytetty tarve

eroaa maakunnan asukkaiden ostovoiman kasvun pohjalta lasketusta tarpeesta kaikkein vähiten. Vaikka mitoituksessa on otettu huomioon ylimitoitus, on mukaan laskettu myös mitoitusta pienentäviä tekijöitä kuten verkkokaupan vaikutus ja myyntitehokkuuden kehitys. Maakunnan ulkopuolelta suuntautuvaa tarvetta on laskettu vain hyvin vähäisissä määrin Riihimäeltä.

Kanta-Hämeessä kaavaratkaisun taustalla oleva liiketilän lisätarve on myös kohtalaisen lähellä asukkaiden ostovoiman kasvusta aiheutuva laskennallinen tarve. Kanta-Hämeessä on mitoitukseen otettu mukaan ylimitoituksen lisäksi jonkin verran tavoitteellisia ostovoiman siirtymiä, mutta autokaupan lisätarvetta ei ole laskelmissa otettu huomioon. Pohjois-Pohjanmaalla osin nykytilan mukaiset mutta osin tavoitteelliset siirtymät ovat suuret verrattuna paikalliseen tarpeeseen. Etelä-Karjalassa mitoituksen taustalla vaikuttavat arviot voimakkaasta venäläisten matkailijoiden kehityksestä.

Kymenlaaksossa mitoitukseen vaikuttavat myös merkittävästi venäläiset matkailijat. Kymenlaaksossa palveluverkkoselvityksessä laskettua liiketilän lisätarvetta ei kuitenkaan ole sellaisenaan käytetty maakuntakaavan mitoituksen taustalla, vaan venäläisten matkailun kasvuarvioita on päivitetty tästä vielä ylöspäin ja kaavan mitoituksessa on otettu huomioon myös ylimitoituskerron.

Päijät-Hämeessä kaavaratkaisun taustalla oleva liiketilän lisätarve on myös kohtalaisen lähellä asukkaiden ostovoiman kasvusta aiheutuva laskennallinen tarve. Liiketilän lisätarpeessa on otettu huomioon matkailu ja loma-asukkaat, mutta myös verkkokaupan vaikutus ja myyntitehokkuuden kasvu. Lopullisessa kaavaratkaisussa mitoitukseen on lisätty myös ostovoiman siirtymät sekä muut liiketilät, jotka kasvattavat kaavan mitoitusta kohtalaisen paljon, mikä ei näy vielä tässä vertailussa.

Maakuntakaavan kaavaratkaisun taustalla käytetty liiketilan lisätarve verrattuna maakunnan asukkaiden ostovoiman kasvun pohjalta laskettuun tarpeeseen

	Mitoituksessa käytetty tarve */ Maakunnan asukkaiden tarve **		Mitoituksessa käytetty tarve *
	minimi	maksimi	
Uusimaa 2		120 %	Sis. ylimitoituksen, verkkokaupan vähennyksen, myyntitehokkuuden kasvun ja ostovoiman suuntaamisen
Kanta-Häme 1	140 %	153 %	Sis. ylimitoituksen ja siirtymiä, mutta ei autokauppaa
Kymenlaakso 4		191 %	Sisältää venäläiset matkailijat ja loma-asukkaat (pieni merkitys), ei ylimitoitusta
Etelä-Karjala 1	760 %	1587 %	Sisältää venäläiset matkailijat ja loma-asukkaat (pieni merkitys), ei ylimitoitusta
Pohjois-Pohjanmaa 1		240 %	Sisältää ylimitoituksen ja tavoitteelliset siirtymät
Päijät-Häme 2014		140 %	Sisältää ylimitoituksen, loma-asukkaat, matkailun ja verkkokaupan vähennyksen

* Tarve, johon kaavaratkaisu perustuu

** Maakunnan asukkaiden tarve ilman ylimitoitusta, verkkokaupan vähennystä tai myyntitehokkuuden kehitystä

Mitoituksen muodostuminen ja liiketilatarve kuvaa osaltaan sitä, mihin maakuntakaavan mitoitukset pohjautuu. Tässä on kuitenkin vasta esitetty mitoituksen taustalla oleva tarve. Liiketilarvetta on kaavaratkaisuvaiheessa saatettu vielä tarkistaa ylöspäin (Kymenlaakso, Päijät-Häme) ja sitä on suunnattu maakuntakaavassa osoitettuihin vähittäiskaupan suuryksiköihin eri tavalla. Varsinaista kaavan mitoitusta tarkastellaan tarkemmin seuraavassa luvussa.

3.2 Vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus

Maakuntakaavoissa on esitetty vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus keskustan ulkopuolisissa vähittäiskaupan suuryksiköissä sekä tarpeen mukaan myös keskustatoimintojen alueilla. Enimmäismitoitus pitää sisällään sekä nykyisen että uuden kaupan pinta-alan. Kaupan oppaan mukaan (Vähittäiskaupan suuryksiköiden

kaavoitus, Ympäristöhallinnon ohjeita 3/2013) keskustatoimintojen alueilla enimmäismitoitukseen sisältyvät vain yli 2000 kerrosneliömetrin kokoiset myymälät, kun taas keskustatoimintojen ulkopuolella enimmäismitoitukseen sisällytetään myös alle 2000 kerrosneliömetrin myymälät.

Maakuntakaavoissa ei keskustatoimintojen alueille ole kattavasti esitetty enimmäismitoitusta (luku 2.1), koska yleensä suurimmat keskustat on jätetty mitoittamatta. Näin ollen maakuntakaavoissa osoitettu vähittäiskaupan enimmäismitoitus (keskusta-alueilla ja keskustojen ulkopuolella) ei ole maakunnittain vertailukelpoinen. Maakuntakaavan enimmäismitoitus esitetään kuitenkin oheisessa taulussa ja sitä vertaillaan maakunnan asukasmäärään. Uudellamaalla on merkittävä osa keskustatoimintojen alueista jätetty mitoittamatta, mistä syystä suurin osa maakuntakaavan mitoituksesta kohdistuu vähittäiskaupan suuryksikkö-alueille. Mitoitus asukasta kohden on myös osin tästä syystä hyvin alhainen.

Vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus maakuntakaavassa (nykyinen ja uusi liiketila)

K-m ²	Mitoitus k-m ² per asukas						
	Keskustan suuryksiköt	Vähittäiskaupan suuryksiköt	Yhteensä	Väestö 2014	Väestötavoite	Keskustan suuryksiköt	Vähittäiskaupan suuryksiköt
Uusimaa 2	450 000	3 045 000	3 495 000	2,2	1,8	13 %	87 %
Kanta-Häme 2	227 500	337 500	565 000	3,2	2,8	40 %	60 %
Kymenlaakso 4	84 000	1 070 000	1 154 000	6,4	6,0	7 %	93 %
Etelä-Karjala 1	113 000	904 900	1 017 900	7,7	7,8	11 %	89 %
Pohjois-Pohjanmaa 1	620 000	810 000	1 430 000	3,5	3,2	43 %	57 %
Päijät-Häme 2014	367 000	1 163 000	1 530 000	7,6	6,6	24 %	76 %

Suuria keskustoja ei mitoitettu

Mitoitus on kohtalaisen alhainen asukas- ja kohden tarkasteltuna myös Kanta-Hämeessä ja Pohjois-Pohjanmaalla. Näissä maakunnissa on kuitenkin Uttamaata suurempi osa mitoituksesta osoitettu keskusta-alueille. Kymenlaaksossa ja Etelä-Karjalassa vähittäiskaupan suuryksikköalueille on osoitettu valtaosa kaavan enimmäismitoituksesta, mutta Uuteenmaahan verrattuna mitoitus asukasta kohden on hyvin korkea.

3.3 Keskustojen ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus

Keskustan ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden mitoitus sekä alueille osoitetun kaupan laatu ovat oleellisimpia tekijöitä maankäyttö- ja rakennuslain kauppaa koskevien sisältövaatimusten kannalta. Seuraavassa tarkastellaan sekä enimmäismitoitusta (nykyinen ja uusi liiketila) että uuden liiketilan mitoitusta ja kaupan laatua keskustan ulkopuolisissa vähittäiskaupan suuryksiköissä. Mitoitusta verrataan nykyiseen asukasmäärään ja maakuntakaavan väestötavoitteeseen.

Keskustan ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden yhteenlaskettu enimmäismitoitus Enimmäismitoitus (nykyinen ja uusi liiketila)

k-m ²	Mitoitus yhteensä				Mitoitus per asukas	
	Mitoitus yhteensä	Tivaa*	Keskustakauppaa**	K-m ² /väestö 2014	K-m ² /väestötavoite	
Uusimaa 2	3 045 000	3 035 000	10 000	0 %	1,9	1,6
Kanta-Häme 1	337 500	231 000	106 500	32 %	1,9	1,7
Kymenlaakso 4	1 070 000	175 000	895 000	84 %	5,9	5,5
Etelä-Karjala 1	904 900	418 500	486 400	54 %	6,9	6,9
Pohjois-Pohjanmaa 1	810 000	610 000	200 000	25 %	2,0	1,8
Päijät-Häme 2014	1 163 000	818 000	318 000	27 %	5,8	5,0

* Kauppaa, joka kaupan laatu huomioon ottaen voi sijoittua keskusta-alueen ulkopuolelle

** Muuta seudullisesti merkittävää kuin tivaa eli päivittäistavarakauppaa tai muuta erikoiskauppaa

Seuraavat suunnittelumääräykset on tässä tulkittu muuksi kuin keskustakaupaksi eli tivaksi:

Etelä-Karjala: Alueelle voidaan yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa osoittaa sellaista merkitykseltään seudullista matkailua palvelevaa vähittäiskauppaa, joka kaupan laatu, liikenteellinen sijainti ja saavutettavuus huomioon ottaen voi perustellusta syystä sijoittaa myös keskusta-alueiden ulkopuolelle. Alueelle ei voida sijoittaa seudullista päivittäistavarakauppaa.

Pohjois-Pohjanmaa: Alueelle voidaan sijoittaa sellaista paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa tai muuta erikoiskauppaa, joka ei kaupan laatu huomioon ottaen sovellu keskustatoimintojen alueille. (YM jätti vahvistamatta erikoiskaupan osuuden.)

Keskustan ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden mitoitus on alhainen Uudellamaalla, Kanta-Hämeessä ja Pohjois-Pohjanmaalla verrattuna asukasmäärään. Kymenlaaksossa ja Etelä-Karjalassa mitoitusta kasvattavat merkittävästi venäläiset matkailijat. Päijät-Hämeessä maakuntakaavaan osoitettuun mitoitukseen on laskettu mukaan tavoitteelliset ostovoiman siirtymät.

Uudellamaalla keskustan ulkopuolisiin vähittäiskaupan suuryksiköihin on osoitettu käytännössä vain sellaista seudullisesti merkittävää kauppaa, joka kaupan laatu huomioon ottaen voi sijoittua myös keskusta-alueen ulkopuolelle eli tilaa vaativaa kauppaa. Nykytilannetta ei keskustakaupan osalta ole otettu enimmäismitoituksessa huomioon, eli todellisuudessa alueilla on jo merkittävä määrä keskustakauppaa.

Keskustojen ulkopuolisiin vähittäiskaupan suuryksiköihin on Pohjois-Pohjanmaalla ja Päijät-Hämeessä osoitettu kohtalaisen vähän keskustakauppaa eli päivittäistavarakauppaa ja muuta erikoiskauppaa kuin tilaa vaativaa kauppaa.

Kymenlaaksossa vastaavasti on vain vähän laaturajoituksia, ja keskustojen ulkopuolisiin vähittäiskaupan suuryksiköihin voi sijoittaa hyvin paljon myös keskustakauppaa. Myös Etelä-Karjalassa keskustojen ulkopuolelle voi sijoittaa mittavasti keskustakauppaa. Kaakkois-Suomessa tätä perustellaan sillä, ettei arvioitu keskustakaupan tarve mahdu keskustoihin ja venäläisten näkökulmasta kaupan saavutettavuus on keskustojen ulkopuolella parempi kuin keskustoissa.

Muissa maakuntakaavoissa on keskustojen ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoituksessa otettu huomioon alueella oleva nykyinen keskustakauppa. Uudellamaalla ei sitä vastoin ole donitsien laatua ohjaavissa määräyksissä otettu huomioon nykyistä kaupan laatua, vaikka alueella oleva nykyinen päivittäistavarakauppa tai erikoiskauppa ylittäisi seudullisesti merkittävän vähittäiskaupan suuryksikön alarajan. Mitoitus on siis kokonaisuudessaan osoitettu tilaa vaativalle kaupalle, vaikka osa alueella olevasta kaupasta on muuta kuin tilaa vaativaa kauppaa.

Keskustojen ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden uuden liiketilan mitoitus kaupan laadun mukaan

k-m ²							Mitoitus per asukas	
	Uutta yhteensä	Päivittäistavara- kauppa	Muu erikois- kauppa	Tiva*	Uutta keskustakauppaa**	Uutta yhteensä	Uutta yhteensä k-m ² / väestötavoite	Uutta keskusta- kauppaa k-m ² / väestötavoite
Uusimaa 2	1 739 000	10 000		1 729 000	10 000	1 %	0,9	0,0
Kanta-Häme 1	236 900			193 500	43 400	18 %	1,2	0,2
Kymenlaakso 4	646 200			65 000	581 200	90 %	3,3	3,0
Etelä-Karjala 1	784 000			403 000	381 000	49 %	6,0	2,9
Pohjois-Pohjanmaa 1	510 000			410 000	100 000	20 %	1,2	0,2
Päijät-Häme 2014	799 000	25 300	87 000	673 700	112 300	14 %	3,4	0,5

* Tilaa vaativaa kauppaa tai kauppaa, joka ei laatu huomioon ottaen sovellu keskusta-alueille

** Keskustakaupan eli päivittäistavarakaupan ja muun erikoiskaupan uuden liiketilan enimmäismitoitus

Seuraavat suunnittelumääräykset on tässä tulkittu muuksi kuin keskustakaupaksi eli tivaksi:

Etelä-Karjala: Alueelle voidaan yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa osoittaa sellaista merkitykseltään seudullista matkailua palvelevaa vähittäiskauppaa, joka kaupan laatu, liikenteellinen sijainti ja saavutettavuus huomioon ottaen voi perustellusta syystä sijoittaa myös keskusta-alueiden ulkopuolelle. Alueelle ei voida sijoittaa seudullista päivittäistavarakauppaa.

Pohjois-Pohjanmaa: Alueille voidaan sijoittaa sellaista paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa tai muuta erikoiskauppaa, joka ei kaupan laatu huomioon ottaen sovellu keskustatoimintojen alueille. (YM jätti vahvistamatta erikoiskaupan osuuden.)

Vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitusta pitää sisällään nykyisen ja uuden liiketilan. Palveluverkon kehittämisen kannalta uuden liiketilan merkitys on suurempi. Osassa tarkastelussa mukana olevista maakuntakaavoista on uuden liiketilan määrä esitetty selvästi, mutta osassa se on jouduttu laskemaan vähentämällä enimmäismitoituksesta nykyiset liiketilat. Haasteena on, että olemassa olevat liiketilat on joissakin kaava-aineistossa esitetty epäselvästi, jolloin uuden liiketilan määrä on vaikea saada selville. Näiltä osin kaavojen esittämistavat eroavat toisistaan suuresti. Tässä selvityksessä esitetty uuden liiketilan osuus enimmäismitoituksesta on siten joissakin tapauksissa vain arvio, koska selkeää tietoa nykyisestä oikeasta liiketilamäärästä ei ole selvityksistä tai kaava-aineistosta löydettävissä.

Uutta kauppaa saa maakuntakaavoissa osoittaa keskustojen ulkopuolisille vähittäiskaupan suuryksikköalueille kaupan laadun ja määrän osalta eri tavoin. Uudellamaalla lähes kaikki km-alueille osoitettu kauppa on tilaa vaativaa kauppaa ja mitoitusta kokonaisuudessaan on alhainen verrattuna maakuntakaavan väestötavoitteeseen. Kanta-Hämeessä ja Pohjois-Pohjanmaalla keskustojen ulkopuolelle on osoitettu vain vähäisessä määrin keskustakauppaa ja mitoitusta väestötavoitteeseen

nähdessä on myös alhainen.

Päijät-Hämeessä on keskustojen ulkopuolelle osoitettu vain vähän keskustakauppaa, mutta uuden liiketilan mitoitusta yhteensä on kohtalaisen korkea asukasmäärään nähden, ainakin verrattuna Uuteenmaahan ja Pohjois-Pohjanmaahan.

Kymenlaaksossa uuden keskustakaupan määrä on keskustan ulkopuolisilla vähittäiskaupan suuryksikköalueilla kaikkein suurin, sekä osuutena koko uuden liiketilan mitoituksesta että suhteessa väestöön. Etelä-Karjalassa keskustojen ulkopuolisten alueiden uuden liiketilan mitoitusta suhteessa väestöön on kaikkein korkein ja noin puolet liiketilasta voi toteutua keskustakauppana. Etelä-Karjalassa matkailua palvelevan vähittäiskaupan laatu on esitetty sellaisena kauppana, joka voi kaupan laatu huomioon ottaen sijoittua myös keskusta-alueiden ulkopuolelle. Kaavamääräys tämän suhteen on tulkinnallinen.

Kestustojen ulkopuolisille alueille osoitettua uutta liiketilaa on myös verrattu liiketilan lisätarpeeseen. Vertailu on tehty koko uuden liiketilan mitoituksesta sekä myös keskustakaupan mitoituksesta verrattuna keskustakaupan tarpeeseen. Pohjois-Pohjanmaalla sekä Päijät-Hämeessä ei liiketilan lisätarpeesta ole laskettavissa erikseen keskustakaupan tarvetta.

Kestustojen ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden uuden liiketilan mitoitusta verrattuna liiketilan lisätarpeeseen

k-m ²	Liiketilan lisätarve selvityksessä	Kaavassa uutta liiketilaa km-alueella	Uutta/tarve	Keskustakaupan lisätarve*	Uutta keskustakauppaa km-alueilla**	Keskustakauppaa**/keskustatarve*
Uusimaa 2	4 826 000	1 739 000	36 %	2 401 000	10 000	0 %
Kanta-Häme 1	500 000	236 900	47 %	355 000	43 400	12 %
Kymenlaakso 4	395 000	646 200	164 %	235 000	581 200	247 %
Etelä-Karjala 1	1 650 000	784 000	48 %	1 160 000	381 000	33 %
Pohjois-Pohjanmaa 1	1 187 200	510 000	43 %		100 000	
Päijät-Häme 2014	608 268	799 000	131 %		112 300	

* Keskustakaupan tai päivittäistavarakaupan ja erikoiskaupan liiketilan lisätarve selvityksessä

** Keskustakaupan eli pt-kaupan ja erikoiskaupan (tai muun kuin tivan) uuden liiketilan enimmäismitoitusta kaavassa

Kanta-Häme 1: Lisätarve ei sisällä autokauppaa, mitoitusta verrattuna maksimitarpeeseen

Kymenlaakso 4: Lisätarve ei sisällä ylimitoituskeroa, mitoitusta verrattuna maksimitarpeeseen.

Etelä-Karjala 1: Lisätarve ei sisällä ylimitoituskeroa, mitoitusta verrattuna maksimitarpeeseen.

Päijät-Häme: Kaavaan on otettu mukaan ostovoiman siirtymät sekä muut liiketilat vähittäiskaupan suuryksikössä

Uudellamaalla km-alueille voi rakentaa uutta liiketilaa suhteessa mitoituksen taustalla olevaan liiketilan lisätarpeeseen kaikkein vähiten, eikä juuri lainkaan keskustakauppaa. Kanta-Hämeessä, Etelä-Karjalassa ja Pohjois-Pohjanmaalla km-alueille on suunnattu alle puolet liiketilan lisätarpeesta ja keskustakaupan osalta selvästi tätäkin vähemmän. Kanta-Hämeessä lisätarve ei sisällä autokauppaa. Mikäli autokaupan tarve olisi otettu selvityksen liiketilatarpeessa huomioon, uuden liiketilan määrä suhteessa tarpeeseen olisi tässä esitettyä alhaisempi.

Kymenlaaksossa ja Päijät-Hämeessä on maakuntakaavassa uutta liiketilaa merkittävästi enemmän kuin mitä palveluverkkoselvityksissä on laskettu liiketilan lisätarpeen olevan. Kymenlaaksossa on venäläisten matkailijoiden kasvuarvioita päivitetty selvityksen jälkeen. Kymenlaaksossa on myös muista poiketen vähän rajoituksia keskustakaupan sijoittumiselle vähittäiskaupan suuryksikköalueille. Päijät-Hämeessä on kaavamitoituksessa haluttu ottaa huomioon liiketilan lisätarpeen lisäksi ostovoiman siirtyä sekä muut liiketilat, jotka kasvattivat mitoitusta kohtalaisen paljon.

3.4 Seudullisen vähittäiskaupan suuryksiköiden koon alarajat

Maakuntakaavassa tulee esittää merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön koon alaraja. Alarajoja selvittäessä on laskettu, kuinka paljon tietyn suuruinen vähittäiskaupan myymälä tarvitsee asukas pohjaa toimiakseen keskimääräisellä myynnillä. Lisäksi osassa selvityksistä laskelmaa on täydennetty myös arvioimalla nykyisten vähittäiskaupan suuryksiköiden vaikutusalueita.

Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan alaraja vaihtelee toimialoittain. Päivittäistavara-kaupassa se on yleisesti alhaisempi kuin erikoiskaupassa. Yhdessä selvityksen maakuntakaavoista on alaraja tilaa vaativassa erikoiskaupassa sama kuin muussa erikoiskaupassa. Kolmessa maakuntakaavassa merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan alaraja on tilaa vaativassa kaupassa korkeampi kuin muussa erikoiskaupassa ja kahdessa maakuntakaavassa raja on muussa

erikoiskaupassa korkeampi kuin tilaa vaativassa kaupassa. Alaraja ei siis ole toimialoittain kaikilta osin johdonmukainen. Kymenlaaksossa ja Etelä-Karjalassa, joissa alaraja on alhaisempi tilaa vaativassa kaupassa kuin muussa erikoiskaupassa, on tarkastelussa otettu huomioon vaadittavan väestöpohjan lisäksi myös nykyiset tilaa vaativan kaupan suuryksiköt ja niiden vaikutusalueet. Eli tarkastelu ei perustu vain laskelmaan tarvittavasta väestöpohjasta.

Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön alaraja ei maakuntakaavoissa näytä menevän suoraan samassa linjassa lähialueen väestön mukaan. Alarajat ovat hyvin erilaisia suhteessa lähialueen tai kunnan asukasmääriin, vaikka laskentamenetelmät tuntuvat olevan hyvin samantyyppisiä. Laskelmaa matalampia rajoja on usein perusteltu tarkastelemalla maakunnan nykyisiä suuryksiköitä ja myymäläkonsepteja. Muita selvästi suurempia alarajoja suhteessa väestömäärään ei juuri ole perusteltu. Tämä näkyy erityisesti niissä maakunnissa, joissa jollakin toimialalla on koko maakunnan alueella yleistä vähittäiskaupan suuryksikön pinta-alarajaa eli 2000 kerrosneliömetriä suuremmat rajat.

Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön alarajat vaihtelevat maakuntien eri osissa. Vain Etelä-Karjalassa on alaraja ko. toimialalla koko kunnan alueella aina sama. Muissa maakuntakaavoissa esitetty alaraja on voimassa vain esim. taajamatoimintojen alueella, työpaikka-alueella, yhtenäisellä keskustaajama-alueella, yhtenäisellä asemakaava-alueella tai kehitysvyöhykkeen alueella. Ja muilla alueilla alarajana on yleensä vähittäiskaupan suuryksikköraja eli 2000 k-m² tai joku yhtenäinen tätä suurempi raja esim. 3000 k-m².

Liitteessä 1 on esitetty seudullisesti merkittävän vähittäiskaupan suuryksikön alarajat sekä kunnan väestömäärä. Tarkastelu on kuntakohtainen, sillä vaikka alaraja on voimassa pääosin vain kunnan keskustaajaman alueella, palvelee alue koko kuntaa. Uudenmaan lisäksi ainoastaan Kymenlaakson maakuntakaavassa alaraja on kaavassa esitetty lisäyksellä; ”ellei selvitysten perusteella muuta osoiteta”.

Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön alarajat maakuntakaavoissa
Alhaisin ja korkein alaraja

k-m ²	Päivittäistavarakauppa		Tilaa vaativa kauppa		Muu erikoiskauppa		Kuntien asukasmäärät	
	Alhaisin	Korkein	Alhaisin	Korkein	Alhaisin	Korkein	Pienin kunta	Suurin kunta
Uusimaa 2	2 000	5 000	2 000	30 000	2 000	10 000	2 000	620 000
Kanta-Häme 1	2 001	5 001	2 001	10 001	2 001	5 001	2 500	68 000
Kymenlaakso 4	2 000	3 000	2 000	5 000	2 000	7 000	2 100	86 000
Etelä-Karjala 1	2 000	5 000	2 000	4 000	2 000	7 000	3 100	73 000
Pohjois-Pohjanmaa 1	3 000	5 000	5 000	10 000	5 000	10 000	1 000	196 000
Päijät-Häme	3 000	3 000	3 000	10 000	3 000	5 000	3 100	104 000
Yhteensä	2 000	5 001	2 000	30 000	2 000	10 000	1 000	620 000

	Alarajat voimassa:
Uusimaa 2	Taajamatoimintojen alueella
Kanta-Häme 1	Seutukeskuksen palveluvyöhykkeellä
Kymenlaakso 4	Kotka: Kotkan ja Karhulan taajama-alue; Kouvolan: Kouvolan ja Kuusankosken taajama-alue
Etelä-Karjala 1	Kuntarajojen mukaan
Pohjois-Pohjanmaa 1	Taajamatoimintojen alueella tai yhtenäisellä taajamatoimintojen alueella
Päijät-Häme	Kaupunkialueella

Uudellamaalla alarajat ovat useissa paikoissa alhaisia, mutta vastaavia rajoja on käytetty myös muissa maakuntakaavoissa vastaavan kokoisissa kunnissa. Erot suhteutettuna kunnan asukasmäärään ovat suurimmat päivittäistavarakaupassa. Tilaa vaativassa kaupassa ja muussa erikoiskaupassa alarajat vaihtelevat vähemmän, mutta molemmilla toimialoilla alarajoissa löytyy myös varsin suuria eroja suhteessa väestöön.

Päivittäistavarakaupassa Uudellamaalla alaraja on varsin alhainen verrattuna muihin tarkastelun kohteena oleviin maakuntiin. Useassa vastaavan kokoisessa kunnassa, jossa Uudellamaalla on rajana 2000 kerrosneliometriä, on raja 3000 k-m² tai jopa 5000 k-m².

Tilaa vaativassa kaupassa on Kymenlaaksossa ja Etelä-Karjalassa käytetty alarajana 2000 kerrosneliometriä samankokoisissa kunnissa kuin Uudellamaalla. Mutta muissa maakunnissa vastaavan kokoisissa kunnissa on rajana käytetty myös esim. 3000 tai jopa 5000 kerrosneliometriä. 5000 kerrosneliometrin alarajaa on käytetty vastaavan kokoisissa kunnissa muuallakin kuin Uudellamaalla, samoin 10.000 kerrosneliometrin alarajaa. 10.000 kerrosneliometrin alarajaa on kuitenkin käytetty myös Uudenmaan kuntia selvästi pienemmissä

kunnissa. Suurinta rajaa 30.000 kerrosneliometriä on käytetty vain Uudellamaalla. Oulussa, joka on tarkastelussa mukana olevista kunnista pääkaupunkiseudun kuntien jälkeen seuraavaksi suurin, on alarajana tilaa vaativassa kaupassa 10.000 k-m².

Muussa erikoiskaupassa 5000 kerrosneliometrin rajaa on käytetty samankokoisissa kunnissa kuin Uudellamaalla, mutta samankokoisissa rajana on paikoin myös 7000 k-m². Muun erikoiskaupan korkeinta alarajaa 10.000 kerrosneliometriä on käytetty myös Oulussa, joka kokoluokaltaan on lähes vastaava kuin Vantaa.

Yhteenvedon voidaan todeta, että päivittäistavarakaupan alaraja on Uudellamaalla muualla kuin pääkaupunkiseudulla useassa kunnassa alhainen verrattuna muihin maakuntiin. Vaikka selvityksin voi osoittaa alarajan olevan 2000 kerrosneliometriä suurempi, on ratkaisu saattanut heikentää yli 2000 k-m² suuruisien päivittäistavaramyymälöiden sijoittumisedellytyksiä pääkaupunkiseudun ulkopuolella. Muilla toimialoilla merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön alarajat ovat kunnan väestöön nähden Uudellamaalla samaa suuruusluokkaa kuin muissa selvityksen maakuntakaavoissa.

4. JOHTOPÄÄTÖKSET UUDENMAAN KAUPAN RATKAISUSTA

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaava oli yksi ensimmäisistä maakuntakaavoista, jossa kaupan ratkaisu on tehty uuden maankäyttö- ja rakennuslain mukaisesti. Maakuntakaavan mitoitusta valmisteltaessa ei vahvistettuja maakuntakaavoja ollut vielä käytettävissä vertailukohtana. Uusien kauppaa koskevien säännösten mukaan vähittäiskaupan suuryksikköjen ensisijainen sijaintipaikka on keskusta-alue, ellei muu sijainti kaupan laatu huomioon ottaen ole perusteltu. Keskeisimpänä uudistuksena vähittäiskaupan suuryksikön määritelmää sovelletaan myös tilaa vaativaan erikoistavaran kauppaan siirtymäsäännöksen mukaan 16.4.2017 alkaen. Maakuntakaavassa tulee esittää vähittäiskaupan suuryksikköiden enimmäismitoitus sekä merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön koon alaraja.

Uudenmaan maakuntakaavan kaupan ratkaisua on tässä selvityksessä verrattu Kanta-Hämeen, Kymenlaakson, Etelä-Karjalan, Pohjois-Pohjanmaan vahvistettujen maakuntakaavojen kaupan ratkaisuihin sekä Päijät-Hämeen vireillä olevan maakuntakaavan kaupan ratkaisuun. Näistä ainoastaan Kanta-Häme on hyväksytty ennen Uutta maata.

Uusimaa on poikkeuksellinen maakunta mm. suuren ja edelleen kasvavan väestönsä takia. Tämä merkitsee sitä, että myös kaupan palveluverkko on muita maakuntia tiheämpi, laajempi ja monipuolisempi, mikä näkyy mm. keskusten ja muiden kauppapaikkojen lukumäärässä, pinta-alassa ja myynnissä. Näin ollen kaupan merkintöjen lukumäärien tai mitoituksen vertaaminen suoraan muihin maakuntiin ei ole relevanttia, vaan vertailulukuja pitää suhteuttaa väestöön.

Usealla mittarilla tarkasteltuna Uudenmaan maakuntakaavan kaupan ratkaisu on ”tiukka”, vaikka joustavuutta on mitoitukseen tuotu esimerkiksi mitoitukseluokkien muodossa. Tiukkuus näkyy mm. mitoituksen muodostamisessa, enimmäismitoituksessa verrattuna liiketilatarpeeseen sekä keskustojen ulkopuolelle suunnatun kaupan laadussa. Toisaalta taas keskustatoimintojen alueiden osalta Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan

ratkaisu on hyvin joustava. Keskustojen elinvoiman tukeminen ja keskustakaupan ohjaaminen keskustoihin on ollut yksi 2. vaihemaakuntakaavan kaupan ratkaisun päätavoitteista.

Keskustatoimintojen alueiden suhteen Uudenmaan maakuntakaava on joustavampi kuin keskustojen ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksikköiden osalta. Uudellamaalla on jätetty mitoittamatta hyvin paljon keskustoja. Vaikka lukumäärä on suurempi kuin muissa selvityksessä mukana olevassa maakuntakaavassa Uudenmaan keskusverkon tiheydestä ja suuresta väkimäärästä johtuen, ei mitoittamatta jätettyjen keskustojen palvelutaso eroa merkittävästi muiden maakuntakaavojen mitoittamatta jätetyistä keskustoista.

Muissa maakunnissa mitoittamatta jätetyt keskustat ovat selkeästi seutukeskuksia, vaikutusalueeltaan usean kunnan alueelle ulottuvia keskuksia sekä myös vaikutusalueeltaan vähäisempiä seutukeskusten alakeskuksia. Kun verrataan kunnan väestömäärään, Uudellamaalla mitoittamatta jätetyt keskustat eivät poikkea suuresti väestöltään muiden maakuntien mitoittamatta jätetyistä keskustoista. Uudellamaalla on muutama sellainen keskusta, joille vaikutusalue ja lähialueen väkiluku huomioon ottaen olisi muissa maakuntakaavoissa todennäköisesti osoitettu enimmäismitoitus.

Keskustan ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksikköiden merkinnöissä Uudenmaan maakuntakaava on ainoa, jossa merkintöjä on vain yhdenlaisia ja alueille voidaan osoittaa vain sellaista merkitykseltään seudullista vähittäiskauppaa, joka kaupan laatu huomioon ottaen voi perustellusta syystä sijoittua myös keskusta-alueiden ulkopuolelle (poikkeuksena Espoon Lommila, jonne voidaan osoittaa myös seudullisesti merkittävää päivittäistavarakauppaa). Kaikissa muissa tuttuissa maakuntakaavoissa on osoitettu keskustan ulkopuolisia vähittäiskaupan suuryksiköitä, jonne voi rajoitetusti sijoittaa myös keskustakauppaa eli päivittäistavarakauppaa tai muuta erikoiskauppaa. Suurimmassa osassa kaavoista on myös merkintöjä, joissa ei rajoiteta kaupan laatua lainkaan.

**Keskustan ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden yhteenlaskettu enimmäismitoitus
Enimmäismitoitus (nykyinen ja uusi liiketila)**

k-m ²					Mitoitus per asukas	
	Mitoitus yhteensä	Tivaa*	Keskustakauppaa**		K-m ² /väestö 2014	K-m ² /väestötavoite
Uusimaa 2	3 045 000	3 035 000	10 000	0 %	1,9	1,6
Kanta-Häme 1	337 500	231 000	106 500	32 %	1,9	1,7
Kymenlaakso 4	1 070 000	175 000	895 000	84 %	5,9	5,5
Etelä-Karjala 1	904 900	418 500	486 400	54 %	6,9	6,9
Pohjois-Pohjanmaa 1	810 000	610 000	200 000	25 %	2,0	1,8
Päijät-Häme 2014	1 163 000	818 000	318 000	27 %	5,8	5,0

* Kauppaa, joka kaupan laatu huomioon ottaen voi sijoittua keskusta-alueen ulkopuolelle

** Muuta seudullisesti merkittävää kuin tivaa eli päivittäistavara kauppaa tai muuta erikoiskauppaa

Keskustan ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus on asukasmäärään verrattuna Uudellamaalla alhainen, mutta se on samaa tasoa kuin Kanta-Hämeessä sekä Pohjois-Pohjanmaalla. Uudellamaalla mitoitukseen vaikuttavat vain oman maakunnan asukkaat, mikä osaltaan näkyy siinä, että mitoitus suhteutettuna väestöön on maakunnassa alhainen.

Uudenmaan mitoituksen taustalla oleva liiketilan lisätarve on laskettu tiukasti. Uudellamaalla mitoituksen taustalla olevassa liiketilan lisätarpeessa on otettu huomioon verkkokaupan vaikutus ja myyntitehokkuuden kehitys. Vain Päijät-Hämeessä on molemmat ja Etelä-Karjalassa myyntitehokkuuden kehitys venäläisten matkailijoiden kasvun osalta on otettu huomioon. Muissa

maakuntakaavoissa verkkokaupan vaikutusta tai myyntitehokkuuden kehitystä ei ole huomioitu. Useassa muussa maakunnassa mitoitukseen on laskettu mukaan matkailijoiden ja loma-asukkaiden vaikutus sekä myös tavoitteellisia ostovoiman siirtymiä, jotka kasvattavat mitoitusta. Sen lisäksi että liiketilan lisätarve on laskettu Uudellamaalla tiukasti, on maakunnassa keskustojen ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden uuden liiketilan mitoitus kaikkien alhaisin suhteutettuna liiketilanlisätarpeeseen. Eli muissa selvityksessä mukana olevissa maakuntakaavoissa on suurempi osa liiketilarpeesta osoitettu keskustojen ulkopuolisiin vähittäiskaupan suuryksiköihin kuin Uudellamaalla.

**Keskustojen ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden uuden liiketilan mitoitus
verrattuna liiketilan lisätarpeeseen**

k-m ²	Liiketilan lisätarve selvityksessä	Kaavassa uutta liiketilaa km-alueella	Uutta/tarve	Keskustakaupan lisätarve*	Uutta keskustakauppaa km-alueilla**	Keskustakauppaa**/keskustatarve*
Uusimaa 2	4 826 000	1 739 000	36 %	2 401 000	10 000	0 %
Kanta-Häme 1	500 000	236 900	47 %	355 000	43 400	12 %
Kymenlaakso 4	395 000	646 200	164 %	235 000	581 200	247 %
Etelä-Karjala 1	1 650 000	784 000	48 %	1 160 000	381 000	33 %
Pohjois-Pohjanmaa 1	1 187 200	510 000	43 %		100 000	
Päijät-Häme 2014	608 268	799 000	131 %		112 300	

* Keskustakaupan tai päivittäistavara kaupan ja erikoiskaupan liiketilan lisätarve selvityksessä

** Pt-kaupan ja erikoiskaupan (tai muun kuin tivan) uuden liiketilan enimmäismitoitus kaavassa

Maakuntakaavassa esitetään myös merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön alaraja. Uudellamaalla alarajat ovat pitkälti samaa suuruusluokkaa suhteutettuna kunnan väkilukuun kuin muissakin tutkituissa maakunnissa. Päivittäistavarakaupassa on Uudellamaalla kuitenkin vain kaksi alarajaa, pääkaupunkiseudulle omansa ja muualla maakunnassa rajana on vähittäiskaupan suuryksikön alaraja 2000 k-m². Muissa maakunnissa on päivittäistavarakaupan alaraja suurelta osin tätä suurempi verrattuna kuntien asukasmääriin.

Uudenmaan maakuntakaavan kaupan ratkaisu on kestävällä pohjalla. Vähittäiskaupan suuryksiköiden ensisijainen sijaintipaikka on keskusta ja ainoastaan sellaista merkitykseltään seudullista vähittäiskauppaa, joka kaupan laatu huomioon

ottaen voi perustellusti sijoittua myös keskusta-alueen ulkopuolelle, on osoitettu vähittäiskaupan suuryksiköihin. Mitoituksen lähtökohtana ovat maakunnan omat asukkaat. Verrattuna selvityksen muihin maakuntakaavoihin on Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan sekä mitoituksen että laadun ohjaamisen suhteen muita tiukempi. Tulevassa maakuntakaavassa kannattaa pohtia Uudenmaan tavoitteita kaupan ja palveluverkon osalta ja miettiä miltä osin kaupan kaavaratkaisua tulisi päivittää. Maankäyttö- ja rakennuslain kaupan säännöksiä ollaan uudistamassa, joten lähtökohdat tulevan maakuntakaavan kaupan ratkaisuun tulevat todennäköisesti olemaan erilaiset verrattuna nyt voimassa olevaan maakuntakaavaan ja myös nämä muutokset tuovat päivitystarpeita seuraavalle kaavakierrokselle.

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan kaupan ratkaisun erityispiirteet muihin tarkasteltuihin maakuntakaavoihin verrattuna

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaava	Muut maakuntakaavat*
Mitoituksen muodostuminen	
Lähtökohtana vain maakunnan omat asukkaat	Usein maakunnan asukkaiden lisäksi otettu huomioon loma-asukkaat, matkailijat ja/tai ostovoiman tavoitteelliset siirtymät
Otettu huomioon verkkokaupan ja myyntitehokkuuden kehitys	Verkkokaupan ja myyntitehokkuuden kehitys otettu huomioon vain parissa kaavassa
Mitoittamatta jätetyt keskustat	
Lukumääräisesti paljon, mutta vaikutusalueen väestöltään ja palvelutasoltaan monipuolisia keskuksia	Maakunta- ja seutukeskuksia sekä vaikutusalueeltaan usean kunnan alueelle ulottuvia keskuksia
Pari "pientä" keskustaa on jätetty mitoittamatta	Vaikutusalueeltaan vähäisempiä aluekeskuksia on jätetty mitoittamatta
KM-merkinnät (donitsit)	
KM-merkintöjä vain tilaa vaativalle kaupalle	Kaikissa muissa maakuntakaavoissa osassa merkinnöistä sallittu rajoitettu määrä keskustakauppaa
	KM-merkintöjä, joissa ei rajoiteta kaupan laatua lainkaan
KM-alueiden enimmäismitoitus	
Alhaisin suhteessa väestöön	Kanta-Hämeessä ja Pohjois-Pohjanmaalla Uudenmaan tasoa, mutta muissa yli 3-kertainen
Merkitykseltään seudullisen alaraja	
Päivittäistavarakaupassa alhainen	Päivittäistavarakaupassa pääosin Uuttamaata korkeampi

* Kanta-Hämeen 1. vmk, Kymenlaakson 4. vmk, Etelä-Karjalan 1. vmk, Pohjois-Pohjanmaan 1. vmk, Päijät-Hämeen mk (korjattu kaavaehdotus 15.2.2016)

OSA II

KAUPAN KEHITYS UUDELLAMAALLA

Selvityksen toisessa osassa tarkastellaan kaupan palveluverkon kehitystä Uudenmaan 2. vaihe-maakuntakaavan laadinnan aikaisesta tilanteesta. Maakuntavaltuusto hyväksyi 2.vaihemaakuntakaavan 20.3.2013 ja ympäristöministeriö vahvisti sen 30.10.2014. Kaupan kehitystietoja hyväksynnän ja erityisesti vahvistamisen jälkeisestä tilanteesta ei ole vielä saatavilla kovin paljoa.

Toista vaihemaakuntakaavaa varten tehtiin kolme kauppaa koskevaa selvitystä: Kaupan palveluverkko Uudenmaan ja Itä-Uudenmaan rakennemalleissa, FCG 2010; Kaupan väliraportti, Kaupan rakennemalleista maakuntakaavaluonnokseen, Uudenmaan liitto 2011 ja Kaupan palveluverkon mitoittaminen ja vaikutusten arviointi, Santasalo Ky (Liikenneosuudet Strafica) 2012 (julkaisu 2013). Vertailutiedot ovat osittain näiden selvitysten lähtötietoja ja pääosin vuosilta 2007–2011. Saatavilla olevia uusimpia kaupan tietoja verrataan näihin lähtötietoihin.

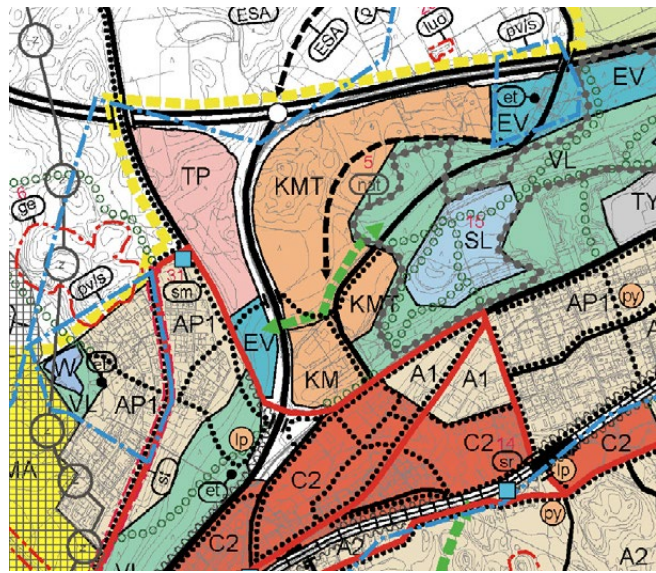
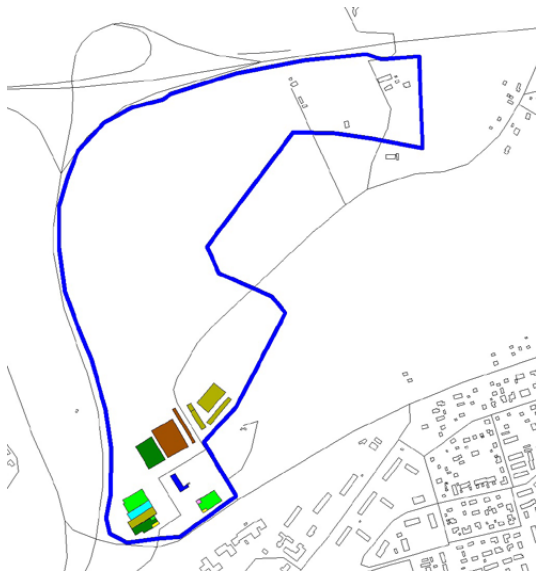
Kaupan kehitystä kuvaavia tietoja on kerätty tilastoista ja paikkatietoaineistoista. Lisäksi Uudenmaan liitto teki alkuvuonna 2016 kyselyn kunnille toteutuneista ja vireillä olevista kaupan hankkeista sekä vireillä olevista kauppaa koskevista asema- ja yleiskaavoista.

Kaupan kehitystä kuvataan saatujen lähtötietojen alueellisessa laajuudessa. Osa tilastotiedoista on kuntapohjaisia ja osa saadaan tarkempaa paikkatietona, jolloin voidaan esittää kaupan kehitystä maakuntakaavan keskustatoimintojen alueilla ja keskustojen ulkopuolisissa vähittäiskaupan suuryksiköissä eli ns. donitseissa. Joiltakin osin

esitetään kaupan kehityslukuja myös maakuntakaavan keskustatoimintojen alueiden ja donitsien ulkopuolella.

Keskustat ja donitsit ovat maakuntakaavassa valtakunnan keskusta lukuun ottamatta kohdemerkintöjä. Kaavamääräyksen mukaan kohdemerkinnällä osoitettujen keskustatoimintojen alueiden/vähittäiskaupan suuryksiköiden sijainti ja laajuus on määriteltävä yksityiskohtaisemmassa kaavoituksessa siten, että alueet muodostavat toiminnallisesti yhtenäisen keskustahakuisiin toimintoihin painottuvan kokonaisuuden/riittävän laajan toiminnallisen kokonaisuuden. Maakuntakaavan toteuttamisessa ongelmana on, että kaikki kunnat eivät ole osoittaneet yksityiskohtaisessa kaavoituksessa keskusta-alueiden tai vähittäiskaupan suuryksikköalueiden laajuutta.

Tätä työtä varten on kohdemerkintöjen alueellista ulottuvuutta tulkittu Uudenmaan liitossa kuntakaavoista ja lisäksi apuna on käytetty konsultin kartoitusaineistoja kaupan keskittymistä. Niiden pohjalta on analysoitu yhtenäisiä toiminnallisia kokonaisuuksia. Erityisesti alueita, joita ei kunta ole omissa kaavoissaan osoittanut vähittäiskaupan suuryksikkömerkinnöillä, on tulkittu vastaavan laajuisina alueina kuin ”Maakuntakaavan palveluverkon mitoittaminen ja vaikutusten arviointi” -selvityksessä. Alueet eivät aina kuvaa nykyistä toiminnallista kokonaisuutta vaan tulevaisuuden tavoitetta erityisesti silloin, kun kuntakaavoissa on osoitettu kaupan laajennusalueita, joissa ei vielä ole kaupallista toimintaa.



Esimerkki: Keskustan ulkopuolinen vähittäiskaupan suuryksikkö Lohjan Lempolassa ja alueen nykyinen kaupallinen rakenne

Lähde: WSP kartoitus 2016 ja ote Lohjan Taajamaosayleiskaavasta (lainvoimainen 2.3.2016)

5. KAUPAN TOIMIPAIKKAMÄÄRÄN, HENKILÖSTÖN JA LIIKEVAIHDON KEHITYS

Tilastokeskuksen alueellisesta yritystoimintatilastosta saadaan vähittäiskaupan ja autokaupan toimipaikka-, liikevaihto- ja henkilöstötietoja kunnittain. Tilastosta on saatavilla yhtenäisiä tietoja vuosilta 2007–2012 sekä 2013–2014. Viimeisimpien vuosien tiedot eivät ole verrannollisia edellisvuosiin johtuen tilastointiuudistuksesta. Vuosien 2007–2012 kehitys kuvaa kaupan kehitystä Uudenmaan toisen vaihemaakuntakaavan laadinnan aikaisena ajanjaksona. Viimeiset vuodet kuvaavat kaavan hyväksynnän jälkeistä tilannetta.

5.1 Kaupan toimipaikkamäärän kehitys

Kaupan toimipaikkamäärä on Uudellamaalla kehittynyt vauhdilla, mutta samansuuntaista kehitystä

on ollut koko maassa. Toimipaikkojen määrä laskee ja samalla yksikkökoko kasvaa. Ensimmäisellä tarkastelujaksolla toimipaikkamäärä kasvoi aika monessa kunnassa, mutta viimeisellä ajanjaksolla kasvua on ollut hyvin vähän. Muutamissa kunnissa toimipaikkamäärä on ollut molemmilla ajanjaksoilla kasvussa. Tällaisia kuntia ovat Tuusula, Inkoö, Raasepori, ja Pukkila. Lukumääräisesti kasvu on kuitenkin ollut vähäistä.

Kokonaisuudessaan koko maan vähittäis- ja autokaupan toimipaikoista noin neljäsosa on Uudellamaalla. Osuus on tarkastelujakson aikana kasvanut puolella prosenttiyksiköllä. Vastaavasti Uudenmaan väestöosuus koko maan asukkaista on 30 %. Kaupan toimipaikkoja on siten asukasta kohden Uudellamaalla keskimääräistä vähemmän.

Vähittäiskaupan ja autokaupan toimipaikat

	2007	2012	Muutos 2007–2012	2013	2014	Muutos 2013–2014
Espoo	1 009	1 008	0 %	1 073	1 077	0 %
Helsinki	3 610	3 372	-7 %	3 515	3 427	-3 %
Kauniainen	35	34	-3 %	39	34	-13 %
Vantaa	968	977	1 %	1 035	1 016	-2 %
Pääkaupunkiseutu	5 622	5 391	-4 %	5 662	5 554	-2 %
Hyvinkää	287	277	-3 %	307	301	-2 %
Järvenpää	249	238	-4 %	229	229	0 %
Kerava	189	172	-9 %	174	165	-5 %
Kirkkonummi	137	139	1 %	144	140	-3 %
Mäntsälä	106	108	2 %	111	110	-1 %
Nurmijärvi	195	189	-3 %	189	181	-4 %
Pornainen	19	20	5 %	21	19	-10 %
Sipoo	107	96	-10 %	101	95	-6 %
Tuusula	236	246	4 %	250	258	3 %
Vihti	150	173	15 %	185	181	-2 %
Helsingin seudun kehysalue	1 675	1 658	-1 %	1 711	1 679	-2 %
Hanko	77	57	-26 %	57	61	7 %
Inkoo	29	31	7 %	23	25	9 %
Karkkila	75	71	-5 %	75	69	-8 %
Lohja	315	307	-3 %	301	296	-2 %
Raasepori	238	240	1 %	229	233	2 %
Siuntio	18	26	44 %	30	27	-10 %
Länsi-Uusimaa	752	732	-3 %	715	711	-1 %
Askola	27	17	-37 %	22	22	0 %
Lapinjärvi	23	17	-26 %	19	17	-11 %
Loviisa	122	110	-10 %	102	101	-1 %
Myrskylä	9	11	22 %	12	11	-8 %
Porvoo	330	327	-1 %	339	333	-2 %
Pukkila	8	12	50 %	12	13	8 %
Itä-Uusimaa	519	494	-5 %	506	497	-2 %
Uusimaa	8 568	8 275	-3 %	8 594	8 441	-2 %
Koko Suomi	33 639	32 251	-4 %	33 112	32 348	-2 %

Lähde: Tilastokeskus

5.2 Kaupan henkilöstömäärän kehitys

Myös vähittäiskaupan ja autokaupan henkilöstömäärän kehitys on ollut vaisua. Henkilöstön määrä tosin kasvoi Uudellamaalla vuosina 2007–2012, mutta hitaammin kuin koko maassa. Kaupan henkilöstömäärältään kasvaneita kuntia ovat olleet mm. Vantaa, Hyvinkää, Kirkkonummi, Mäntsälä,

Nurmijärvi, Tuusula, Inkoo, Lohja sekä muutamat pienet kunnat. Kasvua on ollut erityisesti Helsingin seudun kehysalueella, mutta ei kattavasti kaikissa kunnissa. Laskua on kaupan henkilöstömäärässä ollut mm. Itä-Uudellamaalla.

Vähittäiskaupan ja autokaupan henkilöstö

	2007	2012	Muutos 2007–2012	2013	2014	Muutos 2013–2014
Espoo	6 080	6 119	1 %	6 277	6 228	-1 %
Helsinki	18 294	18 122	-1 %	20 441	19 735	-3 %
Kauniainen	110	94	-15 %	100	82	-18 %
Vantaa	6 801	7 054	4 %	7 773	7 498	-4 %
Pääkaupunkiseutu	31 285	31 389	0 %	34 591	33 543	-3 %
Hyvinkää	1 111	1130	2 %	1 257	1 230	-2 %
Järvenpää	1062	1012	-5 %	968	991	2 %
Kerava	830	787	-5 %	1 066	998	-6 %
Kirkkonummi	494	535	8 %	566	538	-5 %
Mäntsälä	311	704	126 %	666	920	38 %
Nurmijärvi	665	703	6 %	699	689	-1 %
Pornainen	37	28	-24 %	34	32	-6 %
Sipoo	246	247	0 %	268	257	-4 %
Tuusula	721	835	16 %	861	853	-1 %
Vihti	609	598	-2 %	629	607	-3 %
Helsingin seudun kehysalue	6 086	6 579	8 %	7 014	7 115	1 %
Hanko	209	189	-10 %	195	182	-7 %
Inkoo	61	75	23 %	69	58	-16 %
Karkkila	235	221	-6 %	214	207	-3 %
Lohja	1141	1226	7 %	1 217	1 195	-2 %
Raasepori	809	820	1 %	798	769	-4 %
Siuntio	43	44	2 %	51	43	-16 %
Länsi-Uusimaa	2 498	2 575	3 %	2 544	2 454	-4 %
Askola	47	29	-38 %	44	43	-2 %
Lapinjärvi	65	46	-29 %	68	47	-31 %
Loviisa	348	340	-2 %	335	322	-4 %
Myrskylä	27	33	22 %	17	12	-29 %
Porvoo	1327	1289	-3 %	1 408	1 371	-3 %
Pukkila	10	15	50 %	18	32	78 %
Itä-Uusimaa	1824	1752	-4 %	1 890	1 827	-3 %
Uusimaa	41 693	42 295	1 %	46 039	44 939	-2 %
Koko Suomi	135 972	139 572	3 %	147 191	142 000	-4 %

Lähde: Tilastokeskus

Viimeisen vuoden aikana kaupan henkilöstömäärä on ollut lähes kaikkialla laskussa. Kasvua on ainoastaan Järvenpäässä ja Mäntsälässä. Mäntsälässä kasvuluvut ovat olleet molemmilla ajanjaksoilla hyvin suuret. Selitystä ei löydy sellaisilta toimialoilta, joilla on yli kolme toimipaikkaa. Tätä pienempien toimialojen luvut on tilastossa peitetty, jolloin toimialakohtaisia tilastoja ei ole saatavilla. Kaupan toimipaikkamäärän kehitys ei tuo selvennystä asiaan. Yksi selittävä tekijä saattaa

olla Tokmannin hallinto- ja logistiikkakeskuksen sijoittuminen Mäntsälään, mikä näkyy myös mm. vähittäiskaupan työpaikkamäärän kehityksenä Mäntsälän donitsialueen vieressä.

Uudellemaalle on koko Suomen kaupan henkilöstöstä keskittynyt 32 %. Henkilöstömäärältään vähittäis- ja autokaupan toimipaikat ovat Uudellamaalla keskimääräistä suurempia, ja kaupan henkilöstöä on suhteessa väestöön keskimääräistä enemmän.

5.3 Kaupan liikevaihdon kehitys

Vähittäis- ja autokaupan liikevaihto on Uudellamaalla kehittynyt varsin hyvin verrattuna toimipaikka- ja henkilöstömäärän kehitykseen. Ensimmäisellä tarkastelujaksolla 2007–2012 liikevaihto kasvoi yhteensä viisi prosenttia, vaikkakin

koko maassa kasvua oli 11 %. Kasvun vaihtelut ovat suuria. Liikevaihto kasvoi hyvinkin voimakkaasti Itä-Uudellamaalla sekä Helsingin kehysalueella. Pääkaupunkiseudulla on Vantaalla kehitys ollut keskimääräistä voimakkaampaa.

Vähittäiskaupan ja autokaupan liikevaihto

milj. euroa	2007–2012			2013–2014		
	2007	2012	Muutos 2007–2012	2013	2014	Muutos 2013–2014
Espoo	2 960	2 887	-2 %	3 251	4 085	26 %
Helsinki	5 380	5 472	2 %	5 591	5 384	-4 %
Kauniainen	29	32	9 %	27	26	-4 %
Vantaa	2 104	2 425	15 %	2 346	2 330	-1 %
Pääkaupunkiseutu	10 472	10 815	3 %	11 216	11 825	5 %
Hyvinkää	382	416	9 %	473	425	-10 %
Järvenpää	325	340	5 %	333	314	-6 %
Kerava	271	306	13 %	354	275	-22 %
Kirkkonummi	151	191	27 %	167	154	-8 %
Mäntsälä	79	107	35 %	199	301	51 %
Nurmijärvi	161	211	31 %	216	226	4 %
Pornainen	8	10	25 %	8	9	10 %
Sipoo	63	85	35 %	82	87	6 %
Tuusula	292	315	8 %	337	349	3 %
Vihti	171	192	12 %	196	182	-7 %
Helsingin seudun kehysalue	1 903	2 172	14 %	2 367	2 321	-2 %
Hanko	53	53	0 %	50	52	4 %
Inkoo	16	19	19 %	19	17	-11 %
Karkkila	85	81	-5 %	85	88	3 %
Lohja	375	409	9 %	394	405	3 %
Raasepori	232	251	8 %	252	245	-3 %
Siuntio	11	17	57 %	20	12	-37 %
Länsi-Uusimaa	771	829	8 %	821	819	0 %
Askola	15	17	13 %	17	20	15 %
Lapinjärvi	19	26	37 %	28	18	-34 %
Loviisa	89	105	19 %	96	96	0 %
Myrskylä	8	10	30 %	5	4	-24 %
Porvoo	393	431	10 %	461	490	6 %
Pukkila	4	6	54 %	5	5	3 %
Itä-Uusimaa	528	596	13 %	611	632	4 %
Uusimaa	13 674	14 431	5 %	15 041	15 598	4 %
Koko Suomi	41 542	46 084	11 %	46 689	46 884	0 %

Lähde: Tilastokeskus

Espoon osalta kehitysluvut eivät kaikilta osin kuvaa koko toimialan kehitystä kunnassa. Lukuun vaikuttaa suuresti muutokset toimialalla ”polttoaineiden vähittäiskauppa automaateista” (47302). Koska yksittäisten automaattien sijaintia on vaikea kohdentaa tilastossa, linkitty suuri osa liikevaihdosta paikkaan, josta yrityksen toimintaa johdetaan. Esimerkiksi vuonna 2010 koko vähittäiskaupan myynnistä Espoossa 45 % koostui polttoaineiden automaattikaupasta. Polttoaineiden kaupassa liikevaihdon vuosittaiset vaihtelut voivat olla hyvinkin suuria johtuen polttoaineiden hinnan kehitysvaihteluista.

Jälkimmäisellä ajanjaksolla kaupan liikevaihdon kehitys on Uudellamaalla ollut nopeampaa kuin koko maassa. Liikevaihto kasvoi vähittäis- ja autokaupassa yhteensä neljä prosenttia. Alueittaiset vaihtelut ovat jälleen suuret. Pääkaupunkiseudun kunnissa liikevaihto on laskenut, paitsi

Espoossa, jossa kasvu on vastaavasti ollut hyvin suurta. Helsingin seudun kehysalueella liikevaihto on ollut useassa kunnassa laskussa, mutta alueella on myös vähittäiskaupan liikevaihdoltaan kasvavia kuntia. Kasvua on ollut myös Itä-Uudellamaalla.

Vuoden 2012 jälkeen on tilastot tuotettu uudesta tietojärjestelmästä. Oleellinen muutos edellisiin vuosiin on tilastoinnissa se, että tiedustelussa kysyttäviä tietoja on karsittu. Mm. monitoimipaikkaisten yritysten osalta toimipaikkakohtainen liikevaihto tiedustellaan vain osalta yrityksiä, lopuille se kohdentuu laskennallisesti. Tämä voi vaikuttaa yksittäisiin suuriin muutoslukuihin vuosien 2013–2014 välillä.

Kaupan liikevaihto suhteessa asukasmäärään on Uudellamaalla keskimääräistä korkeampi. Vähittäis- ja autokaupan myynnistä kolmannes tapahtuu Uudellamaalla. Osuus on tarkastelujakson aikana kasvanut noin yhdellä prosenttiyksiköllä.



6. PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN KEHITYS

Päivittäistavarakaupan kehitystä Uudellamaalla tarkastellaan A.C. Nielsenin myymälärekisteritietojen pohjalta. Rekisterissä tiedot saadaan paikkatietoina, joten kehitystä voidaan tarkastella myös maakuntakaavan keskustatoimintojen alueilla sekä donitsi-alueilla. Lähtötietona käytetään vuoden 2007 rekisteriä, jonka pohjalta päivittäistavarakaupan verkkoa analysoitiin selvityksessä ”Kaupan palveluverkko Uudenmaan ja Itä-Uudenmaan rakennemalleissa”.

Myymälärekisteri kattaa varsinaiset päivittäistavarakaupat, hypermarkettien ja tavaratalojen päivittäistavarakaupan sekä liikenneasemien yhteydessä toimivat erilliset päivittäistavarakaupat kuten ABC-marketit sekä Neste-asemien yhteydessä toimivat K-marketit. Rekisterissä on mukana myös osa päivittäistavarakaupan erikoismyymälöistä, lähinnä kauppahalli-, leipomo-, makeis- ja luontaistuotemyymälöitä. Myymälärekisteristä puuttuvat sitä vastoin perinteisten huoltoasemien, etnisten päivittäistavarakauppojen, joidenkin laajan tavaravalikoimien kauppojen, erikoismyymälöiden ja kioskien päivittäistavaroiden myynti. Mukana ei myöskään ole Alkoja.

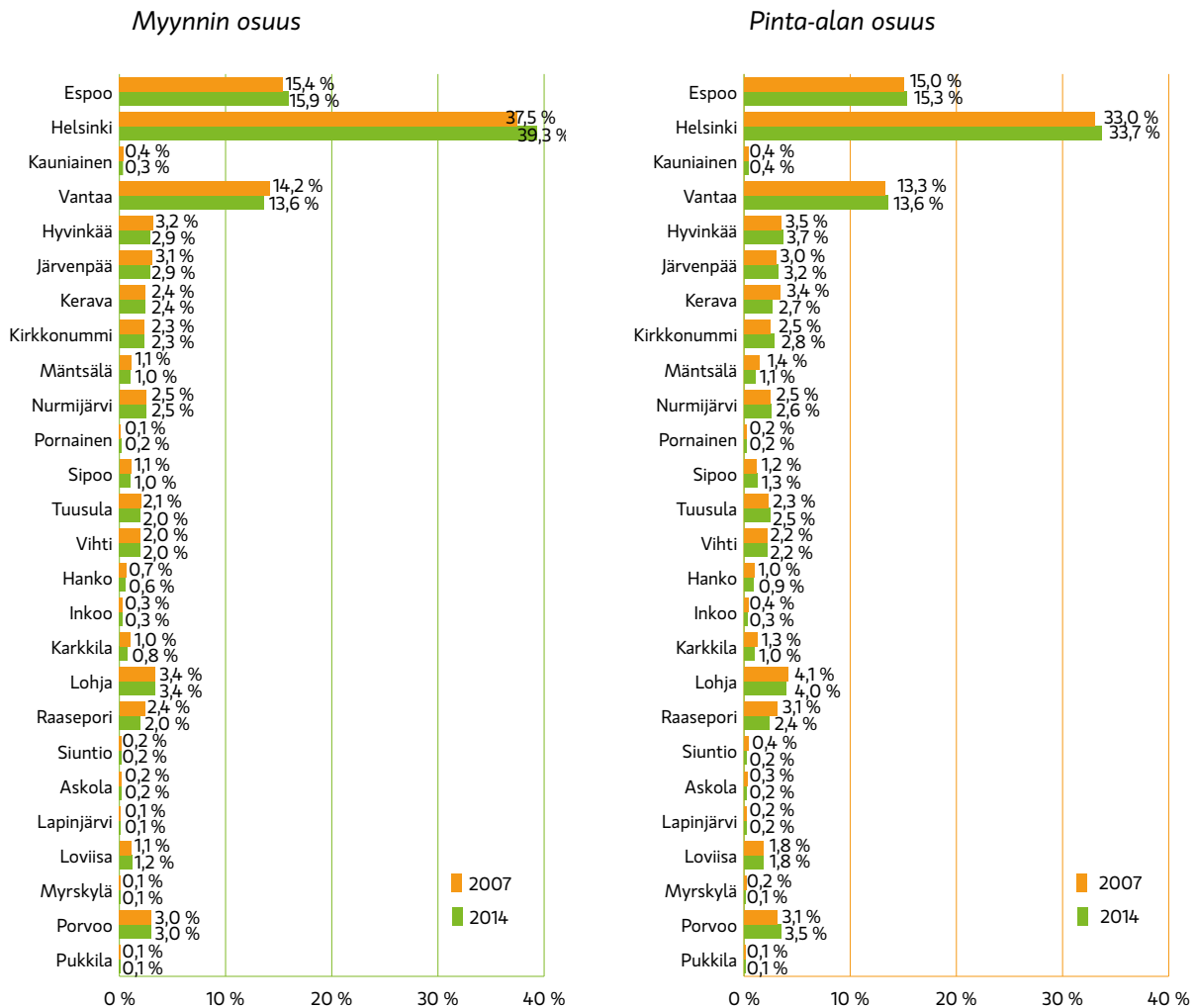
A.C. Nielsenin myymälärekisterin euromääräiset myynnit ja myyntipinta-alat eivät ole julkista tietoa, joten niitä ei ole esitetty. Sen sijaan päivittäistavarakaupan myyntialan ja myynnin kehitystä

on tarkasteltu prosentteina ja osuuksien avulla. Maakuntakaavan keskustojen ja donitsi-alueiden osalta on laskettu vain kehityslukuja.

6.1 Päivittäistavarakaupan kehitys Uudenmaan kunnissa

Päivittäistavarakaupan kehitystä Uudenmaan kunnissa on analysoitu myynnin ja pinta-alan osuuden avulla. Päivittäistavarakaupassa myyntiosuus on kasvanut vuosien 2007–2014 välillä ainoastaan Espoossa ja Helsingissä. Muissa kunnissa myyntiosuus on joko säilynyt samana tai laskenut. Toisin sanoen Espoossa ja Helsingissä päivittäistavarakaupan myynti on kasvanut keskimääräistä enemmän kuin taas muissa kunnissa joko keskimääräisesti tai keskimääräistä hitaammin.

Päivittäistavarakaupan myyntipinta-alan osuus on kasvanut lähinnä pääkaupunkiseudulla ja Itä-Uudellamaalla. Eli näille alueille on rakentunut keskimääräistä enemmän uusia päivittäistavarakauppoja. Länsi-Uudellamaalla kaikissa kunnissa osuus on laskenut, samoin kuin useassa Helsingin seudun kehysalueen kunnassa. Helsingin seudun kehysalueella on kuitenkin myös kuntia, joissa pinta-alan osuus on kasvanut vuosien 2007 ja 2014 välillä.



Päivittäistavarakaupan myynnin ja pinta-alan osuudet Uudenmaan kunnissa 2007 ja 2014

Lähde: A.C. Nielsen

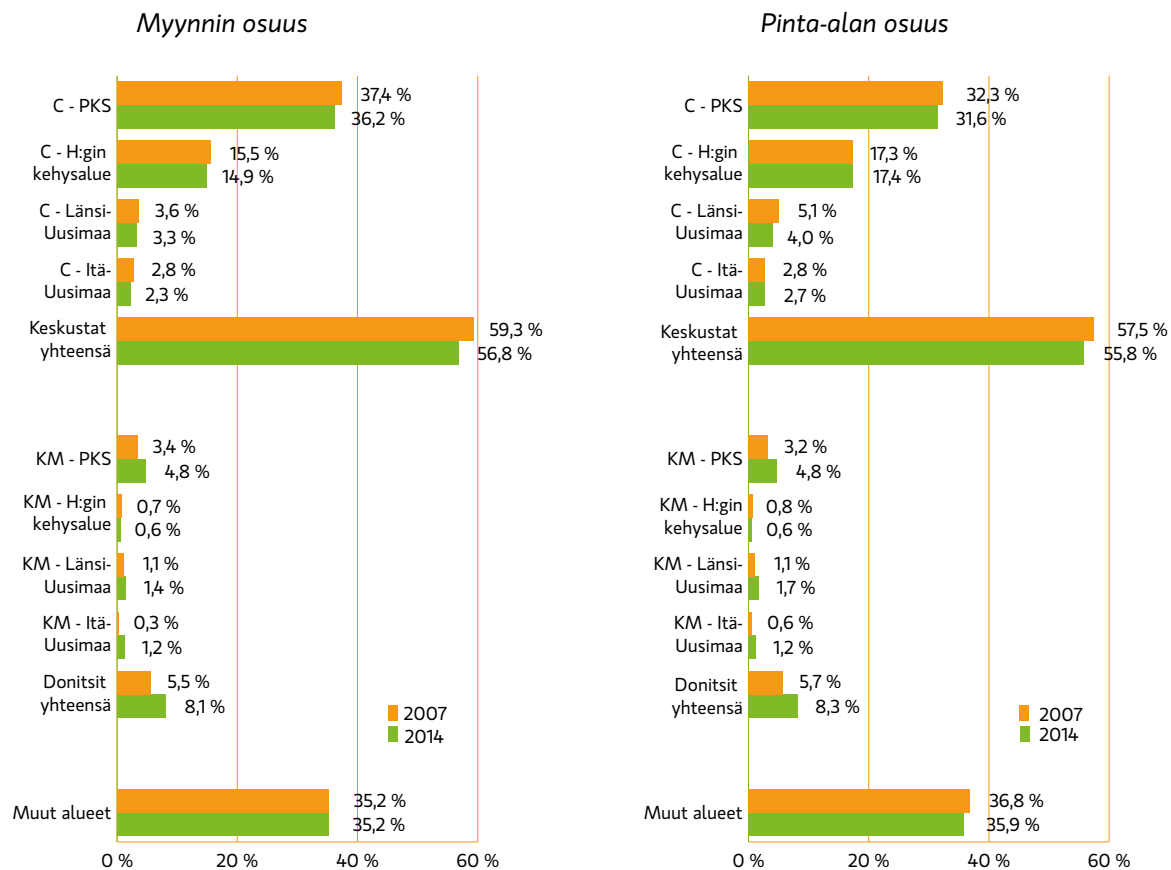
6.2 Päivittäistavarakaupan kehitys keskusta-alueilla ja vähittäiskaupan suuryksikköalueilla

Päivittäistavarakaupan kehitystä on analysoitu maakuntakaavan keskusta-alueilla ja vähittäiskaupan suuryksikköalueilla eli ns. donitseissa. Päivittäistavarakaupan myynnistä ja pinta-alasta lähes 60 % on Uudellamaalla maakuntakaavan keskusta-alueilla. Tähän verrattuna on donitsi-alueilla päivittäistavarakauppaa varsin vähän. Maakuntakaavan keskustojen ja donitsien ulkopuolella kuten taajama- ja työpaikka-alueilla on päivittäistavarakaupan myynnistä ja pinta-alasta yli kolmannes.

Donitsi-alueilla on varsin vähän päivittäistavarakauppaa, mutta sen osuus on tarkastelujakson aikana merkittävästi kasvanut. Alueille on rakennettu suhteellisesti enemmän uusia päivittäistavarakauppoja kuin keskusta-alueille. Vastaavasti

päivittäistavarakauppa keskustoissa on kehittynyt hitaammin kuin donitsi-alueilla ja näin ollen keskusta-alueiden osuus myynnistä ja pinta-alasta on laskenut.

Päivittäistavarakaupan myynti ja pinta-ala ovat kuitenkin kasvaneet myös keskusta-alueilla, vaikka keskusta-alueiden osuus päivittäistavarakaupan myynnistä ja pinta-alasta on suhteellisesti ollut laskussa. Myynnissä ja pinta-alassa on myös paikoin kohtalaisen suuriakin kasvuja, mikä yleensä kertoo jonkun yksittäisen uuden yksikön rakentumisesta keskusta-alueelle. Kannelmäkeen on rakentunut uusi Prisma, Koivukylään K-Citymarket, Itäkeskukseen Prisma, Kirkkonummelle K-Citymarket, Vihtiin ja Nurmijärvelle uusi K-supermarket, Söderkullaan S-market, Askolaan uusi suuri Sale. Veikkolan molemmat supermarketit ovat laajentuneet samoin Hyvinkäällä molemmat hypermarketit. Lapinjärvellä Sale on laajentunut.



Päivittäistavarakaupan myynnin ja pinta-alan osuudet maakuntakaavan keskusta- ja donitsi-alueilla 2007 ja 2014
Lähde: A.C. Nielsen

Muutamilla keskusta-alueilla on päivittäistavarakauppoja lopettanut eikä uusia samankokoisia ole tullut tilalle, mikä näkyy pinta-alan laskuna sekä keskimääräistä hitaampana myynnin kasvuna tai joissakin keskustoissa jopa myynnin laskuna. Kaunaisissa on lopettanut K-market, Matinkylässä Minimani, Tapiolassa S-market, Herttoniemessä Valintatalo, Tikkurilassa K-market Anttilan yhteydestä, Keravalla K-supermarket, Mäntsälässä Euromarket ja Lohjalla sekä Euromarket että K-supermarket. Muut keskustoissa lopettaneet päivittäistavarakaupat ovat olleet lähinnä pieniä myymälöitä ja niitä voi keskustassa olla myös useita.

Kivistö on keskusta-alueista ainoa, jossa ei vielä ollut päivittäistavarakauppaa vuonna 2007 tai 2014. Tällä hetkellä alueella on yksi Siwa.

Uudenmaan donitsi-alueista yli puolessa (18:ssa) on päivittäistavarakauppaa ja alle puolessa (13:ssa) ei ole lainkaan. Vuonna 2014 oli donitsi-alueilla yhteensä 45 päivittäistavarakauppaa, joista suuri osa on isoja supermarketteja (myyntiala

yli 1000 m²). Lohjan Tynninharjulla ja Vantaan Tammistossa on myös hypermarketit. Donitsi-alueilla on kuitenkin jonkin verran myös myyntipinta-alaltaan alle 400 m²:n kokoisia myymälöitä (12 kpl) sekä erikoismyymälöitä (10 kpl), lähinnä leipomomyymälöitä tai luontaistuotekauppoja. Donitsi-alueilla päivittäistavarakaupan keskikoko on jonkin verran suurempi kuin maakuntakaavan keskusta-alueilla.

Päivittäistavarakaupan myyntipinta-ala on kymmenessä donitsissa kasvanut vuodesta 2007 ja myynti jokaisessa, jossa on päivittäistavarakauppaa tällä hetkellä. Yhdestä eli Ilvesvuoresta on päivittäistavarakauppa kokonaan lopettanut tarkastelujakson aikana. Uusia päivittäistavarakauppoja on tullut mm. Suomenojalle, Kulloonsiltaan, Konalaan, Varistoon, Koivuhakaan, Lempolaan, Loviisan länsiosaan ja Tarmolaan. Tammistoon on tullut kaksi pientä lähikauppaa ja K-supermarket laajentunut K-Citymarketiksi. Porttipuistossa on Ikean herkkutori hieman laajentunut. Paikoin

kasvuluvut ovat suhteellisesti suuria, kun kaupan pinta-ala tai myynti on lähtötilanteessa ollut alueella hyvin pientä.

Lempolassa ja Kulloonsillan alueella ei vuonna 2007 ollut vielä päivittäistavaraa, ja nyt alueille on rakentunut supermarket-tasoiset myymälät. Lempolaan on tullut sekä S-market että K-supermarket. Kulloonsillan alue on tässä tarkastelussa tulkittu laajana, vastaavalla tavalla kuin ”Maakuntakaavan palveluverkon mitoittaminen ja vaikutusten arviointi” -selvityksessä. Alueelle on tarkastelujaksolla sijoittunut S-market Juvankartanoon. Tämä viereen on lisäksi rakentunut

vuonna 2016 uusi K-supermarket, joka ei vielä näy tilastossa. Juvankartanon alue jää kuitenkin kohtalaisen kauaksi vähittäiskaupan suuryksikön kohdemerkinnästä, ja on enemmän paikalliskeskus kuin seudullisesti merkittävä kauppapaikka.

Seuraavassa taulussa on maakuntakaavan keskusta- ja donitsialueilla tapahtunut päivittäistavara-kaupan myynnin ja myyntipinta-alan muutos. Jos tieto jommaltakummalta tarkasteluvedeltä puuttuu, ei alueen kehitystä voi tarkastella prosentteina (Kivistö, Kulloonsilta, Ilvesvuori, Lempola).

Päivittäistavara-kaupan myynti keskusta-alueilla 2007–2014

	Myynti	Pinta-ala
Espoon keskus	16 %	6 %
Leppävaara	45 %	34 %
Kivenlahti	48 %	8 %
Matinkylä-Olari	14 %	-16 %
Tapiola	-23 %	-34 %
Hki keskusta	37 %	15 %
Herttoniemi	28 %	-16 %
Itäkeskus	39 %	39 %
Kannelmäki	102 %	60 %
Malmi	12 %	-3 %
Kauniainen	5 %	-5 %
Hakunila	7 %	0 %
Kivistö		
Koivukylä	133 %	48 %
Korso	-6 %	-12 %
Myyrämäki	18 %	-7 %
Pakkala	14 %	13 %
Tikkurila	3 %	-11 %
Pääkaupunkiseutu	29 %	9 %
Hyvinkää	27 %	32 %
Järvenpää	18 %	6 %
Kerava	33 %	-20 %
Kirkkonummi	33 %	26 %
Masala	27 %	0 %
Veikkola	51 %	36 %
Mäntsälä	15 %	-20 %
Klaukkala	36 %	23 %
Nurmijärvi	50 %	41 %
Rajamäki	29 %	0 %

Lähde: A.C. Nielsen

	Myynti	Pinta-ala
Pornainen	74 %	29 %
Nikkilä	11 %	3 %
Söderkulla	118 %	131 %
Hyrylä	-3 %	0 %
Jokela	74 %	77 %
Kellokoski	14 %	1 %
Nummela	32 %	8 %
Vihti	38 %	28 %
Helsingin seudun kehysalue	28 %	11 %
Hanko	4 %	5 %
Inkoo	36 %	-32 %
Karkkila	-52 %	-47 %
Lohja	23 %	-31 %
Saukkola	40 %	0 %
Virkkala	-7 %	-10 %
Tammisaari	133 %	85 %
Karjaa	17 %	-1 %
Siuntio	16 %	-43 %
Länsi-Uusimaa	24 %	-12 %
Askola	733 %	143 %
Lapinjärvi	52 %	67 %
Loviisa	-9 %	-40 %
Myrskylä	-11 %	-20 %
Porvoo	8 %	17 %
Pukkila	26 %	0 %
Itä-Uusimaa	11 %	8 %
Keskusta-alueet yhteensä	28 %	8 %
Koko Uusimaa	33 %	11 %

Päivittäistavarakaupan myynti donitsi-alueilla 2007–2014

	Myynti	Pinta-ala
Suomenoja	99 %	87 %
Kulloonsilta		
Nihtisilta	8 %	3 %
Konala	168 %	180 %
Roihupelto	800 %	0 %
Suutarila	66 %	29 %
Varisto	640 %	444 %
Tammisto	54 %	29 %
Porttipuisto		33 %
Koivuhaka	808 %	2398 %
Pääkaupunkiseutu	90 %	70 %
Sveitsinportaali	16 %	0 %
Mäntsälänportti	60 %	0 %
Ilvesvuori		
Hyrylän eteläosa	39 %	0 %
Helsingin seudun kehysalue	21 %	-16 %
Tynninharju	22 %	19 %
Lempola		
Karjaan lounaisosa	36 %	0 %
Länsi-Uusimaa	67 %	67 %
Loviisan länsiossa	150 %	75 %
Tarmola	5583 %	202 %
Itä-Uusimaa	441 %	116 %
Donitsit	87 %	62 %
Koko Uusimaa	33 %	11 %

Lähde: A.C. Nielsen

Maakuntakaavan keskusta-alueilla on päivittäistavarakaupan pinta-ala kasvanut kahdeksalla prosentilla vuodesta 2007. Suurin kasvu on Helsingin seudun kehysalueella. Pinta-ala on keskuksissa laskenut ainoastaan Länsi-Uudellamaalla, johon ovat vaikuttaneet mm. Lohjan keskustan päivittäistavarakaupan lopettamiset. Lisäksi seudulla on myös muita keskuksia, joissa päivittäistavarakaupan pinta-ala on laskenut.

Myös päivittäistavarakaupan myynti on keskusta-alueilla kasvanut. Suurin kasvu on tapahtunut pääkaupunkiseudulla, kun taas Itä-Uudellamaalla kasvu on ollut kaikkein hitainta.

Donitsi-alueilla päivittäistavarakaupan myyntipinta-ala on kasvanut kokonaisuudessaan yli 60 % ja myynti on kaksinkertaistunut. Muutos on suuri prosentuaalisesti, mutta pinta-alalla mitattuna keskusta-alueille on kuitenkin rakentunut enemmän päivittäistavarakauppaa kuin donitsi-alueisiin. Laskua donitseissa on ainoastaan Helsingin seudun kehysalueella, jossa on lopettanut pt-myymlä Ilvesvuorella. Itä-Uudellamaalla kasvu on ollut prosentuaalisesti voimakasta. Lähtövuonna Porvoon Tarmolassa ja Loviisan länsiosassa oli molemmissa vain yksi myymälä. Vuonna 2014 molempiin ovat rakentuneet uudet supermarketit ja lisäksi Tarmolaan yksi kalakauppa.

Päivittäistavarakaupan muutos 2007–2014 Keskusta-alueilla

	Myynti	Pinta-ala
Pääkaupunkiseutu	29 %	9 %
Helsingin seudun kehysalue	28 %	11 %
Länsi-Uusimaa	24 %	-12 %
Itä-Uusimaa	11 %	8 %
Keskustat yhteensä	28 %	8 %

Donitsi-alueilla

	Myynti	Pinta-ala
Pääkaupunkiseutu	90 %	70 %
Helsingin seudun kehysalue	21 %	-16 %
Länsi-Uusimaa	67 %	67 %
Itä-Uusimaa	441 %	116 %
Donitsit yhteensä	97 %	62 %

Maakuntakaavan ja C- ja KM-alueiden ulkopuolisilla alueilla

	Myynti	Pinta-ala
Maakuntakaavan ja C- ja KM-alueiden ulkopuoliset alueet	33 %	8 %
Koko Uusimaa	33 %	11 %

Lähde: A.C. Nielsen

Päivittäistavarakauppoja on myös paljon maakuntakaavan keskustatoimintojen alueiden ulkopuolella mm. keskustojen lähialueilla, alakeskustissa ja lähipalvelukeskuksissa. Keskustatoimintojen ja donitsien ulkopuolella eli ns. paikallisilla kaupan alueilla on päivittäistavarakaupan pinta-ala kasvanut samassa suhteessa kuin keskustoisakin, mutta myynti on kasvanut hieman keskustoja nopeammin. Päivittäistavarakauppa onkin pääosin paikallista toimintaa, joten luontevaa on, että verkko on tiheä ja suurin osa kaupoista sijoittuu lähelle asutusta.

Donitsi-alueilla päivittäistavarakaupan kehitys on ollut kaikkein nopeinta. Alueiden saavutettavuus on hyvä, joten päivittäistavarakauppa pyrkii sijoittumaan myös näille alueille, mikä on ristiriidassa 2. vaihemaakuntakaavan kaupan ratkaisuun nähden. Suurelta osin donitsi-alueet sijoittuvat

lähelle asutusta tai asutuksen keskelle, jolloin donitsi-alueen päivittäistavarakauppa toimii alueen lähikauppana ja on enemmän alueen paikallispalvelu kuin seudullinen kauppapaikka. Donitsi-alueiden päivittäistavarakaupan osuus kokonaisverkosta on kuitenkin alhainen eikä ole nähtävissä että muu verkko tai palveluiden saavutettavuus olisi suuresti heikentynyt niiden kasvun takia.

Koska donitsi-alueilla päivittäistavarakaupan rakentaminen on ollut suhteellisesti tarkasteltuna vilkkaampaa kuin maakuntakaavan keskusta-alueilla, on keskustojen osuus päivittäistavarakaupan pinta-alasta sekä myynnistä laskenut. Tästä huolimatta, kuten jo aikaisemmin todettiin, päivittäistavarakaupan pinta-ala ja myynti ovat myös maakuntakaavan keskustatoimintojen alueilla kasvaneet, mutta hitaammin kuin keskustojen ulkopuolella.



7. KAUPAN TYÖPAIKKOJEN KEHITYS KESKUSTA-ALUEILLA JA DONITSEISSA

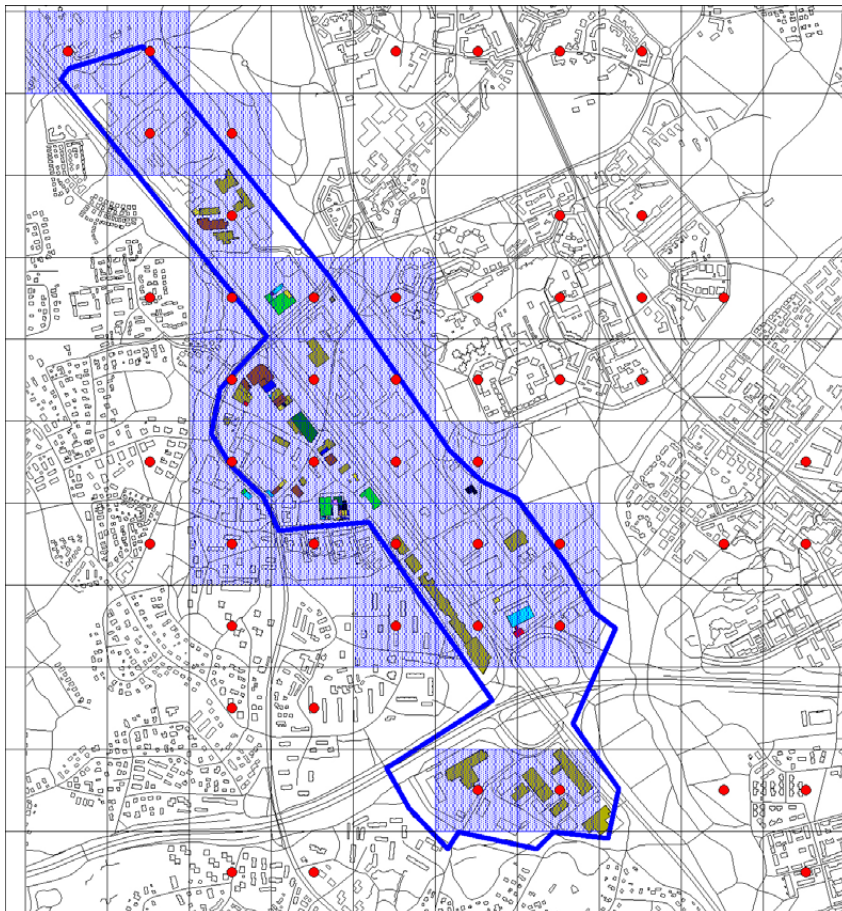
Suomen ympäristökeskuksen kehittämästä yhdyskuntarakenteen seurantarjestelmästä (YKR) saadaan paikkatietoa mm. kaupan työpaikoista ja toimipaikoista. Kaupan toimipaikkamäärillä on haastava kuvata kaupan kehitystä, koska toimipaikkamäärä on laskussa, vaikka kauppa kasvaakin mm. pinta-alalla ja myynnillä mitattuna. Kaupan työpaikkojen määrä kuvaa kehitystä näin ollen toimipaikkamäärää paremmin, joten yhtenä kehitysindikaattorina tässä selvityksessä on käytetty vähittäis- ja autokaupan työpaikkamäärän muutosta.

YKR-aineistosta saadaan kaupan työpaikat vuosilta 2007, (2010) ja 2012. Haasteena on aineiston hidas päivitys työpaikkojen suhteen. Ajanjakso kuvaa siis maakuntakaavan laadinnan

aikaista tilannetta, eikä siitä pysty vielä sanomaan mitään maakuntakaavan hyväksymisen jälkeisestä tilanteesta. Jatkossa YKR-aineiston päivityttyä, voidaan seuranta jatkaa. Kaupan toimipaikoista on tietoa vasta vuosilta 2010 ja 2012, joten ajanjakso on varsin lyhyt kuvaamaan toimipaikkamäärän kehitystä. Jatkossa voidaan tämänkin indikaattorin mukaan ottaa pohtia.

Kaupan työpaikkamäärän muutosta on tarkasteltu maakuntakaavan keskustatoimintojen alueilla ja keskustojen ulkopuolisissa vähittäiskaupan suuryksiköissä eli donitseissa. Analyysissa haastavuuden tuo kohdemerkintöjen ulottuvuus. Ulottuvuutta on tarkasteltu Uudenmaan liitossa kunta-kaavojen sekä kaupan kartoitusaineistojen pohjalta. Alueet on paikoin tulkittu kohtalaisen laajoina vastaavalla tavalla kuin

”Maakuntakaavan palveluverkon mitoittaminen ja vaikutusten arviointi” -selvityksessä. Työpaikka-analyysiin on kohdemerkinnän aluerajauksen lisäksi otettu mukaan lähimmät 250 metrin ruudut, jotka rajoittavat alueisiin. Tällä varmistetaan, että koko alueen kaupan työpaikat saadaan mukaan tarkasteluun.



Esimerkki: Konalan donitsi-alueen työpaikat Punaisella pallolla on merkitty ruututiedot, joissa on kaupan työpaikkoja ja mukaan otettu sinisellä väritetyt ruudut

Vähittäiskaupan ja autokaupan työpaikat keskusta-alueilla

			Muutos 2007–2012	
	2007	2012	%	lkm
Espoon keskus	230	263	14 %	33
Leppävaara	1 161	1 261	9 %	100
Espoonlahti	419	387	-8 %	-32
Matinkylä-Olari	902	1 106	23 %	204
Tapiola	1 072	703	-34 %	-369
Hki keskusta	10 540	10 656	1 %	116
Herttoniemi	613	332	-46 %	-281
Itäkeskus	2 103	2 039	-3 %	-64
Kannelmäki	279	367	32 %	88
Malmi	834	972	17 %	138
Kauniainen	109	98	-10 %	-11
Hakunila	124	129	4 %	5
Kivistö	0	12		12
Koivukylä	112	310	177 %	198
Korso	384	289	-25 %	-95
Myyrmäki	851	768	-10 %	-83
Pakkala	1 559	1 854	19 %	295
Tikkurila	736	535	-27 %	-201
Pääkaupunkiseutu	22 028	22 081	0 %	53
Hyvinkää	917	909	-1 %	-8
Järvenpää	1 068	910	-15 %	-158
Kerava	698	663	-5 %	-35
Kirkkonummi	409	514	26 %	105
Masala	51	51	0 %	0
Veikkola	59	67	14 %	8
Mäntsälä	181	206	14 %	25
Klaukkala	290	353	22 %	63
Nurmijärvi	93	111	19 %	18
Rajamäki	61	79	30 %	18
Pornainen	24	27	13 %	3
Nikkilä	141	165	17 %	24
Söderkulla	64	90	41 %	26
Hyrylä	239	193	-19 %	-46
Jokela	64	64	0 %	0
Kellokoski	40	35	-13 %	-5
Nummela	367	448	22 %	81
Vihti	75	78	4 %	3
Helsingin seudun kehysalue	4 841	4 963	3 %	122
Hanko	126	117	-7 %	-9
Inkoo	31	44	42 %	13
Karkkila	122	100	-18 %	-22
Lohja	454	413	-9 %	-41
Saukkola	33	34	3 %	1
Virkkala	83	78	-6 %	-5
Tammisaari	225	253	12 %	28
Karjaa	229	207	-10 %	-22
Siuntio	31	26	-16 %	-5
Länsi-Uusimaa	1 334	1 272	-5 %	-62
Askola	21	25	19 %	4
Lapinjärvi	35	31	-11 %	-4
Loviisa	148	154	4 %	6
Myrskylä	48	36	-25 %	-12
Porvoo	837	722	-14 %	-115
Pukkila	19	25	32 %	6
Itä-Uusimaa	1 108	993	-10 %	-115
Keskustat yhteensä	29 311	29 309	0 %	-2

© SYKE ja TK, vuosi 2007, 2012

Kaupan työpaikat kuvaavat alueella työssäkäyvien henkilöiden lukumäärää. Jokainen työllinen henkilö muodostaa työpaikan. Näin osa-aikais-takin työtä tekevä henkilö muodostaa laskennal-lisesti yhden työpaikan. Verrattuna alueelliseen yritystilaston henkilöstöön (luku 5.2) eroa on juuri osa-aikaisuudessa. Yritystilastossa kaupan hen-kilöstömäärä kuvaa henkilötyövuotta siten, että kaksi puolipäiväistä työntekijää lasketaan yhdeksi työntekijäksi.

Kaupan työpaikkojen määrä on maakuntakaa-van keskusta-alueilla säilynyt samansuuruisena vuosina 2007 ja 2012. Alueellisia eroja on kuiten-kin havaittavissa. Pääkaupunkiseudulla koko-naistyöpaikkamäärä on säilynyt samana, mutta

Vähittäiskaupan ja autokaupan työpaikat donitsi-alueilla

			Muutos 2007–2012	
	2007	2012	%	lkm
Lommila	551	587	7 %	36
Suomenoja	763	762	0 %	-1
Kulloonsilta	309	274	-11 %	-35
Nihtisilta	255	160	-37 %	-95
Turvesolmu	0	0		0
Konala	895	940	5 %	45
Roihupelto	1 670	1 111	-33 %	-559
Suutarila	391	395	1 %	4
Varisto-Petikko	1 036	682	-34 %	-354
Tammisto	848	1 117	32 %	269
Porttipuisto	449	678	51 %	229
Petas	0	0		0
Koivuhaka	549	1 004	83 %	455
Pääkaupunkiseutu	7 716	7 710	0 %	-6
Sveitsinporttali	284	345	21 %	61
Valtatie 25	6	0		-6
Järvenpään eteläinen liittymä	0	10		10
Keravanportti	142	164	15 %	22
Inkilänportti	0	0		0
Mäntsälänportti	78	120	54 %	42
Ilvesvuori	1	6	500 %	5
Mäyränkallio	0	0		0
Focus	1	0		-1
Hyrylän eteläosa	463	479	3 %	16
Huhmari	2	1	-50 %	-1
Helsingin seudun kehysalue	977	1 125	15 %	148
Tynninharju	429	390	-9 %	-39
Lempola	24	124	417 %	100
Karjaan lounaisosa	34	52	53 %	18
Horsbäck	90	78	-13 %	-12
Länsi-Uusimaa	577	644	12 %	67
Loviisan länsiosa	81	107	32 %	26
Tarmola	450	413	-8 %	-37
Kuninkaanportti	133	254	91 %	121
Itä-Uusimaa	664	774	17 %	110
Donitsit yhteensä	9 934	10 253	3 %	319

© SYKE ja TK, vuosi 2007, 2012

työpaikkamäärältään kasvaneita keskuksia ovat mm. Leppävaara, Matinkylä-Olari, Helsingin keskusta, Malmi Koivukylä ja Pakkala, kun taas kaupan työpaikkoja menettäneitä ovat mm. Tapiola, Herttoniemi, Korso, Myyrmäki ja Tikkurila. Näissä keskustoissa on joko merkittäviä lopettaneita kaupan toimijoita tai vaihtoehtoisesti kaupan kehitys on ko. keskustassa ollut yleisesti ollut vaisua.

Helsingin seudun kehysalueella on kaupan työpaikkamäärä ollut useimmissa keskuksissa kasvussa. Ajanjakso onkin ollut suurelta osin kehysalueen kasvuaikaa. Järvenpäässä on poikkeuksellisesti ollut suurta laskua erityisesti aivan ydinkeskustan ruuduissa. Länsi-Uudellamaalla samoin kuin Itä-Uudellamaalla ovat kaupan työpaikkamäärät maakuntakaavan keskusta-alueilla laskeutuneet 2007–2012.

Keskustojen ulkopuolisilla vähittäiskaupan suuryksikköalueilla ovat kaupan työpaikkamäärät kokonaisuudessaan kasvaneet. Maakunnassa on kuitenkin myös alueita, joissa työpaikkamäärä on merkittävästi laskenut. Laskua on tapahtunut erityisesti pääkaupunkiseudulla. Kaupan työpaikkamääriltään laskevia donitseja ovat mm. Espoon Kulloonsilta, Nihtisilta, Helsingin Roihupelto, Vantaan Varisto-Petikko sekä pääkaupunkiseudun ulkopuolella Lohjan Tynninharju ja Porvoona Tarmola. Näistä lähes kaikki ovat vanhoja työpaikka-alueita, jotka ovat pikku hiljaa muuttuneet kaupan alueiksi. Tarkastelujakson aikana ei alueilla ole tapahtunut merkittävää kehitystä vaan kehityksen

painopiste on ollut ns. ”uudemmissa” kaupan alueilla. Varistossa muutoksen selittää suurelta osin Anttilan keskusvaraston siirtyminen Keravalle. Tämän työpaikat on tilastossa jyvitetty vähittäiskauppaan. Anttilan keskusvarastossa työskenteli yli 200 työntekijää. Roihupellossa kahden ruudun työpaikkamäärä väheni yli 350 työntekijällä. Tämä liittyy todennäköisimmin useiden autoliikkeiden työpaikkavähennyksiin autoalan pahimman taantumien aikana 2010-luvun vaihteen molemmin puolin.

Kaupan työpaikkamäärältään vuosien 2007–2012 aikana merkittävästi kasvaneita donitsi-alueita ovat mm. Tammisto, Porttipuisto, Koivuhaaka, Lempola ja Kuninkaanportti. Kaikissa näissä kaupan toimijamäärä on ajanjaksolla merkittävästi kasvanut.

Kaupan työpaikkamäärissä on tarkastelujakson aikana tapahtunut kehitystä donitsialueiden hyväksi. Maakuntakaavan keskustoissa kaupan työpaikkamäärä on kokonaisuudessaan pysynyt vakaana, kun taas donitsi-alueilla määrä on kasvanut. Työpaikkamäärissä on kasvua myös maakuntakaavan keskusta- ja donitsi-alueiden ulkopuolella. Keskustat kuitenkin yhä edelleen kattavat Uudenmaan kaupan työpaikoista lähes puolet. Keskustojen ja donitsien ulkopuolella työpaikkoja on runsas kolmannes koko maakunnan kaupan työpaikoista. Donitsien osuus on pieni, mutta se on tarkastelujaksolla ollut kasvussa.

Vähittäiskaupan ja autokaupan työpaikat Keskusta-alueilla

			Muutos 2007–2012	
	2007	2012	%	lkm
Pääkaupunkiseutu	22 030	22 080	0 %	50
Helsingin seudun kehysalue	4 840	4 960	3 %	120
Länsi-Uusimaa	1 330	1 270	-5 %	-60
Itä-Uusimaa	1 110	990	-10 %	-120
Keskustat yhteensä	29 310	29 300	0 %	-10

Donitsi-alueilla

			Muutos 2007–2012	
	2007	2012	%	lkm
Pääkaupunkiseutu	7 720	7 710	0 %	-10
Helsingin seudun kehysalue	980	1 130	15 %	150
Länsi-Uusimaa	580	640	12 %	60
Itä-Uusimaa	660	770	17 %	110
Donitsit yhteensä	9 940	10 250	3 %	310

Maakuntakaavan ja C- ja KM-alueiden ulkopuolisilla alueilla

Maakuntakaavan ja C- ja KM-alueiden ulkopuoliset alueet	21 010	21 710	3 %	700
Koko Uusimaa	60 260	61 270	2 %	1 010

© SYKE ja TK, vuosi 2007, 2012

8. VALMISTUNEET MYYMÄLÄ- JA LIIKERAKENNUKSET

SYKE on koonnut tilastotietoa valmistuneista myymälä- ja liikerakennuksista. Julkaistut tiedot ovat vuosilta 2001–2012, eli tilasto kattaa maakunta-kaavan laadinnan ja tätä edeltävän ajan 2000-luvulta. Valmistuneiden myymälä- ja liikerakennusten tiedot on laskettu väestötietojärjestelmän rakennustiedoista. Valmistuneet rakennukset on

poimittu käyttötarkoituksen ja valmistumisvuoden mukaan katsomatta, toimiko niissä vähittäiskaupan toimipaikkaa vuonna 2012. Tiedot on julkaistu kuntatasolla. Lähtötieto eli myymälärakennusten kokonaiskerrosala puuttuu, joten kehitystietoja ei pysty kattavasti analysoimaan.

Valmistuneet myymälä- ja liikennerakennukset Uudellamaalla 2001–2012

k-m ²	2001–04	2005–08	2009–12	Yhteensä 2001–12	Osuus	Valmistuneet 2001–12/ asukkaat 2012
Espoo	114 800	132 000	31 500	278 300	19 %	1,08
Helsinki	37 500	154 700	125 800	318 000	21 %	0,53
Kauniainen	5 700	1 500	0	7 200	0 %	0,81
Vantaa	82 900	183 100	106 500	372 500	25 %	1,81
Pääkaupunkiseutu	240 900	471 300	263 800	976 000	66 %	0,91
Hyvinkää	28 500	38 800	55 400	122 700	8 %	2,69
Järvenpää	11 800	10 100	9 700	31 600	2 %	0,80
Kerava	5 600	26 900	1 800	34 400	2 %	1,00
Kirkkonummi	2 800	4 600	17 600	25 000	2 %	0,67
Mäntsälä	6 100	4 600	100	10 900	1 %	0,53
Nurmijärvi	6 300	2 000	5 800	14 100	1 %	0,35
Pornainen	0	1 700	0	1 700	0 %	0,33
Sipoo	2 000	1 600	4 500	8 100	1 %	0,43
Tuusula	11 700	19 600	17 200	48 500	3 %	1,28
Vihti	19 300	6 600	6 200	32 100	2 %	1,12
Helsingin seudun kehysalue	94 100	116 500	118 300	329 100	22 %	1,07
Hanko	1 800	0	400	2 300	0 %	0,25
Inkoo	0	4 200	200	4 400	0 %	0,79
Karkkila	3 500	500	0	4 000	0 %	0,44
Lohja	16 300	37 000	17 900	71 200	5 %	1,50
Raasepori	7 800	11 000	0	18 700	1 %	0,65
Siuntio	1 300	0	0	1 300	0 %	0,21
Länsi-Uusimaa	30 700	52 700	18 500	101 900	7 %	0,96
Askola	600	1 200	0	1 800	0 %	0,36
Lapinjärvi	500	0	600	1 100	0 %	0,39
Loviisa	1 200	6 300	2 500	10 100	1 %	0,65
Myrskylä	800	0	0	800	0 %	0,40
Porvoo	3 700	45 300	17 600	66 600	4 %	1,36
Pukkila	0	800	0	800	0 %	0,39
Itä-Uusimaa	6 800	53 600	20 700	81 200	5 %	1,06
Uusimaa	372 500	694 100	421 300	1 488 200	100 %	0,95

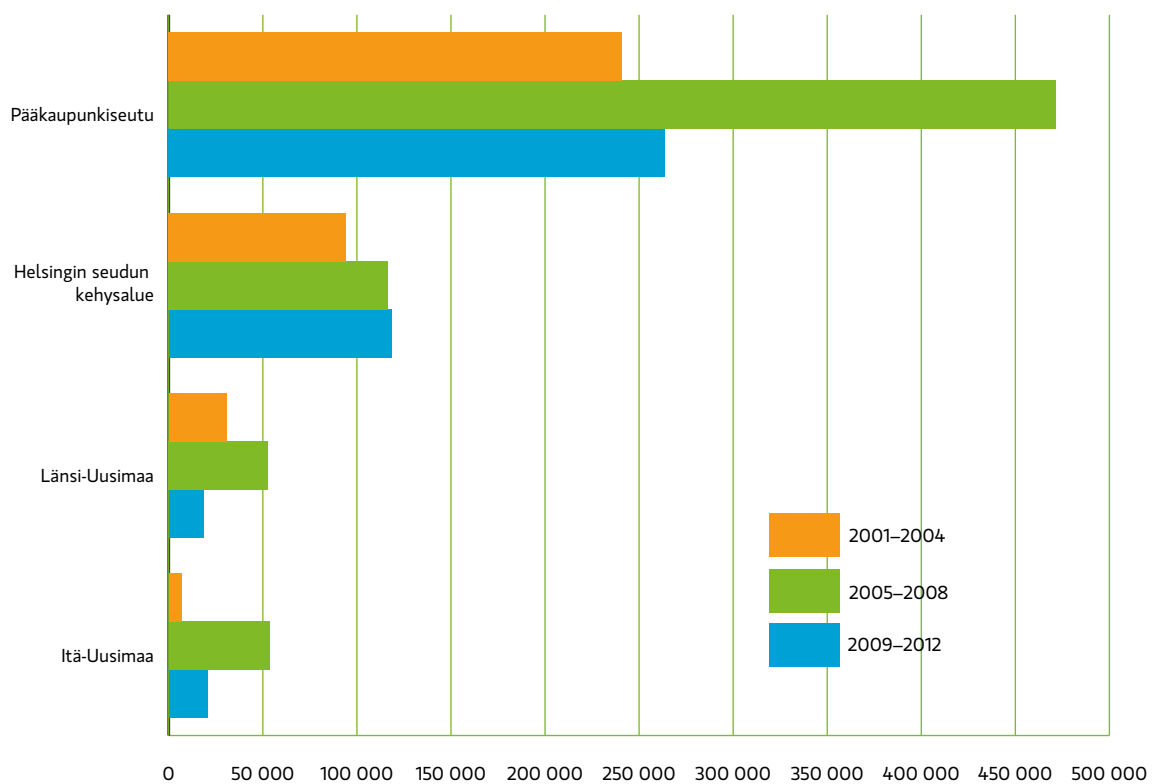
Lähde: SYKE ja VTJ/VRK 3/2013

2000-luvulla valmistuneita myymälä- ja lii-kerakennuksia on eniten pääkaupunkiseudulla ja kunnista eniten Vantaalla. Helsingin seudun kehysalueella on valmistuneita myymälärakennuksia eniten Hyvinkäällä. Paljon on kaupan rakentamista myös tapahtunut mm. Järvenpäässä, Keraval-
la, Tuusulassa ja Vihdissä. Länsi-Uudellamaalla myymälä- ja liikerakentaminen on painottunut Lohjalle ja Itä-Uudellamaalla Porvooseen.

Asukasmäärän kasvuun suhteutettuna on myymälärakentamista ollut 2000-luvulla eniten Hyvinkäällä, Vantaalla, Lohjalla, Porvoossa ja

Tuusulassa. Keskimääräistä vähemmän myymälä-rakentamista on taas ollut pienissä kunnissa mutta myös mm. Helsingissä, Nurmijärvellä, Mäntsäläs-
sä ja Raaseporissa.

Myymälä- ja liikerakentaminen painottuu tar-
kastelujaksolla vuosiin 2005–2008. Tämän jäl-
keen rakentaminen on hidastunut muulla paitsi Helsingin seudun kehysalueella. Tilasto loppuu vuoteen 2012, mutta liikerakentaminen on tästä alustavien tietojen mukaan edelleen merkittävästi hidastunut.



Valmistuneet myymälä- ja liikerakennukset Uudellamaalla 2001–2012
Lähde: SYKE ja VTJ/VRK 3/2013

9. KAUPAN LIIKETILAN KEHITYS KESKUSTA-ALUEILLA JA DONITSEISSA

Kaavoituksen kannalta mielenkiintoista on, miten kaupan pinta-ala on maakuntakaavan keskustoissa ja kaupan alueilla kehittynyt. Kaupan pinta-ala-tietoa ei löydy suoraan tilastoista, joten pinta-alan kehityksen analysointiin käytettiin apuna Uudenmaan liiton laatimaa kyselyä kuntien kaavoittajille. Tämän lisäksi tietoja päivitettiin myös muutamien kaupan alueiden kenttäkartoituksilla. Tavoitteena oli saada tietoa, miten keskustat ja donitsit ovat kehittyneet ”Kaupan palveluverkon mitoittaminen ja vaikutusten arviointi” -selvityksessä kerättyistä lähtötiedoista, jotka ovat pääosin vuosilta 2011 ja 2012. Lisäksi tarkastellaan vireillä olevien hankkeiden kautta suunnitelmassa olevaa kaupan rakentamista.

Tässä selvityksessä keskustojen ja donitsien alueellista ulottuvuutta on tulkittu lähes samoin kuin lähtötiedoissakin. Yleisesti keskusta-alueella tarkoitetaan tässä perinteistä tiivistä ydinkeskustaa, jonne pääosa kaupasta on sijoittunut. Keskustan reunojen market- ja tilaa vaativan kaupan alueita ei ole pääsääntöisesti laskettu kuuluvaksi keskustaan. Poikkeuksena ovat ne kunnat, joiden yleiskaavassa nämä alueet ovat keskustatoimintojen alueita tai jossa alueet kuuluvat selvästi toiminnalliseen yhtenäiseen aluekokonaisuuteen ydinkeskustan kanssa. Donitsi-alueet on taas käsitelty ja kartoitettu yleensä laajoina kokonaisuuksina, kuten myös edellisessä selvityksessä, jos kunta ei

ole esittänyt aluerajauksia omassa kaavoituksessaan.

9.1. Valmistuneet kaupan hankkeet

Yleisesti voidaan todeta, että kaupan rakentaminen on viime vuosina ollut hitaampaa kuin muutoin 2000-luvulla. Näin ollen useissa paikoissa ei kaupan pinta-ala ole suuresti muuttunut edellisen selvityksen jälkeisestä tilanteesta. Maakuntakaavan keskusta-alueilla uutta kaupan pinta-alaa on tullut noin 160.000 k-m².

Keskusta-alueilla suurimmat toteutuneet hankkeet ovat Kauppakeskus Kaari Kannelmäessä ja Kauppakeskus Willa Hyvinkäällä. Ne vastaavat 2/3 osaa Uudenmaan kaikista keskustahankkeista tarkastelujaksolla. Kokonaisuudessaan nämä eivät kuitenkaan ole uutta liiketilaa vaan hankkeet sisältävät myös jo aikaisemmin alueella olleita toimijoita.

Pienempiä kauppakeskuksia on toteutettu Tapiolassa Ainoa, Tikkurilassa Dixi ja Porvoossa Taidehdas. Nummelassa on rakennettu uusi S-rauta ja Tokmanni. Muut keskusta-alueilla toteutuneet kaupan hankkeet ovat olleet lähinnä päivittäistavarakaupan hankkeita. Matinkylän-Olarin keskusta-alueelle on sijoittunut yksi uusi autokauppa. Noin kahdessa kolmasosassa keskustoista ei ole tapahtunut lainkaan uutta kaupan rakentamista.

Valmistuneet kaupan hankkeet keskusta-alueella 2012–2016 (alkuvuosi)

k-m ²			k-m ²			k-m ²		
Espeen keskus			Hyvinkää	Willa	53 000	Hanko	K-super-market	2 000
Leppävaara			Järvenpää			Inkoo		
Espeenlahti			Kerava	Lidl laajennus	160	Karkkila		
Matinkylä-Olari	VW-auto	3 200	Kirkkonummi	Sale	400	Lohja		
Tapiola	Ainoa 1. vaihe	12 500	Masala			Saukkola		
Hki keskusta			Veikkola			Virkkala		
Herttoniemi			Mäntsälä	Citymarket ja Siwa	5 300	Tammisaari	Lidl laajennus	200
Itäkeskus			Klaukkala			Karjaa	Lidl laajennus	200
Kannelmäki	Kaari	52 000	Nurmijärvi	K-super-market	5 200	Siuntio		
Malmi						Länsi-Uusimaa		2400
Kauniainen			Rajamäki			Askola		
Hakunila			Pornainen			Lapinjärvi		
Kivistö	Siva	400	Nikkilä			Loviisa		
Koivukylä			Söderkulla			Myrskylä		
Korso			Hyrylä			Porvoo	Sokos laajennus, Taidetehtas	10 600
Myyrämäki			Jokela			Pukkila		
Pakkala			Kellokoski			Itä-Uusimaa		10 600
Tikkurila	Dixi 1. vaihe ja kivijalkakauppaa	7 200	Nummela	S-rauta, Tokmanni	7 510	Keskustat yhteensä		160 300
Pääkaupunkiseutu		75 300	Vihti	S-marketin laajennus	430			
			Helsingin seudun kehysalue		72 000			

Vähittäiskaupan suuryksikköalueilla on toteutunut hankkeita yhteensä runsas 100.000 k-m² verrattuna edellisen selvityksen aikaiseen tilanteeseen. Hankkeet ovat kokoluokaltaan pienempiä kuin keskusta-alueilla toteutuneet suurimmat kauppakeskukset. Selvästi eniten on rakennettu pääkaupunkiseuduilla, muilla seuduilla rakentaminen on ollut vähäisempää. Eniten uutta pinta-alaa on rakentunut Konalaan, jossa on rakennettu uusi S-market, laajennettu Kauppakeskus Ristikkoa ja Motorcenteriä. Myös Porttipuistossa ja Koivuhaassa on rakennettu keskimääräistä enemmän uutta kaupan tilaa.

Kohdemerkintöjen alueellinen laajuus tuo haastetta tarkasteluun. Kulloonsillan alueelle, jos aluetta tulkitaan yhtä laajana kuin ”Maankuntakaavan palveluverkon mitoitus ja vaikutusten arviointi” -selvityksessä, on rakentunut uusi S-market ja uusi K-supermarket. Saatujen vastausten perusteella kunta kuitenkin katsoo, että kaupat sijoittuvat taajamatoimintojen alueelle, eivätkä kuulu Kulloonsillan vähittäiskaupan suuryksikköalueeseen. Mutta koska voimassa olevasta osayleiskaavasta ei saa tulkintaan apua ja uusi osayleiskaava on vasta valmistuilla ja koska uusien myymälöiden viereiset muutkin liiketilat ovat mukana

tarkastelussa edellisen selvityksen tavoin, on uudet myymälät laskettu tässä mukaan.

Vastaavalla tavalla on Nihtisiltan rakentunut uusi S-market, mutta Keran osayleiskaavaehdotuksessa alue on merkitty keskustatoimintojen alakeskus -merkinnällä. Tämän takia ei myymälää ole laskettu mukaan Nihtisillan toteutuneeseen pinta-alaan.

Helsingin seudun kehysalueella on vuoden 2011 jälkeen rakentunut ainoastaan Tokmanni Keravanporttiin ja autokauppaa Sveitsinportaaliin. Lisäksi Mäntsälänportin Rautiassa on tehty pieni laajennus. Länsi-Uudellamaalla merkittävin kaupan rakennuskohde on ollut Lempola, jonne on rakentunut Tokmanni, K-supermarket ja Lohjan Autotalo.

Itä-Uudellamaalla uutta kaupan rakentamista on tapahtunut Loviisan länsiosassa. Donitsi-alueen tuntumaan valtatie varteen on rakentunut Tokmanni ja Värisilmä. Molemmat tosin sijoittuvat kohdemerkinnästä hieman irralleen (vrt. ”Maankuntakaavan palveluverkon mitoitus ja vaikutusten arviointi” -selvitys), eli eivät välttämättä muodosta toiminnallista kokonaisuutta jo alueella olevien kaupan toimijoiden kanssa. Mutta koska ne toimivat todellisuudessa yhtä seudullisilla markkinoilla

kuin kohdemerkinnän myymälät, on ne tässä tarkastelussa otettu mukaan donitsi-alueeseen samoin kuin muutkin lähialueen liiketilat. Tulkin-ta alueen laajuudesta on siten kasvanut verrattuna edelliseen selvitykseen.

Vähittäiskaupan suuryksikköalueilla toteutu-neista hankkeista vain noin puolet on tilaa vaati-va kauppaa, pääosin autokauppaa. Toisin sanoen lähes puolet toteutuneesta hankepinta-alasta on

ns. keskustahakuista kauppaa, jota ovat kauppa-keskuksen laajennus (Ristikko), laajan tavaravali-koiman kaupat (Tokmanni), erikoiskaupat (XXL) ja päivittäistavarakaupat (S-market, K-supermar-ke). Valmistuneet hankkeet ovat vuosilta 2012–2016, joten niiden valmistelu on alkanut pääosin ennen maakuntakaavan vahvistumista (loka-kuu/2014).

Valmistuneet kaupan hankkeet donitsi-alueella 2012–2016 (alkuvuosi)

k-m ²			k-m ²			k-m ²		
Lommila	Motonet	4 600	Sveitsinportaali	OK Hämeenmaa, autokauppaa	2 400	Tynniharju	Lidlin laajennus Alkolle	400
Suomenoja	Suomalaistentien liikekeskus (XXL), Kauppakeskus Merituulen ja Liilan uudistukset (ei uutta liiketilaa)	8 200	Valtatie 25			Lempola	Tokmanni, K-supermarket, Lohjan autotalo	9 500
Kulloonsilta	S-market ja K-supermarket*	4 200	Järvenpään eteläinen			Karjaan lounaisosa		
Nihtisilta			Keravanportti	Tokmanni	5 200	Horsbäck		
Turvesolmu			Inkilänportti			Länsi-Uusimaa		9 900
Konala	S-market, Kauppakeskus Ristikko 2. vaihe, MotorCenter 3. vaihe	24 000	Mäntsälänportti	Rautia	100	Loviisan länsiosaa	Tokmanni, Värisilmä*	4 000
Roihupelto	Motonet	5 000	Ilvesvuori			Tarmola		
Suutarila			Mäyränkallio			Kuninkaanportti		
Varisto-Petikko	K-supermarket	4 000	Focus			Itä-Uusimaa		4 000
Tammisto	XXL	7 000	Hyrnän eteläosa			Donitsit yhteensä		103 600
Porttipuisto	Ikano	13 000	Huhmari					
Petas			Helsingin seudun kehysalue		7 700			
Koivuhaka	Motorcenter ja Vehon autotalo	12 000						
Pääkaupunkiseutu		82 000						

* Kunnan vastauksen mukaan hankkeet eivät sisälly donitsi-alueeseen

Vaikka muilla indikaattoreilla tarkasteltuna on kaupan kehitys donitsi-alueilla ollut keskusta-alueita voimakkaampaa, niin toteutuneita hankkeita on kuitenkin keskusta-alueilla pinta-alalla mitattuna enemmän kuin donitsi-alueilla. Hanke-tarkastelu ajoittuu kuitenkin enemmän viimeisiin vuosiin, kun taas tilastotarkastelu ulottuu myös merkittävästi kaavan laadinnan aikaiseen tilantee-seen, jolloin rakentaminen vähittäiskaupan suur-yksikköalueilla oli voimakasta. Tämä laadinnan aikainen rakentaminen näkyy kuitenkin jo tämän

tarkastelun lähtötiedoissa.

Viime vuosina kehitys on siis valtaosin ollut keskusta-alueisiin painottuvaa, mihin maakunta-kaavalla on mahdollisesti ollut ohjausvaikutusta. Tilaa vaativassa kaupassa ei rakentamiskysyntää juurikaan ole ollut. Lisäksi maakuntakaava rajoit-taa ns. keskustakaupan sijoittumista donitsialu-eille; alueille ei saa sijoittaa muuta kuin sellaisia seudullisesti merkittäviä vähittäiskaupan suuryk-siköitä, jotka laatunsa puolesta voi sijoittua myös keskusta-alueiden ulkopuolelle.

Valmistuneet kaupan hankkeet keskusta- ja donitsi-alueilla 2012–2016 (alkuvuosi)

k-m ²	Keskustat	Donitsit
Pääkaupunkiseutu	75 300	82 000
Helsingin seudun kehysalue	72 000	7 700
Länsi-Uusimaa	2 400	9 900
Itä-Uusimaa	10 600	4 000
Yhteensä	160 300	103 600

Pääkaupunkiseudulla on valmistuneita hankkeita kuitenkin enemmän donitsi-alueilla kuin keskustoissa. Donitsi-alueilla hankkeita on rakentunut tasaisesti ympäri pääkaupunkiseutua, kun taas keskusta-alueilla on vain muutama tullut lisää uutta pinta-alaa. Uusien liiketilojen rakentaminen tiiviillä keskusta-alueilla on hankalampaa kuin väljemmillä donitsi-alueilla. Pääkaupunkiseudulla donitsi-alueet sijoittuvat asutuksen keskelle tai aivan asutuksen viereen, ovat hyvin saavutettavissa ja ovat usein monipuolisia kaupan alueita ja näin ollen kiinnostavat kaupaa. Myös Länsi-Uudellamaalla on valmistuneita hankkeita enemmän donitsi-alueilla kuin keskustoissa. Suurin osa donitsi-hankkeista on ollut Lohjan Lempolassa. Keskustoissa suurin hanke on Hangon K-supermarket.

9.2 Vireillä olevat kaupan hankkeet

Uudenmaan liiton toteuttamassa kuntakyselyssä kysyttiin keskusta-alueilla ja vähittäiskaupan suuryksikköalueilla vireillä olevia kaupan hankkeita ja kaupaa koskevia asema- ja yleiskaavoja. Kyselyn tuloksena saadut hankkeet ja kaupan asemakaavat koottiin yhteen ja tietoja täydennettiin julkisuudessa esillä olleiden kaupan hankkeiden osalta. Tarkoituksena on valmistuneiden kaupan hankkeiden ja vireillä olevien kaupan hankkeiden pohjalta selvittää Uudenmaan 2. vaihemaakunta-kaavassa osoitettujen kaupan enimmäismitoitusten riittävyttä.

Selvityksessä keskitytään keskustojen ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitukseen. Keskustoissa ei suurimmassa osassa ole enimmäismitoitusta. Mitoitus on vain pienimmillä keskusta-alueilla, joissa ei ole juurikaan tapahtunut kaupan rakentamista tai ole vireillä suuria hankkeita. Mitoitusluokat ovat myös sen verran väljiä, ettei enimmäismitoituksen raja ole nopeasti

tulossa vastaan. Lisäksi maankäyttö- ja rakennuslain uudistuksessa pohditaan keskusta-alueiden mitoittamisesta luopumista. Vireillä olevat kaupan hankkeet esitetään kuitenkin myös keskusta-alueiden osalta.

Keskusta-alueilla on varsin paljon vireillä olevia kaupan hankkeita. Kaiken kaikkiaan maakuntakaavan keskustatoimintojen alueilla on vireillä kaupan hankkeita tai asemakaavoja noin 590.000 k-m². Pääkaupunkiseudulla suurin osa hankkeista on kauppakeskushankkeita. Jonkin verran on vireillä myös sellaisia asemakaavoja, joihin sisältyy kivijalkaliiketilaa. Pääkaupunkiseudun keskusta-alueilla on kaupan hankkeita vireillä kaiken kaikkiaan noin 430.000 k-m². Kolmannes hankkeista sijoittuu valtakunnan keskukseen, jossa on vireillä useita suuria kaupan hankkeita. Suuria hankkeita on myös aluekeskuksissa.

Helsingin seudun kehysalueella on vireillä kaupan hankkeita maakuntakaavan keskusta-alueilla noin 100.000 k-m². Hankkeet ovat kooltaan pienempiä kuin pääkaupunkiseudulla. Pinta-alassa mitattuna on hankkeita eniten vireillä Järvenpäässä, Kirkkonummella, Klaukkalassa, Hyrylässä sekä Nummelassa. Osittain hankkeet ovat olleet vireillä jo pitkän aikaa eikä edistystä ole tapahtunut. Klaukkalan hankkeesta Hok-Elanto on vetäytynyt, joten hanke ei todennäköisesti toteudu suunnitellun kokoisena.

Länsi-Uudellamaalla kaupan hankkeita tai asemakaavoja on eniten seutukeskuksissa Lohjalalla ja Tammisaaressa. Myös Karkkilassa on vireillä keskusta-hankkeita ja Saukkolassa yksi päivittäistavarakaupan hanke.

Itä-Uudellamaalla hankkeita on keskusta-alueilla vähän. Seutukeskus Porvoossa on vireillä Taidetehtaan K-Citymarket, joka on siirtymässä ydinkeskustasta Länsirannan keskusta-alueelle ja Loviisassa K-ryhmän supermarketin laajennus.

Vireillä olevia kaupan hankkeita ja asemakaavoja keskusta-alueilla

	Vireillä olevia hankkeita	k-m ²
Espoon keskus	Espoon torin ja Entressen yhdistäminen ja laajentaminen	20 000
Leppävaara	Sellon laajeneminen pohjoiseen ja pohjoisen alueen kehittäminen, Perkkää IIB	
Espoonlahti	Kauppakeskus Lippulaivan laajentaminen	20 000
Matinkylä-Olari	Matinkylän metrokeskus, Ison Omenan laajennus ja Tynnyrinpuisto	36 500
Tapiola	Ainoa 2. vaihe ja 3. vaihe	40 000
Hki keskusta	Asematunneli, Mäntymäki, Hakaniemen tori, Tripla, Kalasatama Redi, Pasilan konepaja	172 000
Herttoniemi	Megaherts/Gigaherts	28 500
Itäkeskus	Citymarket	42 000
Kannelmäki		
Malmi	Latokartanontien pohjoisosassa asemakaava	
Kauniainen	Supermarket ja oheispalveluja	3 000
Hakunila		
Kivistö	Kivistön kaupunkikeskus	60 000
Koivukylä	Koivutori ja Asolanväylä asemakaavat	
Korso	Korsotalon asemakaava ja keskustakilpailun kaavamutokset	
Myyrämäki	Martinlaakso asumista ja kivijalkaliiketilaa. Lisäksi Myyrmäen keskustakorttelin asemakaava (kilpailu) ja Isomyyrin asemakaava.	1 000
Pakkala		
Tikkurila	Dixi 2. vaihe ja kivijalkakauppaa	7 700
Pääkaupunkiseutu		430 700
Hyvinkää		
Järvenpää	Perhelä ja kaksi pientä á 400 m ²	15 800
Kerava	Aleksintorin, Petterin ja Kahverin kiinteistöjen kehittäminen	7 000
Kirkkonummi	Prisman laajennus, ABC-kylmäasema ja Makasiinintie (Jysk, Tokmanni + 2. vaiheessa muuta). Kauppakeskus Kirsikan laajennushanke käynnistymässä.	14 000
Masala	Asemakaavoja pt-kaupalle ja erikoiskaupalle	3 900
Veikkola	Asemakaava pt-kaupan laajennus	400
Mäntsälä	Asemakaava linja-autoasema/HOK	8 000
Klaukkala	Viirinlaakso (Prisma vetäytynyt)	14 000
Nurmijärvi		
Rajamäki	Kylänpää asemakaava kahdelle supermarketille	5 000
Pornainen		
Nikkilä	Jokilaakso asemakaava, Domino-kortteli	7 800
Söderkulla	Lidl, K-supermarketin laajennus	4 500
Hyrylä	Indigo, Hyrylän liikekeskus	10 000
Jokela		
Kellokoski	Kellokosken keskusta asemakaava	
Nummela	Prisman laajennus, Hiidenranta	12 000
Vihti		
Helsingin seudun kehysalue		102 400
Hanko		
Inkoo		
Karkkila	Suunnitelmassa olevia hankkeita (ei julkisia)	8 000
Lohja	Anttila, Sokos-korttelin kehittäminen kauppakeskukseksi. Nahkurintori käynnistymässä uudelleen.	20 700
Saukkola	Pt-market	2 000
Virkkala		
Tammisaari	Kungsenin kauppakeskuksen ja Kauppasataman asemakaavat	17 800
Karjaa		
Siuntio		
Länsi-Uusimaa		48 500
Askola		
Lapinjärvi		
Loviisa	Keskon suuryksikkö	900
Myrskylä		
Porvoo	Taidetehtaan Citymarket	7 000
Pukkila		
Itä-Uusimaa		7 900
Yhteensä		589 500

Kaupan hankkeita ja asemakaavoja on keskustojen ohella vireillä merkittävä määrä myös keskustan ulkopuolisilla vähittäiskaupan suuryksikköalueilla. Donitsi-alueilla on vireillä kaupan liiketilaa lähes 470.000 k-m². Vireillä olevista hankkeista yli puolet eli lähes 300.000 k-m² sijoittuu pääkaupunkiseudulle. Alueella on vireillä Lommilan kauppakeskus sekä tilaa vaativaa kaupaa ja autokauppaa.

Helsingin kehysalueella on vireillä kaupan hankkeita donitsi-alueilla yhteensä yli 140.000

k-m². Suuri osa näistä on asemakaavahankkeita, eikä varsinaisia kaupan toimijoita ole kaikilta osin vielä tiedossa. Länsi-Uudellamaalla on vireillä hankkeita yhteensä yli 20.000 k-m², joista Tynninharjun Citymarketin laajennus ei ole viimeisten vuosien aikana edennyt. Karjaalla hanke on asemakaavahanke. Tarmolassa on vireillä K-supermarketin laajennus, johon on haettu jo rakennuslupaa. Alueella on vireillä myös muutamia kauppa sisältäviä asemakaavoja.

Vireillä olevia kaupan hankkeita ja asemakaavoja donitsi-alueilla

	Vireillä olevia hankkeita	k-m ²
Lommila	Lommilan kauppakeskus	110 000
Suomenoja	Hannuksenpelto autokaupan keskittymä	69 000
Kulloonsilta		
Nihtisilta	Nihtiportti, Kauppakeskus Atrium	24 000
Turvesolmu	Nordic Real Estate Partners -hanke, Toyota & Bilia, MotorCenter Friisinmäki	41 500
Konala	Kodin Terra	17 500
Roihupelto	Retail Center Roihupelto (Candela), Plantagen	30 000
Suutarila		
Varisto-Petikko		
Tammisto		
Porttipuisto		
Petas		
Koivuhaka	Onnisen putkiliike	6 000
Pääkaupunkiseutu		298 000
Sveitsinportaali	Sveitsinportaalien laajennus	28 000
Valtatie 25		
Järvenpään eteläinen liittymä	Poikkien itäosan asemakaava	29 000
Keravanportti		
Inkilänportti	Inkilänportti asemakaava	50 000
Mäntsälänportti	Puisto	750
Ilvesvuori	Myllykukon laajennus	12 000
Mäyränkallio		
Focus	Focus-liikekeskus asemakaava	25 000
Hyrylän eteläosa		
Huhmari		
Helsingin seudun kehysalue		144 750
Tynninharju	Citymarketin laajennus	10 000
Lempola		
Karjaan lounaisosa	Lepin liikealueen länsiosa asemakaava	11 450
Horsbäck		
Länsi-Uusimaa		21 450
Loviisan länsiosa		
Tarmola	K-supermarket Tarmolan laajennus ja muita asemakaavahankkeita (ei kerrosaluetieto)	2 700
Kuninkaanportti		
Itä-Uusimaa		2 700
Yhteensä		466 900

Vireillä olevista donitsi-alueiden hankkeista on valtaosa tilaa vaativaa kauppaa. Lommilan kaupakeskuksessa on myös päivittäistavara kauppaa ja Myllykukon laajennuksessa jonkin verran erikoiskauppaa. Tynninharjun Citymarketin laajennus

koskee pieneltä osin Citymarketin liiketoimintaa, mutta on suurimmalta osin tilaa vaativaa kauppaa. Tarmolan K-supermarketin laajennus on ainoa vireillä oleva yksinomaan keskustakauppahanke.

Vireillä olevat kaupan hankkeet ja asemaakavat keskusta- ja donitsi-alueilla

k-m ²	Keskustat	Donitsit
Pääkaupunkiseutu	430 700	298 000
Helsingin seudun kehysalue	102 400	144 750
Länsi-Uusimaa	48 500	21 450
Itä-Uusimaa	7 900	2 700
Yhteensä	589 500	466 900

Myös vireillä olevista hankkeista suurempi osa painottuu maakuntakaavan keskusta-alueille kuin donitsi-alueille. Keskusta-alueilla on merkittävästi enemmän hankkeita pääkaupunkiseudulla sekä Länsi- ja Itä-Uudellamaalla. Helsingin seudun kehysalueella on vastaavasti enemmän hankkeita donitseissa kuin keskustoissa. Valtaosa näistä on kaupan alueiden asemakaavoja, joista puuttuu vielä varsinaiset kaupan toimijat.

Merkittävää on se, että suurin osa donitsi-alueiden vireillä olevista hankkeista on tilaa vaativan kaupan hankkeita, kun taas toteutuneista hankkeista vain hieman yli puolet oli tiva-hankkeita. Näiltä osin voidaan todeta, että maakuntakaavan ohjausvaikutus on ollut toimiva ja kaavan tavoitteiden mukainen.

Kaupan seurannan kannalta on mielenkiintoista se, kuinka paljon maakuntakaavan mitoituksista on jo toteutunut ja kuinka paljon maakuntakaavassa on edelleen toteuttamatonta kaupan mitoitusta jäljellä. Uutta liiketilaa maakuntakaavan donitsi-alueille on tullut maakuntakaavan laadinnan aikaiseen tilanteeseen verrattuna noin 100.000 k-m². Tällä hetkellä donitsialueilla on yhteensä kaupan liiketilaa lähes 1.400.000 k-m². Pinta-ala perustuu edellisen selvityksen (Maakuntakaavan mitoittaminen ja vaikutusten arviointi) lähtötietoihin, valmistuneisiin hankkeisiin sekä joidenkin kaupan alueiden osalta uudelleen kartoitukseen. Uudelleen kartoitetut alueiden liiketilakartat ovat liitteessä 2. Donitsi-alueiden alueellinen ulottuvuus tässä tarkastelussa on laskettu kohtalaisen laajaksi, suunnilleen saman laajuisesti kuin lähtöselvityksessä. Aineistojen vertailtavuuden kannalta aluelaajuuden tulee olla sama kuin

lähtöaineistossa on käytetty, jos aluerajausta muutetaan, muutos tehdään myös lähtötietoihin. Alueet voivat sisältää myös läheisiä paikallisia kaupan alueita, jotka eivät muodosta toiminnallista kokonaisuutta donitsi-alueiden palveluiden kanssa ja jotka kunta voi osoittaa omassa kaavoituksessaan. Näin ollen nykyliiketilän määrä voi todellisuudessa olla paikoin esitettyä alhaisempi.

Voimassa olevassa maakuntakaavassa on donitsi-alueiden kaupan mitoitus yhteensä 3.045.000 k-m². Uutta kaupan liiketilaa voidaan alueille siis rakentaa vielä lähes 1.650.000 k-m². Kaupan hankkeita alueilla on yhteensä alle 500.000 k-m². Valtaosin näiden hankkeiden jälkeen jää alueille vieläkin laajennusmahdollisuuksia. Suomenoja on ainoa, jossa vireillä oleva kaupan hanke ylittää maakuntakaavan mitoituksen, mutta yhtenäinen toiminnallinen alue on tässä tarkastelussa tulkittu laajaksi. Lisäksi hankkeen tieltä tulee myös poistumaan nykyliiketilassa mukana olevaa liiketilakantaa.

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan kaupan mitoitus on riittävä suurimmassa osassa donitsi-alueita, kun otetaan huomioon toteutuneet ja vireillä olevat kaupan hankkeet. Tilaa jää vielä näiden jälkeenkin tuleville kaupan laajennuksille. Käytännön ongelmaksi ovat kuitenkin muodostuneet alueilla olevat toteutumattomat asemakaavat, jotka mahdollistavat alueille kauppaa, mutta jotka eivät käytännössä ole toteutumassa ainakaan kaupan osalta kokonaisuudessaan. Kun nämä otetaan huomioon kaavoitettaessa uutta liiketilaa alueille, voi kaupan mitoitus ollakin jo täynnä, eikä uutta liiketilaa käytännössä pystytäkään alueille enää kaavoittamaan.

Kaupan hankkeet vähittäiskaupan suuryksikköalueilla ja maakuntakaavan mitoituksen riittävyys

K-m ²	Uutta liikelilaa*	Liikelilat 2016	2. vmk mitoitus	Uuden liikelilan mitoitus**	Vireillä olevat hankkeet
Lommila	4 600	77 000	200 000	123 000	110 000
Suomenoja	8 200	135 000	200 000	65 000	69 000
Kulloonsilta	4 200	49 000	100 000	51 000	0
Nihtisilta	0	15 000	75 000	60 000	24 000
Turvesolmu	0	0	50 000	50 000	41 500
Konala	24 000	104 000	200 000	96 000	17 500
Roihupelto	5 000	138 000	200 000	62 000	30 000
Suutarila	0	67 000	100 000	33 000	0
Varisto-Petikko	4 000	128 000	175 000	47 000	0
Tammisto	7 000	115 000	150 000	35 000	0
Porttipuisto	13 000	85 000	125 000	40 000	0
Petas	0	0	100 000	100 000	0
Koivuhaka	12 000	64 000	100 000	36 000	6 000
Pääkaupunkiseutu	82 000	977 000	1 775 000	798 000	298 000
Sveitsinportaali	2 400	48 000	125 000	77 000	28 000
Valtatie 25	0	0	30 000	30 000	0
Järvenpään eteläinen liittymä	0	16 000	100 000	84 000	29 000
Keravanportti	5 200	26 000	75 000	49 000	0
Inkilänportti	0	0	75 000	75 000	50 000
Mäntsälänportti	100	29 000	75 000	46 000	750
Ilvesvuori	0	5 000	30 000	25 000	12 000
Mäyränkallio	0	0	50 000	50 000	0
Focus	0	0	75 000	75 000	25 000
Hyrylän eteläosa	0	72 000	100 000	28 000	0
Huhmari	0	0	50 000	50 000	0
Helsingin seudun kehysalue	7 700	196 000	785 000	589 000	144 750
Tynniharju	400	40 000	75 000	35 000	10 000
Lempola	9 500	25 000	75 000	50 000	0
Karjaan lounaisosa	0	12 000	30 000	18 000	11 450
Horsbäck	0	16 000	50 000	34 000	0
Länsi-Uusimaa	9 900	93 000	230 000	137 000	21 450
Loviisan länsiosa	4 000	20 000	30 000	10 000	0
Tarmola	0	57 000	100 000	43 000	2 700
Kuninkaanportti	0	50 000	125 000	75 000	0
Itä-Uusimaa	4 000	127 000	255 000	128 000	2 700
Yhteensä	103 600	1 393 000	3 045 000	1 652 000	466 900

* Uutta liikelilaa verrattuna Maakuntakaavan mitoittaminen ja vaikutusten arviointi -selvityksen tilanteeseen.

** Maakuntakaavan mitoitus vähennettynä nykyisillä liikeliloilla

10. JOHTOPÄÄTÖKSET JA KAUPAN KEHITYKSEN SEURANTA

Kaupan kehitystä on kuvattu selvityksen toisessa osiossa eri indikaattorein ja osin myös eri ajanjaksoilta. Kehityksen seurannassa tietojen saatavuus on olennainen tekijä. Tilastotiedot saadaan usein viiveellä, jolloin kehitys ei aina kuvaa aivan viimeaikaisia muutoksia. Lähtötiedot ovat Uudenmaan kaupan kehityksen seurannassa pääosin edellisten selvitysten lähtötietoja ja kaavan laadinnan aikaiselta ajalta. Esitetty kehitys ei näin ollen kuvaa vielä kovin merkittävästi kaavan hyväksymisen tai vahvistamisen jälkeistä aikaa, vaan osin jopa tilannetta ennen kuin kaava on hyväksytty. Joiltakin osin on kuitenkin saatavilla myös aivan viimeaikaisia tietoja mm. valmistuneista kaupan liiketoista.

Kaupan kehitystä on kuvattu sekä toimipaikkamäärien, henkilöstön että liikevaihdon ja valmistuneiden liiketilojen osalta. Tunnuslukujen esittämiseen vaikuttaa, onko tietoja saatavilla tarkasti paikkatietona, ruututietona vai kuntakohtaisesti. Maakuntakaavan seurannan kannalta kiinnostavaa on erityisesti kehitys maakuntakaavan keskusta-toimintojen alueilla sekä keskustojen ulkopuolisissa vähittäiskaupan suuryksiköissä eli donitsi-alueilla.

Tilastojen pohjalta tarkasteltuna kauppa on kehittänyt Uudellamaalla kohtalaisesti ja suunnilleen samalla vauhdilla kuin koko Suomessa. Vähittäiskaupan toimipaikkamäärä on yleisesti laskussa. Henkilöstömäärä kasvoi alkutarkastelujaksolla (2007–2012), mutta on tämän jälkeen ollut laskussa. Kaupan liikevaihto Uudellamaalla kasvaa, alkutarkastelujaksolla se kasvoi hitaammin kuin koko Suomessa, mutta vuosina 2013–2014 muuta maata nopeammin.

Ennen vuotta 2012 kauppa kehittyi varsin voimakkaasti Helsingin seudun kehysalueella, ja liikevaihdon suhteen myös Itä-Uudellamaalla. Myös Länsi-Uudellamaalla kehitys on liikevaihdon osalta ollut keskimääräistä nopeampaa, kun taas pääkaupunkiseudulla suhteellisesti kaikkein hitainta. Vuosina 2013–2014 liikevaihdon kasvu oli vastaavasti pääkaupunkiseudulla kaikkein nopeinta.

Mutta vaikka suhteellisesti (%) kauppa on kasvanut muualla nopeammin kuin pääkaupunkiseudulla niin euromääräinen kasvu on pääkaupunkiseudulla ollut koko ajan kaikkein suurinta.

Maakuntakaavan keskusta-alueilla on tapahtunut valtaosin positiivista kaupan kehitystä, mutta kehitys on ollut suhteellisesti (%) hitaampaa kuin donitsi-alueilla. Päivittäistavarakaupassa kasvu on kuitenkin määrällisesti (€, m²) ollut suurempaa keskusta-alueilla kuin donitsi-alueilla.

Valmistuneiden ja vireillä olevien hankkeiden suhteen kehitys näyttää olevan hieman erisuuntaista kuin tilastojen valossa. Osaltaan tämä johtuu tarkasteltavasta ajanjaksosta. Viimeisimmät tilastovuodet ovat 2012 tai 2014, kun taas valmistuneista on tietoa vuoden 2016 alkuun. Vireillä olevat hankkeet vastaavasti kertovat vasta tulevaisuuden mielenkiinnosta. Valmistuneita ja vireillä olevia kaupan hankkeita on keskusta-alueilla enemmän kuin donitsi-alueilla. Kaupan rakentaminen painottuu pääkaupunkiseudulle ja seuraavaksi eniten Helsingin seudun kehysalueelle.

10.1 Kaupan kehityksen seuranta

Kaupan kehityksen seurantaan voidaan myös tästä eteenpäin käyttää mm. olemassa olevia tilastokantoja. Tilastoja ja tietokantoja on saatavilla useista lähteistä koskien eri indikaattoreita. Yksikään lähde ei kuitenkaan ole kaupan seurantaan ajatellen muita parempi vaan seurantaan kannattaa käyttää useita toisiaan täydentäviä tunnuslukuja. Lisäksi tilastoaineistoa voidaan täydentää omalla tiedonkeruulla mm. kyselyllä.

Kuntakohtaisia kehityslukuja kaupan toimipaikoista, henkilöstöstä ja liikevaihdosta saadaan Tilastokeskuksen alueellisesta yritystoimintatilastosta. Tilaston käytettävyydessä on kuitenkin joitakin ongelmia. Monitoimipaikkaisten myymälöiden tiedot saadaan osittain estimoimalla, jolloin tilaston luvut eivät välttämättä kerro todellisesta kaupan kehityksestä ko. kunnassa. Selvitys osoitti, että osa kaupan kehitysluvuista on selittämättömän

suuria, eivätkä tunnu kertovan todellista kuvaa kunnassa tapahtuneesta kaupan kehityksestä. Tilasto kuvaa kuitenkin kaupan kehityksen suunta- viivoja, vaikka yksittäisten kuntien tiedot voivatkin heitellä jonkin verran. Tilastokanta on avointa aineistoa ja päivittyvä vuosittain. Se on ladattavissa Tilastokeskuksen tietopalvelusta, joten käyttö on varsin vaivatonta

Kauppaa koskevaa paikkatietoa saadaan Suomen ympäristökeskuksen kehittämästä yhdyskuntarakenteen seurantajärjestelmästä (YKR). Ruututietoaineisto pitää sisällään kaupan toimipaikat ja työpaikat. Tilastoaineisto päivittyy varsin hitaasti eikä toimipaikkakehitys kuvaa riittävällä tavalla kaupan kehitystä. Toimipaikkamäärät ovat viime vuosina laskeneet, vaikka kauppa on muilla mittareilla kasvanut. Tietokannassa vähittäiskauppaan

on lisäksi merkitty mm. vähittäiskaupan hallinto- ja logistiikkakeskuksia, mikä ei kaikilta osin kuvaa varsinaista vähittäiskaupan myymälässä tapahtuvaa kehitystä. Muutaman vuoden välein kaupan työpaikkamäärien analysointi tuottaa tietoa keskustojen ja kaupan alueiden kehityksestä.

A.C. Nielsenin myymälärekisteristä saa päivittäistavarakaupan myynti- ja pinta-alatietoja myymäläkohtaisena paikkatietona. Tilaston avulla voidaan seurata päivittäistavarakaupan kehitystä keskusta- ja donitsialueilla. Tilasto kattaa kuitenkin vain päivittäistavarakaupan ja suurin osa muusta kaupan toiminnasta jää tilaston ulkopuolelle. Tilasto on maksullinen ja myynti- ja pinta-alatietoja ei saa julkaista muuta kuin esim. indekseihin tai prosentteina.

Kaupan seurannan tunnuslukuja

	Vähittäis- ja autokaupan toimipaikat, henkilöstö, liikevaihto	Vähittäis- ja autokaupan toimipaikat, työpaikat
Lähde	Tilastokeskus, Alueellinen yritystoimintatilasto	SYKE, YKR-aineisto
Paikkatieto	Kunta	Ruututieto
Tiedon päivitys	Vuosittain, edellisvuoden tieto seuraavan vuoden marras-joulukuussa	Parin vuoden välein, muutaman vuoden viiveellä
Huomioita	Tiedot kuntatasolla. Henkilöstö- tai liikevaihtotietoa ei saa kaupan keskuksittain. <i>Perustuu monipaikkaisten yritysten osalta esitimointiin, mikä voi näkyä ylisuurina muutoksina kuntakohtaisissa kehitysluvuissa.</i>	Mukana myös kaupan hallinto- ja logistiikkakeskuksia.

	Päivittäistavarakaupan myynti, myyntipinta-ala	Valmistuneet myymälä- ja liikerakennukset
Lähde	A.C. Nielsen, Myymälärekisteri	SYKE ja VTJ/VRK
Paikkatieto	Myymäläkohtainen pistetieto	Kunta
Tiedon päivitys	Vuosittain, edellisvuoden tieto seuraavan vuoden maaliskuussa	Saatavilla vuosilta 2001–2012, ei tietoa päivityksestä
Huomioita	Kattaa vain päivittäistavarakaupan. Myynti- ja pinta-alatietoja ei saa julkaista. Maksullinen.	Ei kata kaikkea kaupan liiketilaa, mm. kivijalkatiloja.

	Vähittäiskaupan sijaintirakennusten kerrosala	Vähittäiskaupan ja palveluiden pinta-ala, valmistuneet hankkeet
Lähde	SYKE, Väestörekisterikeskuksen väestötietojärjestelmän rakennustiedot ja Tilastokeskus, yrityskisteri	Kenttäkarttoitus, kysely
Paikkatieto	Kunta, keskusta-alueet, kaupan alueet	Liiketila-kohtainen piste/alue tieto
Tiedon päivitys	Saatavilla vuoden 2012 tiedot, ei tietoa päivityksestä	Itse toteutettavissa
Huomioita	Ei kata kaikkea kaupan pinta-alaa. Keskusta-alueiden ja kaupan alueiden rajaukset eivät vastaa täysin maakuntakaavan kohdemerkintöjen alueellista ulottuvuutta.	Ei ole saatavilla valmiina.

Kaavoituksen seurannan kannalta kaupan pinta-alatieto on kaikkein mielenkiintoisin. Se kertoo, kuinka paljon alueilla on kaupan pinta-alaa ja kuinka paljon kaupan rakentamista alueilla tapahtunut. Kiinnostavaa on myös tieto siitä, painottuuko rakentaminen maakuntakaavan keskusta-alueille vai donitsi-alueille ja lisäksi painottuuko donitsi-alueiden rakentaminen tilaa vaativaan kauppaan vai keskustakauppaan. Vähittäiskaupan pinta-alatietoa ei ole kuitenkaan kattavasti saatavilla yleisistä tilastoista.

SYKE on koonnut tilastoja mm. vähittäiskaupan sijaintirakennusten kerrosaloista sekä valmistuneista myymälärakennuksista. Tietoja on julkaistu sekä kunnittain että kaupan keskuksittain. Kun tilastoa on verrattu kartoitusaineistoihin, eroavat kerrosalatiedot paikoin suurestikin. Kerrosala on laskettu mukaan SYKE:n tilastoon vain sellaisista rakennuksista, joissa kaupan on tulkitu olevan pääasiallinen tai hyvin laajamittainen käyttömuoto. Kun rakennuksessa on muita toimintoja kuin kaupaa, voi kerrosala poiketa hyvin paljon. Varsinkin keskustoissa on paljon kivijalkakauppaa, jota on vaikea tilastoida kerrosalatietojen pohjalta. Lisäksi kaupan alueiden rajaukset eivät välttämättä mene yksiin maakuntakaavan kohdemerkintöjen alueellisen ulottuvuuden kanssa. Julkaistut tiedot ovat vuodelta 2012. Tiedon keräämistä on SYKE:ssä jatkettu, mutta uusia tilastoja ei ole julkaistu. Näin ollen kehitystietoa ei vielä ole saatavilla. Valmistuneista myymälärakennuksista on kuntatietoa vuosilta 2001 – 2012, mutta koska lähtötieto eli olemassa olevat myymälärakennukset puuttuvat ei kasvua voi kattavasti analysoida.

Keskusta-alueiden ja keskustojen ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksikköalueiden pinta-alan kehitystä on tässä selvityksessä analysoitu pääosin kartoitusten ja kyselyn pohjalta. Tilastojen puuttuessa tieto on koottava itse. Kartoituksella saadaan tietoa alueella toimivista kaupan toimipaikoista ja niiden pinta-aloista kaupan toimialan mukaan. Kaupan palveluverkko Uudellamaalla on kuitenkin niin tiheä ja monipuolinen, että kartoitusta ei ole järkevää tehdä kaupan seurannan valossa kattavasti. Kunnille tehtävä kysely täydentää kaupan nykytilaa koskevia tietoja valmistuneiden hankkeiden osalta. Kyselyä voi jatkaa esim. muutaman-viiden vuoden välein. Tällöin pysytään selvillä kaupan mitoituksen kehityksestä ja riittäväydestä keskusta-alueilla ja donitsi-alueilla.

10.2 Kohdemerkintöjen alueellinen ulottuvuus

Kaupan seurannassa kohdemerkintöjen alueellinen ulottuvuus on olennainen muuttuja. Kun seurataan keskustoissa ja donitseissa tapahtuvaa kaupan kehitystä, on tärkeää että vertailuvuodet kohdentuvat samalle alueelle. Kohdemerkintöjen alueellista ulottuvuutta ei kuntakaavoituksessa ole kattavasti tarkasteltu, näin ollen alueiden laajuus on osittain tulkinnanvaraista. Liitto on tätä työtä varten rajannut alueita pohjautuen kuntakaavoihin sekä edellisen kaupan selvityksen (Kaupan palveluverkon mitoittaminen ja vaikutusten arviointi) kartoitusaineistoihin.

SYKE on tehnyt keskusta-alueiden ja kaupan alueiden rajauksia. Keskusta-alueet kuvaavat vuotta 2010 ja keskustojen ulkopuoliset kaupan alueet vuotta 2012. Rajaukset perustuvat 250 m x 250 m tilastoruutuuihin ja ovat molemmat valtakunnallisesti yhdenmukaisia. Keskusta-alueet ovat alueita, joissa sijaitsee ympäröivää aluetta selkeästi tiiviimmin palveluiden työpaikkoja, vähittäiskaupan työpaikkoja sekä väestöä. Lisäksi keskusta-alueen tulee olla palveluiltaan monipuolinen, eli siellä tulee sijaita useita erityyppisiä julkisia ja yksityisiä palveluja. Keskusta-alueet myös luokitellaan sijainnin ja koon perusteella, jolloin voidaan erottaa ydinkeskustat alakeskuksista. Kaupan alueet on rajattu keskusta-alueiden ulkopuolelta. Kaupan alue on määritetty lähellä toisiaan sijaitsevien kauppojen muodostamaksi toiminnalliseksi alueeksi, jossa kauppojen asiakkailta voi olla mahdollisuus käyttää samaa pysäköintialuetta tai joukkoliikenneyhteyttä ja liikkua kaupasta toiseen jalkaisin. Alueet on luokiteltu sen mukaan, mikä on alueen koko ja sijainti suhteessa keskusta-alueisiin. Aineisto kuuluu SYKE:n avoimiin aineistoihin (CC BY 4.0).

Olemassa oleva kaupan rakenne, kohdemerkintöjen alueellinen ulottuvuus sekä SYKE:n aineistot eivät ole alueittain täysin yhteneviä. Osittain eroon vaikuttaa tarkastelun ajankohta. SYKE:n aineisto kuvaa vuosia 2010 ja 2012, kartoitusaineistot pääosin edellisen selvityksen ajankohtaa (2010–2012), päivitetyt kartoitusaineistot nykytilaa (2016) ja kohdemerkintöjen alueellinen ulottuvuus myös osin jo tavoitetilaa (lähtökohtana kuntakaavat). Lisäksi keskustatoimintojen aluerajoihin vaikuttavat muutkin tekijät kuin

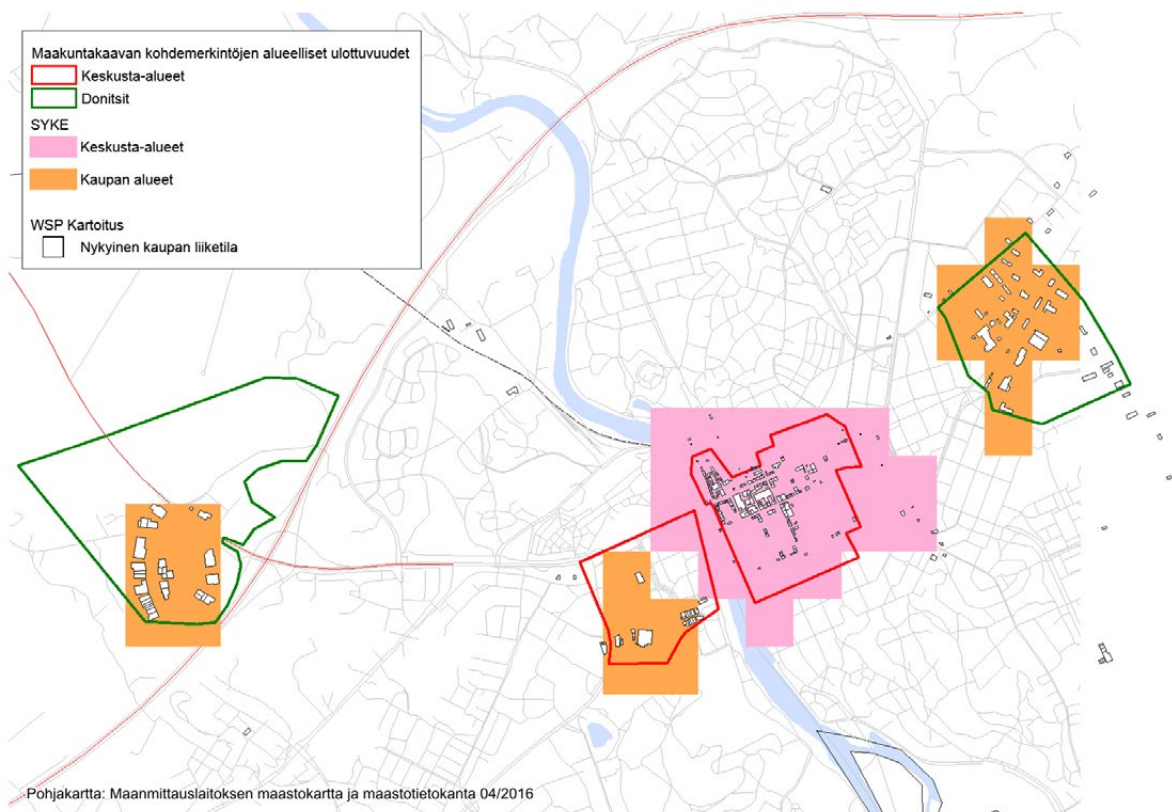
vähittäiskauppa ja palvelut.

Tässä selvityksessä kaupan pinta-ala koskevat lähtötiedot ovat Kaupan palveluverkon mittaaminen ja vaikutusten arviointi -selvityksen kartoitusaineistoista. Aineistossa kaupan alueita tarkasteltiin laajoina eikä alueelliseen ulottuvuuteen otettu kantaa. Vastaavia aluerajoja on käytetty, kun on tarkasteltu maakuntakaavan enimmäismitoituksen riittävyttä luvussa 9.2. Kuntakyselyn tuloksista saatiin myös viitteitä siitä, miten kunnat tulkitsevat rajoja, vaikkei kaavoissa ulottuvuusia olisikaan kaikilta osin tarkasteltu. Muutamilta osin on kartoituksia tehty uudelleen ja aluerajoja tarkistettu joko pohjautuen kuntakaavoihin tai toiminnalliseen kokonaisuuteen. Uudet kartoitukset

ovat liitteessä 2.

Tilastotietoihin kohdistuvat paikkatietoanalyysit (kaupan työpaikat YKR-aineistosta ja päivittäistavarakaupan kehitys A. C. Nielsenin myymäläkisteristä) pohjautuvat liiton muodostamiin aluerajauksiin. Näiden indikaattoreiden kehityksen suhteen aluerajaukset eivät juuri poikkea kartoitusaineiston laajoista aluerajauksista.

Jatkossa kohdemerkintöjen alueellisiin ulottuvuuksiin tulee kiinnittää huomiota ja kaupan seurannan tulee kohdistua tarkasteluvuosina aina samalle alueelle. Jos tarkasteltavia aluerajoja muutetaan, tulee muuttaa myös lähtötieto koskemaan uutta aluerajausta.



Esimerkki maakuntakaavan keskusta-alueiden ja donitsien alueellisesta ulottuvuudesta, kaupan nykyisistä liiketiloista sekä SYKE:n tekemistä keskusta-alueiden ja kaupan alueiden rajauksista Porvoossa

OSA III

KAUPPA TULEVAISUUDESSA UUDELLAMAALLA

Kolmannessa osassa selvitetään tulevaa maakuntakaavoitusta varten, miten kauppa tulevaisuudessa muuttuu maakunnassa ja miten maakuntakaavassa voidaan tähän muutokseen varautua. Kaupan lisäksi tarkasteluun otetaan mukaan myös kaupalliset palvelut, jotka käyttävät kaupan kanssa samoja liiketiloja.

Aluekehitystä ja maakuntakaavoitusta varten on Uudenmaan liitossa tehty mm. elinkeinoja koskevia selvityksiä: Uudenmaan elinkeinotoimintojen nykytilanne ja kehityssuunnat 2014 sekä Elinkeinojen ja innovaatiotoiminnan kehityskuva 2014. Lisäksi on tehty erikseen matkailua koskevia selvityksiä: Matkailun ja vapaa-ajan asunin vaikutukset kaupan liiketilatarpeeseen ja elinkeinoin Uudellamaalla 2014 sekä Matkailun edistämiskeinot maakuntakaavoituksessa 2015. Lisäksi Uudenmaan liitto on ollut mukana verkkokauppaa koskevassa selvityksessä, Verkkokauppa kaupunkiseuduilla, Selvitys nykytietämyksestä,

Liikenneviraston tutkimuksia ja selvityksiä 42/2015. Verkkokauppaa koskevia tilastoja on koontanut myös mm. TNS Gallup, ASML ja Kaupan Liitto sekä Tilastokeskus. Kauppaa ja kuluttajia koskevista trendeistä on tehty lukuisia selvityksiä ja yhteenvetoja (esim. Solita, Deloitte, Sitra).

Tehdyt selvitykset ovat varsin uusia, joten suurta muutosta kaupan tulevaisuusnäkyymiin maakuntakaavan näkökulmasta ei näiden selvitysten jälkeen ole tapahtunut. Selvityksien pohjalta kootaan asiantuntijayhteenveto kaupan trendeistä ja tulevaisuusnäkyymistä sekä analysoidaan, mitä vaikutuksia näillä on maankäyttöön ja erityisesti maakuntakaavoitukseen. Maankäyttö- ja rakennuslakia ollaan uudistamassa, ja tarkastelussa otetaan huomioon ehdotettuja muutoksia, jotka vaikuttavat maakuntakaavoitukseen. Luonnos hallituksen esitykseksi maankäyttö- ja rakennuslain muutokseksi lähtee lausunnoille kesäkuussa 2016 ja se annetaan eduskunnalle syksyllä. Lainuudistus tulee voimaan keväällä 2017.

11. KAUPAN TRENDEJÄ

Vähittäiskauppaan vaikuttavia trendejä on lukuisia. Tässä trendit on jaettu kuluttajiin, kaupan toimintaympäristöön ja kaupan toimintatapoihin liittyviin osatekijöihin, jotka osittain limittyvät ja menevät päällekkäin. Lisäksi tarkastellaan erikseen kaupan digitalisoitumista ja verkkokaupan kehitystä.

11.1 Kuluttajatrenejä

Elintason nousu ja kehittyvä terveydenhuolto pidentävät ihmisten elinikää. Väestön ikääntymisen vaikutukset kauppaan eivät ole selvästi ennustettavissa. Vanhemmat ikäluokat ovat heterogeeninen ryhmä, jossa on sekä ns. perinteisiä vanhuksia, mutta myös aktiivisia liikkujia ja harrastajia. Aikaisemmin kulutustaso laski merkittävästi ihmisen ikääntyessä, mutta nyt ikääntyneiden tulotaso on kasvanut ja samoin kulutustottumukset ovat muuttuneet. Vanhempi ikäpolvi ei ole tulevaisuudessa samanlainen kuin se aikaisemmin on ollut, vaan koostunee osin myös hyvin aktiivisista kuluttajista.

Vapaa-aika lisääntyy mm. ikääntymisen seurauksena. Eläkeläiset ovat entistä hyväkuntoisempia ja parempituloisia ja heillä on enemmän aikaa käytettävissä harrastuksiin ja kuluttamiseen. Myös työttömyys, osa-aikaisten, määrä-aikaisten työsuhteiden sekä pätkättöiden kasvu ja epäsäännöllinen työelämä lisäävät vapaa-aikaa, mutta vastaavasti tulotason laskiessa myös kulutus herkästi vähenee. Toisaalta työn ja vapaa-ajan raja myös hämärtyy ja vapaa-aika pirstaloituu.

Matkustaminen lisääntyy mikä on seurausta mm. vapaa-ajan lisääntymisestä ja tulotason kasvusta sekä matkustamisen helppouden kasvusta. Matkustamisen lisääntyminen vaikuttaa kulutustottumuksiin sekä -tarpeisiin. Uudellamaalla matkailun kasvu luo kaupalle houkuttelevia myyntimahdollisuuksia ja markkinoita.

Asuntokuntien koot pienenevät. Ihmiset asuvat yhä useammin yksin. Tähän vaikuttavat mm. ikääntyvien ikäluokkien kasvu, avio- ja avoerojen yleistyminen sekä nuorten keskuudessa myöhäinen sitoutuminen. Nykyään yksinasumiselle on

myös paremmat taloudelliset edellytykset kuin aikaisemmin. Asuntokuntien koon pienentyminen merkitsee suoraan asuntokuntien määrän kasvua, mikä heijastuu myös kauppaan ja kulutuskysyntään.

Yksilöllisyys on kasvussa, kulutus pirstaloituu ja massakulutus vähenee. Syntyy yhä enemmän ja nopeammalla tahdilla pieniä erityyppisiä kulutusryhmiä, joilla on yksilölliset kulutuskohteet. Vastaavasti sosiaalinen media voi synnyttää nopeastikin suurta massaa koskevia kulutustapoja tai -kohteita. Kuluttajan käyttäytyminen muuttuu myös tilanteen mukaan, ja on näin ollen entistä vaikeammin ennustettavissa. Samat asiakasryhmät voivat toisissa tuotteissa suosia esim. halpoja vaihtoehtoja ja toisissa tilanteissa taas panostaa luksukseen.

Elämänrytmi nopeutuu ja nopeuden vaatimus kasvaa. Tehokkuuden kasvu on ollut pitkään kaupan toimintatavoite, mutta nyt se näkyy myös kuluttajissa. Kuluttajat vaativat kaupalta nopeaa toimintaa ja välitöntä palvelua niin hinta- ja tuotetietojen, tuotteiden saatavuuden kuin toimituksenkin suhteen. Toisaalta taas slow life -trendi kasvaa vastatrendinä tälle. Tästä on syntynyt jo useita alatrenejä kuten slow food, slow city ja slow housing.

Kasvavia arvoja ovat mm. vihreyteen, ekologisuuuteen ja kestävään kehitykseen liittyvät arvot, johon on vaikuttanut mm. ilmastonmuutos. Vastuullisuus on kasvussa, mikä näkyy myös kaupassa ja vaikuttaa kaupan maineeseen. Myös terveys- ja hyvinvointi ovat vahvasti kasvussa olevia trendejä ja kiinnostus omasta hyvinvoinnista lisääntyy. Myös elämys- ja kokemushakuisuus ovat kasvussa. Asiakkaat vaativat elämyksiä ja kokemuksia. Shop-pailu ole ei ole vain tuoteostamista, vaan ostoksilta halutaan tunteita, sitouttamista ja osallisuutta.

11.2 Kaupan toimintaympäristön trendejä

Kaupan toimintaympäristöön liittyvät trendit ovat tekijöitä, jotka vaikuttavat kaupan toimintaan tavalla tai toisella. Ne ovat osittain myös kuluttajiin liittyviä, mutta eivät välttämättä kuluttajalähtöisiä.

Ostovoiman kasvun hidastuminen on ollut trendi jo useamman vuoden ajan. Kauppaan kohdistuvan ostovoiman kasvun ei enää odoteta kasvavan samalla vauhdilla, kuin se kasvoi 2000-luvun alussa. Kauppaan kohdistuvasta ostovoimasta kilpailee yhä useampi taho, ja vähittäiskauppa kohtaa enemmän kilpailua muilta toimialoilta. Palvelukulttuurin kasvu siirtää ostovoimaa palveluiden kulutukseen. Kauppa kilpailee kuluttajista kansainvälisesti kasvavan matkailun ja verkkokaupan kehityksen ansioista sekä erityisesti kansainvälisten ketjujen kanssa.

Kaupungistuminen on yhä kasvava trendi. Entistä suurempi osa ihmisistä asuu kaupungeissa myös Uudellamaalla. Asuminen tiivistyy ja yhä yhteisöllisemmät kaupunkiasumisen muodot tulevat lisääntymään jo lähitulevaisuudessa. On ekologisempaa asua tiiviimmin pienemmissä asunnoissa ja käyttää entistä enemmän yhteisiä kaupunkitiloja ja palveluita, kuten yhteisiä saunoja, kuntokeskuksia ja kaupunkiolohuoneita. Tähän ajaa myös kaipuu uudesta yhteisöllisyydestä, eräänlaisesta kylästä kaupungin sisällä. Kaupungistuminen vaikuttaa myös palvelu- ja kaupunkikulttuurin kasvuun, jolloin on yhä luontevampaa käyttää erilaisia palveluita ja kaupunkitilaa omassa arjessaan.

Pendelöinti on Uudellamaalla kasvussa. Myös kaikenlainen muu vapaa-ajan liikkuminen lähikuntien välillä lisääntyy. Tämä vaikuttaa palveluihin ja niiden saavutettavuuteen siten, että yhä enemmän asukkaita matkustaa päivittäin yhä pidempiä matkoja ja samalla myös matkan varren palvelut ovat ”paremmin” saavutettavissa.

Kaupan toimintaympäristön muutoksiin vaikuttavat myös lainuudistukset. Kaupan aukioloaikojen vapautuminen 1.1.2016 alkaen vaikuttaa kauppaan ja sen toimintaan. Pidemmällä aikavälillä tämä vaikuttanee myös kaupan rakenteeseen erityisesti päivittäistavara-kaupassa. Maankäyttö- ja rakennuslaki kaupaa koskevine erityisine säännöksineen vaikuttaa kaupan toimintaan. Lakia ollaan uudistamassa, millä on todennäköisesti uusia vaikutuksia mm. kaupan konsepteihin, myymäläkokoihin ja sijaintiin.

11.3 Kaupan toimintatrendejä

Kauppa muuttuu ja yrittää vastata kulutuksen trendeihin ja toimintaympäristön vaatimuksiin. Uusia kaupan konsepteja kehitetään jatkuvasti.

Yhtenä vähittäiskaupan kilpailukeinona on kasvattaa tuotevalikoimaa joko oman toimialan sisällä tai toimialarajojen yli. Tästä johtuen perinteisten kaupan toimialojen rajat hämärtyvät. Rautakaupassa myydään jo leluja ja kukkia, kodintekniikkakaupassa astioita ja puutarhakaupassa sisutustuotteita. Tuotevalikoimien laajennus yli toimialarajojen kasvaa ja kauppa laajenee myös palveluiden suuntaan. Päivittäistavara-kaupassa tai kirjakaupassa voi käydä kahvilla. Sisustusliikkeitä saa myös sisustussuunnittelua. Osittain tämä merkitsee yhä suurempia myymäläkokoja, jotta valikoimien kasvattaminen on mahdollista.

Uusissa kaupan muodoissa vahvistuvat elämykselliset piirteet. Tulevaisuuden kaupassa tavaan ystäviä ja vietetään vapaa-aikaa perheen kesken. Tavarantoiminta on vain osa elämästä, joka sisältyy erilaisten palveluiden sarjaan. Kaupassa vietetään esimerkiksi lastenjuhlia. Slow-shopping ilmiö rantautuu muiden slow-ilmiöiden ohella myös kauppaan. Tällöin ostamiseen liittyvä tehokuusajattelu vähenee ja siihen sekoittuu muita toimintoja. Lisäksi kauppa tuottaa muitakin elämyksiä ja räätälöi tuotteita kuluttajan tarpeen mukaan. Asiakas nauttii ajasta myymälässä esimerkiksi joogaten tai maistellen lähituotannon herkkuja. Norjassa on esimerkiksi Ikea, jonka hostelliin on voinut jäädä yöksi ja testata sänkyjen ja vuodevaatteiden toimivuutta.

Tunnettujen erikoiskaupan ketjujen suurmyymälöiden määrä kasvaa edelleen ja Uudellemaalle etabloituu uusia suurmyymäläketjuja, jotka haakeutuvat yleensä autolla helposti saavutettavissa oleviin liikepaikkoihin. Suurmyymälät sijoittuvat myös keskustoihin ja erityisesti kauppakeskuksiin. Uutena trendinä on myös tilaa vaativan kaupan ketjujen sijoittuminen keskustojen kauppakeskuksiin joko suurmyymälällä tai pienellä citymyymälällä.

Vastaavasti syntyy myös yhä erikostuneempia myymälöitä, jotka panostavat palveluun tai joissa palvelu liittyy olennaisena osana kokonaistuotteeseen. Palvelu nousee myös yhä tärkeämmäksi kilpailukeinoksi. Tähän vaikuttaa ikääntyminen, mutta palvelun vaatimus ei liity pelkästään ikääntymiseen. Palvelu koostuu kokonaisuudesta, ystävällisen kohtaamisen lisäksi palvelu on mitä suurimmassa määrin myös asioinnin helppoutta ja asiakkaan kokonaistarpeeseen vastaamista. Lisäpalvelut ovat usein myös parempikatteisia, kun

tuotteiden hinnat on kilpailtu pienikatteisiksi. Palvelun kasvun lisäksi vastaavasti itsepalvelu tulee kasvamaan. Joistakin myymälöistä kassat häviävät tai muuttuvat osittain itsepalveluksi, ja kassa-palvelu enemmän neuvontapalveluksi ja myynnin edistämiseksi.

Kauppakeskukset erilaistuvat tulevaisuudessa. Niiden on oltava myös ketterämpiä ja valmiimpia uudistumaan jatkuvasti. Liikkeet vaihtuvat yhä useammin ja tilojen keskikoko pienenee. Pop-up-kaupoilla saadaan tyhjätilat nopeasti aktiivisiksi ja pop-up-kauppoja syntyy myös kauppakeskusten yleisiin tiloihin. Kaupan myymälätilojen osuus kauppakeskuksissa vähenee, tilalle tulee ravintoloita, ja muita yksityisiä sekä julkisia palveluita, verkkokaupan noutopisteitä sekä erilaisia kohtaamis- ja tapahtumapaikkoja.

Yleistyvänä kaupan muotona on vertaiskauppaa, joka on kuluttajien välistä kauppaa, mutta voi lomittua myös perinteiseen vähittäiskauppaan. Vertaiskauppaa käydään pääosin verkossa Facebookin kirpputoriryhmissä ja palvelualustoilla, kuten Huuto.netissä ja Tori.fissä. Vertaiskaupan markkinapaikat ovat muutamassa vuodessa tehneet verkkomarkkinoiden valloituksen niin Euroopassa kuin muuallakin maailmalla. Kaupan liiton selvityksen mukaan kuluttajat ovat runsaan puolentoista vuoden aikana myyneet verkon kautta käyttötavaroita, kuten vaatteita ja harrastusvälineitä, noin 500 miljoonalla eurolla. Vertaiskaupan suosiota vauhdittaa mm. edullisuus, mutta myös kierrätys ja ympäristötietoisuus ovat kuluttajille tärkeitä arvoja. Tavaroiden jälkimarkkinat tehostuvat, ja vertaiskauppaa laajenee myös palveluihin, esimerkkinä tästä ovat mm. Airbnb-majoituspalvelu ja Über-kuljetuspalvelu.

Myös kauppa pyrkii pääsemään mukaan vertaiskauppaan. Usein se tarkoittaa käytettyjen tuotteiden jälkimarkkinointia ja jälleenmyyntiä omissa myymälöissään tai erilaisissa kirpputoritapahtumissa. Esimerkiksi Ikea testaa uutta kierrätyspalvelua, jonne asiakas voi tuoda käytetyt Ikea-huonekalut hyvitystä vastaan. Kierrätyspalvelu on kestävä kehityksen strategiaa. Lasten merkkitavaroita ovat myös järjestäneet omien tuotteittensa kirpputoritapahtumia tai muotimyymälöihin voi tuoda käytettyjä vaatteita ja saada tästä alennuskuponin uusille tuotteille. Merkkituotteille löytyy myös omia käytettyjen tavaroiden verkkopalveluita, jotka toimivat kierrätysyhteistyössä

vähittäiskaupan ketjun kanssa. Kun tuotteilla nähdään olevan jälkimarkkinoita, sen uskotaan vauhdittavan myös uusien tuotteiden myyntiä.

11.4. Digitalisoituminen ja verkkokauppa

Digitalisoituminen vaikuttaa lähes kaikkiin kaupan toimintoihin: ostamiseen, logistiikkaan ja verkkokauppasovelluksiin sekä uudenlaiseen asiakaspalveluun myymälöissä. Tässä keskitytään kuluttajiin liittyvään kaupan digitalisoitumiseen ja kuluttajia koskeviin verkkopalveluihin sekä niiden merkitykseen kaupan liiketoiminnan sekä maankäytön suunnittelun näkökulmasta. Kaupan sisäisen tietohallinnan ja logistiikan muutokset rajataan käsittelyn ulkopuolelle.

Verkkokauppa on vielä vähäistä suhteessa perinteiseen kivijalkakauppaan, mutta on selvässä kasvussa. Kokonaisuudessaan verkkokaupan arvo vuonna 2014 oli yhteensä 10,5 miljardia euroa, josta vähittäiskaupan osuus oli reilu kolmannes eli 3,6 miljardia euroa. Vähittäiskaupan kokonaisarvoon suhteutettuna verkkokaupan osuus on noin kahdeksan prosenttia. Eri toimialoilla verkko-ostosten osuudet vaihtelevat kuitenkin huomattavasti. Kokonaisuudessaan osuus on kasvussa, sillä verkkokauppa kasvaa nopeammin kuin koko vähittäiskauppa, jonka kasvu on viimeisten vuosien aikana ollut vaisua. Verkko-ostoksia tehneiden kuluttajien määrä kasvaa yhä.

Verkkokaupassa yleisimmät tuoteryhmät ovat vielä ns. aineettomia palveluita ja hyödykkeitä tai informaatiotuotteita: matkalippuja, majoituspalveluita, teatterilippuja yms. sekä erilaisia it- ja mobiilisovelluksia sekä -pelejä. Vähittäiskaupan verkko-ostoista suosituimpia ovat elektroniikka ja kodintekniikka sekä vaatteet, sisustus- ja puutarhatuotteet sekä harrastus- ja urheiluvälineet. Päivittäistavarakaupan tuotteita ostetaan verkosta vielä harvoin, mutta osuus on kasvussa. Päivittäistavarakaupassa tietyt ryhmät soveltuvat nettikauppaan muita paremmin, ja päivittäistavarakaupan nettikauppa voi kasvaa myös esimerkiksi erikoistumalla massabulkkituotteisiin (juomat, vaipat, pehmopaperit).



Digipalvelut ovat kuitenkin paljon muutakin kuin vain verkkokauppaa. Verkkokaupan kehitys ei anna kokonaista kuvaa myymälän tai verkon merkityksestä kuluttajan ostoprosessissa, koska ostotapahtuma on vain yksi osa prosessia. Yhä useammin kuluttajat tutustuvat tuotteisiin ja vertailevat tuotteita verkossa ennen ostospäätöstä. Lisäksi merkittävänä verkkokaupan hyötynä ovat myös tuotteen jälkimarkkinat ja käyttötiedon hakeminen verkossa ostamisen jälkeen sekä tuotteen arvostelu suoraan myyjälle. Myös tuote-esittelyt ja arvostelut sosiaalisessa mediassa liittyvät usein olennaisesti ostotapahtumaan.

Verkkokaupan rinnalla puhutaan yhä enemmän monikanavaisuudesta. Monikanavaisuus eli omnichannel on maailmanlaajuisesti kasvava trendi. Monikanavaiset kaupalliset toimijat hyödyntävät toiminnassaan useita asiointi-, myynti- ja palvelukanavia, minkä nähdään olevan edellytys menestyvällä kaupan liiketoiminnalle. Monikanavaisen toimintaympäristöön kuuluvat kaupan alalla esim. myymälä(t), verkkokauppa, sosiaalinen media, perinteinen media, mobiilikanaavat, keskusteluryhmät sekä asiakaspalvelu.

Monikanavaisessa kaupassa sijainti on yksi merkittävimmistä kilpailukeinoista, lisäksi siihen kuuluu olennaisena osana myös henkilökohtainen palvelu kunkin asiakkaan tarpeisiin räätälöitynä.

Kuluttajat valitsevat, mitä palveluista he käyttävät, missä, milloin ja miten he asioivat. Monikanavaisen kaupan vahvuus piilee johdonmukaisuudessa, eli siinä miten samanlaisena asiakas kohtaa kaupan useissa eri kohtaamispaikoissa. Tällöin kuluttajan näkökulmasta kaikki kanavat ovat yhtä ja samaa kokonaisuutta. Mitä enemmän näitä kohtaamispaikoita on, sitä enemmän asiakas viettää aikaa kaupan parissa. Kun nämä kohtaamiset sujuvat hyvin ja tunnistettavasti, johtaa se kasvavaan asiakastyytyvyyteen ja sitä kautta asiakasuskollisuuden kasvuun. Asiakas täytyy saada viihtymään ja viettämään aikaa kaupan parissa. Asiakasuskollisuus korostuu entisestään digitaalisessa kaupassa, jossa läpinäkyvyys on suurta ja kanavan vaihtaminen helppoa.

Verkkokaupan vaikutuksia kaupan myymälätilaan on avattu Liikenneviraston selvityksessä (Verkkokauppa kaupunkiseudulla, Selvitys nykytietämyksestä). Todellisuudessa vaikutuksia voidaan vain arvioida eikä verkkokaupan vaikutus ole koskaan irrallinen vaan liiketilakäytön vaikutavat myös useat muut seikat. Yleinen kansantalouden kehitys rakennemuutoksineen vaikuttaa kulutuskäyttäytymiseen. Suuri merkitys on myös ympäröivällä väestömäärällä ja ostovoiman kehityksellä, minkä vuoksi toisilla alueilla liiketilakäytön voi kasvaa paljonkin ja toisilla alueilla



Ostoprosessin vaiheet
Lähde: Verkkokauppa kaupunkiseudulla,
Selvitys nykytietämyksestä,
Liikenneviraston tutkimuksia ja
selvityksiä 4/2015

hiljalleen vähentyä. Verkkokaupalla uskotaan kuitenkin olevan merkittäviä ja monensuuntaisia vaikutuksia kaupan tilankäyttöön (määrään ja laatuun). Eri arvioissa vaikutusten suuruus ja suunta vaihtelevat paljon.

Verkko-ostamisen kasvu tarjoaa osalle kaupan toimijoista mahdollisuuden vähentää myymälämäärää tai pienentää myymäläkokoja. Monien kaupan toimijoiden uskotaan tarvitsevan jatkossa vähemmän fyysistä myyntipinta-alaa ostosten siirtyessä digitaalisiin kanaviin, mutta osalle toimijoista monikanavaisuus mahdollistaa uusien myymälöiden perustamisen tai suuremmat myymäläkoot. Toimiva monikanavaisuus voi edellyttää kivijalkamyymälöiden perustamista. Verkkokauppa monikanavaisessa toimintamallissa voi edesauttaa joitakin toimijoita avaamaan myymälöitä uusissa paikoissa, joita he eivät aiemmin olisi harkinneetkaan.

Monikanavaisessa kaupassa sijainnilla on hyvin suuri merkitys, niin verkossa kuin kivijallassakin. Keskustojen parhaiden kauppakatu- ja suurten kauppakeskusten aseman ei uskota olevan uhattuna verkkokaupan kasvusta huolimatta. Kaupan arvioidaan tarvitsevan edelleen laadukkaita tiloja hyvillä sijainneilla mm. brändin tunnettavuuden edistämiseksi ja kontaktipinnan ylläpitämiseksi ostoprosessin eri vaiheissa. Myös palvelupainotteiset kaupan toimijat ovat hiljalleen lisänneet toimintaansa keskustojen kivijalkatiloissa sekä suuremmissa kauppakeskuksissa. Keskustakatu- ja liiketilöiden ennustetaan muuttuvan entistä enemmän palvelutiloiksi (ml. uudenlaiset palvelukeskeiset toimijat, esim. tilaa ja nouda -palvelut,

3D-printtauskahvilat, pienet kuntosalit yms.).

Tilaa verkosta ja nouda myymälästä –toimintamallin uskotaan nostavan suosiotaan merkittävästi kaupan toimijoiden ja kuluttajien keskuudessa, mikä vahvistaa myymälöiden merkitystä verkko-ostojen noutopaikkana. Myymälästä noutojen lisäksi noutopisteiden arvioidaan lisääntyvän monilla eri sijainneilla kauppojen pyrkiessä tarjoamaan kuluttajille vaihtoehtoisia noutopaikkoja. Noutopisteet voivat sijoittua esim. keskustamyymälän yhteyteen tai autonoutopisteisiin liikenteen solmukohtiin.

Myymälöiden merkityksen kasvaminen myös verkko-ostosten minijakelukeskuksena voi lisätä myymälöitä alueille, jotka eivät ole pelkän perinteisen kivijalkamyynnin kannalta kannattavia. Erään arvion mukaan suuryksiköt ja tilaa vaativan kaupan keskittymät voivat muuttua osin monikanavaisiksi jakelukeskuksiksi, jotka toimivat sekä ostosympäristöinä että verkko-ostojen toimituksia palvelevina jakelukeskuksina hyvien liikenteellisten sijaintien, pysäköintimahdollisuuksien ja suurten myymäläkokojensa kautta.

Verkkokaupan kasvun nähdään kuitenkin kiristävän kaupan kilpailutilannetta ja mahdollisesti uhkaavan hiukan huonompien, sekundääristen sijaintien myymälätilan kysyntää. Osa vanhoista sijainneista ei välttämättä vastaa uusia tarpeita. Fyysisen myymälän merkitys korostuu etenkin suurten asiakasvirtojen äärellä, mistä hyötyvät erityisesti keskustojen kauppakadut ja suuremmat kauppakeskukset. Vastaavasti sivukatu- ja liiketilat eivät kohtaa enää vähittäiskaupan kysyntää.

12. KAUPAN TRENDIEN VAIKUTUS MAAKUNTAKAAVAN KAUPAN RATKAISUUN

Maakuntakaavan tavoitteena on luoda edellytyksiä kaupan liiketoiminnalle. Tulevaisuuden ennustamisessa ja suunnitelmissa kannattaa olla avoin erilaisille vaihtoehdoille. Maakuntakaavassa tulee ottaa huomioon kaupan tilatarpeet ja luoda yritystoiminnalle mahdollisuuksia sijoittua ja kasvaa hyvissä paikoissa.

Väestönkasvu on perusedellytys palveluiden nopealle kehitykselle Uudellamaalla. Asumisen ja palveluiden keskittyminen vahvistaa kaupunkistumista ja synnyttää tiiviitä palvelukeskittyviä. Niistä hyötyvät niin asukkaat kuin palveluiden tarjoajatkin. Asukkaat tavoittavat monipuolisen palvelukokonaisuuden yhdestä paikasta. Myös yritykset hyötyvät synergiaeduista ja palvelukeskitymien suurista asiakasvirroista. Kaupunkikeskustoilla, kauppakeskuksilla sekä keskustojen ulkopuolisilla vähittäiskaupan keskittymillä on kaikilla keskeinen merkitys kaupan ja palveluiden sijaintipaikkoina. Yksittäisiä toimipaikkoja sijoittuu myös hajautuneesti asuin- ja työpaikka-alueille.

Kauppaan liittyviä trendejä on paljon ja osa niistä on ristiriitaisia keskenään. Kuluttajiin ja arvoihin liittyvät trendit sekä osin myös kaupan toimintaympäristön trendit vievät kauppaa enemmän keskusta-alueiden suuntaan kuin keskustojen ulkopuolelle. Kaupan liikepaikkojen kysyntää keskustoihin lisäävät kaupungistuminen, väestön ikääntyminen, yksinasuvien talouksien määrän kasvu, palvelukulttuurin muutos, vihreät arvot, ekologisuus ja autoistumisen väheneminen keskustoissa. Monikanavaisen kaupan kasvun myötä parhailla paikoilla oleville keskustojen ja kauppakeskusten liiketiloille löytyy edelleenkin kysyntää. Matkailun kasvusta johtuva kulutuskysyntä kohdistuu myös pääosin keskustakauppoihin. Matkailuun liittyvät ostokset tehdään pääasiassa kaupunkien keskustoissa ja niiden kauppakeskuksissa.

Saavutettavuus on keskeisen sijainnin rinnalla yksi tärkeistä kriteereistä. Tulevaisuudessa keskeiset raideliikenteen asemanseudut ovat luontevia

paikkoja laajan valikoiman palvelukeskittymille. Myös saavutettavuus henkilöautolla tulee edelleen säilymään tärkeänä. Tulevaisuudessa henkilöautolla asiointi ei välttämättä ole enää autoalan ja uusien energialähteiden kehittymisen myötä niin ympäristöä kuormittavaa kuin nykyään. Kaupunkistuminen kasvattaa kaupunkia ja niiden taajama-alueet laajenevat. Kauppaa tulee voida sijoittaa asutuksen ja saavutettavuuden mukaan myös laajalle alueelle keskustassa, koska kaikki toimijat tai toimialat eivät mahdu eivätkä pysty sijoittumaan aivan ydinkeskustaan.

Uudenmaan voimassa oleva maakuntakaava vastaa kaupan keskustahakuiseen kysyntään hienosti. Suurelta osin keskustat on jätetty mitoittamatta ja mitoitetuissa keskustoissa on mitoituksen suhteen riittävästi joustavuutta. Lisäksi maankäyttö- ja rakennuslain uudistukset ovat ilmeisesti menossa siihen suuntaan, että keskusta-alueiden mitoituksesta voidaan kokonaan luopua. Uudellamaalla keskusta-alueiden kohdemerkinnät tuovat joustavuutta keskusta-alueiden alueellisen ulottuvuuden tulkintaan kuntakaavoituksessa.

Vaikka trendit painottavat kaupan kehittymistä tulevaisuudessa enemmän keskusta-alueilla kuin keskustojen ulkopuolella, ei keskustojen ulkopuolisia vähittäiskaupan keskittyviä voida maakuntakaavoituksessa unohtaa. Myös tulevaisuudessa tulee olemaan sellaisia toimijoita, jotka tarvitsevat paljon tilaa ja jotka eivät pysty sijoittumaan tiiviiseen keskustarakenteeseen. Suuryksiköt eivät kaikki välttämättä ole puhdasta vähittäiskauppaa. Verkkokaupan myötä nykyiset suuryksiköt voivat muuttua monikanavaisiksi keskuksiksi, jotka toimivat sekä myymälänä, ajanviettopaikkana että verkko-ostojen toimituksia palvelevina jakelukeskuksina.

Tiivistyvässä kaupunkirakenteessa osa kauposta sijoittuu väistämättä maakuntakaavan keskusta-alueiden ulkopuolelle, mikä on hyvä asia silloin, kun kauppapaikat sijoittuvat lähelle

asutusta tai ovat muutoin saavutettavuudeltaan hyvällä paikalla. Vapaa-ajan ja pendelöinnin kasvu lisäävät matkustamista maakunnan alueella. Se vaikuttaa asiointiin ja asiointimatkoihin. Lähin kauppapaikka ei ole välttämättä ensimmäinen valinta. Tiivistyvällä kaupunkiseudulla, jossa liikutaan ristiin rastiin, voi seudullisuuden käsite olla hyvin vaikeasti määriteltävissä, jos kriteerinä käytetään myymälän tai myymäläkeskittymän pinta-alaa. Kiristyvän kilpailun takia kauppapaikat todennäköisesti myös erilaistuvat, mikä vaikuttaa ostospaikan valintaan. Ne suuryksikköalueet, jotka sijoittuvat asutuksen keskelle tai aivan sen tuntumaan, ovat tulevaisuudessakin todennäköisesti kehittyviä kauppapaikkoja.

Uudenmaan maakuntakaavassa keskustojen ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden verkko on kohtalaisen tiheä, ja suurin osa vähittäiskaupan suuryksikköalueista sijoittuu lähelle keskusta-alueita tai asutusta. Kohteiden saavutettavuus on näin ollen hyvä. Trendinäkökulmasta vähittäiskaupan suuryksikköalueiden kehittämistä rajoittaa kaupan laatua koskeva rajoitus: ”Vähittäiskaupan suuryksikköalueelle saa sijoittaa merkitykseltään seudullista vähittäiskauppaa, joka kaupan laatu huomioon ottaen voi perustellusta syystä sijoittua myös keskusta-alueiden ulkopuolelle kuten auto-, rauta, huonekalu-, puutarha- ja maatalouskauppaa.” Vähittäiskaupan toimialojen rajat tulevat hälvenemään, ja paine alueiden uudistumisesta nykyistä monipuolisemmiksi kauppapaikoiksi tulee samalla kasvamaan. Tulee syntymään yhteiskonsepteja, jotka yhdistävät eri toimintoja saman katon alle yhdeksi kokonaisuudeksi. Perinteinen toimialajako päivittäistavarakauppaan, erikoiskauppaan, varastoihin tai kunnallisiin palveluihin ei tällöin enää toimi. Toimialarajoitus on myös kilpailuedellytysten takia ongelmallinen. Se suosii jo alueille sijoittuneita päivittäistavarakauppoja sekä erikoiskauppoja ja estää kilpailun kasvun alueilla. Maankäyttö- ja rakennuslaissa ollaan hallitusohjelman mukaan luopumassa kaupan laatukriteeristä osoitettaessa keskustan ulkopuolisia vähittäiskaupan suuryksiköitä. Edellä mainittujen seikkojen takia joudutaan maakuntakaavan kaupan ratkaisussa todennäköisesti tarkastelemaan uudelleen kaupan toimialaa koskevia määräyksiä.

Mahdollisesti vain suurimmilla ja vetovoimaisimmilla keskittymillä voi olla kehitysedellytyksiä,

koska hyvän sijainnin merkitys korostuu entisestään ja koska erikoistavarakaupan myymäläverkosto todennäköisesti harvenee. Tästä syystä mitoitusta on paikoin mahdollisesti nostettava. Koska mitoitus ilmoitetaan kerrosalana, se pitää sisällään mm. varastot ja myymälöiden takatilat. Jos alueet muuttuvat monitoimikeskuksiksi, jossa on suuret varastotilat verkko-ostosten noutoa varten, voi liiketilan tarve kokonaisuudessaan kasvaa, mikä voi edelleen lisätä painetta nostaa enimmäismitoituksia ainakin joillakin alueilla.

Matkailun ja vapaa-ajan kasvu sekä elämyksellisyyden kasvu kaupassa muuttavat kaupan konsepteja. Tulevaisuudessa Uudellamaalla voi löytyä kysyntää vapaa-ajan megakeskukselle, johon liittyy vähittäiskauppaa, vapaa-ajan palveluita, urheilua ja hyvinvointia. Megakeskus hakeutuisi todennäköisesti lähelle suurta asutuskeskittymää ja paikkaan, joka on hyvin saavutettavissa usealla kulkumuodolla kuten esimerkiksi henkilöautolla ja joukkoliikenteellä. Nykyisissä maakuntakaavan keskustoissa ei todennäköisesti löydy paikkaa megakeskukselle, ellei kuntakaavoituksessa laajenneta keskustatoimintojen alueita. Donitsi-alueille ei tällaista voi kaavamääräysten takia sijoittaa. Nykykaava ei siten vastaa tulevaisuuden megakeskuksen kysyntään. Megakeskusten huomioon ottaminen tulevassa kaavoituksessakin tulee todennäköisesti olemaan keskustojen ulkopuolella vaikeaa, jos niiden mitoitus on poikkeuksellisen suuri.

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan kaupan mitoituksen lähtökohtana olivat maakunnan asukkaat. Jatkoselvityksessä ”Matkailun ja vapaa-ajan asumisen vaikutukset kaupan liiketilatarpeeseen ja elinkeinoihin Uudellamaalla” todettiin, että mitoituksien joustavuus kattaa matkailun, loma-asumisen sekä II-asumisen liiketilatarpeen. Toisaalta kuitenkin joissakin paikoin kaupan laskennallinen mitoitus, kun otetaan huomioon maakunnan ulkopuolinen ostovoima, on samaa suuruusluokkaa kuin vaihemaakuntakaavan mitoitukseluokka. Näin ollen kaupan kehittämisen ”puskurivara” jää vähäiseksi ja samalla kilpailu voi estyä, kun mahdollisuutta uuden liiketilan rakentamiseen ei välttämättä ole tarpeeksi kaikille toimijoille. Vapaa-ajan kasvun sekä matkailun kasvun myötä voi maakuntakaavan mitoituksessa olla tarvetta ottaa huomioon jatkossa myös maakunnan ulkopuolinen ostovoima. Vaikka kauppa ei pääsääntöisesti kehittä myymäläverkkoaan pelkästään

matkailijoiden ja vapaa-ajan asukkaiden ostovoiman varaan, on kaupan palvelujen kehittämisessä ja kilpailun edistämisen vuoksi hyvä huomioida myös nämä asiakasryhmät.

Voimassa olevan maakuntakaavan mitoituksen muodostumiseen vaikutti verkkokaupan kehitys. Jatkossakin verkkokauppa tulee vaikuttamaan liiketilatarpeeseen, mutta vielä on haasteellista arvioida, kuinka paljon. Nykyiset vaikutusselvitykset ovat vielä hyvin alustavia asiantuntija-arvioita. Vaikutuksista ei ole olemassa vielä syvällisesti ja laajamittaisesti tutkittua tietoa. Edellisessä mitoitustarkastelussa käytettiin liiketilan lisätarvelaskelmassa 10 %:n verkkokauppavähennystä. Prosenttiluku syntyi kompromissina kaavan laadinnan aikana ja tuntui vastaavan yleispiirteisyydellään hyvin sekä liiton kaupan asiantuntijaryhmän sekä ympäristöministeriön edustajien tavoitteisiin. Tämän selvityksen vertailumaakuntaaavoissa vain Päijät-Hämeessä on otettu mukaan verkkokaupan vaikutus vastaavalla tavalla. Uusimmas-
sa maakuntakaavan palveluverkkoselvityksessä (Kanta-Häme 2016) on verkkokauppavähennyksen laskettu olevan 5 %.

Maakuntakaavan yleispiirteisyyden vuoksi sekä epävarmojen vaikutusten vuoksi hyvin tarkkoja laskelmia verkkokaupan vaikutuksista ei ehkä ole järkevää tehdä maakuntakaavatasolla. Jos uutta tietoa tai tutkimusta verkkokaupan vaikutuksesta liiketilaan ei julkaista uuden maakuntakaavan laadinnan aikana, on jatkossakin syytä ottaa verkkokauppa huomioon nykyistä vastaavalla yksinkertaisella tavalla. Tulee kuitenkin ottaa huomioon se, ettei maakuntakaavalla ole tarvetta ratkaista, missä kanavassa vähittäiskauppa toimii ja mitä kautta se myyntiään kerää. Verkkokauppa ei ole erillinen kaupan toimiala vaan kaupan sisällä oleva myyntikanava. Kaavoilla tulee mahdollistaa liiketoiminnan luonteva kehittäminen ja se, että kysyntää vastaava liiketilatarve voidaan toteuttaa myymälätiloina tai noutokeskuksina yms.

Myyntitehokkuuden kasvu on ollut myös yksi voimassa olevan maakuntakaavan mitoituksen taustalla vaikuttavista tekijöistä. Myyntitehokkuuden kasvu on otettu huomioon vertailumaakunnissa myös Etelä-Karjalassa venäläisten matkailijoiden osalta sekä Päijät-Hämeessä. Myyntitehokkuuden kasvu on hyvin usein vähittäiskaupan tavoite. Myyntitehokkuus vaihtelee suuresti eri kauppatyypeissä, mutta todennäköisesti sellaisia

myymälätyyppejä halutaan kehittää, joissa myyntiteho on korkea.

Myyntitehokkuuteen vaikuttavat myös verkkokaupan kehitys ja sen tilastointitavat. Jos verkkokaupan myynti tilastoidaan myymälän myyntiin, myyntitehokkuus kasvaa. Jos se taas tilastoidaan omana yksikkönään tai pääkonttoriin, myymälöiden myyntitehokkuus laskee. Viimeksi mainitussa tilanteessa myymälät voivat hyvin toimia alhaisemmalla myyntitehokkuudella, koska tukea myymälään saadaan yrityksen verkkokaupasta.

Vähittäiskauppaan liittyy tulevaisuudessa arvion mukaan yhä enemmän palveluita sekä elämyksellisyyttä ja kokemuksellisuutta. Näiden kasvu vähittäiskaupan sisällä voi heikentää myyntitehokkuutta, jos se kasvattaa tilantarvetta suhteessa enemmän kuin myyntiä. Toisaalta taas se voi kasvattaa myyntiä ja myyntitehokkuutta, kun kauppapaikan kilpailuedellytykset paranevat suhteessa kilpailijoihin. Tulevaisuudessa kuitenkin todennäköisesti vähittäiskaupan myymälämäärä ja myymälöiden keskikoko pienenevät nykyisestä, minkä pitäisi kasvattaa vähittäiskaupan myyntitehokkuutta. Toisaalta taas, kun palvelut käyttävät samoja liiketiloja kaupan kanssa, kauppa yhdistyy palveluihin ja myymäläkeskittymä sisältää myös julkisia palveluita, niin koko myymäläkeskittymän myyntitehokkuus todennäköisesti laskee, koska palveluiden myyntitehokkuus on usein alhaisempi kuin kaupassa eikä aina ole edes laskettavissa (esim. julkiset palvelut, pankit yms.). Arvion mukaan myyntitehokkuuden kasvun huomioon ottaminen tulevassakin maakuntakaavan mitoituksessa on kuitenkin perusteltua.

Osa edellisessä luvussa esitetyistä trendeistä on enemmän pitkän aikavälin trendejä ja osan vaikutus kaupan palveluverkkoon näkyy jo lyhyellä aikavälillä. Maakuntakaavan tavoitevuosi on pitkällä, tulevan kokonaisuusmaakuntakaavan vuodessa 2050. Maakuntakaavan ajanjaksolla trendit vaikuttavat siis eri tavoin ja osa trendeistä ehtii myös varmasti jo muuttuakin ajanjakson aikana. Kaupan muutos ei tapahdu hetkessä ja maakuntakaavalla tulee mahdollistaa kaupan kehittyminen sekä lyhyellä että pitkällä tähtäimellä.

Trendi keskustakaupan suosion kasvusta on jo hiljalleen alkanut, mutta sen arvioidaan vahvistuvan pidemmällä aikavälillä. Lyhyellä aikavälillä ei donitsi-alueiden hiipumista ole tapahtumassa, vaikka viime vuosina tilaa vaativan kaupan

rakentaminen onkin ollut hidasta. Lähitulevaisuudessa on yhä nähtävissä kauppaliikkeiden kiinnostus donitsi-alueita kohtaan. Pitkällä aikavälillä donitsi-alueiden merkitys kauppapaikkana voi muuttua nykyisestä, mutta sen vaikutusta tulevaisuuden mitoitukseen on hyvin haastava vielä ottaa huomioon.

Tulevaisuudessa keskustojen ja kauppapaikkojen painotukset voivat muuttua nykyisestä. Suurimmat ja vetovoimaisimmat vahvistuvat, mikä voi edellyttää keskustojen ulkopuolisten vähittäiskaupan suuryksiköiden mitoitusten tarkistamista. Keskisuurten keskusten ja kauppapaikkojen

kehitysedellytykset saattavat heikentyä. Lyhyellä tähtäimellä ei kuitenkaan ole tarvetta ruveta rajoittamaan joidenkin mahdollisesti pitkälle tulevaisuudessa hiipuvien kohteiden mitoitusta, mutta toisaalta tulee kuitenkin luoda edellytyksiä maankäytön muuttumiselle näillä alueilla. Maakunta-kaavalla tulee vaalia keskusten ja kauppapaikkojen ominaispiirteitä, mahdollistaa eri alueiden omanlaisen ja elämyksellisen ympäristön kehittämisen, mahdollistaa palveluiden saavutettavuus sekä löytää eri keskusten välinen tasapaino palvelutarjonnassa.



LÄHTEET JA LÄHTÖTIEDOT

Maakuntakaavat, kaava-aineisto ja niihin liittyvät palveluverkkoselvitykset

- Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaava (vahvistettu 30.10.2014)
- Kanta-Hämeen 1. vaihemaakuntakaava (vahvistettu 2.4.2014 ja 18.12.2015)
- Kymenlaakson 4. vaihemaakuntakaava (vahvistettu 26.11.2014)
- Etelä-Karjalan 1. vaihemaakuntakaava (vahvistettu 19.10.2015)
- Pohjois-Pohjanmaan 1. vaihemaakuntakaava (vahvistettu 23.11.2015)
- Päijät-Hämeen maakuntakaava (korjattu kaavaehdotus 15.2.2016)

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan kaupan palveluverkkoselvitykset

- Kaupan palveluverkko Uudenmaan ja Itä-Uudenmaan rakennemalleissa, FCG 2010;
- Kaupan väliraportti, Kaupan rakennemalleista maakunta-kaavaluonnokseen, Uudenmaan liitto 2011
- Kaupan palveluverkon mitoittaminen ja vaikutusten arviointi, Santasalo Ky, Strafica 2012 (julkaisu 2013)

Uudenmaan liiton 2. vaihemaakuntakaavan jälkeiset kauppaa, matkailua ja elinkeinoja koskevat selvitykset

- Uudenmaan elinkeinotoimintojen nykytilanne ja kehityssuunnat 2014
- Elinkeinojen ja innovaatiotoiminnan kehityskuva 2014
- Matkailun ja vapaa-ajan asumisen vaikutukset kaupan liiketilatarpeeseen ja elinkeinoihin Uudella-
maalla 2014
- Matkailun edistämiskeinot maakuntakaavoituksessa 2015
- Verkkokauppa kaupunkiseuduilla, Selvitys nykytietämyksestä, Liikenneviraston tutkimuksia ja selvi-
tyksiä 42/2015.

Muut lähteet

- Myymälärekisteri 2007 ja 2014, A.C. Nielsen
- Alueellinen yritystoimintatilasto 2007–2014, Tilastokeskus
- YKR-aineistot 2007, 2012, SYKE ja Tilastokeskus
- Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö, Tilastokeskus
- Verkkokauppatilaston esittelyaineisto 2010–2014 TNS Gallup, ASML ja Kaupan Liitto
- Megatrendit 2015, 2016, Sitra
- Vähittäiskaupan trendit 2015, Deloitte
- Think Tank - Kaupan trendit ja tulevaisuus 2015, Solita
- Tulevaisuuden kuluttaja; Erika 2020-hanke, Jyväskylän yliopiston kauppakorkea koulu
- Uudenmaan liiton kysely kunnille kaupan hankkeista 2016

LIITTEET

Liite 1 Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön alaraja sekä kunnan asukasluku

Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön alaraja Päivittäistavarakauppa

Kunta	Väestö 2014	Alaraja	Kunta	Väestö 2014	Alaraja	Kunta	Väestö 2014	Alaraja
Askola	5 064	2 000	Hamina	21 061	3 000	Espoo	265 543	5 000
Hanko	9 021	2 000	Kotka	54 518	3 000	Helsinki	620 715	5 000
Hyvinkää	46 366	2 000	Kouvola	86 453	3 000	Kauniainen	9 357	5 000
Inkoo	5 560	2 000	Inkeroinen, Myllykoski		3 000	Vantaa	210 803	5 000
Järvenpää	40 390	2 000	Luumäki	4 949	3 000	Forssa	17 521	5 001
Karkkila	8 977	2 000	Parikkala	5 373	3 000	Hattula	9 738	5 001
Kerava	35 317	2 000	Alavieska	2 687	3 000	Hausjärvi	8 815	5 001
Kirkkonummi	38 220	2 000	Haapajärvi	7 479	3 000	Humppila	2 440	5 001
Lapinjärvi	2 779	2 000	Haapavesi	7 175	3 000	Hämeenlinna	67 976	5 001
Lohja	47 624	2 000	Hailuoto	997	3 000	Janakkala	16 840	5 001
Loviisa	15 480	2 000	Ii	9 666	3 000	Jokioinen	5 516	5 001
Myrskylä	1 985	2 000	Kalajoki	12 632	3 000	Loppi	8 291	5 001
Mäntsälä	20 621	2 000	Kempele	16 889	3 000	Riihimäki	29 350	5 001
Nurmijärvi	41 577	2 000	Kuusamo	15 823	3 000	Tammela	6 395	5 001
Pornainen	5 148	2 000	Kärsämäki	2 696	3 000	Imatra	28 037	5 000
Porvoo	49 728	2 000	Liminka	9 740	3 000	Lappeenranta	72 794	5 000
Pukkila	2 013	2 000	Lumijoki	2 074	3 000	Oulu	196 291	5 000
Raasepori	28 674	2 000	Merijärvi	1 150	3 000			
Sipoo	19 034	2 000	Muhos	8 986	3 000			
Siuntio	6 199	2 000	Nivala	10 945	3 000			
Tuusula	38 198	2 000	Oulainen	7 725	3 000			
Vihti	28 995	2 000	Pudasjärvi	8 399	3 000			
Ypäjä	2 468	2 001	Pyhäjoki	3 290	3 000			
Ilitti	6 950	2 000	Pyhäjärvi	5 562	3 000			
Miehikkälä	2 123	2 000	Pyhäntä	1 562	3 000			
Pyhtää	5 354	2 000	Raahe	25 383	3 000			
Virolahti	3 399	2 000	Reisjärvi	2 901	3 000			
Lemi	3 116	2 000	Sievi	5 154	3 000			
Rautjärvi	3 626	2 000	Siikajoki	5 526	3 000			
Ruokolahti	5 404	2 000	Siikalatva	5 816	3 000			
Savitaipale	3 667	2 000	Taivalkoski	4 231	3 000			
Taipalsaari	4 798	2 000	Tyrnävä	6 735	3 000			
			Utajärvi	2 907	3 000			
			Ylivieska	14 976	3 000			
			Asikkala	8 374	3 000			
			Hartola	3 071	3 000			
			Heinola	19 695	3 000			
			Hollola	21 892	3 000			
			Hämeenkoski	2 104	3 000			
			Kärkölä	4 647	3 000			
			Lahti	103 754	3 000			
			Nastola	14 890	3 000			
			Orimattila	16 288	3 000			
			Padasjoki	3 197	3 000			
			Sysmä	4 097	3 000			

**Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön alaraja
Tilaa vaativa kauppa**

Kunta	Väestö 2014	Alaraja
Lapinjärvi	2 779	2 000
Myrskylä	1 985	2 000
Pukkila	2 013	2 000
Ypäjä	2 468	2 001
Iitti	6 950	2 000
Miehikkälä	2 123	2 000
Pyhtää	5 354	2 000
Virolahti	3 399	2 000
Lemi	3 116	2 000
Luumäki	4 949	2 000
Parikkala	5 373	2 000
Rautjärvi	3 626	2 000
Ruokolahti	5 404	2 000
Savitaipale	3 667	2 000
Taipalsaari	4 798	2 000

Kunta	Väestö 2014	Alaraja
Hamina	21 061	3 000
Inkeroinen, Myllykoski		3 000
Imatra	28 037	4 000
Lappeenranta	72 794	4 000
Hartola	3 071	3 000
Hämeenkoski	2 104	3 000
Kärkölä	4 647	3 000
Padasjoki	3 197	3 000
Sysmä	4 097	3 000

Kunta	Väestö 2014	Alaraja
Askola	5 064	5 000
Hanko	9 021	5 000
Inkoo	5 560	5 000
Karkkila	8 977	5 000
Loviisa	15 480	5 000
Pornainen	5 148	5 000
Siuntio	6 199	5 000
Kotka	54 518	5 000
Kouvola	86 453	5 000
Alavieska	2 687	5 000
Haapajärvi	7 479	5 000
Haapavesi	7 175	5 000
Hailuoto	997	5 000
Ii	9 666	5 000
Kalajoki	12 632	5 000
Kempele	16 889	5 000
Kärsämäki	2 696	5 000
Liminka	9 740	5 000
Lumijoki	2 074	5 000
Merijärvi	1 150	5 000
Muhos	8 986	5 000
Nivala	10 945	5 000
Oulainen	7 725	5 000
Pudasjärvi	8 399	5 000
Pyhäjoki	3 290	5 000
Pyhäjärvi	5 562	5 000
Pyhäntä	1 562	5 000
Reisjärvi	2 901	5 000
Sievi	5 154	5 000
Siikajoki	5 526	5 000
Siikalatva	5 816	5 000
Taivalkoski	4 231	5 000
Tyrnävä	6 735	5 000
Utajärvi	2 907	5 000
Asikkala	8 374	5 000
Orimattila	16 288	5 000

Kunta	Väestö 2014	Alaraja
Kuusamo	15 823	7 000
Raahe	25 383	7 000
Ylivieska	14 976	7 000
Heinola	19 695	7 000

Kunta	Väestö 2014	Alaraja
Hyvinkää	46 366	10 000
Järvenpää	40 390	10 000
Kerava	35 317	10 000
Kirkkonummi	38 220	10 000
Lohja	47 624	10 000
Mäntsälä	20 621	10 000
Nurmijärvi	41 577	10 000
Porvoo	49 728	10 000
Raasepori	28 674	10 000
Sipoo	19 034	10 000
Tuusula	38 198	10 000
Vihti	28 995	10 000
Forssa	17 521	10 001
Hattula	9 738	10 001
Hausjärvi	8 815	10 001
Humppila	2 440	10 001
Hämeenlinna	67 976	10 001
Janakkala	16 840	10 001
Jokioinen	5 516	10 001
Loppi	8 291	10 001
Riihimäki	29 350	10 001
Tammela	6 395	10 001
Oulu	196 291	10 000
Hollola	21 892	10 000
Lahti	103 754	10 000
Nastola	14 890	10 000

Kunta	Väestö 2014	Alaraja
Espoo	265 543	30 000
Helsinki	620 715	30 000
Kauniainen	9 357	30 000
Vantaa	210 803	30 000

**Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön alaraja
Erikoiskauppa**

Kunta	Väestö 2014	Alaraja
Lapinjärvi	2 779	2 000
Myrskylä	1 985	2 000
Pukkila	2 013	2 000
Ypäjä	2 468	2 001
Iitti	6 950	2 000
Miehikkälä	2 123	2 000
Pyhtää	5 354	2 000
Virolahti	3 399	2 000

Kunta	Väestö 2014	Alaraja
Lemi	3 116	3 000
Rautjärvi	3 626	3 000
Ruokolampi	5 404	3 000
Savitaipale	3 667	3 000
Taipalsaari	4 798	3 000
Asikkala	8 374	3 000
Hartola	3 071	3 000
Heinola	19 695	4 000
Hämeenkoski	2 104	3 000
Kärkölä	4 647	3 000
Orimattila	16 288	3 000
Padasjoki	3 197	3 000
Sysmä	4 097	3 000

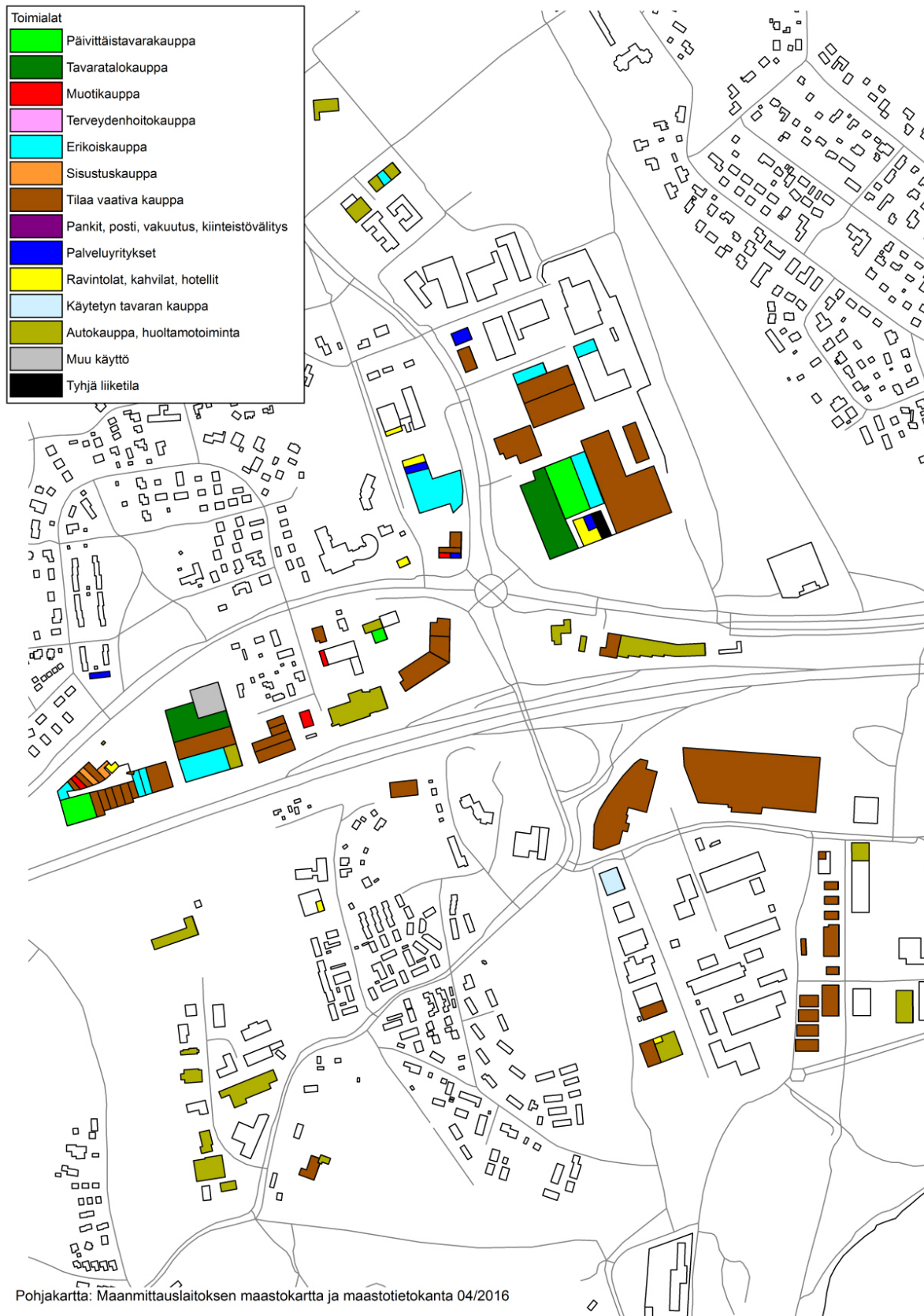
Kunta	Väestö 2014	Alaraja
Askola	5 064	5 000
Hanko	9 021	5 000
Hyvinkää	46 366	5 000
Inkoo	5 560	5 000
Järvenpää	40 390	5 000
Karkkila	8 977	5 000
Kerava	35 317	5 000
Kirkkonummi	38 220	5 000
Lohja	47 624	5 000
Loviisa	15 480	5 000
Mäntsälä	20 621	5 000
Nurmijärvi	41 577	5 000
Pornainen	5 148	5 000
Porvoo	49 728	5 000
Raasepori	28 674	5 000
Sipoo	19 034	5 000
Siuntio	6 199	5 000
Tuusula	38 198	5 000
Vihti	28 995	5 000
Forssa	17 521	5 001
Hattula	9 738	5 001
Hausjärvi	8 815	5 001
Humppila	2 440	5 001
Hämeenlinna	67 976	5 001
Janakkala	16 840	5 001
Jokioinen	5 516	5 001
Loppi	8 291	5 001
Riihimäki	29 350	5 001
Tammela	6 395	5 001
Hamina	21 061	5 000
Inkeroinen, Myllykoski		5 000
Luumäki	4 949	5 000
Parikkala	5 373	5 000
Alavieska	2 687	5 000
Haapajärvi	7 479	5 000
Haapavesi	7 175	5 000
Hailuoto	997	5 000
Ili	9 666	5 000
Kalajoki	12 632	5 000
Kempele	16 889	5 000
Kärsämäki	2 696	5 000
Liminka	9 740	5 000
Lumijoki	2 074	5 000
Merijärvi	1 150	5 000
Muhos	8 986	5 000
Nivala	10 945	5 000
Oulainen	7 725	5 000
Pudasjärvi	8 399	5 000
Pyhäjoki	3 290	5 000
Pyhäjärvi	5 562	5 000
Pyhäntä	1 562	5 000
Reisjärvi	2 901	5 000
Sievi	5 154	5 000
Siikajoki	5 526	5 000
Siikalatva	5 816	5 000
Taivalkoski	4 231	5 000
Tyrnävä	6 735	5 000
Utajärvi	2 907	5 000
Hollola	21 892	5 000
Lahti	103 754	5 000
Nastola	14 890	5 000

Kunta	Väestö 2014	Alaraja
Kotka	54 518	7 000
Kouvola	86 453	7 000
Imatra	28 037	7 000
Lappeenranta	72 794	7 000
Kuusamo	15 823	7 000
Raahe	25 383	7 000
Ylivieska	14 976	7 000

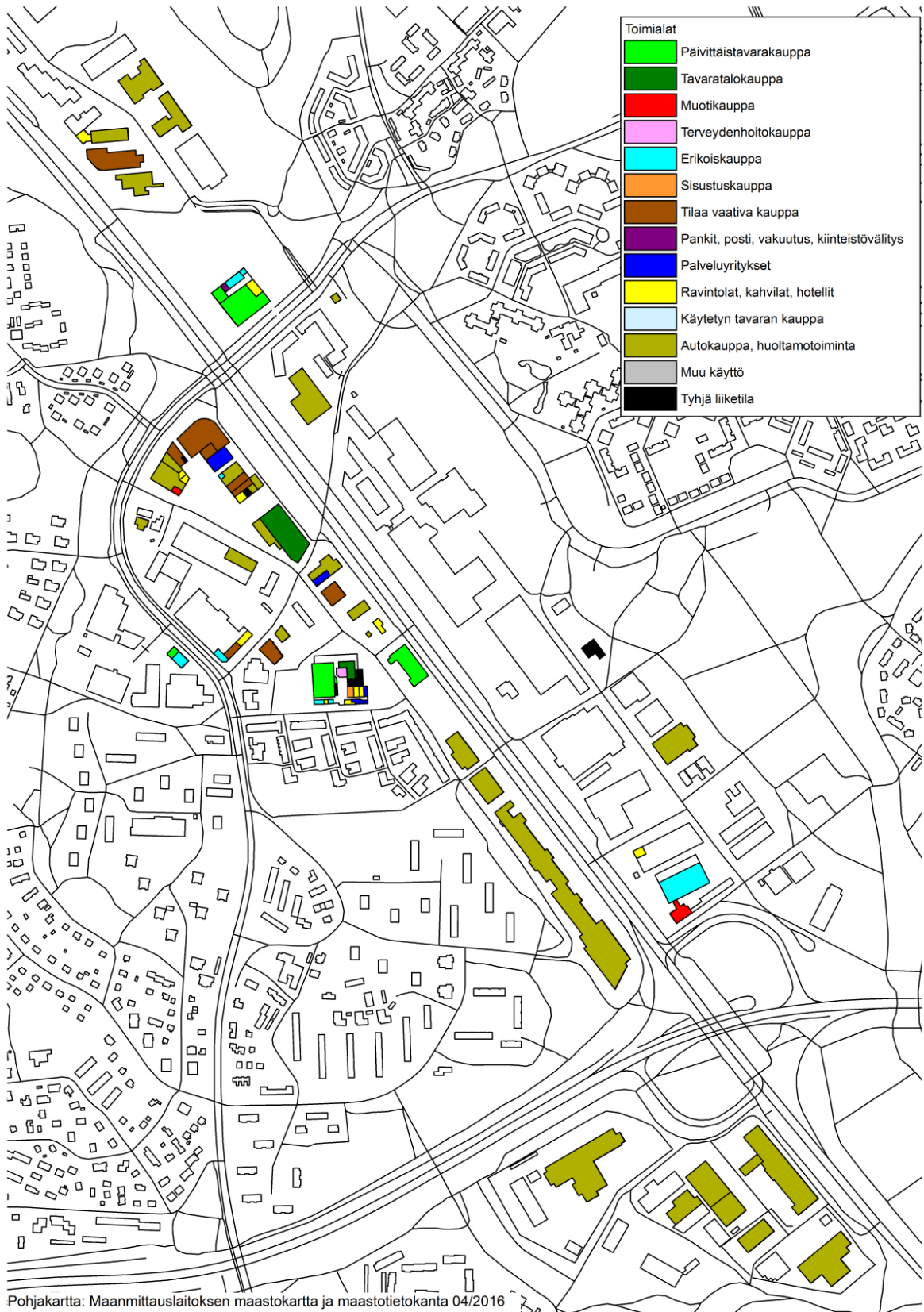
Kunta	Väestö 2014	Alaraja
Espoo	265 543	10 000
Helsinki	620 715	10 000
Kauniainen	9 357	10 000
Vantaa	210 803	10 000
Oulu	196 291	10 000

Liite 2 Kartoituksilla päivitetty kaupan alueet

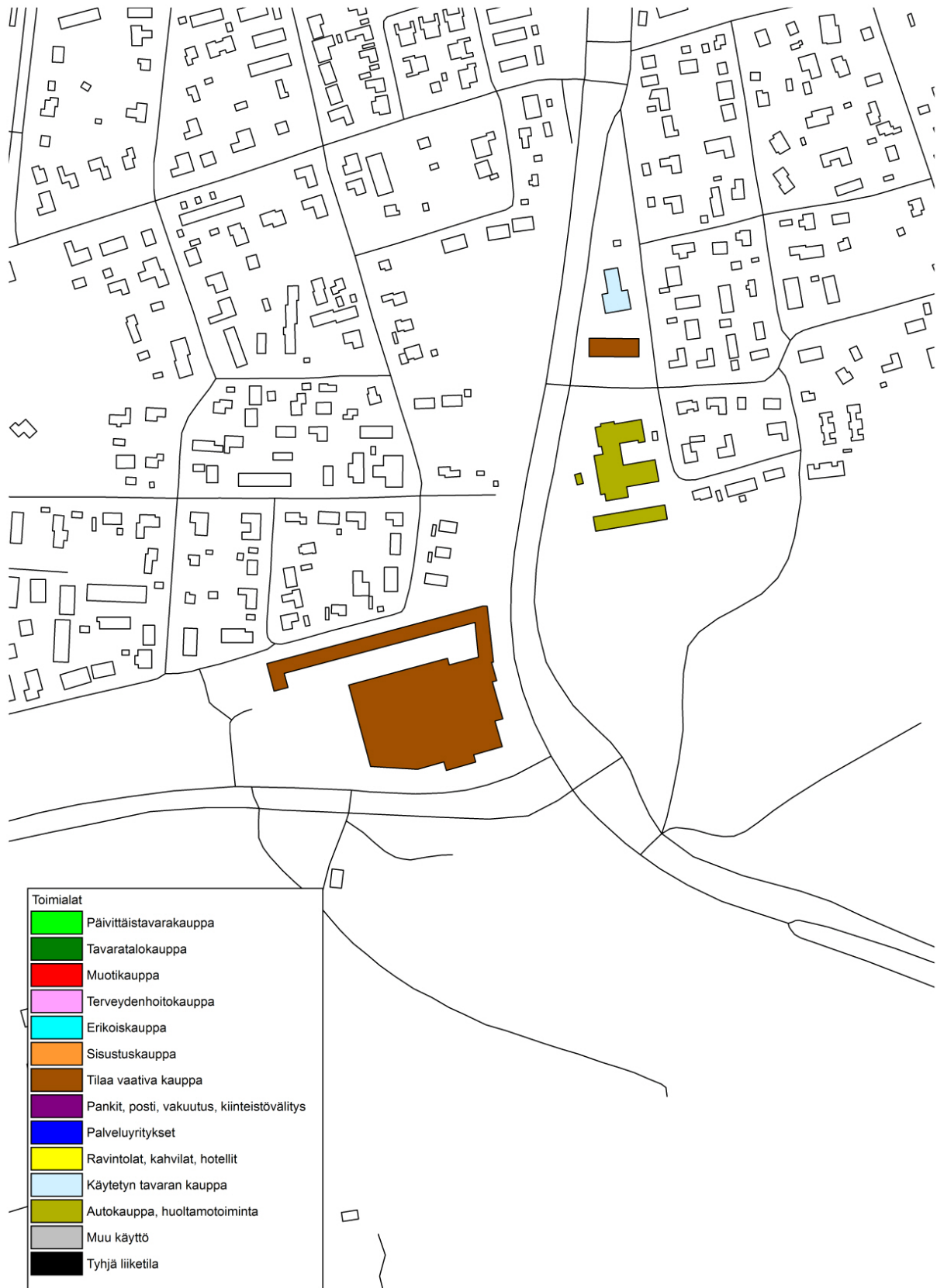
Suomenoja



Konala

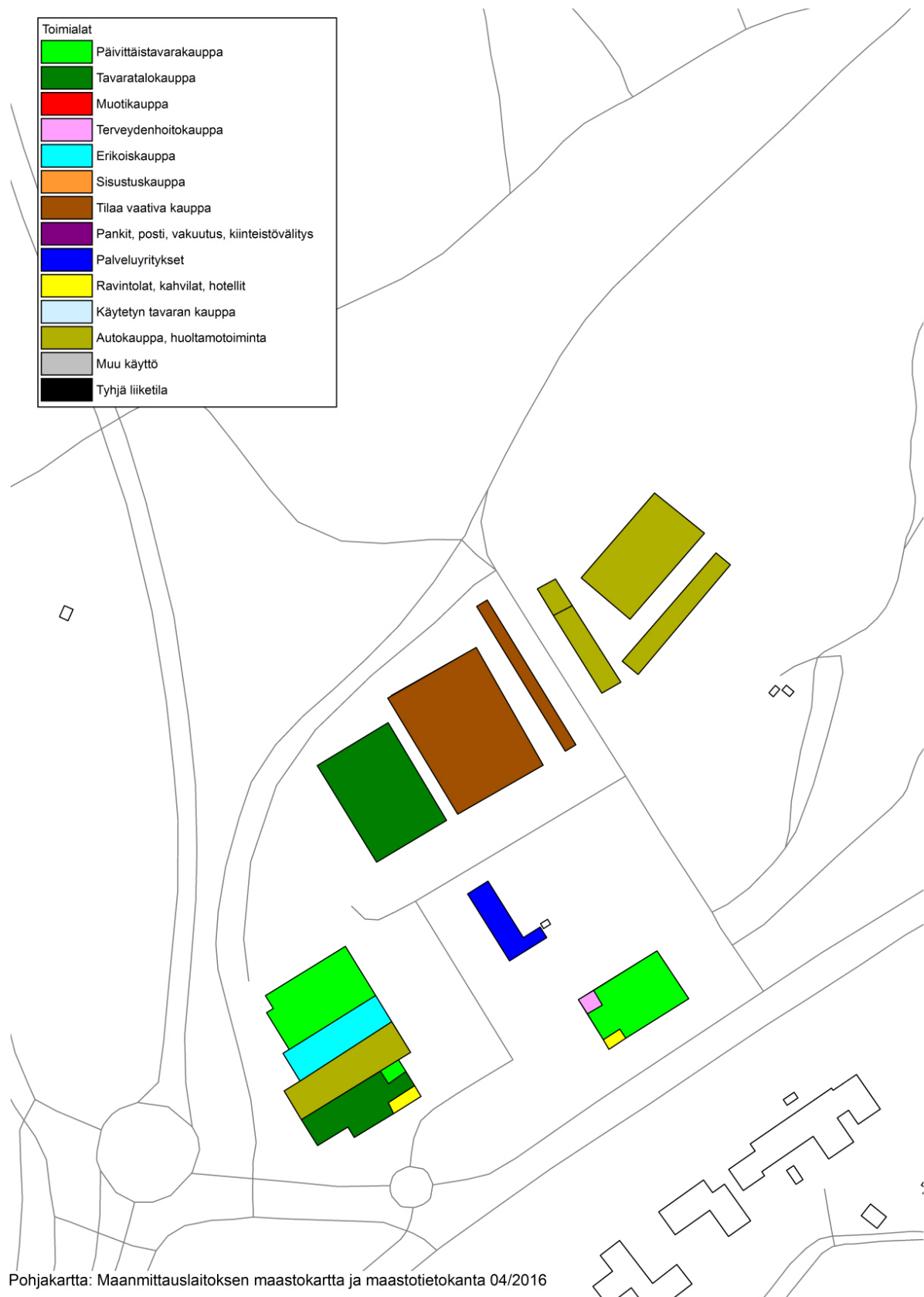


Järvenpää eteläinen



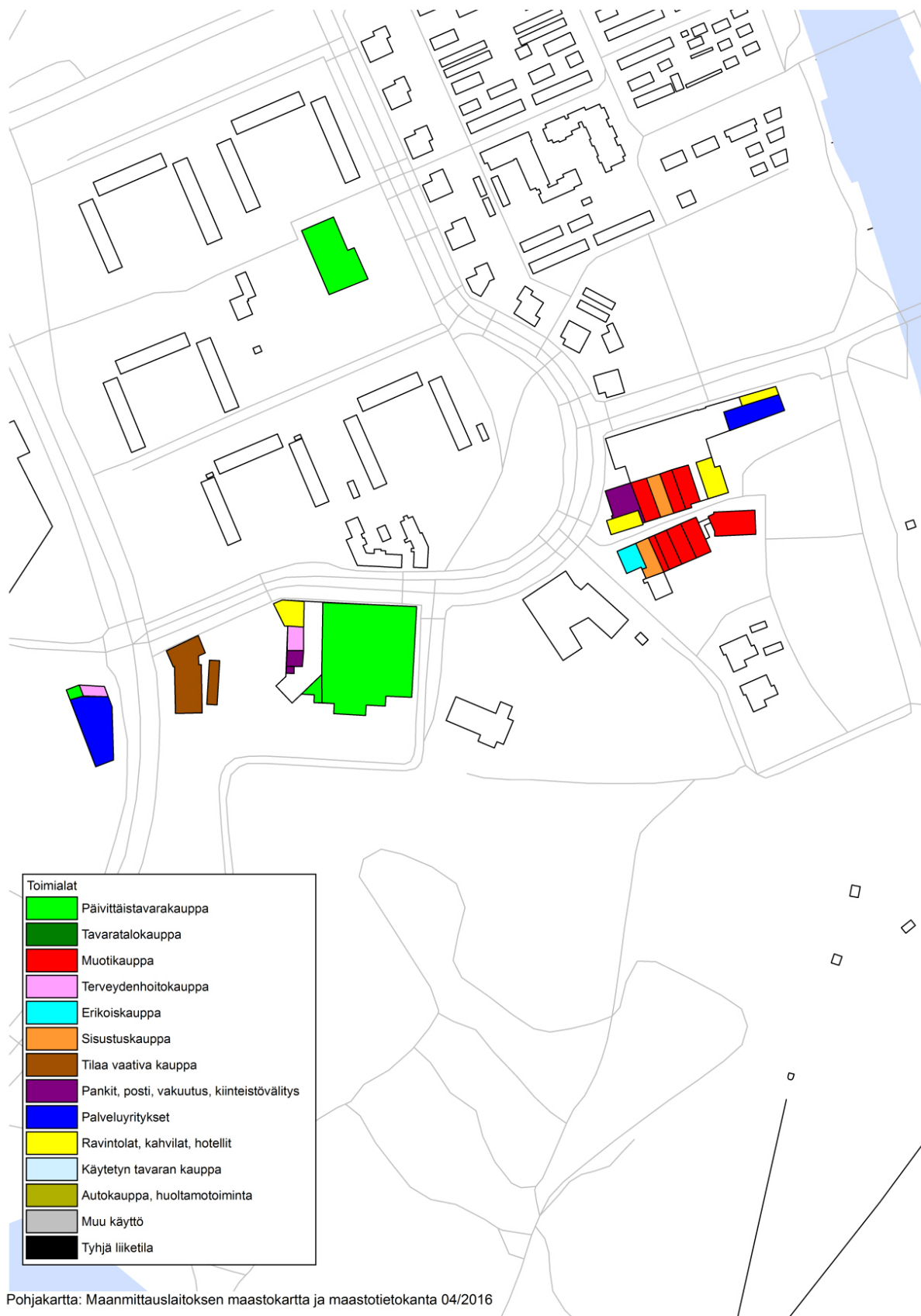
Pohjakartta: Maanmittauslaitoksen maastokartta ja maastotietokanta 04/2016

Lempola



Pohjakartta: Maanmittauslaitoksen maastokartta ja maastotietokanta 04/2016

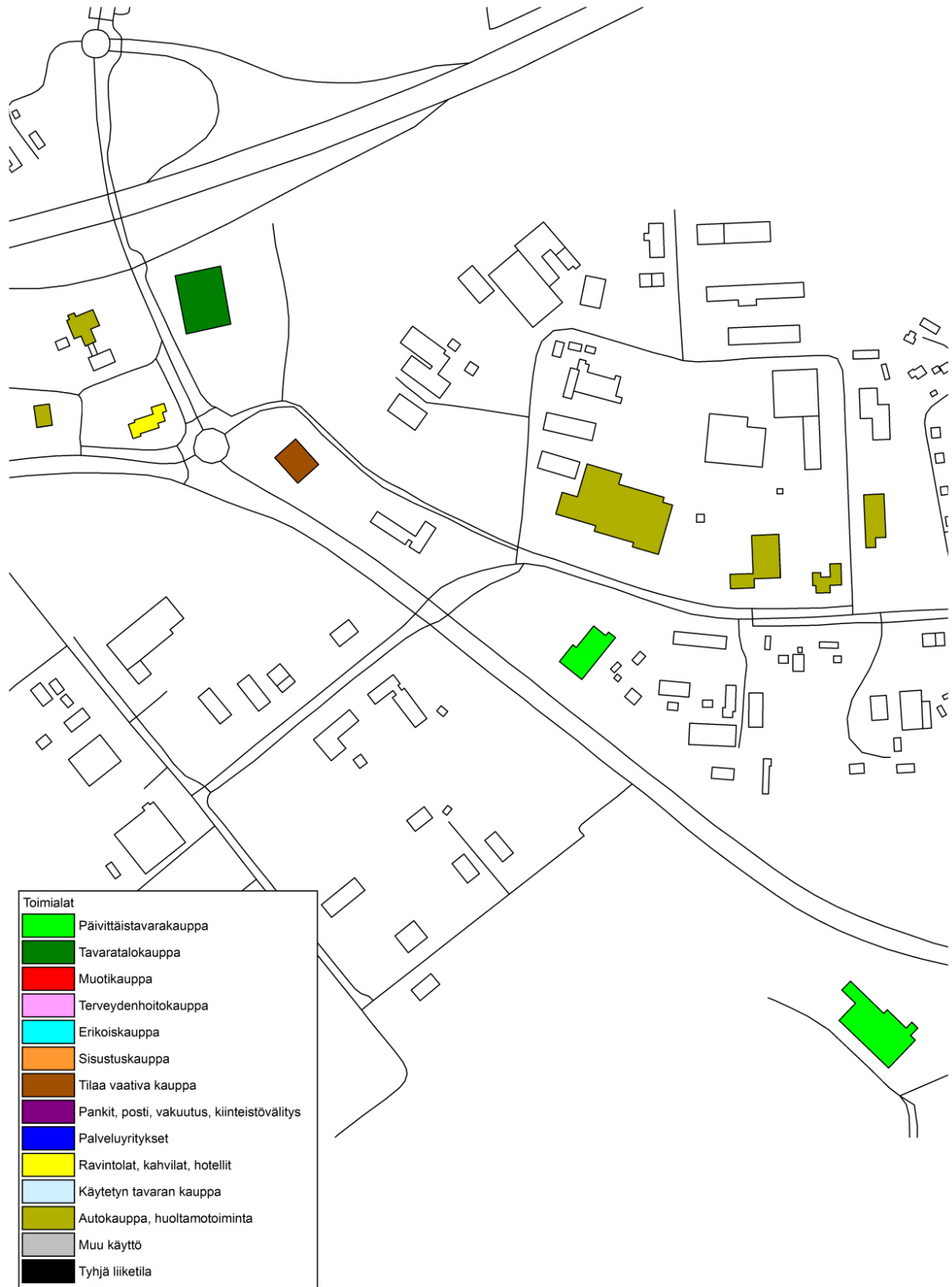
Porvoon Länsiranta (Osa Porvoon C-aluea)



Kuninkaanportti



Loviisan länsiosa



Pohjakartta: Maanmittauslaitoksen maastokartta ja maastotietokanta 04/2016

Uudenmaan liitto // Nylands förbund
Helsinki-Uusimaa Regional Council

Esterinportti 2 B • 00240 Helsinki • Finland
+358 9 4767 411 • toimisto@uudenmaanliitto.fi • uudenmaanliitto.fi