

Vastaanottaja
Helsingin kaupunki

Asiakirjatyyppi
Loppuraportti

Päivämäärä
10.10.2021

HELSINGIN KAUPUNKI ITÄKESKUKSEN JA LÄHI- ALUEIDEN KAUPAN SELVI- TYS

Projekti **Itäkeskuksen ja lähialueiden kaupan selvitys**
Vastaanottaja **Helsingin kaupunki, yleiskaavayksikkö**
Asiakirjatyyppi **Raportti**
Päivämäärä **10.10.2021**
Laatija **Eero Salminen, Kimmo Koski, Tommi Eskelinen, Ville Ahvikko, Elina Suon-
ranta, Karri Hakala ja Tero Iikkanen**

Ramboll Finland Oy
PL 25
Itsehallintokuja 3
02601 ESPOO

P +358 20 755 611
F +358 20 755 6201
www.ramboll.fi

SISÄLTÖ

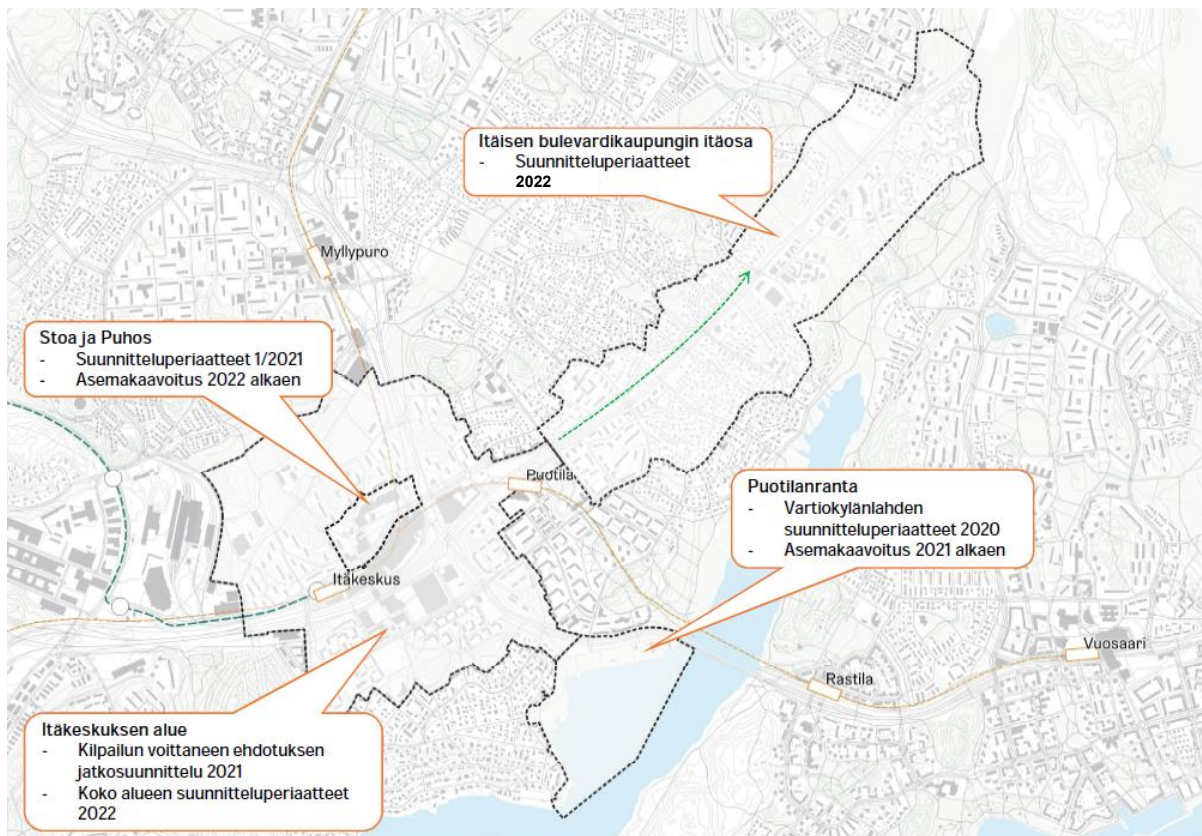
1.	LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET	4
2.	KAUPAN PALVELUVERKON KEHITTÄMISEN REUNAEDOT JA KAAVATILANNE	5
2.1	Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaava ja Uusimaa 2050 -kaava	5
2.2	Helsingin yleiskaava	9
2.3	Suunnittelualueen muut kaavat sekä suunnitelmat	10
3.	Kaupan trendit	13
3.1	Kauppojen lukumäärä ja liikevaihto	13
3.2	Muutostrendejä	15
3.2.1	Verkkokaupan kehitys ja digitalisaatio	15
3.2.2	Kulutuskäyttäytymisen muutos	16
3.2.3	Tarjonnan trendit	18
3.2.4	Kauppakeskusten ja kivijalkakauppojen tulevaisuus	19
3.3	Muut toimitilat	20
3.4	Yhteenveto: vähittäiskaupan toimintaympäristön PESTE-tarkastelu	21
3.5	Vähittäiskaupan liikevaihdon kehitys Helsingissä	24
4.	VÄHITTÄISKAUPAN TARJONTA	26
4.1	Vähittäiskaupan nykyinen palveluverkko	26
4.2	Päivittäistavarakaupan palveluverkko	31
4.3	Kauppan hankkeet	32
4.4	Muut liike- ja toimitilat	32
5.	VÄHITTÄISKAUPAN KYSYNTÄ	34
5.1	Itäkeskuksen kaupallinen vaikutusalue	34
5.2	Väestö ja väestöennuste	34
5.3	Työpaikkojen määrä ja sijoittuminen	41
5.4	Liikenne ja liikennehankkeet	43
6.	KAUPAN SAAVUTETTAVUUS	46
7.	VÄHITTÄISKAUPAN MITOITUS	53
7.1	Vähittäiskaupan ostovoima	53
7.2	Vähittäiskaupan laskennallinen tilantarve	55
7.3	Itäkeskuksen alueen kaupan mitoitus ja sijoittumisperiaatteet toimialoittain	57
7.4	Muiden toimialojen ja toimintojen mitoitus	59
8.	ALUEKOHTAISET KAUPAN JA PALVELUIDEN KEHITTÄMISPERIAATTEET	60
8.1	Itäkeskuksen alue (ml. Stoa ja Puhos)	60
8.2	Puotilanranta	61
8.3	Itäisen bulevardikaupungin itäosa	62
9.	VAIKUTUSTEN ARVIOINTI	63
9.1	Vaikutukset suhteessa tavoitteisiin	63
9.2	Vaikutukset alue- ja yhdyskuntarakenteeseen	63
9.3	Vaikutukset asukkaisiin	64
9.4	Vaikutukset muihin kaupallisiin keskittymiin	64
9.5	Vaikutukset kaupan kilpailuun ja elinkeinoelämän kehittymiseen	66
9.5.1	Alueiden mitoitus suhteessa nykyisen liiketilan määrään	66
9.5.2	Kauppan kilpailuasetelma	67
9.6	Vaikutukset liikenteeseen ja liikkumiseen	68
9.7	Kestävä kehitys	68

10.	JOHTOPÄÄTÖKSET JA SUOSITUKSET	69
10.1	Kaupallisesti toimivien ympäristöjen kehittämisessä huomioitavaa	69
10.2	Yleisiä sijoittumis- ja suunnitteluperiaatteita suunnittelualueella	71
11.	LÄHTEET	73

1. LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET

Itäkeskuksen kaupallisen selvityksen tavoitteena on selvittää Itäkeskuksen alueen toiminnallinen rakenne ja liiketilan ja muun toimitilan potentiaali mitoituksen ja sijoittumisen näkökulmasta. Työssä huomioidaan Helsingin yleiskaavan sekä muiden suunnitelmien tavoitteet liittyen mm. alueen asukasmäärän kasvuun (15 000 asukasta vuoteen 2050 mennessä). Selvityksessä huomioidaan kaavatyöhön liittyneet aikaisemmat selvitykset sekä alueen muut kauppaan ja toimitiloihin vaikuttavat hankkeet ja suunnitelmat.

Selvityksen tavoitevuosi on 2050 ja välitavoitevuotena käytetään 2035. Selvityksen pääpaino on yleiskaavan C1-alueella itäkeskustan aluekeskuksessa. Puotilanrannan osalta tarkennetaan vuoden 2018 Vuosaaren toimitilaselvityksen alustavia kaupallisen potentiaalin arvioita. Itäisen bulevardikaupungin itäosaan kehitys huomioidaan tulevana potentiaalina väestön kasvun kautta. Selvityksessä esitetään alustava arvio liike- ja muun toimitilojen potentiaalille myös Itäväylän varrelta. Selvityksessä esitetään koko alueen ensisijainen vaikutusalue sekä laajempi tarkastelualue.



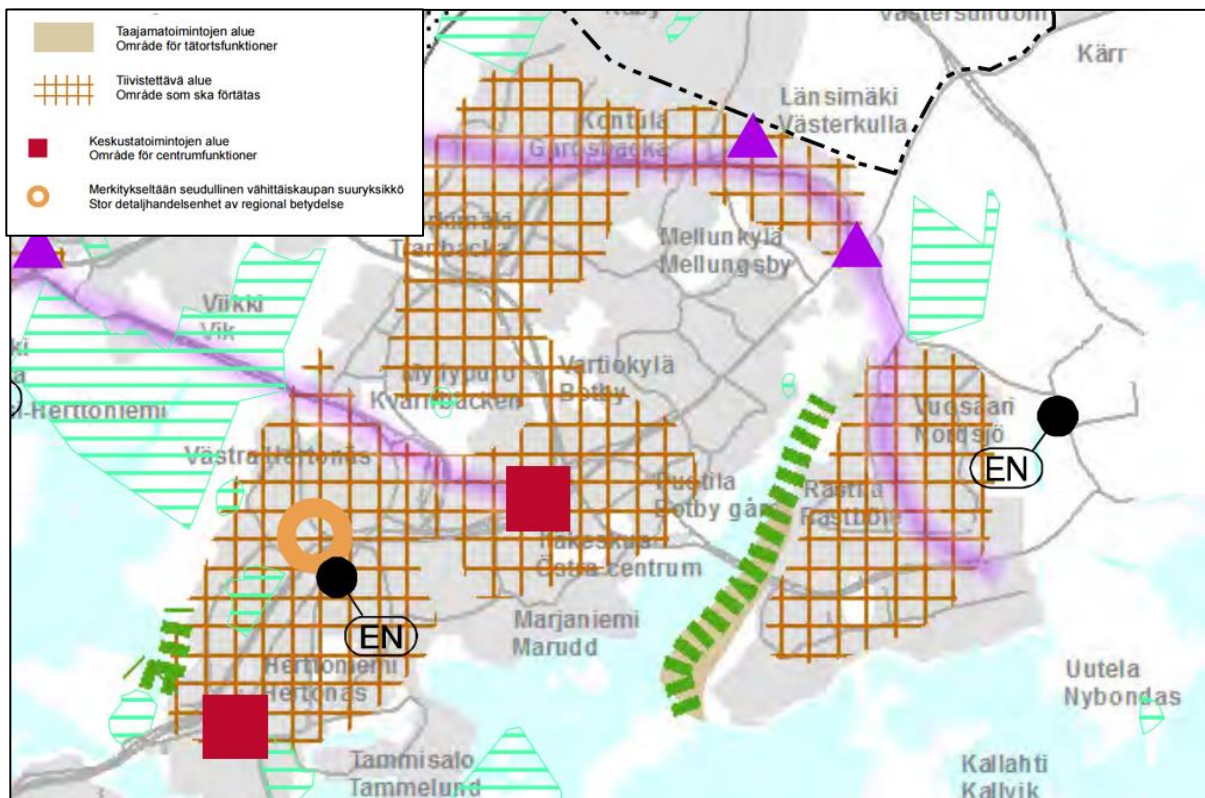
Kuva 1 Tarkastelualue (Lähde: Helsingin kaupunki)

Selvitystyö on toteutettu vuoden 2021 aikana. Työtä on ohjannut Helsingin kaupungin edustajista koottu ohjausryhmä, johon kuuluivat Elina Luukkonen, Anne Karlsson, Iris Karvinen, Maria Isotupa, Anri Linden, Minna Maartola, Sanna Meriläinen, Mikko Näveri, Laura Yrjänä, Ritva Tanner ja Linda Toivonen. Työn ovat laatineet Ramboll Finland Oy:ssä KTM Eero Salminen, FM Kimmo Koski, insinööri Tommi Eskelinen, arkkitehti Elina Suonranta, FM Karri Hakala ja FM Tero Iikkanen.

2. KAUPAN PALVELUVERKON KEHITTÄMISEN REUNAEDOT JA KAAVATILANNE

2.1 Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaava ja Uusimaa 2050 -kaava

Alueella voimassa olevassa **Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa** (Ympäristöministeriön vahvistama 30.10.2014) esitetty kaupan palveluverkon kokonaisratkaisu koostuu maakunnallisen keskusverkon, merkitykseltään seudullisten vähittäiskaupan suuryksiköiden sekä taajamatoimintojen alueita ja työpaikka-alueita koskevien määräysten muodostamasta kokonaisuudesta. Vaihemaakuntakaavassa on osoitettu keskustatoimintojen alueena Itäkeskus, jolle ei ole osoitettu vähittäiskaupan enimmäismitoitusta. Tiivistettävänä alueena on puolestaan osoitettu lähes koko suunnitellualueelle ulottuva vyöhyke. Ote hyväksytyjen maakuntakaavojen yhdistelmästä on esitetty seuraavassa kuvassa (Kuva 2). Kaupan kehittymisen kannalta keskeisiä merkintöjä ovat Itäkeskuksen ja Herttoniemen keskustatoimintojen alueet sekä Lanternan/Roihupellon merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön sijoittumisen salliva donitsimerkintä (kaupan maksimimitoitus 200 000 k-m²).

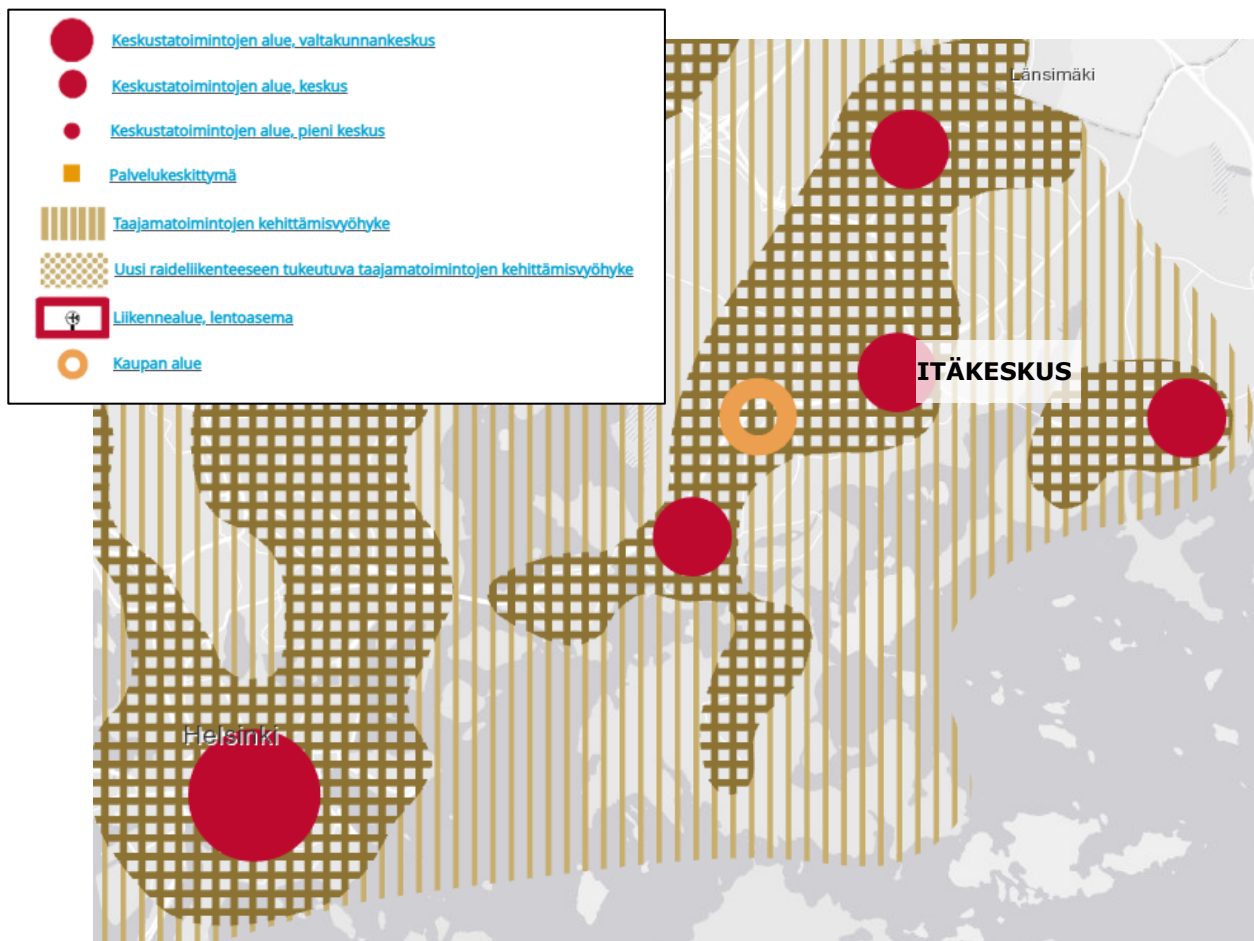


Kuva 2 Ote Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavasta

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa on myös määritelty kaupan suuryksiköiden seudullisen merkittävyyden alarajat toimialoittain ja alueittain. Sellaisen vähittäiskaupan, joka kaupan laatu huomioon ottaen voi sijoittua perustelluista syistä myös keskusta-alueiden ulkopuolelle, kuten auto-, rauta-, huonekalu-, puutarha- ja maatalouskauppa, koon alaraja on Helsingissä, Espoossa, Vantaalla ja Kauniaisissa 30 000 k-m², muun erikoistavaran kaupan osalta koon alaraja on 10 000 k-m² ja päivittäistavara-kaupan osalta 5000 k-m².

Uudenmaan maakuntavaltuuston 25.8.2020 hyväksymässä **Uusimaa 2050 -kaavan** selostuksessa kaupan palveluverkon kokonaisratkaisu muodostuu keskustatoimintojen alueiden, kaupan

alueiden, taajamatoimintojen kehittämisvyöhykkeiden, uusien raideliikenteeseen tukeutuvien taajamatoimintojen kehittämisvyöhykkeiden, palvelukeskittymien sekä lentoaseman liikennealuetta koskevien merkintöjen ja määräysten kokonaisuudesta. Kaupan ohjaukseen liittyvät maakuntakaavamerkinnot esitetään seuraavassa kuvassa.



Kuva 3 Uusimaa-kaavan 2050 kaupan palveluverkon kokonaisratkaisu (Uudenmaan liitto)

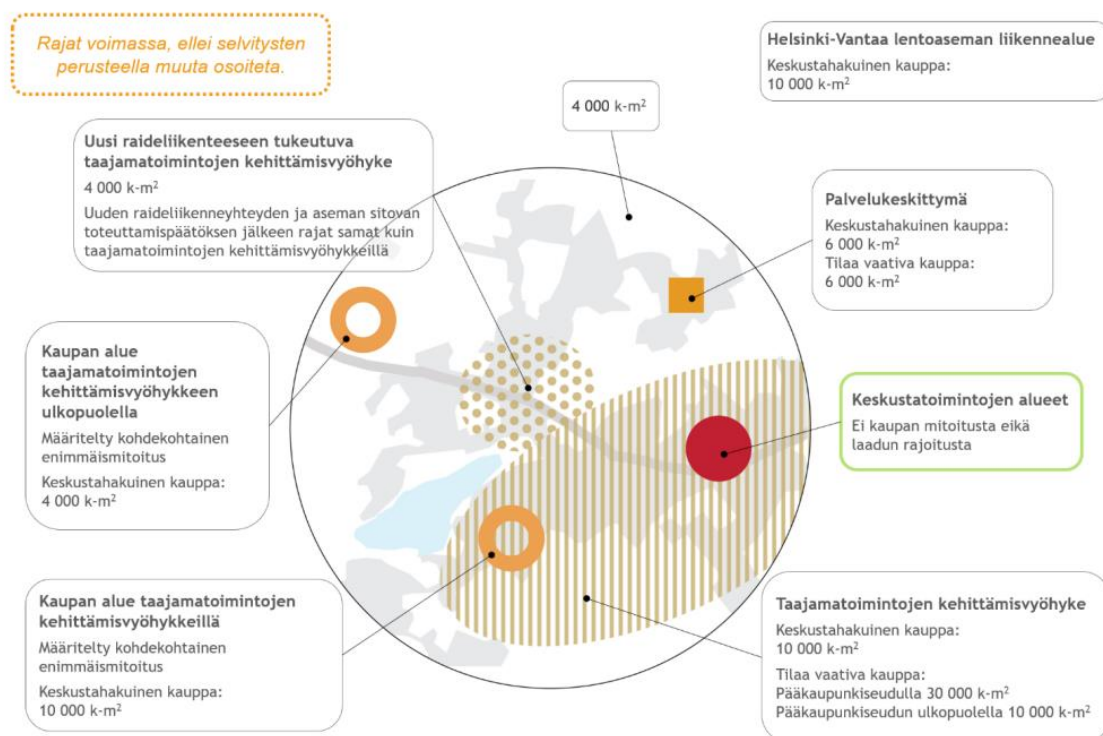
Maakuntakaavassa kaupan toimiala on jaettu kahteen luokkaan seuraavasti:

- **Keskustahakuinen kauppa** tarkoittaa päivittäistavarakauppaa ja muun erikoistavaran kauppaa. Keskustahakuinen kauppa sijoittuu keskustoihin, jotka ovat hyvin saavutettavissa kestäväillä kulkutavoilla. Lähiympäristössä on paljon asukkaita ja joukkoliikennenyhteydet keskustaan ovat pääsääntöisesti toimivia. Päivittäistavarakauppa on lähipalvelua ja toimiaukseen taloudellisesti, täytyy päivittäistavarakaupan läheisyydessä olla riittävä asukas-pohja. Päivittäistavarakaupassa kerrosalaltaan 4 000 neliömetrin kokoinen myymälä tarvitsee nykyisin 9 400 asukasta toimiakseen keskimääräisellä myyntitehokkuudella. Vuonna 2050 päivittäistavarakaupan vaatima asukas-pohja on 7 400 asukasta ostovoiman kasva-essa. Oletuksena asukas-pohjalle on, että kaikki asukkaat asioivat tässä myymälässä. Kes-kustahakuisella muun erikoistavaran kaupalla tarkoitetaan kaikkia niitä erikoiskaupan toi-mialoja, jotka eivät ole tilaa vaativaa kauppaa. Muun erikoistavaran kauppvoja ovat mm. vaate-, kenkä-, kirja-, urheilu- ja sisustuskaupat, apteekit, Alkot ja muut tiettyihin kulutus-hyödykkeisiin erikoistuneet kaupat. Muun erikoistavaran kaupassa vähittäiskaupan suuryk-siköt ovat yleensä laajan tavaravalikoiman myymälöitä. Laajan tavaravalikoiman kaupat ovat hypermarketteja, tavarataloja ja muita laajan tavaravalikoiman myymälöitä kuten Tokmanni ja Biltema.
- **Tilaa vaativa kauppa** on erikoiskauppaa, jossa myytävien tuoteryhmien tarvitsemat tilan-tarpeet ovat suuria, kuten auto-, rauta-, huonekalu-, puutarha- ja maatalouskauppa. Tilaa

vaativa kauppa sijoittuu keskusten ulkopuolelle ja keskittyy kaupan alueille. Kaupan alueet sijoittuvat yleensä hieman heikommalle saavutettavuusvyöhykkeelle kuin läheinen keskusta. Kaupan alueet ovat myös yleisesti heikommassa saavutettavissa kestävillä kulkumuodoilla. Kaupan alueet sijoittuvat kuitenkin melko lähelle keskustoja ja ovat yleensä taajamiin johtavien pääväylien varrella. Kaupan alueiden sijoittumisen ja mitoituksen lähtökohdina ovat tilaa vaativan kaupan kannalta riittävä lähiasutus ja ostovoima, jolloin asiointimatkat ovat kohtuullisia.

Uusimaa-kaavan tavoitteena on tukea keskustojen elinvoimaa ja arjen sujuvuutta. Tätä tavoitetta vahvistetaan siten, että keskuksille ei osoiteta kaupan mitoitusta eikä kaupan laadullisia rajoituksia. Maakuntakaavassa on osoitettu enimmäismitoitukset keskusten ulkopuolisille kaupan alueille sekä osoitettu merkittävyydeltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön koon alarajat koko Uudellemaalle, kehitettäville vyöhykkeille ja palvelukeskittymille. Kaupan alueet maakuntakaavassa esitetään kuvassa 3.

Kaupan seudullisesti merkittävän suuryksikön koon alaraja on maakuntakaavan yleismääräyksen mukaan maankäyttö- ja rakennuslain mukaisesti 4 000 k-m². Tämä tarkoittaa, että Uudenmaan alueella voi alle 4 000 k-m² kauppaa sijoittaa vapaasti, sillä se katsotaan merkitykseltään paikalliseksi kaupaksi. Huomion arvoista on kuitenkin, että kaupan seudullisuuden määrittelyyn lasketaan kaikki toiminnallisen kokonaisuuden muodostamalla alueella oleva kaupan pinta-ala.



Kuva 4 Seudullisuuden rajat Uusimaa 2050 -kaavassa (Lähde: Uudenmaan liitto, kaavaselostus: https://www.uudenmaanliitto.fi/files/24117/UUSIMAA-KAAVA_Selostus.pdf)

Keskuksissa ei ole osoitettu kaupalle rajoituksia. Tämä tukee kaavan tavoitetta keskustojen elinvoiman tukemisesta ja arjen sujuvuudesta. Palvelukeskittymissä sallitaan keskustahakuista kaupaa ja tilaa vaativaa kaupaa 6 000 k-m². Taajamatoimintojen kehittämisvyöhykkeelle sekä uudelle raideliikenteeseen tukeutuvalla taajamatoimintojen kehittämisvyöhykkeelle uuden raideliikenteen

ja aseman sitovan toteuttamispäätöksen jälkeen saa sijoittaa 10 000 k-m² keskustahakuista kauppaa. Tilaa vaativaa kauppaa saa alueille sijoittaa pääkaupunkiseudulla 30 000 k-m² ja pääkaupunkiseudun ulkopuolella 10 000 k-m².

Kaupan alueet ovat rakenteeltaan erilaisia kuin keskukset ja niiden vetovoima on erilainen. Kaupan alue on seudullisesti merkittävän tilaa vaativan vähittäiskaupan suuryksikköjen alue. Alueelle mahdollisesti sijoittuvan keskustahakuisen kaupan tulee olla vain paikallisesti merkittävää. Kaupan alueen asiointiliikenteen ympäristöhäiriöitä voidaan vähentää kiinnittämällä huomiota kestävän liikkumisen toteuttamiseen. Kaupan alueen palveluiden toteuttaminen tulee kytkeä ajallisesti joukkoliikenteen toteuttamiseen. Lisäksi kaupan alueen palveluiden tulee mahdollisuuksien mukaan olla saavutettavissa myös kävellen ja pyöräillen.

Kaupan palvelurakenteen tasapainoinen kehitys on huomioitu osoittamalla kaupan alueille enimmäismitoituksen lisäksi myös kaupan laatu saavutettavuuden ja maankäyttö- ja rakennuslain sisältövaatimusten (71 b §) mukaisesti. Kaupan laadun kannalta oleellista on kaupan alueen vaikutus keskustukseen ja sen kehittämiseen. Kaupan laadun määrittämättä jättäminen voisi tarkoittaa, että koko kaupan alueen enimmäismitoitus toteutetaan keskustahakuisina päivittäistavaran kaupan ja muun erikoistavarankaupan liiketiloina. Tällöin keskustan ulkopuolinen kaupan alue kilpailisi merkittävästi keskustassa sijaitsevan kaupan kanssa. Tämän vuoksi pääkaupunkiseudun reuna-alueella ja pääkaupunkiseudun ulkopuolella olevat kaupan alueet on osoitettu tilaa vaativan kaupan alueina. Laaturajoittamattomina ne vaikuttaisivat keskustan kehittämiseen. Kaupan palveluverkko ei täyttäisi silloin kaupan sisältövaatimuksia.

Suunnittelussa tulee edistää sellaisen palveluverkon kehitystä, jossa asiointimatkojen pituudet ovat kohtuulliset ja liikenteen haitalliset vaikutukset ovat mahdollisimman vähäiset. Ilmastomuutoksen hillintä ja väestön ikääntyminen lisäävät tarvetta palveluiden kestävälle saavutettavuudelle. Päivittäistavarakaupassa asioidaan tiheästi ja lisäksi päivittäistavaran kauppa on luonteeltaan lähipalvelua. Tällöin kaupan sijainnilla ja saavutettavuudella on merkittävä vaikutus asiointimatkojen kertymään. Saavutettavuudella on suuri merkitys kaupan laatuun, sillä usein tarvittavan kaupan palveluiden sijoittuminen kävely- ja pyöräilyetäisyyden ulkopuolelle heikentää oleellisesti kaupan saavutettavuutta.

Maakuntakaavassa osoitettu keskustatoimintojen alueiden, kaupan alueiden ja palvelukeskittymien kohdemerkinnän sijainti ja laajuus tulee osoittaa yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa. Alueiden laajuus tulee osoittaa toiminnallisena kokonaisuutena. Toiminnallisen kokonaisuuden arvioimiseksi on maankäytön suunnittelussa huomioitava alueen kokonaisuus kaupan ratkaisuihin. Alueen laajuutta määriteltäessä tulee huomioida jo rakentuneen alueen laajuus ja sen kehittämisedellytykset, kytkeytyminen ympäröivään liikenneverkkoon sekä huomioida alueen sisäinen liikenneverkko siten, että se edesauttaa alueen saavutettavuutta kestäväillä kulkumuodoilla. Kaupan alueen toteuttamisen edellytyksenä on, että se on kytketty ajallisesti joukkoliikenteen toteuttamiseen.

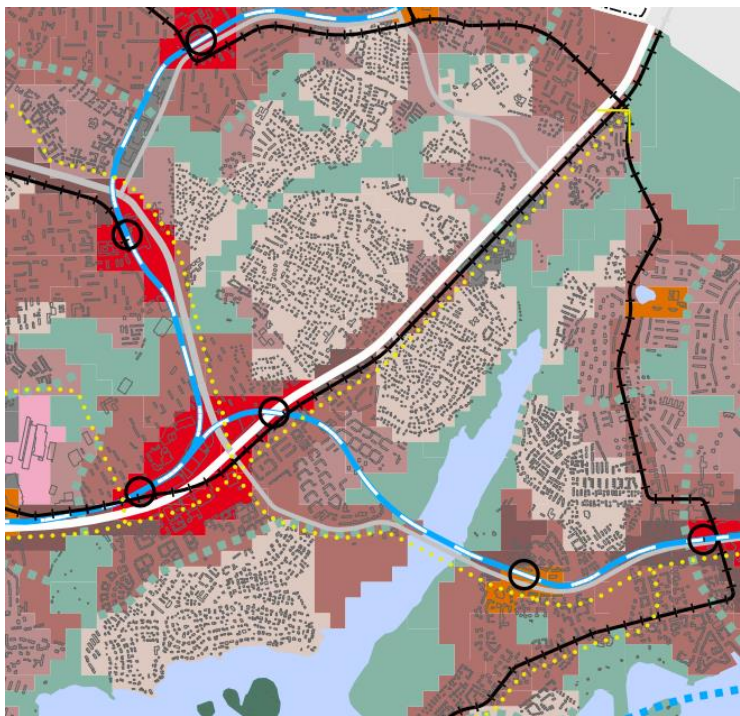
Kaikille kaupan alueille on osoitettu kaupan enimmäismitoitukset. Yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa tulee osoittaa kaupan alueen enimmäismitoitus ja mitoituksen jakautuminen kaupan alueella. Kaupan alueiden enimmäismitoituksessa tulee huomioida, että enimmäismitoitukseen lasetaan kuuluviksi merkitykseltään seudullisen ja paikallisen vähittäiskaupan olemassa oleva ja uusi liiketila.

2.2 Helsingin yleiskaava

Itäkeskus sijaitsee Helsingin itäisen kaupunkirakenteen solmukohtassa. Solmukohta muodostuu eri liikenneyhteyksien kohtauspaikasta ja sen ympärille rakentuneesta keskusta-alueesta. Itäkeskus liikenteen solmukohtana tulee muodostumaan yhä merkityksellisemmäksi nykyisten liikennemuotojen kehittymisen ja uusien toteuttamisen vaikutuksesta. Metroverkon laajeneminen kasvattaa liikennemuodon vaikutusta kaupunkirakenteen kehittäjänä. Jokeri I raitiotieyhteys muodostaa Helsinkiin kehämäisen ratareitin, joka yhdessä metron kanssa muodostaa Itäkeskuksesta aiempaakin voimakkaammin raideliikenteen solmukohtan.¹

Yleiskaavaratkaisussa keskustat on jaettu kolmeen ryhmään. Liike- ja palvelukeskustat ovat liike- ja toimitilapainotteisia sekä luonteeltaan kävelykaupunkia. Tällaisia keskustoja ovat ydinkeskustan lisäksi esikaupunkialueiden isoimmat kaupunginosakeskustat, mm. Malmi, Kannelmäki, Pitäjämäki, Itäkeskus, Herttoniemi.

Esikaupunkialueiden liike- ja palvelukeskustoiksi merkityt alueet kehittyvät väestöpohjaltaan suuriksi ja palvelutarjonnaltaan yhä itsenäisemmiksi keskustoiksi. Niissä on erikoiskauppaa, palveluja ja työpaikkoja, nykyistä monipuolisempi palvelutarjonta sekä sekoittunut kaupunkirakenne kadunvarsiliiketiloihin. Merkitykseltään seudullisia näistä ovat Malmi, Itäkeskus, Herttoniemi ja Kannelmäki. Itäkeskus on laajentunut jatkuvasti ja sen asema on vahva jo nykyisin. Työpaikkojen määrä on alueella kuitenkin suhteellisen vähäinen ja tavoitteena on mahdollistaa Itäkeskuksen kehittyminen myös työpaikkakeskittymänä. Yleiskaavaratkaisussa Itäkeskukseen osoitetaan huomattavasti uutta rakentamispotentiaalia. Alueelle laaditun viitesuunnitelman mukaan sekä asunto-, että toimitilarakentamisen täydennysrakentamispotentiaalia Itäkeskuksessa olisi suuruusluokaltaan yhteensä noin 1 milj. k-m². Osa tästä sijoittuu yleiskaavan liike- ja palvelukeskusta -rajauksen ulkopuolelle asuntovaltaiseksi alueeksi merkitylle Itäkeskuksen nykyiselle asuntoalueelle ja Puotinharjuun. Itäkeskuksen suunnitelmaa koskeva raportti on kaavaselostuksen liitteenä.²



Liike- ja palvelukeskusta C1
 Palvelu-, liike- ja toimitilapainotteinen keskusta, jota kehitetään toiminnallisesti sekoittuneena kaupan ja julkisten palvelujen, toimintojen, hallinnon, asumisen, puistojen, virkistys- ja liikuntapalvelujen sekä kaupunkikulttuurin alueena. Rakennusten maantasokerrokset ja kadulle avautuvat tilat on osoitettava pääsääntöisesti liiketilaksi. Alue on kävelypainotteinen. Alue erottuu ympäristöstään tehokkaampana ja toiminnallisesti monipuolisempana. Liike- ja toimitilan kokonaismäärää ei lähtökohtaisesti tule vähentää. Rakennuksen tai sen osan käyttötarkoituksen muutoksissa on varmistettava keskustalle omiensa, toiminnallisesti monipuolisen ja sekoittuneen rakenteen säilyminen. Käyttötarkoituksen muutosten yhteydessä tulee tehdä alueellinen tarkastelu.

Kuva 5 Helsingin yleiskaavaote selvitysalueelta

¹ Helsingin kaupunki https://www.hel.fi/hel2/ksv/julkaisut/yos_2015-8.pdf

² Helsingin kaupunki: https://www.hel.fi/hel2/ksv/liitteet/2018_kaava/YK_2016_Selostus_20160614_LISALEHDELLA.pdf

2.3 Suunnittelualueen muut kaavat sekä suunnitelmat

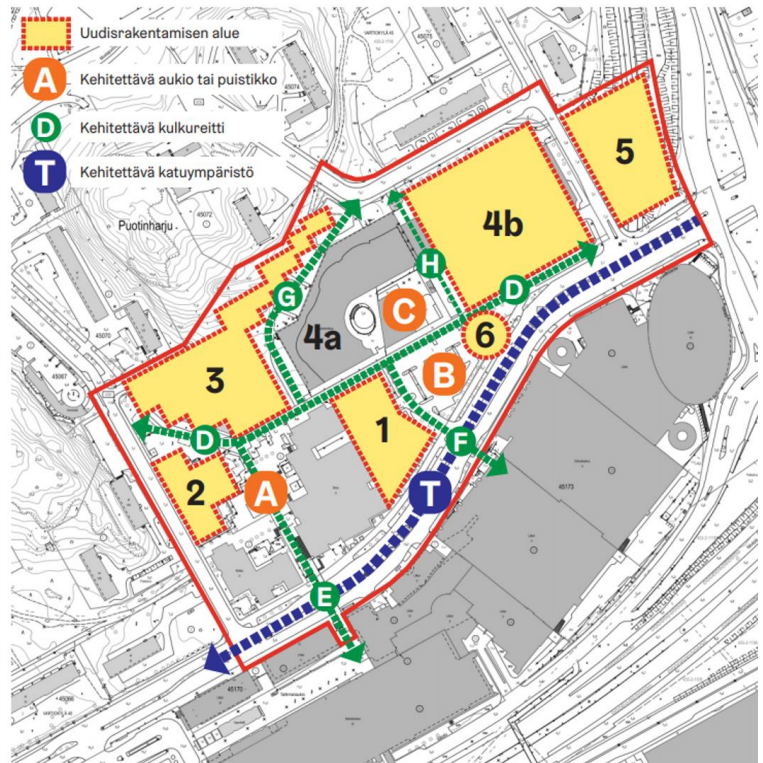
Alueella on vireillä useampia kaavoitukseen tähtääviä kehittämishankkeita sekä suunnitteluperiaatteiden laatimisprosesseja. Ohessa on esitettyä alueittain keskeisimpiä teemoja kaupallisesta näkökulmasta.

Itäkeskuksen ympäristö

Itäkeskuksen alueella pidettiin vuonna 2020 kansainvälinen ideakilpailu, jolla haettiin uutta tulevaisuuskuvaa Itäkeskuksen keskustaan ja Puotilan metroaseman seudulle. Voittajaksi valittiin ehdotus JALAN JALOIN, jossa Itäkeskus luo nahkansa käveltävänä kaupunkina. Toinen palkinto päätettiin antaa suurten muutosten ehdotukselle ITIS SITI. Alueen suunnittelu jatkuu näiden ehdotusten pohjalta.

ITIS SITI -ehdotuksen pohjalta on laadittu Puhoksen ja Stoa alueelle suunnitteluperiaatteet keväällä 2021. Alueen kaavoitus on tavoitteena aloittaa vuoden 2022 puolella. Suunnitteluperiaatteet on keskeisiltä osin kuvattu seuraavassa kuvassa.

1. Stoa Laajennus. Alueen suunnittelussa varaudutaan arkkitehtonisesti korkeatasoiseen kulttuurikeskus Stoa laajentamiseen. Laajennusosan mahdollisia toimintoja ovat mm. uusi yli 500 katsojan monitoimitali lämpöineen ja takatiloineen, galleria- tai museotiloja, erilaisia työ- ja kokouksumistiloja, uudet nuorisotilat ja ravintola. Kirjasto voi laajentua nykyisen Stoa rakennuksen sisällä tai laajennusosan puolelle. Alueelle voidaan suunnitella lisäksi myös yksityisiä kulttuuripalveluiden tiloja tai toimintoja, jos kaupungin oma tilahanke jää laajuudeltaan pieneksi. Kokoukkuika: 8 400 k-m²
2. Erityisasumista ja palveluita. Alueelle suunnitellaan Stoa aukion toiminnallista ja kaupunkikuvallista ilmettä kohentavaa täydennysrakentamista, lähtökohtaisesti erityisasumisen tarpeisiin. Rakennuksen tulee katutasossa avautua toiminnallisesti ja arkkitehtonisesti mahdollisimman hyvin aukion suuntaan. Katutasossa sijaitsee pääasiassa palvelu- tai liiketiloja ja yleisissä kerroksissa lähtökohtaisesti erityisasumista kuten vanhusten palveluasumista tai nuorisotasuntoja. Pienen tonttikoon vuoksi alue soveltuu heikkommin tavanomaiseen asumiseen. Liiketilat 500 k-m²
3. Helminauhakortteli. Alueelle suunnitellaan Stoa aukion toiminnallista ja kaupunkikuvallista ilmettä kohentavaa täydennysrakentamista ja Puhoksen taakse sijoitettavaa kävelykujaa elävöittävää lähtökohtaisesti erityisasumista ja liiketoimintaa varten. Katutasossa sijaitsee pääasiassa liiketiloja tai kokouksumistiloja (kadun puoli). Liiketilat 1200 k-m²
- 4a. Puhoksen A-osa. Puhoksen alkuperäinen rakennusosa suojellaan kaavallisesti, peruskorjataan rakennuksen arvoja vaalien, alkuperäisiä laatuominaisuuksia palauttaen, uuteen kokonaisuunnitelmaan sovittaen ja nykyisen kaltainen käyttö turvaten. Tilat säilyvät nykytilanteen mukaisesti pääasiassa ravintoloina, myymälöinä ja muina liiketiloina sekä osittain kokouksumistiloina. Kerrosala: 10732 m²
- 4b. Puhoksen B-osa. Puhoksen nykyisen B-osan ja pysäköintialueen tilalle suunnitellaan aluetta urbanisoiva kortteli monipuolisista asunnoista ja liiketiloista varten. Kivijalkakerros muodostaa toiminnallisen jatkeen ostoskeskukseksi. Rakennuksen tulee katutasossa avautua toiminnallisesti ja arkkitehtonisesti mahdollisimman hyvin Puhoksen ja Turunlinnanpolun suuntaan. Näihin suuntiin rajoittuvissa katutasossa on vain liiketiloja tai muita toimintoja. Liiketilat suunnitellaan pääasiassa läpi rungon ulottuvina ja tavanomaisia korkeampina tiloina; kivijalkakerroksessa tavoitteena tulee olla helposti muokattavissa "raakatalia", jossa vertikaalirakenteet haittaavat mahdollisimman vähän tilojen vaihtelevaa käyttöä. Liiketilat 1 500 k-m², Co-working 300 k-m²
5. Metrokortteli. Korsholmantien ja Kehä 1:n välissä olevan metroradan alueen suunnittelussa varaudutaan risteysalueen mittakaavaan sopivan tehokorttelin kaavoitukseen monipuolisista toimintoista varten. Alueelle voi tutkia monipuolista keskusta-alueelle sopivia toimintoja viereisten moottoriväylien aiheuttamat ympäristöhäiriöt huomioiden. Mahdollisia toimintoja mm. tilaa vievää erikoiskauppa ja muut myymälät, toimistot, hotelli ja liikuntatilat. Liiketilat 1000 k-m², toimisto 8 600 k-m².



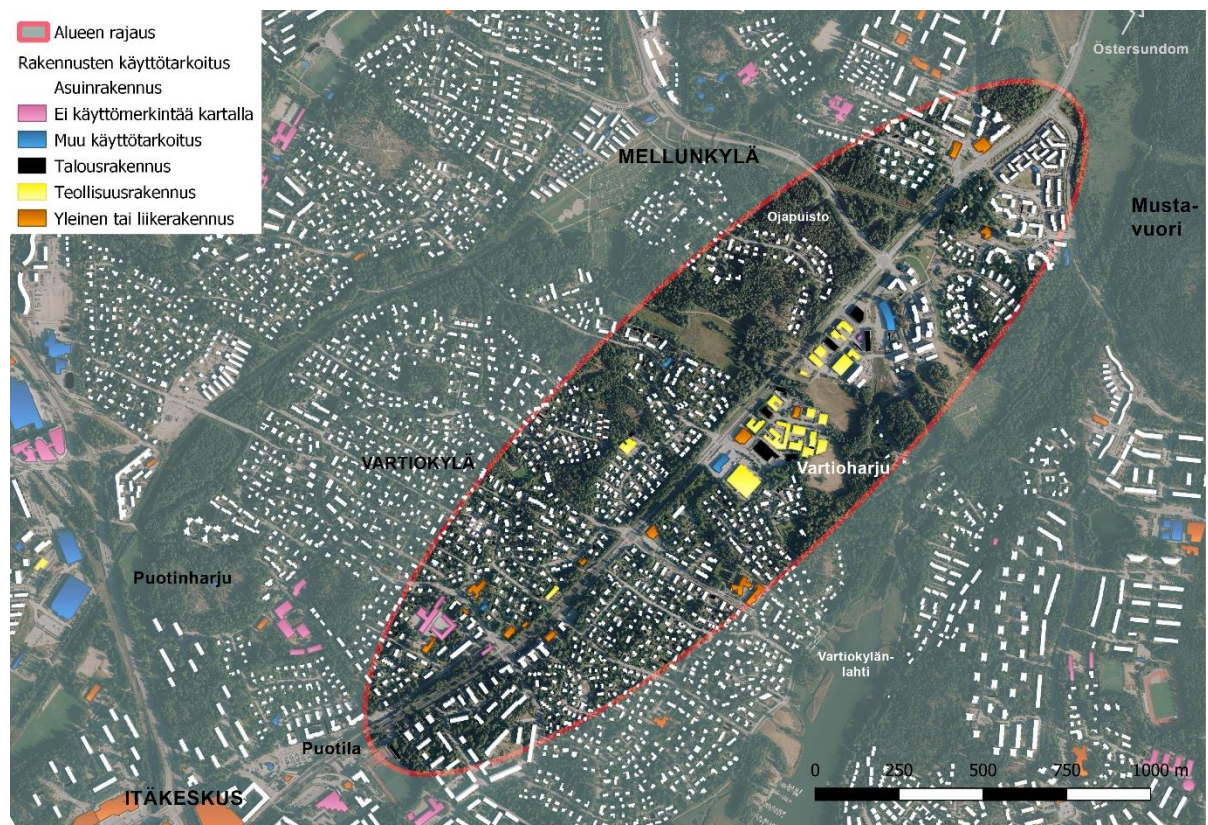
Kuva 6 Stoa ja Puhoksen suunnitteluperiaatteet (Lähde: Helsingin kaupunki)

Puotilan metroaseman aluetta kehitetään myös kilpailuehdotuksen ITIS SITI pohjalta. Kilpailun voittaneen ehdotuksen JALAN JALOIN pohjalta on käynnissä alueen pääväyliin liittyvien keskustakortteleiden suunnittelu. Konsulttityö valmistuu tammikuussa 2022. Samassa yhteydessä koko Itäkeskuksen alueelle (mukaan lukien osia Myllypurosta ja Puotilasta) laaditaan suunnitteluperiaatteet, jotka on tavoitteena esitellä kaupunkiympäristölautakunnalle talvella 2022.

Itäisen bulevardikaupungin itäosa

Itäväylän molemmille puolille levittyvä suunnittelualue on yhteensä 160 hehtaarin laajuinen ja 3 kilometrin pituinen. Alueella on nykyisin noin 6 000 asukasta ja tavoitetilanteessa väestömäärän arvioidaan olevan noin 12 000 asukasta. Helsingin yleiskaava (2016) mahdollistaa Itäväylän ympäristöön merkittävästi uutta lisä- ja täydennysrakentamista. Tavoitteena on suunnitella aluetta kaupunkibulevardiperiaatteiden mukaisesti kaupunkimaisemmaksi, toimivammaksi ja viihtyisämmäksi urbaaniksi ympäristöksi.

Itäisen bulevardikaupungin itäosan muutoksen ja kehittymisen suhteen keskeisenä taustatekijänä on koko Itä-Helsingin kehittyminen sekä Östersundomin alueen kehityspotentiaali. Östersundomin yleiskaavan kumouduttua korkeimman hallinto-oikeuden toimesta keväällä 2021 on alueen kehittyminen täyteen mittaansa pitkällä tulevaisuudessa sisältäen monia epävarmuustekijöitä. Koko itäisen Helsingin maankäyttö- ja liikennetarkoituksilla, esimerkiksi tulevan joukkoliikennejärjestelmän pysäkki- ja solmukohtien muodostumisella on merkittävä vaikutus maankäytön tehokkuuteen sekä kaupan toimintaedellytyksiin ja rooliin.



Kuva 7 Itäisen bulevardikaupungin itäosan alustava maankäyttösuunnitelma (Lähde: Helsingin kaupunki)

Puotilaranta

Puotilarannan alue on Helsingin viimeisiä rakennettavia merenrantakohteita, jolla on erityisiä virkistys- ja matkailuarvoja. Alueen pääkäyttötarkoitus nykyisin on venesatama (noin 700 venepaikkaa ja 524 talvisäilytyspaikkaa). Alueelle on laadittu vuonna 2020 Vartiokylänlahden suunnitteluperiaatteet. Alueelle on osoitettu noin 130 000 k-m² asumista ja noin 10 000 k-m² toimitiloja. Alueelle rakennetaan lisäksi kunnallinen päiväkoti.

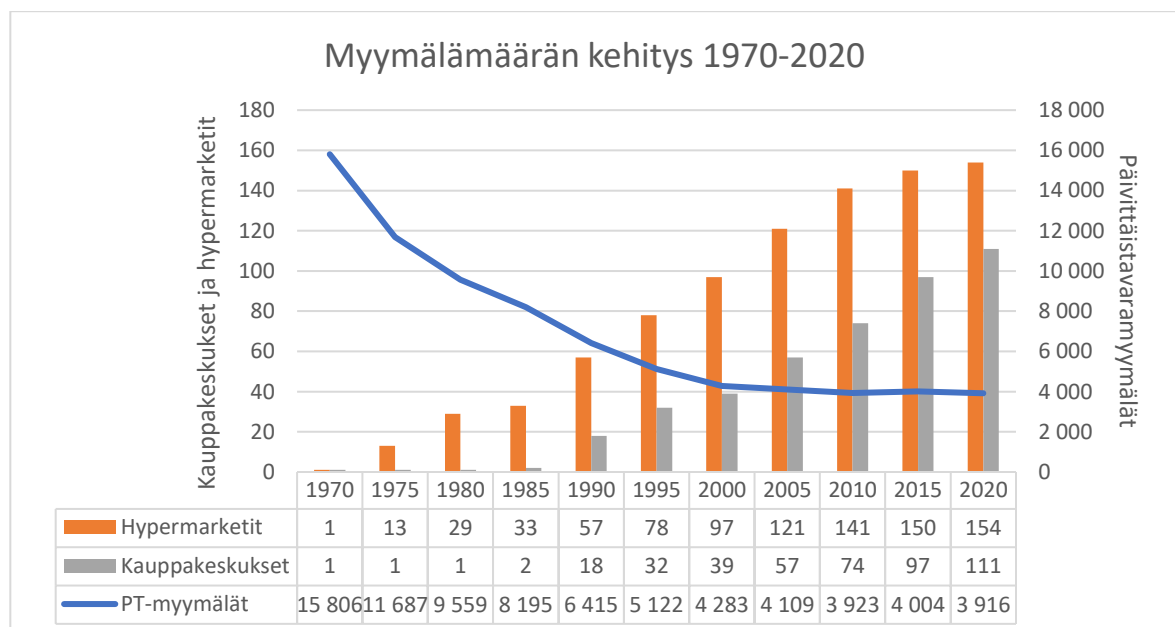


Kuva 8 Puotilarannan / Vartiokylänlahden suunnitteluperiaatteet ja viitesuunnitelma (Lähde: Helsingin kaupunki)

3. KAUPAN TRENDIT

3.1 Kauppojen lukumäärä ja liikevaihto

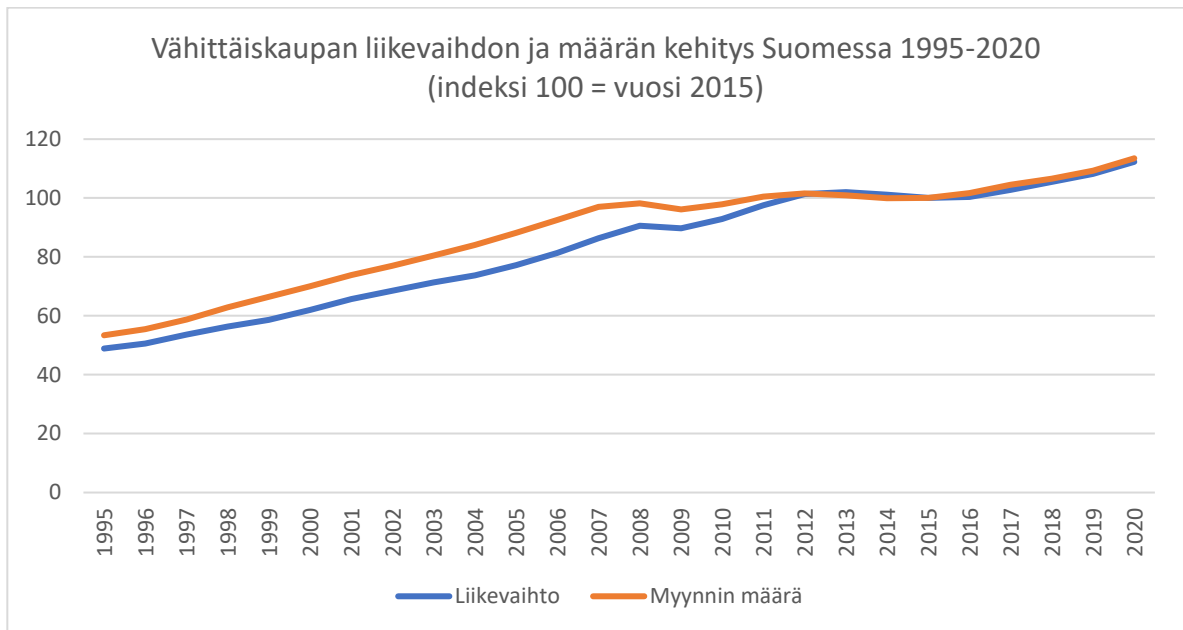
Vähittäiskaupan rakenne on keskittynyt ja ketjuuntunut voimakkaasti. Suuryksiköiden määrä (kauppakeskukset, tilaa vievän erikoiskaupan yksiköt ja hypermarketit) on kasvanut ja vastaavasti pienempien myymälöiden määrä on laskenut. Vähittäiskaupan myymälämäärät ovat vähentyneet erityisesti päivittäistavarakaupassa, jossa vielä vuonna 1990 oli yli 6 400 myymälää, mutta vuoteen 2020 mennessä myymälämäärä oli pienentynyt noin 3 900 kappaleeseen. Kaupan rakenteen muutos ja painottuminen entistä enemmän suurempiin yksiköihin on päivittäistavarakaupassa tarkoittanut esimerkiksi hypermarket-kokoluokan myymälämäärän merkittävää kasvua. Hypermarkettien määrä kasvoi vuosina 2000-2020 lähes 60 kappaleella. Eräänlaisena vastatrendinä on kuitenkin havaittavissa erityisesti hyvän päivittäistavaravalikoiman supermarket-kokoluokan myymälöiden merkityksen kasvu sekä toisaalta hiljaisena signaalina pienempien paikallisten lähipalveluiden paluu kaupunkien katukuvaan (esimerkiksi pienemmät liha- ja kalaliikkeet sekä leipomot). Myös kauppakeskusten määrän kasvu on ollut huomattava: vuonna 2000 suomessa oli vielä alle 40 kauppakeskusta, mutta vuoteen 2020 mennessä kauppakeskusten määrä oli kasvanut 111 kappaleeseen.



Kuva 9 Vähittäiskauppojen lukumäärän kehitys 1970 – 2020.

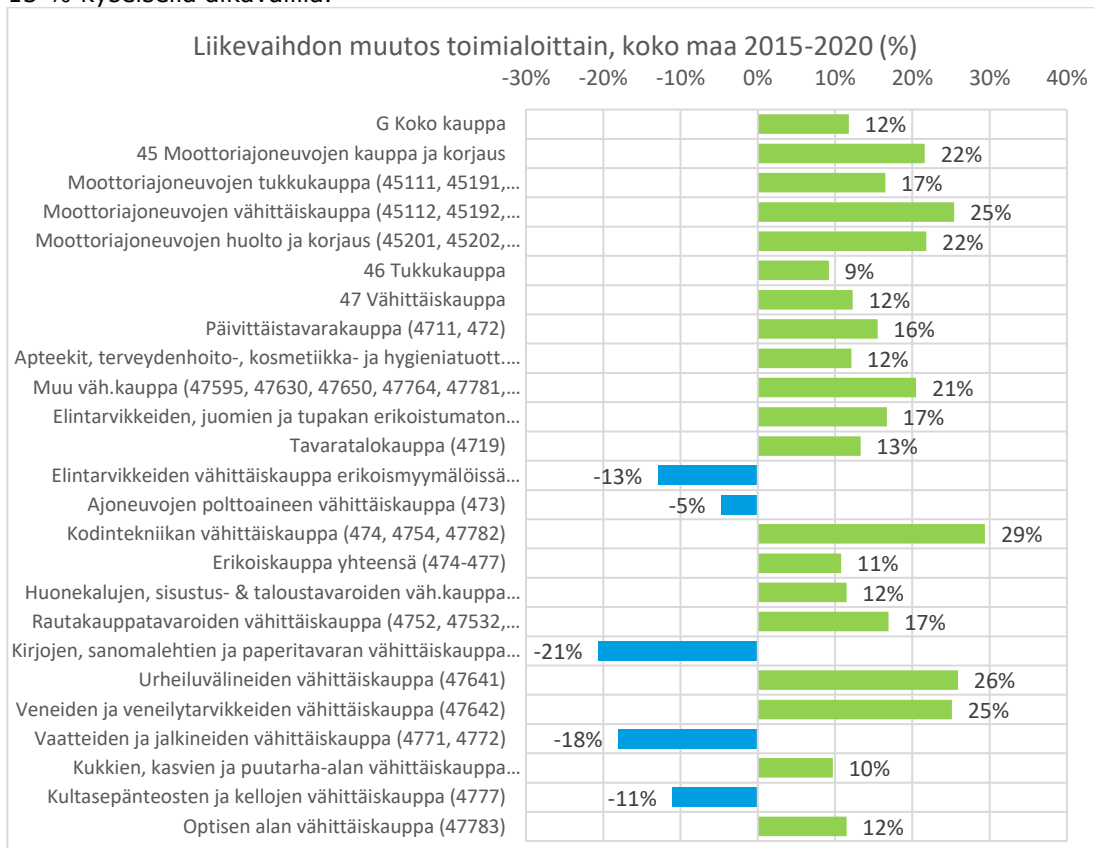
Vuonna 2018 Suomen vähittäiskaupan liikevaihto oli noin 41,6 miljardia euroa. Oheisessa kaaviossa (Kuva 10) havainnollistetaan vähittäiskaupan kehitystä liikevaihto- ja määraindeksin avulla. Kaaviossa indeksiluku 100 kuvaa vuoden 2015 tilannetta. Vähittäiskaupan liikevaihto on vuodesta 2015 kasvanut jonkin verran: vuonna 2019 indeksi oli noin 109. Kasvu on vuonna 2008 alkaneen taantumän jälkeen ollut selkeästi hitaampaa kuin ajanjaksolla tätä ennen. Taustalla on kuitenkin myös esim. kulutustottumuksissa tapahtuneet muutokset sekä ulkomaisen verkkokaupan entistä suurempi merkitys. Liikevaihdon heikon kehityksen lisäksi merkittävä muutos on kauppakeskusten entistä suurempi markkinaosuus; vuonna 2008 kauppakeskusten markkinaosuus oli 13 %:a ja vuoteen 2019 mennessä osuus oli kasvanut yli 17,5 %:iin³.

³ Kauppakeskusyhdistys Ry, vuosijulkaisut 2010 ja 2021



Kuva 10 Vähittäiskaupan liikevaihdon ja määrän kehitys Suomessa 1995-2020 (Lähde: Tilastokeskus, kaupan liikevaihtokuvaaja)

Seuraavassa kaaviossa on esitetty liikevaihdon muutoksia tarkemmin toimialatasolla vuosina 2015-2020 koko maassa. Kasvua on ollut erityisesti kodintekniikan, urheiluvälineiden ja veneiden kaupassa sekä moottoriajoneuvojen vähittäiskaupassa. Liikevaihto on puolestaan laskenut erityisesti toimialoilla, joilla kauppa on siirtynyt voimakkaammin verkkoon; kirjat, vaatteet, kultasepäntuotteet. Myös elintarvikkeiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä on liikevaihdoltaan pienentynyt n. 13 % kyseisellä aikavälillä.

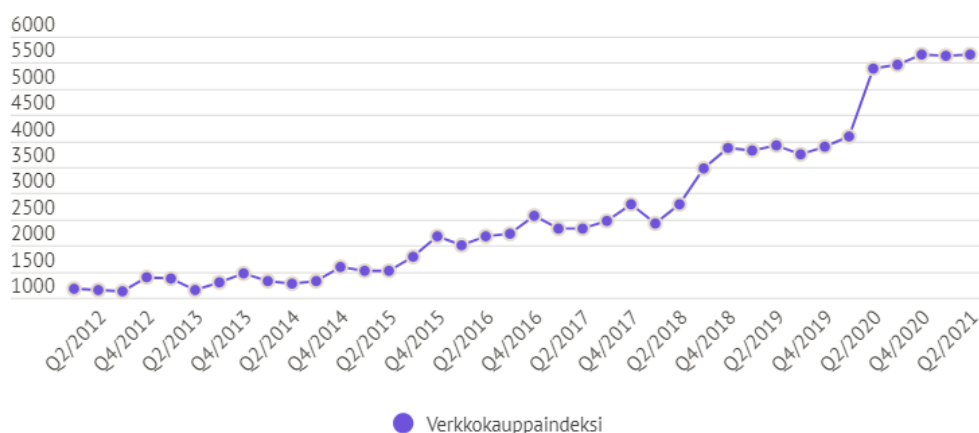


Kuva 11 Liikevaihdon suhdannemuutokset 2015-2020, % (Lähde: Tilastokeskus, suhdannepalvelu)

3.2 Muutostrendejä

3.2.1 Verkkokaupan kehitys ja digitalisaatio

Suomalaiset ostivat vuonna 2018 koti- ja ulkomaisista verkkokaupoista yhteensä noin 2,9 miljardin euron edestä vähittäiskaupan tuotteita. Vuonna 2018 noin 47 % suomalaisista oli ostanut jotain netistä viimeksi kuluneiden kolmen kuukauden aikana. Iältään 35-44 -vuotiaista nettiostoksia oli tehnyt kolme neljästä. Verkkokauppa on ollut voimakkaassa kasvussa koko 2010- ja 20-luvun. Verkkokaupan myynti kasvoi vuonna 2017-2018 noin 6 % ja ennustettu kasvu vuodelle 2019 oli 8 %. Verkkokaupan kasvu on selkeästi nopeampaa kuin vähittäiskaupan keskimäärin. Nettikauppa ja nettikaupan jakelu synnyttää uusia tarpeita liikkumiselle ja toimituksille (esimerkiksi drone- ja -kelu, pakettiautomaatit, palvelueteiset ja kylmäsäilytys, jotka synnyttävät tarpeen innovatiivisille last-mile -ratkaisuille ja smart-teknologian hyödyntämiselle).



Kuva 12 Verkkokauppaindeksi, lähde: Vilkas Group <https://www.vilkas.fi/raportit/2021-q2-verkossa-myydaa-nyt-hitusen-vahemman-mutta-reippaasti-isommalla-rahalla>

Päivittäistavarakaupassa digitalisaatio mahdollistaa myös mm. kaupat ilman henkilökuntaa sekä esimerkiksi robottijakelun. Vuoden 2020 alkupuolelta saakka kaupan toimintaympäristöä on vahvasti muokannut myös korona-pandemia, joka on voimistanut verkkokaupan käyttöä. Erityisen merkillepantavaa on ollut päivittäistavaroiden verkkokaupan kasvu: verkkokaupan osuus päivittäistavaramyynnistä oli vuonna 2020 noin 2 prosenttia, kun se vuonna 2019 oli 0,6 prosenttia.⁴

Nettikauppa ja -palvelut sekä virtuaalikulutus vähentävät tarvetta fyysisille liiketiloille. Osin liiketilatarve siirtyy erilaisiin varasto- ja logistiikkatiloihin, joista verkkokauppatoimitukset lähetetään asiakkaille. Vähittäiskaupan siirtyminen verkkoon saattaa heikentää vähittäiskaupan fyysistä palvelutarjontaa pitkällä tähtäimellä. Toisaalta nettikauppa luo kuluttajille myös paljon mahdollisuuksia, koska tuotteiden tilaaminen syrjäseuduille helpottuu ja kuluttajalla on helposti saatavilla laaja ja monipuolinen tarjonta. Erilaisia kokeiluita jakelujärjestelmien kehittämisestä onkin käynnissä, esimerkiksi Posti on kokeillut robottikopterien käyttöä tavaroiden kuljetuksessa ja ruokaostosten toimitukseen suunniteltuja postilaatikoita haja-asutusalueilla.

⁴ PTY Ry <https://www.pty.fi/ajankohtaista/tiedotteet/ uutinen/article/paivittaistavarakaupan-myynti-ja-markkinaosuudet-2020/>



Suomalaiset ostivat 2018 koti- ja ulkomaisista verkkokaupoista yhteensä 2,9 mrd euron edestä vähittäiskaupan tuotteita. Vuonna 2018 noin 47 % suomalaisista oli ostanut jotain netistä viimeisen 3 kuukauden aikana. 35-44 vuotiaista nettiostoksia oli tehnyt kolme neljästä.



Verkkokaupan myynti kasvoi vuonna 2017-18 noin 6 % ja ennustettu kasvu vuodelle 2019 on 8 %. Verkkokaupan kasvu on selkeästi nopeampaa kuin vähittäiskaupan keskimäärin.

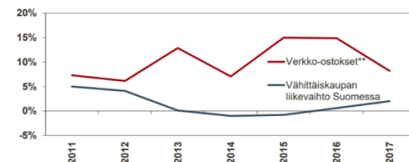


Nettikauppa ja nettikaupan jakelu synnyttää uusia tarpeita liikkumiselle ja toimituksille (esim. drone-jakelu, pakettiautomaatit, palvelueteiset, kylmäsäilytys → tarve innovatiivisille last-mile -ratkaisuille ja smart-teknologian hyödyntämiselle)

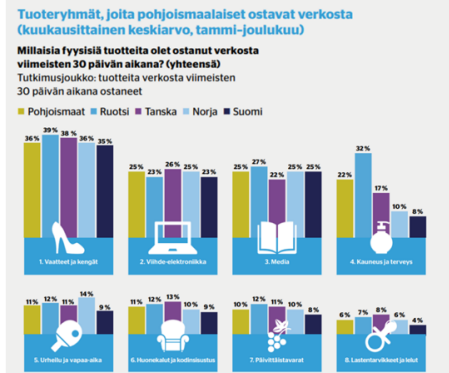


Päivittäistavarakaupassa verkkokaupan osuus markkinasta 2 % ja myynti voimakkaassa kasvussa. Päivittäistavarakaupassa digitalisaatio mahdollistaa myös mm. kaupat ilman henkilökuntaa sekä esim. robottijakelun.

Kuluttajien digitaalisesti ostamien vähittäiskaupan tuotteiden arvon vuosimuutokset*, %



Lähteet: ASML, TNS Gallup. Kaupan liitto: Verkkokauppuuttilasto 2010-2015. Kaupan liitto: Digitaalinen kauppa 2016 - Kuluttajien tekemät verkko-ostokset koti- ja ulkomailta. Tiistokeskus: Kaupan liikevaihtotilasto.



3.2.2 Kulutusikäyttäytymisen muutos

Kaupan palveluiden kysyntään vaikuttavat erilaiset asiakkaiden kyvyissä, tarpeissa, arvoissa, elämäntilanteissa ja kiinnostuksen kohteissa tapahtuvat muutokset. Osa muutoksista on mitattavia, kuten väestön demografiassa tapahtuvat muutokset tai asukkaiden tulotason kehittyminen. Viime vuosina on noussut esiin myös tavaroiden kuluttamiseen liittyvä kuluttajavastaisuus. Jakamistalous on tapa jakaa, lainata tai vuokrata tavaroita omistamisen sijaan. Jakamistolouden taustalla olevia tekijöitä ovat mm:

- Digitalisoituminen ja mobiiliapplikaatiot
- Kaupungistuminen ja kaupunkikulttuuri
- Materiaalisen elintason nousu
- Toimeentulon pirstaloituminen, freelance-toiminta
- Uudet sosiaalisuuden muodot



Kuva 13 Muuttuva asiakaskäyttäytyminen (Lähde: KTI Kauppakeskusmarkkinakatsaus 2020, https://kti.fi/wp-content/uploads/KTI_kauppakeskusmarkkinakatsaus_Hanna-Kaleva_16122020.pdf)

Kulutusikäyttäytymisen muutosta (kysyntätekiöiden muutoksia ja pirstaloituvaa kuluttajakäyttäytymistä) kuvaavat mm. seuraavat ilmiöt:

- Kulutuskohteet muuttuvat yksilöllisemmiksi ja "suuri massa" kutistuu.
- Kulutusmahdollisuudet ja -kohteet ovat monikertaistuneet. Kaupan kanssa kulutuksesta kilpailevat erityisesti ravintolat, viihde ja matkailu. Tämän seurauksena kaupan kulutuksen suhteellinen osuus vähenee. Tämä näkyy jo nyt kauppakeskuksissa, joissa on tarjolla enemmän palveluita, ravintoloita ja viihdettä kaupan rinnalla.
- Kuluttajien eriytyminen jatkuu edelleen ja tuloerot kasvavat. Ääripäät ovat kaukana toisistaan: intohimoiset harrastajat vs. "kansaa, joka katsoo televisiota". Kuluttajilla on myös aiempaa enemmän vapaa-aikaa, mikä merkitsee harrastuksiin panostamista ja kuluttamista. Harrastuksissa korostuu nettikauppa, josta löytyy erikoistuneempia tuotteita.
- Suomessa ikä on tärkein kulutusikäyttäytymistä selittävä tekijä ja seuraavana on tulo- ja koulutustaso. Yleistäen voidaan sanoa, että yli 60-vuotiaat asioivat hypermarketeissa, nuoret trendsetterit sen sijaan eivät. Korkeasti koulutetuilla korostuu kulutuksessa mm. vastuullisuus, luomu ja lähiruoka. Korkeasti koulutetut ja hyvätuloiset asioivat mieluummin kaupunkien keskustoissa ja niissä sijaitsevilla kaupoilla. Hyvän tulotason, mutta alhaisen koulutuksen omaavat sitä vastoin suuntaavat enemmän kauppakeskuksiin.
- Aikaa arvostetaan ja kauppa ja kauppakeskukset kilpailevat asiakkaan ajasta. Joko asiakkaan täytyy selviytyä vähemmällä ajalla eli asioinnin täytyy olla sujuvaa (erityisesti päivittäistavarakauppa ja tilaa vievä erikoiskauppa) tai asioinnin täytyy olla niin miellyttävää, että asiakas haluaa viettää aikaa myymälässä/kauppakeskuksessa/muussa ostosympäristössä.


- 


Kulutuskohteet muuttuvat yksilöllisemmiksi ja "suuri massa" kutistuu
- 

Kulutusmahdollisuudet ja -kohteet ovat monikeräisiä: Kaupan kanssa kulutuksesta kilpailevat erityisesti ravintolat, viihde ja matkailu. Tämän seurauksena kaupan kulutuksen suhteellinen osuus vähenee. Tämä näkyy jo nyt kauppakeskuksissa, joissa on tarjolla enemmän palveluita, ravintoloita ja viihdettä kaupan rinnalla.
- 

Ihmiset alkavat väsyä tavaroihin: Tavaralta vaaditaan enemmän kuin ennen, jotta se merkitsee jotain. Tavaraa ei osteta pelkästä ostamisen ilosta ja mm. "saatan tarvita tuota joskus" -ostaminen on vähentynyt.
- 

Kuluttajien eriytyminen jatkuu edelleen ja tuloerot kasvavat. Ääripäät kaukana: intohimoiset harrastajat vs. "kanssa, joka katsoo televisiota". Kuluttajilla on myös aiempaa enemmän vapaa-aikaa; harrastuksiin panostaminen ja kuluttaminen. Harrastuksissa korostuu nettikauppa, josta löytyy erikoistuneempia tuotteita.

 Suomessa ikä on tärkein kulutuskäyttäytymistä selittävä tekijä, seuraavana tulo- ja koulutustaso, yleistään: 60+ asioidat hypermarketeissa, nuoret trendsetterit eivät. Korkeasti koulutetuilla korostuu kulutuksessa mm. vastuullisuus, luomu ja lähiruoka. Korkeasti koulutetut ja hyvätuloiset asioidat mieluummin kaupunkien keskuksissa ja niissä sijaitsevilla kauppoissa. Hyvän tulotason, mutta alhaisen koulutuksen omaavat sitä vastoin suuntaavat enemmän kauppakeskuksiin.

 Aikaa arvostetaan, kauppa ja kauppakeskukset kilpailevat asiakkaan ajasta: Joko asiakkaan täytyy selviytyä vähemmällä ajalla eli asioinnin täytyy olla sujuvaa (erityisesti pt, tilaa vievä kauppa) tai asioinnin täytyy olla niin miellyttävää, että asiakas haluaa viettää aikaa myymälässä/kauppakeskuksessa/muussa ostosympäristössä. Kaksi ristiriitaista näkemystä shoppailun tulevaisuudesta: 1) Kuluttajat viettävät edelleen aikaa shoppailun ja haluavat altistaa heräteostoksille 2) Ajankäytön tehokkuusvaatimus kasvaa, shoppailu korvautuu kiinnostavammilla toiminnoilla, ostokset tehdään silinä sivussa



3.2.3 Tarjonnan trendit

Tarjonnalla tarkoitetaan tässä yhteydessä sekä kaupan sijaintiin että valikoimiin liittyviä kysymyksiä. Tarjontaa muokkaamalla ja laajentamalla kauppa pyrkii vastaamaan liiketoiminnassaan kysynnässä tapahtuviin muutoksiin. Toisaalta tarjonnassa tapahtuvat muutokset ovat myös seurausta kaupan pyrkimyksistä tehostaa toimintaansa ja hakea kilpailuetua suhteessa muihin toimijoihin. Myös teknologinen kehitys luo mahdollisuuksia uusille konsepteille ja edellytyksiä toimia uusia tai useita tarjontakanavia pitkin. Muutosten taustalla saattaa myös olla muita ulkoisia muutosvoimia kuten poliittisen sääntelyn vaikutukset kaupan sijaintilogiikkaan tai tarjontaan.

Heikon taloudellisen tilanteen ja kiristyvän kilpailun myötä vähittäiskaupassa korostuu myyntitehokkuus (€/m²) entistä tärkeämpänä mittarina. Myymäläverkoston rakenteessa tämä tarkoittaa enemmän pienen mittakaavan konsepteja, joiden investoinnit ja sitä myötä myös riskit ovat pienempiä. Samalla tämä tarkoittaa parempia edellytyksiä optimoida myymäläverkon tiheyttä, niin että voidaan sijoittua lähemmäksi kuluttajaa ja reagoida nopeammin väestön rakenteessa tapahtuviin muutoksiin. Kaupan myymäläkoko on kasvanut pitkään samalla, kun myymäläverkosto on harventunut, mutta kehitys on nyt kääntynyt päinvastaiseen suuntaan ja esimerkiksi suuret kaupan keskusliikkeet panostavat lähikauppakonseptien kehittämiseen.

Kaupan konsepteissa nopeasti tapahtuvien muutosten myötä tulevaisuuden trendinä on myös laajemmin ottaen tilojen elinkaaren lyheneminen. Tulevaisuuden myymälärakennuksissa korostuvat tilojen joustavuus ja monikäyttöisyys - tilojen on oltava muuntautumiskykyisiä ja kaupan konsepteissa tapahtuviin muutoksiin on pystyttävä vastaamaan nopeasti. Erilaiset rakennusten ja tilojen tilapäiskäytöt yleistyvät esimerkiksi pop up -kulttuurin leivissä entistä laajemmin palveluiden ja vähittäiskaupan piiriin. Toinen merkittävä tilojen käyttöön liittyvä trendi on palveluiden määrän lisääntyminen; erilaiset yksityiset ja julkiset hyvinvointi-, viihde- ja kulttuuripalvelut sijoittuvat entistä enemmän esimerkiksi kauppakeskusten yhteyteen.

Vähittäiskaupan yritysten kansainvälistyminen ja ketjuuntuminen on ollut erityisen näkyvä ilmiö 2000-luvulla. Ketjuuntumisen myötä yritykset voivat hakea kilpailu- ja synergiaetuja mm. tehokkaamman toiminnan ja yhteisen markkinoinnin kautta. Vähittäiskauppa on jo voimakkaasti ketjuuntunut. Palvelujen osalta sama kehitys on kiihtymässä. Erityisesti nähtävillä on ollut globaalien ketjujen esiinmarssi ja kaupunkikuvaa ilmentävätkin monien kansainvälisten suuryritysten logot. Toisaalta globaalin rinnalle on tullut yhä enenevässä määrin lokaalisuus, paikallisuuden, luomun ja lähituotannon korostaminen. Lähi- ja luomuruoka on kansainvälisesti jo merkittävässä roolissa ja

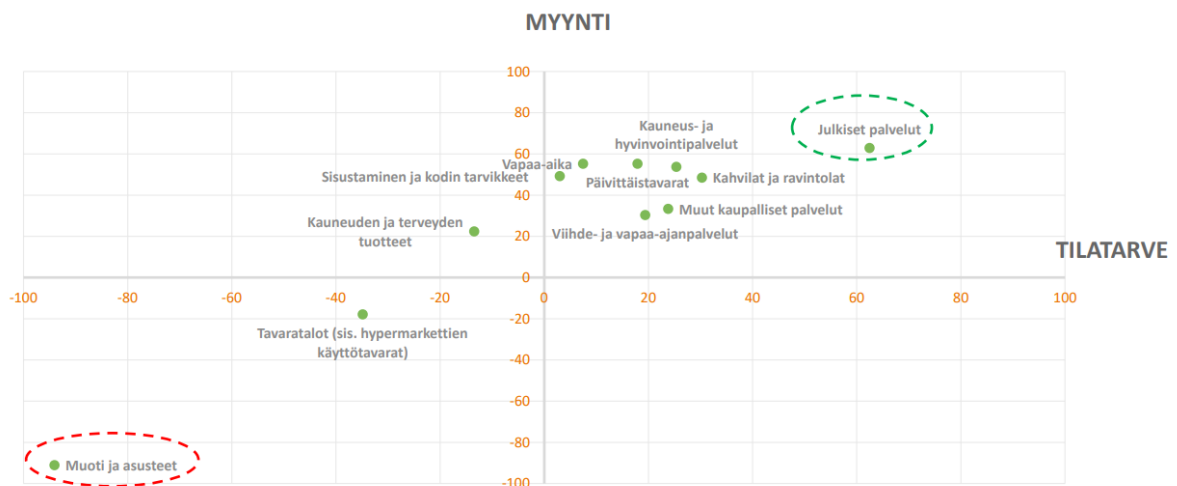
erilaisia pieniä maatilatoreja ja luomupuoteja on viime vuosina näkynyt suomalaisissakin kaupungeissa. Lähi- ja luomutuotanto tulee näkymään yksittäisten liikkeiden lisäksi yhä enenevässä määrin myös suurempien ketjujen valikoimissa.

3.2.4 Kauppakeskusten ja kivijalkakauppojen tulevaisuus

Internetin vuoksi kuluttajien vaatimukset fyysisiä myymälöitä kohtaan ovat kasvaneet. Kun myymälään tullaan paikan päälle, myymälämiljöölta odotetaan entistä enemmän (ns. elämyksellisyys). Kivijalkakaupat muuttuvat enemmän hybrideiksi, mikä merkitsee vähittäiskaupan ja palveluiden sekoittumista ja myymälöihin liittyvien oheispalvelujen kasvua (esimerkiksi kahvilat, ajanviettopalvelut, Shop-in-shop-konseptit, outletit ja pop up-myymälät). Myymälässä pitää olla jotain, mitä nettikauppa ei tarjoa - esimerkiksi se, että tuotteet saa heti mukaan. Erityisesti ruokakaupassa logistiikka ei toimi vielä kunnolla ja suorat kotiinkuljetukset ovat kalliita eli on halvempaa noutaa tuotteet kotimatalla noutopisteestä.

Kauppakeskusten ja kivijalkakauppojen tulevaisuuteen liittyy myös toiminnan tehostaminen ja liiketilojen pienentäminen: nettikaupan vaikutukset (osa valikoimasta netissä) ja toiminnan tehostaminen yleisesti sekä tasapainoilu riittävän myymälävalikoiman ja liiketilatehokkuuden välillä. Suomessa kaupat ovat tyypillisesti suurempia kuin muualla maailmassa.

Kauppakeskusten uudistumistarve tulee jatkossa olemaan tiheä ja kauppakeskusten koko pienentynee. Suuria kauppakeskuksia on vielä rakenteilla (esim. Lippulaiva), mutta liiketilojen tehokkuusvaatimukset pienentävät liiketiloja jatkossa. Kauppakeskusten pinta-alasta entistä suurempi osa on palveluita, viihdettä ja ravintoloita, mutta myös julkisia palveluita ja liikuntapalveluita. Ravintoloissa trendinä ovat korkeatasoiset ravintolat, food court -alueita ei enää juurikaan tehdä. Kauneus- ja hyvinvointipalvelut lisääntyvät ja beauty bars on kasvava trendi. Myös viihde- ja elämyssektori valtaa tilaa kauppakeskuksista, mutta tämä toimii parhaiten kaupunkien keskustoissa sijaitsevilla kohteilla. Vähittäiskauppa kohtaakin enemmän kilpailua muilta aloilta ja esimerkiksi ravintoloiden liikevaihto kasvaa nopeammin kuin vähittäiskaupan.



22

Kuva 14 Myynnin ja tilantarpeen kehitys seuraavan kolmen vuoden aikana (Kauppakeskusbarometri 2020)

Internetin vuoksi kuluttajien vaatimukset myös fyysisiä myymälöitä kohtaan ovat kasvaneet. Kun myymälään tullaan paikan päälle, myymälämajoitusta odotetaan entistä enemmän, ns. elämyksellisyys.

Kivijalkakaupat muuttuvat enemmän hybrideiksi: Vähittäiskaupan ja palveluiden sekoittuminen, myymälöihin liittyvät ohjeistut kasvussa (esim. kahvilat, ajanviettopalvelut, Shop-in-shop-konseptit, outletit, popup-myymälät). Myymälässä pitää olla jotain, mitä nettikauppa ei tarjoa, Esim. tuotteet heti mukaan. Erityisesti ruokakaupassa logistiikka ei toimi vielä kunnolla ja suorat kotinkuljetukset liian kalliita. Halvempaa noutaa tuotteet kotimatalla noutopisteestä.

Toiminnan tehostaminen ja liiketilojen pienentäminen: Nettikaupan vaikutukset (osa valikoimasta netissä) ja toiminnan tehostaminen yleisesti, tasapainoilu riittävän myymälävalikoiman ja liiketilalahokkuuden välillä. Suomessa kaupat ovat tyyppillisesti suurempia kuin muualla maailmassa.

Kauppakeskusten uudistumistarve jatkossa tiheä ja kauppakeskusten koko pienentyyne. Suuria kauppakeskuksia vielä rakenteilla, mutta liiketilojen tehokkuusvaatimukset pienentävät liiketiloja jatkossa.

Pinta-alasta entistä suurempi osa palveluita, viihdettä ja ravintoloita: Myös julkisia palveluita ja liikuntapalveluita. Ravintoloissa trendinä korkeatasoiset ravintolat, food court -alueita ei enää juuri tehdä. Kauneus- ja hyvinvointipalvelut lisääntyvät, beauty bars kasvava trendi. Myös viihde- ja elämyssektori valitsee tilaa kauppakeskuksista, mutta tämä toimii parhaiten kaupunkien keskuksissa sijaitseissa kohteissa. Vähittäiskauppa kohtaan enemmän kilpailua muilta aloilta ja esim. ravintoloiden liikevaihto kasvaa nopeammin kuin vähittäiskaupan.



Trends in the shift of floor space use in shopping centers:

↓ DECREASING Sports Sporting Goods Books Electronics	→ STABLE Fashion Footwear Food	↗ INCREASING Furniture Jewelry/Perfumery Jewelry/Watches Optics	↗ INCREASING RAPIDLY Gastronomy Entertainment and Leisure Services of all kinds Vacancy
---	--	--	--

Kaupun liitto: Lähes puolet kauppoista uhkaa kadota vuoteen 2030 mennessä

WALMART REIMAGINED



3.3 Muut toimitilat

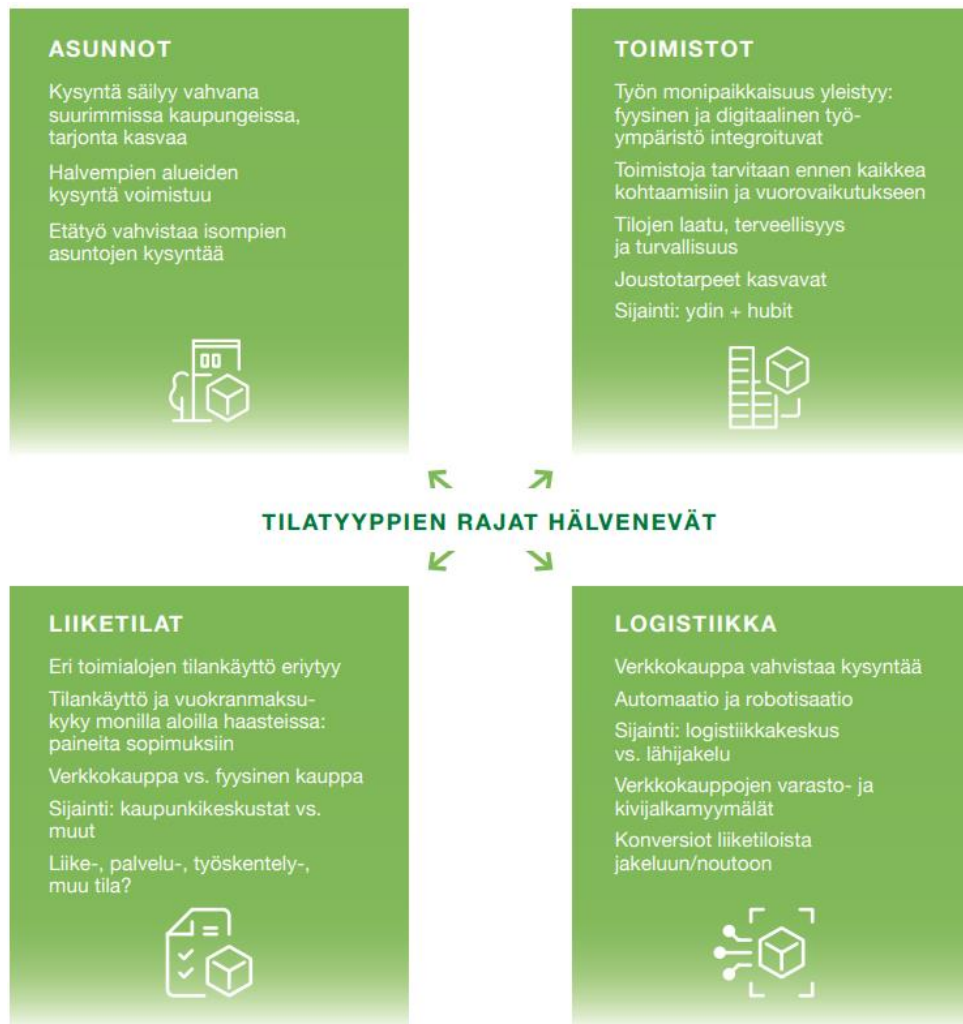
Muiden toimitilojen käyttöä ja tarvetta muovaavat myös useat tulevaisuuden trendit. Erityisesti Korona-pandemiasta aiheutunut etä- ja hybridityön valtava kasvu, monipaikkaisuus sekä työnteon muut muutokset ovat aiheuttaneet muutoksia, joista ainakin osan arvioidaan jäävän pysyviksi. Tulevaisuudessakin nähdään tarvetta fyysisille toimisto- ja toimitiloille, mutta niiden käytön on oltava joustavampaa ja tarjottava fasiliteetit erilaisille toimintoille. Erilaisten yhteiskäyttötilojen (co-working) määrän on arvioitu kasvavan, tosin pandemian vaikutuksia ei vielä osata arvioida. Yhteiskäyttötilat mahdollistavat siirtymän keskittyneemmistä ratkaisuisista (keskustat, työpaikka-alueet, pääkonttorit) kohti hajautuneempaa työnteon tulevaisuutta, jossa yhteiskäyttö- ja työskentelytiloja löytyy asuinalueilta ja jopa asuinkortteleista.

Toimistot koronan jälkeen

KÄYTTÖ	<ul style="list-style-type: none"> • Monipaikkainen työ muuttaa tilatarvetta = core-tilat + joustotilat + koti • Ihmiset ja työntekijäkokemus keskiöön • Tilojen tuettava toimintaa: kokoontumis-, kohtaamis-, vetäytymis- ja työskentelytilat
TILAT	<ul style="list-style-type: none"> • Muuntojoustavuus vs. räätälöidyt tilat; yhteiskäyttötilat • Teknologiset vaatimukset: sisäilma, tietoliikenne, sensorit, energia, jne • Datan hyödyntäminen tilojen käytön seurannassa ja ohjaamisessa
SIJAINTI	<ul style="list-style-type: none"> • Hyvät (raide)liikenneyhteydet, palvelut, imago • Core-toimisto hyvällä toimistoalueella + hubit/kolmannet tilat lähellä työntekijöitä
SOPIMUKSET	<ul style="list-style-type: none"> • Joustavuus, lyhyemmät maturiteetit, optiot (lisätilat, luopuminen, pituus), palvelut • Aktiivisen johtamisen ja vuoro vaikutuksen tarve
VASTUULLISUUS	<ul style="list-style-type: none"> • Energia, päästöt • Tilojen tehokas käyttö, kestävä rakentaminen ja ylläpito • Työntekijöiden hyvinvointi

Kuva 15 Toimistojen tulevaisuus (Koronakriisin vaikutukset kiinteistömarkkinoihin - Toimistotilojen tarve ja käyttö koronan jälkeisessä maailmassa, KTI ja Senaatti 2021: https://www.senaatti.fi/app/uploads/2021/09/KTI_koronakriisin-vaikutukset-kiinteistomarkkinoihin.pdf)

Kauppaa niin kuin muitakin toimitiloja koskevana keskeisenä tulevaisuuden trendinä on tilatyyppejen rajojen hävnyminen. Kaupan toimialalla on tulevaisuudessa entistä vaikeampi tehdä perinteistä erottelua konseptien välille, kuuluvatko ne mille toimialalle tai ovatko ne tavara- vai palvelukauppa. Myös rajaveto tuotannollisten tilojen, logistiikkatilojen sekä esim. verkkokaupan välillä hävnynee. Tämä kaikki edellyttää muuntojoustavuutta niin suunniteltavilta tiloilta kuin maankäytöltäkin; joustavuuden avulla on mahdollista edistää tilojen kiertotaloutta sekä tämän kautta kestävyystavoitteiden saavuttamista kiinteistöalalla.



Kuva 16 Tilankäytön kehitystrendejä Koronan jälkeen, lähde: Koronakriisin vaikutukset kiinteistö- ja rakennusalaan 2020 (KTI ja Senaatti; <https://www.senaatti.fi/app/uploads/2020/12/Koronakriisin-vaikutukset-kiinteist%C3%B6-ja-rakennusalaan.pdf>)

3.4 Yhteenveto: vähittäiskaupan toimintaympäristön PESTE-tarkastelu






Vähittäiskaupan toimintaympäristön muutoksia ja trendejä voidaan tarkastella ns. PESTE-viitekehityksen avulla, jossa tarkastellaan poliittisia ja lainsäädännöllisiä, ekonomisia, sosiaalisia, teknologisia ja ekologisia muutostrendejä. Seuraavaan taulukkoon 1 on koottu ja jaoteltu Itäkeskuksen kaupan kehittymisen kannalta keskeisiä toimialatrendejä sekä mahdollisia muutostekijöitä, jotka vaikuttavat kaupan kehittymiseen alueella ja yleisti.

Taulukko 1 Vähittäiskaupan muutostrendit, PESTE-tarkastelu.

Poliittiset ja lainsäädännölliset	Ekonomiset	Sosiaaliset	Teknologiset	Ekologiset
<ul style="list-style-type: none"> Maankäyttö- ja rakennuslain muutokset kaupan sijainninhajausta koskien Toimialojen ja toimintojen sekoittuminen korostuva ilmiö, haaste kaavoitukselle Aukiolo- ja alkoholilainsäädännön vaikutukset pienempien markettien ja lähipalveluiden toimintaedellytyksiin; sääntelyn vapautuminen vienyt kilpailuedun Julkisen palveluverkon keskittyminen vaikuttaa myös kaupan sijaintipäätöksiin, yksityisten ja julkisten palveluiden synergiahyödyt korostuvat ja niiden väliset rajat hämärtyvät 	<ul style="list-style-type: none"> Asukasmäärän kehitys ja kasvava ostovoima houkuttelee myös kaupan investointeja Kaupan ja palveluiden tilojen tehokkuusvaatimukset kasvavat; esim. Hypermarkettien supistuminen käyttötavaraosastojen kustannuksella Tilojen monikäyttöisyyden ja joustavuuden tarve kasvaa; tilojen hybridikäyttö sekä erilaisten toimintojen sekoittuminen Pop up- ja start up -toiminta edellyttää lyhyempiä ja joustavampia vuokrasopimuksia Halutaan entistä pienempiä myymälätiloja keskeisemmällä sijainneilla, esim. tilaa vievän kaupan express/city -konseptit) Liikepaikkoina korostuvat keskustat, olemassa olevat kaupan alueet sekä liikenteen (erit. raideliikenne) asemat ja solmukohdat 	<ul style="list-style-type: none"> Väestön ikääntyminen, tarve kaupan saavutettavuudelle, saatavuudelle ja esteettömyydelle (-2030 vuoteen) Pirstoutuva kulutuskäyttäytyminen sekä ihmisten muuttuvat kulutustottumukset ja arvot; massakulutuksen loppu ja kulutuksen siirtyminen entistä enemmän palveluihin Vapaa-ajan arvostus kasvaa; nousia esim. Ravintola- ja viihdepalvelut, liikunta Maahanmuutto synnyttää uusia palvelutarpeita ja -mahdollisuuksia Paikallisuuden korostuminen imagotekijänä, esim. lähiruoka, paikallistuotanto, urbaani elintarviketuotanto Kaupan sosiaalinen vastuu ja vastuunkanto kasvavat → kaupasta ja palveluista osa yhteisöä Julkisen tilan merkitys kasvaa kohtaamispaikkana myös kaupallisissa ympäristöissä Kuluttajien välinen kauppa lisääntyy, jakamistalouden merkitys kasvaa 	<ul style="list-style-type: none"> Digitaalisuus, verkkokauppa ja monikanavaisuus muuttavat kaupan toimintalogiikkaa; monipuoliset osto- ja noutomahdollisuudet Tarve verkkokaupan nouto- ja varastopisteille; päivittäistavara-kaupan "dark store" -yksiköt, joissa ainoastaan tuotteiden keräily ja lähetys Uudet kuljetustavat ja jakelukanavat, esim. drone-logistiikka ja erilaiset click&collect -palvelut yleistyvät Kotiinkuljetettavat palvelut ja tuotteet lisäävät tarvetta esim. Palveluteisille sekä noutopisteille 3D-printtauksen tuomat mahdollisuudet; varaosien printtaaminen kotona / keskitetyissä palvelupisteissä Virtuaalikulutuksen lisääntyminen Show room -konseptien lisääntyminen; tuotteiden fyysinen / virtuaalinen kokeilu ja tuotteiden kuljetus kotiin 	<ul style="list-style-type: none"> Ympäristövaatimukset kiristyvät: energiankäyttö ja resurssitehokkuus keskiöön, kiertotalouden huomioiminen myös kaupan toiminnassa Ekologinen jalanjälki tulee yhä laajemmin näkyviin kaupan toiminnassa (kiinteistö, tuotanto- ja kuljetusketju ja asiointit) Kaupan saavutettavuuden turvaaminen keskeistä asiointimatkatuotoksen hillitsemisessä; erityisesti lähisaavutettavuus kävelen ja pyörällä sekä kaupan palveluiden korostuminen joukkoliikenteen asema- ja solmukohdissa

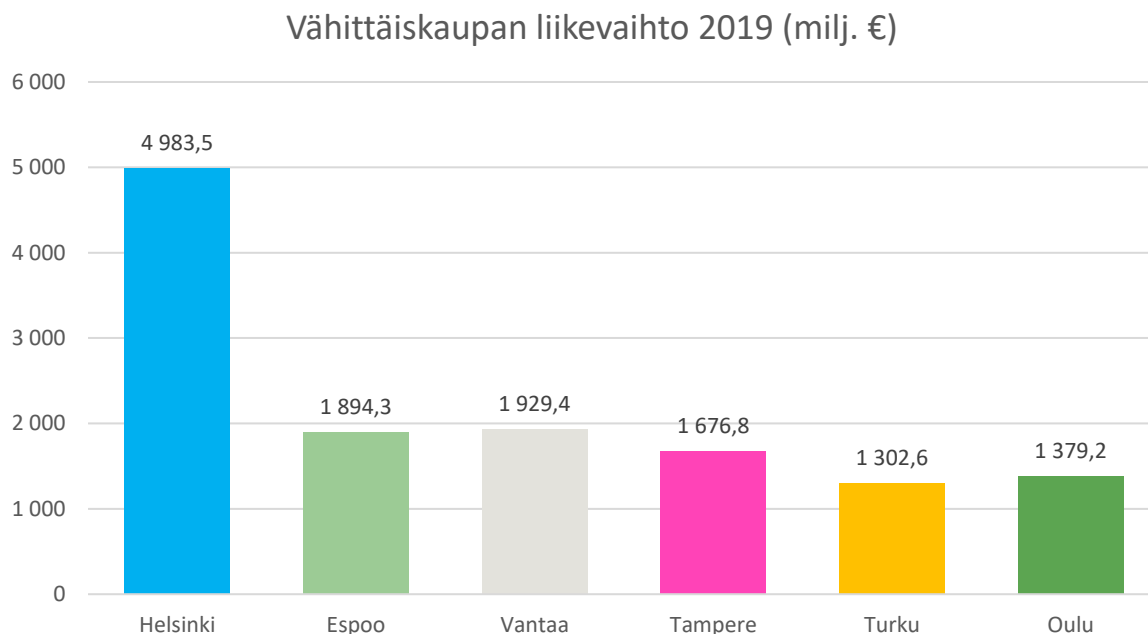
Seuraavaan taulukkoon 2 on koostettu Itäkeskuksen alueen kaupallisen kehittymisen kannalta keskeisimmät muutostrendit sekä avattu niiden vaikutusta tarkemmin.

Taulukko 2 Itäkeskuksen alueen kaupan kehittämiseen erityisesti vaikuttavat muutostrendit

	<p>Saavutettavuus joukkoliikenteellä ja korostuu. Erityisesti raideliikenteeseen tukeutuvat asema- ja solmukohdat sekä pysäkit houkuttelevat kaupan investointeja. Asemien ympärille muodostuvalle kävelyvyöhykkeelle on mahdollista kehittää kaupan palveluita sekä muita sekoittuneita toimintoja, jotka tukevat alueiden kehittymistä. Itäkeskuksen sijainti metrolinjan varrella sekä tulevan Raide-Jokerin päätepysäkin tuntumassa vahvistaa alueen kaupallista asemaa sekä houkuttelee investointeja.</p>
	<p>Palveluiden merkitys kasvaa. Keskustaympäristöissä ja kauppakeskuksissa vapaa-ajan palveluiden (ravintolat, viihde, liikunta) tulee edelleen kasvamaan. Palveluiden muodostuminen vaatii ympärilleen kuitenkin muita toimintoja, jotka tuovat alueelle palveluiden käyttäjiä (kauppa, työpaikat, tiivis asutus ja matkailijat). Palvelujen merkitys keskusta- ja kauppakeskustaympäristöjen näkökulmasta on merkittävää, mutta näiden rinnalla mm. kotona syöminen on entistä yleisempää. Tulevaisuudessa saatamme nähdä myös esim. ns. virtuaalikeittiöitä (tunnettu myös dark/cloud kitchen -termillä), joissa toteutetaan keskitetysti ainoastaan kotiin toimitettavaksi eri konseptien ja brändien alla olevia annoksia.</p>
	<p>Verkkokaupan merkitys kasvaa ja kauppa tulee yhä monikanavaisemmaksi. Vuoteen 2050 mennessä teknologinen ja logistinen kehitys mahdollistaa nopeat toimitusketjut myös päivittäistavarakaupassa. Kaupan lähipalvelut tulevat säilymään, mutta isoimpien kauppojen tilalle tulee osittain keräilyyn erikoistuneita varasto-/lähetyskeskuksia (dark store), jotka sijoittuvat pääasiassa logistisesti hyviin sijainteihin, mutta lähelle asutuskeskittymiä. Kivi-jalkakaupan tulee panostaa entistä enemmän palveluihin ja elämyksiin. Kaupan jakelu on otettava entistä paremmin huomioon myös asuintalojen ja -alueiden suunnittelussa niin makro kuin mikrotasollakin.</p>
	<p>Toimialarajat häviävät ja hybridikonseptit yleistyvät. Rajanveto päivittäistavarakauppaan, erikoistavarakauppaan, tiva-kauppaan ja palveluihin muuttuu hankalammaksi. Keskuksissa yleistyvät tiva-kaupan express- ja noutopisteet. Kaupan yhteyteen sijoittuu entistä enemmän palveluita. Uudentyyppiset konseptit synnyttävät mielenkiintoisia kaupan kokonaisuuksia, joissa voivat yhdistyä kauppa, palvelut, työnteko ja elämyksellisyys. Toimialarajojen hälveneminen myös muussa tilankäytössä (toimistot, logistiikka, tuotantotilat) edellyttää muuntojoustavuutta tiloilta ja kaavoitukselta.</p>
	<p>Kauppa keskittyy ja olemassa olevat keskuksat vahvistuvat. Verkkokaupan kehittymisen ja kulutuskäyttäytymisen muutoksen vuoksi kaupan keskittymis-/agglomeraatiohyödyt korostuvat entisestään. Kuluttajat suuntaavat yhä useammin keskuksiin, josta se saavat kattavan palvelutarjonnan sekä asiointiin liittyviä elämyksiä. Itäkeskuksen vahva asema Helsingin ja pääkaupunkiseudun palveluverkossa tukee erityisesti Itäkeskuksen keskusalueen kehittymistä. Muiden tarkastelualueen keskittymien (Itäväylän varsi, Puotilaranta) kaupallisen tarjonnan kehittäminen on haastavampaa ja edellyttää vahvaa profiointia.</p>

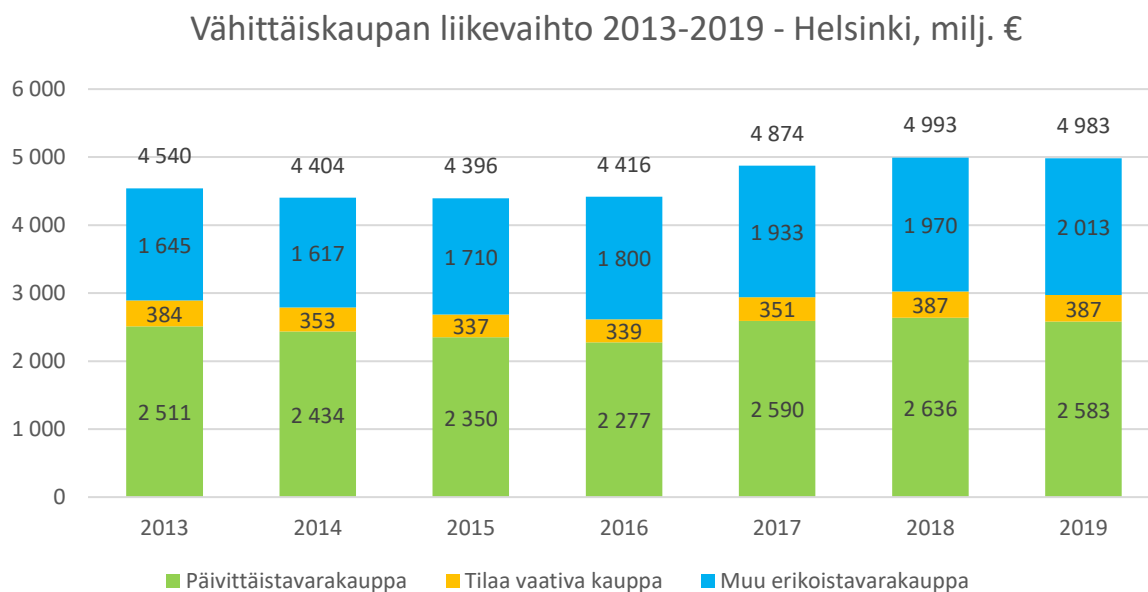
3.5 Vähittäiskaupan liikevaihdon kehitys Helsingissä

Vähittäiskaupan (TOL 47 – huoltoasemakauppa ja kauppa muualla kuin myymälöissä) oli Helsingissä lähes 5 miljardia euroa vuonna 2019. Helsinki on merkittävä vähittäiskaupan keskittymä verrattuna Suomen suurimpiin kaupunkeihin; Espoossa ja Vantaalla liikevaihto on alle 2 miljardia euroa.



Kuva 17 Vähittäiskaupan liikevaihto Helsingissä ja vertailukaupungeissa 2019 (milj. €)

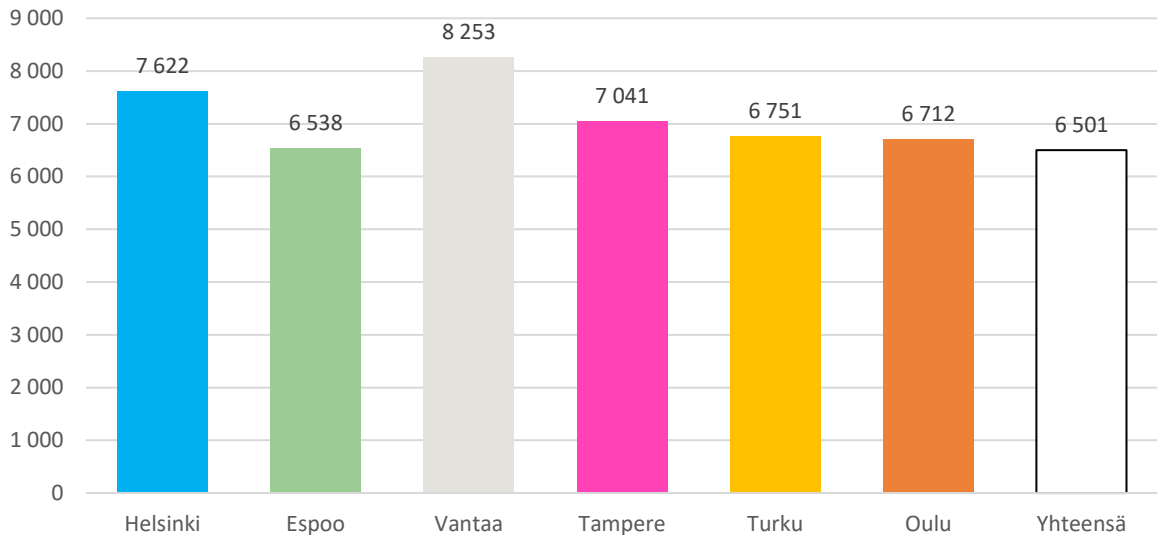
Vuosina 2013-2019 vähittäiskaupan liikevaihto on kasvanut Helsingissä noin 440 miljoonaa euroa (10 %). Kasvu on ollut erityisen nopeaa vuosina 2016-2018, mutta vuosina 2018-19 kasvu on taittunut. Vähittäiskaupasta noin 52 % toteutui päivittäistavara- ja tavaratalokaupan toimialoilla.



Kuva 18 Vähittäiskaupan liikevaihdon kehitys Helsingissä 2013-2019, milj. €

Asukaslukuun suhteutettuna vuonna 2019 Helsingin vähittäiskauppa oli noin 7 600 €/asukas. Liikevaihto on selkeästi suurempi kuin koko maassa keskimäärin (6 500 €/asukas). Pääkaupunkiseudulla Vantaalla asukaskohtainen liikevaihto on Helsinkiä noin 8 % suurempi johtuen alueen asukaslukuun suhteutettuna merkittävästä kaupan tarjonnasta.

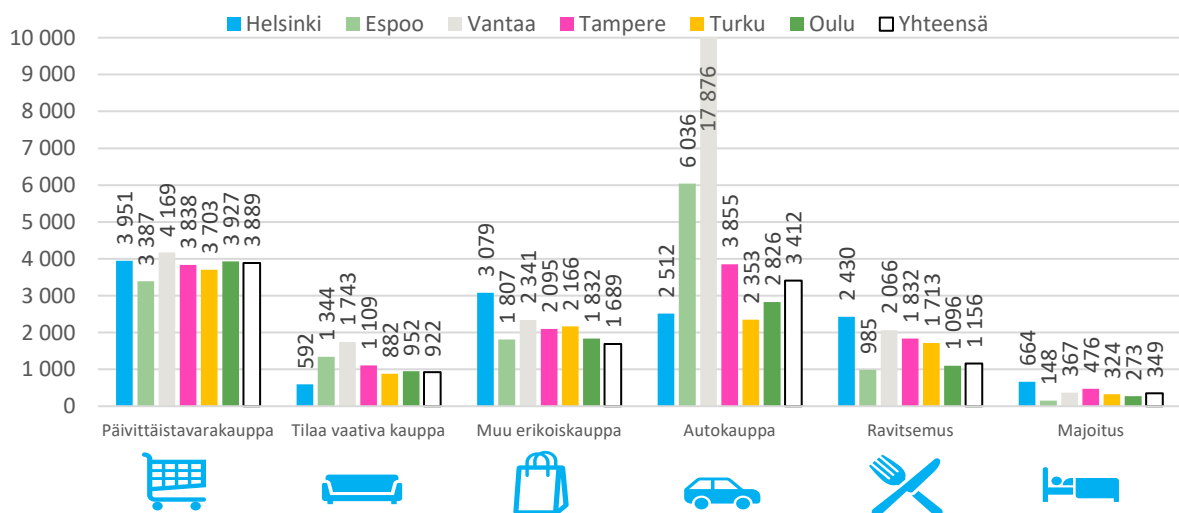
Vähittäiskauppa yhteensä 2019 (€/asukas)



Kuva 19 Vähittäiskaupan liikevaihto €/asukas Helsingissä ja vertailukaupungeissa 2019

Toimialoittain vuonna 2019 Helsingin vähittäiskaupan asukaslukuun suhteutettu liikevaihto oli päivittäistavarakaupassa koko maan tasolla ja keskustahakuisessa (muu) erikoiskaupassa selkeästi koko maan – ja vertailukaupunkien – tasoa korkeammalla, lähes 3 100 €/asukas. Tilaa vievässä kaupassa ja autokaupassa Helsingin vertailuluku jää koko maan tasoa matalammalle; tilaa vaativat toiminnot ovat keskittyneet laajemmin pääkaupunkiseudun muihin kaupunkeihin, mikä selittää mm. Vantaan korkeaa asukaskohtaista liikevaihtolukua).

Liikevaihto 2019, €/asukas

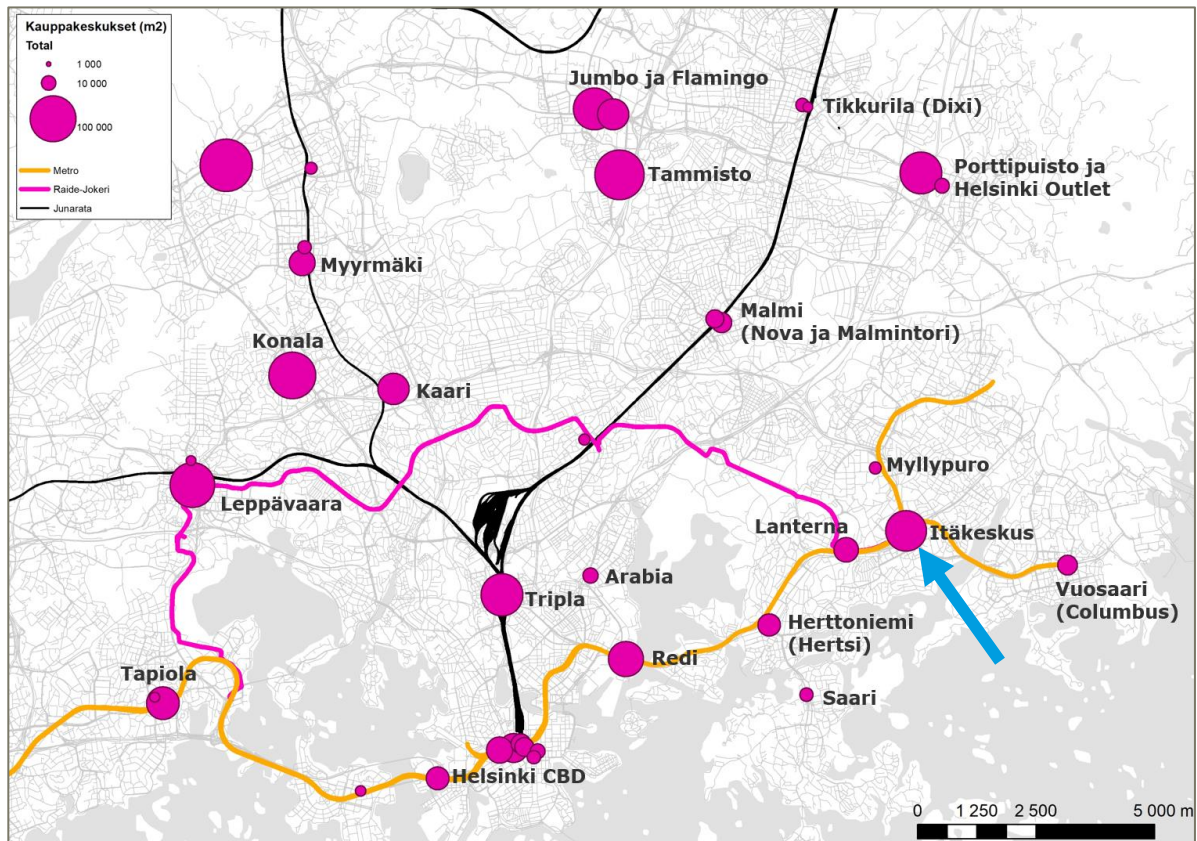


Kuva 20 Vähittäiskaupan liikevaihto toimialoittain (€/asukas) Helsingissä ja vertailukaupungeissa 2019

4. VÄHITTÄISKAUPAN TARJONTA

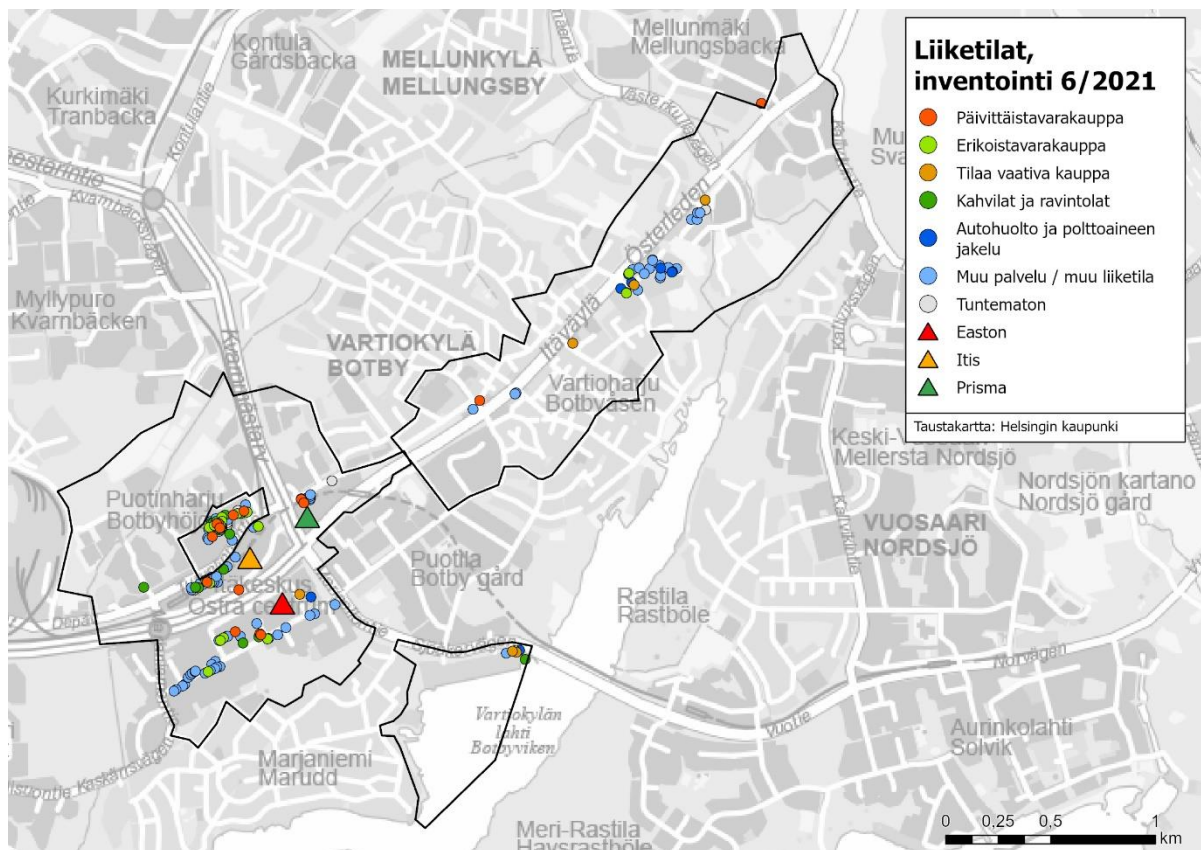
4.1 Vähittäiskaupan nykyinen palveluverkko

Itäkeskuksen alue (kauppakeskukset Itis ja Easton sekä Prisma-hypermarketkeskus) asemoituu kilpailunäkökulmasta pääkaupunkiseudun kauppakeskusverkostoon. Oheisella kartalla on esitetty kauppakeskusten sijoittuminen sekä pinta-alan suuruusluokka. Itäkeskus on koko itäisen pääkaupunkiseudun merkittävin kauppakeskittymä. Metroverkoston varrella kantakaupungista itään sijaitsee useita kauppakeskuksia mm. Redi, Herttoniemi ja Vuosaari. Itäkeskuksen kaupallista vaikutus- aluetta on tarkemmin kuvattu vetovoimamallinnuksen avulla seuraavassa luvussa (Kuva 30).



Kuva 21 Vähittäiskaupan palveluverkko itäisellä pääkaupunkiseudulla, Itäkeskuksen alue osoitettu nuolella

Osana selvitystyötä Itäkeskuksen alueella on kesällä 2021 tehty kaupallinen inventaario, jossa on tunnistettu myymälöiden sijainnit ja arvioitu niiden kaupallista pinta-alaa. Oheisella kartalla on esitetty kaupallisten toimintojen sijoittuminen tutkimusalueilla. Vahvimpina keskittyminä esiin nousevat Itäkeskuksen keskusalueen (Itis, Puhos, Easton ja Prisma) muodostama kokonaisuus, jossa sijaitsee suurempien yksiköiden lisäksi myös tilaa vaativan ja autokaupan toimintoja sekä kivijalkaliiketiltoja. Kivijalkaliiketiltojen keskeisenä vyöhykkeenä esiin nousee Itäväylän eteläpuolella Kaupakartanonkadun ympäristö, jossa sijaitsee useita erikoiskauppoja ja kaupallisia palveluita, mm ravintoloita. Itäisen bulevardinkaupungin ympäristössä kapallisena keskittymänä esiin nousee Itäväylän ja Linnavuorentien risteysalue, jossa sijaitsee mm. autotarvikeliikkeitä, autohuolto ja -katsastuspalveluita sekä muita varaosaliikkeitä. Pohjoisemmassa Linnanpajantien ympäristössä sijaitsee mm. tilaa vaativia toimintoja sekä varaosaliikkeitä.



Kuva 22 Erikoiskaupan ja palveluiden verkosto 6/2021 (Lähde: Inventointi)

Oheisessa taulukossa on esitetty inventointien perusteella arvio vähittäiskaupan määrästä alueittain ja toimialoittain. Yhteensä suunnittelualueilla sijaitsee liiketiloja yli 150 000 k-m², joista Itäkeskuksen alueella valtaosa (noin 120 000 k-m²).

Taulukko 3 Liiketilöiden kerrosala-arviot toimialoittain ja alueittain (Lähde: inventointi 6/2021)

	Itäkeskus	Puhos	Itä-väylä	Puotilan-ranta	Yhteensä
Päivittäistavara-kauppa	20 000	5 200	1 000	0	26 200
Erikoistavara-kauppa	57 000	5 000	200	0	62 200
Kahvilat ja ravintolat	13 000	4 000	0	100	17 100
Autohuolto ja polttoaineen jakelu	100	0	2 800	500	3 400
Tilaa vaativa ja autokauppa	5 000	0	2 000	300	7 300
Muu palvelu / muu liiketila	22 800	3 300	8 200	400	34 700
Tuntematon / Tyhjä	1000	3 400	1 000	0	5 400
Yhteensä	118 900	20 900	15 200	1 300	156 300

Merkittävä osa Itäkeskuksen alueen kaupan tarjonnasta sijaitsee alueen kauppa- ja hypermarket-keskuksissa. Seuraavissa kappaleissa on kuvattu lyhyesti kauppakeskusten kokoluokkaa ja sisältöjä.

Itis on yksi Suomen suurimpia kauppakeskuksia noin 184 liiketilallaan ja yli 71 000 m²:n vuokratavalla pinta-alallaan. Vuonna 1984 avatussa kauppakeskuksessa sijaitsee noin 120 myymälää ja

50 palvelua. Itis sijaitsee liikenteellisesti hyvin saavutettavissa; julkisella liikenteellä keskuksen pääsee metrolla ja tulevaisuudessa myös Raide-Jokerin päätepysäkki sijaitsee kauppakeskuksen vieressä. Keskuksen merkittävimpiä vetovoimatekijöitä ovat Stockmann-tavaratalo sekä Finnkinon elokuvateatteri, jossa sijaitsee mm. Suomen ainoa IMAX-sali. Kaupan ja palveluiden lisäksi Itiksessä sijaitsee noin 30 000 m² muita vuokrattavia tiloja.

	2019	2020
Kävijämäärä	17,5 milj.	13 milj.
Myynti	319 milj. €	291 milj. €



Kuva 23 Itisen kauppakeskus Tallinnanaukion suuntaan. (Lähde: HTM, CC-BY-SA 3.0 [https://fi.wikipedia.org/wiki/Itis_\(kauppakeskus\)#/media/Tiedosto:Itis_2014_ulkoa_01.JPG](https://fi.wikipedia.org/wiki/Itis_(kauppakeskus)#/media/Tiedosto:Itis_2014_ulkoa_01.JPG))

Easton on vuonna 2017 Itävyölän eteläpuolelle avattu kauppakeskus, jonka ankkuritoimintona ovat K-Citymarket ja Puuilo. Keskuksessa toimii yhteensä 52 myymälää ja palvelua ja kokonaispinta-ala on 27 000 m².

	2019	2020
Kävijämäärä	4,9 milj.	4,8 milj.



Kuva 24 [Easton-kauppakeskus sisältä \(Lähde: Arkke, CC-BY SA 4.0 https://fi.wikipedia.org/wiki/Easton_Helsinki#/media/Tiedosto:Citymarket_Easton.jpg=](https://fi.wikipedia.org/wiki/Easton_Helsinki#/media/Tiedosto:Citymarket_Easton.jpg)

Prisma-keskus on vuonna 2009 avattu ja vuonna 2021 täydellisesti remontoitu hypermarketkeskus. Noin 14 000 m² Prisma sijaitsee Itäkeskuksen vieressä, Kehä I:n ja Itäväylän risteuksen tuntumassa. Päivittäistavarakaupan lisäksi liikekiinteistössä sijaitsee noin 1 000 m² muuta liiketilaa.



Kuva 25 Itäkeskuksen Prisma (Lähde: Arto Alanenpää, CC-BY SA 4.0
<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/f4/Xxl-prisma-itakeskus.jpg>

Puhos

Puhoksen ostoskeskus valmistui vuonna 1965 ja sitä on laajennettu kahdesti 1980-luvun lopulla ja 1990-luvun alussa. Ostoskeskuksen vanhin osa on arkkitehtonisesti ja kulttuurihistoriallisesti arvokas. Ostoskeskuksessa on nykyisin noin 20 liikettä ja ravintolaa. Puhoksen ostoskeskuksen vanhan puolen kerrosala on noin 10 000 m².



Kuva 26 Puhoksen ostoskeskuksen uusi puoli (Lähde: Gregorius, CC BY-SA 3.0
[https://fi.wikipedia.org/wiki/Puhos_\(ostoskeskus\)#/media/Tiedosto:Puhos,_August_2010.jpg](https://fi.wikipedia.org/wiki/Puhos_(ostoskeskus)#/media/Tiedosto:Puhos,_August_2010.jpg))

4.2 Päivittäistavarakaupan palveluverkko

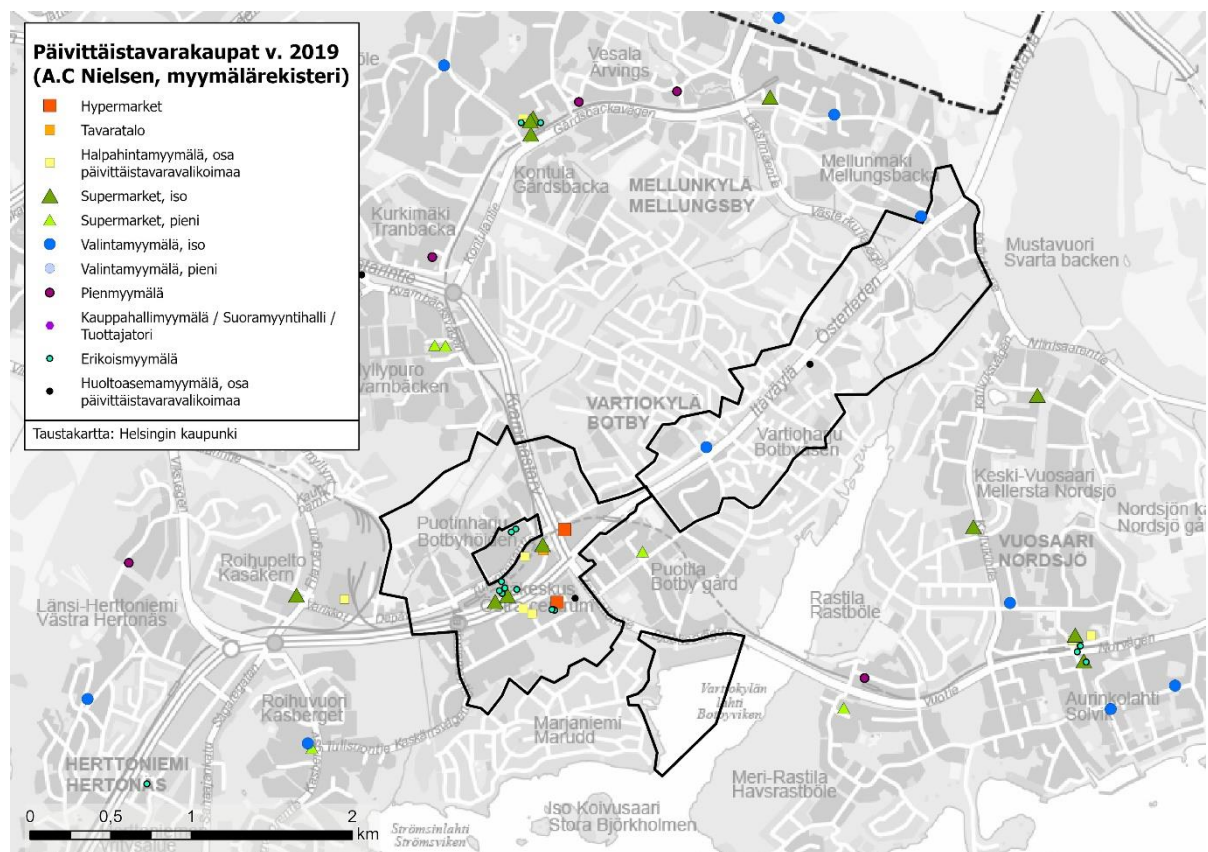
A.C. Nielsenin myymälärekisterin mukaan Itäkeskuksen vaikutusalueella (Itäinen suuralue) sijaitsi vuonna 2020 yhteensä 8 päivittäistavaramyymälää (pl. lopettaneet).

- 2 Hypermarkettia (K-Citymarket ja Prisma)
- 3 Supermarket-kokoluokan myymälää: Itäkeskuksen alueella Lidl, S-market ja Food Market Herkku,
- 2 isoa valintamyymälää: Itäisen bulevardikaupungin alueella Alepa ja K-market

Päivittäistavarakauppojen lisäksi alueella sijaitsee muita päivittäistavaraa myyviä myymälöitä:

- 3 halpahintamyymälää, joissa päivittäistavaratarjontaa (Puulo, Tokmanni ja Eurokauppa)
- 2 huoltoasemamyymälää
- lisäksi 12 päivittäistavaroita myyvä erikoismyymälää (mm. etnisiä kauppiaita)

Yhteensä Itäkeskuksen tarkastelualueilla sijaitsee päivittäistavarakaupan myyntialaa noin 17 000 m² (ei mukana erikoismyymälöitä).



Kuva 27 Päivittäistavarakaupan myymäläverkko 2019 (Lähde: A.C.Nielsen, myymälärekisteri)

SEURAAVA KAPPALE VARMISTETTAVA A.C. NIELSENILTÄ:

Seuraavassa taulukossa esitetään koottuna päivittäistavarakaupan tunnuslukuja Itäisen suuralueen ja koko Helsingin osalta. Itäisellä suuralueella myyntialaa on noin 13 % enemmän asukasta kohden kuin koko kaupungissa keskimäärin. Asukaskohtainen päivittäistavarakaupan myynti on noin 6 % suurempi kuin Helsingissä keskimäärin. Myyntitehon näkökulmasta Itäisellä suuralueella jäädään kuitenkin noin 850 €/m² pienempään tehokkuuteen kuin Helsingissä keskimäärin.

Taulukko 4 Päivittäistavarakaupan tunnuslukuja Itäisen suuralueen ja Helsingin osalta (A.C. Nielsen, päivittäistavarakaupan myymälärekisteri 2019)

	Myyntiala m ² /asukas	Myynti €/asukas	Myyntiteho €/myynti-m ²
Itäinen suuralue	0,34	3 383	9 893
Helsinki	0,30	3 194	10 735

4.3 Kaupan hankkeet

YIT:n Jokeri-kortteliin sijoittuvan Punos-hankkeen tavoitteena on muodostaa Raide-Jokerin tulevalle pääte pysäkillle uusi Itäisen sisäänkäynti. Hankkeen kokonaispinta-ala on noin 40 000 m². Puhoksen on suunnitteilla noin 350 asuntoa sekä noin 9000 neliötä vuokrattavaa toimi- ja liiketilaa. Alueen ennustettu päivittäinen kävijämäärä noin 50 000 henkilöä ja arvioitu valmistumisaika 2024-2025.

Puhoksen aluetta kehitetään Itäkeskuksen suunnittelukilpailun sekä siitä johdettujen suunnitteluperiaatteiden mukaisesti. Stoa kulttuurikeskukseen voidaan rakentaa esimerkiksi uusi konserttisali tai lisää tilaa kirjastolle ja työväenopistolle. Stoa uudet tilat voidaan rakentaa nykyisen parkkipaikan tilalle. Puhoksen ostoskeskuksen vanha ja arvokas osa (viuhkan muotoinen, A-osa) halutaan säilyttää. Vanhan osan ulkopuoliset B- ja C- osat voidaan purkaa; niiden tilalle voidaan rakentaa uusia liiketiloja, joiden päällä on asuntoja.

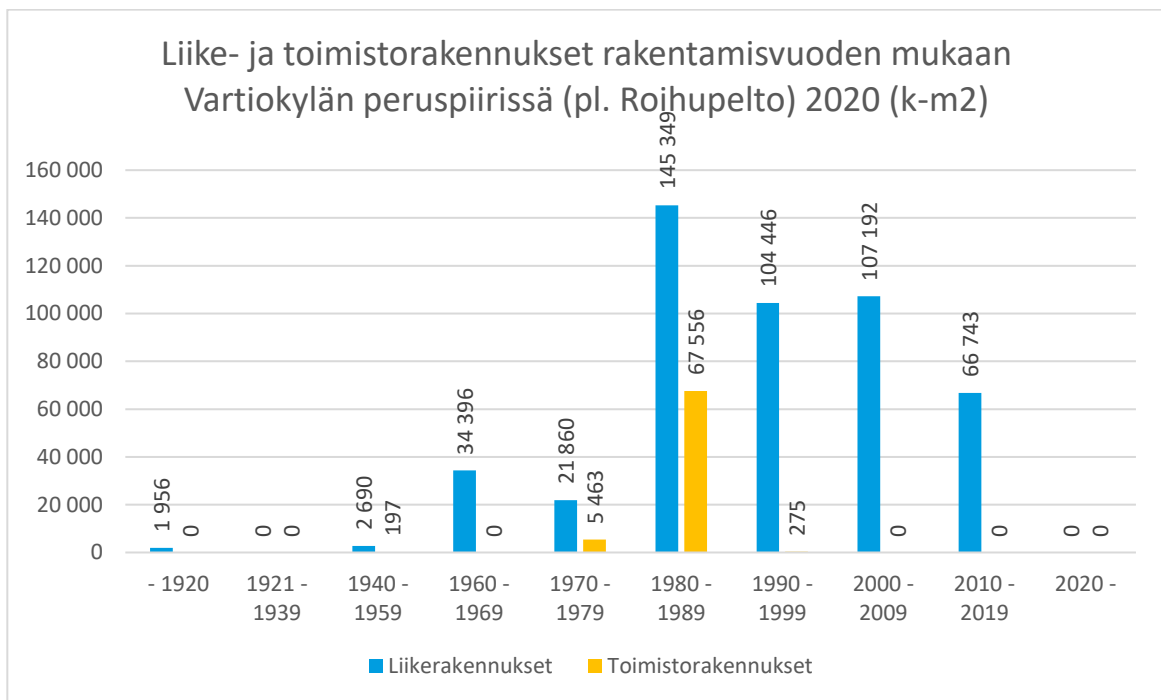
Itäväylän eteläpuolella Eastonin ja Maamerkki-tornin aluetta kehitetään kantakaupunkimaisena, tiiviisti rakennettuna sekoitettujen keskustatoimintojen alueena. Uusia kaupallisia tiloja suunnitellaan kauppakeskus Eastonin laajennusosaan, asuntovaltaisten umpikortteleiden kivijalkakerroksiin sekä Itäväylän ylittävälle silloille (mm. uudelleen rakennettava Hansa-silta) ja mahdollisille kansille. Alueen suunnittelu on alustavassa, asemakaavoitusta edeltävässä vaiheessa. Niinpä alueen toteutus lienee ajankohtaista aikaisintaan 2020-luvun jälkipuoliskolla.

Kaupan tiloja tullaan tutkimaan myös Puotilan metroaseman alueelle, erityisesti metroaseman pohjoisen lippuhallin välittömään läheisyyteen. Pysäköintilaitosten ja kaupallisten toimintojen yhdistämistä tutkitaan. Alueen kaavasunnittelu käynnistyy 2022–2023.

Meri-Rastilassa on käynnistymässä kaavamuutoksen lainvoimaistuttua nykyisen kauppakeskuksen uusiminen hybridikorttelilla, johon on tulossa 3600 k-m² liiketilaa (päivittäistavarakauppa sekä muita lähipalveluita). Rakentaminen sijoittuu arviolta vuosille 2023-2025.

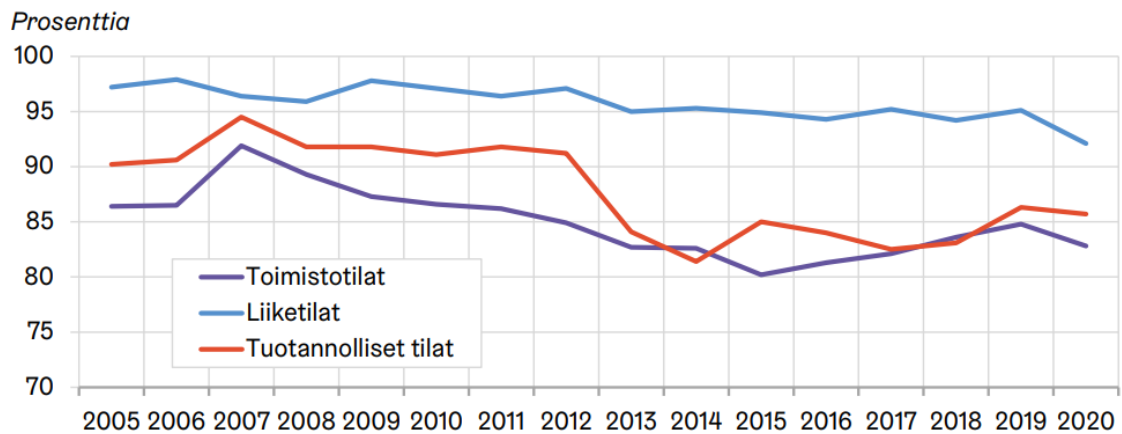
4.4 Muut liike- ja toimitilat

Seuraavassa kaaviossa on kuvattu Vartiokylän peruspiirissä (pl. Roihupelto) sijaitsevien liike- ja toimistorakennusten määrää rakennusvuoden mukaisesti. Alueella sijaitsee yhteensä 485 000 k-m² liikerakennuksia, joista 36 % on rakennettu 2000-luvulla (Helsinki keskimäärin 31 %). Toimistorakennuksia alueella sijaitsee yhteensä 73 500 k-m², joista lähes kaikki on rakennettu 1970-80-luvuilla (Helsingissä 2000-luvulla rakennettuja toimistorakennuksia 20 % koko toimistorakennuskannasta).



Kuva 28 Liike- ja toimistorakennukset rakentamisvuoden mukaan Vartiokylän peruspiirissä (pl. Roihupelto) 2020 (k-m²), lähde: Aluesarjat

Seuraavassa kaaviossa on kuvattu toimitilojen käyttöasteiden kehitys pääkaupunkiseudulla. Trendit ovat olleet laskusuuntaisia ja erityisesti liike- ja toimistotiloissa Korona-pandemia on aiheuttanut käyttöasteessa notkahduksen. Vuonna 2020 liiketilöiden käyttöaste oli noin 92 % ja toimistotiloissa 82 %.



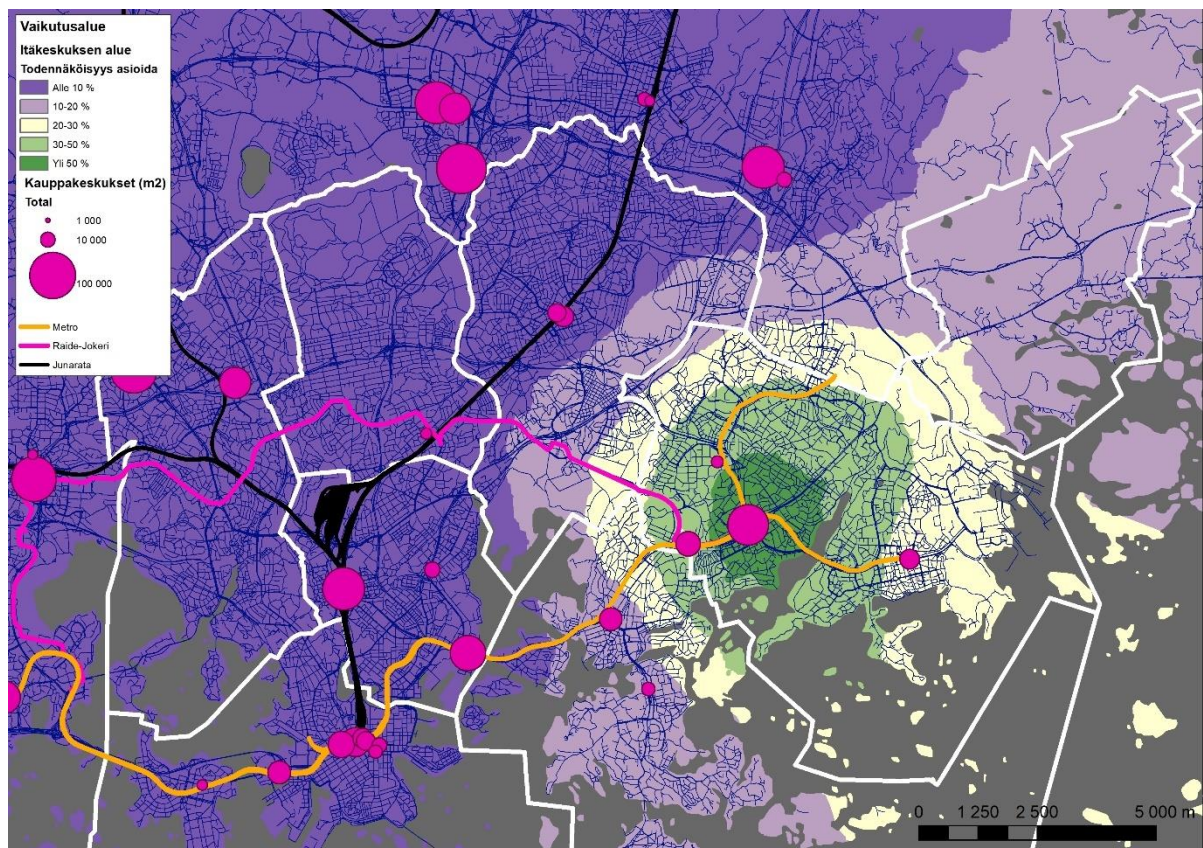
Kuva 29 Toimitilojen käyttöasteiden (%) kehitys pääkaupunkiseudulla, Lähde: Toimitilamarkkinat Helsingissä ja pääkaupunkiseudulla 2020/2021 / KTI

5. VÄHITTÄISKAUPAN KYSYNTÄ

5.1 Itäkeskuksen kaupallinen vaikutusalue

Itäkeskuksen vaikutusaluetta on tutkittu ns. Huffin vetovoimamallin perusteella. Malli arvioi, mikä on tietyssä pisteessä asuvan todennäköisyys asioida tietyssä keskuksessa. Malli huomioi keskusten saavutettavuuden tieverkkoa pitkin sekä keskuksen tarjonnan (=kerrosala) vetovoimatekijänä – mitä lähempänä ja mitä suurempi keskus, sitä todennäköisemmin siellä asioidaan.

Itäkeskuksen vaikutusaluetta rajaavat erityisesti lännessä Helsingin keskusta ja sen liepeillä olevat kauppakeskukset (Tripla ja Redi). Pohjoisen suunnasta vaikutusaluetta rajaavat Vantaan kaupallinen tarjonta (erityisesti Jumbo) sekä esim. Porttipuisto ja Malmi. Itäkeskuksen kaupallinen tarjonta on merkittävä ja vaikutusalue laajenee jonkin verran esim. Herttoniemen alueelle. Tarkastelun perusteella voidaan arvioida, että Itäkeskuksen alueen kaupallinen päävaikutusalue on Helsingin itäinen suuralue (Vartiokylän, Myllypuron, Mellunkylän sekä Vuosaaren alueet), josta tulee arviolta n. 50 % Itäkeskuksen kaupallisiin keskittymiin virtaavasta ostovoimasta. Itäkeskuksen ainutlaatuinen ja laaja tarjonta sekä hyvä saavutettavuus eri kulkumuodoilla tuo asiointeja myös kyseisen ydinvaikutusalueen ulkopuolelta.

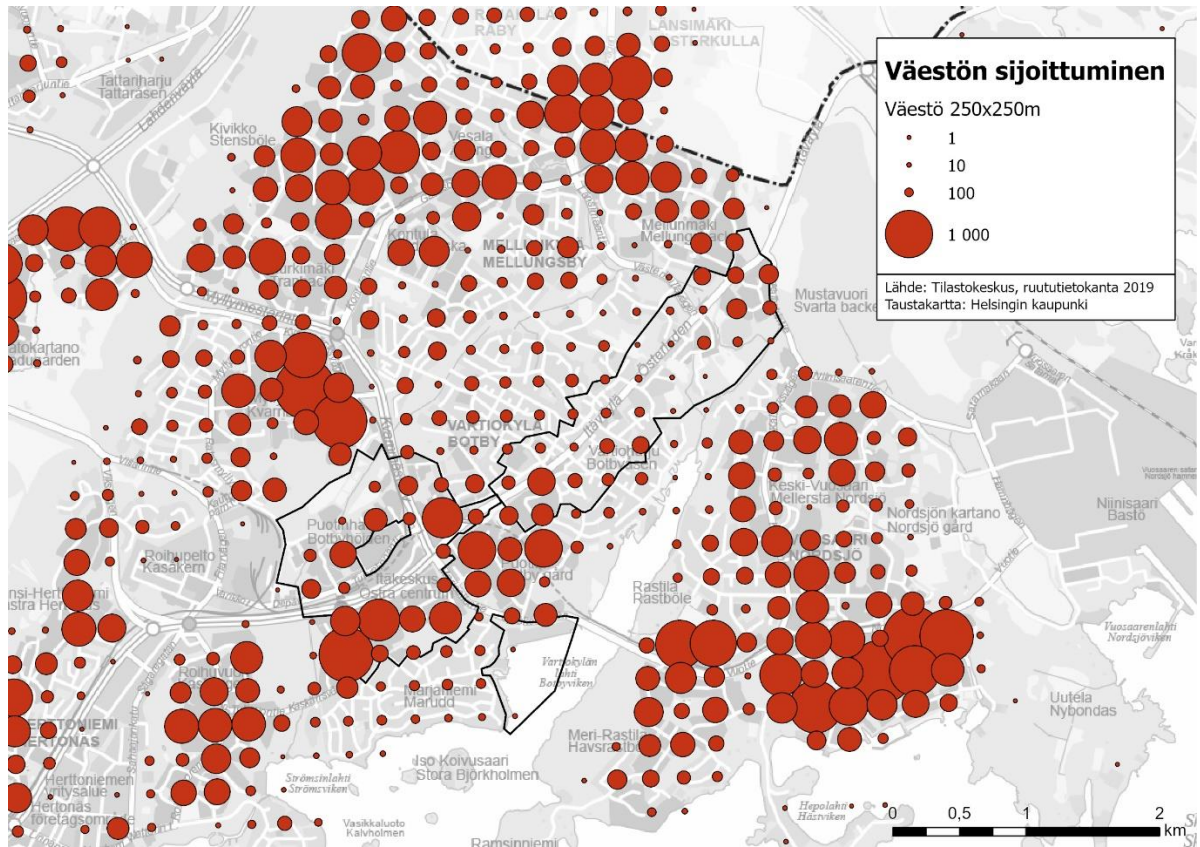


Kuva 30 Itäkeskuksen laskennallinen kaupallinen vaikutusalue (Itäinen suurpiiri)

5.2 Väestö ja väestöennuste

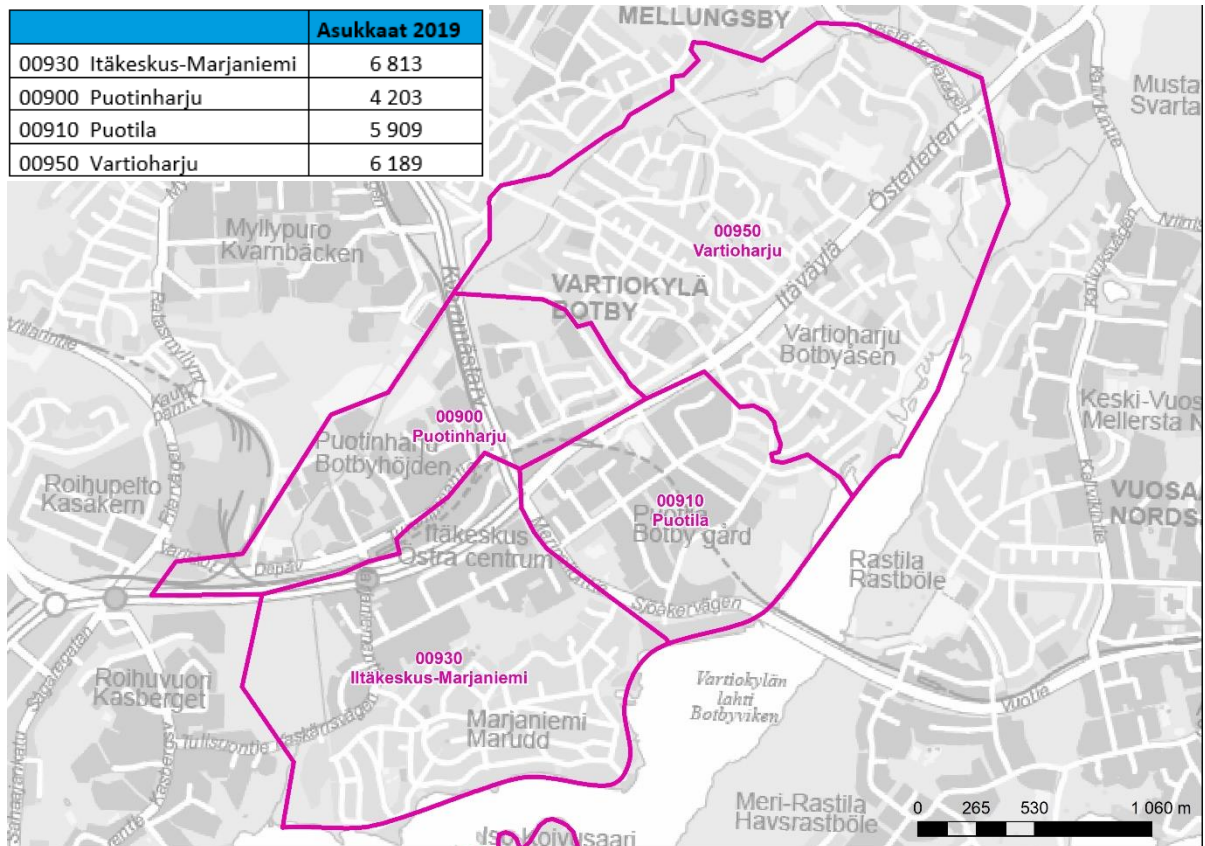
Helsingin itäisen suurpiirin alueella asui vuonna 2019 yhteensä 113 000 asukasta, kun koko kaupungissa asukkaita oli yhteensä 653 835. Itäisen suurpiirin alueeseen kuuluvat Vartiokylän, Myllypuron, Mellunkylän ja Vuosaaren osa-alueet. Tarkastelualueen läheisyydessä suurimmat väestö-

keskittymät ovat Puotilan, Puotinharjun, Itäkeskuksen ja Myllypuron kerrostaloalueilla. Itäisen bulevardikaupungin itäosan läheisyydessä Itäväylän molemmin puolin on väljemmin asuttuja pientaloalueita.



Kuva 31 Väestön sijoittuminen tarkastelualueen läheisyydessä vuonna 2019 (Lähde: Tilastokeskus, Ruututietokanta)

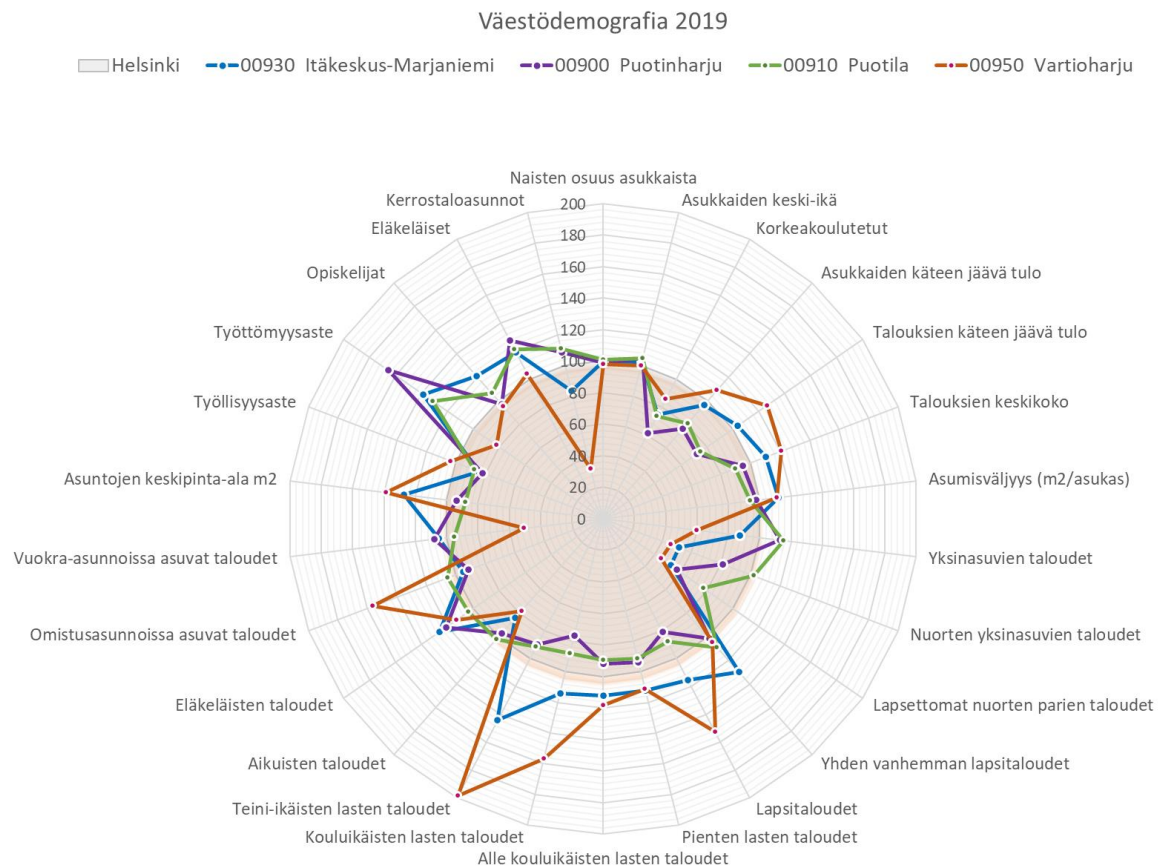
Seuraavilla sivuilla on esitetty väestödemografian tarkastelua perustuen postinumeroalueittaiseen aineistoon. Postinumeroalueet kuvaavat kohtalaisen hyvin suunnittelualueiden sijoittumista ja välittömiä lähialueita Itäkeskuksen ympäristössä.



Kuva 32 Postinumeroalueen väestöprofiililaskentaa varten ja väestön määrät alueittain (Lähde: Tilastokeskus, Paavo-postinumeroalueet 2020)

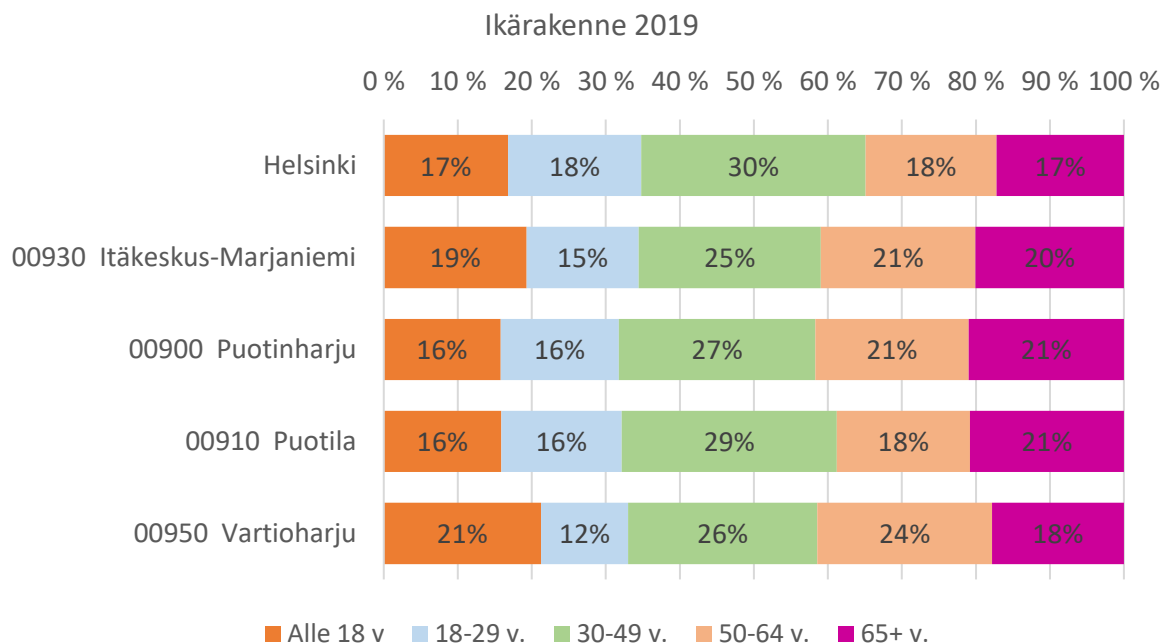
Postinumeroalueilta on koottuna väestöprofileita indeksoituna Helsinkiin keskimäärin (indeksi=100). Indeksio osoittaa, onko tietty demografia tai muu ominaisuus yli- tai aliedustettuna verrattuna Helsinkiin keskimäärin.

Kaaviosta voidaan havaita, että postinumeroalueiden välillä on kohtalaisen paljon eroavaisuuksia; erityisesti Vartioharjun alue erottautuu muista. Vartioharjun alueella on erityisesti lapsiperheitä minkä lisäksi alueella korostuu asukkaiden ja talouksien parempi tulotaso (ostovoima), omistus-asuminen, pientalopainotteisuus sekä suurempi asuntojen pinta-ala. Lapsiperheiden osalta myös Itäkeskus-Marjaniemen alue korostuu. Puotinharjun ja Puotilan alueet ovat suhteellisen identtisiä.



Kuva 33 Väestörakenne Itäkeskuksen postinumeroalueilla 2019 (Lähde: Tilastokeskus, Paavo-postinumeroalueet 2020)

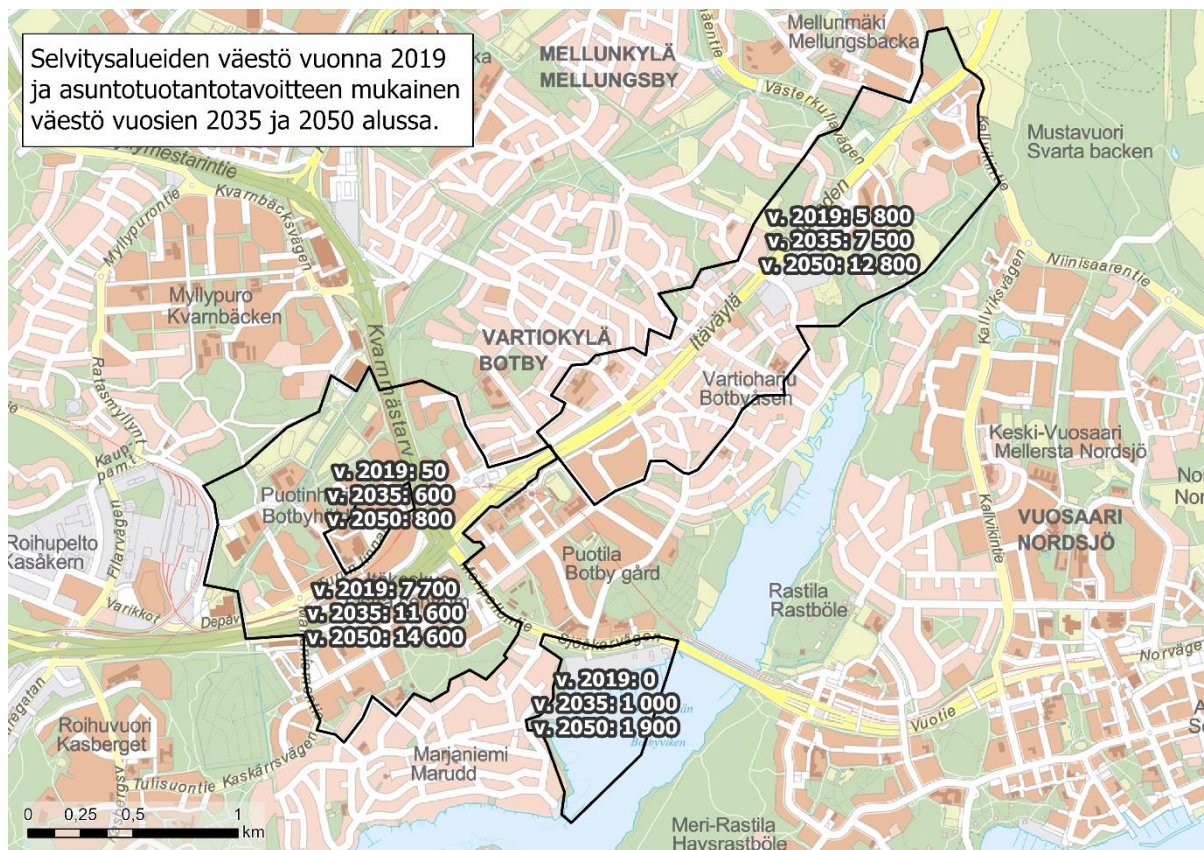
Asukkaiden ikärakenne antaa samansuuntaista kuvaa kuin edellä esitetty demografiatarkastelu. Vartioharjun alueella (21 %) on selkeästi enemmän alle 18-vuotiaita kuin Helsingissä keskimäärin (17 %), mutta toisaalta selkeästi vähemmän 18–49-vuotiaita (38 % vs. Helsinki 48 %). Muiden postinumeroalueiden ikärakenne noudattelee kohtalaisen hyvin Helsingin ikärakennetta.



Kuva 34 Ikärakenne Itäkeskuksen postinumeroalueilla 2019 (Lähde: Tilastokeskus, Paavo-postinumeroalueet 2020)

Koko Helsingin väestönkasvun ennustetaan *Helsingin ja Helsingin seudun väestöennusteen 2019–2060* perusvaihtoehdossa kasvavan 700 000 asukkaaseen vuoden 2027 aikana ja 820 000 asukkaaseen vuonna 2050. Helsingin väestö kasvoi 2010-luvulla keskimäärin 7 000 asukkaalla vuodessa, mutta kasvu hidastui vuosina 2018–2019, ja vuoden 2020 ensimmäisellä puoliskolla kasvu oli koronarajoitusten vuoksi hyvin hidasta. Vuosina 2022–2029 kasvun ennustetaan olevan keskimäärin 6 300 asukasta vuodessa. 2030-luvulla kasvun ennustetaan hidastuvan kuolleisuuden kasvun ja muuttovirtojen pienenemisen vuoksi. 2030–2040-luvuilla väestönkasvun ennustetaan hidastuvan 6 000–4 600 henkeen vuodessa, mikä vastaa 0,8–0,6 prosentin vuosikasvua. Nopeassa vaihtoehdossa Helsingin väestön arvioidaan ylittävän 700 000 jo vuonna 2025 ja kasvavan vuonna 2050 lähes 880 000 asukkaaseen. Ennustekauden lopussa vuonna 2060 Helsingin väkiluvun ennustetaan olevan 950 000 asukasta. Hidastuvan kasvun vaihtoehdossa Helsingin väestön arvioidaan kasvavan 700 000 henkeen vuonna 2030 ja 800 000 asukkaaseen vasta vuonna 2060. Alueittaisessa väestöennusteessa Itäisen suurpiirin väestön arvioidaan kasvavan vuoteen 2035 mennessä 14 868 asukkaalla.

Kartalla on esitetty Tarkastelualueen väestö vuonna 2019 sekä Helsingin asuntotuotantotavoitteen mukainen väestö vuosina 2035 ja 2050. Asuntotuotantotavoitteen toteutuessa väestö kasvaisi merkittävästi kaikissa tarkastelualueen osissa.



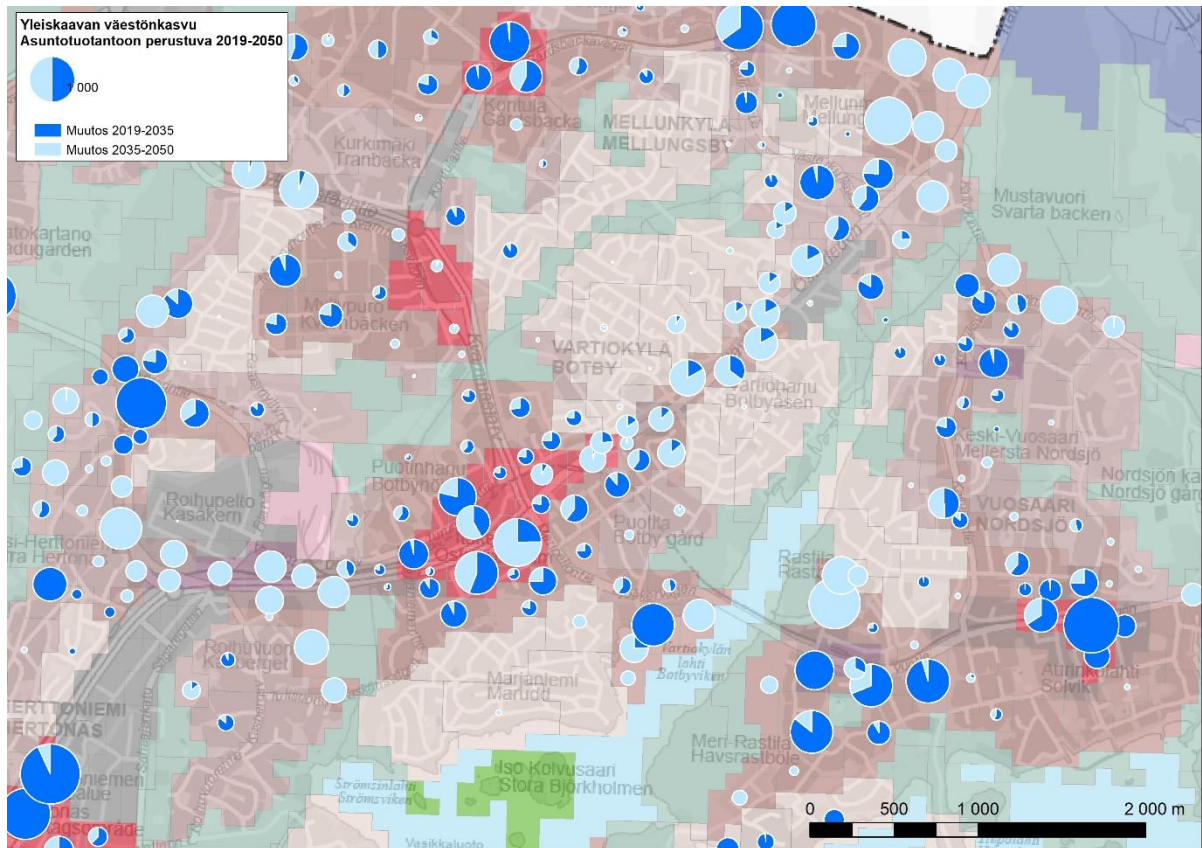
Kuva 35 Helsingin asuntotuotantotavoitteen mukainen väestö tarkastelualueella vuosien 2035 ja 2050 alussa (Lähde: Helsingin kaupunki, yleiskaavoitus)

Oheisessa taulukossa on esitetty väestömäärä ja kasvu vuosina 2050. Suunnittelualueiden yhteenlaskettu väestönkasvu vuoteen 2050 on yli 16 500 henkilöä ja Itäisen suurpiirin (vaikutusalue) kasvu on peräti 53 600 asukasta.

Taulukko 5 Väestömuutokset suunnittelualueittain ja Itäisellä suurpiirillä 2019-2050 (Lähde: Helsingin kaupunki, asuntotuotantotavoite)

	Väestö tarkasteluvuonna			Väestönmuutos		
	2019	2035	2050	2019-35	2035-50	Yht. 2019-50
Itäkeskus	7 750	12 200	15 400	4 450	3 200	7 650
Itäväylän varsi	5 800	7 500	12 800	1 700	5 300	7 000
Puotilanranta	0	1 000	1 900	1 000	900	1 900
Suunnittelualueet yht.	13 550	20 700	30 100	7 150	9 400	16 550
Muu Itäinen suurpiiri	99 250	116 603	136 277	17 353	19 674	37 027
Itäinen suurpiiri yht. (vaikutusalue)	112 800	137 303	166 377	24 503	29 074	53 577

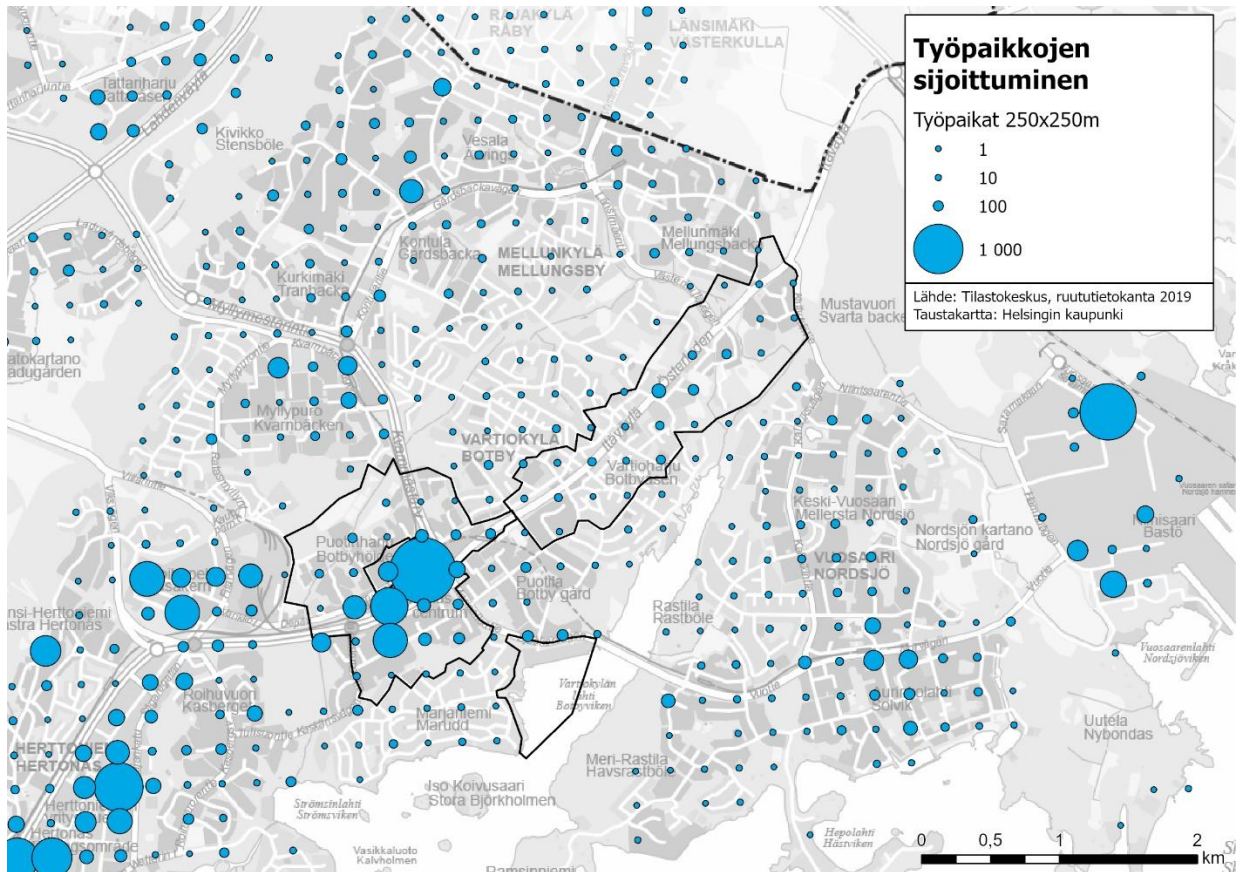
Seuraavalla kartalla on vielä tarkemmin osoitettu yleiskaava-alueiden perusteella väestönkasvua sekä vaihtumista vuosina 2019–2035 ja 2035–2050. Väestönkasvu keskittyy erityisesti Itäkeskuksen ydinalueelle, jossa kasvua on osoitettu sekä vuoteen 2035 sekä 2050 ulottuville ajanjaksoille. Merkittävänä kasvuvyöhykkeenä näyttäytyy myös Itäväylän varsi, jossa kasvu ajoittuu enemmän vuosiin 2035–2050.



Kuva 36 Yleiskaavan asuntotuotantotavoitteen mukainen väestönkasvu kaava-alueittain 2035 ja 2050

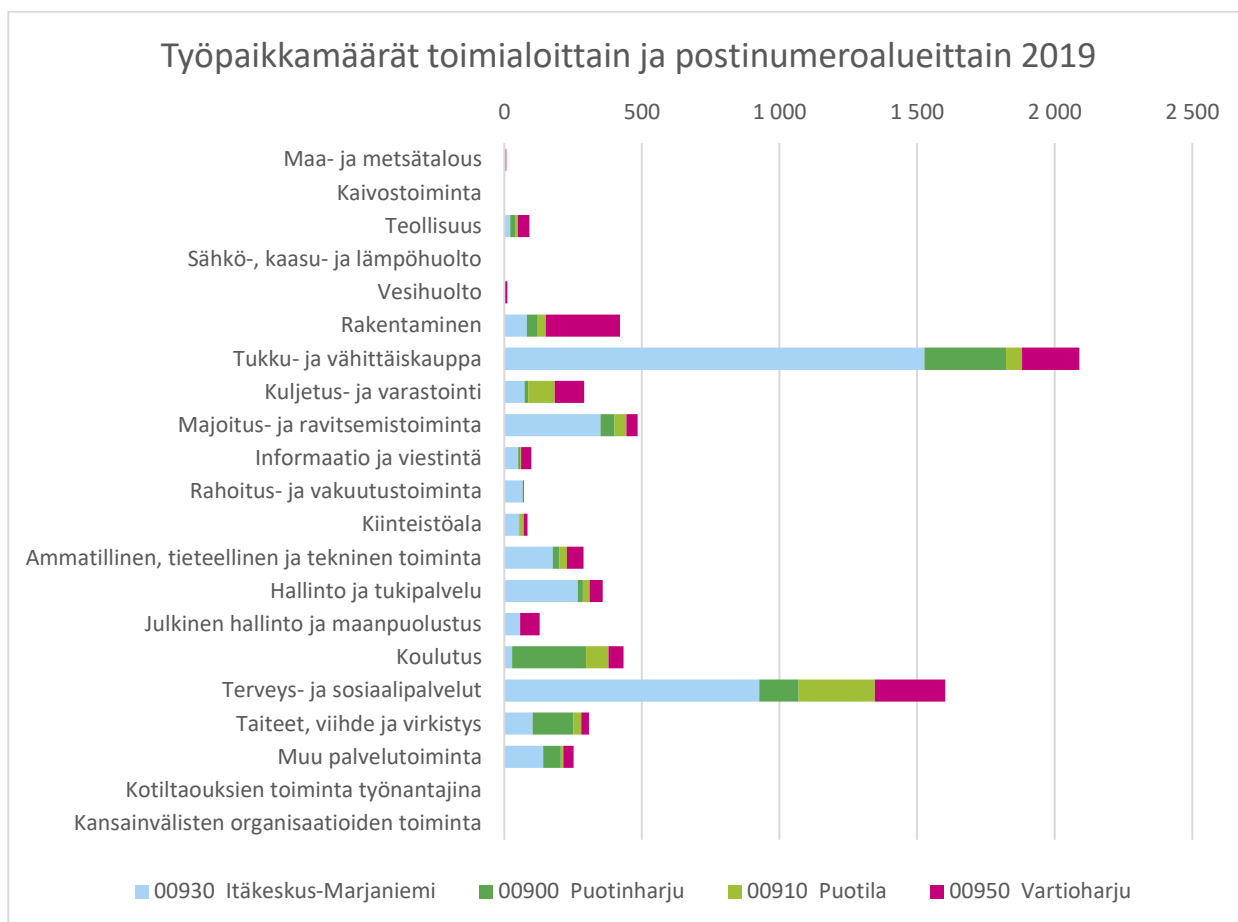
5.3 Työpaikkojen määrä ja sijoittuminen

Vuonna 2018 tarkastelualueella oli Tilastokeskuksen Ruututietokannan perusteella yhteensä hieman yli 6 000 työpaikkaa. Koko Helsingissä työpaikkoja oli vastaavana ajankohtana Tilastokeskuksen tilastotietokannan perusteella 409 246. Itäkeskuksen alue on lähialueen merkittävin työpaikkakeskittymä.



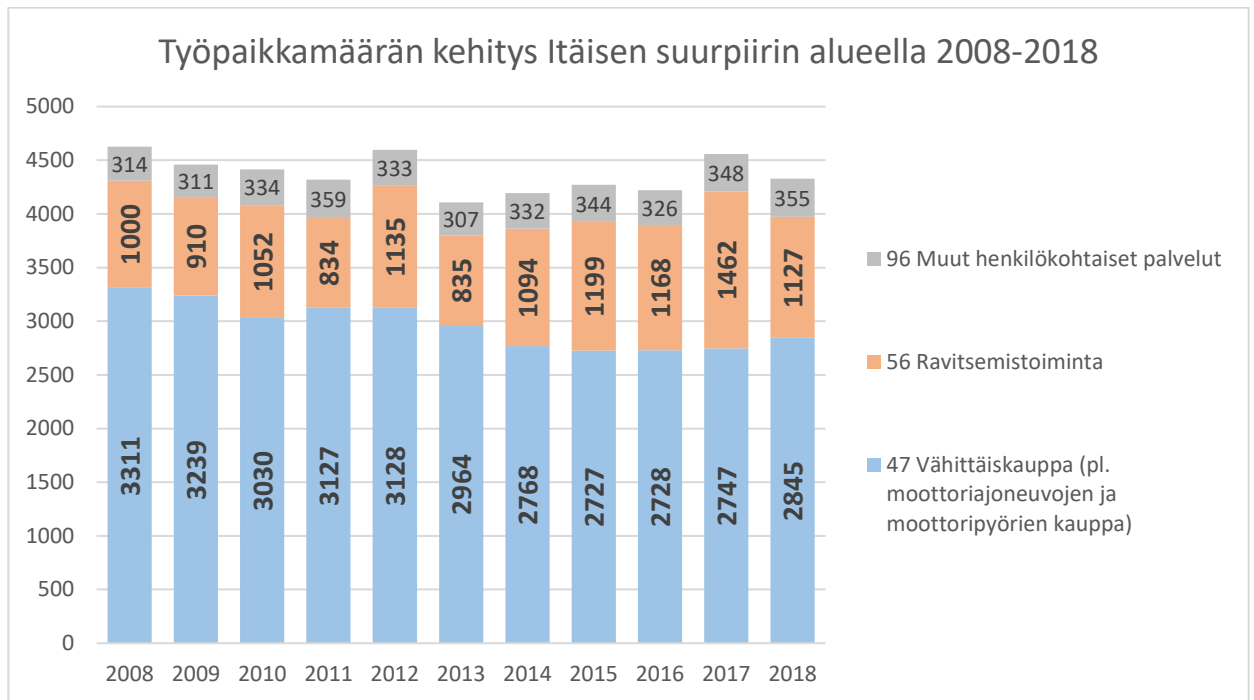
Kuva 37 Työpaikkojen sijoittuminen tarkastelualueella vuoden 2018 lopulla (Lähde: Tilastokeskus, Ruututietokanta)

Seuraavassa kaaviossa on edellä (Kuva 32) esitetyn postinumeroaluejaon mukaisesti työpaikkamäärät Itäkeskuksen lähialueella. Yhteensä ko. postinumeroalueilla sijaitsee noin 7 000 työpaikkaa, joista n. 3 900 Itäkeskus-Marjaniemen postinumeroalueella. Noin 2 100 työpaikkaa (30 % työpaikoista) on tukku- ja vähittäiskaupan toimialalla.



Kuva 38 Työpaikkarakenne Itäkeskuksen lähialueen postinumeroalueilla 2019 (Lähde: Tilastokeskus, Paavo-postinumeroalueet)

Seuraavassa kaaviossa on havainnollistettu työpaikkamäärään kehitystä vähittäiskaupan ja palveluiden toimialoilla Itäisen suurpiirin alueella vuosina 2008–2018. Vähittäiskaupan toimialalta on lähtenyt yli 460 työpaikka (-14 %, vastaavana ajanjaksona Helsingissä -6 %), ravitsemistoinnassa työpaikkamäärä on kasvanut 130:lla (+13 %, Helsingissä +24 %) ja muissa henkilökohtaisissa palveluissa kasvua on ollut 41 työpaikkaa (+13 %, Helsingissä -4 %).

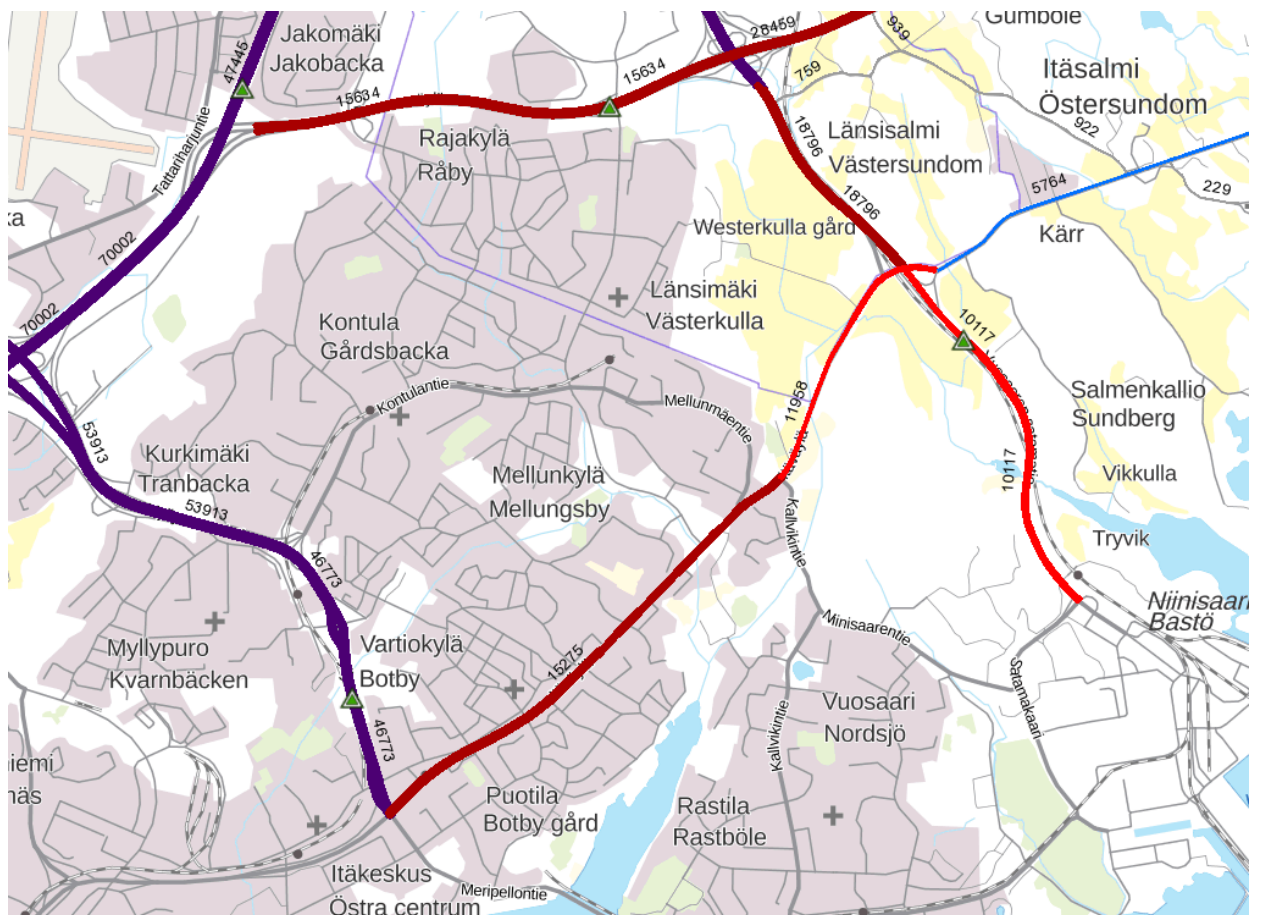


Kuva 39 Työpaikkamäärän kehitys Itäisen suurpiirin alueella 2008-2018 (Lähde: Aluesarjat)

Vähittäiskaupan ja palveluiden toiminnoille muut alueen työpaikat luovat toiminta- ja kehittämisedellytyksiä. Esim. kahvila- ja ravintolapalveluiden sijoittumisen näkökulmasta on tärkeää, että alueella sijaitsee myös riittävästi lounaskysyntää tiiviisti liikepaikkojen ympärillä. Työpaikkamäärät eivät muutoin merkittävässä määrin ohjaa esim. päivittäistavarakaupan sijoittumista; kaupan asiointimatkoista valtaosa on kotiperäisiä, minkä vuoksi alueen asukasmäärät synnyttävät sijoittumisen kannalta kriittisen massan, jota alueen työpaikat voivat osaltaan tukea täydentävällä kysynnällä (lounas, täydennys- ja pikaostokset).

5.4 Liikenne ja liikennehankkeet

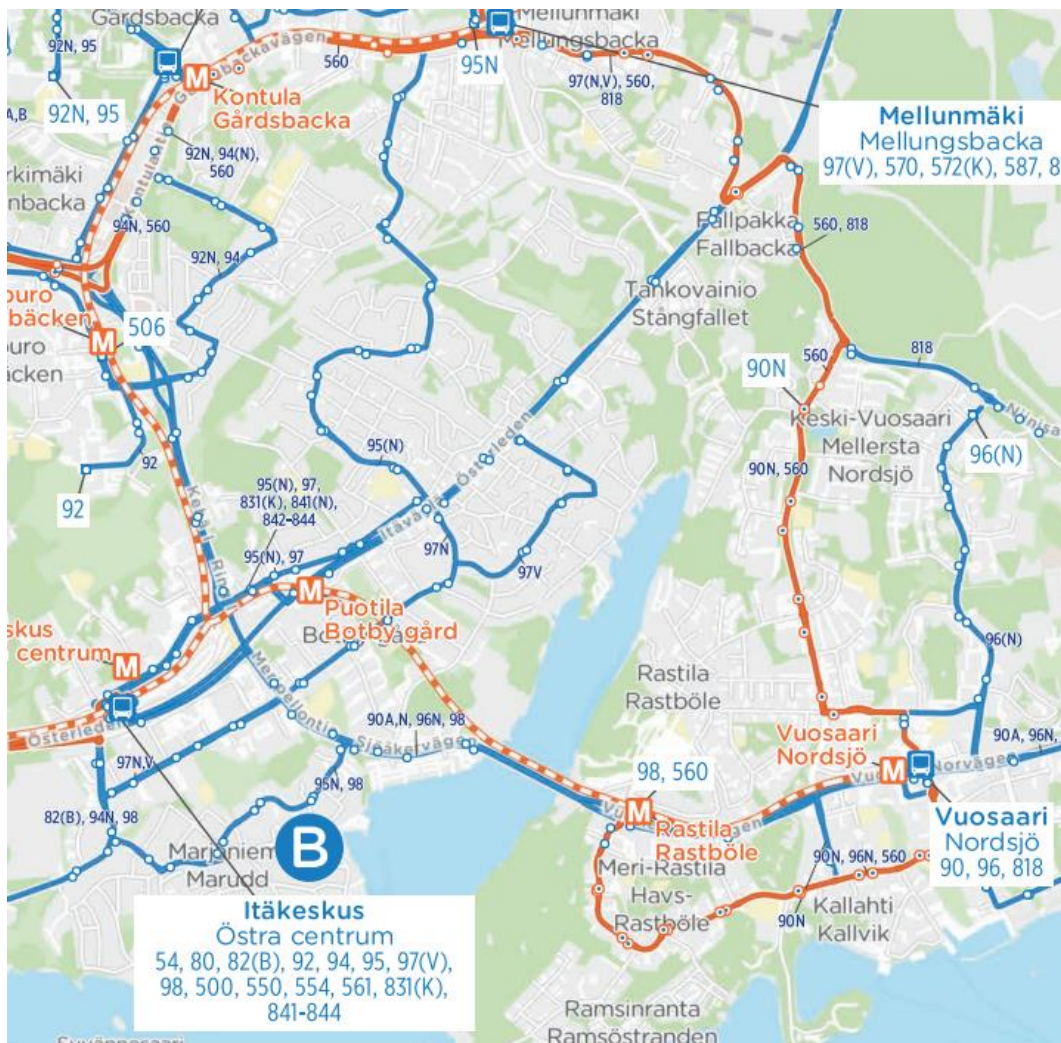
Itäkeskuksen alue on liikenteellinen solmukohta niin auto- kuin joukkoliikenteenkin näkökulmasta. Autoliikenteen liikennemääriä väyläverkolla on kuvattu seuraavassa kartassa. Kehä I:llä kulkee vuorokaudessa keskimäärin lähes 47 000 ajoneuvoa ja Itäväylällä Itäkeskuksesta itään yli 15 000 ajoneuvoa. Itäväylän ja Kehä I:n risteysalue on ongelmallinen liikenteen sujuvuuden näkökulmasta, mikä aiheuttaa haasteita myös kaupan palveluiden saavutettavuudelle liikenneverkolta. Toisaalta liikennemäärät ja liikenteellinen solmukohtarooli synnyttävät myös potentiaalia näkyvyyden kautta.



Kuva 40 Liikennemäärät tieverkolla, ajoneuvoa vuorokaudessa 2021 (Lähde: Väylä)

Joukkoliikenteen näkökulmasta Itäkeskuksen alue toimii merkittävänä solmukohtana, jossa metrolinjan itäinen osa haarautuu Vuosaaren ja Mellunmäen suuntiin. Vuonna 2019 Itäkeskuksen metroasemalla oli yhteensä 39 900 nousijaa ja poistujaa ja vastaavasti Puotilan asemalla 10 200⁵. Joukkoliikenteen näkökulmasta Itäkeskuksen merkitys tulee entisestään kasvamaan, kun Raide-Jokerin liikennöinnin on tarkoitus alkaa vuonna 2024; Itäkeskus on linjan itäinen päätepiste. Itäkeskuksen alueella myös Turunlinnantiestä on tarkoitus tulla joukkoliikennekatu, mikä parantaa liikenteen sujuvuutta. Tulevaisuuden suurena kysymyksenä on, mikä on Östersundomin alueen maankäytöllinen ja liikenteellinen kehittymisen suunta; palvelaanko aluetta metrolla vai jatkuuko esimerkiksi Raide-Jokeri kohti itää. Ratkaisulla on merkitys myös Itäväylän alueen kaupallisen kehittymisen näkökulmasta.

⁵ Lähde: <https://www.hel.fi/hkl/fi/metrolla/metroasemien-kayttajamaarat/>



Kuva 41 Joukkoliikenteen palvelutarjonta itäisen Helsingin alueella (Lähde: HSL)

6. KAUPAN SAAVUTETTAVUUS

Ihmisten arjen sujuvuuden kannalta yksi merkittävimmistä asioista on kaupan palvelujen saatavuus ja saavutettavuus. Saavutettavuuden käsite voidaan ymmärtää ja sitä voidaan mitata monin eri tavoin. Esimerkiksi etäisyys myymälään on helposti mitattavissa ja ymmärrettävissä, mutta se ei yksinään kerro koko totuutta. Lyhytkin kävely lähimpään myymälään voidaan kokea vaivalloisemmaksi kuin usean kilometrin ajomatka johonkin toiseen myymälään. Tämä kuvaa osuvasti liikkuvien ja suhteellisen helposti liikkumaan kykenevien kuluttajien kokemaa saavutettavuutta.

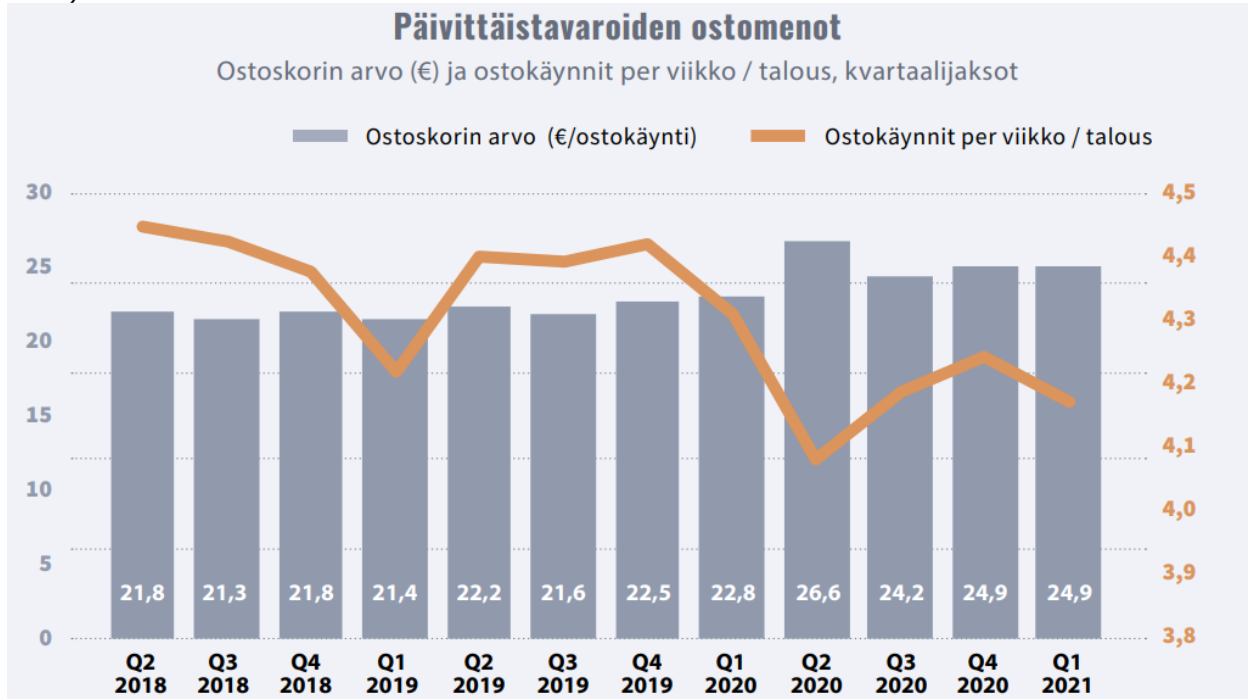
Erilaiset asukkaat kokevat saavutettavuuden hyvinkin eri tavalla. Sama matka myymälään voi tuntua erilaiselta riippuen esimerkiksi kohdehenkilön fyysisestä kunnosta, iästä, liikuntakyvystä tai esimerkiksi autonomistuksesta. Saavutettavuudessa voi olla kysymys myös muista subjektiivisista asiointimahdollisuuksista ja asukkaan tarpeista kuten siitä, miten kaupan palvelujen laatu ja monipuolisuus vastaavat tarpeisiin, mikä on myymälöiden hintataso ja mikä on asukkaan tulotaso.

Kaupan palvelujen saavutettavuutta voidaan siis tarkastella sekä liikkumiseen perustuvana **fyysisenä saavutettavuutena** (etäisyytenä myymälään) että koettuna saavutettavuutena, joka kuvaa asiaa pelkkää etäisyyttä moniulotteisemmin. **Koettu saavutettavuus** puolestaan voidaan määritellä vaivaksi, jonka kotitalous kokee tavaroita tai palveluita hankkiessaan. Vaivaksi voidaan tässä yhteydessä käsittää esim. ajankäyttö, kustannukset, liikenne- ja liikkumisyhteydet sekä kuluttajan subjektiiviset ominaisuudet (ikä, terveys, tulotaso, autonomistus yms.). Koettuun saavutettavuuteen vaikuttaa myös saavutettavissa olevan valikoiman monipuolisuus ja se, miten hyvin tarjonta vastaa kuluttajan tarpeisiin. Esimerkiksi päivittäistavarakaupassa lähin myymälä voi olla hyvinkin lähellä, mutta valikoiman suppeuden vuoksi se ei vastaa kuluttajan tarpeisiin kuin osittain. Tällöin koettu saavutettavuus on heikko, mikäli laajemman valikoiman myymälään kertyy matkaa tai se on muutoin heikosti saavutettavissa. Kuluttajille tärkeitä asioita ovat lisäksi tiedon saanti tuotteesta, valikoimat ja vertailumahdollisuudet. Koettuun saavutettavuuteen vaikuttaa myös merkittävästi kaupunkiympäristön laatu, viihtyisyys, turvallisuus ja jatkuvuus esim. kaupallisen toiminnan osalta. Viimeksi mainittujen tekijöiden merkitys painottuu erikoiskaupassa selvästi päivittäistavarakauppaa enemmän. Seuraavassa taulukossa on tiivistetty fyysisen ja koetun saavutettavuuden eroja.

Taulukko 6 Fyysinen ja koettu saavutettavuus

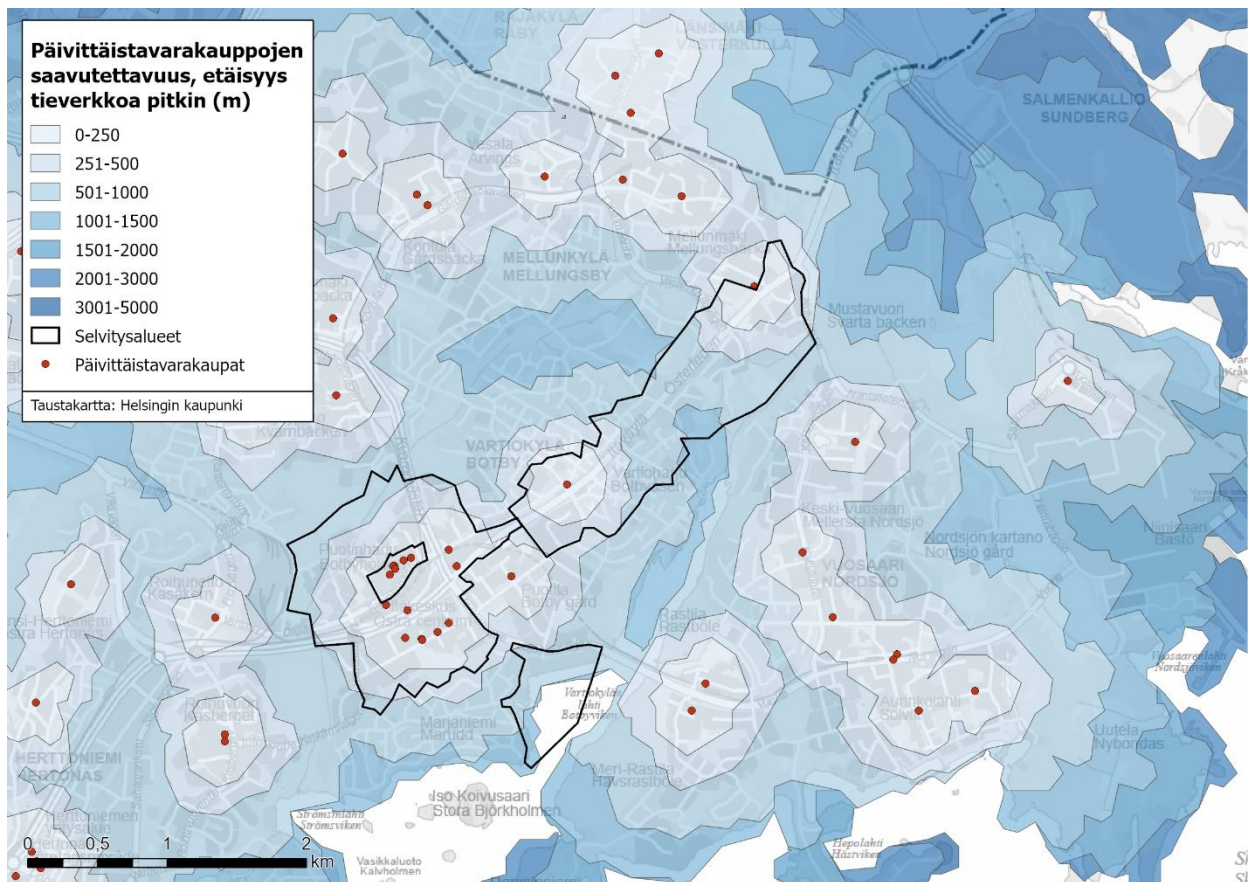
	Mitä tarkoittaa?	Miten voidaan parantaa?
Fyysinen saavutettavuus	Objektiivinen: miten kaukana palvelut ovat? <i>Maantieteellinen etäisyys, tie- ja katuverkko sekä fyysiset liikkumismahdollisuudet ympäristössä</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kaupan palveluverkon kattavuus • Asutuksen tiiveys • Jalankulkuverkoston kattavuus ja laatu
Koettu saavutettavuus	Subjektiivinen: miten palvelujen saavutettavuus koetaan? <i>Valikoiman monipuolisuus ja kuluttajan tarpeisiin vastaaminen; kulutustavat, tietotaito, elämäntilanne, tulotaso, aloajat ja hintataso, jalan- kulku- ja kaupunkiympäristön miellyttävyys ja virikkeisyys</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Monipuolisten palveluiden ja tarjonnan mahdollistaminen (kaavoitus) • Jalankulkuympäristön <ul style="list-style-type: none"> • Turvallisuus • Esteettömyys • Viihtyisyys ja miellyttävyys • Monipuolisuus

Päivittäistavarakaupassa saavutettavuus korostuu asiointikertojen useuden vuoksi. Kotitaloudet tekevät keskimäärin yli 4,1 ostokäyntiä päivittäistavaramyymälään viikoittain (Päivittäistavarakauppa Ry, 2021).



Kuva 42 Päivittäistavarakaupan ostoskorin arvo ja ostokäynnit per viikko / talous (Lähde: PTY Ry, 2021)

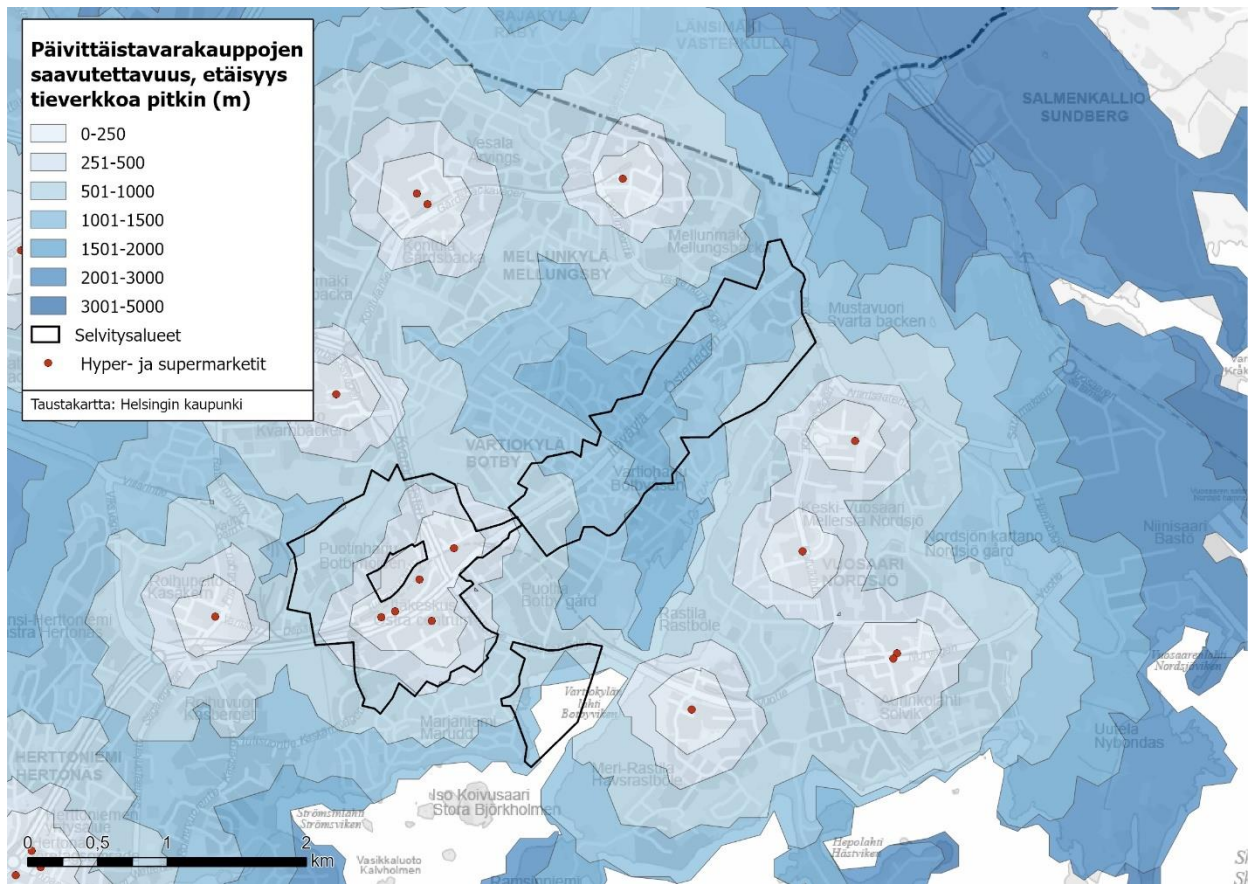
Oheisella kartalla on kuvattu päivittäistavarakaupan saavutettavuutta nykytilanteessa Itäkeskuksen alueella ja sen välittömässä läheisyydessä. Saavutettavuustarkastelussa on huomioitu kaikki päivittäistavarakaupan myymälät (pl. huoltoasemamyymälät ja halpatavaratalot). Päivittäistavarakaupat ovat hyvin saavutettavissa erityisesti Itäkeskuksen alueella, jossa 500 metrin säteellä sijaitsee useita päivittäistavarakauppoja. Tarkastelualueen väestöstä yli 88 % asuu alle 500 metrin etäisyydellä lähimmästä päivittäistavaramyymälästä. Huonoin saavutettavuus on Itäisen bulevardikaupungin pientalovaltaisessa keskiosassa, jossa kävelymatka lähimpään päivittäistavarakauppaan kasvaa yli 500 metriin ja paikoin yli 1000 metriin. Myös Puotilanrannan alueelta etäisyys lähimpään myymälään on yli 500 metriä, mutta alueella ei nykyisin ole asutusta.



Kuva 43 Päivittäistavara kaupan saavutettavuus tieverkkoa pitkin, kaikki myymälät

Päivittäistavara kaupan kokonaissaavutettavuuteen vaikuttaa fyysisen etäisyyden lisäksi myös myymälän tarjonnan monipuolisuus ja se, miten kaupan tarjonta vastaa alueella asuvan tarpeisiin. Tällöin puhutaan subjektiivisemmasta koetusta saavutettavuudesta. Päivittäistavara kaupan osalta tämä tarkoittaa erityisesti sitä, että kaikkia ostoksia ei voida tehdä pienimmistä myymälöistä, vaan toisinaan asiointit suuntautuvat laajemman valikoiman hyper- ja supermarketteihin.

Oheisella kartalla on kuvattu hyper- ja supermarkettien saavutettavuutta nykytilanteessa. Hyper- ja supermarketit ovat tarkastelualueella keskittyneet Itäkeskuksen alueelle, jossa sijaitsevat Prisma ja Citymarket sekä pienempiä supermarketteja. Tarkastelualueen väestöstä 74 % asuu alle kilometrin etäisyydellä lähimmästä hyper- tai supermarketista. Itäisen bulevardikaupungin itäosan aluetta lähimmät hyper- ja supermarketit ovat joko Itäkeskuksen alueella tai Mellunkylässä ja Vuosaaren pohjoisosassa.



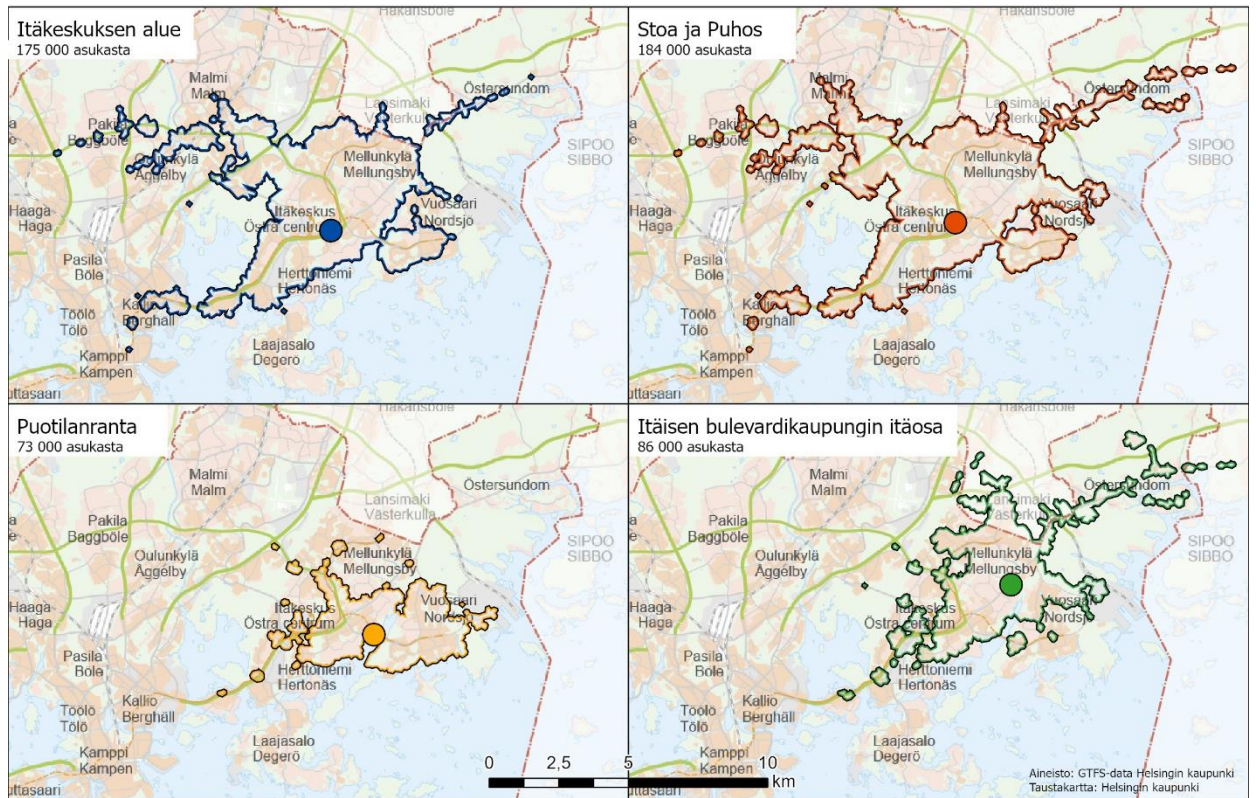
Kuva 44 Päivittäistavarakaupan saavutettavuus tieverkkoa pitkin, super- ja hypermarketit

Vähittäiskaupan sijoittuminen kävelen, pyörällä ja joukkoliikenteellä hyvin saavutettaviin sijainteihin on tulevaisuudessa entistä keskeisempää. Saavutettavuutta voidaan tarkastella myös tavoitettavuuden käsitteen avulla. Tavoitettavuudessa alueita vertaillaan sen mukaan, kuinka moni asukas saavuttaa alueen tietyssä ajassa eri kulkumuodoilla.

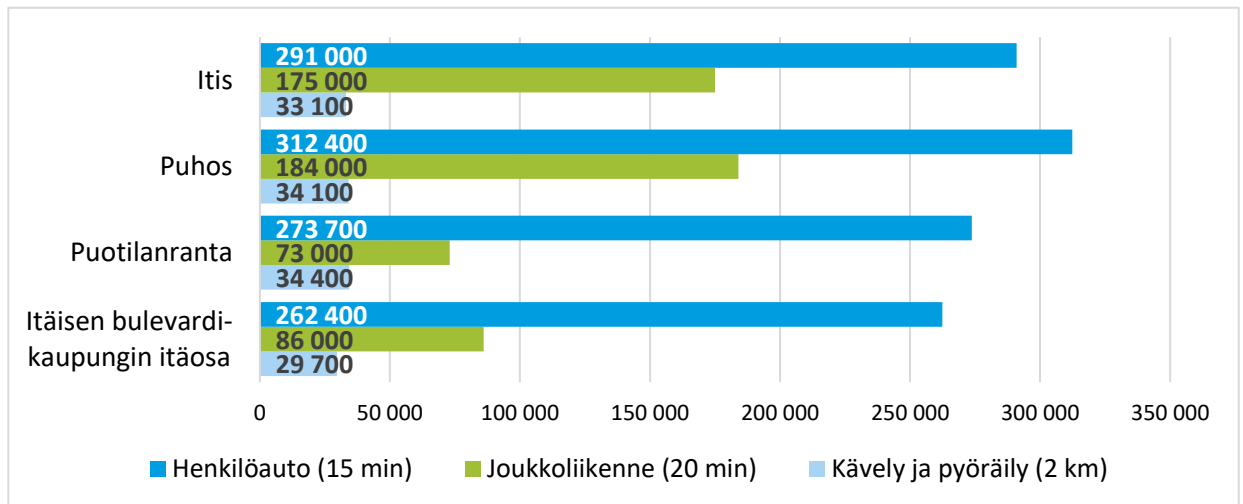
Tavoitettavuutta on tarkasteltu laskemalla tarkastelualueen kohteiden saavutettavuusvyöhykkeet henkilöautolla, kävelen ja pyörällä sekä joukkoliikenteellä. Henkilöauton saavutettavuusvyöhykkeenä on käytetty 15 minuutin matkaa, joka vastaa erikoistavarakaupan keskimääräistä ostosmatkaa. Käytännössä kaikkien kohteiden 15 minuutin saavutettavuusvyöhyke kattaa suurimman osan Itä-Helsingistä ja Vantaan kaakkoisosan, eikä vyöhykkeiden asukasmäärissä ole merkittävää eroa.

Kävelyn ja pyöräilyn tavoitettavuusvyöhykkeenä käytetään kahta kilometriä keskuksesta (kävelen n. 25 min, pyörällä n. 8 min säde). Todellisuudessa kaupan kannalta optimaalinen tavoitettavuusvyöhyke kävelyn ja pyöräilyn osalta on n. 600–800 metriä, jonka sisältä ostosmatkoja voidaan tehdä helposti kevyellä liikenteellä. Saavutettavuusvyöhykkeet on laskettu niistä tarkastelualueiden osista, joissa suurin osa alueen palveluista sijaitsee. Itäisen bulevardikaupunginosan itäosassa ei muiden tarkastelualueiden tavoin ole selkeää keskusta, ja sen saavutettavuusvyöhyke on laskettu alueen keskiosassa sijaitsevan Linnanherrankujan kohdalta. Erot kävelen ja pyörällä saavutettavan väestön määrässä eri tarkastelualueiden välillä ovat melko pieniä. Itäisen bulevardikaupungin itäosan tavoitettavuus kävelen ja pyörällä on paras alueen länsi- ja keskiosassa ja laskee alueen itäpäässä, jossa Kallvikintien risteuksen itäpuolella ei juuri ole asutusta.

Suurimmat erot tarkastelualueen kohteiden tavoitettavuudessa syntyvät joukkoliikenteellä tehdyillä matkoilla. Joukkoliikenteen tavoitettavuutta on arvioitu 20 minuutin matka-ajan perusteella hyödyntäen joukkoliikenteen GTFS-aikatauluperusteista analyysiä (huomioiden vuorovälin, vaihdot, kävelyn pysäkillä yms). Itäkeskuksen ja Puhoksen alueiden tavoitettavuus joukkoliikenteellä on ylivoimaisesti parempi kuin Puotilanrannan ja Itäisen bulevardikaupungin itäosan. Itäkeskus on Itä-Helsingin merkittävin joukkoliikenteen solmupiste, jonka kautta kulkevat metron lisäksi merkittävimmät bussilinjat. Itäkeskuksen tavoitettavuus joukkoliikenteellä paranee entisestään raidejokerin valmistuessa.

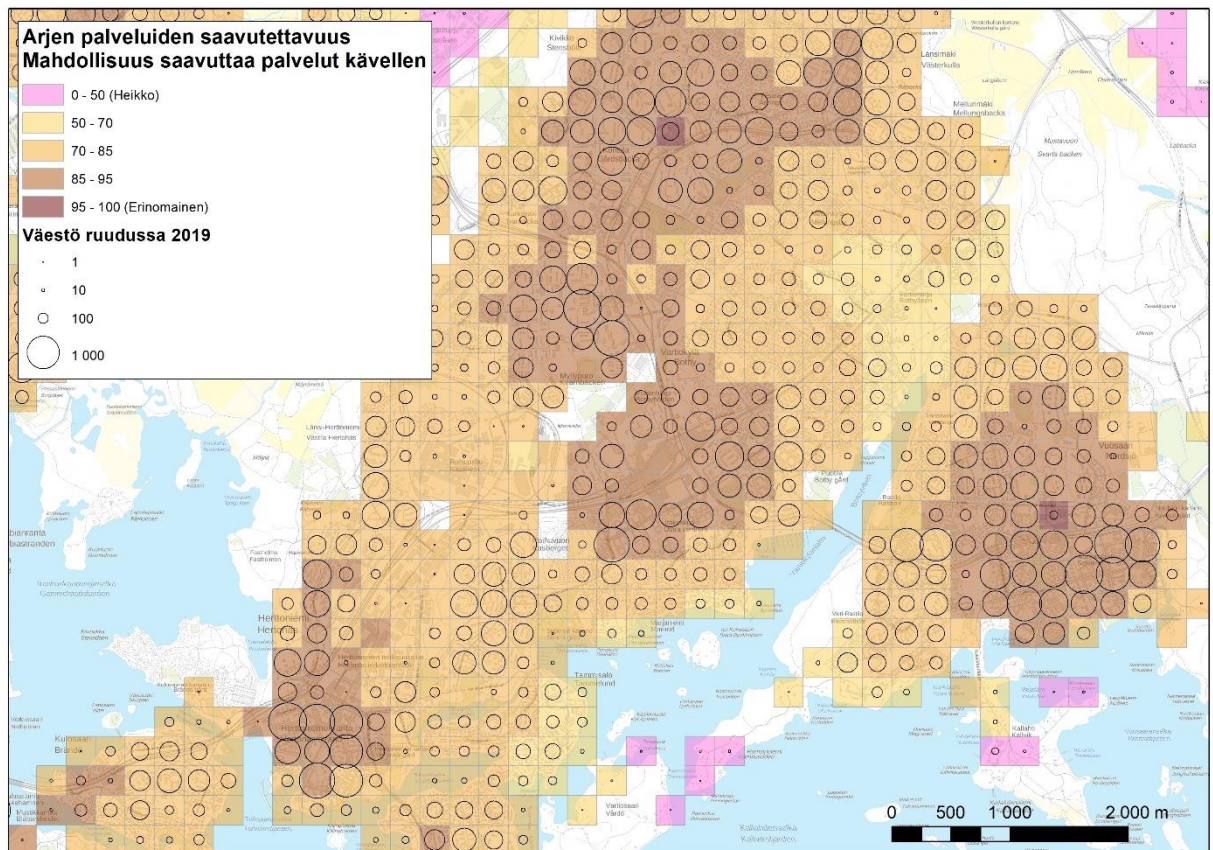


Kuva 45 Väestötavoitettavuus joukkoliikenteellä arkena (väestön määrä 20 minuutin matka-ajan säteellä)



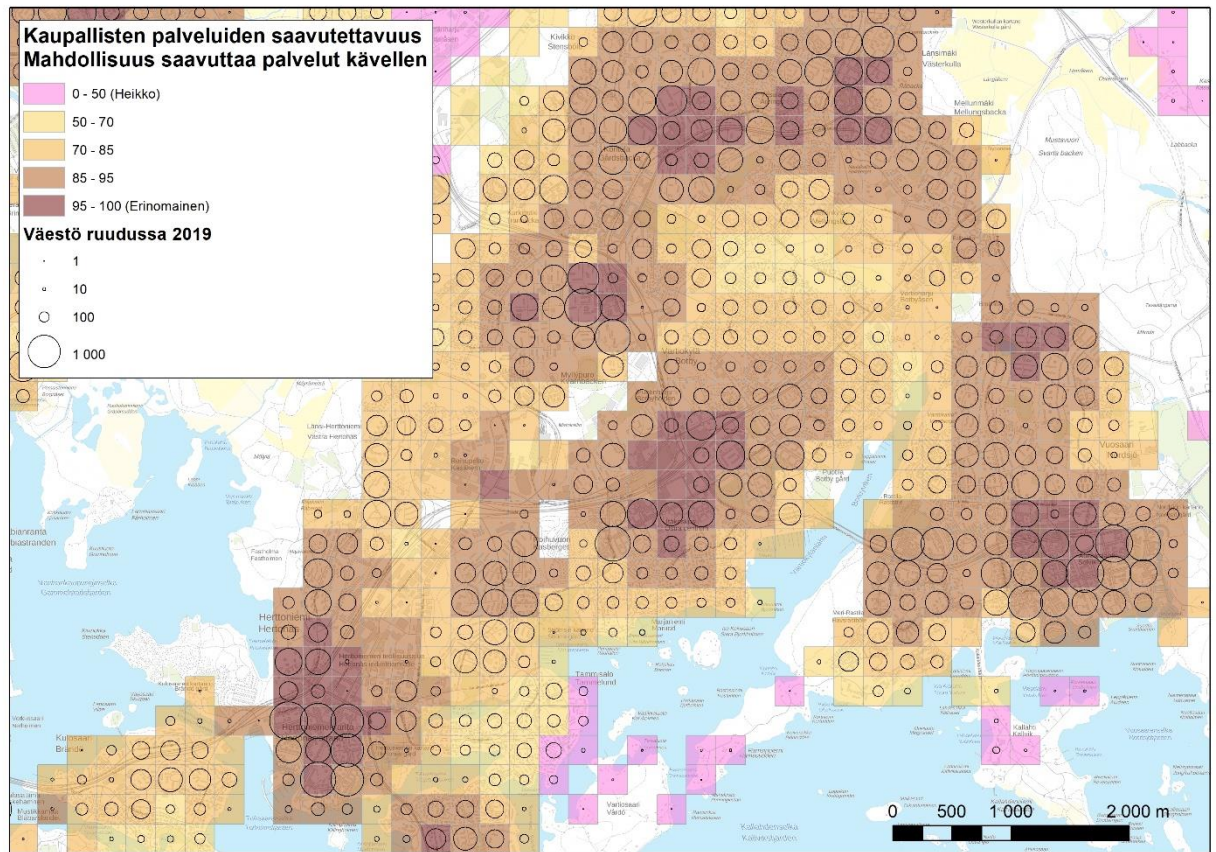
Kuva 46 Selvitysalueiden tavoitettavuus eri kulkumuodoilla nykytilanteessa (asukkaiden määrä saavutettavuusvyöhykkeellä 2019)

Ramboll on laatinut arjen saavutettavuuden tarkastelumallia (LIVCY), jonka avulla voidaan arvioida eri alueita ja kuinka hyvin ne vastaavat asukkaiden arjen tarpeisiin ja kuinka helppo erilaisia arjen palveluita on saavuttaa kävellen. Kokonaisindeksiin on koottu laajasti erilaisia yksityisiä ja julkisia palveluita, liikennepalveluita sekä esim. viher- ja virkistyspalveluita. Alla olevassa kuvassa on esitetty sekä tarkasteltavat palvelukokonaisuudet että koonti-indeksi.



Kuva 47 Mahdollisuus saavuttaa arjessa tarvittavat palvelut ja alueet kävellen (Lähde: Ramboll LIVCY-tarkastelu)

Seuraavassa kartassa on esitetty vastaava tarkastelu tarkennettuna kaupan toimialalle. Itäkeskuksen ydinalue näyttäytyy erittäin hyvänä kaupan palveluiden saavutettavuuden suhteen, mutta esimerkiksi Itäväylän varren ympäristö on saavutettavuudeltaan heikompaa.



Kuva 48 Mahdollisuus saavuttaa kaupalliset palvelut kävelen (Lähde: Ramboll LIVCY-tarkastelu)

7. VÄHITTÄISKAUPAN MITOITUS

7.1 Vähittäiskaupan ostovoima

Vähittäiskaupan ostovoimaa arvioidaan keskimääräisen asukaskohtaisen kulutusluvun kautta. Kulutusluku tarkoittaa yhden henkilön vuodessa vähittäiskauppaan kuluttamaa rahamäärää. Kertomalla kulutusluku alueen väestömäärällä saadaan arvio alueella vähittäiskauppaan kohdistuvasta ostovoimasta. Ostovoimaa kasvattavat alueen väestönkasvu ja yleinen tulojen ja kulutuksen kasvu. Ostovoiman avulla voidaan arvioida vähittäiskaupan pinta-alan tarvetta jakamalla ostovoima myymälöiden myyntiteholla.

Pitkälle tulevaisuuteen ulottuvat ostovoima- ja pinta-alalaskelmat sisältävät aina epävarmuutta. Ostovoimalaskelmissa tärkeimmät muuttujat ovat väestöennuste ja kulutusluku. Jos jompikumpi kasvaa selvästi laskelmissa oletettua tasoa vähemmän, on kaupan palveluilla huonommat toteutumisedellytykset. Vaikutusta voimistaa laskelmissa oleva ns. korkoa korolle -ilmiö; mikäli vuosittaisen kasvuoletuksen perusteet muuttuvat tarkastelujakson alkupäässä, on kasvu lähempänä vuotta 2050 selkeästi ennakoitua vähäisempi. 2000-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä kauppa kasvoi nopeasti, mutta 2010-luvulla kulutus on kuitenkin paikoin jopa supistunut. Yleisessä taloustilanteessa tapahtuvat merkittävät muutokset heijastuvat myös yksityiseen kulutukseen. Pitkällä aikavälillä talouden nousu- ja laskukaudet kuitenkin tasoittavat toisiaan.

Ostovoimalaskelmat antavat suuntaa alueen asukkaiden kauppaan käytettävissä olevista euroista, mutta kulutustottumukset voivat muuttua nykyisestä. Tavaroiden sijaan kulutus suuntautunee tulevaisuudessa entistä enemmän palveluihin ja verkkokauppaan. Myös väestön ikääntyminen voi vaikuttaa kulutuskäyttäytymiseen ja liiketilojen kysyntään huomattavasti. Ennusteet ja laskelmat on kuitenkin tehtävä tämänhetkisen tiedon perusteella ja hyväksyttävä tulevaisuuden ennustamiseen liittyvä epävarmuus.

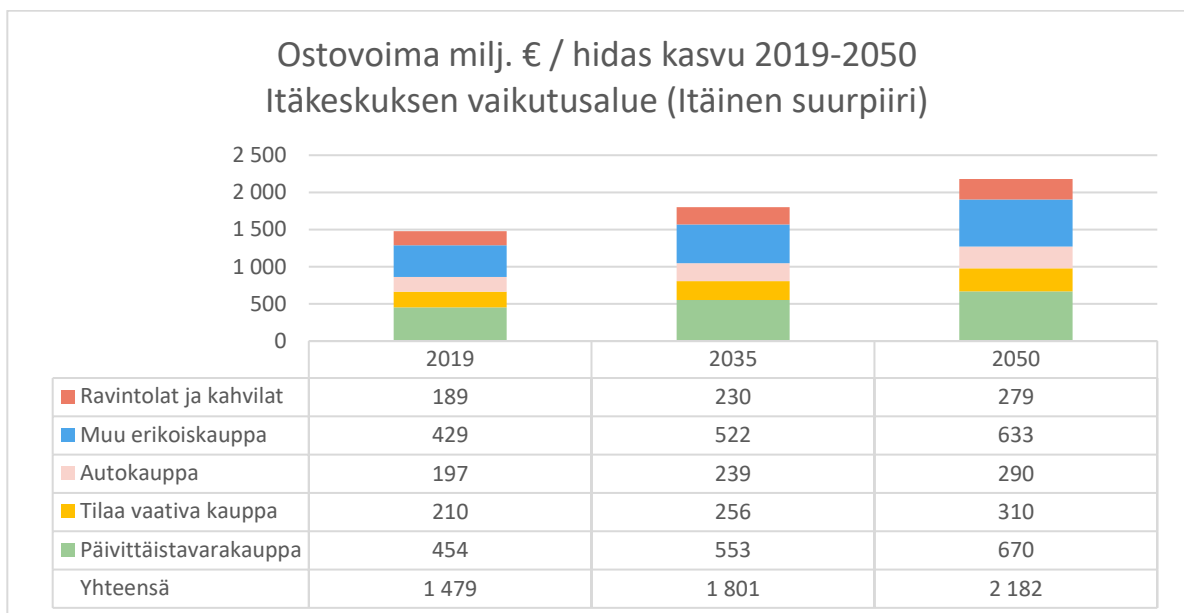
Tässä selvityksessä ostovoimalaskelmien perusteena on käytetty Santasalo Ky:n vuoden 2020 kulutuslukuja Uudenmaan maakuntaan. Kulutusluku kuvaa arviota yksittäisen henkilön tietylle toimialalle kohdistuvasta kulutuksesta koko vuoden aikana.

	Kulutus, €
Päivittäistavarakauppa ja Alko	4 028
Tilaa vaativa kauppa	1 862
Muu erikoistavarakauppa	3 805
Vähittäiskauppa yhteensä	9 695
Autokauppa	1 744
Ravintolat ja kahvilat	1 677

Ostovoima- ja kulutuksen kehitysarvioiden taustalla olevan epävarmuuden vuoksi tässä selvityksessä on haarukoitu erilaiset kulutuksen kasvuarviot. Minimivaihtoehdossa kulutuksen ei arvioida kasvavan lainkaan, vaan ostovoima kasvaa ainoastaan uusien asukkaiden myötä. Tämä on nykypäivänä monen kaupan toimijan investointipäätösten taustalla oleva oletus. Maksimivaihtoehto on lähempänä tyypillisesti kaupan selvityksissä käytettyä toimialakohtaista vuosikasvuarviota.

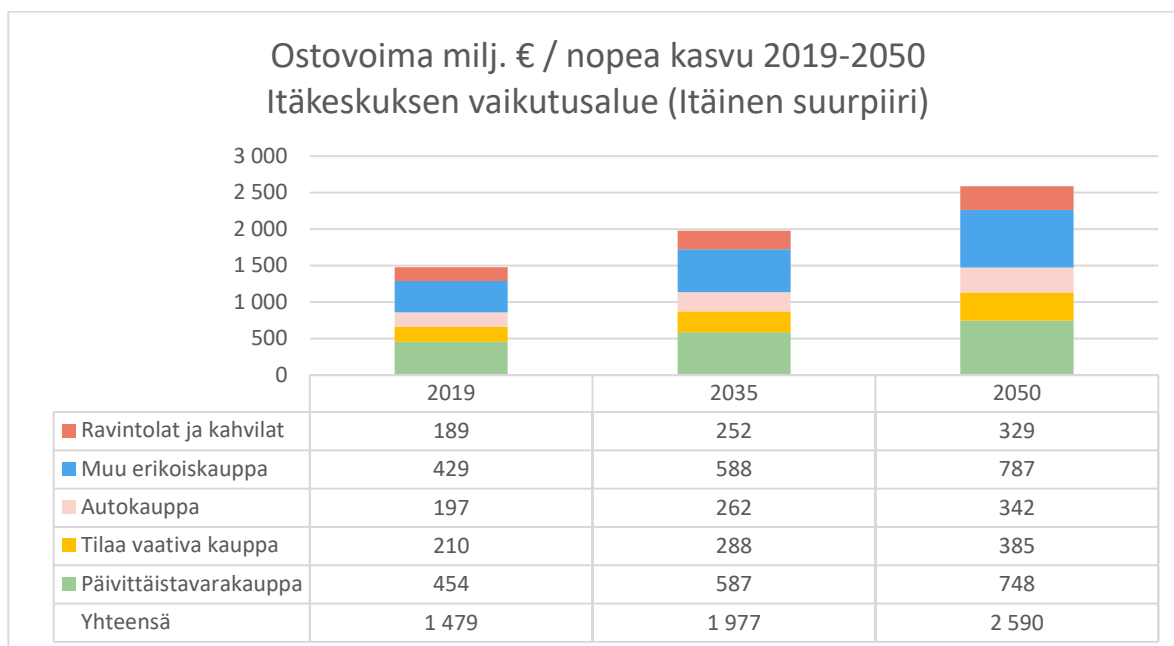
Kulutuksen kasvuarvio %/vuosi	Minimi	Maksimi
Päivittäistavarakauppa ja Alko	0 %	1,0 %
Tilaa vaativa kauppa	0 %	2,0 %
Muu erikoistavarakauppa	0 %	2,0 %
Autokauppa	0 %	1,5 %
Ravintolat ja kahvilat	0 %	2,0 %
Muut palvelut	0 %	2,0 %

Oheisessa kaaviossa on esitetty ostovoiman muutosta (milj. €) Itäkeskuksen vaikutusalueella (=Itäinen suurpiiri). Hitaan kasvun minimiskenaariossakin alueelle tuleva väestönkasvu synnyttää vähittäiskaupan ja palveluihin kohdistuvaa lisäostovoimaa vuoteen 2035 mennessä noin 320 milj. € ja vuoteen 2050 mennessä noin 700 milj. €.



Kuva 49 Ostovoima, hidas kasvu 2019-2050

Seuraavassa kaaviossa esitettyssä nopean kasvun maksimivaihtoehdossa ostovoima kasvaa Itäkeskuksen vaikutusalueella vuoteen 2035 mennessä noin 500 milj. € ja vuoteen 2050 mennessä 1,1 miljardia euroa.



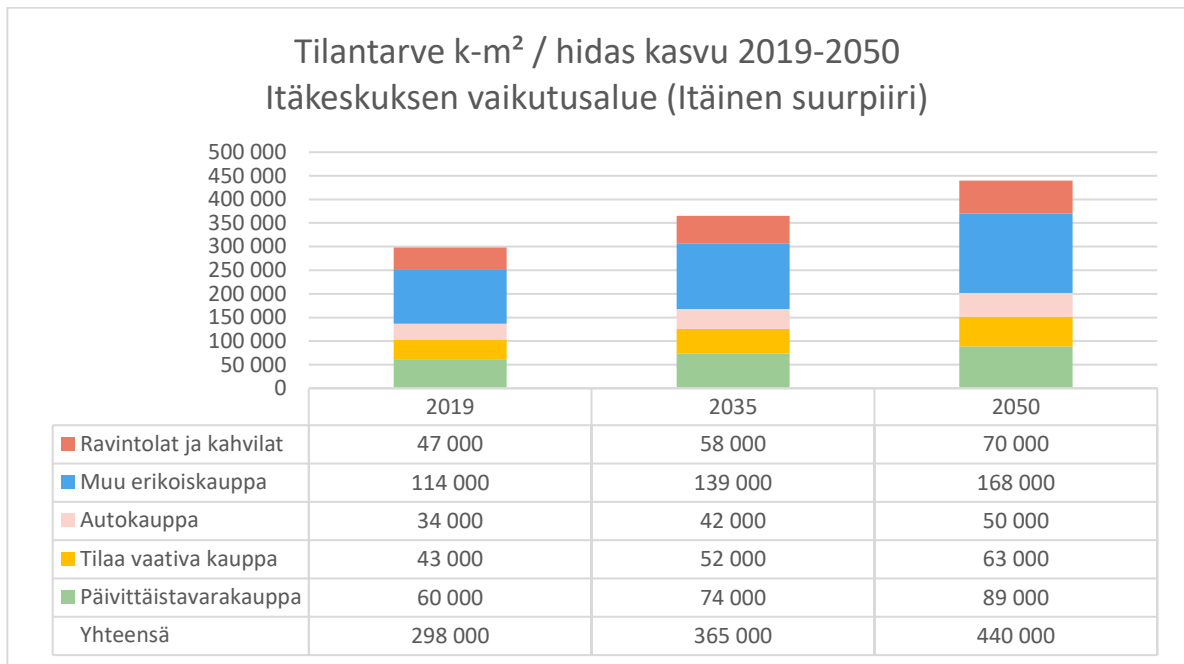
Kuva 50 Ostovoima, nopea kasvu 2019-2050

7.2 Vähittäiskaupan laskennallinen tilantarve

Ostovoiman kasvu mahdollistaa kaupan paremmat toimintamahdollisuudet. Nykyiset yritykset voivat kasvattaa myyntiään ja uusille yrityksille voi syntyä riittävät toimintaedellytykset. Kaupan liiketilan lisätarve arvioitiin perustuen Itäkeskuksen vaikutusalueen asukkaiden ostovoiman kasvun ja kaupan tunnuslukujen perusteella. Liiketilan tarve on laskennallinen luku, joka ei liity kaupan olemassa olevan liiketilan määrään. Tilantarve kuvaa liiketilan lisätarpeen suuruusluokkaa tilanteessa, jossa kaikki ostovoiman kasvu kohdistuu uusperustantaan eli uusiin myymälöihin. Käytännössä osa ostovoiman kasvusta kohdistuu nykyisten yritysten myynnin kasvuun ja vain osa vaatii uutta liiketilaa. Toisaalta ostovoiman vuodon vähentäminen, myymäläkannan poistuma ja alueen ulkopuolelta tuleva ostovoima lisäävät liiketilan tarvetta. Keskeinen tilatarpeeseen vaikuttava tekijä on myös myyntitehokkuus. Myyntitehokkuus vaihtelee erikoiskaupassa toimialoittain ja päivittäistavarakaupassa myymälätyypeittäin (korkein suurissa yksiköissä). Näin ollen myös uusperustannan rakenne vaikuttaa lopulliseen tilantarpeeseen. Liiketilan laskennallinen tarve perustuu seuraaviin tunnuslukuihin, jotka vastaavat Uusimaa 2050 -kaavan kaupan selvityksen lukuja ja joita on osin tarkennettu Itäkeskuksen alueen ominaisuuksien perusteella:

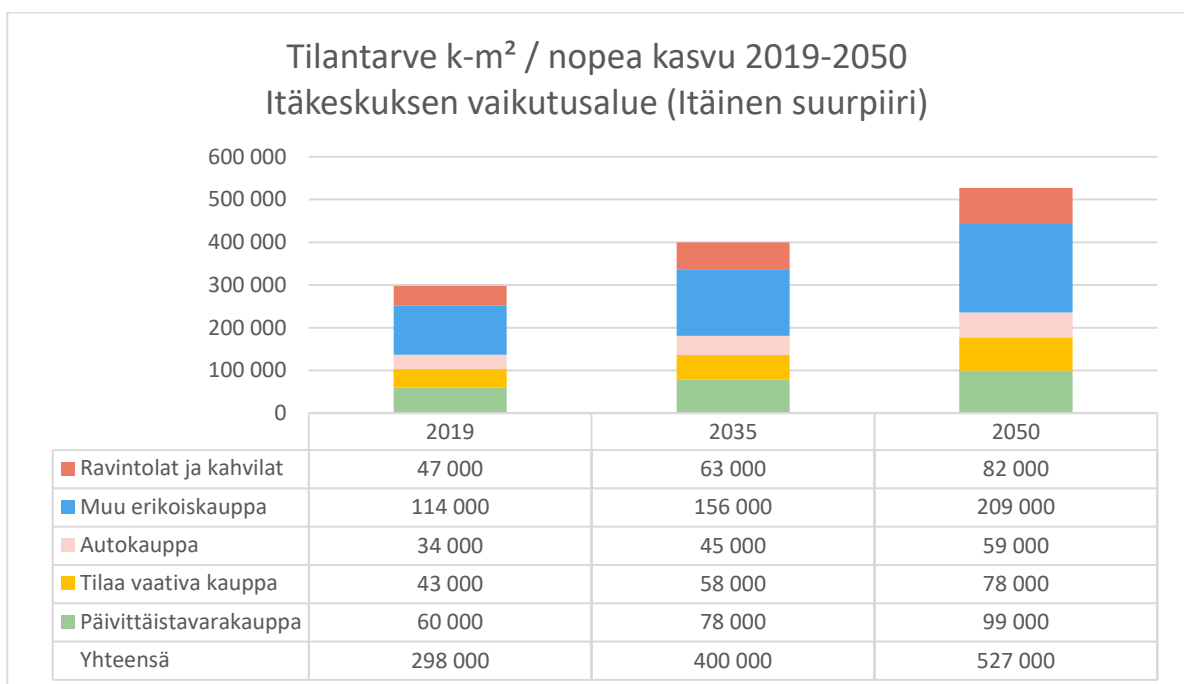
- myyntialan muunto kerrosalaksi kertoimella 1,25
- myyntitehokkuus päivittäistavarakaupassa 11 000 €/myynti-m²
- myyntitehokkuus tiva- ja autokaupassa 7 200 €/my-m², muussa erikoiskaupassa 5 500 €/my-m² ja ravintoloissa/kahviloissa 5 000 €/my-m²
- kaavallinen ylimitoitus kertoimella 1,3
- verkkokauppa pienentää pinta-alan tarvetta 10 %
- ravintoloiden ja muiden kaupallisten palveluiden tarvitsema pinta-ala on 20 % kaupan pinta-alan tarpeesta

Seuraavassa kaaviossa on esitetty hitaan kasvun perusteella laskettu tilantarve Itäkeskuksen vaikutusalueella. Tilantarpeen arvioidaan kasvavan vuoteen 2035 noin 64 000 k-m² ja vuoteen 2050 mennessä noin 140 000 k-m². Huomioitavaa on, että kaikki laskennallinen tilantarve ei toteudu fyysisissä liiketiloissa eikä vaikutusalueella. Vaikutusalueen sisään mahtuu lisäksi tarkastelualueiden lisäksi useita kaupallisesti merkittäviä kohteita kuten Vuosaari.



Kuva 51 Laskennallinen liiketilatarve (k-m²) 2019-2050 koko vaikutusalueella, hidas kasvu

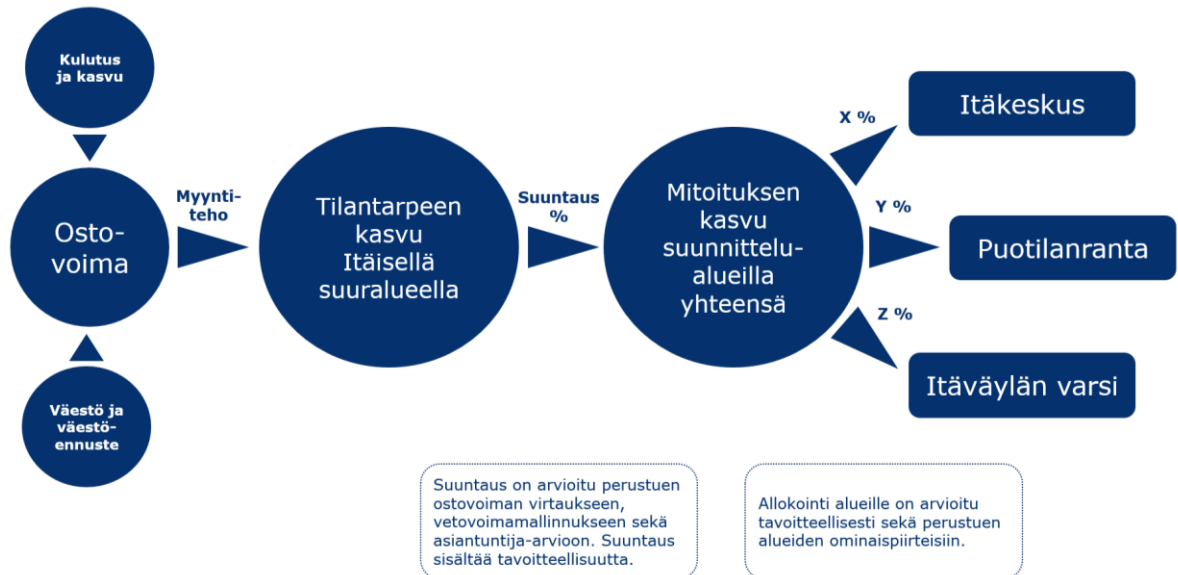
Maksimivaihtoehdossa kerrosalatarpeen arvioidaan kasvavan vuoteen 2035 mennessä noin 102 000 k-m² ja vuoteen 2050 mennessä lähes 230 000 k-m².



Kuva 52 Laskennallinen liiketilantarve (k-m²) 2019-2050 koko vaikutusalueella, nopea kasvu

7.3 Itäkeskuksen alueen kaupan mitoitus ja sijoittumisperiaatteet toimialoittain

Ostovoiman ja laskennallisen pinta-alantarpeen perusteella on muodostettu keskusten lähivaikutusalueisiin perustuen alustava vähittäiskaupan mitoitus päivittäistavarakaupalle sekä erikoistavarakaupalle ja kaupallisille palveluille. Keskuskohtainen mitoitus on toteutettu suuntaamalla tavoitteellisesti ja paikalliseen ostovoimaan sekä ostovoiman arvioituun virtaukseen perustuen liiketilan nettolisätarvetta eri keskuksille. Suuntausprosessi on havainnollistettu seuraavassa kaaviossa.



Kuva 53 Ostovoiman ja laskennallisen tilantarpeen suuntaaminen Itäkeskukseen, Puotilanrantaan ja Itäväylän varteen

Laskennallinen kokonaistilantarve voi toteutua fyysisenä liiketilana sekä suunnittelualueilla, muualla vaikutusalueella ja muissa pääkaupunkiseudun kaupallisissa keskittymissä, minkä lisäksi osa ostovoimasta menee verkkokauppaan, jolloin ostovoima ei suuntaudu lainkaan fyysisiin liiketiloihin. Koko Itäisen suuralueen tilantarve on toimialoittain suunnattu arvioimalla, kuinka suuri osa kokonaispinta-alantarpeen kasvusta ohjautuisi suunnittelualueille (erikseen suunnittelualueiden sisältä ja muualta vaikutusalueelta). Tämä kokonaiskasvu on puolestaan ominaispiirteiden mukaisesti allokoitu eri suunnittelualueille. Seuraavassa taulukossa on esitetty kerrosneliömetreinä kaupan lisämitoitushaarukka vuoden 2050 suunnittelualueilla.

Taulukko 7 Uusi kaupan kerrosala suunnittelualueina vuoteen 2050 (k- m²)

	YHTEENSÄ		Itäkeskus		Puotilanranta		Itäväylän varsi	
	Min	Maks	Min	Maks	Min	Maks	Min	Maks
Päivittäistavarakauppa	11 200	14 300	6 700	8 600	1 100	1 400	3 400	4 300
Keskustahakuinen erikoistavarakauppa	20 300	33 400	17 300	28 400	1 000	1 700	2 000	3 300
Tilaa vaativa ja autokauppa	9 200	15 100	3 200	5 300	1 400	2 300	4 600	7 500
Kaupalliset palvelut	14 600	21 600	10 200	15 100	1 500	2 200	2 900	4 300
Yhteensä	55 300	84 400	37 400	57 400	5 000	7 600	12 900	19 400

Päivittäistavarakauppa

Päivittäistavarakaupan asioinneista suurin osa tehdään lähellä kotia, minkä vuoksi suunnittelualueen asukkaiden ostovoimasta ja tilantarpeesta merkittävä osa jää alueelle. Muualta itäisen tilastoalueelta nähdään suunnittelualueille ohjautuvan noin 20 % asukkaiden ostovoimasta. Vuoteen 2050 ulottuvalla tarkasteluajanjaksolla tämä tarkoittaisi noin 11 000–14 000 k-m² päivittäistavarakaupan mitoituksen lisäystä suunnittelualueella. Esimerkkinä tämä tarkoittaisi 2–4 uutta suurta supermarketia (2000-3000 k-m²) sekä muutamia pienempiä valintamyymälöitä (alle 1000 k-m²). Osa mitoituksesta voi toteutua myös nykyisten myymälöiden laajenuksena. Ajoituksen ja sijoittumisen näkökulmasta päivittäistavarakauppa mukailee alueen väestönkasvua; päivittäistavarakaupan tarjonta tulee vastata suhteellisen hyvin alueellista väestönkasvua ja sen synnyttämää tarvetta.

Keskustahakuinen erikoistavarakauppa

Keskustahakuinen erikoiskaupan toimialoihin sisältyvät mm. muotikauppa, urheiluvälineet, kellot ja korut sekä muut erikoistuneet toimialat, jotka tyypillisesti toimivat kivijalkaliiketoimistoissa sekä kauppakeskuksissa. Itäkeskuksen alueella on kauppakeskusten myötä vahva keskustahakuinen erikoiskaupan tarjonta jo nykyisellään. Oheisen mitoitusarvion perusteella suunnittelualueilla tulisi varautua noin 20 000–33 000 k-m² kasvuun, mistä valtaosa toteutuisi Itäkeskuksen ydinalueella täydentäen olemassa olevaa tarjontaa. Keskustahakuinen erikoiskauppa on erityisen herkkä tulevaisuuden muutoksille; toimialoista moni on jo siirtynyt voimakkaasti verkkoon ja esimerkiksi kauppakeskusbarometrin mukaan tilantarve ko. toimialoilla tulisi voimakkaasti jo seuraavien vuosien aikana pienenemään. Tähän peilaten edellä esitetyn haarukan yläraja (33 000 k-m²) tuntuu varsin suurelta, varsinkin kun verrataan tätä olemassa oleviin kauppakeskuksiin; esimerkiksi Kampin kauppakeskuksen vuokrattava liikepinta-ala on noin 32 700 m².

Tilaa vievä kauppa ja autokauppa

Tilaa vievän kaupan ja autokaupan kokonaismitoitus alueella olisi arviolta 9 000–15 000 k-m².

Tilaa vievä kauppa kohdistuu pääasiassa kehäteiden varteen sekä selkeille tiva-kaupan olemassa oleville alueille, joista maakuntakaavassa suuryksikköalueena osoitettu Roihupelto (mm. Lanternan kauppakeskus) sijaitsee varsin lähellä tarkastelualueita. Suunnittelualueilla on kuitenkin mahdollisuuksia kehittää myös tiva-kaupan toimintoja, erityisesti Itäväylän varrella (puutarha-, rauta- ja rakennus- sekä varaosakauppa) sekä Puotilanrannassa (esim. venekauppa ja siihen liittyvät varaosa- ja varustemyymälät).

Itäkeskuksen alueella ja Itäväylän varressa on muutamia autokaupan toimintoja sekä autohuoltoon ja varaosakauppaan liittyviä toimintoja. Autokauppa kuitenkin keskittyy voimakkaasti ja esimerkiksi Herttoniemessä on vahva autokaupan klusteri. Tilantarpeesta suurin osa toteutuu muualla kuin Itäkeskuksen alueella.

Kaupalliset palvelut (ml. ravintolat ja kahvilat)

Hyvinvointiin ja elämyksiin liittyvien kaupallisten palveluiden (ml. ravintola- ja kahvilatoiminta) kasvu ja tilantarve oli voimakasta ennen koronaa ja kasvun voidaan arvioida jatkuvan myös tulevina vuosikymmeninä. Mitoituslaskelman perusteella varauduttaisiin noin 15 000 – 22 000 k-m² mitoituksen kasvuun. Suurin osa kasvusta kohdentuisi Itäkeskuksen ydinalueelle, mutta tulevaisuudessa yhä enemmän myös lähelle väestön kasvualueita mm. kivijalkaliiketoimistoihin sekä päivittäistavarakaupan yksiköiden yhteyteen.

7.4 Muiden toimialojen ja toimintojen mitoitus

Verkkokaupan jakelupisteet tulevat kaupan rakennemuutoksen myötä lisääntymään. Verkkokaupan tarvitaan erityyppisiä jakeluratkaisuja, niin keskitettyjä varastoja kuin pienempiä ja paikallisempia ratkaisuja. Verkkokaupan jakelupisteitä voidaan jakaa seuraaviin tyyppeihin:

- Varasto- ja logistiikkakeskukset sekä varastojen yhteydessä toimivat myymälät. Tilatarve on suuri ja logistiset vaatimukset (huoltoliikenne, pysäköinti, rakennusten koko) on merkittäviä sijoittumisen kriteereitä. Tarkastelualueella varasto- ja logistiikkakeskuksia voisi sijoittua pienessä ja keskikokoisessa luokassa Itäväylän varteen. Samaan kategoriaan kuuluvat myös keskitetyt päivittäistavararatkaisut (dark store) sekä ravintolaratkaisut (dark kitchen).
- Noutopisteet myymälöiden ja liiketilöiden yhteydessä (click & collect) ovat kasvava kokonaisuus, joka on laajenemassa useammille toimialoille (päivittäistavara, tiva, erikoiskauppa ja palvelut). Huomioitavaa suunnittelussa on esimerkiksi jakelupisteiden sijoittaminen suhteessa muuhun logistiikkaan ja asiakasvirtoihin (auto- ja pyöräpysäköinti, joukkoliikenne). Tilantarve ratkaisuille on konseptista riippuen joistakin kymmenistä neliöistä muutamaan sataan. Samaan kategoriaan kuuluvat myös lähettipalvelut (esim. Wolt, Foodora yms.), joiden näkökulmasta keskeistä on mahdollistaa nopea pysäköinti mahdollisimman lähelle myymälää tai ravintolaa.
- Keskitetyt alueelliset jakelupisteet kuten jakeluautomaatit ja kontit sijoittuvat tyypillisesti myymälöiden yhteyteen, mutta myös joustavampia ratkaisuja esim. ulkotiloihin sijoitettujen jakelupisteiden osalta on tullut ja tulossa markkinoille. Tilantarve tulee huomioida uusia myymälöitä mitoittaessa, sillä tarve jakelupisteille tulee kasvamaan. Myös kaupallisten keskusten ja esim. joukkoliikenteen solmukohtien yhteyteen voidaan rakentaa erillisiä jakelupisteitä.
- Kiinteistö- tai korttelikohtaiset jakeluratkaisut, ns. palveluteiset tulee huomioida alueen asuinrakennuskantaa kehitettäessä mahdollisena tulevaisuuden tarpeena.

Hybridi- ja etätyötilat ovat Korona-pandemian myötä mahdollisesti kasvava trendi. Kyseisiä työnteon tiloja kehittyä erityisesti vilkkaisiin joukkoliikenteen sijainteihin (asemat) sekä mahdollisesti jopa paikallisella tasolla asuinalue- ja korttelikohtaisina ratkaisuin. Hybridi- ja etätyötilat ovat tilankäytön näkökulmasta kaupan ja palveluiden kanssa synergisia; tilojen muuntojoustavuuden näkökulmasta liiketilaa on mahdollista kehittää etätyö- ja yhteiskäyttötilaksi ja päinvastoin. Itäkeskuksen alueella ei nykyisin ole juurikaan toimistotilaa, eikä sille perinteisessä mielessä nähdä myöskään erityistä tarvetta tulevaisuuden toimitilakentässä. Paikallisia etätyö- ja yhteiskäyttöratkaisuja tulisi kuitenkin mahdollistaa eri alueille esim. kivijalkaliiketiloihin tai 2. kerroksiin sekä esimerkiksi kauppakeskusten yhteyteen. Etätyötiloja voi rakentaa paikallisina kortteliratkaisuin (esim. n. 100-200 m²) sekä keskitetympinä co-working -tiloina (800-1500 m²). Itäkeskuksen alueella luontevia sijaintipaikkoja ovat metroasemien lähistöllä sijaitsevat kiinteistöt ja tilat sekä esim. Puotilanrannan uusi asuinalue työpaikkoineen.

Edellä mainittujen toimintojen lisäksi tulee mahdollistaa katutilojen sekä erilaisten aukoiden (torit, pysäköintikentät) hyödyntäminen pop up -ja tilapäistoimintojen alueina sekä tapahtuma-alustoina.

8. ALUEKOHTAISET KAUPAN JA PALVELUIDEN KEHITTÄMISPERIAATTEET

8.1 Itäkeskuksen alue (ml. Stoa ja Puhos)

Itäkeskuksen alueen kaupalliset palvelut ovat keskittyneet Itäkeskuksen ja Eastonin kauppakeskuksiin Itäväylän molemmin puolin sekä Prisman yhteyteen kehä I:n itäpuolella. Kauppakeskusten lisäksi alueella on runsaasti kivijalkamyymälöitä ja muita kaupallisia palveluja Turunlinnantiellä ja Kauppakartanonkadulla. Puhoksen kaupalliset palvelut sijaitsevat vanhassa ostoskeskuksessa, jossa on runsaasti erilaisia pieniä päivittäistavara- ja erikoistavara-kauppoja. Liiketilat ovat pääosin melko huonokuntoisia.

Itäkeskuksen alue (ml. Puhos) on suunnittelualueen merkittävin kaupallinen keskittymä, jonka kehittämisedellytyksiä parannetaan maankäyttöä tehostamalla sekä alueen toiminnallista ympäristöä parantamalla. Suunnittelukilpailuiden sekä niistä johdannaisena tulleiden/tulevien suunnitteluperiaatteiden mukaisesti alueelle tulisi uusia asukkaita, uutta modernia liiketilaa sekä kaupallista kokonaisuutta paremmin yhteen nivovia yhteyksiä, mikä luo edellytykset kaupan ja palveluiden kehittymiselle sekä muille toimitiloille. Haasteena Itäkeskuksen alueella on se, että uusille kaupan neliöille ei ole helposti löydettävissä toimivia alueita; kehittämistä tuleekin suunnata erityisesti Puhos-Stoa -ympäristöön, Puotilan metroaseman välittömään läheisyyteen, Itäkeskuksen ympäristöön (ml. Raide-Jokerin pääte pysäkki) ja kytkemään paremmin toiminnallisesti yhteen Itäkeskuksen, Eastonin ja Prisman kaupallisia solmupisteitä.

Seuraavassa kuvassa on tiivistetty alueen kehittämisen lähtökohtia ja mahdollisuuksia:

ITÄKESKUKSEN ALUE

Kaavoitus ja liikenne

- Maakuntakaavassa keskustatoimintojen aluetta, ei kaupallista enimmäismääräistä
- Itäkeskus on Itäkeskuksen Helsingin merkittävin asumisen ja kaupan keskus sekä liikenteellinen solmu; merkittävä autoliikenteen (Itäväylä) sekä joukkoliikenteen keskitelmä (metro, Raide-Jokeri)
- Itäkeskuksen alueen suunnittelukilpailun mukaisesti kaupunkirakennetta tiivistetään ja eri alueita tuodaan toiminnallisesti lähemmäksi toisiaan (Itis-Easton-Puhos-Prisma)
- Stoa-Puhos -alueen kaavoitus on käynnistynyt ideakilpailun tulosten perusteella. Suunnitteluperiaatteet on laadittu keväällä 2021; suunnitteluperiaatteiden viitteen suunnitelmassa alueelle on osoitettu yli 60 000 k-m² asumisen kerrosalaa. Puhoksen ostarin uusimmat rakennusosat on tarkoituksenaan purkaa ja vanhin osa peruskorjata. Purkamisen kautta poistuvia liiketiloja korvaa uudisrakentamisen yhteyteen toteutettavat liiketilat. Alueen asemakaavoitus on tavoitteena aloittaa vuonna 2022. Toteutukselle ei ole vielä aikatauluarviota.

Kaupallinen profiili nykyisin

- Kaupallinen rooli: Itä-Helsingin kaupallinen keskus, yksi pääkaupunkiseudun merkittävimmistä kaupan keskittymistä
- Vaikutusalue: Itäinen Helsinki, erikoiskaupassa ja palveluissa vaikutusalue ulottuu kuitenkin myös Sipooseen, Etelä-Vantaalle sekä muualle pääkaupunkiseudulle Itäkeskuksen toimintojen ansiosta
- Kaupan ja palveluiden kerrosala: 120 000 m² (Itis 70 000, Easton 20 000 ja Prisma 22 000 k-m²). Jonkin verran tyhjiä tiloja. Easton ja Prisma uusia kaupan tiloja, mutta varsinkin kivijalkaliiketilat monin osin kaupallisesti haastavia ja kaupallisesti pimenossa (esim. Kauppakartanonkadun varsi).
- Puhoksen kaupallinen laajuus on noin 21 000 m²; keskeiset toimijat Puhoksen ostoskeskus, Alanya Market, Beno, Musti & Mirri, Stoa kulttuuritalo. Kaupallinen rooli: Etnisten ja monikulttuuristen kauppojen ja ravintoloiden merkittävä keskittymä ja profiililtaan vahvasti paikalliseen pienvirtäjyteen keskittynyt. Liiketilojen heikko kunto, esteettömyysaasteet.

Kehityshaasteet ja -mahdollisuudet

- Keskusta-alueen tiivistäminen ja uudisrakentaminen, Itäkeskuksen alueen suunnittelukilpailun tulosten jalkauttaminen suunnitteluperiaatteiksi ja toteutukseen. Kauppakeskusten ja kivijalkaliiketilojen aktivoiminen.
- Raide-Jokerin pääte pysäkki ja mahdollinen jatke Itäväylää pitkin itään kohti Östersundomin aluetta. Raide-Jokerin pääte pysäkin ja mahdollisten tulevien pysäkkisijaintien (Itäväylä) huomiointi kaupan sijoittumisessa
- Erikoiskaupan keskittyminen olemassa oleviin vaihtoehtoihin keskuksiin luo edellytyksiä Itäkeskuksen alueen roolin edelleen vahvistumiselle ja kaupan tarjonnan laajenemiselle.
- Toiminnallisesti suurimpien keskusten yhteenliittäminen (mm. Itäväylän ylittävät kansi ja/tai yhteydet), kaupallisen rakenteen jatkuvuus Itis-Easton-Prisma, liikenneverkkojen esteivaikutuksen pienentäminen kaupunkiympäristön rakennetta tiivistämällä ja ympäristöä kehittämällä
- Puotilan metroaseman ympäristön tiivistäminen ja lähipalveluiden kehittäminen (pt-myyvälät ja kytkeytyvät lähipalvelut)
- Kaupunginosien/alueiden erityispiirteiden vahvistaminen julkisilla toiminnoilla ja palveluilla, jotka vahvistavat myös kaupallista asemaa ja tuovat alueelle asiantuntijatoimintaa.
- Kauppakartanonkadun täydennysrakentamisen myötä alueen kivijalkaliiketilaväyhykkeen kehittäminen ja tiivistäminen (palveluaitti).
- Puhoksen osalta ympäristön kehittäminen tiivimmäksi (ml. parkkikenttien poistaminen). Etnisten ja paikallisyrittäjien huomiointi ja vahvistaminen. Kiinteistöihin tehtävät investoinnit parantavat alueen kokonaisilmapiiriä – haasteena vuokratason nousu suhteessa nykyiseen toimijakenttään.
- Kiinteistöjen muuntojoustavuus; liiketilojen kokotarve voi muuttua merkittävästi riippuen vuokratilaisista tarpeista (pieni putiikki vs. suuremmat marketit).



Kuva 54

Itäkeskuksen alueen kaupallinen kehittäminen

8.2 Puotilanranta

Puotilanrannan alueen kaupalliset palvelut ovat keskittyneet venesataman itäpäähän, jossa sijaitsee erilaisia veneilyyn liittyviä palveluja ja myymälöitä sekä ravintola. Puotilanrannan keskeisiä vetovoimatekijöitä ovat merellisyys ja veneilyyn sekä vesiturheiluun liittyvät toiminnot, joiden ympärille voi rakentaa kaupallisia toimintoja (erikoismyymälät, vuokrauspalvelut, tapahtumatoiminnot). Puotilanrannan keskeisenä haasteena on lähiostovoiman määrä, joka ei mahdollista merkittävien paikallispalveluiden syntyä.

PUOTILANRANNAN ALUE

Kaavoitus ja liikenne

- Alueelle on valmistunut Vartiokylänlahden suunnitteluperiaatteet. Alueelle kaavoitetaan asumista, pysäköintiä ja jonkin verran liike- ja toimitiloja.
- Suunnitteluperiaatteiden yhteydessä tehdyssä viitesuunnitelmassa alueelle sijoittuisi noin 130 000 k-m² asumista (2 500 – 3 000 asukasta ~50m²/as)
- Maakuntakaavassa taajamatoimintojen aluetta (2. vaihemaakuntakaavassa erikoiskauppa 10 000 k-m², päivittäistavara- ja tiva-kauppa 30 000 k-m²).

Kaupallinen profiili nykyisin

- Keskeiset toimijat: Venehuoltoon ja –myyntiin liittyviä palveluita, ravintola- ja kahvilapalveluita
- Kaupan kerrosala: 1 300 m²
- Kaupallinen rooli: Puotilan venesataman toimintaan liittyvät palvelut. Puotilan venesatamassa 380 venepaikkaa sekä talvisäilytystä (524 paikkaa)

Kehityshaasteet ja -mahdollisuudet

- Alueelle olisi väestöennusteiden ja –arvioiden perusteella tulossa yli 2000 uutta asukasta, mikä mahdollistaa kaupallisten lähipalveluiden muodostumisen (valintamyymälä <1 000 k-m², kaupallisia lähipalveluita, kahvila- ja ravintolapalveluita)
- Alueelle luonteva kaupallinen rooli on tukeutua veneily- ja matkailuteemaan; alueella on jo nyt veneiden myynti- ja huoltotoimintaa (tiva), jonka laajentaminen voisi tulla kyseeseen.
- Veneilyn elämäntapana voidaan yhdistää myös muiden urheiluvälineiden myyntiä (esim. golf) sekä erilaiset sisustus- ja desingmyymälät voisivat olla mahdollisia
- Matkailupalveluiden osalta keskeistä olisi kytkeä Puotilan uimaranta tiiviimmin osaksi kokonaisuutta ja pienentää metron estevaikutusta. Kokonaisuudessaan alueelle voisi sijoittaa mm. saunakeskus sekä vesiturheiluvälineiden myyntiä ja vuokrausta. Myös merelliset co-working –tilat mahdollisia erotteutumistekijöitä veneilijöiden ja matkailijoiden monipaikkaiseen työhön.



Kuva 55

Puotilanrannan kaupallinen kehittäminen

8.3 Itäisen bulevardikaupungin itäosa

Itäisen bulevardikaupungin itäosan alueella on kaksi kaupallisten palveluiden keskittymää Linnavuorentien ja Linnavuorenkujan sekä Linnanpajantien alueilla. Alueilla on erityisesti autohuoltoon ja katsastukseen liittyviä toimintoja, varastotilaa sekä pienteollisuutta. Selvitysalueella on kaksi pientä päivittäistavara kaupaa alueen molemmissa päissä.

Väestömäärän merkittävä kasvu sekä mahdollinen uusi joukkoliikennetarkaisu parantavat kaupallisten palveluiden toimintaedellytyksiä varsinkin joukko- ja autoliikenteen solmukohtissa näkyvillä sijainneilla. Alueen selkeä profiloitumisen mahdollisuus on synnyttänyt muuhun toimintaan (toimipaikat, tuotanto) liittyvää kaupallista tarjontaa, esim. pieniä ”tehtaanmyymälöitä”. Alueelle on hyvän logistisen sijainnin puolesta mahdollista toteuttaa myös verkkokaupan varasto-, jakelu- ja myyntitiloja sekä esim. keskitettyjä ratkaisuja Itä-Helsingin verkkokauppalogistiikkaan.

ITÄISEN BULEVARDIKAUPUNGIN ALUE

Kaavoitus ja liikenne

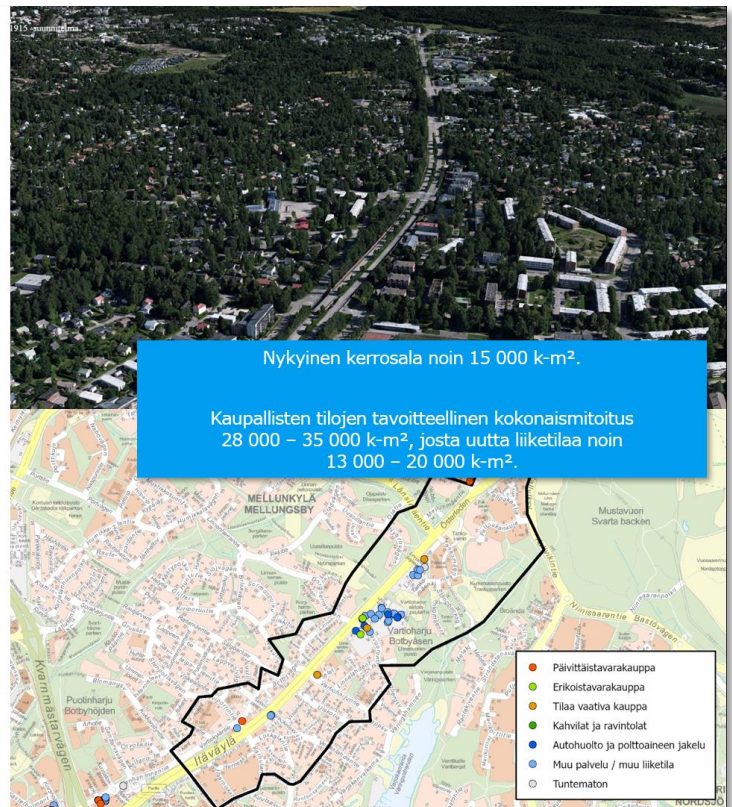
- Alueelle valmistuu suunnitteluperiaatteet vuoden 2022 lopulla. Alueelle sijoittuu arviolta noin 12 000 asukasta (lisäystä noin 6 000 asukasta).
- Liikenteellisesti Östersundomin alueen kehittyminen ja Itäkeskuksesta jatkuva joukkoliikennetarkaisu määrittää alueen kehitystä
- Itäväylällä kulkee noin 15 300 ajoneuvoa / vrk, mikä synnyttää alueelle myös kaupallista potentiaalia
- Maakuntakaavassa pääosin taajamatoimintojen kehittämisvyöhykettä (2. vaihemaakuntakaavassa erikoiskauppa 10 000 k-m², päivittäistavara kauppa 5 000 k-m² ja tiva-kauppa 30 000 k-m²).

Kaupallinen profiili nykyisin

- Keskeiset toimijat: Plantagen, Alepa, (K-market Mellunmäki), autohuolto- ja varaosakauppa
- Kaupan kerrosala: 16 000 m²
- Kaupallinen rooli: Tilaa vaativa kauppa, varasto- ja jakelu, pienteollisuus, ei merkittävää kaupallista roolia nykyisin

Kehityshaasteet ja –mahdollisuudet

- Uuden joukkoliikennetarkaisun mahdollisuudet: pysäkkien lähialueet lähipalvelukeskittyminä (Vartioharjun alueella supermarket-kokoluokan myymälät, joiden yhteydessä kaupallisia palveluita, ravintoloita ja pienimuotoisesti erikoiskauppa), lähimyyvälöitä muissa keskeisissä solmukohtissa
- Tilaa vaativan kaupan mahdollisuudet Vartioharjun alueella; esimerkiksi tuotantotilojen yhteyteen sijoittuvat ”tehtaanmyymälät”, logistiikkavarastojen myymälätilat sekä muu tiva-toiminta
- Yhdyskuntarakenteen tiivistämisellä luodaan edellytyksiä kaupan sijoittumiselle erityisesti hyvillä joukkoliikennesijainneilla. Itäväylän bulevardille suuntautuvilla kivijalkaliiketilalla mahdollisuuksia joukkoliikennesijaintien ympäristössä (0-300 m), mutta ei jatkuvaa kivijalkaliiketiloiden vyöhykettä.
- Lähipalvelukeskittymässä mahdollisuuksia myös pienimuotoiselle co-working yms. yhteiskäyttötiloille.
- Keskustahakuisten kauppojen (keskustahakuinen erikoiskauppa ja päivittäistavara kauppa) kokonaismitoitus alueella ei Uusimaa 2050 –kaavan mukaisesti saisi ylittää 10 000 k-m², mikäli kaikki keskittyisivät yhteen sijaintiin.



Kuva 56

Itäisen bulevardikaupungin itäosan kaupallinen kehittäminen

9. VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

9.1 Vaikutukset suhteessa tavoitteisiin

Kaupan ja palveluiden sijoittumis- ja mitoitusratkaisu tukee Itäisen Helsingin kehittämistavoitteita mm. seuraavin tavoin:

- Merkittävin osa mitoituksesta on osoitettu metro- ja ratikkaliikenteen solmukohtiin, mikä tukee kaupan saavutettavuutta kestäväillä liikkumismuodoilla. Tämä tukee Helsingin kestävyys- ja hii-lineutraalisuustavoitteiden toteutumista.
- Päivittäistavarakauppa ja arjen palvelut pyritään sijoittamaan lähelle nykyistä ja tulevaa väestöä, mikä parantaa kaupan saavutettavuutta kestäviä liikkumismuotoja käyttäen ja helpottaa asukkaiden arkea.
- Alueelle mahdollistetaan uusien kaupan ja palveluiden toimintojen sijoittuminen, minkä johdosta alueen elinkeinoelämän kehittyminen sekä kilpailumahdollisuuksien toteutuminen taa-taan.
- Kaupalle osoitetaan myös sijainteja kivijalkaliiketiloihin, mikä edesauttaa vetovoimaisten ja vilkkaiden keskustien kehittymistä.
- Kaupan ja muiden toimintojen sijoittumisessa huomioidaan tarve muuntojoustavuudelle ja konseptien välisten erojen hälvenemiselle. Muuntojoustavuudella turvataan alueen kehittämistarpeiden huomioiminen pitkällä aikajänteellä ja kestävästi.

9.2 Vaikutukset alue- ja yhdyskuntarakenteeseen

Aluerakenteella tarkoitetaan laajempien alueiden eli koko maan, maakuntien ja maakuntien osien rakennetta (www.ymparisto.fi). Aluerakennetason tarkastelu kuvaa koko tarkastelualueen vaikutusta ja merkitystä osana laajempaa alueellista kokonaisuutta. Koko tarkastelualueen kaupan palvelujen kehittäminen parantaa osaltaan Helsingin kaupallista asemaa, mutta ei vaikuta Uudenmaan kuntien välisiin suhteisiin, eikä muuta kaupungin asemaa maakunnallisessa verkossa. Tarkastelualueen kaupan kehittäminen ei myöskään vaikuta maakunnan, Helsingin seudun tai pääkaupunkiseudun kaupan rakenteeseen, jossa merkittävästi kaupan keskittymillä on jo vakiintunut asemansa kaupan palveluverkossa.

Yhdyskuntarakenteella tarkoitetaan työssäkäyntialueen, kaupunkiseudun, kaupungin, kaupunginosan tai muun taajaman sisäistä rakennetta sisältäen väestön ja asumisen, työpaikkojen ja tuotantotoiminnan, palvelujen ja vapaa-ajan alueiden sekä näitä yhdistävien liikenneväylien ja teknisen huollon verkostojen sijoittumisen ja niiden keskinäisen suhteen (www.ymparisto.fi). Itäkeskuksen alue (ml. Puhos) on Itäisen Helsingin merkittävin asumisen ja kaupan keskus sekä liikenteellinen solmukohta (Itäväylä, metro ja Raide-Jokeri). Itäkeskuksen alueen kaupan kehittäminen täydentää ja tiivistää osaltaan olemassa olevaa yhdyskuntarakennetta.

Puotilanranta on uusi, kaupungin maankäytön kehittämistavoitteiden mukaan rakentuva ja nykyistä yhdyskuntarakennetta täydentävä asuinalue, jonne sijoittuu jonkin verran myös toimisto- ja liiketilaa. Puotilanrantaan sijoittuvat kaupan palvelut tulevat olemaan luonteeltaan lähipalveluja, jotka tukevat alueen kehittymistä. Myös Itäisen bulevardikaupungin itäosan alue täydentää olemassa olevaa yhdyskuntarakennetta, vaikka onkin mittakaavaltaan huomattavasti Puotilanrantaa suurempi alue. Alueelle on mahdollista kehittää lähipalvelukeskittymiä pysäkkialueiden läheisyyteen. Yhdyskuntarakenteen tiivistämisellä luodaan edellytyksiä kaupan sijoittumiselle erityisesti hyvillä joukkoliikennesijainneilla.

Koko tarkastelualueen ja sen osa-alueiden kaupan kehittäminen ei muuta Helsingin kaupungin kaupan painopistealueita nykyisestä, vaikka vahvistaakin itäisen Helsingin asemaa koko kaupungin kaupan palveluverkossa. Tarkastelualueen nykyisten ja tulevien asukkaiden kannalta katsottuna kaupan kehittä-

minen lisää ja monipuolistaa niin päivittäistavarakaupan kuin erikoiskaupankin palveluja. Tämä vähentää asiointiliikennettä, koska kauppamatkat voivat suuntautua entistä useammin omalle alueelle muun Helsingin ja muun pääkaupunkiseudun myymälöiden sijaan. Asiointimatkojen lyhentymisen myötä myös liikenne ja sen aiheuttamat ympäristöhaitat vähenevät. Yhdyskuntarakenteen kannalta myönteistä on myös se, että Itäkeskuksen alueen, Puotilanrannan ja Itäisen bulevardikaupungin itäosan kaupan palvelut ovat hyvin saavutettavissa joukko- ja kevytliikenteellä.

Helsingin kaupungin maankäytön kehittämistavoitteiden, hyvien joukko- ja kevytliikenneyhteyksien sekä asutuksen nykyisen ja tulevan sijoittumisen vuoksi tarkastelualueen kaupan kehittämisen ei voida katsoa olevan alue- ja yhdyskuntarakennetta hajauttavaa vaikutusta.

9.3 Vaikutukset asukkaisiin

Ihmisten arjen sujuvuudessa yksi merkittävimmistä asioista on kaupan ja erityisesti päivittäistavara-kaupan saavutettavuus. Kaupan palvelujen saavutettavuutta voidaan tarkastella liikkumiseen perustuvana fyysisenä saavutettavuutena (etäisyytenä myymälään) ja koettuna saavutettavuutena, joka kuvaa asiaa pelkkää etäisyyttä moniulotteisemmin.

Koko tarkastelualueen tasolla päivittäistavarakaupan kehittämisen ei ole ratkaisevaa vaikutusta palvelujen fyysiseen saavutettavuuteen (myymäläetäisyyteen). Alueella on jo nykyisin runsas ja monipuolinen myymälätarjonta ja myymälät ovat hyvin saavutettavissa kaikilla kulkumuodoilla. Asiointimatkat päivittäistavaramyymälöihin ovat kohtuullisia koko suunnittelualueella ja valtaosa nykyisestä (ja tulevasta) väestöstä asuu kävelyetäisyydellä (alle 500 metriä) päivittäistavaramyymälöistä. Huonoin saavutettavuus on Itäisen bulevardikaupungin itäosan pientalovaltaisessa keskiosassa, jossa kävelymatka lähimpään päivittäistavara-kauppaan kasvaa yli 500 metriin ja paikoin yli 1 000 metriin. Fyysisestä saavutettavuudesta poiketen koettu saavutettavuus koko tarkastelualueella paranee merkittävästi kaupan palvelutarjonnan lisääntyessä ja monipuolistuessa.

Osa-alueittain tarkastellen Itäkeskuksen alueen tilanne on sama kuin koko tarkastelualueella eli fyysisessä saavutettavuudessa ei tapahdu merkittäviä muutoksia, mutta koettu saavutettavuus paranee. Puotilanrannassa päivittäistavarakaupan koettu ja fyysinen saavutettavuus tulee olemaan erittäin hyvä, mikäli uusien myymälöiden toiminnan aloittamiset ajoittuvat suunnilleen samaan aikaan asuntorakentamisen kanssa. Vaikka päivittäistavarakaupan myymälät tulisivatkin alueelle "viiveellä", Itäkeskuksen alueen monipuoliset päivittäistavara-kaupat ovat kuitenkin hyvin saavutettavissa kaikilla kulkumuodoilla. Itäisen bulevardikaupungin itäosan päivittäistavaramyymälät sijaitsevat nykyisin alueen länsi- ja itäpäässä Vartiokylässä ja Mellunmäessä. Päivittäistavarakaupan kehittämisen myötä sekä koettu että fyysinen saavutettavuus parantuvat merkittävästi, etenkin jos alueelle saadaan kehitettyä lähipalvelukeskittymiä joukkoliikenteen pysäkkialueiden läheisyyteen.

9.4 Vaikutukset muihin kaupallisiin keskittymiin

Tarkastelualueen kaupan kehittämisen vaikutukset ulottuvat periaatteessa lähes kaikkiin pääkaupunkiseudun kaupan keskittymiin, mutta käytännössä lähinnä lähimpiin keskittymiin eli Hertsiin (Herttoniemi), Columbukseen (Vuosaari), Lanternaan (Itäkeskus) ja Myllypuron ostariin. Kauppakeskus Itis on nykyisin jo yksinään (ilman Eastonia ja Prisma-keskusta) niin liikepinta-alaltaan, kävijämäärältään kuin myynniltäänkin selvästi edellä mainittuja kauppakeskuksia suurempi (taulukko 6). Myllypuron ostari (liikepinta-ala noin 7 300 m²) ei kuulu pääkaupunkiseudun 20 pinta-alaltaan suurimman kauppakeskuksen joukkoon, eikä sen osalta ole saatavilla kävijämäärä- ja myyntitietoja (Kauppakeskusyhdistys 2020).

Tarkastelualueen kaupan kehittämisen ei voida katsoa olevan merkittävää vaikutusta Hertsin, Columbuksen, Lanternan ja Myllypuron ostarin toimintaedellytyksiin, koska ne ovat tottuneet pienempään rooliinsa ja valitsevaan markkinatilanteeseen, jossa Itäkeskuksella on ollut hallitseva asema. Tarkastelualueen kaupan kehittämisen vaikutusta tasaa myös se, että ne ovat kukin kuitenkin merkittäviä kaupan keskittymiä. Columbuksessa ja Myllypuron ostarilla vahvuutena Itäkeskuksen alueeseen verrattuna ovat lisäksi paikallisuus sekä hyvä päivittäistavarakaupan palvelujen tarjonta. Myllypurosta haetaan erikoiskaupan palveluja nykyisin ja jatkossakin Itäkeskuksen alueelta, eikä ostari kilpaile tässä suhteessa sen kanssa. Lanternassa vahvuutena on puolestaan se, että kauppakeskus on keskittynyt rakentamisen ja sisustuksen toimialoille ja täydentää siten Itäkeskuksen alueen kaupan palvelutarjontaa.

Vaikutusta muihin kaupallisiin keskittymiin voidaan tarkastella myös Itäkeskuksen kaupallisen vetovoiman kannalta (ks. kohta 5.1). Nykyisin Itäkeskuksen kaupallisen vaikutusalueen toiseksi ”voimakkain” vyöhyke (todennäköisyys asioida Itäkeskuksen alueella 30 - 50 %) ulottuu Lanternaan ja Myllypuron ostarille (ks. kohta 5.1). Vuosaaren osalta (Columbus) asiointitodennäköisyys Itäkeskuksen alueella on vain 20 - 30 % ja Herttoniemen (Hertsi) osalta 10 - 20 %.

Taulukko 8 Pääkaupunkiseudun 20 suurinta kauppakeskusta vuonna 2020 (Kauppakeskusyhdistys 2021)

Keskus	Kaupunki	Vuokrattava liikepinta-ala	Kävijät	Myynti
Jumbo-Flamingo	Vantaa	115 900	10,0	410,1
Sello	Espoo	91 900	18,6	341,6
Mall of Tripla	Helsinki	86 279	17,5	223,2
Iso Omena	Espoo	85 200	14,7	343,1
Itis	Helsinki	78 562	13,0	290,5
REDI	Helsinki	59 000	6,9	104,5
Kaari	Helsinki	45 665	6,8	244,5
AINOA	Espoo	45 584	6,2	153,0
Forum	Helsinki	40 500	7,2	159,5
Kamppi	Helsinki	32 662	17,7	154,0
Myyrmani	Vantaa	31 700	7,2	146,6
Lanterna	Helsinki	29 048	1,1	*
Ruoholahti	Helsinki	25 031	3,0	85,0
Liila	Espoo	24 111	*	36,6
Hertsi	Helsinki	23 000	2,0	50,0
Malmin Nova	Helsinki	20 900	5,1	44,2
Columbus	Helsinki	20 800	5,7	89,4
Citycener	Helsinki	20 400	9,9	89,0
Merituuli	Espoo	19 862	*	*
Easton	Helsinki	19 700	4,8	*

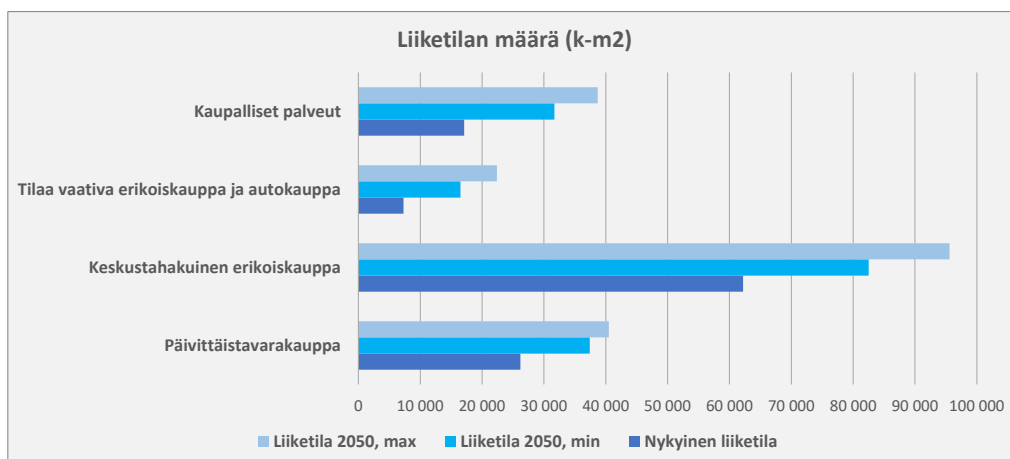
9.5 Vaikutukset kaupan kilpailuun ja elinkeinoelämän kehittämiseen

9.5.1 Alueiden mitoitus suhteessa nykyisen liiketilan määrään

Työn yhteydessä tehdyn liiketilainventaarion mukaan tarkastelualueella on nykyisin noin 26 000 k-m² päivittäistavarakaupan liiketilaa, noin 62 000 k-m² keskustahakuisen erikoiskaupan liiketilaa ja noin 7 000 k-m² autokaupan ja tilaa vaativan erikoiskaupan liiketilaa. Kaupallisten palvelujen (ravintoloiden ja kahviloiden) liiketilaa tarkastelualueella on noin 17 000 k-m². Tarkastelualueen kaupan kehittämisen myötä liiketilan määrä kasvaa vuoteen 2050 mennessä minimivaihtoehdossa päivittäistavarakaupassa noin 11 000 k-m²:lla, keskustahakuisessa erikoiskaupassa noin 20 000 k-m²:lla, autokaupassa ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 9 000 k-m²:lla ja palveluissa noin 15 000 k-m²:lla. Maksimivaihtoehdossa kasvu on noin 14 000 k-m² päivittäistavarakaupassa, noin 33 000 k-m² keskustahakuisessa erikoiskaupassa, noin 15 000 k-m² autokaupassa ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa ja noin 22 000 k-m² palveluissa.

Prosentuaalisesti liiketilamäärän kasvu on päivittäistavarakaupassa 43 - 55 % (min - max) ja keskustahakuisessa erikoiskaupassa 33 - 54 %. Liiketilan lisäys ei kuitenkaan ole merkittävä uhka nykyisten myymälöiden toiminnalle, koska se toteutuu pitkän ajan kuluessa ja perustuu ostovoiman kasvuun. Liiketilan lisäys ei myöskään tarkoita, että se kokonaisuudessaan olisi uutta yritystoimintaa - osa liiketilan lisäyksestä toteutuu myymälöiden laajennuksina ja toimitilan vaihtoina. Lisäksi kolmasosa lisäliiketilasta on kaavallista ylimitoitusta, jolla varaudutaan kaupan liiketilatarpeen kasvuun. Tämä varaus ei välttämättä toteudu todellisena uutena liiketilana. Tämä koskee myös autokauppaa ja tilaa vaativaa erikoiskauppaa sekä kaupallisia palveluja. Autokaupassa ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa uuden liiketilan määrä ylittää tarkastelualueen nykyisen liiketilan jo minimivaihtoehdossa. Autokaupan ja etenkin tilaa vaativan erikoiskaupan palveluilla on kuitenkin kysyntää ja tarkastelualueen nykyistä suhteellisen vähäistä tarjontaa lisäämällä vastataan mm. Vantaan Tammiston alueen vahvaan kilpailuasemaan. Tammistossa oli jo vuonna 2010 noin 62 000 k-m² tilaa vaativan erikoiskaupan liiketilaa (ympäristöministeriö 2010) ja sen jälkeen alueelle on avattu lukuisia uusia myymälöitä.

Kaupallisten palveluiden osalta liiketilan kasvu on minimivaihtoehdossa 85 %, maksimivaihtoehdossa uuden liiketilan määrä ylittää nykyisen liiketilamäärän. Muutos on suuri, mutta sillä vastataan kuluttajien muutteisiin tarpeisiin - kaupan keskittymät toimivat kasvavassa määrin ostoksia ja vapaa-ajan elämyksiä yhdistävinä paikkoina. Tämä on heijastunut palveluiden merkittävämpään rooliin kauppojen yhteydessä: ostosten teon lisäksi voidaan esimerkiksi mennä ravintolaan, käydä elokuvissa tai yöpyä hotellissa. Tästä on hyvänä esimerkkinä vuonna 2019 avattu Pasilan Mall of Tripla, jossa toimii mm. elokuvateatteri, musiikkimuseo, HopLop sekä lähes 70 kahvilaa ja ravintolaa.



Kuva 57 Tarkastelualueen liiketilan määrä (k-m²) nykyisin ja vuonna 2050.

9.5.2 Kaupan kilpailuasetelma

Kaavoituksessa tehdään kaupan kokoa, tyyppiä, sijaintia ja mahdollisesti toteutumisen ajoittumista koskevia ratkaisuja, jotka vaikuttavat vähittäiskaupan ostovoiman siirtymiin, myymälärakenteeseen ja kaupan alueelliseen palvelutarjontaan. Kaupan kannalta katsottuna asian voi tiivistää siten, että kyse on vaikutuksista kaupan kilpailuasetelmaan. Kaavoituksessa tehtävillä ratkaisuilla voidaan rajoittaa tai mahdollistaa kilpailun toimivuutta. Tärkeää olisi pyrkiä siihen, että rajoitetaan vain sitä, mikä on välttämätöntä yhdyskuntarakenteen toimivuuden turvaamisen ja maankäytöllisten kehittämiskäytökoh- tien kannalta katsottuna. Yhdyskuntarakenteen kehittämistavoitteet eivät aina ole kaikilta osin saman- suuntaisia kilpailun toimivuuden turvaamisen tavoitteiden kanssa. Kun tämä asia tiedostetaan, kaava- ratkaisuja voidaan lähteä hakemaan avoimesti molemmat näkökulmat huomioon ottaen.

Uuden liiketilan rakentamisella vastataan kuluttajien muuttuvaan kysyntään. Kuluttajien tarpeet ovat eriytyneet ja eriytyvät jatkossakin. Tämä merkitsee sitä, että myös ostospaikoilta vaaditaan yhä enem- män. Etenkin hyvän liikenteellisen sijainnin ja saavutettavuuden sekä hintatason ja monipuolisten va- likoimien merkitys on ollut kasvussa. Jos myymälät eivät syystä tai toisesta miellytä, ostospaikkaa vaihdetaan, mikäli se vain on mahdollista. Asiointi suuntautuu sinne, missä kuluttajien odotukset täyt- tyvät parhaiten. Tarkastelualueen kaupan ja kaupallisten palvelujen tarjonnan lisääminen ja monipuo- listaminen tukee alueen jo ennestään vahvaa palvelutarjontaa ja vastaa näin sekä nykyisten että tule- vien kuluttajien tarpeisiin.

Kilpailuvaikutusten ennakoiti on haasteellista, koska monet vaikutuksista riippuvat kuluttajien käyt- täytymisen mahdollisista muutoksista ja kilpailun aiheuttamista dynaamisista vaikutuksista yritysten toimintaan. Tärkeintä kilpailun toimivuuden kannalta olisi varmistaa, että kaavoituksella luodaan edel- lytykset sille, että niin uusien toimijoiden alalle tulo kuin uusien liikeideoiden kehittäminenkin olisivat mahdollisia. Pitämällä alalle tulon esteet mahdollisimman alhaisina varmistetaan se, että luodaan edel- lytykset toimivalle kilpailulle ja sen myötä positiivisille kilpailuvaikutuksille. Tämä asia on huomioitu myös maankäyttö- ja rakennuslaissa, johon tehtiin vuonna 2015 kilpailun toimivuutta koskeva lisäys. Kyseisen lisäyksen perusteluissa (HE 334/2014 vp) elinkeinoelämän kilpailuasioiden huomioon ottami- sen todetaan olevan yksi keskeisistä kaavoituksessa edistettävistä asioista. Kilpailun kannalta toivotta- via ovat kaavaratkaisut, jotka ovat joustavia ja jättävät vaihtoehtoja toteutukseen. Lakimuutoksen ta- voitteena oli, että yrityksille osoitettaisiin laadultaan ja määrältään riittävästi sijoittautumispaikkoja. Tarkastelualueen kaupan kehittäminen tukee tätä tavoitetta.

Kilpailutilanteen muuttuminen ei aina ja automaattisesti tarkoita kielteisiä vaikutuksia olemassa olevien myymälöiden toimintaedellytyksiin. Tarkastelualueen vähittäiskaupan palveluverkko on viime vuosina uudistunut ja uudistuu jatkossakin. Koko maassa yleistrendinä on, että päivittäistavara-kaupassa pienet, kannattavuudeltaan heikot ja vanhoissa liiketiloissa toimivat myymälät lopettavat tai uudistavat toi- mintakonseptejaan ja hakevat uusia sijaintipaikkoja. Erikoiskaupassa erityisesti tilaa vaativa kauppa hakee uusia, saavutettavuudeltaan ja näkyvyydeltään hyviä sijaintipaikkoja keskustojen ulkopuolelta. Itäisen bulevardikaupungin itäosaan sijoittuva tilaa vaativan erikoiskaupan mitoitus antaa mahdollisuu- den tähän. Kaupan toimintaedellytysten kannalta onkin tärkeää, että kaavoituksella mahdollistetaan riittävä ja joustava liiketilarakentaminen ja laajentamismahdollisuudet myös pitkällä tähtäimellä.

Päivittäistavara-kaupan toiminnassa on aina kyse siitä, missä kuluttajat haluavat asioida ja millainen on erikokoisten myymälöiden rooli. Pienissä myymälöissä saatetaan asioida usein, mutta valtaosa osto- seuroista suuntautuu suurempiin myymälöihin. Ollakseen vetovoimaisia päivittäistavaramyymälöiden on oltava riittävän isoja pystyäkseen tarjoamaan edullisen hintatason ja monipuoliset valikoimat, joiden merkitys kuluttajien asiointipäätöksissä on koko ajan kasvanut ja kasvaa edelleen. Tarkastelualueella tämä tarkoittaa sitä, että nykyisillä myymälöillä on tarvittaessa oltava mahdollisuus laajennuksiin ja uusilla myymälöillä on, markkinoiden salliessa, mahdollisuus sijoittua alueelle.

Tarkastelualueella Itäkeskuksen alue, Puotilanranta ja itäisen bulevardikaupungin itäosa eivät kilpaile keskenään. Itäkeskuksen alue (ml. Puhos) on kaupan palvelutarjonnaltaan monipuolinen seudullinen kaupan keskittymä, jossa tarjonnan pääpaino on keskustahakuisessa erikoiskaupassa ja kaupallisissa palveluissa. Hypermarketit Citymarket ja Prisma ja muut päivittäistavaramyymälät vastaavat päivittäistavara-kaupan monipuolisesta tarjonnasta. Puotilanranta tulee kehittymään kaupan lähipalvelujen alueena, jossa on hyvät päivittäistavara-kaupan peruspalvelut ja jonkin verran keskustahakuista erikoiskauppaa ja kaupallisia palveluja. Itäisen bulevardikaupungin itäosassa painottuvat lähipalvelukeskittymät ajanmukaisine päivittäistavaramyymälöineen ja toisaalta tilaa vaativa erikoiskauppa.

9.6 Vaikutukset liikenteeseen ja liikkumiseen

Tarkastelualueen kaupan kehittäminen tulee lisäämään asiointeja ja samalla asiointiliikennettä. Kaupakeskus Itäkeskuksen ja Eastonin yhteenlaskettu vuosittainen kävijämäärä on jo nykyisin yli 20 miljoonaa. Tähän nähden tarkastelualueen kaupan kehittäminen ei todennäköisesti tule aiheuttamaan merkittäviä haitallisia liikenteellisiä vaikutuksia, vaikka liikennemäärä lisääntyykin. Koko tarkastelualueella ja etenkin Itäkeskuksen alueella liikennemäärän lisääntymistä tasoittaa merkittävästi se, että alue on erittäin hyvin saavutettavissa joukko- ja kevytliikenteellä ja Raide-Jokerin valmistuminen parantaa tilannetta entisestään. Itäisen bulevardikaupungin itäosa sijoittuu liikenteellisesti vilkkaan Itäväylän varrelle, jossa asiointimatkojen lisäys ei tule aiheuttamaan erityisiä ongelmia. Puotilanranta on uusi asuinalue, joka tukeutuu alueen omiin kaupan palveluihin ja Itäkeskuksen palvelutarjontaan. Alueen tulevien noin 2 500 - 3 000 asukkaan asiointimatkat eivät tule kasvattamaan merkittävästi lähiympäristön jo nykyisin suurta liikennemäärää.

9.7 Kestävä kehitys

Tarkastelualueen kaupan kehittäminen lisää liikerakentamista sekä liikkumista ja liikennettä, mutta tästä huolimatta sen voidaan katsoa olevan kestävän kehityksen mukaista. Tätä puoltavat mm. seuraavat seikat:

- Itäkeskuksen alue on jo nykyisiin itäisen Helsingin merkittävin asumisen ja kaupan keskus sekä liikenteellinen solmukohta (Itäväylä, metro ja Raide-Jokeri). Alue- ja yhdyskuntarakenteellisesti kaupan kehittäminen tiivistää ja täydentää nykyistä rakennetta.
- Kaupan palvelut ovat erittäin hyvin saavutettavissa joukko- ja kevytliikenteellä sekä tarkastelualueen sisällä että tarkastelualueen ulkopuolelta asioitaessa.
- Sijoittamalla lähipalveluita (päivittäistavara-kauppa, apteekit, kahvilat ja ravintolat, verkkokaupan jakelupisteet, kauneus- ja terveydenhuoltopalvelut) lähelle asukkaita turvataan arjen sujuvuus sekä kannustetaan asukkaita kestävämpiin valintoihin asiointimatkojen kulkutavoissa.
- Asiointimatkat tarkastelualueella ovat pääsääntöisesti lyhyitä. Tarve asioida muualla Helsingissä ja pääkaupunkiseudulla sijaitsevilla myymälöissä vähenee.
- Noin kolmasosa uuden liiketilän mitoituksesta on varautumista kaupan tulevaan liiketilatarpeeseen (kaavallinen ylimitoitus), se ei välttämättä toteudu uutena liiketilarakentamisena. Liiketilan lisätarve perustuu väestönlisäyksen myötä kasvavaan ostovoimaan ja kuluttajien muuttuvaan kulutuskysyntään.
- Kaavoituksella voidaan mahdollistaa joustava ja vaihteellinen liiketilarakentaminen. Huomioimalla tilojen joustavuus jo suunnitteluvaiheessa (mm. yhdisteltävyys, vesipisteet ja ilmanvaihto, huonekorkeudet, pilarien välitys yms.) edesautetaan tilojen kiertotaloutta ja kestävästä käytöstä pitkälle tulevaisuuteen.
- Itäisessä Helsingissä sosiaalisen kestävyuden näkökulmasta on keskeistä löytää uusia ratkaisuja siihen, miten voidaan mahdollistaa taloudellisesti esim. etnisten ja paikalliseen yrittäjyyteen perustuvien yritysten sijoittuminen uudempiinkin liiketiloihin. Tätä voidaan osaltaan edesauttaa esim. mahdollistamalla paremman vuokranmaksukyvyn omaavien vahvojen ankkurivuokralaisten sijoittuminen samoihin liiketilakeskittymiin sekä yrittäjien välistä yhteistyötä kehittämällä.

10. JOHTOPÄÄTÖKSET JA SUOSITUKSET

Itäkeskuksen ja lähialueiden kaupallisen tarjonnan vaikutusalue on laaja, suuntautuen erityisesti itään ja pohjoiseen. Selvityksessä vaikutusalueeksi määritellyn Itäisen suurpiirin väestönkasvu on yli 50 000 asukasta vuoteen 2050 mennessä. Tämä tarkoittaa merkittävää ostovoiman ja tilantarpeen kasvua. Kaupan toimialaan liittyvien epävarmuustekijöiden vuoksi tulevaisuuden ja tulevan mitoitusarpeen ennakointi on erityisen haastavaa; kauppa siirtyy enenevässä määrin verkkoon ja ihmisten kulutuskäyttäytyminen muuttuu. Selvityksen arvion mukaan selvitysalueella (Itäkeskus, Puotilanranta ja Itäväylän varsi) tulisi varautua yhteensä noin 55 000 – 85 000 k-m²:n mitoituksen kasvuun. Tämä on vielä huomattavasti vähemmän kuin mitä koko vaikutusalueen tilantarpeen kasvu, mutta tästä merkittävän osan arvioidaan toteutuvan liiketiloina muualla vaikutusalueella, muissa Helsingin ja pääkaupunkiseudun kaupallisissa keskittymissä sekä suuntautuvan verkkoon. Tulevaisuudessa keskeisintä on, että alueella turvataan arjen lähipalveluiden sijoittuminen lähelle nykyisiä ja tulevia asukkaita.

Itäkeskuksen alue (ml. Puhos) on suunnittelualan merkittävin kaupallinen keskittymä, jonka kehittymisedellytyksiä parannetaan maankäyttöä tehostamalla sekä alueen toiminnallista ympäristöä parantamalla. Suunnittelukilpailuiden sekä niistä johdannaisena tulleiden/tulevien suunnitteluperiaatteiden mukaisesti alueelle tulisi uusia asukkaita, uutta modernia liiketilaa sekä kaupallista kokonaisuutta paremmin yhteen nivovia yhteyksiä, mikä luo edellytykset kaupan ja palveluiden kehittymiselle sekä muille toimitiloille. Haasteena Itäkeskuksen alueella on se, että uusille kaupan neliöille ei ole helposti löydettävissä toimivia alueita; kehittämistä tuleekin suunnata erityisesti Puhos-Stoa -ympäristöön, Puotilan metroaseman välittömään läheisyyteen, Itäkeskuksen ympäristöön (ml. Raide-Jokerin päätepyssäkki) ja kytkemään paremmin toiminnallisesti yhteen Itäkeskuksen, Eastonin ja Prisman kaupallisia solmupisteitä.

Muilla suunnittelualueilla (Itäväylän varsi, Puotilanranta) maankäyttö on vielä enimmäkseen kehittämätöntä, minkä vuoksi kaupallista toimintaa voidaan suunnitella puhtaalta pöydältä. Itäväylän varrella kaupallisia toimintoja tulisi sijoittaa erityisesti joukkoliikenteen pysäkkien tuntumaan niin, että alueen asukkaille voidaan tarjota lähipalveluita. Alueelle on mahdollista myös kehittää tilaa vaativan kaupan toimintoja. Puotilanrannan alueella lähipalveluiden lisäksi esim. veneklusteriin liittyvät toiminnot (venekauppa, huolto, erikoiskauppa) voisivat tukea alueen profiloitumista ja kaupallista brändiä.

Seuraavissa tekstikappaleissa on kuvattu kaupallisesti toimivien ympäristöjen peruseriaatteita, joita tulisi soveltaa myös suunnittelualan kaupan ja kaupunkiympäristön kehittämisessä.

10.1 Kaupallisesti toimivien ympäristöjen kehittämisessä huomioitavaa

Kauppa ja palvelut sijoittuvat vilkkaiden asiointivirtojen ääreen. Maankäytön suunnittelulla ja kaupunkirakennetta koskevilla päätöksillä voidaan vaikuttaa myös kaupallisen ympäristön toimivuuteen ja kaupan sijoittumisedellytyksiin esimerkiksi kivijalkaliiketiloihin. Kauppa keskittyy agglomeraatioetujen vuoksi suurempii yksiköihin, mikä on huomioitava kaupunkiympäristöä kehitettäessä. Kauppa- ja ostokeskukset voivat kuitenkin kytkeytyä toiminnallisesti kaupunkirakenteeseen ja elävöittää myös ympäröivää kaupunkitilaa. Kivijalkaliiketilojen elävyyteen vaikuttaa merkittävästi jalankulkuympäristön mielekkäisyys ja se, miten potentiaalisia asiointivirtoja ohjataan kaupunkirakenteessa; myös kivijalkaliiketilojen osalta on tarkoituksenmukaista keskittää tiloja houkuttelevimmille paikoille, esim. kävelypaikoitteiden katujen varteen ja lähelle joukkoliikennepysäkkejä. Myös työpaikat luovat kaupan ja palveluiden kysyntää, esimerkiksi päivisin lounaskysyntää, joka on olennainen kriteeri esim. ravintolapalveluiden sijoittumiselle. Seuraavissa osioissa käsitellään laajemmin, minkälaisista kaupunkirakenteellisista ja etäisyyteen liittyvistä teemoista koostuu kaupallisesti hyvä ympäristö. Näitä teemoja on hyvä soveltaa myös Itäkeskuksen ja ympäröivän alueen jatkokehittämisessä ja tarkemmassa suunnittelussa.

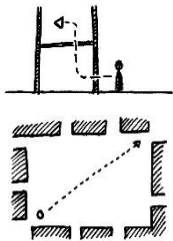
Etäisyyden kokeminen kaupunkitilassa



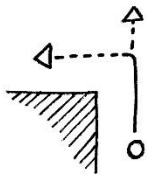
Etäisyys koetaan fyysisen välimatkan sekä psyykkisten, matka-aikaa hidastavien tai kulkemista haittaavien tekijöiden summana. Kaupallisessa keskustassa tämän kokonaisetäisyyden minimoiminen on ensiarvoisen tärkeää; palveluiden tulee sijaita tiiviisti toistensa läheisyydessä, jolloin niiden väliset matkat ovat lyhyitä ja kaupat koetaan helposti saavutettaviksi. Vähittäiskaupan kannalta kriittisen etäisyyden on todettu olevan vain noin 10–25 metriä. Tämä tarkoittaa sitä, että kauppojen välisen matkan ollessa yli 25 metriä muodostuu jo selvä este hakeutua seuraavaan, kaukaiseksi koettuun liiketilaan ja jatkaa näin kulkemista kaupunkirakenteessa. Kriittinen etäisyys ylittyy Suomessa useasti jo pelkästään kadun ylityksellä. Itäkeskuksen alueella koettua etäisyyttä lisäävät esim. kaupan sijoittuminen Itäväylän ja Kehä I:n eri puolille, jolloin alueesta ei tule toiminnallisesti yhtenäistä kokemusta.



Epäviihtyisä kaupunkiympäristö ja erilaiset fyysiset esteet lisäävät myös etäisyyden tunnetta. Eriyisen suuri merkitys tällä seikalla on, kun mietitään tietyn alueen soveltumista liiketoiminnalliseen käyttöön sekä sitä, mikä merkitys kokonaisetäisyyksillä on ihmisten ostokäyttäytymiseen ja mahdollisuuksiin hakeutua alueella sijaitsevien kaupallisten palveluiden luokse. Tunne-etäisyyttä lisäävistä tekijöistä on olemassa monia esimerkkejä, ja ymmärtämällä näiden merkitys voidaan suunnittelun avulla pienentää koettua kokonaisetäisyyttä. Esimerkiksi kävely- tai kauppakadulla oleva liian pitkä suljettu näyteikkunasarja tai muutoin passiivinen seinä voi lisätä suurestikin tunne-etäisyyttä ja estää hakeutumisen edesspäin oleviin liikkeisiin.



Palveluiden sijoittuminen vertikaalisesti useaan kerrokseen pidentää etäisyyden tunnetta moninkertaisesti verrattuna etäisyyden muutoksiin horisontaalisella tasolla: yhden kerroksen nouseminen vastaa psyykkisesti noin 50–100 metrin etäisyyttä katutasolla. Vastaavasti myös suuret tyhjat aukiot ja torit rajoittavat kulkemista kaupunkirakenteessa. Kun aukiota tai torilla on elämää, ihmisiä ja torimyyjiä, etäisyyden tuntua ei pääse syntymään, mutta aukion ollessa tyhjä tai pysäköityjen autojen täyttämä sen ylittäminen koetaan liian pitkältä matkalta. Torien ja aukoiden kohdalla kriittiseksi matkaksi on todettu noin 25 metriä.



Koettua etäisyyttä lisää myös se, jos liikepaikka jää rakennuksen kulman taakse. Tilaanne on sama myös kadun toisella puolella sijaitsevien toimintojen kanssa, etenkin jos kadun ylittäminen koetaan hankalaksi tai vaaralliseksi. Kauppakatua käytetään helposti ainoastaan yhdeltä puolelta, sillä kadulla kulkevat ja pysäköivät autot muodostavat vahvan etäisyyden tunteen, joka muodostuu esteeksi matkan jatkumiselle.

Katuverkossa etäisyyden tunne on pystytty tehokkaasti minimoimaan turvallisten ja matkantekoa helpottavien kävelykatujen ja kävelypainotteisten ympäristöjen avulla. Kuitenkin kävelykadullakin erilaiset katkokset sekä fyysiset esteet luovat etäisyyden tuntua hyvin nopeasti. Tällaisia esteitä voivat olla esimerkiksi kävelykatua halkovat liikennöidyt kadut, erilaiset rakennelmat ja esteet sekä jopa kävelykadulla kulkevat polkupyöräilijät.

Erilaisten toimintojen sijoittuminen vyöhykkeittäin keskustoissa edistää kaupallisen ympäristön toimivuutta ja vetovoimaisuutta. *Toimivassa ympäristössä ihmisten kulkeminen on tehty mahdollisimman helpoksi, jolloin hän kulkee pakottomasti ja huomaamatta laajallakin alueella.* Tällaisesta alueesta muodostuu erikoiskaupalle ja palveluille toimiva ja vetovoimainen ympäristö. Vastaavasti huono ympäristö,

epäyhtenäiset kävelyalueet ja epäkäytännölliset ja ympäristöön sopimattomat pysäköintialueet lyhentävät ihmisten hyväksymää kävelyetäisyyttä, mikä supistaa toiminnallisesti aktiivista aluetta.

Etäisyyksien ja niiden kokemisen lisäksi kaupunkirakenteessa liikkuvan käyttäytymistä ohjaa ympäristö ja sen tuottamat virikkeet ja elämykset. Kaupungin on tarjottava mielekästä ja vaihtelevaa nähtävää, jotta liikkujan mielenkiintoa pystytään pitämään yllä.

10.2 Yleisiä sijoittumis- ja suunnitteluperiaatteita suunnittelualueella

Seuraavassa listassa on koottuna periaatteita ja tavoitteita kaupan kehittämiseksi koko suunnittelualueella.

Toimialat:

- Päivittäistavarakauppa sijoittuu mahdollisimman lähelle nykyisiä ja tulevia asukkaita niin, että lähimpään myymälään olisi kävelymatka (tavoitteena alle 500 m). Päivittäistavarakaupan osalta mahdollistetaan erilaisten myymäläkonseptien sijoittuminen alueella niin, että myös suuremman kokoluokan myymälät (supermarket-kokoluokka, 2 500 m²) olisivat hyvin saavutettavissa eri liikkumismuodoilla. Päivittäistavarakaupan osalta tulee kiinnittää huomiota myös pysäköinti- ja logistiikkaratkaisuihin sekä kohteen näkyvyyteen pääliikennevirtojen suuntaan. Uusissa sijainneissa tulee olla mahdollista myös ostosten helppo nouto verkkokaupan jakelupisteestä (click & collect).
- Keskustahakuinen erikoiskauppa sijoittuu pääosin olemassa olevien kaupallisten keskittymien ääreen täydentäen niitä. Suunnittelualueella tällainen paikka on Itäkeskuksen ympäristö, jossa keskustahakuisia toimintoja voi sijoittua Puhoksen-Stoan alueelle, Itäkeskuksen ja Punos-kortteliin sekä Itäkeskuksen, Eastonin ja Prisman väliselle alueelle näitä keskuksia yhdistämään.
- Tilaa vaativan kaupan osalta alueina profiloituvat Itäväylän varsi sekä Puotilanranta. Tiva-kaupan osalta tulee huomioida kaupan mittakaava, sovittaminen ympäristöön sekä saavutettavuus erityisesti autolla, mutta tulevaisuudessa enenevässä määrin myös joukkoliikenteellä sekä kävelen ja pyörällä. Tiva-toiminnoissa agglomeraatioedut ovat merkittäviä, joten niiden tulee keskittymällä tukea toistensa toimintaa.
- Palvelut tulevat olemaan entistä tärkeämmässä roolissa kaupallisen elävyyden näkökulmasta. Kaupallisille palveluille (ml. ravintolatoiminnat) tulee olla sijoittumisen mahdollisuuksia niin kauppakeskuksissa kuin kivijalkaliiketiloihissakin.

Liiketilat ja kaupallinen ympäristö

- Liiketilat ja kaupan alueet muodostavat yhtenäisiä ja tiiviitä kokonaisuuksia, joissa liiketilojen tarkoituksenmukaisella sijoittelulla voidaan ohjata asiointivirtoja. Kivijalkaliiketilat ovat primääripaikoilla vilkkaimpien asiointivirtojen ääressä. Näillä paikoilla liiketilojen tulee olla näkyviä ja kaupallisen toiminnan on voitava levittäytyä myös katutilaan (terassit ja parkletit, ulkomyynti, mainokset). Liiketilat ovat esteettömiä, kaupallinen toiminta näkyy ulos suurista näyteikkunoista ja 1. kerrosta tuodaan esiin kaupallisena kokonaisuutena.
- Alueelle tarvitaan monipuolista liiketilatarjontaa; niin isompia ja syvempiä liiketiloja (yli 1000 m²) kuin pienempiä palveluliiketiloja (50–100 m²).
- Asiakaskokemusta voidaan kehittää mm. säältä suojauksella sekä sijoittamalla auto- ja pyöräpysäköinti niin, että kaupalliset toiminnot on helppo saavuttaa.
- Liiketilat suunnitellaan muuntojoustaviksi niin, että tiloja on mahdollista yhdistellä, pilarivälit ja huonekorkeus soveltuvat useampiin käyttötarkoituksiin ja talotekniikan (ilmanvaihto, vesipisteet) on mahdollista joustaa tuleviin tarpeisiin ilman valtavia uudelleeninvestointeja.
- Työnteko ja hybriditilat (esim. urbaani yrittäjyys, tuotannollisen toiminnan ja myymälätilojen yhdistäminen sekä yhteiskäyttötilat (ml. coworking) synnyttävät elävää kaupunkiympäristöä

sekä liittyvät monikeskuksisuuden trendeihin – tulevaisuudessa työ ja vapaa-aika voi olla entistä lähempänä kotia (vartin kaupungit). Mahdollistamalla monentyyppistä toimintaa voidaan joustavasti tukea niin asuinalueiden kuin suurempienkin keskittymien (Itäkeskuksen alue) elinvoimaisuutta, asukkaiden arjen sujuvuutta ja toiminnallista resilienssiä suhteessa tulevaisuuden muutostarpeisiin.

Maankäyttö ja kaavoitus

- Kaavoituksessa huomioidaan toimintojen väliset rajapinnat sekä tilankäytön rajojen hälveneminen. Kaavoituksessa on riittävä jousto muutoksille. Kivijalkatilojen käyttötarkoitus on joustava varsinkin alueilla, joilla ei ole odotettavissa merkittäviä asiointivirtoja.
- Kaupan ja palveluiden elinvoimaisuuden näkökulmasta keskeisin merkitys on lähiostovoiman kehittymisellä; mitä enemmän asukkaita sijaitsee kävelyetäisyyden päässä, sitä todennäköisemmin alueelle syntyy myös monipuolinen kaupallinen tarjonta. Sekoittunut rakenne (asukkaat ja työpaikat) tuo alueelle jatkuvaa kysyntää, ja toimintojen sijoittelussa kannattaa huomioida erilaisten toimintojen synergiavaikutukset (esim. joukkoliikenne-työpaikat-yhteiskäyttötilat-palvelut)
- Huomioidaan myös ei-kaupallisten toimintojen vaikutus kaupallisen ympäristön muodostumiseen: kohtaamis- ja oleskelupaikat, tapahtumaympäristöt sekä julkiset palvelut synnyttävät alueelle asiointivirtoja ja pidentävät viipymää, mikä ohjaa käyttämään alueen kaupallisia palveluita. Alueen viihtyisyys, monipuolisuus, turvallisuus sekä reittien selkeys ja esteettömyys parantavat asiointikokemusta yhtä lailla kuin esim. monipuolinen kaupallinen tarjonta.

11. LÄHTEET

- Esri Finland Oy (2016) Suomen tie- ja katuverkko 2016.
- Gehl, Jan Gemzøe Lars (2000) New City Spaces. Danish Architectural Press.
- Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi maankäyttö- ja rakennuslain muuttamisesta, HE 251/2016.
- HE 334/2014 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi maankäyttö- ja rakennuslain sekä maankäyttö- ja rakennuslain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöksen muuttamisesta.
- Heikkilä, Mikko Karppinen, Seppo Santasalo, Tuomas (1998) Parempi kaupunkikeskusta seitsemän kaupunkikeskustan kehittäminen. Ympäristöministeriö: Suomen ympäristö 186: Vantaa.
- Heikkilä, Mikko Santasalo, Tuomas Karppinen, Seppo (1996) Suomalaisia kävelykeskustoja. Ympäristöministeriö: Suomen ympäristö 23: Helsinki.
- HSY (2021) SeutuDATA'21
- Kauppakeskusyhdistys ry, kauppakeskukset 2010–2021 –julkaisu.
- Kauppakeskusyhdistys ry (2021). Kauppakeskukset 2021.
- Knoflacher, Hermann (1995) Kaupungin ja liikenteen harmonia. Vapaus autolla ajamisen pakosta. (alkuteos Zur Harmonie von Stadt und Verkehr: Freiheit vom Zwang zum Autofahren 1993, Suomeksi toimittaneet Jarmo Kalanti ja Pekka Ryttilä) Liikennesuunnittelun Seura ry.
- Liikennevirasto (2014) Liikkumisen ohjaus kaupan alalla, esiselvitys.
- Maanmittauslaitos (2018) Maastotietokanta/taustakarttasarja.
- Maankäyttö- ja rakennuslaki 132/1999, Finlex (www.finlex.fi)
- Nielsen Päivittäistavarakaupan myymälärekisteri ja Päivittäistavarakauppa ry (2018) Markkinaosuudet 2017. <http://www.pti.fi/julkaisu/tilastot/>
- Pulkkinen, Matti ja Harri Spåre (1999). Erikoistavaroiden kauppapalvelujen koettu saavutettavuus. LTT-tutkimus Oy. Sarja B 151. Helsinki 1999.
- Päivittäistavarakauppa Ry (2018) Päivittäistavarakauppa Suomessa 2017.
- Ramboll Finland Oy (2018) Vähittäiskaupan ketjutietokanta.
- Santasalo, Tuomas (2021) Vähittäiskaupan ostovoima maakunnittain. (www.tuomassantasalo.fi).
- Spåre, Harri ja Matti Pulkkinen (1997). Päivittäistavaroiden kauppapalvelujen koettu saavutettavuus. Liiketaloustieteellinen tutkimuslaitos. Sarja B 139. Helsinki 1997.
- Santasalo, Tuomas Heusala, Heli (2002) Erikoiskauppa kaavoituksessa. Tuomas Santasalo Ky: Helsinki.
- Tilastokeskus (2021) PXWeb-tietokannat (<http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/>)
- Tilastokeskus (2021) Yritys- ja toimipaikkarekisteri 2010-2016.
- Tilastokeskus (2020) Ruututietokanta 2020.
- TNS Gallup Oy / Kaupan liitto (2019) Verkkokauppatilasto 2018.
- Uudenmaan liitto (2021) Uusimaa-kaava 2050.
- Ympäristöministeriö (2014) Keskusta-alueet ja vähittäiskauppa kaupunkiseuduilla. Ympäristöministeriön raportteja 8/2014.
- Ympäristöministeriö (2013) Vähittäiskaupan suuryksiköiden kaavoitus. Ympäristöhallinnon ohjeita 3/2013.
- Ympäristöministeriö (2010). Selvitys paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupasta.
- Ympäristöministeriö (2007) Kauppa maakuntakaavoituksessa. Ympäristöministeriön raportteja 23/2007.

LIITE 1 KAUPAN SIJAININ OHJAUS

Merkitykseltään seudullisella vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan sellaista kaupan yksikköä tai usean myymälän muodostamaa vähittäiskaupan aluetta, jolla on yhtä kuntaa laajempia seudullisia vaikutuksia. Päivittäistavarakaupan vaikutusalue on tyypillisesti selvästi paikallisempi kuin erikoistavara-kaupan, jossa asioidaan harvemmin. Kaupan myymäläkokoan vaikuttavat merkittävimmin toimiala/toiminnan laatu sekä markkina-alueen laajuus, joka on verrannollinen myymälän kokoon: suuri myymälä tarvitsee suuren markkina-alueen, pieni pärjää vähemmällä. Kooltaan suuri myymälä ei kuitenkaan aina ja automaattisesti ole seudullisesti merkittävä myymälä; isokin myymälä voi palvella maantieteellisesti pientä aluetta ja olla luonteeltaan paikallinen. Tällöin myymälän lähellä sijaitsevan asutuksen ja paikallisen ostovoiman tulee kuitenkin olla kannattavan liiketoiminnan edellytykset täyttyvällä tasolla. Maankäyttö- ja rakennuslain 71 a §:n mukaan vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan yli 4 000 kerrosneliömetrin myymälää. Lakia sovelletaan myös olemassa olevan vähittäiskaupan myymälän merkittävään laajennukseen tai muuttamiseen vähittäiskaupan suuryksiköksi sekä myymäläkeskittymiin, joiden yhteenlaskettu vaikutus on verrattavissa vähittäiskaupan suuryksikköön. Mikäli keskustatoimintojen alueen ulkopuolelle osoitetulle vähittäiskaupan suuryksikköalueelle sijoitetaan myös kooltaan suuryksikkörajan alle jääviä myymälöitä, on ohjeena, että enimmäismitoitukseen sisällytetään myös nämä myymälät.

Maankäyttö- ja rakennuslain 71 b §:ssä on määritetty, että osoitettaessa maakunta- tai yleiskaavassa vähittäiskaupan suuryksiköitä on sen lisäksi, mitä maakunta- ja yleiskaavasta muutoin säädetään, katsottava, että:

1. *suunnitellulla maankäytöllä ei ole merkittäviä haitallisia vaikutuksia keskusta-alueiden kaupallisiin palveluihin ja niiden kehittämiseen;*
2. *alueelle sijoittuvat palvelut ovat mahdollisuuksien mukaan saavutettavissa joukkoliikenteellä ja kevyellä liikenteellä; sekä*
3. *suunniteltu maankäyttö edistää sellaisen palveluverkon kehitystä, jossa asiointimatkojen pituudet ovat kohtuulliset ja liikenteestä aiheutuvat haitalliset vaikutukset mahdollisimman vähäiset.*

Edellä mainittujen erityistavoitteiden johdosta vähittäiskaupan suuryksikön ensisijainen sijaintipaikka on keskusta-alue, ellei muu sijainti kaupan palveluiden saavutettavuus huomioon ottaen ole perusteltu. Lisäksi merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön sijoittaminen maakuntakaavan keskustatoiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle edellyttää, että vähittäiskaupan suuryksikön sijoituspaikaksi tarkoitettu alue on maakuntakaavassa erityisesti osoitettu tähän tarkoitukseen. (MRL 71 c §.) Vähittäiskaupan suuryksikköä ei saa sijoittaa maakunta- tai yleiskaavan keskustatoiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle, ellei alue ole asemakaavassa erityisesti osoitettu tätä tarkoitusta varten. Mitä 1 momentissa säädetään, koskee myös olemassa olevan vähittäiskaupan myymälän laajentamista tai muuttamista vähittäiskaupan suuryksiköksi, vähittäiskaupan suuryksikön laajentamista sekä sellaista myymäläkeskittymää, joka vaikutuksiltaan on verrattavissa vähittäiskaupan suuryksikköön. Mitä 1 momentissa säädetään, ei kuitenkaan koske vähittäiskaupan myymälän, vähittäiskaupan suuryksikön tai myymäläkeskittymän laajentamista, joka ei ole merkittävä. (MRL 71 c §.)

Kaupan sijainnin sääntely ja kuntien tontinluovutusmenettelyt on nostettu esille yhtenä toimivan kilpailun esteenä. Tämä asia on huomioitu myös maankäyttö- ja rakennuslaissa, johon tehtiin keväällä 2015 kilpailun toimivuutta koskeva lisäys. Kaavoja valmistelevien viranomaisten tehtävä on huolehtia siitä, että alalla jo toimivien yritysten lisäksi kaavoitusprosessissa huomioidaan uusien toimijoiden alalle tulon edellytykset. Kilpailun toimivuuden edistämisen kannalta on olennaista, että kaavoituksella luodaan mahdollisuudet uusien liikeideoiden kehittämiseen ja edellytykset uusien toimijoiden alalle tulolle. Kilpailun kannalta toivottavia ovat kaavaratkaisut, jotka ovat joustavia ja jättävät vaihtoehtoja toteu-

tukseen. Elinkeinoelämän kilpailuasioiden huomioon ottaminen on yksi keskeisistä kaavoituksessa edistettävistä asioista. Lakimuutoksen tavoitteena on, että yrityksille osoitettaisiin laadultaan ja määrältään riittävästi sijoittautumispaikkoja (HE 334/2014 vp).

Maankäyttö- ja rakennuslain uudistamis- ja normien purkamistarpeen seurauksena lakiin tehtiin keväällä 2017 muutoksia, jotka vaikuttivat myös vähittäiskaupan sijainnin ohjaukseen. Lakimuutoksen tavoitteena oli lisätä elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä kaupan kehittämässä ja edistää toimivan kilpailun kehittymistä. Lisäksi erityisenä tavoitteena oli parantaa kaupan toimialan edellytyksiä kehittää toimintaansa keskusta-alueiden ulkopuolella ilman vähittäiskaupan suuryksikön laadun huomioon ottamiseen liittyvää rajoitusta (HE 251/2016 vp).

Toukokuun 2017 alussa voimaan tulleessa lakimuutoksessa vähittäiskaupan suuryksikön kokoraja nostettiin 2 000 kerrosneliömetristä 4 000 kerrosneliometriin sekä poistettiin velvoite osoittaa maakuntakaavan keskustatoimintojen alueella vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus. Maankäyttö- ja rakennuslain muutoksen perusteluissa (HE 251/2016 vp) vähittäiskaupan suuryksikön koon alarajan nostamisen perusteena oli ottaa huomioon vähittäiskaupan toimialan kehittämisen tarpeet sekä tavoite edistää toimivan kilpailun kehittymistä.

Muutoksen jälkeen velvoitetta enimmäismitoituksen osoittamiseen sovelletaan maakuntakaavassa vain keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle erityisellä merkinnällä osoitettaviin vähittäiskaupan suuryksiköihin. Enimmäismitoitus voidaan osoittaa esimerkiksi tietyn maakuntakaavassa osoitetun vähittäiskaupan suuryksikköalueen enimmäiskerrosalana tai yksittäisen vähittäiskaupan suuryksikön enimmäiskerrosalana.

Lakimuutoksessa luovuttiin myös velvoitteesta ottaa huomioon kaupan laatu sijoitettaessa vähittäiskaupan suuryksikkö muualle kuin keskusta-alueelle. Laissa ei kuitenkaan ole nimenomaista kieltoa kaupan laadun (toimialan) huomioimisesta osana kaavaratkaisua. Vähittäiskaupan suuryksikön ensisijainen sijaintipaikka on lakimuutoksen jälkeenkin keskusta-alue. Suuryksikkö voidaan kuitenkin sijoittaa myös muualle edellyttäen, että kaupan palvelujen saavutettavuus otetaan huomioon sijoituksen perusteena. Saavutettavuudella tarkoitetaan kaupan palvelujen sijoittumista suhteessa asuinalueiden sijaintiin ja palvelujen käyttäjien mahdollisuuksiin saavuttaa nämä palvelut eri kulkumuodoilla. Sijoittumiseen muualle kuin keskustaan voi olla myös muita perusteita kuitenkin niin, että palvelujen saavutettavuus tulee aina ottaa huomioon. Muita perusteita voivat olla esimerkiksi toimivan kilpailun kehittämisen edistäminen ja erilaisten liiketoimintamallien kehittäminen.

Lakimuutoksen perusteluissa seudullisesti merkittävän suuryksikön kerrosalarajan noston arvioidaan kasvattavan myymäläkokoja erityisesti päivittäistavarakaupassa. Tällöin saattaa olla vaarana lähikauppaverkon harventuminen, mikäli myymälämäärä vähenee myynnin keskittyessä suurempiin yksiköihin. Lähikauppaverkon supistuminen heikentäisi erityisesti autottomien kotitalouksien ja ikääntyneiden kauppapalveluiden saavutettavuutta. Toisaalta kaupan palvelujen saavutettavuuden huomioiminen sijoitettaessa kaupan palveluja keskusta-alueiden ulkopuolelle tukee eri väestöryhmien yhdenvertaisuutta.

Toteutetut muutokset vähentävät merkittävästi niiden myymälöiden joukkoa, jotka kuuluvat vähittäiskaupan suuryksikköjä koskevan erityisen sijainnin ohjauksen piiriin. Lakimuutoksen myötä vähittäiskaupan suuryksikköjä koskeva sijainnin ohjaus on rajattu koskemaan vain niitä myymälöitä, joilla on yhdyskuntarakenteeseen, liikenteeseen tai kaupan palvelujen saavutettavuuteen kohdistuvia merkittäviä vaikutuksia. Tämä edistää kaupan palvelujen sijoittumista maakuntakaavassa keskustatoiminnoille tarkoitetuille alueille, kun näiden alueiden kaupan palveluja voidaan kehittää ilman vähittäiskaupan suuryksikköjen enimmäismitoituksesta johtuvaa rajoitusta.

Keskusta-alueen määrittelyä on lakimuutoksen yhteydessä tarkennettu. Keskusta-alueella tarkoitetaan maakunnan, kunnan tai sen osan toiminnallisesti keskeistä aluetta, jossa sijaitsee tiiviisti ja monipuolisesti keskustahakuisia palvelutoimintoja, kuten erikoiskauppaa, päivittäistavarakauppaa, vapaa-ajan palveluja ja julkisia palveluja sekä merkittävässä määrin eri toimialojen työpaikkoja ja asutusta. Keskusta-alue on hyvin saavutettavissa ja sinne on hyvät liikenneyhteydet ympäröiviltä asuinalueilta. Keskusta-alue on kunnan keskustaajaman tai sen alakeskuksen osa-alue ja keskusta-aluetta ympäröi aina taajama-alue. Olemassa olevat keskusta-alueet, niiden mahdolliset laajennusalueet sekä uudet keskusta-alueet voidaan osoittaa maakunta- ja yleiskaavassa keskustatoimintojen alueina (HE 251/2016 vp).

LIITE 2 KAUPAN SANASTOA JA MÄÄRITELMIÄ

Kauppa käsittää kokonaisuudessaan sekä tukku- että vähittäiskaupan. Tukkukauppa myy tuotteita toisille yrityksille ja perinteisesti myös vähittäiskaupalle. Tukkukauppa on suhteellisen ongelmaton maankäytön ohjauksessa, sillä se ei suuremmin vaikuta yhdyskuntarakenteeseen, ei edellytä hyvää saavutettavuutta eri kansalaisryhmille eikä aiheuta mittavaa asiointiliikennettä. Tukkukauppa ei myöskään kuulu vähittäiskaupan sijainninhjauksen piiriin, mikäli tukkukauppa ei ole tarkoitettu ns. kuluttaja-asiakkaille. Vähittäiskauppa on yksityisille kuluttajille henkilökohtaiseen tai kotitalouskäyttöön suunnattua uusien ja käytettyjen tavaroiden kauppaa. Yleensä kun puhutaan "kaupasta" tarkoitetaan nimenomaan vähittäiskauppaa. Vähittäiskauppa voidaan edelleen jakaa päivittäistavara- ja erikoistavarakaupaksi.

Vähittäiskaupan myynnistä valtaosa tapahtuu kiinteissä myymälöissä, kuten tavarataloissa, hypermarketeissa ja muissa myymälöissä. Myös myymälöiden ulkopuolella tapahtuu paljon vähittäiskauppaa. Tärkeimpiä myymälöiden ulkopuolisia jakelukanavoita ovat Internet ja postimyynnikauppa. Muita myymälöiden ulkopuolisia jakelukanavia ovat mm. myymäläautot ja -veneet, tori- ja hallikaupat, myyntikojut, huutokauppakamarit, kuluttajaosuuskunnat, verkostomarkkinointi ja kotimyynti jne., mutta niiden merkitys on vähäisempi.

(Vähittäiskaupan) ostovoima lasketaan jollekin alueelle siten, että asukaskohtainen kulutusluku kerrotaan alueen asukkaiden määrällä. Asukaskohtainen **kulutusluku** tarkoittaa kunkin henkilön keskimäärin vuodessa vähittäiskauppaan käyttämää rahamäärää.

Ostovoiman virtaus tai ostovoiman siirtymä tarkoittaa jonkin tietyn alueen vähittäiskaupan myynnin jaostovoiman erotusta. Ostovoiman virtauksella esitetään alueen kaupallista vetovoimaisuutta. Mikäli alueen myynti on suurempi kuin ostovoima, tapahtuu ostovoiman sisäänvirtausta – ostovoimaa tulee alueelle sen ulkopuolelta, mikä kertoo kaupallisesta vetovoimasta. Mikäli myynti on pienempi kuin ostovoima, tapahtuu ostovoiman ulosvirtausta – alueen asukkaat asioivat jossakin muualla. Ostovoiman virtaus on laskennallinen tunnusluku, "vaihtotase", eikä se kerro, minne ostovoima virtaa.

Myyntiteho on myymälän vuosimyynti jaettuna sen myyntipinta-alalla. Myyntitehon yksikkö on euroa/myymäläneliometri. Myyntitehon avulla voidaan tarkastella myymälän elinvoimaisuutta. Sitä voidaan käyttää apuna myös vähittäiskaupan mitoituksessa. Mitoituksessa verrataan alueen ostovoimaa tavoitteelliseen myyntitehoon, minkä perusteella voidaan laskea pinta-alan tarve.

Päivittäistavarakauppa

Päivittäistavaroiden ryhmään kuuluvat elintarvikkeet, tupakkatuotteet, usein kotitaloudessa tarvittavat ns. non-food-tuotteet, kuten teknokemian tuotteet (pesu- ja puhdistustuotteet) sekä joukko muita tuotteita, kuten kodintarvikkeet, kodinpaperit, lehdet ja päivittäiskosmetiikka. Normaalin elintarvikemyymälän valikoima koostuu juuri em. tuotteista. Alkoholituotteiden osalta käytäntö vaihtelee, mutta päivittäistavarakaupoissa myytävät alkoholijuomat kuuluvat poikkeuksetta päivittäistavaroiden ryhmään.

Päivittäistavarakaupan yksiköllä tarkoitetaan yleisimmin edellä mainittuja päivittäistavaroita myyvää, pääasiassa itsepalveluperiaatteella toimivaa marketmyymälää. Päivittäistavarakaupparyhmään kuuluvia myymälöitä ovat hypermarketit ja tavaratalot, supermarketit, valintamyymälät, lähikaupat, kyläkaupat, kioskit ja elintarvikkeiden erikoiskaupat. Hypermarketeissa ja tavarataloissa päivittäistavaroiden myyntiosuus vaihtelee, mutta tyypillisesti ne nähdään luonnollisemmin osana päivittäistavarakauppaa kuin erikoistavarakauppaa. Päivittäistavarakaupan merkittävimpiä toimijoita Suomessa ovat S-ryhmä, K-ryhmä ja Lidl. Muita toimijoita ovat mm. Stockmann, Tokmanni-konserni, M-ketju ja Mini-mani.

Päivittäistavaramyymälät

MYYMÄLÄTYYPPI	MYYNTIPINTA-ALA	PÄIVITTÄISTAVAROIDEN OSUUS
hypermarket	myyntipinta-ala 2 500 m ² tai yli	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
tavaratalo	myyntipinta-ala 1 000 m ² tai yli → keskustatavaratalo → liikennehakuinen tavaratalo (halpatavaratalo)	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta alle ½
supermarket, iso	myyntipinta-ala 1 000 m ² tai yli	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
supermarket, pieni	myyntipinta-ala 400–999 m ² tai yli	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
valintamyymälä, iso	myyntipinta-ala 200–399 m ² tai yli	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
valintamyymälä, pieni	myyntipinta-ala 100–199 m ² tai yli	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
pienmyymälä/ elintarvikekioski	myyntipinta-ala alle 100 m ²	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
erikoismyymälät	myyntipinta-ala 200–399 m ²	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
kauppahalli	myyntipinta-ala 100–199 m ² tai yli	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½

Hypermarket

Hypermarket on monen alan tavaroita myyvä pääosin itsepalveluperiaatteella toimiva vähittäismyymälä, jonka myyntipinta-ala on vähintään 2 500 m². Hypermarketissa elintarvikkeiden osuus on vähemmän kuin puolet kokonaispinta-alasta, mutta myynnin painopiste on päivittäistavaroissa. Hypermarket voi sijaita kaupungin keskustassa, sen tuntumassa, kauppakeskuksessa tai muualla liikenteellisesti hyvin saavutettavissa paikoissa. Esimerkkejä hypermarketeista ovat Prisma, K-citymarket ja Minimani.

Tavaratalo

Tavaratalo on monen alan tavaroita myyvä vähittäismyymälä, jonka myyntipinta-ala on vähintään 2 500 m². Tavaratalossa minkään tavararyhmän osuus myyntipinta-alasta ei ylitä puolta kokonaisympäristöstä. Tavaratalon osastot vastaavat alan erikoisliikkeiden valikoimaa. Tavaratalo-tyyppejä voidaan sanoa olevan kahta erilaista:

- perinteiset keskustatavaratalot
- halpatavaratalot

Keskustatavaratalossa on korkea palveluaste ja kassat sijaitsevat osastoilla. Tavaratalo voi sijaita kaupungin ydinkeskustassa, aluekeskuksessa tai muualla sijaitsevassa kauppakeskuksessa. Keskustahakuisia tavarataloja ovat mm. Sokos ja Stockmann, joissa korostuu muodin ja vapaa-ajan tuotteiden suuri osuus.

Halpatavarataloissa lajitelma on laaja ja usein päivittäistavara käsittää ainoastaan kuivan teollisen elintarvikkeen ja palvelu on minimissään. Halpatavarataloille tyypillistä on liikennehakuinen sijainti, mutta ne voivat sijaita myös keskusta-alueilla. Halpatavarataloja ovat esimerkiksi Tokmanni ja Halpa-Halli.

Supermarket ja market

Supermarket on pääosin itsepalveluperiaatteella toimiva päivittäistavaramyymälä, jonka myyntipinta-ala on vähintään 400 m², ja jossa päivittäistavaroiden osuus on yli puolet myyntipinta-alasta. Toimialan käytännön tilastoinnissa supermarketmyymälät jaetaan pinta-alaltaan suuriin yli 1 000 m² ja pieniin 400–1 000 m² supermarketteihin, joita kutsutaan myös yleisesti marketeiksi. S-market, K-supermarket, K-market ja M-market ovat esimerkkejä supermarket- ja market-ketjuista.

Valintamyymälä

Valintamyymälät ovat pieniä päivittäistavaramyymälöitä. Valintamyymälä on tavallisesti pieni, yleensä alle 400 m²:n kokoinen myymälä, joka sijaitsee lähellä kuluttajia ja on helposti saavutettavissa myös jalan. Isot valintamyymälät ovat pinta-alaltaan 200–399 m²:n päivittäistavaramyymälöitä ja pienet valintamyymälät ovat pinta-alaltaan 100–199 m². Esimerkkejä valintamyymäläketjuista ovat Alepa, Sale ja K-market.

Valintamyymälöitä kutsutaan yleisesti lähikaupoiksi, mutta toisaalta mikä tahansa kuluttajaa lähellä oleva päivittäistavaramyymälä voi olla kuluttajan näkökulmasta lähikauppa. Näin ollen lähikauppoina voivat toimia myös esimerkiksi asutuskeskuksissa sijaitsevat supermarketit.

Pienmyymälä ja kioski

Pienmyymälä tai elintarvikekioski on myynti-pinta-alaltaan alle 100 m²:n päivittäistavaramyymälä. Elintarvikekioskin myynti voi tapahtua luukun kautta tai itsepalvelu- tai palvelumyymälän tapaan. Kioskiasetuksella on rajoitettu kioskin myyntivalikoimaa. Esimerkkinä kioskiketjuista voidaan mainita R-kioski.

Hard discounter

Hard discounter myymälöiden toiminta perustuu tuotteiden nopeaan kiertoön ja tehokkaisiin toimintamalleihin. Myymälöiden valikoima kattaa pääsääntöisesti kaikki päivittäistavarakaupan tuoteryhmät ja niiden pinta-ala vastaa supermarketien kokoa. Hard discounterit sijaitsevat pääosin hyvien liikenneyhteyksien varrella sekä keskustoissa että keskustojen ulkopuolella. Esimerkkinä Suomessa toimivasta discounterista voidaan mainita Lidl-ketjun.

Liikennemyymälät

Liikennemyymälät sijaitsevat huoltamoiden yhteydessä liikenteellisissä sijainneissa valtateiden varsilla tai taajamissa. Liikennemyymälät muodostavat yhä useammin eri palveluntarjoajista koostuvan palvelukokonaisuuden, jossa polttoaine- ja päivittäistavaramyynnin sekä ravintolapalveluiden lisäksi tarjotaan muitakin palveluja. Esimerkkejä liikennemyymälöistä ovat ABC-Market, Neste Oil K-market sekä Teboil-myymälä.

Muut päivittäistavaramyymälät

Tavaratalojen, supermarkettien ja valintatalojen lisäksi päivittäistavaroita myydään vähäisessä määrin tuotekohtaisissa erikoismyymälöissä, kauppahalleissa, suoramyynninä, torikaupassa, myymäläautoissa ja sähköisessä kaupassa. Näiden jakelukanavien osuus kokonaismarkkinoista on viime vuosina ollut vähenemään päin. Päivittäistavaroiden sähköinen kauppa puolestaan ei ole kehittynyt ennustetulla tavalla johtuen ruoan jakelua koskevista, toistaiseksi ratkaisua vaille olevista logistisista ongelmista.

Erikoistavarakauppa

Erikoiskauppa on tiettyihin tuoteryhmiin kuuluvien kestokulutushyödykkeiden ja niihin liittyvien palveluiden myyntiin erikoistunutta vähittäiskauppaa. Erikoistavara käsitteenä pitää sisällään lähes kaiken päivittäistavarakaupan ulkopuolelle kohdistuvan vähittäiskaupan yksityisen kulutuksen: pukeutumisen, vapaa-ajan tuotteet, kodintekniikan, optisen alan tuotteet, asumisen ja sisustamisen jne. Autokauppa-kin voidaan lukea erikoistavaraostosten piiriin, mutta se pidetään yleensä jo tilastollisistakin syistä erillään muusta erikoiskaupasta: autokauppa poikkeaa muusta vähittäiskaupasta merkittävästi ostosten suuren kerta-arvon ja harvoin tehtävien ostojen vuoksi.

Erikoiskaupan myymälät tarjoavat yleisesti tiettyyn tuoteryhmään keskittyntä monipuolista valikoimaa sekä alaan liittyvää korkea asiantuntemusta ja palvelua. Harvoin ostettavan erikoistavaran kauppa hakeutuu tavallisesti joko toimialakohtaisiin keskittymiin (vrt. autokauppa, huonekalukauppa, muotikauppa), kun taas usein ostettavan erikoistavaran kauppa pyrkii dominoimaan kukin omia lähimarkkinoitaan (vrt. kukkakauppa, polttoainekauppa). Se, kuinka lähelle parhaita liikepaikkoja kukin toimipiste toimintaympäristössään hakeutuu, määräytyy yrityksen vuokranmaksukyvyyn perusteella. Erikoiskaupan myymälät sijoittuvatkin erilaisiin kaupallisiin keskuksiin kuten kaupunkien ja kuntien keskustoihin, kävelykaduille, kauppakeskuksiin ja erillisiin kauppakeskittymiin. Myös tavaratalot harjoittavat osastoillaan erikoistavarojen (käyttötavarojen) kauppaa.

Erikoistavarakaupassa voimakas ketjuuntuminen, nopeasti uudistuvat toimintatavat ja eriytyvät konseptit ovat olleet viimeaikaisen kehityksen avainsanoja. Ulkomaisten ketjujen etabloituminen Suomen markkinoille on näkyvää ja määrätietoista. Yleisimpiä markkinoille tulleita konsepteja ovat olleet usean tuhannen neliömetrin ketjumyymälät, jotka sijoittuvat keskustojen ulkopuolelle erillisiin kaupan keskittymiin, sekä erityisesti vaate-, kenkä- ja asustekaupan ketjut, jotka sijoittuvat kauppakeskuksiin.

Erikoistavarakauppa jakautuu paljon tilaa vaativan erikoistavaran (TIVA) kauppaan ja muuhun erikoistavarakauppaan (keskustahakuinen erikoistavarakauppa). Jako perustuu myymälätyyppiin ja myytävien tuotteiden luonteeseen. Tilaa vaativaa ja keskustahakuista erikoiskauppaa kuvataan seuraavaksi.

Tilaa vaativa erikoistavarakauppa

Tilaa vaativa erikoistavarakauppa tarvitsee paljon tilaa myytävien tavaroiden luonteen vuoksi (vrt. huonekalut, rakennustarvikkeet jne.) ja se on myös enemmän riippuvainen autolla asioivista asiakkaista verrattuna muuhun erikoiskauppaan. Tilaa vaativan erikoistavarakaupan myymälöiden huoneistokoko on keskimäärin noin 850 m². Lisäksi tilaa vaativan kaupan vuokranmaksukyky on alhaisempi. Tämän vuoksi kyseinen kauppatyyppi sijoittuu pääasiassa keskustojen ulkopuolelle, liikenteellisesti helposti saavutettaviin paikkoihin. Kyseisentyypistä kauppa kutsutaankin joskus myös keskustapakoiseksi kaupaksi. TIVA-kaupalle tyypillistä on myös keskittyminen tietyille alueille, joissa on paljon saman toimialan liikkeitä tai muuta tilaa vaativaa kauppa. Usein samoille alueille on keskittynyt myös hypermarketkauppaa. Tällaiset tilaa vievän kaupan alueet ovat viime vuosina olleet voimakkaassa kasvussa.

Tilaa vaativaan erikoistavarakauppaan kuuluvat toimialat ovat huonekalukauppa, rautakauppa, rakenteellinen sisustuskauppa, kodintekniikkakauppa, puutarha- ja maatalouskauppa, venekauppa ja moottorijoneuvojen sekä niiden tarvikkeiden kauppa. Myymäläkonseptit ovat kuitenkin kehittyneet niin, että monissa myymälöissä myydään yhä enemmän muutakin kuin paljon tilaa vaativaa erikoistavaraa ja tuotevalikoima lähestyy perinteisen keskustahakuisten erikoiskauppojen tuotevalikoimaa.

Tilaa vaativan erikoistavarakaupan erittelemisen muusta (keskustahakuisesta) erikoistavarakaupasta on ollut keskeistä erityisesti ennen vuonna 2011 toteutunutta Maankäyttö- ja rakennuslain uudistusta. Ennen uudistusta tilaa vaativan erikoistavarakaupan sijoittumista koskivat väljemmät säännökset kuin muuta vähittäiskauppaa, mutta muuttuneen lainsäädännön myötä myös tilaa vaativa erikoistavarakauppa tuli sijainnin sääntelyn piiriin. Tilaa vaativaa erikoiskauppaa voidaan kuitenkin edelleen käyttää terminä havainnollistamaan kaupan rakennetta ja eri keskustun luonnetta.

Keskustahakuinen erikoistavarakauppa

Keskustahakuisella erikoistavarakaupalla tarkoitetaan perinteistä ja monipuolista, tyypillisesti kaupunki- tai kuntakeskuksiin tai kauppakeskuksiin sijoittuvaa, erikoistavaran ja niihin liittyvien palveluiden kauppa. Tarkkaa määritelmää keskustahakuisesta erikoistavarakaupasta ei ole, vaan sillä tarkoitetaan yleisesti erikoiskaupan aloja, jotka eivät ole kaupunkikeskustojen ulkopuolelle sijoittuvaa tilaa vaativaa kauppa. Tärkeimpiä tuoteryhmiä ovat mm. muoti-, urheilu-, kirja- ja optisen alan ja vapaa-ajan kauppa.

Keskustahakuiselle erikoistavarakaupalle on ominaista se, että toimipaikat ovat pieniä henkilömäärän sekä liikeytilojen koon suhteen. Keskustahakuisen erikoiskaupan myymälöiden huoneistokoko on keskimäärin alle 300 m².

Erikoistavarakaupan myymälät ja muut myymäläkeskittymät

Kauppakeskus

Kauppakeskus tarkoittaa saman katon alla toimivaa erikoiskaupan myymäläkeskittymää, jossa yhdenkään myymälän pinta-ala ei ylitä puolta koko keskuksen pinta-alasta. Kauppakeskuksen pinta-ala on

vähintään 5.000 huoneisto-m² ja siellä tulee toimia vähintään 10 myymälää, jotka avautuvat sisätilaan yhteiselle käytävälle tai keskusaukiolle. Kauppakeskuksella on yhteinen johto ja markkinointi.

Ostoskeskus

Ostoskeskus muodostuu yhdestä tai useammasta liikerakennuksesta, jotka avautuvat ulospäin. Pinta-ala on tavallisesti alle 5 000 m² ja liikkeitä vähintään viisi. Ostoskeskusten omistusrakenne vaihtelee, mutta monissa tapauksissa se on pirstoutunut. Ostoskeskusten määritelmä ei kata yhtenäistä hallintoa tai huolto- ja markkinointikäytäntöjä, mutta yhteistyötä harjoitetaan silti vaihtelevasti.

Ostoskeskuksia löytyy ympäri Suomea, mutta luonnollisesti eniten pääkaupunkiseudulta, jossa niitä on rakennettu lähiöiden asuinalueille. Pelkästään Helsingissä on 1950-,1960- ja 1970-luvuilla rakennettua ostoskeskuksia noin 30, kuten esimerkiksi Munkkivuori, Kontula, Kannelmäki ja Roihuvuori.

Hypermarketkeskus

Hypermarketkeskus muodostuu yhdestä liikerakennuksesta, jossa on hypermarket ja vähintään 10 muuta myymälää tai palvelua. Kaikki myymälät avautuvat katetulle käytävälle. Hypermarketin osuus on yli 50 % liiketilan kokonaismäärästä.

Retail Park

Retail Park tarkoittaa erikoiskauppojen keskusta, joka muodostuu useammasta liikerakennuksesta. Retail Park sijaitsee tyypillisesti keskustan ulkopuolella, toimii yhdessä tasossa ja liiketilat aukeavat ulkotilaan yhteiselle pysäköintialueelle.

Retail Park on erikoiskaupan uusimpia toimintakonsepteja ja ne on tyypillisesti suunniteltu yhtenä kokonaisuutena. Retail Park -keskuksen toimintaperiaatteena on erikoiskaupan toimialojen osalta suurmyymälöiden keskittämiseen yhteen keskuksen. Retail Park -keskukset Suomessa ovat pieniä verrattuna ulkomaisiin toteutuksiin ja niiden koko vaihtelee välillä 5 000-35 000 m² (vuokrattava liikeala). Esimerkkejä suomalaisista Retail Park -keskuksista ovat mm. Cantti Kuopiossa, Glomson Espoossa ja Vantaanportti Vantaalla.

Outlet Center

Outlet Centerillä tarkoitetaan merkkituotemyymälöiden keskusta, jossa toimii tyypillisesti yksittäisten tuotemerkkien myyntiin keskittyneitä erikoistavaramyymälöitä. Outlet Center toimii tyypillisesti keskustan ulkopuolella useammassa liikerakennuksessa ja sillä on yhteinen johto ja markkinointi. Keskuksen hintataso on edullinen ja perustuu siihen, että valikoimaan ei kuulu uusimpia mallistoja. Suomessa ei ole tällä hetkellä yhtään merkkituotemyymälöiden keskusta.

Vähittäiskaupan suuryksikkö

Maankäyttö- ja rakennuslain mukaan vähittäiskaupan suuryksikköä ei saa sijoittaa maakunta- tai yleiskaavan keskustatoiminnoille tarkoitettun alueen ulkopuolelle, ellei alue ole asemakaavassa erityisesti osoitettu vähittäiskaupan suuryksikkö varten. Vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan nykyisessä maankäyttö- ja rakennuslaissa yli 4 000 kerrosneliömetrin suuruista vähittäiskaupan myymälää, mikä vastaa käytännössä myyntipinta-alaltaan noin 3 000 m²:n myymälää. Myös vaikutuksiltaan vähittäiskaupan suuryksikköön verrattavissa olevaan vähittäiskaupan myymäläkeskittymään sovelletaan näitä säännöksiä.