

Vastaanottaja
Vihdin kunta

Asiakirjatyyppi
Loppuraportti

Päivämäärä
20.4.2021

Vihdin kunta

ETELÄ-NUMMELAN KAUPALLINEN SELVITYS



Projekti **Etelä-Nummelan kaupallinen selvitys**
Vastaanottaja **Vihdin kunta**
Asiakirjatyyppi **Raportti**
Päivämäärä **20.4.2021**
Laatija **Eero Salminen, Kimmo Koski, Jukka Räsänen ja Iris Broman**

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	3
1.1	Tehtävä	3
1.2	Tarkastelualue	4
2.	Kaupan sijainnin ohjaus	5
2.1	Maankäyttö- ja rakennuslaki	5
2.2	Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaava ja Uusimaa 2050 -kaava	6
2.3	Vihdin strateginen yleiskaava 2050	12
2.4	Etelä-Nummelan osayleiskaava	16
3.	Kaupan trendit	17
3.1	Kauppojen lukumäärä ja liikevaihto	17
3.2	Muutostrendejä	18
3.2.1	Verkkokaupan kehitys ja digitalisaatio	18
3.2.2	Kulutuskäyttäytymisen muutos	18
3.2.3	Tarjonnan trendit	19
3.2.4	Kauppakeskusten ja kivijalkakauppojen tulevaisuus	20
3.3	Vähittäiskaupan toimintaympäristön PESTE-tarkastelu	20
4.	Kaupan palveluiden tarjonta	23
4.1	Kaupan palveluverkko ja Nummelan kaupallinen vaikutusalue	23
4.2	Kaupan palvelujen tarjonta	25
4.3	Vähittäiskaupan ja palveluiden liikevaihto	27
5.	Kaupan palvelujen kysyntä	29
5.1	Väestön määrä ja sijoittuminen	29
5.2	Väestöennuste	30
5.2.1	Työpaikkojen määrä ja sijoittuminen	32
5.2.2	Liikenne	33
5.2.3	Kaupan palvelujen saavutettavuus	33
6.	Ostovoima ja liiketilantarve	36
6.1	Ostovoima- ja tilantarvelaskelmien lähtökohdat	36
6.2	Ostovoiman virtaus	37
6.3	Etelä-Nummelan asukkaiden kaupan tilantarve 2019-2050	37
6.3.1	Minimiskenaario	38
6.3.2	Maksimiskenaario	39
6.3.3	Vapaa-ajan asukkaat	40
6.3.4	Ohikulkevasta liikenteestä Huhmarissa pysähtyvät	41
7.	Etelä-Nummelan kaupan palveluverkon kehitys	42
7.1	Kaupan palveluverkon kehitysvaihtoehtoja Etelä-Nummelassa	42
7.1.1	VE1: Hajautettu palveluverkko	42
7.1.2	VE2: Keskitetty palveluverkko	44
7.2	Skenaarioiden vaikutusten arviointi	46
8.	Johtopäätökset ja suositukset	47
8.1	Tavoitteellinen kaupan palveluverkko	47
8.2	Palveluverkon vaikutusten arviointi	49
8.3	Lopuksi: kaupallisesti toimivien keskusten toteuttamisessa huomioitavaa	51
9.	Lähteet	53

1. LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET

1.1 Tehtävä

Kaupallisessa selvityksessä muodostetaan perusteltu kokonaisnäkemys Etelä-Nummelan kaupan kehitysnäkymistä, -mahdollisuuksista ja -tarpeista. Tehtävänä on ollut laatia kuvaus nykyisestä kaupan rakenteesta, arvioida ostovoimaan perustuva kaupan mitoitus toimialoittain sekä laatia esitys kaupallisten keskittymien laajuudesta ja tavoitteellisesta toimialasisällöstä alueittain. Selvitettävänä ylätasoinen kysymyksenä on kaupan kehitys ja murros tarkastelualueella - mitä kehityskulkuja on havaittavissa tulevaisuudessa ja mitkä ovat vaikutukset laajemmalla alueella?

Kaupallisten palveluiden osalta tarkastelualue jakaantuu neljään osa-alueeseen, joiden selvitettävät kysymykset ovat kootusti seuraavat:

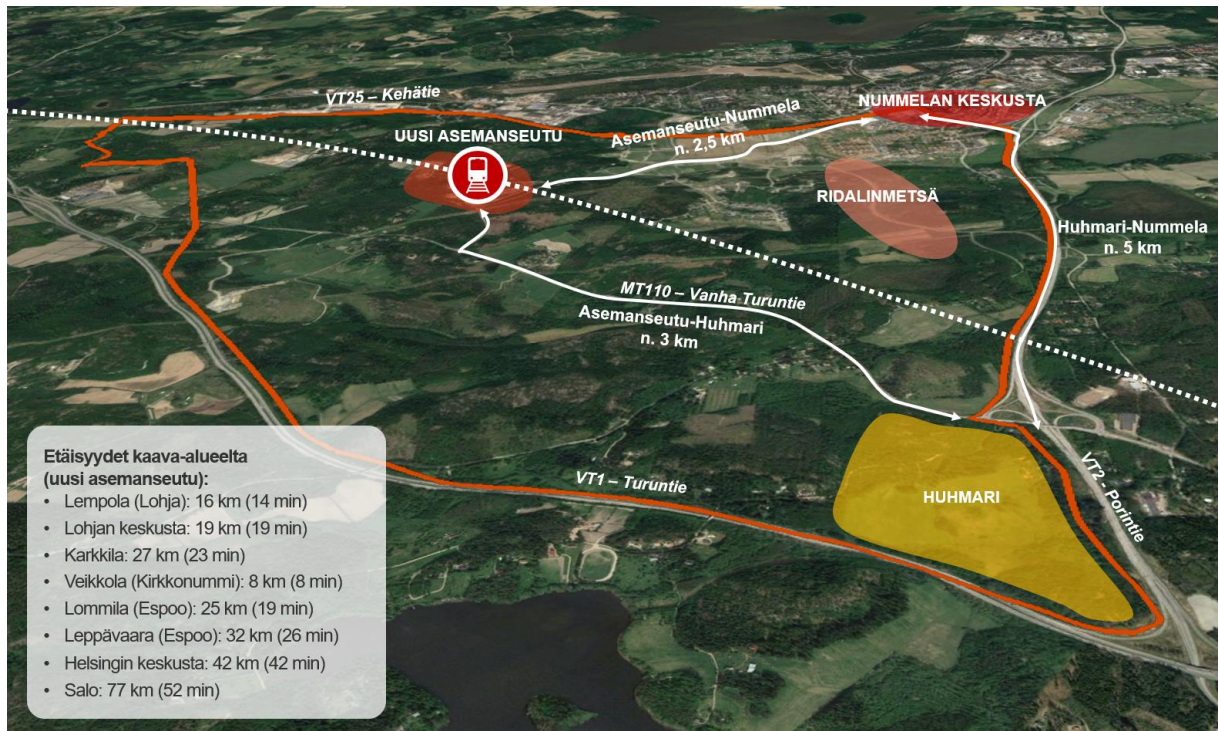
1. Huhmarin tilaa vaativan kaupan alue
 - Profiili ja vaikutukset kunnallisesti ja ylikunnallisesti
 - Huhmarin vaikutusalue
2. Etelä-Nummelan (erityisesti Vihti-Nummelan asemanseutu) kaupalliset palvelut ja potentiaali
 - Millaisia palveluita alueella voisi olla ja mikä näiden kehittymispotentiaali olisi?
 - Olisivatko palvelut täysin paikalliseen kysyntään nojaavia vai isompia, myös muualta ostovoimaa kerääviä yksikköjä?
3. Etelä-Nummelan ja nykyisen Nummelan suhde kaupallisesti
 - Kilpailevatko alueet toistensa kanssa haitallisesti?
 - Miten Vihti-Nummelan asemanseutu vaikuttaa nykyisten kaupan toimijoiden (erityisesti suuryksiköiden) toimintaan ja rooliin alueella?
4. Kaupalliset lähipalvelut Ridalinmetsän alueella
 - Onko näillä potentiaalia, ja mitä ne voisivat olla?

Selvitys tehtiin syksyllä 2020. Työtä ohjasi työryhmä, johon kuuluivat Jani Arponen, Olga Hagström, Viljam Jokinen, Miia Ketonen ja Mikko Airikkala Vihdin kunnasta. Työstä vastasivat KTM Eero Salminen, FM Kimmo Koski, DI Jukka Räsänen ja DI Iris Broman Ramboll Finland Oy:stä.

Selvitystyön yhteydessä järjestettiin 17.11.2020 työpaja, johon osallistui ohjausryhmän lisäksi Vihdin elinvoimajohtaja Petra Ståhl ja elinkeinopäällikkö Jorma Ranta. Lisäksi työn yhteydessä haastateltiin keskeisiä kaupan toimijoita (Kesko, Osuuskauppa, Lidl) koskien Etelä-Nummelan kehittämismahdollisuuksia kaupallisesta näkökulmasta.

1.2 Tarkastelualue

Tarkastelualue sijoittuu Nummelan taajaman eteläpuolelle, valtateiden 1 ja 2 sekä Hanko-Hyvinkää -radan rajaamalle alueelle. Nummela on Vihdin suurin taajama ja hallinnollinen keskus. Oheisella kartalla (Kuva 1) on esitetty kaava-alueen keskeisimpiä alueita, yhteyksiä ja etäisyyksiä kaupan näkökulmasta.



Kuva 1 Tarkastelualue ja etäisyyksiä (matka-aika autolla)

2. KAUPAN SIJAINNIN OHJAUS

2.1 Maankäyttö- ja rakennuslaki

Maankäyttö- ja rakennuslain 71 a §:n mukaan vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan yli 4 000 kerrosneliömetrin myymälää. Vähittäiskaupan suuryksikön ensisijainen sijaintipaikka on keskusta-alue, ellei muu sijainti kaupan palveluiden saavutettavuus huomioon ottaen ole perusteltu. Lisäksi merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön sijoittaminen maakuntakaavan keskusta-toiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle edellyttää, että vähittäiskaupan suuryksikön sijoituspaikaksi tarkoitettu alue on maakuntakaavassa erityisesti osoitettu tähän tarkoitukseen. Vähittäiskaupan suuryksikköä ei saa sijoittaa maakunta- tai yleiskaavan keskustatoiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle, ellei alue ole asemakaavassa erityisesti osoitettu tätä tarkoitusta varten. Vähittäiskaupan suuryksikön lisäksi säännökset koskevat myös olemassa olevan vähittäiskaupan myymälän laajentamista tai muuttamista vähittäiskaupan suuryksiköksi, vähittäiskaupan suuryksikön laajentamista sekä sellaista myymäläkeskittymää, joka vaikutuksiltaan on verrattavissa vähittäiskaupan suuryksikköön. Säännökset eivät kuitenkaan koske vähittäiskaupan myymälän, vähittäiskaupan suuryksikön tai myymäläkeskittymän laajentamista, joka ei ole merkittävä.

Maankäyttö- ja rakennuslain 71b §:ssä on esitetty maakunta- ja yleiskaavalle vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevat erityiset sisältövaatimukset, joiden mukaan:

- 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 ja*
- 3. suunniteltu maankäyttö edistää sellaisen palveluverkon kehitystä, jossa asiointimatkojen pituudet ovat kohtuulliset ja liikenteestä aiheutuvat haitalliset vaikutukset mahdollisimman vähäiset.*

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 toteutukseen. 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 kehittämisessä 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 tullessa lakimuutoksessa vähittäiskaupan suuryksikön kokoraja nostettiin 2 000 kerrosneliömetristä 4 000 kerrosneliömetriin 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.

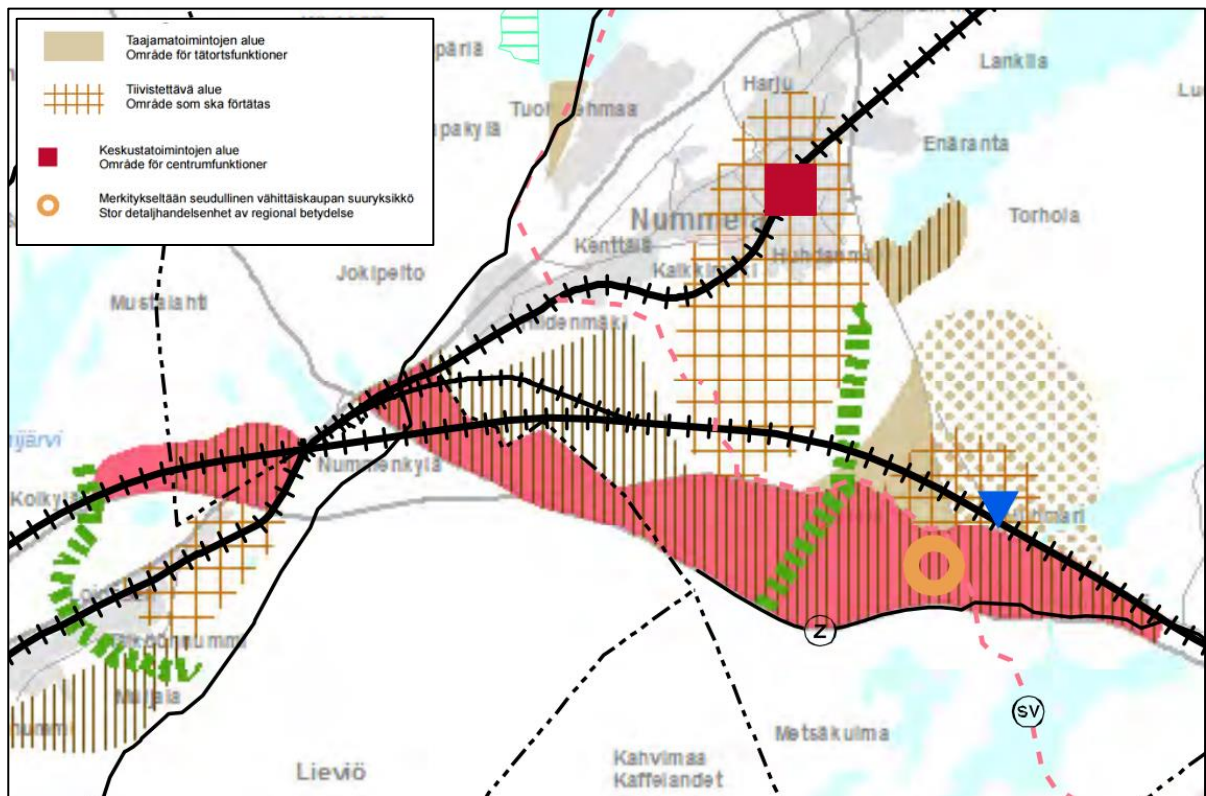
Lakimuutoksessa luovuttiin myös veloitteesta ottaa huomioon kaupan laatu sijoitettaessa vähittäiskaupan suuryksikkö muualle kuin keskusta-alueelle. Laissa ei kuitenkaan ole nimenomaista kieltä kaupan laadun (toimialan) huomioimisesta osana kaavaratkaisua. Vähittäiskaupan suuryksikön ensisijainen sijaintipaikka 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.

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.

Myös keskusta-alueen määrittelyä tarkennettiin lakimuutoksen yhteydessä. Keskusta-alueella tarkoitetaan maakunnan, kunnan tai sen osan toiminnallisesti keskeistä aluetta, jossa sijaitsee tiiviisti ja monipuolisesti keskustahakuisia palvelutoimintoja, kuten erikoiskauppaa, päivittäistavaraa, 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 keskustaaajaman tai sen alakeskuksen osa-alue ja keskusta-alueita 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).

2.2 Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaava ja Uusimaa 2050 -kaava

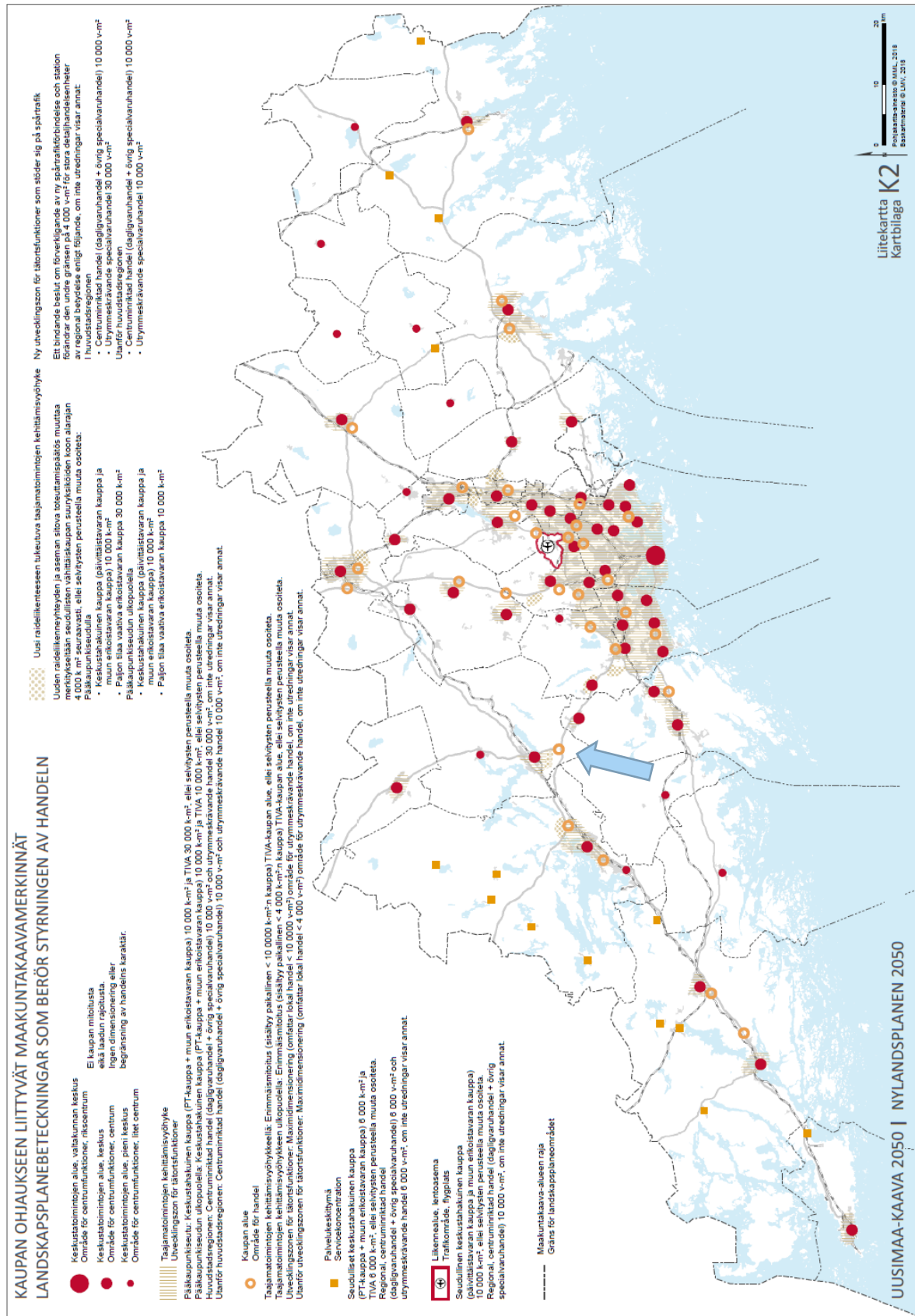
Alueella voimassa olevassa **Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa** (Ympäristöministeriön vahvistama 30.10.2014) esitetty kaupan palveluverkon kokonaisratkaisu koostuu maakunnallisen keskusverkon, merkitykseltään seudullisten vähittäiskaupan suuryksiköiden sekä taajamatoimintojen alueita ja työpaikka-alueita koskevien määräysten muodostamasta kokonaisuudesta. Vaihemaakuntakaavassa on osoitettu keskustatoimintojen alueena Nummelan keskus, jolle ei ole osoitettu vähittäiskaupan enimmäismitoitusta. Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan alueena vaihemaakuntakaavassa on osoitettu Huhmarin alue, jossa vähittäiskaupan enimmäismitoitus on 50 000 k-m². Tiivistettävänä alueena on puolestaan osoitettu Nummelan keskustasta asemanseudulle ulottuva vyöhyke. Ote hyväksytyjen maakuntakaavojen yhdistelmästä on esitetty seuraavassa kuvassa (Kuva 2).



Kuva 2 Ote Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavasta

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa on myös määritelty kaupan suuryksiköiden seudullisen merkittävyyden alarajat toimialoittain ja alueittain. Vihdissä seudullisen merkittävyyden alaraja sellaiselle vähittäiskaupalle, joka kaupan laatu huomioon ottaen voi sijoittua perustelluista syistä myös keskusta-alueiden ulkopuolelle (esim. auto-, rauta-, huonekalu-, puutarha- ja maatalouskauppa) on taajamatoimintojen alueella 10 000 k-m². Muun erikoiskaupan osalta seudullisuuden alaraja on taajamatoimintojen alueilla 5 000 k-m² ja päivittäistavarakaupan 2 000 k-m². Muilla alueilla (kaikki vähittäiskauppa) alaraja on 2 000 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 kuvassa 2.



Kuva 3

Uusimaa-kaavan 2050 kaupan palveluverkon kokonaisratkaisu (Uudenmaan liitto 2020), Etelä-Nummelan likimääräinen sijainti on osoitettu nuolella.

Maakuntakaavassa kaupan toimiala on jaettu kahteen luokkaan seuraavasti:

- **Keskustahakuinen kauppa** tarkoittaa päivittäistavarakauppaa ja muun erikoistavaran kauppaa. Keskustahakuinen kauppa sijoittuu keskustoihin, jotka ovat hyvin saavutettavissa kestävillä kulkutavoilla. Lähiympäristössä on paljon asukkaita ja joukkoliikenneyhteydet keskustaan ovat pääsääntöisesti toimivia. Päivittäistavarakauppa on lähipalvelua ja toimiakseen 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 kasvaessa. Oletuksena asukas-pohjalle on, että kaikki asukkaat asioivat tässä myymälässä. Keskustahakuisella muun erikoistavaran kaupalla tarkoitetaan kaikkia niitä erikoiskaupan toimialoja, jotka eivät ole tilaa vaativaa kauppaa. Muun erikoistavaran kauppoina 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 kes-kusta. Kaupan alueet ovat myös yleisesti heikommalla saavutettavissa kestävillä kulkumuo-doilla. Kaupan alueet sijoittuvat kuitenkin melko lähelle keskustoja ja ovat yleensä taaja-miin johtavien pääväylien varrella. Kaupan alueiden sijoittumisen ja mitoituksen lähtökoh-tana ovat tilaa vaativan kaupan kannalta riittävä lähiasutus ja ostovoima, jolloin asiointi-matkat 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 Uudelle-maalalle, kehitettäville vyöhykkeille ja palvelukeskittymille. Kaupan alueet maakuntakaavassa esite-tään 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 paikal-liseksi kaupaksi. Huomion arvoista on kuitenkin, että kaupan seudullisuuden määrittelyyn lasketaan kaikki toiminnallisen kokonaisuuden muodostamalla alueella oleva kaupan pinta-ala.

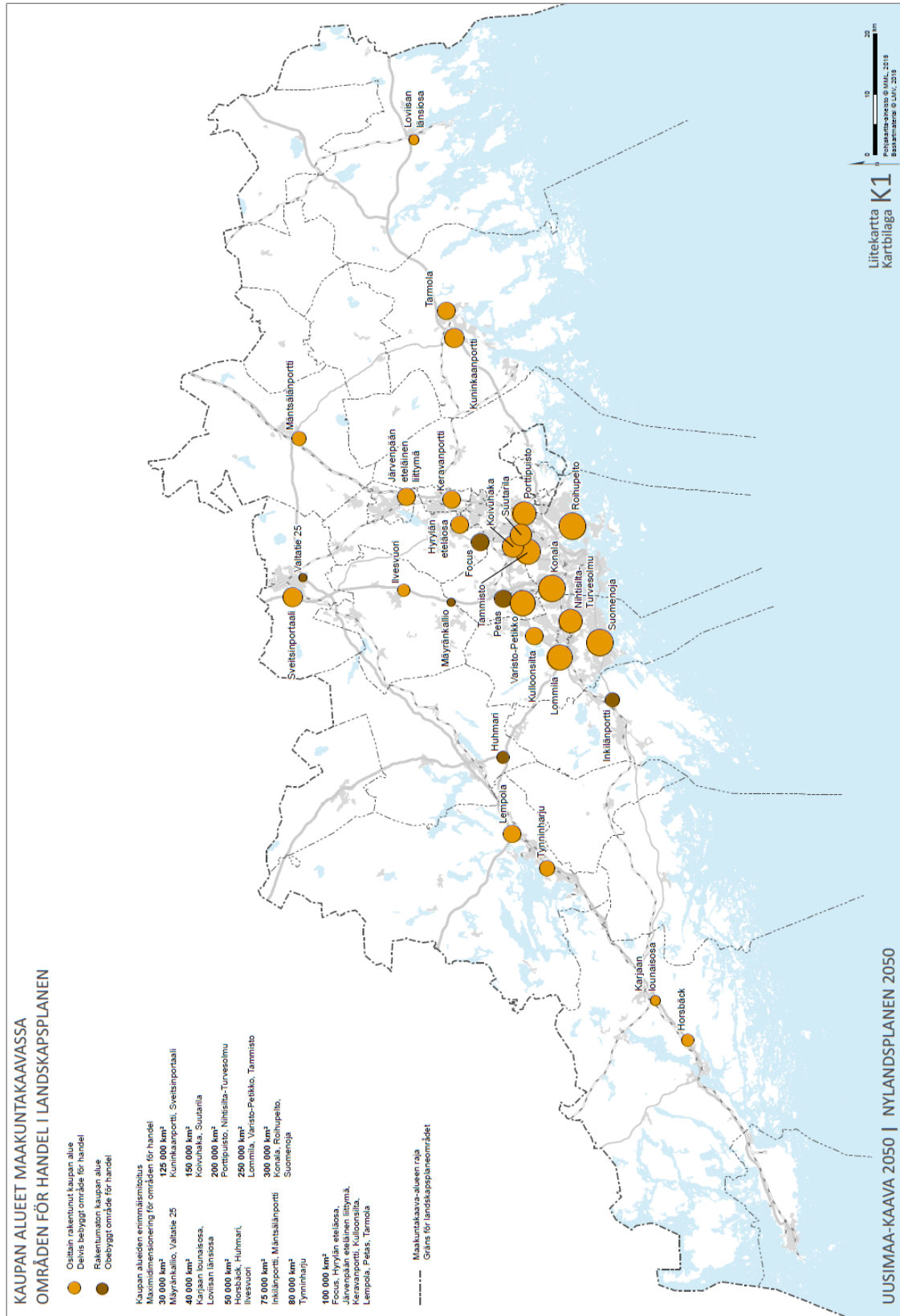
Seudullisesti merkittävän kaupan suuryksikön koon alaraja kuitenkin vaihtelee maakuntakaavan eri alueilla. Uusimaa-kaava 2050:n kaupan ratkaisussa seudullisuuden koon alarajat taajamatoiminto-jen kehittämisvyöhykkeillä ovat seuraavat, ellei selvitysten perusteella muuta osoiteta:

Pääkaupunkiseudulla

- keskustahakuiselle kaupalle 10 000 k-m²
- tilaa vaativalle kaupalle 30 000 k-m²

Pääkaupunkiseudun ulkopuolella

- keskustahakuiselle kaupalle 10 000 k-m²
- tilaa vaativalle kaupalle 10 000 k-m²



Kuva 4

Uusimaa-kaavan 2050 kaupan alueet (Uudenmaan liitto 2020).

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. Maakuntakaavassa Vihtiin on osoitettu Huhmarin tilaa vaativan kaupan alue, joka sijoittuu taajamatoimintojen kehittämisvyöhykkeen ulkopuolelle. Huhmarin kaupan enimmäismitoitus on 50 000 k-m². Alueelle voidaan sijoittaa paikallista keskustahakuista kauppaa alle 4 000 k-m² seudullisuuden rajan, ellei selvityksin muuta osoiteta.

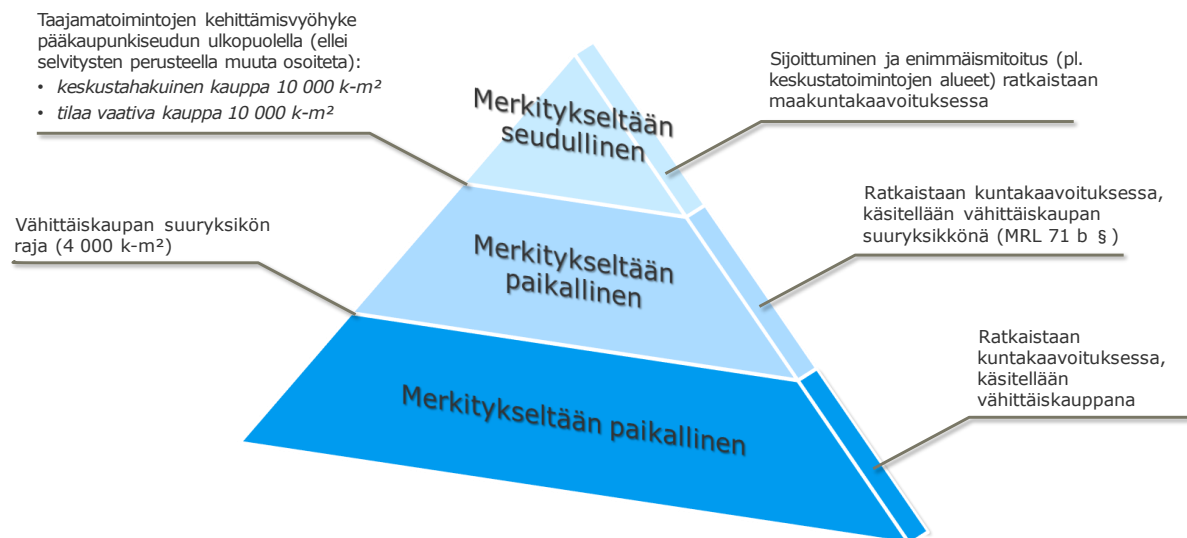
Kaupan palvelurakenteen tasapainoinen kehitys on huomioitu osoittamalla kaupan alueille enimmäismitoituksen lisäksi myös kaupan laatu saavutettavuuden ja maankäyttö- ja rakennuslain sisältövaatimusten (71 b §) mukaisesti. Kaupan laadun kannalta oleellista on kaupan alueen vaikutus keskukseen ja sen kehittämiseen. Kaupan laadun määrittämättä jättäminen voisi tarkoittaa, että koko kaupan alueen enimmäismitoitus toteutetaan keskustahakuisina päivittäistavaran kaupan ja muun erikoistavaran kaupan 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 kestäväälle 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.

Uusimaa-kaavassa 2050 ei ole mitoitettu keskustatoimintojen alueita. Seuraavassa kuviossa (Kuva 5) on havainnollistettu maankäyttö- ja rakennuslain kaupan suuryksikkörajaa sekä Uusimaa-kaavan 2050 seudullisuuden rajaa.



Kuva 5 Vähittäiskaupan suuryksikkö sekä merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan rajat Uusimaa-kaavassa 2050.

2.3 Vihdin strateginen yleiskaava 2050

Kaavaratkaisun lähtökohtana on Vihdin merkittävä väestön ja työpaikkojen kasvu, jonka laajuus riippuneen suuresti toteutuvasta ESA-radasta ja toteutuksen aikataulusta. Kasvun, joskin pienemmän, toteutuminen voidaan nähdä todennäköisenä myös ilman raideyhteyttä, johtuen Vihdin sijainnista osana nopeasti kasvavaa Helsingin seutua. Valtaosan kasvusta odotetaan asettuvan kunnan keskustaajamaan Nummelaan, mihin pyritään myötävaikuttamaan sopivalla taajamarakenteen tiivistämisellä ja raideyhteyden toteuduttua Nummelan taajaman laajentamisella eteläisen Nummelan alueelle. Myös muissa taajamissa, eli kirkonkylällä, Ojakkalassa ja Otalammella pyritään yhdyskuntarakenteen maltilliseen tiivistämiseen. Väestön ja työpaikkojen kasvua pyritään siis ohjaamaan kestävin kulkumuodoin hyvin saavutettaviin alueisiin ja keskuksiin.

Taajamien profilointi

- Uusi Etelä-Nummelan keskus. Vuonna 2050 Nummelalle on muodostunut oma persoonallinen identiteettinsä yhtenä Helsingin seudun merkittävistä keskuksista. ESA-radasta asema on toteutunut Höytiönnummen alueelle, jonka ympäristöön on hyvää vauhtia muodostunut Etelä-Nummelan keskus. Etelä-Nummela muodostaa kiinteän yhdyskuntarakennedoksin yhdessä Nummelan vanhan keskustan kanssa. Tämän kudoksen kohokohtina toimivat liikenne- ja viherväylät, joiden ympärille muodostuu tiivistä katutilaa. Kävelijöille ja pyöräilijöille avautuu laadukkaita yhteyksiä sekä katuja, että viherväyliä pitkin. Uuden kaupungin osan eteläosassa sijaitseva laaja työpaikka-alue tarjoaa monipuolisesti työpaikkoja eri elinkeinoelämän sektoreilla niin vihtiläisille kuin muualta tuleville.
- Nummelan vanhaa keskustaa on kehitetty täydennysrakentamisen keinoin hienovaraisesti. Kaupalliset ja muut toiminnot sijoittuvat entistä enemmän rakennusten kivijalkaan. Myös suurempia päivittäistavaramarketteja on edelleen toiminnassa. Nummelan keskus on pysynyt perinteisellä paikallaan ns. pisteessä, johon on rakennettu eri liikennemuotojen multimodaaliterminaali kaupallisine ym. palveluineen. Nummelan taajamarakenne ei ole kasvanut vain etelään ESA- radan suuntaan, vaan taajamarakennetta on myös laajennettu maltillisesti koilliseen Ojakkalan suuntaan. Ojakkala ja Nummela ovatkin kasvamassa yhteen Ojakkalantien suuntaisesti. Ojakkalan alueella on myös oma rautatiesaisakkeensa Hanko-Hyvinkää -radan taajamajunille, minkä ympäristöön on muodostunut asutusta päivittäispalveluineen.
- Kirkonkylä on vuonna 2050 kulttuurin ja koulutuksen kasvutaajama, jota on kehitetty määrätietoisesti, mutta samalla vanhaa rakennuskantaa kunnioittaen. Olemassa olevaa rakennuskantaa on hyödynnetty ja soveltuvin keinoin täydennysrakennettu. Kirkonkylän kulttuurimiljöön on tunnettu koko Suomessa ja on yksi Vihdin ja Länsi-Uudenmaan tärkeimmistä matkailuvalteista. Kirkonkylän taajama on laajentunut lähinnä etelään, Koivissillan suuntaan sekä Hiidenveden/Kirkkojärven rantaa myöten.

- Otalampi on pieni vireä kylätaajama Vihdin kaakkoisosassa. Otalammen valtteina ovat erityisesti luonnonläheisyys ja väljä taajama-asuminen. Taajamarakennetta on viety lähemmäs Otalammen rantaa Otalammentien suuntaisesti. Otalammen palvelut ovat parantuneet Hanko-Hyvinkää -radanvarren junaseisakkeen ja tämän viereisen palvelukeskittymän myötä.

Seudullisen vähittäiskaupan koon alarajat

Nummelaan sijoittuva keskustatoimintojen alue mahdollistaa vähittäiskaupan suuryksikön sijoittamisen. Vihdin kirkonkylän aluekeskuksessa vähittäiskaupan suuryksiköiden yhteenlaskettu kerrosala saa olla enintään 20 000 k-m². Huhmarin kaupallisten palvelujen alue mahdollistaa keskusta-alueiden ulkopuoleisen vähittäiskaupan suuryksikön, jonka mitoitus on 50 000 k-m². Tiivistyvän taajaman alueella sekä tiivistyvän pientalovaltaisen taajaman alueella merkitykseltään seudullisten vähittäiskaupan suuryksikköjen koon alaraja on 10 000 k-m² sellaisen vähittäiskaupan kohdalla, joka kaupan laatu huomioon ottaen voi sijoittua perustelluista syistä myös keskusta-alueiden ulkopuolelle. Muun erikoistavaran kaupan osalta koon alaraja on näillä alueilla 5 000 k-m². Muilla alueilla merkitykseltään seudullisten vähittäiskaupan suuryksikköjen koon alaraja on 4 000 k-m².

Kaupallisten palvelujen alue

Kaupallisten palvelujen alue mahdollistaa keskusta-alueiden ulkopuoleisen merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön Huhmarissa. Määräys ei salli päivittäistavarakauppaa.

Keskukset ja taajamarakenne

Keskustoimintojen merkintöihin kuuluvat keskustatoimintojen alue, aluekeskus ja keskustatoimintojen laajenemisalue.

- Keskustatoimintojen alue –merkinnällä on osoitettu Nummelaan sijoittuva kunnan pääasiallinen keskustatoimintojen alue, johon saa sijoittaa keskustaan soveltuvaa asumista, palvelu- ja hallintorakentamista ja ympäristöhaiiriöitä aiheuttamattomia työpaikkatoimintoja. Merkintä mahdollistaa vähittäiskaupan suuryksikön sijoittamisen alueelle.
- Aluekeskus on keskustatoimintojen merkintä, joka sijoittuu Vihdin kirkonkylälle.
- Keskustatoimintojen laajenemisalue mahdollistaa tulevaisuudessa Etelä-Nummelan taajaman laajenemisalueen tulevan asemanseudun keskustatoimintojen alueen. Alueen laajamittainen toteutus edellyttää ESA-radana sitovan toteuttamispäätöksen.

Taajamarakenteen kehitystä ohjataan merkinnöillä tiivistyvä taajama, tiivistyvä pientalovaltainen taajama, taajaman laajentumisalue, toissijainen taajaman laajentumisalue, yhdyskuntarakenteen kehityskäytävä, yhdyskuntarakenteen jäsentämistarve sekä palvelukeskittymä.

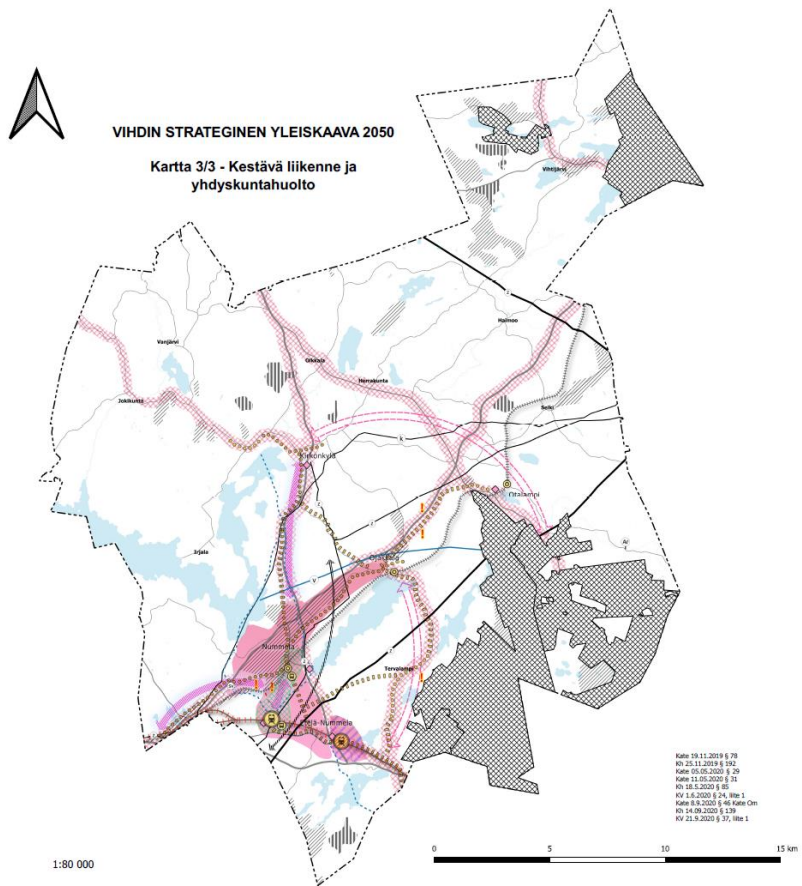
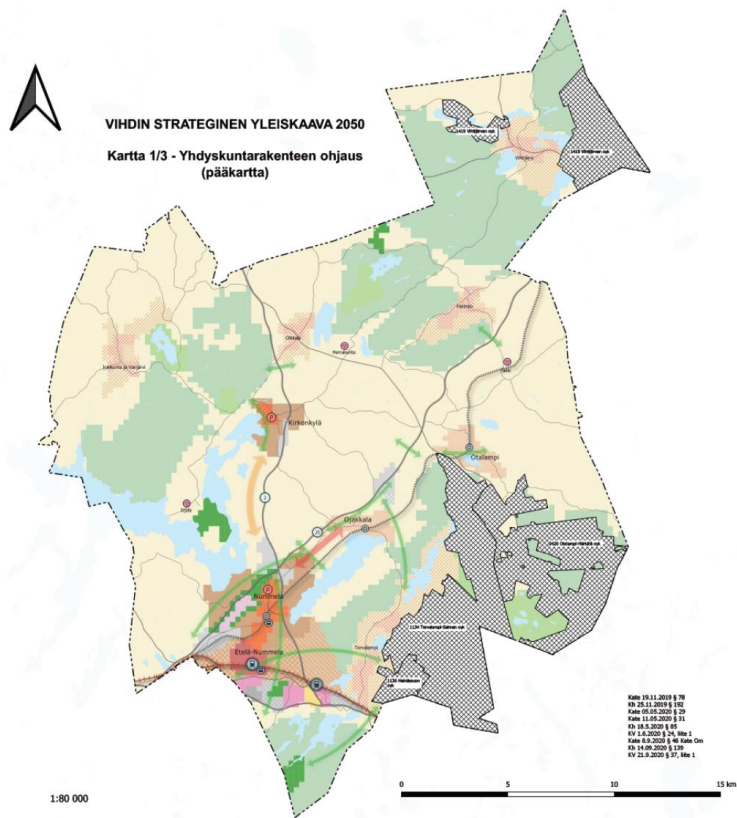
- Tiivistyvän taajaman merkintä kohdistuu Nummelaan sekä Kirkonkylään.
- Tiivistyvä pientalovaltainen taajama merkintä kohdistuu Ojakkalaan ja Otalammelle eli taajamiin, joita luonnehtivat pääasiallisesti pientalovaltaiset ympäristöt.
- Taajaman laajentumisalueen merkintä sijoittuu Nummelan taajaman laajentumisalueelle Etelä-Nummelan alueelle. Alueen voimallinen kehittäminen edellyttää Vihti-Nummelan asemavaruksen sitovaa toteuttamispäätöstä.
- Toissijainen taajaman laajentumisalue on määräyksineen hyvin samankaltainen kuin taajaman laajentumisalueen merkintä, kuitenkin sillä erotuksella, että alueen toteutus nojaa Huhmarin asemavaruksen toteuttamiseen.
- Yhdyskuntarakenteen kehityskäytävä. Taajamien välistä yhteyttä tulee suunnitelmallisesti kehittää, jolloin yhdyskuntarakenne kuroutuu taajamien välillä yhteen alueen maankäyttöä tehostamalla. Merkinnällä pyritään tiivistämään olemassa olevaa yhdyskuntarakennetta Nummelan ja Ojakkalan välillä.
- Yhdyskuntarakenteen jäsentämistarve. Nummelan ja Vihdin kirkonkylän välistä yhdyskuntarakennetta pyritään jäsentämään/parantamaan/kehittämään kestäväan liikenteeseen ja palvelukeskittymien palveluihin nojautuvaksi.
- Palvelukeskittymä. Palvelukeskittymä toimii julkisten palveluiden järjestämisen painopisteenä kunnassa. Määräyksellä pyritään säilyttämään palvelut kunnassa keskustatoimintojen alueilla Nummelassa ja Vihdin kirkonkylällä.

Liikenne

Liikennejärjestelyiden merkittävin muutos nykytilanteeseen on kaavaratkaisussa esitetty ESA-radana mahdollistama raideyhteys. Tämä näkyy kaavassa raidevarauksena sekä kahtena asemavaruksena (Huhmari ja Höytiönnummi). Kahden ESA-radana juna-aseman sijoittaminen Vihtiin on

kuitenkin jokseenkin epätodennäköistä. Tämän vuoksi Höytiönnummen alueen asemavaraus on ensisijaisesti kehitettävä asemavaraus. Höytiönnummen alueen aseman nimeksi on päätetty Vihti-Nummela.

- Kestävän liikenteen merkinnät ovat intensiivisen joukkoliikenteen vyöhyke, joukkoliikenteen käytävä, Vihti-Nummelan asemavaraus, Huhmarin toissijainen asemavaraus, joukkoliikenneyhteystarve, kehitettävä liityntäpysäköintialue, kävelyn ja pyöräilyn pääreitti tai yhteystarve, Hanko-Hyvinkää- radan seisakevaraus, joukkoliikenteen terminaali, kävelyn ja pyöräilyn ydinalue sekä joukkoliikenteen laatukäytävä.
- Intensiivinen joukkoliikenteen vyöhyke -merkinnällä osoitetaan alue, joka toteutetaan kaupunkimaisen joukkoliikenteen alueena. Lisäksi kiinnitetään erityistä huomiota kävelyn ja pyöräilyn yhteyksiin sekä vaihtopaikkoihin kulkumuotojen välillä. Alue käsittää Nummelan ja Etelä-Nummelan taajama-alueet sekä Nummelan ja Ojakkalan välisen käytävän.
- Huhmarin intensiivisen joukkoliikenteen vyöhyke -merkintä vastaa intensiivisen joukkoliikenteen vyöhyke -merkintää, mutta vyöhykkeen kehittäminen edellyttää, että Huhmarin asemasta on sitova toteuttamispäätös.
- Joukkoliikenteen käytävä -merkinnällä esitetään pääasiassa ne valta- ja seututiet, joita pitkin on tarkoitus mahdollistaa joukkoliikenneyhteyksien kehittäminen palvelemaan taajamien välisiä yhteyksiä, osayleiskaavoitettavia kyliä ja muuta haja-asutusaluetta.
- Joukkoliikenteen laatukäytävä -merkinnällä osoitetaan taajamia yhdistävät laadukkaan ja tehokkaan joukkoliikenteen käytävät väleillä Nummela–Etelä-Nummela, Nummela–kirkonkylä ja Nummela-Lohja.
- Vihti-Nummelan asemavaraus -merkinnällä osoitetaan ESA-radnan ensisijaisesti toteutettava asema Etelä-Nummelassa. Asemasta on tarkoitus toteuttaa korkeatasoinen kestäviinliikkumismuotoihin houkuttava matkakeskus, jonne voidaan toteuttaa myös kaupallisia ja muita palveluja.
- Huhmarin toissijainen asemavaraus -merkinnällä osoitetaan Huhmarissa sijaitseva ESA-radnan asemavaraus. Toteutus edellyttää, että Höytiönnummella sijaitseva ensisijainen asema on toteutettu.
- Joukkoliikenteen yhteystarve -merkinnällä osoitetaan selvitettävät joukkoliikenteen yhteydet reiteillä Nummela-Ojakkala-Huhmari-Nummela ja kirkonkylä-Otalampi-Myyrmäki.
- Kävelyn ja pyöräilyn reitit -merkinnällä osoitetaan keskeiset kehitettävät kävelyn ja pyöräilyn laatukäytävät.
- Selvitettävä Hanko-Hyvinkää-radnan seisakevaraus -merkinnällä osoitetaan Hanko-Hyvinkää- radnan seisakevaraukset Nummelassa, Ojakkalassa ja Otalammella.
- Joukkoliikenteen terminaali -merkinnällä osoitetaan terminaalit, jotka muodostavat olennaisen osan tulevia Nummelan ja Vihti-Nummelan matkakeskuksia. Terminaaleihin liittyvät kaupallisia ja liikenteeseen liittyviä palveluja.
- Kävelyn ja pyöräilyn ydinalue -merkinnällä osoitetaan Nummelasta Etelä-Nummelaan ulottuva keskusta-alue, joka suunnitellaan liikenteellisesti kävelyn, pyöräilyn ja joukkoliikenteen ehdoilla. Alue yhdistää Nummelaan sijoittuvan matkakeskuksen ja vanhan keskusta-alueen uuteen Vihti-Nummelan asemaan ja Etelä-Nummelan keskustaan.

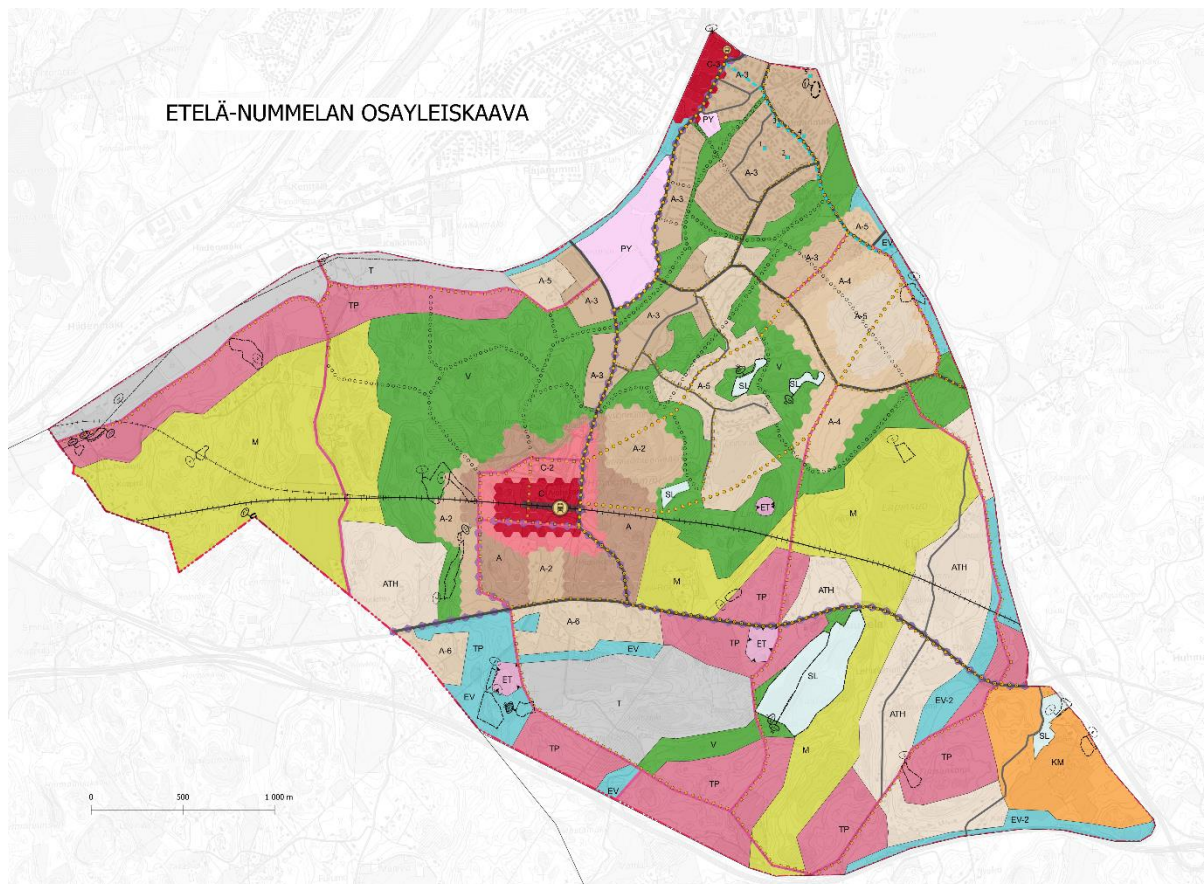


Kuva 6 Strateginen yleiskaava: yhdyskuntarakenteen ohjaus sekä kestävä liikenne ja yhdyskuntahuolto.

2.4 Etelä-Nummelan osayleiskaava

Nummelan eteläosien osayleiskaava laaditaan oikeusvaikutteisena yleiskaavana. Osayleiskaavatyön tavoitteena on mahdollistaa Etelä-Nummelan alueen rakentuminen monipuoliseksi ja korkeatasoiseksi, kestäviin liikennemuotoihin tukeutuvaksi taajamakeskukseksi, joka on Vihdin pääasiallinen kasvualue tulevina vuosikymmeninä. Etelä-Nummela muodostaa uuden keskusparin nykyisen Nummelan kanssa, ja tavoitteena on näiden alueiden niveltyminen yhteen esteettisesti ja toiminnallisesti kestäväällä tavalla. Etelä-Nummelan ja laajemminkin Nummelan alueen halutaan erottuvan positiivisesti muista radanvarsitaajamista esimerkiksi korkeatasoisen arkkitehtuurin ja katuympäristön, sekä aluebrändäyksen keinoin. Rakentamisen tehokkuus tulee aseman lähiympäristössä olla riittävän tehokasta ja kaupunkimaista toimivan joukkoliikenteen mahdollistamiseksi. Alueella painotetaan erityisesti kestävä kehityksen toteutumista, niin alueen toteutuksessa kuin käytössäkin. Etelä-Nummelan alue sijaitsee liikenteellisesti ja logistisesti erinomaisella paikalla E18-tien sekä valta- ja rautateiden muodostamassa kolmiossa. Täten kaavatyön tavoitteena on mahdollistaa alueelle korkeatasoisten asumisratkaisujen lisäksi myös merkittävä työpaikka-alue mahdollisimman monipuolisen elinkeinotoiminnan tarpeisiin.

Etelä-Nummela on myös luonnollinen kasvusuunta Vihdille ja erityisesti Nummelan taajamalle alueen sijaitessa pääliikenneväylien välittömässä läheisyydessä yhteyksien ollessa hyvät kaikkiin suuntiin jo nykyisellään. Lisäksi Etelä-Nummelan alue tarjoaa Vihdin kunnalle ainutlaatuisen mahdollisuuden uuden taajama-alueen rakentamiseen, jonne on mahdollista rakentaa tehokasta ja tiivistä taajamarakennetta. Etelä-Nummelan alue tarjoaa myös loistavat lähtökohdat työpaikka-alueiden rakentumiselle. Vihdin nykyisistä työpaikka-alueista suurin osa sijaitsee pohjavesialueilla, ja sen vuoksi uusille työpaikka-alueille on suuri tarve.

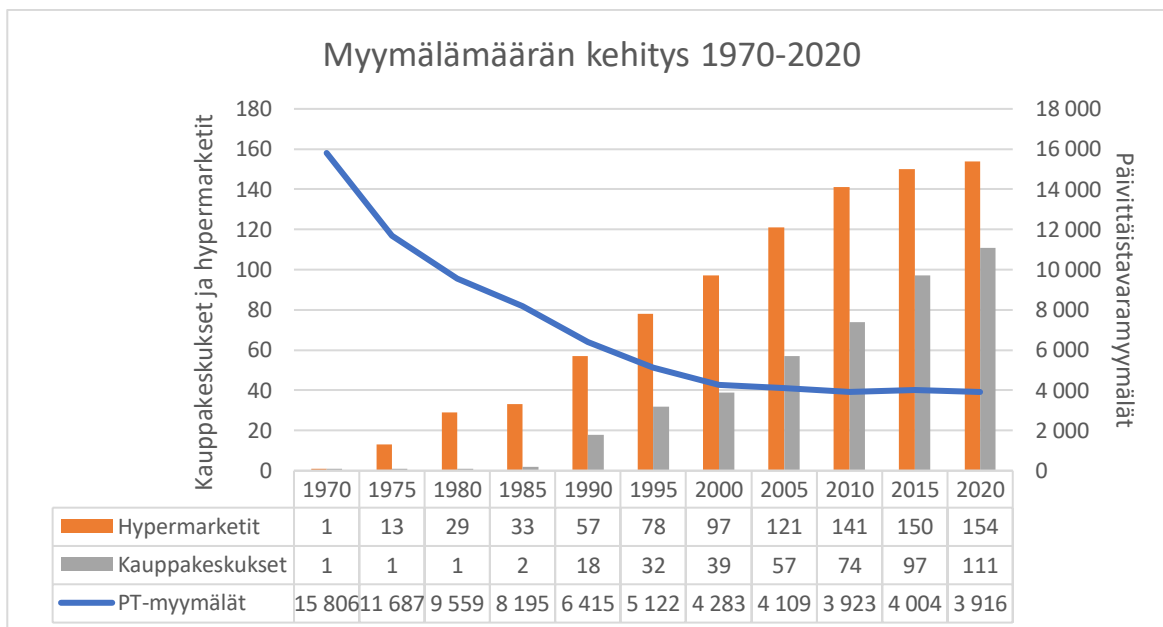


Kuva 7 Etelä-Nummelan osayleiskaava, kaavaluonnos (Vihdin kunta 3/2021)

3. KAUPAN TRENDIT

3.1 Kauppojen lukumäärä ja liikevaihto

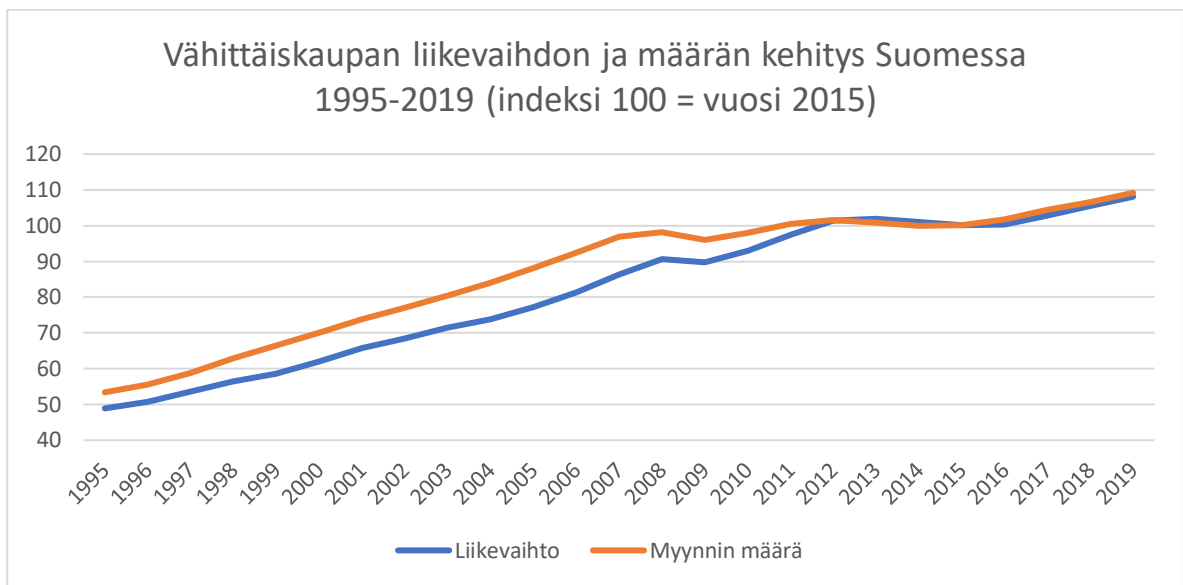
Vähittäiskaupan rakenne on keskittynyt ja ketjuuntunut voimakkaasti. Suuryksiköiden määrä (kauppakeskukset, tilaa vievän erikoiskaupan yksiköt ja hypermarketit) on kasvanut ja vastaavasti pienempien myymälöiden määrä on laskenut. Vähittäiskaupan myymälämäärät ovat vähentyneet erityisesti päivittäistavara-kaupassa, 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 päivittäistavara-kaupassa tarkoittanut esimerkiksi hypermarket-kokoluokan myymälämäärän merkittävää kasvua. Hypermarkettien määrä kasvoi vuosina 2000 - 2020 lähes 60 kappaleella. Eräänlaisena vastatrendinä on kuitenkin havaittavissa erityisesti hyvän päivittäistavara-avaliikkeen 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 8 Vähittäiskauppojen lukumäärän kehitys 1970 – 2020.

Vuonna 2018 Suomen vähittäiskaupan liikevaihto oli noin 41,6 miljardia euroa. Oheisessa kaaviossa (Kuva 9) havainnollistetaan vähittäiskaupan kehitystä liikevaihto- ja määräindeksin 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 taantumien 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 2016 mennessä osuus oli kasvanut yli 16 %:iin¹.

¹ Kauppakeskisyhdistys Ry, vuosijulkaisu 2010 ja 2017



Kuva 9 Vähittäiskaupan liikevaihdon ja määrän kehitys Suomessa 2000-2016 (Lähde: Tilastokeskus, kaupan liikevaihtokuvaaja)

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 kolmen kuukauden aikana. Iältään 35 - 44 vuotiaista nettiostoksia oli tehnyt kolme neljästä.

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-jakelu, pakettiautomaatit, palveluteiset ja kylmäsäilytys, jotka synnyttävät tarpeen innovatiivisille last-mile -ratkaisuille ja smart-teknologian hyödyntämiselle). Päivittäistavarakaupassa verkkokaupan osuus markkinasta on vain 0,4 %, mutta myynti voimakkaassa kasvussa. Päivittäistavarakaupassa digitalisaatio mahdollistaa myös mm. kaupat ilman henkilökuntaa sekä esimerkiksi robottijakelun.

Nettikauppa ja -palvelut sekä virtuaalikulutus vähentävät tarvetta fyysisille liiketiloille. Osin liike-tilatarve siirtyy erilaisiin varasto- ja logistiikkatiloihin, joista verkkokauppa-toimitukset 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.

3.2.2 Kulutuskäyttäytymisen 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

Kulutuskäyttäytymisen muutosta (kysyntätekijöiden 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 kulutuskäyttäytymistä 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 kaupoissa. 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.

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 levitessä 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. tehokkaan 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-myyvälät). 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 liiketilöjen 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 pienentyy. Suuria kauppakeskuksia on vielä rakenteilla, mutta liiketilöjen tehokkuusvaatimukset pienentävät liiketilöjä 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 sijaitsevissa kohteissa. Vähittäiskauppa kohtaakin enemmän kilpailua muilta aloilta ja esimerkiksi ravintolöiden liikevaihto kasvaa nopeammin kuin vähittäiskaupan.

3.3 Vähittäiskaupan toimintaympäristön PESTE-tarkastelu





Vähittäiskaupan toimintaympäristön muutoksia ja trendejä voidaan tarkastella ns. PESTE-viitekehysten avulla, jossa tarkastellaan poliittisia ja lainsäädännöllisiä, ekonomisia, sosiaalisia, teknologisia ja ekologisia muutostrendejä. Seuraavaan taulukkoon 1 on koottu ja jaoteltu Vihdin ja Etelä-Nummelan 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 Poliittiset päätökset ja valtion tuki koskien keskeisimpiä liikennehankkeita kuten ESA-rata 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 synergiahäydyt 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; päivittäistavarakaupan "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. Palvelueteisille 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 Etelä-Nummelan kannalta keskeisimmät muutostrendit sekä avattu niiden vaikutusta tarkemmin.

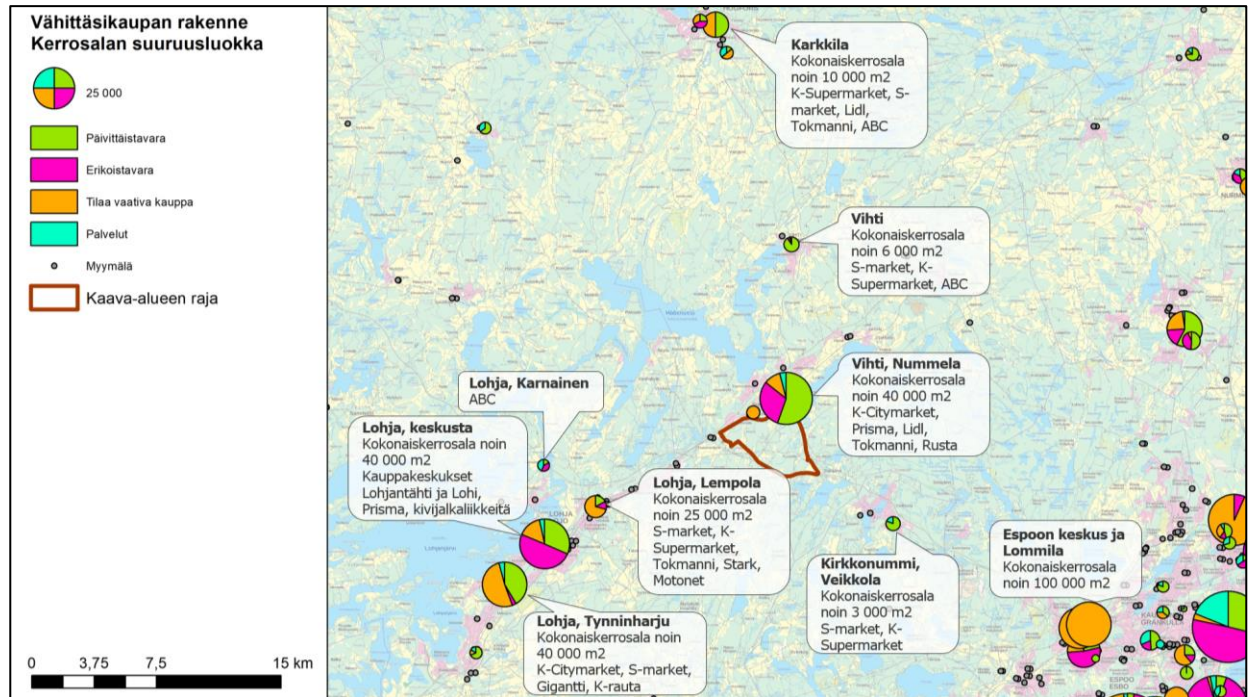
Taulukko 2 Etelä-Nummelan alueen kaupan kehittämiseen vaikuttavat muutostrendit

	<p>Saavutettavuus joukkoliikenteellä korostuu. Erityisesti raideliikenteeseen tukeutuvat asema- ja solmukohdat houkuttelevat kaupan investointeja. Asemien ympärille muodostuvalle kävelyvyöhykkeelle on mahdollista kehittää kaupan palveluita sekä muita sekoituneita toimintoja, jotka tukevat alueiden kehittymistä. Vihti-Nummelan (ja Huhmarin) asemanseutu tarjoaa houkuttelevan sijoittumispaikan vähittäiskaupan yrityksille ESA-radan ja aseman toteuduttua.</p>
	<p>Palveluiden merkitys kasvaa. Kuntien keskustoissa ja kauppakeskuksissa vapaa-ajanpalveluiden (ravintolat, viihde, liikunta) tulee edelleen kasvamaan. Palveluiden muodostuminen vaatii ympärilleen kuitenkin muita toimintoja, jotka tuovat alueelle palveluiden käyttäjiä (kauppa, työpaikat, tiivis asutus). Vihdissä palvelut tulevat keskittymään Nummelaan ja Etelä-Nummelaan. Muiden taajamien eli Kirkonkylän ja Otalammen mahdollisuutena on profiloitua erilaisilla palvelukokonaisuuksilla, jotka tukevat koko alueen kehittymistä (esim. matkailu-, luonto- ja liikuntapalvelut, lähiruoka, hyvinvointi).</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; Etelä-Nummelassa potentiaalisimpia sijainteja ovat uudet asemanseudut toteutuessaan. Kivijalkakaupan tulee panostaa entistä enemmän palveluihin ja elämyksiin. Kaupan jakelu on otettava entistä paremmin huomioon myös asuintalojen ja -alueiden suunnittelussa.</p>
	<p>Toimialarajat häviävät ja hybridikonseptit yleistyvät. Rajanveto päivittäistavarakauppaan, erikoistavarakauppaan, tiva-kauppaan ja palveluihin muuttuu hankalammaksi. Keskustoissa 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. Tähän on parhaat mahdollisuudet Vihti-Nummelan asemanseudulla ja etenkin Huhmarin kaupan alueella.</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. Etelä-Nummelassa tämä korostaa Vihti-Nummelan asemanseudun ja Huhmarin kaupan alueen asemaa. Huhmarin alueesta on mahdollista profiloida mielenkiintoinen tiva-kaupan alue. Kirkonkylän ja Otalammen taajamien todennäköisin kehitymissuunta on lähipalveluihin sekä näitä tukeviin toimintoihin painottuminen.</p>

4. Kaupan palveluiden tarjonta

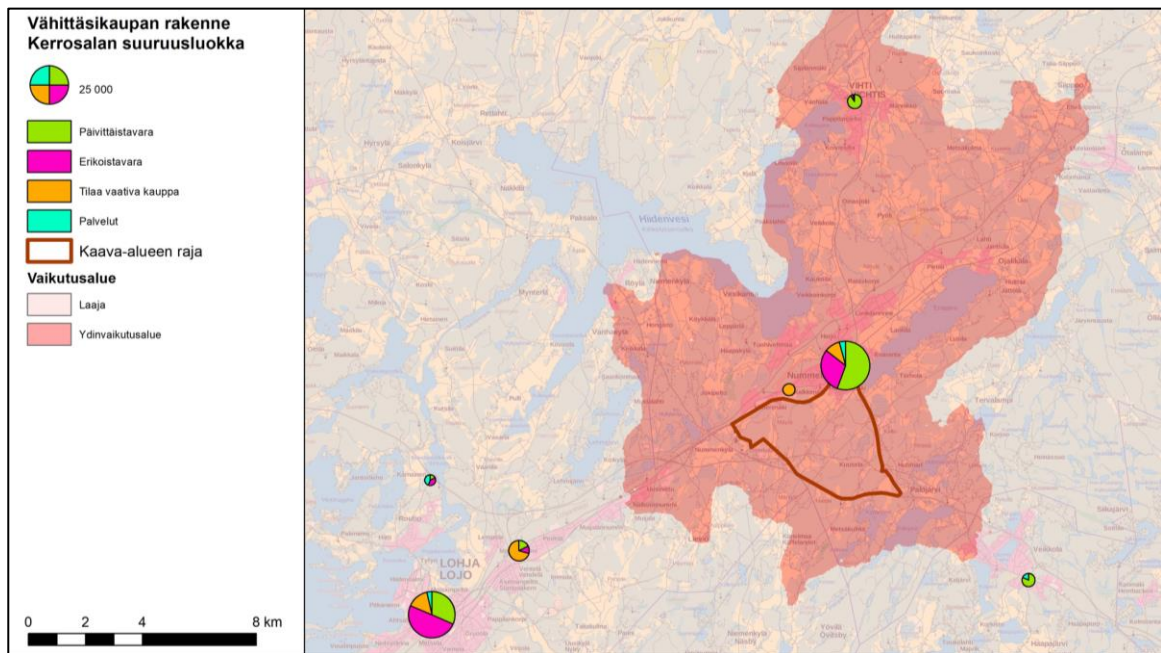
4.1 Kaupan palveluverkko ja Nummelan kaupallinen vaikutusalue

Nummela on nykyisellään kaupan tarjonnalla mitattuna merkittävä keskus, jossa on arviolta kaupan kerrosalaa noin 40 000 m². Oheisella kartalla (Kuva 10) on havainnollistettu kaupan palveluverkon suuruusluokkaa Nummelan lähiympäristössä läntisellä Uudellamaalla.



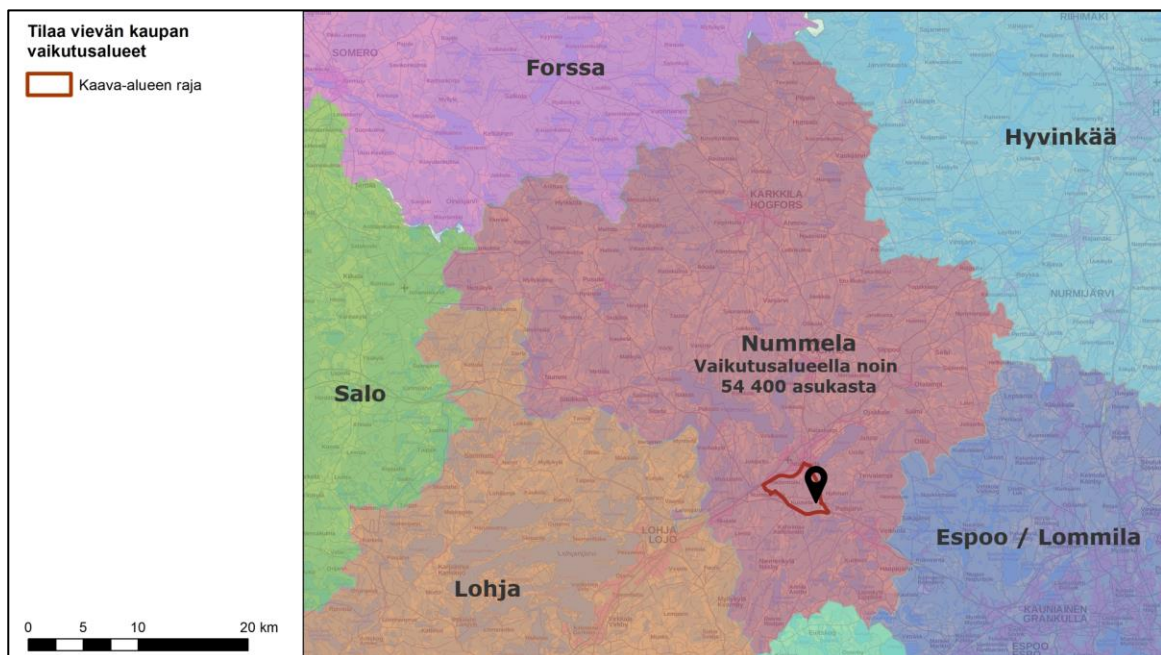
Kuva 10 Vähittäiskaupan palveluverkko

Seuraavalla kartalla (Kuva 11) on havainnollistettu vähittäiskaupan nykyistä vaikutusalueutta perustuen Huffin vetovoimamalliin. Malli huomioi saavutettavuuden (ajoaika) sekä kilpailevien keskusten houkuttelevuuden (valikoiman laajuus / kerrosala). Asiointitodennäköisyyden peruseriaatteena on teoria, jonka mukaan on sitä todennäköisempää asioida tietyssä keskuksessa, mitä lähempänä se sijaitsee ja mitä laajempi valikoima keskuksessa on. Nummelan vaikutusalueutta keskeisimpiä rajaavia kaupallisia keskittymiä ovat Espoon ja muun pääkaupunkiseudun keskukset (erityisesti Lommila ja Leppävaara sekä Helsingin keskusta) ja Lohja. Päivittäistavara-kaupan asiointien suhteen asiointialueita rajaavat myös pienemmät keskukset kuten Vihdin taajama, Karkkila ja Veikkola.



Kuva 11 Nummelan vaikutusalue nykytilanteessa Huffin mallin perusteella arvioituna

Tilaa vaativa kauppa (tiva) poikkeaa tarjonnaltaan ja rakenteeltaan päivittäis- ja erikoistavarakaupasta. Tiva-kauppa sijaitsee tyypillisesti suuremmissa keskittymissä keskustojen ulkopuolella. Näitä keskittymiä on myös huomattavasti harvemmassa kuin muuta kaupan tarjontaa. Kartalla (Kuva 12) on havainnollistettu tilaa vaativan kaupan vaikutusalueita perustuen Voronoi-analyysiin (lähimmän naapurin periaate) suhteessa muihin tilaa vaativan kaupan suurempiin keskittymiin. Nykytilanteessa koko Vihdin kunnan tiva-kaupan tarjonta on kuitenkin varsin vähäistä ja vaikutusaluekin rajoittuu pitkälti omaan kuntaan. Kartta kuvaa näin ollen tilannetta, jossa Huhmarissa on selkeästi laajempaa tiva-kaupan tarjontaa, joka kilpailee asioinneista olemassa olevien tiva-keskittymien kanssa. Voronoi-analyysillä arvioituna Nummelan vaikutusalue laajenee erityisesti VT2:n suuntaisesti kohti Karkkilaa ja Forssaa. Vaikutusalueella asuu noin 54 400 asukasta (2018).



Kuva 12 Voronoi-analyysillä tarkasteltu tiva-kaupan potentiaalinen vaikutusalue

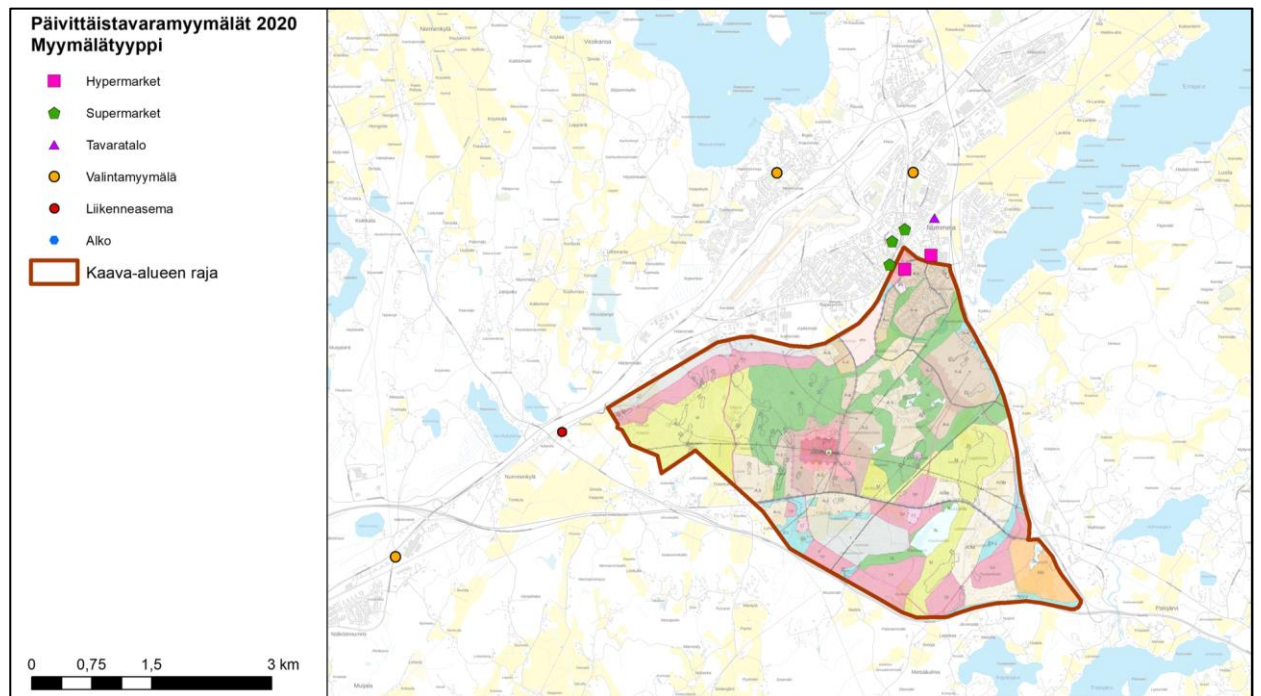
4.2 Kaupan palvelujen tarjonta

Oheisessa taulukossa (Taulukko 3) on kuvattu tilastokeskuksen kunnittaisen toimipaikkarekisterin mukaisia muutoksia Vihdissä sijaitsevien toimipaikkojen määrässä 2013-2018. Vuonna 2018 Vihdissä sijaitsi yhteensä 116 vähittäiskaupan toimipaikkaa, mikä oli 26 toimipaikkaa vähemmän (-18 %) kuin vuonna 2013. Yhteensä kunnassa toimi 26 päivittäistavara- ja tavaratalomyymälää vuonna 2018, kun mukaan luetaan myös päivittäistavaroiden erikoismyymälät (esimerkiksi kalojen ja leipomotuotteiden myymälät). Keskustahakuisen erikoiskaupan myymälöitä oli 74 ja tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä 16. Tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä oli rauta- ja rakennustarvikkeiden, keittiö- ja saniteettitilojen kalusteiden kaupan, tapettien ja lattianpäällysteiden kaupan ja huonekalukaupan aloilla. Eniten toimipaikkoja on vuosina 2013-2018 lähtenyt päivittäistavarakaupasta (erityisesti pienet supermarketit ja valintamyymälät –toimialaluokista) sekä keskustahakuisesta erikoistavarakaupasta (erityisesti vaatekaupat sekä urheiluvälinekauppa).

Taulukko 3 Vähittäiskaupan toimipaikat Vihdissä 2013 ja 2018 (Tilastokeskus, yritys- ja toimipaikkarekisteri)

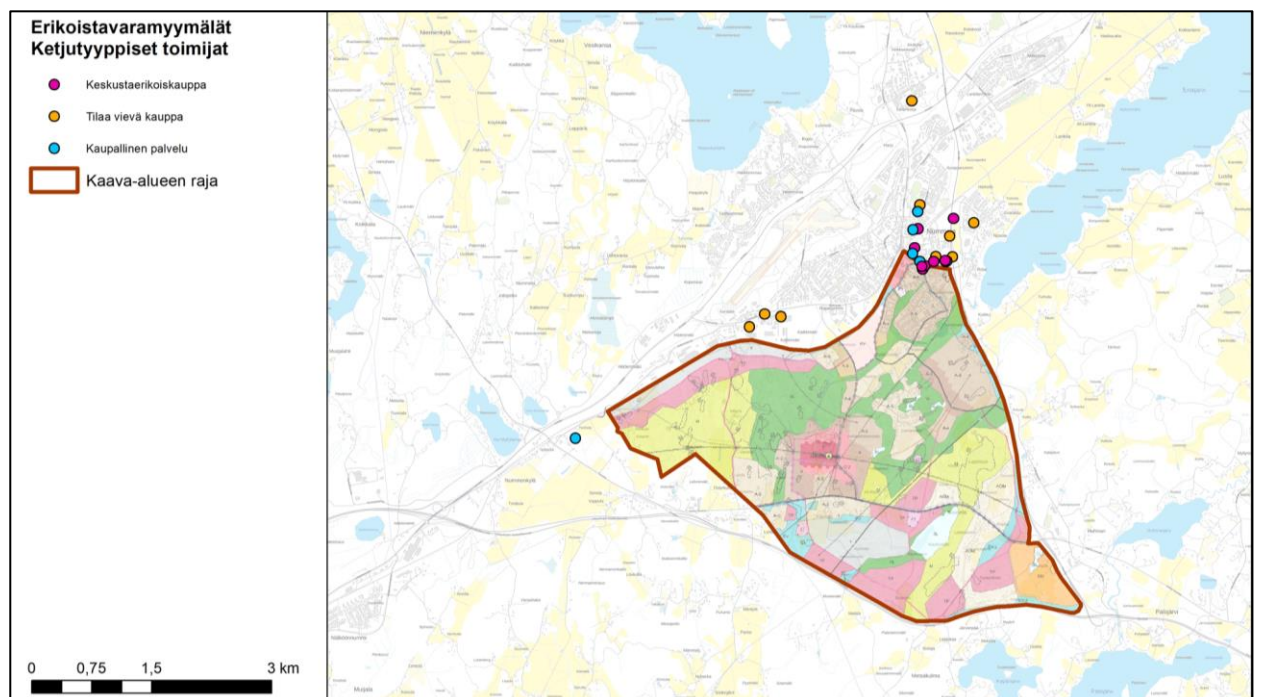
	Toimipaikat		Muutos 2013-2018	
	2013	2018	lkm	%
Vähittäiskauppa (TOL 47)	142	116	-26	-18 %
<i>Päivittäistavarakauppa ja tavaratalot</i>	34	26	-8	-24 %
<i>Tilaa vaativa kauppa</i>	16	16	0	0 %
<i>Muu erikoistavarakauppa</i>	92	74	-18	-20 %
Ravintemistoiminta (TOL 56)	45	36	-9	-20 %
Majoitus (TOL 55)	3	6	3	100 %
Moottoriajoneuvojen kauppa (TOL 45)	65	75	10	15 %
Tukkukauppa (TOL 46)	101	92	-9	-9 %

Vihdin kaupalliset palvelut sijoittuvat pääasiallisesti Nummelaan ja sen ympäristöön, jossa on kattava päivittäistavarakaupan tarjonta (Kuva 13). Nummelassa toimivia päivittäistavarakauppoja ovat muun muassa Lidl, K-Market, K-Supermarket ja hypermarketeista Prisma sekä K-Citymarket. Vihdin kirkonkylässä toimivat S-Market ja K-Supermarket. Otalammelle on sijoittunut S-Market. Tilaa vaativa kauppa sijaitsee pääasiassa Nummelan alueella. Toimijoina ovat muun muassa Hong Kong, K-Rauta sekä Tokmanni. Vihtiläiset tukeutuvat laajasti myös Espoon ja Vantaan palveluihin, tosin vihtijärveläiset tukeutuvat asioinnissaan usein Karkkilan ja Nurmijärven palveluihin. Eteläisen Palojärven lähimmät kaupalliset palvelut löytyvät Veikkolasta Kirkkonummen kunnan puolelta (Vihdin kunta 2020).



Kuva 13 Päivittäistavaramyymälät kaava-alueen lähistöllä 2020

Kartalla (Kuva 14) on havainnollistettu ketjutyypisten erikoistavara-kaupan toimijoiden sijoittumista kaava-alueen läheisyydessä. Erikoiskauppa on keskittynyt Nummelan ydinkeskustaan sekä hypermarket-myymälöiden yhteyteen. Tilaa vaativa kauppa sijaitsee pääasiassa Nummelan alueella; toimijoina ovat muun muassa Rusta, K-Rauta sekä Tokmanni.

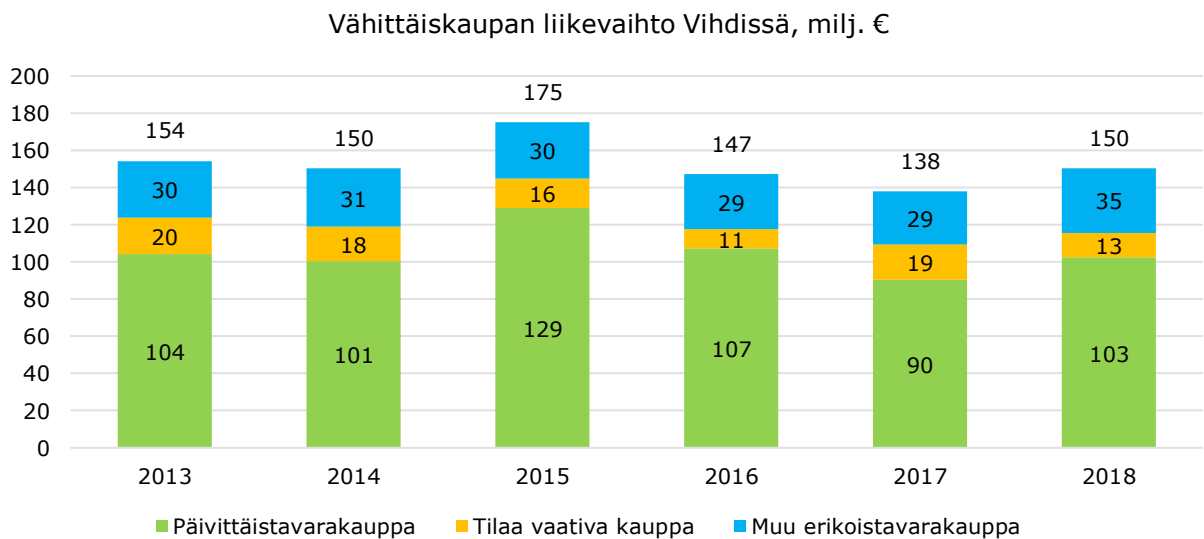


Kuva 14 Erikoistavara-kaupan myymälät kaava-alueen lähistöllä

Suurimman haasteen Vihdin kaupallisille palveluille asettavat pääkaupunkiseudun kauppakeskukset ja näiden tulevaisuuden kehitys. Erityisesti Espoon Leppävaarassa sijaitseva Sello ja Espoon Matinkylässä sijaitseva Iso Omena houkuttelevat vihtiläisiä kuluttajia vihtiläisten erikoisliikkeiden kustannuksella. Esimerkiksi Nummelassa ja kirkonkylässä on viime vuosina käynyt kato kivijalkaliikkeiden osalta (Vihdin kunta 2020). Tulevaisuudessa Nummelan vaikutusalueelle ja ESA-radan varteen sijoittuu radan toteutumisen myötä myös Espoon uusia asuinalueita ja keskuksia (Hista ja Mynttilä), jotka pitävät sisällään kaupallista tarjontaa.

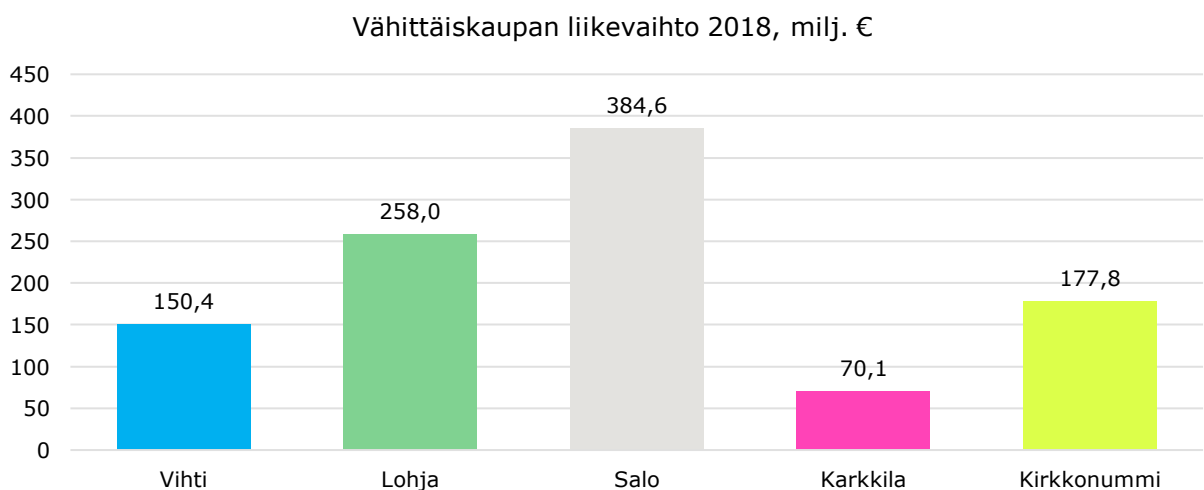
4.3 Vähittäiskaupan ja palveluiden liikevaihto

Vähittäiskaupan liikevaihto (Kuva 15) on Vihdissä pysytellyt noin 150 miljoonan euron tuntumassa vuosina 2013-2018. Vähittäiskaupan kokonaisvolyymistä noin 2/3 (103 milj. €) tapahtuu päivittäistavarakaupan ja tavaratalojen toimialaryhmässä.



Kuva 15 Vähittäiskaupan liikevaihto Vihdissä 2013-2018 (milj. €)

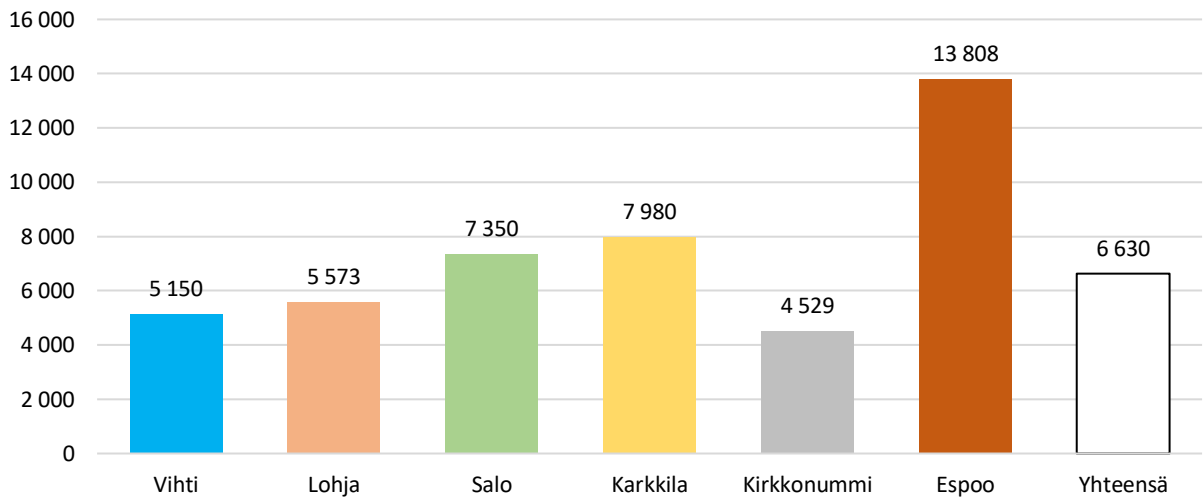
Vihdin vähittäiskaupan liikevaihto (Kuva 16) on selkeästi pienempi kuin Lohjalla tai Salossa ja myös jonkin verran pienempi kuin Kirkkonummella, joskin Kirkkonummen keskuksen palvelutarjonta ei sijoitu Nummelan keskeiselle vaikutusalueelle.



Kuva 16 Vähittäiskaupan liikevaihto Vihdissä ja lähikunnissa 2018 (milj. €)

Parempi kuva keskusten kaupallisesta vetovoimasta ja palvelutarjonnasta saadaan suhteuttamalla liikevaihto asukaslukuun. Vuonna 2018 Vihdin liikevaihto oli asukaslukuun suhteutettuna noin 5 200 euroa / asukas. Tämä on selkeästi vähemmän kuin koko maassa keskimäärin (6 600 euroa / asukas). Vihti jää jälkeen myös verrattuna useimpiin naapurikuntiin; Lohjalla, Salossa ja Karkkilassa asukaskohdainen liikevaihto on jonkin verran Vihtiä suurempi ja Espoossa erityisesti erikoiskaupan laaja tarjonta vetää puoleensa asiointeja myös muualta, minkä seurauksena asukaskohdainen liikevaihtoluku on erittäin korkea (Kuva 17).

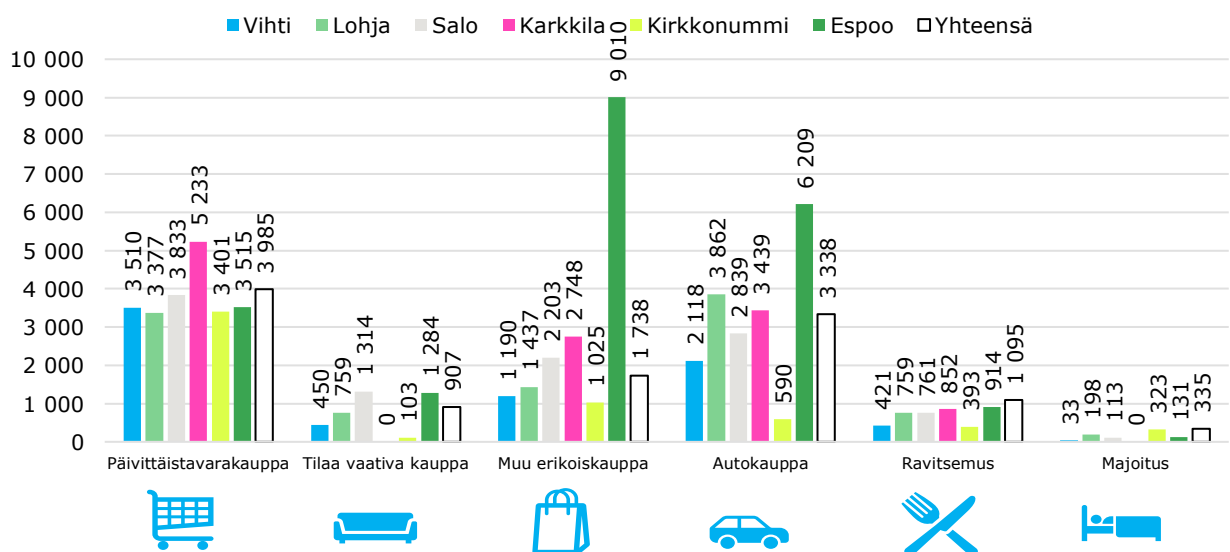
Vähittäiskaupan liikevaihto 2018 (€/asukas)



Kuva 17 Vähittäiskaupan liikevaihto (€/asukas) vuonna 2018

Toimialoittain tarkasteltuna asukaslukuun suhteutettu liikevaihto (Kuva 18) Vihdissä on päivittäistavarakaupan osalta suurinpiirtein koko maan tasolla. Päivittäistavarakaupassa tyypillisesti ostokset tehdäänkin läheltä kotoa ja paikallisesti. Erikoistavarakaupassa Vihti puolestaan jää selkeästi koko maan tason alapuolelle. Vihdistä virtaa ostovoimaa muihin kaupan keskittymiin, erityisesti pääkaupunkiseudulle, mutta myös Lohjalle. Ravitsemustoimialalla Vihti jää alle puoleen koko maan tasosta, mikä antaa viitteitä toimialan heikosta palvelutarjonnasta kunnassa.

Liikevaihto 2018, €/asukas

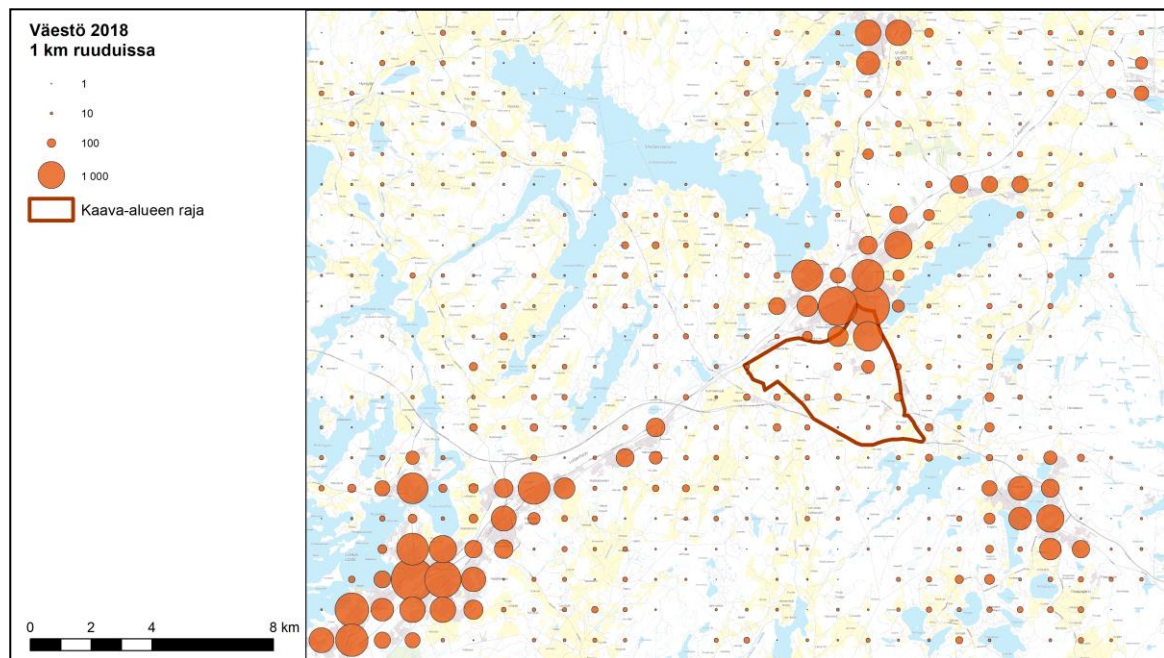


Kuva 18 Vähittäiskaupan ja palveluiden liikevaihto (€/asukas) vuonna 2018

5. KAUPAN PALVELUJEN KYSYNTÄ

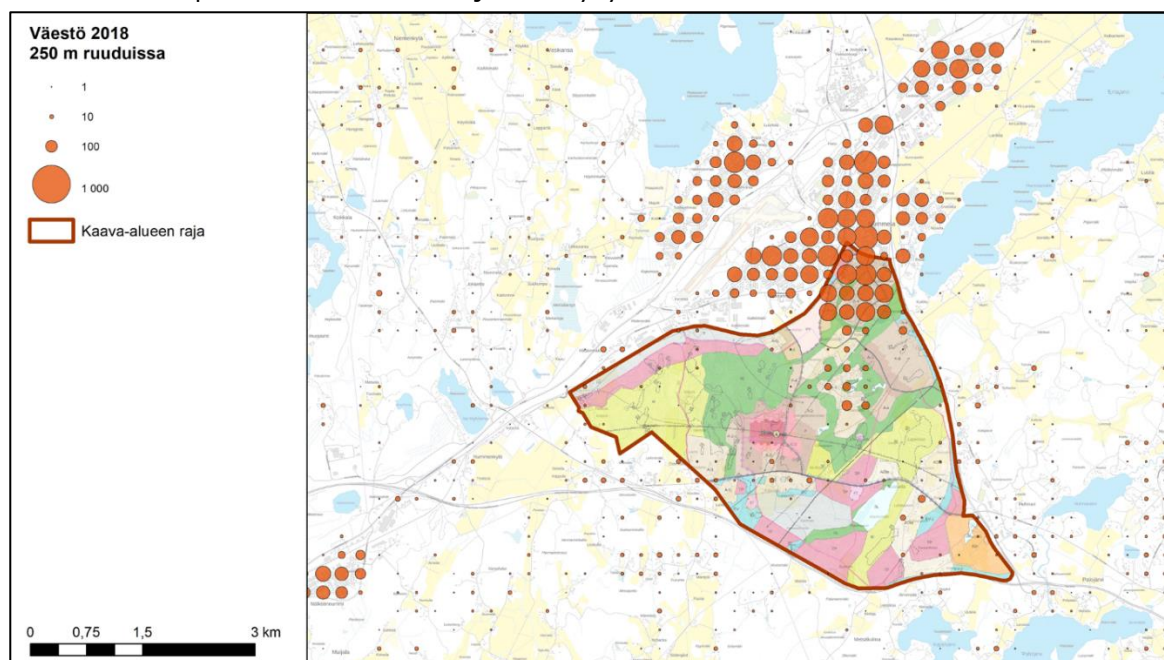
5.1 Väestön määrä ja sijoittuminen

Vihdissä oli yhteensä noin 29 000 asukasta vuoden 2017 lopussa. Oheisella kartalla (Kuva 19) on havainnollistettu väestön sijoittumista 1 km tilastoruuduissa vuoden 2018 lopulla. Kaava-alue sijoittuu Nummelan taajaman eteläosaan, Nummela-Lohja -taajamavyöhykkeen osaksi. Valtaosa lähialueen asukkaista sijaitsee nykytilanteessa kaava-alueen pohjoispuolella, Nummelan keskustassa.



Kuva 19 Väestön sijoittuminen 1x1 kilometrin ruuduissa vuonna 2018 (Lähde: Tilastokeskus)

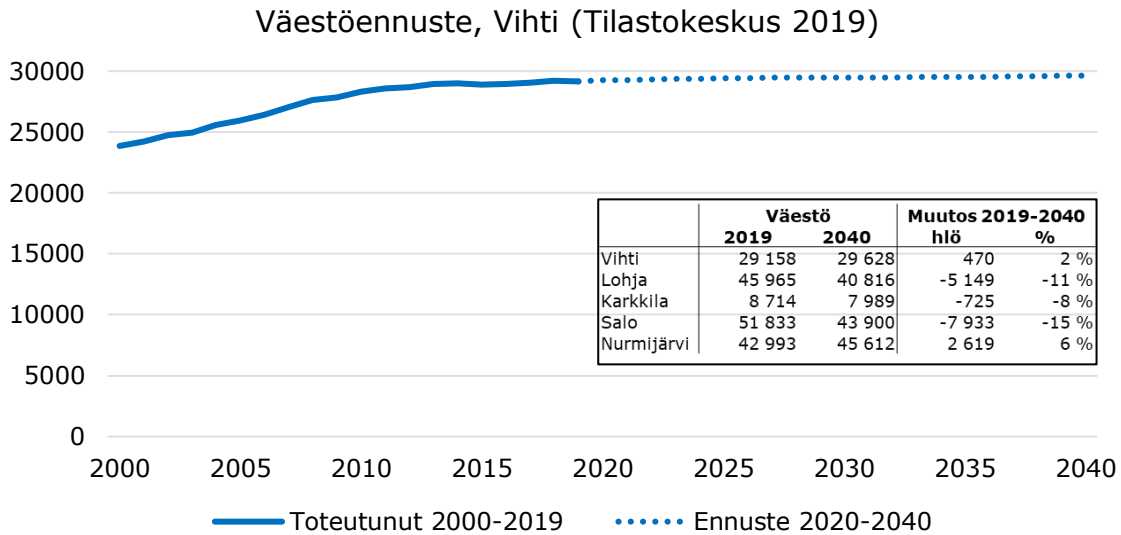
Seuraavalla kartalla (Kuva 20) on havainnollistettu väestön sijoittumista 250 metrin tilastoruuduissa vuoden 2018 lopulla. Kaava-alueella sijaitsee nykyisin noin 3 400 asukasta



Kuva 20 Väestön sijoittuminen kaava-alueen tuntumassa 250x250 m ruuduissa 31.12.2018 (Tilastokeskus)

5.2 Väestöennuste

Tilastokeskuksen vuonna 2019 julkistamassa väestöennusteessa (Kuva 21) arvioitiin Vihdin väkimäärän kasvavan vuoteen 2040 mennessä noin 500 henkilöllä (+2 %). Vihdissä väestöennuste oli positiivinen verrattuna naapurikuntiin. Esimerkiksi Lohjalla väestömäärän arvioidaan pienenevän yli 5 000 asukkaalla (-11 %). Tilastokeskuksen väestöennuste pohjautuu menneeseen trendiin ja väestön ikärakenteeseen yms. demografiatekijöihin eikä ota huomioon esimerkiksi uusien infrahankkeiden vaikutusta.



Kuva 21 Tilastokeskuksen väestöennuste Vihtiin 2019-2040

Lähtökohtana Vihdin strategisen yleiskaavan väestöskenaarioille toimii kunnan strateginen kasvutavoite 1 % vuodessa. Lisäksi on tehty niin sanottu nopean kasvun vaihtoehto eli 1,5 % vuodessa. Kasvutavoite on korkeampi kuin esimerkiksi Tilastokeskuksen ennuste Vihdin väestönkasvuksi. Yhden prosentin kasvuskenaarion mukaisesti koko kunnan väkiluku olisi noin 32 900 asukasta vuonna 2030 ja noin 40 200 asukasta vuonna 2050. Vastaavat luvut 1,5 prosentin vuosikasvulla ovat noin 34 900 asukasta vuonna 2030 ja noin 47 100 asukasta vuonna 2050. Taajamien ja alueiden keskinäiset väestöosuudet skenaarion mukaisesti ovat seuraavat vuonna 2050:

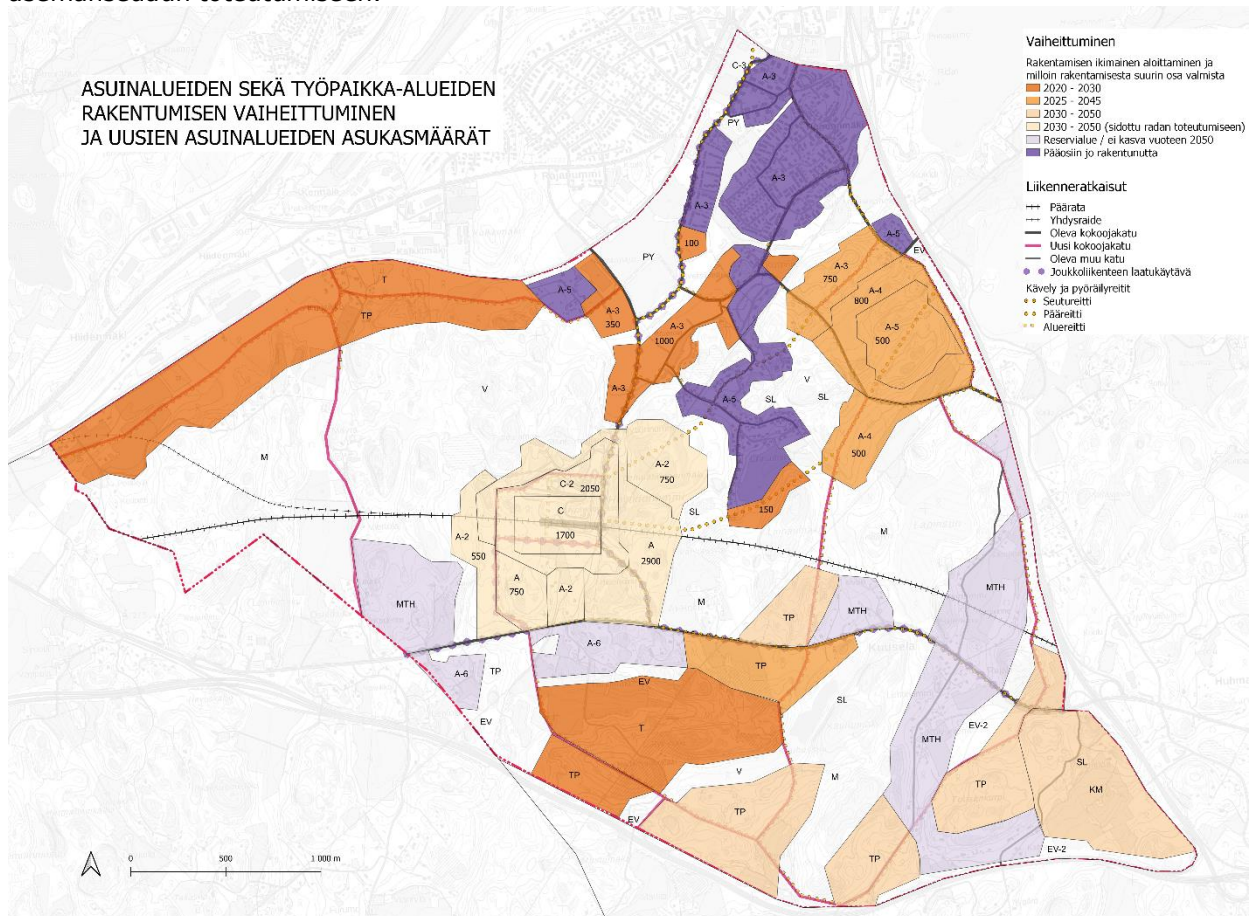
- Nummela kokonaisuutena sisältäen nykyisen Ojakkalan ja Etelä-Nummelan alueet noin 70 % väestöstä. Väestönlisäyksestä Nummelaan osoitetaan MAL- sopimuksen mukaisesti vähintään 90 %. Vuonna 2017 Nummela ja Ojakkala käsittivät yhdessä noin 54 prosenttia Vihdin väestöstä.
- **Etelä-Nummelan alue muodostaa noin 50 % Nummelan kokonaisväkiluvusta.**
- Vihdin kirkonkylä noin 9-10 % väestöstä. Vuonna 2017 Vihdin kirkonkylässä asui noin 12 % Vihdin väestöstä.
- Otalampi noin 4-5 % väestöstä. Vuonna 2017 Otalammella asui noin 3 % Vihdin väestöstä
- Haja-asutusalue noin 15 % väestöstä. Vuonna 2017 haja-asutusalueella sekä muissa kuin edellä mainituissa taajamissa asui noin 31 % väestöstä.

Taulukko 4 Väestökehitys alueittain (Vihdin kunta 2020)

Väestömäärä	1 % kasvu			1,5 % kasvu	
	2017	2030	2050	2030	2050
Vihti	29 000	32 900	40 200	34 900	47 100
Koko Nummela	15 660	23 030	28 140	24 430	32 970
- Etelä-Nummela		11 515	14 070	12 215	16 485
Kirkonkylä	3 480	3 290	4 020	3 490	4 710
Otalampi	870	1 645	2 010	1 745	2 355
Haja-asutusalueet	8 990	4 935	6 030	5 235	7 065
yht	29 000	32 900	40 200	34 900	47 100

Väestölisäys	1 % kasvu		1,5 % kasvu	
	2030	2050	2030	2050
2017-2030-2050				
Vihti	3 900	11 200	5 900	18 100
Koko Nummela	7 370	12 480	8 770	17 310
- Etelä-Nummela				
Kirkonkylä	-190	540	10	1 230
Otalampi	775	1 140	875	1 485
Haja-asutusalueet	-4 055	-2 960	-3 755	-1 925
yht	3 900	11 200	5 900	18 100

Etelä-Nummelan osayleiskaavassa on tarkennettu alueen väestötavoitetta ja –mitoitusta strategisesta yleiskaavasta (Kuva 22Taulukko 1 / Taulukko 5). Koko alueelle tulee uusia asukkaita vuoteen 2050 mennessä noin 11 000 – 14 000, jolloin alueella olisi yhteensä noin 14 500 – 17 500 asukasta. Uusista asukkaista vähintään 7 650 sijoittuu 1,5 kilometrin maksimietäisyydelle rautatieasemasta. Toisena merkittävänä asuinkeskittymänä on Ridalinmetsän alue, johon sijoittuisi arviolta noin 3 100-4 500 asukasta. Koko osayleiskaava-alueen väestökehitys on vahvasti sidoksissa ESA-radnan ja sitä myötä uuden asemaseudun toteutumiseen.



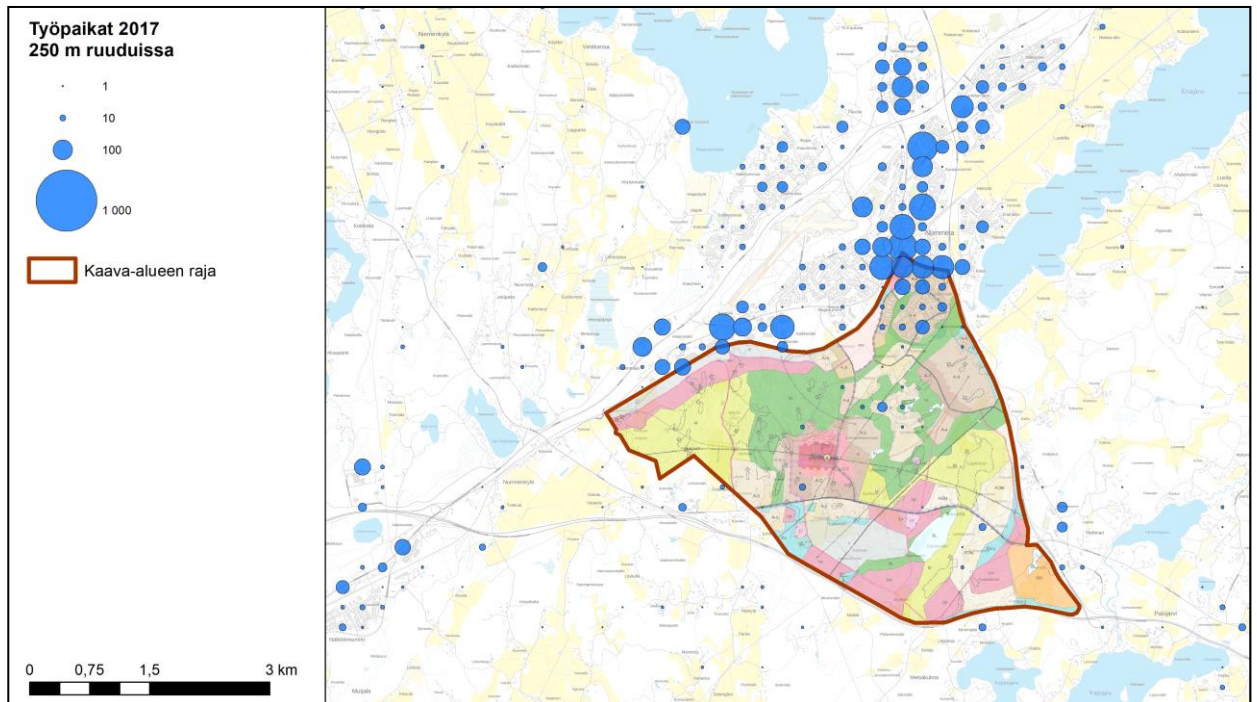
Kuva 22 Etelä-Nummelan osayleiskaavan väestömitoitus ja vaiheistus vuoteen 2050 (Vihdin kunta)

Taulukko 5 Väestötavoite osayleiskaava-alueella kaavamerkinnöittäin vuoteen 2050 (Vihdin kunta)

Etelä-Nummelan osayleiskaavan uusien asukkaiden ja työpaikkojen mitoitus					aluetehokkuus			asukkaiden määrä			k-m2 min			k-m2 2/3			k-m2 max			ha
Vaiheistus	rakentamisen aloitus	suurin osa rakentamisesta valmis	ea min	keskim.	ea max	lkm min	keskim.	lkm max	yht.	asuminen	tp	yht.	asuminen	tp	yht.	asuminen	tp	uusirakentuva alue		
																			ha	
C	4	2030	2050	0,8	0,87	0,9	1570	1700	1750	112000	78400	33600	121400	85000	36400	126000	88200	37800	14	
C-2	4	2030	2050	0,6	0,67	0,7	1830	2040	2120	123700	91500	32200	137500	101800	35800	144300	106800	37500	21	
A	4	2030	2050	0,4	0,47	0,5	3100	3610	3860	172000	154800	17200	200800	180700	20100	215000	193500	21500	43	
A2	4	2030	2050	0,2	0,27	0,3	1150	1540	1710	64000	57600	6400	85400	76900	8500	96000	86400	9600	32	
asemansseutu							7650	8890	9440	471700	382300	89400	545100	444400	100800	581300	474900	106400	110	
A3 Ridal	2	2025	2045	0,2	0,27	0,3	540	720	800	30000	27000	3000	40100	36000	4000	45000	40500	4500	15	
A3 muu	1	2020	2030	0,2	0,27	0,3	1120	1490	1660	62000	55800	6200	82800	74500	8300	93000	83700	9300	31	
A4 Ridal	2	2025	2050	0,15	0,18	0,2	1110	1360	1470	55500	55500	0	67900	67900	0	74000	74000	0	37	
A5 Ridal	2	2025	2050	0,1	0,13	0,15	380	510	560	19000	19000	0	25400	25400	0	28500	28500	0	19	
A5 muu	1	2020	2030	0,1	0,13	0,15	140	190	200	7000	7000	0	9300	9300	0	10500	10500	0	7	
A6 (haja-asutus)	5	rakentunut		0,01	0,01	0,015	10	10	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	
ATH	5	rakentunut		-	-	-	10	10	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
muu kuin asemansseutu							3310	4290	4710											
TP	2	2020	2050	0,5	0,5	0,5	-	-	-	-	-	207000	-	-	-	-	-	207000	125	
T	2	2020	2030	0,5	0,5	0,5	-	-	-	-	-	477000	-	-	-	-	-	477000	43	
KM	3	2030	2050	0,5	0,5	0,5	-	-	-	-	-	24000	-	-	-	-	-	50000	43	
Uudet asukkaat							11000	14000												
Nykyiset asukkaat							3500	3500												
ASUKKAAT YHTEENSÄ							14500	17500												

5.2.1 Työpaikkojen määrä ja sijoittuminen

Vihdin kunnassa on työpaikkoja yhteensä noin 8 200 (Kuva 23 Työpaikat 250 metrin ruuduissa vuonna 2017 (Ruututietokanta 2019)). Merkittävimpiä elinkeinoja ovat julkishallinto, kauppa sekä teollisuus ja rakennustoiminta. Palveluiden osuus työpaikoista on yli 70 prosenttia (Vihdin kunta 2020). Oheisella kartalla on havainnollistettu työpaikkojen sijoittumista 250 metrin tilastoruuduissa vuoden 2017 lopulla. Kaava-alueella sijaitsee nykyisin noin 660 työpaikkaa. Yleiskaavaluonnos mahdollistaisi alueelle noin 833 000-903 000 k-m2 uutta työpaikkarakentamista vuoteen 2050 mennessä



Kuva 23 Työpaikat 250 metrin ruuduissa vuonna 2017 (Ruututietokanta 2019)

Strategisen yleiskaavan työpaikkaskenaariossa on laskettu työpaikkojen määrä suhteessa väestönkasvuun vuosina 2030 ja 2050. Työpaikkamäärissä tulee varautua 12 300 työpaikkaan Vihdissä vuonna 2050 väestönkasvun toteutuessa 1,5 %:n vuosikasvulla. Lisäystä nykyiseen määrään tulisi 4 300 työpaikkaa. On huomattava, että työpaikkatarjonnan lisäys ei välttämättä tarkoita vihtiläisten työllistymistä oman kuntansa alueelle, vaan jatkossakin Vihdistä ja Vihtiin tullaan pendelöimään. Työpaikkojen absoluuttisen määrän lisäyksellä ja monipuolisella työpaikkatarjonnalla on kuitenkin paremmat mahdollisuudet kasvattaa myös omassa kunnassa työssäkäyvien osuutta (Vihdin kunta 2020).

Vihdin merkittävin työpaikka-alue sijaitsee kaavaratkaisun mukaisesti Etelä-Nummelassa sijoittuen pääasiallisesti seututie 110:n ja valtatie 1:n väliselle alueelle. Alue ei ole pohjavesialuetta, mikä mahdollistaa laajasti eri toimintojen sijoittamisen ja tarjoaa erinomaiset liikenne- ja logistiikan yhteydet, erityisesti ESA-radnan toteutuessa. Alueelle on mahdollisuudet toteuttaa monipuolisesti muunneltavaa toimitilaa erityyppisille toimijoille (Vihdin kunta 2020).

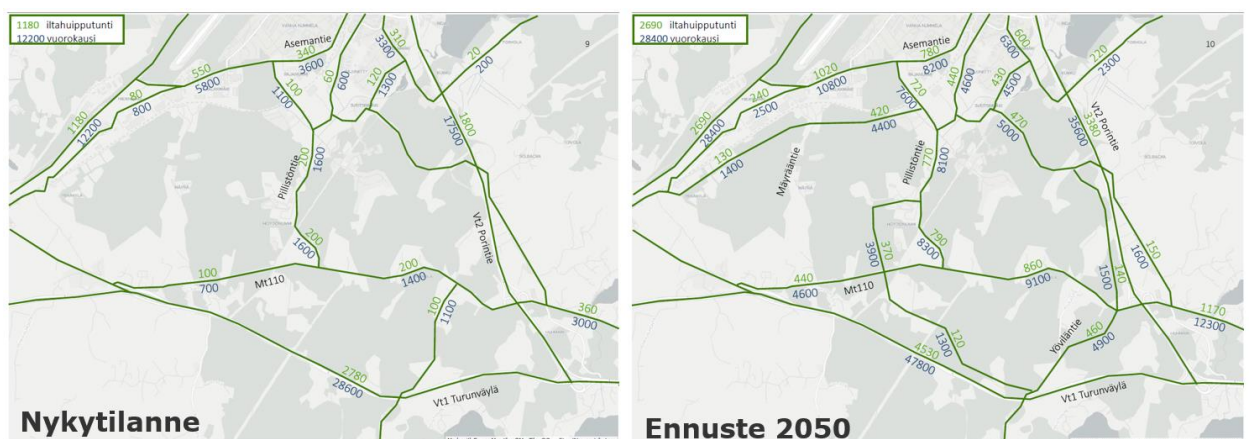
5.2.2 Liikenne

Maantiet muodostavat Vihdin liikenneverkon rungon, johon liittyvät maankäyttöä palvelevat kadut ja yksityistiet. Tämän rungon muodostavat valtatiet 1, 2 ja 25 sekä seututiet 110 ja 120. Seututie 120 tunnetaan myös nimellä Vihdintie. Lisäksi kunnan alueella kulkee useita yhdysteitä, jotka palvelevat kunnan alueen kyliä, kuten Jokikuntaa ja Haimoota. Hanko-Hyvinkää -rata kulkee valtatie 25:n suunnasta suunnittelualueen läpi (Vihdin kunta 2020).

Maantieverkon suurimmat liikennemäärät ovat valtatie 1 moottoritieosuudella ennen valtatie 2 Helsingistä suunnasta katsottaessa, missä on liikennettä noin 38 000 ajoneuvoa vuorokaudessa. Valtatie 2 jälkeen Turun suuntaan jatkettaessa moottoritien liikennemäärä vähenee noin 26 000 ajoneuvon/vrk. Valtatiellä 2 ennen Meritien liittymää liikennemäärä on noin 15 000 ajon/vrk. Nummelan ja Kirkonkylän välillä valtatie 2 liikennemäärä on noin 13 000 ajon/vrk. Liikennemäärä valtatiellä 25 Nummelasta kohti Siippoota on noin 7 800 ajon/vrk ja Lohjalle päin mentäessä noin 12 000 ajon/vrk. Liikennemäärä seututie 132:lla on noin 3 300 ajon/vrk Vihtijärvi-Röykkä -välillä (Vihdin kunta 2020).

Suunnitteilla oleva uusi kaksiraiteinen Espoo–Salo -oikorata mahdollistaa nopean kaukoliikenteen Helsingin ja Turun välille sekä lähiliikenteen kehittämisen Helsinki-Espoo-Lohja ja Turku–Salo välille. Espoo–Salo -oikorata lyhentää nykyistä Helsinki–Turku rataa noin 26 km ja nopeuttaa matka-aikaa noin puolella tunnilla. Salo–Turun Kupittaa -radan kaksiraiteen suunnittelun tavoitteena on parantaa Salo–Turku -yhteysvälin ratakapasiteettia ja lisätä liikenteen nopeutta, täsmällisyyttä sekä vähentää häiriöitä. Radan hankesuunnittelussa Vihtiin on osoitettu uusi asema Vihti-Nummela (lähi- ja mahdollinen kaukoliikenteen asema) sekä asemavaraus Huhmari (lähiliikenteen asema) (Väylävirasto 2020).

Oheisella kartalla (Kuva 24) on esitetty osayleiskaava-alueen nykyisiä liikennemääriä (mallinnettu) sekä ennustettua tilannetta vuoden 2050 maankäytöllä perustuen kaavan luonnosvaiheen liikenneselvitykseen. Kartalla kuvataan sekä iltahuippuntunti- että vuorokausitason liikennemäärät. Vuorokausiliikenteen ennustetaan jopa yli kaksinkertaistuvan VT2:lla ja yli kuusinkertaistuvan maantie 110:lla. Ristalinsmäen alueella liikennemäärä on ennustetilanteessa noin 5000 ajoneuvoa vuorokaudessa ja Pihlistonttiellä yli 8000 ajoneuvoa vuorokaudessa. Kaupan näkökulmasta kiinnostaviksi sijaintipaikoiksi muodostuvat erityisesti alueet, joissa liikennemäärät ovat vilkkaita ja joissa useat virrat keskittyvät yhteen pisteeseen, esim. kokoojakatujen risteykset yms. (Lähde: Etelä-Nummelan liikenne-ennuste ja toimivuustarkastelut, Sitowise 2020, viitattu 12/2020).



Kuva 24 Etelä-Nummelan osayleiskaava-alueen liikennemäärät ja -ennuste 2050 (viitattu 12/2020)

5.2.3 Kaupan palvelujen 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 käsitellä 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. Viimeksi mainittujen tekijöiden merkitys painottuu erikoiskaupassa selvästi päivittäistavara-kauppaa enemmän. Seuraavassa taulukossa 6 on tiivistetty fyysisen ja koetun saavutettavuuden eroja.

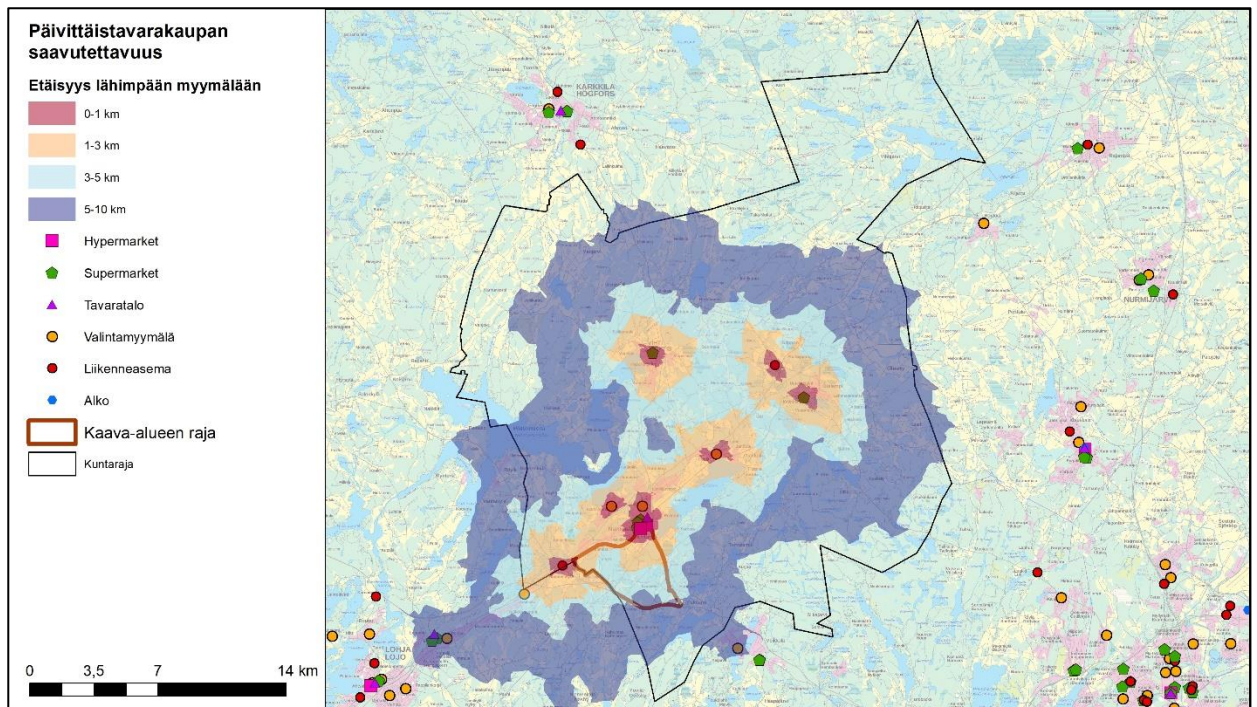
Taulukko 6 Fyysinen ja koettu saavutettavuus

	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, aukioloajat ja hintataso, jalankulkuympäristön miellyttävyys ja virikkeisyys</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Monipuolisten palveluiden ja tarjonnan mahdollistaminen (kaavoitus) • Jalankulkuympäristön • Turvallisuus • Esteettömyys • Viihtyisyys ja miellyttävyys • Monipuolisuus

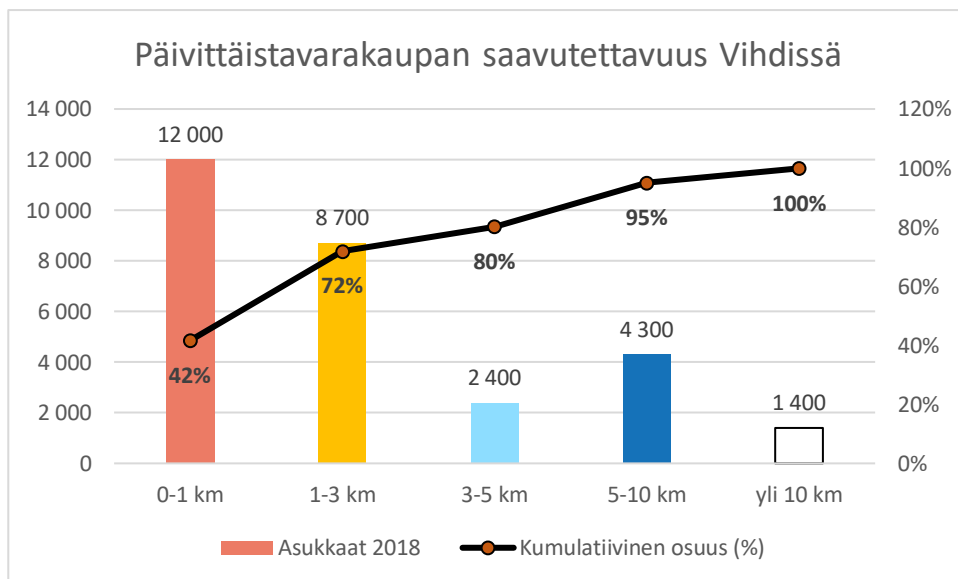
Päivittäistavarakaupassa saavutettavuus korostuu asiointikertojen useuden vuoksi. Kotitaloudet tekevät keskimäärin yli kolme ostoskäyntiä päivittäistavaramyymälään viikoittain (Päivittäistavara-kauppa Ry, 2018).

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.

Seuraavassa kartassa (Kuva 25) on havainnollistettu päivittäistavarakaupan saavutettavuusvyöhykkeitä Vihdissä tie- ja katuverkkoa pitkin laskettuna (päivittäistavarakaupat vuoden 2020 tilanne). Päivittäistavarakaupan saavutettavuus on erinomainen Nummelan ympäristössä sekä Vihdin keskiosien asutuskeskuksissa. Pohjoisosa on palvelutarjonnaltaan ja näin ollen saavutettavuudeltaan heikompi. Vihtiläisistä noin 72 % asuu alle 3 kilometrin säteellä lähimmästä päivittäistavarakaupasta – tältä etäisyydeltä asiointit esim. kävellen ja erityisesti pyörällä ovat vielä mahdollisia. Huomioitavaa on se, että kuitenkin lähes 20 % asukkaista etäisyyttä lähimpään pt-myyvälään kertyy yli 5 km.



Kuva 25 Päivittäistavarakaupan saavutettavuusvyöhykkeet



Kuva 26 Vihdin väestö päivittäistavarakaupan saavutettavuusvyöhykkeillä 2018

6. Ostovoima ja liiketilantarve

6.1 Ostovoima- ja tilantarvelaskelmien lähtökohdat

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. Tässä selvityksessä kulutuksen kasvun on arvioitu olevan noin 0,5 – 1,9 % vuodessa toimialasta ja aikajänteestä riippuen. 2000-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä kauppa kasvoi nopeasti. Viime vuosina vähittäiskaupan kulutus on kuitenkin jopa supistunut. Yleisessä talustilanteessa 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 voi suuntautua 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 2012 kulutuslukuja, jotka on muunnettu vuoteen 2017 yleisillä kulutuksen kasvukertoimilla. Ostovoiman asukaskohtainen vuosikasvu on Uudenmaan maakuntakaava 2050:n taustaksi laaditun palveluverkkoselvityksen mukaisesti:

- Päivittäistavarakauppa +1 %/vuosi 2030 asti, +0,5 %/vuosi 2030-2050
- Tiva ja autokauppa +1,7 %/vuosi 2030 asti, +0,8 %/vuosi 2030-2050
- Muu erikoistavarakauppa +1,9 %/vuosi 2030 asti, +1 %/vuosi 2030-2050

Taulukko 7 Vähittäiskaupan kulutusluvut, €/henkilö.

	2019
Päivittäistavarakauppa ja Alko	3 500
Tiva-kauppa (ml. autokauppa)	3 700
Muu erikoistavarakauppa	3 500
Vähittäis- ja autokauppa yhteensä	10 700

Laskelmissa ei ole otettu huomioon verkkokauppavähennystä eikä kaavallista ylimitoitusta. Ostovoima- ja tilantarvelaskelma kertoo vain alueen asukkaiden ja arvioidun kasvun (väestönkasvu, kulutuksen kasvu) synnyttämän potentiaalin. Ostovoiman kasvu voi toteutua myymälätilana muualla, tai ostovoima voi siirtyä enenevissä määrin verkkoon, jolloin tarve fyysiselle liiketilalle pienenee. Ostovoima- ja tilantarvelaskelmat on tehty sekä maksimivaihtoehdolle (maksimiväestö yleiskaava-alueella, kulutuksen kasvu huomioitu) sekä minimiskenaariolle (minimikasvu, kulutuksen kasvua ei huomioitu).

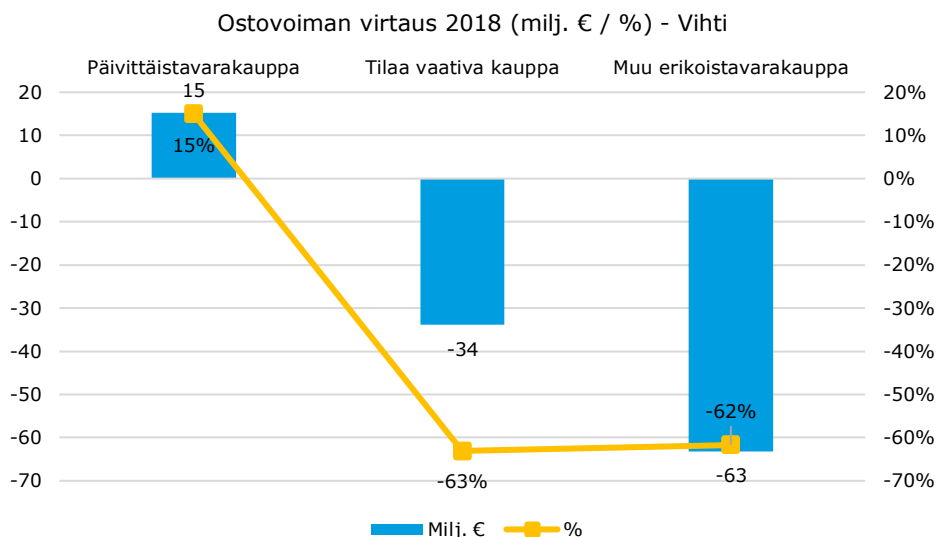
Ostovoiman kasvu mahdollistaa kaupan paremmat toimintamahdollisuudet. Nykyiset yritykset voivat kasvattaa myyntiään ja uusille yrityksille voi syntyä riittävät toimintaedellytykset. Kaupan liiketilan lisätarve arvioitiin Etelä-Nummelan tulevien asukkaiden ostovoiman kasvun ja kaupan tunnuslukujen perusteella. 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-kaavan 2050 kaupan selvityksen lukuja:

- myyntialan muunto kerrosalaksi kertoimella 1,30
- myyntitehokkuus päivittäistavarakaupassa 10 600 €/my-m²
- myyntitehokkuus tiva- ja autokaupassa 7 200 €/my-m², muussa erikoiskaupassa 5 400 €/my-m²

6.2 Ostovoiman virtaus

Ostovoiman virtauksella kuvataan alueen asukkaiden muodostaman ostovoiman sekä toteutuneen myynnin välistä suhdetta. Vihdissä ostovoimaa virtaa ulos yhteensä arviolta noin 80 miljoonaa euroa. Päivittäistavarakaupassa ostovoimaa virtaa kuntaan arviolta noin 15 miljoonaa euroa, mutta erikoiskaupan toimialoilla ulosvirtaus on merkittävää. Ulosvirtaus kertoo siitä, että Vihdin kaupallinen tarjonta ei riitä täyttämään alueen asukkaiden tarpeita. Alueen ostovoimaa virtaa erityisesti pääkaupunkiseudulle ja Lohjalle, mutta enenevässä määrin myös verkkokauppaan. Alla olevat (Kuva 27) ostovoiman virtauslukemat ovat suuntaa-antavia johtuen arvonlisäverokannoissa olevista eroista päivittäis- ja erikoistavarakaupan osalta.



Kuva 27 Ostovoiman virtaus Vihdistä ja Vihtiin vuonna 2018

Ostovoiman ulosvirtaukseen vaikuttaa ennen kaikkea tarjonnan monipuolisuus ja sen vastaaminen asukkaiden tarpeisiin. Asukasmäärältään keskikokoisen kunnan on mahdollista tarjota asukkailleen hyvä arjen palvelutarjonta sekä mahdollisesti erikoistua tietyllä segmentillä, jolloin kuntaan virtaa ostovoimaa myös ulkopuolelta. Kaupan näkökulmasta keskeisessä roolissa ovat ns. agglomeraatio- eli keskittymisedut; mitä monipuolisempia ja palvelutarjonnaltaan laajempia kaupan ja palveluiden keskittymiä pystytään muodostamaan, sitä enemmän niihin myös virtaa asiakkaita. Tulevaisuudessa fyysiset liiketilat kilpailevat ostovoimasta erityisesti verkkokaupan kanssa, minkä vuoksi virikkeelliset, turvalliset ja houkuttelevat asiointiympäristöt ovat entistä tärkeämmässä roolissa.

6.3 Etelä-Nummelan asukkaiden kaupan tilantarve 2019-2050

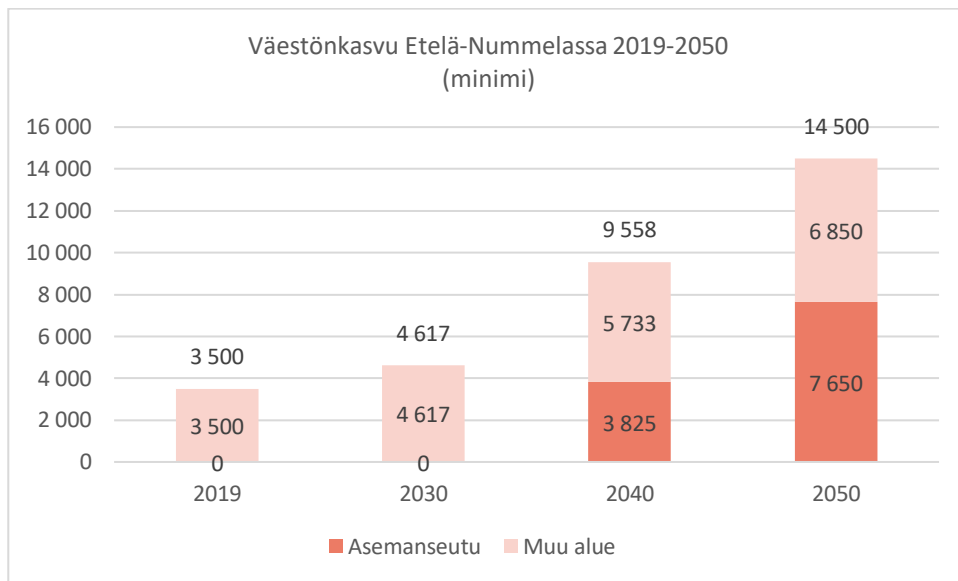
Etelä-Nummelan asukasmäärän ja ostovoiman kasvun perusteella on laadittu arvio asukkaiden muodostamasta tilantarpeesta. Laskelmissa ei ole otettu huomioon verkkokauppavähennystä eikä kaavalista ylimitoitusta. Ostovoima- ja tilantarvelaskelma kertoo vain alueen asukkaiden ja arvioidun kasvun (väestönkasvu, kulutuksenkasvu) synnyttämän potentiaalin. Ostovoiman kasvu voi toteutua myymälätilana muualla, tai ostovoima voi siirtyä enenevässä määrin verkkoon, jolloin tarve fyysiselle liiketilalle pienenee. Ostovoima- ja tilantarvelaskelmat on tehty sekä maksimivaihtoehdolle (maksimiväestö yleiskaava-alueella, kulutuksen kasvu huomioitu) sekä minimiskenaariolle (minimikasvu, kulutuksen kasvua ei huomioitu). Riippumatta skenaariosta, valtaosa asukkaiden kerrosalatarpeesta realisoituu muualla kuin Etelä-Nummelassa (muissa keskuksissa, verkkokaupassa), mutta tavoitteena tulisi olla, että varsinkin arjessa tarvittavat päivittäistavarakaupan palvelut sekä näitä tukevat erikoistavarakaupan ja palveluiden tarjontaa löytyisi sopivissa määrin myös läheltä; käytännössä tämä tarkoittaisi sitä, että alueelle mitoitetaan myös erikoistavarakaupalle soveltuvia liikepaikkoja erityisesti ankkuritoimintojen

(päivittäistavarakauppa) yhteyteen sekä kivijalkaliiketiloihin. Tilaa vaativan kaupan osalta mitoitus ratkaistaan seudullisella tasolla maakuntakaavassa ja Huhmariin mahdollisesti kehittyvä kaupallinen kokonaisuus tarjoaa palveluita Etelä-Nummelaa ja Vihtiä laajemmalle markkina-alueelle.

Seuraavissa luvuissa on tunnistettu minimi- ja maksimiskenaario alueen asukkaiden ostovoiman ja tilantarpeen kehittymisestä. Tämä antaa vaihteluväliin tarkasteluille sekä palveluiden mitoitukselle.

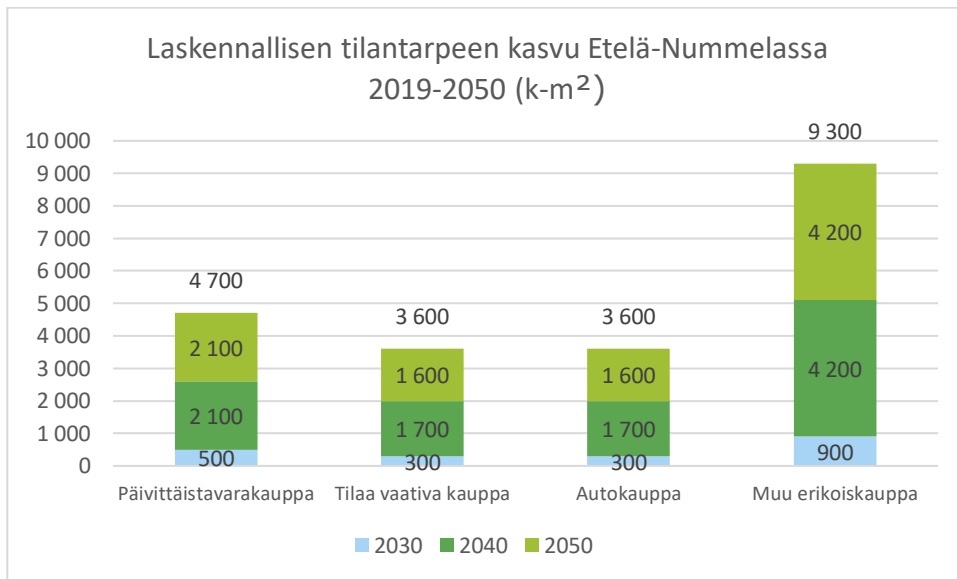
6.3.1 MINIMISKENAARIO

Minimiskenaariossa on arvioitu, että koko yleiskaavan minimiväestömitoitus toteutuisi, jolloin Etelä-Nummelassa asuisi vuonna 2050 noin 14 500 asukasta, joista noin 7 650 asuisi asemanseudun välittömässä läheisyydessä. Väestönkasvu on jaettu tasaisesti vuoteen 2050; asemanseudulla alkaen vuodesta 2030 ja muualla 2020.



Kuva 28 Väestönkasvu Etelä-Nummelassa vuosina 2019-2050 (minimiskenaario)

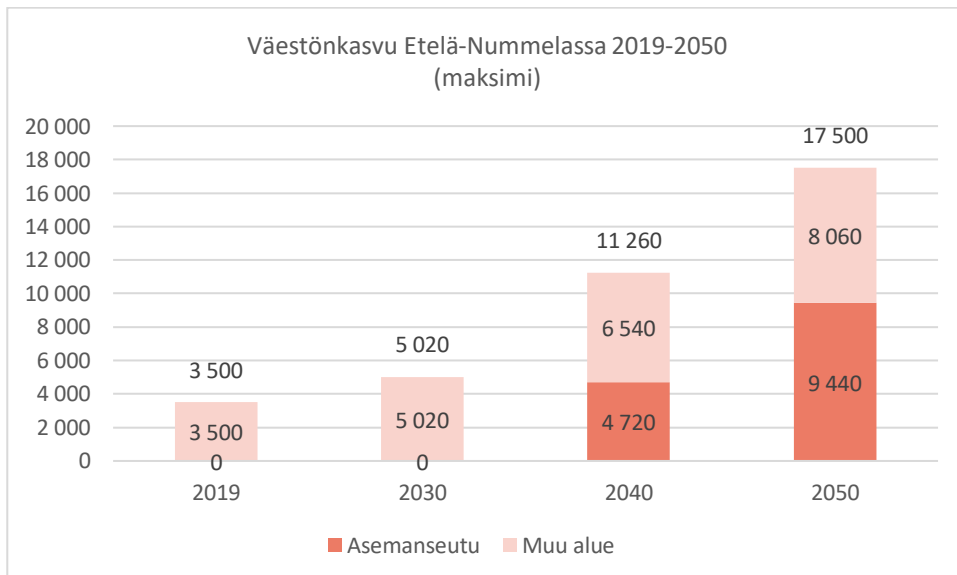
Skenaariossa vähittäiskaupan kulutuksen ei arvioida kasvavan (€/asukas), vaan kaikki tuleva tilantarve muodostuu uusien asukkaiden synnyttämän ostovoiman kasvun kautta. Vuoteen 2050 laskennallinen tilantarve kasvaisi Etelä-Nummelan asukkaiden osalta yhteensä noin 21 200 k-m². Valtaosa kasvusta tapahtuisi vuosina 2030-40 (tumman vihreä) ja 2040-50 (vaalean vihreä); vuoteen 2030 (vaalean sininen) mennessä asukkaiden muodostama tilantarve kasvaisi vain noin 2 000 k-m².



Kuva 29 Laskennallisen tilantarpeen kasvu Etelä-Nummelassa 2019-2050 (minimi)

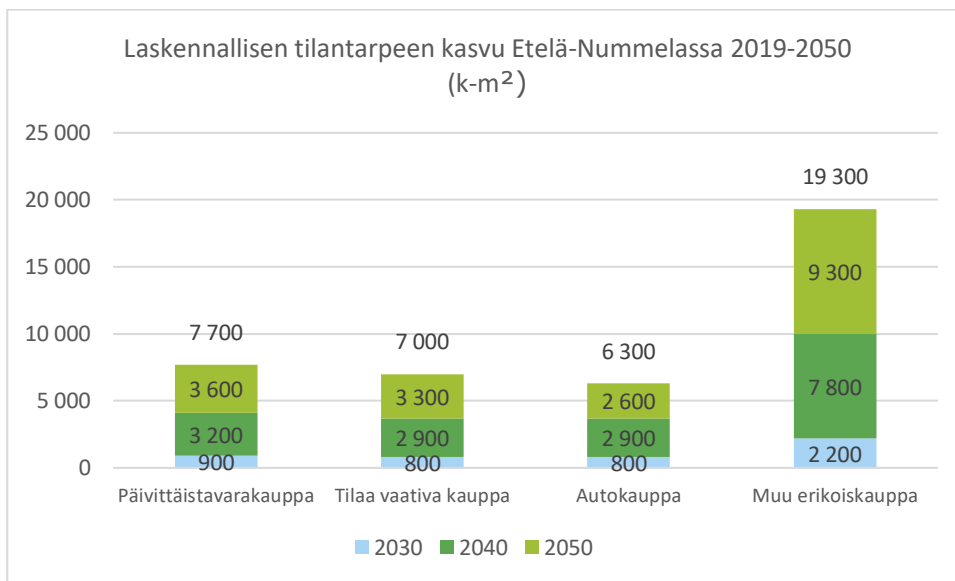
6.3.2 MAKSIMISKENAARIO

Maksimiskenaariossa on arvioitu, että koko yleiskaavan maksimiväestömitoitus toteutuisi, jolloin Etelä-Nummelassa asuisi vuonna 2050 noin 17 500 asukasta, joista noin 9 500 asuisi asemanseudun välittömässä läheisyydessä. Väestönkasvu on jaettu tasaisesti vuoteen 2050; asemanseudulla alkaen vuodesta 2030 ja muualla 2020.



Kuva 30 Väestönkasvu Etelä-Nummelassa 2019-2050 (maksimi)

Päivittäistavara-kaupan kulutuksen arvioidaan kasvavan noin 0,5 % /vuosi, erikoiskaupan 1 % / vuosi. Vuoteen 2050 laskennallinen tilantarve kasvaisi Etelä-Nummelan alueella noin 40 300 k-m² perustuen alueen uusiin asukkaisiin sekä kulutuksen kasvun aiheuttamaan ostovoiman lisäykseen. Päivittäistavara-kaupassa kasvua olisi noin 7 700 k-m² (noin 2-3 supermarket-kokoluokan myymälää). Suurinta kasvu on muun erikoistavara-kaupan osalta; samalla tämän toimialaryhmän kasvu kohdistuu kaikista voimakkaimmin verkkokauppaan.



Kuva 31 Laskennallisen tilantarpeen kasvu Etelä-Nummelassa 2019-2050 (maksimi)

6.3.3 VAPAA-AJAN ASUKKAAT

Tilastokeskuksen mukaan Vihdissä oli yhteensä 2 528 lomarakennusta vuonna 2019 (www.tilastokeskus.fi), joista karkeasti arvioiden noin puolet voidaan olettaa olevan ulkokuntalaisten (mökin kunnassa omistavien, mutta muualla asuvien) omistuksessa.

Loma-asutuksen suhteen erottuvat seuraavat vapaa-ajan asuntojen tihentymät (Vihdin kunta 2020):

- Pohjoisessa Vihtijärven, Petäyksen, Ylimmäisen ja Lapoon rannat
- Keski-Vihdissä Moksjärven, Otalammen sekä Averian/Olkkalan alueet
- Etelässä Kirkkojärven/Hiidenveden, Enäjärven, Poikkipuolaisen/Kaitlammen sekä Tervalammen, Huhmarjärven, Palojärven, Kypärijärven ja Iso Myllyjärven alueet
- Järvalueiden ulkopuolisista tihentymistä erottuu Jokikunnan eteläpuoleinen alue

Vapaa-ajan asukkaiden ostovoima laskettiin ulkokuntalaisten omistamien mökkien ja vapaa-ajan asukkaiden mökkikunnassaan keskimäärin käyttämän rahamäärän perusteella. Mökkikunnassa käytetty rahamäärä perustuu Mökkibarometriin 2016 (Saaristoasiain neuvottelukunta, maa- ja metsätalousministeriö 2016). Selvityksen mukaan vuonna 2015 vapaa-ajan asukkaat viettivät mökillä keskimäärin 79 päivää vuodessa ja käyttivät tänä aikana rahaa päivittäistavara-kauppaan noin 2 000 euroa perhettä kohden eli 31 euroa kesämökillä vietettyä päivää kohden. Päivittäistavaroitten lisäksi mökillä kulutetaan rahaa kestokulutustavariin, joihin luetaan mm. liikumis- ja kuljetus-, kiinteistöhoito-, työ- ja harrastusvälineet sekä taloustavarat. Näihin tavariin käytettiin mökkiä kohden keskimäärin 700 euroa vuodessa. Lisäksi mökinomistajat käyttivät erilaisiin palveluihin mökin lähiseudulla keskimäärin noin 240 euroa mökkiä kohden vuodessa. Ulkokuntalaiset mökkiläiset käyttivät ahkerasti mökkikunnan ja lähiseudun kaupan palveluja. Tämä koskee etenkin päivittäistavara-kauppaa, jonka osalta palveluja lähiseudulla käyttäneiden osuus oli 92 %. Erikoiskaupassa osuus oli 52 %.

Vuonna 2019 Vihdin ulkokuntalaisten vapaa-ajan asukkaiden vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima oli edellä mainituilla perusteilla laskettuna noin 3,2 miljoonaa euroa. Päivittäistavara-kaupan osuus ostovoimasta oli noin 2,4 miljoonaa euroa ja erikoiskaupan osuus noin 0,8 miljoonaa euroa.

Ennusteita ulkokuntalaisten vapaa-ajan asukkaiden määrän kehityksestä ei ollut käytettävissä. Ostovoiman tulevaa kasvua arvioitaessa oletettiin, että mökkien lukumäärä säilyy suunnilleen ennallaan, sillä mökkien määrä on pysynyt ennallaan tai vähentynyt muutamalla mökillä vuosittain ajanjaksolla 2010-2019 (www.tilastokeskus.fi). Nykyjakautuman mukaan noin puolet mökeistä tulee ulkokuntalaisten omistukseen. Kulutuksen kasvuarviona käytettiin 1,0 prosenttia/vuosi.

Vuoteen 2050 mennessä ulkokuntalaisten vapaa-ajan asukkaiden ostovoima kasvaa noin 1,3 miljoonalla eurolla, josta noin miljoona euroa on päivittäistavara-kaupan ostovoiman kasvua ja noin 0,3 mil-

joonaa euroa erikoiskaupan ostovoiman kasvua. Osa vapaa-ajan asukkaiden aikaansaamasta ostovoimapotentialista toteutuu myyntinä Etelä-Nummelassa, osa muualla Vihdissä. Ostovoiman alueellista kohdentumista ei ollut mahdollista arvioida tässä työssä tämän tarkemmin, sillä se olisi edellyttänyt kysely- tai haastattelututkimuksia.

6.3.4 OHIKULKEVASTA LIIKENTEESTÄ HUHMARISSA PYSÄHTYVÄT

Huhmarin tilaa vaativan kaupan alueen sijainti valtateiden 1 ja 2 varressa hyvin saavutettavissa olevalla paikalla mahdollistaa kunnan oman väestön ja vapaa-ajan asukkaiden lisäksi myös ohikulkuliikenteen ostovoiman hyödyntämisen. Tähän on myös hyvät mahdollisuudet, sillä liikennemäärä Etelä-Nummelan kohdalla on valtatiellä 1 noin 26 000 ajoneuvoa vuorokaudessa ja valtatiellä 2 noin 15 000 ajoneuvoa vuorokaudessa (www.vayla.fi).

Todennäköisimmin Huhmarissa asioimassa pysähtyvät ovat tyypillisesti pitkämatkaisia mökki-, vierailu- ja muita vapaa-ajan matkajia, joiden ostovoima ei sisälly vakituisten asukkaiden ja vapaa-ajan asukkaiden arvioihin. Vähemmän todennäköisiä pysähtyjiä ovat työmatkalaiset ja työasiamatkalaiset, joilla matkan pituus on tyypillisesti lyhyempi. Etelä-Nummelan kohdan liikennemäärästä noin viidesosan voidaan katsoa olevan pitkämatkaista ohikulkevaa liikennettä, josta noin viiden prosentin voidaan olettaa pysähtyvän asioimaan Huhmarissa. Liikennemäärän kehitys vuoteen 2030 arvioitiin liikenneviraston vuoden 2018 valtakunnallisen tieliikenne-ennusteen pohjalta.

Pääteiden varsilla toimivissa kaupallisissa keskittymissä pysähtyvien asiakkaiden keskiostoksista ei ole tutkittua tietoa. Vaikka pysähtyjiä on paljon, kaikki eivät välttämättä tee ostoksia. Ilmiö on rinnastettavissa Suomen kauppakeskuksiin, joissa yli 412 miljoonasta kävijästä huolimatta keskiostos oli 16 euroa vuonna 2018 (Suomen kauppakeskusyhdystys ry 2019). Pääkaupunkiseudun 20 suurimmassa kauppakeskuksessa keskiostokset vaihtelivat 7 eurosta 35 euroon (Kauppakeskusyhdystys 2019). Huhmarin alueen tuleva kaupan tarjonta huomioon ottaen pysähtyvien asiakkaiden keskiostokseksi erikoiskaupassa arvioitiin 20 euroa. Kulutuksen kasvuarviona käytettiin 0,5 prosenttia/vuosi.

Edellä esitetyillä perusteilla Huhmarissa pysähtyvien asiakkaiden erikois kauppaan kohdistuva ostovoima nykyisin olisi noin miljoona euroa. Vuoteen 2050 mennessä ostovoima kasvaa noin 0,7 miljoonalla eurolla.

Ulkokuntalaisten vapaa-ajan asukkaiden aiheuttama vähittäiskaupan liiketilan lisätarve Vihdissä on kohdassa 6.1.2 esitetyn ostovoiman kasvun ja edellä esitettyjen tunnuslukujen mukaan arvioituna suuruusluokaltaan noin 400 k-m² vuonna 2050. Päivittäistavarakaupassa lisätarve on suuruusluokkaa 300 k-m² ja erikoiskaupassa suuruusluokkaa 100 k-m². Valtateitä 1 ja 2 Etelä-Nummelan ohikulkevasta liikenteestä Huhmarissa pysähtyvien asiakkaiden ostovoiman aiheuttama erikoiskaupan liiketilan lisätarve vuoteen 2050 on myös noin 400 k-m². Liiketilarampeen kasvu vapaa-ajan asukkaiden ja ohikulkevan liikenteen vuoksi on siis käytännössä hyvin vähäinen.

7. ETELÄ-NUMMELAN KAUPAN PALVELUVERKON KEHITYS

Edellä laadittujen ostovoima- ja tilantarvetarkastelujen pohjalta on määritelty kaksi toisistaan erilaista palveluverkko- ja profiiliratkaisua Etelä-Nummelan alueelle. Vaihtoehdot ovat tarkoituksella hyvin erityyppisiä, vaikka mitoituksen kokoluokka ei merkittävästi poikkeakaan; tavoitteena on joka tapauksessa tarjota lähipalveluita alueen tuleville asukkaille sekä alueella työssäkäyville ja joukkoliikennepalveluiden käyttäjille. Lähtökohtana vaihtoehtojen laatimiselle on ollut myös tavoite, ettei Etelä-Nummelan alue merkittävästi kilpaile nykyisen keskustan kaupallisten palveluiden kanssa. Palveluverkkoratkaisuja on käsitelty myös työpajassa sekä toimijahaastattelujen yhteydessä. Kehitysvaihtoehdot perustuvat syksyllä 2020 työn pohjana olleeseen väestömitoitukseen. Uudempaa väestömitoitusta on sovellettu tavoitteellisen kaupan mitoituksen arvioinnissa (luku 8.1.).

7.1 Kaupan palveluverkon kehitysvaihtoehtoja Etelä-Nummelassa

7.1.1 VE1: HAJAUTETTU PALVELUVERKKO

Hajautettu palveluverkko jää kokonaismoitokseltaan pienemmäksi ja tavoitteena on palvelua mahdollisimman hyvin lähialueen asukkaita. Vaihtoehdossa myymälät sijoittuisivat pääsääntöisesti hybridimäisinä kokonaisuuksina asumisen ja työpaikkojen yhteyteen muodostaen sekoittuneita kokonaisuuksia. Huhmarin alueen roolina olisi toimia kaupan ohella vapaa-ajanvietto-kohteena, jossa perheille tarjottaisiin monenlaisia aktiviteetteja kaupassakäynnin ohien. Alla olevassa keskustarkastelussa sekä kartassa on hahmoteltu karkealla tasolla keskustun roolia ja mitoitus.



”ASEMANRAITTI”

Asemakeskuksen ympäristö kehittyy monipuolisena ja tiiviinä palvelukeskittymänä, jossa pääosa liiketiloista pyritään sijoittamaan käveltävään kaupunkimaiseen ympäristöön 1. kerroksen kivijalkaliiketoiloina. Asemanraitin ympäristössä on kattavat päivittäistavarakaupan lähipalvelut pieniin supermarket- tai valintamyymälä -kokoluokkaan sijoittuvina yksikköinä. Kivijalassa on myös monipuolisesti tilaa yhteisöllisille toiminnalle (harrastustilat, co-working) sekä uudelle urbaanille yrittäjyydelle ja palveluille (mm. kiertö- ja jakamistalouden palvelut, hybriditilat, verkkokaupan jakelupisteet). Alueelle tullaan kauempaakin aistimaan idyllistä kylätunnelmaa (vrt. Kauklahti)



”TOIMINTAKESKUS”

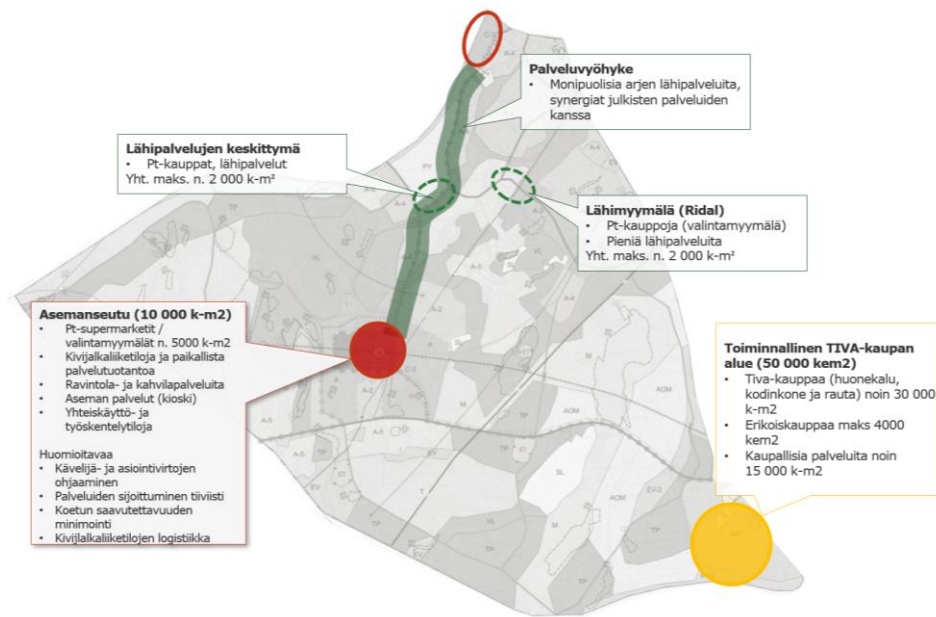
Huhmarin alueelle kehitetään monipuolinen kaupallinen ja toiminnallinen keskus, jossa sijaitsee pääasiassa tilaa vaativan kaupan toimintoja (huonekalu-, kodinkone- ja rautakauppa). Alue pyrkii erottumaan perinteisistä keskustan ulkopuolisista tiva-kaupan keskittymistä mm. kattavilla showroom-tiloilla, kauppa tukevalla elämystoiminnalla (mm. liikunta- ja aktiviteettipuistot, ravintolat) sekä tapahtuma-alueilla. Alueella on erityisesti tiva-toimijoiden outlet-tyyppisiä myymälöitä sekä yhdistettyä myymälä- ja verkkokauppatoimintaa. Toiminnallinen profiili painottuu kodinsisustuksen ja -kunnostuksen ympärille.



LÄHIPALVELUT

Etelä-Nummelan alueen lähipalvelut kehittyvät monipuolisesti Piliistöntien ja Naaranpajuntien varteen synnyttäen aktiivisen lähipalveluiden vyöhykkeen uudelta asemansuudelta Nummelan keskustaan. Alueelle sijoituu pienempiä päivittäistavarakaupan yksiköitä sekä arjen lähipalveluita. Palvelut pyritään sijoittamaan sekoittuneesti muiden toimintojen yhteyteen.





Kuva 32 Hajautettu palveluverkkovaihtoehto, keskusten roolit ja mitoitus

Seuraavassa taulukossa on hahmoteltu hajautetun palveluverkkoratkaisun vahvuuksia ja heikkouksia sekä toisaalta mahdollisuuksia ja uhkia.

Taulukko 8 Hajautetun vaihtoehdon swot

<p>VAHVUUDET</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tukee palveluiden hyvää lähisaavutettavuutta kävelleen sekä toiminnallista kytköstä uuden asemanseudun ja Nummelan keskustan välillä • Kauppa sijoittuu väestöpainotusten mukaisesti • Tukee asemanseudun kehittämistavoitteita kaupunkirakenteellisesti • Ei kilpaile Nummelan vanhan keskuksen kanssa kaupallisesti 	<p>HEIKKOUEDET</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaupan kehittämistä ei keskitetä tiettyihin paikkoihin, mikä ei synnytä agglomeraatioetuja • Kaupan toimijoille ei pystytä varmistamaan tasapuolisesti sijaintipaikkoja • Suurempien yksikköjen puutteen takia alueelta virtaa ostovoimaa ulos
<p>MAHDOLLISUUDET</p> <ul style="list-style-type: none"> • Synnyttää omanlaisia identiteettiä ja mahdollistaa erottautumisen muista keskuksista • Hajautettu ratkaisu on helpompi toteuttaa vaihteitain asuinalueiden kehittymisen mukaisesti 	<p>UHAT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kivijalkatiloihin sijoittuva kauppa on logistisesti haastava toteuttaa, eikä alueen väestötiheys mahdollista tätä kuin aivan asemanseudun ytimessä • Kaupan toimijoiden mielenkiinto hajautettua ratkaisua kohtaan ei välttämättä ole kovin suurta • Kivijalkaliikkeitöiden yhteismanageraus on haastavaa – kuka etsii toimijat tiloihin? • Huhmarin alueen kehittymistä on sijaintinsa vuoksi haastavaa ohjata perinteisestä tiva-alueesta poikkeavaksi – myös pt-kaupan tuoman ankkuritoiminnon puuttuminen tekee alueen toteutuksesta haastavaa • Kokonaisuuden toteutuminen tavoiteltuna (vrt. Henna Orimattilassa)

7.1.2 VE2: KESKITETTY PALVELUVERKKO

Keskitetty palveluverkkoratkaisu on perinteisempi malli kaupan toimintojen toteuttamiseksi. Keskiteytyissä ratkaisuissa korostuvat saman katon alle toteutettavat kaupan (ankkuri)toiminnot sekä sijoittuminen lähinnä kaupan toimintoihin keskittyneisiin kiinteistöihin, joihin voidaan miettiä pysäköinti, logistiikka sekä muut ratkaisut palvelemaan kaupan tarpeita. Oheisessa kuvassa ja kartassa on hahmoteltu, mitä keskitetty ratkaisu voisi tarkoittaa Etelä-Nummelan alueella.

C "ASEMAKESKUS"

Uuden asemansedun palvelut toteutetaan keskitetysti uudentyypiseen aseman ostariin, jossa saman katon alla ovat päivittäistavara- ja palvelut, jonkin verran ketjutyypisiä erikoiskaupan toimijoita sekä monipuoliset arjen lähipalvelut (ml. ravintola- ja liikuntapalvelut). Kaupallinen keskus sijoittuu aseman yhteyteen niin, että se tukee myös liityntäliikenteen tuomia asiakkaita. Asemansedu kehittyy erityisesti alueen asukkaiden sekä liityntäliikenteen tuoman ostovoiman turvin.



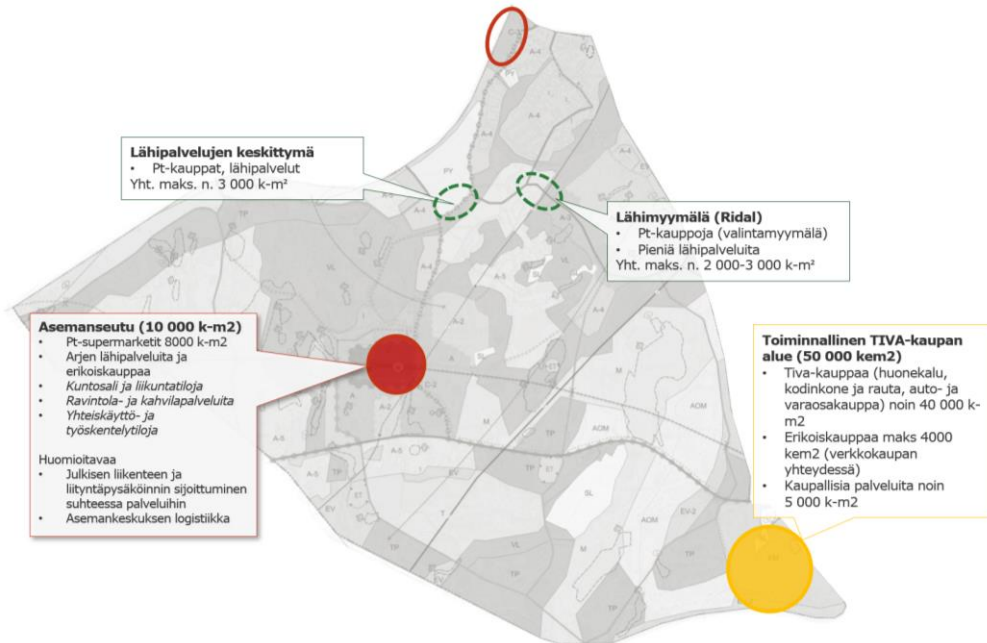
KM "TIVA-KESKITYMÄ"

Huhmarin alueen kaupallinen keskittymä kehittyy perinteisenä tiva-kaupan alueena, jossa huonekalu-, kodinkone- ja rautakaupan lisäksi on vahva auto- ja varaosakaupan tarjonta. Alueelle sijoittuu myös liikenneasemapaalveluita sekä verkkokaupan varasto- ja logistiikkatiloja, joiden yhteydessä on myös pienissä määrin myymälätiloja.



LÄHIPALVELUT

Lähipalvelut sijoittuvat keskitetystä ja pistemäisesti asuinalueiden tuntumaan, kokoojakatujen ristyksiin. Päivittäistavaramyymälöiden yhteydessä voi olla pienissä määrin myös muita arjen lähipalveluita.



Kuva 33

Keskitetty palveluverkkovaihtoehto, keskusten rooli ja mitoitus

Seuraavassa taulukossa 9 on hahmoteltu keskitetyn palveluverkkoratkaisun vahvuuksia ja heikkouksia sekä toisaalta mahdollisuuksia ja uhkia.

Taulukko 9 Keskitetyn palveluverkkovaihtoehdon swot

VAHVUUDET

- Keskitetyssä ratkaisussa agglomeraatioedut ovat voimakkaat – synnyttää vetovoimaisia kaupallisia kohteita
- Keskitettyjen pisteiden logistiikka helpompi ratkaista
- Palvelee liityntäliikennettä hyvin
- Keskitettyjen ratkaisuiden manageeraus helpompaa (liiketilat, markkinointi yms)

MAHDOLLISUUDET

- Toteutumisen todennäköisyys suurempi
- Monipuolisemmat pt-kaupan palvelut: suuremmista yksiköistä laajempi tarjonta
- Palvelut yhden katon alta – ostovoima pysyy paremmin Etelä-Nummelassa
- Yksityisten ja julkisten palveluiden synergiamahdollisuudet

HEIKKOUEDET

- Käveltävän ympäristön muodostaminen haastavampaa – kiinnitettävä huomiota kaupunkikuvaan
- Ei synny vahvaa keskusidentiteettiä
- Kattavat lähipalvelut eivät kaikkialta hyvin saavutettavissa (esim. Ridalin alueen eteläosista kertyy matkaa palveluihin)

UHAT

- Tarve perinteisille tiva-kaupan keskittymille tulevaisuudessa – vetovoiman muodostaminen perinteisellä tarjonnalla haastavaa
- Haastavaa toteuttaa vaiheittain – asemakeskus saattaa olla vajaalla palvelutarjonnalla pitkän aikaa – huomioitava myös keskuksen laajenemisvara (vrt. Kivistö Vantaalla)

7.2 Skenaarioiden vaikutusten arviointi

Seuraavassa taulukossa 10 on lyhyesti arvioitu skenaarioiden keskeisimpiä vaikutuksia ja eroja teemoittain.

Taulukko 10 Palveluverkkovaihtoehtojen vaikutusten arviointi

	VAIHTOEHTO 1 Hajautettu palveluverkko	VAIHTOEHTO 2 Keskitetty palveluverkko
Keskusten vaikutusalueet	Hajautetun palveluverkon vaikutusalueet jäävät hyvin paikallisiksi ja palvelut on suunnattu erityisesti lähialueen asukkaille. Hajautetussa palveluverkossa ei synny kaupan keskittymisetuja (agglomeraatioedut), joissa kaupan toimijat hyötyvät sijainnista vetovoimaisessa, laajassa ja monipuolisessa kaupan keskittymässä. Huhmarin erityislaatuinen tarjonta houkuttelee lapsiperheitä pääkaupunkiseudulta saakka viettämään vapaa-aikaa.	Suuremmat kaupan keskittymät tarvitsevat toimiakseen osto-voimaa, joten myös vaikutusalueen on oltava laajempi. Keskitetyt toiminnot houkuttelevatkin asiointeja niin Vihdistä kuin laajemminkin. Erityisesti tilaa vaativassa kaupassa Huhmarin alueen mitoitus edellyttäisi vaikutusalueen laajenemista merkittävästi naapurikuntiin.
Identiteetti ja profiili	Mahdollisuus kehittää omaleimaista profiilia, joka houkuttelee asiointeja mahdollisesti kauempaakin; houkuttimena toimii nykyistä voimakkaammin muut vapaa-ajanpalvelut. Sekoittuneet hybriditoiminnot synnyttävät kiinnostavia kokonaisuuksia.	Identiteetti ja profiili on perinteinen: kauppa sijaitsee pääasiassa kaupallisiin toimintoihin suunnitelluissa kiinteistöissä. Profiilia on haastavaa kehittää uuteen, toisista keskuksista poikkeavaan suuntaan.
Keskusten välinen kilpailu	Ainutlaatuinen tarjonta ei merkittävästi kilpaile nykyisten keskusten kanssa, vaan tukee kokonaisuuden kehittymistä kestävästi.	Ratkaisu kilpailee profiililtaan voimakkaammin nykyisten keskusten kanssa ja syö näiden markkinaosuutta. Joitakin Nummelan keskustassa sijaitsevia toimintoja saattaisi siirtyä Huhmariin tai asemansuudulle.
Asukkaiden arjen sujuvuus	Lähipalvelut kehittyvät kävelymatkan (alle 600 m) säteellä asukkaista; tukee arjen saavutettavuutta. Toisaalta palvelut eivät välttämättä vastaa laajuudeltaan kaikkia tarpeita, jolloin asiointimatkoja suuntautuu myös muualle.	Keskitetty ratkaisu on hyvin saavutettavissa suurimmalle osalle alueen asukkaita. Palveluiden laajuus ja keskittyneisyys synnyttää asiointikokonaisuuksia, jotka vastaavat hyvin asukkaiden arjen tarpeisiin.
Liikenne	Liikenteellisesti ei synnytä erityistä painetta tielverkolle. Pysäköintiratkaisut mietittävä kauppaa tukien. Asiointimatkoilla korostuvat kestävätkä liikkumismuodot. Keskeinen ratkaistava kysymys on asemansuuden ja Huhmarin alueen kytkös joukkoliikenteellä.	Laajemmalla vaikutusalueella asiointimatkat tehdään jonkin verran hajautettua ratkaisua enemmän autolla. Toisaalta keskitettyihin ratkaisuihin on helpompi kehittää joukkoliikenteeseen tukeutuvia liikkumisratkaisuja.
Yhdyskuntarakente	Tukee yhdyskuntarakenteen kehittämistavoitteita sekä kaupan sijainnin ohjausta.	Tukee yhdyskuntarakenteen kehittymistä. Alierakenteen osalta vahvistaa Nummelan kaupallista tarjontaa ja omavaraisuutta suhteessa naapurikuntiin.
Toteutumisen todennäköisyys	Hajautetun ratkaisun vaiheittain toteuttaminen on mahdollista ja tulevaisuuden trendien valossa myös suhteellisen todennäköistä; kauppa on nykyisin entistä joustavampi hybridiratkaisuiden suhteen, mikä kasvattaa toteuttamisen todennäköisyyttä erityisesti päivittäistavarakaupan osalta. Erikoiskaupassa kiinnostavan kivijalkaliiketilaympäristön toteutuminen on haastavaa merkittävässä mitoituksessa Vihdin toimintaympäristössä. Toteutumiseen vaikuttaa voimakkaasti kaupunkirakenteen tiivys ja sekoittuneisuus. Huhmarin aluekokonaisuuden toteutuminen edellyttää mielenkiintoista ja vahvaa ankkuritoimijaa sekä kiinnostavaa konseptiä, joka houkuttelee investoreja ja toimijoita.	Keskittyneemmät ratkaisut ovat perinteisesti toteutumisen todennäköisyyden suhteen olleet parempia; monissa paikoissa hajautuneemmista kivijalkaratkaisuksista ja hybridipalveluista on jouduttu luopumaan toteutusvaiheessa. Suurempien yksikköjen vaiheittain toteuttaminen on haastavampaa, mutta alueelle voidaan myös tulla tietyn ”kynnysostovoiman” kehittymisen myötä ylisuurella konseptilla, mikäli tulevaisuuden kasvunäkymä on hyvä. Erikoiskaupan osalta keskittyneempikään ratkaisu ei tarkoita merkittävää palvelutarjontaa, vaan erikoiskauppa kehittyi ennemminkin ankkuritoimintojen (pt) yhteydessä. Huhmarin tiva-keskittymän toteutuminen uutena alueena on todella haastavaa perinteiseen tiva-konseptiin nojautuen ja käynnistyminen edellyttäisi myös vahvaa ankkuritoimintoa, joka voisi olla esimerkiksi verkkokaupan toimijan ympärille rakentuva kokonaisuus.

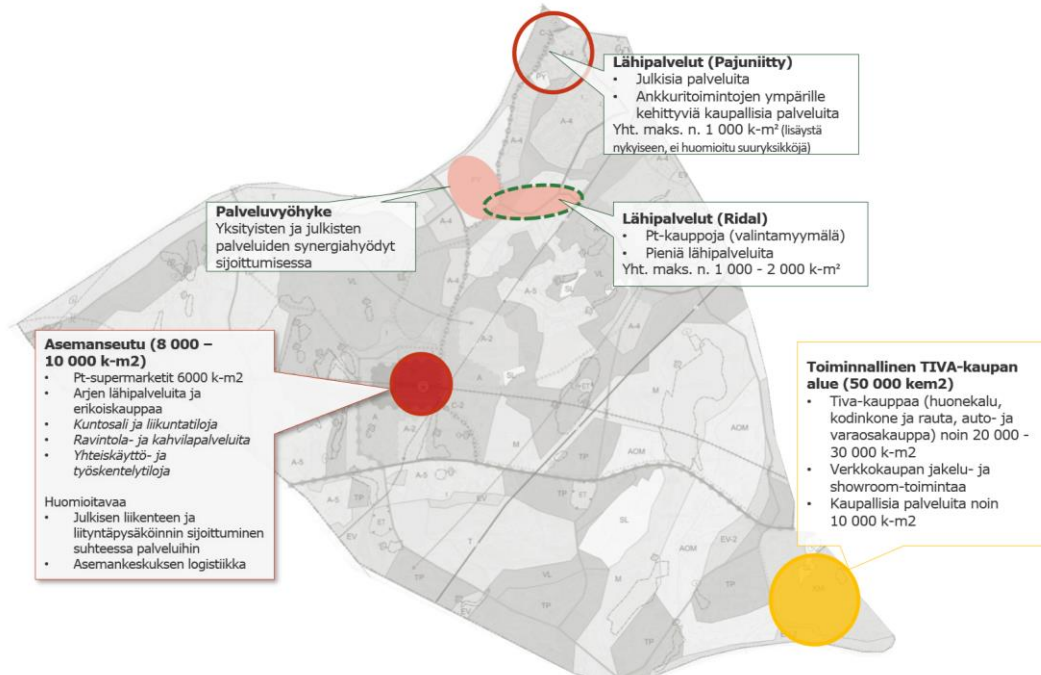
8. JOHTOPÄÄTÖKSET JA SUOSITUKSET

8.1 Tavoitteellinen kaupan palveluverkko

Etelä-Nummelan osayleiskaavan jatkosuunnittelussa sekä alueen tarkemmassa kaavoituksessa kaupan palvelujen kehittämistä on ajateltava kokonaisuutena, jossa eri alueiden kaupan palvelut täydentävät toisiaan. Etelä-Nummelan ja Nummelan keskuksen muodostaman kokonaisuuden kaupan palveluverkon tasapainoisen kehittämisen kannalta on tärkeää, että kaupan lähipalveluille sekä myös laajemmille palvelualueille annetaan riittävät mahdollisuudet kehittyä. Kunnan tehtävänä on kokonaisuuden hallinta niin, että luodaan edellytykset kaupan tavoitteelliseen kehittymiseen eri alueilla. Avainsanoja sekä tässä että eri alueille sijoittuvien yritysten toiminta- ja kehittämisedellytysten kannalta ovat alueiden kaupallisten konseptien ja asemakaavojen joustavuus ja mahdollisuus vaiheittaiseen toteuttamiseen. Tämä antaa yrityksille mahdollisuudet kehittää omaa toimintaansa vastaamaan markkina-alueen kysyntään ja ajan kuluessa muuttuvaan kilpailutilanteeseen.

Palveluiden tulee sijoittua keskusten ja kaupan alueiden rakennetta tiivistäen, mikä edistää kaupan palveluverkon toimivuutta ja alueiden kehittämistavoitteiden toteutumista. Tiivis rakenne mahdollistaa lisäksi kestävien kulkutapojen (joukkoliikenne sekä kävely ja pyöräily) käyttöä asiointimatkoilla. Asemansuudusta ja sen välittömästä ympäristöstä tulee kehittää mielenkiintoista, sekoittunutta ja toimivaa kokonaisuutta, jossa yhdistyvät paikalliset yksityiset ja mahdollisuuksien mukaan myös julkiset palvelut. Asemalta ja julkisen liikenteen pysäkeiltä olisi myös oltava sujuvat ja turvalliset yhteydet kauppoihin. Kaikkiin asioihin sujuvuuteen ja turvallisuuteen liittyviin asioihin on syytä kiinnittää erityistä huomiota uusien kaupan palveluita toteutettaessa.

Palveluverkon tulee vastata muuttuviin asiakatarpeisiin ja mahdollistaa uusien kaupan konseptien kehittyminen alueella. Uusista kaupan konsepteista esimerkkeinä ovat erilaiset hybridit, joissa yhdistyvät esim. tuotannollinen ja kaupallinen tila tai verkkokaupan varasto- ja myymälätoiminnot. Seuraavaksi on esitetty tiivistetyksi eri keskusten kehittämis- ja suunnitteluperiaatteita (Kuva 34).



Kuva 34 Etelä-Nummelan kaupallinen palveluverkko tavoitetilanteessa

Uusi asemanseutu on yleiskaava-alueen kaupallinen pääkeskus, jossa on monipuolinen kaupan palvelutarjonta. Sen tulee myös kehittyä Etelä-Nummelan ensisijaisena päivittäistavarakaupan ja sitä tukevan keskustahakuisen erikoiskaupan sijaintipaikkana osayleiskaava-alueella. Tähän pyrittäessä on muistettava, että keskustojen kehitykseen vaikuttavat hyvin monet tekijät. Keskustojen kaupallinen vetovoima ja elävyys ovat riippuvaisia kaupan palvelutarjonnan lisäksi myös mm. vapaa-ajanpalveluiden ja toisaalta myös julkisten palvelujen tarjonnan monipuolisuudesta sekä liikenne- ja pysäköintijärjestelyjen toimivuudesta, viihtyisästä fyysisestä ympäristöstä jne.

Keskeisiä huomiota ja tavoitteita asemanseudun kehittämiseen sekä suunnitteluun:

- Tavoiteltava kaupan mitoitus 8 000 - 10 000 k-m², josta 70-80 % päivittäistavarakauppaa ja loput näiden ympärille kehittyvää erikoiskauppaa ja palveluita. Päivittäistavarakauppa hyvän palvelutarjonnan supermarket- ja valintamyymäläluokan (500-2500 k-m²) yksikköinä tavoitelluissa (2050 väestömitoitus)
- Päivittäistavarakauppojen sijoittuminen alueen kaupallisena ankkurina keskeistä: kaupan kehittämisen painopisteen sijoittaminen asemanseudun tuntumaan, hyvien liikenneyhteyksien ääreen. Tarkemmassa suunnittelussa kaupan palveluiden kytkeytyminen tiiviisti joukkoliikennepalveluihin sekä liityntäliikenteen pysäköintiin. Huomioitava kaupan toimintojen näkyvyys kaikille liikkujaryhmille sekä esim. verkkokaupan jakelupisteiden sijoittuminen alueelle (click&collect)
- Päivittäis- ja erikoistavarakaupan kehittämismahdollisuuksien edistäminen tiiviillä, tehokkaalla sekä käveltävällä maankäytöllä ja rakenteella. Houkuttelevien kauppapaikkojen toteuttaminen asemakeskukseen, suurempiin päivittäistavarakaupanyksiköihin ja kivijalkaliiketiloihin. Keskustamaisessa ympäristössä mahdollista hybriditoteutus esim. asumisen ja työpaikkojen yhteydessä.
- Väliaikais- ja tilapäisratkaisuiden mahdollistaminen alueen kehittyessä (esim. konttikaupat ja muut), kun ostovoima ei vielä riitä täysimääräisiin palveluihin
- Joukkoliikenteen, kävelyn ja pyöräilyn toimivuuden kehittäminen alueen sisällä (asemanseutu-Huhmari) sekä suhteessa Nummelan keskusta.

Huhmari on Uusimaa-kaavan 2050 tilaa vaativan kaupan alue, jonne voi jatkossa kaupallisesti sijoittua vain tilaa vaativaan erikoiskauppaan. Maakuntakaavassa huhmarin alueen kaupan kokonaismitoitus on 50 000 k-m², joka on myös alueen tavoiteltava osayleiskaavan kaupan enimmäismitoitus. Alueen profiili ja rooli tulee miettiä tarkasti sekä pyrkiä kehittämässä innovatiivisuuteen; uusia tilaa vievän kaupan alueita ei juurikaan ole viime aikoina lähtenyt kehittymään, vaan toimintoja tiivistetään pääasiassa olemassa oleviin keskittymiin; uuden tarjonnan synnyttämisessä tuleekin olla vahva ja monipuolinen konsepti (pitäen sisällään myös muita kuin perinteisiä kaupan toimintoja), jonka varaan kokonaisuutta voidaan lähteä rakentamaan.

Keskeisiä huomiota ja tavoitteita Huhmarin alueen kehittämiseen sekä suunnitteluun:

- Kooltaan suurten erikoiskaupan myymälöiden mahdollistaminen; alueen luonteen pitäminen "tilaa vaativan kaupan alueena" erotuksena Nummelan keskustasta sekä uudesta asemanseudusta
- Mitoituksen kehittyminen ja vaihettuminen
- Ankkuritoiminnon löytäminen, kokonaisuuden kehittyminen kiinnostavan ja uudentyyppisen konseptin ympärille erotuksena nykyisistä vain kaupan toimintoihin keskittyneistä alueista. Konsepti voisi rakentua esim. vahvasti vapaa-ajan ja harrastusten ympärille sekä kaupallisesti että toiminnallisesti. Toinen vaihtoehto on rakentuminen vahvan ankkuritoiminnon (esim. verkkokaupan toimija) ympärille.
- Kävelyn ja pyöräilyn sekä joukkoliikenneyhteyksien parantaminen erityisesti asemanseudulle ja Nummelan keskusta

Lähipalveluiden (Ridalinmetsä ja Pajuniitty) sijoittumisen näkökulmasta keskeistä on lähialueen ostovoiman kehittyminen. Väestötavoitteen (Ridalinmetsä 2000-2900 ja Pajuniitty 1300-1850 asukasta vuoteen 2050 mennessä) perusteella alueelle syntyy pienimuotoista lähikysyntää erityisesti päivittäistavarakaupan lähipalveluille sekä näiden yhteyteen sijoittuville lähipalveluille. Ridalinmetsä ja erityisesti Pajuniitty sijoittuvat varsin lähelle Nummelan keskustan laajempaa palvelutarjontaa, mikä rajoittaa kehittämispotentiaalia. Kilpailun ja kaupan konseptien kehittymisen näkökulmasta alueelle tulee kuitenkin mahdollistaa kaupan palveluiden kehittyminen niin, että myös kilpailunäkökulma tulee huomioduksi. Pajuniityn alueella lähellä sijaitsevat vähittäiskaupan suuryksiköt vetävät puoleensa pääosan asioinneista; tietyille julkisten palveluiden sekä muiden ankkuritoimintojen yhteyteen sijoittuville lähipalveluille alueella on kuitenkin sijoittumispotentiaalia varsinkin liikenteellisesti hyvin saavutettavien ja näkyvien liikepaikkojen osalta.

Keskeisiä huomiota ja tavoitteita Ridalinmetsän kehittämiseen sekä suunnitteluun:

- Tavoiteltava kaupan palveluiden enimmäismitoitus 1 000-2 000 k-m² (valintamyymäläkokoluokka), toteutuminen todennäköisintä noin 500 k-m² -kokoluokan yksikkönä. Yhteyteen mahdollisia arjen lähipalveluita (kauneus- ja terveydenhoito, kahvilat, kioskit, noutopisteet yms.).
- Sijainnin näkökulmasta näkyvyys keskeinen tekijä – sijainti suhteessa liikennevirtoihin
- Potentiaalisimmat sijainnit Ridalinmetsään johtavan kokoojakadun alkupäässä (Ridalinmetsän ja Nummelan välissä), jossa kauppa pystyy ”tarttumaan” mahdollisimman monipuolisesti liikennevirtoihin tarjoten samalla mahdollisimman hyvin kävellen ja pyörällä saavutettavan sijainnin Ridalinmetsän ja muiden lähialueiden asukkaille
- Todennäköisesti sijoittuminen omana myymälänään, mutta mahdollisuuksia myös hybriditeutukselle tarkasteltava
- Ridalinmetsän-Pajuniityn alue muodostaa kokonaisuudessaan monipuolisen yksityisten ja julkisten lähipalveluiden vyöhykkeen, jonka toiminnoilla voi olla synergiahyötyjä (asiointi- ja kävijävirrat, pysäköinnin järjestäminen, näkyvyys). Eri palveluiden synergiahyötyjä on mahdollista tarkemmalla tasolla tutkia osana alueen asemakaavoitusta.

8.2 Palveluverkon vaikutusten arviointi

Edellä osoitetun kaupallisen ratkaisun vaikutuksia on tiiviisti arvioitu oheisessa taulukossa 11.

Taulukko 11 Kaupan palveluverkkoratkaisun vaikutusten arviointi

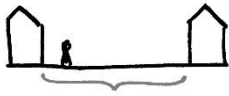
KAUPAN PALVELUVERKKO ETELÄ-NUMMELASSA	
Keskusten vaikutusalueet	<p>Asemanseutu: Vaikutusalue pysyy pääosin paikallisena ja alueen palvelutarjonta vastaa Etelä-Nummelan ja erityisesti asemanseudun alueen asukkaiden kaupan tarpeisiin. Ostoksia tehdään kuitenkin myös osana liityntäliikennettä ja omalaatuisella profiililla (kivijalkapalvelut, butiikit, kylämäisyys) keskusta voi muodostua mielenkiintoiseksi viikonloppujen vierailukohteeksi myös esim. pääkaupunkiseudun suunnasta tuleville.</p> <p>Huhmari: Huhmarin vaikutusalue on lähtökohtaisestikin seudullinen, sillä tilaa vaativa kauppa tarvitsee sijoittuakseen laajan markkina-alueen ja vahvan väestöpotentiaalain. Huhmarin vaikutusalue laajenisi kaupan tarjonnan myötä erityisesti pohjoiseen, jossa on heikommin tiva-kaupan tarjontaa verrattuna esim. Lohjaan ja Espooseen. Erityislaatuksella tarjonnalla ja mielenkiintoisella konseptillä toteutettuna (vapaa-ajankeskus, elämyskeskus) Huhmariin saatettaisiin tulla kauempaakin.</p> <p>Ridalinmetsä: Vaikutusalue jää hyvin pieneksi (kävely- ja pyöräilyetäisyys). Kaupan sijoittumispotentiaalain kasvattamiseksi tulevat liikepaikat olisi hyvä näkyä myös vilkkaimmille liikennevirroille (kokoojakatujen risteykset, alueelle sisään tulon kohdalle).</p> <p>Pajuniitty: Paikallispalveluiden vaikutusalue määräytyy alueen julkisten palveluiden kautta. Kaupallisesti potentiaalia julkisten palveluiden yhteyteen / tuntumaan sijoittuvilla lähipalveluilla sekä alueen suuryksiköiden vetovoiman kautta myös erikoiskaupan toimialoille (lähimyyvälät ja -puodit).</p>
Kauppan sijainnin ohjaus	Suhteessa Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan kaupan ohjaukseen Etelä-Nummelan osayleiskaavaa varten tehty kaupan ratkaisu noudattelee pääosin kaavan periaatteita. Kaupan mitoituksen näkökulmasta enimmäismitoitus vaihemaakuntakaavassa on muun erikoistavarakaupan osalta 5 000 k-m ² ja päivittäistavarakaupan osalta 2 000 k-m ² . Kaupan selvityksessä enim-

	<p>mäismitoituksiksi on esitetty 10 000 k-m², josta pääosa olisi päivittäistavarakauppaa. Huomioiden kaupan muuttunut toimintaympäristö ja maankäyttö- ja rakennuslakiin 2. vaihemaakunta-kaavan jälkeen tehdyt muutokset, ylitystä ei voida pitää merkittävänä.</p> <p>Suhteessa Uusimaa 2050 -kaavaan kaupan ratkaisu noudattelee enimmäismitoituksen ja sijoitusperiaatteiden osalta maakuntakaavaa.</p>
Identiteetti ja profiili	<p>Etelä-Nummelan alueen kaupallinen identiteetti ja profiili riippuu keskusten ja alueiden kokonaiskonseptista, mihin liittyy laajemmassa kuvassa liikkumisympäristöt ja sisäiset yhteydet, rakenne, kaupunkikuva sekä muut toiminnot. Alueella on kuitenkin mahdollista kehittää omaleimaista profiilia, joka tukee alueen kiinnostavuutta kaupan toimijoiden, asiakkaiden sekä samalla myös asukkaiden näkökulmasta. Hyvää pohjaa profiiliin ja identiteetin muodostumiselle rakentavat edellä mainitut keskuskohtaiset kehittämismahdollisuudet; asemanseudun ”kylänraittaisuus”, joka rakentuu vahvan kaupallisen ankkuritoiminnon ympärille ja tuntumaan sekä Huhmarin painottuminen perheiden vapaa-ajankeskittymänä, jossa kaupalliset toiminnot ovat osa kokonaisuutta.</p>
Keskusten välinen kilpailu	<p>Uudet kaupan avaukset ja tyhjistä syntyvät ”tarjontapisteet” lisäävät aina keskusten välistä kilpailua, mutta toisaalta samalla on pystyttävä tarjoamaan alueen uusille asukkaille riittäviä kaupan palveluita lähellä kotia. Etelä-Nummelan alueella keskusten mitoitus vastaa alueen kasvavaan ostovoimaan ja jättää kehittymisen edellytyksiä myös muille keskuksille. Kaupallinen tarjonta tulee kuitenkin suunnitella varsinkin erikoiskaupan osalta niin, että se ennemminkin tuo lisää kokonaistarjontaan kuin kilpailisi olemassa olevien keskusten kanssa.</p>
Vaikutukset Nummelan keskusta	<p>Nummelan keskusta tulee jatkossakin säilymään alueen kaupallisena keskuksena, josta löytyvät laajat päivittäistavarakaupan ja monipuoliset erikoistavarakaupan palvelut. Etelä-Nummelan alueen väestönkasvu tukee myös Nummelan keskustan kaupan tarjonnan kehittymistä; Etelä-Nummelan alueelle osoitettu mitoitus ei kokonaisuudessaan vastaa alueen asukkaiden muodostamaan kysyntään, vaan ostovoimaa tulee väkisin virtaamaan Nummelaan. On kuitenkin hyvä pitää mielessä, miten myös Nummelan keskusta voidaan osoittaa kehittämisspanostuksia tulevaisuudessa esimerkiksi kaupunkirakenteen tiivistämisen ja täydentämisen, miellyttävän asuin- ja asointiympäristön kehittämisen sekä saavutettavuuden parantamisen muodossa.</p>
Vaikutukset yhdyskuntarakenteen kehittämiseen	<p>Uusi asemanseutu muodostuu Etelä-Nummelan yhdyskuntarakennetta ja keskustatoimintojen aluetta laajentavaksi solmukohtaksi. Kestävän yhdyskuntarakenteen näkökulmasta asemanseudun ja nykyisen keskustan väli on pyrittävä kehittämään riittävän jatkuvana rakenteena, jossa liikku- misen ratkaisut painottuvat kävelyn ja pyöräilyn sekä joukkoliikenteeseen.</p>
Asukkaiden arjen sujuvuus ja kaupan saavutettavuus	<p>Palveluverkkoehdotuksessa kauppa sijoittuu pääsääntöisesti sinne, mihin myös tuleva asutus painottuu. Etelä-Nummelan uusille asukkaille kauppa tulisi sijoittamaan kävelymatkan (alle 600 m) säteellä, mikä puolestaan tukee arjen saavutettavuutta. Fyysisen saavutettavuuden lisäksi on huomioitava koettu saavutettavuus, jolloin huomio kiinnittyy esimerkiksi kaupan palvelutarjonnan monipuolisuuteen ja tarpeisiin vastaamiseen; pieni kauppa lähellä ei välttämättä tarjoa asukkaille riittävää palvelutasoa. Tämän vuoksi palveluverkkoehdotuksessa myös lähipalvelut on ehdotettu riittävän laajuisina ratkaisuna sekä niin, että sijoittumispaikkoja on useammillekin toimijoille.</p>
Liikenne	<p>Liikenteen näkökulmasta suurimman paineen tieverkolle synnyttää uusi asuminen. Kaupan näkökulmasta suurimman liikennepaineen synnyttää Huhmarin tiva-alue, joka kuitenkin sijoittuu liikenteellisesti erinomaiselle paikalle kahden valtatie risteysalueelle. Alueen asiointiliikenteen määrää hillitsee palveluiden kohdentuminen erityisesti paikalliseen tarpeeseen, jolloin kestävät kulkumuodot asiointitapana korostuvat. Liikenteen järjestelyihin tulee kuitenkin tarkemmassa suunnittelussa kiinnittää huomiota, jotta alue toimii myös kaupallisesti; keskeisiä kohtia ovat esim. jakelu- ja huoltoliikenteen järjestelyt, pysäköinti ja kaupan näkyvyys liikennealueille.</p>
Toteutumisen todennäköisyys ja vaiheistus	<p>Osayleiskaavan ja alueen kehittämisen pitkä aikajänne synnyttää erilaisia epävarmuustekijöitä, jotka liittyvät yleisesti kaupan kehitystrendeihin, mutta myös muihin toimintaympäristötekijöihin. Etelä-Nummelan osalta keskeisin tekijä on junaliikenteeseen liittyvät tekijät, mikä vaikuttaa koko alueen maankäytön kehittämiseen; mikäli junaliikennettä ei tulisi, ei myöskään asemanseudun alueella ole kehittämisen edellytyksiä. Tällöin kaupallisesti alueella toteutuisi vain Ridalinmet- sän lähipalveluita sekä maakuntakaavassa osoitettu Huhmarin tiva-alue.</p> <p>Toteutumisen todennäköisyyteen liittyy myös kaupan yleinen kysyntä ja kehitys. Uusia kaupan alueita on viime vuosina syntynyt harvakseltaan kulutuskäyttämisen muutoksen ja verkkokaupan myötä; kaupan tarjonta on entistä voimakkaammin keskittynyt olemassa oleviin vahvoihin kaupan keskittymiin. Perinteisellä sisällöllä myöskään esim. Huhmariin ei ole edellytyksiä merkittäväle kaupalliselle toiminnolle, vaan ankkuritoiminnoksi pitää löytää jokin muu (esim. verkko- kauppa tai vapaa-aika), jonka ympärille myös kaupallinen konsepti voi rakentua.</p> <p>Kivijalkaliiketilöiden ja erikoiskaupan sekä palveluiden toteutumisen edellytyksenä on tiivis kaupunkirakenne; toiminnot vaativat riittävästi ostovoimaa välittömään läheisyyteen. Siitäkin huolimatta kivijalkaliiketilöihin kohdistuva kysyntä voi olla heikkoa; tähän tuleekin varautua mahdollistamalla muuntojoustavuus ja tilojen kehittyminen 1. kerroksessa markkinakäytön mukaan.</p> <p>Ajallisesti merkittävin osa kaupan kehittämistä Etelä-Nummelassa ajoittuu 2030-luvun loppuun ja 2040-luvulle. Tällöin kaupan tarjonta on todennäköisesti hyvin erilaista kuin tänään. Kaavoituksella ja maankäytön suunnittelulla voidaan varautua erilaisiin tulevaisuuden kuviin, mutta ennen kaikkea tärkeää on riittävä joustavuus ja mahdollisuus kehittää uusia konsepteja, jotka vastaavat muuttuvaan kulutuskysyntään ja toisaalta uusien teknologioiden synnyttämiin mahdollisuuksiin.</p>

8.3 Lopuksi: kaupallisesti toimivien keskusten toteuttamisessa huomioitavaa

Kauppa ja palvelut sijoittuvat vilkkaiden asiointivirtojen ääreen. Maankäytön suunnittelulla ja kaupunkirakennetta koskevilla päätöksillä voidaan vaikuttaa myös kaupallisen ympäristön toimivuuteen ja kaupan sijoittumisedellytyksiin esimerkiksi kivijalkaliiketiloiissa. Kauppa keskittyy agglomeraatioetujen vuoksi suurempii yksiköihin, mikä on huomioitava kaupunkiympäristöä kehitettäessä. Kauppa- ja ostoskeskukset voivat kuitenkin kytkeytyä toiminnallisesti kaupunkirakenteeseen ja elävöittää myös ympäröivää kaupunkitilaa. Kivijalkaliiketilojen elävyyteen vaikuttaa merkittävästi jalankulkuympäristön mielekkyys ja se, miten potentiaalisia asiointivirtoja ohjataan kaupunkirakenteessa; myös kivijalkaliiketilojen osalta on tarkoituksenmukaista keskittää tiloja houkuttelevimmille paikoille, esim. kävelypainotteisten 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 esimerkiksi Nummelan asemanseudun alueen jatkokehittämisessä ja tarkemmassa suunnittelussa.

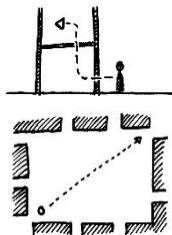
Etäisyyden kokeminen kaupunkitilassa



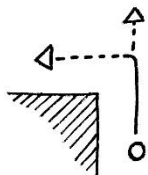
Etäisyys koetaan fyysisen välimatkan sekä psyykkisten, matka-aikaa hidastavien tai kulkemista häiritsevien tekijöiden summana. Kaupallisessa keskustassa tämän kokonaisetäisyyden minimoiminen on ensiarvoisen tärkeää; palveluiden tulee sijaita tiiviisti toistensa läheisyydessä, jolloin niiden väliset matkat 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 kauppaan ja jatkaa näin kulkemista kaupunkirakenteessa. Kriittinen etäisyys ylittyy Suomessa useasti jo pelkästään kadun ylityksellä.



Epäviihtyisä kaupunkiympäristö ja erilaiset fyysiset esteet lisäävät myös etäisyyden tunnetta. Erityisen 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 voi lisätä suurestikin tunne-etäisyyttä ja estää hakeutumisen edessäpäin 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 tyhjät aukiot ja torit rajoittavat kulkemista kaupunkirakenteessa. Kun aukiolla 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 ollaan 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. Tällöin erityistarkastelussa ovat kaupungin erilaiset paikat, joiden merkitystä ympäristön toimivuuden kannalta käsitellään seuraavaksi.

Kaupunkitilan paikat

Jalankulkijan reagoitua ympäristöönsä tutkittaessa on havaittu hänen mielenkiintonsa lakkaavan kauniissakin ympäristössä noin 220 metrin jälkeen. Toisaalta useissa orgaanisesti kasvaneissa kaupungeissa jalankulkijan taipaleeseen on, vaistomaisesti tai tarkoituksella, järjestetty katkos ”paikan” muodossa sellaisten välimatkojen päähän toisistaan, että ympäristön viehättävyys kasvaa uudestaan. Tällöin ”paikan” tarkoituksena on auttaa kulkijaa toipumaan kuljetun matkan rasituksista ja nostaa seuraavan matkaosuuden viehättävyys huippuunsa houkutellessa näin suuntaamaan eteenpäin.

”Paikalla” tarkoitetaan tässä yhteydessä jotain fyysistä aluetta tai kohtaa keskustan julkisten tilojen ympäristössä, missä kaupungissa kävijälle syntyy paikkaan sidottu elämys tai kokemus. Paikat voivat tuottaa esteettisiä, maisemaan tai kaupunkikuvaan liittyviä kokemuksia, jolloin kyseessä ovat usein puistot, rannat, aukiot, torit tai kadut ja niissä olevat kiintopisteet, sekä kaikki talojen välinen tila, suunniteltu tai suunnittelematon, joka on julkista ulkotilaa. Paikkoihin voidaan liittää myös sosiaalisia kokemuksia, jolloin kyseessä ovat useasti alueet, joissa syntyy paljon ihmisten välisiä kohtaamisia. Esteettisten ja sosiaalisten elämysten lisäksi paikat voivat tarjota toiminnallisia, psyykkisiä, fyysisiä ja kulttuurisia kaupunkikokemuksia. Esimerkkeinä tällaisista paikoista ovat tietyt toiminnot ja niiden rakennukset, kuten kirkot, kirjasto, kaupungintalo, teatteri, taidemuseo, linja-auto- ja rautatieasema. Paikkoja voivat olla myös kaupallisen tarjonnan hyvin rakentuneet ympäristöt ja kaupat, joihin mennään, vaikka ei välttämättä olisi ostettavaakaan.

Elämyksiä ja kokemuksia voi syntyä odotetusti tai odottamatta, spontaanisti. Ne voivat olla yksilöllisiä, omia elämyksiä, tai kollektiivisissa väkijoukoissa koettuja. Tärkeintä on se, että kokemus lähtee kävijästä itsestään ja, mikäli siihen liittyy lisäksi tietoisuus ympäristöstä, muodostuu paikkaan sidottu kokemus. Kaupunkiympäristön kyky tuottaa tällaisia paikkaan sidottuja elämyksiä ja kokemuksia on vahva toimivuuden ja laadun mittari. Paikkojen sijainnit ja kävely-yhteydet muodostavat yhdessä oman verkostonsa, niin sanotun paikkojen järjestelmän. Kriittisiä tekijöitä rakenteellisesti hyvän ja elämyksiä tuottavan kaupunkikeskustan muodostumisessa ovat verkoston laajuus ja yhtenäisyys sekä paikkoja kuvaavien pisteiden sijoittuminen tasaisesti koko verkoston alueelle. Keskusta-alueen rakennetta inventoimalla pystytään paremmin ymmärtämään kunkin kaupungin oman keskustan luonnetta ja samalla paremmin päättämään tulevista kehittämissuunnista.

Paikkojen järjestelmän tunnusomainen piirre on paikkojen välinen lyhyt etäisyys, joka on keskimäärin noin 200–220 metriä. Erityisen laadukkaasti rakentuneissa kaupungeissa etäisyys on vieläkin lyhyempi. Inhimillisesti rakentuneessa kaupungissa paikat toimivat jalankulkijoiden tukikohtina ja niiden sijoittuminen kaupunkirakenteeseen luo sopusointua ja rytmiä. Tällöin tuloksena on korkealaatuinen kaupunkitila ja virikkeitä tarjoava kaupunki, jossa jalankulkija löytää uusia suunnistusmahdollisuuksia ja kokee vaihtelua ennen aiemmin mainittua henkistä väsymistään.

Paikkojen ja niitä yhdistävien katujen merkitystä kaupungille ei voi aliarvioida, sillä kaupunki ja siellä olevat ihmiset tarvitsevat monimuotoisuutta, virikkeitä, estetiikkaa ja mielekkäitä toimintoja. Mitä kauniimpia paikat ovat, sitä arvokkaampia niiden läheisyydessä sijaitsevat talot ja rakennelmat ovat. Monipuolinen ja koko keskusta-alueelle levittävä paikkojen järjestelmä on tärkeä suunnittelu- ja kehittämiskohde. Järjestelmää on tarkasteltava kokonaisuutena kehittäen paikkojen välisiä kulkuyhteyksiä sekä suhdetta toisiinsa. Myös uusia paikkoja voidaan luoda lyhentämällä niiden välisiä etäisyyksiä ja täten tuoda kauempanakin sijaitsevia kohteita verkoston osaksi.

9. 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.
- 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.
- Kauppakeskusyhdistys ry (2018) kauppakeskukset 2010–2020 –julkaisut.
- 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.
- Liikennevirasto (2018). Valtakunnalliset liikenne-ennusteet. Liikenneviraston tutkimuksia ja selvityksiä 58/2018.
- Maanmittauslaitos (2018) Maastotietokanta/taustakarttasarja.
- Maankäyttö- ja rakennuslaki 132/1999, Finlex (www.finlex.fi)
- Pulkkinen, Matti ja Harri Spåre (1999). Erikoistavaroiden kauppapalvelujen koettu saavutettavuus. LTT-tutkimus Oy. Sarja B 151. Helsinki 1999.
- Päivittäistavarakauppa ry (2020). Päivittäistavarakauppa 2020.
- Ramboll Finland Oy (2018) Vähittäiskaupan ketjutietokanta.
- Saaristoasiain neuvottelukunta, maa- ja metsätalousministeriö (2016). Mökkibarometri 2016.
- Santasalo, Tuomas (2016) 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 (2020) PXWeb-tietokannat (<http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/>)
- Tilastokeskus (2020) Yritys- ja toimipaikkarekisteri 2010-2018.
- Tilastokeskus (2019) Ruututietokanta 2019.
- TNS Gallup Oy / Kaupan liitto (2015) Verkkokauppatilasto 2014.
- Uudenmaan liitto (2020) Uusimaa-kaava 2050.
- Uudenmaan liitto (2020). Uusimaa-kaava 2050, kaavaselostus 25.8.2020.
- Vihdin kunta (2020). Strateginen yleiskaava 2050, kaavaselostus.
- Väylävirasto (2020). Helsinki Turku nopean junayhteyden hankekokonaisuuden YVA, ympäristövaikutusten arviointiselostus.
- Ympäristöministeriö (2014) Keskusta-alueet ja vähittäiskauppa kaupunkiseuduilla. Ympäristöministeriön raportteja 8/2014.
- Ympäristöministeriö (2013) Vähittäiskaupan suuryksiköiden kaavoitus. Ympäristöhallinnon ohjeita 3/2013.
- Ympäristöministeriö (2007) Kauppa maakuntakaavoituksessa. Ympäristöministeriön raportteja 23/2007.

LIITE 1

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 sijainninohjauksen 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 postimyyntikauppa. Muita myymälöiden ulkopuolisia jakelukanavia ovat mm. myymäläautot ja -veneet, tori- ja hallikaupat, myyntikojut, huutokaupparit, 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. Alkoholituuotteiden 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 Minimani.

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 kokonaismyyntialasta. 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 kiertoon ja tehokkaihin 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-myymäliä.

Muut päivittäistavaramyymälät

Tavaratalojen, supermarketien ja valintatalojen lisäksi päivittäistavaroita myydään vähäisessä määrin tuotekohtaisissa erikoismyymälöissä, kauppahalleissa, suoramyymälinä, 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. Autokauppaakin 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 kauppaa kutsutaankin joskus myös keskustapakoiseksi kaupaksi. TIVA-kaupalle tyypillistä on myös keskittyminen tietyille alueille, joissa on paljon saman toimialan liikkeitä tai muuta tilaa vaativaa kauppaa. 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 mootoriajoneuvojen 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 keskusten luonnetta.

Keskustahakuinen erikoistavarakauppa

Keskustahakuisella erikoistavarakaupalla tarkoitetaan perinteistä ja monipuolista, tyypillisesti kaupunki- tai kuntakeskuksiin tai kauppakeskuksiin sijoittuvaa, erikoistavaran ja niihin liittyvien palveluiden kauppaa. Tarkkaa määritelmää keskustahakuisesta erikoistavarakaupasta ei ole, vaan sillä tarkoitetaan yleisesti erikoiskaupan aloja, jotka eivät ole kaupunkikeskustojen ulkopuolelle sijoittuvaa tilaa vaativaa kauppaa. 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 liiketilojen 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.

Suomessa on kauppakeskuksia Suomen kauppakeskusyhdistyksen mukaan 99 kappaletta (vuoden 2016 lopussa). Suomen vanhin kauppakeskus on Helsingin Itäkeskus, jonka vuokrattava pinta-ala on nykyään lähes 100 000 m². Muita suuria kotimaisia kauppakeskuksia ovat esim. Espoon Sello ja Iso Omena, Vantaan Jumbo, Lempäälän Ideapark ja Raison Mylly. Näiden kokoluokka on 50 000 m² tai enemmän. Suurten kauppakeskuksien sanotaan usein olevan eräänlaisia pienoiskaupunkeja, jossa on tarjolla sekä kaupallisia että julkisia palveluja.

Ostokeskus

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

Ostokeskuksia löytyy ympäri Suomea, mutta luonnollisesti eniten pääkaupunkiseudulta, jossa niitä on rakennettu lähioiden asuinalueille. Pelkästään Helsingissä on 1950-,1960- ja 1970-luvuilla rakennettua ostokeskuksia 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 keskukseen. Retail Park -keskukset Suomessa ovat pieniä verrattuna ulkomaisiin toteutuksiin ja niiden koko vaihtelee välillä 5 000-35 000 m² (vuokrattava liikeala).

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. Keskusten 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 tarkoitetun 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.