

Vastaanottaja
Tuusulan kunta

Asiakirjatyyppi
Raportti

Päivämäärä
19.1.2018

Tuusulan kunta

KAUPAN PALVELUVERKKOSELVITYS



Päivämäärä **19/01/2018**

Laatijat **Kimmo Koski, Eero Salminen ja Jaana von Denffer**

SISÄLTÖ

1.	ALKUSANAT	3
2.	LÄHTÖKOHDAT	4
2.1	Kaavoitustilanne ja maankäyttö- ja rakennuslaki	4
2.1.1	Maakuntakaava	4
2.1.2	Tuusulan yleiskaava 2040	5
2.1.3	Maankäyttö- ja rakennuslaki	7
2.2	Tuusulan nykyiset kaupan alueet	8
2.3	Hyrylän kaupallinen vaikutusalue	9
3.	TOIMINTAYMPÄRISTÖN ANALYYSI	11
3.1	Kaupan palvelujen tarjonta	11
3.1.1	Päivittäistavarakauppa ja erikoiskauppa	11
3.2	Kaupan palvelujen kysyntä	14
3.2.1	Väestömäärä ja asutuksen sijoittuminen	14
3.2.2	Työpaikat	15
3.2.3	Kaupan palvelujen tavoitettavuus	16
3.2.4	Ostovoima ja ostovoiman siirtymät	17
3.2.5	Liiketilän laskennallinen lisätarve	20
3.3	Vähittäiskaupan kysynnän ja tarjonnan kehitysnäkymiä	22
4.	KESKUSTAAN SOVELTUMATON KAUPPA	24
4.1	Paljon tilaa vaativa erikoiskauppa	24
4.2	Asiointiliikenteen määrä ja liikeidea	25
4.3	Sulan kaupan konsepti	26
5.	KAUPAN MITOITUS- JA SIJOITTUMISVAIHTOEHDOT	28
5.1	Skenaarioiden muodostaminen	28
5.2	Päivittäistavarakauppa keskittyy Hyrylän keskusta (skenaario 1)	29
5.3	Päivittäistavarakauppa painottuu Hyrylän keskustan ulkopuolelle (skenaario 2)	30
6.	VAIKUTUSTEN ARVIOINTI	32
6.1	Alue- ja yhdyskuntarakenne	32
6.2	Kaupan palveluverkko	34
6.2.1	Skenaarioiden mitoitus suhteessa liiketilatarpeeseen	34
6.2.2	Kaupan kilpailuasetelma ja toimintaedellytykset	35
6.3	Asukkaat	36
6.4	Hyrylän kaupallinen vetovoima	38
6.5	Yhteenveto	40
7.	JOHTOPÄÄTÖKSET	42
7.1	Tarkasteluasetelma	42
7.2	Asukkaiden näkökulma	42
7.3	Hyrylän keskustan kehittäminen	44
7.4	Kaupan toimintaedellytykset	45
7.5	Päivittäistavarakaupan mahdollisia kehittämisspolkuja	46
7.6	Kehittämisspolun valinta	48
8.	LÄHTEET	49
	Liite 1. Kaupan määritelmiä	50
	Liite 2. Vähittäiskaupan toimialat	51

1. ALKUSANAT

Tehtävänä oli laatia Tuusulan maankäytön suunnittelun tueksi päivittäistavarakaupan, keskusta-hakuisen erikoiskaupan ja tilaa vaativan erikoiskaupan sijoittumista, mitoitusta ja ajoittumista koskeva selvitys. Palveluverkkoselvitys kattaa koko kunnan alueen ja kaikki kaupan alat, mutta tarkastelun pääpaino on alueellisesti Hyrylässä ja toiminnallisesti päivittäistavarakaupassa.

Työtä ohjasi ohjausryhmä, johon kuuluivat Pia Sjöroos, Asko Honkanen, Henna Lindström ja Petteri Puputti Tuusulan kunnasta. Työhön sisältyi Tuusulan kuntakehityslautakunnan työpajaosuus, jossa kerättiin lautakunnan jäsenten näkemyksiä osaksi työtä. Työstä vastasivat Kimmo Koski (projektipäällikkö), Eero Salminen ja Jaana von Denffer Ramboll Finland Oy:stä.

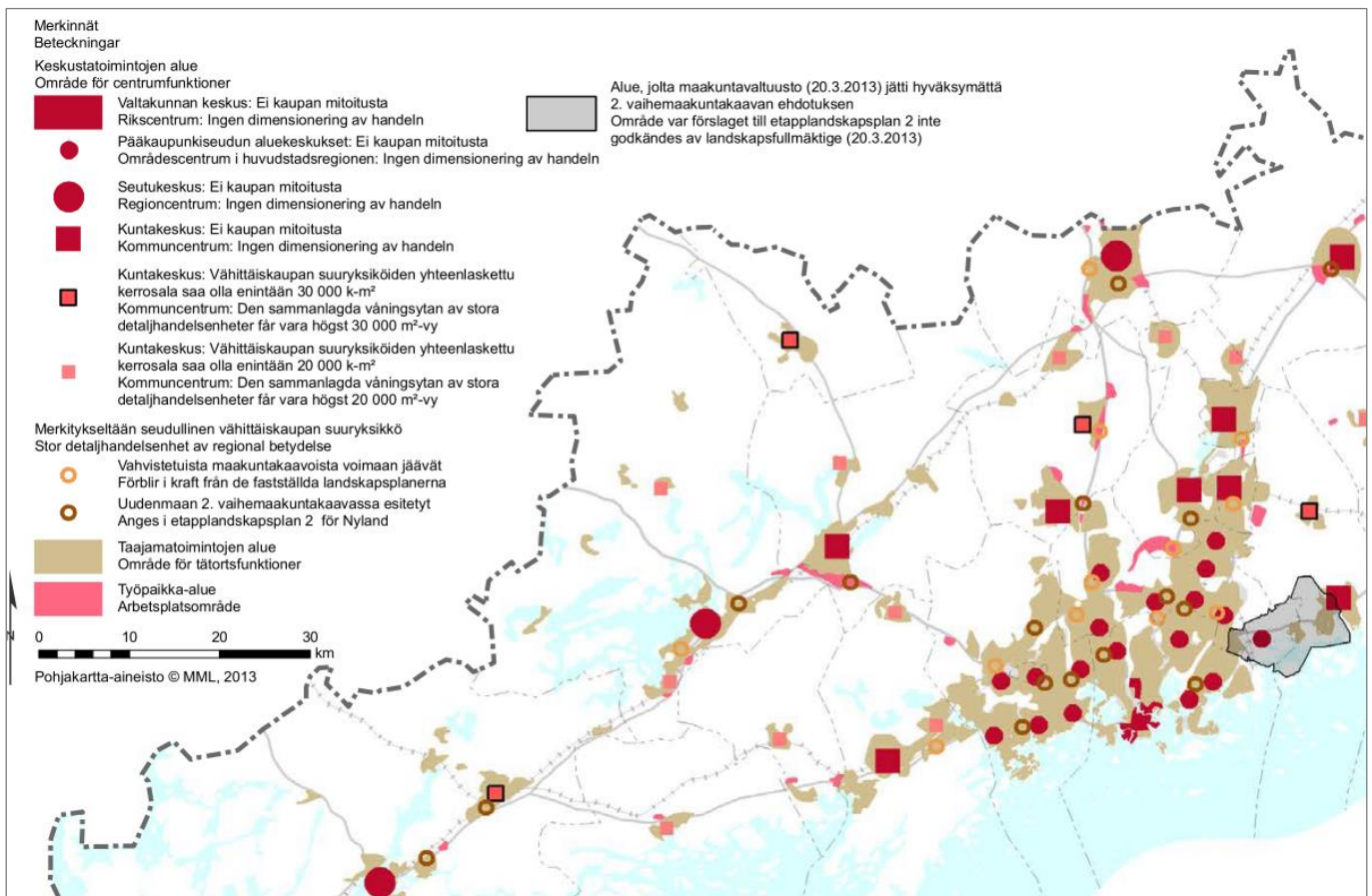
2. LÄHTÖKOHDAT

2.1 Kaavoitustilanne ja maankäyttö- ja rakennuslaki

2.1.1 Maakuntakaava

Tuusulassa on voimassa Uudenmaan maakuntakaava (2006), Itä-Uudenmaan maakuntakaava (2011), Uudenmaan 1. vaihemaakuntakaava (2010), Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaava (2014), Uudenmaan 3. vaihemaakuntakaava (2012) ja Uudenmaan 4. vaihemaakuntakaava (2017). Uusimaa-kaava 2050 on valmistelussa.

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa kaupan palveluverkon kokonaisratkaisu koostuu maakunnallisen keskusverkon, merkitykseltään seudullisten vähittäiskaupan suuryksiköiden sekä taajamatoimintojen alueita ja työpaikka-alueita koskevien määräysten muodostamasta kokonaisuudesta (kuva 1). Merkitykseltään seudullisella vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan sellaista vähittäiskaupan suuryksikköä tai usean myymälän muodostamaa vähittäiskaupan aluetta, jolla voidaan arvioida olevan yhtä kuntaa laajempia, seudullisia vaikutuksia (Uudenmaan liitto 2014a).



Kuva 1 Kaupan ohjaukseen liittyvät maakuntakaavamerkinnät (Uudenmaan liitto 2014a).

Seudullisuuden raja kertoo, minkä koon alittavia kaupan suuryksiköitä tai usean myymälän muodostamaa vähittäiskaupan aluetta kunta voi kaavoittaa vaihemaakuntakaavan keskustatoimintojen tai merkitykseltään seudullisten vähittäiskaupan suuryksiköiden ulkopuolelle. Tuusulassa seudullisen merkittävyyden alaraja sellaiselle vähittäiskaupalle, joka kaupan laatu huomioon ottaen voi sijoittua perustelluista syistä myös keskusta-alueiden ulkopuolelle (kuten auto-, rauta-, huonekalu-, puutarha- ja maatalouskauppa) on taajamatoimintojen alueilla 10 000 k-m². Muun erikoiskaupan osalta seudullisuuden alaraja taajamatoimintojen alueilla on 5 000 k-m² ja päivittäistavarakaupan 2 000 k-m². Muilla alueilla (kaikki vähittäiskauppa) alaraja on 2 000 k-m² (Uudenmaan liitto 2014a).

Vaihemaakuntakaavassa esitettyjä seudullisesti merkittäviä vähittäiskaupan suuryksiköitä kehitetään sellaista seudullista kauppaa varten, joka vaatii paljon tilaa, ei kilpaile keskustaan sijoittuvan kaupan kanssa ja jossa asioidaan harvoin. Tällaista kauppaa ovat mm. auto-, rauta-, huonekalu-, puutarha- ja maatalouskauppa. Tuusulassa vaihemaakuntakaavassa on osoitettu kolme merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikköä: Focus (enimmäismitoitus on 75 000 k-m²), Hyrylän eteläosa (enimmäismitoitus 100 000 k-m²) ja Järvenpään eteläinen liittymä (enimmäismitoitus on 100 000 k-m²), josta Tuusulan puolelle Tuomalan sijoittuu 35 000 k-m². Hyrylä on vaihemaakuntakaavassa suuri kuntakeskus, jossa ei ole kaupan enimmäismitoitusta.

Vaihemaakuntakaavan mukaan uusia merkitykseltään seudullisia päivittäistavarakaupan suuryksiköitä saadaan osoittaa ainoastaan Espoon Lommilaan. Tuusulassa seudullisuuden alarajaksi päivittäistavarakaupassa on määritelty 2 000 k-m². Toukokuussa 2017 voimaan tulleen maankäyttö- ja rakennuslain muutoksen myötä tätä kokorajaa ei kuitenkaan ole välttämätöntä noudattaa (www.ymparisto.fi):

Kysymys: Jos maakuntakaavassa määritelty merkitykseltään seudullisen suuryksikön koon alaraja on pienempi (esimerkiksi 2 000 tai 3 000 k-m²) kuin 71 a §:n vähittäiskaupan suuryksikön kokoraja (4 000 k-m²), kumpaa noudatetaan?

Vastaus: Mikäli alueella on voimassa oikeusvaikutteinen yleiskaava, ohjaa yleiskaava asemakaavan laadintaa eikä maakuntakaava ole alueella voimassa muutoin kuin muutettaessa yleiskaavaa. Maankäyttö- ja rakennuslain 9 a luvun vähittäiskaupan suuryksikköjen säännökset koskevat yli 4 000 k-m²:n suuruisia vähittäiskaupan myymälöitä. Tätä pienemmät myymälät eivät enää ole vähittäiskaupan suuryksiköitä lukuun ottamatta lain 71 d §:ssä tarkoitettuja myymäläkeskittymiä. Lisäksi on huomattava, että alle 4 000 k-m²:n kokoisen myymälän sijoittaminen maakunta- tai yleiskaavan keskustatoiminnoille tarkoitettun alueen ulkopuolelle ei edellytä asemakaavassa vähittäiskaupan suuryksikkömerkintää (KM).

2.1.2 Tuusulan yleiskaava 2040

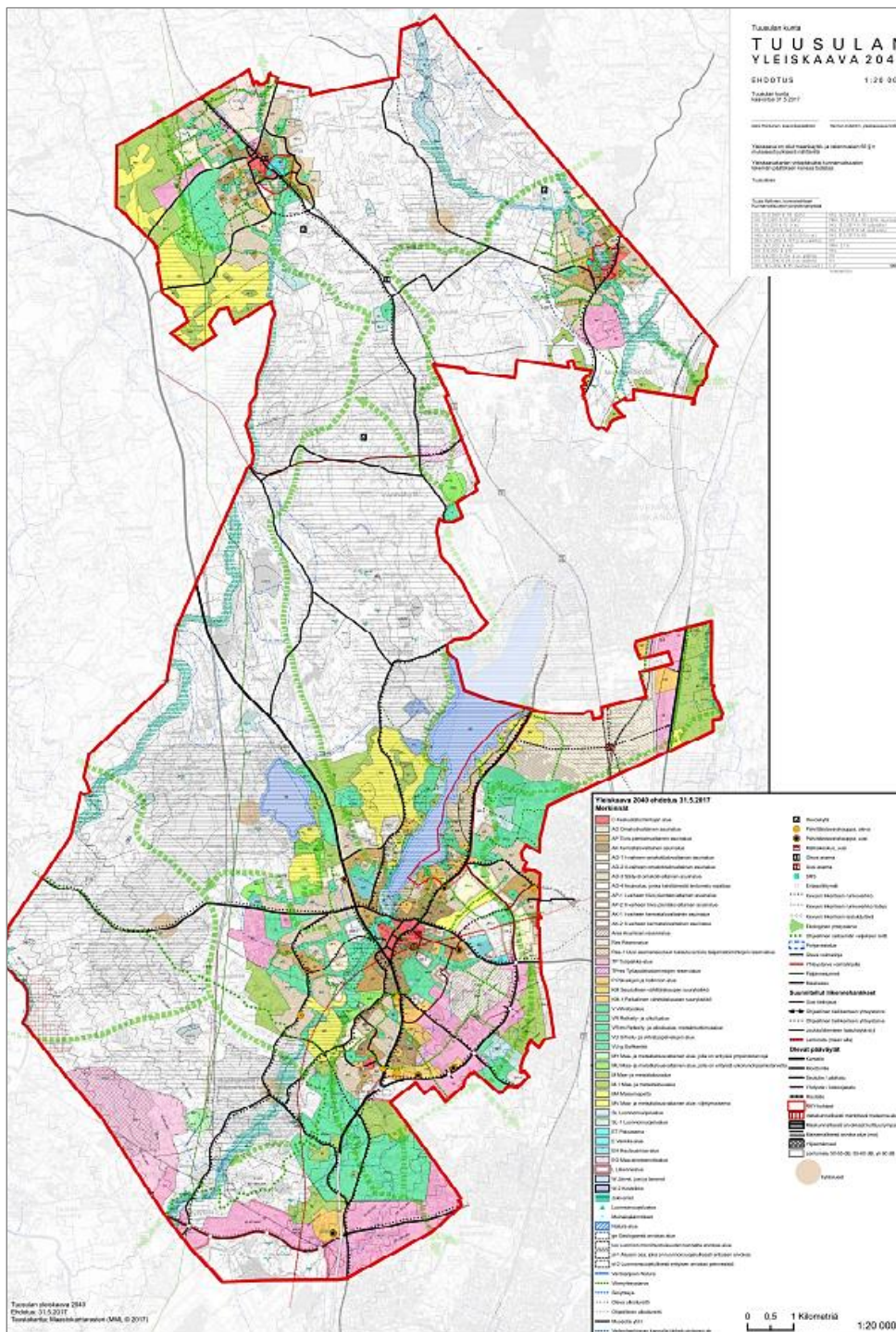
Tuusulan yleiskaavan 2040 pääperiaatteena on, että keskustahakuisen kaupan palvelut sijoittuvat kuntakeskuksiin. Keskustatoiminnoille yleiskaavassa varatut alueet mahdollistavat myös vähittäiskaupan suuryksikköjen sijoittumisen. Suuryksikköjen enimmäiskoko Jokelassa ja Kellokoskella kummassakin on 20 000 k-m². Hyrylän kaupallista kerrosalaa ei mitoiteta. Keskustatoimintojen alueelle on tavoitteena sijoittaa pääosa taajamien päivittäistavarakaupasta.

Keskustatoimintojen mahdollistaman kaupan myymälätilan lisäksi kaavaehdotuksessa on osoitettu kolme seudullista (KM) ja yksi paikallinen vähittäiskaupan suuryksikköalue (KM-1). Merkinnän osoittamalle alueelle voidaan asemakaavassa osoittaa sellaisia vähittäiskaupan suuryksikköjä, jotka kaupan laatu huomioon ottaen voivat perustellusta syystä sijoittua myös keskusta-alueiden ulkopuolelle ja joissa asioidaan harvoin. Alueille ei sallita seudullisia päivittäistavarakaupan suuryksiköitä. Tuusulan yleiskaavan 2040 seudulliset vähittäiskaupan suuryksiköt sijaitsevat työpaikka-alueilla. Etelä-Tuusulassa näitä alueita on kaksi: Focus ja Itäisen ohikulkutien varsi Sulassa. Näiden laajuus ja mitoitus yleiskaavassa on osoitettu yhteneväiseksi kummankin alueen osayleiskaavojen kanssa. Molempien alueiden enimmäismitoitus on 100 000 k-m². Lisäksi Sulan pohjoisosaan on osoitettu olemassa olevan asemakaavoitetun, tilaa vievän kaupan alue omalla KM-1 -merkinnällään.

Lahden moottoriteliittymän yhteydessä on Järvenpään ja Tuusulan alueille ulottuva seudullinen vähittäiskaupan suuryksikköalue. Tämän 100 000 k-m²:n suuruisen yksikköalueen suurin osa sijoittuu Järvenpään puolelle. Tuusulan osuus kaupallisista palveluista on 35 000 k-m² ja alue sijoittuu Tuomala II -osayleiskaavan alueelle pääosin Pohjoisväylän eteläpuolelle sekä pieneltä osin Järvenpään kinaloon Pohjoisväylän pohjoispuolelle. Keskusta-alueen ulkopuolisille asumisen, ympäristöönsä soveltuvien työpaikkatoimintojen sekä näihin liittyvien palveluiden ja toimintojen

alueille saa sijoittaa vähäisessä määrin lisäksi paikallista kauppaa, ei kuitenkaan päivittäistavara-kauppaa erikseen esitetyn verkon lisäksi.

Seudullisten vähittäiskaupan suuryksiköiden lisäksi yleiskaavaehdotuksessa osoitetaan keskusta-alueiden ulkopuolinen päivittäistavarakaupan verkosto symbolimerkinä. Kellokoskelle uusia keskustatoimintojen ulkopuolisia päivittäistavarakauppoja ei osoiteta. Focus -osayleiskaava vahvistuessaan mahdollistaa Focusin vähittäiskaupan suuryksikköalueelle kaksi 2 000 k-m²:n päivittäistavarakauppaa. Etelä-Tuusulan päivittäistavarakaupan kokonaisverkon kannalta ei kuitenkaan ole tavoiteltavaa, että alueelle toteutuu erillisiä isoja päivittäistavarakaupan myymälöitä. Tavoitteena on jakaa päivittäistavarakaupan myymälätila muun kaupan, kuten tilaa vaativan erikoiskaupan, yhteyteen.



Kuva 2 Tuusulan yleiskaava 2040, ehdotus 31.5.2017.

2.1.3 Maankäyttö- ja rakennuslaki

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

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 kilpailuasioden 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 uudistaminen ja normien purkaminen on ollut yksi nykyisen hallituksen kärkihankkeista. Tämän seurauksena maankäyttö- ja rakennuslakiin on keväällä 2017 astunut voimaan muutoksia, jotka vaikuttavat myös vähittäiskaupan sijainnohjaukseen. Lakimuutoksen tavoitteena on lisätä elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä kaupan kehittämisessä ja edistää toimivan kilpailun kehittymistä. Lisäksi erityisenä tavoitteena on 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 kerrosneliometriin sekä poistettiin velvoite osoittaa maakuntakaavan keskustatoimintojen alueella vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus. Maankäyttö- ja rakennuslain muutoksen perusteluissa (HE 251/2016 vp) vähittäiskaupan suuryksikön koon alarajan nostamisen perusteena on ottaa huomioon vähittäiskaupan toimialan kehittämisen tarpeet sekä tavoite edistää toimivan kilpailun kehittymistä.

Muutoksen jälkeen velvoitetta enimmäismitoituksen osoittamiseen sovelletaan vain maakuntakaavassa keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle erityisellä merkinnällä osoitettaviin vähittäiskaupan suuryksiköihin. Enimmäismitoitus voidaan osoittaa esimerkiksi tietyn maakuntakaavassa osoitetun vähittäiskaupan suuryksikköalueen enimmäiskerrosalana tai yksittäisen vähittäiskaupan suuryksikön enimmäiskerrosalana. Maankäyttö- ja rakennuslain muutoksen perusteluissa enimmäismitoituksen poistamisen arvioidaan lisäävän edellytyksiä keskusta-alueiden palvelutarjonnan kehittymiselle sekä tasapainottavan pienten ja suurten keskusta-alueiden välistä kaupallista asemaa.

Myös keskusta-alueen määrittelyä on lakimuutoksen yhteydessä tarkennettu. Keskusta-alueella tarkoitetaan maakunnan, kunnan tai sen osan toiminnallisesti keskeistä aluetta, jossa sijaitsee tiiviisti ja monipuolisesti keskustahakuisia palvelutoimintoja, kuten erikoiskauppaa, päivittäistavarakauppaa, vapaa-ajan palveluja ja julkisia palveluja sekä merkittävässä määrin eri toimialojen

työpaikkoja ja asutusta. Keskusta-alue on hyvin saavutettavissa ja sinne on hyvät liikenneyhteydet ympäröiviltä asuinalueilta. Keskusta-alue on kunnan keskustaajaman tai sen alakeskuksen osa-alue ja keskusta-alueita ympäröi aina taajama-alue. Olemassa olevat keskusta-alueet, niiden mahdolliset laajennusalueet sekä uudet keskusta-alueet voidaan osoittaa maakunta- ja yleiskaavassa keskustatoimintojen alueina.

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

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

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

2.2 Tuusulan nykyiset kaupan alueet

Tuusulan kaupallisesta pääkeskuksesta Hyrylästä löytyvät kunnan suurimmat päivittäistavarakaupat sekä keskustahakuista erikoiskauppaa ja kaupallisia palveluita. Alueen kaupallisina ankkureina toimivat supermarket-tasoiset päivittäistavaramyymälät keskustan kaupallisen alueen etelä- ja pohjoispäässä. Eteläisen S-marketin yhteydessä toimii lisäksi useita pienempiä erikoisliikkeitä ja kaupallisia palveluita. Kaupallinen vyöhyke jatkuu eteläiseltä S-marketilta pohjoista kohti Kauppatietä pitkin, jonka varrelle on sijoittunut liiketiloja sekä uusien asuintalojen kivijalkoihin että tien varrelle sijoittuviin vanhoihin liikerakennuksiin. Kaupallinen vyöhyke katkeaa Kauppatien päässä tyhjään seurakunnan entisen virastotalon tonttiin ja terveyskeskukseen, joiden lisäksi alueella sijaitsee kunnantalo, taidemuseo, kirjasto ja linja-autoasema. Julkisten palveluiden jälkeen pohjoinen päivittäistavaramyymälä muutamine erikoiskauppoineen muodostaa keskustan toisen kaupallisen keskittymän (Tuusulan kunta 2017).

Etelä-Tuusulan toinen merkittävä kaupan keskittymä on Sahankulman ja Sulan alue Hyrylän eteläpuolella. Sahankulman ja Sulan alueen tarjonta koostuu pääosin huonekalu- ja vaihtoautokaupasta. Alueella on yhteensä noin 79 000 k-m² vähittäiskaupan pinta-alaa ja lisäksi noin 9 000 k-m² kaupan palveluita. Etelä-Tuusulaan sijoittuva kolmas kaupallinen keskittymä löytyy Sahankulman ja Sulan alueen eteläpuolelta Itäväylän varrelta. Itäväylä on Tuusulan uusin tilaa vaativan

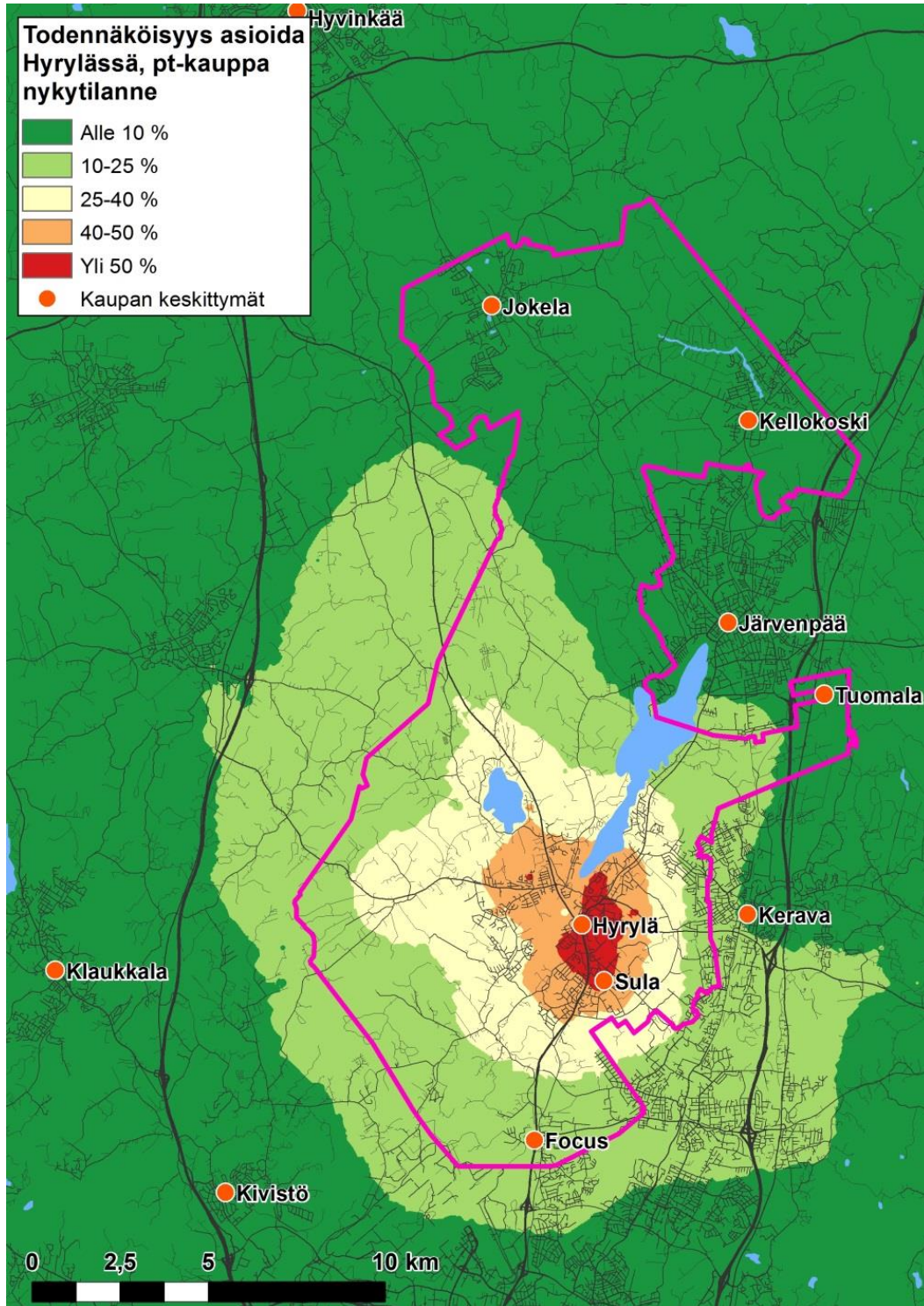
kaupan keskittymä, jossa sijaitsee mm. Kodin Terra, Lidl ja puutarhamyymälä. Tuusulanväylän länsipuolella toimii lisäksi paikallispalveluita ja erikois- ja päivittäistavarakauppaa liikekeskus Rihassa. Riihikalliossa toimii myös yksi päivittäistavarakauppa (Tuusulan kunta 2017).

Jokelan ja Kellokosken kaupan tarjonta koostuu pääosin päivittäistavaramyymälöistä ja kaupallisista palveluista. Jokelassa liiketiloja on noin 7 200 k-m² ja Kellokoskella noin 4 500 k-m². Jokelassa kaupan palvelut ovat sijoittuneet pääosin Keskustien varrelle. Aseman puoleisessa päässä Keskusteitä on kaksi supermarkettia ja länteen päin mentäessä muita erikoiskaupan liiketiloja ja ravintoloita. Asemanraitin varrella on kivijalkaliiketiloja. Kellokosken kaupan palvelut sijoittuvat Vanhan valtatie ja Koulutien varteen ja koostuvat kahdesta supermarketista, muutamasta erikoistavarakaupasta sekä ravintoloista ja kahviloista (Tuusulan kunta 2017).

2.3 Hyrylän kaupallinen vaikutusalue

Keskusten vaikutusalueita voidaan mallintaa ns. Huffin vetovoimamallin avulla. Tällöin arvioidaan tietyssä pisteessä asuvan henkilön todennäköisyyttä asioida tietyssä keskuksessa, kun hänellä on useita vaihtoehtoisia ja erikokoisia keskuksia valittavanaan. Mallin oletuksena on, että mitä lähempänä ja mitä houkuttelevampi keskus on, sitä todennäköisemmin siellä asioidaan. Vetovoimamalli ottaa huomioon ajoaikaetäisyyden (minuuttia, ruuhka-ajan ulkopuolella) henkilön kotoa tiettyyn keskukseseen ja vastaavasti myös kaikkiin muihin, kilpaileviin, keskuksiin. Ajoaikaetäisyyden lisäksi malli huomioi keskuskohtaisen ns. houkuttelevuustekijän, joka tyypillisesti esitetään keskuksen pinta-alana. Suhteuttamalla etäisyys ja keskuksen koko kaikkiin muihin keskuksiin saadaan arvio todennäköisyydestä ($p < 1$), että henkilö asioi tietyssä keskuksessa.

Kuvassa 3 esitetään päivittäistavarakaupassa asiointin todennäköisyys Hyrylässä. Etäisyyskitka on laskettu ajoajan perusteella ja vetovoimatekijänä on käytetty vähittäiskaupan kerrosalaa keskuksissa. Kerrosala on arvioitu kaupallisten selvitysten ja SYKE:n kaupan tietopankin tietojen pohjalta. Mallinnus antaa karkean kuvan vaikutusalueen laajuudesta ja asioiden suuntautumises-ta. Kartalta voidaan havaita, että noin 60 %:a tuusulalaisista asuu vähintään 25 %:n asiointitodennäköisyysvyöhykkeellä (Hyrylän tilastollisella suuralueella). Jokelasta ja Kellokoskelta todennäköisyys asioida on Hyrylässä alle 10 %. Asiointitodennäköisyysvyöhyke ulottuu myös Keravalle (10 - 25 %), mutta ei Järvenpäähän. Hyrylän kaupallista vaikutusaluetta rajaavat pohjoisessa Järvenpää, idässä Kerava, etelässä pääkaupunkiseutu ja lännessä Nurmijärvi.



Kuva 3 Hyrylän mallinnettu asiointitodennäköisyys.

3. TOIMINTAYMPÄRISTÖN ANALYYSI

3.1 Kaupan palvelujen tarjonta

3.1.1 Päivittäistavarakauppa ja erikoiskauppa

Järvenpäässä, Keravalla ja Tuusulassa toimi yhteensä 47 päivittäistavaramyymälää vuonna 2016 (taulukko 1 ja kuva 4). Myymälätyypeittäin tarkasteltuna eniten alueella oli isoja valintamyymälöitä (43). Myymäläkoon mukaan tarkasteltuna valtaosa eli 57 % koko alueen päivittäistavaramyymälöistä oli pieniä, pinta-alaltaan alle 400 m²:n myymälöitä eli valintamyymälöitä, pienmyymälöitä ja päivittäistavaroiden erikoismyymälöitä. Näiden myymälöiden osuus päivittäistavara-kaupan myynnistä oli kuitenkin vain 13 %. Eniten myyntiä oli hypermarketeissa (46 %) ja suurissa supermarketeissa (31 %). Vuonna 2017 myymälämäärä on vähentynyt yhdellä Tuusulan Jokelassa toimineen pienmyymälän lopetettua toimintansa.

Taulukko 1 Tuusulan, Järvenpään ja Keravan päivittäistavaramyymälät vuonna 2016 (A.C.Nielsen Finland Oy).

	Hypermarket (>2500 m ²)	Tavara-talo (>1000 m ²)	Supermarket		Valintamyymälä		Pien- myymälä	Erikois- myymälä	Yhteensä
			Iso (>1000 m ²)	Pieni (400-999 m ²)	Iso (200-399 m ²)	Pieni (100-199 m ²)			
Tuusula	0	0	4	4	3	0	1	0	12
Järvenpää	2	1	4	1	5	3	3	1	20
Kerava	2	0	2	0	7	0	2	2	15
Yhteensä	4	1	10	5	15	3	6	3	47

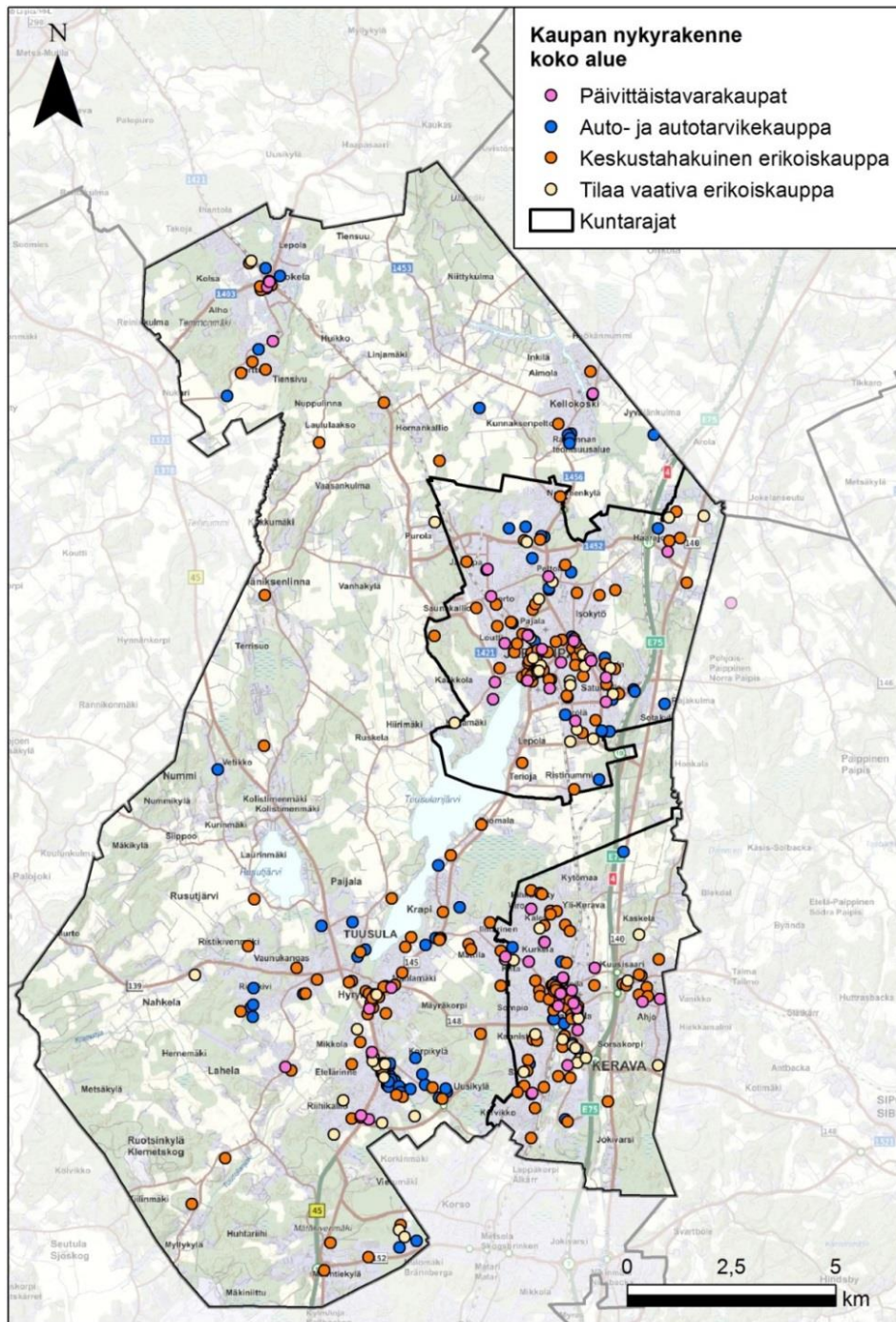
Tuusulassa myymälöitä oli 12 vuonna 2016: neljä isoa supermarkettia, neljä pientä supermarkettia, kolme isoa valintamyymälää ja yksi pienmyymälä (lopettanut toimintansa 2017). Myynnistä 64 %:a toteutui isoissa supermarketeissa, 24 %:a pienissä supermarketeissa, 11 %:a isoissa valintamyymälöissä ja 1 % pienmyymälöissä. Myymälät sijoittuivat Amerin alueelle (1), Hyrylään (3), Jokelaan (3, joista yksi on lopettanut toimintansa 2017), Kellokoskelle (2), Lahelaan (1) ja Mattilaan (1) ja Riihikallioon (1).

Taulukko 2 Tuusulan päivittäistavaramyymälät vuonna 2016 (A.C.Nielsen Finland Oy).

	Hypermarket (>2500 m ²)	Tavara-talo (>1000 m ²)	Supermarket		Valintamyymälä		Pien- myymälä	Erikois- myymälä	Yhteensä
			Iso (>1000 m ²)	Pieni (400-999 m ²)	Iso (200-399 m ²)	Pieni (100-199 m ²)			
Amer	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hyrylä	0	0	2	0	1	0	0	0	3
Jokela	0	0	1	1	0	0	1	0	3
Kellokoski	0	0	0	2	0	0	0	0	2
Lahela	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Mattila	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Riihikallio	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Yhteensä	0	0	4	4	3	0	1	0	12

Asukaslukuun suhteutettuna Tuusulassa oli noin 3 200 asukasta yhtä päivittäistavaramyymälää kohti. Järvenpäässä asukkaita oli myymälää kohti noin 2 100 ja Keravalla noin 2 400. Asukasmäärä yhtä myymälää kohti oli kaikissa kunnissa selvästi suurempi kuin koko maassa keskimäärin vuonna 2016 (noin 1 800 asukasta/myymälä). Päivittäistavara-kaupan myynti asukasta kohti oli vuonna 2016 Tuusulassa alhaisempi kuin koko maassa keskimäärin (koko maan indeksi 100, Tuusulan 82). Järvenpäässä yhtä asukasta kohti laskettu myynti-indeksi oli 141 ja Keravalla 125.

Päivittäistavara-kaupan myyntitehokkuus vuonna 2016 Tuusulassa oli korkeampi kuin koko maassa keskimäärin (koko maan indeksi 100, Tuusulan 111). Järvenpäässä ja Keravalla myyntitehokkuudet alittivat koko maan keskiarvon (indeksi Järvenpäässä 73 ja Keravalla 79). Korkea myyntitehokkuus kertoo yleensä siitä, että päivittäistavara-kaupan pinta-ala on alimitoitettu, ja että kilpailua ei ole. Alhainen myyntitehokkuus puolestaan on yleensä merkki päivittäistavara-kaupan ylimitoituksesta ja kireästä kilpailutilanteesta.



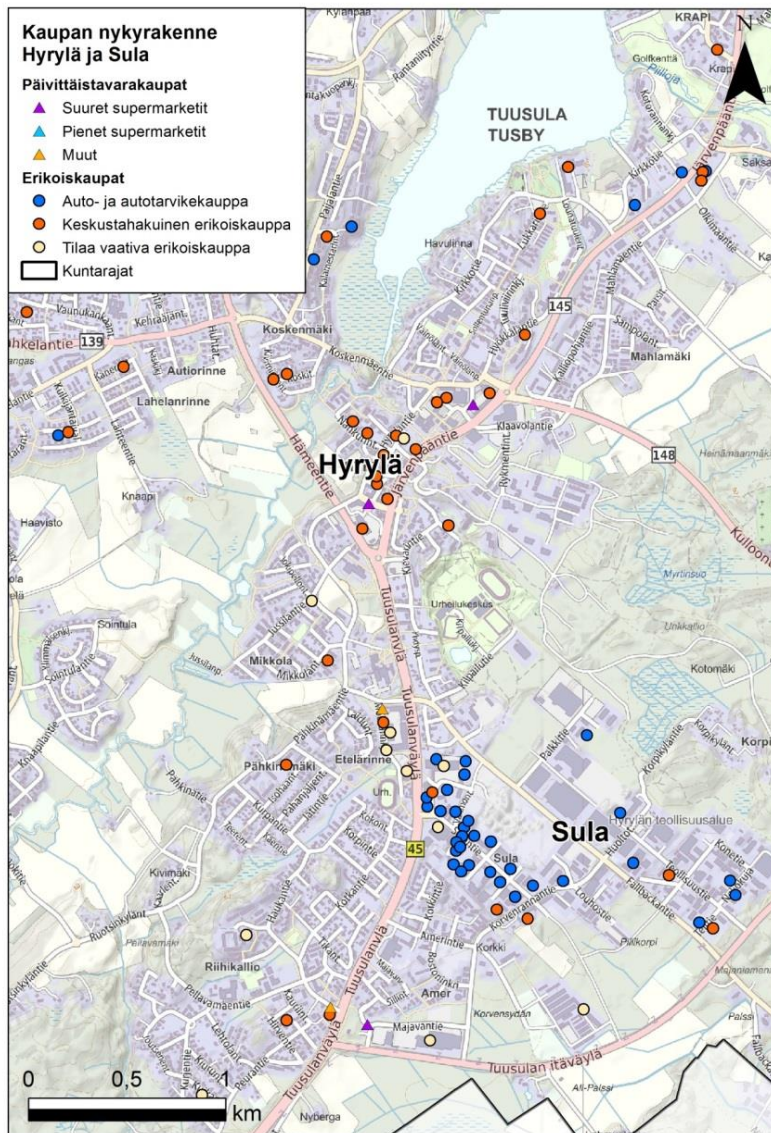
Kuva 4 Tuusulan, Järvenpään ja Keravan päivittäistavara-kaupan myymälät vuonna 2016 ja erikoiskaupan myymälät vuonna 2015 (A.C.Nielsen Finland Oy ja Tilastokeskus).

Tilastokeskuksen toimipaikkarekisterin mukaan Järvenpäässä, Keravalla ja Tuusulassa toimi yhteensä 504 erikoiskaupan myymälää vuonna 2015 (taulukko 3). Toimialoilla, jotka sisältävät pääosin tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä (huonekalu-, kodintekniikka- ja rautakauppa sekä muu tilaa vaativa kauppa kuten puutarha-alan kauppa ja venekauppa) toimi 68 myymälää. Auto- ja autotarvikekaupan alalla toimi lisäksi 143 myymälää. Muun erikoiskaupan eli keskustahakuisen erikoiskaupan toimialoilla kaupungeissa toimi yhteensä 293 myymälää. Muuhun erikoiskauppaan kuuluvat Alkot, apteekit, kosmetiikkamyymälät ym., muotikaupat, sekä ns. pienet erikoiskaupat kuten optikot, kelloliikkeet ja kukkakaupat. Toimialaryhmittäin tarkasteltuna eniten erikoiskaupan myymälöitä oli muun erikoiskaupan (ns. pienet erikoiskaupat) toimialaryhmässä, yhteensä 196 myymälää. Suurimmat yksittäiset toimialaryhmät olivat muotikauppa (41 myymälää) ja rautakauppa (28 myymälää).

Taulukko 3 Tuusulan, Järvenpään ja Keravan erikoiskaupan myymälät vuonna 2015 (Tilastokeskus).

	TILAA VAATIVA ERIKOISKAUPPA					
	Auto- ja auto- tarvikekauppa	Huonekalu- kauppa	Kodin- teknikka- kauppa	Rauta- kauppa	Muu tilaa vaativa erikoiskauppa	Tilaa vaativa erikoiskauppa yhteensä
Tuusula	96	9	3	4	7	119
Järvenpää	31	3	3	18	6	61
Kerava	16	2	1	6	6	31
Yhteensä	143	14	7	28	19	211
	MUU ERIKOISKAUPPA					
	Alkot, apteekit ym.	Muoti- kauppa	Tietotekninen erikois- kauppa	Muu erikois- kauppa	Muu erikoiskauppa yhteensä	ERIKOIS- KAUPPA YHTEENSÄ
Tuusula	14	10	5	64	93	212
Järvenpää	16	16	7	70	109	170
Kerava	9	15	5	62	91	122
Yhteensä	39	41	17	196	293	504

Tuusulassa erikoiskaupan myymälöitä oli yhteensä 212 (autokauppa 96, muu tilaa vaativa erikoiskauppa 23 ja keskustahakuinen erikoiskauppa 93). Valtaosa Tuusulan erikoiskaupan myymälöistä toimi Hyrylässä (kuva 5).

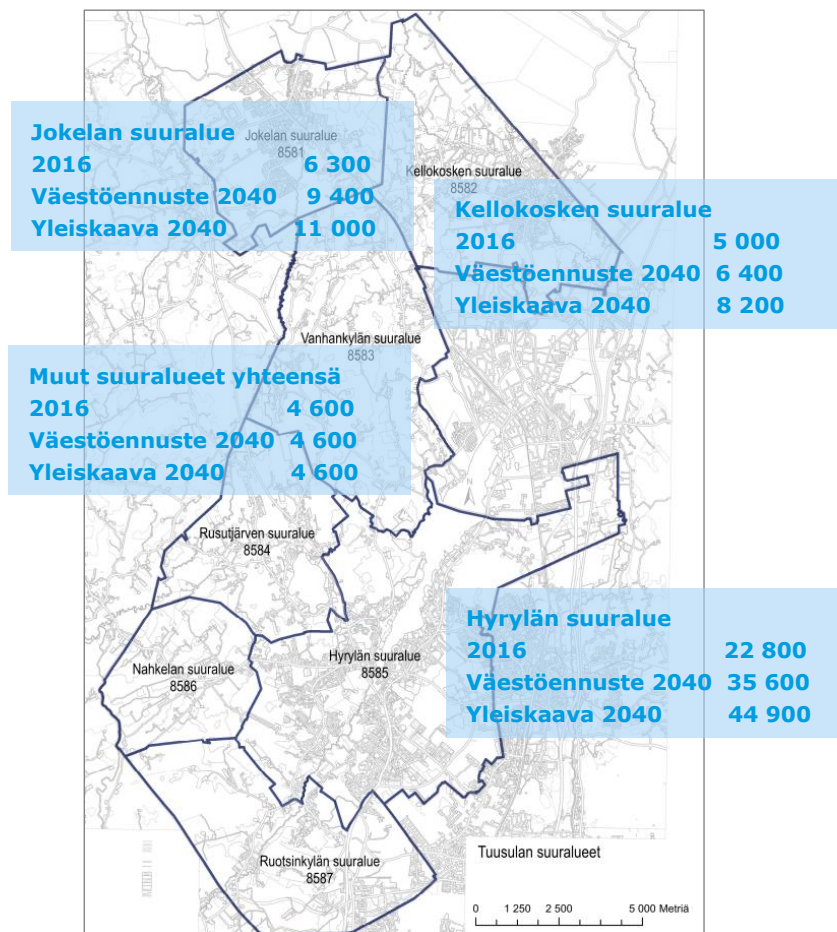


Kuva 5 Tuusulan päivittäistavarakaupan myymälät vuonna 2016 ja erikoiskaupan myymälät vuonna 2015 (A.C.Nielsen Finland Oy ja Tilastokeskus).

3.2 Kaupan palvelujen kysyntä

3.2.1 Väestömäärä ja asutuksen sijoittuminen

Tuusulan väestömäärä vuoden 2016 lopussa oli noin 38 800. Väestöstä 59 % asui Hyrylän suuralueella, 13 % Kellokosken suuralueella, 16 % Jokelan suuralueella ja 12 % muilla suuralueilla (kuva 6 ja taulukko 4). Kunnan väestöennusteen mukaan Tuusulan väkiluku on vuonna 2040 noin 56 000. Tuusulan yleiskaava 2040 mahdollistaa kunnan väestömääräksi noin 68 700 vuonna 2040. Vuonna 2040 tuusulalaisista noin 65 % asuu Hyrylän suuralueella, 16 % Jokelan suuralueella, 12 % Kellokosken suuralueella ja 7 % muilla suuralueilla sekä väestöennusteen että yleiskaavan 2040 mahdollistaman väestönkasvun mukaan. Pienaluetasolla tarkastellen väestönkasvu on voimakkainta Rykmentinpuistossa.



Kuva 6 Väestömäärä 2016, väestöennuste 2040 ja yleiskaavan mahdollistama väestömäärä 2040.

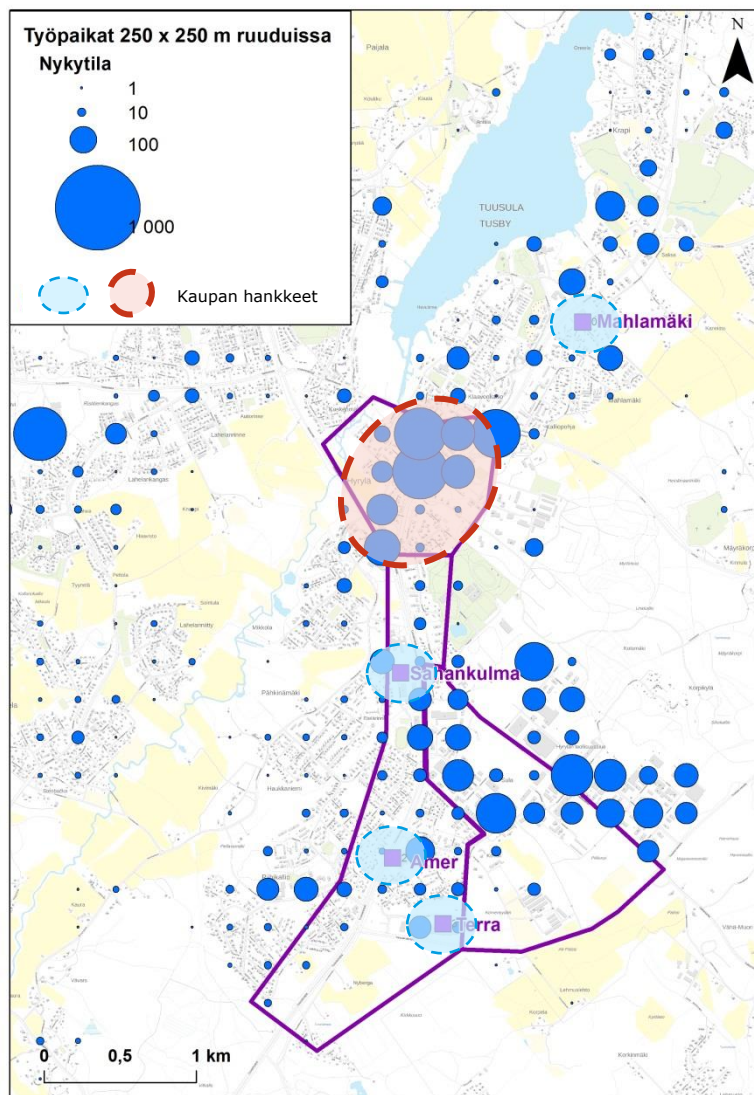
Taulukko 4 Tuusulan väestö väestöennusteen ja yleiskaavan 2040 mahdollistaman kasvun mukaan.

Väestöennuste	2016	2020	2030	2040
Hyrylän suuralue	22 775	24 503	29 325	35 647
Jokelan suuralue	6 341	6 594	8 440	9 390
Kellokosken suuralue	5 019	5 064	5 419	6 395
Muut suuralueet yhteensä	4 625	4 359	4 368	4 570
Koko kunta	38 760	40 520	47 552	56 002

Yleiskaava 2040	2016	2020	2030	2040
Hyrylän suuralue	22 775	27 166	33 472	44 898
Jokelan suuralue	6 341	7 171	9 345	11 045
Kellokosken suuralue	5 019	5 463	6 781	8 170
Muut suuralueet yhteensä	4 625	4 625	4 625	4 625
Koko kunta	38 760	44 424	54 223	68 738

3.2.2 Työpaikat

Tuusulan nykyiset työpaikka-alueet ovat Kulomäentien, Kelatien ja Jusslan työpaikka-alueet Maantietylässä, Ristikiventien ja Sulan työpaikka-alueet Hyrylässä, Rajalinnan työpaikka-alue Kellokoskella sekä Ridasjärven työpaikka-alue Jokelassa. Etelä-Tuusulan työpaikat keskittyvät nykyisin Hyrylän keskustaankin sekä Sulan alueelle (kuva 7).

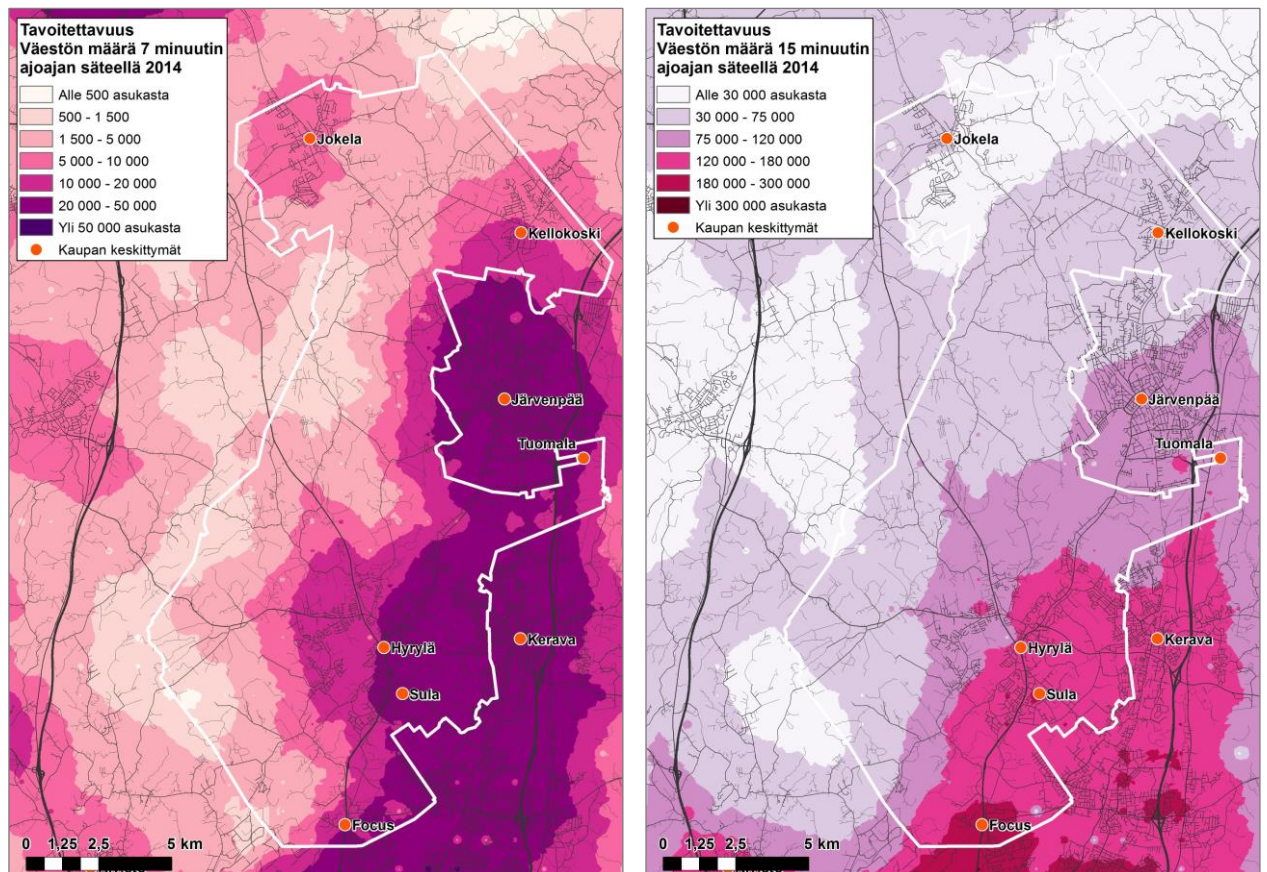


Kuva 7 Työpaikkojen sijoittuminen vuonna 2013 (Tilastokeskus, ruututietokanta 2013).

Tuusulan yleiskaavassa 2040 Etelä-Tuusulan työpaikka-alueiksi on osoitettu Focus-alue ja Kulo-mäentien alueet Kehä IV:n varrella, Sulan alue, Tuusulan itäväylän varsi sekä Ristikiven alue Hyrylän taajaman länsiosassa. Kehä IV:n ympäristö soveltuu hyvin logistiikalle ja Sulan alue monipuoliselle yritystoiminnalle. Ristikiven alueella on erikoistunutta tuotantotoimintaa. Koko Tuusulan itäväylän varrella on varattu työpaikka-alueita mahdollistamaan yritysten sijoittuminen hyvien liikenneyhteyksien varrelle. Näille kehittyville alueille voi syntyä useita tuhansia uusia työpaikkoja.

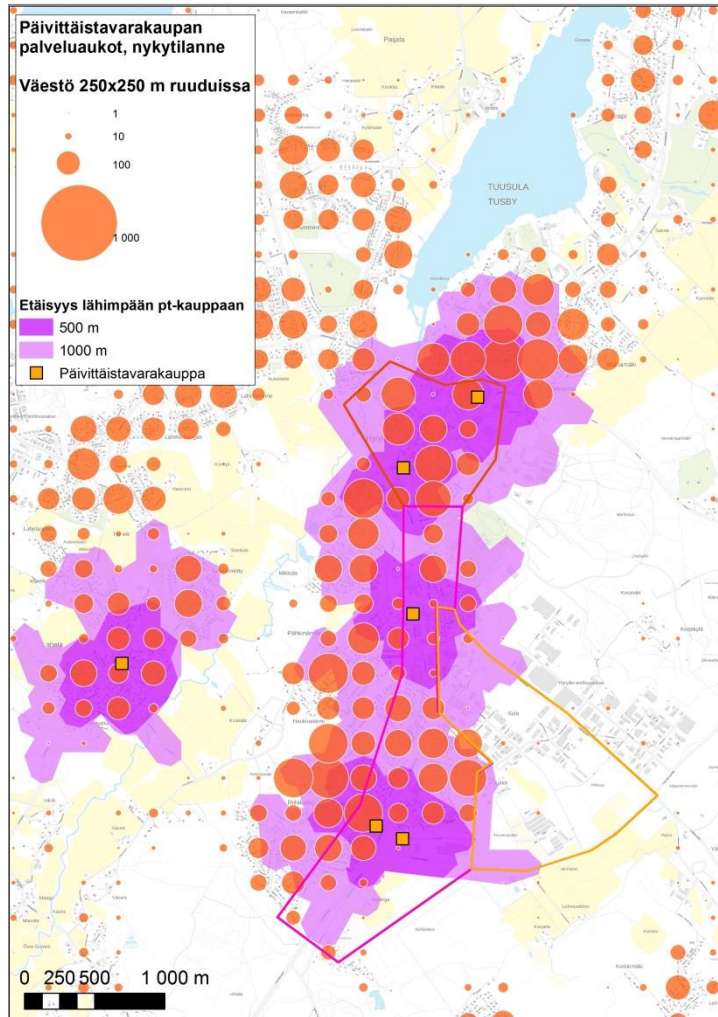
3.2.3 Kaupan palvelujen tavoitettavuus

Kuvassa 8 esitetään väestön määrä seitsemän minuutin (päivittäistavarakauppa) ja 15 minuutin (erikoiskauppa) säteellä kustakin paikkatietoruudusta. Kukin ruutu kuvaa siis ajoaikaa, jossa se on tavoitettavissa joko 7 tai 15 minuutin ajoajalla. Kuva on luonteeltaan "väestötiheyskartta", joka osoittaa kaupan sijoittumisen kannalta parhaat paikat. Näitä ovat päivittäistavarakaupan osalta Tuusulan nykyiset kaupan alueet Hyrylä lähiympäristöineen, Jokela ja Kellokoski sekä erikoiskaupan palvelujen kannalta Hyrylä lähiympäristöineen.



Kuva 8 Väestön tavoitettavuus päivittäistavarakaupassa (vasen) ja erikoiskaupassa.

Hyrylän nykyiset päivittäistavaramyymälät sijoittuvat hyvin asutuksen sijoittumiseen nähden. Kuvan 9 osoittamia palveluaukkoja (väestömäärä 500 ja 1 000 metrin etäisyydellä päivittäistavaramyymälöistä) on lähinnä vain Hyrylän keskustan länsipuolella Häklin seudulla (Ristikivi, Vaunukangas ja Lahelanrinne), jossa alueen nykyinen asukasmäärä (noin 3 500) ei ole mahdollistanut "oman" myymälän toimintaa.



Kuva 9 Päivittäistavarakaupan nykyiset palveluaukot Hyrylässä.

3.2.4 Ostovoima ja ostovoiman siirtymät

Kaupan palvelujen kysynnän arviointi perustuu väestömäärään ja keskimääräiseen asukaskohtaiseen kulutukseen, jotka muodostavat alueen vähittäiskaupan ostovoiman. Ostovoiman arvioinnin lähtökohdaksi otettiin Tuusulan väestömäärä vuonna 2016. Kulutuslukuina käytettiin Vähittäiskauppa Suomessa -selvityksen (Santasalo ja Koskela 2008) vuodelle 2016 päivitettyjä Uudenmaan keskimääräisiä lukuja (taulukko 5). Ostovoiman kehitys vuosille 2020, 2030 ja 2040 arvioitiin Tuusulan kunnan väestöennusteen mukaisena (minimi) ja yleiskaavan 2040 mahdollistaman väestönkasvun mukaisena (maksimi).

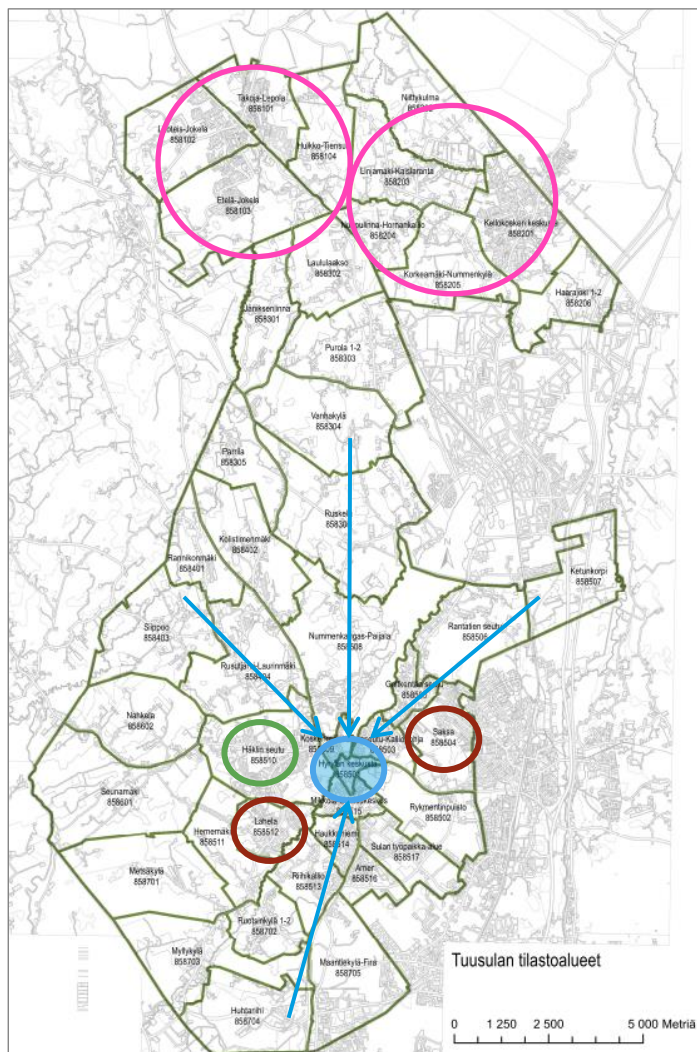
Yksityisen kulutuksen kasvuarviona käytettiin päivittäistavarakaupassa 1 %/vuosi ja erikoiskaupassa 2 %/vuosi. Eri tahojen tekemät arviot yksityisen kulutuksen kasvusta voivat poiketa merkittävästi toisistaan. Kasvuarviot vaihtelevat myös toimialoittain. Tässä selvityksessä käytetyt kasvuarviot kuvaavat maltillisesti ja realistisesti kulutuksen kehitystä, minkä vuoksi niitä käytetään yleisesti kaupan selvityksissä.

Taulukko 5 Vähittäiskaupan kulutusluvut ja arvio kehityksestä (€/asukas/vuosi).

	€/asukas			
	2016	2020	2030	2040
Päivittäistavarakauppa	3 171	3 300	3 645	4 027
Erikoiskauppa	5 910	6 397	7 798	9 506
- tilaa vaativa erikoiskauppa	1 894	2 050	2 499	3 047
- muu erikoiskauppa	4 016	4 347	5 299	6 459
Yhteensä	9 081	9 697	11 443	13 532

Tuusulan kaupan nykyisen ja tulevan rakenteen painottumisen huomioimiseksi koko kunnan ostovoima suunnattiin alueellisesti seuraavasti (värit viittaavat kuvassa 10 esitettyihin alueisiin):

- Kaupan kehittämisen painopistealue, joka saa ostovoimaa muilta kuin alla mainituilta alueilta
 - **Hyyriä (Hyyriän keskusta-Sula-Tuusulanväylä -alue)**
- Muut alueet, joilla tavoitteena on turvata nykyisten ja mahdollistaa uusien kaupan palvelujen kehittäminen
 - **Jokelan ja Kellokosken suuralueet**
 - **Saksan (Mattila) ja Lahelan tilastoalueet, joissa on nykyisin päivittäistavaramyymälä**
 - **Häklin tilastoalue, jossa väestönkasvu vuoteen 2040 on yli 3 000, mikä mahdollistaa uuden päivittäistavarakaupan**



Kuva 10 Ostovoiman suuntaaminen alueittain.

Tuusulassa koko vähittäiskaupan ostovoima vuonna 2016 oli noin 352 miljoonaa euroa (taulukko 6). Päivittäistavarakaupan osuus ostovoimasta oli noin 123 miljoonaa euroa ja erikoiskaupan osuus noin 229 miljoonaa euroa (tilaa vaativa erikoiskauppa noin 73 milj. € ja keskustahakuinen erikoiskauppa noin 156 milj. €). Ostovoima kasvaa (väestöennuste - yleiskaava 2040) vuoteen 2040 mennessä päivittäistavarakaupassa noin 103 - 154 miljoonaa euroa, keskustahakuisessa erikoiskaupassa noin 206 - 288 miljoonaa euroa ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 97 - 136 miljoonaa euroa. Päivittäistavarakaupan ostovoiman kasvusta noin 51 - 79 miljoonaa euroa (50-51 %) kohdistuu Hyrylään, noin 18 - 24 miljoonaa euroa (16 - 17 %) Jokelaan, noin 10 - 17 miljoonaa euroa (10 - 11 %) Kellokoskelle ja noin 24 - 34 miljoonaa euroa (22 - 23 %) kunnan muille alueille.

Hyrylässä päivittäistavarakaupan ostovoiman kasvu on vuoteen 2020 mennessä noin 7 - 15 miljoonaa euroa, vuoteen 2030 mennessä noin 26 - 37 miljoonaa euroa ja vuoteen 2040 mennessä noin 51 - 79 miljoonaa euroa. Jokelassa päivittäistavarakaupan liiketilaa tarvitaan lisää vuoteen 2020 mennessä noin 2 - 4 miljoonaa euroa, vuoteen 2030 noin 11 - 14 miljoonaa euroa ja vuoteen 2040 mennessä noin 18 - 24 miljoonaa euroa. Kellokosken alueella lisätarve on vuonna 2020 noin 1 - 2 miljoonaa euroa, vuonna 2030 noin 4 - 9 miljoonaa euroa ja vuonna 2040 noin 10 - 17 miljoonaa euroa.

Taulukko 6 Ostovoima vuosina 2016, 2020, 2030 ja 2040.

	2016	Väestöennusteen mukaan		
		2020	2030	2040
Päivittäistavarakauppa				
Jokela	20	22	31	38
Kellokoski	16	17	20	26
Muut alueet	24	26	35	48
Hyrylä	62	70	88	114
Koko Tuusula	123	134	173	226
Keskustahakuinen erikoiskauppa				
Jokela	25	29	45	61
Kellokoski	20	22	29	41
Muut alueet	31	34	50	77
Hyrylä	79	92	128	183
Koko Tuusula	156	176	252	362
Tilaa vaativa erikoiskauppa				
Jokela	12	14	21	29
Kellokoski	10	10	14	19
Muut alueet	15	16	24	36
Hyrylä	37	43	60	86
Koko Tuusula	73	83	119	171

	2016	Yleiskaavan 2040 mukaan		
		2020	2030	2040
Päivittäistavarakauppa				
Jokela	20	24	34	44
Kellokoski	16	18	25	33
Muut alueet	24	27	40	58
Hyrylä	62	78	99	141
Koko Tuusula	123	147	198	277
Keskustahakuinen erikoiskauppa				
Jokela	25	31	50	71
Kellokoski	20	24	36	53
Muut alueet	31	36	58	93
Hyrylä	79	102	144	227
Koko Tuusula	156	193	287	444
Tilaa vaativa erikoiskauppa				
Jokela	12	15	23	34
Kellokoski	10	11	17	25
Muut alueet	15	17	27	44
Hyrylä	37	48	68	107
Koko Tuusula	73	91	136	209

Ostovoimatarkasteluissa on pidettävä mielessä, että ostovoima kuvaa kuluttajien ostovoimapotentiaalia tietyllä alueella. Se ei kerro suoraan, missä tämä potentiaali toteutuu myyntinä. Ostovoiman siirtymä on kunkin alueen vähittäiskaupan myynnin ja ostovoiman erotus. Kuluttajat eivät tee kaikkia ostoksia omalta paikkakunnalta, vaan osa ostoksista tehdään oman asuinalueen ja oman kunnan ulkopuolelta. Vastaavasti muualla asuvat tuovat asianomaiselle paikkakunnalle ulkopuolista ostovoimaa. Kun ostovoiman siirtymä on positiivinen eli myynti on suurempi kuin ostovoima, kaupan palvelut ovat vetovoimaisia ja saavat ostovoimaa muualta. Kun ostovoiman siirtymä on negatiivinen eli myynti on pienempi kuin ostovoima, ostovoimaa siirtyy muualle.

Vuonna 2016 päivittäistavarakaupan ostovoiman siirtymä Tuusulassa oli negatiivinen (-21 %). Käytännössä tämä kertoo sen, että asukkaat käyttivät oman kuntansa myymälöiden lisäksi muualla sijaitsevia myymälöitä esimerkiksi työmatkojensa yhteydessä. Keskustahakuisessa erikoiskaupassa ostovoiman ulosvirtaama oli vielä suurempi (-61 %). Tilaa vaativassa erikoiskaupassa siirtymä sen sijaan oli positiivinen (+5 %) eli tuusulalaisten lisäksi myös lähikuntien asukkaat toivat Tuusulan myymälöihin ostoseuroja. Päivittäistavarakaupassa nykyinen euromääräinen siirtymä vastaa liiketilatarpeeksi muutettuna suuruusluokaltaan Hyrylän nykyisiä supermarketteja. Viimeksi kuluneiden kymmenen vuoden aikana ostovoiman siirtymä on kehittynyt päivittäistava-

rakaupassa ja keskustahakuisessa erikoiskaupassa negatiiviseen, mutta tilaa vaativassa erikoiskaupassa positiiviseen suuntaan, sillä vuonna 2007 siirtymät olivat päivittäistavarakaupassa -6 %, keskustahakuisessa erikoiskaupassa -50 % ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa 0 %.

3.2.5 Liiketilän laskennallinen lisätarve

Kaupan liiketilän lisätarve arvioitiin Tuusulan eri alueille suunnatun ostovoiman kasvun ja kaupan tunnuslukujen perusteella. Liiketilän lisätarve on laskennallinen luku, joka ei liity kaupan olemassa olevan liiketilän määrään. Tilantarve kuvaa liiketilän lisätarpeen suuruusluokkaa tilanteessa, jossa kaikki ostovoiman kasvu kohdistuu 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 liiketilän tarvetta. Keskeinen tilatarpeeseen vaikuttava tekijä on myös myyntitehokkuus, joka vaihtelee erikoiskaupassa toimialoitain ja päivittäistavarakaupassa myymälätyypeittäin (korkein suurissa yksiköissä). Näin ollen myös uusperustannan rakenne vaikuttaa lopulliseen tilantarpeeseen. Liiketilän laskennallinen tarve perustuu seuraaviin tunnuslukuihin:

- myyntialan muunto kerrosalaksi kertoimella 1,25
- myyntitehokkuus päivittäistavarakaupassa 7 000 €/k-m² ja erikoiskaupassa 3 000 €/k-m²
- liiketilän poistuma 0 k-m²
- kokonaan uusperustantaa
- kaavallinen ylimitoitus kertoimella 1,3
- verkkokauppa pienentää pinta-alan tarvetta 10 %

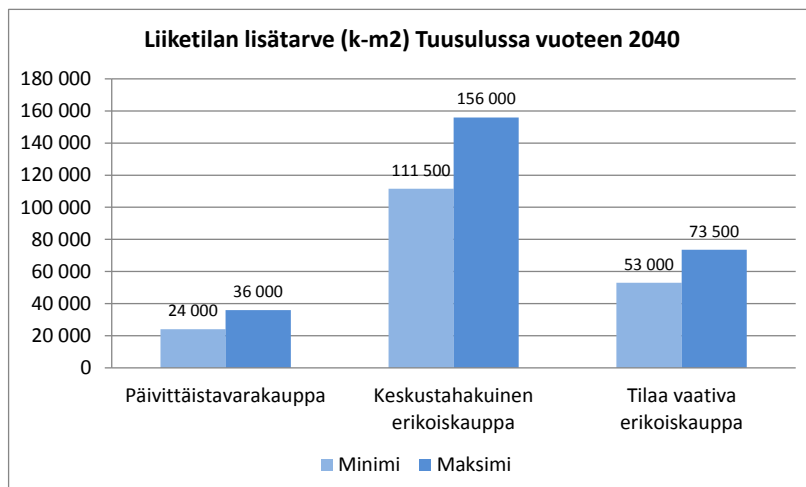
Koko Tuusulan vähittäiskaupan liiketilän laskennallinen lisätarve on ostovoiman kasvun ja edellä esitettyjen kaupan tunnuslukujen mukaan arvioituna vuonna 2020 noin 19 000 - 36 000 k-m², vuonna 2030 noin 89 000 - 122 000 k-m² ja vuonna 2040 noin 189 000 - 266 000 k-m² (taulukko 7). Vuoden 2040 lisätarpeesta kohdistuu päivittäistavarakaupaan noin 24 000 - 36 000 k-m², keskustahakuiseen erikoiskaupaan noin 112 000 - 156 000 k-m² ja tilaa vaativaan erikoiskaupaan noin 53 000 - 74 000 k-m².

Taulukko 7 Vähittäiskaupan liiketilän laskennallinen lisätarve vuosiin 2020, 2030 ja 2040.

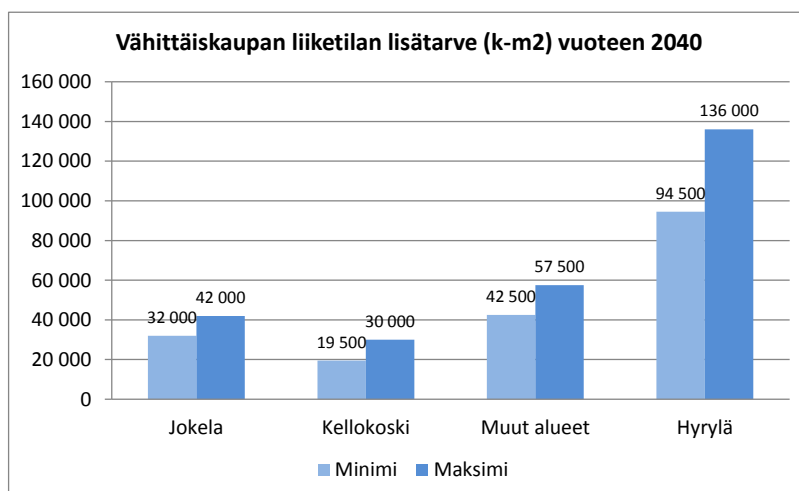
	Väestöennusteen mukaan				Yleiskaavan 2040 mukaan		
	2020	2030	2040		2020	2030	2040
Päivittäistavarakauppa							
Jokela	500	2 500	4 000	Jokela	1 000	3 000	5 500
Kellokoski	0	1 000	2 500	Kellokoski	500	2 000	4 000
Muut alueet	500	2 500	5 500	Muut alueet	500	3 500	8 000
Hyrylä	1 500	6 000	12 000	Hyrylä	3 500	8 500	18 500
Koko Tuusula	2 500	12 000	24 000	Koko Tuusula	5 500	17 000	36 000
Keskustahakuinen erikoiskauppa							
Jokela	1 500	10 500	19 000	Jokela	3 000	13 000	25 000
Kellokoski	1 000	4 500	11 500	Kellokoski	2 000	8 500	17 500
Muut alueet	1 500	10 500	25 000	Muut alueet	2 500	14 500	33 500
Hyrylä	7 000	26 500	56 000	Hyrylä	12 500	35 500	80 000
Koko Tuusula	11 000	52 000	111 500	Koko Tuusula	20 000	71 500	156 000
Tilaa vaativa erikoiskauppa							
Jokela	1 000	5 000	9 000	Jokela	1 500	6 000	11 500
Kellokoski	500	2 000	5 500	Kellokoski	1 000	4 000	8 500
Muut alueet	500	5 000	12 000	Muut alueet	1 500	7 000	16 000
Hyrylä	3 500	12 500	26 500	Hyrylä	6 000	16 500	37 500
Koko Tuusula	5 500	24 500	53 000	Koko Tuusula	10 000	33 500	73 500

Hyrylässä liiketilän lisätarve päivittäistavarakaupassa on noin 1 500 - 3 500 k-m² vuoteen 2020, noin 6 000 - 8 500 k-m² vuoteen 2030 ja noin 12 000 - 18 500 k-m² vuoteen 2040 mennessä. Kellokoskella päivittäistavarakaupan liiketilän lisätarve on vuoteen 2020 noin 0 - 500 k-m², vuoteen 2030 noin 1 000 - 2 000 k-m² ja vuoteen 2040 noin 2 500 - 4 000 k-m². Jokelassa päivittäis-

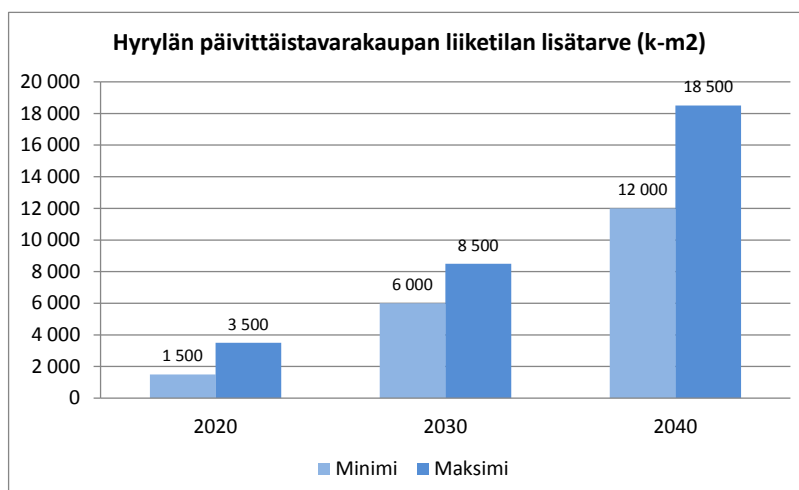
tavarakaupan liiketilaan tarvitaan vuoteen 2020 mennessä lisää noin 500 - 1 000 k-m², vuoteen 2030 noin 2 500 - 3 000 k-m² ja vuoteen 2040 noin 4 000 - 5 500 k-m².



Kuva 11 Tuusulan vähittäiskaupan liiketilän lisätarve vuoteen 2040.



Kuva 12 Vähittäiskaupan liiketilän lisätarve vuoteen 2040 alueittain.



Kuva 13 Päivittäistavarakaupan liiketilän lisätarve Hyrylässä.

3.3 Vähittäiskaupan kysynnän ja tarjonnan kehitysnäkymiä

Merkittävin **kysyntään** vaikuttava sosiodemografinen ilmiö on väestön ikääntyminen. Eläköityminen voi lisätä merkittävästi vapaa-ajan asunnolla vietettävää aikaa. Ikääntyvän väestön mökkeilyssä kaupan palvelujen hyvä saavutettavuus on tärkeää, mutta kaupan toiminnan kannalta se voi merkitä myös kuljetuspalvelujen kysynnän kasvua.

Kaupalta odotetaan enenevissä määrin perustarpeiden täyttämisen lisäksi elämyksiä vapaa-aikaan. Kauppa toimii sosiaalisten kohtaamisten näyttämönä ja shoppailusta haetaan yhä enemmän yhdessäoloa, nautintoa ja mukavaa ajanvietettä. Tämä on heijastunut palveluiden merkittävämpään rooliin kauppojen yhteydessä: ostosten teon lisäksi voidaan esimerkiksi mennä ravintolaan, käydä elokuvissa tai yöpyä hotellissa. Erityisesti erikoistavaroiden ostoksia tehdäänkin enenevässä määrin muun vapaa-ajan vieton yhteydessä. Lisäksi myös myymälöiden sisälle tuodaan palveluita ja trendi näyttäisi tulevaisuudessa vahvistuvan. Kaupan tavoitteena on saada asiakas viihtymään ja viettämään mahdollisimman paljon aikaa myymälässä. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi päivittäistavarakaupassa sijaitsevaa ravintolaa, vaatekaupan alakerrassa sijaitsevaa baaria tai keittiötarvikeliikkeen järjestämää kokkauskurssia. Kirjakaupat ovat yhä enemmän ajanviettopaikkoja kahviloineen ja lukunurkkauksineen. Tällöin kaupan tavoitteena ei olekaan pitää koko valikoimaa esillä vaan ainoastaan valikoitu osa - loput voidaan tilata keskusvarastolta lähetettäväksi asiakkaan kotiin.

Taloustilanteen ohella merkittävin kaupan **tarjontaa** sekä toiminta- ja sijaintilogiikkaa muokkaavista trendeistä on verkkokaupan kasvu. Verkkokauppa on ollut esillä jo 1990-luvulta saakka, mutta vasta viime vuosina on konkreettisesti ollut havaittavissa nopeaa kasvua. Vuosina 2010-2014 verkkokaupasta tehdyt ostokset ovat kokonaisuudessaan kasvaneet noin yhdeksästä miljardista eurosta lähes 10,5 miljardiin euroon (+17 %). Vuonna 2014 noin 4,7 miljardia euroa (45 %) verkkokaupassa tehtävistä ostoksista kohdistui tavaroihin ja 5,7 miljardia euroa (54 %) palveluihin. Tavaroiden osto on vuosina 2010 - 2014 kasvanut yhteensä noin 34 %, mikä on erityisen merkittävää siihen nähden, että koko vähittäiskaupan liikevaihdon kasvu on samana ajanjaksona ollut varsin maltillista. Merkittävimpiä verkkokaupasta ostettavia tuoteryhmiä vuonna 2014 olivat elektroniikka ja tietotekniikka (1,1 mrd. €), pukeutuminen (790 milj. €) sekä moottoriajoneuvot ja tarvikkeet (688 milj. €). Vuonna 2015 koko vaatekaupan arvo laski 5,5 %, mutta eurooppalaisiin verkkokauppoihin kohdistuneet ostot kasvoivat 14 %. Vuonna 2015 vaate- ja jalkinekaupasta noin 5 % kohdistui eurooppalaisiin verkkokauppoihin (Kaupan liitto 2015).

Joissain tuotteissa nopeutuneet verkkoyhteydet ovat mahdollistaneet myös tuotteiden virtuaalikulutuksen. Esimerkiksi musiikin ja videoiden suoratoistopalvelut sekä nettijakelu ovat vähentäneet tarvetta ostaa fyysinen tuote kaupasta. Verkkokauppa muuttaa kaupan ja ostamisen rakenteita myös monikanavaisuuden kautta. Monikanavakaupassa verkkokaupan sähköisiä palveluja yhdistetään tavanomaiseen myymälässä tapahtuvaan ostamiseen. Verkkokauppa ei ole pelkästään internetissä ja myymälä ei ole vain fyysinen myymälä. Kuluttajat voivat tutustua tuotteisiin ensin internetissä ja ostaa sen jälkeen tuotteet myymälöistä. Tai päinvastoin. Suomeen saattaa myös tulla nettikaupan näytemyymälöitä (esim. "tavarataloja", joissa on vain vaatteiden sovituskappaleet ja tuotteet tilataan netin välityksellä). Tällaisia näytemyymälöitä on jo esimerkiksi Saksassa. Verko on myös luonut entistä parempia mahdollisuuksia kuluttajien väliseen kaupantekoon esimerkiksi nettihuutokaupoissa.

Päivittäistavarakaupassa verkkokaupan merkitys on yleisesti ottaen ollut pitkään suhteellisen vähäinen erilaisista kokeiluista huolimatta. Nyt päivittäistavaroiden verkkokauppa näyttää lähteneen vakavammin käyntiin ja myös suuret ruokakaupat kokeilevat erilaisia tilaus- ja toimituspalveluita kuten Kauppakassi ja Citymarket.fi. Päivittäistavarakaupassa verkkokaupan kehityksen edellytyksenä on kuitenkin edelleen se, että kuljetuspalvelut saadaan logistisesti ja taloudellisesti kannattavaksi ja että myös tavaroiden vastaanottopää kehittyy. Tämä tarkoittaa sitä, että taloissa on riittävät ja tarkoitukseen soveltuvat tavaroiden vastaanottotilat.

Nettikauppa ja -palvelut sekä virtuaalikulutus vähentävät tarvetta fyysisille liiketoimilijoille. Osin liiketoimilatarve siirtyy erilaisiin varasto- ja logistiikkatiloihin, joista verkkokauppatoimitukset lähetetään asiakkaille. Vähittäiskaupan siirtyminen verkkoon saattaa heikentää vähittäiskaupan fyysistä palvelutarjontaa pitkällä tähtäimellä. Verkkokaupan vaikutuksesta myymälätilan tarpeeseen ei ole julkaistu tutkimuksia. Koko vähittäiskaupan tasolla verkkokauppa ei todennäköisesti vielä ole vaikuttanut oleellisesti liiketilamäärään. Vaikka verkkokaupan rooli on kasvanut, myös liiketoimilajien määrä on ollut kasvussa niin koko maassa kuin Uudellamaallakin. Kaupan investointihankkeiden valossa voidaan sanoa, että kauppa uskoo yhä perinteiseen liiketilaan. Kaupassakäynti ei ole vain tavaroiden noutoa, vaan siihen sisältyy myös sosiaalisia kontakteja, fyysisten tuotteiden vertailumahdollisuuksia jne. Kauppa-asiointi ei lopu tulevaisuudessakaan. Verkkokauppa ei siten tule vähentämään liiketilatarvetta ainakaan suoraan myynnin suhteessa. Kaavoituksessa nettikaupan merkitystä on kuitenkin huomioitu kaupan mitoituksissa. Esimerkiksi Uudenmaan 2. vaihemaa-kuntakaavassa ja Länsimetron jatkealueen kaupallisessa tarkastelussa kaupan kokonaismitoituksessa tehtiin 10 %:n verkkokauppavähennys (Uudenmaan liitto 2014 ja Espoon kaupunki 2017).

4. Keskustaan soveltumaton kauppa

Maankäyttö- ja rakennuslain 71c §:n mukaan vähittäiskaupan suuryksiköiden ensisijainen sijaintipaikka on keskusta-alue, ellei muu sijainti kaupan laatu huomioon ottaen ole perusteltu. Keskusta-alueen ulkopuolelle soveltuvia ovat esimerkiksi toimialat, jotka eivät kilpaile keskustaan sijoittuvan kaupan kanssa ja joiden sijoittaminen keskustaan on toiminnan luonteen ja ison tilatarpeen vuoksi vaikeaa. Myös toimialan tyypillinen asiointitiheys ja sitä kautta liikenteen määrä vaikuttaa arvioon. Maankäyttö- ja rakennuslain vähittäiskauppaa koskevissa erityisissä säännöksissä ja lakimuutosta valmistelleen Hallituksen esityksen (HE309/2010) perusteluissa ei ole määritelty tarkemmin keskustaan soveltumatonta kauppaa.

4.1 Paljon tilaa vaativa erikoiskauppa

Nimensä mukaisesti paljon tilaa vaativa erikoiskauppa tarvitsee toiminnalleen isot tilat sekä rakennuksina että usein pihatiloina. Myynnissä olevat tavarat ovat pääosin isokokoisia kuten autot, huonekalut ja rakennustarvikkeet. Ne vaativat isot varastot, raskaat kuljetukset ja kotiinkuljetukseen usein auton. Paljon tilaa vaativa erikoiskauppa hakeutuu useimmiten keskustojen ulkopuolelle. Sijoittumispäätökseen vaikuttavat tilatarpeen lisäksi mm. maan hinta sekä tilojen neliövuokra: keskustojen myymälätilat ovat yleensä niille liian pieniä ja kalliita. Myymälöiden toiminta edellyttää myös hyviä liikenneyhteyksiä ja näkyvää sijaintipaikkaa. Tilaa vaativa erikoiskauppa keskittyy yleensä omille alueilleen, jolloin ne hyötyvät muiden samantyyppisten liikkeiden läheisyydestä.

Tilaa vaativan kaupan päämyyntituotteita eli pääsääntöisesti suurikokoisia tuotteita ovat mm.:

- huonekalut ja muut kodin kalusteet
- matot, sälekaihtimet, rullaverhot
- liedet, jääkaapit, pesukoneet eli niin kutsutut valkoiset kodinkoneet
- televisiot ja stereot
- rauta- ja rakennustavarat sekä tapetit ja lattianpäällysteet
- puutarha-alan ja maatalousalan tuotteet
- autot ja muut moottoriajoneuvot sekä veneet
- raskaat koneet (maansiirtokoneet ym.)
- polkupyörät

Kaikki edellä mainitut tuotteet eivät kuitenkaan aina ole suurikokoisia ja fyysistä tilaa vaativia. Esimerkiksi rauta- ja rakennustavaroista osa on hyvinkin pienikokoisia. Myös muissa tuoteryhmissä osa tuotteista on pienikokoisia. Tilaa vaativia tavaroita ei myöskään aina myydä suurmyymälöissä. Esimerkiksi polkupyöriä myydään paljon pienissä erikoistuneissa pyöräliikkeissä, jotka vain harvoin ovat suurmyymälöitä. Suurmyymälöitä on perinteisesti ollut huonekalukaupassa, auto-kaupassa, rauta- ja rakennustarvikekaupassa, kodintekniikkakaupassa ja urheilukaupassa. Pääsääntöisesti myymälät voidaan jakaa tilaa vaativan erikoiskaupan alalla suuriin, jotka kilpailevat laajalla valikoimalla ja hinnoilla sekä pieniin, jotka panostavat palveluun ja erikoistuotteisiin. Suuret myymälät ovat yleensä sijoittuneet keskustojen ulkopuolelle ja pienet keskustoihin (ympäristöministeriö 2000).

Pinta-ala onkin yksi kriteeri erottaa tilaa vaativa erikoiskauppa muusta erikoiskaupasta, koska myymälöiden kokoa voidaan mitata. Tämä ei kuitenkaan ole ongelmatonta. Paljon tilaa vaativaa erikoiskauppaa koskeneen selvityksen (ympäristöministeriö 2010) mukaan myymäläkoon vaihtelu on suurta. Tutkituilla alueilla noin puolet paljon tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöistä oli kooltaan alle 2 000 k-m². Selvitys ei tuonut esiin tekijöitä, joiden perusteella olisi määriteltävissä paljon tilaa vaativan erikoiskaupan ohjaukseen soveltuva kokoraja. Kun kaupan palvelukonseptit jatkuvasti uudistuvat, erilaiset kaupan tyyppiin sidotut kokorajat johtaisivat ennen pitkää hankaliin tulkintatilanteisiin (HE 309/2010 vp). Tilaa vaativan erikoiskaupan myymälät ovatkin hyvin monentyyppisiä. Joissain myymälöissä myydään pääsääntöisesti vain yhden tuoteryhmän tuotteita.

ta, toisissa puolestaan tarjotaan tuotteita useista eri tuoteryhmistä. Suomessa on lukuisilla eri konsepteilla toimivia tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä. Ympäristöministeriön suosituksen (2000) mukaiset paljon tilaa vaativan erikoiskaupan myymälät esitetään kuvassa 14.

Paljon tilaa vaativan erikoiskaupan piiriin kuuluvat myymälät	Vähittäiskaupan suuryksiköiden ohjauksen piiriin kuuluvat myymälät
Toimiala	
1. Moottoriajoneuvojen kauppa Moottoriajoneuvojen varaosien ja tarvikkeiden kauppa Rengaskauppa Venekauppa Veneilytarvikkeiden kauppa Matkailuvaunujen kauppa	
2. Huonekalukauppa	Sisustuskauppa (asumiseen liittyvä sisustus)
3. Sisustustarvikekauppa (rakenteellinen sisustus) Rautakauppa Rakennustarvikekauppa	
4. Maatalouskauppa Puutarha-alan kauppa	
6. Kodintekniikka-kauppa	Urheilukauppa Muu vähittäiskauppa
Oheistuotteiden osuus	
Toimialaan liittyvien oheistuotteiden osuus myymälän myyntipinta-alasta saa olla enintään 20 %, kuitenkin enintään 400 neliometriä. Tästä myyntipinta-alasta enintään 100 neliömetrin alalla voidaan myydä elintarvikkeita ja oheistuotteita, jotka eivät liity toimialaan.	

Rakenteellinen sisustustarvikekauppa on remontoimiseen ja rakentamiseen liittyvää kaupaa, kuten maalien, tapettien, lattiapäällysteiden ja keittiökalusteiden kauppa.

Kuva 14 Suositus paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnaksi (ympäristöministeriö 2000).

4.2 Asiointiliikenteen määrä ja liikeidea

Paljon asiointiliikennettä aiheuttavia vähittäiskaupan toimintoja ovat tyypillisesti suuret päivittäistavaramyymälät ja perinteiset kauppakeskukset ja -keskittymät. Myös suuren yksittäisen erikoiskaupan myymälän osalta asiakasmäärä ja sen myötä asiointiliikenne voi nousta niin suureksi, että se keskustaan sijoituessaan vaarantaa keskustan liikenteen sujuvuuden. Jos tarvittavat liikennejärjestelyt liikenne- ja pysäköintiratkaisuineen eivät ole mahdollisia toteuttaa, syntyy peruste myymälän sijoittumiseen keskustan ulkopuolelle.

Liikeidean merkitys kaupan sijoittumiseen vaikuttavana tekijänä on noussut esiin paljon tilaa vaativan erikoiskaupan lisäksi myös uudentyypisiä merkkituotemyymälöiden keskuksia eli outlet -keskuksia koskevissa kehittämishankkeissa. Merkkituotemyymälöiden keskus muodostuu useasta liikerakennuksesta. Keskuksessa toimii tyypillisesti yksittäisten tuotemerkkien myyntiin keskittyneitä erikoistavaramyymälöitä. Keskuksen edullinen hintataso perustuu siihen, että tuotevalikoimaan ei kuulu uusimpia mallistoja. Merkkituotemyymälöiden keskus toimii keskustan ulkopuolella ja keskuksella on yhteinen johto ja markkinointi (ympäristöministeriö 2013). Merkkituotemyymä-

löiden ohella palvelutarjontaa täydentävät mm. kahvilat, ravintolat ja lasten leikkipaikat. Alueelle tullaan pidemmäksi ajaksi myös kuluttamaan aikaa ja viihtymään.

Suomessa ei toistaiseksi ole toteutettu yhtään varsinaista merkkituotemyymälöiden keskusta, mutta useita suunnitelmia on olemassa. Lähin toiminnassa olevan keskuksen esimerkki lienee Tukholman Barkarbyssä sijaitseva Stockholm Quality Outlet, jossa toimii yli 50 myymälää (mm. Hugo Boss, Nike, Mexx, Ecco ja Björn Borg) ja josta löytyy yli 500 brändiä. Tuotteiden hinnat ovat selvästi (30 - 70 %) normaalihintaa alempia. Outlet-keskukseen on junayhteys, matka esimerkiksi Tukholman keskustasta kestää noin 20 minuuttia (www.qualityoutlet.com).

Kaikissa suomalaisissa outlet-keskushankkeissa liikeideana on luoda Suomeen uusi kaupan konsepti ja samalla tuoda kuntiin sellaista erikoiskaupan tarjontaa, jota kuntakeskuksiin ei todennäköisesti muuten tulisi. Outlet-keskuksen toimintaedellytyksen ehtona on myymälöiden sijoittuminen saman katon alle eli vastaavien myymälöiden sijoittaminen kuntakeskustaan "kadun varrelle" ei tarjoa mahdollisuutta myymälöiden toimintaan. Outlet-keskuksen muodostavan liikerakennuksen sijoittamisen keskustaan on puolestaan todettu olevan paitsi toiminnallisesti, myös liikenteellisesti hyvin vaikeaa. Esimerkiksi Porvoossa tehdyssä selvityksessä (Porvoon kaupunki 2011) todetaan, että outlet-keskus synnyttäisi niin suuria ajoneuvovirtoja, että niiden sijoittumista Porvoon keskustan katuverkkoon - missä pääpaino on jalankululla ja pyöräilyllä - ei voida pitää tavoiteltavana ja toimivana ratkaisuna. Koska keskus houkuttelisi merkittävän määrän asiakkaita myös kauempaa, näiden poikkeavan suurten liikennemäärien ja tarvittavien pysäköintipaikkojen sijoittaminen keskustaan valmiiseen rakenteeseen ei olisi luonteva ratkaisu, ja se olisi ristiriidassa keskustan viihtyisyyden kehittämiseen liittyvien tavoitteiden kanssa.

Toinen tyypillisesti keskustojen ulkopuolelle sijoittuva kauppapaikka on erikoiskauppojen keskus. Suomen kauppakeskusyhdistyksen määritelmän mukaan erikoiskauppojen keskus muodostuu useammasta liikerakennuksesta ja siellä toimii lähinnä erikoiskaupan myymälöitä. Erikoiskauppojen keskus sijaitsee yleensä keskusta-alueiden ulkopuolella yhdessä tasossa ja aukeaa ulkotilaan yhteiselle pysäköintialueelle. Tilaa vaativien erikoiskauppojen lisäksi tällaiseen keskittymään sijoittuu usein myös pienempiä erikoiskauppoja kuten urheiluliikkeitä (ympäristöministeriö 2013).

4.3 Sulan kaupan konsepti

Sulan alueen vahvuuksia kaupan kehittämisen näkökulmasta ovat erityisesti sijainti Keski-Uudenmaan ja Tuusulan kaupan rakenteessa, hyvä liikenteellinen sijainti sekä saavutettavuus ja näkyvyys. Tilaa vaativa erikoiskauppa hakee asiakkaansa laajalta alueelta ja asiakkaalle tärkeää on hyvä sijainti ja saavutettavuus sekä ennen kaikkea monipuolinen tarjonta ja valintamahdollisuudet. Riittävän monipuolinen ja houkutteleva tarjonta on mahdollinen vain riittävän kokoisissa myymälöissä ja myymäläkeskitymissä. Kaupan toimintojen sijoittumista Sulan alueelle puoltaa myös alueen väljyys, joka mahdollistaa suurten myymälöiden sijoittumisen.

Sulan alue soveltuu sijoittumispaikaksi kaikille paljon tilaa vaativan erikoiskaupan toimialoille. Se voi olla myös raskaamman tilaa vaativan erikoiskaupan sijaintipaikka. Esimerkiksi maatalouskauppa, rakennustarvikekauppa, rengaskauppa ja raskaiden koneiden kuten maansiirtokoneiden kauppa soveltuu toimintansa luonteen vuoksi Sulaan (suuret piha-alueet, raskaallekin kalustolle sopivat ajoyhteydet, ei erityistä hyötyä keskustan läheisyydestä).

Sulaan soveltuu luontevasti myös joidenkin keskustahakuisen erikoiskaupan toimialojen myymälöitä kuten autotarvikkeiden, mattojen, sähkötarvikkeiden sekä kumi- ja muovituotteiden kauppa. Yksittäisten pienten erikoiskaupan myymälöiden sijoittaminen keskustan ulkopuolelle ei pääsääntöisesti haittaa keskustan palveluja ja niiden kehittämistä. Sulaan voi sijoittua myös laajan tavaravalikoiman myymälöitä sekä niiden tyyppisiä myymälöitä, jotka eivät sovi keskustaan. Täl-

laisia ovat esimerkiksi sisustustavaratalot, joiden tuotevalikoima painottuu tilaa vaativaan erikoiskauppaan, mutta joissa myydään myös muun erikoiskaupan tuotteita.

Keskustan ulkopuolisten kaupan alueiden kehittyminen palveluiltaan entistä monimuotoisemmiksi on valtakunnallinen ilmiö. Viime vuosina myös perinteisesti keskustoihin sijoittuneet erikoiskaupan toimialat, kuten apteekki-, alkoholi-, kirja-, urheilu- ja vaatekauppa, ovat alkaneet hakeutua kasvavien asiointivirtojen perässä kaupan alueille. Tällä hetkellä enää vain puolet kaupan alueiden työpaikoista on perinteisillä, tilaa vaativien tuotteiden toimialoilla. Puolet työpaikoista kuuluu päivittäistavarakaupan ja muun erikoiskaupan toimialoille (ympäristöministeriö 2014).

Hyrylän keskustassa toimivien erikoiskaupan yritysten toimintaedellytysten turvaamiseksi Sulaan tulisi kuitenkin sijoittaa keskustahakuista erikoiskauppaa ja kaupallisia palveluja harkiten. Sulan alueelle sijoittuvien toimintojen tulisi olla Hyrylän keskustan palvelutarjontaa täydentäviä. Sulan kaupallisen konseptin kehittämistä olisi tämän vuoksi tärkeää pyrkiä tekemään rinnan keskustan kaupan ja muun toiminnallisen kehittämisen kanssa. Keskustan kannalta oleellista on huomioida yhtäältä Sulan alueen palvelutarjonta ja toisaalta sen tarjoamat mahdollisuudet muun yritystoiminnan ”veturina”. Sulan myymälät voivat johtaa asiakkaita myös Hyrylän keskustaan. Kun alueita kehitetään yhdessä ja yhtä aikaa, ne tukevat toisiaan ja muodostavat vetovoimaisen ja yrittäjien kannalta toimivan kokonaisuuden. Maankäytön suunnittelussa kaupan palvelujen kehittämistä onkin ajateltava kokonaisuutena, jossa eri alueilla toimivat kaupan palvelut täydentävät toisiaan. Kunnan näkökulmasta on ollut ja on jatkossakin tärkeää kokonaisuuden hallinta niin, että luodaan edellytykset kaupan tavoitteelliseen kehittymiseen eri alueilla.

5. KAUPAN MITOITUS- JA SIOJITTUMISVAIHTOEHDOT

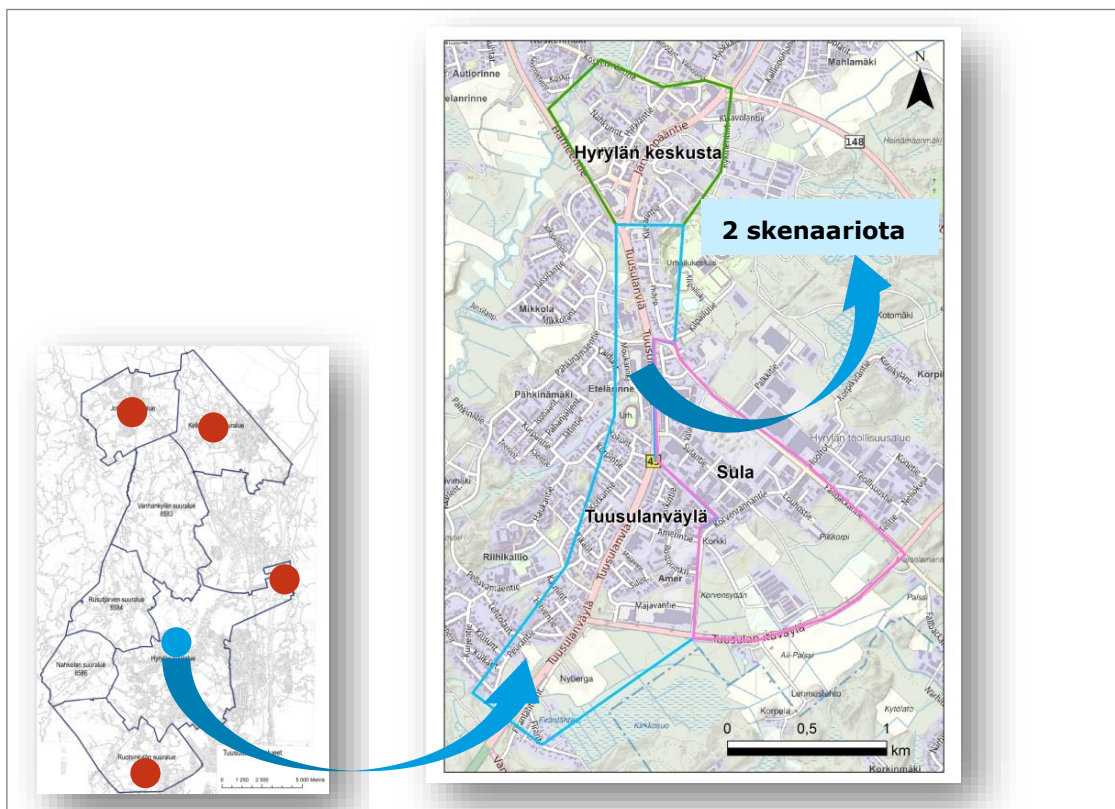
5.1 Skenaarioiden muodostaminen

Tuusulan tavoitteellisen päivittäistavarakaupan palveluverkon hahmottamiseksi muodostettiin kaksi toisistaan poikkeavaa mitoitus- ja sijoittumisvaihtoehtoa (skenaariota). Skenaariot perustuvat Tuusulan kunnalle kaupan sijoittumisesta ja mitoituksesta tehtyihin hanke-esityksiin ja poikkeuslupahakemuksiin. Kummassakin skenaariossa kaupan palvelut keskittyvät pääosin nykyisille alueille ja yleiskaavan 2040 mukaisesti, koska vetovoiman kannalta on tarkoituksenmukaista keskittää myös uusi kauppa näille alueille. Päivittäistavarakauppa tulee painottumaan Hyrylään, Kellokoskelle ja Jokelaan. Pienet päivittäistavarakaupat täydentävät myymäläverkkoa muualla. Keskustahakuisessa erikoiskaupassa pyritään mahdollisimman monipuoliseen tarjontaan keskusta- toimintojen alueilla. Tilaa vaativan erikoiskaupan myymälät sijoittuvat Tuusulan yleiskaavan 2040 vähittäiskaupan suuryksikköjen alueille (KM-alueille).

Yhteisenä lähtökohtana skenaarioille on myös pyrkimys Tuusulan nykyisen ostovoiman ulosvirtauksen vähentämiseen. Päivittäistavarakaupassa tavoitteena on kysynnän ja tarjonnan tasapaino koko kunnan tasolla (ei ostovoiman ulosvirtausta). Keskustahakuisessa erikoiskaupassa pyritään ostovoiman ulosvirtauksen vähentämiseen ja tiettyyn erikoiskaupan perustarjontaan, koska pyrkimys ostovoiman ulosvirtauksen lopettamiseen kokonaan ei ole realistista. Tilaa vaativassa erikoiskaupassa tavoitteena on kasvattaa ostovoiman nykyistä positiivista virtausta Tuusulaan.

Tarkasteluasetelma muodostuu kahdesta aluekokonaisuudesta seuraavasti (kuva 15):

- Yksi alue, jossa on kaksi skenaariota: Hyrylän keskusta-Tuusulanväylä-Sula
- Neljä aluetta, jotka ovat samoja molemmissa skenaarioissa:
 - o Jokela
 - o Kellokoski
 - o Focus-alue (yleiskaavan KM-alue)
 - o Tuomala (yleiskaavan KM-alue)



Kuva 15 Tarkastelualueet ja skenaariot.

Jokelassa oman alueen väestön ostovoiman kasvu mahdollistaa päivittäistavarakaupan liiketilan lisäämisen noin 500 - 1 000 k-m²:llä vuoteen 2020, noin 2 500 - 3 000 k-m²:llä vuoteen 2030 ja noin 4 000 - 5 500 k-m²:llä vuoteen 2040 mennessä. Tämä riittää hyvin alueen päivittäistavara-kaupan tulevaan kehittämiseen, sillä nykyisin Jokelassa on päivittäistavara-kaupan pinta-alaa noin 2 500 kerrosneliometriä. Keskustahakuksen erikoiskaupan tarjonta Jokelassa on nykyisin suhteellisen vaatimatonta, mutta ostovoiman kasvu mahdollistaa mittavankin liiketilan lisäämisen. Paljon tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä Jokelassa ei ole, eikä Tuusulan yleiskaavan 2040 mukaan niitä sinne ole myöskään tulossa. Yleiskaavassa 2040 Jokelan keskustan uuden liiketilan mitoitus 6 000 k-m². Jo päivittäistavara-kaupan liiketilan lisätarve kattaa tämän mitoituksen.

Kellokoskella liiketilan lisätarve päivittäistavara-kaupassa on vuoteen 2020 noin 0 - 500 k-m², vuoteen 2030 noin 1 000 - 2 000 k-m² ja vuoteen 2040 noin 2 500 - 4 000 k-m². Myös Kellokoskella oman alueen ostovoiman kasvu mahdollistaa päivittäistavara-kaupan kehittämisen (nykyinen päivittäistavara-kaupan pinta-ala on noin 1 500 k-m²). Erikoiskaupassa tilanne on samankaltainen kuin Jokelassa. Yleiskaavassa 2040 Kellokosken keskustan uuden liiketilan mitoitus 4 000 k-m².

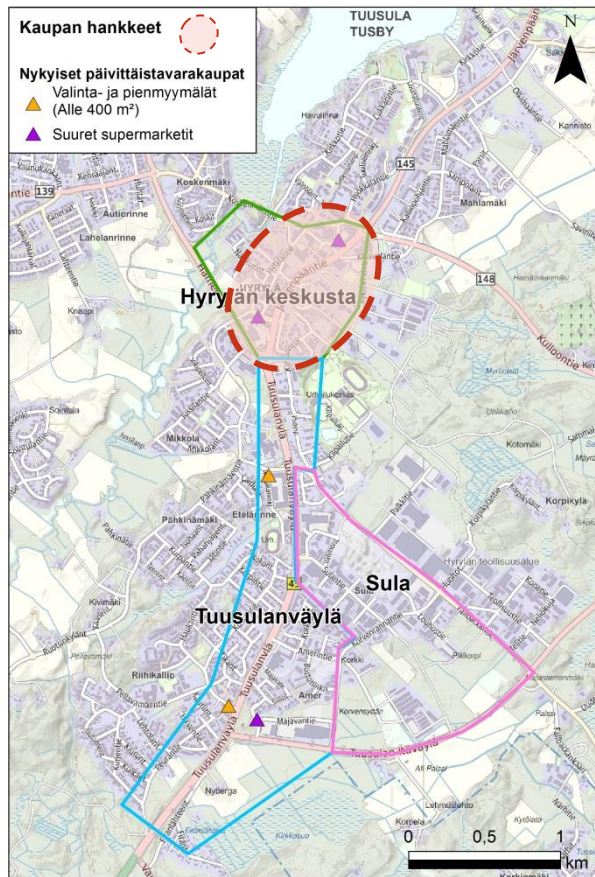
Focus-alueella Tuusulan yleiskaavan 2040 mitoituksena on tilaa vaativassa erikoiskaupassa enintään 100 000 k-m² ja päivittäistavara-kaupassa enintään 4 000 k-m². Näiden lisäksi alueelle voi sijoittua vähäisessä määrin keskustahakuista erikoiskauppaa. **Tuomalassa** yleiskaava mahdollistaa alueelle enintään 35 000 k-m² tilaa vaativaa erikoiskauppaa. Tuomalaan ei sijoitu päivittäistavara-kauppaa, eikä merkittävästi keskustahakuista erikoiskauppaa. Tilaa vaativan erikoiskaupan lisäliiketilarive vuoteen 2040 on koko kunnassa noin 53 000 - 74 000 k-m² eli kaavallisia mitoituksia vähemmän. Focus-alueen ja Tuomalan tilaa vaativan erikoiskaupan toiminta perustuu kuitenkin valtaosin seudulliseen asiakaskuntaan. Päivittäistavaramyymälät ja muun erikoiskaupan myymälät yhtäältä tukevat tilaa vaativaa erikoiskauppaa toimimalla säännöllistä asiakasvirtaa tuottavina "ankkurimyymälöinä" ja toisaalta tukeutuvat toiminnassaan tilaa vaativan erikoiskaupan asiakaskuntaan.

Sekä Focus että Tuomala ovat Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa osoitettuja merkitykseltään seudullisten vähittäiskaupan suuryksiköiden alueita (KM), joille suunnataan osa pääkaupunkiseudun ostovoiman kasvusta ja pääkaupunkiseudulle muualta Uudeltamaalta siirtyvää ostovoimaa. Tämän ratkaisun perusteena on se, että näillä suuryksikköalueilla on toteutuessaan tasapainottava vaikutus alue- ja yhdyskuntarakenteeseen. Lisäksi ne vähentävät asiointimatkojen pituutta, kun palveluja ei tarvitse hakea pääkaupunkiseudulta (Uudenmaan liitto 2014).

Tuusulan muilla kuin edellä mainituilla alueilla oman väestön ostovoiman kasvu mahdollistaa päivittäistavara-kaupan liiketilan lisäämisen vuoteen 2020 noin 500 k-m²:llä, vuoteen 2030 noin 2 500 - 3 500 k-m²:llä ja vuoteen 2040 noin 5 500 - 8 000 k-m²:llä. Tämä tukee nykyisten päivittäistavaramyymälöiden toimintaedellytyksiä ja antaa kehittämismahdollisuuksia uusille myymälöille Hyrylässä, Jokelassa ja Kellokoskella tapahtuvasta päivittäistavara-kaupan kehityksestä riippumatta. Mahdollisena uutena päivittäistavara-kaupan sijoittumisalueena voi olla esimerkiksi Hyrylän keskustan länsipuolinen Häklin seutu, jossa nykyisin on päivittäistavara-kaupan palveluaukko.

5.2 Päivittäistavara-kauppa keskittyy Hyrylän keskustaan (skenaario 1)

Hyrylän keskustaan sijoittuu 8 000 - 12 000 k-m² uutta tai uudistuvaa liiketilaa, jolla on vaihtoehtoisia sijoittumispaikkoja. Keskustan etelä- ja pohjoispuolisille alueille ei tule merkittävästi uutta päivittäistavara-kauppaa. Skenaariossa 1 pyritään vahvistamaan Hyrylän keskustan asemaa Tuusulan kaupan pääkeskuksena. Tavoitteena on lisäksi parantaa päivittäistavara-kaupan palvelujen saavutettavuutta erityisesti kevyt- ja joukkoliikenteellä ja tukea keskustahakuksen erikoiskaupan toimintaedellytyksiä keskustassa.



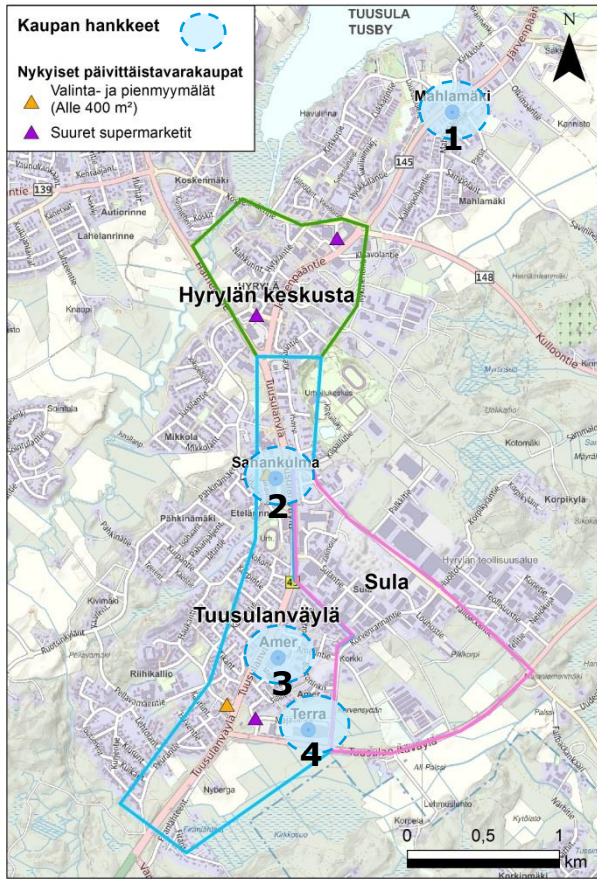
Kuva 16 Skenaario 1.

5.3 Päivittäistavarakauppa painottuu Hyrylään keskustan ulkopuolelle (skenaario 2)

Hyrylään keskustaan ei sijoitu merkittävästi uutta päivittäistavarakauppaa. Keskustan etelä- ja pohjoispuolille sijoittuu yhteensä noin 6 000 k-m² uutta tai uudistuvaa liiketilaa joillekin näistä sijainneista:

1. Mahlamäki, uusi myymälä noin 2 000 k-m²
2. Sahankulma, laajennus noin 2 000 k-m²
3. Amer, uusi myymälä noin 2 000 k-m²
4. Terra, uusi myymälä noin 2 000 k-m²

Osa hankkeista voi olla toisilleen vaihtoehtoisia ja ne voivat toteutua myös pienempinä tai suurempina kuin 2 000 k-m² (esimerkiksi kaksi hanketta 1 000 k-m² ja kaksi hanketta 2 000 k-m² tai yksi hanke 4 000 k-m² ja yksi hanke 2 000 k-m²). Skenaariossa 2 pyritään vahvistamaan koko Hyrylä-Sula-Tuusulanväylä -alueen asemaa monipuolisena Tuusulan kaupan pääkeskuksena ja Keski-Uudenmaan vahvana kaupan keskittymänä. Lisäksi pyritään parantamaan päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuutta lisäämällä myymälätarjontaa keskustan ulkopuolella sekä tukemaan erityisesti tilaa vaativan erikoiskaupan toimintaedellytyksiä keskustan ulkopuolella (päivittäistavaramyymälät toimivat ”ankkurimyymälöinä”).



Kuva 17 Skenaario 2.

6. VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

Skenaario 1

- Päivittäistavarakauppa keskittyy Hyrylän keskusta
- Kaupan hankkeilla vaihtoehtoisia sijoittumispaikkoja

Skenaario 2

- Päivittäistavarakauppa painottuu Hyrylän keskustan ulkopuolelle
- Kaupan hankkeet Mahlamäen, Terran, Sahankulman tai Amerin alueilla

6.1 Alue- ja yhdyskuntarakenne

Aluerakenteella tarkoitetaan laajempien alueiden eli koko maan, maakuntien ja maakuntien osien rakennetta (www.ymparisto.fi). Aluerakennetasolla kumpikin skenaario parantaa osaltaan Tuusulan kaupallista asemaa, mutta ei vaikuta Keski-Uudenmaan kuntien välisiin suhteisiin, eikä muuta kunnan asemaa keskusverkossa. Skenaarioiden mukainen kaupan kehitys ei myöskään vaikuta maakunnan, pääkaupunkiseudun kehyskuntien tai muiden Uudenmaan seutujen kaupan rakenteeseen, jossa eri alueille on jo muotoutunut oma roolinsa palveluverkossa.

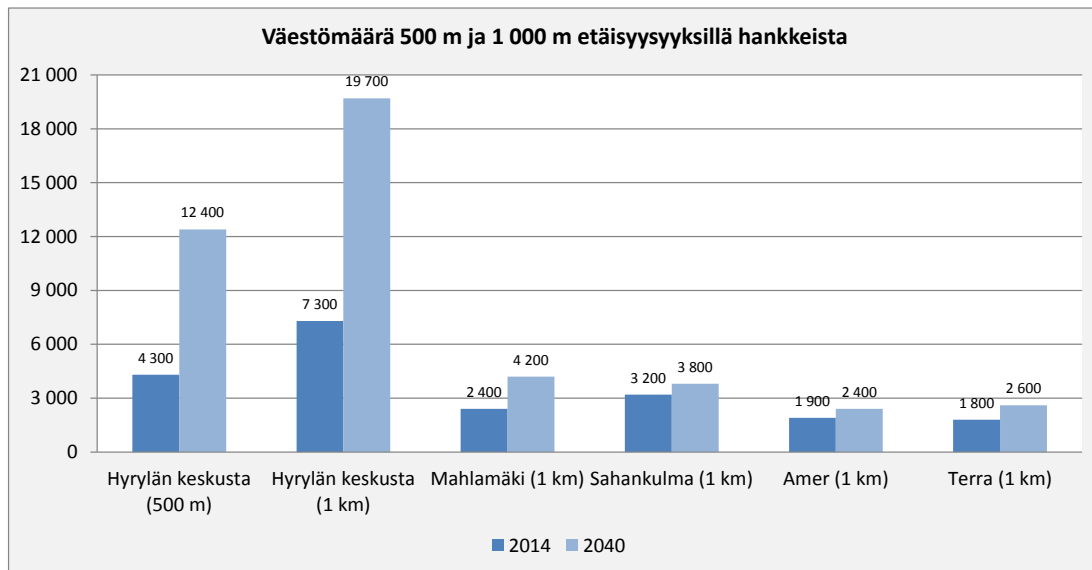
Yhdyskuntarakenteella tarkoitetaan työssäkäyntialueen, kaupunkiseudun, kaupungin, kaupunginosan tai muun taajaman sisäistä rakennetta sisältäen väestön ja asumisen, työpaikkojen ja tuotantotoiminnan, palvelujen ja vapaa-ajan alueiden sekä näitä yhdistävien liikenneväylien ja teknisen huollon verkostojen sijoittumisen ja niiden keskinäisen suhteen (www.ymparisto.fi).

Skenaarion 1 mukainen päivittäistavarakaupan kehittäminen tukee Hyrylän keskustan asemaa Tuusulan päivittäistavarakaupan painopistealueena. Yhdyskuntarakenne tiivistyy ja Hyrylän keskustan asema tasapainoistuu myös suhteessa Järvenpään ja Keravan keskustoihin. Yhdyskuntarakenteen kannalta myönteistä on myös se, että keskustaan on hyvät mahdollisuudet kulkea kevyen liikenteen väyliä myöten ja se on hyvin saavutettavissa joukkoliikenteellä eri puolilta Tuusulaa. Päivittäistavarakaupan palvelujen keskittäminen keskustaan tukee ja on osa Hyrylän keskustan kehittämissuunnitelmaa.

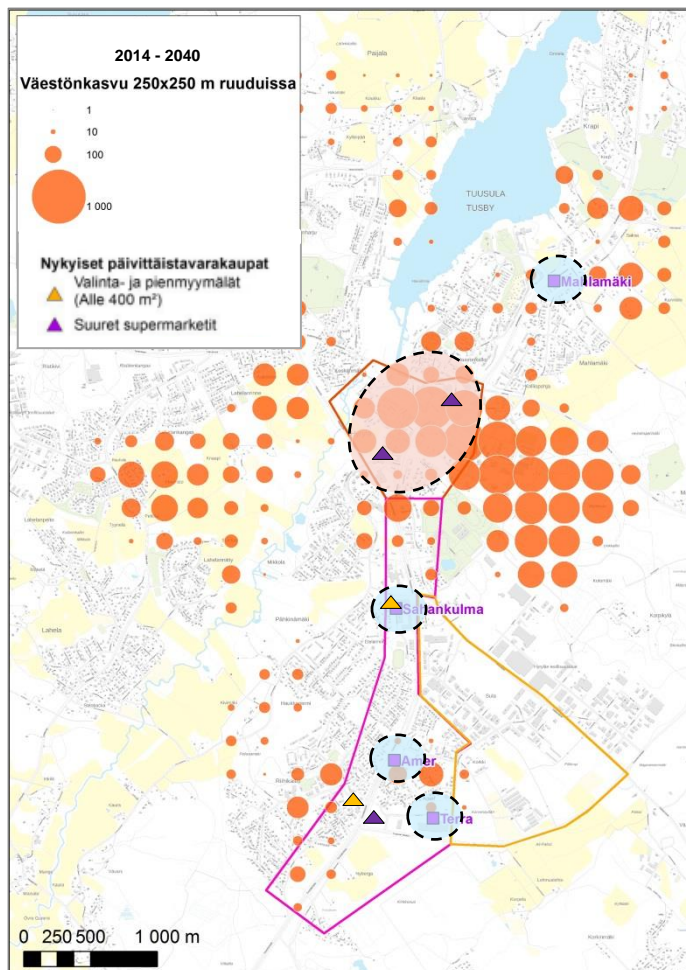
Skenaario 2 muuttaa päivittäistavarakaupan painopistettä muodostaessaan helminauhamaisten rakenteen Mahlamäestä Tuusulan itäväylälle. Tämä rakenne on jo nykyisin olemassa keskustan eteläpuolella, mutta skenaarion 2 myötä se vahvistuu ja vetovoimaistuu merkittävästi. Uusien ajanmukaisten myymälöiden sijoittuminen vilkkaan työmatkaliikenteen reitin varrelle saattaa lisätä sekä hyryläläisten että ei-hyryläläisten asiointia työmatkojen yhteydessä, mikä vähentää tarvetta erillisiin asiointimatkoihin. Etelästä tultaessa liikennemäärä Tuusulanväylällä ennen Tuusulan itäväylän risteystä oli vuonna 2016 noin 32 000 ajoneuvoa vuorokaudessa ja risteysten jälkeen noin 25 000 ajoneuvoa vuorokaudessa. Tuusulan itäväylällä keskivuorokausiliikenne oli noin 9 000 ajoneuvoa (www.liikennevirasto.fi). Skenaarion 2 hankkeet perustuvatkin osin työmatkaliikenteeseen.

Väestömäärän kasvun ja väestön tulevan alueellisen sijoittumisen kannalta päivittäistavarakaupan palvelut sijoittuvat keskeisemmin skenaariossa 1 (kuvat 18 ja 19). Nykyisin enintään kilometrin etäisyydellä Hyrylän keskusta-alueesta asuu noin 7 300 asukasta. Väestömäärä enintään kilometrin etäisyydellä skenaarion 2 hankkeista on seuraava: Mahlamäki noin 2 400, Sahankulma noin 3 200, Amerin alue noin 1 900 ja Terra noin 1 800 asukasta. Tuusulan yleiskaavan vuoden 2040 tilanteessa enintään kilometrin etäisyydellä Hyrylän keskusta-alueesta asuu noin 19 700 asukasta (joista merkittävä osa Rykmentinpuistossa), Mahlamäestä noin 4 200, Sahankulmasta noin 3 800, Amerista noin 2 400 ja Terrasta noin 2 600. Skenaarion 2 hankkeista väestön tuleva sijoittuminen

tukee parhaiten Mahlamäen ja Sahankulman hankkeita, sillä vähimmäismäärä uuden päivittäistavaramyymälän perustamiselle on noin 3 000 asukasta. Kaksi kauppa edellyttää noin 4 500 - 5 000 asukasta (ympäristöministeriö 2013).



Kuva 18 Väestömäärä enintään 500 - 1 000 metrin etäisyydellä Hyrylän keskusta-alueesta sekä enintään kilometrin etäisyydellä keskustan ulkopuolisista kaupan hankkeista vuosina 2014 ja 2040 (yleiskaavan mahdollistama väestönkasvu).



Kuva 19 Väestönkasvu 2014 - 2040 (yleiskaavan mahdollistama) suhteessa kaupan hankkeisiin.

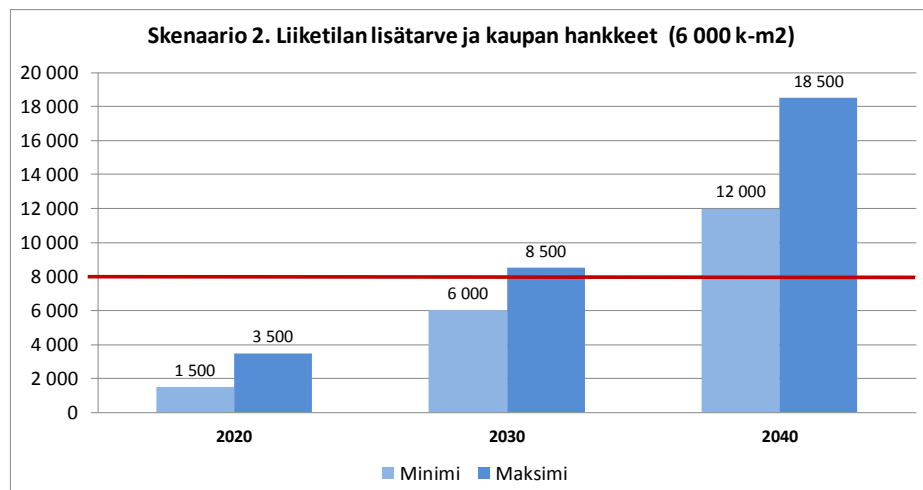
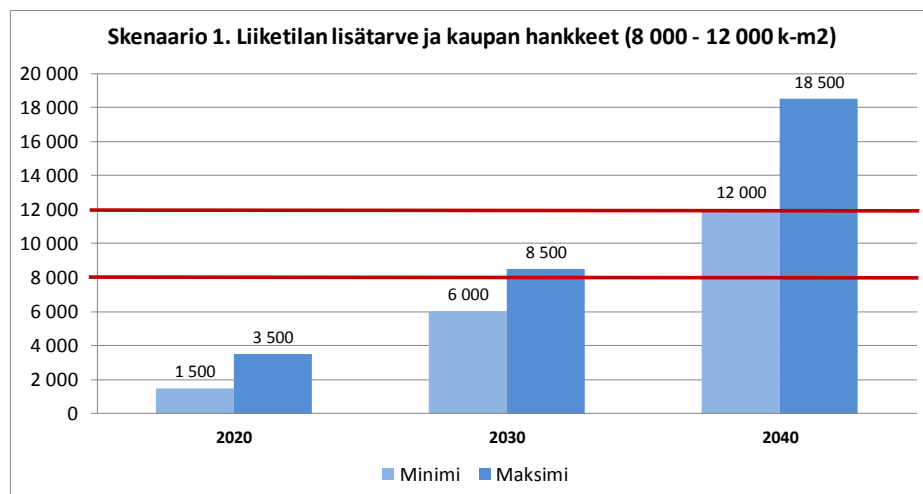
6.2 Kaupan palveluverkko

6.2.1 Skenaarioiden mitoitus suhteessa liiketilatarpeeseen

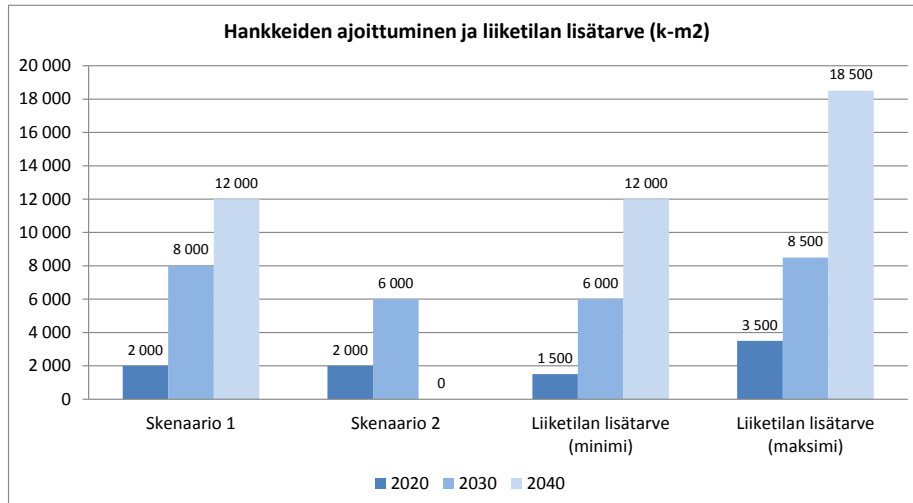
Skenaariossa 1 Hyrylän keskusta sijoittuu 8 000 - 12 000 k-m² ja skenaariossa 2 Hyrylän keskustan ulkopuolelle noin 6 000 k-m² uutta tai uudistuvaa (myymälälaajennukset) päivittäistavara-kaupan liiketilaa. Myymälöiden tarkastelukokoluokkina hankkeissa on keskustassa suuruusluokat noin 2 000 k-m² ja 4 000 k-m² ja keskustan ulkopuolella noin 2 000 k-m². Päivittäistavara-kaupan liiketilan lisätarve Hyrylässä on

- vuoteen 2020 noin 1 500 - 3 500
- vuoteen 2030 noin 6 000 - 8 500
- vuoteen 2040 noin 12 000 - 18 500

Molemmissa skenaariossa vuoteen 2020 mennessä voi toteutua yksi noin 2 000 k-m²:n hanke ja kaupan muuhun kehittämiseen jää varaa noin 1 500 k-m² (kuva 20). Skenaariossa 1 pienimmillään (8 000 k-m²) kaikki keskustaan sijoittuvat hankkeet voivat toteutua 2020 -luvulla liiketilan lisätarpeen maksimivaihtoehdossa, mutta keskustan ulkopuolisiin hankkeisiin ei jää kehittämisvaraa. Suurimmillaan (12 000 k-m²) kaikki keskustan hankkeet voivat toteutua viimeistään 2030-luvulla ja keskustan ulkopuolisiin hankkeisiin jää kehittämisvaraa 0 - 6 500 k-m². Skenaariossa 2 kaikki hankkeet (6 000 k-m²) voivat toteutua 2020 -luvulla ja keskustan hankkeisiin jää kehittämisvaraa 0 - 2 500 k-m². Keskustan loput hankkeet voivat toteutua 2030-luvulla, jolloin kehittämisvaraa on 6 000 - 12 500 k-m².



Kuva 20 Liiketilan lisätarve (pylväät) ja kaupan hankkeet (punainen viiva) skenaarioissa 1 ja 2.



Kuva 21 Hankkeiden ajoittuminen ja liiketilan lisätarve.

Kummassakin skenaariossa tavoitteena on päivittäistavarakaupan kysynnän ja tarjonnan tasapaino eli ostovoiman ulosvirtauksen poistaminen. Päivittäistavarakaupan nykyinen ostovoiman euromääräinen siirtymä vastaa liiketilatarpeeksi muutettuna suuruusluokaltaan Hyrylän nykyisiä supermarketteja. Mikäli tämä kerrosala laskettaisiin mukaan liiketilan lisätarpeeseen, se mahdollistaisi skenaarion 1 mukaisen enimmäisliiketilän (12 000 k-m²) lisäyksen jo 2020-luvulla ja keskustan ulkopuolisiin hankkeisiin jäisi kehittämistä varaa noin 1 500 k-m². Skenaariossa 2 osalta ostovoiman ulosvirtauksen poistuminen merkitsisi sitä, että keskustan hankkeille jäisi 2020-luvulla kehittämistä varaa 5 000 - 7 500 k-m². Luvut ovat teoreettisia, sillä ostovoiman ulosvirtauksen poistuminen ei "siirtyisi" suoraan uudeksi liiketilaksi, vaan lähinnä parantaisi nykyisten ja suunnitteilla olevien uusien myymälöiden toimintaedellytyksiä. Tarkastelu kuitenkin hahmottaa päivittäistavarakaupan palveluverkon uudistamisen itsessään aikaansaamaa kehittämispotentiaalia.

6.2.2 Kaupan kilpailuasetelma ja toimintaedellytykset

Uuden liiketilan rakentamisella vastataan kuluttajien muuttuvaan kysyntään. Kuluttajien tarpeet ovat eriytyneet ja eriytyvät jatkossakin. Tämä merkitsee sitä, että myös ostospaikoilta vaaditaan yhä enemmän. Etenkin hyvän liikenteellisen sijainnin ja saavutettavuuden sekä hintatason ja monipuolisten valikoimien merkitys on ollut kasvussa. Jos myymälät eivät syystä tai toisesta miellytä, ostospaikkaa vaihdetaan, mikäli se vain on mahdollista. Asiointi suuntautuu sinne, missä kuluttajien odotukset täyttyvät parhaiten. Uudella liiketilarakentamisella vastaan myös kaupan muuttuviin konsepteihin, joiden taustalla ovat kuluttajien tarpeiden lisäksi mm. taloudellisista ja teknologisista kehitystrendeistä aiheutuvat muutostarpeet ja lainsäädännön kehitys.

Maankäyttö- ja rakennuslakiin tehtiin keväällä 2015 kilpailun toimivuutta koskeva lisäys. Elinkeinoelämän kilpailuasioden huomioiminen on yksi keskeisistä kaavoituksessa edistettävistä asioista. Kaavoja valmistelevien viranomaisten tehtävä on huolehtia siitä, että alalla jo toimivien yritysten lisäksi kaavoitusprosessissa huomioidaan uusien toimijoiden alalle tulon edellytykset. Lakimuutoksen tavoitteena on, että yrityksille osoitettaisiin laadultaan ja määrältään riittävästi sijoitautumispaikkoja (HE 334/2014 vp). Molemmat skenaariot tukevat Hyrylän kaupan uudistumismahdollisuuksia tarjoamalla toiminnallisesti hyviä sijaintipaikkoja nykyisille ja tuleville uusille yrityksille. Skenaario 1 mahdollistaa tämän keskustassa ja skenaario 2 keskustan ulkopuolella.

Päivittäistavarakaupan toiminnassa on aina kyse siitä, missä kuluttajat haluavat asioida ja millainen on erikokoisten myymälöiden rooli. Pienissä myymälöissä saatetaan asioida usein, mutta valtaosa ostoseuroista suuntautuu suurempiin myymälöihin. Tuusulassa tämä näkyy siinä, että suurimpien myymälätyyppien (suurten supermarkettien) osuus kunnassa sijaitsevien päivittäistavaramyymälöiden kokonaismyynnistä oli 64 % vuonna 2016. Ollakseen vetovoimaisia päivittäistava-

ramyymälöiden on oltava riittävän isoja pystyäkseen tarjoamaan edullisen hintatason ja monipuoliset valikoimat, joiden merkitys kuluttajien asiointipäätöksissä on koko ajan kasvanut ja kasvaa edelleen. Tältä kannalta katsottuna skenaariot 1 ja 2 eivät poikkea oleellisesti toisistaan.

Päivittäistavarakaupan kehittämisen vaikutukset ulottuvat myös erikoiskauppaan ja tästä näkökulmasta katsottuna skenaariot poikkeavat toisistaan. Skenaario 1 tukee paremmin keskustahakuisen erikoiskaupan toimintaedellytyksiä Hyrylän keskustassa ja skenaario 2 paljon tilaa vaativan erikoiskaupan toimintaedellytyksiä Sulan ja Tuusulanväylän alueilla.

Muu kuin tilaa vaativa erikoiskauppa sijoittuu toiminnallisen luonteensa puolesta parhaiten keskustaan, jossa sen kilpailutekijöinä korostuvat monipuolisten kaupan ja julkisten palvelujen lisäksi mm. kulttuuri, erilaiset tapahtumat, hyvä saavutettavuus kaikilla kulkumuodoilla sekä kävely-ympäristö. Nämä edut tukevat niin päivittäistavarakaupan kuin muun erikoiskaupankin sijoittumista keskustaan. Ostovoiman siirtymien valossa tuusulalaiset eivät ole olleet tyytyväisiä Hyrylän keskustan erikoiskaupan tarjontaan. Vuonna 2016 noin 61 % kunnan asukkaiden keskustahakuisen erikoiskaupan ostovoimasta suuntautui oman kunnan ulkopuolelle. Päivittäistavaramyymälöiden sijoittuminen keskustaan skenaarion 1 mukaisesti tukee merkittävästi keskustahakuisen erikoiskaupan myymälöiden toimintaa.

Päivittäistavarakaupan säännöllinen asiakasvirta tukee sekä keskustahakuista että tilaa vaativaa erikoiskauppaa. Toimiakseen vetovoimaisina kaupan alueina niin keskustat kuin tilaa vaativankin kaupan alueet tarvitsevat vetureikseen ajanmukaisia päivittäistavaramyymälöitä. Tämä näkyy myös kaupan keskittymien myymäläkokoontumissa. Hyrylän keskustan tilannetta voidaan hahmottaa vertaamalla sitä kauppakeskuksiin. Vuonna 2014 Suomen kaikkien 93 kauppakeskuksen yhteenlasketusta liikepinta-alasta 18 %:a oli päivittäistavaramyynnin pinta-alaa. Pääkaupunkiseudun 38:sta kauppakeskuksesta 33:ssa toimi päivittäistavaramyymälä (Suomen Kauppakeskousyhdistys ry 2015).

Sulan ja Tuusulanväylän tilaa vaativan erikoiskaupan alueiden tilannetta voidaan hahmottaa vertauksella maamme muiden tilaa vaativan erikoiskaupan alueisiin. Paljon tilaa vaativaa erikoiskauppaa tarkastelleessa ympäristöministeriön selvityksessä (2010) kohteena oli 13 aluetta eri puolilla Suomea. Tarkastelualueiden yhteenlaskettu tilaa vaativan erikoiskaupan kerrosala oli noin 499 000 k-m². Tämän lisäksi alueilla oli muun erikoiskaupan kerrosalaa yhteensä noin 86 000 k-m² ja päivittäistavarakaupan kerrosalaa noin 97 000 k-m². Päivittäistavarakaupan osuus kokonaiskerrosalasta oli noin 14 %. Vantaalta selvityksen kohteena oli Tammisto-Pakkalan alue, jonka noin 60 000 kerrosneliömetrin kaupan kokonaisliiketilasta 16 %:a oli päivittäistavarakauppaa. Skenaarion 2 mukainen päivittäistavarakaupan sijoittuminen tukisi Sulan ja Tuusulanväylän alueiden tilaa vaativan erikoiskaupan toimintaa ja olisi osaltaan vahvistamassa Tuusulan tilaa vaativan erikoiskaupan nykyistä positiivista siirtymää (+5 %). Hankkeen sijoittumisella Terraan, Sahan-kulmaan tai Amerin alueelle ei ole tässä mielessä ratkaisevaa eroa, mutta kukin niistä tukisi voimakkaimmin välittömän lähialueensa tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä.

Yksi päivittäistavarakaupan toimintaedellytyksiin merkittävästi vaikuttava tekijä on pysäköinti. Pysäköintipaikkojen tarve supermarket-kokoluokan myymälällä on noin 100 - 200 paikkaa. Maantasopysäköinti on paitsi rakentamiskustannuksiltaan edullisempaa, usein myös asiakkaiden toiveisiin paremmin vastaavaa kuin pysäköintihallit ja -talot. Myös tietyt myymäläkonseptit edellyttävät toimiakseen maantasopysäköintiä. Maantasopysäköinnin toteuttamiseen voidaan vastata helpommin skenaariossa 2. Mittava kaupan kerrosalan lisääminen Hyrylän keskustassa edellyttää pysäköintijärjestelyjä ja niihin liittyen myös liikennejärjestelyjä.

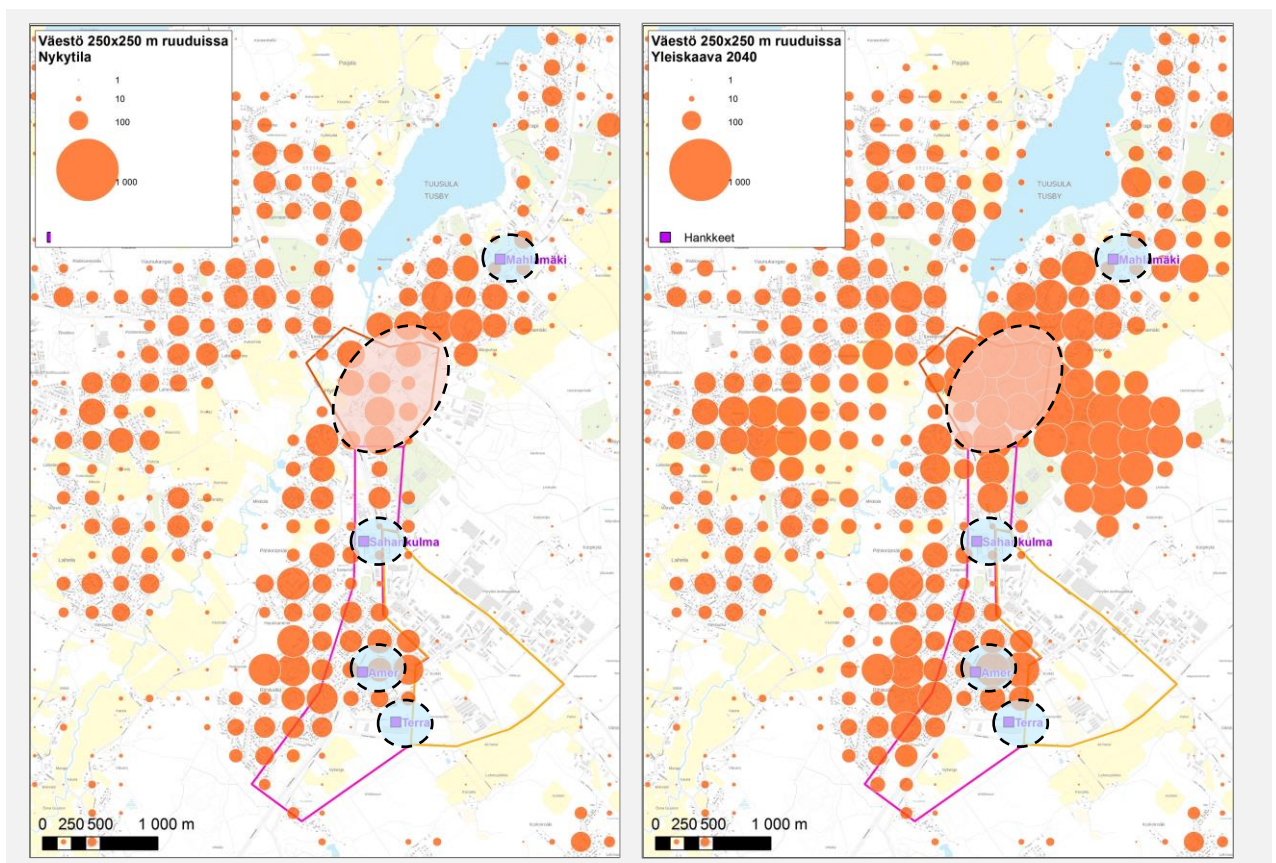
6.3 Asukkaat

Ihmisten arjen sujuvuudessa yksi merkittävimmistä asioista on päivittäistavarakaupan 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. Muut kuin edellä mainitut kuluttajat voivat kokea saavutettavuuden hyvinkin eri tavalla. Tähän ryhmään kuuluvat esimerkiksi heikkokuntoiset vanhuksat, liikuntarajoitteiset henkilöt ja autottomat. Tälle ryhmälle kulkutavan valinnan ohella ja jopa sijasta saavutettavuudessa voi olla kysymys myös asiointimahdollisuuksista. Tähän taas vaikuttavat mm. kauppamatkan pituus, palvelujen laatu, kulkuyhteydet ja -mahdollisuudet, käytettävissä olevat tulot ja myymälöiden hintataso.

Saavutettavuutta voidaan siis tarkastella sekä liikkumiseen perustuvana fyysisenä saavutettavuutena (etäisyytenä myymälään) että koettuna saavutettavuutena, joka kuvaa asiaa pelkkää etäisyyttä moniulotteisemmin. Koettu saavutettavuus voidaan määritellä vaivaksi, jonka kotitalous kokee tavaroiden hankkiessaan. Jos päivittäistavaroiden hankkiminen aiheuttaa paljon vaivaa, on saavutettavuus huono - mikäli se aiheuttaa vähän vaivaa, on saavutettavuus hyvä.

Skenaarion 1 mukaisella päivittäistavarakaupan kehittämisellä ei ole merkittävää vaikutusta myymälöiden fyysiseen saavutettavuuteen (myymäläetäisyyteen). Myymälät sijaitsevat edelleen kaikilla kulkutavoilla hyvin saavutettavalla ja kaupallisesti houkuttelevalla keskusta-alueella. Asiointimatkat keskustaan ovat kohtuullisia koko vaikutusalueelta (ks. kuva 3 edellä) ja lyhyitä väestömäärältään voimakkaasti kasvavalta Rykmentinpuiston alueelta. Vuonna 2040 kilometrin etäisyydellä Hyrylän keskusta-alueesta asuu noin 19 700 asukasta (kuva 22).



Kuva 22 Väestömäärät 2014 ja 2040 (yleiskaavan 2040 mukainen).

Skenaario 2 lyhentää Hyrylän keskustan ulkopuolella asuvien asukkaiden kauppamatkoja. Hyrylän keskustan pohjoispuolella sijaitsevan Mahlamäen hankkeen lähiympäristössä (kilometrin etäisyydellä) asuu vuonna 2040 noin 4 200 asukasta. Sahankulman hankkeen osalta väestömäärä on noin 3 800 asukasta, Amerin hankkeen noin 2 400 ja Terran hankkeen noin 2 600. Hankkeiden väestömäärät yhteenlaskien (Amerin ja Terran osalta väestömäärien keskiarvo hankkeiden lähekkäisen sijainnin vuoksi) saavutettavuuden paraneminen koskee noin 10 500 asukasta vuoden

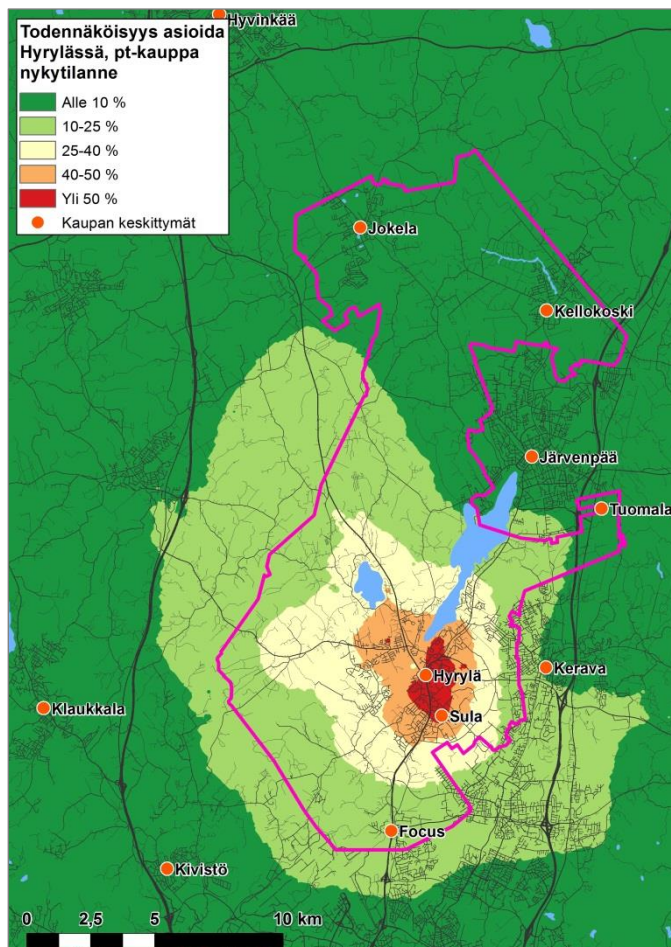
2040 tilanteessa. Mahdollisuus nykyistä lyhyempiin kauppamatkoihin vähentää myös henkilöauto-liikennettä.

Fyysisestä saavutettavuudesta poiketen koettu saavutettavuus paranee skenaariossa 1 kaupan palvelutarjonnan lisääntyessä ja monipuolisuudessa. Etenkin Hyrylän keskusta-alueen ja sen lähiympäristön asukkaille päivittäistavarakaupan palvelujen kehittyminen parantaa merkittävästi koettua saavutettavuutta. Autoilevien asiakkaiden kannalta tämä edellyttää kuitenkin myös sujuvia liikenne- ja pysäköintiratkaisuja. Myös skenaariossa 2 koettu saavutettavuus parantuu merkittävästi hankkeiden lähiympäristön asukkaiden kannalta katsottuna.

Henkilöautosaavutettavuus korostuu varsinkin skenaariossa 2, mutta sillä on oleellista merkitystä myös skenaariossa 1, koska henkilöauton käyttö asiointimatkoilla on hyvin yleistä. Liikenneviraston henkilöliikennetutkimuksen mukaan vuonna 2012 Suomessa ostos- ja asiointimatkojen matkasuoritteesta 87 %:a tehtiin henkilöautolla. Kauppakeskukset osana kestävästä kulutuksesta ja kaupunkirakennetta -tutkimushankkeen mukaan Helsingin keskusta oli vuonna 2010 kaupan keskusta ainoa, jossa joukko- ja kevytliikenteen osuus oli hallitseva ja autolla asiointi pienessä roolissa (Liikennevirasto 2014).

6.4 Hyrylän kaupallinen vetovoima

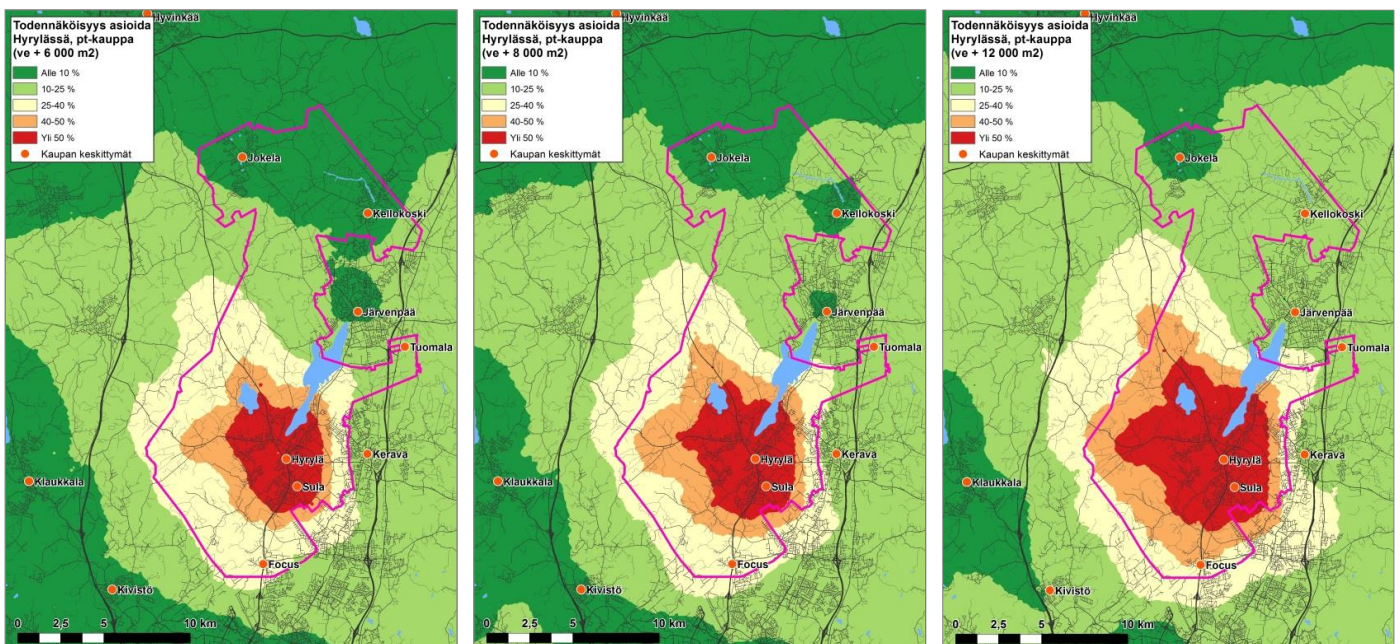
Päivittäistavarakaupan nykytilakartasta voidaan havaita (kuva 23), että voimakkain vaikutusalue (yli 40 %:n asiointitodennäisyysvyöhyke) ulottuu noin 2 - 5 kilometrin etäisyydelle Hyrylän keskusta ja että noin 60 %:a tuusulalaisista asuu vähintään 25 %:n asiointitodennäisyysvyöhykkeellä (Hyrylän tilastollisella suuralueella).



Kuva 23 Hyrylän mallinnettu asiointitodennäköisyys.

Kuvassa 24 havainnollistetaan päivittäistavarakaupan vaikutusalueessa tapahtuvaa muutosta skenaarioissa 1 ja 2. Kartat osoittavat, miten vaikutusalue laajenee nykytilaan verrattuna ja toisaalta, miten lähialueelta yhä suurempi osa asioinneista suuntautuu Hyrylään. Skenaarion 1 maksimivaihtoehdossa (12 000 k-m²) Hyrylän yli 40 %:n asiointitodennäköisyysvyöhyke ulottuu koko Hyrylän tilastolliselle suuralueelle. Skenaarion 2 mukainen 6 000 kerrosneliömetrin kerrosala lähes kaksinkertaistaa yli 50 %:n asiointitodennäköisyysvyöhykkeen.

Tuusulalaisten lisäksi kaupan kehittämisen myötä myymälöiden vetovoima kasvaa myös eituusulalaisten työmatkalaisten kannalta katsottuna, erityisesti skenaariossa 2. Tätä vaikutusta ei mallinnuksen avulla kuitenkaan pystytä arvioimaan. Analyysissä ei voitu myöskään huomioida naapurikuntien kaupan keskittymien kaupallisen tarjonnan kasvua, mikä myös osaltaan vaikuttaa Hyrylän vetovoimaan. Mallinnuksen tuottamat luvut ovat tämän vuoksi suuntaa-antavia.



Kuva 24 Hyrylän mallinnettu asiointitodennäköisyys päivittäistavarakaupan kerrosaloilla 6000, 8 000 ja 12 000 k-m².

6.5 Yhteenveto

Skenaarioiden keskeisimmät vaikutukset voidaan esittää tiivistetysti seuraavasti:

	Vaikutukset alue- ja yhdyskuntarakenteeseen
Aluerakenne	<p>Parantaa Tuusulan kaupallista asemaa, mutta ei vaikuta Keski-Uudenmaan kuntien välisiin suhteisiin, ei muuta Tuusulan asemaa keskusverkossa eikä vaikuta maakunnalliseen ja seudulliseen kaupan rakenteeseen.</p> <p>Skenaarioiden 1 ja 2 vaikutukset eivät eroa toisistaan.</p>
Yhdyskuntarakenne	<p>Skenaario 1 tukee Hyrylän keskustan asemaa Tuusulan kaupan pääkeskuksena ja vahvistaa sen kaupallista vetovoimaa suhteessa Järvenpään ja Tuusulan keskustoihin.</p> <p>Skenaario 2 muuttaa päivittäistavarakaupan rakennetta muodostaessaan helminauhamaisen rakenteen Mahlamäestä Tuusulan Itäväylälle.</p> <p>Väestönkasvun ja väestön tulevan sijoittumisen kannalta päivittäistavarakauppa sijoittuu keskeisemmin skenaariossa 1. Ero on merkittävä, sillä skenaariossa 1 keskustan lähiympäristön asukasmäärä vuonna 2040 on noin 19 700 ja skenaarion 2 hankkeiden väestömäärät noin 2 400 - 4 200 (yleiskaavan mahdollistama väestönkasvu).</p> <p>Kumpikin skenaario parantaa mahdollisuuksia asioida työmatkan yhteydessä. Skenaariossa 2 hankkeet perustuvat osin työmatkaliikenteeseen ja ulkokuntalaisten ostoseuroihin.</p>
	Vaikutukset vähittäiskauppaan
Uusi liikerakentamisen suhteessa liiketilatarpeeseen	<p>Molemmissa skenaariossa vuoteen 2020 mennessä voi toteutua yksi noin 2 000 k-m²:n hanke.</p> <p>Skenaariossa 1 kaikki hankkeet voivat toteutua pienimmillään 2020-luvulla ja suurimmillaan 2030-luvulla.</p> <p>Skenaariossa 2 kaikki hankkeet voivat toteutua 2020-luvulla.</p> <p>Skenaariossa 1 hankkeiden toteutumisen jälkeen keskustan ulkopuolelle ei jää kehittämisvaraa 2020-luvulla.</p> <p>Skenaariossa 2 hankkeiden toteutumisen jälkeen keskustan hankkeisiin jää 2020-luvulla kehittämisvaraa noin 0 - 2 500 k-m².</p>
Kaupan kilpailuasetelma ja toimintaedellytykset	<p>Kumpikin skenaario tukee kaupan uudistumismahdollisuuksia tarjoamalla toiminnallisesti hyviä sijaintipaikkoja nykyisille ja tuleville uusille yrityksille. Skenaario 1 mahdollistaa tämän keskustassa ja skenaario 2 keskustan ulkopuolella.</p> <p>Skenaario 1 tukee paremmin keskustahakuisen erikoiskaupan toimintaedellytyksiä Hyrylän keskustassa (ostovoiman siirtymä nykyisin -61 %).</p> <p>Skenaario 2 tukee paljon tilaa vaativan erikoiskaupan toimintaedellytyksiä Sulan ja Tuusulanväylän alueilla (ostovoiman siirtymä nykyisin +5 %).</p> <p>Maantasopysäköinnin toteuttamiseen voidaan vastata helpommin skenaariossa 2. Mittava kaupan kerrosalan lisääminen Hyrylän keskustassa edellyttää pysäköintijärjestelyjä ja niihin liittyen myös liikennejärjestelyjä.</p>

	Vaikutukset asukkaisiin
Kaupan palvelujen saavutettavuus	<p>Skenaario 1 ei muuta kaupan palvelujen fyysistä saavutettavuutta. Vuonna 2040 kilometrin etäisyydellä Hyrylän keskusta-alueesta asuu noin 19 700 asukasta (yleiskaavan mahdollistama väestönkasvu). Asiointimatkat keskustaan ovat kohtuullisia koko vaikutusalueelta ja lyhyitä väestömäärältään voimakkaasti kasvavalta Rykmentinpuiston alueelta.</p> <p>Skenaario 2 lyhentää Hyrylän keskustan ulkopuolella asuvien asukkaiden kauppamatkoja. Vuonna 2040 kilometrin etäisyydellä hankkeista asuu yhteensä noin 10 500 asukasta (yleiskaavan mahdollistama väestönkasvu).</p> <p>Väestömäärän kasvu vuoteen 2040 on Hyrylän keskusta-alueen läheisyydessä noin 12 400 ja skenaarion 2 hankkeiden läheisyydessä yhteensä noin 3 000 asukasta (yleiskaavan mahdollistama väestönkasvu).</p> <p>Kumpikin skenaario parantaa koettua saavutettavuutta lähiympäristössään.</p>
	<p>Vaikutukset kaupalliseen vetovoimaan</p> <p>Hyrylän kaupallinen vetovoima lisääntyy merkittävästi kummassakin skenaariossa.</p> <p>Skenaarion 1 maksimivaihtoehdossa (12 000 k-m²) Hyrylän yli 40 %:n asiointitodennäköisyysvyöhyke ulottuu koko Hyrylän tilastolliselle suuralueelle.</p> <p>Skenaarion 2 mukainen 6 000 k-m²:n kerrosala lähes kaksinkertaistaa yli 50 %:n asiointitodennäköisyysvyöhykkeen.</p>

7. JOHTOPÄÄTÖKSET

7.1 Tarkasteluasetelma

Työssä keskityttiin päivittäistavarakauppaan ja kunnan sisäiseen kaupan kehittämiseen. Seudulliset kaupan ratkaisut (KM-alueet) on viitoitettu jo Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa ja maakuntakaavan kaupan sijainnin ohjauksen periaatteita noudattavassa Tuusulan yleiskaavassa 2040. Sulan tilaa vaativan erikoiskaupan aluetta tarkasteltiin kaupan konseptitasolla. Sulan alueen kehittämisen käytännön toimialakokoonpanoihin ja toteutukseen tulee vaikuttamaan erityisesti se, mitkä toimialat/yritykset ovat kiinnostuneita alueesta ja millainen on niiden toimintakonsepti ja tilantarve. Tätä ei maankäytön suunnittelussa voida, eikä kilpailulainsäädännön mukaan saisikaan määrittellä tarkasti ja sitovasti etukäteen. Toimialakokoonpanot voivat myös muuttua ajan kuluessa alueella toimivien yritysten vaihtuessa.

Tuusulan tavoitteellisen päivittäistavarakaupan palveluverkon hahmottamiseksi muodostettiin kaksi toisistaan poikkeavaa mitoitus- ja sijoittumisvaihtoehtoa (skenaariota). Tarkasteluasetelma muodostui kahdesta aluekokonaisuudesta seuraavasti:

- Hyrylän keskusta-Tuusulanväylä-Sula -alue jossa on kaksi skenaariota:
 - o Skenaariossa 1 Hyrylän keskustaan sijoittuu 8 000 - 12 000 k-m² uutta tai uudistuvaa (myymälälaajennukset) päivittäistavarakaupan liiketilaa, jolla on vaihtoehtoisia sijoittumispaikkoja. Keskustan ulkopuolelle ei tule merkittävästi uutta päivittäistavarakauppaa.
 - o Skenaariossa 2 Hyrylän keskustan etelä- ja pohjoispuolille sijoittuu noin 6 000 k-m² uutta tai uudistuvaa (myymälälaajennukset) päivittäistavarakaupan liiketilaa Mahlamäen, Terran, Sahankulman tai Amerin alueille. Hyrylän keskustaan ei tule merkittävästi uutta päivittäistavarakauppaa.
- Neljä aluetta, jotka ovat samoja molemmissa skenaarioissa:
 - o Jokela
 - o Kellokoski
 - o Focus-alue (yleiskaavan KM-alue)
 - o Tuomala (yleiskaavan KM-alue)

Koko Tuusulan päivittäistavarakaupan palveluverkon kehittymisedellytysten huomioimiseksi ja turvaamiseksi kunnan asukkaiden ostovoiman kasvu ja siihen perustuva päivittäistavarakaupan liiketilan lisätarve suunnattiin alueellisesti seuraavasti:

- Hyrylän keskusta-Sula-Tuusulanväylä -alue
 - o kaupan kehittämisen painopistealue, joka saa ostovoimaa muilta kuin alla mainituilta alueilta
- Muut alueet, joilla tavoitteena on turvata nykyisten ja mahdollistaa uusien kaupan palvelujen kehittäminen
 - o Jokelan ja Kellokosken suuralueet
 - o Saksan (Mattila) ja Lahelan tilastoalueet, joissa on nykyisin päivittäistavaramyymälä
 - o Häklin tilastoalue, jossa väestönkasvu vuoteen 2040 on yli 3 000, mikä mahdollistaa uuden päivittäistavarakaupan

7.2 Asukkaiden näkökulma

Ihmisten arjen sujuvuudessa yksi merkittävimmistä asioista on päivittäistavarakaupan saavutettavuus. Skenaario 1 säilyttää hyryläläisten kauppamatkojen pituudet suunnilleen nykyisellään ja parantaa kaupan palvelujen koettua savutettavuutta kaikilla kulkutavoilla sekä nykyisten että tulevien uusien hyryläläisten kannalta katsottuna. Vuonna 2040 kilometrin etäisyydellä Hyrylän keskusta-alueesta asuu Tuusulan yleiskaavan 2040 mahdollistaman väestönkasvun mukaan noin

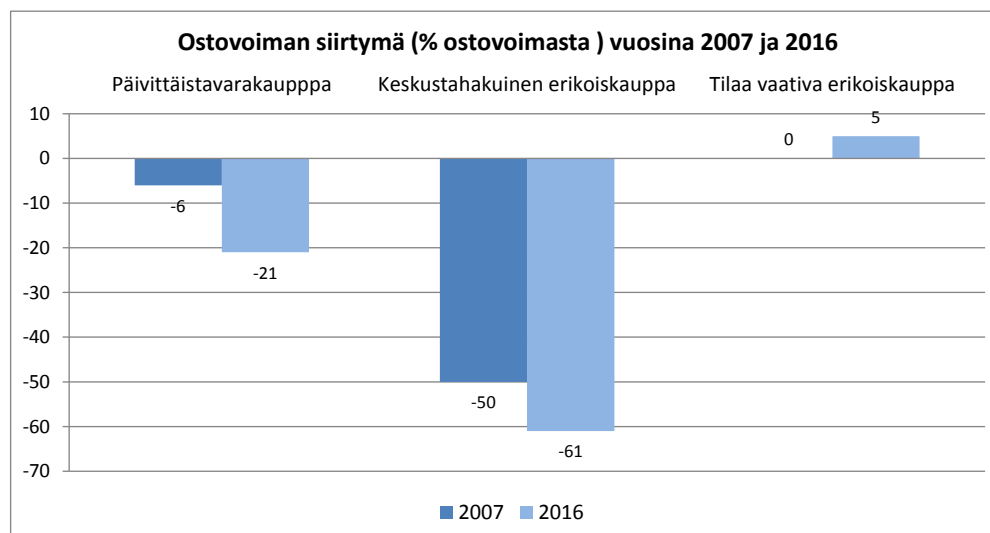
19 700 asukasta. Henkilöautoa asiointimatallaan käyttävien asiakkaiden kannalta koetun saavutettavuuden paraneminen edellyttää nykyistä sujuvampia liikenne- ja pysäköintiratkaisuja. Joukkoliikennesaavutettavuus paranee nykyisestä vuonna 2018, kun Hyrylän keskustasta tulee alkan HSL-liikenteen solmukohta.

Skenaario 2 lyhentää kauppamatkoja ja parantaa kaupan palvelujen koettua saavutettavuutta Mahlamäen, Terran, Sahankulman ja Amerin hankkeiden lähialueilla asuvien asukkaiden kannalta katsottuna. Saavutettavuuden paraneminen koskee yhteensä noin 10 500 asukasta yleiskaavan vuoden 2040 tilanteessa. Liikenne- ja pysäköintijärjestelyjen kannalta skenaario 2 on skenaariota 1 nopeammin ja helpommin toteutettavissa.

Kumpikin skenaario parantaa kaupan palvelujen saavutettavuutta nykytilanteeseen verrattuna, mutta vain toisen skenaarion toteuttaminen tuottaisi asukkaiden kannalta alueellisesti epätasapainoisen tilanteen. Skenaariossa 1 saavutettavuus paranee Hyrylän keskustassa ja skenaariossa 2 sen ulkopuolella. Skenaariossa 1 saavutettavuusetu kohdistuu kuitenkin noin puolet suurempaan väestömäärään vuonna 2040 ja erityisesti väestömäärältään voimakkaasti kasvavalle Rykmentinpuiston alueelle. Väestön tulevan painopisteen huomioivan, mutta silti alueellisesti tasapainoisen päivittäistavarakaupan myymäläverkon muodostamiseksi Hyrylän kaupan kehittämistä olisi suunniteltava pitkällä aikajänteellä ja molemmat skenaariot huomioon ottaen.

Jokelassa ja Kellokoskella on nykyisin väestöpohjaan nähden riittävät päivittäistavarakaupan palvelut. Väestömäärän kasvaessa alueelle voi sijoittua uutta päivittäistavarakaupan liiketilaa. Skenaarioita muodostettaessa kaupan kehittämisedellytykset Hyrylän ulkopuolisilla alueilla otettiin huomioon liiketilan lisätarpeen alueellisen suuntaamisen kautta. Näin kaupan kehittyminen Hyrylässä ei uhkaa Jokelan ja Kellokosken päivittäistavarakaupan toimintaedellytysten kehittymistä. Se ei uhkaa myöskään muilla Tuusulan alueilla toimivia nykyisiä päivittäistavarakaupan myymälöitä, eikä kaupan kehittymismahdollisuuksia uusilla potentiaalisilla sijoittumisalueilla.

Päivittäistavarakaupan kehittämisen vaikutukset ulottuvat myös erikoiskauppaan, sillä toimiakseen vetovoimaisina kaupan alueina niin keskustat kuin tilaa vaativan kaupan alueet tarvitsevat vetureikseen ajanmukaisia päivittäistavaramyymälöitä. Skenaario 1 tukee keskustahakuisen erikoiskaupan toimintaedellytyksiä Hyrylän keskustassa ja mahdollistaa palvelutarjonnan lisäämisen ja monipuolistumisen. Tämä puolestaan mahdollistaa keskustahakuisen erikoiskaupan ostovoiman nykyisen ulosvirtauksen vähenemiseen (kuva 25). Skenaariossa 2 Hyrylän keskustan eteläpuoliset hankkeet tukevat paljon tilaa vaativan erikoiskaupan toimintaedellytyksiä Sulan ja Tuusulanväylän alueilla ja samalla mahdollistavat tilaa vaativan erikoiskaupan nykyisen positiivisen ostovoiman sisäänvirtauksen kasvamisen.

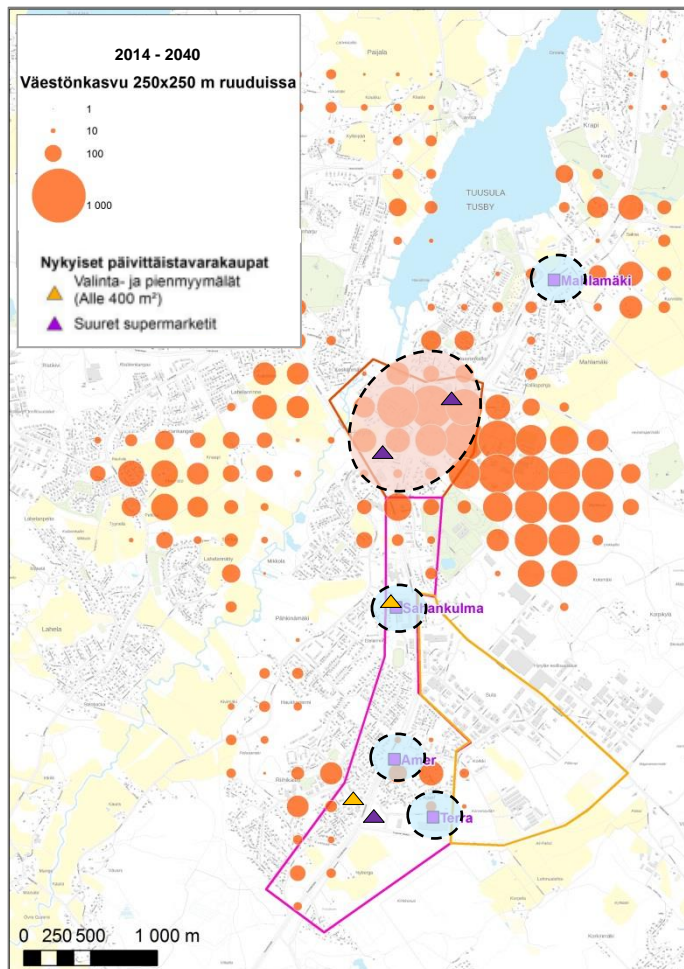


Kuva 25 Ostovoiman siirtymä (% ostovoimasta) vuosina 2007 ja 2016.

7.3 Hyrylän keskustan kehittäminen

Skenaarion 1 mukainen päivittäistavarakaupan kehittäminen tukee ja vahvistaa Hyrylän keskustan asemaa Tuusulan päivittäistavarakaupan ja keskustahakuisen erikoiskaupan painopistealueena. Päivittäistavarakaupan kehittyminen tukee myös Hyrylän keskustan asemaa tulevana HSL-liikenteen solmupisteinä. Skenaario 2 siirtää päivittäistavarakaupan painopistettä keskustasta muodostaessaan helminauhamaisen rakenteen Mahlamäestä Tuusulan itäväylälle. Uusien suurten ja ajanmukaisten myymälöiden sijoittuminen vilkkaan työmatkaliikenteen reitin varrelle saattaa lisätä sekä hyryläläisten että ei-hyryläläisten asiointia työmatkojen yhteydessä, mikä vähentää tarvetta erillisiin asiointimatkoihin. Muualla kuin Tuusulassa asuvat työmatkalaiset tuovat kuntaan positiivista ostovoiman siirtymää.

Väestömäärän kasvun ja väestön alueellisen sijoittumisen kannalta päivittäistavarakaupan palvelut sijoittuvat keskeisemmin skenaariossa 1. Nykyisin enintään kilometrin etäisyydellä Hyrylän keskustasta asuu noin 7 300 asukasta ja enintään kilometrin etäisyydellä skenaarion 2 hankkeista yhteensä noin 7 400 asukasta. Skenaariot vastaavat siis yhtä hyvin nykyväestön edellyttämään kaupan kehittämistarpeeseen. Vuoteen 2040 mennessä Tuusulan yleiskaavan mahdollistama väestömäärän kasvu enintään kilometrin etäisyydellä Hyrylän keskusta-alueesta on kuitenkin noin 12 400 asukasta ja enintään kilometrin etäisyydellä skenaarion 2 hankkeista noin 3 000 asukasta (kuva 26). Skenaario 1 vastaa siis paremmin tulevan väestökehityksen edellyttämään kaupan kehittämistarpeeseen.



Kuva 26 Väestönkasvu 2014 - 2040 (yleiskaavan mahdollistama) suhteessa kaupan hankkeisiin.

Hyrylän keskusta on Tuusulan kaupallinen pääkeskus, jossa on monipuolinen kaupan palvelutarjonta. Sen tulee myös säilyä ensisijaisena päivittäistavarakaupan ja keskustahakuisen erikoiskaupan sijaintipaikkana jatkossakin. Tähän pyrittäessä on muistettava, että keskustojen kehitykseen vaikuttavat hyvin monet tekijät. Keskustojen kaupallinen vetovoima ja elävyyksyys ovat riippuvaisia kaupan palvelutarjonnan lisäksi myös mm. kulttuuri-, viihde- ja ravintolapalvelujen ja julkisten palvelujen tarjonnan monipuolisuudesta sekä liikenne- ja pysäköintijärjestelyjen toimivuudesta, viihtyisästä fyysisestä ympäristöstä jne. Kaupan toimintaympäristönä Hyrylän keskusta on haluttu sijaintipaikka, kunhan väestömäärä kasvaa, liikenne- ja pysäköintijärjestelyt saadaan kuntoon ja keskusta jäsentyy nykyistä toimivammaksi kokonaisuudeksi.

Skenaario 1 tukee Hyrylän keskustan kehittämissuunnitelmia ja keskustan toiminnallisen rakenteen yhtenäistymistä ja kehittymistä. Päivittäistavarakaupan kehittämisen myötä kuluttajien tarpeista, kaupan konseptien uudistumisesta ja kaupan toimintaedellytysten turvaamisesta aiheutuva uudisrakentamisen tarve on mahdollista toteuttaa osana keskustarakennetta. Skenaarion 1 toteuttaminen on kuitenkin skenaarioon 2 verrattuna hidasta ja edellyttää pitkäjänteisyyttä ja päämäärätietoista kehittämisotetta. Skenaario 2 on liikenne- ja pysäköintijärjestelyjen kannalta helpommin toteutettavissa ja siinä voidaan hyödyntää paremmin jo olemassa olevia kiinteistöjä, mikä mahdollistaa kaupan nopeamman kehittymisen. Keskustan ulkopuolelle sijoittuvien myymälöiden toimintaedellytykset saattavat kuitenkin heiketä tulevaisuudessa, sillä keskustan väestömäärä kasvaa huomattavasti keskustan ulkopuolisia alueita voimakkaammin.

Tämän selvityksen yhteydessä marraskuussa 2017 järjestetyssä Tuusulan kuntakehityslautakunnan työpajatilaisuudessa ei kyseenalaistettu skenaarion 1 mukaista keskustapainotteista kaupan myymälärakennetta, mutta tunnistettiin myös skenaarion 2 hyvät puolet. Maankäytön suunnittelussa kaupan palvelujen kehittämistä onkin ajateltava kokonaisuutena, jossa eri alueiden kaupan palvelut täydentävät toisiaan. Koko kunnan kaupan palveluverkon tasapainoisen kehittämisen kannalta on tärkeää, että keskustan lisäksi myös muille alueille annetaan riittävät mahdollisuudet kehittyä. Kunnan tehtävänä on kokonaisuuden hallinta niin, että luodaan edellytykset kaupan tavoitteelliseen kehittymiseen eri alueilla.

7.4 Kaupan toimintaedellytykset

Tuusulalaisten ostovoiman kasvuun perustuva liiketilan lisätarve mahdollistaa kummassakin skenaariossa yhden noin 2 000 kerrosneliömetrin hankkeen vuoteen 2020 mennessä. Skenaariossa 1 pienimmillään (8 000 k-m²) kaikki keskustaan sijoittuvat hankkeet voivat toteutua 2020 -luvulla ja suurimmillaan (12 000 k-m²) viimeistään 2030-luvulla. Skenaarion 2 kaikki hankkeet (6 000 k-m²) voivat toteutua 2020 -luvulla. Uudella liiketilarakentamisella vastaan kaupan muuttuviin konsepteihin, joiden taustalla ovat kuluttajien tarpeiden lisäksi mm. lainsäädännöllisistä, taloudellisista ja teknologisista kehitystrendeistä aiheutuvia muutostarpeita.

Skenaariot muuttavat kuitenkin kaupan kilpailuasetelmaa suhteessa nykyisiin päivittäistavara-myymälöihin. Kilpailutilanteen muuttuminen ei kuitenkaan automaattisesti tarkoita kielteisiä vaikutuksia olemassa olevien myymälöiden toimintaedellytyksiin. Hyrylän keskustan nykyisillä suurilla supermarketeilla on vakiintunut asemansa ja pienemmät myymälät ovat tottuneet lähimyymälärooliinsa ja vallitsevaan markkinatilanteeseen, jossa keskustassa on jo pitkään toiminut suuria myymälöitä. Skenaario 1 maksimivaihtoehdossaan saattaa kuitenkin heikentää Hyrylän keskustan pienten myymälöiden toimintaedellytyksiä ja skenaarion 2 keskustan eteläpuoliset hankkeet lähiympäristössään sijaitsevien pienten myymälöiden toimintaedellytyksiä. Pienet myymälät voivat kuitenkin myös vastata kilpailutilanteen muuttumiseen uudistamalla toimintakonseptejaan.

Yksi päivittäistavarakaupan toimintaedellytyksiin vaikuttava tekijä on pysäköinti. Maantasopysäköinti on paitsi rakentamiskustannuksiltaan edullisempaa, usein myös asiakkaiden toiveisiin paremmin vastaavaa kuin pysäköintihallit ja -talot. Myös jotkut myymäläkonseptit edellyttävät toimiakseen maantasopysäköintiä. Maantasopysäköinnin toteuttamiseen voidaan vastata hel-

pommin skenaariossa 2. Kaupan kerrosalan lisääminen Hyrylän keskustassa asettaa haasteita toimivan pysäköinnin järjestämiseksi.

Maankäyttö- ja rakennuslakiin keväällä 2015 tehdyn kilpailun toimivuutta koskeva lisäyksen tavoitteena on, että yrityksille osoitettaisiin laadultaan ja määrältään riittävästi sijoittautumispaikkoja. Molemmat skenaariot tukevat Hyrylän kaupan uudistumismahdollisuuksia tarjoamalla toiminnallisesti hyviä sijaintipaikkoja nykyisille ja tuleville uusille yrityksille. Skenaario 1 mahdollistaa tämän Hyrylän keskustassa ja skenaario 2 keskustan ulkopuolella. Liikepaikkojen tarjonnasta huolimatta liiketoimintaa ei välttämättä kehitetä, mikäli liikepaikat eivät vastaa riittävästi kaupan toiminta- ja kehittämisedellytyksiin. Tästä on osoituksena Hyrylässä toimintansa lopettanut S-market, jonka tilalle ei vallitsevassa myymälä- ja keskustarakenteessa ole vielä löytynyt jatkajaa. Kannattava liiketoiminta on edellytys kaupan kehittymiselle.

7.5 Päivittäistavarakaupan mahdollisia kehittämisspolkuja

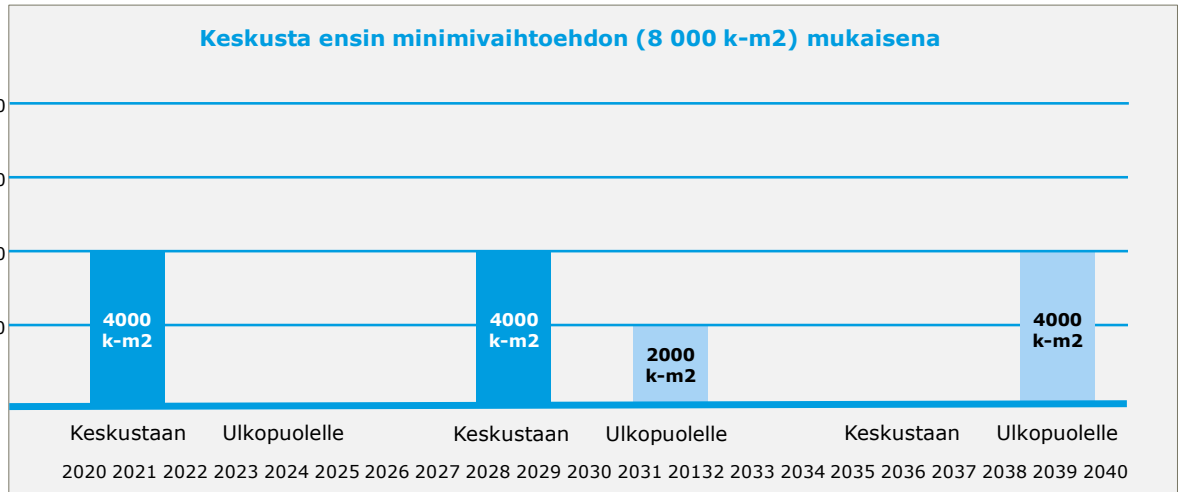
Hyrylän päivittäistavarakauppaa kehitettäessä kaavoituksella on mahdollistettava eri näkökulmat huomioiva, mutta kunnan tavoitteisiin parhaiten vastaava ja vaiheistettavissa oleva liikerakentaminen. Vaiheistettavuus antaa myös nykyisille ja tuleville myymälöille ”kertatoteuttamista” paremmat mahdollisuudet sopeutua muuttuvaan kilpailutilanteeseen. Koska vaikutusten arvioinnin perusteella kumpaakaan skenaariota ei ole perusteltua toteuttaa sellaisenaan, maankäytön suunnittelun tueksi hahmotettiin erilaisia mahdollisia kehittämisspolkuja. Ja koska pelkkä kaupan mitoituksen tarkastelu yleisellä tasolla ja ilman rakentumisen etenemistä ei ota huomioon kaupan toimijoita, kehittämisspoluissa tuodaan esiin myös tämä näkökulma.

Kehittämisspolujen kaupan mitoitusta ohjaavana liiketilan lisätarpeena on Tuusulan yleiskaavan 2040 mahdollistaman väestönkasvun mukainen lisätarve pyörästettyinä hankkeiden tarkasteluko- lokuokkiin (noin 2 000 k-m² ja 4 000 k-m²), jolloin liiketilan lisätarve on vuoteen 2020 noin 4 000 k-m², vuosina 2020 - 2030 noin 6 000 k-m² ja vuosina 2030 - 2040 noin 8 000 k-m². Kooltaan suurten myymälöiden lisäksi Hyrylään on mahdollista sijoittaa pieniä (alle 500 k-m²:n) myymälöitä kaikissa kehittämisspoluissa. Ne voivat sijoittua sekä väestömäärältään kehittyville alueille, että esimerkiksi Sulan alueelle.

Keskusta ensin minimivaihtoehdon mukaisena. Mikäli toteuttamisjärjestyksessä ensimmäisinä ovat keskustan hankkeet skenaarion 1 minimivaihtoehdon (8 000 k-m²) mukaisina (kuva 27), keskustaan voi sijoittua noin 4 000 k-m² liiketilaa vuoden 2020 tuntumassa. Tämä mahdollistaa kehittämisedellytykset 1 - 2 kaupan toimijalle myymälöiden koosta riippuen. Keskustan ulkopuolisten hankkeiden kehittämiseen ei jää kehittämissvaraa. Myöhemmin 2020-luvulla keskustaan voi sijoittua noin 4 000 k-m² lisää liiketilaa, mikä myös mahdollistaa kehittämisedellytykset 1 - 2 kaupan toimijalle. Keskustan ulkopuolisiin hankkeisiin jää lisäksi kehittämissvaraa noin 2 000 k-m² eli uudet tai uudistetut yhdelle toimijalle. Myymälän sijoittumisella ei ole ratkaisevaa merkitystä keskustakaupan toimintaan, koska keskustassa on jo toimiva myymäläverkko. Loput keskustan ulkopuoliset hankkeet (noin 4 000 k-m²) kahdelle toimijalle voivat toteutua 2030-luvulla.

Kehittämisspolun hyödyt ja haasteet

- Päivittäistavarakaupan kehittäminen keskustasta alkaen tukee Hyrylän keskustan kehittämissuunnitelmia ja keskustan asemaa tulevana HSL-liikenteen solmukohtana sekä parantaa keskustahakuisen erikoiskaupan toimintaedellytyksiä ja kaupan palvelujen saavutettavuutta väestökehityksen tulevalle painopistealueella
- Ei heikennä merkittävästi nykyisten päivittäistavaramyymälöiden toimintaedellytyksiä
- Jo yksikin toteutuva hanke saattaa saada aikaan myönteisen kehityskierteen keskustakaupan kehittämisessä
- Antaa keskustan ulkopuolisille hankkeille kehittämismahdollisuuksia 2020-luvulla
- Kehityksen toteuttaminen edellyttää infrastruktuuri-investointeja ja sitoutumista pitkäjänteiseen ja tavoitteelliseen kehitystyöhön

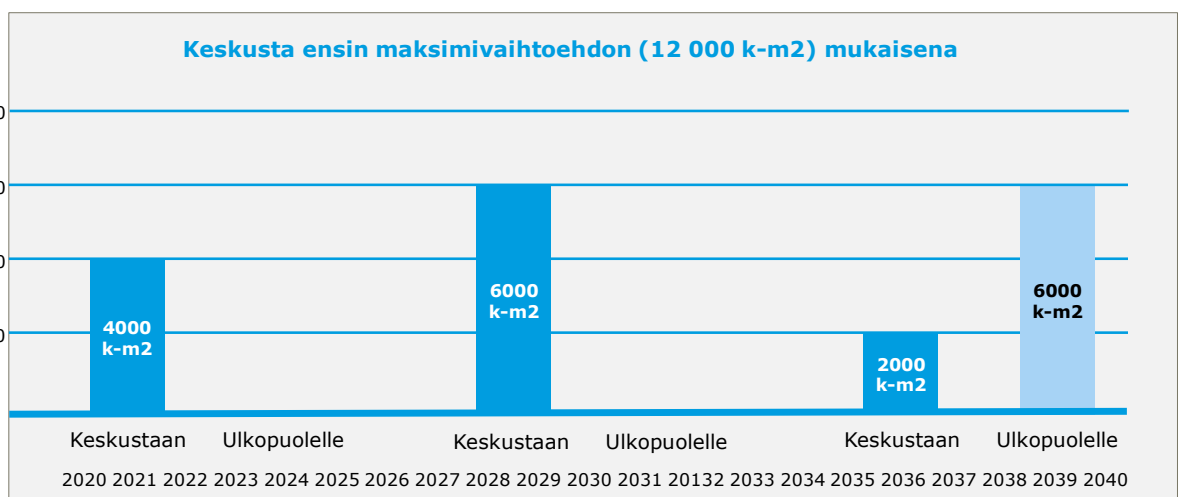


Kuva 27 Keskusta ensin minimivaihtoehdon mukaisena.

Keskusta ensin maksimivaihtoehdon mukaisena. Mikäli päivittäistavarakauppaa kehitetään skenaarion 1 maksimivaihtoehdon (12 000 k-m²) mukaan, keskustaan voi sijoittua noin 4 000 k-m² liiketilaa vuoden 2020 tuntumassa (1 - 2 toimijaa) ja noin 6 000 k-m² lisää myöhemmin 2020-luvulla, mikä riittää kaikille kaupan toimijoille (kuva 28). Maksimivaihtoehdo kokonaisuudessaan voi toteutua 2030-luvulla. Myös keskustan ulkopuolisten hankkeiden kehittäminen on mahdollista vasta 2030-luvulla. Myymälöiden sijoittumisella ei ole ratkaisevaa merkitystä keskustakaupan toimintaan, koska keskustassa on jo toimiva myymäläverkko.

Kehittämispolun hyödyt ja haasteet

- Päivittäistavarakaupan kehittäminen keskustasta alkaen tukee Hyrylän keskustan kehittämissuunnitelmia ja keskustan asemaa tulevana HSL-liikenteen solmukohtana sekä parantaa keskustahakuisen erikoiskaupan toimintaedellytyksiä ja kaupan palvelujen saavutettavuutta väestökehityksen tulevilla painopistealueella
- Noin 12 000 k-m²:n toteutuminen on epävarmaa ja toteutuessaan voi heikentää keskustan nykyisten pienten päivittäistavaramyymälöiden toimintaedellytyksiä
- Jo yksikin toteutuva hanke saattaa saada aikaan myönteisen kehityskierteen keskustakaupan kehittämisessä
- Antaa keskustan ulkopuolisille hankkeille kehittämismahdollisuuksia 2030-luvulla
- Kehityksen toteuttaminen edellyttää infrastruktuuri-investointeja ja sitoutumista pitkäjänteiseen ja tavoitteelliseen kehitystyöhön

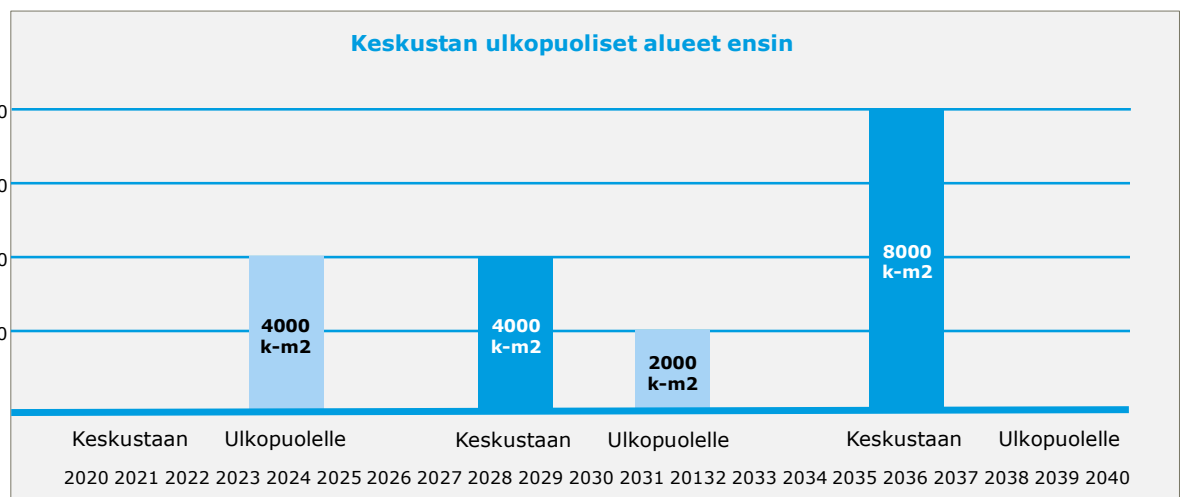


Kuva 28 Keskusta ensin maksimivaihtoehdon mukaisena.

Keskustan ulkopuoliset alueet ensin. Mikäli päivittäistavarakaupan kehittämisessä lähdetään liikkeelle keskustan ulkopuolisista hankkeista (kuva 29), Mahlamäen, Terran, Amerin tai Sahankulman alueille voi vuoden 2020 tuntumassa sijoittua noin 4 000 k-m² päivittäistavarakaupan liiketilaa kahdelle kaupan toimijalle. Kolmannelle toimijalle (2 000 k-m²) avautuu kehittämismahdollisuus myöhemmin 2020-luvulla, jolloin myös 1 - 2 toimijan hanke voi edetä keskustassa (noin 4 000 k-m²). Muut keskustan hankkeet voivat toteutua 2030 -luvulla.

Kehittämispolun hyödyt ja haasteet

- Tukee keskustan eteläpuolisten hankkeiden osalta tilaa vaativan erikoiskaupan toimintaedellytyksiä Sulan ja Tuusulanväylän alueilla
- Parantaa päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuutta Mahlamäen, Sahankulman, Amerin ja Terran lähialueilla
- Keskustan eteläpuoliset hankkeet saattavat heikentää lähiympäristössään olevien pienten myymälöiden toimintaedellytyksiä
- Antaa keskustan hankkeille kehittämismahdollisuuksia 2020-luvulla, mutta hankkeiden toteutuminen voi mahdollisuuksista huolimatta siirtyä 2030-luvulle
- Ei tue Hyrylän keskustan kehittämissuunnitelmia
- Kehitys voi toteutua nopeasti ilman merkittäviä infrastruktuuri-investointeja



Kuva 29 Keskustan ulkopuolinen alue ensin.

7.6 Kehittämispolun valinta

Edellä esimerkinomaisesti ja kaavamaisesti kuvattujen kolmen mahdollisen kehittämisspolun lisäksi valittavana on muitakin Hyrylän päivittäistavarakaupan kehittämisen etenemispolkuja. Tämän selvityksen tarkoituksena oli tuoda esiin ja nostaa keskusteluun erilaisia kehittämismahdollisuuksia, mutta niistä ei tässä yhteydessä ollut tarkoitus valita yhtä ja oikeaa. Kehittämisspolun valinta tehdään tämän selvityksen pohjalta kunnanvaltuuston päätöksellä ja Hyrylän keskustan - ei vain päivittäistavarakaupan - kehittämisen edistämiseksi päätökseen tulee myös sitoutua.

8. LÄHTEET

A.C.Nielsen Finland Oy (2017). Myymälärekisteri 2016.

HE251/2016. Hallituksen esitys eduskunnalle maankäyttö- ja rakennuslain muuttamisesta.

HE 334/2014 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi maankäyttö- ja rakennuslain sekä maankäyttö- ja rakennuslain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöksen muuttamisesta.

HE 09/2010. Hallituksen esitys eduskunnalle maankäyttö- ja rakennuslain muuttamisesta.

Kaupan liitto (2015). Verkkokauppatilasto 2014.

Liikennevirasto (2014). Liikkumisen ohjaus kaupan alalla, esiselvitys.

Porvoo kaupunki (2011). Kuninkaanportin ja Eestinmäen alueen kaupallisten ratkaisujen vaikutusten arvioinnin päivitys ja lisäselvitys.

Päivittäistavarakauppa ry (2017). Päivittäistavarakauppa 2016.

Suomen Kauppakeskusyhdistys ry (2016). Kauppakeskukset 2016 -julkaisu.

Suomen Kauppakeskusyhdistys ry (2015). Kauppakeskukset 2015 -julkaisu.

Tuusulan kunta (2017). Tuusulan yleiskaava 20140, ehdotus.

Tuusulan kunta (2015). Sulan osayleiskaava.

Uudenmaan liitto (2014). Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaava, selostus.

Uudenmaan liitto (2013). Uudenmaan kaupan palveluverkon mitoittaminen ja vaikutusten arviointi.

Ympäristöministeriö (2014). Keskusta-alueet ja vähittäiskauppa kaupunkiseuduilla. Ympäristöministeriön raportteja 8/2014.

Ympäristöministeriö (2013). Vähittäiskaupan suuryksiköiden kaavoitus. Ympäristöhallinnon ohjeita 3/2013.

Ympäristöministeriö (2010). Selvitys paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupasta.

Ympäristöministeriö (2007). Kauppa maakuntakaavoituksessa. Ympäristöministeriön raportteja 23/2007.

Ympäristöministeriö (2000). Suositus paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnasta. Maankäyttö- ja rakennuslaki 2000 -julkaisusarjan opas 2.

LIITE 1. KAUPAN MÄÄRITELMIÄ

KAUPAN TOIMIALAT

Vähittäiskauppa

- Päivittäistavarakauppa ja erikoiskauppa

Päivittäistavarakauppa

- Elintarvikkeiden ohella tuotteet, joita hankitaan ruokaostosten yhteydessä (kodin paperit, kosmetiikka ym.)

Erikoiskauppa

- Erikoiskauppa jaetaan keskustahakuiseen erikoiskauppaan ja paljon tilaa vaativaan erikoiskauppaan (käytetään myös termiä tilaa vaativa kauppa)
- Keskustahakuinen erikoiskauppa
 - esimerkiksi apteekit, muotikaupat, optikot, kelloliikkeet ja kukkakaupat
- Paljon tilaa vaativa erikoiskauppa
 - huonekalu-, kodintekniikka-, rauta-, puutarha-, vene- ja autokauppa

KAAVOITUKSELLISIA MÄÄRITELMIÄ

Vähittäiskaupan suuryksikkö

- Määritelty maankäyttö- ja rakennuslaissa
- Yli 4 000 k-m²:n suuruinen vähittäiskaupan myymälä

Seudullinen tilaa vaativa kauppa

- Ei ole määritelty maankäyttö- ja rakennuslaissa, mutta käytetään kaavamääräyksissä
- Vähittäiskaupan suuryksikkö tai usean myymälän muodostamaa vähittäiskaupan alue, jolla voidaan arvioida olevan yhtä kuntaa laajempia eli seudullisia vaikutuksia

Keskustaan soveltumaton kauppa

- Ei ole määritelty maankäyttö- ja rakennuslaissa, mutta käytetään kaavamääräyksissä
- Kaupan toimialat, jotka eivät kilpaile keskustaan sijoittuvan kaupan kanssa ja joiden sijoittaminen keskustaan on toiminnan luonteen ja ison tilatarpeen vuoksi vaikeaa

LIITE 2. VÄHITTÄISKAUPAN TOIMIALAT

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA (A.C.Nielsen Finland Oy)

Hypermarket

- Myyntipinta-ala 2 500 m² tai yli, päivittäistavaroiden osuus myynnistä alle 2/3
- Citymarket ja Prisma, ei ole Tuusulassa

Tavaratalo

- Myyntipinta-ala 1 000 m² tai yli, päivittäistavaroiden osuus myynnistä alle 2/3
- Tuusulassa Tokmanni

Supermarket, iso

- Myyntipinta-ala 1 000 m² tai yli, päivittäistavaroiden osuus myynnistä yli 2/3
- Tuusulassa K-supermarketit Hyrylä ja Jokela, S-market Tuusula ja Lidl

Supermarket, pieni

- Myyntipinta-ala 400 - 999 m², päivittäistavaroiden osuus myynnistä yli 2/3
- Tuusulassa K-marketit Parila ja Kellokoski, K-supermarket Kellokoski ja S-market Jokela

Valintamyymälä, iso

- Myyntipinta-ala 200 - 399 m²
- Tuusulassa K-market Hyrylä ja Alepa Riihikallio

Valintamyymälä, pieni

- Myyntipinta-ala 100 - 199 m²
- Ei ole Tuusulassa

Pienmyymälä

- Myyntipinta-ala alle 100 m²
- Ei ole Tuusulassa

Erikoismyymälä

- Esimerkiksi leipomomyymälät, Tuusulassa Ph7:n leipomomyymälä

KESKUSTAHAKUINEN ERIKOISKAUPPA (Tilastokeskus)

Tavaratalokauppa

- Itsepalvelutavaratalot (yli 2 500 m²)
- Pienoistavaratalot ja muut erikoistumattomat myymälät enintään 2 500 m²)

Alkot ja apteekit ym.

- Alkoholi- ja muiden juomien vähittäiskauppa
- Apteekit
- Terveystarvikkeiden vähittäiskauppa
- Kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden vähittäiskauppa

Muotikauppa

- Naisten vaatteiden vähittäiskauppa
- Miesten vaatteiden vähittäiskauppa
- Turkisten ja nahkavaatteiden vähittäiskauppa
- Lastenvaatteiden vähittäiskauppa
- Lakkien ja hattujen vähittäiskauppa
- Vaatteiden yleisvähittäiskauppa
- Jalkineiden vähittäiskauppa
- Laukkujen vähittäiskauppa

Tietotekninen erikoiskauppa

- Tietokoneiden, oheislaitteiden ja ohjelmistojen vähittäiskauppa
- Televiestintälaitteiden vähittäiskauppa
- Viihde-elektronikan vähittäiskauppa

Muu erikoiskauppa

- Kankaiden vähittäiskauppa
- Lankojen ja käsityötarvikkeiden vähittäiskauppa
- Mattojen vähittäiskauppa
- Sähkötarvikkeiden ja valaisimien vähittäiskauppa
- Kumi- ja muovitarvikkeiden vähittäiskauppa
- Taloustavaroiden vähittäiskauppa
- Soittimien ja musiikkitarvikkeiden vähittäiskauppa
- Kodintekstiilien vähittäiskauppa
- Muu sisustustekstiilien ja -tarvikkeiden vähittäiskauppa
- Kirjojen vähittäiskauppa
- Paperi- ja toimistotarvikkeiden vähittäiskauppa
- Aikakausjulkaisujen ja lehtien vähittäiskauppa
- Urheilualan vähittäiskauppa
- Pelien ja leikkikalujen vähittäiskauppa
- Kukkien vähittäiskauppa
- Kukkakioskit
- Lemmikkieläinten vähittäiskauppa
- Kultasepänteosten ja kellojen vähittäiskauppa
- Taideliikkeet
- Valokuvausalan vähittäiskauppa
- Optisen alan vähittäiskauppa
- Lastenvaunujen ja -tarvikkeiden vähittäiskauppa
- Lahjatavaroiden ja askartelutarvikkeiden vähittäiskauppa
- Muiden uusien tavaroiden vähittäiskauppa
- Antiikkiliikkeet
- Antikvariaattikauppa
- Muiden käytettyjen tavaroiden vähittäiskauppa

TILAA VAATIVA ERIKOISKAUPPA (Tilastokeskus)

Autokauppa

- Henkilöautojen ja kevyiden moottoriajoneuvojen vähittäiskauppa
- Matkailuvaunujen ja muualla luokittelemattomien moottoriajoneuvojen vähittäiskauppa
- Moottoriajoneuvojen osien ja varusteiden vähittäiskauppa (pl. renkaat)
- Renkaiden vähittäiskauppa
- Moottoripyörien sekä niiden osien ja varusteiden vähittäiskauppa

Rautakauppa

- Rauta- ja rakennustarvikkeiden yleisvähittäiskauppa
- Maalien vähittäiskauppa
- Keittiö- ja saniteettitilojen kalusteiden vähittäiskauppa
- Muu rauta- ja rakennusalan vähittäiskauppa
- Lukkoseppä- ja avainliikkeet

Kodintekniikkakauppa

- Sähköisten kodinkoneiden vähittäiskauppa

Huonekalukauppa

- Huonekalujen vähittäiskauppa

Muu tilaa vaativa kauppa

- Tapettien ja lattianpäällysteiden vähittäiskauppa
- Veneiden ja veneilytarvikkeiden vähittäiskauppa
- Puutarha-alan vähittäiskauppa