

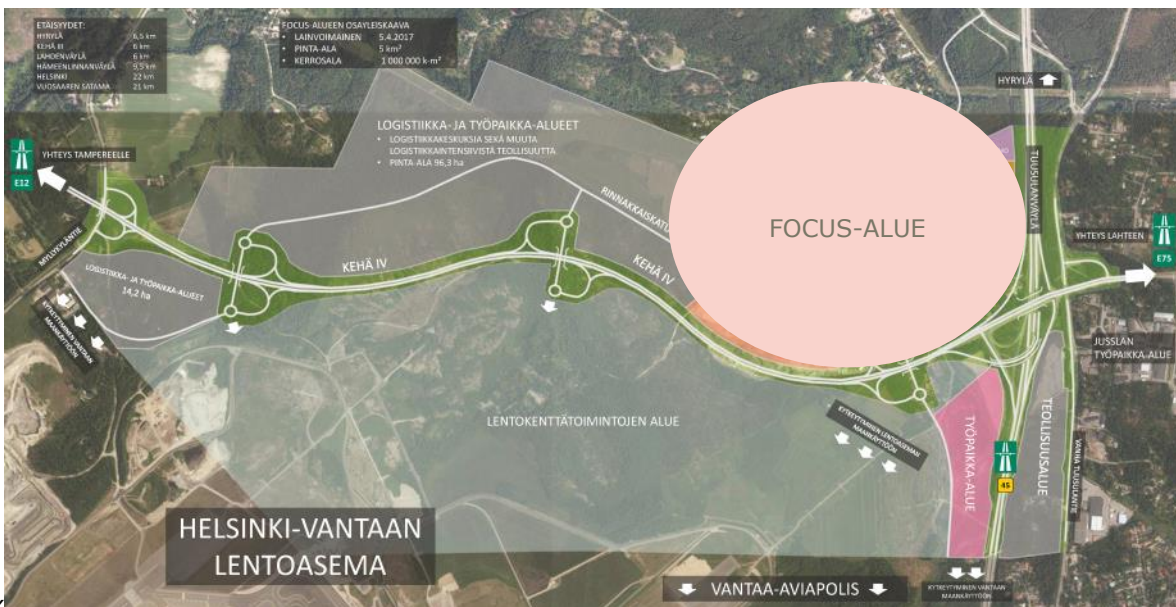
Vastaanottaja
Tuusulan kunta

Asiakirjatyyppi
Raporttiluonnos

Päivämäärä
20.9.2021

Tuusulan Focus-alue

KAUPALLINEN JA TOIMINNALLINEN KEHITTÄMINEN



SISÄLTÖ

1.	ALKUSANAT	3
2.	MAANKÄYTTÖLLISET REUNAEDOT	4
2.1	Maankäyttö- ja rakennuslaki	4
2.2	Uusimaa-kaava 2050	5
2.3	Focus-alueen osayleiskaava	9
3.	TOIMINTAYMPÄRISTÖN ANALYYSI	10
3.1	Kauppan palveluverkko	10
3.2	Kauppan palvelujen kysyntä	12
3.2.1	Väestö vuosina 2020 ja 2040	12
3.2.2	Ostovoima ja ostovoiman siirtymä	12
3.2.3	Liiketilän laskennallinen lisätarve	15
3.2.4	Liikenne ja saavutettavuus	16
3.3	Kauppan kehitystrendejä	16
3.3.1	Verkkokaupan kehitys ja digitalisaatio	16
3.3.2	Kulutuskäyttäytymisen muutos	17
3.3.3	Tarjonnan trendit	17
3.3.4	Kauppakeskusten ja kivijalkakauppojen tulevaisuus	21
4.	FOCUS-ALUEEN KEHITTÄMISEN LÄHTÖKOHTIA	23
4.1	Lähialueen palvelutarjonta	23
4.2	Lentoaseman läheisyys	26
4.2.1	Stopover -matkustajat	26
4.2.2	Kauppa ja muut toiminnot lentoaseman läheisyydessä, esimerkkejä	27
4.3	Focus-alueen kehittämispotentiaali eri toimijoiden näkökulmasta	28
5.	FOCUS -ALUEEN KEHITTÄMISVAIHTOEHDOT	31
5.1	Mahdolliset vaihtoehtoiset sijoittumisalueet	31
5.2	Focus -alueen kehittämismvaihtoehdot	32
5.2.1	Vaihtoehto 1 (tilaa vaativa kauppa ja elämykset)	33
5.2.2	Vaihtoehto 2 (verkkokauppa ja tilaa vaativan kaupan reservialue)	34
6.	VAIKUTUSTEN ARVIOINTI	35
7.	JATKOSUUNNITTELUSSA HUOMIOITAVAA	38
7.1	Focus -alueen kehittämisen reunaehdot	38
7.2	Focus -alueen profilointi	39
7.3	Kehittämismvaihtoehdoista asemakaavoitukseen	39
7.4	Toimivan kilpailun edistäminen	40
8.	ENTÄ JOS FOCUSTA EI KEHITETÄ KAUPAN ALUEENA?	42
9.	LÄHTEET	44

1. ALKUSANAT

Tehtävänä oli laatia Tuusulan Focus -alueen maankäytön kehittämisen tueksi alueen kaupallista ja toiminnallista sisältöä ("millaisia toimintoja, kuinka paljon ja minne") koskeva selvitys. Työssä tarkasteltiin ensin neljää alueellisesti ja toiminnallisesti erilaista mahdollista kehittämismahdollisuutta ja vertailtiin niitä keskenään. Vertailun perusteella tarkasteluvaihtoehdoiksi määräytyi kaksi mahdollista kehittämismahdollisuutta.

Vaihtoehtoja ei tässä vaiheessa pidä ymmärtää sellaisenaan kaavaehdotukseen tuotavina ratkaisuuksina, vaan niiden kautta pyritään selvittämään alueelle soveltuvien liikeideoiden toteuttamisen vaikutuksia ja osayleiskaavan liikkumavaraa vaikutusten arvioinnin kautta.

Lopullisen kaupan konseptin ei ole tarkoitus kilpailla muiden lähistöllä sijaitsevien kaupallisten alueiden kuten Helsinki-Vantaan lentoaseman, Aviapoliksen, Tammiston ja Hyrylän kanssa, vaan hyödyntää alueen logistista sijaintia ja matkustajavirtoja Helsinki-Vantaan lentoaseman kupeessa.

Työtä ohjasi ohjausryhmä, johon kuuluivat Anne Olkkola, Petteri Puputti, Toni Popovic, Henna Lindström, Lauri Kopposela ja Kristiina Salo Tuusulan kunnasta. Työstä vastasi projektipäällikkönä FM Kimmo Koski Ramboll Finland Oy:stä.

2. MAANKÄYTÖLLISET REUNAEDOT

2.1 Maankäyttö- ja rakennuslaki

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

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

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

Kaupan sijainnin sääntely ja kuntien tontinluovutusmenettelyt on nostettu esille yhtenä toimivan kilpailun esteenä. Tämä asia on huomioitu myös maankäyttö- ja rakennuslaissa, johon tehtiin keväällä 2015 kilpailun toimivuutta koskeva lisäys. Kaavoja valmistelevien viranomaisten tehtävä on huolehtia siitä, että alalla jo toimivien yritysten lisäksi kaavoitusprosessissa huomioidaan uusien toimijoiden alalle tulon edellytykset. Kilpailun toimivuuden edistämisen kannalta on olennaista, että kaavoituksella luodaan mahdollisuudet uusien liikeideoiden kehittämiseen ja edellytykset uusien toimijoiden alalle tulolle. Kilpailun kannalta toivottavia ovat kaavaratkaisut, jotka ovat joustavia ja jättävät vaihtoehtoja toteutukseen. Elinkeinoelämän kilpailuasioiden huomioon ottaminen on yksi keskeisistä kaavoituksessa edistettävistä asioista. Lakimuutoksen tavoitteena on, että yrityksille osoitettaisiin laadultaan ja määrältään riittävästi sijoittautumispaikkoja (HE 334/2014 vp).

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

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

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

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

Toteutetut muutokset vähentävät merkittävästi niiden myymälöiden joukkoa, jotka kuuluvat vähittäiskaupan suuryksiköjä koskevan erityisen sijainnin ohjauksen piiriin. Lakimuutoksen myötä vähittäiskaupan suuryksiköjä 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 suuryksiköjen enimmäismitoituksesta johtuvaa rajoitusta.

Myös keskusta-alueen määrittelyä tarkennettiin lakimuutoksen yhteydessä. Keskusta-alueella tarkoitetaan maakunnan, kunnan tai sen osan toiminnallisesti keskeistä aluetta, jossa sijaitsee tiiviisti ja monipuolisesti keskustahakuisia palvelutoimintoja, kuten erikoiskauppaa, 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 (HE 251/2016 vp).

2.2 Uusimaa-kaava 2050

Uusimaa 2050 -kaavan selostuksessa kaupan palveluverkon kokonaisratkaisu muodostuu keskustatoimintojen alueiden, kaupan alueiden, taajamatoimintojen kehittämisvyöhykkeiden, uusien rai-deliikenteeseen tukeutuvien taajamatoimintojen kehittämisvyöhykkeiden, palvelukeskittymien sekä lentoaseman liikennealuetta koskevien merkintöjen ja määräysten kokonaisuudesta.

Maakuntakaavassa kaupan toimiala on jaettu kahteen luokkaan seuraavasti:

- Keskustahakuinen kauppa tarkoittaa päivittäistavarakauppaa ja muun erikoistavaran kauppaa. Keskustahakuinen kauppa sijoittuu keskustoihin, jotka ovat hyvin saavutettavissa kes-tävillä kulkutavoilla. Lähiympäristössä on paljon asukkaita ja joukkoliikenneyhteydet kes-kustaan ovat pääsääntöisesti toimivia. Päivittäistavarakauppa on lähipalvelua ja toimiak-seen taloudellisesti, täytyy päivittäistavarakaupan läheisyydessä olla riittävä asukas pohja. Päivittäistavarakaupassa kerrosalaltaan 4 000 neliömetrin kokoinen myymälä tarvitsee ny-kyisin 9 400 asukasta toimiakseen keskimääräisellä myyntitehokkuudella. Vuonna 2050 päivittäistavarakaupan vaatima asukas pohja on 7 400 asukasta ostovoiman kasvaessa. Oletuksena asukas pohjalle on, että kaikki asukkaat asioivat tässä myymälässä. Keskusta-hakuisella muun erikoistavaran kaupalla tarkoitetaan kaikkia niitä erikoiskaupan toimialoja,

jotka eivät ole tilaa vaativaa kauppaa. Muun erikoistavaran kauppooja ovat mm. vaate-, kenkä-, kirja-, urheilu- ja sisustuskaupat, apteekit, Alkot ja muut tiettyihin kulutushyödykkeisiin erikoistuneet kaupat. Muun erikoistavaran kaupassa vähittäiskaupan suuryksiköt ovat yleensä laajan tavaravalikoiman myymälöitä. Laajan tavaravalikoiman kaupat ovat hypermarketteja, tavarataloja ja muita laajan tavaravalikoiman myymälöitä kuten Tokmanni ja Biltema.

- Tilaa vaativa kauppa on erikoiskauppaa, jossa myytävien tuoteryhmien tarvitsemat tilantarpeet ovat suuria, kuten auto-, rauta-, huonekalu-, puutarha- ja maatalouskauppa. Tilaa vaativa kauppa sijoittuu keskusten ulkopuolelle ja keskittyy kaupan alueille. Kaupan alueet sijoittuvat yleensä hieman heikommalle saavutettavuusvyöhykkeelle kuin läheinen keskusta. Kaupan alueet ovat myös yleisesti heikommin saavutettavissa kestäväillä kulkumuodoilla. Kaupan alueet sijoittuvat kuitenkin melko lähelle keskustoja ja ovat yleensä taajamiin johtavien pääväylien varrella. Kaupan alueiden sijoittumisen ja mitoituksen lähtökohdista ovat tilaa vaativan kaupan kannalta riittävä lähiasutus ja ostovoima, jolloin asiointimatkat ovat kohtuullisia.

Uusimaa-kaavan tavoitteena on tukea keskustojen elinvoimaa ja arjen sujuvuutta. Tätä tavoitetta vahvistetaan siten, että keskuksille ei osoiteta kaupan mitoitusta eikä kaupan laadullisia rajoituksia. Maakuntakaavassa on osoitettu enimmäismitoitukset keskusten ulkopuolisille kaupan alueille sekä osoitettu merkittävyydeltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön koon alarajat koko Uudellemaalle, kehitettävälle vyöhykkeille ja palvelukeskittymille. Kaupan alueet maakuntakaavassa esitetään kuvassa 1.

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

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

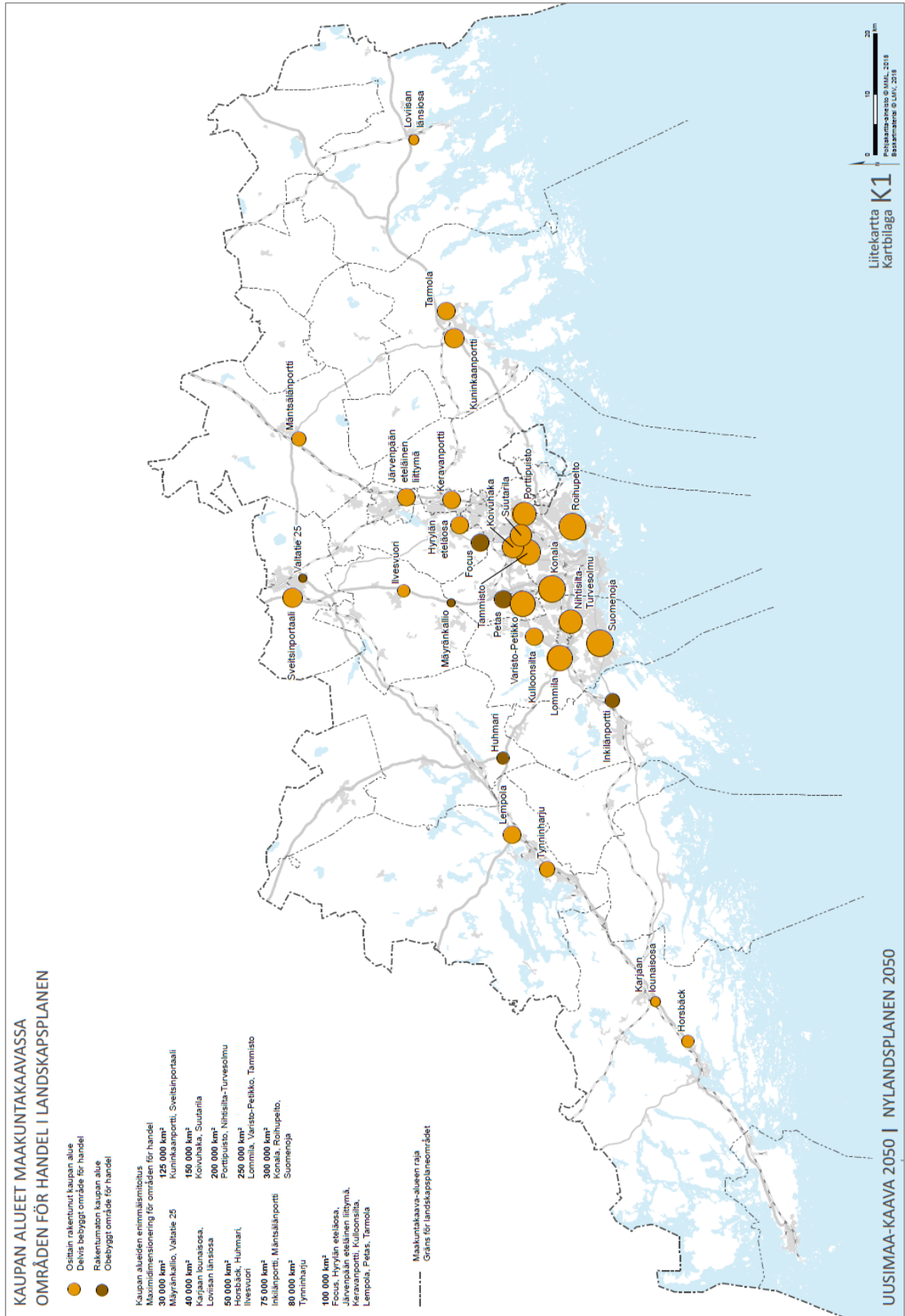
Pääkaupunkiseudulla

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

Pääkaupunkiseudun ulkopuolella

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

Kaupan alueet ovat rakenteeltaan erilaisia kuin keskukset ja niiden vetovoima on erilainen. Kaupan alue on seudullisesti merkittävän tilaa vaativan vähittäiskaupan suuryksikköjen alue. Alueelle mahdollisesti sijoittuvan keskustahakuisen kaupan tulee olla vain paikallisesti merkittävää. Kaupan alueen asiointiliikenteen ympäristöhäiriöitä voidaan vähentää kiinnittämällä huomiota kestävästä liikkumisen toteuttamiseen. Kaupan alueen palveluiden toteuttaminen tulee kytkeä ajallisesti joukko liikenteen toteuttamiseen. Lisäksi kaupan alueen palveluiden tulee mahdollisuuksien mukaan olla saavutettavissa myös kävellen ja pyöräillen. Maakuntakaavassa Tuusulaan on osoitettu kolme merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikköä: Focus (enimmäismitoitus on 100 000 k-m²), Hyrylän eteläosa (enimmäismitoitus 100 000 k-m²) ja Järvenpään eteläinen liittymä (enimmäismitoitus on 100 000 k-m², josta Tuusulan puolelle Tuomalaan sijoittuu 35 000 k-m²).



Kuva 1

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

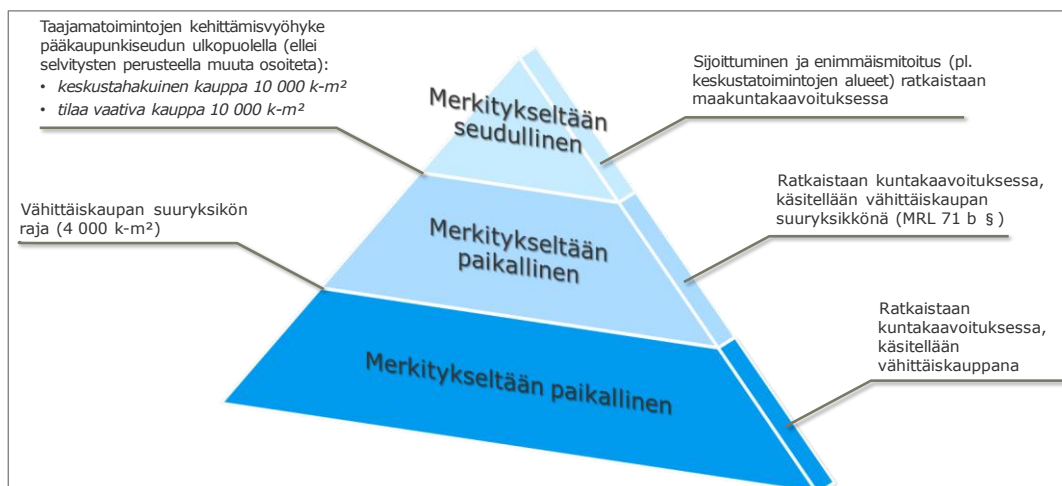
Kaupan palvelurakenteen tasapainoinen kehitys on huomioitu osoittamalla kaupan alueille enimmäismitoituksen lisäksi myös kaupan laatu saavutettavuuden ja maankäyttö- ja rakennuslain sisältövaatimusten (71 b §) mukaisesti. Kaupan laadun kannalta oleellista on kaupan alueen vaikutus keskukseen ja sen kehittämiseen.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

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

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

Kaikille kaupan alueille on osoitettu kaupan enimmäismitoitukset. Yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa tulee osoittaa kaupan alueen enimmäismitoitus ja mitoituksen jakautuminen kaupan alueella. Kaupan alueiden enimmäismitoituksessa tulee huomioida, että enimmäismitoitukseen laskeaan kuuluviksi merkitykseltään seudullisen ja paikallisen vähittäiskaupan olemassa oleva ja uusi liiketila. Uusimaa-kaavassa 2050 ei ole mitoitettu keskustatoimintojen alueita.

Kuvassa 2 havainnollistetaan maankäyttö- ja rakennuslain kaupan suuryksikkörajaa sekä Uusimaa-kaavan 2050 seudullisuuden rajaa.



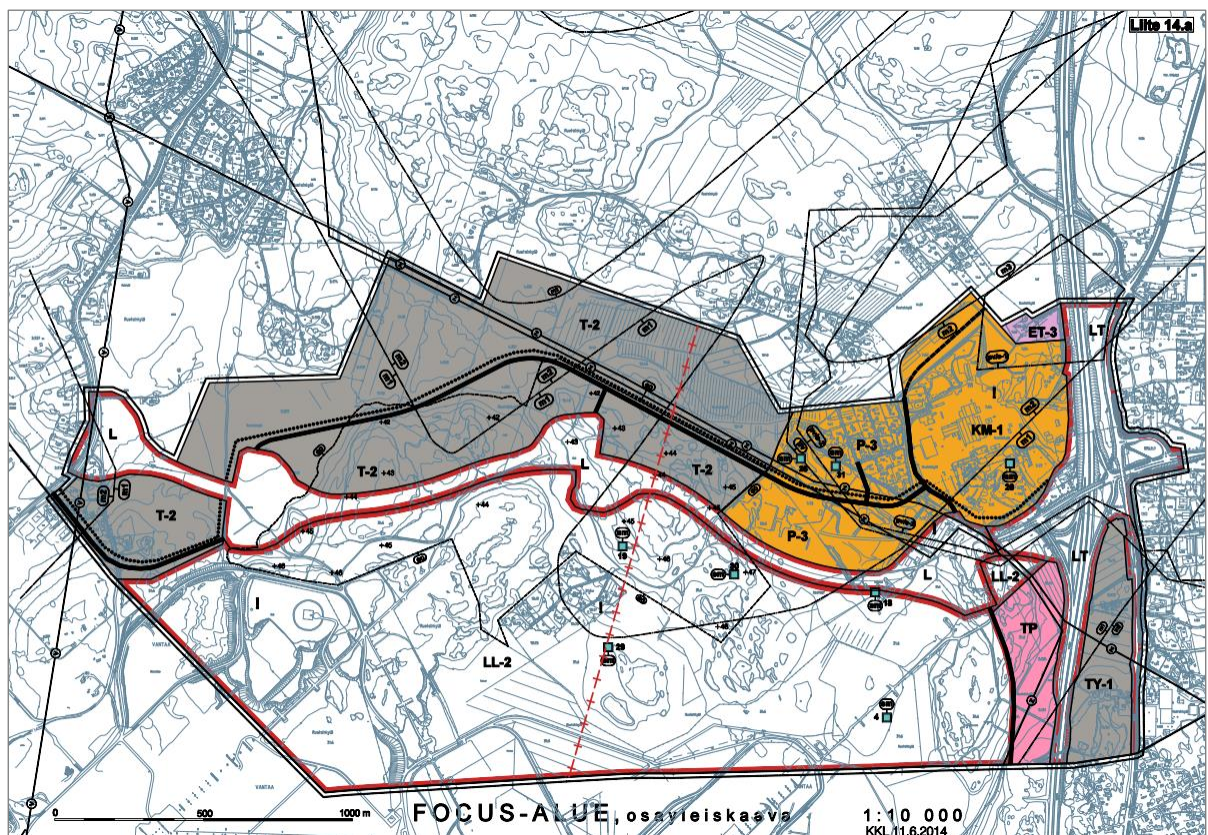
Kuva 2

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

2.3 Focus-alueen osayleiskaava

Osayleiskaavassa Tuusulanväylän ja Kehä IV:n liittymäalueen pohjoispuolelle on osoitettu kaupallisten palvelujen alue KM-1, jolle saa sijoittaa vähittäiskaupan suuryksikön. Alueelle voidaan asemakaavassa osoittaa keskusta-alueiden ulkopuolelle soveltuvaa seudullista tilaa vaativaa erikoistavarankauppaa, joka muodostaa seudulliseen vähittäiskaupan suuryksiköön verrattavissa olevan myymäläkeskittymän. Alueen kaupallisten palvelujen rakennusoikeuden enimmäismäärä on 100 000 k-m². Alueelle saa sijoittaa enintään kaksi kappaletta enintään 2 000 k-m²:n suuruisia päivittäistavarakaupan yksikköä. KM-1 -merkintä toteuttaa Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavaa, jossa alueelle on osoitettu merkitykseltään seudullinen vähittäiskaupan suuryksikkö.

Yleiskaavassa on osoitettu lisäksi palvelujen ja hallinnon alue (P-3), joka sijoittuu nykyiselle Sammonmäen asuntoalueelle ja sen eteläpuolelle. Alue on tarkoitettu yksityisille palveluille ja työpaikoille. Alueella ei sallita uutta asumista eikä kaupan palveluita.



Kuva 3 Focus -alueen osayleiskaava (Tuusulan kunta 2014).

3. TOIMINTAYMPÄRISTÖN ANALYYSI

3.1 Kaupan palveluverkko

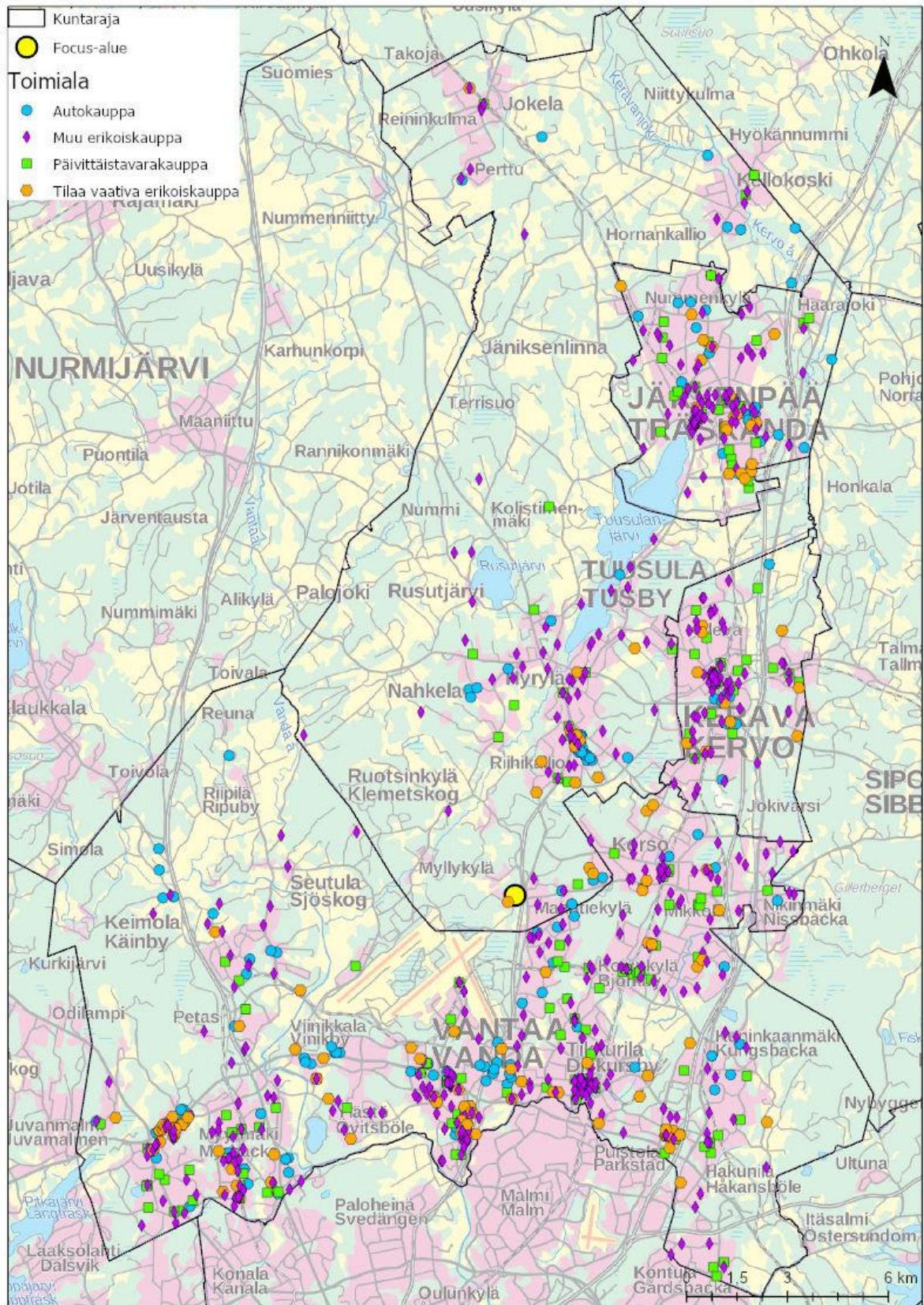
Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisterin mukaan Tuusulassa, Järvenpäässä, Keravalla ja Vantaalla toimi yhteensä 186 päivittäistavaramyymälää vuonna 2019 (taulukko 1 ja kuva 4). Päivittäistavaramyymälöihin lasketaan kuuluviksi mukaan varsinaisten päivittäistavaramyymälöiden (supermarketit ym.) lisäksi myös päivittäistavaroiden erikoisliikkeet kuten leipomomyymälät sekä elintarvikkeita myyvät kioskit.

Erikoiskaupan myymälöitä näissä kunnissa oli yhteensä 822. Toimialoilla, jotka sisältävät pääosin tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä (huonekalu-, kodintekniikka- ja rautakauppa sekä muu tilaa vaativa kauppa kuten puutarha-alan kauppa ja venekauppa) toimi 154 myymälää. Autokaupan alalla toimi lisäksi 180 myymälää. Muu erikoiskaupan eli keskustahakuiseen erikoiskaupan toimialoilla toimi yhteensä 668 myymälää. Keskustahakuiseen erikoiskauppaan kuuluvat Alkot, apteekit, kosmetiikkamyymälät ym., muotikaupat, sekä ns. pienet erikoiskaupat kuten optikot, kelloliikkeet ja kukkakaupat. Tuusulassa päivittäistavarakaupan myymälöitä oli 15, keskustahakuiseen erikoiskaupan myymälöitä 70 ja tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä 13. Autokauppoja Tuusulassa toimi 56.

Taulukko 1 Tuusulan, Järvenpään, Keravan ja Vantaan vähittäiskaupan myymälät vuonna 2019 (Tilastokeskus).

	Tuusula	Järvenpää	Kerava	Vantaa	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa	15	24	22	125	186
Erikoiskauppa yhteensä	83	120	87	532	822
- Keskustahakuinen erikoiskauppa	70	98	77	423	668
- Tilaa vaativa erikoiskauppa	13	22	10	109	154
Vähittäiskauppa yhteensä	98	144	109	657	1008
Autokauppa	56	28	9	87	180
Yhteensä	154	172	118	744	1188

Tuusulan kaupallisesta pääkeskuksesta Hyrylästä löytyvät kunnan suurimmat päivittäistavarakaupat sekä keskustahakuista erikoiskauppaa ja kaupallisia palveluita. Alueen kaupallisina ankkureina toimivat supermarkettasoiset päivittäistavaramyymälät keskustan kaupallisen alueen etelä- ja pohjoispäässä. Sekä eteläpäässä että pohjoispäässä toimii päivittäistavaramyymälöiden lisäksi pieniä erikoisliikkeitä ja kaupallisia palveluita. Etelä-Tuusulan toinen merkittävä kaupan keskittymä on Sahankulman ja Sulan alue Hyrylän eteläpuolella. 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 on pääosin tilaa vaativan erikoiskaupan palveluita tarjoava Sahankulman ja Sulan eteläpuolinen alue Itäväylän varrella (Tuusulan kunta 2018).



Kuva 4 Tuusulan, Järvenpään, Keravan ja Vantaan päivittäistavarakaupan ja erikoiskaupan myymälät vuonna 2019 (Tilastokeskus).

3.2 Kaupan palvelujen kysyntä

3.2.1 Väestö vuosina 2020 ja 2040

Tuusulalaisia oli vuoden 2020 lopussa noin 38 800 (taulukko 2). Tuusulan suurimmat keskukset ovat Hyrylä (noin 23 000 asukasta), Jokela (noin 6 300 asukasta) ja Kellokoski (noin 5 000 asukasta). Muilla alueilla asuu lisäksi noin 4 600 asukasta (www.tuusula.fi). Tuusulan naapurikuntien väestömäärät vuonna 2020 olivat seuraavat: Järvenpää noin 44 500, Kerava noin 37 100 ja Vantaa noin 237 600. Tilastokeskuksen vuoden 2019 väestöennusteen mukaan Tuusulan väestömäärä vuonna 2040 on noin 40 000, Järvenpään noin 51 000, Keravan noin 39 000 ja Vantaan noin 409 000. Vuonna 2016 laaditun, yleiskaavaehdotuksen pohjaksi otetun väestöennusteen mukaan Tuusulan väestömäärä vuonna 2040 on noin 56 000. Väestösuunnitetta on tämän jälkeen tarkennettu ja väestönkasvun on arvioitu olevan merkittävästi vähäisempää. Vuonna 2021 laaditun ennusteen mukaan väestönkasvu on seuraavat vuodet noin 0,75 %/v, jolloin väestömäärä vuonna 2040 olisi noin 45 000. Tuusulan yleiskaava mahdollistaa kuitenkin edelleen tätä suuremman kasvun.

Taulukko 2. Tuusulan, Järvenpään, Keravan ja Vantaan väestö 2020 ja 2040 (Tilastokeskus).

	2020	2040	Muutos	
			lkm	%
Tuusula	38 783	39 984	1 201	3 %
Järvenpää	44 455	50 946	6 491	15 %
Kerava	37 105	39 078	1 973	5 %
Vantaa	237 231	278 937	41 706	18 %
Yhteensä	357 574	408 945	51 371	14 %

3.2.2 Ostovoima ja ostovoiman siirtymä

Vähittäiskaupan ostovoimaa arvioidaan keskimääräisen asukaskohtaisen kulutusluvun kautta. Kulutusluku tarkoittaa yhden henkilön vuodessa vähittäiskauppaan kuluttamaa rahamäärää. Kertomalla kulutusluku alueen väestömäärällä saadaan arvio alueella vähittäiskauppaan kohdistuvasta ostovoimasta. Ostovoimalaskelmien perusteena käytettiin Santasalo Ky:n vuoden 2019 kulutuslukuja (www.santasalo.fi). Ostovoiman arvioinnin lähtökohdaksi otettiin tarkastelukuntien vuoden 2020 väestömäärät. Ostovoiman kasvu vuoteen 2040 laskettiin Tilastokeskuksen väestöennusteen mukaisesti väestömäärin ja kulutuksen kasvuun (taulukko 3) perustuen.

Taulukko 3. Vähittäiskaupan kulutusluvut ja arvio kehityksestä (€/asukas/vuosi).

	2020	2030	2040
Päivittäistavarakauppa ja Alko	4 000	4 400	4 900
Tilaa vaativa erikoiskauppa	1 500	1 800	2 200
Muu erikoiskauppa	2 900	3 500	4 300
Vähittäiskauppa yhteensä	8 400	9 700	11 400

Pitkälle tulevaisuuteen ulottuvat ostovoimalaskelmat sisältävät aina epävarmuutta. Ostovoimalaskelmissa tärkeimmät muuttujat ovat väestöennuste ja kulutusluku. Jos jompikumpi kasvaa selvästi laskelmissa oletettua tasoa vähemmän, on kaupan palveluilla huonommat toteutumisedellytykset. Tässä selvityksessä kulutuksen kasvun arvioitiin olevan 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.

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

Ostovoiman kasvu 2020 - 2040 tarkastelualueen kunnissa on seuraava:

Tuusula

- päivittäistavarakauppa	40 milj. €
- tilaa vaativa erikoiskauppa	31 milj. €
- keskustahakuinen erikoiskauppa	59 milj. €
- vähittäiskauppa yhteensä	130 milj. €

Järvenpää

- päivittäistavarakauppa	70 milj. €
- tilaa vaativa erikoiskauppa	47 milj. €
- keskustahakuinen erikoiskauppa	90 milj. €
- vähittäiskauppa yhteensä	207 milj. €

Kerava

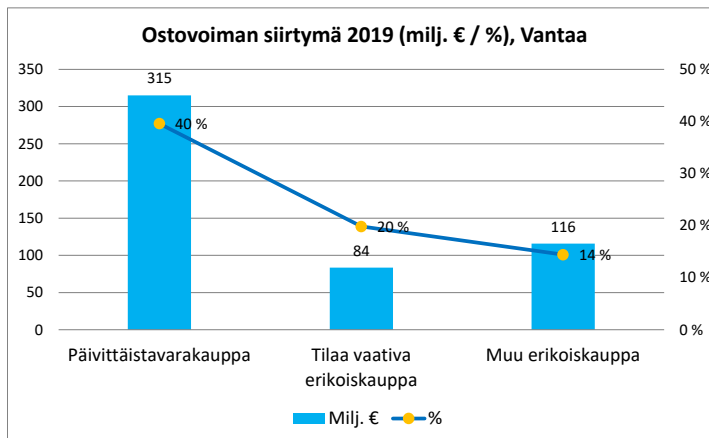
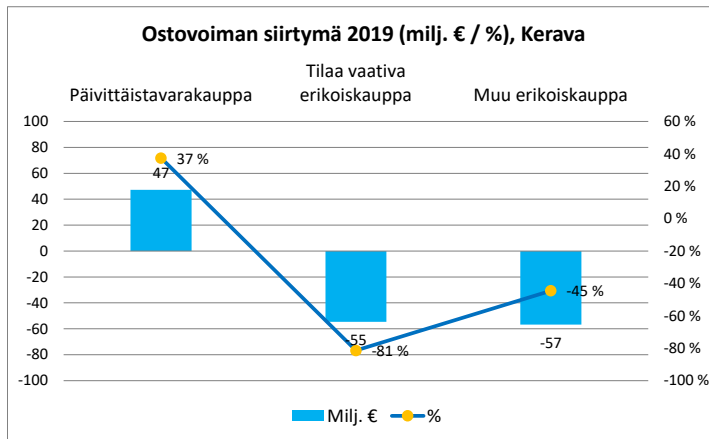
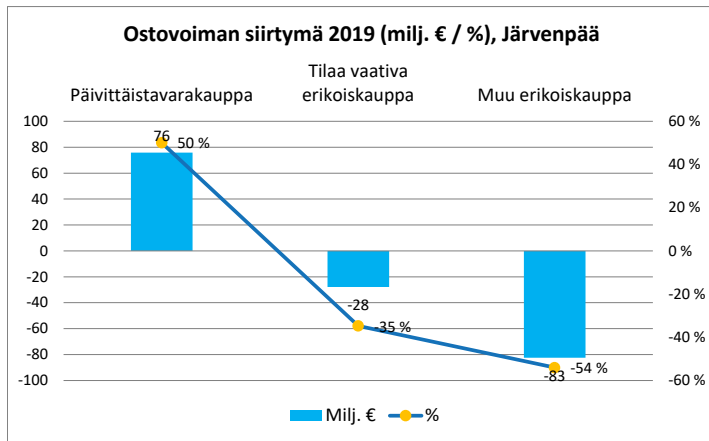
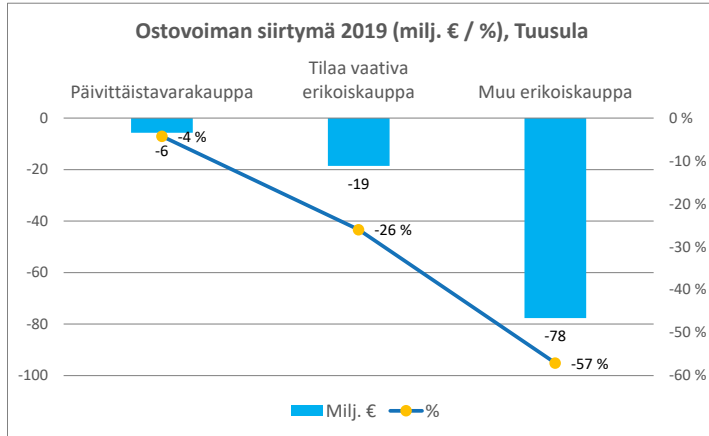
- päivittäistavarakauppa	42 milj. €
- tilaa vaativa erikoiskauppa	31 milj. €
- keskustahakuinen erikoiskauppa	60 milj. €
- vähittäiskauppa yhteensä	134 milj. €

Vantaa

- päivittäistavarakauppa	410 milj. €
- tilaa vaativa erikoiskauppa	266 milj. €
- keskustahakuinen erikoiskauppa	510 milj. €
- vähittäiskauppa yhteensä	1 186 milj. €

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 2019 Tuusulan ostovoiman siirtymä oli negatiivinen (kuva 5). Koko vähittäiskaupassa ostovoimaa virtasi ulos arviolta noin 100 miljoonaa euroa (30 % ostovoimasta). Päivittäistavarakaupassa ulosvirtaus oli noin 6 miljoonaa euroa (-4 %), tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 19 miljoonaa euroa (-26 %) ja muussa erikoiskaupassa noin 78 miljoonaa euroa (78 %). Ulosvirtaus kertoo siitä, että Tuusulan kaupallinen tarjonta ei riitä täyttämään kuntalaisten tarpeita. Erikoiskaupan ostovoimaa virtaa erityisesti Helsingin ja tilaa vaativan erikoiskaupan osalta etenkin Vantaan suuntaan, mutta enenevässä määrin myös verkkokauppaan. Järvenpäässä ja Keravalla ostovoiman virtaus oli positiivinen päivittäistavarakaupassa, mutta negatiivinen erikoiskaupassa. Vantaalla ostovoiman siirtymä oli positiivinen niin päivittäistavarakaupassa kuin erikoiskaupassakin. Kuvassa 6 esitetyt ostovoiman virtauslukemat ovat suuntaa-antavia päivittäis- ja erikoistavarakaupan arvonlisäkannoissa olevien erojen vuoksi.



Kuva 5 Ostovoiman siirtymät vuonna 2019.

3.2.3 Liiketilän laskennallinen lisätarve

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 toimialoittain ja päivittäistavarakaupassa myymälätyypeittäin (korkein suurissa yksiköissä). Näin ollen myös uusperustannan rakenne vaikuttaa lopulliseen tilantarpeeseen. Liiketilän lisätarpeet tuodaan esiin tehtyjen kaupallisten selvitysten mukaisina, koska niitä on käytetty ja käytetään maankäytön suunnittelussa kaupan mitoituksia arvioitaessa.

Tuusulan kaupan palveluverkkoselvityksen (2018) mukaan Tuusulan kunnan koko vähittäiskaupan liiketilän laskennallinen lisätarve vuonna 2040 on noin 189 000 - 266 000 k-m². Vaihteluvälin pienempi liiketilatarve on laskettu Tuusulan kunnan väestöennusteen ja suurempi liiketilatarve Tuusulan yleiskaavan 2040 mahdollistaman väestönkasvun mukaan. Vuoden 2040 lisätarpeesta kohdistuu päivittäistavarakauppaan noin 24 000 - 36 000 k-m², keskustahakuiseen erikoiskauppaan noin 112 000 - 156 000 k-m² ja tilaa vaativaan erikoiskauppaan noin 53 000 - 74 000 k-m².

Keravan yleiskaavan 2035 laatimisen yhteydessä tehdyn vaikutusten arvioinnin (Keravan kaupunki 2016b) mukaan kaupungin liiketilän lisätarve vuoteen 2035 on koko vähittäiskaupassa noin 83 000 k-m². Kokonaistarpeesta kohdistuu päivittäistavarakauppaan noin 10 000 k-m², paljon tilaa vaativaan erikoiskauppaan noin 27 000 k-m² ja keskustahakuiseen erikoiskauppaan noin 46 000 k-m². Kaupallisten palvelujen (kahvilat, kampaamot jne.) liiketilatarve on lisäksi noin 18 000 k-m².

Järvenpään keskustan osayleiskaavaa 2030 varten tehdyssä kaupallisessa selvityksessä (Järvenpään kaupunki 2013) koko vähittäiskaupan liiketilän lisätarpeeksi arvioitiin noin 129 000 k-m² vuoteen 2035 mennessä. Liiketilän lisätarpeesta kohdistuu päivittäistavarakauppaan noin 11 000 k-m², keskustahakuiseen erikoiskauppaan noin 79 000 k-m² ja tilaa vaativaan erikoiskauppaan noin 39 000 k-m². Vantaan kaupan palveluverkkoselvitys ja -suunnitelma 2040 -raportin mukaan liiketilän lisätarve vuoteen 2040 on päivittäistavarakaupassa noin 67 000 k-m², keskustahakuisessa erikoiskaupassa noin 250 000 k-m² ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 285 000 k-m². Liiketilän lisätarve koko vähittäiskaupassa on siten noin 602 000 k-m². Kaupallisten palvelujen lisäliiketilatarve on lisäksi noin 120 000 k-m² (Vantaan kaupunki 2015).

Taulukko 4. Maankäytön suunnittelussa kaupan mitoitus pohjana oleva vähittäiskaupan liiketilän lisätarve tehtyjen kaupallisten selvitysten mukaan.

Liiketilän lisätarve vuoteen	Tuusula 2040	Järvenpää 2035	Kerava 2035	Vantaa 2040	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa	36 000	11 000	10 000	67 000	124 000
Erikoiskauppa yhteensä	230 000	118 000	73 000	535 000	956 000
Muu erikoiskauppa	156 000	79 000	46 000	250 000	531 000
Tilaa vaativa erikoiskauppa	74 000	39 000	27 000	285 000	425 000
Vähittäiskauppa yhteensä	266 000	129 000	83 000	602 000	1 080 000

3.2.4 Liikenne ja saavutettavuus

Focus -alue on erittäin hyvin saavutettavissa henkilöautolla. Erikoiskaupassa tyypillinen asiointietäisyys on alle 15 minuutin ajoaika. Asukkaiden määrä 15 minuutin ajoaikavyöhykkeellä Focus -alueesta on nykyisin noin 300 000 asukasta. Tämä väestömäärä on kuitenkin teoreettinen arvo, joka ei kaikilta osin pidä paikkaansa. Ajoaika esimerkiksi Herttoniemestä Focus -alueelle kestää käytännössä pidempään kuin 15 minuuttia. Focus -alueen sijainti Tuusulanväylän ja tulevan Kehä IV:n varressa mahdollistaa myös ohikulku- ja työmatkaliikenteen sujuvan asiointin. Tuusulanväylän ajoneuvoliikenteen määrä Focus -alueen kohdalla oli noin 38 500 ajoneuvoa vuorokaudessa vuonna 2020 (www.vaylavirasto.fi).

Autoilun ohella asiointi onnistuu myös kävellen, pyöräillen ja linja-autolla. Nykyisin Focus -alueen kohdalla kulkee päivittäin keskimäärin noin 100 linja-autovuoroa. Jatkossa Focus -alueelle on mahdollista kehittää hyvin toimiva joukkoliikenne. Yhdyskatu Maisalantielle mahdollistaa tulevaisuudessa Kerava-Hyrylä-Ruskeasanta-Tikkurila -käytävän bussilinjojen kulkemisen kaupallisen keskitymän vierestä. Linja-autolla asioitaessa saavutettavuuden taso tuleekin määräytymään joukkoliikenteen tulevista ratkaisuista: vuorovälit, reitit ja pysäkit tulisi suunnitella palvelemaan myös Focus -alueella asiointia. Pysäkeiltä olisi myös oltava sujuvat ja turvalliset yhteydet alueelle. Sekä kevyen liikenteen että joukkoliikenteen toimivuus on järjestettävissä Focus -alueen toteutuksen edetessä.

3.3 Kaupan kehitystrendejä

3.3.1 Verkkokaupan kehitys ja digitalisaatio

Suomalaiset ostivat vuonna 2018 koti- ja ulkomaisista verkkokaupoista yhteensä noin 2,9 miljardin euron edestä vähittäiskaupan tuotteita. Vuonna 2018 noin 47 % suomalaisista oli ostanut jotain netistä viimeksi kuluneiden kolmen kuukauden aikana. Iältään 35 - 44 vuotiaista nettiostoksia oli tehnyt kolme neljästä. Verkkokaupan myynti kasvoi vuosina 2017 - 2018 noin 6 % ja ennustettu kasvu vuodelle 2019 oli 8 %. Verkkokaupan kasvu on selkeästi nopeampaa kuin vähittäiskaupan keskimäärin. Nettikauppa ja nettikaupan jakelu synnyttää uusia tarpeita liikkumiselle ja toimituksille (esimerkiksi drone-jakelu, pakettiautomaatit, palvelueteiset ja kylmäsäilytys, jotka synnyttävät tarpeen innovatiivisille last-mile -ratkaisuille ja smart-teknologian hyödyntämiselle). Päivittäistavarakaupassa verkkokaupan osuus markkinasta on vain 0,4 %, mutta myynti voimakkaassa kasvussa. Päivittäistavarakaupassa digitalisaatio mahdollistaa myös mm. kaupat ilman henkilökuntaa sekä esimerkiksi robottijakelun.

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.

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

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 liiketilojen 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.

3.3.2 Kulutuskäyttäytymisen muutos

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

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

Kulutuskäyttäytymisen muutosta (kysyntätekijöiden muutoksia ja pirstaloituvaa kuluttajakäyttäytymistä) kuvaavat mm. seuraavat ilmiöt:

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

3.3.3 Tarjonnan trendit

Tarjonnalla tarkoitetaan tässä yhteydessä sekä kaupan sijaintiin että valikoimiin liittyviä kysymyksiä. Tarjontaa muokkaamalla ja laajentamalla kauppa pyrkii vastaamaan liiketoiminnassaan kysynnässä tapahtuviin muutoksiin. Toisaalta tarjonnassa tapahtuvat muutokset ovat myös seurausta kaupan pyrkimyksistä tehostaa toimintaansa ja hakea kilpailuetua suhteessa muihin toimijoihin.

Myös teknologinen kehitys luo mahdollisuuksia uusille konsepteille ja edellytyksiä toimia uusia tai useita tarjontakanavia pitkin. Muutosten taustalla saattaa myös olla muita ulkoisia muutosvoimia kuten poliittisen sääntelyn vaikutukset kaupan sijaintilogiikkaan tai tarjontaan.

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

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

Vähittäiskaupan yritysten kansainvälistyminen ja ketjuuntuminen on ollut erityisen näkyvä ilmiö 2000-luvulla. Ketjuuntumisen myötä yritykset voivat hakea kilpailu- ja synergiaetuja mm. tehokkaamman toiminnan ja yhteisen markkinoinnin kautta. Vähittäiskauppa on jo voimakkaasti ketjuuntunut. Palvelujen osalta sama kehitys on kiihtymässä. Erityisesti nähtävillä on ollut globaalien ketjujen esiinmarssi ja kaupunkikuvaa ilmentävätkin monien kansainvälisten suuryritysten logot. Toisaalta globaalin rinnalle on tullut yhä enenevässä määrin lokaalisuus, paikallisuuden, luomun ja lähituotannon korostaminen. Lähi- ja luomuruoka on kansainvälisesti jo merkittävässä roolissa ja erilaisia pieniä maatilatoreja ja luomupuoteja on viime vuosina näkynyt suomalaisissakin kaupungeissa. Lähi- ja luomutuotanto tulee näkymään yksittäisten liikkeiden lisäksi yhä enenevässä määrin myös suurempien ketjujen valikoimissa.

Pyrkimys tarjota asiakkaille yhä enemmän erilaisia oheispalveluja kasvattaa kauppakeskusten ja kaupan keskittymien kokoja - ne toimivat kasvavassa määrin ostoksia ja vapaa-ajan elämyksiä yhdistävinä paikkoina. Kaupalta odotetaan enenevässä määrin perustarpeiden täyttämisen lisäksi elämyksiä vapaa-aikaan. Kauppa toimii sosiaalisten kohtaamisten paikkana 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 päivittäistavara-kaupassa 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.

Myös tilaa ja nouda -myymälästä toimintamallin ja muualla maailmalla yleistyneet showroomit lisäävät fyysisen liiketilan kysyntää. Myymälästä noutojen lisäksi eri paikoissa sijaitsevat noutopisteet ovat lisääntyneet. Liikenteelliseltä kannalta katsottuna eri toimijoiden noutopisteet olisi hyvä

sijaita liikenteellisesti hyvin saavutettavissa paikoissa, joko samoissa asiointipisteissä tai liikenteen solmukohtissa.

Verkkokaupan noutopisteet

Kuluttajien kasvaviin vaatimukseen vastaamiseksi perinteiset kaupan toimijat ja ketjut ovat Yhdysvalloissa ja Euroopassa pyrkimässä kohti ns. monikanavaista toimintamallia. Monikanavaiset toimijat yrittävät integroida fyysisen ja digitaalisen toimintatavan parhaat puolet kuluttajien ostoprosessin jokaisen vaiheen kannalta. Kasvava toimintamalli näyttäisi olevan erityisesti "tilaa verkkokaupasta, nouda myymälästä" -konsepti ("click and collect"). Myymälöistä noutamisen lisäksi kaupan toimijat ovat ryhtyneet tarjoamaan monipuolisesti ja joustavasti erilaisia toimitusvaihtoehtoja asiakkaan valitsemana muihin noutopisteisiin (Liikennevirasto 2015).

Verkkokaupan noutopisteiden arvioidaan lisääntyvän monilla eri sijainneilla, kun kaupat pyrkivät tarjoamaan kuluttajalle monipuoliset mahdollisuudet valita, mistä noutaa ostoksensa. Erilaisia itsepalvelunoutopistelaatikoita sekä yhteistyössä muiden tahojen kanssa operoitavia noutotiskejä on jo perustettu lukuisia mm. liikenteen solmukohtiin kuten joukkoliikenneasemien yhteyteen, autoteiden varteen bensa-asemille, yritysten luokse yrityspuistoihin ja yliopistoille. Esimerkiksi brittiläinen päivittäistavaraketju Asda on perustanut yli 600 tilaa ja nouda -noutopistettä käsittäen yhtiön omien ruokakauppojen lisäksi bensa-asemia, metroasemia ja yrityspuistoja. Tesco toimii samoin tavoin ja puhdas ruokaverkkotoimija Ocado on perustanut ensimmäiset tilaa ja nouda -sijaintinsa vuoden 2014 lopussa. Myös erikoistavarakauppa, kuten John Lewis ("Click & Commute -myymälä) on perustanut noutopisteitä liikenteen solmukohtiin (Liikennevirasto 2015).

Useat toimijat Yhdysvalloissa näyttävät pyrkivän kohti joustavaa toimitusten mahdollistamista noutopisteiden ohella myös myymälöistensä käsin. Monikanavaiset toimijat voivat hyödyntää myymäläverkkoansa kilpailuetuna tavaratoimituksissa puhtaisiin verkkokauppatoimijoihin nähden. Myymälät sijaitsevat puhtaiden verkkokauppatoimijoiden varastoja lähempänä asiakkaina, jolloin toimitukset voidaan hoitaa kustannustehokkaammin ja nopeammin. Myymälöitä jakelukeskuksina ovat esimerkiksi Best Buy ja Toys"R"Us (Liikennevirasto 2015).

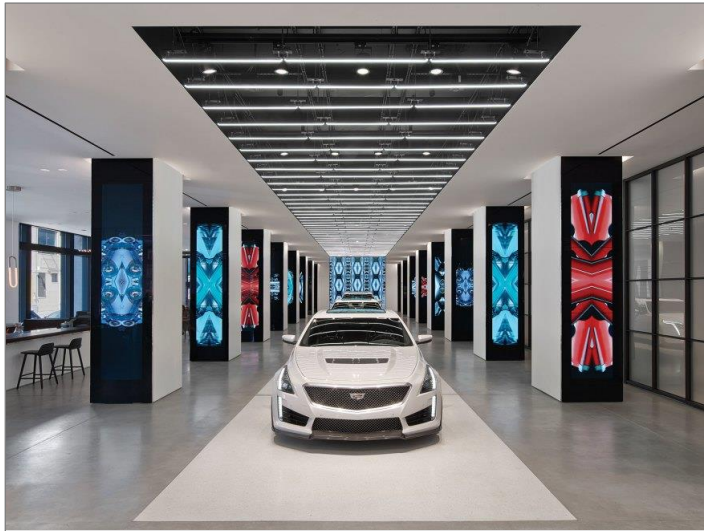
Keskustojen ulkopuolisen tilaa vaativan kaupan rakennusten ja keskittymien arvioidaan muuntuvan enemmän monikanavaisiksi jakelukeskuksiksi, jotka toimivat sekä ostosympäristöinä että verkkostojen toimituksia palvelevina jakelukeskuksina hyvien liikenteellisten sijaintien, pysäköintimahdollisuuksien ja suurten kokojensa avulla. Tilojen on arvioitu myös osin muuttuvan yhden toimijan rakennuksesta jaetuiksi varastokeskuksiksi vastaamaan useiden vuokralaisten monikanavaisiin tarpeisiin (noudot ja toimitukset) (Liikennevirasto 2015).

Showroomit, esimerkkinä autokauppa

Autokauppa on murroksessa, minkä vuoksi kaupan toimintatapoja halutaan virittää asiakaslähtöisemmiksi ja elämyksellisemmiksi. Uudet mobiliteetin konseptit ja asiakkaiden muuttuvat liikkumisen preferenssit ovat saaneet autonvalmistajat ja jälleenmyyjät kehittämään liiketoimintamallejaan. Alan muuttuva lainsäädäntö, teknologinen kehitys, kiristynyt kilpailu, asiakkaiden muuttuvat tarpeet ja toiveet näkyvät esimerkiksi myyntitilojen monimuotoisemmassa käytössä (EY 2015 ja McKinsey & Company Inc (2017)).

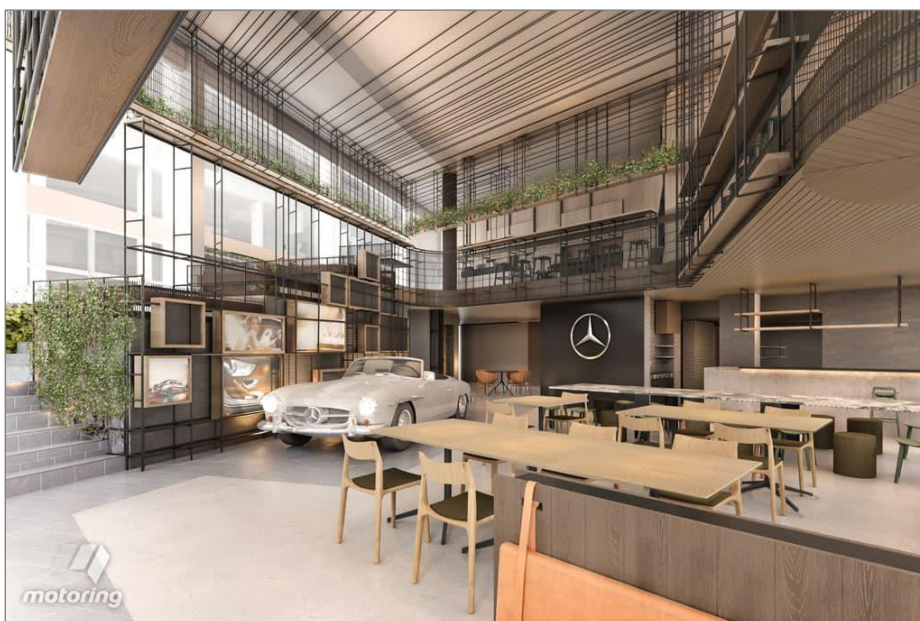
Eri autonvalmistajat ovat kehittäneet myymälöihinsä uusia konsepteja, jotka kuvastavat uutta asiakaslähtöisempää toimintatapaa. Eräs uuden konseptin mukainen autoliike on automerkki Cadillacin New Yorkiin avaama Cadillac House. Sen lisäksi, että tilassa on Cadillacin malleja esillä, on siellä lisäksi muun muassa taidegalleria ja kahvila, mutta ei kuitenkaan esimerkiksi varaosamyyntiä. Lisäksi tilassa toimii pop-up designmyymälä, jossa alueen vaatesuunnittelijat voivat esitellä ja myydä uusinta mallistoaan. Eli sen sijaan, että tila toimisi automyynnin tilana, tarkoitus on esitellä Cadillac-

brändiä potentiaalisille asiakkaille. Cadillac House -showroom toimii kokoontumistilana eri tyyppisille "trend settereille", olivat nämä sitten muotimaailmasta, taidepiireistä tai start-up innovaattoreita. Erityisesti tilan taidegalleria sidosryhmineen on vakiinnuttanut paikkansa New York Cityn taide-elämässä. Mikäli potentiaalinen asiakas on käynnin lomassa halukas ostamaan Cadillacin, ohjaa henkilökunta tämän sopivaan Cadillac-liikkeeseen (Cadillac 2017 ja LeBeau 2017).



Kuva 6 Cadillac House (<http://www.archlighting.com/projects/cadillac-house-new-york-city>).

Autonvalmistajien ja -myyjien tarve kehittää uusia tapoja vaikuttaa potentiaalsiin asiakkaisiin on myös havaittavissa Mercedes Me -hybridikahvilan konseptista. Muun muassa Melbournessa on avattu Mercedes Me -näyttelytila, joka on yhdistelmä laatukahvilaa ja autonäyttelytilaa. Mercedes Me -näyttelytilan tarkoitus on tutustuttaa kävijät Mercedes-Benz -brändiin. Tilan kosketus brändiin on kuitenkin toteutettu hienovaraisesti, jolloin autoilusta vähemmän kiinnostuneet voivat viihtyä ja käyttää tilaa olematta sen suuremmin vuorovaikutuksessa brändin kanssa. Automyyntiin sijaan tilassa on mahdollista nauttia design-ympäristöstä laadukkaana kahvin ja hienovaraisen brändijohtolankojen, kuten kierrätettyjen Mercedes-Benzien osista tehtyjen kahvinpaahtimien, parissa. Osa näyttelytilasta, "Meet-the-Makers Space", on varattu paikallisille design-tuotteille, jossa valmistajat voivat esitellä omia tuotteitaan (Feagins 2017 ja Armstrong 2017).



Kuva 7 Mercedes-Me (<https://manofmany.com/wp-content/uploads/2017/10/Mercedes-me-Melbourne-3.jpg>).

Maailmanlaajuinen kaupungistumistrendi on tuonut mukanaan ilmiön, jossa nuoret saattavat jättää ajokortin kokonaan hankkimatta, puhumattakaan auton hankinnasta. Vastatakseen ilmiön tuomaan haasteeseen Toyota tarjoaa uutta Drive to Go by Toyota -car-sharing konseptiaan nuorille potentiaalisille asiakkaille. Konsepti rakentuu ajatukselle myynti/näyttelytilasta, jonka ilmiasu on rentoa kahvilaa ja ravintolaa yhdistelevä. Koska asiakkaiden ostoskäyttäytyminen on muuttunut, erityisesti nuorilla, Toyota on luonut miellyttävän ympäristön viettää aikaa auton vuokrausten välissä. Samalla asiakkaat voivat tutustua tarkemmin brändiin. Tarkoituksena on siis luoda mahdollisuuksia nuorille viihtyä autoilun maailmassa ja nähdä brändi myönteisessä valossa, vaikka he eivät vielä olisi aivan valmiita auton ostoon (Takala 2013 ja McEleny 2017).



Kuva 8 Drive to Go by Toyota (<http://www.thedrum.com/news/2017/10/24/toyota-fuses-showroom-with-cafe-new-car-sharing-concept-tokyo>).

Suomessakin on nähtävissä sama kehityskulku, jossa suurimpien kaupunkien nuoret eivät välttämättä ole enää yhtä potentiaalinen asiakassegmentti autonvalmistajille kuin ennen. Lisäksi liikkumisen tavat ja tarpeet ovat yleisesti murroksessa suurimmilla kaupunkiseuduilla. Tämän myötä myös Suomessa autojen valmistajilla ja jälleenmyyjillä voisi olla tarvetta uudenlaisen konseptin autonäyttelytilalle, johon voi yhdistää muita toimintoja, kuten kahvilat tai design-tuotteiden esittelytilat. Vahvistuvan Mobility-as-a-Service -ajattelun myötä tuotekeskeisyyden sijaan myös autoalalla kuluttajille myydään palveluita ja elämyksiä.

3.3.4 Kauppakeskusten ja kivijalkakauppojen tulevaisuus

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

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

Kauppakeskusten uudistumistarve tulee jatkossa olemaan tiheä ja kauppakeskusten koko pienentyy. Suuria kauppakeskuksia on vielä rakenteilla, mutta liiketilojen tehokkuusvaatimukset pienentävät liiketiloja jatkossa. Kauppakeskusten pinta-alasta entistä suurempi osa on palveluita, viihdettä ja ravintoloita, mutta myös julkisia palveluita ja liikuntapalveluita. Ravintoloissa trendinä ovat

korkeatasoiset ravintolat, food court -alueita ei enää juurikaan tehdä. Kauneus- ja hyvinvointipalvelut lisääntyvät ja beauty bars on kasvava trendi. Myös viihde- ja elämyssektori valtaa tilaa kaupakeskuksista, mutta tämä toimii parhaiten kaupunkien keskustoissa sijaitsevilla kohteilla. Vähittäiskauppa kohtaan enemmän kilpailua muilta aloilta ja esimerkiksi ravintoloiden liikevaihto kasvaa nopeammin kuin vähittäiskaupan.

4. FOCUS-ALUEEN KEHITTÄMISEN LÄHTÖKOHTIA

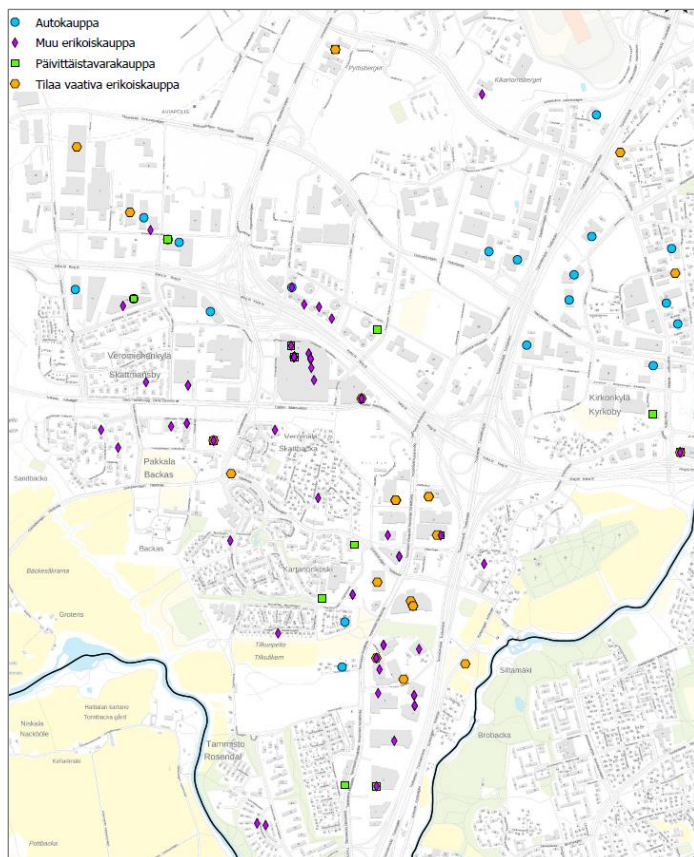
4.1 Lähialueen palvelutarjonta

Lentoaseman kaikille avoinna olevien myymälöiden ja palveluiden muodostamaa kokonaisuutta voisi verrata tarjonnaltaan suhteellisen monipuoliseen lähipalvelukeskukseen: palveluja tarjoavat mm. Alepa, apteekki, kioskit, kahvilat ja ravintolat, parturi-kampaamo ja lääkäriasemat. Tulevaisuudessa lentoaseman kaupallinen tarjonta todennäköisesti kasvaa, mutta pääasiallisena kohdeyrymänä säilyvät jatkossakin lentomatkustajat. Turvatarkastuksen jälkeen palvelu- ja tuotetarjontaa onkin runsaasti erilaisissa erikoismyymälöissä.

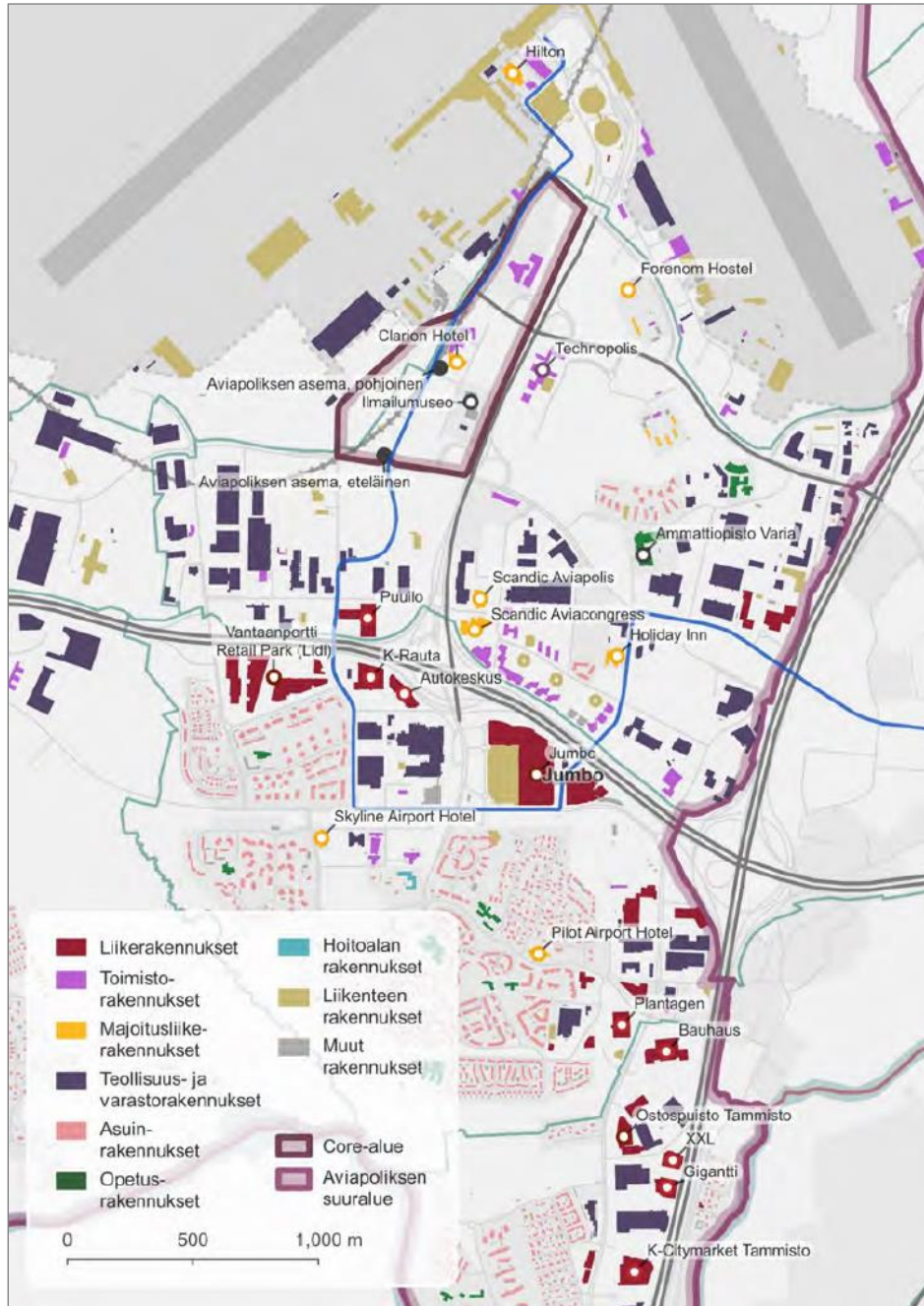
Focus-aluetta lähin merkittävä kaupallinen keskittymä on palvelutarjonnaltaan erittäin monipuolinen ja kehittyvä Aviapolis-Tammisto-Pakkala -aluekokonaisuus (kuvat 9 ja 10). Tammisto-Pakkalassa ja sen lähialueella toimi vuonna 2019 autokauppa mukaan lukien yhteensä 174 vähittäiskaupan myymälää. Myymälät jakautuivat toimialoittain seuraavasti:

- Päivittäistavarakauppa	17
- Keskustahakuinen erikoiskauppa	111
- Tilaa vaativa erikoiskauppa	23
- Autokauppa	23

Kauppakeskus Jumbo-Flamingo on kooltaan ja myynniltään Suomen suurin kauppakeskus, jossa kävijöitä oli vuonna 2020 noin 13 miljoonaa (Suomen Kauppakeskusyhdistys 2020). Tarjonnassa korostuvat etenkin hypermarketit, erikoiskaupan ketjuliikkeet, kahvilat ja ravintolat sekä viihdepalvelut. Tammisto-Pakkalan alueesta on 1990-luvulta alkaen kehittynyt seudullinen suurmyymälöiden ja erikoisliikkeiden keskittymä. Alueen tarjonnassa korostuvat etenkin hypermarketit, elektroniikka, urheilu, autokaupat ja kodintarvikkeet. Alueen myymälöitä ja toimintoja ovat mm. K-Citymarket, Tokmanni, Lidl, Gigantti, XXL, Bauhaus, Taloon.com, Byggmax, K-rauta, Plantagen, Power ja sisäaktiviteetti puisto SuperPark.



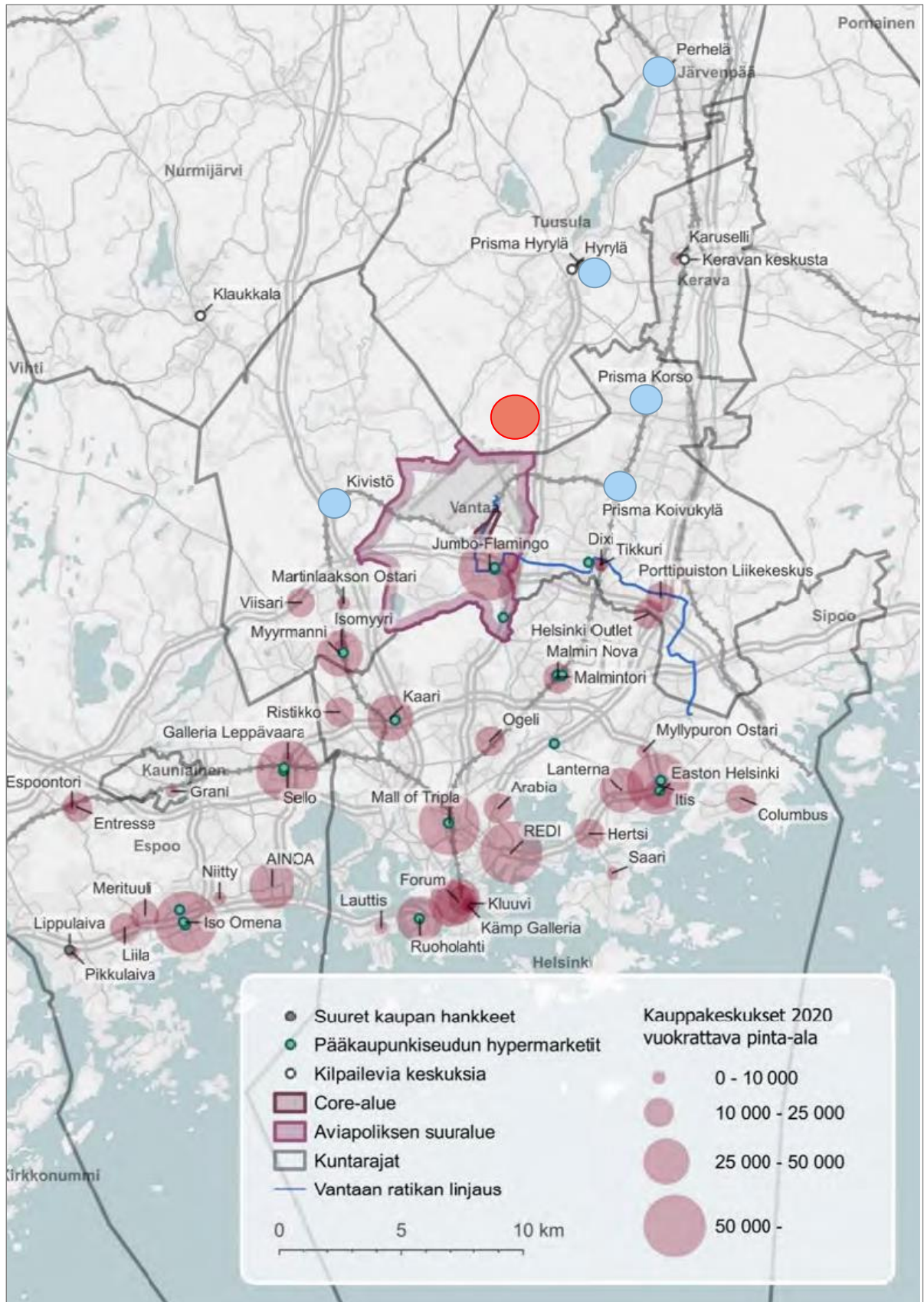
Kuva 9 Tammisto-Pakkalan ja sen lähialueen vähittäiskaupan myymälät 2019 (Tilastokeskus).



Kuva 10 Lentoaseman eteläpuoleisen alueen nykyisiä toimintoja (Realidea 2021).

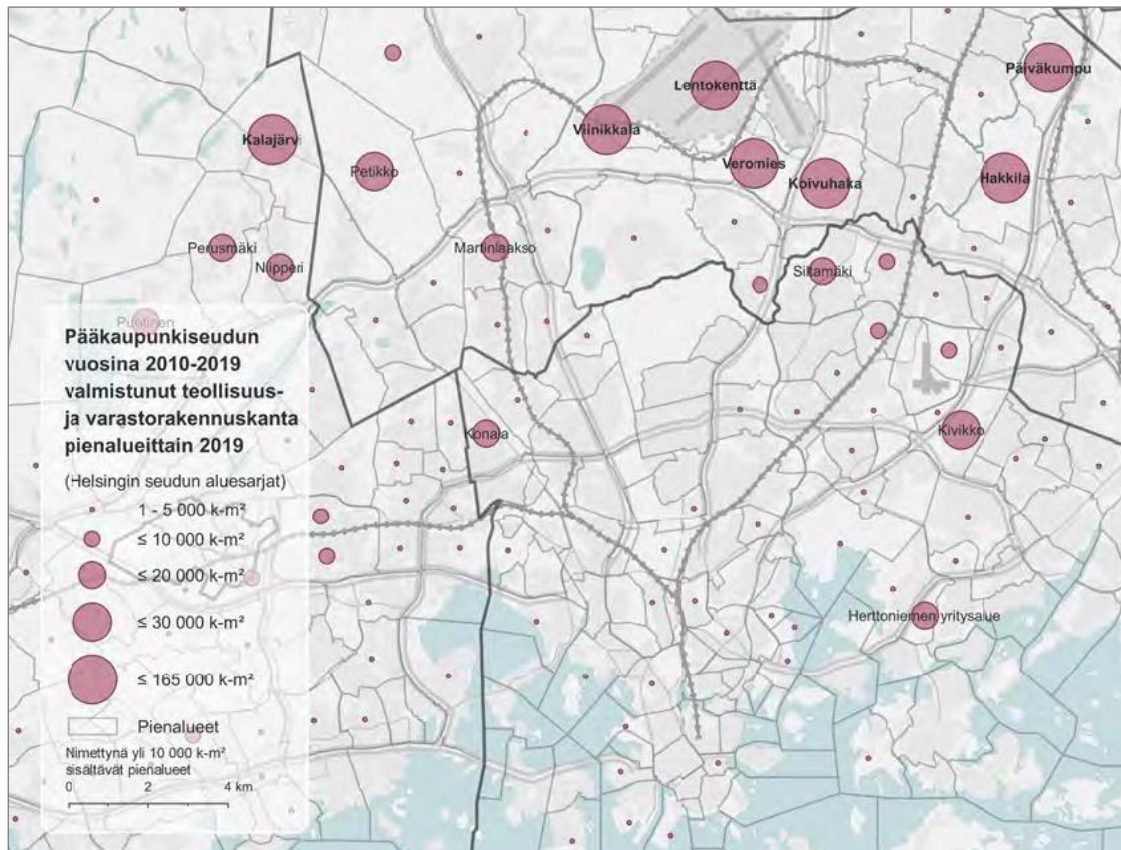
Pääkaupunkiseudun kaupan keskittymien palvelutarjonta esitetään kuvassa 11, jossa näkyvät myös vireillä olevia merkittäviä kaupan hankkeita:

- Kivistön palvelukeskus ja sen viereinen areenahanke
- Prisma-hankkeet Korsossa, Koivukylässä ja Hyrylässä
- Lippulaiva Espoossa
- Järvenpään keskustan Perhelä-hanke



Kuva 11 Pääkaupunkiseudun kauppakeskuksia, suuret kaupan hankkeet (iso sininen ympyrä) (Realidea 2021) ja Focus -alue (punainen ympyrä).

Pääkaupunkiseudulla modernien logistiikkatilojen tarjonta koetaan melko rajalliseksi, minkä vuoksi niille olisi kysyntää. Vantaalla kysyimpiä alueita ovat lentokentän lähellä Veromies, Lentokenttä, Viinikkala-Viinikanmetsä sekä Koivuhaka. Sijaintikysytyllä logistiikka-alueella, hyvien liikenneyhteyksien varrella, lentokentän vieressä ja juna-aseman läheisyydessä takaa sen, että modernien logistiikkatilojen kysyntä on varmaa tulevaisuudessakin (Raelidea 2021).



Kuva 12 Pääkaupunkiseudun vuosina 2010 - 2019 valmistunut teollisuus- ja varastorakennuskanta (Realidea).

4.2 Lentoaseman läheisyys

4.2.1 Stopover -matkustajat

Vuonna 2015 Helsinki-Vantaan lentoaseman stopover-matkustajat tekivät Suomen kautta yhteensä 1,3 miljoonaa matkaa. Stopover -matkustajalla tarkoitetaan ulkomaista lentomatkustajaa, joka pysähtyy Suomessa meno- tai paluumatkallaan niin, että hän poistuu lentokentältä ennen jatkolentoa. Pysähdys voi kestää muutamasta tunnista useisiin päiviin. Suurin osa Stopover -matkustajista tulee Aasiasta, mutta jonkin verran matkustajia tulee myös Venäjältä (Visit Finland 2015). Vuonna 2019 Helsinki-Vantaan lentoasemalla kävi kaikkiaan noin 22 miljoonaa matkustajaa. Vuonna 2020 matkustajamäärä putosi koronan vuoksi noin viiteen miljoonaan (-77%) (www.fina-via.fi). Lentoliikenteen kehitys lähitulevaisuudessa on toistaiseksi epävarmaa.

Maantieteellisen sijainnin vuoksi lentoajat Suomesta Aasiaan ovat lyhempiä kuin Keski-Euroopasta lennettäessä, mikä tekee Suomesta ja etenkin pääkaupunkiseudusta potentiaalisen stopover-kohteen. Focus-alueen matkailijoille kohdistetut palvelut voivat osaltaan lisätä koko pääkaupunkiseudun vetovoimaa stopover-matkailukohteena. Stopover-matkailun kehittäminen Focus-alueella edellyttää nopeiden ja luotettavien lentoasemayhteyksien järjestämistä. Stopover-matkustajille suunnattu vetovoimainen liike- ja palvelukeskittymä muodostaisi myös tehokkaan markkinointikanavan

suomalaisille tuotteille, suomalaiselle osaamiselle, matkailulle ja kulttuurille. Stopover-matkustajille tärkeitä palveluja ovat etenkin elämyspalvelut ja erikoiskaupan palvelut (esimerkiksi show roomit).

4.2.2 Kauppa ja muut toiminnot lentoaseman läheisyydessä, esimerkkejä

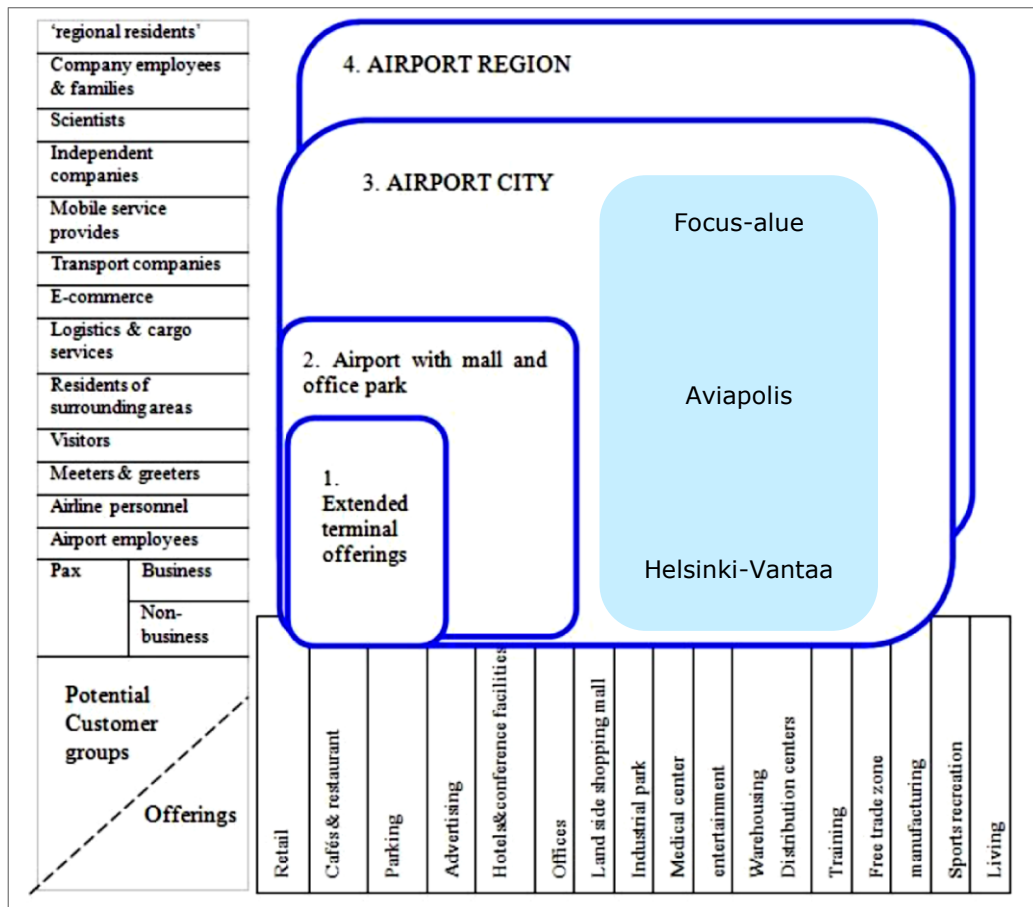
Zurichin lentoaseman kaupallinen kehittäminen liittyy terminaalien välittömässä läheisyydessä olevan The circle -alueen kehittämiseen (kuva 13). Tällä kaikkien käytettävissä olevalla alueella on yli 150 myymälää ja ravintolaa sekä kaksi hotellia. Alueella toimii myös konferenssikeskus (2 500 henkilöä), kuntosali, yhteiskäyttöisiä työtiloja ja sairaala. Alueen erikoisuutena on puisto, jonka yhteydessä on paviljonki pienemmille tapahtumille. Alue on helposti ja nopeasti saavutettavissa raitiotievaunulla, junalla ja bussilla.



Kuva 13 The Circle -alue (www.zuerich.com).

Alueellisesti laajemmin asiaa on tarkastellut Knudsen (2018), joka on jakanut Amsterdamin Schipholin lentoaseman ja sen lähialueen neljään etäisyydeltään ja toiminnoiltaan erilaiseen kokonaisuuteen (kuva 14)

- Terminaali-alue
- Kauppa- ja business park -alue
- Airport City
- Airport Region



Kuva 14 Schipholin lentoaseman ja sen lähialueen toimintojen jäsentymisen (Knudsen 2018) ja vertailu Helsinki-Vantaan lentoasemaan.

4.3 Focus-alueen kehittämispotentiaali eri toimijoiden näkökulmasta

Työn yhteydessä haastateltiin seuraavia yrityksiä: Finavia, YIT, HOK, Kesko, Lidl ja NREP. Yhteen-veto haastatteluissa esiin nousseita asioista Focus -alueen kehittämispotentiaaliin ja alueelle mahdollisesti soveltuviin toimintoihin liittyen sekä niihin liittyviä maankäyttöllisiä ja maankäyttö- ja rakennuslakiin liittyviä reunaehtoja käsitellään alla.

Alueen mitoitus

Maakuntakaavan ja Focus -alueen yleiskaavan mukaista kokonaismitoitusta 100 000 k-m² voidaan pitää pitkän aikavälin (yli 20 vuotta) tavoitteena. Kehittämisen lähtökohdaksi lyhyemmällä aikavälillä voitaisiin ottaa pienempi kokonaismitoitus. Tätä näkökulmaa tukee se, että Uusimaa-kaavan 2050 vähittäiskaupan suuryksikköalueista osa on vielä kokonaan toteutumatta (esimerkiksi Vihdin Huhmarin alue) ja osa on toteutunut vain osittain (esimerkiksi Lohjan Lempolan alue).

Päivittäistavarakauppa

Päivittäistavarakaupan sijoittumispaikkana Focus -alue on haastava. Yleiskaavamääräys (alueelle saa sijoittaa enintään kaksi kappaletta enintään 2 000 k-m²:n suuruista päivittäistavarakaupan yksikköä) estää hypermarketin ja nykyaikaisen supermarket -tasaisen (noin 2 500 - 3 000 k-m²) myymälän sijoittumisen alueelle. Sekä supermarkettien että niitä pienempien päivittäistavaramyymälöiden toiminnan kannalta ongelmana on lisäksi lähiasutuksen vähäisyys. Uusi päivittäistavaramyymälä tarvitsee toimiakseen noin 3 000 - 4 000 asukkaan väestöpohjan lähialueellaan. Lisäksi on huomioitava, että Hyrylässä ja Vantaalla on jo runsas päivittäistavarakaupan tarjonta ja uusia

super/hypermarket-tasoisia hankkeita on vireillä mm. Hyrylässä, Kivistössä, Koivukylässä ja Korossa. Pieni huoltoaseman yhteydessä oleva myymälä on mahdollinen, mutta ei erikseen vain pienmyymälää (ei riittävästi lähiasutusta). Päivittäistavarakauppa ei voi olla alueen ankkuritoiminto, vaan tulee alueelle myöhemmin muun toiminnan saatua aikaan asiakasvirtoja.

Keskustahakuinen erikoiskauppa

Ei sovellu alueelle.

Showroomit

Toiminnan edellytyksenä on muu vetovoimainen kaupan palvelujen tarjonta, joka houkuttelee asiakkaita alueelle.

Tilaa vaativa erikoiskauppa

Tammistossa on mm. kodintekniikkakaupan, rautakaupan ja urheiluvälinekaupan myymälöitä. Hyrylässä on puolestaan vahva huonekalukaupan tarjonta. Focus -alueelle on haastavaa löytää selaista tilaa vaativaa erikoiskauppaa, jota lähialueella ei jo olisi tarjolla. Focus -alueen tila vaativa erikoiskauppa pitää "räätälöidä" alueelle soveltuvien toimintojen ja markkinatilanteen mukaan. Perinteinen tilaa vaativan erikoiskaupan alue (suuria erilisiä myymälöitä ja vain vähän muuta kaupan palvelutarjontaa) ei ole nykyisin toimiva konsepti. Tämä näkyy mm. siinä, että Uusimaa kaavan 2050 vähittäiskaupan suuryksikköalueista vain osa on lähtenyt kehittymään ja esimerkiksi Vihdin Huhmarin alue on täysin toteutumatta.

Verkkokauppa

Verkkokaupan sijoittumisessa Focus -alueelle on potentiaalia. Verkkokaupan myymälän rinnalla/sijasta Focus -alueella voisi olla toimintaa, joka olisi lähempänä varastoa noutopisteineen/pienine myymälöineen kuin perinteistä verkkokauppamyymälää.

Laajan tavaravalikoiman myymälät

Laajan tavaravalikoiman myymälät soveltuvat hyvin alueelle.

Elämyspalvelut

Elämyspalvelut soveltuvat Focus -alueelle, mutta edellyttävät vahvaa toimijaa/toimijoita ollakseen vetovoimaisia. Elämyspalvelut voivat toimia palvelutarjonnan täydentäjinä – niille syntyy toimintaedellytyksiä sijoittumisalueensa muiden toimintojen asiakasvirtojen myötä. Ne eivät voi toimia Focus -alueen ensisijaisina toimintoina tai ankkureina. Elämyspalvelutoimintoina Focus -alueella voisivat olla esimerkiksi sisäliikuntatilat (jää/jalkapallo/salibandyhalli, tennis, padel, sulkapallo, kuntosali, kiipeily, keilailu, sisäsurffaus) sekä ulkoseikkailupuisto ja elämyspuisto yms. toiminnot.

Stopover -matkustajat

Aluetta voidaan kehittää stopover-matkustajien tarpeisiin, mutta se edellyttää hyvin vetovoimaista ja erikoista palvelu- ja myymälätarjontaa Helsingin keskustan ja Jumbo-Flamingon vuoksi. "Pelkkä" kaupallinen keskittyminen ei todennäköisesti ole riittävän vetovoimainen.

Lentoaseman toiminnan tukeminen

Focus -aluetta ei nähty lentoaseman kaupallista toimintaa tukevana tai siihen liittyvänä alueena. Lentoasemalla on nykyisellään paljon kaupallista toimintaa (varsinkin tuloaulassa) ja tätä toimintaa kehitetään: pienimittakaavaista Pt-kauppaa, erikoiskauppoja, palveluita, ravintoloita ja majoitusta. Hotellitoimintaa kehitetään voimakkaasti, uusi suuri hotelli on rakenteilla. Nämä toiminnot ovat suunnattu erityisesti matkailijoille ja alueen työntekijöille, mutta myös lähialueen asukkaille. Taustalla on ajatus lentokenttäkaupungista. Palveluja pitää olla myös kävelyetäisyydellä. Focus-alueen lentoasemaa tukevana toimintana nähtiin ainoastaan elämyspalvelut: "jotain elämyksellistä, mitä muualla ei ole". Lentoasema yksin ei kuitenkaan riitä tuottamaan sinne asiakkaita. Jos Focus-alueelle sijoittuu päivittäistavarakauppaa tai esimerkiksi Musti ja Mirri -tyylisiä liikkeitä, ne eivät liity tai vaikuta lentoaseman kaupalliseen toimintaan.

Outlet-keskus

Vantaan Porttipuistossa on outlet-keskus (Porttipuiston Liikekeskus), joka on kotiin, sisustukseen ja vapaa-aikaan erikoistunut kodinkeskus Lahdenväylän ja Kehä III:n risteyksessä. Tämä rajoittaa Focus -alueelle sijoittuvan outletin toimintaedellytyksiä, mutta Focus-alueella se voisi olla luonteeltaan esimerkiksi "miesten maailma".

Logistiikka

Pääkaupunkiseudun kasvun jatkuessa Kehä III:n vyöhykkeellä ja lentoaseman eteläpuolisella alueella on vain rajalliset mahdollisuudet lisärakentamiseen tilaa vaativille toiminnoille. Pääkaupunkiseudulla alkaa olla pulaa moderneista logistiikka-aleista, koska Helsinki, Espoo ja Vantaa eivät painota kaavoituksessaan logistiikka-alueita. Tämän myötä Kehä IV:n alue alkaa kehittyä. Nykyisiltä toimipaikoiltaan toiminnallisesti parempiin sijainteihin siirtyvät toiminnot vapauttavat maata tehokkaampaan käyttöön (asuminen ja toimistot). Tämä antaa Focus -alueelle mahdollisuuden tarjota tiloja logistiikkaan, varastointiin, tukkukauppaan ym. työpaikkatoimintaan, joka hakee uutta sijaintia.

Focus -alueella voisi olla potentiaalia myös lentoasemaan suoraan kytkeytyvälle lentorahtitoiminnalle. Lentorahdin merkitys lentoaseman liiketoiminnassa on kuitenkin melko vähäinen. Se on sivutuote, mitä viedään matkustajakoneen ruumassa (esimerkiksi tuoretta kalaa tai erikoiskomponentteja). Harva logistiikkatoimija todella hyötyy suoraan lentoasemasta. Tavara liikkuu rekoilla, laivoilla ja junilla. Verkkokauppatuotteet eivät yleensä tai juuri koskaan liiku lentokoneella, eikä lentoasemasta nähty erityistä hyötyä ko. toiminnalle. Kyse marginaalisektorista koko logistiikka-alan nähdessä. Focus -alue voi kuitenkin tukea lentoaseman muita logistisia toimintoja.

Ankkuritoiminnot ja toimintojen sijoittuminen

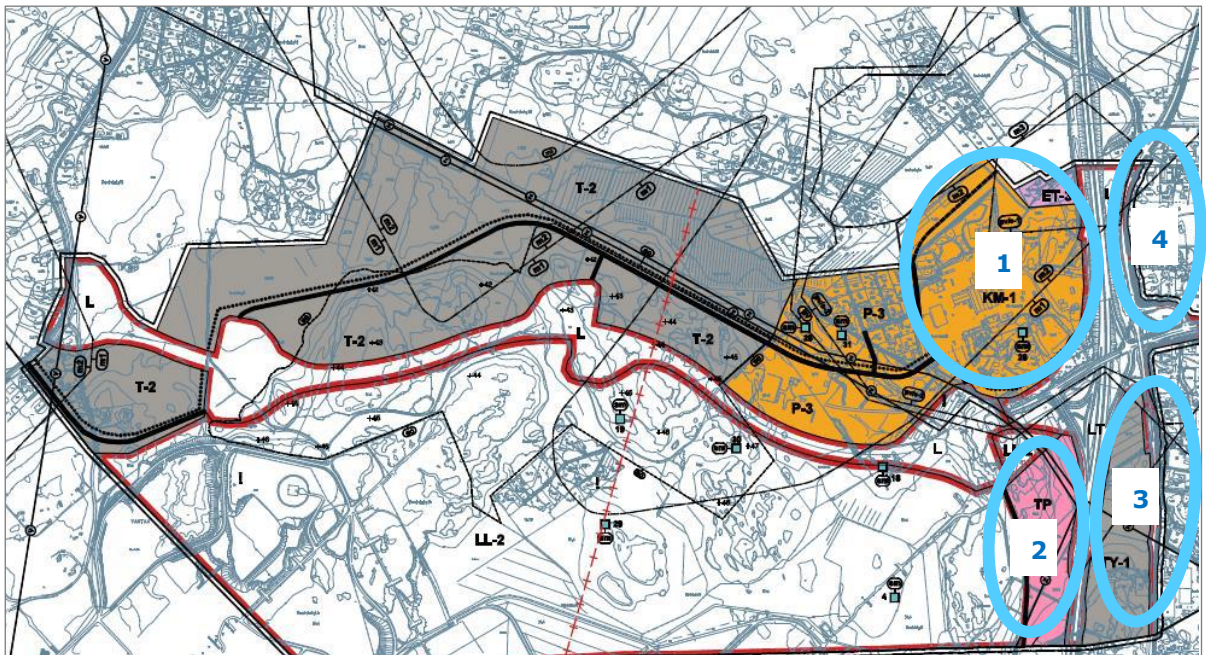
Alueella ei välttämättä tarvita yhtä ankkuritoimintoa, riittävä kokonaisuus "massana" toimii myös vetovoimatekijänä. Kaupan toiminnot voivat sijoittua Focus alueen osayleiskaavan KM-1 -alueen lisäksi myös kaavan TP-alueelle.

5. FOCUS -ALUEEN KEHITTÄMISVAIHTOEHDOT

5.1 Mahdolliset vaihtoehdot sijoittumisalueet

Focus -alueen kaupallisen ja toiminnallisen sisällön määrittämiseksi tarkasteltiin ensin neljää mahdollista sijoittumisaluevaihtoehtoa (kuva 15):

1. Focus -alueen osayleiskaavan alue KM-1
2. Focus -alueen osayleiskaavan alue TP
3. Focus -alueen osayleiskaavan alue TY-1
4. KM-1-alueen ja Tuusulanväylän itäpuolinen alue Focus -alueen osayleiskaavan ulkopuolella



Kuva 15 Sijoittumisaluevaihtoehdot.

Alueiden vahvuutta (toimivuutta ja houkuttelevuutta) kaupan sijaintipaikkana arvioitiin alla esitettyjen kriteerien avulla. Vahvuutta arvioitiin kunkin kriteerin osalta asteikolla vahva ... heikko (kuva 16).

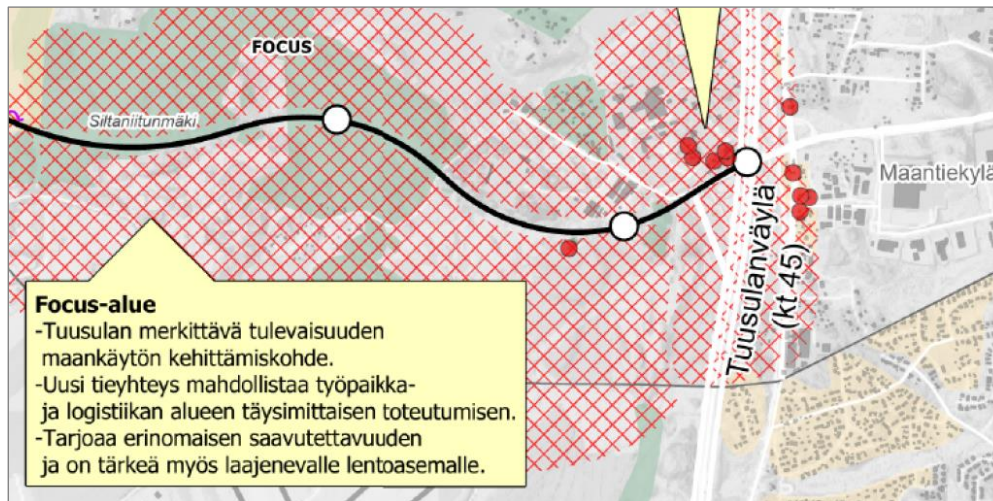
- Saavutettavuus Tuusulanväylältä ja Kehä IV:ltä
- Näkyvyys Tuusulanväylälle ja Kehä IV:lle
- Kaupan toimintaedellytykset
- Kaavalliset edellytykset
- Yhteenvedo: todennäköisyys kaupan sijoittumiselle

	VE1	VE2	VE3	VE4
Saavutettavuus				
Näkyvyys				
Kaupan toimintaedellytykset				
Kaavalliset edellytykset				
Yhteenvedo				

Asteikko	
Vahva	Heikko

Kuva 16 Vaihtoehtojen vahvuus kaupan sijoittumisen kannalta katsottuna.

Vaihtoehdot eivät poikkea merkittävästi toisistaan sijainnissa ja saavutettavuudessa suhteessa Tuusulanväylän nykyisiin liittymiin ja Kehä IV:än suunniteltuihin eritasoliittymiin (kuva 17). Pohjoisen suunnasta tultaessa vaihtoehdot 1 ja 2 sijoittuvat kuitenkin liikenteellisesti hieman sujuvammin vaihtoehtoihin 3 ja 4 verrattuna, koska liittymä Tuusulanväylältä Kulomäentielle on väylän länsipuolella. Etelän suunnasta tultaessa vaihtoehtojen 1 - 2 ja 3 - 4 välillä ei ole merkittävää eroa.



Kuva 17 Kehä IV:n eritasoliittymät (Uudenmaan ELY-keskus, Vantaan kaupunki ja Tuusulan kunta 2020).

Näkyvyys on saavutettavuuden ohella yksi merkittävimmistä tekijöistä kaupan alueiden sijaintipaikkaa suunniteltaessa. Vaihtoehtojen näkyvyys Tuusulanväylältä ja Kehä IV:ltä on hyvä vaihtoehtoisissa 1, 2 ja 3. Vaihtoehdossa 4 näkyvyys on muita vaihtoehtoja heikompi.

Kaupan toimintaedellytyksissä on tässä tapauksessa kyse siitä, miten eri rakennukset/rakennuskonaisuudet ja pysäköinti voidaan toteuttaa toimivasti kullakin alueella - millaisia rajoitteita olemassa oleva maankäyttö aiheuttaa? Vaihtoehtoisissa 1 ja 2 on parhaat edellytykset kaupan toimintojen sijoittelulle, koska niillä on vähemmän olemassa olevaa maankäyttöä kuin vaihtoehtoisissa 3 ja 4.

Kaavalliset edellytykset alueen toteuttamiseen ovat parhaat vaihtoehdossa 1 (Focus-alueen osayleiskaava ja vireillä oleva Focus-liikekeskuksen asemakaavaehdotus), jotka sallivat kaupan sijoittumisen alueelle. Vaihtoehto 2 on osayleiskaavan työpaikka-alue, joka on tarkoitettu pääasiassa toimisto-, tuotanto- ja logistiikkatoiminnoille, mutta sinne voi sijoittua myös vähittäis- ja tukkukaupan palveluita. Vaihtoehto 3 on osayleiskaavan teollisuusalue, joka on tarkoitettu pääasiassa tuotanto- ja logistiikkatoiminnoille. Vaihtoehto 4 ei sijoitu osayleiskaava-alueelle. Vaihtoehdot 3 ja 4 edellyttävät kaavallisia toimenpiteitä.

5.2 Focus -alueen kehittämissvaihtoehdot

Focus -alueen kaupan rakenteen hahmottamiseksi muodostettiin kaksi toisistaan rakenteellisesti ja sijainnillisesti poikkeavaa kehittämissvaihtoehtoa. Kehittämissvaihtoehtoja muodostettaessa otettiin huomioon mm.:

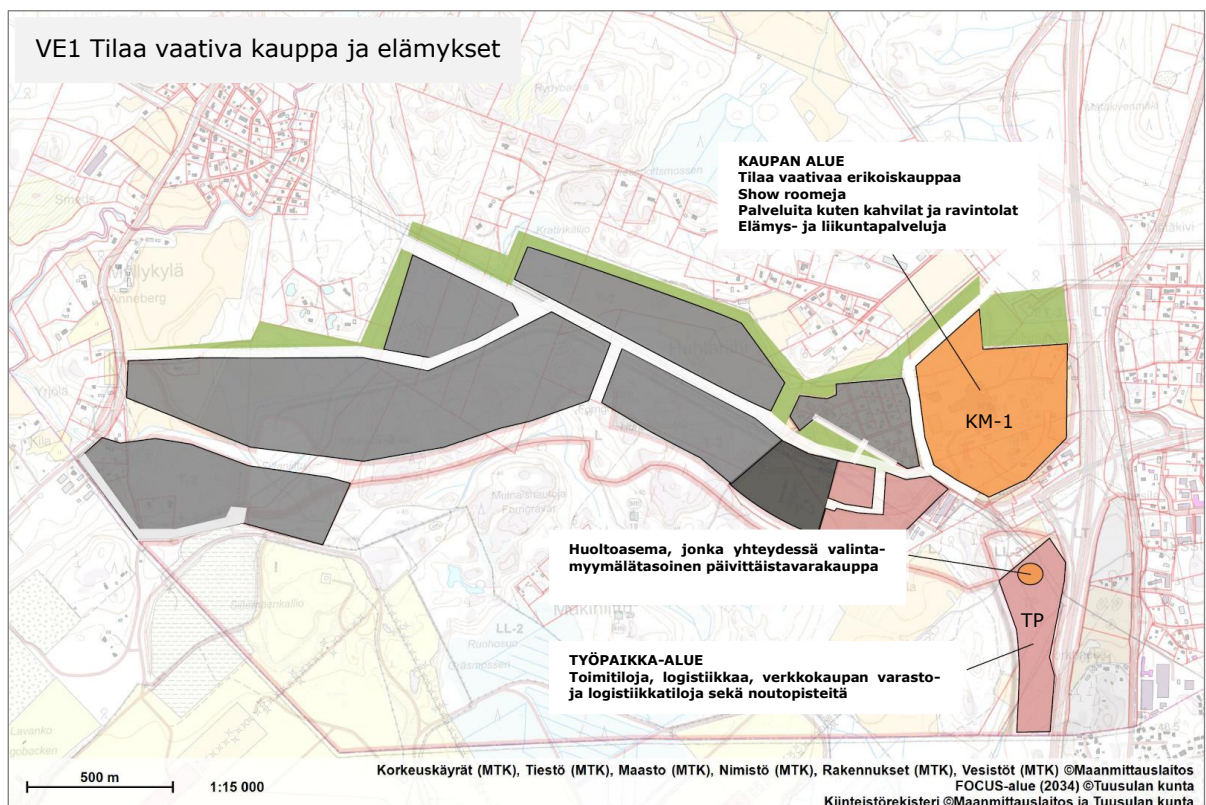
- Focus-alueen osayleiskaava sekä maankäyttö- ja rakennuslain ja Uusimaa kaavan 2050 kaupan sijaintia ohjaavat säännökset
- Työn yhteydessä tehdyissä haastatteluissa esitetyt näkemykset
- Kaupan eri toimialojen sijoittumisperiaatteet sekä verkkokaupan ja palvelujen rooli
- Kaupan markkina- ja kilpailutilanne Focus-alueen vaikutusalueella
- Focus -alueen rooli kaupan sijoittumispaikkana ja palvelujen saavutettavuus
- Hyvä logistinen sijainti ja lentoaseman läheisyys

5.2.1 Vaihtoehto 1 (tilaa vaativa kauppa ja elämykset)

Kaupan toiminnot sijoittuvat Tuusulanväylän länsipuolelle ja Kulomäentien pohjoispuolelle osayleiskaavan pohjoisosaan. Kyseessä on Focus -alueen osayleiskaavan KM-1 -alue. Alueen ankkuritoimintoina ovat sellaiset tilaa vaativan erikoiskaupan myymälät, joilla on markkinatilanteeseen nähden toimintaedellytyksiä sijoittua alueelle. Tällaisia voivat olla esimerkiksi veneiden ja matkailuvuonujen kauppa, huonekalukauppa, sisustustarvikekauppa, rauta- ja rakennustarvikekauppa, maatalous- ja puutarha-alan kauppa sekä kodintekniikkakauppa. Alueelle voi sijoittua myös moottoriajoneuvojen sekä niiden varaosien ja tarvikkeiden kauppaa. Tämän lisäksi alueelle sijoittuu kaupallisia palveluja (lähinnä ravintoloita ja kahviloita) sekä erikoiskaupan show roomeja. Kaupan palvelut toteutetaan kauppakeskusmaisena kokonaisuutena. Kaupan kokonaismitoituksena on Focus -alueen osayleiskaavan mahdollistama 100 000 k-m², jonka oletetaan toteutuvan ajan kuluessa vaiheittain.

Osayleiskaavan pohjoisosan kaupallisia palveluja täydentävät ja alueen toiminnallista profiilia määrittävät monipuoliset elämys- ja liikuntapalvelut. Tällaisia ovat esimerkiksi jää/jalkapallo/salibandyhalli, tennis/padel/sulkapallohalli, kuntosali, kiipeilyseinä sekä sisäsurffaus-allas. Liikuntapalvelut toteutetaan yhtenä liikuntakeskuksena (vrt. Salmisaaren liikuntakeskus Helsingissä). Liikuntapalveluja täydentävät esimerkiksi puuhapuisto/seikkailurata, pelimaailma (vrt. Pelaamo) sekä sellainen elämyspalvelu, jota muualla pääkaupunkiseudulla ei vielä ole. Tällainen voisi olla esimerkiksi temaattinen elämyspuisto (vrt. jo menestyneet konseptit kuten Muumimaailma ja Angry birds-puistot).

Osayleiskaavan eteläosaan (KM-1 -alueen eteläpuolelle) TP-alueelle sijoittuu lisäksi huoltoaseman yhteyteen ajanmukainen päivittäistavarakaupan valintamyymälä (laadukas noin 1 000 k-m² myymälä). Huoltoasema ei voi sijoittua KM-1 -alueelle pohjavesiolosuhteiden vuoksi. Osayleiskaavan TP-alueelle sijoittuu päivittäistavaramyymälän ja huoltoaseman lisäksi toimitiloja, logistiikka sekä verkkokaupan varasto- ja logistiikkatiloja, joiden yhteydessä on myös tavaroiden noutopisteitä. TP-aluetta on mahdollista jatkaa etelään Vantaan puolelle yhteistyössä Vantaan kaupungin kanssa.



Kuva 18

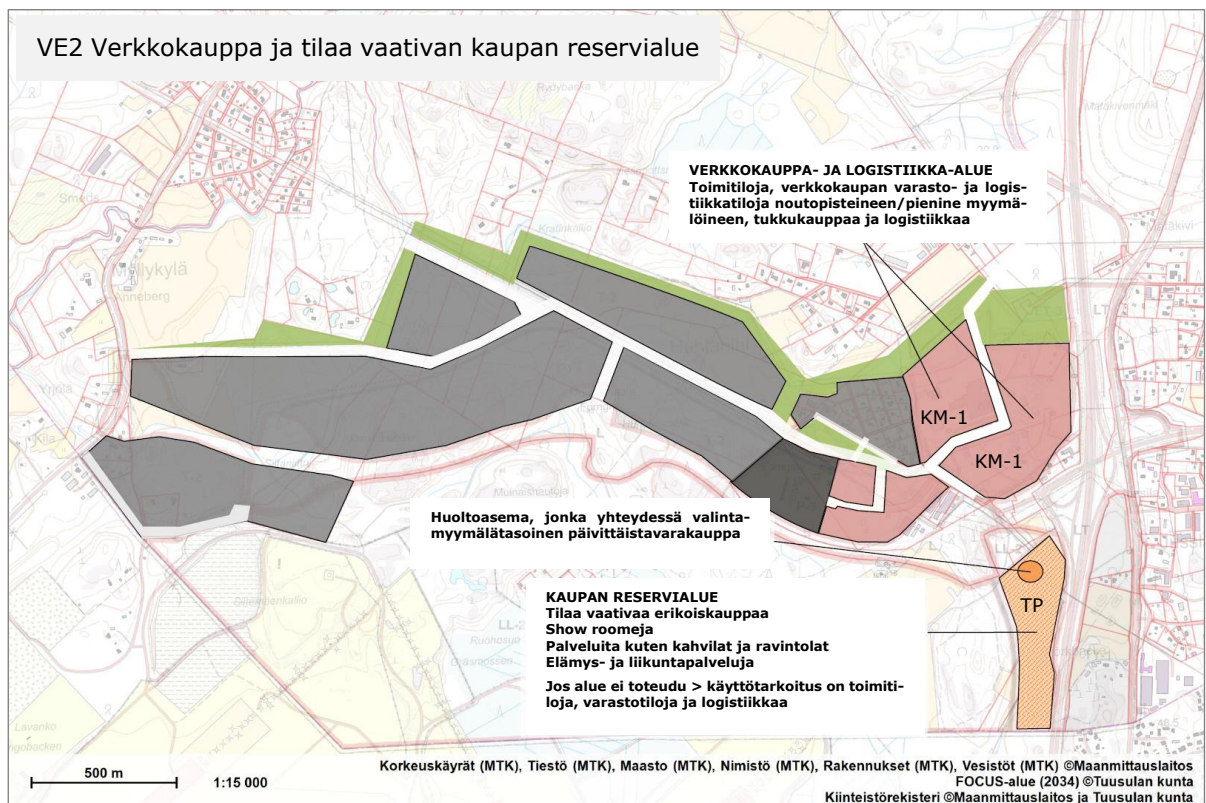
Kehittämismuutokset 1 (osayleiskaavan mukainen).

5.2.2 Vaihtoehto 2 (verkkokauppa ja tilaa vaativan kaupan reservialue)

Vaihtoehdossa 2 osayleiskaavan pohjoisosaan (KM-1 -alueelle) sijoittuu toimitiloja, logistiikkaa ja tukkukauppaa sekä verkkokaupan varasto- ja logistiikkatiloja, joiden yhteydessä on vähän myymälätiloja ja tavaroiden noutopisteitä. Osayleiskaavan eteläosaan TP-alueelle sijoittuu lisäksi huoltoaseman yhteyteen ajanmukainen päivittäistavarakaupan valintamyymälä. Muilta osin TP-alue on myöhemmin toteutettava kaupan reservialue, jonne sijoittuu markkinatilanteeseen nähden sinne toimintaedellytyksiltään soveltuvaa tilaa vaativaa erikoiskauppaa samaan tapaan kuin vaihtoehdon 1 KM-1 -alueella (esimerkiksi veneiden ja matkailuvaunujen kauppaa, huonekalukauppaa, sisustus- ja tarvikkeita, rauta- ja rakennustarvikkeita, maatalous- ja puutarha-alan kauppaa, kodintekniikkakauppaa sekä moottoriajoneuvojen ja niiden varaosien ja tarvikkeiden kauppaa). Myymälätarjontaa täydentävät kaupalliset palvelut kuten kahvilat ja ravintolat. Lisäksi alueelle sijoittuu monipuolisia elämys- ja liikuntapalveluja samaan tapaan kuin vaihtoehdon 1 KM-1 -alueella.

Osayleiskaavan eteläosan TP-alue voidaan toteuttaa myös samaan aikaan pohjoisen KM-1 -alueen kanssa, mikäli esimerkiksi markkinatilanteessa tai maanomistusolosuhteissa tapahtuu merkittäviä muutoksia. TP-aluetta on mahdollista jatkaa etelään Vantaan puolelle yhteistyössä Vantaan kaupungin kanssa.

Mikäli TP-alue ei toteudu kaupan alueena, sinne sijoittuu toimitiloja, varasto- ja logistiikkatoimintoja ja logistiikan palveluja. Logistiikan palveluja ovat esimerkiksi erään suomalaisen logistiikka-alan yrityksen palvelutarjonnan mukaan mm. kuljetuspalvelut, päivittäistavaralogistiikka, verkkokaupan logistiikka, hyvinvointituotteiden logistiikka, elektroniikkalogistiikka, mainos- ja markkinointilogistiikka ja pakkauspalvelut.



Kuva 19

Kehittämismallivaihtoehto 2.

6. VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

	VE1 Tilaa vaativa kauppa ja elämykset	VE2 Verkkokauppa ja tilaa vaativan kaupan reservialue
Alue- ja yhdyskuntarakenne	<p><u>Osayleiskaavan pohjoinen alue (KM-1 -alue)</u></p> <p>Aluerakennetasolla vahvistaa osaltaan Tuusulan kaupallista asemaa, mutta ei vaikuta Uudenmaan kuntien välisiin suhteisiin, eikä muuta kunnan asemaa keskusverkossa. Alueen kehittäminen ei myöskään vaikuta maakunnan eikä Keski-Uudenmaan kaupan rakenteeseen (alue on maakuntakaavan vähittäiskaupan suuryksikköalue).</p> <p>Ei uhkaa Hyrylän asemaa Tuusulan kaupallisena pääkeskukseksi, koska alue on pääsääntöisesti tilaa vaativan erikoiskaupan alue.</p> <p>Tasapainottaa Helsingin seudun nykyistä palvelurakennetta, jossa monipuolisimmat vähittäiskaupan palvelut sijaitsevat pääkaupunkiseudulle.</p> <p>Tuusulan pohjoispuolisten kuntien asukkaiden kannalta katsottuna tasapainottuminen näkyy siinä, että Focus -alue tuo kaupan palvelut lähemmäksi. Samalla asiointiliikenne vähenee, koska kauppamatkat voivat suuntautuvat entistä useammin Tuusulaan pääkaupunkiseudun myymälöiden sijaan. Tämän myötä myös liikenteen ympäristöhaitat vähenevät.</p> <p><u>Osayleiskaavan eteläinen alue (TP-alue)</u></p> <p>Verkkokauppaan liittyvällä toiminnalla ei ole merkittävää vaikutusta alue- ja yhdyskuntarakenteeseen.</p> <p><u>Koko alue</u></p> <p>Tuusulan kunnan ja maakuntakaavan maankäytön kehittämistavoitteiden, pääkaupunkiseudun nykyisen kaupan rakenteen ja liikenteellisesti keskeisen sijainnin vuoksi vaihtoehdolla 1 ei voida katsoa olevan alue- ja yhdyskuntarakennetta hajauttavaa vaikutusta</p>	<p><u>Osayleiskaavan pohjoinen alue (KM-1 -alue)</u></p> <p>Aluerakennetasolla ei muuta Tuusulan kaupallista asemaa, ei vaikuta Uudenmaan kuntien välisiin suhteisiin, eikä muuta kunnan asemaa keskusverkossa. Alueen kehittämisen verkkokauppapainotteisesti ei myöskään vaikuta maakunnan eikä Keski-Uudenmaan kaupan rakenteeseen.</p> <p>Ei uhkaa Hyrylän asemaa Tuusulan kaupallisena pääkeskukseksi, koska alue on pääsääntöisesti verkkokaupan alue.</p> <p><u>Osayleiskaavan eteläinen alue (TP-alue), kaupan reservialue</u></p> <p>Toteutuessaan alueen vaikutukset ovat samat kuin vaihtoehdon 1 KM-1 -alueella.</p> <p><u>Koko alue</u></p> <p>Tuusulan kunnan ja maakuntakaavan maankäytön kehittämistavoitteiden, pääkaupunkiseudun nykyisen kaupan rakenteen ja liikenteellisesti keskeisen sijainnin vuoksi vaihtoehdolla 2 ei voida katsoa olevan alue- ja yhdyskuntarakennetta hajauttavaa vaikutusta.</p>
Liikenne	<p><u>Osayleiskaavan pohjoinen alue (KM-1 -alue)</u></p> <p>Vähentää pääkaupunkiseudulle suuntautuvaa asiointiliikennettä ja samalla liikenteestä aiheutuvia päästöjä.</p> <p>Alue toimii pitkälti henkilöautoliikenteen varassa, mutta joukkoliikenteen ja pyöräilyn edellytykset ovat hyvät. Alue on liitettävissä Tuusulan eteläosien ja Vantaan pohjoisosien pyörätieverkkoon ja kävelymatkat Tuusulanväylän, Vanhan Tuusulantien ja Kulomäentien pysäkeille ovat kohtuulliset. Yhdyskatu Maisalantielle mahdollistaa tulevaisuudessa Kerava-Hyrylä-Ruskeasanta-Tikkurila -käytävän bussilinjojen kulkemisen kaupallisen keskittymän vierestä. Autoliikenteen saavutettavuus paranee, kun Maantiekylän eritasoliitintymää kehitetään ja pidemmällä tähtäimellä, kun Kehä IV:n toteuttamisen käynnistyy.</p> <p><u>Osayleiskaavan eteläinen alue (TP-alue)</u></p> <p>Pääasiassa työmatkaliikennettä, verkkokauppa ei aiheuta merkittävää liikenteen lisääntymistä.</p>	<p><u>Osayleiskaavan pohjoinen alue (KM-1 -alue)</u></p> <p>Verkkokauppaan painottuva toiminta ei lisää merkittävästi asiointiliikennettä. Henkilöautojen liikennesuorite on alhaisempi kuin vaihtoehdossa 1.</p> <p><u>Osayleiskaavan eteläinen alue (TP-alue), kaupan reservialue</u></p> <p>Toteutuessaan alueen vaikutukset ovat samat kuin vaihtoehdon 1 KM-1 -alueella.</p> <p><u>Koko alue</u></p> <p>Maantieverkon kannalta liikenteellinen toimivuus on hyvä. Matkatuotos jakautuu hyvin eri suunnille, eikä Tuusulanväylän tai myöhemmin Kehä IV:n toimivuudelle kohdistu riskejä.</p>

	<p><u>Koko alue</u></p> <p>Maantieverkon kannalta liikenteellinen toimivuus on hyvä. Matkatuotos jakautuu hyvin eri suunnille, eikä Tuusulan väljän tai myöhemmin Kehä IV:n toimivuudelle kohdistu riskejä.</p>	
<p>Kaupan kilpailutilanne</p>	<p><u>Osayleiskaavan pohjoinen alue (KM-1 -alue)</u></p> <p>Ei siirrä Tuusulan kaupan painopistettä Hyrylästä, eikä uhkaa Hyrylän keskustan nykyisen päivittäistavara- ja erikoiskaupan toimintaedellytyksiä.</p> <p>Elämys- ja liikuntapalvelut houkuttelevat alueelle stopovermatkustajia. Liikuntapalvelujen osalta Focus on lähin niitä tarjoava alue, jos majoitus on lentoaseman läheisyydessä.</p> <p>Paljon tilaa vaativassa erikoiskaupassa alue kilpailee kaupan toimijoista ja asiakkaista etenkin Vantaan Tammisto-Pakkalan, Porttipuiston ja Vantaanportin sekä Hyrylän tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöiden kanssa. Tilaa vaativassa erikoiskaupassa kyse ei Vantaan kaupan alueiden osalta ole kaupan toimintaa uhkaavasta merkittävästä kilpailutilanteen muutoksesta, vaikka kilpailu kiristyykin. Vantaan kaupan alueiden myymälätarjonta on monipuolista ja vetovoimaista. Lisäksi esimerkiksi jo vuonna 2010 Tammisto-Pakkalassa oli tilaa vaativan erikoiskaupan liiketilaa noin 62 000 k-m² (ympäristöministeriö 2010). Focus -alueen kehittäminen ei uhkaa Vantaan kaupan alueiden toiminta- ja kehittämisedellytyksiä.</p> <p>Hyrylän Sulan alueella on jo toiminnassa useita tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä ja osayleiskaava mahdollistaa uusien toimijoiden sijoittumisen alueelle. Tuusulan liiketilan tulevan lisätarpeen (ks. kohta 3.2.3) valossa Focus-alueen uusi liikerakentaminen ei kuitenkaan uhkaa kaupan kehittymistä Sulan alueella. Näin voisi käydä vain siinä tapauksessa, että Focus -alueelle sijoittuisi osayleiskaavan mahdollistama 100 000 k-m² tilaa vaativaa erikoiskauppaa kokonaisuudessaan. Tähän kuluu kuitenkin todennäköisesti pitkä aika tai enimmäismitoitus ei toteudu kokonaisuudessaan.</p> <p>Myönteisiä vaikutuksia positiivisten kilpailuvaikutusten muodostumiseen (mahdollinen hintatason aleneminen ja tuotevalikoiman lisääntyminen ja monipuolistuminen kuluttajan kannalta katsottuna).</p> <p><u>Osayleiskaavan eteläinen alue (TP-alue)</u></p> <p>Ei vaikutusta tilaa vaativan erikoiskaupan kilpailutilanteeseen.</p>	<p><u>Osayleiskaavan pohjoinen alue (KM-1 -alue)</u></p> <p>Ei siirrä Tuusulan kaupan painopistettä Hyrylästä, eikä uhkaa Hyrylän keskustan nykyisen päivittäistavara- ja erikoiskaupan toimintaedellytyksiä. Ei synnytä kilpailutilannetta naapurikuntien vähittäiskaupan palvelujen kanssa.</p> <p><u>Osayleiskaavan eteläinen alue (TP-alue), kaupan reservi-alue</u></p> <p>Toteutuessaan alueen vaikutukset ovat samat kuin vaihtoehdon 1 KM-1 -alueella.</p>
<p>Kaupan palvelujen saavutettavuus</p>	<p><u>Osayleiskaavan pohjoinen alue (KM-1 -alue)</u></p> <p>Ostovoiman siirtymien valossa oman kunnan tilaa vaativan erikoiskaupan palvelujen koettuun saavutettavuuteen ei olla täysin tyytyväisiä Tuusulassa, Järvenpäässä eikä Keravalla. Vantaalla kaupan palvelujen koettu saavutettavuus sen sijaan on ostovoiman virtausten perusteella hyvällä tasolla.</p>	<p><u>Osayleiskaavan pohjoinen alue (KM-1 -alue)</u></p> <p>Verkkokaupan osalta käsite kaupan palvelujen saavutettavuus ei ole oleellinen kysymys perinteisessä mielessä. Kaupan liiketiloja tarvitaan kuitenkin edelleen, sillä nykyisin verkkokaupan osuus Suomen koko vähittäiskaupasta on noin 8 %.</p>

	<p>KM-1 -alueen myötä Tuusulan tilaa vaativan erikoiskaupan palvelutarjonta lisääntyy ja monipuolistuu. Tämä merkitsee koetun saavutettavuuden merkittävää paranemista hyvin-kin laajalla alueella. Myös fyysinen saavutettavuus paranee merkittävästi Tuusulan ja Tuusulan pohjoispuolisten alueiden kannalta katsottuna, kun pääkaupunkiseudulla sijaitsevien liikkeiden sijasta osa asioinneista voidaan tehdä Focus -alueella. Tämä merkitsee myös asiointimatka-ajokilometrien huomattavaa vähenemistä.</p> <p>Alue on erittäin hyvin saavutettavissa henkilöautolla. Erikoiskaupassa tyypillinen asiointietäisyys on alle 15 minuutin ajoaika. Asukkaiden määrä 15 minuutin ajoaikavyöhykkeellä Focus -alueesta on nykyisin noin 300 000 asukasta. Tämä väestömäärä on kuitenkin teoreettinen arvo, joka ei kaikilta osin pidä paikkaansa. Ajoaika esimerkiksi Herttoniemestä Focus -alueelle kestää käytännössä pidempään kuin 15 minuuttia.</p> <p>Autoilun ohella asiointi onnistuu myös kävellen, pyöräillen ja linja-autolla. Edellytyksenä hyvälle saavutettavuudelle kuitenkin on, että joukkoliikenteen ja kevyen liikenteen yhteydet ovat kunnossa.</p> <p>Linja-autolla asioitaessa saavutettavuuden taso tulee määrittymään joukkoliikenteen tulevista ratkaisuksista: vuorovälit, reitit ja pysäkit tulisi suunnitella palvelemaan myös Focus -alueella asiointia. Pysäkeiltä olisi myös oltava sujuvat ja turvalliset yhteydet alueelle. Sekä kevyen liikenteen että joukkoliikenteen toimivuus on järjestettävissä alueen toteutuksen edetessä.</p> <p><u>Osayleiskaavan eteläinen alue (TP-alue)</u></p> <p>Ei vaikutusta kaupan palvelujen saavutettavuuteen perinteisessä mielessä.</p>	<p><u>Osayleiskaavan eteläinen alue (TP-alue), kaupan reservi-alue</u></p> <p>Toteutuessaan alueen vaikutukset ovat samat kuin vaihtoehdon 1 KM-1 -alueella.</p>
--	--	--

7. JATKOSUUNNITTELUSSA HUOMIOITAVAA

7.1 Focus -alueen kehittämisen reunaehdot

Toimiakseen vetovoimaisena kauppapaikkana Focus -alue tarvitsee tuekseen asiakasvirtaa tuovan ankkuritoiminnon. Tällaisena voisi periaatteessa toimia parhaiten ajanmukainen noin 3 000 k-m²:n kokoinen supermarkettasoinen päivittäistavaramyymälä. Focus -alueen osayleiskaavan mukaan alueelle voi kuitenkin sijoittua enintään kaksi kappaletta enintään 2 000 k-m²:n kokoista päivittäistavaramyymälää. Tämä tekee Focus -alueesta haastavan paikan päivittäistavarakaupan sijoittumiselle. Työn yhteydessä tehdyissä päivittäistavarakaupan toimijoiden haastatteluissa Focus aluetta ei kuitenkaan nähty ajanmukaisen supermarketin sijaintipaikkana. Syinä olivat paitsi edellä mainittu kaavamääräys, myös lähiasutuksen vähäisyys sekä Hyrylässä ja naapurikunnissa vireillä olevat super- ja hypermarkettasoiset päivittäistavarakaupan hankkeet jo nykyisin vahvan myymälätarjonnan lisäksi. Pieni huoltoaseman yhteydessä oleva myymälä on mahdollinen, mutta ei erikseen vain pienmyymälää. Päivittäistavarakauppa ei voi olla alueen ankkuritoiminto, vaan sijoittuu alueelle myöhemmin ja mahdollisesti laajamittaisemmin muun toiminnan saatua aikaan asiakasvirtoja.

Koska osayleiskaava on laadittu jo vuonna 2014 ja on kaupan toiminnan kannalta katsottuna vanhentunut, Focus -alueelle voisi ajatella sijoittuvan enintään 2*2 000 k-m² päivittäistavarakaupan sijasta joko 4 000 k-m² päivittäistavarakauppaa yhdessä myymälässä tai 2 000 k-m² päivittäistavarakauppaa ja 2 000 k-m² keskustahakuista erikoiskauppaa. Uusimaa-kaava 2050 mahdollistaa tämän, koska siinä keskustahakuisella kaupalla tarkoitetaan sekä päivittäistavarakauppaa että muuta erikoiskauppaa (keskustahakuista erikoiskauppaa).

Ankkurina voisi toimia myös laajan tavaravalikoiman myymälä. Näiden myymälöiden osalta tulee kuitenkin ratkaistavaksi kysymys siitä, mitkä niistä ovat luonteeltaan tilaa vaativaa erikoiskauppaa, ja mitkä eivät. Maankäyttö- ja rakennuslaissa näitä myymälöitä ei määritellä erikseen. Uusimaa-kaavassa 2050 ja Focus -alueen osayleiskaavassa alue on tarkoitettu ensisijaisesti paljon tilaa vaativalle erikoiskaupalle. Tämä poistaa myös mahdollisuuden sijoittaa alueelle outlet-keskus ja myyntipinta-alaltaan suuri verkkokaupan myymälä (vrt. Verkkokauppa.com). Ankkurina voisi toimia myös esimerkiksi Ikea, mutta nykyisten myymälöiden sijoittumispaikat eivät tue uuden myymälän sijoittumista Focus -alueelle. Elämys- ja liikuntapalvelut voivat toimia kaupan palvelutarjonnan täydentäjinä - niille syntyy toimintaedellytyksiä alueen muiden toimintojen asiakasvirtojen myötä. Ne eivät voi toimia Focus -alueen ensisijaisina toimintoina tai ankkureina. Alueen "ankkuritoimintona" voi olla myös Focus -alueen kaupan profilointi tiettyjen tilaa vaativan erikoiskaupan toimialoihin perustuen (ks. kohta 7.2).

Focus -alueen kaupallisen toiminnan käynnistämiseksi voitaisiin ajatella kaupan ja palveluiden pop up-toimintoja. Tämä edellyttäisi kuitenkin investoria, joka olisi valmis sijoittamaan "väliaikaisiin" toimitiloihin. Tämä ei ole todennäköistä. Focus -alueen kaupan toimintaa ei voida perustaa stopover-matkustajien varaan. Stopover -matkustajien saaminen alueelle ylipäätään edellyttää hyvin vetovoimaista ja erikoista palvelu- ja myymälätarjontaa Helsingin keskustan ja Jumbo-Flamingon vuoksi. "Pelkkä" kaupallinen keskittymä ei ole riittävän vetovoimainen. Focus -alueen kehittämisen reunaehtoihin kuuluu myös se, että pohjavesiolosuhteiden vuoksi osayleiskaavan KM-1 -alueelle ei voi sijoittua huoltoasemaa, jonka yhteyteen voisi sijoittua päivittäistavaramyymälä. Osayleiskaavan TP-alueella tämä on mahdollista. Merkittävänä Focus -alueen toteutumisen edellytyksenä on Kehä IV:n toteutuminen.

Focus -alueen kaupan enimmäismitoituksena on Uusimaa-kaavan 2050 ja osayleiskaavan mukaan 100 000 k-m². Mitoituksen toteutuminen kokonaisuudessaan on mahdollista, mutta todennäköisesti siihen kuluu aikaa. Ilman vetovoimaista ankkuritoimintoa kaupan kehitys ei välttämättä toteudu alle kymmenessä vuodessa. Tämän vuoksi alueen toteuttamista olisi hyvä suunnitella vaiheittain. Aluksi tarvitaan ankkuritoiminto, jonka ympärille muut kaupan toiminnot ja palvelut kehittyvät. Vaiheittainen kehitys antaa Focus -alueen yrityksille myös mahdollisuudet kehittää omaa toimintaansa vastaamaan markkina-alueen kysyntään ja ajan kuluessa muuttuvaan kilpailutilanteeseen.

7.2 Focus -alueen profilointi

Focus -alueen profiloinnilla pyritään siihen, että sinne sijoittuisi useita samaan toimialaan kuuluvia ja/tai toisiaan täydentäviä eri toimialojen myymälöitä. Näin saadaan aikaan synergiaetuja niin kaupalle kuin kuluttajallekin. Samalla asiointimatkat lyhenevät, kun halutut palvelut ja tuotteet löytyvät yhdeltä alueelta. Focus -alueen kannalta kaupan toimintojen profilointi voidaan asemakaavoituksessa toteuttaa toimivimmin kolmella tilaa vaativan erikoiskaupan toimialalla: rauta- ja rakennus-tarvikekauppa, kodintekniikkakauppa sekä moottoriajoneuvojen ja niiden varaosien ja tarvikkeiden kauppa. Focus -alueen profilointi tiettyjen toimintojen mukaan ei sulje pois muiden tilaa vaativan erikoiskaupan toimintojen mahdollisuutta sijoittua alueelle. Focus -alueen kaupan profilointi on tärkeää etenkin siinä tilanteessa, että alueelle ei saada yhtä vetovoimaista ankkuritoimintaa.

Focus -alueen tulevaan kehitykseen pitkällä aikavälillä saattaa vaikuttaa myös tilanne, jossa Vantaan Tammiston alueen toiminnallista luonnetta muutettaisiin enemmän asumispainotteiseksi (vrt. kehitys esimerkiksi Petikossa ja Varistossa). Mikäli näin kävisi, se avaisi Focus -alueelle mahdollisuuksia Tammistosta pois siirtyvien tilaa vaativan erikoiskaupan toimijoiden etsiessä uusia sijaintipaikkoja.

Helsinki-Vantaan lentoasema lähiympäristöineen (Aviapolis) on pitkällä tähtäimellä kehittyvä lentokenttäkaupunki, jossa ajan kuluessa saattaa olla tarjolla jopa valtaosa samoista kaupan palveluista kuin Helsingin keskustassa. Focus -alueen maankäyttöä olisi hyvä kehittää jatkossa niin, että alue tukee lentokenttäkaupungin kehittymistä ja täydentää Helsinki-Vantaan lentoaseman toimintaa. Työn yhteydessä tehdyissä toimijahaastatteluissa Focus -aluetta ei nähty lentoaseman kaupallista toimintaa oleellisesti tukevana tai siihen liittyvänä alueena. Lentoasemalla on nykyisellään paljon kaupallista toimintaa (varsinkin tuloaulassa) ja tätä toimintaa kehitetään. Focus-alueen lentoasemaa tukevana toimintana nähtiin lähinnä elämyspalvelut ("jotain sellaista, mitä lähialueella tai muualla pääkaupunkiseudulla ei ole"). Lentoasema yksin ei kuitenkaan riitä tuottamaan Focus-alueelle asiakkaita. Jos Focus-alueelle sijoittuu päivittäistavarakauppaa tai esimerkiksi Musti ja Mirri-tyyisiä liikkeitä, ne eivät liity tai vaikuta lentoaseman kaupalliseen toimintaan.

Stopover-matkustajille tärkeitä palveluja ovat etenkin elämys- ja liikuntapalvelut sekä erikoiskaupan palvelut ja show roomit. Kehittämisvaihtoehdon 2 mukainen konsepti ei ole stopover -matkustajia houkutteleva kohde, mikäli kaupan reservialue (osayleiskaavan eteläosan TP-alue) ei toteudu. Kehittämisvaihtoehtoon 1 sisältyvät myös erikoiskaupan show roomit sekä elämys- ja liikuntapalvelut. Stopover -matkailun kehittäminen Focus -alueella edellyttää nopeiden ja aina tarvittaessa käytettävissä olevien bussiyhteyksien järjestämistä lentoaseman ja sen lähialueen hotellien ja Focus-alueen välille ("palvelubussiliikenne").

Verkkokaupan tilat ovat pääosin varasto- ja logistiikkatiloja. Niiden noutopisteet ja myymälät ovat kooltaan pieniä, enintään muutaman sadan kerrosneliömetrin kokoisia "palvelutiskejä". Logistiikka-palvelujen sekä elämys- ja liikuntapalvelujen tilat eivät ole vähittäiskaupan kerrosalaa. Vähittäiskaupan liiketiloiksi ei lasketa myöskään kaupallisten palvelujen (ravintoloiden, kampaamoiden ym.) tiloja, eikä show roomeja. Maankäyttö- ja rakennuslain kaupan sijainninhjauksen säädökset koskevat vain vähittäiskauppaa ja sen liiketiloja.

7.3 Kehittämisvaihtoehdoista asemakaavoitukseen

Focus -alueen kehittämisen lähtökohdaksi voidaan ottaa kumpi tahansa kehittämisvaihtoehto, Focus-alueen toiminnallinen ja alueellinen painotus sekä mahdollisesti toteutumisen ajoittuminen vain on erilainen. Elinkeinoelämän kehittymisen kannalta katsottuna kummassakin vaihtoehdossa on tulevaisuuden kasvavia toimialoja.

Vaihtoehtoa 1 kehitettäessä muodostuu tilaa vaativan erikoiskaupan palveluiltaan monipuolinen kaupan keskittymä, jota elämys- ja liikuntapalvelut täydentävät. Alue tukeutuu toiminnassaan osin

(lähinnä elämys- ja liikuntapalvelujen kautta) stopover -matkustajiin ja tukee osaltaan Helsinki-Vantaan lentoaseman toimintaa. Huoltoasemaa ja sen yhteydessä toimivaa valintamyymälätasoisista päivittäistavarakauppaa lukuun ottamatta Focus -alueen osayleiskaavan pohjois- ja eteläosat (KM-1- ja TP-alueet) tukevat vain löyhästi toisiaan - TP-alue on nimensä mukaisesti ensisijaisesti työpaikka-alue, ei kaupan alue. Mikäli KM-1 -alueelle saadaan vetovoimainen ankkuritoiminto, vaihtoehdon 1 mukainen kehitys voi alkaa suhteellisen nopeastikin (mahdollisesti alle viisi vuotta). Osayleiskaavan KM-1 -alueelle voisi tilaa vaativan erikoiskaupan ohella sijoittua myös verkko-kauppa-, varasto- ja logistiikkatoimintaa, jotka myös saattaisivat lähteä toteutumaan suhteellisen nopeasti.

Vaihtoehdon 2 mukaisessa kehittämisessä osayleiskaavan pohjoisosan KM-1 -alueella painottuu perinteisen vähittäiskaupan sijasta verkkokauppa ja siihen liittyvä toiminta sekä logistiikka. Alue on luonteeltaan enemmän työpaikka-alue kuin kaupan alue. Osayleiskaavan eteläosan TP-alue on sen sijaan selkeästi kaupan alue, joka vastaa toiminnoiltaan vaihtoehdon 1 KM-1 -aluetta. Kaavallisesti TP-alue on kuitenkin kaupan reservialue. Alueen kehittäminen lähtee liikkeelle osayleiskaavan pohjoisosasta KM-1 -alueelta ja se voi ajankohtaistua suhteellisen nopeastikin (mahdollisesti alle viisi vuotta).

Sekä vaihtoehdon 1 että vaihtoehdon 2 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.

Maankäytön suunnittelussa kaupan palvelujen kehittämistä on ajateltava kokonaisuutena, jossa eri alueiden kaupan palvelut täydentävät toisiaan. Tuusulan kaupan palveluverkon tasapainoisen kehittämisen kannalta onkin tärkeää, että niin Focus -alueelle kuin Hyrylän keskustalle ja muillekin Tuusulan kaupan alueille annetaan riittävät mahdollisuudet kehittyä. Kunnan tehtävänä on kokonaisuuden hallinta niin, että luodaan edellytykset kaupan tavoitteelliseen kehittymiseen eri alueilla. Avainsanoja sekä tässä että Focus-alueen yritysten toiminta- ja kehittämisedellytysten kannalta ovat alueen kaupallisen konseptin ja asemakaavan joustavuus ja mahdollisuus vaiheittaiseen toteuttamiseen.

7.4 Toimivan kilpailun edistäminen

Kaavoitusratkaisulla voidaan rajoittaa tai mahdollistaa kilpailun toimivuutta. Tärkeää olisi pyrkiä siihen, että rajoitetaan vain sitä, mikä on välttämätöntä yhdyskuntarakenteen toimivuuden turvaamisen ja maankäytöllisten kehittämisenäkökohtien kannalta katsottuna. Yhdyskuntarakenteen kehittämistavoitteet eivät aina ole kaikilta osin samansuuntaisia kilpailun toimivuuden turvaamisen tavoitteiden kanssa. Kun tämä asia tiedostetaan, kaavaratkaisuja voidaan lähteä hakemaan avoimesti molemmat näkökulmat huomioon ottaen.

Maankäyttö- ja rakennuslakiin keväällä 2015 tehdyn kilpailun toimivuutta koskevan lisäyksen mukaan elinkeinoelämän kilpailuasioden huomioiminen on yksi keskeisistä kaavoituksessa edistettävistä asioista. Alalla jo toimivien yritysten lisäksi kaavoitusprosessissa on huomioitava myös uusien toimijoiden alalle tulon edellytykset. Lakimuutoksen tavoitteena oli, että yrityksille osoitetaan laadultaan ja määrältään riittävästi sijoittautumispaikkoja. Pitämällä alalle tulon esteet mahdollisimman alhaisina varmistetaan se, että luodaan edellytykset toimivalle kilpailulle ja sen myötä positiivisille kilpailuvaikutuksille.

Myös vuonna 2017 maankäyttö- ja rakennuslakiin tehdyn muutoksen tavoitteena oli lisätä elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä kaupan kehittämisessä ja edistää toimivan kilpailun kehittymistä. Lisäksi erityisenä tavoitteena oli parantaa kaupan toimialan edellytyksiä kehittää toimintaansa kes-

kusta-alueiden ulkopuolella ilman vähittäiskaupan suuryksikön laadun huomioon ottamiseen liittyvää rajoitusta. Vähittäiskaupan suuryksikön ensisijainen sijaintipaikka on lakimuutoksen jälkeenkin keskusta-alue. Suuryksikkö voidaan kuitenkin sijoittaa myös muualle edellyttäen, että kaupan palvelujen saavutettavuus otetaan huomioon sijoituksen perusteena. 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. Focus -alueen kaupallisen konseptin jatkokehittämisessä ja asemakaavan laatimisessa kilpailun edistämisen näkökulma olisi hyvä ottaa yhtäläisellä painoarvolla huomioon maankäyttö- ja rakennuslain muiden kaupan sijainnin ohjausta koskevien säännösten kanssa.

8. ENTÄ JOS FOCUSTA EI KEHITETÄ KAUPAN ALUEENA?

Jos Focus -alue jäisi kokonaan toteutumatta, sillä olisi kuntataloudelliselta kannalta katsottuna vaikutusta tonttituloihin (lähinnä maankäyttö sopimukset, mutta maanomistusolosuhteiden mahdollisesti muuttuessa myös tonttien luovutustulot) sekä kiinteistö- ja kunnallisverotuloihin - ei toimintaa, ei tuloja. Tästä syystä tämän liikenteellisesti erittäin hyvin sijoittuvan ja yritystoiminnan kannalta hyvin potentiaalisen alueen kehittämisen käynnistämiseen olisi hyvä pyrkiä mahdollisimman nopeasti.

Focus -alueen kehittäminen kaupan alueena tai muuna kuin kaupan alueena eivät poikkea merkittävästi toisistaan edellä mainittujen kuntataloudellisten tulojen kertymisen kannalta. Kunnallisveroa kerryttävissä työpaikkamäärissä ei olisi merkittävää eroa, paitsi jos Focus -alueelle sijoittuisi mitavasti toimistotilaa. Tämä ei pääkaupunkiseudun vallitsevassa toimistotilojen tarjontatilanteessa ole todennäköistä. Kiinteistöveron osalta Focus -alueen kehittäminen muuna kuin kaupan alueena tuottaisi todennäköisesti jonkin verran alhaisemman verotuoton verrattuna siihen, että Focus -alueelle sijoittuisi osayleiskaavan mahdollistama kaupan enimmäismitoitus 100 000 k-m².

Tuusulan kaupan palveluverkon kehittämisen kannalta katsottuna Focus -alueen toteutuminen muuna kuin kaupan alueena saisi aikaan haastavan tilanteen. Focus -alueen tilaa vaativaa erikoiskauppaa voisi sijoittua Tuusulan muille tilaa vaativan erikoiskaupan alueille kuten Sulaan, mutta ei mitoituksensa puolesta yhtenä rauta- ja rakennuskauppaan, kodintekniikkakauppaan sekä moottoriajoneuvojen ja niiden varaosien ja tarvikkeiden kauppaan profiloituneena vetovoimaisena keskittymänä hyvässä liikenteellisessä sijainnissa.

Focus -alueen sijasta muualle Tuusulaan hajautunut tilaa vaativa erikoiskauppa palvelisi lähinnä tuusulalaisia, mutta seudullisesti merkittävää kaupan keskittymää Tuusulaan ei syntyisi. Myös itse hajautumisen toteutuminen olisi hyvin epävarmaa, koska kaupan toimijoiden/investorien kannalta katsottuna tällaisessa ratkaisussa vetovoimainen kaupan keskittymä jää toteutumatta ja kaupan eri toimijoiden synergiaedut saavuttamatta - kiinnostusta tällaiseen ratkaisuun ei välttämättä ole. Elämys- ja liikuntapalvelujen osalta Tuusulassa ei ole liikenteellisesti ja näkyvyydeltään Focus-alueeseen verrattavissa olevaa sijaintipaikkaa.

Focus -alueen kaupan toimintojen toteutumatta jääminen merkitsisi myös sitä, että nykyinen tilaa vaativan erikoiskaupan ostovoiman ulosvirtaus (noin 20 milj. €/vuosi) Tuusulasta jatkuisi, tosin ehkä hieman pienempänä. Asukkaiden (tuusulalaisten ja Tuusulan pohjoispuolisten kuntien asukkaiden) kannalta Focus -alueen kaupan toimintojen toteutumatta jääminen merkitsisi tilaa vaativan erikoiskaupan koetun ja fyysisen saavutettavuuden säilymistä nykyisellään. Focus -alue ei olisi vaihtoehtona pääkaupunkisudulle suuntautuvalla asiointilla. Samalla asiointimatka-ajokilometrien väheneminen jäisi toteutumatta.

Alue- ja yhdyskuntarakenteen kehittymisen osalta tilannetta voidaan kuvata maakuntakaavan tavoitteiden kannalta katsottuna. Focus -alue on Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa (ja Helsingin hallinto-oikeuden päätöksestä toistaiseksi täytäntöönpanokiellossa olevassa Uusimaa-kaavassa 2050) merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksiköiden alue (KM), jonne muiden maakuntakaavan KM-alueiden ohella suunnataan osa pääkaupunkiseudun ostovoiman kasvusta ja pääkaupunkiseudulle muualta Uudeltamaalta siirtyvää ostovoimaa. Tämän ratkaisun perusteena maakuntakaavassa on se, että suuryksikköalueilla on toteutuessaan tasapainottava vaikutus alue- ja yhdyskuntarakenteeseen. Lisäksi ne vähentävät asiointimatkojen pituutta, kun palveluja ei tarvitse hakea pääkaupunkiseudulta (Uudenmaan liitto 2014). Focus -alueen toteutuminen muuna kuin kaupan alueena ei tukisi maakuntakaavan tavoitteita.

Jos Focusta ei kehitetä lainkaan kaupan alueena, sen toimivien käyttötarkoitukset olisi logistiikka-, tukkakauppa-, varasto- ja toimitila-alue. Tällainen toiminta voisi käynnistyä suhteellisen nopeasti,

koska pääkaupunkiseudulla modernien logistiikka-alueiden tarjonta on rajallinen. Pääkaupunkiseudun kasvun jatkuessa Kehä III:n vyöhykkeellä on vain rajalliset mahdollisuudet lisärakentamiseen tilaa vaativille toiminnoille. Tämän myötä Kehä IV:n vyöhyke alkaa kehittyä ja samalla se antaa Focus -alueelle mahdollisuuden tarjota tiloja logistiikkaan, varastointiin, tukkukauppaan ym. työpaikkatoimintaan, joka hakee uutta sijaintia.

9. LÄHTEET

- Armstrong, Nadine (2017). "Mercedes me" café concept hits Melbourne. Motoring. <https://www.motoring.com.au/mercedes-me-cafe-concept-in-melbourne-109382/>
- Cadillac (2017). The Gallery at Cadillac House Transforms for Artist Daniel Arsham's "Lunar Garden" Exhibition Presented by Visionaire. <http://media.cadillac.com/media/us/en/cadillac/news-detail.html/content/Pages/news/us/en/2017/sep/0905-cadillac-arsham.html>
- EY (2015). Future of automotive retail - Shifting from transactional to customer-centric. [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-future-of-automotive-retail/\\$FILE/EY-future-of-automotive-retail.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-future-of-automotive-retail/$FILE/EY-future-of-automotive-retail.pdf)
- Feagins, Lucy (2017). Step Inside Mercedes me. <http://thedesigntfiles.net/2017/11/step-inside-mercedes-me/>
- HE 334/2014 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi maankäyttö- ja rakennuslain sekä maankäyttö- ja rakennuslain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöksen muuttamisesta.
- HE251/2016. Hallituksen esitys eduskunnalle maankäyttö- ja rakennuslain muuttamisesta.
- Knudsen, Franz (2018). International examples of integrated airport and urban planning.
- LeBeau, Phil (2016). Cadillac opening brand house in New York City. CNBC. <https://www.cnbc.com/2016/05/31/cadillac-opening-brand-house-in-new-york-city.html>
- Liikennevirasto (2015). Verkkokauppa kaupunkiseuduilla. Selvitys nykytietämyksestä. Liikenneviraston tutkimuksia ja selvityksiä 42/2015.
- McEleny, Charlotte (2017). Toyota fuses a showroom with a cafe for new car sharing concept in Tokyo. The Drum. <http://www.thedrum.com/news/2017/10/24/toyota-fuses-showroom-with-cafe-new-car-sharing-concept-tokyo>
- McKinsey & Company, Inc. (2014). Innovating automotive retail - Journey towards a customer-centric, multiformat sales and service network. https://www.mckinsey.de/files/brochure_innovating_automotive_retail.pdf
- Realidea (2021). Aviapoliksen keskustan kaupalliset palvelut ja työpakat -selvitys.
- Suomen Kauppakeskusyhdistys ry (2020). Kauppakeskukset 2020 -julkaisu.
- Takala, Pyry (2013). Enää kolmannes helsinkiläisnuorista hankkii ajokortin 18-vuotiaina. Yleisradio. <https://yle.fi/uutiset/3-6713092>
- Tuusulan kunta (2018). Kaupan palveluverkkoselvitys.
- Tuusulan kunta (2017). Tuusulan yleiskaava 2040, ehdotus.
- Tuusulan kunta (2014). Focus-alueen osayleiskaava.
- Uudenmaan ELY-keskus, Vantaan kaupunki ja Tuusulan kunta (2020). Maantie 152 välillä Hämeenlinnanväylä - Tuusulanväylä, Aluevaraussuunnitelma.
- Uudenmaan liitto (2020). Uusimaa-kaava 2050, kaavaselostus 25.8.2020.
- Vantaan kaupunki (2015). Vantaan kaupan palveluverkkoselvitys ja -suunnitelma 2040.
- Visit Finland (2015). Stopover Finland loppuraportti.