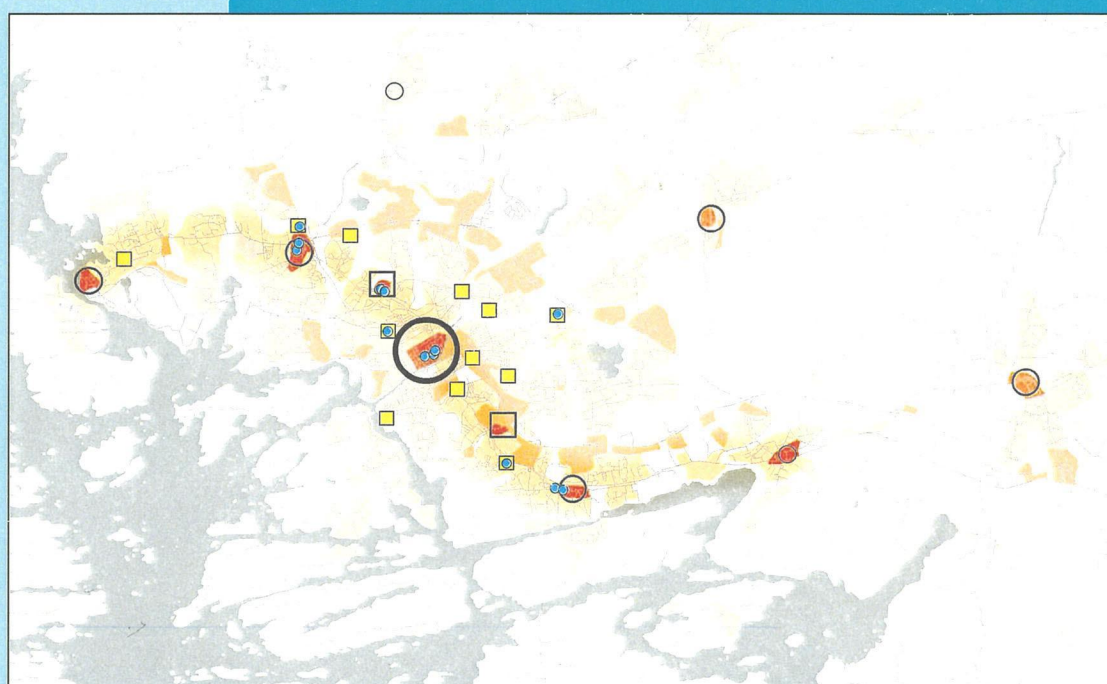


LIITE 3.3.1

TURUN YLEISKAAVA 2020

Kaupan suuryksiköt (= Turun kaupunkiseudun kaupan palveluverkkoselvitys
1997 ja 2000)

Turun kaupunkiseudun



kaupan palveluverkko- selvitys 2000

Turun kaupunkiseudun kaupan palveluverkkoselvitys 2000

ISBN 951-9054-41-3

Varsinais-Suomen liitto

2000

TIIVISTELMÄ

Turun kaupunkiseudun kaupan palveluverkkoa koskeva selvitystyö suoritettiin vuonna 1997. Se on toiminut pohjana kaupunkiseudun maakuntakaava- ja kuntien yleiskaavayhteistyössä. Tämän päivitetyn selvityksen tavoitteena on saada riittävä yleiskuva kaupan kehityksestä Turun kaupunkiseudun alueella aikavälillä 2000-2020.

Palveluverkon kehittyminen Turun kaupunkiseudulla on viime vuosien aikana ollut nopeaa. Tästä esimerkkinä voidaan mainita Turun Länsikeskuksen liiketilalaajennukset ja saneeraushankkeet, Pitkämäen Prisma-hypermarketin toteutus sekä Turun ydinkeskustan monet kiinteistöhankeet. Verkoston kehittymistä kuvaa toteutusvaiheessa oleva Haunisten kauppakeskus sekä rakenteilla oleva Maskun tilaa vievän kaupan keskittymä.

Vuoden 2000 alusta voimaan tullut Maankäyttö- ja rakennuslaki säätelee kaupan suuryksiköiden toteutusta keskustojen ulkopuolella. Laki edellyttää monitasoista yhteistyötä kuntien ja eri viranomaisten välillä kaavoja vahvistettaessa. Niin ikään Laki ympäristövaikutusten arvioinnista tuo oman lisänsä kaupan suuryksiköiden suunnitteluprosessiin.

Muuttuneessa tilanteessa Varsinais-Suomen liitto päivittää vuonna 1997 laaditun selvityksen vastaamaan nykytilannetta.

Kaupan rakennemuutoksella on laajat ulottuvuudet. Keskeistä tässä on vähittäiskaupan myymäläkoon kasvaminen sekä uusien liikeideoiden ja toimintatapojen syntyminen. Yksikkökoon kasvu koskee sekä päivittäis- että erikoistavarakauppaa. Muutos tähtää jakelun kokonaistaloudellisen tehokkuuden lisäämiseen. Muutoksella on heijastusvaikutuksensa. Kehityskuva koettelee erityisesti pienien lähimyymälöiden toimintaedellytyksiä, mutta avaa samalla uusia markkinoita kysyntää vastaaville palveluille. Tästä ovat esimerkkinä uudet lähipalvelukonseptit, jotka ovat yhdistelmiä esimerkiksi lähimyymälöiden, kahviloiden ja polttoainejakelun toimintatavoista. Palvelujen saatavuus koetaan ongelmana erityisesti niillä muuttotappioalueilla, joilla väestöpohja ei enää voi ylläpitää päivittäistavarakaupan peruspalvelua.

Selvitystyön konkreettiseksi lähtökohdaksi on otettu kaupan esittämät ja tiedossa olevat suurmyymälöiden investointihankkeet Turun kaupunkiseudulla. Nykyinen verkosto ja suunniteltu hankejoukko on sijoitettu kartalle. Tähän on lisätty arvio muiden mahdollisten kaupan hankkeiden (erityisesti tilaa vievä kauppa) osalta. Näin on pyritty saamaan kokonaiskuva kaupan alueellisesta sijoittumisesta kaupunkiseudulle. Aikajänne on vuosi 2010-2020.

Keskeiset tulokset:

- Päivittäistavarakaupan (pt-) nykyisten hankkeiden aiheuttama pinta-alan lisäys täyttää väestökasvun edellyttämän lisäkapasiteetin pitkälle tulevaisuuteen.
- Erikoistavarakaupan (et-) kysynnän kasvu vuoteen 2020 mennessä edellyttää 25-40 % pinta-alan kasvua, kun määrälliseksi kasvuksi oletetaan 2-3 % vuodessa.
- Uudet jakelukanavat, mm. internet-kauppa kasvaa suhteellisen hitaasti. Sen vaikutus nykyiseen kiinteään myymäläverkostoon perustuvaan jakelujärjestelmään tulee olemaan vielä pitkään varsin marginaalinen.
- Voimakkaasti kasvava erikoistavarakaupan pinta-ala sijoittuu selkeästi ydinkeskustan ulkopuolelle. Kaupunkiseudun kaupan aluekeskusrakenne tulisi selkeyttää juuri ko tilanteen hallitsemiseksi.
- Kaupan hierarkkisen mallin avulla voidaan turvata parhaiten eri kuluttajaryhmiä ja kysyntätilanteita palveleva joustava ja taloudellisesti kannattava kaupan palveluverkko.

Seuraavassa tarkastellaan määriteltyjen hierarkiatasojen luonnetta eräiden hankkeiden valossa:

- **Ydinkeskustan** kaupallisessa kehittämisessä eri liikennemuotojen tasapainoinen huomioiminen on välttämätöntä. Tämä merkitsee riittävän, asiakkaan hyväksymän pysäköintikapasiteetin varaamista. Keskustan viihtyisyyteen on kiinnitettävä huomiota. Ydinkeskustan korttelihankkeet sekä keskustan elävyyteen ja alueen markkinointiin keskittyvä laaja yhteistyömalli takaavat keskustan kilpailukyvyn aluekeskusten taholta tulevassa kilpailussa. Ilman konkreettisia toimenpiteitä ydinkeskustan kaupallinen ”prime-alue” saattaa supistua pitkällä aikajaksolla.
- **Kaupallisia aluekeskuksia on kolme.** Ne ovat nykyinen Länsikeskus ja uutena Skanssiin ja Rasion Haunisiin toteutettavat keskukset. Uudet keskukset tulevat todennäköisesti olemaan Shopping Mall- tyyppisiä, sisään aukeavia kauppakeskuksia, joissa erikoiskaupalla on keskeinen rooli. Kauppakeskuksen tuntumaan viereiselle tonteille saatetaan toteuttaa muuta vähittäiskauppaa. Näin ollen Haunisten ja Skanssin keskusten kokonaisala tulee olemaan laajennuksineen maankäytön ratkaisusta ja käytetystä aluerajauksesta riippuen suuruusluokkaa 70-90.000 kerros-m².
- Suuret kunta- ja kaupunkikeskukset ovat *kaupan verkostossa* **paikalliskeskuksia**. Niiden vaikutusalueet ulottuvat laajimmillaan usean kunnan alueelle. Pääasiallinen tehtävä on luonnollisesti palvella oman kunnan väestöä.
- Pienet kuntakeskukset osoitetaan **lähipalvelukeskuksiksi**. Ne palvelevat nimensä mukaisesti lähialuettaan.
- Kaupunkiseudulle sijoittuu **erillisiä kaupan keskittymiä**. Näitä ovat mm. Ravattulan keskus, useat keskustasta erillään sijaitsevat nykyiset hypermarketit sekä tilaa vievän kaupan keskittymät. Esimerkiksi kehitteillä oleva Maskun palvelukeskus voidaan luontevasti sijoittaa ko. hierarkkiseen tasoon.

- **Lähimyymälöiden** lakkauttamisten arvioidaan jatkuvan, mutta selvästi lievempänä kuin 90-luvulla. Myymälän oheispalveluiden supistuminen, kuten postin saneerausohjelma heijastuu erityisesti haja-asutusalueen kauppapalvelujen kehitykseen. Toisaalta myymälän toimiminen tulevaisuudessa esimerkiksi nettikaupan jakelupisteenä tai pankkipalvelupisteenä saattaa tuoda myymälälle uusia tehtäviä. Taajamissa lähipalvelut saavat uusia toimintamuotoja; kioskien, kahviloiden ja myymälöiden erilaiset yhdistelmät laajentavat yksikön kannattavuuden pohjaa.

Seuraavassa kiteytetään eräiden keskeisten hankkeiden luonnetta:

- **Skanssi** tulisi toteuttaa yhden tai kahden hypermarketin, vapaa-ajan, pukeutumisen ja kodinsisustuksen tavara-alojen erikoisliikkeiden monipuolisena kokonaisuutena. Tilaratkaisuna tulisi kysymykseen ns. Shopping mall. Tarjontaa täydentävät monipuoliset ravintolapalvelut sekä julkiset toiminnot mahdollisuuksien mukaan. Maankäytön salliessa Skanssin kauppakeskuksen välittömään yhteyteen voitaisiin osoittaa myös tilaa vievän sisustamisen ja esimerkiksi kodinkoneiden suuryksiköitä. Pysäköintikapasiteetti tulee olla riittävä. Kauppakeskuksen luontainen vaikutusalue ulottuu itäisen Turun lisäksi Sauvo-Piikkiö-Lieto -linjalle. Salon kaupunkiseudun kehittyvä palveluvarustus rajaa luontevasti Skanssin markkina-alueita. Vaikutus on seudullinen.
- Kupittaaan nykyisen suuryksikön, Citymarket-liikekiinteistön toimintakonseptia tulisi arvioida ottaen huomioon alueen mittava väestöpohja. Lähipalvelujen kokonaisuuteen voisivat kuulua vähittäiskaupan lisäksi esim. monipuoliset terveyteen liittyvät palvelut.
- Lähipalvelujen toiminta kehittyä uusien liikeideoiden kautta. Ketjukonseptien kehittyessä entistä kustannustehokkaammaksi ne voivat sijoittua myös pieniin kuntakeskuksiin ja asutuskeskittyymiin. Valikoimien laajentuessa palvelukyky myös paranee. Erityisesti tuoretuotteiden osuuden lisääminen muuttaa aikaisemmat ns. laatikkomyymälät entistä vetovoimaisemmiksi elintarvikemyymälöiksi.
- Turun kaupungin suunniteltu alueellinen väestön kasvu osoittaa lisäkapasiteetin tarvetta Hirvensalon ja Maaria/Jäkärä -alueille. Ehdottoman keskeisen liikepaikan osoittaminen, jossa voidaan saavuttaa oleellinen osa väestöpohjasta, on rakenteeltaan hajallaan oleville asuinalueille kuitenkin ongelmallista.
- Aluekeskusten kaupallinen vetovoima vaikuttaa heikentävästi lähikuntien keskustojen kilpailukykyyn. Voimakkain muutos tapahtuu Rasion keskuksessa (Hauninen) sekä Kaarinan keskuksessa (Skanssi). Maskuun suunniteltu erillinen kaupan keskus vaikuttaa ratkaisevasti Maskun nykyisen kaupallisen keskuksen statukseen. Käytännössä kuntakeskuksen yksityiset palvelut rakentuvat uuteen paikkaan.
- Suurmyymälöiden ajoitus vaikuttaa kuntakeskusten ja lähimyymälöiden sopeutukseen.

Väestönkasvu ja kulutuskysynnän kasvu sekä luontainen myymäläpoistuma on luonut tarpeen uusille kaupan tiloille. Kasvun paine on ”purkautumassa” lähinnä seuraaville alueille:

- Masku
- Hauninen
- Kärämäki

ja vuoden 2010 jälkeen

- Skanssi

Tilaa vievän kaupan ja erityisesti logistiikan toimintoihin voidaan osoittaa mm. Liedon Avanti, Kirismäen alue Piikkiössä sekä Tammisilta ja ns. Rivonmäen alue Paimiossa.

Raportissa kuvattu hierarkkinen malli turvaa parhaiten tasapainoisen palveluverkon kehittämisen. Tämä merkitsee suunnitelmassa esitettyjen kaupan sijoituskohteiden ottamista tarkemman maankäytönsuunnittelun ja kaavoitustyön pohjaksi. Lisäksi se merkitsee tiivistävää yhteistyötä Turun kaupunkiseudun kuntien ja kaupan välillä.

SAMMANDRAG

Utredningsarbetet angående handels servicenät i Åbo stadsregion utfördes år 1997. Det har utgjort en grund för arbetet med landskapsplanen och generalplanen för stadsregionen. Målet med denna uppdaterade utredning har varit att få en tillräcklig översiktbild av handels utveckling inom området för Åbo stadsregion under tidsperioden 2000-2020.

Utvecklingen av servicenätet i Åbo stadsregion har varit snabb de senaste åren. Som ett exempel därpå kan nämnas utvidgningarna och saneringarna av affärsutrymmena i Västra centrum i Åbo, förverkligandet av Prisma-hypermarketen i Långbacka samt många fastighetsprojekt i stadskärnan i Åbo. Nätverkets utveckling beskrivs av affärscentrumet i Hauninen samt den affärskoncentration som kräver utrymme i Masku.

Den Markanvändnings- och byggnadslag som trädde i kraft från början av år 2000 reglerar realiserandet av storenheter för handeln utanför centrumen. Lagen förutsätter samarbete på många nivåer mellan kommunerna och de olika myndigheterna, då planerna skall fastställas. Likaså medför Lagen om bedömning av miljökonsekvenser sin egen tribut till processen med att planera storenheter för handeln.

I den föränderliga situationen uppdaterar Egentliga Finlands förbund den år 1997 uppgjorda utredningen att motsvara det aktuella läget.

Handels strukturomvandling har vida dimensioner. Det centrala härvidlag är att minuthandels butiksstorlek växer samt att det uppstår nya affärsidéer och verksamhetssätt. Den ökade enhetsstorleken gäller handeln med både dagligvaror och specialprodukter. Ändringen siktar till en ökning av distributionens totalekonomiska effektivitet. Ändringen har sina återspeglingsverknningar. Utvecklingsbilden prövar speciellt verksamhetsbetingelserna för de små närbutikerna, men öppnar samtidigt nya marknader för de tjänster som motsvarar efterfrågan. Exempel på detta utgörs av de nya närservicekoncept som består av en kombination av verksamhetssätten för exempelvis närbutiker, caféer och bränsledistribution. Tillgången till service upplevs som ett problem i synnerhet inom de områden med flyttningsunderskott där befolkningsunderlaget inte längre kan upprätthålla basservicen för handeln med dagligvaror.

Som en konkret utgångspunkt för utredningsarbetet har tagits de investeringsprojekt för storbutiker inom Åbo stadsregion, vilka handeln framfört och som man har kännedom om. Det nuvarande nätverket och den planerade gruppen av projekt har utplacerats på kartan. Till detta har fogats en uppskattning av andra eventuella affärsprojekt (i synnerhet sådan handel som kräver utrymme). På detta sätt har man försökt få en helhetsbild av hur handeln är lokaliserad inom stadsregionen. Tidsperspektivet är år 2010-2010.

De centrala resultaten:

- Den arealökning som dagligvaruhandels (dv-) nuvarande projekt vållar fyller den tilläggskapacitet som befolkningsunderlaget förutsätter långt in i framtiden.
- Den ökade efterfrågan inom handeln med specialprodukter (sp-) fram till år 2020 förutsätter en arealökning med 25-40 %, då 2-3 % per år tas som volymmässig tillväxt.

- Nya distributionskanaler, bl.a. internet-handeln ökar relativt långsamt. Dess inverkan på det distributionsnät som baserar sig på det nuvarande fasta butiksnätet torde ännu rätt länge vara rätt marginellt.
- Ytarealen för den kraftigt expanderande handeln med specialprodukter lokaliseras tydligt utanför stads kärnan. Strukturen för handelns områdescentraler i stadsregionen borde göras redigare för att situationen skall behärskas.
- Med hjälp av en hierarkisk modell för handeln kan man bäst trygga ett flexibelt och ekonomiskt lönsamt nätverk för en handel som betjänar olika konsumentgrupper och för situationerna inom efterfrågan.

I det följande skall karaktären hos de definierade hierarkinivåerna granskas i belysning av vissa projekt:

- Inom utvecklingen av handeln i kärncentrum är det nödvändigt att på ett balanserat sätt beakta trafikformerna. Detta innebär att man reserverar en tillräcklig parkeringskapacitet, vilken godkänns av kunden. Uppmärksamhet bör fästas på trivseln i centrum. Stads kärnans kvartersprojekt samt en omfattande samarbetsmodell som koncentrerar sig på områdets marknadsföring garanterar centrumets konkurrenskraft i den konkurrens som kommer från områdescentrumen. Utan konkreta åtgärder kan "prime-området" för handeln i kärncentrum reduceras på lång sikt.
- **Det finns tre områdescentra för handeln.** De utgörs av det nuvarande Västra centrum och som nya områden av de centrum som förverkligas i Skansen och Hauninen. De nya centren kommer sannolikt att vara av Shopping Mall-typ, affärscentrum som öppnas inåt, där handeln med specialprodukter innehar en central roll. I närheten av affärscentrumen kan annan detaljhandel realiseras på tomterna invid. På så sätt kommer den totala ytarealen för centrumen i Hauninen och Skansen jämte utvidgningar, beroende på lösningen för markanvändningen och den begagnade områdesavgränsningen, att vara av storleksklassen 70-90.000 vånings-m².
- De stora kommun- och stadscentrumen är lokalcentraler inom handelns nätverk. Deras influensområden sträcker sig, när de är som mest omfattande, till flera kommuners område. Den huvudsakliga uppgiften är naturligtvis att betjäna befolkningen i den egna kommunen.
- De små kommuncentralerna anvisas som centrum för närservice. De betjänar, som namnet säger, sitt närområde.
- **Särskilda koncentrationer för handeln** lokaliseras inom stadsregionen. Sådana är bl.a. centrumet i Ravattula, flera av de nuvarande hypermarketerna som ligger avskilt från centrum samt de koncentrationer för handeln som tar mycket utrymme. Till exempel kan det servicecentrum som håller på att utvecklas i Masku på ett naturligt sätt placeras på den ifrågavarande hierarkiska nivån.
- Det kan uppskattas att nedläggningen av närbutikerna kommer att fortgå, men klart svagare än på 90-talet. Då butikernas extraservice minskar, såsom genom postens saneringsprogram, återspeglas detta i synnerhet på utvecklingen av de glesbebyggda områdenas affärsservice. Å andra sidan kan det för butiken medföra nya uppgifter om butiken i framtiden fungerar till exempel som distributionsställe eller bankservice ställe. I tätorterna får närservicen nya verksamhetsformer; olika kombinationer av kiosker, caféer och butiker utvidgar underlaget för verksamhetens lönsamhet.

I det följande skall karaktären hos vissa centrala projekt utkristalliseras:

- **Skansen** borde realiseras som en mångsidig helhet med en eller två hypermarketer och specialaffärer för branscherna fritid, konfektion och heminredning. En s.k. Shopping mall skulle komma i fråga som utrymmeslösning. Utbudet kompletteras av mångsidiga restaurangtjänster samt offentliga funktioner i mån av möjlighet. Om markanvändningen det tillåter, kunde i den omedelbara närheten av affärscentret Skansen anvisas storenheter, som kräver utrymme, för inredning och exempelvis hushållsmaskiner. Parkeringskapaciteten bör vara tillräcklig. Det naturliga influensområdet för handelscentret sträcker sig från östra Åbo och dessutom till linjen Sagu-Pikis-Lundo. Den serviceberedskap som utvecklas i Salo stadsregion avgränsar på ett naturligt sätt marknadsområdet för Skansen. Inflytandet är regionalt.
- Verksamhetskonceptet för Kuppis nuvarande storenhet, affärsfastigheten Citymarket borde bedömas med beaktande av områdets omfattande befolkningsunderlag. Helheten av närservice kunde, utöver detaljhandeln, omfatta t.ex. mångsidiga tjänster med anknytning till hälsa.
- Närservicens verksamhet utvecklas genom nya affärsidéer. Då kedjekoncepten utvecklas med allt större kostnadseffektivitet kan de placeras även i små kommuncentraler och bosättningskoncentrationer. I takt med de utvidgade urvalen förbättras också betjäningförmågan. I synnerhet den ökade andelen färskvaror förändrar de tidigare s.k. lådbutikerna till livsmedelsbutiker med allt större attraktivitet.
- Den planerade regionala befolkningsökningen för Åbo stad påvisar behovet av tilläggskapacitet i områdena Hirvensalo och S:t Marie/Jäkärälä. Det är dock problematiskt att anvisa en absolut central affärsplats, där man kan nå en väsentlig del av befolkningsunderlaget, för de bostadsområden som har en splittrad struktur.
- Regioncentralernas kommersiella attraktivitet påverkar konkurrenskraften hos närkommunernas centrum och gör den svagare. Den kraftigaste förändringen sker i Reso centrum (Hauninen) samt i S:t Karins centrum (Skansen). Det separata affärscentrum som planerats i Masku påverkar på ett avgörande sätt status för nuvarande affärscentrum i Masku. I praktiken byggs kommuncentrumets privata tjänster på den nya platsen.
- Förläggningen av storbutikerna tidsmässigt påverkar anpassningen för kommuncentrumen och närbutikerna.

Befolkningsökningen och den ökade konsumtionsefterfrågan samt nedläggningen av butiker på naturlig väg har skapat ett behov av nytt utrymme för handeln. Tillväxttrycket håller på "att utlösas" främst till följande områden:

- Masku
- Hauninen
- Käsämäki

och efter år 2010

- Skansen

För handel som kräver mycket utrymme och speciellt för logistiska funktioner kan bl.a. Avanti i Lundo, Kirismäki-området i Pikis samt Tammisilta- och det s.k. Rivonmäki-området i Pemas anvisas.

Den i rapporten beskrivna hierarkiska modellen tryggar bäst utvecklingen av ett balanserat servicenät. Detta innebär att de lokaliseringsobjekt för handeln, vilka har framförts i planen, skall tas som underlag för en mer ingående markanvändningsplan och för planläggningsarbetet. Därtill innebär det ett mer intensifierat samarbete mellan kommunerna och handeln i Åbo stadsregion.

0. ESIPUHE

Vähittäiskaupan palvelujen sijoittumisella voidaan yhdyskuntarakennetta ohjata merkittävästi. Muutokset kuluttajien ostokäyttäytymisessä ja muutokset kaupan sijoittumisessa ovat keskenään vuorovaikutuksessa ja näkyvät palveluverkon toimivuudessa. Myymäläkoon kasvu näkyy palveluverkon harventumisena ja samalla lähipalvelujen toimintaedellytysten muutoksena.

Turun kaupunkiseudulle on kehitteillä useita merkittäviä kaupan hankkeita. Osa näistä on taajaman reuna-alueelle tai taajaman ulkopuolelle sijoituvia hypermarketteja. Kauppa-keskus-mallin toteutusta edustaa Kauppakeskus Mylly Raisioon ohikulkutien varteen.

Osa hankkeista tähtää olemassa olevien keskusten kaupalliseen kehittämiseen ja vahvistamiseen. Näistä voidaan esimerkkinä mainita Tampereentien Prismän uudisrakennus ja Länsikeskuksessa Citymarketin ja Euromarketin laajennukset.

Lisäksi talouden resursseja suunnataan merkittävästi mm. Turun keskustan kaupallisten palvelujen kehittämiseen. Niissä keskeistä on tavaratalojen toimintaedellytysten turvaaminen.

Kaupan kehityksen voimaa kuvaa useiden ulkomaisten ketjujen etabloituminen Suomeen. Ketjun toteutus tapahtuu pääsääntöisesti useamman myymäläyksikön lähes samanaikaisella rakentamisella. Nämä suuret, tilaa vievät yksiköt hakevat sijaintipaikkaa ensisijaisesti pääkaupunkiseudulta sekä Turun ja Tampereen alueelta. Toiminnan vakiintuessa ketjua kasvatetaan muille suuremmille kaupunkialueille. Kehitys näkyy selvästi Turun kaupunkiseudulla: edullista sijaintia haetaan liikenteellisesti vilkkailta paikoilta, joissa jo olemassa oleva palvelu sekä vahva ympäröivä väestöpohja tukevat aloittavaa kaupallista toimintaa. Tilanne näkyy selvästi mm. Raision Myllyn ympäristön kehityskuvassa.

Kauppa seuraa tarkoin kuluttajien ostokäyttäytymistä ja pyrkii siihen myös omalta osaltaan vaikuttamaan. Yhteiskunnan autoistuminen on luonut pohjan hypermarketeille. Auton käyttö asiainnissa, harvat myymälässä käynnit, suuret kertaostokset, asiainnin keskittyminen viikonloppuun - kaikki tämä suosii hyper- ja supermarkettien toimintaa - usein lähipalvelujen kustannuksella. Lähimyymälöiden toimintaedellytykset syödään kuitenkin viime kädessä asiakkaiden oman ostokäyttäytymisen seurauksena; hypermarketin tarjoama edullinen hinta, laajat valikoimat ja helppo asiointi voittavat kuluttajan päivittäisessä ”äänestyksessä”.

Lähipalvelujen heikkeneminen koetaan yhdyskunnassa kipeänä menetyksenä. Asiaan liittyy päivittäisen tavarahuollon ohella myös sosiaalisia näkökohtia.

Varsinais-Suomen liitto on yhdessä Turun kaupunkiseudun kuntien kanssa päättänyt päivittää vuonna 1997 laaditun palveluverkkoselvityksen.

Ohjausryhmään ovat kuuluneet seuraavat jäsenet:

Juhani Määttä/Turku
Jorma Kallio/Naantali
Kari Karjalainen/Raisio
Martti Ilmonen/Kaarina
Sauli Ahopelto/Lieto
Ilmari Ikäheimo/Piikkiö
Jouni Pärssinen/Paimio
Seppo Torikka/Rusko
Tuomo Tegelsten/Masku
Outi Engström/Lounais-Suomen ympäristökeskus
Turkka Lehtinen/Varsinais-Suomen yrittäjät/Turun yrittäjät
Henri Wibom/Varsinais-Suomen yrittäjät
Jari Lähteenmäki/Turun kauppakamari
Veikko Autio/TOK
Olli Setänen/Kesko Oyj
Kalevi Viinamäki/Wihuri päivittäistavararyhmä
Heikki Heinimäki/Tradeka
Jyrki Salomaa/Varsinais-Suomen kiinteistöyhdistys
Katri Tulkki/Ympäristöministeriö
Paavo Okko/Turun kauppakorkeakoulu
sekä
Eero Löytönen ja Juhani Salomaa/Varsinais-Suomen liitto

Selvitystyön alueellinen rajausta käsittää seuraavat kunnat: Kaarina, Lieto, Masku, Naantali, Paimio, Piikkiö, Raisio, Rusko ja Turku.

Palveluverkkosuunnitelman konsulttina on ollut toimitusjohtaja, konsultti Kyösti Pätynen Entrecon Oy:stä. Työssä on kuultu laajasti kaupan asiantuntijoita.

Palveluverkon selvitystyö liittyy läheisesti meneillään olevaan, koko Varsinais-Suomen alueetta koskevaan lähipalvelujen kehittämistyöhön. Ko. selvitystehtävän toimeksiantajat ovat Varsinais-Suomen liitto, Varsinais-Suomen yrittäjät ja Turun kauppakamari.

Turun kaupunkiseudun tavoin suoritetaan Varsinais-Suomen liiton toimesta Salon seutukunnan seudullinen palveluverkkoselvitys. Työ saatetaan loppuun vuoden 2000 aikana.

Turun kaupunkiseudun palveluverkon kehittämistyön ohjausryhmä kiittää erityisesti työryhmää ja kaupan asiantuntijoita aktiivisesta ja vuorovaikutteisesta työstä.

Turussa 20. päivänä marraskuuta 2000



Juho Savo

maakuntajohtaja



Eero Löytönen

suunnittelujohtaja

SISÄLLYSLUETTELO

TIIVISTELMÄ	2
0. ESIPUHE	6
1. JOHDANTO	11
1.1. SELVITYSTYÖN TAVOITTEET	11
1.2. RAJAUKSET	12
1.2.1. ALUEELLINEN RAJAUS	12
1.3. ALUEJAOTTELUT	13
1.3.1. TILASTOALUEET (VARSINAIS-SUOMEN LIITON TILASTOALUEJAKO)	13
1.3.2. POSTINUMEROALUEET	14
1.3.3. MARKKINA-ALUEJAKO	15
1.3.4. TYÖSSÄKÄYNTIALUE	16
1.3.5. TILASTORUUDUT	17
1.4. TOIMIALARAJAUS	17
1.5. KAUPAN KONSEPTIT JA KETJUUNTUMINEN	18
1.5.1. PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA	18
1.5.2. ERIKOISTAVARAKAUPPA	19
1.6. SIJAINNITSEUNNITTELUN LÄHTÖKOHDAT	20
1.6.1. MYYMÄLÄT JA KAUPAN SJOITTUMINEN	20
1.6.2. VÄESTÖ	21
1.6.3. KULUTUS JA OSTOVOIMA	26
1.6.4. TILANKÄYTÖN TEHOKKUUS	28
1.7. PALVELUVERKON VAIHTOEHTOISET KEHITYSPOLUT	29
2. NYKYINEN PALVELUVERKKO	30
2.1. PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN VERKOSTON RAKENNE	30
2.1.1. PINTA-ALA	30
2.1.2. PT-MYYNTI	32
2.1.3. KIOSKIT	34
2.1.4. HUOLTOASEMAT	35
2.2. ERIKOISTAVARAKAUPAN NYKYINEN SJOITTUMINEN KAUPUNKISEUDULLA	35
2.2.1. TILAA VIEVÄN KAUPAN KÄSITE	35
2.2.2. HUONEKALUKAUPAT	37
2.2.3. RAUTAKAUPAT	37
2.2.4. AUTOKAUPAT	39
2.3. PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN RAKENNE ERI KOKOLUOKISSA	39
2.3.1. HYPERMARKETTIT	39
2.3.2. SUPERMARKETTIT	40
2.3.3. LÄHIMYYMÄLÄT	40
3. POTENTIAALISET UUDET KAUPAN SJOITUSKOHTEET	41

3.1.	LIIKEPAIKKOJEN LUONNE	41
3.2.	LIIKEPAIKKOJEN TOIMIALARAKENNE	42
3.3.	NYKYISEN KIINTEISTÖKANNAN SOVELTUVUUS KAUPAN TARPEISIIN	43
4.	<u>PALVELUVERKON SIJOITUS JA MITOITUS VUONNA 2010</u>	44
4.1.	VÄESTÖ JA OSTOVOIMA	44
4.2.	PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN LISÄYSTARVE KUNNITTAIN VUOTEEN 2020	45
4.3.	KAUPAN SUURYKSIKÖIDEN VAIKUTUSALUEIDEN MUODOSTUMINEN	48
5.	<u>KEHITTÄMISKOHTEIDEN ARVIOINTIA KUNNITTAIN</u>	50
5.1.	TURKU	50
5.2.	KAARINA	51
5.3.	LIETO	52
5.4.	NAANTALI	52
5.5.	PAIMIO	52
5.6.	PIIKKIÖ	53
5.7.	RAISIO	53
5.8.	RUSKO	54
5.9.	MASKU	54
6.	<u>SKENAARIOT KEHITYSKULUN KUVAAJANA</u>	55
6.1.	VERKOSTON VOIMAKAS RAKENNEMUUTOS (A)	55
6.2.	STRATEGISESTI SOPEUTETTU OHJELMA (B)	55
6.3.	0+ VAIHTOEHTO (C)	56
7.	<u>PALVELUVERKON PITKÄN AIKAVÄLIN RAKENNE</u>	57
7.1.	KESKEISET KEHITYSPIIRTEET	57
7.2.	PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA	57
7.3.	ERIKOISTAVARAKAUPPA	58
7.3.1.	SJOITTUMISEN TRENDIT	58
7.4.	TILAA VIEVÄ KAUPPA	58
7.4.1.	SJOITUSKOHTEET	58
7.4.2.	E18- VÄYLÄ SJAINTIKOHTENA	59
7.4.3.	HELSINGINTIE SJAINTIKOHTENA	59
8.	<u>VERKOSTOMUUTOKSEN VAIKUTUKSET YMPÄRISTÖÖN</u>	60
8.1.	LÄHIPALVELUT	60
8.2.	NYKYISET KESKUSTOJEN UUDISTUSTOIMET	61
8.3.	VAIKUTUKSET YDINKESKUSTAAN	62
8.4.	PALVELUVERKON VAIKUTUS TURUN KAUPUNKISEUDUN ULKOPUOLELLA	62
8.4.1.	HAUNISTEN KAUPPAKESKUSTAN VAIKUTUS	62
8.4.2.	SKANSSIN VAIKUTUS ULKOPUOLISIIN KUNTIIN	63
8.5.	YMPÄRISTÖVAIKUTUSTEN ARVIOINNISTA	63
8.6.	PALVELUVERKON KEHITTÄMISEN OHJAUSVÄLINEET	63

LIITE

KARTAT

KARTTA 1 SELVITYSTYÖHÖN ALUERAJAUS	12
KARTTA 2 TILASTOALUEJAKO	13
KARTTA 3 POSTIALUEJAKO	14
KARTTA 4 TURUN ALUEEN ARVIOITU MARKKINA-ALUERAJAUS	16
KARTTA 5 TURUN TYÖSSÄKÄYNTIALUE	16
KARTTA 6 VÄESTÖN RUUTUKARTTA	17
KARTTA 7 PÄIVITTÄISTAVARAMYYMÄLÖIDEN SIOJITTUMINEN KAUPUNKISEUDULLA VUONNA 1998	21
KARTTA 8 VÄESTÖN SIOJITTUMINEN TAAJAAN JA HAJA-ASUTUKSEEN MARKKINA-ALUEITTAIN	22
KARTTA 9 VÄESTÖNKASVU TILASTOALUEITTAIN (V 1995-2010). YMPYRÄN KOKO KUVAA ABSOLUUTTISTA KASVUA.	23
KARTTA 10 MARKKINA-ALUEET JA VÄESTÖN KASVUN PAINOPISTEET	24
KARTTA 11 VÄESTÖMÄÄRÄ VUONNA 2010 TILASTOALUEITTAIN	25
KARTTA 12 PT-OSTOVOIMA TILASTOALUEITTAIN VUONNA 2010 (KESKUSTA-ALUEET)	27
KARTTA 13 PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN PT-PINTA-ALA YKSIKÖITTÄIN	30
KARTTA 14 PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN PT-PINTA-ALA YKSIKÖITTÄIN (KESKUSTA-ALUEET)	31
KARTTA 15 SUURMYYMÄLÖIDEN SIJAINTI (PT-MYYNTI YLI 50 MMK VUONNA 1998)	32
KARTTA 16 MYYMÄLÄKOKO 30-50 MMK: MYYMÄLÖIDEN SIJAINTI	33
KARTTA 17 PT-MYYNNILTÄÄN 5-15 MMK MYYMÄLÄT	34
KARTTA 18 HUONEKALUKAUPAN TOIMIPAikkojen LUKUMÄÄRÄ POSTIALUEITTAIN	37
KARTTA 19 RAUTAKAUPPIEN LUKUMÄÄRÄ POSTIALUEITTAIN	38
KARTTA 20 AUTOKAUPAN TOIMIPAikkojen LUKUMÄÄRÄ POSTINUMEROALUEITTAIN	39
KARTTA 21 POTENTIAALISET KEHITYSKOhteet	41
KARTTA 22 PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN OSTOVOIMAN VIRTaus POSTINUMEROALUEITTAIN (INDEKSI JA VIRTaus, MMK)	46
KARTTA 23 PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN OSTOVOIMAN VIRTaus POSTINUMEROALUEITTAIN KAUPUNKISEUDUN KESKUSALUEELLA (INDEKSI JA VIRTaus, MMK)	47

TAULUKOT

TAULUKKO 1 NYKYISET TURUN KAUPUNKISEUDLLA TOIMIVAT KESKEISET PT-KAUPAN KETJUT JA KONSEPTIT	19
TAULUKKO 2 TURUN VÄESTÖKEHITYS V 2000-2020; MÄÄRÄLLINEN JA SUHTEELLINEN KASVU	26
TAULUKKO 3 TOIMIPAikkojen LUKUMÄÄRÄ ERÄILLÄ TOIMIALOILLA TURUN KAUPUNKISEUDULLA.	36
TAULUKKO 4 KOhteiden KÄYTTÖTARKOITUS	42
TAULUKKO 5 VÄESTÖN TRENDI- JA MITOITUSLASKELMAT KUNNITTAIN V 1998, 1999, 2000, 2010 JA 2020 /TR=TRENDI, M= MITOITUS.	44

KUVAT

KUVA 1 VÄESTÖMÄÄRÄN KEHITYS TURUN KAUPUNKISEUDULLA V 1995-2010	23
KUVA 2 KAUPAN KEHITTÄMISKOhteiden MÄÄRÄ HIERARKIATASON MUKAAN	47
KUVA 3 PINTA-ALAN KASVUTARVE V 2010 JA 2020 MENNESSÄ KUNNITTAIN (PL TURKU)	45
KUVA 4 KAUPAN KESKUSTEN VAIKUTUSALUEET	54

1. JOHDANTO

1.1. Selvitystyön tavoitteet

Työn tavoitteet voidaan kiteyttää seuraavaan:

Laaditaan kokonaisvaltainen kaupan palvelujen verkostosuunnitelma, jonka avulla voidaan hallita kaupan sijaintiin liittyvät muutokset yleiskaavatasolla.

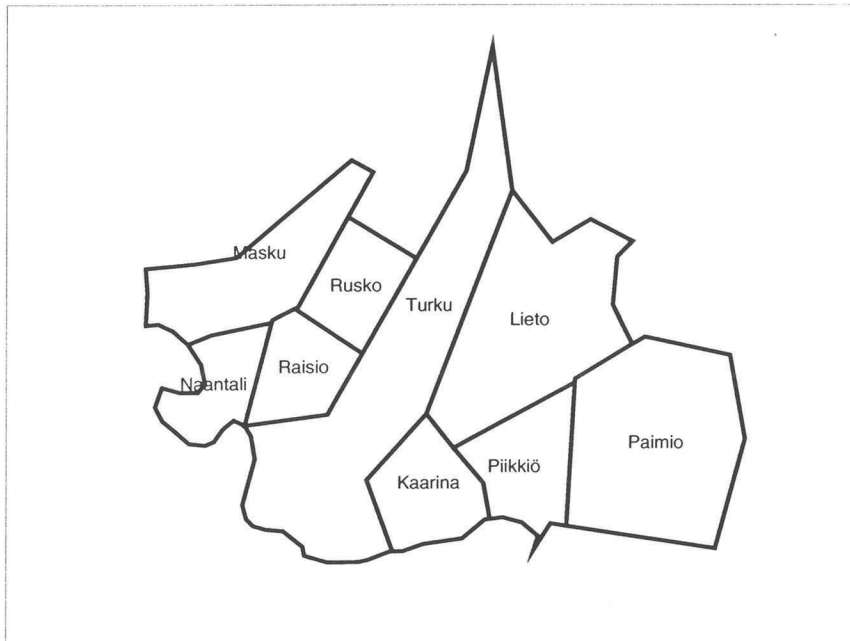
Selvitystyön tuloksena:

- Laaditaan tiivis yhteenveto tämän hetken päivittäistavarakaupan myymälärakenteesta
- Osoitetaan kaupan merkittävimmät kehityshankkeet
- Osoitetaan sijoittumiseen liittyvät tärkeimmät maankäytön kohteet
- Arvioidaan muut kaupan verkostoon vaikuttavat ympäristötekijämuutokset
- Osoitetaan kaupan kysyntäpotentiaali ja tilantarpeen lisäys v 2020
- Arvioidaan uudet potentiaaliset kaupan sijoituskohteet erityisesti suurmyymälöiden ja kaupan keskittymien näkökulmasta

1.2. Rajaukset

1.2.1. Alueellinen rajaus

Tarkastelualue käsittää seuraavat kunnat: Turku, Naantali, Raisio, Rusko, Kaarina, Piikkiö, Lieto, Paimio ja Masku¹



Kartta 1 Selvitystyöhön aluerajaus

Kuluttajan käyttäytymisen osalta rajaus ei kaikilta osin päde: Turun erikoistavarakaupan vaikutusalue on laajempi kuin käsillä oleva tarkastelualue. Mm. Turun Länsikeskuksesta tehdyt tutkimukset osoittavat tämän². Raision Haunisiin rakennettavan Kauppakeskus Myllyn business-to-business -markkinoinnissa on tuotu esille noin tunnin ajomatkaan perustuva vaikutusalue.

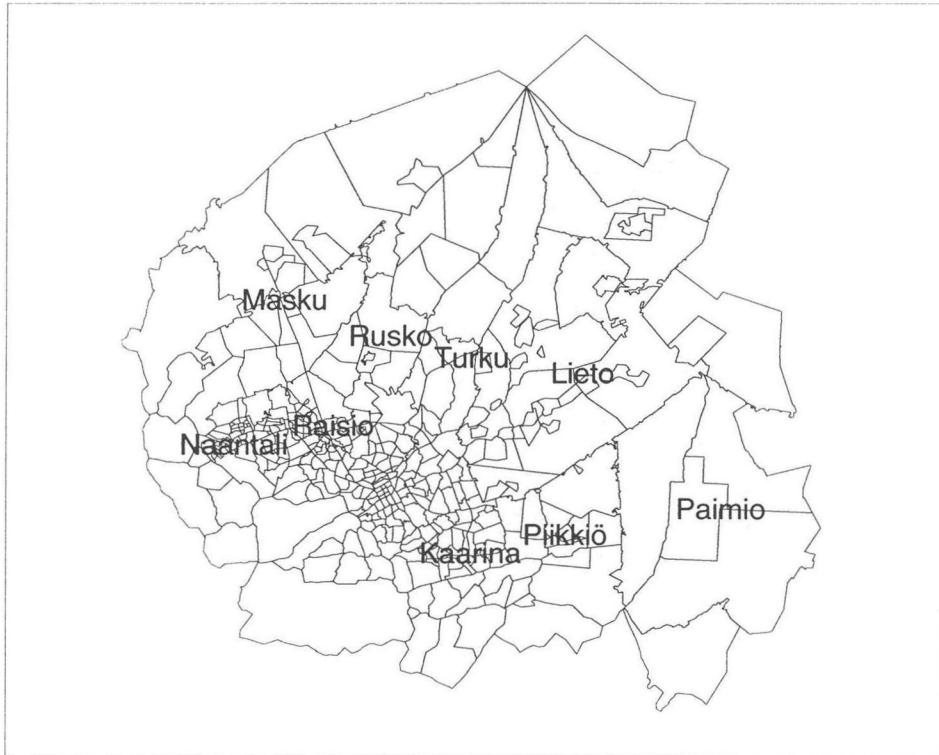
¹ Masku ei ollut mukana vuoden 1997 selvityksessä.

² Turun Kauppakorkeakoulu on tutkinut Länsikeskuksen markkina-asemaa useiden vuosien aikajaksolla.

1.3. Aluejaottelut

Edellä esitetyn kunta-aluejaon lisäksi tarkastelun taustalla ovat seuraavat osa-aluejaot:

1.3.1. Tilastoalueet (Varsinais-Suomen liiton tilastoaluejako)



Kartta 2 Tilastoaluejako

Tilastoaluejako toimii erityisen hyvin tarkasteltaessa palveluverkossa olevien lähimymälöiden markkina- ja vaikutusalueita.

1.3.2. Postinumeroalueet

Postinumeroalueet antavat runsaasti tausta-aineistoa ja vastaavaa tilastomateriaalia suunnittelun pohjaksi.³



Kartta 3 Postialuejako

Alue jaetaan yhteensä noin 50 postialueeseen. Tilastokeskuksen Suomi CD tuottaa postinumerotarkkuudella runsaasti suunnitteluun soveltuvaa paikkatietoa.

³ Tietolähteenä Tilastokeskuksen Suomi CD 1998.

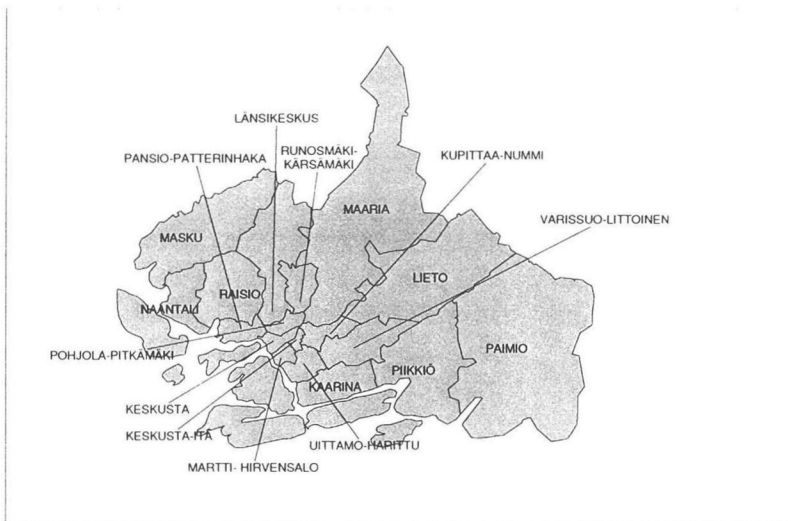
1.3.3. Markkina-aluejako

Kuntatasolla Turun markkina-alue muodostuu seuraavaksi:



Markkina-alue muodostuu 39 kunnasta. Väestöpohja on noin 350.000 asukasta.

Markkina-alueella on tarkasteltu kaupunkiseudun alueella erikseen lähtökohtana mahdollisimman yhtenäisen kulutuskäyttäytymisen. Tarkastelutarkkuus on aluekeskus- ja paikalliskeskustasolla.



Keskustan alueen osalta markkina-aluejako on seuraava:



Kartta 4 Turun alueen arvioitu markkina-aluejaus

Markkina-aluejaon perusteena on alueella asuvien kotitalouksien mahdollisimman yhdenmukainen ostokäyttäytyminen.

1.3.4. Työssäkäyntialue

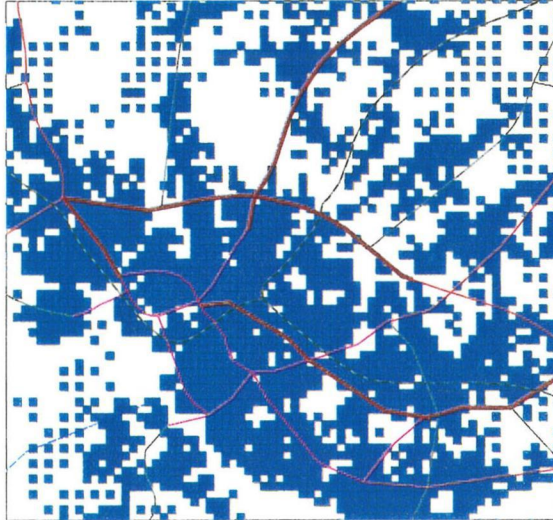
Turun työssäkäyntialue käsittää 28 kuntaa ja 162.000 asukasta. Verrattuna kaupalliseen markkina-alueeseen voidaan todeta, että Uusikaupunki ja Laitila muodostavat omat työssäkäyntialueensa. Alueen määrittely toimii lähinnä aluekeskus- ja ydinkeskustatason tarkastelussa.



Kartta 5 Turun työssäkäyntialue

1.3.5. Tilastoruudut

Väestö voidaan havainnoida ruuduittain. Ruudun koko on taajamassa 250 metriä ja haja-asutusalueella 500 metriä. Ruutujen asettuminen kartalle Turun kaupunkiseudulla on esitetty seuraavassa:



Kartta 6 Väestön ruutukartta

Esimerkiksi kulutuskysynnän ja väestön ikärakenteen selvittäminen vapaamuotoisella alueella pohjautuu ko. aluetarkkuuteen ⁴.

1.4. Toimialarajaus

Selvitystyön painopiste on päivittäistavarakaupassa sekä asumisen, sisustamisen, vapaa-ajan ja pukeutumisen kaupassa. Tilaa vievän kaupan osalta on tarkasteltu lähinnä huonekalukaupan sekä rauta- ja rakennustarvikekaupan sijoittumista.

Kaupan suurmyymälöiden osalta toimialakohtaiset määräykset ja rajaukset ovat erityisen vaikeita. Maankäyttö- ja rakennuslain sekä YVA-lain tulkintoihin on viranomaisten taholta pyritty saamaan toimialakohtaista täsmennystä: mikä on kaupan suurmyymälä ja mitä siinä sallitaan myytävän? Millaisiin kaupan yksiköihin ao. lakia tulisi soveltaa? Liikeideoiden nopeat muutokset tuovat ko. tarkasteluun epävarmuutta ja tulkinnanmahdollisuutta. Ympäristöministeriö on nyttemmin antanut ohjeet kaupan suurmyymäläkäsittelen ja tilaa vievän kaupan tulkinnasta.

⁴ Väestön alueellista tarkkuutta käytetään hyväksi meneillään olevassa lähipalvelujen selvitystyössä.

1.5. Kaupan konseptit ja ketjuuntuminen

1.5.1. Päivittäistavarakauppa

Päivittäistavarakaupan muutosilmiöt Turun kaupunkiseudulla ovat luonnollisesti yhdensuuntaisia valtakunnallisen kehityksen kanssa:

- Myymäläkoko kasvaa voimakkaasti⁵
- Valikoimat syvenevät, artikkelimäärä kasvaa
- Ketjukonseptit hioutuvat entistä rationaalisemmiksi järjestelmiksi
- Logistinen ajattelutapa: tietojärjestelmät mahdollistavat reaaliaikaisen ketjuohjauksen
- Verkkokauppa valtaa hitaasti markkinoita valituilla toimialoilla
- Uudet lähipalvelukonseptit kehittyvät ("hybridipalvelupisteet")
- Harvaan asutulla alueella syntyy merkittäviä palvelutyhjiöitä: asiointimatkat pitenevät
- Ulkomaiset ketjut tulevat markkinoille esim. yritysostojen kautta
- Kilpailu pysyy kireänä

⁵ Kauppakeskus Myllyn Prisma tulee olemaan kooltaan noin kaksi kertaa suurempi kuin nykyinen Kupittaa Citymarket.

Turun alueella toimivat päivittäistavarakaupan ketjut ovat pääpiirteissään seuraavat:

<ul style="list-style-type: none"> • Keskustatavaratalo <ul style="list-style-type: none"> – Anttila – Stockmann – Sokos • Hypermarket <ul style="list-style-type: none"> – Anttila – Citymarket – Euromarket – Prisma • Supermarket, suuret <ul style="list-style-type: none"> – Eurospar/Superspar – KKK Supermarket – S-market – Valintatalo + – Sesto Etujätti 	<ul style="list-style-type: none"> • Supermarket, pieni <ul style="list-style-type: none"> – KK Market – Ruokavarasto – S-market – Valintatalo • Laatikkomyymälät <ul style="list-style-type: none"> – Sale – Siwa – Rimi – Ruokavarasto • Lähimyymälät <ul style="list-style-type: none"> – K-market, K-extra – Tarmo-lähimyymälät • Verkkokauppa • Kioskit <ul style="list-style-type: none"> – Kymppikioskit – R kioskit • Huoltoasemamyymälät
--	---

Taulukko 1 Nykyiset Turun kaupunkiseudulla toimivat keskeiset pt-kaupan ketjut ja konseptit

Edellä esitetty on suuntaa-antava: sijainniltaan eri kohteissa konsepti voi perustellusti kuulua toiseen kategoriaan:

- Laatikkomyymälä on useissa tapauksissa lähimyymälä⁶.
- Anttilan tavarataloa Ravattulassa voidaan luonnehtia myös hypermarketiksi.
- Itäharjun Prisma on usealle tuhannelle kuluttajalle lähimyymälä.⁷

On mahdollista, että eräät nykyiset suuret supermarket-ketjut **laajentuvat hypermarketiksi**. Tämä merkitsee erikoistavaran sisällyttämistä lajitelmaan ja huomattavaa pinta-alan kasvua⁸.

1.5.2. Erikoistavarakauppa

Erikoistavarakaupassa voimakas ketjuuntuminen, nopeasti uudistuvat toimintatavat ja konseptit ovat kehityksen avainsanoja. ”Hinta-laatu-palvelu -kolmion” erilaiset yhdistelmät kuvastuvat kaupan tarjonnassa ja sitä esittelevässä maininnassa.

⁶ Käsite ”laatikkomyymälä” on useissa ketjuissa hämärtyvässä: valikoimien kasvu erityisesti tuotetuotteissa muuttaa ne ”oikeiksi” elintarvikemyymälöiksi.

⁷ Turun Yliopiston Sosiaalipolitiikan laitoksen tutkimuksia.

⁸ Maskun laajentuvaan kaupan keskittymään toteutetaan Ruokavarasto joka on kolminkertainen nykyiseen verrattuna. ”Tilojen kolminkertaistuminen näkyy myös sen tulevassa nimessä”. Lähde: Turun Sanomat, Talous. 22.8.2000

Ulkomaisten ketjujen etabloituminen Suomen markkinoille on merkittävää. Konsepteina ovat mm. suuripintaiset, usean tuhannen neliömetrin myymälät keskustojen ulkopuolelle.⁹

Ns. tilaa vievä erikoistavarakauppa on voimakkaasti keskittynyt Turun kaupunkiseudun länsiosaan. Kaupungin ydinkeskustaan perinteisesti vapaa-ajan ja pukeutumisen erikoismyymälät ovat viime vuosien aikana pyrkineet sijoittumaan aluekeskuksiin. Turun Länsikeskuksen palveluvarustuksen voimakas kehittyminen on tästä selvänä osoituksena.

Shopping Center-mallin purevuus todetaan piakkoin avattavassa Kauppakeskus Myllyssä. Haunisten keskuksen sijainti antaa ”vauhtia” kaupunkiseudun länsiosan vahvistumiseen kaupallisesti. Suuri kauppakeskus vetää puoleensa muuta kauppaa.¹⁰

1.6. Sijaintisuunnittelun lähtökohdat

1.6.1. Myymälät ja kaupan sijoittuminen

Perustieto verkoston nykytilasta pohjautuu A C Nielsen Finland Oy:n myymälärekisteriin vuodelta 1998. Tilasto kertoo myymäläkohtaisen myynnin ja myyntipinta-alan.¹¹

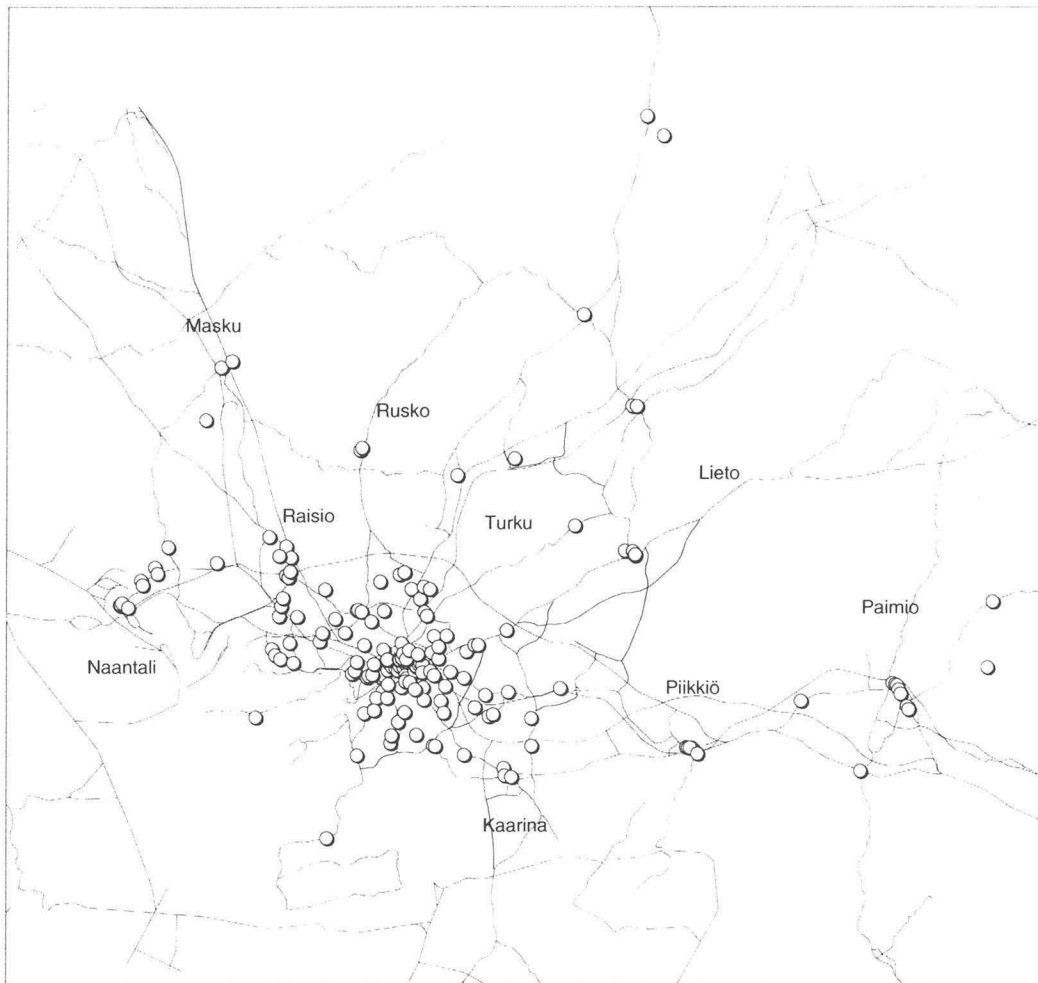
Kaupunkiseudulla on 200 päivittäistavaramyymälää¹². Niiden sijoittuminen on esitetty seuraavassa karttakuvassa:

⁹ Esimerkkeinä Gigantti ja Hot- kodinkonemyymälät. Rauta- ja rakennustarvikekaupassa markkinoita valtaa saksalainen Bauhaus. Vapaa-ajan ja urheilun toimialalla ruotsalainen Stadium ja kodinkonekaupassa niin ikään ruotsalainen OnOff etabloituvat voimakkaasti. Kotimaiset Mustapörssi ja Kesport/Intersport kasvattavat voimakkaasti myymäläkokoaan.

¹⁰ Tästä hyvänä esimerkkinä on Vantaan Tammisto-Pakkala-alueen kehittyminen. Kauppakeskus Jumbon vanavedessä alueelle on sijoittumassa kymmeniä tuhansia uusia erikoiskaupan neliöitä.

¹¹ Myymälät on paikannettu KKJ3-yhtenäiskoordinaatistoon A C Nielsenin toimesta.

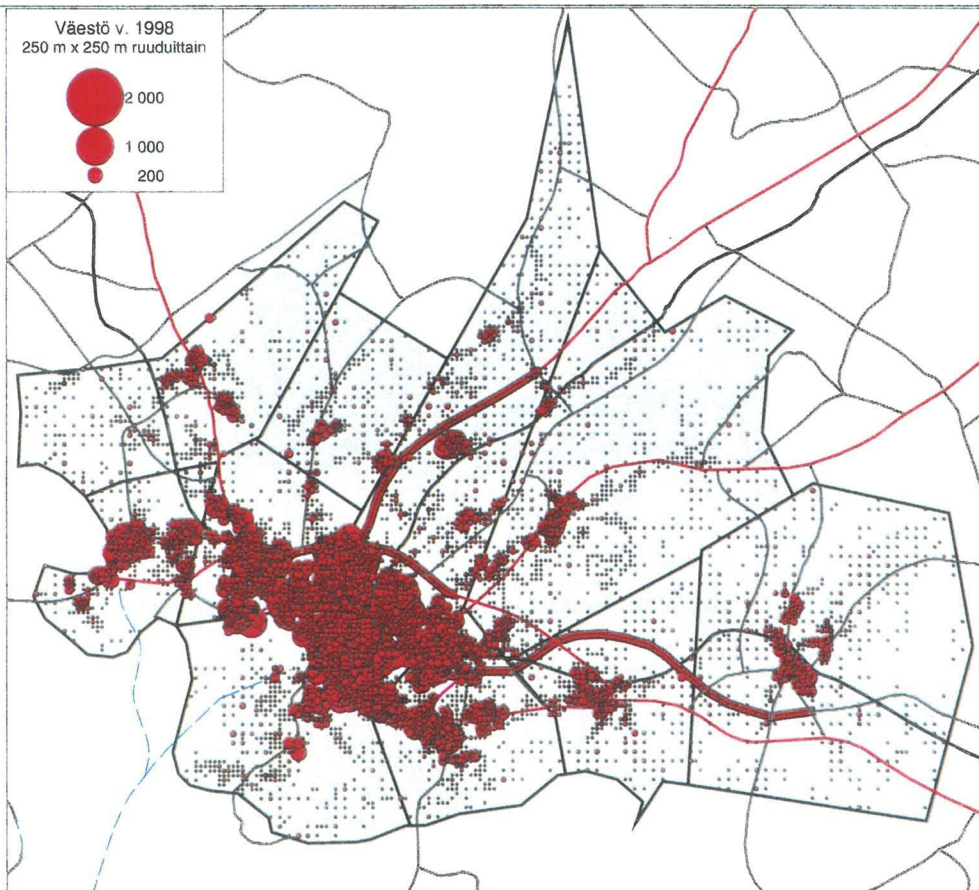
¹² Vuonna 1995 vastaava määrä oli 202. Alueeseen ei tuolloin kuulunut Maskun kuntaa.



Kartta 7 Päivittäistavaramyymälöiden sijoittuminen kaupunkiseudulla vuonna 1998

1.6.2. Väestö

Nykyinen väestömäärä on paikannettu kartalle taajama-asutuksen osalta 250 x 250 metrin ruutuihin ja haja-asutuksen osalta 500 x 500 metrin ruutuihin:



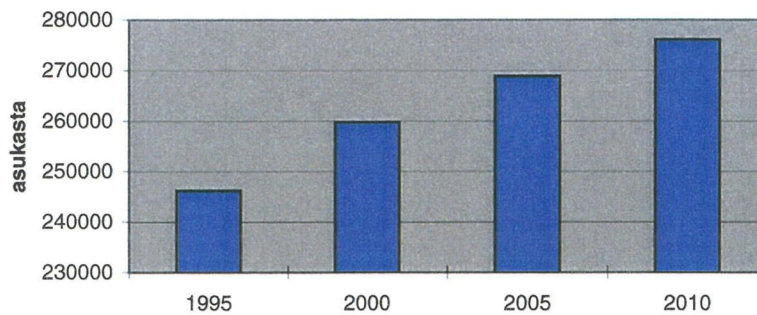
Kartta 8 Väestön sijoittuminen Turun kaupunkiseudulla taajamiin ja haja-asutusalueille

Haja-asutuksen määrä kartalla¹³ esitetyllä alueella on noin 10.600 asukasta. Vastaavasti taajaan asutun alueen väestömäärä on noin 246.000 asukasta. Väestökarttaa voidaan luonnehtia seuraavasti: luoteis-kaakko-suuntainen kämmenpohja, joka ulottuu Naantalista Piikkiöön. Tästä kämmenpohjasta lähtee viisi sormea: Paimio, Lieto, Jäkärä, Rusko ja Masku. - Tämän selvitystyön eräs keskeinen tehtävä on osoittaa, miten kaupan palveluverkko parhaimmillaan voi asettua ko. markkina-alueelle.

Kaupunkiseudun väestökasvu on tarkastelujakson alussa noin 2700 henkeä vuodessa. Jakson lopussa kasvuvauhti hidastuu: aikajaksolla 2005-2010 kasvu on keskimäärin noin 1500 asukasta vuodessa. Seuraava kuva havainnollistaa tilannetta:

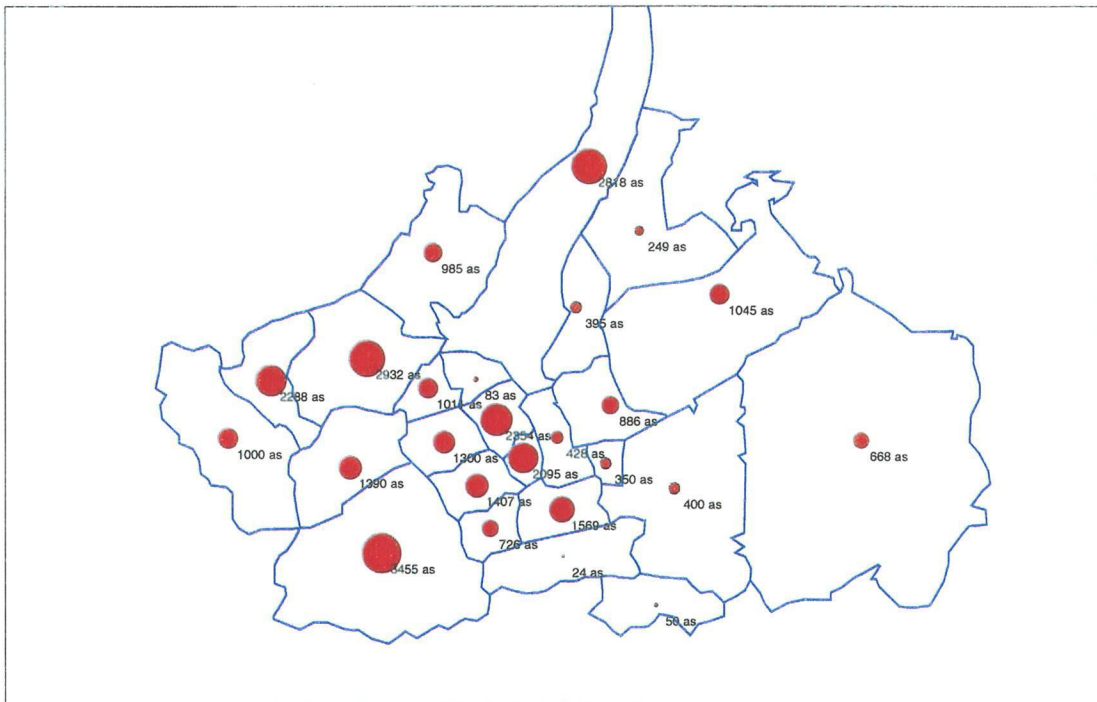
¹³ Tiestö on ainoastaan viitteellinen; ei ole täsmälleen samassa koordinaatistossa väestöpisteiden kanssa.

Väestökehitys Turun kaupunkiseudulla v 1995-2010 Lähde: V-S liitto



Kuva 1 Väestömäärän kehitys Turun kaupunkiseudulla 1995-2010

Seuraavassa on esitetty väestön kasvu tilastoalueittain.



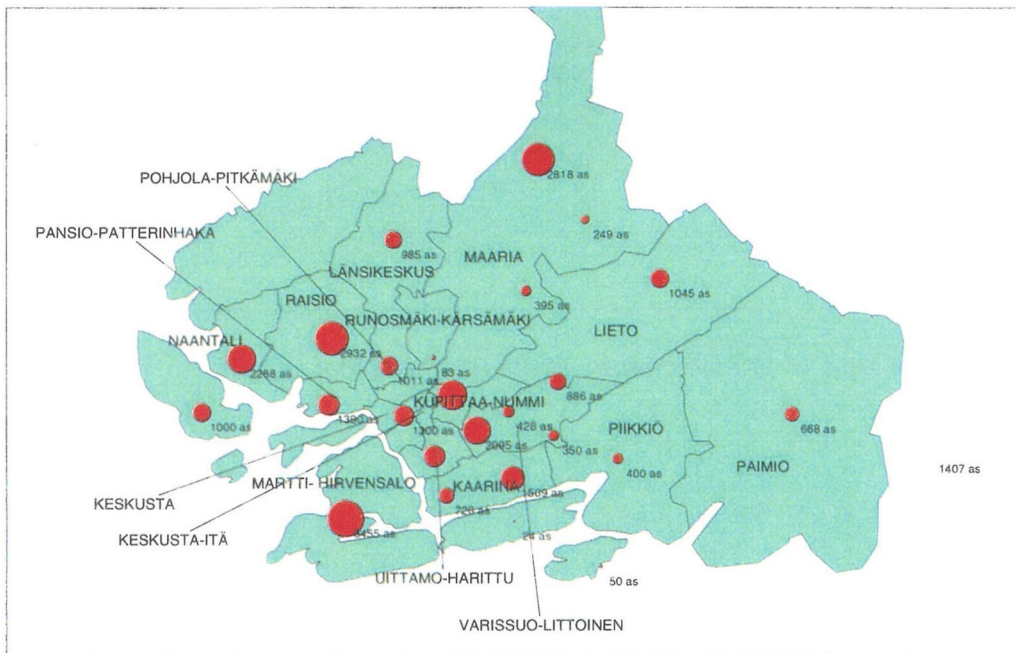
Kartta 9 Väestönkasvu tilastoalueittain (1995-2010). Ympyrän koko kuvaa absoluuttista kasvua.

Sekä suhteellisesti että absoluuttisesti suurimmat kasvut ovat Hirvensalossa ja Ylä-Maariassa. Suhteellinen kasvu on merkittävää myös Raisiossa. Halisten alueen rakentuminen näkyy niin ikään kartalla. Varissuo ja Kaarinan keskusta edustavat kasvualueita.

Turun kaupungin osalta väestön kasvun painopiste on neljässä tilastoalueessa:

- Ruutukaava-alue ympäristöineen
- Uittamo-Harittu
- Varissuo
- Nummi-Halinen

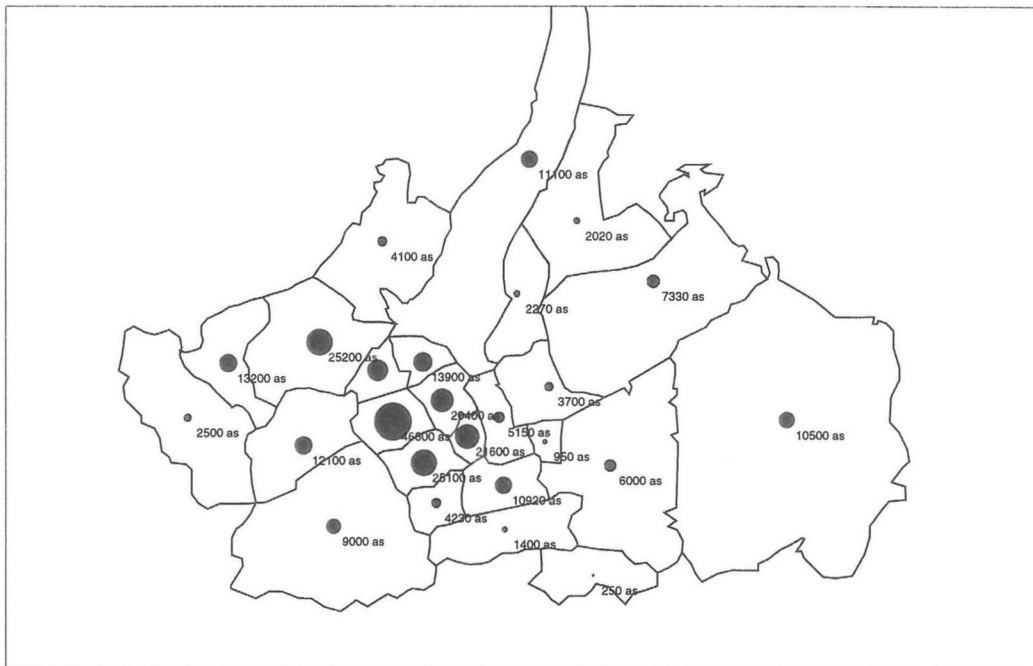
Kaupan sijoittumisen kannalta väestömäärän kasvulla on merkitystä. Seuraavassa kartassa on esitetty ”kasvupisteet” yhdessä markkina-alueiden kanssa.



Kartta 10 Markkina-alueet ja väestön kasvun painopisteet

Merkille pantavaa on Martti-Hirvensalo -alueen voimakas väestönkasvu. Tämän lisäksi Raision ja Maarian kasvu on merkittävä.

Väestömäärä vuonna 2010 tilastoalueittain on ennusteen mukaan seuraava:



Kartta 11 Väestömäärä vuonna 2010 tilastoalueittain

Turun kaupungin väestömuutokset v 2000-2020 osa-alueittain on esitetty seuraavassa taulukossa (määrällinen kehitys viiden vuoden välein sekä indeksinä, jossa vuosi 2000 = 100).

alue	2000	2005	2010	2015	2020
1	49154	49742	50775	50584	50330
2	7068	8458	9844	11766	13758
3	24194	24573	24932	25270	25595
4	27681	27988	28139	28053	27837
5	10250	11043	11710	12127	12416
6	14381	14269	14022	13589	13084
7	15989	16249	16348	16325	16217
8	11224	11910	12498	12989	13435
9	8447	8959	9486	10533	11553
Yht	168388	173191	177754	181236	184225
alue	2000	2005	2010	2015	2020
1	100	101	102	100	99
2	100	120	116	120	117
3	100	102	101	101	101
4	100	101	101	100	99
5	100	108	106	104	102
6	100	99	98	97	96
7	100	102	101	100	99
8	100	106	105	104	103
9	100	106	106	111	110

Taulukko 2 Turun väestökehitys 2000-2020; määrällinen ja suhteellinen kasvu.

1.6.3. Kulutus ja ostovoima

Turun kaupunkiseudun palveluverkon mitoituksessa **kulutuksen** oletetulla kasvulla on merkittävä osuus. Tasapainomalli on herkkä pienillekin prosentuaalisille muutoksille.

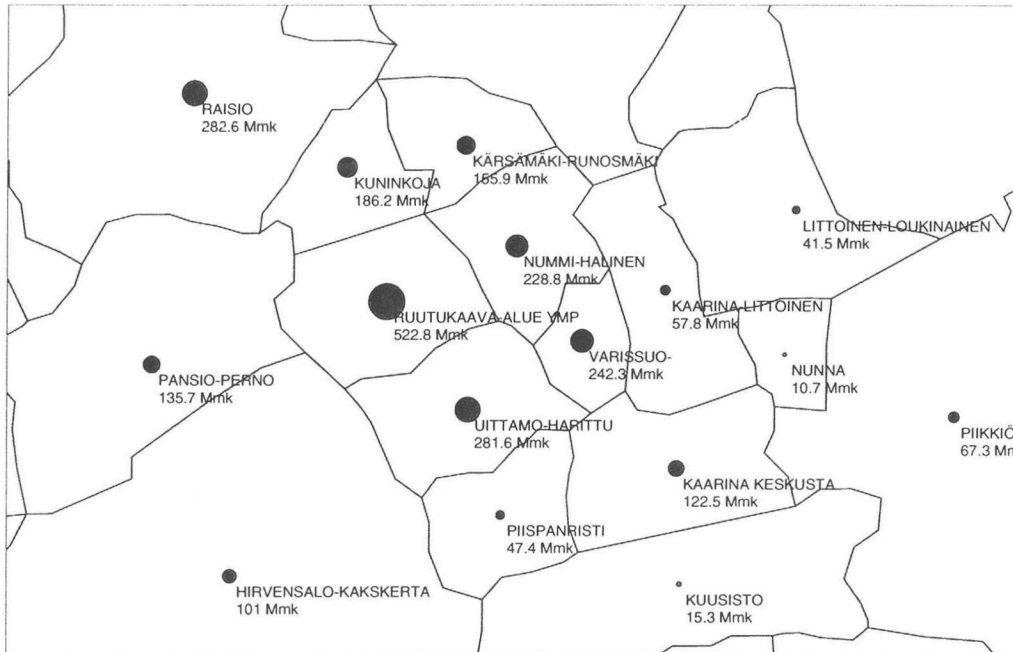
Kulutuksen lähtölukuna on käytetty Tilastokeskuksen tutkimusta Kotitalouksien kulutusmenot v 1997. Kulutuksen kasvu arvioitaessa lähteenä on käytetty useita asiantuntijoita.

Ostovoiman kehitys muodostuu väestömäärän kehityksen ja kulutuksen kasvun yhteisvaikutuksena.

PÄIVITTÄISTAVARA

Päivittäistavaran kulutus Turun kaupunkiseudulla oli vuonna 1998 noin 2.8 Mrd markkaa. Se kasvaa vuoteen 2010 mennessä 3.3 Mrd markkaan ja edelleen vuoteen 2020 mennessä 3.7 Mrd markkaan. Lisäystä 22 vuoden aikana arvioidaan olevan noin 0.9 Mrd markkaa. Suhteellinen kasvu on noin 28 %.

Seuraavassa tarkastellaan ostovoimaa keskustan suurilla tilastoalueilla:



Kartta 12 Pt-ostovoima tilastoalueittain vuonna 2010 (keskusta-alueet)

ERIKOISTAVARA

Erikoistavarakaupan kasvu perustuu arvioon kulutuksen kasvusta (mk/henkilö)

- Pukeutumisen arvioitu 1.5 % vuotuinen kasvu merkitsee vuonna 2010 noin 16 % suurempaa volyymia.
- Asumisen-sisustamisen tuoteryhmissä arvioitu 3.0 % vuotuinen kasvu antaa kaupalle 34 % lisää volyymia vuonna 2010
- Vapaa-ajan tuotteiden 2.5 %:n arvioitu kasvu merkitsee 28 % lisäystä verrattuna kulutukseen vuonna 2000.

Osa kulutuksen kasvusta "sulaa" nykyiseen verkostoon. Tämän johtaa luonnollisesti myynti/m² -tehokkuuden nousuun.

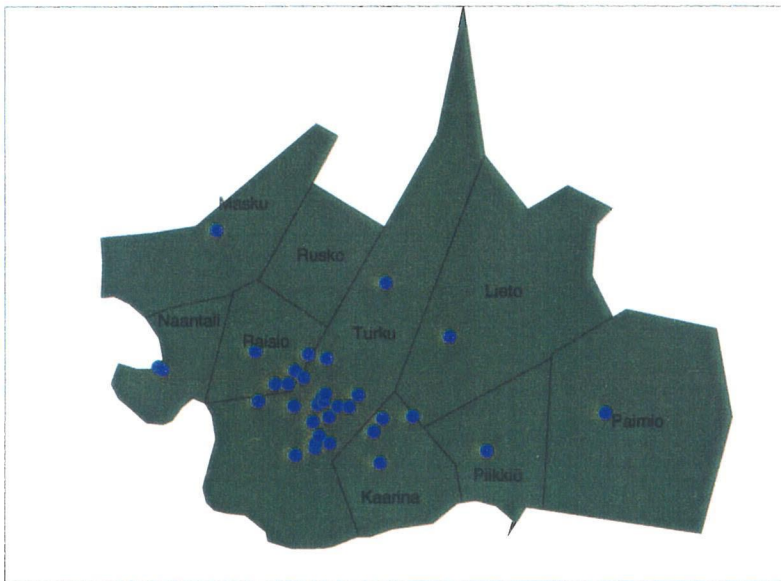
Osa kasvusta ilmenee paineena kaupan palveluverkon laajentumiseen. Sijaintikohteet ovat toimialasta ja liikeideasta riippuen ydinkeskusta, kauppakeskukset, kuntakeskukset, hypermarketit ja tilaa vievät kaupan keskukset taajamarakenteen reunalla.

Osa kasvusta ei tarvitse kiinteää myymäläverkkoa: erikoiskauppaa siirtynee internetin välityksellä tapahtuvaan nettikauppaan. Osa nettikaupasta on kuitenkin siirtymää nykyisestä postimyynnistä. – Ero on käytännössä vain tilaustavassa.

1.6.4. Tilankäytön tehokkuus

Arvioitaessa nykyisen palveluverkon "kestävyyttä" muodostuu myynti/m² -tehokkuusluvusta tärkeä peruste. Turun kaupunkiseudun päivittäistavaramyymälät on analysoitu A C Nielsenin myymälärekisterin tietojen mukaan tehokkuuden perusteella. Taustatekijöitä ovat olleet kokoluokka, sijainti ja ketjukonsepti. Pääsääntönä on, että suuret yksiköt saavuttavat suuremman myynti/m² -tehokkuuden.

Tunnusluvultaan alle 27.000 mk/m² myymälä katsotaan pääsääntöisesti olevan kannattavuuden minimirajalla. Kyseisen tunnusluvun alle jääviä, mutta yli 5 Mmk myyviä koko vuoden toimineita yksiköitä on kaupunkiseudulla 35 kappaletta. Niiden myynti oli yhteensä noin 415 Mmk. Ko. myymälät sijoittuvat kartalle seuraavasti:



Kartta 13 Yli 5 Mmk myyvät, tehokkuudeltaan alle 27 tmk/m² myymälät

Kolmestakymmenestäviidestä myymälästä seitsemäntoista sijaitsee Turussa.

Autopaikoitus on kaupan kannalta keskeinen tekijä. Tämä näkyy mm. hypermarket - ja supermarket -mitoituksessa ja maankäytön suunnittelussa.

Tehokkaan autoasiakkaaseen pohjautuvan päivittäistavarakaupan toimintamalli edellyttää autopaikoitusmitoitusta 1 autopaikka/ 10 myyntineliötä. Siten esimerkiksi 3000 myynti-m²:n yksikkö tarvitsee 300 autopaikkaa eli noin 0.9 hehtaarin maa-alan, mikäli autot sijoitetaan maatasoon (kuten kustannustehokkuusvaatimus yleensä edellyttää). Tämä tulee huomioida mm. määriteltäessä päivittäistavarakaupalle osoitetun tontin tehokkuutta. Autopaikkojen merkitys korostuu mm. Haunisten kauppakeskuksessa: parkkipaikkoja rakennetaan yli 3000, joista noin 1000 katettua paikkaa.

1.7. Palveluverkon vaihtoehtoiset kehityspolut

Vuoden 1997 selvitystyön kuluessa arvioitiin verkoston kehittymistä seuraavien kolmen eri skenaarion vallitessa. Näistä yksi, ns. ”voimakas rakennemuutos” tuotti seuraavat havainnot:

- kauppa investoi markkinoiden ja vapaan kilpailun sallimissa rajoissa
- kaupan rakennemuutos on nopea
- lähipalvelut heikkenevät, syntyy uusia lähipalvelumuotoja
- keskisuuret myymälät ovat lopettamisuhan edessä, useat asuinalueet menettävät oleellisen osan palveluistaan
- pienien kuntakeskusten kauppapalvelut menettävät vetovoimaansa

Työryhmä päätyy suosittamaan jatkotyön laatimista ns. **strategisesti sopeutetun ohjelman** puitteissa. Siinä ns. isoja hankkeita toteutetaan markkinoiden sallimissa rajoissa. Kaupan rakennemuutoksen johdosta osa nykyisistä keskisuurista myymälöistä joutuu lopettamaan toimintansa. Lähipalvelut pyritään turvaamaan monin eri keinoin.

2. NYKYINEN PALVELUVERKKO

2.1. Päivittäistavarakaupan verkoston rakenne

Päivittäistavarakaupan rakennemuutos on ollut varsin voimaasta. Hypermarkettien ja suurten supermarkettien osuus on kasvanut valintamyymälöiden kustannuksella.

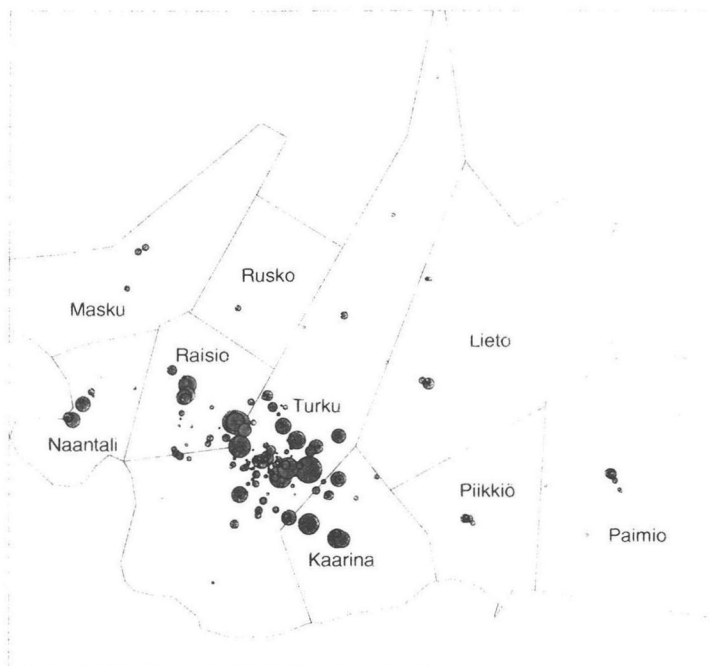
2.1.1. Pinta-ala

Turun kaupunkiseudulla on vuoden 1998 tilaston mukaan 200 päivittäistavaramyymälää. Niiden myyntipinta-ala on yhteensä noin 87.000 m² (vuonna 1995 vastaava luku oli noin 78.000 m²). Pinta-ala on kolmen vuoden aikana kasvanut 9.000 m² eli lähes 12 %.

Pt-myyvälöiden **erikoistavarakaupan** myyntiala on noin 51.000 m². Se koostuu pääosin keskustan tavaratalojen ja hypermarkettien erikoistavaran pinta-alasta.

Pt-verkoston myyntipinta-ala yhteensä on siis noin 138.000 m².

Pt-kaupan pinta-ala sijoittuu myymälöittäin seuraavasti:

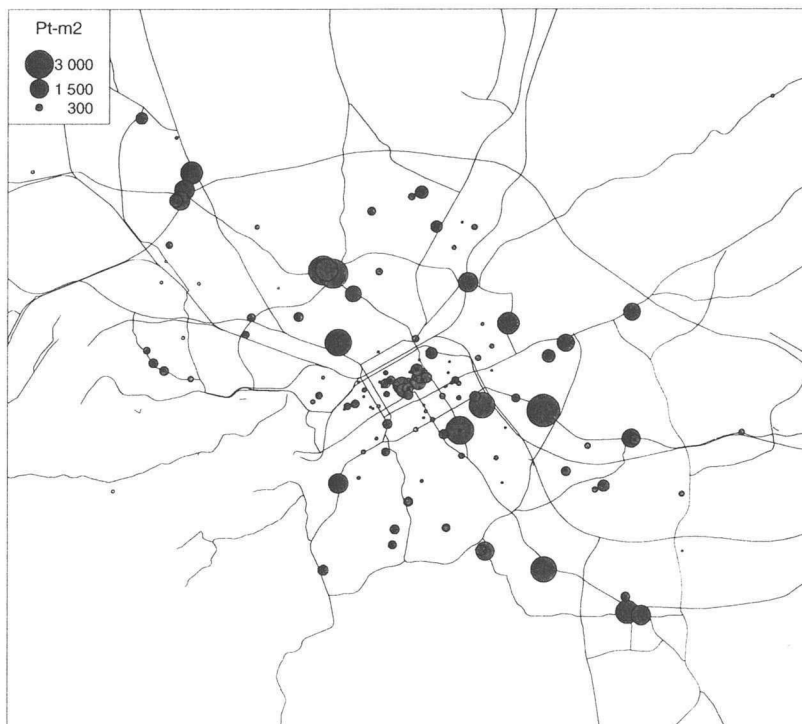


Kartta 14 Päivittäistavarakaupan pt-pinta-ala yksiköittäin

Myymälöiden sijoittuminen noudattaa luonnollisesti väestön nauhamaista rakennetta Raisiosta Turun kautta Kaarinaan. Piikkiö, Paimio, Naantali ja Lieto muodostavat oman kaupan keskittymänsä.

Seuraava kartta keskusta-alueesta havainnollistaa pinta-alan keskittymisen muutamiiin suuriin:

- Länsikeskuksen kolme (osittain päällekkäistä) ympyrää
- Itäharjun Prisman ja Kupittaaan Citymarketin pisteet
- Hypermarketit Kärsämäki, Piispanristi
- Supermarketit Pitkämäki, Kupittaa, Majakkaranta, Halinen sekä Raisonin ja Kaarinan suurmyymälät



Kartta 15 Päivittäistavarakaupan pt-pinta-ala yksiköittäin (keskusta-alueet)

Myymälöiden päivittäistavaramyynti on keskittynyt kuten edellä olevista kuvista voidaan päätellä: kartalta löytyy ”muutama suuri ja paljon pieniä”.

Pt-myyntipinta-alaltaan yli 1500 m² on 15 myymälää (vuonna 1995 näitä oli 11 kpl). Niiden pt-myyntiala on yhteensä noin 36.000 m². Kaupankeskittynyt kuva se, että kymmenen suurinta myymälää hallitsee noin kolmannesta koko kaupunkiseudun alueen päivittäistavarapinta-alasta.

Yhdeksässä myymälässä päivittäistavarakaupan pinta-ala on yli 2000 m².

Pinta-alaltaan alle 500 m² myymälöitä kaupunkiseudulla on 155 kappaletta ja alle 200 m² myymälöitä 105 kpl. Lähinnä kioskityyppisiä erikoismyymälöitä¹⁴, joiden pinta-ala on alle 50 m², toimii alueella noin 40 kappaletta.

¹⁴ Konditoriat, makeismyymälät ja luontaistuotemyymälät

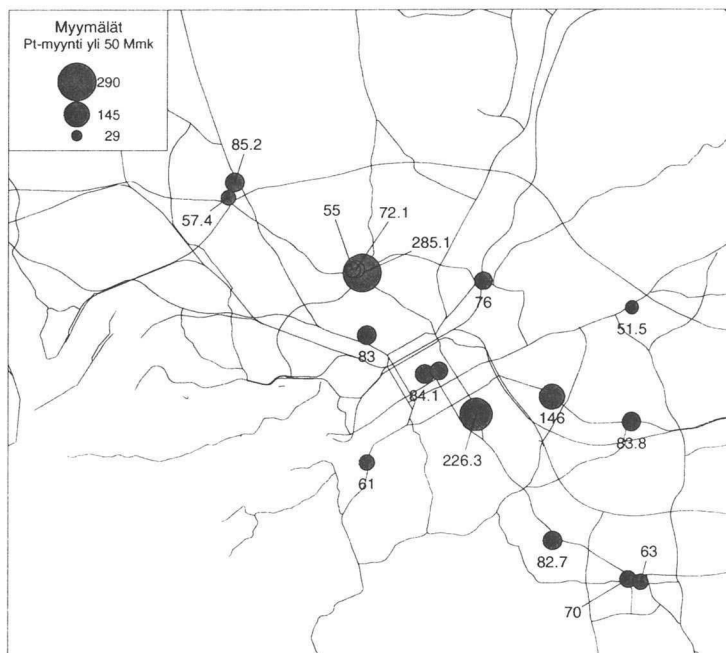
2.1.2. Pt-myynti

Kaupunkiseudun 200 myymälää kokoaa yhdessä noin 2.96 miljardin päivittäistavaramyynnin.

Kaupan keskittyneisyyttä kuvaa niin ikään se, että yli 70 Mmk myyviä yksiköitä on yksitoista. Näiden myynti yhteensä on noin 1.3 Mrd markkaa. Joka kolmas ostomarkka menee näihin yhteentoista suuryksikköön.

Myymälät, joiden myynti on yli 50 Mmk

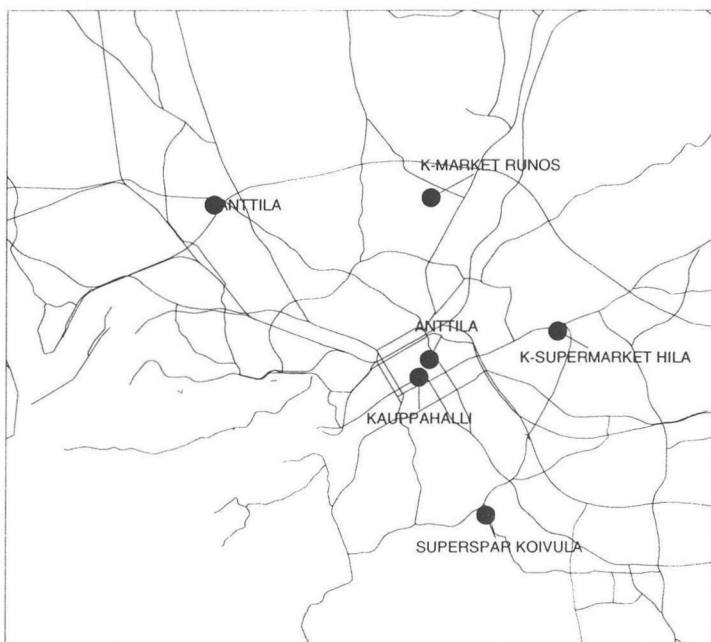
Yli 50 Mmk myyviä suuryksiköitä on 18 kappaletta. Niiden pt-myynti yhteensä on noin 1.7 Mrd markkaa. Niiden osuus alueen pt-myyntistä on noin 56 %. Ko. suurmyymälät sijoittuvat lähinnä Kaarinan alueelle, Turun keskustan tuntumaan, Länsikeskukseen ja Raisioon. Kaksi suurinta, Länsikeskuksen ja Kupittaaan Citymarketit erottautuvat selvästi omaan luokkaansa. Uutena suurmyymälänä kartalle on tullut Itäharjun Prisma.¹⁵ Seuraavassa kartassa on osoitettu suurmyymälöiden sijainti ja päivittäistavaran myynti vuonna 1998.



Kartta 16 Suurmyymälöiden sijainti (pt-myynti yli 50 Mmk vuonna 1998)

¹⁵ Kauppakeskus Myllyyn tuleva Prisma synnyttäneen kartalle Itäharjun Prismän kokoisen pisteen. Myynti v. 1998 oli 146 Mmk. Vuonna 1999 vastaava luku oli 168.5 Mmk (lähde: Market-lehti 5/00).

Kokoluokka 30-50 Mmk edustaa pienehkön supermarketin liikeideaa. Nämä kymmenen myymälää myyvät päivittäistavaraa keskimäärin noin 40 Mmk vuodessa. Sijainti osoitetaan seuraavassa:



Kartta 17 Myymäläkoko 30-50 Mmk: myymälöiden sijainti¹⁶

Arvioitaessa myymäläverkoston rakennemuutosta pidetään kokoluokkaa 5-15 Mmk varsin haavoittuvana: yksikkö ei saavuta useinkaan hintakilpailukyvyn edellyttämää volyymia. Myynniltään 5-15 Mmk myymälöitä on alueella yhteensä 68 ja niiden myynti on yhteensä noin 600 Mmk. Niiden sijainti ydinalueella on osoitettu seuraavassa kartassa:

¹⁶ Kauppahalli on käsitelty yhtenä kokonaisuutena



Kartta 18 Pt-myynniltään 5-15 Mmk myymälät

Huomattava osa ao. pienmyymälöistä asettuu Aurajoen itäpuolelle.

Yhteenvetona päivittäistavaran myymäläverkoston rakenteesta esitetään seuraavat havainnot:

- 10 % myymälöistä myy 50 % päivittäistavaran kokonaismyynnistä
- 20 % myymälöistä myy 80 % päivittäistavaran kokonaismyynnistä (20/80 sääntö!)
- 3 suurinta myy 15 % päivittäistavaran kokonaismyynnistä
- 6 suurinta myy 27 % päivittäistavaran kokonaismyynnistä

2.1.3. Kioskit

Kioskien rooli päivittäistavarakaupan jakelussa kasvaa. Vapaa aukioloaika alle 100 m²:n kioskeille on muotouttanut monista kioskeista pieniä elintarvikemyymälöitä.

Kaupunkiseudun alueella toimii 100 päivittäistavaroita myyvää kioskia. Niiden pt-myynti yhteensä 101 Mmk. Niiden lukumäärä ja myynti kunnittain on esitetty seuraavassa taulukossa:

Kunta	lkm	Pt, Mmk
TURKU	73	77.4
NAANTALI	8	6.4
RAISIO	5	4.3
KAARINA	4	5
LIETO	4	2.9
MASKU	0	0
PAIMIO	2	2.1
PIIKKIÖ	2	1.7
RUSKO	2	0.9
YHTEENSÄ	100	100.7

2.1.4. Huoltoasemat

Päivittäistavaraa myyvien huoltoasemien määrä ja pt-myynti on esitetty seuraavassa:

Kunta	lkm	Pt, Mmk
TURKU	27	62
NAANTALI	3	9
RAISIO	6	9.4
KAARINA	5	8
LIETO	4	4.4
MASKU	1	0.9
PAIMIO	3	3.2
PIIKKIÖ	1	1
RUSKO	0	0
YHTEENSÄ	50	97.9

Turun kaupungin alueella toimivien huoltoasemien pt-myynti yhteensä vastaa suuren supermarketin vuotuista myyntiä. Muissa kunnissa määrät vastaavat noin yhden lähimyyntiä.

2.2. Erikoistavarakaupan nykyinen sijoittuminen kaupunkiseudulla

2.2.1. Tilaa vievän kaupan käsite

Ympäristöministeriö on vastikään määritellyt tilaa vievän kaupan käsitteen käytännön tasolle.¹⁷

Paljon tilaa vaativan erikoiskaupan piiriin kuuluvat myymälät Toimiala

- Moottoriajoneuvojen kauppa
- Moottoriajoneuvojen varaosien ja tarvikkeiden kauppa
- Rengaskauppa
- Venekauppa ja veneilytarvikkeiden kauppa
- Matkailuvaunujen kauppa
- Huonekalukauppa
- Sisustustarvikekauppa (rakenteellinen sisustus: maalit, tapetit, keittiökalusteet ym.)
- Rautakauppa
- Rakennustarvikekauppa
- Maatalouskauppa
- Puutarha-alan kauppa
- Kodintekniikkakauppa

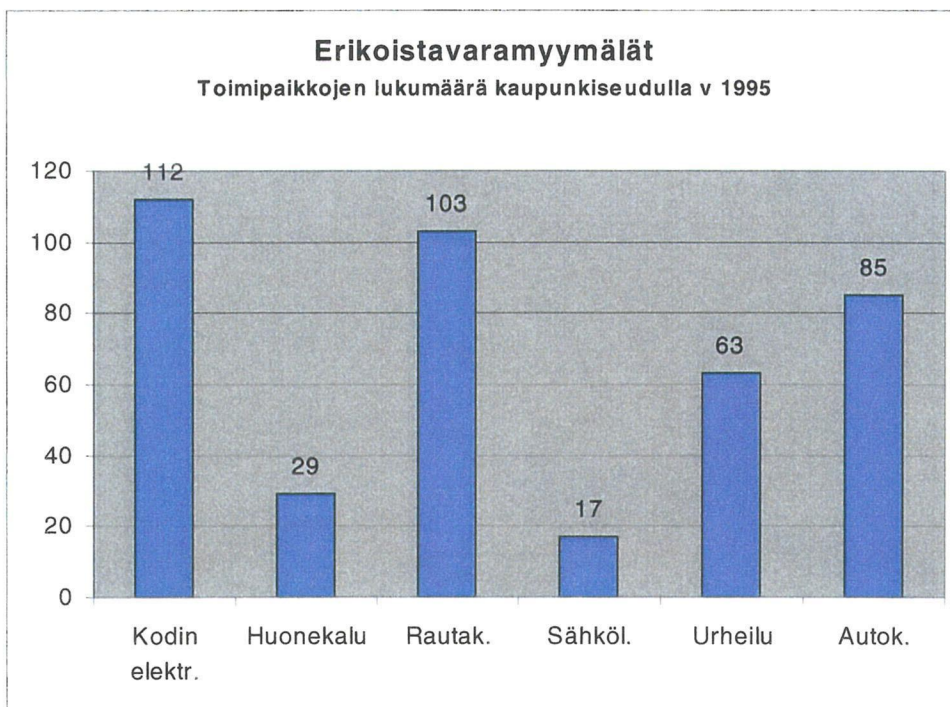
Vähittäiskaupan suuryksiköiden ohjauksen piiriin kuuluvat myymälät

- Sisustuskauppa (asumiseen liittyvä sisustus: valaisimet, peitteet, verhot ym.)
- Urheilukauppa
- Muu vähittäiskauppa

¹⁷ Lähde. VTT Yhdyskuntatekniikka, Kimmo Koski: Kaupan suuryksiköiden vaikutusten arviointi. Luonnos 28.6.2000

Toimialamääritys tilaa vievän kaupan osalta horjuu: keskustelua käydään mm. siitä pitäisikö urheilutarvikkeet kuulua ao. kategoriaan. Uusimmat sporttikaupat ovat pinta-alaltaan 3000 neliömetrin suuruusluokkaa. Tilaa vievän toimialan käsitteen yksiselitteisyys on tärkeää, sillä se määrittää kaupan sijoittumista Maankäyttö- ja rakennuslain osalta.

Seuraavassa on esitetty eräiden toimialojen osalta toimipaikkojen lukumäärä kaupunkiseudulla:

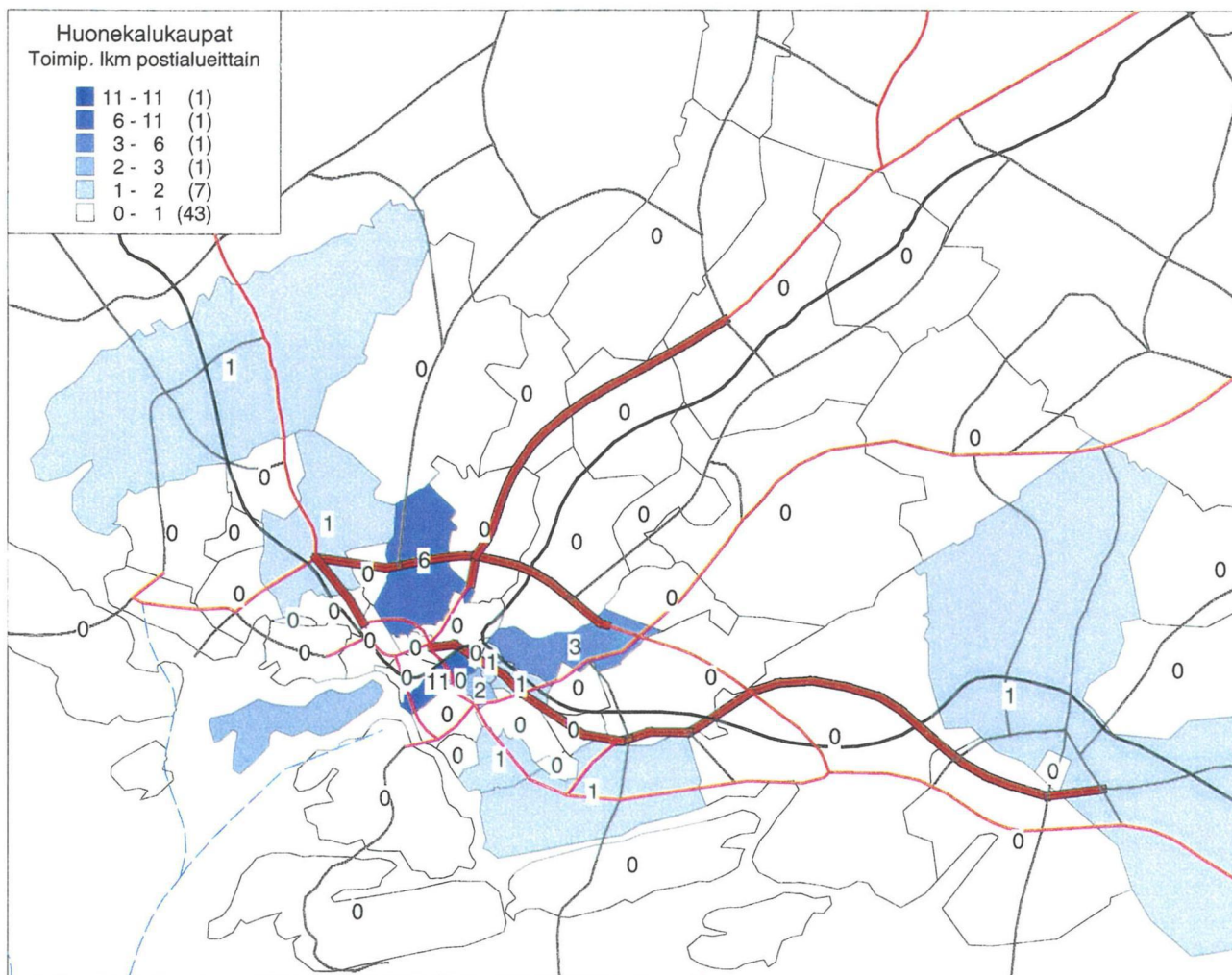


Taulukko 3 Toimipaikkojen lukumäärä eräillä toimialoilla Turun kaupunkiseudulla.

Tarkastellaan seuraavassa miten tilaa vievä kauppa on sijoittunut kaupunkiseudun keskusta, itä- ja länsiosaan.

2.2.2. Huonekalukaupat

Huonekalukauppa on valtaosaltaan sijoittunut keskustan ja Länsikeskuksen alueelle.



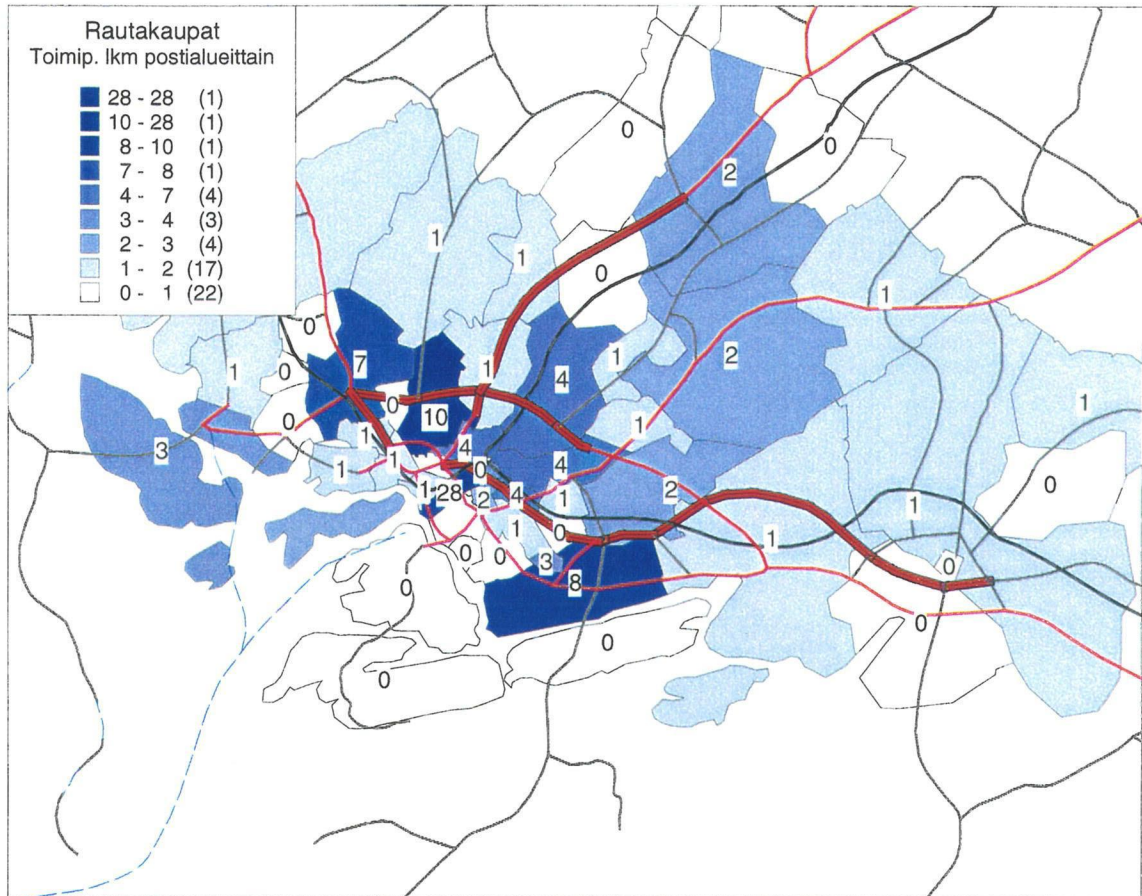
Kartta 19 Huonekalukaupan toimipaikkojen lukumäärä postialueittain

Suuret yksiköt ovat hakeneet paikkansa luonnollisesti hyvien liikenneyhteyksien varrelta. Tässä suhteessa ohikulkutie toimii hyvin. Tyypillistä alalle on keskittyneisyys: hakeudutaan muiden läheisyyteen. Uusi Maskun keskittymä on tästä tyypillinen esimerkki.

2.2.3. Rautakaupat

Rautakauppa on tilanterveen osalta laajentunut merkittävästi: 80-luvulla yksiöt olivat vielä 1000-2000 m² kokoluokassa, nyt uusimmat toteutukset ovat pinta-alaltaan noin 10.000 m². Niihin liittyy usein laaja puutarhaosasto sekä monipuolinen noutopiha. On selvää, että ko. toimintamallit eivät mahdu tiukkaan kaupunkirakenteeseen, vaan sijaintia haetaan vapaalta maa-alueelta.

Toimipaikkojen sijoittumisessa nähdään selvä painotus kaupunkiseudun länsiosaan ja toisaalta Kaarina-Piispanristi- alueelle:

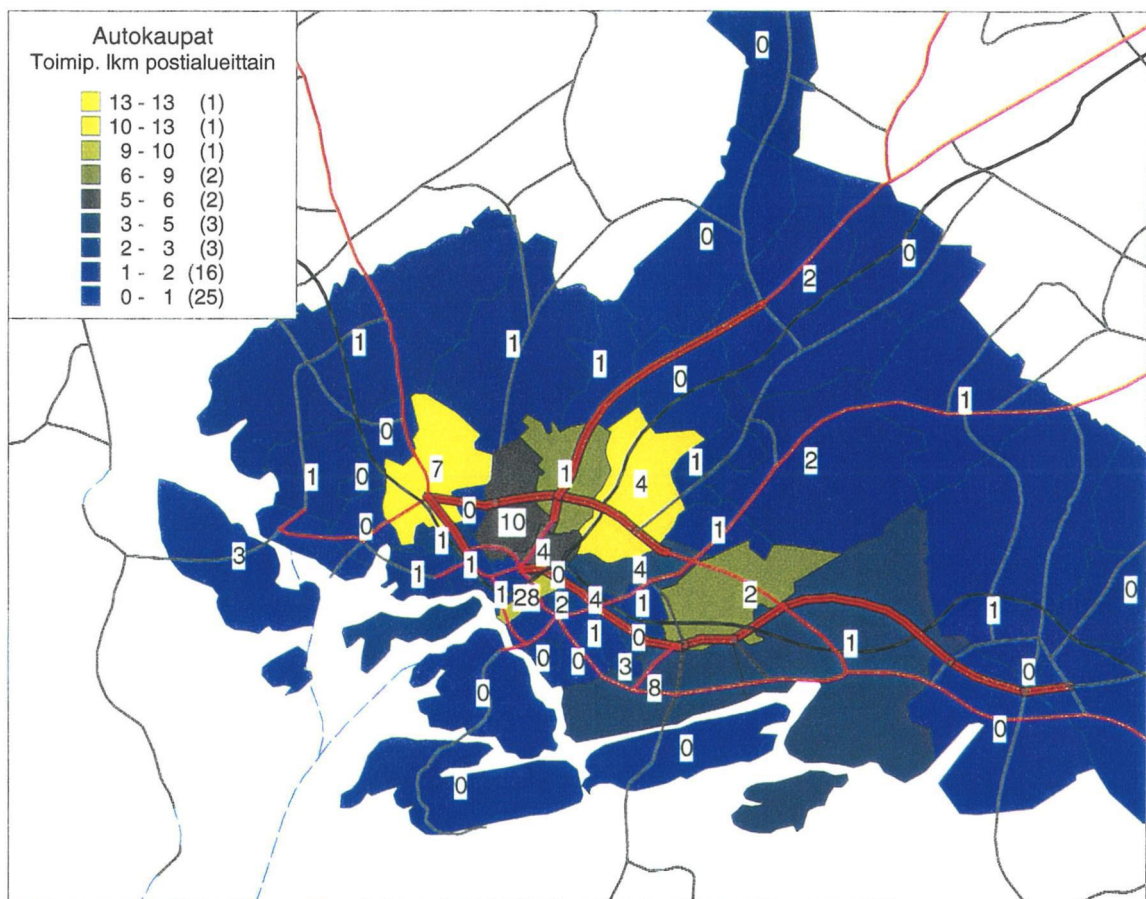


Kartta 20 Rautakauppien lukumäärä postialueittain

2.2.4. Autokaupat

Autokauppa toimialana on erikoisen altis tiivistymään. Sijaintia haetaan kilpailijoiden läheisyydestä; kilpailua ei pelätä! Vertaileva ostotapa on syynä tähän ilmiöön. Alueen 85:stä toimipaikasta yli puolet (44) löytyy seuraavista postinumeroalueista:

21200 RAISIO KESKUS
 20380 RÄNTÄMÄKI-SARAMÄKI
 20100 TURKU KESKUS
 20360 KÄRSÄMÄKI-URSUSVUORI
 20660 LITTOINEN



Kartta 21 Autokaupan toimipaikkojen lukumäärä postinumeroalueittain

2.3. Päivittäistavarakaupan rakenne eri kokoluokissa

2.3.1. Hypermarketit

Päivittäistavarakaupan suuralueet voidaan määrittellä hypermarkettien vaikutusalueiden mukaan. Oma ”reviiri-alueitaan” pitäviä yksiköitä ovat mm.:

- Kupittaa Citymarket
- Länsikeskus (Citymarket, Etujätti ja Euromarket yhdessä) ¹⁸
- Piispanristi Prisma
- Tampereentie Prisma
- Itäharjun Prisma

Hypermarkettien vaikutusalueiden väestömäärät vaihtelevat välillä 15.000–70.000 asukasta. Länsikeskus, jonka kaupallinen vetovoima muodostuu useiden suuryksiköiden yhteisvaikutuksesta, mikä heijastuu noin 85.000 asukkaan ostokäyttäytymiseen. Uusi Kauppakeskus Mylly tulee leikkaamaan Länsikeskuksen nykyistä vaikutusaluetta Raision ja Naantalın suunnassa.

2.3.2. Supermarketit

Supermarketit ovat kokoluokka 2500 m² olevia päivittäistavaran myyntiin keskittyviä yksiköitä, esimerkiksi:

- Majakkaranta (Superspar)
- Raision alue (S-market, Anttila ja K Supermarket yhdessä)
- Kaarina keskus (Eurospar ja K Supermarket yhdessä)
- Ravattulan keskus (Anttila)

Uutena yksikkönä markkinoille ovat tulleet Kupittaaan Etujätti sekä Halisten kasvaville markkinoille mitoitettu Superspar.

Supermarkettien vaikutus on pääsääntöisesti paikallisempi. Vaikutusalueen väestö vaihtelee välillä 15.000–30.000 asukasta.

2.3.3. Lähimymälät

Lähimymälät ovat suurimmalta osaltaan täydellisen itsepalvelun myymälöitä. Palveleva konsepti on joutunut väistymään markkinoilta kustannustehottomana. Lähiverkosto muodostuu käytännössä ketjuista: Siwa, Sale, Rimi, Ruokavarasto.

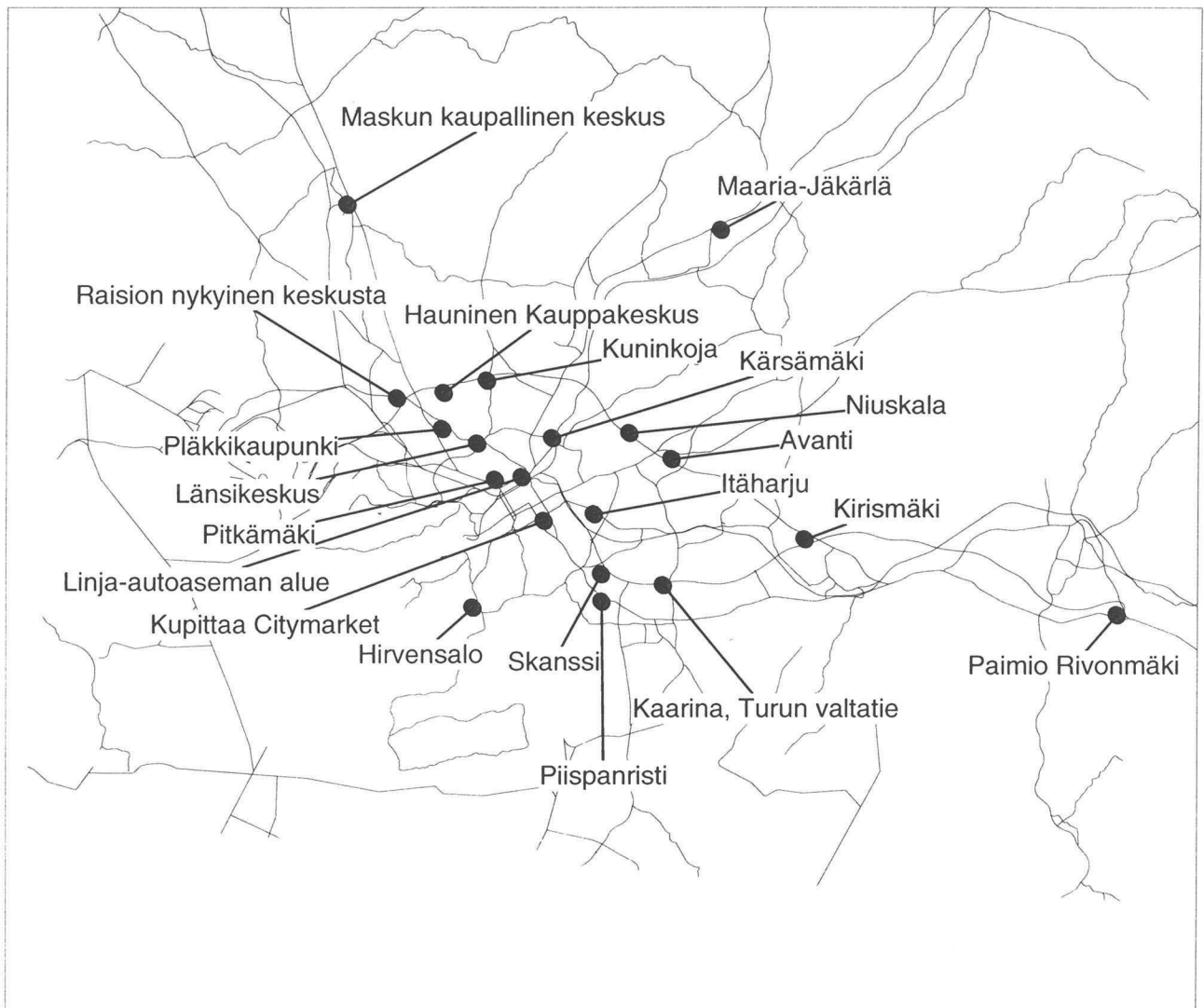
Vaikutusalueen väestö vaihtelee suuresti riippuen sijainnista, kilpailutilanteesta ja markkinaosuudesta.

¹⁸ Länsikeskuksen vetovoimaa ja markkina-asemaa on selvitetty seikkaperäisesti Turun Kauppakorkeakoulun suorittamissa tutkimuksissa.

3. POTENTIAALISET UUDET KAUPAN SIJOITUSKOHTEET

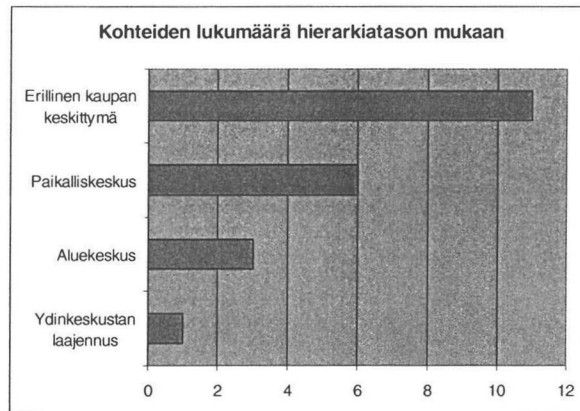
3.1. Liikepaikkojen luonne

Työryhmän tuloksena esitetään kaupan etabloitumisen kannalta yhteensä kaksikymmentäyksi yleiskaavatasolla merkittävää kohdetta. Niiden sijainti kaupunkiseudulla on esitetty seuraavassa:



Kartta 22 Potentiaaliset kehityskohteet

Kohteiden kokonaisuutta voidaan hahmottaa seuraavasti:¹⁹



Kuva 2 Kaupan kehittämiskohteiden määrä hierarkiatason mukaan

3.2. Liikepaikkojen toimialarakenne

Seuraavassa taulukossa hahmotellaan ko. kohteen kaupallista ja toiminnallista roolia toimialarakenteen pohjalta:

Alueen nimi	Taso	Käyttötarkoitus 1	Käyttötarkoitus 2
Linja-autoaseman alue	Ydinkeskustan laajennus	Keskustatoimintojen lievealue	Päivittäistavarakaupaa, palveluja
Skanssi	Aluekeskus	Kauppakeskus: kaupalliset ja mahd.	Laajennus tilaa vievän kaupan suuntaa
Hauninen	Aluekeskus	Kaupun suurmymälät	Tilaa vievä kauppa, erikoiskauppa
Länsikeskus	Aluekeskus	Hypermarketit	Erikoisliikkeet
Kupittaa Citymarket	Paikalliskeskus	Vahva paikalliskeskus	
Raision nykyinen keskusta	Paikalliskeskus	Supermarket	Erikoiskauppa ja palvelut
Kärsämäki	Paikalliskeskus	Tilaa vievä kauppa	Hypermarket
Hirvensalo	Paikalliskeskus	Paikalliskeskus	Supermarket
Maaria-Jäkärä	Paikalliskeskus	Paikalliskeskus	Supermarket
Pitkämäki	Paikalliskeskus	Supermarket-kauppaa	
Maskun kaupallinen keskus	Erillinen kaupallinen keskittymä	Tilaa vievä kauppa	Supermarket
Kuninkoja	Erillinen kaupallinen keskittymä	Tilaa vievä kauppa	Logistiikka
Kirismäki	Erillinen kaupallinen keskittymä	Tilaa vievä kauppa, liikennepalvelut	Logistiset palvelut, työpaikka-alue
Paimio, Tammissilta	Erillinen kaupallinen keskittymä	Liikennepalvelut	Tilaa vievä kauppa, erikoispalvelut
Plakkikaupunki	Erillinen kaupallinen keskittymä	Tilaa vievä kauppa	Erikoiskauppa
Avanti	Erillinen kaupallinen keskittymä	Tilaa vievä kauppa	Logistiikkaa
Kaarina, Turun valtatie	Erillinen kaupallinen keskittymä	Tilaa vievä kauppa	
Paimio Rivonmäki	Erillinen kaupallinen keskittymä	Työpaikka-alue, logistiset toiminnot	Liikennepalvelut
Niskala	Erillinen kaupallinen keskittymä	Tilaa vievä kauppa	
Itäharju	Erillinen kaupallinen keskittymä	Tilaa vievän erikoiskaupan aluetta	
Piispanristi	Erillinen kaupallinen keskittymä	Erikoiskauppa	

Taulukko 4 Kohteiden käyttötarkoitus

¹⁹ Hierarkkiseen tasoon kuuluu em. lisäksi taso 4 (lähipalvelut). Niitä ei tarkastella tässä yksikkötasolla.

3.3. Nykyisen kiinteistökannan soveltuvuus kaupan tarpeisiin

Useissa esitetyissä kehittämiskohteissa tai sen välittömässä läheisyydessä on olemassa vanha kiinteistökanta. Kunto ja käyttötarkoitus vaihtelevat kohteittain. Maankäytön strategia ja kaavatilanne tulee selvittää. Lisäksi kiinteistöjen saneerausmahdollisuudet sekä lisärakentamisen mahdollisuudet tulisi analysoida yhdessä ao. omistajatahon kanssa. Kohteita tulisi jatkossa tarkastella kaavallisen näkökulman lisäksi käyttäjälähtöisesti kiinteistöjen kehittämispotentiaalin kannalta.

4. PALVELUVERKON SIOITUS JA MITOITUS VUONNA 2010

4.1. Väestö ja ostovoima

Alueen väestöennuste on seuraava:

TURUN KAUPUNKISEUTU + MASKU VÄESTÖN TRENDI- JA MITOITUSLASKELMAT 1999-2020

	1998	1999	2000	2010Tr	2010M	2020Tr	2020M
Turku	170931	172520	174197	191143	176400	201035	179200
Raisio	22945	23130	23311	25029	25200	26745	27800
Kaarina	19460	19597	19733	20878	21700	22049	24200
Lieto	13434	13623	13812	15821	15300	18173	17000
Naantali	12980	13123	13260	14774	15700	16343	18400
Paimio	9726	9756	9787	10224	10500	10693	10900
Piikkiö	6469	6496	6525	6797	7200	7180	7600
Rusko	3192	3219	3244	3537	4100	3820	4800
Masku	5163	5209	5256	5673	5900	6129	6300
Alue yhteensä	264300	266673	269125	293876	282000	312167	296200

Taulukko 5 Väestön trendi- ja mitoituslaskelmat kunnittain 1998, 1999, 2000, 2010 ja 2020 /Tr=trendi, M= mitoitus.²⁰

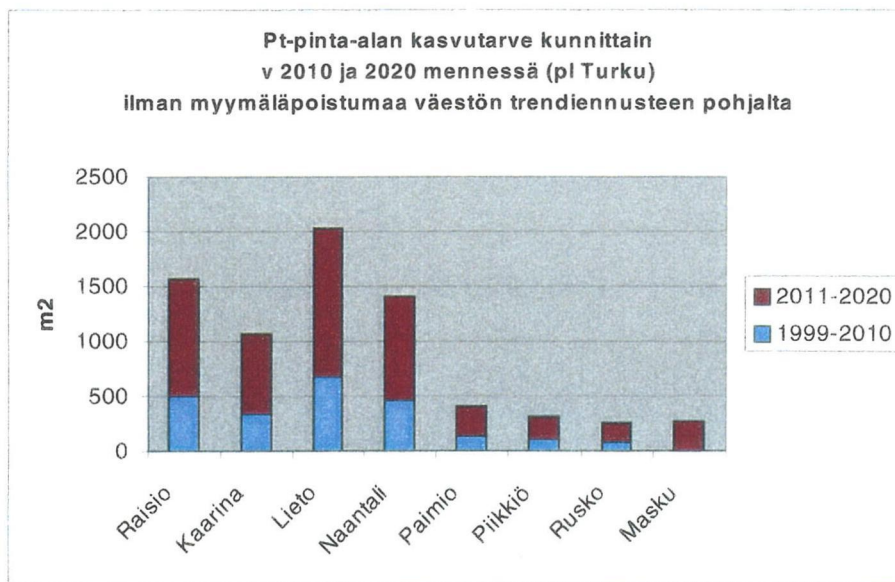
²⁰ Lähde: Varsinais-Suomen liitto

4.2. Päivittäistavarakaupan lisästarve kunnittain vuoteen 2020

Seuraavassa tarkastellaan pinta-alan kasvutarvetta kunnittain vuoteen 2020 mennessä. Pohjana on edellä esitetty väestön trendikasvu. Laskennassa on käytetty nykyistä keskimääräistä myynti/m²-tehokkuutta. Myyntiala on muutettu kerrosalaksi kertoimella 1,25. Kulutuslukuna on käytetty Tilastokeskuksen lukuja. Kulutuksen kasvuksi oletetaan 0.5 % vuodessa.

	Väestökasvun edellyttämä pt-pinta-alan lisästarve kunnittain, k-m ²		
	1999-2010	2011-2020	1999-2020
Turku	3586	10534	14120
Raisio	622	1338	1960
Kaarina	424	912	1336
Lieto	853	1673	2526
Naantali	569	1185	1754
Paimio	170	341	511
Piikkiö	139	252	390
Rusko	103	221	324
Masku	165	341	506
Taajamakaava-alue	5304	13438	18742

Kuntien (pl. Turku) myynti-pinta-alan kasvu 1999-2010 ja 2011-2020 tulisi olemaan seuraava:

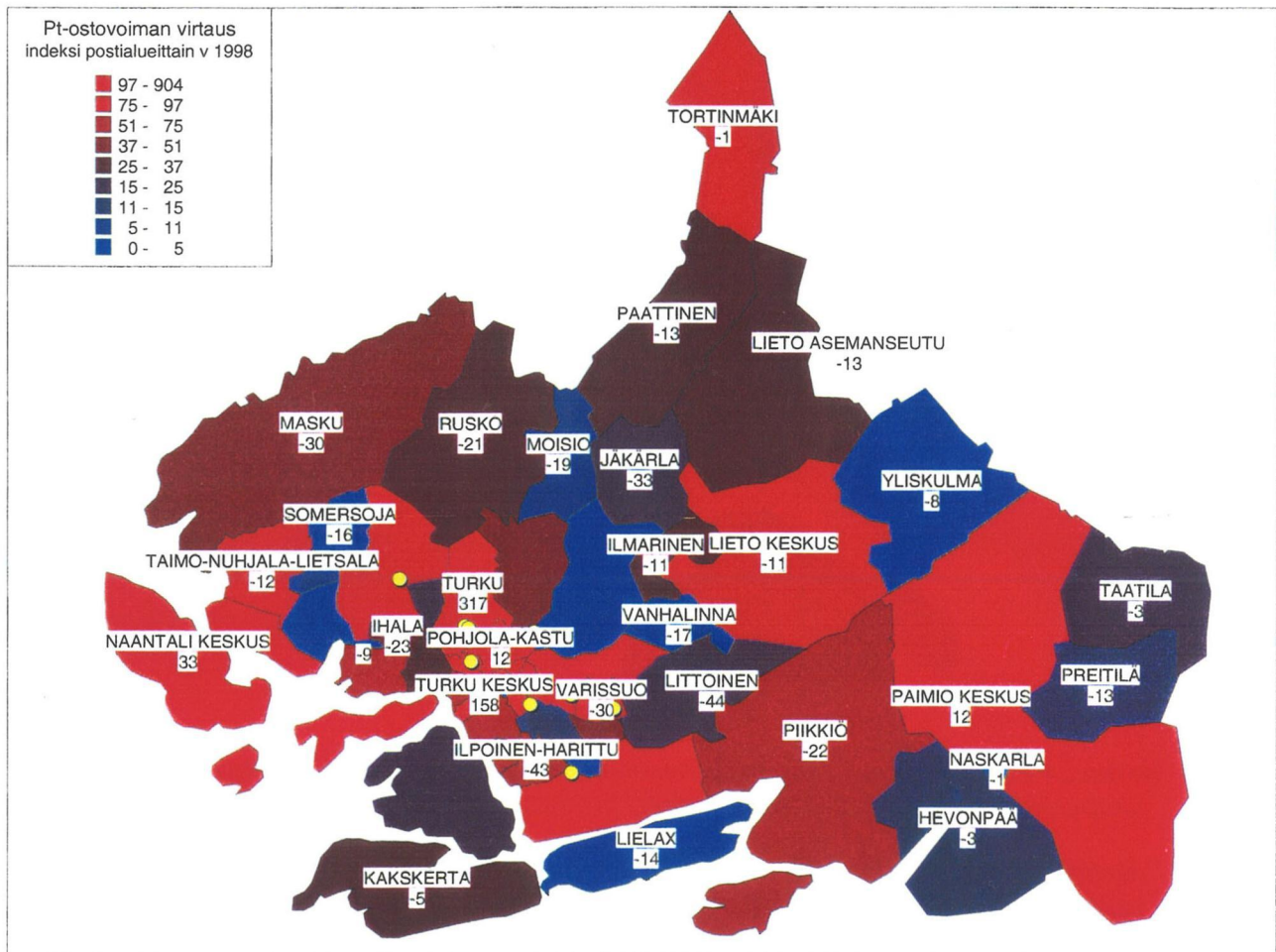


Kuva 3 Pinta-alan kasvutarve 2010 ja 2020 mennessä kunnittain (pl. Turku)

Kaupunkiseudulla toimivan pt-kaupan pinta-ala tulee kasvamaan kahden tekijän yhteisvaikutuksesta:

- nykyisen väestön ostovoima kasvaa
- väestön lisäyksen edellyttämä kasvu.

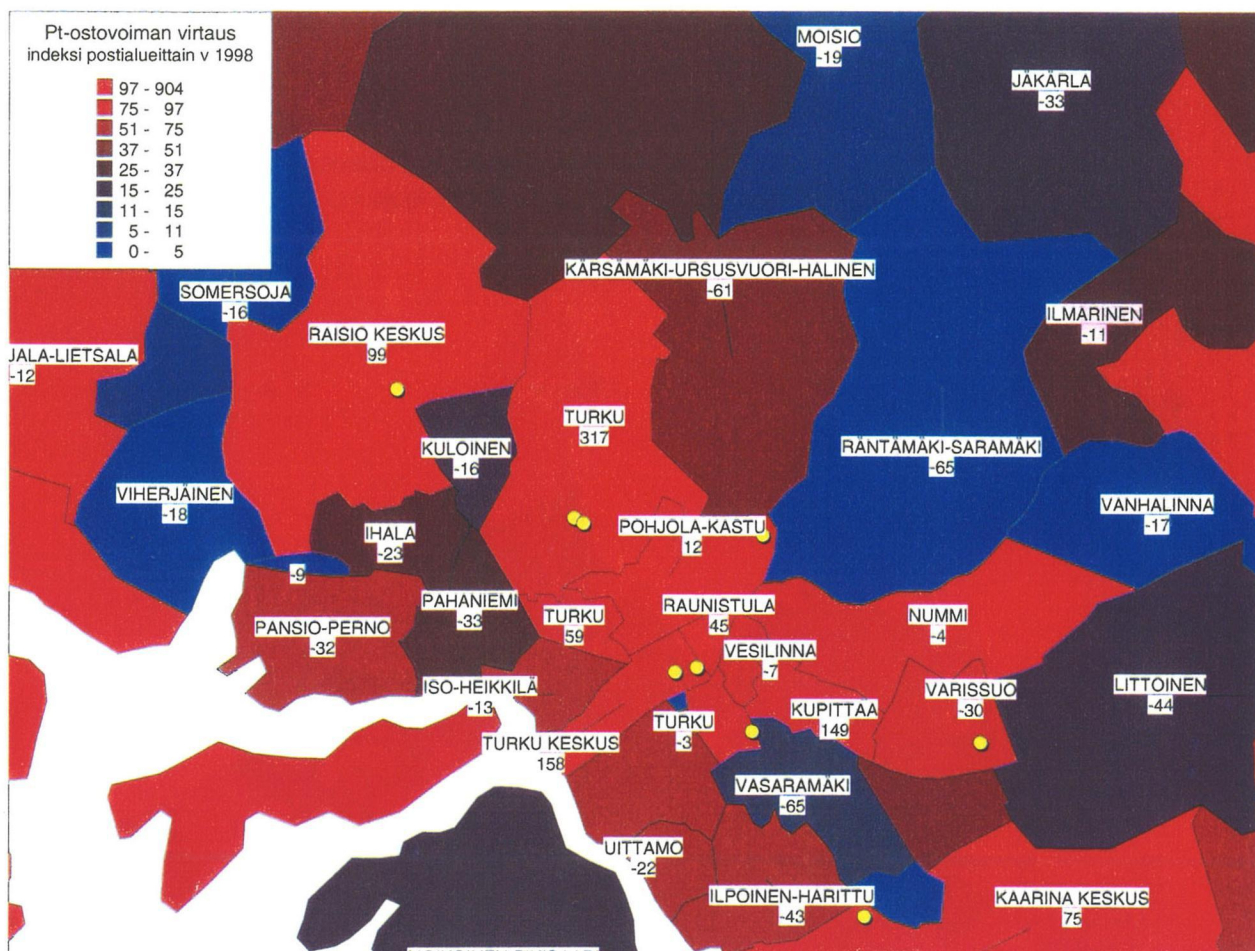
Kulutuksen kasvun vaikutus pinta-alan tarpeeseen on seudullisessa tarkastelussa oleellinen. Lisäksi ostokäyttäytyminen ei kunnioita kuntarajoja kuten seuraavassa kuvassa osoitetaan:



Kartta 23 Päivittäistavarakaupan ostovoiman virtaus postinumeroalueittain (indeksi ja virtaus, Mmk)

"Punainen puoli saa ja sininen puoli luovuttaa". Päivittäistavaramyynnin ja alueen ostovoiman erotus näkyy kartassa postialueittain. Esimerkiksi Maskun kartan luoteisosan postialueen ostovoimasta noin 30 Mmk virtaa ulos. Vastaavasti Paimion keskustan postialue myy 12 Mmk enemmän kuin ao. alueen oma ostovoima edellyttäisi. - Kartan pisteillä on osoitettu yli 70 Mmk myyvät yksiköt.

Seuraavassa tarkastellaan vastaavasti kaupunkiseudun keskusaluetta:



Kartta 24 Päivittäistavarakaupan ostovoiman virtaus postinumeroalueittain kaupunkiseudun keskusalueella (indeksi ja virtaus, Mmk)

Jäkärän postialue vuotaa 33 miljoonaa markkaa vuodessa eli kolme neljästä kotitaloudesta asioi säännöllisesti muualla. Moikoinen-Pikisaari (kartan alareunassa) luovuttaa 47 Mmk eli noin 85 % markoista viedään "ulos". Suurten hypermarkettien rooli näkyy luvuissa: Länsikeskus vetää 317 Mmk alueensa ulkopuolelta. Tämä merkitsee karkeasti sitä, että postinumeron 20320 ulkopuolella asuvat noin 20.000 kotitaloutta tekisivät säännöllisesti viikonloppuostoksensa Länsikeskuksessa.

Taustaväri osoittaa indeksiluvulla ostovoiman virtauksen suhteellisen voimakkuuden. Indeksillä yli sata alue saa ostovoimaa ulkopuolelta. Vastaavasti, jos indeksi on alle 100, luovuttaa alue ostovoimaa ulos.

4.3. Kaupan suuryksiköiden vaikutusalueiden muodostuminen

Seuraavassa tarkastellaan kaupallisia vaikutusalueita teoreettisella tasolla vuonna 2020. Lähtökohtana on Haunisten ja Skanssin toteutuneet kauppakeskukset. Nykyiset hypermarketit jatkavat toimintaansa. Ydinkeskusta muodostaa oman ”kauppakeskuksen”.

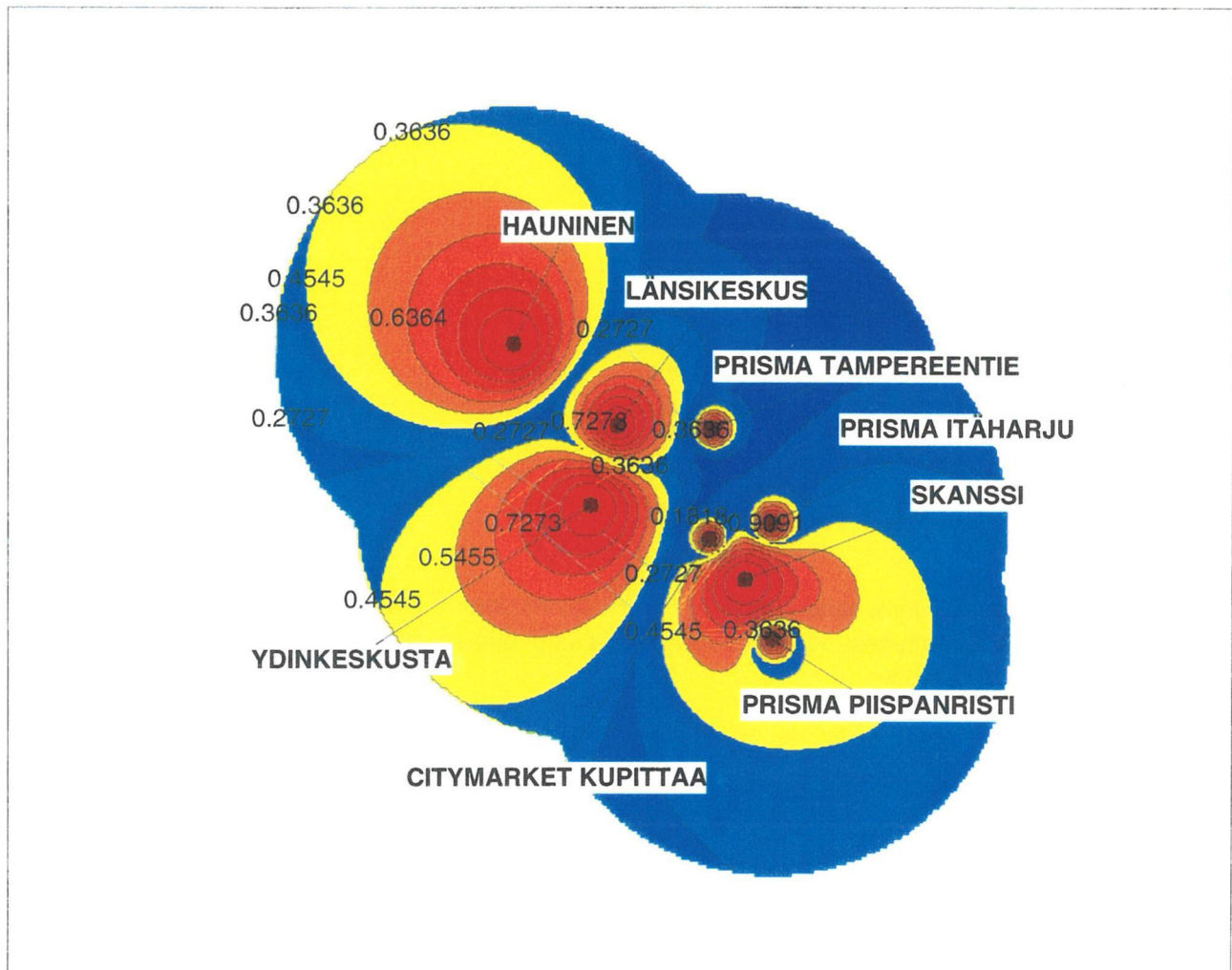
Kunkin kaupan keskittymän vetovoima riippuu sen koosta.²¹ Vetovoiman ”lähteenä” olevat pinta-alat ovat *oletettu* seuraavasti:

HAUNINEN	45000
CITYMARKET/LÄNSIKESKUS	40000
SKANSSI	50000
CITYMARKET KUPITTA	7750
PRISMA ITÄHARJU	8800
PRISMA	5000
YDINKESKUSTA	70000
PRISMA	5000

Ydinkeskustan vetovoiman pohjana on arvioitu 70.000 m² pinta-ala. Malli ei ota huomioon todellisessa tilanteessa varsin tärkeää tie- ja katuverkkoa. Supermarket-tasoiset yksiköt on mallista jätetty pois.

²¹ ns. Huffin painovoimamalli, jossa vetovoimaan vaikuttaa yksikön koko ja kääntäen etäisyys.

Kartta muodostuu todennäköisyyskäyristä asioida ko. keskuksessa:



Kuva 4 Kaupan keskusten vaikutusalueet

Skanssi raivaisi elintilansa Kupittaaan, Itäharjun ja Piispanristin väliin ja ahdistaisi näin kilpailijansa vaikutusalueen varsin pieneksi. Skanssin vaikutus ulottuu itään yli Kaarinan keskustan.

Ydinkeskusta jää Skanssin ja Länsikeskuksen väliin. Hauninen valtaa kaupunkiseudun luoteisosan ja ulottaa vaikutuksensa koko luoteiselle markkina-alueelle (mm. Uusikaupunki, Laitila). Tässä kaavinomaisessa kartassa syntyy mielikuva, että Haunisen keskus ajaa nykyisen Raision keskuksen ”yli”. Mielenkiintoista on myös arvioida Haunisen ja Länsikeskuksen välistä rajankäyntiä. Länsikeskus suuntautuu ko. mallissa edelleen vahvasti koillisen suuntaan.

”Pienet” hypermarketit Kupittaa, Itäharju, Piispanristi ja Kärsämäki muodostavat omat paikalliset markkinansa.

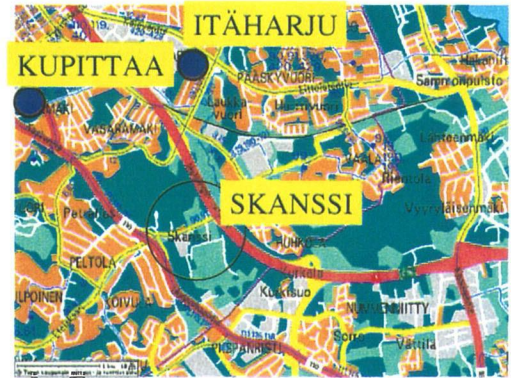
5. KEHITTÄMISKOHTEIDEN ARVIOINTIA KUNNITTAIN

5.1. Turku

Skanssin kaavalliseen prosessiin liittyvä mitoitus ja toimialarakenne tulisi määrittellä kuntien välisessä yhteistyöryhmässä ja yhdessä yrittäjä-sijoittajatahon kanssa.

On selvää, että Skanssi tulisi ottamaan merkittävän osan nykyisistä Turun itäosan suurmyymälöistä.

Skanssin kauppakeskus edellyttäneen 1-2 hypermarketin toteutusta. Ilman voimakkaita ankkureita kauppakeskuksen erikoistavarakaupan kilpailukyky saattaa jäädä niin heikoksi, että investoinnin kannattavuuden edellyttämään riittävää vuokratuottoa ei tulla saavuttamaan ainakaan toiminnan alkuvuosina.



Skanssin päivittäistavarakauppa vaikuttaa voimakkaasti lähialueilla: Varissuo-Huhkola, Littoinen, Nummi, Piispanristi.

Itäharjun alue mahdollistaa tilaa vievälle erikoiskaupalle sijaintimahdollisuuksia. Prisma ja uusi, ajanmukainen K -rauta saattavat antaa lähtösignaalin kaupan keskittymiseen. Liikenteellinen sijainti, vahva tukiasutus sekä potentiaalinen, osittain saneerattava kiinteistökanta ovat lisäperusteena. Aluetta tulisi tarkastella kaupan laajentumisalueena huolimatta voimakkaasta työpaikkapainotuksesta.

Niuskalan alue perustuu sijaintiin E 18 -väylällä. Se edellyttää kuitenkin Koroistenkaaren toteuttamista. Alueen kehittämisen eräs lähtökohta on integroiminen Orikedon tilaa vievän kaupan keskittymään. Alueen kehityksen aikajänne on pitkä.



Kärsämäki kaupan ja palvelujen alueena täydentää jo alkanutta kehityskuvaa. Nykyinen osittain heikko kiinteistökanta tulisi uudistaa vastaamaan lisääntyvää kaupan tilakysyntää. Koroistenkaari tulee vahvistamaan alueen lievästi seudullista luonnetta. Uusi hypermarket toimii alueen vetovoimatekijänä.

Pitkämäki on suunnitelmassa osoitettu päivittäistavarakaupan ja erikoistavarakaupan alueeksi. Sijainti keskustan reuna-alueella vahvistaa keskustan asukkaiden päivittäisiä palveluja.

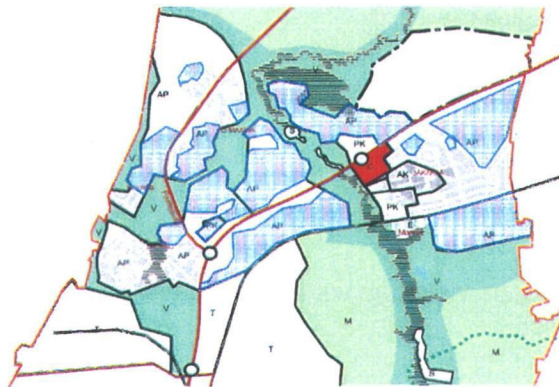
Linja-autoaseman alueen toteuttaminen laajentaa ja täydentää keskustan vähittäiskaupan ja kaupallisten palvelujen toimintoja. Uuden Helsingintien, Satakunnantien ja Aninkaistenkadun solmukohta tekee kohteesta kaupan sijoittumista ajatellen mielenkiintoisen. Kohde osoittaa selvästi keskustan laajenemisen suunnan kohti uutta liikenteen solmukohtaa.

Hirvensalon-Kakskerran väestöpohja edellyttää kaupan vahvistamista.

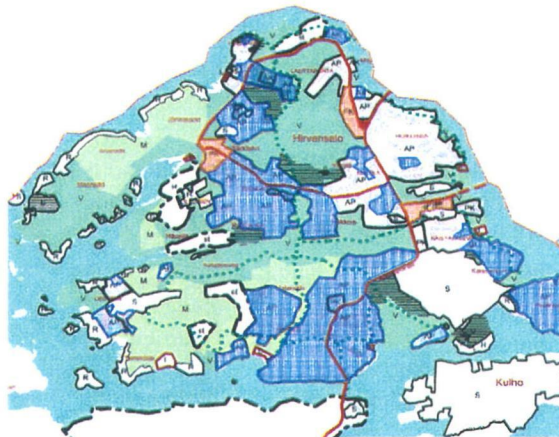
Maarian palvelut ovat väestön ”hajajoituksen” vuoksi heikot. Jäkärän alueen palveluja tullaan vahvistamaan.

Turun yleiskaavaehdotuksessa 2020 on molemmissa alueissa C-aluevaraus, joka mahdollistaa myös kaupallisen keskuksen.

- C-alue
- asumisen laajenemis- ja täydennysalue



**MAARIA
JÄKÄRLÄ**



**HIRVENSALO
MOIKOINEN**

5.2. Kaarina

Skanssin vaikutus Kaarinan keskustan kaupallisiin toimintaedellytyksiin tulee selvittää ennen Skanssin mahdollista investointipäätöstä. Erikoistavarakaupan siirtyminen osittain Skanssiin muodostuu selväksi uhkaksi Kaarinan kaupalliselle keskustalle. Vertailukohteena Kauppakeskus Myllyn vaikutukset Raision keskustaan tulee seikkaperäisesti analysoida.

Piispanristin risteysaluetta kehitetään erikoiskaupan alueena. Se täydentää ja tiivistää Piispanristin alueellista rakennetta.

Nummenniitty Helsingin valtatie liittymässä vahvistaa asemaansa pitkällä aikavälillä tilaa vievän kaupan ja muun yritystoiminnan sijaintipaikkana.

Niuskalan alueen kehittyminen tilaa vievän kaupan alueena edellyttää suunnittelu- ja kaavayhteistyötä Turun ja Kaarinan kesken. Voidaan visioida, että vuonna 2020 Niuskala, Ravattula ja Avanti sekä Oriketo muodostavat yhtenä kokonaisuutena voimakkaan seudullisen vähittäiskaupan keskittymän. Tässä tilaa vievillä toimialoilla on keskeinen osa (vrt. Raision ohikulkutie).

5.3. Lieto

Keskustan palvelujen tiivistäminen vahvistaa palvelujen kilpailukykyä. Ohitustiehankeen lykkääntyminen pitkälle tulevaisuuteen poistaa uhan keskustan hajautumisesta. Uudet investointihankkeet Hämeenlinnantien ja Hyvätylätien risteykseen vahvistavat kuntakeskuksen statusta kauppapaikkana.

Avanti sijaitsee strategisesti E 18 - ja uuden Hämeenlinna-väylän risteuksen tuntumassa. Työpaikkakeskittymä ja tilaa vievä kauppa ovat alueen kehittämisen tunnuspiirteet. Hyvä liikenteellinen sijainti antaa mahdollisuuksia mm. logistisille toiminnoille. Alue tulisi liikenteellisesti pyrkiä kytkemään jo olemassa olevaan Ravattulan kaupan keskittymään.

Asemanseudun väestöpohja tulisi mahdollistaa hyvät lähipalvelut. Tällä hetkellä merkittävä osa ostovoimasta virtaa alueelta ulos.

Ilmarisen alue tukeutuu tällä hetkellä päivittäisen liikenteen perusteella Kärsämäen market-palveluihin. Olisi pyrittävä kehittämään keinoja nykyisen myymälän toimintaedellytysten varmistamiseksi. Väestöpohjan lisääminen on tunnetusti pitkällä aikavälillä paras tae kauppapalvelujen kehittämiseen.

5.4. Naantali

Keskustan erikoispalveluja tulisi edelleen kehittää.

Uusia pt-kaupan suuryksiköitä ei ole lähivuosina näköpiirissä.

Uudet asuntotuotantoalueet (Luonnonmaa, Immanen-Syväsalo) eivät väestöpohjan osalta mahdollista täyden valikoiman lähimyymälää. Palvelut tulevat pohjautumaan lähinnä monipuoliseen kioskitarjontaan.

Päivittäistavarakaupan palvelut tullaan hakemaan nykyisistä suuryksiköistä (esim. Ukko-Pekka, SuperSpar, S-market). Ostovoiman ulosvirtaus jatkuu. Uutena houkuttimena markkinoille tulee Kauppakeskus Mylly.

5.5. Paimio

Vistan palvelut turvataan tiivistämällä aluetta. Uudet pt-kaupan suurmyymälähankkeet tulisi mahdollisuuksien mukaan liittää muuhun keskustan eheyttämiseen.

Tammisillan keskus palvelee ensisijaisesti E18-liikennettä. Alueella on tällä hetkellä monipuolinen liikennepalvelukeskus, jossa toimii myös pt-myymälä. Päivittäistavarakaupan osalta ostovoiman siirtymällä ei ole merkitystä Paimion keskuksen pt-palvelujen kehittämiseksi. Tammisilta voitaisiin kehittää tilaa vievän kaupan ja matkailuliikenteeseen kohdistumien kauppapalvelujen alueena (factory outlet, luomukeskukset jne.)

Rivonmäen aluetta kehitetään pitkällä aikavälillä työpaikkavaltaisen tai liikennepalvelu-toiminnan suuntaan. Vähittäiskaupan sijoituskohteena alue ei ole perusteltu vähäisen väestöpohjan vuoksi.

5.6. Piikkiö

Kuntakeskuksen kehittäminen turvaa osaltaan palvelujen säilymisen keskustassa. Vastikään toteutetut ja tiedossa olevat uudet kaupan hankkeet tukevat kehitystä.

Taajamakuvan kohentaminen (mm. Hadvalantien alueen uudistaminen) lisää merkittävästi keskuksen viihtyvyyttä ja tukee sitä kautta palvelujen kasvua. Hanke ei ole edennyt osittain Tielaitoksen toteutusaikataulusta johtuen.

Kirismäkeen liittymän ideasuunnitelma on valmistunut²². Piikkiön kunta on asettanut suunnitelmalle tavoitteita, mm.:

1. Voimakkaasti kehittyvä liiketoiminta- ja teollisuusalue
2. risteys on Turun kaupunkiseudun portti ja Piikkiön portti

Risteyksen kehittäminen tapahtuu vaiheittain pitkän aikavälin kuluessa. Toimialapainotuksena tulisi tarkemmin selvittää tila vievän kaupan sijoittumismahdollisuudet. Myös E 18-liikenteeseen perustuvia toimintoja voidaan alueelle sijoittaa. Sijainti huomioiden Kirismäki toimii ensisijaisesti työpaikka-alueena ja mm. logististen toimintojen keskittymänä.

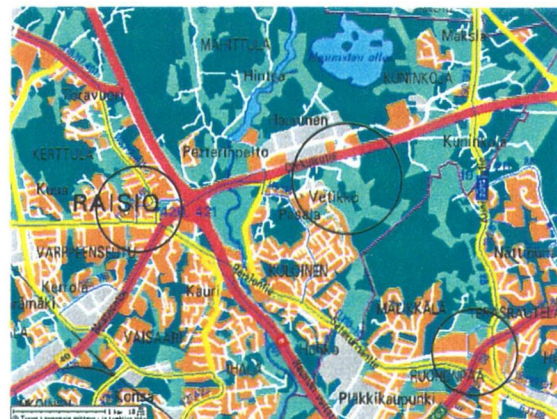
5.7. Raisio

Raisiossa on meneillään kehittämisprojekti **keskustan** kehittämiseksi. Siihen liittyvät keskustan uudet liikennetarkaisut ja keskustan toiminnallinen eheyttäminen. Suunnittelussa pyritään luomaan kaupunkikuvan kehittämiseen uudet, voimakkaat lähtökohdat.

Raision keskustan kehittämishanke voidaan nähdä ”puolustusellisena”, sillä **Kauppakeskus Myllyn** kokonaisalaltaan noin 50.000 m² palvelutarjonta tulee heikentämään nykyisen Raision keskustan kaupallista statusta. Osa yrittäjistä siirtyy uuteen kauppakeskukseen, osa lopettanee toimintansa asiakasvirtojen voimakkaan vähenemisen johdosta.

Haunisten kauppakeskus muodostuu aluekeskukseksi, jonka rooli on seudullinen.

Haunisten aluetta vahvistetaan edelleen tilaa vievän kaupan seudullisena keskuksena. Haunisten alue jatkuu ohikulkutien suuntaisena ja muuntuu asumisen-sisustamisen – vapaa-ajan teemakeskuksen vyöhykkeeksi.



²² Kirismäen liittymäalue on osahankkeena mukana kansainvälisessä E18-tien (Oslo-Pietari) yhteistyöhankkeessa, joka rahoitetaan EU:n Interreg- ohjelmasta. Ideasuunnitelman on laatinut MA-arkkitehdit Oy.

Kuninkojan liittymä ja siitä jatkuva vyöhyke lentokentän suuntaan muodostaa pitkällä aikavälillä potentiaalisen kehittämisalueen logistiselle toiminnolle ja tilaa vievälle kaupalle. Haunisten kauppakeskus toimii monessa suhteessa kehitysmoottorina.

Haunisten-Kuninkojan ”nauhan” kokonaisvaltaisen kehittämisen edellytyksenä voidaan nähdä alueen perusstrategian luominen Raision kaupungin toimesta.

5.8. Rusko

Ruskon peruspalvelut pyritään säilyttämään keskustassa. Länsikeskus on suhteellisen helposti saavutettavissa ja tarjoaa erittäin monipuolisen palveluvarustuksen. Kuninkojan alueen kehittäminen tulisi tehdä yhteistyössä Ruskon ja Raision välillä. Nykyään noin 65 % kunnan päivittäistavaramarkoista virtaa ulos- lähinnä Länsikeskukseen. Hauninen muodostunee jatkossa ruskolaisten lähipalvelukeskukseksi.

5.9. Masku

Maskun nykyinen **sisustamisen ja kodinelektroniikan keskittymä** toimii Raumentien ja Maskuntien risteyksen tuntumassa. Suunnitelmien mukaan se laajentuu mittavaksi **teemakeskukseksi**. Kaupallinen vaikutusalue on jo tällä hetkellä seudullinen. Erikoisliikkeiden ja palvelujen keskittäminen ko alueelle vahvistaa Maskun kaupallisen keskuksen uuteen paikkaan, Nykyinen keskus toimii julkisten palvelujen ja hallinnon keskuksena. Sijaintia tukee kunnan väestön painopisteet.

Keskukseen suunnitellaan erikoistavarakaupan lisäksi päivittäistavarakauppaa. Mitoitus olisi supermarket-luokkaa. Maskun kunnan ostovoima on noin 50 Mmk vuodessa. Ulosvirtaus on tällä hetkellä noin 60 %. Kunnan oma kulutus ei mahdollista supermarket-hankkeen taloudellista toteutusta. Haunisten kauppakeskus lisää ulkopuolisten vetovoimaa.

Perusongelma lienee se, että, muodostuuko erikoistavarakaupan seudullinen vaikutusalue myös päivittäistavarakaupan vaikutusalueeksi: Tilannetta voidaan arvioida kuluttajan näkökulmasta: ”ostetaanko viikonlopun ruuat samalla kun ostetaan pesukone?”

Maskun laajentuva ja monipuolistuva kauppapaikka määrittellään kaupunkiseudun palveluhierarkiassa useiden muiden kohteiden tapaan erilliseksi kaupan keskittymäksi.

6. SKENAARIOT KEHITYSKULUN KUVAAJANA

Perusselvityksessä v 1997 asetettiin pohjaksi kolme erilaista kehityskuvaa. Vuoden 2000 tilanteessa skenaariot voidaan kirjata seuraavasti:

6.1. Verkoston voimakas rakennemuutos (A)

Puhdas markkinamekanismi ohjaa kaupan rakentamista. Verkoston kehitystyössä lopullisena tuomarina on kuluttaja. Kuluttaja "äänestää" ostokäyttäytymisellään sille parhaaksi katsomansa kaupan verkon. Yhdyskuntataloudellisesti ja yritystaloudellisesti kehityksellä on riskinsä: yli- ja virheinvestoinnit ovat mahdollisia. Hankkeiden toteutus tuo aina hetkellisesti liikaa pinta-alaa.

Verkoston voimakas muutos ja alueellisten painopisteiden vaihtelut tuovat mukanaan ainakin ajoittain tyhjäksi jääviä liikekiinteistöjä. Kansantaloudellisesti tätä kiinteistövarantoa voidaan pitää tappiona.

Asukkaiden palvelukyvyyn kannalta verkoston raju muutos tulee vaikeuttamaan mm. autottomien asiointimatkoja. Kaupan kannalta autottomia on kuitenkin määrällisesti vähän ja alueellisesti hajaantuneena. Voidaan olettaa, että ko asiakassegmentti ei kiinnosta kauppa-konseptin kehittämisen ja investointien toteutuksen kannalta. Osalle asukkaista, joilla kaupan palvelut ovat etäällä, on asuinpaikan suhteen ollut aikoinaan tietoinen päätös.

Nykyinen Maankäyttö- ja rakennuslaki edellyttää kaavaprosessissa ottamaan laajasti huomioon vaikutukset ympäristöön. Tällöin arvioidaan mm. vaikutukset nykyiseen palveluverkkoon. Tätä taustaa vasten ao. skenaarion tarkastelu on suuressa määrin epärelevanttia.

6.2. Strategisesti sopeutettu ohjelma (B)

Työryhmä ehdottaa yhteistyöhön pohjautuvan palveluverkkosuunnitelman toteuttamista.

Malli takaa parhaiten vapaan kilpailun, kaupan kehittämisen, yhdyskuntarakenteen tasapainoisen kasvun sekä sosiaalisen näkökulman toteutumisen.

Selvityksessä suositellaan, että kaupan investiohjelma sopeutetaan tuleviin markkinoihin. Markkinakehityksen pohjana on väestökasvu ja kulutuksen kasvu. Tähän nojaa pohjimmiltaan myös kaupan sektorin oma investointi- ja kauppapaikkasuunnittelu.

Heikkotehoisen myymälän lopettaminen on rakennetrendi ilman kaupan suuryksiköitäkin. Vuoteen 2010 mennessä arviolta 30-40 myymälää lopettaa toimintansa. Uudet investoinnit keräävät myyntinsä toimintaansa jatkavilta myymälöiltä. Vastaavasti markkina-aukkoihin tulee uusia lähipalvelukonsepteja, jotka ovat monipuolisia, paikallisia asukkaita palvelevia yksiköitä.

Työryhmä ehdottaa jatkoselvittelyn kohteeksi yhteensä 21 alueellista, kaavoitukseen liittyvää kehityskohdetta.

6.3. 0+ vaihtoehto (C)

0+ vaihtoehto jätetään työryhmän kannanoton mukaan vähemmälle tarkastelulle. Se ei mahdollista yrittäjyyteen ja kilpailuun pohjautuvaa luonnollista kehitystä, mikä varmistaisi palvelun laadun ja kaupan tarjonnan monipuolisuuden pitkällä aikavälillä.

7. PALVELUVERKON PITKÄN AIKAVÄLIN RAKENNE

7.1. Keskeiset kehityspiirteet

Seuraavassa on tiivistelmä kehityspolusta, joka tähtää vuoden 2020 tavoitteellisen palveluverkkoon:

- myymäläkoko kasvaa sekä päivittäistavara- että erikoistavarakaupassa
- myymäläverkko harvenee
- ostomatkat pitenevät
- valikoimat monipuolistuvat, artikkelimäärä kasvaa
- kaupan alueellinen keskittyminen (teemakeskukset) jatkuu
- investointien painopiste suuntautuu kaupunkiseudun itäpuolelle
- ulkomaiset ketjut etabloituvat Turun kaupunkiseudulle
- kilpailu pitää laadun korkeana ja hintatason alhaisena
- uudet lähimyymäkonseptit kehittyvät voimakkaasti
- nettikauppa valtaa alaa ko. jakelujärjestelmään soveltuvilla toimialoilla
- ydinkeskustan kaupallisessa roolissa vahvistuu seuraavat avainsanat: erikoiskauppa ja -palvelut, viihde, kulttuuri, kaupunkilaisten olohuone, kohtaustaikka

7.2. Päivittäistavarakauppa

Kaupunkiseudun 200 myymälän määrä supistuu noin 170:een vuoteen 2020 mennessä. Rakennemuutos jatkuu tämänkin jälkeen. On kuitenkin huomattava, että poistumisen myötä syntyy uusia korvaavia liikeideoita, mm. elintarvikekioskeja ja ns. convenience store-tyyppisiä, pitkällä aukioloajalla toimivia yksiköitä. Aukiololainsäädännössä tapahtuvat muutokset tukevat ko. kehitystä.

Keskikoko kasvaa merkittävästi. Volyymikauppa tehdään hypermarketeissa ja suurissa supermarketeissa. Asiointi perustuu yhä enemmän oman auton käyttöön.

Täydellisen itsepalvelun myymälät toimivat asuntoalueilla ja ydinkeskustassa mutta myös free standing-periaatteella vilkkaiden väylien varrella muun kaupan varustuksen yhteydessä.

Peruselintarvikkeet tarjotaan rationaalisessa "itsepalvelupaketissa" edulliseen hintaan. Ns. ojentavaan palveluun perustuvat elintarvikeliikkeet ovat "harvinaisuuksia" ja voivat erikoistuneina toimia lähinnä ydinkeskustassa. Marketit kykenevät tarjoamaan saman tuoretuotepalvelun, mutta merkittävästi edullisemmin.

Kokoluokkaa 10-20 Mmk myyvistä yksiköistä useat ovat kannattavuusvaikeuksissa. Suuret henkilökulut ilman volyymin tuomaa hintakilpailukykyä ajaa myymälöitä lopettamistilanteeseen. Myös odotettavissa oleva investointipakko edistää lopettamispäätöksen tekemistä.

Erikoisliikkeet kuten makeis- ja herkkukaupat, konditoria-leipämyymälä-kahvilat sekä luontaistuotemyymälät hakevat kannattavan toiminnan edellytyksensä erikoistumalla. Niiden sijainti on parhaimmillaan ydinkeskustassa. Osa niistä sijoittuu kauppakeskuksiin, jossa on tarjolla mittavat pistekohtaiset asiakasvirrat.

Uudet päivittäistavara-kaupan suuryksiköt

- Haunisten Kauppakeskus Mylly: hypermarket ja noin 70 erikoisliikettä
- Skanssi kauppakeskus; 1-2 hypermarkettia, 90 erikoisliikettä ja kaupallista ja julkista palveluyksikköä
- Maskun keskus: supermarket (nykyisen yksikön korvaava uusinvestointi)

7.3. Erikoistavara-kauppa

7.3.1. Sijoittumisen trendit

Erikoistavara-kaupan kehityspiirteinä havaitaan polarisoituminen kolmeen kehityslinjaan

- Ydinkeskustaan sijoittuvat erikoispalvelut ja palvelut: keskustahakuiset erikoiskaupat, asiantuntijapalvelu, korkeakatteiset, hyvän vuokranmaksukyvyyn omaavat liikkeet.
- Kauppakeskuksiin (Länsikeskus, Skanssi, Mylly) sijoittuvat monimyyväläketjut. Ne ovat osittain siirtymää keskustasta, osittain täysin uusia konsepteja.
- Taajaman reuna-alueille, hyvien liikenneväylien varrelle ja mahdollisesti entisiin teollisuuskiinteistöihin toteutettavat maankäytöltään laajat, usean liikekiinteistön muodostamat yhtenäiset teemakeskukset (Retail Park). Sijoittumisessa korostuu Turun kaupunkiseudun itäosa ja erityisesti Helsingin valtatie ja ohikulkutie.

7.4. Tilaa vievä kauppa

7.4.1. Sijoituskohteet

Suunnitelmassa tilaa vievälle kaupalle ja ns teemakeskuksille osoitetaan yhteensä kymmenen kohdetta.

Osa tukeutuu nykyiseen toimivaan kaupan alueeseen, kuten esimerkiksi Kaarinaan sijoittuvat Nummenniitty ja Piispanristi. Maankäytön kannalta kysymykseen tulisi useissa tapauksessa täydennysrakentaminen. Useissa kohteissa saattaa ratkaisuna olla nykyisen kiinteistökannan saneeraaminen. Tästä esimerkkinä voisi olla Röntämäen alue.

Osa kohteista on uusia kaupan alueita, jotka perustuvat hyvään saavutettavuuteen ja riittävään ostovoimaan. Lisäperusteena - ja myös edellytyksenä on mahdollinen uusi tielinjaus. Niuskala vaatii Koroistenkaaren toteutuksen. Myös Röntämäki saa kaupallista vetovoimaa Koroistenkaaresta.

7.4.2. E18- väylä sijaintikohteena

Neljä kohdetta on joko osittain tai pelkästään osoitettu liikennepalvelutoiminnoille. Ne eivät tukeudu paikalliseen ostovoimaan vaan saavat ”käyttövoimansa” ohikulkijasta - ja tietenkin pysähtyvistä. Keskeistä näissä on polttoaineen jakelu ja monipuoliset ravintola- ja kafeteriapalvelut. Myös viihtymiseen panostetaan.

Eurooppatien kasvava liikennemäärä mahdollistaa pitkällä aikavälillä tuntuvat liikennekysyntään pohjautuvat palvelut Tammissiltaan, Paimion Rivonmäkeen sekä Piikkiön Kirismäkeen.

7.4.3. Helsingintie sijaintikohteena

Helsingin valtatie varrelle ryhmittyy neljä kaupan erillistä keskittymää:

Osa **Itäharjun alueesta** voidaan nähdä tulevaisuudessa tilaa vievän kaupan alueena. Tällöin teollisuudelta poistuvaa kiinteistökantaa saneerataan kaupan käyttöön. Osa Itäharjusta osoitetaan uusiksi työpaikka-alueiksi.

Skanssin kauppakeskus: mahdollisesti kaksi hypermarkettia, erikoisliikkeitä, kaupallisia ja jossain määrin julkisia palveluja. Kauppakeskuksen sijainti tulee nojata Helsingin valtatiehen. Sijoittuminen Uudenmaantien varteen heikentäisi kauppakeskuksen seudullista statusta merkittävästi. Toisaalta se haastaisi Piispanristin ja Kaarinan keskuksen ”julkikilpailuun”.

Kaarina, Nummenniitty: erikoiskaupan ja tilaa vievän kaupan kohde. Tukeutuu nykyiseen rakenteeseen, hyödyntää moottoritien liikenteen, hyvä saavutettavuus.

Helsingin valtatie kiinnostaa kaupan toimijoita. Seuraavat argumentit tukevat näkemystä:

- uusi seudullinen väylä
- yhteys Saloon ja edelleen pääkaupunkiseudulle
- hyvä liikenneverkko ja liittymät ympäröivään kaupunkirakenteeseen
- runsaasti operointitilaa
- paljon uudiskäyttöön soveltuvaa kiinteistökantaa
- vahva väestöpotentiaali lähiympäristössä
- Kupittaaan imagomuutos teollisuudesta korkeaan teknologiaan
- Itäisen osan alimittainen kaupan tarjonta väestömäärän suhteen verrattuna kaupunkiseudun länsiosaan

8. VERKOSTOMUUTOKSEN VAIKUTUKSET YMPÄRISTÖÖN

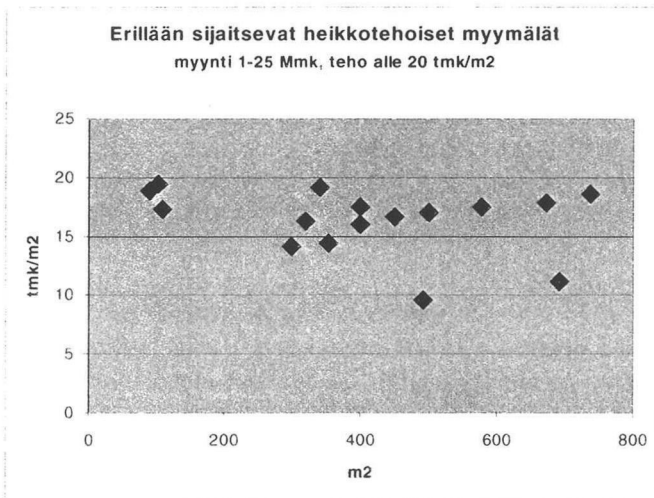
8.1. Lähipalvelut

Lähipalvelut kehittyvät kilpailun myötä. Uusina konsepteina tulevat ns convenience-store-tyyppiset yksiköt. Niiden palvelukirjo on laaja. Peruselintarvikkeet, lehdet, videot, veikkaus, tuore pizza, kahvipiste jne.

Kioskit ja huoltoasemat vahvistavat päivittäistavaravalikoimaa. Huoltoasemien katekertymässä päivittäistavarakaupan osuus saattaa lähivuosina muodostua kannattavuuden suhteen ratkaisevaksi; polttoaineen mynnistä syntyvä tuotto on tunnetusti alhaisella tasolla.

Eräänä lähipalveluna voidaan pitää myös nettiostamista. Kotiinkuljetusjärjestelmien kehittyessä internet-ostaminen saattaa muodostua merkittäväksi tekijäksi jopa päivittäistavarakaupassa. Tämä ei ole kuinkaan näkyvissä lähivuosina.

Myymlälöpöttämisessä uhkatilanteessa ovat ne yksiköt, joiden myyntiteho (myynti/m²) jää merkittävästi alle keskiarvon. Kaupunkiseudulla on kuusitoista mynnistään 1-15 Mmk myymälää, joiden teho on alle 20 tmk/m² ja jotka sijaitsevat alueellaan yksin ilman paikallista kilpailua:²³



Em. kuusitoista myymälää ovat ainoita myymälöitä alueellaan. Näiden myymälöiden lähipiirissä (500 metrin säde) asuu noin 23000 henkeä. Niistä yli 64 vuotiaita on noin 3400 asukasta²⁴. Asetelmassa pelkistyy esimerkin omaisesti myymälöiden lopetusuhka ja lopettamisen seurauksena oleva arkipäivän elämisen vaikeutuminen suurelle väestönosalle.

²³ Etäisyys lähimpään vähintään 500 metriä.

²⁴ Lähde: Tilastokeskuksen väestötilasto (250 x 250 ruutuaineisto)

Lähipalvelujen säilymisen eteen voidaan tehdä työtä:

- Liikenteen ja katuverkon kehittäminen lähimyymlää suosivaksi
- Opastuksen toteuttaminen kaupallisesti
- Tontinkäytön tehostaminen - kaavatarkistukset
- Pysäköintipaikkojen määrän lisääminen
- Oheispalvelujen kehittäminen
- Liiketilojen rationointi- mahdollinen yhdistäminen
- Ympäristön kohentaminen- ”nurkat kuntoon”- kampanjat
- Käytännön yhteistyö yrittäjä- kunta

Lähimyymlämarkkinoiden inventoinnin kautta tulisi osoittaa realistiset kehittämiskohteet ja käynnistää konkreettiset uudistusprojektit.²⁵

8.2. Nykyiset keskustojen uudistustoimet

Lähes kaikissa alueen kuntakeskuksissa on eri vaiheessaan meneillään keskustan kehittämisprojekteja:

- Paimio: keskusta-alueen uudistustyö on toteutettu. Torin sijoittamista uuteen paikkaan pohditaan yhdessä liikekiinteistöjen suunnittelun kanssa.
- Piikkiö: projektin esisuunnitteluvaihe tehty. Jatkosuunnittelu ja toteutus riippuu mm. Tielaitoksen rahoituksesta.
- Kaarina: keskustan kehittämistyö etenee vaiheittain. Uudet liittymäjärjestelyt ovat parantaneet keskustan saavutettavuutta.
- Lieto: keskustan tiivistämiseen tähtäävä suunnitelma on valmistunut.
- Turku: ydinkeskustan kehittämisprojekti. Yhteistyö kaupunki - kiinteistönomistajat. Investoinnit maanalaiseen pysäköintiin ja kävelykatuun. Voimakas satsaus kaupunkikuvan kehittämiseen.
- Raisio: keskustan uudistamissuunnitelmaan liittyvä kaavaprosessi etenee.
- Naantali: keskustan viihtyvyyteen tähtäävä jatkuva uudistustyö
- Rusko: keskustan ympäristön viihtyvyys.
- Masku: keskustan ympäristön viihtyvyys.

²⁵ Lähipalvelujen kehittämiseksi on meneillään Varsinais-Suomen liiton, Varsinais-Suomen yrittäjien ja Turun Kauppakamarin käynnistämä projekti.

Edellä luetellut toimet keskustojen kehittämiseksi ovat oikeaan osuvia: kaupan uusien suuryksikköjen paine keskustoja kohtaan on lievempi, jos keskus on kaupunkikuvallisesti, toiminnallisesti ja kaupallisesti ajanmukainen; asiakastutkimusten mukaan ”miellyttävässä ympäristössä on kivempi asioida”.

8.3. Vaikutukset ydinkeskustaan

Kaupunkiseudun erikoistavarakaupan kasvu vuoteen 2020 mennessä on 2.5 % vuotuisella kasvulla on yli 60 %. Kahden prosentin vuotuinen kasvu antaa kaupalle lähes 50 % volyymin kasvun. Uusien investointien myötä suuri osa lisävolyymistä siirtyy ydinkeskustan ulkopuolelle.

Ydinalueen rooli on tähän saakka ollut erikoistavarakaupassa ja kaupallisissa, erikoisosaamista vaativissa palveluluissa. Lisäksi keskusta on ylivoimainen vapaa-ajan ja viihteen, ravintolatarjonnan, kulttuurin ja muun elämysten tuottamisen alueella.

Uudet kauppakeskukset pyrkivät ottamaan keskustalle aikaisemmin kuuluvaa tehtävää viihteen tarjoajana: ostaminen ja viihtyminen pyritään eri keinoin yhdistämään.

Uhka keskustan kilpailukyvyllä muuttuvassa kaupan palveluverkossa voidaan nähdä keskustatyyppisen erikoistavarakaupan siirtymisessä teema- ja kauppakeskuksiin. Toimialoista voidaan mainita vaatetus, kodinelektroniikkaa, urheilu ja vapaa-aika sekä kirja- ja musiikkikauppa. Tähän mahdolliseen kehitykseen reagoi aikaa myöten myös ravintolatarjonta.

Arvioitu volyyminkasvu antaa keskustan kiinteistöinvestoinneille taloudellisen pohjan. Huolimatta kysynnän kasvusta voidaan kuitenkin osoittaa, että ydinkeskustan suhteellinen osuus koko kaupunkiseudun kaupan rakenteessa supistuu. Keskustan oletetut investoinnit ja sitä kautta syntyvä uusi kaupan kapasiteetti eivät saavuta tasoa, joka tarvitaan nykyisten markkina-asemien säilyttämiseen.

Keskustan tulee vastata esitettyyn haasteeseen. Peruskysymys on keskusta-alueen liikenteen infrastruktuuri. Tieväylät keskustaan, ajoyhteydet lähikatuverkkoon, pysäköinnin riittävyys ja kävely-yhteydet keskusta-alueelle ovat ydinasioita tavoiteltaessa muuten ”herkästi” kauppakeskuksiin siirtyvää asiakaskuntaa. Keskustan julkinen liikenne tulee virittää kilpailukykyiseksi vaihtoehdoksi omalle autolle. Keskustan ympäristötekijöiden ollessa vakaat voidaan perustella nykyisissä liikekorteileissa toteutettavia, usein varsin mittavia uudistusinvestointeja.

8.4. Palveluverkon vaikutus Turun kaupunkiseudun ulkopuolella

Seuraavassa tarkastellaan lyhyesti eräiden kohteiden vaikutuksia naapurikuntiin:

8.4.1. Haunisten kauppakeskustan vaikutus

Kauppakeskus Mylly vaikuttaa erityisesti kaupunkiseudun markkina-alueen pohjoiseen osaan ja läntiseen saaristoon. Uusikaupunki, Laitila sekä muut alueen kunnat tulevat asioimaan Haunisissa. Kuntien oma suhteellisen heikko erikoiskaupan tarjonta ohjaa ostosmatkoja uuteen kauppakeskukseen. Osittain tämä on siirtymää Länsikeskuksesta ja Raision keskustasta. Päivittäistavarakaupan osalta asiointi kaupunkiseudun ulkopuolelta Myllyyn on vähäisempää.

8.4.2. Skanssin vaikutus ulkopuolisiin kuntiin

Skanssin kaupallinen vaikutus riippuu kauppakeskuksen mitoituksesta, toiminnallisesta konseptista ja ajoituksesta. Voidaan arvioida, että Skanssin vaikutusalue ulottuu Kaarinan, Piikkiön ja Paimion lisäksi Paraisten, Sauvon ja Kemiön kuntiin. Vaikutus lienee tuntuva varsinkin erikoistavarakaupassa. Salon vahvistuva kaupan tarjonta muodostaa luonnollisen rajan markkina-alueen kasvulle.

8.5. Ympäristövaikutusten arvioinnista

Uusi voimaan tullut Maankäyttö- ja rakennuslaki luo käytännön selvittää kaavoitusvaiheessa hankkeen vaikutukset ympäristöön. Samoin asianosaisten kuuleminen korostuu suunnittelu- ja päätöksentekoprosessissa.

Turun kaupunkiseudun kaupan suurmyymälähankkeista tulisi erityisesti Skanssin ympäristövaikutukset selvittää riittävällä tarkkuudella. Tässä yhteydessä naapurikuntien kuuleminen on tärkeää. Selvityksen tulisi ohjata hankkeen mitoitusta ja toiminnallista sisältöä: ”mitä, kuinka paljon ja ketä varten”.

8.6. Palveluverkon kehittämisen ohjausvälineet

Turun kaupunkiseudun palveluverkon kehitystyössä nähdään positiivisena seuraava lähtökohta-asetelma:

- palveluverkkosuunnitelma tulee laatia kaupan ja viranomaisten yhteistyönä
- palveluverkkoa tulee edelleen päivittää säännöllisesti vastaavaan usein nopeasti muuttuvia olosuhteita
- hyväksytään palveluverkkosuunnitelmalle tietty väljyys: se antaa puitteet, jossa toimitaan, mutta se ei ole kategorinen toimintaohje.
- palveluverkon suunnittelu nähdään keinona ylläpitää jatkuvaa vuoropuhelua eri osapuolten välillä
- Uusi Maankäyttö- ja rakennuslaki edellyttää kuntien välistä yhteistyötä kaupan suuryksiköiden sijoittumiskysymyksissä.

LIITE Turun kaupunkiseudun päivittäistavaramyymälät vuonna 1998

KIRJALLISUUTTA

Helsingin kauppakamari, toim. (1996). Kauppa yhdyskuntasuunnittelussa. Kauppa ja kaupunki.

Halme, Timo (1991) Kaupunkien sisäinen rakenne. Tutkielma eräiden yksityisten palveluyksiköiden sijoittumisesta perinteisen keskustarakenteen ulkopuolelle viidessä keskisuudessa kaupungissa. Oulun Yliopisto, Kuopion kaupunki. ER1991:10, Kuopio

Home, Niilo (1999). Kyläkauppaan vai markettiin – maaseutuasiakkaat ostopaikkaa valitsemassa. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja B-21.

Koski, Kimmo & Lahti Pekka & Luukkanen, Antti (1995). Kaupan suuryksiköt ja kunnallistalous. Tutkimus kuuden suuryksikön vaikutuksista kunnallistalouteen Helsingin, Tampereen ja Turun kaupunkiseuduilla. Valtion teknillinen tutkimuskeskus, Espoo 1995.

Liiketaloudellinen tutkimuslaitos (1994). Haja-asutusalueiden palvelujen turvaaminen. Sarja B 107

Liiketaloudellinen tutkimuslaitos (1995). Kaupan toimintaedellytyksiin vaikuttavien tekijöiden kehitys ja kehitysnäkymät. Sarja B 115

Liiketaloudellinen tutkimuslaitos (1994). Haja-asutusalueiden palvelutarjonnan turvaaminen. Sarja B 117.

Liiketaloudellinen tutkimuslaitos (1995). Kaupan toimintaedellytyksiin vaikuttavien tekijöiden kehitys ja kehitysnäkymät. Sarja B 115

Liiketaloudellinen tutkimuslaitos (1996). Kaupan suuryksiköiden rakenne kehitys ja kehitysnäkymät. Sarja B 121

Liiketaloudellinen tutkimuslaitos (1997). Vähittäiskaupan suuryksiköitymisen hyödyt ja haitat. Koontitutkimus. Sarja B 130

Marjanen, Heli (1993) Store Location Analysis and the Mystery of Consumer Spatial Behaviour. Turun Kauppakorkeakoulu. Sarja D-4:1993

Marjanen, Heli (1997) Distance and Store Choice with special reference to out-of-town shopping. Turun Kauppakorkeakoulu. Sarja A-4:1997

Sisäasiainministeriö (1996). Kaupungit kasvun luojina. Kaupunkien kehittämistyöryhmän loppuraportti 12.6.1996. Kaupunkien kehittämistyöryhmän julkaisu VI, 8/1996

Turtiainen, Markku (2000). Vertailu ympäristövaikutusten arviointimenettelyssä. Suomen ympäristö 391. Ympäristöministeriö, Alueidenkäytön osasto. Helsinki 2000.

VTT Ympäristötekniikka. Koski, Kimmo. Kaupan suuryksiköiden vaikutusten arviointi. Luonnos 8.6.2000

Ympäristöministeriö (1997). Suurmyymälätyöryhmän mietintö. Suomen ympäristö 102

Tilastolähteet:

Tilastokeskus: © Suomi CD 1998

AC Nielsen: Myymälärekisteri 1998 ja 1995

AC Nielsen: Huoltamorekisteri 1998

AC Nielsen: Kioskirekisteri 1998

Market-lehti 5/2000

Tilastokeskus: väestö- ja ikärakennetieto 250x250 m ja 500 x 500 m ruuduissa

Blue Book : Yritys Suomi CD 2000

Varsinais-Suomen liitto: väestö ja väestöennuste tilastoalueittain

Kartta-aineisto: Turun kaupungin mittaus- ja tonttiosasto. Opaskartta ©. Internet-sivut.

Mymälän nimi	Katuosoite	Posti-nro	Osoite	Kunta
PRISMA	KAIRISKULMANTIE 3	20760	PIISPANRISTI	Kaarina
RUOKAVARASTO	FISKARSINKATU 3	20750	TURKU	Kaarina
RUOKAVARASTO	KOTKANKATU 3	20600	TURKU	Kaarina
RIMI LAUSTE	PORMESTARINKATU 5	20750	TURKU	Kaarina
SALE LAUSTE	MAISTRAATINPOLKU 1	20750	TURKU	Kaarina
RUOKAVARASTO	KUSKINKUJA 1	20780	KAARINA	Kaarina
EUROSPAR	HOVIRINNANTIE 5	20780	KAARINA	Kaarina
K-SUPERMARKET ANNIKA	ANNIKANPOLKU 1	20610	TURKU	Kaarina
RUOKAVARASTO VARISSUO	LITTOISTENTIE 81	20610	TURKU	Kaarina
BELLADONNA LUONTAISTUO	LITTOISTENTIE 81	20610	TURKU	Kaarina
SUPERMARKET KAARINACEN	OSKARINAUKIO 5	20780	KAARINA	Kaarina
RUOKAVARASTO	VYYRYLÄISENMÄENTIE	20660	LITTOINEN	Kaarina
JUNNILAN LEIPOMO OY	AUTOMESTARINKATU 3	20780	KAARINA	Kaarina
VERKA-VALINTA	SIPPAANTIE 74	20660	LITTOINEN	Kaarina
RUOKAVARASTO	KIRKKOTIE 5	21420	LIETO	Lieto
K-EXTRA ASEMANKULMA	HELAVUORENTIE 2	21360	LIETO AS	Lieto
SIWA	KARJATIE 3	21420	LIETO	Lieto
K-MARKET LIETORI	HYVÄTTYLÄNTIE 2	21420	LIETO	Lieto
PULLAPIRTTI	HANHENKAARI 1	21420	LIETO	Lieto
LÄHIKAUPPA MANNI	MANNINTIE 3	21360	LIETO AS	Lieto
RUOKAVARASTO	HUMIKKALA/MASKUNTIE	21250	MASKU	Masku
SIWA	RIIHIPOLKU 1	21250	MASKU	Masku
K-LÄHIKAUPPA MASKU	KESKUSKAARI 5	21250	MASKU	Masku
SPAR MARKET NOUSIAINEN	NUMMENTIE 5	21270	NOUSIAINEN	Masku
LUONTAISTUOTE RAJALA K	TULLIKATU 12	21100	NAANTALI	Naantali
NAANTALIN AURINKOINEN	TULLIKATU 13	21100	NAANTALI	Naantali
RUOKAVARASTO	TULLIKATU 14	21100	NAANTALI	Naantali
S-MARKET MERITUULI	TULLIKATU 18	21100	NAANTALI	Naantali
SUPERSPAR NAANTALI	ALPPILANKATU 2	21100	NAANTALI	Naantali
SIWA	TAIMONTIE 7	21100	NAANTALI	Naantali
K-SUPERMARKET UKKO-PEK	VENEKUJA 5	21100	NAANTALI	Naantali
K-LÄHIKAUPPA ETAPPI	NUHJALANTIE 8	21110	NAANTALI	Naantali
NAANTALIN AURINKOINEN	NUHJALANTIE 2	21100	NAANTALI	Naantali
AURAN PIKKULEIPÄ	PULTTIKUJA 4	21110	NAANTALI	Naantali
LÄHIKAUPPA	KAPPONKATU 17	21210	RAISIO	Naantali
KOTILEIP TANNISET AY	PAIMIONTIE 452-1	21530	PAIMIO	Paimio
PAIMION KARKKITUPA	SAUVONTIE 2	21510	HEVONPÄÄ	Paimio
VALINTATALO	VISTANTIE 8	21530	PAIMIO	Paimio
K-MARKET SIMPPA	ASEMATIE 2	21530	PAIMIO	Paimio
S-MARKET PAIMIO		21530	PAIMIO	Paimio
VITA-YRTTI	VISTANTIE 27-29	21530	PAIMIO	Paimio
RUOKAVARASTO	VISTANTIE 22	21530	PAIMIO	Paimio
SIWA YLÄ-VISTA	VISTANTIE 42	21530	PAIMIO	Paimio
MASAN PUOTI	VISTANTIE 50	21530	PAIMIO	Paimio
K-EXTRA RUOKAPUOTI	ALVAR AALLONTIE 284	21540	PREITILÄ	Paimio
KALEVAN KULMA	KALEVANTIE 396	21555	TAATILA	Paimio
S-MARKET PIIKKIÖ	HADVALANTIE 14	21500	PIIKKIÖ	Piikkiö
K-LÄHIKAUPPA PIIKKIÖ	HADVALANTIE 9	21500	PIIKKIÖ	Piikkiö
PAAKARI PIIKKIÖ	HADVALANTIE 8	21500	PIIKKIÖ	Piikkiö
RUOKAVARASTO	MYLLYTIE 1	21500	PIIKKIÖ	Piikkiö
RUOKAVARASTO	PONTELANTIE 3	21500	PIIKKIÖ	Piikkiö
RUOKAVARASTO	POREKATU 3	21200	RAISIO	Raisio

Mymälän nimi	Katuosoite	Posti-nro	Osoite	Kunta
SIWA PERNO	HEINIKONKATU 2	20240	TURKU	Raisio
RUOKAVARASTO PERNO	HYRKÖISTENTIE 28	20240	TURKU	Raisio
IHALAN KAUPPA	IHALANTIE 42	21260	RAISIO	Raisio
NURMI & SULONEN	PERNONTIE 2	21260	RAISIO	Raisio
VAISAAREN K-EXTRA	KUNNAANKATU 8	21200	RAISIO	Raisio
SUPERSPAR RAISIO	TASALANAUKIO 4	21200	RAISIO	Raisio
NAANTALIN AURINKOINEN	VARPPEENAUKIO 3	21200	RAISIO	Raisio
RAISION LUONNONRAVINTO	TASALANAUKIO 7	21200	RAISIO	Raisio
NYTTI HERKKU & LAHJAT	TASALANAUKIO 1	21200	RAISIO	Raisio
ANTTILA	VARPPEENAUKIO 7	21200	RAISIO	Raisio
PERNON PUOTI	PAAVOLANKATU 1	20240	TURKU	Raisio
S-MARKET RAISIO	KAUPPAKATU 2	21200	RAISIO	Raisio
SUPERMARKET RAISIO CEN	VOUDINKATU 5	21200	RAISIO	Raisio
SIWA IHALA	IHALANTIE 35	21260	RAISIO	Raisio
RUOKAVARASTO JYRKKÄLÄ	JYRKKÄLÄNKATU 1	20210	TURKU	Raisio
RIMI HÄRKÄMÄKI	IESKATU 1	20210	TURKU	Raisio
SIWA PASALA	KESKITIE 3	21280	RAISIO	Raisio
ASCHAN	SALVUMIEHENKATU 4	20320	TURKU	Raisio
RUOKAVARASTO SUIKKILA	KONSTANZANKATU 4	20320	TURKU	Raisio
SESTO ETUJÄTTI	VIILARINKATU 8	20300	TURKU	Raisio
EUROMARKET	VIILARINKATU 3	20320	TURKU	Raisio
CITYMARKET/LÄNSIKESKUS	MARKULANTIE 150	20320	TURKU	Raisio
K-LÄHIKAUPPA NÄTTÄRI	EKMANNINKATU 4	20320	TURKU	Raisio
PENTTILÄN LEIPOMO	VANHATIE 7	21290	RUSKO	Rusko
RUOKAVARASTO	VANHATIE 4	21290	RUSKO	Rusko
KARKKITIVOLI	HUMALISTONKATU	20100	TURKU	Turku
K-EXTRA KUUNARI	PERNONTIE 20	20240	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO LUMIKKO	LUMIKONKATU 2	20240	TURKU	Turku
SATAVAN KYLÄKAUPPA	KAKSKERRANTIE 679	20960	TURKU	Turku
SIWA	KANSLERINTIE 10	20200	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO	AKSELINTIE 13	20200	TURKU	Turku
K-EXTRA VÄISÄLÄ	VÄISÄLÄNTIE 1	20200	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO MOIKOINEN	PITKÄPELLONKATU 2	20900	TURKU	Turku
K-SUPERMARKET MANHATTA	PITKÄMÄENKATU 4	20250	TURKU	Turku
SUPERSPAR MAJAKKARANTA	KÖLIKATU 2	20810	TURKU	Turku
TMI S-L RANTANEN	PUUTARHAKATU 44	20100	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO	PUUTARHAKATU 35	20100	TURKU	Turku
K-LÄNSITUULI	SATAKUNNANTIE 102	20320	TURKU	Turku
K-LÄHIKAUPPA PORTSA	PUUTARHAKATU 36	20100	TURKU	Turku
ISO-HEIKKILÄ LEIPOMO	ISO-HEIKKILÄNTIE 4	20200	TURKU	Turku
KAHVILA SALONEN KY	VÄHÄHEIKKILÄNTIE 59	20810	TURKU	Turku
SIWA	STÅLARMINKATU 33	20810	TURKU	Turku
KOSKEN LEIPOMO	PUUTARHAKATU 23	20100	TURKU	Turku
SIWA	RAUHANKATU 19-21	20100	TURKU	Turku
KOTILEIPOMO R HÖLTÄ	SAIRASHUONEENKATU 8	20100	TURKU	Turku
EERIKIN KULMAPUOTI	EERIKINKATU 41	20100	TURKU	Turku
KAHDEN KAUPPA	TIILENTEKIJÄNKATU 10	20810	TURKU	Turku
VALINTA JUHANNUS	JUHANNUSKATU 10	20300	TURKU	Turku
K-EXTRA COLAVITA	EERIKINKATU 38	20100	TURKU	Turku
K-LÄHIKAUPPA HEPPARI	VARKKAVUORENKATU 34	20320	TURKU	Turku
LUONTAISTUOTE KEHÄKUKK	RAUHANKATU 12 A	20100	TURKU	Turku
ELINTARVIKELIIKE	PUUTARHAKATU 16	20100	TURKU	Turku

Mymälän nimi	Katuosoite	Posti-nro	Osoite	Kunta
RUOKAVARASTO	KÄSITYÖLÄISKATU 12	20100	TURKU	Turku
T:MI ASEMAN PIHVI	HUMALISTONKATU 18	20100	TURKU	Turku
SPAR MARKET VÄHÄ-HEIKK	KUPITTAANKATU 146	20810	TURKU	Turku
LUONTAISTUOTE ARMI	HUMALISTONKATU 15	20100	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO	YLIOPISTONKATU 34	20100	TURKU	Turku
K-MARKET MARTINMYLLY	MARTINKATU 5	20810	TURKU	Turku
BIO PAAKARI	HUMALISTONKATU 12	20100	TURKU	Turku
SPAR MARKET HANSA-RAKE	HUMALISTONKATU 9	20100	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO UITTAMO	RUSTHOLLINRINNE 1	20880	TURKU	Turku
RIMI UITTAMO	RATSUMIEHENKATU 8	20880	TURKU	Turku
AURAN VALINTA	HUMALISTONKATU 5	20100	TURKU	Turku
ASCHAN	HUMALISTONKATU 5	20100	TURKU	Turku
STOCKMANN OYJ ABP	KRISTIINANKATU 11	20100	TURKU	Turku
VALINTATALO	KRISTIINANKATU 8	20100	TURKU	Turku
KARKKIPUSSI	EERIKINKATU 15	20100	TURKU	Turku
ASCHAN	EERIKINKATU 15	20100	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO ANTINTALO	EERIKINKATU 15	20100	TURKU	Turku
HANSAN LUONTAISPISTE	EERIKINKATU 15	20100	TURKU	Turku
KAUPPAHALLI	LINNANKATU 15	20100	TURKU	Turku
NAANTALIN AURINKOINEN	AURAKATU 7-9	20100	TURKU	Turku
K-LÄHIKAUPPA ISPO	RÄTIÄLÄNKATU 24	20810	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO ISPOINEN	RÄTIÄLÄNKATU 24	20810	TURKU	Turku
NURMI & SULONEN	MAARIANKATU 5	20100	TURKU	Turku
SIWA RUNOSMÄKI	MUNTERINKATU 15	20360	TURKU	Turku
APTEEKKARIN ROHTO OY	AURAKATU 10	20100	TURKU	Turku
VITA-KUNTO KY	KAUPPIASKATU 13	20100	TURKU	Turku
LUONNONRAVINTO KY	KAUPPIASKATU 13	20100	TURKU	Turku
HOMEOPAATTINEN APITEEK	KAUPPIASKATU 8	20100	TURKU	Turku
ASCHAN	KAUPPIASKATU 9	20100	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO	TAMPEREENTIE 2	20300	TURKU	Turku
HANNUN RUOKAKAUPPA	ITÄINEN PITKÄKATU 41	20700	TURKU	Turku
ASCHAN	MAARIANKATU 6	20110	TURKU	Turku
VITA MARIN	BRAHENKATU 12 A	20100	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO BRAHE	BRAHENKATU 12	20100	TURKU	Turku
ROSTENIN LEIPOMO OY	BRAHENKATU 12	20110	TURKU	Turku
TAVARATALO SOKOS WIKLU	EERIKINKATU 11	20100	TURKU	Turku
HERKKU JA SIIRTOMAA	ANINKAISTENKATU 16	20100	TURKU	Turku
LUONTAISTUULI	ANINKAISTENKATU 16	20100	TURKU	Turku
SCAND & ASIA FOOD MARK	LINNANKATU 9-11	20100	TURKU	Turku
ANTTILA	BRAHENKATU 8	20110	TURKU	Turku
K-MARKET RUNOS	FRISKINKATU 4	20360	TURKU	Turku
LIISAN VALINTA	LIISANKATU 12	20810	TURKU	Turku
NURMI & SULONEN	EERIKINKATU 9	20110	TURKU	Turku
ANNUKAN KOTILEIPOMO	VUORIKATU 6	20700	TURKU	Turku
SIRPAN HERKKUPOUTI	KASKENKATU 4	20700	TURKU	Turku
EKOKAUPPA ÄITIMAA	YLIOPISTONKATU 10	20100	TURKU	Turku
SIWA	LUOSTARINKATU 10	20700	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO	EERIKINKATU 7	20100	TURKU	Turku
VALINTATALO VERKAHOVI	VERKATEHTAANKATU 4	20100	TURKU	Turku
K-LÄHIKAUPPA LEO	KASKENKATU 14	20700	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO RUNOSMÄKI	KORJASMÄENKATU 1	20360	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO	UUDENMAANKATU 7	20500	TURKU	Turku

Mymälän nimi	Katuosoite	Posti-nro	Osoite	Kunta
RUOKAVARASTO KURJENMÄK	KURJENMÄENTIE 3	20700	TURKU	Turku
TURUN SEESAMI OY	HÄMEENKATU 14	20500	TURKU	Turku
NURMI & SULONEN	HÄMEENKATU 12	20500	TURKU	Turku
RIMI ILPOINEN	LAUKLÄHTEENKATU 10	20740	TURKU	Turku
SIWA ILPOINEN	LAUKLÄHTEENKATU 10	20740	TURKU	Turku
HERKKU-LILJA	HENRIKINKATU 5	20500	TURKU	Turku
HILKAN PUOTI	TEHTAANKATU 6	20500	TURKU	Turku
SULOISET & GLUTEENITTO	HÄMEENKATU 8	20500	TURKU	Turku
SIWA POHJOISKAARI	KAERLANTIE 24	20360	TURKU	Turku
K-LÄHIKAUPPA PUHAKKA	HÄMEENKATU 5	20500	TURKU	Turku
SIWA	KERTTULINKATU 13	20500	TURKU	Turku
SIWA	KAIVOKATU 6	20500	TURKU	Turku
KRISTIINAN HERKKU KY	SIRKKALANKATU 10	20500	TURKU	Turku
CITYMARKET KUPITTA	UUDENMAANTIE 17	20700	TURKU	Turku
FAZER BAKERY	UUDENMAANTIE 17	20700	TURKU	Turku
PALTAN PUOTI	PALTANKATU 16	20360	TURKU	Turku
VALINTA KARTIO	KIVIKARTIONTIE 1	20720	TURKU	Turku
ROSTENIN LEIPOMO OY	KÄRSÄMÄENTIE 3	20300	TURKU	Turku
PRISMA	VANHA TAMPEREENTIE 108	20300	TURKU	Turku
SIWA	KÄRSÄMÄENTIE 62	20360	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO BIOCITY	TYKISTÖKATU 6	20520	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO	KIRKKOTIE 15	20540	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO HARITTU	SÄVELKUJA 3	20740	TURKU	Turku
YLIOPPILASKYLÄN VALINT	INSPEHTORINKATU 4	20540	TURKU	Turku
SESTO ETUJÄTTI KUPITTA	JOUKAHAISENKATU 6	20520	TURKU	Turku
SUPERSPAR KOIVULA	KATARAISTENTIE 7	20740	TURKU	Turku
APTEEKKARIN ROHTO OY	KATARAISTENTIE 7	20740	TURKU	Turku
PYTINKI KY	VANHA HÄMEENTIE 1	20540	TURKU	Turku
SIWA	NUMMENPUISTOKATU 2	20540	TURKU	Turku
SIWA	LEHMUSTIE 25	20720	TURKU	Turku
LAM'S MARKET	UUDENMAANTIE 70	20720	TURKU	Turku
KOTILEIPOMO R HÖLTÄ	LEMMINKÄISENKATU 42	20520	TURKU	Turku
SUPERSPAR HALINEN	GREGORIUS IX:N TIE 8	20540	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO	KALEVANTIE 21	20520	TURKU	Turku
K-EXTRA JUNNILA	MOISIONKOULUNTIE 22	20400	MOISIO	Turku
PRISMA ITÄHARJU	KALEVANTIE 41	20520	TURKU	Turku
RUOKAVARASTO	VANHA HÄMEENTIE 112	20540	TURKU	Turku
K-SUPERMARKET HILA	KURALANKATU 2	20540	TURKU	Turku
KYLÄN PIKKU-PIRKKA KAU	KURAATTORINKATU 30 B	20540	TURKU	Turku
ANTTILA	REIVIKATU 5-7	20540	TURKU	Turku
K-LÄHIKAUPPA PYSÄKKI	JÄKÄRLÄN PUISTOKATU 20	20460	TURKU	Turku
SIWA	LAUSTEENOJANTIE 2	21350	ILMARINEN	Turku
K-EXTRA PAATTI	PAATTISTENTIE 1017	21330	PAATTINEN	Turku
HEINO HR KY	SÄKYLÄNTIE 1310	21340	TORTINMÄKI	Turku
ANTIN KAUPPA	SÄKYLÄNTIE 1318	21340	TORTINMÄKI	Turku