Vastaanottaja
Lohjan kaupunki

Asiakirjatyyppi
Raportti

Päivämäärä
9.11.2017

Lohjan kaupunki
LEMPOLAN KAUPPAPUISTON ASEMAKAAVAN MUUTOKSEN KAUPALLINEN SELVITYS



RAMBØLL

Päivämäärä **09/11/2017**
Laatijat **Kimmo Koski, Eero Salminen ja Jaana von Denffer**

SISÄLTÖ

1.	**ALKUSANAT**	**3**
2.	**LÄHTÖKOHDAT**	**4**
2.1	Kaavoitustilanne ja maankäyttö- ja rakennuslaki	4
2.1.1	Maakuntakaava	4
2.1.2	Taajamaosayleiskaava	5
2.1.3	Lempolan asemakaavan muutos	7
2.1.4	Maankäyttö- ja rakennuslaki	8
2.2	Sijainti alue- ja yhdyskuntarakenteessa	9
2.3	Vaikutusalue	12
3.	**TOIMINTAYMPÄRISTÖN ANALYYSI**	**15**
3.1	Kaupan palvelujen tarjonta	15
3.1.1	Vähittäiskaupan liikevaihto	15
3.1.2	Kaupan palveluverkko Lohjalla	15
3.1.3	Kaupan sijoittumisen mahdollistavia asemakaavoja	19
3.1.4	Vähittäiskaupan kysynnän ja tarjonnan kehitysnäkymiä	19
3.2	Kaupan palvelujen kysyntä	20
3.2.1	Väestömäärä ja asutuksen sijoittuminen	20
3.2.2	Työpaikat	22
3.2.3	Kaupan palvelujen saavutettavuus	22
3.2.4	Ostovoima ja ostovoiman siirtymät	24
3.2.5	Liiketilan laskennallinen lisätarve	26
4.	**LEMPOLAN KAUPPAPUISTON MITOITUS**	**29**
4.1	Lähtökohta	29
4.2	Mitoitusvaihtoehdot	30
5.	**VAIKUTUSTEN ARVIOINTI**	**34**
5.1	Alue- ja yhdyskuntarakenne	34
5.2	Vähittäiskauppa	36
5.2.1	Uusi liikerakentaminen suhteessa liiketilatarpeeseen	36
5.2.2	Kaupan kilpailuasetelma	38
5.2.3	Lohjan keskusta ja muut kaupalliset keskittymät	39
5.3	Asukkaat	40
5.4	Kaupallinen vetovoima	41
5.5	Yhteenveto	46
6.	**JOHTOPÄÄTÖKSET**	**48**
7.	**LÄHTEET**	**50**

Liite 1. Vähittäiskaupan toimialat

1. ALKUSANAT

Tehtävänä oli selvittää asemakaava-alueen vaikutusalueen vähittäiskaupan kysyntä ja tarjonta ja arvioida kaupan mitoituksen vaikutukset. Tarjonnan osalta tarkastelun kohteena olivat päivittäistavarakaupan, erikoiskaupan ja tilaa vaativan kaupan myymäläverkko sekä tiedossa olevat kaupan hankkeet lähialueella. Vähittäiskaupan kysynnän tarkastelussa otettiin huomioon väestökehitys, työpaikat, saavutettavuus ja liikennemäärät eri kulkumuodoilla, vähittäiskaupan ostovoima ja siirtymät sekä liiketilan lisätarve.

Työtä ohjasi ohjausryhmä, johon kuuluivat Leena Iso-Markku, Kaisa Långström ja Tapani Tapiola Lohjan kaupungilta sekä Pia Lindborg Redito Property Investorsilta. Työstä vastasivat Kimmo Koski (projektipäällikkö), Eero Salminen ja Jaana von Denffer Ramboll Finland Oy:stä.

2. LÄHTÖKOHDAT

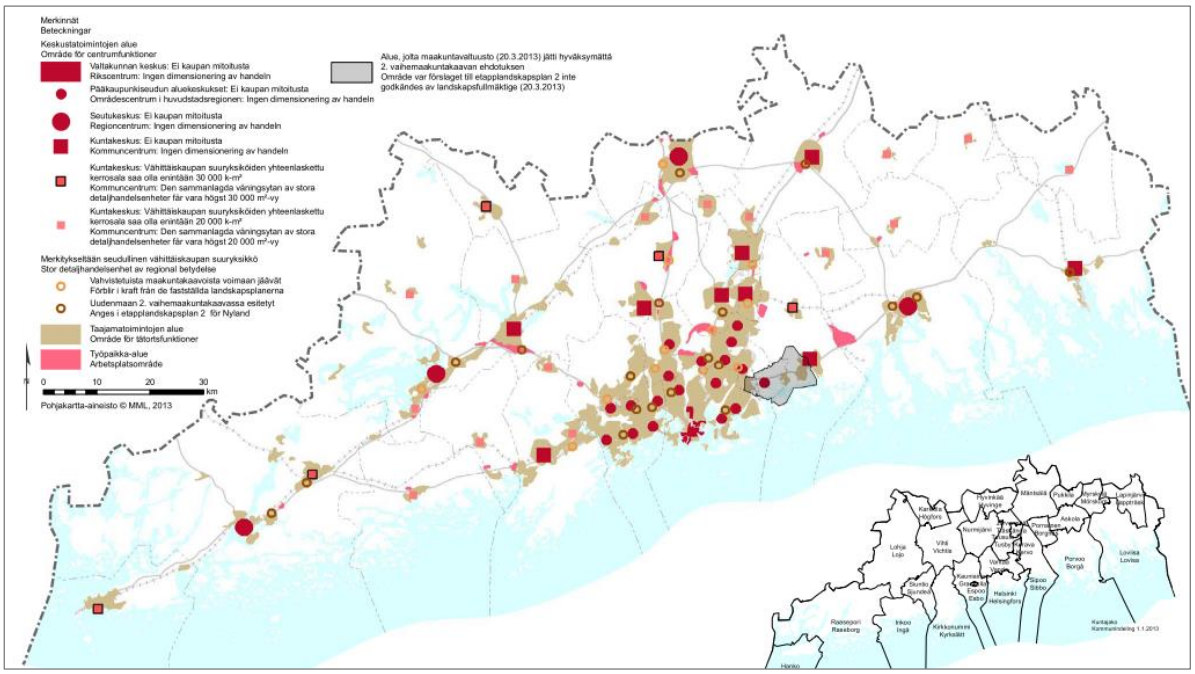
2.1 Kaavoitustilanne ja maankäyttö- ja rakennuslaki

2.1.1 Maakuntakaava

Lohjan alueella on voimassa Uudenmaan maakuntakaava (2006), Uudenmaan 1. vaihemaakuntakaava (2010) ja Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaava (2014). Uudenmaan 4. vaihemaakuntakaavan ehdotus on ollut julkisesti nähtävillä vuoden 2016 lopussa. Kaavaehdotus viimeistellään maakuntavaltuuston hyväksyttäväksi vuoden 2017 aikana. Uudenmaan liitto on käynnistänyt Uusimaa 2050 -maakuntakuntakaavan laadinnan. Maakuntakaavassa Lempolan alue on taajamatoimintojen aluetta ja siinä on merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön kohdemerkintä (Lohjan kaupunki 2017a).

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

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



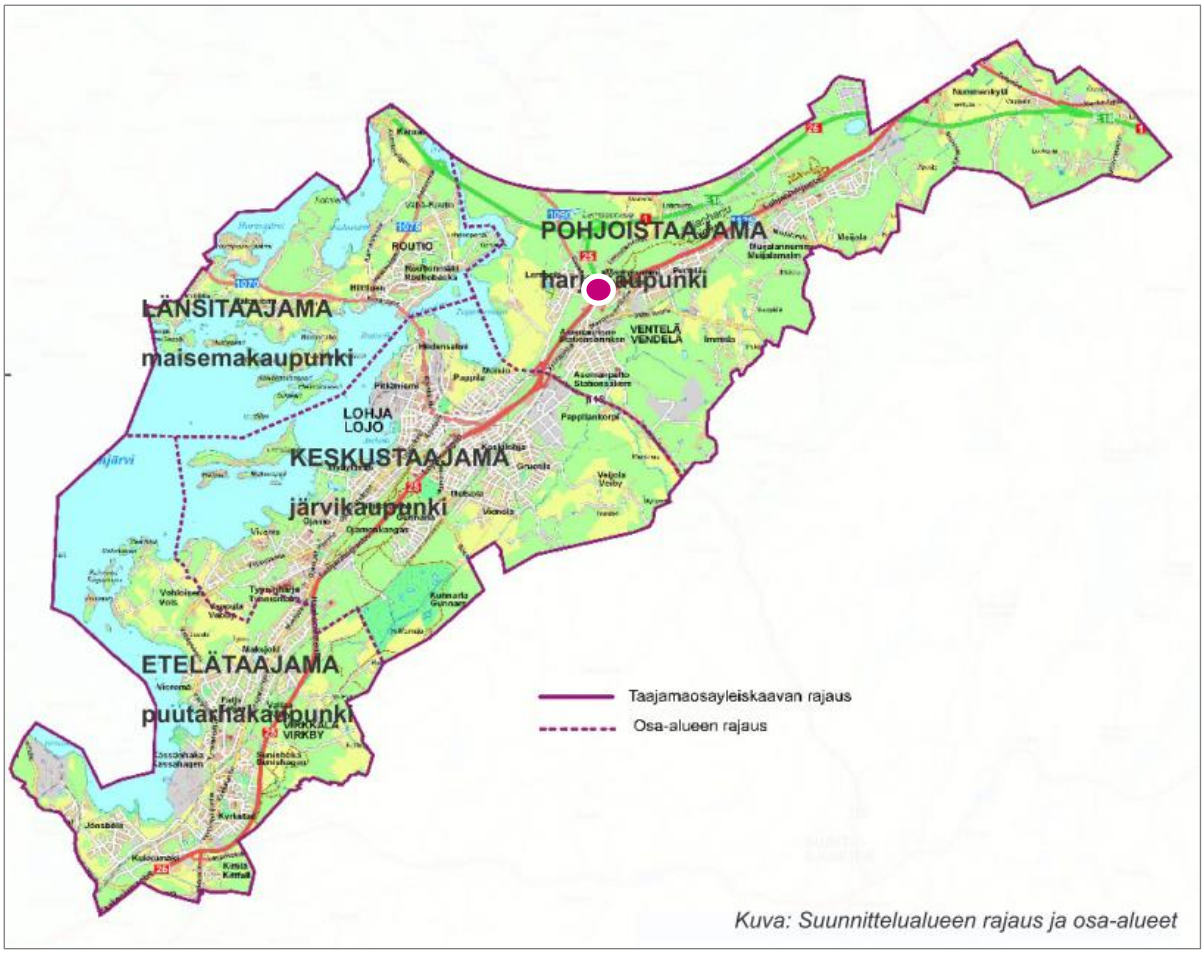
Kuva 1 Kaupan ohjaukseen liittyvät maakuntakaavamerkinnät (Uudenmaan liitto 2014a).

Vaihemaakuntakaavassa esitettyjä seudullisesti merkittäviä vähittäiskaupan suuryksiköitä kehitetään sellaista seudullista kauppaa varten, joka vaatii paljon tilaa, ei kilpaile keskustaan sijoittuvan

kaupan kanssa ja jossa asioidaan harvoin. Tällaista kauppaa ovat mm. auto-, rauta-, huonekalu-, puutarha- ja maatalouskauppa. Lempolan alue on vaihemaakuntakaavassa osoitettu merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksiköksi, jonka enimmäismitoitus on 75 000 k-m^2.

2.1.2 Taajamaosayleiskaava

Taajamaosayleiskaava käsittää Lohjan kaupungin asemakaavoitetut ja asemakaavoitettaviksi tarkoitetut taajama-alueet sekä niihin liittyvät virkistysalueet ja maaseutumaiset lievealueet. Yhdyskuntarakenne perustuu nauhataajamarakenteeseen, tiivistyvään kevyen liikenteen mittakaavaiseen kaupunkikeskustaan ja alakeskuksiin, joukkoliikennevyöhykkeisiin sekä saavutettavaan viheralueverkostoon. Aluevaraukset on mitoitettu 1,5 % vuotuiselle väestönkasvulle vuoteen 2035 saakka. Kaava-alue on jaettu neljään osa-alueeseen: Keskustaajama eli järvikaupunki, Länsitaajama eli maisemakaupunki, Pohjoistaajama eli harjukaupunki ja Etelätaajama eli puutarhakaupunki (kuva 2). Lempolan kauppapuisto sijaitsee Pohjoistaajamassa (Lohjan kaupunki 2012).



Kuva 2 **Taajamaosayleiskaava-alue osa-alueineen (Lohjan kaupunki 2012). Lempolan kauppapuiston sijainti on osoitettu punaisella pallolla.**

Lohjan kaupallinen rakenne koostuu useasta keskittymästä. Lohjan keskusta on pääkeskus ja Tynninharju on seudullisesti merkittävä market- ja tilaa vaativan kaupan keskittymä. Lohjan Kauppatielle on hajanaisesti sijoittunut tilaa vaativaa kauppaa. Lempolan kauppapuisto on uusin kaupan keskittymä. Näiden keskittymien lisäksi Lohjalla on kaksi paikalliskeskusta Virkkala ja Lohjan asema. Tulevaisuuden kaupallinen rakenne pohjautuu pitkälle nykyiseen rakenteeseen. Lohjan keskustaa tulee kehittää edelleen pääkeskustana, jonne tulee sijoittaa keskustatoiminnot. Kaupan rakenteen kannalta olisi hyvä, että ensisijaisesti kehitetään keskustaa, Tynninharjua sekä

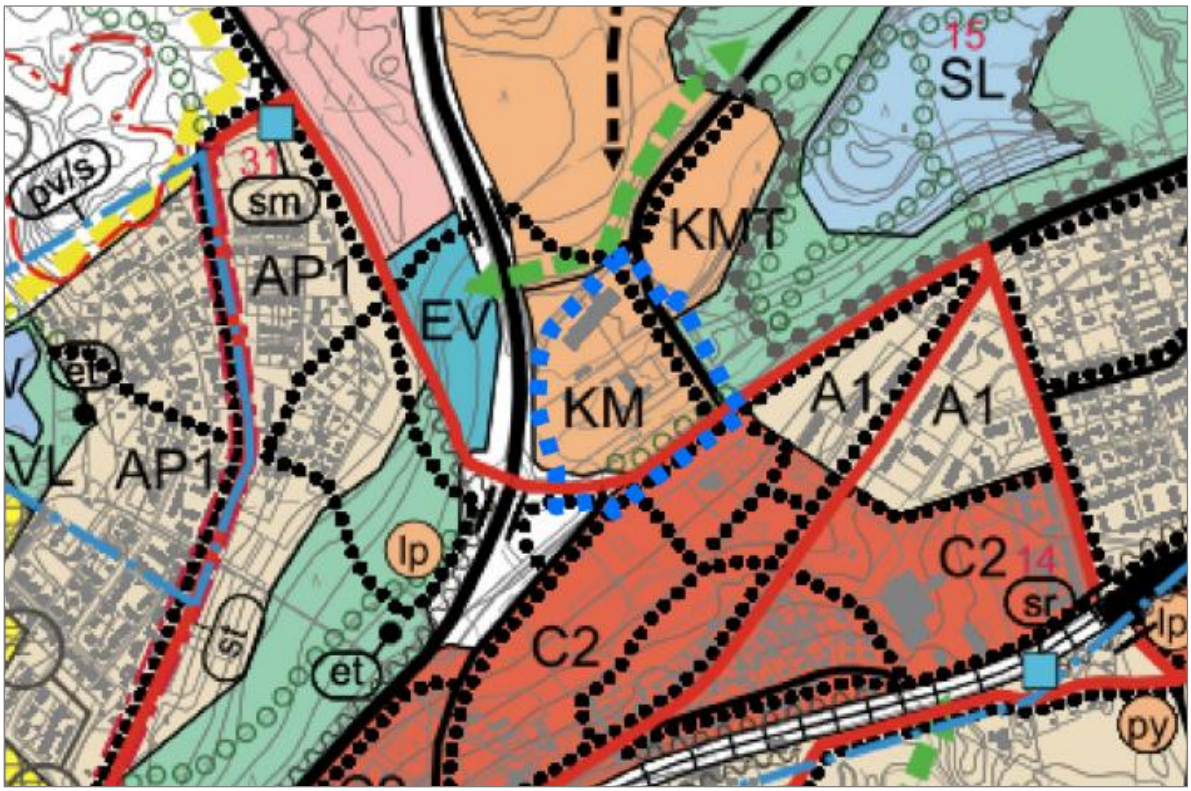
Lohjan Kauppapuistoa. Virkkalaan ja Lohjan asemalle voidaan sijoittaa paikallisia asukkaita palvelevia toimintoja.

KM-alueelle (kaupallisten palvelujen alue, jolle saa sijoittaa vähittäiskaupan suuryksikön) voidaan yksityiskohtaisella kaavalla sijoittaa sellaista uutta vähittäistavaran kauppaa, joka kaupan laatu huomioon ottaen on perusteltua sijoittaa keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle sekä merkitykseltään paikallista vähittäiskauppaa. Olemassa olevalle merkitykseltään seudulliselle muun erikoistavaran kaupan ja päivittäistavarakaupan suuryksikölle voidaan yksityiskohtaisemmassa kaavoituksessa osoittaa tilavaraus ja turvata palveluverkon tarpeiden perusteella sen kehittämisedellytykset. Suunnittelun yhteydessä on varmistettava, että uudet kaupan suuryksiköt eivät merkittävästi haittaa keskustatoimintojen alueen (C1) kaupan kehittämistä. Alueen yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa on otettava huomioon palvelujen saavutettavuus myös joukkoliikennepainotteisen tien/kadun suunnasta ja kevyen liikenteen näkökulmasta.

Seudullisesti merkittävät vähittäiskaupan suuryksiköt on osoitettu Tynninharjulle ja Lempolaan. Kaupan on oltava laadultaan sellaista, että se on perusteltua sijoittaa keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle, mikä tarkoittaa ns. paljon tilaa vaativan erikoistavaran vähittäiskauppaa. Koska kumpikin alue palvelee myös oman taajamanosansa palvelukeskittymänä, kaavamääräyksellä sallitaan myös paikallisesti merkittävä vähittäiskauppa. Kaavamääräyksin sallitaan olemassa olevan suuryksikön kehittäminen.

Kaupallisten palvelujen ja työpaikkojen alue (KMT) on tarkoitettu merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan ja monipuolisten työpaikkojen alueeksi. Alueelle voidaan sijoittaa sellaista uutta merkitykseltään seudullista vähittäistavaran kauppaa, joka kaupan laatu huomioon ottaen on perusteltua sijoittaa keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle sekä monipuolisia työpaikka-alueita, joissa voi olla toimisto- ja palvelutyöpaikkoja, ympäristöhäiriötä aiheuttamatonta teollisuutta ja siihen liittyvää myymälätilaa sekä varastointia. Merkinnällä on osoitettu Lempolan kaupallisen ja työpaikka-alueen laajeneminen. Seudullisesti merkittävän kaupan on oltava laadultaan sellaista, että se on perusteltua sijoittaa keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle, mikä tarkoittaa ns. paljon tilaa vaativan erikoistavaran vähittäiskauppaa. Suuryksiköiden kehittäminen ei saa merkittävästi haitata keskustatoimintojen alueen (C1) kaupan kehittämistä.

Yhdistetyt kaupallisten palvelujen ja työpaikkojen alueet (PKT1) on osoitettu Muijalaan, Lohjanharjun kauppatielle, Karnaisiin ja Tynninharjun eteläpuolelle. Kaupan on oltava laadultaan sellaista, että se on perusteltua sijoittaa keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle, mikä tarkoittaa ns. paljon tilaa vaativan erikoistavaran vähittäiskauppaa. Kaupan suuryksiköiden kehittäminen ei saa merkittävästi haitata keskustatoimintojen alueiden kaupan kehittämistä. Merkinnällä PKT2 on osoitettu kaupan ja työpaikkojen alueet Nummenkylässä, Lohjanharjun kauppatiellä ja Virkkalan eteläpuolella. Kaupan on oltava laadultaan sellaista, että se on perusteltua sijoittaa keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle, mikä tarkoittaa ns. paljon tilaa vaativan erikoistavaran vähittäiskauppaa. Alueelle ei voi sijoittaa vähittäiskaupan suuryksiköitä.



Kuva 3 Ote taajamaosayleiskaavasta (Lohjan kaupunki 2017b).

2.1.3 Lempolan asemakaavan muutos

Kaava-alueen asemakaavat ovat hyväksytty 2002, 2007 ja 2008. Nykyisessä asemakaavassa Lempolan kauppapuiston kortteli on osoitettu liikerakennusten korttelialueeksi. Alueelle saa sijoittaa paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan myymälätiloja ja alle 2 000 k-m^2 päivittäistavarakaupan myymälätiloja. Rakennusoikeutta on käyttämättä yli 10 000 k-m^2 (Lohjan kaupunki 2017b).

L65 Lempolan kauppapuiston asemakaavamuutos on käynnistynyt maanomistajan aloitteesta kaavamuutoshakemuksella ja se sisältyy kaupunkisuunnittelulautakunnan hyväksymään kaavoitusohjelmaan vuosille 2017 - 2019. Kaavamuutoksen tavoitteena on (Lohjan kaupunki 2017a):

- muuttaa korttelin 96 käyttötarkoitusta niin, että se mahdollistaa vähittäiskaupan suuryksikön toteuttamisen
- tutkia onko alueelle mahdollista osoittaa päivittäistavarakaupan myymälätiloja useampi yksikkö, joiden koko on yli 2 000 k-m^2
- tutkia, onko alueelle mahdollista osoittaa yli 2 000 k-m^2 suuruisia erikoistavarankaupan yksiköitä
- parantaa alueen saavutettavuutta erityisesti jalankulkijoiden ja pyöräilijöiden kannalta
- parantaa korttelin sisäisiä liikennejärjestelyitä ja tutkia pysäköintitarvetta sekä osoittaa pysäköintialueet riittävän lähelle kaupallisia palveluita
- parantaa alueen suunnitelmallista hulevesien hallintaa ja imeyttää ja viivyttää hulevesiä niiden kerääntymispaikalla
- edistää alueen näkyvyyttä kaupunkikuvalliset ja maisemalliset arvot huomioiden



Kuva 4 **Kaava-alueen rajaus opaskartalla (Lohjan kaupunki 2017a).**

2.1.4 Maankäyttö- ja rakennuslaki

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

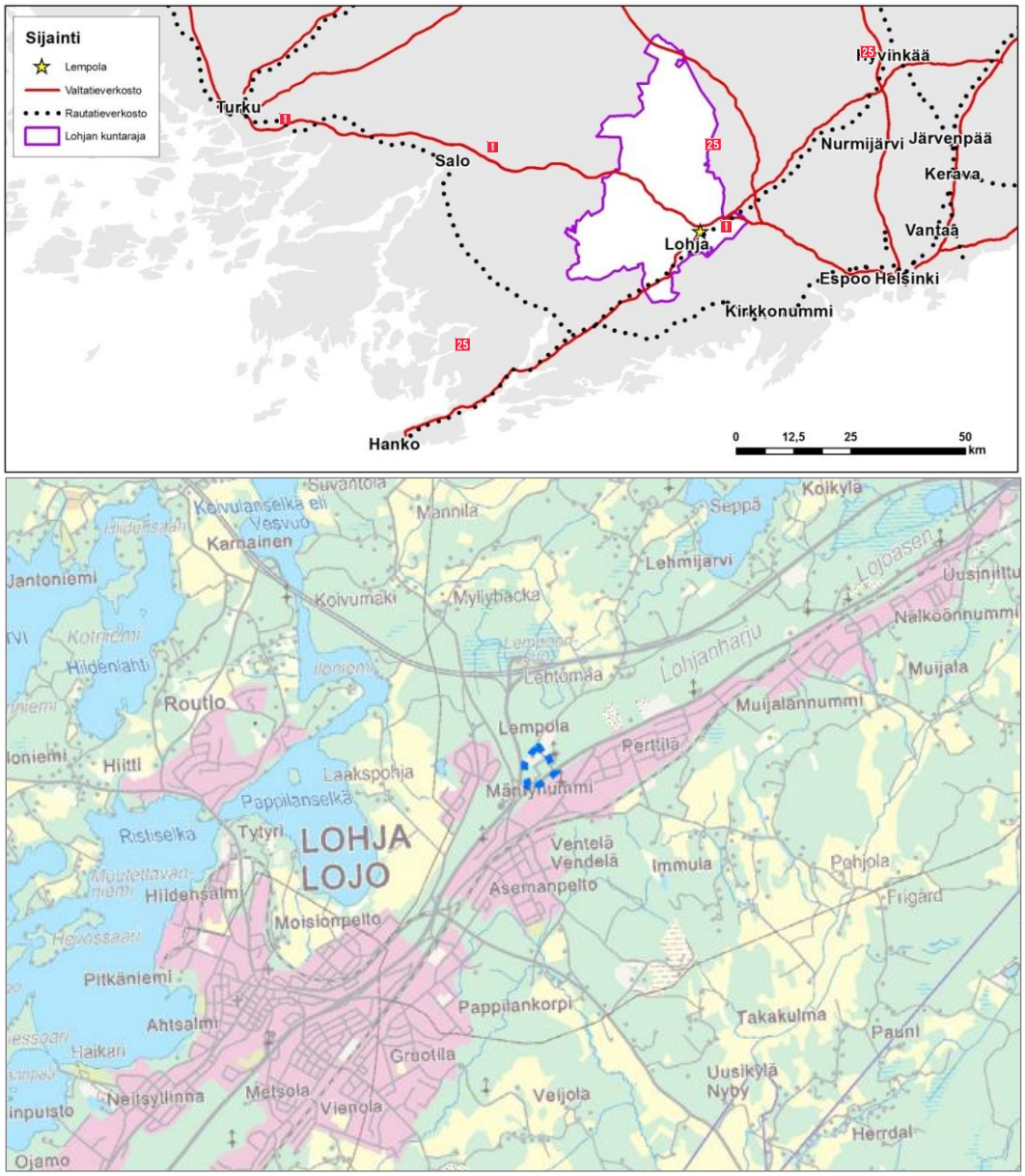
Kaupan sijainnin sääntely ja kuntien tontinluovutusmenettelyt on nostettu esille yhtenä toimivan kilpailun esteenä. Maankäyttö- ja rakennuslain uudistaminen ja normien purkaminen on ollut yksi nykyisen hallituksen kärkihankkeista. Tämän seurauksena maankäyttö- ja rakennuslakiin on keväällä 2017 astunut voimaan muutoksia, jotka vaikuttavat myös vähittäiskaupan sijainninohjaukseen. Lakimuutoksen tavoitteena on lisätä elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä kaupan kehittämisessä ja edistää toimivan kilpailun kehittymistä. Lisäksi erityisenä tavoitteena on parantaa kaupan toimialan edellytyksiä kehittää toimintaansa keskusta-alueiden ulkopuolella ilman vähittäiskaupan suuryksikön laadun huomioon ottamiseen liittyvää rajoitusta (HE 251/2016 vp).

Vuoden 2017 keväällä toteutetussa lakimuutoksessa vähittäiskaupan suuryksikön kokoraja nostettiin 2 000 kerrosneliömetristä 4 000 kerrosneliömetriin sekä poistettiin velvoite osoittaa maakuntakaavan keskustatoimintojen alueella vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus. Lisäksi luovuttiin velvoitteesta ottaa huomioon kaupan laatu sijoitettaessa vähittäiskaupan suuryksikkö muualle kuin keskusta-alueelle. Vähittäiskaupan suuryksikön ensisijainen sijaintipaikka on lakimuutoksen jälkeenkin keskusta-alue. Suuryksikkö voidaan kuitenkin sijoittaa myös muualle edellyttäen, että kaupan palvelujen saavutettavuus otetaan sijoituksen perusteena huomioon.

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

2.2 Sijainti alue- ja yhdyskuntarakenteessa

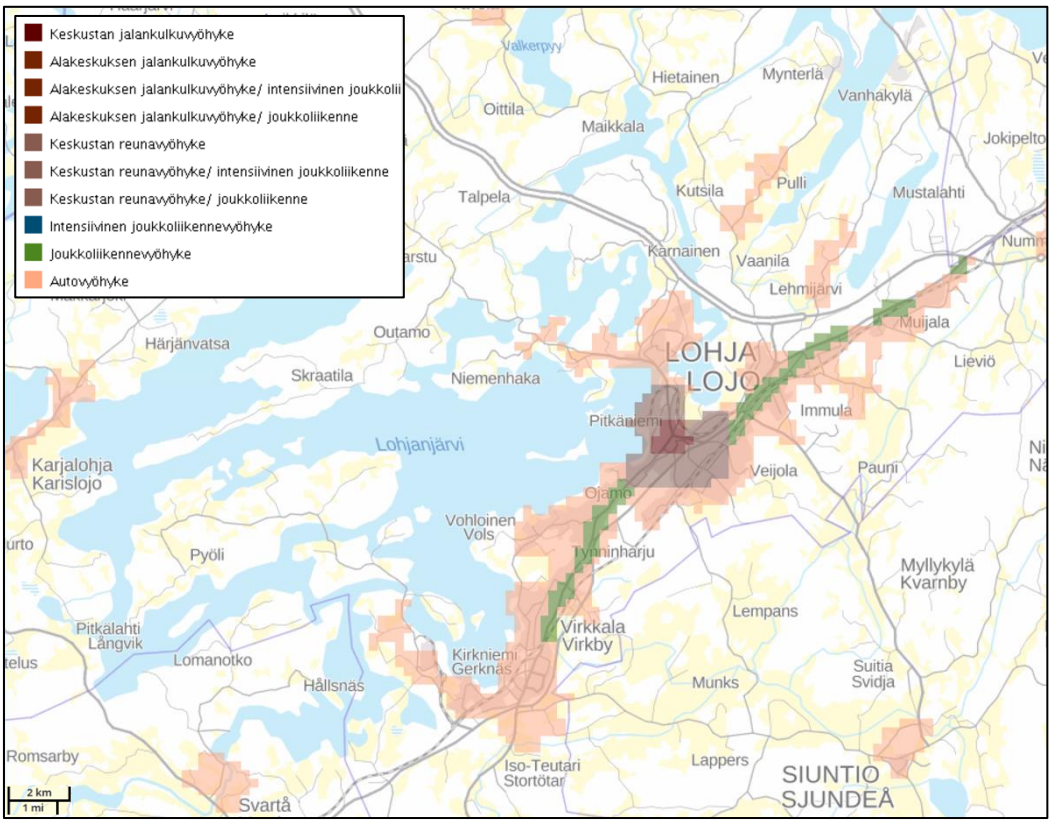
Lempolan kauppapuisto sijaitsee Lohjan pohjoistaajamassa Ventelän alueella, noin 5 kilometrin etäisyydellä Lohjan keskustasta (kuva 5). Alue sijoittuu E18 -moottoritien Lempolan sisääntulotien varteen ja Hyvinkää-Hanko -radan läheisyyteen. Helsinkiin on matkaa noin 50 kilometriä.



Kuva 5 Kaava-alueen sijainti (alempi kuva Lohjan kaupunki 2017b).

Suomen Ympäristökeskus julkisti yhdyskuntarakenteen vyöhykkeet (Urban Zone 3)-hankkeen tulokset keväällä 2017. Vyöhykkeillä kuvataan erityisesti sitä, miten monipuolisesti eri alueet ovat

saavutettavissa eri kulkumuodoilla. Vyöhykkeet eivät ole toisiaan poissulkevia vaan päällekkäisiä. Mitä enemmän erilaisia yhdyskuntarakenteen vyöhykkeitä on päällekkäin, sitä paremmin alueet ovat saavutettavissa eri kulkumuodoilla. Kuva 6 osoittaa, että Lempolan kauppapuisto sijoittuu autovyöhykkeelle ja joukkoliikennevyöhykkeelle. Alue- ja yhdyskuntarakenteellisesti Lempolan kauppapuisto sijoittuu edullisesti suhteessa muihin E18 -käytävän solmukohtiin (kuva 7).

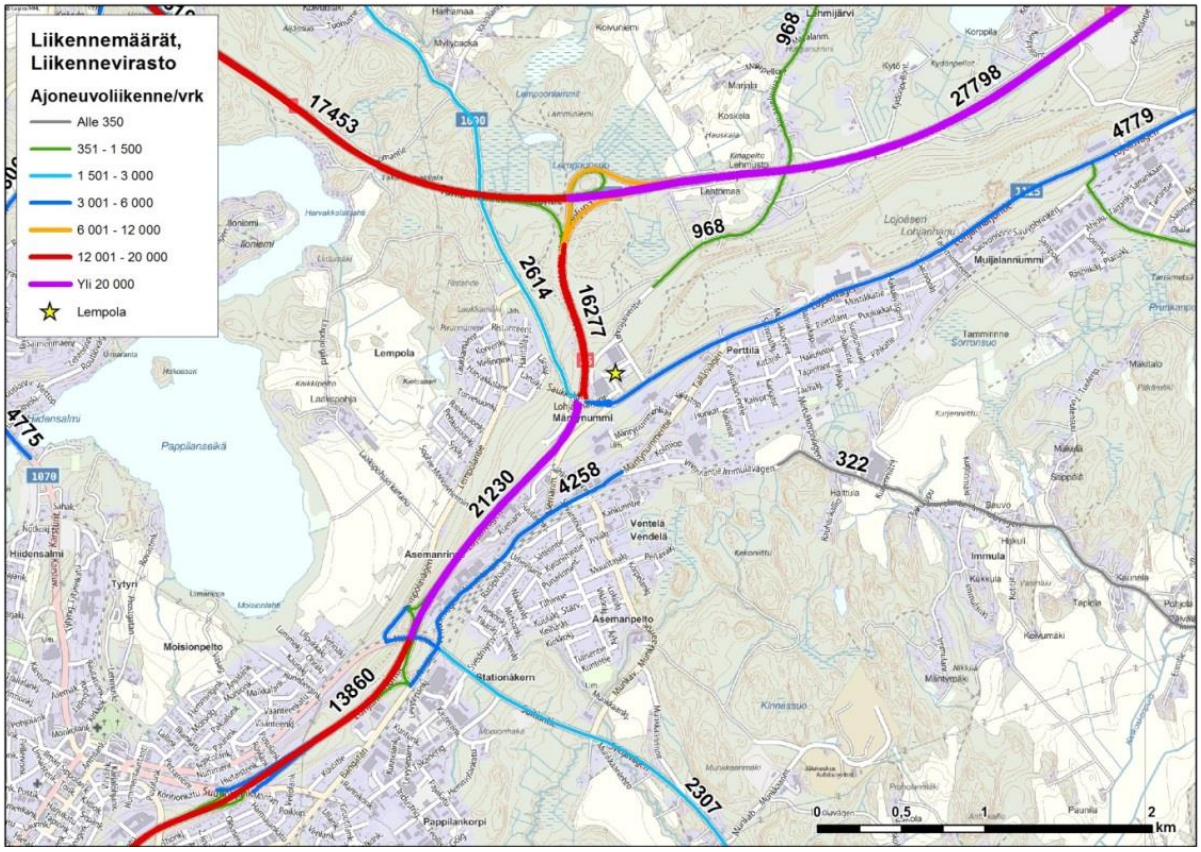


Kuva 6 Yhdyskuntarakenteen vyöhykkeet Lohjalla (SYKE/Liiteri 2017).



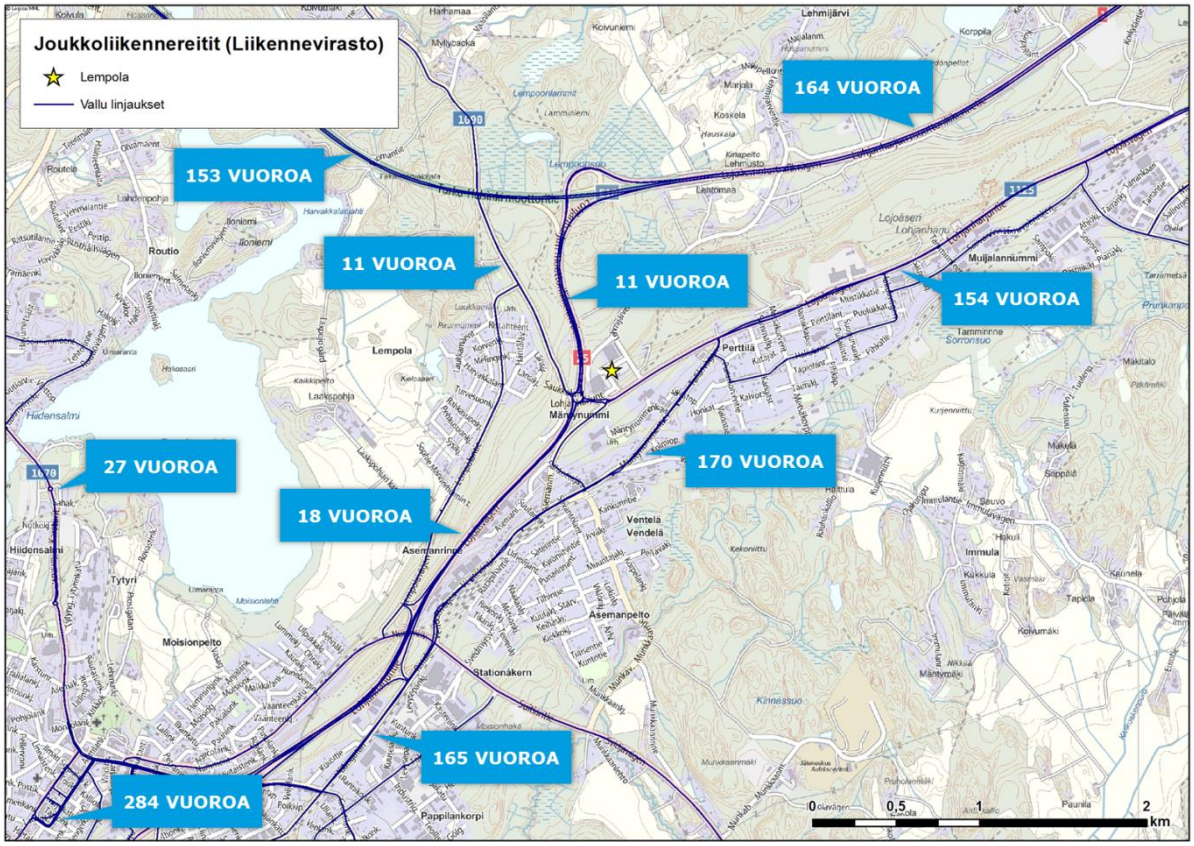
Kuva 7 E18 käytävän solmukohtien kehittäminen (Lohjan kaupunki 2017b).

Kuva 8 havainnollistaa ajoneuvoliikenteen vuorokausiliikennemäärää Lempolan kauppapuiston ympäristössä. Lempola sijaitsee noin kahden kilometrin päässä valtatiestä 1, jolla keskimääräinen arkivuorokausiliikenne vuonna 2016 oli Helsingin suuntaan noin 27 800 ja Turun suuntaan noin 17 400 ajoneuvoa vuorokaudessa. Lempolan kauppapuiston viereisen valtatien 25 varrella liikennemäärät olivat valtatien 1 suuntaan noin 16 300 ja Lohjan keskustan suuntaan noin 21 200 ajoneuvoa vuorokaudessa. Lohjanharjuntiellä (yhdystie 1125) liikennemäärät olivat noin 4 800 ja Lempolan asuinalueelle vievällä Saukkolantiellä (yhdystie 1090) noin 2 600 ajoneuvoa vuorokaudessa (www.liikennevirasto.fi).



Kuva 8 Liikennemäärät tieverkolla vuonna 2016 (www.liikennevirasto).

Kuva 9 havainnollistaa nykyisiä linja-autoreittejä Lempolan kauppapuiston lähialueella (Liikennevirasto 2017). Lohjan keskustaan liikennöi noin 300 vuoroa. Kauppapuisto ei kuitenkaan saa nykyisestä Lohjalle liikennöivästä joukkoliikenteestä etua, koska linja-autoreitit kulkevat pääosin Ventelän- ja Mäntynummentietä pitkin. Rautatie sijaitsee Lempolan kauppapuistosta noin kilometrin päässä, harjun alapuolella. Radalla ei liikennöi tällä hetkellä henkilöjunia, mutta suunnitelmia henkilöliikenteen avautumiseen pitkällä tähtäimellä on Helsinki-Espoo-Lohja-Salo-Turku-osuudelle. Liikennevirasto on hankkeistamassa jatkosuunnittelua Helsinki-Turku-radan henkilöliikenteen kehittämisestä, joista Lohjaa koskettavalle Espoo-Salo-osuudelle on suunnitteilla oikorata (www.liikennevirasto.fi).

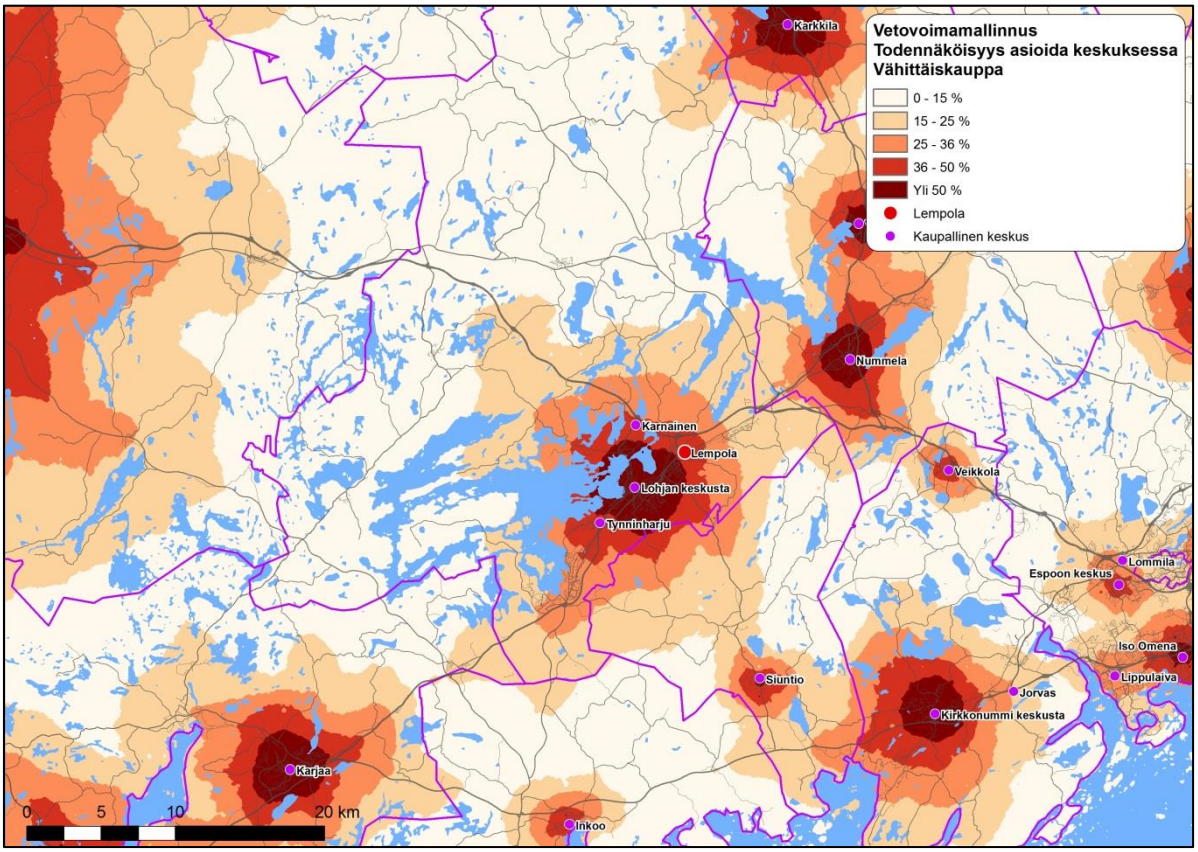


Kuva 9 **Linja-autoliikenteen reitit ja vuoromäärät 2017 (Liikennevirasto 2017).**

2.3 Vaikutusalue

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

Kuvassa 10 esitetään asiointitodennäköisyys keskuksittain Lohjalla ja lähialueella. Etäisyyskitka on laskettu ajoajan perusteella ja vetovoimatekijänä on käytetty vähittäiskaupan kerrosalaa keskuksissa. Kerrosala on arvioitu kaupallisten selvitysten ja SYKE:n kaupan tietopankin tietojen pohjalta. Mallinnus antaa kaikille toimialoille tehtynä karkean kuvan vaikutusalueen laajuudesta ja asioiden suuntautumisesta. Kartalta voidaan havaita Lohjan keskustan vetovoimaisuus verrattuna muihin Lohjan kaupallisiin keskittymiin (Lempola, Tynninharju, Karnainen). Lohjan keskusta on selkeästi alueen vetovoimaisin kaupan keskittymä, johon kohdistuu Lohjan keskusta-alueella asuvien asioinneista yli 50 %. Muissa kaupallisissa keskittymissä asiointitodennäköisyys on 36 - 50 %. Lohjan kaupallista vaikutusaluetta rajaavat pohjoisessa Nummela, idässä Kirkkonummi ja Espoo, etelässä Karjaa ja lännessä Salo sekä pienemmät paikalliskeskukset.

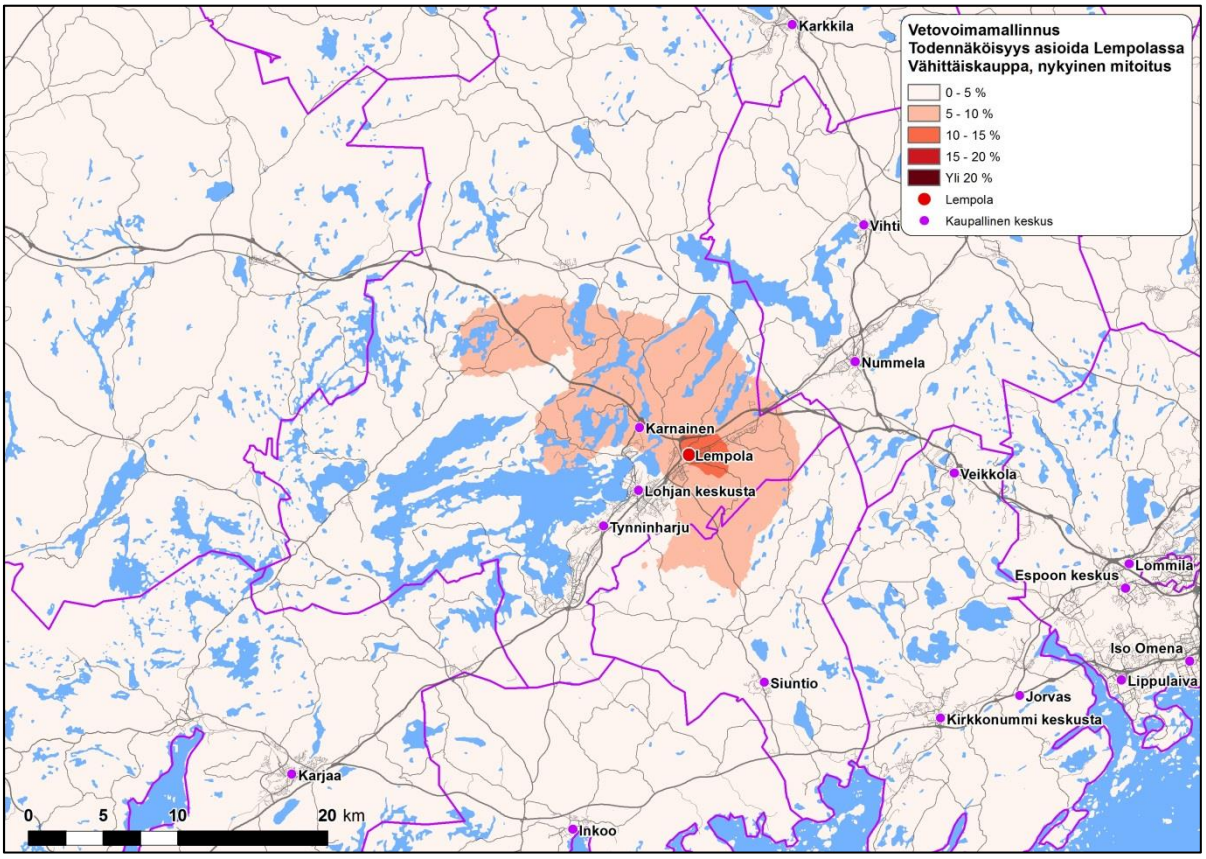


Kuva 10 **Kaupallisten keskusten mallinnettu asiointitodennäköisyys.**

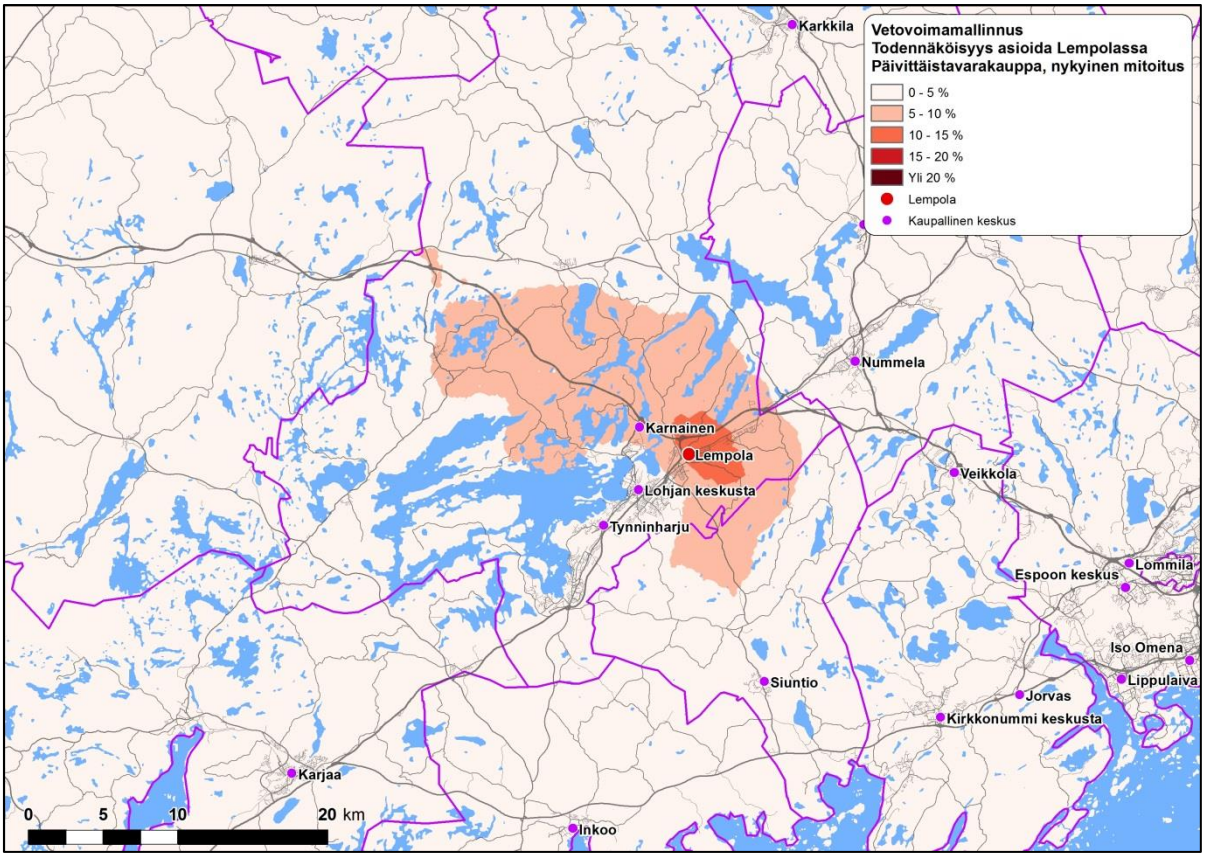
Kuvassa 11 esitetään pelkästään Lempolan kauppapuiston mallinnettu koko vähittäiskaupan vaikutusalue nykytilanteessa. Vetovoimatekijänä oleva kaupan kerrosala Lohjan kaupallisissa keskittymissä ja naapurikuntien keskustoissa ja kaupallisissa keskittymissä on nykytilan mukainen. Kaupan kerrosala on osoitettu mm. Syken tietojen, aiempien kaupan selvitysten ja Lohjan kaupungilta saatujen tietojen perusteella.

Kartalta voidaan havaita, että kauppapuiston vaikutus kohdistuu erityisesti luoteeseen ja itään valtatien 1 suuntaisesti. Valtatien 25 varrella Lohjan keskustan ja Tynninharjun kaupallisen tarjonnan laajuus estää vaikutusalueen voimakkaamman leviämisen lounaaseen ja toisaalta Nummelan tarjonta rajaa vaikutusalueen leviämistä koilliseen. Vaikutusaluemallinnuksen perusteella kauppapuiston välittömästäkin läheisyydestä ainoastaan noin 10 - 15 % asioinneista suuntautuu Lempolaan. Syynä on erityisesti Lohjan keskustan, Tynninharjun ja Nummelan kaupallisesti vetovoimaisempien keskusten läheisyys, minkä seurauksena asioinnit jakautuvat eri keskusten kesken.

Erikoiskaupassa vaikutusalue voi joillakin toimialoilla olla kartassa esitettyä laajempi riippuen vastaavien kilpailevien keskusten sijoittumisesta ja kaupallisesta tarjonnasta. Esimerkiksi Lempolan kauppapuiston Motonet-myymälään asiointeja saattaa tulla laajaltakin alueelta, sillä lähimmät muut Motonetit sijaitsevat Espoossa ja Salossa. Myös päivittäistavarakaupassa mallinnettu vaikutusalue ulottuu jonkin verran Lohjan ulkopuolelle ja päivittäistavarakaupan vetovoimaisuutta kasvattaa lisäksi alueen muu kaupallinen tarjonta (kuva 12). Lohjan kaupungin tekemässä asukaskyselyssä vastaajista 42 %:a ilmoitti käyvänsä kauppapuistossa ostoksilla useamman kerran viikossa, 26 %:a viikoittain ja 16 %:a päivittäin (Lohjan kaupunki 2017c). Tämä ei kerro vaikutusalueesta eikä suoranaisesti vetovoimasta, mutta antaa kuvan antaa kauppapuistosta suosittuna ja säännöllisenä asiointikohteena.



Kuva 11 **Todennäköisyys asioida Lempolan kauppapuistossa, koko vähittäiskauppa.**



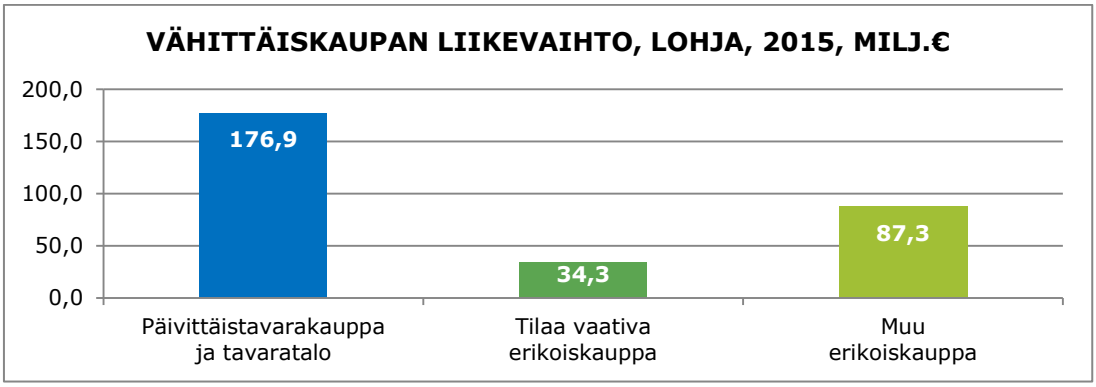
Kuva 12 **Todennäköisyys asioida Lempolan kauppapuistossa, päivittäistavarakauppa.**

3. TOIMINTAYMPÄRISTÖN ANALYYSI

3.1 Kaupan palvelujen tarjonta

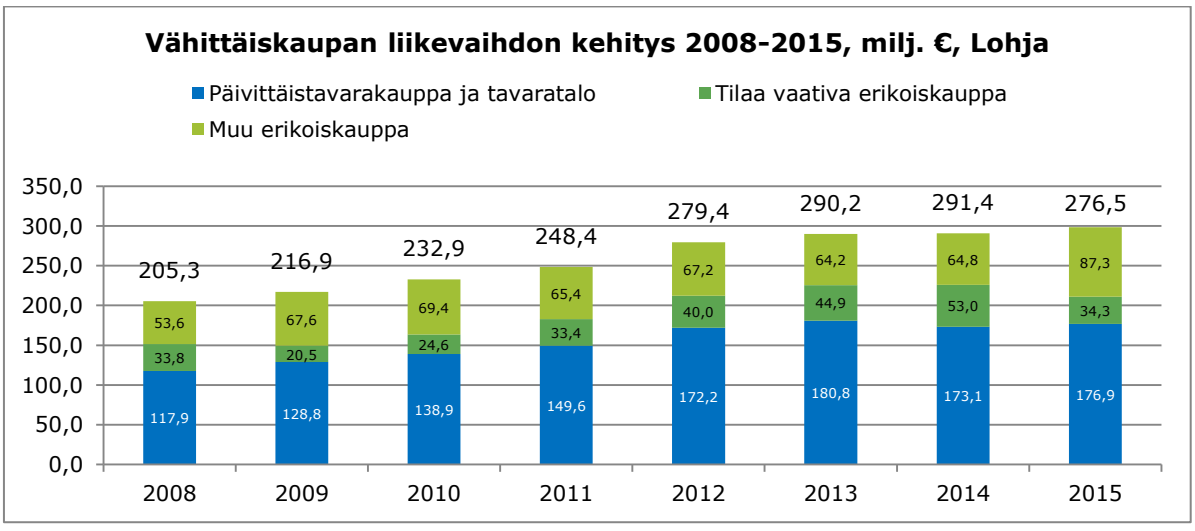
3.1.1 Vähittäiskaupan liikevaihto

Vähittäiskaupan liikevaihto Lohjalla oli vuonna 2015 yhteensä noin 276 miljoonaa euroa (kuva 13). Liikevaihdosta noin 177 miljoonaa euroa kertyi päivittäistavarakaupan ja tavaratalojen toimialalta, noin 34 miljoonaa euroa tilaa vievän erikoiskaupan ja noin 87 miljoonaa euroa muun eli keskustahakuisen erikoiskaupan toimialoilta. Lisäksi autokaupan liikevaihto oli noin 138 miljoonaa euroa ja ravitsemustoiminnan (ravintolat, kahvilat, baarit) liikevaihto noin 27 miljoonaa euroa.



Kuva 13 **Vähittäiskaupan liikevaihto toimialoittain Lohjalla vuonna 2015.**

Kuvassa 14 esitetään vähittäiskaupan liikevaihdon toimialoittainen kehitys Lohjalla vuosina 2008-2015. Vuoden 2008 tasosta (noin 205 milj. €) liikevaihto on kasvanut vuoteen 2015 mennessä noin 71 miljoonaa euroa (+35 %). Toimialoittain tarkasteltuna eniten ovat kasvaneet muu erikoiskauppa (noin 33 milj. €, +63%) ja päivittäistavarakauppa (noin 59 milj. €, +50%). Tilaa vaativan erikoiskaupan liikevaihtokasvu on ollut noin 0,5 milj. € (+1%).



Kuva 14 **Vähittäiskaupan liikevaihdon kehitys 2008 - 2015 Lohjalla.**

3.1.2 Kaupan palveluverkko Lohjalla

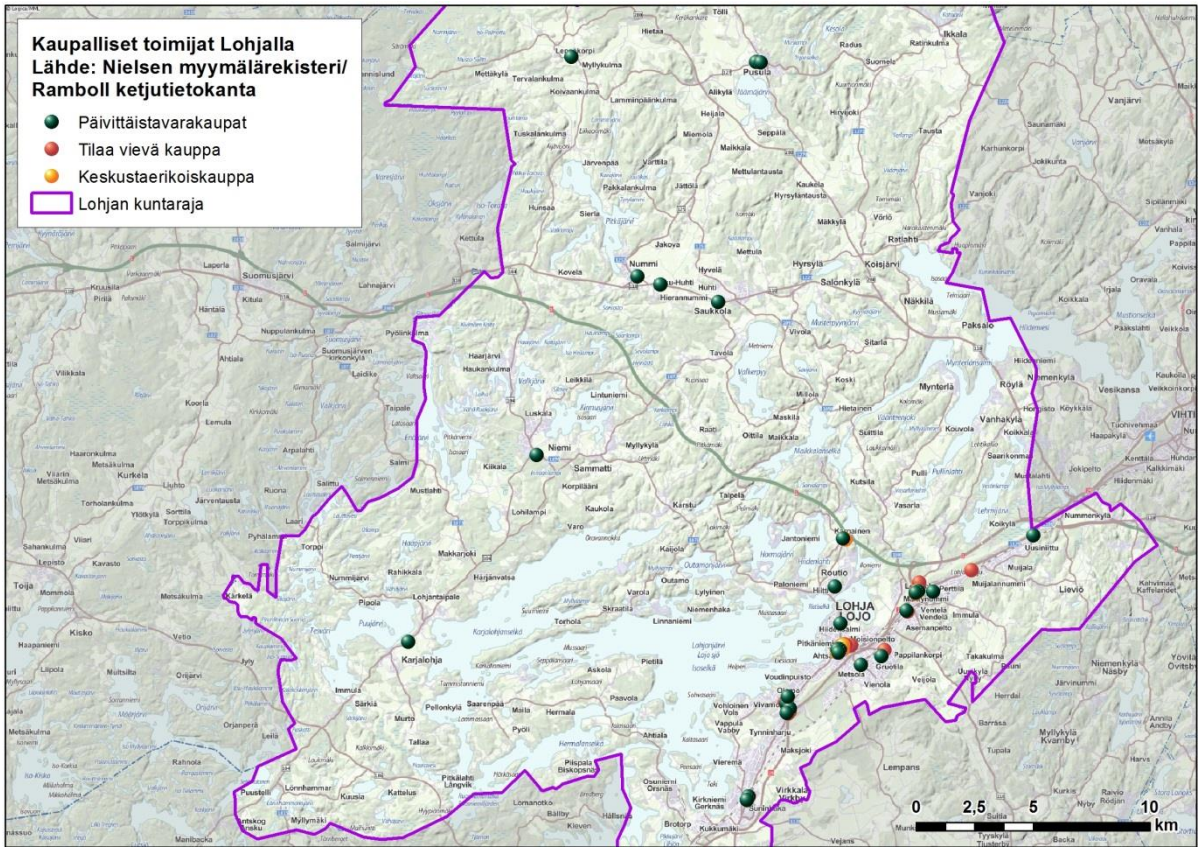
Vuonna 2016 Lohjalla toimi 32 päivittäistavaramyymälää (A.C.Nielsen Finland Oy 2017). Myymälätyypeittäin (ks. liite 1) tarkasteltuna kaupungissa oli eniten päivittäistavaroiden erikoismyymälöitä (leipomomyymälät ym.) ja isoja valintamyymälöitä (taulukko 1). Myymäläkoon mukaan tarkasteltuna valtaosa eli 81 % Lohjan päivittäistavaramyymälöistä oli pieniä, pinta-alaltaan alle 400

m^2:n myymälöitä eli valintamyymälöitä, pienmyymälöitä ja päivittäistavaroiden erikoismyymälöitä. Pienten myymälöiden osuus Lohjan päivittäistavarakaupan myynnistä oli kuitenkin vain 26 %. Myymälätyypeistä eniten myyntiä oli hypermarketeissa, joissa toteutui 41 % päivittäistavaramyynnistä. Seuraavaksi eniten päivittäistavaraa myytiin isoissa supermarketeissa (26 %). Lempolan kauppapuiston päivittäistavaramyymälät ovat kasvattaneet myyntiään 25 % vuodesta 2013 vuoteen 2016. Lohjan päivittäistavaramyymälöistä 5 toimi keskustassa: varsinaisten päivittäistavaramyymälöiden Prisman ja K-marketin lisäksi A.C.Nielsenin myymälärekisterissä päivittäistavaramyymälöiksi luokitellut kahvila-konditoria, luontaistuotemyymälä ja etninen myymälä. Lempolassa myymälöitä oli kaksi (isot supermarketit S-market ja K-Supermarket).

Taulukko 1 Päivittäistavarakaupan myymälät Lohjalla vuonna 2016 (A.C.Nielsen Finland Oy 2017).

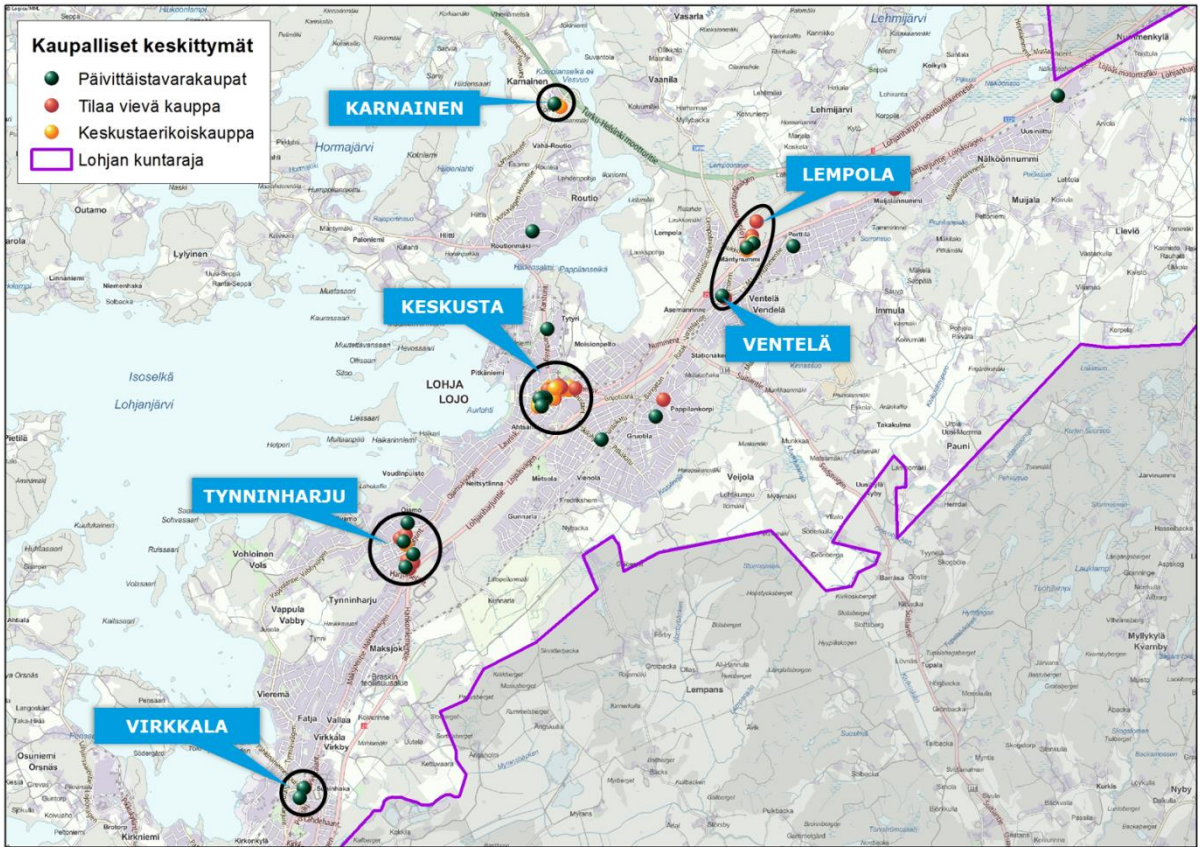
Hyper-market (>2500 m2)	Tavara-talo (>1000 m2)	Supermarket		Valintamyymälä		Pien-myymälä	Erikois-myymälä	Yhteensä
		Iso (>1000 m2)	Pieni (400-999 m2)	Iso (200-399 m2)	Pieni (100-199 m2)			
2	**0**	**4**	**2**	**9**	**1**	**4**	**10**	**32**

Erikoiskaupan myymälöitä Lohjalla toimi vuonna 2016 yhteensä 175 (www.tilastokeskus.fi). Toimialoilla, jotka sisältävät pääosin tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä (huonekalu-, kodinkekniikka- ja rautakauppa sekä muu tilaa vaativa kauppa kuten puutarha-alan kauppa ja venekauppa) toimi 38 myymälää. Auto- ja autotarvikekaupan alalla toimi lisäksi 20 myymälää. Muun eli ns. keskustahakuisen erikoiskaupan toimialoilla (ks. liite 1) kaupungissa toimi yhteensä 117 myymälää. Keskustahakuiseen erikoiskauppaan kuuluvat Alkot, apteekit, kosmetiikkamyymälät ym., muotikaupat, sekä ns. pienet erikoiskaupat kuten optikot, kelloliikkeet ja kukkakaupat. Myymälöiden sijoittumista havainnollistetaan kuvassa 15, jossa erikoiskaupan osalta esitetään kuitenkin vain ketjuihin kuuluvat toimijat. Lisäksi Lohjalla toimii lukuisia yksityisiä, ketjuihin kuulumattomia erikoiskaupan myymälöitä. Kuva havainnollistaa kuitenkin erikoiskaupan palvelujen keskittymistä Lohjan keskustaan ja nauhamaisesti valtatien 25 varrelle.



Kuva 15 Vähittäiskaupan myymälät Lohjalla. Erikoiskaupan osalta kartalla näkyvät vain ketjuihin kuuluvat myymälät.

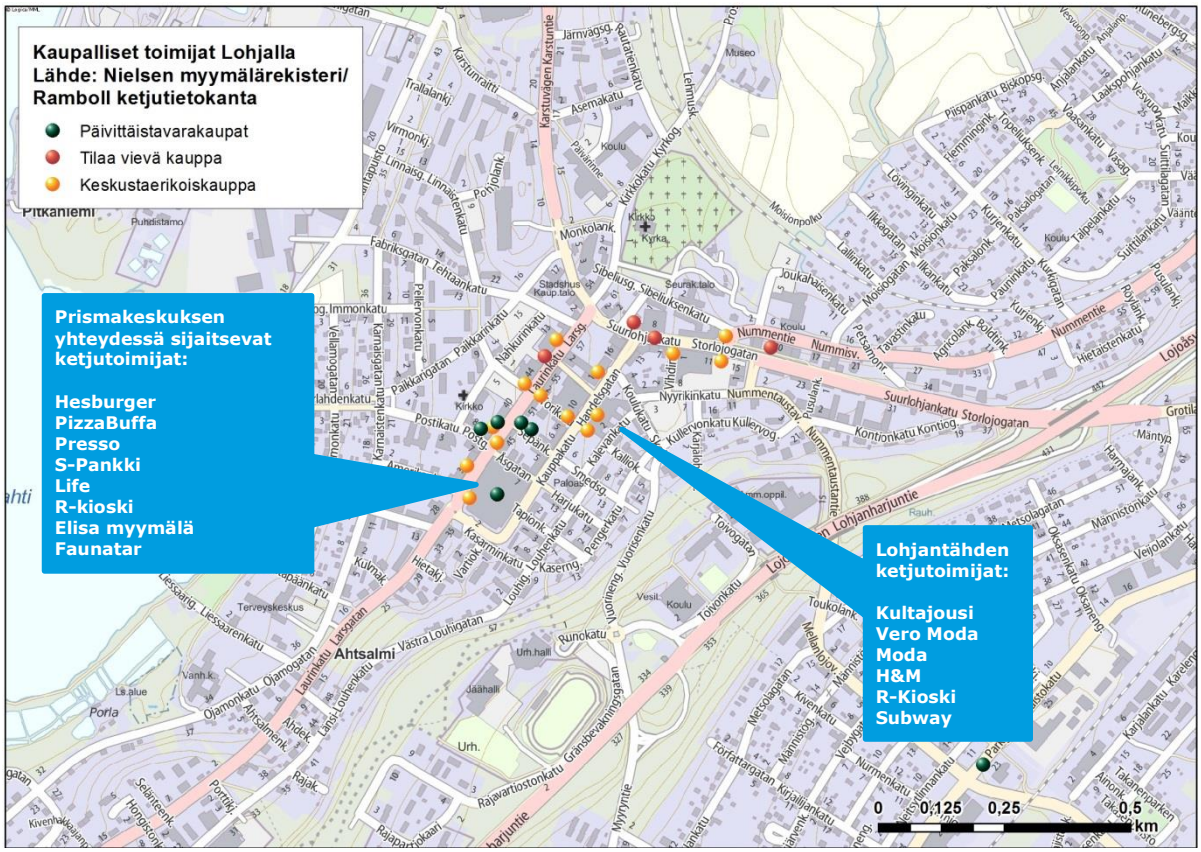
Lohjan kaupallinen rakenne koostuukin nauhamaisesti erilisistä ja toiminnallisesti erilaisista keskittymistä (kuva 16). Lohjan keskusta on kaupungin pääkeskus ja selkeästi suurin kaupallinen keskittymä. Tynninharju on toiseksi suurin ja seudullisesti merkittävä market- ja tilaa vaativan erikoiskaupan keskittymä. Tynninharjussa sijaitsee autokauppaa, muuta tilaa vievää kauppaa ja päivittäistavarakauppaa (K-Citymarket, valintamyymälä Lidl, Alko). Lempolan kauppapuisto on Lohjan uusin kaupan keskittymä, johon alueellisesti sisältyy myös Ventelän alakeskus. Karnainen on kehittynyt Helsingistä Turkuun johtavan E18-tien varren liikenneasemana, jonka ympäristöön on sijoittunut myös erikoiskaupan palveluja. Virkkalan keskusta on lähialueensa paikalliskeskus.



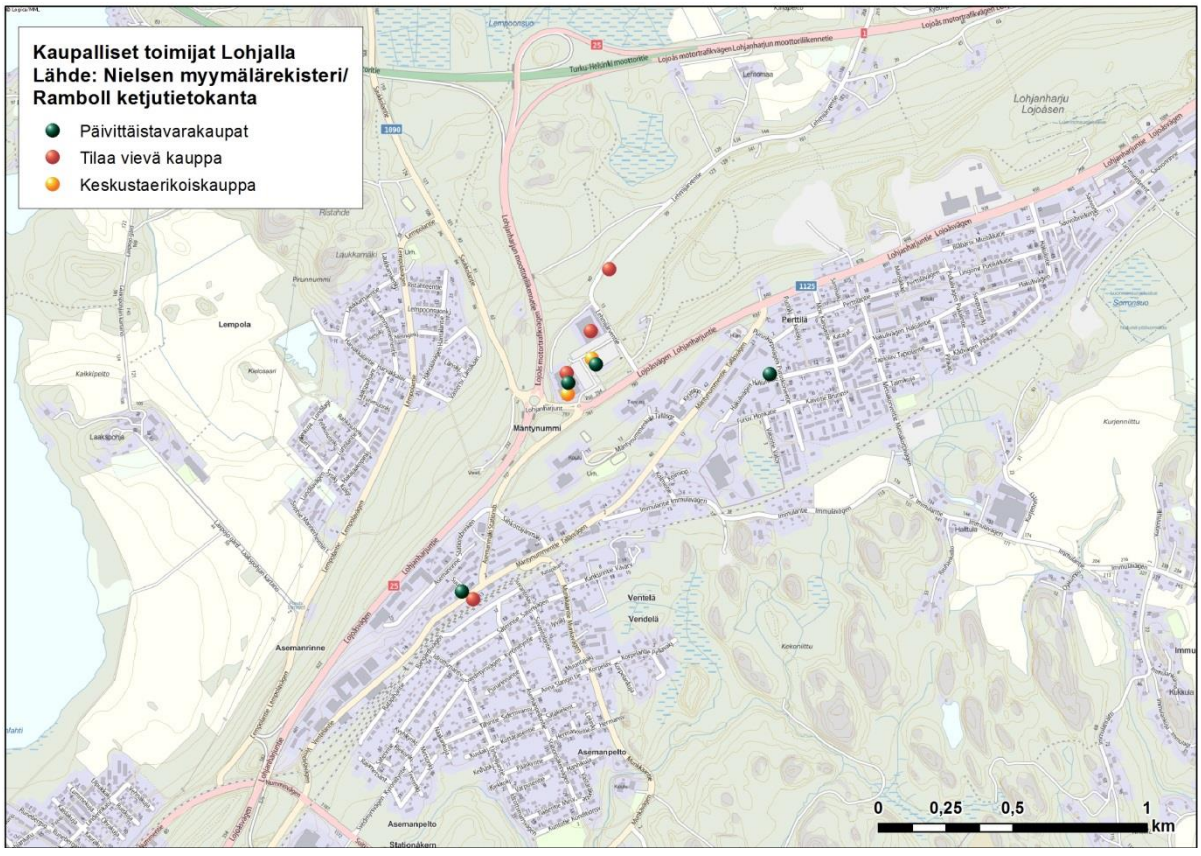
Kuva 16 **Lohjan kaupallinen rakenne. Erikoiskaupan osalta kartalla näkyvät vain ketjuihin kuuluvat myymälät (Ramboll, Ketjutietokanta).**

Lohjan keskustassa on monipuolinen kaupan tarjonta. Keskustassa toimii kello- ja kultasepänliikkeitä, kirjakauppoja, lemmikkieläintarvikekauppoja, optikoita, tietotekniikkaliikkeitä, urheiluvälinemyymälöitä, vaate- ja kenkämyymälöitä, kodinkonemyymälöitä, rautakauppoja jne. Kuvassa 17 näistä näkyvät kuitenkin vain ketjuihin kuuluvat myymälät. Merkittävimmät keskittymät ovat Prisma sekä pukeutumiseen tarjonnallaan painottunut kauppakeskus Lohjantähti.

Lempolan kauppapuistossa toimii nykyisin kahden päivittäistavarakaupan ison supermarketin lisäksi apteekki, eläintarvikeliike, R-kioski, autotarvikekauppa, rakennustarvikeliike ja kaksi laajan tavaravalikoiman myymälää. Kuvassa 18 näistä näkyvät vain ketjuihin kuuluvat myymälät. Kauppapuiston erikoiskaupan myymälöistä toiminnan luonteen ja suuren myymäläpinta-alan vuoksi Starkki, Tokmanni, Motonet ja Kodin tavaratalo kuuluvat tilaa vaativaan erikoiskauppaan. Apteekki sekä Musti ja Mirri ovat muuta erikoiskauppaa. Alueella on lisäksi hampurilaisravintola. Kauppapuistoa täydentävällä Ventelän alueella toimii pieni päivittäistavarakauppa, kaksi kukkakauppaa, lahjapuoti, autokauppa ja autotarvikekauppa. Näiden lisäksi alueella on lukuisia kaupallisia palveluja kuten ravintoloita, kampaamoja, autokorjaamoja jne. (Kinnunen 2016).



Kuva 17 **Vähittäiskaupan palvelut Lohjan keskustassa. Erikoiskaupan osalta kartalla näkyvät vain ketjuihin kuuluvat myymälät (Ramboll, Ketjutietokanta).**



Kuva 18 **Vähittäiskaupan palvelut Lempolan kauppapuistossa ja sen lähialueella. Erikoiskaupan osalta kartalla näkyvät vain ketjuihin kuuluvat myymälät (Ramboll, Ketjutietokanta).**

3.1.3 Kaupan sijoittumisen mahdollistavia asemakaavoja

Lempolan kauppapuiston asemakaavamuutoksen lisäksi Lohjalla on valmiina ja valmisteilla kaupan sijoittumisen mahdollistavia asemakaavoja Lohjan keskustassa (2), Karnaisissa, Tynninharjulla, Saukkolassa, Gunnarlassa ja Nummenkylässä. Keskustassa on kyseessä Suurlohjankadulle sijoittuva kauppakeskus, jonne asemakaavan ja vireillä olevan kaupan hankkeen mukaan on tarkoitus sijoittaa noin 2 000 k-m^2 päivittäistavarakauppaa ja noin 7 000 k-m^2 muuta kuin tilaa vaativaa erikoiskauppaa (taulukko 2). Keskustassa on vireillä myös Nahkurintorin kaavahanke, jonka alustavassa suunnitelmassa on noin 2 000 k-m^2 päivittäistavarakauppaa ja noin 1 200 k-m^2 muuta erikoiskauppaa. Karnaisissa asemakaava mahdollistaa uutta liiketilaa päivittäistavarakaupalle 400 k-m^2, tilaa vaativalle erikoiskaupalle 14 000 k-m^2 ja muulle erikoiskaupalle 3 300 k-m^2. Kokonaisuudessaan Karnaisiin voi siis sijoittua vähittäiskaupan liiketilaa noin 17 700 k-m^2.

Tynninharjulla (Tynninharjun ja valtatien 25 eteläpuolisella alueella) on laadittavana asemakaavan muutoshanke, joka mahdollistaa alueelle 37 000 k-m^2 tilaa vaativan erikoiskaupan liiketilaa. Gunnarlassa/Tynninharjun eritasoliittymän läheisyydessä asemakaavassa on osoitettu tilaa vaativaa erikoiskauppaa 7 000 k-m^2. Kumpikin edellä mainittu alue on mahdollista toteuttaa aikaisintaan vuonna 2020 eritasoliittymän valmistuttua. Saukkolan eteläisen alueen asemakaava mahdollistaa 1 200 k-m^2 päivittäistavarakaupan myymälätiloja ja Nummenkylän asemakaava Hiidenmäentien varressa noin 2 000 k-m^2 tilaa vaativaa erikoiskauppa. Yhteensä kaikki edellä mainitut asemakaavat mahdollistavat noin 77 100 k-m^2 kaupan uutta liiketilaa. Kokonaiskerroslasta 7 % on päivittäistavarakauppaa, 78 % tilaa vaativaa erikoiskauppaa ja 15 % muuta erikoiskauppaa.

Taulukko 2 Asemakaavojen mahdollistama vähittäiskaupan kerrosala Lohjalla.

	Päivittäistavarakauppa	Tilaa vaativa erikoiskauppa	Muu erikoiskauppa	Erikoiskauppa yhteensä	Yhteensä
Keskusta	4 000	0	8 200	8 200	12 200
Karnainen	400	14 000	3 300	17 300	17 700
Tynninharju	0	37 000	0	37 000	37 000
Gunnarla	0	7 000	0	7 000	7 000
Saukkola	1 200	0	0	0	1 200
Nummenkylä	0	2 000	0	2 000	2 000
Yhteensä	**5 600**	**60 000**	**11 500**	**71 500**	**77 100**

3.1.4 Vähittäiskaupan kysynnän ja tarjonnan kehitysnäkymiä

Merkittävin **kysyntään** vaikuttava sosiodemografinen ilmiö on väestön ikääntyminen. Eläköityminen voi lisätä merkittävästi vapaa-ajan asunnolla vietettävää aikaa. Lohjalla tällä voi olla merkitystä kaupan palvelujen kysyntään, sillä kaupungissa oli vuonna 2016 noin 8 500 vapaa-ajan asuntoa. Ikääntyvän väestön mökkeilyssä kaupan palvelujen hyvä saavutettavuus on tärkeää, mutta kaupan toiminnan kannalta se voi merkitä myös kuljetuspalvelujen kysynnän kasvua.

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

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

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

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

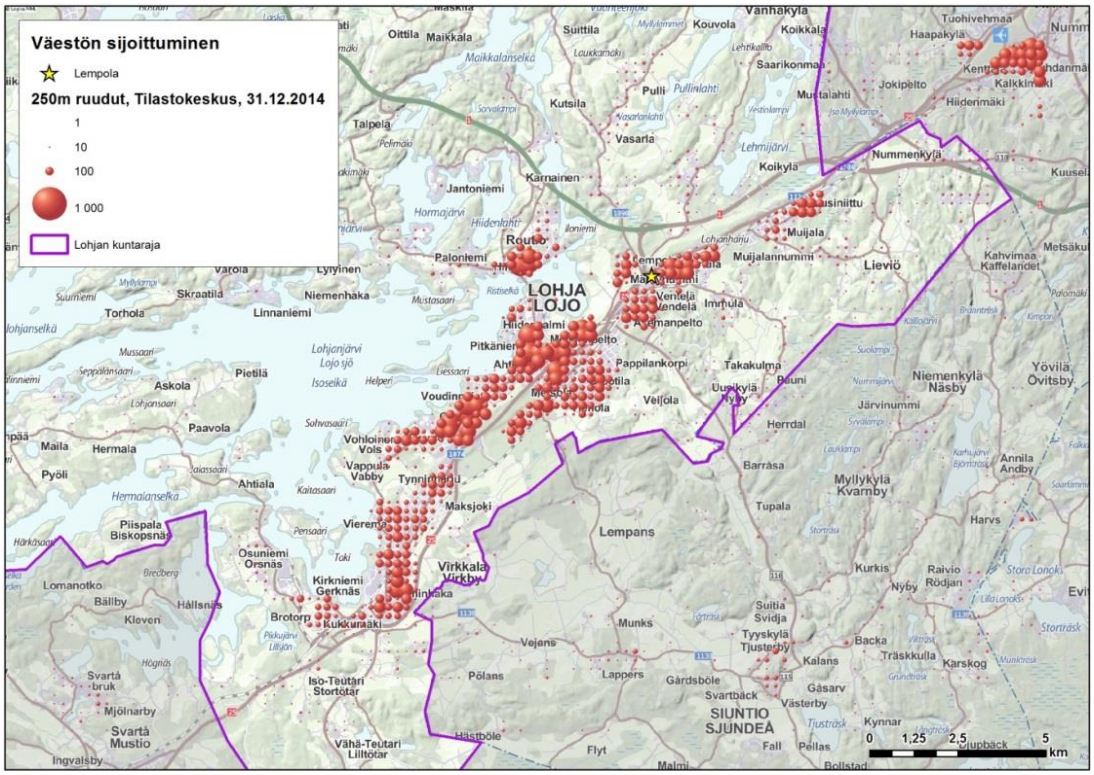
Nettikauppa ja -palvelut sekä virtuaalikulutus vähentävät tarvetta fyysisille liiketiloille. Osin liiketilatarve siirtyy erilaisiin varasto- ja logistiikkatiloihin, joista verkkokauppatoimitukset lähetetään asiakkaille. Vähittäiskaupan siirtyminen verkkoon saattaa heikentää vähittäiskaupan fyysistä palvelutarjontaa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

3.2 Kaupan palvelujen kysyntä

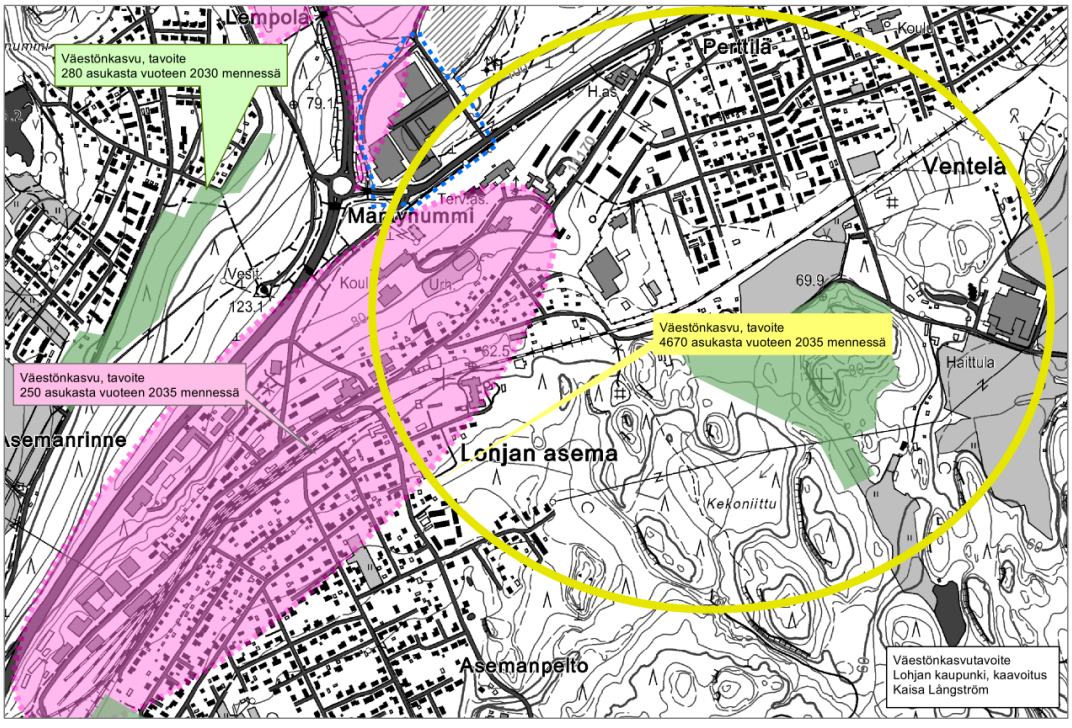
3.2.1 Väestömäärä ja asutuksen sijoittuminen

Lohjan väestömäärä vuoden 2016 lopussa oli noin 47 100. Väestöstä noin 33 000 asui taajama-osayleiskaavan alueella ja noin 6 400 pohjoistaajaman alueella, jossa Lempolan kauppapuisto

sijaitsee. Väestö sijoittuu pääosin kunnan kaakkoiseen osaan ja sijoittuu nauhamaisesti valtatien 25 varrelle (kuva 19). Vahvimmat väestötihentymät sijoittuvat Lohjan keskustan ja Tynninharjun alueelle. Lohjan kaupungin väestötavoitteiden mukaan kaupungin väkiluku vuonna 2035 on noin 63 500, josta noin 51 600 sijoittuu taajamaosayleiskaavan alueelle ja noin 16 700 Pohjoistaajamaan. Lempolan kauppapuiston lähialueen väestömäärä vuonna 2016 oli noin 2 500. Tavoitteellinen väestölisäys vuoteen 2035 on noin 5 200 (kuva 20), jolloin väestömäärä vuonna 2035 on noin 7 700 asukasta.



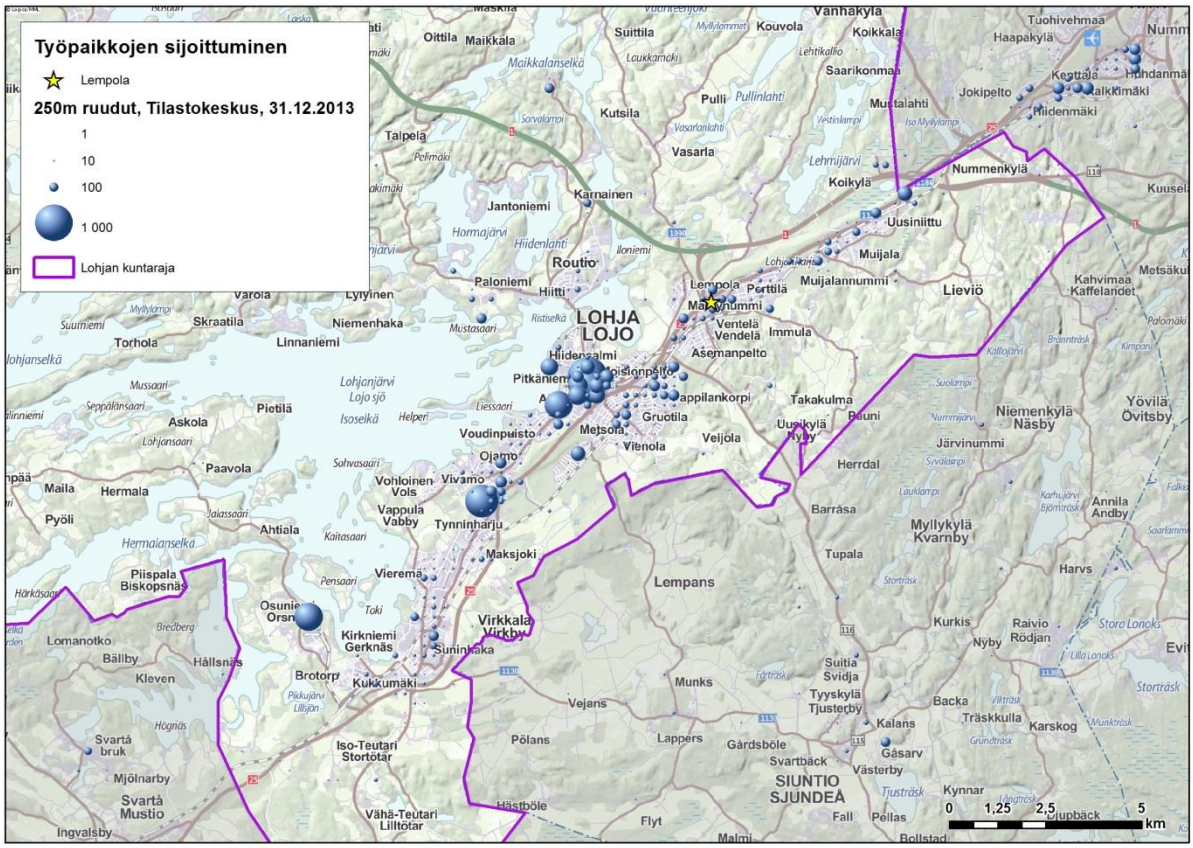
Kuva 19 **Väestön sijoittuminen (Tilastokeskus, Ruututietokanta 2015).**



Kuva 20 **Lempolan kauppapuiston lähialueen väestölisäys vuoteen 2035.**

3.2.2 Työpaikat

Kuvassa 21 esitetään työpaikkojen sijoittuminen Lohjan kaupungin kaakkoisosassa vuoden 2013 lopussa. Valtaosa alueen noin 4 800 työpaikasta sijaitsi keskustaajamassa. Työpaikkoja sijaitsi myös taajamarakenteessa etelämpänä Tynninharjulla ja Kirkniemessä.

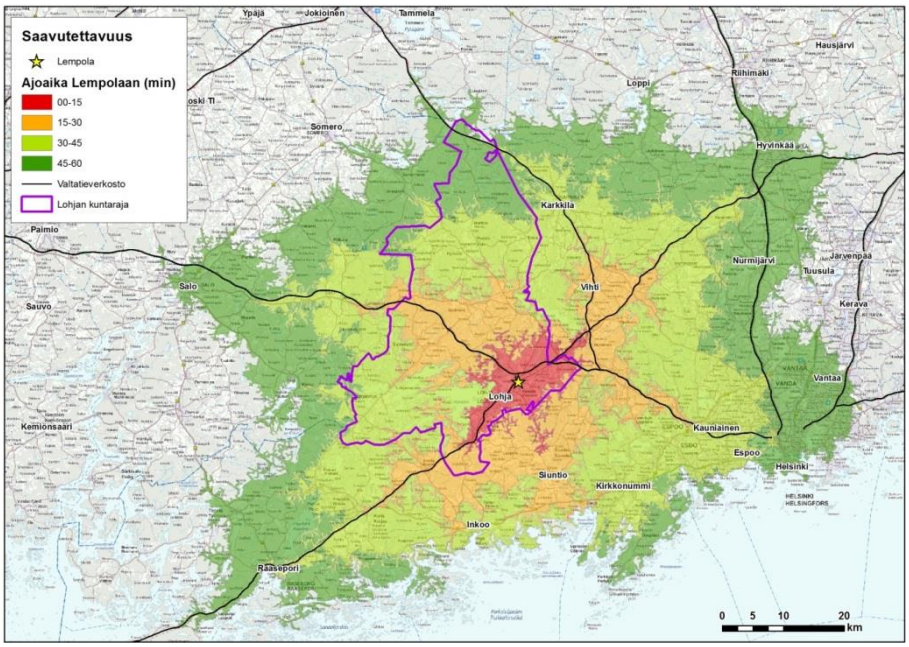


Kuva 21 **Työpaikkojen sijoittuminen vuonna 2013 (Tilastokeskus, Ruututietokanta 2013).**

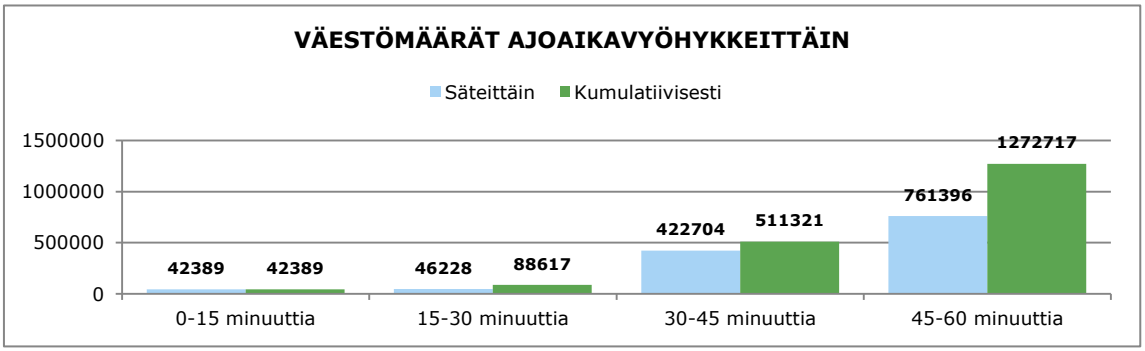
3.2.3 Kaupan palvelujen saavutettavuus

Lempolan kauppapuisto on hyvin saavutettavissa. Enintään 15 minuutin ajoajan säteellä kauppapuistosta asuu noin 42 000 asukasta (kuvat 22 ja 23). Ajoaikasäteellä sijaitsevat mm. Lohjan keskusta, Tynninharju, Virkkala ja Nummela. Enintään 30 minuutin ajoajan säteellä sijaitsevat edellä mainittujen lisäksi Siuntion sekä Vihdin keskustaajama-alueet, jolloin väestömäärä kasvaa noin 89 000 asukkaaseen. Enintään 45 minuutin ajoajan säteellä sijaitsevat edellisten lisäksi Karkkilan, Raaseporin, Inkoon ja Kirkkonummen taajamakeskukset sekä osa pääkaupunkiseutua, jolloin väestömäärä kasvaa noin 511 000 asukkaaseen. Tunnin ajoajan säteellä sijaitsevat aiemmin mainittujen lisäksi Salon, Hyvinkään ja Nurmijärven keskustaajamat sekä osa Vantaata. Tunnin säteellä Lempolan kauppapuistosta asuu yhteensä noin 1,3 miljoonaa asukasta.

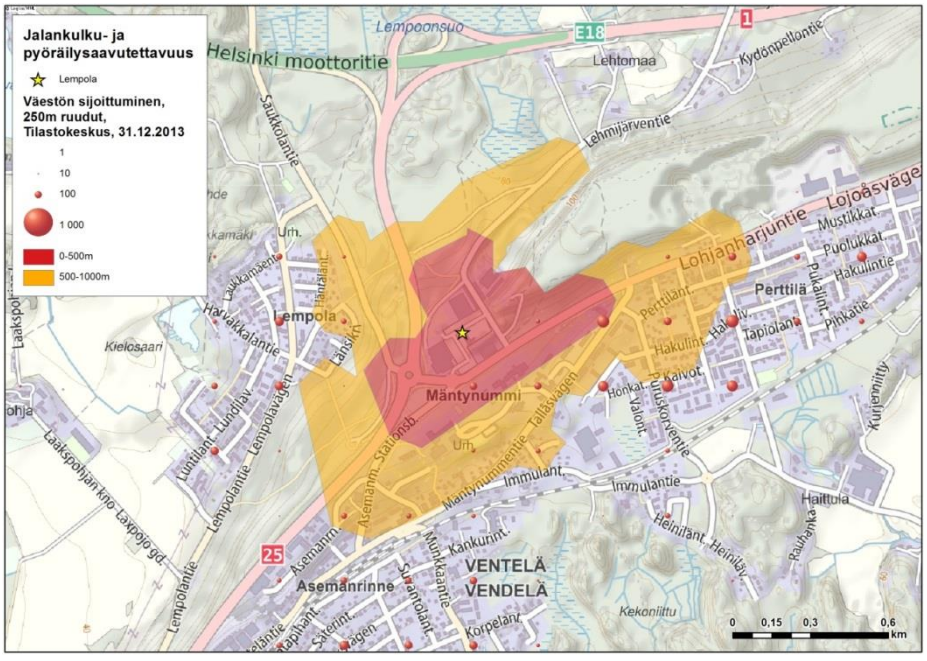
Kävellen ja pyöräillen kauppapuiston tavoittaa 500 metrin säteellä noin 400 asukasta ja kilometrin säteellä noin 1 000 asukasta (kuva 24). Kauppapuiston eteläpuolelta kävelyä ja pyöräilyä asiointimatkoilla heikentää jyrkähkö rinne. Asemakaavamuutoksen yhtenä tavoitteena on kuitenkin parantaa alueen savutettavuutta erityisesti jalankulkijoiden ja pyöräilijöiden näkökulmasta. Enintään 500 metrin etäisyyssäteellä sijaitsee vanhusten palvelutalo, minkä vuoksi todellinen potentiaalinen asiakasmäärä on edellä esitettyä pienempi.



Kuva 22 **Lempolan kauppapuiston saavutettavuus ajoaikana tieverkkoa pitkin.**



Kuva 23 **Väestömäärät ajoaikavyöhykkeittäin Lempolan kauppapuistoon.**



Kuva 24 **Lempolan kauppapuiston saavutettavuus kävellen ja pyöräillen 500 ja 1 000 metrin säteellä.**

3.2.4 Ostovoima ja ostovoiman siirtymät

Kaupan palvelujen kysynnän arviointi perustuu väestömäärään ja keskimääräiseen asukaskohtaiseen kulutukseen, jotka muodostavat alueen vähittäiskaupan ostovoiman. Ostovoiman arvioinnin lähtökohdaksi otettiin vuoden 2016 lopun väestömäärä Lohjalla, taajamaosayleiskaava-alueella, pohjoisessa taajamassa ja Lempolan kauppapuiston lähialueella (edellä kuvassa 20 osoitetulla alueella). Kulutuslukuina käytettiin Vähittäiskauppa Suomessa -selvityksen (Santasalo ja Koskela 2008) vuodelle 2016 päivitettyjä Uudenmaan keskimääräisiä lukuja (taulukko 3).

Ostovoiman kehitys Lohjan taajamaosayleiskaavan mukaiseen tavoitevuoteen 2035 arvioitiin väestömäärien ja yksityisen kulutuksen kasvuarvioiden mukaan. Yksityisen kulutuksen kasvuarviona käytettiin päivittäistavarakaupassa 1 %/vuosi ja erikoiskaupassa 2 %/vuosi. Eri tahojen tekemät arviot yksityisen kulutuksen kasvusta voivat poiketa merkittävästi toisistaan. Kasvuarviot vaihtelevat myös toimialoittain. Tässä selvityksessä käytetyt kasvuarviot kuvaavat maltillisesti ja realistisesti kulutuksen kehitystä, minkä vuoksi niitä käytetään yleisesti kaupan selvityksissä.

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

Kulutusluvut €/asukas	2016	2035
Päivittäistavarakauppa	3 171	3 831
Erikoiskauppa	5 910	8 610
- tilaa vaativa erikoiskauppa	1 894	2 760
- muu erikoiskauppa	4 016	5 850

Lohjalla koko vähittäiskaupan ostovoima vuonna 2016 oli noin 428 miljoonaa euroa (taulukko 4). Päivittäistavarakaupan osuus ostovoimasta oli noin 150 miljoonaa euroa ja erikoiskaupan osuus noin 279 miljoonaa euroa (tilaa vaativa erikoiskauppa noin 89 milj. € ja muu erikoiskauppa noin 189 milj. €). Vuonna 2035 Lohjan asukkaiden ostovoima on noin 791 miljoonaa euroa eli noin 363 miljoonaa euroa enemmän kuin vuonna 2016. Päivittäistavarakaupassa ostovoima kasvaa noin 94 miljoonaa euroa, muussa erikoiskaupassa noin 182 miljoonaa euroa ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 86 miljoonaa euroa.

Taajamaosayleiskaava-alueella ostovoiman kasvu on päivittäistavarakaupassa noin 93 miljoonaa euroa, tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 80 miljoonaa euroa ja muussa erikoiskaupassa noin 170 miljoonaa euroa. Pohjoistaajamassa ostovoima kasvaa päivittäistavarakaupassa noin 44 miljoonaa euroa, tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 34 miljoonaa euroa ja muussa erikoiskaupassa noin 72 miljoonaa euroa. Lempolan kauppapuiston lähialueella (ks. edellä kuva 20) ostovoiman kasvu 2016 - 2035 on päivittäistavarakaupassa noin 22 miljoonaa euroa, tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 17 miljoonaa euroa ja muussa erikoiskaupassa noin 35 miljoonaa euroa.

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

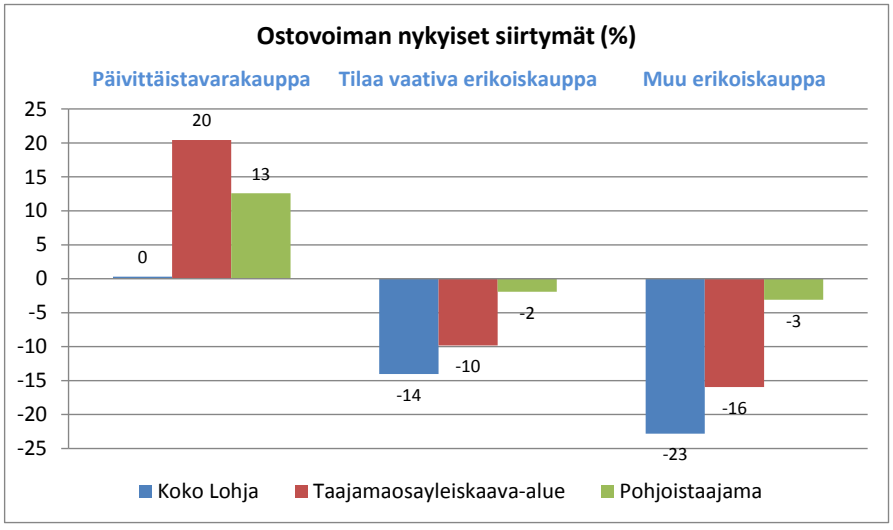
Vuonna 2016 päivittäistavarakaupan myynti ja Lohjan asukkaiden ostovoima olivat samansuuruiset eli ostovoiman siirtymää ei ollut (kuva 25.) Käytännössä tämä kertoo sen, että asukkaat käyttivät pääsääntöisesti oman kaupunkinsa päivittäistavaramyymälöitä, minkä lisäksi lähikuntien asukkaat, ohikulkuliikenne ja vapaa-ajan asukkaat toivat Lohjan päivittäistavaramyymälöihin ostoseuroja. Lohjan väestömäärän kasvaessa ostovoiman siirtymän nollatilanne ei kuitenkaan tule jatkumaan, mikäli Lohjan ja sen osana Lempolan kauppapuiston kauppaa ei kehitetä. Koko kau-

pungista poiketen taajamaosayleiskaava-alueella ostovoiman siirtymä oli positiivinen (20 %), samoin pohjoistaajamassa (13 %). Taajamaosayleiskaava-alueella tämä kertoo sen, että alue sai ostovoiman siirtymää pääasiassa taajamaosayleiskaava-alueen ulkopuolelta muualta Lohjalta. Pohjoistaajamaan siirtyy ostovoimaa pääasiassa sen ulkopuolisilta alueilta muualta Lohjalta. Lempolan kauppapuiston lähialue on ostovoiman siirtymätarkastelussa sama kuin pohjoistaajama, koska kaikki pohjoistaajaman päivittäistavaramyymälät (ja lähes kaikki erikoiskaupan myymälät) sijoittuvat kauppapuistoon ja sen läheisyyteen.

Taulukko 4 Ostovoima vuosina 2016 ja 2035.

	Lohja	Taajama-osayleiskaava	Pohjois-taajama	Kauppapuiston lähialue
	Ostovoima 2016			
Päivittäistavarakauppa	150	104	20	8
Erikoiskauppa yhteensä	279	195	38	15
Muu erikoiskauppa	189	132	26	10
Tilaa vaativa erikoiskauppa	89	62	12	5
Vähittäiskauppa yhteensä	428	299	58	23
	Ostovoima 2035			
Päivittäistavarakauppa	243	198	64	30
Erikoiskauppa yhteensä	547	445	144	66
Muu erikoiskauppa	372	302	98	45
Tilaa vaativa erikoiskauppa	175	142	46	21
Vähittäiskauppa yhteensä	791	642	208	96
	Ostovoiman kasvu 2016 - 2035			
Päivittäistavarakauppa	94	93	44	22
Erikoiskauppa yhteensä	269	250	106	52
Muu erikoiskauppa	182	170	72	35
Tilaa vaativa erikoiskauppa	86	80	34	17
Vähittäiskauppa yhteensä	363	343	150	73

Erikoiskaupassa ostovoiman siirtymä Lohjalla vuonna 2015 oli negatiivinen, sillä 14 %:a tilaa vaativan erikoiskaupan ja 23 %:a muun erikoiskaupan ostovoimasta siirtyi kaupungin ulkopuolelle ja lähinnä pääkaupunkiseudulle. Väestöosuuksien suhteella laskettuna taajamaosayleiskaava-alueen osuus koko kaupungin siirtymästä oli muussa erikoiskaupassa 16 % ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa 10 %. Pohjoistaajaman osuus koko taajamaosayleiskaavan ostovoiman siirtymästä oli väestöosuuksien suhteella laskettuna muussa erikoiskaupassa 3 % ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa 2 %. Ostovoiman ulosvirtauksen vähentäminen edellyttää sekä muun erikoiskaupan että tilaa vaativan erikoiskaupan tarjonnan monipuolistamista ja lisäämistä jo nykytilanteessa. Jatkossa tämä tarve kasvaa edelleen taajamaosayleiskaava-alueen ja etenkin pohjoistaajaman voimakkaan väestönlisäyksen myötä.



Kuva 25 Päivittäistavarakaupan (2016) ja erikoiskaupan (2015) ostovoiman siirtymät (%) Lohjalla, taajamaosayleiskaava-alueella ja pohjoistaajamassa.

3.2.5 Liiketilan laskennallinen lisätarve

Vakituiset asukkaat

Ostovoiman kasvu mahdollistaa kaupan paremmat toimintamahdollisuudet. Nykyiset yritykset voivat kasvattaa myyntiään ja uusille yrityksille voi syntyä riittävät toimintaedellytykset. Kaupan liiketilan lisätarve arvioitiin Lohjan, taajamaosayleiskaava-alueen, pohjoistaajaman ja kauppapuiston lähialueen (edellä kuvassa 20 osoitetun alueen) asukkaiden ostovoiman kasvun ja kaupan tunnuslukujen perusteella. Liiketilan lisätarve on laskennallinen luku, joka ei liity kaupan olemassa olevan liiketilan määrään. Tilantarve kuvaa liiketilan lisätarpeen suuruusluokkaa tilanteessa, jossa kaikki ostovoiman kasvu kohdistuu uusperustantaan eli uusiin myymälöihin. Käytännössä osa ostovoiman kasvusta kohdistuu nykyisten yritysten myynnin kasvuun ja vain osa vaatii uutta liiketilaa. Toisaalta ostovoiman vuodon vähentäminen, myymäläkannan poistuma ja alueen ulkopuolelta tuleva ostovoima lisäävät liiketilan tarvetta. Keskeinen tilatarpeeseen vaikuttava tekijä on myös myyntitehokkuus. Myyntitehokkuus vaihtelee erikoiskaupassa toimialoittain ja päivittäistavara-kaupassa myymälätyypeittäin (korkein suurissa yksiköissä). Näin ollen myös uusperustannan rakenne vaikuttaa lopulliseen tilantarpeeseen. Liiketilan laskennallinen tarve perustuu seuraaviin tunnuslukuihin:

- myyntialan muunto kerrosalaksi kertoimella 1,25
- myyntitehokkuus päivittäistavarakaupassa 7 000 €/k-m^2 ja erikoiskaupassa 3 000 €/k-m^2
- liiketilan poistuma 0 k-m^2
- kokonaan uusperustantaa
- kaavallinen ylimitoitus kertoimella 1,3
- verkkokauppa pienentää pinta-alan tarvetta 10 %

Lohjan vähittäiskaupan liiketilan laskennallinen lisätarve on ostovoiman kasvun ja edellä esitettyjen kaupan tunnuslukujen mukaan arvioituna vuonna 2035 noin 151 000 k-m^2 (taulukko 5). Vuoden 2035 lisätarpeesta kohdistuu päivittäistavarakauppaan noin 20 000 k-m^2 ja erikoiskauppaan noin 131 000 k-m^2 (tilaa vaativa erikoiskauppa 42 000 k-m^2 ja muu erikoiskauppa 89 000 k-m^2). Osa-alueittain tarkastellen liiketilan lisätarve päivittäistavarakaupassa on taajamaosayleiskaava-alueella noin 20 0000 k-m^2, pohjoistaajamassa noin 9 000 k-m^2 ja Lempolan kauppapuiston lähialueella noin 5 000 k-m^2. Tilaa vaativassa erikoiskaupassa lisätarve on taajamaosayleiskaava-alueella noin 39 000 k-m^2, pohjoistaajamassa noin 16 000 k-m^2 ja lähialueella noin 8 000 k-m^2. Muussa erikoiskaupassa taajamaosayleiskaava-alueen lisätarve on noin 83 000 k-m^2, pohjoistaajaman noin 35 000 k-m^2 ja kauppapuiston lähialueen noin 17 000 k-m^2.

Taulukko 5 Vähittäiskaupan liiketilan laskennallinen lisätarve vuoteen 2035.

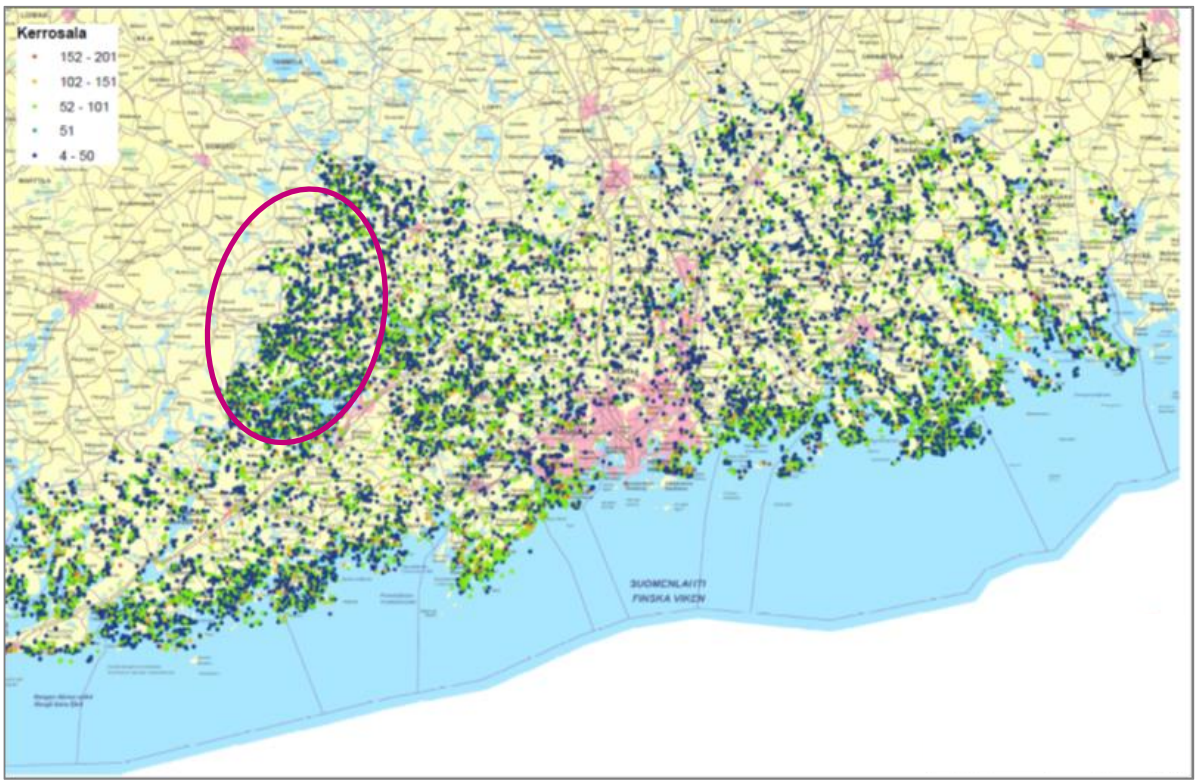
Liiketilan lisätarve 2016 - 2035	Lohja	Taajama-osayleiskaava	Pohjois-taajama	Kauppapuiston lähialue
Päivittäistavarakauppa	20 000	20 000	9 000	5 000
Erikoiskauppa yhteensä	131 000	122 000	51 000	25 000
Muu erikoiskauppa	89 000	83 000	35 000	17 000
Tilaa vaativa erikoiskauppa	42 000	39 000	16 000	8 000
Vähittäiskauppa yhteensä	151 000	142 000	60 000	30 000

Vapaa-ajan asukkaat ja ohikulkevasta liikenteestä Lempolassa pysähtyvät

Vapaa-ajan asukkaat tuovat kaupunkiin merkittävää lisäostovoimaa ja lisäliiketilatarvetta, sillä Lohjalla on noin 8 500 vapaa-ajan asuntoa. Koko Suomen mittakaavassa tämä tarkoittaa sitä, että vain Mikkelissä ja Kuopiossa vapaa-ajan asuntoja on enemmän (www.tilastokeskus.fi). Lohjalla mökin omistavien, mutta muualla asuvien vapaa-ajan asukkaiden (noin 18 000) ostovoimaa ja sen vaikutusta liiketilatarpeeseen on tarkasteltu vuonna 2014 valmistuneessa selvityksessä (Uudenmaan liitto 2014b). Selvityksen mukaan ulkokuntalaisten vapaa-ajan asukkaiden ostovoimaan ja sen kasvuun pohjautuva liiketilan lisätarve Lohjalla vuoteen 2035 on päivittäistavarakau-

passa noin 2 000 k-m^2, tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 8 000 k-m^2 ja muussa erikoiskaupassa noin 3 000 k-m^2. Koko vähittäiskaupassa yhteensä siis noin 13 000 k-m^2. Osa tästä liiketilan lisätarpeesta kohdistuu Lempolan kauppapuistoon, osa keskustaan ja Lohjan muihin kaupan keskittymiin.

Koska Lohjan vapaa-ajan asunnot sijoittuvat suhteellisen tasaisesti eri puolille kaupunkia (kuva 26), liiketilan lisätarpeen kohdistumista Lempolaan voidaan hahmottaa suuruusluokan tasolla vetovoimamallinnuksen tuloksiin perustuen (ks. edellä kohta 2.3). Mikäli vapaa-ajan asukkaiden asiointien suuntautumisen oletetaan noudattavan vakituisten asukkaiden asiointia, Lempolaan kohdistuisi noin 40 %:a asioinneista. Tällä osuudella laskettuna koko Lohjan vapaa-ajan asukkaiden aikaansaamasta liiketilan lisätarpeesta Lempolaan kohdistuisi päivittäistavarakaupan osalta noin 1 000 k-m^2, tilaa vaativan erikoiskaupan osalta noin 3 000 k-m^2 ja muun erikoiskaupan osalta noin 1 000 k-m^2.



Kuva 26 **Uudenmaan ja Lohjan (punaisen ympyrä) vapaa-ajan asuntojen sijoittuminen vuonna 2014 (Uudenmaan liitto 2014b).**

Lempolan kauppapuiston sijainti merkittävien liikenneväylien risteysalueella näkyvällä paikalla mahdollistaa kaupungin oman väestön ja vapaa-ajan asukkaiden ostovoiman lisäksi myös ohikulkuliikenteen ostovoiman hyödyntämisen. Tähän on myös hyvät mahdollisuudet, sillä keskimääräiset liikennemäärät Lempolan kohdalla valtatiellä 1 ovat Helsingin suuntaan noin 27 800 ja Turun suuntaan noin 17 400 ajoneuvoa vuorokaudessa (ks. edellä kuva 8). Liikennemäärät ovat suuria myös valtatiellä 25. Tämä liikenne liittyy kuitenkin pitkälti valtatien 1 liikenteeseen, minkä vuoksi sitä ei otettu huomioon ostovoima- ja liiketilatarkastelussa.

Todennäköisimmin Lempolassa asioimassa pysähtyvät ovat pitkämatkaisia asiointi-, mökki-, vierailu- ja muita vapaa-ajan matkaajia sekä työ- ja työasiamatkalaisia. Valtatien 1 Lempolan kohdan liikennemäärästä noin viidesosan voidaan katsoa olevan tällaista pitkämatkaista ohikulkevaa liikennettä. Koska valtaosan tästä liikenteestä voidaan olettaa olevan lohjalaisten työmatkaliikennettä ("vakituisten asukkaiden liiketilatarvetta") ja vapaa-ajan asukkaiden aikaansaama liiketilatarve on arvioitu erikseen, pitkämatkaisesta liikenteestä 10 %:a arvioitiin potentiaaliseksi Lempo-

lassa pysähtyväksi liikenteeksi. Liikennemäärän kehitys vuoteen 2035 arvioitiin liikenneviraston vuoden 2014 valtakunnallisen tieliikenne-ennusteen pohjalta.

Pääteiden varsilla toimivissa kaupallisissa keskittymissä pysähtyvien asiakkaiden keskiostoksista ei ole tutkittua tietoa. Vaikka pysähtyjiä on paljon, kaikki eivät välttämättä tee ostoksia. Ilmiö on rinnastettavissa Suomen kauppakeskuksiin, joissa noin 374 miljoonasta kävijästä huolimatta keskiostos oli 16 euroa vuonna 2015 (Suomen kauppakeskusyhdistys ry 2016). Päivittäistavarakaupassa keskiostos koko maassa oli vuonna 2015 noin 22 euroa (Päivittäistavarakauppa ry 2017). Lempolassa pysähtyvien asiakkaiden ostovoimaa laskettaessa keskiostoksena erikoiskaupassa oli 16 euroa ja päivittäistavarakaupassa 22 euroa. Keskiostoksen jakamiseen tilaa vaativan ja muun erikoiskaupan kesken ei ollut riittävästi perusteita, mutta valtaosan ostoksista voidaan olettaa kohdistuvan muuhun erikoiskauppaan. Kulutuksen kasvuarviona käytettiin 0,5 prosenttia/vuosi.

Edellä esitetyillä perusteilla laskettuna valtatien 1 Lempolan kohdan liikenteen vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima vuonna 2016 oli noin viisi miljoonaa euroa. Vuoteen 2035 mennessä ostovoima kasvaa noin kahdeksalla miljoonalla eurolla. Lempolan ohi kulkevasta liikenteestä kauppapuistossa pysähtyvien asiakkaiden ostovoiman kasvun aiheuttama vähittäiskaupan liiketilan lisätarve vuoteen 2035 on suuruusluokaltaan 2 000 k-m^2, joka jakautuu noin puoliksi päivittäistavarakaupan ja erikoiskaupan kesken.

4. LEMPOLAN KAUPPAPUISTON MITOITUS

4.1 Lähtökohta

Lempolan kauppapuistossa on nykyisin rakennettua vähittäiskaupan kerrosalaa noin 18 000 k-m^2, josta noin 4 100 k-m^2 on päivittäistavarakauppaa, noin 12 900 k-m^2 tilaa vaativaa erikoiskauppaa ja noin 1 000 k-m^2 muuta erikoiskauppaa (Lohjan kaupunki 2017d). Kauppapuiston mitoituksen lähtökohtana voidaan pitää nykyistä kerrosalaa lisättynä edellä esitetyllä kauppapuiston voimakkaimman vaikutusalueen eli pohjoistaajaman laskennallisella liiketilan lisätarpeella. Tällöin mitoituksen lähtötilanne on seuraava:

	Pohjoistaajaman liiketilantarve	Nykyinen kerrosala	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa	9 000 k-m^2	4 100 k-m^2	13 100 k-m^2
Muu erikoiskauppa	35 000 k-m^2	1 000 k-m^2	36 000 k-m^2
Tilaa vaativa erikoiskauppa	16 000 k-m^2	12 900 k-m^2	28 900 k-m^2
Yhteensä	60 000 k-m^2	18 000 k-m^2	78 000 k-m^2

Tämä nykyliiketilan ja pohjoistaajaman asukkaiden ostovoiman kasvuun pohjautuva mitoitus on samaa suuruusluokkaa kuin Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa Lempolan KM -alueelle osoitettu enimmäismitoitus 75 000 k-m^2. Vaihemaakuntakaavassa esitettyjä seudullisesti merkittäviä vähittäiskaupan suuryksiköitä kehitetään sellaista seudullista kauppaa varten, joka vaatii paljon tilaa, ei kilpaile keskustaan sijoittuvan kaupan kanssa ja jossa asioidaan harvoin. Muunkinlaisen seudullisen kaupan sijoittaminen suuryksikköalueille on mahdollista, mikäli vaikutusten arvioinnin perusteella kaupan laatua kuvaavat sijoittumisedellytykset täyttyvät. Lisäksi seudullisesti merkittäviin vähittäiskaupan suuryksiköihin voidaan sijoittaa kokonaismitoituksen puitteissa paikallisesti merkittävää päivittäistavaran kauppaa ja muuta erikoiskauppaa, mm. vaatekauppaa, jos kunnan palveluverkkoratkaisu mahdollistaa ratkaisun. Vaihemaakuntakaavassa ohjataan ainoastaan merkitykseltään seudullisten vähittäiskaupan suuryksiköiden sijoittumista. Kunta voi omassa kaavoituksessaan osoittaa paikallisesti merkittäviä vähittäiskaupan suuryksiköitä.

Vaihemaakuntakaavan mukaan uusia merkitykseltään seudullisia päivittäistavarakaupan suuryksiköitä saadaan osoittaa ainoastaan Espoon Lommilaan. Lohjalla seudullisuuden alarajaksi päivittäistavarakaupassa on määritelty 2 000 k-m^2. Maankäyttö- ja rakennuslain muutoksen myötä tätä kokorajaa ei kuitenkaan ole välttämätöntä noudattaa (www.ymparisto.fi):

> ***Kysymys**: Jos maakuntakaavassa määritelty merkitykseltään seudullisen suuryksikön koon alaraja on pienempi (esimerkiksi 2 000 tai 3 000 k-m^2) kuin 71 a §:n vähittäiskaupan suuryksikön kokoraja (4 000 k-m^2), kumpaa noudatetaan?*
> ***Vastaus**: Mikäli alueella on voimassa oikeusvaikutteinen yleiskaava, ohjaa yleiskaava asemakaavan laadintaa eikä maakuntakaava ole alueella voimassa muutoin kuin muutettaessa yleiskaavaa. Maankäyttö- ja rakennuslain 9 a luvun vähittäiskaupan suuryksikköjen säännökset koskevat yli 4 000 k-m^2:n suuruisia vähittäiskaupan myymälöitä. Tätä pienemmät myymälät eivät enää ole vähittäiskaupan suuryksiköitä lukuun ottamatta lain 71 d §:ssä tarkoitettuja myymäläkeskittymiä. Lisäksi on huomattava, että alle 4 000 k-m^2:n kokoisen myymälän sijoittaminen maakunta- tai yleiskaavan keskustatoiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle ei edellytä asemakaavassa vähittäiskaupan suuryksikkömerkintää (KM).*

Taajamaosayleiskaavassa Lempola on tarkoitettu merkitykseltään seudullisille vähittäiskaupan suuryksiköille. Alueelle voidaan yksityiskohtaisella kaavalla sijoittaa sellaista uutta vähittäistavaran kauppaa, joka kaupan laatu huomioon ottaen on perusteltua sijoittaa keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle sekä merkitykseltään paikallista vähittäiskauppaa. Olemassa oleville merkitykseltään seudulliselle muun erikoiskaupan ja päivittäistavarakaupan suuryksikölle voidaan yksityiskohtaisemmassa kaavoituksessa osoittaa tilavaraus ja turvata palveluverkon tarpeiden perusteella sen kehittämisedellytykset. Suunnittelun yhteydessä on varmistettava, että uudet kaupan suuryksiköt eivät merkittävästi haittaa keskustatoimintojen alueen (C1) kaupan kehittämistä.

Seudullista/paikallista merkittävyyttä voidaan päivittäistavarakaupan ja muun erikoiskaupan osalta lähestyä käyttäjälähtöisesti tarkastelemalla myymälöiden kerrosalaan perustuvaa väestöpohjaa: kuinka suuri on se väestöpohja, jonka tietty kaupan kerrosala tarvitsee toimiakseen? Myymälöiden toiminnan kannalta on tärkeää, että niiden lähellä asuu riittävästi perusasiakaskuntaa. Lähialueelta eli markkina-alueelta voidaan edellyttää löytyvän noin 70 % tarvittavasta väestöpohjasta. Loppuosa asiakaskunnasta on asuinpaikaltaan vaikeasti määritettäviä liikkuvia asiakkaita. Jos jo perusasiakaskunta edellyttää asiakkaita useamman kunnan alueelta, myymälää voidaan lähtökohtaisesti pitää seudullisesti merkittävänä.

Kerrosalan mukaan määräytyvän väestöpohjan arviointi perustuu päivittäistavara- ja erikoiskaupan keskimääräisiin myyntitehokkuuksiin ja Uudenmaan kulutuslukuihin. Myyntitehokkuuksien avulla laskettiin myynti ja kulutuslukujen avulla väestömäärä, jolla myynti täyttyy. Päivittäistavarakaupassa laskennallisen markkina-alueen väestöpohja eri kerrosaloilla on seuraava:

- 2 000 k-m^2 noin 3 000 asukasta
- 4 000 k-m^2 noin 6 000 asukasta
- 5 000 k-m^2 noin 8 000 asukasta
- 10 000 k-m^2 noin 15 000 asukasta

Muussa erikoiskaupassa laskennallisen markkina-alueen väestöpohja on seuraava:

- 3 000 k-m^2 noin 2 600 asukasta
- 4 000 k-m^2 noin 3 500 asukasta
- 7 000 k-m^2 noin 6 000 asukasta
- 9 000 k-m^2 noin 8 000 asukasta
- 20 000 k-m^2 noin 17 000 asukasta

4.2 Mitoitusvaihtoehdot

Sekä vaihemaakuntakaavassa että taajamaosayleiskaavassa Lempolan kauppapuistoon voidaan sijoittaa tilaa vaativan erikoiskaupan lisäksi paikallista muuta erikoiskauppaa ja paikallista päivittäistavarakauppaa. Maakuntakaavamääräyksen mukaan Lempolaan ei voida sijoittaa päivittäistavarakaupan suuryksikköä, eikä näin ollen yli nykyistä liiketilaa eli 4 000 kerrosneliömetriä päivittäistavarakauppaa. Taajamaosayleiskaava mahdollistaa kuitenkin sen, että Lempolaan voidaan asemakaavoituksessa osoittaa tilavaraus ja turvata palveluverkon tarpeiden perusteella sen kehittämisedellytykset.

Maankäyttö- ja rakennuslakiin vuonna 2015 tehdyn kilpailun toimivuutta koskevan lisäyksen mukaan kaavoja valmistelevien viranomaisten tehtävä on huolehtia siitä, että alalla jo toimivien yritysten lisäksi kaavoitusprosessissa huomioidaan uusien toimijoiden alalle tulon edellytykset. Kilpailun toimivuuden edistämisen kannalta on olennaista, että kaavoituksella luodaan edellytykset uusien toimijoiden alalle tulolle. Kilpailun kannalta toivottavia ovat kaavaratkaisut, jotka ovat joustavia ja jättävät vaihtoehtoja toteutukseen. Elinkeinoelämän kilpailuasioiden huomioon ottaminen on yksi keskeisistä kaavoituksessa edistettävistä asioista. Lakimuutoksen tavoitteena on, että yrityksille osoitettaisiin laadultaan ja määrältään riittävästi sijoittautumispaikkoja (HE 334/2014 vp).

Edellä esitetyn vuoksi kauppapuiston mitoitusta tarkastellaan sekä päivittäistavarakaupan että erikoiskaupan osalta kahdessa tilanteessa:

- Mitoituksessa huomioidaan nykyisten myymälöiden toiminnan kehittämisedellytykset (vaihtoehto 1)
- Mitoituksessa huomioidaan edellisen lisäksi myös uuden toimijan sijoittumismahdollisuus alueelle (vaihtoehto 2)

Päivittäistavarakauppa

Päivittäistavarakaupassa kohdassa 4.1 esitetyn laskennallisen markkina-alueen noin 6 000 asukkaan väestöpohja mahdollistaa noin 4 000 k-m^2 päivittäistavarakauppaa. Luvut ovat samaa suuruusluokkaa kuin Pohjoistaajaman nykyinen väestömäärä ja kauppapuiston nykyinen päivittäistavarakaupan kerrosala. Pohjoistaajaman kolmas myymälä, Perttilän Sale, ei pienuutensa vuoksi vaikuta merkittävästi asiaan. Mitoitusvaihtoehdossa 1 kauppapuistoon tulee 1 800 k-m^2 uutta päivittäistavarakaupan liiketilaa, mikä mahdollista alueen nykyisten myymälöiden toiminnan kehittämisen. Vuoteen 2035 pohjoistaajaman väestömäärä kasvaa kuitenkin noin 16 700 asukkaaseen (+ 10 300) ja kauppapuiston lähialueen (ks. edellä kuva 20) väestömäärä noin 7 700 asukkaaseen (+ 5 200). Väestömäärien kasvun aikaansaama liiketilan lisätarve on koko pohjoistaajamassa noin 9 000 k-m^2 ja kauppapuiston lähialueella noin 5 000 k-m^2. Väestömäärien kasvaessa tarvitaan siis vaihtoehtoa 1 enemmän liiketilaa.

Tämä on huomioitu mitoitusvaihtoehdossa 2, jossa kauppapuistoon tulee 4 600 k-m^2 uutta päivittäistavarakaupan liiketilaa mahdollistaen alueen nykyisten myymälöiden toiminnan kehittämisen lisäksi myös uuden kaupan toimijan tulon alueelle. Tämä liiketilalisäys edellyttää noin 8 000 asukkaan väestöpohjaa, mikä puolestaan vastaa kauppapuiston lähialueen väestömäärää vuonna 2035. Uusi liiketila on siten luonteeltaan paikallista.

Päivittäistavarakaupan kokonaismitoitus on 5 900 k-m^2 vaihtoehdossa 1 ja 8 700 k-m^2 vaihtoehdossa 2. Pohjoistaajaman ja kauppapuiston lähialueen asukkaiden ostovoiman kasvuun pohjautuvat liiketilan lisätarpeet (9 000 k-m^2 ja 5 000 k-m^2) edellyttävät myymälöiltä noin 15 000 ja 8 000 asukkaan väestöpohjia. Nämä väestöpohjat vastaavat Pohjoistaajaman ja kauppapuiston lähialueen väestömääriä vuonna 2035, jolloin liiketilatarve voidaan katsoa paikalliseksi. Kauppapuiston mitoitusvaihtoehdossa 1 päivittäistavarakauppaa voidaan pitää alhaisena liiketilatarpeeseen nähden (paikallinen liiketilatarve 5 000 - 9 000 k-m^2 ja mitoitus 5 900 k-m^2). Vaihtoehdon 2 mitoitus 8 700 k-m^2 vastaa paremmin paikalliseen liiketilatarpeeseen.

Erikoiskauppa

Pohjoistaajaman alueella asuu nykyisin noin 6 400 asukasta, mikä vastaa edellä esitettyä muun erikoiskaupan toiminnan noin 7 000 k-m^2:n edellyttämän laskennallisen markkina-alueen väestöpohjaa. Lempolan kauppapuiston lähialueen nykyinen väestömäärä noin 2 500 puolestaan vastaa noin 3 000 k-m^2:n myymälöiden toiminnan edellyttämää väestöpohjaa. Lempolan kauppapuistossa voisi siis laskennallisesti olla 3 000 - 7 000 k-m^2 muuta erikoiskauppaa. Kauppapuiston nykyinen muun erikoiskaupan kerrosala on noin 1 000 k-m^2 eli jo sekä lähialueen että pohjoistaajaman nykyiseen väestömäärään nähden alimitoitettu. Vuonna 2035 muun erikoiskaupan määrä voisi suurimmillaan olla noin 9 000 - 20 000 k-m^2, jotka vastaavat laskennallisen markkina-alueen noin 8 000 ja 17 000 asukkaan väestöpohjia. Nämä puolestaan vastaavat kauppapuiston lähialueen ja pohjoistaajaman vuoden 2035 väestötavoitteita. Tilaa vaativan erikoiskaupan osalta seudullisen/paikallisen kaupan tarkastelu ei ole tarpeen, koska maakuntakaava ja taajamaosayleiskaava mahdollistavat seudullisen tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöiden sijoittumisen kauppapuistoon.

Pohjoistaajaman asukkaiden ostovoiman kasvuun perustuva liiketilan lisätarve ei käytännössä kohdistu kokonaisuudessaan omalle alueelle, koska lähialueen tarjonnasta huolimatta kaupassa käydään myös muualla. Sekä päivittäistavarakaupassa että erikoiskaupassa tarjonnan laajuus ja monipuolisuus vaikuttavat kaupalliseen vetovoimaan ja sitä kautta ostovoiman suuntautumiseen. Arvio liiketilatarpeen alueellisesta kohdentumisesta on parhaimmillaankin suuntaa-antava, sillä jonkin alueen laskennallinen pinta-ala voi, ja etenkin erikoiskaupan osalta useimmiten toteutuukin jollain toisella alueella. Edellä esitetystä erikoiskaupan liiketilan lisätarpeesta vain osan voidaan olettaa kohdistuvan Lempolan kauppapuistoon.

Suuntaa antavasti erikoiskaupan liiketilan lisätarpeen kohdentumista kauppapuistoon voidaan arvioida Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan kaupan taustaselvityksen (Uudenmaan liitto 2013) avulla. Kyseisessä selvityksessä muun erikoiskaupan liiketilatarpeesta 80 % suunnattiin keskustatyyppisille alueille ja 20 % muille alueille. Tilaa vaativan erikoiskaupan osalta 95 % liiketilatarpeesta suunnattiin muille kuin keskustatyyppisille alueille. Näitä suhteita soveltaen (muusta erikoiskaupasta 10 % ja tilaa vaativa erikoiskauppa kokonaisuudessaan) pohjoistaajaman muun erikoiskaupan liiketilan kokonaislisätarpeesta (35 000 k-m^2) Lempolan kauppapuistoon kohdistuisi 3 500 k-m^2 ja tilaa vaativan erikoiskaupan lisätarve (16 000 k-m^2) kokonaisuudessaan.

Koska asemakaavan muutoksen tarkoituksena ei ole lisätä kauppapuiston rakennusoikeutta, erikoiskaupan mitoituksen lähtökohdaksi otettiin nykyisen asemakaavan käyttämätön rakennusoikeus (noin 16 000 k-m^2) vähennettynä päivittäistavarakaupan uudella kerrosalalla (1 800 k-m^2 vaihtoehdossa 1 ja 4 600 k-m^2 vaihtoehdossa 2). Tämä kerrosala jaettiin muun erikoiskaupan ja tilaa vaativan erikoiskaupan kesken edellä mainittujen Lempolaan kohdistuvien kerrosalojen osuudella Lempolaan kohdistuvasta erikoiskaupan kokonaiskerrosalasta (19 500 k-m^2). Näin laskien uuden kerrosalan mitoitukseksi vaihtoehdossa 1 tulee muussa erikoiskaupassa noin 2 500 k-m^2 ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 11 700 k-m^2. Vaihtoehdossa 2 muun erikoiskaupan uuden kerrosalan mitoituksena on 2 000 k-m^2 ja tilaa vaativan erikoiskaupan mitoituksena 9 400 k-m^2.

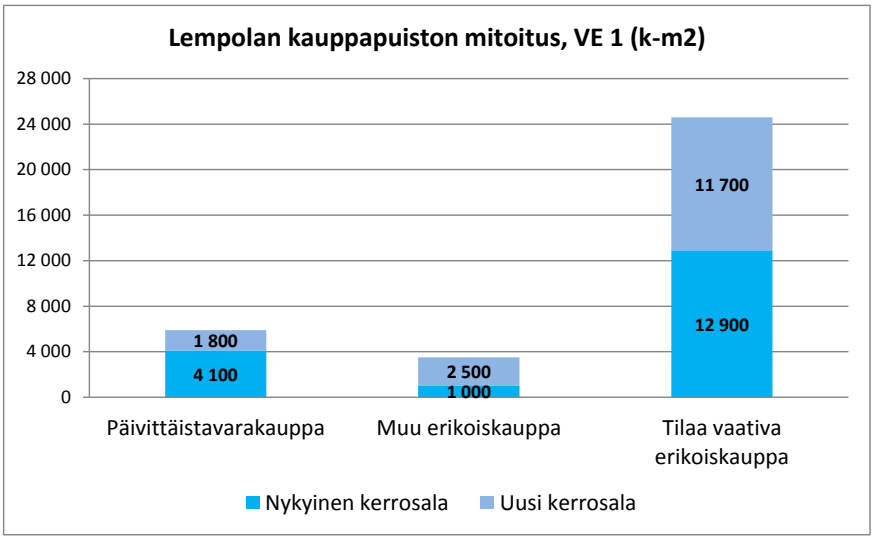
Kokonaismitoitus

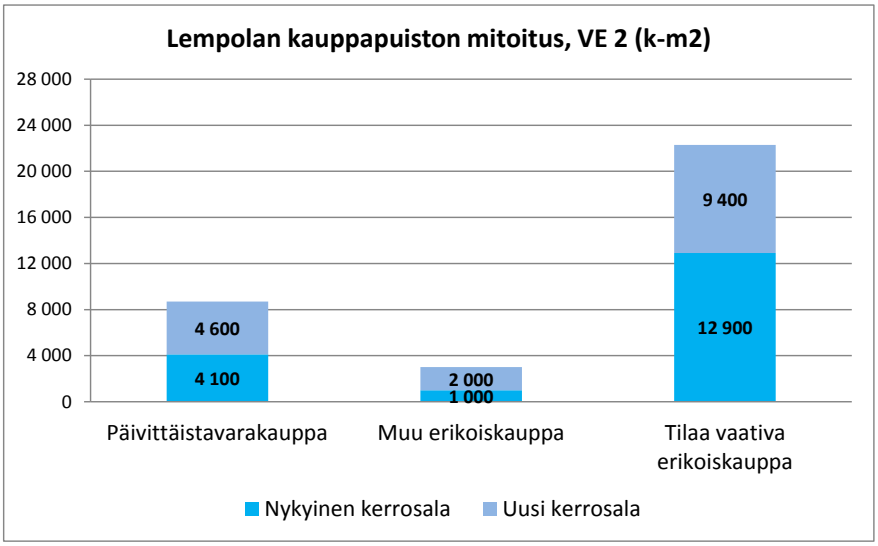
Molemmissa vaihtoehdoissa vähittäiskaupan kokonaismitoitus on 34 000 k-m^2 ja uuden kerrosalan mitoitus 16 000 k-m^2. Vaihtoehdossa 1 kokonaiskerrosalasta on päivittäistavarakauppaa 17 %, tilaa vaativaa erikoiskauppaa 73 % ja muuta erikoiskauppaa 10 % (taulukko 6 ja kuva 27). Vaihtoehdossa 2 päivittäistavarakaupan osuus on 26 %, tilaa vaativan erikoiskaupan osuus 66 % ja muun erikoiskaupan osuus 8 %.

Taulukko 6 Lempolan kauppapuiston mitoitus vaihtoehdoissa 1 ja 2.

Vaihtoehto 1	Nykyinen kerrosala	Uusi kerrosala	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa	4 100	1 800	5 900
Muu erikoiskauppa	1 000	2 500	3 500
Tilaa vaativa erikoiskauppa	12 900	11 700	24 600
Yhteensä	18 000	16 000	34 000

Vaihtoehto 2	Nykyinen kerrosala	Uusi kerrosala	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa	4 100	4 600	8 700
Muu erikoiskauppa	1 000	2 000	3 000
Tilaa vaativa erikoiskauppa	12 900	9 400	22 300
Yhteensä	18 000	16 000	34 000





Kuva 27 Kauppapuiston nykyinen kerrosala ja mitoitus (k-m^2) vaihtoehdoissa 1 ja 2.

5. VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

5.1 Alue- ja yhdyskuntarakenne

Aluerakenteella tarkoitetaan laajempien alueiden eli koko maan, maakuntien ja maakuntien osien rakennetta (www.ymparisto.fi). Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa Lohja on luokiteltu seutukeskukseksi, joka jo nykyisin on laajemman vaikutusalueen asioimis- ja työpaikkakeskittymä ja jossa keskustan rakenne asettaa rajoituksia suurille kaupan yksiköille (Uudenmaan liitto 2014). Aluerakennetasolla Lempolan kauppapuiston kehittyminen parantaa osaltaan Lohjan kaupallista asemaa, mutta ei vaikuta Uudenmaan kuntien välisiin suhteisiin, eikä muuta kaupungin asemaa keskusverkossa. Kauppapuiston kehittäminen ei myöskään vaikuta maakunnan, Lohjan seudun tai muiden Uudenmaan seutujen kaupan rakenteeseen, sillä kauppapuiston kokonaismitoitus on kummassakin mitoitusvaihtoehdossa sama ja huomattavasti Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavan mahdollistamaa enimmäismitoitusta (75 000 k-m^2) pienempi. Lisäksi kauppapuiston vaikutusalue kohdistuu erityisesti itäsuuntaan, jossa vastapainoina ovat Nummelan, Veikkolan ja pääkaupunkiseudun kaupan palvelut.

Yhdyskuntarakenteella tarkoitetaan työssäkäyntialueen, kaupunkiseudun, kaupungin, kaupunginosan tai muun taajaman sisäistä rakennetta sisältäen väestön ja asumisen, työpaikkojen ja tuotantotoiminnan, palvelujen ja vapaa-ajan alueiden sekä näitä yhdistävien liikenneväylien ja teknisen huollon verkostojen sijoittumisen ja niiden keskinäisen suhteen (www.ymparisto.fi). Lempolan kauppapuiston yhdyskuntarakenteellista sijoittumista hahmotetaan kuvassa 28.



Kuva 28 Kauppapuiston yhdyskuntarakenteellinen sijoittuminen.

Valtakunnallisten alueidenkäyttötavoitteiden mukaan alueidenkäytön suunnittelussa uusia huomattavia asuin-, työpaikka- tai palvelutoimintojen alueita ei tule sijoittaa irralleen olemassa olevasta yhdyskuntarakenteesta ja vähittäiskaupan suuryksiköt on sijoitettava tukemaan yhdyskuntarakennetta. Lempolan kauppapuisto ei ole nykyisestä yhdyskuntarakenteesta irrallaan oleva alue, vaan on osa väestömäärältään voimakkaasti kasvavaa pohjoistaajamaa. Kauppapuiston kehittämistä puoltavat myös seuraavat valtakunnalliset alueidenkäyttötavoitteet:

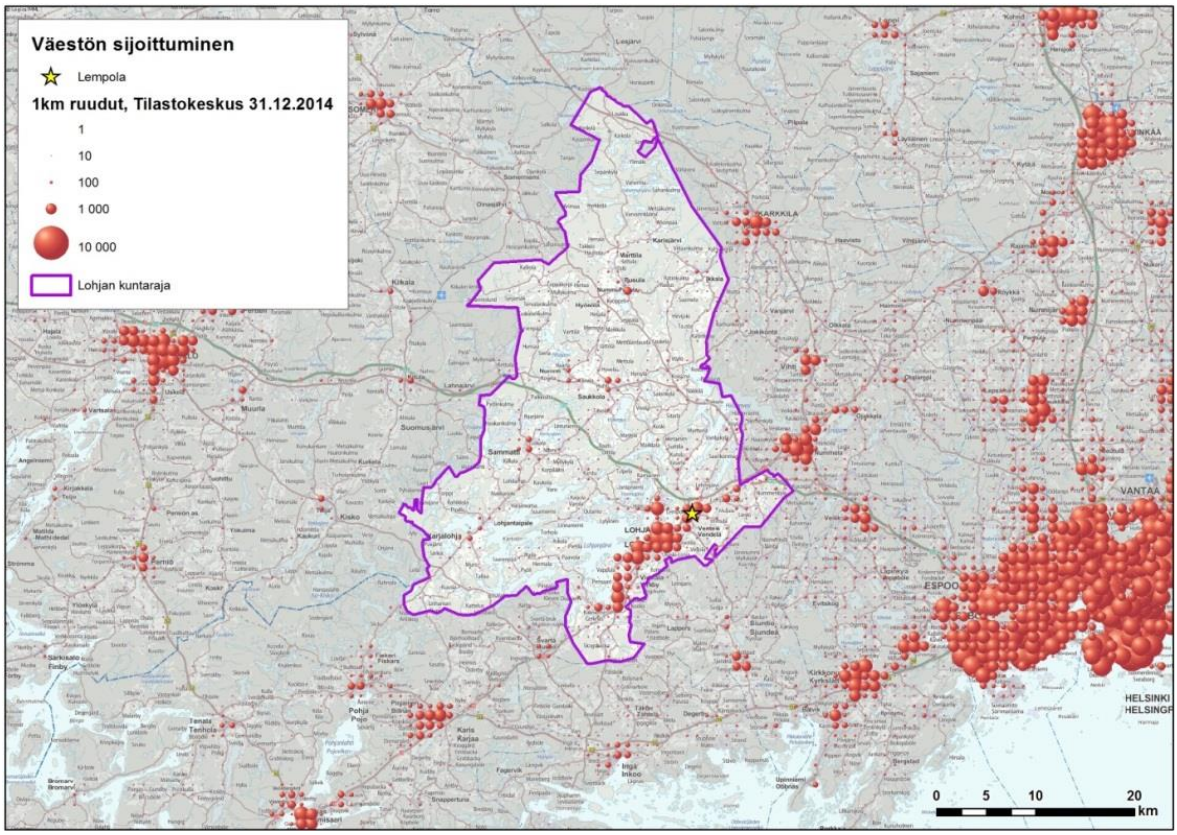
- Aluerakenteen ja alueidenkäytön kehittäminen perustuu ensisijaisesti alueiden omiin vahvuuksiin ja sijaintitekijöihin (toimiva aluerakenne, yleistavoite).
- Alueidenkäytöllä edistetään elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä osoittamalla elinkeinotoiminnalle riittävästi sijoittumismahdollisuuksia olemassa olevaa yhdyskuntarakennetta hyödyn-

täen. Runsaasti henkilöliikennettä aiheuttavat elinkeinoelämän toiminnot suunnataan olemassa olevan yhdyskuntarakenteen sisään tai muutoin hyvien joukkoliikenneyhteyksien äärelle (eheytyvä yhdyskuntarakenne ja elinympäristön laatu, yleistavoite).

Kauppapuiston kehittäminen ei siirrä Lohjan kaupan painopistettä keskustan ulkopuolelle, sillä taajamaosayleiskaava-alueella kaupan rakenne koostuu jo nykyisin nauhamaisesti erilisistä ja toiminnallisesti erilaisista keskittymistä. Lohjan ja etenkin taajamaosayleiskaava-alueen nykyisten ja tulevien asukkaiden kannalta katsottuna Lempolan kauppapuiston kehittäminen tuo molemmissa mitoitusvaihtoehdoissa lähemmäs tilaa vaativan erikoiskaupan palveluja. Tämä vähentää asiointiliikennettä, koska kauppamatkat voivat suuntautua entistä useammin kauppapuistoon pääkaupunkiseudun myymälöiden sijaan. Asiointimatkojen lyhentymisen myötä myös liikenne ja sen aiheuttamat ympäristöhaitat vähenevät. Myös päivittäistavarakaupan asiointiliikenne vähenee, kun Lohjan keskustan ja muiden kaupan alueiden sijaan voidaan asioida entistä enemmän Lempolassa. Mitoitusvaihtoehto 2 tarjoaa tähän paremmat edellytykset.

Yhdyskuntarakenteen kannalta myönteistä on myös se, että Lempolaan on mahdollista kulkea kevyen liikenteen väyliä myöten sekä kauppapuiston sijainti työmatkaliikenteen pääreittien (valtateiden 1 ja 25) tuntumassa. Mahdollisuus asioida työmatkan yhteydessä voi, etenkin vaihtoehdossa 2, vähentää merkittävästi tarvetta erillisiin päivittäistavarakaupan asiointimatkoihin.

Lohjan kaupungin maankäytön kehittämistavoitteiden, Lohjan kaupan nykyisen nauhamaisen rakenteen, asutuksen nykyisen (kuva 29) ja tulevan sijoittumisen, pohjoistaajaman voimakkaan väestönkasvun, työmatkaliikenteen reittien sekä keskustaan soveltumattomaan tilaa vaativaan erikoiskauppaan keskittyvän luonteensa vuoksi Lempolan kauppapuistolla ei voida katsoa olevan alue- ja yhdyskuntarakennetta hajauttavaa vaikutusta kummassakaan mitoitusvaihtoehdossa.



Kuva 29 **Väestön sijoittuminen vuonna 2014 (Tilastokeskus, Ruututietokanta 2015).**

5.2 Vähittäiskauppa

5.2.1 Uusi liikerakentaminen suhteessa liiketilatarpeeseen

Ostovoiman kasvuun perustuvaa liiketilan laskennallista lisätarvetta tarkastelemalla voidaan hahmottaa, kuinka suuri on se markkinoiden kasvu, jonka jakajaksi Lempolan kauppapuisto tulee. Pohjoistaajaman asukkaiden ostovoiman kasvuun perustuva liiketilan lisätarve vuoteen 2035 riittää kattamaan kauppapuistoon mitoitetun päivittäistavarakaupan, muun erikoiskaupan ja tilaa vaativan erikoiskaupan uuden liikerakentamisen molemmissa mitoitusvaihtoehdoissa. Päivittäistavarakaupassa ja muussa erikoiskaupassa jo kauppapuiston lähialueen (ks. edellä kuva 20) liiketilan lisätarve vuoteen 2035 ylittää kauppapuiston uuden kerrosalan kummassakin mitoitusvaihtoehdossa. Tilaa vaativassa erikoiskaupassa liiketilan lisätarve ei kata kauppapuiston mitoitusta, mutta ko. kauppatyypissä liiketoiminta ei voi perustua pelkästään lähialueen asukkaiden ostovoimaan.

Koko taajamaosayleiskaava-alueen liiketilan lisätarve vuoteen 2035 ilman pohjoistaajamaa on päivittäistavarakaupassa noin 11 000 k-m^2, tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 23 000 k-m^2 ja muussa erikoiskaupassa noin 48 000 k-m^2. Pohjoistaajamankin liiketilan lisätarpeesta vain osa kohdistuu kauppapuistoon: kauppapuistoon mitoitetun uuden kerrosalan "yli" jää liiketilaa seuraavasti:

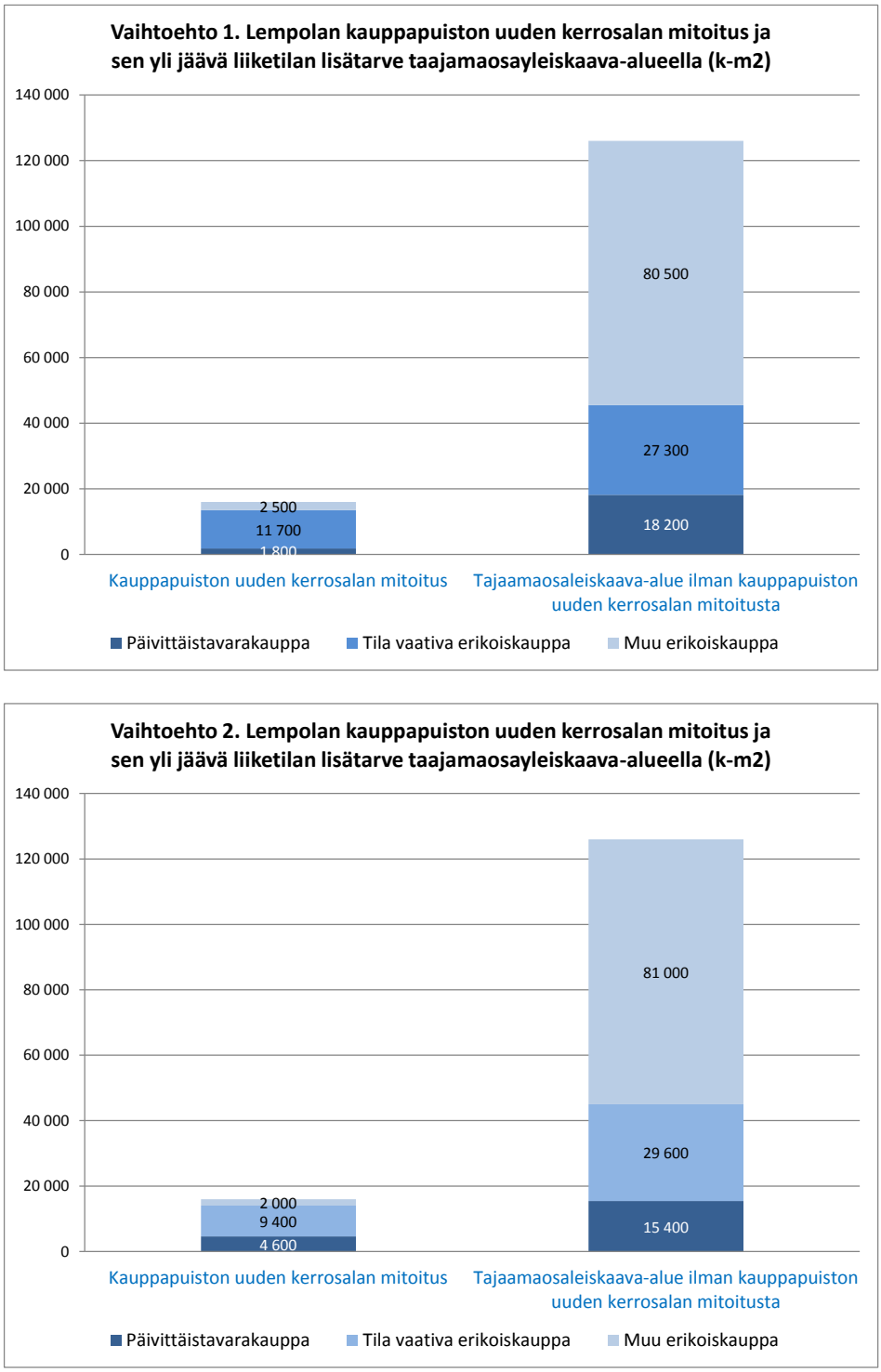
	Vaihtoehto 1	Vaihtoehto 2
Päivittäistavarakauppa	7 000 k-m^2	4 500 k-m^2
Tilaa vaativa erikoiskauppa	4 500 k-m^2	6 500 k-m^2
Muu erikoiskauppa	32 500 k-m^2	33 000 k-m^2

Nämä taajamaosayleiskaavan liiketilan lisätarpeen kerrosalat ilman Lempolaa (vaihtoehdossa 1 päivittäistavarakauppa noin 18 000 k-m^2, tilaa vaativa erikoiskauppa noin 27 000 k-m^2 ja muu erikoiskauppa noin 81 000 k-m^2) ja vaihtoehdossa 2 (päivittäistavarakauppa noin 15 000 k-m^2, tilaa vaativa erikoiskauppa noin 30 000 k-m^2 ja muu erikoiskauppa noin 81 000 k-m^2) jäävät siis muualla Lohjalla sijaitsevien nykyisten ja tulevien myymälöiden kehittämiseen Lempolan kauppapuistoon osoitetun mitoituksen jälkeen (kuva 30). Myymälöiden toiminnan lopettamiset kauppapuiston kehittämisen vuoksi eivät näin ollen ole todennäköisiä. Mikäli toiminnan lopettamisia tapahtuisi, kauppapuistoa merkittävämpänä tekijänä olisi kaupan yleinen rakennemuutos.

Kauppapuiston sijainti mahdollistaa kaupungin oman väestön lisäksi myös ohikulkuliikenteen ostovoiman hyödyntämisen. Lempolan ohi valtatiellä 1 kulkevasta liikenteestä kauppapuistossa pysähtyvien asiakkaiden ostovoiman kasvun aikaansaama vähittäiskaupan liiketilan lisätarve vuoteen 2035 on sekä päivittäistavarakaupassa että erikoiskaupassa noin 1 000 k-m^2. Lisäostovoimaa ja lisäliiketilatarvetta kaupunkiin tuovat myös vapaa-ajan asukkaat. Lempolaan kohdistuva vapaa-ajan asukkaiden aikaansaama liiketilan lisätarve on päivittäistavarakaupassa noin 1 000 k-m^2, tilaa vaativan erikoiskaupassa noin 3 000 k-m^2 ja muussa erikoiskaupassa noin 1 000 k-m^2. Näitä liiketilan lisätarpeita ei ole laskettu mukaan edellä esitettyihin tarkasteluihin.

Lempolan kauppapuiston uuden kerrosalan mitoituksella ei ole merkittävää vaikutusta Lohjan muille alueille suunniteltuun päivittäistavarakaupan ja muun erikoiskaupan palvelujen kehittämiseen. Kaupan sijoittumisen mahdollistavissa asemakaavoissa (keskusta, Karnainen, Tynninharju, Saukkola, Gunnarla ja Nummenkylä) päivittäistavarakaupalle osoitetaan uutta liiketilaa yhteensä noin 5 600 k-m^2 ja muulle erikoiskaupalle noin 12 000 k-m^2. Taajamaosayleiskaava-alueen liiketilan lisätarve ilman Lempolan kauppapuistoon osoitettua mitoitusta kattaa nämä kerrosalalisäykset. Tilaa vaativassa erikoiskaupassa tilanne on toinen, sillä kaupan sijoittumisen mahdollistavissa asemakaavoissa on yhteensä noin 60 000 k-m^2 tilaa vaativaa erikoiskauppaa ja yhdessä Lempolan kauppapuiston uuden kerrosalan mitoituksen kanssa kerrosalamäärä on vaihtoehdossa 1 noin 72 000 k-m^2 ja vaihtoehdossa 2 noin 69 000 k-m^2. Koko Lohjalla liiketilan lisätarve vuoteen 2035 on tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 42 000 k-m^2.

Tilaa vaativa erikoiskauppa on kuitenkin pääsääntöisesti luonteeltaan seudullista ja asioimaan voidaan tulla kaukaakin. Lohjan tilaa vaativat erikoiskaupat eivät palvele vain lohjalaisia. Pelkästään lohjalaisten omaan ostovoimaan perustuva liiketilan lisätarve ei siten voi olla pohjana liiketilatarpeen ja liiketilatarjonnan väliselle tarkastelulle. Muista kunnista suuntautuvien asiointien lisäksi merkittävä rooli on myös vapaa-ajan asukkailla, joiden ostovoimasta valtaosa osa kohdistuu tilaa vaativaan erikoiskauppaan. Lohjalla mökin omistavien, mutta muualla asuvien vapaa-ajan asukkaiden (noin 18 000) ostovoiman kasvuun pohjautuva tilaa vaativan erikoiskaupan liiketilan lisätarve vuoteen 2035 on noin 8 000 k-m^2.



Kuva 30 **Lempolan kauppapuiston uuden kerrosalan mitoitus ja sen yli jäävä liiketilan lisätarve taajamaosayleiskaava-alueella.**

5.2.2 Kaupan kilpailuasetelma

Kaavoituksessa tehdään kaupan kokoa, tyyppiä, sijaintia ja mahdollisesti toteutumisen ajoittumista koskevia ratkaisuja, jotka vaikuttavat vähittäiskaupan ostovoiman siirtymiin, myymälärakenteeseen ja kaupan alueelliseen palvelutarjontaan. Kaupan kannalta katsottuna asian voi tiivistää siten, että kyse on vaikutuksista kaupan kilpailuasetelmaan. Kaavoituksessa tehtävillä ratkaisuilla voidaankin rajoittaa tai mahdollistaa kilpailun toimivuutta. Tärkeää olisi pyrkiä siihen, että rajoitetaan vain sitä, mikä on välttämätöntä yhdyskuntarakenteen toimivuuden turvaamisen ja maankäytöllisten kehittämisnäkökohtien kannalta katsottuna. Yhdyskuntarakenteen kehittämistavoitteet eivät aina ole kaikilta osin samansuuntaisia kilpailun toimivuuden turvaamisen tavoitteiden kanssa. Kun tämä asia tiedostetaan, kaavaratkaisuja voidaan lähteä hakemaan avoimesti molemmat näkökulmat huomioon ottaen (ympäristöministeriö 2007).

Uuden liiketilan rakentamisella vastataan kuluttajien muuttuvaan kysyntään. Kuluttajien tarpeet ovat eriytyneet ja eriytyvät jatkossakin. Tämä merkitsee sitä, että myös ostospaikoilta vaaditaan yhä enemmän. Etenkin hyvän liikenteellisen sijainnin ja saavutettavuuden sekä hintatason ja monipuolisten valikoimien merkitys on ollut kasvussa. Jos myymälät eivät syystä tai toisesta miellytä, ostospaikkaa vaihdetaan, mikäli se vain on mahdollista. Asiointi suuntautuu sinne, missä kuluttajien odotukset täyttyvät parhaiten. Lohjan kaupungin tekemässä asukaskyselyssä vastaajat toivoivat Lempolan kauppapuistoon uutta päivittäistavarakaupan toimijaa, Alkoa, vaatekauppaa, huoltoasemaa sekä kahviloita ja ravintoloita (Lohjan kaupunki 2017c). Kauppapuiston kehittäminen antaa mahdollisuuden vastata näihin toiveisiin, mutta vain mitoitusvaihtoehto 2 mahdollistaa uuden päivittäistavarakaupan toimijan sijoittumisen alueelle.

Uudella liiketilarakentamisella vastaan myös kaupan muuttuviin konsepteihin, joiden taustalla ovat kuluttajien tarpeiden lisäksi mm. lainsäädännöllisistä, taloudellisista ja teknologisista kehitystrendeistä aiheutuvat muutostarpeet. Kauppapuiston kehittämisen myötä kuluttajien tarpeista, kaupan konseptien uudistumisesta ja kaupan toimintaedellytysten turvaamisesta aiheutuva lisärakentamisen paine on mahdollista toteuttaa tiloina, jotka sijaitsevat osana olemassa olevaa yhdyskuntarakennetta.

Kilpailuvaikutusten ennakointi onkin haasteellista, koska monet vaikutuksista riippuvat kuluttajien käyttäytymisen mahdollisista muutoksista ja kilpailun aiheuttamista dynaamisista vaikutuksista yritysten toimintaan. Tärkeintä kilpailun toimivuuden kannalta olisi varmistaa, että kaavoituksella luodaan edellytykset sille, että niin uusien toimijoiden alalle tulo kuin uusien liikeideoiden kehittäminenkin olisivat mahdollisia. Pitämällä alalle tulon esteet mahdollisimman alhaisina varmistetaan se, että luodaan edellytykset toimivalle kilpailulle ja sen myötä positiivisille kilpailuvaikutuksille.

Tämä asia on huomioitu myös maankäyttö- ja rakennuslaissa, johon tehtiin keväällä 2015 kilpailun toimivuutta koskeva lisäys. Elinkeinoelämän kilpailuasioiden huomioon ottaminen on yksi keskeisistä kaavoituksessa edistettävistä asioista. Kaavoja valmistelevien viranomaisten tehtävä on huolehtia siitä, että alalla jo toimivien yritysten lisäksi kaavoitusprosessissa huomioidaan uusien toimijoiden alalle tulon edellytykset. Lakimuutoksen tavoitteena on, että yrityksille osoitettaisiin laadultaan ja määrältään riittävästi sijoittautumispaikkoja (HE 334/2014 vp). Lempolan kauppapuiston tilaa vaativan erikoiskaupan kehittäminen tukee molemmissa mitoitusvaihtoehdoissa Lohjan kaupan uudistumismahdollisuuksia tarjoamalla toiminnallisesti hyvän sijaintipaikan Lohjan nykyisille ja tuleville uusille yrityksille. Päivittäistavarakaupassa vaihtoehto 1 mahdollistaa nykyisten myymälöiden toiminnan kehittämisedellytykset ja vaihtoehto 2 lisäksi uuden toimijan sijoittumisen alueelle.

Kilpailutilanteen muuttuminen ei aina ja automaattisesti tarkoita kielteisiä vaikutuksia olemassa olevien myymälöiden toimintaedellytyksiin. Lohjan vähittäiskaupan palveluverkko on viime vuosina uudistunut ja uudistuu jatkossakin. Koko maassa yleistrendinä on, että päivittäistavarakaupassa pienet, kannattavuudeltaan heikot ja vanhoissa liiketiloissa toimivat myymälät lopettavat tai

uudistavat toimintakonseptejaan ja hakevat uusia sijaintipaikkoja. Erikoiskaupassa erityisesti tilaa vaativa kauppa hakee uusia, saavutettavuudeltaan ja näkyvyydeltään hyviä sijaintipaikkoja keskustojen ulkopuolelta etenkin säännöllisen työmatkaliikenteen pääreittien varrella. Kaupan toimintaedellytysten kannalta onkin tärkeää, että kaavoituksella mahdollistetaan riittävä ja joustava liiketilarakentaminen ja laajentamismahdollisuudet myös pitkällä tähtäimellä. Lempolan kauppapuiston kehittäminen tukee tilaa vaativan erikoiskaupan kilpailun kehittymistä kummassakin mitoitusvaihtoehdossa.

Päivittäistavarakaupan toiminnassa on aina kyse siitä, missä kuluttajat haluavat asioida ja millainen on erikokoisten myymälöiden rooli. Pienissä myymälöissä saatetaan asioida usein, mutta valtaosa ostoseuroista suuntautuu suurempiin myymälöihin. Lohjalla tämä näkyy siinä, että suurimpien myymälätyyppien (hypermarkettien ja suurten supermarkettien) osuus kaupungissa sijaitsevien päivittäistavaramyymälöiden kokonaismyynnistä oli lähes 70 % vuonna 2016. Ollakseen vetovoimaisia päivittäistavaramyymälöiden on oltava riittävän isoja pystyäkseen tarjoamaan edullisen hintatason ja monipuoliset valikoimat, joiden merkitys kuluttajien asiointipäätöksissä on koko ajan kasvanut ja kasvaa edelleen. Lempolan kauppapuistossa tämä tarkoittaa sitä, että nykyisillä myymälöillä on tarvittaessa oltava mahdollisuus laajennuksiin (mitoitusvaihtoehto 1) ja uusilla toimijoilla on mahdollisuus sijoittua alueelle (mitoitusvaihtoehto 2).

Lempolan kauppapuiston kehittämisen aikaansaamaan kilpailuasetelman muutokseen vaikuttaa uuden liikerakentamisen kokonaismitoituksen lisäksi myös sen jakautuminen kaupan eri lajien kesken. Vaihtoehdossa 1 kauppapuistoon sijoittuu Lohjan keskustaan ja Tynninharjuun nähden suhteellisen vähän uutta päivittäistavarakaupan kerrosalaa. Koska uusi liiketila on lisäksi luonteeltaan paikallista, se ei vaikuta merkittävästi kilpailutilanteeseen. Tämä pätee myös vaihtoehdossa 2, vaikka päivittäistavarakaupan mitoitus on vaihtoehtoa 1 suurempi. Muussa eli keskustahakuisessa erikoiskaupassa kauppapuistoon sijoittuu molemmissa vaihtoehdoissa suhteellisen vähän uutta tarjontaa, joka lisäksi on luonteeltaan paikallista. Päivittäistavarakaupan tavoin uusi liiketila ei kilpaile merkittävästi Lohjan muiden kaupan keskittymien kanssa. Tilaa vaativassa erikoiskaupassa kilpailu kiristyy Lempolan kauppapuiston kehittämisen myötä. Kauppapuiston kilpailijana on lähinnä Tynninharju, jota käsitellään kohdassa 5.2.3.

5.2.3 Lohjan keskusta ja muut kaupalliset keskittymät

Lohjan taajamaosayleiskaava-alueen kaupan rakenne koostuu kuudesta toiminnallisesti erilaisesta keskittymästä (keskusta, Lempola, Tynninharju, Karnainen, Virkkalan keskusta ja Lohjan asema). Lohjan vähittäiskaupan kehittämistä onkin ajateltava paitsi yhdyskuntarakenteen, myös kaupallisen palvelurakenteen kehittymisen kannalta kokonaisuutena, jossa eri alueilla toimivat kaupan palvelut täydentävät toisiaan. Keskeistä on, että Lempolan alueelle sijoittuvat kaupan toiminnot ovat mahdollisimman paljon kaupungin nykyistä palvelutarjontaa täydentäviä, eivätkä kilpaile etenkään keskustan, mutta eivät myöskään muiden keskittymien kanssa. Tällöin eri alueet yhdessä muodostavat toimivan kokonaisuuden.

Keskusta on Lohjan kaupallinen pääkeskus, jossa on monipuolinen kaupan palvelutarjonta. Lempolan kauppapuiston kehittäminen ei uhkaa Lohjan keskustan kaupan palveluja, koska kauppapuistossa uusien liiketilojen pääpaino on tilaa vaativassa erikoiskaupassa. Lohjan keskustassa tilaa vaativan erikoiskaupan kerrosala vuonna 2013 oli noin 8 000 km^2 (Uudenmaan liitto 2013), mutta uuden liiketilan sijoittumismahdollisuudet ovat rajalliset. Lisäksi tilaa vaativan erikoiskaupan toiminnassa ja sijoittumisessa ratkaisevia tekijöitä ovat mahdollisuus riittävän suuriin liiketiloihin ja pysäköintipaikkoihin sekä hyvä liikenteellinen saavutettavuus ja näkyvyys. Nämä tekijät puoltavat tilaa vaativan erikoiskaupan sijoittumista Lempolan kauppapuistoon Lohjan keskustan sijaan.

Muu kuin tilaa vaativa erikoiskauppa sijoittuu toiminnallisen luonteensa puolesta parhaiten keskustaan, jossa sen kilpailutekijöinä korostuvat monipuolisten kaupan ja julkisten palvelujen lisäksi

mm. kulttuuri, erilaiset tapahtumat, hyvä saavutettavuus kaikilla kulkumuodoilla sekä kävelyympäristö. Nämä edut tukevat niin päivittäistavarakaupan kuin muun erikoiskaupankin sijoittumista keskustaan. Lempolan kauppapuistoon osoitetun mitoituksen jälkeen muun erikoiskaupan kehittämiseen muulla taajamaosayleiskaava-alueella jää kummassakin mitoitusvaihtoehdossa noin 81 000 k-m^2. Vuonna 2013 muun erikoiskaupan pinta-ala Lohjan keskustassa oli noin 22 000 k-m^2 (Uudenmaan liitto 2013) ja asemakaavat mahdollistavat keskustaan noin 8 000 k-m^2 uutta muun erikoiskaupan liiketilaa. Lempolan kauppapuistoon mitoitettu muun erikoiskaupan uusi kerrosala (vaihtoehdossa 1 noin 2 500 k-m^2 ja vaihtoehdossa 2 noin 2 000 k-m^2) ei heikennä Lohjan keskustan muun erikoiskaupan myymälöiden toiminta- ja kehittämisedellytyksiä.

Uutta päivittäistavarakaupan liiketilaa kauppapuistoon on mitoitettu 1 800 k-m^2 vaihtoehdossa 1 ja 4 600 k-m^2 vaihtoehdossa 2, kun sitä Lohjan keskustassa oli jo vuonna 2013 noin 9 000 k-m^2 (Uudenmaan liitto 2013). Keskustan kaupallista vetovoimaa tulee lisäksi lisäämään asemakaavoissa suunnitteilla oleva päivittäistavarakaupan noin 4 000 k-m^2:n uusi liiketila. Lempolan kauppapuiston kehittäminen ei näin ollen uhkaa myöskään Lohjan keskustan päivittäistavarakaupan palveluja.

Tynninharju on kaupan pinta-alaltaan keskustan jälkeen Lohjan toiseksi suurin kaupallinen keskittymä, jossa toimii mm. kaupungin toinen hypermarket ja tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä. Vuonna 2013 Tynninharjulla oli vähittäiskaupan liiketilaa seuraavasti (Uudenmaan liitto 2013):

- päivittäistavarakauppa noin 7 000 k-m^2
- tilaa vaativa erikoiskauppa noin 21 500 k-m^2
- muu erikoiskauppa noin 6 300 k-m^2

Vähittäiskaupan nykyinen kokonaiskerrosala Tynninharjulla on samaa suuruusluokkaa kuin Lempolan kauppapuiston kokonaismitoitus vuoteen 2035. Tynninharjulla on lisäksi laadittavana asemakaavamuutos, joka mahdollistaa alueelle noin 37 000 k-m^2 uutta tilaa vaativan erikoiskaupan liiketilaa. Myös läheisellä Gunnarlan alueella laaditaan asemakaavamuutosta noin 18 000 k-m^2:n tilaa vaativan erikoiskaupan liiketilan sijoittamiseksi alueelle. Lempolan kauppapuistoon mitoitettu uusi tilaa vaativa erikoiskauppa ei tule vaikuttamaan Tynninharjun kaupalliseen kehittämiseen. Tynninharjulle suunnitteilla olevan uuden liiketilan ja kauppakeskittymien sijainnin vuoksi Lempolan kauppapuiston kehittämisen voidaankin katsoa lähinnä tasoittavan tilannetta taajama-alueen eri päissä sijaitsevien kaupan keskittymien kesken.

Karnainen on E18-tien varren liikenneasema, jonka ympäristöön on sijoittunut myös erikoiskaupan palveluja. Lempolan kauppapuiston kehittäminen ei uhkaa Karnaisten kaupan palveluja, jotka perustuvat lohjalaisten lisäksi myös ohikulkevan liikenteen ostovoimaan. Karnaisissa asemakaava mahdollistaa lisäksi noin 17 700 k-m^2 vähittäiskaupan uutta liiketilaa (päivittäistavarakauppa noin 400 k-m^2, tilaa vaativa erikoiskauppa noin 14 000 k-m^2 ja muu erikoiskauppa noin 3 300 k-m^2). Virkkalan keskusta on lähialueensa paikalliskeskus, jossa kaupan palvelut ovat suhteellisen vaatimattomia. Myymälät ovat myös tottuneet lähimyymälärooliinsa ja vallitsevaan markkinatilanteeseen, jossa Lohjalla on jo pitkään ollut kaupallisia keskittymiä ja suuria myymälöitä niin päivittäistavarakaupan kuin erikoiskaupankin toimialoilla.

5.3 Asukkaat

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

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

Kaupan palvelujen saavutettavuutta voidaan siis tarkastella sekä liikkumiseen perustuvana fyysisenä saavutettavuutena (etäisyytenä myymälään) että koettuna saavutettavuutena, joka kuvaa asiaa pelkkää etäisyyttä moniulotteisemmin. Koettu saavutettavuus voidaan määritellä vaivaksi, jonka kotitalous kokee tavaroita hankkiessaan. Jos päivittäistavaroiden hankkiminen aiheuttaa paljon vaivaa, on saavutettavuus huono - mikäli se aiheuttaa vähän vaivaa, on saavutettavuus hyvä. Erikoistavaroiden koetulla saavutettavuudella tarkoitetaan kotitalouksille erikoistavaroiden hankkimisesta aiheutuvaa vaivaa, ajankäyttöä ja kustannuksia. Kuluttajille tärkeitä asioita ovat lisäksi tiedon saanti tuotteesta, valikoimat ja vertailumahdollisuudet. Viimeksi mainittujen tekijöiden merkitys painottuu erikoiskaupassa selvästi päivittäistavarakauppaa enemmän.

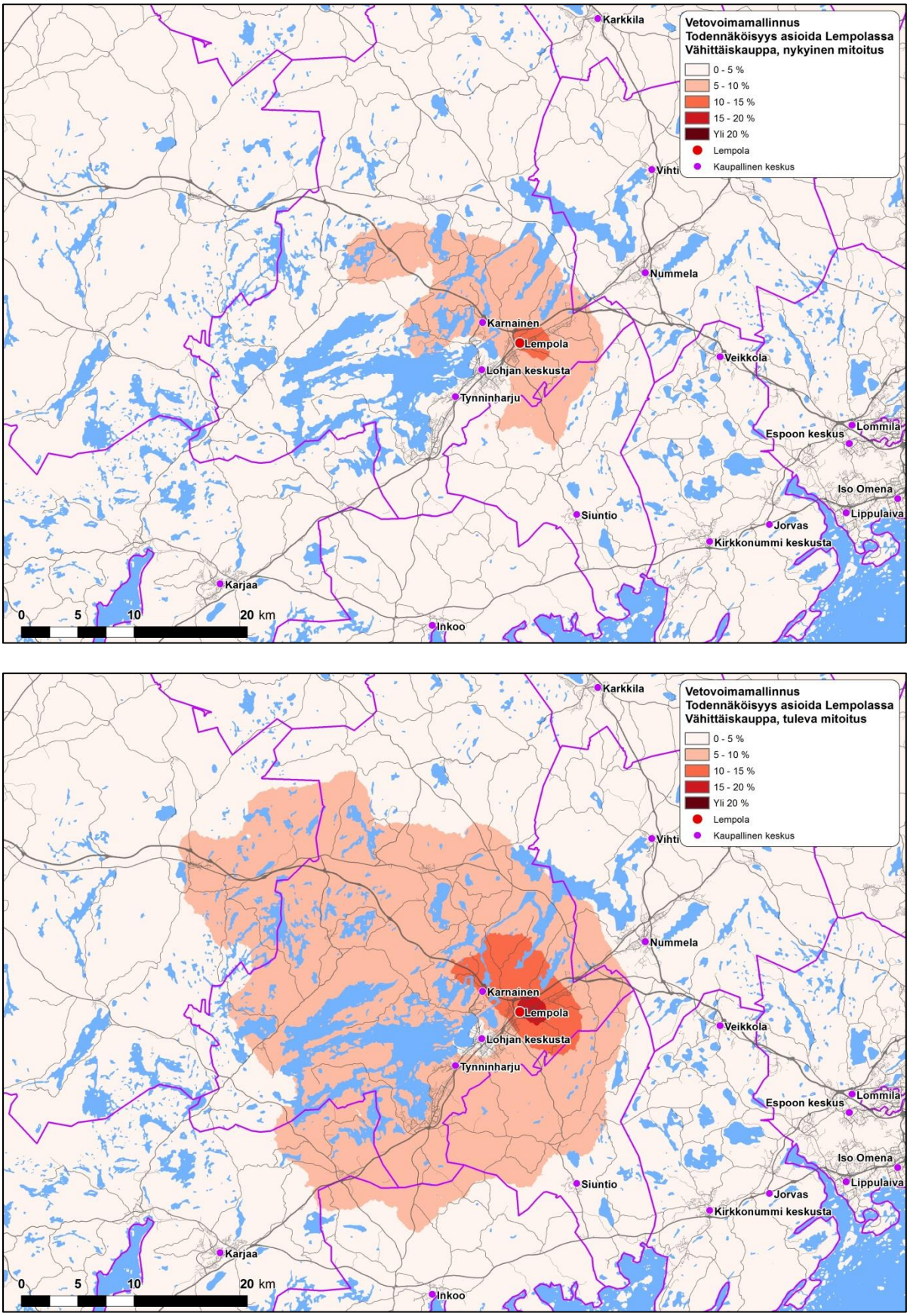
Lempolan kauppapuiston kehittämisellä ei ole vaikutusta alueen fyysiseen saavutettavuuteen (myymäläetäisyyteen). Kauppapuisto sijaitsee liikenteellisesti hyvin saavutettavalla ja kaupallisesti houkuttelevalla alueella, osana taajaman yhdyskuntarakennetta. Asiointimatkat kauppapuistoon ovat kohtuullisia koko taajama-alueelta ja lyhyitä väestömäärältään voimakkaasti kasvavalta pohjoistaajaman alueelta. Sijainti valtatien varressa mahdollistaa sujuvan asioinnin myös työmatkojen yhteydessä. Autoilun ohella asiointi onnistuu myös kävellen ja pyöräillen, joskin kauppapuiston sijoittuminen harjun päälle saattaa heikentää asiointihalukkuutta muuta kuin autoa käyttäen. Tilanne paranee kauppapuiston kehittämisen myötä, sillä asemakaavamuutoksen yhtenä tavoitteena on parantaa alueen savutettavuutta erityisesti kevytliikenteellä.

Liikenteellisestä saavutettavuudesta poiketen koettu saavutettavuus paranee kaupan palvelutarjonnan lisääntyessä ja monipuolistuessa sekä Lohjan taajama-alueen asukkaiden että kauempaa asioivien näkökulmasta katsottuna. Kauppapuiston lähialueen (ks. edellä kuva 20) asukkaille kauppapuiston ja etenkin päivittäistavarakaupan palvelujen kehittäminen parantaa merkittävästi koettua saavutettavuutta etenkin vaihtoehdossa 2. Koettu saavutettavuus paranee myös henkilöautolla asioiville, sillä asemakaavamuutoksella pyritään parantamaan alueen sisäisiä liikenne- ja pysäköintijärjestelyjä. Kauppapuiston toiminnan kannalta tämä on tärkeää, sillä Lohjan kaupungin tekemän asukaskyselyn mukaan 90 prosenttia asiakkaista asioi kauppapuistossa henkilöautolla (Lohjan kaupunki 2017c).

Tämä ei ole poikkeuksellista Suomessa, sillä henkilöauton käyttö asiointimatkoilla on hyvin yleistä. Liikenneviraston henkilöliikennetutkimuksen mukaan vuonna 2012 Suomessa ostos- ja asiointimatkojen matkasuoritteesta 87 %:a tehtiin henkilöautolla. Kauppakeskukset osana kestävää kulutusta ja kaupunkirakennetta -tutkimushankkeen mukaan Helsingin keskusta oli vuonna 2010 kaupan keskuksista ainoa, jossa joukko- ja kevytliikenteen osuus oli hallitseva ja autolla asioiminen pienessä roolissa (Liikennevirasto 2014).

5.4 Kaupallinen vetovoima

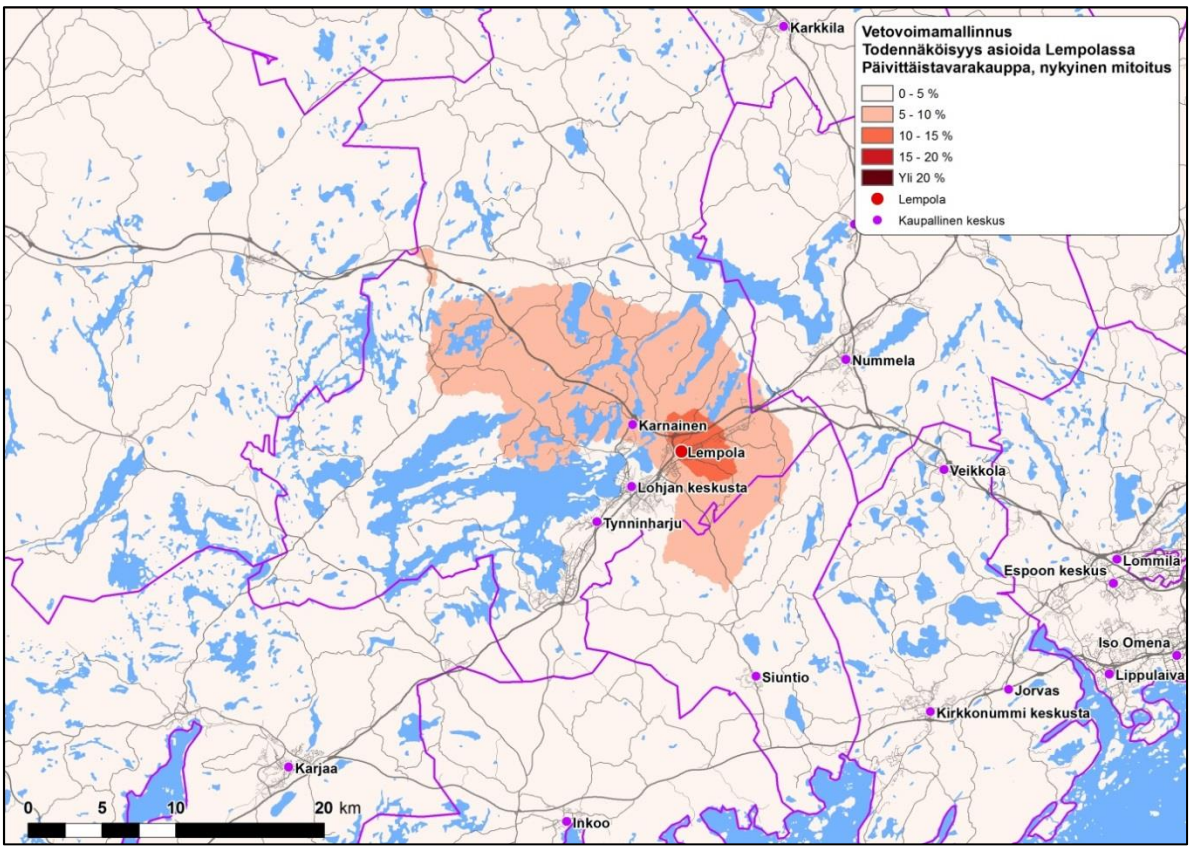
Keskusten kaupalliseen vetovoimaan ja asiointien suuntautumiseen kohdistuvia vaikutuksia arvioitiin Huffin vetovoimamallin avulla (ks. luku 2.3). Koko vähittäiskaupan nykytilakartasta (kuva 31) voidaan havaita, että Lempolan kaupallinen vaikutusalue leviää erityisesti itään ja luoteeseen valtatien 1 myötäisesti. Lempolan kauppapuiston vaikutusaluetta rajaavat muut kaupalliset keskittymät (lähinnä Lohjan keskusta, Tynninharju ja Nummela), jotka jakavat alueen asukkaiden asiointeja eri keskusten kesken.



Kuva 31 **Lempolan kauppapuiston koko vähittäiskaupan vaikutusalue vetovoimamallinnuksen perusteella nykytilanteessa (ylempi kuva) ja mitoitetussa tilanteessa.**

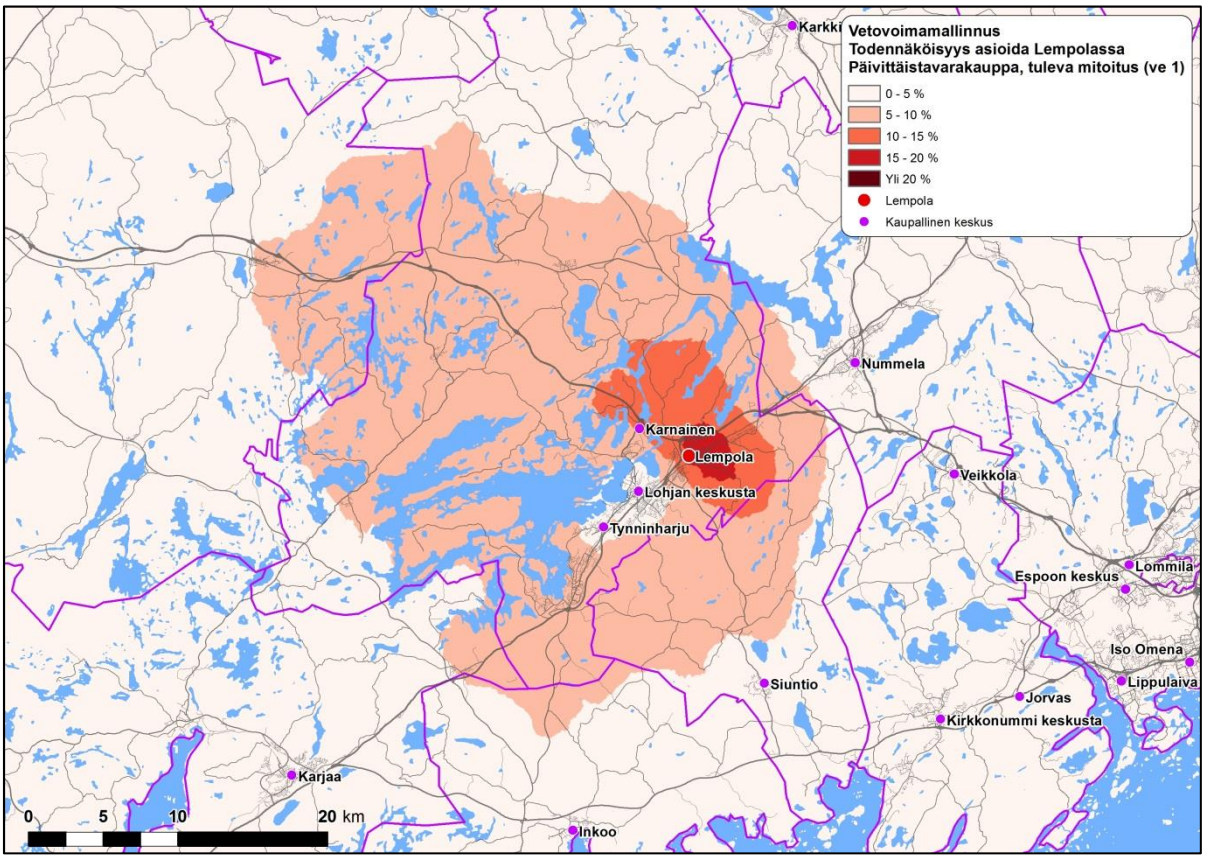
Kuvassa 31 havainnollistetaan myös Lempolan kauppapuiston kaupallisen tarjonnan lisäämisen (luvussa 4 esitetyn kokonaismitoituksen, joka on sama molemmissa mitoitusvaihtoehdoissa) vaikutusta. Kartalta voidaan havaita, miten kauppapuiston vaikutusalue laajenee nykytilaan verrattuna ja toisaalta, miten lähialueelta yhä suurempi osa asioinneista suuntautuu Lempolaan. Kauppapuistoon kohdistuvat asiointimäärät kasvavat vetovoimamallinnuksessa noin 50 % verrattuna nykytilanteeseen. Tarkastelussa ei kuitenkaan ole huomioitu muiden kaupan keskittymien kaupallisen tarjonnan kasvua. Tästä huolimatta vaikutukset Lohjan keskustaan ja Tynninharjuun eivät ole merkittäviä, sillä asiointimäärät pienenevät vain noin 2 %:a verrattuna nykytilaan. Nummelaan kohdistuvat vaikutukset jäävät alle prosenttiin. Lisäksi on huomioitava, että erityisesti keskustan ja Tynninharjun asemakaavojen mahdollistama kaupallinen kehittäminen tasapainottaa vaikutusta ja todellinen asiointimäärien pieneneminen jää mallinnettua pienemmäksi. Myös väestön- ja ostovoiman kasvu vaikuttavat positiivisesti keskustan ja Tynninharjun kaupan kehittymisedellytyksiin Lempolan laajenemisesta huolimatta.

Kuvissa 32 - 34 havainnollistetaan vain päivittäistavarakaupan vaikutusalueessa tapahtuvaa muutosta. Nykytilannetta esittävästä kuvasta 32 voidaan havaita erityisesti Lohjan keskustan ja Tynninharjun päivittäistavarakaupan tarjonnan vaikutus asiointialueen muodostumiseen nykytilanteessa, sillä niiden lähialueilta vain satunnaiset päivittäistavarakaupan asioinnit suuntautuvat Lempolan alueelle. Kauppapuiston lähialueen asukkaiden lisäksi Lempola on vetovoimainen sijaintipaikka erityisesti Lohjan sisääntulo- ja pendelöintiliikenteen näkökulmasta. Lempola on Lohjan ensimmäinen kaupan keskittymä, kun kaupunkiin saavutaan valtatietä 1 pitkin Helsingin suunnasta. Tämän vuoksi myös Lohjan keskustan asukkaat voivat hyödyntää kauppapuiston päivittäistavarakaupan tarjontaa työ- ja asiointimatkojen yhteydessä. Tätä vaikutusta ei mallinnuksen avulla kuitenkaan pystytä arvioimaan. Lisäksi on muistettava, että mallinnuksen tuottamat luvut ovat suuntaa-antavia ja erikoiskaupan tavoin myös päivittäistavarakaupassa tarjonnan monipuolisuus ja asiointikokemukseen panostaminen ovat sijainnin sekä tarjonnan laajuuden ja monipuolisuuden ohella merkittävässä roolissa asioinneista kilpailtaessa.



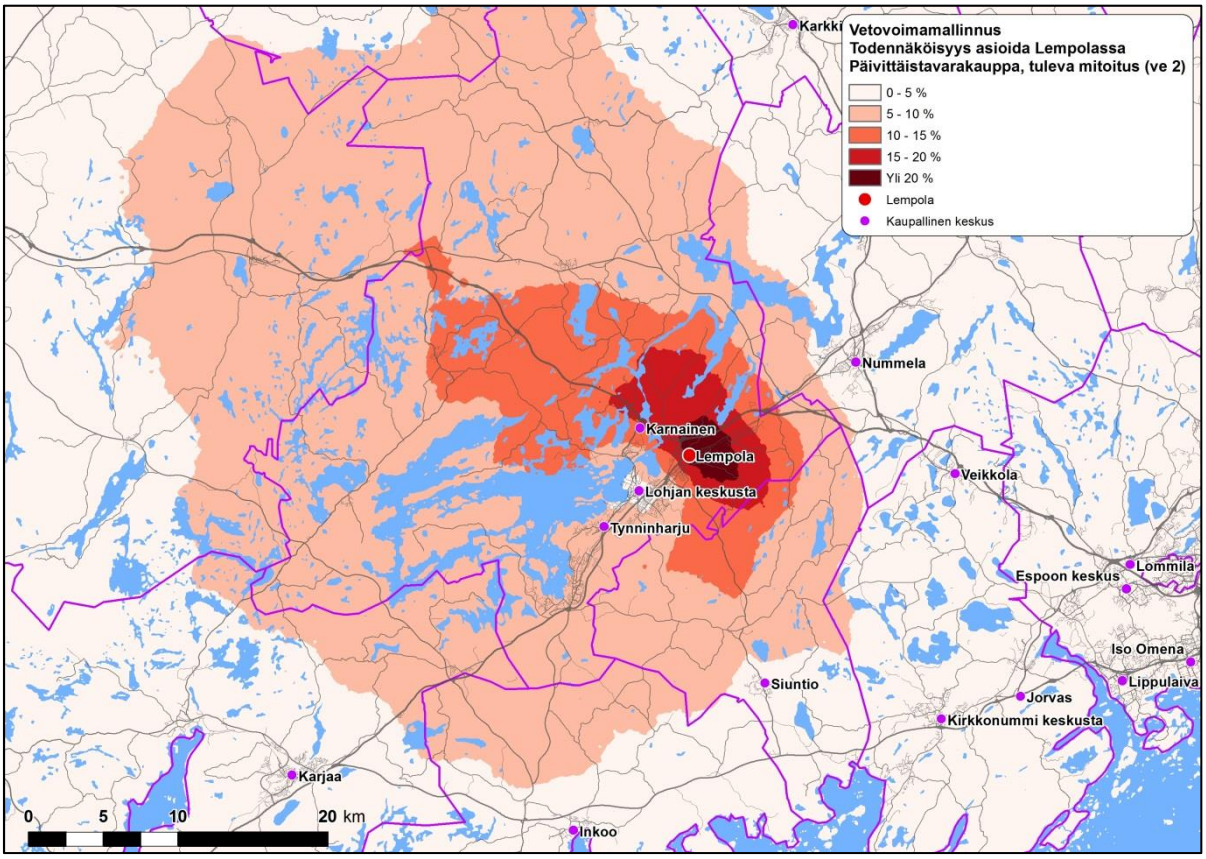
Kuva 32 **Lempolan kauppapuiston päivittäistavarakaupan vaikutusalue vetovoimamallinnuksen perusteella nykytilanteessa.**

Kuvassa 33 esitetään mitoitusvaihtoehto 1, jossa kerrosalamäärä kasvaa nykyisestä noin 4 100 kerrosneliömetristä 5 800 kerrosneliömetriin laajentaen vaikutusaluetta nykytilanteeseen verrattuna. Vaikutus näkyy selkeimmin 5 - 10 %:n eli suhteellisen alhaisen asiointitodennäköisyysvyöhykkeen laajenemisena. Vastapainona on kuitenkin se, että lähialueelta kauppapuistoon suuntautuvat päivittäistavarakaupan asioinnit lisääntyvät merkittävästi (noin 45 %). Malli ei ota huomioon Lohjan muiden kaupan keskittymien kehittymistä eli kaupan tarjonnan lisääntyminen Lohjan keskustassa, Tynninharjulla ja Karnaisissa pienentää kauppapuistoon vaikuttavuutta. Tästä huolimatta päivittäistavarakaupan kerrosalan lisääminen Lempolassa vähentää Lohjan keskustaan ja Tynninharjulle suuntautuvien asiointien määrää vain noin 2 %.



Kuva 33 **Lempolan kauppapuiston päivittäistavarakaupan vaikutusalue vetovoimamallinnuksen perusteella mitoitusvaihtoehdossa 1.**

Mitoitusvaihtoehdossa 2 (kuva 34) päivittäistavarakaupan kerrosalan kasvu 4 100 kerrosneliömetristä 8 700 kerrosneliömetriin laajentaa 5 - 10 %:n asiointitodennäköisyysaluetta edelleen, sillä se levittäytyy koko Lohjan alueelle sekä laajemmin myös läntiseen Saloon, Inkooseen ja Siuntioon. Myös 10 - 15 %:n asiointitodennäköisyysvyöhyke laajenee vaihtoehtoon 1 verrattuna. Oleellisempaa alue- ja yhdyskuntarakenteen myönteisen kehittymisen ja Lohjan kaupungin maankäytön kehittämistavoitteiden kannalta on kuitenkin se, että Pohjoistaajaman alueelta yhä useampi päivittäistavara-asiointi kohdistuu kauppapuistoon ilman merkittävää vaikutusta Lohjan keskustaan ja Tynninharjuun: Pohjoistaajaman alueelta Lempolaan suuntautuvat asioinnit lisääntyvät noin 100 %:a, mutta Lohjan keskustan ja Tynninharjun asiointimäärät vähenevät vain noin 4 %:a nykyiseen verrattuna. Nummelaan kohdistuvat asioinnit puolestaan vähenevät noin 2 %:a, mikä osaltaan pienentää hieman Lohjan ulkopuolelle suuntautuvaa asiointia.



Kuva 34 **Lempolan kauppapuiston päivittäistavarakaupan vaikutusalue vetovoimamallinnuksen perusteella mitoitusvaihtoehdossa 2.**

5.5 Yhteenveto

Kauppapuiston kehittämisen keskeisimmät vaikutukset voidaan esittää tiivistetysti seuraavasti:

	Vaikutukset alue- ja yhdyskuntarakenteeseen
Aluerakenne	Parantaa Lohjan kaupallista asemaa, mutta ei vaikuta Uudenmaan kuntien välisiin suhteisiin, ei muuta Lohjan asemaa keskusverkossa eikä vaikuta maakunnalliseen ja seudulliseen kaupan rakenteeseen. Mitoitusvaihtoehtoehtojen 1 ja 2 vaikutukset eivät eroa toisistaan.
Yhdyskuntarakenne	Tukee valtakunnallisten alueidenkäyttötavoitteiden tavoitteiden toteutumista. Ei hajauta yhdyskuntarakennetta eikä siirrä Lohjan kaupan painopistettä keskustan ulkopuolelle. Vähentää päivittäistavarakaupan ja tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöihin suuntautuvaa asiointiliikennettä ja samalla liikenteestä aiheutuvia päästöjä. Päivittäistavarakaupassa mitoitusvaihtoehto 2 antaa paremmat mahdollisuudet liikenteen vähentymiseen. Kumpikin vaihtoehto parantaa mahdollisuuksia asioida työmatkan yhteydessä. Lisää ja monipuolistaa lähimyymälätarjontaa Pohjoistaajaman ja lähialueen voimakkaasti kasvavalle väestölle. Päivittäistavarakaupassa tarjonta paranee merkittävästi kummassakin vaihtoehdossa, mutta enemmän vaihtoehdossa 2.
	Vaikutukset vähittäiskauppaan
Uusi liikerakentaminen suhteessa liiketilatarpeeseen	Ei heikennä Lohjan nykyisten päivittäistavarakaupan ja erikoiskaupan myymälöiden toiminta- ja kehittämisedellytyksiä kummassakaan vaihtoehdossa. Vaihtoehdossa 1 päivittäistavarakaupan mitoitus on alhainen paikalliseen liiketilatarpeeseen nähden. Vaihtoehto 2 vastaa paremmin paikalliseen liiketilatarpeeseen. Vakituisten asukkaiden lisäksi myös vapaa-ajan asukkaat ja valtatien 1 ohikulkuliikenteestä Lempolassa asioimaan pysähtyvät lisäävät liikerakentamisen tarvetta. Kumpikaan vaihtoehto ei vaaranna muissa asemakaavoissa olevia kaupan kehittämissuunnitelmia.
Kaupan kilpailuasetelma	Tukee ja nopeuttaa Lohjan vähittäiskaupan uudistumismahdollisuuksia ja antaa mahdollisuuden kuluttajien kauppapaikalleen asettamien tarpeiden tyydyttämiseen. Erikoiskaupassa kumpikin vaihtoehto edistää positiivisen kilpailun kehittymistä ja mahdollistaa uusien toimijoiden tulon markkinoille. Päivittäistavarakaupassa tämä on mahdollista vain vaihtoehdossa 2. Ei muuta Lohjan päivittäistavarakaupan, muun erikoiskaupan ja tilaa vaativan erikoiskaupan nykyistä kilpailuasetelmaa kummassakaan vaihtoehdossa.
Keskusta ja muut kaupalliset keskittymät	Ei uhkaa keskustan eikä Lohjan muidenkaan kaupallisten keskittymien toiminta- ja kehittymismahdollisuuksia päivittäistavarakaupassa, tilaa vaativassa erikoiskaupassa eikä muussa erikoiskaupassa. Tilaa vaativassa erikoiskaupassa tasoittaa nykyistä kaupan rakennetta, jossa palvelut ovat painottuneet Tynninharjulle.

	Vaikutukset asukkaisiin
Kaupan palvelujen saavutettavuus	Ei muuta kaupan palvelujen fyysistä saavutettavuutta. Tilaa vaativan erikoiskaupan koettu saavutettavuus paranee sekä taajama-alueen asukkaiden että kauempaa asioivien näkökulmasta katsottuna. Kauppapuiston lähialueen asukkaille etenkin päivittäistavarakaupan palvelujen kehittäminen parantaa merkittävästi koettua saavutettavuutta. Vaihtoehdossa 2 tämä myönteinen vaikutus on suurempi. Kevyen liikenteen parantamistoimenpiteet antavat mahdollisuuden kävelyn ja pyöräilyn lisääntymiseen ostosmatkoilla.
	Vaikutukset kaupalliseen vetovoimaan
Koko vähittäiskauppa	Kasvattaa vaikutusaluetta ja lisää lähialueelta tulevia asiointeja. Asiointimäärät kasvat noin 50 %:a nykytilanteeseen verrattuna. Vaikutukset Lohjan keskustaan ja Tynninharjulle eivät ole merkittäviä (asiointimäärät vähentyvät noin 2 %). Vaihtoehtojen välillä ei ole eroa kokonaismitoituksen ollessa sama.
Päivittäistavarakauppa	Molemmat vaihtoehdot laajentavat pienen asiointitodennäköisyyden vaikutusaluetta, mutta vastapainoisesti lisäävät merkittävästi lähialueelta tulevia asiointeja ilman erityistä vaikutusta Lohjan keskustaan ja Tyninharjuun. Vaihtoehto 1 - Lisää lähialueelta tulevia asiointeja noin 45 % verrattuna nykytilanteeseen - Asioinnit keskustassa ja Tynninharjulla vähenevät noin 2 %:a. Vaihtoehto 2 - Lisää lähialueelta tulevia asiointeja noin 100 %:a verrattuna nykytilanteeseen - Asioinnit keskustassa ja Tynninharjulla vähenevät noin 4 %:a

6. JOHTOPÄÄTÖKSET

Keskusta on Lohjan kaupallinen pääkeskus, jossa on monipuolinen kaupan palvelutarjonta. Sen tulee myös säilyä ensisijaisena päivittäistavarakaupan ja keskustahakuisen erikoiskaupan sijaintipaikkana jatkossakin. Tähän pyrittäessä on muistettava, että keskustojen kehitykseen vaikuttavat hyvin monet tekijät. Keskustojen kaupallinen vetovoima ja elävyys ovat riippuvaisia kaupan palvelutarjonnan lisäksi myös mm. kulttuuri-, viihde- ja ravintolapalvelujen ja julkisten palvelujen tarjonnan monipuolisuudesta sekä liikenne- ja pysäköintijärjestelyjen toimivuudesta, viihtyisästä fyysisestä ympäristöstä jne. Lohjan keskustan nykyinen asema ja sen kehittämispotentiaali on tässä mielessä vahva Lempolan kauppapuistoon ja muihin Lohjan kaupallisiin keskittymiin verrattuna. Keskustan asemakaavat mahdollistavat lisäksi merkittävän päivittäistavarakaupan ja muun kuin tilaa vaativan erikoiskaupan liiketilan lisäämisen ja luovat hyvän perustan keskustan kaupalliselle kehittämiselle. Sijoittumisensa, mitoituksensa ja toiminnallisen luonteensa vuoksi Lempolan kauppapuiston kehittäminen ei uhkaa Lohjan keskustan kaupallisten palvelujen toiminta- ja kehittämisedellytyksiä kummassakaan mitoitusvaihtoehdossa.

Lohjan muilla kaupallisilla keskittymillä (Tynninharju, Karnainen, Virkkalan keskusta) on oma ja Lempolan kauppapuistosta poikkeava roolinsa kaupan palveluverkossa. Tynninharjulla sijaitsee kaupungin toinen hypermarket ja eniten tilaa vaativaa erikoiskauppaa. Tynninharjulle on myös suunniteltu huomattava määrä tilaa vaativan erikoiskaupan uutta liiketilaa. Karnaisten alue on lähtenyt kehittymään liikennepalveluista ja vähittäiskaupan toiminta perustuu jatkossakin osittain ohikulkevan liikenteen ostovoimaan. Karnaisiin on myös suunnitteilla Lempolaa enemmän uutta liiketilaa tilaa vaativalle erikoiskaupalle. Virkkalan keskusta on lähialueensa paikalliskeskus, jossa myymälät ovat tottuneet lähipalvelurooliinsa osana kaupungin muita kaupan keskittymiä ja suuria myymälöitä. Lempolan kauppapuiston kehittäminen ei uhkaa myöskään Tynninharjun, Karnaisten eikä Virkkalan keskustan kapallisten palvelujen toiminta- ja kehittämisedellytyksiä.

Maankäytön suunnittelussa kaupan palvelujen kehittämistä on ajateltava kokonaisuutena, jossa eri alueiden kaupan palvelut täydentävät toisiaan. Koko kaupungin kaupan palveluverkon tasapainoisen kehittämisen kannalta onkin tärkeää, että keskustalle ja muille kaupan keskittymille annetaan riittävät mahdollisuudet kehittyä. Kaupungin tehtävänä on kokonaisuuden hallinta niin, että luodaan edellytykset kaupan tavoitteelliseen kehittymiseen eri alueilla.

Lohjalla mökin omistavien, mutta muualla asuvien noin 18 000 vapaa-ajan asukkaan ostovoima tukee niin Lempolan kauppapuiston kuin muiden Lohjan kaupan keskittymien toiminta- ja kehittymisedellytyksiä. Valtatietä 1 pitkin joko Helsingin tai Turun suuntaan kulkevasta liikenteestä Lempolassa pysähtyvien asiakkaiden ostovoima tukee kauppapuiston toimintaa, mutta ei vaikuta Lohjan keskustan eikä Karnaisten kaupan palveluihin.

Lempolan kauppapuiston asema ja rooli Lohjan vähittäiskaupan palveluverkossa on jo vakiintunut. Kauppapuiston kehittäminen vahvistaa tätä asemaa, mutta ei muuta sitä. Tehdyn asiointitodennäköisyysmallinnuksen perusteella kauppapuiston päivittäistavarakaupan vetovoima Pohjoistaajamassa kasvaa merkittävästi molemmissa mitoitusvaihtoehdoissa. Vaihtoehdossa 2 vetovoiman kasvu on selvästi suurempi, mutta asioinnit muissa Lohjan kaupan keskittymissä eivät siitä huolimatta käytännössä vähene.

Kauppapuiston kehittäminen noudattaa myös vähittäiskaupan kehityksessä viime aikoina vallinnutta trendiä, jossa kauppa keskittyy yhä enemmän jo olemassa oleviin kaupallisiin keskittymiin. Uusia kaupallisia keskittymiä perustetaan aiempaa vähemmän. Vähittäiskaupassa keskittymisen edut ovat merkittäviä: myymälätarjonnaltaan suuret keskittymät houkuttelevat asiointivirtoja, koska yhdellä pysähdyksellä on tarjolla laaja valikoima tuotteita ja palveluita. Vastaava analogia on sovellettavissa myös kaupunkikeskustojen kehittämiseen, sillä keskustojen kaupallista rakennetta tiivistetään kävelykeskustojen ja -katujen ympärille, jolloin myymälätarjonta on monipuolista asiointi vaivatonta.

Päivittäistavarakaupassa suuret ja valikoimiltaan monipuoliset myymälät houkuttelevat asiakkaita. Lohjalla tämä näkyy siinä, että päivittäistavarakaupan myynnistä noin 70 %:a toteutuu nykyisin hypermarketeissa ja suurissa supermarketeissa. Tilanteen voidaan olettaa säilyvän tämänkaltaisena jatkossakin. Kauppapuiston liiketilan kasvu mitoitusvaihtoehdossa 1 ei aivan vastaa lähialueen voimakkaan väestönkasvun aikaansaamaan liiketilatarpeeseen, eikä mahdollista uuden toimijan sijoittumista alueelle. Tämä ei tue maankäyttö- ja rakennuslain tavoitetta, jossa alalla jo toimivien yritysten lisäksi kaavoitusprosessissa olisi huomioitava uusien toimijoiden alalle tulon edellytykset. Vaihtoehto 2 mahdollistaa uuden toimijan sijoittumisen ja vastaa lähialueen väestökehityksen aikaansaamaan liiketilatarpeeseen. Asukkaille tämä merkitsee päivittäistavarakaupan palvelutason merkittävää paranemista. Samalla tarve asioida Lohjan keskustassa ja Tynninharjulla vähenee, mikä vähentää myös liikenteen päästöjä. Kummassakin mitoitusvaihtoehdossa kevyen liikenteen yhteyksien parantuminen sujuvoittaa asukkaiden arkea ja mahdollisuutta kasvavaan kävelyn ja pyöräilyn käyttöön asiointimatkoilla.

Päivittäistavarakaupan aikaansaama säännöllinen asiakasvirta tukee myös erikoiskauppaa. Toimiakseen vetovoimaisena erikoiskaupan keskittymänä Lempolan kauppapuisto, kuten lähes kaikki muutkin erikoiskaupan keskittymät Suomessa, tarvitsee veturikseen ajanmukaisia päivittäistavarakaupan myymälöitä. Vuonna 2014 Suomen kaikkien 93 kauppakeskuksen yhteenlasketusta liikepinta-alasta 18 %:a oli päivittäistavaramyynnin pinta-alaa. Pääkaupunkiseudun 38:sta kauppakeskuksesta 33:ssa toimi päivittäistavaramyymälä (Suomen Kauppakeskusyhdistys ry 2015). Erikoiskaupan kannalta katsottuna mitoitusvaihtoehto 2 antaa huomattavasti vaihtoehtoa 1 paremmat lähtökohdat koko kauppapuiston kehittymiseen.

Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaavassa merkitykseltään seudullisten vähittäiskaupan suuryksiköiden alueille (KM) suunnataan osa pääkaupunkiseudun ostovoiman kasvusta ja pääkaupunkiseudulle muualta Uudeltamaalta siirtyvää ostovoimaa. Tämän ratkaisun perusteena on se, että näillä suuryksikköalueilla on toteutuessaan tasapainottava vaikutus alue- ja yhdyskuntarakenteeseen. Lisäksi ne vähentävät asiointimatkojen pituutta, kun palveluja ei tarvitse hakea pääkaupunkiseudulta (Uudenmaan liitto 2014). Lempolan kauppapuiston kehittäminen tukee näitä tavoitteita.

Lempolan kauppapuiston kehittämisen käytännön toimialakokoonpanoihin ja toteutukseen tulee vaikuttamaan erityisesti se, mitkä toimialat/yritykset ovat kiinnostuneita alueesta ja millainen on niiden toimintakonsepti ja tilantarve. Tätä ei maankäytön suunnittelussa voida, eikä kilpailulainsäädännön mukaan saisikaan määritellä tarkasti ja sitovasti etukäteen. Toimialakokoonpanot voivat myös muuttua ajan kuluessa alueella toimivien yritysten vaihtuessa. Kannattava liiketoiminta on edellytys vetovoimaisille kaupan keskittymille ja sitä kautta Lohjan vähittäiskaupan ja Lempolan kauppapuiston osalta etenkin tilaa vaativan erikoiskaupan vahvistumiselle suhteessa pääkaupunkiseutuun. Liiketoimintaa ei välttämättä synny, ellei kaavoitus mahdollista joustavaa liikerakentamista. Kaavoituksella tuleekin tarjota Lohjalta sijaintipaikkaa hakeville yrityksille useampia vaihtoehtoja. Näin kauppa voi hakeutua konseptiinsa, muuhun myymäläverkkoon ja kilpailutilanteeseen suhteutettuna itselleen liiketoiminnallisesti parhaaseen paikkaan. Lempolan kauppapuisto on yksi näistä paikoista Lohjalla.

7. LÄHTEET

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

Espoon kaupunki (2017). Länsimetron jatkealueen kaupallinen tarkastelu. Espoon kaupunki ja Ramboll Finland Oy.

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

Kinnunen, Jaana (2016). Ventelän identiteetti- ja imagotekijöitä, esiselvitys. Lohjan kaupunki.

Kaupan liitto (2015). Verkkokauppatilasto 2014.

Liikennevirasto (2017). Vallu-aineisto.

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

Lohjan kaupunki (2017a). L65 Lempolan kauppapuisto, osallistumis- ja arviointisuunnitelma.

Lohjan kaupunki (2017b). L65 Lempolan kauppapuisto, suunnittelun lähtökohdat.

Lohjan kaupunki (2017c). Lempolan kauppapuiston kyselyn tulokset

Lohjan kaupunki (2017d). Kaupungilta saadut kerrosalatiedot.

Lohjan kaupunki (2012). Taajamaosayleiskaava, selostus.

Liikennevirasto (2014). Valtakunnallinen tieliikenne-ennuste 2030.

Maankäyttö- ja rakennuslaki (2016). Esitys maankäyttö- ja rakennuslain muuttamisesta (HE251/2016).

Päivittäistavarakauppa ry (2017). Päivittäistavarakauppa 2016.

Ramboll Finland Oy (2014). Lohjan K-Citymarketin laajennus, kaupallisten vaikutusten arviointi.

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

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

Työ- ja elinkeinoministeriö (2011). Loma-asumisen taloudelliset ja työllisyysvaikutukset Suomessa. Rakennustutkimus RTS Oy ja työ- ja elinkeinoministeriö.

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

Uudenmaan liitto (2014b). Matkailun ja vapaa-ajan asumisen vaikutukset kaupan liiketilatarpeeseen ja elinkeinoihin Uudellamaalla.

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

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

LIITE 1. VÄHITTÄISKAUPAN TOIMIALAT

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA (A.C.Nielsen Finland Oy)

Hypermarket
- Myyntipinta-ala 2 500 m² tai yli, päivittäistavaroiden osuus myynnistä alle 2/3
- Lohjalla Citymarket ja Prisma

Tavaratalo
- Myyntipinta-ala 1 000 m² tai yli, päivittäistavaroiden osuus myynnistä alle 2/3
- Ei Lohjalla

Supermarket, iso
- Myyntipinta-ala 1 000 m² tai yli, päivittäistavaroiden osuus myynnistä yli 2/3
- Lohjalla K-Supermarket, S-market ja Lidl

Supermarket, pieni
- Myyntipinta-ala 400 - 999 m², päivittäistavaroiden osuus myynnistä yli 2/3
- Lohjalla K-market ja Sale

Valintamyymälä, iso
- Myyntipinta-ala 200 - 399 m²
- Lohjalla K-Market, Sale ja ABC-market

Valintamyymälä, pieni
- Myyntipinta-ala 100 - 199 m²
- Lohjalla Tarmo MK-Market

Pienmyymälä
- Lohjalla K-Market, Marjatan kyläpuoti ja ABC Grillimarket

Erikoismyymälä
- Lohjalla mm. Deli Bakers, Maalaispuoti, Punnitse ja säästä ja Eestin hyvät herkut

KESKUSTAHAKUINEN ERIKOISKAUPPA (Tilastokeskus)

Tavaratalokauppa
- Itsepalvelutavaratalot (yli 2 500 m^2)
- Pienoistavaratalot ja muut erikoistumattomat myymälät enintään 2 500 m^2)

Alkot ja apteekit ym.
- Alkoholi- ja muiden juomien vähittäiskauppa
- Apteekit
- Terveydenhoitotarvikkeiden vähittäiskauppa
- Kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden vähittäiskauppa

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

Tietotekninen erikoiskauppa
- Tietokoneiden, oheislaitteiden ja ohjelmistojen vähittäiskauppa
- Televiestintälaitteiden vähittäiskauppa
- Viihde-elektroniikan vähittäiskauppa

Muu erikoiskauppa
- Kankaiden vähittäiskauppa
- Lankojen ja käsityötarvikkeiden vähittäiskauppa

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

TILAA VAATIVA ERIKOISKAUPPA (Tilastokeskus)

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

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

Kodintekniikkakauppa
- Sähköisten kodinkoneiden vähittäiskauppa

Huonekalukauppa
- Huonekalujen vähittäiskauppa

Muu tilaa vaativa kauppa
- Tapettien ja lattianpäällysteiden vähittäiskauppa
- Veneiden ja veneilytarvikkeiden vähittäiskauppa
- Puutarha-alan vähittäiskauppa