

Kiinteistömarkkinakatsaukset

Päivittäistavarakauppa- kiinteistömarkkina 2025 Q2: Business as usual



Anton Takkavuori

Kiinteistöanalytikko
anton.takkavuori@rettamanagement.fi
0400 853 528

rettamanagement.fi/markkinakatsaukset

Päivittäistavarakauppa-kiinteistömarkkina erottuu muista kaupallisista kiinteistöistä erityisesti defensiivisyytensä ansiosta: ruokaa ja välttämättömiä kulutustarvikkeita ostetaan aina, suhdanteesta riippumatta. Sektori on osoittanut jälleen vahvaa resilienssiä, ja sen tuottama ennustettava kassavirta on tarjonnut sijoittajille turvaa haastavan markkinasyklin yli. Epävarmoissa olosuhteissa päivittäistavarakauppavetoisten liiketilojen käyttöasteet ovat pysyneet korkeina.

Verkkokauppa on luonut painetta monille liikekiinteistöille ja niiden tulevalle kysynnälle, mutta päivittäistavarakauppa on altistunut sille selvästi vähemmän. KTI:n mukaan liiketilojen käyttöasteet ovat pysyneet edelleen korkealla, ja myös pörssilistattu Cibus – yksi Suomen päivittäistavaramarkkinan merkittävimmistä toimijoista – onnistui 25Q2:lla ylläpitämään 95,3 %:n käyttöasteen epävarmoista ajoista huolimatta. Salkun vahvat käyttöasteet heijastavat yhtiön kykyä menestyä myös haastavassa markkinassa.

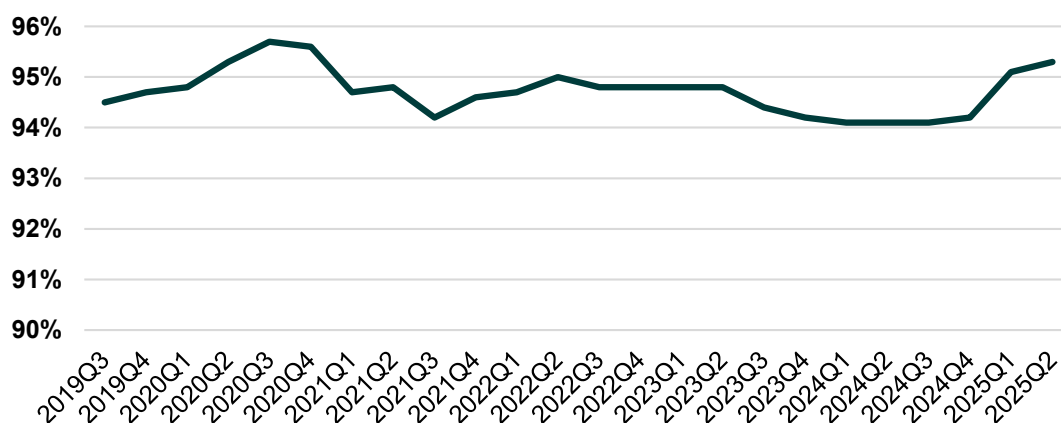
Päivittäistavarakauppa-kiinteistöt tarjoavat vakaata kassavirtaa ja pitkiä vuokrasopimuksia. Vuokralaisportfoliot ovat vakaita, luottotappiot harvinaisia, ja käyttöasteet ovat pysyneet korkeina, mikä houkuttelee uusia sijoittajia.

Kaupan rakennemuutos on vahvistanut suurten myymälöiden markkina-asemaa, mutta pienet toimijat säilyttävät tärkeän taustaroolinsa paikallisen palvelutason turvaajina.

Päivittäistavarakaupat eivät ole immuuneja verkkokaupan murrokselle, mutta huomattavasti vähemmän alttiita kuin vaikkapa erikoiskauppa.

"Suomen päivittäistavarakauppa-kiinteistömarkkina on vuosikymmenten aikana vahvasti keskittynyt ja vuosien saatossa oikeiden päätösten myötä muotoutunut siten, että Keskon sekä S-ryhmän ruokakauppaliketoiminta on kansainvälisesti vertailen huipputasolla kannattavuuden osalta. Tämä näkyy myös kiinteistömarkkinassa: päivittäistavarakauppa-kiinteistöjen vuokralaisportfoliot ovat vakaita, luottotappiot harvinaisia ja käyttöasteet pysyvät korkeina. Sektori onkin erinomaisessa asemassa, kun sijoittajien kiinnostus kiinteistömarkkinoita kohtaan kasvaa, ja viimeaikainen kaupankäynnin lisääntyminen heijastaa tätä luottamusta. Esimerkkeinä tästä ovat Prisma Propertiesin (SWE) tulo Suomeen sekä Cibuksen yli 61 miljoonan euron järjestely, jossa se hankki viisi Tokmannin myymälää ja yhden Prisma-hypermarketin", summaa päivittäistavarakauppa-kiinteistömarkkinan tilannetta Retta Managementin kiinteistöanalytikko **Anton Takkavuori**.

Taloudellinen käyttöaste (Cibus Nordic Real Estate)

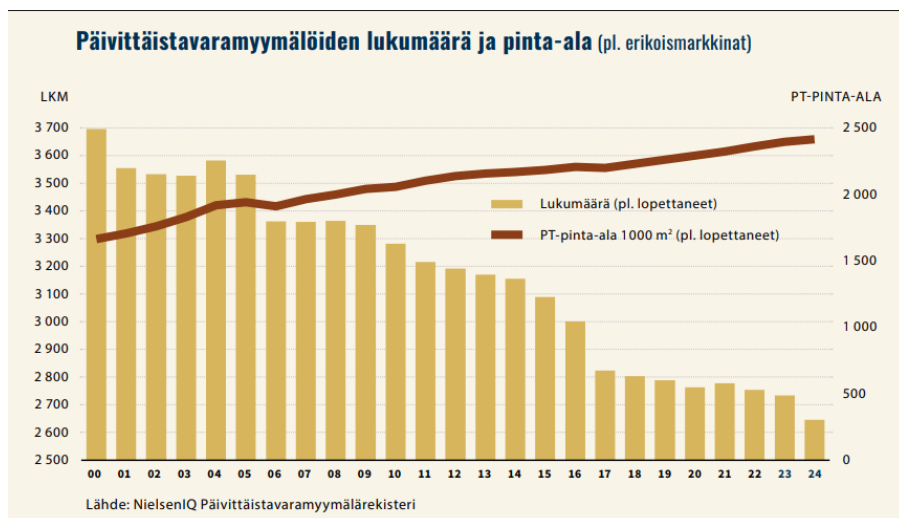


Lähde: Cibus

Suurten show – pienet pysyvät tärkeässä taustaroolissa

Kaupan rakennemuutos on ohjannut kulutusta yhä suurempiin myymälöihin. Ruuan hinnannousu on vauhdittanut kehitystä, sillä odotetusti suuret marketit pystyvät tarjoamaan laajemmat valikoimat ja edullisemmat hintatasot kuin pienet lähikaupat. Logistiset ja taloudelliset mittakaavaedut sekä suuret asiakasvolymit ovat vahvistaneet ketjujen asemaa entisestään, ja taajamien elintarvikehuolto lepää nykyisin pitkälti suurten myymälöiden varassa. Pienet lähikaupat sen sijaan menettävät jalansijaa – niiden määrä on vähentynyt vuosi vuodelta.

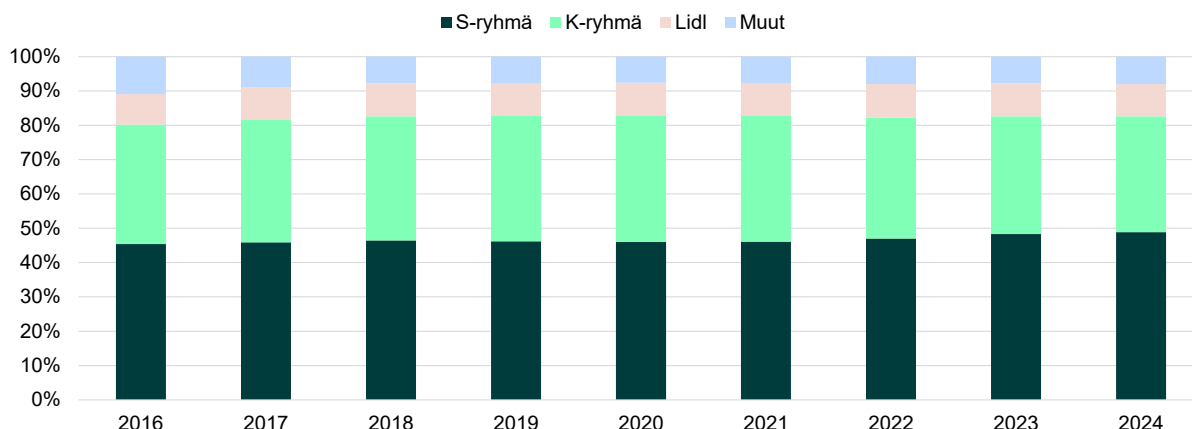
Market-tyyppisten myymälöiden määrä on vähentynyt rajusti: vuonna 1978 niitä oli 9 398, vuonna 2024 enää 2 647. Alle 400 neliömetrin myymälöiden määrä on puolittunut 15 vuodessa. Yli 1 000 neliömetrin myymälöiden (suuret supermarketit, tavaratalot ja hypermarketit kuten Citymarket, Prisma ja Minimani) markkinaosuus on noin 70 %.



Syrjäisillä paikkakunnilla tyhjiksi jääneet myymälätilat voivat menettää arvonsa lähes kokonaan, mikä on tyypillinen esimerkki jäännösarvoriskistä päivittäistavara-kauppakiinteistösektorilla. Toisaalta, kun Kesko tai S-ryhmä ovat aikeissa investoida tiettyyn paikkakuntaan tai kauppapaikkaan, kyseessä on vahva luottamuslause, jolla on usein laajempaa yhteiskunnallista ja infrastruktuurista merkitystä. Pienemmät myymälät säilyttävät tärkeän roolinsa paikallisen palvelutason ja maaseudun asuttavuuden turvaajina. Esimerkiksi Tokmanni on kertonut saaneensa yli sata ehdotusta kunnilta ja kaupungeilta erillisten Spar-myymlöiden perustamiseksi.

Suurten ketjujen markkina-asema kasvaa jatkuvasti, mikä heijastuu myös markkinaosuuksiin. S-ryhmän markkinaosuus on kasvanut tasaisesti vuoden 2021 jälkeen, ja vuonna 2024 se oli 48,8 % päivittäistavaramyynnistä, kun K-ryhmän osuus oli 33,7 %. Vuoden 2018 jälkeen S-ryhmä on avannut kymmenen uutta Prismaa, kun taas K-Citymarketeja on avattu vain yksi. Viime vuodet ovat olleet S-ryhmän komennossa, ja erityisesti vuosi 2024 oli Prismen vuosi: ainoa hypermarket-ketju, joka kasvatti merkittävästi markkinaosuuksiaan. Kesko puolestaan pyrkii vahvistamaan asemaansa Citymarketeilla, joiden määrä kasvaa lähivuosina.

Päivittäistavaramyynnin markkinaosuudet, %

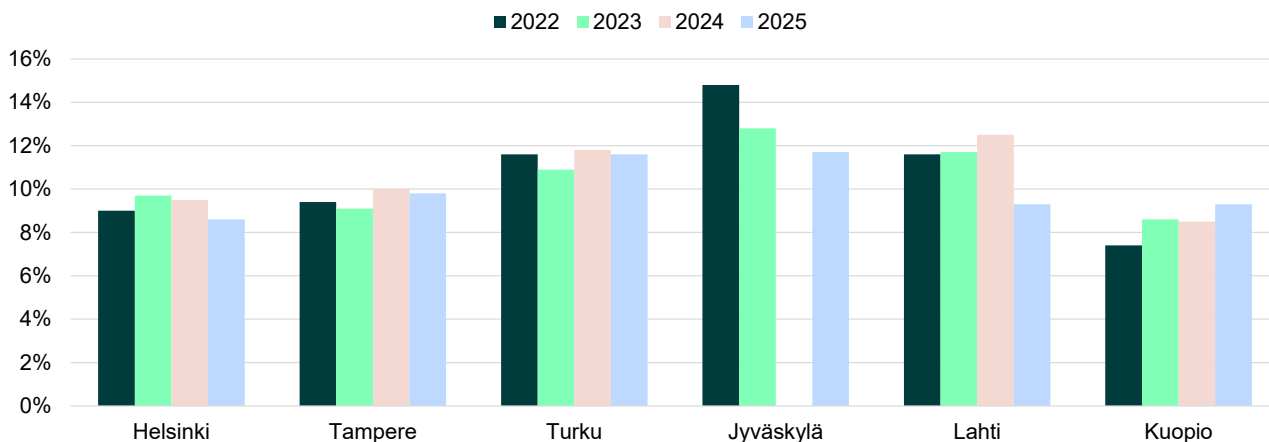


Kuluvana vuonna merkittävimmät rakenteilla olevat K-ryhmän kohteet ovat Citymarketit Vantaan Kivistöön, Lempäälän Ideaparkiin, Lahden Paavolaan, Kuopion Haapaniemeen ja Porvoon Jokirantaan. Päivittäistavarakaupassa K-ryhmän markkinaosuuden menetys on hidastunut, ja hypermarket-kokoluokassa K-Citymarket kasvatti osuuttaan toisella vuosineljänneksellä 2025.

Vain muutos on pysyvää

Joukkoliikenteen solmukohdissa sijaitsevat, 2010-luvun lopulla valmistuneet ja laajentuneet kauppakeskukset houkuttelevat asiakkaita laajoilla valikoimilla ja erinomaisella saavutettavuudella niin julkisilla kulkuvälineillä kuin autolla. Ne ovat haastaneet esimerkiksi Helsingin ydinkeskustan liiketiloja. Vaikeimpien vuosien jälkeen ydinkeskusta on kuitenkin elpymässä: elinvoimaindeksi nousi viime vuodesta +4,5 %, kauppojen ja ravintoloiden määrä kasvoi ja tyhjät liiketilat vähenivät toista vuotta peräkkäin.

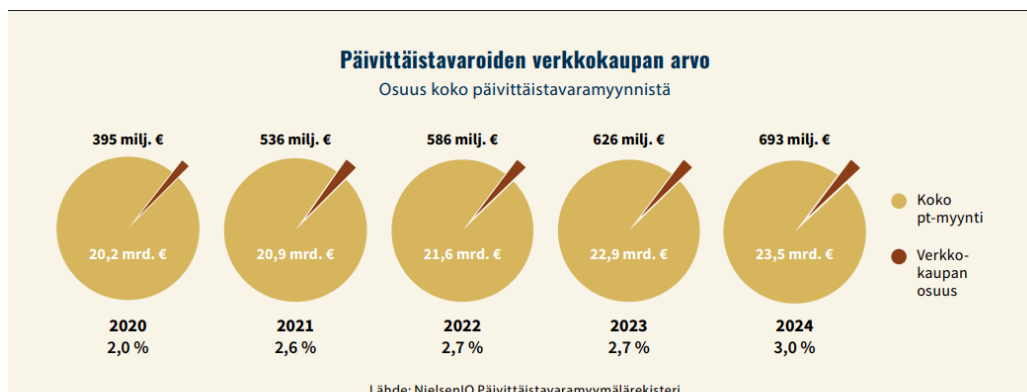
Tyhjien liiketilojen osuus kaikista keskusta-alueen liiketiloista, %



Lähde: Valtakunnalliset elinvoimatulokset, Tietojärjestelmäpalvelu Salokorpi

Kulutus on keskittynyt alemman hintapisteen tuotteisiin, mikä näkyy myös Helsingin keskustassa. Paljon palstatilaa saanut Rustan 2 400 m²:n myymäläavaus sekä useiden halpakettujen rantautuminen alueelle kuvastavat halpakauppojen ja jättimarkettien suosiota. Myös isossa kuvassa halpakauppiat kuten Normal, Jula, Tokmanni ja Puuilo ovat kysyneet laajentamaan systemaattisesti Suomen toimipisteverkostoaan.

Verkkokauppa on muuttanut kulutustottumuksia, mikä on ilmennyt kiinteistömarkkinalla erikoiskaupan liikekiinteistöissä. Päivittäistavarakaupat eivät ole immuuneja verkkokaupan vaikutuksille, mutta ne ovat selvästi vähemmän alttiita. Ruuan verkkokauppa kasvaa edelleen, 11 % vuonna 2024, mutta Suomessa se on vielä kehitysvaiheessa: 23,5 miljardin euron päivittäistavaramarkkinasta sen osuus on vain noin 3 %. S-ryhmän pääjohtaja arvioi osuuden nousevan vuoden loppuun mennessä lähes neljään prosenttiin.



Suomessa ruoan verkkokauppa on tällä hetkellä yhä tappiollista ja kannattavuuden saavuttaminen edellyttää paitsi monien pienempien toimintojen kehittämistä myös merkittävää myyntivolyymien kasvua. Suuremmat volyymit parantavat tehokkuutta ja luovat pohjaa pitkän aikavälin kannattavuudelle. Yhdysvalloissa esimerkiksi Amazonin viimeaikaiset liikkeet ruoan verkkokaupassa pyrkivät nakertamaan Walmartin markkinaosuutta, ja kehityksestä on todennäköisesti tulossa myös uusia innovaatioita.

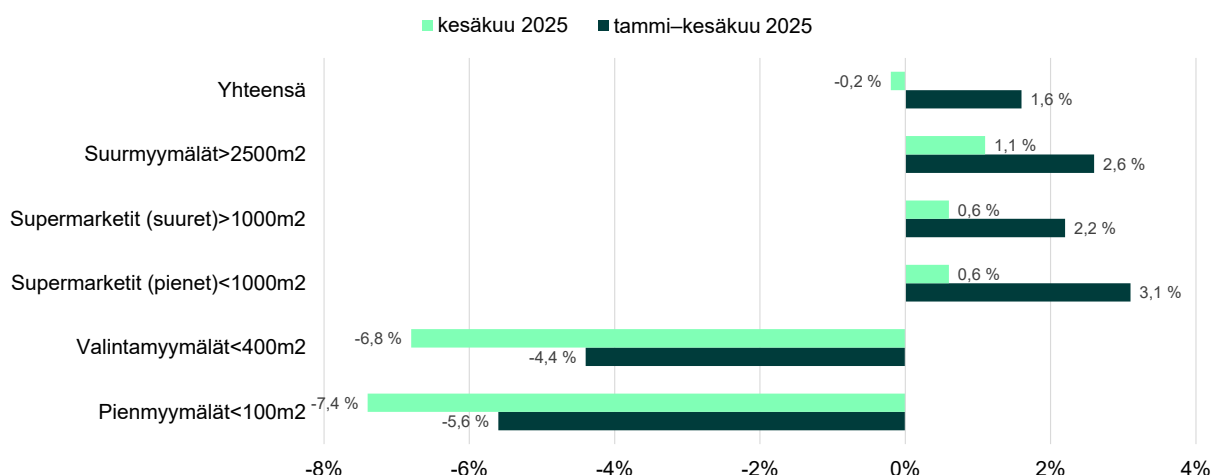
Myös Suomessa vaikkapa S-ryhmän HOK-Elanto on panostanut voimakkaasti verkkokaupan kehitykseen: se avasi Vantaalle yhden Euroopan suurimmista ruuan verkkokaupan keräilykeskuksista– yhtiön historian suurin investointi ruuan verkkokaupan tulevaisuuteen.

Tylsä on tuottavaa

Kuluttajien siirtyminen edullisempiin ostoskanaviin ja verkkokaupan kasvu ovat muokanneet päivittäistavarakauppakiinteistömarkkinaa, mutta kokonaisuutena nämä trendit ovat lujittaneet johtavien ketjujen asemaa. K- ja S-ryhmät ovat onnistuneet strategisissa valinnoissaan, ja jatkossakin menestys edellyttää kykyä pysyä kehityksen kärjessä.

"Sijoittajan näkökulmasta päivittäistavarakauppakiinteistöjen vahvuus perustuu defensiivisyyteen, ennustettavaan kassavirtaan ja pitkiin vuokrasopimuksiin. Kaupan rakennemuutoksenkin keskellä sektori tarjoaa edelleen turvasataman. Suurten ketjujen strategiset valinnat, jatkuva konseptikehitys ja kansainvälisten innovaatioiden seuranta varmistavat, että päivittäistavarakauppakiinteistöt säilyttävät vahvan roolinsa niin kuluttajien arjessa kuin sijoittajien salkuissa. Suurten automarketien liiketoimintamalli osoittaa edelleen vahvaa kannattavuutta ja hyötyy jatkuvasti kasvavasta ja vakaasta kysynnästä, kun taas verkkokauppa kamppailee yhä kannattavuuden saavuttamisessa", summaa Takkavuori.

Päivittäistavaroiden myynnin vuosimuutos myymälätyypeittäin



Lähteet: Kaupan tila, HS, KTI, Päivittäistavarakauppa ry, Tilastokeskus

Lisätietoja:

Anton Takkavuori
 Kiinteistöanalyytikko
 Retta Management
anton.takkavuori@rettamanagement.fi
 Puh. 0400 853 528

**Voit tilata myös räätälöityjä
 markkinakatsauksia!**

www.rettamanagement.fi/markkinakatsaukset



Anton Takkavuori

Kiinteistöanalyytikko

anton.takkavuori@rettamanagement.fi

0400 853 528