

Eduskunnan talousvaliokunta

Kilpailu- ja kuluttajaviraston lausunto elintarvikemarkkinalain ja oikeudenkäynnistä markkinaoikeudessa annetun lain muuttamista koskevasta hallituksen esityksestä (HE 36/2026 vp)

Eduskunnan talousvaliokunta on pyytänyt Kilpailu- ja kuluttajavirastolta ("KKV") lausuntoa elintarvikemarkkinalain ja oikeudenkäynnistä markkinaoikeudessa annetun lain muuttamista koskevaan hallituksen esitykseen (HE 36/2026 vp) liittyen. Valiokunta esittää saatteessa kysymyksensä: *"Mitä pitäisi muuttua markkinoilla ja miten lainsäädäntöä tulisi muuttua, jotta päivittäistavarakaupan (elintarvikkeet) markkinoille saataisiin uusia toimijoita?"*

KKV kiittää mahdollisuudesta lausua ja toteaa lausuntonaan seuraavaa.

Päivittäistavarakaupan markkinoille tulon esteistä yleisesti

Päivittäistavarakaupan markkinoiden korkea keskittymisaste¹ vaikuttaa uusien vähittäismyymäläketjujen markkinoille tuloon väistämättä. Markkinoille tulon kynnyksestä nostavat erityisesti suurimpien kaupparyhmien valmiiksi vahvaan asemaan liittyvät laajat resurssit, liiketoiminnan tehokkuus ja vakiintuneet asiakassuhteet. Suuret toimijat ovat investoineet pitkäjänteisesti koko maan kattaviin myymäläverkostoihin, suurempiin myymälätyyppeihin ja keskitettyihin jakelukeskuksiin, mikä mahdollistaa niille mittakaavaetujen hyödyntämisen muun muassa hankinnoissa, logistiikassa ja markkinoinnissa. Vakiintuneiden toimijoiden kanta-asiakasohjelmat sitouttavat kuluttaja-asiakkaita ja vaikuttavat myös osaltaan uusien ketjujen mahdollisuuksiin houkuttaa asiakkaita myymäläihinsä. Pienemmillä volyy-meilla toimivan uuden ketjun olisikin hyvin vaikeaa saavuttaa sama kustannustaso ja tunnettuus kuin markkinoilla jo toimivilla suuremmilla vähittäistoimijoilla, mikä tekisi myös hintakilpailuun vastaamisesta haastavaa.²

Yhtenä keskeisimmistä kaupan kilpailutekijöistä voidaan kuitenkin edelleen pitää sijaintia.³ Kaupan kilpailullisuuden lisäämiseen tähtäävät mahdolliset muut toimet voivatkin jäädä vaikutuksettomiksi, mikäli kaupan sijainnin ohjaus ja tonttipolitiikka estävät uusien toimijoiden sijoittautumisen Suomeen. KKV:n arvion mukaan alalle tuloa ja uusien myymälöiden perustamista voitaisiin helpottaa ennen kaikkea kaavoitukseen liittyvän lainsäädännön ja vapaiden kauppapaikkojen jakamiseen liittyvien käytäntöjen kautta.

¹ Kansainvälisesti tarkasteltuna Suomen päivittäistavaramarkkinat ovat poikkeuksellisen keskittyneet. Kolmen suurimman toimijan yhteenlaskettu markkinaosuus ylittää 90 prosenttia; NielsenIQ:n tiedote 25.3.2026, Päivittäistavaramyymälärekisteri 2025, <https://www.epressi.com/tiedotteet/kauppa/paivittaistavaramyymalarekisteri-2025.html>.

² Päivittäistavarakaupan markkinoiden keskittymiskehitystä on avattu tarkemmin KKV:n pääekonomisti Olli Kaupin blogikirjoituksessa (30.3.2026) "Suomalaisen päivittäistavarakaupan keskittymisen pitkä tarina", <https://www.kkv.fi/blogit/kkv-blogi/suomalaisen-paivittaistavarakaupan-keskittymisen-pitka-tarina/>.

³ Päivittäistavaroiden verkkokaupan arvo on kasvanut viime vuosina. Vuonna 2025 verkkokaupan arvo nousi 799 miljoonaan euroon (v. 2020: 395 milj. €). Verkkokaupan osuus päivittäistavarakaupan kokonaismyynnistä on kuitenkin kasvanut hitaasti ollen vuonna 2025 3,3 prosenttia päivittäistavaramyynnistä (2020: 2,0 %); NielsenIQ päivittäistavaramyymälärekisteri. Kuluttajat vaikuttavat siis suosivan edelleen päivittäistavarakaupan ostamista fyysisistä myymälöistä.

Keskittyneillä markkinoilla parhaat ja kannattavimmat liikepaikat ovat jo valmiiksi markkinoilla toimivien ketjujen varaamia. KKV näkemyksen mukaan olisi myös perusteltua selvittää, käytetäänkö markkinoilla nykyisellään sopimusehtoja tai -rakenteita, jotka rajoittavat kilpailevien toimijoiden sijoittautumista olemassa oleviin liikekiinteistöihin tai kauppiasyritysten siirtymistä kilpaileviin ketjuihin.

Kaupan sijainnin sääntely

Mahdollisuus avata uusia myymälöitä ja kehittää myymäläverkostoa ovat keskeisiä edellytyksiä hyvin toimivalle päivittäistavarakaupan kilpailulle. Kaavoitusprosessit, lupamenettelyt, myymälöiden kokoa koskevat rajoitukset ja sijaintimääräykset voivat kuitenkin tehdä uusien kauppojen perustamisesta hitaan ja monimutkaisen prosessin, johon voi liittyä merkittäviä investointihalukkuutta vähentäviä epävarmuustekijöitä ja kustannuksia. Jos sopivia myymäläsijainteja ei ole lainkaan tarjolla tai jos kaupan sijoittautumista säännellään liian tiukasti tai nykyisiä toimijoita suosien, uusien toimijoiden markkinoille tulo voi käytännössä estyä kokonaan.

Markkinoille tulon helpottamiseen ja markkinoiden kilpailullisuuden lisäämiseen voidaan yksinkertaisimmillaan tähdätä esimerkiksi nopeuttamalla ja selkeyttämällä uusien myymälöiden perustamiseen liittyviä kaavoitus- ja lupaprosesseja ja parantamalla niiden ennakoitavuutta. Toivottavia ovat erityisesti joustavat kaavaratkaisut. Kilpailuedellytysten kannalta keskeisenä voidaan pitää myös päivittäistavarakaupan toimijoiden yhdenvertaisuuden toteutumista kaavapäätösten yhteydessä.

Uusien toimijoiden alalle tulon edellytyksistä huolehtiminen alueellisesti on siis ensisijaisesti kaavoituksesta vastaavien kuntien ja maakuntien liittojen tehtävä. Kaavoitusta sääntelevän alueidenkäyttölain (132/1999) säännöksistä merkityksellisimpiä ovat tässä suhteessa erityisesti vähittäiskaupan suuryksiköiden sijoittumista koskevat ja alueidenkäytön suunnittelun tavoitteisiin ja asemakaavan laatimistarpeen arviointiin liittyvät säännökset.

Hallitus on antanut esityksensä uudeksi alueidenkäyttölainsäädännöksi ja laeiksi eräiden siihen liittyvien lakien muuttamisesta eduskunnalle 16.4.2026.⁴ Esityksessä todetusti vuonna 2024 julkaistun selvityksen⁵ perusteella kaupan sijainninhajausta on edelleen perusteltua säännellä, sillä sääntelyyn liittyy myös paljon yleiseen etuun liittyviä yhteiskunnallisia tavoitteita. Esityksen mukaan "[v]ähittäiskaupan suuryksiköiden erityinen ohjaustarve perustuu niiden usein aikaansaamiin merkittäviin yhdyskuntarakenteeseen, liikenteeseen ja kaupan palvelujen saavutettavuuteen kohdistuviin vaikutuksiin".

Vähittäiskaupan – mukaan lukien päivittäistavarakaupan – suuryksiköitä koskeva erityinen sijainnin ohjaus koskisi hallituksen esityksen mukaan jatkossakin yli 4000 kerrosneliömetrin suuruisia myymälöitä ja vaikutuksiltaan vähittäiskaupan suuryksikköön verrattavia myymäläkeskittymiä. Suuryksiköt tulisi edelleen sijoittaa ensisijaisesti keskusta-alueelle. Suuryksikkö voitaisiin osoittaa myös keskusta-alueen ulkopuolelle sillä edellytyksellä, että tällaisella alueidenkäytöllä ei ole merkittäviä haitallisia vaikutuksia alueiden kaupallisiin palveluihin ja niiden kehittämiseen. Alueen tulee olla myös nimenomaisesti osoitettu tähän tarkoitukseen asemakaavassa. Nykyisestä sääntelystä poiketen seudullisesti

⁴ Hallituksen esitys eduskunnalle uudeksi alueidenkäyttölainsäädännöksi ja laeiksi eräiden siihen liittyvien lakien muuttamisesta HE 70/2026 vp.

⁵ Heinilä, A., Selvitys kaupan suuryksikkösääntelyn muutostarpeista ja -mahdollisuuksista Petteri Orpon hallitusohjelman maakuntakaavan ohjausvaikutusta koskevaan kirjaukseen liittyen, https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/1da1364f-7d29-41ff-89df-2d81853bfbef/3d28f9c0-e467-452c-90da-05db44a33bc5/KIRJE_20240320072328.PDF.

merkittäviksi katsottavia vähittäiskaupan suuryksiköitä ei kuitenkaan tarvitsisi enää jatkossa osoittaa (eikä näiden kokorajaa tulisi määrittellä) maakuntakaavassa.

KKV on pitänyt vähittäiskaupan suuryksiköitä koskeviin erityisiin säännöksiin ehdotettuja muutoksia oikeasuuntaisina. KKV on arvioinut, että sääntelyn keventäminen helpottaa vähittäiskaupan suuryksiköiden perustamista ja edistää näin kilpailua päivittäistavarakaupan markkinoilla. Käytännössä ehdotettu muutos voi mahdollistaa suurten päivittäistavarakaupan myymälöiden perustamisen keskusta-alueiden ulkopuolelle aiempaa nopeammin. KKV onkin tuonut jo vuonna 2013 julkaistun kaupan sijainnin sääntelyä koskevan selvityksensä⁶ yhteydessä esiin, että koska kovin kaupan kilpailu käydään käytännössä suuryksikkötasolla, suuryksikkösääntely vaikuttaa väistämättä päivittäistavarakaupan toimivan kilpailun edellytyksiin ja näin ollen myös uusien toimijoiden markkinoille tuloon.

Kaupan sijainnin sääntely perustuu kuitenkin jatkossakin keskusta-alueiden ensisijaisuuteen. Suuryksikköraja voi KKV:n käsityksen mukaan ylittyä jo suurten supermarketmyymälöiden kohdalla, mikäli samaan yhteyteen on sijoitettu myös muita kaupallisia palveluita. Tiukasti rajatut keskusta-alueet ovat jo valmiiksi pitkälle rakennettuja, ja parhaimmat kauppapaikat keskustojen ulkopuolella on luovutettu olemassa olevien toimijoiden supermarketmyymälöiden käyttöön. Yhdenkin kannattavan kauppapaikan löytäminen voi siis olla hyvin hankalaa myös markkinoilla jo nykyisellään toimiville vähittäisketjuille. Uuden toimijan näkökulmasta ongelma korostuu, sillä kustannusrakenteeltaan kilpailukykyisen myymäläverkoston rakentaminen edellyttää lukuisien hyvien myymäläsijaintien löytämistä.

Vaikka alueidenkäyttölaki edellyttää jo nykyisellään, että alueiden käytön suunnittelussa edistetään *"vuorovaikutteiseen suunnitteluun ja riittävään vaikutusten arviointiin perustuen"* myös elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä ja toimivan kilpailun kehittymistä, kaavoituksesta vastaavien viranomaisten välillä voi esiintyä tulkinnallisia eroja sen suhteen, millainen kilpailu päivittäistavarakaupan suhteen arvioidaan toimivaksi.⁷ On siis mahdollista, että kilpailunäkökulma jää alueellisesti edelleen liian vähäiselle huomiolle ja että kauppapaikkojen luovutukseen liittyy myös rakenteellisen suosinnan ongelmia.⁸ Uudesta alueidenkäyttölaista annetun hallituksen esityksen mukaan elinkeinoelämän

⁶ Ahonen, A., Karttunen, T. & Vuorio, L., Kaupan sijainnin sääntely – Alalle pääsyn ja kilpailun edistämisen näkökulma, Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 3/2013, <https://www.kkv.fi/uploads/sites/2/2021/11/2013-kkv-selvitys-3-2013-kaupan-sijainnin-saantely.pdf>.

⁷ Alueiden käytön suunnittelun tavoitteita koskevan alueidenkäyttölain 5 §:n 1 momentin 9 kohdan tarkoitusta on avattu säännöstä koskevassa hallituksen esityksessä (HE 334/2014 vp) muun muassa seuraavasti: *"Toimivalla kilpailulla voidaan tässä yhteydessä tarkoittaa sitä, että alalla on elinkeinonharjoittamisen vapaus ja useampia keskenään kilpailevia yrityksiä, joilla on tasapuoliset toimintaedellytykset, eikä alalle tulolle, sieltä poistumiselle tai siellä toimimiselle ole perusteettomia esteitä. Tasapuoliset toimintaedellytykset tarkoittavat muun ohella sitä, että isompia toimijoita ei perusteettomasti suosita pienempien toimijoiden kustannuksella. Uudella alalle tulijalla voidaan tarkoittaa sekä suomalaisia että ulkomaisia yrityksiä, jotka ovat päättäneet tulla jollekin markkinalle tai jotka harkitsevat markkinalle tuloa. Mahdollisina alalle tulijoina voidaan pitää myös sellaisia Suomen markkinoilla jo toimivia yrityksiä, jotka laajentavat toimialaansa. - - Pykälän tavoitteena on, että yrityksille osoitettaisiin laadultaan ja määrältään riittävästi sijoittautumispaikkoja. Esimerkiksi kaupan alan yrityksille tulisi osoittaa riittävästi alueita, jotta nykyisten kaupparyhmien mahdollisten lisäyksiköiden ja laajentamisen lisäksi myös nykyisille pienemmille alan toimijoille ja mahdollisille uusille alalle tulijoille olisi riittävästi varteenotettavia sijoittautumispaikkoja."*

⁸ Markkinat ja julkisen sektorin päätöksentekijät jo valmiiksi hyvin tuntevat markkinatoimijat voivat saada tontinluovutuksessa sovelletuista käytännöistä etua suhteessa uusiin toimijoihin. KKV:n kaupan sijainnin sääntelyä koskevassa selvityksessä (2013) tällaisiksi menetelmiksi tunnistettiin mm. harkinnanvaraisuuteen ja suoriin neuvotteluihin perustuva tontinjako ja ns. suunnitteluvaramukset, joissa kunta varaa tontin jo ennen kaavoituksen aloittamista tietyille vähittäistoimijalle.

toimintaedellytysten ja toimivan kilpailun kehittymistä tulee joka tapauksessa edistää jatkossakin yhtenä alueidenkäytön suunnittelun tavoitteista. Elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä ja toimivan kilpailun kehittymistä koskevat välittömät ja välilliset vaikutukset tulee myös arvioida kaavaa laadittaessa.

KKV ei ole selvittänyt kaavoitusta ja päivittäistavarakaupan myymälöille soveltuvien tonttien luovutukseen liittyviä käytäntöjä tarkemmin vuonna 2013 toteutetun selvityksen jälkeen. Yksi mahdollinen keino uusien suuryksiköiden perustamisen helpottamiseksi tiukasti rajattujen keskusta-alueiden ulkopuolelle voisi olla suuryksikkörajan nostaminen nykyistä selvästi korkeammalle. Päivittäistavarakaupan markkinoiden kilpailullisuutta voisi toisaalta edistää myös esimerkiksi olemassa olevien rakennusten käyttötarkoituksen ja asemakaavan muuttamisen helpottaminen. Tasmällisempien politiikkasuositusten antaminen edellyttäisi kuitenkin kattavampaa tietopohjaa nykytilanteesta sekä tarkempaa analyysiä mahdollisten vaihtoehtojen sääntely- ja ohjauskeinojen vaikutuksista. KKV esittääkin, että kaavoitukseen ja tontinluovutuskäytäntöihin liittyvistä mahdollisista markkinoille tulon esteistä toteutettaisiin selvitys, johon kohdistettaisiin myös erillinen lisäresurssi.

Integroidut tukkutoiminnot markkinoille tulon esteenä

Suomessa päivittäistavarakaupan toimijat ovat integroineet tukkuliiketoimintansa osaksi keskusliikkeiden omaa toimintaa. Keskusliikkeiden omat hankintaorganisaatiot hankkivat ja kilpailuttavat tuotteet. Myös logistiikka on järjestetty kaupparyhmäkohtaisesti. Integroituihin tukkutason palveluihin liittykin selviä tehokkuushyötyjä: toimitusmäärät ovat suuria, kuljetuskapasiteetti on täysimääräisesti käytössä, ja toimitusketjua voidaan ohjata yhteisiä tietojärjestelmiä tehokkaasti hyödyntäen.⁹ Keskitetyistä toiminnoista ja suurten volyymien myötä saavutetuista kustannussäästöistä hyötyvät myös kuluttajat.

Uuden vähittäisketjun markkinoille tulo edellyttäisi merkittäviä panostuksia toimijan oman logistiikan rakentamiseen ja hankintojen järjestämiseen mahdollisimman tehokkaalla tavalla. Esimerkiksi Lidlin markkinoille tulon Suomessa on mahdollistanut ketjun oma kansainvälinen hankintakanava. Myös Tokmannin hiljattain aloittama Spar-yhteistyö perustuu kansainvälisten hankintaketjujen hyödyntämiseen.

Uudessa-Seelannissa, jossa markkinoita hallitsee Suomen tapaan kaksi suurta toimijaa, uusien ja pienempien toimijoiden toimintaedellytyksiä markkinoilla on pyritty parantamaan varmistamalla erityislainsäädännöllä se, että myös kolmansilla toimijoilla on mahdollisuus hankkia elintarvikkeita suurimpien toimijoiden tukkujen kautta syrjimättömin ehdoin. Sääntelyllä on pyritty siihen, että myös pienet toimijat voisivat hyötyä suurten tukkujen mittakaavaeduista.¹⁰ Vuonna 2023 voimaan tulleella sääntelyllä ei kuitenkaan ole ollut käytännön vaikutusta päivittäistavarakaupan markkinaosuuksiin tai kuluttajahintoihin Uudessa-Seelannissa. Sääntelyn mahdollistamien hankintojen osuus on vastannut vuonna 2024 ainoastaan 0,03 prosentin osuutta päivittäistavarakaupan vähittäismyynnistä. Osa tavarantoimittajista on tietoisesti jättäytynyt kokonaan sääntelyn piirissä olevan tukkuvalikoiman ulkopuolelle. Tukkuhinnoittelussa ei myöskään ole otettu huomioon erilaisia alennuksenomaisia markkinointirahoja, jotka tavarantoimittajat neuvottelevat kaupparyhmäkohtaisesti. Suurimmat toimijat ovat siis voineet edelleen hankkia sääntelyn

⁹ Ks. Karikallio, H. & Arovuori, K, Selvitys tukkukaupan roolista ja taloudellisesta merkityksestä elintarvikeketjussa, Maa- ja metsätalousministeriön julkaisuja 2025:5, <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/series/api/core/bitstreams/562e3d1e-b96d-412d-ba0b-d189c862f1d3/content>.

¹⁰ Grocery Industry Competition Act 2023, Part 3 Wholesale supply of groceries, <https://www.legislation.govt.nz/act/public/2023/31/en/latest/#LMS743707>.

kohteena olevassa tukkuvalikoimassa olevat tuotteet tosiasiallisesti pienempiä toimijoita edullisemmin.¹¹

Määrävässä markkina-asemassa olevien yritysten osalta toimitusvelvoitteen asettaminen voi poikkeuksellisissa tapauksissa olla mahdollista myös kilpailulainsäädännön nojalla. Myös määrävässä markkina-asemassa olevilla päivittäistavarakaupan toimijoilla tulee kuitenkin lähtökohtaisesti olla oikeus valita kauppakumppaninsa ja käyttää omaisuuttaan vapaasti. Jotta toimitusvelvoite voidaan asettaa, yrityksen hallitseman tuotantopäätöksen pitää olla objektiivisesti tarkasteltuna välttämätön kilpailun ylläpitämiseksi markkinoilla tai uuden tuotteen markkinoille saattamiseksi. Pelkästään se, että vaihtoehtojen hankintajärjestelmien rakentaminen on kilpailijalle kallista tai hidasta, ei oikeuskäytännön mukaan riitä osoittamaan, että tuotantopäätös olisi kilpailuoikeudellisessa mielessä välttämätön. Velvoitteen asettaminen ei myöskään tule kyseeseen, mikäli kauppasuhteesta kieltäytymiselle voidaan esittää kilpailuoikeudellisesti hyväksyttävä syy. Kynnys toimitusvelvoitteen asettamiselle on asetettu erittäin korkealle, koska velvoitteen asettaminen voi heikentää molempien kauppakumppaneiden osapuolten kannustimia investoida ja innovoida.

Toimitusvelvoitteen asettaminen voisi myös kasvattaa hankintayhtiöiden markkinavoimaa entisestään, mikä voisi johtaa heikommassa olevien tavarantoimittajien näkökulmasta haitallisiin vaikutuksiin. Toimitusvelvoite vaikuttaisi joka tapauksessa negatiivisesti sääntelyn kohteena olevien toimijoiden kannustimiin tehostaa omaa hankintatoimintaansa ja logistiikkaansa, koska hyödyt tehokkuuden lisääntymisestä jakautuisivat myös niiden kilpailijoille. Kannustimet omien hankintojen tehostamiselle ja tavarantoimittajasuhteiden kehittämiseksi heikentyisivät myös uusien markkinoille tulijoiden osalta. Viranomaisnäkökulmasta sektorikohtaisen toimitusvelvoitteen valvonta vaatisi valtavasti resursseja. Tämänkaltaisen sääntelyratkaisu ilmentäisikin poikkeuksellisen voimakasta puuttumista markkinoiden toimintaan, omistusoikeuteen ja elinkeino- ja sopimusvapauteen.

Hallituksen esittämä ostajan omien tuotemerkkien suosimisen kielto

KKV on tarkastellut kaupan omien merkkien vaikutuksia elintarvikemarkkinoiden toimintaan hiljattain julkaisemassaan kaupan ja elintarviketeollisuuden välisiä tukkuhintaneuvotteluja koskevassa tutkimuksessa.¹² Kuten tutkimusraportissa todetaan, kaupan omat tuotemerkit parantavat kaupan asemaa tukkuhintaneuvotteluissa brändituotteiden valmistajien kanssa ja voivat näin laskea brändituotteista maksettavia tukkuhintoja. Omat tuotemerkit ovatkin kaupalle keskeinen strateginen työkalu, joka on suoraan kytköksissä myös vähittäistasolla käytävään hintakilpailuun.

KKV:n tutkimuksessa on tarkasteltu myös kaupan keskittyneisyyden ja omien tuotemerkkien myyntiosuuden välistä suhdetta Euroopan maissa. Aineisto osoittaa, että omien tuotemerkkien myyntiosuuden ja kaupan keskittyneisyyden välillä on selkeä negatiivinen yhteys: omien tuotemerkkien osuus on suurimmillaan maissa, joissa kauppa on vähiten

¹¹ Commerce Commission New Zealand Wholesale Supply Inquiry, Preliminary Findings Paper, 5.6.2025, https://www.comcom.govt.nz/_data/assets/pdf_file/0026/366650/Wholesale-Supply-Inquiry-Preliminary-Findings-Paper-5-June-2025.pdf.

¹² Buri, R. & Palonen, P., Kaupan neuvotteluvoima ja omat tuotemerkit – Teoreettinen tarkastelu, Kilpailu- ja kuluttajaviraston Katsauksia 2/2026, <https://www.kkv.fi/tutkimus-ja-vaikuttaminen/julkaisut/katsaukset/kaupan-neuvotteluvoima-ja-omat-tuotemerkit-teoreettinen-tarkastelu-katsauksia-2-2026/>. Tutkimuksen keskeisiä tuloksia käydään läpi myös Riku Burin ja Petteri Palosen blogikirjoituksessa "Voiko vahvassa asemassa olevasta kaupasta olla kuluttajille myös hyötyä?", 30.3.2026, <https://www.kkv.fi/blogit/kkv-blogi/voiko-vahvassa-asemassa-olevasta-kaupasta-olla-kuluttajille-myos-hyotya/>.

keskittynyttä. Analyysin perusteella vaikuttaakin siltä, että vähittäistoimijan kannustin lanseerata kaupan omien tuotemerkkien alla myytäviä tuotteita on voimakkaimmillaan silloin, kun kyseisen toimijan neuvotteluvoima suhteessa elintarviketeollisuuteen on heikko. Tätä ilmentää osaltaan myös se seikka, että Suomessa jo toimivista päivittäistavarakaupan toimijoista liiketoimintastrategiassaan kaupan omiin tuotemerkkeihin ovat tukeutuneet erityisesti markkinaosuudeltaan selvästi S-ryhmää ja Keskoa pienemmät Lidl Suomi ja Tokmanni Group.¹³

KKV huomauttaa, että kaupan omiin tuotemerkkeihin kohdistuva sisällöllisesti epäselvä ja mahdollista hallinnollista taakkaa lisäävä kansallinen sääntely voi näin ollen vaikuttaa osaltaan myös uusien ja neuvotteluvoimaltaan heikompien toimijoiden markkinoille tulon kannustimiin negatiivisesti. KKV:n näkemyksen mukaan hallituksen ehdottamaa uutta ostajan oman tuotemerkin suosimisen kieltä koskevaa säännöstä ei tulisi tästäkään syystä hyväksyä.

Säänneltyjen tuotteiden myynnin vapauttaminen

Alkon myymälöiden sijainti voi jossain määrin ohjata päivittäistavarakaupan kuluttajasointia. Kahden suurimman kaupparyhmän myymälöiden yhteyteen on sijoitettu jonkin verran niiden yhteenlaskettua markkinaosuutta korkeampi osuus niistä Alkoista, jotka sijaitsevat päivittäistavarakaupan myymälöiden yhteydessä. KKV onkin tuonut viinien myynnin vapauttamista koskevassa selvityksissään (2025)¹⁴ esiin sen, että viinien myynnin vapauttamisella voisi olla vaikutuksia myös päivittäistavarakaupan kilpailutilanteeseen, sillä se voisi johtaa Alkon asiakasmäärien vähenemiseen ja näin myös vähentää Alko-myymälöiden sijainnin mahdollista vaikutusta päivittäistavara kauppojen väliseen kilpailuun.

KKV ei kuitenkaan ole tarkastellut tarkemmin alkoholi- tai esimerkiksi lääkemyynnin vapauttamisen vaikutuksia päivittäistavarakaupan markkinoiden kilpailuun tai päivittäistavarakaupan toimijoiden markkinoille tulon kannustimiin. KKV pitää mahdollisena, että tämönkaltaisista lainsäädäntömuutoksista hyötyisivät joka tapauksessa ensisijaisesti markkinoilla jo toimivat päivittäistavarakaupan toimijat, joiden laajat myymäläverkostot, keskitetyt hankinnat ja tehokas logistiikka edesauttavat valikoiman laajentamista myös mahdollisten vapautettavien tuotteiden osalta.

Liiketoimien käyttöön ja kauppiassiirtymiin liittyvät sopimukselliset esteet

Ruotsin kilpailuviranomainen Konkurrenter i Sverige on julkaissut huhtikuussa 2026 raportin¹⁵, jossa se esittää ehdotuksia toimista, joilla voitaisiin parantaa päivittäistavara kauppojen perustamisen edellytyksiä Ruotsissa. Selvityksessä on tarkasteltu myös myymälätilojen vuokrasopimuksiin ja ketjusopimuksiin sisältyviä ehtoja ja käytäntöjä, jotka voivat vaikeuttaa uusien päivittäistavara kauppojen perustamista ja hankaloittaa yksittäisten kauppiaiden siirtymistä toisen kaupparyhmän kauppiaksi. Tällaisia esteitä voivat raportin

¹³ Lidl Suomen markkinaosuus vuonna 2025 oli 9,4 prosenttia; NielsenIQ Päivittäistavaramyymälärekisteri 2025. Julkisuudessa esitettyjen tietojen mukaan kaupan omien tuotteiden osuus Lidl Suomen valikoimasta taas on ollut n. 75 prosenttia.

¹⁴ Anttinen, M., Buri, R., Karjalainen, J., Pääkkönen, J. & Sieppi, A., Etukäteisarviointi viinien myynnin mahdollisesta vapauttamisesta, Kilpailu- ja kuluttajaviraston Tutkimusraportteja 2/2025, <https://www.kkv.fi/tutkimus-ja-vaihtaminen/julkaisut/tutkimusraportit/etukateisarviointi-viinien-myyntin-mahdollisesta-vapauttamisesta-tutkimusraportteja-2-2025/>.

¹⁵ Konkurrenter i Sverige, Åtgärder för att förbättra förutsättningarna för etablering av dagligvarubutiker, Rapport 2026:4, <https://www.konkurrenter.se/informationmaterial/rapportlista/atgarder-for-att-forbatta-forutsattningarna-for-etablering-av-dagligvarubutiker/>.

mukaan muodostaa esimerkiksi vähittäistoimijoiden ja kiinteistönomistajien välisiin sopimuksiin sisältyvät ehdot, jotka rajoittavat kilpailevien toimijoiden pääsyä tiettyihin liiketiloihin, ja sopimusrakenteet, jotka sisältävät erilaisia takaisinostoehdoja ja optioita kauppiaan liiketoimintaan liittyen. Kaupparyhmällä voi olla esimerkiksi sopimukseen perustuva oikeus ottaa haltuunsa kaupan liiketoiminta tai myymäläpaikka, mikä voi tosiasiallisesti estää kauppiaan irtautumisen tietystä päivittäistavaraketjusta.

Konkurrensverket toteaa raportissaan, että tämänkaltaisten esteiden vähentämiseksi ei ole perusteltua esittää lainsäädännöllisiä ratkaisuja. Konkurrensverketin raportissa ehdotetut toimet liittyvätkin ennen kaikkea kuntien toimintaan ja kaavoitus- ja rakennuslainsäädännön käytännön soveltamiseen. Konkurrensverket on samassa yhteydessä julkaissut kunnille myös oppaan keinoista, joilla kunnat voivat edistää päivittäistavara-kauppojen perustamista omalla alueellaan.¹⁶

Konkurrensverketin selvityksessä tarkasteltujen sopimusjärjestelyjen ja -ehtojen käyttöä ja markkinavaikutuksia ei ole tutkittu Suomessa tarkemmin. KKV:n näkemyksen mukaan tämänkaltaisen selvityksen toteuttaminen voisi kuitenkin olla perusteltua. Ottaen huomioon KKV:n olemassa oleva tutkimusosaaminen ja markkinoiden kilpailuolosuhteiden selvittämiseen liittyvät laajat tiedonsaantioikeudet, parhaat edellytykset selvityksen käytännön toteuttamiseen olisivat KKV:lla. KKV esittää, että selvityksen toteutumisen ja riittävän laajuuden varmistamiseksi myös tähän tutkimushankkeeseen kohdistettaisiin erillinen lisäresurssi.

Milla Määttä

tutkimuspäällikkö

¹⁶ Främja etablering av dagligvarubutiker, Konkurrensverket, <https://www.konkurrensverket.se/konkurrens/vagledning-inom-konkurrens/framja-etablering-av-dagligvarubutiker/>.