

# #Paikallisesti parasta –kuluttajaselvitys lähiruoan käytöstä yhteenvetoraportti

Johanna Mattila  
Turun yliopiston Brahea-keskus



Turun yliopisto  
University of Turku



yrityssalo

UKIPOLIS OY

LOUNAIS-SUOMEN  
KOULUTUSKUNTAYHTYMÄ

PARGAS  
SKÄRGÅRDSSTADEN



PARAINEN  
SAARISTOKAUPUNKI

KIMITOON  
KEMIÖNSAARI



Elinkeino-, liikenne- ja  
ympäristökeskus



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa

# Tausta ja menetelmät

- Turun yliopiston Brahea-keskus toteutti laajan kuluttajakyselyn lähiruoan hankintamotiiveista, suosikkituoteryhmistä, ostopaikoista sekä erilaisten jakamistalouden mallien kiinnostavuudesta.
- Tavoitteena oli lisäksi tarkastella tutkimusvastausten mahdollista vaihtelua vastaajien iän, perhetyypin tai asuinpaikkakunnan mukaan. Kyselyyn vastasi 449 kuluttajaa ja kysely toteutettiin Tall Ships Races -tapahtuman yhteydessä Turussa kesällä 2017.
- Kysely toteutettiin osana Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa –hanketta, jota rahoittaa Varsinais-Suomen ely-keskus ja Varsinais-Suomen kunnat.
- Kysely on liitteenä 1.



# Lähiruoan määritelmä

”Lähiruoka on paikallisruokaa, joka edistää oman alueen taloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria, on tuotettu ja jalostettu oman alueen raaka-aineista ja joka markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella”, (Lähiruokaa –totta kai! Hallituksen lähiruokaohjelma).



Kuva 1 Tall Ships Races –tapahtuman lähiruokateltilta



# Vastaajien jakautuminen

- Kyselyyn vastasi 449 henkilöä.
- 77 % vastaajista oli naisia ja 23 % miehiä.

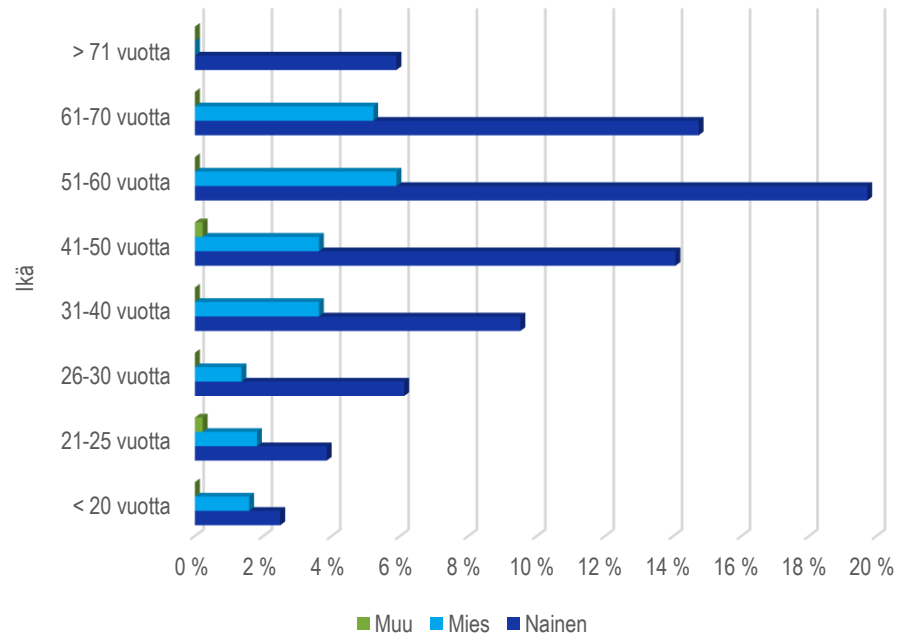
Sekä naisissa että miehissä suurimmaksi ikäryhmäksi osoittautui 51-60 -vuotiaat.

Toiseksi suurimmat ikäryhmät olivat 61-70 -vuotiaat ja kolmanneksi suurin oli naisissa 41-50 -vuotiaat ja miehissä yhtä suurina vastaajaryhminä olivat 31-40 ja 41-50 -vuotiaat (kuva 1).

Vaikka vastaajien ikäjakauma kallistui selvästi varttuneempien puolelle, on huomioitava että 31 % kaikista vastaajista oli < 40-vuotiaita.

- Tämä mahdollistaa tulevaisuuden kulutuksen suuntaviivojen tarkastelemisen sekä eri ikäryhmien käyttäytymisen, motiivien ja kiinnostuksen kohteiden selvittämisen.

Taustatiedot, vastaajien ikä vrs. sukupuoli



Kuva 1 Vastaajien jakautuminen iän ja sukupuolen mukaan



# Vastaajien jakautuminen

- 61 % vastaajista asui Suomen 10. suurimmassa kaupungissa \*.
- Vastaajien perhekuntataustat olivat moninaisia. 35 % vastaajista asui parisuhteessa, 31 % yksin ja lapsiperheitä oli 24 % kaikista vastaajista.

\*Suomen 10 suurinta kaupunkia asukasluvun mukaan: Helsinki, Espoo, Tampere, Vantaa, Oulu, Turku, Jyväskylä, Lahti, Kuopio ja Kouvola. Lähde: Tilastokeskus 2016



# Ruoan seuraaminen medioissa

- Olettamuksena oli, että kuluttajat, jotka seuraavat ruoka-aiheisia ohjelmia ja ruokaa ylipäättänsä eri medioissa, olisivat lähtökohtaisesti kiinnostuneempia myös ostamaan paikallisia tuotteita useammin.
- Näin ei kuitenkaan tämän selvityksen mukaan ole. Kuluttajat, jotka seurasivat paljon ruoka-aiheisia juttuja medioissa, eivät ostaneet yhtään sen useammin lähiruokaa, kuin ne kuluttajat, joita ruoka ei erityisemmin kiinnostanut medioissa.



# Lähiruoan ostotiheys

- Jopa 96 % vastaajista kertoi ylipäättänsä joskus ostavansa lähiruokaa.
- Yli 87 % vastaajista ostaa lähiruokaa vähintään kerran viikossa.



Kuva 2 Vastaajien lähiruoan ostotiheys



# Lähiruoan ostopaikat nyt ja tulevaisuudessa

- Suosituin lähiruoan ostopaikka on ehdottomasti kauppa. 82 % vastaajista ostaa lähiruoan kaupasta samalla kun tekevät kotitalouden muutkin ruokaostokset. Myös tulevaisuudessa vastaajat toivovat lähiruokatuotteita löytyvän ruokakaupasta. Toiseksi suosituin lähiruoan ostopaikka on torit ja kolmantena tulee suoraan yrittäjältä ostot esimerkiksi tilapuodin kautta.



Kuva 3 Salofood lähiruokahylly –konsepti  
(Kuva: Yrityssalo Oy)

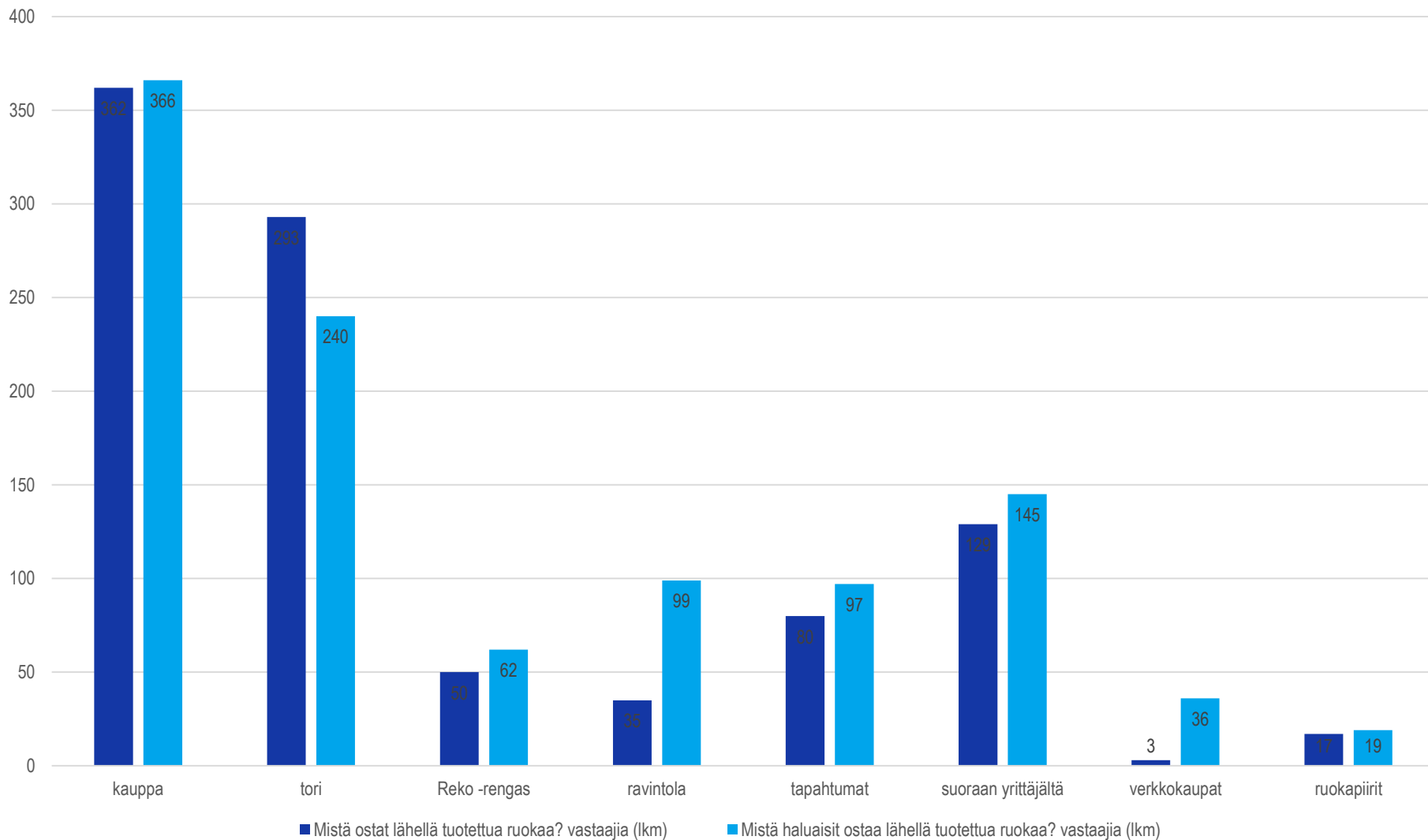




# Kuluttajien TOP 5 lähiruoan toiveostopaikat (% vastaajista)



## Nykyinen ja toivottu lähiruoan ostopaikka (n=449)



Kuva 4 Vastaajien nykyinen ja toivottu lähiruoan ostopaikka



# Vastaajien kommentteja ostopaikasta

”Kauppakassityyppisen lähiruokakassin ostaminen kiinnostaisi.”

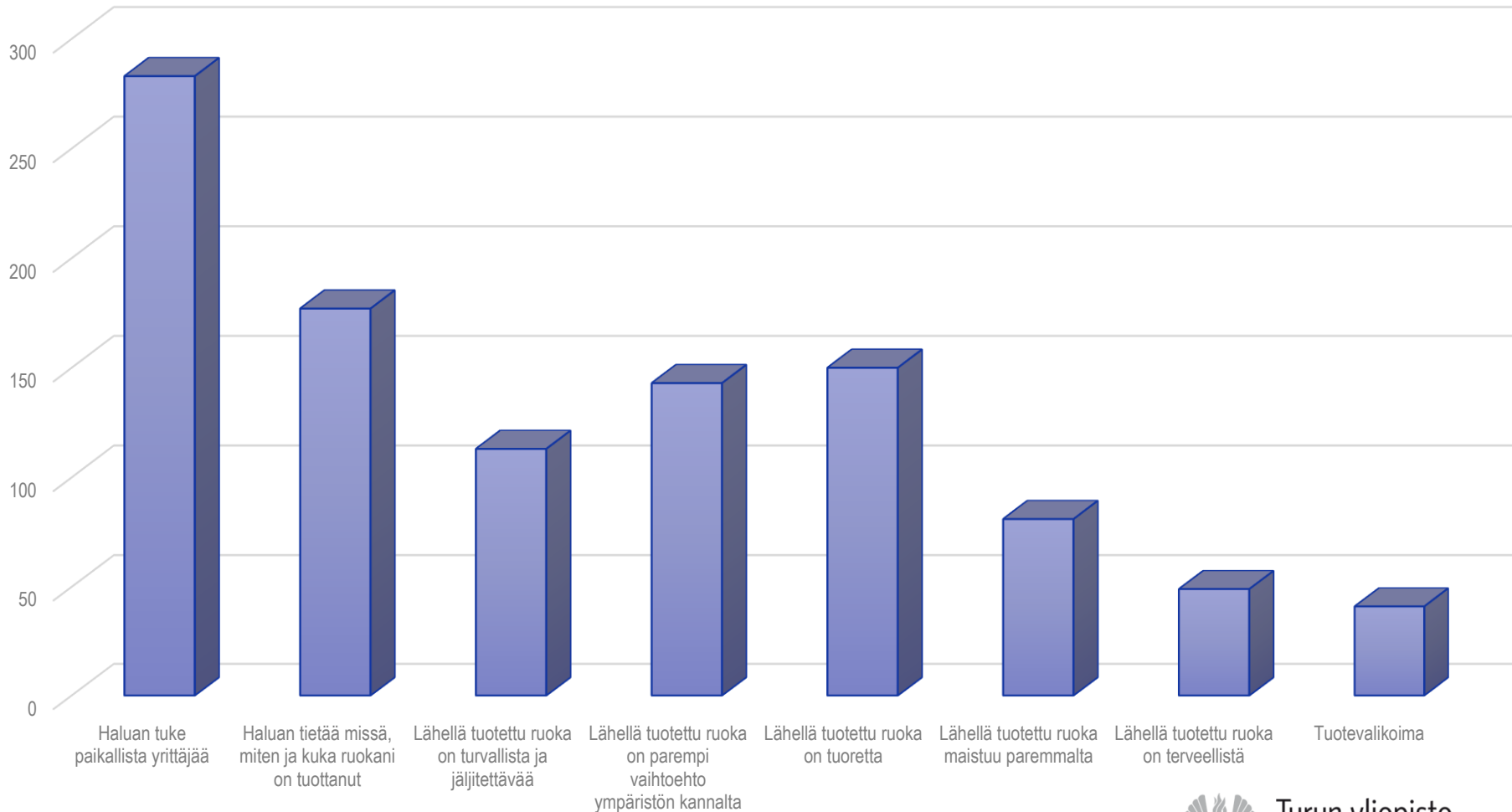
”Ostaisin kaupoista, sillä niissä tulee muutenkin käytyä”

”Ostaisin kaupasta helppouden takia”



# Vastaajien lähiruuan hankintamotiivit

Minkä vuoksi ostat lähellä tuotettua ruokaa?



Kuva 5 Vastaajien lähiruuan hankintamotiivien jakautuminen



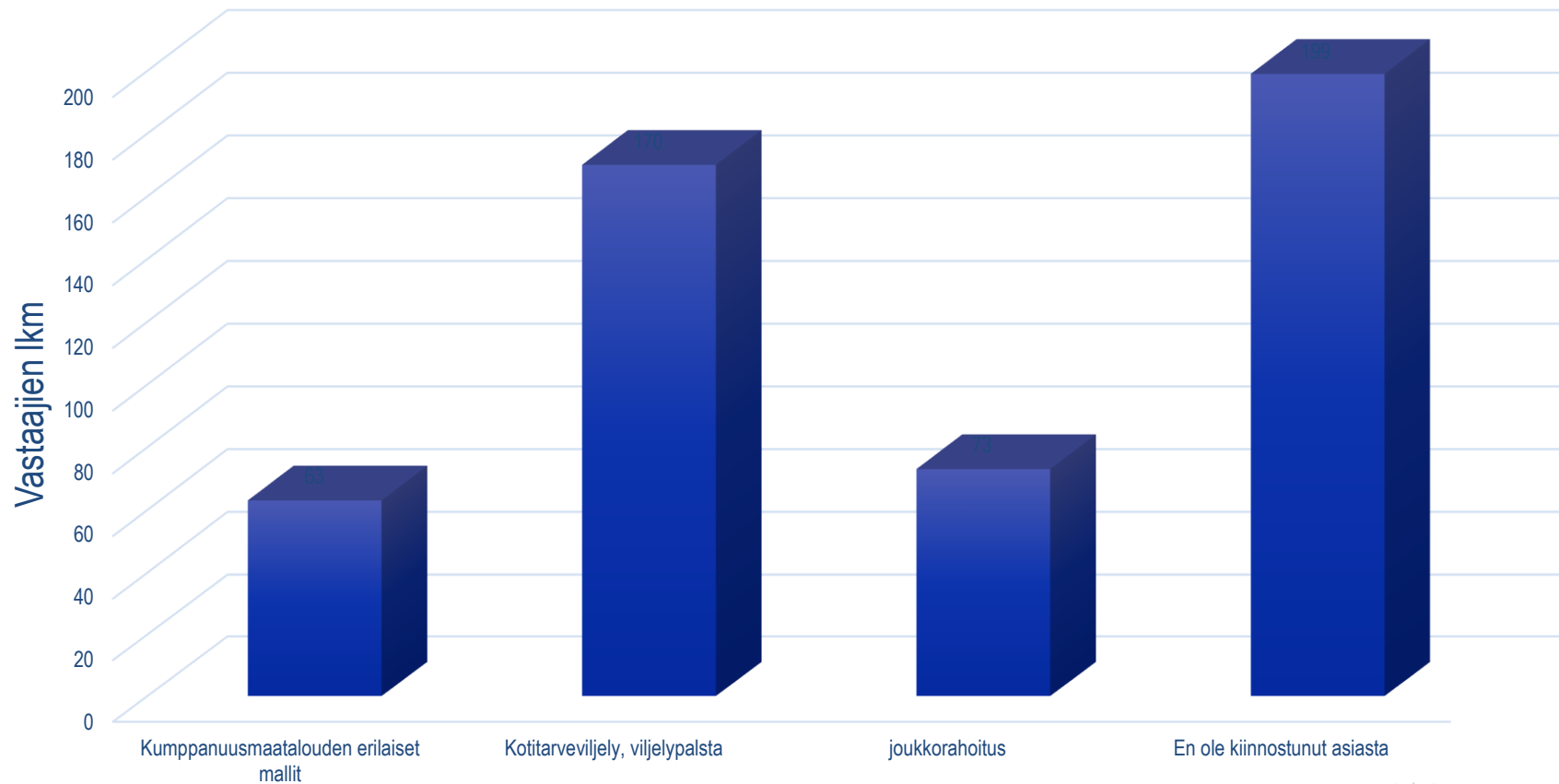
# Lähiruoan hankintamotiivit

- #Paikallisestiparasta –kysely vahvistaa aikaisempien valtakunnallisten tutkimusten (mm. TNS Gallup 2016, Erälinna ym. 2017) tuloksia lähiruoan hankinnan motiiveista.
- Suurin osa vastaajista, 63 %, kertoo tärkeimmäksi syyksi ostaa lähiruokaa halun tukea paikallista yrittäjyyttä. Toiseksi tärkeimmäksi syyksi nousi kuluttajien halu tietää, missä, miten ja kuka ruoan on tuottanut (40 %). Kolmantena syynä nousi esille lähiruoan tuoreus ja mielikuva lähiruoan pienemmistä ympäristövaikutuksista (33 %).
- Lähiruokayrittäjän kannattaa hyödyntää näitä arvoja yritysviestinnässään, markkinoinnissaan ja koko liiketoiminnan kehittämisessä.
- Mielenkiintoista on huomata kuluttajien hankintamotiiveissa muutos, joka on tapahtunut viimeisten vuosien aikana. Esimerkiksi MTT teki kuluttajakyselyn (n=463) vuonna 2012, jonka mukaan 3 tärkeintä perustetta ostaa lähiruokaa oli tuoreus, tietoisuus alkuperästä ja maukkaus.



# Haluaisitko itse osallistua ruoan tuotantoon?

Haluaisitko itse osallistua ruoan tuottamiseen? (n=449)



Kuva 6 Vastaajien kiinnostus osallistua ruoan tuottamiseen



# Kuluttajien osallistuminen ruoan tuotantoon

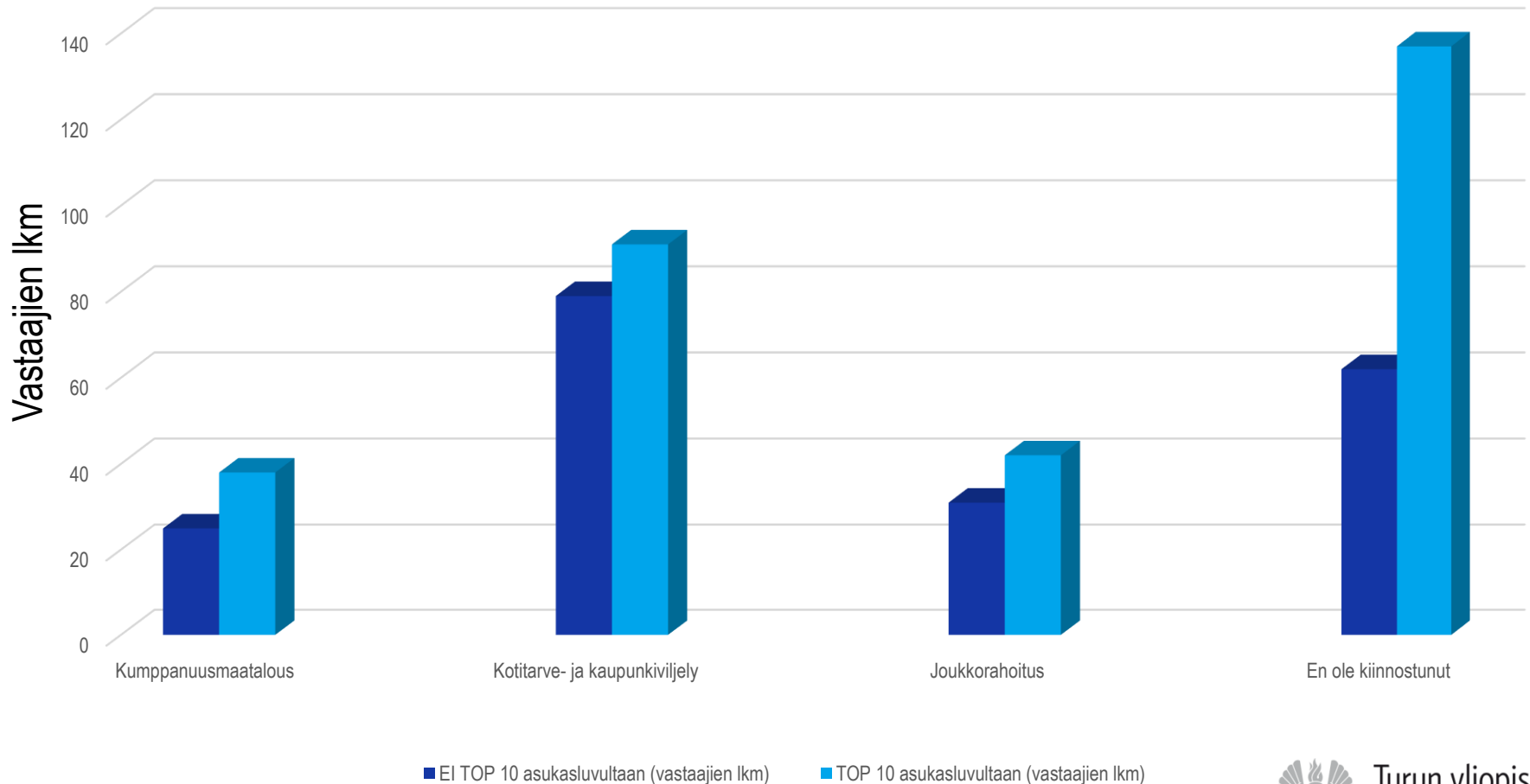
- Erilaiset kuluttajakeskeiset liiketoimintamallit, kuten kumppanuusmaatalouden erilaiset muodot, monipuolistavat lähiruoan tarjontakonsepteja perinteisten jakelukanavien rinnalla. Lisätietoa malleista Erälinna ym. 2017.
- Kyselyn tulosten mukaan yllättävän suuri joukko vastaajista kertoi olevansa kiinnostunut **joukkorahoituksesta** (17 % kaikista vastaajista). Joukkorahoituksen kautta kuluttaja pystyisi osallistumaan lähiruokayrityksen toimintaan, esimerkiksi sijoittamalla sovitun summan yrityksen investointeihin.
- **Kumppanuusmaatalous** kuulosti kiinnostavalta 15 prosentin mielestä (osuus kaikista vastaajista). Kumppanuusmaataloudessa kuluttaja voisi esimerkiksi vuokrata viljelijältä oman omenapuun, ostaa puutarhalta sato-osuuden jne.
- **Kotitarve- ja kaupunkiviljely** kiinnosti 39 % kaikista vastaajista
- Kiinnostus kumppanuusmaatalouteen ja joukkorahoitukseen alkaa heräämään 30 vuoden iässä. Suurin asiasta kiinnostuneiden kuluttajaryhmä näyttäisi olevan 41–60 vuotiaat.
- Isojen kaupunkien asukkaat ovat kiinnostuneempia osallistumaan ruoan tuotantoon kuin muiden kuntien asukkaat.

- ***Kuluttajien osallistuminen ruoan tuotantoon lisää ruoan arvostusta!***



# Isojen kaupunkien asukkaat ovat kiinnostuneempia osallistumaan ruoan tuottamiseen kuin pienempien paikkakuntien asukkaat

Haluaisitko itse osallistua ruoan tuottamiseen? Isot kaupungit vrs. muut asuinpaikkakunnat (n=442)

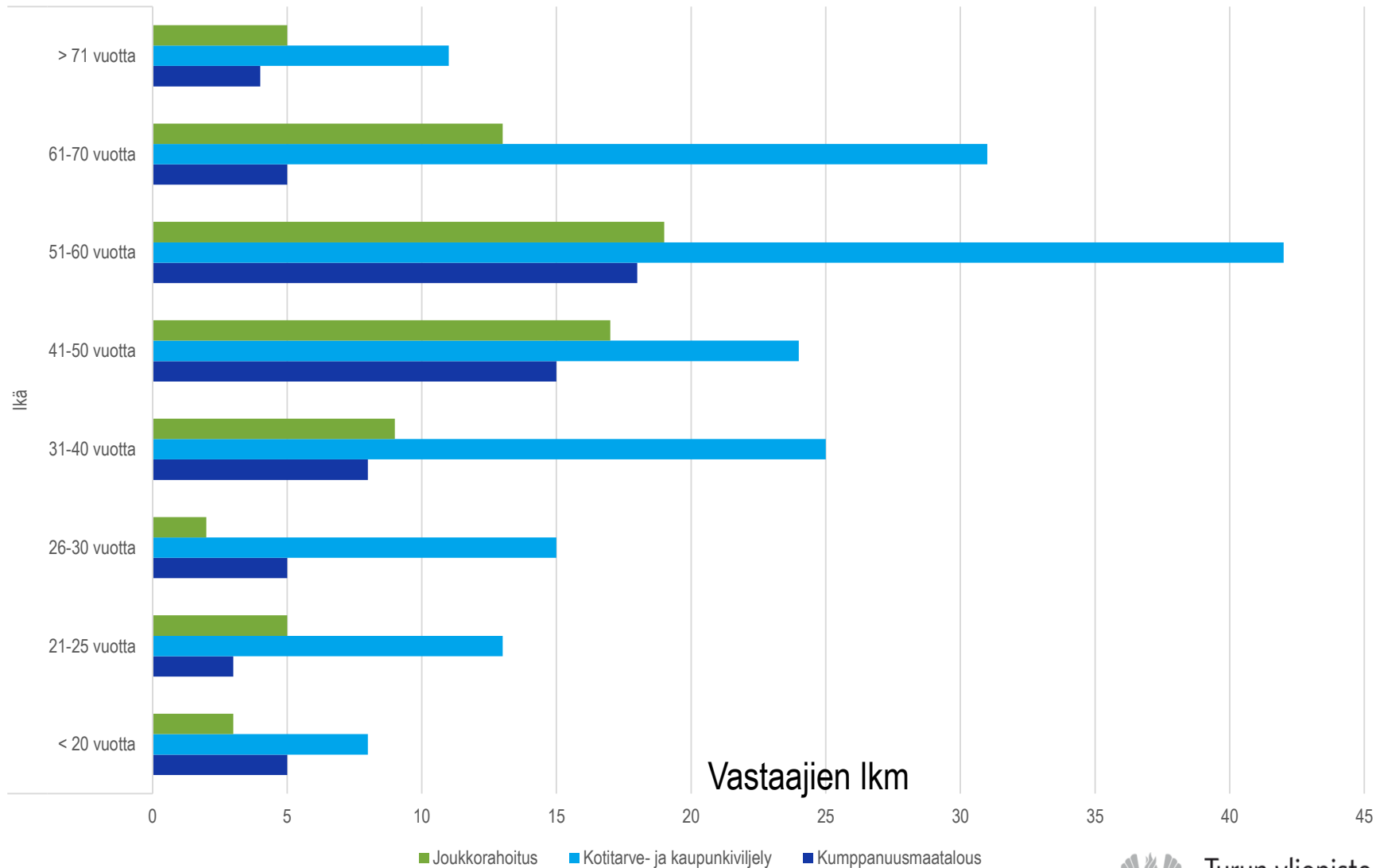


Kuva 7 Asuinpaikan vaikutus kiinnostukseen osallistua ruoan tuottamiseen





# Kiinnostuneiden vastaajien jakautuminen eri ruoan tuotannon osallistumismuotoihin ikäryhmittäin



Kuva 8 Vastaajien iän vaikutus eri ruoan tuotannon osallistumismuotoihin



# Johtopäätöksiä

- Kuluttajat ostavat lähiruokaa, koska **haluavat tukea paikallista yrittäjää**. Lähiruokayrittäjän kannattaa hyödyntää näitä arvoja yritysviestinnässään, markkinoinnissaan ja koko liiketoiminnan kehittämisessä.
- Kaupan rooli lähiruoan ostopaikkana nyt ja tulevaisuudessa on keskeinen → **lähiruokayrittäjän kaupan yhteistyössä on vielä hyödyntämättömiä mahdollisuuksia**
- Kuluttajat haluavat lisää lähiruokaa ravintoloiden tarjontaan → **asiakasviestintään ravintoloissa kannattaa panostaa**
- Vaihtoehtoiset lyhyet jakelukanavat kiinnostavat yhä useampia kuluttajia
- Kuluttajat (erityisesti isojen kaupunkien asukkaat) ovat kiinnostuneita osallistumaan itse ruoan tuotantoon kotitarve- ja kaupunkiviljelyyn, joukkorahoituksen tai kumppanuusmaatalouden keinoin → **tarvitaan lisää tietoa uusien mallien käytännöistä ja rohkeita kokeiluja sekä kuluttajien että lähiruokayrityksen keskuuteen**



# Lisätietoja

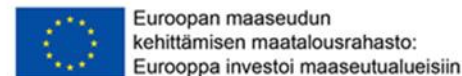
Turun yliopiston Brahea-keskus

projektipäällikkö

Johanna Mattila

[Johanna.mattila@utu.fi](mailto:Johanna.mattila@utu.fi)

040 565 8121



**Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa**

# #Paikallisesti parasta -kysely

## Liite 1

### #Paikallisestiparasta -kysely kuluttajien lähiruoan käytöstä

Lähiruoka on paikallisruokaa, joka edistää oman alueen taloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria, on tuotettu ja jalostettu oman alueen raaka-aineista ja joka markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella

#### 1. Taustatiedot

- Nainen
- Mies
- Muu

#### 2. Ikä

- < 20 vuotta
- 21-25 vuotta
- 26-30 vuotta
- 31-40 vuotta
- 41-50 vuotta
- 51-60 vuotta
- 61-70 vuotta
- > 71 vuotta



3. Asuinpaikkakuntasi?

---

---

---

4. Perhekunta

- Asun yksin
- Asun parisuhteessa
- Asun yksin lasten kanssa
- Asun parisuhteessa, taloudessa on lapsia
- 

Kanssani asuu multa (esim. kämppeiksi), mutta pääasiassa vastaan omasta ruokataloudestani

5. Kuinka paljon ruoka herättää kiinnostustasi esimerkiksi eri medloissa?



6. Ostaako läheisiä tuotettua ruokaa?

- Kyllä
- En



7. Kuinka usein ostat lähellä tuotettua ruokaa?

- Päivittäin
- Pari kertaa viikossa
- Kerran viikossa
- Pari kertaa kuukaudessa
- Kerran kuukaudessa
- Harvemmin kuin kerran kuukaudessa

8. Syytä, jonka vuoksi et osta lähiruokaa (valitse enintään kaksi)

- Lähellä tuotettua ruokaa on vaikea löytää /tunnistaa esimerkiksi kaupasta
- Lähiruoka valikoima on hyvin suppea esimerkiksi kaupassa
- Lähellä tuotettu ruoka ei ole laadultaan sen parempaa kuin muutkaan elintarvikkeet
- Lähellä tuotettu ruoka on liian kallista
- En tiedä, en ole juuri ajatellut asiaa

9. Minkä vuoksi ostat lähellä tuotettua ruokaa? (valitse enintään kaksi)

- Haluan tukea paikallista yrittäjää
- Haluan tietää, missä, miten ja kuka ruokani on tuottanut
- Lähellä tuotettu ruoka on turvallista ja jäljitettävää
- Lähellä tuotettu ruoka on parempi vaihtoehto ympäristön kannalta
- Lähellä tuotettu ruoka on tuoretta
- Lähellä tuotettu ruoka maistuu paremmalta
- Lähellä tuotettu ruoka on terveellistä
- Lähiruokayrittäjän valikoimassa on tuotteita, joita en saa yhtä helposti muualta



10. Mistä ostat lähellä tuotettua ruokaa? (valitse enintään kolme)

- Kaupasta
  - Torilta
  - Reko -lähiruokarenkaiden kautta
  - Ravintolasta
  - Tapahtumista
  - Suoramyyntilolita/suoraan yrittäjiä
  - Lähiruoan verkkokaupoista
  - Ruokapölistä
  - Muualta, mistä?
- 

11. Mistä haluaisit lähellä tuotettua ruokaa ostaa? (valitse enintään kolme)

- Kaupasta
  - Torilta
  - Reko -lähiruokarenkaiden kautta
  - Ravintolasta
  - Tapahtumista
  - Suoramyyntilolita/suoraan yrittäjiä
  - Lähiruoan verkkokaupoista
  - Ruokapölistä
  - Muualta, mistä?
- 



12. Mitä tuotteita haluaisit ostaa lähellä tuotettuina? (valitse enintään kolme)

- Kasvikset
- Hedelmät ja marjat
- Liha ja lihajalosteet
- Kala ja kalajalosteet
- Maito ja maitojalosteet
- Leipomotuotteet
- Kananmunat
- Muuta, mitä?

---

13. Haluaisitko itse osallistua ruoan tuottamiseen? Esimerkiksi

Kumppanuusmaatalouden muodossa: vuokraamalla viljelijältä oman omenapuun , ostamalla puutarhaita sato-osuuden yms.

Kottarviljelemällä omalla pihalla, kaupunkiviljelypaistalla tms.

Osallistamalla joukkorahoituksen kautta lähiruokayrityksen toimintaan, esimerkiksi sijoittamalla 20 euroa yrityksen investointeihin

En ole kiinnostunut osallistumaan ruoan tuottamiseen

Mulla tavoin, miten?

---

