

Elintarvikkeiden myynnin kehitys Suomen päivittäistavarakaupassa

Elintarvikkeiden kulutus ja kulutuksessa tapahtuvat muutokset ovat ruokamarkkinoiden toiminnan kannalta tärkeää seurattavaa. Suomen hyvistä ja kohtuullisen kattavista kulutustilastoista huolimatta kulutuksen muutoksia päästään tarkastelemaan ja analysoimaan aina viiveellä. Nyt toukokuussa 2020 tuoreimmat saatavilla olevat tilastoviranomaisten julkistamat kulutustilastot ulottuvat ainoastaan vuoteen 2018 asti.

Päivittäistavarakauppa ry:n yhdessä Tilastokeskuksen kanssa tuottamat päivittäistavarakaupan myyntitilastot mahdollistavat elintarvikkeiden kulutuksen seurannan aikaisempaa ajankohtaisemmin. Myyntitilasto kertoo välillisesti kulutuksen kehittymisestä. Tilaston perusteella voidaan tarkastella esimerkiksi vähittäiskaupan myynnin jakautumista pääluokittain ja edelleen tuoteryhmittäin.

Myydyt määrät kasvoivat alkuvuonna

Toukokuussa 2020 julkaistun tilaston perusteella elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien myynti Suomen päivittäistavarakaupassa oli tammi-maaliskuussa yhteensä runsaat 3,1 miljardia euroa. Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien myynti oli kolme neljäsosaa kaikesta päivittäistavarakaupan myynnistä. Niiden myynti kasvoi vuoden 2019 ensimmäiseen neljännekseen verrattuna runsaat viisi prosenttia. Kasvu johtui ennen kaikkea myynnin määrän kasvusta. Keskimääräinen hintojen nousu oli samalla ajalla 1,6 prosenttia.

Alkoholittomat oluet erottuvat

Ruokaostoksiin kuuluvat elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien lisäksi usein myös alkoholilliset juomat. Päivittäistavarakaupan alkoholimyynti oli tammi-maaliskuussa yhteensä 325 miljoonaa euroa. Merkittävin tuoteryhmä oli oluet, joiden myynti kasvoi runsaat kaksi prosenttia vuoden takaisesta. Alkoholimyyniksi laskettavan myynnin suurin yksittäinen muutos oli kuitenkin alkoholittomien ja matala-alkoholisten oluiden kulutuksen runsaan neljänneksen kasvu. Kasvusta huolimatta niiden osuus oluiden kokonaismyynnistä oli kuitenkin vasta hieman yli kolme prosenttia. Matala lähtötaso selittää korkeat prosenttiosuudet, mutta kasvu on ihan todellista.

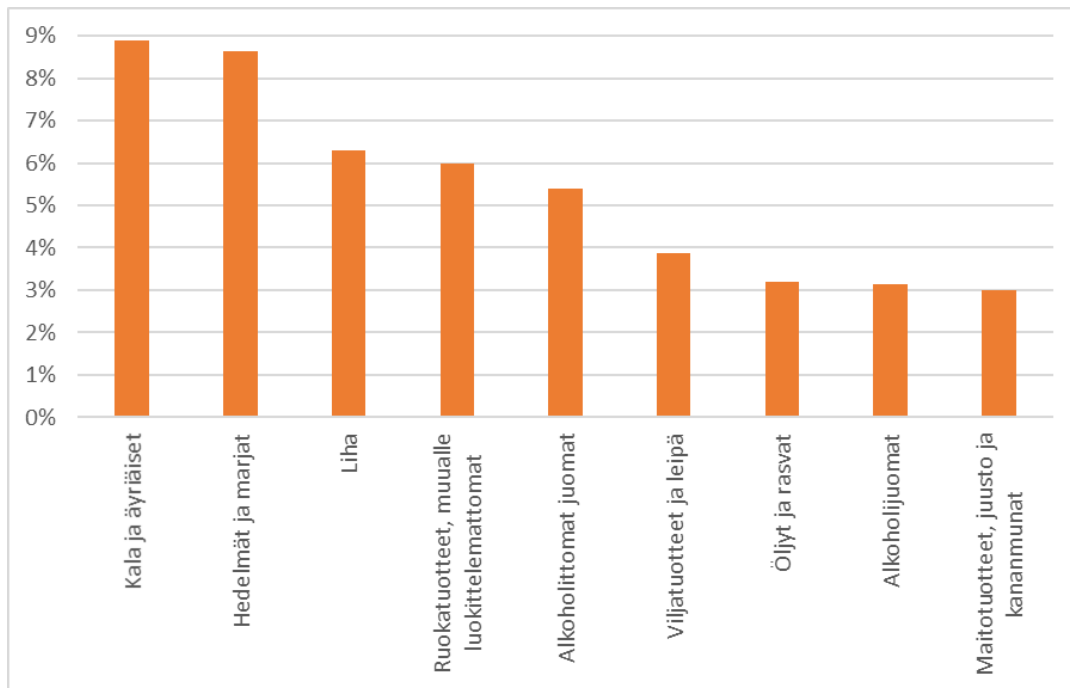
Toinen alkoholijuomiin kohdistuva rakenteellinen muutos liittyy viineihin. Rypäleviinien myynti päivittäistavarakaupassa kasvoi lähes 30 prosenttia ja samaan aikaan hedelmä- ja marjaviinien myynti laski melkein viisi prosenttia.

Kalat ja hedelmät kasvussa

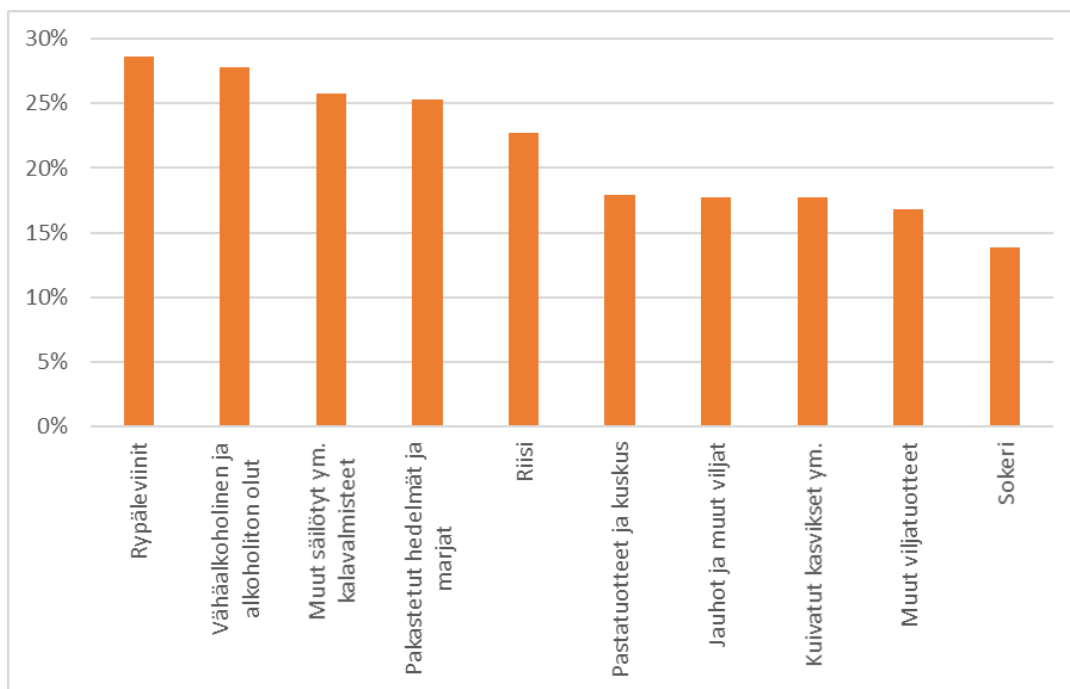
Päivittäistavarakaupan elintarvikemyynnin kasvu on jakautunut eri pääluokkien välillä suhteellisen tasaisesti. Nopein kasvu on ollut pääluokassa kalat ja äyriäiset, joihin kuuluvien tuotteiden myynti on kasvanut lähes yhdeksän prosenttia vuoden takaiseen verrattuna. Myös hedelmien ja marjojen myynti on kasvanut samaa tahtia. Alkoholijuomien, maitotuotteiden, vihannesten sekä sokerin ja makeisten myynnin kehitys oli elintarvikkeiden keskimääräistä myynnin kasvua hitaampaa.

Tuoteryhmittäinen tarkasteltu osoittaa, että myynnin kehityksessä on isoja eroja sekä tuoteryhmien sisällä että niiden välillä. Tuoremaidon myynti laskee, mutta kulutus siirtyy saman pääluokan sisällä laktoosittomiin maitojuomiin ja muihin maitotuotteisiin. Kalatuotteiden myynnin kokonaiskasvusta huolimatta pääluokkaan kuuluvan kuivatun tai savustetun kalan kulutus on laskenut. Sokeri, hunaja,

hillot ja makeiset pääluokassa suklaan myynti on kasvanut hieman, mutta makeisten myynti on ollut laskussa.



Kuvio 1. Ruokaostosten pt-myyntin kasvu Suomessa tammi-maaliskuussa 2020 pääluokittain (Lähde: PTY, Tilastokeskus)



Kuvio 2. Suurimmat muutokset pt-myyntissä Suomessa tammi-maaliskuussa 2020 tuoteryhmittäin (Lähde: PTY, Tilastokeskus)

Korona näkyy kehityksessä

Elintarvikkeiden myyntitilastosta voidaan tunnistaa myös koronaviruksen aiheuttamasta poikkeustilasta johtuneita muutoksia. Tuoteryhmätasolla tarkasteltuna myynti on kehittynyt vahvimmin säilykkeillä, pakasteilla ja erilaisilla kuiva-aineilla. Esimerkiksi pastan, riisin ja jauhojen myynti on kasvanut lähes viidenneksellä. Kalasäilykkeillä ja pakastemarjoilla kasvu on ollut vielä selvästi tätäkin nopeampaa.

Koronavaikutusten merkittävin lyhyen aikavälin rakenteellinen tekijä on ravintola- ja ruokapalvelukulutuksen siirtyminen osittain päivittäistavarakaupan myynnin piiriin. Muutos näkyy eniten lihatuotteiden kulutuksessa. Naudanlihan myynti päivittäistavarakaupassa kasvoi alkuvuoden aikana yli kymmenen prosenttia. Myös siipikarjanlihan myynti kasvoi samaa vauhtia, kun taas sianlihan myynnin kasvu jäi ainoastaan alle kahteen prosenttiin.

Siipikarjanlihan kulutuksen pitkään jatkunut voimakas kasvu näkyy myös myyntitilastossa. Tammi-maaliskuussa siipikarjanlihan kokonaisynti oli vain kymmenen prosenttia pienempi verrattuna naudan- ja sianlihan yhteenlaskettuihin myyntieuroihin. Odotettavissa on, että yksin siipikarjanlihan kokonaisynti nousee lähitulevaisuudessa muita lihalajeja suuremmaksi.

Tilaston perusteella suomalaisten kuluttajien elintarvikkeiden kulutuksessa tapahtuvat muutokset ovat hitaita ja maltillisia, myös kriisiaikana. Maitotuotteiden ja lihan osuus elintarvikkeiden myynnistä on merkittävä. Elintarvikemyynnin alkuvuoden kehitys ei osoita viitteitä siitä, että merkitys olisi laskussa. Ainakin koronakriisin alkuvaiheessa kuluttajat näyttäisivät turvautuneen entistäkin enemmän tuttuihin ruokatarvikkeisiin.

Lisätietoja: MMT Kyösti Arovuori, REINU econ, kyosti.arovuori@reinuecon.fi, +358 40 515 8953

REINU econ

Economic Research, Analysis and Consulting

REINU econ on vuonna 2019 perustettu ruokamarkkinoiden asiantuntijapalveluita tarjoava yritys, jonka toiminnan tarkoitus on ymmärtää ruokamarkkinoiden muutosta ja auttaa asiakkaitaan menestymään muutoksessa.