



RUOKAILMIÖT 2026



K-RYHMÄN RUOKAILMIÖT 2026

K-ryhmän Ruokailmiöt luo jo kymmenettä vuotta peräkkäin kuluttajatutkimukseen perustuvan katsauksen keskeisiin ilmiöihin ruoan kulutuksessa sekä ennusteen näiden ilmiöiden kehityssuunnista lähitulevaisuudessa. Tarkastelu perustuu kuluttajakyselyyn, asiantuntijahaastatteluihin ja K-ryhmän myynti- ja digitaalisten palveluiden käyttödatan analyysiin.



Kuluttajakysely toteutettiin K-Kylä-asiakasyhteisössä syyskuussa 2025. Kyselyn vastaajamäärä oli 1073, ja aineisto painotettiin vastaamaan väestön ikä- ja sukupuolijakaumaa. Tulosten virhemarginaali on 3 %.

Asiantuntijanäkemystä katsaukseen toivat yhdeksän K-ryhmän eri alan asiantuntijaa analyttikosta kauppiaseen.

Myyntidataa analysoitiin ostokäyttäytymisessä havaittujen muutosten näkökulmasta. Tarkastelu tehtiin vertaamalla vuosien 2024–2025 kappalemyyntidataa (10/2024–09/2025, otannalla) niitä edeltäviin 12 kuukauteen.

- ! Vuoden 2026 katsaus on päivitys edellisen vuoden ilmiöistä. Ilmiöiden laskentatapaa on myös uudistettu, joten tulokset ja luvut eivät suoraan ole verrannollisia edellisen vuoden katsaukseen.



ILMIÖN KOKO (%)

Osuus suomalaisista, jotka tällä hetkellä käyttäytyvät ilmiön mukaisesti eivätkä muuta sitä tulevaisuudessa, ja jotka käyttäytyvät nyt ilmiön mukaisesti ja arvioivat kyseisen käyttäytymisen lisääntyvän jatkossa.

ILMIÖN KASVUKERROIN

Ilmiön arvioitu koko tulevaisuudessa suhteessa ilmiön kokoon nyt. Mitä korkeampi luku, sitä nopeammin ilmiön odotetaan kasvavan.

HYVINVOINTI



Kokonaisvaltainen hyvinvointi  **74 %**
Mieli, uni ja vatsa – hyvää fiilistä ja sallivuutta unohtamatta 

TIEDOSTAVUUS



Harkittu kuluttaminen  **56 %**
Analyttisesti kohti omien arvojen mukaisia valintoja 



Niksikkyys  **84 %**
Suunnitelmallisuus ja tehokas jämäruokien hyödyntäminen 

RUOKAELÄMYKSET



Halu kehittyä ruoanlaittajana  **59 %**
Keskiössä maustaminen sekä itselle uudet raaka-aineet ja tekniikat 



Elämyksiä ja estetiikkaa  **56 %**
Panostusta laatuun, makuihin ja yhdessä viihtymiseen 

VAIVATTOMUUS



Supervaiivattomuus  **51 %**
Valmisruokaa, puolivalmista ja helppoja välipaloja 



Täsmäruokailu  **40 %**
Ateria kerrallaan edullisesti, helposti ja itselle mieluisasti 

ILMIÖN KOKO (%) | n=1073
Osuus suomalaisista, jotka tällä hetkellä käyttäytyvät ilmiön mukaisesti, ja jotka arvioivat kyseisen käyttäytymisen pysyvän samana tai lisääntyvän jatkossa.

KASVUKERROIN | n=1073
Osuus suomalaisista, jotka aikoivat käyttäytyä ilmiön mukaan tulevaisuudessa suhteessa ilmiön kokoon nyt



#1

Kokonaisvaltainen hyvinvointi ja niksikkyys ovat vahvoja koko kansan ilmiöitä, jotka kulkevat arvoina läpi myös muiden ilmiöiden.

Iso osa suomalaisista pyrkii omassa arjessaan ja erityisesti keittiössä edistämään omaa hyvinvointiaan. Samoin erilaisten niksikkäiden ratkaisujen hakeminen on monelle täysin arkipäivää. Nämä ilmiöt ovat nykymuodossaan siis lähes saturaatiopisteessään, eikä potentiaalia kasvulle enää juuri löydy.

#2

Harkittu kuluttaminen on paitsi ympäristöstä, myös itsestä huolehtimista. Ilmiönä se kulkee käsikädessä kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin kanssa.

Harkitussa kuluttamisessa omien arvojen mukaisten valintojen tekemisellä on iso rooli. Nykyhetkessä ilmiötä voi kuitenkin edelleen rajoittaa taloudellinen tilanne. Kasvukerroin on kuitenkin iso ja povaa myös koko aiheen merkittävyyden voimistumisesta tuotteiden ja palveluiden valinnassa.

#3

Laitteiden rooli ruokaelämyksissä vahvistuu, ja ruoanlaittaminen on jo itsessään osa ruoan kautta haettavaa elämyksellisyyttä.

Itselle uudet laitteet ja uuden opettelu ovat merkittävässä osassa ruonlaittamisen elämyksellisyydessä, ja ilmiöllä onkin suuri kasvukerroin.



#4

Teknologian ja erityisesti generatiivisen tekoälyn kehittyminen kiihdyttää myös vaivattomuuteen liittyviä odotuksia.

Tekoäly ja sen tuomat uudet tekniset ominaisuudet kuluttajien käyttämiin palveluihin kehittyvät niin nopealla syklillä, että tulevaisuudessa kuluttajien odotuksissa mukana pysyminen on yhä nopeampaa kilpajuoksua.

#5

Supervaiivattomuudessa ja täsmäruokailussa korostuvat halu syödä terveellistä ja laadukasta ruokaa, mutta rajoitteena ovat tällä hetkellä taloudelliset realiteetit.

Myös vaiivattomuutta halutaan enenevässä määrin toteuttaa tinkimättä omista arvoista, ruoan laadusta tai terveellisyydestä. Ilmiöllä on edelleen iso kasvukerroin, ja kysyntää asiakkaiden elämää helpottaville tuotteille, palveluille ja ratkaisuille löytyy.

RUOKAILMIÖT 2026

KOKONAIS- VALTAINEN HYVINVOINTI





KOKONAISVALTAINEN HYVINVOINTI KIINNOSTAA TÄLLÄ HETKELLÄ SUURTA OSAA KULUTTAJISTA

Hyvinvoinnista huolehtiminen ruoan avulla on olemassa oleva, merkittävä toimintamalli suomalaisilla.* Stressin ja kiireisen elämän keskellä omaa kokonaisvaltaista hyvinvointia tuetaan monin tavoin; kiinnitetään huomiota unen riittävyyteen, tehdään asioita mielen hyvinvoinnin eteen sekä pohditaan miten omaa jaksamista voisi tukea ruokavalion avulla. Tällä hetkellä omasta terveydestä ja hyvinvoinnista huolehtiminen ohjaa myös ratkaisevasti sitä, mitä ruokaa ostetaan. Ruokaa käytetään keinona hoitaa ja välttää erilaisia terveyshaasteita. Huomiota kiinnitetään esimerkiksi omalle keholle sopivan ruokarytmin löytämiseen.

76 % Tekee paljon mielen hyvinvoinnin eteen

73 % Kiinnittää huomiota riittävään uneen

Omasta terveydestä ja hyvinvoinnista kokonaisvaltaisesti huolehtiminen on minulle erittäin tärkeää ja tämä vaikuttaa ratkaisevasti myös siihen, minkälaista ruokaa ostan

60%

Käytän ruokaa keinona välttää ja hoitaa erilaisia terveyshaasteita (esim. mieli, uni, suolisto ja hormonitasapaino)

38%

Olen etsinyt itselleni sopivaa ruokailurytmiä, esim. kokeillut 6:8 pätikäpaastoa tai keventänyt iltasyömistä tmv.

20%

% väestöstä, n=1073 | Mitkä seuraavista kuvaavat sinua, suhtautumistasi ruokaan, ruoanlaittoon tai ruokakaupassa asiointiasi? | Monivalinta

*) 78% toimii näin nyt, mistä johtuen vain rajallinen määrä voi kasvattaa sitä jatkossa



**KENEN
OSTOSKASSEISSA
KOROSTUU?**

Eläkeläiset
Nuoret parit
Naiset



”Myyntidatamme tarkastelu näyttää, että uudet ravitsemussuositukset ovat kiinnostaneet kuluttajia ja vaikuttaneet merkittävästikin siihen, mitä ostoskoriin päätyy.”

SIIRI TUOMINEN
Business Analytics Manager



HAVAINTOJA DATASTA

Hyvinvointijuomat

10/2024–9/2025



+10 %

Sokerittomat tuotteet

10/2024–9/2025



+14 %

Yli 500 000



seuraa ostotensa ravintoarvoja K-Ruoka-sovelluksessa

Hedelmien ja vihannesten lisäämiseen kannustanut Hevi-haaste keräsi lokakuussa 2025 yli 220 000 osallistujaa



INNOVAATIOT JA TEKNOLOGIA TUKEVAT HYVINVOINNISTA HUOLEHTIMISTA RUOAN AVULLA

Tulevaisuudessa väestön vanhetessa kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin alla korostuu pitkäikäisyyden tavoittelu. Lisäksi suunta kohti ennaltaehkäisevää terveydenhuoltoa näkyy myös ravinnossa – tekoälyn ja muiden teknologisten innovaatioiden avulla terveellisesti syöminen on helpompaa ja hauskempaa, kun sitä voi seurata reaaliajassa, pyytää suoraan omaan terveyden tilaan sopivia ruokalistoja ja osallistua erilaisiin terveyttä tukeviin haasteisiin. Myös erilaisten omaa terveyttä tukevien ruokavalioiden noudattaminen ja ravintolisätyjen perustuotteiden saatavuus yleistyy.

JATKOSSA



”Erilaisten proteiinia sisältävien tuotteiden käyttö ja tarjonta markkinalla kasvaa erityisesti välipaloissa ja valmisruoissa. Tulevaisuudessa voi olla, että maito puolestaan syödään eikä niinkään juoda.”

CARITA RISSANEN
Osto- ja myyntijohtaja, tuoretuotteet

NÄITÄ HALUTAAN JATKOSSA ENEMMÄN

45 %

Teot mielen hyvinvoinnin eteen

48 %

Vatsan ja suoliston hyvinvointia tukevat ruoat (esim. kuitupitoiset tuotteet, fermentoidut tuotteet)

29 %

Hedelmien ja vihannesten syöminen, tavoitteena 500-800g päivässä

20 %

Minulle terveydentilani perusteella räätälöity ruokavalio / Syömisoptimointi esimerkiksi verensokeri-tasapainon tai hormonitoiminnan näkökulmasta

43 %

Huomion kiinnittäminen riittävään uneen

34 %

Aivojen hyvinvointia tukevat ruoat (esim. pehmeitä rasvoja sisältävät tuotteet)

22 %

Alkoholittomuus

ILMIÖN KASVUKERROIN

X 1,2



Ennakoitu ilmiön kasvuvauhti

RUOKAILMIÖT 2026

HARKITTU KULUTTAMINEN



ALKUPERÄ, TUOTANTO JA AINESOSAT KIINNOSTAVAT

Harkitussa kuluttamisessa korostuu halu vähentää ympäristön kuormitusta omilla ruokavalinnoilla. Tämä näkyy halussa suosia lähellä tuotettua ruokaa sekä elintarvikkeiden ainesosien ja ravintoaineiden selvittämisenä. Myös eläinten hyvinvoinnin huomioiminen ruokavalinnoissa on tärkeää. Hyvästä ruoasta halutaan nauttia ja myös omien mielihalujen mukaan halutaan toimia, kuitenkin tinkimättä näistä arvovalinnoista. Harkittu kuluttaminen on lisäksi omasta terveydestä huolehtimista, ja se onkin ilmiönä lähentynyt kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin ilmiötä.

59 %

Suosin aina kun mahdollista lähellä tuotettua ruokaa

58 %

Nautin hyvästä ruoasta ja ostan pääasiassa sitä, mitä mieli tekee, kuitenkin aina kun mahdollista eettisesti ja ekologisesti kestäviä tuotteita

49 %

Haluan ruokavalinnoillani kuormittaa ympäristöä mahdollisimman vähän ja olen valmis tekemään tämän eteen uhrauksiakin





ILMIÖN KOKO

56%

KENEN OSTOSKASSEISSA KOROSTUU?

Eläkeläiset
Nuoret parit ja sinkut
Naiset



”Pientoimittajahankkeessamme etsimme uusia tuotteita Pirkka Parhaat -sarjaamme. Haluamme olla mukana tukemassa suomalaista tuotantoa ja mahdollistaa pientuottajille laajemman jakelun.



NINA SALMI
Myynti- ja Omat brändit -johtaja

HAVAINTOJA DATASTA

MSC sertifioitu kala
(sis. Kalasäilykkeet)
10/2024–09/2025

+35 %



Halloumi / Tofu
10/2024–09/2025

+18 % / +25%



Kasvisruokareseptien hakumäärienkehitys
(Mangools: 10/2024–9/2025)

+182 % Linssimakaronilaatikko
+89 % Porkkanapihvit
+48 % Silken tofu
+22 % Linssikeitto



VOIMAKKAASTI TULEVAISUUDESSA KASVAVA VASTUULLISEKSI KOETUN RUOAN KULUTTAMISEN ILMIÖ

Tulevaisuudessa harkiten kuluttavat tarkastelevat yhä tarkemmin valintojensa kuormittavuutta maapallon kannalta, ja haluavat lähiruokaa pellolta suoraan omaan pöytään. Yhä useammat ovat tietoisia siitä mitä suuhunsa laittavat, niin tuotteissa käytettyjen raaka-aineiden kuin tuotteiden valmistusmenetelmien osalta. Harkitun kuluttamisen ennakoitaan kasvavan voimakkaasti taloudellisen epävarmuuden väistyessä, ja jatkossa korostuu enenevissä määrin ruoan laadun tärkeys suhteessa hintaan.

JATKOSSA



”Kuluttajia kiinnostaa entistä enemmän, mitä he suuhunsa laittavat. Aidot raaka-aineet ja clean label -ideologia nostaa päätään.”

HARRI VECKMAN
Head of Food Development, Kespro

NÄITÄ HALUTAAN JATKOSSA ENEMMÄN

44 %
Haluan ruokavalinnoillani kuormittaa ympäristöä mahdollisimman vähän ja olen valmis tekemään tämän eteen uhrauksiakin

37 %
Nautin hyvästä ruoasta ja ostan pääasiassa sitä, mitä mieli tekee. Ostan kuitenkin aina kun mahdollista mahdollisimman eettisesti ja ekologisesti kestäviä tuotteita

49 %
Suosin aina kun mahdollista lähellä tuotettua ruokaa

39 %
Ultraprosessoitujen elintarvikkeiden vältteleminen

38 %
Lisäaineettomat tuotteet

35 %
Luonnollisen runsasproteiiniset tuotteet

35 %
Mahdollisimman puhtaan ja kemikaalivapaan ruoan syöminen

29 %
Punaisen lihan syömisen vähentäminen

HUOM!
24 %
Koen välillä syyllisyyttä, kun en pysty taloudellisen tilanteeni takia tekemään arvojeni mukaisia ostopäätöksiä

ILMIÖN KASVUKERROIN

X 1,4



Ennakoitu ilmiön kasvuvauhti

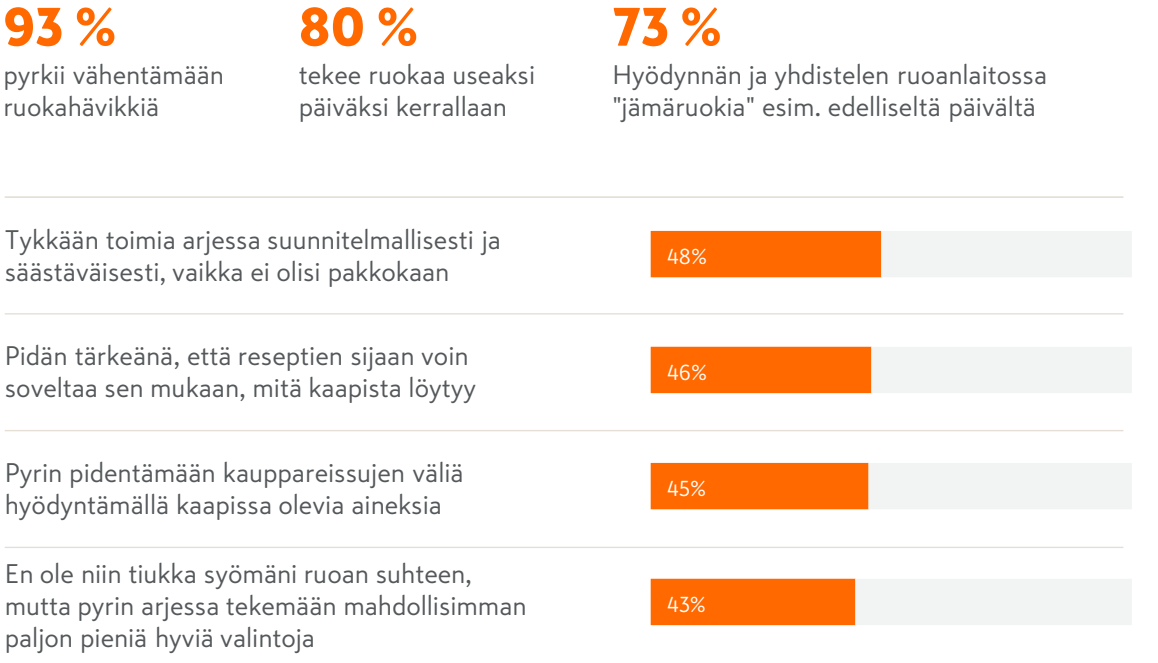
RUOKAILMIÖT 2026

NIKSIKKYYS



NIKSIKKYYDELLÄ RATKOTAAN ARKEA JA HÄVIKKIÄ

Niksikkyys on koko kansan ilmiö, joka ilmenee myös toimintatapana muiden ilmiöiden sisällä. Se on lähes osa suomalaista kulttuuria, jossa mitään ei haluta heittää hukkaan. Niksikkyudessa suunnitelmallisuus ja säästäväisyys ohjaa jämäruokien hyödyntämiseen ja luoviin ateriaratkaisuihin tiukan reseptin seuraamisen sijaan. Arjessa pyritään tekemään mahdollisimman paljon pieniä hyviä tekoja kuten jämäruokien hyödyntämistä seuraavilla aterioilla ja ruokahävikin vähentämistä.



KENEN OSTOSKASSEISSA KOROSTUU?

Lapsiperheet
Nuoret parit
Naiset
18–24-vuotiaat

”Asiakkaamme hakevat jatkuvasti niksikkaita ratkaisuja. Se näkyy myös Pirkassa: esimerkiksi hävikin hallintaan ja kierrätysvinkkeihin liittyvät sisällöt ovat aina pidetyimpien joukossa.”

SANNI JOKINEN,
Pirkka-lehden päätoimittaja, Kesko



HAVAINTOJA DATASTA

Purkit, tölkit, leipälaatikot
10/2024-09/2025

+12 %

Punalaputetut tuoretuotteet
10/2024-9/2025

+14 %

”Tähän vaikuttaa sekä K-ruokakauppojen halukkuus välttää hävikkiä alentamalla tuotteen hintaa päiväyksen lähentyessä, sekä kuluttajien jatkuva kiinnostus ostaa myös punalaputettuja tuotteita.”

SIIRI TUOMINEN
Business Analytics Manager

NIKSIKKYYS ELÄÄ JATKOSSAKIN OSANA ARKEA

Ilmiönä niksikkyys on korostunut suomalaisten ruoanlaitossa jo pitkään, ja näyttääkin siltä, että se ei ilmiönä enää juuri kasva. Niksikkyys saa kuitenkin jatkossa uusia vivahteita. Tulevaisuuden niksikkyudessa tutut maut toteutetaan uudella kulmalla ja tekoäly tukee omaa kekseliäisyyttä. Tekoälyavusteiset sovellukset auttavat jo nyt ideoinnissa ehdottaen ohjeita jääkaapin antimista.

JATKOSSA



”Ihmiset janoavat niksejä, miten voi löytää oikopolkuja ruoanlaittoon. Arjessa joka päivä ei jakseta nähdä vaivaa uuden ruoan valmistamiselle. Viikon ruokalistalta pitää löytyä reseptejä, joita voi valmistaa useammaksi päiväksi kerrallaan tai vinkkejä miten eilispäivän ruokaa voi jatkojalostaa huomenna..”

PIA FLINCK
K-Ruoka-lehden
päätoimittaja, Kesko



NÄITÄ HALUTAAN JATKOSSA ENEMMÄN

28%
Ruoan tekeminen useaksi päiväksi kerrallaan

73%
”Jämaruokien” hyödyntäminen ja yhdistely ruoanlaitossa esim. edelliseltä päivältä

39%
Ruokahävikin vähentämiseen pyrkiminen

48%
Arjessa suunnitelmallisesti ja säästävaisesti toimiminen, vaikka ei olisi pakkokaan

37%
”Jämaruokapäivien” pitäminen ylijääneistä kotiruoista

16%
Energiankulutuksen vähentäminen ruoanlaitossa, esim. vähemmän uunissa tehtäviä ruokia



ILMIÖN KASVUKERROIN

X 1,0

EI KASVUA



Ennakoitu ilmiön kasvuvauhti

RUOKAILMIÖT 2026

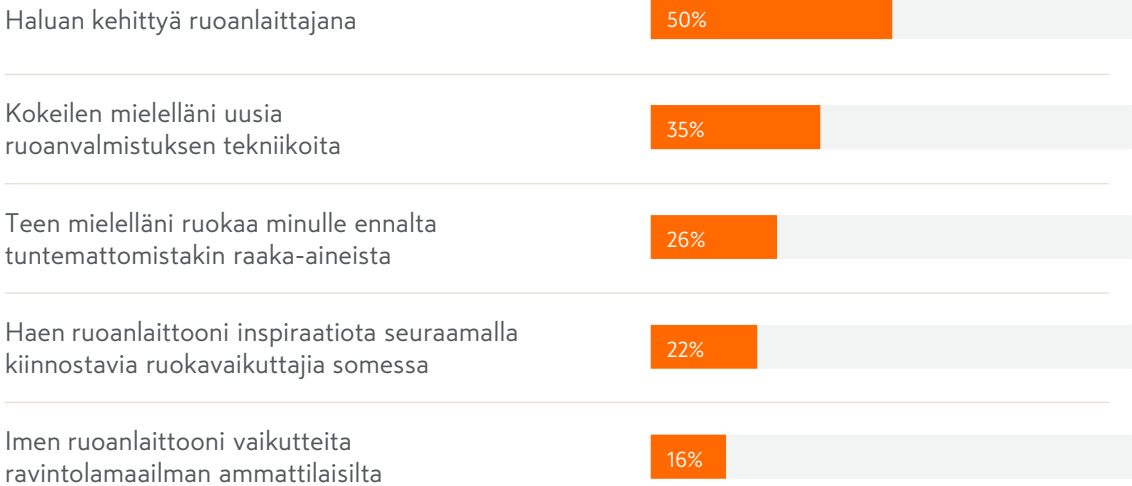
HALU KEHITTYÄ RUOAN- LAITTAJANA



INSPIRAATIO JA INNOSTUMINEN TULEE TAKAISIN RUOANLAITTOON

Halu kehittyä ruoanlaittajana näkyy nyt aktiivisena alusta asti itse kokkaamisena sekä uusien ja erilaisten ruoanvalmistuksen tekniikoiden ja laitteiden kokeiluna. Uusia ja itselle tuntemattomia raaka-aineita kokeillaan mielenkiinnolla. Lisäksi inspiraatiota kotikeittiöihin haetaan sosiaalisesta mediasta sekä ravintolaruoasta ja ravintola-alan ammattilaisilta.

59 % Olen erittäin kiinnostunut ruoasta ja ruoanlaitosta ja pyrin aktiivisesti kehittämään omia taitojani ruoanlaittajana



**KENEN
OSTOSKASSEISSA
KOROSTUU?**

Nuoret parit
18–24-vuotiaat



”Ruokailutottumukset voivat olla myös paikallisia, mikä näkyy tiettyjen tuotteiden alueellisissa suurissakin kysyntäeroissa, tästä riisinkeitin toimii hyvänä esimerkkinä.”

MIKKO SAAJAKARI
Valikoimapäällikkö kodintekniikka, Kesko



HAVAINTOJA DATASTA

Aasian tahnat
10/2024–09/2025

+23 % 

Aurinkokuivattu tomaatti
10/2024–09/2025

+11 % 

Ruoan valmistus-laitteet
10/2024–09/2025

+12 % 

Taco- ja salsakastikkeet
10/2024–09/2025

+17 % 

ITSELLE UUDEN JA HARVINAISEN KOKEILUA

Tulevaisuudessa kehittämisessä ruoanlaittajana ammennetaan ravintolakokkien ja vaikuttajien inspiroimana itselle uusista tai harvinaisemmista mauista, raaka-aineista ja tekniikoista. Hektiselle arjelle vastapainona halutaan tehdä syväsukelluksia uusiin makumaailmoihin ja valmistaa aikaa vieviäkin ohjeita. Samalla reseptit halutaan toteuttaa juuri ohjeen mukaan – harvinaisempien raaka-aineiden löytämiseksi ollaan valmiita näkemään vaivaa.

JATKOSSA



”Korona-ajan hienoisen kyllästymisen jälkeen ihmiset alkavat jälleen kiinnostua enemmän ruoanlaitosta ja omien taitojen kehittämisestä. Uusia makumaailmoja ja tekniikoita otetaan täsmänä haltuun ja kasvatetaan osaamista jossain tietyssä osa-alueessa, esim. airfryer, pizzan valmistus ja korealainen keittiö.”

PIA FLINK
K-Ruokalehden päätoimittaja, Kesko



NÄITÄ HALUTAAN JATKOSSA ENEMMÄN

40 %
Aktiivisesti omien taitojen kehittäminen ruoanlaittajana

21 %
Erilaisten laitteiden/ tarvikkeiden käyttäminen ruoanlaiton osana (esim. pastakone, pizzauuni, airfryer)

19 %
Kalan syönnin lisääminen

14 %
Erilaisten ruoanlaitto-tekniikoiden oppiminen (esim. Sous vide, fermentointi jne.)

42 %
Ruoan tekeminen useammin alusta asti itse

22 %
Uusien ja oivaltavien ruokaideoiden bongaaminen somesta

17 %
Palkokasvien (esim. pavut, linssit, soija, herneet) tai niistä tehtyjen kasviproteiinien syönnin lisääminen

ILMIÖN KASVUKERROIN

X 1,3



% väestöstä, n=1073 | Teen tulevaisuudessa enenevissä määrin / Mitkä seuraavista asioista ovat sellaisia, jotka kiinnostavat sinua nyt ja joiden uskot kiinnostavan sinua yhtä paljon tai enemmän myös ensi vuonna 2026? N=1073

RUOKAILMIÖT 2026

ELÄMYKSIÄ JA ESTETIIKKAA



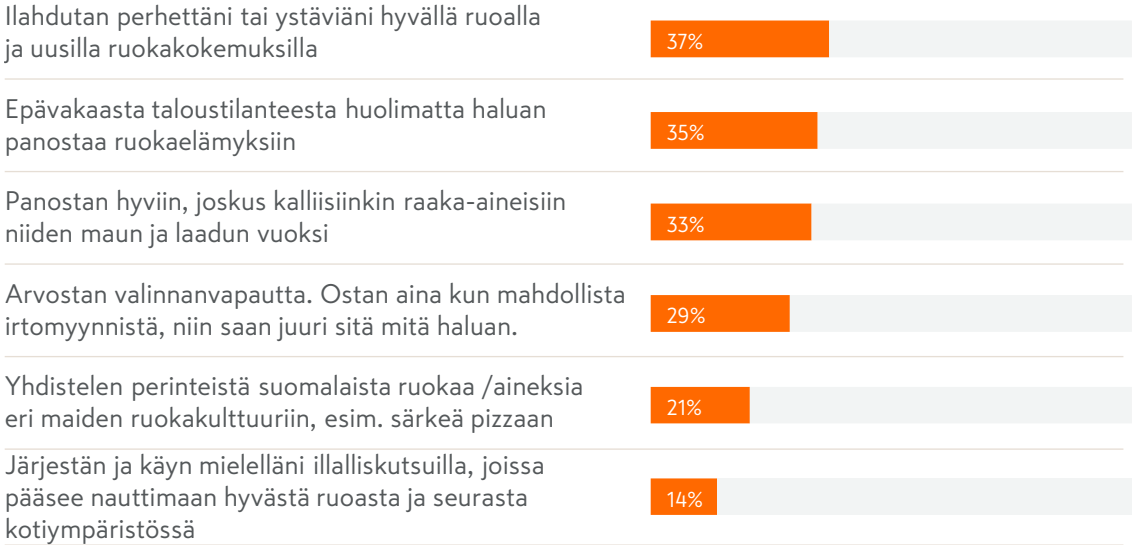


RUOKAELÄMYKSISTÄ LAATUA JA ILOA ELÄMÄÄN

Elämyksellisyys näkyy nyt monella tapaa, kuten uusien ruokien kokeiluna ja useiden eri maiden makujen nousuna. Ihmiset haluavat kokea uusia makuelämyksiä ja niitä jaetaan perheen ja ystävien parissa niin kotona arkisemmissa hetkissä kuin illalliskutsuilla. Elämyksiä haetaan myös ruoanlaitosta, ei vaan syömisestä, valmistamalla ruoka alusta asti itse ja käyttämällä erilaisia laitteita ja tarvikkeita.

57 %
Haen aktiivisesti uusia makuelämyksiä

52 %
Innostun helposti kokeilemaan uusia ruokia tai makuja, sillä kyllästyn helposti syömään aina samaa ruokaa



% väestöstä, n=1073 | Mikä kuvaa parhaiten suhtautumistasi seuraaviin väittämiin? Valitse parhaiten sinua kuvaava vaihtoehto. ? | Mitkä seuraavista kuvaavat sinua, suhtautumistasi ruokaan, ruoanlaittoon tai ruokakaupassa asiointiasi? Valitse kaikki, jotka tuntuvat sinulle tärkeiltä.



”Kuohkea ja ilmava Pirkka Parhaat pinsapohja on löytänyt tiensä asiakkaiden ruokapöytää rikastuttamaan. Alkujaan pinsat tulevat Roomasta, ja niissä yhdistyy helppous ja herkullisuus, täytteitä varioimalla pinsapohjasta on moneksi. Pinsa vaatii vain pikaisen lämmityksen ja sen voi täyttää joko ennen tai jälkeen kuumennuksen. Tuote lanseerattiin kesäkuussa ja sen myynti lähti vauhdilla liikkeelle: pinsapohjien myynti lähes kolminkertaistui heti heinäkuussa, kun vertaa edellisen vuoden myyntiin.”

NINA SALMI
Myynti- ja Omat brändit -johtaja





INSPIRAATIOTA YHTEISÖISTÄ JA INHIMILLISYYDESTÄ

Ruokaelämyksistä nauttiminen jatkaa levittäytymistä lautaselta myös ruoan valmistukseen ja ostamiseen. Inspiraatiota uusiin ruokaelämyksiin ja -kokemuksiin saadaan sosiaalisesta mediasta. Reseptien lisäksi innostutaan luomaan arkisistakin hetkistä kokemuksia, esimerkiksi kahvin eri keittotapojen opettelulla ja hienosäädöllä. Elämyksiä tullaan hakemaan entistä enemmän jo kaupassa käynnistä ja raaka-aineiden valinnasta inspiroivassa ympäristössä. Ruoan valmistamisen rooli elämyksenä nousee ja siihen liittyvä yhdessäolo sen mukana.

JATKOSSA



”Viikonloppuina ja lomilla ruokaa tullaan valmistamaan yhdessä perheen ja ystävien kanssa. Sunnuntaista voisi muodostua uusi, yhteisöllinen hetki ruoan ympärillä - ns. digivapaa sunnuntailounas.”

HARRI VECKMAN
Head of Food Developmet Kespro



”Kahvikulttuurin kehityksessä seuraamme mielenkiinnolla esimerkiksi kahvipapujen kysynnän kasvua ja sen vaikutusta kahvimyllyjen kysyntään.”

MIKKO SAAJAKARI
Valikoimapäällikkö kodintekniikka, Kesko



NÄITÄ HALUTAAN JATKOSSA ENEMMÄN

42 %
Uusien makuelämyksien aktiivinen etsiminen

42 %
Ruoan tekeminen useammin alusta asti itse

22 %
Uusien ja oivaltavien ruokaideoiden bongaaminen somesta

7 %
Kofeiinittomat tuotteet

42 %
Innostun helposti kokeilemaan uusia ruokia tai makuja, sillä kyllästyn helposti syömään aina samaa ruokaa

37 %
Vähärasvaiset tuotteet

11 %
Ruoan esillepanoon panostaminen

ILMIÖN KASVUKERROIN

X 1,5



Ennakoitu ilmiön kasvuvauhti

RUOKAILMIÖT 2026

SUPER- VAIVATTOMUUS



VÄHÄN AIKAA JA VAIVAA, PALJON MAKUA

Vaivattomuuden kaipuu näkyy nyt arjen sujuvoittamisessa, hektisiin hetkiin halutaan varautua pitämällä kotona nopeita ja helppoja ruokaratkaisuja, jotta ruokaa saa pöytään jopa vartissa. Vaivattomuutta kaipaavat etsivät aktiivisemmin myös aivan uudenvuodensuunnitelmiin ratkaisuja helpottamaan arjen ruuanlaittoa ja ruoan ostamista. He hyödyntävät ruokahuollossaan myös ravintoloita ja take-awayta. Kun helppoihin ratkaisuihin on tottunut, koetaan niistä luopuminen vaikeana.

50 %

Suosin arkena ruokia, jotka ovat pöydässä "15 minuutissa"

52 %

Etsin aktiivisesti aivan uudenvuodensuunnitelmiin ratkaisuja helpottamaan arjen ruuanlaittoa ja ruoan ostamista

Pidän kotona aina varuilla nopeita ja helppoja ruokia, kuten nuudeleita, pussipastoja, säilykkeitä, pakasteita

62%

Valitsen ruokakaupan sen mukaan, missä saan sujuvimmin hoidettua ostokseni

53%

Syön arkena vähintään kerran viikossa ravintolassa, lounasruokalassa tai muussa ruokapaikassa (lounas tai illallinen)

23%

Syön paljon valmisruokia

16%

% väestöstä, n=1073 | Teen tulevaisuudessa enenevässä määrin / Mitkä seuraavista asioista ovat sellaisia, jotka kiinnostavat sinua nyt ja joiden uskot kiinnostavan sinua yhtä paljon tai enemmän myös ensi vuonna 2026? N=1073



KENEN
OSTOSKASSEISSA
KOROSTUU?

Nuoret parit
Naiset



”Arjen ruokailut tullaan entistä enemmän ulkoistamaan palvelutiskeille, valmisruokiin ja ravintolamaiseen tarjontaan, mutta mikä tahansa ei kelpaa vaan tarjonnan täytyy olla herkullista, elämyksellistä ja terveellistä. Globaalien makujen vastapainona hyvin valmistettujen kotiruokaklassikoiden arvostus nousee.”

HARRI VECKMAN
Head of Food development, Kespro



ILMIÖN
KOKO

51%

HAVAINTOJA DATASTA

Tuoreet marjat
(pl. mansikka)
10/2024–9/2025



+18 %

Premium
annospizzat
10/2024–9/2025



+5 %



SUPERVAIVATTOMUUDEN VAADE KASVAA NOPEAN TEKNOLOGIAN KEHITTÄMISEN MYÖTÄ

Tulevaisuudessa supervaivaton ratkaisu tarjoutuu nykyistä useammin tekoälyn ja robotiikan avulla. Tekoäly voi helpottaa arkea tekemällä kokonaisen verkkokauppatilauksen asiakkaan puolesta. Tekoäly ja teknologia auttavat ulkoistamaan menun ja ostolistojen suunnittelun ja tilaamisen, sekä saamaan tarvittavat tuotteet kotiin lyhyelläkin varoitusaajalla, tästä jo olemassa olevana esimerkkinä K-Ruoka-sovelluksen Ossi Ostosapuri. Kuluttajien odotukset kasvavat sekä vaivattomuuden, että helpon ruoan laadun osalta – mikä tahansa ei kelpaa vaan tarjonnan täytyy olla nopean lisäksi, herkullista, elämyksellistä ja terveellistä.

JATKOSSA



”Uskon, että tulevaisuuden verkkokauppa toimii agenttisesti: autonomiset tekoälyassistentit hoitavat ruokaostokset ja varaukset puolestamme.”

MIKKE BERGSTRÖM
GenAI Transformation Manager,
Kesko



”Arkiset helpot reseptit kiinnostavat, ja ovat suosittujen reseptiemme listalla jatkuvasti, esimerkkinä helppo butter chicken.”

PIA FLINCK
K-Ruokalehden päätoimittaja, Kesko



NÄITÄ HALUTAAN JATKOSSA ENEMMÄN

29 %
Pöydässä
”15 minuutissa” olevien
arkiruokien suosiminen

22 %
rasvattomat
tuotteet

7 %
Etsin kaupasta valmiita
ravintolatasoisia
ratkaisuja, joita voin
valmistaa nopeasti
kotona

47 %
Aktiivisesti aivan
uudenlaistenkin arjen
ruoanlaittoa ja ruoan
ostamista helpottavien
ratkaisujen etsiminen

16 %
Energian kulutuksen
vähentäminen, esim.
vähemmän uunissa
tehtäviä ruokia

”Arjen ostamista helpotetaan myös tekemällä perustuotteet noutotilauksena ja täydentämällä ostoksia noudon yhteydessä kaupassa käymällä.”

TERO HUHTALA
Kauppias, K-Citymarket Ruoholahti



**K-Ruokasovelluksen
ostoslistaa käyttäneet ostivat
+38 %
euromääräisesti enemmän**



ILMIÖN KASVUKERROIN

X 1,4



Ennakoitu ilmiön kasvuvauhti

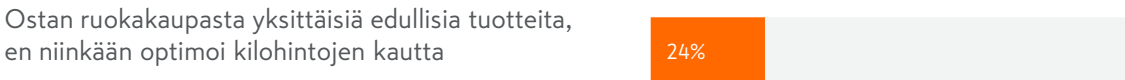
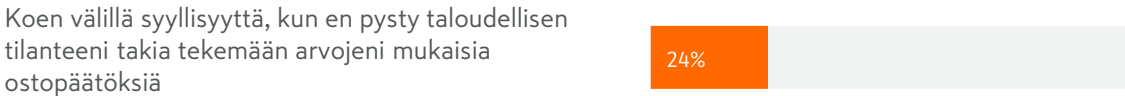
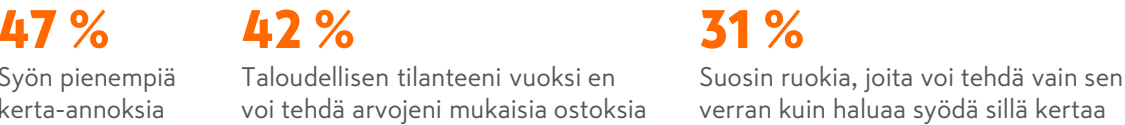
RUOKAILMIÖT 2026

TÄSMÄ- RUOKAILU

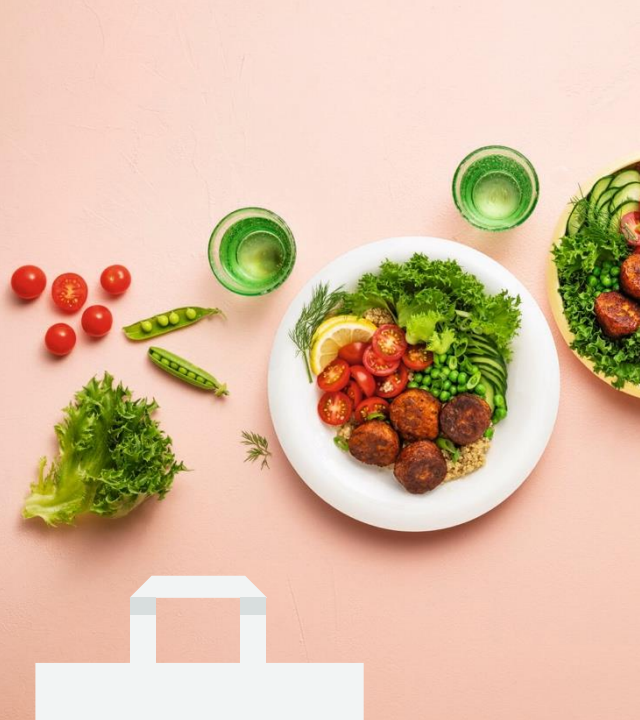


RUOKAILUN OPTIMOINTI ATERIA KERRALLAAN

Täsmäruokailussa suunnittelemattomuus tarjoaa vaivattomuutta – sen hetkisten mielihalujen ja taloudellisten realiteettien mukaan tehdään vain yksi ateria tai annos kerrallaan. Täsmäruokailijan suosimat pienemmät kerta-annokset tarjoavat edullisuuden lisäksi tuoreutta, jolloin jämien syömisestä ja hävikin välttämisestä ei tarvitse stressata. Osalla taloudellinen tilanne haastaa mahdollisuutta tehdä omia arvoja tukevia valintoja. Kilohinnat eivät täsmäruokailussa niinkään merkitse, koska ei ole mahdollista optimoida halvimman kilohinnan perusteella.



% väestöstä, n=1073 | Teen tulevaisuudessa enenevissä määrin / Mitkä seuraavista asioista ovat sellaisia, jotka kiinnostavat sinua nyt ja joiden uskot kiinnostavan sinua yhtä paljon tai enemmän myös ensi vuonna 2026? N=1073



”Asiakkaat haluavat tällä hetkellä ruoalta erityisesti terveellisyyttä ja nopeutta. Terveellisyyden merkitys on suurempi kuin koskaan ja siitä ei haluta tinkiä helppoisakaan ratkaisuissa.”

TERO HUHTALA
Kauppias, K-Citymarket Ruoholahti



HAVAINTOJA DATASTA



250g pakkaukset liha
10/2024–9/2025



Paistopistetuotteet
10/2024--9/2025

TERVEELLISEMPÄÄ, VASTUULLISEMPAA JA LAADUKKAAMPAA

Tulevaisuudessa täsmäruokailua vauhdittaa pienten ja ikääntyvien talouksien lisääntyminen. Jatkossa täsmäruokailussa halutaan tehdä vielä vahvemmin omia arvoja vastaavia ostopäätöksiä, eli terveellisempää, vastuullisempaa ja laadukkaampaa. Täsmäruokailua tukee tuote- ja palveluratkaisujen kehitys – enemmän helppoja ja sopivan kokoisia ruokaratkaisuja pienillekin talouksille, sekä mahdollisuus tehdä impulssiostoksia kotisohvalta käsin.

JATKOSSA



”Tunnistettuja syömisen trendejä, jotka vaikuttavat lähivuosina edelleen valikoimakehitykseen ovat terveellisyys ja hyvinvointi, helppous ja vaivattomuus sekä snäkifikaatio ja premiumtuotteet. Näitä tuotteita kehitettäessä otamme myös huomioon pienten talouksien määrän kasvun. Tarvitaan helppoja ja sopivan kokoisia ruokaratkaisuja ja pakkauksia pienten kotitalouksien tarpeisiin.”

NINA SALMI
Myynti- ja Omat
brändit johtaja, Kesko



NÄITÄ HALUTAAN JATKOSSA ENEMMÄN

41 %
Pienempien kerta-annosten
syöminen

20 %
Minulle terveydentilani perusteella räätälöity
ruokavalio / Syömisen optimointi esimerkiksi
verensokeritasapainon tai hormonitoiminnan
näkökulmasta

23 %
Ruokien suosiminen, joita
voi tehdä vain sen verran
kuin haluaa syödä sillä
kertaa

20 %
Vastustuskykyä parantavat
tuotteet (esim.
vitaminoidut tuotteet)

14 %
Kasvisruokavalio



ILMIÖN KASVUKERROIN

X 1,2



Ennakoitu ilmiön kasvuvauhti

A still life composition on a light pink textured background. In the center is a glass jar filled with red jam, topped with yellow seeds. To the right, a white plate holds two slices of rustic bread; one is topped with a dollop of white butter and a sprinkle of red jam and seeds. To the left of the jar is a small white bowl containing a mixture of red and yellow spices. In the bottom left, a wooden honey dipper with a round head and a handle, sits on a white hexagonal base, with a small amount of honey and jam on it. Two small, round, yellowish-orange objects, possibly seeds or small pieces of jam, are scattered on the surface near the bottom right.

K

RUOKAILMIÖT
2026