

RUOKAILMIÖT 2027



RUOKAILMIÖT AVAA IKKUNAN SUOMALAISTEN RUOKATRENDEIHIN

K-ryhmän Ruokailmiöt on jo 11. kertaa julkaistava, kuluttajatutkimukseen perustuva katsaus suomalaisten kotikeittiöiden keskeisiin ruokailmiöihin. Se tarkastelee ruoan kulutuksessa ja ruokailutottumuksissa tapahtuvia muutoksia sekä ennakoi, mihin suuntaan ilmiöt ovat kehittymässä lähitulevaisuudessa.

Miten tämä tutkimus tehtiin?

Ruokailmiöt 2027 yhdistää määrällistä ja laadullista kuluttajatutkimusta. Eri menetelmät täydentävät toisiaan ja auttavat ymmärtämään sekä ilmiöiden yleisyyttä että niiden merkitystä ja mahdollista kehityssuuntaa.

Laadullinen tutkimus

Seitsemän uusia ruokailmiöitä aktiivisesti seuraavan kuluttajan ruokapäiväkirjat ja yksilöhaastattelut syvensivät ymmärrystä siitä, miten ilmiöt näkyvät arjessa, mitä ne ihmisille merkitsevät ja mihin suuntaan ne voivat kehittyä.

Myyntidata

K-ryhmän aikajakson 10/2025-9/2026 myyntimäärän seurannan avulla tunnistettiin arjen käyttäytymisen muutoksia.

Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen tutkimus toteutettiin K-ryhmän K-Kylä-asiakasyhteisössä 1 178 henkilön otoksella, joka oli edustava iän ja sukupuolen suhteen. Kyselyllä kartoitettiin nouseviin ruokatrendeihin liittyviä asenteita ja orientaatioita sekä tunnistettiin toisistaan erottuvia kuluttajasegmenttejä.

Asenneväittämien pohjalta tunnistettiin seitsemän ruokaan liittyvää ilmiötä. Kullekin ilmiölle tunnistettiin joukko kuluttajia, joiden asenteissa ja käyttäytymisessä kyseinen ilmiö korostuu. Näitä kuluttajia kutsutaan tutkimuksessa ilmiön edustajiksi.

Ilmiöiden sisältä tunnistettiin lisäksi pienempi joukko kuluttajia, jotka ovat jo mukana ilmiössä ja arvioivat sen merkityksen omassa toiminnassaan kasvavan tulevaisuudessa. Tämän ryhmän voidaan nähdä ennakoivan ilmiön mahdollista tulevaa kehitystä. Tätä joukkoa kutsutaan tutkimuksessa ”trendissä oleviksi” kuluttajiksi.

% Ilmiön yleisyys: Kuinka suuri osa suomalaisista kuuluu ilmiön piiriin.

RUOKAILMIÖT 2027 YHTEENVETO





Nautinnollinen hyvinvointi 76 %

Hyvinvointi ei enää tarkoita vain rajoittamista. Huomio siirtyy siihen, mitä voi lisätä, kuten ravitsevuutta, hyvää oloa ja iloa.



Hyvä elämä maistuu 64 %

Kiireisen arjen vastapainoksi ruoka on yhä useammin harrastus, nautinto ja tapa rakentaa merkityksellisiä hetkiä niin itselle kuin muille.



Makurohkeus 59 %

Tutut maut eivät riitä. Uudet makuyhdistelmät, tekstuurit ja ruokakulttuurit tuovat elämyksiä ilman että niiden kokeminen vaatii matkaa tai ravintolailtaa.



Suunnitelmallinen ruoka-arki 90 %

Suunnittelu, hävikin vähentäminen ja arjen fiksu optimointi tuovat hallinnan tunnetta. Monelle juuri arjen sujuvammaksi tekemisestä voi tulla jopa intohimo.



Ruokauteliaisuus 61 %

Some, tekoäly, kauppojen sovellukset ja ruokasivustot ovat tulleet osaksi ruoka-arkea. Ennen niin vakiintuneet ruokarutiinit elävät nyt nopeammin, kun kiinnostava raaka-aine tai ilmiö päätyy hetkessä omaan keittiöön.



Kestävät ruokavalinnat 43 %

Kestävyys vahvistuu taas ostoskorissa. Samalla odotukset kaupalle ja brändeille vahvistuvat. Kestävät valinnat halutaan nähdä tavallisina ja luontevina osina arkea, ei erikoisvalintoina.



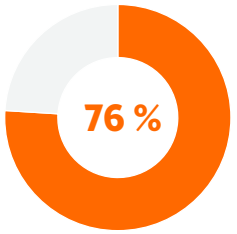
Vaivattomat valinnat 93 %

Tarve oikaista syntyy tilanteesta, ja kiireisiä hetkiä tulee kaikille. Se, miten arkea helpotetaan, on kuitenkin yhä henkilökohtaisempaa. Kiireessäkään ei haluta tinkiä itselle tärkeistä periaatteista.

Hyvinvointi vapautuu suorittamisesta. Sen sijaan, että ruoasta karsitaan, siihen halutaan lisätä ravitsevuutta, hyvää oloa ja iloa. Välillä hyvinvointia tukee myös se, että ruoka saa olla yksinkertaisesti tankkausta arjen tarpeisiin.

Sallivan hyvinvoinnin ihanne on ollut nousussa jo pitkään, mutta terveellisyyden ja nautinnon yhteensovittaminen on vaatinut tasapainoilua. Nyt fokus siirtyy rajoittamisesta kohti mahdollisimman rikasta ravintoa, mikä tekee hyvinvoinnin tavoittelusta mutkattomampaa ja herkullisempaa.

Hyvinvointi ymmärretään entistä kokonaisvaltaisemmin. Merkitystä on paitsi sillä, mitä syömme, myös sillä, kenen kanssa syömme ja millainen suhteemme ruokaan on. Sallivaan ruokasuhteeseen kuuluu myös se, ettei jokaisen aterian tarvitse olla optimaalinen. On hyväksyttävää, että välillä ruoka nähdään vain polttoaineena. Ruokaan suhtaudutaan aiempaa rennommin ja mutkattomammin. Samaan aikaan itsetekemisen ihanne elää vahvana ja luo myös paineita. Kotona tehtyä ruokaa pidetään lähes itsestään selvästi terveellisempänä, ja valmisruokien sekä ultraprosessoitujen tuotteiden käyttöä pyritään vähentämään. Ostoskorit kertovat kuitenkin muuta: valmisruoan kysyntä kasvaa, eli ihanteen ja arjen välillä on ristiriita.



Osuus suomalaisista

Teen arjessa tietoisia ja ravitsemuksellisesti monipuolisia ruokavalintoja, jotka tukevat hyvinvointiani ja jaksamistani	76%
Kiinnitän huomiota siihen, miten ruoka vaikuttaa sekä fyysiseen että henkiseen olooni	75%
Pyrin tasapainottamaan nautinnon ja terveyden ruokailussa	70%

% ilmiön edustajista, n=891



TULEVAISUUDESSA

Tuotteissa kiinnostaa

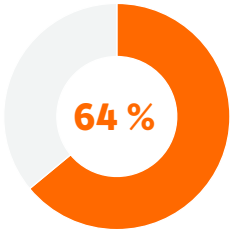
Tuotteet, jotka eivät sisällä lisättyä sokeria	59 %
Lisäaineettomat tuotteet	51 %
Sydänmerkityt tuotteet	55 %
Ravitsemussuositusten mukainen ruokavalio	31 %

% ilmiön trendissä olevista, n=221 I Mitkä seuraavista tuotteista ovat sellaisia, jotka kiinnostavat sinua nyt ja joiden uskot kiinnostavan sinua yhtä paljon tai enemmän myös ensi vuonna 2027?

Ruoanlaitto vähenee arjessa, mutta vahvistuu harrastuksena. Siinä missä moni välttää kiireessä kokkaamisen kokonaan, toisessa ääripäässä ruokaan käytetään aikaa, luovuutta ja rahaakin enemmän kuin ennen.

Samaan aikaan kun valmisruoan myynti kasvaa ja ruoanlaittoon käytetty aika vähenee, tapahtuu myös päinvastaista: ruokaan halutaan uppoutua ja sen äärelle kokoontua. Nämä ääripäät eivät välttämättä jaa ihmisiä, vaan tilanteita. Sama ihminen voi arkena välttää kokkaamista ja viikonloppuna käyttää siihen tunteja.

Kuluttajille ruoka näyttäytyy keinona tehdä elämästä rikkaampaa: luoda jotain konkreettista, oppia uutta ja ennen kaikkea tuoda ihmisiä yhteen. Haaveena on kokoontua useammin joukolla yhteisen pöydän ääreen. Kun yhteinen aika on kortilla, tulee ruoasta hyvä syy nähdä ja tapa pitää suhteista huolta.



Osuus suomalaisista

Ruoanlaitto on minulle tapa irrottautua arjesta	70%
Ruoan visuaalisuus ja esillepano vaikuttavat ruokavalintoihini myös arjessa	62%
Ilahdutan perhettäni tai ystäviäni hyvällä ruoalla ja uusilla ruokakokemuksilla	58%

% ilmiön edustajista, n=758



TULEVAISUUDESSA

Vahvistuu

Haluan panostaa laadukkaisiin raaka-aineisiin ja ruokaelämyksiin myös silloin, kun ne maksavat enemmän	63 %
Se, mitä syön, kertoo minusta ja on tapa ilmaista itseäni	63 %
Innostun kaupan uutuuksista ja kokeilen niitä mielelläni	62 %
Nostalgiset ruoat tuovat minulle mielihyvää	61 %

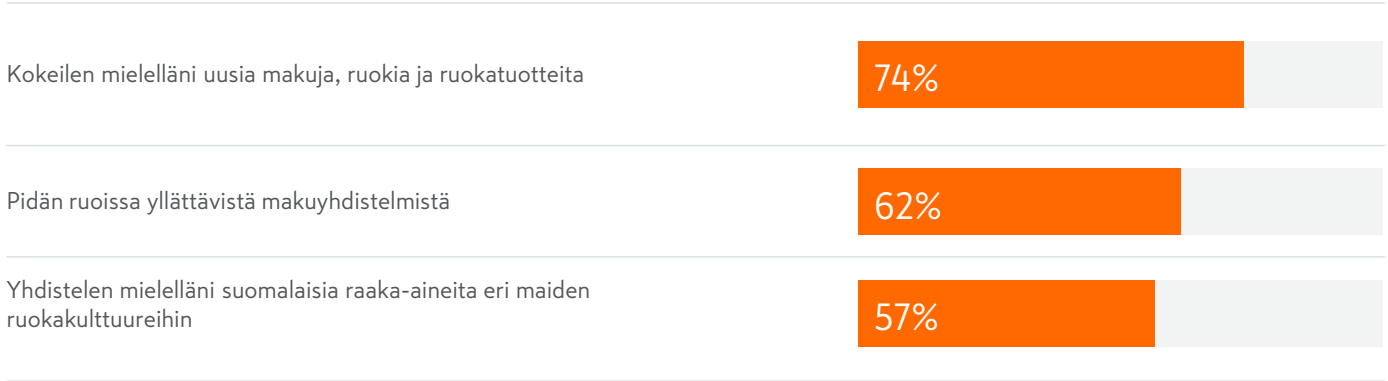
% ilmiön trendissä olevista, n=108 I Mikä kuvaa parhaiten suhtautumistasi seuraaviin väittämiin? Teen näin nyt ja jatkossa enemmän.

Yllättävät maut eivät odota vain ravintolassa tai lomamatkalla. Utelias syöjä hakee makuja, tekstuureja ja ruokakulttuureja omaan keittiöönsä.

Kansainväliset keittiöt ovat suomalaisille jo tuttua arkea, ja kynnys kokeilla uutta on madaltunut. Kun ennen eksoottiselta tuntuneet maut ovat arkipäiväistyneet, uteliaisuutta halutaan ruokkia etsimällä uusia ja ennakkoluulottomia ratkaisuja. Nyt kiinnostavat yllättävät makuparit, erilaiset tekstuurit ja voimakkaat kontrastit. Erityisen kiinnostavia ovat yhdistelmät, joissa ääripäät kohtaavat. Esimerkkejä voimakkaista kontrasteista ovat makurohkeutta ruokkiva vastakohtien yhdistäminen, kuten nostalgia ja uutuus, makea ja tulinen, kuuma ja kylmä, kotimainen ja kaukainen tai edullinen ja ylellinen. Rajoja testaillaan ja leikkisyys on tullut osaksi kokeilevaa keittiötä. Kaikkien kokeilujen ei tarvitse toimia, kunhan välillä löytyy jotain poikkeuksellisen hyvää.



Osuus suomalaisista



% ilmiön edustajista, n=699



TULEVAISUUDESSA

Vahvistuu

Kokeilen mielelläni uusia makuja, ruokia ja ruokatuotteita	**94 %**
Innostun kaupan uutuuksista ja kokeilen niitä mielelläni	**83 %**
Ilahdutan perhettäni tai ystäviäni hyvällä ruoalla ja uusilla ruokakokemuksilla	**63 %**
Teen mielelläni ruokaa minulle ennalta tuntemattomistakin raaka-aineista	**49 %**

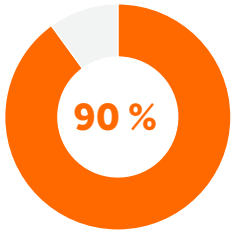
% ilmiön trendissä olevista, n=120 I Mikä kuvaa parhaiten suhtautumistasi seuraaviin väittämiin? Teen näin nyt ja jatkossa enemmän.

Fiksusta ruoka-arjesta tulee optimointilaji. Suunnittelu, ennakointi ja hävikin minimointi tuovat arkeen hallinnan tunnetta ja niiden hiomisesta voi tulla jopa palkitseva osa arkea.

Vaikka osalle taloudenpito on pakon sanelemaa, oman elämänsä optimoijille se on myös tapa luoda hallinnan tunnetta ja jopa toteuttaa itseään. Kun on tarkka ja varautunut, ruoka-arki rullaa aina. Fiksu luottoruoka syntyy kuivakaapin aineksista. Esimerkiksi edullinen ja makroravinteiltaan tasapainoinen pasta-annos on helppo valmistaa koska tahansa.

Suunniteltu ruoka-arki ja meal preppaus, ruokien esivalmistelu, vähentää arjen kuormitusta ja mahdollistaa sujuvamman arjen ilman jatkuvaa päätöksentekoa arjen ruokavalinnoista. Energiaa jää muuhun elämään ilman että ruoan maittavuudesta tai ravitsevuudesta tarvitsee tinkiä.

Tavallinen ruoka saa taas olla tavallista. Suunnitelmallisuus ja säästeliäisyys haastavat somen luomaa täydellisyyden estetiikkaa ja jatkuvaa elämysten tavoittelua. Ruoan ei aina tarvitse olla näyttävää tai erityistä. Arkinen, yksinkertainen ja riittävän hyvä ruoka saa näkyä ilman häpeää tai selittelyä.



Osuus suomalaisista

Hyödynnän ruoanlaitossa tähteitä ja jämäruokia	65%
Sovellan ruoanlaittoa sen mukaan, mitä kaapista löytyy, ja hyödynnän raaka-aineet mahdollisimman tarkasti	64%
Valmistan ruokaa useammaksi päiväksi kerrallaan	64%

% ilmiön edustajista, n=1064



TULEVAISUUDESSA

Vahvistuu

Pyrin minimoimaan ruokahävikin arjessani	**91 %**
Hyödynnän tarjouksia, alennuksia ja punalaputettuja tuotteita ruokakuluja tai hävikkiä vähentääkseni	**72 %**
Suunnittelen ruokaostoksia niin, että saan mahdollisimman hyvän vastineen rahalle	**69 %**

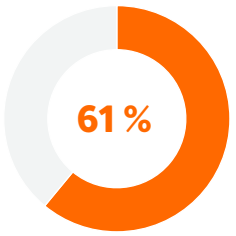
% ilmiön trendissä olevista, n=241 I Mikä kuvaa parhaiten suhtautumistasi seuraaviin väittämiin?

Ruokatrendin matka ostoskoriin on lyhentynyt, kun some, tekoäly, kauppojen sovellukset ja reseptipalvelut ovat tulleet osaksi ruoka-arkea. Ennen niin vakiintuneet ruokarutiinit elävät nopeammin, kun kiinnostava ilmiö voi hetkessä päätyä omaan keittiöön.

Ruoka kantaa lukuisia merkityksiä ja tulkintoja maailmasta. Se kiinnostaa yhä laajemmin ihmisiä, myös puhtaasti viihteenä. Ruoan kautta rakennetaan elämäntyylejä ja identiteettejä samalla, kun somen ruokasisällöt toimivat kurkistuksena erilaisiin maailmoihin.

Digitaalisten palveluiden vaikutusvalta ruokaan kasvaa. Se, mitä sovellus ehdottaa, mitä some nostaa esiin tai mitä tekoäly suosittelee, voi ohjata paitsi yksittäistä ateriaa myös pidemmän ajan ruokarutiineja. Some pirstaloi kulttuuria kupliin, mutta niiden sisällä ruoka myös yhdenmukaistuu. Samat hittireseptit päätyvät tuhansiin keittiöihin.

Tulevaisuudessa on kiinnostavaa nähdä, miten tekoälyn hyödyntäminen ostosten tekemisessä tulee muuttamaan tapaamme syödä.



Osuus suomalaisista



% ilmiön edustajista, n=721



TULEVAISUUDESSA

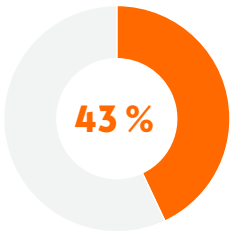
Vahvistuu

Haluan kehittää ruoanlaittotaitojani ja oppia uusia tapoja valmistaa ruokaa	**83 %**
Kokeilen mielelläni uusia makuja, ruokia ja ruokatuotteita	**53 %**
Innostun kaupan uutuuksista ja kokeilen niitä mielelläni	**44 %**
Teen mielelläni ruokaa minulle ennalta tuntemattomistakin raaka-aineista	**49 %**

% ilmiön trendissä olevista, n=195 I Mikä kuvaa parhaiten suhtautumistasi seuraaviin väittämiin? Teen näin nyt ja jatkossa enemmän.

Kestävyys palaa ostoskoriin. Samalla odotus kaupalle ja brändeille vahvistuu. Arvojen mukaisten valintojen tekemisen tulisi olla helppoa ja tavallista, ei erikoisvalintoja.

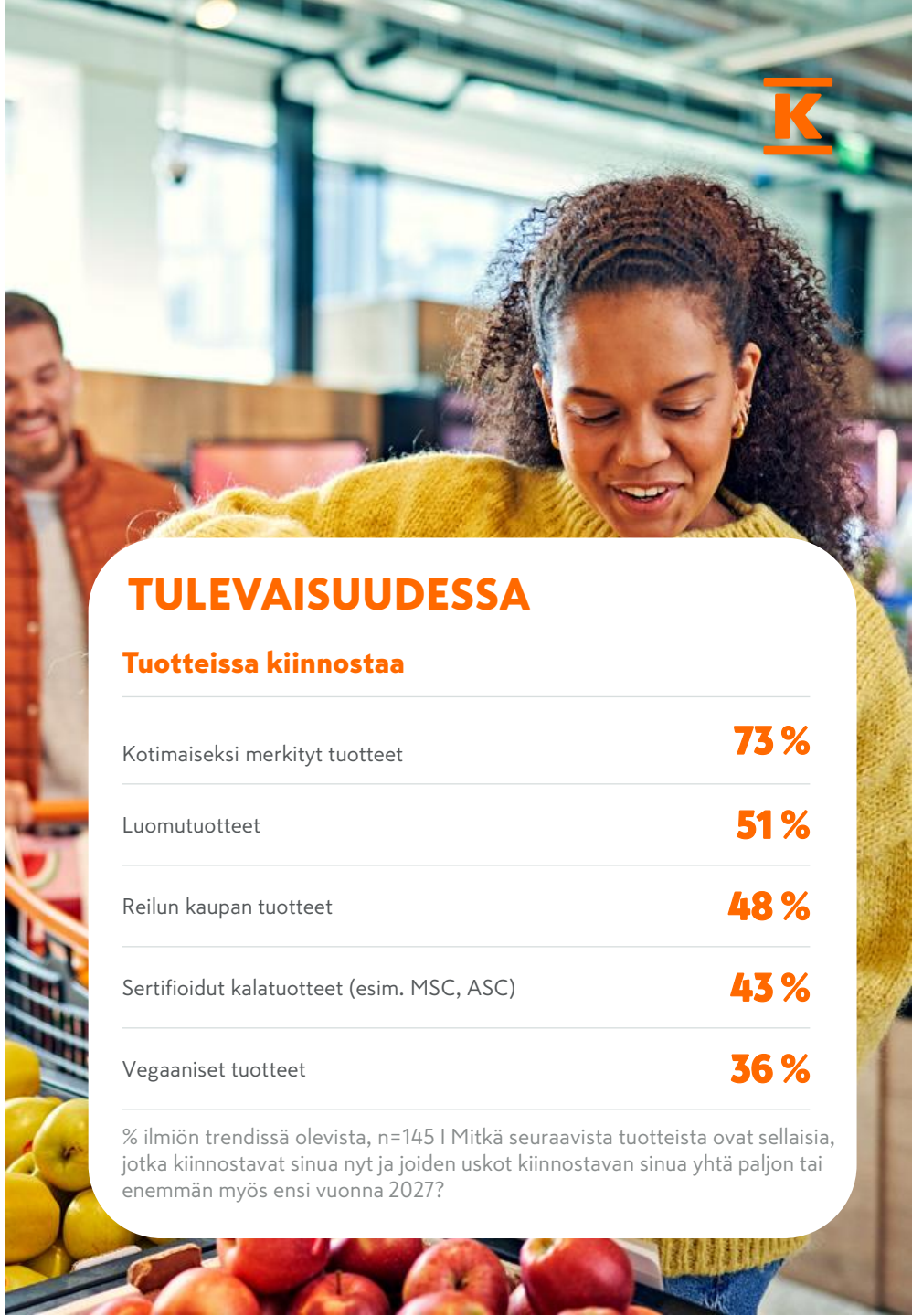
Ympäristö- ja eettisyyskysymykset ovat jääneet viime vuosina muiden huolien varjoon, mutta nyt kiinnostus vahvistuu jälleen. Erityisesti lähellä tuotettu sesongin ruoka, kotimaisuus sekä luomu kiinnostavat taas enemmän. Vastuuta valinnoista peräänkuulutetaan yhä vahvemmin kaupan, brändien ja palveluiden kannettavaksi. Tämä näkyy myös lihansyönnissä. Kuluttajat kertovat haluavansa vähentää lihaa, mutta esimerkiksi tutut rutiinit voivat tehdä muutoksesta haastavan. Myös reseptipalveluilla on suuri vaikutus kestävien aikomusten viemiseen osaksi arkea.



Osuus suomalaisista

Suosin aina kun mahdollista lähellä tuotettua ruokaa.	68%
Elintarvikkeita valitessani huomioin, että tuotannossa on huomioitu eläinten hyvinvointi	67%
Ruokaostoksilla kiinnitän huomiota tuotteiden ympäristövaikutuksiin, esim. hiili- tai vesijalanjälkeen	65%

% ilmiön edustajista, n=506



TULEVAISUUDESSA

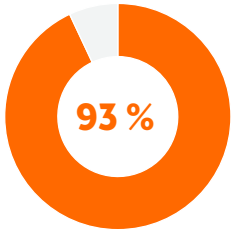
Tuotteissa kiinnostaa

Kotimaiseksi merkityt tuotteet	73 %
Luomutuotteet	51 %
Reilun kaupan tuotteet	48 %
Sertifioidut kalatuotteet (esim. MSC, ASC)	43 %
Vegaaniset tuotteet	36 %

% ilmiön trendissä olevista, n=145 I Mitkä seuraavista tuotteista ovat sellaisia, jotka kiinnostavat sinua nyt ja joiden uskot kiinnostavan sinua yhtä paljon tai enemmän myös ensi vuonna 2027?

Oikaiseminen ei määritä ihmistyyppiä, vaan on osa lähes kaikkien arkea. Helppous ei enää tarkoita samoja ratkaisuja kaikille, vaan ruoan pitää joustaa erilaisiin tilanteisiin, mieltymyksiin ja periaatteisiin.

Helppojen ratkaisujen kysyntä kasvaa, ja syitä on monia. Kiireessä halutaan säästää aikaa, yksin syödessä ruoanlaittoon ei aina haluta panostaa ja liikkeellä ollessa tarvitaan nopeasti saatavaa mutta ravitsevaa syötävää. Siksi vaivattomuus ei tarkoita vain valmisruokaa, vaan yhä moninaisempia tapoja tehdä syömisestä sujuvampaa. Samalla helppoudelta vaaditaan enemmän. Vaivattomampien ruokavalintojen pitää sopia omiin mieltymyksiin ja periaatteisiin, oli kyse mausta, laadusta tai hyvinvoinnista. Verkkokauppa on hyvä apuväline, kun aikaa halutaan säästää olennaiseen. Kuluttaja haluaa siis oikaista tekemisessä, ei itselleen tärkeissä asioissa.



Osuus suomalaisista

Arkipäivinä valitsen ruokaa, joka on helppo tehdä ja laadukasta	62%
Valitsen ruokakaupan sen mukaan, missä asiointi on minulle sujuvinta	55%
Pidän ratkaisuista, jotka helpottavat ruoan suunnittelua ja valmistusta	48%

% ilmiön edustajista, n=1101



TULEVAISUUDESSA

Vahvistuu

Etsin aktiivisesti aivan uudenlaisiakin ratkaisuja helpottaa arjen ruoanlaittoa ja ruoan ostamista	48 %
Suosin arkena aterioita, jotka ovat pöydässä ”15 minuutissa”	43 %
Hyödynnän valmisruokia tai puolivalmiita ratkaisuja osana arjen ruokailua	32 %
Hyödynnän tekoälyä ruoan ja ostosten suunnittelussa	12 %

% ilmiön trendissä olevista, n=211 I Mikä kuvaa parhaiten suhtautumistasi seuraaviin väittämiin? Teen näin nyt ja jatkossa enemmän