

Lähikalaa lautaselle

**Lähikalan markkinakartoitus Perämeren
kalatalousalueella**

**Kala-alan toimijoiden kokemuksia lähikalan käytöstä –
yhteenveto markkinakartoituskyselystä**

Tiivistelmä

Kotimaisen kalan käyttö ja arvostus ovat lisääntyneet viime vuosina. Suomalaisten käyttämästä kalasta noin 80 % tuodaan ulkomailta, ja tuontikalan osuus on kasvanut viimeisten vuosikymmenten aikana runsaasti. Luonnonvarakeskuksen Kalamarkkinakatsauksen mukaan vuonna 2021 Suomeen tuotiin ihmisravinnoksi tarkoitettua kalaa 324 miljoonan euron arvosta ja vietiin 53 miljoonan euron arvosta. Maa- ja metsätalousministeriön Kotimaisen kalan kehittämisohjelman tavoitteena on lisätä kotimaisen kalan tarjontaa ja kulutusta kestävästi. Kotimaisen kalan kulutuksen lisäämisellä on positiivisia vaikutuksia muun muassa ruokavalion ilmastovaikutuksiin ja ravitsemukselliseen laatuun sekä kansantalouteen työpaikkoja lisäävästi.

Lähikalaa lautaselle -hankkeen tavoitteena on lisätä kala-alan toimijoiden välistä yhteistyötä ja kannustaa toimijoita yhteisiin tuotekehitysprojekteihin. Hankkeen tavoitteena on myös lisätä lähikalan tunnettuutta ja tuoda esiin kalastajia ja muita kala-alan toimijoita lähiruoan tuottajina. Lähikalaa, kalankäsittelytaitoja ja reseptejä tuodaan tämän päivän kuluttajien sekä tulevaisuuden kuluttajien, lasten ja nuorten, tietoisuuteen, ja kala-alan työllistymis- ja koulutusmahdollisuuksista kerrotaan nuorille kouluvierailuiden yhteydessä. Hankkeessa valmistellaan myös EU:n nimisuojan hakemista Perämeren pikkusialle. Perämeren kalatalousalueen kalastajien, kala-alan jalostajien, ammattikeittiöiden ja muiden elintarvikealan yritysten sekä kaupanalan toimijoiden lähikalan käyttöä, kysyntää ja tarjontaa selvitettiin markkinakartoituskyselyllä. Kysely toteutettiin itsenäisesti vastattavan kyselylomakkeen ja haastatteluiden avulla. Itsenäisesti vastattavaan kyselyyn vastasi 67 toimijaa, joista valtaosa oli kalastajia. Lisäksi selvitystä varten haastateltiin 10 kala-alan toimijaa eri puolilta hankealuetta. Haastateltavat edustivat julkisia ja yksityisiä ammattikeittiöitä, jalostajia, elintarvikeyrityksiä ja kalastajia.

Markkinakartoituskyselyn mukaan lähikalan käyttö vaihteli eri toimijoiden välillä melko paljon. Etenkin suuremmissa ammattikeittiöissä käytettiin paljon kappaletavarana saatavia, eri kalalajeja sisältäviä valmisteita, kuten erilaisia pihvejä, pyöryköitä ja puikkoja. Lähikalalajeja enemmän ammattikeittiöiden toiminnassa korostuivat muun muassa pakastesei ja lohimassasta valmistetut kuutiot, joiden saatavuus hankintajärjestelmissä oli parempi ympäri vuoden. Pienemmät ammattikeittiöt käyttivät toiminnassaan enemmän lähikalaa, ja joillakin oli mahdollisuus jalostaa tarvitsemiaan kalasäilykkeitä myös itse.

Yhdeksi merkittävimmistä lähikalan myynnin ja käytön lisäämisen esteistä koettiin sekä kalastajien että ostajien näkökulmasta kala-alan sesonkiluontoisuus. Vaihtelevat pyyntimäärät ja saaliin epävarmuus nähtiin varsinkin suurempien toimijoiden kohdalla haasteena muun muassa ruokalista- ja tuotesuunnittelun kannalta. Ennakkoon useaksi viikoksi laadittavien ruokalistojen kannalta nopeat vaihtelut raaka-aineiden saatavuudessa olivat haasteellisia. Osa nykyisistä hankintajärjestelmistä ei myöskään mahdollista pienten ja/tai vaihtelevien erien hankintoja. Lähikalan ja lähikalatuotteiden lisäämisen esteiksi mainittiin myös raaka-aineiden ja tuotteiden korkeaksi koettu hinta sekä etenkin suurten ammattikeittiöiden toimintaan soveltuvien lähikalajalosteiden puute.

Kyselyn perusteella lähikalan käytön tulevaisuus nähtiin pääasiassa positiivisena. Kuluttajien koettiin arvostavan lähiruokaa aiempaa enemmän, ja muun muassa ravitsemussuosituksia, ilmatoruokaohjelmaa sekä lähikalan käyttöä edistäviä hankkeita pidettiin positiivisina vaikuttamina lähikalan käytön lisäämisessä. Käytön lisäämiseksi tarvitaan kuitenkin ammattikeittiöiden toimintaan soveltuvien lähikalajalosteiden kehittämisen lisäksi muutoksia ihmisten kulutustottumuksissa.

Sisällysluettelo

1. Hankkeen perustiedot.....	3
2. Hankkeen tausta ja tavoitteet	3
3. Lähikalan markkinakartoitus Perämeren kalatalousalueella.....	4
3.1 Perämeren kalatalousalueella pyydetään eniten siikaa ja ahventa.....	4
3.2 Ammattikeittiön koko vaikuttaa lähikalan käyttöön.....	5
3.3 Lähikalan haasteina hinta ja kalastuksen kausiluontoisuus	6
3.4 Suurtalouskeittiöissä kaivataan toimintaan sopivia lähikalatuotteita	7
3.5 Kalatuotteisiin liittyy ennakoasenteita	7
3.6 Lopuksi – Lähikalan käyttö kasvuun yhteistyöllä.....	8
4. Lähteet	10

1. Hankkeen perustiedot

Hankeaika: 1.3.2023-31.08.2025

Toiminta-alue: Perämeren rannikon Kalaleaderin toiminta-alue

Hallinnoija: Oulun Maa- ja kotitalousnaiset / ProAgria Oulu ry

Rahoitus: 114 426,94 €, Euroopan meri-, kalatalous- ja vesiviljelyrahasto (Perämeren rannikon Kalaleader), Lapin ELY-keskus

Hankepäättös on saatu 16.8.2023 ja hankkeen varsinainen toteutus aloitettu elokuussa 2023. Hankkeen toteutukselle on saatu jatkoaikaa 31.8.2025 saakka.

2. Hankkeen tausta ja tavoitteet

Vaikka kotimaisen kalan kulutus on lisääntynyt viime vuosina, lähes 80 % suomalaisten käyttämästä kalasta tuodaan tänä päivänä ulkomailta. Tuontikalan määrä on lisääntynyt viimeisten vuosikymmenten aikana, sillä 80-luvulla sen osuus käytetystä kalasta oli vielä noin 50 %. Kasvatettujen lohikalajien osuus markkinoista on tyypillisesti ollut noin puolet. Viime vuosina lohikalajien kysyntää on kuitenkin rajoittanut hintojen nousu, mikä on puolestaan näkynyt pienenä nousuna kotimaisen kalan kysynnässä (1).

Luonnonvarakeskuksen Kalamarkkinakatsauksen mukaan vuonna 2021 Suomeen tuotiin ihmisravinnoksi tarkoitettua kalaa 324 miljoonan euron arvosta. Noin puolet tuontikalasta oli lohta, pienempiä osuuksia tuotiin tonnikalaa, kirjolohta ja kalasäilykkeitä sekä muita kalavalmisteita. Vastaavasti viennin arvo vuonna 2021 oli 53 miljoonaa euroa, mikä oli noin 18 % matalampi edellisvuoteen verrattuna. Suomen merialueilta pyydetyn kaupallisen kalasaaliin kokonaisarvo vuonna 2021 oli 28 miljoonaa euroa, ja saaliin määrästä 94 % ja arvosta 70 % oli silakkaa ja kilohailia, joista valmistetaan pääasiassa kalajauhoa joko Suomessa tai ulkomailla. Rannikkokalastajien saaliin määrä oli noin 10 miljoonaa kiloa, ja arvo 9,2 miljoonaa euroa (1).

Kotimaisen kalan edistämishjelma tavoittelee kotimaisen kalan tarjonnan lisäämistä sekä kulutuksen kasvattamista kestävästi. Edistämishjelman mukaan kotimaisen kalan käytön lisääminen vaikuttaisi positiivisesti muun muassa ruokavalion ilmastovaikutuksiin, ihmisten terveyteen sekä kansantalouteen lisäten työpaikkoja ja parantaen toimeentuloa (2). Kotimaisen, kestävästi kalastetun kalan kulutuksen lisäämistä tukevat myös uudistetut pohjoismaiset ravitsemussuosituksen, joiden mukaan kestävästi pyydettyä kalaa suositellaan käytettävän 300–450 g viikossa siten, että määrästä noin 200 g olisi rasvaista kalaa (3).

Oulun Maa- ja kotitalousnaisten/ProAgria Oulun hallinnoiman Lähikalaa ammattikeittiöihin -hankkeen (01.03.2021-30.09.2022) tavoitteena oli lisätä lähialueilta kalastetun, vajaan hyödynnetyn luonnonkalan sekä viljellyn kirjolohen käyttöä julkisissa ja yksityisissä ammattikeittiöissä. Lähikalaa ammattikeittiöihin -hankkeen kohderyhmään kuuluivat Perämeren rannikon kalatalousalueen kalastajat, kalan jatkojalostajat sekä julkiset ja yksityiset ammattikeittiöt. Hankkeen haastattelussa nousi esiin, että lähikalan käytön lisääminen vaatii sekä uusien, asiakastahojen toimintaan sopivien tuotteiden kehittämistä, että oikeanlaista markkinointia, jotta lähikalan tunnettuus ja käyttö lisääntyisivät niin kotitalouksissa, ammattikeittiöissä kuin kaupoissakin.

Ratkaisuksi esitettiin myös dynaamista hankintajärjestelmää, jonka kautta pienemmätkin kala-alan toimijat voisivat tarjota tuotteitaan julkisille toimijoille (4).

Lähikalaa lautaselle -hankkeessa selvitetään tarkemmin julkisten ja yksityisten ammattikeittiöiden ja elintarvikealan yritysten lähikalan käyttöä, kysyntää ja hankintakanavia sekä lähikalan saatavuutta eri puolilla Perämeren kalatalousaluetta. Hankkeen tavoitteena on lisätä kala-alan toimijoiden välistä yhteistyötä ja verkostoitumista sekä kannustaa kalastajia, jalostajia ja ammattikeittäjiä yhteisiin tuotekehitysprojekteihin lähikalan käytön lisäämiseksi. Hankkeen tavoitteena on myös edistää lähikalan näkyvyyttä ja tuoda esiin kalastajia ja muita kala-alan toimijoita lähiruuan tuottajina sekä selvittää mahdollisuutta hakea EU:n nimisuoja Perämeren alueella esiintyvälle, merkittävässä määrin pyydetylle Perämeren pikkusiialle. Lähikalan ekologisuutta ja terveellisuutta sekä kalankäsittelytaitoja ja kalareseptejä tuodaan kuluttajien ja erityisesti tulevaisuuden kuluttajien, lasten ja nuorten, tietoisuuteen kouluvierailujen avulla. Lisäksi tavoitteena on tuoda esiin kala-alan monipuolisia työllistymis- ja koulutusmahdollisuuksia etenkin lasten ja nuorten keskuudessa.

3. Lähikalan markkinakartoitus Perämeren kalatalousalueella

Markkinakartoituskyselyllä selvitettiin Perämeren kalatalousalueen kalastajien, kala-alan jalostajien, ammattikeittiöiden ja muiden elintarvikealan yritysten sekä kaupanalan toimijoiden lähikalan käyttöä, kysyntää ja tarjontaa. Markkinakartoituskysely toteutettiin kesällä 2024 itsenäisesti vastattavan Webropol-kyselyn ja kala-alan toimijoiden haastattelujen avulla. Kyselyllä selvitettiin muun muassa toimijoiden käyttämiä kalalajeja, myynti- ja ostomuotoja sekä myynti- ja hankintakanavia. Kyselyllä selvitettiin myös lähikalan käyttöön liittyviä haasteita sekä mahdollisia esteitä lähikalaraaka-aineen käytön lisäämiselle. Perämeren kalatalousalueella esiintyviä lähikalalajeja ovat hauki, ahven, särki, kuha, Perämeren pikkusiika (karisiika), muikku/maiva, harjus, meritaimen, kirjolohi, merilohi, lahna ja made.

Kyselylomakkeella kerättyjen vastausten lisäksi markkinakartoitusta varten haastateltiin 10 kala-/elintarvikealan toimijaa eri puolilta Perämeren kalatalousaluetta. Haastateltavat edustivat julkisia ja yksityisiä ammattikeittäjiä, jalostajia, elintarvikeyrityksiä sekä kalastajia. Mukana oli erikokoisia ammattikeittäjiä vaihtelevilla asiakasryhmillä. Muutama toimija kieltäytyi haastattelusta vedoten muun muassa siihen, etteivät he kokeneet olevansa kyselyn kohderyhmää tai heillä ei ollut mahdollisuutta käyttää lähikalaa toiminnassaan esimerkiksi sen korkeaksi koetun hinnan vuoksi. Tässä raportissa esitellään sekä itsenäisesti vastattavan markkinakartoituskyselyn että haastattelujen tulokset.

3.1 Perämeren kalatalousalueella pyydetään eniten siikaa ja ahventa

Itsenäisesti vastattavaan markkinakartoituskyselyyn vastasi yhteensä 67 toimijaa, joista suurin osa (87 %) oli kalastajia. Kyselyyn vastanneiden kalastajien yleisimmin pyydetty kalalaji oli siika ja ahven, joiden lisäksi jonkin verran pyydettiin myös haukea, muikkua/maivaa, pikkusiikaa ja madetta. Muiden lähikalalajien pyynti oli kyselyn perusteella vähäisempää.

Kyselyyn vastanneiden kalastajien selkeästi suurin asiakasryhmä olivat yksityiset kuluttajat, joiden lisäksi kalaa myytiin jonkin verran myös jalostajille ja vähittäiskaupoille (kuva 1). Ikäryhmittäin suurimpia asiakasryhmiä olivat työikäiset, 45–65-vuotiaat kuluttajat, sekä eläkeläiset. Lähikalaa myytiin pääasiassa perattuna tai kokonaisuutena sekä jonkin verran myös fileenä. Vastaajista reilu 60

% oli tyytyväisiä siihen, missä muodossa myi lähikalaa tällä hetkellä, ja vajaa 40 % vastaajista oli kiinnostunut myymään lähikalaa myös jossakin muussa muodossa. Myynninlisäystä toivottiin etenkin kokonaisen ja peratun kalan sekä tuoreen ja pakastetun fileen muodossa. Kalan myynti massana, säilykkeenä ja erilaisina eineksinä herätti myös jonkin verran kiinnostusta.



Kuva 1. Kuvassa on esitetty markkinakartoituskyselyyn vastanneiden kalastajien (vastaajia yht. 58 kpl) pääasialliset asiakasryhmät prosenttiosuuksina. Kysymykseen oli mahdollista valita yksi tai useampi vastausvaihtoehto. Vastaajista 14 % valitsi asiakasryhmäkseen ”Muut, ketkä?”, joka piti sisällään muun muassa kalarehun valmistukseen, kalaliikkeille sekä sukulaisille toimitetut kalat.

3.2 Ammattikeittiön koko vaikuttaa lähikalan käyttöön

Kalastajien lisäksi itsenäisesti vastattavaan kyselyyn ja haastatteluihin saatiin vastauksia kala-alan jalostajilta, ravintoloilta ja julkisen sektorin ammattikeittiöiltä. Kalan jatkojalostajat käyttivät toiminnassaan monipuolisesti eri lähikalalajeja, muiden toimijoiden välillä käyttö vaihteli melko paljon. Markkinakartoituskyselyn perusteella etenkin suuremmat ammattikeittiöt käyttivät lähikalaa toiminnassaan suhteellisen vähän, ja yksityisten ammattikeittiöiden mahdollisuudet tarjota lähikalaa olivat kyselyn perusteella parhaat.

Useimmin käytetyt lähikalalajit vaihtelivat jalostajien ja ammattikeittiöiden osalta eri toimijoiden välillä jonkin verran. Eniten käytettiin haukea, kuhaa ja siikaa, jonkin verran myös Perämeren lohta, ahventa sekä muikkua/maivaa. Suuremmissa ammattikeittiöissä käytettiin paljon kappaletavarana saatavia, eri kalalajeja sisältäviä kalavalmisteita, kuten erilaisia pihvejä, pyöryköitä ja puikkoja. Muita suuremmissa ammattikeittiöissä paljon käytettyjä kalatuotteita olivat muun muassa pakastesei sekä lohimassasta valmistetut kuutiot. Ruokalajeissa korostuivat kalakeiton lisäksi etenkin uunissa helposti valmistettavat vuokaruokat, kuten erilaiset pastat ja kiusaukset. Pienempien ammattikeittiöiden toiminnassa merkittävässä asemassa olivat vähemmän jalostetut kalatuotteet, kuten perattu kala ja fileet. Lähikalan käyttömäärät vaihtelivat toimijoiden välillä kymmenistä kiloista tuhansiin kiloihin viikossa. Kyselyyn vastanneet kalan jatkojalostajat myivät kalatuotteita eniten sekä

tuoreena että pakastettuna fileenä ja kalamassana. Toimijat olivat yleisesti kiinnostuneita myymään lähikalatuotteita myös muissa muodoissa, erityisesti fileenä, massana sekä erilaisina eineksinä, kuten kalapihveinä ja -pyöryköinä.

Sekä jalostajien että ammattikeittiöiden osalta yleisimmin käytettyjä kalaraaka-aineen ostokanavia olivat kalojen osto suoraan kalastajilta tai tukuista. Vähittäiskaupat ja erikoismyymälät eivät olleet kyselyn perusteella merkittävästi hyödynnettyjä ostokanavia. Suuremmat ammattikeittiöt ja elintarvikeyritykset hankkivat raaka-aineensa pääasiassa tukuista ja pienemmät yritykset tukkujen lisäksi paikallisilta jalostajilta tai suoraan kalastajilta. Ammattikeittiöt ja jalostajat kertoivat, että yhteistyö kalastajien kanssa on sujunut hyvin ja kalastajat ovat pääsääntöisesti pystyneet toimittamaan halutunlaisia raaka-aineita. Kaikki haastateltavat ja muutama itsenäisesti vastattavaan kyselyyn vastannut näkivät, että voisivat teoriassa hyödyntää myös muita hankintakanavia kalaraaka-aineen hankinnassa. Käytännössä etenkin suurempien ammattikeittiöiden kohdalla yhteishankintamenetelmät rajoittavat sitä, millaisia raaka-aineita voidaan hankkia.

Kyselyyn vastanneiden kala-alan jalostajien pääasiallisia asiakasryhmiä olivat ravintolat ja pitopalvelut sekä jossain määrin myös muut elintarvikealan jalostajat ja vähittäiskaupat. Suurin asiakasryhmä olivat työikäiset, 25–65-vuotiaat aikuiset. Ammattikeittiöiden asiakasryhmät puolestaan vaihtelivat runsaasti ravintolatyypin mukaan. Yleisin asiakasryhmä olivat työikäiset, 45–65-vuotiaat aikuiset, mutta ravintolasta riippuen asiakkaina oli myös lapsia ja nuoria, nuoria aikuisia sekä eläkeläisiä.

3.3 Lähikalan haasteina hinta ja kalastuksen kausiluontoisuus

Kalastajien näkökulmasta suurimpana haasteena lähikalan myynnin laajentamisessa koettiin kalastustoiminnan kausiluontoisuus. Epäsäännöllinen myynti ja vuodenaikojen mukaan vaihtelevat pyyntimäärät aiheuttivat haasteita toiminnan laajentamisessa, ja vähäisten ja/tai vaihtelevien pyyntimäärien takia tuotteita ei voitu tarjota kaikille kiinnostuneille ostajille. Muita yleisesti koettuja haasteita olivat muun muassa asiakkaiden haluttomuus maksaa kalaraaka-ainesta pyydettyä hintaa sekä se, ettei kalastajilla ollut resursseja tarjota kalatuotteita ostajien toivomissa jalostusasteissa. Myös hylkeet nousivat esiin sekä itsenäisesti vastattavassa kyselyssä että haastatteluiden yhteydessä. Kalastaja Timo Matinlassin mukaan hylkeiden aiheuttamat tuhot haittaavat ammattikalastajien toimintaa merellä merkittävässä määrin ja vaikuttavat osaltaan siihen, että alalle on ollut hankalaa löytää uusia yrittäjiä.

Ammattikeittiöissä lähikalan käytön lisäämisen suurimmat haasteet liittyivät raaka-aineiden hintaan sekä kalastajien tavoin haasteisiin kalan ympärivuotisessa saatavuudessa. Tiettyjen kalalajien sesonkiajat ovat melko lyhyitä, ja pyydetyt lajit vaihtelevat. Luonnonkalan vaihtelevat pyyntimäärät ja saaliin epävarmuus näkyivät viljellyn kalan käyttömäärissä. Kalanviljelylaitoksilta haluttua raaka-ainetta on tasaisemmin saatavilla, eivätkä vuodenaikojen tai säiden vaihtelut vaikuta toimituksiin samalla tavalla kuin luonnonkalan osalta.

Pyynnin epävarmuus vaikuttaa ammattikeittiöiden toiminnassa etenkin ruokalistojen ja muun toiminnan ennalta suunnitteluun. Oulun Tuotantokeittiö Oy Löökin ruokalista- ja tuotesuunnittelija Päivi Kurkelan mukaan ruokalistat suunnitellaan puoli vuotta etukäteen ja myös raaka-aineiden ennakot tehdään toimittajille viimeistään 5 viikkoa ennen ruokalistakiertoa. Vuodenaikojen pyyntivaihtelut vaikuttavat raaka-aineen saatavuuteen. Käytettävät tuotteet täytyisi myös saada riittävän pitkälle jalostettuna, jotta käyttö olisi mahdollisimman vaivatonta. Lisäksi raaka-aineen hinta

on vaikuttava tekijä. Nopeat muutokset ruokalistan sisällössä esimerkiksi raaka-aineiden saatavuusongelmien takia ovat haasteellisia myös työaikaresurssien näkökulmasta. Merijärven kunnan ateria- ja puhdistuspalvelupäällikkö Emilia Saukon mukaan kalaruokapäivät työllistävät henkilökuntaa yleisesti enemmän etenkin erityisruokavalioiden takia. Kala-allergiat ovat melko yleisiä, minkä lisäksi kalaruokaresepteissä on usein mukana myös maitoa, jolloin myös maitoallergia on otettava erikseen huomioon kalaruokia tarjottaessa. Vaikka kalaruokapäivät aiheuttavat ammattikeittiöille lisätyötä, kalaruokien tarjoaminen nähdään kuitenkin tärkeänä osana koululaisten ruokakasvatusta, ja mahdollisuuksien mukaan ruokalistoille suunnitellaan aktiivisesti kokeiluun uudenlaisia kalaruokia.

3.4 Suurtalouskeittiöissä kaivataan toimintaan sopivia lähikalatuotteita

Haastattelujen yhteydessä nousi esiin kysymys saatavilla olevien kalaraaka-aineiden soveltuvuudesta suurempien ammattikeittiöiden tarpeisiin. Raaka-aineiden tulisi olla riittävän pitkälle jalostettuja, jotta niiden käyttö olisi nopeaa ja vaivatonta. Lisäksi pakkauskokojen tulisi olla riittävän suuria. SSAB Raahan tehtaan henkilöstöravintola Helgen ravintolapäällikkö Heikki Takkisen mukaan suurilla ammattikeittiöillä ei välttämättä ole mahdollisuutta ottaa vastaan käsittelemätöntä kalaa, vaan kalaraaka-aineen ja kalajalosteiden tulisi olla helppokäyttöisiä ja sopivan pitkälle jalostettuja. Myös pienemmissä ammattikeittiöissä toivottiin, että kalaraaka-aine olisi käsitelty riittävän pitkälle, jotta sen esikäsittely olisi vaivatonta. Käytännössä pienissä ammattikeittiöissä toivottiin perattua ja suomustettua kalaa tai valmiita fileitä, jotka on helppo käsitellä ruoka-annoksiin sopiviksi.

Useat toimijat olivat yhtä mieltä siitä, että valmiiksi kypsennetyt, pitkään joko pakasteena, vakuumissa tai säilykkeinä säilyvät kalatuotteet sopisivat varsinkin suurten ammattikeittiöiden tarpeisiin parhaiten. Kastellin monitoimitalon vuoropäällikkö Laura Hämäläisen (ISS Palvelut) mukaan etenkin pakastetun raa'an kalan sulattamisessa on omat haasteensa, ja koulumaailmassa valmiiksi kypsennetyt, käyttövalmiit tuotteet sopisivat käyttötarkoitukseen hyvin. Esimerkiksi tonnikalasäilykkeiden käyttö on ammattikeittiöissä sujuvaa, ja jokin tonnikalaa korvaava kotimainen, monipuolisesti erilaisiin ruokiin soveltuva valmiste olisi helppo ottaa käyttöön sellaisenaan. Erityisesti kalastajien näkökulmasta olisi myös tärkeää, että tuotekehitysprojektien avulla löydettäisiin sellainen tuote, johon on mahdollista käyttää vaihdellen eri kalalajeja, jotta kaikki pyydetty kala tulisi hyödynnettyä tehokkaasti.

3.5 Kalatuotteisiin liittyy ennakoasenteita

Useassa haastattelussa nostettiin esiin kuluttajatottumukset ja ihmisten asenteet kalaruokia kohtaan sekä myönteisinä että kielteisinä asioina lähikalaa käytön lisäämisen kannalta. Vaikka yrittäjillä olisi halukkuutta lisätä lähikalaa tarjonnassaan, se ei ole kannattavaa, jos uusille kalaruokille ja -tuotteille ei ole kysyntää. Toisaalta kuluttajien käyttäytymisessä nähtiin eroja eri puolilla Perämeren kalatalousaluetta. Kalajoella toimivan Hotelli-ravintola Lokkilinnan hotelli- ja ravintolapäällikkö Mira Pullin mukaan ihmisten ruokakäyttäytymisessä on ollut nähtävissä selkeä muutos viimeisten vuosien aikana. Asiakkaat arvostavat lähikalaa aiempaa enemmän, ja ihmiset syövät kalaruokia mielellään etenkin lounaalla, kun ruoan hinta on alempi.

Kalaruokiin liitetään monesti myös tietynlaisia mielikuvia. Kalaliike H. Kuhan toimitusjohtaja Jussi-Pekka Kuhan mukaan kuluttajat haluavat ostaa kalaa tuoreena, ja pakastetun kalan menekki on vähäisempää. Kuluttajat saattavat herkästi mieltää pakastetun kalan vähemmän tuoreeksi, vaikka

pakastus olisi tapahtunut kalasatamassa hyvinkin nopeasti pyynnin jälkeen. Tietyille kalatuotteille on myös muodostunut vankka asema suomalaisten ruokavaliossa. Paistettujen muikkujen ja lohikeiton lisäksi kuluttajat ovat tottuneet syömään etenkin seitistä valmistettuja pakastekalapuikkoja ja tonnikalaa. Kipparin Pizzan ravintoloitsija Mikko Tapion pizzariassa tarjotaan tonnikalan sijaan pitkään haudutettua säynävää pizzojen täytteenä. Vakuumiin pakattavaan säilykkeeseen sopivat erityisesti pienet kalat, joiden ruodot pehmenevät kypsennyksen aikana huomaamattomiksi, ja säilykkeiden valmistus ja käyttö on helppoa ja yksinkertaista.

Kouluissa ja varhaiskasvatuksen yksiköissä tarjottavan kalaruoan kerrottiin yleisesti maistuvan lapsille ja henkilökunnalle hyvin, mutta etenkin ruotojen kerrottiin aiheuttavan pelkoa osassa oppilaista. Ruodot jakavat mielipiteitä myös aikuisten keskuudessa, ja ammattikeittiöt pyrkivät parhaansa mukaan tarjoamaan asiakkailleen ruodotonta kalaa. Alfred Kitchen & Bar -ravintolan yrittäjä ja keittiömestari Janne Nevalaisen mukaan muualla maailmalla ollaan tottuneempia syömään kokonaista kalaa myös ravintoloissa. Suomessa asiakkaat tyypillisesti odottavat, että ravintolassa saatu kala-annos on ruodoton ja helppo syödä, vaikka kotona oltaisiin tottuneempia syömään myös ruotoista kalaa.

3.6 Lopuksi – Lähikalan käyttö kasvuun yhteistyöllä

Markkinakartoituskyselyyn vastanneet toimijat kokivat, että markkinoilta oli pääasiassa helposti saatavilla heidän toimintaansa sopivia kalatuotteita. Kaikki haastatellut toimijat olivat kiinnostuneita kokeilemaan uudenlaisia kalatuotteita ja lisäämään lähikalan käyttöä toiminnassaan, mutta käytännön toteutuksessa nähtiin haasteita. Selvityksen perusteella yksityisillä ravintoloilla oli parhaat mahdollisuudet sovittaa toimintaansa lähikalan hintojen ja hinnanmuutosten mukaisesti ottamalla raaka-ainekulut huomioon omissa hinnoitteluissaan. Suurempien julkisten ammattikeittiöiden kannalta tilanne oli hankalampi, eivätkä nykyiset hankinta- ja hinnoittelujärjestelmät kaikkien toimijoiden kohdalla mahdollistaneet sopimusten ulkopuolisten tai tietyt hintarajat ylittävien tuotteiden tai raaka-aineiden hankintaa.

Lähikalaraaka-aineen korkeaksi koetun hinnan lisäksi suurten ammattikeittiöiden toimintaan soveltuvien jalosteiden saatavuus oli merkittävä haaste ammattikeittiöiden lähikalan käytön lisäämiselle. Sopivan kalatuotteen kehittämiseksi nähdään edelleen tarvetta, ja lähikalaa lautaselle -hankkeen puitteissa tullaan järjestämään työpajoja, joihin kalastajat, elintarvikkeiden jalostajat sekä ammattikeittiöiden edustajat kutsutaan ideoimaan ja kehittämään uudenlaisia lähikalatuotteita yhdessä. Työpajojen tavoitteena on aktivoida toimijoita yhteisiin tuotekehitysprojekteihin ja löytää yhteistyömahdollisuuksia uudenlaisten lähikalatuotteiden kehittämiseksi.

Markkinakartoituskyselyn perusteella lähikalan tulevaisuus nähtiin yleisesti positiivisena, ja noin puolet itsenäisesti vastattavaan kyselyyn vastanneista sekä kaikki haastateltavat uskoivat lähikalan käytön lisääntyvän tulevina vuosina. Kuluttajat arvostavat lähiruokaa aiempaa enemmän, ja myös ravitsemussuosituksien ja ilmastoruokaohjelman sekä lähikalan käyttöä edistävät hankkeet nähtiin positiivisina vaikuttimina.

Lähikalan tunnettuuden parantamisessa ja käytön lisäämisessä sekä koti- että ammattikeittiöissä on vielä tekemistä. Esimerkiksi hintaan ja hankintakanaviin liittyvien käytännön haasteiden lisäksi lähikalan käyttöä rajoittaa myös kuluttajakäyttäytyminen. Kuluttajien asenteisiin ja kalaan liitettyihin mielikuviin voidaan pyrkiä vaikuttamaan muun muassa tiedonvälityksen ja viestinnän keinoin.



Kodeissa ja kouluissa toteutettu ruokakasvatus on avainasemassa, kun lähikalaa tehdään tutuksi lapsille ja nuorille. Kouluissa tapahtuvan ruokakasvatuksen on useissa tutkimuksissa havaittu vaikuttavan positiivisesti lasten ja nuorten ruokakäyttäytymiseen. Kalaruokien monipuolinen tarjoaminen niin kotona kuin kouluissakin on tärkeää, jotta lähikalan valmistukseen ja erilaisiin kalaruokiin totutaan pienestä pitäen. Toimivalla ruokakasvatuksella voi olla kauaskantoisia vaikutuksia muun muassa lähikalaan liitettyjen asenteiden ja mielikuvien muuttamisessa ja kysynnän kasvattamisessa.

4. Lähteet

1. Saarni, K., Setälä, J. & Niukko, J. 2022. Kalamarkkinakatsaus 2022. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 43/2022. Luonnonvarakeskus (Luke). <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-380-432-6>
2. Maa- ja metsätalousministeriö. Kotimaisen kalan edistämishjelma. Viitattu 10.7.2024. Saatavilla: <https://mmm.fi/kalat/strategiat-ja-ohjelmat/kotimaisen-kalan-edistamisohjelma>
3. Blomhoff, R., Andersen, R., Arnesen, E.K., Christensen, J.J., Eneroth, H., Erkkola, M., Gudaviciene, I., Halldorsson, T.I., Høyer-Lund, A., Lemming, E.W., Meltzer, H.M., Pitsi, T., Schwab, U., Siksna, I., Thorsdottir, I. and Trolle, E. Nordic Nutrition Recommendations 2023. Copenhagen: Nordic Council of Ministers, 2023. Saatavilla: <https://www.norden.org/en/publication/nordic-nutrition-recommendations-2023>
4. Kokko, R. & Honkanen, H. 2022. Kotimaisella kalalla kestäväää kulutusta – kokemuksia kala-alan jalostajilta ja ammattikeittiöiltä lähikalan käytöstä. Oamk Journal 145/2022. <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2022092860368>