

KULUTUSTUOTESEKTORIN YRITYSKAUPPAMARKKINAN TILA

Kulutuskysynnän heikkous näkyy, sijoittajien hallitsema markkina kuten korkea teknologia

30.9.2026

Huom. Katsaus perustuu Grasp-tietokannan kauppoihin ja 3J:n analyysiin vuosilta 2019–2025, joiden kohde on suomalainen, listaamaton kulutustuoteyhtiö tekoälyn määrittelemänä

Tiivistelmä

- Kulutustuotesektorin yrityskauppojen kauppamäärä on pudonnut noin kolmannekseen huippuvuosista
- Kulutustuotesektorin yrityskappoja tehtiin vuonna 2021 yhteensä 23 kpl, kun vuonna 2025 tehtiin enää seitsemän
- Koronavuosien vahva kulutuskysyntä ja nollakorot vauhdittivat kauppvoja, mutta korkojen nousu, rahoituksen kallistuminen ja kuluttajien heikentynyt ostovoima hidastivat niitä vuodesta 2024 alkaen
- VC-, growth- ja pääomasijoittajista on tullut kuluttajasektorin aktiivisin ostajaryhmä
- Sijoittajien osuus kaupoista nousi kolmanneksesta vuonna 2023 86 %:iin vuonna 2025
- Silmiinpistävästi VC:t ja muut sijoittajat rahoittavat pääosin nuoria, nopeasti kasvavia yhtiöitä, jotka ovat kuluttajatrendien ytimessä tai niillä on uusia liiketoimintamalleja
- Esimerkkejä ovat älysormusvalmistaja Oura, golfmailavalmistaja Takomo, kunnostettuja puhelimia myyvä Swappie, korealaisen kosmetiikan kauppa Baestyle, korkealaatuisiin jäätelöihin keskittynyt Kolmen Kaverin Jäätelö sekä valmisruokaan liittyvä Fresh Servant
- Kuitenkin sijoittajien korkea osuus selittyy pääosin teollisten toimijoiden aktiviteetin laskulla enemmän kuin sijoittajien kasvaneella aktiviteetillä
- Kokonaismarkkinan lasku koskee lähes kokonaan elintarvikesektoria, kun elintarvikealan teolliset ostajat vähensivät kauppamääriään
- Buumivuosina trendikkäät kasvipohjaiset tuotteet, premium-elintarvikkeet ja valmisruoka tarjosivat ostokohteita ja vauhdittivat kauppvoja teollisten ostajien ja sekä sijoittajien keskuudessa
- Buumivuosien hiljentymisen lisäksi markkinan heikkouteen on varmasti vaikuttanut myös kuluttajakysynnän heikkeneminen viime vuosina

Yhteystiedot

3J analyysitiimi



Turo Kiiski

+358 40 681 6595

turo.kiiski@3j.fi



Juha Vahtervuo

+358 40 852 9557

juha.vahtervuo@3j.fi



Masi Virta

+358 44 326 5625

masi.virta@3j.fi

Toimistot Helsingin toimisto

Esterinportti 2

00240 Pasila, Helsinki

Jyväskylän toimisto

Hannikaisenkatu 22 A

40100 Jyväskylä

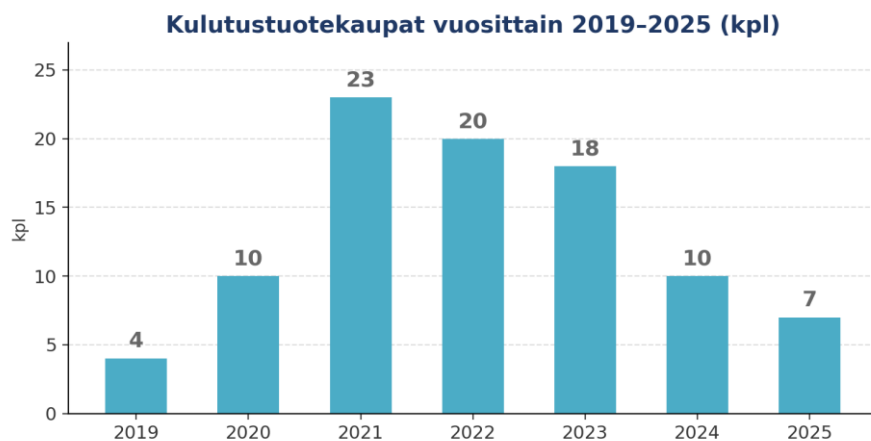


1 Kulutustuotesektorin yrityskauppamarkkina supistui huippuvuodesta kolmannekseen

Suomalaisiin listaamattomiin kulutustuoteyhtiöihin kohdistui vuosina 2019–2025 aineistossamme yhteensä 92 kauppaa. Kauppamäärä kasvoi nopeasti vuosina 2019–2021 ja oli huipussaan vuonna 2021, jolloin kauppoja tehtiin 23.

Koronavuosina kuluttajat käyttivät poikkeuksellisen paljon rahaa kotiin, vapaa-aikaan ja verkkokauppaan, ja nollakorot sekä runsas pääoma helpottivat kauppojen rahoitusta. Esimerkkejä vuoden 2021 kaupoista:

- pääomasijoittaja Senticasta osti jäätelövalmistaja Kolmen Kaverin Jäätelön
- pohjoismaisen kasvusijoittaja Verdane osti kosmetiikkayhtiö Lumenen ja sijoitti ylijäämäruoan verkkokauppaan Fiksu Ruoka
- saunavalmistaja Harvia osti ulkoporeallasvalmistaja Kiramin
- Vastuullisiin urheilu- ja ulkoiluvaatteisiin erikoistunut verkkokauppa Weekendbee, jonka mediayhtiö A-Lehdet osti



Kuvaaja 1.1: Suomalaisiin listaamattomiin kulutustuoteyhtiöihin kohdistuneet kaupat vuosittain 2019–2025. Lähde: Grasp, 3J-analyysi.

Vuosina 2022 ja 2023 kauppamäärä pysyi korkeana (20 ja 18 kauppaa), vaikka inflaatio kiihtyi ja korot kääntyivät nousuun. Moni kauppa oli valmisteilla jo ennen toimintaympäristön heikkenemistä, ja toimialojen konsolidaatio jatkui. Esimerkkejä:

- Verdane johti kunnostettujen puhelinten verkkokauppa Swappien 108 M€:n rahoituskierrosta vuonna 2022.
- Yhdysvaltalainen rakennus- ja kodintuotekonserni Masco osti saunavalmistaja Sauna360:n 124 M€:llä vuonna 2023.
- Halpakauppaketju Tokmanni osti kenkäverkkokauppa Shoe Housen ja ulkoiluvaatebrändi Catmandoon vuonna 2023.

Vuonna 2024 kauppamäärä puolittui kymmeneen, ja vuonna 2025 se laski edelleen seitsemään. Korkotaso nousi ja rahoitus kallistui, kuluttajien luottamus ja ostovoima heikkenivät, ja Suomen talous oli taantumassa.

Vaikka volyymiltään vuosi 2025 oli hiljainen, olivat tehdyt kaupat sitäkin mielenkiintoisempia, mikä kertoo, että laadukkaille ja mielenkiintoisen sijoitustarinan yrityksille löytyy aina ostaja:

- Älysormusvalmistaja Oura keräsi yhdysvaltalaisen varainhoitaja Fidelityn johtamalla kierroksella 777 M€. Kierros on Suomen historian suurin kasvuyrityksen rahoituskierrös.

- Varainhoitaja Mandatum ja ruotsalainen kasvusijoittaja Rite Ventures sijoittivat golfmailavalmistaja Takomoon 20 M€.
- Ruotsalainen sijoitusyhtiö Creades osti vähemmistöosuuden Lumenesta.
- Meijeriyhtiö Valio osti Raisiolta Beanit-härkäpapujalosteita valmistavan liiketoiminnan.
- Rite Ventures sijoitti korealaisista kosmetiikkaa myymälöissä ja verkossa myyvään Baestyleen (Yeppo), jonka liikevaihto on yli kaksinkertaistunut vuosittain.
- Rite Ventures sijoitti maaliskuussa 2025 myös reppuja, kantojärjestelmiä ja telttoja valmistavaan Finn-Savottaan, jonka asiakkaita ovat puolustusvoimat, viranomaiset ja retkeilijät.

2 Kulutustuotesektorin lasku johtuu pääosin elintarvikealan kauppojen laskulla

Kaupat toimialoittain 2019–2025 (kpl)									
Toimiala	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Yht.	Osuus
Ruoka ja juomat	3	5	15	11	5	3	1	43	47 %
Urheilu, ulkoilu ja vapaa-aika	0	0	2	4	2	1	2	11	12 %
Sisustus ja kodin tuotteet	0	1	2	1	3	3	0	10	11 %
Kulutuselektroniikka ja puettavat laitteet	0	2	1	2	2	2	1	10	11 %
Vaatteet, muoti ja jalkineet	1	1	1	1	4	0	0	8	9 %
Kosmetiikka ja henkilökohtainen hygienia	0	1	2	0	1	0	3	7	8 %
Lelut, kirjat ja muut	0	0	0	1	1	1	0	3	3 %
Yhteensä	4	10	23	20	18	10	7	92	100 %

Taulukko 2.1: Suomalaisiin listaamattomiin kulutustuoteyhtiöihin kohdistuneet kaupat toimialoittain 2019–2025. Lähde: Grasp, 3J-analyysi.

Ruoka ja juomat on selvästi kulutustuotesektorin suurin alatoimiala (47 % kaupoista vuosina 2019–2025), jonka lasku selittää suuren osan kulutustuotesektorin yrityskauppamäärän laskusta.

Aikaisempina vuosina Suomen pirstaloituneella elintarviketoimialalla useat kulutustrendit tuottivat paljon ostokohteita:

- **Kasvipohjaiset tuotteet ja uudet proteiinit:** noin neljännes toimialan kaupoista. Esimerkkejä ovat Verso Food (härkäpapujalosteet), Mö Kaurameijeri (kasvipohjaiset juustot) ja Gold&Green (kauratuotteet).
- **Laadukkaat raaka-aineet ja premium-tuotteet:** Sentican ostama superpremium-jäätelön valmistaja Kolmen Kaverin Jäätelö, suklaavalmistaja Helsinki Heaven (Goodio) ja luomulastenruokaa valmistava Plant Planet.
- **Valmisruoka ja helppous:** kuluttajapakattuja salaatteja valmistava Fresh Servant sekä valmiita kanatuotteita tekevät Naapurin Maalaiskana ja Landeli.
- **Sijoittajat puolestaan ovat sijoittaneet ruoassa erityisesti uusiin liiketoimintamalleihin:** ylijäämäärüoan verkkokauppa Fiksu Ruoka, ateriakassipalvelu Ruokaboksi, koiranruokaa suoraan kuluttajille myyvä Vetapet sekä ruokateknologiayhtiöt Solar Foods (ilmasta tuotettu proteiini) ja Meeat (kasvipohjaiset lihankorvikkeet).

Viime vuosina kauppamäärät ovat kuitenkin laskeneet huippuvuosista. Teolliset ostajat tekivät toimialan kaupoista 70 %, joten ruoka ja juomasektorin kauppamäärien lasku selittyy pääosin heidän aktiivisuutensa laskulla.

Kaupat jakautuvat silti laajasti myös muihin alasektoreihin kuten urheilu, sisustus, kodin tuotteet, kulutuselektronikka, muoti, kosmetiikka, lelut ja muut., joiden osuus oli n. 53 % vuosien 2019–2025 yrityskauppojen lukumäärästä.

Tasaisimpia ovat olleet urheilu ja vapaa-aika sekä sisustus ja kodin tuotteet, joissa on tehty kauppvoja lähes joka vuosi vuodesta 2021 alkaen, ja lasku on ollut maltillinen. Näillä toimialoilla Suomessa on vahvoja erikoisosaamisen keskittymiä, joihin sekä kotimaiset että ulkomaiset ostajat hakevat kasvua:

- **Veneet:** perheyhtiö Otto Brandt osti venevalmistajat Freja Marinen ja Fenix Marinin, ja Sanlorenzo osti Nautorin. Tänä vuonna tehty Saxdor kauppa jatkaa tätä trendiä.
- **Saunat:** Harvia osti Kirammin, pääomasijoittaja Folmer kiuasvalmistaja Narvin ja Masco Sauna360:n.
- **Sisustus ja kodin tuotteet:** Sentica osti huonekaluketju Veken.
- **Urheilu, ulkoilu ja vapaa-aika:** golfmailavalmistaja Takomo ja reppu- ja varustevalmistaja Finn-Savotta.

Kosmetiikka on ainoa toimiala, jolla aktiivisuus kasvoi. Kauneustuotteiden kysyntä on pysynyt hyvänä myös heikossa taloustilanteessa, ja verkossa suoraan kuluttajille myyvät mallit mahdollistavat nopean kansainvälistymisen.

Vuoden 2025 kaupat olivat Creadesin sijoitus Lumeneen, Rite Venturesin sijoitus korealaisen kosmetiikan kauppa Baestyleen (Yeppo) ja VC-sijoittaja Innovestorin sijoitus ihonhoito-brändi Blank&iin.

3 Sijoittajat kuluttajasektorin aktiivisin ostaja

Kaupat ostajasegmenteittäin 2019–2025 (kpl)								
Ostajasegmentti	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Yht.
Teolliset ostajat	3	6	15	13	12	4	1	54
Pääomasijoittajat	0	0	4	3	3	2	0	12
VC:t ja muut sijoittajat	1	4	4	4	3	4	6	26
Yhteensä	4	10	23	20	18	10	7	92
Sijoittajien osuus	25 %	40 %	35 %	35 %	33 %	60 %	86 %	41 %

Taulukko 3.1: Suomalaisiin listaamattomiin kulutustuoteyhtiöihin kohdistuneet kaupat ostajasegmenteittäin 2019–2025. Lähde: Grasp, 3J-analyysi.

Sijoittajien (pääomasijoittajat sekä VC:t ja muut sijoittajat yhteensä) osuus kaupoista nousi 33–40 %:sta vuosina 2020–2023 60 %:iin vuonna 2024 ja 86 %:iin vuonna 2025. Sijoittajat eivät juuri lisänneet aktiivisuuttaan, mutta ne pysyivät markkinalla, kun teolliset ostajat vetäytyivät.

Yleisesti ottaen sijoittajat ovat mukana lähes kaikilla toimialoilla, mutta ne painottuvat uusiin liiketoimintamalleihin: verkossa suoraan kuluttajille myyviin brändeihin, kiertotalouteen, ruokateknologiaan ja kulutuselektronikkaan.

Teollisten ostajien vetäytyminen selittää suurimman osan markkinan laskusta. Niiden kauppvoja oli 15 vuonna 2021 ja vain yksi vuonna 2025. Kustannusinflaatio ja heikko kysyntä painoivat teollisten toimijoiden kannattavuutta, ja ne keskittyivät omaan toimintaansa yritysostojen sijaan.

Kaupat toimialoittain ja ostajasegmenteittäin 2019–2025 (kpl)				
Toimiala	Teolliset ostajat	Pääomasijoittajat	VC:t ja muut sijoittajat	Yht.
Ruoka ja juomat	30	4	9	43
Urheilu, ulkoilu ja vapaa-aika	7	1	3	11
Sisustus ja kodin tuotteet	4	3	3	10
Kulutuselektroniikka ja puettavat laitteet	2	2	6	10
Vaatteet, muoti ja jalkineet	6	0	2	8
Kosmetiikka ja henkilökohtainen hygienia	3	1	3	7
Lelut, kirjat ja muut	2	1	0	3
Yhteensä	54	12	26	92

Taulukko 3.2: Suomalaisiin listaamattomiin kulutustuote-yhtiöihin kohdistuneet kaupat toimialoittain ja ostajasegmenteittäin 2019–2025. Lähde: Grasp, 3J-analyysi.

4 Eri ostajaryhmät ostavat eri kasvuprofiilin yhtiöitä

Kohdeyhtiöiden liikevaihdon kasvu ostajasegmenteittäin		
Ostajasegmentti	Yhtiöitä, joista kasvutieto	Liikevaihdon kasvun mediaani (CAGR)
Teolliset ostajat	32	6 %
Pääomasijoittajat	9	8 %
VC:t ja muut sijoittajat	17	32 %

Taulukko 4.1: Kohdeyhtiöiden liikevaihdon kasvu ostajasegmenteittäin 2019–2025. Kasvu on kohdeyhtiön viimeaikainen liikevaihdon vuosikasvu. Kukin yhtiö on laskettu kerran ostajasegmenttiä kohden. Lähde: Grasp, 3J-analyysi.

Viime vuosien toteutuneet kaupat osoittavat, että ostajaryhmät hakevat kohdeyhtiöiltä hyvin erilaista kasvua. VC:t ja muut sijoittajat hakevat nopeaa kasvua, pääomasijoittajat tasaista ja ennustettavaa kasvua. Teollisille ostajille kasvu ei ole yhtä ratkaiseva ostoperuste.

VC:t ja muut sijoittajat hakevat kasvua. Niiden kohdeyhtiöiden liikevaihto kasvoi mediaanilla 32 % vuodessa, noin neljä kertaa muiden ostajaryhmien tahtia. Kasvusijoittajan tuotto syntyy yhtiön arvon moninkertaistumisesta, joten kohteen on kasvettava nopeasti, ja kannattavuus voi tulla myöhemmin. Esimerkkejä:

- golfmailavalmistaja Takomo (liikevaihto nousi yhtiön mukaan alle 3 M€:sta vuonna 2022 lähes 30 M€:oon vuonna 2024)
- korealaisen kosmetiikan kauppa Baestyle (liikevaihto yli kaksinkertaistunut vuosittain)
- koiranruokaa suoraan kuluttajille myyvä Vetapet (40 % vuodessa)
- käytettyjen kameroiden kauppa Kameratori (35 % vuodessa)

Pääomasijoittajat ostavat tasaisesti kasvavia yhtiöitä. Kohteiden kasvun mediaani on 8 %, ja vain yhden kohteen liikevaihto on laskenut. Buyout-malli perustuu vakaaseen kassavirtaan, jolla kaupan velkarahoitus hoidetaan, joten ennustettavuus on tärkeämpää kuin nopea kasvu. Esimerkkejä:

- keittiötuotevalmistaja Fredman (0 % vuodessa, Korona Invest)

- lelu- ja juhlatarviketukku Toyrock (4 %, Evolver Equity)
- säilykevalmistaja Herkkumaa (7 %, Korona Invest)
- kunnostettuja tietokoneita myyvä Nuvoo (8 %, Saari Partners)
- huonekaluketju Veke ja jäätelövalmistaja Kolmen Kaverin Jäätelö (noin 16 %, Sentic)

Teollisten ostajien kohteiden kasvun mediaani on 6 %, mutta kohteet vaihtelevat eniten. Teollinen ostaja arvioi kohdetta synergioiden kautta: hiipuvakin yhtiö voi olla arvokas volyymin tai markkinaosuuden vuoksi, ja pieni kasvuyhtiö voi tuoda uuden tuotekategorian. Esimerkkejä:

- laskeva liikevaihto: kalanjalostaja Heimon Kala (–1 %, Kalaneuvos) ja hiilihapotuslaitevalmistaja Mysoda (–8 %), jonka osti saksalainen puhdistuslaitevalmistaja Kärcher
- nopea kasvu: alkoholittomien juomien valmistaja Kaska ja kaurajalostaja Avenatur (yli 100 % pieneltä pohjalta, Heino Group) sekä lemmikinruokatehdas Premium Pet Food (62 %, Musti Group)

5 VC-sijoittajat ostavat nuoria, pääomasijoittajat ja teolliset ostajat jo vakiintuneita yhtiöitä

Kohdeyhtiöiden ikä kaupan hetkellä ostajasegmenteittäin		
Ostajasegmentti	Yhtiöitä, joista perustamisvuosi	Iän mediaani kaupan hetkellä
Teolliset ostajat	46	16,5 vuotta
Pääomasijoittajat	11	18 vuotta
VC:t ja muut sijoittajat	21	5 vuotta

Taulukko 5.1: Kohdeyhtiöiden ikä kaupan hetkellä ostajasegmenteittäin 2019–2025. Kukin yhtiö on laskettu kerran ostajasegmenttiä kohden. Lähde: Grasp, 3J-analyysi.

Toteutuneet kaupat osoittavat, että ostajaryhmät tulevat mukaan yhtiön eri elinkaaren vaiheissa.

VC:t ja muut sijoittajat sijoittavat yhtiöihin varhain. Kohteiden iän mediaani on viisi vuotta, ja lähes kaikki kohteet ovat alle 15-vuotiaita. Tässä vaiheessa yhtiö tarvitsee pääomaa kasvuun, ja arvostus on vielä maltillinen. Esimerkkejä:

- ihonhoitobrändi Blank& (1 vuosi)
- käytettyjen vaatteiden kauppa Ninyes ja kasvipohjaisia lihankorvikkeita valmistava Meeat (2 vuotta)
- ateriakassipalvelu Ruokaboksi (3 vuotta)
- golfmailavalmistaja Takomo (4 vuotta)

Pääomasijoittajat tulevat mukaan vasta, kun yhtiö on vakiintunut. Kohteiden iän mediaani on 18 vuotta. Pitkän historian yhtiöiden kassavirrat ovat todennettuja, ja monessa perhe- tai yrittäjäomisteisessa yhtiössä omistajanvaihdos on ajankohtainen. Esimerkkejä:

- kosmetiikkayhtiö Lumene (perustettu 1970, Verdane)
- salaattivalmistaja Fresh Servant (1971, Sponsor Capital)

- säilykevalmistaja Herkkumaa (1987, Korona Invest)
- huonekaluketju Veke (1993, Sentica)

Teollisten ostajien kohteet kattavat koko elinkaaren, ja iän mediaani on 16,5 vuotta. Teolliselle ostajalle ikä ei ole ratkaiseva tekijä, vaan strateginen sopivuus: nuori yhtiö voi tuoda uuden tuotekategorian ja vakiintunut yhtiö volyymia ja markkinaosuutta. Esimerkkejä:

- nuorimmasta päästä Heino Groupin ostamat kaurajalostaja Avenatur (1 vuosi) ja alkoholittomien juomien valmistaja Kåska (2 vuotta)
- vanhimmasta päästä ruokapalvelutukku Chipsters (perustettu 1934) ja pelivalmistaja Tactic Gamesin ostama lelu- ja muovituotevalmistaja AB Plasto (1954)