

EU–Japani-vapaakauppasopimus suomalaisen tekstiili- ja vaatealan näkökulmasta

Ha Diem Trang Pham

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Amk-opinnäytetyö

2021

Liiketalouden tutkinto

Tiivistelmä

Tekijä(t)

Ha Diem Trang Pham

Tutkinto

Tradenomi

Raportin/Opinnäytetyön nimi

EU–Japani-vapaakauppasopimus suomalaisen tekstiili- ja vaatealan näkökulmasta

Sivu- ja liitesivumäärä

37 + 2

Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia EU–Japani-vapaakauppasopimuksen vaikutuksia suomalaiseen tekstiili- ja vaatealaan. Tutkimus kohdistui suomalaisiin tekstiili- ja vaatealan yrityksiin, joilla on jo entuudestaan vientitoimintaa Japaniin. EU–Japani-vapaakauppasopimus on historiallinen ja suuri askel kohti vapaampaa kaupankäyntiä. Sopimus tuli voimaan vuoden 2019 alussa ja se hyödyttää monia eri aloja muun muassa poistamalla tai vähentämällä tullimaksuja, byrokratiaa sekä muita kaupan esteitä.

Opinnäytetyön tavoitteena on saada kokonaiskuva eri tekstiili- ja vaatealan yritysten nykyisestä sekä tulevasta tilanteesta. EU–Japani-vapaakauppasopimusta ja sen vaikutuksia ei ole paljon tutkittu, joten opinnäytetyön toivotaan olevan hyödyllinen kaikille kiinnostuneille sekä seuraaville, aiheeseen liittyvien tutkimustöiden tekijöille. Aihe on myös hyvin ajankohtainen, sillä sopimuksen voimaantulosta ei ole kauaa. Opinnäytetyötä voivat hyödyntää erityisesti yritykset, joilla on entuudestaan vientitoimintaa Japaniin tai ovat vasta aloittelemassa sitä.

Tietoperustassa käydään läpi kaksi tärkeää käsitettä; suomalainen tekstiili- ja vaateala sekä EU–Japani-vapaakauppasopimus. Tietoperustan ensimmäisessä osiossa tutustutaan perusteellisesti suomalaiseen tekstiili- ja vaatealaan; niiden määritelmään, liiketoiminnan tilaan, vaikuttaviin tekijöihin sekä tulevaisuuden näkymiin. Toisessa osiossa esitellään EU–Japani-vapaakauppasopimuksen sisältö, sen merkittävät hyödyt ja edut, tullietuudet yksityiskohtaisesti sekä kuppasopimuksen vaikutukset yleisesti.

Opinnäytetyö on tutkimustyyppinen. Toteutustapana on kvalitatiivinen menetelmä ja kyselytutkimus. Opinnäytetyön empiirisessä osiossa käsitellään kyselytutkimusta, joka toteutettiin toukokuussa 2021. Kyselytutkimusta varten kartoitettiin yhteensä 19 yritystä, joista 9 vastasi lopulta kyselyyn. Kyselyn otanta jäi pieneksi ja siksi tulokset eivät ole yleistettäviä. Opinnäytetyön pohdintaosio on kuitenkin perustunut tähän otantaan. Vastaukset avasivat yritysten vientitoiminnan tilaa ja niiden henkilökohtaista näkemystä koskien EU–Japani-vapaakauppasopimusta.

Selvinneistä tuloksista saatiin selville, että yritysten mielipide kauppasopimuksesta on pääosin positiivinen, vaikka yrityksen kannalta vaikutukset eivät olleetkaan aina silmiin nähtäviä. Vuosi kauppasopimuksen voimaantulosta tekstiili- ja vaatealaa ravisteli koronaepidemia, jolla on ollut paljon vaikutuksia yritysten kannattavuuteen sekä toimintaan. Jää nähtäväksi, muuttuuko yritysten tilanne rajoitusten hellittäessä ja päästääkö EU–Japani-vapaakauppasopimusta hyödyntämään tulevaisuudessa aiempaa tehokkaammin.

Asiasanat

EU, Japani, kauppasopimus, tekstiiliala, vaateala, tullietuudet

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimuksen tavoite	1
1.2	Tutkimuskysymykset	2
1.3	Rajaukset.....	3
2	Suomalainen tekstiili- ja vaateala sekä vapaakauppasopimus Japanin kanssa	4
2.1	Suomalainen tekstiili- ja vaateala	4
2.1.1	Tietoa tekstiili- ja vaatealasta	5
2.1.2	Tekstiili- ja vaatealan tilastoja.....	7
2.1.3	Koronan vaikutus tekstiili- ja vaatealalla	9
2.1.4	Suomi kiertotalouden ja vastuullisuuden edelläkävijänä	12
2.1.5	Tulevaisuus.....	13
2.2	EU–Japani-vapaakauppasopimus.....	15
2.2.1	Tausta.....	15
2.2.2	Kauppasopimuksen edut.....	16
2.2.3	Tullimaksut.....	17
2.2.4	Tullietujen hyödyntäminen tekstiili- ja vaatealalla	18
2.2.5	Kauppasopimuksen vaikutukset lyhyesti	20
2.3	Opinnäytetyön viitekehys	21
3	Tutkimuksen toteuttaminen	23
3.1	Tutkimusmenetelmät.....	23
3.2	Tutkimusaineiston kerääminen.....	24
3.2.1	Kyselyn vastaajien kartoitus	24
3.2.2	Kyselyn toteuttaminen.....	25
3.3	Aineiston analysointi	27
3.4	Tulokset	28
4	Pohdinta.....	33
4.1	Yhteenveto.....	33
4.2	Tutkimuksen luotettavuus	34
4.3	Oman tutkimusprosessin ja kehittymisen pohdinta.....	35
4.4	Jatkotutkimusehdotukset.....	35
	Lähteet	36
	Liitteet.....	40
	Liite 1. Kysely.....	40

1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on EU:n ja Japanin vapaakauppasopimus suomalaisten vaate- ja tekstiilialan näkökulmasta. EU:n ja Japanin vapaakauppasopimus, lyhennettynä EPA (EU-Japan Economic Partnership Agreement) astui voimaan 01.02.2019 ja sen tavoitteena on kaupan vapauttamisen ja taloudellisen yhteistyön syventäminen kahden maan välillä. (Business Finland 2019) Kauppasopimuksen merkittävin hyöty on vientitullien sekä byrokratian merkittävä väheneminen. Myös muut kansainvälisen kaupan esteet poistuivat mikä helpottaa pienempien yritysten markkinoille tuloa erityisesti Japanissa. Vapaakauppasopimuksen myötä tullit poistuivat yli 90 % viennistä. Siirtymäaikojen jälkeen 97 % on tullivapaata. Siirtymäajat voivat olla jopa 15 vuotta. Suomelle tärkeiden vientituotteiden eli kemiantuotteiden, muovin, kosmetiikan, tekstiilien ja vaatteiden tullit poistuivat heti sopimuksen voimaan tulon myötä.

Sopimuksen myötä syntyi vapaakauppa-alue, joka kattaa 630 miljoonaa ihmistä. Japani on yksi maailman suurimmista kuluttajamarkkinoista ja EU:n toiseksi suurin kauppakumppani Aasiassa Kiinan jälkeen. Vapaakaupan toivotaan kaksinkertaistavan EU:n viennin Japaniin. Myös suomalaisille yrityksille on luvassa kauppa- ja kasvumahdollisuuksia. Suomella on moderni, puhdas ja positiivinen maine Japanissa ja myös tuotteille on kysyntää. Historiallinen vapaakauppasopimus helpottaa kansainvälisten, myös suomalaisten yritysten pääsyä Japanin markkinoille sekä tarjoaa lukuisia vientikauppamahdollisuuksia tullimaksujen poistuessa ja byrokratian vähentyessä moninkertaisesti.

1.1 Tutkimuksen tavoite

Suoritin vaihto-opiskelun Japanissa keväällä 2019 ja olin jo tuolloin kuullut paljon puhetta ja uutisia kauan odotetusta kauppasopimuksesta. En ollut aikaisemmin kuullut EPA:sta ja sain pian jonkinlaisen idean opinnäytetyön aiheesta, jonka päätin sitten ottaa työn alle. Japani on maana hyvin mielenkiintoinen ja kirjoittaja on joskus jopa haaveillut jonkinlaisesta kansainvälisestä työstä, jossa keskityttäisiin Japanin markkinoihin. Opinnäytetyö saattaa siis tuoda kirjoittajalleen lisäarvoa tulevaisuuden työelämässä. Japanissa ollessani törmäsin vastoin odotuksia erilaisiin suomalaisiin yritysten liikkeisiin. Japanissa on valtavat kuluttajamarkkinat, ja jopa erikoisempi tuote voi löytää ostajansa. Suomella on siis paljon potentiaalia jalansijan muodostamiseen maassa. EPA hyödyntää suomalaisia yrityksiä monella eri tavalla, erityisesti tullimaksujen poiston myötä ja on odotettavissa, että suomalaisia yrityksiä tulee näkymään Japanissa yhä enemmän. Tässä tutkimuksessa on tarkoitus tutkia EPA:n vaikutuksia suomalaiseen tekstiili- ja vaatealaan. Työn tavoitteena on kerätä tietoa ja saada yleiskuva EU:n ja Japanin vapaakaupan vaikutuksesta yritysten vientitoimintaan.

Vapaakaupan on arvioitu jopa kaksinkertaistavan EU:n tekstiiliviennin Japaniin, mutta miten se vaikuttaa Suomeen maakohtaisesti? Koska vapaakauppasopimus on sinällään vielä tuore, ei aihetta koskevia opinnäytetöitä ole montaa. Japania vientikauppa- tai markkinakohtena on tutkittu paljon ennenkin ja aiheesta löytyy runsaasti opinnäytetöitä ja materiaalia. Kuitenkin tutkimuksia juuri EU–Japani-vapaakauppasopimuksesta tai siihen liittyen on vain niukasti. Työllä on siis kirjoittajan mielestä uutuusarvoa. Otin tutkinnan kohteekseni tekstiili- ja vaatealan, sillä ala on minulle tutumpi verrattuna esimerkiksi kemianalaan ja tiedän jo entuudestaan joitakin Japanissa toimivia vaate- ja tekstiilialan yrityksiä kuten Marimekon ja Finlaysonin. Opinnäytetyön tarkoituksena on siis tutkia kauppasopimusta tietyn alan näkökulmasta. Työssä kuvataan suomalaista tekstiili- ja vaatealaa, EU-Japani vapaakauppasopimuksen yksityiskohtia pääpiirteittäin ja muodostetaan yleiskuva suomalaisten yritysten tilanteesta kauppasopimuksen jälkeen kyselyiden avulla. Opinnäytetyön tuloksia voitaisiin hyödyntää esimerkiksi erilaisissa tekstiili- ja vaatealan yrityksissä, joilla on jo entuudestaan vientikauppaa Japanin kanssa tai joita kiinnostaisi aloittaa kaupankäynti tulevaisuudessa. Eryityisesti pienyritykset, joilla on suurempi kynnys vientitoiminnan aloittamiseen, voisivat saada tärkeää tietoa sopimuksen vaikutuksista ja sen kannattavuudesta. Ei myöskään ole pois suljettu ajatus, että muutkin toimialat voisivat hyötyä opinnäytetyöstä. Koskettaahan sopimuksen tullietuudet ja muut muutokset muitakin aloja. Sen lisäksi tätä työtä voidaan hyödyntää tulevissa opinnäytetöissä.

1.2 Tutkimuskysymykset

Työn tarkoituksena on selvittää EU–Japani-vapaakauppasopimuksen vaikutuksia suomalaisen tekstiili- ja vaatealaan. Ongelman pohjalta herää tutkimuskysymyksiä, joihin haetaan vastauksia. Vastaukset kysymyksiin haetaan laadullisella tutkimusotteella. Tutkimuksen ongelman myötä herää seuraavia kysymyksiä;

- Miten EU:n ja Japanin vapaakauppasopimus on vaikuttanut yrityksiin?
- Onko sopimus lisännyt yritysten vientitoimintaa Japaniin?
- Painaako tällä hetkellä koronaepidemia enemmän kuin itse sopimus?
- Mikä on yritysten oma henkilökohtainen näkemys vapaakaupasta?

Tarkoituksena on tutkia, onko EU:n ja Japanin vapaakauppasopimuksella ollut missä määrin vaikutusta yrityksen toimintaan. Onko vapaakauppa tuonut millä tavalla uusia mahdollisuuksia vientiin, onko resursseja enemmän vai jopa vähemmän? Pidetäänkö sopimusta positiivisena asiana? Mitä mahdollisuuksia uusi kauppasopimus on tuonut alalle ja kannattaako laajentaa Japanin markkinoille/markkinoilla. Tai onko tällä hetkellä koronalla enemmän painoarvoa yrityksen vientitoiminnassa?

1.3 Rajaukset

Tässä opinnäytetyössä keskitytään tutkimaan EU–Japani-vapaakauppasopimuksen vaikutuksia suomalaisiin tekstiili- ja vaatealan yrityksiin. EPA:n osapuolena on koko EU sekä Japani, mutta tutkimuksessa pyritään tuomaan esille Suomen näkökulma. Tutkimukseen rajataan vain suomalaiset vaate- ja tekstiilialan yritykset, joilla on jo entuudestaan vientiä Japaniin. Tämä siksi, koska Japanissa markkinoilla olevista yrityksistä on helpompi löytää tietoa verrattuna niihin, jotka vasta suunnittelevat vientitoiminnan aloittamista. Kohteena on kaiken kokoiset suomalaiset vientiyritykset. Tutkimuksesta rajattiin pois myös muiden alojen yritykset, esimerkiksi huonekaluyritykset, joilla on tekstiilimyyntiä Japanissa, sillä ne eivät varsinaisesti kuuluneet tutkinnan kohteena olevaan alaan. Tutkimusta varten laadittiin kyselytutkimus, joka lähetettiin sähköpostitse eri tekstiili- ja vaatealan yrityksille. Tässä työssä ei tulla käsittelemään kauppasopimuksen koko kirjoa. EPA:n ehdottomasti suurimmat hyödyt ovat tullietuudet, jotka joko poistuvat tai alenevat eri teollisuudenaloilla. Tullimaksujen poistuminen kokonaan tekstiili- ja vaatealalla koetaan merkittäväksi askeleeksi sekä kannustimeksi kohti Japanin markkinoille laajentumista ja vientitoiminnan kasvua, joten opinnäytetyössä tullaan tarkastelemaan kauppasopimuksen vaikutuksia erityisesti tullietuuksien kannalta. Tullimaksut ovat tekijä, jolla on paljon vaikutusta yrityksen kykyyn panna nostaa potentiaalisille Japanin markkinoille.

2 Suomalainen tekstiili- ja vaateala sekä vapaakauppasopimus Japanin kanssa

Tekstiili- ja vaateala on kansainvälisellä tasolla hyvin kilpailullinen toimiala. Suomessa yritykset kohtaavat paljon kilpailua niin kotimaassa kuin ulkomailla. Tekstiiliä käytetään kaikkialla, vaatteiden ja sisustuksen lisäksi muun muassa teollisuudessa, rakentamisessa, terveydenhuollossa ja eri alojen työvaatteissa. Tekstiiliä ovat muun muassa vaatteet, tyynyliinat, matot, verhoilut, turvavyöt, aurinkosuojat ja suodattimet (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 4). Vaatealalla valmistetaan muun muassa miesten, naisten ja lasten vaatteita, urheiluvaatteita, asusteita, alusvaatteita sekä työvaatteita. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 12.) Vaatealaan ei lasketa jalkineita. Tekstiili- ja vaatealalla koettiin suuria muutoksia vientitoiminnan suhteen, kun EU-Japanin kauppasopimus tuli voimaan vuonna 2019. Kauppasopimus tuo merkittävää hyötyä erityisesti tullimaksujen poistuttua kokonaan. Tässä kappaleessa käymme läpi suomalaista vaate- ja tekstiilialaa sekä lyhyesti EU–Japani-vapaakauppasopimusta.

2.1 Suomalainen tekstiili- ja vaateala

Suomalainen tekstiili- ja vaateala on moderni toimiala, jolla on kasvupotentiaalia. (Niinikoski s.a.) Tekstiili- ja vaateala on kansainvälisesti hyvin kilpailullinen ala ja kovaa kilpailua käydään niin kotimaan kuin ulkomaan markkinoilla. Yhteistä tekstiili- ja vaatealalla on pyrkimys kohti kasvua, kansainvälisyyttä sekä laajentumista ulkomaan markkinoille. Tekstiili- ja vaateala elävät rinnakkain talouden, työn, kulutuksen ja teknologia kanssa. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 33.) Vaikuttavia muutostekijöitä ovat muuttuva toimintaympäristö, innovaatiot ja digitalisaatio, vastuullisuus ja kiertotalous, kulutuksen muutos sekä megatrendit.

Tekstiilit ja vaatteet ovat esillä joka päivä ja ne muodostavat yhden suurimmista teollisuudenaloista. Tekstiilejä hyödynnetään esimerkiksi vaatteissa, vuodevaatteissa, teollisuuden kuitukankaissa ja suodattimissa, terveydenhuollon vuode- ja haavatekstiileissä, päivittäistavaroissa kuten vaipoissa, sateenvarjoissa, lastenrattaissa ja siivoustarvikkeissa, sekä eri teollisuuden aloilla autoissa, lentokoneissa, eristeissä ja köysissä (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 4). Tekstiilialalla on monia erilaisia yrityksiä, joiden tuotteita myydään kuluttajille ja B2B-markkinoille. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2020, 1.) Tekstiilialaan luetaan myös yritykset, jotka viimeistelevät tai värjäävät tekstiilejä (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 8). Yritykset valmistavat ja valmistuttavat muun muassa kodin- ja teollisia tekstiilejä, neuloksia, mattoja, lankoja, nauhoja ja kuitukankaita. Suomalaisia tekstiilialan yrityksiä ovat muun muassa Finlayson, Joutsen Finland Oy, VM-Carpet Oy, Lapuan Kankurit Oy,

Ahlström-Munksjö Tampere Oy, SNT Group Oy sekä Novita Oy (Suomen tekstiili ja muoti ry 2020, 2).

Vaateala on käsitteenä laaja ja siihen kuuluu keskenään erilaisia, tuotteita valmistavia ja valmistuttavia yrityksiä. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2020, 2.) Joillakin yrityksillä on omaa tuotantoa Suomessa, osa valmistuttaa ne yhteistyökumppaneilla Suomessa tai ulkomailla. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2020, 3.) Tuotteita ovat mm. sisältyy naisten, miesten ja lasten vaatteet, urheiluvaatteet, työvaatteet, alusvaatteet, asusteet sekä työvaatteet. Asiakkaita ovat niin kuluttajat kuin yritykset. Suomalaisia vaatealan yrityksiä ovat muun muassa Balmuir Oy, Gugguu Oy, Nanso Group Oy, Marimekko, Luhta Sportswear Company, Sidosse Oy sekä Topper Tuotanto Oy.

Vuonna 2019 tekstiili- ja vaatealan yrityksiä oli Suomessa yhteensä 3 180 ja työntekijöitä 21 200. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 5.) Yritysten määrään ei ole laskettu yksityisiä elinkeinonharjoittajia, ns. toiminimiyrittäjiä. Kaikista yrityksistä 43 prosenttia toimi tekstiili- ja vaatealan vähittäiskaupassa ja 23 prosenttia tekstiilin ja vaatealan tukkukaupassa (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 7). Vuodesta 2006 yritysten määrä on kuitenkin vähentynyt noin 23 prosenttia, vaikkakin eri toimintojen osuus on pysynyt miltei ennallaan (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 11). Henkilöstöstä 44 prosenttia työskenteli tekstiili- ja vaatealan vähittäiskaupoissa, ja loput muun muassa tekstiili- ja vaatehuollossa (14 prosenttia) ja vaatteiden valmistuksessa (12 prosenttia) (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 13). Vuodesta 2006 henkilöstön määrä on vähentynyt 22 prosenttia. Henkilöstöä on vähentynyt valmistuksessa, vähittäiskaupassa ja tekstiilihuollossa osuus on taas kasvanut (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 17).

2.1.1 Tietoa tekstiili- ja vaatealasta

Tekstiili- ja vaatealalla käytetään merkittävästi rahaa Suomessa. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 22.) Suomalaiset kuluttavat pukeutumiseen vuosittain noin 4,1 miljardia euroa ja tekstiileihin noin 0,5 miljardia euroa. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 27.) Suomalainen ostaa vuodessa kodintekstiilejä keskimäärin 90 eurolla ja vaatteita ostetaan keskimäärin 750 eurolla. Naisten osuus kulutuksesta on yli puolet ja miesten vajaa kolmannes. Suomalaiset ostivat kodintekstiileistä ylivoimaisesti eniten vuodevaatteita ja toiseksi eniten sisustus-kankaita ja verhoja. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2019, 4.) Vuonna 2019 vuodevaatteisiin käytettiin noin 254 miljoonaa euroa sekä sisustus-kankaisiin ja verhoihin vain 98 miljoonaa euroa.

Naistenvaatteita ostetaan eniten, vuonna 2019 2 084 miljoonan euron edestä. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2019, 4.) Miesten vaatteisiin käytettiin toiseksi eniten, 1 143 miljoonaa

euroa. Miesten ostokäyttäytyminen on muuttumassa ja miesten pukeutumisen markkinoiden on ennustettu kasvavan niin globaalisti kuin kotimaassa, kun miehet kiinnittävät yhä useammin huomiota pukeutumiseensa ja suuntaavat rohkeammin vaatekauppoihin. Vaatteet ovat monipuolistuneet ja erityisesti nuoret miehet ovat kiinnostuneita muodista.

Vaatteisiin käytetty rahasumma on kasvanut, mutta kaikkeen rahankäyttöön verrattuna suomalaisten kulutus on vähentynyt jo pitkään. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 23.) Muu kulutus kasvaa nopeammin verrattuna vaatteiden kulutukseen. Vaatteisiin käytetyn rahasumman suhteellinen osuus on pienentynyt, sillä rahaa on aiempaa enemmän ja vaatteista on tullut edullisempia. EU-tasolla suomalaiset käyttävät pukeutumiseen keskimääräisesti enemmän rahaa muihin maihin verrattuna (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 28). Rahaa käytetään kuitenkin vähemmän verrattuna muihin Pohjoismaihin ja on huomioitava, että tulotaso ja hintataso saattavat vaihdella suuresti Euroopassa.

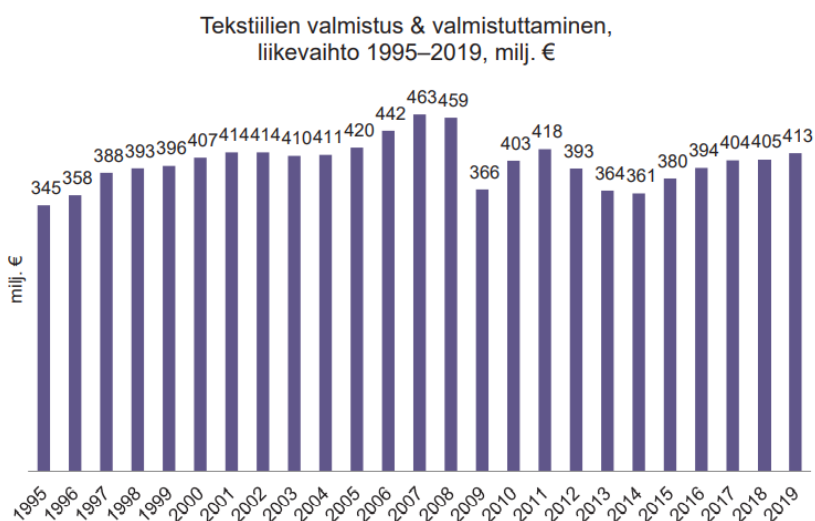
Suomen väestön ikääntyessä vanhemmat ikäryhmät ovat vastuussa yhä suuremmasta kulutuksesta ja heidän merkityksensä rahankäyttäjinä tulevat kasvamaan tulevaisuudessa. Suurimmat kuluttajat sekä vaatteissa että tekstiileissä ovat 45–54- sekä 55–64-vuotiaiden kotitaloudet. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 24.) Erityisesti tekstiileissä kulutus on painottunut vanhempiin ikäryhmiin.

Sen lisäksi ostotavat muuttuvat ja hajaantuvat; tekstiilejä ja vaatteita ostetaan niin perinteisistä kivijalkakaupoista kuin marketeista, tavarataloista, vertaiskaupasta sekä kotimaisista ja ulkomaisista verkkokaupoista. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 22.) Myös kuluttajien välinen vertaiskauppa on noussut ilmiöksi ja on aiempaa helpompaa verkon kautta (Suomen tekstiili ja muoti ry 2020, 41). Erityisesti athleisure-muoti, jossa yhdistyvät urheilu ja vapaa-aika, on noussut suureksi trendiksi. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 29.) Urheiluvaatteet myyvät siis hyvin ja vähittäiskaupat ovat olleet trendin ansiosta kasvussa koko 2010-luvun. Samalla perinteinen vaatteiden vähittäiskauppa on vähentynyt. Verkkokaupat jatkavat suosiotaan ja sieltä ostavat kuluttajat kaikista ikäluokista. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 30.) Eniten ostavat kuitenkin naiset.

Suomalaiset ovat kiinnostuneita suomalaisista merkeistä, mutta toivoisivat niiden saatavuuden paranemista. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 30.) Suomen tekstiilin ja muodin kuluttajatutkimuksessa käy ilmi, että yli 40 prosenttia suomalaisista suosii kotimaisia vaate- ja sisustusbrändejä ja puolet olisivat halukkaita ostamaan suomalaisia merkkejä. Kaupoilla ja niiden valikoimilla on siis näkyvyyden kannalta tärkeä rooli kuluttajien tavoittamiseksi.

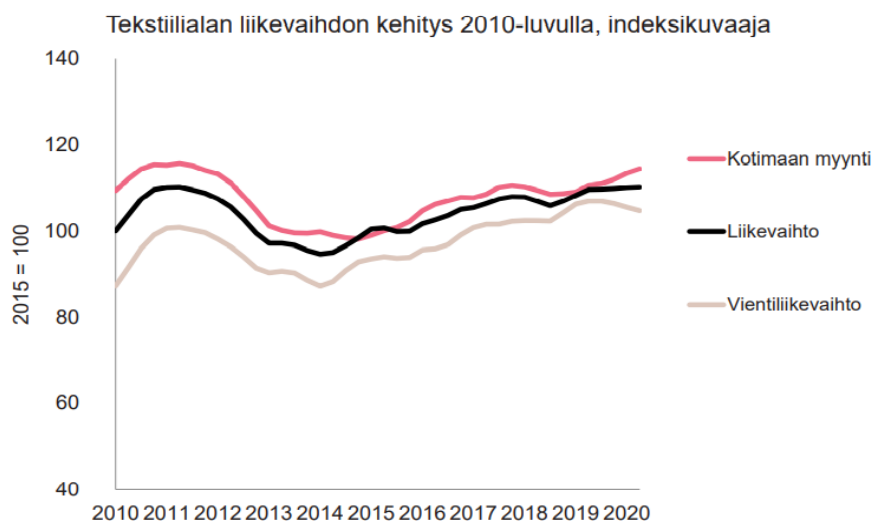
2.1.2 Tekstiili- ja vaatealan tilastoja

Tekstiilialan liikevaihto on kasvanut joka vuosi 2015 ja 2020 välillä. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2020, 1.) Kasvuvauhti on kuitenkin vaihdellut ja hidastunut (Suomen tekstiili ja muoti ry 2020, 30.) Vuonna 2009 koettiin äkillinen lasku finanssikriisin vuoksi, mutta siitä on sittemmin toivuttu (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 28). Tekstiilialan liikevaihto oli 413 miljoonaa euroa vuonna 2019 ja kasvua edellisvuoteen oli 1,9 prosenttia (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 9).



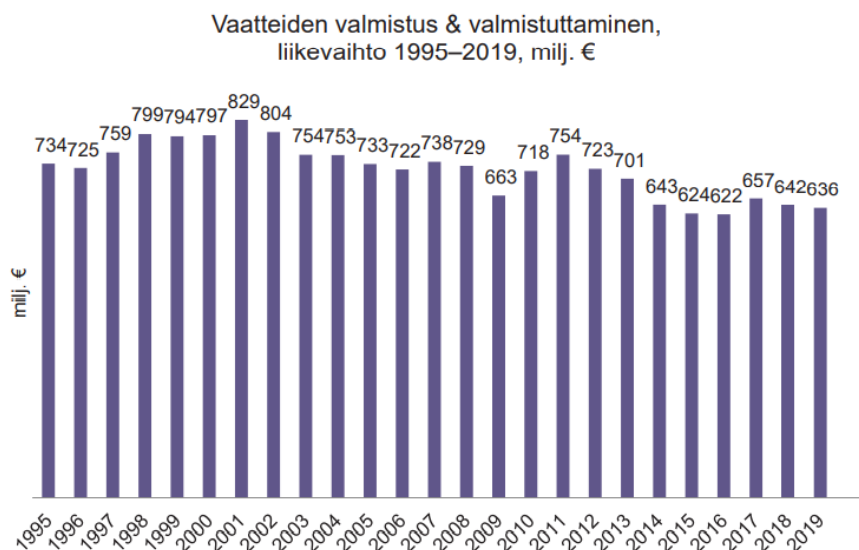
Kuvio 1. Tekstiilien valmistus & valmistuttaminen, liikevaihto 1995–2019, milj. € (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021)

Alan kokonaisliikevaihto ja kotimaan myynti on kasvanut viime vuosina samaan tahtiin, mutta vientiliikevaihto sitäkin paremmin (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 29). Vuonna 2019 kotimaan myynti oli kasvanut 1,4 prosenttia ja vientiliikevaihto 2,2 prosenttia. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 32.) Kolmannes kokonaisvaihdesta, 67 prosenttia oli kotimaan myyntiä ja loput 33 prosenttia vientiliikevaihtoa. Vuonna 2019 tekstiilialan tärkeimmät vientimaat olivat Saksa, Ruotsi ja USA. Tärkein vientituoteryhmä oli tekniset tekstiilit (esim. suodattimet, pressut, nauhat, kuitukankaat ja teollisuuden tekstiilit) sekä toisena sisus- ja muut tekstiilit.

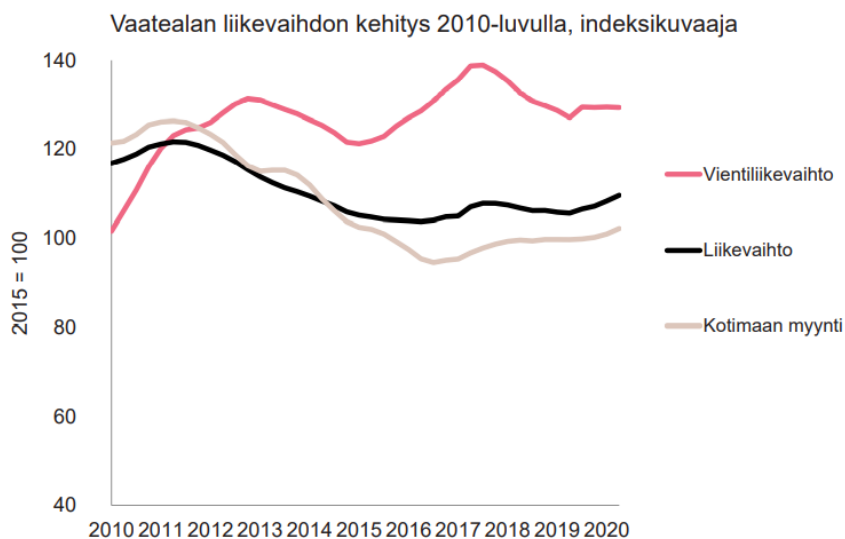


Kuvio 2. Tekstiilialan liikevaihdon kehitys 2010-luvulla, indeksikuvaaja (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021)

Vaatealalla on paljon kilpailua ja haasteita sekä kotimaan että ulkomaan markkinoilla. 2010-luku on ollut vaikea suomalaiselle vaatealalle; liikevaihto oli kasvanut vain kolmena vuonna vuosikymmenen aikana. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 32.) Liikevaihto väheni viitenä vuotena peräkkäin 2012–2016 ja vuonna 2017 oli vain hieman parannusta. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 13.) Vuonna 2019 kokonaisliikevaihto oli 636 miljoonaa euroa ja se oli supistunut prosentoin edellisvuodesta.



Kuvio 3. Vaatteiden valmistus & valmistuttaminen, liikevaihto 1995–2019, milj. € (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021)



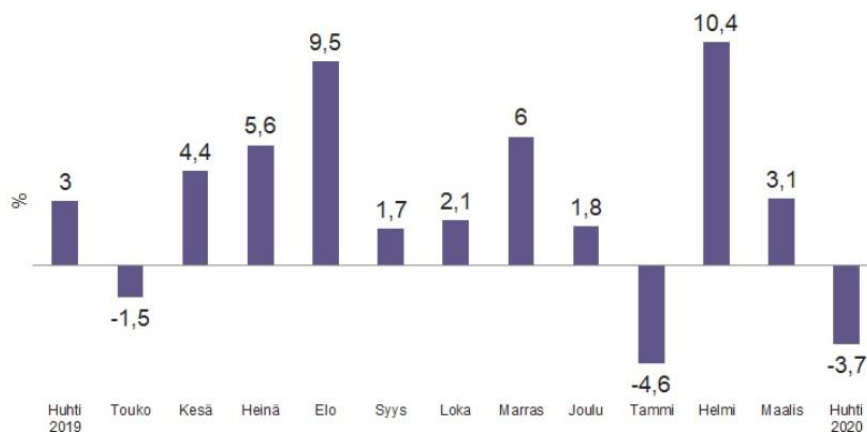
Kuvio 4. Vaatealan liikevaihdon kehitys 2010-luvulla, indeksikuvaaja (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021)

Vaatealan kokonaisliikevaihdosta 69 prosenttia oli kotimaan myyntiä ja loput 31 prosenttia vientiliikevaihtoa. Kotimaan myynti on ollut erittäin vaikea 2010–2017 välisenä aikana, mutta lasku on hidastunut sen jälkeen. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 14.) Parin vuoden ajan myynti on ollut varsin positiivista. Ulkomaan myynnissä on ollut enemmän vaihtelua verrattuna kotimaahan, mutta viime vuosina se on sitä vastoin supistunut. Vuonna 2019 kotimaan myynti oli kasvanut 0,7 prosenttia ja vientiliikevaihto väheni 3,9 prosenttia. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 15.) Vuonna 2019 tekstiilialan tärkeimmät vientimaat olivat Ruotsi, Saksa ja Viro. Venäjä oli ennen tärkeä vientimaa, mutta vienti maahan on laskenut rajusti vuosikymmenen aikana.

2.1.3 Koronan vaikutus tekstiili- ja vaatealalla

Maailmanlaajuinen koronapandemia iski Suomeen alkuvuodesta 2020, jolloin monet toimialat ovat joutuneet eri tavoin koetukselle. (Tilastokeskus 2020.) Talousnäkymien muuttuessa kuluttajien luottamus on heikentynyt. Koronakriisi on vaikuttanut kotitalouksiin vaihtelevasti ja kulutukseen suhtauduttiin hyvin varovaisesti. Tällä hetkellä on kuitenkin elpymisen merkkejä koronatilanteen parantuessa. Koronakriisi on vaikuttanut tekstiili- ja vaatealan yrityksiin eri tavoin. (Ruokamo 2020.) Osa yrityksistä on menettänyt myyntiä, jotkut ovat pahoissa vaikeuksissa. Koronan tuomia ongelmia ovat olleet muun muassa kivijalkamyymälöiden hiljeneminen, suomalaisten liikkumisen vähentyminen ja asiakaskato, turistin puute, jälleenmyyjien ongelmat sekä kuluttaja- ja BtoB-asiakkaiden varovaisuus tai taloudelliset ongelmat. Osa on pyrkinyt sopeutumaan kehittämällä uutta liiketoimintaa. Tekstiiliala on yleisesti selviytynyt vaatealaa paremmin koronasta. (Mikkonen 2020.) Yhtenä syynä alan BtoB-asiakasyritysten määrä. Tekstiilialalla myydään tuotteita enemmän

kuluttajakaupan sijaan toisille yrityksille, jolloin vahingot jäävät vähemmälle tai näkyvät ainakin hitaammin kuin vaatealalla. Sen lisäksi korona on saattanut toimia yllättäen jopa puskurina myynnille. (Niinikoski 2021.) Ihmiset keskittyivät poikkeusaikoina enemmän kodinsisustukseen ja tekstiilialan ketterä laajentaminen niin sanottuihin ”koronatuotteisiin”, kuten maskeihin, siivousliinoihin, kosteuspyyhkeisiin ja muihin suojarusteisiin on auttanut alaa sopeutumaan paremmin muuttuneisiin olosuhteisiin. Nähtäväksi jää, miten koronapandemia vaikuttaa tekstiilialaan pitkällä aikavälillä, mutta yleisesti ala on selviytynyt siitä paremmin kuin vaateala.



Kuvio 5. Tekstiilien valmistuksen & valmistuttamisen liikevaihto verrattuna edellisen vuoden vastaavaan ajankohtaan (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021)

Koronapandemia on iskenyt rajusti erityisesti kuluttaja-asiakkaista riippuvaiseen vaatealaan. Suomen tekstiili ja muoti ry:n talouskatsauksen mukaan vaatealan liikevaihto putosi rajusti, 23,4 % vuoden 2020 huhtikuussa verrattuna edellisvuoden huhtikuuhun. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2020, 2.) Tekstiilialalla pudotusta oli 3,7 %. Monet kuluttajat siirtyivät korona-aikana verkkokaappoihin myymälässä asioimisen sijaan. (Mikkonen & Ruokamo 2020.) Suuria menetyksiä paikattiin kuitenkin vain osittain vaatteiden verkkokaupalla. Sen lisäksi yhä useampi kuluttaja valuu kansainvälisille verkkokaupoille, mikä ei tuo Suomeen voittoa työllisyyden tai verorahojen muodossa (Sykkö & Ruokamo 2020.)



Kuvio 6. Vaatteiden valmistuksen & valmistuttamisen liikevaihto verrattuna edellisen vuoden vastaavaan ajankohtaan (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021)



Kuvio 7. Liikevaihdon vuosimuutos eri toimialoilla huhtikuussa 2020 verrattuna edellisen vuoden vastaavaan ajankohtaan (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021)

Koronan iskettyä osa vaatealan yrityksistä on pyrkinyt sopeutumaan tilanteeseen ryhtymällä valmistamaan materiaalia maskeihin ja suojarusteisiin. (Suomen tekstiili ja muoti 2020 ry, 2.) Monet yritykset ovat kehittäneet uutta liiketoimintaa tarjoamalla uusia tuotteita ja palveluita koronan keskellä. (Mikkonen & Ruokamo 2020.) Jotkut yritykset ovat panostaneet verkkokauppaan. Osa on taas enemmän riippuvaisia kuluttajista, ja myymälöiden sulkemiset sekä kuluttajien taloudellinen epävarmuus ovat vaikuttaneet vahvasti yritysten liikevaihtoon. Poikkeusaikojen päättymisen ja rajoitusten purkamiset tulevat helpottamaan monen yrityksen toimintaa. Toisaalta matkailun vähentyessä turistien määrä on romahtanut ja mikä lisää turisteista riippuvaisten kivijalkamyymälöiden ahdinkoa. (Mikkonen & Ruokamo 2020.) Suomessa koko teollisuuden liikevaihto oli vähentynyt vuoden 2020 huhtikuussa 10,4 prosenttia edellisestä vuodesta. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2020, 3.) Siihen verrattuna vaatealan pudotus -23,4 prosenttia on ollut varsin voimakasta. On odotettavissa, että koronapandemia ja sen vaikutukset tulevat moukaroimaan vaatealaa vielä

pitkään. Toisaalta tulevaisuutta on hankala ennustaa, mutta siitä huolimatta korona on pakottanut alan yritykset muutoksen ja sopeutumisen tielle.

2.1.4 Suomi kiertotalouden ja vastuullisuuden edelläkävijänä

Suomessa olisi tarvetta kestäväälle ja vastuulliselle, kiertotalouteen perustuvalla ekosysteemille. Tämä auttaisi maata muuttamaan tavoitteen mukaisesti hiilineutraaliksi kiertotalousyhteiskunnaksi vuoteen 2035 mennessä (Mäki 2021). Visio on osa Suomen kiertotalouden strategista ohjelmaa, jonka tarkoitus on hillitä luonnonvarojen kulutusta, torjua ilmastomuutosta, ylläpitää suojella monimuotoisuutta sekä vahvistaa taloutta sekä työllisyyttä. Resursseja vaativa tekstiiliala on kiertotalouden toimintasuunnitelman yksi keskittymisalueista ja tarkempi tekstiilistrategia käynnistyy vuonna 2021. Suomen tekstiili ja muoti ry:n johtavan asiantuntija Satumaija Mäen mukaan kiertotalouden ohjelma edistää muutosta kehittämällä sääntelyä ja tuomalla kannusteita sekä kuluttajille että yrityksille. Erityisesti tarvitaan toimia, jotka nostaisivat kierrätysmateriaalien arvoa, loisivat niille markkinoita ja kannustaisivat liiketoiminnan kaupallistamiseen. (Mäki 2021.)

Eurooppalaisen tekstiili ja vaatealan kattojärjestö Euratexin luoman ehdotuksen mukaan Suomesta olisi Euroopan tekstiilikierrätyksen keskuksiksi ja tarjota muille poistotekstiilien käsittelyä. (Euratex 2020.) Kierrätyskeskuksia tulisi viiteen EU-maahan; Belgiaan, Espanjaan, Italiaan, Saksaan sekä Suomeen. Suomi voisi olla vastuussa Pohjoismaiden ja Baltian maiden poistotekstiilien käsittelystä. Perinteinen lineaarinen tekstiilien malli, materiaaleista tuotteiksi ja lopulta jätteeksi, kuluttaa merkittävästi luontoa. Globaalilla tasolla tuotanto ja kulutus ovat tuplaantuneet 15 vuoden aikana, tuottaen yhä enemmän jätettä. Vuonna 2018 hyväksytyn ja uudistetun EU:n jätesäädösdirektiivin mukaan poistotekstiileille kuuluu järjestää erilliskeräys koko EU:n alueella. (Ympäristöministeriö s.a.) Jätesäädöspaketin tarkoituksena on vähentää jätteen määrää ja lisätä uudelleenkäyttöä sekä kierrätystä. Vuosina 2014–2019 tekstiilijätteen kierrätys kasvoi 2 miljoonasta tonnista 2,8 miljoonaan tonnia ja määrän odotetaan kasvavan huomattavasti uuden direktiivin seurauksena (Euratex 2020). Vuonna 2019 yli 4 miljoonaa tonnia päätyi kierrätyksen sijaan poltettavaksi tai sekajätteen mukana kaatopaikalle. Kierrätyskeskukset tukisivat EU:n kiertotalouden ohjelmaa tarjoamalla taloudellisesti kannattavan ja koordinoitun mallin poistotekstiilien järjestelmälle ja tuomalla yhteen tekstiilien keräilijät, käsittelijät sekä hyödyntäjät ympäri Eurooppaa (Mäki 2020.) Kierrätyskeskukset toimisivat yli maarajojen hyödyntäen kaikkia EU-maita pitkällä aikavälillä ja vähentäisivät poistotekstiilien kuljettamista EU-alueen ulkopuolelle. Vuonna 2019 jopa 35 prosenttia poistotekstiileistä vietiin EU:n ulkopuolelle käsiteltäväksi.

Vielä ei ole varmuutta, toteutuisiko Euratexin ehdotus kierrätyskeskittymistä, sillä toiminnan käynnistäminen vaatisi suuria investointeja muun muassa digitaalisen alustan kehittämiseen, poistotekstiilien käsittelykapasiteetin kasvattamiseen sekä tutkimus- ja kehitystoiminnan laajentamiseen (Mäki 2020). Euratexin mukaan hankkeen budjetti olisi arviolta noin 500 miljoonaa euroa seuraavan viiden vuoden aikana (Euratex 2020).

2.1.5 Tulevaisuus

Kirstyvästä kotimaan ja ulkomaan kilpailusta, nousevista kustannuksista sekä yleisen taloudellisen tilanteen epävarmuudesta huolimatta tekstiili- ja vaatealaa voidaan kutsua elinvoimaiseksi ja kasvavaksi toimialaksi. (Suomen tekstiili ja muoti 2021 ry, 6.) Luvassa on mielenkiintoiset ja mahdollisesti jopa myönteiset ajat, sillä Suomen tekstiili- ja vaateollisuudella olisi paljon potentiaalia erityisesti uusien innovaatioiden ja kansainvälistymisen suhteen. Kaikille odottamaton koronapandemia on päässyt kuitenkin yllättämään monet toimialat ja tuonut epävarmuutta, joka saattaa heijastua vielä pitkäänkin tekstiili- ja vaatealan yrityksissä. Poikkeusolojen päätyttyä ja rajoitusten hellittäessä yritysten tilanne helpottuu, kun kotitalouksien kulutus palautuu vähitellen. On kuitenkin oletettavissa, että epävarmoissa oloissa erityisesti vaatealalla tulee olemaan vielä vaikeaa tulevaisuudessakin.

Suomen tekstiili ja muoti ry:n tilannekatsaus tekstiili- ja muotialan yrityksistä paljastaa, että koronapandemia on jakanut suomalaisia tekstiili- ja vaatealan yrityksiä kahtia. Osa on selviytynyt ja osa on vaikeuksissa (Niinikoski 2021). Yritykset kuvaavat tekstiili- ja vaatealan tilannetta vaikeaksi ja tulevaisuuteen liittyy epävarmuutta. Kysely lähetettiin vuoden 2021 helmikuussa ja siihen vastasi 40 prosenttia liiton jäsenyritystä, eli 78 yritystä 197:stä. (Suomen tekstiili ja muoti 2021 ry, 9.) Vain 28 prosenttia yrityksistä ilmoitti saavuttavansa normaalin liikevaihdon helmikuussa. Ylivoimainen syy yritysten vaikeuksiin on koronaviruspandemian aiheuttama voimakas kysynnän lasku.

Koronan tuomasta kurituksesta ja yritysten heikentyneestä tilasta huolimatta jopa 90 prosenttia yrityksistä suunnittelee investointeja seuraaville 3–5 vuodelle ja erityisesti aiotaan investoida kansainväliseen myyntiin, markkinointiin sekä tuotantoon. Vaikka koronakriisi onkin tuonut haasteita tekstiili- ja vaatealalle, jotkut yritykset ovat onnistuneet menestymään muuttuneista oloista huolimatta. Toisaalta vaikeina aikoina yrityksillä ei taida olla muuta vaihtoehtoa kuin olla varovaisen positiivisia ja optimistisia tulevaisuuden suhteen. Rahoitusta investointeihin aiotaan hakea valtion tuista, avustuksista, takauksista sekä sijoituksista. Sen lisäksi yritykset suunnittelevat myös oman pääoman, tulorahoituksen tai lainarahoituksen käyttöä. Yritykset toivovat hallitukselta taloudellista tukea koronan tuomiin vaikeuksiin myös jatkossa, sillä tulevaisuus on yhä epävarma. (Ruokamo 2020.)

Aiemmat koronatuotokset ovat olleet alojen yritysten mielestä pettymyksiä, eivätkä ne riittä kehittämissuunnitelmien ohella juokseviin kuluihin kuten palkkoihin ja vuokriin. Tukien kriteereitä kuvattiin myös liian tiukoiksi ja niiden toivotaan muuttuvan joustavimmiksi. Niinikosken mukaan pandemia-aikaan tekstiili- ja vaatealan yritysten on tehtävä omia ratkaisujaan selviytyäkseen. (Niinikoski 2021.) Investoinnit ovat nyt erityisen tärkeitä ja niillä saataisiin myös taloudellista aktiivisuutta. Ne edistäisivät sen lisäksi digitalisaatiota, hiilineutraalisuutta sekä kiertotaloutta. Pandemia on kuitenkin tuonut myös uusia mahdollisuuksia esimerkiksi kankaisten kasvomaskien sekä suojavaatetusten muodossa. Suomi on riippuvainen kansainvälisistä tuotantoketjuista ja olisi toiveena, että julkiset hankinnat suosisivat useammin kotimaisia tekijöitä. Tämä kannustaisi suomalaisia yrityksiä entisestään tuotekehitykseen ja parantaisi myös hankintojen laatua.

Tekstiilien erilliskeräys aloitetaan Suomessa vuonna 2023, kaksi vuotta ennen EU:n asettamaa aikarajaa. (Ympäristöministeriö 2021). Tekstiilit voidaan kierrättää uusiksi kankaiksi ja vaatteiksi sekä myös muiden teollisuudenalojen tuotteiden raaka-aineiksi. (Niinikoski 2021.) On huomioitavaa, että uusille hyödyntäjille ja hyödyntämiskohteille on jatkuvasti tarvetta, sillä keräys itsestään ei ole kierrätystä ja eikä ratkaise ympäristöongelmia. Kiinnostuneita aloja ja yrityksiä on paljon, mutta varsinaisia hyödyntäjiä ei. Mikäli Euratexin ehdotus EU-tason tekstiilikierrätyskeskittymien muodostamisesta viiteen eri maahan, Suomi mukaan lukien, toteutuisi, toisi se Suomelle ainutlaatuisen mahdollisuuden suomalaisyritysten uusille kiertotalousratkaisuille ja loisi jopa 1 400 uutta työpaikkaa. Suomen Paimioon on rakenteilla poistotekstiilien jalostuslaitos ja sen samoihin tiloihin myös Lounais-Suomen Jätehuollon poistotekstiilien pilottilinjasto, ja kummatkin toimivat keskeisessä roolissa EU:n kierrätyskeskuksen tuomisesta juuri Suomeen. (Mäki 2020).

Suomalaiset yritykset panostavat yhä enemmän kestävämpään liiketoimintaan ja vastuullisuustyötä kehitetään jatkuvasti. Sekä tekstiili- että vaatealalle on ominaista pitkät ja moniulotteiset hankintaketjut. Yksi valmis tuote voi sisältää useita osia ja työvaiheita eri maissa. Yritykset pyrkivät aktiivisesti lisäämään läpinäkyvyyttä (Suomen tekstiili ja muoti 2021 ry, 32). Myös kuluttajien asenteissa on huomattu muutoksia; ekologisuutta ja laatua arvostetaan ja kiinnostus suomalaismerkkejä kohtaan on nousussa (Auvinen & Mäki 2018). Suomalaisen merkin valintaa pidetään hyvin tärkeänä, sillä myydyn tuotteen arvosta jopa 80 prosenttia jää Suomeen, vaikka valmistus tapahtuisikin muualla (Mikkonen 2020).

Suomalaiset tekstiili- ja vaatealan yritykset tarvitsevat tulevaisuudessa menestyäkseen oikeanlaisen toimintaympäristön, osaavaa ja monipuolista työvoimaa sekä investointeja niin kotimaasta kuin ulkomailta. Yrityksiltä vaaditaan uudistumiskykyä, yrityskohtaisia ratkaisuja sekä uusia liiketoimintamalleja (Mäki 2021). Tekstiileihin liittyvä tekninen osaaminen

on tärkeää innovaatioiden, tuotekehityksen ja kestäviä ratkaisuja kehittäessä, ja koulutuksen antajilta toivotaan joustavuutta ja reagointia alati muuttuvan tekstiili- ja vaatealan tarpeisiin. Uudistuminen tarjoaa yrityksille mahdollisuuden uuteen menestykseen ja kasvuun. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 47). Tekstiili- ja vaateala on muuttunut rakenteeltaan merkittävästi vuosikymmenien aikana ja toimialan työnkuva on muuttunut. Työt ovat muuttuneet aikaisempaa erikoistuneemmiksi ja tarvetta on niin korkeatasoisille kuin lyhyemmille koulutuksille. Erityisesti pienissä yrityksissä henkilöstön laajalla osaamisella on paljon merkitystä. (Suomen tekstiili ja muoti ry 2021, 44.) Työelämän muuttuessa alalle tarvitaan entistä vahvempaa koulutusta, ja sitä kautta tekijöitä esimerkiksi osaavista ompelijoista, prosessityöntekijöistä, laboranteista ja insinöörejä. Näin Suomi houkuttelisi lisää investointeja sekä uudenlaisia tekstiili- ja vaatealan arvoketjuja muodostettua kotimaahan.

2.2 EU–Japani-vapaakauppasopimus

2.2.1 Tausta

EU:n ja Japanin välinen vapaakauppasopimus tuli voimaan 1.2.2019 (Business Finland s.a). Sopimus luo vapaakauppa-alueen, johon kuuluu noin 635 ihmistä. (Ulkoministeriö 2019, 1.) Kauppasopimus on historiallinen ja se helpottaa kansainvälisten yritysten pääsyä Japanin markkinoille. Japani on yksi maailman suurimmista kuluttajamarkkinoista. Ennen kauppasopimusta eurooppalaiset maat kohtasivat monenlaisia kaupanesteitä, jotka hankaloittivat niiden kilpailua Japanin markkinoilla ja veivät molemmilta osapuolilta huomattavasti rahaa sekä aikaa kahden välisessä kaupassa (European Commission s.a.). Kansainvälisen kaupan esteet, jotka liittyivät muun muassa yrityksen tytäryhtiön perustamiseen, yritystoimintaan liittyvien henkilöiden maahantulon ja palveluiden rajat ylittävään kauppaan poistuivat Japanissa ja EU:ssa. (Ulkoasiainministeriö 2016.) Sopimuksessa määritellään, millä ehdoin yritykset voivat toimia ja tarjota tuotteita ja palveluita. Tavoitteena on kummankin osapuolen syrjimättömyys ja samat ehdot, jotta kummankin maan yritykset voivat toimia samalla viivalla kotimaisten yritysten rinnalla. Lainsäädäntöä myös mukautetaan, jotta ne eivät sisältäisi ulkomaista yritystoimintaa hankaloittavia tekijöitä kuten ulkomaalaisomistusrajoituksia, kansalaisuusvaatimuksia tai ulkomaista omistusta koskevia enimmäisrajoituksia. Kaikkia ehtoja ei ole poistettu, mutta niistä on erikseen maininta sopimuksessa.

EU:lla on kauppasopimuksia entuudestaan noin 60 unionin ulkopuolisen maan kanssa (Team Finland 2019). Kauppasopimuksen keskeisimpiä hyötyjä ovat muun muassa tullimaksujen aleneminen tai poistuminen, kahden osapuolen yritysten tuonnin ja viennin helpottaminen, palvelumarkkinoiden avoimuuden lisääminen, julkisilla markkinoilla toimivien EU:n yritysten syrjimättömän kohtelun takaaminen, teollis- sekä tekijänoikeuksien ja maantieteellisten merkintöjen suojaaminen EU:ssa ja Japanissa, sekä pienten yritysten

aseman vahvistaminen vientikaupassa. Japani on tällä hetkellä EU:n neljänneksi suurin maataloustuotteiden vientimarkkina-alue, ja kauppasopimus edistää erityisesti lihavalmistusten, maitotuotteiden, viinien, väkevien alkoholijuomien sekä oluiden Japanin markkinoille pääsyä. Japani kuuluu avointa ja sääntöpohjaista kauppaa edistäviin maihin, mutta maan kauppatavat, kielimuuri ja kustannustaso ovat pitkään hankaloittaneet ulkomaisten yritysten markkinoillepääsyä. (Ulkoministeriö 2019, 1.) Japanin markkinat ovat usein vaatineet yritysostoja ja -järjestelyitä. Kauppasopimuksen ansiosta maa on uudistanut EU:n toiveesta monia käytäntöjään kaupanesteiden vähentämiseksi ja esimerkiksi terveysteknologian lupamenettelyt ovat helpottuneet.

EU–Japani-vapaakauppasopimus edistää EU:n taloutta sekä vahvistaa Euroopan asemaa kansainvälisten sääntöjen muovaajana EU:n sääntöjen mukaisesti. (European Commission 2017, 2.) Kaupan vapauttamisen lisäksi vapaakauppasopimuksen tavoitteena on taloudellisen yhteistyön syventäminen kahden osapuolen välillä (Ulkoministeriö 2019, 1). EU haluaa näyttää sopimuksella, että se tähtää avoimeen ja oikeudenmukaiseen kaupankäyntiin. Sopimuksen kummatkin osapuolet uskovat, että yhteistyö ja kumppanuus ovat osa tulevaisuutta, sillä eristäytymiseen ei ole varaa Euroopassa tai muuallakaan maailmassa. EU:lla ja Japanilla on pitkä historia ja kummallakin on samanlaisia arvoja maiden yhteiskuntien suojelemiseksi. (European Commission 2017, 2.) Uudenlainen kauppakumppanuus tuo kasvua sekä uusia työpaikkoja molemmille osapuolille (European Commission 2017, 2).

2.2.2 Kauppasopimuksen edut

Japani on vakiintunut demokratian maa, jossa asuu 127 miljoonaa ihmistä. (European Commission 2017, 3). Valtio on yksi maailman johtavista teollisuusmaista ja kolmanneksi varakkain talousmaa bruttokansantuotteen mukaan. Japani on yksi EU:n läheisimpiä kumppaneita, EU:n toiseksi tärkein kauppakumppani Aasiassa Kiinan jälkeen sekä kuudenneksi tärkein globaalilla tasolla. Maassa tuotteiden laatu on hyvin korkea ja asiakkailta kuluttajansuojaoikeudet ovat hyvin korkeatasoisia. Ympäristö ja luonnonsuojelu pidetään tärkeinä ja työstandardit ovat yksi parhaimpia kansainvälisellä tasolla. On arvioitu, että EU ja Japani muodostavat yhdessä kolmasosan maailmantaloudesta (European Commission 2017, 3).

Japani on otollinen markkinakohde laadukkaille, korkean teknologian tuotteille ja palveluille. Euroopasta voitaisiin tuoda muun muassa lääkinnällisiä ja maatalouden tuotteita, moottoriajoneuvoja sekä erilaisia kuljetusvälineitä. (European Commission 2017, 4.) Kauppasopimus myös mahdollistaisi erilaisten EU:ssa tuotettujen alueellisten ruokien kuten parmesaanijuustojen sekä irlantilaisien viskien myynnin Japanissa. Japanin odotetaan

noudattavan näissä tuotteissa tiettyjä eurooppalaisia maantieteellisiä merkintöjä väärennettyjen tuotteiden myynnin välttämiseksi. Eurooppaan tulevien tuotteiden ja palveluiden odotetaan noudattavan EU:n omia standardeja, eli myös japanilaisten tuotteiden kuten elintarvikkeita, vaatteita ja autoja voidaan myydä vain EU:n sääntöjä mukailten. EU on esimerkiksi kieltänyt kokonaan valastuotteiden tuonnin Japanista eikä siihen ole tullut muutosta. Sekä EU että Japani sitoutuvat tukemaan aloitteita, joiden tarkoituksena on edistää yritysten sosiaalista vastuuta, ympäristömerkkejä, reilua kauppaa, kierrätystä sekä ympäristöystävällisten hyödykkeiden ja palveluiden myyntiä. (European Commission 2017, 7.) EU-Japanin vapaakauppasopimus on ensimmäinen kauppasopimus, jossa on omistaututtu kaikkein eniten ympäristön suojelemiseen sekä työn ja kestävän kehityksen edistämiseen. (European Commission 2017, 7.)

EU:n ja Japanin vapaakauppasopimuksen etuja ovat muun muassa:

- Tullimaksujen poistuminen tai merkittävä aleneminen useimmilta aloilla sekä muiden kauppasteiden poistaminen EU:n ja Japanin markkinoilla
- Eurooppalaisten yritysten pääsyn helpottuminen Japanin markkinoille
- Tuotteiden ja palveluiden viennin mahdollisuuksien lisääminen kahteen suuntaan
- EU:n aseman vahvistuminen kansainvälisen sääntöjen muovaajana
- EU:n standardien ja arvojen vahvistuminen
- Pienten ja keskisuurten yritysten kilpailun parantaminen
- EU:sta tulevien investointien pääsyn helpottaminen Japanin markkinoille
- Tuo uusia mahdollisuuksia palvelumarkkinoilla, erityisesti finanssi-, telekommunikaatio- sekä kuljetusalalla

2.2.3 Tullimaksut

Sopimuksen myötä suurin osa eurooppalaisten ja japanilaisen yritysten maksamista tullimaksuista poistuvat, 99 prosenttia EU:n tullinimikkeistä ja 97 prosenttia Japanin tullinimikkeistä (Tulli s.a.). Eurooppalaisten yritysten maksamat tullimaksut ovat olleet ennen kauppasopimusta noin 1 biljoonaa euroa vuosittain (European Commission 2019). Teollisuuden tuotteista tullit poistuivat heti yli 90 prosentilta EU:n viennistä Japaniin ja siirtymäaikojen jälkeen 97 prosenttia on tullivapaata. (Ulkoministeriö 2019, 2). Japanista tuotaessa tullit poistuivat heti 96 prosentilta tuotteista ja 99 prosentilta siirtymäaikojen jälkeen. Vain riisi ja merilevä jäivät kokonaan sopimuksen ulkopuolelle. Useimpien tuotteiden tullit poistetaan joko välittömästi tai asteittain eri aikataulujen mukaan. Teollisuudenalalla siirtymäajat ovat kummallakin osapuolella pisimmillään jopa 15 vuotta. Suomelle tärkeiden kemiantuotteiden, muovin, kosmetiikan, tekstiilien ja vaatteiden tullimaksut poistuivat heti sopimuksen voimaan tulon myötä (Ulkoministeriö 2019, 2). Nimikkeisiin, joilla on siirtymäkausi, sovelletaan osittaista tulleista vapauttamista tariffikiintiöiden ja alennettujen tullien muodossa. (Tulli s.a.). Esimerkiksi Japaniin vietävien jalkineiden siirtymäaika on 10 vuotta, mutta tullit alenevat heti sopimuksen voimaan tulemisen myötä 30 prosentista 21 prosenttiin.

Japani on EU:n neljänneksi tärkein maatalous- ja elintarvikkeiden vientimaa ja vienti on ollut vuosittain noin 5,7 miljardia euroa. (Ulkoministeriö 2019, 2.) Määrän odotetaan kolminkertaistuvan. Joillekin Japaniin vietäville elintarvikkeille sovellettiin korkeita tulleja kuten juustolle (30–40 prosenttia), naudanlihalle (38,5 prosenttia) ja suklaalle (30 prosenttia). EU vie vuosittain yli 80 biljoonan euron edestä tuotteita ja palveluita Japaniin. (European Commission 2018, 2). EU:ssa on yli 600 000 ihmistä töissä vientikaupan parissa ja 550 000 ihmistä työskentelee EU:ssa japanilaisille yrityksille.

Euroopan komissio arvioi vuonna 2019, että EU–Japanin-vapaakauppasopimus tulisi lisäämään monien tuotteiden ja palveluiden vientiä Japaniin 13 prosenttia tai 13,5 biljoonaa euroa (European Commission 2018, 2). Joillakin sektoreille ennustetaan sitäkin parempia kasvuja, esimerkiksi teollisten ruokien vienti voisi kasvaa jopa 51 prosenttia ja tekstiilien vienti jopa huimat 220 prosenttia (European Commission 2019, 2).

2.2.4 Tullietujen hyödyntäminen tekstiili- ja vaatealalla

Kaikkien yritysten vientien on täytettävä seuraavat kolme perusehtoa, jotta ne voisivat hyödyntää vapaakauppasopimusta (Business Finland 2019, 1). Yritykset eivät siis automaattisesti pääse hyödyntämään tullietuja. Vientituotteen on ensinnäkin sisällyttävä EU–Japani-vapaakauppasopimukseen. Sopimus kattaa melkein kaikki teollisuus- ja maataloustuotteet sekä elintarvikkeet ja tullit joko poistuvat kokonaan tai alenevat merkittävästi. (Business Finland 2019, 2.) Yritys voi itse tarkistaa EU:n markkinoillepääsy-tietokannasta (madb.europa.eu), että kuuluuko tuote kauppasopimuksen piiriin sekä nähdä kyseisen tuotteen tullitason.

Toiseksi yrityksen tuotteen alkuperä on oltava EU:sta tai sopimuskumppanimaasta. Sen pitää olla kokonaan tuotettu tai riittävästi jalostettu EU:ssa tai sopimuskumppanimaassa. Tarkat kriteerit löytyvät kauppasopimuksesta löytyvistä tuotekohtaisista luettelosäännöistä, ja joissa riittävän valmistuksen ehdot sisältyvät. Usein tuote on riittävässä määrin valmistettu, jos se täyttää yhden seuraavista kriteereistä:

- Valmis tuote saa eri tullinimikkeen kuin valmistuksessa käytettyjen aineiden tullinimikkeet.
- Valmis tuote täyttää tuotekohtaiset prosenttisäännön kriteerit (ulkopuolisten aineiden maksimimäärä ei ylitä tai alkuperäainesten tuoma vähimmäisarvonlisä ylittyy).
- Valmis tuote täyttää tietyt materiaalien prosessointia koskevat tekniset kriteerit, kuten riittävän monen valmistusvaiheen (esim. tekstiilituotteet).

EU–Japani-vapaakauppasopimus mahdollistaa myös kumulaation. Kumulaatio tarkoittaa sitä, että suomalainen valmistaja voi tietyin ehdoin hyödyntää tuotteidensa valmistuksessa sopimuskumppanimaasta peräisin olevia raaka-aineita ilman, että riittävän valmistuksen

ehdot täyttyvät. Tällöin lopputuotteen alkuperäksi luetaan Suomi tai EU. On myös huomioitava se, että EU:n alueelta peräisin olevia raaka-aineita, jotka tuodaan Suomeen, kohdellaan samalla tavalla kuin kotimaisia raaka-aineita. Ne siis kartuttavat lopullisen tuotteen suomalaista/EU-alkuperää.

Kolmas perusehto on selvitys tuotteen alkuperästä. (Business Finland 2019, 3.) Todistusta ei tarvitse toimittaa, mikäli tavaratoimituserän arvo on enintään 6000 euroa. Tässä tapauksessa yritys laatii itse arvorajallisen kauppalasku- tai alkuperäilmoituksen. Silloin yritys lisää kauppalaskuun määrämuotoisen lausekkeen, jossa ilmenee tuotteen alkuperä eli Suomi tai EU-alue. Toimituksen ollessa yli 6000 euroa, yrityksellä on kaksi vaihtoehtoa alkuperän osoittamiseksi. Tullilta voi pyytää alkuperätodistuksen erikseen jokaiselle toimitukselle tai yritys voi hakea Tullilta valtuutetun viejän lupaa. (Business Finland 2019, 4.) Valtuutettuna viejänä yritys voi laatia itse määrämuotoisen alkuperäilmoituksen lähetysasiakirjoihin kuten kuljetuskirjaan tai kauppalaskuun. Valtuutetun viejän asemaa suositellaan, mikäli alkuperäistuotteita viedään jatkuvasti, sillä se helpottaa niin yrityksen kuin Tullin työtä. Alkuperäilmoituksessa ilmoitetaan Tullilta saatu lupanumero sekä tuotteen alkuperämaa. Alkuperäilmoitus on voimassa 12 kuukautta ja sen aikana yritys voi viedä useita saman alkuperätuotteen toimituksia kyseisen ajanjakson aikana. (Tulli s.a.) Jokaiselle lähetykselle ei tarvitse siis erikseen laatia omaa erillistä alkuperäilmoitusta.

Kolmen edellä mainittujen perusehtojen lisäksi kauppasopimukseen liittyvissä alkuperäsäännöissä on monia muitakin ehtoja ja sääntöjä, muun muassa suoran kuljetuksen sääntö. Tuotteet on vietävä suoraan Japaniin, mutta ne voidaan kuljettaa myös muiden alueiden kautta. Tuotteet saa välivarastoida ja uudelleen lastata. Tuotteiden on kuitenkin pysyttävä tullivalvonnassa koko kuljetuksen ja välivarastoinnin aikana eikä tuotteille saa tehdä muuhun kuin purkamiseen, uudelleen lastaukseen ja kunnon ylläpitämiseen liittyviä toimenpiteitä.

Japaniin vientiä harjoittavilta yrityksiltä vaaditaan myös rekisteröityminen REX-tietokantaan, jotta ne pääsisivät hyödyntämään vapaakauppasopimuksen tuomia tullivapauksia (Tulli 2017). Mikäli yritys vie Japaniin tuotteita alle 6000 euron arvoista, ei rekisteröitymistä vaadita (Tulli s.a.). Euroopan komission luoma Rex-järjestelmä tuli voimaan 2017 ja sen tärkeimmät toiminnot ovat viejien rekisteröinti, rekisteröintitietojen muuttaminen sekä viejien poistaminen. (European Commission s.a.) Viranomaisten ylläpitämässä järjestelmässä viejät voivat itse varmentaa tuotteidensa alkuperän alkuperävakuutuksilla. Talouden toimijat, jotka käyttävät alkuperävakuutuksia, voivat tarvittaessa tarkistaa niiden paikkansapitävyyden yhteisestä tietokannasta. REX-tietokantaa voivat käyttää kaikki EU:n jäsenmaat, GSP-edunsaajamaat (kehitysmaat) sekä OCT:t eli EU:n merentakaiset maat ja alueet. Rekisteröidyttyä suomalainen yritys saa rekisteröintinumeron, joka koostuu yritys-

tunnuksesta ja FIREX-etuliitteestä. (Tulli s.a.) Yrityskohtainen viejän numero lisätään Japaniin laadittavaan alkuperävakuutukseen. Muista maista poiketen Japanissa edellytetään, että alkuperävakuutuksessa ilmoitetaan myös tunnuksilla A-E, eli millä perusteella jostakin tuotteesta on tullut alkuperäsääntöjen mukainen alkuperätuote esimerkiksi kokonaan tuotettu, osapuolten alkuperäaineksista valmistettu tai valmistuksessa käytetty myös ei-alkuperäaineeksi.

2.2.5 Kauppasopimuksen vaikutukset lyhyesti

Japani kuuluu avointa ja sääntöpohjaista kauppaa edistäviin maihin, mutta maan kauppavavat, kielimuuri ja kustannustaso ovat pitkään hankaloittaneet ulkomaisten yritysten markkinoillepääsyä. (Ulkoministeriö 2019, 1.) Japanin markkinat ovat usein vaatineet yritysosvoja sekä -järjestelyitä. Kauppasopimuksen ansiosta maa on uudistanut EU:n toiveesta monia käytäntöjään kaupanesteiden vähentämiseksi ja esimerkiksi terveysteknologian lupamenettelyt ovat helpottuneet.

Kauppasopimuksen astuttua voimaan vuonna 2019 EU:n vienti Japaniin on kasvanut 6,6 prosenttia vuonna 2020. (European commission 2020.) Vuosina 2016–2017 kasvua on ollut keskimäärin 4,7 prosenttia, joten kauppasopimuksella oli odotetusti positiivinen vaikutus viennin kehittymiseen. Tietyillä aloilla kasvu on ollut erityisen voimakas;

- Lihan vienti kasvoi 12 prosenttia, sianlihan vienti 12,6 prosenttia ja pakastelihan vienti on yli kolminkertaistunut
- Maitotuotteiden vienti kasvoi 10,4 prosenttia (mukaan lukien voin viennin kasvu 47 prosenttia)
- Juomien vienti lisääntyi 20 prosenttia ja viinin vienti 17,3 prosenttia
- Vaatteiden vienti kasvoi 9,5 prosenttia (muun muassa vauvojen vaatteiden ja asusteiden viennin kasvu 108,3 prosenttia) ja nahkatuotteiden 14 prosenttia
- Sähkökoneiden kuten tietoliikennelaitteiden, varastointilaitteiden ja elektronisten piirien vienti nousi 16,4 prosenttia

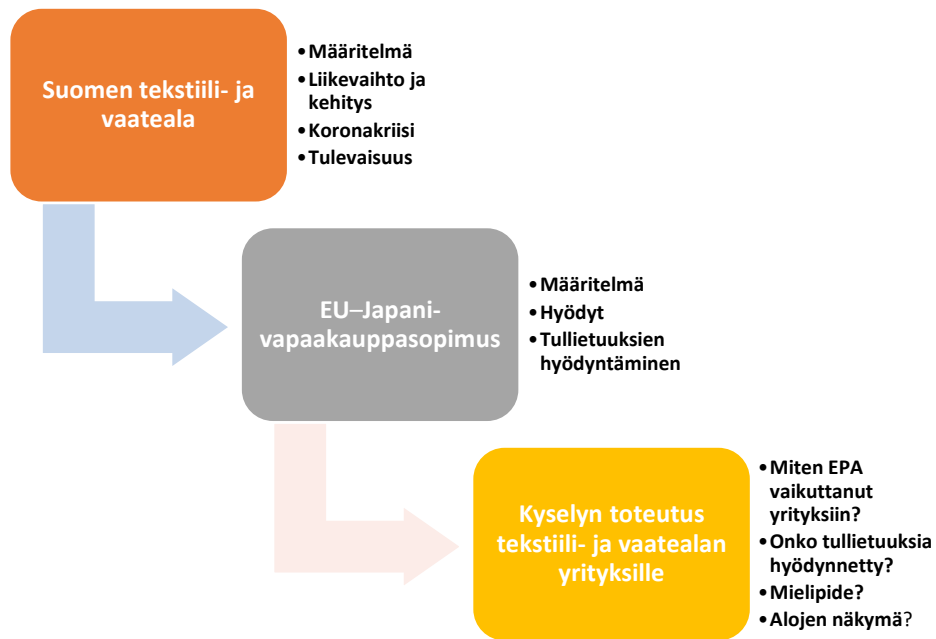
Vapaakauppasopimus poisti kokonaan tekstiilien ja vaatteiden tullimaksut EU-maiden ja Japanin välisestä kaupasta (Business Finland 2019). EU–Japani-vapaakauppasopimus luo uusia mahdollisuuksia suomalaiselle tekstiili- ja vaatealalle ja tarjoaa uusia kauppaja kasvumahdollisuuksia. Kauppasopimus tuo suomalaisille tekstiili- ja vaatealan yrityksille aiempaa parempia mahdollisuuksia yhdellä maailman suurimmista kuluttajamarkkinoista. Pohjoismaista juuri Suomella on vahvin maabrändi Japanissa ja suomalaisille tuotteille on ollut jo pitkään kysyntää. Suomella on Japanissa positiivinen, moderni ja puhdas imago. Maahan yhdistetään esimerkiksi kaunis luonto, teknologia, turvallisuus ja Muumit. (Ulkoministeriö 2017.) Erityisesti suomalainen lifestyle, johon kuuluvat muoti, sisustus, suunnittelu ja design kiinnostavat japanilaisia. Japanilaiselle design ja esteettisyys ovat tärkeitä. He arvostavat tuotteita, joissa näkyy jollain tavalla suomalaisuus. Suomalaisen yrityksen

on tutustuttava Japaniin ja sen liiketoimintaan liittyviin käytäntöihin sekä siihen, mitä japanilaiset haluavat, saadakseen jalansijaa maassa.

Uuden kauppasopimuksen myötä Japanin markkinoille vietävien tekstiilien ja vaatteiden merkintöjä ei tarvitse enää vaihtaa. (Business Finland 2019, 3.) Jo kauppasopimuksen neuvotteluiden aikana Japani aloitti sääntely-ympäristön helpottamiseksi muutokset teknisissä tuotevaatimuksissa ja standardeissa. (Ruokamo 2018.) Yksi merkittävimmistä muutoksista oli hoito-ohjemerkitäjäjärjestelmän yhdenmukaistaminen. Tekstiilien ja vaatteiden merkinnöissä Japani hyväksyi kansainvälisen tekstiilimerkintöjä koskevan järjestelmän, joka on miltei samanlainen EU:n oman järjestelmän kanssa. Kuten EU:ssa, Japanin kotitaloustavaroiden laatumerkintälain mukaan merkinnät on oltava näkyvällä paikalla ja niistä on käytävä selvästi ilmi kuitukoostumus, hoito-ohjeet, mahdollinen vedenkestävyys sekä tietyissä tuotteissa merkitsijän esimerkiksi maahantuojan yhteystiedot (Consumer Affairs Agency 2017.).

2.3 Opinnäytetyön viitekehys

Opinnäytetyön viitekehysten muodostavat keskeiset käsitteet; tekstiiliala, vaateala, EU–Japani-vapaakauppasopimus, sekä tullimaksut. Työn teoreettinen osa jakaantuu kahteen osaan; suomalaiseen tekstiili- ja vaatealaan sekä EU–Japani-vapaakauppasopimukseen. Alussa käydään läpi suomalainen tekstiili- ja vaateala perusteellisesti. Sen määritelmää, lukuja, koronan vaikutusta, ja tulevaisuutta. EU–Japani vapaakauppasopimuksessa keskittyy taustaan, hyötyihin sekä pääasiassa tullimaksuihin. Opinnäytetyön empiirisessä osassa esitetään kysely, jolla on tarkoitus saada tietoa kauppasopimuksen vaikutuksista tekstiili- ja vaatealan yrityksiin. Kyselyn vastausten sekä valmiiksi kootun tietopohjan perusteella tehdään lopuksi laadullinen analyysi.



Kuvio 8. EU–Japani-vapaakauppasopimus suomalaisen tekstiili- ja vaatealan näkökulmasta, viitekehys

3 Tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimusmenetelmät jakaantuvat laadulliseen eli kvalitatiiviseen sekä määrälliseen eli kvantitatiiviseen tutkimukseen. Kummallakin tutkimusotteella on omat aineistonkeruu- sekä analyysimenetelmänsä. Kirjoittaja on valinnut tähän työhön laadulliseen tutkimusotteen ilmiön ymmärtämisen mahdollistamiseksi. Laadullinen tutkimusote on aineistolähtöinen ja siinä voidaan hyödyntää monia eri aineistonkeruumenetelmiä. Tässä työssä tiedonantaja lähestytään kyselyllä ja tutkittavaa ilmiötä tulkitaan saatavan aineiston mukaisesti. Kyselyä edelsi sekundääriseen, kirjoitettuun aineistoon perehtyminen. Primääriaineisto muodostetaan itse kyselyn tarjoaman aineiston kautta. Toisin kuin määrällisessä tutkimuksessa, tarkoituksena ei ole kaikkia koskeva yleistäminen vaan ilmiön teoreettinen ymmärtäminen.

3.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusongelma ratkaistaan joko laadullisella tai määrällisellä tutkimusotteella, ja niillä on omat aineistonkeruu- sekä analyysimenetelmänsä. (Kananen 2015, 65.)

Tämän työn tutkimusongelmaan eli miten EU–Japani-vapaakauppasopimus on vaikuttanut suomalaisiin tekstiili- ja vaatealan yrityksiin, sekä siitä herääviin tutkimuskysymyksiin haetaan vastauksia laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen avulla.

Tähän opinnäytetyöhön sopii laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusote, sillä pyrkimyksenä on ymmärtää ilmiötä ja siitä halutaan saada hyvä näkemys. Kun tiedetään mistä ilmiöstä on kyse, voidaan muodostaa ilmiötä selittäviä teorioita, hypoteeseja ja oletuksia ilmiön toimimisesta. (Kananen 2015, 71.) Opinnäytetyössä keskitytään enemmän syvälliseen tiedon keräämiseen ja ymmärtämiseen kuin sen yleistämiseen. Laadullinen tutkimus soveltuu kirjoittajan työn luonteeseen ja tutkimusongelman ratkaisemiseen paremmin kuin määrällinen, sillä asioita pystytään kuvailemaan paremmin tekstinä kuin numeroina. Tekstin avulla on mahdollista kuvata perusteellisesti ilmiöt, tapahtumat sekä tapahtumien väliset suhteet, vuorovaikutus sekä vastaajien mielipiteet tutkittavasta aiheesta (Kananen 2015, 82).

Määrällisessä eli kvantitatiivisessa tutkimuksessa tilastollisilla menetelmillä kuvataan numeerisia aineistoja sekä testataan hypoteeseja eli tilastollisia oletuksia. (Lapin AMK s.a.) Tilastotieteellä selitetään ja ennustetaan erilaisia ilmiöitä. Toisin kuin laadullinen tutkimus, määrällinen tutkimusote edellyttää ilmiön vahvaa tuntemusta (Kananen 2015, 73). Vaikka määrällisen tutkimuksen kyselyiden kysymykset ja vaihtoehdot esitetäänkin tekstimuodossa, esitetään tutkimustulokset yleensä kuitenkin taulukkomuodossa jakaumina tai erilaisina tilastollisina tunnuslukuina (Kananen 2015, 82).

3.2 Tutkimusaineiston kerääminen

Aineistonkeruumenetelmien tarkoituksena on kerätä tutkimuskysymyksille tietoa, jotta ne voitaisiin ratkaista (Kananen 2015, 64). Keruumenetelmät vaihtelevat tutkimusotteen mukaan (Kananen 2015, 81). Menetelmä voi olla sääntö, menettelytapa tai keino, jolla ongelma ratkaistaan. (Kananen 2015, 64.) Laadullisessa tutkimuksessa aineistonkeruumenetelmiä ovat dokumentit, teemahaastattelut, haastattelut ja havainnointi. Määrällisessä tutkimuksessa aineistot perustuvat muun muassa kyselyihin ja tilastoihin (Kananen 2015, 65). Dokumentit eli kirjalliset tekstit ovat kirjoitetussa, kuvallisessa, äänitetyssä tai muussa visuaalisessa muodossa tuotettuja aineistoja, ja joiden tuottaminen on tapahtunut mennessä ajassa. (Kananen 2015, 157.) Ne voivat olla muun muassa tekstejä, kuvia, videoita yms. Kirjoitetussa muodossa ne voivat olla muun muassa kirjeitä, muistioita, tilastoja, pöytäkirjoja, verkkosivuja tai blogeja (Kananen 2015, 158). Dokumentteja hyödynnetään oppinnäytetyön teoreettisessa osassa sekä empiirisessä osassa (tutkimusaineisto).

Tutkittavasta ilmiöstä voidaan saada kokonaisvaltainen ymmärrys keräämällä mahdollisemman kattavaa ja laajaa aineistoa. (Kananen 2015, 128.) Laadullisen aineiston ongelmana on usein aineiston runsaus ja moninaisuus. (Kananen 2015, 129.) Aineiston laajuudesta huolimatta on pystyttävä löytämään vastaus tutkimusongelmaan. Aineisto voi olla niin tekstiä, kuvia tai nauhoitusta, jotka on muutettava tekstimuotoon käsittelyn ja analysoinnin helpottamiseksi. Aineiston kerääminen loppuu, kun tutkimusongelma on saatu ratkaistua. (Kananen 2015, 128.) Uusi aineisto ei tuota silloin uutta ymmärrystä. Aineistoa voi siis kerätä sen verran kuin tutkimusongelman kannalta on välttämätöntä. (KvaliMOTV s.a.) Kylläntymisellä eli saturaatiolla voidaan määritellä aineiston riittävyys. Aineistoa on tarpeeksi, kun uudet tapaukset eivät enää tuo tutkimusongelman kannalta uutta tietoa. Aineisto alkaa siis toistaa itseään. Kylläntymistä eli saturaatiota voidaan mieltää tulosten yleistettävyyteen. Jopa suhteellisen pienestäkin aineistosta voidaan tehdä päätöksiä, mikäli se alkaa toistaa itseään. Kylläntymistä ei voi saavuttaa, jos ei tiedä, mitä etsii. Kylläntymispistettä on välillä vaikea hahmottaa, ja siksi kylläntymisen rajaa tulee tarkkailla tutkimuksen aikana.

3.2.1 Kyselyn vastaajien kartoitus

Tähän oppinnäytetyöhön on valittu sen hetkistä olosuhteista johtuen aineistonkeruumenetelmäksi verkossa toteutettava kysely. Vaikka kysely mielletään usein määrällisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmäksi, soveltuu se myös laadulliseen tutkimukseen. Kirjoittaja on joutunut työstämään oppinnäytetyötään hyvin kireällä aikataululla ehdollisesta jatkokoulutuspaikasta johtuen ja kysely sopi olevan siihen tilanteeseen paremmin kuin mahdollisesti enemmän aikaa vievä, keskustelunomainen teemahaastattelu kasvotusten tai verkossa.

Kysely on siis nopea ja helppo tapa kerätä vastaajilta tietoa. Verkossa toteutettavan kyselyn etuna oli myös se, että kyselyn tuotoksia ei tarvinnut itse litteroida vaan kyselyiden vastaukset tulivat suoraan tekstinä vastaajien toimesta. Litteroinnilla tarkoitetaan aineistoksi kerättyjen, erilaisten tallenteiden kuten äänitteiden, kuvien ja videoiden muuttamista tekstimuotoon (Kananen 2015, 129). Tämä säästi kirjoittajalta huomattavan paljon aikaa ja vaivaa. Vastaajat pystyivät vastaamaan kyselyyn omalla ajallaan paikasta riippumatta, heille tarjotun vastausajan puitteissa. Kysely on nopea, joustava, kustannustehokas ja helppo tapa kerätä tietoa tutkimuskysymykseen. Voidaan olettaa, että kaikilla yrityksillä on käytettävissä internet-yhteys ja yrityksen ja/tai työntekijöiden puolesta sähköposti, johon kysely voidaan lähettää.

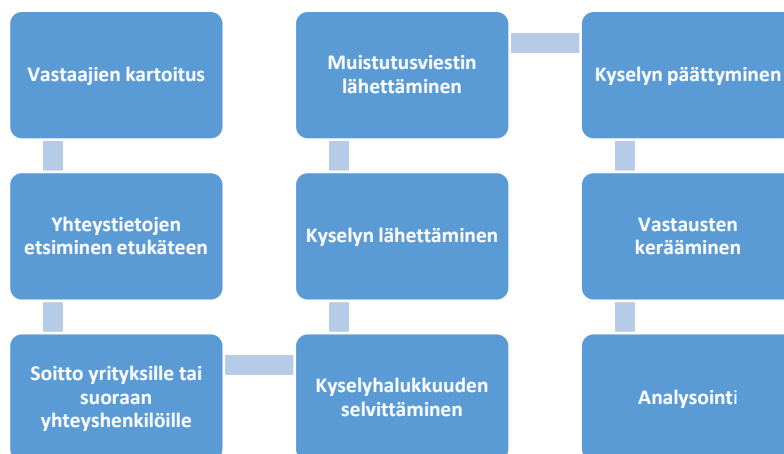
Ennen kyselyä kirjoittajan piti etsiä tietoa yrityksistä, jotka soveltuivat kyselyn vastaajiksi. Koska kyselyssä ja koko opinnäytetyössä ylipäättänsä kartoitetaan EU–Japani-vapaakauppasopimuksen vaikutuksia suomalaisiin tekstiili- ja vaatealaan, piti vastaajiksi etsiä erityisesti vientitoimintaa kyseiseen maahan harjoittavia yrityksiä. Kirjoittaja laati listaa vastaajista ensin muistista, esimerkiksi mitkä yritykset tulivat mieleen yleistiedon, uutisten tai vaihto-opiskelun aikana tehtyjen näköhavaintojen aikana. Sen jälkeen listaa täydennettiin yksinkertaiseen tyyliin hakukoneita käyttämällä sekä tutkimalla tekstiili-, vaate- ja muotialan yritysten järjestö Suomen tekstiili ja muoti ry:n verkkosivuja ja jäsenyrityslistaa. Kuten opinnäytetyössä on aikaisemmin rajattu, tutkimustyö kohdistui vain tekstiili- ja vaatealan yrityksiin, joilla on tai on ollut vientitoimintaa Japaniin. Oman mietinnän ja etsinnän tuloksena kyselyn mahdollisiksi vastaajiksi kartoitettiin yhteensä 19 yritystä.

3.2.2 Kyselyn toteuttaminen

Internetin kautta toteutettavan kyselyn haittana on mahdollisesti alhainen vastausmäärä. Vastaustodennäköisyyden parantamiseksi kirjoittaja soitti kaikkiin 19 yritykseen, joista kuuteen yritykseen ei saatu yhteyttä useista yrityksistä huolimatta. Puheluun vastasi siis 13 yritystä, joista yksi kieltäytyi kokonaan kyselystä. Yrityksen mukaan he eivät tee mitään yhteistyötä opinnäytetöiden tekijöiden kanssa. Puhelut noudattivat kaavaa, jossa kirjoittaja esitteli itsensä, opinnäytetyönsä sekä sen tarkoituksen, tiedusteli kyselyyn osanottamisen mahdollisuutta sekä pyysi ystävällisesti mahdollisen kontaktin yhteystietoja. Esittelyt pyrittiin tekemään selkeästi ja nopeasti, ettei kirjoittaja veisi turhaan yritysten aikaa ja että yritysten kiinnostus pysyisi yllä. Kirjoittajan mielestä puheluiden vastaanotto oli vaihtelevaa. Osa suhtautui kyselytutkimukseen positiivisesti ja lupautui auttamaan, osa suhtautui asiaan taas hyvinkin nihkeästi. Suurin osa edellä mainituista vetosi kiireeseen ja siksi kirjoittaja pyrki käyttämään suostuttelun keinoja ja painottamaan kyselyiden nopeutta ja lyhkäisyyttä. Puheluiden ansiosta saatiin kuitenkin monen vientitoiminnasta vastaavan työn-

tekijän sähköpostit, joihin kysely voitiin lähettää. Kirjoittaja oli jo aikaisemmin tutkinut tarkkaan yritysten kotisivut mahdollisten yhteystietojen löytämiseksi, mutta puheluilla voitiin varmistaa kyselyiden niiden ajantasaisuus ja lopuksi oikeat lähetyskohteet. Kirjoittaja myös uskoo, että puheluiden ansiosta kyselyn vastausmotivaatio kasvoi merkittävästi.

Kootun tietopohjan perusteella laadittiin mahdollisimman kattava kysely, joka lähetettiin sähköpostitse tutkittaville eli eri tekstiili- ja vaatealan yritysten henkilöstölle. Kysely löytyy kokonaisuudessaan opinnäytetyön liitteessä 1. Kyselyn luonnissa käytettiin Haaga-Helian suosittelemaa Webropol -verkkokyselyohjelmaa, jossa oli valmis kyselypohja ja johon vastaukset tallentuvat. Kyselyn linkki sisällytettiin sähköpostiviestiin ja mukana oleva, jokaiselle hieman personoitu saateviesti pyrittiin pitämään lyhyenä, ytimekkäänä ja tarpeeksi ohjaavana. Saateviestissä myös korostettiin, että kysely toteutetaan ja vastaukset käsitellään täysin anonyymisti. Kyselyyn varattiin kireän aikataulun vuoksi vain yksi viikko ja vastustodennäköisyyden parantamiseksi kohdennetuille yrityksille lähetettiin myös muistutusviesti. Tiivistettynä kyselytutkimusprosessi eteni seuraavasti;



Kuvio 9. Opinnäytetyön kyselytutkimusprosessi

Kysymykset voidaan jakaa avoimiin ja strukturoituihin kysymyksiin. (Kananen 2015, 68.) Avoimiin kysymyksiin kuuluvat yleisluontoiset kysymykset, joilla halutaan muodostaa käsitys ilmiöstä. Ääripäässä yleisluontoiset kysymykset vastaavat kysymyksiin ”Mikä tämä on, mistä tässä on kyse”? Laadulliselle tutkimukselle tyypillisillä avoimilla kysymyksillä saadaan vapaata tekstiä, lauseita ja tarinoita. Määrälliselle tutkimukselle tyypilliset strukturoidut kysymykset vaativat taas sen, että ilmiö tunnetaan. Silloin tiedetään mitä kysytään ja mitkä ovat vastausvaihtoehtoja. Näihin kuuluviin kysymyksiin saadaan kunkin kysymysten vaihtoehtojen määriä lukuina. Kirjoittajan luoma laadullinen kyselytutkimus piti sisällään 13 kysymystä, joista viisi oli avoimia kysymyksiä. Kirjoittaja koki, että tilanteessa,

jossa tutkimuksen kohteena olevia yrityksiä ei ollut paljon, avoimia kysymyksiä oli tarpeellista olla mukana. Näin saataisiin enemmän tietoa analysoitavaksi, mutta liiallisia avoimia kysymyksiä oli vältettävä, jotta ne eivät karkottaisi tutkittavia. Kysymykset laadittiin siten, että ne olivat kattavia eli vastasivat mahdollisimman hyvin tutkimusongelmaan ja olivat tutkimuksen kannalta relevantteja. Kysymykset olivat kaikille samat ja samassa järjestyksessä ja ne etenivät loogisesti taustakysymyksistä henkilökohtaisimpiin kysymyksiin.

3.3 Aineiston analysointi

Sekä laadullisella että määrällisellä tutkimusotteella on omat analyysimenetelmänsä, jolla aineisto käsitellään. (Kananen 2015, 83.) Laadullisella tutkimuksella on kuitenkin enemmän mahdollisuuksia analyysimenetelmien hyödyntämisessä. Määrällisessä tutkimuksessa ne ovat tarkkaan määritelty tietyille aineistoille, ja kyselyn kysymyksiä laatiessa on pidettävä mielessä, millaisia menetelmiä voidaan kussakin kysymyksessä käyttää.

Laadullinen aineisto on moninaista ja se vaatii ennen käsittelyä eri aineistojen litterointia eli purkua tekstimuotoon sekä yhteismitallistamista (Kananen 2015, 159). Yhteismitallistamisessa haastattelut, havainnoinnit ja muut aineistot muutetaan samaan muotoon eli tekstimuotoon. (Kananen 2015, 83.) Yhteismitallistamisen jälkeen tekstiaineisto voidaan analysoida eri tekniikoilla kuten lukemalla tai laadullisen tutkimuksen ohjelmistolla. Tässä työssä kaikki aineisto oli vain yhdessä muodossa eli tekstinä. Kyselyn vastauksia ei tarvinnut erikseen litteroida, sillä kyselyiden vastaajat kirjoittivat itse vastauksensa tekstimuotoon.

Aineistoa voidaan tutkia erilaisilla näkökulmilla ja tarkastelutavoilla. (KvaliMOTV s.a.) Analyysia voi siis tehdä monella eri tavalla. Aineistoa voidaan tiivistää, jotta sitä voidaan ymmärtää ja tulkita, ja että siitä saadaan tietoa tutkimuskysymyksen ratkaisemiseen. Pelkän aineiston lukemisen sijaan on myös pilkottava, purettava, koottava ja täydennettävä tietoa, niin sanotusti hajottaa ja hallita. Kun aineistoa jaetaan pienempiin osiin, voidaan osia tarkastella erikseen. Analyysin avulla aineistosta voidaan vetää johtopäätöksiä tutkittavasta asiasta tai ilmiöstä. Analyysilla ja tulkinnalla saadaan tutkimustulokset, mutta kokonaisvaltaisen tutkimuksen savuttamiseksi on pystyttävä tekemään havaintoja, tarkastelemaan analyttisesti sekä tulkitsemaan teoreettisen aineiston ja oman ajattelun avulla.

Tässä opinnäytetyössä hyödynnetään sisällönanalyysia, jolloin aineistoa tarkastellaan eritellen, yhtäläisyyksiä ja eroja etsitään sekä tiivistetään. (KvaliMOTV s.a.) Sisällönanalyysi on tekstianalyysia, jossa tarkastellaan tekstimuotoisia aineistoja. Sen avulla on mahdollista muodostaa tutkinnan kohteena olevasta ilmiöstä tai asiasta tiivistetty kuvaus. Kuvauksella taas sidotaan tulokset laajempaan kontekstiin sekä muihin aiheita koskeviin tutkimustuloksiin. Tutkimusaineiston laadullisessa sisällönanalyysissa aineisto jaetaan osiin,

avataan ja lopuksi järjestetään uudeksi kokonaisuudeksi. Sisällönanalyysin voi tehdä aineistolähtöisesti tai teoriapohjaisesti. Ne eroavat toisistaan siten, että analyysi ja luokittelu perustuvat joko aineistoon tai valmiiseen teoreettiseen viitekehykseen.

3.4 Tulokset

Opinnäytetyön kysely lähetettiin 18 eri tekstiili- ja vaatealan yritykselle. Kartoitettuja yrityksiä oli 19, mutta yksi oli kieltäytynyt kokonaan yhteistyöstä, jolloin kyselyä ei lähetetty. Kysely löytyy liitteestä 1. Kyselyn vastauksia saatiin yhteensä yhdeksän. Sen lisäksi yhdeltä yritykseltä tuli lyhyt viesti, jossa kerrottiin lyhyesti yrityksen mielipide EU–Japani-vapaakauppasopimuksesta. Yrityksen työntekijän mukaan kyselyyn ei voida osallistua kovan kiireen vuoksi. Kyselyyn vastasi siis varsinaisesti puolet vastaajista. Kyselyn kolme ensimmäistä kysymystä oli niin sanotusti taustakysymyksiä.

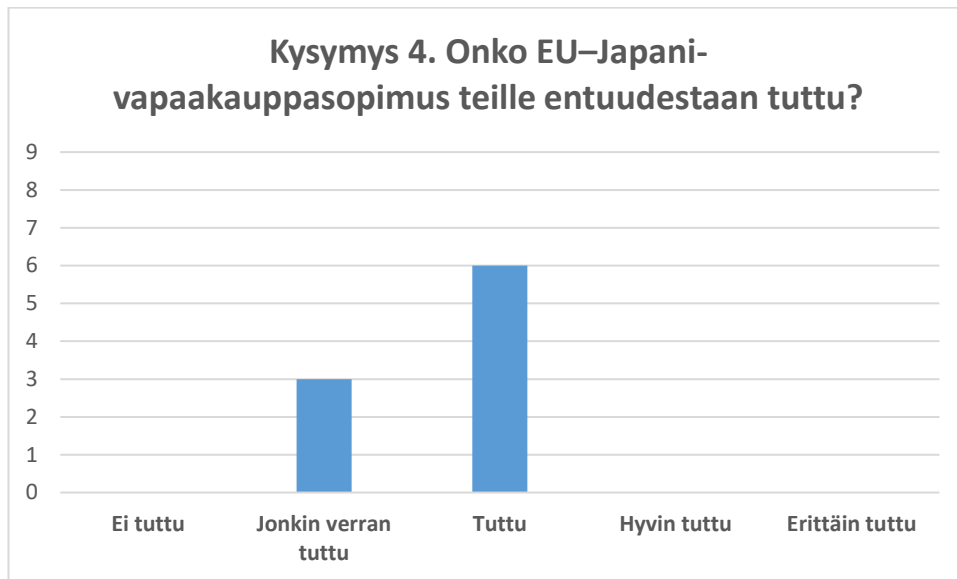
Aluksi kysyttiin vastaajayrityksen toimialaa, kokoa sekä nykyisen Japanin viennin tilaa. Yhdeksästä vastaajasta kahdeksan määritteli itsensä tekstiilialaan, yhdeksäs muuksi. Mikäli vastaaja määritteli toimialakseen muun, häntä pyydettiin tarkentamaan vastausta. Tässä tapauksessa yhdeksäs vastaaja luokitteli yrityksensä kuuluvan muotoilualaan.



Kuvio 10. Yrityksen toimiala

Yhdeksästä vastaajasta viisi oli pienyrityksiä (alle 10 työntekijää), kaksi keskisuuria (alle 50 työntekijää) ja loput kaksi suuria yrityksiä (50–249 työntekijää). Yli 250 henkilön suuryrityksiä ei ollut ollenkaan. Kysyttäessä Japanin vientitoiminnan nykyistä tilaa, kaikki yhdeksän yritystä vastasivat, että heillä on tällä hetkellä vientiä maahan. Neljännessä kysymyksessä kysyttiin EU–Japani-vapaakauppasopimuksen tuntemuksen tasoa. Kuudelle yritykselle kauppasopimus oli entuudestaan tuttu, mutta kolmelle vain jonkin verran tuttu.

Seitsemän yhdeksästä vastaajasta olivat sitä mieltä, että heidän yrityksensä on hyötynyt kauppasopimuksen tuomista tullietuuksista.



Kuvio 11. EU–Japani-vapaakauppasopimuksen tunnettavuus

Kuudennessa kysymyksessä yritykset saivat vastata vapaasti avoimeen kysymykseen ”Miten EU–Japani-vapaakauppasopimus on vaikuttanut mahdolliseen Japanin vientitoimintaan tällä hetkellä?” Yllättäen viiden vastaajan mielestä EU–Japani-vapaakauppasopimus ei ole vaikuttanut paljoakaan yritysten Japanin vientitoimintaan. Syiksi annettiin kauppasopimuksen tuoreus, korona, vasta aluillaan oleva vientitoiminta sekä tehtaan sijainti Turkissa. Muita selityksiä ei annettu. Neljä vastaajaa totesi, että kauppasopimus on pääosin positiivinen, eduksi mainittiin vain tullimaksujen sekä byrokratian poistuminen.

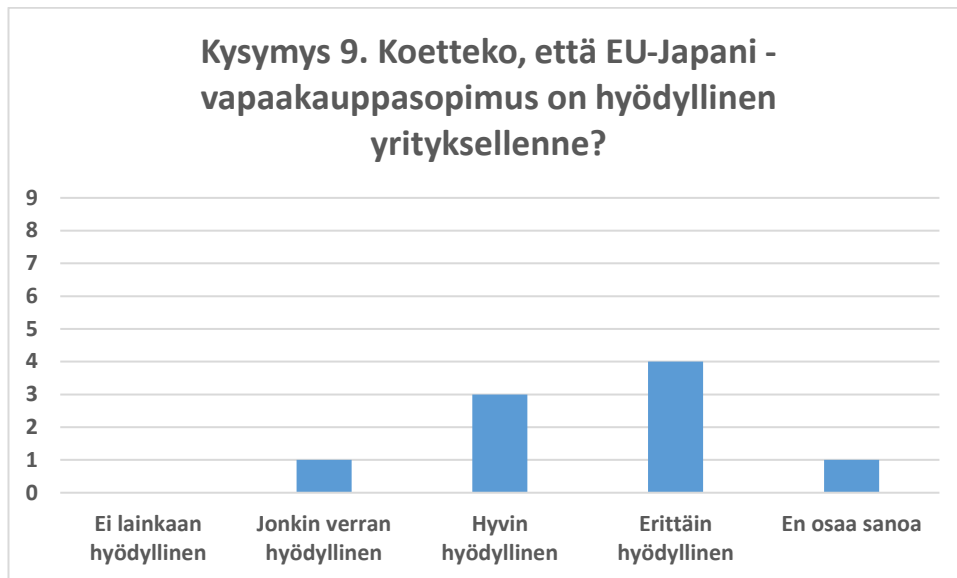
Seuraavassa kysymyksessä tiedusteltiin kauppasopimuksen vaikutuksia vientitoimintaan tulevaisuudessa. Yksi yritys oli pessimistinen eikä uskonut sopimuksen vaikuttavan paljoa vientitoimintaan edes tulevaisuudessa, toinen vastasi ”ei osaa sanoa”. Loput seitsemän uskoivat kauppasopimuksen tuovan etuja ja siten edistävän Japanin vientiä. Suurin osa kommentoi lyhyesti, että kauppasopimuksella tulee olemaan positiivinen vaikutus vientitoimintaan. Yksi yritys aikoo panostaa tulevaisuudessa Iso-Britannian sijaan Japanin vientiin enemmän, sillä kauppasopimus suosii toista maata. Toinen toivoi, että kauppasopimus jatkuisi sellaisenaan tulevaisuudessa, että siihen ei tulisi heikentäviä muutoksia ja japanilaisten asiakkaiden ostopäätös kallistuisi herkemmin yrityksen puolelle. Kolmas totesi, että vaikka tullietuudet ovat merkittävä muutos alalla, painavat tulevaisuudessa myös asiakas-suhteet sekä oikeat kanavastrategiat. Neljännen yrityksen mukaan heidän Japanin vientitoimintansa tulee kasvamaan tulevaisuudessa ja kauppasopimus tulee sitä myös merkittävästi edistämään.

Kun yrityksiltä kysyttiin, että onko koronaepidemia vaikuttanut Japanin vientitoimintaan enemmän kuin itse Japani–EU-vapaakauppasopimus, vastauksissa oli hajaantumista. Kolme vastasi, että ”erittäin paljon”, yksi ”hyvin paljon”, kolme ”jonkin verran”, yksi ”ei ollenkaan” ja yksi ”en osaa sanoa”. Koronakriisi on siis koetellut yrityksiä eri tavoin, mutta vastausten perusteella koronalla on ollut kauppasopimukseen verrattuna keskimääräistä enemmän painoarvoa yritysten vientitoiminnassa.



Kuvio 12. Koronaepidemian vaikutus yrityksen Japanin vientiin

Seuraavaksi kysyttiin, että onko EU–Japani vapaakauppasopimus ollut hyödyllinen yritykselle. Suurin osa oli sitä mieltä, että sopimus oli tervetullut. Neljä vastaaja ilmoitti sen olevan erittäin hyödyllinen, kolme hyvin hyödyllinen ja yksi jonkin verran hyödyllinen. Yksi ei kuitenkaan osannut sanoa mitään mielipidettä. Kukaan ei ollut sitä mieltä, että sopimus ei ollut lainkaan hyödyllinen.



Kuvio 13. EU-Japani-vapaakauppasopimuksen hyödyllisyys yritykselle

Yrityksiä pyydettiin antamaan henkilökohtainen näkemys EU–Japani-vapaakauppasopimuksesta. Yksi vastaaja oli sitä mieltä, että kauppasopimuksella ei ole ollut paljon vaikutusta yrityksen toimintaan. Yrityksellä ei ollut siis positiivista taikka negatiivista kokemusta sopimuksesta. Loput kahdeksan totesivat, että kauppasopimus on hyödyllinen, kauppaa edistävä ja helpottava, hyvin tärkeä ja yritystoimintaa edistävä sopimus EU:n ja Japanin välillä. Yksi yritys mainitsi, että on hyvä, että tullibyrokraatia sekä Japanin markkinoiden niin sanottu protektionismi on vähentynyt. Toinen yritys kommentoi, että kauppasopimus on lupaava, mutta mitä todellisuudessa ja tulevaisuudessa tapahtuu, ei kukaan vielä tiedä. Kyseisen yrityksen mukaan he ovat varovaisen optimistisia. Tähän kohtaan kirjoittaja tuo esiin erään yrityksen lyhyen näkemyksen EU–Japani-vapaakauppasopimuksesta. Yrityksellä ei ollut aikaa kyselyn täyttämiseen ja tarjosi tiivistetyn näkemyksensä sopimuksesta. Yrityksen sanoman mukaisesti heillä on ollut jo pitkä, vakiintunut ja vahva Japanin vientitoiminta ennen kauppasopimuksen toimeenpanoa. Kauppasopimuksella ei ole ollut työntekijän mielestä kummoista vaikutusta yrityksen toimintaan. Työntekijä lisää myös, että Japanin vaatimukset tuotteiden täydellisestä alkuperästä ja kaikista mahdollisista komponenteista ovat vaikeasti saatavilla, jopa mahdottomia. Tämä hankaloittaa yrityksen mielestä tullietuuksiin kiinni pääsemistä.

Yrityksiltä tiedusteltiin sen jälkeen, että miltä EU–Japani-vapaakauppasopimus näyttää suomalaisen tekstiili- ja/tai vaatealan kannalta. Kaikki yhdeksän vastaajaa olivat sitä mieltä, että sopimus on askel eteenpäin alalla ja se tulee lisäämään vientiä. On huomiotava, että vaikka sopimus on vaikuttanut yrityksiin enemmän tai vähemmän, tai ei ollenkaan, kaikki suhtautuivat siihen myönteisesti. Monet mainitsivat sopimuksen kasvattavan

vaikutuksen juuri vientiin sekä tekstiili- ja vaatealaan yleisesti. Yksi yritys mainitsi seuraavaa; ”Esteet myydä Japaniin ovat poistuneet. Suomella on hyvin vahva maabrändi Japanissa ja suomalaisilla yrityksillä on hyvä mahdollisuus päästä ”Suomi edellä” Japanin markkinoille”. Toisen yrityksen mukaan Japani ja sen potentiaaliset markkinat tarjoavat suuren mahdollisuuden suomalaisille yrityksille. Kolmas toi esiin sopimuksen toisen puolen; kauppasopimuksella on kaksi hyödyntäjää ja siitä tulevat hyötymään niin Suomen kuin Japanin tekstiili- ja vaateala. Sopimus tulee siis mahdollisesti lisäämään Japanin vientiä Eurooppaan ja siten Suomeen, mikä tarkoittaa lisää kilpailijoita alalle tekstiili- ja vaatealalle.

Lopuksi vastaajilta kysyttiin, että tekeekö tai aikooko yritys tehdä yhteistyötä Team Finland:in tai jonkun toisen yrityksen/organisaation/tahon kanssa Japanin vientitoiminnan edistämiseksi. Yhdeksästä vastaajasta kahdeksan oli vastannut kysymykseen, yksi oli jättänyt kysymykseen vastaamatta. Kuusi eli suurin osa vastaajista, on tehnyt tai aikoo tehdä yhteistyötä yhteistyökumppanin kanssa lisätäkseen Japanin markkinoiden liiketoimintaa. Kaksi vastaaja nimesi Business Finland:in ja kaksi muuta Team Finland:in. Business Finland on suomalainen julkinen toimija, joka tarjoaa innovaatorahoitusta sekä kansainvälis-tyimis- ja asiantuntijapalveluita yrityksille. (Business Finland s.a.) Team Finland:illa tarjoaa samantyyppisiä kaupanedistämispalveluita, se mutta koostuu Business Finland:in ohella myös muun muassa valtionrahoitteisista organisaatioista kuten ministeriöistä, Finnverasta, Finnfund:ista sekä Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituuteista. Business Finland on osa Team Finland-verkostoa.

Viides vastaaja toteaa, että toivoo valtiosta yhteistyökumppania, mutta ei ole tiedossa, mitä tahoa yritys tarkalleen tarkoitti. Sama yritys mainitsi myös, että aikovat ottaa yhteyttä ainakin tekstiili-, vaate- ja muotialan yritysten järjestö Suomen tekstiili ja muoti ry:hyn. Kuudes vastaaja oli sitä mieltä, että tarvitsee tulevaisuudessa yhteistyökumppanin/kumppaneita koronaepidemian jälkeen, jotta vientitoiminta Japaniin saataisiin jälleen aktiiviseksi. Yksi ainoa yritys, jonka mukaan se ei aio tehdä yhteistyötä nyt tai tulevaisuudessa toteaa, että käytössä on jo Japanin päässä agentti, joten muita yhteistyötahoja ei tarvita. Kyselyn lopuksi oli kysytty, että mitä muuta yritykset halusivat sanoa, mutta vastaukset eivät olleet tutkimusongelman kannalta relevantteja.

4 Pohdinta

4.1 Yhteenveto

Alkuun on mainittava, että kirjoittajan mielestä kyselyn otanta jäi suppeaksi. Kirjoittaja olisi halunnut kartoittaa kyselyyn lisää yrityksiä sekä vastaajia, mutta kireän aikataulun vuoksi siihen ei ollut paljon aikaa. Mikäli kyselyyn olisi varattu kaksi viikkoa yhden sijaan, olisi vastauksia tullut ehkä enemmän. Kaikki kartoitetut eivät myöskään vastanneet kyselyyn. Monet yritykset vetosivat kiireeseen, ja voi olla, että koronakriisin tuomat talousongelmat ja henkilöstönvähennykset ovat ohjanneet huomion vain liiketoiminnan kannalta oleellisiin asioihin. Yksi yritys kieltäytyi kokonaan, sillä eivät ole ennen tehneet eivätkä tee jatkossaakaan yhteistyötä opinnäytetyön tekijöiden kanssa. On myös mahdollista, että kirjoittajan kutsut kyselyyn eivät ole tavoittaneet yrityksiä esimerkiksi päätymällä roskakansioon. Alun perin 19 yrityksestä yhdeksän varsinaista kyselyn vastaajaa oli kuitenkin hyvä tulos ja siihen oli tyydyttävä. Kirjoittaja korostaa, että johtopäätökset tehdään tämän kyselyn otannan perusteella eivätkä ole muuten yleistettävissä.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, miten EU-Japani vapaakauppasopimus vaikuttaa suomalaisen tekstiili- ja vaatealaan. Tutkimusongelma toi esiin seuraavia kysymyksiä; Miten kauppasopimus on vaikuttanut yrityksiin? Mikä on yritysten näkemys kauppasopimuksesta? Onko vientitoiminta Japaniin muuttunut kauppasopimuksen voimaan tulon myötä? Vastauksia pyrittiin saamaan vastauksia kyselyllä, joka lähetettiin 18 yritykselle ja johon vastasi puolet eli yhdeksän yritystä. Sen lisäksi näiden yhdeksän yrityksen lisäksi oli kymmenes yritys, joka kertoi lyhyesti vain näkemyksensä sopimuksesta. Suurin osa yrityksistä piti kauppasopimusta hyödyllisenä yritykselle. Suurin osa myös tunsu hyötyneensä kauppasopimuksen tuomista tullietuuksista, mutta kysyttäessä kauppasopimuksen vaikutuksista nykyiseen Japanin vientiin, puolet vastaajista sanoi, että tällä hetkellä sillä ei ollutkaan kummoista vaikutusta. On selvää, että vallitseva koronaepidemia vähentää kauppasopimuksen hyödyntämistä, kun kuluttajien ostovoima ja käyttäytyminen muuttuvat kaikilla markkinoilla. Kauppasopimus on varsin uusi, ja ehti olla vain alle vuoden voimassa, kun koronakriisi iski jo Aasian maihin. Kun koronan tuoma poikkeusolot ja rajoitteet koettelevat kotimaata, yritykset suuntaavat resurssinsa ja aikansa ulkomaan vientitoiminnan sijaan kotimaan markkinoista selviämiseen. On myös ymmärrettävä, että pelkästään tullimaksujen poistuminen kokonaan ja byrokratian väheneminen ei muuta vientitoimintaa. Sen lisäksi vastaajissa ei ollut suuryrityksiä, puolet oli pienyrityksiä. Olisiko suuryritykset hyötäneet enemmän kauppasopimuksesta ja vastanneet eri lailla?

Suurin osa yrityksistä kokee kuitenkin, että kauppasopimuksesta tulee olemaan hyötyä pitkällä aikavälillä, ja se tuo mahdollisuuksia Japanin markkinoiden laajentamiseen. Kunhan koronakriisi hellittää, ja kuluttajien luottamus paranee, kauppasopimus voi tuoda suuriakin hyötyjä. Kauppasopimuksen voimaantulo ja koronakriisin leviäminen, kun ovat tapahtuneet epäonnisesti samoihin aikoihin. Koronaepidemiolla on ollut vaikutuksia yrityksiin. Vaikutuksen taso on ollut erilainen, mutta se on vaikuttanut enemmistöllä liiketoimintaan enemmän kuin itse kauppasopimus. EU–Japani-vapaakauppasopimusta pidetään edistyksellisenä, varteen otettavana Japanin markkinoiden edistäjänä, joka tuo mahdollisuuksia silloin, kun Suomen markkinat ovat pienet. Kauppasopimus edistää yritysten vientitoimintaa Japaniin ja se on alalle suuri harppaus kohti positiivista muutosta. On selvää, että yhteistyökumppaneilla on tärkeä rooli suomalaisten yritysten menestyksessä Japanissa, jossa yrityksellä on vastassaan mahdollinen kielimuuri sekä hyvinkin erilaiset kulttuurierot sekä business-käytännöt. Eri yhteistyökumppaneita pidetään tärkeinä, kun tarvitaan tietoa ja asiantuntija-apua Japanin markkinoiden valloittamiseen.

4.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimustulosten luotettavuutta mitataan reliabiliteetilla ja validiteetilla. (Kananen 2015, 338.) Tutkimusprosessissa voi ilmetä virheitä, jotka johtuvat tutkijasta ja/tai aineistosta. Virheet voivat olla tietoisia tai tiedostamattomia. Luotettavuustarkastelulla pyritään siihen, että tulokset ovat oikeita. (Kananen 2015, 343.) Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten pysyvyyttä. Jos tutkimus toistetaan, saadaan samat tulokset. Validiteetti tarkoittaa, että tutkitaan oikeita asioita. Luotettavuustarkastelun tarkoituksena on, että tutkimusprosessin eri vaiheissa tehdään oikeita sekä perusteltuja ratkaisuja. Laadullisessa ja määrällisessä tutkimuksessa on eri luotettavuuden kriteerit. Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuus edellyttää, että tutkimustulokset vastaavat tutkittavaa ilmiötä eli ovat totuudenmukaisia. (Kananen 2015, 353.) Arvioinnissa käytetään riittävän tarkkaa dokumentaatiota koskien tutkimusaineistoa, menetelmiä sekä analyysivaiheita. Ilman niitä johtopäätösten oikeellisuutta on vaikea jäljittää.

Opinnäytetyön kyselyyn kartoitettuja yrityksiä oli vähän, 19 kappaletta ja varsinaisia vastauksia saatiin vain 9. Tutkimuksen reliabiliteetti olisi ollut parempi, mikäli vastaajia olisi ollut merkittävästi enemmän. Kauppasopimus on suhteellisen tuore, yritysten tilanne erilainen ja vaihteleva sekä vaikuttavana tekijänä on myös koronakriisi, joten vastauksissa on ollut hajontaa. Mikäli tutkimus toistettaisiin suuremmalla otannalla, mukana olisi eri alojen sekä kokoluokan yrityksiä ja vallitseva tilanne olisi erilainen, vastaukset saattaisivat olla hieman poikkeavia. Koska otanta oli suhteellisen pieni, ei voida todeta tapahtuneen myöskään saturaatiota eli kylläntymistä. Tutkija ei havainnut, että vastauksissa olisi tapahtunut tarpeeksi toistuvuutta. Validiteetin uskotaan olleen kuitenkin hyvä. Työssä tutkittiin oikeita

asioita, ja kysely oli toteutettu parhaalla mahdollisella tavalla tutkimustulosten ratkaisua varten.

4.3 Oman tutkimusprosessin ja kehittymisen pohdinta

Opinnäytetyön suunnittelu ja työstäminen on ollut kirjoittajalle hyvin opettavainen kokemus. Milloinkaan ennen ei ole joutunut tekemään niin kireällä aikataululla ja paineella kirjoitus- ja tutkimustyötä, etenkin kun opinnäytetyön lisäksi on hoidettava myös muut opiskeluun ja työhön liittyvät velvollisuudet. Opinnäytetyö opetti erityisesti ajanhallintaa sekä tiedonhakua. Kirjoittaja kokee, että on suoriutunut hyvin, tosin olisi toivonut, että opinnäytetyölle olisi ollut paljon enemmän aikaa. Suomen tekstiili- ja vaateteollisuus sekä EU–Japani-vapaakauppasopimus olivat hyvin mielenkiintoisia käsitteitä, ja niihin oli kiehtovaa tutustua. Joskin erityisesti kauppasopimuksen yksityiskohdista oli vaikea etsiä tietoa, ne olivat monimutkaisia ja vaikeasti hahmotettavia. Esimerkiksi tullietuuksien hyödyntämiseen liittyy niin paljon eri kriteereitä, että tavallista ihmistä huimaisi. Vaaditaan ainakin osaavaa, kansainvälisestä vientikaupasta vastaavaa ihmistä, jotta yrityksissä voitaisiin täysin ymmärtää kauppasopimusta kokonaisvaltaisesti. Sen lisäksi sopimusta koskevaa tietoa oli haasteellista etsiä, kun sopimus oli suhteellisen tuore ja koronakriisin ajoittuminen sopimuksen voimaantulon ja sen vaikuttamisen vaiheille johti siihen, että yritykset eivät ainakaan heti päässeet hyötymään eduista esimerkiksi tullietuuksien poistumisen suhteen.

4.4 Jatkotutkimusehdotukset

Kirjoittajan mielestä oli valitettavaa, että opinnäytetyön toteuttamiseen oli rajoitettu aika henkilökohtaisista tilanteista johtuen. Sen lisäksi kartoitettuja yrityksiä ei ollut paljon. Kirjoittaja kartoitti vastaajat omasta tietämyksestä sekä vanhaan tyyliin hakukoneita käyttäen. On vahvasti suositeltavaa, että kartoitettavia yrityksiä haetaan esimerkiksi ottamalla suoraan yhteyttä Suomen tekstiili ja muoti ry:hyn, jotta säästyisi niin aikaa ja vaivaa sekä saadaan kattavammin tietoa eri Japanissa toimivista tekstiili- ja vaatealan yrityksistä. Mikäli EU–Japani-vapaakauppasopimuksesta aiotaan tehdä uusia tutkimuksia, ne pitäisi ajoittaa myös myöhemmälle ajalle. Koronapandemia ja sen ajoittuminen on saattanut vaikuttaa paljonkin yritysten vastauksiin. Mikäli koronakriisi laantuisi tulevaisuudessa, ja tekstiili- ja vaatealan yritykset kohtaisivat vähemmän taloudellisesti haasteellisia aikoja, olisi tutkimustuloksen vastauksia enemmän ja ne olisivat myöskin luotettavampia ja paremmin yleistettävissä. Kysely oli kirjoittajan mielestä hyvin laadittu ja niillä tavoiteltiin tutkimusongelman ratkaisua, joten sitä voitaisiin hyödyntää myös tulevaisuudessa. Sen lisäksi kirjoittaja suosittelee, että mikäli kauppasopimuksen vaikutuksia tutkittaisiin jatkossakin, tarvittaisiin kyselytutkimuksen rinnalle myös esimerkiksi teemahaastattelua. Tämä lisäisi tutkimuksen luotettavuutta ja auttaisi ymmärtämään ilmiötä syvällisemmin.

Lähteet

Antikainen, J. & Auvinen A. 2017. Suomen tekstiili & muoti ry. Nousussa: miesten pukeutuminen. Luettavissa: <https://www.stjm.fi/uutiset/nousussa-miesten-pukeutuminen/>. Luettu: 19.5.2021.

Antikainen, J. & Auvinen A. 2017. Suomen tekstiili & muoti ry. Tekstiili- ja muotiala Suomessa. Helsinki. Luettavissa: <https://stjm.s3.eu-west-1.amazonaws.com/uploads/20210114141145/stjm.fi-Yritystilastot-14.1.2021-.pdf>. Luettu: 19.5.2021.

Auvinen, A. & Mäki, S. 2018. Suomen tekstiili & muoti ry. Kuluttajien asenne muuttuu – tekstiilien kiertotalous vauhdittuu. Luettavissa: <https://www.stinfo.fi/tiedote/kuluttajien-asette-muuttuu-tekstiilien-kiertotalous-vauhdittuu?publisherId=29646195&releaseId=69843300>. Luettu: 12.4.2021.

Business Finland. s.a. Tietoa meistä. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/>. Luettu: 23.5.2021.

Consumer Affairs Agency 2017. Household Goods Quality Labeling Act Handbook. Luettavissa: https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/household_goods/pamphlet/pdf/pamphlet_03_0001.pdf. Luettu: 25.4.2021.

EURATEX 2020. The European Apparel and Textile Confederation. ReHubs. A joint initiative for industrial upcycling of textile waste streams & circular materials. Luettavissa: https://www.textile.fr/documents/1606406752_Recycling-Hubs-FIN-LQ.pdf. Luettu: 10.4.2021.

European Commission 2017. A new EU trade agreement with Japan. Luettavissa: https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2017/july/tradoc_155684.pdf. Luettu: 15.4.2021.

European Commission 2018. EU-JAPAN ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT. WHY IT MATTERS? Luettavissa: https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2017/july/tradoc_155725.pdf. Luettu: 16.4.2021.

European Commission 2019. EU-JAPAN ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT. WHAT'S IN THE AGREEMENT? Luettavissa: https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2017/july/tradoc_155724.pdf. Luettu: 15.4.2021.

European Commission 2020. First year of EU-Japan Economic Partnership Agreement shows growth in EU exports. Luettavissa: <https://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=2107>. Luettu: 20.5.2021.

European Commission s.a. REX – Registered Exporter system. Luettavissa: https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/calculation-customs-duties/rules-origin/general-aspects-preferential-origin/arrangements-list/generalised-system-preferences/the-registered-exporter-system_en. Luettu: 25.4.2021.

European Commission. n.d. EU-Japan Economic Partnership Agreement. Luettavissa: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/eu-japan-economic-partnership-agreement>. Luettu: 15.4.2021.

Eurostat 2021. Japan-EU – international trade in goods statistics. Luettavissa: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Japan->

[EU %E2%80%93 international trade in goods statistics#EU-Japan most traded goods](#). Luettu: 20.5.2021.

Investopedia 2020. The Top 25 Economies in the World. Luettavissa: <https://www.investopedia.com/insights/worlds-top-economies/>. Luettu: 16.4.2021.

KAMK University of applied sciences. s.a. Laadullisen aineiston analyysi ja tulkinta. Luettavissa: <https://www.kamk.fi/fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Laadullisen-analyysi-ja-tulkinta>. Luettu: 20.5.2021.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Juvenes Print. Jyväskylä.

KvaliMOTV. s.a. Analyysin ja tulkitsemisen suhteesta. Luettavissa: https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_1.html. Luettu: 21.5.2021.

KvaliMOTV. s.a. Kylläntyminen. Luettavissa: https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2_2.html. Luettu: 20.5.2021.

KvaliMOTV. s.a. Sisällönanalyysi. Luettavissa: https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_2.html. Luettu: 21.5.2021.

Lapin AMK s.a. OPINNÄYTETYÖN TOTEUTTAMINEN. Luettavissa: <https://www.lapinamk.fi/fi/Opiskelijalle/Opinto-opas,-AMK-tutkinto/Opinnaytetyoohje/Opinnaytetyon-toeuttaminen>. Luettu: 06.5.2021.

Mediawear Custom Apparel s.a. Puuvillan ja luomupuuvillan valmistusprosessit. Luettavissa: <https://www.customapparel.fi/tietoa-puuvillasta.html> Luettu: 10.4.2021.

Mikkonen, H. & Ruokamo A. 2020. Suomen tekstiili & muoti ry. Kotimainen kysyntä piristi tekstiili- ja muotialan liikevaihtoa kesällä – syksyyn liittyy paljon epävarmuutta. Luettavissa: <https://www.stjm.fi/tiedotteet-kannanotot-ja-lausunnot/koronakysely-elokuu2020/>. Luettu: 19.5.2021.

Mikkonen, H. & Ruokamo A. 2020. Suomen tekstiili & muoti ry. Rajoitusten purkaminen helpottanut tekstiili- ja muotialan yritysten tilannetta hieman, mutta valtaosalla liikevaihto edelleen tavanomaista pienempi. Luettavissa: <https://www.stjm.fi/uutiset/koronakysely-kesakuu/>. Luettu: 19.5.2021.

Mikkonen, H. 2020. Talouskatsaus: Korona iski erityisesti vaateyrityksiin ja kauppaan. Luettavissa: <https://www.sttinfo.fi/tiedote/taloukatsaus-korona-iski-erityisesti-vaateyrityksiin-ja-kauppaan?publisherId=29646195&releaseId=69883734>. Luettu: 19.5.2021.

Mäki, S. 2020. Suomen tekstiili & muoti ry. Suomeen halutaan EU:n tekstiilien kierrätys-hubi – mahdollisuus tuhansiin työpaikkoihin. Luettavissa: <https://www.sttinfo.fi/tiedote/suomeen-halutaan-eun-tekstiilien-kierratyshubi-mahdollisuus-tuhansiin-tyopaikkoihin?publisherId=29646195&releaseId=69894336>. Luettu: 10.4.2021.

Mäki, S. 2021. Suomen tekstiili & muoti ry. Kiertotalousohjelmasta vauhtia tekstiili- ja muotialan ratkaisujen skaalaamiseen. Luettavissa: <https://www.stjm.fi/uutiset/kiertotalousohjelma/>. Luettu: 12.4.2021.

Niinikoski, M. 2021. Suomen tekstiili & muoti ry. Luettavissa: <https://www.stjm.fi/tiedotteet-kannanotot-ja-lausunnot/yrityskysely-maaliskuu-2021/>. Luettu: 10.4.2021.

Niinikoski, M. 2021. Suomen tekstiili & muoti ry. Tekstiiliala ampaisi kasvuun vuoden 2020 toisella puoliskolla. Luettavissa: <https://www.stjm.fi/uutiset/tekstiiliala-kasvoi-2020-toisella-puoliskolla/>. Luettu: 19.5.2021.

Niinikoski, M. s.a. Suomen tekstiili & muoti ry. Mahdollisuuksien ala - Viestejä päättäjille. Luettavissa: <https://www.stjm.fi/ajankohtaista/mahdollisuuksien-ala/>. Luettu: 8.4.2021.

Pylkkänen, K. 2021. Suomen tekstiili & muoti ry. Ekologisia tekstiilikuituja Suomesta – missä mennään tällä hetkellä? Luettavissa: <https://www.stjm.fi/uutiset/ekologisia-tekstiilikuituja/>. Luettu: 10.4.2021.

Ruokamo, A. 2018. EU-Japani-vapaakauppasopimus poistaa tullit tekstiilien ja vaatteiden kaupasta. Luettavissa: <https://www.stjm.fi/uutiset/eu-japani-vapaakauppasopimus-poistaa-tullit-tekstiilien-ja-vaatteiden-kaupasta/>. Luettu: 20.5.2021.

Ruokamo, A. 2019. Keskiyön auringon maasta nousevan auringon maahan – Japani tekstiili- ja muotialan vientimaana. Luettavissa: <https://www.stjm.fi/tapahtumat/keskiyon-aurin-gon-maasta-nousevan-aurin-gon-maahan-japani-tekstiili-ja-muotialan-vientimaana/>. Luettu: 20.5.2021.

Ruokamo, A. 2020. Muotialan muutos kiihtyy: State of Fashion 2021 luotaa muodin tulevaisuutta. Luettavissa: <https://www.stjm.fi/uutiset/state-of-fashion-2021/>. Luettu: 20.5.2021.

Ruokamo, A. 2020. Suomen tekstiili & muoti ry. Yrityskysely: Tekstiili- ja muotialan myynti hiljeni jälleen kesän jälkeen, syksyn koronatilanne huolestuttaa yrityksiä. Luettavissa: <https://www.stjm.fi/tiedotteet-kannanotot-ja-lausunnot/yrityskysely-syyskuu/>. Luettu: 19.5.2021.

Suomen tekstiili & muoti ry 2017. Miesten muotimarkkina kasvaa: Nuoret kaupunkilaismiehet kiinnostuneimpia pukeutumisestaan. Luettavissa: <https://www.stjm.fi/tiedotteet-kannanotot-ja-lausunnot/miesten-muotimarkkina-kasvaa-nuoret-kaupunkilaismiehet-kiinnostuneimpia-pukeutumisestaan/>. Luettu: 19.5.2021.

Suomen tekstiili & muoti ry 2019. Suomalaisten rahankäyttö vaatteisiin, jalkineisiin ja kodintekstiileihin. Luettavissa: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiYzFkMTU0MGU0NTFmYS00ZjI0LWFmZDEtZWV0Yzk5MzViYTE2liwidCI6IjZlOTVmZjE2LWU5NjUtNDIjMC05ZGI2LTZiNjg4ZDZjZDhmZSIsImMiOiJh9&pageName=ReportSection3e131136bdcd3d87c747>. Luettu: 19.5.2021.

Suomen tekstiili & muoti ry 2020. Tekstiili- ja muotialan talouskatsaus. Helsinki. Luettavissa: <https://www.sttinfo.fi/data/attachments/00463/e359e3b3-b539-4f8c-b08a-8bdcd66cfcdce0.pdf>. Luettu: 12.4.2021.

Suomen tekstiili & muoti ry 2021. Kohti tekstiili- ja muotialan kestävä kasvua. Helsinki. Luettavissa: <https://stjm.s3.eu-west-1.amazonaws.com/uploads/20210219094756/Tietoa-ja-tilastoja-alasta-2021.pdf>. Luettu: 13.4.2021.

Suomen tekstiili & muoti ry 2021. Kysely tekstiili- ja muotialan yritysten tilanteesta. Helsinki. Luettavissa: <https://stjm.s3.eu-west-1.amazonaws.com/uploads/20210305080857/TIEDOTTEEN-LIITE-yrityskysely-maaliskuu-2021.pdf>. Luettu: 10.4.2021.

Suomi ulkomailla. s.a. Team Finland -verkosto. Luettavissa: <https://finlandabroad.fi/web/jpn/team-finland-verkosto>. Luettu: 23.5.2021.

Sykkö, S. & Ruokamo A. 2020. Suomen Tekstiili & Muoti ja Fashion Finland: Yritykset tarvitsevat joustavampaa koronatukea ja haluavat taata turvallisen asioinnin. Luettavissa:

<https://www.stjm.fi/tiedotteet-kannanotot-ja-lausunnot/stjm-ja-fafi-korona/>. Luettu: 20.5.2021.

Team Finland 2019. MITEN YRITYKSET VOIVAT HYÖDYNTÄÄ EU:N KAUPPASOPI-
MUKSIA JA SÄÄSTÄÄ TULLIMAKSUISSA? Luettavissa: [https://um.fi/docu-
ments/35732/0/TF_tulliesite_2019_FI_VERKKO.pdf/dacf3991-5b1d-04f0-3474-
88a8eedc800b?t=1559302054194](https://um.fi/documents/35732/0/TF_tulliesite_2019_FI_VERKKO.pdf/dacf3991-5b1d-04f0-3474-88a8eedc800b?t=1559302054194). Luettu: 27.4.2021.

Tilastokeskus 2020. Talouden tilannekuva. Luettavissa: [https://www.stat.fi/ajk/koronavi-
rus/koronavirus-ajankohtaista-tilastotietoa/miten-vaikutukset-nakyvat-tilastoissa/talouden-
tilannekuva](https://www.stat.fi/ajk/koronavi-
rus/koronavirus-ajankohtaista-tilastotietoa/miten-vaikutukset-nakyvat-tilastoissa/talouden-
tilannekuva). Luettu: 19.5.2021.

Tulli 2017. Rekisteröityjen viejien REX-järjestelmä on otettu käyttöön. Luettavissa: <https://tulli.fi/-/rekisteroityjen-viejien-rex-jarjestelma-on-otettu-kayttoon>. Luettu: 25.4.2021.

Tulli s.a. Rekisteröity viejä (REX). Luettavissa: [https://tulli.fi/yritysasiakkaat/vienti/rekiste-
roity-vieja](https://tulli.fi/yritysasiakkaat/vienti/rekiste-
roity-vieja). Luettu: 25.4.2021.

Ulkoasiainministeriö 2016. Muistio. Valtioneuvoston kirjelmä eduskunnalle Euroopan unio-
nin ja sen jäsenvaltioiden sekä Japanin välisen vapaakauppasopimuksen neuvottelemi-
sestä (Japanin kanssa tehtävä vapaakauppasopimus). Luettavissa: [https://valtioneu-
vosto.fi/delegate/file/15314](https://valtioneu-
vosto.fi/delegate/file/15314). Luettu: 25.4.2021.

Ulkoasiainministeriö 2019. EU:n ja Japanin välinen kauppasopimus. Luettavissa: [https://um.fi/documents/35732/0/EUn+ja+Japanin+v%C3%A4linen+vapaakauppasopi-
mus+%E2%80%93+yritysmuistio+elokuu2019+%282%29.pdf/5f7e7d63-e654-8f43-3185-
1ce51a9ab7c2?t=1567173722622](https://um.fi/documents/35732/0/EUn+ja+Japanin+v%C3%A4linen+vapaakauppasopi-
mus+%E2%80%93+yritysmuistio+elokuu2019+%282%29.pdf/5f7e7d63-e654-8f43-3185-
1ce51a9ab7c2?t=1567173722622). Luettu: 27.4.2021.

Ulkoministeriö 2017. Jalansijaa Japanista. Luettavissa: [https://kauppapolitiikka.fi/jalansi-
jaa-japanista/](https://kauppapolitiikka.fi/jalansi-
jaa-japanista/). Luettu: 20.5.2021.

Ympäristöministeriö 2021. Jätelakiesitys vauhdittaa jätteiden erilliskeräystä ja kiertota-
loutta. Luettavissa: [https://ym.fi/-/jatelakiesitys-vauhdittaa-jatteiden-erilliskeraysta-ja-kier-
totaloutta](https://ym.fi/-/jatelakiesitys-vauhdittaa-jatteiden-erilliskeraysta-ja-kier-
totaloutta). Luettu: 10.4.2021.

Ympäristöministeriö s.a. Jättesäädöspaketti. Luettavissa: <https://ym.fi/jatesaadospaketti>.
Luettu: 10.4.2021.

Liitteet

Liite 1. Kysely

Kysely EU–Japani-vapaakauppasopimuksen vaikutuksista suomalaisiin tekstiili- ja vaatealan yrityksiin

1. Mikä on yrityksenne toimiala?

- Tekstiiliala
- Vaateala
- Muu, tarkenna

2. Mikä on yrityksenne koko?

- Pienyritys <10
- Keskisuuri <50
- Suuri 50–249
- Suuryritys yli 250

3. Yrityksenne tämänhetkinen Japanin viennin tila?

- On vientitoimintaa
- On ollut, mutta ei tällä hetkellä vientitoimintaa
- Ei enää vientitoimintaa
- Muu, tarkenna

4. Onko EU–Japani-vapaakauppasopimus teille entuudestaan tuttu?

- Ei tuttu
- Jonkin verran tuttu
- Tuttu
- Hyvin tuttu
- Erittäin tuttu

5. EU–Japani-vapaakauppasopimuksen merkittävin muutos tekstiili- ja vaatealalla on tullimaksujen poistuminen. Onko yrityksenne hyötynyt suoraan tästä edusta?

- Kyllä
- Ei

6. Miten EU–Japani-vapaakauppasopimus on vaikuttanut mahdolliseen Japanin vientitoimintaanne tällä hetkellä?

- Avoin vastaus

7. Miten EU–Japani-vapaakauppasopimus vaikuttaa mahdolliseen vientitoimintaan tulevaisuudessa?

- Avoin vastaus

8. Onko vallitseva koronaepidemia vaikuttanut yrityksenne Japanin vientiin enemmän kuin EU–Japani-vapaakauppasopimus?

- Ei ollenkaan
- Jonkin verran
- Hyvin paljon
- Erittäin paljon
- En osaa sanoa

9. Koetteko, että EU–Japani-vapaakauppasopimus on hyödyllinen yrityksellenne?

- Ei lainkaan hyödyllinen
- Jonkin verran hyödyllinen
- Hyvin hyödyllinen
- Erittäin hyödyllinen
- En osaa sanoa

10. Mikä on yrityksenne henkilökohtainen näkemys EU–Japani-vapaakauppasopimuksesta?

- Avoin vastaus

11. Millaisena näet EU–Japani-vapaakauppasopimuksen suomalaisten tekstiili- ja/tai vaatealan yritysten kannalta?

- Avoin vastaus

12. Tekeekö tai aikooko yrityksenne tehdä yhteistyötä Team Finland:in tai jonkun toisen yrityksen/organisaation/tahon kanssa Japanin vientitoiminnan edistämiseksi?

- Kyllä, perustele
- Ei, miksi

13. Mitä muuta haluaisitte sanoa?

- Avoin vastaus