

רוני נקר : פרי הדר מִישראל ביפן – תמונת מצב בסוף עונת 05/06

מבוא

יפן מוכרת כארץ מגדלת הדורים, בעיקר קלמנטינות מסוג מיקאן. ישראל, כארץ המייצאת הדורים התוודעה לשוק היפני לפני כ-30 שנה. הפרי העיקרי שהיה מיוצא מישראל ליפן הוא אשכוליות לבנות. השוק היפני הוא שוק מיוחד במינו. דרישות האיכות גבוהות מאוד, הרגלי צריכה שונים, ערוצי שיווק שונים, הלוגיסטיקה שונה והדרישות הפיטוסניטריות קשות במיוחד ומייקרות מאוד את עלויות היצור ליפן. קשה לותר על פוטנציאל של שוק בגודל של 75 מיליון איש שרק חלקו מומש. אך המאמץ הנדרש עמ"נ לעמוד בתהליך יצור ארוך ומורכב, אשר אותו מכתבים היפנים, הוא קשה אך מציב אתגרים. שמירה על דריסת רגל בשוק בעל רמת חיים כה גבוהה מצד אחד ובעל מאפיינים צרכניים ומסחריים כה שונים מצד שני, מהווה בהחלט אתגר. ענף ההדרים הוא היחיד ש"הרים את הכפפה" בשוק זה עד כה. במהלך השנים שינה את סל המוצרים המשווק והתאים אותו לשוק תוך שינוי בארגון השיווק. ב-12 השנים האחרונות החדרנו מוצר חדש ובלעדי – סוויטי, שהפך תוך זמן קצר ללהיט אופנתי, ונמצא כבר לאחר השיא. מ-23,000 טון בשיא (1.7 מיליון תיבות) ירדנו ל-6,500 טון (500 אלף תיבות). גם בשטח הנטוע חל שינוי ומ-20,000 דונם בשנות השיא ירדנו ל-12,000 דונם. השיווק ליפן מהווה כ-6% מכלל פרי ההדר המיוצא בכמות ובשיעור דומה בפדיון.

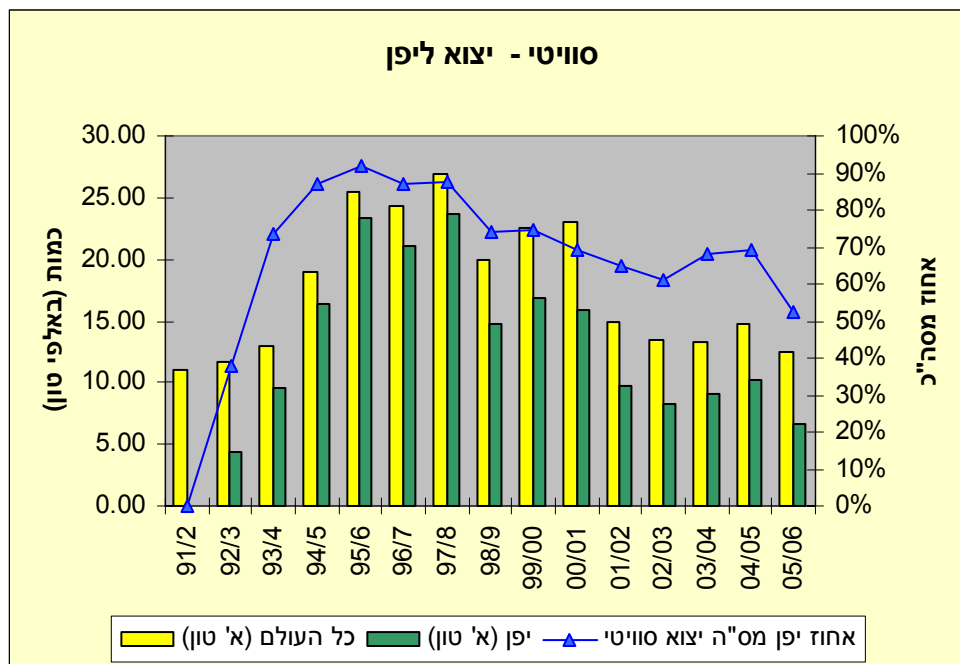
עונת 2005/6

עונת 2005/6 מאופיינת בפער גדול של זמן בין המשלוחים בין הזנים השונים. בתחילה (בשבוע אחד) משלוח מרוכז של הפרי המבכיר (סוויטי) ורק לאחר מספר שבועות נשלח פרי אחר. צריך לזכור שזו שנה שניה שבה אין לוגיסטיקה משותפת וכמויות פרי מתואמות כפי שהיה נהוג מספר שנים לפני כן. שלוש היצואנים ייצאו כמות דומה של כ-200,000 תיבות כל אחד. אצל חלק מן העוסקים בענף יש תחושת החמצה לגבי הפוטנציאל הכמותי. מצב השוק של פרי מתחרה מקומי ומיובא ביחד עם פיצול השיווק לא הביא לתוצאות גבוהות. יש מקום לדון מחדש בהתארגנות מול השוק היפני בעונה הבאה.

סוויטי

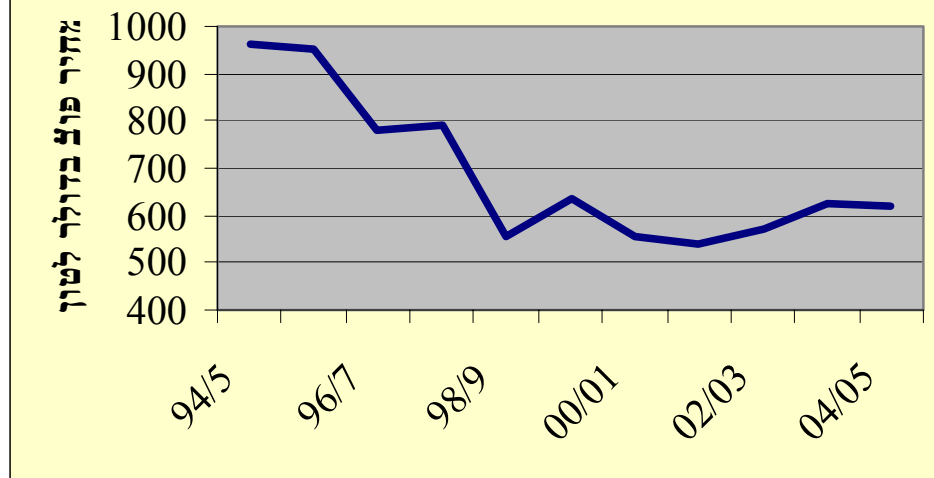
כאמור במבוא אנחנו נמצאים לאחר השיא במחזור חיי המוצר. ההתארגנות להעלאת רמת האיכות באמצעות הפעלת צוות יעודי של שירות הביקורת במשרד החקלאות העלתה אמנם את האיכות של הפרי שנשלח ליפן. אך אנחנו לא מצליחים להחזיר למוצר את העדנה. השנה משלוח הפרי היה מרוכז בשבוע אחד בלבד בסוף אוקטובר, ללא פיזור האספקה עפ"נ זמן כבעבר. הכמות המיוצאת ליפן קטנה גם באופן יחסי וגם באופן אבסולוטי כפי שניתן לראות בטבלאות להלן. מיצוא של 1.7 מיליון תיבות ליפן ירדנו ל-470 אלף תיבות. המיקס של יעדי היצוא השתנה - מנתח של 90% מכלל היצוא ליפן ירדנו לכ-50%.

פדיון הפו"ב של הפרי עלה בשנים האחרונות מנקודת השפל, אך העלויות הכרוכות בשיווק ליפן הן יקרות מאוד במיוחד לאור האחוז הנמוך ליפן. צריך לבדוק כיצד להגדיל את "אחוז האריזה" ליפן (איזורי גידול, איכות, פעילות שיווקית, פיזור משלוחים עפ"נ זמן, התארגנות ענפית וכו') כדי להעלות את הרווחיות במוצר.



תביות ליפן	אחוז יפן מס"ה יצוא סוויטי	יפן (א' טון)		יצוא סוויטי
		כל העולם (א' טון)	עונה	
	0%	11.00	91/2	
	38%	4.40	92/3	
	74%	9.50	93/4	
	87%	16.40	94/5	
1,576,726	92%	23.30	95/6	
1,509,954	87%	21.10	96/7	
1,757,842	88%	23.70	97/8	
1,101,296	74%	14.80	98/9	
1,243,751	75%	16.90	99/00	
1,200,398	69%	15.90	00/01	
742,504	65%	9.70	01/02	
597,682	61%	8.20	02/03	
654,362	68%	9.05	03/04	
728,020	69%	10.19	04/05	
470,400	53%	6.58	05/06	

פומלית - פדיון פו"ב מיצוא לכל העולם

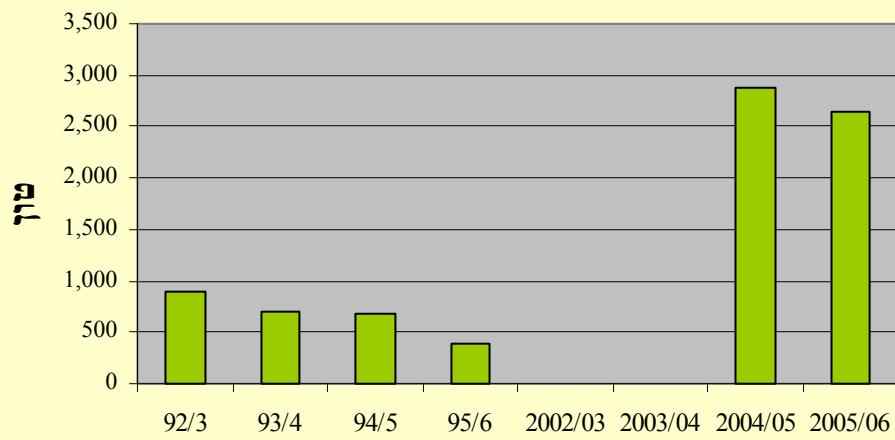


יצוא פומלית	
פדיון פו"ב - פומלית מכל היעדים	
פדיון פו"ב לטון	עונה
962	94/5
954	95/6
778	96/7
790	97/8
555	98/9
636	99/00
558	00/01
539	01/02
574	02/03
625	03/04
619	04/05
אין נתונים	05/06

אשכוליות לבנות

לאחר העדרות של 8 שנים ביפן ולאחר המחסור שנוצר כתוצאה מאסונות הטבע בפלורידה ויצרניות נוספות כמו קובה, חזרה ישראל לשווק ביפן כמות של כ- 3,000 טון בשנה בשנתיים האחרונות.

יצוא אשכוליות ליפן

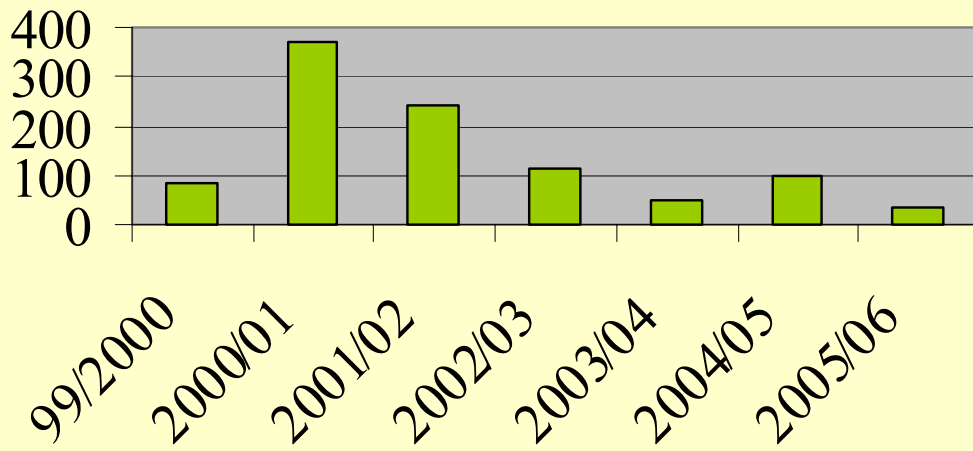


יצוא אשכוליות לבנות ליפן (טון)	
עונה	כמות (טון)
92/3	900
93/4	706
94/5	680
95/6	394
2002/03	
2003/04	
2004/05	2882
2005/06	2644

פומלו אדום

פומלו אדום מלווה אותנו כמוצר יחודי בשוק היפני מזה 7 שנים החל מ-99/2000. אנו יודעים שזהו מוצר נישה ולו רק בשל העובדה שלא כל צרכן יודע להתמודד עם הקילוף של קליפתו הפשרנית. הכמות שיצאנו השנה היא כמעט זניחה.

יצוא ליפן של פומלו אדום (טון)



יצוא פומלו אדום ליפן (טון)	
עונה	כמות (טון)
99/2000	86
2000/01	369
2001/02	240
2002/03	114
2003/04	50
2004/05	97
2005/06	34