



サステナビリティとアメリカ大豆 影響とビジネス推進要因

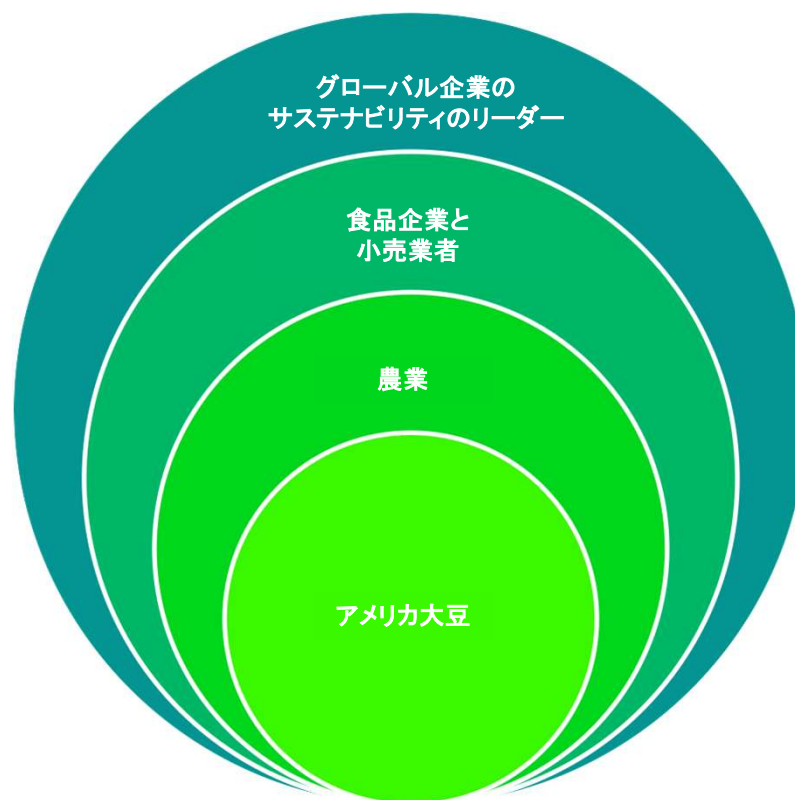
Rosalind Leeck
アメリカ大豆輸出協会
北東アジア地域ディレクター



サステナビリティとは何か。

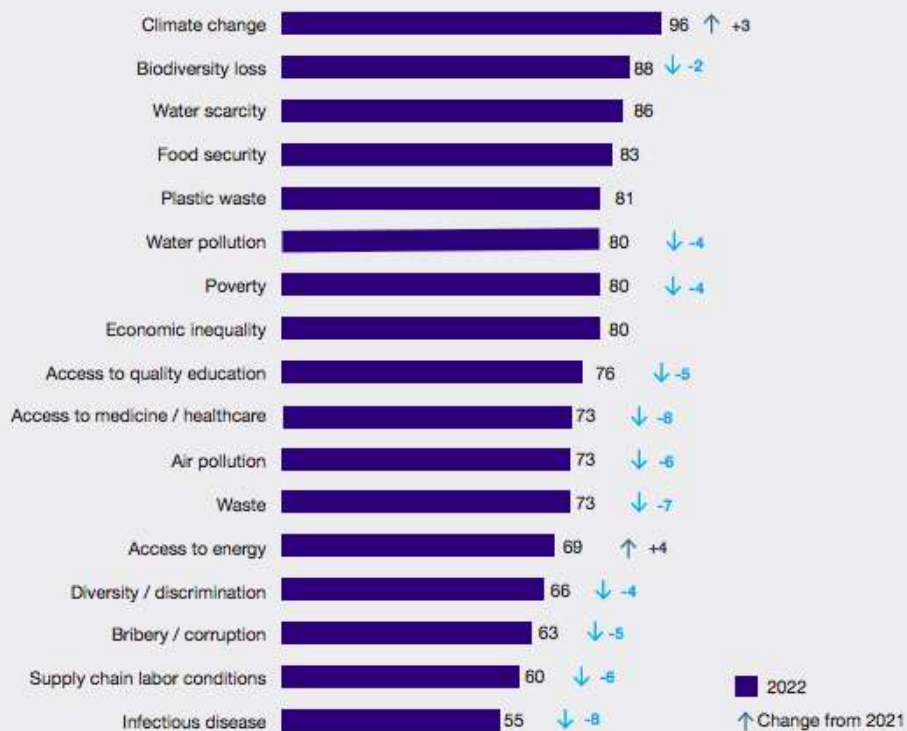


食糧と農業のバリューチェーンにおける サステナビリティの視点



企業のサステナビリティ・リーダーの視点

% of Experts, "Urgent" (4+5), 2021-2022



Question: Please rate the URGENCY of each of the following sustainability challenges?

#1
気候変動

#2
生物多様性の損失

#3
水不足



食糧・農業のサステナビリティの傾向

農業

- メタン運動量の構築
- カーボンファームの基盤
- サステナビリティを拡大するステップ

製造と加工

- スコープ3のための協力
- 森林破壊との戦い
- 植物由来の食糧

ブランドと小売業者

- サステイナブルな価格競争
- サステイナブルなラベル付けの戦場



マテリアリティ(重要課題) 評価とSDGs

SSOY
Delivers Solutions

USSEC

米国大豆のサステナビリティのためのマテリアリティ評価のアップデート

マテリアリティ評価の結果は、サステナビリティ報告、マーケティング・コミュニケーション、長期的戦略計画のための資産ですが、関連性を確保するため定期的に更新する必要があります。

背景

- ・ 2019年、USSEC(アメリカ大豆輸出協会)は、アメリカ大豆のサステナビリティのためのマテリアリティ評価を実施しました。
- ・ マテリアリティは、ある問題が組織にもたらす重要性和影響を決定して、ビジネスリスクと機会を特定します。マテリアリティは、サステナビリティ戦略、目標設定や報告を周知します。一般に、マテリアリティ評価は土台として実施され、2~5年毎に更新されます。

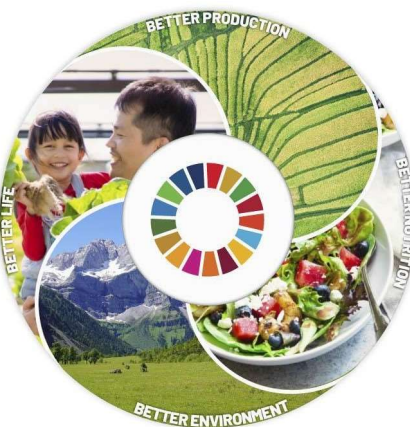
米国大豆のサステナビリティのためのマテリアリティ・アップデートの目標

- ・ アメリカ大豆にとって重要なサステナビリティの側面に関するステークホルダーの優先順位を、将来を見据えた視点で更新します。
- ・ アメリカ大豆のサステナビリティの側面に関するステークホルダーの優先順位を特定します。
- ・ 国内外のステークホルダーと積極的に関わります。
- ・ アウトプットを利用して、サステナビリティのゴール設定と地域の機会について周知します。

2019年以降、何が変わったか。

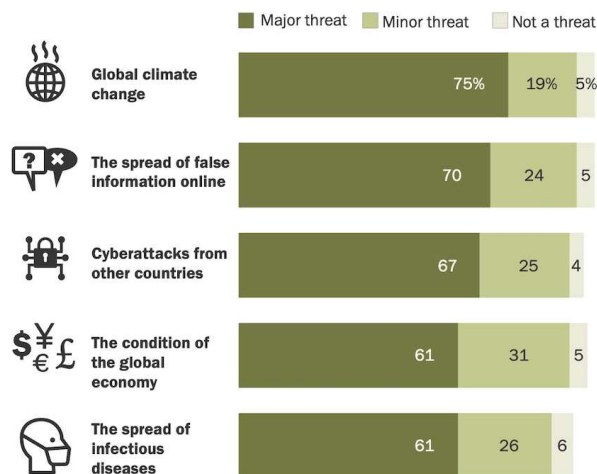


Strategic Framework 2022-31



19ヶ国の4分の3が地球規模の気候変動は 自国にとって重大な脅威だと見えています。

% who say ___ is a major threat, minor threat or not a threat to their country



Note: Percentages are medians based on 19 countries.
Source: Spring 2022 Global Attitudes Survey, Q10a-e.
"Climate Change Remains Top Global Threat Across 19-Country Survey"

PEW RESEARCH CENTER

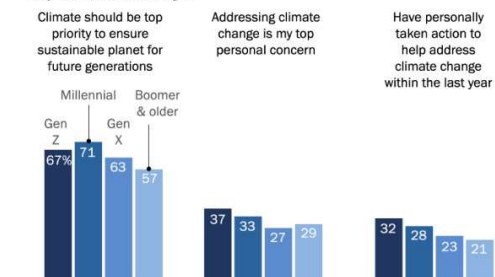
ミレニアル世代とZ世代は気候変動活動家、ソーシャルメディアによる問題への取り組みという点で突出しています。

Majorities of Americans support array of measures to address climate change but stop short of full break with fossil fuels

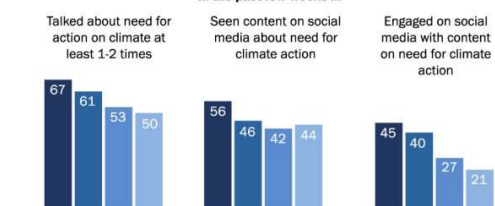
BY ALEC TYSON, BRIAN KENNEDY AND GARY FUNK

Gen Z, Millennials more active than older generations addressing climate change on- and offline

% of U.S. adults who say ...



In the past few weeks ...



Note: Respondents who gave other responses or did not give an answer are not shown. Seen content on social media and engaged with climate content based on social media users. Source: Survey conducted April 20-29, 2021. "Gen Z, Millennials Stand Out for Climate Change Activism, Social Media Engagement With Issue"

PEW RESEARCH CENTER

下流の顧客は、より大きな約束を達成するためにサプライチェーンにさらに深く関与しています。(最近の例)

SUSTAINABILITY

Mars Spending \$1 Billion on Path to Net Zero GHG Emissions

The company is aiming to cut its carbon emissions by roughly 15 million metric tons by 2030 and reach net zero greenhouse gas emissions by 2050.

By — Morgan Smith

Sep 19, 2023

Mars has published its Net Zero Roadmap, which details steps the company will take in its efforts to cut its carbon emissions in half by 2030 from a 2015 baseline and achieve net zero greenhouse gas (GHG) emissions across its full value chain by 2050. To help meet its goals, the company will invest \$1 billion over the next three years.

The roadmap was created in response to an Ipsos survey that found on average 69% of adults across the world's seven largest economies think businesses' focus on tackling climate change should be equal to or greater than tackling economic challenges, as well as the recent release of the UN-backed Intergovernmental Panel on Climate Change's findings that it is "now or never" to take action on climate change to avoid a global disaster.

To achieve Net Zero, Mars will:

- **Transition to 100% renewable energy** by changing how it powers its factories, offices, and veterinary hospitals, and addressing energy used by farmers, how it sources ingredients, and the energy used by retailers
- **Redesign its supply chains to stop deforestation** by enhancing the transparency and traceability of key ingredients
- **Scale up initiatives in climate-smart agriculture** by working with farmers on regenerative agriculture, optimizing sourcing, and switching to renewables
- **Optimize recipes** by developing lower GHG-footprint ingredients for snacks and human-food dishes, as well as alternative proteins for pet food
- **Optimize logistics** by redesigning networks, the type of transport Mars relies on, and the energy sources used
- **Focus on climate action in its business** by including it as a shareholder objective and in variable remuneration plans of senior executives, investment planning processes, its merger and acquisition strategy, and more

Poul Weihrauch, Mars CEO "Companies must be judged – Mars included – on the actual results we deliver against our climate plans, not just the scale of the commitment we make – just as we are judged by our boards and investors on the delivery of financial results, not the quality of our financial forecasts."

Source: ProFoodWorld



アメリカ大豆のサステナビリティに関する重要な側面

環境	社会	経済
Greenhouse Gas Emissions (lbs. CO ₂ e)	Labor Practices and Safe Working Conditions (i.e., Occupational Health & Safety, Training & Development)	Market Presence (i.e., market access, share of national and global markets and market outlook)
Energy Management (i.e., direct and embedded energy to produce crop and crop inputs)	Human Rights (i.e., Non-discriminatory, Child Labor, Forced Labor)	Economic Performance (i.e., direct economic value generated)
Water Management (use, types, quality)	Society (i.e., Anti-corruption and Anti-competitive behavior)	Indirect Economic Performance (i.e., enhancing skills and knowledge in a geographical region, economic impact of improving social or environmental conditions)
Soil Health/Carbon Sequestration (conservation of soil, adding more C than use, sequester CO ₂ from atmosphere)	Product Safety, Quality and Nutrition (i.e., Safety, Compliance, Health Benefits)	2019 Interview Asked: <ol style="list-style-type: none"> Rate aspects in IMPORTANCE, as either Low, Medium, or High importance as you think about U.S. SOY. Rate U.S. Soy's Ability to IMPACT these environmental aspects (Low, Medium, High). Three MOST and two LEAST important aspects? Both TODAY and for 5-10 YEARS from now. For update: <ol style="list-style-type: none"> Anything missing?
Land Use (not expanding crop production into marginal lands)	Investment in Global Agricultural Development (i.e., programs like WISHH – the World Initiative for Soy and Human Health)	
Biodiversity (i.e., wildlife habitat, pollinators and integrated pest management, cultivated and non-cultivated areas)		
Deforestation (achieving zero net deforestation OR positive forestation)		

「15のサステナビリティ要因を全て一緒に考えると、アメリカ大豆がインパクトを持つ最重要分野は何でしょうか。」

External Stakeholders

Item	Overall Rank	Rank Distribution	Score
GREENHOUSE GAS EMISSIONS (lbs. CO ₂ e)	1		186
PRODUCT SAFETY, QUALITY AND NUTRITION (i.e., Safety, Compliance, Health Benefits)	2		122
[Redacted]			102
MARKET PRESENCE (i.e., market access, share of national and global markets and market outlook)	4		86
WATER MANAGEMENT (use, types quality)	5		75
ECONOMIC PERFORMANCE (i.e., direct economic value generated)	6		69

Note: "Score" is a weighted calculation based on the sum of weighted values, i.e. the number of respondents ranking that item as first, second, third, etc.

Legend: Green = Lowest Rank, Blue = Highest Rank

U.S. Soy Internal Stakeholders

Item	Overall Rank	Rank Distribution	Score
SOIL HEALTH/CARBON SEQUESTRATION (conservation of soil, adding more C than used, sequester CO ₂ from atmosphere)	1		46
MARKET PRESENCE (i.e., market access, share of national and global markets and market outlook)	2		39
PRODUCT SAFETY, QUALITY AND NUTRITION (i.e., Safety, Compliance, Health Benefits)	3		37
GREENHOUSE GAS EMISSIONS (lbs. CO ₂ e)	4		33
ECONOMIC PERFORMANCE (i.e., direct economic value generated)	5		29
INVESTMENT IN GLOBAL AGRICULTURAL DEVELOPMENT (i.e., programs like WISHH – the World Initiative for Soy and Human Health)	6		23
WATER MANAGEMENT (use, types quality)	7		23

External stakeholders are looking for the *result* of **GHGe reduction** – U.S. Soy Family is focused on *farm practices* to reduce GHGe.

External Stakeholders prioritize **Product Safety, Quality and Nutrition...** as do U.S. Soy family respondents

U.S. Soy family ranked **Market Presence** of particularly high priority for continued action by U.S. Soy – “table stakes”

アメリカ大豆の優先順位と持続可能な開発目標 (SDGs)



SDG 2.4

「2030年までに、生産性と生産性を向上させ、生態系の維持を支援し、気候変動、異常気象、干ばつ、洪水、その他の災害への適応能力を強化し、土地と土壌の品質を段階的に改善する強靱な農業慣行を導入する持続可能な食料生産システムを確保する。」





カーボン・フットプリント (二酸化炭素排出量)

**SOY**
Delivers Solutions

**USSEC**



データ生成方法論



- 気候変動
- オゾン層破壊
- 人体への毒性
- 生態毒性
- 粒子状物質
- 電離放射線
- 光化学的オゾン生成
- 酸性化
- 富栄養化
- 土地の使用
- 水の利用
- 資源の利用

飼料のためのFAO-LEAP指針との整合性は
LCA飼料データベースとの統一性と品質を保証します。



GFLIデータの活用方法

- ベンチマーキング、ホットスポット分析、シナリオ分析
- より持続可能な飼料と動物性タンパク質のためのイノベーションを推進する。
 - ビジネスリスクを軽減し、差別化して売上を増加する。
- スコープ3排気目標を達成する。
 - 動物性タンパク質の影響の50~80%は飼料による。
- 企業の内部プロセスを改善する。
- 透明性があり調和のとれた方法論を使用して計算したデータに基づく自社の実績のマーケティング・コミュニケーション
 - 検証(グリーンクレーム=環境訴求)
- 学術的およびその他の調査研究

*GFLIデータを市販のツールに組み込むことが年間定期購入することで可能になります。



GFLI データからビジネス価値を引き出す。

飼料配合成分用
GFLI データを
活用する。

ライフサイクル研究
またはソフトウェア
ツールとGFLI データ
*を統合する。

飼料と動物性タン
パク質の地域フッ
トプリントを
定義する。

影響を軽減する
機会を特定する
(シナリオ分析)。

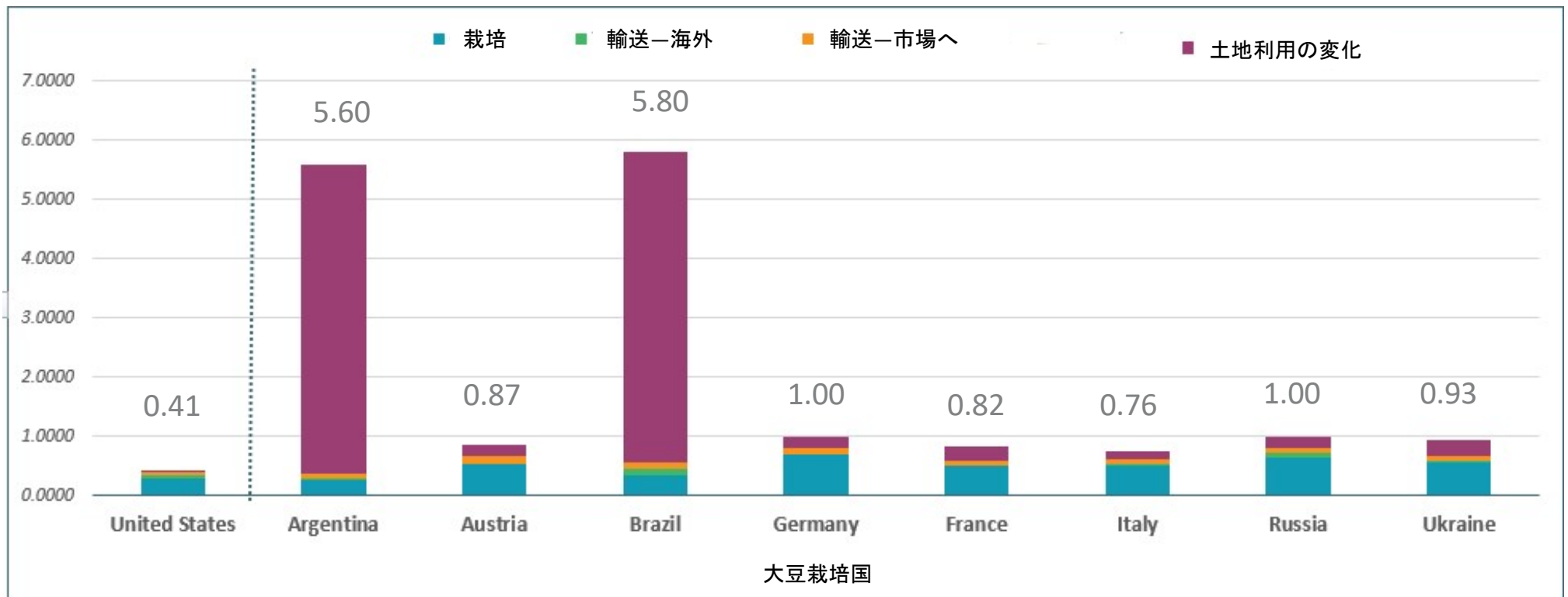
飼料と動物性タン
パク質の持続可
能性のイノベー
ションを実現する。

インパクト低減
結果を発信する。

* LCA に関する FAO LEAP ガイドラインを検討し、輸送、飼料工場の加工データ、農場での飼料配合の使用段階（つまり、排泄物を含む動物の命）、包装、および地域のニーズに求められる関連する影響などのデータを範囲内に含めます。

アメリカ大豆のカーボン・フットプリント

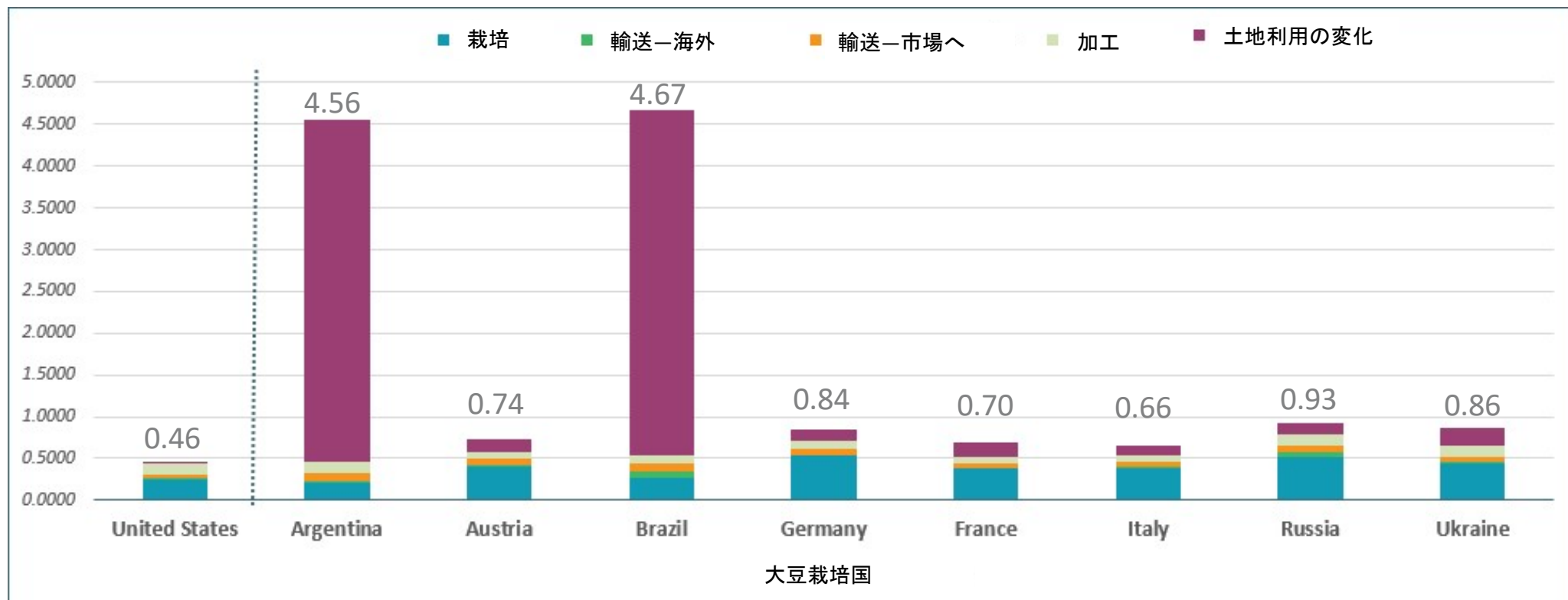
日本市場向け大豆のカーボン・フットプリント(LUCを含む) (kg CO₂-eq/kg大豆)



栽培は国の平均です。特定のサプライチェーンでは、カーボン・フットプリントの結果が異なる場合があります。

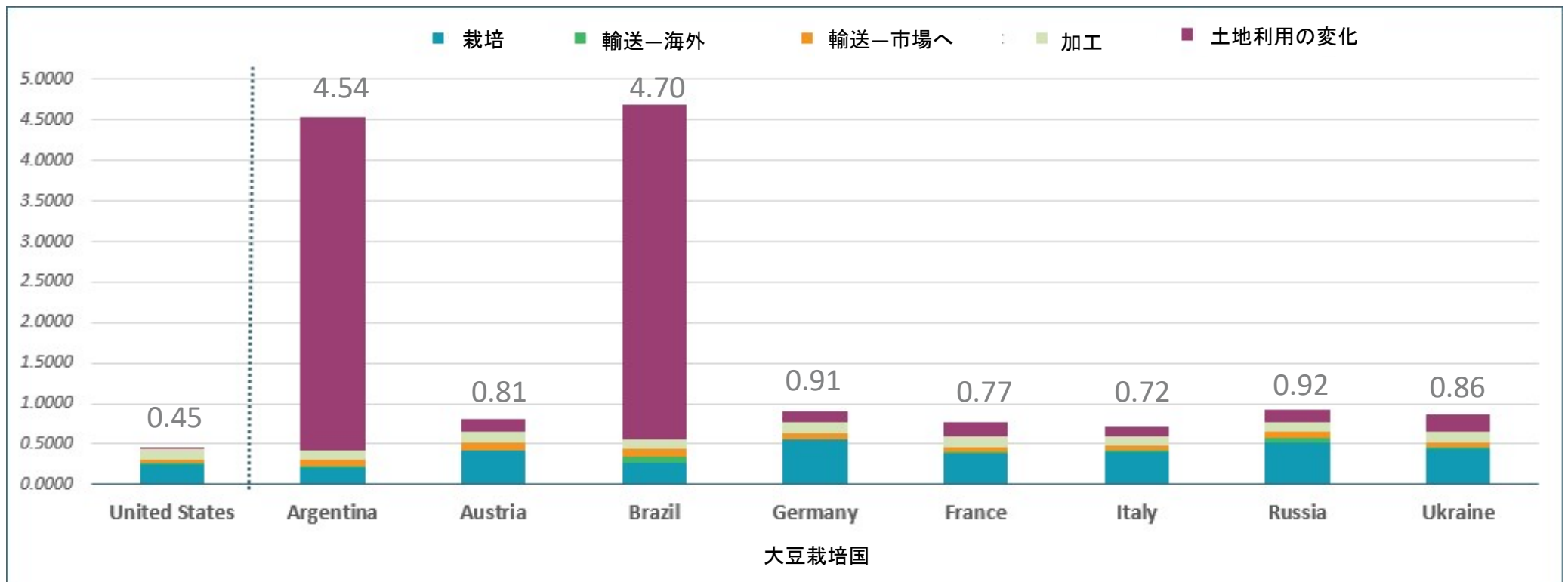
アメリカ大豆粕（目的地で粉砕されたもの）のカーボン・フットプリント

日本市場向け大豆のカーボン・フットプリント（LUCを含む）（kg CO₂-eq/kg大豆）



アメリカ大豆粕(原産地で粉砕されたもの)のカーボン・フットプリント

日本市場向け大豆のカーボン・フットプリント(LUCを含む)(kg CO2-eq/kg大豆)



最少のカーボン・フットプリント



アメリカ大豆は、他の産地の大豆と比べて、カーボン・フットプリントが最少であることを知っていましたか。

We'd like to hear from you

Share your feedback via the email address below.

→ Email newsletters@economist.com

生物多様性、アメリカおよびアメリカの大豆農家の取り組みの実施

BY ABBY RINNE - THURSDAY, OCTOBER 5, 2023

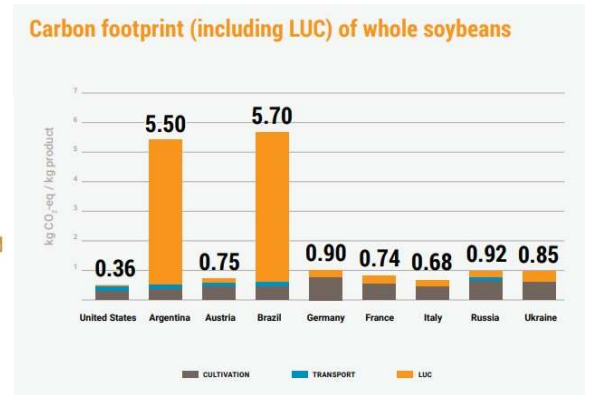
CATEGORY: [GROUND WORK REPORTS](#) [SUSTAINABILITY](#) [UNCATEGORIZED](#)

By Abby Rinne, Director of Sustainability, USSEC

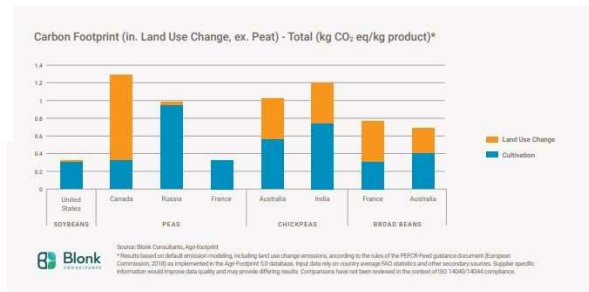
U.S. Soy is rooted in a commitment to biodiversity conservation. Every time international customers opt for sustainable U.S. Soy, with its lowest carbon footprint compared with other origins, they are supporting a comprehensive system of biodiversity efforts.

Every time international customers opt for sustainable U.S. Soy, with its **lowest carbon footprint compared with other origins**, they are supporting a comprehensive system of biodiversity efforts.

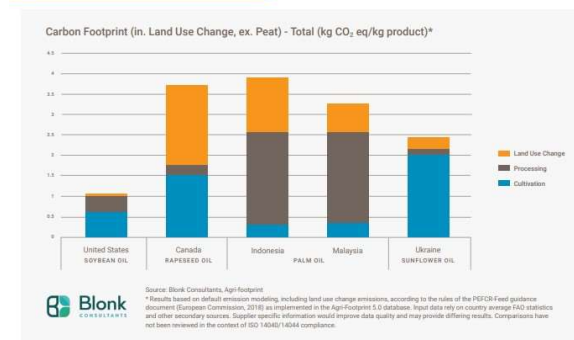
SHARE THIS [Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#)



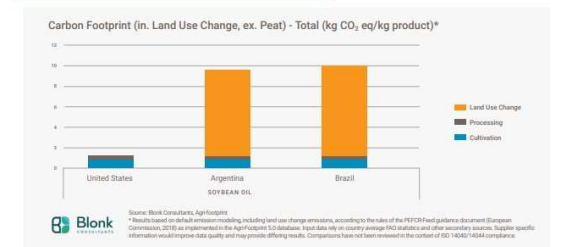
US Soybeans vs. Other Proteins



U.S. Soybean Oil vs. Other Vegetable Oils



U.S. Soybean Oil vs. Argentina & Brazil Soybean Oil





SSAP認証と SUSS認定マーク

SSOY
Delivers Solutions

USSEC

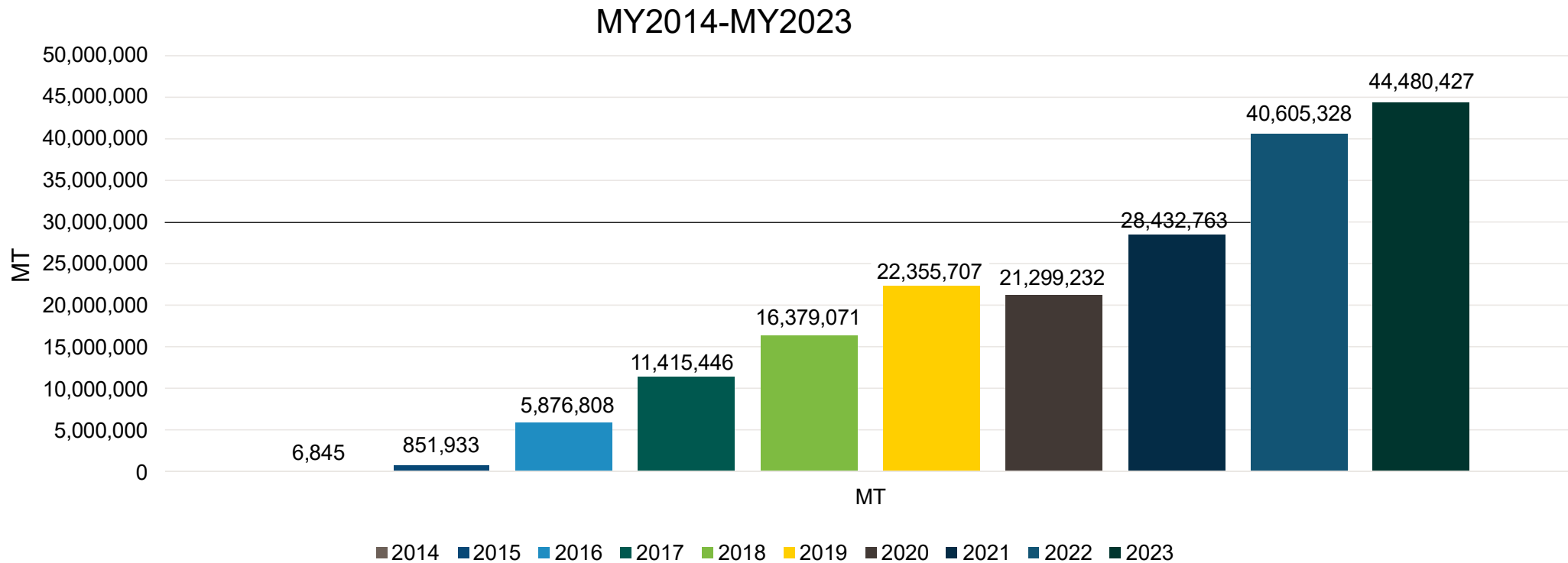
SSAPの主な成果



Silver Equivalency

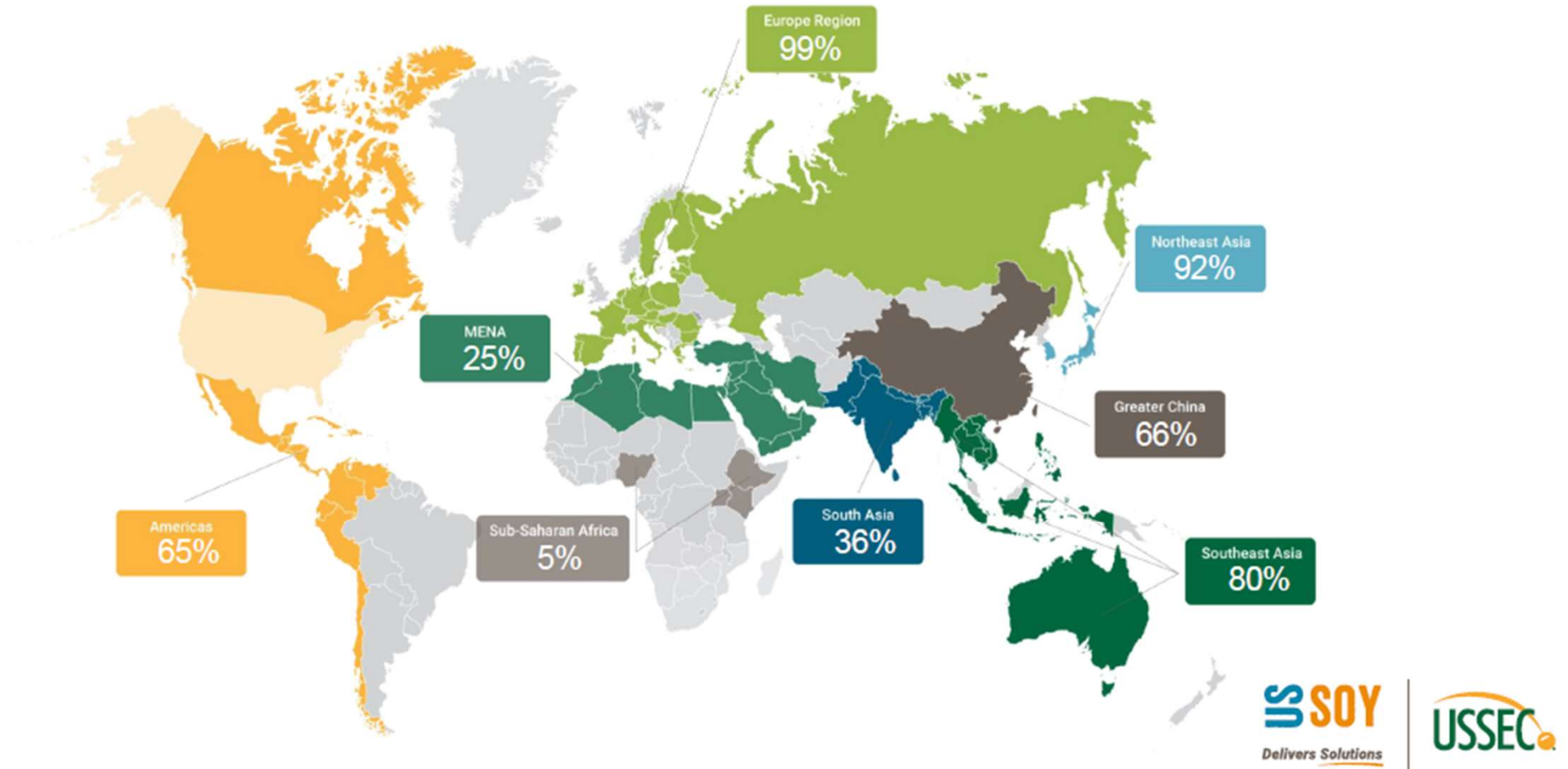


2014～2023モデルイヤーのSSAP出荷量



全輸出品の70%に対して検証が要求された。

アメリカ大豆全体に対する割合としてのSSAP出荷



SUSS/Fed with SUSS 認定マーク





Sajo Daerim
プロテイン・ペースト
韓国



Agropequaria SSK
S.L.R. 卵、
ドミニカ共和国



Proteinol
調理油
メキシコ



Grupo ACI S.A. ティラピア、
コスタリカ






セブン・イレブン
豆腐バー、日本






















18ヶ国
89社
1,079 SKU(ス
tock・キーピン
グ・ユニット)



「商品の差別化」と「持続可能な製品について顧客ニーズに対応すること」は、「SUSS ロゴを使用することによる主な利点」として結び付いていました。

KEY
 Increasing
 Neutral
 Decreasing

ランク	SUSSロゴの利点	期待される利点の傾向	
		現在	将来(5年後)
1	 商品の差別化		 
	 顧客ニーズへの対応		
2	 ブランド認知度の向上		
3	 競争力の維持		
4	 販売や購入の増加		
5	 資金調達および/または市場へのアクセスの改善		

Q. SUSS ロゴを使用することの次の利点を昇順でランク付けしてください。1 は認識される利点がほとんど、またはまったくないことを表し、5 は認識される利点が高いことを表します。これらの利点に対する回答の順序により、SUSS ロゴを使用する際の貴社ビジネスの優先事項に関する洞察が得られます。5 つのオプションをランク付けしてください。

The logo features a stylized orange 'S' icon on the left, followed by the text 'SOY.ORG' in a bold, blue, sans-serif font. The background of the slide is a photograph of a vast green soybean field under a cloudy sky, with a semi-transparent white horizontal band across the middle.

SOY.ORG

USSEC.ORG | USSOY.ORG



While the U.S. Soybean Export Council (USSEC) does not guarantee the forecasts or statements of USSEC Staff or Contractors, we have taken care in selecting them to represent our organization. We believe they are knowledgeable and their presentations and opinions will provide listeners with detailed information and valuable insights into the U.S. Soy and U.S. Ag Industry. We welcome further questions and always encourage listeners to seek a wide array of opinions before making any financial decisions based on the information presented. Accordingly, USSEC will not accept any liability stemming from the information contained in this presentation.

