

# Effects on regional value creation by Stadtwerke in Germany

## ドイツにおけるシュタットベルケを通じての地域価値創造の効果

Oliver Wagner  
オリバー・ワグナー



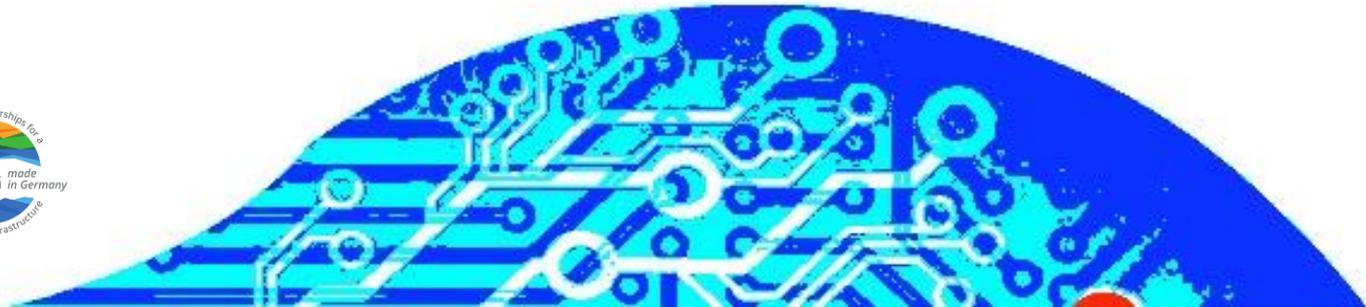
HENNIGKE CONSULT



Supported by:

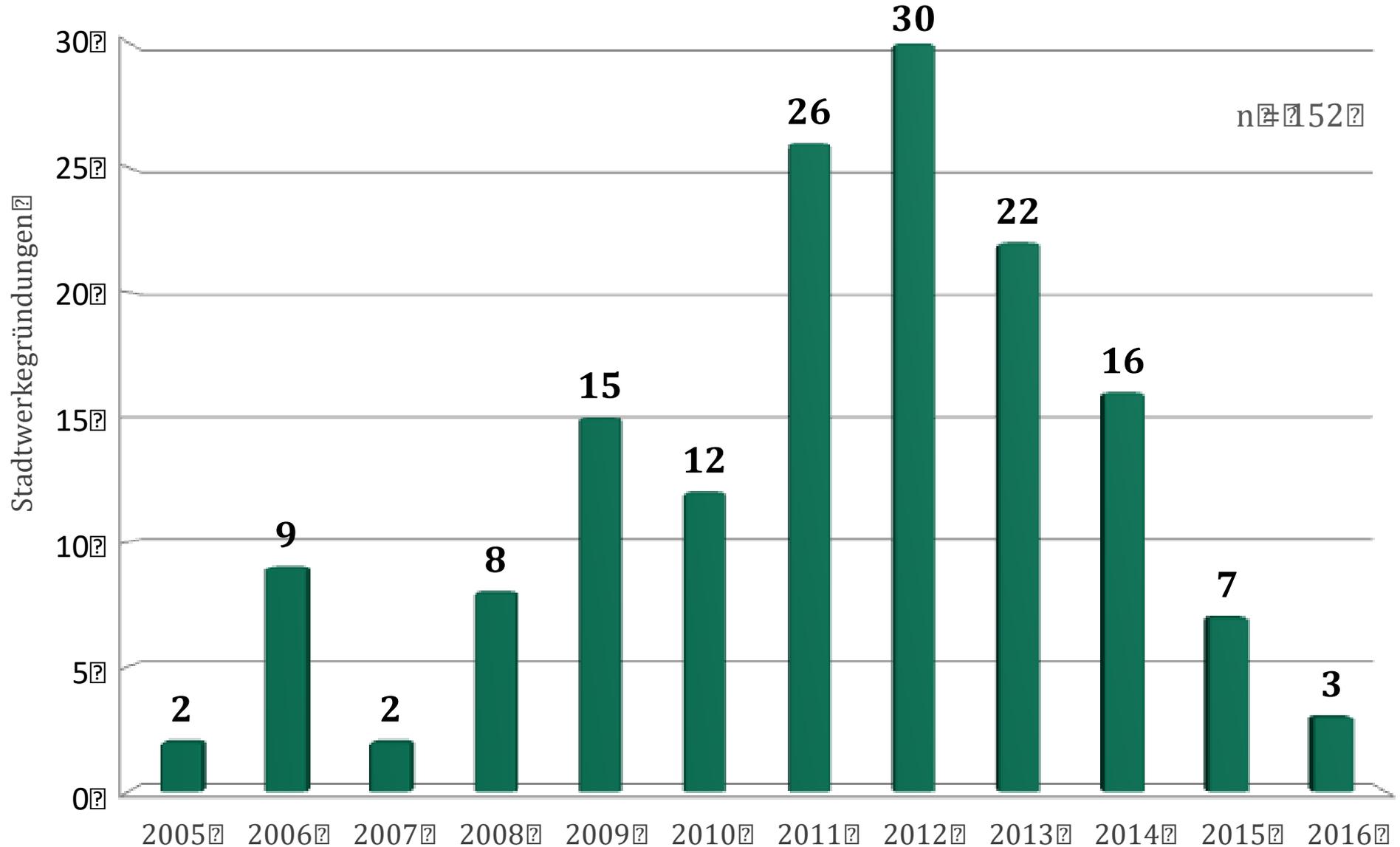


based on a decision of the German Bundestag



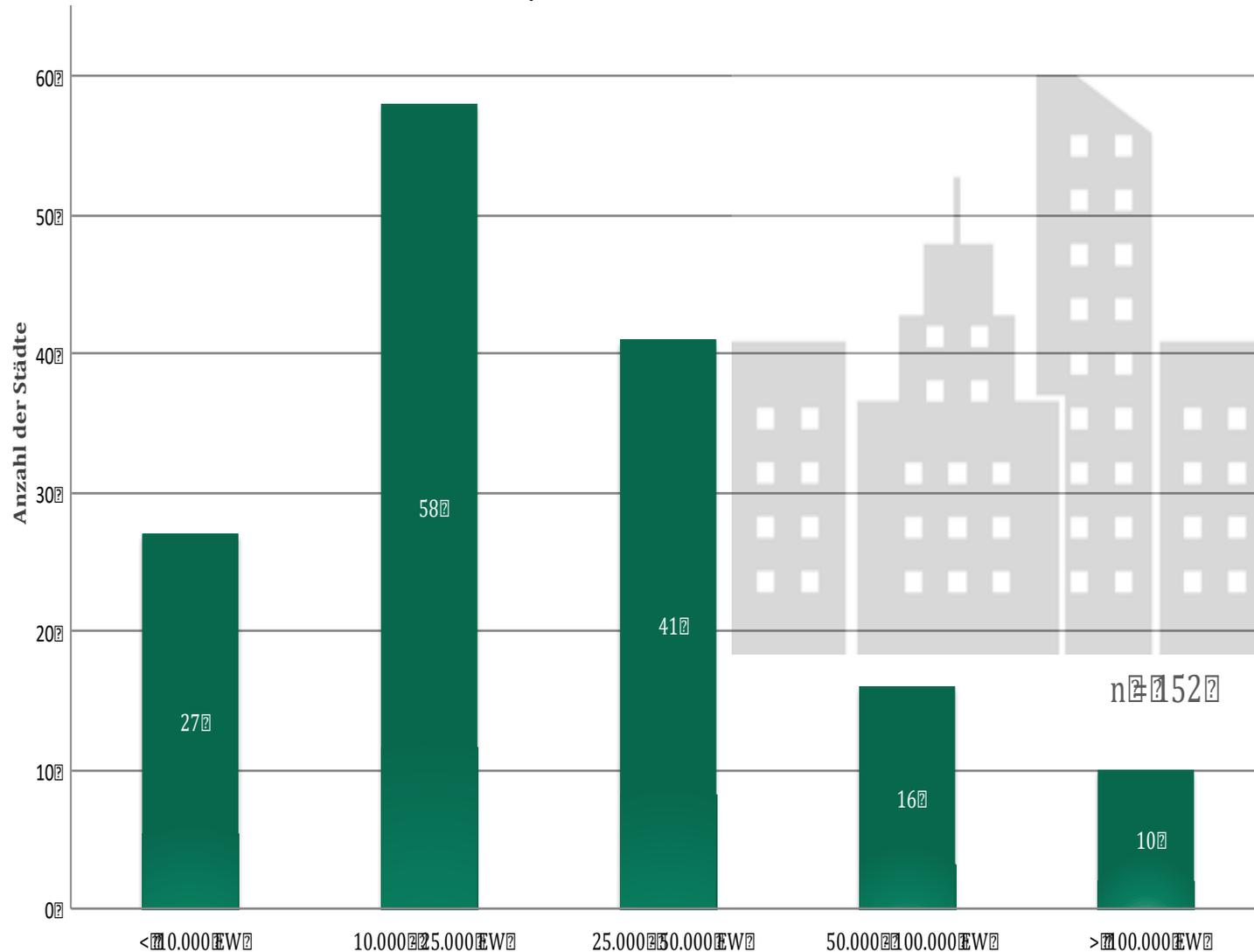
# ドイツにおける公共企業の新設新

ドイツの自治体エネルギー公共企業の推移について」



# ドイツにおける人口クラス別の公共企業の新設

Company formations in small, middle-sized and big cities (including municipal unions and summarized inhabitants)

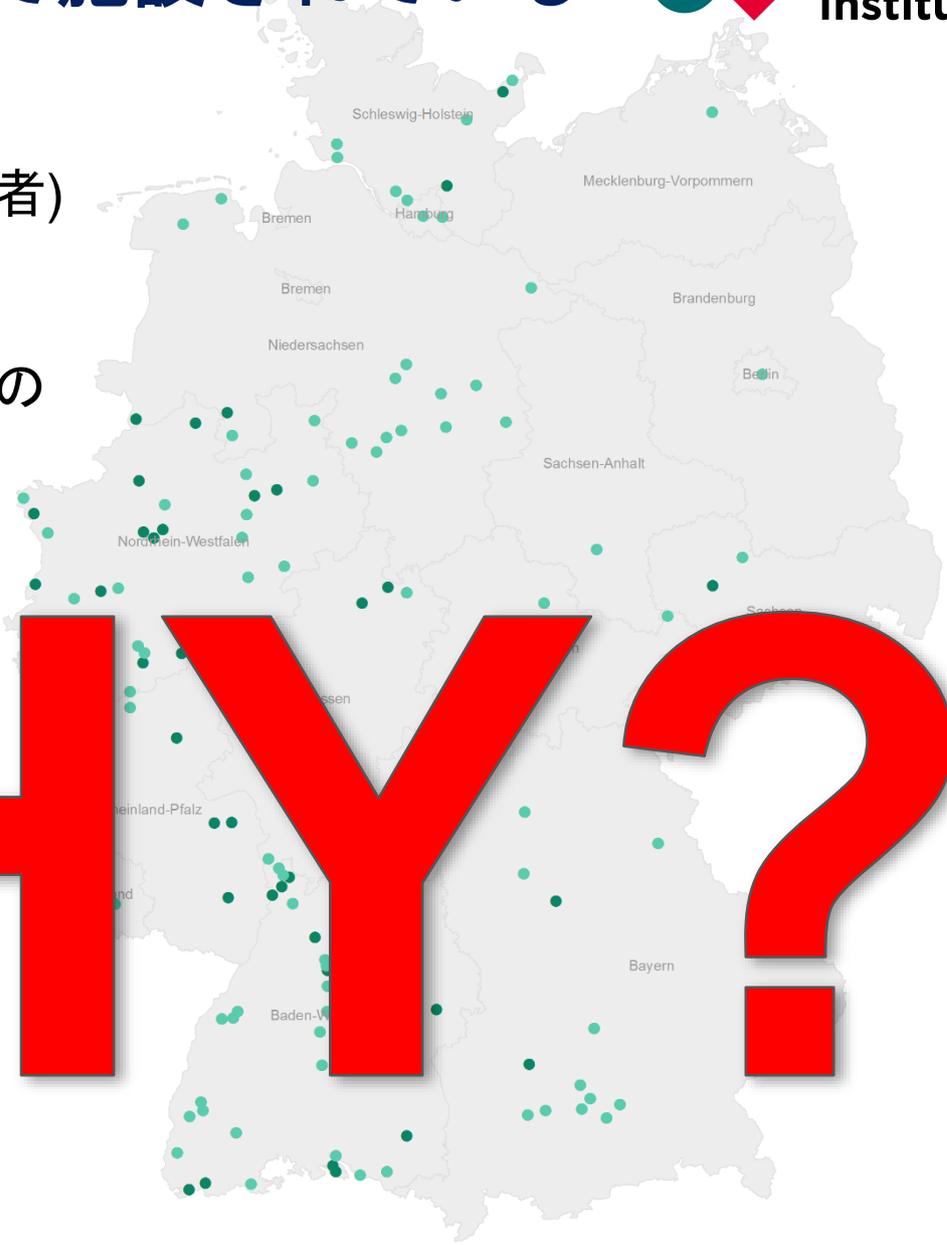


# 152のStadtwerkeはドイツで施設されている

2005年～2016年の間に、152社の  
Stadtwerke＝公共エネルギー供給事業者)  
が発足した。

新設されたStadtwerkeは全体に対しての  
15%に相当する。

# WHY?



# Public Value of Stadtwerke

## Value for the individual citizen

### 個々の市民の価値

Individual benefit of municipal utility.  
This includes, for example:

- ✓ Strong customer orientation / customer proximity with local customer centre
- ✓ Pricing with social responsibility
- ✓ Fair contract partner with advance trust
- ✓ Quick assistance for individual problem situations
- ✓ Quality orientation in the provision of services
- ✓ Pursuit of Corporate Social Responsibility (CSR) approach
- ✓ Enabling broad participation in services / Commitment against energy poverty

## Value for the community as a whole

### コミュニティとしての価値

Social benefit of municipal utility.  
This includes, for example:

- ✓ Transfer of profits and trade tax to the municipal budget as well as granting municipal discount for energy
- ✓ Sponsorship of local initiatives
- ✓ Cross-link for financing public tasks (public transport, swimming pools, etc.)
- ✓ Integration into Local Agenda 21
- ✓ Local political influence and citizen participation
- ✓ Local problem-solving competence
- ✓ Synergies with other communal tasks (e.g. road rehabilitation and broadband expansion)
- ✓ Partner for municipal environmental and climate protection
- ✓ Assistance in the case of natural disasters

## Value for the regional economy

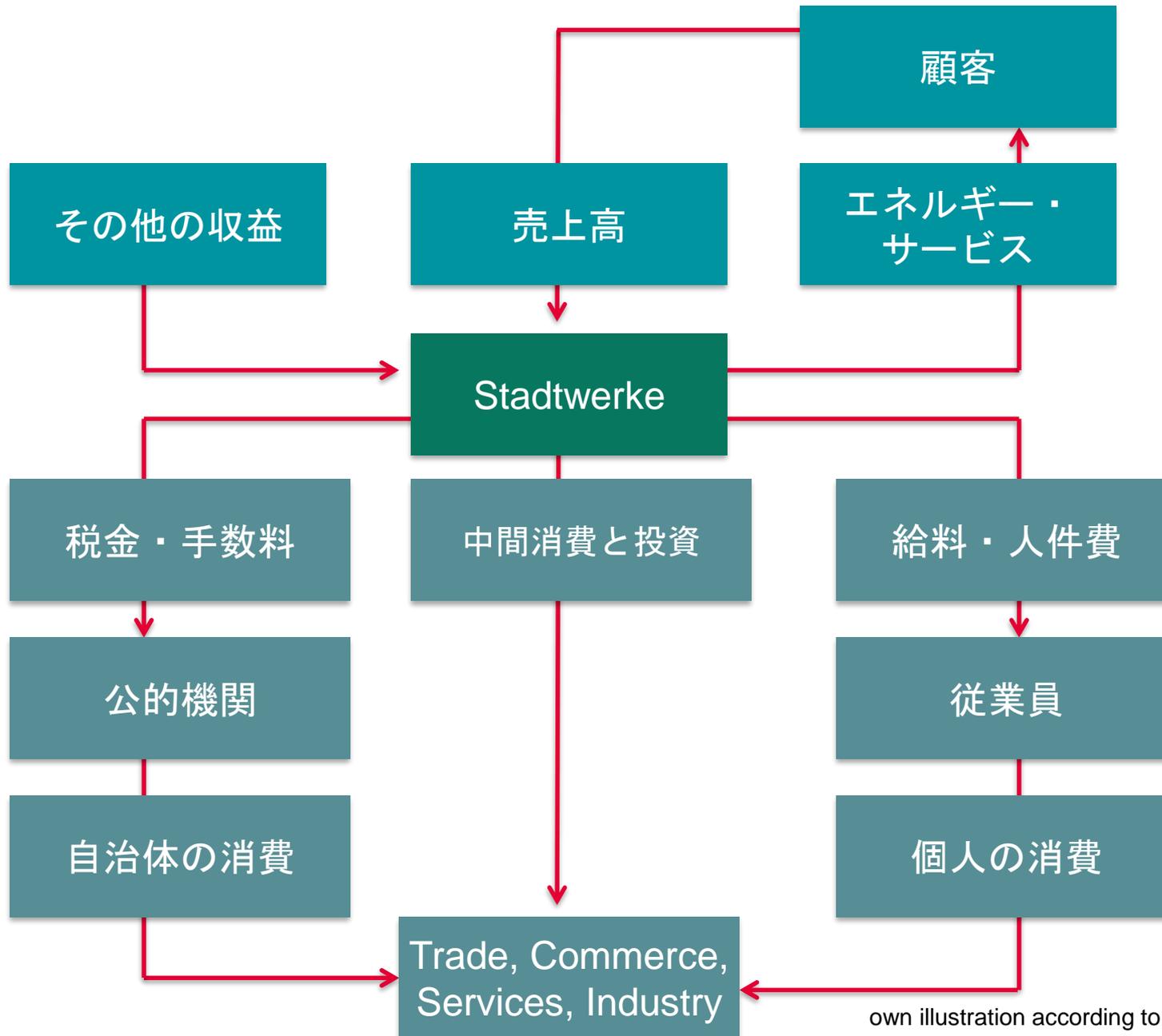
### 地域経済の価値

Economic benefit of municipal utility.  
This includes, for example:

- ✓ High regional value creation effects
- ✓ Creating / securing good local jobs
- ✓ Procurement of companies in the region
- ✓ Reliable partner for local companies
- ✓ Offers to increase the competitiveness of local companies
- ✓ Interest in long-term customer and business relationships with external suppliers and service providers
- ✓ Support for local and regional start-up activities
- ✓ Design of the digital structural change
- ✓ Participation / initiation of municipal / regional business networks

# Determination of the Value Added Effects of Stadtwerke

## 地方公共企業の地域経済付加価値効果の要因



own illustration according to Stadtwerke Erkrath GmbH

# Erkrath(エルクラート)SWの付加価値について

エルクラート市の  
人口 44.500人

Stadtwerke  
100% City of Erkrath

## 51 Cent

エルクラートSWが費やす、  
全ての1Euroの内、  
51Centsが市内に循環する。



## 56 Cent

エルクラートSWが費やす、  
全ての1Euroの内、56Centsが  
地域内に循環する。



地域内の経済付加価値  
は、25,0 million Euro

雇用：84人(フルタイム,正社員に同等)  
(エルクラートSWに直接雇用されている)



エルクラートにて、234人の仕事が創出された。



この地域にて、261の仕事が創出された。



エルクラート市内の経済付加価値  
は、23,0 million Euro

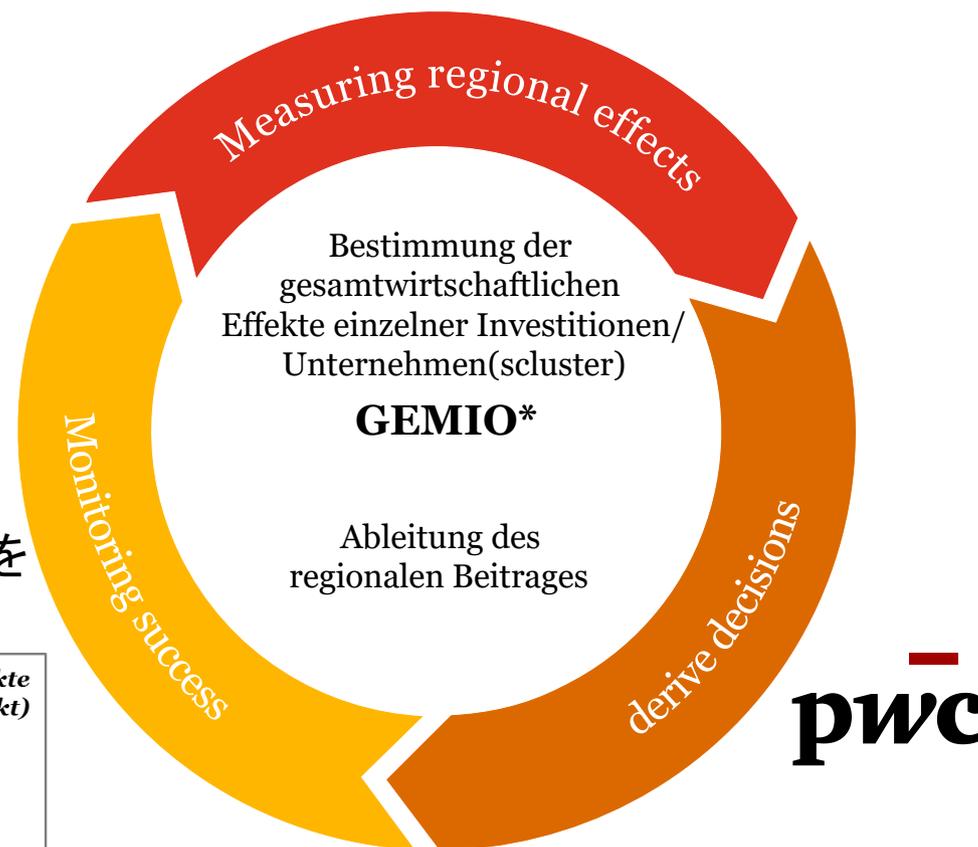
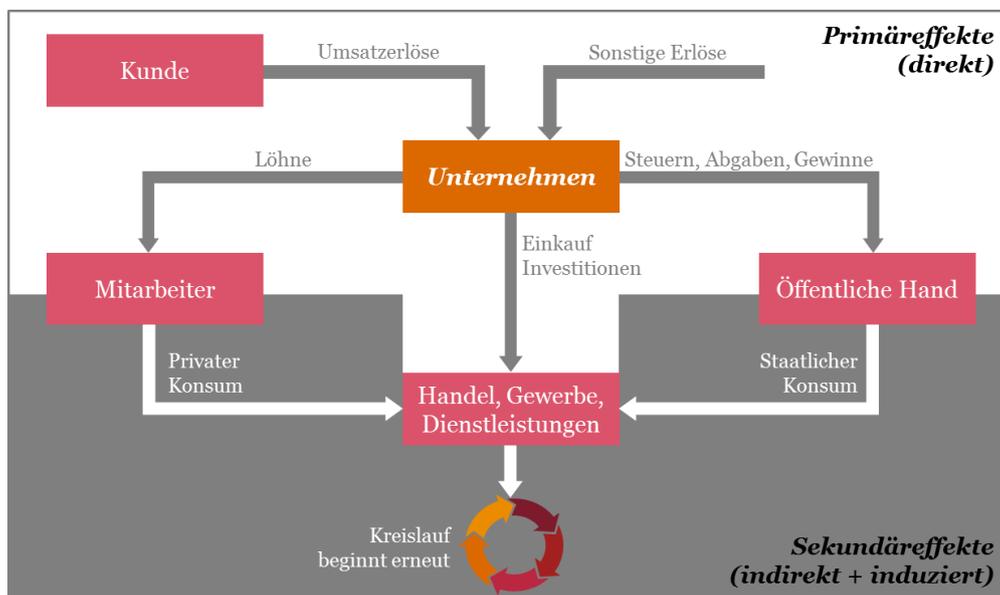
own illustration according to information of der Stadtwerke  
Erkrath GmbH



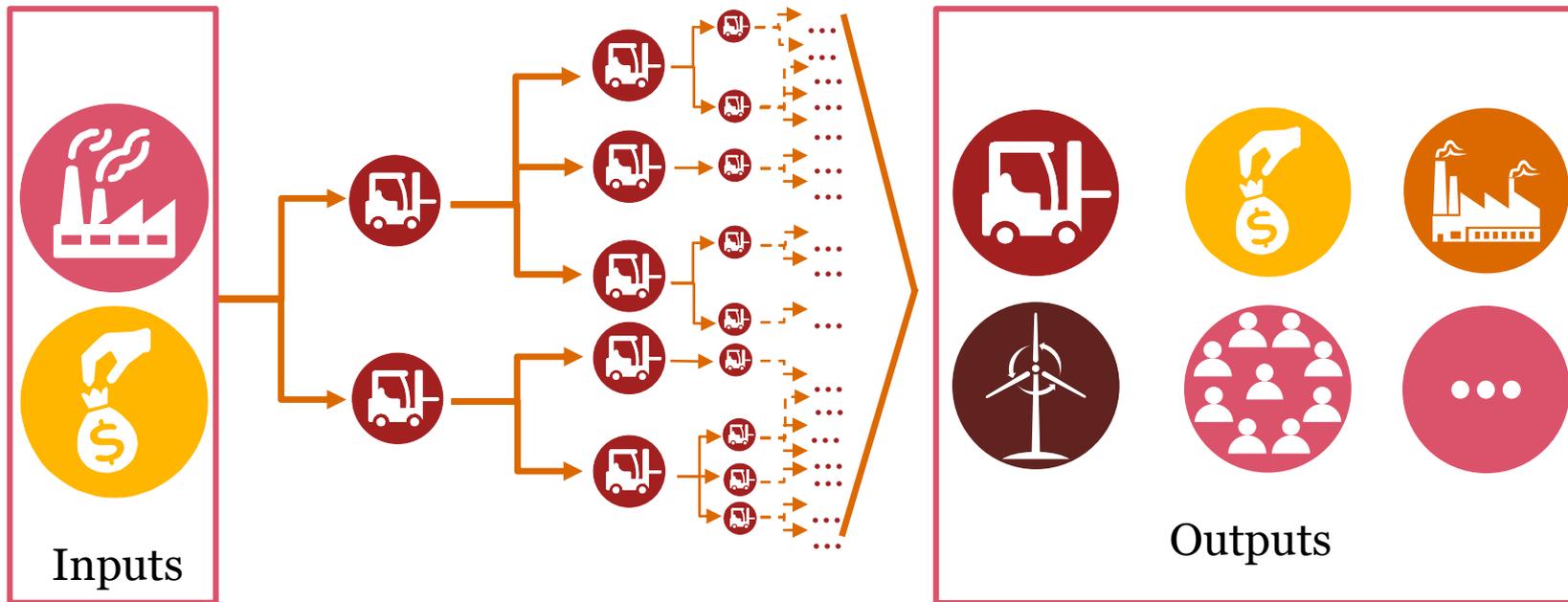
# 地域経済付加価値は投資判断する時の追加的な判断基準になっている

- 地域の企業や従業員にとっての設備投資の効果とは？
- メンテナンスと修理事業はどのように展開されているのか？
- この指標は、地域のイメージの向上に貢献するのか？

PWC社のGEMIOモデルは、地域経済付加価値を学術的に評価する手法である。



\*Input-Output-Modell GEMIO (産業連関分析表GEMIO) : German Economic Model of Inputs and Outputs, 72 Sektoren und 43 Regionen



インプットに  
該当する企業活動:

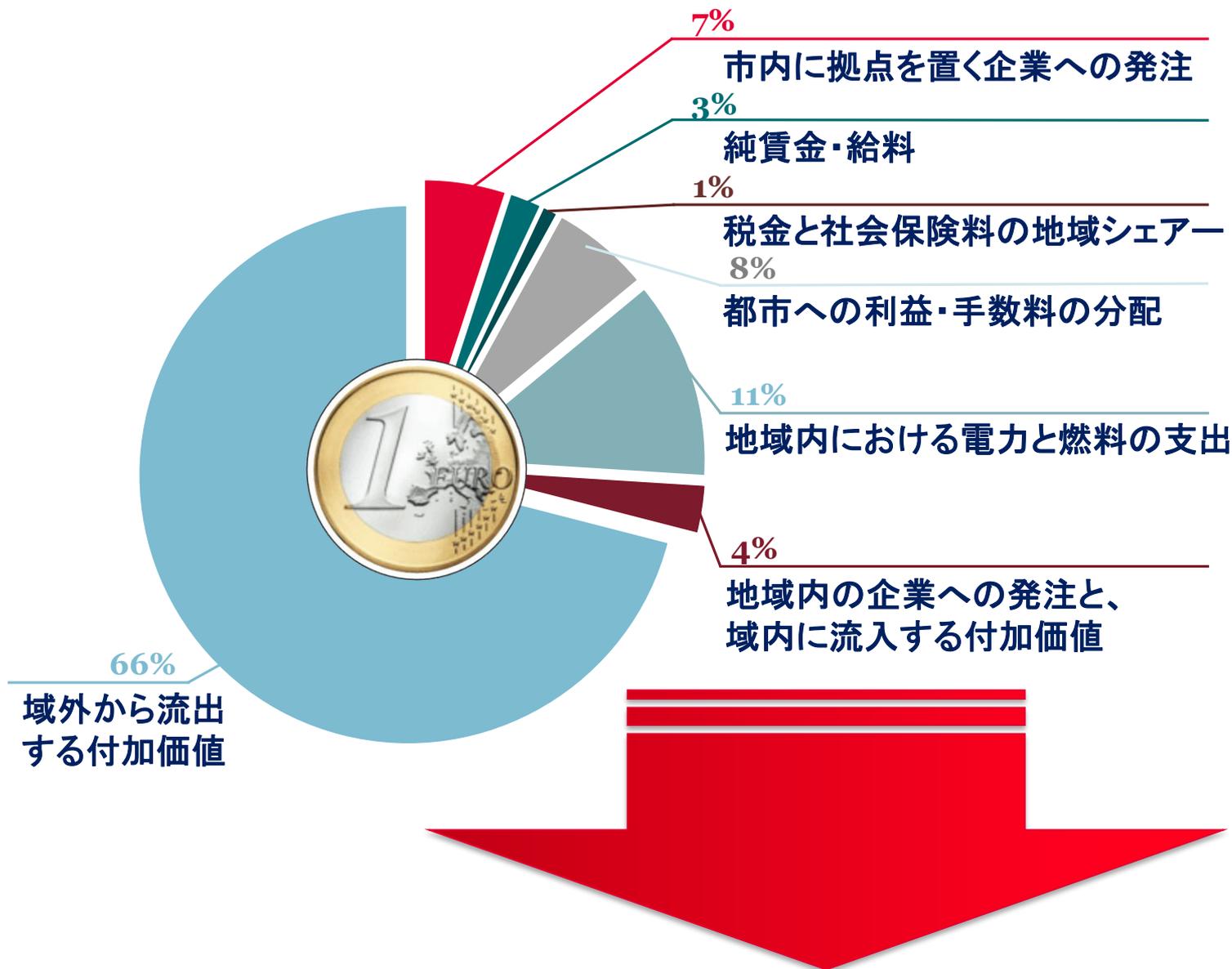
投資 & 需要  
(購入)/年間

経済効果の評価:

直接的\_\_企業活動による直接的効果  
間接的\_\_すべてのインプットの二次効果  
波及効果\_\_賃金労働者による消費の影響

様々な指数の計算:

- ・総付加価値
- ・給料
- ・温室効果ガス排出量
- ・エネルギー使用,消費
- ・雇用
- ・その他



従って、地域で電力のために費やす1ユーロに当たりの34セントが地域内に循環する。

仮説: 知己経済付加価値の創出はStadtwerkeを新設する重要な動機である。

# 新たに創設されたSWのマネージング・ディレクター(役員)対象に行ったアンケート調査結果について

探索的研究アプローチ

152  
new Stadtwerke

122  
In operating business

All were contacted

Online-survey

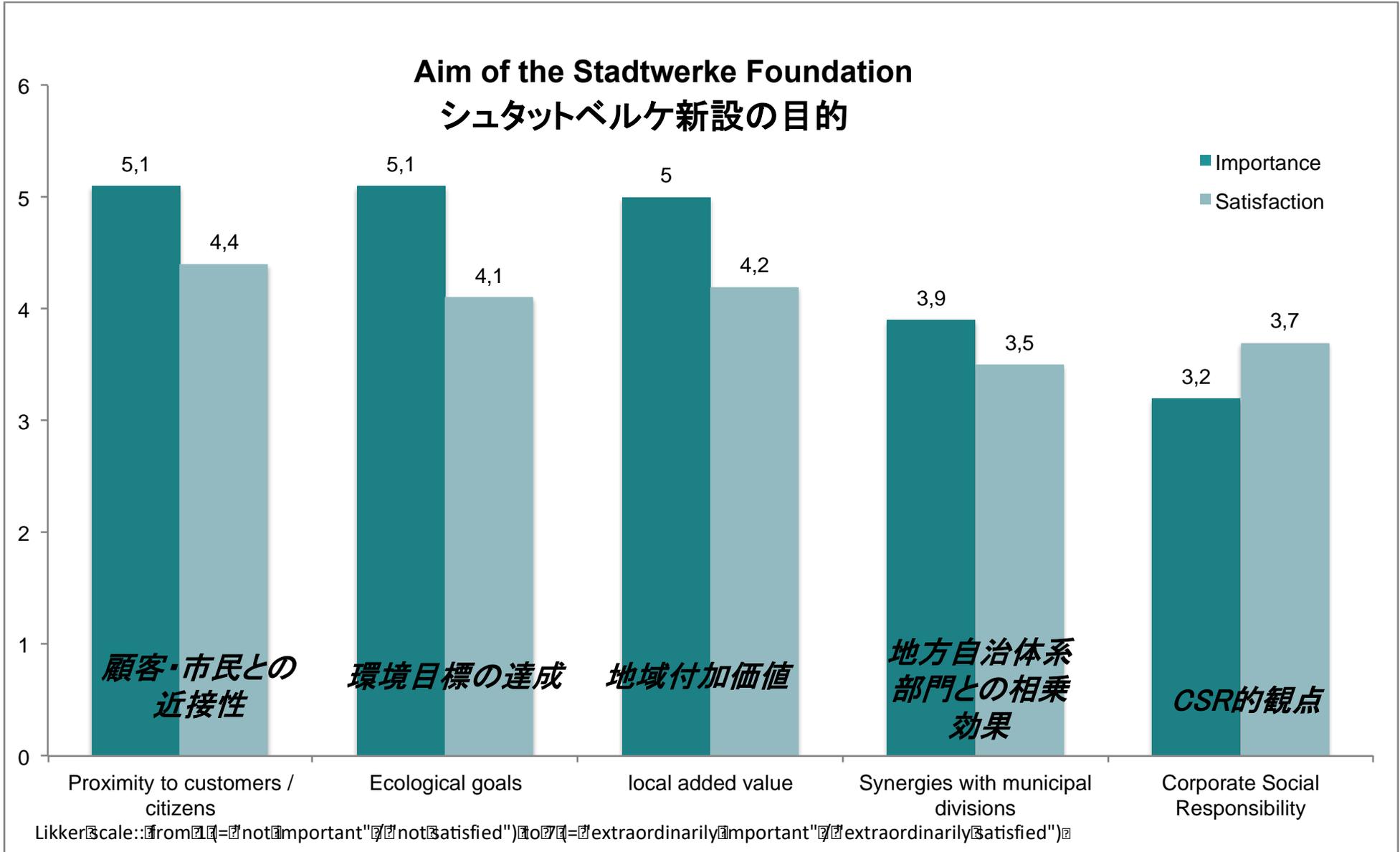
11 answers  
= 9 Procent rate of return

Survey together with  
BLUBERRIES  
Management consultancy  
specialises in surveys

検証的で有効な結果が得られたわけではないが、  
明確な傾向は明らかになった。

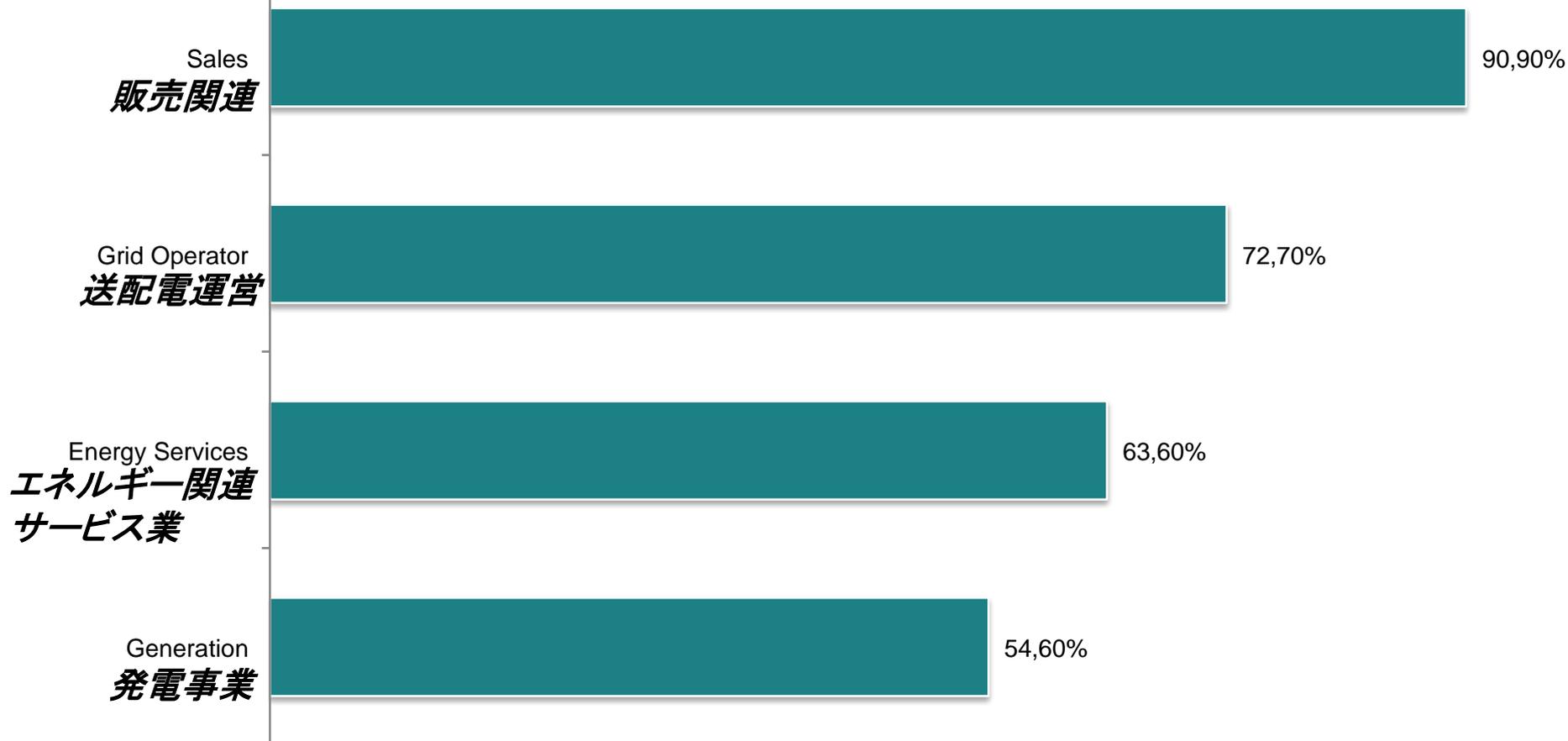
# 新たに創設されたSWのマネージング・ディレクター(役員)対象に行ったアンケート調査結果について

Aim of the Stadtwerke Foundation  
シュタットベルケ新設の目的

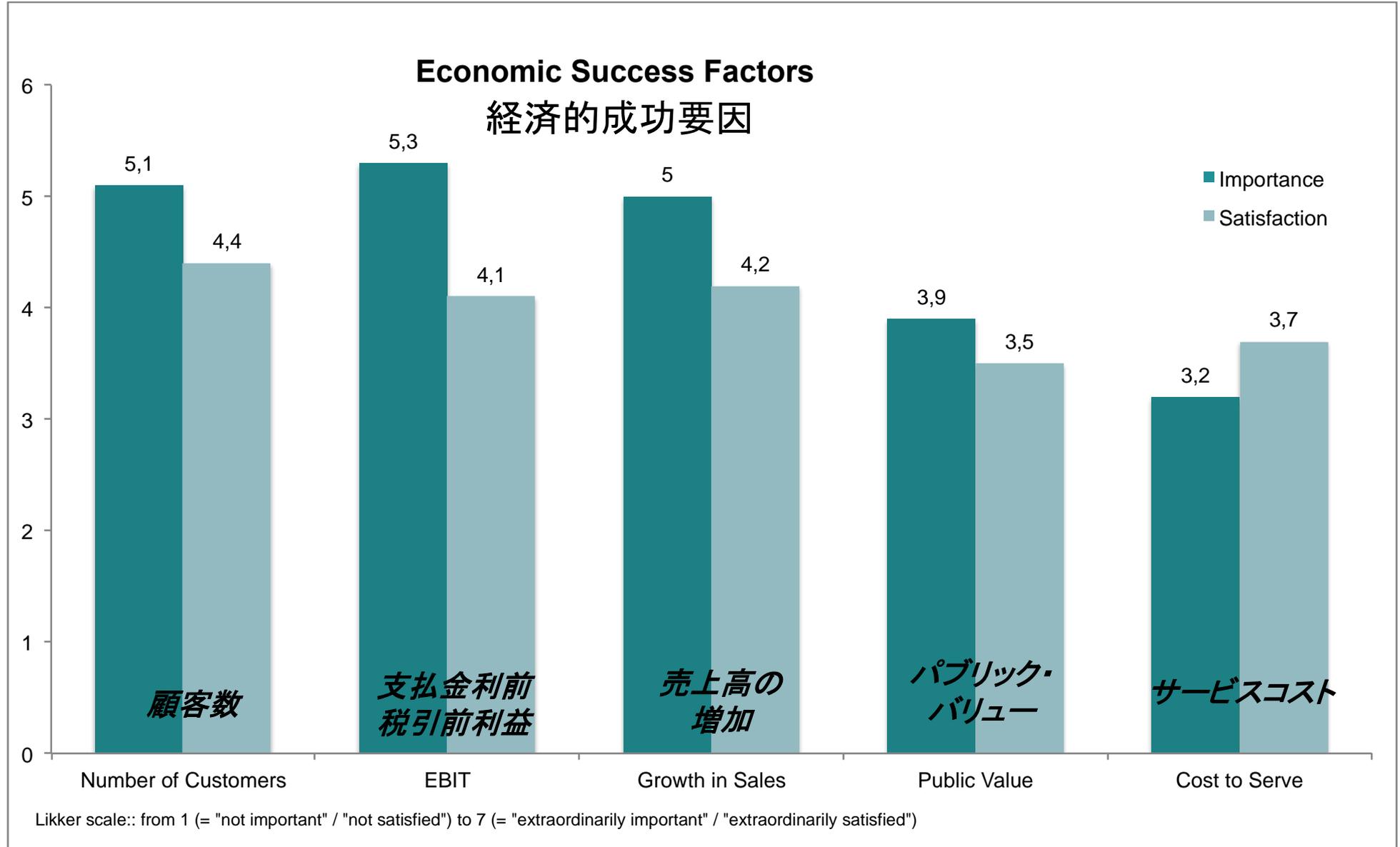


# 新たに創設されたSWのマネージング・ディレクター(役員)対象に行ったアンケート調査結果について

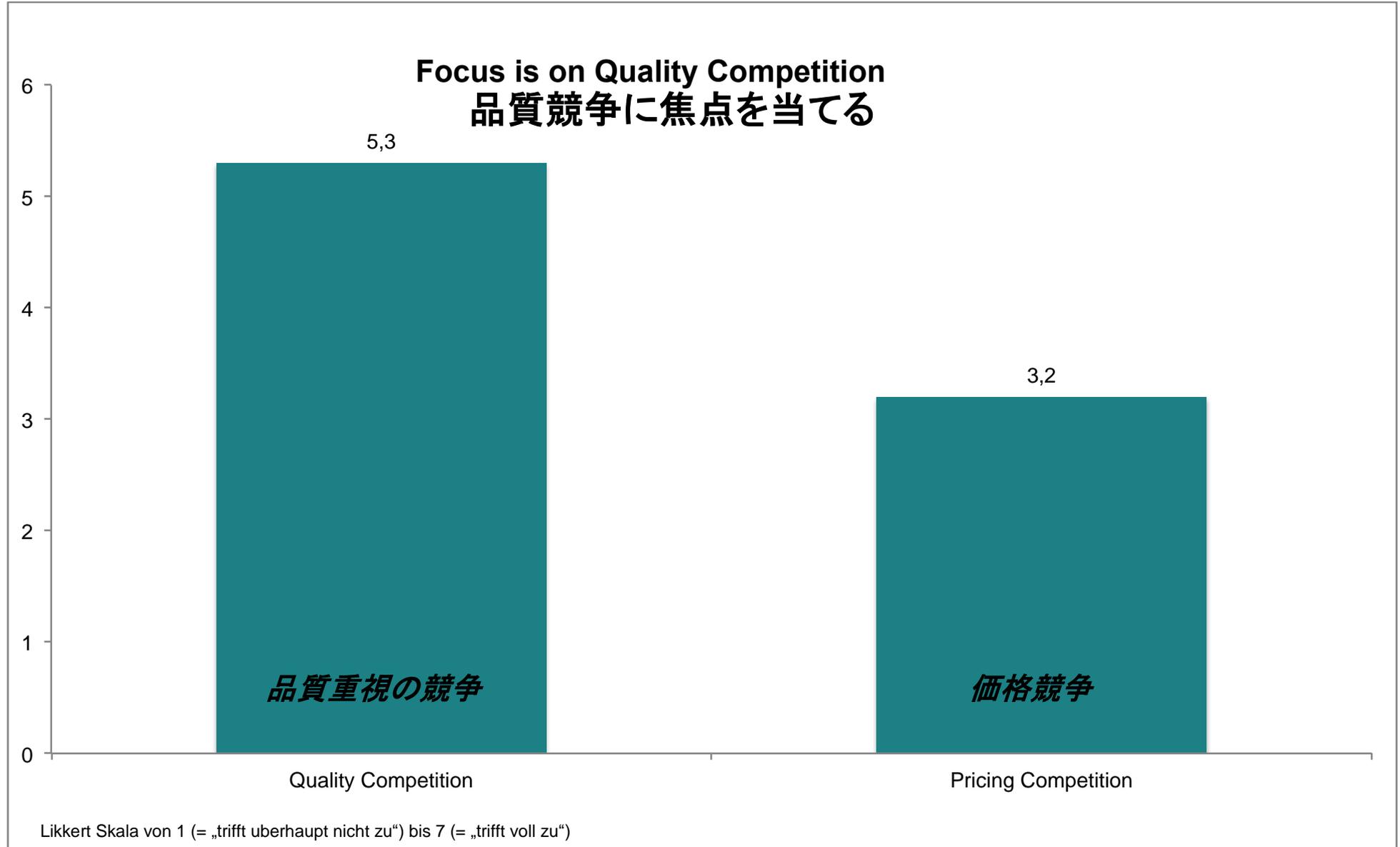
## バリューチェーンに沿った経済的活動 Entrepreneurial Activity along the Value Chain



# 新たに創設されたSWのマネージング・ディレクター(役員)対象に行ったアンケート調査結果について



# 新たに創設されたSWのマネージング・ディレクター(役員)対象に行ったアンケート調査結果について



*Oliver Wagner | [oliver.wagner@wupperinst.org](mailto:oliver.wagner@wupperinst.org)*

**Thank you  
for your attention**

---

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit**



HENNICKE CONSULT

