

【都の成果 その5】

クリーンな低公害トラックの普及を推進

都は 1999 年から、ディーゼル車 NO 作戦の一環として、ディーゼル車を低公害車に切り替えることを提唱してきました。2000 年には、自動車メーカー、スタンド事業者及びユーザー企業などとともに「新市場創造戦略会議」を設置して、極めて低公害な LPG 車・CNG 車の普及促進を図りました。

この結果、過去 4 年間で、都内の LPG 車は約 2.3 倍の 3,888 台に、CNG 車は約 13 倍の 3,048 台へと、飛躍的に普及しました。

都は、早くからディーゼル車の代替に低公害車を提唱

1999（平成 11）年、都は、ディーゼル車から排出される PM の健康への影響に着目し、「現在のままのディーゼル車では、東京での利用に適さない」として、「ディーゼル車 NO 作戦」を開始しました。作戦では、5 つの提案を行っていますが、その 1 つに「代替車のある業務用ディーゼル車は、より低公害な車に切り替える」という提案があります。

国のディーゼル車対策の動きが鈍い中、規制強化と合わせて、いち早く、低公害車の普及を提唱したものです。小型・中型貨物車には、LPG や CNG を燃料とする低公害車の利用が可能なのです。

低公害トラックとしてのLPG車・CNG車

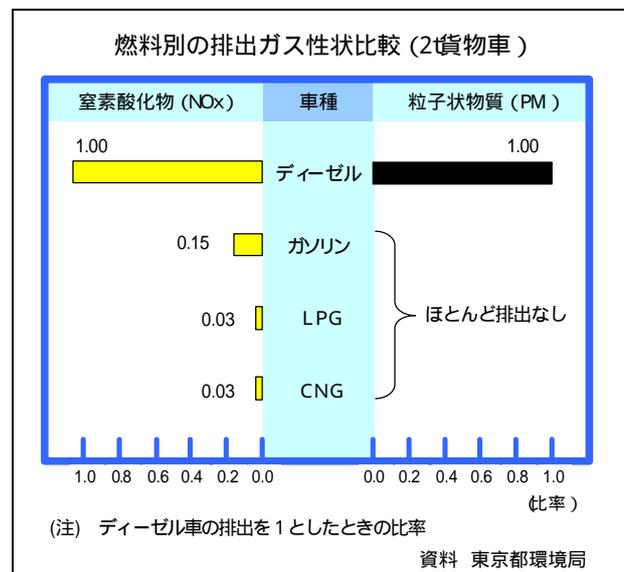
LPG 車は、液化石油ガス（通称プロパンガス）を燃料とし、CNG 車は、家庭に供給されている都市ガスの原料である天然ガスを燃料として走行する自動車です。

LPG 車は、車両や燃料の価格もディーゼル車と遜色ない程度になっています。

どちらも、黒煙や PM をほとんど排出せず、NOx 排出量も極めて少ない低公害車です。

「新市場創造戦略会議」で普及推進

LPG 車・CNG 車の普及に当たっては、これまで様々な公的支援策が採られてきたにもかかわらず、「スタンドが少ないから車を買わない」というユーザー、「車が売れないから多くつくりたくない」というメーカー、「車が増えないからスタンドを増やさない」という燃料インフラ施設関連事業者の三者が「三すくみ」状態になっていて、普及が頭打ちになっていました。



都は、「大量に買う、安く作る、スタンドを増設する」ことで、この状況を打破し、ディーゼル車からの転換など低公害車の普及拡大を図るために、2000（平成12）年、LPG車・CNG車の新たな市場を創造する「新市場創造戦略会議」を事業者とともに設置し、数度に渡る会合を精力的に重ねました。

その結果、200社を超える参加企業の共同取組として、スタンドの増設、メーカーの車両低価格化への計画、ユーザーの低公害車導入計画をまとめるとともに、LPG車・CNG車の普及拡大への取組みを「新市場創造東京宣言」として採択、公表しました。

都環境確保条例で低公害車の導入義務付け

環境確保条例では、都内で200台以上の自動車を使用する事業者に対して、2005（平成17）年度末までに、都が指定する低公害車を一定割合以上導入することを義務付けています。

また、都は、中小企業事業者が低公害車を購入したり、ディーゼル車を最新規制適合車に買い替える際に、融資あっせんや補助金による支援を実施しています。

さらに、2002（平成14）年2月、自動車メーカー各社を都庁に招き、PMやNOxの排出を大幅に削減したトラックの早期開発、販売などを要請しました。

2003（平成15）年2月にも、ディーゼル車メーカーに対して、ディーゼル車買い替え促進やユーザーへの積極的な情報提供などについて、改めて協力要請をしました。



自動車メーカー各社に低公害ディーゼル車開発の要請を行う

一方、ユーザー側においても、運送事業者による都心部での共同配送や宅配事業者における低公害トラックへの積極的な転換など、先駆的な取組が進みました。

このような取組によって、それまで横ばいだったLPG・CNG車は、飛躍的に普及しました。

ディーゼル車NO_x作戦開始以降の推移をみると、1999（平成11）年の都内におけるLPG車登録台数1,723台が、4年後の2003（平成15）年3月末には3,888台と、約2.3倍に増加しました。

同様に、CNG車は、234台が3,048台へと約13倍に伸びています。（台数は、貨物車と特種車の合計車両数）

