

지자체와 NGO가 손을 잡고

문길부

한국의 새천년은 ASEM회의, 한국방문의 해, 2002년 월드컵축구대회등 대규모 국제적인 행사가 이어져 정부 및 월드컵 개최도시를 중심으로 외국관광객들이 한국방문의 3대 불편요소(언어소통불편, 교통문제, 불결한 화장실)중 하나로 지적된 화장실 문화개선에 나름대로 노력하고 있다.

그러나 특정지역을 제외하고 아직 준비단계에 있는 지방자치단체(이하 '지자체')가 많이 있으며 비교적 화장실 문화 개선운동이 활발히 진행되고 있는 지자체는 단체장의 관심도가 매우 높아 직접 점검을 하는 경우가 많으며 지역 NGO의 전폭적인 지원을 받고 있는 것이 특징이다.

정부 또는 지자체에서 부족한 곳에 공중 화장실의 신·개축이 진행되고 있지만 예산

상의 한계로 모든 곳에 설치하는 사실상 어려워 대안으로 제시되는 것이 업체 및 업소화장실등 다중화장실의 자발적인 개·보수를 유도하여 쾌적하고 아름다운 화장실의 문(門)을 개방시키는 화장실 개방운동을 중점적으로 모색하고 있다.

개방운동과 함께 NGO의 도움을 필요로 하는 사항은 사용자들의 공공시설 이용에 대한 의식변화가 필요하기 때문이다.

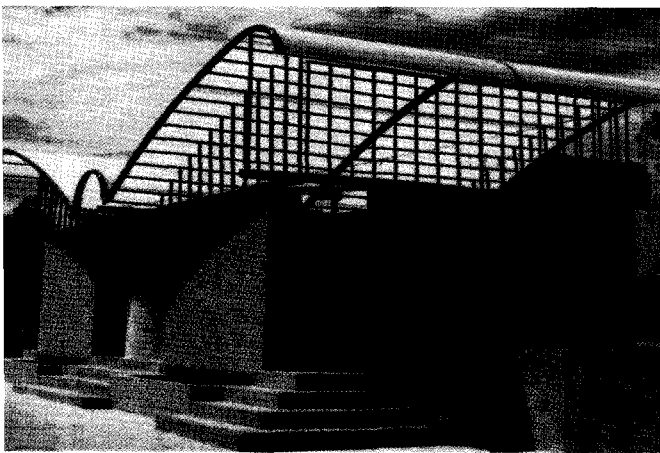
현재 화장실에 낙서는 많이 사라졌지만 "아직도 비품의 도난이나 파손이 의외로 많아 곤혹스럽다."는 것이 실무담당자들의 공통된 의견으로 창피하다고 외면할 일이 결코 아니라고 본다.

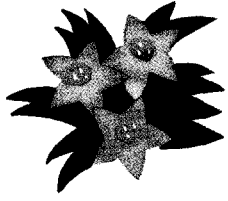
지자체와 NGO가 손을 잡고 시설의 개·보수와 함께 「한줄서기 운동」, 「내집같이 공중화장실 사용 운동」등의 캠페인을 통하여 사용자들의 「공중도덕의식의 회복운동」도 병행하여 추진되어야 한다.

화장실 문화의 개선방안

화장실 마케팅은 이제 도시의 이미지를 바꾸고 업체의 성공을 이끄는 새로운 전략아이템으로 급부상하고 있다.

고속도로 휴게소의 화장실 개선으로 창사 이래 최고의 찬사를 받고 있는 한국도로공사, 화장실에 미술전시회를 유치하여 호평을 듣는 서울의 송파구청, 공공근로인력을 성공적으로 활용하여 어린이집 화장실 개선으로 학부모들에게 극찬을 받고 있는 경기도 안양시 등이 대표적으로 성공한 사례로 꼽히고 있다.





“아직도 비품의 도난이나 파손이 의외로 많아 곤혹스럽다”는 것이 실무자들의 공통된 의견으로 공중도덕의식회복 캠페인이 필요하다.

특히 수원시, 전주시, 김천시 등은 공중 및 다중화장실을 개선하여 도시전체의 이미지를 바꾸겠다는 「종합추진계획」을 세우고 실행하고 있어 새롭게 화장실 문화개선을 계획하고 있는 지자체에 좋은 참고자료가 될 것으로 판단되어 요약하여 정리해 본다.

우수화장실의 설정방안

시민들이 많이 이용하는 공중 및 다중화장실을 개선하여 외래인에게 깨끗하고 청결한 화장실, 편안하고 쾌적한 휴식공간의 선진화장실 문화를 시민과 함께 만든다는 목표를 세우고 각 시별로 지역의 이미지에 맞는 우수화장실, 모범화장실, 으뜸화장실등 제목을 정하여 선발대회(또는 CONTEST)를 개최하여 선정된 업체 및 업소에 적절한 인센티브를 부여하며 자발적인 참여를 유도하고 있다. (편의상「우수화장실」로 통일함)지역내 공공기관, 학교, 병원, 대형빌딩, 음식점, 주유소등 가정을 제외한 전체 업체 및 업소를 대상으로 하여 매월 1회 정도 2~3개 업체 등을 선정하여 시상하고 있다.

우수화장실 선발대회

선정대상은 매월 초순에 업체 및 업소의 추천을 받아 1차로 담당책임자의 심사를 거쳐 중순경에 심사위원회(5~6명 정도, NGO,

미술분야, 건축분야, 여성분야, 언론분야의 전문가 및 지자체 책임자 등으로 구성)의 심사를 거쳐 하순경에 시상하는 경우가 대부분이다.

주요심사 내용은 청결관리 및 유지상태, 편의시설 및 위생용품 비치상태, 휴식공간(독서, 사색등)으로서의 조성상태, 창의적이고 특색있는 시설 등을 중점적으로 심사한다.

시상내역은 우수화장실에 선정된 사실을 알 수 있게 화장실 입구 또는 내부의 잘 보이는 곳에 「휘장」을 부착하여 주고, 업체 및 업소의 대표자 에게 단체장 명의 감사패 등을 전달한다.

수상업체에 대해서는 지자체에서 지원 가능한 모든 언론매체를 활용하여 적극적으로 홍보하는 것이 중요하며 기타 지역실정에 맞는 혜택을 부여하는 것이 좋다.

예를 들어, 관리주체자의 자부담을 원칙으로 하되 재래시장등 영세한 곳의 다중화장실 개선에

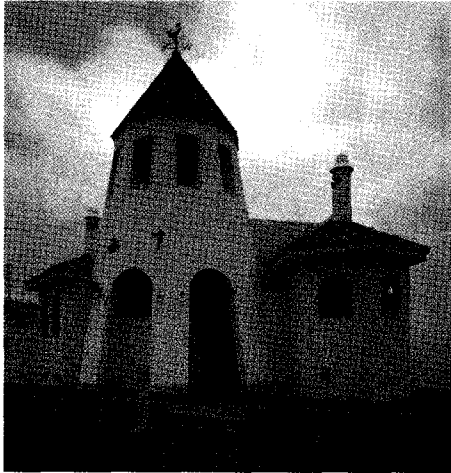
우수 화장실 추천서

신청	상호(명칭)												
장	장명(대표자)												
인	주소	주민등록번호											
시	소재지	(시)											
현	연관관리인	화장실명											
향	면적규모	설치년도											
시	구	대	소	세	매	화	화	미	유	인	위		
구	도	시	군	구	읍	면	리	동	로	가	차	도	기
도	시	군	구	읍	면	리	동	로	가	차	도	기	타
내	남	자	기	대	용	누	차	기	차	차	차	차	차
역	장	에	인										
추	(사유적으로)												
원													
사													
유													

화장실 문화 선진화를 위한 화장실 선발대회
우수화장실 선정대상으로 추천합니다.

신청인 주소(상호): _____ 성명: _____ (인)
 담당자 소속: _____ 성명: _____ (인)

시 장 규 하



50%의 보조금을 지원하고 50%는 저금리로 대출하여 주는 경우(통상, 중소기업육성자금용자) 우수화장실로 선정되어 개방하면 월10만원의 편의용품 구입비 지원과 상·하수도 요금 50% 감면에 쓰레기봉투 등을 무상으로 지원하는 경우, 음식점 등 식품접객업소는 장기적으로 식품진흥기금 등을 저금리로 일정금액을 정하여 융자하는 방안 등 지역실정에 맞는 적절한 인센티브를 지급하고 있다.

책임관리자 지정

화장실문화 개선운동이 활발히 진행되고 있는 지자체의 특징은 단체장의 관심 및 개선에 대한 의지가 높고 각 부서별로 업무분담이 체계적으로 짜여있고, 관련부서별 공중 및 다중화장실에 대한 책임관리가 잘되고 있다는 것이다.

예를들어 청소행정과는 화장실 개선에 대한 추진 및 총괄관리, 공원녹지과는 공원화장실, 체육시설과는 종합경기장, 체육관, 산업진흥과는 주유소 및 시장, 교통과는

터미널 등을 관리하고 공무원 1인이 공공시설 1개소 화장실 담당제도를 병행으로 실시하여 담당공무원의 책임관리제가 시행되고 있다.

맺음말

업체 및 업소의 화장실 문화 개선사업을 추진하는 지자체 실무책임자들을 만나서 현장의 소리를 들어보면 법률이나 조례 등이 정비되어 있지 않아 강제력을 동원하기가 쉽지 않다고 호소하고 있어 우리 협의회에서도 제도적으로 화장실 문화개선 사업이 원활히 이루어질 수 있는 방안을 모색하고 있다.

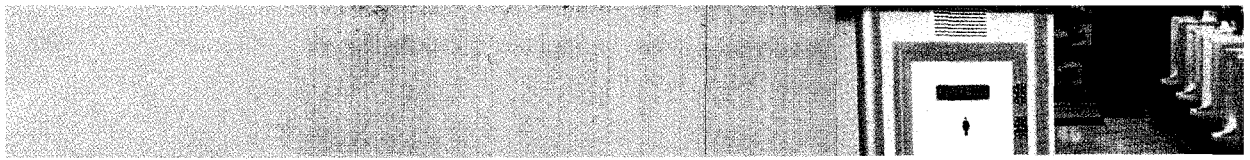
그러나 과거와 같이 무조건 강압적으로 추진해서는 소정의 목표달성이 쉽지않은 것이 현실이다.

실현가능한 방법은 화장실을 개선하면 실질적으로 도움이 된다는 것, 즉 화장실이 이제는 마케팅의 한 분야로 자리잡아 화장실이 깨끗하면 고객이 많이 온다는 것을 스스로 느끼게 해줘야 한다.

실무 담당자들의 얘기를 들어보면 지역규모에 따라 조금 차이는 있지만 20여개 업체 및 업소의 개선작업이 가장 힘들다고 한다.

20여개가 넘어서면 업체 스스로 경쟁단계에 들어가고 홍보에 대한 소재도 다양해서 시·군 홍보지, 팜플렛, 지역방송 소개등 다양한 언론매체를 활용한 홍보지원으로 안정적인 화장실문화 개선운동이 진행된다고 한다.

업체 및 업소의 화장실 개선에 대한 표준 모델은 앞에서 언급한 심사위원회와 지역 및 인근 대학교의 건축과 또는 산업디자인과 교수님들과 협의해 정하면 지역사정을 잘 알고 있어 방향설정이 쉽고 참신한 아이디어를 위해 학생들을 대상으로 학기말 또는 졸업 작품전 주제를 화장실 문화 개선방향으로 하여 이 작품 전시회를 다중의 왕래가 많은 지자체 건물(관공서등)로 유치하고 단체장이 적정한 포상을 하여 활용하면 좋은 방안이 나올 수도



있다.
 선진국에서는 공중화장실의관리를 「전문
 용역관리업체」에서 하고 있는 경우가 일반화
 되어 있지만 우리나라의 경우는 일부

지자체에서 위탁관리에 대해 이제 검토가
 시작되고 있다. 멀지않은 장래에 우리도 전문
 용역관리체계로 나갈 것으로 전망된다.
 담당 실무자들이여! 조금만 힘을 내시길...

