

서울 주유소 화장실 실태점검

글_편 집 부

서울시 화장실수준향상반에서는 전년도에 이어 두 번째로 주유소 화장실 실태를 점검하였다. 서울시(화장실수준향상반)는 2001년 8월 22일부터 9월 15일까지(25일간) 서울시 전역의 주유소 화장실(792개소)을 대상으로 하여 해당 자치구와 시 직원 12명이 합동으로 실태점검을 하였다.

(표1)

SK	LG	현대	S-에	기타	총계
309	235	144	95	9	792

이번 실태점검에서는 화장실의 설치 및 유지관리에 있어 필요한 22개 항목을 점수화하여 조사하였는데 조사내용은 다음(표2)과 같다.

(표2)

기본점수(100점)	안내판(5), 남녀구분(5), 적정면적확보(8), 관리인지정(10), 청소상태(14), 편의용품비치(17), 배수·급수상태(9), 파손여부(10), 냄새(9), 조명(6), 기타(7)
가점(30점)	장애인용(3), 유아용(3), 온수공급(3), 향기(3), 꽃그림(3), 에티켓벨(3), 자동센서(2), 에어타올(2), 자동시트(3), 음악(3), 기타(2)

점검의 결과로는 평균 100점으로 우수한 편이었다. 대다수의 주유소에서는 관리인을 지정하여 관리대장을 기록하고있었고, 남녀의 구분과 편의용품의 비치도 잘되어있었다. 하지만 장애인화장실은 설치되어있는 곳이 19곳(2.3%)에 불과하여 아직 미흡한 것으로 나타나고 있었다. 이번 실태

점검을 전년도와 비교하여 보면 전체적인 화장실 수준이 대폭 상승(76.4점→100점)되었음을 알 수 있다. 자세히 살펴보면 전년도의 동일대상 623개소 중 599개소가 수준이 향상되었음이 인되었다. 실태점검의 사항을 다음(표3)과 같이 요약하였다.

이번 점검에서 나타난 주요 지적사항으로는 1위가 환풍기에 먼지가 많음(233건)이 지적되었고, 2위로는 환풍기의 미작동(190건), 3위가 청소상태불량(177건), 4위는 타올 미비치(116건), 5위 남·여 미구분(84건), 6위 청소도구함 관리상태 불량(69건), 7위 화장지 미비치(42건), 8위 비누 미비치(41건), 9위 일부 냄새(27건), 10위 일부 파손(19건)등으로 나타나고 있었다. 가점사항으로는 1위 방향제 비치(427건), 2위 꽃과 그림의 비치(404건), 3위 에어타올설치(295건), 4위 세면대 온수설치(210건), 5위 소변기 자동센서장착(117건), 6위 장애인화장실 설치(19건), 7위 입장시 음악(9건) 등으로 집계되었다.

서울시(화장실수준향상반)는 향후계획에서 Yellow Card와 Blue Card 및 Green Card를 발급하고 있다. Yellow Card 발급은 조사대상 화장실(792개소)중 248개소(발급율 31%)에 발급하였다. Yellow card를 발급 받은 업소는 경미한 지적사항(청소불량, 관리대장 미비치)에 대하여 즉시개

업주가 화장실문화에 많은 관심을 가지고 잘 관리하는 곳은 영업실적도 우수한 편이었다. 이로서 청결하고 쾌적한 화장실이 물질경쟁의 시대를 넘어 고객만족이라는 중요한 마케팅의 수단으로 자리잡아가고 있음을 알 수 있었다.

(표3)

종류	순위	1위	2위	3위	4위	5위
구 청 별		중구 104.4점	광진 104.3점	양천 104.2점	동대문 103.4	영등포 102점
나쁜순위		용산(94점), 구로(94.6점), 강동(96.6점), 송파(97.2점)				
정유사별		SK 102.1점	LG 100.9점	S-Oil 96.9점	현대 96.3점	
전년도		LG(82점), SK(77점), S-Oil(72점), 현대(69점)				
주유소별		1위 동광제1주유소 118점	2위 초동주유소 16점	2위 남부주유소 116점	2위 서호주유소 116점	5위 대성제7주유소 115점
나쁜순위		양천구 S-Oil	중구 LG	양천구 SK	양천구 LG	동대문구 LG
		구로궁동(LG), 송파세영(LG), 노원상계순환(S-Oil), 성북장석(S-Oil) 임				

선을 시달하였으며, 파손으로 수리가 요구되는 사항에 대해서는 별도의 계획을 수립하여 2001년 11월말까지 개선을 하도록 조치하였다. 반면에 Blue Card의 발급(110~119점, 63개소)으로 건물주(관리인)등 자긍심을 고취하여 더욱 청결하고 쾌적한 화장실로 유지될 수 있도록 하였다. Green Card(120점이상)는 아직 발급대상이 없다고 발표하였다.

맺음말

앞선 (표3)을 보면 특기할만한 사항이 있는데 정유사가 대리점형태로 직영하는 곳은 자영하는 곳보다 화장실이 청결하고 쾌적하게 나타나고 있는데 특히 또한 LG주유소는 본사에서 월1회씩 점검을 하고 있으며, 대체적으로 업주가

화장실문화에 많은 관심을 가지고 잘 관리하는 곳은 영업실적도 우수한 편이었다. SK의 경우 지난 4월 TRMS(Total Restroom Management System)의 발대식을 갖고 화장실의 유지관리를 유한킴벌리가 전담하여 유지관리 부분에 많은 노력을 기울여 전년도 LG에 비하여 높은 점수를 받았다.

이로서 청결하고 쾌적한 화장실이 물질 경쟁의 시대를 넘어 고객만족이라는 중요한 마케팅의 수단으로 자리잡아가고 있음을 알 수 있었다. 이제는 고객의 입장에서 생각하고 바꾸어 나가는 문화가 사회 전반에 걸쳐 자리잡아 갈 때 한국을 방문한 외국인 뿐 아니라 얼마 남지 않은 월드컵을 앞두고 찾아 올 관광객을 웃으며 맞을 수 있는 작은 기대를 해본다.



▲주유소에 설치된 개방 화장실 표식