

主辦單位：臺北縣政府環保局

執行單位：毅泰管理顧問股份有限公司

想必許多人出門在外都有急著找公廁的經驗，卻常常發現找到的公廁又髒、又臭、又濕的，有時牆壁長滿蜘蛛網，地板污黑的像是一灘一灘的墨水；有時看到廁所殘破不堪，馬桶、小便斗東缺一角，西缺一塊，洗手檯積水弄得滿地都是，甚至有些公廁達到「斷垣殘壁」誇張程度，卻無人管理修復。這種廁所總是會讓人退避三舍，不敢使用，然而常常因生理上的急迫，只好勉強自己捏鼻子，搗著嘴巴，如臨大敵般的戰戰兢兢。上廁所本是應該通體舒暢的心境，卻惹來一襲膽顫心驚，多不舒爽，這也是許多朋友有過的難忘經驗吧。公廁不但是代表當地居民的文化素養，也代表著一個國家進步程度，試想如果我們擁有驚艷全球的好山好水，而在外的公廁卻讓外來觀光客備感不舒服，這是多麼煞風景的事。有鑑於此，行政院環境保護署及各地縣市政府環境保護局，現在持續地一起聯手努力整頓，使公廁環境越來越乾淨衛生，透過宣導、教育、獎勵及懲罰等多樣手段，就是希望我們邁入先進國家之列中，能有不一樣的衛生環境。

臺北縣人口為全台灣之最，擁有相當多不同的特色元素集合而成，像是現代化的城市、輕重工業區、海景休閒區、山中森林……等等，所要管理的公廁種類及座數也多如牛毛。同樣在管理督導公廁作業上也不遺餘力的臺北縣政府環保局，為求能有品質優良的如廁地點，特別自民國 96 年開始推動一系列的公廁改善輔導計畫，97 年更委外招標「臺北縣清新公廁芳香如廁計畫」（為期 97.8 至 98.8，以下簡稱本計畫），敬邀請具有相當經驗的執行團隊-毅泰管理顧問股份有限公司（以下簡稱毅泰公司），希望透過本計畫的執行，共同規劃打造全新進化的如廁環境品質。毅泰公司認為，公廁的品質不應只是單純的乾淨衛生而已，公廁本體應被賦予進化再進化的特質。毅泰公司說要能理想化公廁質感，人們給廁所價值意義就應重新審視思考，乾淨衛生僅是第一階段，之後必須有更多無限的可能創造，可以拓展並伴隨整個城市、國家的進步；同時毅泰公司也表示人們應該針對公廁產生有不同對話的框架，除公廁維護整潔事務，可增加更多元各種管理機制，積極及消極面向雙管齊下，藉此較可完備本計畫目的。

本計畫內容大致可分為以下五項：1.公廁列管督導制度改善，2.如廁文化提升教育宣導，3.表揚優良公廁管理單位，4.架設專有公廁資訊網站，5.清潔維護公廁 SOP 教學。後續就一起來看看，臺北縣政府環保局及毅泰公司是如何聯手讓北縣公廁達到進化再進化。

### 1.公廁列管督導制度政策

要探討本議題前，先來說明臺北縣境內公廁到底是如何管理維護，程序作業上各個單位又扮演著什麼角色。簡單來說，有座公廁是由某個特定單位設置，而該單位就是所謂的「管理

單位」，管理單位依法有義務聘請清理機構、人員或自行前往打掃維護，同時該公廁被政府納入列管之際，各地區鄉鎮市公所則為「督導單位」，必須派人前往督導查核，提供最新訊息予臺北縣政府環保局，作為後續管理政策擬定之依據與參考資料。

環保署為了能有效管制國內公廁現況，將原有 7 類公廁分類擴展至 26 類，凡舉餐廳、旅館、公園、市場、捷運、車站、各級公家機關、學校、公家社教中心等都屬於列入管制範疇中。以公園或市場而言，通常公廁屬於開放式空間，非常不易管理維護，因可能使用人數眾多、清理人力不足，或是半夜遭破壞之困境，此等事情極常發生，民眾向北縣環保局陳情抱怨也多。毅泰公司為此也常與基層管理單位及督導單位密切聯繫溝通，發現若將全部責任歸咎於他們，似乎不盡社會公平正義原則，然而廁所被破壞及弄髒的確是要立即清掃整修，如此常遇到權責難以歸屬兩難情境。

面對這樣問題，有關單位則研擬相關辦法，例如加強巡邏檢視公廁環境，或積極對管理單位及督導單位鼓勵及支持亦為同等重要。扣除半夜破壞、塗鴉等較惡劣、無法控制行徑外，毅泰公司在執行列管公廁環境輔導改善上，係派遣專人前往輔導，前往品質不良公廁單位，用對清潔人員辛勞的同理心，以及良友互助的態度瞭解該單位缺少什麼、有什麼地方是現階段無法達成，而現在可以達到什麼目標等，逐一協助改善並提供過往寶貴經驗。毅泰公司指出一個有趣的個案，在輔導某家知名連鎖加油站公廁時，輔導人員打出「經濟牌的絕招」，他對加油站的主管說明，臺北市某座加油站公廁前設有魚池，整個環境看起來美侖美奐，也應這樣的改建為該加油站增添不少生意，許多人為了想上廁所順便加油皆刻意前往該處加油，主管聽了二話不說馬上整頓公廁，果然不但清潔了環境，也帶來新的契機。

說完列管公廁的程序及位階，接下來說明列管評核的辦法。根據台北縣政府環保局自 96 年開始推動公廁變臉計畫，將公廁分級列管，並融合環保署推動分級標示制度，除一般其他縣市可見的特優、優等、普通及加強等四種分級外，目前北縣境內列管公廁多表列心級分級制度：不髒、不濕、不臭、綠美化及自主管理等五項分級制度。這二種評分方式略有不同，一般分級標示係指整體而言該公廁得到的評鑑分數；心級分級標示係指該公廁對某項特定事務是否有達成，更能明確指出公廁良窳好壞之分。

現在透過地方基層、臺北縣政府及其執行團隊-毅泰公司的努力，目前列管公廁達 3153 座，仍持續增加中，透過縣政府的公廁列管能有效整體管理北縣境內公廁的素質。就以分級標示制度觀之，截至目前優等以上為 81.3%，四心級以上為 83.8%，優等且四心級以上的為 80.2%，再次顯示政府提升公廁

品質的決心，但並不會以此滿足，希望今年年底預計可突破列管公廁數達 5,000 座以上，優等及四心級達 85%。

## 2.如廁文化提升教育宣導

使用公廁不將只有「你來上，我來掃」這樣單純的對等簡單方程式，公廁應創立自己本有的文化特色，毅泰公司王家祥總經理如此說明。所謂本有公廁文化特色是結合多方元素集成，不對推陳出新的樣式，應試圖顛覆公廁給人的觀感。王總經理繼續說明：「公廁可利用多元打造文化，像是外觀設計，不單僅是傳統漆著鐵灰油漆的 RC 建構物，它可以加諸於當地化或該管理單位特有形象。文化會牽動使用者使用的心情，小至男、女標示圖像的創意，都讓人覺得這個公廁很不簡單。就以臺北市知名百貨公司-微風廣場來說，女生廁所高級樣式與百貨公司本身層次是相互重疊而升的拉高。顯而易見的，廁所是很正確的座落於百貨公司的一個模組。會有讓人覺得我來這邊就是要使用這樣的廁所！」要每座公廁都達到如此美好境界的確是需要漫長的道路去摸索，並非本年度就可一蹴可幾的，透過教育、宣導及腦力激盪的構成，由基本自我的品質及素養提升是第一步，爾後有自我認同，開始有了文化的創新，即具公廁本有文化特色。「基礎起步很難，也無味無趣，但我們還是會做到最好。」王總經理深信信心表示。

宣導及教育是提升公廁環境品質的關鍵工作，依對象不同有不同宣導教育形式及內容，主要對象包括有一般使用的民眾、整體公司企業，以及維護管理單位個體。民眾方面利用各項徵文創作比賽方式達到公廁維護管理的教育動機。本次徵文徵求戶籍居住地為臺北縣內，或是在臺北縣內就讀之高中以上學生參加，分成標語組及漫畫組二種不同類型，得獎作品將有機會被採用各種型態放置在公廁內部，供大家觀賞。公司行號則利用共同宣誓手段，利用公司信譽及企業形象心理層級，促使企業其心努力維護。利用簡單的口訣，一而再，再而三的不斷反覆記憶公廁維護方式，若配合簡單舞蹈動作，不斷可增加趣味性，更可強化人腦中記憶。清潔維護的管理單位則透過種子教育訓練的方式介紹政府推動公廁的決心，以及教授清潔打掃的技巧。透過本次教育訓練培育各維護管理單位清潔維護種子人員，藉由專業課程訓練，希望能為目前已建立好清潔維護人員奠定更加穩固之基礎，並發揮種子人員之樞紐角色，順利協助推動本年度公廁各項執行政策及相關工作。



圖 2 企業廠商共同宣誓活動-1



圖 3 企業廠商共同宣誓活動-2

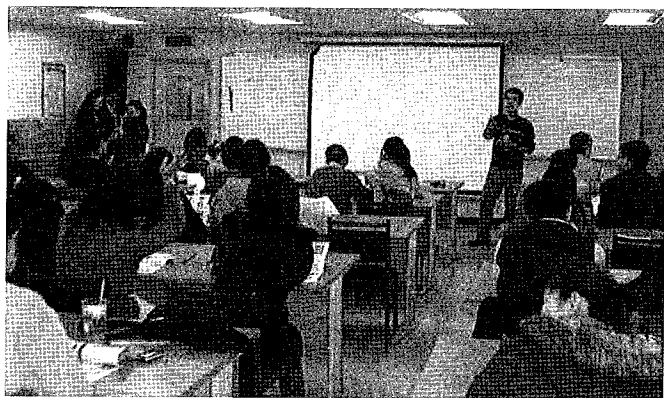


圖 4 種子教育課程訓練與宣導-1



圖 5 種子教育課程訓練與宣導-2



圖 1 徵文創作大賽頒獎照片