

서평

푸드시스템의空間構造論 - 글로벌化の中の農産物産地振興 -

(식료체계의 공간구조론 - 세계화 속의 농산물 산지 진흥 -)

高柳長直(다카야나기 나가타다), 2006, 筑波書房, 東京, 247쪽

한주성*

1980년대 전반까지의 농업지리학은 지역성을 기술하거나 입지모형을 구축하는 연구에 머물러 농업분야는 경제지리학에서 중요성을 잃었다. 그래서 1980년대 이후 농업지리학은 이론화를 모색해 왔는데, 논의의 단초가 된 것이 농업의 산업화론이다. 농업의 산업화(industrialization of agriculture)는 현상적으로는 상품사슬(commodity chain)¹⁾의 확대, 생산과 자본의 집중, 수직적 통합의 강화가 포함되어 식료체계(food system)²⁾의 공간구조에도 큰 영향을 미쳤다.

이 책은 2002년 아라키히토시(荒木一視)가 『식료체계의 지리학적 연구(フードシステムの地理學的研究)』를 처음으로 출간한 이래 일본의 지리학계에서 두 번째로 발간된 식료체계에 관한 책으로 경제의 세계화(global) 시대에 농업지리학 부문의 새로운 접근방법을 제시하고 있다. 이 책은 세계화가 진전되고 있는 상황에서 채소·과일부문을 대상으로 식료체계의 공간구조가 어떻게 변동하고 있는가를 일본의 산업진흥을 고려하여 이론적·실증적·정책적으로 연구한 것이다.

이 책은 3부 10장으로 구성되어 있다. 序章에는 이 책의 과제와 문제의식 및 이 책의 구성을, 제1부 식료체계의 공간구조의 이론적 틀에는 식료체계의 공간구조의 이론적 틀(제1장), 세계화에 대한 공간론의 전개(제2장)로 구성되어 있다. 그리고 제2부는 실증적인 연구로서 세계화 시대에 있어서 식료체계의 공간구조로, 야채·과일무역의 확대와 공간적 유동 패

턴(제3장), 농산물 수출국에 있어서 식료체계의 공간구조의 변동(제4장), 농산물 수입국에 있어서 식료체계의 공간구조 변동(제5장)으로 구성했다. 그리고 마지막 제3부 세계화로의 대항전략과 과제에는 量産型산지의 대항전략의 실태와 과제(제6장), 틈새시장(niche)형 산지의 대항전략의 실태와 과제(제7장), 브랜드화를 위한 품질개념과 제도의 중요성(제8장), 공간구조 변동과 산지진흥의 과제(종장)에 대하여 기술했다. 각 장의 내용은 다음과 같다.

제1장 '식료체계의 공간구조론의 전개'에서는 식료체계의 공간구조론의 이론적 틀을 파악하기 위해 종래의 연구를 검토했다. 첫 번째 중요한 방법론은 농업의 산업화론이다. 농업의 산업화론은 미시 경제적으로는 수직통합과 수직분할의 시점에서 설명하는 것이다. 또 거시 경제적으로는 전유주의(appropriationism)와 대체주의(substitutionalism) 두 개념에서 농업이 자연을 극복해 온 과정을 설명했다. 이론적으로는 이러한 개념이 세계화와 밀접하게 관련되어 공간구조의 재편을 촉진하고 있다고 지적했다. 다음으로 세계화 규모(scale)의 연구동향으로서 조절(regulation)이론³⁾ 등을 논거로 한 식료체계(food regime)⁴⁾론과 월러스틴(I. Wallerstein)의 세계체계(world system)론을 논거로 한 상품사슬론에 착안했다. 이들은 국제적인 틀이나 국제관계에서 식료를 겨냥한 정치경제적인 공간구조를 해명하는데 유효성을 가지고 있다. 다만 세계 전체의 공간구조가 밝혀지지

* 충북대학교 지리교육과 교수

않았다는 점과 입지론적 시점에서 연구가 나타나지 않는다는 점을 과제로 지적했다.

제2장은 '세계화에 대한 공간론의 전개'로 종래의 연구를 정밀하게 검토하고 이론적 고찰을 했다. 여기에서는 일본에서 주로 전개해 온 지역구조론이나 산지간 경쟁론, 농산물의 브랜드화론, 구미에서 1990년대 말 이후 전개해 온 선택적 식량 네트워크(Alternative Food Networks: AFN)론이나 품질론 및 이와 관련해서 논의된 컨벤션(convention) 이론⁵⁾에 착안했다. 일본의 농산물 시장은 공간적인 시장분할과 계절적인 시장분할이 이루어져 특정 시기의 특정 시장에서 독점적인 시장지배가 성립하여 주산지가 형성되어 왔다. 일본의 채소·과일산지는 신품종에 의한 시장개발, 조기·만기출하라는 상품차별화를 채택하고 비용경쟁을 회피해 오다가 국제경쟁이 강하게 불어 닥쳐 비용경쟁의 이행이 늦은 점을 문제시하고 있다.

제3장은 '채소·과일무역의 확대와 공간적 유동패턴'으로, 이들 두 신선식품이 최근 무역을 크게 확대시켜 세계화가 이루어지는 과정에서 가장 중요한 농업 무역부문의 하나로 위치를 지었다. 특히 1980년대부터 1990년대 이후 개발도상국으로부터 선진국으로 열대의 과일무역이 확대되었다고 지적하고, 이러한 무역의 확대는 상대적으로 규제가 완화되고 자유무역이 다국적 기업주도로 추진되어 푸드 체제가 형성되어가는 가운데 중심지역인 선진국이 주변지역인 개발도상국의 식료체계를 변동시키고 있다고 지적하고, 이러한 논점은 한편으로는 중요하지만 세계의 채소·과일무역은 반드시 이러한 형태로 수렴되지 않는다고 지적했다. 수량적·금전적으로도 유럽을 중심으로 한 선진국간의 유동이 종전과 같이 압도적으로 많고, 개발도상국의 경제성장과 더불어 개발도상국 사이의 유동도 증가해 가고 있다. 무역유동의 인자분석 결과 세계의 채소·과일무역은 남북무역만이 아니고 다원적인 패턴으로 파악되는 것을 밝혔다. 또 과일의 무역은 물리적 접근성보다도 역사성으로 형성된 사회적 접근성의 측면에 의해 강하게 작용하고

있다는 점도 밝혔다. 그리고 개발도상국으로부터 선진국으로 향하는 제3차⁶⁾ 식료체계의 엘리트 소비론과는 다른 공간적 패턴도 나타났다는 점을 밝혔다.

제4장은 '농산물 수출국에 있어서 식료체계의 공간구조 변동'으로, 선진국 최대의 과일 수출국인 미국 사과생산의 공간적 변동을 세계화의 맥락 중에서 고찰했다. 미국에서의 사과재배는 소규모 가족적 농가는 감소하고 중·대규모 계층의 과수원 재배면적이 증가하여 생산지역이 집중되고 또, 농가계층 분화가 이루어져 사과 산업이 세계화되는 요인이 되었다. 1970년대까지 사과주스를 주로 공급해 오던 워싱턴주의 사과는 1980년 후반 이익률을 높이기 위해 신선한 사과를 멕시코, 타이완, 인도네시아 등으로 수출하기 시작했다. 미국에서 사과의 토지생산성이 가장 높은 워싱턴주의 사과재배는 미국의 최대 소비시장에서 멀리 떨어져 있어 일찍부터 해외에 시야를 돌려 광역시장의 목표가 경제의 세계화 과정에서는 워싱턴주의 사과 생산자에게 유리하게 작용했다. 또 시장으로부터의 원거리에 대한 불리한 조건을 극복하기 위하여 밀식재배, 품종개량, 물류, 장기간 보존의 기술적 혁신을 꾀하여 수출산업으로서의 조건을 구비하게 되었다. 그러나 이러한 점은 거액의 설비투자가 필요하고 대규모 사과 생산자는 유통업도 겸하는 경우가 많아 그렇지 못할 경우 시장에서 살아남는 것이 곤란해졌다고 했다.

제5장은 '농산물 수입국에 있어서 식료체계의 공간구조 변동'에 대하여 서술했다. 본 장에서는 1985년 이후 일본경제의 국제화나 세계화가 진전되는 상황에서 어떠한 채소 산지가 존속할까라는 점을 고찰했다. 채소는 농산물 중에서 장기 보존에 적합하지 않고 냉동보존도 비교적 어려운 특성을 가지고 있다. 이를 위해 일본에 있어서 전반적인 농업생산의 공간구조가 1960년대부터 현재에 이르기까지 그 변동과정을 토지생산성, 노동생산성의 관점에서 파악했다. 그리고 근년 농산분야 세계화의 중요한 수입채소의 증가상황에 대하여 개관하고, 나아가 이러한 수입채소의 대표적인 작목인 단호박을 사례로 수입채소의

증가와 더불어 입지이동과 존속하는 산지의 상황에 대하여 성격이 다른 산지를 비교했다. 먼저 전국 시·읍·면(市町村)의 토지생산성과 노동생산성, 채소의 실질 생산액의 분포 변화를 파악했다. 그 결과 일본 농업의 공간구조는 1960년대의 비교적 균일한 농업지역에서 고도경제성장기를 거쳐 다양한 형태로 분화하고 나아가 근년에는 생산성이 높은 지역과 낮은 지역과의 격차가 확대되어 양극화 경향이 진전되었다. 이러한 공간구조의 변동을 야기한 요인의 하나가 세계화라고 지적했다. 1980년대 중반부터 급증한 채소수입의 증가는 산지에 큰 영향을 미치게 되었는데, 일본에서 수입채소가 증가한 이유는 첫째, 엔화의 가치 상승으로 수입채소의 가격이 상대적으로 낮아졌다. 둘째, 식품가공, 외식산업, 슈퍼마켓 등의 실수요자의 수요가 확대되었기 때문이다. 셋째, 국내의 채소 공급량의 저하가 그 원인이라고 지적했다.

국외산지와와의 경쟁은 새로운 산지구조의 재편성을 나타나게 하였다고 예상했다. 이 경우 어느 국내산지가 존속되는지의 문제의식을 바탕으로 비교적 기능이나 규모를 유지하고 있는 단호박 산지를 사례로 하여 그 영향과 문제점을 고찰했다. 그 결과 이바라키(茨城)현의 에도사키(江戸崎) 산지의 단호박은 품질증시의 생산을 하는 조건으로 벼농사와 겸업화를 하였다. 그래서 수입채소의 대항은 산지유지의 관점에서 지금으로 보아서는 그다지 문제가 되지 않고 오히려 생산자의 고령화, 유통구조의 변화에 대한 대응이 중요하다고 지적했다. 따라서 도시근교 산지보다는 수송원에 산지가 수입증가의 영향을 크게 받을 것이라고 하였다.

제6장의 '양산형 산지의 대항전략의 실태와 과제'에서는 일본 제일의 토마토 산지인 구모모토(熊本)현 야시로(八代)지역을 사례로 수입증가를 염두에 두고 어떻게 개혁을 진전시킬까, 또 그 개혁의 과정에서 과제는 어떠한 것일까를 검토했다. 일본의 토마토 수입이 본격적으로 이루어진 것은 1993년으로 우리나라로부터 수입량이 높은 비율을 차지하였는데, 이는 한국내의 토마토 생산량의 증대와 일본내의 토마토

생산량의 감소에 따른 결과였다. 그러나 토마토 수입량은 일본의 토마토 생산량의 2%에 지나지 않아 큰 문제가 되지 못하였고 수입 토마토는 방울토마토가 많았으며, 중국으로부터 수입이 없었기 때문이다. 수입 토마토의 시장진출에 따른 약시로 토마토의 판매 촉진과 수입품과의 차별화를 위해 저농약 재배로 브랜드화하여 광고와 홍보를 통해 대응하는 점을 강조했다. 그러나 광고가 그다지 효과가 없다는 점을 밝혀 생산자 측에서 식료체계에 대한 구조적 파악이 충분하지 못하다는 점과 신선식품은 가공식품과 달리 광고의 효과가 상대적으로 적다는 점을 지적했다. 양산산지에서의 토마토 재배는 생산비의 절감, 단당 수확량 증가에 방향성을 두고 취급량을 증가시키는 장점을 키워가는 것이 중요하다고 지적했다.

제7장의 '틈새시장(niche)형 산지의 대항전략의 실태와 과제'에서는 수입채소가 증가하는 경향이 강한 가운데 어떤 채소산지가 유지 또는 발전해 가는 가라는 문제의식을 바탕으로 틈새시장형 산지의 사례로 야마카타(山形)현 쓰루오카(鶴岡)시의 가지쥬 꺾은 풋콩(枝豆), 이하 풋콩이라 함을 대상으로 산지형성의 요인을 분석했다. 쓰루오카시의 풋콩생산량은 지난 10년 동안에 약 3배 증가했고, 전국의 제3의 산지로 성장했다. 수입 풋콩은 1980년대부터 이루어져 2001년에는 수입 냉동풋콩이 일본시장의 6할을 차지하였는데, 수입국은 주로 타이완이었고, 그 후 중국으로부터의 수입 구성비가 높아졌는데, 최대 수요기인 여름에는 유통비의 비중이 높기 때문에 주로 봄에 수입되었다. 쓰루오카 풋콩은 벼 생산 조정정책의 영향으로 재배지역이 확대되었다. 쓰루오카 산지에서는 전통적인 재래종을 엄격하게 재배하므로 다른 산지의 풋콩과의 차별화를 꾀하고 생산을 확대해 왔다. 그리고 매스미디어와 외식산업에 대한 광고홍보활동이 주목할 만한 점이라고 밝혔다.

다음으로 풋콩 생산조합에 의한 생산에 유리한 점을 파악하기 위하여 1996년 쓰루오카시에서 비교적 새롭게 발족된 이시아마(石山)취락을 사례로 분석했다. 이시아마취락의 노동력은 40대 중핵층이 취락영

농을 담당하고, 다른 겸업농가도 토지나 기계를 제공하고 있으며, 노동력의 2/3는 여성을 포함한 고령자가 담당하고 학생 아르바이트를 보조적으로 활용하여 풋콩을 생산한다. 이에 대한 분석결과 금후 일본의 채소산지 재편강화의 중요한 방향성을 시사했다. 먼저 채소의 외관, 맛, 생산방식 등의 면에서 품질을 중시하여 수입 채소와의 차별화를 하고, 그것을 매스미디어를 통해 광고를 하여 일반소비자에게 인지도를 높여야 높은 가격이라도 납득이 된다는 점을 서술했다. 그리고 벼 재배에서 전작(轉作)으로 산지를 확대하기 위해서는 취약영농의 생산조직화로 생산비용을 낮추고 소득을 최대화하는 것이 채소산지의 형성에 중요한 역할을 한다는 점을 지적했다.

제8장의 '브랜드화를 위한 품질개념과 제도의 중요성'에서는 수입채소에 대항하기 위한 중요한 방법으로 브랜드화된 홋카이도(北海道) 유바리(夕張) 메론을 사례로 어떻게 하여 고품질성을 갖추고 브랜드화에 성공하였는가를 컨벤션 이론을 적용하여 분석했다. 유바리 메론은 일본의 브랜드 신선품 중에서 최고의 위치에 있다. 유바리 메론은 1960년부터 신품종 교배에 성공하여 17인의 농가에 의해 메론 조합이 결성되어 재배하기 시작하여 지금은 유바리 농협 판매액의 95% 이상이 메론이며 단일 품목으로 매우 특화된 산지이고, 전국적으로도 특이한 존재이기도 하다. 유바리 메론은 처음부터 고급품이 아니었으며 비교적 값싼 틈새시장형 상품으로서 시장에 등장했다. 그러나 독특한 향기와 당도 및 먹는 감각(食感)이 좋은 상품특성으로 소비자들 사이에 유바리 메론의 소문이 퍼지게 되었다. 그러나 유바리 메론은 상품 그 자체에 내재된 고품질성만으로 유명해진 것이 아니고 사회적인 관계 속에서 고품질성이 형성되었다. 먼저 초기 단계인 1962년에는 재배기술을 확립함과 동시에 출하규격을 정하고 중간 품질 이상의 상품에 대해 보증하는 표(seal)를 부착했다. 그리고 1963년부터 생산량 전망을 검사하고, 판매대금을 규격별로 모두 계산하는 공동선별, 공동계산 체제(公選共計體制)를 정했다. 다만 출하규격은 임의단체인 메론 조합의 합

의에 의해 정했는데, 그 중에서도 산지(產地)내의 조절(家內的 컨벤션)이 가장 중요했다고 한다. 그리고 유사·가짜 유바리 메론을 배척하기 위하여 상표등록(공업적 컨벤션)을 하고, 생果 이외에도 젤리, 초콜릿, 과실주 등의 많은 가공식품을 브랜드화하여 판매하고 있다. 이와 같이 유바리 메론의 브랜드화는 초기에 산지내의 생산자를 통한 조절이 중요하였고, 그 후 광고에 의해 품질개념이 형성되었다.

지명의 가치와 지리적 표시(geographical indication)에 대하여 지리적 표시는 상품의 품질이나 사회적 평가가 특정장소에서 유래하는 경우 그 원산지를 특정하게 표시하는 것이다. 일본에 있어서 수입농산물에 증가함에 따라 소비자의 보호와 편리성을 고려하여 지리적 표시가 등장했다는 점을 기술하고, 상표등록에 의한 산지 브랜드 보호의 한계에 대해서도 기술했다. 세계화가 진행되는 한편에는 지역의 독자성이나 작은 지역 규모에서의 유통이나 순환이 요구되고 있기 때문에 산지 브랜드에 의한 지역산업 진흥을 꾀하는 것이 하나의 수법으로 중요하다고 했다.

마지막 장은 '공간구조 변동과 산업진흥의 과제'로 위의 각 장들의 내용들을 매듭지었다. 즉, 세계화가 진전되고 있는 상황에서 채소·과일부문을 사례로 식료체계의 공간구조가 어떻게 변동하고 있는가를 일본의 산업진흥을 염두에 두고 이론적·실증적으로 밝혔다.

농업의 입지론적 공간구조에서는 집중을 촉진하는 메커니즘 중의 하나가 세계화이다. 이에 따라 지역간의 토지·생산성의 차이가 확대되어 2극 분화구조가 나타난다. 이것은 종래 국내의 산지간 경쟁에서 국제간의 산지경쟁의 또 다른 측면이 나타나기 때문이다. 이러한 현상이 나타나는 것은 첫째, 수송비의 체계를 국내와 국제간을 같은 수준에서 취급할 수 없기 때문이고, 둘째, 일본의 산지에서 주로 행해왔던 경쟁전략이 해외 산지와 가격경쟁을 정면에서 도전을 받아 통용되지 않게 되었기 때문이다. 그 결과 일본의 농산물 산지는 크게 입지변동을 하고 대도시 근교나 대규모 수송원에 산지에서는 판매력을 배경으로 생

산력을 향상시키는 한편으로 시장에서 공간적으로 멀리 떨어진 지역 등의 조건 불리지역은 생산에서 철퇴를 강하게 받고 있다고 했다.

수입농산물의 증가로 일본의 농업이 쇠퇴한다고 하면, 산업입지론 면에서 주변 농업지역에 새로운 산업이 입지할 가능성은 거의 적어 인구의 감소와 더불어 도쿄권 등 대도시가 비대해지고, 반대로 농·산촌은 경제적으로 쇠퇴되고 경관적으로도 황폐화되는 양극 분화구조가 예측되어 그와 같은 공간구조는 바람직하지 않다고 지적했다.

식료체계에 있어서 국지성(localization)과 제도에 대하여 산지가 품질을 증명하는 중요한 의미를 가지고 있고, 다른 산지와 차별화하여 고급화가 이루어지면 생산자나 판매자는 모두 초과 구매력(premium) 가격으로 큰 이익을 올리는 것이 가능하다. 그리고 국지성은 역사적·문화적으로 형성된 것이기 때문인데, 이것은 지역별로 다르고 공간성을 고려하는 것이므로 판매액을 증가시키는 것이 가능하다고 주장했다.

끝으로 농산물이나 식품의 경우 브랜드화에 의한 특정 품목의 수요 집중화를 촉진하지 않고 다양한 국지적 브랜드의 가치를 인정하고 지역경제나 식문화가 지속되도록 하는 식료체계의 구축이 요구된다고 서술했다. 이를 위하여 생산자, 유통업자, 소비자 모두가 국제적 브랜드에 대한 깊은 인식을 하고 다양한 대처를 꾀하는 것이 요구된다고 했다.

이 책은 세계화 시대에 농산물 수입대국인 일본이 이에 대응하는 사례 농산물 산지의 생산·유통체계를 세밀하게 조사·분석하여 서구 이론의 원용에 그치지 않고 일본에 적합한 이론을 구축하여 식료체계를 이론화하였다고 점을 높이 평가할 수 있다. 또 앞으로의 농업지리학의 발전 방향성이나 가능성을 제시하는데 지표가 될 수 있다고 할 수 있다. 그리고 우리나라와 미국 간의 자유무역협정(FTA)이 타결됨에 따라 늦었지만 우리나라의 각 농업 생산지역이 어떻게 대응해야 할 것인지 대한 해답을 제시하고 있다고 생각한다. 그러나 연구대상의 농산물인 채소와 과일 중 과일을 연구대상으로 한 것은 미국의 사과생산 뿐

으로 일본도 우리나라와 마찬가지로 바나나, 오렌지의 수입량이 많은데 이에 대한 향후 연구가 필요하다고 할 수 있다. 마지막으로 이 책을 농업지리학 전공자뿐 만 아니라 이 분야에 뜻을 갖고 있는 학생 및 실무자들에게 필독을 권장하고 싶다.

주

- 1) 상품사슬이란 최종적인 성과가 최종제품이 되는 노동제 과정과 생산과정이 되는 네트워크를 의미한다. 글로벌 상품사슬 분석은 특정 상품을 대상으로 생산에서 소비의 각 단계가 어떻게 형성되는가를 사회적 관계성으로 밝히려는 것이다.
- 2) 식료에 관해서 종래의 생산부문만을 중시한 관점이 아니고 생산·가공·유통·소비의 상호관계를 일체화하여 파악한 개념이다.
- 3) 조절이론의 대표적인 논자의 한 사람인 니피츠(A. Lipietz)는 지역경제가 발전하는 배경에는 이를 지탱하는 조절양식(경제의 조절 메커니즘)이 존재한다고 지적했다. 조절이론의 가설에 의하면 자본주의 경제의 모순과 갈등을 발전하는 방향을 추진하도록 하는 장치가 존재한다고 주장한다. 이러한 경제활동을 정한 방향으로 모아서 한 곳으로 묶는 과정이 조절이고, 조절은 조절이론의 중심개념이다. 조절이론은 역사적으로 거시경제학으로 출발하여 정치화(精緻化)된 이론이지만 1980년대에 들어와 새로운 제도나 규범의 발생을 해명하기 위해 미시적 수준의 분석이 요구되었다. 그러나 조절이론은 미시적 기초를 가지고 있지 않기 때문에 보이어(R. Boyer)와 올리언(A. Orlean)은 켄벤션 이론을 받아들여 보완했다.
- 4) 농산품이 순환하는 국제적인 생산-소비관계와 이에 대한 국제기관이나 국가 관여의 모습으로, 각 행위자의 행동에 영향을 미치는 다국 간의 규범·규제·규칙(rule)·의사결정의 절차를 말한다.
- 5) 켄벤션 이론이란 켄벤션을 중심개념으로 하고 여러 개인 간의 합의를 통하여 형성된 협약이나 반드시 명문화되지 않은 습관적 규칙을 의미한다. 보이어와 올리언은 켄벤션 이론과 조절이론은 보완적 관계에 있다고 주장했지만 코리아(B. Coriat)는 켄벤션 이론이 조절이론과는 결정적으로 다르다는 점을 세 가지로 지적했다. 켄벤션 이론이

역사를 거부한 점, 여러 가지 수준에서 제도의 여러 형태의 계층을 인식하지 않은 점, 자본과 노동의 관계 등 기본적인 모순에서 역사적으로 나타난 제도를 미시적인 행위자(agent)의 합의로 한 곳으로 묶는 점이다.

- 6) 제1차 식료체제는 1870년대 이후부터 제1차 세계대전까지로 대영제국의 헤게모니를 바탕으로 식민지 시스템의 발달, 밀·냉동육 등의 식료가 남북아메리카나 오스트레일리아를 포함한 구식민지에서 유럽의 도시로 공급되었다. 제2차 식료체제는 제2차 세계대전 이후부터 1970년대까지로 생산성 증시형이며, 제3차 식료체제는 탈생산력주의로 1980년대 이후를 말한다.
- 7) 브랜드의 개념은 다양하여 반드시 정해져 있지 않는데, 이 책에서는 차별화함에 따라 시장에서 유리한 판매가 가능한 상품성이라고 정의하였다.

참고문헌

立川淳哉, 2000, “「地域的レギュレーション」の視點からみた

寒天産業の動態的發展プロセス - 岐阜寒天産業と信州寒天産業を事例として -,” 人文地理 52, pp.20-42.

Jarosz, L., 1996, “Working in the global food system: A focus for international comparative analysis,” *Progress in Human Geography* 20, pp.41-55.

Raynolds, L.T., 2004, “The globalization of organic agro-food networks,” *World Development* 32, pp.725-743.

교신 : 韓柱成, 361-763 충북 청주시 흥덕구 성봉로 410(개신동) 충북대학교 사범대학 지리교육과, Tel: 043-261-2697, Fax: 043-276-2693, E-mail: jshan@chungbuk.ac.kr

Correspondence: Ju-Seong Han, Department of Geography Education, Chungbuk National University, 410 *Seongbong-no(Gaesin-dong), Hungduk-gu, Cheongju city, 361-763, Korea, Tel: 043-261-2697, Fax: 043-276-2693, E-mail: jshan@chungbuk.ac.kr*