

墨米移民における故郷協会（HTAs）と社会景観分析に関する試論

牧 野 冬 生*

An Essay on Hometown Associations (HTAs) and Social Landscape Analysis among Mexican Immigrants in the United States

Fuyuki MAKINO*

Abstract

The Mexican Hometown Associations (HTAs), gradually formed by Mexican immigrants since the mid-twentieth century, foster ties between the United States and their homelands in coordination with the economic, cultural, and labor activities of immigrants. Although the primary role of HTAs is in collective remittances to hometowns and social welfare activities, much of the research on HTAs has focused on their role as remittance development agents. This paper provides an overview of HTAs and examine on their role in cultural economic activities. In addition, I will review papers, articles, and media surveys on how the Mexican culture of their hometown has been reproduced in the United States. Finally, I summarize the direction of analysis of the social landscape created by Mexican immigrants.

1. はじめに

アメリカ合衆国国勢調査局の2020年国勢調査によると、米国全体のヒスパニック系人口¹は6210万人となり、2010年と比較して約23%増加した（US Census Bureau, 2020）。カリフォルニア州ではヒスパニック系の人口割合が39.4%で1,500万超となり、2010年の国勢調査では最も高かった白人系の割合を超えた。墨米移民はこうした米国の大都市、そして多くの地方社会において経済的、政治的、文化的に重要な社会的影響を与えている。また、近年の米国とメキシコ間の交通手段の低価格化と情報通信技術の発展によって、国境を跨过2拠点を軸にした移民戦略が実践されている。

墨米移民の第一世代が、同じ出身地の移民と連帯しながら作り上げてきたメキシコの故郷協会（Hometown Associations : HTAs、スペイン語で Los clubes de oriundos）は、こうした移民形態の変化の中でも、経済活動、文化活動、労働活動と連携しながら移民先と故郷との繋がりを育んでいる。HTAsの主要な役割は、故郷への集団的な送金と移民先と故郷での社会福祉的支援であるが（Bada, 2016）、メキシコの故郷協会（HTAs）に関する研究の多くは送金開発エージェントとしての役割に焦点を絞っている（Trans, 2009, p.70）。

本稿では HTAs について概観し、故郷のメキシコ文化がどのような形で移民先において再

*駒沢女子大学 日本文化研究所 准研究員

現されてきたのかについて、民族誌・新聞記事・ウェブメディアに掲載された景観要素を概観する。最後に、墨米移民が構築してきた社会景観について、分析の方向性を提示する。

2. メキシコの故郷協会（HTAs）の役割：過去の社会景観の歴史的把握

（1）HTAs の概要

墨米移民の移民先での優先事項のひとつは、故郷にいる家族や友人との紐帯関係を維持することである。紐帯維持の手段は、家族や親戚への電話と送金が主であったが、近年はそれに加えて SNS と故郷への頻繁な帰省へと変化している。故郷の人々は、移民先に物資を送付することで移民ビジネスを支援することも多い。墨米移民はトルティーヤ、ラム酒などの、彼らのノスタルジーを誘う製品を販売・購入し合うことで文化的アイデンティティを維持し、米国において本格的なビジネスへ参入してきた。

HTAs は、同じ出身地からの移民同士また移民と故郷の関係を維持し、墨米移民とその家族の困窮時には物質的にも支援することで、墨米移民の国境を越えたアイデンティティの形成を担ってきた。HTAs は、米国のメキシコ領事館に登録されている正式な組織から小規模で非公式なものを含めて数千の組織があるとされている（Orozco & Rouse, 2013）。HTAs は、もともと墨米移民の第一世代の移民の間で組織された自発的な集まりであるが、近年はグローバル化の波の中で急速な変化を遂げており、米国でメキシカン・コミュニティが直面する様々な問題だけでなく、故郷の社会福祉的な支援も行っている（Duquette-Rury, 2014）。現在の HTAs は 2 拠点を軸にした墨米移民を支援し、国境を越えたコミュニティの開拓の一助ともなっている。

（2）HTAs の役割

HTAs の主要な役割は、移民同士の連携構築、資金調達、財務支援、リーダー育成などさまざまな分野での墨米移民の能力の習得と構築の支援（キャパシティ・ビルディング）である。またメキシコの故郷社会での自然災害援助やインフラ整備などの特別なニーズのための資金調達と集団送金（collective remittances）も重要である。さらにそれぞれの HTAs が独自に行うプロジェクトが促進されている。

メキシコ政府は、HTAs の資金調達とその送金による故郷開発に着目し、1992 年にメキシコ州レベルでドス・ボル・ウノ・プログラム²を開始し、その後2002年に連邦政府はトレス・ボル・ウノ・プログラムというマッチングファンドを取り入れた（Duquette-Rury, 2014）。そのため1990年代以降に HTAs は急速に増加し、その送金は故郷の公共事業プロジェクトに向けられた。ポルテスとランドルトは、「故郷協会を持つ町は舗装された道路、電気、新しく塗装された公共の建物を持っている（Portes & Landolt, 2000, p.543）」と述べている。

また、一部の HTAs は米国の政治にも関与している（Zabin & Escala, 2002; Rivera-Salgado, Bada & Escala-Rabadán, 2005）。例えば、不法墨米移民の合法化や公的補償の強化へ向けた積極的なロビー活動である。特にメキシコ系アメリカ人グループであるミチョアカノ族はシカゴ市への政治的関係を強め（Schütze, 2013）、さらにカリフォルニア、ニューヨーク、テキサス、ネバダの HTAs と連携している。

（3）HTAs が社会景観に果たす役割

HTAs は宗教的行事や教会の塗り直しや修理など、故郷への多くの支援を行ってきた（Orozco, 2004）。こうした資金的な援助は故郷における歴史的景観の継続に重要であり、故郷

の景観維持が移民のアイデンティティ形成の一部となってきた。一方で、HTAs が移民先である米国においてどのように社会景観に関わってきたのかについては、十分な調査が為されていない。バダ (Xochitl Bada) らによるシカゴのメキシコ移民口述歴史プロジェクト (Mexican Hometown Associations Oral History Project) は、HTAs のメンバーのオーラル ヒストリーを記録する試みであり、個人の歴史、シカゴへの到着と生活、米国とメキシコの国境の両側での HTAs の活動がよく分かる資料である。こうした資料を精査することにより、HTAs が墨米移民の社会景観の形成どのように貢献してきたのか読み取ることができる。

3. 現在の社会景観の把握：故郷文化の視覚的表象

ここでは、故郷の文化的事象が米国でどのように再現されているのかについて、民族誌・新聞記事・ウェブメディアに掲載された事例を精査し、社会景観分析の方向性について検討する。

(1) カトリック教会と宗教行事

墨米移民にとって移民先におけるカトリック教会の存在と宗教行事は、移民間の社会的結束を強めるだけでなく、故郷と移民の結びつきを維持し継続する上でも極めて重要であった。平井は、「聖母の被昇天」という宗教的イメージを米国に導入することが、移民の宗教実践に重要な役割を果たしたと述べている (Hirai, 2008)。また、移住地の教会がメキシコの伝統的な宗教的行事を流用し制度化することが、移民を移住地の教区に組み入れるための一つの要因であったと指摘している。こうした墨米移民によって実践された「聖母の被昇天」の巡回は、移民先における社会的景観形成の重要な側面を担ってきた。

“On one hand, the introduction of these religious images into their destinations in the United States has played an important role in the development of the migrants’ religious practices that contribute to the reinforcement of the social ties between them and to the maintenance of the traditions and religious and social identity rooted in their homeland. (Hirai, 2008)”

(2) スーパーマーケット

スーパーマーケット経営は、墨米移民が米国で経済的な成功を収めた重要な分野である。ラ・ミチョアカーナ・ミートは、1986年にメキシコ人移民が始めたファミリー企業で、現在は米国で最大級のヒスパニック系スーパーマーケット・チェーンとなっている (La Michoacana Meat Market, 2022)。最初の店舗がヒューストンで開業し、ダラス、オースティン、サン・アントニオなどの墨米移民が多く居住する地域に拡大していった。スーパーマーケットは墨米移民に対する販売に供するだけでなく、墨米移民への雇用と様々な情報サービスを提供する拠点となり、メキシカンフードを通じて新しい価値観を米国社会に提供している。また店舗の拡大によって、居住地のランドマークとしての景観形成も担っている。

“we are about 140 stores. The majority of the stores are in Houston, Dallas, Austin and San Antonio; but you will also find us in many small cities where Hispanics are working hard like Corpus Christi, Lufkin, Bryan and Valley of Texas. We will never forgot our origins… nor that our main focus is our meats, fresh, meats, fresh,

juicy and prepared just how our customers like it (La Michoacana Meat Market, 2022).”

ノックは、ロサンゼルス・セブンス・ストリート・マーケットを事例に果物と野菜の卸売市場についてケーススタディを行なっている (Nock, 1998)。この研究では、卸売農産物市場の動向に応じて、墨米移民がどのように米国市場に参入し墨米移民の需要を利用しながらビジネスを發展させたのかについて論じている。卸売市場では多くの墨米移民が米国社会に参画しており、ローカルな社会空間を作成する場となっている。また多様な文化交流が日常的に発生することで新しい社会的環境を作り出しており、米国におけるメキシコ文化の部分的景観形成を担っている。

“Culture plays an important role in the ways in which different social actors conduct their business and how they interact among each other. Men and women in their daily lives and actions, draw upon social norms and traditional frameworks, but they do so in this new, changing social environment (Nock, 1998, p.23).”

(3) レストラン

移民の民族性に関する研究では、食文化を通じて個々のグループのアイデンティティを維持しようとする試みに焦点を当てたものも多い。ピルチャーは、米国におけるタコスのスタイルについて、関連する記録、料理本を精査してメキシコの伝統性を指摘しつつ、より現代的な産物であることを示している (Pilcher, 2008)。そうした新しい形の米国型タコスは、メキシコ

の伝統と米国の文化的受容を仲介していた。ピルチャーは地理情報システム (GIS) を使用して実際のタコス・ショップをマッピングすることで、1950年代のロサンゼルス風景の中で、米国型タコス・レストランがメキシコという「異国情緒 (exoticism)」を保ちつつ「安全な危険 (safe danger)」という形態として売り込むことに成功したと述べている。

ディロン、バーガー、ショートトリッジは、民族グループの特徴的な食文化が他の地域に拡散し同化するプロセスに着目している (Dillon, Burger & Shortridge, 2009)。そこでは、メキシコ料理が「エキゾチックなエスニック料理 (exotic ethnic other)」から「一般的なエスニック・アメリカン (common ethnic American)」へ移行を示すとしている。さらにメキシコ系レストラン・オーナーへの精細なインタビューによってメキシコ系レストランの成長と広がりを調査し、1965年頃から始まったメキシカン・レストランの普及が、その後ヒスパニック系人口の増加とは有意な関係がなく各地に拡散していったことを示した。ロサンゼルスにはこうしたクラシック・アメリカン・メキシカン、またはカリフォルニア・メキシカン、略して「Cal-Mex」とも呼ばれるレストランが多くある。

“These restaurants, serving up what you could call classic American Mexican, or California Mexican — “Cal-Mex” for short — have become a crucial part of L.A.’s identity. “Cal-Mex is a metaphor for our state itself,” writes Times columnist Gustavo Arellano. “Its history and resilience tells us where we came from, who we are and where we’re going — never static, perpetually underestimated, forever dynamic. (Los Angeles Times,

2022) ”

メキシコ文化の受容と経済性の高まりによってメキシコ料理の拡散と同化が進行することで、米国化したメキシカン・レストランという独自の景観が形成されている。

(4) ストリート・ベンダー

ストリート・ベンダーは道路や街並みの一角にテント等による簡易的な店舗を作成し、食料、雑貨、食事を提供する。また、移動可能なキッチン・カーを用いてファストフードを提供するなど様々な形態がある。サントヨは、東ロサンゼルスでストリート・ベンダーとしてメキシコの伝統料理であるタマーレの販売を始めた(ABC news, 2021)。その後レストランを開き、現在はロサンゼルスで最も成功したレストランと言われるまで成長させた。道路空間と一体となって、一時的に形成される景観がストリート・ベンダーの特徴である。

“When Juan Manuel Santoyo and his wife started selling tamales on a street corner, they never imagined that they would one day run one of the most successful restaurants in East Los Angeles, Tamales Liliana's, and sell millions of tamales each year. The Mexico native migrated to the US seeking an opportunity to start a business. He found it and made the most of it. (ABC news, 2021) ”

メレロ・マルピカは、こうしたストリート・ベンダーの重要な顧客であるロサンゼルス大都市圏の日雇い労働者に着目している(Melero Malpica, 2002)。この研究では、日雇い労働市場において雇用主と仕事の求職者を結びつける

組織的基盤について言及すると共に、日雇い労働者の日常の様子も詳しく描かれている。

“Because these migrants are not tied into established networks that assist in finding jobs, counterfeit documents, housing, and so forth, most of them literally take to the streets. Some work as street vendors, hawking fresh produce or flowers; others doggedly appear at the day-labor sites. (Melero Malpica, 2002, p.134) ”

道路空間における社会的景観を考える場合は、こうした労働者、住民、観光客と売り手であるストリート・ベンダーが一体となって、定期的な出現と消失を繰り返す独自の景観形成として捉えていく必要がある。

(5) ナイトバー・ダンスホール

クレイビーは、墨米移民を含むラテン系アメリカ人の労働者階級の社会的空間に関心を寄せている(Cravey, 2016)。そこでは、国境を越えた2拠点生活を行う移民(不法移民を含む)について、家族の関係を拡張し代替するいくつかの特定の場所として、ダンスホール、バー、フリーマーケット、職場、教会などに着目し、日常生活におけるアイデンティティと社会的関係の維持について論じている。

“The focus of this on-going and extensive ethnographic project in central North Carolina is on Mexican unauthorized migrants. Specific spaces and circuits of activity include : dancehalls, flea markets, workplaces, churches, households, apartment complexes, tiendas, public streets, bars and social services agencies.

(Cravey, 2016) ”

スクラッグスは、ロサンゼルス・メキシカン・バー「La Cita」に着目している (Scruggs, 2017)。記事では、利用者がメキシコビールのビクトリアのボトルを握りしめて音楽に合わせて踊り、また店員側の D.J. がスペイン語で呼びかける光景が描かれている。またグアチャラカ (Guacharaca) やマイク・パフォーマンスが、クンビア・ソニデラ (Cumbias Sonideras) というメキシコ音楽スタイルを彷彿させると述べている。アナハイムのナイトクラブ「Xalos」は、規模の大きなライブハウスであるが、ここではメキシコ系・ラテン系の音楽イベントが多く開催されている。こうした夜間に活動する場所は、移民、観光客を含む多様な背景を持った人が混在する場であり、時間と景観形成の関係を考える上で重要な場といえる。

(6) フリーマーケット・スワップミート

フリーマーケットとスワップミートは、中古または安価なアイテムを購入することができるマーケットプレイスである。フリーマーケットとスワップミートは、ある一定期間に公園、公民館、体育館、運動場などで行われることが多いが、イベントによっては特定の場所で継続的に行われる場合もある。ロサンゼルス周辺で定期的に行われているフリーマーケットとスワップミートは以下の通りである (図1)。

1. Rose Bowl Flea Market
2. Ave 26 Night Market
3. Santa Fe Springs Swap Meet
4. La Fiesta Swap Meet
5. San Fernando Swap Meet & Market Place
6. Melrose Trading Post
7. Pasadena City College Flea Market
8. Valley Indoor Swap Meet

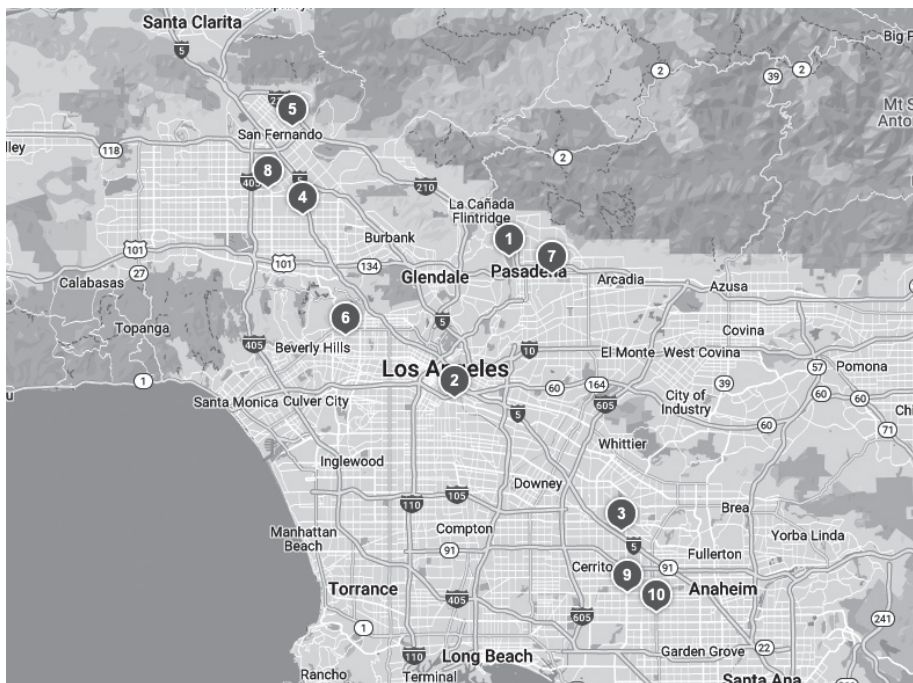


図1：ロサンゼルス周辺の主要フリーマーケットとスワップミート

9. Cypress Swap Meet
10. Indoor Swapmeet of Stanton

ノックは、カリフォルニア州のサン・ホアキン・バレーで実施されているスワップミートに着目し、カーン郡、テュレア郡、キングス郡、フレズノ郡で開催された17回のスワップミートの調査を実施している (Nock, 2009)。そこでは、墨米移民が行うビジネス戦略、ジェンダー間の役割、場所性について指摘している。

“Swap meets have a long tradition in California's San Joaquin Valley. These are markets of different sizes and characteristics that have changed and adapted to demographic changes in the Valley. (Nock 2009, p.307) ”

こうしたフリーマーケットとスワップミートで形成される場は一様の文化的側面が表出する

わけではなく、様々な文化的要素の混在が全体としてひとつの景観として形成されている点の特徴である。

(7) イベント空間

音楽・祝祭日・スポーツなどのイベントは、その場限りの一時的景観が形成される場である。シンコ・デ・マヨ (Cinco de Mayo) は、米国では、コロラド州デンバー、イリノイ州シカゴ、ネブラスカ州オマハ、カリフォルニア州サンディエゴなどで大規模な祭典が開催されている。元々はメキシコ軍がフランス軍を撃退した (1862年) ことを記念する祝祭日であるが、米国での祝祭では、音楽、ダンス、料理など多くのイベントが大規模に実施される。フィゲロアは、墨米移民がサッカーをレクリエーションではなく文化的アイデンティティを反映する方法としてどのように活用しているのか分析している (Figuerola, 2003)。

特別な行事空間によって形成される一時的景

表1：墨米移民による米国社会景観の4形態

形態	対象	空間性
(1) 持続的景観	教会 スーパーマーケット レストラン ナイトバー ダンスホール	物理的な場所を占め、長期にわたって存在することで同一の場所で景観として認識される場
(2) 定期的景観	宗教行事 祝祭日イベント フリーマーケット スワップミート	定期的に同じ場所に存在することで、不在の時も景観として認識される場
(3) 一時的景観	ストリートバンダー 音楽イベント スポーツイベント	空間的には物理的な場所を占めるが、時期は不定となり、その場限りの景観として認識される場
(4) 動的景観	労働者・観光客などの 群衆	空間的に固定しない動的な景観、また(1)～(3)と重層しながら認識される場

出典：筆者作成

観は、墨米移民という閉ざされたカテゴリーでなく、米国の地域や都市全体が関わりながらメキシコ文化が再現される場であり、一時的社会景観を捉える上で重要である。

4. 社会景観の分析に向けて

社会景観の分析については、可視的文化表象として以下の4分類を軸にした方向性を提示したい(表1)。

まず、(1) 持続的景観としては、教会、スーパーマーケット、レストラン、ナイトバー・ダンスホールが挙げられる。空間的には物理的な場所を占め、比較的長期にわたって持続的に存在する。また、一定程度時間の制限はあるが、自由に入出入り可能である。(2) 定期的景観としては、宗教行事、祝祭日、フリーマーケット・スワップミートがある。空間的には物理的な場所を占め、定期的に同じ場所で開かれるため、物理的に存在していない時でも景観として認識可能である。(3) 一時的景観としては、ストリートベンダー、音楽イベント、スポーツイベントなどがある。空間的には物理的な場所を占めるが、時期については不定期開催であるため、その場限りの景観が造られる場である。(4) 動的景観としては、日雇い労働者自体が集まる光景など空間的に固定しない動的な景観であり、(1)～(3)と重層しながら認識する景観といえる。

社会景観は、個別の移民の社会的実践の集合体であり、広域的に形成される様相を捉えていく必要がある。そのため、個別の参与観察に加えてビッグデータ分析も活用しながら複数の時間的、空間的位置の混淆の中で4つの景観の変化を認識していくことが必要である。

5. おわりに

本稿では、HTAsを概観した上で、墨米移民

によって故郷文化がどのような形で移民先において再現されてきたのかについて、民族誌・新聞記事・ウェブメディアに掲載された景観要素を示した。また、社会景観分析の方向性として4つの形態を示した。

今後は、持続的景観、定期的景観、一時的景観、動的景観の4形態について具体的な事例をもとにフィールド調査を進め、重層した景観分析の提示において、民族誌的な記述だけでなく新たな視覚的表現法についても考えていきたい。

6. 参考文献

- ABC News. (2021). Mexican street vendor builds local tamale empire. Accessed October 18 2022. <https://abc7chicago.com/tamales-lilianas-street-vendor-tamale-restaurant/11010829/>
- Alvarez Jr, R. M. (1990). Mexican entrepreneurs and markets in the city of Los Angeles: A case of an immigrant enclave. *Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development*, 99-124.
- Bada, X. (2016). Collective remittances and development in rural Mexico: a view from Chicago's Mexican Hometown Associations. *Population, Space and Place*, 22 (4), 343-355.
- Cancian, F. (2012). Mariachi band performing for Cinco de Mayo celebration on campus; photograph at University of California, Irvine.
- Carlson, A. W. (1998). America's growing observance of Cinco de Mayo. *The Journal of American Culture*, 21 (2), 7-16.
- Cravey, A. J. (2016). Transnationality, social spaces, and parallel worlds. In *Latinos in*

- the New South (pp. 231-248). Routledge.
- Dillon, J. S., Burger, P. R., & Shortridge, B. G. (2007). The growth of Mexican restaurants in Omaha, Nebraska. *Journal of Cultural Geography*, 24 (1), 37-65.
- Duquette-Rury, L. (2014). Collective remittances and transnational coproduction: the 3 × 1 program for migrants and household access to public goods in Mexico. *Studies in Comparative International Development*, 49 (1), 112-139.
- Figueroa, A. (2003). Community Identity and Sports: A Social History of Soccer in Salinas, California. *Culture, Society, and Praxis*: 2 (1), Article 5.
- Hirai, S. (2008). La Virgen de la Asunción viaja a California: migrantes mexicanos y construcción de circuitos simbólicos y emocionales transnacionales. *E-misférica VirgenesViajeras 5.1*. Accessed October 18 2022. http://hemisphericinstitute.org/journal/5.1/esp/es51_pg_hirai.html
- La Michoacana Meat Market. (2022). 30 YEARS BRINGING MEXICO'S BEST. Accessed October 18 2022. <https://www.lamichoacanameatmarket.com/en/our-company/>
- Los Angeles Times. (2022). How classic Mexican restaurants offer a window into California's culinary soul. Accessed October 18 2022. <https://www.latimes.com/food/story/2022-09-15/classic-mexican-restaurants-los-angeles-california-explainer>
- Melero Malpica, D. (2002). Making a living in the streets of Los Angeles: An ethnographic study of day laborers. *Migraciones internacionales*, 1 (3), 124-148.
- Messerli, I. S. (2008). Vamos, vamos Aceirteros: soccer and the Latino community in Richmond, California. *Soccer & Society*, 9 (3), 416-427.
- Nock, M. (2009). Swap meets and socioeconomic alternatives for Mexican immigrants: The case of the San Joaquin Valley. *Human Organization*, 68 (3), 307-317.
- Nock, M. (1998). Small Transnational Family Enterprises and Wholesale Marketing in Los Angeles, California. *FRONTERA NORTE*, 10 (19), 21-34.
- Orozco, M., & Lapointe, M. (2004). Mexican hometown associations and development opportunities. *Journal of international affairs*, 31-51.
- Orozco, M., & Rouse, R. (2013). Migrant hometown associations and opportunities for development. Community development. Washington: Migration Policy Institute, 280.
- Pilcher, J. M. (2008). Was the Taco Invented in Southern California?. *Gastronomica*, 8 (1), 26-38. <https://doi.org/10.1525/gfc.2008.8.1.26>
- Portes, A., & Landolt, P. (2000). Social capital: promise and pitfalls of its role in development. *Journal of Latin American Studies*, 32 (2), 529-547.
- Rivera-Salgado, G., Bada, X., & Escala-Rabadán, L. (2005, November). Mexican migrant civic and political participation in the US: The case of hometown

associations in Los Angeles and Chicago. In seminar Mexican Migrant Social and Civic Participation in the United States, Washington, DC.

Salazar, L. (2016). 2016 San Diego Mariachi Summit-j VIVA EL MARIACHI FEMENIL.

Scruggs, G. (2017). A Label That Fostered Mexican Cumbia Gets Its Own Shout-Out. Accessed October 18 2022. <https://www.nytimes.com/2017/04/12/arts/music/discos-barba-azul-mexican-cumbia-sonidera.html>

Schütze, S. (2013). Chicago/Michoacán: The construction of transnational political spaces. *Latino Studies*, 11 (1), 78-102.

Trans, L. O. (2009). Mexican hometown associations in the US: Motives for transnational engagement. *Diálogos Latinoamericanos*, (16), 70-89.

US Census Bureau. (2020). QuickFacts. Suitland, MD: US Department of Commerce, US Census Bureau. Accessed October 18 2022. <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/US/PST045219>

Zabin, C., & Escala, L. (2002). From civic association to political participation: Mexican hometown associations and Mexican immigrant political empowerment in Los Angeles. *Frontera norte*, 14 (27), 7-41.

² ドス・ボル・ウノは、メキシコ人移民から、メキシコ国内の出身地のインフラ整備や公共事業のための寄付を募り、移民が寄付した1ペソごとに州・基礎行政区政府が2ペソ拠出するというプログラムである。その後、連邦政府レベルのトレス・ボル・ウノに拡大された。

¹ 2020年国勢調査では、米国人口の人種と民族に関するデータ収集の質問設計が変更された。これにより人々がどのように自認するか、過去の測定時よりも正確に描写することが可能になった。(US Census Bureau 2020)