The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	「中の人」論 : サブカルチャーにおける演技とその受容
Author(s)	平川, 大作
Citation	演劇学論叢. 2023, 22, p. 21-32
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/96484
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

「中の人」論

―サブカルチャーにおける演技とその受容―

平川　大作

はじめに

東宝は二〇一六年の映画『シン・ゴジラ』で、一九五四年以来、着ぐるみを使用して描いてきた怪獣ゴジラの表象を、ＣＧＩによって刷新した。ゴジラのＣＧＩ化は、すでにアメリカで一九九八年『ＧＯＤＺＩＬＬＡ』（トライスター・ピクチャーズ、監督：ローランド・エメリッヒ）や、二〇一四年『ＧＯＤＺＩＬＬＡ　ゴジラ』（レジェンダリー・ピクチャーズ、監督：ギャレス・エドワーズ）で先行していたため、本家ともいうべき日本制作のゴジラも遅ればせながら時代の趨勢を取り込み、旧来の伝統的な手法を手放したことになる。

演者が着ぐるみに入って怪獣に扮する撮影がプリミティブかつ幼稚な印象に直結して、日本の怪獣映画が子ども向けの現実逃避的な娯楽として軽視されてきたことは否めない。一方、単純な手法とはいえ、身体感覚に直結した着ぐるみの表現がある種のノスタルジックな魅力を放ち続けてきたことも確かである。洗練さの度合いは作品によって異なるものの、怪獣映画を好むファン層は着ぐるみによる怪獣の表象に一定の愛着を抱き続けてきた。そのため、人気キャラクターであるゴジラのＣＧＩ化は東宝にとって、大きな決断であったはずだ。『シン・ゴジラ』は表象技法の切り替えを乗り越えて、その年を代表するヒットを達成し、日本映画に怪獣映画の枠を超えたインパクトを与えた[1]。

映画公開と同時に宣伝のブースターとして各種メディアが報じたのは、「三一九人目のキャスト」狂言師・野村萬斎の名前だった[2]。モーション・キャプチャーを使用して、ゴジラの動きを演じていたのだ。映画史において長い生命力を誇るキャラクターが新しく再生されるとき、より長い歴史をもつ狂言の演技法が導入された事実は驚きをもって

受け止められた。それはゴジラというキャラクターの再定義に関わる決定的なキャスティングであった。

本稿は、サブカルチャーの領域からオルタナティヴな演技論、もしくは観客論を目指すものである。そのための有効な梃子として、記述的に多用されている「中の人」を考察の軸に据える。この用語によれば『シン・ゴジラ』はこう語られる。「あのゴジラの中の人は野村萬斎だ」。

一　ミッキーマウスは汗をかかない（が、中の人は汗だく）

二〇〇〇年代以降、サブカルチャーおよびネットのカルチャー周辺で「中の人」という表現が多用されている。起源やいわれを説明されずとも、直感的に把握できる記述用語として利便性が高く「使える」表現であるためか、この新造語は一定の認知を得た。ネット上の用語辞典「ニコニコ大百科（仮）」は、「中の人」を以下のように規定している。

中の人（なかのひと）とは、〝何か〟の中にいる人という意味。インターネット上では吉田戦車の漫画の影響から「中の人などいない！」として広がる。そこから転じて、「着ぐるみの中に入っている人」や「声優」のことなどを指すようにもなった。[3]

「中の人」の第一の語義は、着ぐるみなどを着用してキャラクターに扮するタイプの「中にいる」スーツ・アクターや、アニメの声優のような「演じている主体」という意味である。実際に演技者が着ぐるみや衣装を身にまとい、「人間ではないなにか」、すなわち一般に「キャラクター」と総称される擬人的な表象を演じる際には、「中の人」の「中」を物理的に生じせしめる「外」が存在している。そのため、この場合の「中の人」の「人」には、言外の前提として「外形はヒトではない」というニュアンスも含まれていると考えてよい。また、「中の」には、それが内部であるがゆえに「見えない」「不可視」という意味も含まれている。

この構造をアナロジカルにアニメのような二次元に置き換えた場合、平面上で動く絵に対して、オーディエンスからは不可視の存在として声をあてる仕事をになう声優もまた「中の人」と呼ばれている。この際、もともと三次元的な外と中が、二次元的な視覚表象とそれに一体のものとして提示される音響表象に振り分けられ、空間的・物理的な隠喩が適用されたことになるが、そもそも「中の人」に含

まれていた「不可視の演技主体」を指し示す意味合いが声優にも符合したため、語義が拡張したのだと考えられる。[4]声を出しているのはあくまで視覚表象として提示されたキャラクターであるとする認識上のスイッチが約束事として機能したときに、声優の存在はオーディエンスの意識のなかで棄却される。不在であると棚上げされることを条件として表象の存在感に寄与する立場。それが「中の人」である。

熊本県のご当地キャラクター、くまモンが、第一回のゆるキャラ®グランプリで一位となったのは二〇一一年、前年には彦根市のひこにゃんが記名投票により一位となった。その後二〇二〇年の第十回をもってイベント開催はファイナルとされたものの、二〇一五年には最多の一七二七体に至ったという「ゆるキャラ」をめぐる文化現象は広く社会に認知された。[5]作家みうらじゅんが命名した「ゆるキャラ」が群れをなして誕生したのは、日本文化が歴史的に好んできた擬人化を根に、サブカルチャーと公的事業が交わった結果であった。ミッキーマウス、ピカチュウの類縁が増殖したなか、基本的にそれらゆるキャラの「中の人」は世間の耳目に姿を現すことがなかった。作家というよりも、地方自治体（の向こう側にいる広告代理店）によって管理されているキャラクターにとって、「中の人」の開示はイメージの棄損となりかねないからだ。

くまモンが、あるいはミッキーマウスが、複数個の着ぐるみを使用することにより、複数の場所に同時に現れたとしても、作り手のフィクションのなかでそのキャラクターのアイデンティティーは唯一無二の存在とされている。無論、物心のつかない子どもを別にすれば、着ぐるみの内側では、常に「中の人」が汗だくになってキャラクターに扮していることを誰もが承知している。しかし、それを不在であるとする素振りによりキャラクターの存在を維持しようという作り手の戦略の前で、観客は結果として「調子を合わせる」。もし、ゆるキャラをめぐる一大流行を日本的なサブカルチャーとするならば、そのキャラクターを作り、送り出す側の表象戦略だけでなく、自ら「調子を合わせる」観客の傾向がその成立に必須となる。

ミッキーマウスを中で演じている人など存在せず、そもそも「中」など存在しないと構え、ミッキーマウスはミッキーマウスであるという等号により、「中の人」の不在という約束事を飲み込んでしまえば、そこに「演技」「仮装」の要素がないミッキーマウスがある種の存在感のアウラをもって顕現する、というイリュージョンを共有することができる。このイリュージョンの原理は、俳優が登場人物との存在論的な合一を図るリアリズム演劇が目指す至高の目

標と重なる。「まるで本当にハムレットが目の前にいるようだ」。しかし、舞台上の登場人物はあくまで約束事に支えられており、私たちの覚めた認識は、ミッキーマウスの中で汗だくになっている演技者の存在を決して忘れることがない。どれほど強度なリアリズムの演技を目の当たりにしても、観客が意識のなかで常に役と俳優を分離して受け止めているのと同じ事情である。

二　ゴジラと文楽、モーション・キャプチャー

「中の人」の存在と不在をめぐる日本文化の感性、とりわけ観客側のイマジネーションに長い歴史があるとすれば、その大きな結節点として一九五四年の東宝『ゴジラ』を挙げなくてはならない。ウィリス・オブライエンがストップ・モーション・アニメーションの技術により実現した一九三三年版『キング・コング』に憧れてやまない円谷英二が、『ゴジラ』に着手したとき、あまりに短い製作期間のなかで映画を完成させるために窮余の策として選んだのが、着ぐるみ＝モンスター・スーツによる特撮であったことはよく知られている。その「中の人」を担当した中島春雄はもともと東宝の大部屋俳優であり、あくまで表方の映画俳優を志望していたものの、体格の良さをかわれてゴジラを演じた。

> ゴジラが誕生して二十年近くたって、昔見た人が懐かしいと思い始めて、ゴジラが話題になることが増えたんだね。ゴジラは顔が見えない役だから、「どんな人だろう?」って、逆に関心を集めたのかな。[6]

中島がゴジラを演じたのは一九五四年から一九七二年までだ。以後、東宝による人員整理により俳優を引退し、ボーリング場ほか関連会社に勤め、東宝を退社したのが一九九一年。ゴジラに「中の人」が存在する事実は特に秘密とされたわけではないが、中島がメディアの注目を集めたのは、ゴジラの着ぐるみから離れてからのことであった。それはまた、怪獣映画に熱狂した世代が大人になり、懐古の感情からのちに「おたく」と総称されるマニア層が形成されたことを意味している。

一九九六年、アメリカで開催されたゴジラのイベントに中島が敬意をもって招聘されたのは象徴的な出来事であった。初代ゴジラでの演技が前人未踏ゆえにいかなる困難をともなっていたか、その後中島がどのような演技を目指したのか、彼の回顧はあたかも歌舞伎の芸談のように記録され世界が知るところとなった。一定の時間をかけて、ゴジ

ラから「中の人」中島春雄が分離されたわけだが、そのプロセスでキャラクターとしてのゴジラは独自の存在感を棄損されることがなかったばかりか、より大きな人気と支持を集めて今に至っている。

ゴジラにおいて、中の人は「いる」と同時に「いない」。そうした視線とイマジネーションを両立させられるのが怪獣映画に選ばれた観客だ。同様の観客は文楽の劇場にも発見できる。文楽人形の遣い手は原理的に「中の人」だ。物語上「不在」とされ、着ぐるみに相当する表象（この場合は人形）のみに着目する場合、人形遣いはあくまで便宜上必要とされているにすぎないのだが、文楽の観客は「自ら動く表象」というイリュージョンと、それを創出する「見えない存在」としての人形遣いの努力を同時に視野におさめ、なおかつそれを十全に意識しながら、イリュージョンに没頭することができる。そうした複層的な鑑賞態度が直感的な把握として成立することが重要だ。アニメのアニメーターが人形遣いであれば、声優は太夫というアナロジーにより、文楽の観客と現代のアニメ・ファンはそれほどかけ離れたものではない。「中の人」をめぐる観客の感性の歴史は、文楽からゴジラ、アニメを直線で連結して脈々と流れ続けている。

映像の世界ではデジタル技術の導入、発展により、CGIキャラクターをモーション・キャプチャーで動かす手法がすでに定着している。現実の俳優の動きを記録して、最終的には二次元の画面に再現するという思想そのものは、マックス・フライシャーやウォルト・ディズニーによるロトスコープで古くより試みられているが、顔の表情筋の動きをデジタルでトレースするに至り、「全身の筋肉の動きの置換」とでも言うべき精度を獲得したのだ[7]。本稿の冒頭で触れた『シン・ゴジラ』の野村萬斎はそのようにしてゴジラの「中の人」となった。映画公開時にその事実が情報解禁されたとき、観客はスクリーン上で息づくゴジラの姿の向こう側に狂言師の身体所作があることを知りつつ、それを棚上げして見つめ、ゴジラというキャラクターのイリュージョンを保つことができた。狂言特有の身体所作が導入された二〇一六年版ゴジラは、表象の要素に前近代の伝統的な演技様式を取り込むことでキャラクターの文化上の国籍が明示されたのだ。このように身体を使用した表象行為のうち、外形的な表層についてはデジタル・データ化を経て、任意に抽出・置換することが可能となった。演技は技術革新によって確実に応用の範囲を広げている。声のみが分離されることを前提とする声優という職種が文化状況のなかで隆盛を迎えたのは、テクノロジーによる演技概念の変化と拡張という観点では、まだ初期の現象に過ぎな

いと考えてよいのだろう。技術は演技者の「中の人」化を促進しつづけている。

三　中の人、またひとつの語義

さらに、どこかの会社・組織の関係者や、何らかの作品のスタッフのことも「中の人」と呼ばれるようになった。（例：セガ社員＝セガの中の人、ニコニコ動画の運営＝ニコニコの中の人）[8]。

第二の語義による「中の人」は、前提として個人としての発言を想定されていない立場にあり、外（この場合は企業体や組織に対する消費者・顧客・ユーザーの側）からはその存在が認識されていない。「中から外への個人による発信／情報のリーク／裏話の提供」といった特定の発言そのものにより、その主体が「中の人」であると存在が浮き彫りにされるという暴露的な性格を持つ。また、対象物（たとえば企業のキャンペーンやイメージ）について作者的な立場から、その操作・コントロールの主体として関わる関係性は、演技者としての「中の人」と共通しており、ともに「見えないところで〇〇を動かしている人」である。

演劇の用語で言えば裏方であり、演出家。その存在が舞台上で描かれることにより、即座にメタシアトリカルな構造が立ち上がるような役割だ。実際、この意味の「中の人」は「劇場型犯罪」というときと同じような意味合いで劇場型ビジネスとでも称すべき構造の発信源となり、企業活動を物語として強化する傾向がある[9]。

二つの語義いずれにおいても「中の人」がメタシアトリカルな構造を発生させる焦点として機能しつつ、物語を解体・瓦解させることなく、（観）客が物語を重層的に受け取る契機となっていることを確認したい。少なくとも、日本現代のサブカルチャーの領域においては、中の人の露出は歓迎すべきことがらであり、消費者からはむしろ望まれている。「中の人」の第二の意味は、企業体／製造元に作者のペルソナを与え、その企業活動を個人のキャラクターを通して物語化することが是とされる状況を言語化したものである。そうした潮流の起因としてSNSやネット上の掲示板による個人の情報発信が不可欠であったことはいうまでもない。かくして二つ目の意味における「中の人」は外化し、前景化された。

演劇は必ずしもすべてに該当しないが、ゲーム、アニメ、マンガなど現在強い勢力を持っているサブカルチャーの表現分野には必ず企業が介在している。作品はそれを作った個人名で語られつつも、「ジャニーズおたく」、「ジャ

ンプ的思考」、「京アニマニア」などの例をあげるまでもなく、企業名やブランドにより強く結びつけられる傾向がある。ファン、ユーザー、客は自分たちが対企業的には消費者であることを十分に意識しており、ＳＮＳが普及・一般化することで消費者側の反応は即時的に企業にフィードバックされるなど、その関係性に緊張感が生じるに至っている。

ＳＮＳが普及する以前の小劇場の舞台公演では、終演時、カーテンコールに付け加えて、「お手もとのアンケートへの記入にご協力ください」と呼びかけるのが通例の決まり文句だったところ、「ハッシュタグ〇〇で、どんどんつぶやいてください」と訴えることが増加している。上演告知、宣伝、チケット販売などの興行側の情報発信だけではなく、上演後の反応を確認するためにも、各種のネット端末が利用され、演劇制作の方法論はデジタル・ネットワークにより更新された。現代演劇、小劇場の分野ではすでに一般的となっているアフター・トークでは、公演終了後、急いで身支度を整えた出演者が「中の人」として登場する。そうした公演の余禄で観客の増員をはかろうとするマーケティングは、そこで語られる内容が基本的には作品に対しての裏話であることを含めて、「中の人」が消費者と企業の間の関係性に介在する機会がますます増加しているサブカルチャーの構造と酷似している。

ときに着ぐるみの中の演技者や声優を指し、ときに製造者や作り手を指す「中の人」という言葉の核には顕現のイメージがある。物語という虚構であれ、ゲームやソフト等や製品であれ何らかの完結した構成物をただ受容するだけでなく、製造者／作り手の存在を強く意識することで、本来不可視とされる裏側からも当該の作品・構成物により深く関与しようとする観客／オーディエンス／顧客にとって、「中の人」の顕現は鑑賞体験／消費行動の質を高める重要な要素となっている。

四　中の人ありき

アニメの「中の人」である声優が憧れの職業として人気を集めている。そもそもは表に姿を見せない裏方に徹していた仕事が段階的にタレント化し、現在では積極的に多様な活動を展開しており、声優が舞台上で実演することも一般化した。「中の人」はもはや不可視の存在ではなく、キャラクターからは分離した演技者として、すでに外化しており、そのありようは文楽の太夫のそれに近い。ファンは特定の声優を目当てに作品を選択し、制作側はそうした声優の人気を前提として、作品の生産と宣伝に取り組んで

いる。アニメにとって、中の人はいかなる観点からも「まず先にありき」ポジションに変化してきた。

人気声優たちはそれぞれの個性を芸風として確立し、ともすればその演技の質は、「中の人」に期待されていたキャラクターの存在感への寄与からはみ出しかねないものとなった。それを忌避するために宮崎駿は積極的に非声優をキャスティングし続けたし、細田守の諸作は舞台俳優や映画俳優を声優に起用することで、キャラクターからはみ出すスター性を意図的に興行的価値として利用した。いずれもアニメの「中の人」の表現が様式化、外化したことに対する再考の姿勢が根底に認められる。

声優の突出した存在感は、歌手としてのライブ活動、あるいは、即興性を重んじるイベント性の高い舞台公演などに転化しつつ、「中の人」が観客の前で文字通り「外＝キャラクター」と一体化して顕現するという興行のかたちをとった。一方で、いわゆるコスプレのカルチャーが定着し、マンガ、アニメ、ゲームなどの二次元に由来するキャラクターを忠実に再現しうるメイク等の技術水準が飛躍的に向上したことも含め、さまざまな契機のなかで、あたかも作品の作り手と受け取り手が共謀するようにして生まれたのが2・5次元舞台である。須川亜紀子によれば、それは少なくとも2008年以降に舞台作品について使用された呼称だ[10]。

いわゆる2・5次元舞台は、サブカルチャーの突端が演劇と交わるところに生まれた。その時代の文化、風俗、流行を貪欲に取り込み、「演劇ではないもの」との臨界で表現の枠を再更新してきた演劇の新たなフェーズと考えたとき、少なくとも2・5次元舞台は、作品のみを切り取って美学的に検討しても従来の演劇と決定的に異なるものではない。注目すべきはまずもって興行的に自らを「演劇」とは切り離して提示する表現上の自意識であり、それを前提に新しい層の観客、すなわち2次元と呼称されるマンガ、アニメ、ゲームの愛好者、ファンを獲得したことである。

『ベルサイユのばら』を原作として舞台化し観客増加に成功した宝塚歌劇や、『ワンピース』や『風の谷のナウシカ』を歌舞伎化した例と決定的に異なるのはその点、すなわち観客が観劇にのぞむ姿勢、舞台に向けられた視線と受容の意識である。2・5次元舞台の観客にとっては、2次元の原作こそ究極的な原典であり、舞台上での表現すべてがその原典との差異によって判定される。よって一般にイメージされるように「2・5」という小数点は「2次元の物語・キャラクターを3次元に向けて立体化した、3次元の手前」というよりも、「3次元の素材をもって原典の平面性に迫ろうとしている、2次元の手前」というベクトル

において理解されるべきだろう。

そうした観客の視線を満足させるために、「中の人」はキャラクターの外形を高度に再現して身にまとう。純・演劇の分野では、ジーンズ姿でもハムレットを演じることは可能であり、観客もそれをハムレットの一解釈として受容可能だが、2・5次元舞台ではまず姿かたち／容貌／ビジュアルが原典をなぞるように再現されていることが期待されているため、そこに同じような意味での解釈の余地はない。キャストには、着ぐるみという物体こそないものの、キャラクターのビジュアルという外形の「中の人」として、その存在のイリュージョンを成立させるために貢献することが求められている。出自がそのキャラクターの声優であるかどうかと関係なく、観客の受容の意識の中で2・5次元のキャストは「中の人」なのだ。

もちろん、太夫や声優にファンがつくように、個々の2・5次元のキャストにも特定のファンは生まれるだろう。観客は認識のスイッチをずらすことで、2・5次元のキャラクターの中に存在する「中の人」をたやすく感得できるからだ。先に述べたように、こうした観客の視線は、文楽はじめ演劇の歴史のなかで珍しいものではないが、2・5次元舞台の観客は2次元のサブカルチャーを経由し、そこに根を持つがゆえに、SNSの活発な利用や相互の緊密な紐帯、原典となる作品に対する守護者的な意識に加えて、演技者をキャラクターとの関係性において「中の人」として認識する強度な視線を持つ点が注目される。

また、2・5次元の出演者は二つ目の語義においても「中の人」として積極的にふるまっている。舞台製作の裏側を観客に公開し、SNS等で分かち合うことで、舞台上で演じられる物語のサブテキストを自ら生産している。鑑賞行為はそれのみで完結せず、作り手とオーディエンスを結ぶ双方向的な活動へと拡大した。とりわけ2・5次元以降の日本の若い世代は、キャラクター／物語／パフォーマンスをそのように消費することが主流となっている。まず中の人に注目し、中の人の発信する情報に触れること、それがサブカルチャーの作法だとすれば、世代が交代していくなかでいわゆる「演劇」の観客も同様の指向性を色濃くしていくものと考えられる。

五　「中の人」と人種、翻訳劇

2・5次元舞台に登場するキャラクターにおいて、ルックス、すなわち外形／視覚的要素が最も重要であることはすでに述べた。キャラクターのアイデンティティーは外という表層に宿る。それらのキャラクターは名前こそ日本的

であっても、ルックスにおいては人種概念が無化されているケースが多い。頭髪の色、瞳の色、体格などは、現実の日本人の特徴を離れて、いわば理想化され美的に装飾されている。人種概念が無化されている以上、いわゆる外国人だとも言い切れない。日本で生まれ、独自に発達した2次元の表現様式は、日本人の容姿を原型にしながら、ルックスによって決定的に人種が問われない、ある種のファンタジックなユートピアを作り上げた。

日本発のサブカルチャー作品が、海外に広くアピールし受け入れられた背景にこうした表象と人種の関係性があることを指摘したい。日本の演劇作品に登場するキャラクターが（当然のことながら）どこまでも日本人であるがゆえに、海外の観客に対して強い伝播力を持てない一方、まずルックスが先行し、そこに人種的な表象の要素が無化されている2次元のキャラクターは多くの国で憧れの対象となりえた。

これまで演劇分野では翻訳劇が担ってきた外国人の表象は、古くは赤毛物と称されたことにも明らかなように、場合によっては付け鼻なども利用して外国人のルックスを再現しようと試みることからはじまった。それが次第に、容姿の点では特に人種的な特徴を取り入れず、見かけとしては日本人そのものであっても外国人を演じることが可能であり、それを観客も受け入れ可能とするに至った。翻訳劇で黒人を演じるために必要以上に顔を黒く塗ったり、白人を演じるために髪の毛を金髪に染めたり、かつらをかぶったりする必要がなくなったことについて、外国人という登場人物設定が、視覚的要素ではなく演技として内面化されたものと考えたいところだが、単に日本人が外国人の姿かたちを真似ることに、表現様式としての記号性しか認められず、空疎化したからなのかもしれない。

あるいは、日本人の体格の向上や化粧技術の発達、民族的自意識の変化により、外国人の容貌に対する一方向的な羨望・憧憬が薄らいだことも理由に挙げられるだろう。とはいえ、広告やファッション雑誌などではいまだに外国人モデルが多用されていることから、民族的出自に関して一般的な美的感覚が西高東低に傾きがちであることは否めない。二次元のキャラクターが人種の無化において、日本人と外国人をルックスの面でないまぜにする傾向は、そのような羨望・憧憬が無制限な願望充足としてあらわれたからだとして、2・5次元舞台のキャストの演技は、それを日本人の体躯によってトレースすることに成功している。

先に述べたように、2・5次元舞台は、外形的な典拠をもつキャラクターが舞台上に顕現することを目標としており、そのために鑑賞行為において中の人の存在を棚上げに

する認識上のスイッチが必要な点では、ミッキー・マウスの表象原理と変わるところはない。片方にマンガやアニメが指向している外形的な人種表象の無化、もう片方に人種的な容貌に関する日本人の実情と意識の変化を要因として、2・5次元舞台は「中の人」という表象戦略の先に、新たな人種表現を獲得した。新劇が時代の変化のなかで放擲した赤毛や付け鼻のような、極めて具体的な装飾性が別のルートをたどって復帰したといってもよい。こうした傾向が将来の翻訳劇上演にどのように影響を与えうるのか。なんら影響がなければ翻訳劇もまた、日本演劇史のなかで一つの完成に至り様式化したことの証左となるだろう。

六　まとめ

「中の人」をめぐる演技論は、まずどのような「外」が想定されているのか、その「外」のイリュージョンを支えるためにどのような「中」が必要とされるのかという前提に立つ。無論、演技者の内面や精神が等閑視されることはないが、サブカルチャー領域における演技の概念において外形、すなわち視覚的な表層の意味がますます重要になってきていることは疑いえない。キャラクターはまず視覚的に規定されるものであり、多くの場合、コスプレなどで示されるように典型的なポージングを伴っている。自分以外の何かに扮することを演技と呼ぶのであれば、表層の重点化を特徴として、演技の裾野は正統的な演劇以外の領域に急速に浸透・拡大しつつある。本稿では「中の人」が演劇の本源にあるコンセプトであることを示しつつ、二十一世紀初頭の日本の文化状況のなかで演劇とそれ以外のサブカルチャーを包含する重要な概念となっていることを論じた。

（本稿は二〇二一年度日本演劇学会全国大会「臨界点の演劇」六月二六日の発表に基づく）

注

（1）オリコン・ニュースのサイト記事『シン・ゴジラ』興収八〇億円突破 流行語大賞にもノミネート（二〇一六年十一月十七日付）（https://www.oricon.co.jp/news/2081609/full/）

（2）シネマカフェのサイト記事「ゴジラ役は野村萬斎！ 人ならざるものを六五〇年の歴史を持つ狂言のＤＮＡで表現」（二〇一六年七月二九日付）（https://www.oricon.co.jp/news/2075921/full/）

（3）サイト・ニコニコ大百科（仮）（https://dic.nicovideo.jp）の項目記事「中の人」から引用。吉田戦車の四コママンガに登場するキャラクターが肩車をして身長をごまかしているときに、

「下の人などいない」と強弁したことに発する。

（4）以下の記述を参照。The metaphor of *naka no hito*, highly stylized and emblematic of the subculture, sees *seyū* – like costumed performers – occupying a space “inside” the character. Nozawa, Shunsuke. “Ensoulment and Effacement in Japanese Voice Acting” in Patric W. Gulbraith and Jason G. Karlin eds., Media Converegence in Japan, Kinema Club, 2016. p.170.

（5）最も詳細な記録はウィキペディア（https://ja.wikipedia.org）の項目記事「ゆるキャラ」

（6）中島春雄『怪獣人生　元祖ゴジラ俳優・中島春雄』（洋泉社、２０１４年）２７１―２７２頁。

（7）From Performance Capture To Creature: How The Apes Were Created In ‘War for the Planet of the Apes’（二〇一七年七月十八日）（https://www.cartoonbrew.com/vfx/performance-capture-creature-apes-created-war-planet-apes-152357.html）『猿の惑星：聖戦記』（二〇一七）のメイキングに関する記事は、演技者が顔面にマーキングをすることでＣＧＩの「中の人」として表情を含めた演技を実践する様子が紹介されている。

（8）注（3）に同じ

（9）ＮＨＫの番組『プロジェクトＸ』やその後継『プロフェッショナル』は一言でいえばメディアによる「中の人」の物語化であった。

（10）須川亜紀子『２・５次元文化論―舞台・キャラクター・ファンダム』（青弓社、二〇二一年）二〇頁。

［参照した各サイトの最終確認日は二〇二二年十月三一日］