

RECORD

2026
9・10
Sep./Oct.



vol.765

企業におけるメンタルヘルスケア
「レコード演奏・伝達権」の創設決定

連載「Hit Makers」第6回 MAJ2026最優秀楽曲賞 サカナクション『怪獣』
A & Rプロモーター 山上聡(ビクターエンタテインメント)

2026
9・10
September / October

Contents

- 1 Monthly News Digest
- 3 **連載**
連載「Hit Makers」第6回
MAJ2026最優秀楽曲賞
サカナクション『怪獣』
A&Rプロモーター 山上聡
(ビクターエンタテインメント)
- 5 **特集**
企業における
メンタルヘルスケア
- 10 **特報**
「レコード演奏・伝達権」の
創設決定
- 11 Data File
- 13 Certification



このエルマークは、レコード会社・映像製作会社が提供するコンテンツを示す一般社団法人 日本レコード協会の登録商標です

Monthly News Digest

7/4 Saturday

明治学院大学にて 楠本常務理事が講義

7月4日、東京都港区の明治学院大学白金キャンパスにおいて、一般社団法人日本音楽著作権協会（以下、「JASRAC」）の寄附講座「生成AIと著作権法」の第12回に、当協会楠本常務理事が「レコード産業の構図と現状」をテーマに登壇した。本講座は、JASRACが法律・ビジネス・芸術などの業界からゲスト講師を招き、社会的な関心が集まる生成AIと著作権の関係について多角的な視点から理解を深めることを目的に開講しているもので、主に法学部ならびに法学研究科に所属する学生が受講した。

講義では、日本のレコード産業の歴史や音楽ビジネスのしくみ、国内外の市場規模とその特徴、産業構造の変容や課題など、レコード産業の概況に加え、「MUSIC AWARDS JAPAN」をはじめとする日本音楽の海外展開や違法対策、生成AIの利活用に関する検討状況について解説した。さらに、最新トピックとして、6月に可決・成立した「レコード演奏・伝達権」の概要、ならびに、他国の導入状況についても説明があった。



7/28-30 Tuesday-Thursday

ベトナムにおける 「海賊版対策」に関する 意見交換会・ 著作権セミナーに参加

7月28～30日の3日間、ベトナム・

ハノイにおいて、日本・ベトナム両国の関係者による「インターネット上の海賊版対策」に関する意見交換会および著作権セミナーが開催され、当協会からはCPPCの岩下課長補佐が参加した。

期間中、現地の行政・執行機関、権利者団体を訪問し、日本側からはベトナムを拠点とすることが疑われる海賊版サイトの現状を共有するとともに、ベトナム側からは著作権保護体制や関係機関の役割について説明があり、ベトナムにおける権利執行を進める上での課題について意見交換が行われた。

最終日には、「インターネット上の海賊版対策」をテーマとする著作権セミナーが開催され、両国の政府関係者や権利者団体等が登壇した。当協会からは、日本の音楽分野における海賊版対策について講演を行い、動画投稿サイト上の侵害、音楽配信サービスにおける無許諾配信、侵害コンテンツへのアクセスを助長するリーチサイトへの対応について解説した。また、インターネット上の侵害は国境を越えて行われることから、権利者と各国の関係機関が連携して対応することの重要性を説明した。質疑応答セッションでは、著作権侵害の検出や防止の有効性、権利執行における課題について議論が交わされた。



7/31 Friday

「出張！IPカルチャー教室」にて 著作権啓発パンフレットを配布

7月31日、東京都中央区教育センターにて「出張！IPカルチャー教室」が開催された。同イベントは中央区教育

委員会が、「小学校科学教室」の一環として毎年夏休みの期間中に行っているもので、今年も公益社団法人発明協会と日本弁理士会関東会の協力のもと、小学生26名が参加した。

イベントでは、弁理士による知的財産権全般に関する解説や弁理士の仕事紹介、関係機関や企業から集められたブランド品や時計、玩具などの真正品と模倣品を展示する「ホンモノ・ニセモノ展」、ペーパータワー工作などが行われ、当協会も著作権啓発パンフレットの配布を行った。なお、「ホンモノ・ニセモノ展」は、中央区児童・生徒発明くふう展開催期間中の9月12日(土)にも、同教育センターでの開催が予定されている。

同イベントにて配布したパンフレットは当協会WEBサイトにて公開中。

▶音楽創造のサイクル～守ろう大切な音楽を～

<https://www.riaj.or.jp/copyright/study/lovemusic/>



8/13-20 Thursday-Thursday

イギリス音楽関係者が来日 「UK Music Trade Mission」 にて佐藤専務理事が講演

8月13日から20日までの8日間、BPI(イギリス・レコード協会)の視察団が来日し、「UK Music Trade Mission」と題した商談・セミナーイベントが東京都内で開催された。このイベントは、イギリスの独立系レコード会社や音楽

IT系企業が自社のレパートリーや技術を日本でプロモーションすることや、日本のマーケットの理解を深めることを目的としたもので、イギリス政府およびイギリス大使館の協力のもと不定期に開催されている。

視察団一行は「Summer Sonic 2026」を観覧したほか、18日には当協会佐藤専務理事の講演に参加した。講演では、レコード産業の概況、「MUSIC AWARDS JAPAN」をはじめとする日本音楽の海外展開、6月に成立した「レコード演奏・伝達権」などについて解説が行われ、一行は熱心に耳を傾けた。



令和8年熊本地震による被災地への支援について

令和8年熊本地震により被害を受けられた皆さまに、心よりお見舞い申し上げます。

一般社団法人日本レコード協会は、被災地への支援として、熊本県の義援金窓口を通じて、100万円を寄付いたしました。

一日も早い被災地の復旧・復興と、被災された皆さまが平穏な日々を取り戻されますことを心よりお祈り申し上げます。

会員社のお知らせ

●代表者変更(6月30日付)

社名: 株式会社テレビ朝日ミュージック [賛助会員]
変更後: 代表取締役社長 姫野 久美子
変更前: 代表取締役CEO 吉田 真佐男

●退会(6月30日付)

社名: 株式会社NDR [準会員]

「第32回日本プロ音楽録音賞」開催決定・エントリー開始

「第32回日本プロ音楽録音賞」の開催が決定した。同賞は、録音エンジニアの感性と技術力を評価・顕彰するものであり、エンジニアの技術力向上並びに次世代エンジニアの発掘を目的としている。なお、優秀賞に選定された作品については、さらに顕彰区分を超えた審査・評価を行い、1作品を「MUSIC AWARDS JAPAN 2027」の「グランプリエンジニア賞 in association with 日本プロ音楽録音賞」として選定する。



「第32回日本プロ音楽録音賞」応募受付期間

2026年9月1日(火)～9月30日(水)

主催: 一般社団法人日本オーディオ協会(JAS)、一般社団法人日本音楽スタジオ協会(JAPRS)、特定非営利活動法人日本レコーディングエンジニア協会(JAREC)、一般社団法人日本レコード協会(RIAJ)、一般社団法人MPN

応募要項などの詳細は、日本音楽スタジオ協会WEBサイトをご確認ください。

▶ https://www.japrs.or.jp/pro_rec/

音楽の届け方やヒットの法則が激変する中、時代に挑むフロントランナーたちの流儀を紐解く連載の第6回をお届けします。今回は、MUSIC AWARDS JAPAN 2026で「最優秀楽曲賞」など8冠に輝いたサカナクションのA&Rプロモーター、山上聡さんにお話を伺いました。

山上 聡

ビクターエンタテインメント株式会社
第一制作本部 A&R宣伝部長

MUSIC AWARDS JAPAN 2026
最優秀楽曲賞 受賞
サカナクション
『怪獣』



妥協なき作品を信じ切り世の中へ届けるA&Rの「翻訳力」

——山上さんのこれまでのキャリアと、サカナクションとの出会いについて教えてください。

私は1999年に新卒でビクターエンタテインメントに入社しました。最初の2年ほどはパッケージ（CD）の営業職として名古屋営業所に在籍していました。その後東京に戻り、制作部で宣伝メディア担当などを務め、レゲエやヒップホップ、さらに俳優の方のプロジェクトなど、ロック以外の幅広いジャンルのプロモーションに携わりました。元々、ビクターが当時最先端のロックバンドを数多く手掛けているレコード会社という部分に惹かれて入社したので、いつかはロックバンドを手がけたいという強い憧れがあったのですが、入社して10年かかりましたが2009年

にロックバンドを初めて担当することになり、そのバンドがサカナクションでした。

——担当する前のサカナクションには、どのような印象を抱いていましたか。

彼らが3rdアルバム『シンシロ』をリリースする直前のある日、後輩に勧められてライブを観に行き、度肝を抜かれました。「誰がやっても売れるでしょう、これは」と思ったのを今でも鮮明に覚えています。『三日月サンセット』などの圧倒的な音楽性と演奏クオリティ、ぶっ飛んだ才能に衝撃を受け、ツアー終了後に担当を言い渡された時は身が引き締まる思いでした。担当して最初にリリースされた作品が、2010年のシングル『アルクア라운드』でした。

——『怪獣』で完全復活を遂げ、MUSIC AWARDS JAPAN 2026では8冠を達成する偉業を成し遂げました。受賞時の率直なお気持ちはいかがでしたか？

授賞式の前は「ひとつも取れなかったらどうしよう」と心配で仕方なかったの

で、最初の受賞が発表された瞬間は安堵感がすごかったです。結果的に8部門をいただくことができ光栄なことですが、何よりうれしかったのは、音響、照明、MV、アートワークといった、裏方のプロフェッショナルを対象とするスタッフ部門を多数獲得できたことです。彼らは単なるビジネスパートナーではなく、私たちにとって担当するミュージシャンと同列のアーティストであり、「TEAMサカナクション」のインナーメンバーです。長年培ってきた緊密なクリエイティブの結晶が精緻に評価されたことに、言葉にできない重みを感じています。

——『怪獣』は、山口さんの療養からの復活を象徴する作品ですが、難産だったと聞いています。

山口一郎は、とにかく作詞・作曲に異次元の時間をかける人です。映画『バクマン。』の『新宝島』の制作時に納品が半年遅れたのは有名な話ですが、『怪獣』もアニメ『チ。—地球の運動について—』のオンエアスタートに合わせて楽曲配信を予定していましたが、早々に断念。想定よりも5か月以上遅れてのリリースとなりました。山口は納得のいくまで作り続けるミュージシャンですから、スタッフとしては「無になって、ただ待つ」しかありません。



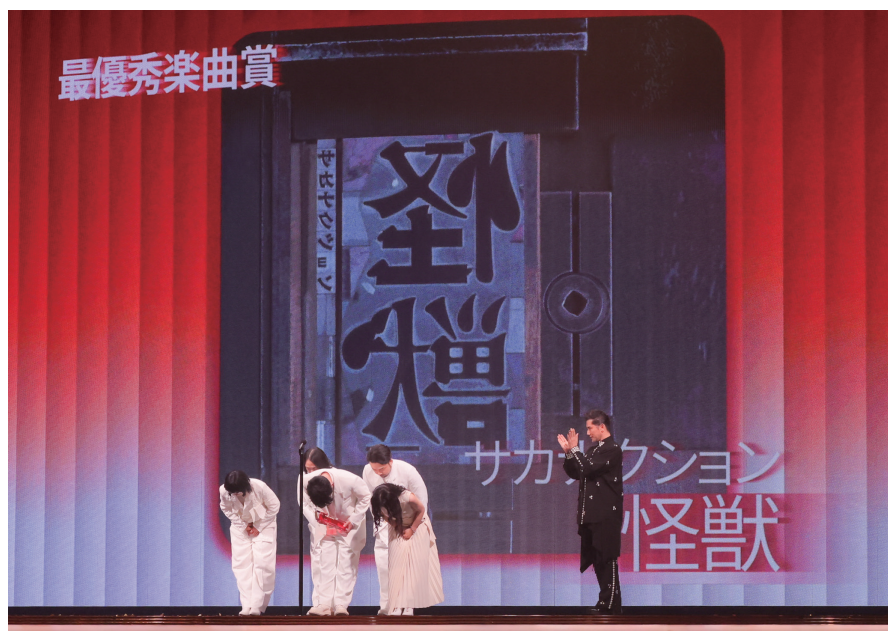
ビジネスの進行もありますから、関係各所に誠意が伝わるようにどうご案内するかを必死に考えるのが、自分の重要な業務のひとつでした（笑）。

——14年前の『夜の踊り子』が、SNSでのバイラル現象からストリーミング1位を獲得した内幕は？

2026年2月、海外のボートレース動画に韓国ファンが『夜の踊り子』を合わせたミームがK-POPアーティストたちに飛び火し、爆発的に広がりました。通常再生数が落ちるゴールデンウィーク期にダンス動画が流行り、チャートが急上昇して1位を獲得したんです。山口から相談され、「やってみたら？」と背中を押しまして、彼が一般の投稿者に「いいね」を押し始めたことで、バズが本人公認の祭りへと昇華しました。このタイミングで意識したのは、広告予算を割いて仕掛けるのではなく、アーティストの直感を信じ、その背中をそっと押す、どちらかという静的なアプローチでした。

——硬直化する配信マーケットに対して、A&Rとして現場でどのように向き合っていますか。

今のストリーミングチャートは参入障壁が高く、新しいアーティストがなかなか入っていけない硬直化した状態だと思っています。チャート上位に入ることだけを追いかけ続けると、業界全体もアーティストも息切れしてしまいます。そういった状況を踏まえてプロモーション成功指標を意識的に変え始めています。「ファンをどれだけ作れたか」、「ライブにどれだけのお客さんが来てくれたか」、「どのような認知の獲得を手助けできたか」など、ひとつずつ小さくても良いので成功事例を積



©CEIPA / MUSIC AWARDS JAPAN2026

み上げていく。その異なる判断軸を組み合わせることでアーティストをじっくり育てていくことが、遠回りに見えますが、アーティストの成功につながっていくのではないかと考えています。

——最後に、山上さんご自身はA&Rプロモーターとしてどのようなタイプだと思われますか。

※シーンの動きに気を配り、自らプロモーションに動しむ「プロモーター型」、レコーディング現場に張り付いて音作りにコミットする「スタジオマン型」、アーティストのこだわりを大衆や社内の言葉に翻訳して成立させる「翻訳家・バランス型」、社内各部署を巻き込んでアイデアを広げていく「組織・団体競技型」の4類型を提示。

僕は完全に「翻訳家・バランス型」ですね。アーティストは、自身の人生をすべて賭けて、時には命を削るようなリスクを背負って表現を追求しています。会社という組織に守られて生きているサラリーマンである僕らが果たすべき役割は、アーティストの狂気的なこだわり、本質的なクリエイティヴを最大限に守りながら、彼らの才能を

世の中に受け入れられるように“翻訳”して浸透させることです。私のプロジェクトにおける立ち位置は、彼らが安心して長く活動できるように、時に「坊っちゃん、それ以上は……」と耳の痛いとも言える“じいや”のようなもの（笑）。アーティストファーストを貫きながら、時にクリエイティヴと相反することを求められるビジネスマスターとの美しい調和を模索する。それこそが、この時代に求められている動的なA&Rプロモーターの在り方だと信じています。

続きはHPをご覧ください

本誌ではダイジェストを掲載しています。全文は当協会HPをご覧ください。「TEAMサカナクション」の強固な信頼関係や現代の音楽マーケットに対する思いなどが詳細にわたって綴られています。

▶インタビュー全文
<https://www.riaj.or.jp/hitmakers/>



山上聡 やまがみ・さとし

1999年入社。これまでA&Rプロモーターとして数多くのアーティストの宣伝担当を務める。現在はサカナクション、サンボマスター、ハナレグミの宣伝担当を務める。



▶ MUSIC AWARDS JAPAN
<https://www.musicawardsjapan.com/>

近年、労働者が受けるストレスは増加傾向にある。厚生労働省の調査※1によると、労働者の約7割が仕事に関して強い不安や悩み、ストレスを感じており、精神障害等に係る労災補償状況では、請求件数、決定件数ともに年々増加している。

このような状況を受け、厚生労働省は2028年4月から、働く人の心理的負担の程度を把握するための検査「ストレスチェック」の実施を、これまで努力義務とされていた従業員50人未満の事業所を含む全ての事業所で義務化する方針を明らかにした。

労働者の心の健康、すなわちメンタルヘルスを維持・向上することは、企業にとって重要な経営課題となっている。エンタテインメント業界も例外ではなく、音楽業界においてもさまざまな取り組みが進められている。

本特集では、企業におけるメンタルヘルスケアについて、国内外の取り組みや厚生労働省が提唱するケア方法を紹介するとともに、2021年にメンタルヘルスケアプロジェクト「B-side」を発足したソニー・ミュージックレーベルズの担当者に話を伺い、企業におけるメンタルヘルスケアの現状と今後の動向を探った。

※1 出典：厚生労働省ホームページ「令和7年労働安全衛生調査（実態調査）」（<https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/r07-46-50b.html>）

「メンタルヘルスケア」とは？

心の健康を維持し、ストレスを予防・軽減するための取り組みのこと。企業においては、働く人が心身ともに健康でいきいきと働き続けられるよう、支援や仕組みづくりを行うことを指す。対象となるのは、健康に働いている人だけでなく、ストレスを感じている人やメンタルヘルスの不調を抱えている人などさまざまであり、一人ひとりの状態に応じた適切なケアを行うことが重要である。

当協会の取り組み ～「労働法セミナー」の開催

7月6日、ひかり協同法律事務所の三上安雄弁護士を講師に迎え、会員社を対象とした第131回RIAJセミナー「労働法セミナー」が開催された。本セミナーは毎年開催されているもので、働き方やハラスメント対策など、主に労務関連の課題について講義が行われている。

今年はテーマとして「メンタルヘルス」を取り上げ、メンタルヘルス不調により引き起こされる精神疾患や近年の傾向、その要因となる過重労働やハラスメントについて、具体的な事例を交えながら、企業に求められる対応や体制整備について解説がなされた。



第2 メンタルヘルス対策

社員のメンタルヘルスを行っていくうえで、業務上のストレスの有無、内容について把握し、きめ細く対応していくことが必要になってきている。

～会社としての取組であり、単に上司任せだと、上司の関心、意欲次第で会社の対応が変わってしまう。行き当たりばったりの対応であり、抜けが生じ、労使紛争になりかねない。

会社全体として社員の健康に関心を持つこと、そして、その健康を害している要因（ストレス）の除去について真摯に向き合い対応すること。
～欠勤・休職者や退職者が続く部署では、何が起きている？？？

※当日の資料より一部抜粋

メンタルヘルスケアに注目が集まる現代

冒頭で紹介した「全事業所におけるストレスチェック義務化」をはじめ、企業でのメンタルヘルスケアへの関心は、コロナ禍以降、一層高まっている。なぜ今、メンタルヘルスケアが重要視されているのか。厚生労働省が公表するデータから、その背景を読み解く。

●表1 業務災害に係る精神障害の労災補償状況

区分	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
精神障害 請求件数 ※2	2,051	2,346	2,683	3,575	3,780	4,958
決定件数 ※3	1,906	1,953	1,986	2,583	3,496	3,839
うち支給決定件数 ※4	608	629	710	883	1,056	1,082

厚生労働省が公表する「労務災害に係る精神障害の労災補償状況」によると、令和7年度の精神障害による労災補償請求件数は4,958件（前年度比1,178件増加）、支給決定件数は1,082件となり、2年連続で1,000件を超えた。精神障害に係る労災補償請求件数、支給決定件数ともに増加傾向が続いていることがわかる。

※1：本表は、労働基準法施行規則別表第1の2第9号に係る精神障害について集計したものである。 ※2：請求件数は、当該年度中の労災保険給付の請求件数であるが、必ずしも同年度中に決定（支給・不支給）されているものではない。 ※3：決定件数は、当該年度中の支給・不支給決定件数の計であり、前年度以前に請求されたものについて決定した件数を含む。 ※4：支給決定件数は、決定件数のうち「業務災害」と認定した件数である。

出典：厚生労働省ホームページ（https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_74476.html）「過労死等の労災補償状況」（厚生労働省）を加工して作成

●表2 業務災害に係る精神障害の出来事別※1 支給決定件数上位10件（令和7年度）

	出来事の類型	具体的な出来事	件数
1	パワーハラスメント	上司等から、身体的攻撃、精神的攻撃等のパワーハラスメントを受けた	222
2	対人関係	顧客や取引先、施設利用者等から著しい迷惑行為を受けた	127
2	セクシュアルハラスメント	セクシュアルハラスメントを受けた	127
3	仕事の量・質	仕事内容・仕事量の大きな変化を生じさせる出来事があった	113
4	事故や災害の体験	業務に関連し、悲惨な事故や災害の体験、目撃をした	110
5	特別な出来事 ※2	—	74
6	対人関係	同僚等から、暴行又はひどいいじめ・嫌がらせを受けた	62
7	事故や災害の体験	業務により重度の病気やケガをした	43
8	仕事の量・質	1か月に80時間以上の時間外労働を行った	40
9	対人関係	上司とのトラブルがあった	36

令和7年度に労災補償の支給が決定された1,082件を出来事別に見ると、最も多かったのは「上司等からの身体的攻撃、精神的攻撃等のパワーハラスメント」、次いで「顧客や取引先、施設利用者等からの著しい迷惑行為」「セクシュアルハラスメント」で、職場におけるハラスメントや人間関係が精神障害の発症につながる大きな要因となっていることが伺える。

※1:「出来事」は、令和5年9月1日付け基発0901台2号「心理的負荷による精神障害の認定基準について」別表1による。

※2:「特別な出来事」は、心理的負荷が極度のもの等の件数である。

出典:厚生労働省ホームページ (https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_74476.html) 「過労死等の労災補償状況」(厚生労働省)を加工して作成

エンタテインメント業界におけるメンタルヘルスケア事例

横浜市立大学と産業医科大学の共同研究によると、働く人が「気分が沈む」「眠れない」といった心身の不調を抱えながら仕事を続けることで、日本全体では年間約7.6兆円、GDPの1.1%に相当する経済的損失が生じていることが明らかになっている。こうした状況を受け、企業におけるメンタルヘルスケアの重要性は一層高まっており、エンタテインメント業界をはじめ、さまざまな企業で多様な取り組みが進められている。本特集では、その具体的な取り組みを紹介する。

出典:産業医科大学ホームページ (<https://www.uoeh-u.ac.jp/University/Corporation/press/20250613.html>)

事例① HYBE ▶ HYBE Health Care Center

韓国のエンタテインメント企業HYBEは、専門の医療従事者が対応する社内診療所「ヘルスケアセンター」を本社に開設。

2023年12月に精神科専門医を採用し、2024年1月から運営を開始した。社内には医師・看護師を配置し、健康相談をはじめ、一般用医薬品の提供、診療、応急処置など、従業員の健康を支えるサービスを提供している。アーティストや練習生、スタッフなど、HYBEで働く人が利用できる環境を整え、身体面だけでなくメンタルヘルスにも対応。エンタテインメント業界特有の多忙な勤務環境や創作活動に伴うストレスを考慮し、心身の健康を包括的にサポートしている。また、社内ジムやパーソナルトレーニング、心理相談などの健康支援施策も展開。従業員の健康とウェルビーイングを支える環境づくりを進めている。

参考元: HYBE 2023 Sustainability Management Report

事例② MusiCares

米グラミー賞を主催するレコーディング・アカデミーが設立したチャリティ団体で、音楽業界で働くすべての人にメンタルヘルスをはじめ、生活面や経済面、依存症や医療、災害救援などのサポートを提供している。対応を行う医療・福祉サービススタッフは、メンタルヘルスや依存症回復などの分野の専門家で構成されており、音楽業界という特殊なコミュニティを理解した上で、個々の状況にあわせてサポートを行っている。

参考元: <https://www.musicares.org/>

事例③ 6ft From The Spotlight

映画、テレビ、演劇、音楽といったエンタテインメント業界において、メンタルヘルスやウェルビーイング、心理的安全性を制作現場に組み込むことを目的に活動するイギリスの非営利団体。制作現場での相談対応やメンタルサポートのほか、メンタルヘルス意識向上のための研修の実施、職場の環境改善を目的としたコンサルティングの提供など予防的・組織的なアプローチを主に行っている。

参考元: <https://6ftfrom.org/>

厚生労働省が提唱する4つのケア

厚生労働省は、職場におけるメンタルヘルスキアの推進を目的として「労働者の心の健康の保持増進のための指針」を示している。同方針では、職場でメンタルヘルスキアを効果的に進めるために必要な取り組みとして、「4つのケア」を提示している。

■前提として ～衛生委員会での調査審議と「心の健康づくり計画」

メンタルヘルスキアを推進するためには、労働者の意見を聴き、産業医などの助言を得ながら、基本方針となる「心の健康づくり計画」を衛生委員会などにおいて策定することが重要である。メンタルヘルスキアは一時的な取り組みではなく、継続的かつ計画的に実施することが求められるため、企業の実態に応じた体制づくりや取り組みを進める必要がある。

■4つのケア

1.セルフケア

～労働者が自ら行う心の健康管理

労働者自身がストレスやメンタルヘルスについて正しく理解し、自らのストレスに気付き、適切に対処するための取り組み

- ストレスやメンタルヘルスに関する正しい理解
- ストレスチェックなどを活用したストレスへの気付き
- ストレスへの対処 など

2.ラインによるケア

～管理監督者が行う職場のメンタルヘルス対策

管理監督者が日頃から職場環境や労働者の状況を把握し、必要な支援を行う取り組み

- 職場環境等の把握と改善
- 労働者からの相談対応 など

3.産業保健スタッフ等によるケア

産業医をはじめとする企業内の産業保健スタッフが、労働者や管理監督者によるメンタルヘルスキアを支援する取り組み

- セルフケア、ラインによるケアへの支援
- 「心の健康づくり計画」に基づく具体的な取り組みの企画・立案
- メンタルヘルスに関する個人情報の適切な取り扱い
- 事業場外資源との連携および窓口機能 など

4.事業場外資源によるケア

社外の専門機関や医療機関などを活用し、必要な情報提供や助言、支援を受ける取り組み

- 専門機関からの情報提供や助言の活用
- 支援機関とのネットワーク形成 など

4つのケアを効果的に実施するためには、企業内の関係者が相互に連携し、メンタルヘルスに関する教育・研修、労働状況やストレス状況の把握・改善、メンタルヘルス不調の早期発見と適切な対応、職場復帰支援などを継続的に推進することが重要である。詳細は、厚生労働省WEBサイトをご覧ください。

▼職場における心の健康づくり～労働者の心の健康の保持増進のための指針～

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000055195_00002.html

Special Interview

アーティストとスタッフの心身の健康を推進する「B-side」プロジェクト

アーティストとスタッフの心身の健康を守るメンタルヘルスキアの重要性が日に日に高まっている音楽業界。ソニー・ミュージックエンタテインメントでは、2021年に「B-side」プロジェクトを会社の組織的取り組みとして正式に発足させ、2022年には日本音楽制作者連盟との本格的な連携も始まるなど、注目を集めている。今回は、「B-side」の発起人であり、ソニー・ミュージックレーベルズ SML Management副代表 兼 B-side プロジェクトリーダーを務める徳留愛理さんに、「B-side」の現状とともに、利益損失のリスクヘッジやブランディングの観点から、企業にとって重要なメンタルヘルスキアについてお話を伺った。

「B-side」発足のきっかけ

——「B-side」はアーティスト・クリエイターとその活動を支えるスタッフのメンタルヘルスキアを目的としたプロジェクトということですが、まずは発足の経緯をお聞かせください。

私は入社してから30年以上、マネージメントを担当してきました。エンタテインメントは楽しい仕事である一方、入社初は「気合と根性でとにかく働け」という風潮がありましたが、インターネットが浸透したことなどもあり時代の流れが変化しました。



アーティストとファンの距離感もずいぶん変わりました。そもそもアーティストは自分の心の中からゼロイチで作品を生み出すので、繊細なクリエイティビティを保ちながら活動し続けるのは大変なことです。その中で、アーティストのメンタルケアをスタッフ個人が担うのは難しいと、自分の経験からも思うことがあったので、このプロジェクトを2021年に立ち上げました。

もちろんアーティストをケアするとともに、スタッフもケアしなければなりません。現場のマネージャーはオーバーワークになりがちで、若い世代が多いゆえに経験値の低いスタッフがアーティストと一番近い距離にいる特殊性もあります。そのため、スタッフをケアすることも必要です。

——徳留さんが声を上げたのは2020年で、翌年には早くも正式にプロジェクトとして発足しています。

メンタルヘルスケアの仕組みを作る必要があると感じる出来事が身近で起き、その話を周囲にしたところ社内から人が集まり、最初は有志で活動していました。ただ、企業が組織的に取り組んだほうが認知されやすいので、早い段階で村松さん（現ソニー・ミュージックエンタテインメント代表取締役会長）に相談したところ賛同していただけて、取り組みがどんどん大きくなっていきました。

また、発足当初から、メンタルヘルスケアの仕組みは音楽事務所にこそ必要だと思い、日本音楽制作者連盟の理事長、野村達矢さんにも相談をしていたのですが、2022年から本格的に連携していただけることになりました。

——音楽業界における働き方改革では、制作ディレクターやマネージャーが「どう休むのか」が大きな課題でした。これはメンタルヘルスケアの取り組みとも地続きのように感じます。

そうですね。自分自身の休ませ方を知り、精神的に煮詰まる前に休む「セルフケア」も会社が組織的に取り組まなければいけない部分です。しっかりと休むことも仕事のうちだと思います。

カウンセリングは「自分を整理しに行く場所」

——ここから「B-side」の利用の仕方について、アーティストのメンタルケアからお聞かせください。第三者であるカウンセリングの専門家が対応することには、どのような利点がある

のでしょうか。

私は、「B-side」を立ち上げる前からアーティストと常に向き合いながら、何かあったらすぐに気付いて対応しようとしたつもりではあります。ただ、最も近い関係の人間だからこそネガティブなことは言いにくかったり、心配をかけたくないという気持ちを抱くケースもあると思います。だからこそ、話を聞くプロであるカウンセラーに、たとえ悩み事ではなくても、心の不調をきたす前に、自分の思っていることを話せる場所を提供できることが大きな利点だと思っています。

私自身も「B-side」を立ち上げてから、1カ月に1回程度の頻度でカウンセリングを受けていますが、いろいろな話をすることで自分を客観的に見られるようになり、モヤモヤした気持ちが明確になります。話を聞くプロが「壁打ちの壁」になり、自分がポロツと発したひと言に反応してくれるので、「なぜこのひと言が口から出たのか」を考える気付きを得ることもできます。カウンセリングは「答えをもらいにいく場所」というよりも「自分を整理しに行く場所」として利用できるのではと思います。

——自分の話だけを存分に聞いてくれる場所は日常生活ではあまりありません。

はい。普段の会話だと「自分のことばかり話しすぎてしまったかな」などと考えることもありますが、カウンセリングだとそのようなことを考えずに話ができます。自分の話を聞くためだけに存在してくれるプロの方に壁打ちをお願いできるのは大きいです。

——次にスタッフの利用状況をお聞かせください。

自分のメンタルヘルスケアのために利用するスタッフももちろんいますが、一方で、調子が悪そうに見えるアーティストや、部下への接し方を相談するケースもあります。いつもと様子が違う時の声かけについては、我々はプロではありません。「頑張れ」と言うのはよくないという程度の知識しか持っていない中でも、アーティストやスタッフをケアしないといけない立場なので、プロに相談できるカウンセリングは役に立っています。

——スタッフ個人が抱えがちな悩みや不安はどのようなものが多いですか。

マネージャーに関して言えば、休みをとるタイミングやオンオフの切り替えが難しいといった点でしょうか。かつてほど気合と根性で働く時代ではなくなったとはいえ、アーティストに何かあった時はすぐに対応しなければならず、精神面は常に一定の緊張状態にあるので、そのあたりのケアについて相談する人は多いかもしれません。また、今はSNSのチェックやアーティスト情報の更新など、長時



Standing by Your Side

このプロジェクトは、アーティスト・クリエイターの皆さんとその活動を支えるスタッフが心と身体に不調を感じた時に気軽に利用できる専門家のサポートを提供したいという発想から始まりました。

A-side (表に立つ自分) だけでなく、B-side (裏の自分) も大切にしましょう
あなたのそばにいます (Beside)
そんな想いを込め、プロジェクトをB-sideと名づけました。

A-side、B-sideの両面をしっかりと見ていくために必要なことを丁寧に重ねていきたいと考えています。

B-sideプロジェクト

間インターネットと向き合っていないといけません。その点に疲労感を抱えているスタッフも多いと思うので、ぜひ相談してほしいです。

——正式なプロジェクトとして「B-side」が立ち上がって5年目ですが、利用実績や手応えはいかがでしょう。

利用が増えることが必ずしもいいことではないですが、件数は増えているので有効活用してもらえているのではと思います。個人情報保護のため、利用者を特定できない仕組みで運営しているため、直接こちらから感想を聞くことはできませんが、時々「受けてよかった」という声をアーティストからもスタッフからもかけてもらえます。「B-side」を利用したいと言ってくれる外部企業も増えているので、理解度は高まってきていると感じています。

メンタルヘルスケアは利益の損失を防ぐビジネス業務

——2025年には横浜市立大学と産業医科大学の研究チームが、心身の不調を抱えたまま仕事することで生じる日本の経済損失は年間約7.6兆円と発表しました。メンタルヘルスケアは経済損失を抑える手段としても必要とされています。

人々の心をケアして自分らしい生き方をもたらすことはもちろん大切ですが、「B-side」はボランティアではなく、B to Bのビジネススタイルとして運営しているプロジェクトです。会社にとっては、アーティストとスタッフが健康を損なうことがビジネスとして大きな損失につながりますし、我々の仕事は、その上に成り立つという認識が大前提にあります。そういう意味では、メンタルヘルスケアは利益の損失を防ぐリスクヘッジであり、交際費や交通費といった経費のように必要なことだと思っています。

しかし、実際に心身の不調を抱えて休養をとるアーティストやスタッフが目に見えているのに、音楽業界で具体的な対策がとられていないこともまだあるのではないかと思います。「B-side」を導入して、メンタルヘルスケアの仕組みを整えていることをメッセージとして世間に伝えられることは、会社のブランディングにもつながるのではと思います。

——この仕組みを周知して業界内で積極的に活用されるようになることが音楽業界の発展にも寄与すると思います。

はい。まだ着手されていない企業の皆さまには「B-side」の

雛形をぜひ活用してもらいたいです。「B-side」ではオンライン医療相談、外部講師によるカジュアルなワークショップ、専門カウンセラーによる個別サポートのほかに、「B-side」を導入していただいてから実際に使ってもらうところまでフォローする取り組みも年間を通じて行っています。我々も実際に使ってもらうまでに苦労したので、体験カウンセリングやオンラインでの情報交換、メルマガの発行などを通じて、導入された企業内での認知度を高めるために伴走しています。

——メンタルヘルスケアへの理解を高めるうえで必要なことは何でしょうか。

自分は大丈夫でも周りはそうではないかもしれない。そうした時に自分はどうか対処できるか、ということを経験として捉えることが大事なのではないかと思います。たとえばカウンセリングについては、「カウンセリングは特別なことではない」と理解してもらえるように、「正しく知ってもらう」ための周知をしていきたいです。もう少しハードルを下げ、普段からカジュアルに利用できるようなことを望んでいます。

ただ、メンタルヘルスケアの重要性は頭では理解していても、きっかけとなる出来事が起きないと一歩踏み出せない方も多くいらっしゃると思います。実際に私も身近なところで動かざるをえないようなことがあってから、「同じようなことが起きないようにするために何ができるのか」と考えた結果、このプロジェクトの発足に動き出しました。その時にようやく自分事として捉えることになったのだと思います。

——最後に読者の方々に向けてのメッセージをお願いします。

メンタルヘルスケアの仕組みを導入されていない事業者の方々には、ぜひ「B-side」の活動を知っていただきたいです。本誌をご覧になっている方々は経営に関わっている方やマネージメントクラスの方も多いと思いますので、メンタルヘルスケアは優しさだけを追求するのではなく、企業の利益を守るためにも必要な取り組みであることを感じていただきたいです。

株式会社ソニー・ミュージックレーベルズ
SML Management
副代表 / B-side プロジェクトリーダー
徳留 愛理 (とくとめ あいり)



ソニー・ミュージックアーティスト入社後、作家マネージャーを経てアーティストマネージャーとなる。鬼束ちひろ、Base Ball Bear、細美武士、矢野顕子、女王蜂、赤い公園などのマネジメントに関わり、現在はソニー・ミュージックレーベルズ内のマネジメントセクションであるSML Managementを統括する。2021年、アーティスト・クリエイターとスタッフのためのメンタルヘルスをケアするプロジェクト、B-sideを立ち上げ、一般社団法人 日本音楽制作者連盟の理事を務める一方で、B-sideの外部企業・団体への展開にも取り組んでいる。

Special Report

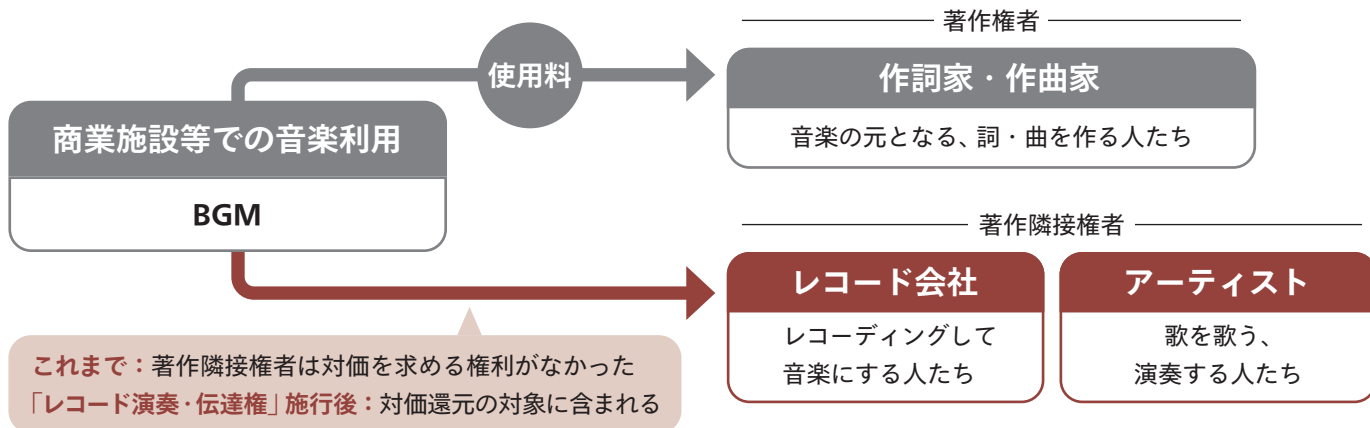
特報 「レコード演奏・伝達権」の創設決定

6月17日、「レコード演奏・伝達権」の創設を含む著作権法改正案が参議院本会議で可決され、成立した。本稿では、その概要を説明するとともに、6月に実施されたカンファレンスの実施報告を掲載する。

「レコード演奏・伝達権」とは？

店舗や商業施設などのBGMとして音楽CDや配信音源が利用された際に、権利者に適切な対価を還元する仕組み。これまで、作詞家や作曲家などの著作権者には使用料が支払われていた一方で、実演家（アーティスト）やレコード製作者（レコード会社）といった著作隣接権者には、対価の還元を求める権利が認められていなかった。今回創設された「レコード演奏・伝達権」は、著作隣接権者にもこうした権利を認めるものである。

世界では142ヶ国で導入されていたものの、日本ではこれまで整備されていなかった。そのため、日本の音楽が海外で利用されても、著作隣接権者は適切な対価を得ることができないという課題があった。2033年に日本のコンテンツ産業の海外売上20兆円という政府の目標が掲げられ、日本の音楽やアーティストがさらなる海外展開を目指す中、「レコード演奏・伝達権」の創設は不可欠な状況となっていた。「レコード演奏・伝達権」は3年以内に施行される予定である。本誌でも施行に向けた進捗について随時取り上げていく。



Topic

MUSIC AWARDS JAPAN WEEK カンファレンス
「YouTube MUSIC INSIDER」実施報告

6月10日、東京都渋谷区のGoogle オフィスにて、「MUSIC AWARDS JAPAN 2026」の一環として「YouTube MUSIC INSIDER」と題したカンファレンスが開催された。第2部「音楽産業のグローバルビジネス化に向けて—レコード演奏・伝達権確立による新たな社会システムの実装—」には、山下貴司衆議院議員（衆議院内閣委員長）、島並良神戸大学大学院法学研究科教授、当協会佐藤朝昭専務理事が登壇し、柳川範之東京大学大学院経済学研究科教授がモデレーターを務めた。また、三谷弘英衆議院議員（法務副大臣）も会場に駆けつけ、「レコード演奏・伝達権」創設の意義から、今後整備が進められる使用料徴収制度の構築まで、活発な議論が交わされた。

©CEIPA / MUSIC AWARDS JAPAN2026 Photographer: 山下深礼 (PROGRESS-M)



2026年1月～6月 音楽ソフト・音楽配信 売上推計

2026年1月～6月の音楽ソフト・音楽配信売上推計は、前年同期比104%の1,965億円となった。
内訳は、音楽ソフトが数量で前年同期比96%の4,661万枚、金額で同93%の995億円。音楽配信が、数量で前年同期比90%の2,332万回、金額で同117%の970億円となっている。

本データは、当協会会員社の報告および市場占有率に基づき、日本のレコード市場規模（会員社および会員社以外を含む）を推計したデータとなります。
市場占有率は、NIQ/GfK Japan（ジーエフケー・インサイト・ジャパン株式会社）およびSoundScan Japan（株式会社阪神コンテンツリンク）の提供データを用いて当協会が算出しています。

1. 音楽ソフト 売上推計 (単位) 数量:千枚/回、金額:百万円

		2026年1月～2026年6月 累計						
		数量	カテゴリ内 構成比	前年同期比	金額	カテゴリ内 構成比	全体構成比	前年同期比
CDシングル	邦	15,160	33	121%	18,297	18	9	124%
	洋	126	0	64%	241	0	0	83%
	計	15,286	33	120%	18,538	19	9	123%
CDアルバム	邦	22,894	49	83%	47,639	48	24	80%
	洋	3,213	7	91%	5,840	6	3	98%
	計	26,107	56	84%	53,479	54	27	82%
CD計	邦	38,054	82	95%	65,936	66	34	89%
	洋	3,339	7	89%	6,081	6	3	97%
	計	41,393	89	95%	72,017	72	37	89%
アナログディスク	邦	1,067	2	138%	3,457	3	2	141%
	洋	500	1	132%	1,907	2	1	144%
	計	1,567	3	136%	5,364	5	3	142%
オーディオその他	邦	69	0	209%	178	0	0	202%
	洋	62	0	117%	183	0	0	111%
	計	131	0	152%	361	0	0	143%
オーディオ計	邦	39,190	84	96%	69,571	70	35	91%
	洋	3,901	8	94%	8,171	8	4	105%
	計	43,091	92	96%	77,742	78	40	92%
音楽ビデオ	邦	3,490	7	98%	21,657	22	11	99%
	洋	32	0	68%	104	0	0	66%
	計	3,522	8	97%	21,761	22	11	99%
合計	邦	42,680	92	96%	91,228	92	46	93%
	洋	3,933	8	93%	8,275	8	4	104%
	計	46,613	100	96%	99,503	100	51	93%

2. 音楽配信 売上推計

		2026年1月～2026年6月 累計						
		数量	カテゴリ内 構成比	前年同期比	金額	カテゴリ内 構成比	全体構成比	前年同期比
ダウンロード		23,319	-	90%	5,878	6	3	95%
ストリーミング	サブスクリプション	-	-	-	79,070	82	40	119%
	広告収入	-	-	-	11,782	12	6	120%
ストリーミング計		-	-	-	90,852	94	46	119%
音楽配信 その他		-	-	-	269	0	0	79%
合計		23,319	-	90%	96,999	100	49	117%

3. 音楽ソフト・音楽配信 売上総計(推計値)

		2026年1月～2026年6月 累計						
		数量	カテゴリ内 構成比	前年同期比	金額	カテゴリ内 構成比	全体構成比	前年同期比
音楽ソフト		-	-	-	99,503	-	51	93%
音楽配信		-	-	-	96,999	-	49	117%
総計		-	-	-	196,502	-	100	104%

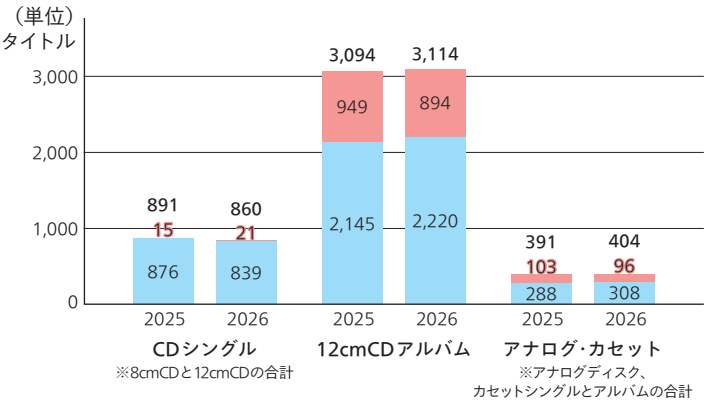
備考 1. 単位未満四捨五入により、内訳と合計が一致しない場合があります 2. 前年同期比の算出にあたっては、前年の数値も推計値を基にしています

2026年上半期新譜数

2026年上半期（1月～6月）に発売された新譜数がまとまった。
オーディオレコードは前年同期比100%の4,378タイトル、音楽ビデオは同84%の605タイトルとなった。

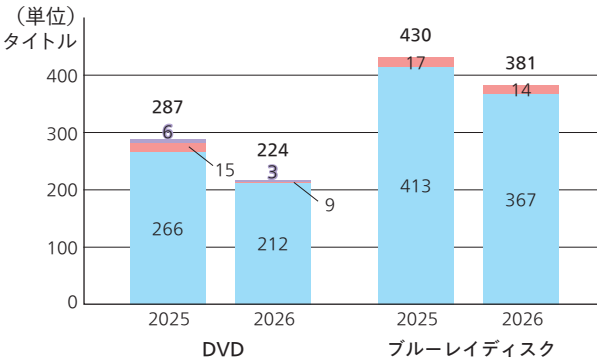
オーディオレコード新譜数

邦盤 洋盤



音楽ビデオ新譜数

邦盤 洋盤 カラオケ



オーディオレコードジャンル別新譜数

(単位) タイトル

ジャンル		8cmCD シングル	12cmCD シングル	12cmCD アルバム	CD計	アナログ ディスク	カセット シングル	カセット アルバム	合計
邦盤	演歌	0	178	58	236	0	0	0	236
	ポップス・歌謡曲	3	541	1,544	2,088	270	1	13	2,372
	軽音楽	0	0	40	40	1	0	0	41
	サウンドトラック	0	0	129	129	9	0	0	138
	民謡・純邦楽	0	4	11	15	0	0	0	15
	教育・教材・童謡・童話	0	0	28	28	0	0	0	28
	アニメーション	0	67	106	173	11	0	2	186
	クラシック	0	0	29	29	1	0	0	30
	カラオケ	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他	0	46	275	321	0	0	0	321
	邦盤計	3	836	2,220	3,059	292	1	15	3,367
	前年同期比	-	95%	103%	101%	104%	100%	300%	102%
洋盤	ロック・ポップス・ダンス	0	20	237	257	21	0	1	279
	ジャズ・フュージョン	0	0	133	133	11	0	0	144
	ポピュラーソング	0	1	220	221	52	0	0	273
	サウンドトラック	0	0	14	14	9	0	0	23
	クラシック	0	0	261	261	1	0	0	262
	その他	0	0	29	29	1	0	0	30
	洋盤計	0	21	894	915	95	0	1	1,011
	前年同期比	0%	150%	94%	95%	92%	-	-	95%
合計		3	857	3,114	3,974	387	1	16	4,378
前年同期比		300%	96%	101%	100%	101%	100%	320%	100%

音楽ビデオジャンル別新譜数

(単位) タイトル

ジャンル	DVD	ブルーレイディスク	合計
邦盤	212	367	579
洋盤	9	14	23
カラオケ	3	0	3
合計	224	381	605
前年同期比	78%	89%	84%

備考
本実績は、会員会社の集計である。
当会員社が受託した非会員社からの販売委託分を含む。

2026年6月度

●ゴールドディスク認定

シングル 邦楽				
●●●トリプル・プラチナ				
HARD WORK	なにわ男子	2026.02.18	ストームレーベルズ	
爆裂愛してる / 好きすぎて減!	MILK	2026.02.18	ビクターエンタテインメント	
●●ダブル・プラチナ				
劇薬中毒	= LOVE	2026.04.01	ソニー・ミュージックレーベルズ	
Lonesome rabbit / What's "KAZOKU"?	櫻坂46	2026.06.10	ソニー・ミュージックレーベルズ	
●プラチナ				
でこぼこライフ	Aえ! group	2026.06.17	ユニバーサル ミュージック	
景色	J1 BLUE	2026.06.03	LAPONE ENTERTAINMENT	
メロ・コレクション	Lienel	2026.06.03	ユニバーサル ミュージック	
●ゴールド				
人証し / ひとたらし	桑田 佳祐	2026.06.24	ビクターエンタテインメント	
どリーむじゃんぼ!	超ときめき♡宣伝部	2026.05.20	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ	
FireWorks / まっぴらだってば!	つばきファクトリー	2026.06.03	アップフロントワークス(ゼティマ)	
アルバム 邦楽				
●プラチナ				
ND ⁵	なにわ男子	2026.06.17	ストームレーベルズ	
●ゴールド				
Hellmate	NEXZ	2026.06.24	ソニー・ミュージックレーベルズ	
Overflow	ROF-MAO	2023.10.18	RFMO Records	
アルバム 洋楽				
●ミリオンの				
SEVENTEEN 11th Mini Album 「SEVENTEENTH HEAVEN」	SEVENTEEN	2023.10.25	PLEDIS Entertainment	
●ゴールド				
PLAVE 4th Mini Album 'Caligo Pt.2'	PLAVE	2026.04.14	VLAST	
BOYNEXTDOOR 1st Studio Album 「HOME」	BOYNEXTDOOR	2026.06.10	KOZ ENTERTAINMENT	
ビデオ 邦楽				
●プラチナ				
YOUNG OLD	SixTONES	2025.10.29	ソニー・ミュージックレーベルズ	
●ゴールド				
King & Prince DOME TOUR 2026 ~STARRING~	King & Prince	2026.06.24	ユニバーサル ミュージック	

※日付は発売日

●ダウンロード認定

シングルトラック 邦楽				
●プラチナ				
イージュア★ライダー	奥田 民生	2005.07.18	ソニー・ミュージックレーベルズ	
●ゴールド				
ファンファーレ	玉置 浩二	2025.10.13	ソニー・ミュージックレーベルズ	
Climax Jump DEN-LINER form	モトクロス(ウラタロス・キョウタロス・ユウタロス(CV:関 俊彦・佐佐木 浩二・若原 雅夫・鈴木 健一))	2007.12.19	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ	

※日付は配信開始日

●認定基準

ゴールドディスク認定(音楽ソフト/カテゴリ: アルバム、シングル、音楽ビデオ)
ダウンロード認定(ダウンロード/カテゴリ: 着うた®、シングルトラック、アルバム)

認定ランク	ゴールド	プラチナ	ダブル・プラチナ	トリプル・プラチナ	ミليون	2ミليون
基準	10万以上	25万以上	50万以上	75万以上	100万以上	200万以上

●ストリーミング認定

トラック 邦楽				
◆ダイヤモンド				
裸の心	あいみょん	2020.05.01	ワーナーミュージック・ジャパン	
●●●トリプル・プラチナ				
Blue Jeans	HANA	2025.07.14	ソニー・ミュージックレーベルズ	
●●ダブル・プラチナ				
カブトムシ	aiko	2020.02.26	ポニーキャニオン	
革命道中 - On The Way	アイナ・ジ・エンド	2025.07.02	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ	
真夏の果実	サザンオールスターズ	2019.12.20	ビクターエンタテインメント	
Tokimeki	Vaundy	2021.09.22	SDR	
新しい恋人達に	back number	2024.07.15	ユニバーサル ミュージック	
また逢う日まで	平井 大	2015.02.18	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ	
旅路	藤井 風	2021.03.01	ユニバーサル ミュージック	
リンジュー・ラヴ	マカロニえんぴつ	2023.01.14	トイズファクトリー	
好きすぎて減!	MILK	2025.10.27	ビクターエンタテインメント	
●プラチナ				
GUTS!	嵐	2019.11.03	ストームレーベルズ	
come again	m-flo	2013.07.12	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ	
I LOVE YOU	尾崎 豊	2013.06.01	ソニー・ミュージックレーベルズ	
fake face dance music	音田 雅則	2023.07.11	ソニー・ミュージックレーベルズ	
夜の踊り子	サカナクション	2012.08.29	ビクターエンタテインメント	
君と夏フェス	SHISHAMO	2014.07.02	ユニバーサル ミュージック	
田園	玉置 浩二	2013.04.26	ソニー・ミュージックレーベルズ	
TT (Japanese Ver.)	TWICE	2017.06.28	ワーナーミュージック・ジャパン	
インフルエンサー	乃木坂46	2017.03.15	ソニー・ミュージックレーベルズ	
SEASONS	浜崎あゆみ	2011.04.20	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ	
Anniversary	平井 大	2021.10.03	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ	
あとひとつ	FUNKY MONKEY BABYS	2018.03.28	ドリーミュージック	
Family Song	星野 源	2019.08.30	ビクターエンタテインメント	
愛のレンタル	マカロニえんぴつ	2020.04.01	TALTO / murfin discs	
言って。	ヨルシカ	2017.06.28	ユニバーサル ミュージック	
ヒッチコック	ヨルシカ	2018.05.09	ユニバーサル ミュージック	
トレモロ	RADWIMPS	2020.05.15	ユニバーサル ミュージック	
寄り酔い	和ぬか	2021.02.15	ユニバーサル ミュージック	
トラック 洋楽				
●●ダブル・プラチナ				
bad guy	Billie Eilish	2019.03.29	ユニバーサル ミュージック	

※日付は配信開始日

【基準単位】ゴールドディスク認定: 枚数、ダウンロード認定: ダウンロード数

備考 1. 着うた®のみダブル・プラチナ以上を顕彰

2. 「着うた®」は株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントの登録商標です

3. 3ミليون以降、100万毎に認定

2026年7月度

●ゴールドディスク認定

シングル | 邦楽

●●●トリプル・プラチナ			
是非に及ばず	乃木坂46	2026.07.22	ソニー・ミュージックレーベルズ
ばわーオブらぶ / センセーション	FRUITS ZIPPER	2026.07.15	アソビミュージック
●●ダブル・プラチナ			
でこぼこライフ	Aえ! group	2026.06.17	ユニバーサル ミュージック
●プラチナ			
BAD (Japanese Ver.)	ATEEZ	2026.07.29	ユニバーサル ミュージック
初めてのオール	NMB48	2026.05.27	ユニバーサル ミュージック
YO-I-DON! / BOY MEETS GIRL	NCT WISH	2026.07.15	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
消えない花火	timelesz	2026.07.29	Over The Top
ブルーハワイレモン	≠JOY	2025.06.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
愛くださいませ / ここでファーストキス	≠ME	2026.06.24	キングレコード

●ゴールド				
I Got Your Back	ILLIT	2026.07.29	ユニバーサル ミュージック	
ダントツで愛して / また、あなたに恋焦がれているんだ	OCHA NORMA	2026.07.08	アップフロントワークス (ゼティマ)	
SWEET STEP	SWEET STEADY	2026.03.25	アソビミュージック	
Call Me Asap / NUMBER	SUPER★DRAGON	2026.07.15	ポニーキャニオン	
Wanna	DXTEEN	2026.07.22	ユニバーサル ミュージック	
キミは都市伝説 / クラッシュパラダイス	BUDDiS	2026.07.08	ソニー・ミュージックレーベルズ	
IDOL OF POP / ラブリートファイター	パンダドラゴン	2026.07.07	ユニバーサル ミュージック	
Missing	BE:FIRST	2026.07.01	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ	
FUNKY SUMMER	僕が見たかった青空	2026.06.03	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ	

アルバム 邦楽				
●プラチナ				
LUCID DREAM	IVE	2026.05.27	ソニー・ミュージックレーベルズ	
On-Deck!	MECHATU-A	2026.07.22	ANYCOLOR	

●ゴールド				
FRESH!!	ICEx	2026.07.01	ビクターエンタテインメント	
TA1300	浦島坂田船	2026.07.01	ワーナーミュージック・ジャパン	
KISS N TELL	aespa	2026.07.24	ワーナーミュージック・ジャパン	
Admantite	葛葉	2026.07.29	ユニバーサル ミュージック	
Augment	剣持刀也	2026.07.15	ANYCOLOR	
Portfolio	NiziU	2026.07.01	ソニー・ミュージックレーベルズ	
KMK	NEWS	2026.07.29	ストームレーベルズ (イーラブ・レーベル)	
Big Wave(30th Anniversary Edition)	山下 達郎	2014.07.23	ワーナーミュージック・ジャパン	

アルバム 洋楽				
●ミリオン				
SEVENTEEN JAPAN BEST ALBUM「ALWAYS YOURS」	SEVENTEEN	2023.08.23	HYBE JAPAN	

ビデオ 邦楽				
●●ダブル・プラチナ				
Snow Man Dome Tour 2025-2026 ON	Snow Man	2026.07.01	MENT RECORDING	

●ゴールド				
WEST. SPECIAL LIVE「WESTA!」2025-2026	WEST.	2026.07.15	ストームレーベルズ (イーラブ・レーベル)	
M!LK ARENA TOUR 2025-2026「SMILE POP!」	M!LK	2026.07.22	ビクターエンタテインメント	

※日付は発売日

●ダウンロード認定

シングルトラック 邦楽				
●ゴールド				
ツバメ (feat. ミドリズ)	YOASOBI	2021.10.25	ソニー・ミュージックエンタテインメント	
残酷な夜に輝け - Shine in the Cruel Night	LiSA	2025.07.19	ソニー・ミュージックレーベルズ	

※日付は配信開始日

●ストリーミング認定

トラック 邦楽				
●●●トリプル・プラチナ				
勇者	YOASOBI	2023.09.29	ソニー・ミュージック エンタテインメント	
●●ダブル・プラチナ				
イケナイ太陽	ORANGE RANGE	2013.03.04	ソニー・ミュージックレーベルズ	
オレンジ	SPYAIR	2024.02.14	ソニー・ミュージックレーベルズ	
楓	スピッツ	2019.10.09	ユニバーサル ミュージック	
SAD SONG	ちゃんみな	2025.01.11	ワーナーミュージック・ジャパン	
黄色	back number	2021.09.27	ユニバーサル ミュージック	
ブルーアンバー	back number	2025.04.28	ユニバーサル ミュージック	
君と羊と青	RADWIMPS	2020.05.15	ユニバーサル ミュージック	
●プラチナ				
イノチミジカシコイセヨオトメ	クリープハイプ	2012.05.02	ビクターエンタテインメント	
アイデンティティ	サカナクション	2013.02.26	ビクターエンタテインメント	
いとしのエリー	サザンオールスターズ	2019.12.20	ビクターエンタテインメント	
Who	JIMIN	2024.07.19	ユニバーサル ミュージック	
未来予想図II	DREAMS COME TRUE	2014.08.14	ソニー・ミュージックレーベルズ	
GOAT	Number_i	2024.01.01	ワーナーミュージック・ジャパン	
BON	Number_i	2024.05.27	ワーナーミュージック・ジャパン	
INZM	Number_i	2024.08.19	ワーナーミュージック・ジャパン	
GOD_i	Number_i	2025.01.27	ワーナーミュージック・ジャパン	
GO FOR IT !!	西野 カナ	2015.06.11	ソニー・ミュージックレーベルズ	
M	浜崎あゆみ	2012.09.28	エイベックス・ミュージック クリエイティヴ	
LOVE PHANTOM	B'z	2021.05.21	バーミオンレコード	
ultra soul	B'z	2021.05.21	バーミオンレコード	
イチブトゼンブ	B'z	2021.05.21	バーミオンレコード	
Mainstream	BE:FIRST	2023.09.11	エイベックス・ミュージック クリエイティヴ	
イイじゃん	M!LK	2025.02.17	ビクターエンタテインメント	
前前前世 (original ver.)	RADWIMPS	2020.05.15	ユニバーサル ミュージック	

※日付は配信開始日

ストリーミング認定 (ストリーミング / カテゴリ: トラック)

認定ランク	プラチナ	ダブル・プラチナ	トリプル・プラチナ	ダイヤモンド	ダブル・ダイヤモンド
基準	1億以上	2億以上	3億以上	5億以上	10億以上

【基準単位】ストリーム数: 数量は、NIQ/GfK Japan (ジーエフケー・インサイト・ジャパン株式会社) の提供データを元に当協会にて累計ストリーム数を算出したもの

集計対象音楽ストリーミングサービス: Amazon Music Prime、Amazon Music Unlimited、auミュージックパス、AWA、KKBOX、LINE MUSIC、Qobuz、Rakuten Music、Spotify、YouTube Music、YouTube Music Premium 次の終了済サービスの再生回数も累積して集計しています。dミュージック月額コース、Google Play Music、HMVmusic powered by KKBOX、RecMusic、TOWER RECORDS MUSIC powered by レコチョク

編集後記

今回は、「企業におけるメンタルヘルスケア」と題し、労働者の心の健康を守るための取り組みについて特集しました。執筆にあたり、以前から興味があったこともあり、実際にカウンセリングを受けてみました。漠然とした不安や疑問について約1時間じっくりと話を聞いていただきましたが、話しているうちに自然と考えが整理され、頭の中で絡まっていた糸がほどけたようにスッキリした気持ちになりました。最初は「大きな悩みもないのに」と二の足を踏んでいましたが、いざ受けてみると悩みを整理する方法の一つとしてとても有意義な時間だったと感じました。

企業においては、ストレスチェックの実施や相談体制の構築といった仕組みづくりも重要ですが、まずはメンタルヘルスケアへの理解を深めるとともに、カウンセリングをはじめ、心身の健康を保つための行動に対するハードルを下げることが、心身ともにいきいきと働き続けられる職場づくりの一步となるのではないのでしょうか。(S)

THE RECORD No.765 2026年9・10月合併号

一般社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 林 真司
編集人 佐藤 朝昭
発行日 2026年9月25日
発行 一般社団法人 日本レコード協会
〒106-0032
東京都港区六本木1-8-7 MFPR六本木麻布台ビル13階
TEL. 03-5575-1301(代) FAX. 03-5575-1313(代)
URL: <https://www.riaj.or.jp/>

編集協力 株式会社金羊社 / 合同会社ヤマモトカウンスル

■当機関誌へのご意見・ご感想がございましたら
当協会公式サイト (URL: <https://www.riaj.or.jp/>) のお問い合わせページよりお寄せください



エルマークキャラクター
エルマーくん