新聞販売店の新たな挑戦 ／ 新聞販売店だから出来る地方創生

新聞販売店の新たなビジネスモデル

配るだけの限界を超えろ！部数減少のピンチを、地域最大級の「物流・仲介」のビジネスに変え、お困りごとの「地産地消」で経済を「市内で回す」。新聞販売店パラダイムシフト。



事業主体：株式会社両藤舎（中日新聞多治見販売店会）代表取締役 佐藤円一郎　／　事業サポート：むすびGroup（まごころちょこっとサポートセンター／株式会社両藤舎内・担当：三宅）　／　プロジェクト顧問：国立長寿医療研究センター 名誉総長 大島伸一

購読部数の減少、折込広告の激減

今後の新聞社および新聞販売店が生き残るためのビジネスモデルは

これまでの「新聞を配るだけ」のビジネスモデルは、もう限界を迎えています。新聞社の「情報のデジタル配信」と、新聞販売店の「ラストワンマイルの物理インフラ（紙の配達網）」。完全な二極化と役割分担に集約されます。

配るだけでは、もう限界。でも、僕らには宝物が2つある。



新聞社
情報のデジタル配信

役割分担

新聞販売店
ラストワンマイルの物理インフラ
（紙の配達網）

1
最後の1マイルの配送網
毎日、全戸の玄関先まで届く網

2
圧倒的な社会的信用
地域で数十年かけて培った信頼

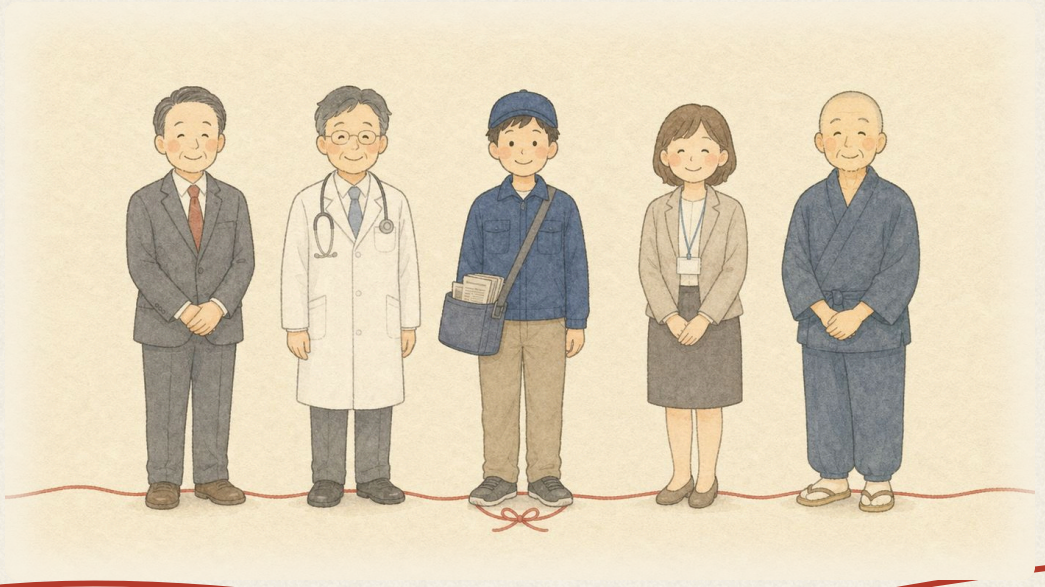
他社が喉から手が出るほど欲しい「最大の資産」

インターネットの普及と AI の進化による EC 市場の急拡大

新聞販売店の新たな挑戦

「お困りごと」を解決するラストワンマイルの BtoB・BtoC ビジネスが多く生まれ始めています。

- 買い物難民を救う「買い物支援サービス」
- 日々の生活の困りごとを解決する「生活支援サービス」
- 移動困難者の支援ができる「自動運転サービス」
- 在宅で医療・看護をサポートできる「オンラインサービス」ほか



1
民間単独では難しい
官民連携の支援体制が必須

2
中間支援組織が必要
アクティブシニア・資格を持つ支援者（看護師）・意欲ある若者をまとめる

3
ボトルネックを叩く
構造的なボトルネックを特定し、最小の力で最大の効果が出るレバレッジ・ポイントを叩く

私たちは新聞を売るために活動するのではありません

「中日新聞販売店」が果たす 3つの社会的意義

町内会や自治会が機能しなくなり、相談窓口（包括や社協）に溢れかえっている“保険外のSOS”を、私たちの社会的信用と配達網を使って丸ごと受け止め、地域の安心なインフラを一緒に守り抜くために、中立な中間支援組織として立ち上がったのです。

新聞を売るためじゃない。町の SOS を丸ごと受け止めるため。

1

新しい地縁のカタチ

1人暮らし4割超の時代に

2

自治会・町内会を下支え

限界を迎える地縁組織を、民間の力で

3

公費依存ゼロ

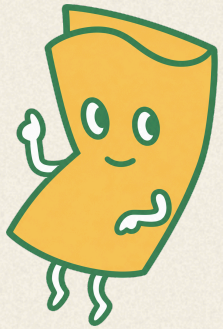
『循環型まちづくりエコシステム』

社会的信用をつくるためのブランディング

新聞販売店のビジネスモデル

毎日の「届ける」を、地域の「生きる」へ。
バロー × 西濃運輸 × 中日新聞販売店がむすぶ、買い物難民をゼロにする「日本一温かい物流インフラ」。

毎日の「届ける」を、地域の「生きる」へ。



エコシステムによる
生活支援サービス

み・まも〜る プラス まごころ（ちょこっと）サポート

新聞販売店

最大の資産の有効活用

ラストワンマイルの
配送網の有効活用

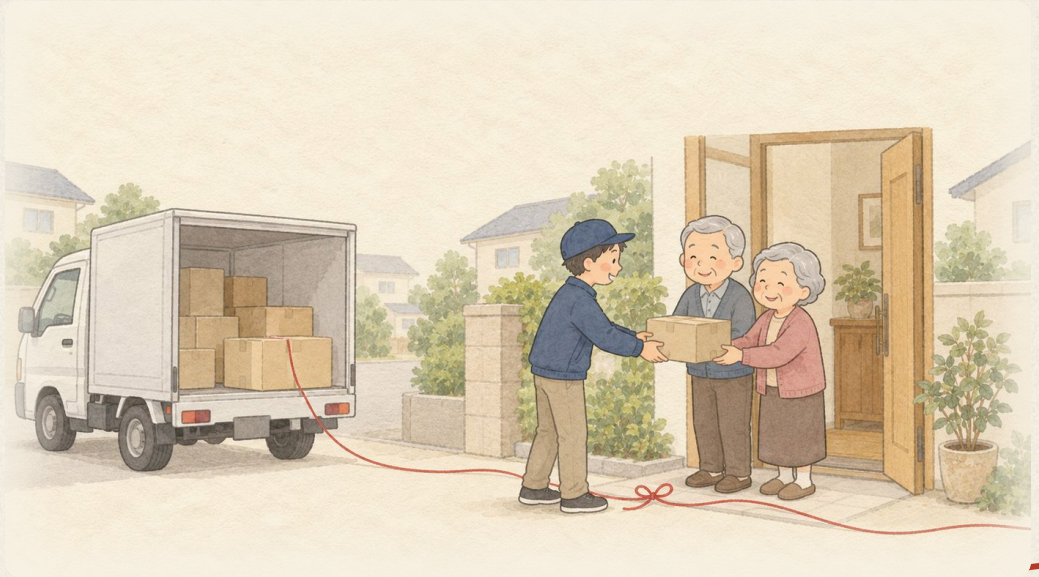
バロー × 西濃運輸 × 中日新聞販売店

ラストワンマイル戦略で、宅配上位に食い込む

1、EC 市場は拡大を続けています

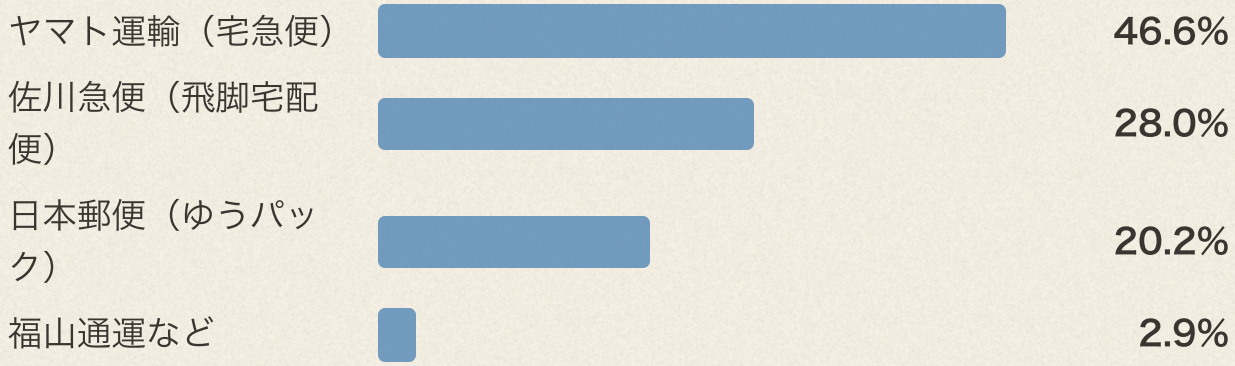
拡大するシニア市場。この眠れる資産を活かし、（単身世帯4割超）の受け皿となる「新しい収益の柱」に。

宅配の95%は大手3社。残りの1マイルは、僕らの網で。



約95%

大手3社の宅配便シェア（国土交通省）



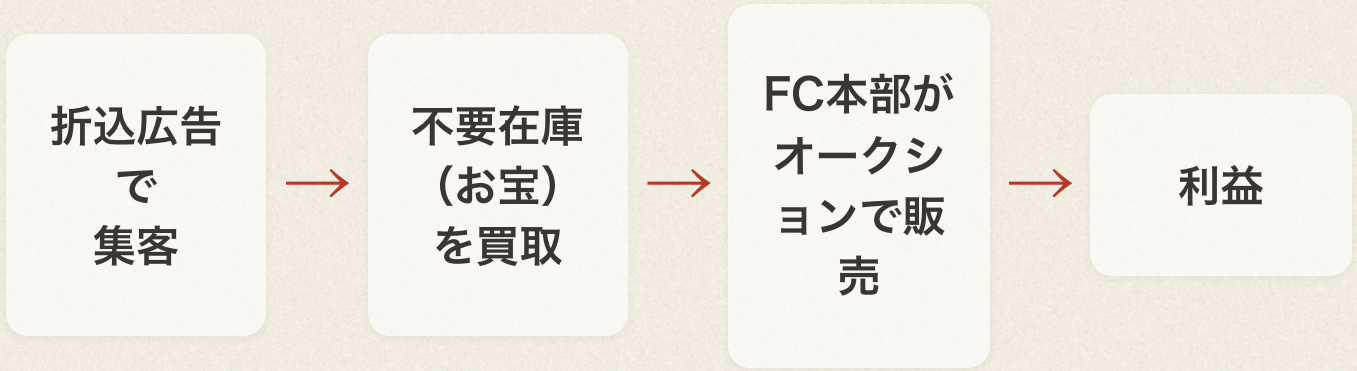
食品・飲料・酒類の EC 市場＝約3兆1,163億円（2024年・前年比 +6.36%）

高齢社会の成功ビジネスを学べ！

2、地域貢献から生まれる「高齢社会の仲介ビジネス」

昨今、新聞の折込広告で一番多いのが買取チェーンの広告です。FC 展開して、お宝（不要在庫）をお金に変え、本部がオークションで販売して利益を生む。

集める → 仲介する → 対価を得る。型は同じ。



高齢社会で成功している「仲介ビジネス」の型。学ぶのは仕組み（集める→仲介する→対価を得る）

3、配るだけの限界を超える 新聞販売店の新規ビジネス

まごころ（ちょこっと）サポートから生まれる、多くの皆さんの「困りごと」を、新聞販売店ができるサービスと、できない専門的なサービスを使い分け、協力（協賛）企業さんへ仕事を繋ぐ仕組み。繋がった時の手数料を、地域活動へ補填する仕組み。

困りごとを集めて、できることは自分で、できないことは仲間へ。手数料は地域に戻す。



協賛（協力）企業へ仕事を繋ぐ

繋がった時の手数料

↓

地域活動へ補填

まちづくりの資金に

市民の「困りごと」

電球・買い物・草刈り・書類…

→

新聞販売店が「集める」

まごころ（ちょこっと）サポート

販売店ができる

キャストが対応・チケット

販売店ではできない

専門的なサービス

→

市民の皆さんと一緒に「お困りごと」を解決する仕組み

新聞販売店がつくる 3つの地域貢献モデル

令和8年4月21日、ネットスーパー（バロー ainoma）で買い物難民を無くす取り組みが始まりました。ネットスーパーが利用できない皆さんには、まごころ（ちょこっと）サポートで対応します。

買い物・配達・医療との連携。3つの地域貢献。



1

地域の課題解決

買い物難民を無くす等

2

配達網を生かした EC ビジネス

商品販売 × 商品配達

3

産・官・学・医療の連携

地域医療構想

信頼のおける新聞販売店をハブとして、良質なパートナー事業者と連携

新聞販売店だから出来る「お困りごと相談窓口」

市民の皆さんの（ちょこっとしたお困りごと解決）を切っ掛けに、地域関係者の（仕事）が生まれる（お助けチケット）。リーフレットの設置＝病院の待合室・調剤薬局の受付・ドラッグストアのレジ横・協力企業の受付・公的窓口。

販売店が窓口。審査した仲間だけが伺う。



市民の皆さん
BtoC リーフレット

協賛事業者
BtoB リーフレット

中日新聞販売店
信頼のおけるハブ

公的な窓口
包括・社協・医師会

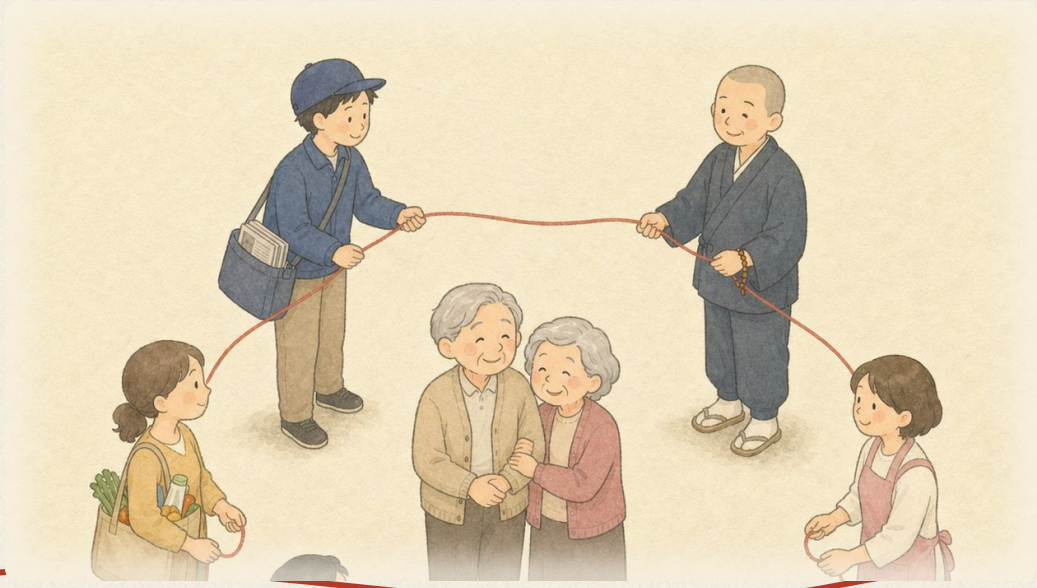
安心して相談できる「受け皿」。審査した事業者だけが伺います。お困りごとの「地産地消」＝Win-Win（相互扶助）

自助・共助互助・公助

お助けチケットを軸にした、地域の多様な皆さんが参加できるコミュニティ再生

ICT デバイスやテクノロジーの有効活用で、在宅の支援体制をつくります。訪問看護（ホームDEナース）・訪問医療（オンライン診療・構想）・調剤（オンライン服薬指導・構想）。

自助・共助・公助の真ん中に、販売店の窓口。



公助	地域包括支援センター・社会福祉協議会・重層的支援体制整備事業
共助・互助	中日新聞販売店の「断らない相談窓口」／福祉系事業所・まちづくりNPO・ご近所さん・アクティブシニア
自助	ご自身・ご家族（受益者負担）＝お助けチケット

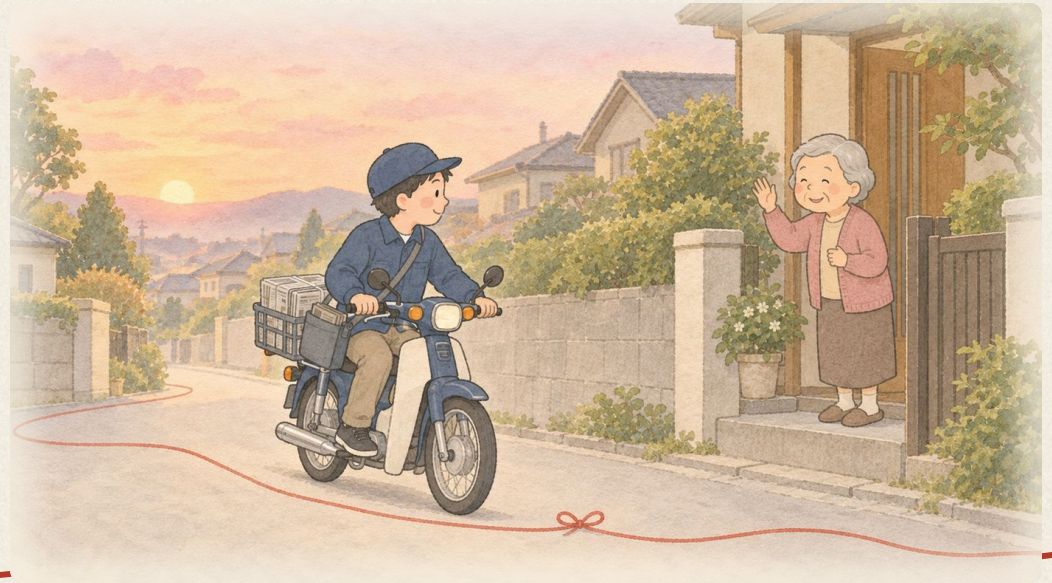
①お助けチケットを購入 → ②支援の対価としてチケットを回収 → ③チケットを現金に換金（ICT デバイスで管理・新聞販売店）

「地域貢献活動から生まれる新たな収益事業」

行政区毎の新聞販売店と、地元の主要事業者と一緒につくる

毎日の「届ける」を、地域の「生きる」へ。中日新聞販売店 × バロー × 地域事業者 × 行政・商工会議所・医師会でつくる、循環型まちづくりエコシステム。

買い物難民をゼロに。日本一温かい物流インフラ。



困りごと　解決　地域の仕事　地域活動　次の支援

お困りごとの「地産地消」で地域活性化＝循環型まちづくりエコシステム

汗をかいた者が報われ、努力し行動した者が正しく評価される

私たち「中日新聞販売店」が進める 新しい“まちづくり” 圧倒的な大義

超高齢社会を迎えた今、孤独死や買い物難民といった地域課題は「行政任せ」や「予算不足」を理由に後回しにできる段階を過ぎています。しかし、無償のボランティア（善意）だけに頼る仕組みも長続きしません。本田宗一郎翁の哲学の通り、ビジネスの手法を使って「地域が自立して稼ぎ、支え合う」持続可能なインフラを構築します。

- 年間11万円（月額約9,000円）の協賛金は「自社への未来投資」
- 単なる寄付や慈善活動ではなく、お互いに利益をもたらし合う CSV（共通価値の創造）の戦略的パートナーシップ



本部のマネタイズと財務戦略

多治見モデルを新聞販売店モデルとして、全国に広げたい

オフィシャルパートナー企業（10社・予定）＝バロー・多治見市医師会・東濃信用金庫・ヤマカ・昭洋商事・伊藤商会 ほか。参加料＝協賛金として 11万円（税込）/年。

10社 × 11万円 ＝ 110万円/年

新聞販売店 管理費（1/2）	広域支援グループ 活動費（1/2）
55万円	55万円

事業主体
（株）両藤舎
公益法人設立までの窓口

ICTでむすぶまちづくり研究所（仮称）
公益法人設立予定

事業サポート むすび Group
企画・運営

地域医療連携
医師会・薬剤師会・看護協会・地域包括・社協（見守り協定＝調整中）

オフィシャルパートナー（10社・予定）
地元の主要事業者

まごころ（ちょこっと）サポート 多治見
市民向け生活支援サービス

官民連携モデル

テクノロジーの活用

農福連携モデル・環境・防災など

マネタイズと財務戦略（公費依存ゼロの仕組み）

循環型まちづくりエコシステム（地域モデル）

協賛事業者 40社 × 11万円 ＝ 440万円/年。民間の資金でまちづくりに協賛。仕事が繋がったら、紹介手数料を本部管理費＋新聞販売店の活動費とまちづくりの資金へ。

40社 × 11万円 ＝ 440万円/年

新聞販売店 管理費（1/4）	広域支援グループ 活動費（1/4）	地域の課題解決グループ 活動費（2/4）
110万円	110万円	220万円

1

新聞販売店の地域支援グループ

各新聞販売店

2

広域課題の解決グループ

むすびGroup

3

地域の課題解決グループ

まちづくりNPO・地域支援組織（RMO）

効率化が生まれる 3つのポイント

AI は、物流・交通の「ラストワンマイル」の構造を劇的に変えます

生成 AI によって、高齢者でもスマホや PC の難しい操作をせず、音声と画面だけでネットで買い物ができるようになります。一人当たりの EC 注文回数は 7.0回/年 → 12.6回/年（約80%増・推定）。新聞を配るから、情報を伝える（むすぶ）へ。新たなビジネスモデルと雇用をつくります。

配達の空き時間が、EC の配送時間になる。



朝刊 | 10時〜16時＝遊休時間 → EC 商品の配送 | 夕刊

4時　10時　16時　19時

1 **既存インフラの有効活用**
店舗・バイク・土地勘のあるスタッフを「保管・配送拠点」に

2 **配送時間のズレを活かす**
ピーク外の時間に EC 配送・置き配管理

3 **再配達の劇的削減**
「誰がいつ在宅か」の地域情報 × AI のルート管理

❶＋❷で生まれる相乗効果

新聞販売店の配達網を、運送会社とスーパーマーケットと連結させる

新聞販売店の空きスペースを荷物の一時保管庫や宅配ボックスの設置場所として活用し、地域の「物流ハブ」に。バイク配達・新たな収益事業（仲介）・新たな雇用・ちょこっとサポートチケット。

販売店の空きスペースが、地域の物流ハブになる。



配送業者
大物は直接配送
小物はまとめて販売店へ

→

新聞販売店＝配送拠点
荷物の一時保管・宅配ボックス
配達員の遊休時間で戸別配送

→

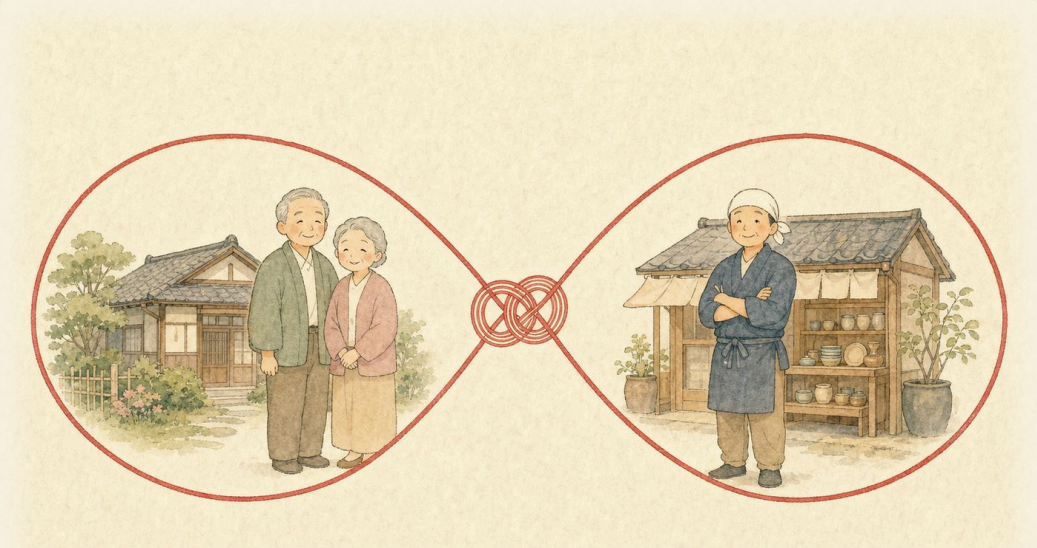
各家庭
新聞と一緒に、小物・調剤・産直品

共同配送（ハイブリッド配送）で配送コストを下げ、他の配送事業者との根本的な差別化

社会的信用がある中日新聞販売店と一緒につくる 循環型まちづくりエコシステム

地域のむすびプロジェクト

どこかのイチ組織が頑張るだけでは地域の課題解決は難しい。だから、新しい地域のカタチを創ろうと集まった専門家集団が、行政区毎に地域の皆が参加できる相互扶助の支援体制「まごころ（ちょこっと）サポート」をつくり活動を進めます。
「ICTでむすぶまちづくり研究所」は、医療・福祉・通信分野の有識者で ICT の有効活用と DX の推進で相互扶助のまちづくりを進めます。



困りごと　解決　地域の仕事　地域活動　次の支援

お困りごとの「地産地消」で地域活性化＝循環型まちづくりエコシステム

事業主体　まごころちょこっとサポート運営事務局　株式会社両藤舎　多治見市虎渓町1丁目31　0572-22-3500　／　事業サポート：むすびGroup（まごころちょこっとサポートセンター／株式会社両藤舎内・担当：三宅）　TEL 070-4497-0111