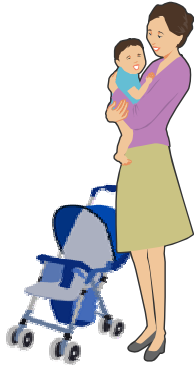


薬局・薬店に出向くことが、地理的・時間的に困難な購入者からの要望に応えている。



時間的制限のある購入者：

お子様が小さくて、お買い物に行けない、要介護者がいて家をあけられない、共働き世帯など、多忙で開店時間に買い物に行けない、など。



地理的に制限のある購入者：

近所に薬局・薬店がない、外出が困難で店舗に出向くことが出来ない、など。

薬局・薬店が少ない地域など、医薬品の購入が困難な地域、また店舗に出向けない場合も含め、医薬品の供給が可能。

(参考) 日本国内における、買い物が困難な消費者の存在について

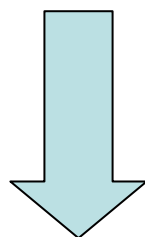
近隣に薬局がない過疎地の在住、小さい子供や要介護者などがいる家庭、共働き世帯など、店頭に出向いて商品を購入するのが困難な、消費者が存在する。

- ・共働き夫婦 961万世帯
- ・長時間労働者 725万人
- ・高齢者 2660万人
- ・過疎地域住民 1068万人

いつ、どの購入者に、どの医薬品を販売したかが、
全て特定できるため、販売後の注意喚起などが生じた際に、
連絡が速やかに出来、購入者の安全確保ができる。

例)

厚生労働省や、医薬品メーカーからの重大な
お知らせなどに関する注意喚起



販売した購入者へ、個別に直接連絡、
迅速に注意喚起の告知と購入者の
安全確保が可能

購入者ごとに、販売履歴を確認する
ことができ、また購入者の住所や
氏名等も、共に把握しているため、
緊急時の情報提供等が迅速に行える。