



『BREO (ブレオ) Z』
左 2 品：歯科医院向け、右 2 品：高齢者施設など向け

歯科医院向け製品

・発売日、販売チャネル：

2007年4月23日（月）、全国の歯科医院

歯科専門の総合商社である株式会社モリタを通じて販売します

・製品内容：

製品名	『BREO [ブレオ] Z<マイルドミント>小箱』 『BREO [ブレオ] Z<グリーンアップル>小箱』
内容量	45粒入り（1粒 = 1.5g）
価格	オープン価格
製品特長	<ul style="list-style-type: none"> ・「舌のケアにも気を配る」新しいエチケット習慣を提案。タブレットで手軽に口中ケアできます。 ・キウイ酵素（アクチニジン）を配合。 ・1粒ずつの個包装なので携帯にも買い置きにも便利です。 ・味は、さわやかなミント味の<マイルドミント>と、ほのかな酸味の<グリーンアップル>の2種類。
対象層	歯科医院を訪れた舌のケアに気を配る人

高齢者施設、通信販売など向け製品

・発売日、販売チャネル：

2007年5月15日（火）、全国の高齢者施設

全国病院用食材卸売業協同組合を通じて販売します

2007年6月1日（金）、通信販売など

・製品内容：

製品名	『BREO [ブレオ] Z<マイルドミント>大箱』 『BREO [ブレオ] Z<グリーンアップル>大箱』
内容量	90粒入り（1粒 = 1.5g）
価格	オープン価格
製品特長	<ul style="list-style-type: none"> ・「舌のケアにも気を配る」新しいエチケット習慣を提案。タブレットで手軽に口中ケアできます。 ・キウイ酵素（アクチニジン）を配合。 ・1粒ずつの個包装なので携帯にも買い置きにも便利です。 ・味は、さわやかなミント味の<マイルドミント>と、ほのかな酸味の<グリーンアップル>の2種類。
対象層	高齢者、舌のケアに気を配る人

販売目標：『BREO』シリーズ計 年間2.5億円

ご参考

・スーパー、コンビニエンスストアなどでは『BREO』3品を発売中です

製品名	『BREO<マイルドミント>』 『BREO<グリーンアップル>』 『BREO<レモンミント>』
内容量	12粒入り（1粒 = 1g）
価格	オープン価格
対象層	20～30代男女（人と接する機会が多く、舌のケアに気を配る人）

お客様からのお問い合わせ先：

江崎グリコお客様相談センター【フリーコール】0120-917-111

以上