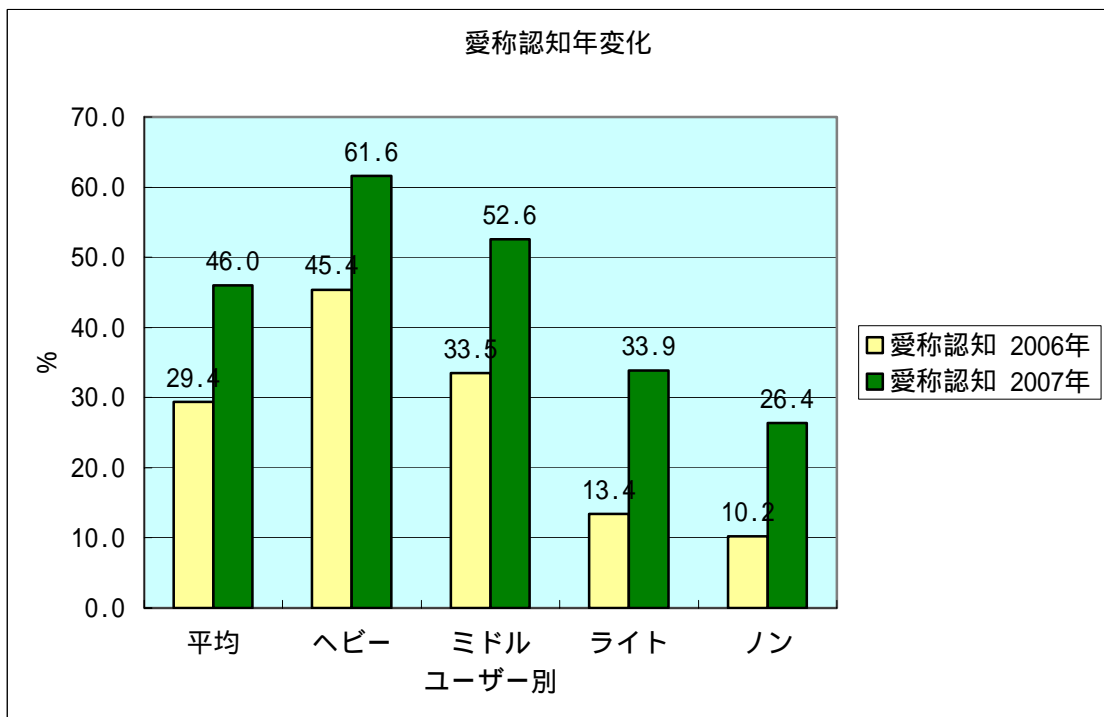


“NEXCO東日本”愛称認知が62%まで拡大

NEXCO東日本(東京都千代田区、代表取締役会長:八木重二郎)が展開している愛称“NEXCO東日本”の認知率が、週に1回以上高速道路をご利用されるお客さま - いわゆるヘビーユーザーの間では、61.6%(昨年は45.4%)まで広がっていることが、NEXCO東日本の調査で明らかになりました。また、普段は高速道路をご利用いただいていない方も含めた平均の認知率でも46%(昨年は29.4%)となり、ほぼ半数の方々に“NEXCO東日本”という愛称が浸透しています。



この調査は、NEXCO東日本が外部機関に委託して、“愛称”の他に“社名”や“ロゴ”、NEXCO東日本の“イメージ”などの項目について民営化以降、毎年秋に行っているもので、昨年は10月にNEXCO東日本営業区域内にお住まいの方2,395名のご協力のもと行われました。

愛称の世間一般への浸透は、NEXCO東日本が展開するブランド戦略の第一歩であると考えられていることから、報道機関の皆さま方におかれましても、“NEXCO東日本”の浸透にご協力いただけますよう、お願いいたします。