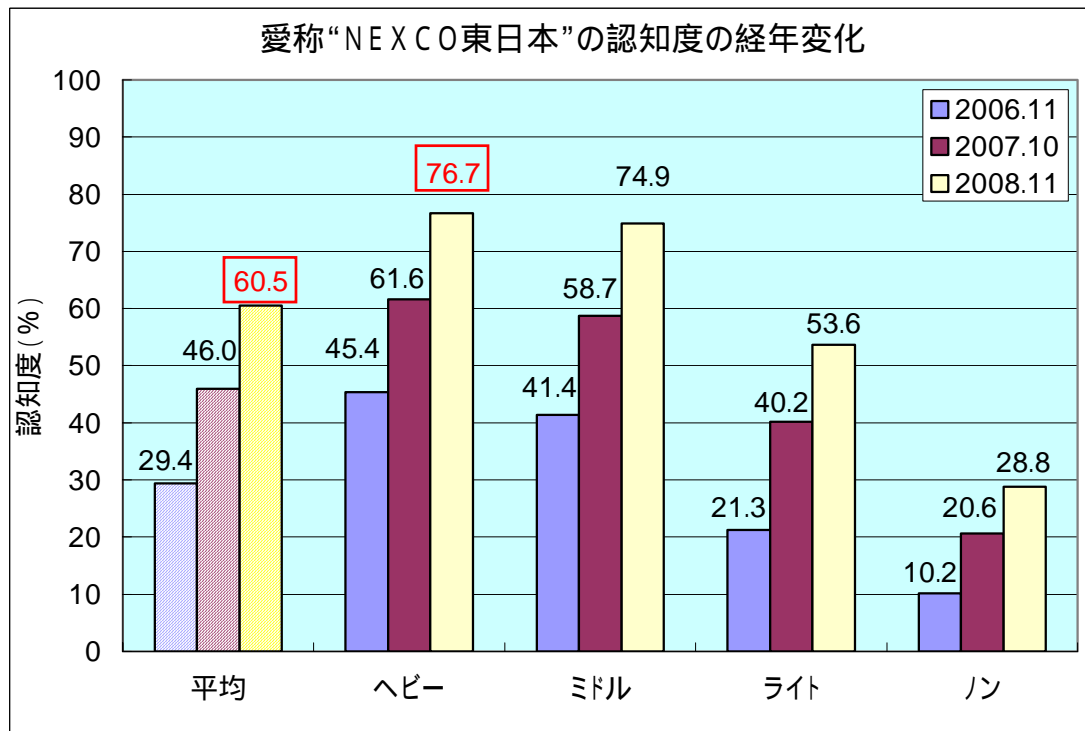


## 愛称“NEXCO東日本”の認知度が77%まで拡大

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”の認知度が、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 - ユーザーの間では、76.7%(昨年は61.6%)までひろがっていることが、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度でも60.5%(昨年は46.0%)となり、6割の方々に“NEXCO東日本”という愛称が浸透しています。



ユーザー層	ヘビー	ミドル	ライト	ノン
利用頻度	週1回以上	月1、2回程度	年1～7回程度	利用しない

この調査は、NEXCO東日本が外部機関に委託して、愛称“NEXCO東日本”の他に、社名“東日本高速道路株式会社”やロゴマーク、NEXCO東日本の“イメージ”などの項目について、民営化以降、毎年行っており、今年度(昨年11月実施)で3回目となります。今回の調査も今までと同様、NEXCO東日本営業区域内にお住まいの2,395名の方々にご協力を頂きました。

愛称の浸透は、NEXCO東日本が多くの皆さまとのコミュニケーションを図る上で非常に重要なものと考えております。報道機関の皆さまにおかれましても、これからも“NEXCO東日本”の愛称のご使用にご協力いただけますよう、お願いいたします。