

第2回
「100年後も生き残ると思う日本企業」
調査

2015年7月

あなたの会社の **e**-審査部
リスクモンスター株式会社

<http://www.riskmonster.co.jp>

■ 調査の概要

1. 調査名称

第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」調査

2. 調査方法

インターネット調査

3. 調査エリア

全国

4. 期間

2015年4月17日(金)～2015年4月19日(日)

5. 調査対象者

20～59歳の有職者男女個人

60～69歳の男女個人

6. 調査対象企業と選定方法

年間売上2,500億円以上、従業員数5,000人以上の企業200社を抽出

7. 有効回収数

1,000サンプル

8. 回答者の属性

性別・年代 平均44.72歳

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	100	100	100	100	100	500
女性	100	100	100	100	100	500
合計	200	200	200	200	200	1,000

地域

北海道	東北	関東	中部	近畿	中・四国	九州	合計
42	53	420	100	238	69	78	1,000

1. 調査結果

[1] 第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケート／ランキング結果

第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケートのランキング1位は「トヨタ自動車」(回答率 42.0%)であった。次いで「本田技研工業(ホンダ)」が2位(同 20.4%)、「東日本旅客鉄道(JR 東日本)」が3位(同 16.9%)となり、以下「東海旅客鉄道(JR 東海)」(同 16.2%)、「パナソニック」(同 16.0%)、「日産自動車」(同 14.9%)、「日立製作所」(同 13.8%)、と続いた。(図表A)

業種としては、自動車製造業3社(トヨタ自動車、本田技研工業(ホンダ)、日産自動車)、電気機器製造業3社(パナソニック、日立製作所、キヤノン)、飲食料品製造業4社(味の素、サントリー、キユーピー、キッコーマン、)など、製造業がトップ20のうち10社を占めた。また、製造業以外では、鉄道業の3社(東日本旅客鉄道(JR 東日本)、東海旅客鉄道(JR 東海)、西日本旅客鉄道(JR 西日本))、運送業2社(ヤマト運輸、全日本空輸(ANA))がランクインした。

上位4位までに自動車製造業および、鉄道業が独占しており、今後の日本経済を牽引していく役割として、期待が寄せられていることが窺える結果となった。

なお、トップ100については図表Bにまとめた。

[2] 第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケート／前回比較

第1回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケートの結果と比較したところ、上位2社「トヨタ自動車」と「本田技研工業(ホンダ)」に変化はなく、「東日本旅客鉄道(JR 東日本)」(前回5位→今回3位)、「東海旅客鉄道(JR 東海)」(前回7位→今回4位)、「西日本旅客鉄道(JR 西日本)」(前回16位→今回8位)の3社が順位を上げた一方で、「日産自動車」(前回3位→今回6位)、「パナソニック」(前回4位→今回5位)の2社はそれぞれ順位を下げた結果となった。

「TOTO」(前回21位→今回9位)、「富士フイルム」(前回45位→今回12位)の2社についてはそれぞれ大幅なランクアップとなった。両社は、先に実施した「第3回世界に誇れる日本企業アンケート」においても大幅なランクアップとなっており、独自の技術や発想が評価され、日本国内のみでなく世界で活躍できる企業においては、100年後も生き残れる企業として期待感がうかがえる結果と考えられよう。(図表C)

[3] 第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケート／選択理由

選択した理由を自由回答で尋ねたところ、ランキング1位の「トヨタ自動車」では、「世界的なシェアを有している」、「高い技術力」、「国内では随一の規模」といった評価が多く、2位の「本田技研工業(ホンダ)」では、「独創性・創造性が高い」、3位の「東日本旅客鉄道(JR 東日本)」では、「生活に必要なインフラ」などが挙げられた。

このほか、上位ランクイン企業の選択理由として多く見られた評価としては、「世界レベルの技術力を有している」、「世界への貢献度が高い」、「扱う商品やサービスが生活に必要不可欠である」などが挙げられ、事業の優位性と、商品の必要性の両面を兼ね備えている企業が、今後も長くにわたって生き残れる企業として見られていることが分かる結果となった。(図表D)

[4] 第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケート／重視するイメージ

同時に「100年後も生き残ると思う日本企業」に重視するイメージを聞いたところ、[2]の選択理由に見られたように、「技術力」を挙げる回答が44.9%と最も多かった。次いで「製品・商品の品質」(回答率37.4%)、「ニーズ」(同28.9%)となっており、上位3位までは前回と変わらない結果となつた。4位以下は「業界シェア」(25.7%)、「独創性」(同25.5%)、「経営理念・姿勢」(同25.2%)、の順となり、消費者のニーズを捉えて良い商品・サービスを提供している企業が、100年後も生き残る企業として考えられている要因に、大きな変化は見られない結果となつた。(図表E)

2. 創業年数および純資産額との比較

今回のランキング上位20社について、創業年数を調査したところ、平均業歴は88年となり、全ての企業が、業歴60年を超える老舗企業となつた。長い業歴の中で盤石の事業基盤を築き上げている企業が、今後も活躍を期待されていることが窺える。

また、「100年後も生き残る企業」と判断される一因として、豊富な純資産を有していることが挙げられることから、ランキング上位20社の純資産額および自己資本比率と、上場会社における純資産額の上位20社を調べ、比較したところ、ランキング上位企業のうち、上場会社の上位にランクインしたのは7社(トヨタ自動車、本田技研工業(ホンダ)、日産自動車、日立製作所、キヤノン、東日本旅客鉄道(JR東日本)、ブリヂストン)のみであった。巨大資本を有し、上場会社の純資産額ランキング上位に位置するメガバンク系グループや総合商社においては、商品やサービスの実態が消費者にとって縁遠い点が、評価を得にくい材料となり、アンケートランキングにおいては、100位圏内を維持するに留まる要因になっているものと考えられる。(図表G)

3. 総評

リスクモンスターが有する企業情報データベースにおいて、業歴が20年以上の企業は全企業250万社のうち、約98万社(39.1%)であり、また、この1年間に設立された企業は約5.3万社(2.1%)程度である。このことは、日本経済が成熟期を迎えていることを示しているといえよう。しかしその中においても100年以上の業歴を有する企業は、わずか約3.3万社(1.3%)であることを考えると、いかに100年以上に渡って企業を存続させていくことが難しいということが分かる。(図表H)

さらに、昨今法人の寿命は、競争の激化や経済動向の変化により短命化しており、政府統計(中小企業白書2011年)によれば、今や起業後20年を超えて生存できる企業は、半数程度という状態になっており、今年に入ってからは、福井県の上場企業や、北海道の水産加工業、愛知県の機械メーカーなど、業歴50年を超える老舗企業の倒産や、後継者問題による老舗企業の倒産が目立っていることを考慮すれば、100年後も存続していることの難しさは一層高まっているといえる。

本アンケートで上位にランクインした企業は、日本を代表する企業であり、そのどれもが 100 年を超えて生存し続けるだけの要素を兼ね備えていることは明白であるが、実際に 100 年後も生き残るために、資本力だけ、目下の技術力だけでは十分な要素とは言えない。

今回のアンケートで大幅にランクアップした「TOTO」や「富士フィルム」のように、好不況といった経済の動向のみでなく、世界的規模で拡大するウィルス感染や、地震や噴火といった自然災害など、これから約 100 年間に起こり得る様々な事象に対して、「自社の技術やノウハウを活用して柔軟に対応できる企業」や「消費者ニーズを的確に捉え、自ら需要を創出できる力を持つ企業」こそが市場で求められている企業であり、100 年後も生き残る企業になり得るのであろう。

図表A 第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケート／ランキングベスト20

(n=1,000／複数回答)

順位	企業名	都道府県	業種	回答率
1	トヨタ自動車	愛知県	自動車製造業	42.0%
2	本田技研工業(ホンダ)	東京都	自動車製造業	20.4%
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	東京都	鉄道業	16.9%
4	東海旅客鉄道(JR東海)	愛知県	鉄道業	16.2%
5	パナソニック	大阪府	電気機器製造業	16.0%
6	日産自動車	神奈川県	自動車製造業	14.9%
7	日立製作所	東京都	電気機器製造業	13.8%
8	西日本旅客鉄道(JR西日本)	大阪府	鉄道業	13.4%
9	TOTO	福岡県	衛生陶器・住宅設備製造業	13.3%
10	キヤノン	東京都	業務用機械器具製造業	12.0%
11	味の素	東京都	食料品製造業	11.9%
12	富士フイルム	東京都	化学工業	11.6%
13	ブリヂストン	東京都	タイヤ製造業	11.5%
14	三菱重工	東京都	輸送用機械器具製造業	11.3%
15	サントリー	東京都	飲料品等製造業	11.2%
16	キユーピー	東京都	食料品製造業	11.0%
17	ヤマト運輸	東京都	道路貨物運送業	10.9%
18	キッコーマン	東京都	食料品製造業	10.6%
18	全日本空輸(ANA)	東京都	航空運輸業	10.6%
20	日清食品	大阪府	食料品製造業	10.4%

図表B 第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケート／ランキングベスト100

(n=1,000／複数回答)

順位	企業名	回答率	順位	企業名	回答率
1	トヨタ自動車	42.0	53	三菱電機	6.9
2	本田技研工業(ホンダ)	20.4	54	グリコ	6.8
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	16.9	55	武田薬品	6.7
4	東海旅客鉄道(JR東海)	16.2	56	山崎製パン	6.6
5	パナソニック	16.0	56	旭化成	6.6
6	日産自動車	14.9	56	日本通運(日通)	6.6
7	日立製作所	13.8	56	住友商事	6.6
8	西日本旅客鉄道(JR西日本)	13.4	60	日本電気(NEC)	6.5
9	TOTO	13.3	60	中部電力	6.5
10	キヤノン	12.0	60	日本経済新聞社	6.5
11	味の素	11.9	63	伊藤園	6.4
12	富士フイルム	11.6	63	カゴメ	6.4
13	ブリヂストン	11.5	63	オリエンタルランド	6.4
14	三菱重工	11.3	66	IHI	6.3
15	サントリー	11.2	66	タニタ	6.3
16	キューピー	11.0	66	ソフトバンク	6.3
17	ヤマト運輸	10.9	69	森永乳業	6.2
18	キッコーマン	10.6	69	カシオ計算機	6.2
18	全日本空輸(ANA)	10.6	69	関西電力	6.2
20	日清食品	10.4	72	新日鉄住金	6.1
21	東芝	10.3	72	三菱地所	6.1
21	セブン-イレブン	10.3	74	清水建設	6.0
23	ソニー	10.1	74	カルビー	6.0
23	資生堂	10.1	74	大阪ガス	6.0
25	三菱商事	9.7	74	三井住友銀行	6.0
26	日本航空(JAL)	9.4	78	大成建設	5.9
27	キリンビール	9.2	78	読売新聞社	5.9
27	ヤマハ	9.2	80	デンソー	5.8
27	NTTドコモ	9.2	80	丸紅	5.8
27	三菱東京UFJ銀行	9.2	82	ワコール	5.7
31	アサヒビール	9.1	83	ダイキン	5.6
32	日本電信電話(NTT)	8.8	83	リコー	5.6
33	富士通	8.6	83	東京急行電鉄(東急)	5.6
33	日本放送協会(NHK)	8.6	83	日本郵船	5.6
35	花王	8.5	87	みずほ銀行	5.5
35	三井物産	8.5	88	大塚製薬	5.4
37	帝國ホテル	8.2	88	シャープ	5.4
38	明治	8.1	88	楽天	5.4
39	ヤクルト	7.9	88	野村證券	5.4
39	小松製作所(コマツ)	7.9	92	大日本印刷(DNP)	5.3
41	鹿島建設	7.7	93	オリンパス	5.2
41	任天堂	7.7	93	セイコーエプソン	5.2
43	スズキ	7.6	95	ヤフー	5.1
44	川崎重工業	7.5	95	朝日新聞社	5.1
45	東京電力	7.4	97	大林組	5.0
46	東レ	7.3	97	三菱化学	5.0
47	京セラ	7.2	99	旭硝子	4.9
47	東京ガス	7.2	99	クボタ	4.9
47	伊藤忠商事	7.2	99	バンダイ(BANDAI)	4.9
50	ニコン	7.1	99	サンリオ	4.9
50	YKKAP	7.1	99	商船三井	4.9
52	佐川急便	7.0	99	帝人	4.9

図表C 第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケート／ランキング上位前回比較

今回順位	前回順位	変動	企業名	今回回答率(%)	前回回答率(%)	変動幅
1	1	→(0)	トヨタ自動車	42.0	45.9	▲3.9Pt.
2	2	→(0)	本田技研工業(ホンダ)	20.4	22.7	▲2.3Pt.
3	5	↑(2)	東日本旅客鉄道(JR東日本)	16.9	14.9	+2.0Pt.
4	7	↑(3)	東海旅客鉄道(JR東海)	16.2	13.9	+2.3Pt.
5	4	↓(-1)	パナソニック	16.0	15.3	+0.7Pt.
6	3	↓(-3)	日産自動車	14.9	18.0	▲3.1Pt.
7	6	↓(-1)	日立製作所	13.8	14.2	▲0.4Pt.
8	16	↑(8)	西日本旅客鉄道(JR西日本)	13.4	11.5	+1.9Pt.
9	21	↑(12)	TOTO	13.3	11.0	+2.3Pt.
10	10	→(0)	キヤノン	12.0	12.8	▲0.8Pt.
11	8	↓(-3)	味の素	11.9	13.5	▲1.6Pt.
12	45	↑(33)	富士フイルム	11.6	7.5	+4.1Pt.
13	9	↓(-4)	ブリヂストン	11.5	13.4	▲1.9Pt.
14	20	↑(6)	三菱重工	11.3	11.1	+0.2Pt.
15	14	↓(-1)	サントリー	11.2	12.1	▲0.9Pt.
16	24	↑(8)	キューピー	11.0	10.6	+0.4Pt.
17	13	↓(-4)	ヤマト運輸	10.9	12.2	▲1.3Pt.
18	19	↑(1)	キッコーマン	10.6	11.3	▲0.7Pt.
18	18	→(0)	全日本空輸(ANA)	10.6	11.4	▲0.8Pt.
20	12	↓(-8)	日清食品	10.4	12.3	▲1.9Pt.

図表D 第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケート／ランキングベスト20 選択理由

ランク	企業名	選んだ理由	性別年代
1	トヨタ自動車	高い技術力があり、会社の規模が大きいから。	男性20代
1	トヨタ自動車	技術力があるから。	女性60代
1	トヨタ自動車	自動車といえばトヨタだから。	女性20代
1	トヨタ自動車	商品開発力があり顧客ニーズを把握し新商品を創出し続けられそうな実績があるから	男性50代
1	トヨタ自動車	トヨタ自動車は、未来の事を考えたエコ自動車を開発したり、先を見据えた体勢が整っているように感じる。	女性20代
1	トヨタ自動車	此処がなくなったら日本経済も駄目になると思うから。	女性40代
1	トヨタ自動車	企業力がある	男性60代
1	トヨタ自動車	飽きないから	男性30代
1	トヨタ自動車	丈夫でしょう	女性60代
1	トヨタ自動車	常に顧客からの需要のある企業だから。	女性30代
1	トヨタ自動車	世界シェア	男性60代
1	トヨタ自動車	商品開発力が優れている	男性60代
1	トヨタ自動車	開発力があると思うから	女性30代
1	トヨタ自動車	技術力	男性40代
1	トヨタ自動車	未来カーができるような気がする	女性60代
1	トヨタ自動車	自動運転の自動車とか開発	男性60代
1	トヨタ自動車	会社の規模、シェア、 経営	男性60代
1	トヨタ自動車	世界トヨタ	女性40代
1	トヨタ自動車	実績がある	男性40代
1	トヨタ自動車	技術が凄い	女性30代
1	トヨタ自動車	一番有名な企業なため	女性30代
1	トヨタ自動車	車はなくてはならない物だから	女性20代
1	トヨタ自動車	有名だから。	女性20代
1	トヨタ自動車	日本一の企業だから	男性30代
1	トヨタ自動車	日本を代表する製造業の王者だと考えます。	女性50代
1	トヨタ自動車	圧倒的な財務力	男性40代
1	トヨタ自動車	100年後も自動車は必要	男性60代
1	トヨタ自動車	地球にやさしい車に期待している	女性50代
1	トヨタ自動車	技術力	女性40代
1	トヨタ自動車	政府と癒着してしぶとく残る	男性50代
1	トヨタ自動車	自動車の先進国	男性50代
1	トヨタ自動車	自動車事業での蓄積利益を活用した周辺事業展開が可能と推定。	男性60代
1	トヨタ自動車	技術力と企業規模が膨大	男性50代
1	トヨタ自動車	世界シェアの高さと商品開発力	男性30代
1	トヨタ自動車	日々技術力が進歩しているから	女性60代
1	トヨタ自動車	世界シェアが高い	女性60代
1	トヨタ自動車	100年後も自動車は存在していると思うから	男性50代
1	トヨタ自動車	規模	女性60代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタであり、日本での需要だけでなく、海外にますます進出していくと思われる。	女性40代
1	トヨタ自動車	すごいから	女性20代
1	トヨタ自動車	先を呼んだ経営戦略	男性60代
1	トヨタ自動車	ありそう	男性30代
1	トヨタ自動車	世界一の自動車メーカーだから	女性60代
1	トヨタ自動車	安定している	女性30代
1	トヨタ自動車	製品政策のモデル化が標準化されているから	男性40代
1	トヨタ自動車	顧客ニーズがわかっている	男性50代
1	トヨタ自動車	TOYOTAだから	男性40代
1	トヨタ自動車	想像	男性40代
1	トヨタ自動車	時代の変化にも対応できそうだから	男性50代
1	トヨタ自動車	技術力	男性40代
1	トヨタ自動車	安定している	女性40代
1	トヨタ自動車	世界的な規模だと思うから	男性30代
1	トヨタ自動車	需要がなくなるとは思えないから。	女性40代
1	トヨタ自動車	世界レベルの企業であるから	男性60代
1	トヨタ自動車	技術力がある。	女性60代
1	トヨタ自動車	経営姿勢	男性60代
1	トヨタ自動車	世界一の会社だから。	女性30代
1	トヨタ自動車	丈夫で長持ちする商品の品質とその商品に寄せるユーザーの信頼	女性50代
1	トヨタ自動車	越える企業が生まれると思えない	男性40代
1	トヨタ自動車	伝統	男性50代
1	トヨタ自動車	世界しえあ	男性60代

ランク	企業名	選んだ理由	性別年代
1	トヨタ自動車	企業努力	男性60代
1	トヨタ自動車	技術力に秀でている。	女性60代
1	トヨタ自動車	安定している。	男性40代
1	トヨタ自動車	国内での需要がなくなることはないと思うから	男性20代
1	トヨタ自動車	世界的	男性40代
1	トヨタ自動車	確固たる伝統がある。常に社会のニーズに応える企業努力をしている。次世代車である水素自動車の開発でも世界をリードしている。	女性60代
1	トヨタ自動車	現在も活躍しているし、これからも	男性30代
1	トヨタ自動車	信頼も安定もすごいから	女性30代
1	トヨタ自動車	車は必要だから	男性30代
1	トヨタ自動車	品質	男性30代
1	トヨタ自動車	企業能力が高いから	女性50代
1	トヨタ自動車	トヨタの発展が世界を支える	男性40代
1	トヨタ自動車	安定感がある	男性50代
1	トヨタ自動車	革新的技術の製品を出し、経営方針も明確で、現在も経営が安定しているから	女性50代
1	トヨタ自動車	世界中に知られてるから	男性40代
1	トヨタ自動車	製品の形は変わっても、製造業は生き残ると思うから。	女性50代
1	トヨタ自動車	経営規模	男性50代
1	トヨタ自動車	新商品への取り組みがよい。	男性50代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタだから。	男性40代
1	トヨタ自動車	技術力があるから	女性60代
1	トヨタ自動車	叩かれても這い上がって	男性40代
1	トヨタ自動車	今も昔もトヨタありきの自動車業界だから消えることはないと思う	男性40代
1	トヨタ自動車	必要とされると思うから	女性40代
1	トヨタ自動車	製品の技術	男性60代
1	トヨタ自動車	ここがダメならどこもだめ	男性20代
1	トヨタ自動車	常に未来に向けた商品開発を進めている	男性50代
1	トヨタ自動車	シェア世界1	男性60代
1	トヨタ自動車	開発力がある	男性50代
1	トヨタ自動車	車がなくならない限り存在	女性20代
1	トヨタ自動車	安定感が抜群だから。	女性30代
1	トヨタ自動車	自動車がなくなることはないから	男性40代
1	トヨタ自動車	自動車以外にも分野を進出していると思うから	男性40代
1	トヨタ自動車	車内の危機意識がすたれていないだろうから。	男性40代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタ、この先も環境にやさしいエコカーを造り100年、200年頑張って	男性60代
1	トヨタ自動車	消える理由が無い	男性40代
1	トヨタ自動車	企業としての体力がある	女性40代
1	トヨタ自動車	自動車産業がなくなることはなく、交通のインフラとして必要なものだから	男性20代
1	トヨタ自動車	技術開発に邁進しているため	女性50代
1	トヨタ自動車	すでに開発商品など形態を変えながら発展し続けており、常に時代の先駆者的な役をなってきている。	女性60代
1	トヨタ自動車	どんどん発展しているから	女性60代
1	トヨタ自動車	技術力とあくなき研究開発	男性60代
1	トヨタ自動車	タイヤ式の自動車が残るかどうかは分からぬが、変化して残る可能性が高い。	男性60代
1	トヨタ自動車	世界中で有名だから	女性20代
1	トヨタ自動車	日本で一番大きい会社だから	女性30代
1	トヨタ自動車	品質が高い	女性20代
1	トヨタ自動車	技術力がありそう	女性20代
1	トヨタ自動車	世界一の企業だから	男性50代
1	トヨタ自動車	商品力がある	男性60代
1	トヨタ自動車	車は必要だから	女性20代
1	トヨタ自動車	未来のエネルギーに挑戦し新しい車が開発されているCO2削減など時代に全世界に通用することを先駆けている	女性40代
1	トヨタ自動車	車はまだずっと使われるだろうから	男性40代
1	トヨタ自動車	他の企業について知らない	女性60代
1	トヨタ自動車	世界的なシェアを誇っているから	女性20代
1	トヨタ自動車	世界的なシェア	女性40代
1	トヨタ自動車	日本一の企業だから	女性20代
1	トヨタ自動車	次世代の自動車産業を熱心に研究開発していると思う	男性40代
1	トヨタ自動車	技術力があり、他のどこよりも常に新商品の開発に熱意をもっている。	男性60代
1	トヨタ自動車	しっかり先を見据えた企業戦略が有りそうだから。	女性30代
1	トヨタ自動車	企業努力をしているから	男性60代
1	トヨタ自動車	電気自動車やハイブリッド車が主流になると思うから。既に実績もあり、開発能力が高い企業だと思う。	女性40代
1	トヨタ自動車	経営がしっかりしている	女性50代
1	トヨタ自動車	技術が、あるから	女性40代

ランク	企業名	選んだ理由	性別年代
1	トヨタ自動車	多角経営のため	女性40代
1	トヨタ自動車	世界で工場があるから	男性30代
1	トヨタ自動車	企業力があるから	男性40代
1	トヨタ自動車	それ以外ない	女性60代
1	トヨタ自動車	変化を恐れないため	男性20代
1	トヨタ自動車	技術力で業界を引っ張っていそう。	男性40代
1	トヨタ自動車	安定しているから	女性20代
1	トヨタ自動車	優れた経営理念	男性20代
1	トヨタ自動車	現状に満足せず、現代にあった良いものを次々に開発しているから	女性30代
1	トヨタ自動車	車の分野では一番だから	女性40代
1	トヨタ自動車	技術力がすごいから	女性30代
1	トヨタ自動車	技術力	女性50代
1	トヨタ自動車	日本を代表する企業だから。	女性40代
1	トヨタ自動車	車の需要はなくならない	女性40代
1	トヨタ自動車	今後の開発商品の期待値が高いから	男性20代
1	トヨタ自動車	技術力と安全性があるから	女性60代
1	トヨタ自動車	最先端の技術を追い求めてるから。	男性40代
1	トヨタ自動車	車がなくならない限り必要な会社	男性20代
1	トヨタ自動車	改善力のある経営	男性30代
1	トヨタ自動車	資本が多い	女性50代
1	トヨタ自動車	技術力・販売量がある	男性60代
1	トヨタ自動車	技術力が高いから。	男性40代
1	トヨタ自動車	世界で生産が多いから	女性30代
1	トヨタ自動車	時代に合った技術を開発し続けていけると思うので。	女性50代
1	トヨタ自動車	失敗する理由がない	男性20代
1	トヨタ自動車	100年後も車は必要であろうから	女性20代
1	トヨタ自動車	伝統と技術	女性50代
1	トヨタ自動車	日本の顔です代表する企業です！	男性60代
1	トヨタ自動車	自動車はこれから先もどんどん発展していくから	女性20代
1	トヨタ自動車	需要が大きい、質がいい。	女性30代
1	トヨタ自動車	未来も乗り物はありそうだから	女性50代
1	トヨタ自動車	常に進化していこうという姿勢。	男性50代
1	トヨタ自動車	世界一の品質	男性20代
1	トヨタ自動車	経営理念	男性60代
1	トヨタ自動車	先進技術	女性20代
1	トヨタ自動車	常に前進するから	女性30代
1	トヨタ自動車	企業規模の大きさ	男性50代
1	トヨタ自動車	世界で有名	女性20代
1	トヨタ自動車	自動車産業は100年してもずっと必要だし、新しい技術を開発している	女性30代
1	トヨタ自動車	業績から	女性20代
1	トヨタ自動車	企業力	男性40代
1	トヨタ自動車	100年後も確実に自動車は走っていると思うから	男性40代
1	トヨタ自動車	世界シェア	男性40代
1	トヨタ自動車	開発力	女性50代
1	トヨタ自動車	兎に角でかい会社	女性60代
1	トヨタ自動車	企業理念	女性50代
1	トヨタ自動車	性能がいい	女性30代
1	トヨタ自動車	他社との財力の違い	男性40代
1	トヨタ自動車	安定性。	男性50代
1	トヨタ自動車	国が何があっても守りそうな会社	男性20代
1	トヨタ自動車	すごい	男性20代
1	トヨタ自動車	技術が良い	女性50代
1	トヨタ自動車	やはり 技術力	男性60代
1	トヨタ自動車	世界で戦える企業だから	男性20代
1	トヨタ自動車	現代社会になくてはならないものだから	女性50代
1	トヨタ自動車	車のシェアや技術を考えると残れると思う	女性30代
1	トヨタ自動車	高品質	女性40代
1	トヨタ自動車	潰れないと思って	男性30代
1	トヨタ自動車	100年後も車のニーズはおそらくならないため、その中でも世界的に人気のあるトヨタは生き残れる気がする	男性20代
1	トヨタ自動車	これからもみんなに愛される車を世に送り出しそう	女性20代
1	トヨタ自動車	必要不可欠だから	男性40代
1	トヨタ自動車	技術の高さ	女性40代

ランク	企業名	選んだ理由	性別年代
1	トヨタ自動車	過去現在の業績	女性30代
1	トヨタ自動車	品質と販売競争力	男性40代
1	トヨタ自動車	技術力・規模から	男性20代
1	トヨタ自動車	自動車にとって替わるもののが出てきたとしても、その製品で業界を引っ張っていきそうなので。	男性30代
1	トヨタ自動車	そうあってほしい	女性50代
1	トヨタ自動車	自動車は100年後もあると思うし、常に最先端の企業だと思うから	女性30代
1	トヨタ自動車	大きい	男性30代
1	トヨタ自動車	過去、現在の実績より	女性60代
1	トヨタ自動車	世の中の変化についていける	女性40代
1	トヨタ自動車	規模	男性60代
1	トヨタ自動車	経営が安定している。	男性20代
1	トヨタ自動車	化石燃料が無くなても走れる車を製造してそう	男性60代
1	トヨタ自動車	消去法	男性50代
1	トヨタ自動車	多分	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術力が高い	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	職人な感じがする	女性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	同族でない	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	創業者の遺志が引き継がれていれば、これまでの自動車の概念に囚われず、時代の先駆けとなるものを造っていきそうだから	女性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	直感で。	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術力が高い。	女性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	しんじてる	女性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	独創性と企業の文化。	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	歴史もあるし、研究開発にも力を入れてる。	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	希望	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術力が高い	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術力	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	常に品質とサービスを追求する姿勢	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	開発力・創造性	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	最近はF1にも復帰し、勢いを感じるし、車やバイク等品質が良いので	女性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	開発力	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	もの作りが将来性を感じさせる	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	創業者の精神が生きている	男性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	必要不可欠な公共交通機関だから	女性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	公共性	男性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	もと国鉄なくなるとは考えられない	男性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	日本が立ち行かない	女性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	新幹線はすごい	女性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道は国の基本交通インフラであるのでJR各社は基本潰れないというか潰せないが、特に首都圏という日本最大の都市圏を抱えるJR東日本は首都機能移転がない限り安定した収益を維持して生き残るのではないかと思われるから。	男性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	必要な産業だから	男性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	時代の変化に研究し対応出来て 進化しているので。	女性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道事業はいつまでも必要	女性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	官製の要素が強い。安全性は世界トップ	男性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	何かあっても国が助けてくれそう	女性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	社会インフラ企業だから	男性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道はなくならない	男性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	生活に欠かせないながら	女性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	交通機関は必要だと思うから	女性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	公共交通機関として必須だから	男性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	旅客輸送は絶対なくなると思うから	女性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	日本人のみならず国内の足を支える必需品	女性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	必須のインフラ	男性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	必要だから	男性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	確実性	男性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	安定	男性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	常にニーズがあるから。	男性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	100年ぐらいでは変わることの出来ない移動網・手段	男性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	最速技術で安全性が核堅実な企業	女性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	交通は要だから	男性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	インフラ企業だから	女性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	電車は残ると思うから	女性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道は無くならないでしょう	男性60代

ランク	企業名	選んだ理由	性別年代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	なくてはならない企業だから	男性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	インフラ事業は常に必要と思う	男性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	JRはなくならないと思う	男性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	技術力もありインフラを担っているため。	男性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	多くの人にとって必要不可欠だから。	女性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	なくなるとは思えない。	女性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	交通手段はどの時代も必要になるから。	男性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	交通機関はなくならないと思うから。	女性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	日常生活に必要不可欠だから	女性20代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	新幹線以上の地上の乗り物はそうそう出来なさそう。	女性20代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	その交通手段は必要であるし、持っている路線上にたくさん見どころがあるから	女性40代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	利用度が多い	女性60代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	生活に必要不可欠だから	女性20代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	必要	男性50代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	徳川時代からつづく。(道)	男性60代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	東海道新幹線が走っているから	男性30代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	新幹線を持っている	男性50代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	日本の大動脈を支えている	男性20代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	新幹線があるから	男性30代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	国民の足である	女性60代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	リニアで稼いでいる	男性50代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	100年後も新幹線に変わる何かは必要とされると思うし、単体でやっていきそうだから	男性20代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	鉄道は切っても切り離せないカテゴリーであり、特に開発力を持っていと感じるから。	女性20代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	新幹線の運行技術	男性50代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	リニア開通でより利用者が増えるだろう。また、日本の真ん中を通っているから利用しない人がいなくなることは日本が存在し続ける限りはないと思う	男性20代
5	パナソニック	伝統ある会社なので、100年後も是非あってほしい	女性20代
5	パナソニック	推進力が高い	女性20代
5	パナソニック	常に最先端	女性30代
5	パナソニック	いい会社だから	男性30代
5	パナソニック	信頼できるから	女性60代
5	パナソニック	品質がいいから。	女性20代
5	パナソニック	難しいので良くはわかりませんが、個人的に好きな企業なので	女性60代
5	パナソニック	経営理念が変わらなければ大丈夫だと思う	女性50代
5	パナソニック	なくては困るから	男性20代
5	パナソニック	好きだから	女性50代
5	パナソニック	無くなったら困る。	女性50代
5	パナソニック	好きな企業だから	男性60代
5	パナソニック	必要だから。	男性20代
5	パナソニック	もっと進化する	男性30代
6	日産自動車	空飛ぶ自動車とかできるかも	女性20代
6	日産自動車	妥協のない精神性だから。	女性60代
7	日立製作所	常にイノベーションを図っている	男性60代
7	日立製作所	手広い製品群と新しい分野への対応力があるから	男性40代
7	日立製作所	海外向けにも鉄道を始め色んな事業を展開しているため	男性40代
7	日立製作所	重大企業	男性50代
7	日立製作所	日本に関わるシステム構築しているから。	女性20代
7	日立製作所	世界的にも貢献度が高いから	女性50代
7	日立製作所	基盤がしっかりしている	男性50代
7	日立製作所	原子力発電が全くなくなることは現実的にあり得ないから。	男性20代
8	西日本旅客鉄道(JR西日本)	一番身近	女性20代
8	西日本旅客鉄道(JR西日本)	交通機関は変わらないと思うから	男性30代
8	西日本旅客鉄道(JR西日本)	必要不可欠	女性40代
8	西日本旅客鉄道(JR西日本)	全国展開をしている	男性40代
9	TOTO	世界が注目している生活に必要なものを作っている	女性50代
9	TOTO	衛生管理は必要性を感じるから。	男性60代
9	TOTO	トイレは100年後も必要だと思う。	男性60代
9	TOTO	仕事ぶりが素晴らしい	女性40代
9	TOTO	技術力	女性30代
9	TOTO	ライバルが少ない	男性40代
9	TOTO	海外からも日本のトイレの品質の良さが広がり始めているから	男性20代
9	TOTO	生活に必須	男性50代
9	TOTO	技術がすごい	女性40代

ランク	企業名	選んだ理由	性別年代
9	TOTO	トイレは生活に必須で、限りない快適さを求められるので。	男性40代
9	TOTO	トイレの快適さはもう元には戻れないでの	男性30代
9	TOTO	トイレはなくならないから	男性20代
9	TOTO	今でも温水便器は世界にない。世界に1社しかないのに年々進化する企業性はすごい	女性60代
9	TOTO	他にはない技術力がある	男性20代
9	TOTO	トイレはどの国にもあるから	女性30代
9	TOTO	トイレは必需品だから	男性30代
9	TOTO	人が食事をする以上、なくならないから	女性40代
9	TOTO	堅実	女性60代
9	TOTO	一番最初に温水器シャワー便器を作ったところなので。	女性50代
9	TOTO	技術力がすごいから	女性20代
9	TOTO	製品が実直で高品質なイメージがあり、手堅く生き残りそう。	女性40代
10	キヤノン	堅実経営	男性50代
10	キヤノン	既に長い歴史を持っている	男性20代
10	キヤノン	カメラ業界でオリンピック等で活躍してる	女性60代
10	キヤノン	技術革新に力を入れているから	女性50代
11	味の素	うま味調味料	男性30代
11	味の素	どれだけ便利な世の中になんでも料理は欠かせないと思う	男性20代
11	味の素	独創性があり、なおかつ歴史もある。	女性50代
11	味の素	食品大手	男性50代
11	味の素	凄い	男性60代
11	味の素	食生活を充実することはいつの時代も大事なことだから	女性50代
11	味の素	人間は、間違いなくものを食べるから。その食品関連業界で、柔軟に時代に合わせていきそうな企業だから。	女性40代
11	味の素	世界で受け入れられる	男性50代
11	味の素	食品の開発力があり、本来の「味の素」以外の食品の開発をしている。食卓を彩る商品の開発は、これから不安定な社会に安心感を与える	女性60代
11	味の素	日本人が生きている限り必要とされる	男性30代
11	味の素	人にとって、食は外せないから	女性30代
11	味の素	絶え間ない開発力	男性50代
11	味の素	「旨味」研究と商品力	女性60代
11	味の素	食品は何年たっても変わらず必要なものであるし、味の素は誠実で長く愛される企業だから	女性20代
11	味の素	食に関する商品は、人間が生きていくために必要不可欠だから、それを手掛ける企業でもあるため	女性40代
11	味の素	企業体质の柔軟性	男性60代
12	富士フィルム	すぐれているから	女性20代
12	富士フィルム	医療分野に進出し余剰資金を有効に使用しM&AによりTOBで企業組織の強化	男性60代
12	富士フィルム	独自の経営で生き残っていくと思います。	女性60代
12	富士フィルム	既存の写真フィルムから総合化学メーカーへのかじ取りが見事で、絶えず挑戦し続けるポリシーがいい	男性50代
12	富士フィルム	技術力に特化した幅広いジャンルのビジネス。	男性30代
12	富士フィルム	医療品の開発に力を入れている	女性50代
12	富士フィルム	時代の変化に対応しているから	男性40代
12	富士フィルム	新たな商品開発をして力を入れてる	女性30代
12	富士フィルム	環境への適応力がいい。	男性50代
12	富士フィルム	マルチなところ	男性50代
12	富士フィルム	主力商品の転換に成功している。	男性50代
12	富士フィルム	開発力	女性50代
12	富士フィルム	ひとつの事業にこだわらずに、いろいろ挑戦してるので	男性20代
12	富士フィルム	世界に通用する高いものづくり技術をもっている会社は生き残れると思う。富士フィルムのフィルムから化粧品をつくるという発想の転換は世の中の変化についていくことができる技術力と社内風土があればこそ	男性30代
12	富士フィルム	技術がある	女性20代
12	富士フィルム	医療技術に貢献しているから	男性20代
12	富士フィルム	変化に対応	男性30代
13	ブリヂストン	早くからの世界展開で、時代の変化に対応しながら業績を維持していくのではないか。	男性60代
13	ブリヂストン	とってもかわるような技術は生まれないと思うので	男性30代
13	ブリヂストン	常に新しい技術を提供し続ける開発力	男性60代
13	ブリヂストン	堅実	男性50代
13	ブリヂストン	車の動力が変わってもタイヤは変わらない	男性40代
13	ブリヂストン	タイヤは無くならないだろう	男性50代
13	ブリヂストン	独自性	男性20代
14	三菱重工	技術力と歴史	男性60代
14	三菱重工	飛行機および軍需産業の分野で伸びることが予想される。	男性60代
14	三菱重工	宇宙ビジネス	男性30代
14	三菱重工	技術力が高いから。	男性20代
14	三菱重工	ジェット機やロケットなど、今後も需要が大きいにある商品を提供できる	男性40代
14	三菱重工	紛争が継続する限り	男性50代

ランク	企業名	選んだ理由	性別年代
14	三菱重工	立派だから	女性40代
14	三菱重工	イメージ	男性20代
14	三菱重工	伝統と技術。	男性40代
15	サントリー	常に革新とこだわりを感じるから	男性40代
15	サントリー	商品が良いので	女性40代
15	サントリー	企業努力	女性60代
15	サントリー	理念がしっかりしている	女性30代
15	サントリー	資源を大切にしているから	女性60代
16	キユーピー	世界に誇れる調味料	女性20代
16	キユーピー	マヨネーズはずっと人気だと思うから	女性20代
16	キユーピー	親しみやすいから	女性20代
16	キユーピー	ずっとおいしい	男性30代
16	キユーピー	食という人の生活に根ざしているから。	男性40代
16	キユーピー	キユーピーマヨネーズはなくならない	女性40代
16	キユーピー	なくてはならないものだから。	女性30代
17	ヤマト運輸	安定性	女性20代
17	ヤマト運輸	利用者のニーズを考えたサービスを提供しているから	男性30代
17	ヤマト運輸	輸送に関する発信力が強く、アイデアも豊富である	男性60代
17	ヤマト運輸	物流は通販の普及や高齢化社会にとって、無くてはならないサービスだと思うから。	女性30代
17	ヤマト運輸	全国で使われているから	女性20代
17	ヤマト運輸	誠実と正確さ	女性60代
17	ヤマト運輸	100年後も宅配は必要だと思うので	女性40代
18	キッコーマン	安定	男性30代
18	キッコーマン	他は変われど醤油は永遠です。	女性60代
18	キッコーマン	醤油の需要と地味ながらの発展性	男性60代
18	キッコーマン	世界規模で信頼されている。日本特有のもの。	女性60代
18	キッコーマン	人が生きていくのに必要な物でシンプルな商品が長続きしそう。	男性50代
18	キッコーマン	食品はいつの世でも必要なものだから特に醤油ベースの食品は将来性があると思う	女性60代
18	キッコーマン	調味料は何十年経っても必要だから	女性50代
18	キッコーマン	食は無くならないし、色々と工夫した商品レンジ	男性60代
18	キッコーマン	日本の伝統	女性20代
18	キッコーマン	日本人がいる限り醤油の味は廃れない。	女性60代
18	キッコーマン	受給がある	女性50代
18	キッコーマン	健康に良いとされるものを幅広く開発しているため	女性50代
18	全日本空輸(ANA)	コツコツ実績を積み重ねている	女性30代
18	全日本空輸(ANA)	100年経っても旅客機の需要はあると思うから	女性30代
18	全日本空輸(ANA)	安定しているから。	男性20代
18	全日本空輸(ANA)	航空ビジネスは、質の良いキャリアが残る	女性30代
18	全日本空輸(ANA)	信頼が厚く、きめが細かい点。	女性50代
20	日清食品	カップヌードルは残りそう	女性30代
20	日清食品	この会社に限ったことではないが、食は基本であり、良い製品を提供し続けている会社は残っていくだろうと思う。	女性60代
20	日清食品	日本でも世界でも安定した需要が見込まれるから。	男性30代
20	日清食品	今後ますますインスタント食品が多様化し、美味しくなり、簡単に美味しいものを食べたい人が増えると思うので。	女性60代
20	日清食品	人間が生きていくためには食べなければならないし、いろいろな種類の食品を展開しているから。	女性50代
20	日清食品	世界的シェアで食は人間の根源だから	女性50代
20	日清食品	経営が安定してる	男性20代
20	日清食品	必要なので	男性40代
20	日清食品	もっと、カップラーメンが進化していくと思うから。	女性40代
20	日清食品	世界に必要とされている	男性60代
20	日清食品	食品は、変わらないと思う	女性50代

図表E 第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケート／重視するイメージ

(n=1,000／複数回答)

今回順位	前回順位	変動	重視するイメージ	今回回答率(%)	前回回答率(%)	変動幅
1	1	→(0)	技術力	44.9	45.6	▲0.7Pt.
2	2	→(0)	製品・商品の品質	37.4	36.1	+1.3Pt.
3	3	→(0)	ニーズ	28.9	28.7	+0.2Pt.
4	6	↑(2)	業界シェア	25.7	28.1	▲2.4Pt.
5	5	→(0)	独創性	25.5	22.5	+3.0Pt.
6	4	↓(-2)	経営理念・姿勢	25.2	24.8	+0.4Pt.
7	8	↑(1)	誠実さ	22.5	20.7	+1.8Pt.
8	7	↓(-1)	資本力	18.9	21.3	▲2.4Pt.
9	10	↑(1)	歴史・伝統	18.8	19.2	▲0.4Pt.
10	9	↓(-1)	サービス力	18.0	20.1	▲2.1Pt.
11	13	↑(2)	社会貢献	17.7	15.6	+2.1Pt.
12	11	↓(-1)	企業規模	17.6	18.8	▲1.2Pt.
13	12	↓(-1)	ビジネスモデル	17.1	16.9	+0.2Pt.
14	14	→(0)	勤勉性	15.5	15.4	+0.1Pt.

図表F 第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケート／ランキング上位 創業年数・自己資本比率

順位	企業名	創業年数	純資産額	自己資本比率	決算期
1	トヨタ自動車	82年	10兆1,842億円	67.0%	2015/3期
2	本田技研工業(ホンダ)	69年	1兆9,845億円	72.0%	2015/3期
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	66年	1兆9,036億円	27.0%	2015/3期
4	東海旅客鉄道(JR東海)	66年	1兆9,310億円	39.0%	2015/3期
5	パナソニック	97年	9,535億円	20.0%	2014/3期
6	日産自動車	82年	2兆4,729億円	50.0%	2015/3期
7	日立製作所	105年	1兆3,733億円	38.0%	2014/3期
8	西日本旅客鉄道(JR西日本)	66年	6,315億円	26.0%	2015/3期
9	TOTO	103年	1,844億円	55.0%	2014/3期
10	キヤノン	82年	1兆4,473億円	63.0%	2014/12期
11	味の素	108年	3,762億円	51.0%	2014/3期
12	富士フイルム	81年	-	-	-
13	ブリヂストン	84年	1兆4,010億円	70.0%	2014/12期
14	三菱重工	131年	1兆2,631億円	36.0%	2015/3期
15	サントリー	116年	5,258億円	25.0%	2014/12期
16	キューピー	97年	1,474億円	62.0%	2014/11期
17	ヤマト運輸	96年	3,294億円	54.0%	2014/3期
18	キッコーマン	98年	259億円	40.0%	2014/3期
18	全日本空輸(ANA)	63年	7,284億円	42.0%	2014/3期
20	日清食品	68年	811億円	65.0%	2014/3期

図表G 第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」アンケート／上場会社純資産額ランキング上位20(2015年)

順位	企業名	純資産額	自己資本比率	決算期
1	トヨタ自動車	17兆6,473億円	37.0%	2015/3期
2	三菱東京UFJフィナンシャル・グループ	17兆2,875億円	6.0%	2015/3期
3	日本電信電話(NTT)	11兆0,498億円	53.4%	2015/3期
4	三井住友フィナンシャルグループ	10兆6,962億円	5.8%	2015/3期
5	みずほフィナンシャルグループ	9兆8,005億円	5.2%	2015/3期
6	本田技研工業(ホンダ)	6兆9,344億円	38.3%	2015/3期
7	NTTドコモ	5兆4,026億円	75.6%	2015/3期
8	日産自動車	5兆2,472億円	30.8%	2015/3期
9	三菱商事	5兆2,040億円	34.0%	2014/3期
10	日立製作所	4兆2,743億円	34.5%	2015/3期
11	三井物産	3兆8,680億円	35.2%	2014/3期
11	新日鉄住金	3兆5,470億円	49.6%	2015/3期
13	デンソー	3兆3,414億円	66.4%	2015/3期
14	国際石油開発帝石(INPEX)	3兆2,887億円	73.1%	2015/3期
15	KDDI	3兆2,387億円	61.7%	2015/3期
16	キヤノン	3兆1,407億円	70.4%	2014/12期
17	ソニー	2兆9,284億円	18.6%	2015/3期
18	伊藤忠商事	2兆5,228億円	32.1%	2014/3期
19	オリックス	2兆3,180億円	20.3%	2015/3期
20	東日本旅客鉄道(JR東日本)	2兆3,049億円	30.3%	2015/3期

図表H 第2回「100年後も生き残ると思う日本企業」／業歴ごと企業件数(2015年)

業歴	企業数	比率
集計不能	264,557	10.6%
1年未満	53,654	2.1%
1年以上3年未満	186,729	7.5%
3年以上5年未満	171,449	6.9%
5年以上10年未満	388,342	15.5%
10年以上20年未満	457,366	18.3%
20年以上	978,606	39.1%
合計	2,500,703	