

第1回「50年後も生き残ると思う日本企業」調査

2013 年3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1回「50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

2013年2月25日(月)～2月27日(火)

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
53	48	439	150	176	69	65	1,000

[1] 「50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

「50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44.4%)であった。次いで「本田技研工業(ホンダ)」が2位(同24.9%)、「東日本旅客鉄道(JR東日本)」が3位(同21.1%)となった。

以下「味の素」(同20.7%)、「日産自動車」(同20.6%)、「東海旅客鉄道(JR東海)」(同20.1%)、「ヤマト運輸」(同19.8%)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、日産自動車)、電気機械・器具製造業5社(キヤノン、パナソニック、ソニー、日立製作所、東芝)、飲食料品製造業6社(味の素、日清食品、サントリー、キッコーマン、麒麟ビール、キューピー)、その他製造業(ブリヂストン、TOTO)と、製造業がトップ20のうち16社を占め、高品質・技術力を誇る日本の製造業に対する信頼性の高さを示した結果と言える。

また鉄道業が3社(JR東日本、JR東海、JR西日本)ランクインしており、新幹線等の鉄道が今後も生活に不可欠なインフラストラクチャー(社会・生活基盤)として期待されていることを映し出している。サービス業としては唯一ヤマト運輸がランクインしており、サービス品質の高さに加え、宅配事業が社会インフラとして機能していることを示唆する結果と考えられる。

なお、トップ10については図表Cにまとめた。

[2] 「50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、「技術力」「品質」「業界シェア」を挙げた回答が多く見られた。またその裏付けとしての「経営姿勢」「信頼性」を評価した回答も随所に見られる結果となった。

一方、その企業のサービス・製品が日本人の生活・文化に根差しており、不変である点を評価したものも多く見られた。(図表B)

[3] 「50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50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45.2%と最も多かった。次いで「製品・商品の品質」(回答率41.8%)、「業界シェア」(同27.4%)、「独創性」(同26.0%)、「経営理念・姿勢」(同23.4%)となった。(図表D)

[4] 純資産額、純資産比率との比較

企業の安定性を計る決算書の勘定、財務指標としては、自己資本、自己資本比率が一般的なものとして挙げられる。自己資本の金額が大きい、または自己資本比率が高いほど、財務的に安定しており、「長生き」をする可能性が高い会社といえる。

今回のアンケート結果上位企業の自己資本と自己資本比率をまとめた結果は下表の通りである。いずれの上位企業も自己資本が大きい、または自己資本比率が高い結果となった。ただし、

上場企業の中で自己資本上位企業を調べたところ、今回のアンケート結果上位企業以外にも金融、商社、通信を中心としてなど他にも自己資本が大きい企業はあることが分かる。

企業の生き残りを占う上では、財務面だけでなく、技術力や製品・サービスの品質といった数値になりにくい定性要因を併せて分析することが重要となる。今後、分析精度を高めていくうえでこれらの定性要因をいかに調べ、分析に組み込むかが課題となる。

【50年後も生き残ると思う日本企業ランキング上位】

順位	企業名	自己資本	自己資本比率	決算期
1	トヨタ自動車	10兆5,502億円	34.4%	12/3期
2	本田技研工業(ホンダ)	4兆4,026億円	37.4%	12/3期
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	1兆8,744億円	26.5%	12/3期
4	味の素	6,053億円	55.2%	12/3期
5	日産自動車	3兆1,466億円	28.4%	12/3期
6	東海旅客鉄道(JR東海)	1兆3,216億円	25.3%	12/3期
7	ヤマト運輸	5,149億円	56.0%	12/3期
8	キャノン	2兆5,980億円	65.7%	12/12期
9	日清食品	2,804億円	67.6%	12/3期
9	パナソニック	1兆9,297億円	29.2%	12/3期
11	ソニー	2兆288億円	15.3%	12/3期
11	西日本旅客鉄道(JR西日本)	7,033億円	26.6%	12/3期
13	サントリー	1兆7,301億円	26.4%	11/12期
13	ブリヂストン	1兆3,740億円	45.2%	12/12期
15	キッコーマン	1,657億円	50.0%	12/3期
16	日立製作所	1兆7,717億円	18.8%	12/3期
17	麒麟ビール	9,489億円	32.2%	12/12期
18	TOTO	1,799億円	47.7%	12/3期
19	東芝	8,672億円	15.1%	12/3期
20	キューピー	1,709億円	55.8%	12/11期

【上場企業の自己資本ランキング】

順位	企業名	業種	自己資本	決算期
1	トヨタ自動車	自動車製造業	10兆5,502億円	12/3期
2	三菱UFJフィナンシャル・グループ	銀行業	9兆9,930億円	12/3期
3	日本電信電話	情報・通信業	7兆8,825億円	12/3期
4	三井住友フィナンシャルグループ	銀行業	5兆2,104億円	12/3期
5	エヌ・ティ・ティ・ドコモ	情報・通信業	5兆625億円	12/3期
6	本田技研工業	自動車製造業	4兆4,026億円	12/3期
7	みずほフィナンシャルグループ	銀行業	4兆9,094億円	12/3期
8	三菱商事	総合商社	3兆5,093億円	12/3期
9	日産自動車	自動車製造業	3兆1,466億円	12/3期
10	三井物産	総合商社	2兆6,413億円	12/3期
11	キャノン	電気機器製造業	2兆5,980億円	12/12期
12	国際石油開発帝石	石油・天然ガス開発	2兆1,792億円	12/3期
13	野村ホールディングス	証券業	2兆1,072億円	12/3期
14	KDDI	情報・通信業	2兆607億円	12/3期
15	ソニー	電気機器製造業	2兆288億円	12/3期
16	デンソー	自動車部品製造業	2兆90億円	12/3期
17	武田薬品工業	医薬品製造業	2兆118億円	12/3期
18	パナソニック	電気機器製造業	1兆9,297億円	12/3期
19	東日本旅客鉄道	鉄道業	1兆8,744億円	12/3期
20	東京海上ホールディングス	損害保険業	1兆8,396億円	12/3期

図表A 第1回「50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	44.4%
2.	本田技研工業(ホンダ)	東京都	自動車製造業	24.9%
3.	東日本旅客鉄道(JR 東日本)	東京都	鉄道および付帯・関連事業	21.1%
4.	味の素	東京都	食料品製造業	20.7%
5.	日産自動車	神奈川県	自動車製造業	20.6%
6.	東海旅客鉄道(JR 東海)	愛知県	鉄道および付帯・関連事業	20.1%
7.	ヤマト運輸	東京都	道路貨物運送業	19.8%
8.	キヤノン	東京都	業務用機械器具製造業	17.5%
9.	日清食品	東京都	食料品製造業	17.4%
9.	パナソニック	大阪府	電気機器製造業	17.4%
11.	ソニー	東京都	電気機器製造業	17.3%
11.	西日本旅客鉄道(JR 西日本)	大阪府	鉄道および付帯・関連事業	17.3%
13.	サントリー	大阪府	酒類・飲食品製造業	17.0%
13.	ブリヂストン	東京都	タイヤ製造業	17.0%
15.	キッコーマン	東京都	食料品製造業	16.0%
16.	日立製作所	東京都	総合電気機械製造業	15.8%
17.	麒麟ビール	東京都	酒類・飲食品製造業	15.6%
18.	TOTO	東京都	衛生陶器・住宅設備製造業	15.3%
19.	東芝	東京都	総合電気機械製造業	15.2%
20.	キューピー	東京都	食料品製造業	14.8%

図表B 第1回「50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

企業名	選んだ理由	性別年代	
1	トヨタ自動車	技術力が高いから。	女性20代
1	トヨタ自動車	質がよいと思うから	女性20代
1	トヨタ自動車	開発力がありそうだから。	女性20代
1	トヨタ自動車	世界でも売れているから	女性20代
1	トヨタ自動車	規模が大きいから	女性20代
1	トヨタ自動車	トヨタがつぶれるなら日本経済は総倒れだと思う。	女性20代
1	トヨタ自動車	日本を代表する。	女性20代
1	トヨタ自動車	人気だから	女性20代
1	トヨタ自動車	トヨタはここまで大きくなって、世界にも知られているのでこれから品質を大事にしている限りは、生き残れるんじゃないかと思います。	女性20代
1	トヨタ自動車	世界に知れ渡っているし、生活必需品の車は需要も多いから	女性20代
1	トヨタ自動車	車はこれからも必要とされていると思うので	女性20代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタだから	女性20代
1	トヨタ自動車	性能がいいから	女性20代
1	トヨタ自動車	技術力	女性20代
1	トヨタ自動車	だれもが知っているから	女性20代
1	トヨタ自動車	何年経っても自動車のシェアは1位だと思う。	女性20代
1	トヨタ自動車	必要とされる車を作り続けていきそうだから	女性20代
1	トヨタ自動車	地盤がしっかりしているから	女性20代
1	トヨタ自動車	信頼できる	女性30代
1	トヨタ自動車	世界規模で商売をしているから	女性30代
1	トヨタ自動車	世界中の人々がトヨタ車に乗っているから。	女性30代
1	トヨタ自動車	車は進化しつづけると思う	女性30代
1	トヨタ自動車	PHB	女性30代
1	トヨタ自動車	今までの蓄積	女性30代
1	トヨタ自動車	先進性と効率化	女性30代
1	トヨタ自動車	トヨタが潰れたら日本が潰れるとまで言われているから	女性30代
1	トヨタ自動車	品質・技術力がいいから	女性30代
1	トヨタ自動車	世界シェアからみて	女性30代
1	トヨタ自動車	技術力があるから	女性30代
1	トヨタ自動車	車の需要は0にならないと思うため。	女性30代
1	トヨタ自動車	車の技術、性能に発展性があるから	女性30代
1	トヨタ自動車	これだけの大企業なのできっと生き残っていると思う。	女性30代
1	トヨタ自動車	ナンバーワン	女性40代
1	トヨタ自動車	知名度、規模大きく安定している	女性40代
1	トヨタ自動車	信頼性、技術、品質	女性40代
1	トヨタ自動車	日本からトヨタが消える日は日本経済が終わる日だから。	女性40代
1	トヨタ自動車	交通手段として、今後も開発の余地はまだまだあるため	女性40代
1	トヨタ自動車	車は無くならないと思うから。	女性40代
1	トヨタ自動車	キモだから政府が守るとおもう	女性40代
1	トヨタ自動車	もし経営が悪化しても対応が早い気がするので	女性40代
1	トヨタ自動車	日本人らしい繊細な最高技術を世界中に知らしめ、Made in japanの代名詞だから。	女性40代
1	トヨタ自動車	安定性と未来を切り開いていくチャレンジ精神がかんじられる	女性40代
1	トヨタ自動車	スタンダードモデルの王道	女性40代
1	トヨタ自動車	安定しているから	女性40代
1	トヨタ自動車	現在の手腕も素晴らしいと思うから	女性40代
1	トヨタ自動車	技術力	女性50代
1	トヨタ自動車	TOYOTAですから	女性50代
1	トヨタ自動車	未来を考えている	女性50代
1	トヨタ自動車	信頼。	女性50代
1	トヨタ自動車	なんといっても日本の技術力世界に誇れる企業だと思います	女性50代
1	トヨタ自動車	今までの実績	女性50代
1	トヨタ自動車	時代の応じた世界のニーズに応えられそう	女性50代
1	トヨタ自動車	技術力がある。	女性50代
1	トヨタ自動車	販売シェア	女性50代
1	トヨタ自動車	業績が安定している	女性50代
1	トヨタ自動車	50年後も車はあると思うから。	女性50代
1	トヨタ自動車	社会がどのように変化しようとそれなりに時代を代表するような物をつくり出し世界のトップ企業として世界に君臨していると思います。	女性50代
1	トヨタ自動車	やっぱり一番	女性50代
1	トヨタ自動車	世界のだれもが知っているから。	女性50代
1	トヨタ自動車	経営がとてもしっかりと聞いているので。	女性50代

企業名	選んだ理由	性別年代	
1	トヨタ自動車	大きな力を持っている。	女性60代
1	トヨタ自動車	きっとこの車は生き残れる	女性60代
1	トヨタ自動車	なんといっても日本を代表する企業である。	女性60代
1	トヨタ自動車	技術力は継承されると思うから	女性60代
1	トヨタ自動車	技術	女性60代
1	トヨタ自動車	世界に通用する品質	女性60代
1	トヨタ自動車	車は進化してもなくなりはない。	女性60代
1	トヨタ自動車	一番身近にある	女性60代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタとして信頼性があり、また、そうあって欲しいです。	女性60代
1	トヨタ自動車	積み重ねた伝統と技術力、経営力で必ず生き残っていくと思う	女性60代
1	トヨタ自動車	技術力が高いから	男性20代
1	トヨタ自動車	トヨタ生産方式	男性20代
1	トヨタ自動車	50年という期間では、現在の市場での勢力図を塗り替えるほどの劇的な技術革新等はないと思うから。	男性20代
1	トヨタ自動車	潰れることはありえないと思う。	男性20代
1	トヨタ自動車	自動車は消える見込みがないから	男性20代
1	トヨタ自動車	万人にウケる車作りが得意だから	男性20代
1	トヨタ自動車	規模が大きい	男性20代
1	トヨタ自動車	力強さがある。	男性20代
1	トヨタ自動車	トヨタだから	男性20代
1	トヨタ自動車	品質が高いから	男性20代
1	トヨタ自動車	世界シェアが高いから。	男性20代
1	トヨタ自動車	技術とブランド力で生き残れそう	男性20代
1	トヨタ自動車	技術力がある	男性20代
1	トヨタ自動車	世界的だから	男性20代
1	トヨタ自動車	自動車産業が一番安定してそうだから	男性20代
1	トヨタ自動車	売上規模から	男性20代
1	トヨタ自動車	安定している	男性30代
1	トヨタ自動車	世界で活躍している	男性30代
1	トヨタ自動車	柔軟性に優れている	男性30代
1	トヨタ自動車	さらに進歩しそう	男性30代
1	トヨタ自動車	歴史がある	男性30代
1	トヨタ自動車	日本経済を支えている会社の一つだから	男性30代
1	トヨタ自動車	日本で一番だと思うから	男性30代
1	トヨタ自動車	しっかりと経営がされているから	男性30代
1	トヨタ自動車	技術力がすごいから	男性30代
1	トヨタ自動車	やはり車関係はこれからも伸びると思うし、この自動車の開発、などライバル会社などで競い合って今後ものびていくと思う	男性30代
1	トヨタ自動車	生き残っていそうと思うから	男性30代
1	トヨタ自動車	日本の象徴的な会社だから。	男性30代
1	トヨタ自動車	どんな形の車でも製造してそうだから	男性30代
1	トヨタ自動車	国産車といえばトヨタだから	男性30代
1	トヨタ自動車	たぐいまれなる経営合理性への追及。無駄取りへの熱意は世界トップだと思う。	男性30代
1	トヨタ自動車	HV車の先進さは1番だと思う	男性30代
1	トヨタ自動車	日本が潰れてもトヨタは潰れないと言われているから	男性40代
1	トヨタ自動車	未来のクルマを斬新かつ大胆に製作していそう。	男性40代
1	トヨタ自動車	世界に通ずる技術力がある	男性40代
1	トヨタ自動車	最近では低迷していましたが、どう考えても世界的に販売網や知名度、競争力、技術力を持つトヨタほどの会社は日本にはないと思うから。また、トヨタは悪だからしぶとく生き残りそうな気がする。	男性40代
1	トヨタ自動車	国が助けてくれるから	男性40代
1	トヨタ自動車	経営が強い	男性40代
1	トヨタ自動車	日本の代表企業で有るので国として守らなければならない	男性40代
1	トヨタ自動車	ぶれることがない	男性40代
1	トヨタ自動車	変化に対応する	男性40代
1	トヨタ自動車	国際的にメジャーだから。	男性40代
1	トヨタ自動車	50年はともかくしばらくは安泰でしょう	男性40代
1	トヨタ自動車	常に最先端技術への投資をしている。誠実な企業イメージがある。	男性40代
1	トヨタ自動車	消去法で決定したがトヨタも50年後はわからないと思う	男性40代
1	トヨタ自動車	品質が良く人気のある製品を作り続けていると思うので	男性40代
1	トヨタ自動車	自動車じたいなくならないと思う	男性40代
1	トヨタ自動車	世界一	男性40代
1	トヨタ自動車	安定性	男性40代
1	トヨタ自動車	常に改革を実施している	男性40代
1	トヨタ自動車	世界一のシェア	男性40代

	企業名	選んだ理由	性別年代
1	トヨタ自動車	世界一位	男性40代
1	トヨタ自動車	改善活動の継続	男性50代
1	トヨタ自動車	企業のすそ野が一番大きい	男性50代
1	トヨタ自動車	革新力	男性50代
1	トヨタ自動車	世界をリードできるブランド力と技術力を併せ持つ	男性50代
1	トヨタ自動車	時代に即応できる企業体質。	男性50代
1	トヨタ自動車	技術力が確か	男性50代
1	トヨタ自動車	独創性がある	男性50代
1	トヨタ自動車	しぶとそう	男性50代
1	トヨタ自動車	グループの裾野が広い	男性50代
1	トヨタ自動車	何といっても世界1だから。	男性50代
1	トヨタ自動車	新しい物をつくりだす力がある	男性50代
1	トヨタ自動車	高い技術力	男性50代
1	トヨタ自動車	技術と人と経営力	男性50代
1	トヨタ自動車	技術と販売チャンネル	男性50代
1	トヨタ自動車	財務体質の強さ	男性50代
1	トヨタ自動車	先端の技術開発をしている	男性50代
1	トヨタ自動車	合理化された生産方式	男性50代
1	トヨタ自動車	売上、経営戦略	男性50代
1	トヨタ自動車	技術力	男性50代
1	トヨタ自動車	世界シェアが高い。	男性50代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタだから	男性50代
1	トヨタ自動車	すでに日本の企業ではないから	男性50代
1	トヨタ自動車	やはり自動車は50年後にも必要ですからね。	男性60代
1	トヨタ自動車	日本を代表する企業として誇りに思います。	男性60代
1	トヨタ自動車	トヨタがだめになれば日本はだめになる	男性60代
1	トヨタ自動車	車はなくなるない	男性60代
1	トヨタ自動車	経済原則	男性60代
1	トヨタ自動車	現在のトップであり、そしてそれを続ける姿勢	男性60代
1	トヨタ自動車	ほんとはすべて残ってhしく1つにしぼれない	男性60代
1	トヨタ自動車	最新技術を持つてる	男性60代
1	トヨタ自動車	国際市場での知名度に加え開発努力	男性60代
1	トヨタ自動車	技術革新で乗り切る	男性60代
1	トヨタ自動車	技術力	男性60代
1	トヨタ自動車	資金力と技術がしっかりしている	男性60代
1	トヨタ自動車	常にカチ組	男性60代
1	トヨタ自動車	技術力	男性60代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド技術	男性60代
1	トヨタ自動車	移動手段として車はなくなるないと思う	男性60代
1	トヨタ自動車	トップカンパニーとしての実力	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術が変化しているから	女性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術力	女性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	これからも一貫した理念で続いていくと思うので	女性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	やはり自動車産業は50年後も残っていると思います	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	根強いと思う	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	独創的で他にない物を作っているから。	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	独創性がある	男性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	地味だから	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	良い企業なので	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	実績と市場の動向をしっかりと抑えた経営戦略をとり、魅力的な商品を生み出すから。	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	車ではないところに生きそう	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術屋だから	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術力	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	常に新しい物を追い求める企業	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	独自の技術開発能力が優れているから	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	つねに新しい事を手掛けているような感じです。	男性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	なくてはならない	女性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	生活に必要不可欠だから	女性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道は使わなくなることはないと思うので	女性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	電車は生活になくてはならないものなので。	女性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	必要不可欠だから	女性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	交通網は時代を問わず必要な社会インフラであり、そのニーズがなくなることはないから。	女性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道は日本の大動脈です。特に首都圏を走るJR東日本は生き残るで	女性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	日本人の足なので	女性40代

企業名	選んだ理由	性別年代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	リニアモーターなどの最新技術に期待	女性50代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	新幹線を開発し日本においてなくてはならない	女性60代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道は、いつの時代も必要とおもうので	女性60代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	必ず必要な鉄道でほぼ独占企業だから、他に追いつかれるとかはないと思う。	女性60代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	電車が生活の不可欠だから	女性60代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	日本が存続している必り電車はあると思うから	女性60代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	日本の鉄道はなくならないと思います。	女性60代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	公共性が高く、生活するうえで必ず必要である	男性20代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道はこれからも必要とされると思うから	男性20代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	必要不可欠なインフラだから	男性20代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道会社の雄だから	男性20代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道はなくなることがないから	男性20代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	日本の動脈他国との競争が少ない	男性30代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	不動産を多く抱えている。	男性30代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	生活になくてはならないものだから	男性30代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	技術	男性40代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道が別の乗り物手段になって生き残ると思う	男性40代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	東京があるから	男性40代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道はなくならない	男性50代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	インフラなので	男性50代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道がなくなることはないと思うから	男性50代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	必要	男性50代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	首都圏の交通がなくなるとは思えない	男性50代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	生き残れるように国がカバーする。	男性50代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	なくなるわけがない	男性50代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	国がある限りなくなるはない	男性60代
3 東日本旅客鉄道(JR東日本)	日本の中心東京を拠点としているから	男性60代
4 味の素	昔から歴史があるから	女性20代
4 味の素	世界的にどうこうではなく、日本では確実に生き残っていると思う。	女性30代
4 味の素	塩はなくなるはない	女性30代
4 味の素	食を支えているから	女性30代
4 味の素	技術力が高い	女性40代
4 味の素	海外でも売れているイメージがある。	女性40代
4 味の素	味の素は万能です。これに変わるものは出ないのではないのでしょうか	女性40代
4 味の素	食べ物に関わる会社は長く続くと思うし、大手だと思うから。	女性40代
4 味の素	昔と変わらず親しまれている。	女性60代
4 味の素	食は大事だから	女性60代
4 味の素	なくならないと思うから	男性20代
4 味の素	料理にかかせない	男性20代
4 味の素	独自性が強いので	男性30代
4 味の素	調味料が無くなることはない	男性30代
4 味の素	シェアが大きいので。	男性30代
4 味の素	敵がいらない	男性30代
4 味の素	独創性	男性40代
4 味の素	素晴らしい	男性40代
4 味の素	アミノ酸でがっちり	男性50代
4 味の素	食品関連企業	男性60代
5 日産自動車	時代に対応する能力に長けており、エネルギーに応じた自動車を開発していきそう	女性60代
5 日産自動車	自動車はどんどん進化していくはずだから	男性20代
5 日産自動車	グローバルな思想	男性40代
5 日産自動車	オペレーション改善力が優れている	男性50代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	元国鉄は強いと思う。新幹線があれば安泰。	女性20代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	安定	女性20代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	生活に欠かせない移動手段だから	女性30代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	鉄道は必需品	女性50代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	日本の幹線の鉄道だから	女性60代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	ほぼ独占企業。	女性60代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	必要不可欠だから	女性60代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	世界屈指の高速鉄道技術を有しているから	男性20代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	サービスの良さと技術力の高さを兼ね備えているから。	男性20代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	需要が無くなることはないと思うから。	男性30代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	新幹線は不滅です！	男性40代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	公共交通機関は必要	男性40代
6 東海旅客鉄道(JR東海)	公共交通機関が無くなるハズがなくて、一番のドル箱路線を持つてる	男性40代

	企業名	選んだ理由	性別年代
6	東海旅客鉄道(JR東海)	堅い商売をしているように見えるから	男性40代
6	東海旅客鉄道(JR東海)	リニアモーターカー	男性40代
6	東海旅客鉄道(JR東海)	新幹線	男性50代
6	東海旅客鉄道(JR東海)	新幹線の他、リニア等日本の大動脈の鉄道網を持っている	男性50代
6	東海旅客鉄道(JR東海)	必ず必要なサービスだから	男性50代
6	東海旅客鉄道(JR東海)	日本の新幹線が世界に誇る安全輸送とダイヤの正確さが消化されて世界に輸出される	男性60代
7	ヤマト運輸	規模、サービス内容、質ともに今も今後も日本になくてはならないと思うから。	女性30代
7	ヤマト運輸	大手	女性30代
7	ヤマト運輸	誠実だから	女性30代
7	ヤマト運輸	物流だけは失われたいと思うから	女性30代
7	ヤマト運輸	新しいサービスを絶えず考えていそう	女性40代
7	ヤマト運輸	世界中に輸送網を構築できる可能性があるから	女性40代
7	ヤマト運輸	荷物を届ける仕事はなくなるから	女性40代
7	ヤマト運輸	あのサービスの良さは他の運送会社にはまねできないと思う。	女性40代
7	ヤマト運輸	独自性がある	女性60代
7	ヤマト運輸	国の息のかかった郵政の流通会社は淘汰され、ヤマト運輸のほうが生き残ると思う。	女性60代
7	ヤマト運輸	堅実な営業姿勢	女性60代
7	ヤマト運輸	定番	男性20代
7	ヤマト運輸	発想がすごい	男性50代
7	ヤマト運輸	海外展開	男性60代
7	ヤマト運輸	運輸はなくなるから。	男性60代
8	キヤノン	世界に誇る日本の技術	女性40代
8	キヤノン	カメラの世界シェアがとても高いから。	女性40代
8	キヤノン	技術力	女性60代
8	キヤノン	歴史	女性60代
8	キヤノン	デジタル機器の開発が期待される	女性60代
8	キヤノン	独自レンズ技術などを持っている会社はつい良い	男性20代
8	キヤノン	技術力があるから	男性40代
8	キヤノン	カメラの技術はすごい	男性50代
9	日清食品	商品を次々と開発しているから。	女性30代
9	日清食品	日清食品はどれも美味しいと思うし、どんなに不況でも食べ物扱う企業は食中毒など出さない限り、潰れないと思うから	女性30代
9	日清食品	食品なので必ず必要性があるから	女性40代
9	日清食品	世界で最初にインスタントラーメンを作った企業である。食に対する思いは強いと思う	女性50代
9	日清食品	売れ筋商品をたくさん持っているから	女性50代
9	日清食品	食べ物は無くならない	女性60代
9	日清食品	食糧危機が来ても生き残れる	女性60代
9	日清食品	幅広い支持がある。	男性20代
9	日清食品	チキンラーメンから50年以上たっているがいまだ人気がある。	男性20代
9	日清食品	カップヌードルが好きだから	男性30代
9	日清食品	世の中のニーズを理解しているから	男性30代
9	日清食品	食べる物が無ければ人間生きて行けない	男性50代
9	日清食品	食べ物を生産している	男性50代
9	日清食品	独創性	男性50代
9	日清食品	食は人間の基本だから、カップラーメンを生んだ日清は生き残れる。	男性60代
10	パナソニック	出してくる商品が面白いから	女性30代
10	パナソニック	好きなメーカー	女性40代
10	パナソニック	ここがつぶれたら日本は終わり	女性40代
10	パナソニック	独創性があるから	女性40代
10	パナソニック	日本の家電はすごいから	男性30代
10	パナソニック	社会の要望にこたえうる力がある	男性50代
10	パナソニック	IT	男性50代
10	パナソニック	バランス良く、品質、技術がある	男性50代
10	パナソニック	技術力があるから	男性60代
11	ソニー	有名だから	女性20代
11	ソニー	技術力	女性30代
11	ソニー	つねに、新たなことをしている気がするから	女性30代
11	ソニー	しっかりとした体制	女性40代
11	ソニー	生き残って欲しい	女性40代
11	ソニー	信頼があるから	女性40代
11	ソニー	常にグローバルな視点がある	女性60代
11	ソニー	独創性が長続きすれば残ると思う。	女性60代

企業名	選んだ理由	性別年代	
11	ソニー	手広くやっているので	男性20代
11	ソニー	常に時代をリードする商品を作っているから。	男性20代
11	ソニー	人気が強い	男性30代
11	ソニー	その時に応じて変化していきそう	男性50代
11	ソニー	IT部門の独創性	男性60代
11	ソニー	品質の信頼性及び開発力	男性60代
12	西日本旅客鉄道(JR西日本)	電車は人々の生活になくてはならないから	女性30代
12	西日本旅客鉄道(JR西日本)	鉄道は強いから東日本は地震が多いから	男性20代
12	西日本旅客鉄道(JR西日本)	鉄道だから	男性20代
12	西日本旅客鉄道(JR西日本)	交通網はいつまでも必要	男性60代
13	サントリー	非上場会社で株で資金を調達してなく、健全な経営だから	女性50代
13	サントリー	社会貢献している会社という印象があるから。しかし超有名なこれ等の会社が50年後も残っているとは思えません。何もかも価値観が変わっているのでは。	女性60代
13	サントリー	企業理念が確実であり 社会に貢献している	女性60代
13	サントリー	自然環境に貢献してる	女性60代
13	サントリー	業界上位のシェアニーズが大幅に減ることが考えにくい	男性20代
13	サントリー	優れているから	男性40代
13	サントリー	開発分野の多様化	男性60代
14	ブリヂストン	車やバイクがある限りなくならないと思う。自転車もあるし。	女性30代
14	ブリヂストン	たぶん	女性30代
14	ブリヂストン	世界的にシェアがすごいし、社会の変化にも対応していけそうな印象があるので。	女性30代
14	ブリヂストン	技術があるから	女性30代
14	ブリヂストン	タイヤの世界ではナンバー1だと思うから	女性40代
14	ブリヂストン	信頼できるので	女性40代
14	ブリヂストン	必要性を感じる	女性40代
14	ブリヂストン	たとえ車が売れなくなっても、車が空を飛ばない限り交換需要が発生し続ける	男性20代
14	ブリヂストン	車はなくならないから	男性20代
14	ブリヂストン	技術力が優れているから	男性30代
14	ブリヂストン	タイヤは50年後も必要だから	男性40代
14	ブリヂストン	タイヤは必要	男性50代
15	キッコーマン	醤油は無くならない	女性20代
15	キッコーマン	日本人の習慣と独自性。	女性20代
15	キッコーマン	世界に通じる	女性20代
15	キッコーマン	日本人の食生活に欠かせないから	女性40代
15	キッコーマン	しょうゆが食卓から消えているとは思えない	女性40代
15	キッコーマン	食品会社は残ると思う	女性40代
15	キッコーマン	醤油は世界共通の調味料	女性40代
15	キッコーマン	日本独自の味が、今は世界の味になっているから。	女性60代
15	キッコーマン	世界にしょうゆも出ていくと思う	女性60代
15	キッコーマン	おいしさ	女性60代
15	キッコーマン	日本の味だから。	男性20代
15	キッコーマン	人間の生活になくてはならない物だから	男性40代
15	キッコーマン	日本食文化を世界に展開している	男性40代
15	キッコーマン	今までの実績	男性50代
15	キッコーマン	人間に必須な食に関する事業をしているから。人間がいる限りはなくなる業種。	男性50代
15	キッコーマン	食は永遠	男性60代
16	日立製作所	商品がいい	女性20代
16	日立製作所	多くの商品があり安定した経営をしている。	女性60代
16	日立製作所	素晴らしい会社	男性20代
16	日立製作所	社会に必要な不可欠な技術や影響力が強い会社だから。	男性20代
16	日立製作所	技術がある	男性20代
16	日立製作所	国とグルだから	男性30代
16	日立製作所	多方面にわたって、世界をリードするだけの技術力を持っていそうだから	男性30代
16	日立製作所	技術力	男性40代
16	日立製作所	技術力	男性50代
16	日立製作所	家電だけではなくインフラの全てに役立つ製品を開発している	男性60代
17	麒麟ビール	無くなってほしくないから	女性40代
17	麒麟ビール	まじめに品質に取り組んでいると思われるので	女性50代
17	麒麟ビール	技術者、商品開発力は特筆するものがある	男性50代

	企業名	選んだ理由	性別年代
18	TOTO	これからもウォシュレットは世界中から需要があると思うから	女性20代
18	TOTO	トイレは時代が進んでも必需品だから	女性20代
18	TOTO	必要なものだから。	女性20代
18	TOTO	どんなに人間が進化してもトイレはなくならないと思う	女性20代
18	TOTO	ウォシュレットのトイレは、世界に誇れる商品だから	女性30代
18	TOTO	必要なものを作っているから	女性30代
18	TOTO	いつまでも必要な業態だから	女性30代
18	TOTO	トイレにかんする技術	女性40代
18	TOTO	不要になることがないと思うから	女性40代
18	TOTO	ずっと必要なものだから。	女性40代
18	TOTO	世界の基準になって欲しい。暖房便座とお尻洗浄！	女性50代
18	TOTO	商品がいい	男性20代
18	TOTO	需要がなくなることがないから	男性30代
18	TOTO	人間の生活に密接に関わっているから	男性40代
18	TOTO	トイレのない家は考えられない	男性50代
18	TOTO	圧倒的シェア	男性60代
18	TOTO	堅実に新しい商品を作っている	男性60代
18	TOTO	住居に関しては無くなることはないと思われる	男性60代
19	東芝	最先端の技術力	女性20代
19	東芝	生き残れるというか、生き残ってほしい	女性20代
19	東芝	アフターサービスがいい	女性50代
19	東芝	生き残ってくれないとこまる	男性30代
19	東芝	生き残ってほしい	男性60代
19	東芝	総合電機メーカーとして、様々な分野に着手している。	男性60代
19	東芝	企業が堅実である	男性60代
20	キューピー	長年味がかわらないから	女性20代
20	キューピー	マヨネーズ	女性20代
20	キューピー	品質	女性30代
20	キューピー	やっぱりマヨネーズはキューピーと思う、最近違うマヨネーズを安いからといって買ったらいしくない。	男性30代
20	キューピー	食は変わらず	男性60代

図表C 第1回50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（単位％）

(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	44.4	53	小松製作所(コマツ)	10.5
2	本田技研工業(ホンダ)	24.9	53	タニタ	10.5
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	21.1	55	森永乳業	10.4
4	味の素	20.7	55	伊藤園	10.4
5	日産自動車	20.6	57	日本経済新聞社	10.3
6	東海旅客鉄道(JR東海)	20.1	58	京セラ	10.0
7	ヤマト運輸	19.8	58	住友商事	10.0
8	キヤノン	17.5	58	三井住友銀行	10.0
9	日清食品	17.4	61	カルビー	9.9
9	パナソニック	17.4	61	日本通運(日通)	9.9
11	ソニー	17.3	63	ソフトバンク	9.8
11	西日本旅客鉄道(JR西日本)	17.3	64	東京ガス	9.7
13	サントリー	17.0	64	伊藤忠商事	9.7
13	ブリヂストン	17.0	66	ヤフー	9.6
15	キッコーマン	16.0	67	ワコール	9.5
16	日立製作所	15.8	68	大塚製薬	9.4
17	麒麟ビール	15.6	68	日本電気(NEC)	9.4
18	TOTO	15.3	70	オリエンタルランド	9.3
19	東芝	15.2	71	ローソン	9.2
20	キューピー	14.8	72	みずほ銀行	9.0
21	セブン-イレブン	14.7	73	川崎重工業	8.8
22	ヤクルト	14.6	73	コクヨ	8.8
23	全日本空輸(ANA)	14.5	75	読売新聞社	8.5
24	アサヒビール	14.0	75	ファーストリテイリング(ユニクロ)	8.5
25	資生堂	13.7	77	TBS	8.4
26	三菱重工	13.6	77	朝日新聞社	8.4
26	NTTドコモ	13.6	79	カシオ計算機	8.3
26	日本放送協会(NHK)	13.6	79	三菱電機	8.3
29	三菱商事	12.9	81	クボタ	8.2
30	富士フイルム	12.8	82	リコー	8.1
31	三井物産	12.6	82	テレビ朝日	8.1
32	明治	12.5	84	東京電力	8.0
33	三菱東京UFJ銀行	12.3	84	丸紅	8.0
34	花王	12.1	86	鹿島建設	7.9
34	日本電信電話(NTT)	12.1	86	フジテレビジョン	7.9
34	帝国ホテル	12.1	88	大阪ガス	7.7
37	佐川急便	12.0	88	日本テレビ	7.7
37	日本航空(JAL)	12.0	88	日本生命	7.7
39	富士通	11.9	91	旭硝子	7.5
40	武田薬品	11.8	91	KDDI	7.5
41	カゴメ	11.7	93	日本たばこ産業(JT)	7.4
42	グリコ	11.6	93	IHI	7.4
43	任天堂	11.5	93	セイコーエプソン	7.4
44	ヤマハ	11.3	93	三菱地所	7.4
45	山崎製パン	11.2	93	電通	7.4
46	旭化成	11.1	98	ダイキン	7.3
47	ニコン	10.9	99	日本ハム	7.1
48	東レ	10.8	100	アシックス	7.0
49	楽天	10.7	100	オリンパス	7.0
49	イオン	10.7	100	バンダイ(BANDAI)	7.0
51	シャープ	10.6	100	関西電力	7.0
51	東京急行電鉄(東急)	10.6			

図表D 50年後も生き残ると思う日本企業に重視するイメージ／ランキング（単位％）

(n=1,000／複数回答)

経営理念・姿勢	25.1
サービス力	23.4
誠実さ	22.9
資本力	20.4
歴史・伝統	19.7
企業規模	19.4
ビジネスモデル	18.7
社会貢献	16.0
勤勉性	15.3
その他	4.3