

第3回
「100年後も生き残ると思う日本企業」
調査

2016年9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3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

2016年4月23日(土)～2016年4月24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 44.76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
38	50	445	86	258	68	55	1,000

1. 調査結果

[1] 第3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3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 36.4%)であった。次いで「本田技研工業(ホンダ)」が2位(同 14.2%)、「東日本旅客鉄道(JR 東日本)」が3位(同 13.5%)となり、以下「東海旅客鉄道(JR 東海)」(同 12.4%)、「日清食品」(同 12.3%)、「日産自動車」(同 11.6%)、「味の素」(同 11.0%)、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4社(パナソニック、日立製作所、ソニー、キヤノン)、飲食料品製造業6社(日清食品、味の素、キッコーマン、サントリー、キューピー、明治)など、製造業がトップ20のうち14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。飲食料品製造業が増加していることから、食の安全や健康志向への関心が高まっていることも窺える。

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3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2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4社「トヨタ自動車」と「本田技研工業(ホンダ)」、「東日本旅客鉄道(JR 東日本)」、「東海旅客鉄道(JR 東海)」に変化はなく、「日清食品」(前回20位→今回5位)、「味の素」(前回11位→今回7位)、「キッコーマン」(前回18位→今回9位)など9社が順位を上げた一方で、「パナソニック」(前回5位→今回8位)、「西日本旅客鉄道(JR 西日本)」(前回8位→今回9位)、「日立製作所」(前回7位→今回12位)、の6社はそれぞれ順位を下げた結果となった。

「日清食品」(前回20位→今回5位)、「キッコーマン」(前回18位→今回9位)、「明治」(前回38位→今回19位)の3社についてはそれぞれ大幅なランクアップとなり、3社とも飲食料品製造業であった。食は永遠であり、将来にわたって必要不可欠なものであると、以前にも増して強く認識されていることが窺える。先に実施した第4回「世界に誇れる日本企業アンケート」においても「日清食品」は大幅なランクアップとなっており、カップラーメンを世界市場を開拓した革新性や創造力、定番ヒット商品としての開発力が評価され、日本国内のみでなく世界で活躍できる企業として、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3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、「世界的トップクラスのシェアや販売実績」、「世界的な知名度」、「高い技術力」、「日本一のグローバル企業」といった評価が多く、2位の「本田技研工業(ホンダ)」では、「独創性と技術力」、3位の「東日本旅

客鉄道(JR 東日本)では、「鉄道インフラとして不可欠」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、商品開発力を有している」、「世界での知名度の高さ」、「その分野でのトップ企業としての品質への期待」、「生活に必要なインフラを提供」などが挙げられ、技術力や開発力に基づく事業の優位性と、商品の品質や必要性の両面を兼ね備えている企業が、今後も長き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3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 37.6%と最も多かった。次いで「製品・商品の品質」(回答率 33.5%)、「ニーズ」(同 25.7%)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った。4位以下は「独創性」(21.6%)、「経営理念・姿勢」(同 21.3%)、「誠実さ」(同 20.5%)、の順となり、「業界シェア」や「資本力」が前回比でランクダウンしていることから、規模よりも、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った。(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 87 年となり、全ての企業が、業歴 60 年を超える老舗企業となった。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(単体)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(連結)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4社(トヨタ自動車、日産自動車、キヤノン、ソニー)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保険会社、証券会社、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で、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 307 万社のうち、約 113 万社(36.7%)であり、また、この1年間に設立された企業は約 9.4 万社(3.1%)の程度である。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 814 社(0.03%)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)

本アンケートで上位 20 社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 年を超えているのはわずかに5社(サントリー、味の素、日立製作所、TOTO、明治)だけである。近年においても、2015 年 9 月に創業 82 年の老舗企業で、東証一部上場企業の第一中央汽船が倒産(民事再生)し、創業 104 年のシャープが外資系企業の資本参加を受け入れなければ経営を持続できないほど、経営環境の変化の激しい中において、既に 100 年を超えているこの5社でさえも次の 100 年を生き残るためには、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「日清食品」や「キッコーマン」の飲食料品製造業ように、消費者が食の安全や健康志向への関心を高めている中で、ヒット商品を開発するだけでなく、海外市場を積極的に開拓・育成し、ヒット商品から定番商品に育て上げて、信頼性や安全性を高めていくための、技術開発力が求められている。これからの 100 年間に起こり得る様々な事象に対して、「自社の技術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、自ら需要や市場を創出できる力を持つ企業」として、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3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	36.4%
2	本田技研工業(ホンダ)	東京都	自動車製造業	14.2%
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	東京都	鉄道業	13.5%
4	東海旅客鉄道(JR東海)	愛知県	鉄道業	12.4%
5	日清食品	東京都	食料品製造業	12.3%
6	日産自動車	神奈川県	自動車製造業	11.6%
7	味の素	東京都	食料品製造業	11.0%
8	パナソニック	大阪府	電気機器製造業	10.9%
9	キッコーマン	東京都	食料品製造業	10.7%
9	サントリー	大阪府	飲料品等製造業	10.7%
9	西日本旅客鉄道(JR西日本)	大阪府	鉄道業	10.7%
12	キューピー	東京都	食料品製造業	9.8%
12	日立製作所	東京都	電気機器製造業	9.8%
14	ソニー	東京都	電気機器製造業	9.7%
15	TOTO	福岡県	衛生陶器・住宅設備製造業	9.6%
16	全日本空輸(ANA)	東京都	航空運輸業	9.5%
17	キヤノン	東京都	業務用機械器具製造業	9.2%
18	ヤマト運輸	東京都	道路貨物運送業	9.1%
19	明治	東京都	食料品製造業	8.9%
20	富士フイルム	東京都	化学工業	8.8%

図表B 第3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	36.4	49	カゴメ	5.7
2	本田技研工業(ホンダ)	14.2	49	川崎重工業	5.7
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	13.5	49	ニコン	5.7
4	東海旅客鉄道(JR東海)	12.4	49	関西電力	5.7
5	日清食品	12.3	55	大塚製薬	5.5
6	日産自動車	11.6	55	京セラ	5.5
7	味の素	11.0	55	中部電力	5.5
8	パナソニック	10.9	58	三菱電機	5.4
9	キッコーマン	10.7	58	日本通運(日通)	5.4
9	サントリー	10.7	60	カシオ計算機	5.3
9	西日本旅客鉄道(JR西日本)	10.7	61	鹿島建設	5.2
12	キューピー	9.8	61	任天堂	5.2
12	日立製作所	9.8	63	楽天	5.1
14	ソニー	9.7	63	みずほ銀行	5.1
15	TOTO	9.6	63	日本生命	5.1
16	全日本空輸(ANA)	9.5	66	大成建設	5.0
17	キヤノン	9.2	66	スズキ	5.0
18	ヤマト運輸	9.1	66	日本郵船	5.0
19	明治	8.9	69	タニタ	4.9
20	富士フイルム	8.8	69	住友商事	4.9
21	ブリヂストン	8.7	71	旭化成	4.8
22	日本放送協会(NHK)	8.4	71	新日鉄住金	4.8
23	日本電信電話(NTT)	8.3	71	日本経済新聞社	4.8
24	資生堂	8.1	71	オリエンタルランド	4.8
25	三菱重工	8.0	75	佐川急便	4.7
26	ヤクルト	7.7	75	三井住友銀行	4.7
26	NTTドコモ	7.7	77	清水建設	4.6
28	アサヒビール	7.6	77	日本電気(NEC)	4.6
28	麒麟ビール	7.6	77	サンリオ	4.6
28	三菱商事	7.6	80	ダイキン	4.5
28	セブン-イレブン	7.6	80	大阪ガス	4.5
28	帝国ホテル	7.6	80	ヤフー	4.5
33	日本航空(JAL)	7.4	83	東京急行電鉄(東急)	4.4
33	三菱東京UFJ銀行	7.4	84	IHI	4.3
35	東京電力	7.2	84	セイコーエプソン	4.3
36	伊藤園	6.9	84	日本テレビ	4.3
37	三井物産	6.8	87	竹中工務店	4.2
38	カルビー	6.7	87	オリンパス	4.2
39	花王	6.6	87	東芝	4.2
40	ソフトバンク	6.5	87	デンソー	4.2
41	武田薬品	6.4	91	出光	4.1
41	ヤマハ	6.4	91	旭硝子	4.1
43	森永乳業	6.2	91	野村證券	4.1
43	富士通	6.2	91	三菱地所	4.1
43	東京ガス	6.2	95	大林組	4.0
43	伊藤忠商事	6.2	96	ワコール	3.9
47	小松製作所(コマツ)	6.1	96	クボタ	3.9
48	東レ	5.9	98	神戸製鋼	3.8
49	山崎製パン	5.7	98	商船三井	3.8
49	グリコ	5.7	98	ジェイティービー(JTB)	3.8

図表C 第3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	36.4	42.0	▲5.6Pt.
2	2	→(0)	本田技研工業(ホンダ)	14.2	20.4	▲6.2Pt.
3	3	→(0)	東日本旅客鉄道(JR東E)	13.5	16.9	▲3.4Pt.
4	4	→(0)	東海旅客鉄道(JR東海)	12.4	16.2	▲3.8Pt.
5	20	↑(15)	日清食品	12.3	16.0	▲3.7Pt.
6	6	→(0)	日産自動車	11.6	14.9	▲3.3Pt.
7	11	↑(4)	味の素	11.0	13.8	▲2.8Pt.
8	5	↓(-3)	パナソニック	10.9	13.4	▲2.5Pt.
9	18	↑(9)	キッコーマン	10.7	13.3	▲2.6Pt.
9	15	↑(6)	サントリー	10.7	12.0	▲1.3Pt.
9	8	↓(-1)	西日本旅客鉄道(JR西E)	10.7	11.9	▲1.2Pt.
12	16	↑(4)	キューピー	9.8	11.6	▲1.8Pt.
12	7	↓(-5)	日立製作所	9.8	11.5	▲1.7Pt.
14	23	↑(9)	ソニー	9.7	11.3	▲1.6Pt.
15	9	↓(-6)	TOTO	9.6	11.2	▲1.6Pt.
16	18	↑(2)	全日本空輸(ANA)	9.5	11.0	▲1.5Pt.
17	10	↓(-7)	キヤノン	9.2	10.9	▲1.7Pt.
18	19	↑(1)	ヤマト運輸	9.1	10.6	▲1.5Pt.
19	38	↑(19)	明治	8.9	10.6	▲1.7Pt.
20	12	↓(-8)	富士フイルム	8.8	10.4	▲1.6Pt.

図表D 第3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	自動車産業は海外でも評判がいいから	男性20代
1	トヨタ自動車	経営規模・車の性能および販売サービスにおいて優れていると思うから。	男性20代
1	トヨタ自動車	すでに百年くらい存続しつづいたから	男性20代
1	トヨタ自動車	すでに知名度と歴史は世界に誇れるものだから	男性20代
1	トヨタ自動車	有名だから。	男性20代
1	トヨタ自動車	規模が大きいから	男性20代
1	トヨタ自動車	安定している	男性20代
1	トヨタ自動車	これまでの実績があるから	男性20代
1	トヨタ自動車	世界で有名な自動車メーカーだから。	男性20代
1	トヨタ自動車	トヨタ自動車の名に恥じないように努力を続けると思うから。	男性20代
1	トヨタ自動車	なくなれば日本がつぶれる	男性30代
1	トヨタ自動車	常に業界をリードしていきそうだから	男性30代
1	トヨタ自動車	財務	男性30代
1	トヨタ自動車	安定性	男性30代
1	トヨタ自動車	技術力では世界とトップレベルにまでのし上がったから。	男性30代
1	トヨタ自動車	なくてはならないものを作っていることと最先端を走っているから。	男性30代
1	トヨタ自動車	技術開発が進んでも100年後でもユニークなアイデアで生き残れると思う。	男性30代
1	トヨタ自動車	誠実さ	男性30代
1	トヨタ自動車	シェアが高いから	男性30代
1	トヨタ自動車	技術	男性30代
1	トヨタ自動車	高い技術力	男性30代
1	トヨタ自動車	世界中に浸透すると思うから。	男性30代
1	トヨタ自動車	財務面・ブランド力を考えてそのように判断できる。	男性30代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタ	男性30代
1	トヨタ自動車	柔軟性	男性30代
1	トヨタ自動車	日本の経済を支えている企業だから。	男性30代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタ	男性30代
1	トヨタ自動車	経営者がしっかりしていそうだから	男性30代
1	トヨタ自動車	企業力	男性30代
1	トヨタ自動車	トヨタがなければ日本も無い	男性30代
1	トヨタ自動車	世界に販路	男性30代
1	トヨタ自動車	技術	男性30代
1	トヨタ自動車	日本の基幹産業のトップ企業だから	男性30代
1	トヨタ自動車	安定感がある	男性30代
1	トヨタ自動車	技術力	男性30代
1	トヨタ自動車	流石にトヨタが無くなることはないとおもう。	男性30代
1	トヨタ自動車	高い技術力があるから	男性40代
1	トヨタ自動車	経営がしっかりしているから	男性40代
1	トヨタ自動車	日本一のグローバル企業だから	男性40代
1	トヨタ自動車	技術力の高さ	男性40代
1	トヨタ自動車	国を代表する企業なので、何かあっても国に守られると思われる。	男性40代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタ	男性40代
1	トヨタ自動車	経営品質が高い	男性40代
1	トヨタ自動車	トータルバランス	男性40代
1	トヨタ自動車	車だけでなく、ビジネス	男性40代
1	トヨタ自動車	世界一だから	男性40代
1	トヨタ自動車	圧倒的な企業規模	男性40代
1	トヨタ自動車	経営方針がよいと思われるため	男性40代
1	トヨタ自動車	卓越した技術力があるから	男性40代
1	トヨタ自動車	今現在の状況を見たら簡単に没落するとは考えられない	男性40代
1	トヨタ自動車	研究開発に積極投資しているため。	男性40代
1	トヨタ自動車	改善方式の徹底	男性40代
1	トヨタ自動車	進化し続けている	男性40代
1	トヨタ自動車	生き残れないと日本終わり	男性40代
1	トヨタ自動車	ブランド力	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	顧客対応が丁寧	男性50代
1	トヨタ自動車	強力な財務体質	男性50代
1	トヨタ自動車	ぎじゅつりよく	男性50代
1	トヨタ自動車	技術力がある	男性50代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタ	男性50代
1	トヨタ自動車	世界中が認める会社	男性50代
1	トヨタ自動車	業績	男性50代
1	トヨタ自動車	安定性	男性50代
1	トヨタ自動車	堅実	男性50代
1	トヨタ自動車	実績	男性50代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタ	男性50代

ランク	企業名	選んだ理由	性別年代
1	トヨタ自動車	社風、技術、独創性、経営方針すべての面で堅実で誠実な企業だから。	男性50代
1	トヨタ自動車	未来	男性50代
1	トヨタ自動車	商品開発力、新エネルギー対応	男性50代
1	トヨタ自動車	あっとうきなつよさ	男性50代
1	トヨタ自動車	企業力がある	男性50代
1	トヨタ自動車	車の量産技術	男性50代
1	トヨタ自動車	確かな製品を供給するばかりでなく、堅実な社風だから。	男性50代
1	トヨタ自動車	技術の独創性がある	男性50代
1	トヨタ自動車	それだけの体力と革新力がありそう。	男性50代
1	トヨタ自動車	先見性	男性50代
1	トヨタ自動車	車は、なくならない。	男性50代
1	トヨタ自動車	世界の先端を先取りしている	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	その業種のトップ企業	男性60代
1	トヨタ自動車	全世界にシェアがある。	男性60代
1	トヨタ自動車	技術力があるので	男性60代
1	トヨタ自動車	自動車	男性60代
1	トヨタ自動車	創造力	男性60代
1	トヨタ自動車	今までの実績	男性60代
1	トヨタ自動車	高い技術と開発力があるから	男性60代
1	トヨタ自動車	自動車業界のリーダーであり今後もひばっていく力がある。	男性60代
1	トヨタ自動車	進化に対応できる基盤がある。	男性60代
1	トヨタ自動車	世界のリーダー	男性60代
1	トヨタ自動車	移動手段としての機器技術	女性20代
1	トヨタ自動車	新しい事にどんどんチャレンジしている	女性20代
1	トヨタ自動車	でかさとシェア率が違う	女性20代
1	トヨタ自動車	性能が高いと思うから	女性20代
1	トヨタ自動車	今と変わらないと思う	女性20代
1	トヨタ自動車	安定したトップシェアだから、安全性を保つたら今後の100年後もあるとおもえる企業。	女性20代
1	トヨタ自動車	歴史があるから	女性20代
1	トヨタ自動車	世界に通用するから。	女性20代
1	トヨタ自動車	規模が大きいので	女性20代
1	トヨタ自動車	世界的知名度が高いから	女性20代
1	トヨタ自動車	経営力	女性30代
1	トヨタ自動車	知名度もあるし、顧客受けも良さそう	女性30代
1	トヨタ自動車	売れてる	女性30代
1	トヨタ自動車	世界シェアがすごいから	女性30代
1	トヨタ自動車	海外でも乗ってる人が多い	女性30代
1	トヨタ自動車	技術があるから	女性30代
1	トヨタ自動車	グローバル	女性30代
1	トヨタ自動車	より良いエコカーを開発しているそう	女性30代
1	トヨタ自動車	世界シェアが高そう	女性30代
1	トヨタ自動車	安全性および技術力が抜群に優れているので。	女性30代
1	トヨタ自動車	技術力が高いから	女性30代
1	トヨタ自動車	進化に伴って変化する会社だと思うから。	女性30代
1	トヨタ自動車	安定	女性30代
1	トヨタ自動車	強いから	女性30代
1	トヨタ自動車	有名だし、海外への輸出もしているから。ブランド力が根強く、幅広い顧客層がある。	女性30代
1	トヨタ自動車	今までの伝統と経験があるから	女性30代
1	トヨタ自動車	世界で通用するから。	女性30代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタブランド	女性30代
1	トヨタ自動車	100年後も車は必要とされていると思うから。	女性40代
1	トヨタ自動車	願望です	女性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	業績がいいから	女性40代
1	トヨタ自動車	技術力の高さ	女性40代
1	トヨタ自動車	技術がある	女性40代
1	トヨタ自動車	技術力	女性40代
1	トヨタ自動車	環境技術で先端を走っている	女性40代
1	トヨタ自動車	車といえばトヨタ	女性40代
1	トヨタ自動車	常に開発、革新に満ち足りた経営と商品を提供していきそうだから期待できる	女性40代
1	トヨタ自動車	国産車はトヨタでしょう	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	社風、技術、独創性、経営方針すべての面で堅実で誠実な企業。	男性50代
1	トヨタ自動車	未来	男性50代
1	トヨタ自動車	商品開発力、新エネルギー対応	男性50代
1	トヨタ自動車	あつとてきなつよさ	男性50代
1	トヨタ自動車	企業力がある	男性50代
1	トヨタ自動車	車の量産技術	男性50代
1	トヨタ自動車	確かな製品を供給するばかりでなく、堅実な社風だから。	男性50代
1	トヨタ自動車	技術の独創性がある	男性50代
1	トヨタ自動車	それだけの体力と革新力がありそう。	男性50代
1	トヨタ自動車	先見性	男性50代
1	トヨタ自動車	車は、なくなる。	男性50代
1	トヨタ自動車	世界の先端を先取りしている	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	その業種のトップ企業	男性60代
1	トヨタ自動車	全世界にシェアがある。	男性60代
1	トヨタ自動車	技術力がある	男性60代
1	トヨタ自動車	自動車	男性60代
1	トヨタ自動車	創造力	男性60代
1	トヨタ自動車	今までの実績	男性60代
1	トヨタ自動車	高い技術と開発力があるから	男性60代
1	トヨタ自動車	自動車業界のリーダーであり今後もひびいていく力がある。	男性60代
1	トヨタ自動車	進化に対応できる基盤がある。	男性60代
1	トヨタ自動車	世界のリーダー	男性60代
1	トヨタ自動車	移動手段としての機器技術	女性20代
1	トヨタ自動車	新しい事にどんどんチャレンジしている	女性20代
1	トヨタ自動車	でかさとシェア率が違う	女性20代
1	トヨタ自動車	性能が高いと思うから	女性20代
1	トヨタ自動車	今と変わらないと思う	女性20代
1	トヨタ自動車	安定したトップシェアだから、安全性を保つたら100年後もあるとおもう	女性20代
1	トヨタ自動車	歴史があるから	女性20代
1	トヨタ自動車	世界に通用するから。	女性20代
1	トヨタ自動車	規模が大きいので	女性20代
1	トヨタ自動車	世界的知名度が高いから	女性20代
1	トヨタ自動車	経営力	女性30代
1	トヨタ自動車	知名度もあるし、顧客受けも良さそう	女性30代
1	トヨタ自動車	売れてる	女性30代
1	トヨタ自動車	世界シェアがすごいから	女性30代
1	トヨタ自動車	海外でも乗ってる人が多い	女性30代
1	トヨタ自動車	技術があるから	女性30代
1	トヨタ自動車	グローバル	女性30代
1	トヨタ自動車	より良いエコカーを開発していそう	女性30代
1	トヨタ自動車	世界シェアが高そう	女性30代
1	トヨタ自動車	安全性および技術力が抜群に優れているので。	女性30代
1	トヨタ自動車	技術力が高いから	女性30代
1	トヨタ自動車	進化に伴って変化する会社だと思うから。	女性30代
1	トヨタ自動車	安定	女性30代
1	トヨタ自動車	強いから	女性30代
1	トヨタ自動車	有名だし、海外への輸出もしているから。ブランド力が根強い	女性30代
1	トヨタ自動車	今までの伝統と経験があるから	女性30代
1	トヨタ自動車	世界で通用するから。	女性30代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタブランド	女性30代
1	トヨタ自動車	100年後も車は必要とされていると思うから。	女性40代
1	トヨタ自動車	願望です	女性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	業績がいいから	女性40代
1	トヨタ自動車	技術力の高さ	女性40代
1	トヨタ自動車	技術がある	女性40代
1	トヨタ自動車	技術力	女性40代
1	トヨタ自動車	環境技術で先端を走っている	女性40代
1	トヨタ自動車	車といえばトヨタ	女性40代
1	トヨタ自動車	常に開発、革新に満ち足りた経営と商品を提供していきそうだから	女性40代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタなので	女性40代
1	トヨタ自動車	国産車はトヨタでしょう	女性40代
1	トヨタ自動車	上記の企業はどれも新人教育がされていることと、合併せず単独でやっっていけると思うので。	女性40代
1	トヨタ自動車	技術力もすぐれていて、自動車以外も開発しそう	女性50代
1	トヨタ自動車	100年後の乗り物を作っているはず	女性50代
1	トヨタ自動車	多くのひとが乗っているから	女性50代
1	トヨタ自動車	他社では真似できない	女性50代
1	トヨタ自動車	技術力が高く、無借金企業であるから。	女性50代

ランク	企業名	選んだ理由	性別年代
1	トヨタ自動車	電機自動車など形は技術革新により変化すると思うが、移動手段である車の需要は続くと思うし、時代の変化に対応しながら生き残っていくと思う。	女性50代
1	トヨタ自動車	技術力。	女性50代
1	トヨタ自動車	車はなくなる	女性50代
1	トヨタ自動車	世界中で名前が知られているので	女性50代
1	トヨタ自動車	しぶとそうな柔軟性のある企業だと思うので。	女性50代
1	トヨタ自動車	夢の実現をしてくれそう	女性50代
1	トヨタ自動車	クルマの技術は未来も発達していると思います	女性50代
1	トヨタ自動車	企業努力	女性50代
1	トヨタ自動車	移動手段	女性50代
1	トヨタ自動車	やっぱり世界のトヨタ	女性50代
1	トヨタ自動車	自動車の概念は変わっていくと思いますが、その変化に適応していける能力がありそう。	女性60代
1	トヨタ自動車	優れた製品を作っている	女性60代
1	トヨタ自動車	新技術開発してそう	女性60代
1	トヨタ自動車	技術力	女性60代
1	トヨタ自動車	支持されている	女性60代
1	トヨタ自動車	有名	女性60代
1	トヨタ自動車	安定しているから	女性60代
1	トヨタ自動車	大きい会社	女性60代
1	トヨタ自動車	技術の向上はそのままに時代に合わせて柔軟に変わっていくイメージがあるから	女性60代
1	トヨタ自動車	規模が大きいので	女性60代
1	トヨタ自動車	開発力	女性60代
1	トヨタ自動車	絶えず車の未来を考えている	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	燃料自動車などの開発が進んできているため	男性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	最高	男性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	世界進出しているから	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	創業者の理念や思想が受け継がれ、技術力も十分にあると思うので、100年後も社会に受け入れてもらえていると思います。	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	企業理念がしっかりしているから	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術力	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	自動車の開発	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	日本がダメでも海外でやっていけるから	女性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	独創性が高い	女性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	基本ができている会社だから。	女性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	ロボット製造	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	ガンばれる企業だから	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術力	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術力	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	経営理念がしっかりしていて製品の品質が高い。社員が誇りを持って働いていると思う。	女性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	半官半民で潰すわけにもいかない路線をいくつも抱えているから	男性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	海外進出	男性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	東日本の鉄道はなくては生活ができないから、経営悪化しても国が補填を行う	男性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	世界に新幹線を売り込んでいるので	男性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	インフラは100年後も必要だから	男性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	必要不可欠だから	男性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	インフラ	男性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道需要はある	男性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	国民の資産だった物で運営する為、負債がない？のでは？	男性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	逆に100年後に存在していないという理由がわからない	男性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	無くなるとは考えられない！	男性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	なくてはならない	男性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	交通は無くならない	男性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	運送の要だから	男性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	どう考えても残っていると思う。	男性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道は永遠に人間の足であるから	男性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	不可欠	男性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	技術力	男性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	日本国民にとって必要不可欠だから	女性20代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道は大都市が存在し、人がいる限り必要とされそうだから	女性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	電車はなくなると思う。	女性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道などは強いかなと思うので。	女性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道は必要だから	女性30代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	なくなったら困る	女性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	インフラは必要だから。	女性40代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	公共の乗り物は必要だから	女性50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)	国鉄時代からの伝統ある企業だから	女性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道は無くなる事はないから。	女性50代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	移動手段として残りそう	女性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	重要インフラだから。	女性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	どこの会社も残ってほしいとの希望だが、輸送に関しては生活必需品なのでなくなる事はないと思う	女性60代
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	生活に必要なだから。便利を迫及している気がする。	女性60代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	新幹線	男性30代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	リニア新幹線は世界に誇れるから	男性30代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	必要だから	男性40代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	生活に不可欠	男性50代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	交通機関はなくなるならいであらう。	男性50代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	鉄道事業は必要	男性60代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	人の移動	男性60代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	新幹線があるから	女性20代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	安定感	女性30代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	新幹線はずっと存在すると思うので	女性30代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	生活に必要なものを提供しているから	女性40代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	鉄道会社は残るでしょう。	女性50代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	移動手段として不可欠だから。	女性60代
4	東海旅客鉄道(JR東海)	100年先かわからない	女性60代
5	日清食品	何年たっても食品は必要新商品を開発販売する力がある	男性20代
5	日清食品	ヒット商品がたくさんある	男性30代
5	日清食品	見逃していた	男性30代
5	日清食品	食品関係だから	男性40代
5	日清食品	定番の商品が多数ある	男性40代
5	日清食品	商品の開発力	男性40代
5	日清食品	特に理由はない	男性50代
5	日清食品	食足りて世は平ら	男性50代
5	日清食品	カップラーメンはなくなると思う	男性60代
5	日清食品	需要の多さ	男性60代
5	日清食品	世界中の食を支えていく企業だと思う。	女性20代
5	日清食品	昔からある企業だし、食料品のため日常に必要不可欠で消える事は無いと思ったから	女性20代
5	日清食品	食べ物はなくしてはならない	女性20代
5	日清食品	昔からある企業なので底力がありそう	女性30代
5	日清食品	海外でも活躍しているから	女性30代
5	日清食品	食は永遠だから	女性30代
5	日清食品	常に革新を目指しているイメージがあるから	女性40代
5	日清食品	大手の食品会社だから	女性40代
5	日清食品	やはり、食品は人間いきるために必用だから	女性40代
5	日清食品	カップヌードルを発売しているから。	女性40代
5	日清食品	新しいものを開発してそうだから	女性50代
5	日清食品	歴史があるし 人間にとって必要なもの	女性50代
5	日清食品	味覚はそんなに変わらないと思うので、このまま残りそうに思います	女性50代
5	日清食品	世界にカップ麺を広めた知名度があるから。	女性60代
5	日清食品	他の物が使われなくなっても、カップヌードルの需要はなくなるから。	女性60代
6	日産自動車	時代を先駆ける商品や機能が開発されているので、新しい需要を引き続き開拓してくれそうだから	女性20代
7	味の素	1社しかない味を持っているはなくなると思う	男性40代
7	味の素	食の基本を押さえている。	男性50代
7	味の素	本業以外の分野に積極的に投資している	男性50代
7	味の素	競合がない	男性60代
7	味の素	食品は将来必要性が高まるから	男性60代
7	味の素	食品関連はいつの時代にも必要であり、基本的な調味料を製造しているから	男性60代
7	味の素	食文化は永遠だから	男性60代
7	味の素	安定	女性20代
7	味の素	食事はどんな時代でも必要なことだから	女性20代
7	味の素	世界中で使われてる調味料	女性30代
7	味の素	規模が大きくこれからもいろいろな商品を発売していくと思うので。	女性30代
7	味の素	味の素はなくなるから	女性40代
7	味の素	食べるということに特化しているから	女性50代
7	味の素	日本食には欠かせない製品づくりをしているので	女性60代
7	味の素	食に関する企業	女性60代
7	味の素	日常に必要な製品を扱っているから。	女性60代

ランク	企業名	選んだ理由	性別年代
8	パナソニック	創業の精神が確実に受け継がれる	男性40代
8	パナソニック	特に理由はない。	男性50代
8	パナソニック	品質がいい	女性30代
8	パナソニック	歴史が長いのと、信頼性がある為。	女性40代
8	パナソニック	もともと歴史が長いから	女性40代
8	パナソニック	技術力とたしかな経営	女性60代
8	パナソニック	良い商品開発	女性60代
9	キッコーマン	日本食ブームがきているから	男性20代
9	キッコーマン	醤油は日本には欠かせないから。	男性30代
9	キッコーマン	日本の伝統食を取り扱っているから	男性30代
9	キッコーマン	醤油以外にも、様々な調味料・食品を開発。日本食発展に欠かせない存在。	男性50代
9	キッコーマン	豆乳	女性20代
9	キッコーマン	醤油は無くならないと思うから	女性20代
9	キッコーマン	和食ブーム	女性30代
9	キッコーマン	その会社ならではの独自の製法でお醤油等を作っているのだから簡単に他の会社と合併などしなさそうだから。	女性40代
9	キッコーマン	必要だから	女性40代
9	キッコーマン	日本の食卓にかかせない	女性50代
9	キッコーマン	日本人とお醤油は切っても切れないから	女性50代
9	キッコーマン	日本の調味料の元祖	女性50代
9	キッコーマン	需要が減らないと思うので	女性60代
9	キッコーマン	これからますます和食を食べる人々が増えていくと思うので、醤油は欠かせないから。	女性60代
9	キッコーマン	醤油は世界に広まる	女性60代
9	キッコーマン	どんなに世の中が進歩しても、食べ物を食べることがなくなるとは思えないし、特に日本独自の調味料の醤油は絶対になくならないと思うから。	女性60代
9	サントリー	お酒はのまれつづけられる。物自体も変わらない？	男性40代
9	サントリー	伝統を感じるから	女性40代
9	サントリー	自然に優しい	女性40代
9	サントリー	アルコールが廃れることはないと思うから	女性60代
9	西日本旅客鉄道(JR西日本)	国が潰さないから。	男性20代
9	西日本旅客鉄道(JR西日本)	電車は必ず必要なものだから	女性20代
9	西日本旅客鉄道(JR西日本)	殆どの人は電車に乗ると思うから	女性20代
9	西日本旅客鉄道(JR西日本)	電車はなくなる	女性20代
12	キューピー	存在価値は不変だと考えられるから。	男性60代
12	キューピー	正統派だから	女性20代
12	キューピー	商品が魅力的だから	女性40代
12	キューピー	私は好きではないがマヨネーズの好きな人、消費量は尋常ではないから。	女性40代
12	キューピー	これからは食と生活を密着させようだから	女性50代
12	日立製作所	技術	男性50代
12	日立製作所	世界に通用する物づくり。	男性60代
12	日立製作所	想像力がある	男性60代
12	日立製作所	日本を代表する企業。日立が無ければ日本が沈没している。	男性60代
12	日立製作所	会社として歴史があり現在においても業界のトップを走っているから	女性40代
12	日立製作所	経営安定	女性60代
12	日立製作所	変化に対する対応力	女性60代
14	ソニー	生き残るとゆうよりも生き残って欲しい	男性20代
14	ソニー	最先端のゲーム機械、製品を作っているから	男性20代
14	ソニー	イノベティブ	男性30代
14	ソニー	100年後も生き残れるソニー	男性40代
14	ソニー	誰からも愛されるSONY	女性20代
14	ソニー	世界で有名だから	女性20代
14	ソニー	常に新しいものを開発しているから。	女性30代
14	ソニー	センスがよくてファンが多い	女性30代
14	ソニー	人気があるので、大丈夫だと思う。	女性40代
14	ソニー	堅実	女性60代
15	TOTO	トイレは必要だから	男性20代
15	TOTO	特に無し	男性20代
15	TOTO	進化し続けているから	男性20代
15	TOTO	トイレがなくなることはない	男性30代
15	TOTO	他が追いつけない発想力	男性40代
15	TOTO	日本のトイレ技術は世界で抜きん出てると思うから	女性20代
15	TOTO	水回りは生活にかかせないから	女性40代
15	TOTO	トイレを進化させる	女性50代
15	TOTO	トイレは絶対に必要だから	女性50代
15	TOTO	品質がよい	女性50代

ランク	企業名	選んだ理由	性別年代
16	全日本空輸(ANA)	とても企業理念がしっかりしているため。	男性20代
16	全日本空輸(ANA)	飛行機は世界で1番の交通機関だから	女性20代
16	全日本空輸(ANA)	世界に誇れる企業だから	女性30代
17	キヤノン	現在のビジネスだけではなく今後のマーケットにも生き残れる製品開	男性20代
17	キヤノン	有名だから	男性50代
17	キヤノン	先端技術が抜けている	男性50代
17	キヤノン	技術力	男性50代
17	キヤノン	技術革新	男性60代
18	ヤマト運輸	商業がある限り「物流」という物を運ぶ事業は日常生活に密接した欠かせない存在	男性20代
18	ヤマト運輸	創業者	男性30代
18	ヤマト運輸	挑戦者だから	男性60代
18	ヤマト運輸	経営者の理念	男性60代
18	ヤマト運輸	これから先物流は無くならないヤマト運輸は他の企業より企業努力をしていると思う。	男性60代
18	ヤマト運輸	海外進出がこれからも順調に行われそうだから	男性60代
18	ヤマト運輸	物流は必要不可欠	男性60代
18	ヤマト運輸	海外の運輸業は時間帯を守らない国が多いが、ヤマト運輸は時間がぴったり正しいから。	女性30代
18	ヤマト運輸	流通が消えることはないと思う	女性30代
18	ヤマト運輸	先進性があるので	女性50代
19	明治	伝統がある	男性20代
19	明治	合併しつつも残ってそう	女性20代
19	明治	カールは美味しい。	女性30代
19	明治	どれも生き残れる会社だと思う。	女性50代
19	明治	残っていてほしいので	女性50代
19	明治	食べ物だけは常に需要があるし、薬品・乳業・お菓子と多角経営なのが強みだと思う。	女性60代
20	富士フィルム	技術が制す	男性30代
20	富士フィルム	独自性があるから	男性40代
20	富士フィルム	業態転換が上手い	男性40代
20	富士フィルム	いろいろな業種に進出しどれも業績をあげている	男性50代
20	富士フィルム	技術	男性50代
20	富士フィルム	多角経営に成功している	男性50代
20	富士フィルム	フィルム・カメラ業界から医療関係の技術への転換など、企業の考え方に柔軟性があると思うので、苦境に立っても新たな道を作りそう。ただ、今後もそのような柔軟な経営者を育てていけるかどうか？	男性50代
20	富士フィルム	多角経営しているからつぶしがきく	女性30代
20	富士フィルム	高い技術力	女性40代
20	富士フィルム	薬品や化粧品部門がまだまだ伸びると思う	女性50代
20	富士フィルム	研究が先端をいっている。	女性60代
20	富士フィルム	カメラが使われなくなってフィルムが売れなくなってもいろいろな事業を展開しているから	女性60代
20	富士フィルム	カメラ、フィルム産業が落ち目になり化粧品や健康補助食品など、新しい分野を開拓する能力。	女性60代
20	富士フィルム	フィルム写真がデジカメに変わっても薬品や化粧品の開発や販売をして売れるものにいち早く返信していく柔軟性	女性60代

図表E 第3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	37.6	44.9	▲7.3Pt.
2	2	→(0)	製品・商品の品質	33.5	37.4	▲3.9Pt.
3	3	→(0)	ニーズ	25.7	28.9	▲3.2Pt.
4	5	↑(1)	独創性	21.6	25.5	▲3.9Pt.
5	6	↑(1)	経営理念・姿勢	21.3	25.2	▲3.9Pt.
6	7	↑(1)	誠実さ	20.5	22.5	▲2.0Pt.
7	9	↑(2)	歴史・伝統	19.4	18.8	+0.6Pt.
8	10	↑(2)	サービス力	19.3	18.0	+1.3Pt.
9	4	↓(-5)	業界シェア	19.0	25.7	▲6.7Pt.
10	7	↓(-3)	資本金	17.6	18.9	▲1.3Pt.
11	12	↑(1)	企業規模	16.5	17.6	▲1.1Pt.
12	11	↓(-1)	社会貢献	15.3	17.7	▲2.4Pt.
13	13	→(0)	ビジネスモデル	14.6	17.1	▲2.5Pt.
14	14	→(0)	勤勉性	11.6	15.5	▲3.9Pt.

図表F 第3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(単体) 創業年数・純資産額・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	83年	10兆8,594億円	67.4%	2016/3期
2	本田技研工業(ホンダ)	70年	1兆8,616億円	65.8%	2016/3期
3	東日本旅客鉄道(JR東日本)	67年	1兆9,904億円	27.9%	2016/3期
4	東海旅客鉄道(JR東海)	67年	2兆2,000億円	43.9%	2016/3期
5	日清食品	68年	2,561億円	63.1%	2016/3期
6	日産自動車	83年	2兆4,909億円	50.2%	2016/3期
7	味の素	109年	3,601億円	40.6%	2016/3期
8	パナソニック	98年	8,797億円	17.1%	2016/3期
9	キッコーマン	99年	983億円	39.0%	2016/3期
9	サントリー	117年	5,306億円	25.9%	2015/12期
9	西日本旅客鉄道(JR西日本)	67年	6,660億円	26.6%	2016/3期
12	キューピー	98年	1,539億円	67.6%	2015/11期
12	日立製作所	106年	1兆3,784億円	35.6%	2016/3期
14	ソニー	70年	2兆4,826億円	67.3%	2016/3期
15	TOTO	104年	1兆8,637億円	50.1%	2016/3期
16	全日本空輸(ANA)	64年	7,538億円	44.0%	2016/3期
17	キヤノン	83年	1兆4,841億円	60.9%	2015/12期
18	ヤマト運輸	97年	2,836億円	65.6%	2016/3期
19	明治	100年	7,284億円	42.0%	2016/3期
20	富士フイルム	82年	1兆4,153億円	75.4%	2016/3期

図表G 第3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(連結)

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(株)	18兆1,000億円	38.2%	2016/3期
2	(株)三菱UFJフィナンシャル・グループ	17兆4,000億円	5.8%	2016/3期
3	日本郵政(株)	15兆2,000億円	5.2%	2016/3期
4	(株)ゆうちょ銀行	11兆5,082億円	5.6%	2016/3期
5	日本電信電話(株)	11兆2,000億円	53.2%	2016/3期
6	(株)三井住友フィナンシャルグループ	10兆4,000億円	5.6%	2016/3期
7	(株)みずほフィナンシャルグループ	9兆3,500億円	4.8%	2016/3期
8	(株)NTTドコモ	5兆3,400億円	74.0%	2016/3期
9	日産自動車(株)	5兆1,400億円	29.6%	2016/3期
10	東京海上ホールディングス(株)	3兆5,100億円	16.1%	2016/3期
11	キヤノン(株)	3兆1,800億円	71.8%	2015/12期
12	国際石油開発帝石(株)	3兆1,800億円	72.8%	2016/3期
13	ソニー(株)	3兆1,200億円	18.7%	2016/3期
14	新日鐵住金(株)	3兆0,100億円	46.8%	2016/3期
15	第一生命保険(株)	2兆9,300億円	5.9%	2016/3期
16	野村ホールディングス(株)	2兆7,400億円	6.7%	2016/3期
17	MS&ADインシュアランスグループホールディングス(株)	2兆7,300億円	13.4%	2016/3期
18	三井住友トラスト・ホールディングス(株)	2兆7,000億円	4.6%	2016/3期
19	(株)セブン&アイ・ホールディングス	2兆5,100億円	46.1%	2016/2期
20	オリックス(株)	2兆4,700億円	22.5%	2016/3期

図表H 第3回「100年後も生き残ると思う日本企業」／業歴ごと企業件数(2016年)

業歴	企業数	比率
集計不能	329,444	10.7%
1年未満	94,185	3.1%
1年以上3年未満	225,927	7.3%
3年以上5年未満	199,017	6.5%
5年以上10年未満	470,722	15.3%
10年以上20年未満	629,086	20.4%
20年以上50年未満	909,993	29.6%
50年以上70年未満	207,109	6.7%
70年以上100年未満	12,368	0.4%
100年以上	814	0.0%
合計	3,078,665	100.0%