

第4回  
「100年後も生き残ると思う日本企業」  
調査

2017年6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4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

2017年4月25日(火)～2017年4月27日(木)

### 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 44.98 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    |
|-----|----|-----|-----|-----|------|----|-------|
| 49  | 47 | 452 | 137 | 189 | 68   | 58 | 1,000 |

## 1. 調査結果

### [1] 第4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4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 41.0%)であった。次いで「本田技研工業(ホンダ)」が2位(同 14.5%)、「東日本旅客鉄道(JR 東日本)」、「日産自動車」が同率3位(同 13.3%)となり、以下「パナソニック」(同 13.0%)、「ソニー」(同 11.7%)、「東海旅客鉄道(JR 東海)」(同 11.1%)、「サントリー」(同 11.0%)、「味の素」(同 10.8%)、「日清食品」(同 10.5%)、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、ソニー、キヤノン、日立製作所)、飲食料品製造業5社(サントリー、味の素、日清食品、キューピー、キッコーマン)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(全日本空輸(ANA)、日本航空(JAL))がランクインした。

上位3位は、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4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3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3社「トヨタ自動車」、「本田技研工業(ホンダ)」、「東日本旅客鉄道(JR 東日本)」に変化はなく、「日本航空(JAL)」(前回33位→今回20位)、「ブリヂストン」(前回21位→今回11位)、「三菱商事」(前回28位→今回16位)など12社が順位を上げた。一方で、「キッコーマン」(前回9位→今回17位)、「日立製作所」(前回12位→今回20位)、「西日本旅客鉄道(JR 西日本)」(前回9位→今回15位)など7社はそれぞれ順位を下げた結果となった。

昨今、動向に注目を集めている東芝は、ランキングが15位(第1回)→21位(第2回)→87位(第3回)→140位(今回)と順位を下げ続けている。不適切会計の発覚を機に、第2回から第3回で順位が急落していると考えられ、海外子会社における巨額損失の発覚により、信用が悪化し、今回さらに順位を下げたと考えられる。

「パナソニック」(前回8位→今回5位)、「ソニー」(前回14位→今回6位)、「キヤノン」(前回17位→今回12位)の電気機器製造業3社は、それぞれ順位を上げている。低迷が続く日本のエレクトロニクス業界において、復調の兆しをみせる企業において、順位が上昇している。世界市場を開拓した確かな技術力や独創性が評価され、100年後も生き残れる企業として、輝きを取り戻す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、「世界トップクラスのシェア・販売実績を誇る自動車メーカー」、「世界的な知名度」、「高い技術力」といった評価

が多く、2位の「本田技研工業(ホンダ)」及び3位の「日産自動車」では、「技術力」、同3位の「東日本旅客鉄道(JR 東日本)」では、「安定した運行管理」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4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、[3]の選択理由に見られたように、「技術力」を挙げる回答が44.5%と最も多かった。次いで「製品・商品の品質」(回答率36.9%)となっており、上位2項目までは前回と変わらない結果となった。3位以下は、「経営理念・姿勢」(同25.4%)、「ニーズ」(同23.6%)、「独創性」(21.4%)、「誠実さ」(同21.1%)、の順となり、「経営理念・姿勢」が2ランクアップした。「歴史・伝統」や「資本力」は、前回からランクダウンしていることから、歴史や資本力よりも、経営理念に基づき、高品質な製品、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結果となった。(図表E)

## 2. 調査データとの比較

### [1] 10年間高格付維持企業、創業年数との比較

第4回10年間高格付を維持している優良企業と比較したところ、今回のランキング上位20のうち、8割以上が10年間高格付を維持している優良企業に該当している。(図表F)

上位20の創業年数を調査したところ、平均業歴は86年となり、全ての企業が、業歴60年を超える老舗企業であった。(図表G)

100年後も生き残ると思われる企業は、そのほとんどにおいて、イメージだけではなく、長い業歴の中で安定した事業基盤を築き上げている企業であることがわかる。

### [2] 純資産額との比較

「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考えられることから、ランキング上位20(単体)の純資産額および自己資本比率と、上場企業の純資産額上位20(単体)を比較した。上場企業の純資産額ランキングをみると、メガバンク系グループや保険会社、証券会社など、業種柄、巨大な資本を必要とする企業が上位にランクインしているが、その中で、今回のランキング上位20のうち、7社(トヨタ自動車、東海旅客鉄道(JR 東日本)、日産自動車、ソニー、三菱商事、東日本旅客鉄道(JR 東日本)、本田技研工業(ホンダ))が上位に存在していることを考慮すれば、100年間継続する企業においては、安定した財政基盤を有することが求められるといえよう。(図表G・H)

### 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約 304 万社のうち、約 108 万社(35.5%)であり、また、この1年間に設立された企業は約 9.8 万社(2.9%)程度である。業歴の長い企業の割合が高く、業歴の浅い企業が少ないことは、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 903 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 1)

本アンケートの結果をみると、「100 年後も生き残る」と考えられている企業像とは、「技術力を有し、製品の品質が評価されている製造業を中心とした企業」ということになろう。アンケートで上位にランクインしている企業の多くがこれらの要素を満たしていると考えられるが、それでも、実際に 100 年を超えている企業は、わずかに5社(サントリー、味の素、TOTO、キッコーマン、日立製作所)だけである。

[2]で述べている東芝は、創業 142 年と 100 年を超える数少ない企業の一つであるが、の東芝において、不適切会計問題を機に、経営姿勢が重視されて大幅に順位を下げ続けていることを考慮すると、100 年後も生き残ると思う企業として、「技術力、資本力を長年培い、自社の技術を活用して柔軟に対応できる」企業であるだけでなく、「誠実な経営姿勢で消費者の信頼を獲得し続ける」ことができる企業が、100 年後も生き残る企業として考えられているともいえよう。

図表 1 によれば、当面 10 年間で約 2,000 社の企業が創業 100 年を迎える目算となり、今回のアンケート上位企業以外にも、創業 100 年に相応しい、「技術力」、「資本力」、「誠実な経営姿勢」を有している企業が多く存在することがうかがえる。現在、年間約 10 万社の企業が誕生していると言われる中で、それらの企業が現在の 100 年企業に負けず、1 社でも多く 100 年後も存在していることに期待したい。

図表A 第4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       | 41.0% |
| 2  | 本田技研工業(ホンダ)    | 東京都  | 自動車製造業       | 14.5% |
| 3  | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 東京都  | 鉄道業          | 13.3% |
| 3  | 日産自動車          | 神奈川県 | 自動車製造業       | 13.3% |
| 5  | パナソニック         | 大阪府  | 電気機器製造業      | 13.0% |
| 6  | ソニー            | 東京都  | 電気機器製造業      | 11.7% |
| 7  | 東海旅客鉄道(JR東海)   | 愛知県  | 鉄道業          | 11.1% |
| 8  | サントリー          | 大阪府  | 飲料品等製造業      | 11.0% |
| 9  | 味の素            | 東京都  | 食料品製造業       | 10.8% |
| 10 | 日清食品           | 東京都  | 食料品製造業       | 10.5% |
| 11 | ブリヂストン         | 東京都  | ゴム製品製造業      | 9.6%  |
| 12 | TOTO           | 福岡県  | 衛生陶器・住宅設備製造業 | 9.4%  |
| 12 | キヤノン           | 東京都  | 電気機器製造業      | 9.4%  |
| 14 | 全日本空輸(ANA)     | 東京都  | 航空運輸業        | 8.8%  |
| 15 | 西日本旅客鉄道(JR西日本) | 大阪府  | 鉄道業          | 8.4%  |
| 16 | 三菱商事           | 東京都  | 各種商品卸売業      | 8.0%  |
| 17 | キューピー          | 東京都  | 食料品製造業       | 7.9%  |
| 17 | キッコーマン         | 東京都  | 食料品製造業       | 7.9%  |
| 17 | 富士フイルム         | 東京都  | 化学工業         | 7.9%  |
| 20 | 日立製作所          | 東京都  | 電気機器製造業      | 7.8%  |
| 20 | 日本航空(JAL)      | 東京都  | 航空運輸業        | 7.8%  |
| 20 | セブン-イレブン       | 東京都  | 各種商品小売業      | 7.8%  |

図表B 第4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         | 41.0% | 53  | 旭化成                | 5.0% |
| 2  | 本田技研工業(ホンダ)    | 14.5% | 54  | 森永乳業               | 4.9% |
| 3  | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 13.3% | 54  | 新日鉄住金              | 4.9% |
| 3  | 日産自動車          | 13.3% | 54  | 三井住友銀行             | 4.9% |
| 5  | パナソニック         | 13.0% | 57  | グリコ                | 4.8% |
| 6  | ソニー            | 11.7% | 57  | 東レ                 | 4.8% |
| 7  | 東海旅客鉄道(JR東海)   | 11.1% | 59  | 京セラ                | 4.7% |
| 8  | サントリー          | 11.0% | 59  | 楽天                 | 4.7% |
| 9  | 味の素            | 10.8% | 59  | 日本通運(日通)           | 4.7% |
| 10 | 日清食品           | 10.5% | 59  | 日本生命               | 4.7% |
| 11 | ブリヂストン         | 9.6%  | 63  | 大塚製薬               | 4.6% |
| 12 | TOTO           | 9.4%  | 64  | 大林組                | 4.5% |
| 12 | キヤノン           | 9.4%  | 64  | 東京ガス               | 4.5% |
| 14 | 全日本空輸(ANA)     | 8.8%  | 66  | 大成建設               | 4.4% |
| 15 | 西日本旅客鉄道(JR西日本) | 8.4%  | 66  | ニコン                | 4.4% |
| 16 | 三菱商事           | 8.0%  | 66  | 三菱地所               | 4.4% |
| 17 | キューピー          | 7.9%  | 69  | クボタ                | 4.3% |
| 17 | キッコーマン         | 7.9%  | 70  | 竹中工務店              | 4.2% |
| 17 | 富士フィルム         | 7.9%  | 70  | 富士通                | 4.2% |
| 20 | 日立製作所          | 7.8%  | 70  | 日本テレビ              | 4.2% |
| 20 | 日本航空(JAL)      | 7.8%  | 70  | オリエンタルランド          | 4.2% |
| 20 | セブン-イレブン       | 7.8%  | 74  | カゴメ                | 4.1% |
| 23 | 任天堂            | 7.7%  | 74  | 三菱電機               | 4.1% |
| 23 | 三井物産           | 7.7%  | 74  | 丸紅                 | 4.1% |
| 25 | 麒麟ビール          | 7.6%  | 77  | 神戸製鋼               | 4.0% |
| 25 | 資生堂            | 7.6%  | 77  | IHI                | 4.0% |
| 27 | 帝国ホテル          | 7.5%  | 77  | スズキ                | 4.0% |
| 28 | 明治             | 7.4%  | 77  | 読売新聞社              | 4.0% |
| 29 | アサヒビール         | 7.3%  | 77  | 朝日新聞社              | 4.0% |
| 30 | 花王             | 7.2%  | 82  | 旭硝子                | 3.9% |
| 30 | ヤマト運輸          | 7.2%  | 82  | オリンパス              | 3.9% |
| 32 | 日本放送協会(NHK)    | 7.0%  | 82  | 日本電気(NEC)          | 3.9% |
| 33 | NTTドコモ         | 6.7%  | 82  | KDDI               | 3.9% |
| 34 | 山崎製パン          | 6.5%  | 82  | TBS                | 3.9% |
| 34 | ヤクルト           | 6.5%  | 82  | みずほ銀行              | 3.9% |
| 36 | 武田薬品           | 6.4%  | 88  | カシオ計算機             | 3.8% |
| 36 | 日本電信電話(NTT)    | 6.4%  | 88  | テレビ朝日              | 3.8% |
| 38 | 三菱東京UFJ銀行      | 6.2%  | 88  | 東京急行電鉄(東急)         | 3.8% |
| 39 | 三菱重工           | 6.0%  | 88  | 東京海上日動火災保険(東京海上日動) | 3.8% |
| 39 | ソフトバンク         | 6.0%  | 92  | 佐川急便               | 3.7% |
| 41 | カルビー           | 5.8%  | 93  | 積水ハウス              | 3.6% |
| 41 | ヤマハ            | 5.8%  | 93  | ワコール               | 3.6% |
| 41 | 伊藤忠商事          | 5.8%  | 93  | ダイキン               | 3.6% |
| 44 | 川崎重工業          | 5.7%  | 93  | デンソー               | 3.6% |
| 44 | 小松製作所(コマツ)     | 5.7%  | 93  | イオン                | 3.6% |
| 46 | 伊藤園            | 5.6%  | 93  | ジェイティービー(JTB)      | 3.6% |
| 47 | 日本経済新聞社        | 5.5%  | 93  | セコム                | 3.6% |
| 48 | 住友商事           | 5.4%  | 100 | セイコーエプソン           | 3.5% |
| 49 | 鹿島建設           | 5.3%  | 100 | 関西電力               | 3.5% |
| 49 | 東京電力           | 5.3%  | 100 | フジテレビジョン           | 3.5% |
| 51 | 清水建設           | 5.2%  | 100 | 日本郵船               | 3.5% |
| 51 | ヤフー            | 5.2%  |     |                    |      |

図表C 第4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<br>順位 | 前回<br>順位 | 変動     | 企業名            | 今回<br>回答率(%) | 前回<br>回答率(%) | 変動幅     |
|----------|----------|--------|----------------|--------------|--------------|---------|
| 1        | 1        | → (0)  | トヨタ自動車         | 41.0         | 36.4         | +4.6Pt. |
| 2        | 2        | → (0)  | 本田技研工業(ホンダ)    | 14.5         | 14.2         | +0.3Pt. |
| 3        | 3        | → (0)  | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 13.3         | 13.5         | ▲0.2Pt. |
| 3        | 6        | ↑ (3)  | 日産自動車          | 13.3         | 11.6         | +1.7Pt. |
| 5        | 8        | ↑ (3)  | パナソニック         | 13.0         | 10.9         | +2.1Pt. |
| 6        | 14       | ↑ (8)  | ソニー            | 11.7         | 9.7          | +2.0Pt. |
| 7        | 4        | ↓ (-3) | 東海旅客鉄道(JR東海)   | 11.1         | 12.4         | ▲1.3Pt. |
| 8        | 9        | ↑ (1)  | サントリー          | 11.0         | 10.7         | +0.3Pt. |
| 9        | 7        | ↓ (-2) | 味の素            | 10.8         | 11.0         | ▲0.2Pt. |
| 10       | 5        | ↓ (-5) | 日清食品           | 10.5         | 12.3         | ▲1.8Pt. |
| 11       | 21       | ↑ (10) | ブリヂストン         | 9.6          | 8.7          | +0.9Pt. |
| 12       | 15       | ↑ (3)  | TOTO           | 9.4          | 9.6          | ▲0.2Pt. |
| 12       | 17       | ↑ (5)  | キヤノン           | 9.4          | 9.2          | +0.2Pt. |
| 14       | 16       | ↑ (2)  | 全日本空輸(ANA)     | 8.8          | 9.5          | ▲0.7Pt. |
| 15       | 9        | ↓ (-6) | 西日本旅客鉄道(JR西日本) | 8.4          | 10.7         | ▲2.3Pt. |
| 16       | 28       | ↓ (12) | 三菱商事           | 8.0          | 7.6          | +0.4Pt. |
| 17       | 12       | ↓ (-5) | キューピー          | 7.9          | 9.8          | ▲1.9Pt. |
| 17       | 9        | ↓ (-8) | キッコーマン         | 7.9          | 10.7         | ▲2.8Pt. |
| 17       | 20       | ↑ (3)  | 富士フイルム         | 7.9          | 8.8          | ▲0.9Pt. |
| 20       | 12       | ↓ (-8) | 日立製作所          | 7.8          | 9.8          | ▲2.0Pt. |
| 20       | 33       | ↑ (13) | 日本航空(JAL)      | 7.8          | 7.4          | +0.4Pt. |
| 20       | 28       | ↑ (8)  | セブン-イレブン       | 7.8          | 7.6          | +0.2Pt. |



図表D 第4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 | 世界でも乗られている車だから   | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 輸出産業として成功している  | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | トランプに指摘された   | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 耐久性に優れ壊れにくいから  | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 海外でも人気があるから  | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 総生産数   | 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 | 世界シェア第一位だったりするので   | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的に既に有名でもあるため   | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本車の代表格だと思うので  | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | いい車を作っているから  | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 誰もが世話になっている  | 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 | 世界的に有名だから  | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的企業だと思うから  | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界で一番乗られている日本の車のメーカーだから  | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的にも有名。業界日本1  | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 売り上げ高がだんとつ   | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界で通用するトヨタブランドを築き上げ、かつ日本で一番と<br>言っているほどの売上高と利益という数値的な指標も筆<br>舌しがたいものがあるため。 | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 自動車産業で世界一だから   | 男性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 有名   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 企業規模・活動規模・売上規模的に世界とNo.1を張り合うこ<br>とのできるグローバル企業だと思います。                       | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 大きい企業  | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的な日本の代表の企業だと思う   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界一の車を生産している   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | よいくるま  | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 有名   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | どこの国に行っても製品をみるから   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界でも名が知られている企業だから。   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 売り上げがすごいからです。  | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 自動車の売り上げ、知名度   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | トップメーカ   | 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 | ブランド力が高い   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 外人に有名なので   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界のトヨタと言われており、信頼できる。   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界で活動を展開している   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 今や世界のトヨタ増益、増収を続けている  | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 自動車業界で世界トップだから   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界で知らない人はいないから   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界1の自動車企業  | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 時価総額   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界販売台数が4年連続で1位なるなど日本を代表する自<br>動車メーカーだから                                    | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中で該当するメーカーの車が走行しているので。   | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界のTOYOTA  | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 知名度  | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界に誇れると思ったから。  | 男性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界でもトップクラスのシェアを占めているから。  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中の様々な企業に影響を与えているから   | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 有名だから  | 男性40代 |

| ランク | 企業名    | 選んだ理由   | 性別年代  |
|-----|--------|---|-------|
| 1   | トヨタ自動車 | 理由なんていない世界のトヨタ  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的に有名  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 常に世界に目を向け、国内でのシェアも広く、人口減少により消費が減ったとしても、必要とされるものを造れる企業だから。 | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界シェアトップ  | 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 | アフリカの片田舎でも知らない人はいないと思うから。                                 | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 車だけは簡単には作れないから  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中で製造されている   | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 大手  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本のみならず世界に通用する自動車メーカー                                     | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 有名  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界ナンバーワンの自動車メーカーだから                                       | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | すでに凄い   | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界で愛用されている自動車メーカー   | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界に貢献しているから   | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 儲けてる  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界一の自動車メーカーと言える企業だから                                      | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | だれもがしている  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 企業規模が大きい  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本最大の企業だから  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 先端技術のクルマの量産化に取り組む姿勢                                       | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | グローバル企業だから  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界で販売されている  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 売り上げ  | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 実際に世界のトップレベルだから   | 男性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 売り上げが世界的  | 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 | 日本で一番規模の大きいグローバル企業であるから                                   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 自分も乗っているから。   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的に有名な自動車会社だから   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界で一番車を製造し、販売しているから                                       | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界規模のシェア  | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界で一番認知されていると思う   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本を代表する企業だから  | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 輸出が多い   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 技術・売上共世界で見てもトップランクだと思います。                                 | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 自動車業界で世界で1, 2位を争う企業                                       | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 売上が多いから   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中で知らない人がいないから   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 有名  | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界展開している  | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中で通用する高品質な車を生産しているから                                    | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界売上高一位   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界トップ   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 最先端技術   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界からの信頼と実績  | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | グローバル企業   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 素晴らしい   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 品質の安定した商品を提供できている会社だから                                    | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 海外でも売れてる  | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的に売れている   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界一になった企業だから  | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界での自動車販売台数がNo.1だから。                                      | 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 | 売れている   | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 巨大企業  | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 自動車産業では有名                                     | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 利益が大きい  | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界ナンバーワンのシェアがあるから。                            | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | ギジュツリョク                                       | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 技術力と販売力                                       | 男性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 技術力がすごいと思うから。                                 | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界に先端技術を誇れる                                   | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | トヨタの事業計画 企画 生産 販売までのコスト削減オペレーションは世界に誇れると感じてる  | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | ハイブリッド車等の技術力の高さ等                              | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 生産台数  | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 技術が先進的。                                       | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本の代表   | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 売上げが凄い  | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | グローバル展開                                       | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 販売台数  | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界のトヨタ  | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 信頼できる   | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | なんといってもトヨタ。説明が要る?                             | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 生産台数  | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 販売数量からも世界に誇れる。                                | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本だけではなく世界的な自動車メーカーなので                        | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界展開しており日本からのブランド力がトップ                        | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 一言でいうと企業体質が抜群                                 | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 売上がトップだから                                     | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中でトヨタのクルマが走っている。                            | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本のトップ企業                                      | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的企業   | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | お金持ち  | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界に誇れる車を製造・販売している                             | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本を代表する世界に誇れる自動車メーカー                          | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界に工場があるから。                                   | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界一の車メーカーだから!                                 | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界の自動車業界の最先端を進んでいるから                          | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 販売実績  | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | トップシェアを争う                                     | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世帯トップクラスである                                   | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 品質  | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 売上げが大きいから                                     | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 何かあるごとに引き合いにだすから                              | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 今のところはやっぱりトヨタ                                 | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界の自動車業界をリードしているから                            | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 一番長く生き延びる会社だと思う                               | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 燃費や耐久性に優れた車を提供しているから。                         | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 多数の車をお客様に届けている                                | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 周知のとおり  | 男性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本といえばトヨタと思ったから                               | 女性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 海外でも名前が有名だから                                  | 女性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 誰もが知ってる大手企業                                   | 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 | 業績だけでなく、社会貢献活動や社員へのサポート力なども他社よりも秀でていいると感じるから。 | 女性20代 |

| ランク | 企業名    | 選んだ理由   | 性別年代  |
|-----|--------|---|-------|
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中どこにいても知られている身近な企業というイメージがあるため                | 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 | 有名企業だと思うから                                      | 女性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | みんなが知っている                                       | 女性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 知名度がある  | 女性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本の車は壊れにくく、人気だから                                | 女性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 売れているから   | 女性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本の車業界のトップで、世界でも通用する技術を開発する力があると思うから。           | 女性20代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界各国で使われているから                                   | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 知名度がある  | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 有名だから。  | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本の車は世界的に最も優れており、トヨタはその第一人者であるから。               | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 品質が良い車を作っているから                                  | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本のリーディングカンパニーだと思うから                            | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界で活躍している会社だから。トヨタの車は他にはない良さがあると思って乗っているの。      | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 欧米に負けてないし、独自の技術でリードしているから                       | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 技術力   | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 外国でよくトヨタの車を見るので。                                | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中でトヨタの車が走っているから                               | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界に誇れる一番の製品だと思うから。                              | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中でトヨタの車をみかけるから                                | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 一番知名度がある  | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | ハイブリッドを世界に広めたから                                 | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的に有名。利益を出している。                                | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本製の自動車の中でもトップなので                               | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本車の中でもトヨタが有名だと思うから。                            | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | ニュースなどよく見かける                                    | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的に有名だから                                       | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 良い車を作るから  | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | クオリティ   | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中で知られているというイメージがあるから                          | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的に売れている企業だから                                  | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 壊れないから  | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界のトヨタのイメージがあるから                                | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的に車で有名。                                       | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的にも有名な会社だから                                   | 女性30代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 外国でトヨタの車がよく売れているから                              | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 町が企業関係になっているから                                  | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 業界のトップだから                                       | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 自動車の性能と販売台数                                     | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 一番世界で名の知られた会社だと思っています                           | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中でトヨタの車が走っているから                               | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 技術力が高い  | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界のトヨタだから                                       | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 誰でも名前と製品を知っているから。                               | 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 | 自動車業界で日本で第一位。世界にさまざまな車を輸出していて、トヨタを知らない人はいないと思う。 | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本ならでわの技術がある                                    | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 海外でも多く乗られてるから                                   | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中で見かけるから                                      | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界的にも有名だから                                      | 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 | 売上げがすごいから  | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 素人でもすごいとわかるから  | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本の自動車技術はとても素晴らしいと聞いた事があり、その中でもトヨタ車は海外でも人気と聞いた事があったから。           | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 企業理念や技術  | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 品質に定評があり、歴史があるので。  | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 優良企業だと思うから   | 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 | 知らない人はいないと思う   | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界のトヨタと言われ、評価が高いから   | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 最高   | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | どこの国に行っても見かけるメーカーだと思う。   | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 時価総額と世の中への影響性  | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 知名度がある   | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 外国人からの知名度  | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 知名度高い世界で通用していると思われるから  | 女性40代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 車業界で全世界でトップクラスだと思う   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 製品の信頼性   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 高品質の製品   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 技術が世界中で認められている   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界のトヨタ   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 販売台数が世界でもトップクラスだから   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 問題が起きた徳の対処も誇らしい  | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界で名だたる企業だから   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 業績が良い  | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本の中で一番世界に通用する企業だと思います   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 最先端の技術と価格の安定。りさちゃん、  | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界のトヨタ   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界のトヨタでしょう   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界で販売している  | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 日本最大の企業で、世界的にも有名。  | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 企業理念がしっかりしている  | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 自動車界を引っ張っている・常にリードしている会社   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 優秀   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 海外でも知名度が高い。  | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 海外のTVに車が登場してるから  | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 先進的な車を作っている  | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 常に新しいものを開発する意欲を感じる   | 女性50代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 誠実   | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 海外に広く知れ渡っている   | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 信頼が出来るし、世界に需要があるから   | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 販売台数で世界一になったから   | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 丈夫な車 世界中にあるから  | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界に誇れる企業   | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | いい車を世界中に走らせているからです   | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 売上げ世界一だから  | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 技術力に優れている  | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 堅実な会社運営と長期戦略のもと技術革新を進めている  | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 世界中でトヨタの車は 乗られている  | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 販売実績   | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 優れた車を出している。  | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車 | 国際ニュースでも話題になることが多い。改善という日本語を世界で通じるようにしたこと。世界で一番トヨタ車が売っていた時期があった。 | 女性60代 |

| ランク | 企業名            | 選んだ理由                                     | 性別年代  |
|-----|----------------|---|-------|
| 1   | トヨタ自動車         | 売上げが世界トップクラス                              | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 世界でも有名でよく売れているから。                         | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 世界のトヨタのイメージ                               | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 世界で愛される車を作り続けている事                         | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 自動車業界では生産量、技術力、販売数ともに日本一であり、十分世界に通じる力がある。 | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 世界のトヨタだと思うから                              | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 世界に誇れる自動車産業の会社。世界ブランドだと思う。                | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | グローバルに売れている                               | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 世界中で使用されているから                             | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 日本車では一番売れているから                            | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 日本の車は有名だと思うので。                            | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 外国でもトヨタの車が人気があるから                         | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 誰もが知っている                                  | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | よく外国で見かける                                 | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 世界中にあるので                                  | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 多彩な車種を作れる                                 | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 車の業界でトップクラスだから                            | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 品質世界の最先端                                  | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 世界で乗っている                                  | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 世界のトヨタ                                    | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | アメリカの自動車産業を危機に貶めたから                       | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 世界で一番すぐれた車を作っているから                        | 女性60代 |
| 1   | トヨタ自動車         | 世界のトヨタ                                    | 女性60代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | ホンダのカブが世界でナンバーワンのバイクだから                   | 男性20代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 有名企業なので                                   | 男性30代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 技術力がすごい                                   | 男性30代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 世界展開しているから                                | 男性40代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | F1で強かったから                                 | 男性40代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 勤めてたから                                    | 男性40代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 世界的に認められているから。                            | 男性40代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 独特な経営をしている                                | 男性50代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 高性能な車やバイクを製造しているから。                       | 男性50代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 創業者の考え方を受け継いでいる点                          | 男性50代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 常に時代の先端にわたる技術革新に努めている                     | 男性50代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 二輪と四輪の両方に精通しているから                         | 女性30代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | バイクの世界では文句なくNO1だから。                       | 女性30代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 世界に誇れる技術力                                 | 女性40代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 好きだから                                     | 女性50代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 開発力                                       | 女性50代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 世界に名前が知られている会社だと思う                        | 女性60代 |
| 2   | 本田技研工業(ホンダ)    | 以前働いていた                                   | 女性60代 |
| 3   | 日産自動車          | 技術の日産                                     | 男性40代 |
| 3   | 日産自動車          | ルノー、三菱との提携などグローバルな会社となっている。               | 男性50代 |
| 3   | 日産自動車          | 歴史がある                                     | 男性60代 |
| 3   | 日産自動車          | 有名だから                                     | 女性20代 |
| 3   | 日産自動車          | 技術的に優れていると思うから。                           | 女性40代 |
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 世界最大の鉄道会社であり、技術開発にも積極的だから                 | 男性20代 |
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 鉄道の運行管理がすばらしい                             | 男性20代 |
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 鉄道安全性と安定性は世界1だから                          | 男性20代 |
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 世界に売り込めるので                                | 男性20代 |
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 世界でもトップクラスの鉄道会社だから                        | 男性20代 |
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | ダイヤが正確                                    | 男性20代 |
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 日本の鉄道は世界一だから                              | 男性30代 |
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 正確な電車の運行時間などが優れているから                      | 男性40代 |

| ランク | 企業名            | 選んだ理由                                   | 性別年代  |
|-----|----------------|---|-------|
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 安全                                      | 男性40代 |
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 他国にはない、日本の企業で感じがするから。時間通りの運行など          | 男性50代 |
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 時間通りに走り、接客対応も丁寧なため。日本人の理想像のテンプレ的存在だと思う。 | 女性20代 |
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 正確                                      | 女性50代 |
| 4   | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | システムが優秀                                 | 女性60代 |
| 5   | パナソニック         | ユーザビリティ入学長けている                          | 男性30代 |
| 5   | パナソニック         | 革新的な製品を世に送り出しているから。                     | 男性30代 |
| 5   | パナソニック         | 知名度も高く誇れる技術を持っていると思うから                  | 男性40代 |
| 5   | パナソニック         | 創業者精神をひきついでいるから                         | 男性40代 |
| 5   | パナソニック         | 世界中に知らない人は少ないと思う                        | 男性40代 |
| 5   | パナソニック         | 理由はありません。松下電工は世界企業だと思います。               | 男性50代 |
| 5   | パナソニック         | 家電製品を含め安定した商品であり、アフター面も安心できる。           | 男性60代 |
| 5   | パナソニック         | 世界一                                     | 男性60代 |
| 5   | パナソニック         | 固い企業                                    | 女性20代 |
| 5   | パナソニック         | 世界の色々な国々で使われているから。                      | 女性20代 |
| 5   | パナソニック         | 誰でも知ってる会社                               | 女性30代 |
| 5   | パナソニック         | 松下幸之助がすごいから                             | 女性30代 |
| 5   | パナソニック         | 創業者の考えもそうだし、今の社風も良さそうだから。               | 女性40代 |
| 5   | パナソニック         | 技術力があるから                                | 女性40代 |
| 5   | パナソニック         | 日本の電化製品開発技術に優れているとおもうから                 | 女性40代 |
| 5   | パナソニック         | 商品の良さ                                   | 女性40代 |
| 5   | パナソニック         | 自宅の家電がパナソニックが多いので                       | 女性50代 |
| 5   | パナソニック         | 技術開発が素晴らしい                              | 女性50代 |
| 5   | パナソニック         | 最初一代から世界のパナソニックに                        | 女性60代 |
| 6   | ソニー            | 世界的企業                                   | 男性20代 |
| 6   | ソニー            | 世界的に有名で、製品の質も高いから。                      | 男性20代 |
| 6   | ソニー            | 最高                                      | 男性20代 |
| 6   | ソニー            | 技術                                      | 男性20代 |
| 6   | ソニー            | ウォークマン                                  | 男性30代 |
| 6   | ソニー            | 生活を変えたから                                | 男性30代 |
| 6   | ソニー            | 海外の企業に負けない技術力があるし販売している実績もある            | 男性30代 |
| 6   | ソニー            | 独創的だから                                  | 男性30代 |
| 6   | ソニー            | playstationが世界的に売れているから                 | 男性30代 |
| 6   | ソニー            | 誰もが知っているグローバル企業                         | 男性30代 |
| 6   | ソニー            | ものづくりに優れている                             | 男性30代 |
| 6   | ソニー            | 技術がすばらしい                                | 男性40代 |
| 6   | ソニー            | 革新                                      | 男性40代 |
| 6   | ソニー            | 世界初が多く存在しているため                          | 男性50代 |
| 6   | ソニー            | 世界中で売れる                                 | 男性50代 |
| 6   | ソニー            | 現在は落ちてしまったが、ニーズを創出し続けたカルチャー             | 男性50代 |
| 6   | ソニー            | 小さな町工場から始まり、世界に館たる精密電気電子機器を広めたため        | 男性50代 |
| 6   | ソニー            | 常に先進的                                   | 男性60代 |
| 6   | ソニー            | 世界に先駆けた先進技術開発                           | 男性60代 |
| 6   | ソニー            | 電化製品といえばSONYが一番オリティが高いと思う。              | 女性20代 |
| 6   | ソニー            | 電気機器類が優れているから                           | 女性20代 |
| 6   | ソニー            | 海外でも名前が知られている                           | 女性20代 |
| 6   | ソニー            | 有名だし、技術も素晴らしいし外国からもソニーブランドが好きって聞く人が多いから | 女性20代 |
| 6   | ソニー            | 世界に名が知れ渡っているから                          | 女性20代 |
| 6   | ソニー            | スマホ テレビなど品質もよく、知名度も高いから。                | 女性20代 |
| 6   | ソニー            | 品質がいいから                                 | 女性30代 |
| 6   | ソニー            | 世界中で商品が使われているから                         | 女性30代 |
| 6   | ソニー            | 知名度                                     | 女性40代 |

| ランク | 企業名          | 選んだ理由  | 性別年代  |
|-----|--------------|--|-------|
| 6   | ソニー          | 技術力  | 女性40代 |
| 6   | ソニー          | 再び復活してきているから                                       | 女性40代 |
| 6   | ソニー          | 世界的知名度。  | 女性40代 |
| 6   | ソニー          | 一番メジャーだから  | 女性50代 |
| 6   | ソニー          | 世界的有名だから   | 女性50代 |
| 6   | ソニー          | sony 製品  | 女性50代 |
| 6   | ソニー          | 世界中で高く評価されている製品を作っている                              | 女性50代 |
| 6   | ソニー          | 技術力  | 女性50代 |
| 6   | ソニー          | 製品がすきだから   | 女性50代 |
| 6   | ソニー          | 有名   | 女性60代 |
| 6   | ソニー          | 海外でよく聞かれる  | 女性60代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | 世界一、正確な時間で新幹線を運営しているから。                            | 男性20代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | リニアの開発を行っている。                                      | 男性20代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | 新幹線といえば…やはりこの会社だと思うから                              | 男性20代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | 超電導リニアを世界で唯一有しているから。                               | 男性20代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | リニアの技術   | 男性20代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | 新幹線の人身事故がないから                                      | 男性30代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | 新幹線技術  | 男性40代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | 新幹線の開発力・技術力が高い                                     | 男性40代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | 東海道新幹線   | 男性60代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | 日本の大動脈、新幹線を管轄してるから                                 | 女性20代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | 鉄道分野における技術力、開発力、正確性が世界ナンバー1だと思うから。                 | 女性50代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | 東海道新幹線。その技術の高さ、安全性。                                | 女性60代 |
| 7   | 東海旅客鉄道(JR東海) | 日本の新幹線は安全性などいろいろな面から素晴らしいと思うから                     | 女性60代 |
| 8   | サントリー        | ユニークな飲料を提供   | 男性40代 |
| 8   | サントリー        | ウイスキーがあるから   | 男性40代 |
| 8   | サントリー        | ウイスキーが、世界でも人気なので                                   | 男性50代 |
| 8   | サントリー        | リサイクルや自然保護などの取り組みをたくさんしているから                       | 男性60代 |
| 8   | サントリー        | いろいろなジャンルにとりくんでいるから                                | 男性60代 |
| 8   | サントリー        | 製品が優れている、文化活動に熱心、余裕がある感じ                           | 女性20代 |
| 8   | サントリー        | 環境を大切にしている   | 女性30代 |
| 8   | サントリー        | 環境問題に取り組んでいる会社だと思う。                                | 女性60代 |
| 9   | 味の素          | どれもとても良い企業だが、『味の素』は応援しているスポーツチームのメインスポンサーだ。商品も高品質。 | 男性20代 |
| 9   | 味の素          | 海外でも人気ブランドの為                                       | 男性30代 |
| 9   | 味の素          | 使用用途が広い  | 男性30代 |
| 9   | 味の素          | 独自研究による商品開発をベースとして起業し、世界的な商品に成長させた                 | 男性50代 |
| 9   | 味の素          | 和の基本を究めた。  | 男性60代 |
| 9   | 味の素          | グルタミン酸ソーダの存在に気づき、「うまみ」という味を世界に広めた。                 | 男性60代 |
| 9   | 味の素          | 発展途上国の子供たちに貢献しているとテレビCMで見たような                      | 女性50代 |
| 9   | 味の素          | 世界での社会貢献が大きい                                       | 女性60代 |
| 10  | 日清食品         | 海外でも人気だから  | 男性20代 |
| 10  | 日清食品         | おいしい   | 男性20代 |
| 10  | 日清食品         | イメージ。  | 男性40代 |
| 10  | 日清食品         | カップヌードルは素晴らしい                                      | 男性50代 |
| 10  | 日清食品         | インスタント系の先駆けで今なお、根強い人気と商品開発力をもつから。                  | 男性50代 |
| 10  | 日清食品         | ラーメンを世界に広めた  | 男性50代 |
| 10  | 日清食品         | 世界の一般人が知っている企業名                                    | 男性50代 |
| 10  | 日清食品         | 創業者がエライ。   | 男性60代 |
| 10  | 日清食品         | チキンラーメンの開発   | 男性60代 |
| 10  | 日清食品         | おいしいから   | 女性30代 |
| 10  | 日清食品         | 世界中にカップヌードルを広めたので。                                 | 女性30代 |



| ランク | 企業名            | 選んだ理由                               | 性別年代  |
|-----|----------------|-------------------------------------|-------|
| 10  | 日清食品           | 世界に浸透した日本の味なので                      | 女性40代 |
| 10  | 日清食品           | 世界で売られている                           | 女性40代 |
| 10  | 日清食品           | カップヌードル                             | 女性50代 |
| 10  | 日清食品           | 時代の先端の食品を作るから。                      | 女性50代 |
| 10  | 日清食品           | インスタント食品の日本の技術は世界に誇れると思う            | 女性50代 |
| 10  | 日清食品           | ラーメンを作った人                           | 女性60代 |
| 11  | ブリヂストン         | グローバル企業                             | 男性30代 |
| 11  | ブリヂストン         | 性能がいい                               | 男性40代 |
| 11  | ブリヂストン         | レースで強い                              | 男性50代 |
| 11  | ブリヂストン         | いい会社だから                             | 男性50代 |
| 11  | ブリヂストン         | 性能がいい                               | 男性60代 |
| 11  | ブリヂストン         | 品質が高い                               | 女性40代 |
| 11  | ブリヂストン         | 安全なタイヤを提供する                         | 女性50代 |
| 12  | TOTO           | トイレの性能が素晴らしいから                      | 男性20代 |
| 12  | TOTO           | 親しみやすく、どこの国でも使える製品だから               | 男性20代 |
| 12  | TOTO           | トイレ用品で最先端の技術を駆使した製品を出しているから         | 男性30代 |
| 12  | TOTO           | ウォシュレットの技術はいい                       | 男性50代 |
| 12  | TOTO           | 外国に誇れるトイレだから。                       | 女性20代 |
| 12  | TOTO           | 何となくよく聞くから                          | 女性20代 |
| 12  | TOTO           | あまり詳しくは分からないが、世界に誇れる商品を作っていると思うから。  | 女性30代 |
| 12  | TOTO           | トイレの快適さはどこにも負けないと思う。                | 女性30代 |
| 12  | TOTO           | トイレの最高峰。最先端。                        | 女性30代 |
| 12  | TOTO           | 品質                                  | 女性40代 |
| 12  | TOTO           | 品質が良い                               | 女性40代 |
| 12  | TOTO           | 一流商品を製造しているから                       | 女性40代 |
| 12  | TOTO           | ウォシュレット等の開発                         | 女性50代 |
| 12  | TOTO           | 洗浄機能付き便座は世界でも人気が高いので                | 女性50代 |
| 12  | TOTO           | トイレのウォシュレットが海外でも人気があり認知度が高そう。       | 女性50代 |
| 12  | TOTO           | ウォシュレットの開発は他国ではみられない                | 女性50代 |
| 12  | TOTO           | トイレ事情に精通していて全世界に広まっているから            | 女性50代 |
| 12  | TOTO           | 便器の技術は世界一だと思います                     | 女性60代 |
| 12  | キヤノン           | 有名だから                               | 男性30代 |
| 12  | キヤノン           | いつも前進志向                             | 男性50代 |
| 12  | キヤノン           | 海外にライバルがない                          | 男性60代 |
| 12  | キヤノン           | いろいろな光学機器のトップと思う                    | 男性60代 |
| 12  | キヤノン           | 世界的な精密機器メーカー                        | 男性60代 |
| 12  | キヤノン           | オリンピックや国際舞台で海外の方にも使用されている名高い製品が多いから | 女性20代 |
| 12  | キヤノン           | カメラ技術の高さで世界のあらゆるシーンで採用されているから       | 女性30代 |
| 12  | キヤノン           | 世界中の人に使用されているから                     | 女性30代 |
| 12  | キヤノン           | カメラなど世界中で使われており、技術力があるから            | 女性40代 |
| 12  | キヤノン           | 海外で見るから                             | 女性40代 |
| 12  | キヤノン           | クオリティが高いから                          | 女性50代 |
| 12  | キヤノン           | 医療分野等、人が生きて行く上で大きな貢献をしていると思うから。     | 女性60代 |
| 14  | 全日本空輸(ANA)     | 安全                                  | 男性30代 |
| 14  | 全日本空輸(ANA)     | 自分で使っていてもサービスがよいし、よくそういう評価をする雑誌をみる。 | 女性30代 |
| 14  | 全日本空輸(ANA)     | しっかりした企業だ                           | 女性60代 |
| 15  | 西日本旅客鉄道(JR西日本) | 世界に誇る、鉄道                            | 女性50代 |
| 16  | 三菱商事           | やっぱり天下の三菱                           | 男性20代 |
| 16  | 三菱商事           | 有名                                  | 男性30代 |
| 16  | 三菱商事           | 商社No1の企業                            | 男性50代 |

| ランク | 企業名        | 選んだ理由                                       | 性別年代  |
|-----|------------|---|-------|
| 17  | キューピー      | 有名  | 男性30代 |
| 17  | キューピー      | どこの家庭でも見かける。ドレッシングはどの種類を買ってもハズレがなく、品質も良さそう。 | 女性30代 |
| 17  | キューピー      | マヨネーズのおいしさは世界一だと思う。                         | 女性40代 |
| 17  | キッコーマン     | 醤油の代名詞                                      | 男性40代 |
| 17  | キッコーマン     | 個性  | 男性40代 |
| 17  | キッコーマン     | 醤油をはじめとする調味料が優れている                          | 男性60代 |
| 17  | キッコーマン     | 醤油といえば                                      | 女性50代 |
| 17  | キッコーマン     | 日本独自の調味料、お醤油を作り続けていて、世界中にも販売しているから          | 女性50代 |
| 17  | キッコーマン     | お醤油は日本の調味料の代表だから                            | 女性60代 |
| 17  | 富士フィルム     | 名実ともに日本を代表する企業だし、イメージがクリーンだから               | 男性20代 |
| 17  | 富士フィルム     | 有名  | 男性30代 |
| 17  | 富士フィルム     | 技術があり、流用できて生き残れた                            | 男性30代 |
| 17  | 富士フィルム     | 技術がいいから                                     | 男性40代 |
| 17  | 富士フィルム     | 医療分野の製品技術                                   | 男性60代 |
| 17  | 富士フィルム     | 製品の品質が素晴らしい                                 | 女性30代 |
| 17  | 富士フィルム     | 商品開発能力                                      | 女性40代 |
| 17  | 富士フィルム     | 医薬事業  | 女性50代 |
| 17  | 富士フィルム     | 高度な技術力と、選りすぐりの人材                            | 女性50代 |
| 17  | 富士フィルム     | 医療でも有名                                      | 女性60代 |
| 20  | 日立製作所      | 大規模   | 男性30代 |
| 20  | 日立製作所      | 日本最大の大きい電機メーカーだから                           | 男性40代 |
| 20  | 日立製作所      | 企業としての展望がある。                                | 男性60代 |
| 20  | 日立製作所      | 先進的だから                                      | 女性20代 |
| 20  | 日立製作所      | 世界で有名                                       | 女性20代 |
| 20  | 日立製作所      | グローバル企業だから。                                 | 女性40代 |
| 20  | 日立製作所      | 技術が素晴らしい                                    | 女性40代 |
| 20  | 日立製作所      | 世界中で活躍しているから                                | 女性50代 |
| 20  | 日立製作所      | グローバルに活動している。                               | 女性60代 |
| 20  | 日立製作所      | 新幹線   | 女性60代 |
| 20  | 日本航空 (JAL) | 日本の空を支えてきた。再建した。                            | 男性20代 |
| 20  | 日本航空 (JAL) | 定時運航率など                                     | 男性30代 |
| 20  | 日本航空 (JAL) | 日本が入ってるから                                   | 男性40代 |
| 20  | 日本航空 (JAL) | 飛行機が世界各国に飛んでる                               | 女性30代 |
| 20  | 日本航空 (JAL) | 人気ランキングでも常に上位にくるから                          | 女性30代 |
| 20  | 日本航空 (JAL) | 大手だから                                       | 女性40代 |
| 20  | セブン-イレブン   | システムがすごいから                                  | 男性20代 |
| 20  | セブン-イレブン   | どこにでもあるから                                   | 男性20代 |
| 20  | セブン-イレブン   | 革新的に始まり、それを維持                               | 男性40代 |
| 20  | セブン-イレブン   | どこにでもあり、24時間営業をしている。海外にはない品ぞろえのコンビニだから      | 女性20代 |
| 20  | セブン-イレブン   | 大手で誰もが知っているから                               | 女性20代 |
| 20  | セブン-イレブン   | ただのコンビニだったはずが、いまや幅広い出店をしていて、海外にも進出しているから。   | 女性20代 |
| 20  | セブン-イレブン   | 新しい店舗形態の確立                                  | 女性30代 |
| 20  | セブン-イレブン   | 世界に店舗がありそう                                  | 女性40代 |
| 20  | セブン-イレブン   | 新しいことを始めるのが早い                               | 女性40代 |
| 20  | セブン-イレブン   | 全国どこに店舗を出しても大規模だから                          | 女性50代 |
| 20  | セブン-イレブン   | 生活に便利                                       | 女性60代 |

図表E 第4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<br>順位 | 前回<br>順位 | 変動     | 重視するイメージ | 今回<br>回答率(%) | 前回<br>回答率(%) | 変動幅     |
|----------|----------|--------|----------|--------------|--------------|---------|
| 1        | 1        | → (0)  | 技術力      | 44.5         | 37.6         | +6.9Pt. |
| 2        | 2        | → (0)  | 製品・商品の品質 | 36.9         | 33.5         | +3.4Pt. |
| 3        | 5        | ↑ (2)  | 経営理念・姿勢  | 25.4         | 21.3         | +4.1Pt. |
| 4        | 3        | ↓ (-1) | ニーズ      | 23.6         | 25.7         | ▲2.1Pt. |
| 5        | 4        | ↓ (-1) | 独創性      | 21.4         | 21.6         | ▲0.2Pt. |
| 6        | 6        | → (0)  | 誠実さ      | 21.1         | 20.5         | +0.6Pt. |
| 7        | 9        | ↑ (2)  | 業界シェア    | 19.9         | 19.0         | +0.9Pt. |
| 8        | 8        | → (0)  | サービス力    | 17.6         | 19.3         | ▲1.7Pt. |
| 9        | 11       | ↑ (2)  | 企業規模     | 17.5         | 16.5         | +1.0Pt. |
| 10       | 12       | ↑ (2)  | 社会貢献     | 17.5         | 15.3         | +2.2Pt. |
| 11       | 7        | ↓ (-4) | 歴史・伝統    | 16.1         | 19.4         | ▲3.3Pt. |
| 12       | 10       | ↓ (-2) | 資本金      | 16.0         | 17.6         | ▲1.6Pt. |
| 13       | 13       | → (0)  | ビジネスモデル  | 13.3         | 14.6         | ▲1.3Pt. |
| 14       | 14       | → (0)  | 勤勉性      | 11.6         | 11.6         | +0.0Pt. |

図表F 第4回「100年後も生き残ると思う日本企業」／10年間高格付維持企業

| 順位 | 企業名            | 都道府県 | 業種           | 10年間<br>高格付維持 |
|----|----------------|------|--------------|---------------|
| 1  | トヨタ自動車         | 愛知県  | 自動車製造業       | ○             |
| 2  | 本田技研工業(ホンダ)    | 東京都  | 自動車製造業       | ○             |
| 3  | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 東京都  | 鉄道業          | ○             |
| 3  | 日産自動車          | 神奈川県 | 自動車製造業       | ○             |
| 5  | パナソニック         | 大阪府  | 電気機器製造業      | ○             |
| 6  | ソニー            | 東京都  | 電気機器製造業      | ○             |
| 7  | 東海旅客鉄道(JR東海)   | 愛知県  | 鉄道業          | ○             |
| 8  | サントリー          | 大阪府  | 飲料品等製造業      |               |
| 9  | 味の素            | 東京都  | 食料品製造業       | ○             |
| 10 | 日清食品           | 東京都  | 食料品製造業       | ○             |
| 11 | ブリヂストン         | 東京都  | ゴム製品製造業      | ○             |
| 12 | TOTO           | 福岡県  | 衛生陶器・住宅設備製造業 | ○             |
| 12 | キャノン           | 東京都  | 電気機器製造業      | ○             |
| 14 | 全日本空輸(ANA)     | 東京都  | 航空運輸業        |               |
| 15 | 西日本旅客鉄道(JR西日本) | 大阪府  | 鉄道業          | ○             |
| 16 | 三菱商事           | 東京都  | 各種商品卸売業      | ○             |
| 17 | キューピー          | 東京都  | 食料品製造業       | ○             |
| 17 | キッコーマン         | 東京都  | 食料品製造業       | ○             |
| 17 | 富士フイルム         | 東京都  | 化学工業         | ○             |
| 20 | 日立製作所          | 東京都  | 電気機器製造業      | ○             |
| 20 | 日本航空(JAL)      | 東京都  | 航空運輸業        |               |
| 20 | セブン-イレブン       | 東京都  | 各種商品小売業      | ○             |

図表 G 第4回「100年後も生き残ると思う日本企業」／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         | 84年  | 10兆8,594億円 | 67.4%  | 2016/3期  |
| 2  | 本田技研工業(ホンダ)    | 71年  | 1兆9,476億円  | 69.0%  | 2017/3期  |
| 3  | 日産自動車          | 84年  | 2兆4,910億円  | 50.2%  | 2016/3期  |
| 3  | 東日本旅客鉄道(JR東日本) | 68年  | 2兆2,000億円  | 29.8%  | 2017/3期  |
| 5  | パナソニック         | 99年  | 8,797億円    | 17.8%  | 2016/3期  |
| 6  | ソニー            | 71年  | 2兆5,873億円  | 69.3%  | 2017/3期  |
| 7  | 東海旅客鉄道(JR東海)   | 68年  | 2兆5,828億円  | 37.9%  | 2017/3期  |
| 8  | サントリー          | 118年 | 5,307億円    | 25.9%  | 2015/12期 |
| 9  | 味の素            | 110年 | 3,601億円    | 40.6%  | 2016/3期  |
| 10 | 日清食品           | 69年  | 2,561億円    | 63.1%  | 2016/3期  |
| 11 | ブリヂストン         | 86年  | 1兆5,002億円  | 76.2%  | 2016/12期 |
| 12 | TOTO           | 105年 | 3,061億円    | 55.2%  | 2017/3期  |
| 12 | キヤノン           | 84年  | 1兆4,526億円  | 45.7%  | 2016/12期 |
| 14 | 全日本空輸(ANA)     | 65年  | 7,347億円    | 42.9%  | 2017/3期  |
| 15 | 西日本旅客鉄道(JR西日本) | 68年  | 7,100億円    | 27.3%  | 2017/3期  |
| 16 | 三菱商事           | 99年  | 2兆3,362億円  | 30.8%  | 2016/3期  |
| 17 | キューピー          | 99年  | 1,522億円    | 62.7%  | 2016/11期 |
| 17 | キッコーマン         | 100年 | 984億円      | 39.0%  | 2017/3期  |
| 17 | 富士フイルム         | 83年  | 1兆4,153億円  | 75.4%  | 2016/3期  |
| 20 | 日立製作所          | 107年 | 1兆3,784億円  | 35.6%  | 2016/3期  |
| 20 | 日本航空(JAL)      | 66年  | 8,365億円    | 53.5%  | 2016/3期  |
| 20 | セブン-イレブン       | 97年  | 1兆4,792億円  | 80.1%  | 2017/2期  |

図表 H 第4回「100年後も生き残ると思う日本企業」／上場企業純資産額ランキング上位20(単体)

| 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            | 10兆8,594億円 | 67.4%  | 2016/3期 |
| 2  | 三菱UFJフィナンシャル・グループ | 8兆4,823億円  | 92.8%  | 2016/3期 |
| 3  | 日本郵政              | 8兆0,577億円  | 95.7%  | 2016/3期 |
| 4  | 三井住友フィナンシャルグループ   | 5兆2,729億円  | 64.4%  | 2016/3期 |
| 5  | みずほフィナンシャルグループ    | 5兆1,972億円  | 73.6%  | 2016/3期 |
| 6  | NTTドコモ            | 4兆9,888億円  | 75.6%  | 2016/3期 |
| 7  | 日本電信電話            | 4兆7,179億円  | 66.9%  | 2016/3期 |
| 8  | KDDI              | 3兆1,826億円  | 72.7%  | 2016/3期 |
| 9  | 東海旅客鉄道(JR東海)      | 2兆5,828億円  | 37.9%  | 2017/3期 |
| 10 | 日産自動車             | 2兆4,910億円  | 50.2%  | 2016/3期 |
| 11 | 東京海上ホールディングス      | 2兆4,842億円  | 99.9%  | 2016/3期 |
| 11 | ソニー               | 2兆4,827億円  | 67.3%  | 2016/3期 |
| 13 | 野村ホールディングス        | 2兆4,212億円  | 32.8%  | 2016/3期 |
| 14 | 国際石油開発帝石          | 2兆3,399億円  | 70.3%  | 2016/3期 |
| 15 | 三菱商事              | 2兆3,362億円  | 30.8%  | 2016/3期 |
| 16 | 東日本旅客鉄道(JR東日本)    | 2兆2,000億円  | 29.8%  | 2017/3期 |
| 17 | デンソー              | 2兆1,923億円  | 63.0%  | 2016/3期 |
| 18 | 京セラ               | 1兆8,909億円  | 79.1%  | 2016/3期 |
| 19 | 豊田自動織機            | 1兆8,797億円  | 58.4%  | 2016/3期 |
| 20 | 本田技研工業(ホンダ)       | 1兆8,616億円  | 65.8%  | 2016/3期 |

図表1 第4回「100年後も生き残ると思う日本企業」／業歴ごと企業件数(2017年)

| 業歴         | 企業数       | 比率     |
|------------|-----------|--------|
| 集計不能       | 379,527   | 12.5%  |
| 1年未満       | 97,992    | 3.2%   |
| 1年以上3年未満   | 224,652   | 7.4%   |
| 3年以上5年未満   | 193,189   | 6.3%   |
| 5年以上10年未満  | 429,312   | 14.1%  |
| 10年以上20年未満 | 641,081   | 21.0%  |
| 20年以上50年未満 | 858,720   | 28.2%  |
| 50年以上70年未満 | 206,187   | 6.8%   |
| 70年以上90年未満 | 13,139    | 0.4%   |
| 90年以上95年未満 | 1,004     | 0.03%  |
| 95年以上99年未満 | 1,046     | 0.03%  |
| 100年以上     | 903       | 0.03%  |
| 合計         | 3,046,750 | 100.0% |