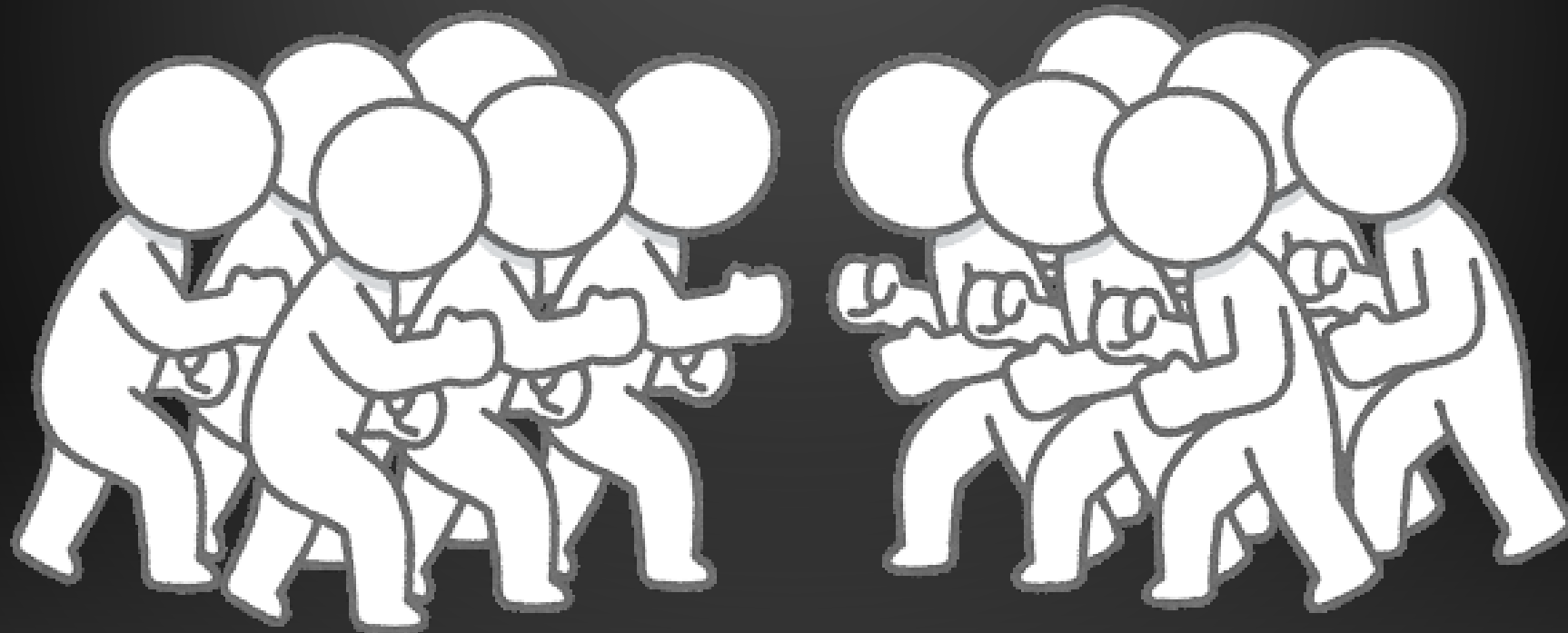


ゲームにおける 先手後手の優位性

松尾 大空

先手？ 後手？



テーマ設定の理由



先手or後手

レポートの流れ

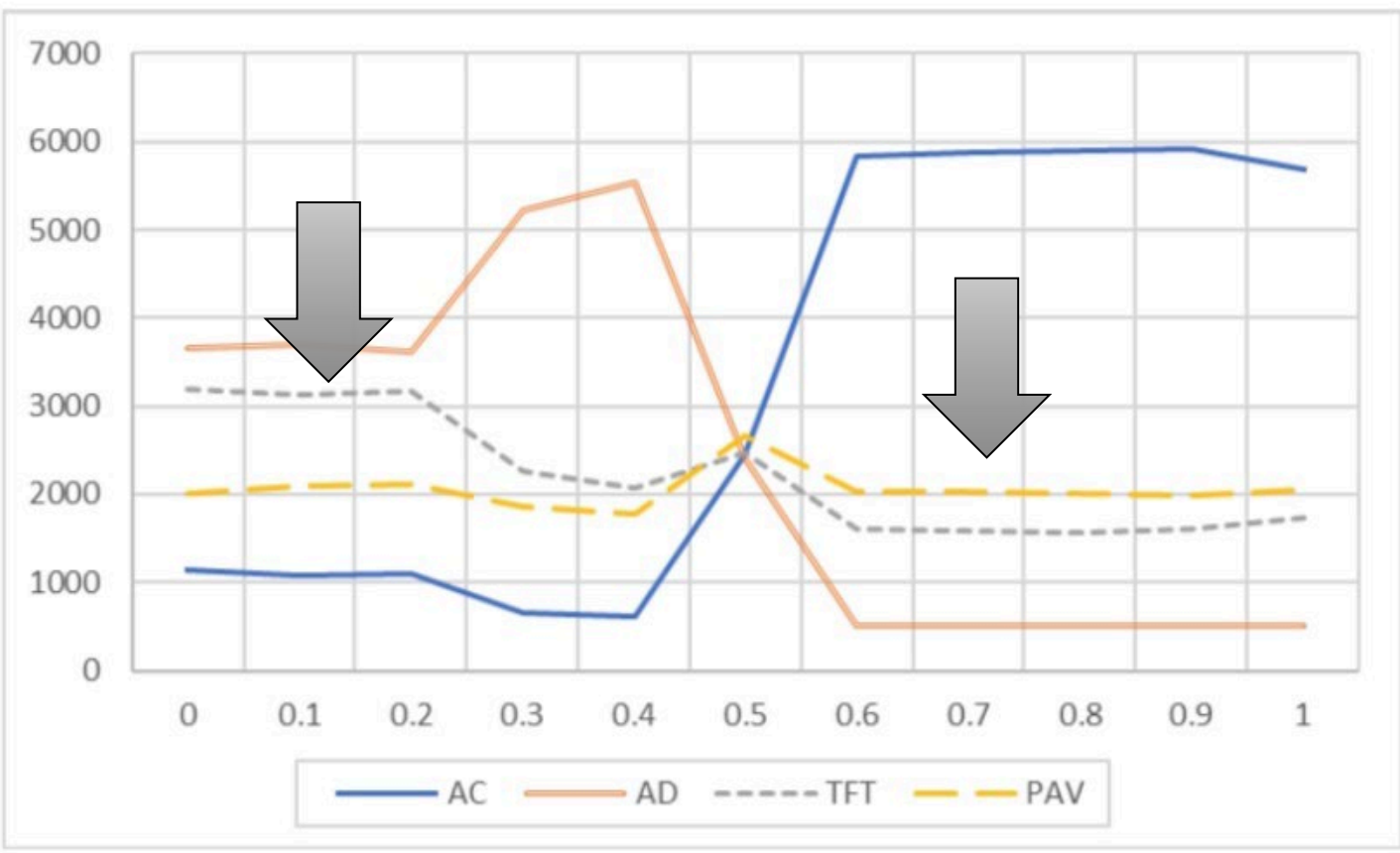
ノイズ付き囚人のジレンマ
ゲームの実験

マーケティングからの考察



ノイズ付き囚人のジレンマ

		B	
		協調	裏切り
A	協調	A:3 B:3	A:0 B:5
	裏切り	A:5 B:0	A:1 B:1



AC：協調戦略

AD：裏切り戦略

TFT：しっぺ返し
(相手の手をまねる)

PAV：パブロフ戦略
(うまくいかなかったら
手を変える)



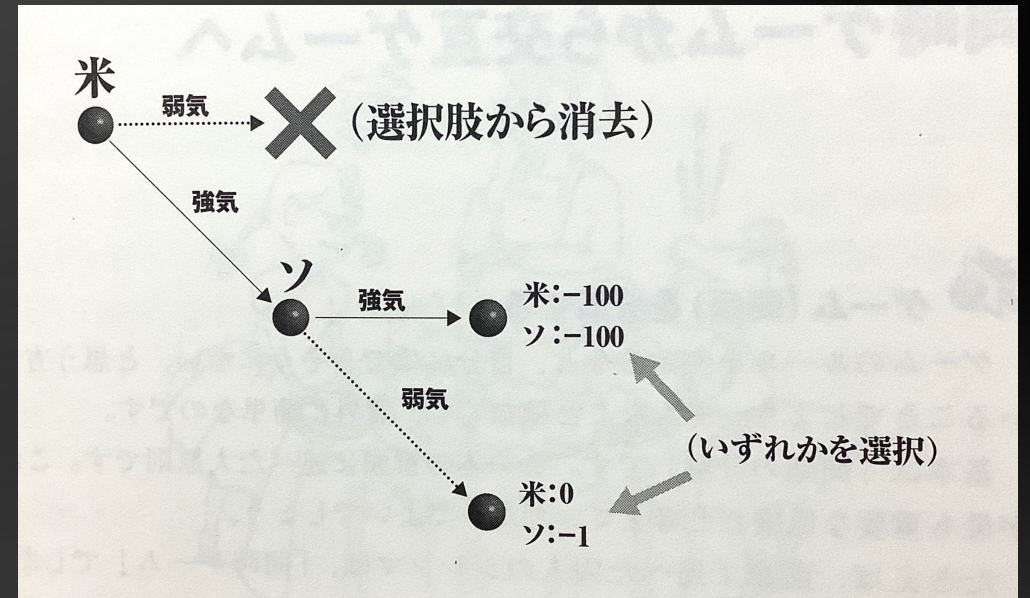
負けない手

参照：原田凌太・中桐齊之『囚人のジレンマゲーム
のシミュレーション解析—協調戦略の可能性—』

ゲームを変える

- キューバ危機

		旧ソ連	
		弱気	強気
米	弱気	米:0 ソ:0	米:-1 ソ:0
	強気	米:0 ソ:-1	米:-100 ソ:-100



同時ゲーム

交互ゲーム

マーケティングの囚人のジレンマ化

		顧客	
		需要あり	需要なし
A社	参入	A社：5 顧客：5	A社：-3 顧客：0
	撤退	A社：0 顧客：-3	A社：1 顧客：1

顧客は意思のないプレイヤー

⇒どちらを選ぶか理論的に

説明できない



A社からするとジレンマ

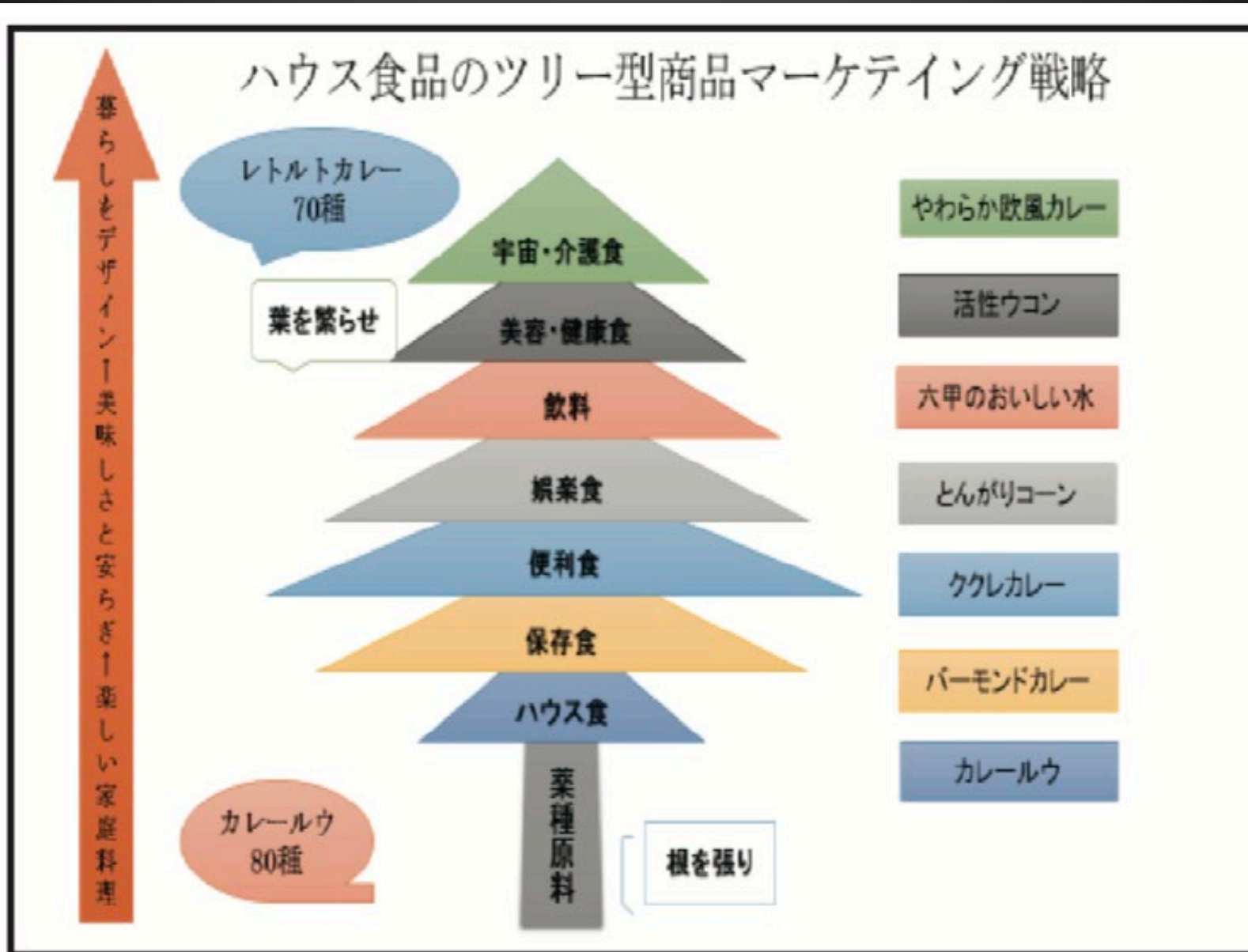
ハウス食品の例

- ツリー型思考によるマーケティング戦略

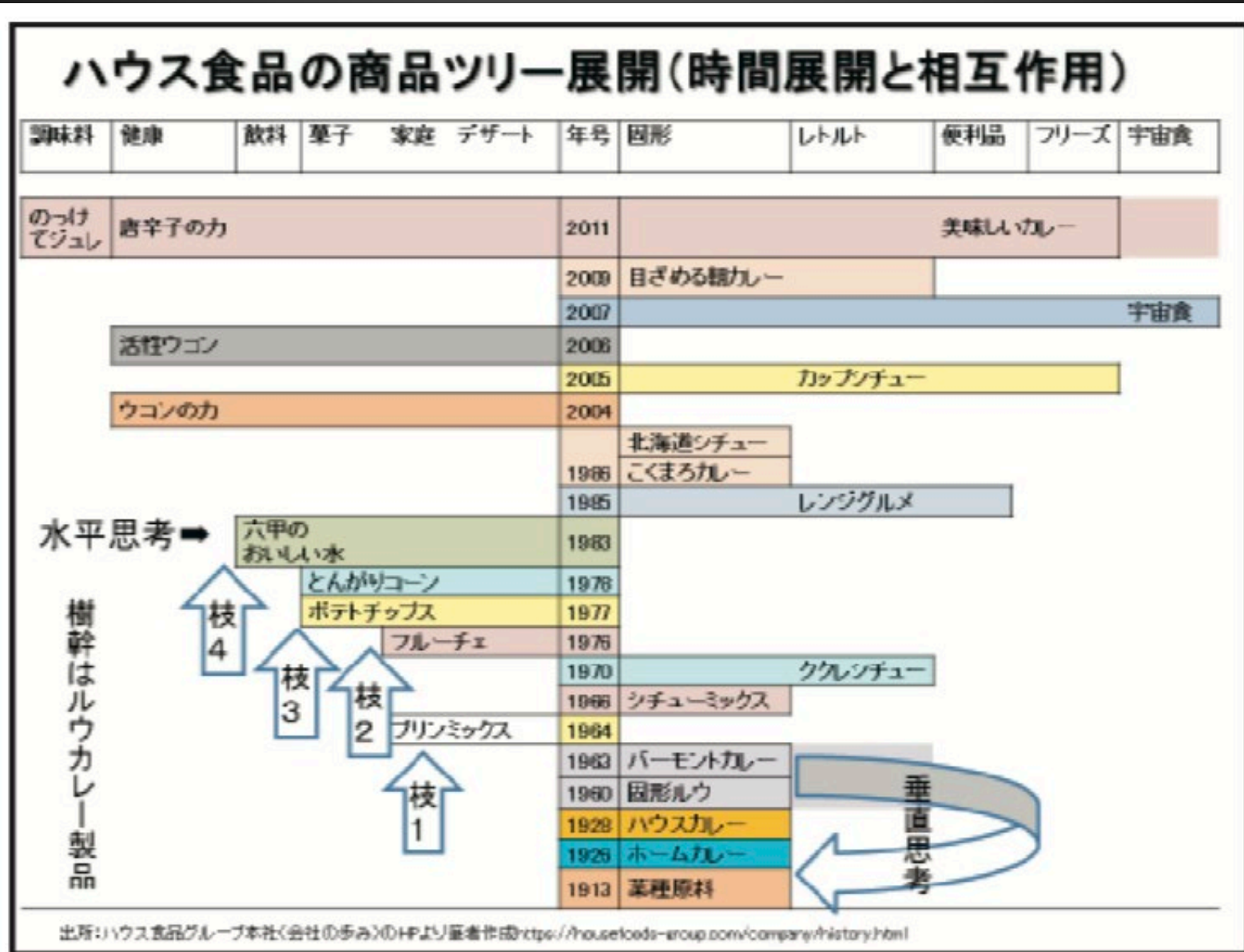
⇒ 水平思考と垂直思考を同時に行う

利点：いらなくなったら切り落とせる

畑中艶子『ツリー型思考によるマーケティング戦略 ハウス食品の商品を事例に』

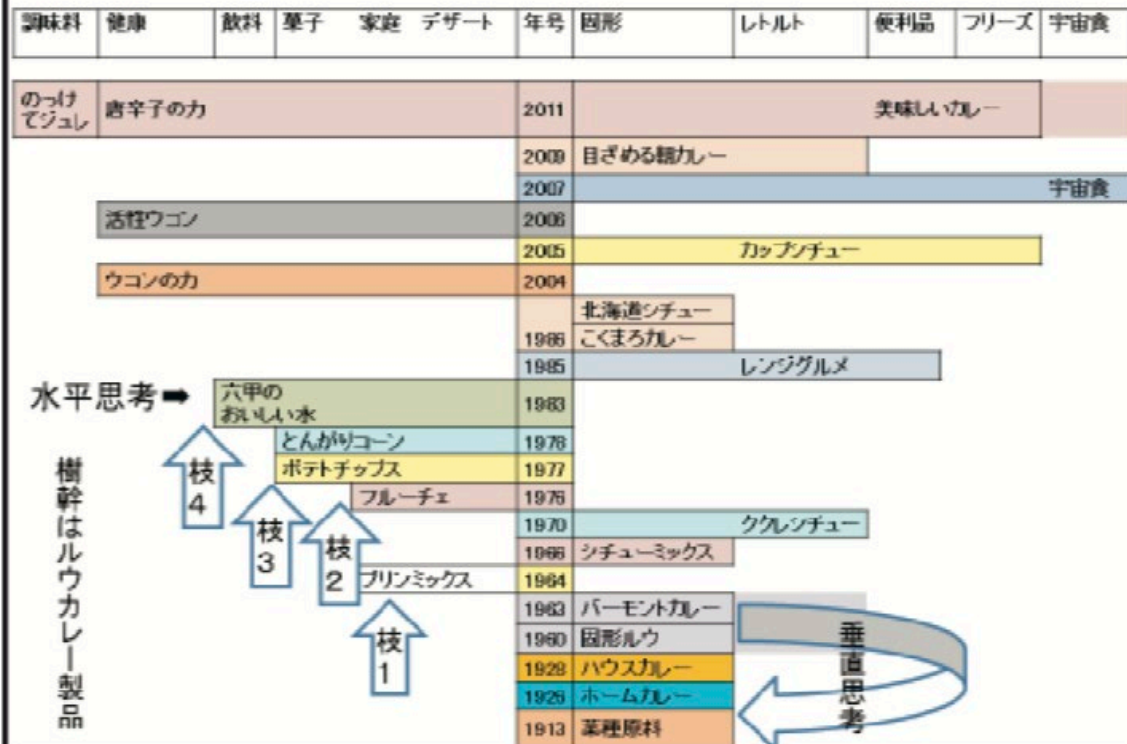


畑中艶子『ツリー型思考によるマーケティング戦略
ハウス食品の商品を事例に』



ハウス食品の例

ハウス食品の商品ツリー展開(時間展開と相互作用)



出所:ハウス食品グループ本社(会社①のみ)のHPより筆者作成(<http://housefoods-group.com/company/history.html>)

カレー業界には後発参入



レトルトカレーや固形ルウ

⇒先手を打つ

マーケティング

まとめ

キューバ危機

⇒ 先手を打ったことにより解決

ハウス食品の例

⇒ 先手のマーケティングによる成功

先手のほうが優位である

※囚人のジレンマでは後手型が優位

参考文献

逢沢明『ゲーム理論トレーニング』（かんき出版、2003）

沼田幹『わかりやすいマーケティング戦略』（有斐閣、2000）

原田凌太・中桐齊之『囚人のジレンマゲームのシミュレーション
解析－協調戦略の可能性－』

畑中艶子『ツリー型思考によるマーケティング戦略　ハウス食品
の商品を事例に　』