

問題 6 - 1 3 「顧客の総合的な特徴モデル」

【解答】 B

【解説】 この問題の目的は、互いに相関のある多数の変数（10 種類の顧客データ）を、情報の損失をできるだけ少なくしつつ、より少数の変数（2～3 個の新しい指標）に変換（次元削減）することである。これはまさに主成分分析が解決しようとする課題である。主成分分析は、データが最もばらついている方向（分散が最大になる方向）を新しい軸（第 1 主成分）として見つけ出す。次に、最初の軸と直交する方向で、次に分散が大きくなる方向を第 2 主成分として見つける。このプロセスにより、元の 10 個の指標が持っていた情報の大部分を、新しい 2 つか 3 つの主成分（合成変数）に集約することができる。得られた主成分を座標軸として顧客データをプロットすることで、高次元空間では見えなかったデータの構造やクラス（顧客グループ）を視覚的に捉えることが可能になる。