

LESSON 42

提供されたアパレル通販の購買履歴データをまとめると、以下のようになります。

1. データの概要と期間 このデータは、顧客ID、購入日、商品カテゴリ、商品名、単価、数量、購入金額、購入チャネル、会員ランクの9項目で構成されています。記録されている期間は2025年10月から2026年3月までの約半年間です。

2. 会員ランク別の購買傾向 顧客の会員ランクは「ゴールド」「シルバー」「レギュラー」「新規」の4種類に分かれています。

- ・ ゴールド会員（C001～C003）：購入頻度が非常に高く、一人あたり5～8回ほど購入しています。単価の高いアウターから日常的なトップス、小物まで幅広く購入しており、優良顧客層であることが伺えます。
- ・ シルバー・レギュラー会員：ゴールド会員に次いで定期的に購入していますが、頻度は一人あたり1～5回程度です。
- ・ 新規会員（C011～C017）：1回の購入にとどまっており、Tシャツやスニーカー、シャツなどの比較的単価の低いアイテムを購入して利用を開始しているケースが多く見られます。

3. 利用されている購入チャネル 主に「アプリ」と「PC_Web」が利用されており、一部「電話注文」も活用されています。ただし、一部の顧客（C004、C005、C007、C014）の記録において、購入チャネルのデータが欠損している（空欄になっている）箇所があります。

4. 商品カテゴリと季節性 商品は「アウター」「トップス」「ボトムス」「シューズ」「小物」の5カテゴリです。10月～3月という秋冬から春先にかけてのデータであるため、ウールコート、ダウンジャケット、チェスターコート、マフラーといった防寒具や高単価なアウター類の購入が目立ちます。

各会員ランクごとの総売上金額や、特定のカテゴリ（アウターなど）の売上ランキングなど、さらに踏み込んだ分析や集計を行いませんか？