



デジタル広告 & ソーシャルインテリジェンスレポート

ADOBE DIGITAL INDEX 2015年第3四半期

目次

レポート

- 03 概要
- 04 主要なインサイト
- 05 地域ごとのペイド検索支出の増加
- 06 北米のペイド検索支出のシェア
- 07 業界ごとのペイド検索支出の増加
- 08 検索エンジンごと／地域ごとのCTRの増加
- 09 デバイスごとのCPCとCTRの増加
- 10 デバイスごとのグローバルなペイド検索のCPC
- 11 デバイスごとのグローバルなディスプレイ広告のCPM
- 12 ペイド検索のCPCとCTRの増加：スマートフォン
- 13 検索エンジンごと／地域ごとのCPCの増加
- 14 業界ごとのCTRとCPCの増加

- 15 グローバルなディスプレイ広告のCPCとCTRの増加
- 16 Facebook広告のCPCとCTR
- 17 Facebook広告のクリック数とインプレッション数の増加
- 18 FacebookとGoogleの比較：CTR
- 19 動画配信アプリ「Periscope」
- 20 業界ごと／コンテンツごとのソーシャルインタラクション率
- 21 業界ごとのソーシャルサイト経由の訪問の増加
- 22 スマートフォンにおけるソーシャルサイト経由の訪問のシェア
- 23 デバイスごとのソーシャルサイト経由の売上高
- 24 参照サイト経由の訪問当たり売上高
- 25 RedditのCEO解雇で「sadness」が増加

添付資料

- 26 調査手法
- 27 用語集
- 28 表

概要

本レポートは、検索エンジンによるマーケティングを中心としたインサイトに基づき、デジタル広告業界の幅広い情報を取り上げています。トピックの内容は以下のとおりです。

- **Google**の検索とディスプレイ広告ビジネスに関するインサイト
- 地域ごと／検索エンジンごと／デバイスごとの検索エンジン支出／クリック率（CTR）／クリック単価（CPC）
- デバイスごとの検索行動と測定基準
- デバイスごとのソーシャル行動と測定基準

主要なインサイト

- デジタル広告は経済環境を反映：経済の低迷が迫っているアジアおよび欧州ではペイド検索支出が減少しており、前年同期比の増加率はそれぞれ2%と7%にとどまる。北米は17%の増加。
- **Google対Bing、Google対Facebookの戦い**
 - GoogleはFacebookの新しい広告ターゲットツールと真正面から対決し、CTRなどの主要指標を改善しようとしている。Googleのペイド検索のCTRは前年同期比で16%増、ディスプレイ広告のCTRは前年同期比25%増。
 - Bingのペイド検索支出の増加は欧州とアジアではGoogleを上回ったが、北米ではほぼ同じ。世界全体で見るとBingのペイド検索支出の増加率は17%、Googleは11%。
- 昨年のFacebookのアルゴリズム変更は奏功：インプレッションは前四半期比10%増、CTRは前年同期比30%増、CPCは前年同期比2%減
- ソーシャルメディアは魅力を増しており、RPVは前年同期比で概ね増加
 - ソーシャルサイト経由のRPVはFacebookが首位、Reddit経由のPRVは最大の増加（前年同期比100%超増）
 - スマートフォンはソーシャルサイト経由のRPVの増加をけん引する主な要因（前年同期比102%増）
- **Periscope**の利用量は、いまだに一回限りのイベントに左右されており、ニッチにとどまる：利用者は増え続けているが、メインストリームの採用には苦戦

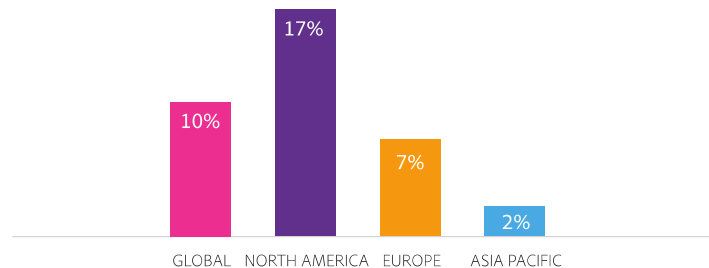
地域ごとのペイド検索支出の増加

ペイド検索支出は世界全体で**10%**の増加、最も増加率が高かったのは北米の**17%**（好調な米国経済に後押しされたものと思われる）。

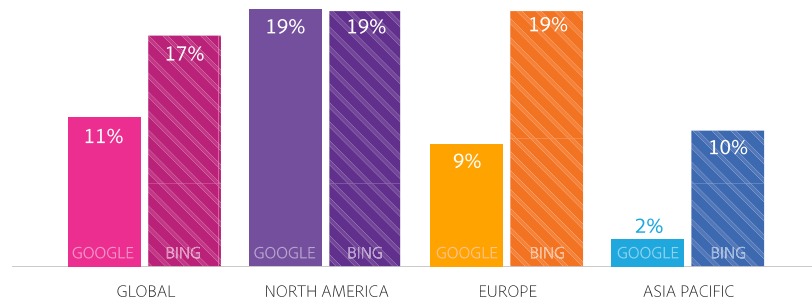
マーケターは全ての地域で検索支出を大きく増やした。世界全体での**Google**のペイド検索支出は前年同期比で**11%**増。支出が最も伸びたのは北米の**19%**増。

Bingのペイド検索支出は北米と欧州で**19%**という大きな伸びを実現。

マーケターは国内とほとんどの海外市場で**Google**の効率を最大化。新規の検索支出は**Bing**ペイド検索サービスの全面的な最適化に向かっている。



ADOBE DIGITAL INDEX 2015 PAID SEARCH SPEND YOY GROWTH BY REGION (Q3 2015)
SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

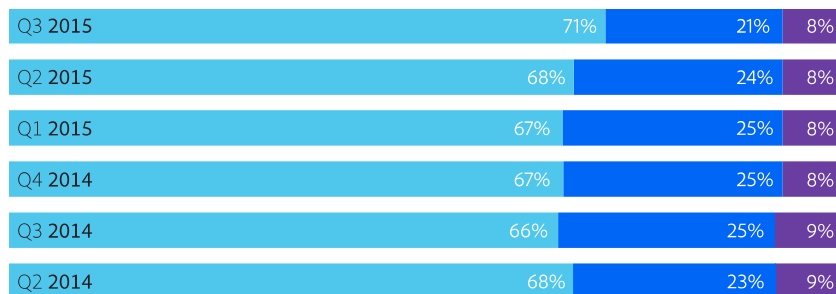


ADOBE DIGITAL INDEX 2015 GOOGLE AND BING PAID SEARCH SPEND YOY GROWTH BY REGION (Q3 2015)
SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

北米のペイド検索支出のシェア

Googleは今も北米**最大**のペイド検索プラットフォーム。

Yahoo!のペイド検索におけるシェアは**縮小**傾向。



GOOGLE BING OTHER



NORTH AMERICA SHARE OF PAID SEARCH SPEND BY QUARTER

SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

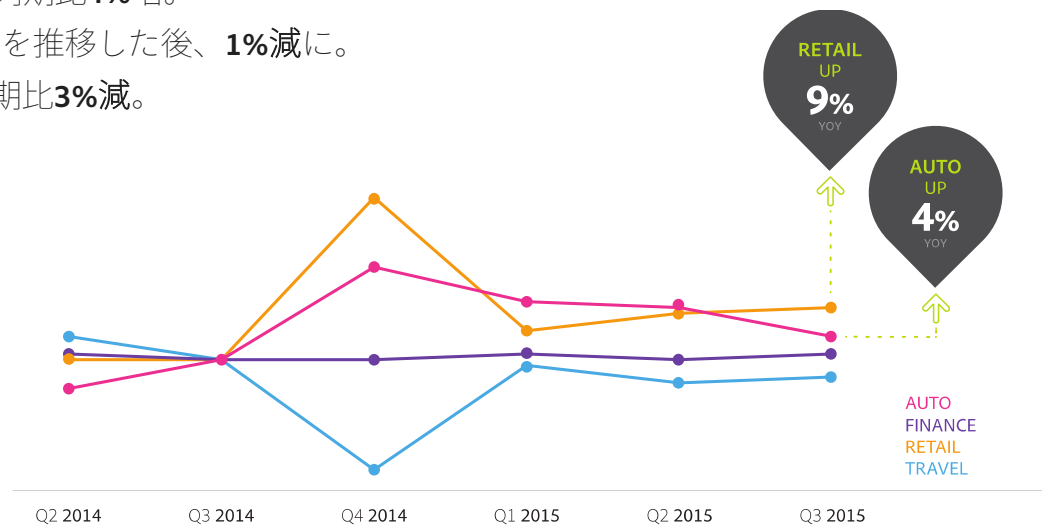
グローバルの業界ごとのペイド検索支出の増加

小売業界のペイド検索支出は前年同期比**9%**増で最大の増加。

自動車業界のペイド検索支出は前年同期比**4%**増。

金融業界のペイド検索支出は**0%**付近を推移した後、**1%**減に。

旅行業界のペイド検索支出は前年同期比**3%**減。

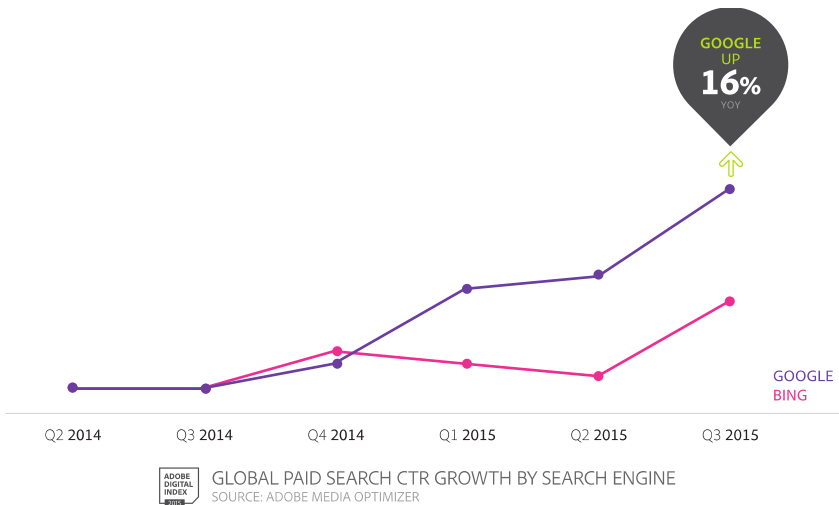
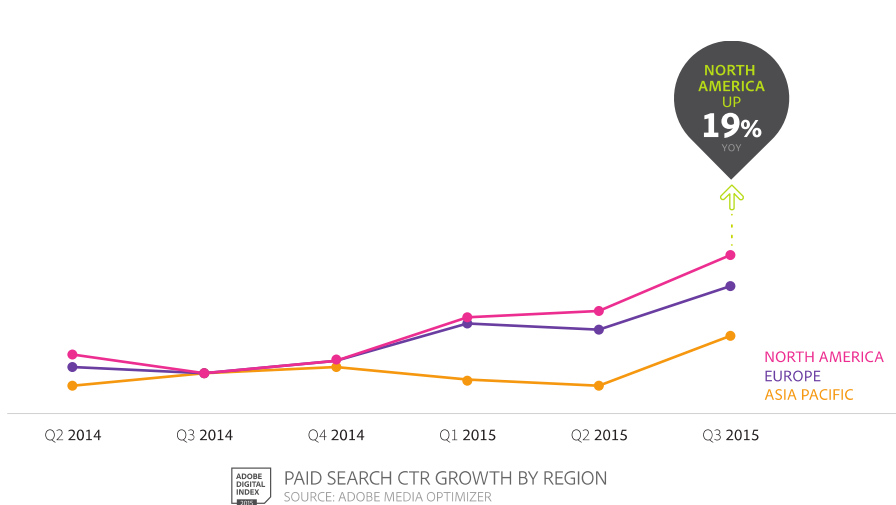


GLOBAL PAID SEARCH SPEND GROWTH BY SECTOR
SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

検索エンジン／地域ごとのCTRの増加

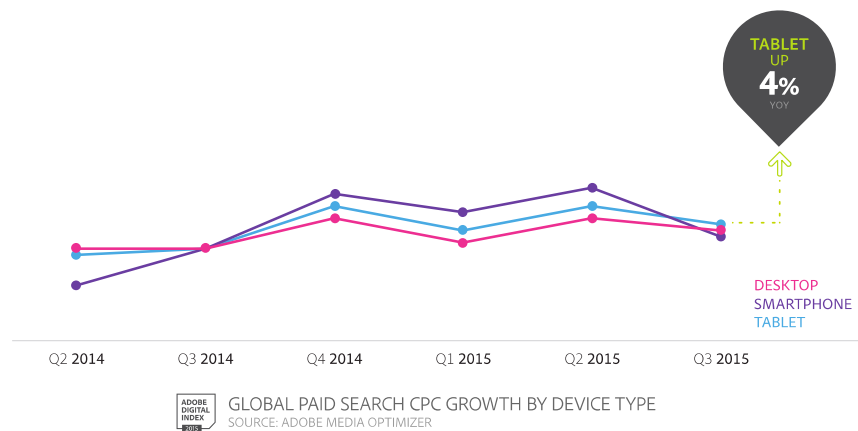
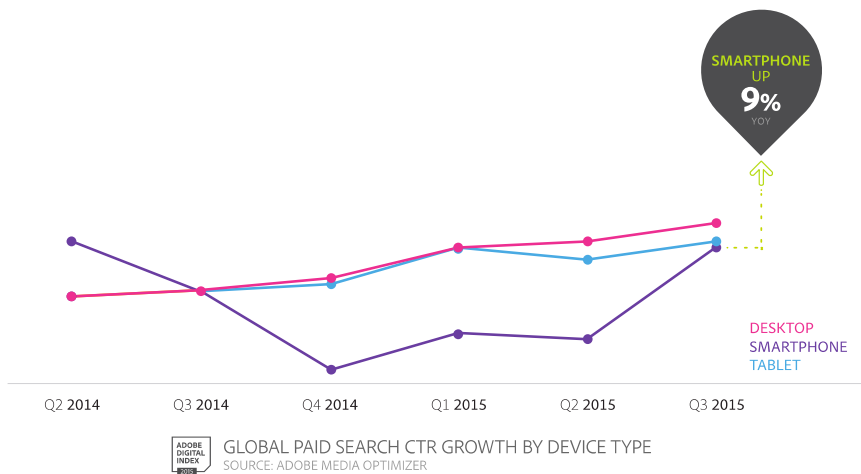
北米のマーケターのペイド検索最適化における平均増加率は最大となり、CTRは**19%増**を記録。

マーケターはペイド検索の最適化を継続し、**Google**のCTRは前年同期比**16%増**、**Bing**は**7%増**。



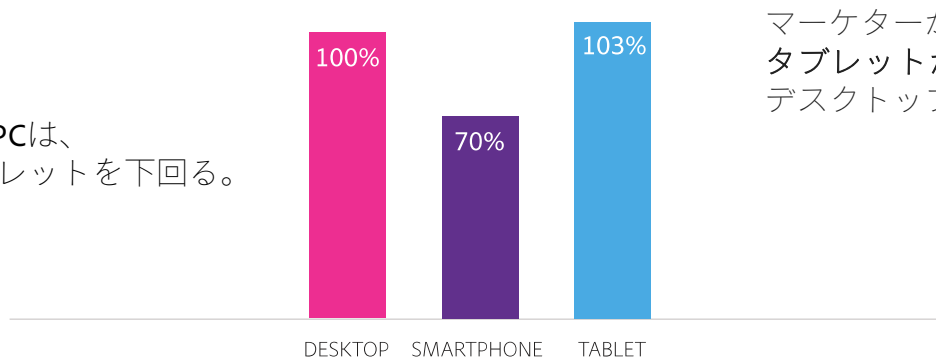
デバイスごとのCPCとCTRの増加

ペイド検索効率が最も高かったのはデスクトップ、CTRは前年同期比**11%**増。
ペイド検索キャンペーンのCPCが最も高かったのはタブレット（前年同期比**4%**増）。



デバイスごとのグローバルなペイド検索のCPC比較

スマートフォンのCPCは、
デスクトップとタブレットを下回る。



マーケターが支払うCPCは
タブレットが最も高く、
デスクトップを**3%**上回る。

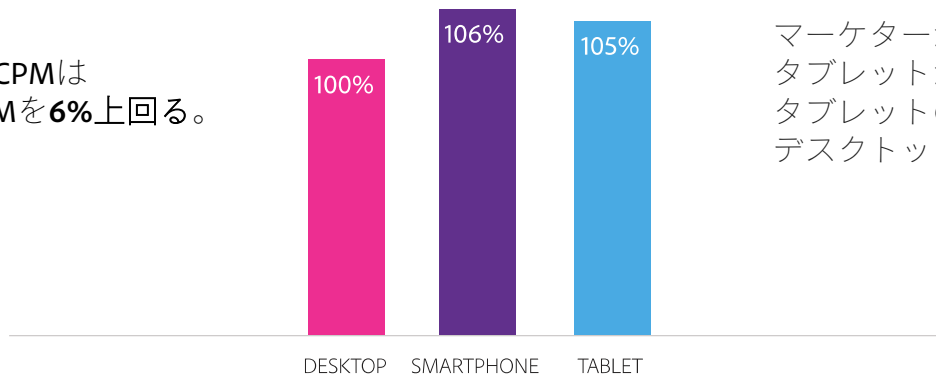


GLOBAL PAID SEARCH CPC COMPARISON BY DEVICE TYPE (Q3 2015)

SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

デバイスごとのグローバルなディスプレイ広告のCPM比較

スマートフォンのCPMは
デスクトップのCPMを**6%**上回る。



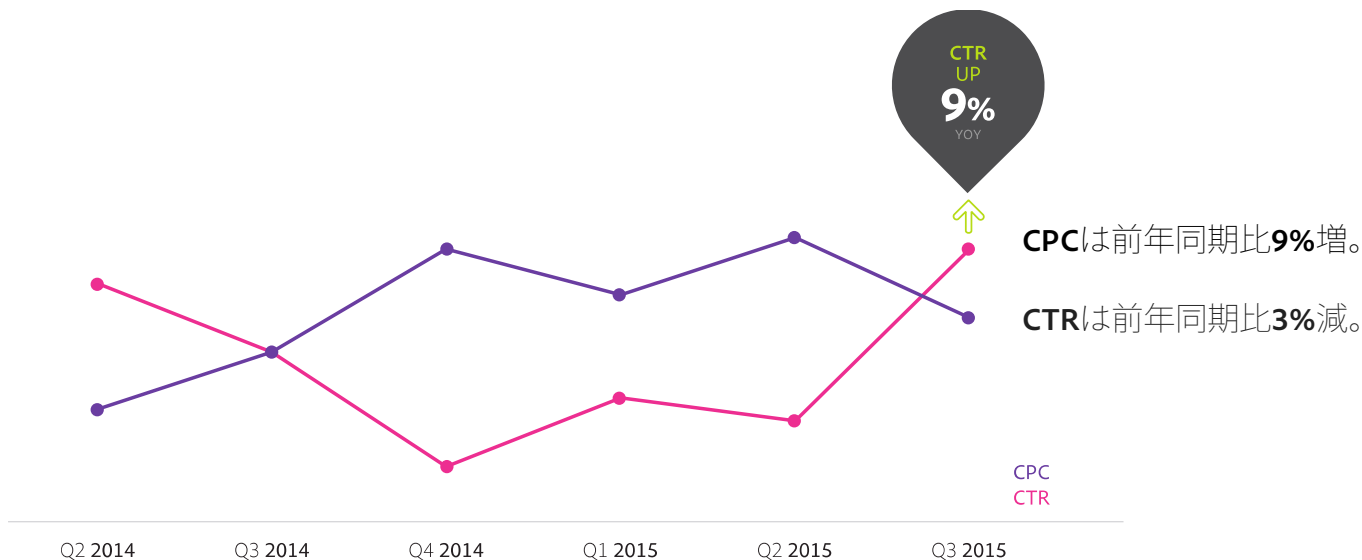
マーケターが支払うCPCは
タブレットが最も高く、
タブレットのCPMは
デスクトップを**5%**上回る。



GLOBAL DISPLAY CPM COMPARISON BY DEVICE TYPE (Q3 2015)

SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

ペイド検索のCPCとCTRの増加：スマートフォン



CPCは前年同期比**9%**増。

CTRは前年同期比**3%**減。

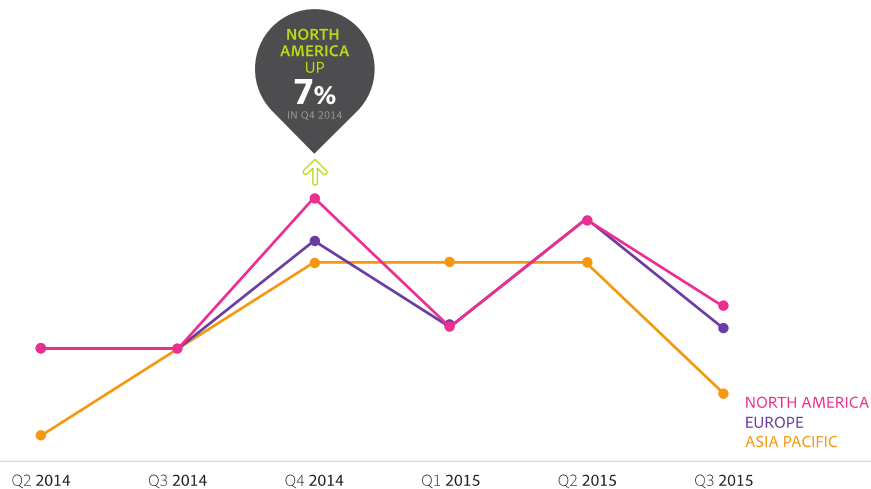
CPC
CTR



GLOBAL PAID SEARCH CPC & CTR GROWTH: SMARTPHONE
SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

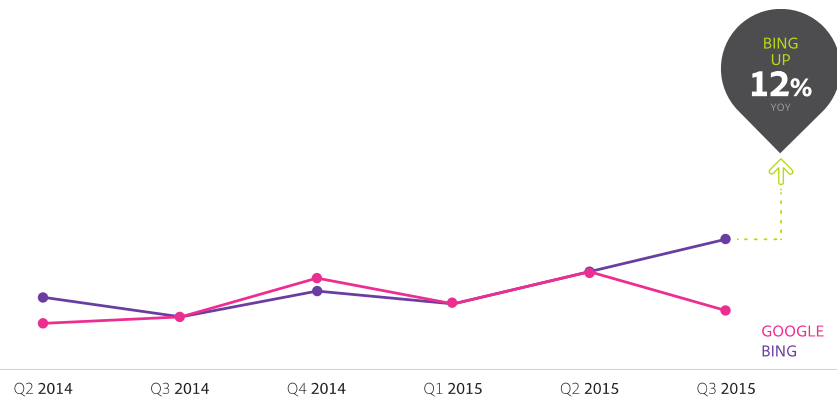
検索エンジン／地域ごとのCPCの増加

マーケターによるCPCは北米が最大で前年同期比**2%増**。
北米では**第4四半期**クリスマス商戦シーズンの消費者
争奪戦がヒートアップし、CPCは**7%上昇**。



GLOBAL PAID SEARCH CPC GROWTH BY REGION
SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

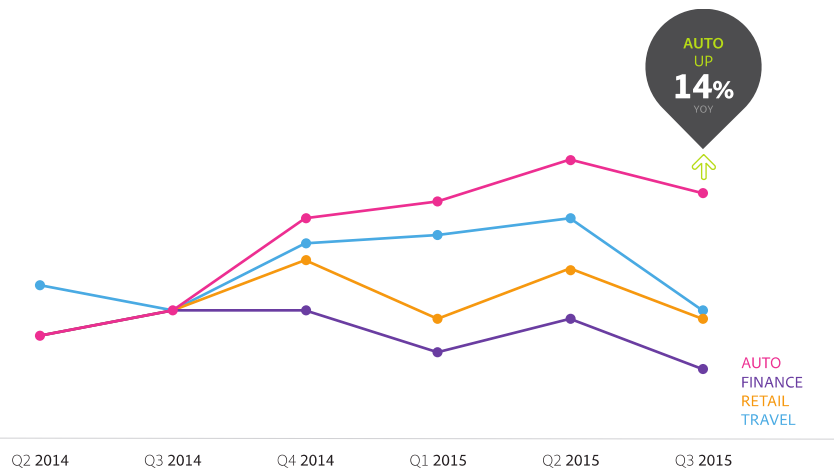
GoogleのCPCは前年同期比で**12%増**、
BingのCPCはほぼ横ばいで前年同期比**1%増**。



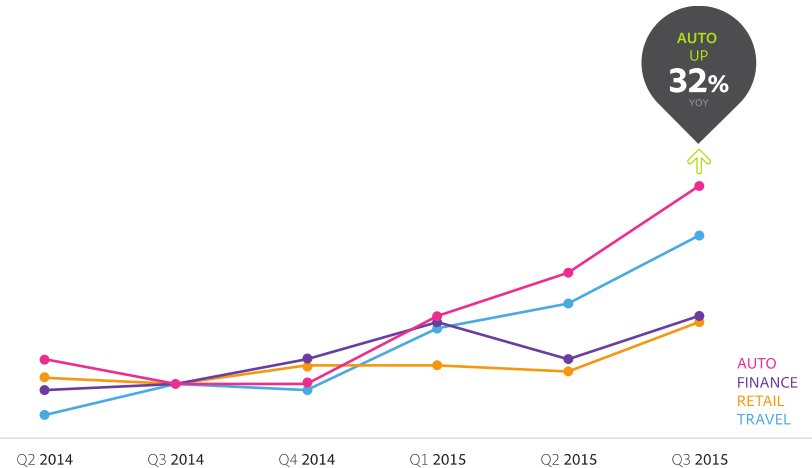
GLOBAL PAID SEARCH CPC GROWTH BY SEARCH ENGINE
SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

業界ごとのCTRとCPCの増加

マーケターによる最適化が最も進んだのは自動車業界で、CTRは前年同期比**32%**増。検索のCPCの増加率も自動車業界が**14%**増でトップ。



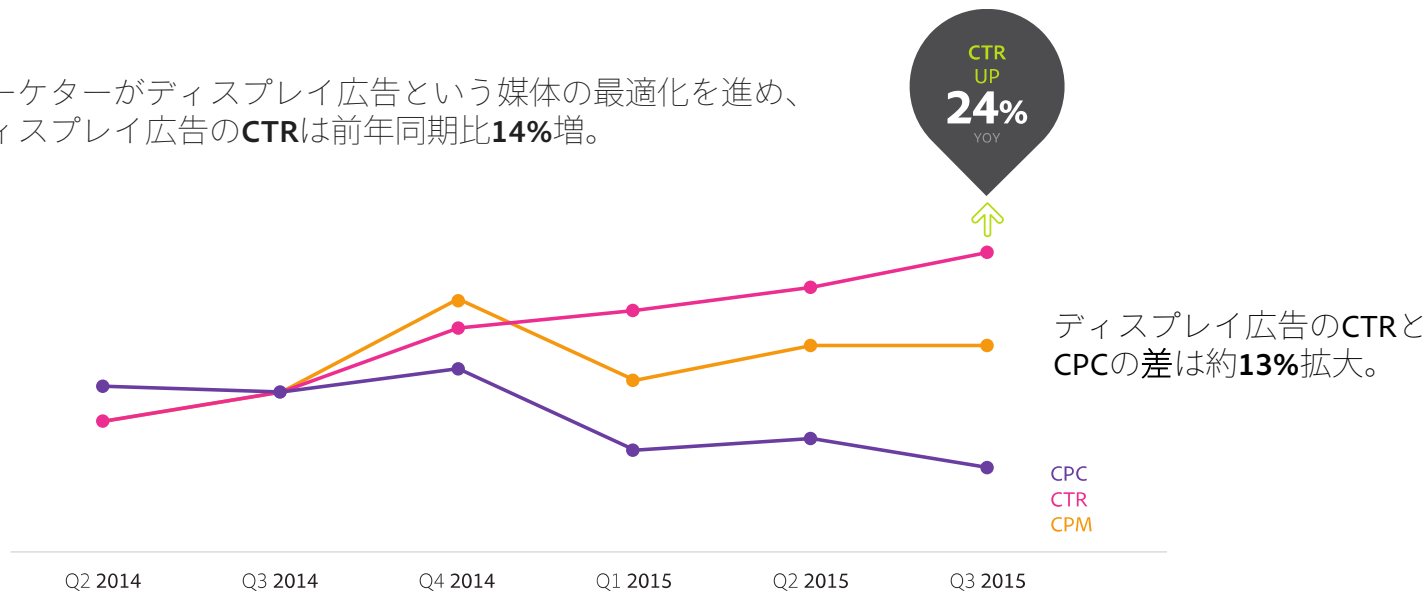
GLOBAL PAID SEARCH CPC GROWTH BY SECTOR
SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER



GLOBAL PAID SEARCH CTR GROWTH BY SECTOR
SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

グローバルなディスプレイ広告のCPCとCTRの増加

マーケターがディスプレイ広告という媒体の最適化を進め、ディスプレイ広告のCTRは前年同期比**14%**増。

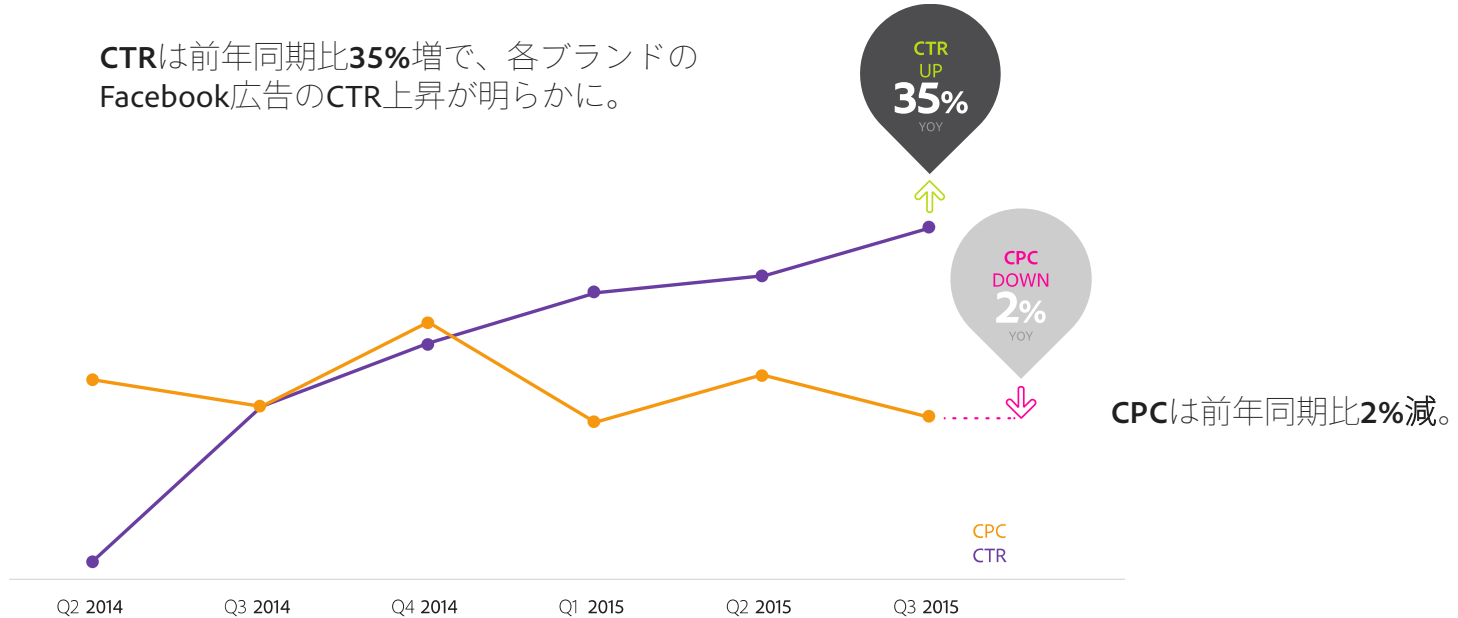


GLOBAL DISPLAY AD CPC, CTR & CPM GROWTH

SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

Facebook広告のCPCとCTR

CTRは前年同期比**35%**増で、各ブランドのFacebook広告のCTR上昇が明らかに。



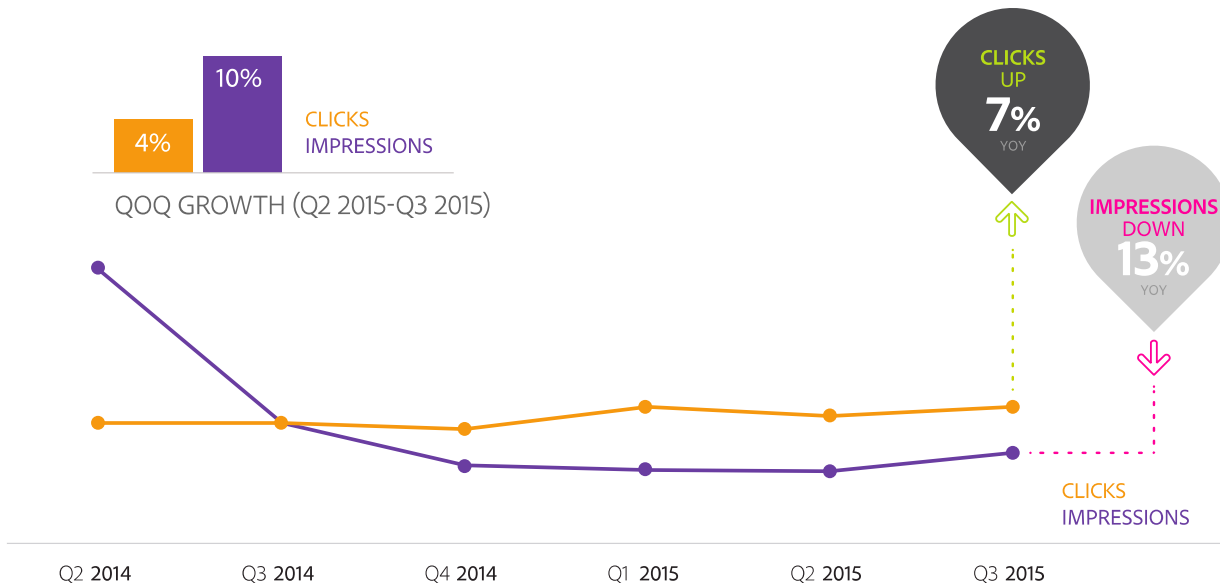
CPCは前年同期比**2%**減。



FACEBOOK AD CPC & CTR GROWTH
SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

Facebook有料広告のクリック数とインプレッション数の増加

Facebook広告のインプレッション数は前年同期比**13%減**、クリック数は前四半期比**7%増**。
インプレッションは前四半期から緩やかに回復、高品質のインプレッションを目指す
Facebookの取り組みが奏功。



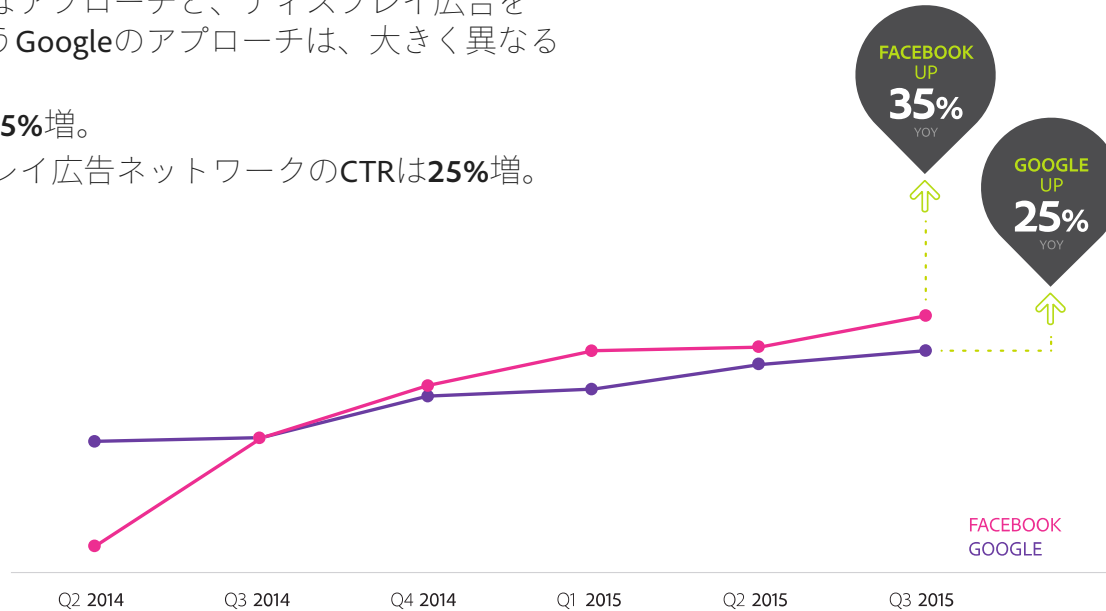
FACEBOOK PAID AD CLICK & IMPRESSIONS GROWTH
SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

FacebookとGoogleの比較：CTR

Facebookの急進的なアプローチと、ディスプレイ広告を徐々に増やすというGoogleのアプローチは、大きく異なる数値をもたらした。

FacebookのCTRは**35%**増。

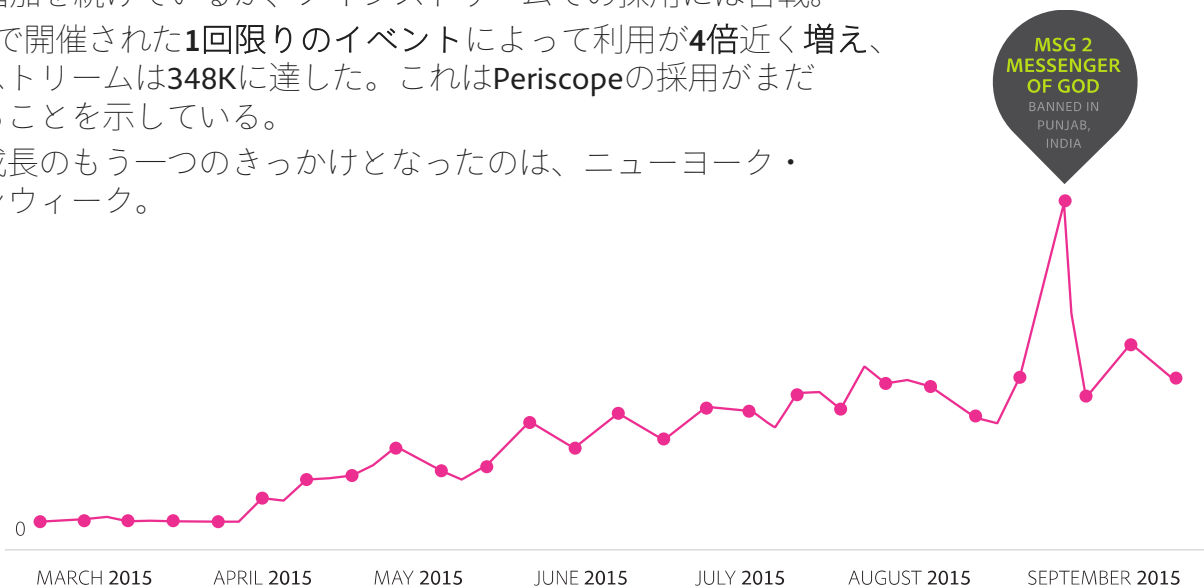
Googleのディスプレイ広告ネットワークのCTRは**25%**増。



GLOBAL DISPLAY AD CTR GROWTH BY PLATFORM
SOURCE: ADOBE MEDIA OPTIMIZER

動画配信アプリ「Periscope」

Periscopeは増加を続けているが、メインストリームでの採用には苦戦。
9月にインドで開催された**1回限りのイベント**によって利用が**4倍近く増え**、
ピーク時のストリームは**348K**に達した。これはPeriscopeの採用がまだ
ニッチであることを示している。
この週の急成長のもう一つのきっかけとなったのは、ニューヨーク・
ファッションウィーク。



SOCIAL STREAMING BUZZ PERISCOPE
SOURCE: ADOBE SOCIAL

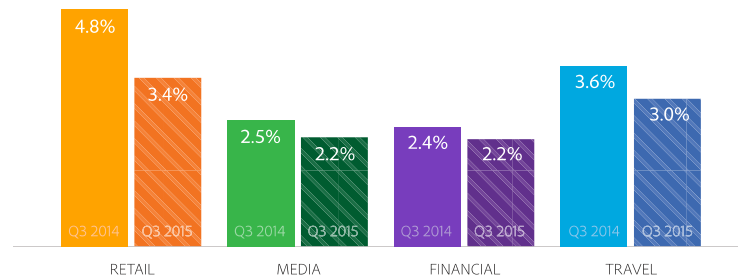
業界／コンテンツごとのソーシャルインタラクション率

主要業界のインタラクション率は前年同期比で減少。

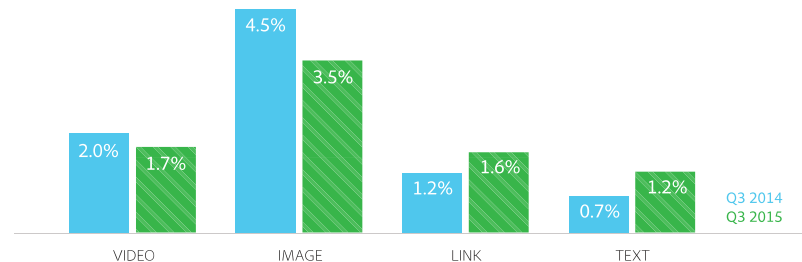
インタラクション率では小売業界が首位を保ち、2位が旅行業界。

テキストの投稿インタラクション率は前年同期比で1.2%増。

画像と動画の投稿インタラクション率は前年同期比で減少。



FACEBOOK INTERACTION RATES BY INDUSTRY
SOURCE: ADOBE SOCIAL



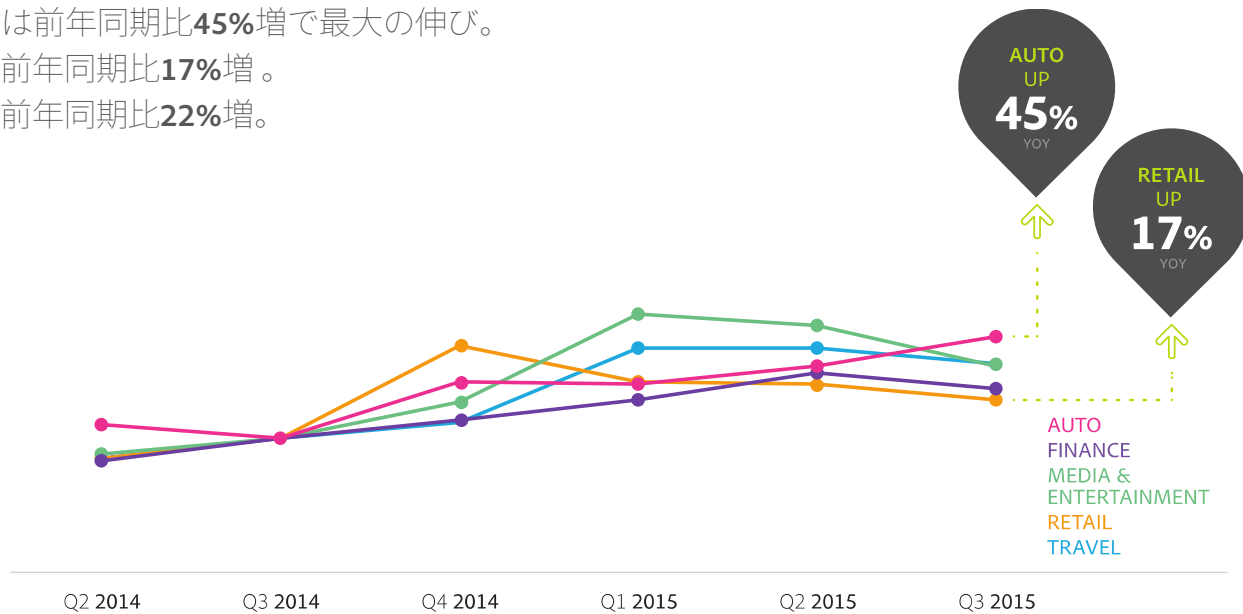
FACEBOOK INTERACTION RATES BY CONTENT TYPE
SOURCE: ADOBE SOCIAL

業界ごとのソーシャルサイト経由の訪問の増加

自動車業界は前年同期比**45%**増で最大の伸び。

小売業界は前年同期比**17%**増。

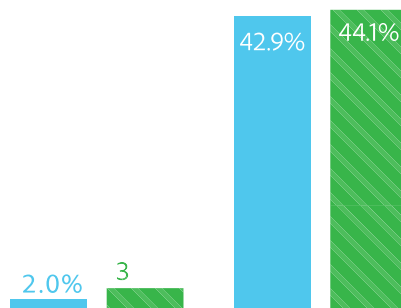
金融業界は前年同期比**22%**増。



SOCIAL REFERRED VISIT GROWTH BY INDUSTRY
SOURCE: ADOBE ANALYTICS

スマートフォンにおけるソーシャルサイト経由の訪問のシェア

スマートフォンのソーシャルサイト経由のトラフィックは参照サイト経由トラフィック全体の**3.2%**にすぎない。



検索サイト経由のトラフィックは、参照サイト経由トラフィックの**44.1%**を占める。

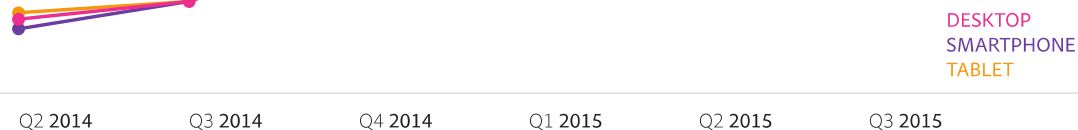
Q3 2014
Q3 2015

デバイスごとのソーシャルサイト経由の売上高

スマートフォンにおけるソーシャルサイト経由の売上高は、前年同期比**102%**増。

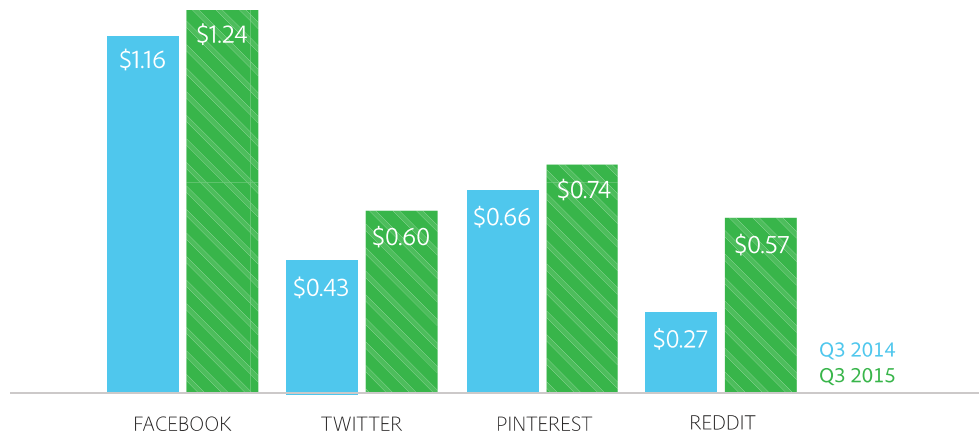
SMARTPHONE
UP
102%
YOY

ソーシャルサイト経由の売上高は、デスクトップが**12%**増、タブレットが**9%**増。



SOCIAL REFERRED REVENUE GROWTH BY DEVICE TYPE
SOURCE: ADOBE ANALYTICS

参照サイト経由の訪問あたり売上高（RPV）



Facebookは参照サイト経由の訪問あたり売上高（RPV）が最大のプラットフォームであり、RPVは前年同期の1.16ドルから1.24ドルに上昇。

Pinterest経由のRPVは0.74ドルに増加、**Twitter**経由のRPVは0.43ドルから0.60ドルに増加。

Reddit経由のRPVはこの中では最小だが、前年同期比で倍以上の0.57ドルになった。



REFERRED REVENUE PER VISIT BY SOCIAL CHANNEL

SOURCE: ADOBE ANALYTICS

RedditのCEO解雇で「sadness」が増加

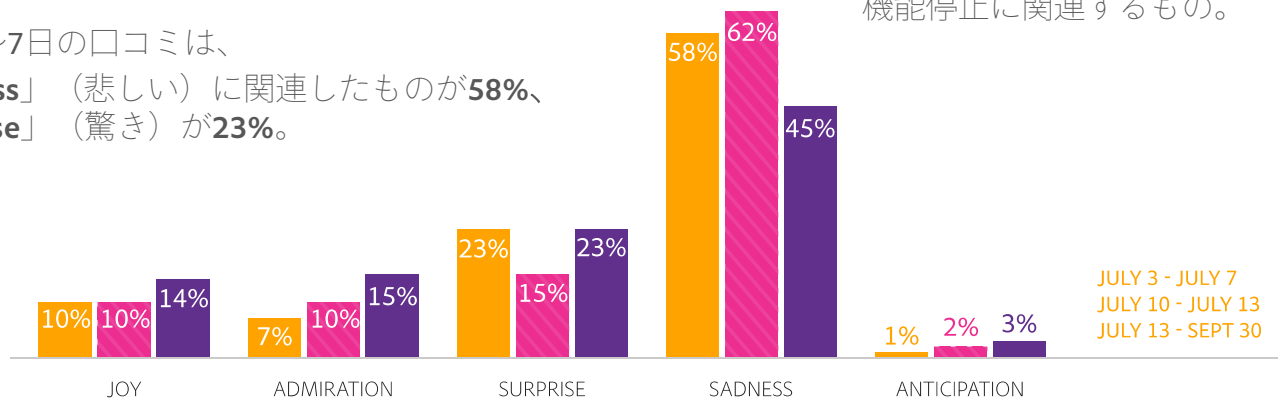
Redditでは7月以降「sadness」が17%減。

最近の「sadness」の大半はAmazon Web Serviceの機能停止に関連するもの。

7月3日～7日の口コミは、

「sadness」（悲しい）に関連したものが58%、

「surprise」（驚き）が23%。



REDDIT SOCIAL SENTIMENT CHANGE DURING JULY 2015

SOURCE: ADOBE SOCIAL

調査手法

2014年第3四半期～2015年第3四半期に北米、アジア太平洋、欧州の消費者から取得した匿名データを集約

データソースは以下のとおり。

- 2014年第3四半期から2015年第3四半期までのブランドサイトにおける消費者の行動
- 検索／ソーシャルプラットフォーム（Google、Facebook、Yahoo、Baidu、Yandex）からの9,000億件を超えるデジタル広告インプレッション
- 230億件を超えるFacebook、Twitter、Pinterest、Tumblr、Reddit、YouTube、LinkedInからのリンク訪問

ウェブサイト（adobe.ly/digitalindex）をご参照ください。

ブログ（adobe.ly/digitalindex）をご覧ください。

Twitterで「[@adobeindex](https://twitter.com/adobeindex)」をフォローしてください。

ご質問とご提案はdigindex@adobe.comまでお寄せください。

用語集

- 頭字語の定義：Adobe Marketing Cloud（Adobe Media Optimizer、Adobe Analytics、Adobe Social）を使用して集約された匿名データ
- CPC：クリック単価（コスト÷クリック数）
- CTR：広告クリック率（クリック数÷インプレッション数）
- YoY：前年同期比（2015年第3四半期と2014年第3四半期との比較）
- QoQ：前四半期比（2015年第3四半期と2015年第2四半期との比較）
- ソーシャルインタラクション率：コメント数、「いいね！」の数、シェア、その他ブランドサイト投稿によるインタラクションの数

Tables

Paid Search Spend Growth by Region		Google & Yahoo Paid Search Spend Growth by Region		
Region	Q3 2015	Region	Google	Yahoo
Global	10%	Global	11%	17%
North America	17%	North America	19%	19%
Europe	7%	Europe	9%	19%
Asia Pacific	2%	Asia Pacific	2%	10%

Share of paid search spend in North America						
Search Engine	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
Google	68%	66%	67%	67%	68%	71%
Yahoo!	23%	25%	25%	25%	24%	21%
Other	9%	9%	8%	8%	8%	8%

Global paid search spend in North America						
Industry	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
Auto	-5%	0%	16%	10%	9%	4%
Finance	1%	0%	0%	1%	0%	-1%
Retail	0%	0%	28%	5%	8%	9%
Travel	4%	0%	-19%	-1%	-4%	-3%

CTR growth by search engine						
Search Engine	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
Google	0%	0%	2%	8%	9%	16%
Yahoo!	0%	0%	3%	2%	1%	7%

Paid search CPC and CTR smartphone						
METRIC	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
CPC	-5%	0%	9%	5%	10%	3%
CTR	6%	0%	-10%	-4%	-6%	9%

CTR growth by region						
Region	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
North America	3%	0%	2%	9%	10%	19%
Europe	1%	0%	2%	8%	7%	14%
Asia Pacific	-2%	0%	1%	-1%	-2%	6%

CTR growth by device type						
Device	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
Desktop	-1%	0%	2%	7%	8%	11%
Smartphone	8%	0%	-13%	-7%	-8%	7%
Tablet	-1%	0%	1%	7%	5%	8%

Tables

CPC growth by region

Region	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
North America	0%	0%	7%	1%	6%	2%
Europe	0%	0%	5%	0%	6%	1%
Asia Pacific	-4%	0%	4%	4%	5%	-2%

CPC growth by device type

Device	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
Desktop	0%	0%	5%	1%	5%	3%
Smartphone	-6%	0%	9%	6%	10%	2%
Tablet	-1%	0%	7%	3%	7%	4%

CPC growth by search engine

Search Engine	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
Google	-1%	0%	6%	2%	7%	1%
Yahoo!	3%	0%	4%	2%	7%	12%

CTR growth by sector

Industry	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
Auto	4%	0%	0%	11%	18%	32%
Finance	-1%	0%	4%	10%	4%	11%
Retail	1%	0%	3%	3%	2%	10%
Travel	-5%	0%	-1%	9%	13%	24%

CPC growth by sector

Industry	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
Auto	-3%	0%	11%	13%	18%	14%
Finance	-3%	0%	0%	-5%	-1%	-7%
Retail	-3%	0%	6%	-1%	5%	-1%
Travel	3%	0%	8%	9%	11%	0%

Global ad display CPC and CTR growth

METRIC	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
CPC	1%	0%	4%	-10%	-8%	-13%
CTR	-5%	0%	11%	14%	18%	24%

Tables

Facebook ad CPC's and CTR's

Device	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
CPC	5%	0%	16%	-3%	6%	-2%
CTR	-29%	0%	12%	19%	20%	30%

Facebook paid ad clicks and impressions growth

METRIC	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
CLICKS	0%	0%	-2%	7%	3%	7%
IMPRESSIONS	64%	0%	-16%	-21%	-21%	-13%

Facebook and Google comparison: CTR's

METRIC	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
Facebook	-31%	0%	15%	25%	26%	35%
Google	-1%	0%	12%	14%	21%	25%

Social referred interaction rate by industry

Industry	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
Auto	6%	0%	25%	24%	32%	45%
Finance	-10%	0%	8%	17%	29%	22%
M&E	-7%	0%	16%	55%	50%	32%
Retail	-9%	0%	41%	25%	24%	17%
Travel	-9%	0%	7%	40%	40%	33%

Social interaction rates by industry

	Q3 2014	Q3 2015
Retail	4.8%	3.4%
Media	2.5%	2.2%
Financial	2.4%	2.2%
Travel	3.6%	3.0%

Social interaction rates by content type

	Q3 2014	Q3 2015
Video	2.0%	1.7%
Image	4.5%	3.5%
Link	1.2%	1.6%
Text	0.7%	1.2%

Share of visits referred from social

	Q2 2014	Q3 2015
Social Networks	1.9%	3.2%
Search	41.1%	44.1%

Tables

Social referred revenue growth by device type							Reddit social sentiment			
	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015		July 3rd- July 7th	July 10th - July 13th	July13th-September 30th
Desktop	-11%	0%	36%	15%	7%	9%	Joy	10%	10%	14%
Smartphone	-17%	0%	77%	76%	100%	102%	Admiration	7%	10%	15%
Tablet	-7%	0%	33%	15%	14%	12%	Surprise	23%	15%	23%
Revenue per visit by referrer							Sadness	58%	62%	45%
SN	Q3 2014	Q3 2015								
Facebook	\$ 1.16	\$ 1.24								
Twitter	\$ 0.43	\$ 0.60								
Pinterest	\$ 0.66	\$ 0.74								
Reditt	\$ 0.27	\$ 0.57								
							Anticipation	1%	2%	3%

Tables

Social report periscope																					
1-Mar-15	2-Mar-15	3-Mar-15	4-Mar-15	5-Mar-15	6-Mar-15	7-Mar-15	8-Mar-15	9-Mar-15	10-Mar-15	11-Mar-15	12-Mar-15	13-Mar-15	14-Mar-15	15-Mar-15	16-Mar-15	17-Mar-15	18-Mar-15	19-Mar-15	20-Mar-15	21-Mar-15	
31	62	53	957	1,333	130	67	83	5,056	5,381	1,571	732	5,663	2,556	1,077	1,590	624	549	511	307	219	
22-Mar-15	23-Mar-15	24-Mar-15	25-Mar-15	26-Mar-15	27-Mar-15	28-Mar-15	29-Mar-15	30-Mar-15	31-Mar-15	1-Apr-15	2-Apr-15	3-Apr-15	4-Apr-15	5-Apr-15	6-Apr-15	7-Apr-15	8-Apr-15	9-Apr-15	10-Apr-15	11-Apr-15	
571	334	488	352	121,209	90,313	162,090	44,994	41,407	42,238	41,263	39,140	36,647	36,175	25,666	29,633	31,966	41,318	39,440	41,652	41,171	
12-Apr-15	13-Apr-15	14-Apr-15	15-Apr-15	16-Apr-15	17-Apr-15	18-Apr-15	19-Apr-15	20-Apr-15	21-Apr-15	22-Apr-15	23-Apr-15	24-Apr-15	25-Apr-15	26-Apr-15	27-Apr-15	28-Apr-15	29-Apr-15	30-Apr-15	1-May-15	2-May-15	
34,917	37,092	39,774	42,558	39,586	46,804	41,007	34,816	33,459	34,555	42,558	38,172	48,408	50,432	35,823	33,937	41,373	47,793	69,107	79,912	85,242	
3-May-15	4-May-15	5-May-15	6-May-15	7-May-15	8-May-15	9-May-15	10-May-15	11-May-15	12-May-15	13-May-15	14-May-15	15-May-15	16-May-15	17-May-15	18-May-15	19-May-15	20-May-15	21-May-15	22-May-15	23-May-15	
61,978	63,384	68,013	76,034	70,770	71,844	75,371	57,152	61,426	73,123	71,085	70,512	71,029	72,657	55,055	49,178	56,060	57,109	61,321	62,406	73,956	
24-May-15	25-May-15	26-May-15	27-May-15	28-May-15	29-May-15	30-May-15	31-May-15	1-Jun-15	2-Jun-15	3-Jun-15	4-Jun-15	5-Jun-15	6-Jun-15	7-Jun-15	8-Jun-15	9-Jun-15	10-Jun-15	11-Jun-15	12-Jun-15	13-Jun-15	
62,143	54,411	108,380	89,865	87,586	89,833	96,948	96,891	80,985	86,996	82,001	91,744	112,309	117,076	97,171	83,643	92,246	102,211	105,918	113,574	121,431	
14-Jun-15	15-Jun-15	16-Jun-15	17-Jun-15	18-Jun-15	19-Jun-15	20-Jun-15	21-Jun-15	22-Jun-15	23-Jun-15	24-Jun-15	25-Jun-15	26-Jun-15	27-Jun-15	28-Jun-15	29-Jun-15	30-Jun-15	1-Jul-15	2-Jul-15	3-Jul-15	4-Jul-15	
92,473	89,353	97,879	98,781	102,328	118,373	123,603	99,582	92,402	104,517	112,545	114,706	120,556	128,503	118,920	102,813	108,151	107,088	122,607	128,048	138,329	
5-Jul-15	6-Jul-15	7-Jul-15	8-Jul-15	9-Jul-15	10-Jul-15	11-Jul-15	12-Jul-15	13-Jul-15	14-Jul-15	15-Jul-15	16-Jul-15	17-Jul-15	18-Jul-15	19-Jul-15	20-Jul-15	21-Jul-15	22-Jul-15	23-Jul-15	24-Jul-15	25-Jul-15	
104,599	104,743	113,210	121,296	132,563	139,485	146,739	118,147	117,999	134,593	140,988	138,894	138,699	141,425	118,845	119,058	130,885	135,952	149,769	155,800	165,489	

Tables

Social report periscope (continue)																				
26-Jul-15	27-Jul-15	28-Jul-15	29-Jul-15	30-Jul-15	31-Jul-15	1-Aug-15	2-Aug-15	3-Aug-15	4-Aug-15	5-Aug-15	6-Aug-15	7-Aug-15	8-Aug-15	9-Aug-15	10-Aug-15	11-Aug-15	12-Aug-15	13-Aug-15	14-Aug-15	15-Aug-15
135,279	126,342	145,925	146,766	143,615	149,524	154,045	127,600	129,559	140,632	142,315	144,860	146,700	152,534	125,718	128,713	132,317	145,937	149,163	148,645	156,814
16-Aug-15	17-Aug-15	18-Aug-15	19-Aug-15	20-Aug-15	21-Aug-15	22-Aug-15	23-Aug-15	24-Aug-15	25-Aug-15	26-Aug-15	27-Aug-15	28-Aug-15	29-Aug-15	30-Aug-15	31-Aug-15	1-Sep-15	2-Sep-15	3-Sep-15	4-Sep-15	5-Sep-15
130,359	124,415	128,443	138,470	141,973	146,912	153,239	132,840	123,481	131,834	137,161	148,659	150,489	155,212	134,015	115,081	123,203	133,026	139,452	151,569	155,022
6-Sep-15	7-Sep-15	8-Sep-15	9-Sep-15	10-Sep-15	11-Sep-15	12-Sep-15	13-Sep-15	14-Sep-15	15-Sep-15	16-Sep-15	17-Sep-15	18-Sep-15	19-Sep-15	20-Sep-15	21-Sep-15	22-Sep-15	23-Sep-15	24-Sep-15	25-Sep-15	26-Sep-15
138,376	114,370	130,497	141,251	162,961	236,027	348,403	236,918	187,540	203,171	156,613	199,206	193,951	190,277	134,993	123,860	155,608	155,787	164,810	176,546	219,638
191,156	151,194	157,326	177,567																	