

cTrader 顧客ビジネスモデル

2013年2月18日、ロンドン



目次

<u>対象ユーザー</u>	3
<u>cTraderを選ぶ理由</u>	4
<u>cTraderの顧客層</u>	5
<u>エージェントモデルvsマーケットメーカー</u> ...	6
<u>cTrader の投資収益率</u>	7
<u>総保有コスト(TCO)の比較</u>	8
<u>マーケティングにおけるメリット</u>	9
<u>次のステップ</u>	10

対象ユーザー



- セルサイドの銀行
- バイサイドの銀行
- ブローカー（FX、株式、コモディティ等）
- プライム・ブローカー、プライム・オブ・プライム（PoP）
- リクイディティ・プロバイダー
- リクイディティ・アグリゲーター
- アセット・マネージャー
- イントロデュースング・ブローカー

cTraderを選ぶ理由

- **cTraderを使用することで利益性が大幅に向上します。**
エージェントモデルにおける投資収益率の改善。
DMA/NDD/STPに対する顧客からの旺盛な需要。リスクブックなし。新規の顧客層。市場規模が5倍。信頼性の向上。
利害の対立なし。マーケティングへの依存度が低下。
- **cTraderはFX取引の新たなスタンダードです。**
優れたマニュアルおよびアルゴリズム取引性能。
FIX API イン／アウト。すべての主要LP(リクイディティ・プロバイダー)向けのアダプタに対応。信頼できる機関が提供。類を見ないユーザー体験。急速な成長を遂げるデベロッパー・コミュニティ。遅延時間をミリ秒未満にする技術
- **マーケットメーカーのプラットフォームは信頼性を損ないません。**
不誠実なブローカーと同類視される。顧客と対立した取引。
市場の基準と適合しない。トレーダーの不利益になるようにできている。多くのトレーダーが代替物を検討中。

cTraderの顧客層

エンドユーザー

- マニュアル 個人／機関トレーダー (cTrader)
- アルゴリズム 個人／機関トレーダー (cAlgo)
- ヘッジファンド (FIX API)
- 高頻度取引業者 (FIX API)
- アセットマネージャー、プロップ・トレーダー、企業

ディストリビューター／再販売業者

- ホワイトラベル (スプレッドマークアップ、リベート)
- IB (スプレッドリベート)
- ブローカー・ディーラー (cServerからMT4へ、cServerからcServer、FIX API)

エージェンシーモデルvsマーケットメーカー

エージェンシー(DMA、STP、NDD)

1. トップのFXブローカーがエージェンシーモデルを採用
2. 予想可能な収益(スプレッドマークアップ、コミッション)
3. トレーダーとの利害の対立がない(顧客の利用期間の拡大を追求)
4. 自己アカウントの資本は不要(ロックされた資本を抑制)
5. ブック A/Bのスイッチング機能
6. グローバルFX業界と統合されることによるメリット(業界のスタンダードに沿った運用)
7. より高い収益性、リスクブックなし(投資収益率スライドを参照)

マーケットメーカー

1. 増加する信頼性の問題(バーチャル・ディーラー、TCF問題)
2. 収益は市場の状況に依存
3. ブローカー対トレーダーのジレンマ(新規のアカウントに依存、マーケティング支出の増加)
4. 自己アカウントの資本が必要(より多くの資本のロックが必要)
5. 手動でのヘッジング
6. 規制改正のリスク(世界的にマーケットメーカーを抑制する傾向)
7. 自己のリスクブック、ボラティリティに依存

cTrader の投資収益率 (毎月42億米ドルのシナリオ)

メトリクス

例—小規模ブローカー

悲観的シナリオ

- LPからのスプレッド= 0.5ピップス
- トレーダーへのスプレッド= 1.5ピップス
- 100万米ドル毎の取引の収益= 50米ドル (一方向)
- 注文サイズの平均= 8万米ドル
- 1顧客あたりの平均取引回数= 100回 / 月
- 1顧客あたりの売買高= 800万米ドル / 月
- 1顧客あたりの収益= 400米ドル / 月

- 顧客 = 1,000人
- スプレッドマークアップ= 1ピップ
- コミッション請求額= 0米ドル (一般的なケースでは100万トレード毎に20+米ドルが顧客に請求される)
- 1顧客あたりの売買高= 800万米ドル / 月
- 1顧客あたりの収益 = 400米ドル / 月
- 毎月の収益 = 40万米ドル

総保有コスト (TCO: Total Cost of Ownership) の比較

(仮定条件: 顧客1,000人、売買高は40億米ドル/月)

cTraderプラットフォーム

- セットアップ費用 = 1万米ドル
- セットアップ期間 = 1週間

毎月の費用:

- サービス費用 = 0
- トランザクション費用 = 3万米ドル
- ユーザーアカウント費用 = 0

手数料は取引高に準じて決まります。一方、マーケットメーカーのシナリオでは手数料は取引高に関わらず一定です。

セットアップ費用の総額 1万米ドル
総額 = ~3万米ドル / 月

マーケットメーカープラットフォーム

- ライセンス費用 = 10万米ドル
- ハードウェア費用 = 5万米ドル
- セットアップ期間 = 2ヶ月

毎月の費用:

- ディーラー (24*5) = 1万6,000米ドル
- ITスタッフ = 1万米ドル
- メンテナンス費用 = 2,500米ドル
- ホスティング費用 (d/c含む) = 2,500米ドル
- ソフトウェア費用 (ブリッジ、プライスフィード、プラグインなど) = 5,000米ドル
- サポート費用 = 1,500米ドル

セットアップ費用の総額15万米ドル
総額 = 3万7,500米ドル / 月

マーケティングにおけるメリット

- DMA – 主な差別化要因（現在、2/3のブローカーがDMA、STP、NDDの使用を検討している）
- 新規の市場
- 売買高の増加（より高いデポジット、より頻繁な取引、より高い平均取引額）
- ブランド全体の信頼性の向上（DMA、NDDモデルを取り入れることですべての商品が恩恵を受ける）
- ブランドが刻印されたソーシャル／ロコミ機能（ChartShots™）
- 流通チャネル: ダイレクト、ホワイトラベル、IB
- ブランドが刻印された取引GUI
- ニュースバリューのあるPRの機会
- ブランドが刻印されたプロモーション資料

次のステップ

必要

- Spotware 契約
- LP契約

不要

- ITスタッフ、ディーラー不要
- ハードウェア不要
- ソフトウェア不要
- 追加の規制なし (Reception and Transmissionによってカバー)

詳細については、sales@Spotware.com までご連絡ください。



Spotware Systems Ltd
〒100-0004
東京都千代田区大手町1-5-1
大手町ファーストスクエア
イーストタワー4階

Tel.: (03) 5219 1408

E-mail: info@spotware.com
www.spotware.com