



「労多くして功少なし」ロレックススマラソンの現実



高級腕時計「ロレックス」の人気モデルを購入するために「在庫はありませんか」と販売店を訪ね歩く「ロレックススマラソン」。円安の影響で昨年8月、2022年1月と相次いで値上がりしたにも関わらず、ロレックススマラソンは過熱する一方だ。なぜ起こるのか？費やした労力ほどの「成果」はあるのか？

人気モデルを中古で売りに出せば「黒字」に

ロレックスで最も人気がある「コスモグラフ デイトナ」は、今回の値上げで145万7500円から160万9300円になり、ついに150万円の大台に乗った。それでも人気が衰えないのは、中古価格が高いから。同モデルの中古品は400万円を超える。買取価格は安くとも200万円。正規ルートで定価購入した時計を売りに出せば「儲かる」のだ。

人気モデルの「サブマリナー」も入手困難なモデル（同社ホームページより）

そのほかにもダイバーズウォッチの「サブマリナー」や矢印形の24時間針を持つ「エクスプローラーII」など、「プロフェッショナルウォッチ」と呼ばれるカテゴリーのスポーツ向けモデルが品薄となっており、ロレックススマラソンのターゲットになっている。

腕時計を扱う取り扱いショップのバイヤーは「もっと高価な腕時計はいくらでもあるが、特別仕様ではない量産モデルが新品よりも高い値段で取引されるのはロレックスぐらい」という。そのため営利目的の転売もあり、自分が使わないにもかかわらず入手しようとする買い手も少なくない。こうした「投資」目当ての需要で、品薄に拍車がかかっている。

ロレックスにとっては転売では1円の儲けにもならず、固定客や販売店から「一向に手に入らない」との苦情も寄せられるため、転売対策に力を入れている。国内でロレックスを購入すると、新品に貼付されている保護用フィルムを全て剥（は）がして顧客に引き渡す。

顧客の腕にフィットするようバンドなどを調整するために必要な措置というが、保護シールを剥がすと「中古品」とされて売値が下がり、転売対策の効果もある。そのため日本の時計専門店やネットショッピングで販売されているロレックスの新品は、ほとんどが海外からの輸入品だ。

入手の早道は百貨店の外商、目先を変えるのも手

転売対策の弊害として、店員が「在庫があっても転売しそうな客には売らない」のではないかとの指摘もある。真偽のほどは定かではないが、ネットには「店員と顔見知りになった方が有利」「身なりが良い方が売ってもらいやすい」といった情報が流れている。

現実には店側が露骨な「顧客選別」をしているわけでなさそうだ。来店した時に在庫があれば入手可能で、そのチャンスを狙って日参するロレックススマラソンの「ランナー」が跡を絶たない。とはいえる「運まかせ」のロレックススマラソンでは、労力の割に購入できる機会は少なく「割りに合わない」のが現実だ。

最も購入できる確率が高いのは、ロレックスを取り扱う百貨店の外商を通じて購入すること。さすがに

一番人気のデイトナは入手困難だが、それ以外の人気モデルであれば店頭に通い詰めなくとも入手できるという。店頭ではお目にかかる「サブマリナー」も、外商に頼めば2~3ヶ月で手に入るとの証言もある。

ロレックススマラソンは中古品が新品よりも高いという状況下で起こっている異常事態。一方で中古品価格が高くないモデルは比較的容易に手に入る。

耐磁性に優れた「ミルガウス」は、スマートフォンやパソコンのような磁力を出す電子機器との親和性が高く、デイトナやサブマリナーのように近づけないよう気をつかう必要がないなど実用性も高い。人気機種狙いのマラソンから一旦リタイアし、目先を変えてロレックス選びをしてみるのも一興だろう。

廃番の噂も出た「ミルガウス」。もしそうなれば中古価格は暴騰するだろう（同社ホームページより）
文：M&A Online編集部