

CHRONO24

THE ROLEX REPORT

Chrono24データから読み解く二次流通市場



CHRONO24で最も取引されているブランドはロレックス 需要は2022年のピーク後に正常化

ロレックス二次流通市場の概況

マーケットプレイス最大のブランド

30.5%

Chrono24の取引総額のうちロレックスが占める割合 - 他のどのブランドよりも高い

価格は2019年以前の水準を上回って安定

+55%

2019年比の価格推移
(直近365日で+7%)

1万〜2万ドル帯で最も強い存在感

61.4%

1万〜2万ドル帯における割合
(同社の主力セグメント)

若年層で需要が最も高い

34%

30歳未満および30〜39歳の
購入金額に占める割合
(60歳以上は27%)

北米市場で最大の存在感

35.4%

北米では取引金額の35.8%
を占め、欧州の28.7%、ア
ジアの19.5%を上回る

女性の方が男性よりロレックスを好む

37.5%

女性購入者の時計購入額の
37.5%がロレックス。男性
購入者は30.1%

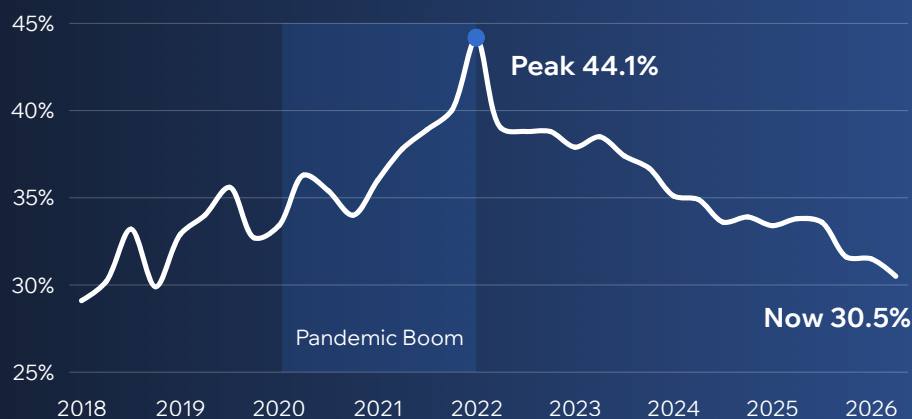
01 市場

価格帯別に見るロレックスの取引金額シェア（2026年累計）

ロレックスが依然として市場をリード

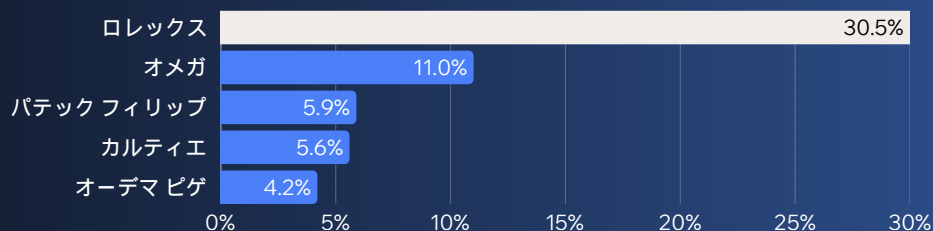
市場シェアは2022年のピーク後、平常水準へ回帰

ロレックス



Chrono24における\$取引額全体に占めるロレックスのシェア（四半期別、%）

2026年 第2 四半期



まとめ

ロレックスはChrono24最大のブランドであり、そのシェアは2019年以前の水準へ回帰。2026年第2四半期の取引金額ベースでは、ロレックスは取引額全体の約31%を占めており、2位のオメガ（11%）、3位のパテック フィリップ（約6%）を上回っています。ロレックスのシェアは2022年初めに44.1%でピークを迎え、その後は30%前後に落ち着いており、これはパンデミック前の水準に近い数値です。

2022 年のピーク後に安定し、この 1 年で再び上昇

ロレックス価格指数（左）と、スチール製「ペプシ」 GMT マスター II の推定価値（右）

ロレックス価格指数（ CHRONOPULSE ）・ 2019 年 = 1,000



スチール「ペプシ」 GMT マスター II ・ 推定価値

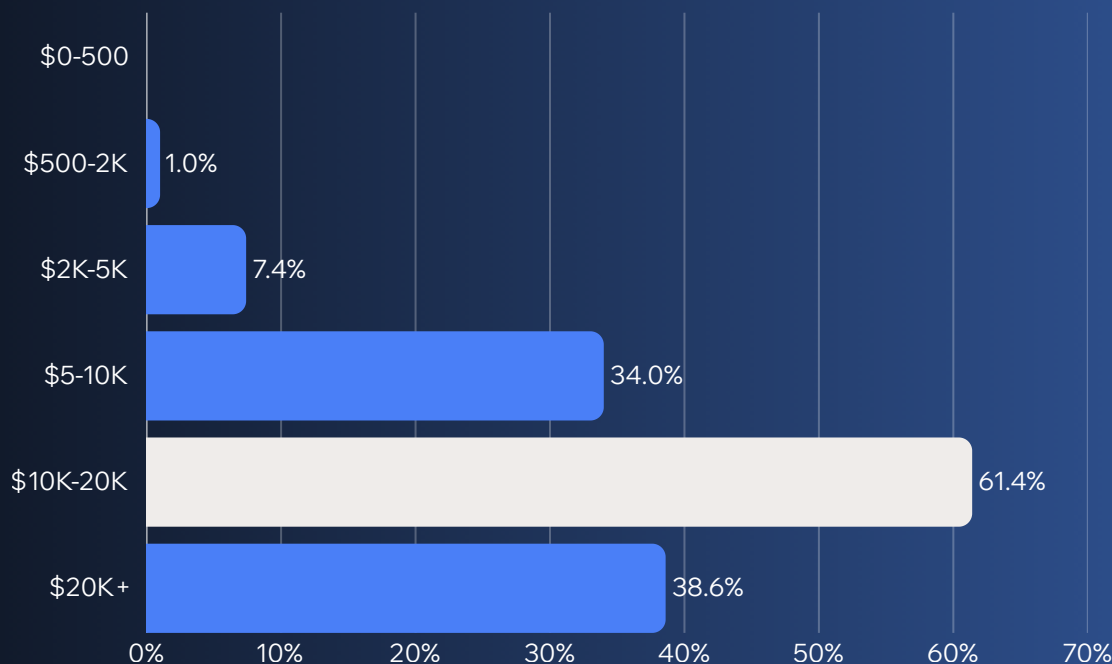


まとめ

価格は 2019 年を大きく上回る水準を維持し、過去 365 日で約 7% 上昇。価格指数は 2019 年を基準として約 55% 高い水準にあります。一方で、個別モデルの価格変動はより大きく、主に希少性が価格を左右。例えば、ステンレススチール製の「ペプシ」 GMT マスター II は、生産終了を受けて約 2 万 5,000 米ドルで取引されており、1 年前と比べて約 23% 上昇しています。

ロレックスは1万～2万ドル帯と2万ドル超の価格帯で圧倒的な存在感

価格帯別に見るロレックスの取引金額シェア（Chrono24、2026年 年初来）



ドル建ての価格帯は、ユーロ建てで定義した価格帯を換算した概算値です（1ユーロ≒1.08ドル）。

61.4%

1万～2万ドル帯の取引金額のうち、ロレックスの中核モデル（サブマリーナー、GMT マスターII、ステンレススチール製デイトナ）が大半を占めています。

38.6%

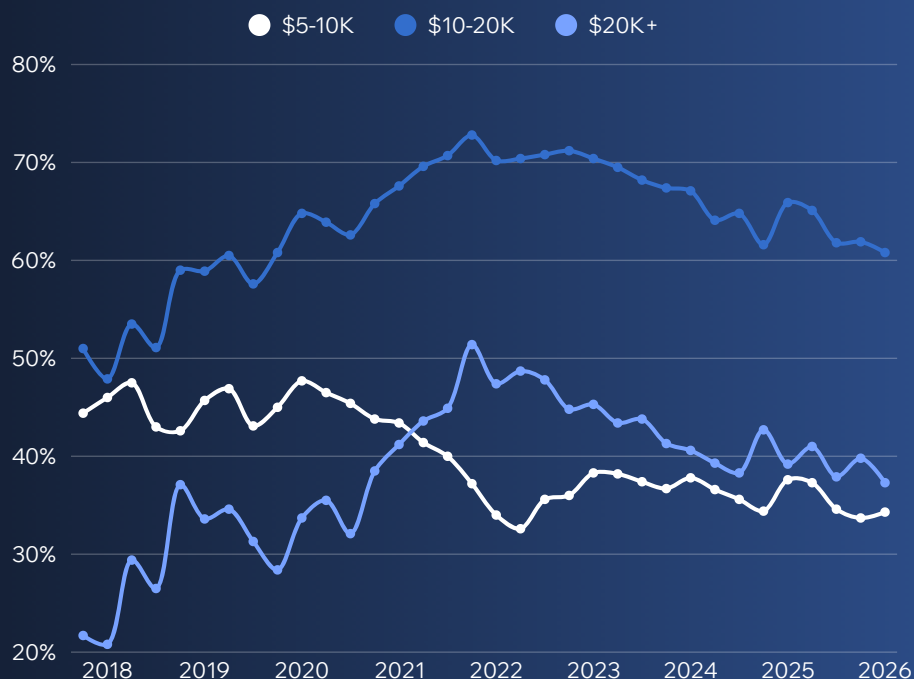
2万ドル超の価格帯では、ロレックスが引き続き首位を維持しているものの、パテック フィリップやオーデマピゲに加え、ヴァシュロン・コンスタンタンも存在感を高めています。

まとめ

ロレックスは1万米ドル超の価格帯で最も高い取引金額シェア。ロレックスの市場シェアが高い背景には、主力価格帯である1万～2万ドル帯で約61%、2万ドル超で約39%という高いシェアがあります。一方、それ以外の価格帯では市場シェアは複数ブランドに分散しています。

ロレックスの市場シェアは、2022 年のピーク以降、全価格帯で縮小

価格帯別に見るロレックスの取引金額シェア（％）

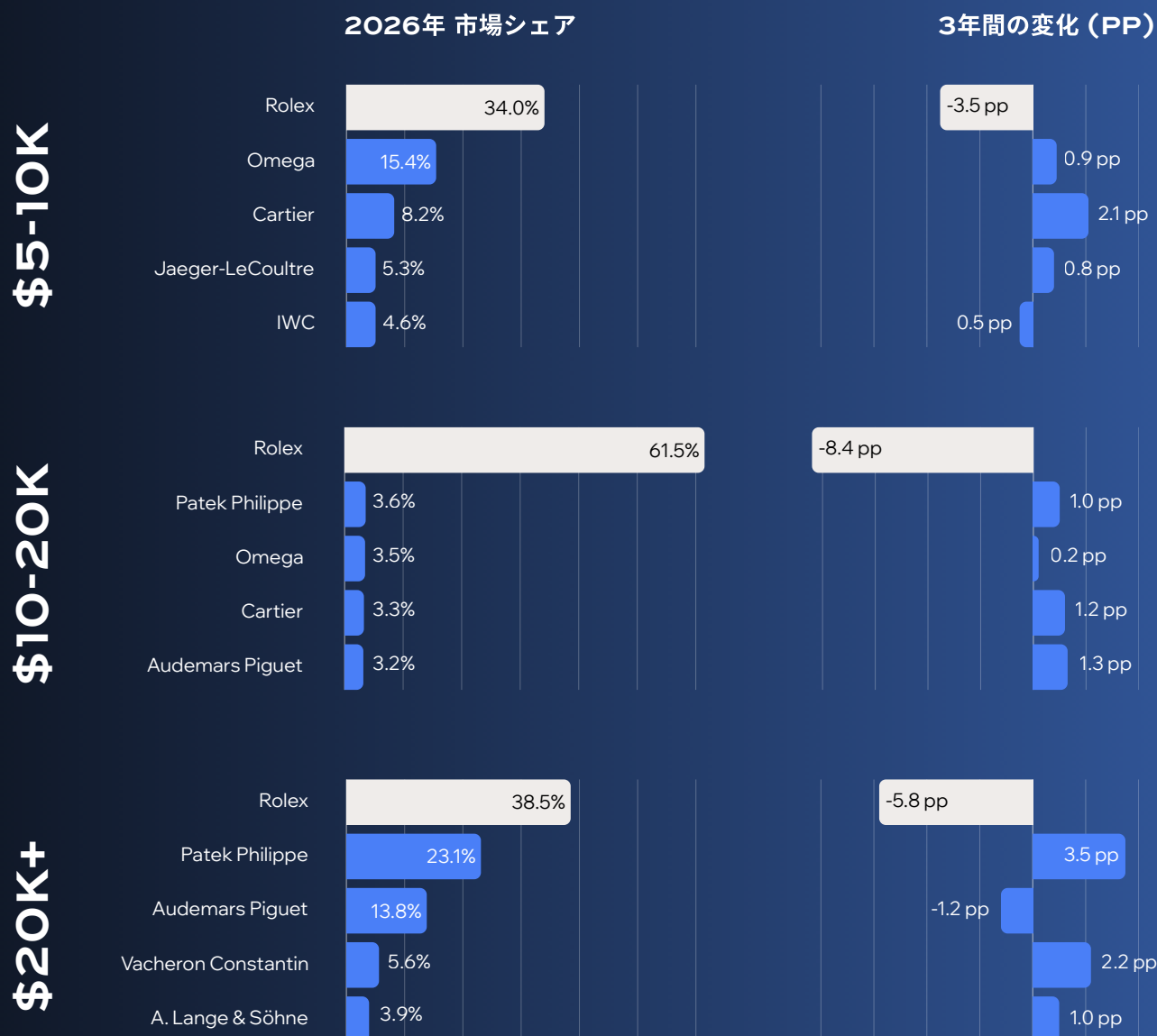


まとめ

5,000 米ドル超のすべての価格帯でロレックスが首位を維持していますが、2 位との差は 2022 年のピーク時よりも縮小。ロレックスの中核を担う 1 万～2 万ドル帯では、2022 年のピーク時には取引金額シェアが 70 %を超えていましたが、その後、競合ブランドがシェアを回復したことで、現在は約 61 %まで低下しています。2 万ドル超の価格帯では約 38 %、5,000 ～ 1 万ドル帯では約 34 %となっています。



ロレックスはすべての価格帯で首位を維持する一方、 2023 年以降はシェアが縮小



まとめ

コロナ禍で生じたプレミアム価格が解消されるなか、過去3年のロレックスのシェアは、すべての価格帯で低下。シェアの低下幅は約3～8ポイントで、最も大きかったのは1万～2万ドル帯（-8.4ポイント）でした。5,000～1万ドル帯ではカルティエが最も大きくシェアを伸ばし、2万ドル超ではパテック フィリップとヴァシュロン・コンスタンタンがシェアを拡大しました。

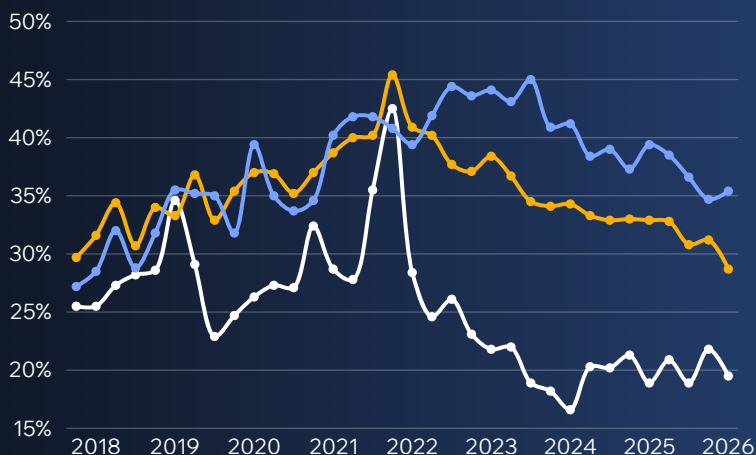
03 購入者



「年齢・性別・地域別に見る、ロレックス購入者の変化」

ロレックスは CHRONO24 最大のブランドであり 続ける一方、アジア需要は軟化

地域別に見たロレックスの取引金額シェアの推移（Chrono24、四半期、%）



地域	年間の変化
北米	-20%
ヨーロッパ	-25%
アジア	-11%

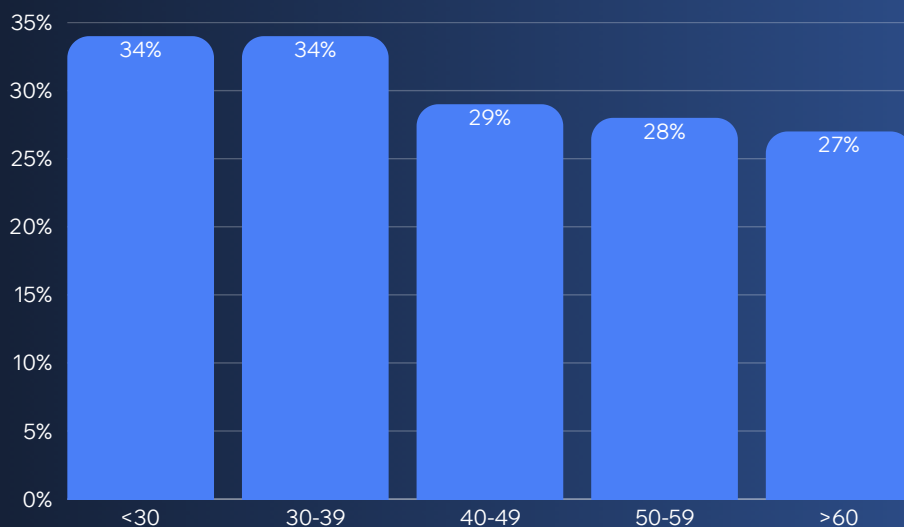
まとめ

取引金額ベースでは、ロレックスの市場シェアは北米が35.4%で首位。北米の市場シェアは、2018年の約27%から35.4%へと拡大しています。一方、欧州は約29%でおおむね横ばいを維持しており、アジアは30%台前半から約20%へと低下しています。

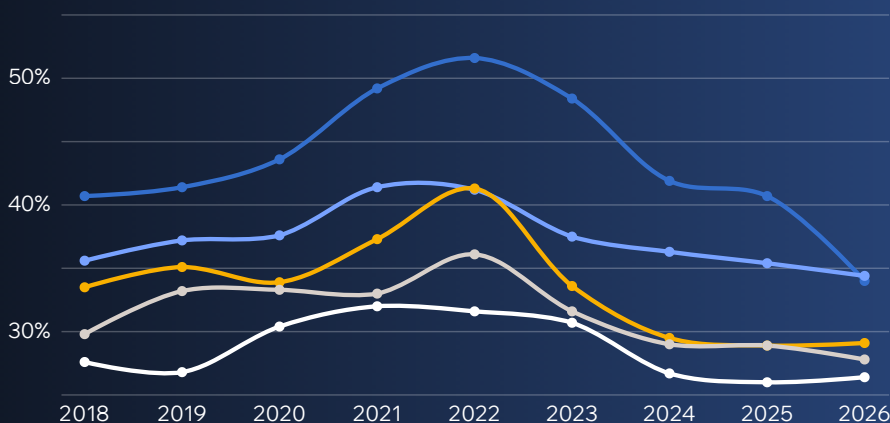
若年層は依然としてロレックスを最も選ぶものの、 2022 年以降は支出割合が低下

年齢層別に見たロレックスの取引金額シェア（Chrono24、2026 年年初来・年別、%）

年齢層別の支出割合（2026 年）



年齢層別の取引金額シェアの推移



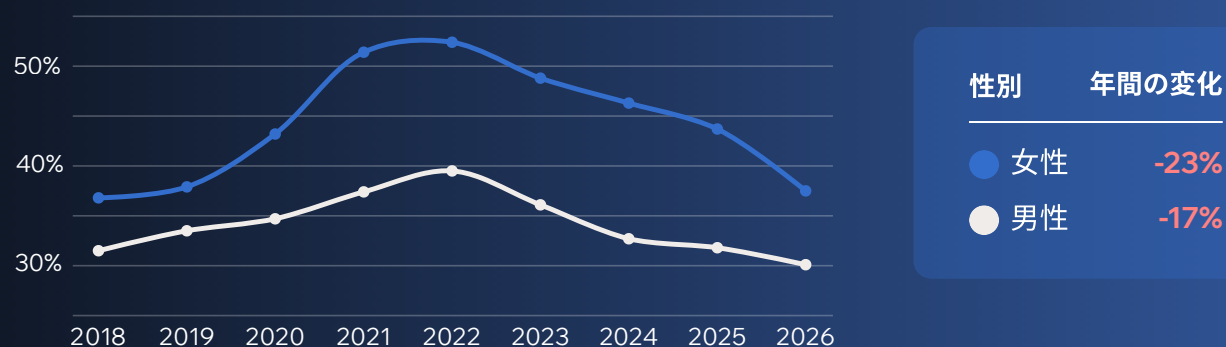
まとめ

ロレックスへの支出割合は若年層ほど高いものの、30 歳未満の購入者で最も大きく低下。30 歳未満では、腕時計への支出の約 34 % がロレックスに充てられているのに対し、60 歳以上では約 27 % となっています。2022 年のピーク時には、30 歳未満の購入者は腕時計への支出の約 52 % をロレックスに充てていました。しかし、その割合はこの 3 年間で約 30 % 減少しており、全世代の中で最も大きな減少幅となっています。

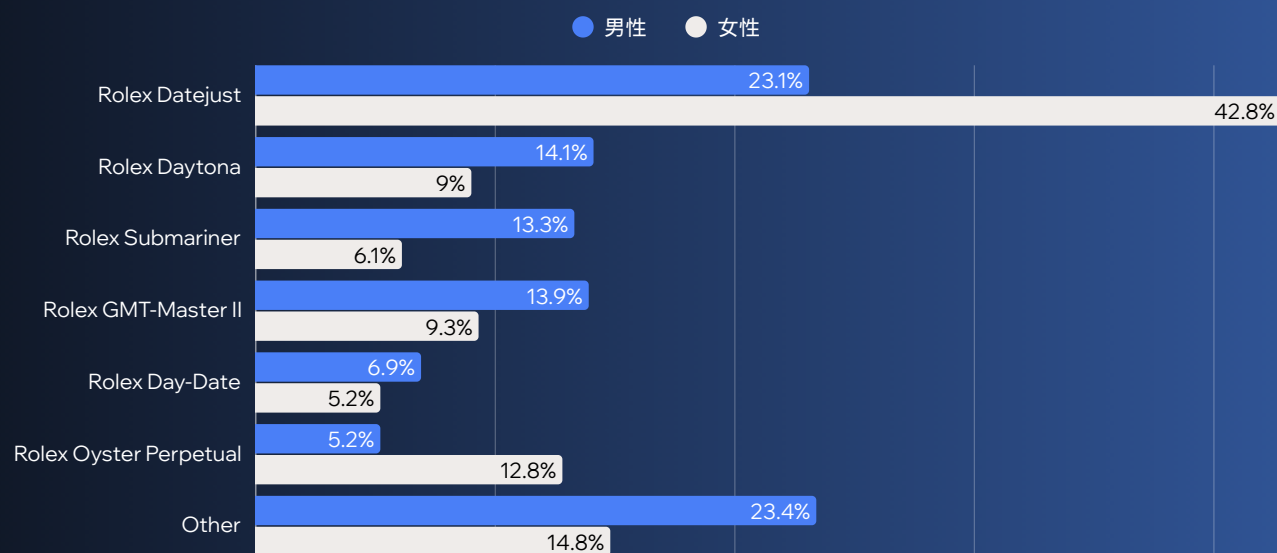
女性はロレックスへの支出割合が高く、選ぶモデルにも違いが見られる

購入者の性別ごとのロレックス取引金額シェアと、各性別で人気のコレクション（2026年 年初来）

性別ごとの推移（年別）



性別ごとのコレクション内訳



まとめ

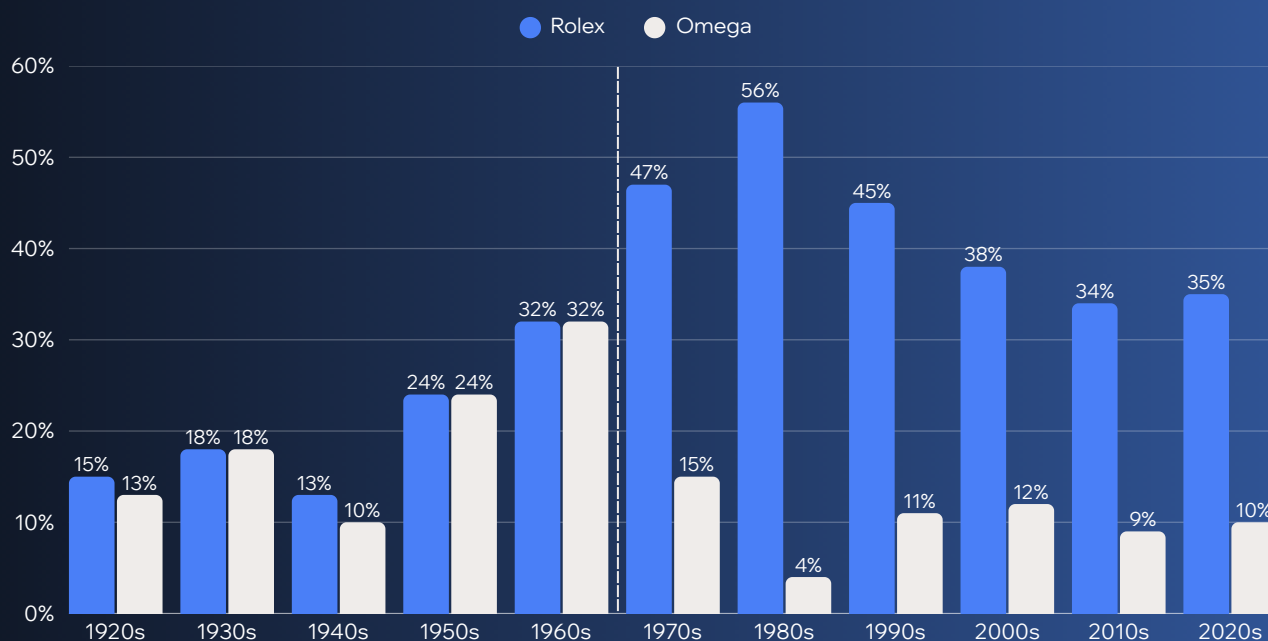
女性は、腕時計への支出に占めるロレックスの割合が男性より高い傾向。腕時計への支出に占めるロレックスの割合は、女性が37.5%、男性が30.1%となっています。女性はデイトジャストとオイスターパーペチュアルを選ぶ傾向が強く、その背景には、多くの購入者が好む小径ケースが充実していることもあります。男女とも、2022年のピーク時からロレックスへの支出割合は正常化しています。

04 ヘリテージ & コレクション



ヴィンテージではロレックスとオメガが拮抗、 新しい年代ではロレックスが優勢

製造年代別に見るロレックスと最大の競合であるオメガの
取引金額シェア（2026年累計、％）

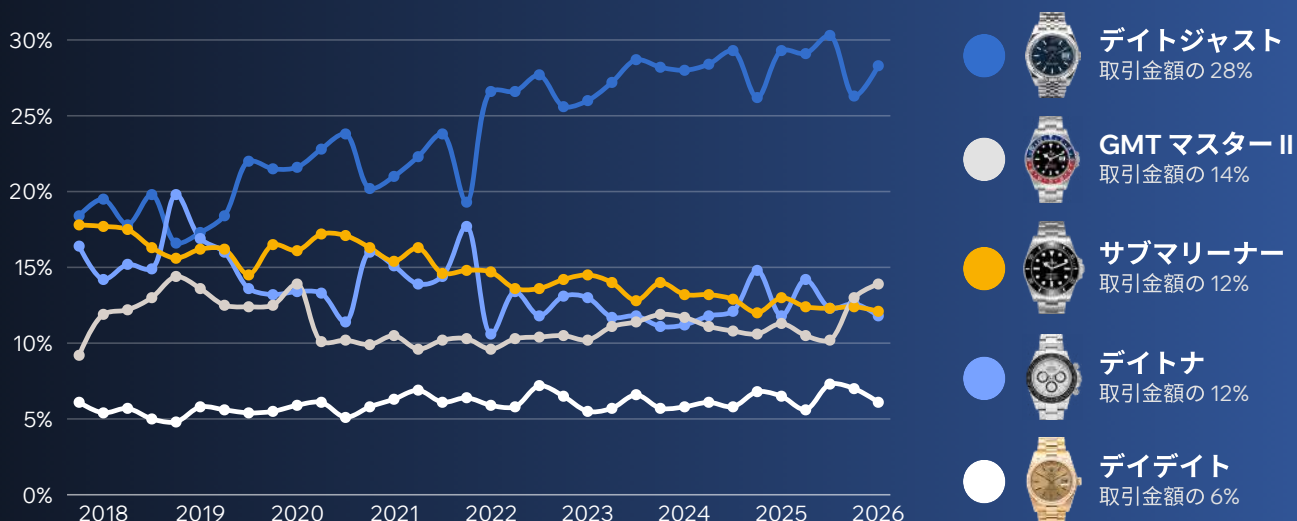


まとめ

1970年以前のヴィンテージではロレックスとオメガが拮抗する一方、1970年代以降はロレックスが優勢に。1970年代以降はロレックスが大きくリードしており、1970年代の取引金額シェアは46.5％（オメガ14.7％）、1980年代では55.5％（同4.3％）となっています。両ブランドは1970年代までは拮抗していますが、それ以降はロレックスが優勢となっています。

デイトジャストがロレックスの売上に最も貢献

ロレックス主要5コレクションの取引金額構成比（四半期別、%）



まとめ

スポーツモデルが販売の中心を担う一方、取引金額への貢献ではデイトジャストが首位。Z世代の購入者の増加やドレッシーなスタイルへの需要拡大を背景に、デイトジャストは取引金額の約28%を占めています。一方、サブマリーナー、GMT マスターII、デイトナの3コレクションも合わせて約38%を占め、なかでもGMT マスターIIが直近で最も存在感を高めています。



デイトジャストが首位を占める一方、売れ筋はステンレス スチール製スポーツモデル

Chrono24 におけるロレックスの販売本数上位リファレンス（2026年 年初来）

※%は前年比価格変動率



「バットマン」

GMT マスター II
126710BLNR

15,908 ドル

+6.3%



「ペプシ」

GMT マスター II
126710BLRO

23,218 ドル

+23.0%



サブマリーナー デイト

126610LN

12,513 ドル

+3.3%



「スプライト」

GMT マスター II
126710GRNR

18,125 ドル

+2.9%



サブマリーナー

124060

11,446 ドル

+4.5%



「ハルク」

サブマリーナー デイ
ト 126610LV

13,358 ドル

+0.7%



デイトナ

116500LN

27,505 ドル

+6.7%



GMT マスター II

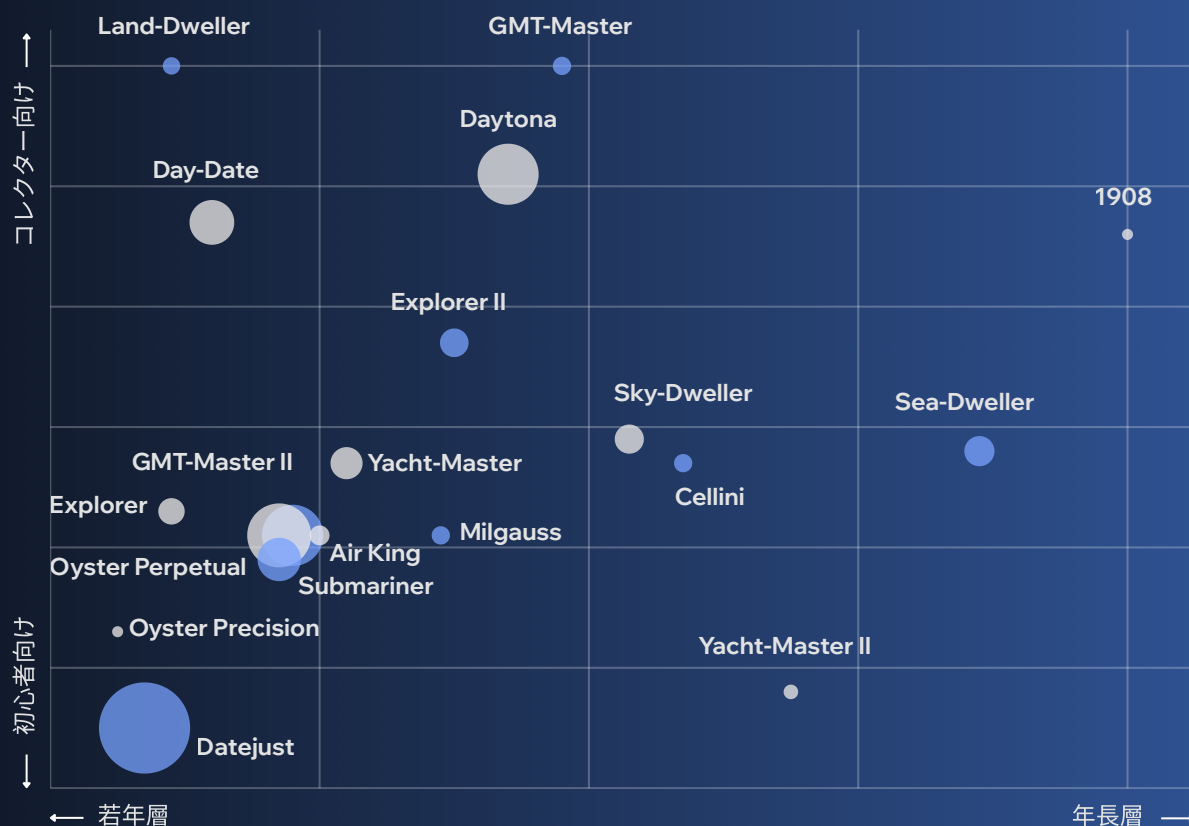
16710

11,518 ドル

+2.9%

若年層は入門モデルを好み、 高年齢層は高価格帯モデルを選ぶ傾向

各バブルはロレックスのコレクションを表し、大きさはブランド全体の取引金額に占める構成比（2026年 年初来）を示しています。



「初心者向け」と「コレクター向け」は、その時計を購入する前に、その購入者が Chrono24 で何本時計を購入していたかによって分類

まとめ

手頃な価格帯のモデルは入門モデルとして選ばれやすく、高価格帯モデルほど購入者の年齢層が高い傾向に。デイトジャストとオイスター パーペチュアルは、入門モデルとして広く選ばれています。時計への関心がより深まるにつれて、購入者はデイトナやヴィンテージの GMT マスターへと関心を広げていきます。一方、シードゥエラーと 1908 は、特に年齢層の高い購入者に選ばれる傾向が。デイトと新作のランドゥ エラーは例外で、コレクター向けのモデルでありながら若年層からも支持を集めています。



本レポートの作成方法

データの出典、定義 & 免責事項

データソース

本レポートは、Chrono24 のグローバルマーケットプレイスで 2018 年から 2026 年第 2 四半期までに成立した数百万件の実際の取引（実際に売買が成立した時計）を分析対象としています。なお、2026 年のデータは第 2 四半期までの年初来実績に基づいています。

分析対象：

本レポートでは、Chrono24 における取引金額（販売額）を基準に、全体および価格帯、購入者の地域・年齢・性別ごとのシェアを分析しています。また、2019 年 1 月 1 日を 1,000 とした高取引量モデルによるロレックス価格指数、コレクション別の取引金額構成比、製造年代別の構成比、価格帯別ブランドシェア、取引金額ベースの売れ筋リファレンスを分析対象としています。コレクション別購入者プロファイルのチャートでは、購入者タイプと年齢を社内指数で示しています。この指数は相対的な位置関係を表すものです。

算出方法：

数値は、各取引時点の為替レートで換算した成約金額に基づいています。値は売却価格を基準に、各取引時点の為替レートで換算しています。競合ブランドおよび購入者動向の変化は、2023 年との比較（過去 3 年間）に基づいています。購入者の年齢および性別は、取得可能な Chrono24 アカウント情報をもとに集計しています。取引量が少ないセグメントでは、短期的な変動が大きくなる場合があります。

調査対象とデータソース：

本レポートの数値は Chrono24 上の取引実績に基づいており、流通市場全体の動向とは異なる場合があります。Chrono24 グローバルマーケットプレイスで 2018 年から 2026 年第 2 四半期までに成立した数百万件の取引データを基に分析しています（2026 年は第 2 四半期までの年初来データ）。価格帯はユーロ建てで定義しており、米ドル表記は概算値です。

免責事項ロレックスは Rolex SA 社の登録商標です。本レポートは Chrono24 による独自の分析に基づくものであり、Rolex SA との提携、承認、または協賛を受けたものではありません。本レポートの作成に Rolex は関与していません。ブランド名およびコレクターの愛称は、識別を目的として使用しています。本レポートは情報提供のみを目的としています。投資助言を目的としたものではありません。

CHRONO24