

Enjoy laps in the pool or just visit with your inviting neighbors.

「プールで水泳をお楽しみください。または隣人を誘ってちょっとお立ち寄りください」

6 感情に訴える

あまり多くはないが、情緒に訴える表現もみられる。感情（勘定？）に訴え、物件が「お買い得」であることを強調している。次の例は極めて一般的な表現である。

excellent buy 「お買い得」	You will love it. 「気に入りますよ」
great value 「大変な価値」	Sure to please you!!! 「気に入ること間違いなし!!!」
Don't miss it. 「お見逃しなく」	

一般的な価値観とは異なる逆説的なレトリックを使っているものもある。製品は新しいほど価値があり、住宅も例外でない。その例として、oldは避け、築1年をone year newと表現している。ONLY 8 YRS YOUNG! 「築たった8年の新しさ!」というユーモラスな表現まで使われている。

さらに強い逆説的なレトリックが使われているものもある。ほとんどの広告が美辞麗句の羅列であるが、次の例は「より大きく、より新しく、より便利で、より美しい」という不動産広告の常識とはほど遠い表現ばかり含まれている。逆説的な手法が「お買い得感」を煽っている。

CALLING ALL CONTRACTORS! 4bd, 3 ba, broken windows, termites, peeling paint, warped flrs, poss. leaky roof. One man's trash, another man's treasure! Almost 1700 sq ft. Oppty. for the right person. AS IS! \$219,000.

「すべての契約者に呼びかける！4寝室と3浴室、割れた窓、シロアリ、剥がれかけているペンキ、歪曲した床、雨漏りする屋根付き。屑も他人には宝物に！ほぼ1,700平方フィート。相応しい人にはよい機会。現状で219,000ドル」

7 おわりに

The Real Estate Book は不動産業者数社の物件を掲載している。業者ごとにまとめており、形式もほぼ統一させている。本稿は広告英文に絞って分析してみたが、英文の内容以外にも、日本の不動産の広告と異なる点が見られる。まず、不動産業者あるいは営業担当者の笑顔の写真が必ず載っている。比較的多いのは若そうな美女であり、電話での問い合わせを待っているとしている。男性はひげをたくわえている人が多い。犬と一緒にいる写真もあり、ペットに理解があることを強調しているようだ。

ここに掲載されている物件が高いか安いかはよく分からないが、(万-)生活にゆとりができれば、ぜひ買ってみたいものもある。



The Real Estate Book の表紙の家