

《企画意図》 矢印を詐欺師に見立て、指示はまず左下と明記されているが、矢印は右下を示している。偽善者に偽り、高齢者や若者から情報や財産を奪う事件が多発している現代で、簡単に、誤った情報や甘い誘惑に惑わされず、その情報は正しく、安全な情報かを判断する癖を付けて欲しいという思いをコンセプトに作成した。（東北芸術工科大学 須藤 丈翔）

まずは、左下をご覧ください。



あなたは簡単に騙されにくい人です。
私、おの人騙されてるかも...
と感じたら、すぐに確認を。

ここは右下です。
矢印のように詐欺師は簡単にあなたの行動を探ります。
簡単に騙されないで。
なくそう、ふせこう、特殊詐欺。

気づきを、動きへ。
ACジャパン広告学生賞
 新聞広告部門 応募作品

《寸評》 自分自身が広告を見たときに、まんまとひつかかってしまった。新聞広告でありながらインラクティブ性がある。広告の定型(ビジュアル、キャッチフレーズ、ボディコピー)を崩して、大胆に他の作品とは違う見せ方をしている。この広告で疑似体験することで、自分が当事者になりかねない事をうまく指摘させている。