

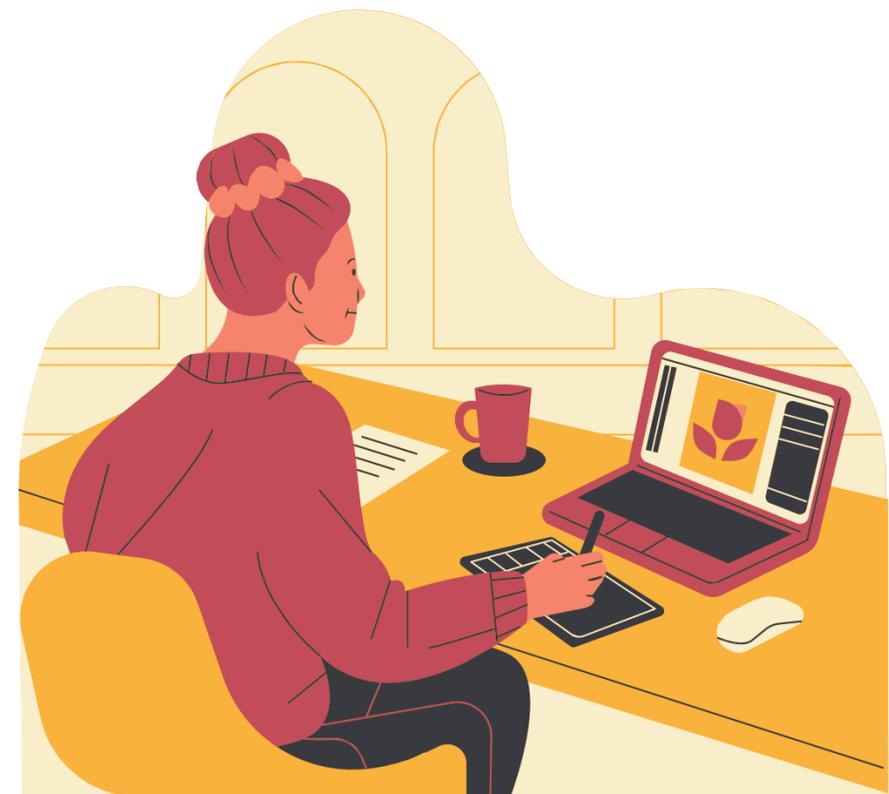
CanvaPro 登録のススメと デザイン編

 Avance



この章で行うこと

前章の企画編で設計した
「投稿企画台本」を元に
Canvaでデザインを入れていく



この章のゴール

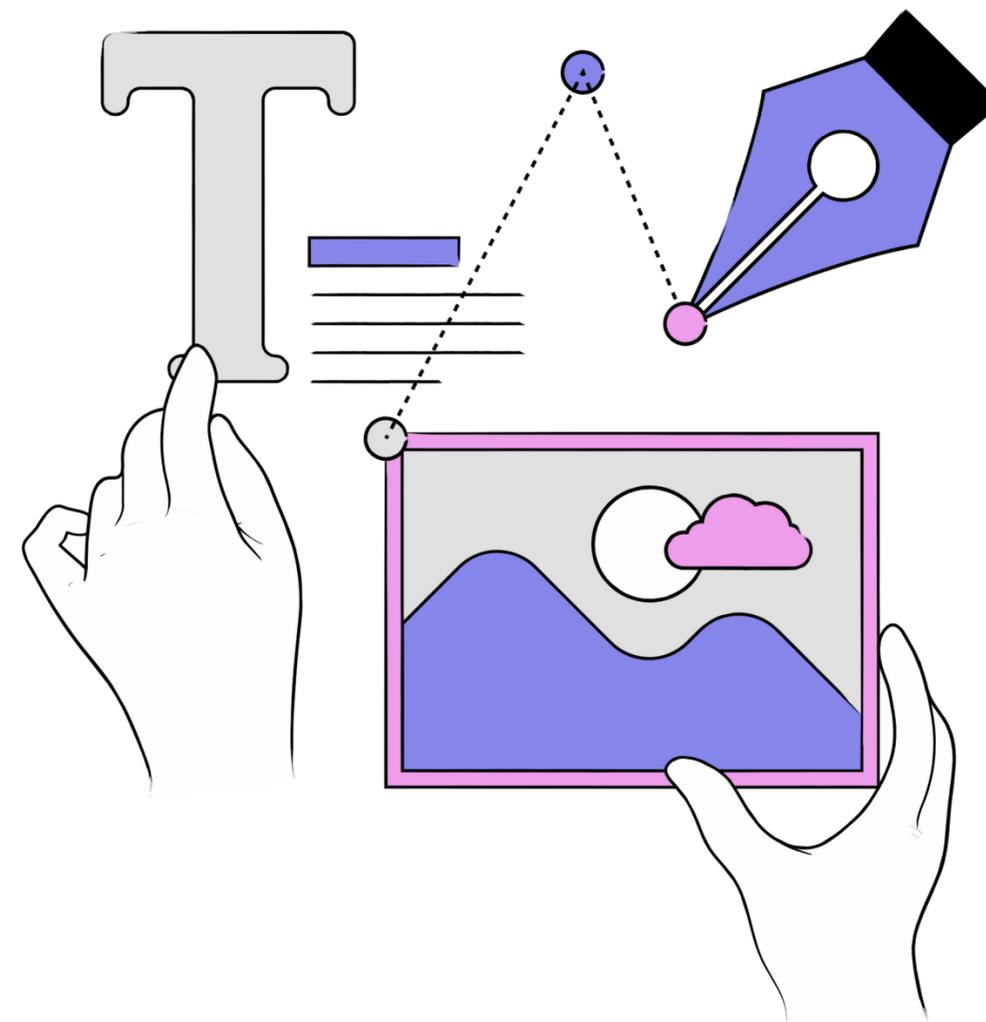
10個の台本を元に



10投稿分のデザインを入れて



10投稿完成させる



デザイン制作講座の全体像

1. 『CanvaPro登録のススメ編』
2. 『初心者のためのデザイン4原則編』
3. 『インスタ画像の基礎知識編』
4. 『サムネイルの作り方編』
5. 『中身の作り方編』
6. 『サンキューページの作り方編』

▶ 次の章から各項目を1つずつ解説

課題

1. 「今回の2～6章」の講義を見てデザインを構築する
2. 1投稿できたらデザインの添削を受ける
3. 添削後、その通りに10投稿作る

- 第1章 -

CanvaPro登録のススメ編



Canva とは、

誰でもかんたんにデザインが作れる
「無料からでも使えるデザイン作成ソフト」です！

2020年には、日本語テンプレートが2万7000種類以上になり
現在ではノンデザイナーが使うもっとも定番デザインソフトです。

Canvaには、
無料版と有料版があり
違いは右の表の通りです。

ズバリ！
仕事で使うなら
有料版を使うべき！

	Canva無料版	Canva Pro版
料金	無料	月額1,000円～
テンプレート	一部	すべて (61万点以上)
デザインタイプ	一部	すべて (100種類以上)
素材	一部	すべて (1億点以上)
ブランドキット	なし	あり (100個まで)
ブランドテンプレート	なし	あり
背景リムーバ機能	なし	あり
マジックリサイズ機能	なし	あり
コンテンツプランナー (SNSへの予約投稿機能)	なし	あり
チームでの共同作業	あり	あり (さらにデザインのテンプレート化が可能)
アニメーション (アニメート) 機能	一部	すべて
クラウドストレージ	5GB	100GB

CanvaProを使うべき3つの理由

- ①すべての素材が使える
- ②すべての機能が使える
- ③クラウドストレージ容量が100GBになる



各素材も無料で使えるものと有料で使えるものが
ごちゃまぜに表示されるので時間がかかる…

CanvaProを使うべき3つの理由

せっかく探したのにまた探しなおし…

結局、無料版だと時間がかかる…

素材サイトからだともっと時間がかかる…

Canvaのメリットが生かしきれない…



たくさんの素材が使える

CanvaProは、写真やイラストだけでなく、
BGMやフォント、デザインテンプレートなど
外部のサイトに行く必要がなく



Canva内で作業が完結します。

CanvaProの優れた機能

- **写真の背景を一発で削除できる「背景リムーバ機能」**
外部サイトで作業して読み込む手間がない
- **デザインのサイズを一発で変えられる「リサイズ機能」**
インスタ投稿サイズから、リールサイズに一発変更
- **任意のロゴやカラーパターンなどを登録できる「ブランド機能」**
良く使うものを登録しておいて瞬時に呼び出せる
- **アニメーション機能もあり画像にかんたんに動きをつけることも可能**
画像編集ソフトの分野までサポートしている

クラウドストレージ容量が100GBになる

- 無料でつかえるのは50GBまで
- 写真や動画の保管や共有場所にも使用可能

データ容量も気にすることなく使え



**作ったデータを自分のハードディスクで
管理する必要がない**

CanvaProの気になる料金

月額1,000円～

- ・ 月払い：1,500円
- ・ 年払い：12,000円（月1,000円）

Canva for Teams

- ・ 5人まで使えるプラン
- ・ 年払い：18,000円
（5人で使えば：1人あたり月300円）

僕は年払いで
利用しています！

今なら1ヶ月間無料ですので
ぜひ試してみてください。

概要欄にリンクを
貼っておきます。



CanvaProの魅力は言い出すときりがないので
ここまで！

僕はいままで30年近く「Adobe Illustrator」を
使ってきたにも関わらず
インスタ投稿・リール・ストーリーだけにとどまらず
この動画講義やスライドまですべてを
CanvaProで作成しています。

まずは触ってみてください。



- 第2章 -

初心者のためのデザイン4原則編



デザインの4原則

① 整列

② 近接

③ 対比

④ 反復

順番に解説していきます！



デザインの4原則

① 整列



なんか落ち着かない…



スッキリ見えるし見やすい。



線を意識することが大切

デザインの4原則

①整列：デザイン例



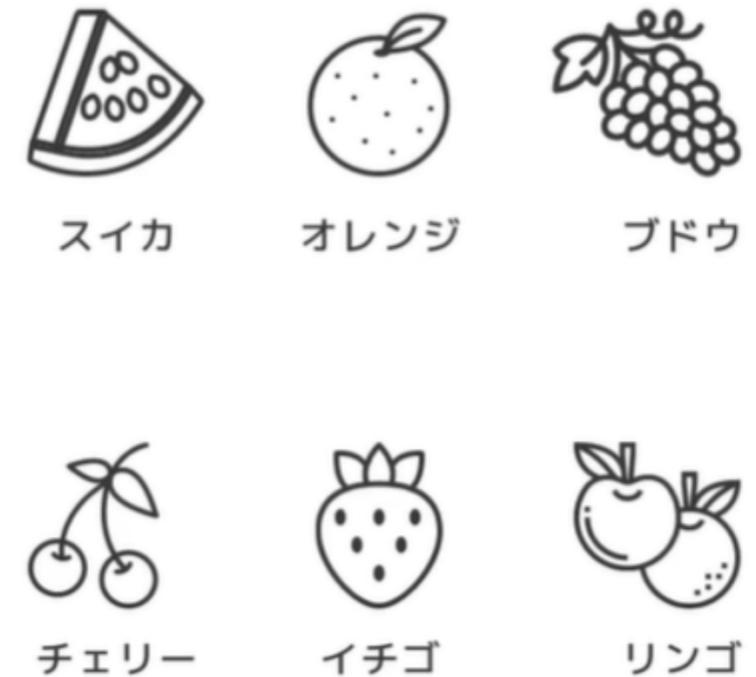
左揃えや中央揃えなど、赤のラインが整列されています。

デザインの4原則

②近接 = グループピング



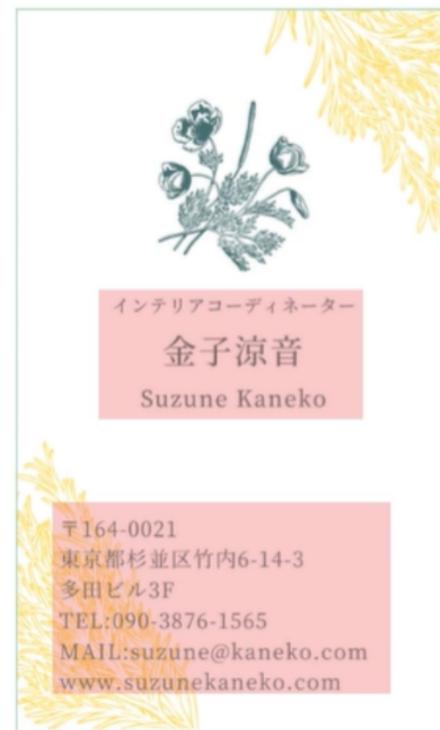
全体的に散らばっている



イラストが何なのかわかりやすい

デザインの4原則

②近接：デザイン例



情報量の多いものほどグルーピングをしてわかりやすくしていきましょう！

デザインの4原則

②対比＝強弱

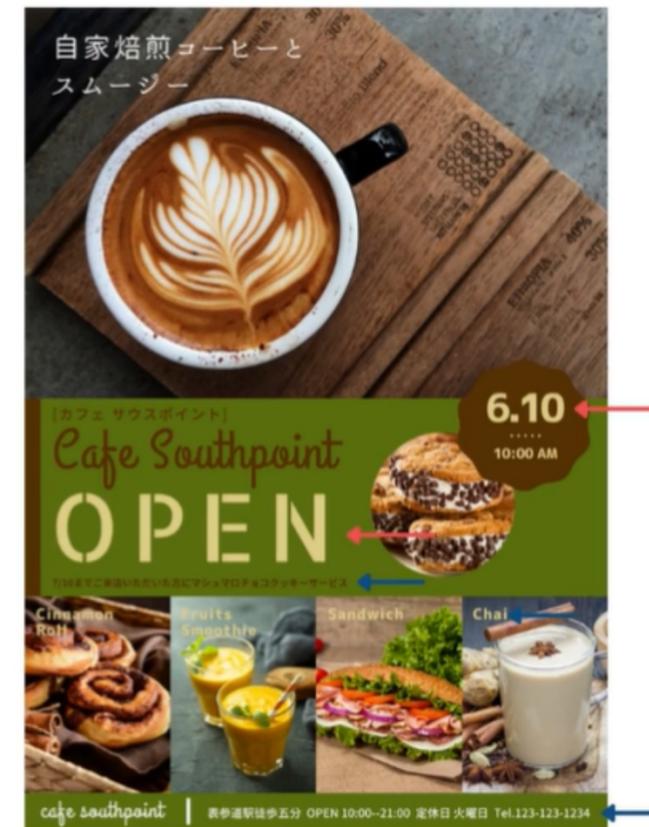


メリハリがないのでのべっとしている

優先順位をつけると見やすい

デザインの4原則

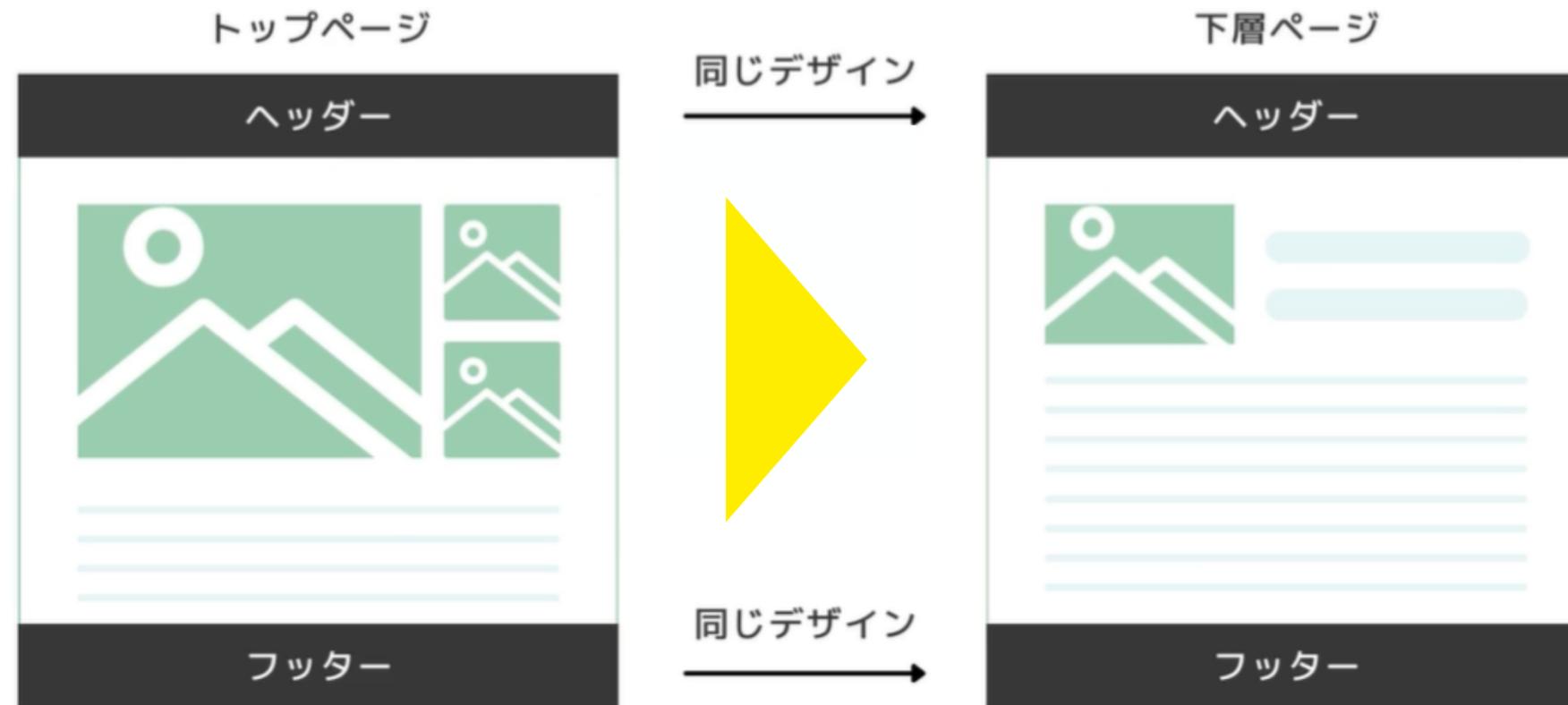
③対比：デザイン例



赤の→が目立たせたい部分で、青の→が目立たなくてもいい部分

デザインの4原則

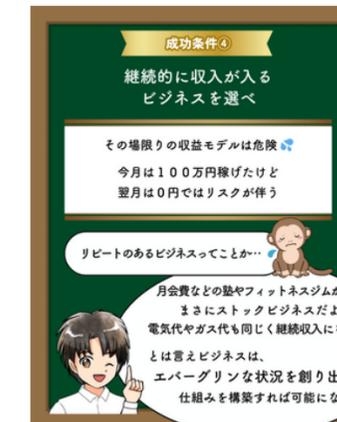
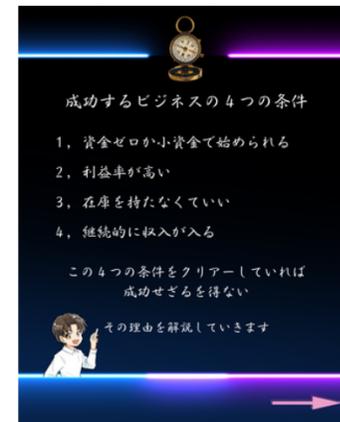
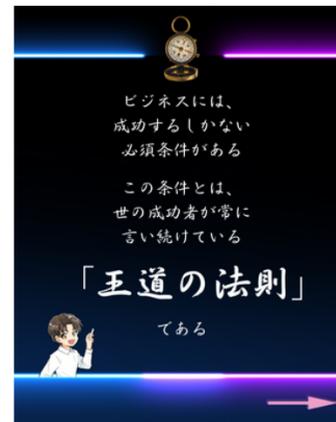
④反復



各ページのデザインに一貫性を持たせることで違和感がなくなります。

デザインの4原則

④反復：デザイン例



インスタの投稿も世界観を統一しているものが多いと思いますが
僕の投稿もサムネとサンキューページを統一させ、
具体例のところは反復させています。

【デザインの基本原則】

- ①テキスト内容と関連するイラストや写真を使う
- ②1番見せたいものの上には文字を乗せない
- ③スムーズな視線移動を意識する
- ④余白をつくる
- ⑤本文の基本は左揃え
- ⑥視認性を実寸サイズで確認する

①テキスト内容と関連するイラストや写真を使う

人は**イメージ（想像）**すると**興味をもつ**

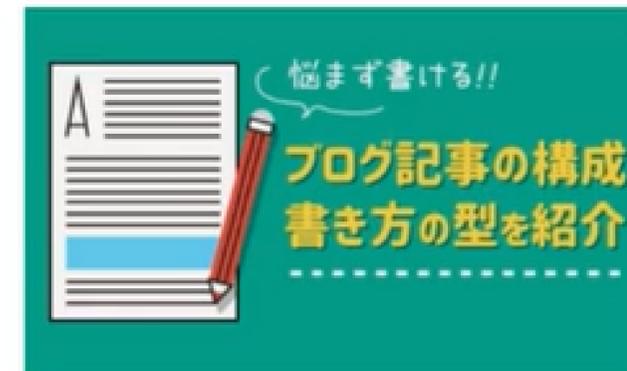
→テキストと写真・イラストの関連度を高めると興味をもたれやすい



安眠サプリのバナー



インフルエンサー
マッチングサービスのバナー



ブログの書き方を紹介する
記事の画像



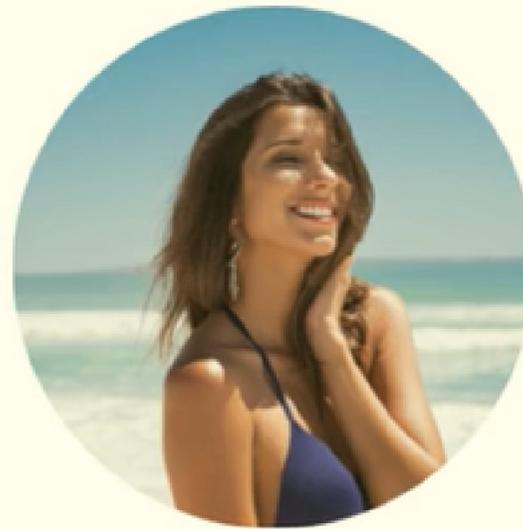
歯磨き粉のレビュー記事の
画像

人は視覚で想像すると見たくなるという傾向があります。

人の目に留まる写真選定テクニック

3Bの法則

- 1.美人 (Beauty)
- 2.赤ちゃん (Baby)
- 3.動物 (Beast)

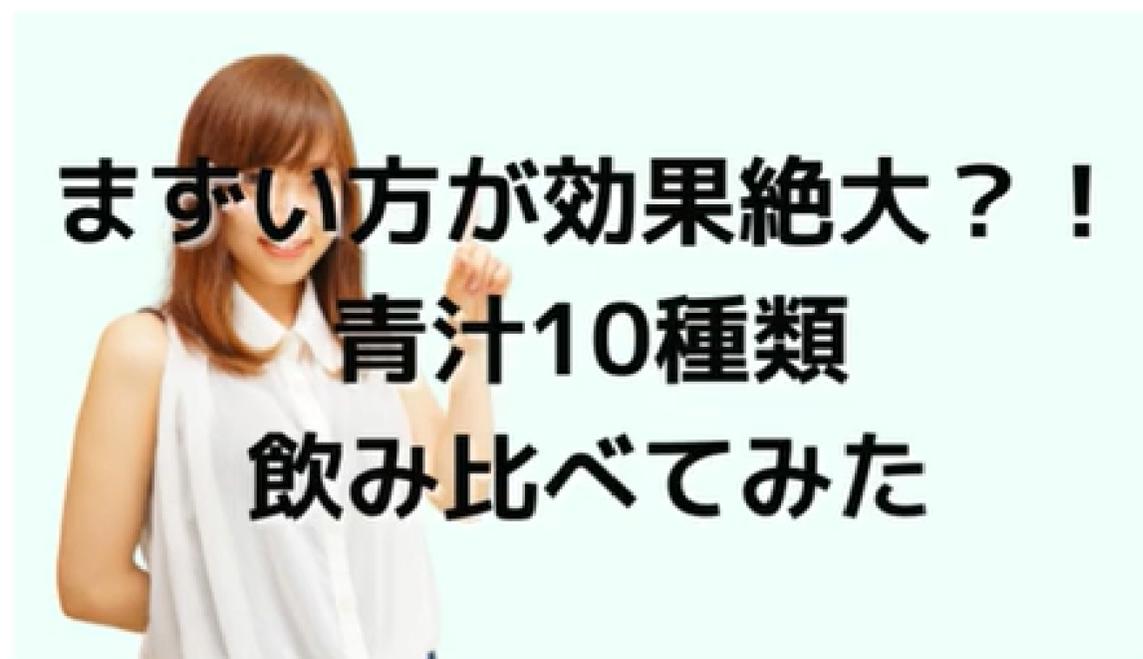


目にとまりやすく、好感をもたれやすい

上手く活用すると効果があります。

② 1番見せたいものの上には文字を乗せない

【NG】 主役の上に文字がのっている



【OK】 文字の配置を変えて強弱をつけた



人は人の顔（目）や表情をまず最初に見る

これはさすがやらないと思いますが、見た目の印象も悪いですね

③スムーズな視線移動を意識する

Zの法則

人の視線は左→右へ
「Z」の形で動く



アイキャッチとなる写真は左側に配置するとスムーズに情報が伝わります。

テキストは人物の視線の先に配置する

- テキストは指差している先や人物の視線の先におく
- 視線の動きにあわせて配置を考える

×



○



これも1例なので写真の向きなどを考えてテキストを配置していきましょう。

④余白をつくる

余白がないデザインは窮屈で読みにくいです

余白がないデザインは窮屈で読みにくいです

- リストも読みにくい

余白がないデザインは窮屈で読みにくいです

詰まり過ぎて見にくい

余白があるとスッキリ読みやすい

余白があるとスッキリ読みやすい

- リストも読みやすく

余白があるとスッキリ読みやすい

余白は多めに取っても良い

⑤本文の基本は左揃え

見出しのテキスト

本文のテキストがここに入ります。
本文のテキストがここに入ります。本文のテキスト
がここに入ります。

見出しのテキスト

本文のテキストがここに入ります。
本文のテキストがここに入ります。本文のテキス
トがここに入ります。



見出しのテキスト

本文のテキストがここに入ります。本文のテキスト
がここに入ります。本文のテキストがここに入ります。
本文のテキストがここに入ります。

見出しのテキスト

本文のテキストがここに入ります。本文のテキスト
がここに入ります。本文のテキストがここに入ります。
本文のテキストがここに入ります。

基本的に左揃えが基本の形となりブロックをきれいに積むイメージです。

⑥視認性を実寸サイズで確認する

デザインが完成したら、必ず実寸サイズで確認！

小さい一覧表示でも目に留まるデザインを目指そう



作っている時は良いと思っても実際より大きいとか小さいってあるあるなので実寸サイズで確認しましょう！

- 第3章 -

インスタ画像の基礎知識編



Instagram投稿画像サイズは3つ

①正方形（1：1）1080×1080ピクセル

→主要サイズ

②縦長（4：5）1080×1350ピクセル

→フィードで目立つ

③横長（1.91：1）1080×566ピクセル

→動画から転用しやすい



投稿サイズとそれぞれの特性を理解しておきましょう。

ビジネスアカウントでインスタ運用するなら

縦長サイズでOK

- ・ホーム画面での専有面積が広く目立ちやすい
- ・余白もとりやすくスッキリ情報が伝わる



特にこだわりのないのならこのサイズで作成するのがオススメです。

Canvaではカスタムサイズで作成

Instagram縦長画像の
デザインタイプはないので
カスタムサイズで作成する

幅 1350px

高さ 1350px



特にこだわりがないのならこのサイズで作成するのがオススメです。

作成時の注意点

- 横3列の一覧で表示される場合約**3分の1**サイズに
- Canva上だと**10%**に縮小したくらいの見え方が近い
- サムネイル表示では正方形にトリミングされる



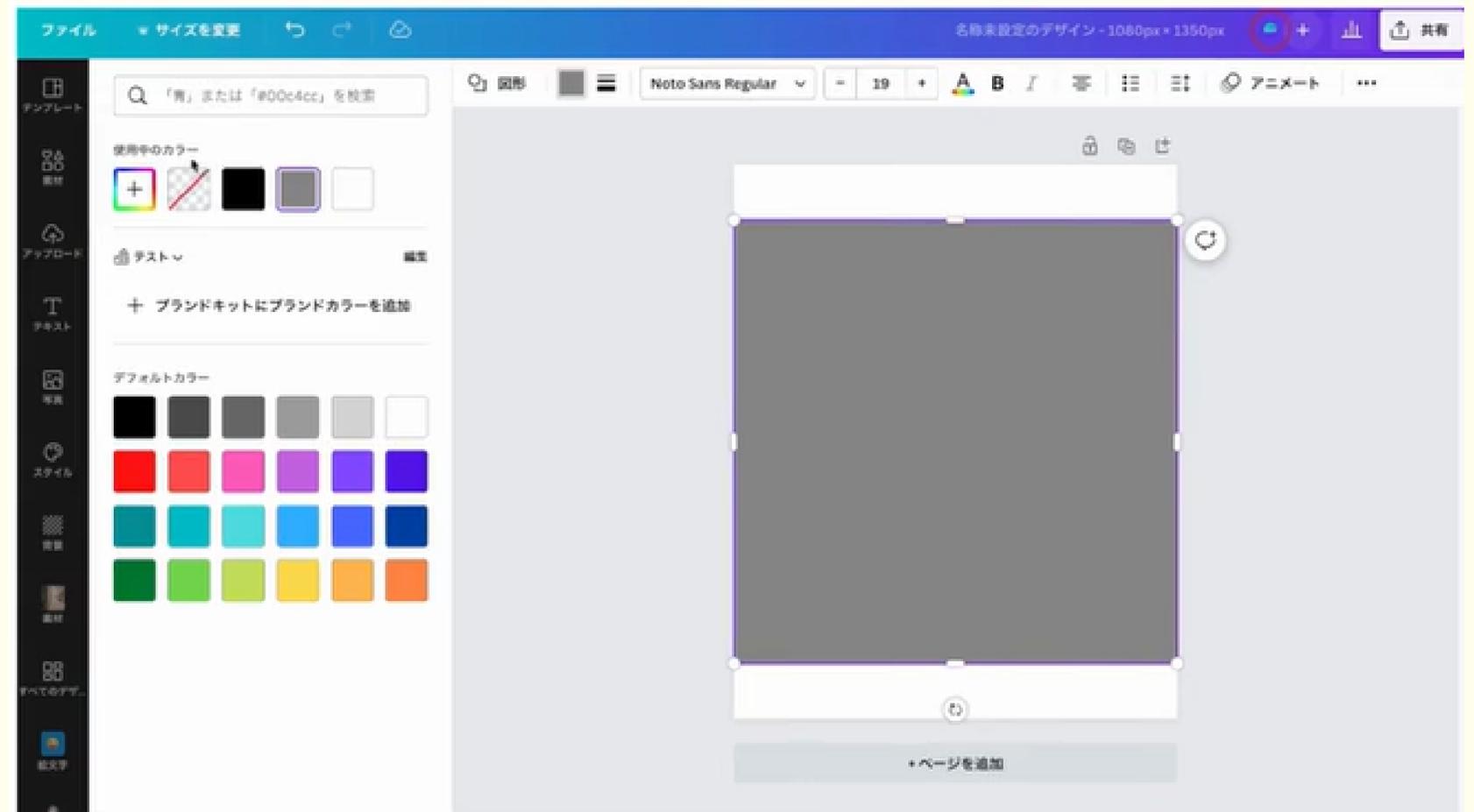
画像が切れることを想定して作成しておきましょう。

トリミング位置を把握する方法

正方形でガイドを作る

【手順】

- 1.正方形を配置する
- 2.Shiftキーを押しながら
(縦横比率を保つ)
横幅にフィットするよう拡大
- 3.カラーをなしに変更
- 4.移動しないようにロックをかける



特にこだわりがないのならこのサイズで作成するのがオススメです。

- 第4章 -

サムネイルの作り方編



オリジナルテンプレートの作り方 【1枚目編】

1番はじめの1枚目は、
見てもらえるかが決まる大事なページです。

気合を入れて作りましょう！



なぜ1枚目にこだわるべきなのか？

- ・目をひく1枚目にできないと投稿は埋もれる
- ・渾身の投稿を作っても1枚目でタップされなければ見てもらえない

たくさんライバルの中でも
タップされる1枚目を作る必要がある

発見タブからの流入ということを理解して
その中でタップされる画像を作る！



1枚目デザインの3つのポイント

1. シンプルかつインパクトのあるデザインになっているか？
2. 中身を見たいと思わせる訴求になっているか？
3. 文字サイズやカラーは適切か？



思わずタップしたくなるポイントをおさえましょう。

1. シンプルかつインパクトのあるデザインになっているか？

インパクト

文字に強弱をつける

(重要なキーワードを大きくする)

動きをつける

(1部を斜めにしたり、エフェクトをつけるなど)

シンプル

背景はシンプルにして、余計なものをおかない

※オリジナルキャラや自画像は差別化になる



僕のサムネはコテコテですが…



2. 中身を見たいと思わせる訴求になっているか？

有益そうなタイトル

例：成功法則・300%・失敗しない

続きを見たくなるしかけ

例：永久保存版・絶対条件



尖ったコピーや刺さるコピーを意識する



3. 文字サイズやカラーは適切か？

文字のサイズ

サムネイル表示でも読める大きさか？

カラー

アカウントの世界観にあっているか？

いつも同じ配色で構成されているか？



僕のサムネは配色がバラバラですが…



人気投稿から、 デザインの傾向をつかもう

どんなデザインテイストにすべきか？

どんな配色やフォントを使えば見られやすいかは？

取り組むジャンルによって違う

人気投稿を分析して

人気のデザインの傾向をつかむ



とはいえ、迷うところではあるので
参考のために取り組む人が多いジャンル5つを紹介します

デザインテンプレート 1枚目解説

- ① コンサル・コーチング系
- ② 暮らし系
- ③ 美容系
- ④ お金系
- ⑤ ダイエット系

順番にご紹介します。

① コンサル・コーチング系



写真パターン



キャラクターパターン

- 文字情報が主役
- シンプルなデザインが人気
- テキストのインパクトで勝負
- 背景は写真をひく or 1色
- 使用写真はリアル素材推薦
- 基本文字色は白がおすすめ
- 投稿テーマをしめすアイコンやテキスト

コンサル・コーチング系は文字主体がオススメ！

②暮らし系



ナチュラルな世界観



ミニマルな世界観

- 写真が命
- 基本文字色は黒 or 白
- フォントサイズは大きすぎない方がカッコイイ
- ナチュラルなイメージを伝えたいなら
→女性らしいフォント
- ミニマルなイメージを伝えたいなら
→シンプルなフォント
- 文字が読みにくい時は、文字の下に白い図形を
ひき透明度を70~90%程度にするか、背景を
黒にし写真の透明度を90%程度にする
- あしらいで英語を添えるところなれた印象に

暮らし系は、とにかく！写真にこだわりました！

③美容系



- 写真の世界観をいかす
- **なるべく自分の写真を使用する**（肌がわかるもの）
- スタイリッシュなきれいなフォントを選ぶ
- 背景に写真をひく場合は、背景色をメインカラーにしてから、写真をやや透明にするのがおすすめ
- **アカウントの推しを考えてメインカラーを決める**
（例）透明感推しなら明るく青っぽいイメージ、
ギャル推しならピンク系、ヘルシーならベージュや白を中心とした色を使う、など

美容系も写真が主体です！スッキリきれいに見せること！

④ お金系



- 「簡単そう」「楽しそう」なイメージをもってもらえるデザインが人気
- タイトルの文字は大きくする
- フォントは丸ゴシックなどの優しいフォントや崩れすぎないポップ書体がおすすめ
- やさしい、または楽しそうなイラストをそえる

内容が難しいジャンルなので楽しい簡単そうなイメージにすること！

⑤ダイエット系



- 「簡単そう」「楽しそう」なイメージのデザインが人気
- フォントは角ゴシックやスポーティな書体が読みやすく、相性が良い
- Before→Afterの写真や痩せた後のイメージがわく切り抜き写真を、シンプルな背景にドンと配置する
- 要素をしぼり大きく配置してインパクトをだす
- 彩度の高いアクティブな色を差し色にいれる

一般的に辛いイメージなので楽しい簡単そうなイメージにすること！

本人の写真のほうの説得力が増します。

- 第5章 -

中身の作り方編



中ページは、本の中身の部分です。

例えば、本屋さんに行って
有益そうなタイトルと表紙の重厚感に魅力を感じて
手に取った書籍の中身がギャル文字で中身が
スカスカだったとしたら？

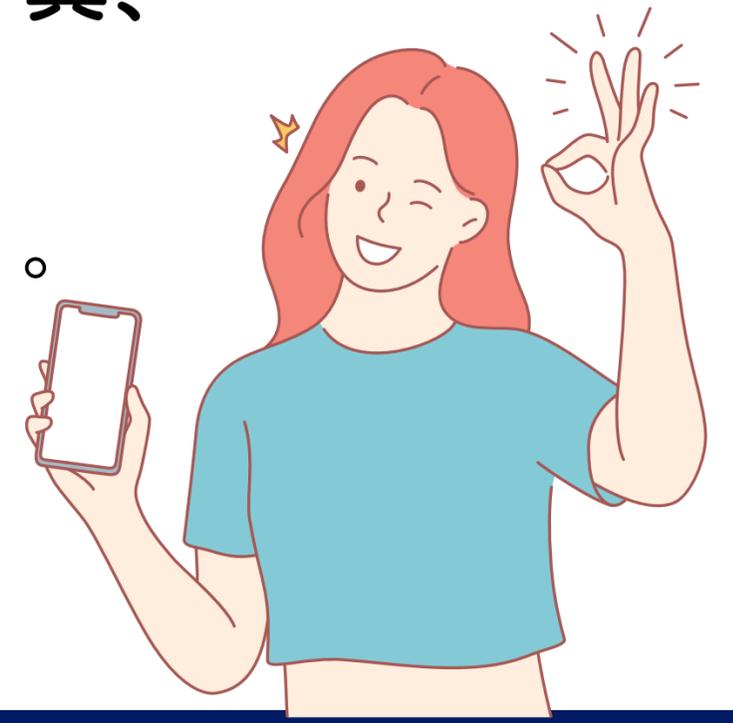
本を閉じることでしょ。

これ実際に投稿デザインでおきています。



インスタグラムは、資格で楽しむSNSです。

視聴者は文章の半分も読んでいないと思って
できるだけ読みやすくデザインしイラストや写真、
図解などを利用してできれば最後まで
目で楽しめるような工夫をしていきましょう。



中ページデザインの3つのポイント

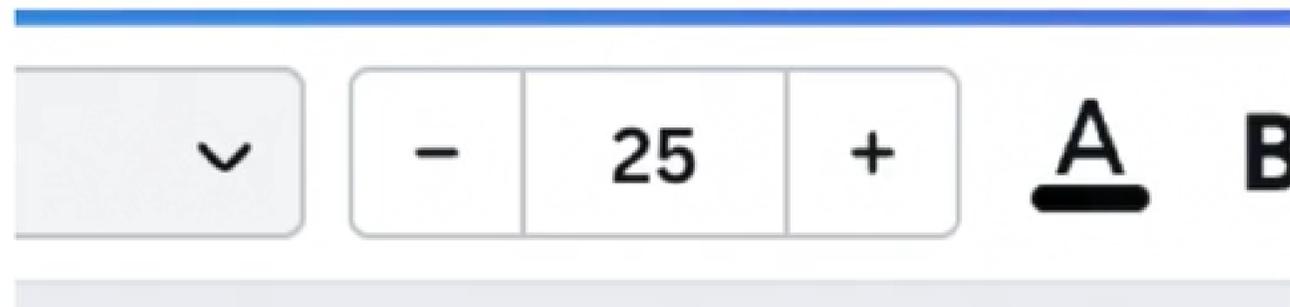
1. 文字は読みやすいか？
2. 最後まで飽きないか？
3. 読ませたい箇所が目立っているか？

この3つのポイントをおさえましょう。



1. 文字は読みやすいか？

- 文字は小さすぎないか？
(目安フォントサイズ25以上)



- 余白は十分あるか？



スマホでも読める文字の大きさを確保しておきましょう。

2. 最後まで飽きないか？

- イラストや写真を使用する
- 文字に強弱をつけてリズムをつける



ユーザー目線でなるべく考えることが大切です。

3. 読ませたい箇所が目立っているか？

- 読ませたい箇所は**文字の色を変えたり**、**マーカーを引く**
- 作成後は必ず最後に通しで見直す
- 流し読みしても重要な箇所が目に入るか？を**チェックする**



ユーザーの多くは、数秒で1ページをスワイプして投稿を見ています。

サムネのときも
お話しましたが

人気投稿から、 デザインの傾向をつかもう

どんなデザインテイストにすべきか？
どんな配色やフォントを使えば見られやすいかは？

取り組むジャンルによって違う

人気投稿を分析して
人気のデザインの傾向をつかむ



とはいえ、迷うところではあるので
参考のために取り組む人が多いジャンル5つを紹介します

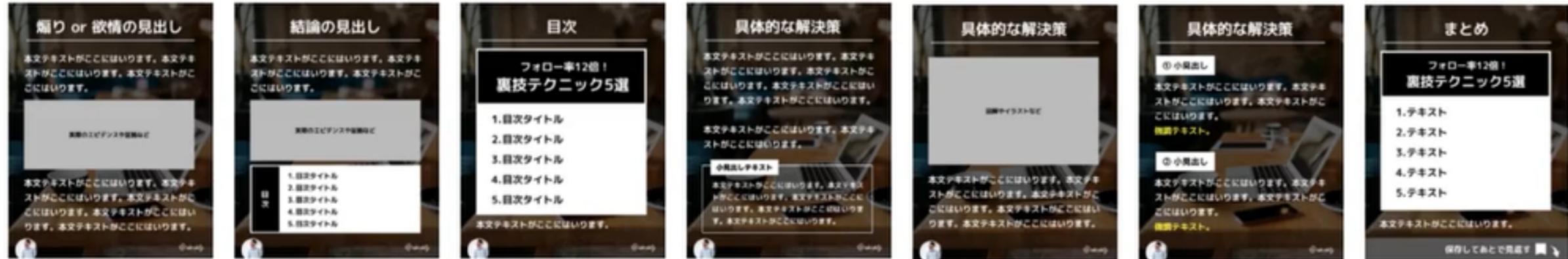
デザインテンプレート 1枚目解説

- ① コンサル・コーチング系
- ② 暮らし系
- ③ 美容系
- ④ お金系
- ⑤ ダイエット系

順番にご紹介します。

① コンサル・コーチング系

写真バージョン



キャラクターバージョン



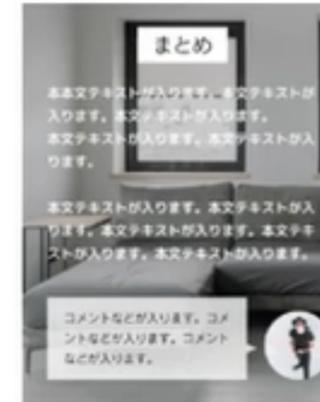
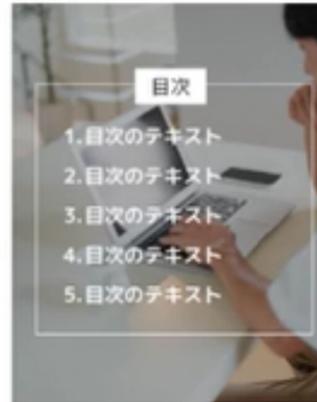
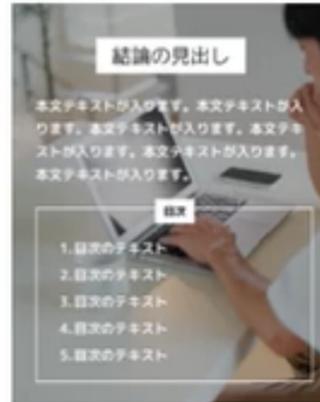
コンサル・コーチング系は情報を求めています!

②暮らし系

ナチュラルバージョン



ミニマルバージョン



文字が読みにくい場合は、文字のバックに四角形をひき少し透明にしましょう。

③美容系



写真に文字を乗せる場合は、見せたい場所にかぶらないように注意しましょう。

⑤ダイエット系

煽り or 欲情の見出し

本文テキストがここに入ります。本文テキストがここに入ります。本文テキストがここに入ります。本文テキストがここに入ります。

煽動文字色参考

コメントが入るコメントが入るコメントが入る

結論の見出し

本文テキストがここに入ります。本文テキストがここに入ります。本文テキストがここに入ります。

最新のエクササイズや運動など

目次

1. 目次タイトル
2. 目次タイトル
3. 目次タイトル
4. 目次タイトル
5. 目次タイトル

目次

痩せたいなら
まずコレやって

1. 目次タイトル
2. 目次タイトル
3. 目次タイトル
4. 目次タイトル
5. 目次タイトル

具体的な解決策

本文テキストがここにはいりません。本文テキストがここにはいりません。

具体的な解決策

① 小見出し

本文テキストがここにはいりません。本文テキストがここにはいりません。本文テキストがここにはいりません。本文テキストがここにはいりません。

② 小見出し

本文テキストがここにはいりません。本文テキストがここにはいりません。本文テキストがここにはいりません。本文テキストがここにはいりません。

具体的な解決策

本文テキストがここにはいりません。本文テキストがここにはいりません。本文テキストがここにはいりません。本文テキストがここにはいりません。

まとめ

痩せたいなら
まずコレやって

1. 目次タイトル
2. 目次タイトル
3. 目次タイトル
4. 目次タイトル
5. 目次タイトル

自分でやってみて!

写真を切り抜いて貼るなどして、楽しそうな工夫が必要です。

- 第6章 -

サンキューページの作り方編



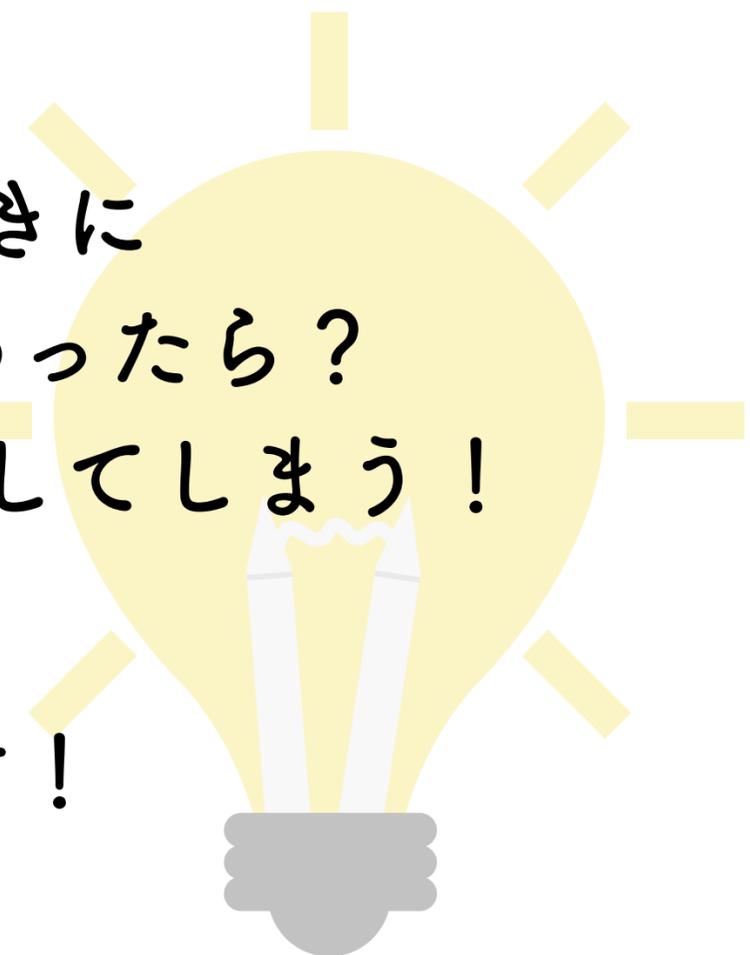
前回の講義で、表紙や中身の説明をしましたでしたが
今回のサンキューページとは、

「あとがき」や「プロフィールページ」になります。

例えば、

自分にとってとても参考になった本のあとがきに
著者の他の本の紹介やコンテンツの案内が書いてあったら？
ついつい調べたりコンテンツ受け取りフォームに応募してしまう！

この役割が「サンキューページ」になります！



サンキューページで伝えるべきポイント

1. あなたは何者なのか？
2. あなたをフォローしてどんなメリットがあるのか？
3. あなたは普段どんな発信をしているのか？



基本！この3つのポイントをおさえましょう。

そして、今回、

5つの「型」を用意しましたので順番にご紹介します。

- ①次回予告タイプ
- ②おすすめ投稿タイプ
- ③ハイライト誘導タイプ
- ④プレゼント企画タイプ
- ⑤LINE誘導タイプ

「型」はともかくとして、サンキューページでは
こういった施策をしていくという訳ですね！



①次回予告タイプ

入れる内容

- 明日の投稿のサムネ
- アイコンと発信情報など
- 人気投稿やハイライトに誘導

The diagram illustrates the layout for a 'Next Post Preview' type. It is divided into two main sections: a top section for the next post and a bottom section for popular posts.

明日の投稿はコレ /

明日の投稿画像 1 枚目

@abcdefg

- ゼロから始める資産運用
- お得を上手に生かして賢く節約できる
- ○年で金融資産 ○○○○円

明日の投稿はこちら /

明日のサムネ

アイコン

アカウント名

- アカウントのコンセプト
- あなたをフォローするメリット
- あなたの実績

人気投稿 BEST 3

人気2位のサムネイル

人気1位のサムネイル

人気3位のサムネイル

2位画像

1位画像

3位画像

投稿の予告をしてプロフィールアクセス数を上げていきましょう。

②おすすめ投稿タイプ

あなたのお気に入りを
コメントで教えてね！

Enjoy life!
@abcdefg

仕事も暮らしも
ナチュラルに楽しむ

汚部屋から3ヶ月で
私らしい生活手に入れた
5ステップを公開しています。

投稿1枚目画像① 投稿1枚目画像② 投稿1枚目画像③

フォロワーさんの
コメントを誘導するような
テキストを入れる

アイコン

アカウント名

- ・アカウントコンセプト
- ・あなたをフォローするメリット
- ・あなたの実績

人気投稿 BEST3

2位
画像

1位
画像

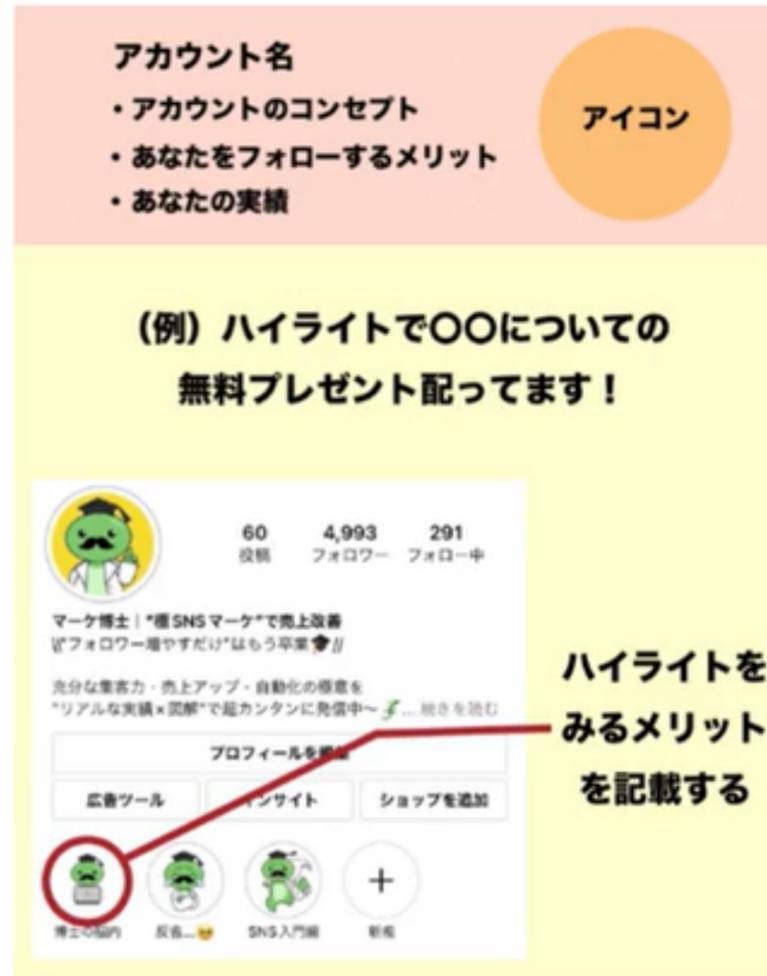
3位
画像

入れる内容

- フォロワーさんとのコミュニケーションを狙ったコメント
- アイコンと発信情報など
- 人気投稿や明日の投稿への誘導

思わずフォロワーさんがコメントしたくなるようなサンキューページを作りましょう。

③ハイライト誘導タイプ



入れる内容

- ・アイコンと発信情報など
- ・ハイライトの写真
- ・ハイライトに行くメリット

ハイライトに見て欲しい内容がある場合に有効な型です。

④プレゼント企画タイプ

The diagram illustrates the layout of a gift campaign post. On the left is a sample post with the following elements:

- Top: Link to other posts (そのほかの投稿はこちら)
- Header: Campaign title (○○○が選ぶ! Instagram支援サービス No.1)
- Image: Product image (商品の画像)
- Text: Target audience and benefit (会員向け 勉強会資料を 1つ配布)
- Call to Action: Limited time offer (1/1~3 限定企画)
- Text: Repeated benefit (受け取るベネフィット。受け取るベネフィット。受け取るベネフィット。受け取るベネフィット。)
- Text: Other benefits (その他の特典はハイライトの「○○○」を今すぐチェック!)
- Image: Highlight thumbnail (ハイライト部分のキャプチャ画像)
- Text: How to receive (受け取り方法)
- Text: Share instruction (をタップしてストーリーズでシェア)

On the right is a color-coded breakdown of the post's content:

- Yellow: 企画のキャッチコピー (Campaign Catchphrase)
- Orange: プレゼントの画像 (Gift Image)
- Dark Blue Circle: 開催日時 (Event Date/Time)
- Pink: プレゼントを受け取るメリット (Benefits of Receiving the Gift)
- Green Circle: 画像説明 (Image Description)
- Light Green: プレゼントの受け取り方法 (How to Receive the Gift)

入れる内容 (Content to be included):

- プレゼント企画の内容 (Campaign Content)
- プレゼントを受け取るメリット (Benefits of Receiving the Gift)
- プレゼントの受け取り方法 (How to Receive the Gift)

プレゼントを受け取ってもらえればどんな人かはわかるので、あえてプロフィールなどは載せず伝わりやすくしていきましょう。

⑤LINE誘導タイプ

公式LINEでインスタ相談のってます！

おかげさまで
公式LINE
〇〇〇〇人突破！
いつもありがとうございます！

ほかにもこんな投稿をしています

投稿1枚目画像① 投稿1枚目画像② 投稿1枚目画像③

LINE案内・追加するメリット

実績 アイコン

人気投稿 BEST3

2位画像 1位画像 3位画像

入れる内容

- LINE案内、LINEを追加するメリット
- アイコンや実績
- 人気投稿

LINEに集客したいときにおススメの型です。

LINE誘導はハードルが高いので実績や信頼の訴求も忘れずに！

PDCAをまわして成果を最大化していきましょう！



1枚目、中身、サンキューページのすべての精度を上げるために
PDCAをまわしていきましょう！

参考のために今回ご紹介した投稿テンプレのリンクを
概要欄に貼っておきます。

とはいえ、

あなたの世界観を出していくほうが大切です。

なのでまずは、Canvaを触っていき
あなたのテンプレートを作りましょう！

パターン化すればあとは楽に作っていただけますよ！



課題

1. 「今回の2～6章」の講義を見てデザインを構築する
2. 1投稿できたらデザインの添削を受ける
3. 添削後、その通りに10投稿作る

まずはCanvaに慣れること

Canvaでわからないことが出てきた場合、やり方はネット上にいくらでもころがっています。

すべてを覚える必要はないので、使いながらわからないところだけ調べていったほうが効率がいいです！

