被リンク診断の見方

指標と改善判断の実務ガイド

確認・記入して、自社の次の施策を決めるための実務資料です。

DRやDAはGoogleの公式スコアではない

DR・DAなどは各ツール独自の指標。ツールが違えば値も異なる。数字だけで検索順位や売上を説明せず、同一ツール・同一対象・同一期間で推移を見る。

リンク元の関連性と実在性を見る

参照ドメイン数だけでなく、リンク元の内容、関連する読者、掲載文脈、実際の参照先を確認。数だけを増やす無関係なリンクや、検索操作を目的とする大量交換は避ける。

失ったリンクと対象ページを確認する

被リンク減少は削除・URL変更・ツール側の再検出など複数の原因がある。リンク元ページと遷移先を実際に確認。404・転送・canonicalの変更を切り分け、必要なリンク修正を依頼する。

施策と成果を分けて判断する

獲得した参照・掲載、対象ページへの流入、検索表示、問い合わせをそれぞれ記録する。掲載の有無だけで因果関係を断定しない。広告・スポンサー等のリンク属性と表示を適切に扱う。

自社の状況を整理する

計測ツール／対象URL：_____

比較期間／DR等の変化：_____

新規・消失の参照ドメイン：_____

主要リンク元／関連性：_____

修正すべきリンク先：_____

問い合わせ等への変化：_____

利用上の注意

本資料は一般的な点検・計画のためのものです。90日での成果や、検索順位・AIへの掲載・問い合わせの増加を保証するものではありません。項目の達成率をAIの評価スコアとして扱わないでください。

参考：Google 検索セントラル「AI機能とウェブサイト」「スパムに関するポリシー」。2026年11月10日確認。

https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features?hl=ja

https://developers.google.com/search/docs/essentials/spam-policies?hl=ja

ご相談・サービス：https://mesut.co.jp/mentori-aio/