



# 事業計画及び成長可能性に関する事項

2022年12月21日

株式会社デジタルリフト  
(東証グロース:9244)

# 目次

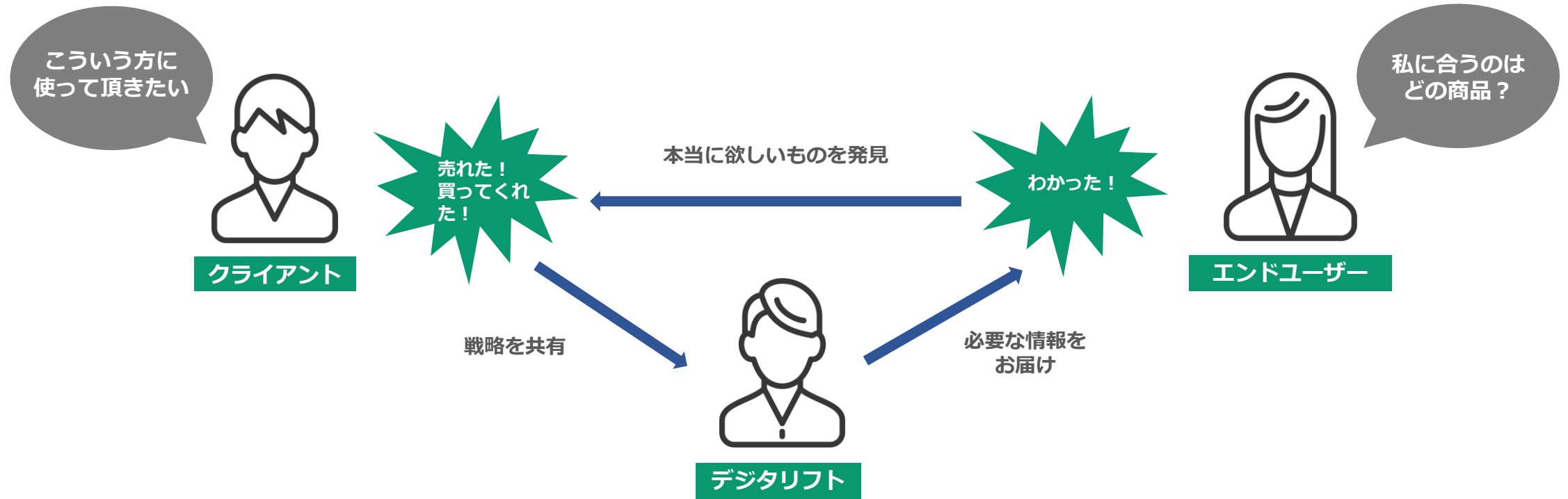
1. 会社概要
2. 当社事業領域
3. 当社の強み
4. 市場と事業の収益性
5. 成長戦略
6. リスク情報
7. Appendix

# 1. 会社概要



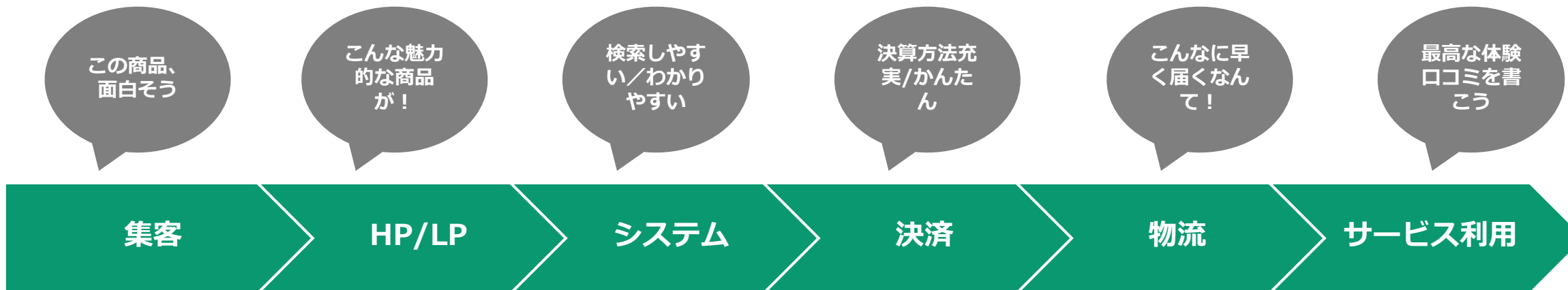
# カスタマーの意思決定を円滑に

デジタルの力でクライアントとエンドユーザー双方の利益をLIFTします



# User Experienceをデジタル技術で最適化する

## デジタル上のエンドユーザーの顧客体験

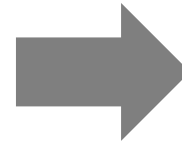


我々のミッションは、エンドユーザーの顧客体験そのものをデジタル技術で最適化する事にあります。集客からサービス利用までの全体コミュニケーション最適化の為、サービス領域を拡大してまいります。

※User Experience = 顧客体験

## インターネット広告の枠組みを越えた、統合デジタルマーケティング企業に

TD企業  
(インターネット広告領域)



統合デジタル  
マーケティング企業

運用型広告の「取引(Trade)」を  
広告主に代わって行う  
TD(Trading Desk)事業者

あらゆるデジタル領域の  
マーケティング施策を統合的に  
提供・最適化する  
デジタルマーケ集団

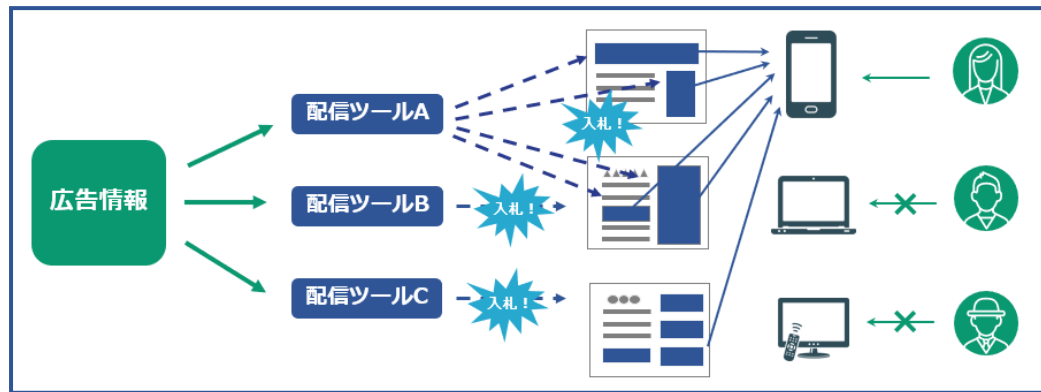
私たちのミッション「User Experience をデジタル技術で最適化する」を全うするために、  
事業ドメインを拡張します。



## TDは運用型広告の「取引 (Trade)」を広告主に代わって行うサービス

### インターネット広告で「考えるべき」こと

インターネット広告配信にまつわる「考えるべき」ことを  
一手に引き受け、**狙い通りに情報をお届けする**のが、  
TD (トレーディングデスク) の役割です。



### TDの存在意義

**広告主の情報伝達の実現者**であると同時に、  
**ユーザーの良き理解者・代弁者**として振舞います。

- ターゲットの理解
- 配信ツール、メディアの選定
- 配信先毎に適した広告表現
- 最適な予算配分
- 媒体ごとの適切な配信設定
- KGI/KPIの設定
- 効果測定 (KGI/KPIの計測)
- 振り返りと次回キャンペーンの設計 (PDCA)

堅実で着実な実行が、デジタルリフトの価値の源泉

## デジタル領域の手段を増やし、実行力を大幅に強化

### 既存事業領域

(=広告・コンサルティング事業)

広告運用を核とした最適化推進

### 拡張事業領域

(=ブランド・メディア事業)

集客手段、メッセージ力強化など  
デジタル施策の幅を拡張

#### TD(Trading Desk)

##### アジャイル 広告運用

消費者変化の捕捉・  
対応に特化した新しい  
タイプの運用サー  
ビス

##### LIFT+

低予算でも、確実に  
高いRoIを実現する  
自動運用パッケージ



#### CdMO サービス

クライアントのCMOの高  
度な要望に応える、フル  
カスタマイズのコンサル  
ティングサービス



#### Media LIFT (SEO)

Webサイト上位表示のための徹底した分  
析・戦略設計を提案するSEOサービス。  
必要に応じてオウンドメディアの提案も

#### インフ エンサー

目的に応じた最適なキャスティングから企  
画立案、実際のディレクションやレポー  
ティングまでを一気通貫でご提供

#### アフィリ エイト

人の介在が多く煩雑になりがちな運用をサ  
ポート！初期段階や少額予算からでも配信  
可能

#### SNSアカウント 運用

明確な戦略設計・高品質なクリエイティ  
ブ・徹底した分析でSNSの特性に応じた効  
果的な運用を実現

#### 制作事業

商品・サービスの特性を深く理解し訴求要  
素から構成まで情報を効果的に整理。今刺  
さるクリエイティブを提案・制作



## インターネット広告領域のご支援をするなかで見えてきた 「クライアントニーズ」に鑑みて、事業領域を拡大

1

### 広告領域「外」のご相談

- クライアントからのご相談内容は、広告領域に限らず、多岐にわたる
- このニーズに真摯に向き合い、応えなければ、クライアントの事業成長も、顧客の利便性向上も実現され得ない



2

### 周辺市場の拡大

- SEOをはじめとした、他のサービスは、多くのプレイヤーが取り組んでおり、大きな市場が存在
- それらを、当社の祖業であるインターネット広告と組み合わせることで、勝ち筋を見出せると確信



上記を踏まえ、既に、SEOをはじめとする各種施策領域に進出。  
案件実績を積み始めており、主力事業として取り扱うべきと認識。

## クライアントへの 価値提供

創業以来培ってきた**広告運用（TD）の技術・知識**に加えて、SEO、アフィリエイト、制作等の提供可能な**デジタル施策の領域拡大**は、クライアントの事業成長に大きく貢献します。



## デジタルリフトの 事業成長

- 既存クライアント向けの、**クロスセルの選択肢**増加
- 新規顧客向けの、**エントリーポイント**の増加
- デジタル領域の**多様なノウハウ集積**による競争力強化などにより、取引高の拡大を目指します。

## 2022年9月期業績ハイライト

- ・売上高・利益（売上総利益）は通期において**過去最高**を更新！
- ・昨年対比（YonY）で、売上高・売上総利益が12%から13%程度の**成長達成**！

### 売上高

**2,633百万円**      YonY **+12.7%**

- LIFT+サービスが好調
- アジャイル広告運用サービスが堅調に推移

### 売上 総利益

**736百万円**      YonY **+13.5%**

- LIFT+サービスが好調
- CdMO&アジャイル広告運用サービス及びアジャイル広告運用サービスが堅調に推移

### 営業利益

**185百万円**      YonY **△7.0%**

- 今期以降の収益基盤拡大のため2Q以降人材を積極採用したことで販売管理費（主に人件費・採用費）が増加により営業利益が前年割れ。

## 業績ハイライト・昨年対比

- ・売上高・売上総利益は通期において**過去最高**を更新！
- ・営業利益は、主に収益基盤強化の積極採用により販売管理費が増加のため減少

単位：百万円

	FY2021 通期 実績	FY2022 通期 実績	YonY 増減額	YonY 増減率
売上高	2,336	2,633	+297	12.7%
売上総利益	649	736	+87	13.5%
販売管理費	450	551	+101	22.5%
営業利益	199	185	△13	△7.0%
営業利益率	8.5%	7.0%	—	△1.5Pt
経常利益	195	198	+3	1.6%
当期純利益	127	147	+20	15.8%

## 業績予想進捗結果

- ・ 売上・売上総利益は昨年対比で成長したがわずかに計画未達。
- ・ 収益基盤強化の積極採用により計画より前倒しで採用したため販売管理費が増加により営業利益が未達。

単位：百万円

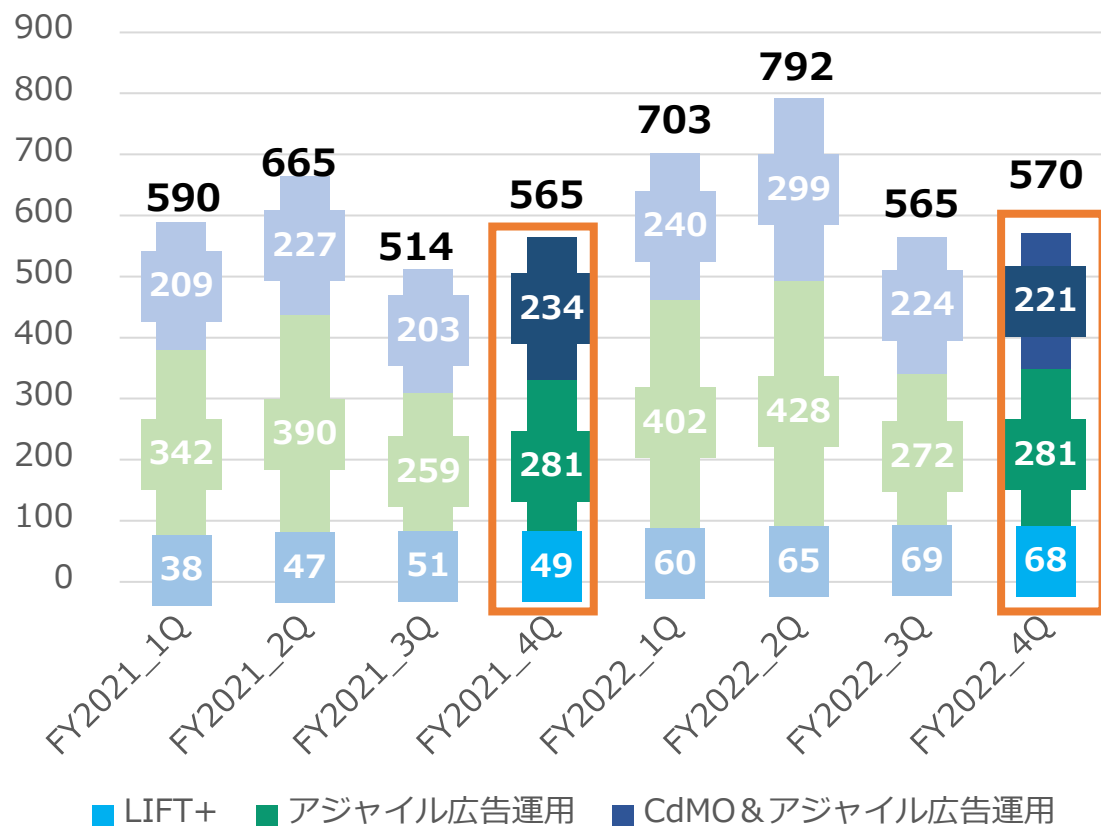
	FY2022 通期業績予想	FY2022 通期進捗結果	FY2022 通期進捗率
売上高	2,800	2,633	<u>94.0%</u>
売上総利益	764	736	<u>96.3%</u>
販売管理費	538	551	<u>102.4%</u>
営業利益	225	185	<u>82.2%</u>
営業利益率	8.1%	7.0%	<u>△1.1Pt</u>
経常利益	228	198	<u>86.8%</u>
当期純利益	155	147	<u>95.2%</u>

## サービス別推移

□ CdMO&アジャイル広告運用の売上高増加	YonY	△ 6 %減	前期on当期	+13%
□ アジャイル広告運用の売上高増加	YonY	± 0 %	前期on当期	+ 9%
□ LIFT+の売上高増加	YonY	+40 %増	前期on当期	+42%

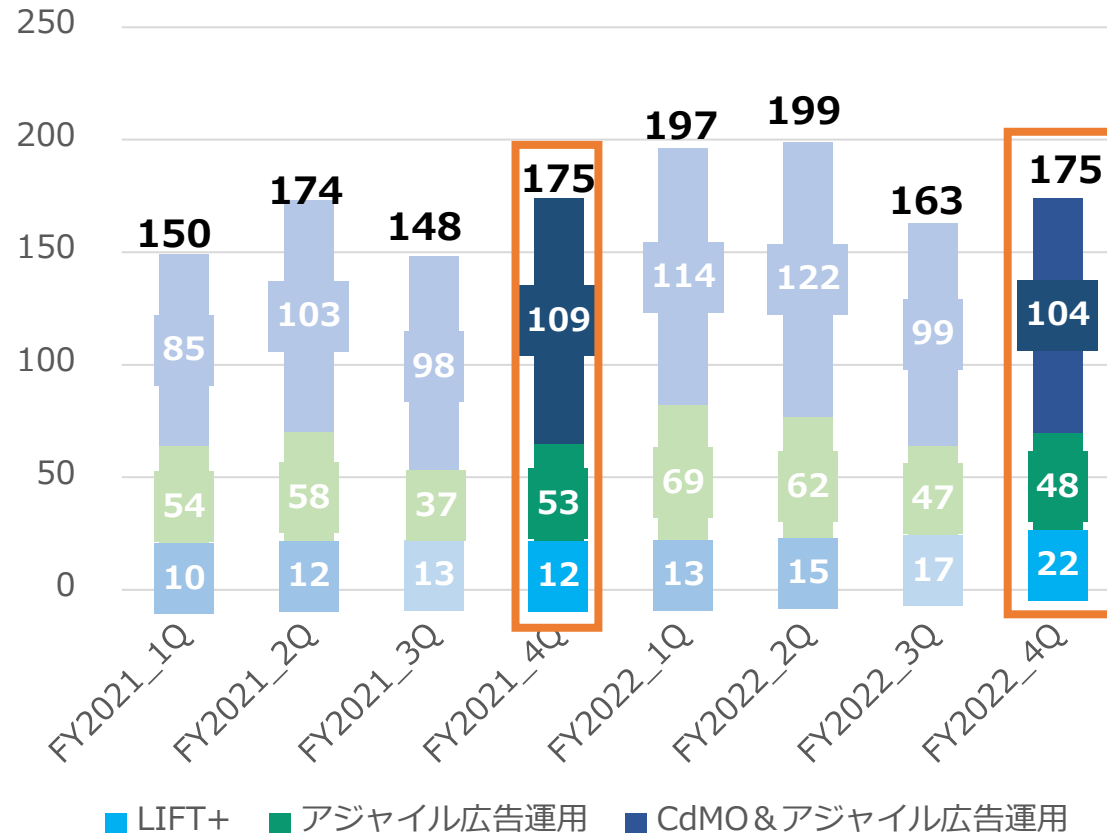
## サービス別四半期別売上

単位：百万円



## サービス別四半期別売上総利益

単位：百万円

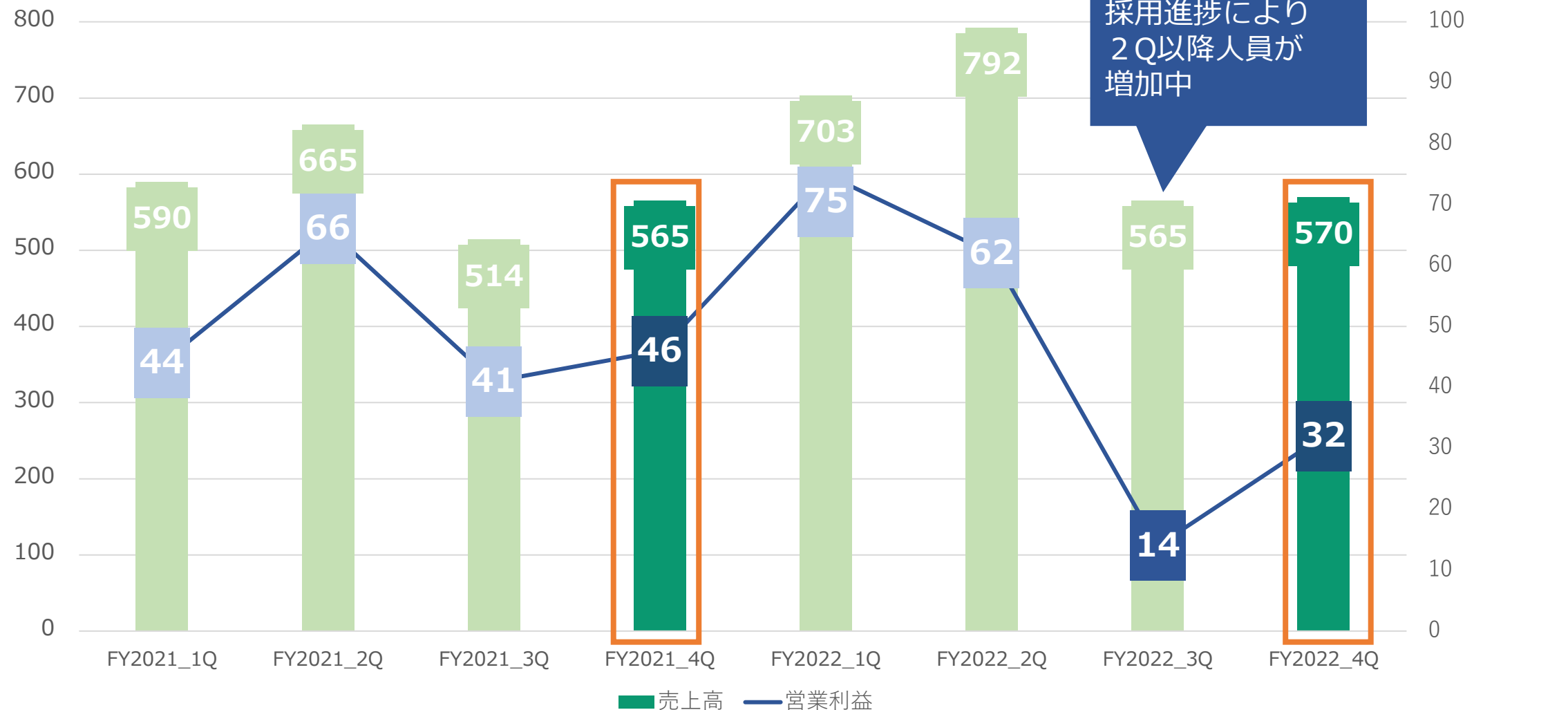




## 売上高/営業利益推移

- ・売上高は、1Q及び2Qではスポットの取扱が多かったため3Q以降は低調となった。
- ・収益基盤拡大のため**2Q以降人材積極採用**により営業利益が減少

単位：百万円/売上高

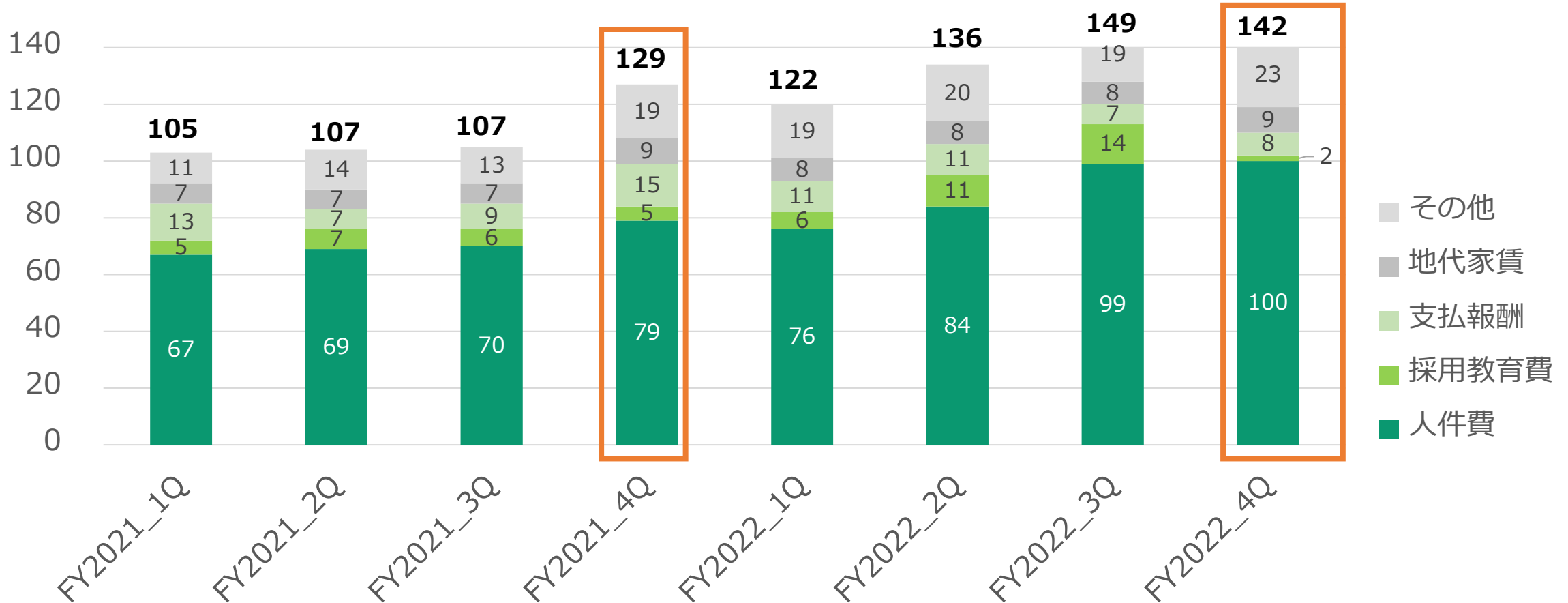


## 販売管理費推移

## □ 収益基盤強化のため2Q以降採用教育費・人件費の増加

単位：百万円

## 販管費推移



## 2023年9月期 業績見込

今期も引き続き採用中心の先行投資を行うことにより、増収減益の予想としております。

単位：百万円

	FY2022 通期 実績	FY2023 通期 見込み	YoY 増減率	予想算出 前提条件
売上高	2,633	2,805	6.5%	■売上については堅調な進捗を見込んでおります。
売上総利益	736	735	△0.2%	■売上総利益については業界内で先行きに不透明な部分がございますので堅めに予測しております。
販売管理費	551	626	13.6%	■拡張事業領域（ブランド・メディアセグメント）における人件費、採用費を主とする先行投資を見込んでおります。
営業利益	185	108	△41.2%	■売上総利益減少および先行投資による販管費増加により営業利益・経常利益・当期純利益の減少を見込んでおります。
営業利益率	7.0%	3.9%	△3.1Pt	
経常利益	198	107	△46.0%	
当期純利益	147	72	△50.8%	

## 2. 当社事業領域



## 事業領域広域化の為、事業セグメントを今後2つに分解

### 広告・コンサルティング

#### CdMO サービス

クライアントのCMOの高度な要望に応える、フルカスタマイズのコンサルティングサービス

#### アジャイル 広告運用

消費者変化の捕捉・対応に特化した新しいタイプの運用サービス

#### LIFT+

低予算でも、確実に高いRoIを実現する自動運用パッケージ

### ブランド・メディア

#### Media LIFT (SEO)

Webサイト上位表示のための徹底した分析・戦略設計を提案するSEOサービス。必要に応じてオウンドメディアの提案も

#### インフル エンサー

目的に応じた最適なキャスティングから企画立案、実際のディレクションやレポーターティングまでを一気通貫でご提供

#### アフィリ エイト

人の介在が多く煩雑になりがちな運用をサポート！初期段階や少額予算からでも配信可能

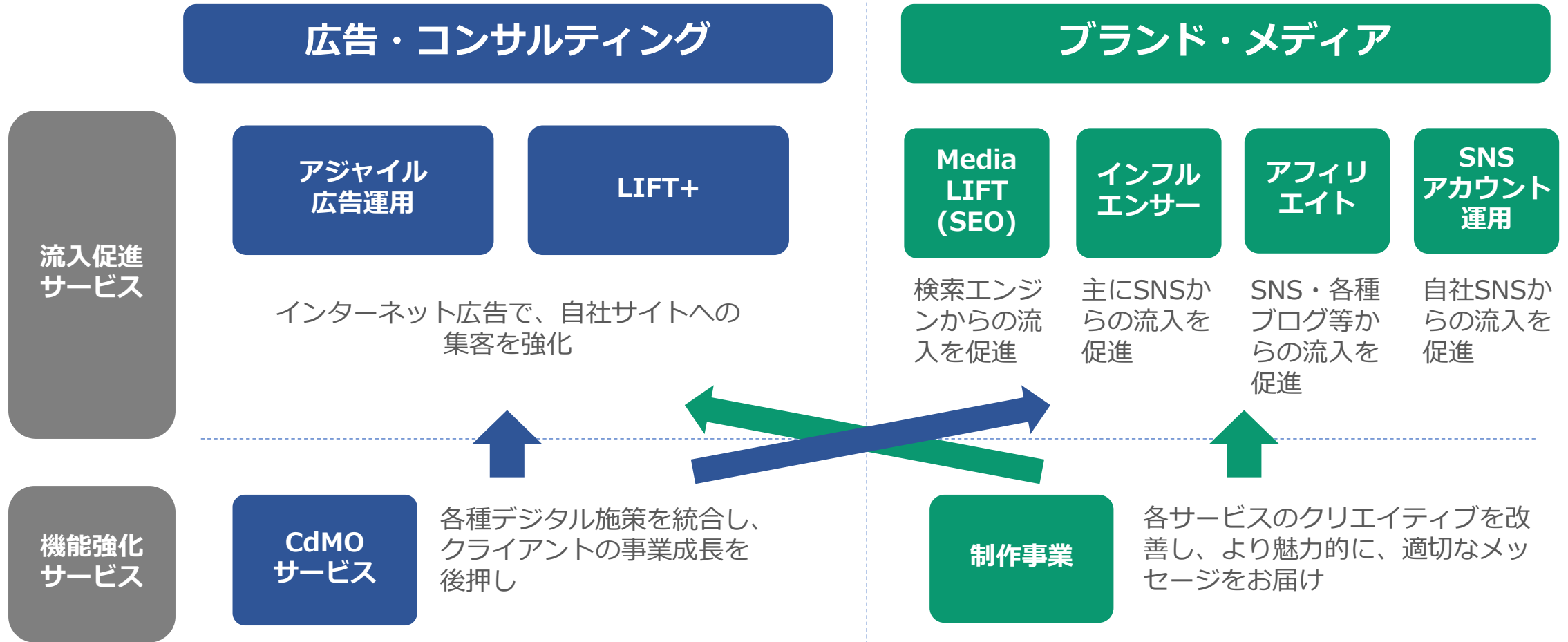
#### SNSアカウント運 用

明確な戦略設計・高品質なクリエイティブ・徹底した分析でSNSの特性に応じた効果的な運用を実現

#### 制作事業

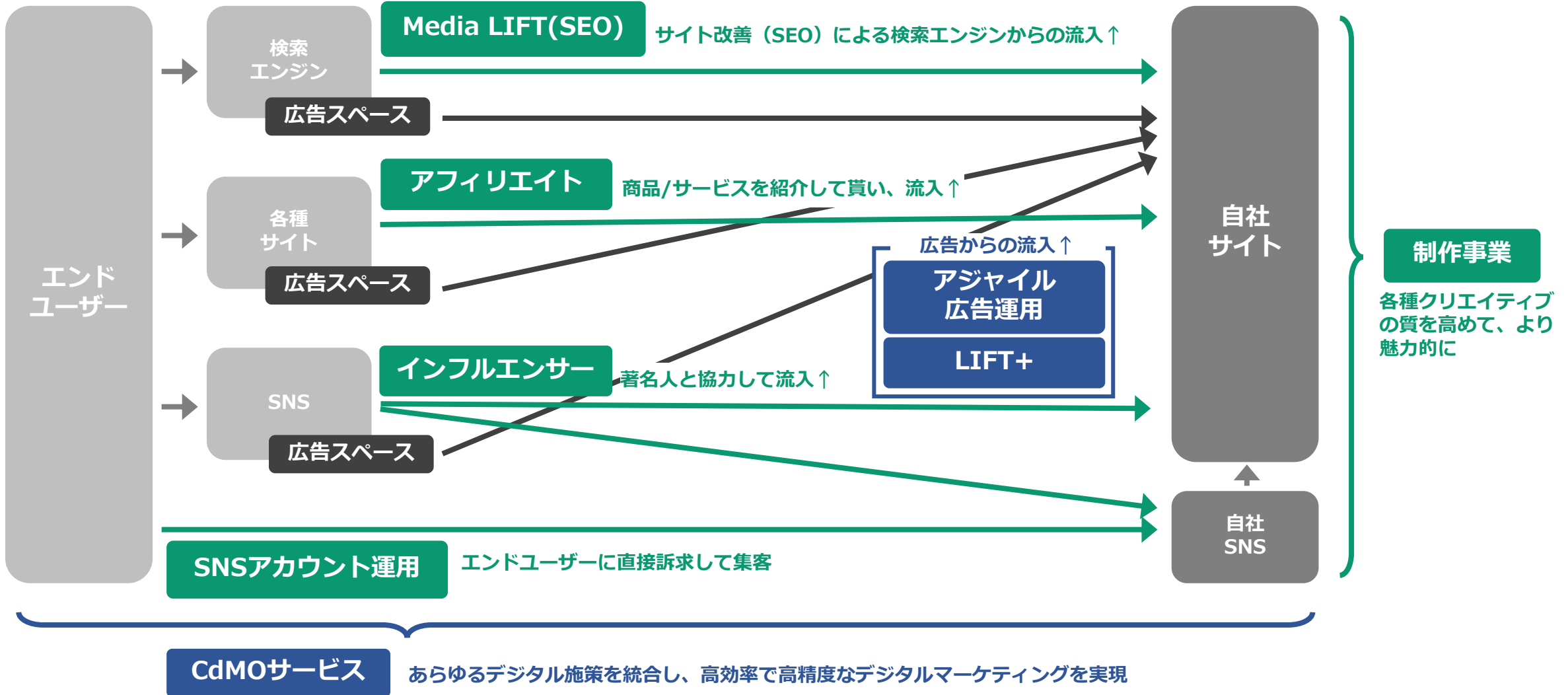
商品・サービスの特性を深く理解し訴求要素から構成まで情報を効果的に整理。今刺さるクリエイティブを提案・制作

二つのセグメントは相互に作用しつつ、それぞれの特徴を活かして価値提供。



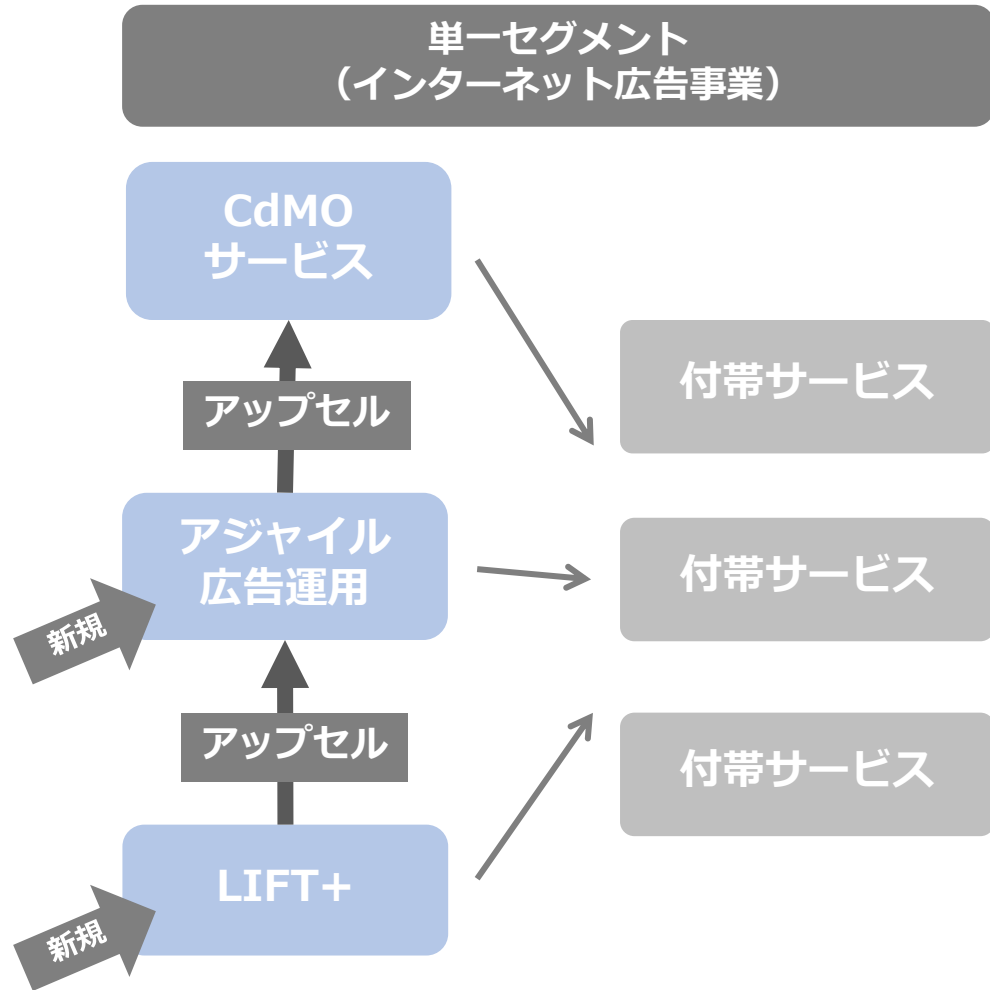


# 各サービスの相互作用でクライアントのマーケティング力を強かにサポート



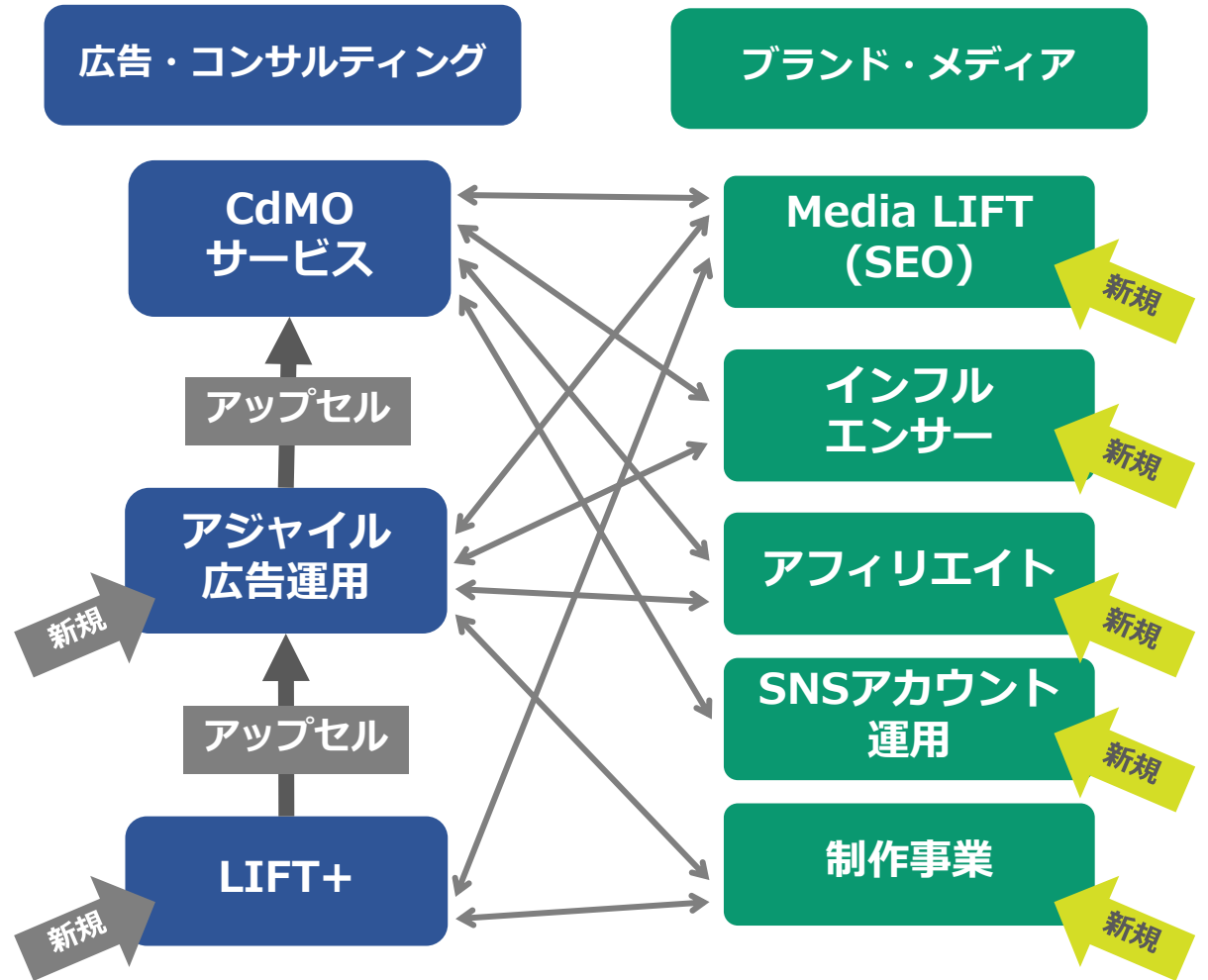
# 今後の事業セグメント区分の理由

## 従来



単一事業セグメント内での片方向クロスセル  
(新規獲得はインターネット広告)

## 現在~今後



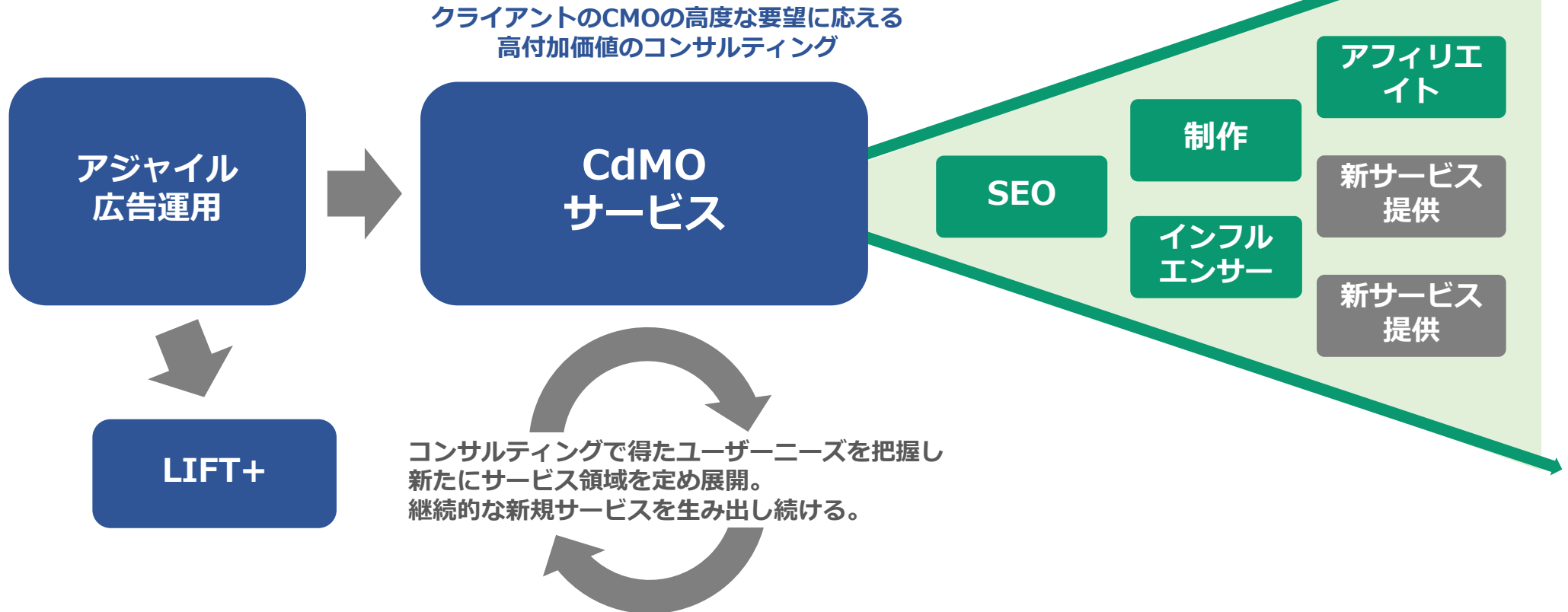
各サービスで、新規顧客の獲得体制を確立  
両セグメント間で、双方向クロスセルを促進

# CdMOサービスを核としながら継続的な新サービスを生み出し続ける

インターネット広告

統合コンサルティング

新規事業領域



※CdMO : Chief digital Marketing Officer

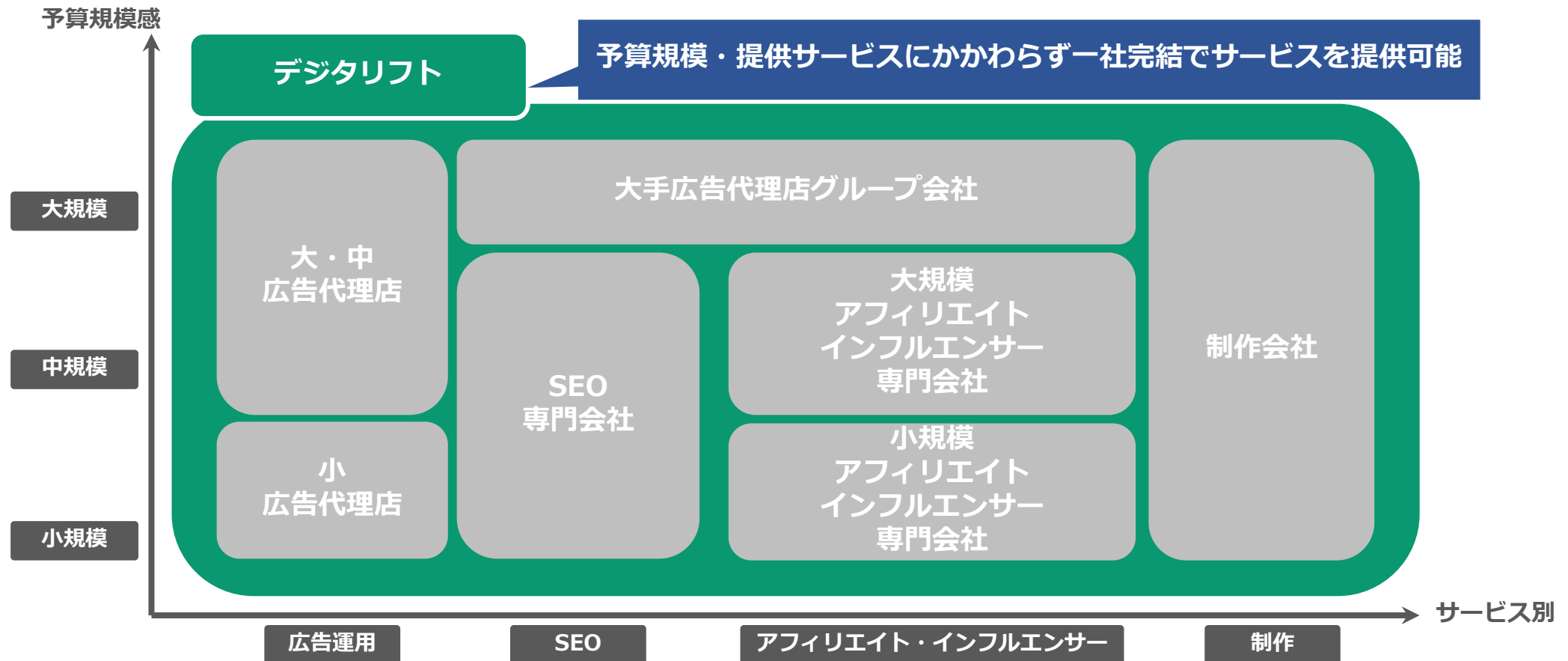
# 3. 当社の強み



- ① 予算規模の柔軟性とノウハウ
- ② 本質的予算管理
- ③ 業種の広さxサービスの広さ
- ④ 高品質なスピードの速さ
- ⑤ 業務効率化と仕組化
- ⑥ 幅広い媒体の取り扱いと、認定代理店の取得
- ⑦ トренд対応力
- ⑧ 直取引比率の向上

様々な予算規模のクライアント様とお付き合いしてきたノウハウ

## 予算規模に関わらず、多数のサービス展開ができるのが特徴 大手企業でもグループ会社に発注していることも多く、一社完結型がユニークです





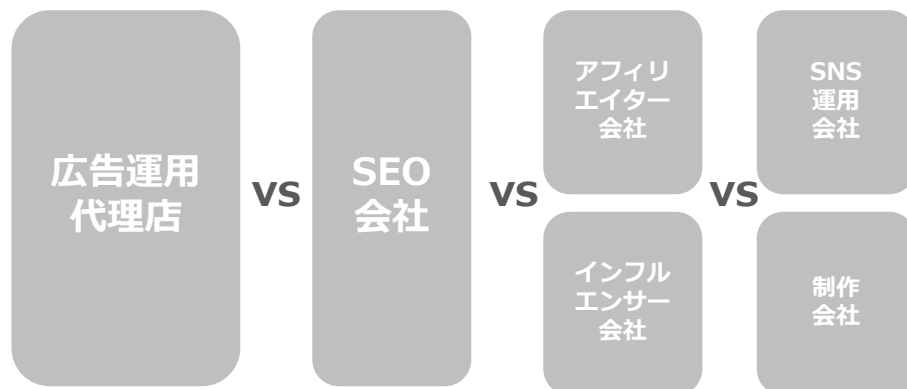
## 各領域の専門家を内製しているため、素早い施策進行と本質的な予算管理が可能

### 従来のAgencyのビジネスモデル

各施策実行会社がお互いに予算を取り合う状態。本来重要なはずの予算配分は広告主自らやらなくてはならない

広告主

各施策の進行管理や予算配分



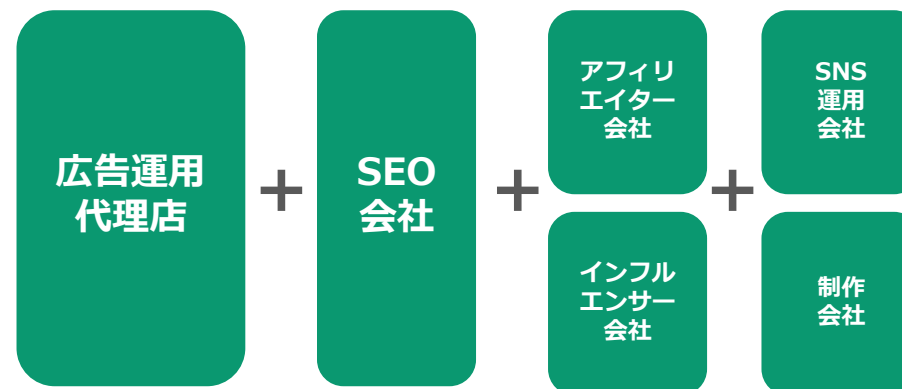
### デジタルリフトのビジネスモデル

総合的なコンサルティングが可能&実行部隊が社内にいるため、適切な予算配分最適化ができる

広告主

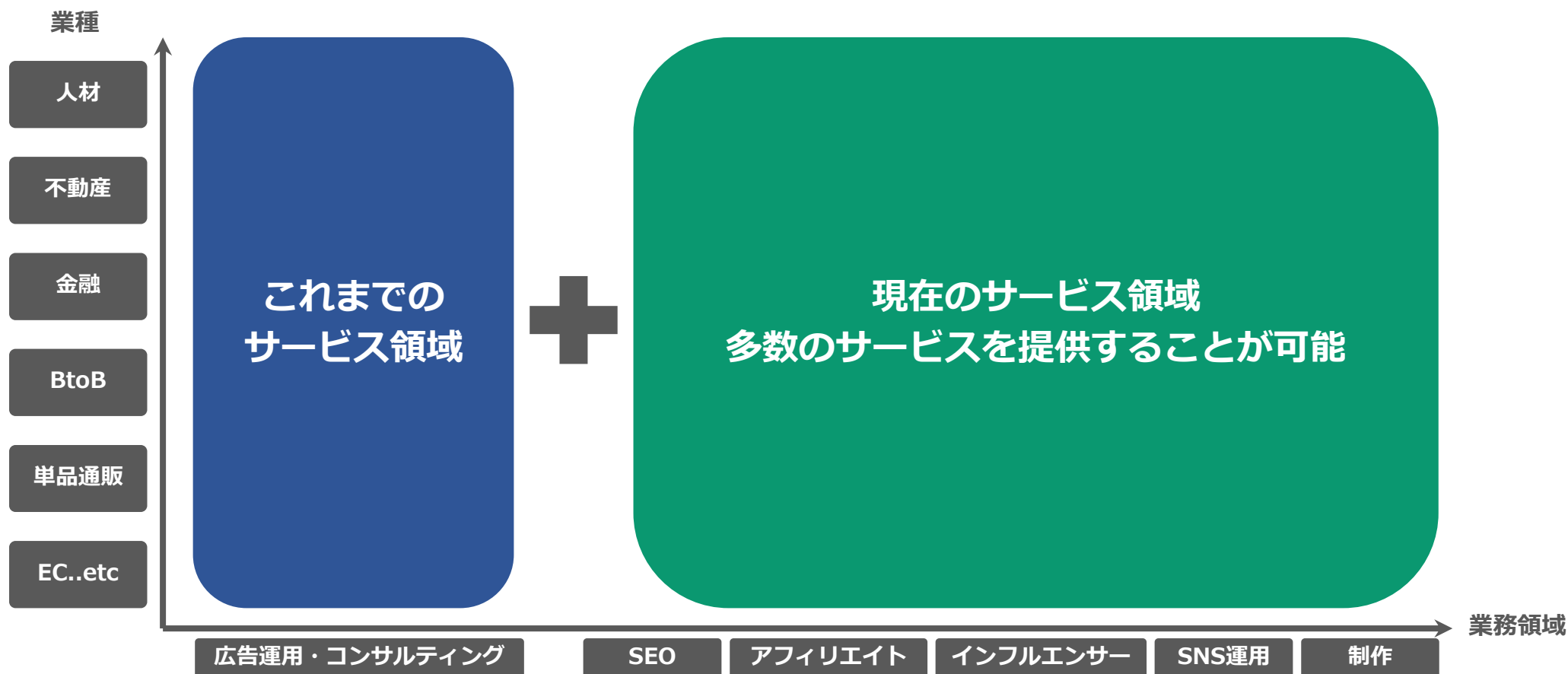
デジタルリフト

各施策の進行管理や予算配分



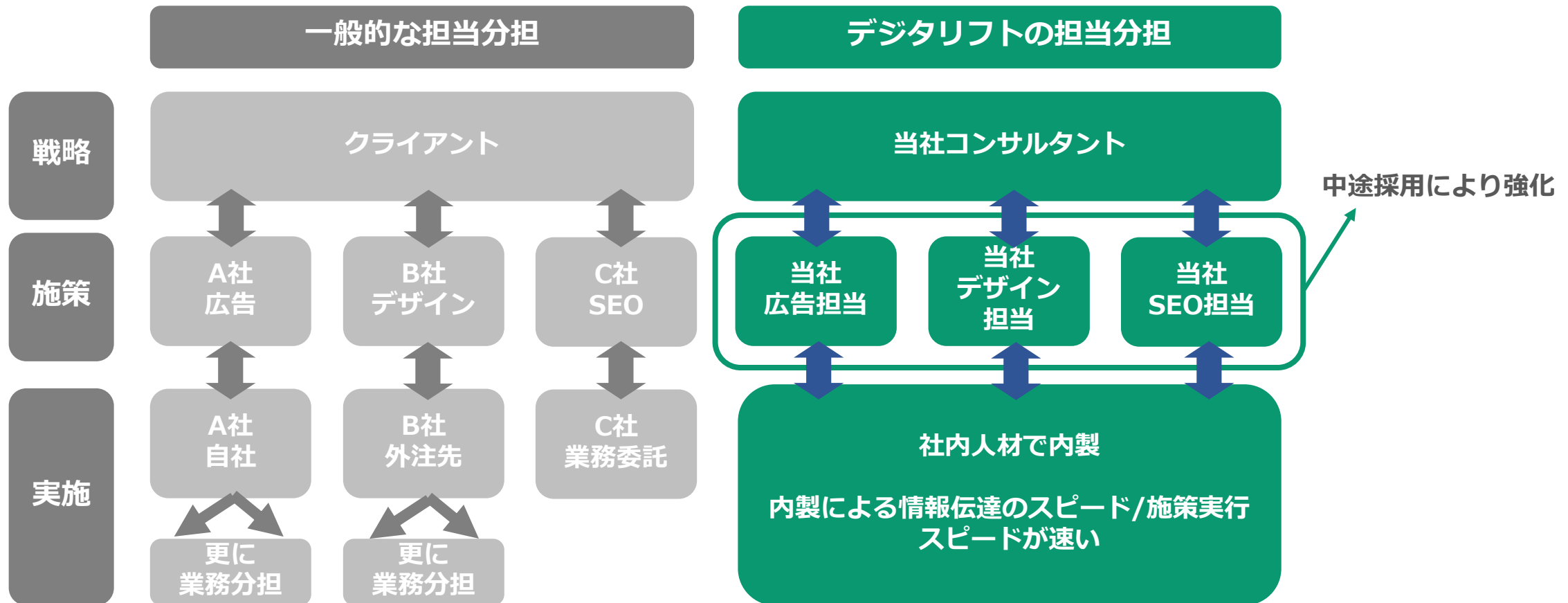
## 業種の広さxサービス領域の広さ

弊社はこれまでより、多くの業種のクライアント様とお付き合いしており、広告付帯領域が広がることであらゆる領域で新規クライアント様を獲得することが可能となった



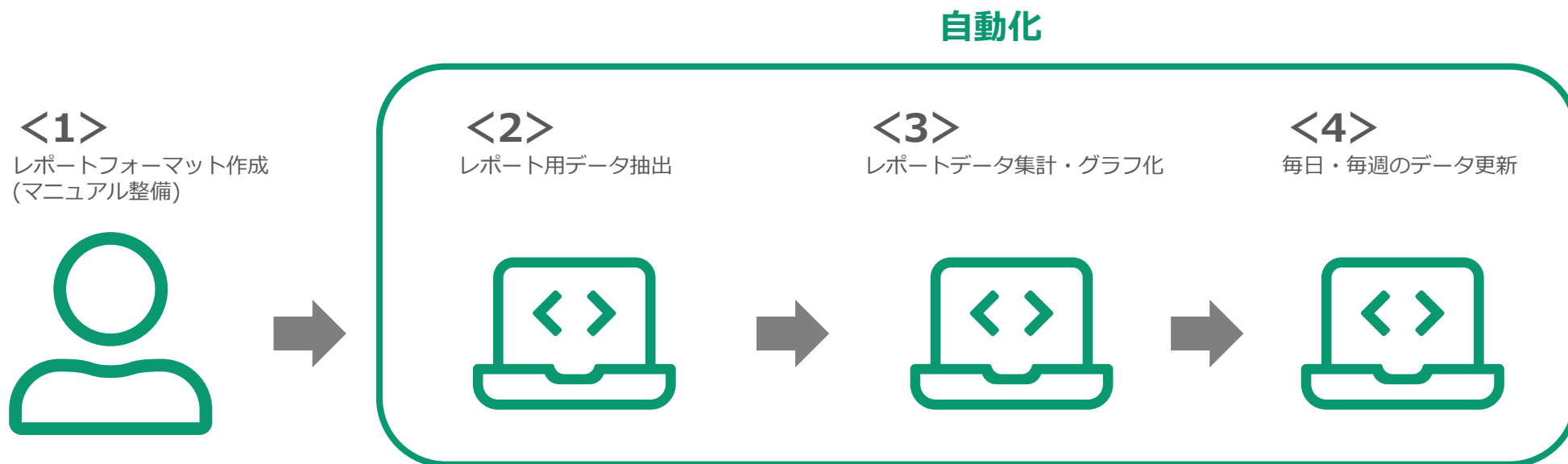
内製化主義により、情報伝達、業務実行上のスピードが競合よりも圧倒的に速い。  
 中途採用の積極展開により、育成の為の過度な業務細分化\*を強いる事はしていないので、  
 サービス提供スピード担保ができており、競合との差別化要素となっている

\*業務細分化 = 育成コスト低いが業務スピードも低い



ルーティン業務の徹底的なマニュアル化と自動化を実現。そのため1人あたりの生産性を最適化。コンサルタントが本来すべき業務のみに集中することができる

<自動化業務の例> レポート作成



幅広い媒体の取り扱い実績あり、主要媒体で認定代理店の資格を取得

## 各媒体から以下の2点を認められ、認定代理店資格を取得

- 高水準な広告運用技術 (媒体推奨設計の実装率、最新機能の導入率、個人認定資格の保有率等)
- 高い販売実績 (新規クライアントの獲得、既存クライアントの成長促進等)



**Google Premier Partner**  
→国内代理店の上位3%のみ認定



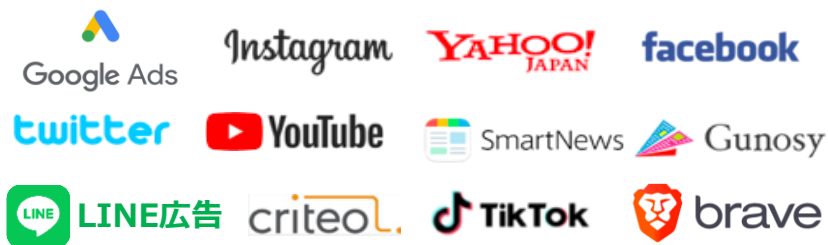
**Yahoo!セールspartner★★ &  
「広告運用認定代理店」**  
→両方認定されている代理店は  
全代理店の10%未満



**Criteo Bronz パートナー**  
→Bronze以上の認定は国内で30社のみ  
(2022年8月時点)

### 主要媒体一覧

#### 広告



#### アフィリエイト



#### インフルエンサー



## 変化の激しいデジタルマーケティング業界において、最新トレンド事例ととらえて活動 その対応に技術的にハードルがあることもあるが、弊社専門部隊はそれに対応するノウハウを持っている

### Cookie規制による成果計測の欠損

近年、AppleのCookie規制であるITPやヨーロッパの個人情報保護関連の法律のアップデートで従来主流であった計測方法ができなくなっている

## Cookie規制対策 パッケージ提供開始

Facebook/Instagram、Google、Yahoo!のCV計測設定支援



### Googleアナリティクスの大規模アップデート

これまでのGoogleアナリティクスから大幅アップデートしGA4となった。従来のバージョンは来年7月には使えなくなるため早急な対応が必要となる。

## — Google アナリティクス4 — GA4 導入支援サービス 提供開始

ビジネスや運用目的に合わせた最適な分析環境を構築



### 縦型動画広告のトレンド

これまでの広告媒体だと正方形の静止画や横型の動画が主流であったが近年ではTikTokやInstagramのReelのように縦型の広告面のシェアが高まってきている

## 縦型動画制作×広告運用 2プラン同時リリース

縦型動画デビューも成果改善も、動画制作費0円から

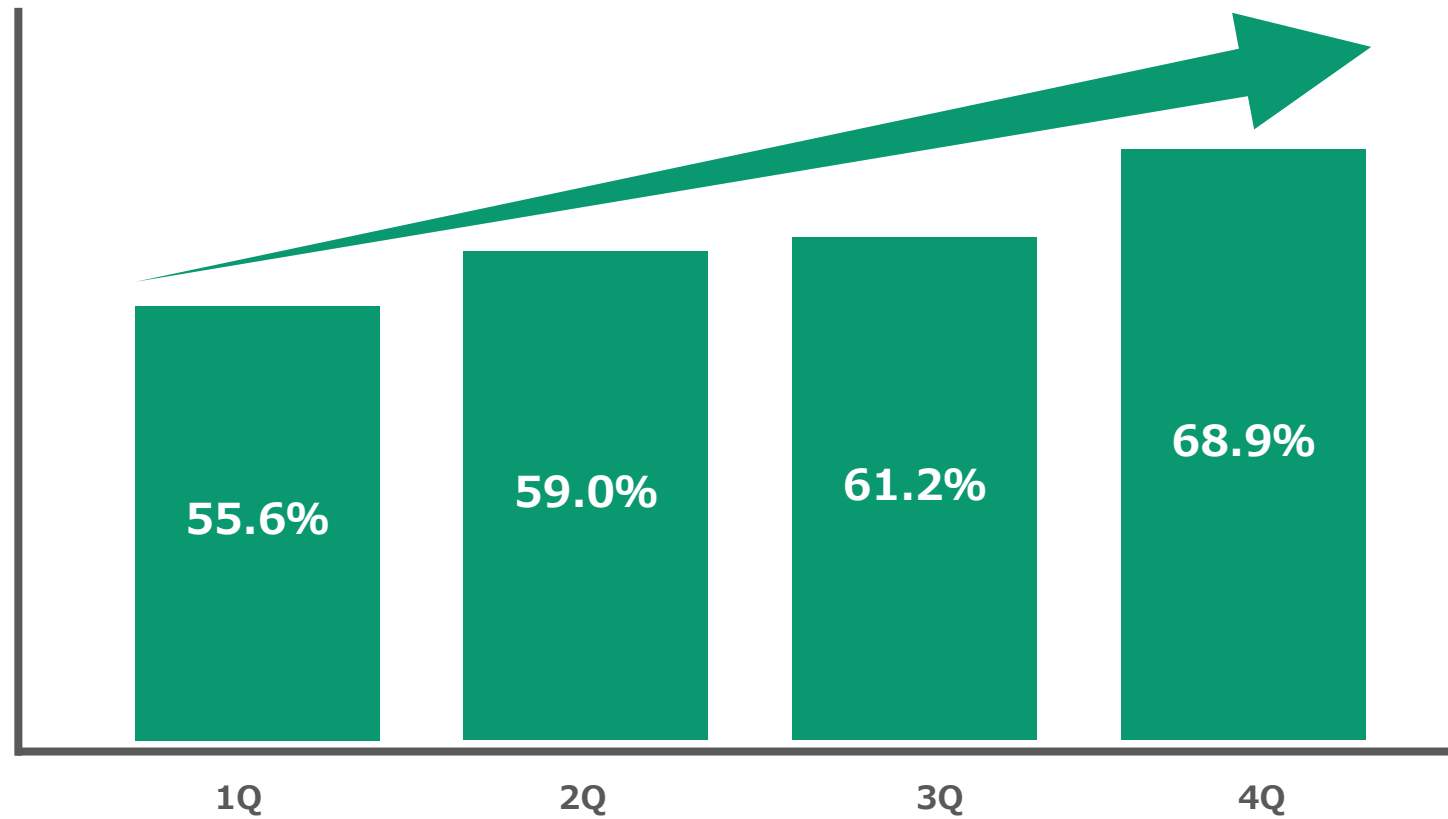




## 上流代理店を挟まない、直取引先比率 (※) は年々増加傾向

※取引先（広告主）の社数ベースで集計

直近1年間の直取引案件比率推移



当社の強みであるサービス領域の広さと、スピードが活かしやすい土台となっており、更なる成長の土台となっていく事が見込める。

## 4. 市場環境と取引構造



## 新たに進出すべき市場（2021年のTAM）

### 広告・コンサルティング

運用型広告費 ※1  
1.8兆円

デジタルマーケティング関連市場 ※2  
4,305億円

2.23兆円

### ブランド・メディア

アフィリエイト広告市場 ※3  
3,491億円

SEO市場 ※4  
500億円以上

インフルエンサーマーケティング市場 ※5  
465億円

SNSアカウント運用市場 ※6  
316億円以上

その他  
制作等の市場

0.48兆円

合計：TAM2.7兆円

※1 出典：電通「2021年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」2023年以降、電通「世界の広告費成長率予測（2022～2024）」より、世界のデジタル広告の伸び率を用いて試算 ※2 出典：IDC Japan 株式会社『国内デジタルマーケティング関連サービス市場予測』 ※3 出典：株式会社矢野経済研究所「アフィリエイト市場に関する調査(2021年)」 ※4 出典：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ ※5 出典：2016年度版国内SEO市場予測（2014-2018） ※6 出典：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ

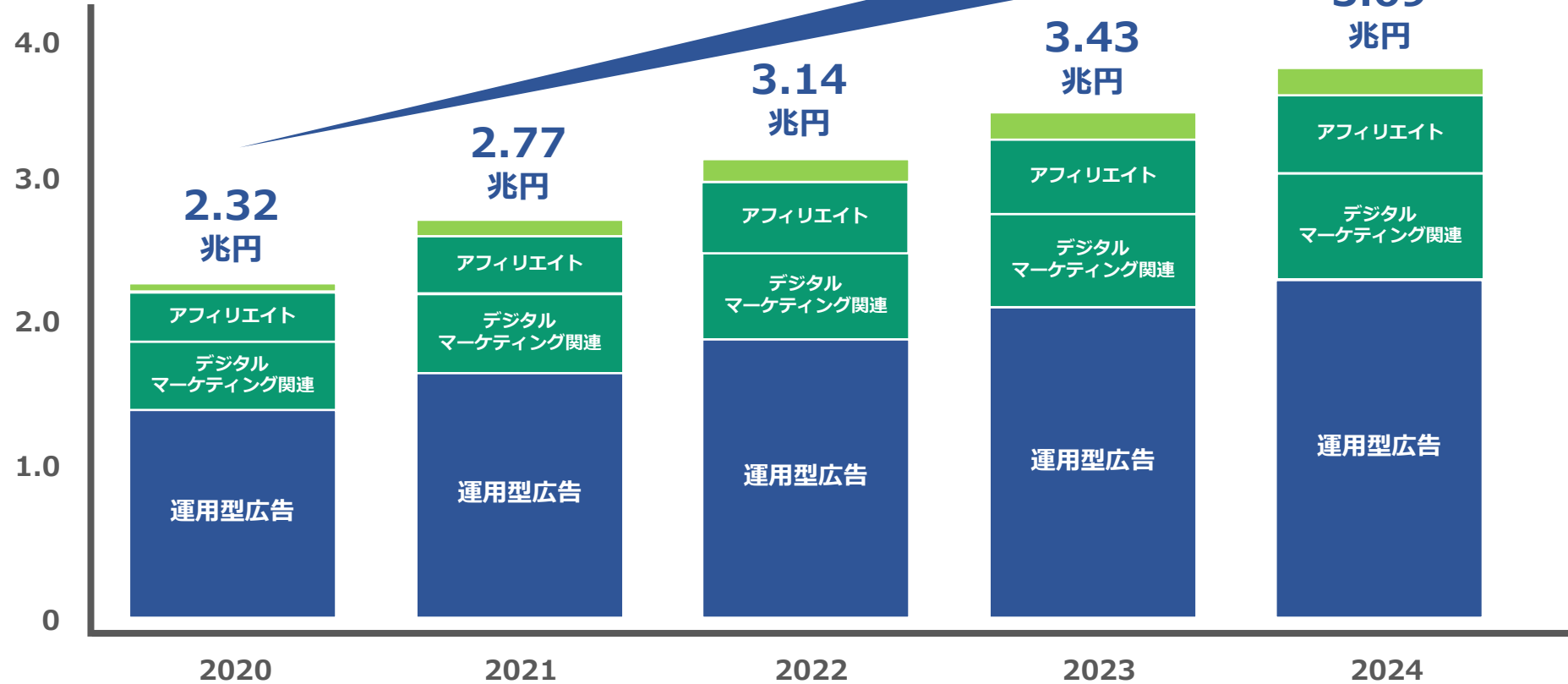
## 今後も引き続き成長が期待される市場

インターネット広告・デジタルマーケティング関連市場TAM予測

CAGR  
12.3%

SEO・インフルエンサーマーケティング・SNSアカウント運用

単位：兆



※1 運用型広告費 ※2 デジタルマーケティング関連市場 ※3 アフィリエイト広告市場 ※4 SEO市場 ※5 インフルエンサーマーケティング市場 ※6 SNSアカウント運用市場

※1 出典：電通「2021年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」2023年以降、電通「世界の広告費成長率予測（2022～2024）」より、世界のデジタル広告の伸び率を用いて試算 ※2 出典：IDC Japan 株式会社『国内デジタルマーケティング関連サービス市場予測』※3 出典：株式会社矢野経済研究所「アフィリエイト市場に関する調査(2021年)」 ※4 出典：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ ※5 出典：2016年度版国内SEO市場予測 (2014-2018) ※6 出典：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ

## 広告・コンサルティング

### 市場

魅力的で大きい市場で、今後も着実な拡大が期待される。

### 利益率

業界が飽和しつつあるので、ある程度割合の利益率であるが、コンサルティング（CdMO）も組み合わせ引き続き利益体質の事業展開を実施。

## ブランド・メディア

### 市場

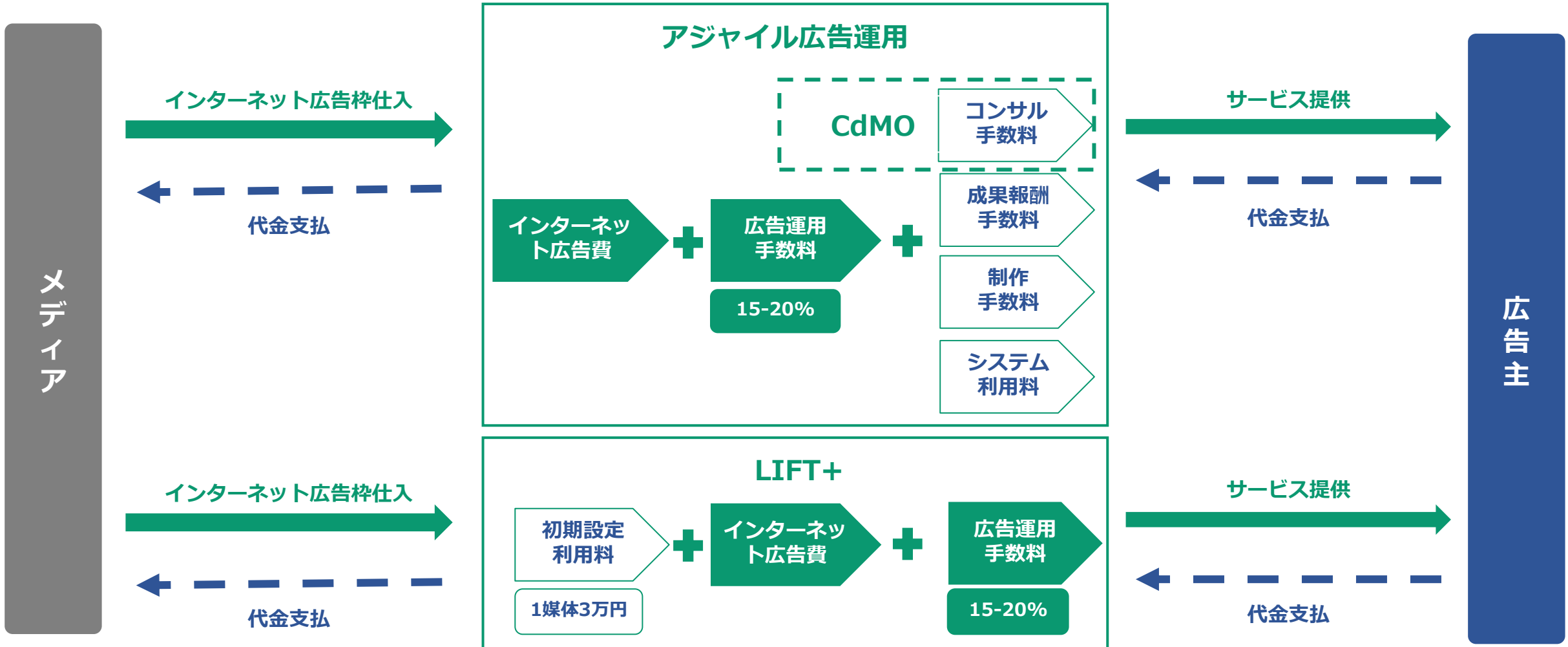
現在は当社内及び市場内での事業規模は小さいが今後伸びしろの大きな分野。

### 利益率

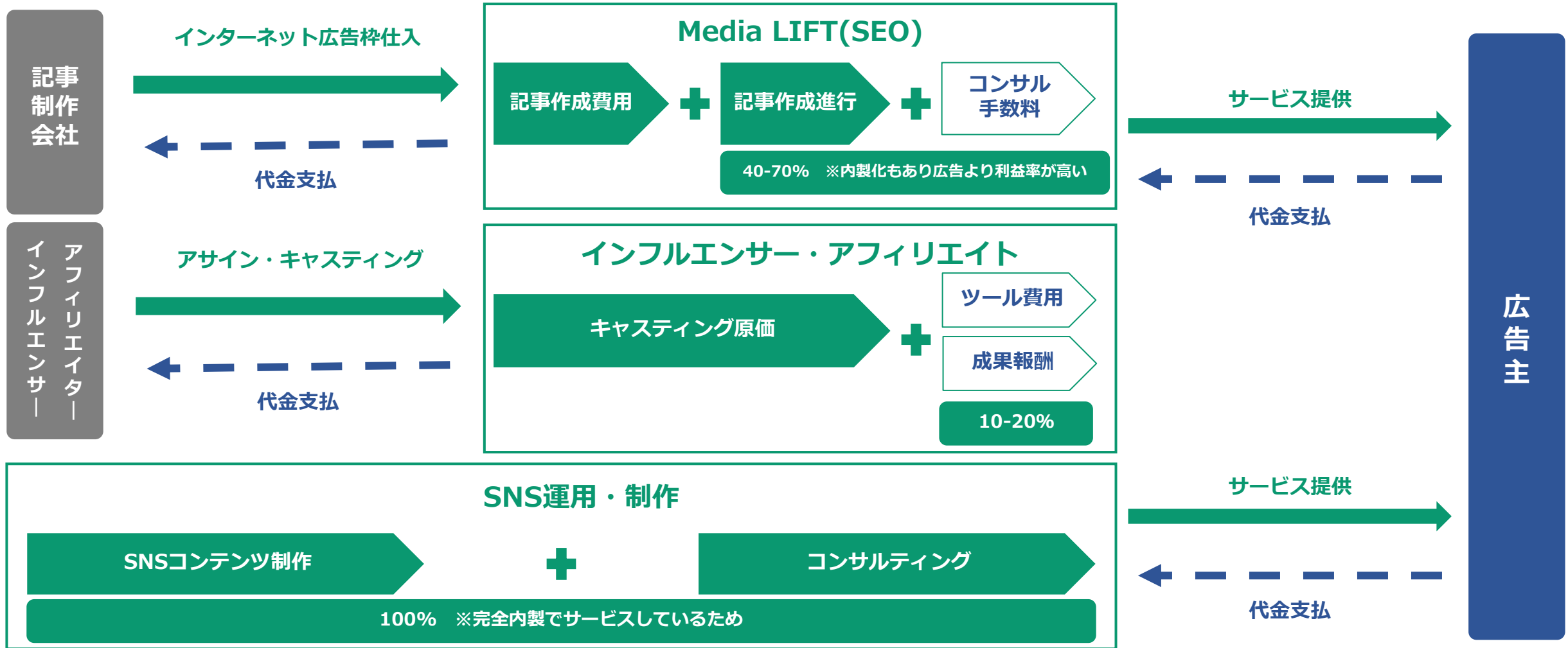
高利益率の事業セグメントで多くを構成。採用及び積極的な投資活動により、成長を狙うステージ。将来的に規模拡大し、社全体の利益率確保に貢献。

広告・コンサルティングセグメントでしっかりと基盤を拡大しつつ、ブランド・メディア事業の積極的投資で、事業育成に努め、新たな収益基盤を確立。また、各サービスのクロスセルにより、クライアント内シェアを拡大し、解約率の低下と受注単価向上を狙う。

# 広告・コンサルティングセグメントにおける取引構造



# ブランド・メディアセグメントにおける取引構造





# 5. 成長戦略



主要3サービスの拡大方針

**CdMO  
サービス  
(進捗)**

- ・採用育成の強化
- ・PULL型リードの拡大・刈取り強化

**(進捗)**

- 採用育成の強化により採用人員増
- PULL型リードの拡大・刈取り実行済

**アジャイル  
広告運用  
(進捗)**

- ・運用体制の拡充
- ・LIFT+からのアップセル

**(進捗)**

- 採用人員増により運用体制の拡充
- △LIFT+アップセル

**LIFT+  
(進捗)**

- ・多様な広告予算の顧客基盤の確保
- ・拡販に向けた営業リソースの確保
- ・パートナー/アライアンス経由の拡販

**(進捗)**

- ◎多様な広告予算の顧客基盤の確保
- 拡販営業リソース拡充済
- パートナー/アライアンス経由の拡販達成

付帯サービスによる拡大加速  
(双方向クロスセル)



**付帯サービス**

- ・SEOサービス “MediaLIFT”をリリース
- ・WEB検索面包括プランサービスをリリース
- ・各サービス利用者へのクロスセル提案
- ・MediaLIFT及びWEB検索面包括プランサービス起点の顧客への主要サービスのクロスセル提案

位置づけ/成長方針

広告・コンサルティング

- ・引き続き、基盤事業として着実な成長を実現
- ・自社での規模拡大のみならず、M&Aも積極的に活用し拡大

ブランド・メディア

- ・新たなサービスの開発
- ・新規事業創出の基盤
- ・規模く種類でサービスラインナップの強化
- ・自社での規模拡大のみならず、M&Aも積極的に活用し拡大

投資・育成

- ・スタートアップへの出資を通し、2セグメントへの寄与
- ・投資単体でのパフォーマンスの実現
- ・M&Aの基盤作り

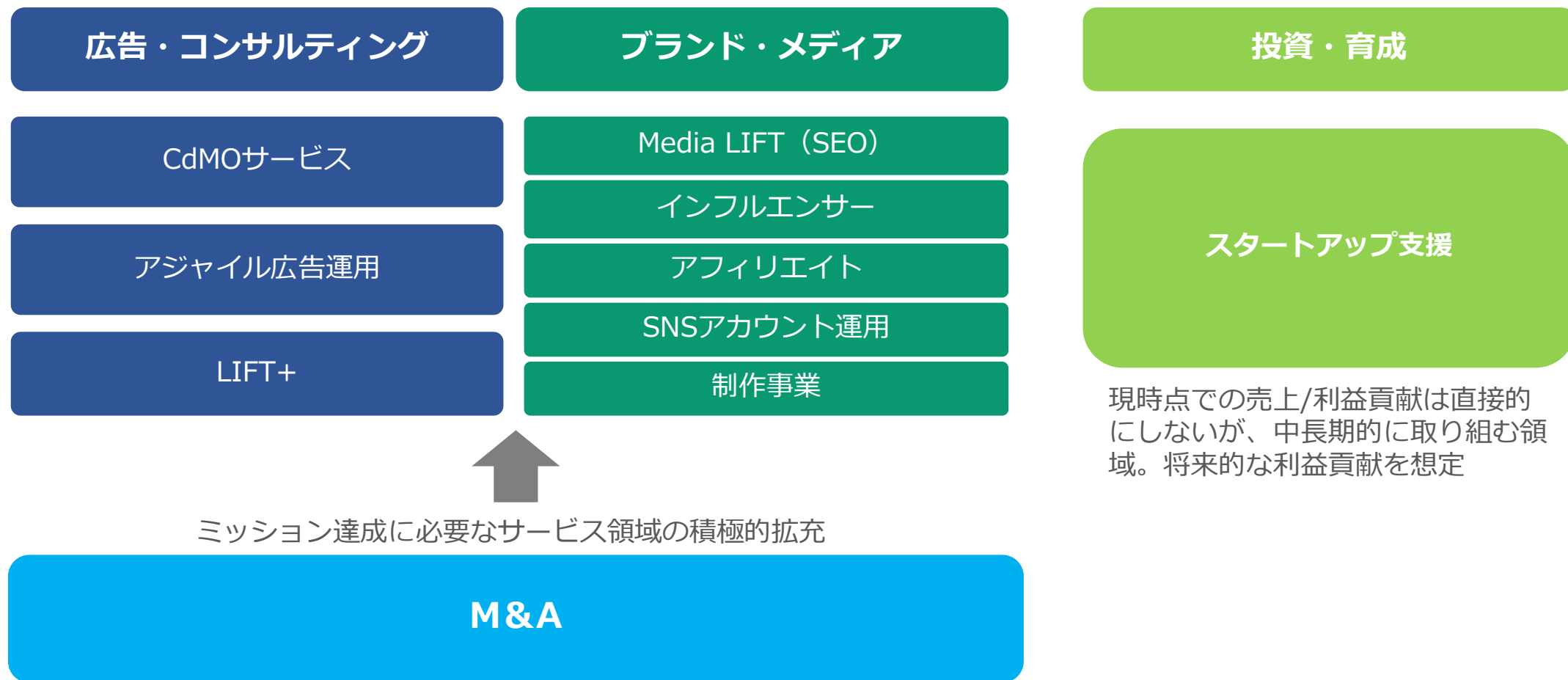
M&Aによる規模拡大

2セグメントへの寄与

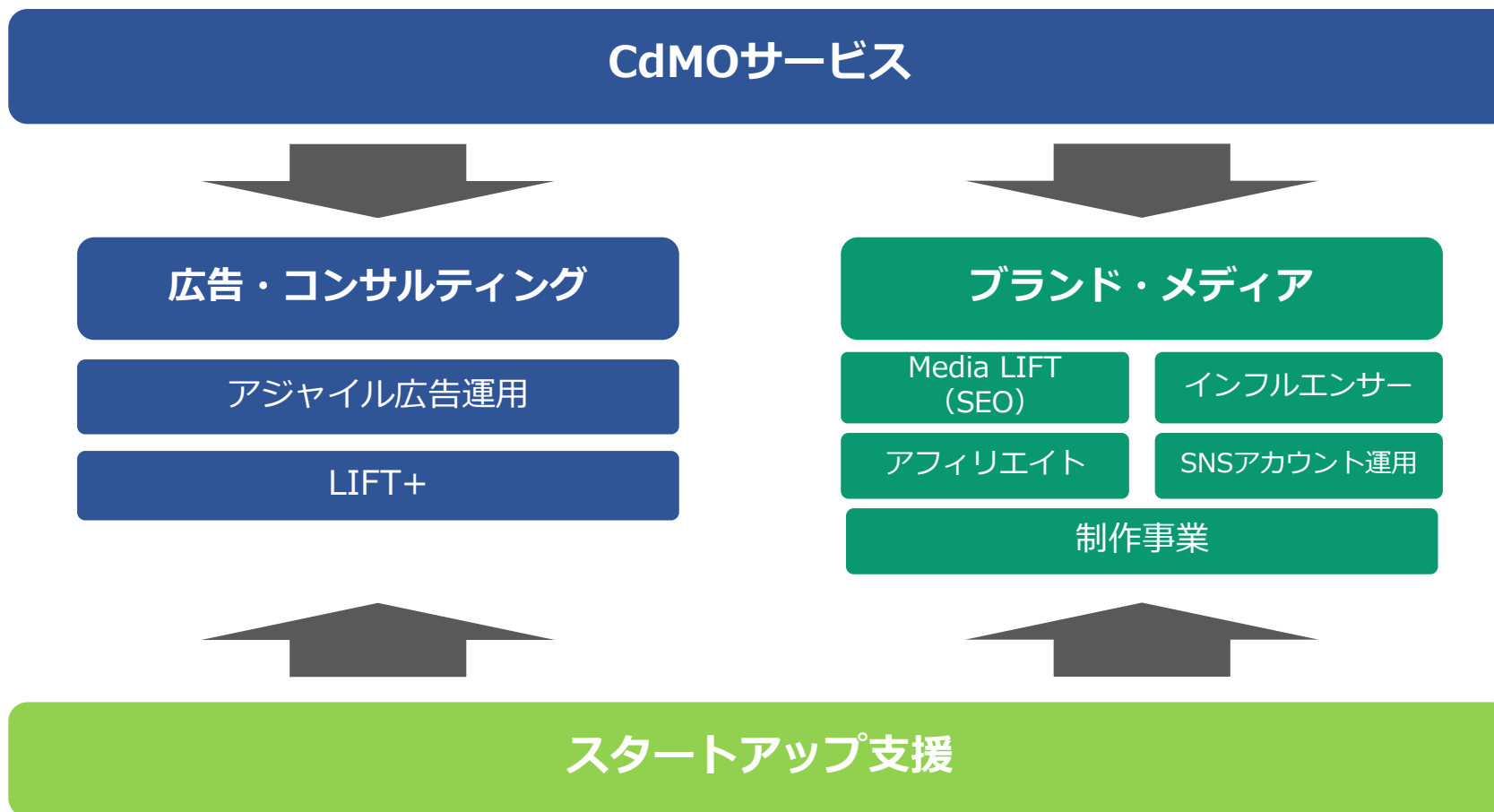
育成先もM&A候補に

--- 今期成長戦略として追加した領域

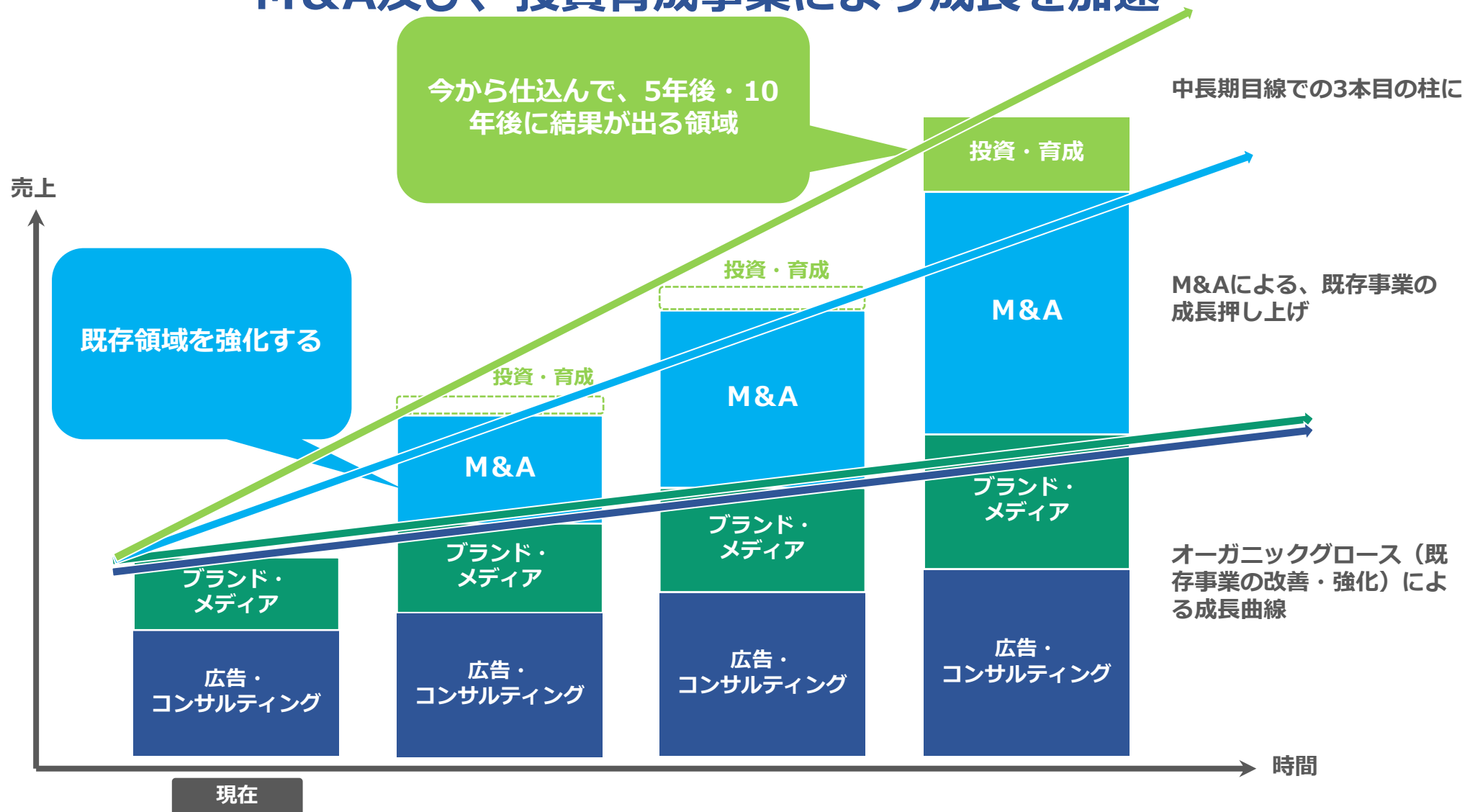
## 引き続き既存事業でマーケティング領域の拡大及び、 スタートアップ支援を開始



## CdMOサービス/スタートアップ支援サービスにより「広告・コンサルティング」 「ブランド・メディア」セグメントを双方向から協力を支援



# M&A及び、投資育成事業により成長を加速





# 6. リスク情報





# リスクの対応

● リスク分類	● 主要なリスク	● 頻度	● 影響度	● デジタルリフトの対応方針
スタートアップ各社に共通する事業推進の不確実性	技術革新へのキャッチアップ (他社に後れを取る/投資が高む)	低	高	人材採用に注力、および 研究開発費の見積もり適正化
	新規事業の成長の遅れ、 発生費用が高むことによる採算悪化	中	高	参入する事業領域の見極めに際して 市場性、採算性、実現性を勘案
広告業界固有の影響因子	景気の影響を受けやすい	中	高	多様な業界・業種のクライアントとの お取引で、業界間の景気差を吸収
	発生費用（媒体料金等）の回収漏れや 書面のない役務の代金回収リスク	中	低	取引先への与信強化および、 顧客に対する「発注書」提出要請
法規制等の不可避の制約	個人情報保護の観点での規制強化	中	中	リスク・コンプライアンス規定の整備 および、新たな規制等への注視体制
一般的なリスク	システム障害	中	中	定期的なバックアップ、冗長性の確保、 稼働状況の監視
	コロナによる景気変動	低	高	特定業界に依存しない多様な顧客基盤を構築
その他のリスク	その他関係会社及びその子会社の関係性	高	低	事業の類似性は低く、取引も仕入れのみ 経営関与度も低く、影響は軽微と認識

上記に記載のないリスクおよび、上記リスクの詳細は「有価証券報告書」の「事業等のリスク」をご参照ください。

**【免責事項】**

- 本資料において記載された情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらのリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

**【開示タイミング】**

- 当資料のアップデートは、年次決算の発表時期(2023年12月頃)を目途として開示を行う予定です。

# 7. Appendix



単位：百万円

	2021年9月末	2022年9月末	増減額
流動資産	1,136	1,404	+268
固定資産			
有形固定資産	10	7	▲2
投資その他の資産	34	45	+11
資産合計	1,180	1,457	+277
負債			
流動負債	610	603	▲6
固定負債	40	81	+41
負債合計	650	685	+34
純資産合計	530	772	+242
負債純資産合計	1,180	1,457	+277

## 企業情報

**社名** 株式会社デジタルリフト

**設立** 2012年11月

## 所在地

本社  
東京都港区西麻布4-12-24

宮崎支社  
宮崎県宮崎市橘通東4-1-2

千葉支社  
千葉県千葉市中央区新田町1-1

沖縄支社  
沖縄県那覇市久茂地2-14-12

**資本金** 1億3,646万円

## 株主構成

百本正博	31.0%
株式会社フリークアウト・ホールディングス	31.0%
株式会社SBI証券	4.0%
楽天証券株式会社	3.1%

※2022年9月末株主名簿より  
※小数点第2位は四捨五入

## 経営メンバー

## 取締役

百本 正博 代表取締役

鹿熊 亮甫 取締役

輿石 雅志 社外取締役

金山 藍子 社外取締役※

※社外取締役 金山藍子の戸籍上の氏名は、玉村藍子であります。

## 監査役

鈴木 順子 常勤監査役

久保 聖 非常勤監査役

水野 祐 非常勤監査役

- 2012年11月 創業
- 2013年 3月 ANRIを割当先とした第三者割当増資を実施。
- 2013年 9月 株式会社フリークアウトの認定パートナー代理店へ。
- 2014年 4月 本社を港区六本木に移転しました。
- 2017年 9月 業務拡大に付き、本社を港区西麻布に移転。
- 2018年 3月 Facebook Agency Directory認定代理店へ。
- 2018年10月 ヤフー株式会社 Yahoo! Japan Marketing Solutions Partner Silver認定代理店へ。
- 2018年11月 チャットボット『SABOT（サボット）』をリリース。
- 2019年 8月 LINE Biz-Solutions Partner ProgramのSales Partner「Basic」に認定。
- 2019年 9月 業務拡大に付き、本社を港区西麻布に移転しました。
- 2019年10月 宮崎オフィス・千葉オフィスを設立。
- 2020年 3月 株式会社デジタルリフトへ社名変更。
- 2020年 4月 中小・スタートアップ向けサービスLIFT+提供開始。
- 2021年 1月 「Criteo Certified Partners」Bronzeステイタスを獲得。
- 2021年 5月 Yahoo!「広告運用認定パートナー」に認定。
- 2021年 9月 東京証券取引所グロース市場（旧：マザーズ）に上場。
- 2022年 2月 Google「2022 Premier Partner」に認定。
- 2022年 8月 沖縄オフィスを設立。