

Tri Pointe Homes, Inc.の株式取得（子会社化）について

2026年2月13日



買収対象会社	▪ Tri Pointe Homes, Inc. ⁽¹⁾ (NYSE:TPH)																							
買収価格	<ul style="list-style-type: none">▪ 1株当たり47米ドル<ul style="list-style-type: none">ー 2026年2月12日（前営業日）の株価に対するプレミアム29%ー 同日から過去90日間の売買高加重平均価格に対するプレミアム42%▪ 総額約4,281百万米ドル⁽²⁾																							
ストラクチャー	▪ 当社の米国子会社Sumitomo Forestry America, Inc.が設立する100%子会社SFA Operations, LLCの100%子会社であるTeton NewCo, Inc.とTPH社を合併する方法（逆三角合併）により実行																							
買収資金の 調達方法	<ul style="list-style-type: none">▪ 資金調達については財務健全性の維持に最大限配慮して実施▪ 買収資金は、ブリッジローンにより調達し、買収完了後1年以内を目途にパーマネント化を想定▪ パーマネント化は、金融機関からの借入金やハイブリッド・ファイナンス等を想定しており、普通株式の希薄化を伴う資金調達は想定しない																							
TPH社業績	<table><tr><td>▪ 2023年12月期</td><td></td><td>▪ 2024年12月期</td><td></td></tr><tr><td>販売戸数⁽³⁾：</td><td>5,274（戸）</td><td>販売戸数⁽³⁾：</td><td>6,460（戸）</td></tr><tr><td>売上高：</td><td>3,715（百万米ドル）</td><td>売上高：</td><td>4,493（百万米ドル）</td></tr><tr><td>税引前当期純利益⁽⁴⁾：</td><td>467（百万米ドル）</td><td>税引前当期純利益⁽⁴⁾：</td><td>617（百万米ドル）</td></tr><tr><td>親会社株主に帰属する当期純利益：</td><td>344（百万米ドル）</td><td>親会社株主に帰属する当期純利益：</td><td>458（百万米ドル）</td></tr></table>				▪ 2023年12月期		▪ 2024年12月期		販売戸数 ⁽³⁾ ：	5,274（戸）	販売戸数 ⁽³⁾ ：	6,460（戸）	売上高：	3,715（百万米ドル）	売上高：	4,493（百万米ドル）	税引前当期純利益 ⁽⁴⁾ ：	467（百万米ドル）	税引前当期純利益 ⁽⁴⁾ ：	617（百万米ドル）	親会社株主に帰属する当期純利益：	344（百万米ドル）	親会社株主に帰属する当期純利益：	458（百万米ドル）
▪ 2023年12月期		▪ 2024年12月期																						
販売戸数 ⁽³⁾ ：	5,274（戸）	販売戸数 ⁽³⁾ ：	6,460（戸）																					
売上高：	3,715（百万米ドル）	売上高：	4,493（百万米ドル）																					
税引前当期純利益 ⁽⁴⁾ ：	467（百万米ドル）	税引前当期純利益 ⁽⁴⁾ ：	617（百万米ドル）																					
親会社株主に帰属する当期純利益：	344（百万米ドル）	親会社株主に帰属する当期純利益：	458（百万米ドル）																					

(注1) 以降、「TPH社」

(注2) Performance Share Unit Awardsを含む証券の株式取得対価及びアドバイザー費用等の本買収に当たって支払う費用を含む

(注3) 本資料では、販売戸数、または引渡戸数を意味する

(注4) Income before income taxesを参照

©SUMITOMO FORESTRY CO.,LTD. ALL RIGHTS RESERVED.
2

目次

1. 米国戸建住宅事業の成長戦略

- a. 米国戸建住宅事業の概要
- b. 米国戸建住宅事業の歩み
- c. 米国戸建住宅事業の事業環境
- d. 本買収の意義

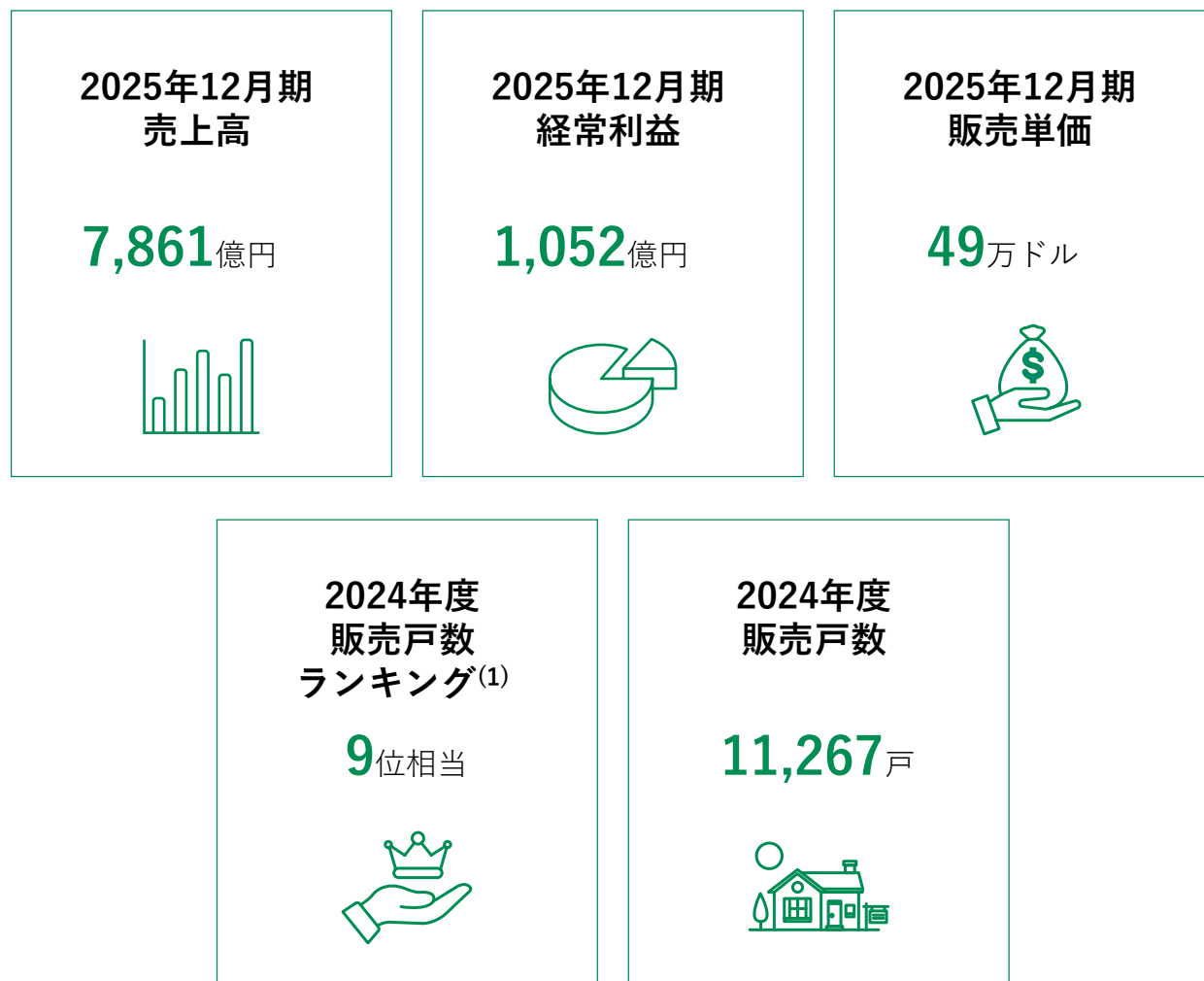
2. 本買収の概要

- a. TPH社の概要
- b. 本買収の概要及びストラクチャー
- c. 本買収の資金調達手法
- d. TPH社のPL・BS実績
- e. 今後のスケジュール

米国戸建住宅事業の成長戦略

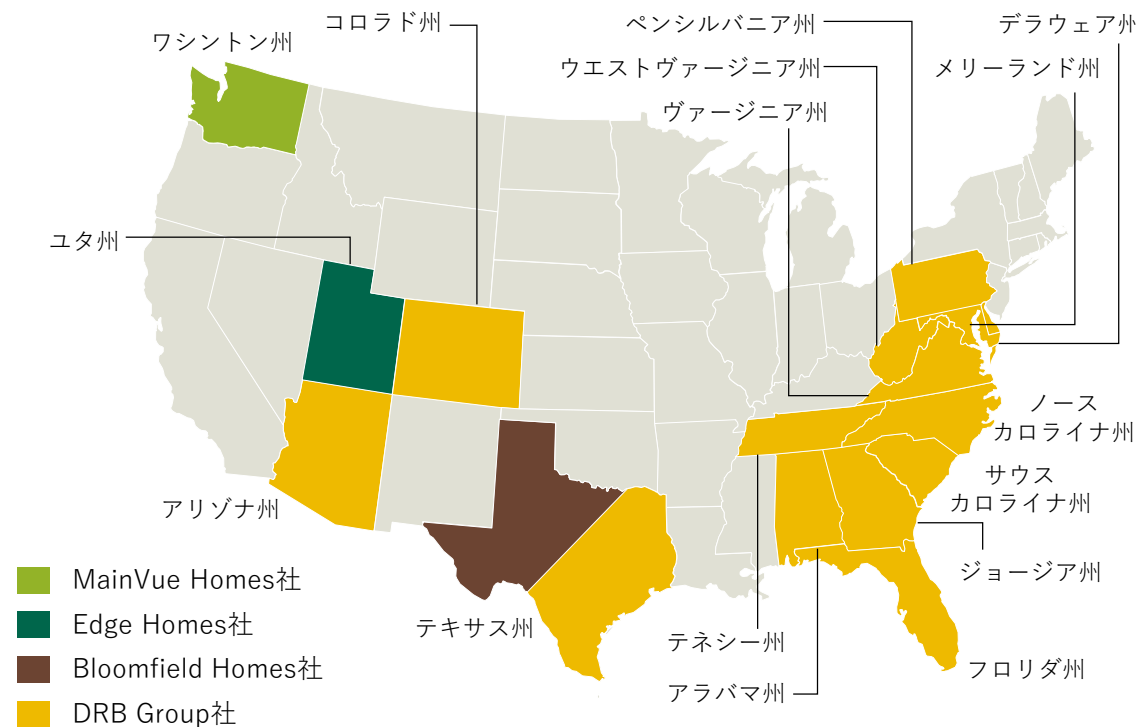
- 当社グループ全体の経常利益の約60%を占める主力事業であり、2024年度の販売戸数は11,267戸と全米第9位に相当

■米国戸建住宅事業の概況



(注1) BUILDER「2025 The Top 100」を基に当社計算

■米国戸建住宅事業展開エリア



MainVue Homes社



Edge Homes社

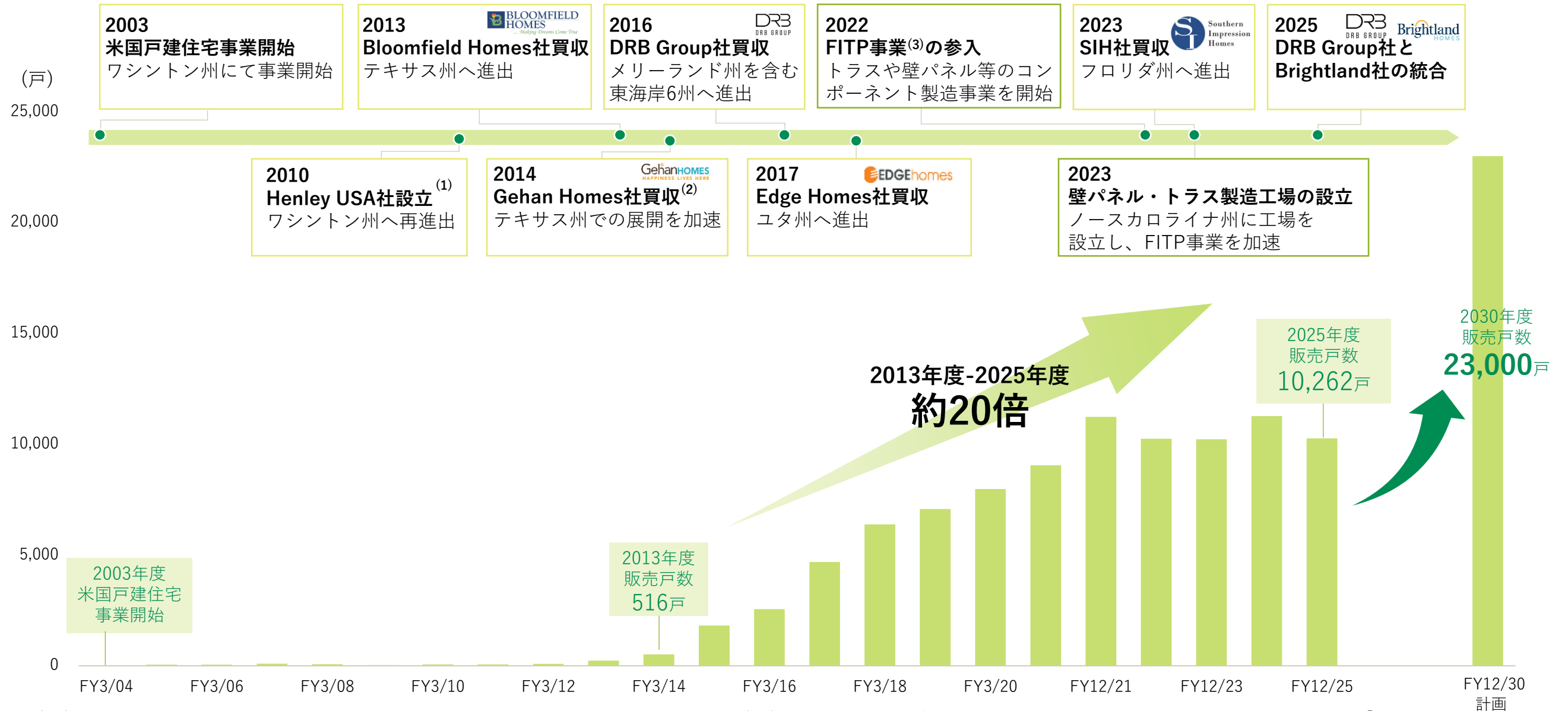


Bloomfield Homes社



DRB Group社

- リーマンショック以降に複数のM&Aによりエリア拡大を果たし、その後、各社のオーガニック成長により販売戸数を着実に伸長



(注1) 2015年にMainVue Homes社に商号変更

(注2) Brightland Homes社に商号変更の後、2025年3月にDRB Group社傘下に再編

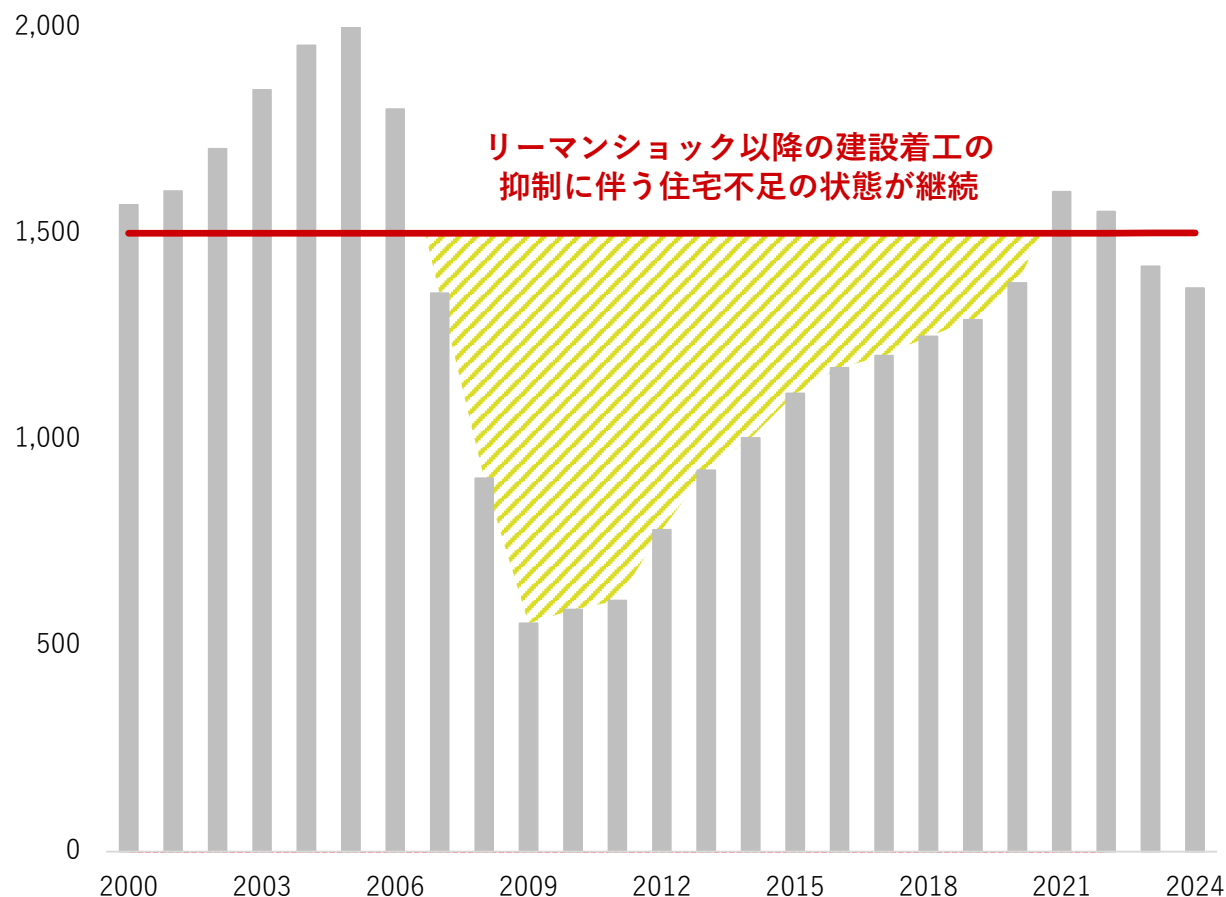
(注3) FITP事業：トラスや床・壁パネルなどの設計、製造、配送、施工までを一貫して提供する「Fully Integrated Turn key Provider」事業の略。以降同様

米国戸建住宅事業の事業環境①：住宅供給不足と人口動態

- リーマンショック以降の建設着工の抑制に伴う住宅不足に加え、ミレニアル世代やZ世代といった住宅取得者層が厚く、底堅い住宅需要が見込まれる

■新設住宅着工戸数の推移

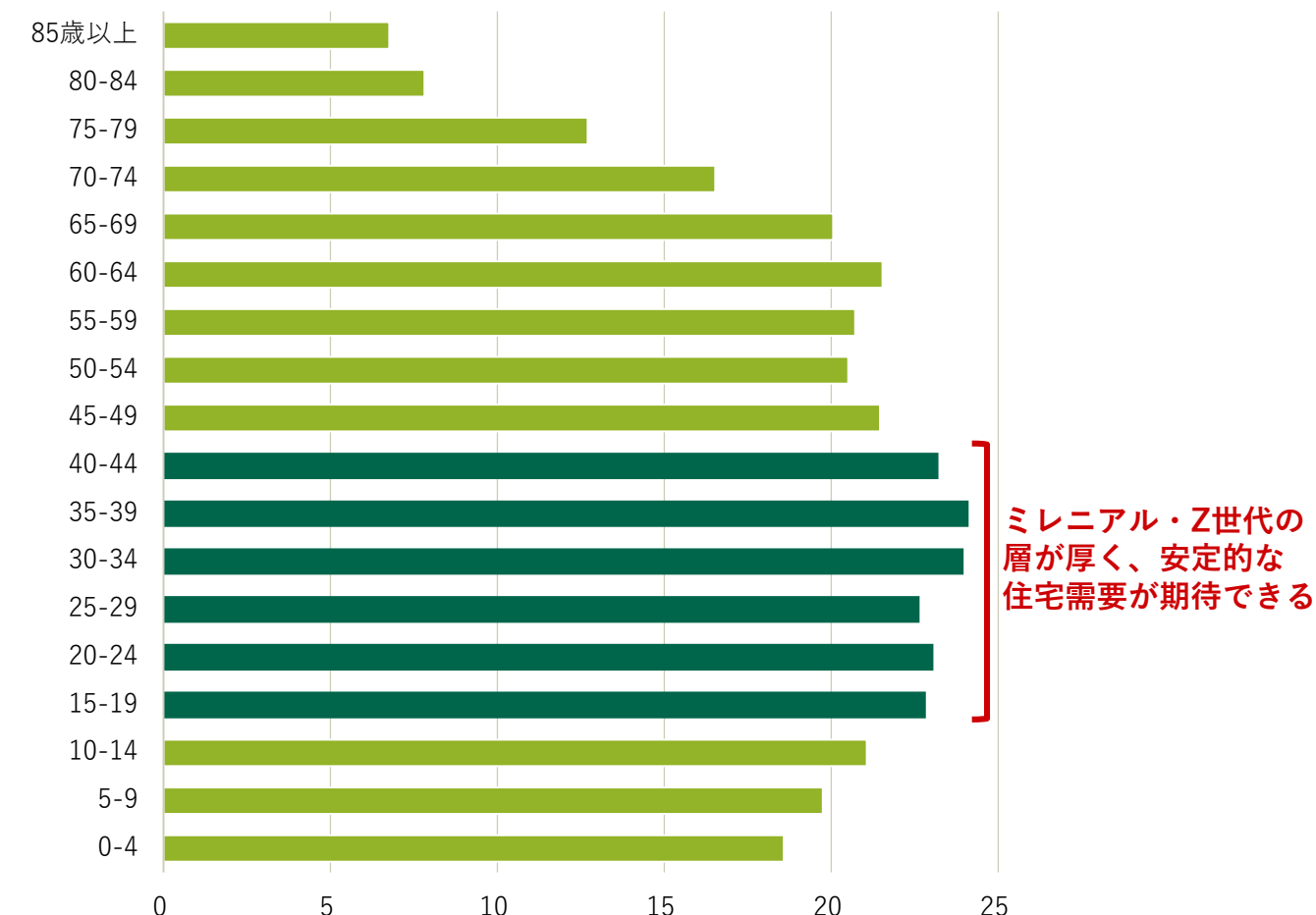
(千戸)



出所：U.S. Census Bureauを基に当社作成（2024年度）

■年齢別人口

(百万人)

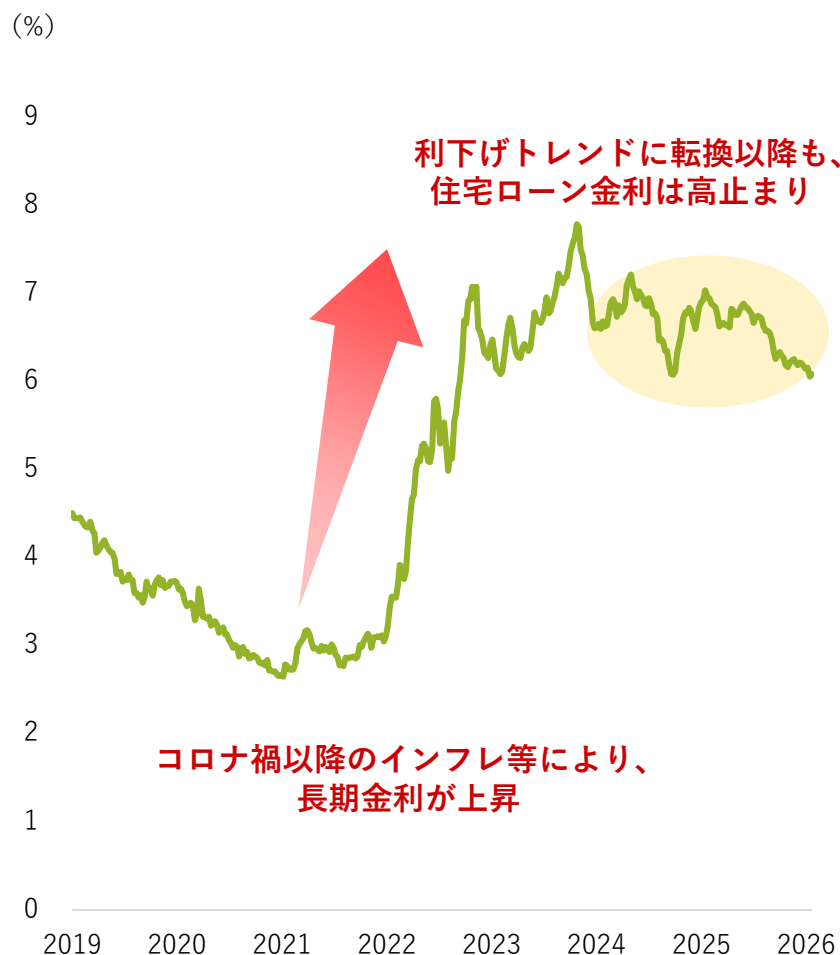


出所：United Nations Population Divisionを基に当社作成（2026年2月1日時点で発表されている2025年の人口推計）

米国戸建住宅事業の事業環境②: アフォーダビリティと消費者センチメント

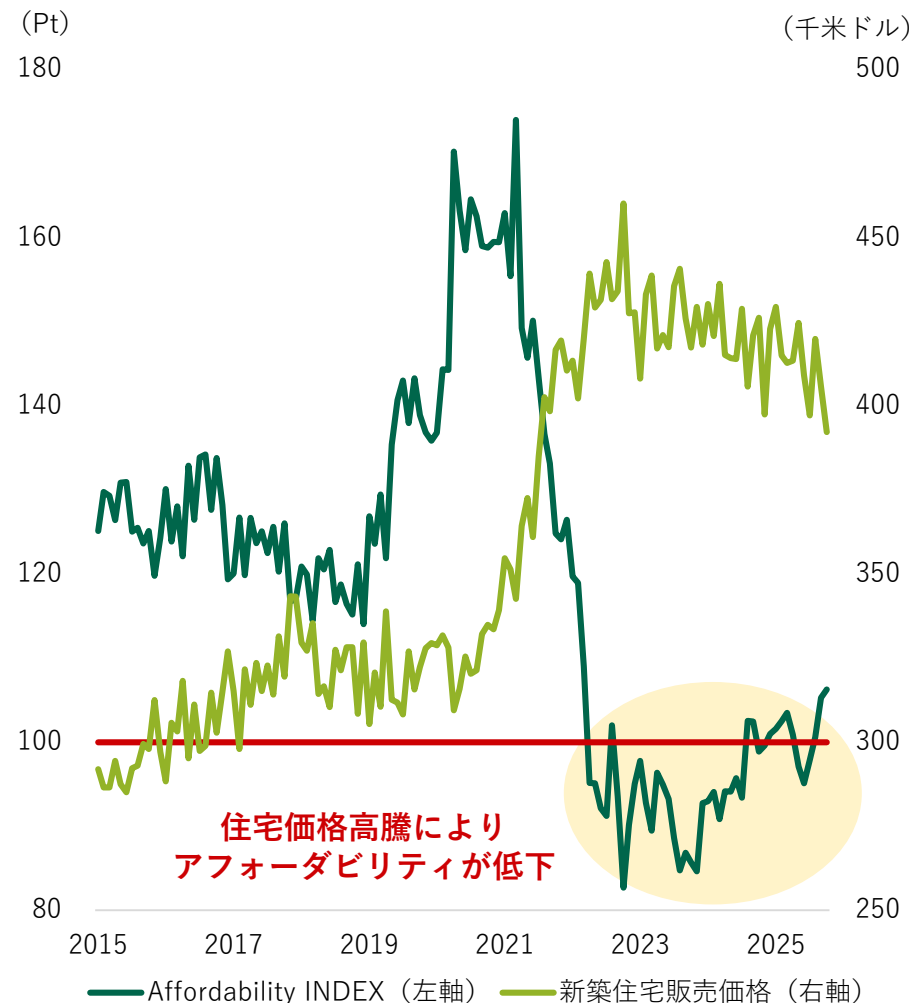
- 足もとでは住宅ローン金利の高止まりや住宅価格高騰によるアフォーダビリティの低下、消費者センチメントの悪化等により市況は悪化

■住宅ローン30年固定金利



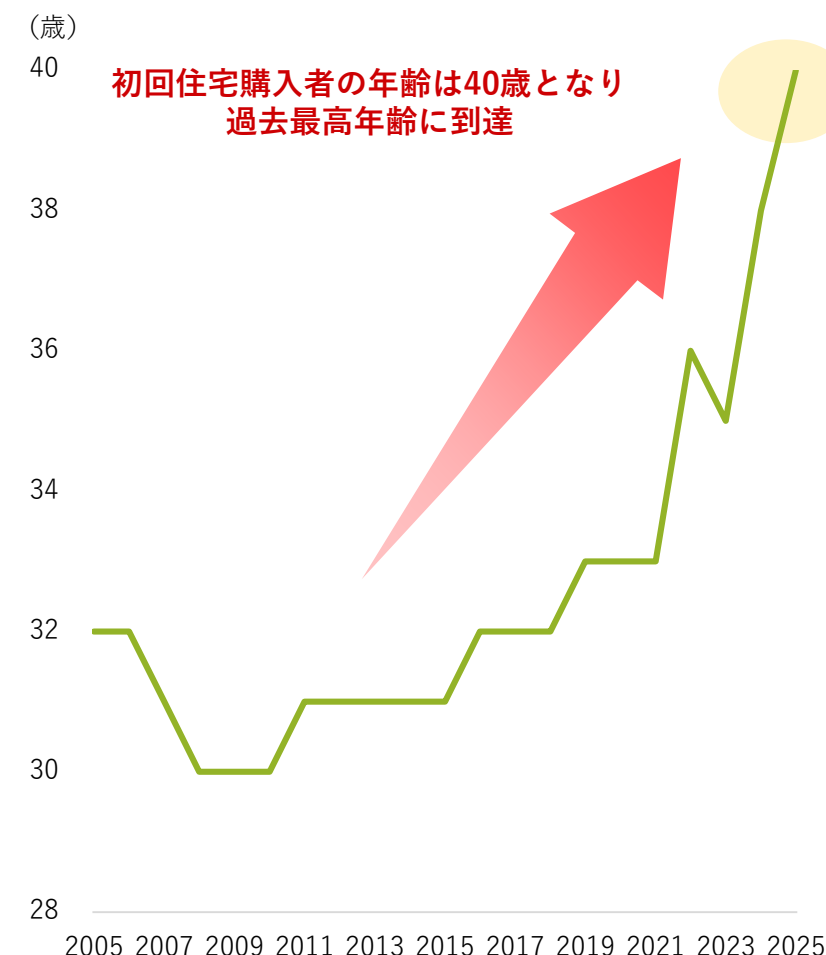
出所：Freddie Macを基に当社作成（2026年1月22日時点）

■新築住宅販売価格とアフォーダビリティ

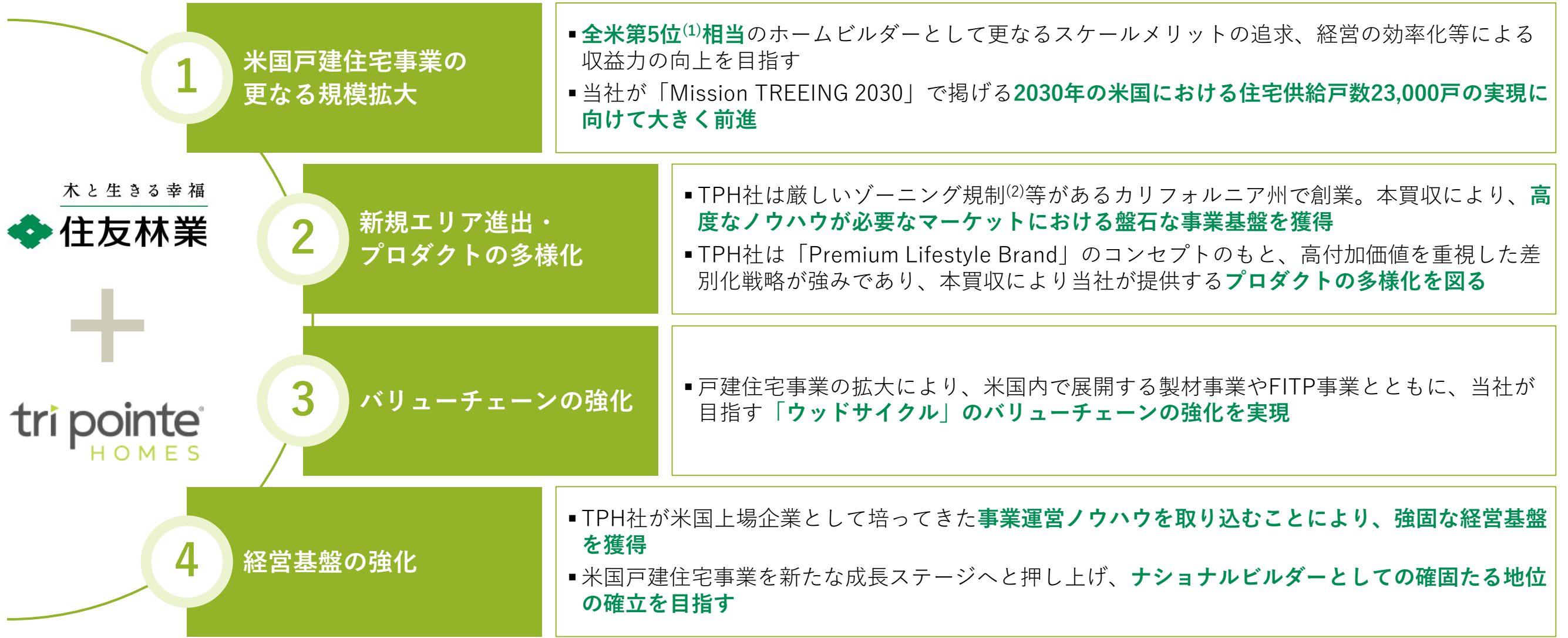


出所：NAR及びU.S. Census Bureauを基に当社作成（2025年11月時点）

■初回住宅購入者の年齢中央値



出所：NARを基に当社作成（2025年11月時点）



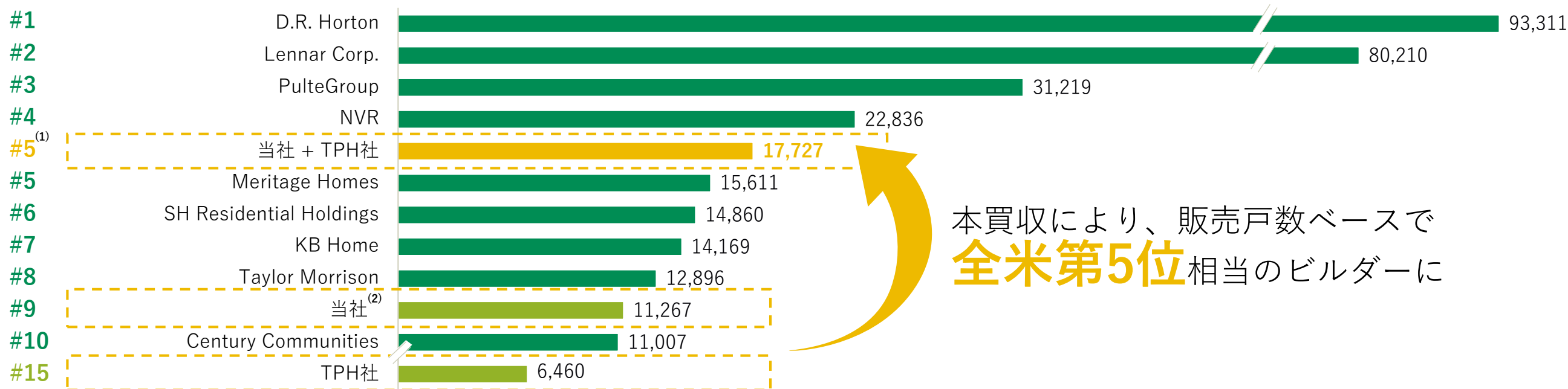
(注1) 2024年12月期における当社既存ビルダー各社の販売戸数の合計値にTPH社の2024年度の販売戸数を単純合計したものを、BUILDER「2025 The Top 100」を参照し算出

(注2) 土地の利用目的や建設規制を自治体が区分して定める制度

本買収の意義①：米国戸建住宅事業の更なる規模拡大

- 本買収により、2024年度実績においては、全米第5位相当のホームビルダーとなり、よりスケールメリットを活かした事業運営が可能に
- 当社が「Mission TREEING 2030」で掲げる2030年の米国における住宅供給戸数23,000戸の実現に向けて大きく前進

■米国戸建住宅引渡戸数ランキング（2024年度）



本買収により、販売戸数ベースで
全米第5位相当のビルダーに

■土地区画の確保状況

本買収により、両社合計で約11.4万区画（2024年度販売実績ベースで約6.5年相当）の土地を確保⁽³⁾

tri pointe
HOMES

保有／契約済未取得区画数

32,738 区画

木と生きる幸福
住友林業

保有／契約済未取得区画数

81,751 区画

出所：BUILDER「2025 The Top 100」

（注1）買収後のプロフォーマンキング

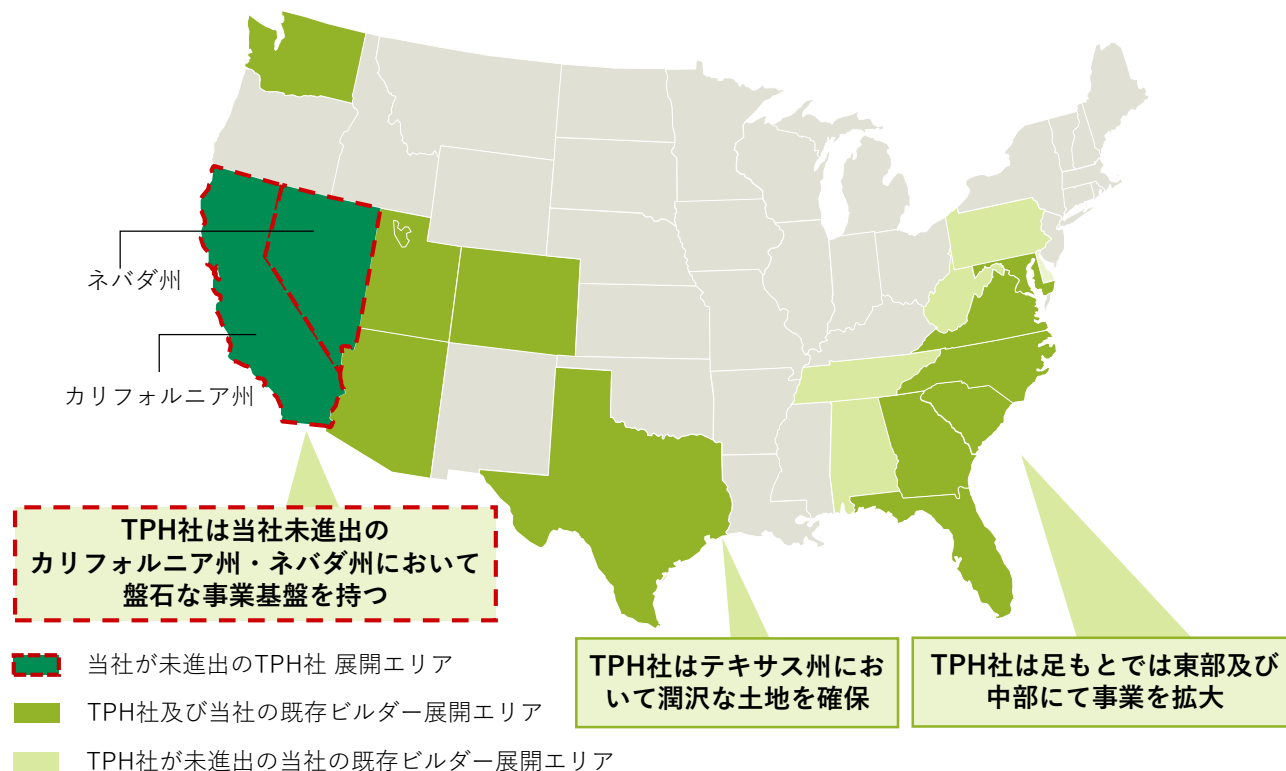
（注2）2024年12月期における当社既存ビルダー各社の販売戸数の合計値

（注3）2025年度第3四半期実績

本買収の意義②：新規エリア進出・プロダクトの多様化

- 本買収により、既存事業展開エリアにおけるプレゼンスを向上するとともに、未進出のカリフォルニア州及びネバダ州へ進出
- 当社グループのプロダクトラインアップの更なる拡充を図り、住宅購入者の多様なニーズに対応

■新規エリアへの進出



カリフォルニア州の事業環境



人口⁽¹⁾

約3,900万人
全米第1位



住宅建設
許可件数⁽²⁾

8,860件
全米第3位

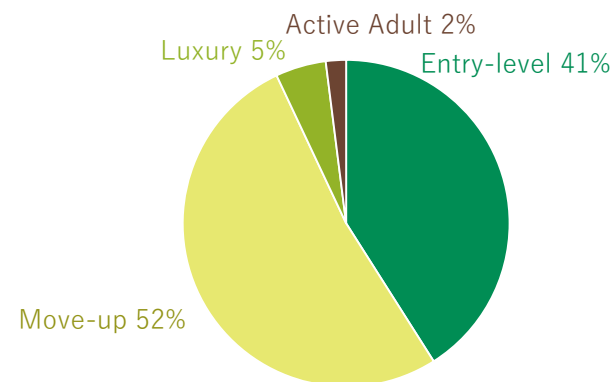


戸建住宅の
販売価格⁽³⁾

\$861,000
全米：\$405,000

■プロダクトの多様化

TPH社のプロダクトラインアップ



TPH社の地域別の平均販売価格⁽⁴⁾

平均販売価格

西部セグメント	: \$755,000
中部セグメント	: \$554,000
東部セグメント	: \$721,000
全体	: \$683,000

- Entry-levelからMove-up、Luxury、Active Adult等の幅広いプロダクトラインアップを持つ
- 高付加価値と好立地を重視した差別化戦略を展開し、**Entry-levelに比べて高額であるMove-upの割合が50%超を占める**

利便性の高い立地で、
初回購入者でも手の届
きやすい価格帯の住宅

Entry-level

ライフステージの変化
を踏まえた、ニーズに
適した住宅に住み替え
る層を想定した住宅

Move-up

高価格帯・高付加価値
の住宅を購入する富裕
層を想定した住宅

Luxury

交流や趣味重視で住宅
を購入する、55歳以上
のアクティブな中高年
層を想定した住宅

Active Adult

(注1) 2025年7月1日時点（出所：U.S. Census Bureau）

(注2) 2025年10月における住宅建設許可件数（出所：U.S. Census Bureau）

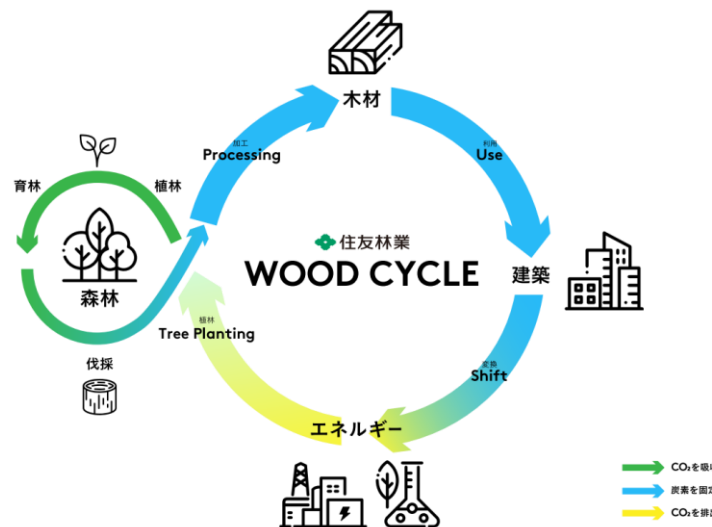
(注3) 2025年12月時点（出所：CAR及びNAR）の販売価格の中央値

(注4) データは2024年度第4四半期から2025年度第3四半期までの直近12か月間を参照

本買収の意義③：バリューチェーンの強化

- 戸建住宅事業の拡大により、米国内で展開する製材事業やFITP事業とともに、当社が目指す「ウッドサイクル」のバリューチェーンの強化を実現

■「木」を軸にしたバリューチェーン「ウッドサイクル」



(注1) 2025年7月1日に当社が100%子会社を通じて持分57.05%を取得したTeal Jones Plain Dealing, LLCの略称 (TJPD社の親会社であるTeal Jones Louisiana Holdings LLCは同日に持分100%を取得)

本買収の意義④：経営基盤の強化

- TPH社が米国上場企業として培ってきた事業運営ノウハウを取り込むことにより、強固な経営基盤を獲得
- 米国戸建住宅事業を新たな成長ステージへと押し上げ、ナショナルビルダーとしての確固たる地位の確立を目指す



Regional・Nationalの強みを
融合したオペレーション力

上場企業としての
ガバナンス・ファイナンス
ノウハウ

これまでのM&A実績

高い従業員
エンゲージメント

本買収の概要

- 米国13州にて戸建住宅事業を展開し、2024年度の販売戸数は6,460戸と全米第15位に相当

■会社概要

会社名	Tri Pointe Homes, Inc.
代表者	Douglas F. Bauer (CEO) Tom J. Mitchell (President and Chief Operating Officer)
所在	940 Southwood Blvd, Suite 200, Incline Village, Nevada 3161 Michelson Drive, Suite 1500, Irvine, California
設立年	2009年
従業員数	1,685人（2024/12/31時点）

■主要財務数値

（百万米ドル）	2020	2021	2022	2023	2024
売上高	3,260	3,982	4,349	3,715	4,493
売上総利益 ⁽¹⁾	726	990	1,158	830	1,049
売上総利益率（%）	22.3%	24.8%	26.6%	22.4%	23.4%
税引前当期純利益	373	626	773	467	617
総資産	4,022	4,366	4,720	4,915	4,891
販売用不動産	2,910	3,054	3,174	3,337	3,153
ROE（%）	12.8%	20.1%	21.8%	11.8%	14.4%

（注1） Cost of SalesにはFinancial Services Expensesも含む

（注2） 2026年2月12日時点

（注3） 2024年度時点

■特徴



展開エリア⁽²⁾

全米**13**州



販売戸数累計⁽²⁾

約**58,000**戸



顧客満足度⁽³⁾⁽⁴⁾

91.7%

■コミュニティ例



Altis at Serenity
@North Carolina



Alterra
@Seattle

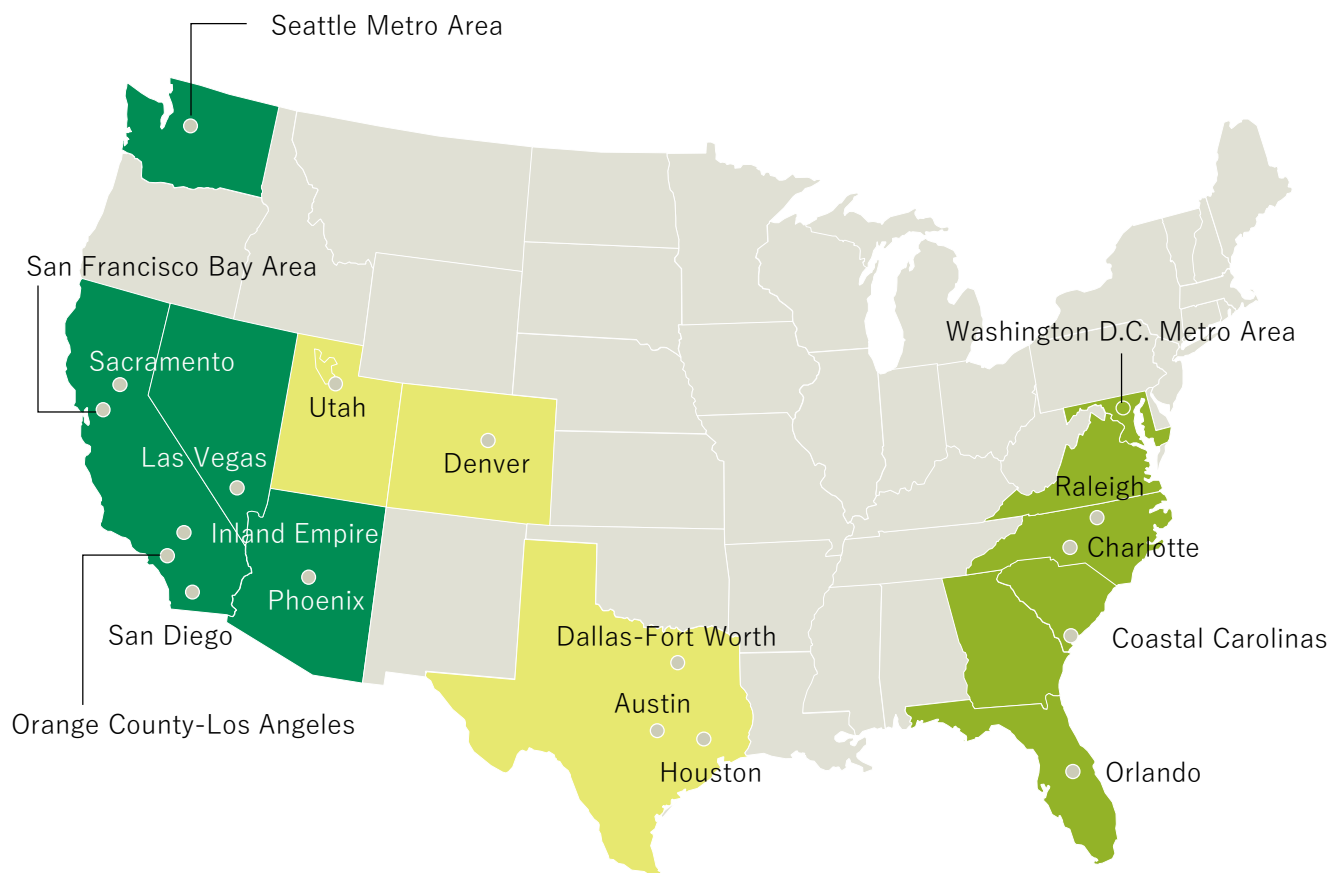


Lark at Valencia
@Los Angeles

（注4） TPH社による顧客への調査に基づく。住宅の品質に満足しているか、ホームビルダーが責務を全うしたか、友人や家族に進めたいかの3つの回答への平均により算出

- カリフォルニア州にて創業し、2013年のWRECO社⁽¹⁾の買収に伴い、中部及び東部にも進出する等、積極的に事業エリアを拡大

■事業展開地域

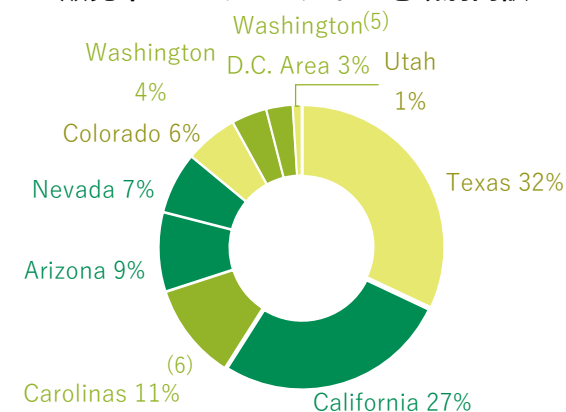


■直近12カ月間の各地域における受注・販売状況⁽²⁾

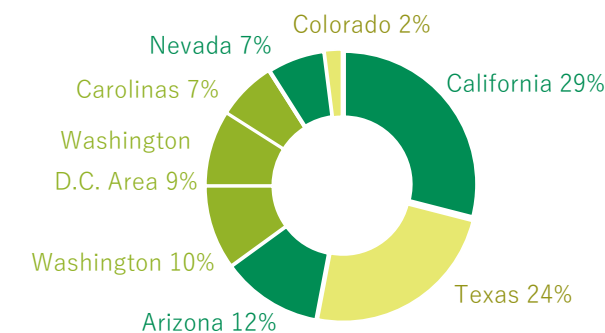
	西部 セグメント	中部 セグメント	東部 セグメント	合計
受注戸数	2,145	1,465	694	4,304
販売戸数	2,754	1,776	801	5,331
戸建住宅販売売上高（百万米ドル）	\$2,079	\$983	\$577	\$3,639
営業利益率 ⁽³⁾	14.0%	11.9%	12.0%	13.1%
平均販売価格（千米ドル）	\$755	\$554	\$721	\$683
所有／実質的に確保している土地 ⁽⁴⁾	13,015	13,370	6,353	32,738

■コミュニティ構成及び地域別売上高構成⁽⁴⁾

販売中のコミュニティの地域別内訳



住宅販売による売上高の地域別内訳



(注1) TPH社は2013年11月にWeyerhaeuser Real Estate Companyの買収に係る契約を締結し、2014年7月に買収完了。

以降同様

(注2) データは2024年度第4四半期から2025年度第3四半期までの直近12か月間を参照

(注3) Homebuilding事業の数値を参照

(注4) 2025年度第3四半期実績

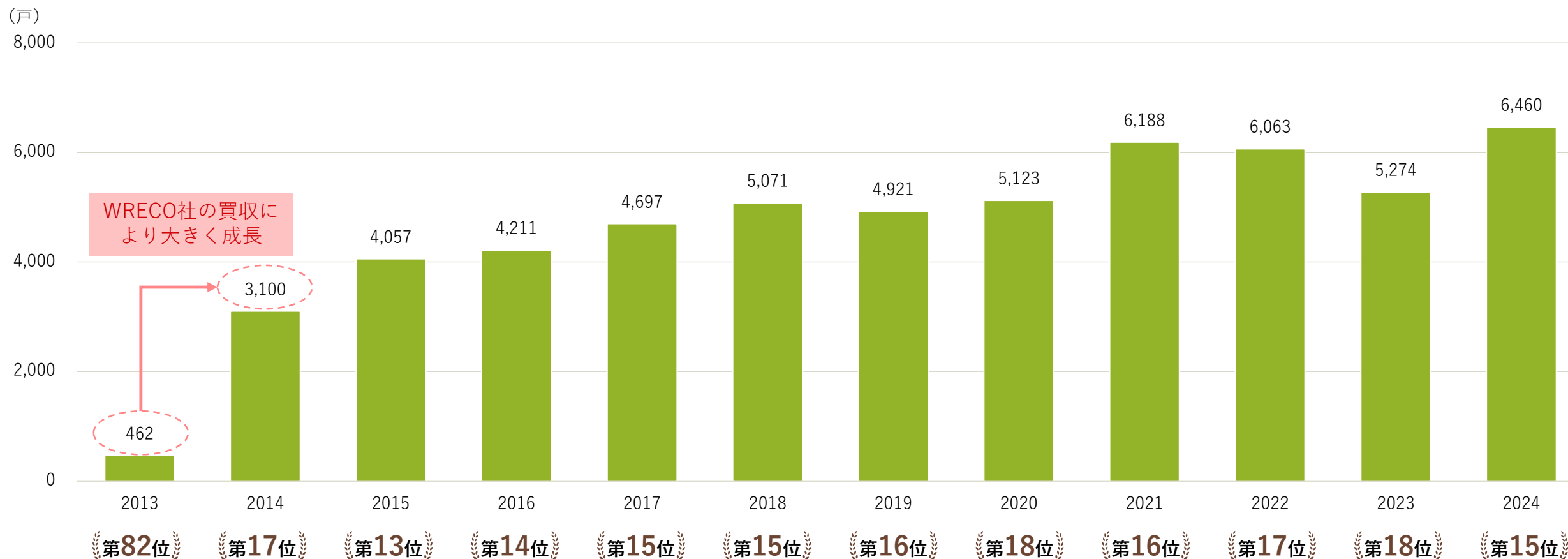
(注5) Washington D.C. AreaはMaryland、Virginia、District of Columbiaを含む

(注6) CarolinasはNorth Carolina、South Carolinaを含む

TPH社の概要：米国戸建住宅市場におけるポジショニング

- TPH社は2009年にカリフォルニア州にて創業、2013年にはニューヨーク証券取引所へ上場
- 2013年のWRECO社の買収を皮切りに販売戸数を大幅に拡大し、2024年度に全米第15位のビルダーへと成長

■TPH社の販売戸数及び米国戸建住宅販売戸数ランキングの推移



- 顧客重視、高品質、パーソナライゼーションを軸とした「Premium Lifestyle Brand」をブランド戦略として追求
- 高付加価値と好立地を重視した差別化戦略により、同業他社対比で高水準の平均販売価格を維持

■高付加価値型のブランド戦略

「Premium Lifestyle Brand」を軸に事業展開



顧客重視

顧客を重視する姿勢の徹底により、高い顧客満足度を維持

91.7%

2024年度顧客満足度



高品質



LIVING SMART.

素材やテクノロジー等、
顧客ニーズに沿った
※全ての住宅に装備 高機能住宅を提供

LivingSmart®の機能について

54%の住宅購入者が極めて重要と回答⁽¹⁾

年代別⁽²⁾で極めて重要と回答した割合



Boomer+
51%



Gen X
50%



Millennial / Gen Z
58%



パーソナライゼーション



Design Studio

専任のコンサルタントによる
個々人のライフスタイルに
寄り添ったサポート

住宅購入を計画している

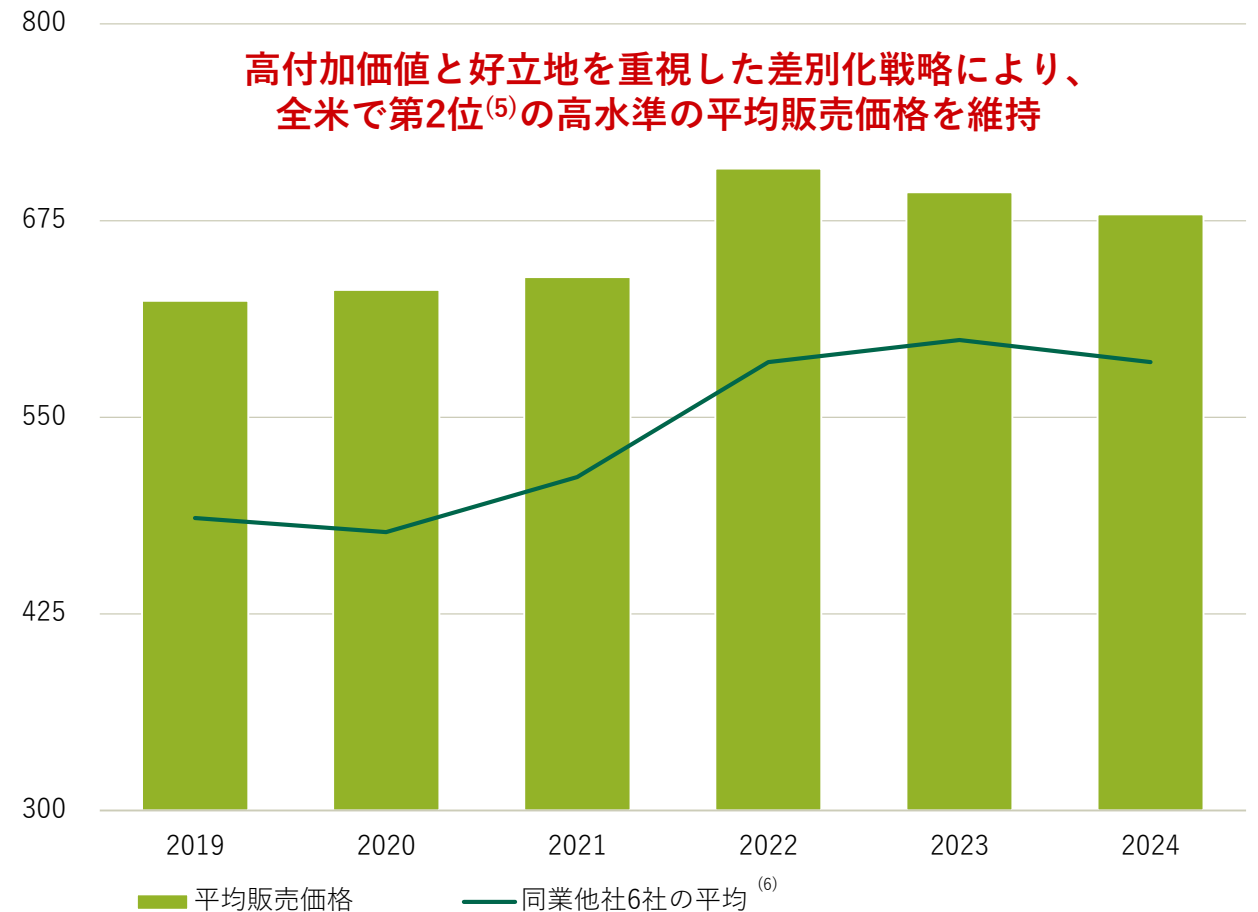
Millennialの71%⁽³⁾が

住宅購入の際に

パーソナライゼーションを重視

■高水準の平均販売価格⁽⁴⁾

(千ドル)



(注1) 2021年にTPH社が実施した、全米のTPH社のコミュニティにおける約600人の住宅購入者への調査を参照

(注2) Boomer+は1946-1964年、Gen Xは1965-1980年、Millennial / Gen Zは1981-2010年代初頭生まれと定義

(注3) TPH社を含むホームビルダー及びBuilder紙による記事を参照 (出所: Builder "RESPONSIVE HOME")

(注4) 2024年度販売実績

(注5) Builder 「2025 The Top 100」における上位10社にランクインする米大手ビルダー中、第2位の平均販売価格

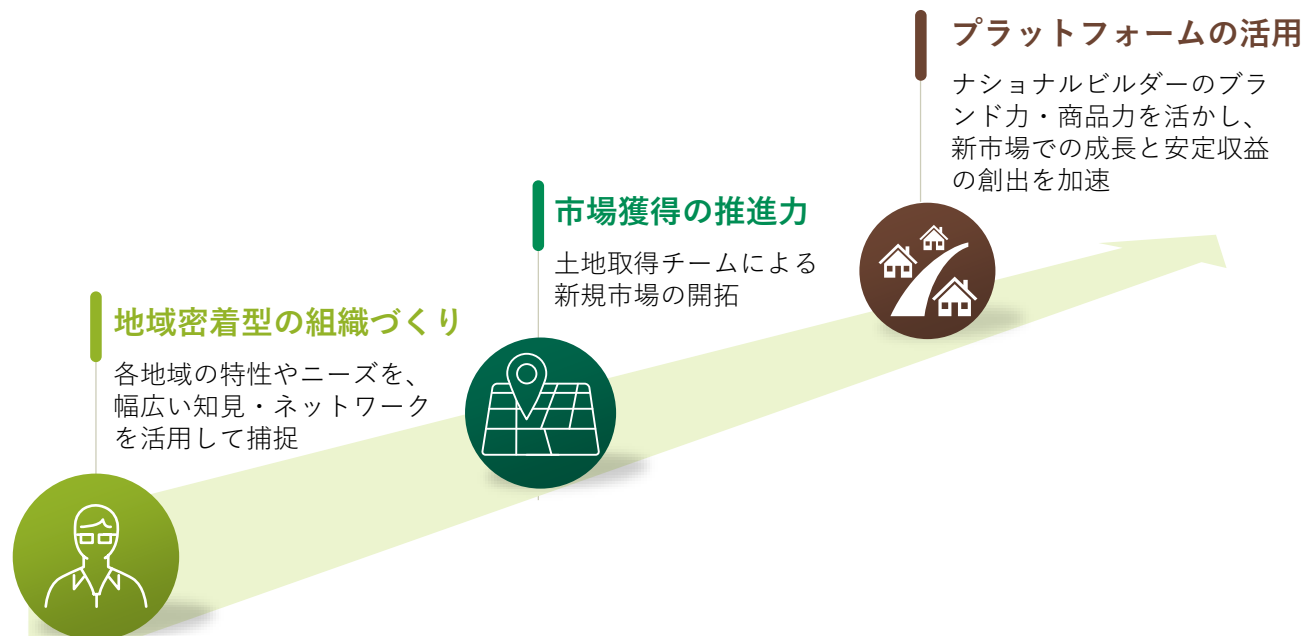
(注6) PulteGroup、Toll Brothers、M/I Homes、Taylor Morrison、Meritage Homes、KB Homeを参照

- 土地仕入れから住宅の建築・販売、住宅ローン、保険に至るまで、住宅購入に係る顧客のニーズを包括的に満たすビジネスモデル
- 各種アワードの受賞に裏付けられた人的資本経営

■一貫したビジネスモデル



■地域密着とスケールメリットを融合した事業運営



■持続可能な事業運営を支えるESGの取り組み

Environment

- 2001年以降Green Buildingを推進し、各種第三者認証を取得



- 全ての住戸にLivingSmart^{®(2)}を導入し、高性能・環境配慮型の住まいを提供



Social

- Fortune World's Most Admired Companies⁽³⁾2024・2026に選出
- Fortune 100 Best Companies to Work For^{®(4)}2023・2025に選出
- Great Place to Work-CertifiedTM Company⁽⁵⁾2021-2025に認定



Governance

- 土地取得の段階から経営層による委員会を開催し、包括的なデューディリジェンスを実施。環境、開発、法務、市場その他のリスクの特定に努める
- サプライチェーンにおいては、「Life-changing homes」理念⁽⁶⁾を共有する企業を厳選し、透明性の高い取引を徹底

(注1) 買主の代金等を一時的に預かり、引渡条件が全て満たされた時点で、安全に代金決済と所有権移転を行う仕組み

(注2) 空気環境の改善など環境配慮機能を標準搭載し、開発から運用まで一貫して高性能を追求する、持続可能性と機能性を備えた住宅コンセプト

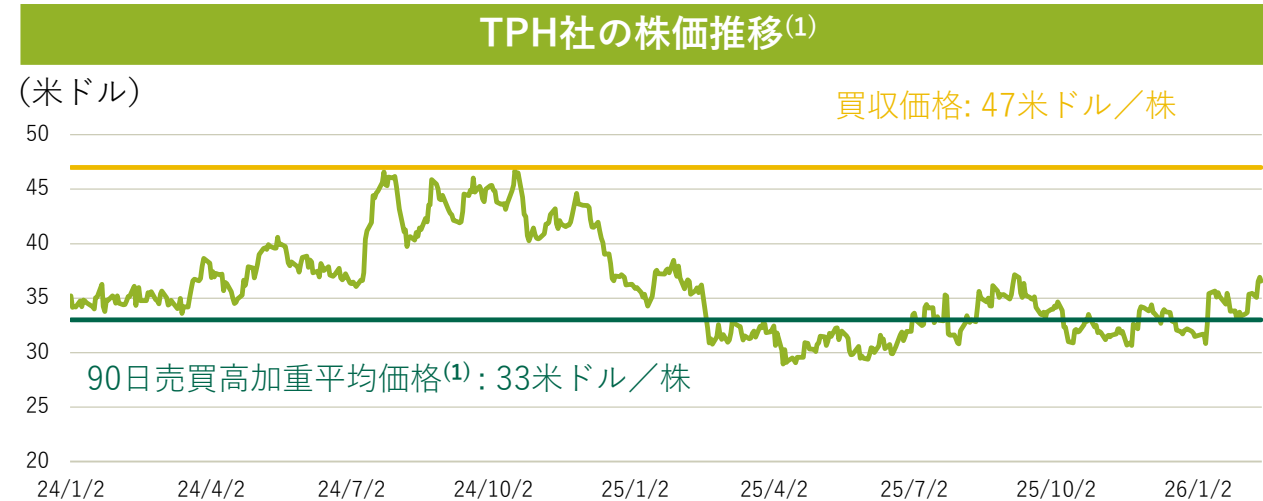
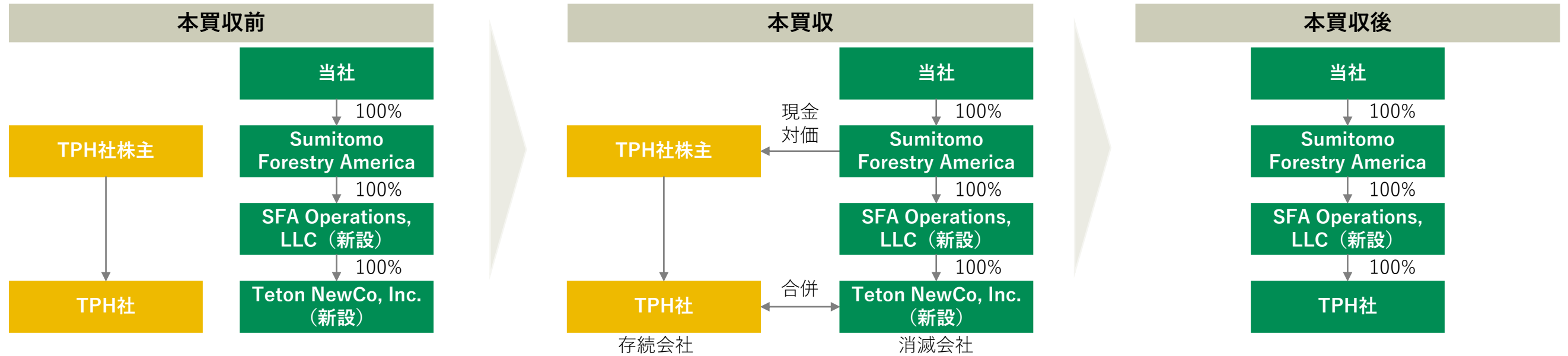
(注3) Korn Ferryによる、経営幹部・取締役及び業界アナリストを対象とする企業評価調査に基づく

(注4) Great Place to Work[®]が実施する機密性の高い従業員サーベイデータ及び職場文化に関する評価に基づく

(注5) 従業員サーベイの結果に基づく、世界的な認証制度であり、毎年世界170か国以上で2万社を超える組織が参加

(注6) 顧客、従業員、地域社会をインスパイアし、前向きにする住まい

● 逆三角合併の手法により、TPH社を完全子会社化するストラクチャーを採用



(注1) 2026年2月12日時点

(注2) 2025年度第3四半期実績の財務情報を基に算出

買収条件の詳細

- 1株当たり47米ドル
 - 2026年2月12日（前営業日）の株価に対するプレミアム29%
 - 同日から過去90日間の売買高加重平均価格に対するプレミアム42%
- 株式価値: 41億米ドル
- 企業価値⁽²⁾: 45億米ドル（株式価値+有利子負債-現預金）

- 資金調達については、財務健全性の維持に最大限配慮して実施

買収資金の 調達手法

- 金融機関からの**ブリッジローン**により調達

パーマネント化の 方針

- **買収完了後1年以内を目途**にパーマネント化を想定
- パーマネント化の手法については、**金融機関からの借入金やハイブリッド・ファイナンス等を想定**
- 普通株式の**希薄化を伴う資金調達は想定しない**

今後の財務運営方針

- 本買収により強化されたキャッシュフロー創出力及び**格付けに配慮したパーマネントファイナンスにより、早期に財務健全性の向上を図る**

TPH社のPLサマリー（百万米ドル）

	22/12期	23/12期	24/12期	25/12期 3Q LTM
売上高	4,349	3,715	4,493	3,752
Homebuilding事業売上高	4,299	3,669	4,423	3,676
Financial Services事業売上高	49	46	70	76
売上原価	(3,190)	(2,885)	(3,443)	(2,919)
Homebuilding事業売上原価	(3,165)	(2,853)	(3,398)	(2,864)
Financial Services事業売上原価 ⁽¹⁾	(25)	(31)	(46)	(54)
販売費及び一般管理費	(388)	(402)	(473)	(443)
営業利益 ⁽²⁾	771	428	577	390
税引前当期純利益 ⁽³⁾	773	467	617	423
親会社株主に帰属する当期純利益	576	344	458	310

(注1) Financial services expensesを参照

(注2) Homebuilding income from operations + (Financial services revenues – Financial services expenses)で算出

(注3) Income before income taxesを参照

(注4) Loan payable + Senior notes + Mortgage repurchase facilitiesで算出

TPH社のBSサマリー（百万米ドル）

	22/12期	23/12期	24/12期	25/12期 3Q
資産合計	4,720	4,915	4,891	4,989
現金及び預金	890	869	970	792
販売用不動産	3,174	3,337	3,153	3,372
負債合計	1,888	1,904	1,555	1,687
有利子負債合計 ⁽⁴⁾	1,378	1,383	1,022	1,178
純資産合計	2,832	3,011	3,336	3,302

- 本買収による連結業績への影響については、買収完了後の四半期決算において開示を想定



- 本資料に記載した業績予想、見通し及び事業計画等は、資料作成時点において、入手可能な情報に基づく当社グループによる仮定及び判断に基づくものであり、その正確性および完全性を保証し、また約束するものではありません
- 業績予想、見通し及び事業計画等は、今後変更することがあります
- 本資料は、出資及びその他いかなる金融商品についての取得等を勧誘するものではありません
- 本資料で提供している情報に関しては、その正確性・確実性・信頼性及び完全性等を保証するものではなく、当社およびその他の関係者は一切の責任を負いません。また、予告なしにその内容が変更又は廃止される可能性がありますので、予めご了承ください

お問い合わせ

住友林業株式会社
コーポレート・コミュニケーション部・IRグループ
icom@sfc.co.jp