

Tri Pointe Homes, Inc.の株式取得（子会社化）について

2026年2月13日



みなさま、お忙しい中、当社説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。社長の光吉です。

本日、開示いたしました通り、この度、米国上場ホームビルダーである、Tri Pointe Homes社を100%子会社化する契約の締結にいたりましたので、その概要について説明させていただきます。

今回の買収は、当社が長年かけて海外事業の柱に育ててきた米国戸建住宅事業の土台を固めて、さらなる成長を維持するための重要なステップと位置付けています。

それでは、内容につきまして、資料に沿って説明いたします。

本買収の概要

木と生きる幸福
住友林業

買収対象会社	▪ Tri Pointe Homes, Inc. ⁽¹⁾ (NYSE:TPH)
買収価格	▪ 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% ▪ 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	▪ 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年以内を目途にペーマネント化を想定 ▪ ペーマネント化は、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	▪ 2023年12月期 販売戸数 ⁽³⁾ : 5,274 (戸) 売上高 : 3,715 (百万米ドル) 税引前当期純利益 ⁽⁴⁾ : 467 (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) ▪ 2024年12月期 販売戸数 ⁽³⁾ : 6,460 (戸) 売上高 : 4,493 (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 : 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リ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

はじめに、本買収の全体像から説明します。

Tri Pointe 社は、ニューヨーク証券取引所に上場する米国のホームビルダーです。同社の事業規模は、2024年12月期の実績で、販売戸数は6,460戸、売上高は約45億米ドル、税引前当期純利益は約6億米ドルです。

買収価格は1株当たり47米ドルであり、買収総額は約43億米ドルとなります。

両社の意思にもとづく友好的なディールであり、Tri Pointe 社の取締役会の同意を得ています。米国では一般的な逆三角形のストラクチャーを用い、当社米国子会社であるSumitomo Forestry Americaが設立する買収子会社が、Tri Pointe 社と合併することで、同社を100%子会社化する予定です。

買収資金は、金融機関からのブリッジローンで賄い、その後、借入金や社債、ハイブリッドファイナンスなどによるペーマネント化を適切なタイミングで実施します。

ペーマネント化に際して、普通株式の希薄化を伴う資金調達は想定していません。財務健全性や格付への影響も総合的に勘案しながら進めてまいります。

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

本日は、米国戸建住宅事業の概要、歩み、事業環境、本買収の意義、そして本買収の概要として、Tri Pointe 社の概要、買収ストラクチャーや資金調達、今後のスケジュールなどについて説明します。

米国戸建住宅事業の成長戦略

まずは当社の米国戸建住宅事業の成長戦略について説明します。

米国戸建住宅事業の概要

- 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



当社は1691年の別子銅山開坑以来、銅山備林の経営にはじまり、335年にわたり、時代のニーズに合わせながら事業領域を拡大し、近年はグローバル市場での成長を重要な柱としています。

米国戸建住宅事業は、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す。2024年度の販売戸数は全米9位に相当し、当社グループの成長をけん引する中核事業へと成長してきました。

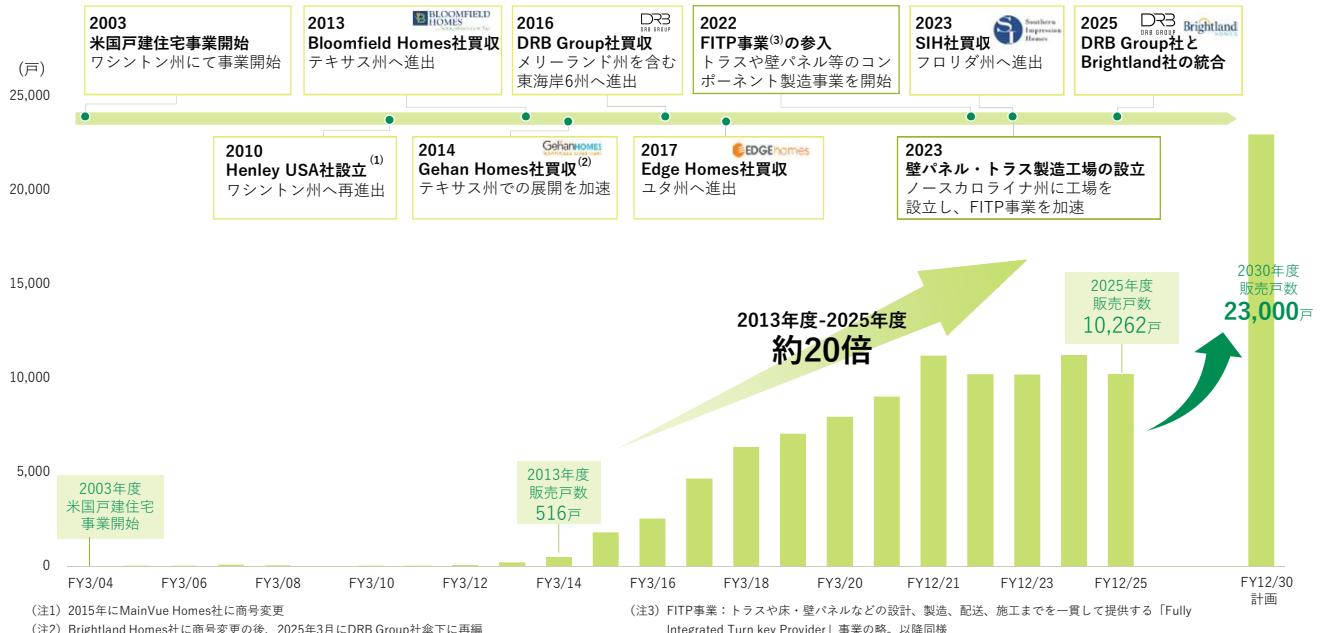
当社は特にサンベルトと呼ばれる米国南部から東部に至る、近年産業集積が進み、人口・雇用成長の著しい都市圏を中心に展開しており、価格帯も幅広くカバーし、幅広い顧客層に住宅を供給しています。

これが、2025年12月期の売上高7,861億円、経常利益1,052億円、平均販売単価49万ドル、という実績につながっています。

米国戸建住宅事業の歩み

木と生きる幸福
住友林業

- 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



米国は3億4,000万人あまりの人口と年間150万戸程度の住宅着工数を有する世界最大の木造住宅市場です。当社は2003年にシアトルにて戸建住宅事業を開始して以降、リーマンショックの厳しい時期を経てM&Aにより本格的に事業エリアを拡大、その後、オーガニックに成長を遂げてきました。

2010年に豪州住宅事業のパートナーと現在のMainVue Homesを設立、2013年以降はBloomfield Homes、Brightland Homes、DRB Group、Edge Homesといった各地域で競争力のある複数のホームビルダーをグループに迎え入れ、販売戸数を大きく伸ばしてきました。

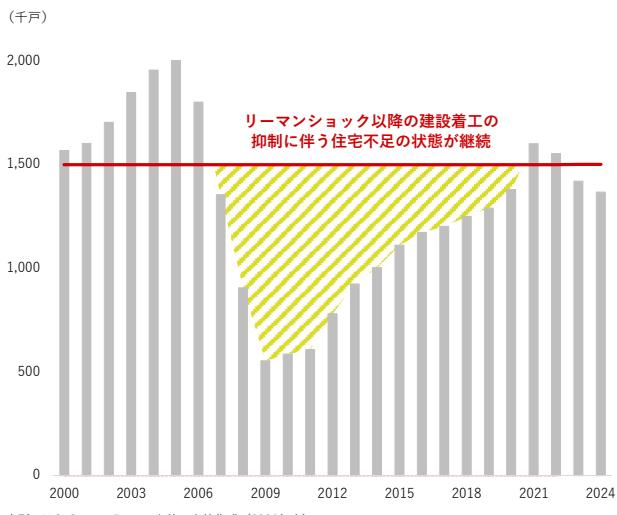
各社は、当社グループに入った後も、それぞれの市場でのプレゼンスを高め、事業規模を拡大してきました。長期ビジョン「Mission TREEING 2030」で掲げる2030年に23,000戸という目標の達成に向け、持続的に成長しています。

また、職人不足、人件費上昇によるコストアップ、工期長期化といった住宅業界の恒常的な課題への対応策として、構造用壁パネルや床・屋根トラスを工場で生産し、配送、施工まで自社グループ内で行うFITP事業を推進し、施工の効率性や安全性の確保、工期短縮、廃棄物削減などの効果を発揮して、強靭なサプライチェーンの構築にも取り組んでいます。

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

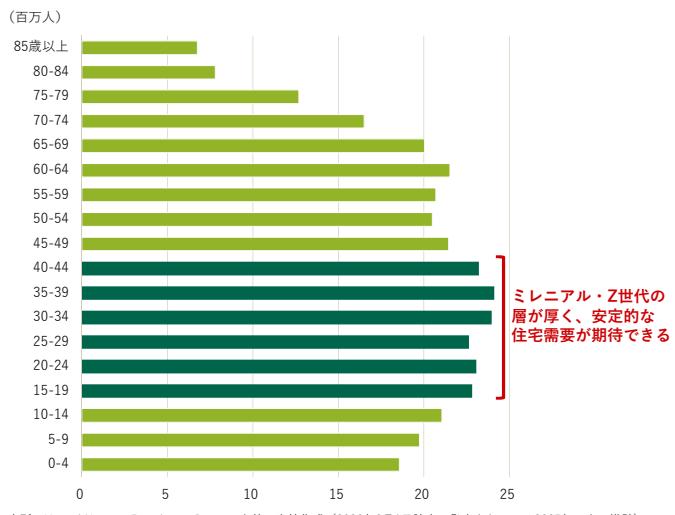
- リーマンショック以降の建設着工の抑制に伴う住宅不足に加え、ミレニアル世代やZ世代といった住宅取得者層が厚く、底堅い住宅需要が見込まれる

■新設住宅着工戸数の推移



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の状態が継続

■年齢別人口

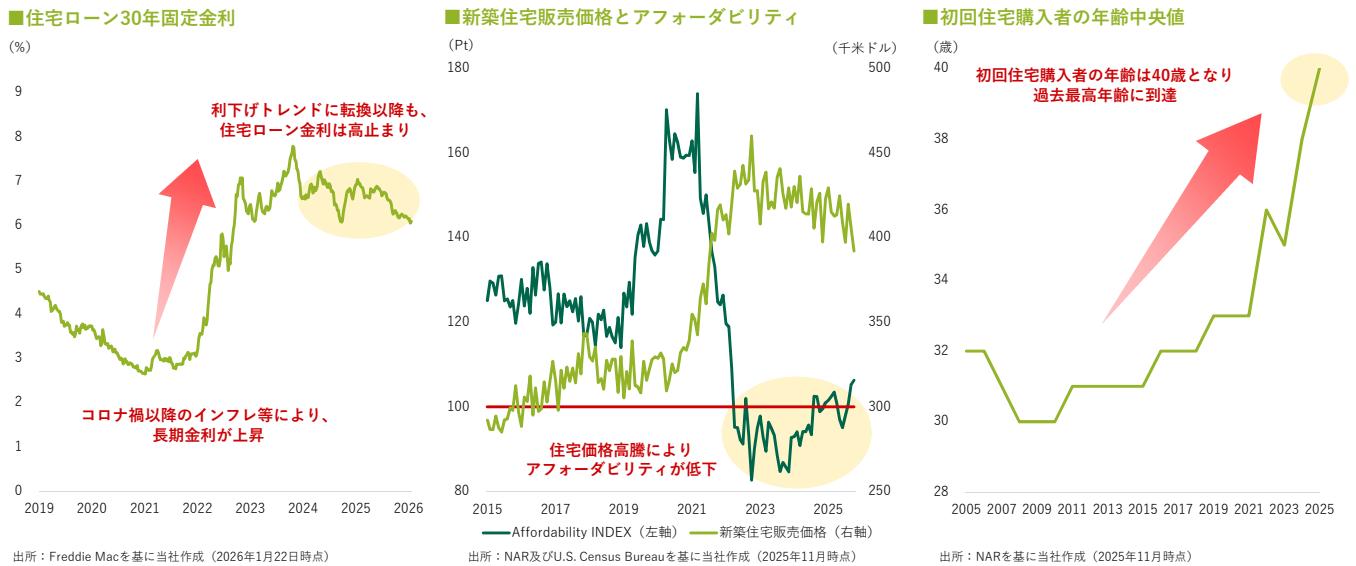


ミレニアル・Z世代の層が厚く、安定的な住宅需要が期待できる

米国では、リーマンショック後に住宅供給が落ち込んだ影響で、現在も400万から600万戸の住宅不足が続いていると言われています。加えて、需要面では、ミレニアル世代やZ世代という厚い住宅購買層が存在し、構造的には底堅い住宅需要が見込まれています。

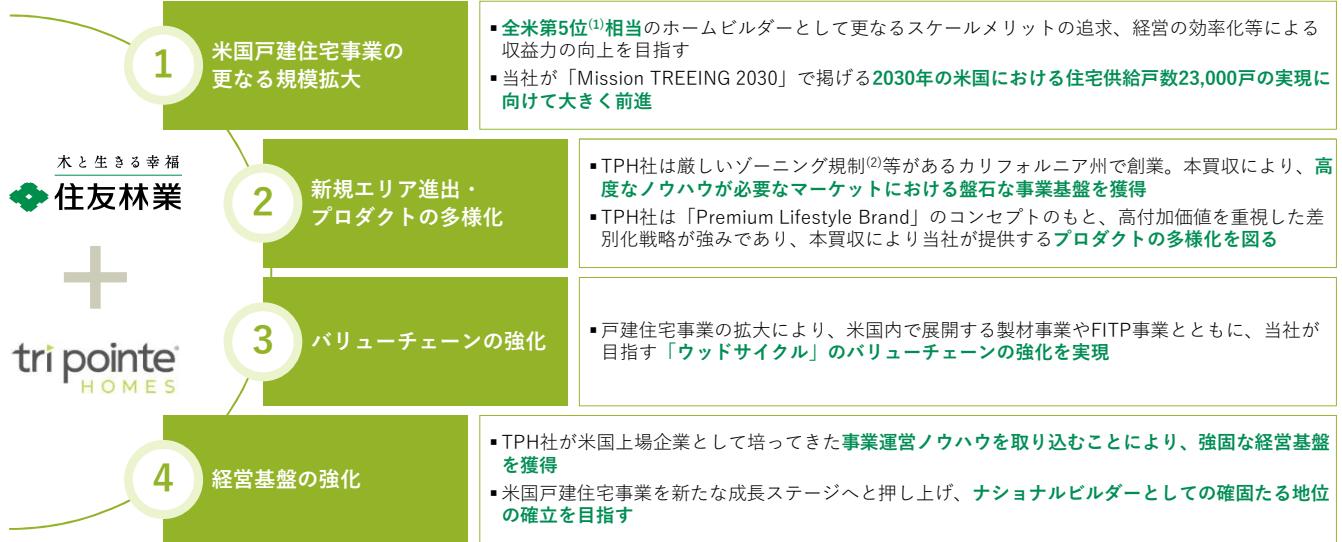
米国戸建住宅事業の事業環境②：アフォーダビリティと消費者センチメント

- 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



一方、足もとでは、住宅価格高騰や住宅ローン金利の高止まりによるアフォーダビリティの低下に加えて、関税政策によるインフレ再燃懸念、雇用や景気の先行き不安による消費者心理の悪化などから、住宅購入の先送り傾向が続いている。特に若年層において住宅購入が難しくなっており、初回住宅購入者の年齢中央値は40歳に達し、過去最高年齢となりました。

短期的には市況低迷局面が継続すると予測されている一方、前のスライドでもご説明した通り、中長期的には人口と世帯数の増加に伴う堅調な需要が米国住宅市場を支えるとみられ、持続的な成長につながる「布石」をどう打つかが非常に重要と考えています。



(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」を参考し算出

(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

この「布石」につながる今回の買収の意義は大きく4つあります。

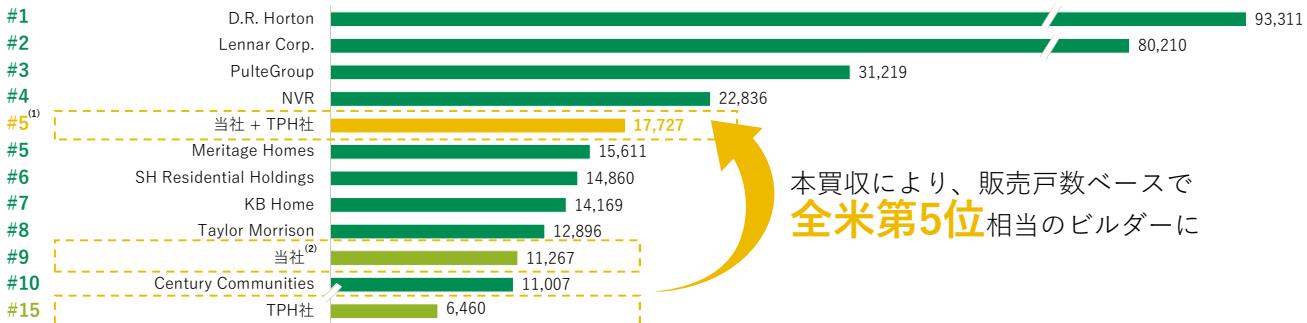
1つ目は「米国戸建住宅事業の更なる規模拡大」、2つ目は「新規エリアへの進出およびプロダクトの多様化」、3つ目は「バリューチェーンの強化」、4つ目は「経営基盤の強化」です。

次のスライド以降でそれぞれの意義についてお話しします。

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⁾



保有／契約済未取得区画数 32,738 区画



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ーランキング

(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

まず「米国戸建住宅事業の更なる規模拡大」です。

当社グループとTri Pointe 社を合わせた年間供給戸数は、2024年実績ベースで18,000戸規模、全米5位相当です。Tri Pointe 社が加わることで、当社が「Mission TREEING 2030」で掲げる米国での住宅供給戸数目標23,000戸の達成に確かな道筋が見えてまいります。

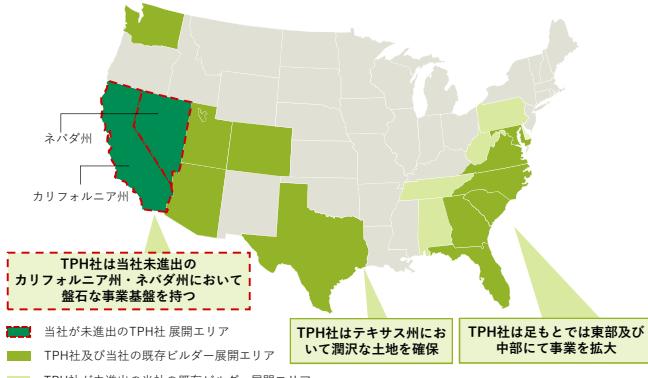
また、両社の単純合算で11万区画を超える土地をコントロールすることになります。これは、2024販売実績ベースでおよそ6.5年分の土地在庫に相当し、今後の事業拡大に際して大きな強みとなります。

全米第5位相当の事業規模となることで、グループ全体のスケールメリットは一段と強化され、一層の収益力の向上が見込まれます。

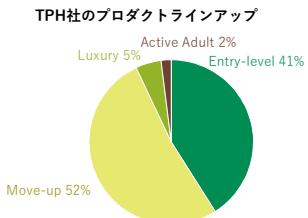
本買収の意義②: 新規エリア進出・プロダクトの多様化

- 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



■プロダクトの多様化



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	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	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	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
Entry-level	Move-up	Luxury	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

次に「新規エリアへの進出およびプロダクトの多様化」です。

Tri Pointe 社は当社グループが未進出のカリフォルニア州で創業し、強固な事業基盤を築いています。カリフォルニア州は住宅建設許可件数全米第3位であるとともに、戸建住宅の販売価格は約86万米ドルと全米平均と比較しても高いエリアです。一方で、厳しいゾーニング規制等があり、土地取得や建築設計に高度なノウハウが必要なエリアもあります。本買収により、これまで未進出のカリフォルニア州およびネバダ州で盤石な事業基盤を獲得し、展開エリアを拡大します。

また、Tri Pointe 社は顧客重視、高品質、パーソナライゼーションを軸とし「Premium Lifestyle Brand」のコンセプトのもと、高付加価値を重視した差別化戦略が強みであり、幅広い商品ラインアップを提供しています。

初回購入者層のEntry-levelはもちろんのこと、住み替え層のMove-upがより大きな比率を占めていることから、同社の2024年度の販売単価は約68万米ドルと米国上場ビルダーの中で第2位の水準となっています。

本買収により、当社グループのプロダクトラインアップをさらに拡大し、住宅購入者の多様なニーズに応えることが可能となります。

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



(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）

3点目は「バリューチェーンの強化」です。

当社グループでは、森林経営から木材建材の製造・流通、木造建築、バイオマス発電に至る「木」を軸とした独自のバリューチェーンを「ウッドサイクル」と呼んでいます。このウッドサイクルをグローバルに展開することで、事業活動を通じた脱炭素社会の実現に加えて、生物多様性を含む地球環境の保全、人と社会への貢献、経済価値の創出を目指しています。

米国においては、ルイジアナ州の製材工場や先に述べたFITP事業など、原材料調達から製材品の生産・販売、住宅供給まで一気通貫したサプライチェーンを構築し、当社グループのバリューチェーン「ウッドサイクル」を米国でも実現しています。

今回の買収により、川下の建築分野における戸建住宅事業が拡大することになりますが、製材事業やFITP事業というウッドサイクルのバリューチェーンを持っている当社グループだからこそ、Tri Pointe 社とともに更なる高みを目指すことが可能であると考えています。

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



最後は「経営基盤の強化」です。

Tri Pointe 社は米国上場企業として、透明性と規律が求められる環境で経営をしてきた会社です。本買収を通じて、同社が上場企業として培ってきたこれらの実務ノウハウという強固な経営基盤を獲得できます。

Tri Pointe 社、当社グループともに、Regionalビルダーとしての地域に根差した土地調達力と、Nationalビルダーとしてのスケールメリットを活かした事業運営を強みとしています。

また、両社ともにM&Aを通じてパートナーと築いてきた強みと、その後のPMIにおける知見やノウハウを持ち合わせています。それらを融合することで、組織力と経営基盤をさらに強化します。

このように、両社のそれぞれの強みが歯車のように噛み合わざり、より強固になることで、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します。

本買収の概要

©SUMITOMO FORESTRY CO.,LTD. ALL RIGHTS RESERVED.
14

次に、買収の概要を説明します。

- 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、ホームビルダーが販売を全うしたか、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

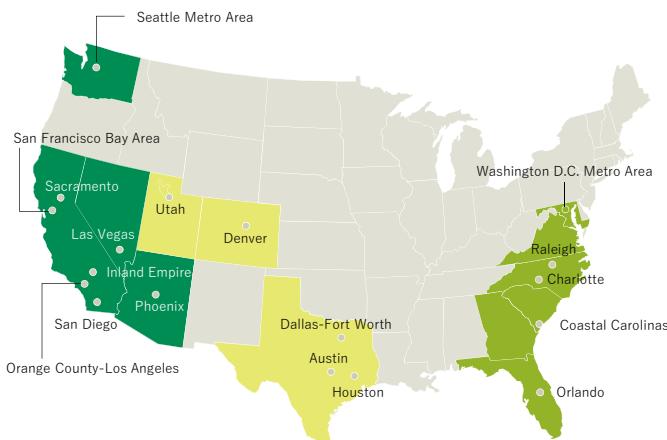
Tri Pointe 社は米国13州で事業展開するホームビルダーで、2024年の販売戸数6,460戸、全米15位に相当します。売上高は約45億米ドル、税引前当期純利益は約6億米ドルと、規模・収益性ともに安定した実績を誇ります。

TPH社の概要: 展開地域での受注・販売状況

木と生きる幸運
住友林業

- 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

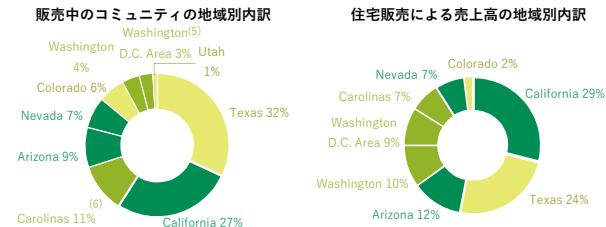
■事業展開地域



■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⁾



(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。(注4) 2025年度第3四半期実績

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カ月間を参照

(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

(注3) Homebuilding事業の数値を参照

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

16

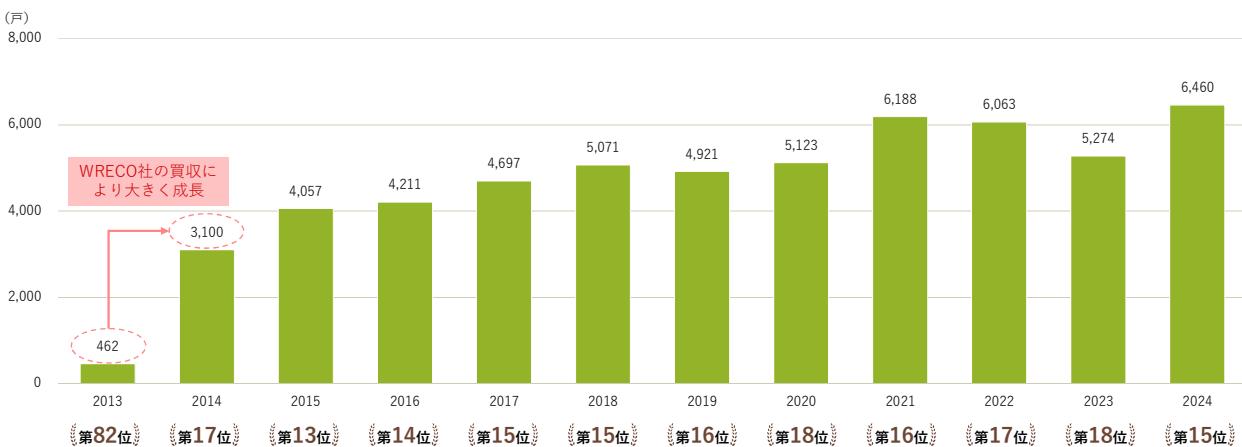
Tri Pointe 社は、カリフォルニア州にて創業し西部を中心に成長を遂げてきましたが、2013年のWRECO (Weyerhaeuser Real Estate Company) 社買収に伴い、中部・東部にも進出、近年は積極的にエリアの拡大を図っています。

直近12カ月でも、販売戸数5,331戸、営業利益率13.1%を維持しています。平均販売価格は約68万米ドルと高水準で、土地についても32,738区画を確保しており、今後の成長余地も十分に確保されています。

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



出所：Builder Online

Tri Pointe 社は2009年に創業し、2013年にはニューヨーク証券取引所へ上場。先程述べた通り、同年のWRECO社の買収を契機に急成長を果たし、販売戸数を大きく拡大させてきました。

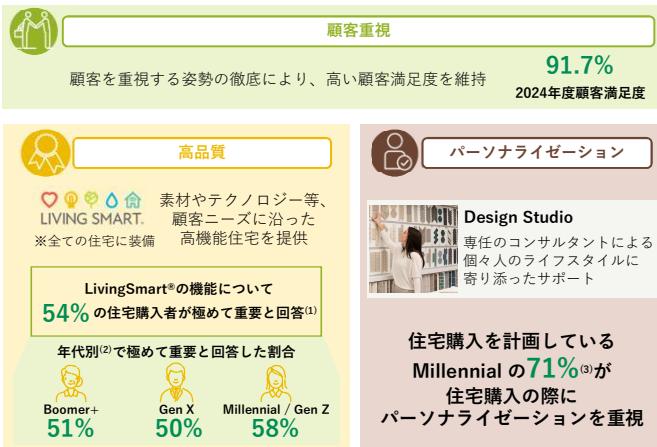
その後、ブランドの統一を果たし、2024年時点では全米15位のホームビルダーとしてのポジションを確立しています。

TPH社の概要: 競争優位性

- 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

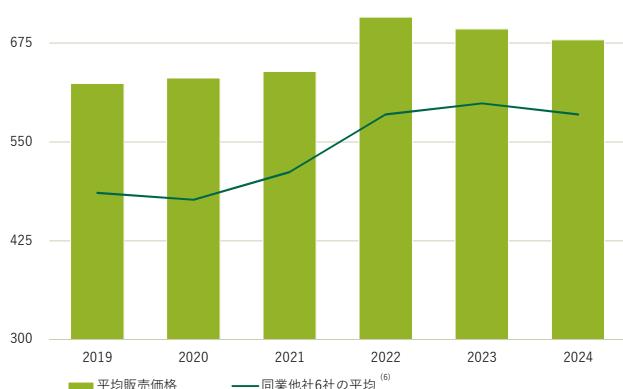
「Premium Lifestyle Brand」を軸に事業展開



■高水準の平均販売価格⁽⁴⁾

(千米ドル)

高付加価値と好立地を重視した差別化戦略により、全米で第2位⁽⁵⁾の高水準の平均販売価格を維持



(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”）

Tri Pointe 社の競争力の源泉は、「顧客重視」、「高品質」、「パーソナライゼーション」を軸とした高付加価値型のブランド戦略にあります。

「Premium Lifestyle Brand」というコンセプトのもと、住み替え層を中心に幅広い顧客層に対して好立地における高付加価値を重視した差別化戦略を展開しています。

顧客からのニーズが高い、テクノロジーを活用した高機能住宅や、デザインスタジオを活用した選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など、顧客を重視する姿勢の徹底により、約92%の高い顧客満足度を維持するとともに、販売単価は米国上場ビルダーの中で第2位を誇っています。

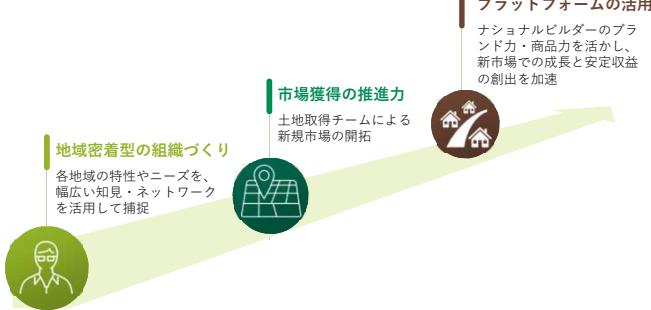
TPH社の概要: 競争優位性（続き）

- 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



(注1) 買主の代金等を一時に預かり、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

■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
 - LEED®
 - ENERGY STAR®
 - Indoor airPLUS®
- 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-Certified™ Company⁽⁵⁾2021-2025に認定



Governance

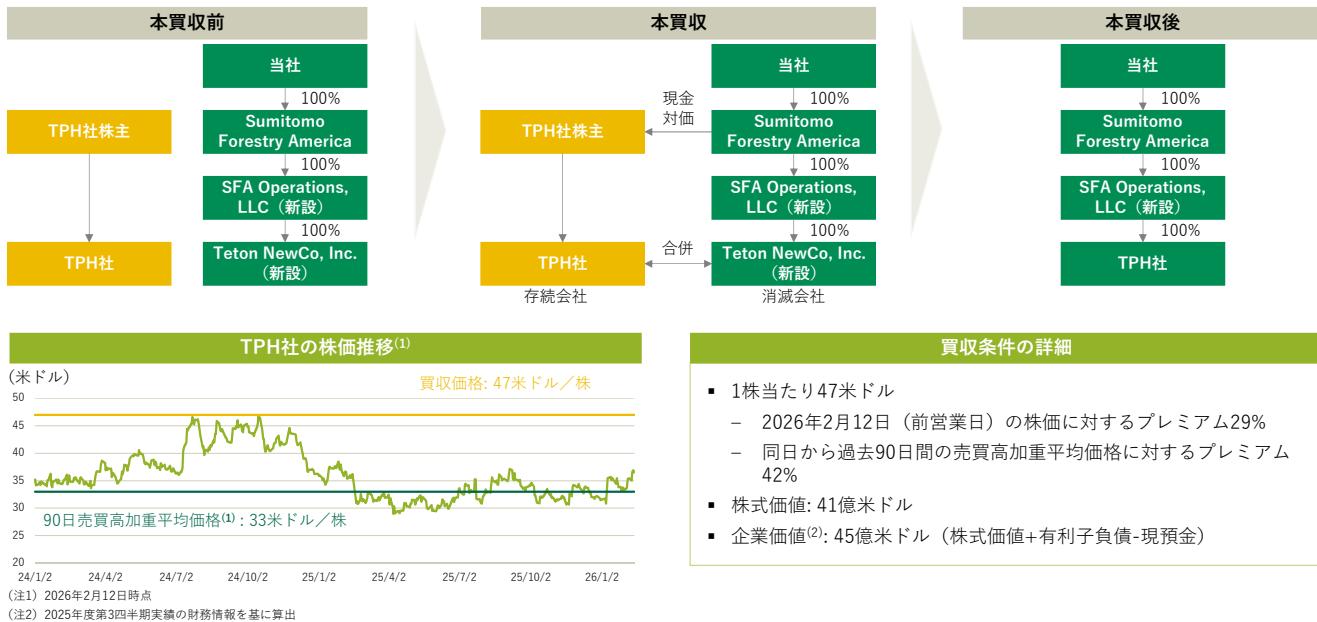
- 土地取得の段階から経営層による委員会を開催し、包括的なデューディリジェンスを実施。環境、開発、法務、市場その他のリスクの特定に努める
- サプライチェーンにおいては、「Life-changing homes」理念⁽⁶⁾を共有する企業を厳選し、透明性の高い取引を徹底

Tri Pointe 社は、土地仕入れから住宅の建築・販売、住宅ローン、エスクローサービス、保険の提供に至るまで、住宅購入にかかる顧客ニーズを包括的に満たすビジネスモデルを展開しています。

また、ESGの取組みも先進的で、Socialの面では従業員重視の経営姿勢と具体的な取組みが外部から高く評価され、ビルダーとしての業績面だけでなく、「働きやすい職場環境」に関する数々の賞を受賞しています。持続可能な事業運営を支える人財という強みを持っています。

本買収の概要及びストラクチャー

- 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



買収は当社米国子会社のSumitomo Forestry Americaが設立する買収子会社とTri Pointe 社を合併する、逆三角合併方式で行います。合併対価としてTri Pointe 社の株主には現金を交付する一方、買収子会社はTri Pointe 社に吸収合併される形で消滅し、存続会社であるTri Pointe 社が100%子会社となります。

買収対価は1株当たり47米ドルを予定しています。この価格は、2026年2月12日のTri Pointe 社の株価に対して29%のプレミアム、90日売買高加重平均価格に対して42%のプレミアムとなります。

本買収の資金調達手法

- 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	<ul style="list-style-type: none">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	<ul style="list-style-type: none">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	<ul style="list-style-type: none">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

本買収に伴う資金調達について説明します。

今回の買収は、非常に大規模な買収であることから、財務健全性の維持に最大限に配慮した資金調達を行ってまいります。

本買収の資金は、一旦、金融機関からの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行う想定です。

パーマネント化の手法は、金融機関からの借入や社債発行による負債性調達、及び劣後債をはじめとするハイブリッドファイナンス等の資本性調達を中心に検討しており、公募増資など、普通株式の希薄化を伴う調達手法は想定していません。

本買収により、一時的に有利子負債は増加しますが、収益規模の拡大と財務指標の早期改善を実現することにより、当社グループの企業価値向上につながると確信しています。

TPH社のPL・BS実績

木と生きる幸
福
 住友林業

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

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

Tri Pointe 社のPLおよびBSについて22/12期から24/12期の3期分に加え、足もとの実績値を掲載しております。

今後のスケジュール

- 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



本日の公表後、当局の承認を得るとともに、Tri Pointe 社の株主総会で承認を得られることが本買収の実行の条件となります。

現時点では、2026年第2四半期のクロージングを見込んでいます。

改めて、今回の買収を通じたTri Pointe Homes社との戦略的なパートナーシップ構築は、これまで当社と米国の既存パートナー企業がともに長年に渡って積み上げてきた米国戸建住宅事業の強い土台を、さらに強化していくための一手法となります。

全米上位5社に相当する事業規模の確立、未開拓エリアでの確かな基盤の獲得、米国におけるバリューチェーンの強化とウッドサイクルの加速、そして経営基盤の強化・高度化。いずれも当社米国戸建住宅事業の質を引き上げるだけでなく、中長期の次の成長に繋がる布石になると想え、今回の買収を決断しました。

今回の買収に際しても、引き続き、財務健全性と持続的成長を両立しながら当社企業価値及び株主価値の向上を進めてまいります。

以上で説明を終わります。ご清聴ありがとうございました。

免責事項

- 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