



Delårsrapport Q3

Maj 2016-Januari 2017

JAYS

Delårsrapport Q3

Maj 2016-Januari 2017

November 2017-Januari 2017 (3 mån)

- Intäkter 10,8 MSEK (9,5)
- Rörelseresultat (EBITDA) -2,9 MSEK (-3,3)
- Rörelseresultat (EBITA) -3,7 MSEK (-4,1)
- Resultat efter skatt -3,7 MSEK (-4,1)
- Bruttomarginal 29% (38)

Maj-Oktober 2016 (9 mån)

- Intäkter 29,5 MSEK (35,3)
- Rörelseresultat (EBITDA) -10,0 MSEK (-6,3)
- Rörelseresultat (EBITA) -13,1 MSEK (-8,5)
- Resultat efter skatt -13,2 MSEK (-8,6)
- Bruttomarginal 29% (37)

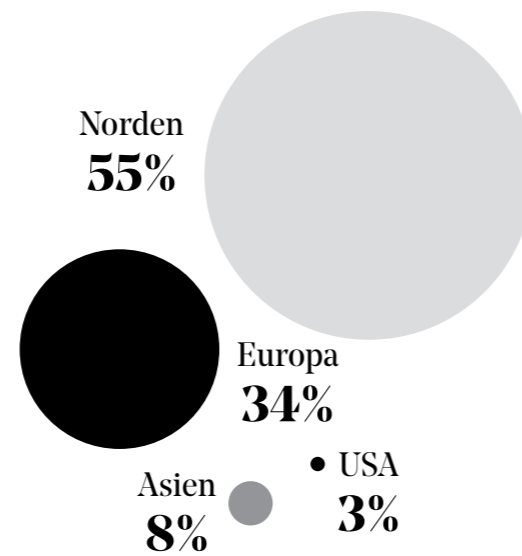
Händelser under kvartalet

- q-JAYS Anniversary Edition började levereras i november
- u-JAYS Wireless började levereras i slutet av januari

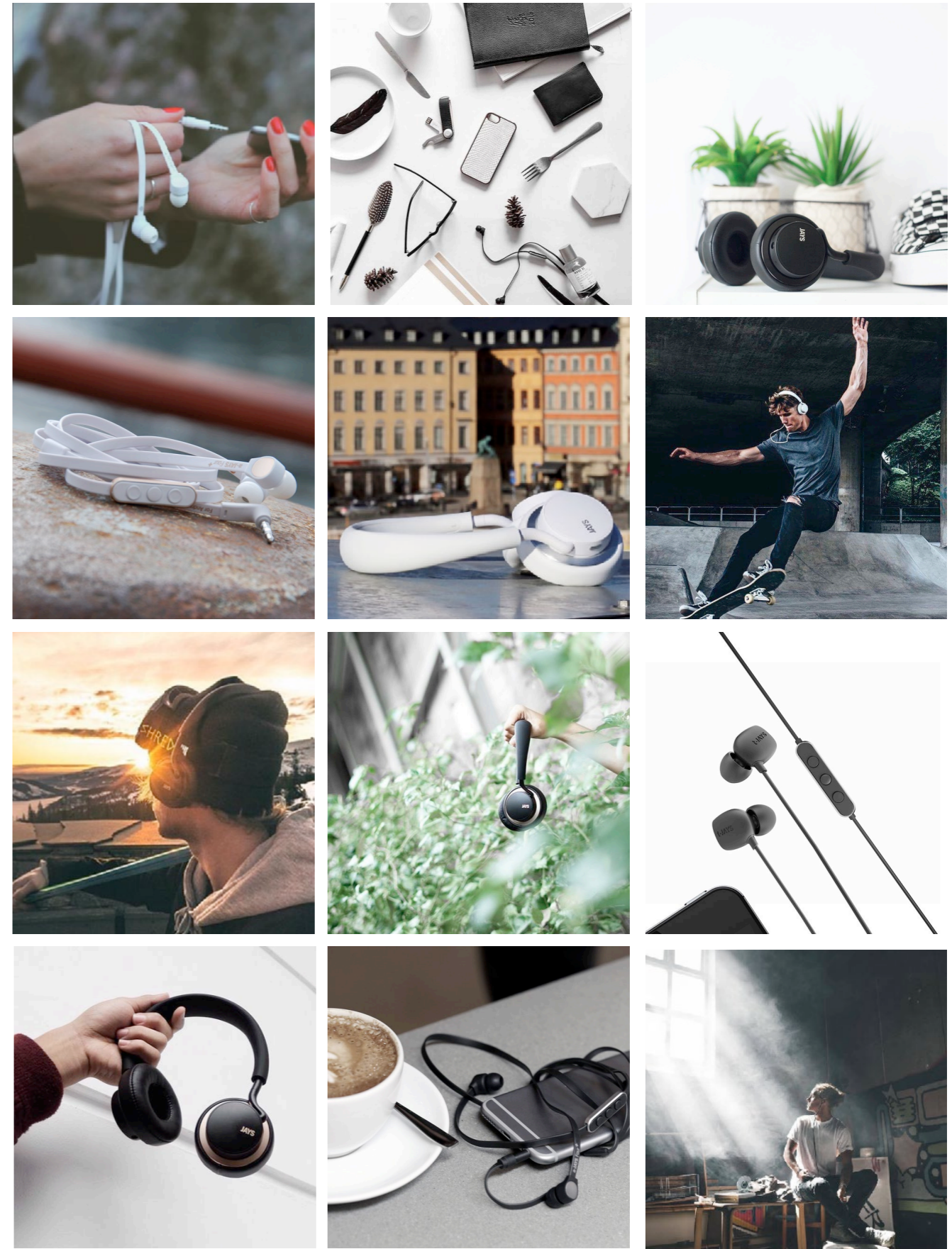
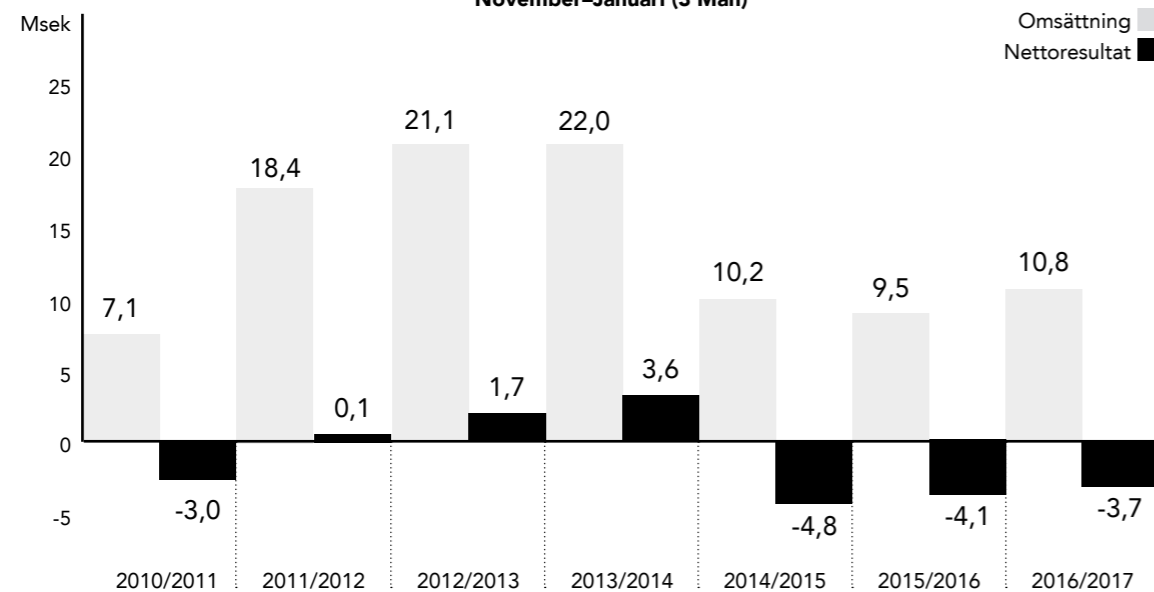
Händelser efter kvartalets utgång

- Inga väsentliga händelser efter kvartalets utgång

Omsättning per marknad %



Omsättnings- och resultatutveckling November-Januari (3 Mån)



@jaysheadphones

VD-ord

Intäkterna för tredje kvartalet ökade med 14 % mot samma kvartal föregående år, även om nivåerna fortfarande är låga. Det tredje kvartalet präglades dock, liksom föregående kvartal, av låga bruttomarginaler kopplat till en hög andel försäljning i Norden (55 %) där både den höga dollarkursen och priserrosionen i marknaden pressat ner marginalerna. Under tredje kvartalet såldes också en stor andel u-JAYS till kampanjpris, i samband med Black Friday och jul, vilket var starkt bidragande till att bruttomarginalen för kvartalet uppgick till endast 29 %. Marginalen för kvartalet, Norden exkluderat, uppgick till närmare 44 % vilket visar potentialen i övriga marknader och den positiva effekten av en ökad webbförsäljning.

Trots en väsentligen lägre bruttomarginal (-9 %-enheter) blev ändå nettoresultatet för tredje kvartalet 0,4 MSEK bättre än 2015/2016, som en effekt av genomförda kostnadsnerdragningar. Under kvartalet har det också skett organisationsförändringar som kommer att medföra ytterligare besparingar, och vi har allokerat om våra minskade resurser med fokus på de områden som väntas generera lönsamhet i närtid. Det innefattar bl.a ett ökat fokus på e-commerce och Jays Online Store, där vi haft en fin utveckling med en fördubblad försäljning på årsbasis. Därtill fokuserar vi på att öka försäljningen i USD och EUR, på befintliga och nya marknader, för att stärka marginalerna.

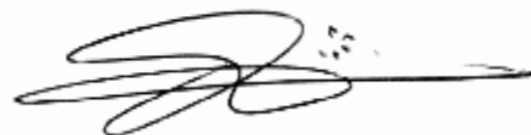
Under kvartalet har också lanseringen inletts av vår första trådlösa produkt - u-JAYS Wireless, som fått fina omdömen och är ett attraktivt och nödvändigt tillskott i vår produktportfölj. Produkten började levereras ut först i slutet av januari och har endast marginellt påverkat intäkterna för kvartalet.

Vår övergång till trådlösa produkter kom relativt sent, och på en marknad i ständig förändring och med ett litet bolags begränsade resurser måste vi nu säkerställa

att kommande produktutvecklingsprojekt landar helt rätt. Bolaget har de senaste månaderna genomgått ett strategiskt förändringsarbete som jag är övertygad om stärkt oss som bolag och team, och vi har idag en tydlig riktning för våra kommande produkter med målet att leverera någonting unikt och få ut vårt budskap.

Vi behöver bli tydligare i vår kommunikation, och förmedla vår story, svenska arv, och de mervärden Jays produkter levererar. Utan en tydlig varumärkesposition är det svårt att lyckas på den globala hörlursmarknaden idag och det har också blivit tydligt i USA att vi behöver jobba ännu hårdare med vår varumärkesprofilering för att nå ut i den allt hårdare konkurrensen. Som nämndes i föregående rapport så har bolaget också behov av en ökad bearbetning av återförsäljarkanaler och en kontinuerlig säljnarvaro i USA, vilket vi fått på plats under kvartalet och hoppas se effekten av under kommande kvartal.

Parallellt utvärderar vi spännande allianser/partnerskap i syfte att hitta synergier och tillsammans få en ökad konkurrenskraft på den allt tuffare hörlursmarknaden. En marknad som tveklöst ställer höga krav på oss som bolag men också skapar en ökad kreativitet och banar väg för nya skarpa lösningar som idag är en förutsättning för att ha existensberättigande som produktutvecklingsbolag.



Rune Torbjörnsen
VD



"Since the beginning, we've had a simple idea and a big vision — to create great music experiences that everyone could enjoy and love."

Om JAYS

Vår historia tar sin början 2006 med en enkel idé och en tydlig vision; att skapa produkter och musikupplevelser som berör.

Idag har vi vår verksamhet baserad i ett gammalt bryggeri i centrala Stockholm. Pulsen som för oss vidare är ett ovillkorligt fokus på innovation och teknologi. Vår övertygelse är att vi genom innovativ teknik i god design kan skapa minnesvärda musikupplevelser för våra användare.

Vårt löfte till dig är ett ärligt åtagande genom design, teknisk utveckling och ett kontinuerligt fokus på detaljer. För att leva upp till det löftet måste vi hålla oss trogna våra främsta kärnvärden, kvalitet och funktionalitet, i allt vi gör, för att kunna skapa produkter som är vackra, enkla att använda och konstruerade för att hålla. Naturligtvis kräver utveckling av högkvalitativa produkter mer än design och teknik. Det kräver även ett kvalificerat och passionerat team med kunskap, förmåga och erfarenhet som kan säkerställa att varje detalj på varje produkt kommer till det precisa uttryck som var avsikten.

JAYS kärna består av ett hängivet team designers och ingenjörer, övertygade om att det enda sättet att utveckla hållbara produkter är genom kontinuerligt fokus på varje enskild komponent. Från känslan att packa upp produkten till det vardagliga användandet som tillsammans skapar helhetsupplevelsen kan vi försäkra att varje detalj övervägts mycket noga och ständigt utvecklats över åren.

Det är alltid inspirerande att få erkännande efter långa och intensiva utvecklingsprojekt. Men det vi allra mest uppskattar är att utveckla produkter som skapar bra och hållbara upplevelser för våra användare. Vi är skyldiga alla som väljer att använda våra produkter och följer vår utveckling ett stort tack!



Produkter

Den ständiga teknikutvecklingen medför nya behov hos konsumenterna och därmed nya sätt att lyssna på, och bära med sig, musik. Vi anpassar våra produkter till denna föränderliga marknad och strävar alltid efter att överträffa våra kunders redan höga förväntningar.

Vi tror på allas rätt till bra ljud och vårt syfte är att skapa engagerande och storslagna ljudupplevelser genom våra produkter.

Att skapa produkter med en balanserad ljudbild, god komfort och enkel, tidlös estetik kräver mer än bara material av hög kvalitet - det kräver erfarna och passionerade medarbetare med förmågan att utveckla och skapa produkter detalj för detalj.

Vår produktportfölj utvecklas och utökas ständigt med hållbara, tidlösa och högkvalitativa produkter i takt med den växande marknaden.

Vårt mål, att ge våra kunder ett självklart val både vad gäller kvalitet och pris, kvarstår.

Läs mer om våra produkter och utmärkelser de fått på www.jaysheadphones.com



"BEST HEADSET UNDER 100 USD"
THE VERGE



"We believe that you deserve a sound beyond what you've ever experienced before. Same symphony but wider score, same voice just more nuances, same guitar riff just more intense."

Affärsmodell

Jays utvecklar, designar och marknadsför hörlurar med tillbehör i en attraktiv skandinavisk design i kombination med svårslagen ljudkvalitet och användarvänlighet. Vi är passionerade kring ljud och musik och vår drivkraft är att leverera kvalitet, funktion och mervärde till användare i alla åldrar.

Jays produkter

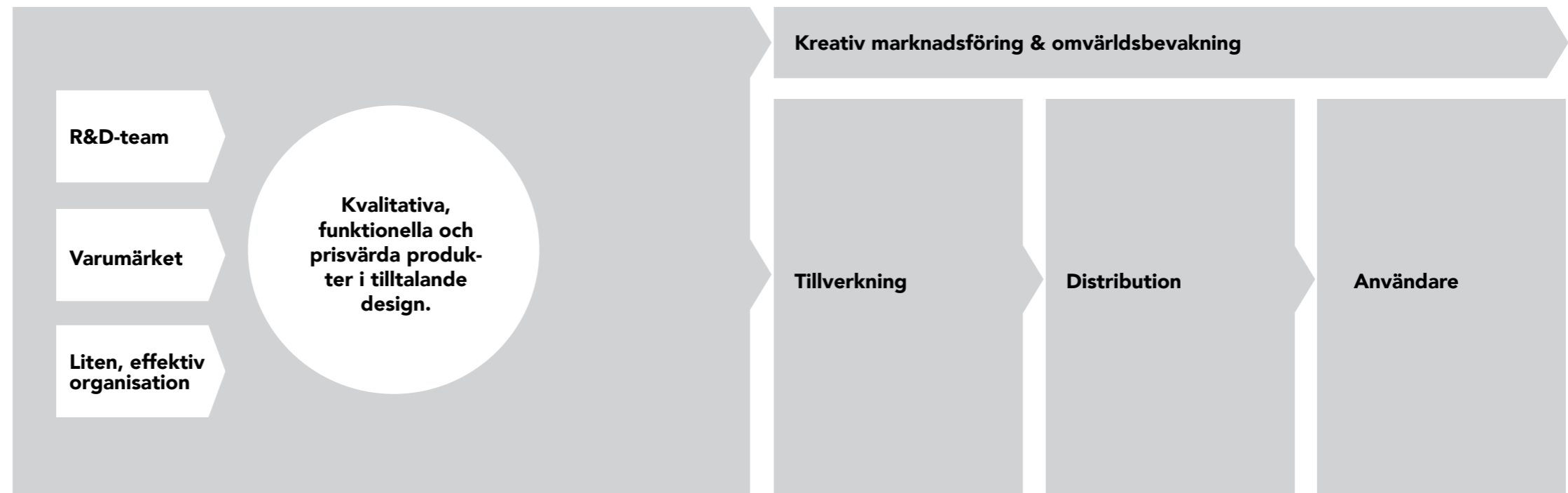
Samtliga Jays produkter har erhållit toppplaceringar i produkttester internationellt och vunnit anhängare bland både konsumenter och kritiker. Bakom en framgångsrik produkt ligger rätt val av teknologi, akustisk precision tillsammans med effektiv ljudisolering, rigöröst detalj- och kvalitetsstänk samt genomarbetad ergonomisk formgivning i avskalad skandinavisk design.

R&D team med unik kompetens och träffsäkerhet

Jays produkter skapas, utvecklas och designas från idé till färdig produkt av ett hängivet in-house-team i Stockholm, med stor erfarenhet av, och kärlek till, musik och bärbart ljud. Vår innovativa produktutveckling utgör kärnan i verksamheten och är central för bibehållen konkurrenskraft i en bransch med höga krav och snabb förändringstakt.

Varumärket Jays

JAYS är ett innovativt, kreativt varumärke med hjärtat i musiken. För många av våra användare är musiken en livsstil och JAYS varumärke ska indikera att användaren förstår och prioriterar riktigt bra ljud, förpackat i en elegant och tidlös design.



Liten effektiv organisation med erfaren ledning

Jays består av ett litet, drivet team av dedikerade personer som är verkligen passionerade för bolagets produkter. Precis som med allt annat vi gör ligger det en tanke bakom vår storlek. Som en liten organisation är vi flexibla och kan fatta de snabba beslut som krävs i en snabbt föränderlig bransch. Bolagets ledning har även gedigen erfarenhet från tillväxtbolag i snabbväxande branscher.

Kreativ marknadsföring

Jays arbetar aktivt med strategisk och kreativ marknadskommunikation för att öka medvetenheten om varumärket. För att stödja distributörerna erbjuder vi hög servicegrad, marknadsupport och marknadsföringsmaterial samt en stark närvaro on-line med hög aktivitet i sociala medier.

Omvärldsbevakning

Jays jobbar med att kartlägga och identifiera trender och tekniskinnovationer och förutspå var marknaden är på väg och hur morgondagens konsumentbehov ser ut. Jays mål är alltid att överträffa våra kunders höga förväntningar.

Tillverkning

Tillverkning

Jays har sedan starten valt att lägga ut tillverkningen av sina produkter på kontraktstillverkare i Asien. Vi väljer våra samarbetspartners med omsorg och har lyckats väl med att attrahera etablerade kontraktstillverkare som möter våra höga krav på kvalitet, pris och konstruktion.

Distribution

Distribution

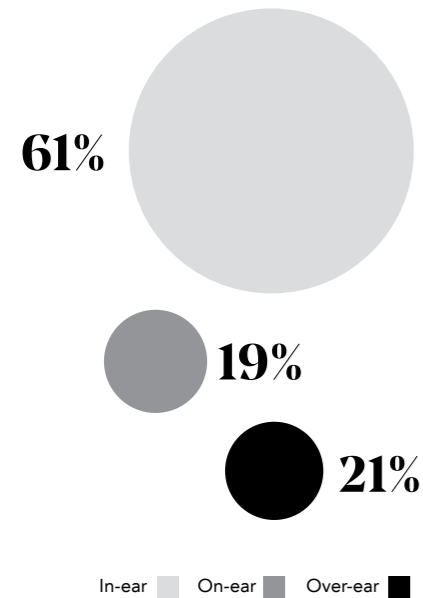
Jays samarbetar med distributörer globalt, som står för den största andelen av vår försäljning. Jays produkter säljs också i vissa fall direkt till återförsäljare samt via Jays Online Store. Jays återförsäljare är bl.a. online-detaljister, elektronik- och telekomkedjor.

Användare

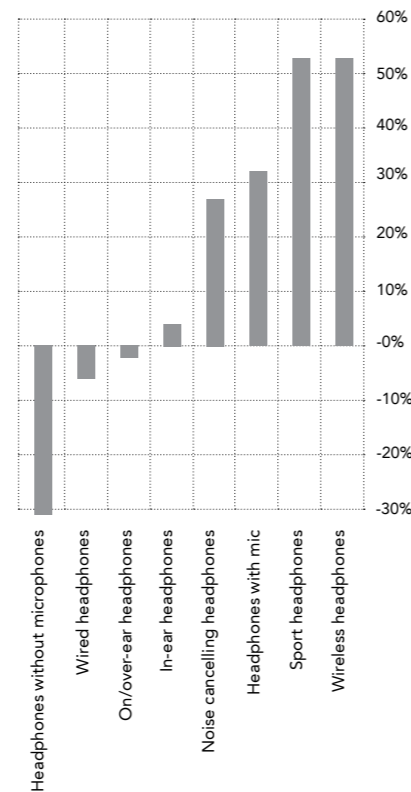
Användare

Jays användare består av musikalskare i alla åldrar med höga krav på kvalitet och design. Jays målgrupp är medvetna konsumenter som värderar produkter som levererar bättre ljud och ergonomi för pengarna. En Jays produkt ska alltid upplevas prisvärd i förhållande till konkurrenternas.

Globala hörlursmarknaden 2016
Källa: Future Source



Tillväxtfaktorer, trådlösa hörlurar Europa 2015-2016
Källa: Future Source



Marknad

Hörlursmarknaden fortsätter parallellt med utbredningen av streaming media att öka kraftigt och acceptansen för trådlöst ljud passerar nu tröskeln där gemene man anser att tekniken är tillräckligt bra för att bli en del av vardagen. "Smart connectivity"-produkter får allt större genomslag där produkter pratar med varandra och vi med dem, och tjänster och features överförs sömlöst mellan enheterna.

En konkurrensutsatt marknad

Då musik blivit något vi ständigt bär med oss, har hörlurar blivit en alltmer integrerad del av våra liv. Användandet anpassas efter humör och ger konsumenten möjligheten att fly verkligheten för en stund eller stanna upp och njuta av den lite extra. I och med att marknadens efterfrågan förändras, förändras också industrin. I sökandet efter nya tillväxtområden kan två separata kategorier av hörlursföretag urskiljas: en som primärt vänder sig mot återförsäljarleden, där produkter lanseras efter återförsäljarens efterfrågan och ofta präglas av låga marginaler och hög volym utan högre förädlingsvärde; och en kategori som istället strävar efter att utveckla produkter som är attraktiva för den ökande demografi av konsumenter som är villiga att spendera mer pengar för kvalitativa hörlurar. Konkurrensen är tuff och utan trovärdiga produkter och effektiv distribution tenderar lönsamheten att drabbas såvida varumärket inte är starkt nog att övertyga konsumenterna. Oavsett kategori förutspås inträdesbarriärerna att öka och antal varumärken att minska, vilket ger rum för färre men mer sofistikerade företag att konkurrera.

Konsumenttrender

Streaming har radikalt förändrat vårt sätt att konsumera musik och Spotify har nyligen passerat 50 miljoner betalande kunder.¹ Man är i större utsträckning uppkopplad mot streamad musik/media och folk lägger mer pengar på sina smartphones, som i större grad ersätter datorer. I och med detta växer också intresset för ljudprodukter i alla dess former som en viktig del i musikens ekosystem. Enbart streaming-sektorn förväntas växa med 11% per år och nå en marknadsvolym på 7,5 miljarder USD år 2020. Då väntas var fjärde människa i världen använda någon form av streamingtjänst.²

Det trådlösa segmentet börjar accepteras i alla led nu när tekniken är mogen samt att smartphones-tillverkare börjat överge hörlurskontakten. Med ökad volym för trådlösa produkter och ANC (active noise cancelling) så går även tillverkningspriserna ner varpå de större, ledande varumärkena kommer att få konkurrens

¹ Spotify ² Statista 2016



"Enbart streaming-sektorn förväntas växa med 11% per år och nå en marknadsvolym på 7,5 miljarder USD år 2020. Då väntas var fjärde människa i världen använda någon form av streamingtjänst"



"Intäkterna under tredje kvartalet uppgick till 10,8 MSEK vilket motsvarar en tillväxt med 14% jämfört med föregående år"

Finansiell information

Intäkter

Intäkterna under tredje kvartalet uppgick till 10,8 MSEK (9,5), vilket motsvarar en tillväxt med 14% jämfört med föregående år.

För perioden maj 2016-januari 2017 uppgick intäkterna till 29,5 MSEK (35,3) vilket motsvarar en minskning med 16 % mot föregående år.

Bolagets senaste produkt, u-JAYS Wireless, började levereras in i lager under kvartalet. Dock var det i slutet av januari och i begränsad omfattning varför det påverkat kvartalets intäkter marginellt.

Bolagets intäkter faktureras i valutorna SEK, USD, EUR och GBP. Intäkterna har påverkats av valutavinst med 0,1 MSEK (0,1) för kvartalet och 0,1 (0,8) för 9-månadersperioden.

I lokal valuta uppgick tillväxten för kvartalet till 15 % för kvartalet och -14% för 9-månadersperioden.

Försäljning per marknad

Norden

Den nordiska försäljningen stod för hela 55 % av kvartalets försäljning och ökade med 48 % mot föregående år. För 9-månadersperioden utgjorde Norden 50 % och minskade med 29 %. En stor andel av kvartalets försäljning i Norden utgjordes av u-JAYS sålda till kampanjpris, i samband med Black Friday och julförsäljning, vilket kraftigt påverkat bruttomarginalen för kvartalet. Detta bedömdes dock som en nödvändig marknadsåtgärd för att aktivera försäljningen. Vi förväntar oss fortsatt svaga marginaler i Norden framöver, kopplat till den höga dollarkursen i kombination med pressade priser på den

alltmer konkurrensutsatta nordiska marknaden. Marginalnivån för tredje kvartalet var dock extraordinärt låg, präglad av u-JAYS kampanjerna, och representerar inte de nivåer vi förväntar oss framöver.

Övriga Europa

Försäljningen till övriga Europa ökade med 5 % mot föregående år och utgjorde 34% (37) av tredje kvartalets totala försäljning. För 9-månadersperioden ökade försäljningen med 14 % och utgjorde 32 % (24) av den totala försäljningen. Även Onlineförsäljningen har mer än dubblats i Europa för 9-månadersperioden jämfört med föregående år. Den största andelen står Frankrike för, som alltså är Jays största europeiska marknad och som också stod för majoriteten av kvartalets- och 9-månadersperiodens försäljning i Europa. Europa är en fortsatt prioriterad marknad där vi fokuserar på att öka försäljningen i närtid, via befintliga och nya aktörer. Vi har efter periodens utgång inlett samarbeten på nya marknader och ser fram emot att se hur de utvecklas under kommande kvartal. Som exempel har Jays i dagarna lanserats på exklusiva KaDeWe/Oberpollinger i Munchen, som är en varumärkesbyggande ingång till den attraktiva tyska marknaden. Vi är generellt positiva till att rikta vårt erbjudande mot en bredare målgrupp och till att Jays produkter framöver finns representerade i andra kanaler än enbart klassiska ljud/elektronik/telekombutiker.

Asien

Försäljningen till den asiatiska marknaden utgjorde 8% (13) av kvartalets totala försäljning motsvarade en minskning med 26 %, dock från låga nivåer. För 9-månadersperioden stod Asien för 9 % och minskade med 30 % mot föregående år. Försäljningsutvecklingen är fortsatt svag i Asien och vi kan konstatera en minskning på samtliga våra asiatiska huvudmarknader kopplat till både

distributörer och produktportfölj som tidigare beskrivits. Parallellt med arbetet att vända dessa marknader fokuserar vi på att komma in på nya asiatiska marknader, som också kan generera ökade marginaler givet dollarläget. Den nya japanska distributör som vi tecknade avtal med i oktober har bidragit marginellt under kvartalet, då de ännu är i uppstartsfasen med sin lansering av Jays på den japanska marknaden.

USA

Försäljningen till den amerikanska marknaden utgjorde 3 % av kvartalets totala försäljning vilket är en minskning med 52 % mot föregående års, dock mycket låga, nivå. För 9-månadersperioden utgjorde den amerikanska marknaden 9 % och ökade med 44% mot föregående år. Minskningen för kvartalet beror till största del på en kreditering av varor med retur rätt, som återtog under november. Som tidigare nämnts så har bolaget sett behovet av en ökad bearbetning av de återförsäljarkanalerna som öppnats via Brightstar och en kontinuerlig sälj närvaro i USA, vilket vi fått på plats under kvartalet. Effekterna av att vi nu har en amerikansk KAM som bearbetar kanaler lokalt väntas komma under våren och försommaren 2017. Försäljningen via Jays webstore fortsätter att utvecklas positivt och USA står för den enskilt största delen av vår online-försäljning. Med ökade marginaler via direktförsäljning ser vi en stor potential till ökad lönsamhet, framför allt i high-end segmentet, och det är också en viktig del i vår e-commerce satsning framöver.

Kostnader

Tredje kvartalets totala rörelsekostnader uppgick till 13,8 MSEK, en ökning med 0,9 MSEK mot föregående års nivå på 13,1 MSEK. Detta kan hänföras till en ökning av handelsvaror med 1,8 MSEK samt minskade operationella kostnader med 0,9 MSEK som en effekt av gjorda besparingar; personalkostnader med 0,7 MSEK och övriga externa kostnader med 0,2 MSEK. Därtill ökade avskrivningarna med 0,1 MSEK mot föregående år, medan valutakursförlusterna minskade med 0,1 MSEK.

Valutaeffekter

Jays största exponering är i valutan USD. Bolaget drabbas hårt av dollarutvecklingen då samtliga varuinköp görs i dollar samtidigt som försäljningen i dollar varit låg, medan försäljningen i SEK stod för hela 55 % av kvartalets försäljning. Den höga USD kursen har i hög grad påverkat bolagets bruttomarginaler i takt med att nya varuinköp gjorts, medan de rörelserelaterade valutakursförlusterna varit obetydliga för kvartalet kopplat till att bolagets skuld till tillverkare minskat väsentligen de senaste kvartalen.

Bolagets nettopåverkan avseende valutakursförändringar (valutavinst + valutaförluster) var 0,0 MSEK kvartalet liksom föregående år och -0,8 MSEK (+0,2) för 9-månadersperioden. Valutakursförändringar avseende kundfordringar och leverantörsskulder redovisas bland övriga rörelseintäkter och samt under övriga rörelsekostnader. Valutakursförändringar av finansiell karaktär redovisas bland finansiella poster.

Det är bolagets högsta prioritet att framöver öka andelen faktureringen i USD för att minska riskexponeringen och stärka marginalerna. Även försäljning i EUR prioriteras.

Marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 29 % för både kvartalet (38) och 9-månadersperioden (37). Den höga dollarkursen har urholkat marginalerna på den svenska marknaden, som stod för mer än hälften av kvartalets- och 9-månadersperiodens försäljning. En betydande del av försäljningen avsåg också produkter som sålts med hög rabatt till specifika kanaler för att minska kapitalbindningen i lager. Vidare påverkas bolaget av den kraftiga konkurrens och priserosion som präglar branschen, vilket tvingat ner priset även på de produkter som väntades stärka och kompensera marginalerna i de lägre segmenten.

Exkluderar man Norden från kvartalets försäljning så uppgick marginalen till närmare 44 %, vilket visar potentialen i övriga marknader och hur webförsäljningen påverkar marginalerna mycket positivt. Vi avser att

fortsätta prioritera Jays Online Store, där vi haft en fin utveckling det senaste året med en fördubblad försäljning på årsbasis. Tredje kvartalets intäkter via webförsäljningen ökade med 90 % mot föregående år. Därtill kommer vi att fokusera på att öka försäljningen i USD och EUR, till nya marknader, för att stärka marginalerna. Vi är även positiva till att skapa allianser med andra aktörer för att på ett kostnadseffektivt sätt stärka profileringen av Jays som varumärke och produktbolag globalt.

Avskrivningar

Bolagets totala avskrivningar uppgick till 0,7 MSEK (0,5) för kvartalet. 65 % av avskrivningarna avsåg nedlagd tid för utvecklingsarbete och 35 % avsåg tillverkningsverktyg och inventarier. Ökningen med 0,1 MSEK mot föregående år avser utvecklingsarbete och tillverkningsverktyg för u-JAYS.

Anläggningstillgångar

Bolagets anläggningstillgångar består av balanserade utgifter för utvecklingsarbeten avseende nya produkter, inventarier, tillverkningsverktyg, finansiella tillgångar samt övriga långfristiga fordringar. Finansiella tillgångar avser aktier i vilande dotterbolaget Jays R&D AB och deposition till hyresvärd samt Tullverket.

Avskrivningar på anläggningstillgångar, både materiella och immateriella, görs enligt plan med 20 % per år. Anläggningstillgångarna uppgick till 10,7 MSEK (10,8) per 31 januari 2017. Minskningen med 0,1 MSEK mot föregående år består av nya aktiveringar om 2,7 MSEK avseende utvecklingsarbete med 1,8 MSEK och tillverkningsverktyg med 1,0 MSEK, samt gjorda avskrivningar om totalt 2,8 MSEK.

Omsättningstillgångar

Bolagets omsättningstillgångar innefattar varulager, kundfordringar, övriga fordringar, upplupna intäkter och förutbetalda kostnader samt likvida medel.

Omsättningstillgångarna uppgick till 33,5 MSEK (51,2) per 31 januari 2017. Minskningen om 17,7 MSEK

förklaras huvudsakligen av att lagervärdet minskat med 12,2 MSEK. Vi har kontinuerligt minskat kapitalbindningen i lager genom att rabattera trögrörliga modeller i utvalda kanaler. Under tredje kvartalet har även u-JAYS sålts till kampanjpris för att minska kapitalbindningen i lager och öka synligheten i marknaden. Utöver minskningen i lager har likvida medel minskat med 5,3 MSEK till följd av att bolagets upparbetade skuld till huvudtillverkare kraftigt reducerats de senaste två kvartalen, samt att förutbetalda kostnader och upplupna intäkter minskat med 0,2 MSEK.

Eget kapital

Det egna kapitalet uppgick till 27,3 MSEK (45,3) motsvarande 1,49 kr/aktie (2,47) och soliditeten uppgick till 62 % (73) per 31 januari 2017. Det egna kapitalet har under kvartalet minskat med 3,7 MSEK avseende periodens förlust.

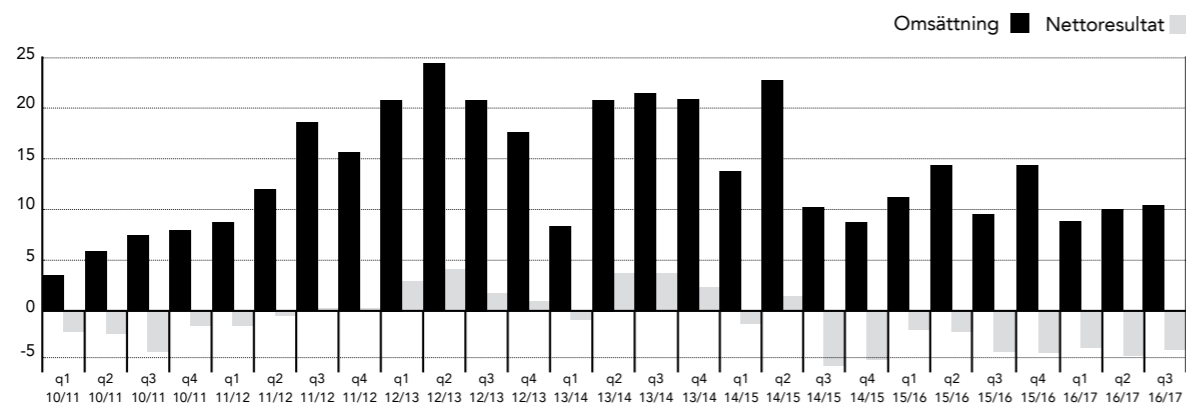
Skulder

De kortfristiga skulderna utgörs av leverantörsskulder, checkkredit, fakturakredit och upplupna kostnader. Per 31 januari 2017 uppgick de kortfristiga skulderna till 15,9 MSEK (16,6). Minskningen med 0,8 MSEK mot föregående år avser minskade leverantörsskulder med 6,4 MSEK, som en effekt av överenskommen betalningsplan med bolagets huvudtillverkare. Som en konsekvens av detta har nyttjandet av bolaget krediter ökat, checkkrediten med 3,8 MSEK och fakturakrediten med 2,1 MSEK. Vidare har upplupna kostnader och förutbetalda intäkter minskat med 0,2 MSEK.

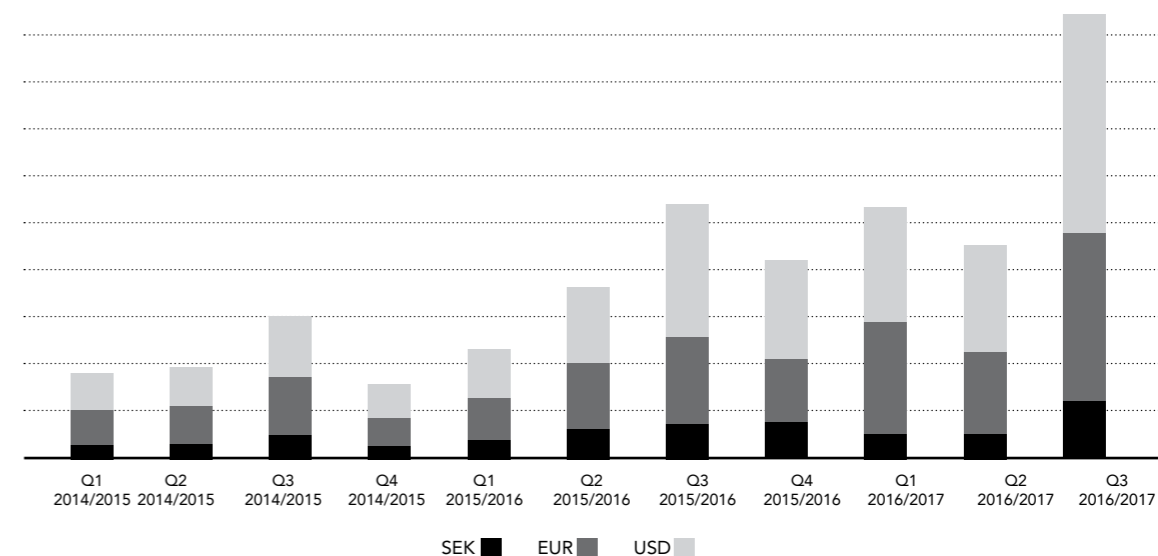
Bolaget har en beviljad checkkredit om 5,0 MSEK (5,0) samt en beviljad fakturakredit om 16,0 MSEK (16,0). Den senare förutsätter belåningsbara fordringar.

Per den 31 januari 2017 var checkkrediten nyttjad med 3,8 MSEK (0) och fakturakrediten nyttjad med 2,1 MSEK (0). För att med marginal kunna hantera betalningsflödena, och den betalningsplan mot tillverkare som överenskomits, har bolaget under januari upptagit lån om 1 MSEK från bolagets huvudägare. Se närmare under finansiering.

Omsättning och resultatutveckling per kvartal (Mkr)



Jays Webstore - Försäljningsutveckling per valuta



Kassaflöde

Det totala kassaflödet uppgick till 0,4 MSEK (1,3) för tredje kvartalet.

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -0,5 MSEK (2,7) Kassaflödet för investeringsverksamheten uppgick till totalt -0,5 MSEK (-1,5) för kvartalet, avseende nedlagd tid för produktutveckling samt tillverkningsverktyg. Kassaflödet för finansieringsverksamheten uppgick till 1,3 MSEK (0) för kvartalet avseende ökat nyttjande av checkräkningskredit om 0,3 MSEK samt ovan nämnda lån om 1 MSEK.

Finansiering

Bolagets finansiering vilar på fördelaktiga betalningsvillkor från huvudleverantörer i kombination med befintliga krediter hos Swedbank på 21,0 MSEK. Då merparten av bolagets krediter utgörs av en fakturakredit vilken förutsätter belåningsbara kundfakturor, är bolaget beroende av en positiv försäljningsutveckling för sin fortsatta finansiering.

Givet tidigare osäkerhet kring kommande finansiering har en skuld till bolagets huvudtillverkare byggts upp under sommaren/hösten 2016. Efter att bolaget fick en ny styrelse under hösten 2016, med en långsiktig huvudägare positiv till att stötta bolaget med lån vid behov så har bolaget kommit överens med tillverkaren om en offensiv betalningsplan för kvarvarande skuld. Detta har också gjorts i syfte att säkra löpande varuflöden. Bolaget har reglerat skulden enligt plan sedan oktober månad, vilket medfört att krediterna via Swedbank nyttjats i större utsträckning än tidigare. Därtill har bolagets huvudägare gått in med lån om 2 MSEK, varav 1 MSEK utbetalats under januari och 1 MSEK utbetalats under februari. Lånet löper med marknadsmässiga villkor och skall återbetalas i mars 2018 eller när bolagets likviditet så medger. Bolagets VD och styrelse ser även över andra finansieringsalternativ med fokus på allianser/partnerskap som har potential att stärka Jays affär i närtid.

I det längre perspektiv finns behov av att ta in nytt kapital för att hantera nödvändiga flöden och säkra en tillväxt.

Investeringar

Under tredje kvartalet investerades totalt 0,5 MSEK i produktutvecklingsarbete avseende nya produkter.

Personal

Antalet anställda per 31 januari 2016 var 11 personer, varav 7 män och 4 kvinnor. 9 personer arbetade på huvudkontoret i Stockholm och 2 personer på Bolagets filial i Paris. Under tredje kvartalet har tre medarbetare avslutat sina anställningar. Samtidigt har en intern omorganisation gjorts för att kunna hantera verksamheten på färre antal anställda, med prioritering av områden som kan ge maximal utväxling i närtid. I december tillsattes en New York baserad KAM med ansvar för den amerikanska marknaden på konsultbasis, som ersätter tidigare anlitat säljbolag. Vidare tillsattes under februari en E-Commerce & Marketing Manager med ansvar för Jays webaffär.

Incitamentsprogram

Teckningsoptionsprogram för Jays personal, om 360 000 aktier, löpte ut den 30 december 2016. Inga teckningsrätter nyttjades. Jays styrelse har för avsikt att under verksamhetsåret 2017/2018 införa ett nytt incitamentsprogram med ambitionen att motivera och behålla nyckelmedarbetare.

Redovisnings- och värderingsprinciper

Delårsrapporten har upprättats enligt BFNAR 2007:1, Frivillig delårsrapportering. Bolaget tillämpar Bokföringsnämndens allmänna råd om årsredovisning. Fordringar har upptagits till de belopp varmed de beräknas inflyta. Varulager har värderats till det lägsta av anskaffningsvärde och nettoförsäljningsvärde där inget annat angivits. Periodisering av inkomster och utgifter har skett enligt god redovisningssed. Företaget är moderföretag men med hänvisning till undantagsreglerna i Årsredovisningslagen 7 kap. 3 § upprättas ingen koncernredovisning.

Styrelsen

Information om Jays styrelse finns på Bolagets IR sida ir.jaysheadphones.com/corporategovernance/boardof-directors

Transaktioner med närstående

Håkan Larsson, styrelseledamot i Jays, har genom sitt bolag Grönsakshuset i Skövde AB stöttat bolaget med lån om 2 MSEK, till marknadsmässiga villkor. Bolaget har i övrigt inga väsentliga transaktioner, skulder eller fordringar gentemot närstående.

Skatt

Bolagets skattemässiga underskott för år 2015/2016 beräknas uppgå till 40 190 244 kr.

Jays aktie

Sedan den 19 december 2011 handlas JAYS aktie på NASDAQ OMX First North.

Revisor

Ernst & Young.
Huvudansvarig revisor: Alexander Hagberg, Auktoriserad revisor

Revisorssuppleant: Andreas Nyberg, Auktoriserad revisor

Denna delårsrapport har inte varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

Bolagets verksamhet och risker

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande översikt av företagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver de väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som företaget står inför. Vid bedömning av Bolagets framtida utveckling är det av vikt att vid sidan av potentiell resultatutveckling även beakta riskfaktorer. Jays verksamhet påverkas av ett flertal risker som kan ge effekt på Bolagets resultat och finansiella ställning i varierande grad. För en beskrivning av bolagets risker hänvisas till Bolagets årsredovisning för 2015/2016 som finns publicerad på ir.jays.se.

Kommande rapporter

Bokslutskommuniké
Maj 2016-April 2017 30 juni 2017

På styrelsens uppdrag,

Rune Torbjörnsen, VD

Resultaträkning

SEK	Nov 2016 Jan 2017 3 mån	Nov 2015 Jan 2016 3 mån	Maj 2016 Jan 2017 9 mån	Maj 2015 Jan 2016 9 mån	Maj 2015 April 2016 12 mån
Rörelsens intäkter					
Nettoomsättning	10 398 353	9 019 727	28 483 281	33 214 367	45 620 532
Aktiverat arbete för egen räkning	299 292	280 058	835 313	1 035 836	1 328 507
Valutakursvinster	74 712	239 527	206 615	1 039 731	1 986 553
Övriga rörelseintäkter	604	-	604	68	357 028
Summa intäkter	10 772 961	9 539 312	29 525 813	35 290 002	49 292 620
Rörelsens kostnader					
Handelsvaror	-7 698 228	-5 919 621	-21 021 775	-22 153 510	-32 260 080
Övriga externa kostnader	-2 908 389	-3 134 156	-8 684 650	-9 155 020	-13 007 619
Personalkostnader	-3 112 834	-3 784 030	-9 776 834	-10 302 679	-13 881 237
Rörelseresultat EBITDA	-2 946 490	-3 298 495	-9 957 446	-6 321 207	-9 856 316
Avskrivningar och nedskrivningar anläggningstillgångar	-657 485	-515 098	-2 116 567	-1 376 792	-2 103 403
Valutakursförluster	-111 196	-257 118	-1 042 034	-781 122	-1 305 721
Summa rörelsens kostnader	-13 830 647	-13 094 925	-40 525 293	-42 392 331	-60 454 657
Rörelseresultat EBITA	-3 715 171	-4 070 711	-13 116 047	-8 479 121	-13 265 440
Finansiella poster					
Ränteintäkter	1 650	1 754	4 720	4 413	6 930
Valutakursvinster	51 448	585	99 979	61 635	97 993
Räntekostnader	-44 816	-18 382	-99 972	-87 783	-109 943
Valutakursförluster	-22 235	-6 063	-103 095	-85 981	-88 201
Summa finansiella poster	-13 953	-22 106	-98 368	-107 716	-93 221
Resultat efter finansnetto	-3 729 124	-4 092 817	-13 214 415	-8 586 837	-13 358 661
Skatt	-	-	-	-	-
PERIODENS RESULTAT	-3 729 124	-4 092 817	-13 214 415	-8 586 837	-13 358 661

Balansräkning

SEK	2017-01-31	2016-01-31	2016-04-30
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	6 885 542	6 947 991	6 788 296
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier och verktyg	3 441 420	3 474 183	3 212 285
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	39 334	39 334	39 334
Andra långfristiga fordringar	293 530	293 530	293 530
Uppskjuten skattefordran	-	-	-
	332 864	332 864	332 864
Summa anläggningstillgångar	10 659 826	10 755 038	10 333 445
Omsättningstillgångar			
Varulager m m			
Färdiga varor och handelsvaror	23 776 169	36 007 378	36 589 735
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar	7 379 863	7 421 719	9 576 746
Skattefordringar	427 672	373 524	433 374
Övriga fordringar	646 140	632 518	288 464
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	779 645	932 758	1 215 488
	9 233 320	9 360 519	11 514 072
Kassa och bank	496 512	5 790 243	3 440 792
Summa omsättningstillgångar	33 506 001	51 158 140	51 544 599
SUMMA TILLGÅNGAR	44 165 827	61 913 178	61 878 044

Balansräkning

SEK	2017-01-31	2016-01-31	2016-04-30
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital	2 745 607	2 745 607	2 745 607
	2 745 607	2 745 607	2 745 607
Fritt eget kapital			
Överkursfond	46 997 512	46 997 512	46 997 512
Balanserat resultat	-9 216 716	4 141 945	4 141 945
Periodens resultat	-13 214 415	-8 586 837	-13 358 661
	24 566 381	42 552 620	37 780 796
Summa eget kapital	27 311 988	45 298 227	40 526 403
Skulder			
Långfristiga skulder			
Lån från aktieägare	1 000 000	-	-
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	3 811 442	-	-
Leverantörsskulder	7 730 764	14 168 878	17 273 328
Skulder till koncernföretag	51 882	51 882	51 882
Övriga skulder	2 670 410	600 276	1 602 426
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	1 589 341	1 793 915	2 424 005
	15 853 839	16 614 951	21 351 641
Summa skulder	15 853 839	16 614 951	21 351 641
SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL	44 165 827	61 913 178	61 878 044

Kassaflödesanalys

SEK	Nov 2016 Jan 2017 3 mån	Nov 2015 Jan 2016 3 mån	Maj 2016 Jan 2017 9 mån	Maj 2015 Jan 2016 9 mån	Maj 2015 April 2016 12 mån
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN					
Resultat före skatt	-3 729 124	-4 092 817	-13 214 415	-8 586 837	-13 358 661
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	657 769	515 013	2 117 127	1 376 707	2 103 223
Betald skatt	-70 602	-59 850	5 702	36 497	-23 353
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	-3 141 957	-3 637 654	-11 091 586	-7 173 633	-11 278 791
Förändringar i rörelsekapitalet:					
Förändring av varulager	4 303 352	-5 494 027	12 813 566	-882 920	-1 465 277
Förändring av kortfr. fordringar	1 949 735	7 236 956	2 275 050	5 772 705	3 679 002
Förändring av kortfr. skulder	-3 577 197	4 636 628	-9 309 244	-5 604 521	-1 699 688
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-466 067	2 741 903	-5 312 214	-7 888 369	-10 764 754
INVESTERINGSVERKSAMHETEN					
Investeringar i immateriella anl.tillgångar	-488 788	-443 570	-1 622 536	-1 433 364	-1 738 536
Investeringar i materiella anl.tillgångar	-	-1 035 177	-820 972	-1 322 391	-490 286
Investeringar i finansiella anl.tillgångar	-	664	-	664	665
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-488 788	-1 478 083	-2 443 508	-2 755 091	-2 228 157
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN					
Upptagna lån	1 000 000	-	1 000 000	-	-
Nyemission	-	-	-	20 014 883	20 014 883
Förändring av checkräkningskredit	331 225	-	3 811 442	-3 809 563	-3 809 563
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	1 331 225	-	4 811 442	16 205 320	16 205 320
Periodens kassaflöde	376 370	1 263 820	-2 944 280	5 561 860	3 212 409
Likvida medel periodens början	120 142	4 526 423	3 440 792	228 383	228 383
LIKVIDA MEDEL VID PERIODENS SLUT	496 512	5 790 243	496 512	5 790 243	3 440 792

Finansiella nyckeltal

SEK	Nov 2016 Jan 2017 3 mån	Nov 2015 Jan 2016 3 mån	Maj 2016 Jan 2017 9 mån	Maj 2015 Jan 2016 9 mån	Maj 2015 - April 2016 12 mån
Försäljningstillväxt	14%	Neg.	Neg.	Neg.	Neg.
Bruttomarginal	29%	38%	29%	37%	35%
Rörelsemarginal	Neg.	Neg.	Neg.	Neg.	Neg.
Soliditet, %	62%	73%	62%	73%	65%
Nettoskulsättningsgrad, %	24%	-13%	24%	65%	-6%
Avkastning på eget kapital	Neg.	Neg.	Neg.	Neg.	Neg.
DATA PER AKTIE					
Antal aktier vid periodens slut	18 304 047	18 304 047	18 304 047	18 304 047	18 304 047
Antal aktier i snitt under perioden	18 304 047	18 304 047	18 304 047	15 263 956	16 335 089
Resultat per aktie, kr	Neg.	Neg.	Neg.	Neg.	Neg.
Eget kapital per aktie, kr	1,49	2,47	1,49	2,97	2,48
Utdelning per aktie, kr	-	-	-	-	-

Definitioner av nyckeltal och begrepp

Försäljningstillväxt

Skillnaden mellan försäljning under perioden och försäljning under motsvarande period föregående år dividerat med försäljning föregående period.

Marginaler

Bruttomarginal, % - Bruttoresultat i förhållande till nettoomsättning.
Rörelsemarginal, % - Rörelseresultat i förhållande till nettoomsättning.

Kapitalstruktur

Soliditet, % - Eget kapital vid periodens utgång i förhållande till balansomslutningen.

Nettoskulsättningsgrad, %

Räntebärande skulder vid periodens utgång minus likvida medel i förhållande till eget kapital vid periodens slut.

Avkastning på eget kapital

Nettoresultat i procent av justerat eget kapital. Justerat eget kapital - eget kapital plus obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatteskuld.

Avkastning på totalt kapital

Rörelseresultat plus finansiella intäkter i procent av balansomslutningen.

Antal aktier vid periodens slut

Antal utestående aktier vid periodens slut.

Antal aktier i snitt under perioden

Summan av antal aktier för respektive dag under perioden delat med periodens antal dagar.

Resultat per aktie, kr

Resultat efter skatt dividerat med antalet aktier i snitt.

Eget kapital per aktie, kr

Eget kapital dividerat med antalet aktier i snitt.

Utdelning per aktie, kr

Total utdelning under perioden dividerat med antalet aktier i snitt.

Verksamhetsår

Med verksamhetsår avses bolagets verksamhetsår som löper från maj till och med april.

Kvartal

Kvartal är angivna med hänsyn till bolagets verksamhetsår, ej kalenderår. Följande månader avses för respektive kvartal:

Q1	Maj - Juli
Q2	Augusti - Oktober
Q3	November - Januari
Q4	Februari - April

Ägarstruktur

Aktieägare	Antal aktier	% andel
Skövde Grönsakshus	4 100 000	22%
Försäkringsbolaget Avanza Pension	1 598 520	9%
Markus Klasson	1 260 000	7%
Gunnar Benedikt	1 111 950	6%
UBS Switzerland AG/Clients account	772 899	4%
Nordnet Pensionsförsäkring AB	657 991	4%
Rune Torbjörnsen	290 000	2%
Svenska Handelbanken	266 541	1%
Euroclear Bank	221 059	1%
Linus Berglund	200 800	1%
Övriga aktieägare	7 824 287	43%
Total	18 304 047	100%

Uppgifterna ovan baseras på aktiebok per 2016-12-30, förd av Euroclear Sweden AB.

Förändring eget kapital

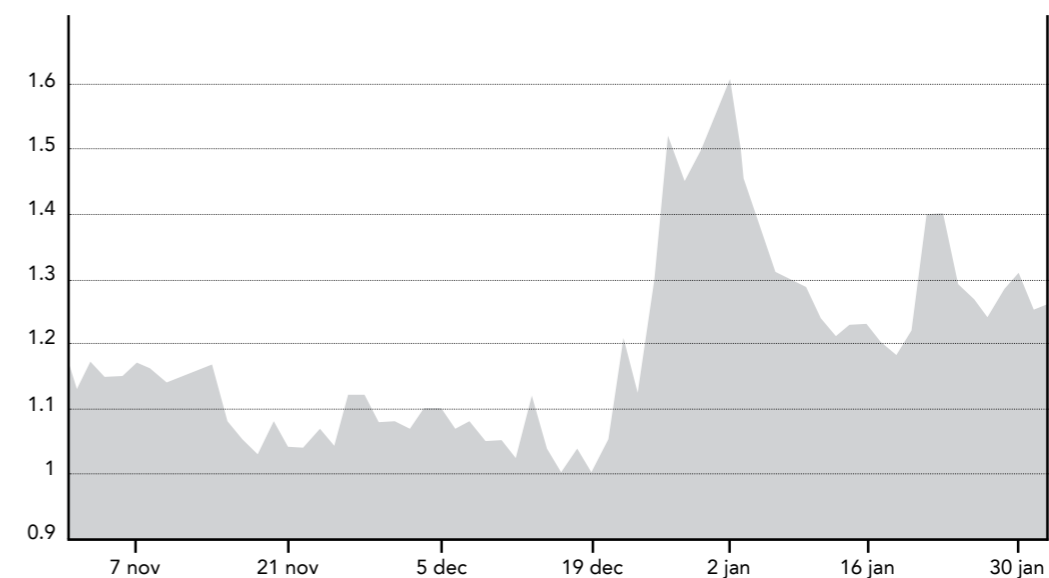
SEK	Aktiekapital	Överkursfond	Balanserat resultat	Periodens resultat	Summa eget kapital
Belopp per 2016-11-01	2 745 607	46 997 512	- 9 216 716	- 9 485 291	31 041 112
Periodens resultat				-3 729 124	-3 729 124
Belopp per 2017-01-31	2 745 607	46 997 512	- 9 216 716	- 13 214 415	27 311 988

Aktiekapitalets utveckling

År	Månad	Händelse	Förändr. antal aktier	Totalt antal aktier	Ökning av aktiekapital (kr)	Kvotv. (kr)	Totalt aktie kapital (kr)
2011	Januari	Nyemission	283 334	3 190 134	113 333,60	0,40	1 276 053,60
2011	Januari	Konvertibel inlösen	112 338	3 302 472	44 935,00	0,40	1 320 988,60
2011	Februari	Konvertibel inlösen	66 503	3 368 975	26 601,20	0,40	1 347 589,80
2011	Februari	Konvertibel inlösen	75 092	3 444 067	30 036,80	0,40	1 377 626,60
2011	April	Konvertibel inlösen	25 072	3 469 139	10 029,00	0,40	1 387 655,60
2011	Juni	Minskning AK		3 469 139	-871 045,55	0,15	516 610,05
2011	September	Konvertibel inlösen	50 000	3 519 139	7 445,80	0,15	524 055,85
2011	Oktober	Nyemission	2 346 092	5 865 231	349 379,82	0,15	873 435,66
2012	Februari	Teckning TO 2	77 880	5 943 111	11 597,89	0,15	885 033,55
2012	Mars	Teckning TO 1	23 200	5 966 311	3 454,89	0,15	888 488,44
2012	Mars	Teckning TO 2	277 195	6 243 506	41 279,20	0,15	929 767,64
2012	April	Teckning TO 2	799 713	7 043 219	119 091,30	0,15	1 048 858,96
2012	Oktober	Teckning TO 1	255 200	7 298 419	38 003,76	0,15	1 086 862,72
2012	December	Teckning TO 1	23 200	7 321 619	3 454,89	0,15	1 090 317,61
2013	Oktober	Fondemission		7 321 619	7 925,24	0,15	1 098 242,85
2015	Juni	Nyemission, reg. 1	7 732 986	15 054 605	1 159 947,90	0,15	2 258 190,75
2015	Oktober	Nyemission, reg. 2	3 249 442	18 304 047	487 416,30	0,15	2 745 607,05

Aktien

Sedan den 19 december 2011 handlas JAYS aktie på NASDAQ OMX First North.



Diagrammet visar kursutvecklingen i kronor för Jays aktie under perioden 1 november 2016 - 31 januari 2017.

Följ oss på www.jaysheadphones.com



Jays Investor relations

Följ Jays på ir.jaysheadphones.com. Målsättningen med vår Investor relations webbplats är att förse aktieägare, investerare och andra aktörer med relevant information om Jays utveckling. Webplatsen innehåller bland annat finansiell information, pressmeddelanden, aktiedata och information om årsstämma. Jays tillhandahåller även en prenumerationstjänst genom vilken alla intresserade kan följa Bolagets pressmeddelanden och rapporter.

Kontakt

Rune Torbjörnsen, CEO

+46 733 730 770

rune@jaysheadphones.com

JAYS AB (publ)

Åsögatan 121

116 24 Stockholm