

**« Le Japonais est un drogué de travail
et ne prend pas de vacances. »**

*En général, les Japonais sont tous intelligents,
bien élevés et industriels.*

Alessandro Valignano (1583)

Le Japonais est travailleur, c'est bien connu. Il travaille même beaucoup, selon l'idée reçue qui arrive assurément en tête de tout questionnaire sur l'image des Japonais. Il serait « fou de travail », il « ne prendrait pas de vacances », il « continuerait de travailler tout en faisant grève ». Il est sérieux, acharné, perfectionniste. Et cette idée ne date pas d'hier puisqu'on la retrouve dans le témoignage des premiers Européens arrivés au Japon.

Jorge Alvares souligne déjà que les Japonais sont « très durs au travail » (1547). Deux siècles et demi plus tard, le botaniste Carl-Peter Thunberg est tellement émerveillé par l'ardeur nipponne au travail qu'il répète deux fois le même constat sur la minutie et la patience des laboureurs. En 1877, Georges Bousquet se fait plus nuancé après avoir parcouru l'archipel : « C'est bien partout le même Japonais insouciant, point méchant et point bon, paresseux avec délice, industriel au besoin, esclave de la règle établie ».

Mais toutes ces remarques, parfois mitigées, sont tièdes par rapport à la critique de « l'animal économique japonais » qui, triomphant, devient désormais franchement inquiétant à partir de la Haute Croissance. En témoignent quelques titres glanés dans la presse française depuis une vingtaine d'années : « Je

reviens d'un pays où l'on ne doute pas » (*Le Figaro Magazine*, 27 octobre 1980), « Enquête sur les robots dans l'usine de Frankenstein » (*Libération*, 15 avril 1982), « Les Japonais princes de l'Asie, producteurs inlassables, financiers inépuisables, techniciens de génie » (*Le Monde*, 8-9 mai 1983), « Le pays-usine accélère la cadence » (*Libération*, 4 mars 1987), « Les dents du tigre » (*Le Nouvel Observateur*, 4-10 septembre 1987). Le constat semble aussi menaçant que sans appel : « Japon, les maîtres du monde » (*L'Express*, 27 novembre 1987).

Les dérapages s'enchaînent, qu'on n'ose imaginer s'ils venaient du Japon envers la France : « Comment les Japonais veulent nous manger » (*Le Nouvel Observateur*, 7-13 octobre 1988), « Les Japonais sont des tueurs » (*Le Nouvel Économiste*, 12 janvier 1990), « Comment le Japon nous envahit » (*L'Express*, 20 juin 1991), « Comment empêcher un Japonais de travailler ? » (*Enjeux-Les Échos*, novembre 1992). Quant aux livres, ils ne sont pas en reste : *Les Dents du géant* (1987), *L'Étreinte du samouraï* (1991), *Le Japon achète le monde* (1991)...

La réaction occidentale face à l'arrivée des produits nippons au cours des années 1980 repose sur la même imagerie guerrière que dans les années 1930, lorsqu'un Émile Schreiber, par exemple, déclarait en 1935, à propos d'un Japon associé à une vaste Asie, que « chaque usine qui naît au Japon, en Mandchourie ou en URSS correspond à la fermeture d'une des nôtres en Occident ». Au début des années 1990, une première ministre française a même stigmatisé ces japonais qui vivaient et travaillaient comme des fourmis. Au sein de la version actualisée du « péril jaune », les fabrications japonaises remplacent les populations japonaises dans leur projet machiavélique de déferlement sur l'Occident. Tous ces clichés dénig-

rent des Japonais décidément infatigables, incapables de s'arrêter et trop honnêtes pour être rassurants.

Concrètement, les Japonais travaillent beaucoup ou, plus exactement, ils passent beaucoup de temps sur leur lieu de travail. Il suffit de se promener dans quelque bureau pour comprendre que les rythmes ne sont pas plus rapides qu'ailleurs. Contrairement à ce que l'on croit généralement, la productivité est loin d'être élevée dans l'ensemble de l'économie japonaise. Pour le secteur manufacturier, elle est sensiblement la même au Japon qu'aux États-Unis, voire inférieure à la France, mais les analyses varient beaucoup selon les modes de calcul et les secteurs d'activité pris en compte. En revanche, les Japonais travaillent tard, multiplient les heures supplémentaires et prennent peu de congés.

La bataille des critères statistiques fait rage pour évaluer correctement le phénomène. D'après des chiffres du ministère japonais du Travail et de la Santé (dont l'intitulé est à lui seul tout un programme), la semaine de travail s'établit à 35 heures en moyenne en 2005 (une quarantaine d'heures pour le seul secteur manufacturier), contre 44 heures en 1980 et 50,6 heures en 1960 (établissements supérieurs à trente personnes). D'après la même source, 90 % des entreprises effectuent les deux jours de repos hebdomadaires ; autrement dit, les Japonais pratiquent bien le week-end. Mais, avec les difficultés économiques actuelles, le monde de l'emploi et du travail est en train de bouger considérablement.

L'attitude des Japonais par rapport au travail se rapproche de la conception artisanale, que l'on retrouve dans les secteurs de l'économie occidentale qui n'ont pas été dégradés par le taylorisme : un souci de la perfection, un attachement au labeur, la patience, l'indifférence au temps requis, un ensemble de valeurs qui se dégradent néanmoins sous la pression accrue de

la compétition économique. Leur âpreté à la tâche ne doit toutefois pas masquer leur goût pour le bien vivre et la dureté des emplois.

La vie des Japonais au bureau ou à l'usine est un vaste champ d'idées reçues dopées aux généralisations abusives. On aurait beau jeu de trouver un équivalent en France d'entreprises aux rapports humains détestables, empoisonnés par la hiérarchie ou par le harcèlement sexuel. Le management à la japonaise trouve aussi son origine aux États-Unis, et la nipponisation de ses recettes ne doit pas masquer l'évolution générale des rapports entre le travail et le capital au sein des pays industrialisés.

Parallèlement, les nouvelles générations japonaises sont de moins en moins sensibles à la frugalité, qu'elles assimilent à des valeurs conservatrices et archaïques. Les médias ont jugé ces jeunes tellement surprenants qu'ils leur ont donné le surnom de « Nouvelle espèce humaine » (*Shinjinrui*), terme forgé en 1986, comme s'il s'agissait de mutants venus d'un monde autre que japonais. La soif de voyager, de consommer règne en quasi-maîtresse sur une jeunesse élevée dans le culte de la réussite matérielle et bien souvent dénuée de tout idéal d'exigence. Pour les aînés, les *Shinjinrui* sont même davantage que des dépensiers frivoles et égocentriques : ils manquent de loyauté envers leurs employeurs, se sentent peu impliqués dans les relations sociales et ils apprécient trop les vacances. Cependant, cette double émergence du consumérisme et de l'individualisme procède bien de la dynamique même du système marchand. Les comportements verrouillés sont de plus en plus considérés comme contre-productifs par certains gestionnaires tandis que l'industrie touristique prend son essor.

Les Japonais veulent en effet profiter des fruits de la croissance économique. Ils aspirent à bénéficier de ces

vacances que la publicité ne cesse de leur faire miroiter. L'évolution des mentalités le confirme. Les valeurs traditionnelles qui plaçaient en exergue le travail et sa dimension collective sont érodées par des aspirations hédonistes et individualistes. La vieille expression de *yoka* définit symptomatiquement le loisir par « le temps pendant lequel on ne travaille pas ». Autrement dit, c'est du « non-travail », approche dévalorisante dans la norme traditionnelle. Signe des temps, *yoka* est désormais remplacé par le japonais *reijā* (« loisir », loisir), plus proche des normes occidentales. D'après le Livre blanc des loisirs gouvernemental, à la question « quel est le plus important pour vous, le travail ou les loisirs ? », ce sont désormais les loisirs, réponse qui commence à augmenter à partir de 1987, qui arrivent en tête des personnes interrogées depuis 1995.

Près de dix-huit millions de Japonais ont voyagé à l'étranger en 2000 pour des motifs touristiques, ce qui est considérable sachant que ce chiffre était ridiculement bas vingt ans auparavant. Parmi eux, on compte 8,2 millions de femmes et 5,7 millions de personnes âgées de plus de cinquante ans. Ce dernier chiffre corrobore le cliché des touristes japonais voyageant en groupe, remplissant des cars, appareil photo en bandoulière et prompts à faire du shopping. Mais de nouveaux comportements se dessinent, privilégiant les voyages en solo ou en petits groupes, hors des tour-opérateurs. Ils caractérisent notamment les jeunes femmes entre vingt et trente ans, qui représentent le tiers des touristes féminins, et qui, entre la fin de la scolarité et le mariage, en profitent pour courir le monde.

La crise actuelle brouille toutefois ces tendances. Le chiffre des voyages à l'étranger tombe à treize millions en 2003. On observe un retour à la frugalité ou l'arrivée d'autres façons de consommer, plus économiques (seconde main, discount, moins d'achats impulsifs). Le Japon se

trouve actuellement au cœur de la contradiction de plus en plus aiguë qui agite la dynamique capitaliste historiquement liée à l'État-nation mais dépassée par la mondialisation. À la différence de l'Amérique du Nord ou de l'Europe occidentale, il est structurellement et psychologiquement moins préparé à affronter cette situation. D'où la crise – qui ne doit absolument pas être confondue avec le déclin mais pris dans le sens du passage délicat d'un stade à un autre – qui l'affecte depuis une vingtaine d'années. C'est le modèle japonais qui est frappé de plein fouet, dans son image vers l'extérieur comme dans son fonctionnement interne.

Une « nouvelle pauvreté » apparaît. Elle est numériquement plus nombreuse que la pauvreté ancienne des travailleurs journaliers (*yoseba*) et des sous prolétaires, qui sont plutôt des hommes célibataires, âgés, déracinés de l'intérieur et soumis au contrôle des *yakuza*. Elle touche en effet des hommes plus jeunes en moyenne, des divorcés ou des séparés, issus des métropoles et de la classe moyenne. Elle ne concerne pratiquement pas les immigrés qui, lorsqu'ils passent dans la clandestinité, sont souvent expulsés ou bien restent très discrets. Cette « nouvelle pauvreté » est beaucoup plus visible dans le paysage urbain. On estime à plus de dix mille le nombre de SDF à Tôkyô, et à près du triple pour l'ensemble du Japon.