

1. 소비자보호법과 역외적용

역외적용이란 외국에서 행한 행위에 대하여도 그것이 자국 내에 영향을 미치는 경우에는 국내법인 독점금지법 등을 적용하여 자국법원이 그에 대한 법적 판단을 내리기 위한 관할권을 행사하는 것으로 이해되고 있다. 역외적용은 속지주의의 영토적 한계를 넘어서는 문제로, 미국의 역외적용을 통한 집행이 카르텔을 중심으로 확대되면서 발전하였다.

이러한 역외적용의 문제는 경제법의 범주 중 공정거래법 등 경쟁법과 소비자보호법에서 모두 문제가 되고 있다. 그동안 여러 사례가 누적된 경쟁법 영역과 달리 약관규제법의 경우 역외적용 문제를 어떻게 다루지는 역외적용에서 새로운 과제가 되고 있지만, 그에 대한 논의는 충분하지 않았던 것으로 보인다.

2. 약관규제법과 역외적용

약관규제법 역외적용은 공정거래법 적용에 비하여 신중할 필요가 있다. 소비자보호법도 한국 특유의 법제인 경우가 많아서 역외적용을 관철할 경우 그에 따른 여러 문제가 발생할 수 있다. 약관규제법의 역외적용이 가능하다고 보더라도, 그에 따라 약관규제법이 역외적용되는 경우를 ‘영향’이 인정되는 경우로 제한할 필요성이 있다. 개별 소비자에 대한 보호를 위하여 역외적용을 하는 것은 무리이며, 하나의 사적 거래를 위하여 약관규제법을 역외적용하는 것은 과도하므로, 약관규제법의 역외적용을 인정하는 경우에도 개별 소비자 보호를 넘어선 거래질서와 관련된 소비자 보호가 문제되는 경우에 역외적용을 검토해야 한다.

3. 약관규제법과 영향 기준

1) 약관규제법의 영향 기준

약관규제법의 역외적용이 가능하다고 보더라도, 그에 따라 약관규제법이 역외적용되는 경우를 ‘영향’이 인정되는 경우로 제한할 필요성이 있을 것이다. 그런데, 부당한

공동행위 등에서 생성된 공정거래법상 역외적용을 위한 영향 이론이 약관규제법 등 소비자보호법에서 문제 삼는 거래에 적용될 수 있을지는 명확하지 않다. 공정거래법에서 생성된 영향 이론이 약관규제법 등 소비자보호법에 적용될 수 있는지, 적용될 수 있다고 보더라도 그 ‘영향’의 실체 및 판단기준이 공정거래법과 어떻게 다른지 문제이다.¹⁾

먼저, 영향을 공정거래법과 동일한 경쟁제한효과로 이해하는 입장이 있을 수 있다. 그러나 경쟁제한효과를 매개로 역외적용을 인정하게 되면 실질적으로 약관규제법의 역외적용은 어렵거나 극히 제한된 경우에만 이루어질 수 있어, 역외적용을 논할 실익이 없어지게 된다. 그 점에서 약관규제법의 역외적용 기준을 공정거래법상 경쟁제한효과와 동일하게 이해하는 것은 난점이 있다.

다음으로, 영향을 경쟁제한효과가 아닌 다른 기준으로 접근할 수 있다. 국내 시장에 영향을 미치는 수준이 국내 시장에 영향을 미치는 정도가 높아서 소비자보호의 필요성이 있다는 점 등이 근거가 될 수 있다. 아래에서는 기본적으로 후자의 입장에서 역외적용의 기준을 검토하기로 한다.

2) 거래질서 기준

이 문제는 추가적인 논의와 사례의 발전이 필요한 문제이지만, 그 방안 중 하나로 판례 등을 통하여 형성된 ‘거래질서(去來秩序)’를 기준으로 약관규제법을 역외적용함으로써 그 범위를 조절하는 방법을 고려할 수 있다. 그 논리적 근거는 다음과 같다.

첫째, 대법원 2015. 9. 10. 선고 2012두18325 판결은 “거래상 지위 남용행위의 상대방이 경쟁자 또는 사업자가 아니라 일반소비자인 경우에는 단순히 거래관계에서 문제될 수 있는 행태 그 자체가 아니라, 널리 거래질서에 미칠 수 있는 파급효과라는 측면에서 거래상 지위를 가지는 사업자의 불이익 제공행위 등으로 인하여 불특정 다수의 소비자에게 피해를 입힐 우려가 있거나, 유사한 위반행위 유형이 계속적·반복적으로 발생할 수 있는 등 거래질서와의 관련성이 인정되는 경우에 한하여 공정한 거래

1) 그 밖에도 부당한 공동행위의 경우 국내시장이 합의의 대상에 포함되었는지라는 특징적이고 전형적인 쟁점이 역외적용 판단에 중요한 쟁점인데 비하여, 약관규제법 등 소비자보호법은 이러한 특징적이고 전형적인 쟁점을 찾기 어렵다는 차이를 발견할 수 있다.

를 저해할 우려가 있는 것으로 해석함이 타당하다.”라고 판시함으로써 ‘소비자보호와 거래질서의 관련성’을 법적용 여부를 결정하는 기준으로 제시한바 있다. 이와 같이 대법원은 소비자보호와 거래질서의 관련성을 적용한 바 있어, 이러한 거래질서 기준을 소비자보호를 위한 역외적용에 원용하는 방안을 고려할 수 있다.

즉, 위 판결은 거래상 지위 남용의 보호 대상을 원칙적으로 사업자로 보면서도, 거래질서와 관련성이 있는 경우에는 소비자를 보호 대상으로 인정함으로써 ‘거래질서와 관련성’이 있는 경우에는 소비자보호를 위한 개입이 가능하다고 판시하였다. 이와 같이 종래 판례가 소비자보호를 위한 개입의 기준으로 제시한 ‘거래질서 또는 거래질서와 관련성’ 기준은, 원칙적으로 소비자보호법의 개입대상이 아닐 수 있는 ‘외국사업자의 외국에서 한 행위’에 대하여도 제한적으로 역외적용을 할 수 있는 판단기준으로 고려될 여지가 있다.

둘째, 이러한 거래질서를 매개로 한 영향의 범위 제한은 공정거래특별법과 균형을 고려하더라도 그 타당성이 인정될 수 있다. 예를 들면, 공정거래특별법인 가맹사업법에 대하여 역외적용으로 볼 수 있는 사례가 존재한다. 대표적으로 공정거래위원회 2021. 6. 29. 의결 제2021-182호(써브웨이 사건) 등이다. 그런데 이러한 가맹사업법 사건에서 국내시장의 영향은 공정거래법상 부당한 공동행위, 시장지배적 지위 남용행위에서 문제되는 관련시장에 대한 경쟁제한성과 거리가 있다. 가맹사업법 자체가 공정거래법상 불공정거래행위인 거래상 지위남용의 특별법 성격을 가지고 있다. 공정거래법상 불공정거래행위 중 거래상 지위남용은 공정거래저해성이 경쟁제한성이 아니라 정상적인 거래관행에 비추어 불공정할 것임을 요하는 거래질서 침해에 가깝다.

그런데 약관규제법 사안에서도 약관이 불공정한지 판단에 있어 대법원은 약관을 설정한 의도 및 목적, 당해 업종에서의 통상적인 거래 관행, 관계 법령의 규정, 거래대상 상품 또는 용역의 특성, 사업자의 영업상 필요 및 고객이 입을 불이익의 내용과 정도 등 제반 사정을 종합하여 판단하여야 한다고 기준을 제시하고 있고, 이러한 기준에 비추어 부당하다고 볼 수 없는 경우에는 약관의 불공정성을 부정하는 등²⁾ ‘통상적인 거래관행’을 중요한 판단 기준으로 고려하고 있다. 이때 통상적인 거래관행은 합리적

2) 대법원 2014. 12. 11. 선고 2014다39909 판결, 대법원 2014. 12. 11. 선고 2014다50746 판결, 대법원 2014. 12. 11. 선고 2014다51015 판결, 대법원 2015. 12. 23. 선고 2013다85417 판결.

인 상거래관행으로 이해할 수 있을 것이고, 이는 정상적인 거래관행과 다르지 않다. 결국 역외적용이 이루어진 가맹사업법과 이 논문에서 검토하는 약관규제법은 ‘정상적인 거래관행’이라는 공통의 요소를 규범적 판단에서 고려하고 있다. 그 점에서 약관규제법 등 소비자보호법 사안에서 ‘정상적인 거래관행’ 등을 고려한 거래질서 침해를 이유로 역외적용을 하는 것은 가맹사업법과 비교할 때 균형에 맞을 수 있다.

셋째, 다른 한편, 개별 소비자에 대한 보호를 위하여 역외적용을 하는 것은 무리이며, 하나의 사적 거래를 위하여 약관규제법을 역외적용하는 것은 과도하므로 이러한 문제는 민사적 해결에 맡기는 것이 바람직하다.³⁾ 따라서 약관규제법의 역외적용을 인정하는 경우에도 개별 소비자 보호를 넘어서 거래질서와 관련된 소비자 보호가 문제되는 경우에 역외적용을 검토한다는 취지이다.⁴⁾ 그 결과 공정거래법의 역외적용이 시장에 대한 영향이라면, 약관규제법의 역외적용은 시장에 대한 영향뿐 아니라 거래질서에 대한 영향이 포함될 수 있다.

3) 거래질서에 대한 영향의 구체적 판단 요소

거래질서에 대한 영향이 존재하는지 판단을 위하여 다음과 같은 요소를 고려할 수 있다.

첫째, 불특정 다수의 소비자에 대한 피해 우려나 계속적, 반복적인 피해 등이 고려될 수 있다.⁵⁾ 개별 거래에서 발생하는 소비자의 보호는 민사법, 그리고 그를 위하여 관할과 준거법을 다루는 국제사법으로 해결할 수 있으나, 공정거래위원회가 시정조치 등을 내리는 소비자보호법의 법집행은 개별 소비자의 피해로는 부족하고, 다수이고 반복적이며 계속적인 피해 등을 고려할 필요가 있게 된다.

둘째, 그 밖에도 사업자의 행위가 정상적인 거래관행에 위반되는지 문제를 판단함에 있어 거래상대방인 소비자에 대한 불이익이 현저히 커서 착취적 요소가 있는 사안에

3) 국내 소비자가 해외 사업자와 거래를 한 경우 거래는 당연히 소비자에게 영향을 미치는 것으로 보아야 한다는 견해가 있으나(김현아, 앞의 논문, 346면), 역외적용을 위한 영향은 그보다 훨씬 제한적으로 이해되어야 할 것이다.

4) 국제사법 제47조와 관련하여 국제사법의 연결원칙의 실익에 관하여 소비자계약의 범위가 넓은 점과 소비자의 국제적 전자상거래가 증가하고 있음을 드는 견해로는, 「국제사법 주석」, 로앤비온주(제47조, 이연, 석광현 집필 부분).

5) 이는 거래상 지위 남용 규정이 사업자 외에 일반 소비자에 대하여 적용되는지 문제에서 대법원 2015. 9. 10. 선고 2012두18325 판결(금보산업 사건)이 제시한 기준과 유사하다.

해당하는지 문제, 소비자가 입는 불이익이 객관적으로 특정될 수 있는지 문제, 소비자가 입는 불이익이 거래조건에 대한 것인지 또는 그 밖의 요소에 대한 것인지 문제, 소비자가 입는 불이익이 소비자의 이해관계에 중대한 영향을 미쳐서 계약체결 여부나 대가를 결정함에 있어 직접적인 영향을 미칠 수 있는 사항인지 문제, 소비자의 선택권 보장 등에서 현저한 흠결이 존재하는 경우인지 문제, 소비자가 대체거래선을 용이하게 찾을 수 있는지 여부 등 대체가능성의 존부, 사업자의 입장에서 합리적 정당화 사유가 존재하는지 여부 등을 종합적으로 판단할 수 있고, 거래에 있어 사업자의 의도나 목적도 보충적으로 고려될 여지가 있을 것이다.

참고로 개인정보보호법은 영향 이론 하에 역외적용을 인정하고 있는데, 그 영향은 공정거래법상 영향과는 거리가 있고, 소비자보호법의 역외적용 문제와 유사한 측면이 있다.

개인정보보호위원회는 해외사업자가 한국 정보주체의 개인정보를 처리하여 한국 정보주체에게 직접적이고 상당한 영향을 미칠 경우 개인정보보호법을 적용할 수 있음을 밝히고 있다.⁶⁾ 해외사업자가 한국 정보주체를 대상으로 재화 또는 서비스를 제공하지 않더라도 한국 정보주체에게 직접적이고 상당한 영향을 미칠 수 있고, 스스로 그 내용과 영향을 예측할 수 있다면 개인정보 보호법이 적용될 수 있음을 밝히면서, ① 해외사업자가 한국 정보주체의 개인정보를 수집하여 웹사이트에 공개하는 서비스를 제공하는 경우, ② 해외사업자가 한국 사업자를 대상으로 재화 또는 서비스를 제공하는 과정에서 한국 정보주체의 개인정보를 처리하는 경우, ③ 한국 사업자와 업무 위·수탁 관계에서 위·수탁자로서 한국 정보주체의 개인정보를 처리하는 경우, ④ 해외사업자가 한국 사업자로부터 한국 정보주체의 개인정보를 제공받아 자신의 업무(예: 인공지능 모델 개발)를 목적으로 해당 개인정보를 처리하는 경우 등을 사례로 들고 있다.

4. 약관규제법의 역외적용 사례

공정거래위원회의 해외사업자에 대한 약관규제법 집행에 있어, 국제사법에서 보호받는 소비자를 중심으로 약관규제법 집행을 하고 있다. 이는 국제사법 42, 47조가 규정한 강행규정은 국내적 강행규정이고, 이에 약관규제법이 포함되므로, 행정적인 집행에

6) 개인정보위원회, 「해외사업자 개인정보보호법 적용 안내서」, 2024. 4.

서도 그 범위 내에서 집행한다는 법리로 이해할 수 있다. 물론 국제사법을 매개로 외국의 플랫폼 기업에 대하여 약관규제법을 적용할 경우 국내 사업자에 대한 보호에는 한계가 있으나, 약관규제법이 비교법적으로 이례적인 법형식을 취하고 있는 이상 제한적으로 해석할 필요가 있어 사업자에 대한 부분은 제외하는 등 역외적용의 범위를 제한하는 것이 타당하다는 평가도 가능하다.

외국사업자에 대하여 약관규제법이 적용된 사건으로 ETS 사건,⁷⁾ 구글 애드센스 사건,⁸⁾ 구글 코리아 사건,⁹⁾ 소셜 네트워크 사건,¹⁰⁾ 아고다 사건,¹¹⁾ 부킹닷컴 사건¹²⁾ 등이 있었다. 그런데 외국사업자에 대한 약관규제법 적용은 일단의 변화를 찾아볼 수 있고, 그 대표적인 사례는 외국 사업자와 (국내 소비자가 아니라) 국내 사업자의 관계에서 잘 드러나고 있다.

첫째, 과거 공정거래위원회는 구글 Inc.의 애드센스 온라인 표준이용약관에 대하여 시정권고를 내린 바 있다.¹³⁾ 당해 사안에서 고객은 소비자가 아니라 특정 사이트를 운영하는 자로서, 그 사이트에 게재되는 광고에 대한 유효 클릭 수, 광고의 유효 노출 수, 추천버튼을 통해 시작된 추천이벤트의 유효 완료 수에 기초하여 일정한 금액을 지급받게 되는 사업자였다. 따라서 소비자계약의 관할규정(구 국제사법 제27조, 현 국제사법 제47조)¹⁴⁾을 매개로 하는 역외적용을 할 수는 없었다. 당시 공정거래위원회는 약관규제법이 대한민국 법의 강행적 적용규정을 규정한 구 국제사법 제7조(현 국제사법 제20조)¹⁵⁾에 해당한다는 전제에서 약관규제법을 적용한 것으로 보인다.¹⁶⁾

7) 공정거래위원회 2003. 2. 18. 의결 제2003-015호(2002약제1634).

8) 공정거래위원회 2007. 2. 26. 시정권고 제2007-109호(2007약관0421).

9) 공정거래위원회 2011. 9. 30. 시정권고 제2011-044호(2011약관2897).

10) 이선희, “외국사업자의 약관에 대한 심사 및 집행”, 「경쟁법연구」 제41권, 2020, 224면.

11) 공정거래위원회 2019. 2. 11. 의결 제2019-031호(2018약관0591).

12) 공정거래위원회 2019. 2. 11. 의결 제2019-032호(2018약관0592).

13) 공정거래위원회 2007. 2. 26. 시정권고 제2007-109호(사건번호 2007약관0421).

14) 제47조(소비자계약)

① 소비자계약의 당사자가 준거법을 선택하더라도 소비자의 일상거소가 있는 국가의 강행규정에 따라 소비자에게 부여되는 보호를 박탈할 수 없다.

② 소비자계약의 당사자가 준거법을 선택하지 아니한 경우에는 제46조에도 불구하고 소비자의 일상거소지법에 따른다.

③ 소비자계약의 방식은 제31조 제1항부터 제3항까지의 규정에도 불구하고 소비자의 일상거소지법에 따른다.

15) 제20조(대한민국 법의 강행적 적용) 입법목적에 비추어 준거법에 관계없이 해당 법률관계에 적용되어야 하는 대한민국의 강행규정은 이 법에 따라 외국법이 준거법으로 지정되는 경우에도 적용한다.

16) 이 의결서는 국제사법 제25조 제4항의 국제적 강행규정을 언급하고 있으나, 실제로는 구 법 제7조(현행법 제20조) 국제적 강행규정을 의미하는 것으로 보인다.

둘째, 위 사건 이후에 대법원 2010. 8. 26. 선고 2010다28185 판결은 약관규제법이 구 국제사법 제7조(현 국제사법 제20조)의 국제적 강행규정이 아니라고 판단하였다.¹⁷⁾ 물론 대법원 2010. 8. 26. 선고 2010다28185 판결은 약관규제법이 국제적 강행규정임을 판단하였을 뿐 역외적용에 대하여 판단한 것으로는 보기 어렵지만, 이러한 법리는 외국 사업자의 국내 사업자에 대한 약관에 대하여 공정거래위원회가 약관규제법 적용을 절제하는 경향에 영향을 미친 것으로 보인다.

이에 따라 소비자와 관련된 약관의 불공정성이 문제되는 사안에서, 공정거래위원회는 국제사법을 매개로 약관규제법의 역외적용을 검토하면서 소비자보호와 관련된 사안에 대하여 국제사법 제47조(구법 제27조)에 근거를 두어 약관규제법을 적용하는 경향을 보이고 있다.

예를 들면 공정거래위원회 2019. 2. 11. 의결 제2019-031호(2018약관0591, 부킹닷컴 사건)¹⁸⁾ 등에서 그러한 경향을 보이고 있다.¹⁹⁾ 위 의결서도 피심인이 자신의 약관으로 네덜란드 법을 준거법으로 정하고 있으나, 서비스 이용계약은 구 국제사법 제27조의 보호대상이 되는 소비자계약에 해당하므로 약관규제법이 적용될 수 있다고 판단하고 있다.²⁰⁾

한편, 법원도 이러한 입장에 가까운 것으로 보인다. 서울고등법원 2020. 5. 20. 선고 2019누38108 판결(부킹닷컴 사건)은²¹⁾ 외국 사업자와 국내 소비자가 거래한 경우는

17) 이 대법원 판결의 결론을 지지하는 견해는 약관규제법에 국제적 강행규정성을 긍정하기 위한 입법자의 적용의지가 나타나 있지 않다는 점과 국제사법이 소비자계약의 경우에도 준거법 합의를 인정하면서 소비자 상거소지법의 보호를 관철하는데 그치는 것과 균형상 약관규제법의 국제적 강행성을 인정하는 것은 균형이 맞지 않는다는 점을 지적한다. 석광현, 「국제사법과 국제소송(제5권)」, 박영사, 2012, 235면.

18) 의결서 9면.

19) 다만, 공정거래위원회는 이러한 사안에서 역외적용이라는 용어를 사용하지 않고 있다. 이는 역외적용을 인정함에 따른 국제적인 파급효를 고민하고, 소비자보호법에서 역외적용의 법리가 아직 충분히 성숙하지 못한 점을 고려한 것으로 볼 수 있다. 여기에 한국 소비자보호법의 규제 범위가 넓은 점도 작용한 것으로 볼 여지가 있다. 한편, 공법의 역외적용 문제로 보는 견해로는 이선희, 앞의 논문, 2020, 225면. 다만 이 논문 229면은 공정거래위원회가 국제사법을 언급한 것으로 보면 공법의 역외적용 문제로 보지 않은 것이라고 지적하고 있다.

20) 공정거래위원회 2019. 2. 11. 의결 제2019-032호, 9면.

21) 서울고등법원 2020. 5. 20. 선고 2019누38108 판결(부킹닷컴 사건)에서 원고(피심인)은 네덜란드 소재 사업자이다. 소비자는 국내에 소재하고 있다. 이 사건에서 공정거래위원회는 원고에 대하여 약관규제법에 따른 시정명령을 내렸다. 이는 외국 사업자와 국내 사업자 사이의 거래에 있어 외국 사업자에 대하여 시정명령을 내린 것이다. 이 사건은 대법원 2023. 9. 21. 선고 2020두41399 판결로 상고

국제사법 제47조(구 국제사법 제27조)에 해당하여 ‘소비자의 일상거소가 있는 국가의 강행규정에 의하여 소비자에게 부여되는 보호’로서 약관규제법이 적용되므로 외국 소재 사업자인 원고에 대하여 시정명령을 할 수 있다는 판시를 하고 있다.²²⁾ 서울고등법원 2021. 2. 4. 선고 2019누39019 판결(아고다 사건)²³⁾도 플랫폼 이용계약 및 숙박계약은 준거법 합의와 관계없이 구 국제사법 제27조의 대상이 되는 소비자계약에 해당하여 강행규정인 약관규제법 제8조의 적용을 받는다고 판시하였다.

5. 결론

첫째, 약관규제법 역외적용은 공정거래법 적용에 비하여 신중할 필요가 있다. 약관규제법도 한국 특유의 법제(法制)인 경우가 많아서 역외적용을 관철할 경우 그에 따른 여러 문제가 발생할 수 있다. 약관규제법의 역외적용이 가능하다고 보더라도, 그에 따라 약관규제법이 역외적용되는 경우를 ‘영향’이 인정되는 경우로 제한할 필요성이 있다. 개별 소비자에 대한 보호를 위하여 역외적용을 하는 것은 무리이며, 하나의 사적 거래를 위하여 약관규제법을 역외적용하는 것은 과도하므로, 약관규제법의 역외적용을 인정하는 경우에도 개별 소비자 보호를 넘어선 거래질서와 관련된 소비자 보호가 문제되는 경우에 역외적용을 검토해야 한다. 그 결과 공정거래법의 역외적용이 시장에 대한 영향이라면, 약관규제법의 역외적용은 시장에 대한 영향뿐 아니라 거래질서(去來秩序)에 대한 영향이 포함될 수 있다.

둘째, 약관규제법은 계약을 대상으로 함에도 행정규제법의 일환으로 도입되었고, 공정거래위원회는 약관규제법 위반 행위에 대하여 시정권고, 시정조치를 할 수 있는 등 행정규제를 통하여 집행이 이루어지므로, 역외적용이 여러 사안에서 논의될 수 있다. 과거에는 국내 시장에 진입한 외국 사업자와 국내 고객의 관계에서 약관이 문제되었고, 이는 전형적인 국내법(단순) 적용의 문제에 그친다. 그런데 플랫폼 산업의 발전과 비대면 거래의 증가로 외국 사업자와 국내 고객의 거래가 증가하면서 약관규제법

기각되었다.

22) 판결문 12면은 “원고가 국내에 영업소를 두고 있지 않다고 하더라도, 원고는 국내 소비자를 대상으로 한국어로 된 플랫폼을 운영하고 국내 인터넷 검색포털 사이트 광고를 통해 영업활동을 하며, 숙박업체는 원고를 통해 국내에서 광고 등 영업활동을 하고, 대한민국의 소비자가 국내에서 원고의 플랫폼을 이용하여 숙박상품을 검색하고 숙박예약의 청약 및 설계를 하는 등 계약체결에 필요한 행위를 하고 있으므로, 그 플랫폼 이용계약 및 숙박계약은 구 국제사법 제27조의 보호대상이 되는 소비자계약에 해당하여 강행규정인 약관법의 적용을 받는다.”고 판시하고 있다.

23) 대법원 2023. 9. 21. 선고 2021두35124 판결로 상고기각.

역외적용의 문제는 플랫폼 산업과 약관규제법 집행의 관계에서 중요한 쟁점으로 발전하고 있다.

공정거래위원회의 해외사업자에 대한 약관규제법 집행에 있어, 국제사법에서 보호받는 소비자를 중심으로 약관규제법 집행을 하고 있다. 이는 국제사법 42, 47조가 규정한 강행규정은 국내적 강행규정이고, 이에 약관규제법이 포함되므로, 행정적인 집행에서도 그 범위 내에서 집행한다는 법리로 이해할 수 있다. 물론 국제사법을 매개로 외국의 플랫폼 기업에 대하여 약관규제법을 적용할 경우 국내 사업자에 대한 보호에는 한계가 있으나, 약관규제법이 비교법적으로 이례적인 법형식을 취하고 있는 이상 제한적으로 해석할 필요가 있어 사업자에 대한 부분은 제외하는 등 역외적용의 범위를 제한하는 것이 타당하다는 평가도 가능하다.